

홍보기획관

I. 일반현황	17
II. 2024년도 주요성과	19
III. 비전 및 핵심과제	25
IV. 주요업무 추진계획	26

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	-	-	1/1	3/3	5/5	4/4	1/1	4	임기제 2 공무직 2

2. 주요업무

부서	주요업무	2025년 예산
언론홍보팀	<ul style="list-style-type: none"> 시 출입 언론사를 통한 보도자료 배포와 오보에 대한 신속한 대응 실시 지역 관광·역사에 대해 기획보도 및 집중 홍보 유동인구가 많은 다중집합장소에 시정 홍보 영상 송출 	174,140천원
디지털소통팀	<ul style="list-style-type: none"> 시 주요정책 홍보 전략 수립 시정소식지 김포마루 제작 및 발간 홍보대사 운영 및 관리 SNS(블로그, 페이스북, 인스타그램, 카카오톡) 운영 김포굿즈, 홍보시설물 제작 및 관리 	305,860천원
영상미디어팀	<ul style="list-style-type: none"> 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 	418,023천원

3. 주요현황(예산, 시설, 단체, 위원회 등)

□ 주요사업 예산현황

(단위 : 천원)

연번	사업명	'25년 사업비	사업기간	사업규모	비고
1	외부미디어매체 이용 홍보	158,140	연중	시정 홍보영상(CF) 송출, 인터넷 매체 홍보	
2	지역 역사 및 관광 홍보	16,000	연중	지역 역사와 관광 관련 기획홍보, 다중집합장소 영상 송출	
3	시정소식지 김포마루 제작	225,850	연중	시정소식지 지면 및 전자책 발행, 김포마루 사이트 운영 등	
4	SNS콘텐츠 기획·제작·운영	-	연중	SNS 홍보 콘텐츠 제작 및 공식 SNS 관리·운영	
5	시정홍보물 제작	55,750	연중	홍보책자 및 굿즈 제작	
6	홍보시설물 운영	11,760	연중	상징조형물, 본관 LED 전광판 및 스마트게시판 관리·운영	
7	웹사이트 운영 및 관리	290,873	연중	대표 홈페이지 등 23개 H/W 13종, 상용 SW 9종 유지관리 및 클라우드 전환	
8	생활밀착형 매체 활용 콘텐츠 확산	-	연중	디지털매체 광고 제작 G버스, 유튜브 등 광고 송출	
9	시정홍보영상물 기획 제작	107,150	연중	미디어 채널 활용 시정홍보 기획 홍보영상 제작	
10	방송 음향시설 및 영상장비 관리	20,000	연중	유튜브 영상 제작 및 채널 운영	
				방송실 통합방송시스템 및 영상 장비 운영	

□ 주요 시설물 및 장비현황

연번	시설명	위치	규모	활용용도	비고
1	방송실 스튜디오	본관3층	스튜디오(8평) 조정실(8평) 장비실(2평)	영상 녹화, 녹음, 음향 방송 송출	

II. 2024년도 주요성과

○ 각 부서와의 유기적 소통을 통해 시의적절한 민선8기 성과 홍보

- 언론홍보 및 다양한 매체를 활용해 대시민 메시지 도달률 증진
- 전략적인 기획보도를 통해 민선8기의 성과를 확산하고 시민들이 알아야 할 정보를 반복적으로 전달

○ 매체의 다양화와 언드미디어를 통한 확산 및 도달률 증진

- 뉴미디어 활용 범위를 넓히고 인플루언서 및 SNS미디어를 적극 활용해 홍보효과 증진
- 서울시 및 타 지자체와 협업 및 전략적 옥외광고 매체기획으로 효과적인 대외홍보 추진

○ 저예산 고효율 해외홍보로 애기봉 글로벌 명소화에 기여

- 외신매체 및 기자와의 지속적이고 단계적인 소통을 통해 사전 이슈몰이로 관심도 유지
- 민선8기가 기획한 글로벌 커피브랜드 입점 계기 외신 보도 및 해외 확산 극대화
- 국내 인플루언서들의 자체적 확산 유도

○ 전문성 있는 효과적 매체전략으로 '10만 지역축제' 달성에 기여

- 전략적인 SNS매체전략을 통해 대외적 확산에 주력, 지역축제 방문객 증진
- 홍보대사 및 인플루언서 적극적 활용으로 수요자 관점에서 지역축제 홍보
- 전년도 대비 사전홍보 콘텐츠 확대 및 축제 방문객 대폭 상승
※ 다담축제 3만 명 → 4만 명(▲33%) / 라베니체 축제 6만 명 → 10만 명(▲67%)

○ 시정소식지 <김포마루>의 전면 개편, 우수시정 소식지 수상 2회 및 개편된 시정소식지 시민 만족도 99%

- 제2회 한국공공브랜드 대상 <최우수상>, 제34회 2024 대한민국 커뮤니케이션 대상 <우수상>
- 조사 응답률 1년만에 1,020% 급증, 만족(45.2%)>매우 만족(43%)>보통(10.4%)>불만족(1%),

○ 기민한 이슈 대응과 핵심시정 홍보로 시민들에게 올바른 정보 제공

- 핵심시정에 대한 완벽한 이해를 바탕으로 기자 소통 일원화를 통해 정확한 정보 제공 및 오보 방지
- 오보 및 잘못된 정보에 대한 전략적이고 적극적인 대응으로 올바른 정보 재확산

○ '예산소요 0%' 캐릭터 리뉴얼 추진 및 연령대별 굿즈 제작

- 무(無)예산 캐릭터 리뉴얼을 통한 시대 맞춤형 캐릭터 개발 추진, 적극적인 예산 절감 수행
- 신규 캐릭터 활용한 연령대별 맞춤 물품 제작으로 전 연령층에 걸쳐 활용될 수 있는 굿즈 생산
- 시 대표 행사에 캐릭터 굿즈 활용 이벤트 운영 → SNS채널 이벤트와 연계한 즐길거리 보강

○ 지자체 최초! 생성형 AI를 활용 홍보영상 제작 등 창의적 홍보

- 생성형 AI를 활용한 영상 및 배경음악 제작을 통한 지자체 최초 홍보영상 제작
- 공무원 세대공감 영상제 출품 웹사이트 '최우수상' 수상 등을 통한 도시 브랜드 강화

○ 자주 보는 TV프로그램에 등장하는 '우리 김포' 브랜딩 강화

- TV조선 '산따라 물따라 탄따라' 관광명소 소개, YTN '황금나침반' 애기봉 성탄트리
- MBN '전현무계획' 라베니체, 김포 고주장추어탕, 연합뉴스TV '리부팅 지방시대' 교통문제 해결
- MBC '구해줘!홈즈' 서울통합, 5호선 연장 등 이슈 소개 홍보

□ **시정 정책 적극 홍보 및 기획보도 지속 배포**

- 복지, 교육, 관광, 문화, 교통 등 분야별 연속 기획보도 배포(129건, 주 1~2회)
- 언론사를 통한 부서별 정책 보도자료 배포(2,284건, 일 평균 10~15건)
- 시정 홍보를 위한 언론 브리핑 및 언론인 간담회 개최

□ **외부 매체를 통한 행정광고 집행**

- 신문 지면, 팝업, 배너광고 집행(80개사, 609,240천원)
- 옥외전광판 동영상 및 방송사 협찬 홍보 진행(국제스케이트장 유치, 김포-서울통합 등)

□ **52만 대도시 전략적인 홍보체계 강화**

- 홍보관 운영 및 지원
 - 제12회 김포한강마라톤대회 '국제스케이트장 유치기원' 홍보부스 운영
- 시 주요 정책 홍보 마케팅 실시
 - 김포-서울통합 관련 대시민 홍보, 반려동물공공진료센터 및 김포시상호문화교류센터 개소, 국제스케이트장 및 출입국 이민관리청 유치 지원, 라베니체축제 등 온오프라인 연계 전방위적 홍보 지원 등

□ **대내·외 시정 홍보를 위한 인·물적 자원 관리 및 제작**

- 홍보대사 신규 위촉 : 1명 3팀(얼미부부, 김혜선&스테판지겔 등)
- 캐릭터 리뉴얼 : 기존 포수포미 변형 '김포애기즈' 제작 및 활용
- 김포굿즈 제작 : 인형담요, 문구세트 등 총 10종
- 홍보책자 제작 : 소책자 화보집 형식 홍보책자 제작 추진

□ 시민이 주인공인 매거진형 시정소식지로 개편

○ 운영내용

- [발행] 지면 15,000부(8회) + 전자책(12회) / 점자판 120부
- [온라인] 편리하게 김포마루를 접할 수 있도록 온라인 사이트 별도 운영

○ 주요 개편내용

구 분	내 용
형 태	<ul style="list-style-type: none"> • 판형 변경(신문→책자) 및 지면 증면(20면→52면)
기 획	<ul style="list-style-type: none"> • 시민 참여 콘텐츠 및 코너 신설 - <김포파노라마> 시민 인물 중심 화보, <김포씨이야기> 시민의 이야기를 일러스트 동화로 제작 등 • 온오프라인 연계 콘텐츠 제작 :지면 관련 영상 콘텐츠 추가 제작
홍 보	<ul style="list-style-type: none"> • 카카오톡 활용 <김포마루> 뉴스레터 배포 • 온라인 전자적 구독 수단(전자책앱*) 신규 등록 등 <p style="text-align: center;">* [앱] 교보문고, 밀리의 서재, yes24, 리디북스, 알라딘 ※ 무료</p>

○ 운영결과

- 제2회 한국공공브랜드 대상, 브랜드 커뮤니케이션 부문 <최우수상>
- 제34회 2024 대한민국 커뮤니케이션 대상, 홍보·출판 부문 <우수상>
- 시민 만족도 점수(만족 이상) : ('23) 90점 → ('24 하반기) 99점

□ SNS 인플루언서 활용 대외 홍보 강화

- SNS 인플루언서와 협업하여 김포시 주요 관광지, 통합축제(다담축제, 라베니체 축제, 애기봉평화생태공원 야간개장) 집중 홍보
- 다양한 축제 사전홍보를 통해 전년도 대비 방문자 대폭 상승
※ 다담축제 3만 명 → 4만 명 방문, 라베니체 축제 6만 명 → 10만 명 방문
- 홍보내역 및 실적
 - SNS 인플루언서 26명, 파워페이지 7개, 지역카페 23개 규모

구분	합계	SNS 인플루언서	파워페이지	바이럴
노출·조회수	245.7만	1,389,288	1,050,734	17,302
북마크·공유	41,838회	15,573	26,265	-
좋아요·공감	40,437개	33,017	7,420	-
댓글	2,753개	2,151	541	61

□ 다양한 SNS 콘텐츠 제작을 통한 시정홍보 활성화

- SNS 채널별 특성을 고려한 사업 및 콘텐츠 발행으로 홍보 기반 확대
 - 포수·포미 카카오톡 이모티콘 배포(2.5만명), 카카오톡 채널친구 이용권 할인
 - 23년 12월 말 대비 **카카오톡 팔로워 124%, 인스타그램 팔로워 25% 증가**
- 시민 참여형 이벤트 추진을 통한 김포시 브랜드 및 정책홍보 방안 다양화
 - SNS 홍보 콘텐츠 공모전 개최 : 인스타툰, 릴스 분야 총22점 시상
 - 국제스케이트장 유치 기원 AI 그림 콘테스트, 대형카페 팝업·SNS 인증 이벤트, 손글씨 이벤트, 골드라인 포수·포미 홍보물 인증샷 이벤트 등

□ **핵심 시정 이슈에 따른 발빠른 시민 참여 웹서비스 구현**

- 국제스케이트장 유치 온라인 서명 참여 구현 (3월)
- 반려동물 공공진료센터 홈페이지 구축 (6월)
- 통합홈페이지 메인화면 디자인 리뉴얼 (7월)
- '상상이 현실이 된 순간' 웹아카이브 서비스 개시 (9월)
- 개별공시지가 '소통365' 온라인 의견 접수 등 편의 개선 7건
- 외국어 홈페이지(영, 중, 일) 전문 번역 감수

□ **포털 사이트 활용 김포시 공식 채널 유입 확대**

- 포털사이트(네이버)를 통한 '김포' 키워드 검색시 배너 노출
- 홈페이지, 블로그, 인스타그램 등 상세페이지 접속 유도
 - 노출수 1,037,727회 , 클릭수 143,259회 등 유입 확대

□ **창의적인 영상 콘텐츠 제작을 통한 도시 브랜드 강화**

- 지자체 최초, 생성형 AI 활용한 홍보영상 제작
- 공무원 세대공감 영상제 '최우수상' 수상
- 직원대상 사례 공모를 통한 악성민원 웹시트콤 '2034' 제작

□ **인기 프로그램 및 인플루언서 협업 확대**

- 주요 지상파 및 종편 방송 프로그램을 통한 기획 프로그램 제작 및 송출
 - TV조선 '산따라 물따라 탄따라', YTN '황금나침반' MBN '전현무계획', 연합뉴스TV '리부팅 지방시대', MBC '구해줘!홈즈' 등
 - 김포서울통합과 지역대표메뉴 소개 및 주요 관광지/핵심시정 소개
- 인플루언서 협업 영상 제작에 따른 조회수 급격한 향상
 - 홍보대사 '얼미부부' 애기봉 탐방기
 - 인플루언서 릴스 제작 및 채널 동시 게시 활용

□ 시민이 찾아보는 영상 콘텐츠 시리즈 기획 운영

○ 시민의 눈높이에 맞춘 유튜브 콘텐츠 시리즈 정착

			
이슈 궁금증 해결	공무원 현장 체험	김포주민 zoom인	'23~24 맛집 소개

○ 유튜브 구독자 및 주요 지표 꾸준히 향상

구분	2022	2023	2024
구독자 수	8,835	11,403	13,896
전년대비 증감(명)	+2,972(▲50.6%)	+2,568(▲29%)	+2,493(▲21.9%)
누적 노출수(회)	1,665,212	4,540,581	7,064,584
누적 조회수(회)	3,414,072	5,551,726	6,461,086
누적 시청시간(시간)	68,862	103,270	114,461

III. 비전 및 핵심과제

비전

**70만 대도시를 향한
상상이 현실이 되는 김포 브랜딩**

핵심 과제

- **효과적 시정홍보 확산을 위한 언론 보도 기획**
 - 언론 모니터링을 통한 시정 동향 분석으로 오보 대응 철저
 - 보도자료 배포 및 신문·방송 인터뷰를 통해 정확한 정보 전파
 - 언론과의 공고한 협력관계를 통해 전략적 시정 홍보 추진
 - 시민에게 도달하는 홍보를 위한 다양한 매체 활용
- **'역동, 도약' 키워드 집중 대도시 이미지 브랜딩 확산 추진**
 - 외부협업을 통한 홍보채널 확장 및 다양화
 - 공식 SNS 채널의 공신력 있는 정보 전달 및 시민과 소통 운영
 - 관내 잠재 홍보인력 발굴, 신선한 콘텐츠 창출
 - 캐릭터 리뉴얼 및 체계 구축으로 친밀감 '有' 경계 '無' 홍보 추진
 - 시 주요 정책 테마형 매거진 소식지 제작으로 깊이 있는 정보 전달
- **트렌드를 선도하여 찾아보는 미디어 콘텐츠 확산**
 - 트렌드를 활용한 70만 대도시 브랜딩 강화
 - 인플루언서 협업, 기획 스포츠 중심의 신속한 영상 제작
 - 미디어 속 우리시 콘텐츠 발굴을 통한 시민 참여 확대
 - 홈페이지 클라우드 전환을 통한 디지털 인프라 안정화
 - 방문없이 누리는 시민편의 온라인 대민서비스 확대

IV. 주요업무 추진계획

홍 보 기 획 관

주 요 업 무

1. 미디어 환경의 변화에 발맞춘 전략적 콘텐츠기획
2. 홈페이지 클라우드 전환을 통한 인프라 안정화
3. 외부기관·기업과의 유기적 협업을 통한 홍보채널 확장
4. 주요 시정의 효과적 확산을 위한 매체 기획
5. 70만 대도시 대응 전략적 도시브랜딩
6. 시민과 통하는 SNS 운영
7. 시민일상이 담긴 공감형 시정소식지 제작
8. 방문없이 누리는 시민편의 온라인 대민서비스 확대
9. 영상 콘텐츠 다변화를 통한 생활밀착형 매체 활용

1. 미디어 환경의 변화에 발맞춘 전략적 콘텐츠기획

❖ 김포시의 매력과 미래상을 반영한 숏폼 중심의 기획 및 유튜버와의 협업 등 다양한 방법으로 영상 콘텐츠를 제작하여 70만 대도시 브랜드 이미지 제고

□ 사업개요

- 사업기간 : 2025. 연중
- 운영범위
 - AI, 유튜브 숏폼 중심의 관심유도 기획 콘텐츠 제작 및 채널 운영
 - 인기 유튜버와의 콜라보 기획 및 제작 홍보
- 소요예산 : 107백만원(시비)

□ 추진계획

- (유튜브 채널 개편안) 운영목적 및 운영목표에 따른 채널 분리 운영

구 분	운영목적	운영목표	내 용	비 고
본채널 (기존계정)	대내외 홍보 (전국민 대상)	도시 브랜딩	기획영상 및 유튜버 협업 영상	기획 시리즈 밈·이슈 패러디
보조채널 (신규계정)	영상 기록 자료실	시정영상 자료 공유 및 활용	광고영상 및 부서요청 영상	라이브, 시정뉴스, 행사 상영영상 등

- (숏폼 활성화) 최대 1분 이하의 짧은 영상으로 임팩트 있는 영상 기획
 - SNS 등 온라인에서 유행하는 밈(meme)과 시정 홍보 접목
 - 지역 축제, 정책 설명 등 시청자들의 관심을 끌 수 있는 다양한 주제 선정
- (기획 홍보영상 제작) 주요 시정 이슈와 더불어 김포의 살기 좋고 세련된 대도시 인프라 홍보를 위한 기획 홍보영상 제작
- (유튜버 협업) 유튜버와의 콜라보를 통한 도시 브랜딩 홍보 강화
 - 유명 유튜버 출연 및 영상 제작 협업을 통한 대외홍보 활성화
- (유튜브 라이브) 시 주요 행사 라이브 중계를 통한 참여 기회 확대

추진부서	홍보기획관 이화미	영상미디어팀장 이지은 (행 2070)	담당자 윤치웅 (행 2328) 신지유 (행 2086)
협조부서	전 부서		

2. 홈페이지 클라우드 전환을 통한 인프라 안정화

❖ 하드웨어 교체 시기 도래에 따라 국정과제 '민간클라우드 우선 이용 원칙'에 따른 클라우드 전환을 통한 안정적이고 유연한 디지털 인프라 안정화

□ 사업개요

- 사업기간 : 2025. 1. ~ 6.
- 추진배경 : 통합홈페이지 하드웨어 노후화에 따른 교체 시기 도래 및 지속적인 용량 부족 및 장애 발생에 따른 인프라 개선 및 확장 필요
- 운영범위 : 대표 홈페이지, 뉴스포털, 시립도서관 등 23개 웹 사이트
- 소요예산 : 20백만원 ※ 통합홈페이지 유지관리 용역에 포함하여 추진

□ 추진내용

- 통합홈페이지(23개 웹사이트)를 민간 클라우드로 전환 설치 운영
- 데이터 이관, 기능 솔루션 이전 및 타 시스템 연계 기능의 정상화
- ICT 패러다임 변화에 따른 디지털 인프라 전환 및 안정화

기존 (레거시)	IT 구축·소유 구축비·유지관리비 소요	⇒	변경 (클라우드)	IT 공유·이용 필요한 만큼 이용료 지불
-------------	--------------------------	---	--------------	---------------------------

□ 추진계획

- 2025. 1. ~ 3. : 보안성 검토, 분석·설계, 사전 준비
- 2025. 4. ~ 5. : 클라우드 환경에 소스 이관 등 전환 작업 수행
- 2025. 6. ~ : 클라우드 기반 통합홈페이지 오픈 및 안정화

□ 기대효과

- 하드웨어 교체 시 필요한 초기비용(약 5억) 없이 사용량에 따라 자원을 추가 할당하는 효율적이고 유연한 서비스 운영
- 클라우드의 강력한 보안 시스템으로 안정적인 환경 구성

□ 협업사항

- 정보통신과 : 대민정보시스템 클라우드 일괄 관리 및 자원 할당

추진부서	홍보기획관 이화미	영상미디어팀장 이지은 (행 2070)	담당자 이정태 (행 2960)
협조부서	전 부서		

3. 외부기관 · 기업과의 유기적 협업을 통한 홍보채널 확장

❖ 기존 홍보채널인 시 공식 SNS 의존도를 낮추는 대신 영향력 있는 외부 기관 및 기업과 다방면에 걸친 협업을 통해 홍보채널 확장 및 다양화 추진

□ 사업개요

- 사업기간 : 2025. 연중
- 주요내용 : 외부 협업을 통한 홍보채널 확장
- 소요예산 : 56백만원(시비 100%)

□ 추진내용

- (굿즈) 유명기업(기관) 협업 추진
 - 스타벅스^{기업} 등과의 협업상품 개발로 시민 접근성 강화
 - 김포현대아웃렛 입지 활용, 지속적 협의를 통한 시 홍보방안 창출 : 굿즈샵 및 팝업스토어 입점 추진, 캐릭터 ‘힌디’ 콜라보 상품 개발 등
 - 주요 축제기간 중 유명카페, 맛집 대상 콜라보 굿즈개발 및 이벤트 추진
- (SNS) 관내 홍보 인력 POOL 활용, 협업 홍보콘텐츠 발행 추진
 - SNS지원단 협업콘텐츠 발행 및 해당 채널 내 콘텐츠 게시 유도
 - 관내 홍보인력 잠재력 발굴(ex 김포대학교 유튜브크리에이터과, 각 고등학교 방송동아리원 등) 및 신선한 협업 콘텐츠 개발 추진

□ 기대효과

- 공식채널에 국한되었던 주요현안 홍보 콘텐츠 및 굿즈 가시성 확대
- 홍보채널 확장으로 새로운 시각 반영, 틀을 깨는 홍보콘텐츠 창출로 효율성 득

추진부서	홍보기획관 이화미	디지털소통팀장 황자영 (행 2065)	담당자 이송은 (행 2067) 임수연 (행 2069)
협조부서	전 부서		

4. 주요 시정의 효과적 확산을 위한 매체 기획

- ❖ 효과성과 효율적인 매체 집행을 통한 시정 및 시 이미지 제고
- ❖ 파급력 높은 다양한 매체를 활용하여 대외 시정 홍보 강화

□ 사업개요

- 사업기간 : 2025. 연중
- 주요내용
 - 매체 예산의 효과적 집행을 통한 대외 시 이미지 제고
 - 기획보도, 방송, 뉴미디어 등 다양한 매체를 활용한 적극적 시정 홍보
- 소요예산 : 158백만원
 - 인터넷홍보매체비 : 20백만원
 - 시정홍보 영상(CF) 송출 매체비 : 112백만원

□ 추진내용

- 연간 매체 예산 세부 집행계획 수립 및 시행
 - 대도시 이미지 확립 등 홍보 효과 극대화를 위한 홍보매체비 집행
 - 선택과 집중을 고려한 집행계획 수립
- AI(인공지능)시대에 맞는 다양한 매체를 활용한 시정 홍보
 - 인터넷 배너, 팝업 등을 통해 폭넓은 시정 홍보로 시민의 알권리 확보
 - 시민 전달성이 높은 영상 매체를 통한 동영상 광고 송출로 홍보 효과 극대화

□ 기대효과

- 매체와의 소통 및 협력으로 주요 시책 전달력이 높은 시정 구현
- 행정광고의 효율적 집행으로 대외 홍보 파급력 강화

추진부서	홍보기획관 이화미	언론홍보팀장 배선숙 (행 2061)	담당자 조아라 (행 2062) 김혜란 (행 2063)
협조부서	전 부서		

5. 70만 대도시 대응 전략적 도시브랜딩

❖ 70만 대도시 대응, 날마다 좋아지는 김포의 도시 브랜딩 홍보를 대내·외적으로 부각하기 위해 다양한 홍보 전략체계를 수립하고 시행함

□ 사업개요

- 사업기간 : 2025. 연중
- 주요내용
 - 70만 대도시 대응, 인구 유입을 위한 매력적인 도시 이미지 최종 브랜딩을 위한 콘텐츠 구성 및 홍보 전략체계 수립
 - 다양한 홍보 매체 및 인프라 활용, 대도시 이미지 브랜딩 강화 홍보 추진

□ 추진내용 및 계획

- 70만 대도시 대응, ‘역동, 도약 등’ 키워드 집중 도시브랜드 전략체계 수립
 - 아카이빙 활용을 통한 김포의 성장 및 성과 강조
 - 안정적인 대도시 이미지 홍보 강화로 김포시의 숨겨진 매력 발굴
 - 다채로운 김포시 이미지 발굴을 위해 부서 간 정보공유 및 협업 강화
- 다양한 홍보 매체별 특성 활용한 시정 홍보 효과 극대화
 - 대외 홍보의 파급력이 필요한 시 주요 홍보 사안에, 홍보대사를 적극 활용하여 홍보의 효율성 제고 예) 바이럴 영상 제작 등
 - 리뉴얼 캐릭터 상표권 등록 및 라이선스 활용 체계 구축을 통해 자유로운 확산 유도, 경계 없고 친밀한 홍보 추진
 - 자매결연도시, 유관기관 협업 등 인프라 활용 홍보 시너지 효과 제고

□ 기대효과

- 체계적이고 효율적인 시정 홍보 효과로 김포시의 이미지 브랜딩 강화
- 시정 핵심 가치 및 정책을 효과적으로 적시성 있게 대내·외적 홍보

추진부서	홍보기획관 이화미	디지털소통팀장 황자영 (행 2065)	담당자 김보민 (행 2066) 이송은 (행 2067)
협조부서	전 부서		

6. 시민과 통하는 SNS 운영

❖ SNS 분야 예산 전액 삭감에 따라 홍보콘텐츠를 직접 제작, 발행하고 공식 채널의 정보 전달과 소통 운영에 집중

□ 사업개요

- 사업기간 : 2025. 연중
- 운영범위 : 공식 SNS 운영(블로그, 인스타그램, 카카오톡, 페이스북)

□ 현안사항

- SNS 분야 예산 전액 삭감으로 인플루언서 협업, SNS 지원단(시민 27명 운영 중), SNS 광고 등의 사업 추진 불가

□ 추진내용

- 공식 SNS는 공신력 있는 정보를 전달하는 채널로 홍보콘텐츠 직접 제작·게시와 시민 소통 등 안정적 운영
- (공식 채널 운영) 매체별 특성에 맞는 콘텐츠 제작 운영

매체	블로그	인스타그램	카카오톡	페이스북
홍보주기	일 1건 이상	일 1건 이상	일 1건 이상	일 1건 이상
홍보방향	이미지를 포함한 스토리 형식	카드뉴스 형식	카드뉴스 형식	카드뉴스 형식
구독자수 24.12월말	30,892명	14,202명	42,570명	24,905명

※ 기존 카카오톡 구독자 대상 주 1회 시정 소식 메시지 발송하였으나, 예산 삭감으로 메시지 발송 불가

추진부서	홍보기획관 이화미	디지털소통팀장 황자영 (행 2065)	담당자 임수연 (행 2069) 허소영 (행 2971)
협조부서	전 부서		

7. 시민일상이 담긴 공감형 시정소식지 제작

- ❖ '통하는 김포, 공감백배 소통' 민선8기 비전에 부합한 소식지 제작으로 도시 브랜딩 및 시민 참여 콘텐츠 확대로 시민과의 우호적 관계 형성

□ 사업개요

- 운영기간 : 2025. 연중
- 운영내용 : 김포마루 지면 발행·전자책 배포, 모바일 사이트 운영 등
- 소요예산 : 226백만원(시비 100%)

□ 추진내용

- '역동, 도약' 등 도시브랜딩을 위한 신규코너 신설 및 콘텐츠 방향 정립
 - 공약사항 및 시 주요 정책 테마 활용 콘셉트 추출 및 콘텐츠 구성
 - 마루 웹사이트 활용, 아카이빙 시현 및 통계자료 게재로 김포 성장성과 홍보
- 시민의 일상이 녹아든 시정소식지로 시민 소통 강화
 - 2024 만족도조사 결과 반영 콘텐츠 재구성으로 소식지 만족도 제고
 - 시민 참여이벤트 활성화 및 시 인적 인프라(동화작가, 관내 학생 등) 활용 콘텐츠 제작
- 온라인 김포마루 활성화를 위한 시민명예기자 재구성 및 참여 활성화
- 다양한 배부처 확대 및 신규 우편구독자 발굴 등 내실있는 김포마루 제작

□ 기대효과

- 매거진형 시정소식지 질적 향상을 통한 대시민 소통 강화로 70만 미래도시 대응, 도시브랜드 경쟁력 강화

추진부서	홍보기획관 이화미	디지털소통팀장 황자영 (행 2065)	담당자 김보민 (행 2066)
협조부서	전 부서		

8. 방문없이 누리는 시민편의 온라인 대민서비스 확대

- ❖ 온라인 예약, 신청, 현황조회 등 홈페이지 기능 개선으로 시민 편의 대민 서비스 확대 및 양방향 소통 강화

□ 사업개요

- 사업기간 : 2025. 연중
- 운영범위 : 홈페이지 통합 관리(23개 홈페이지, HW, 상용SW, 보안)
 - 대표 홈페이지, 뉴스포털, 문화관광, 시립도서관 등 23개 웹 사이트
 - 홈페이지 서버, 네트워크장비, 보안장비, 상용 S/W 솔루션
 - 웹 접근성, 호환성, 정보보안 및 개인정보보호 관리 등
- 소요예산 : 291백만원(시비 100%)

□ 추진내용

- (기능개선) 방문없이 누리는 시민편의 온라인 대민서비스 확대
 - 민원실 순번대기 현황 알림 서비스 구현 : 민원여권과
 - 옥외광고물 인허가 온라인 신청 서비스 구현 : 클린도시과
 - 모담도서관 개관에 따른 온라인 도서대출 기능 구현 : 도서관과
 - 통합예약 견학·체험 온라인 결제 기능 확대 : 공원과
 - 민선8기 '상상이 현실이 된 순간' 아카이브 구축 등
- (웹접근성 운영) 장애인·고령자도 동등하게 이용할 수 있는 품질 관리
 - 과학기술정보통신부 인증 웹접근성 인증마크 취득(매년)
 - 웹 품질 향상을 위한 장애인 모니터링 사업 추진(매월)
- (웹브랜드 검색) 포털사이트(네이버)를 활용한 브랜드 검색 홍보
 - '김포' 키워드 검색 시 시정 홍보 이미지 및 홈페이지/SNS 링크 표출

추진부서	홍보기획관 이화미	영상미디어팀장 이지은 (행 2070)	담당자 전지원 (행 2068)
협조부서	전 부서		

9. 영상 콘텐츠 다변화를 통한 생활밀착형 매체 활용

- ❖ 디지털미디어 · 생활밀착형 미디어 · 주요 방송사 프로그램 등 다각적 매체 활용을 위한 적합하고 효과적인 영상 콘텐츠 다변화로 홍보 강화

□ 추진개요

- 사업기간 : 2025. 연중
- 운영범위 : 디지털미디어·생활밀착형 미디어·방송프로그램 활용 송출
- G버스TV, 골드라인, 버스정류장, 유튜브, SNS, 카카오톡, 방송사 등

□ 현안사항

- 해당 분야 예산 전액 삭감으로 디지털 매체 광고 제작 및 송출, 미디어 채널 활용 시정 홍보 추진 불가

□ 추진내용

- (디지털 매체 광고 송출) 기존 홍보영상 활용
 - 비예산 송출가능한 골드라인, 버스정류장, 스마트게시판 등 활용 송출
 - ※ 서울시 지역상생홍보관, 경기도청 방송국, 자매결연 지자체 상호송출 등
 - G버스, 유튜브, 인스타 등 유료 광고 송출 중단
- (미디어 매체 활용 시정홍보) 미디어 속 우리시 콘텐츠 발굴 확산
 - 우리시의 특색을 잘 표현한 콘텐츠 발굴하여 재확산 시도
 - 인기 유튜버 및 TV 프로그램 협업 제작 중단

추진부서	홍보기획관 이화미	영상미디어팀장 이지은 (행 2070)	담당자 신지유 (행 2086)
협조부서	전 부서		