

2024년도 행정사무감사 지적사항 조치결과

○ 부서명 : 홍보담당관

○ 지적사항 및 조치결과

구분	조치사항				비고
	총건수	시정	개선	권고	
합 계	10	0	5	5	
조치완료	6	0	2	4	
조 치 중	4	0	3	1	
장기검토	0	0	0	0	
조치불가	0	0	0	0	

2024년도 행정사무감사 지적사항 조치결과 및 추진계획

소관부서	처분구분	지 적 사 항	조치결과 및 추진계획	완료구분
홍보담당관	개 선	20. 특색있는 도시브랜드 홍보마케팅 방안 마련 - 도시브랜드 홍보마케팅 추진 시 서울, 대구로 지역이 한정되어있음. 더욱 다양한 지역 고민. - KTX, SRT 등 철도 내 모니터를 통해 구미 농산물을 포함한 도시브랜드 홍보 방안 검토. - 구미만의 특색있는 문구로 홍보할 수 있는 방안 마련을 위한 고민 필요.	- 올해 서울 신촌 대학가를 포함한 여러 장소에 홍보 중이며, 다양한 장소와 매체 선정을 통해 홍보의 효과를 높이도록 하겠음. - 하반기 KTX, SRT 모니터를 통한 홍보를 계획 중이며, 지속적으로 효과적인 홍보방법을 모색하겠음. ‘K-방산의 수도 구미’, ‘세계에서 가장 긴 라면 레스토랑이 있는 구미’ 등 구미만의 특색있고 차별화된 문구를 마련하겠음.	조치중 12월완료예정
	개 선	21. 언론사 홍보비 지출 기준 명확화 - 홍보비 지출 기준과 이에 관련하여 형평성 논란이 있음. - 현장취재 또는 자발적 기사를 작성하는 언론에 대한 인센티브 등 홍보비 지출에 대한 명확한 기준 필요.	현장취재, 자체 기사 등 모니터링을 통해 데이터 베이스를 구축하고 있으며, 매체 파워와 현장 취재 언론사의 노력도 등 다수가 공감하는 홍보 지출 기준을 마련하여 집행하겠음.	조치중 12월완료예정

소관부서	처분구분	지 적 사 항	조치결과 및 추진계획	완료구분
홍보담당관	개 선	22. 농산물 홍보를 위한 통일된 디자인 및 홍보 필요 ○ 작년 행감지적사항에도 불구하고 농산물 브랜드 홍보비가 예산에 반영되어 있지 않음. ○ 유통특작과의 협업을 통해 통일된 디자인으로 우리시 농산물 대표브랜드 홍보 철저.	○ 방송(6시 내고향), 옥외광고(서울, 대구) 시정 소식지, 구미시 공식 SNS 등을 통해 통일된 농산물 대표브랜드 일선정품을 홍보중에 있음. ○ 농산물 대표 브랜드 디자인 선정 추진 업무에 유통특작과와 적극적으로 협업 하겠음.	조치완료
	권 고	23. SNS 콘텐츠 피드백 철저 ○ 유튜브 등 SNS 운영이 잘 되고 있음. ○ SNS 모니터링 시 민원성 내용의 시민 댓글에는 안내댓글을 다는 등 적극적 피드백 필요.	○ SNS를 통해 시민들의 흥미를 유발할 수 있는 다양한 콘텐츠를 활용하여 주요 시정, 축제, 행사 등을 홍보하고 있음. ○ 시민들의 댓글을 지속적으로 모니터링 후 빠른 답글로 응답토록 하겠음.	조치완료

소관부서	처분구분	지 적 사 항	조치결과 및 추진계획	완료구분
홍보담당관	개 선	24. 공감누리 배부 방법 고민 필요 ○ 공감누리 책자가 아파트 입구 바닥에 놓여 있는 등 관리가 안되고 있음. ○ 예산낭비 방지를 위해 공감누리 등 홍보 간행물 배부함 설치 등 배부 방법 검토.	○ 사장되는 소식지를 최소화하기 위해 1만부를 줄여서 발간(월3만→ 월2만). ○ 트렌드에 맞게 스마트폰 소식지 템플릿을 제작중이며, 모바일 구독자를 지속적으로 확보(7.26.기준 19,731명)하고 있음. ○ 현재 전 읍면동을 대상으로 배부현황에 따른 문제점을 파악하고 있으며, 무분별하게 방치되는 일이 없도록 효율적인 관리방안을 강구 중에 있음.	조치중 12월완료예정
	권 고	25. 구미시 기본 캐릭터 정비 필요 ○ 시 홈페이지와 「구미시 상징물 조례」상 기본 캐릭터가 상이한 부분 있음. 현행화를 위한 조례 개정 등 정비.	○ 시 홈페이지의 기본 캐릭터와 조례의 이미지가 일치하도록 현행 완료함. ('24. 6. 18.) ○ 앞으로 시 홈페이지 관리에 철저를 기하겠음.	조치완료

소관부서	처분구분	지 적 사 항	조치결과 및 추진계획	완료구분
홍보담당관	권 고	26. 영상홍보물 제작시 지역작가(업체) 이용 ○ 구미시 시정홍보 간행물, 홍보물 제작 시 타지역 업체에서 제작하는 경우가 많음. ○ 구미영상미디어센터, 구미 지역작가와 협업하여 지역작가 육성 및 지역경제활성화에 기여할 수 있도록 지역작가(업체) 활용 방안 검토.	○ 관내 영상제작 업체가 소수이며, 홍보 영상의 특성상 예술성·영상미 구현과 품질에 대한 안정성이 필요함. ○ 올해 저출생 극복 홍보영상은 구미 업체에서 제작('24. 6. 14.). ○ 영상미디어센터와의 협업은 영상종류, 내용, 품질 및 완성도 등을 종합적으로 검토 후 추진하겠음. - 현재 구미청년·작가들과 시정소식지(구미시대) 발간 중임.	조치중 12월완료예정
	개 선	27. 애국가 영상 제작 시 국가 상징 내용 첨가 ○ 애국가 영상 제작시 구미 뿐만 아니라 경상북도, 대한민국에 대한 영상 포함 필요함. 국가관을 가질 수 있는 영상 첨가.	○ 국가에 대한 자긍심을 효과적으로 전달할 수 있도록 태극기 영상을 추가('24. 7. 11.)함.	조치완료

소관부서	처분구분	지 적 사 항	조치결과 및 추진계획	완료구분
홍보담당관	권 고	28. 심도있는 기자간담회 추진 노력 ○ 기자간담회 시 시책에 대한 홍보뿐만 아니라 정책에 대한 찬반, 정책에 대한 심도 있는 질의응답 등 건설적인 대화의 장이 될 수 있도록 충분한 시간을 가지고 추진.	○ 최근 민선 8기 2주년 기자간담회('24. 7. 2.) 개최 시 질의응답 시간을 가졌으며, 앞으로도 대화의 시간을 충분히 마련하도록 하겠음.	조치완료
	권 고	29. 지역대학 및 고교 동문지 구미 홍보 검토 ○ 특정대학 동문지에만 홍보예산을 들여 구미를 홍보하는 것은 적절치 않음. ○ 추후, 홍보를 원하는 동문이 있으면 홍보비 집행 검토.	○ 홍보비 집행기준과 적절성을 충분히 고려하고 특정 동문지에만 홍보되는 일이 없도록 신중히 검토하겠음.	조치완료