

인천의 꿈, 대한민국의 미래

# 2018 주요업무계획

2017. 12.

# 목 차

I. 일반 현황 .....	3
II. 2018년 정책여건과 목표 .....	6
III. 주요업무 추진계획 .....	11

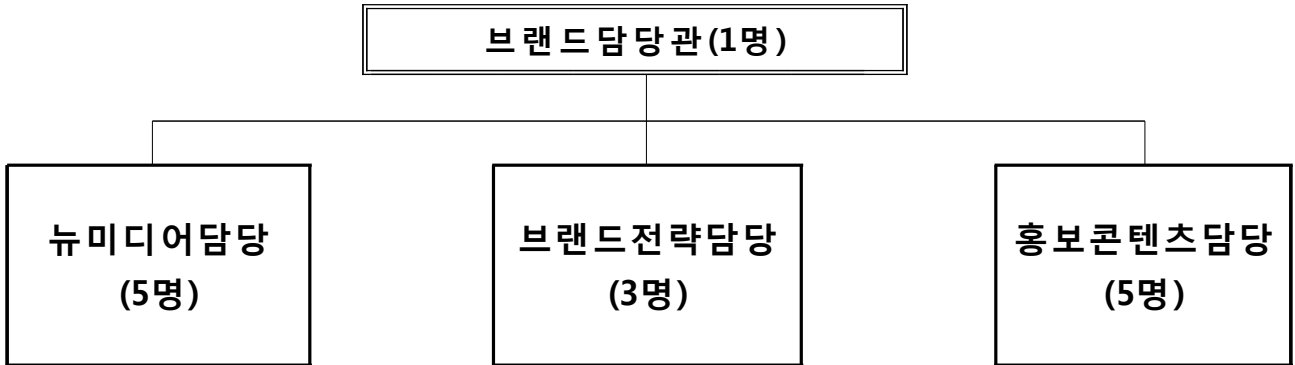
# I . 일반현황

---

**1 일반현황**

기 구 : 1실 3담당

(’17. 12. 현재)



인력(정/현원)

(단위 : 명 / ’17. 12. 현재)

구 분	총 원	4 급	5 급	6 급	7급	8급
정 원	15	1	3	3	7	1
현 원	14	1	3	2	8	0

※ 정원 외 현원 : 1명

예 산

(단위 : 백만원)

구 분	2017년	2018년	내 역		
			인건비	물건비	사업예산
계	4,116	4,181	-	3,761	420

## 2 주요 현황 및 통계

### □ 소셜미디어 운영현황

[2017. 12. 현재]

구 분	개설일	실 적	구 분	개설일	실 적
블 로 그	2009.07	월방문자 : 37만명	카카오 스토리	2015.02	친 구 : 15,773명
트 위 터	2010.05	팔로워 : 29,553명	인스타그램	2016.01	팔로워 : 20,532명
유 튜 브	2010.06	월조회수 : 119,627회	포 스투	2016.01	월조회수 : 89,000회
페이스북	2010.07	친 구 : 120,300명	네이버 TV	2016.05	월조회수 : 13,587회

※ 인터넷 언론사 현황 : 96개 (등록지 : 인천 29, 서울 39, 경기도 22, 기타 6)

### □ 간행물 발행 현황

[2017. 12. 현재]

구 분	정기간행물					비정기간행물
	굿모닝 인천	굿모닝인천점자판	인천지창 (중국어소식지)	인천나우 (영문소식지)	인터넷신문 'I-View'	단행본 (2종)
발행주기	월간	월간	계간	격월간	주2회	연1회
1회 발행부수	40,000부	800부	2,000부	2,000부	독자수 104,771명	10,000부

### □ 위원회 현황

위원회명	설치근거	구성				기능	
인천광역시 상징물관리 위원회	인천광역시 상징물관리 조례	계	당연직		위촉직		도시브랜드 가치 제고 및 상징물의 효율적 관리
			남	여	남	여	
		15	2	0	6	7	

## **II. 2018년 정책여건과 목표**

---

## 1 여건과 전망

### □ 2018년 정책여건과 전망

- 민선 6기 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

#### 소셜마케팅을 통한 온라인 소통강화

- 1 뉴미디어 매체 활용 온라인 소통 활성화
- 2 인터넷 및 온라인 활용 정책홍보
- 3 인터넷 방송 활용 시정홍보

#### 브랜드 이미지 제고 및 시민 자긍심 고취

- 1 시민참여 캠페인 등 브랜드 이미지 제고 및 확산
- 2 도시브랜드에 기반한 응용상품 개발 등 일관된 브랜드 관리
- 3 도시이미지 마케팅, 콘텐츠 개발 등 인천브랜드 마케팅
- 4 캐릭터 개발 및 커뮤니케이션 활동을 통해 인천 자긍심 고취

#### 인천브랜드 가치 향상 위한 홍보콘텐츠 확산

- 1 간행물 발간을 통한 선제적 시정홍보
- 2 세대별, 계층별 타깃 맞춤형홍보
- 3 미디어 매체 활용 콘텐츠 홍보
- 4 인터넷신문 운영을 통한 콘텐츠 확산



### 3] 주요사업별 지표

#### □ 총괄표

(단위 : 백만원)

시정 방침	주요 전략	추진사업명(주요과제)	신규/ 계속	사업기간	총사업비 (국비포함)	국가 지원
시민 중심 시정 실현	소셜 마케팅을 통한 온라인 소통강화	- 뉴미디어 매체 활용 온라인 소통 활성화	계속	2018-2018	350	
		- 인터넷 및 온라인 활용 정책홍보	계속	2018-2018	560	
		- 인터넷 방송 활용 시정홍보	계속	2018-2018	350	
		3개 시책	사업비 계		1,260	
	브랜드 이미지 제고 및 시민 자긍심 고취	- 브랜드 이미지 제고 및 확산	계속	2018-2018	718	
		- 일관된 브랜드 관리	계속	2018-2018	194	
		- 인천브랜드 마케팅	계속	2018-2018	889	
		3개 시책	사업비 계		1,801	
	인천브랜드 가치향상 위한 홍보콘텐츠 확산	- 시정소식지 '굿모닝인천' 발간	계속	2018-2018	554	
		- 시정홍보용 책자발간	계속	2018-2018	254	
		- 미디어매체 활용 콘텐츠 홍보	계속	2018-2018	80	
		- 인터넷신문 운영	계속	2018-2018	49	
		4개 시책	사업비 계		937	

## □ 세부지표

추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2016	2017	2018
소셜마케팅을 통한 온라인 소통강화	○ 뉴미디어 매체 활용 온라인 소통 활성화	횟수	3,777	3,800	3,900
	○ 인터넷 및 온라인 활용 정책홍보	횟수	77	80	90
	○ 인터넷 방송 활용 시정홍보	횟수	303	313	323
브랜드 이미지 제고 및 시민 자긍심 고취	○ 브랜드 이미지 제고 및 확산	횟수	25	30	32
	○ 일관된 브랜드 관리	횟수	100	20	23
	○ 인천브랜드 마케팅	횟수	20	25	26
인천브랜드 가치향상 위한 홍보콘텐츠 확산	○ 시정소식지 '굿모닝인천' 첨자판 '굿모닝인천' 발간	횟수	24	24	24
	○ 시정홍보용 책자발간	횟수	12	12	13
	○ 미디어매체 활용 콘텐츠 홍보	횟수	132	132	147
	○ 인터넷신문 운영	횟수	104	104	104

### **Ⅲ. 2018년 주요업무 추진계획**

---

# 1

## 소셜마케팅을 통한 온라인 소통강화

- ◇ 소통채널의 중심으로 자리매김한 인천시 대표 소셜미디어(온통인천)를 통해 시민과 함께하는 시정홍보를 전개함으로써 시민과의 소통기회 확대 및 시정에 대한 신뢰도 제고

### □ 시 대표 소셜미디어를 통한 소통 활성화

#### ○ 소셜미디어 네트워크 지속적 확대(운영매체: 8개)

- 페이스북, 인스타그램, 카카오톡, 트위터, 블로그, 포스트, 유튜브, 네이버TV
- \* SNS 친구수 확대('17년 17만 ⇒ '18년 22만)
- \* 매체 영향력 강화 : 블로그(랭킹 상위 1%, 공공기관 1위), 페이스북(국내영향력 상위 5%)
- 매체별 트렌드 및 특성을 반영한 콘텐츠 제공으로 시정체감도 제고

#### ○ 시민참여 콘텐츠 발굴 및 소통 프로그램 강화

- 모바일 기반 SNS플랫폼을 활용한 시정참여 기회 확대
- \* 시정과 연계한 공모전, 캠페인, 설문 등 다양한 시민참여 프로그램 운영
- 인천소재 대학교 사진 및 영상관련 학과와 협업을 통한 콘텐츠 제작
- 시민블로그기자단(30명)과 파워블로거 활용, 현장취재 강화 및 시민의견 수렴

### □ 다양한 뉴미디어 매체를 활용한 시정홍보

#### ○ 라이브 소셜방송 운영

- 최신 영상 트렌드 및 매체 활용성을 고려해 다양한 영상물 기획·제작
- 지역대표 커뮤니티 및 다양한 채널을 활용한 영상콘텐츠 확산
- \* 연계카페 (아띠아모, 인천맘, 아이러브인천 등)
- \* SNS채널(유튜브, 네이버TV, 페이스북, 카카오톡, 트위터 등)

#### ○ 인터넷 언론 및 미디어 매체를 활용한 정책브랜드 집중 홍보

- 인터넷 주요 언론 및 포털사이트 브랜드검색 광고를 통한 시정이미지 제고
- 시민 접근성과 정보 전달력이 높은 미디어 매체를 활용한 주요정책 홍보
- \* 활용매체 : 미디어보드, IPTV, 동영상네트워크 등

- ◇ 시민들이 일상에서 도시브랜드 및 상징물을 친근하게 접할 수 있고 적극적인 참여를 유도할 수 있는 전방위 마케팅 및 응용 상품 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 활용 캠페인 기획 및 제작
  - 도시브랜드, 신규 캐릭터를 활용한 다양한 홍보물 제작
- 브랜드를 활용한 시민 참여 프로그램 개발 및 운영
  - 도시사랑을 주제로 한 시민참여 캠페인 기획
- 해피BUS데이 캠페인 확대 운영
  - 2017년 현재 12대 ---> 2018년 40대 추가 : 총 52대 운행
- 브랜드 콜라보레이션을 활용한 콘텐츠 제작
  - 인천시 제휴 캐릭터(뽀로로,코코몽) 활용 콘텐츠 제작
- 기존 브랜드 홍보물 교체 및 부착

### □ 인천 상징물 개발 및 활용

- 전문가·시민의견 청취를 통한 상징물 개발 방향 정립
- 상징물 디자인 개발
- 상징물 명칭 선정을 위한 조사 및 제반작업
- 상징물 개발 완료 : 18년 상반기
- 신규 상징물 홍보 활동 진행
  - 상징물 관리체계 구축 및 핵심 사업 분야 응용방안 마련
  - 상징 조형물 제작 및 설치 : 시청 앞 등 2개소
- ※ 홍보에 적합한 곳에 설치하여 인지도 제고 및 호감도 증대 기여

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

### □ 온·오프라인 매체 발간 통한 인천콘텐츠 발굴·확산

- 시정소식지<굿모닝인천>, 점자소식지 <굿모닝인천>발간
  - 인천가치 재창조, 인천 주권 등 시정 주요 홍보이슈 소개
  - 인터넷 미디어 플랫폼 활용 콘텐츠 확산 추진
- 영문소식지 <Incheon Now>, 중문소식지 <仁川之窗> 발간
  - 자매도시 및 주한 외국인 대상 인천 관광, 문화, 역사 콘텐츠 홍보
- 단행본 책자(3종) 발간
  - '인.천.인' : 인천 사람들을 통해 본 인천의 공간, 기억, 삶
  - '시크릿인천' : '알고보면 예쁘다' 트렌디한 인천의 신 명소
  - '앨범을 통해 본 인천' : 졸업 앨범에 담긴 사진을 통해 인천의 역사 반추
- 시민참여형 소통매체 인터넷신문 'I-View' 발간
  - 대학생 기자단 구성 및 객원기자들과 함께 숨겨진 인천콘텐츠 발굴
- 오프라인 홍보책자, 전자책 제작 및 등록
  - 포털과 인터넷서점 10곳(네이버, 알라딘 등)에 전자책 등록

### □ 다양한 미디어 플랫폼 활용한 홍보콘텐츠 유통 전개

- 국민 메신저 카카오톡에 인천시미디어 계정 및 메시지 전송(신규)
  - 월 1회 카톡 친구들에게 인천시 주요정책, 관광·문화 콘텐츠 전송
- 인천시 홍보사진 DB구축(신규)
  - 시 홍보매체에 게재된 홍보사진을 체계적으로 관리, 보존
- 인천시 인터넷신문 'i-View'를 활용한 콘텐츠 확산
  - 인터넷신문 홈페이지 활용 뉴스 퍼가기, 콘텐츠 공유, 유통 강화