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	참여와 소통·공감을 통한 자긍심 넘치는 조직 만들기
비 전	공단의 대내외 신뢰도를 견인하는 최고의 홍보조직
경영목표	제때에, 올바로, 쉽게 알리기 “직관적 영상 콘텐츠 제작, 전달 효과성 높은 매체 활용”

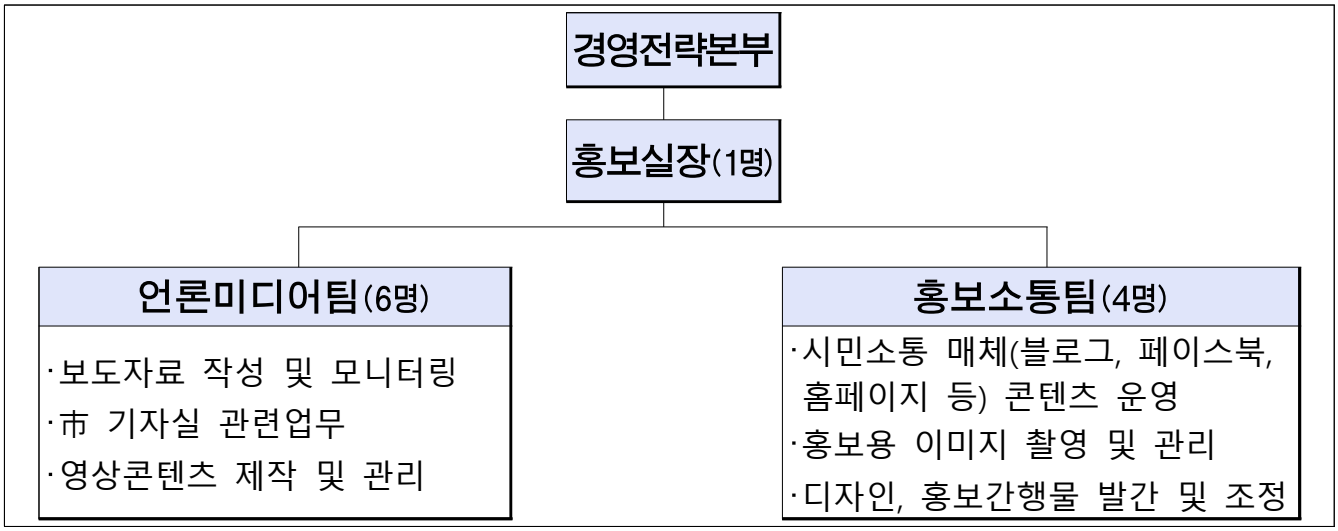
□ 2021년 주요사업

공감경영	일반	직원 소통 공감 캠페인 추진
청렴경영	일반	청렴문화 정착 위한 청렴콘텐츠 발굴·확산
소통경영	핵심	실시간 공단 정보제공을 위한 카카오 채널 신설
	핵심	공감·소통 영상콘텐츠 제작 홍보

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, 카카오톡
3	사진 촬영 및 기록	• 이미지아카이브 운영 • 홍보 및 기록용 이미지 촬영·관리 • 영상자료 표출
4	사내 커뮤니케이션	• 청사 1층 메시지 모니터 '톡투유' 운영 • 직원 소통 공감 캠페인 추진(<공단은 지금>, <내 일상의 한컷>)
5	브랜드 관리	• 인지도 조사 • CI 및 캐치프레이즈 관리
6	홍보물 관리	• 공식 홍보물 제작 및 관리 • 기념품 제작 및 관리
7	영상 스튜디오 운영	• 사내 영상스튜디오 콘텐츠 기획·제작 및 운영 전반
8	유관기관 협업	• 서울영상위원회 <공단 사업장 영상촬영 활성화 지원> • 서울디자인재단 <안전안심 공공디자인사업> • 서울시 블로거 기자단 및 영상창작가 <미디어메이트, 영상크리에이터> • 서울산업진흥원 1인 미디어 그룹 <크리에이티브포스>

인 원

(2021.3.31.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)	11	-	1	2	2	3	2	1	0	0
과부족(B-A)	1	△1	-	-	△2	1	2	1	-	-
비근무(N)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
실현원(B-N)	11	-	1	2	2	3	2	1	0	0
실과부족(B-N-A)	1	△1	-	-	△2	1	2	1	-	-

※ 현원(2) : 개방형직위 1(2호 : 3급 상당), 전문계약 1(전문계약나급 : 5급 상당)

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	2021.3		2020		2019		2018		2017	
제공건수	15		63		100		72		99	
보도건수	428		1,272		1,849		1,398		1,363	
	인터넷	392	인터넷	1,123	인터넷	1,589	인터넷	1,260	인터넷	1,232
	지면	8	지면	54	지면	160	지면	67	지면	64
	방송	28	방송	95	방송	100	방송	71	방송	67

※ 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 제작 및 운영 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

○ 연간 아이템 선정 및 시기 적절성 등 고려하여 월별 계획·자체제작

○ 서울시(영상크리에이터) / 서울산업진흥원(SBA)(크리에이티브포스) 협업제작

- 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)

3 영상 제작 현황 (홍보실 제작)

구 분	총편수	자체 제작	市 등 협업	영상업체 활용
2021.3	3	3	-	-
2020	22	19	3	-
2019	21	18	2	1

▢ 영상 홍보 (전부서 제작 영상 게시)

○ 유튜브 (youtube.com/seoulsisul) ▸서울시설공단(대표): 2011.5월 개설

연도	게시(건)	총 구독자수(명)	누적 조회수(건)
2021.3	15	1,607	762,341
2020	90	1,499	702,556
2019	54	682	430,166

▢ 영상 스튜디오 운영

○ 시설물 현황

사용 용도	대내외용 각종 콘텐츠 제작, 직무교육, 원격 화상회의 등
위치/면적	공단 청사 4층 (26㎡)
주요 장비	캠코더, 영상스위처, 오디오믹서, 전동스크린, 편집용PC, 콘덴서마이크(2), 무선마이크(1조), 모니터스피커(1조), 보조조명(2), 헤드폰(1), 모니터용TV 등

○ 운영 현황

연도	합계(건)	콘텐츠 제작	직무교육	원격 화상회의
2021.3	–	–	–	–
2020	64	20	38	6

온라인 홍보

▢ 매체별 운영 현황

구 분	게시건수	홈페이지	페이스북	네이버블로그	인스타그램
합계(건)	1,535	478	545	274	238
2021.3	**67**	**14**	**26**	**14**	**13**
2020	513	111	191	91	120
2019	522	144	186	87	105
2018	344	120	142	82	–
2017	89	89	–	–	–

▢ 매체별 운영 실적

1 홈페이지 - 〈서울+이야기〉 콘텐츠 게시현황

구 분	2021.3	2020	2019	2018	2017
콘텐츠 게시 건수	14 (사람: 5건/라이브: 5건/순간: 4건)	111	144	120	89

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

연도	게시(건)	페이지좋아요(명)	게시글도달수(명)
2021.3	**26**	**1,152**	**16,009**
2020	191	8,062	135,865
2019	186	7,046	338,585

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

연도	게시(건)	이웃수(명)	조회수(건)	방문횟수(건)
2021.3	**14**	**9,017**	**43,861**	**32,067**
2020	91	8,071	322,405	291,161
2019	87	6,267	204,068	178,698

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

연도	게시(건)	팔로워(수)
2021.3	**13**	**718**
2020	120	702
2019	105	429

사내 커뮤니케이션

☐ 메시지 모니터 톡투유(talk to you)

○ 구성 및 운영

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

○ 운영현황

연도	합계(횟수)	표출내용
2021.3	3	코로나 예방수칙, 사내소통 홍보물 등
2020	16	사업장 모습 / 코로나 예방수칙 / 힐링이미지 등
2019	19	업무현장 / 사업장 모습 / 연말인사 등

☐ 직원 소통 공감 캠페인 <공단은 지금>

○ 구성 및 운영

- 구성: 온택트 시대에 맞는 시민밀접 사업 홍보 등 이미지 소통 캠페인 추진
- 운영: 연 10회 / 홈페이지, 전자결재 게시판 업로드 및 SNS 게시

○ 운영현황

연도	합계(건)	게시일
2021.3	2	1회 (2021.2.18.), 2회 (2021.3.23.)

☐ 직원 소통 공감 캠페인 <내 일상의 한컷>

○ 구성 및 운영

- 구성: 내부소통 카카오채널을 통한 공단직원들의 일상공유 공간 개설
- 운영: 채널 캠페인 연2회, 전자결재 및 청사내 모니터 이미지 표출

○ 운영현황

연도	합계(건)	게시일
2021.3	1	스마트워크스테이션 인증샷 & 사연나눔 (2021.3.22.~4.16)

사진 촬영 및 기록

☐ 홍보 및 기록용 이미지 촬영·관리 : 총 13건

☐ 이미지아카이브 운영

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

○ 2021년 업데이트 건수: 총 532건 (누적 : 120,078건)

☐ 영상자료 표출 및 관리 : 총 37건

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 안전을 누리고 서울을 즐기다
영문	Seoul Facilities Corporation	
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=x2eSRIQP3qM	<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> https://www.sisul.or.kr/open_content/publicity/bbs/bbsMsgDetail.do?msg_seq=115&bcd=library

▢ 기념품

* 2021년 제작

연번	분류	지급기준	품목	제작수량(개)
1	고급	본부 단위 이상 사업교류	UV살균기 겸 무선충전기	180

* 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, 서울디자인재단, 서울산업진흥원

<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>촬영내역</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="4">2020</td><td>현대자동차 카니발</td><td>광고</td></tr>
<tr><td>동상이몽2</td><td>예능</td></tr>
<tr><td>뮤비 <RingRingRing></td><td>음악</td></tr>
<tr><td>K-Movie 투어</td><td>교양</td></tr>
<tr><td>2021</td><td>도시괴담2</td><td>상업</td></tr>
</table>
</td><td>
<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></tr>
</table>

▢ 서울산업진흥원 1인 미디어 창작자 <크리에이티브포스>

■ 크리에이티브포스 (→ 서울산업진흥원 미디어콘텐츠산업팀 협조)
✓ 규 모: 총 604팀('21.2월 현재) ※ **협약기간 : '20.4.24.~'22.4.23**
✓ 활 동: 서울시 주요정책 홍보, 우수 중소기업 브랜디드 콘텐츠 제작 등 현장 취재, 콘텐츠 생성 및 본인 계정 유튜브 업로드 및 확산

○ 추진방안: sba소속 크리에이터와 협업하여 관심·흥미 높일 수 있는 다양한 콘텐츠 제작

○ 기대효과: 영상제작의 다양성, 독창성 등을 갖춘 영상 콘텐츠를 생산하고 1인 크리이에이터의 채널 영향력을 통하여 홍보 확산

- 실 적 : 총 3회, 콘텐츠 3건 게시

	일시	홍보사업명	관련부서	콘텐츠 제작실적
1	'20. 7. 22.(수)	종이 장인이 만든 청계천의 새	청계천관리처	유튜브 콘텐츠 1건
2	'20. 11. 6.(금)	랜선 가을 나들이	서울어린이대공원, 추모시설운영처 공공자전거운영처,청계천관리처	유튜브 콘텐츠 1건
3	'20. 11. 10.(화)	서울장애인버스에 대해 알고 계신가요?	장애인콜택시운영처	유튜브 콘텐츠 1건

▢ 서울시 시민 블로거 기자단 <미디어메이트>

■ 서울미디어메이트 (→ 市 시민소통기획관 협조)
✓ 규 모: 총 40명 ※ 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
┌ 파워블로거의 매체 영향력 활용, 사업(이벤트 등)의 자연스러운 확산 효과
└ 시민이 쉽게 이해할 수 있는 콘텐츠 생산 및 전파로 시민 공감대 형성
- 실 적 : 총 7회, 콘텐츠 64건 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
7	'20. 10. 20(화)	장애인콜택시 방역현장	장애인콜택시운영처	블로그 콘텐츠 5건

▢ 서울시 영상창작가 <서울영상크리에이터>

■ 서울영상크리에이터 (→ 市 시민소통기획관 협조)
✓ 규 모: 총 15팀 ※ 공모 통해 매년 선발(sns운영지수, 제작 콘텐츠 수, 활동의지 등 기준)
✓ 활 동: 분야별(문화관광, 경제복지, 생활정보, 해외홍보) 주요시정 현장 취재, 콘텐츠 생성 및 본인 계정 유튜브·SNS 채널 업로드 및 확산

○ 추진방안: 市 소속의 영상크리에이터들을 우리사업(장)으로 적극 유치 활용
○ 기대효과: 시민관점의 다양한 영상콘텐츠 제작·배포로 시민공감대 확대
- 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 2021년 주요 사업

☐ 2021년 주요사업 추진현황 (2021.3월 기준)

<table>
<tr><th>연번</th><th>사업명</th><th>예산
(백만원)</th><th>추진계획 및 내용</th></tr>
<tr><td>1
(일반)</td><td>직원 소통 공감 캠페인 추진
('21.3~12)</td><td>4</td><td>– 추진계획 : 온택트 시대에 맞는 공감 캠페인을 진행하여 직원간의 소통과 이해, 유대감과 소속감을 증대시켜 건강한 사내문화 형성 및 상호일체감 조성에 기여
▸ <공단은 지금> 이미지 소통 캠페인 추진 (연 10회)
– 추진내용 : 총 2회 캠페인 완료 (2.18, 3.23)
▸ <내 일상의 한컷> 온라인 소통 캠페인 추진 : 카카오채널 신설, 캠페인 연 2회
– 추진내용 : 캠페인 운영계획안 수립 (1.26)
상반기 캠페인 실시(스마트워크스테이션 인증샷 & 사연나눔, 3.22~4.16)</td></tr>
<tr><td>2
(일반)</td><td>청렴문화 정착 위한 청렴콘텐츠 발굴·확산
('21.1~10)</td><td>–</td><td>– 추진계획 : 공단의 다양한 청렴 시책 등을 알리는 청렴 콘텐츠 제작, 대내외 전파하여 청렴의 중요성에 대해 자각하는 계기를 마련하고 신뢰받는 공단의 이미지 제고에 기여
▸ 제작건수 : 총 4건
콘텐츠 발굴·기획 콘텐츠 적절성, 시의성 고려해 주제 선정 *감사실과 협의 ▶ 콘텐츠 가공·제작 콘텐츠 내용 따라 카드뉴스, 영상 등 구성 다양화 ▶ 콘텐츠 배포·확산 내용과 형식, 홍보대상 고려하여 게시채널 선택하여 홍보 확산
– 추진내용 : 대내외 청렴문화 확산 위한 홍보계획 수립 (3.7)
청렴 콘텐츠 제작 협의중 (4월 제작예정)</td></tr>
<tr><td>3
(핵심)</td><td>실시간 공단 정보제공을 위한 카카오 채널 신설
('21.2~12)</td><td>1</td><td>– 추진계획 : 시민참여 및 대외홍보가 필요한 소식을 시의적절하게 알릴 수 있는 신규 채널 확보
▸ 카카오 채널 신설 및 알림기능 활용
– 추진내용 : 카카오채널 운영계획안 수립(1.29)
· 카카오 채널 : 공단관련 다양한 정보 및 시민들이 알아야 할 정보 업로드
· 카카오 알림 : 월 1~2회 행사 (총10회), 공모전, 이벤드 등 시민참여가 가능한 소식 게시</td></tr>
<tr><td>4
(핵심)</td><td>공감·소통 영상콘텐츠 제작 홍보
('21.1~12)</td><td>–</td><td>– 추진계획 : 대내외(시민·직원) 공감콘텐츠 제작 홍보를 통한 소통방식 다양화 및 공감대 형성 추진
▸ 서시공 이야기 : 공단 정책, 사업 등 업무 공유로 상호 이해 도모→ 총 4편
▸ (기획영상)사내공감 어울림 : 서울시설공단人의 하루→ 총 4편
– 추진내용
· 공감·소통 영상 콘텐츠 제작관련 세부계획 수립(완료)
· 영상제작 : 총 3편
<table>
<tr><th>연번</th><th>일자</th><th>영상주제</th><th>영상유형</th><th>제작주체</th></tr>
<tr><td>1</td><td>2.8</td><td>코로나19 확진자 발생시 대응은 이렇게!</td><td>정책업무소개</td><td>자체</td></tr>
<tr><td>2</td><td>2.22</td><td>신개념 업무공간,스마트워크스테이션</td><td>시민공감</td><td>자체</td></tr>
<tr><td>3</td><td>3.29</td><td>도심지 소음저감 노력!</td><td>기술개선성과</td><td>자체</td></tr>
</table></td></tr>
</table>