

살고싶은 도시 함께 만드는 인천

2019년 주요 업무계획

2018. 12.

 인천광역시
<http://www.incheon.go.kr>

[미디어담당관]

순 서

I. 일반현황	1
II. 2018년 성과와 평가	3
III. 2019년 정책 여건과 목표	5
IV. 2019년 주요업무 추진계획	9

I. 일반현황

1 기 구 : 1담당관 4담당

2 조직표

[’18.12.10.현재]



3 인력[정/현원]

[단위 : 명 / ’18.12.10.현재]

구 분	총 원	4 급	5 급	6 급	7급
정 원	17	1	4	4	8
현 원	18	1	3	4	10

※ 시간선택임기제 2명(현원 미포함)

4 예 산

[단위 : 백만원]

구 분	2018년	2019년	내 역		
			인건비	물건비	경상이전 등
계	4,181	3,767	-	3,666	101

※ 2019년 예산액 : 2018년 당초 예산 대비 10.9% 감액 편성

5 주요현황 및 통계

□ 소셜미디어 운영현황

[18.11.30.현재]

구 분	개설일	실 적	구 분	개설일	실 적
블 로 그	2009. 7.	월방문자: 40만6백명	카 카 오 리 스토리	2015. 2.	소식받기: 1만8천명
트 위 터	2010. 5.	팔로워: 2만7천명	인스타그램	2016. 1.	팔로워: 2만5천명
유 튜 브	2010. 6.	월조회수: 30만8천회	포 스투	2016. 1.	월조회수: 20만5천회
페이스북	2010. 7.	좋아요: 15만9천명	네이버 TV	2016. 5.	월조회수: 2만9천회

※ 인터넷 언론사 현황 : 111개(등록지 : 인천 29, 서울 50, 경기도 26, 기타 6)

□ 간행물 발행 현황

[18.11.30.현재]

구 분	정기간행물					비정기 간행물
	명 칭	굿모닝 인천	굿모닝인천 접자관	인천지창 (중문소식지)	인천나우 (영문소식지)	
발행주기	월간	월간	계간	격월간	주2회	연1회
1회 발행부수	37,000부	800부	2,000부	2,000부	독자수 109,382명	10,000부

□ 위원회 현황

[18.11.30.현재]

위원회명	설치근거	구성				기능	
		계	당연직	위촉직			
인천광역시 상징물관리 위원회	인천광역시 상징물관리 조례		남	여	남	여	도시브랜드 가치 제고 및 상징물의 효율적 관리
		15	1	1	6	7	

Ⅱ. 2018년 성과와 평가

① 주요성과

- 소셜미디어 주요매체 영향력 강화 ('17.12.31.대비 / '18.11.30.기준)
 - 페이스북 : 좋아요 31% 상승 (12만 1천명 → 15만 9천명)
 - 블로그 : 월방문자수 11% 상승 (35만 9천명 → 40만 6백명)
 - 인스타그램 : 팔로워 21% 상승 (2만 7백명 → 2만 5천명)
 - 유튜브 : 월조회수 94% 상승 (15만 8천명 → 30만 8천명)
- 도시브랜드·캐릭터 콘텐츠 개발 및 확산
 - 도시브랜드 개발(2단계), 상징물 및 상징 조형물 디자인 개발 완료
 - 상징물 홍보상품 기획·제작(41종), 캐릭터 조형물 설치(8세트)
 - 해피BUS데이 캠페인 확대 : 20개 노선 70대(총 26개 노선 72대)
 - 도시마케팅 : TV(2편), 라디오(5편), 인쇄/옥외(5종), 프로모션
- 온·오프라인 매체 발간
 - 정기·비정기 오프라인 매체 <굿모닝인천> 등 8종
 - 온라인 매체 : 인터넷 신문 'I-View' 등 3종

② 평가 및 개선방향

- 소셜미디어를 활용한 주요정책 및 정보 전달의 기존 역할과 함께 시민의 다양한 온라인 시정참여 기회 확대
- 시민이 인천시와 미디어로 직접 소통을 체감할 수 있도록 매체 및 콘텐츠 개발
- 민선7기 정책 및 인천 도시이미지 제고를 위해 상징물 등을 활용한 마케팅을 추진하여 시정에 대한 시민 공감대 강화
- 일상에서 브랜드를 접할 수 있는 통합 마케팅 커뮤니케이션 활동을 통해 브랜드 및 캐릭터의 빠른 확산 및 정착, 시민 호감도 제고
- 온·오프라인 홍보매체 발간을 통해 인천을 희망적이고 긍정적인 도시로 알리는 데 기여하고 시민과의 양방향 소통 강화

※ 2018년 수상내역

연번	수상 및 부문	일자	훈격	주관기관	내용
1	2018년 소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상 국제도시브랜드 부문	1.18.	대상	디지털 조선일보	도시브랜드 평가 우수
2	2018 고객사랑 브랜드 도시브랜드 부문	5.17.	대상	중앙일보	“
3	2018 국가브랜드 대상 도시브랜드 부문	6.28.	대상	조선일보	“
4	2017 &어워드 디지털광고 공공 부문	1.25.	그랑 프리	한국디지털 기업협회	해피BUS데이 캠페인
5	2018 아시아-태평양 스티브 어워즈 공공 서비스 커뮤니케이션 / 공공 정책 커뮤니케이션 부문	6. 1.	은상	스티비 어워즈 코리아	“
6	2018 에피 어워드 로컬 캠페인 부문 '금상' / 저예산 부문 '은상'	6.14.	금상 은상	에피어워즈 코리아	“
7	2018 에피 어워드 MOST EFFECTIVE MARKETERS / MOST EFFECTIVE BRANDS	8.25.	특별상	에피어워즈 코리아	“
8	2018 대한민국인터넷소통대상 광역 자치단체 부문	11.22.	대상	한국인터넷 소통협회	소셜미디어 평가 우수
9	2018년 대한민국 커뮤니케이션 대상 외부 유관 단체장상 부문	12. 6.	한국국제 PR협회 장상	한국 사보협회	굿모닝인천 평가 우수
10	2018년 대한민국 커뮤니케이션 대상 출판물 부문	12. 6.	대상	한국 사보협회	'그 길 인천' 평가 우수

Ⅲ. 2019년 정책 여건과 목표

1 정책 여건

- 시민 중심의 시정운영계획에 맞추어 주요정책 및 정보를 빠르게 전파하고 시민과 소통할 수 있도록 소셜미디어 활용 홍보 동향 및 트렌드 파악
- 300만 인천시대에 적합한 인천 상징물의 확산을 통한 인천 도시 브랜드 관리 및 시민이 직접 참여하는 시민 중심 마케팅
- 시 주요정책을 시민들에게 친근한 콘텐츠로 제작하여 시에서 발행하는 온·오프라인 매체를 통해 홍보 확산
- 민선7기 시정철학과 정책방향을 담은 메시지의 대(對) 시민 전파를 통해 시민들의 시정 공감과 참여를 높이고, 공직자의 시정 방향에 대한 정책적 일체감과 소명감 제고

2 정책 추진방향

- 기존의 미디어 매체를 유기적으로 연결하고 새로운 매체활용 개발 및 외부매체와의 협업을 통해 시 미디어 전파력 확대
- 시, 군·구, 산하기관과의 네트워크 구성을 통해 온라인 홍보 협업 추진
- 시민기자 자유투고 등 현장취재 강화 및 시민의견 수렴
- 인천 상징물을 기반으로 시정 홍보에 활용하여 관광활성화 및 도시 마케팅에 적극 활용
- 민선7기 슬로건 ‘살고 싶은 도시, 함께 만드는 인천’ 구현을 위한 인천만의 독특한 콘텐츠 발굴로 시민과의 양방향 소통에 기여
- 타깃별 맞춤형 홍보로 내·외국인들에게 인천을 긍정적이고 희망적인 도시로 그리는 선제적 홍보 구축
- 민선7기 정책방향에 대한 시민들의 호응도와 의견을 조사·분석하여 메시지 전략 수립에 활용

3 정책목표

비전

온라인 마케팅 및 도시브랜딩을 통한 시민 미디어시대 구현

목표

- ◇ 소셜마케팅 및 콘텐츠 개발을 통한 시민과의 소통 강화
- ◇ 브랜드 이미지 제고 및 시민 자긍심 고취
- ◇ 메시지 기능 강화를 통한 시민 시정공감 확산

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 브랜드 캠페인을 통한 도시마케팅 추진
- 2 시민소통형 콘텐츠 제작 및 확산
- 3 인천 상징물 관리 및 도시이미지 제고

온·오프라인 매체발간을
통한 시민중심 홍보
콘텐츠 확산

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

메시지 기능강화를 통한
시민 시정공감 확산

- 1 메시지 효과분석을 위한 여론조사
- 2 연설문 등 주요 메시지 작성 및 기록관리
- 3 메시지 작성 역량강화를 위한 교육

4 주요사업별 지표

□ 총괄표

(단위 : 백만원)

시정 방침	주요 전략	추진사업명(주요과제)	신규/ 계속	사업기간	총사업비 (국비포함)	국가 지원
시민과 함께 하는 시정	뉴미디어를 통한 소통과 정책 홍보	- 뉴미디어 매체 활용 온라인 소통 활성화	계속	2019	350	
		- 인터넷 및 온라인 활용 정책홍보	계속	2019	560	
		- 인터넷 방송 활용 시정홍보	계속	2019	350	
		3개 시책	사업비 계	1,260		
	시민소통형 콘텐츠 개발 및 브랜드 마케팅 추진	- 브랜드 이미지 제고 및 확산	계속	2019	600	
		- 일관된 브랜드 관리	계속	2019	86	
		- 인천 브랜드 마케팅	계속	2019	656	
		3개 시책	사업비 계	1,342		
	온·오프라인 매체발간을 통한 시민중심 홍보콘텐츠 확산	- 시정소식지 '굿모닝인천' 발간	계속	2019	567	
		- 시정홍보용 책자발간	계속	2019	225	
		- 온라인매체 활용 콘텐츠 홍보	계속	2019	62	
		- 인터넷신문 운영	계속	2019	58	
		4개 시책	사업비 계	912		
	메시지 기능 강화를 통한 시민 시정공감 확산	- 메시지 효과분석을 위한 여론조사	신규	2019	90	
		- 연설문 등 주요 메시지 작성 및 기록관리	신규	2019	0	
		- 메시지 작성 역량강화 교육	신규	2019	0	
3개 시책		사업비 계	90			

□ 사업별 세부지표

추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2018	2019	2020
뉴미디어를 통한 소통과 정책 홍보	○ 뉴미디어 매체 활용 온라인 소통 활성화	참여 자수	8백만	9백만	1천만
	○ 인터넷 및 온라인 활용 시책홍보	횟수	30	32	35
	○ 인터넷 방송 활용 시정홍보	월조 회수	33만	37만	40만
시민소통형 콘텐츠 개발 및 브랜드 마케팅 추진	○ 브랜드 이미지 제고 및 확산	횟수	32	33	34
	○ 일관된 브랜드 관리 (슬로건 등 교체)	교체율	60%	100%	-
	○ 인천브랜드 마케팅	횟수	26	27	28
온오프라인 매체발간을 통한 시민중심 홍보콘텐츠 확산	○ <굿모닝인천(점자판 포함)> 발간 및 콘텐츠 제작	건수	516	541	568
	○ 시정홍보용 책자 발간 및 콘텐츠 제작	건수	124	130	136
	○ 온라인매체 활용 콘텐츠 홍보	건수	40	42	46
	○ 인터넷신문 발행 및 콘텐츠 제작	건수	520	546	601
메시지 기능강화를 통한 시민 시정공감 확산	○ 시정 메시지 공감도 분석 여론조사 및 회의	건수	-	15	15
	○ 연설문 등 주요 메시지 작성 및 기록관리	건수	650	1,500	1,500
	○ 메시지 작성 역량강화를 위한 교육	인원	-	100	100

IV. 2019년 주요업무 추진계획

미디어담당관

- ① 뉴미디어를 통한 소통과 정책 홍보
- ② 시민 소통형 콘텐츠 개발 및 브랜드 마케팅 추진
- ③ 온·오프라인 매체발간을 통한 시민중심 홍보 콘텐츠 확산
- ④ 메시지 기능강화를 통한 시민 시정공감 확산

1 뉴미디어를 통한 소통과 정책 홍보

◇ 정책홍보, 정보제공 및 시민과의 소통을 통하여 뉴미디어 매체의 신뢰도, 효율성, 효과성 등 향상 도모로 시정홍보 극대화

□ 시 대표 소셜미디어를 통한 소통 활성화

- 소셜미디어 네트워크 지속적 확대(8개 매체)
 - 페이스북, 인스타그램, 카카오톡, 트위터, 블로그, 포스트, 유튜브, 네이버TV
 - * 매체 영향력 강화 : 블로그(전체 블로그 랭킹 상위 1% 이내)
 - 매체별 트렌드 및 특성을 반영한 콘텐츠 제공으로 시정체감도 제고
- 시민참여 콘텐츠 발굴 및 소통 프로그램 강화
 - 모바일 기반 SNS 플랫폼을 활용한 시정참여 기회 확대
 - * 시정과 연계한 공모전, 캠페인, 설문 등 다양한 시민참여 프로그램 운영
 - 블로그기자단, 시민기자 자유투고 등 현장취재 강화 및 시민의견 수렴
 - 인천소재 대학교 사진 및 영상 관련 학과와 협업을 통한 콘텐츠 제작

□ 다양한 뉴미디어 매체를 활용한 시정홍보

- 온라인 영상 채널 운영
 - 최신 영상 트렌드 및 매체 활용성을 고려해 다양한 영상물 기획·제작
 - * 제작분야 : 회의·정책보고회 라이브, 뉴스영상, 관광지 등
 - 지역대표 커뮤니티 및 다양한 채널을 활용한 영상콘텐츠 확산
 - * 연계카페 : 아이엠맘, 인천톡, 인천맘 등
- 인터넷 언론 및 미디어 매체를 활용한 정책브랜드 홍보
 - 포털사이트 검색 광고, 인터넷 주요 언론 등을 통한 시정 홍보
 - 시민 접근성과 정보 전달력이 높은 미디어 매체 활용 주요정책 홍보
 - * 활용매체 : 포털(네이버, 다음), 인터넷언론사, 유튜브, IPTV, 미디어보드 등

◇ 시민들이 일상에서 직접 참여하여 인천을 변화시키고 그 변화를 공유하며 인천 브랜드를 향상시키는 시민중심 소통 마케팅 전개

□ 브랜드 이미지 제고 및 도시 마케팅 전개

- 시민이 만드는 인천 브랜드 구축을 위한 마케팅 커뮤니케이션 전개
 - 온·오프라인, 모바일 채널 활용 캠페인 기획·제작
 - 도시브랜드 및 캐릭터를 활용한 시정홍보 콘텐츠 제작
- 시민이 도시문제를 직접 해결하는 시민참여 캠페인 개발·운영
 - 함께 만드는 인천을 주제로 다양한 시민참여 캠페인 추진
- 해피BUS데이 캠페인 확대 운영
 - 시민의 긍정적 반응을 얻은 해피BUS캠페인을 확대 추진하여 시민 자긍심 고취 및 인천에 대한 부정적 인식 개선
 - * 2019년 30대 추가 설치(2017년 12대 → 2018년 72대 → 2019년 102대)
- 브랜드 콜라보 콘텐츠 제작
 - 타 브랜드 콜라보 콘텐츠를 통해 마케팅 효과 극대화
- 시정홍보 영상 제작 : 국문, 영문, 중문 등 TV 영상 제작

□ 인천 상징물 관리 및 홍보 확산

- 인천 상징물 마케팅 강화전략 마련
 - 상징물 관리체계 구축 및 핵심 사업 분야 응용방안 마련
- 기존 시정 슬로건 등 지속적 교체로 도시 이미지 개선
 - 시내버스 외부, 안내시설물 등 미 교체 대상
- 홍보기념품 제작 및 시정홍보 디자인 지원
 - 홍보상품으로 캐릭터 등을 활용·제작하여 수익사업 모델 구축
 - 시정홍보 디자인 지원으로 일관된 디자인 관리(각 부서, 기관 등)

◇ 인천의 가치를 담은 온·오프라인 매체 발간으로 정책·역사·문화 등을 시민에게 제공하고 다양한 미디어플랫폼으로 확산, 시민과 양방향 소통 강화

□ 온·오프라인 매체 발간을 통한 인천콘텐츠 발굴·확산

- 시정소식지 <굿모닝인천>, 점자소식지 <굿모닝인천> 발간
 - 인터넷 미디어 플랫폼 확대, 콘텐츠 확산
- 영문소식지 <Incheon Now>, 중문소식지 <仁川之窗> 발간
 - 자매도시 및 주한 외국인 대상 인천 관광, 문화, 역사 콘텐츠 홍보
- 단행본 책자(2종) 발간
 - <인천사용설명서> 주요정책 및 시정홍보 이슈 홍보
 - <인천의 랜드마크> 인천의 명소·랜드마크를 담은 스티커 컬러링북
- 시민참여형 소통매체 인터넷신문 'I-View' 발간
 - 객원기자들과 함께 인천의 숨겨진 고유 콘텐츠 발굴, 전파
- 오프라인 홍보책자, 전자책 제작 및 등록
 - 포털, 인터넷서점 10개소(네이버, 알라딘 등)

□ 다양한 미디어 플랫폼을 활용한 홍보 콘텐츠 유통 활성화

- 카톡친구들과 함께하는 시정 홍보콘텐츠의 효과적 확산
 - 정기, 비정기 전송과 함께 인플루언서 참여 독려
- 홍보사진 DB구축 운영
 - 시 홍보매체에 게재된 홍보사진을 체계적으로 관리, 보존
- 인터넷신문 'i-View'를 활용한 콘텐츠 확산
 - 인터넷신문 사이트 활용 굿모닝인천, 인천나우 콘텐츠 서비스
- <굿모닝인천> 모바일 북 업그레이드 및 구독 확대
- 인천지역 온라인 커뮤니티 및 유관기관 사이트에 전자책 게재

- ◇ 민선7기 시정비전과 목표를 효율적으로 전달하고, 시민들과 직접 소통하기 위해 시정 메시지 기능 강화

□ 메시지 효과 분석을 위한 여론조사(신규)

- 추진배경
 - 전문기관을 통해 민선7기 시정철학과 정책방향에 대한 시민들의 호응도와 의견을 조사·분석하여 향후 시정방향 설정과 메시지 전략 수립에 활용
- 사업개요
 - 사업기간 : 2019. 1. ~ 10.
 - 조사지역 : 시 전역(10개 군·구)
 - 추진방법 : 제한경쟁입찰(협상에 의한 계약)
 - 사업예산 : 90,000천 원 범위 내
 - 사업내용 : 시정운영 및 정책방향 설정을 위한 시민 여론조사
 - * 전화면접조사 및 FGI 조사 / 1회(총 2회)

□ 연설문 등 주요 메시지 작성 및 기록관리

- 시정철학과 정책방향을 담아 행사의 취지에 맞는 메시지 생산
- 시정 메시지를 명확한 키워드(정책방향)로 정확히 전달
- 메시지 기획부터 시행에 이르기까지 체계적 프로세스 마련
- 메시지의 효율적인 기록 및 추적 관리

□ 연설문 작성 역량강화를 위한 교육

- 올바른 메시지 작성을 위한 기본 교육 추진(자체 및 외부기관)
- 각 부서의 효과적인 메시지 작성을 위한 역량 강화 교육