홍 보 실

Ⅰ 사업개요

□ 업무 연혁

○ 2013. 06. 17 : 미래전략기획단(TF) 신설

○ 2013. 12. 17 : 미래전략실 정규 조직화

○ 2015. 06. 15 : 홍보마케팅실로 조직개편

※ 디지털전략팀 분화(2019.4.16.) : 홍보마케팅실 → IT 전략실

○ 2020. 04. 02 : 홍보실로 조직개편

※ 마케팅팀 업무 이관 : 홍보실 → 기획조정실

□ 미션 · 비전

미 션	소통 · 공감 홍보로 시민에게 신뢰받는 공단 구축
비 전	급변하는 미디어 환경 속 다양한 공단 사업의 효과적 홍보 · 대응
경영목표	언론 미디어 매체와의 협력을 통한 적극적 홍보 · 대응 / 소통 · 공감하는 콘텐츠 운영 및 관리

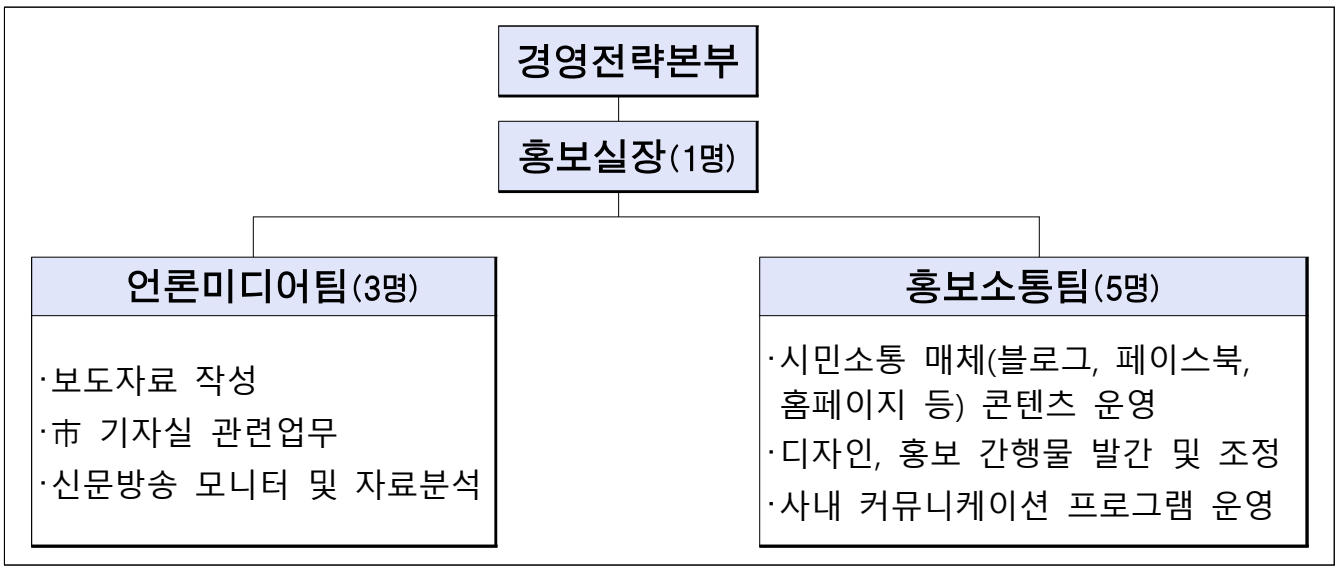
□ 2020년 주요사업

소통경영	핵심	콘텐츠 내실화 및 외부협업 통한 SNS채널 활성화
	핵심	적극적 사업 홍보를 위한 영상 콘텐츠 제작 강화
청렴경영	일반	청렴문화 확산 위한 대내외 홍보 강화
감성경영	일반	직원 공감 캠페인을 통한 사내소통강화

Ⅱ 일반현황

조직 및 주요업무

▢ 조직도



▢ 주요업무

연번	업무 분류	주요 내용
1	언론 홍보·대응	• 보도자료 작성 및 배포 • 주요 이슈 언론 대응
2	온라인 홍보	• 온라인 홍보채널 운영 / 콘텐츠 기획·제작 및 운영 전반 ① 홈페이지: 홍보관 <서울+이야기>, 메인·주요뉴스 배너 운영 ② 뉴스레터: 제작·발송 ③ SNS: 페이스북, 네이버 블로그, 유튜브, 인스타그램, 네이버TV
3	사진 촬영 및 기록	• 이미지아카이브 운영 • 홍보 및 기록용 이미지 촬영·관리 • 영상자료 표출
4	사내 커뮤니케이션	• 온라인 사내 소식지 '이알공' 제작 • 청사 1층 메시지 모니터 '톡투유' 운영 • 사진 기록 캠페인 '현장의 사람들' 추진
5	브랜드 관리	• 인지도 조사 • CI 및 캐치프레이즈 관리
6	홍보물 관리	• 공식 홍보물 제작 및 관리 • 기념품 제작 및 관리
7	유관기관 협업	• 서울영상위원회 <공단 사업장 영상촬영 활성화 지원> • 서울디자인재단 <안전안심 공공디자인사업> • 서울시 블로거 기자단 및 영상창작가 <미디어메이트, 영상크리에이터> • 서울산업진흥원 1인 미디어 그룹 <크리에이티브 포스>

인 원

(2020.6.30.기준)

구 분	계	일 반 직								
		1급	2급	3급	4급	5급	6급	7급	7급(보)	8급
정 원(A)	10	1	1	2	4	2	0	0	0	0
현 원(B)	10	1	0	1	2	3	2	1	0	0
과부족(B-A)	-	-	△1	△1	△2	1	2	1	-	-
비근무(N)	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-
실현원(B-N)	9	1	0	1	2	2	2	1	0	0
실과부족(B-N-A)	△1	-	△1	△1	△2	-	2	1	-	-

※ 현원(2): 개방형 1(2호: 3급 상당), 기간직 1(나급: 5급 상당), 비근무(1): 육아휴직('20.2.17.~'21.2.16.)

Ⅲ 주요 업무 현황

언론 보도

▢ 보도자료 작성 · 배포 절차

① 보도자료 초안 작성 (해당부서)

② 보도자료 내용 및 문구수정, 배포 적절성 등 검토 (홍보실)

③ 보도자료 수정본 재검토 및 이사장 최종검토 (해당부서)

④ 市 언론담당관실 협의 등 보도자료 배포 진행 (홍보실)

☞ 공단 보도자료 엠바고는 市 대변인실 지침을 따르고 있음.

- 조간용 : 전일 오전 11:15분부터 배포
- 석간용 : 당일 오전 6시부터 배포

▢ 보도자료 제공 · 배포

○ 市 출입기자실 보도자료 제공·배포 현황

구 분	2020.6		2019		2018		2017		2016	
제공건수	26		99		72		99		120	
보도건수	695		1,849		1,398		1,363		2,299	
	인터넷	612	인터넷	1,589	인터넷	1,260	인터넷	1,232	인터넷	1,945
	지면	37	지면	160	지면	67	지면	64	지면	184
	방송	46	방송	100	방송	71	방송	67	방송	160

※ 서울시 출입기자단 매체현황 (총 43개사)

신문사 (27개사)	경향신문, 국민일보, 동아일보, 서울신문, 세계일보, 아시아투데이, 조선일보, 중앙일보, 한겨레, 한국일보, 매일경제, 머니투데이, 서울경제, 아주경제, 이데일리, 이투데이, 파이낸셜뉴스, 한국경제, 코리아헤럴드, 코리아타임즈, 코리아중앙데일리, 시정신문, 전국매일 ※ 석간신문 : 문화일보, 헤럴드경제, 내일신문, 아시아경제
방송사 (13개사)	KBS, MBC, SBS, YTN, MBN, 한국경제TV, OBS, 연합뉴스TV, MTN, BBS, CBS, CPBC, tbs
통신사 (3개사)	연합뉴스, 뉴시스, 뉴스1

영상 콘텐츠 운영 및 관리

▢ 영상 제작

1 제작방향

○ 현장·소통 경영 등 공단 정책 기조에 부합하는 영상 제작

○ 외부기관 협업 등을 통한 영상 제작 루트 다변화

2 제작방법 : 자제제작 + 외부기관 협업진행

○ 주요 콘텐츠

- 연간 제작 아이템 선정 및 시기 적절성 고려하여 월별 계획 및 제작

○ 협업기관 : 서울시(영상크리에이터) / 서울산업진흥원(SBA)(크리에이티브포스)

- 전문성과 영향력을 갖춘 각 기관 소속의 유튜버들과 1:1 매칭돼 작업 진행

아이템 선정 〔공단〕	→	영상 기획 〔협업기관〕	→	촬영·편집 〔협업기관〕	→	제작완료 및 배포 〔협업기관〕

▢ 영상 제작 현황 (홍보실 제작)

구 분	총편수	자체 제작	市 등 협업	영상업체 활용
2020.6	6	6	-	-
2019	21	18	2	1
2018	12	7	-	5

▢ 영상 운영 및 홍보 (전부서 제작 영상 게시)

○ 유튜브 (youtube.com/seoulsisul)

▸서울시설공단(대표): 2011.5월 개설

연도	게시(건)	총 구독자수(명)	누적 조회수(건)
2020.6	29	1,083	535,888
2019	54	682	430,166
2018	33	195	216,454

온라인 홍보

▢ 매체별 운영 현황

구 분	게시건수	홈페이지	페이스북	네이버블로그	네이버TV	인스타그램
합계(건)	1,310	473	411	212	38	176
2020.6	**226**	**15**	**83**	**43**	**14**	**71**
2019	546	144	186	87	24	105
2018	344	120	142	82	–	–
2017	89	89	–	–	–	–
2016	105	105	–	–	–	–

▢ 매체별 운영 실적

1 홈페이지 - 〈서울+이야기〉 콘텐츠 게시현황

구 분	2020	2019	2018	2017	2016
콘텐츠 게시 건수	15 (사람:3건/라이브:6건/순간:6건)	144	120	89	105

2 페이스북 (www.facebook.com/seoulsisul, 2012. 09 개설)

연도	게시(건)	페이지좋아요(명)	페이지팔로우(명)	게시글도달수(명)
2020.6	**83**	**7,135**	**7,268**	**59,738**
2019	186	7,046	7,124	338,585
2018	142	5,990	6,094	138,581

3 네이버 블로그 (blog.naver.com/seoulsisul, 2012. 02 개설)

연도	게시(건)	이웃수(명)	조회수(건)	방문횟수(건)
2020.6	**43**	**6,950**	**155,610**	**144,126**
2019	87	6,267	204,068	178,698
2018	82	4,930	255,432	220,175

4 인스타그램 (instagram.com/seoulmoment, 2019. 03 개설)

연도	게시(건)	팔로워(수)
2020.6	**71**	**658**
2019	105	429

5 네이버TV (tv.naver.com/seoulsisul, 2019. 07 개설)

연도	게시(건)	구독자(수)	누적 조회수
2020.6	**14**	**25**	**1,107**
2019	24	21	1,744

사내 커뮤니케이션

☐ 온라인 사내 소식지 '이건알자공단인'

○ 구성 및 운영

- 구성: '공단소식', '공단人', 등 직원들이 알아야 할 소식·정보를 PDF로 제작
- 운영: 분기별 1회 제작 / 전자결재 게시판 업로드 및 사내 메일 개별 발송

○ 운영현황

연도	합계(건)	발행일
2020.6	1	5호(2020.3.31.)
2019	4	창간호(2019.6.28.) / 2호(2019.9.4.) 3호(2019.11.15.) / 4호(2019.12.31.)

☐ 이미지 캠페인 '현장의 사람들'

○ 구성 및 운영

- 구성: 직원들의 일과를 취재,촬영하여 포스터 제작 및 홈페이지 게시
- 운영: 매월 진행 / 홈페이지, 전자결재 게시판 업로드 및 포스터 게시

○ 운영현황

연도	합계(건)	게시일
2020.6	6	5호(2020.1.15.) / 6호(2020.2.13.) / 7호 (2020.3.19.) 8호(2020.4.22.) / 9호(2020.5.26.) / 10호(2020.6.8.)
2019	4	1호(2019.9.17.) / 2호(2019.10.21.) 3호(2019.11.20.) / 4호(2019.12.18.)

☐ 메시지 모니터 톡투유(talk to you)

○ 구성 및 운영

- 구성: 짧은 멘트와 함께 사업장 및 직원업무 모습, 특정시기 메시지 공유
- 운영: 주 1회 / 청사1층 로비에 설치된 DID모니터에 내용 노출

○ 운영현황

연도	합계(횟수)	표출내용
2020.6	10	사업장 모습 / 잠시멈춤 캠페인 등
2019	19	업무현장 / 사업장 모습 / 연말인사 등

☐ 직원응원 캠페인 '토닥토닥'

○ 구성 및 운영

- 구성: 내부 직원들간의 응원,격려문화 정착을 위한 네온사인 제작공모
- 운영: 분기 1회 / 전자결재 게시판 문구공모 후 네온사인 제작, 포상

○ 운영현황

연도	합계(건)	게시일
2020.6	2	1회 (2020.3.30.) / 2회 (2020.6.10.)

사진 촬영 및 기록

☐ 홍보 및 기록용 이미지 촬영·관리 : 총 31건

☐ 이미지아카이브 운영

○ 추진내용 : 공단의 모든 이미지기록물을 한데 모아 저장하고,
모든 직원이 열람할 수 있는 아카이빙 시스템 운영

○ 2020년 업데이트 건수: 총 35건 (누적 : 116,333건)

☐ 영상자료 표출 및 관리 : 총 56건

브랜드 관리

☐ CI 및 캐치프레이즈 관리

*** 관련 자료 다운로드 : 전자결재 게시판 > 디자인경영 > 디자인자료**

<국문 CI>		캐치프레이즈
국문	서울시설공단	· 문구 : 안전을 누리고 서울을 즐기다 · 개발시기 : 2017. 1월
영문	Seoul Facilities Corporation	안전을누리고 서울을즐기다
국문 (부서혼합)	서울시설공단 | 홍보실	

※ 2017. 4월 공단CI 변경 (사유: 공단 법인명칭 변경)

▢ 인지도 조사

구분	2014년	2018년
추진기간	2014.7.16. ~ 2014.7.21.	2018.6.7. ~ 2018.8.3.
주요내용	• 서울시설공단의 인지도, 이미지, 사명 및 CI에 대한 평가 • 사명 및 CI 개선에 대한 필요성 **사명변경 추진사업 일환으로 진행*	• 서울시설공단과 각 사업장에 대한 인지도, 이미지, 인지경로 설문조사 실시 및 분석 • 커뮤니케이션 시행 및 전략 방안 도출
주요결과	• 인지도 68.3% / 정인지도 8.7% • 이미지평가*(주요응답결과)* : 믿을 수 있음, 깨끗함, 정직/청렴함 • 사명평가: 호감(44%), 보통(39%), 비호감(17%) • CI평가: 호감(24.3%), 보통(40.3%), 비호감(35.3%)	• 인지도 80.8% / 정인지도 33.6% • 이미지평가*(주요응답결과)* : 시민친화성, 친근성, 생활밀접성 • 기대이미지*(주요응답결과)* : 시민친화성, 신뢰성, 운영의 투명성 • 개선희망사항: 시민친화적운영(51.6%)

홍보물 관리

▢ 공식 홍보물

○ 홍보영상 및 책자

제작시기	홍보 영상	홍보 책자
2014	<서울시설공단의 서울, 도시이야기> https://www.youtube.com/watch?v=iz5R5489nps	<서울의 시설, 서울의 이야기> http://www.sisul.or.kr/open_content/publicity/bbs/bbsMsgDetail.do?msg_seq=74&bcd=library&pgno=3
2016	<서울의 일상, 당신의 이야기> https://www.youtube.com/watch?v=x2eSRlQP3qM	<시민행복서비스 서울시설공단(국, 영문)> http://www.sisul.or.kr/open_content/publicity/bbs/bbsMsgDetail.do?msg_seq=82&bcd=library&pgno=3
2017	–	<안전을 누리고 서울을 즐기다> http://www.sisul.or.kr/open_content/publicity/bbs/bbsMsgDetail.do?msg_seq=102&bcd=library&pgno=1
2019	<당신이 모르는 서울의 하루> http://www.sisul.or.kr/open_content/publicity/youtubeDetail.do?yt_id=nTTJ45tFg18	<도시, 사람, 생활을 잇는, 생활문화 인프라 서울시설공단> http://www.sisul.or.kr/open_content/publicity/bbs/bbsMsgDetail.do?msg_seq=115&bcd=library

▢ 기념품 * 2020년 제작

연번	분류	지급기준	품목	제작수량(개)
1	고급	본부 단위 이상 사업교류	미니 공기청정기	250
2			구강세정기	50
3	중급	일반 업무추진을 위한 각종 회의·간담회·행사	무선충전기	500
4			3단 우산	800
5	보급	견학, 교육 등 일반 시민 대상 행사 등	자석 책갈피	1,500
6			노트	1,400

유관기관 협업

▢ MOU 기관 : 서울영상위원회 및 서울디자인재단

<table>
<tr><th>구 분</th><th>서울영상위원회</th><th>서울디자인재단</th></tr>
<tr><td>사 업 명</td><td>공단 사업장 영상촬영 활성화 지원</td><td>안전안심 공공디자인사업</td></tr>
<tr><td>협약기간</td><td>2013년 ~ 현재</td><td>2015년 ~ 현재</td></tr>
<tr><td>주요실적</td><td>
<table>
<tr><th>연도</th><th>영화명</th><th>비고</th></tr>
<tr><td>2013</td><td>카트</td><td>상업</td></tr>
<tr><td rowspan="3">2014</td><td>Beetween</td><td>단편</td></tr>
<tr><td>빅매치</td><td>상업</td></tr>
<tr><td>Gotter</td><td>단편</td></tr>
<tr><td rowspan="3">2015</td><td>뷰티인사이드</td><td>상업</td></tr>
<tr><td>더 폰</td><td>상업</td></tr>
<tr><td>사막을 건너는 방법</td><td>단편</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2017</td><td>옥자</td><td>상업</td></tr>
<tr><td>달팽이</td><td>단편</td></tr>
<tr><td rowspan="4">2019</td><td>82년생 김지영</td><td>상업</td></tr>
<tr><td>백두산</td><td>상업</td></tr>
<tr><td>The Lost Child</td><td>단편</td></tr>
<tr><td>경관의 피</td><td>상업</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2020</td><td>현대자동차 카니발</td><td>광고</td></tr>
<tr><td>동상이몽2</td><td>예능</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th>연도</th><th>사업명</th><th>시행부서</th></tr>
<tr><td>2015</td><td>자동자전용도로
위해요소 개선</td><td>도로관리처</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2016</td><td>지하도상가
피난(안전시설)
서비스디자인 적용 개선</td><td>상가운영처</td></tr>
<tr><td>공공디자인을 적용한
감성적 도로경관 개선</td><td>도로관리처</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2017</td><td>공영주차장 맞춤형
디자인 표준설계 적용</td><td>주차시설
운영처</td></tr>
<tr><td>자동차전용도로 공사장
안전안심 서비스디자인</td><td>도로관리처</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2018</td><td>재난대비 안내사인 및
피난유도 디자인 개선</td><td>돔경기장
운영처</td></tr>
<tr><td>피난(유도)시설 및
안전표지판 디자인 개선</td><td>청계천
관리처</td></tr>
</table>
</td><td></td></tr>
</table>

▢ 서울시 시민 블로거 기자단 <미디어메이트>

■ **서울미디어메이트** (→ 市 시민소통기획관 협조)

✓ 규 모: 총 50명 ※ 공모 통해 매년 선발(일 방문자 수, 총 콘텐츠 수, 활동의지 등 기준)

✓ 활 동: 주요 시정(정책, 행사, 볼거리, 즐길거리 등) 현장 취재, 콘텐츠 생성 및 본인 계정 블로그 게재

○ 추진방안: 市 소속의 파워블로거들을 우리사업(장)으로 적극 유치 활용

○ 기대효과

┌ 다양한 형식의 완성도 높은 콘텐츠를 적시에 다량 생산(무상)

└ 파워블로거의 매체 영향력 활용, 사업(이벤트 등)의 자연스러운 확산 효과

- 실 적 : 총 **6회**, 콘텐츠 **58건** 게시

	일시	홍보사업명	관련부서	콘텐츠 제작 실적
1	'19. 8. 21.(수)	대공원 에너지놀이터, 포시즌가든, 물놀이장 소개	서울어린이대공원	블로그 콘텐츠 8건
2	'19. 9. 26.(목)	따릉이 제로페이 결제	공공자전거운영처	블로그 콘텐츠 15건
3	'19. 11월 초	어린이대공원 어대고365 앱 및 AI로봇 소개	서울어린이대공원	블로그 콘텐츠 3건
4	'19. 11월 말	서울시설공단 주요사업장투어	홍보마케팅실	블로그 콘텐츠 19건
5	'20. 5. 14(목)	대공원 알파카 삭모 현장스케치	서울어린이대공원	블로그 콘텐츠 3건
6	'20. 5. 26(화)	QR따릉이 달라진 점 소개	공공자전거운영처	블로그 콘텐츠 10건

▢ 서울시 영상창작가 <서울영상크리에이터>

■ 서울영상크리에이터 (→ 市 시민소통기획관 협조)
✓ 규 모: 총 25팀 ※ 공모 통해 매년 선발(sns운영지수, 제작 콘텐츠 수, 활동의지 등 기준)
✓ 활 동: 주요 시정(정책, 행사, 볼거리, 즐길거리 등) 현장 취재, 콘텐츠 생성 및 본인 계정 유튜브 업로드 및 확산

○ 추진방안: 市 소속의 영상크리에이터들을 우리사업(장)으로 적극 유치 활용

○ 기대효과 : 다양한 형식의 콘텐츠를 시민의 입장에서 흥미롭고 알기쉽게 전달
- 실 적 : 총 2회, 콘텐츠 2건 게시

	일시	홍보사업명	관련부서	콘텐츠 제작 실적
1	'19. 7. 4.(목)	쓰레기줍기 스포츠대회 참가기	서울월드컵경기장	유튜브 콘텐츠 1건
2	'19. 11. 15.(금)	서울어린이대공원 세가터 축제 현장	서울어린이대공원	유튜브 콘텐츠 1건

Ⅳ 2020년 주요 사업

▢ 2020년 주요사업 추진현황 (2020.6월 기준)

<table>
<tr><th>연번</th><th>사업명</th><th>예산
(백만원)</th><th>추진계획 및 내용</th></tr>
<tr><td>1
(핵심)</td><td>콘텐츠 내실화
및
외부협업통한
SNS채널
활성화
('20.3~12)</td><td>-</td><td>- 추진계획 : 홍보 콘텐츠 내실화 및 외부협력 강화
✓ 키워드 중심의 콘텐츠 제작(월1회)
✓ 카드뉴스, 인포그래픽 등 제작형식 다양화
✓ 네이버 우리동네를 통한 콘텐츠 노출 극대화
✓ 서울시 블로그기자단 <미디어메이트>와 협업 콘텐츠 제작(년3건)
✓ 시민참여 이벤트 추진 (년 4회)
- 추진내용
<table>
<tr><th>사업명</th><th>내용</th></tr>
<tr><td rowspan="4">키워드 중심의
콘텐츠 제작</td><td>QR형 NEW 따릉이 이용방법 안내 제작 (조회수 : 12,748)</td></tr>
<tr><td>고척스카이돔 수용인원, 좌석 등 소개 (조회수 : 3,947)</td></tr>
<tr><td>서울에서 가기 좋은 따릉이 여행코스 추천 (조회수 : 7,137)</td></tr>
<tr><td>대공원 직원이 추천하는 서울어린이대공원 맛집 5 (조회수 : 38,932)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">미디어메이트
협업콘텐츠 제작</td><td>대공원 알파카 삭모 현장 스케치 (5.14)</td></tr>
<tr><td>QR따릉이, 뭐가뭐가 달라졌나 (5.26)</td></tr>
<tr><td>시민참여 이벤트</td><td>SNS 다른그림찾기 이벤트 (5.18~24)</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>2
(핵심)</td><td>적극적 사업
홍보를 위한
영상 콘텐츠
제작 강화
('20.3~12)</td><td>20</td><td>- 추진계획
✓ 제작방법: 자체 제작 및 외부 기관과의 협업 통한 영상 크리에이터 활용 (협업기관: 市 영상크리에이터 및 SBA 서울산업진흥원)
✓ 제작내용 : 행사현장 스케치, 사업장 타임랩스, 업무 브이로그 등
- 추진내용
· 외부 협업기관(SBA) 업무 협약 완료 / 영상콘텐츠 6편 제작</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>연번</th><th>사업명</th><th>예산
(백만원)</th><th>추진계획 및 내용</th></tr>
<tr><td>3
(일반)</td><td>청렴문화 확산 위한 대내외 홍보 강화
('20.2~12)</td><td>-</td><td>
- 추진계획 ※ 제작건수 : 년 5회
<table>
<tr><th>콘텐츠 발굴</th><th>콘텐츠 제작</th><th>콘텐츠 전파</th></tr>
<tr><td>· 공단 청렴경영 사례및 시의성 반영한 콘텐츠 발굴
· 감사실 및 관련부서와 협의하여 세부내용 구성</td><td>· 홍보 대상(내부직원 이해관계자 등) 고려한 맞춤 콘텐츠 제작
· 카드뉴스, 영상 등 비주얼 콘텐츠 형식으로 제작</td><td>· 공단 내외부 홍보채널 게시 및 이해관계자에 전달</td></tr>
</table>
- 추진내용
<table>
<tr><th>연번</th><th>영상제목</th><th>홍보대상</th><th>내용</th></tr>
<tr><td>1</td><td>2020 공단 청렴도 향상 특별대책 홍보 영상
*2.28 제작완료</td><td>내부 직원</td><td>지난 해 청렴도 결과를 알리고 올해 청렴도 향상 위한 특별대책 소개</td></tr>
<tr><td>2</td><td>2020 서울시설공단, 더 열심히 듣고, 소통하겠습니다
*3.31 제작완료</td><td>외부시민, 공단 이해관계자</td><td>외부 시민, 협력업체 대상 익명제보채널 등 청렴시책을 알리고 청렴 의지 전달</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>4
(일반)</td><td>직원 공감 캠페인을 통한 사내소통 강화
('20.1~12)</td><td>6</td><td>
- 추진계획
(1) '현장의 사람들' 이미지 캠페인을 통한 다양한 영역의 직원들 소개 (월 1회)
(2) '토닥토닥' 동료에 대한 응원문구 공모, 당선작 네온사인으로 제작 전시 (분기 1회)
- 추진내용
<table>
<tr><th>사업명</th><th>내용</th></tr>
<tr><td>이미지 캠페인 '현장의 사람들' 추진</td><td>5호 발행(2020.1.15.)
6호 발행(2020.2.13.)
7호 발행(2020.3.19.)
8호 발행(2020.4.22.)
9호 발행(2020.5.26.)
10호 발행(2020.6.08.)</td></tr>
<tr><td>직원응원 캠페인 '토닥토닥' 추진</td><td>1회 (2020.3.30.)
2회 (2020.6.10.)</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>