



제 262회 제2차 정례회
2021. 11. 5.(금) ~ 12. 14.(화)
행정자치위원회

- 2021년도 -
행정사무감사자료



대전광역시
홍보담당관

차 례

공 통 사 항

1. 분장사무 현황	5
2. 행정사무감사 조치결과(2019년, 2020년)	6
3. 시정 질문 조치결과(2019~2021)	19
4. 상임위 활동시 지적 및 요구사항 처리결과(2019~2021)	20
5. 다수인 민원(5인 이상) 처리 현황(2021)	22
6. 위원회(협의회 등) 운영 현황(2019~2021)	22
7. 상급기관 및 자체감사 수감 현황(2019~2021)	24
8. 다수인 참여 행사(100인 이상)(2019~2021)	24
9. 부정적 언론 보도내용 및 처리결과(2020.10~2021.9)	24
10. 보조금 지원현황 및 정산(집행) 내역	24
11. 특별교부세 집행현황(2019~2021)	24
12. 예비비 지출내역(2019~2021)	24
13. 예산전용 현황(2019~2021)	24
14. 예산의 변경 현황(2019~2021)	24

홍보담당관 소관

1. 시정 홍보매체 현황(2019~2021, 타 광역시 등 비교)	27
1-1. 시 보유 홍보매체 현황	27
1-2. 시민 이용 실적 세부내역	27
2. 주요 시정홍보 현황(2019~2021)	29
3. 권역 외 시정홍보 추진실적(2019~2021)	30
4. 대형 홍보판 및 전광판 홍보실적(2019~2021)	37
5. 시정홍보를 위한 간행물 제작 현황(2019~2021)	42
6. 뉴미디어 활용 홍보 현황 및 실적(2019~2021)	43
7. 대전 홍보관 운영 현황(2019~2021)	46
8. 브랜드슬로건 홍보 실적 현황(2020~2021)	47
9. 대전 상징조형물 관리 현황(2019~2021)	48
10. 대학생 홍보단 운영 현황 및 추진실적	49
11. 민선7기 여론조사·분석 결과 및 활용현황(2019~2021)	50
12. 홍보대사 위촉현황 및 활동내역(2019~2021)	52
13. 시 청사(외벽) LED전광판(사이니지) 설치사업 추진현황	53

I . 공 통 사 항

1. 분장사무 현황

부서	정원	팀	현원	분 장 사 무	비고
홍 보 담당관	22	3	22		
	22	홍보총괄팀	12	<ul style="list-style-type: none"> • 시정 홍보계획 수립 및 추진 • 시정 연설문 작성 및 시민친화형 홍보문안 협업 • 시정에 대한 시민의견 수렴 및 분석을 위한 여론조사 • 홍보매체(홍보관, 옥외광고물 등) 설치·운영 • 홍보매체 시민이용 추진 • 시정소식지 편집·발행 • 인사·조직·감사 및 주요업무계획 • 일반서무 및 보안, 예산·회계에 관한 사항 • 시정 홍보 광고디자인 제작 	
		뉴미디어팀	7	<ul style="list-style-type: none"> • 대시민 온라인소통 홍보 전략 수립 및 총괄 • 시 공식 SNS 채널 및 블로그 운영 • 소셜미디어기자단 및 대학생홍보단 운영 • 뉴미디어 홍보매체 발굴 및 홍보 • 온라인 홍보영상 촬영 및 편집 • 온라인 콘텐츠 기획·제작 • 인포그래픽 기획·제작 	
		도시 브랜드팀	3	<ul style="list-style-type: none"> • 도시브랜드 기본계획 수립 및 신규사업 발굴 • 시 브랜드슬로건 활용 홍보사업 • 브랜드슬로건 상징물 설치 및 유지관리 • 상징물 사용승인 등에 관한 사항 • 도시마케팅위원회 운영 	

2. 행정사무감사 조치결과(2019년, 2020년)

□ 총 13건 / 완료 8건, 추진 중 5건

○ 2019년 : 총 5건(완료 5건)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 결 과	담 부 당 서
<p>○ (5-1) 대전방문의 해 통합 홍보팀 운영</p> <p>- 지난해 대전방문의 해 통합홍보팀을 운영한 다는 계획이 있었는데, 현재까지 부서별 협의조차 이뤄지지 않고 있는 상황으로</p> <p>- 3년으로 확장한 대전 방문의 해 전략적 홍보를 위해서 더더욱 필요한 것으로 판단되는데 조 속한 검토가 필요</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ 대전방문의 해 통합홍보팀 운영</p> <p>- 구성 : 관광마케팅과+대변인</p> <p>- 운영 : 수시 협의</p> <p>⇒ ① 콘텐츠제작: (주)관광마케팅과, (부)대변인 ② 매체홍보: (주)대변인, (부)관광마케팅과</p> <p>〈추진상황〉</p> <p>○ 대전방문의 해 통합운영팀 회의 개최</p> <p>- 일 시 : 2회 / '19. 1월, 4월</p> <p>- 참여자 : 관광마케팅과+대변인+자치구 관광홍보부서</p> <p>- 내 용 : 자치구 실무추진단과 홍보 협력 방안 협의, 유성구 아람간판 활용 방문의 해 홍보 추진 등</p> <p>○ 통합홍보 상호협력체계 구축</p> <p>- 대전 방문의 해 관련 광고시 관광마케팅과와 수시 협의</p> <p>○ 홍보매체 분담으로 효율적 예산 집행(2020년)</p> <p>- 서울역 연중 광고(관광마케팅과)</p> <p>- 대전역, 대전복합터미널 연중 광고(홍보담당관)</p> <p>○ 코로나19로 인해 대전방문의 해 축소 운영에 따라 관광홍보 비중 축소</p> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 대전관광콘텐츠 홍보시 관광마케팅과와 협의를 통해 중복없는 전략적 홍보 추진</p>	완료	홍보담당관

(2019년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서																																																														
<p>○ (5-2)</p> <p>대전시 보유 홍보매체 개방 적극 추진 검토</p> <p>- 소상공인 활성화를 위하여 대전시 보유 홍보매체를 더욱 개방할 필요성이 있음</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ 시 홍보매체 시민이용 추진</p> <p>- 근거 : 대전광역시 홍보매체 이용조례('15.10.)</p> <p>- 운영 : 연 2회(상·하반기)</p> <p>- 선정 : 공모 후 홍보매체운영위원회 심의</p> <p>* 분야별 전문가 12인 위촉(제3기/ '20.4.29.)</p> <p>- 지원 : 디자인기획+홍보물 제작→매체활용 홍보</p> <p>- 흐름 : 공모→심의·선정→디자인제작→홍보</p> <p>〈그간 추진상황〉</p> <p>○ 홍보매체 시민이용 추진 현황 / 접수 381, 선정 160</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">구 분</th> <th>계</th> <th>전통 시장</th> <th>사회적 기업</th> <th>협동조합 소기업</th> <th>비영리 단체 등</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">계</td> <td>접수</td> <td>381</td> <td>26</td> <td>71</td> <td>148</td> <td>136</td> </tr> <tr> <td>선정</td> <td>160</td> <td>22</td> <td>33</td> <td>51</td> <td>54</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>선정</td> <td>28</td> <td>10</td> <td>11</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>선정</td> <td>25</td> <td>0</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>선정</td> <td>26</td> <td>4</td> <td>0</td> <td>13</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>선정</td> <td>27</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>11</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>선정</td> <td>26</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>2021(1차)</td> <td>선정</td> <td>28</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>12</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table> <p>○ 시민이용 홍보매체 확대</p> <p>- 시교육청, 도시공사, 마케팅공사와 협업하여 홍보매체(LED전광판 3대) 추가 확보</p> <p>○ 홍보매체 이용자 추가 선정</p> <p>- 코로나19로 어려운 경제상황 감안하여 이용자 선정 확대</p> <p>- '20년도 26개 → '21년도 52개 업체 선정 계획</p> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 홍보매체 이용 지속적 확대</p> <p>- 통계교육원, 국립중앙과학관 등 전광판 사용 요청 등</p> <p>- 재능기부 초과분 디자인 기획 방안 모색</p>	구 분		계	전통 시장	사회적 기업	협동조합 소기업	비영리 단체 등	계	접수	381	26	71	148	136	선정	160	22	33	51	54	2016	선정	28	10	11	3	4	2017	선정	25	0	7	7	11	2018	선정	26	4	0	13	9	2019	선정	27	2	5	11	9	2020	선정	26	3	5	5	13	2021(1차)	선정	28	3	5	12	8	완료	홍보담당관
구 분		계	전통 시장	사회적 기업	협동조합 소기업	비영리 단체 등																																																											
계	접수	381	26	71	148	136																																																											
	선정	160	22	33	51	54																																																											
2016	선정	28	10	11	3	4																																																											
2017	선정	25	0	7	7	11																																																											
2018	선정	26	4	0	13	9																																																											
2019	선정	27	2	5	11	9																																																											
2020	선정	26	3	5	5	13																																																											
2021(1차)	선정	28	3	5	12	8																																																											

(2019년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서																								
<p>○ (5-3) 찾기 쉬운 뉴미디어 홍보방법 강구</p> <p>- 인터넷 포털(다음)에서 ‘대전시 블로그, 인스타그램, 카카오톡스토리’ 등을 검색할 경우 쉽게 찾기가 어려움</p> <p>- 서울시 등 타시도의 홍보채널 운영을 참고하여 누구나 검색하기 쉬운 뉴미디어(SNS) 채널 홍보방법 강구</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ SNS 채널 운영 현황</p> <table> <tr> <th>매체구분</th> <th>개설일</th> <th>포스팅(1일)</th> </tr> <tr> <td>트 위 터</td> <td>2010. 8. 23.</td> <td>2~3건</td> </tr> <tr> <td>페 이 스 북</td> <td>2011. 1. 10.</td> <td>2~3건</td> </tr> <tr> <td>카카오톡스토리</td> <td>2014. 9. 1.</td> <td>2~3건</td> </tr> <tr> <td>인 스타 그 램</td> <td>2015. 4. 1.</td> <td>2~3건</td> </tr> <tr> <td>밴 드</td> <td>2016. 9. 20</td> <td>7~8건</td> </tr> <tr> <td>블 로 그</td> <td>2010. 3. 27.</td> <td>3~4건</td> </tr> <tr> <td>카 카 오 톡</td> <td>2020. 8. 24.</td> <td>2~3건</td> </tr> </table> <p>〈그간 추진상황〉</p> <p>○ ‘네이버’의 경우 시 홈페이지와 연관 채널로 자동 표출이 되고 있으며, ‘다음’의 경우는 우리 시 SNS 매체별로 검색창에 입력 시 바로 표출되도록 조치함</p> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 연령, 성별, 취향, 채널별 특색을 살린 맞춤형정보를 제공하고, 모니터링 및 피드백으로 시민소통 강화</p>	매체구분	개설일	포스팅(1일)	트 위 터	2010. 8. 23.	2~3건	페 이 스 북	2011. 1. 10.	2~3건	카카오톡스토리	2014. 9. 1.	2~3건	인 스타 그 램	2015. 4. 1.	2~3건	밴 드	2016. 9. 20	7~8건	블 로 그	2010. 3. 27.	3~4건	카 카 오 톡	2020. 8. 24.	2~3건	완료	홍보담당관
매체구분	개설일	포스팅(1일)																									
트 위 터	2010. 8. 23.	2~3건																									
페 이 스 북	2011. 1. 10.	2~3건																									
카카오톡스토리	2014. 9. 1.	2~3건																									
인 스타 그 램	2015. 4. 1.	2~3건																									
밴 드	2016. 9. 20	7~8건																									
블 로 그	2010. 3. 27.	3~4건																									
카 카 오 톡	2020. 8. 24.	2~3건																									

(2019년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서
<p>○ (5-4) 민선7기 대전시정에 대한 객관적인 여론 조사와 평가 실시</p> <p>- 19년 성과결산 및 20년 주요사업에 대한 시민 여론조사 용역을 실시 하고 있는 가운데,</p> <p>- 지난, 민선7기 1년 시정평가 조사에 대해 부정적인 여론이 많았던 점을 참고하여, 향후 객관적인 여론 조사와 평가가 이루어질 수 있도록 추진 바램</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ 사업개요</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사업기간 : 2019. 4. ~ 12월 - 조사대상 : 시정 주요정책 및 현안사항, 시의성 있는 사업 등 - 추진방법 : 전문 리서치 기관 위탁 진행 - 조사방식 : 전화설문, ARS조사, FGI조사 전문가 심층인터뷰 등 <p>〈그간 추진상황〉</p> <p>○ 시 홈페이지상 시민의식조사 코너를 신설, 여론결과를 정책수혜자인 시민과 상시 공유</p> <p>○ 또한, 여론결과를 시민들에게 알기 쉽게 전달코자 인포그래픽으로 작성하여 시각적 효과 제고</p> <p>○ 앞으로도 성별, 연령별, 지역별 등 고려하여 신뢰성 있는 여론조사와 평가가 될 수 있도록 지속적으로 추진토록 하겠음</p> <div style="border: 1px dotted black; padding: 5px;"> <p>▶ '19년 민선7기 1주년 시민여론조사 완료 (5. 29. ~ 6. 27.) / 22,730천원</p> <p>▶ '19년 성과결산 및 20년 주요추진사업 여론조사 완료 (11. 7. ~ 12. 13.) / 28,846천원</p> <p>▶ 대전관광 활성화를 위한 대전방문실태조사 여론조사 완료('19. 12. 5. ~ 12. 24.) / 14,230천원</p> <p>▶ '19년 대시민 정기여론조사 완료: 총12회 (7. 30. ~ 12. 30.) / 80,500천원</p> <p>▶ '20년 대시민 정기여론조사 완료: 총11회 (4. 21. ~ 12. 31.) / 89,000천원</p> <p>▶ '21년 대시민 정기여론조사 진행중: 총6회 (5. 7. ~ 12. 20.) / 81,550천원</p> </div> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 시정 여론조사 결과를 관련부서와 공유하여 정책수립·추진평가 등의 기초자료로 활용토록 지원</p>	완료	홍보담당관

(2019년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서
<p>○ (5-5) 주요관광지 대전홍보판 설치 운영 건의</p> <p>- 대전을 찾는 관광객에게 지역 홍보를 위하여 주요 관광지에 대전을 상징하는 모형의 홍보판 등을 설치·운영할 것을 건의</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ 관광안내도 설치 현황</p> <p>- 위치/개소 : 대전역 동광장 등 24개소 ※ 가로6m이상 4개소, 3*2 18개소, 3m미만 2개소</p> <p>〈추진상황〉</p> <p>○ 관광안내용 키오스크 설치·운영(20년 9월 현재) *관광마케팅과</p> <p>- 규 격 : 49인치 모니터, 터치스크린</p> <p>- 수 량 : 6대(1대 단가 12백만원)</p> <p>- 위 치 : 대전복합터미널, 대전트래블라운지 등 6개소</p> <p>- 내 용 : 대전관광명소 등 관광정보 검색</p> <p>○ 서대전톨게이트 관광안내도 교체(관광마케팅과)</p> <p>- 설치일 : 2020. 9. 26.</p> <p>- 규 격 : 38m×43.4m(1면)</p> <p>- 위 치 : 서대전톨게이트 대전입구방향</p> <p>- 내 용 : 대전을 찾는 관광객들에게 눈에 잘 띄도록 ‘장태산자연휴양림’을 디자인하여 제작·게첨</p> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 주요 관광지 홍보판 설치 검토·추진</p> <p>- 관광마케팅과와 협의, 주요 관광지 중 추가 설치 가능한 지역 현황 파악 및 설치 여건, 예산 등 종합적 검토 후 추진</p>	완료	홍보담당관

○ 2020년 : 총 8건(완료 3건, 추진 중 5건)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서																								
<div>○ (8-1) 효율적인 시정홍보를 위한 새로운 홍보전략 마련</div> <div>- 소통과 홍보가 민선7기의 주요 용어 중 하나이고 뉴미디어를 활용한 홍보 실적이 매년 증가하고는 있지만</div> <div>- 대전블루스 유튜브 구독자수가 타 소셜 미디어에 비해 상당히 적어 개별 콘텐츠 홍보의 효율성이 떨어지고 있고</div> <div>- 대전관광 홍보, 대전시소, 대전형마을공동체 등 각 실국별 주요 정책에 대해서는 아직까지 소통과 홍보가 미흡함</div> <div>- 부서에서 추진하는 주요 정책에 대한 실질적인 홍보를 위한 홍보 담당관 역할이 중요</div> <div>- 단순한 정보제공을 지양하고 톡톡튀는 시정홍보 전략을 통해 효율성을 높일 수 있는 홍보 전략 마련</div>	<div><기본현황> ○ 뉴미디어 채널 현황 (2021.9월 기준)</div> <table><tr><th>매 체 구 분</th><th>개 설 일 자</th><th>친구수(명)</th></tr><tr><td>페 이 스 북</td><td>2011. 1. 10.</td><td>147,799</td></tr><tr><td>밴 드</td><td>2016. 9. 20.</td><td>42,502</td></tr><tr><td>인 스 타 그 램</td><td>2015. 4. 1.</td><td>29,254</td></tr><tr><td>트 위 터</td><td>2010. 8. 23.</td><td>15,890</td></tr><tr><td>블 로 그</td><td>2010. 3. 27.</td><td>30,407</td></tr><tr><td>카 카 오 톡</td><td>2020. 8. 24.</td><td>41,099</td></tr><tr><td>유 튜 브</td><td>2020. 1. 1.</td><td>10,000</td></tr></table> <div><그간 추진상황> ○ 2020년도 뉴미디어 홍보실적 - 수요자 중심의 맞춤 정보 제공: 홍보콘텐츠 6,000여 건 • 코로나19 현황 및 대책, 혁신도시 지정, 온통대전 발행, 언택트 관광지, 트램 새로운 브랜드슬로건 등 집중 홍보 - 실국별 홍보계획, 보도자료 등 활용 핵심 홍보 아이템 선정 ○ 홍보 플랫폼 신설 및 유튜브 홍보 강화 - 공식 유튜브 채널 「대전블루스(11)」, 「카카오톡(824)」 - 유튜브 홍보콘텐츠 다각화 및 채널 활성화 추진 • 게시영상물: 190여 편 / 다양한 소재 발굴·기획 및 전문제작 병행으로 온라인 확산 제고 • 구독자수 확대: 6월(1,000여 명) ▶ 12월(6,300여 명) ※ 누적 조회수: 718천여 회 ○ 2021년도 뉴미디어 홍보실적 - 시 주요 정책 및 재난정보 제공: 홍보콘텐츠 4,300여 건 • 코로나19 현황, 백신정보, 창안정책, 다가온 대전형 뉴딜 등 - 유튜브 채널 활성화를 위한 홍보콘텐츠 강화 • 시민주도 영상콘텐츠 제작으로 시민공감 제고 • 구독자수 10,000명 돌파(21.9월) / 누적조회수 2,154천회</div> <div><향후계획> ○ 실국별 주요 정책 홍보 협업 강화 - 부서협업 확대를 통한 추진시책별 맞춤형 홍보 콘텐츠 제작 지원 - 홍보매체에 따른 사용자 분석, 게시물 노출 방식 등을 고려한 홍보전략 마련</div>	매 체 구 분	개 설 일 자	친구수(명)	페 이 스 북	2011. 1. 10.	147,799	밴 드	2016. 9. 20.	42,502	인 스 타 그 램	2015. 4. 1.	29,254	트 위 터	2010. 8. 23.	15,890	블 로 그	2010. 3. 27.	30,407	카 카 오 톡	2020. 8. 24.	41,099	유 튜 브	2020. 1. 1.	10,000	완료	홍보담당관
매 체 구 분	개 설 일 자	친구수(명)																									
페 이 스 북	2011. 1. 10.	147,799																									
밴 드	2016. 9. 20.	42,502																									
인 스 타 그 램	2015. 4. 1.	29,254																									
트 위 터	2010. 8. 23.	15,890																									
블 로 그	2010. 3. 27.	30,407																									
카 카 오 톡	2020. 8. 24.	41,099																									
유 튜 브	2020. 1. 1.	10,000																									

(2020년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서																		
<p>○ (8-2)</p> <p>만족도와 홍보효과가 떨어지는 홍보매체 이설 및 신규설치 검토</p> <p>- 대전시가 보유하고 있는 홍보매체가 다양하지 않고, 그 개수 또한 부족해 옥외광고에 대한 만족도와 홍보효과가 떨어지기에 이설 또는 신규 설치 등 개선 검토</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ 홍보매체 현황</p> <table> <tr> <th>구 분</th> <th>수 량</th> <th>비 고</th> </tr> <tr> <td>계</td> <td>27개</td> <td></td> </tr> <tr> <td>대형홍보판</td> <td>2개</td> <td>대덕대교, 카이스트교</td> </tr> <tr> <td>지하차도 홍보판</td> <td>23개</td> <td>시정구호 홍보판</td> </tr> <tr> <td>멀티비전(DID)</td> <td>1대</td> <td>홍보관(시청 1층)</td> </tr> <tr> <td>야간 그림자광고</td> <td>1대</td> <td>시청 동측 벽면</td> </tr> </table> <p>〈그간 추진상황〉</p> <p>○ 홍보효과 미흡한 시설물 철거</p> <p>① 시청역네거리 대형전광판 철거</p> <p>- 기 간: '20. 3. 10. ~ 4. 3.</p> <p>- 공사액: 13,300천원</p> <p>- 사 유: 시설물 노후화로 효과 미흡</p> <p>② 까치네거리 대형홍보판 철거</p> <p>- 기 간: '20. 8. 11. ~ 9. 3.</p> <p>- 공사액: 11,800천원</p> <p>- 사 유: 강풍으로 인한 전도 위험성 매우 높음</p> <p>③ 삼재고개 대형홍보판 철거</p> <p>- 기 간: '21. 3. 8. ~ 3. 29.</p> <p>- 공사액: 12,800천원</p> <p>- 사 유: 효과 미흡, 위험도 높음(D등급)</p> <p>○ 홍보매체 신규 설치</p> <p>① 야간 그림자광고 송출 장비 교체</p> <p>- 기 간: '21. 1. 14. ~ 1. 26.</p> <p>- 사업비: 무료(이전 설치)</p> <p>- 내 용: 영상 송출이 가능한 장비로 교체</p> <p>② 청사 디지털 미디어 전광판 구매 및 설치</p> <p>- 기 간: '21. 7월 ~ '22. 1월</p> <p>- 사업비: 800,000천원</p> <p>- 효 과: 복합적인 홍보 수요 적극 대처</p> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 청사 디지털 미디어 전광판 설치 본격 추진</p> <p>- '21. 10월: 전광판 구매(설치)계약 및 착공</p> <p>- '22. 1월: 준공</p>	구 분	수 량	비 고	계	27개		대형홍보판	2개	대덕대교, 카이스트교	지하차도 홍보판	23개	시정구호 홍보판	멀티비전(DID)	1대	홍보관(시청 1층)	야간 그림자광고	1대	시청 동측 벽면	추진중	홍보담당관
구 분	수 량	비 고																			
계	27개																				
대형홍보판	2개	대덕대교, 카이스트교																			
지하차도 홍보판	23개	시정구호 홍보판																			
멀티비전(DID)	1대	홍보관(시청 1층)																			
야간 그림자광고	1대	시청 동측 벽면																			



(2020년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서
<p>○ (8-3) 시정소식지 배부방식 개선</p> <p>- 주요 시정 알람이 역할을 하고 있는 시정소식지가 보다 많은 시민들이 접하여 시정을 이해하고 함께 공유할 수 있는 개선된 새로운 배부방식이 필요</p>	<p>〈기본현황〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 월 14,500부 배부 <ul style="list-style-type: none"> - 다중집합장소에 직접 배달하는 직송과 애독자 등에게 우편으로 발송하는 우송의 적절 배분 - 애독자 중심의 효율적 배부 ○ 배부 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 직접송부: 다중집합장소 중심 4,500부 - 우편송부: 구독 신청 애독자 중심 10,000부 <p>〈그간 추진상황〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 2012년: 직접 송부 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 우송료 절감 위해 주민센터 통한 직송 확대 - 직송 비율 조정(5%→13%) ○ 2014년: 배부방법 개선 <ul style="list-style-type: none"> - 주민센터 통한 배부 점검 결과 효율성 저하 - 직송비율 조정(13%→11%) ○ 2016년: 예산삭감조치에 따른 직송 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 발행부수 축소(30,000부→14,500부) - 직송비율 확대(11%→32%) ○ 2021년: 시정알람이 역할 제고를 위해 우편송부 확대 <ul style="list-style-type: none"> - (기존) 9,800부 → (확대) 10,000부 / 200부 ↑ <p>〈향후계획〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 홈페이지와 SNS 이용 온라인 구독자 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 대전이즈유 홈페이지 홍보 및 구독 유도 - 시공식 SNS 활용 대전이즈유 기사 공유 ○ 꾸준한 신규 독자 증가와 시정홍보 활성화를 위해 발행부수 증대 적극 검토 	추진중	홍보담당관

(2020년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서																					
<p>○ (8-4)</p> <p>사회적 분위기와 시민의 정서를 고려한 소셜 미디어 콘텐츠 제작</p> <p>- “그까이꺼 대충 살아남기!” 라는 시정 유튜브 제작과 관련 포스트 코로나 시대에 어려움을 겪고 있는 시민들의 정서를 고려하지 않았던 것 같음</p> <p>- 소셜미디어 콘텐츠 제작 시 사회적 분위기와 시민의 정서 등을 고려해 기획할 필요가 있음</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ 소셜미디어 포럼 운영</p> <p>- 근 거: 대전광역시 소셜미디어 운영 조례</p> <p>- 운 영: 연 2회(상·하반기)</p> <p>- 방 법: 대면 또는 비대면(온라인) 방식</p> <p>- 내 용: 소셜미디어 활성화 방안 도출, SNS 홍보콘텐츠 제작 노하우 공유, 유튜브 전문가(크리에이터)의 성공 전략 강연, 참여자 질의응답 등</p> <p>- 예산액: 8,000천원(행사운영비)</p> <p>〈그간 추진상황〉</p> <p>○ 2020년도 소셜미디어 포럼 개최 현황</p> <table border="1"> <tr> <th>구 분</th> <th>당 초</th> <th>변 경</th> </tr> <tr> <td>일 시</td> <td>2020.11.20.(금) 14:00~16:00</td> <td>2020.11.26.(목) 16:00~17:30</td> </tr> <tr> <td>패 널</td> <td>개그맨 장동민, 前유도국가대표 조준호</td> <td>방송인 김준모, 중부대 변정민 교수</td> </tr> <tr> <td>주 제</td> <td>포스트 코로나시대, 크리에이터로서 그까이꺼 대충 살아남기 (유명 유튜버를 초청, 콘텐츠 기획 전략 및 구독자와의 실시간 소통방법 등 강연)</td> <td>포스트 코로나시대, 소셜미디어 성공 전략 (소셜미디어 전문가를 초청, 소셜미디어 콘텐츠 기획 전략, 온라인 소통, 비대면 인기 콘텐츠 제작 노하우 등 주제 강연)</td> </tr> <tr> <td>장 소</td> <td colspan="2">유튜브 스튜디오(서구 월평동 소재)</td> </tr> <tr> <td>참 여</td> <td colspan="2">온라인 접속 가능한 사람 누구나, 시민기자단, 직원 등</td> </tr> <tr> <td>방 법</td> <td colspan="2">코로나19 상황을 고려, 비대면(온라인) 개최 ※ 시 공식 유튜브 「대전블루스」를 통한 실시간 라이브 방송 및 댓글 참여</td> </tr> </table> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 2021년도 소셜미디어 포럼 개최</p> <p>- 운영: 1회(11월 중)</p> <p>- 방법: 코로나19 상황을 고려 개최 방식 적의 조정</p> <p>- 내용: 사회적 분위기와 시민들의 정서를 고려하고 포럼 개최 취지에 맞는 주제 선정 추진</p>	구 분	당 초	변 경	일 시	2020.11.20.(금) 14:00~16:00	2020.11.26.(목) 16:00~17:30	패 널	개그맨 장동민, 前유도국가대표 조준호	방송인 김준모, 중부대 변정민 교수	주 제	포스트 코로나시대, 크리에이터로서 그까이꺼 대충 살아남기 (유명 유튜버를 초청, 콘텐츠 기획 전략 및 구독자와의 실시간 소통방법 등 강연)	포스트 코로나시대, 소셜미디어 성공 전략 (소셜미디어 전문가를 초청, 소셜미디어 콘텐츠 기획 전략, 온라인 소통, 비대면 인기 콘텐츠 제작 노하우 등 주제 강연)	장 소	유튜브 스튜디오(서구 월평동 소재)		참 여	온라인 접속 가능한 사람 누구나, 시민기자단, 직원 등		방 법	코로나19 상황을 고려, 비대면(온라인) 개최 ※ 시 공식 유튜브 「대전블루스」를 통한 실시간 라이브 방송 및 댓글 참여		완 료	홍보담당관
구 분	당 초	변 경																						
일 시	2020.11.20.(금) 14:00~16:00	2020.11.26.(목) 16:00~17:30																						
패 널	개그맨 장동민, 前유도국가대표 조준호	방송인 김준모, 중부대 변정민 교수																						
주 제	포스트 코로나시대, 크리에이터로서 그까이꺼 대충 살아남기 (유명 유튜버를 초청, 콘텐츠 기획 전략 및 구독자와의 실시간 소통방법 등 강연)	포스트 코로나시대, 소셜미디어 성공 전략 (소셜미디어 전문가를 초청, 소셜미디어 콘텐츠 기획 전략, 온라인 소통, 비대면 인기 콘텐츠 제작 노하우 등 주제 강연)																						
장 소	유튜브 스튜디오(서구 월평동 소재)																							
참 여	온라인 접속 가능한 사람 누구나, 시민기자단, 직원 등																							
방 법	코로나19 상황을 고려, 비대면(온라인) 개최 ※ 시 공식 유튜브 「대전블루스」를 통한 실시간 라이브 방송 및 댓글 참여																							

(2020년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서
<p>○ (8-5) 청각장애인 편의제공을 위해 홍보 콘텐츠 제작 시 한글 자막 및 수어가 제공될 수 있도록 노력</p> <p>- 홍보 콘텐츠 영상을 제작할 때 청각장애인의 이용 편의를 위해 한글자막 및 수어가 포함되는 비율을 확대해 주시기 바라며, 시민들이 홍보콘텐츠의 정보 내용을 모두 이해할 수 있도록 제작해 주시기 바랍니다.</p>	<p>〈기본현황〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 유튜브 채널 운영 개요 <ul style="list-style-type: none"> - 개 설 일: 2020. 1. 1. - 채 널 명: 대전블루스 - 구독자수: 10,000여명 - 게시영상물: 355여 편 - 누적 조회수: 2,154천여 회 <p>〈그간 추진상황〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 동영상 업로드 시 한글자막을 포함 제작 <ul style="list-style-type: none"> - 시청자가 출연자의 발언 내용과 함께 주요 상황 속 맥락을 쉽게 이해할 수 있도록 가독성 있는 한글자막 포함 ○ 시정 브리핑 실시간 라이브 방송 시 수어 통역 제공 <ul style="list-style-type: none"> - 주요 시정 브리핑 시에 전문 수어 통역사를 배치하여 브리핑 내용을 알기 쉽게 전달 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;">  <p>영상제작 시 한글 자막 포함</p> </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; text-align: center;">  <p>시정 브리핑 시 수어 통역사 배치</p> </div> </div> <p>〈향후계획〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 청각장애인의 이용 편의 및 시민들의 콘텐츠 내용 이해도 제고를 위해 한글자막과 수어 포함 영상제작 확대 지속 추진 ○ 전문 기관에 의뢰하여 기 제작한 영상콘텐츠에 대한 청각장애인 이용 편의 제고를 위한 전문가 의견 수렴(11월 중) 	완 료	홍보담당관

(2020년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서
<p>○ (8-6) 브랜드슬로건 신속 교체</p> <p>- 브랜드슬로건이 변경되었음에도, 아직까지 교체되지 않은 시설 등이 있어 홍보 효과성이 떨어질 수 있음</p> <p>- 조속한 시일 내에 브랜드슬로건이 교체 될 수 있도록 노력</p>	<p>〈기본현황〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 추진기간: 2020. 9. 24. ~ 지속 ○ 내 용: 기존 브랜드 슬로건(It's Daejeon) 교체 ※ 가로등, 맨홀뚜껑 등 사용가능 자산 제외 ○ 예산액: 119,988천원 <p>〈그간 추진상황〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 공공청사(62개소) 및 육교·지하차도(26개소) 현판 교체 (2020. 9. 24. ~ 9. 28.) ※ 불필요한 예산사용 방지를 위해 부분교체 추진 ○ 본청 안내데스크 글자 조형물 교체(2개소) ○ 상징 조형물 내 기존 슬로건 교체(3개소) - 대전일보사 앞, 삼재고개, 원촌3거리 ○ 기타 본청 실·과, 직속기관, 사업소, 유관기관 등 90개 사무실(기관) 내·외부 안내사인, 슬로건기 등 자체 교체 완료 ○ 택시(개인/법인) 갓등 스티커 제작·배포('21.2월) <p>〈향후계획〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 인지하지 못하는 사각지대의 기존 슬로건 발견 시 즉시 교체 추진 ○ 택시(개인/법인) 부재스티커 및 갓등스티커 빠른 교체 추진 ○ Daejeon is U를 대전의 정체성이 담긴 우리 시 대표이미지로 구축하기 위한 체계적 브랜딩 추진으로 도시 경쟁력 강화 	추진중	홍보담당관

(2020년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서																											
<div>○ (8-7) 전국 홍보를 위한 권역 외 홍보 방안 마련</div> <div>- 매년 권역 외 홍보예산은 증액되었지만, 일부 지역에 편중되어 홍보효과가 떨어지고 홍보효과에 대한 분석이 미흡</div> <div>- 홍보효과 분석과 전국을 대상으로 홍보할 수 있는 방안 마련</div> <div>- 타 시도와의 협업을 통한 홍보가 이루어질 수 있도록 노력</div>	<div>〈기본현황〉</div> <div>○ 권역외 시정홍보 예산 현황(연도별) (단위: 천원)</div> <table><tr><th>연도</th><th>예산액</th><th>비고</th></tr><tr><td>2018</td><td>400,000</td><td></td></tr><tr><td>2019</td><td>600,000</td><td>2억 증액</td></tr><tr><td>2020</td><td>1,000,000</td><td>4억 증액</td></tr><tr><td>2021</td><td>700,000</td><td>3억 감소</td></tr></table> <div>〈그간 추진상황〉</div> <div>○ 연도별 권역외 시정홍보 추진 현황</div> <table><tr><th>연도</th><th>광고매체 수</th><th>홍 보 내 용</th></tr><tr><td>2019</td><td>KTX(SRT), 옥외전광판 등 9종 / 52회</td><td>대전방문의 해, 대전토토즐, 사이언스페스티벌 등</td></tr><tr><td>2020</td><td>KTX(SRT), 옥외전광판 등 11종 / 48회</td><td>혁신도시, 기업유치, UCLG국제행사, 브랜드슬로건 등</td></tr><tr><td>2021</td><td>KTX역사, 옥외전광판 등 8종 / 28회</td><td>대전여행 spot, 과학수도대전, 브랜드슬로건 등</td></tr></table> <div>○ 홍보 효과가 큰 서울에 중점을 두되 경기도 내 31개 시군, 부산, 대구, 광주, 울산 등 타 시도 매체도 적극 활용하여 전국적인 홍보 노력</div> <div>○ 홍보매체 인지도 및 선호도 여론조사 실시</div> <div>- 기간: '20. 11. 30. ~ 12. 3.</div> <div>- 방법: ARS 전화조사 / 대전시민 만19세이상 1,500명</div> <div>- 결과: KTX, 고속터미널 등 대중교통 관련 매체를 통한 홍보 인지도가 높고(63%), 선호도는 TV(50%)나 인터넷매체(42%)가 매우 높게 나타남</div> <div>〈향후계획〉</div> <div>○ 타 광역도시권을 대상으로 지속적 시정홍보</div> <div>- 부산, 대구, 광주, 울산 등 권역 외 홍보 비중 확대</div> <div>○ 홍보매체 인지도 및 선호도 여론조사 지속 추진</div> <div>- 매년 홍보매체에 대한 인지도 및 선호도 조사 실시로 매체 선택 시 반영 검토</div> <div>○ 품앗이 홍보 재개 및 활성화 추진</div> <div>- 시청역네거리 전광판 철거('20. 3월) 이후 일시 중단</div> <div>- 청사 디지털 미디어 전광판을 활용하여 타 지자체와 유기적인 협력으로 교차 홍보 확대</div>	연도	예산액	비고	2018	400,000		2019	600,000	2억 증액	2020	1,000,000	4억 증액	2021	700,000	3억 감소	연도	광고매체 수	홍 보 내 용	2019	KTX(SRT), 옥외전광판 등 9종 / 52회	대전방문의 해, 대전토토즐, 사이언스페스티벌 등	2020	KTX(SRT), 옥외전광판 등 11종 / 48회	혁신도시, 기업유치, UCLG국제행사, 브랜드슬로건 등	2021	KTX역사, 옥외전광판 등 8종 / 28회	대전여행 spot, 과학수도대전, 브랜드슬로건 등	추진중	홍보담당관
연도	예산액	비고																												
2018	400,000																													
2019	600,000	2억 증액																												
2020	1,000,000	4억 증액																												
2021	700,000	3억 감소																												
연도	광고매체 수	홍 보 내 용																												
2019	KTX(SRT), 옥외전광판 등 9종 / 52회	대전방문의 해, 대전토토즐, 사이언스페스티벌 등																												
2020	KTX(SRT), 옥외전광판 등 11종 / 48회	혁신도시, 기업유치, UCLG국제행사, 브랜드슬로건 등																												
2021	KTX역사, 옥외전광판 등 8종 / 28회	대전여행 spot, 과학수도대전, 브랜드슬로건 등																												

(2020년)

지 적 사 항	처 리 내 용	처 리 과	담 부 당 서
<p>○ (8-8)</p> <p>교체된 브랜드슬로건에 대한 시민 공감을 위한 지속적인 도시브랜딩과 주기적인 정책모니터링 실시</p> <p>- 코로나19로 어려운 상황 속에서 어렵게 교체된 브랜드슬로건에 대해 지속적인 도시브랜딩과 주기적인 정책모니터링을 통한 피드백 실시로 효율적이고 시민들이 공감할 수 있도록 노력</p>	<p>〈기본현황〉</p> <p>○ 새 브랜드 슬로건(Daejeon is U) 확정에 따른 조례 개정(2020. 10. 14. 공포)</p> <p>〈그간 추진상황〉</p> <p>○ 분야별 홍보마케팅 6대 전략 구축</p> <p>① 내부 브랜딩 강화</p> <p>② 홍보영상, 굿즈 및 이모티콘 제작·개발</p> <p>- 홍보영상(4편), 이모티콘(2회), 굿즈(3종) 제작하여 우리 시 도시브랜드 이미지 홍보 실시</p> <p>③ 온·오프라인 홍보를 통한 전방위 확산</p> <p>- 집중적·반복적 노출을 통한 바이럴 마케팅 실시</p> <p>- TV, 신문, 현수막, 옥외전광판, 시내버스, 도시철도, 고속터미널, 영화관, SNS 등 전방위 온·오프라인 홍보 실시</p> <p>④ 홍보조형물·안내사인 설치</p> <p>- 브랜드슬로건 글자조형물 2개 설치 (대전시청 남문광장, 엑스포시민광장)</p> <p>- 상징조형물(5개소)정비 및 안내사인 8개소 재정비를 위한 사전 준비 완료</p> <p>⑤ 민·관 협력 공동브랜딩</p> <p>- 브랜드슬로건 공동브랜딩을 위한 협업기업 모집 및 파생상품 공동개발 추진</p> <p>* 성심당 등 25개 기업 선정완료, 공동브랜딩 추진 및 파생상품 개발 추진 중</p> <p>⑥ 주기적 모니터링을 통한 피드백</p> <p>- 여론조사 등을 통한 주기적 모니터링 실시 및 시민이 공감할 수 있는 홍보 방안 기획 추진</p> <p>〈향후계획〉</p> <p>○ 새로운 브랜드 슬로건 시민 공감대 형성, 대내외 인지도 확산 및 우리 시 정체성 확보와 도시경쟁력 강화를 위한 지속적 브랜딩 주력</p>	추진중	홍보담당관

3. 시정 질문 조치결과(2019~2021)

□ 총 1건 / 완료 1건

○ 2021년

질 문 일 자		담 당 부 서	추 진 실 태
2021. 3. 22. (제257회 임시회)		홍보담당관 (관광마케팅과, 도시경관과)	완료
질문요지	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대전을 찾는 방문객들에게 대전의 이미지를 확실하게 심어줄 수 있는 상징물 조성에 관한 사항으로 - 동부네거리와 대전IC 인근에 대전을 상징하고 대전하면 떠올릴 수 있는 랜드마크 조성에 관해 어떤 생각을 갖고 계신지, 이를 적극적으로 추진하실 의향이 있으신지? 		
답변요지	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대전시 랜드마크를 그곳에 만들어야 함은 추가 논의가 필요함 ○ 현재 대전시에서 추진하고 있는 보문산전망대 조성사업과 고속도로 IC 관문경관 개선사업을 잘 연계해 추진하여 대전 상징물 발전과 대전의 첫 관문 이미지를 새롭게 개선하겠음 		
추진상황	<p>□ 현재까지 추진상황</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 보문산 전망대 조성(관광마케팅과) <ul style="list-style-type: none"> - (위치/면적) 중구 대사동 산1-65 일원 / 現 보문대 약 2,000㎡ - 보문산 활성화 민관 공동위원회 운영(11회) 및 시민토론회('21.5.27.) - 타당성 검토 및 기본구상용역('20.12.~'21.3.), 기본계획 수립('21.4.) - 투자심사('21.5.), '21년 1회 추경 설계비 확보('21.6.) ○ 고속도로 IC(대전, 유성) 관문경관 개선사업(도시경관과) <ul style="list-style-type: none"> - 기본계획 용역 추진 완료 - 고속도로IC 톨게이트 캐노피 리모델링, 야간조명 등 디자인 개발 및 市 공공디자인 심의('21.3.), 한국도로공사 자체 디자인 심의('21.5.) <p>□ 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 보문산 전망대 조성 <ul style="list-style-type: none"> - 설계공모('21.7.~10.), 실시설계 및 착공('22.3.), 준공('24.6.) ○ 고속도로 IC 경관개선사업 <ul style="list-style-type: none"> - 대전·유성 IC 실시설계용역('21.6.~12.) / 한국도로공사 발주 - 대전·유성 IC 착공('22.1.), 준공('22.12.) / 한국도로공사 발주 		

4. 상임위 활동시 지적 및 요구사항 처리결과(2019~2021)

□ 총 괄

연도별	대상건수	추진상황			비고
		완료	추진중	미결	
2019	3	3	-	-	
2020	1	1	-	-	
2021	1	-	1	-	

□ 세부내역

○ 2019년

지적 및 요구사항	처리내용	처리결과	소속관서
○ 홍보매체 이용사업이 효과를 거두고 있어 이용시민 확대 필요	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2019년 제2차 홍보매체 시민이용 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 접수기간 : 2019. 8. 22.~9. 10. - 접수 17건 / 선정 13건 ○ 2020년 제1차 홍보매체 시민이용 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 접수기간 : 2020. 3. 2.~3. 23. - 접수 35건 / 선정 12건 ○ 2020년 제2차 홍보매체 시민이용 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 접수기간 : 2020. 9. 1.~9. 21. - 접수 30건 / 선정 14건 ○ 2021년 제1차 홍보매체 시민이용 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 접수기간 : 2021. 2. 19.~3. 19. - 접수 87건 / 선정 28건 	완료	홍보담당관
○ 이츠대전 형광이 번들거려 사진이 잘 보이지 않아 개선 필요	<ul style="list-style-type: none"> ○ <이츠대전> 용지 개선 <ul style="list-style-type: none"> - 용지변경 : 광택이 있는 스노화이트에서 무광택 용지인 엠매트로 개선 (스노화이트 100g → 엠매트 90g) - 개선시기 : 2020년 - 효과 : 번들거림이 없어 눈의 피로도 완화 	완료	홍보담당관
○ 유튜브 콘텐츠를 많은 사람들이 찾을 수 있도록 활성화 방안 강구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수요자 중심 매체 운영 및 콘텐츠 제작 <ul style="list-style-type: none"> - 지역 소재 유튜브 크리에이터 활용 재미있고 유익한 스토리가 있는 영상 콘텐츠 제작 확대 - 이용자별 맞춤형 콘텐츠 제작으로 매니아층 형성 및 채널 체류시간 증대 도모 ○ 제1회 대전블루스 유튜브 영상 공모전 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 기간 : 2020. 7. 20.~9. 20. - 주제 : 나만의 코로나19 극복 챌린지 - 응모 : 86편 / 시상 : 10편(최우수1, 우수1, 장려2, 입선6) ○ 제2회 대전블루스 유튜브 영상 공모전 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 기간 : 2021. 8. 2.~10. 31. - 주제 : 소상공인에 힘을 우리동네 가게전! ○ 「대전블루스」 채널 홍보 및 이벤트 개최 등 	완료	홍보담당관

○ 2020년

지적 및 요구사항	처 리 내 용	처 결 리 과	소 부 관 서
○ 새 브랜드 슬로건이 정해짐에 따라 유튜브 채널명 ‘대전블루스’도 일관성 있게 ‘Daejeon is U’로 검토 필요	<p>○ 공공기관 유튜브 채널명은 기존의 전형적인 공공기관 이미지를 탈피하고자 시청자들이 이해하기 쉽고, 친근하게 그 채널을 기억할 수 있도록 채널 고유의 정체성과 비전, 지역 특색을 담은 독창적인 이름을 사용하고 있는 추세임</p> <p>* 타 지자체(특별시·광역시·특별자치시·도) 17곳 중 16곳의 지자체(94%)가 브랜드 슬로건과는 다른 독자적인 유튜브 채널명을 사용 / 부산뉴스(부산광역시), 울산고래TV(울산광역시), 쌤 쌤정식(전북), 보이소TV(경북), 갯남피셀(경남) 등</p> <p>○ ‘대전블루스’는 기존의 ‘대전시’라는 채널명에서 벗어나 시청자들에게 대전 고유의 콘텐츠가 담긴 채널로 인식시킬 수 있는 이름으로, 대전의 브랜드 이미지를 확산시키는데 적합하다고 판단하여 채널명으로 사용함. 아울러 새로운 브랜드 슬로건 ‘Daejeon is U’는 채널 내 재생목록을 만들어 시청홍보 추진 중</p>	완료	홍보담당관

○ 2021년

지적 및 요구사항	처 리 내 용	처 결 리 과	소 부 관 서
○ 택시 갓등에 기존 브랜드슬로건인 ‘It’s Daejeon’이 일부 부착되어 있음. ‘Daejeon is U’로 신속히 교체하고 눈에 잘 띄도록 크기 조절 등 방안 강구	<p>○ 택시 갓등에 붙어있는 ‘It’s Daejeon’을 ‘Daejeon is U’로 교체하기 위해 ‘21. 2월 스티커를 제작하고, 택시(개인, 법인)조합에 협조를 요청하여 기사님들의 자발적 교체를 유도하였으나 교체 취지에 대한 홍보 부족과 기사님들의 협조 미흡으로 교체율이 저조</p> <p>※ 제작 스티커 수량 : 11,481매(개인 4,481, 법인 7,000)</p> <p>○ 기사님들의 자발적인 교체는 불가능하다고 판단, 부족한 스티커를 추가로 제작하고 충전소(3곳) 및 주요 택시집합장소(대전역, 신탄진역, 복합터미널)에 택시 갓등 브랜드슬로건 교체를 위한 인력을 투입하여 신속히 교체될 수 있도록 추진 예정</p>	추진중	홍보담당관

5. 다수인 민원(5인 이상) 처리 현황(2021) : 해당사항 없음

6. 위원회(협의회 등) 운영현황(2019~2021)

6-1. 총괄

구 분	설치근거 (설치일자)	기능(성격)	위원구성			개최실적 (횟수)			운영예산 (예산액기준)			소관 부서		
			계	당 연 직	위촉직			'19	'20	'21	'19		'20	'21
소 계	남	여												
홍 보 매 체 운영위원회	대전광역시 홍 보 매 체 이 용 조 례 제10조 ('16.4.29.)	홍보매체 이용자 선정 및 매체 배정 에 관한 사항 심의 및 의결	12	0	12	6	6	2	2	1	5,200	5,200	4,420	홍 보 담당관
도시마케팅 위 원 회	대전도시마케팅 조례 제5조 ('16.1.26.)	도시마케팅 정책 심의 및 자문	23	7	16	12	4	3	6	2	4,776	11,352	11,352	홍 보 담당관

6-2. 회의개최실적

구 분	개최일	주요 심의안건 및 심의결과	단체장 의견이 수정된 내역	참석률(%)			소요예산(천원)	
				위원수 (명)	참석자수 (명)	참석률 (%)	회의 시간	수당 지급액
홍보매체 운영위원회	2019. 4.26.	○ 홍보매체 이용자 선정 및 매체 배정('19년 1차) - 이용자 14개소 선정 - 홍보매체 70면 배정	없음	13	12	92	2시간	2,547
	2019. 10.14.	○ 홍보매체 이용자 선정 및 매체 배정('19년 2차) - 이용자 13개소 선정 - 홍보매체 1,082면 배정	없음	13	10	77	1시간 50분	2,347
	2020. 4.29.	○ 홍보매체 이용자 선정 및 매체 배정('20년 1차) - 이용자 12개소 선정 - 홍보매체 1,100면 배정	없음	12	12	100	1시간 40분	2,400
	2020. 10.21.	○ 홍보매체 이용자 선정 및 매체 배정('20년 2차) - 이용자 14개소 선정 - 홍보매체 1,100면 배정	없음	12	12	100	1시간 50분	2,400
	2021. 4.19. ~4.27.	○ 홍보매체 이용자 선정 및 매체 배정('21년 1차) - 이용자 28개소 선정 - 홍보매체 1,140면 배정	없음	12	11	92	서면 심의	2,300

구 분	개최일	주요 심의안건 및 심의결과	단체장 의견이 수정된 내역	참석률(%)			소요예산(천원)	
				위원수 (명)	참석자 수(명)	참석률 (%)	회의 시간	수 당 지급액
도시마케팅 위원회	2019. 8.16.	○ 도시브랜드상징물개발 연구용역 착수보고	없음	25	17	68	2시간	1,800
	2019. 9.30.	○ 브랜드 슬로건 공모 심사절차 자문 회의(1차)	심사절차 도출	25	17	68	2시간	1,800
	2019. 10.14.	○ 브랜드 슬로건 공모 심사절차 자문 회의(2차)	심사절차 도출	25	8	32	2시간	750
	2020. 2.5.	○ 도시마케팅위원 위촉, 브랜드 슬로건 디자인(안) 선정 심의	없음	22	21	95	1시간	2,147
	2020. 3.18. ~3.24.	○ 브랜드 슬로건 디자인(안) 8종 중 상위 순위(1~3위) 선정(서면)	없음	22	20	91	서면	2,250
	2020. 3.30.	○ 브랜드 슬로건 디자인 최종안 도출을 위한 전문가 토의(소위원회)	없음	7	7	100	2시간 30분	1,447
	2020. 5.12. ~5.18.	○ 브랜드 슬로건 디자인 11개안 중 1개안 선정(서면)	없음	22	15	68	서면	1,500
	2020. 5.19.	○ 브랜드 슬로건 디자인 선정 회의	없음	22	11	50	1시간	800
	2020. 6.1.	○ 브랜드 슬로건 디자인(안) 의견수렴, 심층토론 및 심의자문	없음	23	13	57	1시간 40분	1,697
	2021. 4.9	○ 시 경계 안내사인 및 글자 조형물 설치 관련 의견수렴, 자문(소위원회)	없음	8	5	63	2시간	1,000
	2021. 7.19. ~7.22	○ Daejeon is U 협업 신청기업 선정(소위원회) (서면)	없음	8	6	75	서면	700

6-3. 위원 비연임(중도해촉) 현황

구 분	성 명	임 기	위 측 기 간	비연임 / 중도해촉일 (사 유)	비 고
도시마케팅 위원회	송복섭	2년	2020.1.26.~2022.1.25.	2020.2.7. (일신상의 사유)	
	김관기	2년	2020.1.26.~2022.1.25.	2020.5.26. (일신상의 사유)	
	박혜련	2년	2020.1.26.~2022.1.25.	2020.9.29. (시의회 위원 일괄 재추천)	
	최철규	2년	2020.1.26.~2021.3.17.	2021.3.17. (심의·자문의 효율적 추진)	

※ 비연임(중도해촉)은 임기(위촉기간) 만료이전에 해촉한 것을 말함.

7. 상급기관 및 자체감사 수감 현황(2019~2021) : 해당사항 없음

8. 다수인 참여 행사(100인 이상)(2019~2021) : 해당사항 없음

9. 부정적 언론 보도내용 및 처리결과(2020.10~2021.9) : 해당사항 없음

10. 보조금 지원현황 및 정산(집행) 내역 : 해당사항 없음

11. 특별교부세 집행현황(2019~2021) : 해당사항 없음

12. 예비비 지출내역(2019~2021) : 해당사항 없음

13. 예산전용 현황(2019~2021) : 해당사항 없음

14. 예산의 변경 현황(2019~2021) : 해당사항 없음

II. 홍보담당관 소관

1. 시정 홍보매체 현황(2019~2021, 타 광역시 등 비교)

1-1. 시 보유 홍보매체 현황

(단위 : 천원)

매 체 명	운영방법	연간예산액	비 고
3개 매체		416,000	
시보 월간 'Daejeon is U' (점자 대전시정소식 포함)	직접운영	350,000	▶ 운영인원 : 4명(6급 2, 7급 2) - 2004년 창간, 현재 월 14,500부 발행
시정 홍보관(2개소)	직접운영	61,000	▶ 대덕대교 1 ▶ 카이스트교 1
멀티비전(1개소)	직접운영	5,000	▶ 청사 1층 홍보관

1-2. 시민 이용 실적 세부내역

○ 추진실적(2019~2021 상반기)

구 분	계	2019년		2020년		2021년
		1차	2차	1차	2차	1차
업체 선정	81개	14	13	12	14	28
매체 배정	4,492면	70	1,082	1,100	1,100	1,140

※ 매체현황(1,140면): 대형홍보판 2면, 도시철도 광고판 66면, 버스정류장 안내단말기 1,055면, 멀티비전 1면(청사 1층 홍보관), 대형 LED전광판 16면(시 교육청 4, 엑스포시민광장 4, 오월드 8)

○ 공모·선정 세부내역

▶ 총 81개(전통시장 8, 사회적기업 15, 협동조합·소기업 등 28, 비영리법인·단체 30)

구 분	계	2019년		2020년		2021년	비고
		제1차	제2차	제1차	제2차	제1차	
계	81	14	13	12	14	28	
전 통 시 장	8	2	-	1	2	3	
사회적·마을기업	15	3	2	2	3	5	
협동조합·소기업	28	5	6	2	3	12	
비영리법인·단체	30	4	5	7	6	8	

(참고) 타 광역시 홍보매체 현황

□ 시보 발행 현황

(단위 : 백만원)

구분	제 호	발행주기	면수	부수	배부형태	형태	비고
서울	서울사랑	월간	60	40,000	• 우편발송 14,000부	잡지	
세종	세상을 이롭게 세종	월간	34	25,000	• 우편발송 24,000부	잡지	'21년 잡지로 전환
부산	다이나믹 부산	월2회 (1일, 16일)	40	250,000	• 우편발송 : 25,000부 • 직접배부 : 105,000부 • 신문삽지 : 120,000부	타블로이드	
인천	굿모닝 인천	월간	60	37,000	• 우편발송 : 20,105부	잡지	
대구	시책홍보물 화보집	연간	90	1,700	• 직접배부	책자	
광주	광주 속삭임	월간	52	10,000	• 우편발송 : 6,200부	잡지	
울산	우리울산	계간	52	10,000	• 우편발송, 직접배부	잡지	'21년 가을호 창간

* 웹진 형태로만 제작하던 울산시 '21년 가을호부터 종이 소식지 창간

□ 대형 LED전광판 및 대형 홍보판

(단위 : 개)

구 분	대형 LED전광판	대형 홍보판	비 고
부 산	1	7	
인 천	1	-	
대 구	2	-	
광 주	2	-	
울 산	-	-	

2. 주요 시정홍보 현황(2019~2021)

- 대중교통(도시철도, 버스, 택시) 활용 홍보 현황

○ 2019년

(단위 : 천원)

홍보매체	홍보문안(제목)	내 용	지출액	비고
총 계			43,500	
도시철도	○ 도시철도 1호선 22개 역사내 LED TV 모니터(81대) 활용 시정 홍보	- 「시정공감 뉴스타임」 대전 방문의 해, 트램예타면제 등 주요 시정현안 영상물 송출 - 재난안전 관련 내용 송출	27,500	연간 계약
	○ 도시철도 1호선 객차내 LCD 모니터(336면) 활용 시정 홍보	- 주요 시정현안 영상물 및 재난안전 관련 내용	16,000	

○ 2020년

(단위 : 천원)

홍보매체	홍보문안(제목)	내 용	지출액	비고
총 계			87,400	
도시철도	○ 도시철도 1호선 22개 역사내 LED TV 모니터(81대) 활용 시정 홍보	- 온통대전, 혁신도시, 유튜브 공모전 등 주요 현안 영상물 송출 - 코로나19 관련, 사회적 거리두기 방역지침 등 홍보	50,000	연간 계약
	○ 도시철도 1호선 4개 역사 디지털포스터	- 새 브랜드슬로건 “Daejeon is U”	8,000	
	○ 도시철도 승강장 광고	- 새 브랜드슬로건 “Daejeon is U”	7,000	
버 스	○ 대전-세종 BRT버스 옆면 광고	- 혁신도시 대전 지정 당위성 홍보	4,950	
	○ 대전 시내버스 옆면 광고	- 새 브랜드슬로건 “Daejeon is U”	17,450	

○ 2021년

(단위 : 천원)

홍보매체	홍보문안(제목)	내 용	지출액	비고
총 계			33,040	
도시철도	○ 도시철도 1호선 22개 역사내 LED TV 모니터(81대) 활용 시정 홍보	- 한밭가득, 온통세일, 대전형 뉴딜, 코로나19 극복 캠페인 등 주요 시정 현안 홍보물 상시 송출	30,000	연간 계약
	○ 중앙로역 에스컬레이터 상하행 구간(벽면) 활용 홍보	- 대전 언택트 관광명소	3,040	

3. 권역 외 시정홍보 추진실적(2019~2021)

○ 2019년

(단위 : 천원)

설치장소	홍보내용	홍보방법	홍보기간	지출액	비고
계				599,738	
서울지하철 (1호선 서울역)	2019~2021 대전방문의 해 포스터	스크린도어 조명광고	1.1.~3.31.	16,967	
KTX열차	대전방문의 해 홍보 영상	LED모니터	1.21.~2.20.	20,000	
SRT열차	대전방문의 해 홍보 영상	LED모니터	1.21.~2.20.	13,200	
강남고속터미널 (건물옥상)	대전방문의 해 홍보 영상	LED전광판	1.21.~2.20.	12,100	
중앙고속버스 (옆면광고)	대전방문의 해 홍보 포스터	고속버스 옆면 광고	1.28.~2.27.	24,948	
전국 영화관	대전방문의 해 홍보 영상	스크린 광고	1.28.~2.27.	11,000	
식당 테이블 (세종,천안,아산)	대전 관광 12선	테이블 셋팅지	1.28.~2.15.	6,600	
서울시청앞 (세계빌딩)	대전방문의 해 홍보 영상	LED전광판	2.1.~4.30	19,800	
KTX역사 (서울부산동대구 등)	대전방문의 해 홍보 영상, 이미지	LED모니터	2.1.~3.31.	30,000	
식당 테이블 (세종,천안,내포)	대전방문의 해 홍보 포스터	테이블 셋팅지	3.4.~3.22.	9,900	
서울중구 (덴탈아트빌딩)	대전방문의 해 홍보 영상	LED전광판	3.1.~3.31.	7,700	
부산지하철 (1, 2호선)	대전방문의 해 홍보 영상	LED전광판	3.1.~3.31.	11,000	
월간중앙	대전방문의 해 홍보 포스터	지면 1p	4.1.~4.30.	5,500	
서울동대문 (밀리오레빌딩)	대전방문의 해 홍보 영상	LED전광판	3.18.~4.17.	11,000	
KTX 오송역	대전방문의 해 홍보 영상	LED전광판	3.25.~5.24.	11,000	
서울용산역 (아이파크몰)	대전방문의 해 홍보 영상	미디어월	3.25.~5.24.	8,800	
서울지하철 (1호선 서울역)	대전의 봄축제 홍보 이미지	스크린도어 조명광고	4.1.~6.30.	17,283	
전국 영화관	대전의 봄축제 홍보 영상	스크린 광고	4.11.~5.10.	13,200	
KTX열차	대전의 봄축제 홍보 영상	LED모니터	4.11.~5.10.	20,000	
SRT열차	대전의 봄축제 홍보 영상	LED모니터	4.11.~5.10.	13,200	
서울홍대역 (지은빌딩)	대전의 봄축제 홍보 영상	LED전광판	4.11.~5.10.	7,700	
서울광화문 (동아일보)	대전의 봄축제 홍보 영상	LED전광판	4.11.~5.10.	11,000	
서울신문사	대전의 봄축제 홍보 영상	LED전광판	4.11.~6.10.	17,600	
서울지하철 (1, 2호선)	대전의 봄축제 홍보 영상	승강장모니터	4.11.~5.10.	11,880	
서울지하철 (5,6,7,8호선)	대전의 봄축제 홍보 영상	승강장모니터	4.11.~5.10.	11,000	

설치장소	홍보내용	홍보방법	홍보기간	지출액	비고
강남고속터미널 (대합실기둥)	대전방문의 해 홍보 포스터	사각기둥 조명광고	4.21.~6.20.	9,240	
2019연합연감	대전방문의 해 홍보 포스터	지면1p	5.1.~5.31.	4,400	
서울동대문 (밀리오레빌딩)	대전의 봄축제 홍보 영상	LED전광판	4.18.~5.17.	11,000	
KTX매거진	대전방문의 해 특집기사, 포스터	지면 10P	5.1.~5.31.	15,000	
영문잡지 (디플로머시)	대전방문의 해 홍보 포스터	지면 1p	5.1~5.31.	5,500	
2019동아연감	대전방문의 해 홍보 포스터	지면 1p	5.1.~5.31.	5,500	
KTX역사 (서울부산동대문 등)	대전의 봄축제 및 대전 토토즐	LED모니터	5.1.~5.31.	15,000	
충청시장(잡지)	대전방문의 해 홍보 포스터	지면 1p	5.1.~5.31.	2,000	
식당 테이블 (세종,천안,이산)	대전 토토즐 페스티벌	테이블 셋팅지	6.17.~6.30.	9,900	
식당 테이블 (세종,천안,내포)	제2회 대한민국 사회적경제 박람회	테이블 셋팅지	6.24.~7.5.	3,300	
강남고속터미널 (하차장 통로)	대전 토토즐 페스티벌	대형 와이드 조명광고	7.9.~9.30.	21,120	
월간중앙	대전 토토즐 페스티벌	지면 1p	8.1.~8.31.	5,500	
아시아뉴스통신 (월간잡지)	대전 토토즐 페스티벌	지면 1p	8.1.~8.31.	3,300	
서울중구 (덴탈아트빌딩)	대전 토토즐 페스티벌	LED전광판	7.15.~8.14.	7,700	
서울지하철 (1~4호선)	대전 토토즐 페스티벌	승강장모니터	7.15.~8.14.	16,500	
서울동대문 (밀리오레빌딩)	대전 토토즐 페스티벌	미디어월	7.22.~9.21.	22,000	
자치발전 (월간잡지)	대전 토토즐 페스티벌	지면 1p	8.1.~8.31.	3,300	
내일신문 (대입 특집호)	대전 토토즐 페스티벌	지면 1p	8.1.~8.31.	3,300	
식당 테이블 (세종,천안,이산)	대전 도시브랜드 슬로건 공모전	테이블 셋팅지	8.19.~8.31.	6,600	
서울동작구 (신광빌딩)	2019 대전 사이언스 페스티벌	LED전광판	9.9.~10.8.	8,800	
KTX열차	2019 대전 사이언스 페스티벌	LED모니터	9.9.~10.8.	20,000	
SRT열차	2019 대전 사이언스 페스티벌	LED모니터	9.9.~10.8.	13,200	
서울홍대역 (지은빌딩)	2019 대전 사이언스 페스티벌	LED전광판	9.9.~10.8.	7,700	
경기G버스	2019 대전 사이언스 페스티벌	버스내 모니터	9.9.~10.8.	8,800	
서울지하철 (2호선)	2019 대전 사이언스 페스티벌	승강장모니터	9.11.~10.10.	10,000	
서울센트럴시티 (고속터미널)	2019 대전 사이언스 페스티벌	승차장상단 LED전광판	9.11.~10.10.	9,900	
서울신문사	2019 대전 사이언스 페스티벌	LED전광판	10.15.~11.14.	8,800	

○ 2020년

(단위 : 천원)

설치장소	홍보내용	홍보방법	홍보기간	지출액	비고
계				989,997	
KTX매거진	대전방문의 해 특집기사	표지 등 24p	2월호	33,000	
KTX열차	대전방문의 해 홍보 영상	LED모니터	1.15.~2.14.	20,000	
SRT열차	대전방문의 해 홍보 영상	LED모니터	1.15.~2.14.	13,200	
대전역 (대합실 내)	대전방문의 해 홍보 포스터	조명광고	1.16.~12.15. (11개월)	84,700	
대전복합터미널 (대합실 내)	대전방문의 해 홍보 포스터	조명광고	1.16.~12.15. (11개월)	35,937	
서울 중구 (서울역 부영빌딩)	대전방문의 해 홍보 영상	LED전광판	1.16.~3.15. (2개월)	22,000	
전국 영화관	대전방문의 해 홍보 영상	전국 104개 스크린	1.22.~2.21.	22,000	
월간중앙	혁신도시 대전 군특법 통과	지면 1p	4월호	5,500	
영문잡지 (디플로머시)	해외기업 투자유치	지면 1p	4.1.~4.30.	5,500	
2020연합연감	혁신도시 대전 군특법 통과	지면 1p	5.1.~5.31.	4,400	
2020동아연감	혁신도시 대전 군특법 통과	지면 1p	5.1.~5.31.	5,500	
충청핫플레이스 (월간잡지)	충청권 공공기관 지역인재채용 광역화	지면 1p	7.1.~7.31.	2,000	
서울 중구 (서울역 덴탈아트)	기업하기 좋은 도시 대전	LED전광판	8.1.~8.31.	7,700	
서울지하철 (5·8호선)	기업하기 좋은 도시 대전	역사내 사운드 TV	8.1.~8.31.	10,000	
서울 마포구 (홍대역 지은빌딩)	기업하기 좋은 도시 대전	LED전광판	8.1.~8.31.	7,700	
서울신문사	기업하기 좋은 도시 대전	LED전광판	8.1.~8.31.	8,800	
서울 동작구 (사당역 신광빌딩)	기업하기 좋은 도시 대전	LED전광판	8.1.~8.31.	8,800	
서울지하철 (2호선)	기업하기 좋은 도시 대전	승강장 행선 안내기 모니터	8.1.~8.31.	10,000	
서울 강남구 (논현역 미래빌딩)	기업하기 좋은 도시 대전	LED전광판	8.1.~8.31.	7,700	
KTX열차	혁신도시+2022 UCLG 국제행사 승격	LED모니터	8.4.~9.3.	36,000	
SRT열차	혁신도시+2022 UCLG 국제행사 승격	LED모니터	8.4.~9.3.	24,000	
서울센트럴시티 (고속터미널)	2022 UCLG 국제행사 승격	승차장상단 LED전광판	8.7.~9.6.	15,400	
전국 영화관	2022 UCLG 국제행사 승격	전국 104개 스크린	8.7.~9.6.	20,000	
내일신문 (대입 특집호)	충청권 공공기관 지역인재채용 광역화	지면 1p	8.20.~9.19.	3,300	

설치장소	홍보내용	홍보방법	홍보기간	지출액	비고
SRT매거진	한국관광공사 선정 대전 언택트관광지 10선 소개	표지 등 20p	9월호	22,000	
KTX열차	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	LED모니터	9.1.~12.31. (4개월)	72,000	
SRT열차	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	LED모니터	9.1.~12.31. (4개월)	48,000	
서울역 (대합실)	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	LED전광판	9.1.~12.31. (4개월)	19,800	
서울센트럴시티 (고속버스터미널)	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	승차장상단 LED전광판	9.1.~12.31. (4개월)	61,600	
서울고속버스터미널 (대합실)	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	디지털 조명광고 패키지	9.1.~12.31. (4개월)	61,600	
오송역 (대합실)	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	LED전광판	9.1.~12.31. (4개월)	13,200	
동대구역 (대합실)	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	LED전광판	9.1.~12.31. (4개월)	13,200	
부산역 (대합실)	혁신도시 대전, 새 브랜드슬로건 등	LED전광판	9.1.~12.31. (4개월)	26,400	
IP TV	새 브랜드 슬로건 홍보 영상	인터넷TV광고	9.25.~10.24.	50,000	
전국 영화관	새 브랜드 슬로건 홍보 영상	전국 90개 스크린	9.25.~10.24.	20,000	
KTX 주요 역사	새로운 도시브랜드 Daejeon is U 트램도시 대전	55인치 단독 모니터	10.12.-1.11. (3개월)	50,000	
유튜브 광고	새로운 도시브랜드 Daejeon is U	유튜브 채널	10.12.-11.11.	11,000	
서울 중구 (서울역 덴탈아트)	새로운 도시브랜드 Daejeon is U	LED전광판	10.12.-11.11.	7,700	
자치발전 (월간잡지)	새로운 도시브랜드 Daejeon is U	지면 1p	11월호	3,300	
유튜브 광고	벽수리 제작 영상 중 브랜드슬로건 등 대전시 홍보(노출)	유튜브 채널	11.1.~11.30.	20,000	
서울지하철 (5,6,7,8호선)	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	역사내 사운드 TV	11.2.~12.1.	10,000	
SRT 수서역	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	대형 멀티비전	11.9.~21.1.8.	7,260	
서울 신림역 (정도빌딩)	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	LED전광판	11.9.~12.8.	7,700	
서울 이대역	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	LED전광판	11.9.~12.8.	7,700	
서울 홍대역 (임오빌딩)	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	LED전광판	11.30.~12.29.	7,700	
서울지하철 (5,6,7,8호선)	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	역사내 사운드 TV	12.2.~21.1.1.	10,000	
청계천의 빛 (조형물 영상)	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	조형물 LED모니터	12.15.~12.31.	11,000	
서울 명동 (롯데백화점)	혁신도시 대전 공공기관 유치 홍보	LED전광판	11.30.~12.29.	15,700	

○ 2021년

(단위 : 천원)

설치장소	홍보내용	홍보방법	홍보기간	지출액	비고
계				563,305	
대전역	Daejeon is U	라이트박스	1.1.~12.31. (1년)	120,000	
대전복합터미널	Daejeon is U	조명광고	1.1.~12.31. (1년)	36,000	
SRT 수서역	Daejeon is U 등	트윈비전	21.1.9.~22.1.8. (1년)	36,900	
KTX 서울역사	Daejeon is U	LED전광판	1.1.~3.31. (3개월)	30,855	
KTX 주요역사 (서울, 용산, 청량리, 광명, 동대구, 울산, 광주)	Daejeon is U	55인치 단독 모니터	1.3.~2.2.	10,000	
서울 중구 (서울역 광장)	Daejeon is U	LED전광판	2.15.~4.14. (2개월)	11,000	
강남구(강남역), 서초구(양재역)	4차산업혁명특별시	스크린도어	3.10.~5.9. (2개월)	12,500	
KTX 서울역사	Daejeon is U 등	LED전광판	4.1.~12.31. (9개월)	41,850	
서울 금천구 (시흥 디지털c)	대전시정 홍보	LED전광판	4.16.~6.15. (2개월)	14,000	
서울 관악구 (신림역)	대전시정 홍보	LED전광판	4.16.~7.15. (3개월)	20,000	
서울 지하철 (2호선)	대전시정 홍보	승강장 TV	4.16~5.15.	10,000	
서울 지하철 (5,6,7,8호선)	대전시정 홍보	역사내 사운드 TV	4.16.~7.15. (3개월)	20,000	
KTX 오송역	대전형 뉴딜 등	LED전광판	6.1.~12.31. (7개월)	7,700	
서울 중구 (서울역 광장)	대전시정 홍보	LED전광판	6.10.~8.9. (2개월)	11,000	

설치장소	홍보내용	홍보방법	홍보기간	지출액	비고
서울 중구 (명동 롯데 백화점)	대전시정 홍보	LED전광판	6.10.~7.9.	15,700	
서울 강남구 (논현역)	대전시정 홍보	LED전광판	6.10.~7.9.	7,700	
서울, 수도권 (주요역사 47곳)	대전주요관광명소	55인치 LCD	6.10.~7.9.	11,000	
경기도 뉴스비전 (경기도내 31개 시군)	대전시정 홍보	LCD모니터	6.10.~7.9.	11,000	
서울 금천구 (시흥 디지털c)	대전시정 홍보	LED전광판	6.16.~7.15.	7,000	
서울 마포구 (홍대입구)	대전시정 홍보	LED전광판	6.16.~8.15. (2개월)	11,000	
서울 주요역사 (용산역, 영등포역)	대전시정 홍보	52인치 LCD	6.23.~7.22.	11,000	
KTX 주요역사 (용산, 광명, 부산, 대구, 울산, 광주)	대전시정 홍보	55인치 단독 모니터	7.1.~8.31. (2개월)	33,000	
서울 관악구 (신림역)	대전여행 spot	LED전광판	7.16.~10.15. (3개월)	20,000	
서울 지하철 (5,6,7,8호선)	대전여행 spot	역사내 사운드 TV	7.16.~10.15. (3개월)	20,000	
영문잡지 (디플로머시)	대전의 미래비전	지면 1p	7월호(XLV)	5,500	
서울 종로구 광화문 (일민미술관빌딩)	대전여행 spot	LED전광판	9.13~10.12.	11,000	
서울 종로구 광화문 (서울신문사앞)	대전여행 spot	LED전광판	9.13~10.12.	8,800	
서울 동작구 (사당역)	대전여행 spot	LED전광판	9.13~10.12.	8,800	

[참고] 권역외 시정홍보 시안

○ 2019년



○ 2020년



○ 2021년



4. 대형 홍보판 및 전광판 홍보실적(2019~2021)

가. 대형 홍보판 홍보실적

○ 2019년

(단위 : 천원)

위 치	게시기간	홍보내용	지출액	비 고
계			30,100	
삼재고개	1.11.~1.28.	대전방문의 해	0	기설치
	1.29.~2.6.	설명절 인사	700	
	2.7.~2.27.	도시철도2호선 대전트램	700	
	2.28.~3.8.	3.8민주의거 국가기념일 기념식	700	
	3.9.~3.20.	도시철도2호선 대전트램	0	기설치
	3.21.~4.23.	주민참여예산 100억 확대	700	
	4.24.~12.31.	2019~2021 대전방문의 해	700	
샤크존 앞 (차도방면)	1.11.~1.28.	대전방문의 해	0	기설치
	1.29.~2.6.	설명절 인사	700	
	2.7.~2.27.	도시철도2호선 대전트램	700	
	2.28.~3.8.	3.8민주의거 국가기념일 기념식	700	
	3.9.~3.20.	도시철도2호선 대전트램	0	기설치
	3.21.~4.23.	주민참여예산 100억 확대	700	
	4.24.~5.23.	2019 글로벌 스타트업 페스티벌	700	
	5.24.~6.16.	대전시소 정책제안플랫폼	700	
	6.17.~7.5.	대한민국 사회적경제통합박람회	700	
	7.6.~7.20.	대전시소 정책제안플랫폼	0	기설치
	7.21.~8.4.	로봇융합페스티벌	700	
	8.5.~8.18.	대통령배 아마추어e스포츠 대전	0	문화콘텐츠과
	8.19.~9.5.	여성취업박람회	700	
	9.6.~9.15.	추석명절인사	700	
	9.16.~9.29.	동물보호문화축제	700	
	9.30.~10.20.	2019 대전사이언스 페스티벌	700	
	10.21.~12.31.	혁신도시 지정 시민 홍보	700	

위 치	게시기간	홍 보 내 용	지출액	비 고
샤크존 앞 (인도방면)	1.1.~6.30.	(주)펜타스	600	시민개방
	7.1.~12.31.	행복자전거협동조합	600	시민개방
카이스트교	1.1.~6.30.	문화상상연구소	600	시민개방
	7.1.~12.31.	주식회사 열린책장	600	시민개방
대덕대교 (차도방면)	1.1.~6.30.	대전광역시 가정위탁지원센터	900	시민개방
	7.1.~12.31.	신탄진시장상인회	900	시민개방
대덕대교 (갑천방향)	1.11.~1.28.	대전방문의 해	950	기설치
	1.29.~2.6.	설명절 인사	950	
	2.7.~2.27.	도시철도2호선 대전트램	950	
	2.28.~3.8.	3.8민주의거 국가기념일 기념식	950	
	3.9.~3.20.	도시철도2호선 대전트램	0	기설치
	3.21.~4.23.	주민참여예산 100억 확대	950	
	4.24.~5.23.	2019 글로벌 스타트업 페스티벌	950	
	5.24.~6.16.	대전시소 정책제안플랫폼	950	
	6.17.~7.5.	대한민국 사회적경제통합박람회	950	
	7.6.~7.20.	대전시소 정책제안플랫폼	0	기설치
	7.21.~8.4.	로봇융합페스티벌	950	
	8.5.~8.18.	대통령배 아마추어e스포츠 대전	0	문화콘텐츠과
	8.19.~9.5.	여성취업박람회	950	
	9.6.~9.15.	추석명절인사	950	
	9.16.~9.29.	동물보호문화축제	950	
	9.30.~10.20.	2019 대전사이언스 페스티벌	950	
	10.21.~12.31.	혁신도시 지정 시민 홍보	950	

○ 2020년

(단위 : 천원)

위 치	게시기간	홍 보 내 용	지출액	비 고
계			15,720	
삼재고개	1.1.~7.30.	2019~2021 대전방문의 해	0	'21. 3월 철거
	7.31.~9.10.	2022 UCLG 국제행사 승격	770	
샤크존 앞 (차도방면)	1.1.~1.15.	2020년 새해 인사	770	'20. 9월 철거
	1.16~1.22.	설명절 인사	770	
	1.23.~3.5.	지역인재채용 충청권 확대 시행	770	
	3.6.~4.28.	국가균형발전특별법 국회 통과	770	
샤크존 앞 (인도방면)	1.1.~4.28.	통합놀이학교 다동 사회적협동조합	770	'20. 9월 철거
카이스트교	1.1.~6.30.	사회복지법인 금란복지재단	600	시민개방
	7.1.~12.31.	대전반딧불 야학교	600	시민개방
대덕대교 (차도방면)	1.1.~6.30.	행복누리	990	시민개방
	7.1.~12.31.	(사)중앙로1번가운영위원회	990	시민개방
대덕대교 (갭천방면)	1.1.~1.15.	2020년 새해 인사	990	
	1.16.~1.22.	설명절 인사	990	
	1.23~3.5.	지역인재채용 충청권 확대 시행	990	
	3.6.~5.12.	국가균형발전특별법 국회 통과	990	
	5.13.~7.30.	온통대전 지역화폐 출시	990	
	7.31.~9.20.	2022 UCLG 국제행사 승격	990	
	9.21.~10.4.	추석명절 인사	990	
	10.5.~12.31.	새 도시브랜드 슬로건	990	

○ 2021년

(단위 : 천원)

위 치	게시기간	홍 보 내 용	지출액	비 고
계			5,960	
카이스트교	1.1.~6.30.	대전광역시 이동일시청소년쉼터	500	시민개방
	7.1.~현재	단비협동조합	500	시민개방
대덕대교 (차도방면)	1.1.~6.30.	대한적십자사 대전세종충남혈액원	990	시민개방
	7.1.~현재	(사)대전여성장애인연대	1,000	시민개방
대덕대교 (갑천방면)	1.1.~2.3.	2021년 새해 인사	990	
	2.4.~2.14.	설명절 인사	990	
	2.15.~8.3.	브랜드슬로건 Daejeon is U	0	기설치
	8.4.~9.9.	코로나19 잠시멈춤 캠페인	0	안전정책과 재난기금
	9.10.~9.22.	추석 명절 인사	990	
	9.23.~현재	코로나19 잠시멈춤 캠페인	0	기설치

나. 전광판 홍보실적

○ 2019년

(단위 : 천원)

위 치	게시기간	홍 보 내 용	지출액	비 고
계			28,500	
시청역네거리	1.1.~12.31.	주요 국·시정 등(100여개)	비예산	
서대전네거리	1.30.~2.28.	트램 예타면제	2,200	
	5.4.~6.3.	A형 간염예방 캠페인	2,200	
	11.20.~12.19.	2022 UCLG 총회 대전 유치	2,200	
유성네거리	1.30.~2.28.	트램 예타면제	2,200	
	5.4.~6.3.	A형 간염예방 캠페인	2,200	
갤러리아타임월드	1.30.~2.28.	트램 예타면제	2,200	
	5.4.~6.3.	A형 간염예방 캠페인	2,200	
진잠네거리 (대전투데이 건물)	9.11.~10.17.	A형 간염예방 캠페인	2,200	
	11.20.~12.19.	2022 UCLG 총회 대전 유치	2,200	
동부네거리	11.20.~12.19.	2022 UCLG 총회 대전 유치	2,900	
대전역대합실(서광장)	11.20.~12.19.	2022 UCLG 총회 대전 유치	2,900	
대전역동광장(대한통운)	11.20.~12.19.	2022 UCLG 총회 대전 유치	2,900	

○ 2020년

(단위 : 천원)

위 치	게시기간	홍 보 내 용	지출액	비 고
계			20,000	
시청역네거리	1.1.~2.15.	주요 국·시정 등(40여개)	비예산	'20. 4월 철거
서대전네거리	9.25.~12.24.	새 브랜드슬로건 등 주요 시정 홍보	6,000	
동부네거리	9.25.~12.24.	새 브랜드슬로건 등 주요 시정 홍보	6,000	
대전역대합실(서광장)	9.25.~12.24.	새 브랜드슬로건 등 주요 시정 홍보	8,000	

○ 2021년

(단위 : 천원)

위 치	게시기간	홍 보 내 용	지출액	비 고
계			60,000	
서대전네거리	1.1.~현재	코로나19 극복 캠페인, 안전속도 5030, 온통세일, 토토즐 페스티벌 등 주요 시정 상시 송출	24,000	연간계약
동부네거리	1.1.~현재		36,000	"

5. 시정홍보를 위한 간행물 제작 현황(2019~2021)

○ 2019년

간행물명	제 작 내 역			배부 및 활용내역
	발행 주기	부 수	제 작 비 (단위: 천원)	
시보 It's Daejeon	매월	- 월 14,500부 (연 174,000부)	193,540	○ 애독자 우송 9,800부, 다중집합장소 직송
대전점자 시정소식		- 월 점자 500권 타이프 200개 CD 700개	47,000	○ (우편발송) - 점자 책자: 점자습득 시각장애인 - 타이프·CD: 점자 미습득 시각장애인

○ 2020년

간행물명	제 작 내 역			배부 및 활용내역
	발행 주기	부 수	제 작 비 (단위: 천원)	
시보 Daejeon is U	매월	- 월 14,500부 (연 174,000부)	199,210	○ 애독자 우송 9,800부, 다중집합장소 직송 * 11월호부터 제호 변경
대전점자 시정소식		- 월 점자 500권 타이프 100개, CD 800개	48,909	○ (우편발송) - 점자 책자: 점자습득 시각장애인 - 타이프·CD: 점자 미습득 시각장애인

○ 2021년

간행물명	제 작 내 역			배부 및 활용내역
	발행 주기	부 수	제 작 비 (단위: 천원)	
시보 Daejeon is U	매월	- 월 14,500부	210,389	○ 애독자 우송 10,000부, 다중집합장소 직송
대전점자 시정소식		- 월 점자 500권 CD 900개	48,955	○ (우편발송) - 점자 책자 : 점자습득 시각장애인 - CD : 점자 미습득 시각장애인 * '21년부터 타이프 제작 중단

6. 뉴미디어 활용 홍보 현황 및 실적(2019~2021)

○ 2019년

(단위 : 건)

매체별	콘텐츠별	홍보내용	실적	비고
계			3,214	
블로그 (645건)	이츠대전(시정관련)	3·8민주의거, 사회적경제박람회, 혁신도시 지정 촉구 등	103	
	대전 여행 명소	장태산자연휴양림, 뿌리공원, 오월드, 감천수상스포츠 등	165	
	대전 문화 생활	유성온천문화축제, 토토즐페스티벌, FIFA U20월드컵 등	186	
	대전 일상 생활	대전 시민공유공간, 시민활동가 인터뷰 등	136	
	인포그래픽 대전	대전벚꽃명소, 대전시정 핫뉴스 등	52	
	대전 맛집 탐방	대전 30년 전통업소, 칼국수 맛집 투어 등	3	
SNS (2,477건)	트 위 터	수소충전소 개소, 테미오래 비밀의정원 등	308	
	페 이 스 북	노잼도시를 넘어, 열차타고 즐기는 버스킹 등	631	
	카카오톡 스토리	자전거보험안내, 나비와 반딧불이체험 등	188	
	인 스타 그 램	대전여지도, 대전나들이, 대덕사이언스길 벚꽃 등	173	
	밴 드	여름방학 무료물놀이장, 토토즐을 느껴봐 등	1,177	
인 포 그래픽 (92건)	카드뉴스, 팩트체크 등	2019-2021대전방문의 해 광고, 이츠대전 인포그래픽, 대전토토즐페스티벌 광고, 이달의 시정 핫뉴스, 시민이 함께 만들어가는 새로운 대전, 아이키우기 좋다 대전이 좋다, 2019대전시정 10대 뉴스 등	92	

○ 2020년

(단위 : 건)

매체별	콘텐츠별	내 용	실적	비고
계			7,051	
블로그 (1,396건)	코로나19 대전현황	일일브리핑, 확진자 이동동선, 코로나19 방역수칙 등	713	
	대 전 트 램	대전 트램에 대한 궁금증 다섯 가지, 대덕구 트램노선 등	4	
	대전소식(정책)	지역화폐 온통대전 출시, 시민제안 플랫폼 대전시소 등	204	
	대전청춘(사람)	주간 일자리 정보, 대전 청년취업 희망카드 안내 등	37	
	대 전 여 행	대전시 아름다운 자연생태 7선, 언택트 관광지 등	174	
	대 전 동 네	대전 골목여행, 대전 산책하기 좋은 곳 등	123	
	대 전 문 화	대전근대문화유산, 대전테미예술창작센터 등	141	
SNS (5,307건)	트 위 터	사회적 거리두기, 긴급생계지원금, 온통대전 등	970	
	페 이 스 북	코로나19 일일 현황 및 예방수칙, 트램정책, 재해대비요령 등	1,539	
	카카오톡	주간 일자리 정보, 안전신문고앱, 희망 일자리 사업 모집 등	573	
	인 스타 그 램	랜선여행지, 공적마스크 구입 및 선별진료소 안내 등	775	
	밴 드	코로나19 일일 현황 및 예방수칙, 확진자 동선, 온통대전 등	1,333	
	카 카 오 톡	코로나19 일일 현황 및 예방수칙, 홍보매체 이용대상 공모 등	117	개설 (8.24.)
유튜브 (189건)	대 전 블 루 스	코로나19, 혁신도시지정 등 주요시정 브리핑, 자가 격리자 인터뷰, 대전 수돗물 안심확인제, 대전 랜선 여행지, 2020 대전 명장, 태풍 관련 긴급 안전점검 등	189	개설 (1.1.)
인 포 그래픽 (159건)	카 드 뉴 스 , 팩트체크 등	민선7기 약속·공약 카드뉴스, 정책브리핑, 이달의 대전시정 핫뉴스(대전형뉴딜, 주민참여예산 등), 코로나19 관련 시책 디자인 등	159	

○ 2021년

(단위 : 건)

매체별	콘텐츠별	내 용	실적	비고
계			4,301	
블로그 (881건)	코로나19 대전현황	코로나19 일일현황, 사회적 거리두기, 백신접종 안내 및 Q&A, 코로나 선별진료소 현황 등	282	
	대전소식(정책)	대전·세종·충남 지역혁신플랫폼, 탄소 중립, 상생 국민지원금 신청, 세계지방정부연합 총회 개최 등	207	
	대전청춘(사람)	청춘너나들이, 청년취업 희망카드, 청춘나들목, 청소년 박람회 등	13	
	대 전 여 행	트래블라운지, 상소동 자연휴양림, 대청호 도보여행, 무수동 치유의 숲, 한빛탑 미디어파사드, 소재동 등	148	
	대 전 동 네	산책하기 좋은 공원, 특화거리, 우리동네 이색 맛집 및 카페, 동네 골목길 투어, 벽화거리, 전통시장 등	66	
	대 전 문 화	학생문화예술관람 지원, e스포츠 경기장 개관, 대전 지역서점, 이응노 미술관 기획전, 대전전통나래관 등	165	
SNS (3,223건)	트 위 터	재난상황 안내, 사회적 거리두기 단계조정, 청년 일자리 사업, 코로나 특별손실지원금 안내 등	391	
	페 이 스 북	백신접종 안내, 코로나19 일일현황, 대전시 소상 공인 종합대책, 다가온, 대전형 뉴딜 등	1,027	
	인 스타 그 램	랜선여행지, 문화행사 및 공연 안내, 주민참여예산, 대전 유망중소기업 소개, 방역수칙 안내 등	527	
	밴 드	온통대전, 우리동네 안전속도 5030, 스마트시티, 홍도지하차도 개통, 청년희망통장 등	949	
	카 카 오 톱	명절 종합대책 안내, 코로나 선별검사소 현황, 대전 시소, 자동차 탄소포인트제, 코로나 예방접종 Q&A 등	329	
유튜브 (139건)	대 전 블 루 스	코로나19 등 주요시정 브리핑, 다가온 홍보관, 코로나 상생 국민지원금 신청, 유성복합터미널 건립, 트램건설, 대전 지하철역 탐방, 대전형 뉴딜 등	139	
인 포 그래픽 (58건)	카드뉴스 등	대전형 보육 재난지원금, 청년 매입 임대주택, 시민 여론조사 결과, 주민참여예산 시민투표단 모집 등	58	

7. 대전 홍보관 운영 현황(2019~2021)

가. 위치·규모 : 시청 1층, 84㎡(약25평) * 2020. 12. 시청사 시민몰 조성 완료

나. 운영인력

인 원	근무시간	근무형태	비고
1일 2인	10:00 ~ 16:00 (평일만 근무)	3시간 교대 근무(자원봉사) - 대전시 시정도우미	- '20. 7월부터 시민몰 조성공사로 운영 중단 - 홍보관 이전 공간 협소로 운영인력 미배치

다. 홍보영상물 제작현황

○ 2019년

(단위 : 천원)

제 목	형 식	제작사	비 용	비고
대전관광 홍보영상(결정적 순간)	HD영상물 / 30초, 5분 총2편	충청해럴드	12,600	
대전기네스 홍보영상	HD영상물 / 30초, 9분 총2편	굿모닝충청	13,450	
대전 도심녹지축 스카이라인 드론영상	HD영상물 / 30초, 2분 총2편	(주)서린기획	9,300	

라. 홍보물 게시 현황

제 목	홍보내용	비고
홍보관 멀티비전	주요 국·시정 등 홍보 영상·이미지 송출(90여개)	
지도로 보는 대전	터치모니터를 통한 대형화면에 대전의 행정·관광·교통 소개	터치 스크린
대전관광명소 12선	관광명소 12선에 대한 소개 및 영상	
여기는 과학도시	과학도시 대전의 특징 및 위상 홍보	
대전트램 모형 전시	모형 전시 및 그래픽을 통해 대전트램 소개	
대전 깃대종	하늘다람쥐, 이끼도롱뇽 등 대전 깃대종 전시	

마. 관람인원

(단위 : 명)

연 도	1일 평균	누 계	비 고
2019	21	4,420	- 평일만 집계 / '20. 7월부터 시청사 시민몰 조성공사에 따라 중단 - 이전 공간 협소로 운영인력 미배치('21년)
2020	16	2,100	

8. 브랜드슬로건 홍보 실적 현황(2020~2021)

○ 2020년

(단위 : 천원)

홍보형태	홍보실적	홍보기간	소요예산	비고
계			123,940	
브랜드 슬로건 홍보 현수막 제작	육교, 지하차도 현수막 게시(30개소)	9월~12월	10,030	
브랜드 슬로건 홍보영상 제작	타이포·실루엣 버전 제작(2편) 각 영상별 4개 버전(30', 20', 15', 5')	연중	19,400	
IPTV 광고(KT Skylife TV)	보장뷰수 : 3,300,000뷰 결 과 : 6,694,452뷰	9.27.~10.26.	22,000	
카카오톡 이모티콘 제작·배포	움직이는 이모티콘 16종 제작·배포 수 량 : 54,167개 사용기간 : 다운로드 후 1개월	10.27.~11.26.	48,060	
시내버스 옆면 광고	시내버스 25대 옆면 광고 실시	9.28.~10.27.	17,450	
도시철도 역사 래핑 광고	도시철도1호선 22개 승강장 134면 래핑	9.28.~10.27.	7,000	

○ 2021년

(단위 : 천원)

홍보형태	홍보실적	홍보기간	소요예산	비고
계			291,255	
브랜드 슬로건 홍보 굿즈 제작	블루투스 스피커(175개), 쇼핑백(3,000개), 포장지(10,000장), 우드플레이트(200세트) Daejeon is U 스티커 세트(1,000세트)	연중	46,265	
카카오톡 이모티콘 제작·배포	움직이는 이모티콘 16종 제작·배포 수 량 : 64,000개 사용기간 : 다운로드 후 1개월 ※ 시 홈페이지 상시 다운로드	6.3.~7.2.	48,060	
홍보영상 제작	30초 패러디 버전 제작(2편)	연중	16,500	
인터넷매체 배너 광고	홍보 매체수 : 10개 브랜드슬로건 이미지 광고	8.30.~9.29.	18,150	
네이버 배너 광고	브랜드슬로건 이미지 광고	7.19.~8.1. (2주)	36,300	
유튜브 영상 광고	브랜드슬로건 홍보영상 송출	7.5.~9.14.	51,000	
시내버스 후면 광고	시내버스 후면 브랜드슬로건 래핑 - 수 량 : 70대	4월~9월 (6개월)	40,000	
대전지역 주요 영화관	브랜드슬로건 홍보영상 송출 영화관 45개관(CGV 30, 롯데 15)	8.1.~9.30. (2개월)	34,980	

9. 대전 상징조형물 관리 현황(2019~2021)

위치	설치내용	설치연도	정비현황	비고
금산시계 (동구 하소동)	• 안녕히 가십시오 • 대전광역시 • 어서 오십시오	2002	- '21. 10. 태양광 LED 안내사인으로 교체 추진 중	시 경계 안 내 사 인
세종시계 (유성구 안산동)	• 안녕히 가십시오 • 대전광역시(입니다) • 또(어서) 오십시오 • 4차산업혁명특별시	2002	- '19. 11. 시트지 교체 정비 - '21. 10. 태양광 LED 안내사인으로 교체 추진 중	
논산시계 (서구 우명동)	• 안녕히 가십시오 • 대전광역시 • 또 오십시오	1993	- '21. 10. 태양광 LED 안내사인으로 교체 추진 중	
계룡시계 (유성구 송정동)	• 안녕히 가십시오 • 대전광역시(입니다) • 또(어서) 오십시오	1995	- '19. 11. 시트지 교체 정비 - '21. 10. 태양광 LED 안내사인으로 교체 추진 중	
세종시계 (유성구 둔곡동)	• 어서 오십시오 • 안녕히 가십시오	2000	- '21. 10. 태양광 LED 안내사인으로 교체 추진 중	
보은시계 (동구 오동)	• 어서 오십시오 • 안녕히 가십시오	2000	- '21. 10. 태양광 LED 안내사인으로 교체 추진 중	
금산시계 (동구 하소동)	• 캐릭터(한꿈이, 꿈돌이) • Daejeon is U	2002	- '20. 11. 받침대 도색 및 문구 정비 (Daejeon is U) - '21. 10. 캐릭터 도색 및 정비	상 징 조형물
세종시계 (유성구 안산동)	• 캐릭터(한꿈이, 꿈돌이) • 과학기술도시대전 • Daejeon is U	2002	- 20. 11. 받침대 도색 및 문구 정비 (Daejeon is U) - '21. 10. 캐릭터 도색 및 정비	
현도교 (대덕구 신탄진동)	• 캐릭터(한꿈이, 꿈돌이) • Daejeon is U	2002	- '20. 11. 받침대 도색 및 문구 정비 (Daejeon is U) - '21. 10. 캐릭터 도색 및 정비	
삼재고개 (유성구 갑동)	• 시문장 • 시정구호 • Daejeon is U 원형 엠블럼	1999	- '20. 10. 브랜드 슬로건 교체 (It's Daejeon → Daejeon is U) - '21. 10. 전체도색 및 정비	
원촌3가 (유성구 원촌동)	• 시문장 • 시정구호 • Daejeon is U 원형 엠블럼	1999	- '20. 10. 브랜드 슬로건 교체 (It's Daejeon → Daejeon is U) - '21. 10. 전체도색 및 정비	
대전일보사 (서구 월평동)	• Daejeon is U	1999	- '20. 10. 브랜드 슬로건 교체 (It's Daejeon → Daejeon is U)	
진잠시계 (유성구 원내동)	• 시문장 • 시정구호	1993	- '21. 9. 노후 및 서대전C↔두계삼거리 도로확장 공사에 따라 철거	

10. 대학생 홍보단 운영 현황 및 추진실적

구분	2020년	2021년	비고
운영기간	3. 16. ~ 8. 31.	4. 1. ~ 8. 31.	
위촉인원	122명	158명	
참여대학 (학과)	<ul style="list-style-type: none"> • 목원대(광고홍보언론, 만화애니메이션) • 배재대(미술디자인학부) • 우송정보대(디자인영상콘텐츠학부) 	<ul style="list-style-type: none"> • 목원대(웹툰·애니메이션과) • 배재대(아트앤웹툰학과) • 우송정보대(디지털영상비주얼디자인학부) • 한국폴리텍대(VR미디어콘텐츠과) 	
운영방식	<ul style="list-style-type: none"> • 각 대학의 미디어 및 홍보관련 학과의 수업과 연계해(과제제시) 대학생들이 영상·디자인 등 온라인 시정홍보 콘텐츠 제작 	좌 동	
추진실적	<p>【홍보 콘텐츠 제작 총 60건】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 목원대 광고홍보언론학과 <ul style="list-style-type: none"> - 대전홍보 아이디어 기획 등 11건 • 목원대 만화·애니메이션학과 <ul style="list-style-type: none"> - 대전굿즈(가방, 티셔츠 등) 29건 • 배재대 미술디자인학부 <ul style="list-style-type: none"> - 대전홍보영상 스토리릴* 17건 * 스토리릴 : 스토리보드를 사용하여 제작한 초벌 영상 • 우송정보대학 디자인영상콘텐츠학과 <ul style="list-style-type: none"> - 대전홍보영상 3건 	<p>【홍보 콘텐츠 제작 총 52건】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 목원대 웹툰·애니메이션과 <ul style="list-style-type: none"> - 대전 홍보 및 일상웹툰 30건 • 배재대 아트앤웹툰학과 <ul style="list-style-type: none"> - 홍보영상 스토리릴 9건 • 우송정보대 디지털영상비주얼미디어학부 <ul style="list-style-type: none"> - 대전 정책 홍보영상 8건 • 한국폴리텍대 VR미디어콘텐츠과 <ul style="list-style-type: none"> - 5개 구 대표지역 360도 VR 콘텐츠 5건 	
활동지원	<ul style="list-style-type: none"> • 연말 대전광역시장 표창, 활동용품 지원, 위촉장 수여 등 	좌 동	

11. 민선7기 여론조사 · 분석 결과 및 활용현황(2019~2021)

○ 2019년

구분	조사기간	조사방법	조사대상	주요내용	활용현황	비고
정기	8.23.~8.30.	전화면접	1,300명	•대전시 7030 기념사업 및 이츠대전 브랜드슬로건 인지도	정책수립 및 추진·평가 기초자료	
〃	9.5.~9.8.	ARS (자동응답)	2,300명	•추석명절 이슈, 제로페이 인지도 및 주민참여예산제 사업 인식도	〃	
〃	9.18.~9.21.	〃	2,300명	•대전청년문제 원인 및 해결방안, 청년 정책사업 인지도	〃	
〃	9.23.~10.1.	전화면접	1,300명	•대전시 혁신도시 지정 이슈 및 지역 인재의무채용 인지도	〃	
〃	10.8.~10.12.	ARS (자동응답)	2,000명	•대전 사이언스페스티벌 인지도 및 축제 역점 분야 조사	〃	
〃	11.4.~11.7.	〃	2,000명	•도시숲 공원 인지도, 도시숲 공원 필요성 등 녹색복지도시 조성에 관한 인식	〃	
〃	11.19.~11.22.	〃	2,000명	•규제자유특구 인지도, 대전기업환경 등 기업친화도시 조성을 위한 인식	〃	
〃	11.26.~11.29.	〃	2,000명	•2022 대전UCLG총회 유치 인지도 및 마이스산업 대전성장가능 분야	〃	
〃	12.3.~12.6.	전화면접	1,000명	•시정홍보매체 성과 및 만족도 조사	〃	
〃	12.7.~12.31.	FGI (집단심층면접)	8명×2그룹	〃	〃	
〃	〃	전문가 인터뷰	8명	〃	〃	
수시	5.29.~6.17.	전화면접+ARS	2,295명	•민선7기 1주년 성과만족도	〃	
〃	11.21.~12.11.	전화면접+FGI	1,526명 / 8명×3그룹	•'19년 성과결산 및 '20년 주요사업 추진계획 시민인식 조사	〃	
〃	12.19.~12.20.	전화면접	1,036명	•관광산업 활성화를 위한 대전방문 실태	〃	

○ 2020년

구분	조사기간	조사방법	조사대상	주요내용	활용현황	비고
정기	5.11.~5.15.	전화면접	1,044명	•대전지역화폐 온통대전 인지도	정책수립 및 추진·평가 기초자료	
〃	5.25.~5.29.	〃	1,048명	•민선7기 전반기 성과 및 후반기 비전	〃	
〃	6.29.~7.3.	ARS (자동응답)	1,500명	•역세권 및 원도심활성화 정책 인식	〃	
〃	8.17.~8.21.	전화면접	1,000명	•자영업자 유급병가제 도입	〃	
〃	10.19.~10.23.	ARS (자동응답)	1,500명	•대전지역화폐 만족도	〃	
〃	11.12.~11.14.	전화면접	1,014명	•대전 혁신도시 및 중기부 세종시 이전에 관한 시민인식 조사	〃	
〃	11.30.~12.8.	ARS (자동응답)	1,500명	•새 브랜드슬로건 및 SNS 인지도	〃	
〃	11.30.~12.8.	〃	1,500명	•홍보매체 접촉도 및 선호도 조사	〃	
〃	12.2.	FGI (집단심층면접)	6명×2그룹	〃	〃	
〃	〃	전문가 인터뷰	8명	〃	〃	
수시	11.19.~11.23.	온라인 패널조사	1,000명	•2020 대전시 주요 정책 심층 진단	〃	
〃	12.9.~12.10.	전문가 인터뷰	6명	•대전시 시정홍보 강화를 위한 전략적 홍보방안 수립	〃	

○ 2021년

구분	조사기간	조사방법	조사대상	주요내용	활용현황	비고
정기	6.10.~6.15.	전화면접	1,003명	•민선7기 3년 성과 및 향후 전망	정책수립 및 추진·평가 기초자료	
〃	8.2.~8.6.	전화면접	1,013명	•청년문제 인식 및 청년정책 인지도	〃	
〃	9.3.~9.14.	전화면접	1,002명	•3대하천 그린뉴딜정책 인지도 및 하천 개발과 관리에 관한 인식	〃	
수시	3.19.~3.28.	전화면접	1,000명	•시민소통 만족도 및 브랜드슬로건 인지도 분석	〃	

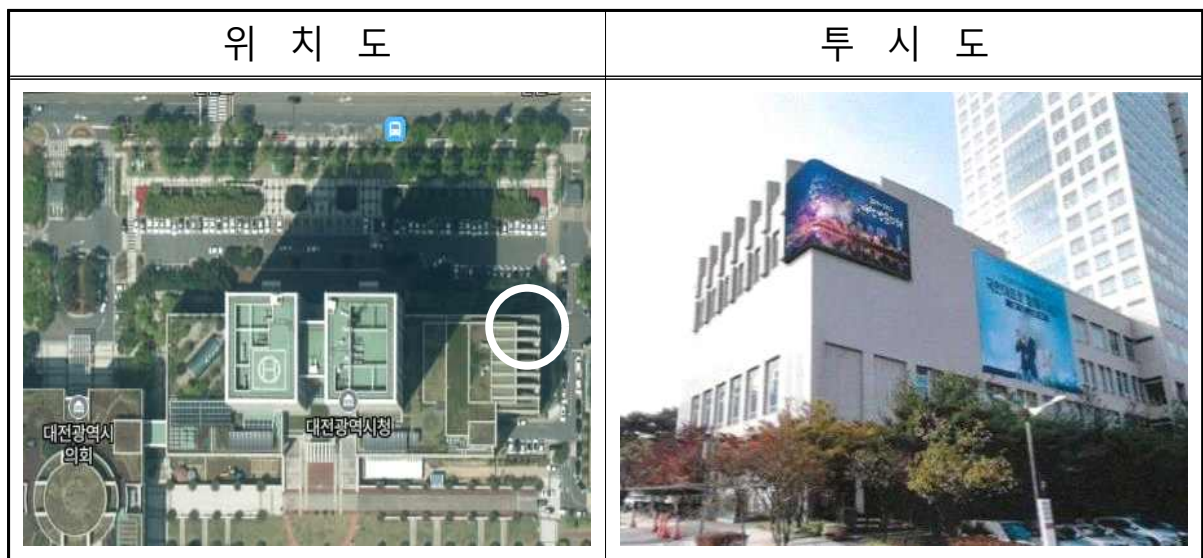
12. 홍보대사 위촉현황 및 활동내역(2019~2021)

성명	직업	위촉기간	주요활동	비고
조웅래	맥키스컴퍼니 대표	'18.9.17.~ '21.12.31.	없음	관광마케팅과
최나경	플루티스트	'18.9.17.~ '21.12.31.	없음	〃
김동현	격투기선수	'18.12.31.~ '20.12.31.	- '19.12.31. 새해인사 영상메시지	〃
김준호	코미디언	'18.9.17.~ '21.12.31.	- '19.10.5. 대전 방문의 해 홍대 공연 - '19.12.16. 대전 방문의 해 홍보 영상 촬영 - '19.12.31. 새해인사 영상메시지 - '20.12.20. 트래블라운지 홍보 영상 촬영	〃
정 경	성악가	'18.9.17.~ '21.12.31.	- '19.12.11. 대전 방문의 해 홍대 공연 - '19.12.31. 새해인사 영상메시지	〃
이대훈	태권도선수	'18.9.17.~ '21.12.31.	- '19.12.31. 대전 명소 영상파노라마 촬영 - '20.9.14. 한밭가득 추석특집 지역농산물 판매 라이브커머스	〃
김태균	프로야구선수 (한화이글스)	'19.3.1.~ '21.12.31.	없음	〃
호 잉	프로야구선수 (한화이글스)	'19.3.1.~ '21.12.31.	없음	〃
박인혁	프로축구선수 (대전시티즌)	'19.3.1.~ '21.12.31.	없음	〃
박철우	프로배구선수 (삼성블루팡스)	'19.3.1.~ '21.12.31.	- '19.3.29. 한화이글스 홈 개막전 홍보	〃
고은성	뮤지컬배우	'21.5.13.~ '22.12.31.	없음	〃
왕 영	대전정보서비스 유한공사 대표	'19.4.20.~ '20.4.19.	- 현지인 대상 팜플릿 배부 및 통역 등 대전 의료 관광 홍보	건강보건과
김귀숙	대련문원국제여행사 한국부 부장	'19.4.23.~ '20.4.22.	- 현지인 대상 팜플릿 배부 및 통역 등 대전 의료 관광 홍보	〃
래옹웬탄타오	빈증성 외교국 국제협력과 부과장	'19.10.8.~ '20.10.7.	- 현지인 대상 팜플릿 배부 및 통역 등 대전 의료 관광 홍보	〃
정병오	코리아 메디컬투어 우즈베키스탄 대표	'19.10.26.~ '20.10.25.	- 현지인 대상 팜플릿 배부 및 통역 등 대전 의료 관광 홍보	〃
맛상무 (김영길)	맛집평가 유튜버	'21.9.30.~ '22.12.31.	없음	소상공인과
꿈돌이	93 엑스포 마스코트	'21.9.30.~ '22.12.31.	없음	〃

13. 시 청사(외벽) LED전광판(사이니지) 설치사업 추진현황

가. 사업개요

- (위 치) 시청사 북동편 벽면 모서리
- (규 격) 14.6m × 5.6m
- (내 용) 디지털 미디어 전광판(2면)
- (사 업 비) 800,000천원(관급 760,000, 용역 40,000)
- (사업기간) 2021. 7. ~ 2022. 1.



나. 추진현황

- 예산 재배정: '21. 7. 12. / 홍보담당관 → 기전과(건설관리본부)
- 설치 및 구매 계획 수립: '21. 7. 16. / 홍보담당관
- 사업 시행 요청: '21. 8. 9. / 홍보담당관 → 기전과
- 실시설계용역 착수: '21. 8. 19. / 기전과
- 실시설계용역 설계 변경(구조안전성 검토 추가): '21. 9. 10. / 기전과

다. 향후계획

- 실시설계용역 및 구조안전성 검토 완료: '21. 10. 15. / 기전과
- 사업(구매설치) 착수 및 준공: '21. 10. ~ '22. 1.(90일) / 기전과
- 시설물 이관: '22. 1. ~ 2. / 기전과(건설관리본부) → 홍보담당관
- 전광판 운영: '22. 2월 ~ / 홍보담당관