【업무보고】

행복한 시민 자랑스러운 대구
Happy Citizens & Proud Daegu

제264회 임시회
문화복지위원회

# 주 요 업 무 보 고

DAEGU
大邱廣域市
DAEGU METROPOLITAN CITY
【홍보브랜드담당관】

# 보고순서

## Ⅰ. 일 반 현 황

## Ⅱ. 2018년 추진성과

## Ⅲ. 2019년 주요업무계획

1. 접근성 높은 신규매체 활용 및 감성홍보 실현

2. 열린 소통채널의 고도화 및 개방화

3. 대구 브랜드로 도시경쟁력 향상

# Ⅰ. 일 반 현 황

1. 기 구

2. 인 력

3. 예산규모

4. 홍보매체

5. 도시브랜드

6. 상 징 물

7. 사무분장

# 일 반 현 황

## 1 기 구

【1담당관 5팀】

**홍보브랜드담당관**

| 홍보기획팀 | 홍보전략팀 | 뉴미디어팀 | 홈페이지운영팀 | 도시브랜드팀 |
|---|---|---|---|---|

## 2 인 력

(단위 : 명 / 2019. 1. 1.기준)

| 구 분 | 계 | 4급 | 5급 | 6급 | 7급 | 8급 | 9급 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 정원 | 22(5) | 1(1) | 5(1) | 7 | 7(1) | 2(2) | - |
| 현원 | 24(4) | 1(1) | 5 | 8 | 7(1) | 2(1) | 1(1) |
| 과·결원 | 2 | | | 1 | | | 1 |

※ ( )는 정·현원중 일반 임기제 공무원(개방형직위 포함)

## 3 예산규모

(단위 : 백만원)

| 구 분 | 계 | 홍 보 | 시 홈페이지 | 도시브랜드 | 행정운영경비 |
|---|---|---|---|---|---|
| 예산액 | 5,122 | 4,273 | 365 | 265 | 219 |

## 4 홍보매체

| 구 분 | | 계 | 매 체 명 |
|---|---|---|---|
| 계 | | 31 | |
| 오프라인 | | 6 | 홍보탑, 도시철도 등 벽면조명광고, 전동차 모서리광고, 전광판, KTX · SRT열차 모니터, 간행물(4종) |
| 온라인 | 국내 | 13 | SNS채널(블로그, 페이스북, 트위터, 카카오톡, 카카오스토리, 카페, 유튜브, 인스타그램), 뉴스레터, 시정홍보관, 달구벌 미소 문자서비스, 시 홈페이지, 우리의 대구 이야기(페이스북) |
| | 해외 | 10 | 영문(페이스북, 블로그, 홈페이지), 일문(페이스북, 홈페이지), 중문(시나 웨이보, 시나 블로그, 페이스북, 홈페이지), 아랍어(홈페이지) |
| 기 자 단 | | 2 | 시민기자단, 어린이기자단 |

## 5 도시브랜드

**심 벌** 1996년

**브랜드 슬로건** 2004년

Colorful DAEGU

**캐릭터** (패션이) 2000년

※ 도시브랜드 : 한 도시에 대한 인지도, 호감도, 신뢰도 등의 유무형의 가치를 종합한 것(다른 도시와 차별화되는 이미지나 평판)

## 6 상 징 물

**시 목** (전나무) 1972년

**시 화** (목련) 1972년

**시 조** (독수리) 1983년

# 7 사무분장

| 구 분 | 주 요 업 무 |
|---|---|
| 홍보기획팀 | • 시정홍보 종합 기획, 유관기간 홍보 네트워크 운영<br>• 오프라인 홍보시설물 운영·관리 및 홍보간행물 발행<br>• 어린이기자단 운영, 홍보대사 발굴 및 홍보 확산 |
| 홍보전략팀 | • 시정홍보 영상물 및 홍보 CF 제작 배포<br>• 달구벌미소 문자서비스 운영<br>• 홍보시설물(전광판 등) 설치 및 운영 관리<br>• 방송채널을 통한 해외 시정홍보 |
| 뉴미디어팀 | • 소셜미디어채널 운영 및 온라인 매체 발굴 마케팅<br>• SNS 시민 및 외국인기자단 모집 운영<br>• 해외 온라인 매체 활용 홍보<br>• 온라인 시정 모니터링 및 분석 |
| 홈페이지 운영팀 | • 市 대표 홈페이지 운영 및 웹서비스 개발 지원<br>• 외국어(4개 언어) 홈페이지, 모바일 홈페이지 운영<br>• 웹접근성, 호환성, 취약점 등 웹 표준에 관한 사항<br>• 통합예약시스템 운영 및 고도화 |
| 도시브랜드팀 | • 도시브랜드·도시상징물 개발 관리<br>• 브랜드 자원 발굴 및 콘텐츠 개발 유통<br>• 브랜드 파워 강화를 위한 대표 브랜드사업 발굴 관리 |

# Ⅱ. 2018년 추진성과

1. 다양한 오프라인 매체 활용 홍보효과 극대화

2. 시민의 눈높이에 맞춘 소통하는 홍보 구현

3. 시민이 공감하는 도시브랜드 개발 확산

4. 시 홈페이지 운영 개선을 통한 채널역량 강화

5. 온라인 매체를 통한 스마트 홍보 확대

6. 소셜미디어채널 활용 쌍방향 시정홍보 강화

7. 해외 온라인 마케팅을 통한 글로벌 이미지 제고

# 2018년 추진성과

## 1 다양한 오프라인 매체 활용 홍보효과 극대화

○ 주요도시 라이트박스 및 관내 다중집합장소 역점시책사업 홍보
- 김해공항, 대구공항, KTX동대구역, 고속도로변 등
- 도시철도, 아파트 타운보드, 시내버스 승강장 광고 등

○ 시정홍보 영상물 제작(시정홍보영상 1편, CF 12편)

○ 전광판, KTX·SRT를 통한 대시민 생활접점 홍보

○ 시민 맞춤형 홍보 간행물 제작
- 시책홍보 브로슈어, 화보, 점자시보, 도시브랜드 홍보(대구 참 좋다!) 등 6종

## 2 시민의 눈높이에 맞춘 소통하는 홍보 구현

○ 시민기자단 : 72명, 현장 취재·기사 작성(월 평균 112건)

○ 어린이기자단 : 303명(104개교), 온라인·타블로이드신문 발행

○ 시 홍보대사 활용 시정홍보(CF 3, 라디오캠페인 3, 팜플릿 1)

## 3 시민이 공감하는 도시브랜드 개발 확산

○ 대표 브랜드 신규(안)·개선(안) 개발 및 선호도 조사

○ 수달이모티콘 개발, 카카오톡 플러스친구 이벤트 실시(3만명)

○ 웹툰 제작(12편), 콘텐츠 홍보를 위한 서포터즈 운영(52명)

## 4 시 홈페이지 운영 개선을 통한 채널역량 강화

○ 국문·외국어·모바일 홈페이지 채널 운영(6개)

○ 통합예약시스템 운영·고도화 추진(33개 기관, 66개 서비스)

○ 시정홍보관 홈페이지 콘텐츠(시정소식, 문화행사 등) 제작 관리

## 5 온라인 매체를 통한 스마트 홍보 확대

○ 포털사이트, SNS 광고 매체 활용 시정홍보(수시)

○ 뉴스레터(인터넷신문) 제작 발송(84회, 회원 34만명)

○ 온라인 모니터링 및 분석보고(주간 30회, 월간 7회, 이슈 6회)

○ 달구벌미소 문자서비스(43천명, 월 2회)

## 6 소셜미디어채널 활용 쌍방향 시정홍보 강화

○ 14개 SNS 채널을 통한 일 574천명과 소통(전년 대비 20% 증가)

○ 소셜 트렌드에 맞춘 신규 채널 개설 운영(인스타그램)

○ 시 대표 SNS채널 활용 시정홍보 및 소통(콘텐츠 5,266건)

○ 시민공감 및 소셜 맞춤형 신기법 콘텐츠 제작(라이브방송 등 542건)

○ 키워드 유입 분석, 인기콘텐츠 랭킹 등 관리 운영(매주)

## 7 해외 온라인 마케팅을 통한 글로벌 이미지 제고

○ 국내·외 백과사전 정비 및 SNS 선호 콘텐츠 등 분석(2회)

○ 중화권(번체)·일문 페이스북 개설 운영 및 이벤트 실시(9회)

○ SNS 영상 제작(9회) 및 해외 현지 SNS 라이브방송(7월, 대만)

○ 해외 주요 포털사이트(구글, 바이두, 야후재팬) 검색정보 최적화

○ 해외 현지 SNS 기자단(인플루언서) 영상 바이럴 미션 수행(9회)

○ 시정홍보 영상물 해외매체 방영

- 홍보매체 : 7개(아리랑TV, KBS World, tvN Asia, FOX Movie, BBC 등)
- 홍보내용 : 친환경 첨단산업도시 DAEGU(국·영·일·중·베/30초)

# Ⅲ. 2019년 주요업무계획

## 1. 접근성 높은 신규매체 활용 및 감성홍보 실현

- 선택과 집중으로 홍보효과 극대화
- 시민과 소통하는 시민 밀착형 홍보
- 시민의 마음을 움직이는 열린 홍보 전개

## 2. 열린 소통채널의 고도화 및 개방화

- 특화된 영상콘텐츠를 통한 대외홍보 강화
- 소셜미디어 채널 활용 온라인 홍보
- 누구나 쉽고 편리한 홈페이지로 시민소통 강화

## 3. 대구 브랜드로 도시경쟁력 향상

- 글로벌 매력도시 대구 해외홍보 강화
- 브랜드 확산과 마케팅을 통한 도시 이미지 제고

# 1. 접근성 높은 신규매체 활용 및 감성홍보 실현

## 1 선택과 집중으로 홍보효과 극대화

## 2 시민과 소통하는 시민 밀착형 홍보

## 3 시민의 마음을 움직이는 열린 홍보 전개

# 1 선택과 집중으로 홍보효과 극대화

❖ 다중집합장소에 시정 핵심이미지 전달 및 간행물 등을 통한 홍보 강화

## □ 전략적인 시정 역점사업 관문지역 홍보

○ 대구공항, 김해공항, 동대구역 등 다중집합장소 홍보시설물 운영
- 대합실, 복합환승센터(라이트박스), 홍보탑, 캐노피 등

○ 대중교통 이용 시민을 위한 감성적인 홍보 이미지 제공
- 버스·택시쉘터 홍보판(4개소, 12면), 시내버스 무개승강장(1,200개소)

○ 대구 미래산업, 문화, 축제 등 시정 핵심사업 홍보 이미지 발굴

## □ 도시철도 활용 친근한 데일리(Daily) 홍보

○ 주요 역사내 벽면조명광고(25개소) 및 스크린도어 광고(8면)

○ 시정 핵심사업 도시철도 객량 모서리 광고(462량, 846면)

○ 도시철도 2호선 출입구 폴사인 광고(19개소, 57면)

○ 하늘열차(3호선) 전동차 외부 시정핵심 이미지 래핑(1대)

## □ 간행물을 활용한 맞춤형 홍보

○ 쉽고 흥미있는 「시책홍보 브로슈어」 제작 배포(20천부)

○ 대구전경을 아름답게 표현한 「대구화보」 발간(2천부/4개 국어)

○ 어린이용 시정홍보책자 「내사랑 대구」 (3천부)

○ 시각장애인 점자시보 「대구사랑」 발행(월 1회, 회당 330부)

○ 시민 정보제공 「대구공보」 발행(월 3회, 회당 100부)

## 2 시민과 소통하는 시민 밀착형 홍보

❖ 다양한 시민 계층의 시정홍보 참여 및 협업을 통한 홍보매체 확대

### □ 소셜미디어 시민기자단 역할 확대 및 전문성 강화

○ 영상분야 기자단 신설로 유튜브, SNS 동영상 콘텐츠에 활용

○ 시민기자단에게 최적화된 기사 콘텐츠 제작 및 확산

- 시정소식의 단순한 전달이 아닌 기자단 콘텐츠 기획 제작 확산

○ 온·오프라인 교류 활성화로 기자단 소속감 및 성취감 고취

- 기자단 커뮤니티 활성화, 교육·워크숍을 통한 상호교류 확대

### □ 어린이기자단 운영 활성화

○ 제4기 어린이기자단 : 130개교, 385명(초등학교 4~6학년)

○ 월 1회 현장취재 및 어린이신문 발행으로 대구사랑 유도

### □ 대구시 홍보대사 운영 대시민 소통 지원

○ 주요행사, 역점사업 홍보영상 등 제작 참여로 시정 신뢰도 제고

○ CF, 라디오 캠페인, 팜플릿 등 시정홍보 참여

○ 시민중심의 각계 영향력있는 다양한 분야의 스타 발굴

- 기 위촉 홍보대사 : 4명(야구 2·축구 1·골프선수 1)

### □ 카카오톡 플러스 친구 운영

○ 대표 축제, 긴급 재난, 시민여론수렴, 이모티콘 배포 등

○ 1:1 소통 활성화를 위한 게시판 기능 구축

### □ 한눈에 보는 대구시정 「달구벌 미소 문자」 활성화

○ 시민의 눈높이에 맞춘 시민중심의 시정정보 제공(월2회)

○ 시정정보를 효과적이고 시의성 있게 제공하여 시정 이해도 증진

# 3 시민의 마음을 움직이는 열린 홍보 전개

❖ 홍보네트워크 구축 및 위원회 운영 내실화로 시민 맞춤형 홍보 추진

## □ 시민이 찾고 즐기는 시정홍보관 운영

○ 시정 홍보콘텐츠 유지관리 및 시민개방 추진(본관 1층)

- 대구 미래, 시정 성과, 역점사업 안내 및 북카페 휴식 공간 제공

○ 「시정홍보관」 홈페이지 운영(http://info.daegu.go.kr)

- 모바일 서비스로 접근성 확대 및 생활정보 제공으로 시민 관심도 제고

## □ 홍보네트워크 구축으로 원보이스 통합 홍보 추진

○ 구·군 및 유관기관과 시민맞춤형 행정서비스 밀착 지원

- 홍보네트워크 회의 운영(구·군, 공사·공단, 출자·출연기관 등)

○ 홍보방안 및 협업홍보 협의 등 홍보자문단 운영 활성화

○ 제2기 홍보물·영상물·간행물 심의위원회 운영(월 1회, 20명)

- 부서내 홍보물 유사·중복여부, 구성 및 예술·창의성 등 심의 활성화

○ 제5기 도시브랜드위원회 운영(20명)

- 도시브랜드 관련 정책연구 및 주요 시책사업에 대한 심의·자문

## □ 광역 홍보인프라 구축 확대

○ 타 자치단체간 전광판을 통한 교차 홍보 강화

- 서울·부산·인천·대전·광주(5개소), 정부청사

○ 대구·경북 상생 협력사업 추진

- 전광판 교차 홍보(경북도청사, 경주·안동·구미·경산), 옥탑광고 설치(2개소)

○ 신서 혁신도시 시정 홍보판 및 전자게시대 설치 운영

- 각산·신서 지하차도(상단), 화물차 공영 차고지(벽면)

# 2. 열린 소통채널의 고도화 및 개방화

1 특화된 영상 콘텐츠를 통한 대외홍보 강화

2 소셜미디어 채널 활용 온라인 홍보

3 누구나 쉽고 편리한 홈페이지로 시민소통 강화

# 1 특화된 영상 콘텐츠를 통한 대외홍보 강화

❖ 영상매체를 활용 시민체감형 시정정보를 전략적으로 집중 홍보

## □ 쉽고 흥미있는 시민공감 영상콘텐츠 제작

○ 복지·민생·일자리 등 시민 삶과 직결되는 시민체감형 정보 집중 제공

○ 시정 공감대 형성을 위한 테마별·세대별 맞춤형 콘텐츠 제작

○ 애니메이션, 인포그래픽, 모션그래픽 등 차별화된 제작기법 활용

○ 시정홍보영상(6분 내외) 1편, 시정홍보CF(30초 내외) 다수

## □ 전광판 이용 시정이슈 집중 안내

○ 시소유 전광판(2개소) 관리운영 및 민간 전광판 홍보영상 송출

○ 시정 주요 역점시책을 테마로 한 홍보CF 제작, 전역 동시 표출

○ 주요거점도시(서울 등 21개소) 민간 전광판 및 기관간 교차 홍보

## □ KTX 및 SRT 영상광고를 통한 대외홍보 강화

○ 전국권역 대형 교통수단(일 평균 23만명 수송) 활용 대구브랜드 홍보

○ 1일 운행횟수(350회) : KTX 150, KTX 산천 80, SRT 120

○ 대구의 미래 비전 공유 및 주요 행사의 전국적인 붐 조성

## □ 유관기관 영상송출 매체를 활용한 시정홍보 확대

○ 정부서울청사 전광판 이용 시정홍보 영상 표출

○ 시민 이용률이 높은 시내 주요 교통수단 활용, 생활정보 확산

- 도시철도 행선안내기(698개), 버스정보 안내기(1,136개)

○ 아파트 타운보드 활용 유용한 생활정보 제공(1,495개소)

## 2 소셜미디어 채널 활용 온라인 홍보

❖ 시 대표 SNS 채널을 통해 시민들에게 필요한 시책 홍보 및 소통

### □ 시민과 함께 만들어가는 친근한 소셜미디어 채널 운영

○ 영상 콘텐츠 강화로 시 대표 유튜브 채널 확대

○ 친근한 소셜 콘텐츠를 활용한 가까운 시정 이미지 증대

○ 채널 특성과 타깃별(청년·여성·어르신 등) 맞춤형 콘텐츠 제작

### □ 온라인 시정 모니터링 및 분석을 통한 선제적 홍보 추진

○ 온라인 모니터링 확대 및 쟁점·위기관리 종합 컨설팅

- 상시 모니터링 지표를 통한 이슈보고 및 주간·월간 정기적 현안 분석

○ 종합적·체계적 분석을 통한 선제적 행정기반 마련

- 주요 정책에 대한 여론의 흐름을 정확히 파악하여 선제적으로 대응
- 사회 환경변화에 대한 시민 의견 적극 수렴하여 정책자료로 활용

### □ 온라인 홍보매체 다각화를 통한 시 이미지 향상

○ 시민 인지도가 높은 포털사이트 브랜드광고 확대(네이버, 다음, 구글)

○ 미디어환경 변화에 따른 민간매체 활용 홍보 강화

- 유명 인플루언서 및 민간매체를 통한 독창적인 콘텐츠 발굴 및 제작

○ 지역 온라인 커뮤니티 및 타기관 협업을 통한 홍보매체 확대

### □ 뉴스레터 활용 시정홍보(Colorful Daegu News)

○ 시정소식(핫이슈), 문화, 명소 등 12개 콘텐츠, 2개 배너광고

○ 주 1회 이상(무료) 발송, 34만명(구독자 수)

## 3 누구나 쉽고 편리한 홈페이지로 시민소통 강화

❖ 국문·외국어 홈페이지 등 6개 채널 운영을 통한 열린 홍보 구현

### □ 홈페이지 채널을 활용한 온라인 홍보

○ 홈페이지를 통한 각종 공모전, 퀴즈 이벤트 제작 자동화 환경 구현

○ 부서별 요청 홍보내용에 맞는 맞춤형 배너 제작 및 게시

○ 대학생 인턴모집 등 단기 운영사이트 구축 및 콘텐츠 제작

### □ 국문 홈페이지(모바일 포함)를 통한 시민소통

○ 홈페이지 접속 창구확대 등을 통한 운영 활성화

- 교육청, 지역 대학, 초·중·고에 시 홈페이지 배너 연결 확대 추진
- 각종 게시판 등 개선, 콘텐츠 현행화, 홈페이지 만족도 조사 및 반영

○ 웹 표준화 준수를 통한 차별 없는 시민 소통환경 조성

- 홈페이지에 대한 웹 접근성 및 호환성 진단·개선
- 홈페이지 웹 접근성 인증마크 획득 지속 추진(매년)

○ 시스템장애, 사이버침해에 대한 적극 대응으로 안정적 운영

- 홈페이지 보안관련 취약점 점검·개선(연 2회, 상·하반기)

### □ 외국어 홈페이지를 통한 글로벌 소통 강화

○ 4개 언어로 구성된 외국어 홈페이지 운영

- 시청 안내, 예산현황, 해당부서 변경사항 등 콘텐츠 현행화
- 시정소식 및 뉴스 콘텐츠 제작·게시(언어별 월 3회, 아랍어 월 1회)

### □ 통합예약시스템 고도화를 통한 시민 만족도 제고

○ 시 산하 33개 기관 66개 예약서비스 통합창구 확대 운영 개시

○ 통합예약시스템 이름짓기(네이밍) 공모전 개최

# 3. 대구 브랜드로 도시경쟁력 향상

## 1 글로벌 매력도시 대구 해외홍보 강화

## 2 브랜드 확산과 마케팅을 통한 도시 이미지 제고

# 1 글로벌 매력도시 대구 해외홍보 강화

❖ 온라인 마케팅 전략수립과 현지 맞춤형 홍보 등 대구 글로벌 이미지 제고

## □ 현지 중심의 최적화된 해외 온라인 홍보

○ 온라인 마케팅 트렌드 분석 및 전략 수립

- 대구 방문수요 분석을 통한 집중 홍보 분야 및 대상 설정

○ SNS 홍보플랫폼 운영 및 활성화

- 중화권, 일본 홍보를 위한 SNS 채널 운영 및 이벤트 실시
- 영상 콘텐츠를 활용한 바이럴 마케팅 강화
- 인플루언서를 활용한 해외 현지 SNS 라이브방송 실시

○ 해외 주요 포털사이트 검색정보 최적화

- 포털별 검색환경 분석을 통한 대구시 관련 다양한 콘텐츠 제작·노출
- 현지 검색 빈도가 높은 키워드를 활용하여 키워드 광고

○ 해외 현지 SNS 인플루언서 기자단 운영

- 현지의 영향력있는 SNS 채널 운영자 및 인플루언서 기자단 구성
- SNS 기자단을 활용한 바이럴 미션으로 온라인 홍보 강화

## □ 해외 방송매체 글로벌 홍보영상 방영

○ 참신하고 매력적으로 글로벌 도시를 표현한 시정홍보 CF 제작

○ 영향력있는 해외 방송채널 선정 및 매체별 주요 시간대 집중 방송

- 홍보매체 : 아리랑 TV, KBS-World, tvN Asia, BBC 등

○ 온라인 채널을 활용한 비즈니스 그룹 타깃 홍보 확대

# 2 브랜드 확산과 마케팅을 통한 도시 이미지 제고

❖ 도시브랜드 가치 제고로 활기차고 개방적인 매력도시 이미지 구축

## □ 도시브랜드 개선(안) 확정 및 홍보

○ 브랜드슬로건(Colorful DAEGU) 의미 재정립으로 개선(안) 확정

- 도시브랜드위원회 심의 : 디자인 및 의미, 활용형 등 심의
- 대구광역시 도시브랜드 가치제고에 관한 조례 개정 및 공포·시행

○ 도시브랜드 개선(안) 확산

- SNS 등 홍보매체를 활용한 시정 홍보시 표출
- 축제, 주요기관 방문 시 도시브랜드 개선(안) 활용한 홍보물품 등 배부

## □ 도시브랜드 콘텐츠 제작 및 확산

○ 도시브랜딩 콘텐츠 웹툰 제작 배포(12편)

- 대구를 상징하는 캐릭터로 다양한 콘텐츠를 소개하는 웹툰 제작
- 시 홈페이지·페이스북·유튜브 게시, 책자 제작

○ 도시브랜딩 콘텐츠 순회 홍보(10회)

- 「대구 참 좋다!」 책자에 수록된 콘텐츠 배너 제작
- 대구, 서울, 부산, 광주 등 주요 도시 다중집합장소 전시

○ 수달 이모티콘 개발·배포

- 대구만의 특색이 드러나는 어투 사용, 참신하고 친근한 대구이미지 홍보

○ 우리의 대구이야기 SNS 운영(50편)

- 시민, 방문객 등 일상생활 이야기를 인터뷰 형식으로 페이스북 게시