

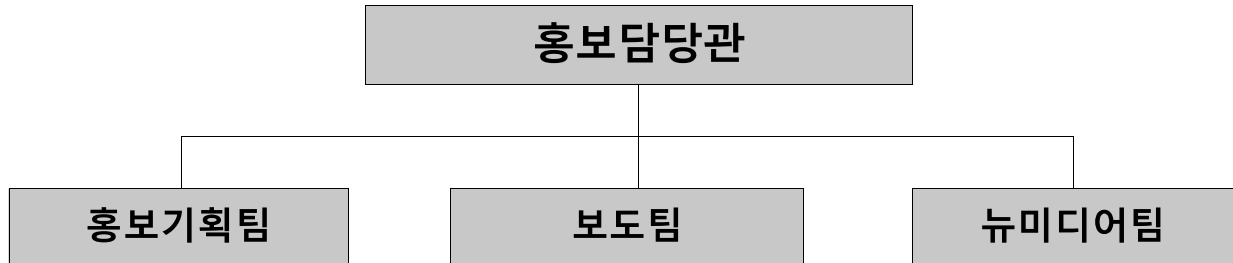
2

홍 보 담 당 관

- ◇ 홍보기획팀
- ◇ 보도팀
- ◇ 뉴미디어팀

조직현황

□ 기 구 : 1과 3팀



□ 직원현황 : 정원 19명 / 현원 19명

구 분	계	일 반 직							기타
		소계	4급	5급	6급	7급	8급	9급	
홍보담당관	19	19	-	1	5	6 (임기제4)	6 (임기제2)	1	

□ 부서별 주요업무

부 서 명	주 요 업 무
홍 보 담 당 관	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시정 홍보 종합계획 수립 ○ 언론보도지원 및 상시 모니터링 ○ 다양한 매체를 활용한 도시브랜드 홍보 ○ 뉴미디어를 통한 소통형 홍보

언론사 현황

(단위 : 개소)

계	방 송 사				신 문 사				통신사	인터넷 신문
	소계	TV	유선방송	라디오	소계	일간	주간	월간		
279	13	10	1	2	69	56	12	1	7	190

SNS 운영 현황

(단위 : 명)

구 분	유튜브 	페이스북 	블로그 	카카오스토리 	인스타그램 	카톡채널 	엑스 
개 설	'15. 11월	'11. 8월	'18. 3월	'15. 1월	'17. 1월	'17. 10월	'11. 7월
구독자	17,724	56,570	17,528	19,668	34,886	52,029	7,420

비전 및 정책목표

비 전

구미의 품격을 높이는 전략적 시정홍보

정 책 목 표

시민 소통 강화로 열린 공감 행정 구현

추진전략	중점 추진과제
<p>언론매체를 통한 효율적 시정홍보</p>	<p>① 신속·정확한 보도로 시민 알권리 충족 ② 주요 시책 적기 홍보로 효과적 시정 홍보 ③ 체계적인 언론홍보를 통한 정보 신뢰성 강화</p>
<p>시민이 체감하는 시정홍보 시스템 구축</p>	<p>① 수요자 중심의 홍보로 시민 만족도 제고 ② 소통 채널 확대를 통한 정보 접근성 향상 ③ 시민참여형 콘텐츠 제작으로 양방향 소통 활성화</p>
<p>미디어 환경 변화에 따른 선제적 대응</p>	<p>① 새로운 마케팅 활용 특색있는 시정 홍보 추진 ② 차별화된 콘텐츠로 홍보 다양성 강화 ③ 홍보 사각지대 해소를 위한 매체 특성별 맞춤형 홍보</p>

홍 보 담 당 관

연번	세부사업명	
1	보는 소식지! 「영상으로 만나는 구미시대」 신규	
2	알림 쿡·공유 쿡 「구미 이슈픽」 신규	
3	신속 보도와 모니터링으로 효율적 시정 홍보	
	3-1	시의성 있는 시정보도 추진
	3-2	상시 언론 모니터링 및 행정 대응 강화
4	온라인 커뮤니티를 활용한 홍보 채널 확대	
5	시민과 소통·공감하는 시정 홍보	
	5-1	「구미시대」 구독자·소상공인을 잇는 상생 이벤트 지속 실시
	5-2	시 공식 SNS 활용 시민 참여형 콘텐츠 제작
	5-3	이미지 매체 활용을 통한 시정홍보 확대

▷(필요성) 뉴미디어 시대에 맞는 홍보 방향 다각화로 책자형 시정 소식지의 한계 보완

▷추진방향

- 디지털 중심의 소통 환경 변화에 맞는 콘텐츠 제공
- 정보 취약계층의 접근성 확대를 위한 전달 방법 다양화

□ 주요내용

- 기 간 : 연중 * 월1회 제작
- 사 업 비 : 22백만원(시비)
- 제작형식 : 동영상(3분 내외) 및 숏폼 영상(1분 내외)
- 내 용
 - 시정소식지(구미시대)의 주요 내용을 아나운서의 설명과 수어 통역이 포함된 영상으로 제작
 - ※ 구미시 청각장애인 등록 현황('25. 11월 기준) : 3,254명 / 전체 등록 장애인 17,495명 중 18.6%
 - 구미시 유튜브 등 SNS 채널(7개)과 홈페이지를 통해 매월 1일 정기 제공
 - ※ SNS구독자 수('25. 11월 기준) : 총 20만(유튜브, 페이스북, 카카오톡, 인스타그램 등)



□ 세부추진계획

- 업체 선정 및 계약체결 : '26. 1월 중
- 제작 및 배포 : '26. 2월 ~ 계속

□ 기대효과

- 영상, 음성, 수어 통역 서비스 등이 포함된 시정소식지 콘텐츠 제작 및 제공을 통해 시정 홍보의 사각지대 해소

홍보담당관	홍보기획팀	홍보담당관	정성자	홍보기획팀장	손수연
			480-6700		480-6701

▷(필요성) 시민 공유방을 활용하여 필요한 행정 정보의 효과적 제공

▷추진방향

- 골라보는 정보 제공을 위해 홈페이지 내 「구미 이슈픽」 신설
- 유익 정보 및 지역 명소, 숨은 핫플레이스 등 자료 공유

□ 주요내용

- 기 간 : 연중
- 사 업 비 : 비예산
- 방 법 : 홈페이지 전용 게시판 개설 및 운영
- 제공대상
 - (시정 기사) 주요 언론매체에서 다룬 이슈, 관심도 높은 시정 정보
 - (사진·영상) 지역 관광지 및 핫플레이스 관련 사진·영상 자료
- 내 용
 - 시 홈페이지 내 전용 게시판 「구미 이슈픽」 개설
 - 시민이 놓치기 쉬운 언론 보도 기사 링크 공유
 - 주요 시정 및 관광 명소 사진·영상 자료 게재(다운로드 기능 지원)

□ 추진계획

- 「구미 이슈픽」 게시판 신설 : '25. 12월 ~ '26. 1월
- 자료 수집 및 게시판 내 콘텐츠 게재 : '26. 1월 ~ 계속

□ 기대효과

- 언론매체를 통해 알려진 행정의 유익한 정보를 수요자가 선택적으로 활용할 수 있어 행정 편리성 도모
- 수준 높은 행정 자료의 무료 공유로 시민 자발적 시정 홍보 효과

홍보담당관	보도팀	홍보담당관	정성자	보도팀장	이창희
			480-6700		480-6711

3

신속보도와 모니터링으로 효율적 시정 홍보

▷(필요성) 신속하고 정확한 시정 전달을 통한 행정 신뢰도 제고

▷추진방향

- 시의성 있는 기획보도 생성 및 상시 모니터링을 통한 언론 대응

3-1. 시의성 있는 시정보도 추진

- (보도현황) 전략적 홍보자료 배포로 시정홍보 효과 극대화

(기간 : '25. 1. 1. ~ 12. 14.)

배포건수	보도건수	월평균 보도건수	비고
1,481	35,366	2,947	지면, 인터넷, 통신

- (방송홍보) 파급력 높은 공중파 등 방송매체 활용 확대

(단위 : 회 / 기간 : '25. 1. 1. ~ 12. 14.)

구분	합계	KBS	MBC	TBC	YTN	MBN	새로넷	연합뉴스 TV	JTBC
리포터	192	8	5	43	10	18	102	4	2
단신	357	46	21	76	24	16	168	4	2

- (아카이브 시스템) 보도영상·사진 등 홍보자료 효율적 관리
- (언론브리핑) 공식 기자간담회 및 주요 국책사업에 대한 언론 브리핑을 통한 홍보

3-2. 상시 언론 모니터링 및 행정 대응 강화

- (시정스크랩) 총 31개사 언론매체에 대한 상시 모니터링 진행
→ 중앙지 6, 경제지 5, 지방지 7, 방송 10, 통신 3
- (데이터베이스 구축) 매체별, 정책별 시정 홍보 효과 분석 가능
- (행정대응) 부정확한 왜곡 보도 및 비판·지적기사에 대해서는 신속한 설명자료 배포로 행정적 신뢰 기반 구축

홍보담당관	보도팀	홍보담당관	정성자	보도팀장	이창희
			480-6700		480-6711

4

온라인 커뮤니티를 활용한 홍보 채널 확대

▷(필요성) 홍보 매체 다변화로 시정 소식의 접근성 확대 필요

▷추진방향

- 시정소식을 전달할 수 있는 채널 증가로 홍보 대상자 확대
- 「당근 앱 및 신규 아파트 커뮤니티」를 추가하여 시정홍보에 대한 시민 체감도 제고

□ 주요내용

- 기 간 : 연중
- 사 업 비 : 비예산
- 대 상 : 지역 커뮤니티, 아파트 커뮤니티 게시판
- 내 용
 - 지역기반 플랫폼 ‘당근 앱’ 내 공공프로필(구미시청) 개설 및 ‘단골맺기’ 홍보를 통한 실시간 시정소식 구독 지원
 - 시민들에게 활용도 높은 지역 커뮤니티에 시 전용 게시판을 확대·개설 운영하여 신속한 정보 전달

※ 지역 커뮤니티 시(市) 전용 게시판 운영현황 : 17개(총 가입자수 : 35.7만명)

▶ 구미부동산이야기, 구미맘 수다방, 구미 텐인텐(네이버, 다음), 아파트 커뮤니티*(13개소)

* 아파트 커뮤니티 : 관내 아파트 관리사무소에 공문 발송(반기별) 후, 신청 아파트에 추가 서비스 제공 ※ 최초 시행 : '25. 2월~

□ 기대효과

- 시 공식 SNS 구독없이도 개인별 관심사에 따라 가입한 온라인 커뮤니티를 통해 시정 소식 제공
- 정책 추진에 대한 시민 반응 및 댓글을 통해 신속한 행정 서비스 진행

홍보담당관	뉴미디어팀	홍보담당관	정성자 480-6700	뉴미디어팀장	박춘선 480-6726
-------	-------	-------	-----------------	--------	-----------------

5

시민과 소통 · 공감하는 시정 홍보

▷(필요성) 시민과 소상공인의 자발적 참여를 통한 행정서비스 추진

▷추진방향

- 행정중심의 일방적 홍보에서 시민 참여 기반의 양방향 홍보로 전환
- 홍보효과 집중 분석을 통한 다중밀집지역 내 홍보 확대

5-1. 「구미시대」 구독자·소상공인을 잇는 상생 이벤트 지속 실시

- 기 간 : 연중
- 사 업 비 : 비예산
- 내 용
 - 시정소식지에 지역 내 소상공인을 소개하고, 협업을 통한 채널 구독자 할인 혜택 등 이벤트 진행(모바일 쿠폰 제공)
- 추진현황
 - 시정소식지(구미시대)에 지역 소상공인 등 홍보
 - 모바일 구독자 전용 이벤트 실시 (최초 : '25. 4월)
- 추진성과 : 모바일 소식지 구독자 1년간 약 2배 증가 및 시민 혜택 제공
 - ※ 2.7만명('24. 11월) → 5.2만명('25. 11월) / 2.5만명 증가, 약93% 상승
 - ※ 참여업체 수 : 38개소('25. 11월 기준) / 쿠폰 다운로드 수 : 월평균 1,114회

〈 구미시대 발행 현황 〉

- 발 행 일 : 전월 25일
- 발행부수 : 월 17,000부(28면)
- 발행형태 : 종이책자형(A4 국배판), 전자책자형(PDF, 웹진)
- 주요내용 : 시정소식, 생활·문화행사, 지역기업·소상공인 소개 등
- 배부방법
 - 종이책자형 : 읍면동·다중이용시설 비치, 신청자 우편 발송
 - 전자책자형 : 시청홈페이지 www.구미시정소식지.com 카카오톡 월 1회 발송



5-2. 시 공식 SNS 활용 시민 참여형 콘텐츠 제작

- 기 간 : 연중
- 제작편수 : 8편 정도
- 사업비 : 20백만원(시비)
- 내 용
 - 주요 시설 및 정책서비스에 대한 체험담과 현장 목소리를 담은 영상 제작
 - ※ (시설)파크골프장, 진학진로센터 / (정책)청년월세지원사업, K맘택시 등
 - 댓글과 조회수를 통해 시민들의 수요를 반영한 맞춤형 콘텐츠 제작
 - 구오룡(홍보남)이 진행하는 쌍방향성, 타깃세분화 홍보전략 추진

〈 '25년 시민 참여형 콘텐츠 제작 현황 〉

- 기 간 : '25. 1월 ~ 12월
- 사업비 : 20백만원
- 제작내용 : 7편

						
고민상담소 (1.4천회)	낭만쭈꾸미 탐방 (6.5천회)	금오공대 탐방 (4.8천회)	박정희마라톤 (2.1천회)	구미 가을 여행지 (5.3천회)	구미 라면축제 시민 인터뷰 (3.7천회)	구미 라면축제 우수 업체 인터뷰 (1.3천회)

5-3. 이미지 매체 활용을 통한 시정홍보 확대

- 기 간 : 연중
- 내 용
 - 포털사이트 구미시 브랜드 검색 홍보 추진(네이버 PC, 모바일)
 - KTX 열차 객실 내, 대구 지하철 1·2호선 객실 활용 시정 홍보
 - 생활 밀착형 아파트 엘리베이터 내 타운보드 활용 홍보
 - ※ '25년 대구·경북 내 아파트 홍보 : 352개소, 6,291대
 - 대구 시내버스 외부 래핑 시정홍보(11대)

홍보담당관	홍보기획팀	홍보담당관	정성자	홍보기획팀장	손수연 480-6701
	보도팀			보도팀장	이창희 480-6711
	뉴미디어팀		480-6700	뉴미디어팀장	박춘선 480-6726