

2

홍 보 담 당 관

- ◇ 홍보기획팀
- ◇ 보도팀
- ◇ 뉴미디어팀

□ 기 구 : 1과 3팀



□ 직원현황 : 정원 19명 / 현원 18명

구 분	계	일 반 직							기타
		소계	4급	5급	6급	7급	8급	9급	
홍보담당관	18	18	-	1	3	6 (임기제3)	6 (임기제3)	2	

□ 주요업무

부 서 명	주 요 업 무
홍 보 담 당 관	○ 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 	카카오톡 	인스타그램 	카툰채널 	엑스 
개 설	'15. 11월	'11. 8월	'18. 3월	'15. 1월	'17. 1월	'17. 10월	'11. 7월
구독자	17,018	57,251	16,736	19,533	30,102	27,317	7,762

비 전

시민 공감, 소통 행정, 앞서가는 구미

정 책 목 표

시민중심의 전략적 도시 홍보 구현

추진전략	중점 추진과제
언론매체를 통한 전략적 시정홍보	① 체계적 언론홍보를 통한 도시브랜드 마케팅 ② 다양한 매체 활용으로 시민 알권리 충족 ③ 시정기사 데이터 베이스 구축 및 분석 ④ 상시 모니터링 및 행정 대응 능력 강화
시민과 함께 하는 소통형 홍보	① 시민과 공감·소통하는 양방향 시정 구현 ② 생활밀착형 시정홍보로 시민 공감대 조성 ③ 정기간행물 제작을 통한 유익한 정보 제공
뉴미디어 활용 구미시 브랜드 마케팅	① 홍보매체의 다각화로 시민 만족도 제고 ② 시민과 함께하는 참여형 콘텐츠 제작 ③ SNS채널별 맞춤형 홍보 활성화

홍 보 담 당 관

연 번	세 부 사 업 명	
1	시민 체감 밀착형 시정 홍보	
	1-1	카카오톡 친구 5만 플러스 알림톡!톡!
	1-2	「무엇이든 홍보해 드립니다」
2	시민과 함께하는 참여형 콘텐츠 제작	
3	언론매체를 통한 전략적 집중 홍보	
	3-1	미디어 기록물 전산시스템 구축
	3-2	주요시정 홍보자료 배포
	3-3	상시 모니터링 및 대응 강화
	3-4	신속·정확한 보도를 위한 현장 취재지원
	3-5	주요 시정홍보를 통한 시민 공감대 형성
4	홍보매체의 다각화로 시 브랜드 이미지 제고	
	4-1	공식 SNS 활용 도시 브랜드 홍보
	4-2	다양한 홍보매체 활용 시정 홍보

▷(필요성) 정보 접근성 향상을 통한 시민 만족도 제고

▷(추진방향)

- 시정소식 알림톡 발송 확대로 수요자 중심의 정보 제공
- 실생활 속 궁금증 해소를 위한 알림 콘텐츠 발굴 추진

1-1. 카카오톡 친구 5만 플러스 알림톡!독! 신규



- 기 간 : 연중
- 내 용 : 시민 점점 장소에서 홍보맨이 되어 적극 가입 독려
- 추진현황
 - 카카오톡 채널 친구추가 전부서 협조 공문 발송 : '24. 2월
 - ※ 전직원을 시작으로 통장, 각종 단체 등 알림톡 수신대상 확대
 - 카카오톡 채널 친구추가 이벤트 실시 : '24. 5월 ~ 계속
 - ※ 축제 · 행사현장, 전통시장, 로컬푸드직매장 등
- 추진성과 : 카카오톡 채널 친구 2배 확보
 - ※ 1.3만('24. 2.) → 2.7만('24. 12.) / 2배 증가
- 향후계획 : 지속적으로 채널 친구 확대
 - 알림톡 수신 목표 : 5만명

1-2. 「무엇이든 홍보해 드립니다」 신규

- 기 간 : 연중
- 홍보대상 : 관내 기업체 및 소상공인, 농산품 등
- 내 용
 - 시정소식 알림톡 서비스 월 1회에서 2회로 확대 발송
 - ※ 시정소식지 모바일 발송(기존), 생활소식 및 소상공인 홍보 등(추가)
 - 실생활과 밀접한 정책 및 정보 게재 강화
 - (주요 시책, 다양한 수당 정보, 소상공인 지원, 핫플 소식 등)

담당부서 : 홍보담당관 홍보기획팀 (☎6701)

▷(필요성) 시민 참여형 콘텐츠 제작으로 시정홍보 확대

▷(추진방향)

- 이색적인 콘텐츠와 채널별 특성에 맞는 기획목표 설정으로 전략적 홍보 추진
- 다양한 계층을 대상으로 현장 소통행정 진행

□ 주요내용

- 기 간 : 연중
- 제작편수 : 15편 정도
- 사업내용
 - 구미영상미디어센터 수강생 등 시민참여형 시정홍보 콘텐츠 제작
 - 구오룡(홍보남)이 진행하는 쌍방향성, 타깃세분화 홍보전략 추진
 - 다양한 시민들의 인터뷰 '시민들이 바라보는 구미시' 소개
 - * SNS 사전홍보를 통해 다양한 시민 참여 추진
 - 관내 기업체 가동현장의 생생 홍보 및 근로 체험 진행
 - 대학가 학생들에게 듣는 일자리 및 청년 지원 시책 홍보
 - 활동중인 동호회 소개와 인터뷰를 통해 구미에서 즐길 수 있는 이색 문화 생활정보 소개
- 기대효과
 - 시민참여형 콘텐츠 제작으로 행정의 양방향 소통 활성화
 - 차별화된 홍보 콘텐츠를 통한 시정 관심도 제고

담당부서 : 홍보담당관 뉴미디어팀 (☎6726)

3

언론매체를 통한 전략적 집중 홍보

▷(필요성) 매체 특성에 맞는 전략적 시정 홍보 강화

▷(추진방향)

- 체계적인 영상·사진 관리로 시의성 있는 보도자료 배포
- 신속·정확한 시정 소식 전달을 통한 정보 신뢰성 확보
- 언론매체와의 유기적 협력관계 유지로 역점사업 적극 집중 홍보

3-1. 미디어 기록물 전산시스템 구축 신규

- 목 적 : 영상 및 사진 전산화로 행정의 효율성 향상
- 주요내용
 - 기 간 : '25. 1 ~ 6월
 - 사 업 비 : 103백만원
 - 사업내용
 - 기록물(영상·사진)의 체계적인 저장 및 관리
 - 스토리지 및 소프트웨어(S/W) 도입
 - 시각화 페이지 제작(스트리밍)
 - 기록물 디지털화 작업(필름·테이프 → 디지털 파일)
- 세부추진계획
 - 보안성 검토, 정보화 협의 등 행정절차 이행 : '25. 1 ~ 2월
 - 업체 선정 : '25. 3월
 - 사업 시행 : '25. 3 ~ 6월
- 기대효과
 - 저장장치 및 서버를 통해 각종 기록물 활용 편리성 도모
 - 체계적인 자료 관리로 시의성 있는 보도자료 배포 가능

3-2. 주요시정 홍보자료 배포

- (보도자료) 보도자료 배포를 통한 시정홍보 극대화
 - 주간 홍보 계획을 통한 보도자료 생성

(단위 : 건 / 기간 : '24. 1. 1.~ 12. 13.)

배 포 건 수	보 도 건 수
2,169	39,170

- 시기성 있는 보도자료 발굴로 주요 언론 보도율 제고

(단위 : 건 / 기간 : '24. 1. 1.~ 12. 13.)

주요 지역언론 1면 보도 건수				
합계	반도체	방산	투자 유치	이슈
87	20	12	14	41

- (방송홍보) 미디어를 활용한 대외 홍보 강화
 - 지상파, 종편, 케이블을 통한 시정 주요 정책 홍보

(단위 : 회 / 기간 : '24. 1. 1.~ 12. 13.)

구 분	합계	KBS	MBC	TBC	YTN	TV조선	MBN	채널A	새로넷
리포터	212	13	5	37	10	2	30	2	113
단 신	409	59	12	107	34	0	10	1	186

- (브리핑) 언론브리핑을 통한 시민소통 강화
 - 신년 기자간담회, 도시계획 사전협상제도 시행, 민선8기 2주년 성과 등

3-3. 상시 모니터링 및 대응 강화

- (스크랩) 중앙지 7개, 경제지 5개, 지방지 7개, 방송 9개, 통신 3개(총 31개)
- (데이터베이스 구축) 보도분석을 통한 데이터 확보 및 활용
- (상시 모니터링) 모니터링으로 부서와 상시 소통하여 비판·지적기사에 대한 대응력 강화
- (왜곡보도) 부정확·왜곡보도에 대해 실시간 설명자료 배포 등 언론 대응 추진
 - 매체 영향력, 이슈 민감성 및 확산 가능성 등 종합적 검토 후 대응 여부 판단

< 부정확·왜곡보도 단계적 대응방안 >

경미한 사안	중대한 사안	법적 구제 조치
사실관계 설명·해명자료 배포 및 홈페이지 게재	반론보도 또는 정정보도 요구	언론중재위 제소 및 소송 제기

3-4. 신속·정확한 보도를 위한 현장 취재지원

- 시정 주요정책과 연계한 현장감 있는 보도 지원
 - 방송보도용 홍보자료 기획·발굴 및 촬영
 - 방송사와 유기적 협력을 통한 현장 취재 강화
- 시정촬영 사진·영상물의 효율적 관리
 - 자체 촬영 홍보 영상의 질적 향상 및 전 부서 활용 제공
 - 현장 촬영 데이터 공유 지원으로 언론 보도율 향상

3-5. 주요시정 홍보를 통한 시민 공감대 형성

- 시정홍보지 「구미시대」 발간
 - 시정소식, 문화행사, 생활정보 안내
 - 기획단계부터 구미 예술인, 지역 대학 등과
협업하여 시민 흥미유발, 공감 소재로 지면 구성
 - 모바일구독자 지속 확보로 소식전파율 제고
- 시정 홍보영상 제작
 - 정책사업 및 산업, 문화, 육아복지분야 등 부서 협업·소통을
통한 홍보 전략 수립으로 영상의 전달력 제고
- ※ 도시브랜드, 저출생극복, 2025 구미아시아육상경기선수권대회 영상 제작 등
- 기획기사 발굴로 핵심사항 전략적 홍보
 - 시의성 높은 주제에 대한 언론 기고 홍보
 - 핵심 시책, 주요 이슈, 시정 철학에 대한 집중 홍보



담당부서 : 홍보담당관 홍보기획팀 (☎6701) / 보도팀 (☎6711)

4

홍보매체의 다각화로 시 브랜드 이미지 제고

▷(필요성) 적재적소형 홍보체계 구축으로 홍보 사각지대 해소

▷(추진방향)

- 트렌디한 방법의 시정소식 및 생활정보 제공으로 시민 알권리 제고
- 매체 특성별 맞춤형 홍보를 통한 행정 만족도 향상

4-1. 공식 SNS 활용 도시 브랜드 홍보

- 기 간 : 연중
- 내 용
 - 유행하는 패러디 및 밈(meme)*을 활용한 농·특산물 홍보
 - * 밈(meme) : 인터넷 커뮤니티나 SNS 등지에서 퍼져나가는 여러 문화의 유행
 - 웹드라마, 뮤직비디오 형식 등을 활용한 관광지 소개
 - 구미시 홍보맨이 알려주는 궁금해소 영상물 제작
 - 무인민원발급기 사용법, 다자녀 혜택, 야간 민원실 운영 등
- 그간 추진현황 및 향후계획
 - 다양한 콘텐츠(유튜브, 쇼츠 등)를 활용한 주요 시정 홍보 : 127건('24. 12월말)
 - * 금오천 벚꽃축제, 일선정품 브랜드 홍보, 저출생 극복 기부 등
 - SNS 콘텐츠 경향 분석, 제작 및 홍보 : 연중
- 추진성과
 - 공식 SNS 채널 이용자 수 증가

(단위 : 명 / 기준 : '24. 12. 13.)

구분	이용자수		증가수	증가율
	2023	2024		
카카오채널	18,000	27,317	9,317	52%
유튜브	10,972	17,018	6,046	55%
인스타그램	25,521	30,102	4,581	18%

- 주요 채널별 최다 조회수

(단위 : 회)

채널	콘텐츠명	조회수	비고
유튜브	청춘 금오천 벚꽃 페스티벌 영상	47,426	
인스타그램	구미 관광 명소 소개 영상	1,386,000	

※ 평균 조회수 : 유튜브(2천 회) / 인스타그램(4만 회)

4-2. 다양한 홍보매체 활용 시정 홍보

- 기 간 : 연중
- 내 용
 - 인기 방송 프로그램 활용
 - 포털사이트 브랜드 검색 운영(네이버 PC, 모바일)
 - TMAP(내비게이션) 음성 광고 활용
 - KTX 열차 객실 내, 학원가·대학가 등 청년 인구 밀집지역 옥외 광고

2024년 구미가 소개된 프로그램



나는 솔로(SBS Plus)



전현무계획(MBN)



6시내고향(KBS)

○ 매체별 추진성과 및 향후계획

구분	옥외 광고	전광판	브랜드 검색	비고
추진성과 (2024년 12월 말)	16개소 (88회)	45개소 (799회)	8회	경북도민체육대회, 일선정품, 낭만야시장, 벚꽃 페스티벌
향후계획 (2025년)	16개소 (98회)	45개소 (840회)	9회	아시아 육상경기선수권대회, 5공단 유치, 라면축제

담당부서 : 홍보담당관 보도팀 (☎6711), 뉴미디어팀 (☎6726)