

인천의 꿈, 대한민국의 미래

2017 주요업무계획

2016. 12.

목 차

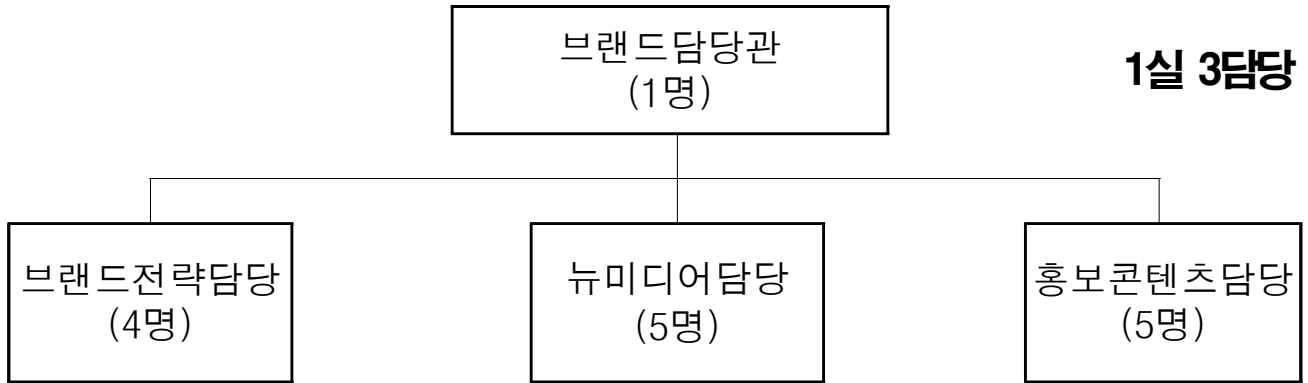
I. 일반 현황	3
II. 2016년 성과와 평가	6
III. 2017년 정책여건과 목표	10
IV. 주요업무 추진계획	14

I . 일반현황

1 일반현황

(‘17. 1. 1.현재)

□ 기 구



□ 인력(정/현원)

(단위 : 명 / 2017. 1. 1.현재)

구 분	총 원	4 급	5 급	6 급	7급	8급
정 원	15	1	3	3	7	1
현 원	15	1	3	3	8	0

□ 예 산

(단위 : 백만원)

구 분	2016년	2017년	내 역		
			인건비	물건비	사업예산
계	2,138	4,116	0	3,736	380

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

2 주요 현황 및 통계

□ 소셜미디어 운영현황

[2016. 12. 6. 현재]

구 분	개설일	실 적	구 분	개설일	실 적
블 로 그	2009.07	월방문자 : 25만명	유 튜 브	2010.06	월조회수 : 35,776명
페이스북	2010.07	친 구 : 63,486명	카카오 스토리	2015.02	친구 : 13,041명
트 위 터	2010.05	팔로워 : 29,094명	인스타그램	2016.01	팔로워 : 11,635명

※인터넷 언론사 현황 : 72개 (등록지 : 인천 24, 서울 29, 경기도 14, 기타 5)

□ 간행물 발행 현황

[2016. 12. 6. 현재]

구 분	정기간행물					비정기 간행물
	명 칭	굿모닝 인천	굿모닝인천 점자판	인천지창 (중국어소식지)	인천나우 (영문소식지)	
발행주기	월간	월간	계간	격월간	주2회	연1회
1회 발행부수	40,000부	800부	2,000부	2,000부	독자수 104,771명	8,000부

II. 2016년 성과와 평가

1 주요성과

□ 인천 브랜드(BI) 및 상징물 개발 타당성 연구

○ 인천 도시브랜드(BI) 개발

- 인천 브랜드(BI) 및 상징물 개발 타당성 연구용역 착수보고 (‘16.5.27.)
- 오피니언 리더 인터뷰 (시장님 등 18명)
- 시민참여단(일반시민·학생·외국인 등 300명) 구성 및 워크숍(2차) 개최
- BI MP(총괄계획가) 및 자문위원 구성 [자문위원회 3회 (MP 3명, 자문위원 6명)]
- BI 홈페이지(네이버 블로그) 개설 및 홍보
- BI 홈페이지(네이버 블로그) 개설 및 언론, 인터넷, SNS 등을 활용한 홍보, 의견 청취 (설문조사 등)
- 인천 도시브랜드(BI) 디자인 시민 공모전 개최 (‘16.7.4 ~ 7.29.)
- 인천 도시브랜드(BI) 디자인 개발 및 최종 후보(안) 의견수렴 (온라인 의견, 애인토론회 등 현장참여 의견, 외국인 의견 등)
- 인천 도시브랜드(BI) 선정 발표 (‘16.10.13.)

○ 市 상징물 개발 타당성 연구 : 2017.1월까지

□ 뉴미디어 매체를 활용한 다양한 홍보활동 전개

○ 인천시 대표 블로그 및 SNS를 활용한 시정홍보

- 소셜미디어 활용 시정홍보 : 6개매체, 총3,105회

(기준 : 12월 현재)

구 분	홍보횟수	실 적
블 로 그	889회	월방문자 : 25만명
페이스북	485회	친 구 : 63,486명
트 위 터	459회	팔 로 워 : 29,094명
유 튜 브	341회	월조회수 : 35,776명
카카오스토리	482회	친 구 : 13,041명
인스타그램	449회	팔 로 워 : 11,635명

○ 대시민 프로모션, 블로그 기자단을 활용한 시민참여형 홍보 전개

- 인천시 인터넷 방송을 활용한 영상물 제작 및 홍보 : 331편
- 포털사이트 및 인터넷 언론사 광고를 통한 지속적인 홍보추진
- 온·오프라인을 활용한 다양한 홍보로 정책에 대한 홍보효과 극대화
 - ※ 재정건전화, 섬 관광활성화, 버스노선개편, 전통시장 활성화, 300만 인천시대 등

□ 온·오프라인 매체를 활용한 인천도시브랜드 홍보 전개

- 오프라인 매체 활용 시정홍보
 - 시정소식지 <굿모닝인천> : 60면, 월간 12회 발행(월 4만부, 연48만부)
 - 점자판 <굿모닝인천> : 75면, 월간 12회 발행(월 8백부, 연9천6백부)
 - 중문소식지 <인천지창> : 52면, 계간 4회발행(매호 2천부, 연8천부)
 - 영문소식지 <Incheon Now> : 40면, 격월 6회 발행(매호 2천부, 연1만2천부)
 - 단행본책자(2종) :
 - <인천의 모든것> : 160면, 5천부(국·영 3천부, 국·중 2천부)
 - <시민행복 길라잡이 10> : 120면, 3천부(국문)
- 온라인 매체 활용 시정홍보
 - 인터넷신문 <I-View> : 주2회 발행(화·목), 연 104회 온라인판 신문발간
 - <인천시미디어앱> 운영 : 굿모닝인천, 아이뷰 등 연 128회 등록 및 게재
 - 전자책(e-book)발간 : <굿모닝인천> 등 전자책 제작
 - 포털(구글 플레이, 네이버)과 인터넷 서점 등 10곳 : 연 132회 콘텐츠 등록

② 평가 및 개선방향

□ 도시브랜드(BI) 이미지 제고 및 시민 공감대 강화

- 도시브랜드(BI) 응용디자인 및 브랜드에 기반한 다양한 이미지 개발로 인천만의 이미지 구축 및 긍정적 이미지 제고
- 시민들이 다양한 일상에서 신규 브랜드를 친근하게 접할 수 있는 통합 마케팅 커뮤니케이션 활동을 통해 브랜드의 가치 및 의의에 대한 시민 공감대 강화
- 신규 브랜드의 조기 정착을 통해 인천만의 정체성 강화 및 300만 인천시대 시민으로서의 자긍심 고취

□ 인천시만의 차별화된 뉴미디어 홍보 강화

- 일방적 정보전달에서 벗어나 시민의 눈높이에 맞는 다양한 콘텐츠를 활용해 적극적인 시정홍보 추진
- 다변화하는 소셜미디어 홍보 트렌드에 유동적으로 대처하기 위해 지속적인 매체 분석 및 모니터링 강화

□ 홍보매체 발간을 통해 인천만의 독특한 콘텐츠 발굴 및 유통

- 인천가치재창조, 인천주권시대 개막, 인천섬 프로젝트 추진 등 주요시책 홍보와 인천만의 독특한 콘텐츠 발굴로 인천도시브랜드 가치에 기여
- 타깃별 맞춤형 홍보로 내외국인들에게 인천을 긍정적이고 희망적인 도시로 그리는 선제적 홍보 구축

Ⅲ. 2017년 정책여건과 목표

1 여건과 전망

□ 2017년 정책여건과 전망

- 민선 6기 3주년 주요 핵심시정 전략사업 추진에 박차를 가할 수 있도록 다양하고 효율적인 홍보콘텐츠 개발 등을 통한 도시마케팅 및 시정 홍보로 시민의 자긍심을 고취하고 시정 참여의 계기를 마련하여야 함.
- 300만 인천시대를 맞아 인천이 보유한 유·무형 자산의 가치재창조 및 인천의 정체성 확립으로 미래비전을 제시하고,
- 우리시의 재정여건상 재정건전화 시민행복을 위한 저비용 고효율 홍보 활동과 주요정책 및 현안사업에 대해 시민들이 체감할 수 있는 시정홍보를 구현하고자 함.

2 정책목표

“도시브랜딩 혁신 및 시민에게 다가가는 시정홍보를 통한 새로운 인천 이미지 구현”

브랜드 이미지 제고 및 시민 자긍심 고취

- 1 시민참여 캠페인 등 브랜드 이미지 제고 및 확산
- 2 도시브랜드에 기반한 응용디자인 개발 등 일관된 브랜드 관리
- 3 도시이미지 마케팅, 콘텐츠 개발 등 인천브랜드 마케팅

뉴미디어 매체 활용 소셜 브랜딩

- 1 뉴미디어 매체 특성에 맞는 타깃 홍보
- 2 인터넷 및 온라인 활용 정책홍보
- 3 인터넷 방송 활용 시정홍보

인천브랜드 가치향상 위한 홍보콘텐츠 확산

- 1 간행물 발간을 통한 선제적 시정홍보
- 2 세대별, 계층별 타깃 맞춤형홍보
- 3 온라인 매체 활용 콘텐츠 홍보

3] 주요사업별 지표

□ 총괄표

(단위 : 백만원)

시정 방침	주요 전략	추진사업명(주요과제)	신규/ 계속	사업기간	총사업비 (국비포함)	국가 지원
시민 중심 시정 실현	브랜드 이미지 제고 및 시민 자긍심 고취	- 브랜드 이미지 제고 및 확산	신규	2017-2017	550	
		- 일관된 브랜드 관리	신규	2017-2017	651	
		- 인천브랜드 마케팅	신규	2017-2017	705	
		3개 시책	사업비 계		1,906	
시민 중심 시정 실현	뉴미디어 매체활용 소셜브랜딩	- 뉴미디어 매체 특성에 맞는 타깃 홍보	계속	2017-2017	300	
		- 인터넷 및 온라인 활용 정책홍보	계속	2017-2017	560	
		- 인터넷 방송 활용 시정홍보	계속	2017-2017	300	
		3개 시책	사업비 계		1,160	
시민 중심 시정 실현	인천브랜드 가치향상 위한 홍보콘텐츠 확산	- 시정소식지 '굿모닝인천' 발간	계속	2017-2017	554	
		- 시정홍보용 책자발간	계속	2017-2017	204	
		- 온라인매체 활용 콘텐츠 홍보	계속	2017-2017	20	
		3개 시책	사업비 계		778	

* 신규 : 자체 신규개발사업, 계속 : 계속사업

* 국가지원 : 국가지원이 필요한 사업에 대한 중앙부처 기재

□ 세부지표

추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2016	2017	2018
브랜드 이미지 제고 및 시민 자긍심 고취	○ 브랜드 이미지 제고 및 확산	횟수	-	25	30
	○ 일관된 브랜드 관리	횟수	-	100	100
	○ 인천브랜드 마케팅	횟수	-	20	25
뉴미디어 매체 활용 소셜브랜딩	○ 뉴미디어 매체 특성에 맞는 타겟 홍보	횟수	3,105	3,200	3,300
	○ 인터넷 및 온라인 활용 정책홍보	횟수	42	50	60
	○ 인터넷 방송 활용 시정홍보	횟수	331	340	350
인천 브랜드 가치향상 위한 홍보 콘텐츠 확산	○ 시정소식지 '굿모닝인천', 점자판 '굿모닝인천' 발간	횟수	24	24	24
	○ 시정홍보용 책자발간	횟수	12	12	14
	○ 온라인매체 활용 콘텐츠 홍보	횟수	132	132	142

* 지표 : 정량적으로 기재하되, 계량화가 어려운 사업에 대하여는 구체적인 목표 제시

IV. 2017년 주요업무 추진계획

- ◇ 시민들이 일상에서 신규 도시브랜드를 친근하게 접할수 있고 적극적인 참여를 유도할 수 있는 전방위 마케팅 및 응용 디자인 개발 등을 통한 체계적인 관리로 도시 경쟁력 제고 및 300만 인천시대 시민들의 자긍심 고취

□ 브랜드 이미지 제고 및 도시 마케팅 전개

- 브랜드 관련 통합 마케팅 커뮤니케이션 전개
 - 온/오프라인 채널 캠페인 기획 및 제작
 - 도시브랜드를 활용한 다양한 응용상품 개발
- 도시사랑 시민참여 캠페인 기획 및 운영
 - 도시사랑을 주제로 한 시민참여 캠페인 기획
- 브랜드 콜라보레이션을 활용한 콘텐츠 제작
 - 브랜드 홍보 판촉물(브로셔, 기념품 등) 제작·확산
 - 인천시 제휴 캐릭터(뽀로로,코코몽) 활용 콘텐츠 제작
- 시정 홍보 영상물 제작을 통한 300만 인천시대 미래비전 제시
- 기존 브랜드 홍보물 교체 및 부착

□ 신규브랜드에 기반한 도시디자인 개발

- 인천 도시브랜드 활용 관련 응용 디자인 기획
- all ways INCHEON 브랜드 활용을 위한 어플리케이션 개발
- 도시 고유의 정체성 확보를 위한 홍보사인물 디자인 개발
- 브랜드와 연계한 응용디자인 표준안 공유
 - 응용디자인 가이드북 제작 및 배포

- ◇ 최신 홍보 트렌드를 반영한 뉴미디어 매체를 적극 활용하여 저비용 고효율의 홍보효과 제고 및 인천시만의 소셜 브랜딩을 통해 일방적인 정보제공 틀에서 벗어나 시민과 함께하는 시정홍보 전개

□ 시 대표 SNS 영향력 강화를 위한 소셜 브랜딩

- 인천시 대표 소셜미디어 운영 : 6개 매체
 - 페이스북, 블로그, 트위터, 카카오토티, 인스타그램, 유튜브
 - 인천시 소셜 통합브랜드 ON通인천(온라인으로 통하는 인천)을 활용 시민들로 하여금 통일성 있는 시정홍보 채널 이미지 정착
- 시민 눈높이에 맞는 차별화된 콘텐츠 제작
 - 매체별 특성 및 사용자 분석을 통한 콘텐츠 차별화
 - 인천만의 가치를 표방하고 시민들이 자부심을 느끼는 콘텐츠 제작
- 온라인 시민참여 활성화 추진
 - 시민블로그 기자단(30명)을 활용한 시민소통 프로그램 개발
 - 자생적으로 조성된 포털사이트 인천지역 카페를 활용한 홍보추진
 - 시민이 직접 인천을 홍보할 수 있도록 주기적인 프로모션 추진

□ 다양한 뉴미디어 매체를 활용한 홍보추진

- 라이브 소셜방송 온통인천 운영
 - 다양한 인터넷방송 영상물 제작을 통한 시정홍보 추진
 - * 시정뉴스, 기획영상, 시민소통영상, 주요행사 라이브 방송 등
 - 유튜브, TV캐스트, SNS 등을 활용한 영상물 확산 추진
- 인터넷 언론 및 다매체 활용 시정홍보
 - 인터넷 주요언론사 및 포털사이트 배너광고 등 확대 추진
 - 시 주요 이슈를 주제로 시민들이 쉽게 접할 수 있는 다양한 매체를 적극 활용해 집중적인 홍보 실시
 - * 활용매체 : 지하철, 미디어보드, IPTV, 모바일 App 광고 등

◇ 인천의 가치를 담은 온·오프라인 홍보매체 발간으로 주요시정, 인천역사, 문화, 정보 등을 시민에게 제공함은 물론 다양한 홍보플랫폼을 활용해 인천의 브랜드가치를 높이는 홍보콘텐츠 확산에 주력

□ 홍보콘텐츠 발굴·확산을 위한 온·오프라인 매체 발간

- 시정소식지<굿모닝인천>, 점자판 <굿모닝인천>발간
 - 인천의 가치재창조, 인천주권 등 주요 시정홍보이슈 소개
- 중문소식지 <仁川之窗>, 영문소식지 <Incheon Now>발간
 - 해외와 주한 외국인을 대상으로, 고유한 인천만의 콘텐츠 소개
- 단행본책자 발간(2종)
 - <인천 섬스토리 100> : 인천섬 100선을 뽑아 섬 가치 재발견
 - <인천사람이 뽑은 인천명소 베스트30> : 각계각층이 뽑은 인천명소 30
- 인터넷신문 'I-View' 발간
 - 시민참여형 신문으로 객원기자들과 함께 인천콘텐츠 발굴 및 확산
- '굿모닝인천' 전자책 제작 및 등록
 - 포털과 인터넷서점 10곳(네이버, 알라딘 등)에 전자책 등록

□ 다양한 미디어 플랫폼 활용한 홍보콘텐츠 확산 전개

- 시 자체 홍보물에 인천만의 콘텐츠 발굴 및 유통
 - <굿모닝인천>, <仁川之窗>, <Incheon Now> 등 간행물에서 발굴된 콘텐츠를 뉴미디어매체 등 다양한 미디어플랫폼 활용 유통
 - 다음 브런치, 지역신문 등과 협약을 통해 콘텐츠 확산 추진
- 인천시 인터넷신문 솔루션을 활용한 콘텐츠 확산
 - 모바일, 뉴스퍼가기, 콘텐츠 등록 등의 다양한 기능의 인터넷신문 솔루션을 활용해 인천시 콘텐츠를 손쉽게 볼 수 있게 구현
 - 기존 오프라인매체에 게재된 콘텐츠를 재편집해 유통