
‘13년 지적재조사사업 홍보계획

‘13. 4.

국 토 교 통 부
[지적재조사기획단]

목 차

I. '13년 추진목표 및 기본방향	1
II. 세부 추진계획	2
1. 공감대 형성을 위한 대국민 홍보	2
가. 국민참여 '지적재조사 공개시스템' 연계 홍보	
나. 공공 홍보매체 활용 지속 홍보	
다. 바른땅 QR 코드 제작, 온라인 연계 홍보	
라. 주요 정책 계기 신문 등 언론매체 활용 홍보	
마. 홍보컨텐츠(바른땅) 상표등록, 사업 브랜드화	
2. 사업지구 이해관계자 참여를 위한 현장홍보 ..	5
가. 사업설명회 개최 등 소통의 장 마련	
나. 지역 언론 및 지자체 홍보매체를 활용, 사업성과 확산	
다. 선행사업지구 우수사례 발굴 및 현장견학 실시	
라. 사업지역 생활주변(공간)을 활용한 주민밀착 홍보	
마. 사업 만족도 및 주민 의견수렴 설문조사	
3. 해외홍보 및 국내 관련단체 대상 홍보 및 교육	8
III. 행정사항	9

‘13년 지적재조사 홍보계획

I

‘13년 추진목표 및 기본방향

목 표

- ◆ 사업 본격 추진에 따른 국민적 공감대 형성과 지지 기반 확보
- ◆ 이해관계자의 관심도 제고 및 적극 참여 유도로 성공적 사업 추진



【 추진방향 】

- 사업 필요성, 미래편익, 사업 가치를 중심으로 대 국민 공감대 확산
- 사업의 실질적 수혜자인 이해관계인의 자발적 참여 분위기 조성
- * 지자체-관련기관(단체)과 공동 협력을 통한 홍보효과 극대화

(대 국민 홍보전략)	(이해관계인 대상 홍보전략)
○ 지적경계 불부합지 해소, 디지털 지적구축 필요성 등 공감대 형성 ○ “지적재조사 행정시스템”을 통한 정보공개로 신뢰도 제고 ○ 디지털미디어 환경(스마트폰 대중화)에 적합한 홍보매체와 연계확산 ○ 홍보컨텐츠(바른땅, 심볼마크 등)의 다양한 활용으로 홍보효과 제고	○ 사업의 실질적 수혜자로서 긍정적 인식 제고 ○ 지자체 보유 홍보매체 특성에 맞는 창의적이고 다양한 홍보 활용 전개 ○ 선행사업 우수사례 공유·확산으로 사업에 대한 기대감 제고 ○ 사업설명회, 간담회 등을 통한 현장홍보 확대로 소통 강화

II

세부 추진계획

1. 공감대 형성을 위한 대국민 홍보

- 지적재조사의 의미, 디지털 지적구축을 통한 사업 효과와 미래 편익 등 사업 인지도 제고 및 공감대 확산을 위해 다각적 홍보
- 홍보 환경변화에 맞춰 홍보 웹사이트 구축, QR코드로 스마트폰과 연계 등 기존 홍보매체 등과 병행 홍보

가. 국민 참여 ‘지적재조사 홍보 웹사이트’ 구축

□ 추진 방향

- ‘지적재조사 행정시스템’과 연계, 홍보 웹사이트를 구축하여, 국민이 쉽게 접할 수 있는 인터넷 홈페이지로 대 국민 홍보 활성화
- * 행정시스템 사업 완료 이전에 홈페이지 기능 우선 개통 활용

□ 주요 추진내용

- (홈페이지) 홍보 웹사이트 구축 및 모바일 현황정보를 개발하여 투명한 사업 안내 및 각종 홍보물 게재 등을 통해 신뢰도 제고
- * (게재물) 특별법령, 보도자료, 홍보 제작물(동영상, PPT, 리플릿), Q&A 등
- (온라인 홍보) 공간정보 주요포털 사이트와 연계, 온라인 홍보 확대
- 국토부 홈페이지, 국가공간정보유통시스템(NSDI 웹진)과 연계 등

□ 추진 일정

- 지적재조사 시스템(홈페이지, 웹사이트)에 홍보물 게재('13. 5~7월)
- 홈페이지 기능구축에 따라 온라인 홍보 확산('13. 7월, 우선 개통)
- 지적재조사 공개시스템(PPLIS)구축에 따른 홍보 본격 개시('13. 11~)

나. 공공 홍보매체 활용, 지속적 홍보

- (영상홍보) 공공청사 내에 설치된 각종 전광판, 모니터 등을 홍보 창구로 활용하여 홍보 영상물 상영, 안내 자막 표출 등 지속 홍보('13. 4 ~)

* 캠페인용 홍보영상(40초), KTV 제작 홍보영상(1분) 등을 활용

- (공공매체) 한국정책방송(KTV), 옥외전광판(문광부), 반상회보, 국회방송, 국군방송 등과 협의하여 홍보물 상영 및 안내 자막 표출 추진('13. 6 ~)

- (UCC) 다양한 영상 소재를 발굴, 테마가 있는 UCC 제작 홍보('13. 7 ~)

* 촬영, 녹음, 편집 등은 관련 부서 협조(대변인실)

다. 바른땅 QR 코드 제작, 온라인 연계 홍보

- (바른땅 QR코드) 디지털 홍보 환경의 변화에 대응하여, 스마트폰과 연계할 수 있도록 바른땅 QR코드 디자인제작, 개발('13. 4 ~)

- 기존 QR코드에 특색있는 형태(바른땅, )등을 삽입하여 이해도 제고

* QR코드(Quick Resonse Code) : 코드를 스캔하면 홍보물과 연계되는 바코드

- (홍보컨텐츠 제공) QR코드를 통해 홍보물(동영상, PPT, 리플릿) 제공 등 다양한 정보를 인쇄물 제약없이 모바일 서비스 지원('13. 7 ~)

- (온라인 홍보) QR 코드와 연동하여 카카오톡, 트위터, 페이스북 소셜네트워크 등에 다양하게 온라인 홍보 추진('13. 10 ~)

* 타 디자인 QR코드 사례 (QR코드에 CI 삽입 및 컬러화)



라. 주요정책 계기 신문 등 언론매체 활용 홍보

- (기획보도) 특정 언론사를 선정하여 사업현장 취재 기획보도 (수시)
 - 사업현장 취재 형식으로, 우수·선진사례 발굴, 신기술과 디지털 지적의 기능과 효과 등을 생생하게 소개
- (보도자료) 주요정책 이슈 발생 시 마다 보도자료 배포 (수시)
 - 주요 정책, 이슈 등을 보도자료로 제공하여 사업 인지도 제고
- (방송프로그램) 언론매체의 교양·정보 프로그램 활용 소개 등(수시)
 - 라디오(생활정보 프로그램), TV(정보, 교양프로그램) 등

마. 홍보컨텐츠(바른땅) 상표등록, 사업 브랜드화

- (상표등록) 홍보컨텐츠 ‘바른땅’의 대외적 공신력 확보하기 위해 상표등록 추진 및 사업 브랜드명으로 지속적으로 활용(13. 4 ~)
 - * 상표 : 다른 상품과 구분하기 위한 색채 등 시각적으로 인식할 수 있는 모든 유형 (제3자의 사용으로 혼란 방지, 미등록시 타인이 선등록 후 권리 주장 가능)
- (네임, 심볼마크) **바른땅** 
 - 사업의 가치, 속성 등을 쉽고 친근하게 표현하는 홍보컨텐츠를 선호도 설문조사 등을 통하여 채택, 개발 추진 (13. 2 ~)
 - 사업 인지도 및 신뢰높은 이미지 구축을 위해 업무표장, 서비스표를 특허청에 등록상표 등록(13. 4 ~ 12)
 - * 상표 : 다른 상품과 구분하기 위한 색채 등 시각적으로 인식할 수 있는 모든 유형 (제3자의 사용으로 혼란 방지, 미등록시 타인이 선등록 후 권리 주장 가능)
 - 슬로건 : 반듯하게, 가치있게, 행복하게 (사업 단계에 따라 변경 가능)

2. 사업지구 이해관계자 참여를 위한 현장홍보

- 사업지구 주민과의 간담회, 설명회 등을 통해 여론수렴 등 현장 소통을 강화하고 다양한 홍보매체를 활용하여 사업 이해도 제고
- 경계분쟁 해소, 토지 활용가치 상승 등 선행사업의 긍정적 성과 등을 자연스럽게 홍보하여 사업 추진 참여 및 자발적 협조 유도

가. 사업 설명회 개최 등 소통의 장 마련

- (사업 설명회) 이해관계인 등을 대상으로 사업 단계에 따라 특성에 맞는 사업 설명회 개최 등 사업 이해도 제고 및 의견수렴 확대 등(13. 4 ~)
- (현장홍보) 사업 추진 안내 등을 위한 플래카드, 현수막, X 배너 등 현장 실정에 맞게 제작 설치 등 현장 홍보 실시(수시)
- (홍보물) 사업 이해도 제고를 위해 지역 특성에 맞는 홍보물 제작 등(13. 6)
 - * 홍보 동영상(4분,1분) · PPT(40쪽, 15쪽) · 리플렛(16면), 전단지, 포스터 등
- (간담회) 토지소유자 등 지역주민과의 소통을 위한 간담회 개최 등(수시)
 - 사업지역 주민대표 간담회, 반사회, 통·이장협의회 등 수시 개최, 우편·방문을 통한 사업 안내 등 다양한 현장 소통 강화
- (상담실 운영) 사업지구내 토지소유자 대상 지적재조사사업 추진 상담실 운영 등 주민대상 다양한 현장 대민서비스 전개(수시)
 - * 마을회관 등을 이용하여 사업 관련 상담실 운영(지적공사, 지적측량업자 협조)
- (대민서비스) 사업추진 진행상황 안내 SNS 문자 발송 서비스 등(수시)

나. 지역언론 및 지자체 홍보매체를 활용한 사업성과 확산

- 지방 방송사 · 언론 등을 통한 지역사업 성과 홍보 실시(수시)
 - 사업 착수 등 주요정책 소재를 발굴하여 언론사에 지속적 정보 제공 및 언론사 대상 간담회 또는 사업지역 팸투어 등
 - 전국 자치단체 보유·관리 홍보매체 활용·연중 홍보(수시)
 - 홍보물 : 동영상, ppt, 리플릿 등은 기 배포 및 국토정보시스템(NS센터/지적재조사, <http://nsdis.go.kr>)에 게시(계속 등재)
 - 자치단체별 홍보 시행결과 모니터링, 효과분석 실시 ('13.10~12)
- * 각 자치단체 보유 홍보매체 현황 : 3,890개 / 202개 기관

【 각 자치단체 보유 홍보매체 현황 】

- 옥외전광판(도심지 사거리, 대형 건물 옥상 등) : 175개 /86개 기관
- 교통시설(버스정보시스템, 경전철 역사, 터미널 등) :1,909개/48개
- 공공장소(주민센터, 아파트, 도서관 등) : 1,329개/108개 기관
- 자치단체 청사(청사 현관, 민원실, 엘리베이터 등): 477개/158개 기관

다. 선행 사업지구 우수사례 발굴 및 현장 견학 등

- 선행사업지구 현장견학을 통한 생생한 정보 제공(수시)
- 지자체 · 유관기관 담당자, 이해관계인 등 대상 체험적 홍보
- 선행지역의 토지활용 가치상승 등 우수사례 발굴, 사업성과 확산
- 참가 후기나 소감 등을 통해 생생하게 전 지자체에 전파

라. 사업지역 생활주변 공간을 활용한 주민밀착형 홍보

- 민원 안내실 등에 사업 홍보물 비치 및 안내 (수시)
 - 자치단체 공공건물 민원인 대기실 등에 홍보 전단지, 리플릿 비치
 - 지적측량 신청 및 현장 방문시 지적제조사 홍보물 제공, 안내
 - 주민들이 많이 모이는 공공장소에 사업 안내 포스터 부착 등
- 지자체 간행 홍보물 및 고지서 이면 활용 (수시)
 - 지자체(유관기관) 발행 책자 및 홍보지 및 각종 고지서의 이면에 사업 안내 홍보
 - * 지방세 고지서, 공시지가 및 개별주택 안내서, 이용부담금 고지서 등
- 공동아파트 등의 모니터 활용 영상물 송출, 안내 자막 광고 (수시)
 - 아파트 등 공동주택의 현관문 전면공간, 엘리베이터 내 모니터 등에 홍보 영상물 송출, 안내 자막 표출 등
- 지역 행사(축제 등)시 홍보 부스 설치 등 운영 (필요시)
 - 지역 축제 행사 등과 연계, 홍보프로그램(이벤트 등) 개발 추진
 - * 사업현장별 사업 안내, 홍보 등을 위한 이벤트 실시 검토

마. 사업 만족도 및 주민 의견수렴 등 설문조사

- 사업지구 토지소유자 등을 대상으로 사업 만족도, 개선의견 수렴 등 ('13. 12)
- 분석결과 등을 토대로 향후 사업 추진 시 주민의견을 반영한 효과적인 홍보전략 수립 실시

3. 해외홍보 및 국내 관련단체 대상 홍보 및 교육

가. 지적 관련 해외 및 국제행사 홍보 활성화

- 지적재조사 관련 영문홍보물을 제작하여 선진지적시스템의 우수성을 알리는 등 해외 홍보 활성화(수시)
- 국제행사, 국제회의(국제측량사연맹 FIG 등)에 참가하여 지속적인 사업성과 발표 등 국제적 관심 유도(수시)
- 지적재조사 국제동향 파악, 선진사례 분석을 통하여 지적재조사 제도에 반영하고 해외수출 전략 모색 등 해외 홍보 적극 추진(수시)
* 프랑스, 네덜란드, 캐나다, 독일, 일본 및 지적 개도국 등에 대한 운영 사례를 조사하여 제도도입 및 수출방안 마련

나. 지적재조사 관련 학교·학회·단체 등 교육으로 소통 강화

- 지적재조사위원회, NGO 위원 등 외부 전문가에 정책홍보 확산(수시)
- 초·중·고등학교 교과서에 지적재조사 주요 내용 반영(지속)
- 대학생 (지적학과) 대상으로 미니 강연, 재조사 현장 투어 등(수시)
- 지적전문가 등 관련 단체·학회 등과 소통채널 마련(수시)

다. 지적재조사 전문과정 확대 등을 통해 교육·홍보 강화

- 전문교육기관에 지적재조사 전문과정 확대·신설
- 관계기관 (지자체 등) 지적재조사 담당자 대상 집합(순회) 교육 확대 등(수시)

- 각급 지방자치단체 및 유관기관은 본 홍보계획을 토대로 '13. 4. 30까지 자체 실정에 맞는 자체 홍보계획 수립, 추진
 - 사업의 성공적인 추진을 위하여 국토부 - 자치단체 - 유관기관(단체) 등과 홍보 협력체계를 구축하여 지속적으로 홍보 추진
 - 지적재조사사업 홍보 콘텐츠 (새이름 “바른땅”, 심볼마크 , 슬로건 “반듯하게, 가치있게, 행복하게”) 등을 적극 활용
- 사업지구 지자체에서는 주민참여의 장 마련 등 현장홍보 강화
 - 홍보 대상, 지역 등에 따라 메시지 전달에 적합한 홍보 매체를 적극 활용하여 홍보 효율성 제고 및 효과 극대화
- 사업 및 홍보 우수사례는 국토부 등과 공유하여 전국 확산 도모
 - 각 기관 보유·관리 홍보매체(지자체 청사, 옥외전광판, 공공장소 모니터 등)의 특성에 맞게 각 홍보물을 다양하게 변경 활용 등
 - 각 지역별 특성에 맞게 창의적인 다양한 홍보물 계속 개발 등