인천의 꿈, Dream of Incheon, the Vision of Korea
대한민국의 미래

인천의 꿈, 대한민국의 미래

2017 주요업무계획

2016. 12.

인천광역시
http://www.incheon.go.kr
[대변인실]

목 차

Ⅰ. 일 반 현 황 3

Ⅱ. 2016년 성과와 평가 6

Ⅲ. 2017년 정책여건과 목표 10

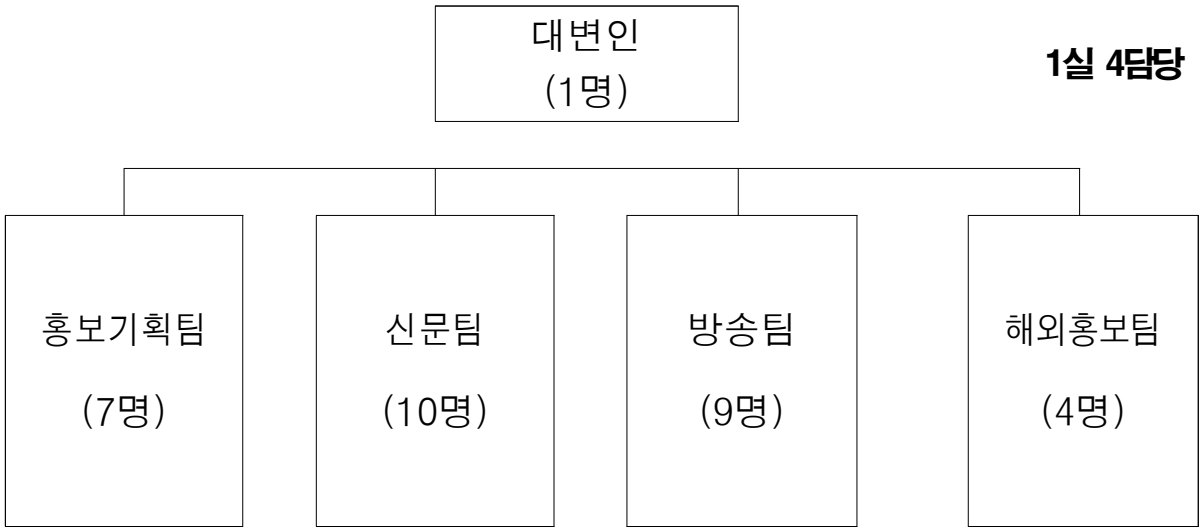
Ⅳ. 2017년 주요업무 추진계획 16

Ⅰ. 일반현황

1 일반현황

('16. 12.18.현재)

▢ 조 직



▢ 정·현원

(단위 : 명 / '16. 12. 18.현재)

구 분	총 원	4 급	5 급	6 급	7급	8급	전문경력관
정 원	26	1	4	7	12	1	1
현 원	26	1	4	6	11	3	1

※ 시간선택임기제 다급 1명 / 공무직 : 4명

▢ 예 산

(단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년	내 역		
			인건비	물건비	사업예산
대변인실	6,494	8,275	6	7,912	357

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

2 주요 현황 및 통계

▢ 위원회 현황

(단위 : 명)

위원회명	설립근거	설립일자	위원장	위원수			기능
				계	당연직	위촉직	
간행물발간심의위원회	인천광역시 간행물 심의 및 보급에 관한 조례	2000. 7.	기획조정실장	11	9	2	간행물 발간 필요성, 중복여부, 통폐합 조정
홍보대사 추천위원회	인천광역시 홍보대사 운영에 관한 조례	2016. 2.	정무경제부시장	9	3	6	홍보대사 위촉·심사

▢ 정기간행물 등록

[2015. 12. 18. 현재]

계	신문				잡지					비고
	소계	일간	주간	인터넷	소계	월간	격월간	계간	연2회간	
519	397	8	157	232	122	73	15	26	8	

▢ 출입언론 매체

[2015 12. 18. 현재]

계	방송사				신문사			비고
	소계	지상파TV	케이블TV	라디오	소계	중앙	지방	
74	17	4	9	4	57	29	28	

▢ 영상편집실 운영

[2015. 12. 18. 현재]

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

Ⅱ. 2016년 성과와 평가

1 주요성과

◈「2016년도 시정홍보 인지조사를 통한 효과분석」결과, 시정홍보 효과성을 측정하는 주요 지표인 시정홍보 인지도가 2015년도 37.6%에서 2016년도 57.5%로 약 20%P 증가

시정홍보 인지도 : ('15) 37.6% → ('16) 57.5%

◈ 이는 시민들이 자주 접하는 홍보 매체(옥내·외 매체, 지상파 TV방송 등)를 중심으로 전략적인 시정홍보를 추진한 성과로 볼 수 있음

- 지상파 TV 제작 지원건수를 2015년도 대비 525%(42건 ; 8→50) 강화
- 시민이 많이 이용하는 인천지하철 1·2호선 및 인천SK행복드림구장을 적극 활용

□ 신문매체 보도 확대 및 보도지원 시스템 강화

○ 보도자료 제공 3,679건

☞ 주간보도계획 정착으로 2015년 대비 보도자료 제공건수 504건(15.8%)증가

○ 실 · 국장 주요역점 추진사항 기고문 게재 : 70건

○ 보도 모니터링(보도건수) 분석, 해명자료 제공 : 26건

○ 기자회견, 프레스투어, 설명회, 간담회, 인터뷰 실시 등 : 250여회

○ 시정광고 : 65개사 306건, 특집기획 홍보 : 229회

○ 언론홍보 추진실적 평가 실시 : 4회(매 분기별 실시)

□ 방송매체의 효율적 활용을 통한 시정홍보 강화

○ TV, 라디오 시정홍보 캠페인 광고를 통한 지속적인 시정 홍보 : 18,117회

○ 시정현안에 대한 방송(TV, 라디오) 대담 및 인터뷰 : 796회

○ 방송프로그램 제작 지원 홍보 : 190편

- 시정홍보 프로그램 : 네트워크 인천(40편), 인천通(40편), 맛있는 초대(1편), 뉴수다(5편), 2016인천, 희망을 말하다(1편) 등
- 특집프로그램 : KBS특집다큐(2편), KBS생생정보(1편), KBS6시내고향(6편), SBS모닝와이드(10편), SBS생활경제(20편), MBC오늘저녁(4편) 등
- 라디오 특집방송 : 인천 철도시대를 열다(2편), 300만 돌파기념 공개방송(1편)
- 의정 프로그램 : 의정우최통(10편), 의정24시(34편)

○ 방송 보도율 제고를 위한 취재와 보도 지원, 영상물 제공 : 89,107회

□ 해외 홍보트렌드에 맞는 다양한 시도를 통해 양방향 소통 추진

○ 해외방송, 지면, 온라인, 국제선 기내홍보 등 기존의 홍보방식과 더불어 스마트폰 보급률 확산에 따른 모바일 광고 등 **타깃 지역과 이슈에 맞게 홍보매체 전략적 선택**

○ 외국인들이 스스로 홍보 콘텐츠를 만들어 자발적으로 인천홍보에 참여하도록 유도하는 등 일방적인 정보노출이 아닌 **양방향 소통의 홍보마케팅 시도**

- 중국인 대상 '인천시 300만 축하영상 제작' 이벤트 참가 : 242명
- 인천 공식 웨이보 : 2015년 개설 → '15년 말 팬 수 3만명 → '16년 11월 현재 6.4만명

□ 대중교통 및 다중이용시설 등 옥내·외매체를 활용한 시정홍보

○ 대중교통수단 및 다중이용시설 활용 시정홍보 : 21종 9,142개(면)

- 대중 10종, 다중 8종, 옥상광고탑, 대형전광판, 야립빌보드

○ 옥내·외매체 현장 확인 점검을 통한 매체별 최적 상태 관리

- 상반기 2016.6.13.-6.17, 하반기 10.10.-10.17. 정기 및 수시 점검

○ 2016년 시정홍보 효과성 분석(2016.10.16.-11.15)

※ 분석 결과를 활용하여 2017년도 지역별, 대상별 맞춤형 홍보활동 계획수립 반영

□ 인기 애니메이션 활용 민간협력 시정홍보

○ 인천어린이 행복더하기 업무협약 체결 : 2016. 7.15

- ㈜아이코닉스 / ㈜올리브스튜디오 / 인천광역시

○ 인천형 캐릭터 탈인형 및 이동식 시정홍보 백드롭 제작 : 2016. 9월

○ 시정홍보 활용

- 행복한 서구 만들기 등 각종 市 주최·주관 행사 시 협약체결 만화캐릭터 활용 시정홍보
- 시청사 및 인천대공원 등 우리 市 주요 공공장소(시설)에 캐릭터 디자인 지원·확산

2 평가 및 개선방향

□ 부정 및 왜곡 보도 최소화 지속 전개 필요

○ 부정·왜곡보도 최소화를 위한 실·국 부서와의 공동대응체계 강화

○ 왜곡 보도 확산방지를 위한 신속한 조치*와 정확성 확보 추진

* 왜곡보도에 대한 해명자료 제공과 정정보도 요구, 언론중재위 중재 등

※ 미흡사례 : 해명(설명)자료를 배포했으나 정정보도 되지 않음

- 송도 '뷰티쇼' 흥행참패… "다신 인천 안온다" (중부일보 9.12.)
- 낯선 언어로 쓰여진 식상한 문구 all ways Incheon 확정(기호일보 10.14.)

□ 홍보 타깃 지역 확대 및 해외 수요자 중심의 맞춤형 홍보

○ 중국 위주의 해외홍보에서 진일보하여 올해는 미주, 아시아 지역 등 홍보지역 범위를 넓혀 진행하였으나 아직 미미

○ 내년에는 해외배급사를 통한 전세계 보도자료 배포서비스를 확대하고 플래쉬, 디지털 포스터 등 시각화된 이미지 홍보 강화

Ⅲ. 2017년 정책여건과 목표

1 여건과 전망

□ 2017년 정책여건과 전망

○ 민선 6기 인천 가치 재창조 및 재정건전화 사업들이 성과를 나타내고 있으며 이를 바탕으로 인천시 5대 주권 사업이 본격 추진되면서 시민들의 시정 인지도 및 공감도가 높아짐

○ 또한, 2016 세계에어로빅선수권대회, 중국 아오란 그룹 방인 등의 성공적인 개최로 해외의 이목이 인천에 집중되는 등 인천의 위상이 높아지고 있으며,

○ 해외홍보 주요 타깃 지역인 중국의 모바일 중심 검색 및 광고 시장 급성장과 파워블로거(왕홍) 등 신규 미디어 등장에 따라 이에 대비한 홍보전략 수립과 매체의 다변화 필요

○ 다른 지역과 차별화된 바다, 섬, 공항, 항만, 경제자유구역이 있는 **인천의 가치를 재창조**하여 시민『행복체감지수』를 높이고 300만 대도시에 걸맞는 자랑스러운 도시 인천이 될 수 있도록 적극적인 시정홍보로 시민의 이해를 돕고 시정 참여의 계기를 마련해야할 것임.

○ 다만, 타시도에 비하여 홍보예산이 부족하여 홍보매체에 대한 효과성 측정과 저비용 고효율 홍보 활동을 위한 면밀하고 계획성 있는 업무추진으로 홍보 효과성 극대화

* 2016년도 기준 신문홍보 예산은 (인천) 2,100, (서울) 3,365 (경기) 2,894백만원으로서 서울, 경기에 숨겨진 홍보예산이 존재하는 점을 고려하면 예산 격차는 더욱 크다고 판단됨

2 정책목표

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

신문을 통한 신속·정확한 시정홍보	1 보도율 제고를 위한 취재지원 강화 2 신문보도 모니터링을 통한 왜곡, 부정보도 최소화
방송을 통한 신속·정확한 시정홍보	1 TV, 라디오를 활용한 공익 시정홍보 캠페인 2 주요 시정현안 방송 대담 및 인터뷰 3 프로그램 제작·방송취재지원을 통한 시정홍보 4 방송보도 모니터링을 통한 왜곡, 부정보도 최소화
글로벌 도시이미지 강화 해외 홍보	1 해외 방송 프로그램 및 CF활용 해외홍보 전개 2 해외 온라인, 모바일 홍보 강화 3 국제선 기내지, 해외 지면 매체 활용 홍보 4 해외 홍보 협력체계 구축 및 신규 매체 발굴
옥내·외 매체 활용 맞춤형 시정홍보	1 대중교통수단 활용 홍보 2 다중이용시설 활용 홍보 3 옥상 및 야립빌보드 활용 홍보 4 대형전광판 활용 홍보

3 주요사업별 지표

□ 총괄표

시정방침	주요 전략	추진사업명(주요과제)	신규/계속	사업기간	총사업비 (국비포함)	국가 지원
시민중심 시정실현	**신문을 통한 시정홍보**	- 광고 및 특집기획 보도를 통한 시정홍보	계속	지속	2,300	
		- 보도율 제고를 위한 취재 지원 강화	계속	지속	비예산	
		- 왜곡 및 부정보도 최소화	계속	지속	비예산	
		3개 시책	사업비 계		2,300	

시정방침	주요 전략	추진사업명(주요과제)	신규/계속	사업기간	총사업비 (국비포함)	국가 지원
시민중심 시정실현	**방송을 통한 시정홍보**	- TV, 라디오를 활용한 공익 시정홍보 캠페인	계속	지속	1,300	
		- 주요 시정현안에 대한 방송 대담 및 인터뷰	계속	지속	비예산	
		- 방송홍보 프로그램 제작 지원	계속	지속	1,525	
		- 영상자료 제공 등 취재지원 강화	계속	지속	111	
		4개 시책	사업비 계		2,936	

시민중심 시정실현	**글로벌 도시이미지 강화**	- 도시브랜드 가치제고를 위한 해외홍보 강화	계속	지속	500	-
		1개 시책	사업비 계		500	-

시민중심 시정실현	**옥내·외 매체 활용 맞춤형 시정홍보**	- 옥내외 매체 활용 지역 대상별 맞춤형 시정 홍보	계속	지속	1,000	-
		1개 시책	사업비 계		1,000	-

□ 세부지표

추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2016	2017	2020
광고 및 특집기획 시정홍보	ㅇ 주요 매체를 통한 이미지 광고	매체수/건	61/220	61/220	61/220
	ㅇ 주요 시정 특집기획 홍보	건	270	275	300
보도율 제고를 위한 취재 지원 강화	ㅇ 보도자료 제공(기획보도) (주당 평균 제공 건수)	건	2,700 (52)	2,800 (53)	3,000 (57)
	ㅇ 주간보도계획 운영 (실.국 주무팀장 회의)	회	30	45	45
	ㅇ 기자 간담회.설명회, 인터뷰, 프레스 투어 등 현장취재 지원 확대	회	300	320	330
왜곡 및 부정보도 최소화	ㅇ 적극적.즉각적인 해명자료 제공	건	50	50	50
	ㅇ 여론 주도층에 대한 해명자료 메일링 확대(간부공무원, 시의원 등)	명	1,500	1,600	1,650
TV, 라디오 공익 시정홍보	ㅇ TV 공익캠페인	회	10,574	10,600	10,600
	ㅇ 라디오 공익캠페인	회	7,543	7,600	7,600
방송 인터뷰 대담	ㅇ 인터뷰 및 대담	회	796	800	800
홍보프로그램 제작지원	ㅇ 프로그램 제작, 지원	편	190	190	190
영상자료 제공	ㅇ 시정활동 영상자료 제공	회	1,993	2,000	2,000
공공시설 활용 시정홍보	ㅇ 공공시설 활용 동영상 및 음원 송출 홍보	회	89,107	89,200	89,200

추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2016	2017	2020
글로벌 도시 이미지 강화를 위한 해외홍보	ㅇ 해외 방송매체 활용 홍보	회	134	150	200
	ㅇ 해외 온라인, 모바일 활용 홍보	회	222	300	400
	ㅇ 해외지면 및 외국어 발행 매체 활용 홍보	회	8	10	15
	ㅇ 국제선 기내지 및 기내영상 활용 홍보	회	4	5	5
	ㅇ 주요거점 도시 옥외광고 및 기타 매체 활용 홍보	회	6	6	6
옥내외 매체 시정홍보	ㅇ 대중교통수단 활용 시정홍보	개(면)	10종 8,774	10종 8,800	10종 8,900
	ㅇ 다중이용시설 활용 시정홍보	개(면)	8종 338	8종 360	8종 380
	ㅇ 옥상 및 야립빌보드 시정홍보	개(면)	4개 10면	4개 10면	4개 10면
	ㅇ 대형전광판 활용 시정홍보	개(면)	13개 13면	15개 15면	15개 15면

Ⅳ. 2017년 주요업무 추진계획

대변인실

1 신문매체를 활용한 시정홍보

2 방송매체를 활용한 시정홍보

3 글로벌 도시 이미지 강화를 위한 해외홍보

4 옥내·외 매체 활용 맞춤형 시정홍보

1 신문매체를 활용한 시정홍보

◇ 시정에 대한 전략적 홍보 추진 및 보도율 제고를 위한 취재지원
◇ 주요역점시책 및 주요행사 집중 홍보로 시 이미지 제고

□ 주요시정에 대한 전략적·체계적 홍보 추진

○ 역점시책사업 및 주요행사 개최에 따른 전략적 홍보추진
- 기획특집보도, 기자정책설명회, 기고문 게재 활성화
- 주관부서와 유기적 협조체계 구축 및 정보공유를 통한 홍보 효율성 제고

《 2017년도 기획특집보도 계획(안) 》

■ 재정건전화 교두보 마련	1月 초
■ 공동체 구현을 위한 복지정책 추진	3月 중
■ 역사와 전통을 살린 원도심 개발	6月 중
■ 인천 가치 재창조 본격화	연중 수시
■ 인천성장동력, 미래 먹거리 산업 육성 등	연중 수시

○ 공인발행부수 등 매체 영향력에 따른 전략적 광고실시

○ 보도자료 적기 제공을 위한 주간 보도계획회의 운영
- 핵심 보도 자료의 전략적 배분을 통한 시정 보도율 제고
- 긍정적 이슈 및 시민 관심 사항 적극 발굴 홍보

□ 보도율 제고를 위한 취재지원 강화

○ 보도자료 및 자료사진 등 관련 자료의 적시 제공으로 시정 보도 제고

○ 주요 현안사항에 대한 브리핑 및 기자간담회 활성화

○ 공휴일 취재지원을 위한 자체 보도 모니터링 상황근무 실시

□ 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

○ 언론보도에 대한 적극적 대응을 위한 보도사항 모니터링 분석 강화 및 이를 통한 시민의 시정 신뢰도 제고

- 해명자료 제공, 필요시 정정보도 요구와 언론중재위 중재신청 병행
- 정정·해명자료 적극 배포 및 확산(홈페이지 및 출입기자, 간부, 시의원 대상 메일링 등)

□ 언론홍보 추진실적 평가 및 인센티브 제공

○ 보도자료 및 기획특집기사 제공 등 언론홍보 실적 부서별 평가

○ 4급이상 성과계약 평가시 반영 및 실적우수 실무자 대상 인센티브 부여

○ 특별한 홍보효과로 반향을 일으킨「히트 홍보 아이템」을 선정하고 담당자 인센티브 제공 및 부서장 가점 부여

□ 전자 시정홍보게시판을 활용한 시정홍보 전개

○ 시민 관심도 및 홍보효과가 높은 디지털 영상기술을 활용한 시정홍보 체계 구축

- 비디오 월(Video Wall) : 시청 본관 시정홍보 사진게시판 대체
- 디지털 사이니지(Digital Signage) : 시청 및 사업소 등 27개소 설치

○ 주요 행사사진 및 주요 시정행사 등의 수시 업데이트로 홍보의 핵심인 적시성을 확보하고 시민들의 다양한 정보수요 충족

디지털 사이니지 [Digital Signage]
사진, 포스터, 안내 표시, 간판 등 기존의 아날로그 광고판을 디지털 디스플레이어를 활용해 각종 정보와 광고를 제공하는 디지털 게시판. 디지털 사이니지는 네트워크로 연결되어 원격으로 콘텐츠를 한꺼번에 제어할 수 있으며 주목성이 뛰어나 정보의 전달력이 우수해 광고 · 콘텐츠 제공에 효과적이라는 특징이 있음.

2 방송매체를 활용한 시정홍보

◇ 지상파·케이블 TV와 라디오 등 방송매체를 활용하여 시 역점사업에 대한 홍보를 추진함으로써 시민공감대 형성

□ TV, 라디오매체를 활용한 공익 시정홍보 캠페인

○ 지상파TV, 전국 및 지역케이블TV, 라디오 활용 시정홍보 캠페인 실시

- 우리시 신규 BI 등 시정핵심 메시지를 TV 캠페인(30초 홍보영상), 라디오 캠페인(40초 음원) 활용 적극 홍보

□ 홍보프로그램 제작 지원

○ 지상파TV 프로그램 제작 지원을 통한 시정역점시책 홍보

- KBS 6시내고향, SBS 생활경제·모닝와이드, MBC 생방송 오늘저녁 등

○ 주요시책 및 핵심 사업에 대한 프로그램 제작 지원을 통한 시민공감대 형성

- 시정대담프로 “인천通”, 시민정책공감프로 “뉴수다”, 네트워크 인천 등

○ 지역케이블TV의 개성 있는 특집프로그램 제작 지원을 통한 시정홍보

□ 주요시정에 대한 방송대담 및 인터뷰

○ 시정현안에 대한 대담 및 수시 인터뷰를 통한 시정홍보 실시

○ 주간 주요시정에 대한 홍보를 위하여 매주 고정 인터뷰 실시(5개매체)

- 지역케이블 : Tbroad, NIB, cj북인천방송
- 라디오매체 : YTN라디오, 경인방송iFM, 인천교통방송, KFM경기방송

□ 방송보도율 제고를 위한 취재 및 보도 지원

○ 주간 방송보도계획 제공 등 방송 취재자료 적극 발굴

○ 방송보도에 대한 분기별 성과측정 시스템을 도입하여 효율적이고 전략적인 긍정보도 극대화

- 특히, 2016 시정홍보 인지도 조사 결과를 반영하여 시민들이 많이 접하는 케이블 TV 등 방송 프로그램을 통한 시정홍보 강화

3 글로벌 도시 이미지 강화를 위한 해외홍보

◇ 글로벌 경쟁력을 갖춘 국제도시 인천의 가치와 성장 잠재력을 국제사회에 홍보하여 도시 이미지 제고 및 관광객 유입, 투자확대 도모

□ 유력 해외언론 보도자료 제공 등 취재지원 및 광고게재

○ 해외 뉴스배급사 및 외신기자 이메일을 통한 보도자료 배포

○ 외신 취재요청시 인터뷰 섭외, 보도자료 제공, 프레스투어 등 취재지원

○ 해외 및 국내 외국어 매체 활용 특집기사 및 광고 게재

□ 해외 방송 프로그램 제작 및 홍보CF 방영

○ 해외 유력 방송사 초청 인천 특집프로그램 제작·방영

○ 국제방송(아리랑TV) 및 해외 방송사를 통한 인천홍보CF 방영

□ 해외 스마트폰, 인터넷 보급률 증가에 따른 온라인 홍보 강화

○ 인천시 공식 중국 SNS 채널 운영 : 시나웨이보, 시나블로그

- 재한 중국인으로 구성된 기자단을 활용하여 콘텐츠 다양화

○ 온라인 파급력이 강한 파워블로거(왕홍) 초청 바이럴 홍보

○ 포털검색사이트, 언론사 온라인 망 등 온·오프라인 병행 홍보

○ 스마트폰 이용자 증가에 따른 배너, 플래쉬, 영상광고 등 모바일 홍보 확대

□ 국제선 기내 홍보 및 주요 거점도시 홍보

○ 국제선 기내지 및 기내영상을 활용한 시정홍보

- 국·내외 항공사 대상 기내지, 스크린 영상홍보, 에어쇼 광고 등 추진

○ 국제공항 및 주요 거점도시 옥외광고 추진

□ 해외홍보 협력체계 구축 및 신규 홍보 매체 발굴

○ 사업부서와의 협업으로 전략적 타깃 지역 설정, 상호연계 홍보 추진

○ 인천시 도시브랜드 해외홍보를 위한 콘텐츠 공유 (브랜드담당관실)

4 옥내·외 매체 활용 맞춤형 시정홍보

◇ **"300만 국제도시 인천" 과 "인천의 꿈, 대한민국의 미래"** 등 역동적인 주요 시정에 대한 홍보

◇ 지역 및 대상별 맞춤형 홍보활동을 전개하여 시의 재정여건을 감안한 저비용 고효율의 홍보방안 마련

□ 지역·대상별 맞춤형 홍보매체 선정과 운영

○ 매년 시정홍보 인지도 조사 결과에서 시민들이 가장 많이 접하는 홍보매체인 옥내·외 매체를 활용한 시정홍보 강화

*「2016년도 시정홍보 인지조사를 통한 효과분석」결과 시내버스·택시 외벽 활용 홍보 등 고정부착식 옥내·외 매체가 가장 효과적으로 분석됨

○ 홍보 지역 및 대상별(시민, 내국인, 외국인) 맞춤형 홍보 전개

- 외국인(중국인) 관광객 급증에 따른 인천 이미지 제고와 관광 홍보 확대

☞ 타 시도 교차홍보, 대형 전광판 홍보(인천 명품섬 등 소개)

☞ 비예산 아이디어 사업 지속 발굴

· wifi 모바일 광고 활용 홍보 / 내비게이션 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)

○ 시정홍보 시민 인지도 및 인지경로, 선호매체 등 여론조사

- 옥내·외 매체별 홍보 효과 측정으로 시정홍보 효과 극대화

시민행복
인천행복
01
02
03
04

인천에 심쿵하다!
자꾸만 머물고 싶은, 자꾸만 살고 싶은, 인천 심쿵해~
Inchoon makes my heart beat faster!

희망 가득
보물도시 인천