

대변인 소관

# 1. 예산총괄

가. 세입예산 : 해당없음

나. 세출예산

(단위: 백만원)

부 서 명	예 산 액	전년도예산액	증 감	증감률
대변인	2,291	2,231	60	2.69%

## ○ 2020년도 대변인 소관 세출예산은

전년도 예산액 22억 3,100만원보다 6,000만원(2.69%)이 증액된 22억 9,100만원임.

## ○ 주요 사업내역

- < 체계적 언론 홍보 > ----- 14억 3,100만원
- 시정홍보광고료 2억원
  - 주요사업 시책홍보비 11억원
  - 언론 아카데미 및 포럼 운영 2,500만원  
등임.
- < 시정홍보 사진 및 영상 촬영 > ----- 2억 3,600만원
- 기록보존용 사진인화 및 재료비 2,000만원
  - 시정영상뉴스 제작 1억 8,000만원  
등임.
- < 시정모니터링 > ----- 4억 1,300만원
- 신문구독료 1억 3,000만원
  - 신문 및 방송스크랩서비스 이용료 1억원
  - 통신사 뉴스서비스 이용료 1억 4,700만원  
등임.

## 2. 주요 사업별 검토내용

- **주요사업 시책홍보비 11억원(시비)**은 대구시에서 추진하는 역점사업이나 주요 시책, 시민생활과 직결되는 사업에 대한 대시민 홍보의 필요성이 증대됨에 따라 언론을 통한 적극적인 시정 홍보와 함께 시민생활과 밀접한 사안들이 널리 알려질 수 있도록 구·군과 긴밀한 협조체계를 구축하고, 부정적인 언론보도에 대해서도 적극적인 대응이 있어야 하겠음.
- **기록보존용 사진인화 및 재료비 2,000만원(시비)**은 시정 주요행사와 기록보존 가치가 있는 인물, 시책사업 현장 등을 촬영한 사진 기록물을 체계적으로 관리하기 위해 사진 인화 및 앨범과 액자 등을 구입하는 비용으로, 최근 사진인화에 대한 수요 감소로 집행잔액이 과다 발생함에 따라 전년대비 감액(1,000만원) 편성하려는 것임.

### < 기록보존용 사진인화 및 재료비 집행현황 >

(단위 : 천원, %)

구 분	예산액	집행액	집행잔액	불용률	비 고
2017년	30,000	28,993	1,007	3.36	
2018년	30,000	17,127	12,873	42.91	
2019년(10월 현재)	30,000	10,658	19,342	64.47	

## 3. 기금의 설치 및 운용

- 해당없음

- ☐ 이상으로 대변인 소관 2020년도 예산안에 대한 검토보고를 마치겠습니다.

## 1. 예산총괄

가. 세입예산 : 해당없음

나. 세출예산

(단위: 백만원)

부 서 명	예 산 액	전년도예산액	증 감	증감률
홍보브랜드담당관	5,616	5,122	494	9.64%

○ 2020년도 홍보브랜드담당관 소관 세출예산은

전년도 예산액 51억 2,200만원보다 4억 9,400만원(9.64%)이 증액된  
56억 1,600만원임.

○ 주요 사업내역

< 시정홍보 전략 기획 > ----- 1억 9,300만원

- 어린이기자단 운영 1억 8,000만원
- 대구시 홍보대사 운영 1,300만원

등임.

< 시정홍보 활성화 > ----- 11억 6,600만원

- 주요도시 홍보시설물 이용광고 6억 1,000만원
- 관내 홍보시설물 이용 광고 4억 5,800만원
- 홍보시설물 유지관리 3,500만원

등임.

<b>&lt; 시정홍보물 발간 &gt; -----</b>	<b>1억 6,900만원</b>
• 대구화보 발간	5,000만원
• 주요시책 홍보물 발간	2,500만원
• 공보발간	3,600만원
	등임.
<b>&lt; 전략적 시정홍보 &gt; -----</b>	<b>15억 5,400만원</b>
• 시정홍보 영상물제작	1억원
• 시정홍보 영상물 해외방송 홍보	3억 5,000만원
• KTX·SRT 이동방송 홍보	3억원
• 전광판이용 시정홍보	4억 6,800만원
• 시정 영상홍보 시설관리 운영비	2억원
	등임.
<b>&lt; 온라인 미디어 홍보 &gt; -----</b>	<b>15억 7,900만원</b>
• 온라인매체 홍보	3억원
• 온라인 시정 모니터링 운영	1억 5,000만원
• 시 소셜미디어채널 운영	3억 5,000만원
• 소셜미디어 웹콘텐츠 운영	1억 1,000만원
• 해외 온라인 마케팅	3억 5,000만원
• D-콘텐츠 큐브 조성 및 활성화 사업	3억원
	등임.
<b>&lt; 생활정보화 기반조성 &gt; -----</b>	<b>4억 4,500만원</b>
• 통합예약시스템 유지보수비	6,000만원
• 시 대표 홈페이지 운영	3억 1,000만원
• 온라인 시정뉴스 운영	5,000만원
	등임.

**< 도시브랜드 전략기획 > ----- 2억 3,000만원**

- 도시브랜드 이모티콘 개발·홍보 6,000만원
  - 컬러풀 대구 이야기 운영 4,500만원
  - 도시브랜드 홍보물 제작 4,500만원
  - 도시브랜드 기본계획 수립 용역 5,000만원
- 등임.

**< 도시브랜드 마케팅 > ----- 6,200만원**

- 도시브랜드 콘텐츠 발굴·제작 및 홍보 6,000만원
- 등임.

## 2. 주요 사업별 검토내용

### 가. 신규사업

- 홍보브랜드담당관 소관 시비 신규사업의 경우 전년도 1억원보다 5억 6,000만원(560%) 증액된 9개 사업 6억 6,000만원임.

**< 시비 신규사업 현황 >**

(단위: 백만원)

사 업 명	사업개요	2020년 사업비 (시비)	신규사업 편성사유
합 계	9개 사업	660	
시정홍보 길라잡이 발간	· 기간 : 2020.3. ~ 5. · 내용 : 시정홍보 매뉴얼 안내	10	· 각 부서의 시정홍보에 대한 가이드 제시
대구도시철도 이용 홍보	· 기간 : 2020.1. ~ 12. · 내용 : 도시철도 행선안내모니터 홍보	90	· 1,2호선 영상모니터 운영방법 변경(무상→유상, 상업광고 대행)에 따른 홍보비 ※ 변경 전 무상 14종 → 변경 후 무상 4종, 유상 2종

사 업 명	사업개요	2020년 사업비 (시비)	신규사업 편성사유
소셜미디어 웹콘텐츠 운영	· 기간 : 2020.1. ~ 12. · 내용 - 웹드라마 등 신규 트렌드를 반영한 홍보물 제작 - 이모티콘 배포 - 기획영상 제작 및 광고 등	110	· 시 주요정책에 대한 홍보 효율 극대화를 위해 웹콘텐츠 제작 필요
뉴미디어 용역제안서 평가위원회 운영	· 기간 : 2020.10. ~ 12. · 내용 : 소셜미디어, 온라인시정 모니터링, 해외온라인 마케팅, 영상채널 사업에 대한 평가위원회 운영	5	· 뉴미디어팀 소관 용역 사업자 선정을 위한 평가위원회 운영 필요
지역 소셜 커뮤니티 워킹그룹 운영	· 기간 : 2020.1. ~ 12. · 내용 : 분야별 전문가 의견 청취	10	· 지역의 유력 소셜 네트워크 채널과의 협업·소통을 위한 운영 경비 필요
D-콘텐츠 큐브 조성 및 활성화 사업	· 기간 : 2020.6. ~ 2021.5. · 내용 : 홍보영상 콘텐츠 창작 지원 등	300	· ('19년 추경사업) 시정 홍보영상 창작 활성화 지원을 위한 사업 추진비
도시브랜드 증강현실 포토존 설치 및 안내표지판 제작 구매	· 기간 : 2020.3. ~ 12. · 내용 : 증강현실 포토존 설치 및 안내표지판 제작 구매	25	· ('17~'18년 추진사업) 콘텐츠 추가 발굴 및 표지판 제작
도시브랜드 기본계획 수립 용역	· 기간 : 2020.3. ~ 9. · 내용 : 도시브랜드 기본계획 수립	50	· 도시브랜드 정책의 기본목표 및 추진전략 수립, 브랜드 사업의 체계적인 관리
도시브랜드 콘텐츠 발굴·제작 및 홍보	· 기간 : 2020.2. ~ 11. · 내용 : 도시브랜드 콘텐츠 발굴 및 제작	60	· ('18년 추진사업) 콘텐츠 추가 발굴·개발

○ 대구도시철도 이용 홍보 9,000만원(시비, 신규)은 무상운영 중인 도시철도 1·2호선 행선안내기 동영상 표시부가 '19. 4. 1.부터 상업광고로 전환됨에 따라 유상으로 계약·운영하기 위해 신규 편성하려는 것임.

※ 무상표출 14종 → 무상표출 4종, 유상표출 2개 구좌

- **소셜미디어 웹콘텐츠 운영 1억 1,000만원**(시비, 신규)은 최근의 온라인 트렌드에 맞춰 웹콘텐츠 관련 사업을 보다 적극적으로 추진하기 위해 기존 ‘온라인매체 홍보 사업’과 ‘시 소셜미디어 채널 운영 사업’에서 추진하던 업무를 일부 이관하고, 웹드라마 기획·제작·홍보 업무를 신설하여 별도의 사업으로 예산 편성한 것이 되겠음.
- **지역 소셜커뮤니티 워킹그룹 운영 1,000만원**(시비, 신규)은 지역의 영향력있는 소셜 네트워크 대표 또는 운영자들로 워킹그룹을 구성하여 관련 노하우를 습득하고 자문을 받음으로써 대구시 소셜미디어를 통한 시정 홍보 효과를 극대화하려는 것임.
- **D-콘텐츠 큐브 조성 및 활성화 사업 3억원**(시비, 신규)은 미디어 환경 변화를 반영하여 홍보영상 창작을 활성화하고 대구만의 브랜드 발굴과 시민관심도 제고를 위해 영상플랫폼 구축·운영, 영향력 있는 영상제작자와의 공동 콘텐츠 제작, 공모전 개최 등을 추진하려는 것으로, 2019년 2회 추경에 3억 5,000만원 편성하여 사업을 추진 중이며, 기 운영 중인 사업의 성과를 확인하여 보완할 필요가 있으며, 타부서 유사사업과 협업하여 시너지 효과를 낼 수 있도록 하여야 할 것임.
- **도시브랜드 기본 계획 수립 용역 5,000만원**(시비)은 도시브랜드 정책의 기본목표와 추진전략, 연차별 중점 추진과제를 수립하고, 도시브랜드 사업의 평가지수를 개발하여 추진실적을 평가하는 등 브랜드 사업의 체계적인 관리를 위하여 기본계획 수립 용역비를 신규 편성한 것이 되겠음.

## 나. 주요 증감사업(전년대비 30%이상)

- 전년대비 30% 이상 시비 증감사업은 4개 사업으로, 전년도 3,100만원보다 3,300만원(106.45%) 증액된 6,400만원임.

### < 전년대비 30%이상 증감 시비사업 현황 >

(단위: 백만원)

사 업 명	전년도 예산액	2020년 사업비 (시비)	증감	증감 사유
홍보브랜드담당관 (4개 사업)	114	178	64	
대구시 홍보대사 운영	20	13	△7	· 홍보대사를 활용한 홍보콘텐츠 수요 부족
통합예약시스템 유지보수비	42	60	18	· 통합예약확대구축(2018년)에 대한 유지보수비용 추가
도시브랜드 이모티콘 개발·홍보	27	60	33	· 브랜드에 대한 친밀감을 조성 하고 온라인 채널 활성화를 위한 확대 편성(연1회→2회)
컬러풀 대구 이야기 운영	25	45	20	· 우리의 대구 이야기를 업그레이드 하여 브랜드 슬로건인 '컬러풀 대구' 등을 홍보하는 매체로 활용 (매월 1편 이상 영상 제작)

- 도시브랜드 이모티콘 개발·홍보 6,000만원(시비)은 도시브랜드를 캐릭터화하거나 대구사투리를 활용한 이모티콘을 개발·배포하려는 것으로, 3년째 운영 중인 이모티콘 홍보에 시민들의 관심과 참여가 증가함에 따라 연 1회에서 2회로 확대 운영하기 위해 전년대비 3,300만원 증액편성하였음.



- 컬러풀 대구 이야기 운영 4,500만원(시비)은 개선된 브랜드 슬로건 디자인에 대한 시민의 인지도 제고와 공감대 형성을 위해 ‘Colorful DAEGU’의 색상과 의미를 주제로 한 시민들의 인터뷰 영상을 제작하여 SNS 및 전광판 등에 홍보하고자 전년대비 2,000만원을 증액 편성하려는 것임.

### 3. 기금의 설치 및 운용

- 해당없음

- 이상으로 홍보브랜드담당관 소관 2020년도 예산안에 대한 검토 보고를 마치겠습니다.