

[홍보기획관]

I. 일반현황	17
II. 2025년도 주요성과	20
III. 비전 및 핵심과제	24
IV. 2026년도 주요 업무 추진계획	25

I . 일반현황

1 기구 및 인력

□ 기구 : 3팀

홍보기획관		
언론홍보팀	디지털소통팀	영상미디어팀

□ 인력 : 정원 14명 / 현원 14명, 정원외 인력 4명

구분	계	일반직							정원외	비고
		3급	4급	5급	6급	7급	8급	9급		
홍보기획관	14/14	0/0	0/0	1/1	3/3	5/3	4/6	1/1	4	암7제 2 공무직 1 가2제 1

2 주요업무

부서	주요업무	2026년 예산
언론홍보팀	- 시 주요정책 홍보 전략 수립 - 시 출입 언론사를 통한 보도자료 배포와 오보에 대한 신속한 대응 실시 - 유동인구가 많은 다중집합장소에 시정 홍보 영상 송출	892,720천원
디지털 소통팀	- 시정소식지 김포마루 제작 및 발간 - 홍보대사 운영 및 관리 - SNS(블로그, 페이스북, 인스타그램, 카카오톡, 당근) 운영 - 김포굿즈, 홍보시설물 제작 및 관리	890,048천원
영상 미디어팀	- 홈페이지 운영, 웹서비스 및 콘텐츠 개발 - 홈페이지 서버 및 보안 관리 - 기획 및 유튜브 영상 제작, 유튜브 채널 운영 - 현장 영상 촬영 및 제작, 라이브 송출 - 방송실 통합방송시스템 운영 및 음향영상장비 관리	834,622천원

3 주요현황(예산, 시설, 단체, 위원회 등)

○ 주요사업 예산현황

(단위 : 천원)

연번	사업명	'26년 사업비	사업기간	사업규모	비고
1	언론홍보	524,940	연중	· 중앙지 및 인터넷신문 행정광고, 시정설명회 개최	
2	외부 미디어매체 이용 홍보	367,780	연중	· 지역신문 및 다중집합장소 행정광고	
3	시정소식지 김포마루 제작	492,900	연중	· 시정소식지 지면발행(60,000부), 김포마루 모바일 웹(홈페이지) 기획·편집위원회 운영 등	
4	시정홍보물 제작	119,580	연중	· 홍보책자 1종, 굿즈 9종 등	
5	홍보대사 운영	25,000	연중	· 김포시 홍보대사 운영(17명 4팀) 및 홍보대사 활동 지원금 지급	
6	홍보시설물 운영	33,760	연중	· 시설물 23개소 운영	
7	웹사이트 운영 및 관리	280,722	연중	· 통합홈페이지(25개 웹사이트), H/W(4종), 상용S/W(6종) 유지관리 및 웹사이트 브랜드 검색	
8	생활밀착형 매체 활용 콘텐츠 확산	313,200	연중	· 디지털매체 광고 제작 G버스, 유튜브 등 광고 송출 · 미디어 채널 활용 시정홍보	
9	SNS 콘텐츠 기획·제작·운영	218,808	연중	· 시 공식 SNS(블로그, 인스타 그램, 카톡, 페이스북) 및 대 외SNS 매체	
10	시정홍보영상물 기획·제작	212,700	연중	· 시 공식 유튜브 채널 운영 · 시정홍보 영상 촬영·제작	

○ 주요 시설물 및 장비현황

연번	시설명	위치	규모	활용용도	비고
1	방송실	본관3층	59.5㎡ (스튜디오, 조정실, 장비실)	· 영상 녹화, 녹음, 음향, 청내 방송 송출	

○ 위원회 현황

연번	위원회명	위원수	위원장	주요내용
1	김포시 시정소식지 기획·편집위원회	11	홍보기획관	· 소식지의 효율적 편집 및 시민참여 활성화를 위한 편집회의 개최(월 1회)
2	김포시 홍보물 자문위원회	-	-	· 시정홍보물의 체계적 기획 및 관리를 위한 비상설 위원회로 안건 종료 시 해촉

II. 2025년도 주요성과

□ 시정 정책 적극 홍보 및 기획보도 지속 배포

- 언론매체를 통해 시정 보도자료 배포
 - 2025년 보도자료 배포 2,150건(1일 평균 10~15건)
- 주요 쟁점 사안 및 오보에 대한 적극적인 대응
 - 기획 보도·인터뷰·기자 간담회 등으로 주요 성과 홍보
 - 오보·명예훼손 등에 대해 반박 보도자료 배포하는 등 적극적인 대응
- 보도자료 작성 및 언론 대응에 대한 직원 교육 실시

□ 언론 매체를 통한 행정광고 집행

- 지면, 팝업, 배너 광고 실시
 - 80개사, 630,000천원
- 옥외 전광판, TV, 다중이용시설에 시정홍보영상 송출
 - 11건, 111,000천원

□ 홍보매체 간 유기적 연계를 통한 홍보효과 강화

- 시정소식지 및 SNS 채널 연계를 통한 시정홍보 확산
 - 시정소식지의 주요 콘텐츠를 SNS 맞춤형 콘텐츠로 재가공하여 시민 접점 확대 및 정보 확산 강화
 - QR코드와 온라인 링크를 활용하여 시정소식지와 블로그·인스타그램 등 홍보채널 간 연계 강화
- 대외 인지도와 영향력을 갖춘 홍보대사를 활용하여 주요 시책, 축제 및 관광지에 대한 홍보 추진
- 시정홍보물 연계 활용을 통한 홍보 시너지 창출
 - 시정캐릭터와 주요 축제·행사를 연계한 홍보물 및 굿즈 제작·배포
 - 전광판·스마트게시판·SNS 등 온·오프라인 홍보매체를 연계 운영하여 시정홍보 효과 극대화 및 시민 참여 확대

□ 시민과 공감하는 SNS 운영

- 시민 참여형 콘텐츠 운영을 통한 공감 및 소통 활성화
 - SNS지원단 운영을 통해 시민 체험 중심의 후기 콘텐츠 제작 및 확산으로 시민 공감대 제고
 - SNS 지원단 게시물 : 총 236건(블로그 193개, 인스타그램 43개)
 - 명소 퀴즈, 라베니체 축제 뽑기 이벤트 등 시민 참여형 콘텐츠 운영으로 시 정책 및 축제에 대한 관심과 참여도 제고
- 채널 특화 콘텐츠 운영을 통한 SNS 기반 확대
 - 카카오톡 이모티콘 배포(2.5만명) : 카카오톡 친구수 12,945명 증가
 - 채널별 특성을 반영한 콘텐츠 및 이벤트 운영으로 SNS 구독자 확대
 - '24년 12월 말 대비 팔로워 증가 : 카카오톡 약 31%, 인스타그램 약 20% 증가
- SNS 및 인플루언서 활용 바이럴 마케팅 강화
 - 인플루언서를 활용한 바이럴 홍보로 주요 행사·관광지 인지도 제고
 - 온라인 홍보 확산을 통해 시정 및 지역 축제 홍보 효과 극대화

□ 시민일상이 담긴 공감형 시정소식지 제작

- 잡지형 개편에 따른 2025년 시민만족도 92% 달성
- 신규 우편구독자(개인) 지속적 증가
- 발행부수 확대 및 금융기관, 대형마트, 이·미용업체 등 배부대상 다각화
- 2년 연속 「대한민국 커뮤니케이션 대상」 수상
 - 홍보·출판부문 우수상(2024) / 인쇄사보 공공부문 특별상(2025)

□ 전략적 포털 노출을 통한 공식 채널 유입 극대화

- 주요 포털(네이버) 내 '김포' 키워드 검색 시 브랜드 배너 전략적 노출
- 클릭률 16.48%, 공식 채널 유입 확대(노출수 1,074,020회, 클릭수 176,950회)
- 홈페이지, 유튜브, SNS 채널(블로그·인스타그램) 유기적 활성화

□ 차별화된 영상 콘텐츠 제작을 통한 도시 브랜드 가치 제고

- 다양한 형식의 영상 운영으로 시민 참여와 정보 전달력 확대
 - AI 기술 활용한 콘텐츠 제작으로 표현력 및 시각적 몰입도 제고
 - 축제·관광 자원의 감각적 시각화를 통한 도시 이미지의 외연 확장
- 2회 연속 「대한민국 지자체 홍보대상」 수상
 - 정책 부문 홍보대상(제1회) / 축제 부문 홍보대상(제2회)
- 시민 체감형 홍보 영상 자체 제작으로 예산 운용 효율화
 - 생활 밀착형 정보 21편(주요 축제 홍보, 취득세 감면, 소비쿠폰 안내 등)

< 자체 제작 영상 >			
- 주요 축제 사전 홍보 -		- 생활 혜택 정보 안내 -	
			
제1회 반려문화축제	2025 라베니체 축제	취득세 감면 혜택	착한가격 업소(2편)

□ 미디어 협업 확대에 따른 디지털 콘텐츠 파급력 강화

- 방송 프로그램 연계로 시정 인지도 광역화
 - KBS2 '슈퍼맨이 돌아왔다', 채널A '이제 만나러 갑니다' 등
 - 라베니체·애기봉 등 주요 관광지 홍보로 대외 이미지 제고
- 인플루언서 협업, 김포시 브랜드 콘텐츠 확산
 - 지역 인기 유튜버 '까밀라댁' 협업 4건(조회수 292,481회)
 - : 애기봉, 똑버스 탑승, 덕포진&함상공원 탐방 등
 - 인플루언서 활용 영상 13건(조회수 80,933회)
 - : 맛집·관광·축제 등 지역 경제 활성화 도모

□ 뉴미디어 트렌드 대응 및 유튜브 채널 영향력 심화

- 숏폼(Shorts) 콘텐츠 확대 및 양방향 소통 채널 체계 구축
 - 몰입도 높은 숏폼 중심 운영으로 평균 조회율 30.4% 달성(8.1% 증가)
 - 시민 인터뷰, 현장 스케치를 통해 시민 참여형 플랫폼 구현
 - 온-오프라인 연계 이벤트를 추진함으로써 신규 유입 및 인지도 강화 : 댓글, 축제 방문 유도(독서대전, 아라마린 페스티벌)
- 유튜브 채널 KPI 분석 : 구독자 수 및 주요 지표 지속적 상승

구 분	2023년	2024년	2025년
구독자 수(명)	11,403	13,896	17,969
전년대비 증감(명)	+2,568 (▲29%)	+2,493 (▲21.9%)	+4,073 (▲29.31%)
누적 노출수(회)	12,464,214	15,489,458	18,153,427
누적 조회수(회)	6,094,478	7,097,769	7,785,672

- 운영 목적별 채널 이원화를 통한 관리 효율성 증대
 - 김 포 시 : 본 채널(기존), 대내외 홍보 중심 운영(전 국민 대상)
 - 김포소식 : 보조 채널(신규), 시정 영상 기록·자료 공유 및 활용

□ 방문 없이 누리는 시민 편의 온라인 대민서비스 확대

- 온라인 대민 서비스 고도화
 - 민원실 민원대기 현황 기능 구현(여권 신청, 가족관계등록, 제증명 발급 등)
 - 통합일자리정보 민간채용정보 연계 서비스 현행화
 - 모담도서관 개관에 따른 홈페이지 구축
 - 역점시책 안내 '한눈에 김포' 서비스 개설
- 시스템 운영의 안정성 확보
 - 홈페이지 인프라 민간 클라우드 전환

III. 비전 및 핵심과제

비전

시민이 참여하는 ‘열린 홍보’로
김포 대도약 견인



핵심 과제

언론홍보팀

- 시정 홍보 파급력 확대를 위한 맞춤형 언론 대응
- 지역 특성을 반영한 언론 관계 강화
- 기획보도 확대 및 보도자료 품질 혁신을 통한 포털 노출 극대화
- 신속한 언론 취재 지원을 위한 대응 창구 일원화

디지털소통팀

- 온·오프라인 홍보매체 연계를 통한 시정 인지도 제고
- 공식 SNS 채널 기반 시민 공감 및 참여 확대
- 시정 캐릭터 및 굿즈 활용을 통한 친근한 시정 이미지 확산
- 생활밀착형 시정소식지 제작 및 시민 정보 접근성 강화

영상미디어팀

- 데이터·AI 및 숏폼 특화를 통한 공감형 시정 영상 제작
- 시민 참여 및 밀착형 콘텐츠 확대로 친근한 홍보 채널 운영
- 일상 접점의 디지털 매체 및 방송 연계로 대외 인지도 확산
- 시민 체감의 클라우드 기반 통합홈페이지 운영

IV. 2026년도 주요 업무 추진계획

홍 보 기 획 관

주 요 업 무

1. 시정 홍보 강화를 위한 맞춤형 언론 대응
2. 홍보매체간 연계 강화를 통한 대시민 홍보체계 고도화
3. 시민 생활밀착형 시정소식지 제작·배포
4. 시민 참여 및 공감 확대를 위한 SNS 운영
5. 트렌드 기반 영상 제작 및 공감형 생활밀착 홍보 강화
6. 시민 체감의 클라우드 기반 통합홈페이지 운영

1 시정 홍보 강화를 위한 맞춤형 언론 대응

- ❖ 민선9기 취임 초기 시정 홍보 강화를 위한 언론매체 활용 확대
- ❖ 차별화된 시정 홍보를 통한 시민이 체감하는 정책 가시성 확보

□ 사업개요

- 사업기간 : 2026. 연중
- 소요예산 : 742백만원 (시 100%)
 - 언론홍보매체비 : 450백만원
 - 인터넷홍보매체비 : 180백만원
 - 시정홍보 영상(CF) 송출 매체비 : 112백만원
- 주요내용
 - 매체 특성, 파급력 및 지역 전파력을 고려한 맞춤형 언론 대응
 - 포털 노출 확대를 위한 기획보도 확대 및 보도자료 개선

□ 추진계획

- 매체 특성, 파급력 및 지역 전파력을 고려한 맞춤형 언론 대응
 - 매체별 규모 및 기사 노출도에 따른 행정광고 배분
 - 지역 특성을 반영한 맞춤형 언론 관계 강화
 - 정기적인 언론인 간담회 개최 : 시정 현안 공유 및 취재 지원 협의 등
 - 오보 및 부정보도 선제 대응 체계 강화
- 강화된 포털 보도기준에 맞춘 기획보도 확대 및 보도자료 품질혁신
 - 단순 홍보성 기사 및 배포자료의 검색 노출 하락 추세로 언론사별 맞춤형 보도 대응
 - 민선9기 주요 정책 및 공약 관련 맞춤형 기획 보도 강화
 - ‘월별 기획보도 캘린더’ 추진
 - 언론사 취재 대응 일원화(언론홍보팀)

□ 기대효과

- 시정 홍보 확대로 시민의 정책 체감도 상승
- 행정광고의 효율적 집행으로 대외 홍보 파급력 강화

추진부서	홍보기획관 이상민	언론홍보팀장 부광영(행 2061)	담당자 조아라(행 2062)
협조부서	전 부서		

2

홍보매체간 연계 강화를 통한 대시민 홍보체계 고도화

- ❖ 홍보 매체 간 유기적 연계를 통해 정보 전달 및 홍보 효과를 극대화하고, 시민 참여를 확대하여 대시민 홍보체계를 고도화하고자 함

□ 사업개요

- 사업기간 : 2026. 연중
- 주요내용 : 홍보 매체 간 연계 강화
 - 시정소식지 「김포마루」와 시 공식 SNS간 연계 체계 구축
 - 홍보굿즈와 시 공식 SNS를 연계한 홍보 콘텐츠 제작
 - 홍보 매체 간 연계 확대를 통한 시민 접근성 및 홍보 효과 제고

□ 추진경과

- 「김포마루」를 카드뉴스로 재가공하여 시 공식 SNS를 통해 확산
- 캐릭터 인형 굿즈 및 생성형 AI를 활용한 최신 밈 콘텐츠 제작·배포
- 홍보굿즈를 활용한 SNS 참여형 이벤트 추진

□ 추진계획

- 시정소식지 「김포마루」 ↔ 시 공식 SNS 연계 강화
 - 「김포마루」 지면 콘텐츠에 SNS(블로그) 게시물 QR코드 삽입
 - 시정소식지·SNS 연계를 통한 시민 접근성 및 정보 활용도 제고
- 홍보굿즈와 디지털 콘텐츠 통합 운영
 - 시민 선호도가 높은 기존 굿즈를 재해석한 신규 굿즈 시리즈 제작
 - 굿즈 소개, 판매처 안내, 참여형 이벤트 등 SNS 연계 콘텐츠 운영
 - 축제·행사별 특성을 반영한 굿즈 제작 및 온·오프라인 통합 홍보 추진
- 홍보매체간 연계 확대를 통한 대시민 홍보체계 강화
 - (인스타그램↔유튜브) 홍보영상 연계 제작 및 채널 간 상호 연결 강화
 - (전 매체) 시민 참여형 이벤트 온·오프라인 연계 운영

추진 부서	홍보기획관 이상민	디지털소통팀장 황자영 (행 2065)	담당자 이찬호 (행 2066) 이슬샘 (행 2069) 김현정 (행 2971) 김명신 (행 2067)
-------	-----------	----------------------	--

3

시민 생활밀착형 시정소식지 제작·배포

- ❖ 시정소식지 「김포마루」를 시민 생활밀착형 정보지로 고도화하여 시정 정보 전달력과 시민 접근성을 강화하고자 함

□ 사업개요

- 사업기간 : 2026. 연중(월 1회 발행)
- 소요예산 : 493백만원(시 100%)
- 사업내용 : 지면 발행·전자책 배포, 웹사이트 운영
- 발행개요 : 타블로이드판형(16p), 지면 60,000부 / 전자책 월 100부

□ 추진경과

- 시정소식지 판형 변경(잡지형→타블로이드판형)
- 시정소식지 발행 부수 확대(30,000부→60,000부)
- 우편구독 서비스 활성화에 따른 개인구독자 증가(4,602명→4,909명)

□ 추진계획

- SNS 및 웹사이트 활용 정보 전달력 강화
 - 지면 내 QR코드를 활용한 SNS·웹사이트 연계로 추가 정보 및 콘텐츠 제공
- 시민이 직접 만드는 시정소식지 제작
 - 시민명예기자의 현장 취재 및 체험 기사를 확대하여 시민의 시각에서 지역 소식과 시정 정보 전달
- 배부처 정비를 통한 수요 기반 배부 효율화
 - 배부처 현황 재정비 및 구독 수요 분석을 통한 효율적 배부체계 구축

□ 기대효과

- 온·오프라인 연계 강화를 통한 시정 정보 접근성 및 활용도 제고
- 시민 참여 확대를 통한 공감형 시정소식지 운영 및 시정정보 전달력 강화

추진부서	홍보기획관 이상민	디지털소통팀장 황자영 (행 2065)	담당자 이찬호 (행 2066)
협조부서	전 부서		

4

시민 참여 및 공감 확대를 위한 SNS 운영

- ❖ 시민 눈높이에 맞춘 콘텐츠 제작과 SNS 채널별 특화 운영을 통해 시정 정보 전달력을 높이고 시민 공감 및 참여 확대

□ 사업개요

- 사업기간 : 2026. 연중
- 소요예산 : 218백만원 (시 100%)
- 사업내용 : 시 공식 SNS 채널 및 SNS지원단 운영

□ 추진계획

- (공식 채널 운영) 매체별 특성에 맞는 맞춤형 콘텐츠 제작·운영

매 체	블로그	인스타그램	카카오톡	페이스북	당근
홍보주기	일 1건 이상	일 1건 이상	주 1회 메시지 발송	일 1건 이상	일 1건 이상
홍보방향	이미지를 포함한 스토리 형식	카드뉴스 및 밈(meme)을 활용한 단장형식	메시지 3~5건 통합 발송	포스터, 카드뉴스 형식	지역 정보 중심 카드뉴스 형식
구독자수 26.5월말	32,607명	20,845명	56,069명	24,285명	1,145명

- (시민 친화형 콘텐츠 확대) 시 공식 캐릭터 및 굿즈를 활용한 시각중심 콘텐츠 제작과 SNS지원단 운영을 통해 시민의 시각에서 정책 및 생활 밀착형 정보를 쉽고 친근하게 전달
- (콘텐츠 형태 다양화) 캐릭터 활용 이모티콘 배포(1회), 채널 간 연계 홍보, 외부 협업 및 생성형 AI 기술 활용 등을 통해 다양한 콘텐츠를 제작하여 시정 이해도 및 시민 공감도 제고
- (시민 참여 활성화) 시민 참여형 퀴즈, 온라인 설문 등 다양한 시민 참여형 이벤트 추진을 통해 시민 참여 및 신규 구독자 유입 확대

□ 기대효과

- 시민 친화적 디지털 콘텐츠 확대로 시정 정보 접근성 및 홍보 효과 제고
- 신뢰성 있는 정보 제공 중심의 SNS 운영을 통해 시민 참여 활성화 및 시민 공감형 시정 홍보 체계 구축

추진부서	홍보기획관 이상민	디지털소통팀장 황자영 (행 2065)	담당자 이슬샘 (행 2069) 김현정 (행 2971)
협조부서	전 부서		

- ❖ 데이터·AI 분석 기반의 공감형 시청 콘텐츠를 제작하고, 생활밀착형 뉴미디어 매체를 활용한 다각적 송출로 시청 참여 및 신뢰 확산

□ 사업개요

- 사업기간 : 2026. 연중
- 소요예산 : 523백만원 (시 100%)
- 사업내용 : 시 유튜브 채널, 시청홍보 영상 제작, 생활밀착형 미디어 송출

□ 추진계획

- (데이터 기반 영상 제작) 뉴미디어 채널 운영 내실화 및 참여 확대
 - 주요 지표(조회수·시청 유지율) 분석 피드백 통한 콘텐츠 운영
 - 참신한 촬영 기법과 시청을 쉽게 전달하는 스토리텔링 시리즈물 제작
 - 주요 행사 생중계 및 이벤트 활성화로 시청층 확보
- ※ 시 유튜브 채널(26.5월말) : 구독자 수 19,153명, 누적 조회수 : 815만회
- (AI 트렌드 분석 및 숏폼 특화) 주요 시청 현안의 신속한 디지털 전파
 - AI 알고리즘 기반 트렌드 분석을 통해 신속하게 시청 이슈 반영
 - 숏폼 중심의 감각적 콘텐츠 제작으로 제작 효율성 및 유입 확대
- (생활밀착형 디지털 매체 송출) 시민 접점 중심의 타깃별 맞춤형 홍보
 - G버스 TV, 아파트 엘리베이터, 골드라인 등 다각적 디지털 매체 활용
- (방송 프로그램 활용) 지역 특화 콘텐츠 확산 통한 도시 가치 제고
 - 주요 TV프로그램·OTT 등 다양한 채널에 관광·특화 콘텐츠를 홍보하여 대도시 도약 위한 대외 인지도 확산

□ 기대효과

- 데이터 기반 참여형 콘텐츠 제공과 생활밀착형 디지털 홍보 채널의 유기적 운용을 통해 시청 메시지 전달력 제고 및 정책 공감대 형성

추진부서	홍보기획관 이상민	영상미디어팀장 최은경 (행 2070)	담당자 윤치웅 (행 2328) 신지유 (행 2086)
협조부서	전 부서		

6

시민 체감의 클라우드 기반 통합홈페이지 운영

- ❖ 클라우드 인프라 기반의 안정적인 온라인 통합서비스 제공 및 AI 기반 검색 기능 강화로 시민 맞춤형 시정정보를 신속하게 제공

□ 사업개요

- 사업기간 : 2026. 연중
- 소요예산 : 278백만원 (시 100%)
- 사업내용 : 시 대표, 문화관광, 뉴스포털 등 25개 누리집 통합 운영
 - 클라우드 기반 인프라 : 홈페이지 서버, 네트워크/보안장비, 상용S/W

□ 추진계획

- (정보 접근성 강화) 사용자 질문 의도 분석 기반 '지능형 AI 검색' 도입
 - 업무 환경 및 사용자 패턴을 반영한 최적화 검색 서비스 제공
 - 비공개 개인정보 학습 차단 등 안전한 AI 검색 서비스 운영
- (시민 체감 서비스 확대) 부서 협업 통한 디지털 행정서비스 확충
 - 의약무 민원 안내 및 의약업소 자율점검 기능 구현 : 보건행정과
 - 최신 뉴스 제공 API 개발 및 타 서비스 연계 공유·확산 : 지역경제과
- (시스템 안정화) 클라우드 기반의 신뢰도 높은 온라인 서비스 제공
- (디지털 포용 행정 구현) 누구나 이용 가능한 웹서비스 품질 관리
 - 웹 접근성 인증, 장애인 모니터링 사업 추진으로 디지털 권리 보장
- (온라인 시정홍보) 포털사이트 브랜드 검색 활용, 시의성 있는 시정 전파
 - '김포', 축제 등 키워드 검색 시 시정 홍보 이미지 홈페이지·SNS 연계

□ 기대효과

- 온라인 대민서비스 확대를 통한 일상 속 시민 체감 편의 실현
- 수요자 중심의 안전한 인프라 운영으로 디지털 행정서비스 신뢰 제고

추진부서	홍보기획관 이상민	영상미디어팀장 최은경 (행 2070)	담당자 전지원 (행 2068) 김기덕 (행 2960)
협조부서	전 부서		

