

| | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|-------------|---------|----------------------------|----|---|---|--------------|---------------|-------------|----------|----------|------|--|
| 사업기간 | 2022 ~ 2026 | | | | | | | 총사업비 (백만원) | 800 | | | | |
| 완료시점 | 사업구분 | | 추진주체 | | | | | 이행단계 | | | | | |
| 임기 내 | 임기 후 | 신규 | 계속 | 국가 | 도 | 군 | 기타 | 완료 종결 | 완료후 계속추진 | 정상 추진 | 일부 추진 | 이행률 | |
| ○ | | | ○ | | | ○ | | | ○ | | | 100% | |
| 추진부서 (협조부서) | | 기획실 홍보팀 | | | | | 담당자 (연락처) | | 배유경(5244) | | | | |
| 중앙정부 도움필요성 | | | 해당없음 ■ / 도움필요(제도□ 재정□ 권한□) | | | | | | | | | | |

□ 최종목표

- 뉴미디어 및 인플루언서 조합을 통한 해남군 브랜드 가치 제고 추진
- 매체별 다양한 미디어 플랫폼을 활용한 군민과 소통·공감 강화

□ 사업개요

- (사업기간) 2022 ~ 2026
- (추진매체) TV프로그램, 옥외·극장광고, SNS, 유튜브
- (총사업비) 800백만원
- (주요내용)
 - (콘텐츠형 미디어) TV프로그램, 숏폼, 유튜버 협업콘텐츠, 3D 캐릭터 제작
 - (라이브형 미디어) 주요 축제, 행사, 포럼 등 라이브 방송 정례화(페이스북, 유튜브)
 - (소통형 미디어) 숏폼 공모전, SNS 챌린지, 미디어 활용 교육

□ 공약달성 확인지표

| 달성지표명 | 구분 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026. 6 |
|---------------------------------|----|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 인플루언서 미디어 전략적 중심 홍보 | 계획 | 기본 계획 수립 | 미디어 홍보 마케팅 | 미디어 홍보 마케팅 | 미디어 홍보 마케팅 | 미디어 홍보 마케팅 |
| | 실적 | 기본 계획 수립 | 미디어 홍보 마케팅 | | | |

□ 연도별 투자계획 및 확보(집행)실적

【투자계획】

(단위: 백만원)

| 구분 | 총사업비 | 기투자 | 민선8기 투자계획 | | | | | 임기 후 |
|----|------|-----|-----------|------|------|------|----------|------|
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026. 6. | |
| 계 | 800 | | 100 | 200 | 200 | 200 | 100 | |
| 국비 | | | | | | | | |
| 도비 | | | | | | | | |
| 군비 | 800 | | 100 | 200 | 200 | 200 | 100 | |
| 기타 | | | | | | | | |

【확보(집행)실적】

(단위: 백만원)

| 구분 | 총사업비 | 기투자 | 연도별 실적 | | | | | 임기후 |
|----|--------------|-----|--------------|------------|------|------|----------|-----|
| | | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026. 6. | |
| 계 | 842 (259) | | 262 (259) | 580 (-) | | | | |
| 국비 | | | | | | | | |
| 도비 | | | | | | | | |
| 군비 | 842 (259) | | 262 (259) | 580 (-) | | | | |
| 기타 | | | | | | | | |

□ 지금까지 추진실적

| 연도 | 추진실적 | 비고 |
|------|---|----|
| 2022 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 해남군 소셜미디어 운영계획 수립: '22. 1. ○ 매체별 맞춤형 슷폼 콘텐츠 제작 추진: '22. 2. <ul style="list-style-type: none"> - 해남형ESG, 해남배추, 해남 관광 어때? 분야별 영상 제작(3편) - 관광·농수특산물 홍보를 위한 슷폼 자체 제작:17편 (조회수 9만8천회) - 유튜브 시리즈 제작: 「해남군이 떴다!」 절임배추 공장편(조회수 3,312회) ○ 명량대첩 축제 홍보 및 언론대책 계획: '22. 9. ○ 해남미남축제 홍보 및 언론대책 계획: '22. 10. | |

| 연도 | 추진실적 | 비고 |
|--------------|---|----|
| 2023년 1분기 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 해남군 소셜미디어 운영계획 수립: '23. 1. ○ 3D 캐릭터 제작 계약: '23. 2. ○ SNS 홍보 웹툰 제작 계약: '23. 2. / 1년간 20편 이내 ○ 해남군 정책 및 유통 CM송 제작: '23. 3. ○ 달마고도 및 힐링축제 영상 제작 및 SNS 홍보: '23. 3. ○ 유튜브 영상(1편) 및 숏츠(4편) 영상 제작 및 게재 | |
| 2023년 2분기 | <ul style="list-style-type: none"> ○ SNS인플루언서 홍보단 운영: '23. 4. ~ / 14명 ○ 해남군 솟품 공모전: '23. 4. / 주제-해남 어린이 공룡대축제 ○ 해남 어린이 공룡대축제 영상 제작 및 SNS 홍보: '23. 4. ~ 5. ○ 파워유튜버와 함께 콘텐츠 제작: '23. 5. / 1편 / 우니의 끼니 ○ 주요 축제(군민의날, 어린이 공룡대축제) 라이브 송출: '23. 5. ○ 땅끝을 노래하다! 해남의 노래 작사 공모전 신청·접수: '23. 5. ~ 6. ○ TV 프로그램 제작 및 송출: '23. 5. ~ 6. / 2편(달마고도, 태군노래자랑) ○ 해남 고향사랑기부제·고구마송 유튜브 및 SNS 게재" '23. 6. ○ 3D 캐릭터 제작 완료 및 배포: '23. 6. ○ 유튜브 영상(1편) 및 숏츠(5편) 영상 제작 및 게재 | |
| 2023년 3분기 | <ul style="list-style-type: none"> ○ SNS인플루언서 홍보단 운영: 송호해변축제, 명량대첩축제, 해남미소 명절꾸러미 홍보 ○ 땅끝을 노래하다! 해남의 노래 작사 공모전 심사 및 계약: '23. 7. ~ 9. ○ TV 프로그램 제작 및 송출: '23. 9. / 1편(EBS "고향민국") ○ 주요 축제(명량대첩축제) 라이브 송출: '23. 9. ○ 유튜브 영상(2편) 및 숏츠(3편) 영상 제작 및 게재 ○ SNS 홍보 웹툰(사연툰) 제작 완료: '23. 2. ~ 9. / 10편 | |
| 2023년 4분기 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 옥외광고: 연중 ○ 유튜브 영상 및 숏츠 영상 제작 및 게재: 연중 ○ 땅끝을 노래하다! 해남의 노래 제작: 하반기(작곡 의뢰) ○ 해남군 솟품 콘텐츠 공모전 추진: 1회 / '23. 7. ~ 12. ○ 파워유튜버와 함께 콘텐츠 제작: '23. 10. ~ / 해남 미남축제 및 농산물 주제 ○ TV 프로그램 제작 및 송출: '23. 7. ~ ○ 주요 축제(해남미남축제) 라이브 방송 송출 | |

□ 이후 추진계획

| 연도 | 세부 추진계획 | 비고 |
|------|---|----|
| 2024 | ○ 분야별(관광, 유통) 음원 제작 및 활용 ○ 전 직원 대상 미디어 활용 교육 추진 | |
| 2025 | ○ 관광·유통 홍보를 위한 TV프로그램 집중 유치 ○ 미디어 콘텐츠 다변화 전략 방안 모색 | |
| 2026 | ○ 미디어 홍보 마케팅 성과 분석 및 모니터링 추진 ○ 미디어 홍보 마케팅 추가 시책 발굴 추진 ○ 신규 미디어 홍보 성공사례 벤치마킹 | |

□ 기대효과

- 홍보확산 속도가 빠른 미디어를 활용한 바이럴 마케팅 효과 제고
- 미디어 매체를 통한 다양한 긍정홍보 콘텐츠 제작·홍보