



디자인디비플러스 2012 여름 vol.9

www.designdb.com

Publisher Interview	
'K-DESIGN' 을 이끄는 리더, 한국디자인진흥원 이태용 원장	4
Special Theme	
서비스디자인 소고	8
미국의 서비스디자인 교육, 케이스 스터디	10
영국에서 만나는 서비스디자인	12
세상을 구하고 싶은 서비스디자인 워크숍, 디자인 다이브	14
제품 혁신의 새로운 방법론, 서비스디자인	16
서비스디자인이 만들어 낸 친절한 건강검진 결과서	18
국립한경대학교 디자인학과, 0박4일 간의 서비스디자인 워크숍	22
KIDP의 서비스디자인 교육 프로그램	24
서비스디자인의 미래	26
서비스디자인 리스트업	28
Talk about Design & Culture	
메종 & 오브제 2012	32
2012 여수엑스포 100배 즐기기	34
디자인서울, 부암동 아트 프로젝트	35
2012 런던올림픽	36
스마트폰 앱 디자인	37
Focus & People	
차세대디자인리더 12기	38
새롭고 현명한 디자인을 꿈꾸다, 가구 디자이너 김재경	
차세대디자인리더 12기	40
최고 중의 최고를 재발견하고 재구성한다, 주얼리 디자이너 이송희	
우수디자인전문회사	42
감성의 비상, 601비상	
릴레이 북크로싱	44
이경미 사이픽스 대표님에게 <몸은 나보다 먼저 말한다>를 권합니다	
나의 즐겨찾기	46
재료의 보물창고, 머티리얼 커넥션	
Trend & Report	
2013 Global Design Trend 일상적인 즐거움 그리고 서프라이즈	48
2012 Design Brief 디자인산업 동향브리프	51
KIDP Clip Board	
KIDP Inside 디자인의 치명적인 매력 발산! 디자인개발팀	52
KIDP News	54

Special Theme

서비스, 디자인을 입다



서비스디자인은 고객관점의 서비스 형태나 기능을 보여주는 디자인이라고 할 수 있다.

서비스디자인의 목적은 서비스 인터페이스가 고객입장에서는 유용하고 사용가능하고 바람직해야 하며, 공급자의 입장에서는 효과적이고 독특해야 하는데 있다.

- #1 서비스디자인 소고
- #2 미국의 서비스디자인 교육, 케이스 스터디
- #3 영국에서 만나는 서비스디자인
- #4 세상을 구하고 싶은 서비스디자인 워크숍, 디자인 다이브
- #5 제품 혁신의 새로운 방법론, 서비스디자인
- #6 서비스디자인이 만들어 낸 친절한 건강검진 결과서
- #7 국립한경대학교 디자인학과, 0박4일 간의 서비스디자인 워크숍
- #8 KIDP의 서비스디자인 교육 프로그램
- #9 서비스디자인의 미래
- #10 서비스디자인 리스트업

01. 서비스디자인 소고

서비스디자인이란 무엇인가에 대한 원고를 요청받고 한참 생각했다. 서비스디자인에 대한 정의는 분명한 편이다. “대상 측면에서는 서비스를 대상으로 하고 방법 측면에서는 디자인의 방법을 사용한다는 것으로 서비스를 디자인하는 것이 서비스디자인이다”라고 할 수 있다. 이것은 단어를 풀어 놓은 것이고, 구체적인 설명으로 들어가면 많은 부분이 고려되어야 한다.

서비스디자인에 대한 논의를 하자면 먼저 디자인산업의 속성에 대해 생각해 보는 것이 필요하다. 디자인산업은 산업의 분류체계상으로 보면 사업지원 서비스업, 혹은 지식서비스산업으로 분류되는 산업이다. 그렇다면 지식서비스산업은 무엇인가? 그것은 지식과 경험을 바탕으로 타산업의 생산성 증대와 새로운 성과를 창출해 주는 산업이라고 할 수 있다. 이것이 의미하는 것은 지식서비스산업이라고 하는 것은 그 자체로 생산성을 지니는 것이 아니라 타산업을 도와주는 과정에서 생산성이 발생한다는 것이다. 그러므로 지식서비스산업이라는 것은 철저하게 고객산업과의 관계에서 그 존재가치를 갖게 되는 것이다. 고객이라는 관점에서 산업을 분류해 보면 그 동안 디자인산업의 고객이 되는 산업은 대부분 제조업에 집중되어 있었다. 그러므로 디자이너에게 요구되는 역할은 대부분 제조업에서 생산되는 상품의 외관과 상품에 대한 사용자의 편리성에 집중되어 있었다. 서비스디자인이라는 개념과 접근이 요즘처럼 디자인산업 전반에 대두하게 된 것은 디자인산업의 고객이 되는 산업에서 커다란 변화가 일어나는 것에 기인한다. 그것을 한 마디로 요약하면 산업의 서비스화라고 할 수 있다. 서비타이제이션(Servitization)이라는 단어가 새로운 트렌드로 자리를 잡게 된 것이다. 여기에는 ‘전통적인 제조업의 서비스화’라는 화두와 서비스산업 자체의 ‘서비스 고도화’라는 과제가 동시에 포함된다.

제조업은 더 이상 상품 자체만의 경쟁력으로는 시장경쟁력이 확보되지 못하고 제품에 새로운 서비스 혹은 비즈니스모델이 결합되어야만 새로운 경쟁력과 시장대응력을 갖는다는 것이다. 이러한 것의 대표적인 사례가 바로 애플의 아이튠즈로 설명되는 스마트폰의 새로운 비즈니스인 것이다. 휴대폰에 새로운 서비스를 추가함으로써 전혀 다른 형태의 휴대폰 사용의 서비스와 비즈니스를 사용자들에게 제공하게 된 것이다. 이것은 포화상태에 이른 휴대폰 시장의 새로운 장을 열게 되는 것이었고, 이로 인해 휴대폰 시장의 경쟁력은 새로운 서비스의 경쟁 시장으로 재편된 것이다. 폭발적으로 쏟아지기 시작한 앱(App) 프로그램들이 새로운 서비스의 모습을 나타낸다고 볼 수 있다.

새롭게 서비스 중심의 제조업으로 변신하려는 노력 및 필요성은 단지 최첨단의 전자기기산업에만 있는 것이 아니다. 심지어는 전형적인 제조업이라고 볼 수 있는 철강산업에 있어서도 새로운 서비스 모델에 대한 필요성은 절박하게 요구되고 있는 것이다.

한편으로 보면 서비스산업에 있어서 서비스 고도화 또한 절실히 요구되는 시대적 요청이 되었다. 서비스업이 국가 GDP 측면이나 고용 측면에서 60~70%를 차지하는 현재의 상황에서 서비스산업의 고도화는 그 필요성이 그 어느 때보다도 커졌다고 볼 수 있다. 더욱이 최근에 여러 국가들과의 FTA가 체결되는 과정에서 우리나라 서비스업의 경쟁력에 대한 평가결과들에서 보는 바와 같이 서비스산업의 경쟁력 확보가 시급한 과제로 떠오르고 있는 것이다.

이 모든 것들을 종합해 보면 결국 산업의 서비스화는 피할 수 없는 시대적 흐름이고 요청으로 보는 것이 적절하다고 본다.

산업의 서비스화 시대의 관건은 ‘누가 먼저 눈에 보이지 않는 가치를 서비스의 형태로 구체화시키느냐’에 달려있다


그렇다면 문제는 지식서비스산업의 고객이라고 할 수 있는 제조업과 서비스산업의 시대적 요청을 우리나라 지식서비스산업에서는 어떠한 방법으로 대응을 하느냐의 문제에 직면하게 되는 것이다. 지식서비스의 제반 분야에서는 그 동안 서비스 연구개발(Service R&D), 혹은 서비스 사이언스, 서비스 공학 등의 다양한 방법론으로 이러한 시대적 요구에 대응하려는 노력을 해왔다. 하지만 이러한 노력 가운데서 획기적인 성과를 창출한 케이스는 많지 않은 것으로 평가되고 있다.

이런 측면에서 볼 때 디자인 산업에서 새로운 접근을 시도하는 것은 시의적절한 것으로 볼 수 있다. 특히 서비스디자인이라는 새로운 접근법으로 산업의 서비스화에 대응하는 노력은 적절하다고 본다. 그 동안 제조업의 상품에 집중된 디자인에 초점을 두면서 우리 디자인은 외형적 혹은 스타일 디자인에 집중해 왔다. 이것은 우리 산업의 발전 가운데서 적절한 역할을 수행한 것으로 평가된다. 특히 최근에 우리 상품들이 세계적 경쟁력을 확보하는 가운데서 디자인의 역할과 공헌은 그 누구도 부인할 수 없을 정도로 절대적인 것이었다.

이제는 산업의 서비스화라는 거대한 흐름과 궤를 같이 하면서 디자인 산업계에서도 획기적인 변혁의 국면에 직면한 것이다.

산업의 서비스화 시대의 관건은 ‘누가 먼저 눈에 보이지 않는 가치를 서비스의 형태로 구체화 시키느냐’에 달려 있다. 디자인은 이제 눈에 보이지 않는 가치에 집중하면서 새로운 문화와 서비스를 설계하는 단계로 나아가야 한다. 이것은 그 이전에 경험하지 못했던 새로운 국면이며, 우리 디자이너들에게도 새로운 디자인적 접근 및 디자인 역량을 준비하는 것이 필요하다. 이러한 준비의 핵심은 사람들의 감성과 가치 체계에 대한

분석 및 파악 능력, 산업의 전체적인 흐름을 바라보면서 새로운 서비스를 도출하는 능력, 새로운 서비스를 중심으로 새로운 비즈니스 모델을 구축하면서 신사업을 출범시키는 능력 등이 핵심이다. 디자이너들에게는 커다란 기회이자 커다란 도전이라고 볼 수 있다.

그러나 이것은 단지 디자인에 있어서 새로운 사업기회를 만든다는 차원을 넘어서 변화된 산업의 국면에서 디자인이 지식서비스산업의 관점에서 타산업의 부흥을 어떻게 이끌어 갈 것인가에 대한 시대적 사명으로 인식하는 것이 필요하다고 본다. 



김광순 <디맨드컨설팅그룹> 대표는 서비스디자인 외부자문위원회 위원으로 활동하고 있다.

02.

미국의 서비스디자인 교육, 케이스 스터디

카네기멜론대학의 서비스디자인 수업

'타인과의 협력, 자기 자신과의 경쟁'이 '뉴 아이비'로 불리는 카네기멜론대학의 모토다. 카네기멜론대학의 디자인과는 다학제적 연구 및 산업체와의 유기적인 연계는 물론, 끊임없이 커리큘럼을 다듬어 가는 내부적 도전을 통해 기술적, 문화적으로 최첨단에서 디자인계를 이끌어 왔다. 미국의 시사 전문지 유에스 뉴스(US NEWS)의 대학 평가에서 1위를 한 인터랙션 디자인 석사과정, 미국 IT업계에서 인기 높은 정보디자인 석사과정, 공학과 비즈니스 커리큘럼을 결합한 제품개발학 석사과정, 또한 2003년 미국 최초로 가르치기 시작한 서비스디자인 수업 등은 모두 이러한 정신에서 나온 것이다.

처음 '서비스디자인'이라는 명칭으로 실기 수업을 시작한 셸리 에브슨 교수는 서비스를 최종 결과물로 보고 경험디자인과 마케팅의 방법론을 서비스디자인에 적용했다. 이론적 측면에서는 리처드 뷰캐넌 교수가 가르치고 카네기멜론 디자인과의 구조적 바탕이 된 인터랙션 철학 속에 이미 서비스디자인적 사고방식이 내재해 있었다고 보아야 할 것이다. 뷰캐넌 교수는 논설학(Rhetoric), 시학(Poetics), 실용철학(Pragmatics), 존재론(Dialectic) 등의 인문학에서 나타나는 인터랙션의 다원적 측면을 디자인에 적용했다. 이를 토대로 이미지와 사물뿐 아니라 논설, 경험, 서비스, 조직, 문화 등으로 디자인의 영역을 확대했다.

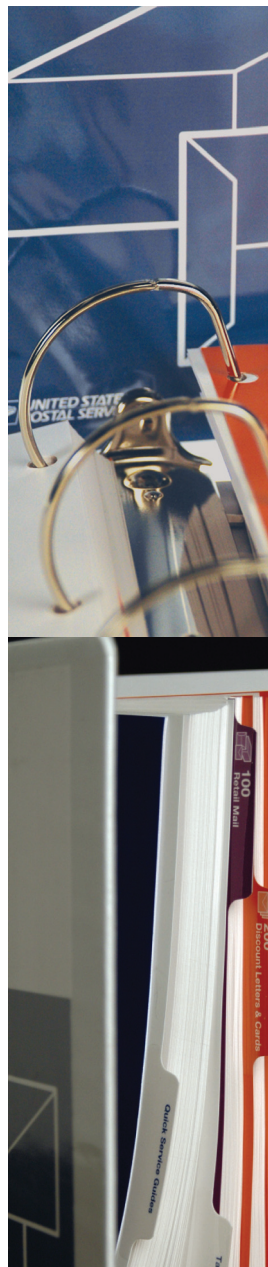
현재 카네기멜론대학 박사과정의 필자가 커리큘럼을 발전시켜 가르치고 있는 'Designing for Service'는 서비스디자인 세미나 및 스튜디오 과정으로서, 에브슨 교수의 방법론과 뷰캐넌 교수의 다원적 디자인 인문학을 결합했다. 생태계 모델, 정성적 리서치, 이해관계자 맵, 사용자 경로, 서비스 청사진 등의 대표적인 방법론은 물론이고, 그 방법론이 어떤 사고방식과 관점에서 특정 서비스의 어떤 면에 집중하기 위해 개발되었는지, 실제의 다양한 디자인 문제들과 디자인 과정의 본질은 무엇이고 따라서 어떤 경우 어떤 모델과 전략이 적절한지 등을 강의, 토론, 예제 연구, 그룹 프로젝트 등을 통해 가르치고 있다.

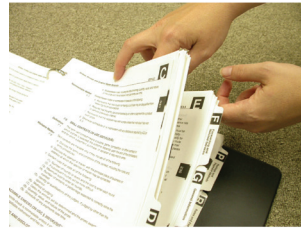
수업 시간에는 피츠버그 포스트 가젯, 피츠버그 대학병원, 마요 클리닉, 카네기 도서관 등과 함께 프로젝트를 진행했다. 디자인과에서 주도된 대형 프로젝트들 중 서비스디자인적 사고방식이 활용된 예로는 미국 우체국 프로젝트, 어린이 식생활 교육을 위한 피트위즈(FitWits) 프로그램, 매트리스 팩토리 미술관 서비스디자인 등이 있다. 또한 디자인과의 여러 교수들이 프로젝트와 연구에 서비스디자인을 적용하고 있으며, 학제적으로는 스마트폰, 스마트홈, 위치 인식, 증강현실, 로봇 공학, 인공지능 등 첨단 기술과 서비스디자인을 연결하는 융합 연구들이 활발히 이루어지고 있다. 최근에는 디자인과에서 서비스디자인 석사과정, 인문사회과학부에서 서비스디자인 학사과정 설립에 대해 논의 중이다. 이 중 선배적인 미국 우체국 프로젝트를 좀 더 자세히 소개하도록 하겠다.

미국 우체국 프로젝트

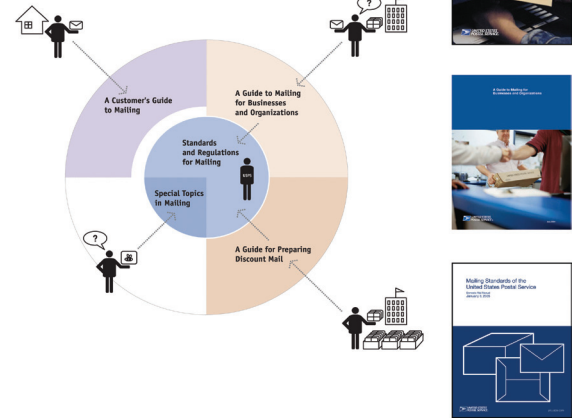
2001년부터 2005년까지 진행된 미국 우체국 프로젝트는 뷰캐넌 교수의 주도하에 여러 디자인과 학생들의 참여로 이루어졌다. 당시 미국 우체국은 이메일의 발달과 세계적 물류업체인 유피에스(UPS) 및 디에이지엘(DHL) 등 경쟁업체의 약진으로 변화의 필요성을 느끼고 있었다. 디자인팀은 미국 우체국 매뉴얼(Domestic Mail Manual, 이하 DMM)을 미국 우체국의 서비스, 운영, 그리고 조직 문화의 핵심으로 판단하고 재 디자인의 대상으로 삼았다. DMM은 미국 우체국에서 우편과 관련된 모든 법규와 기준을 모은 1,000여 페이지의 책으로서, 우체국 직원들은 물론이고 대량 우편 작업을 하고자 하는 산업체들 및 특수한 소포를 보내고자 하는 고객들도 이를 참고해야 했다. 그러나 이 책의 어려운 용어, 일관성 없는 시각정보, 우편 처리 기계 중심의 사고방식에 따른 구조는 잠재적인 고객들이 우체국 서비스에 접근하는 데 큰 장애가 되었다.

디자인팀은 개인과 단체를 포함한 다양한 고객들, 여러 우체국 부서의 직원들, 그리고 임직원들 및 법률가들 등 다양한 이해관계자들과의 소통을 통해 사용자 그룹을 나누었다. 이에 따라 DMM100, DMM200,






*이미지 출처 카네기멜론대학 디자인과

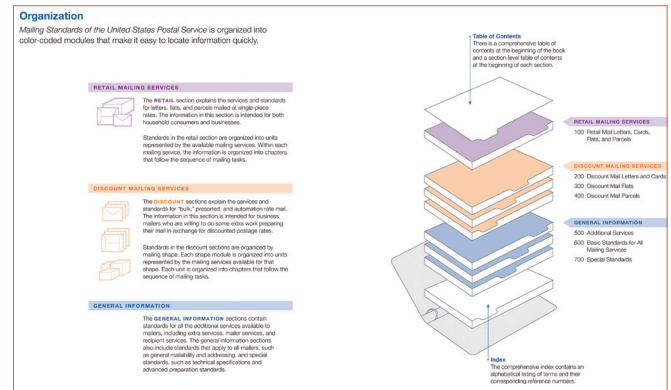


DMM300으로 이루어진 정보시스템이 계획되었다. DMM100은 우편 서비스를 사용하는 개인, DMM200은 대량 우편이 필요한 소규모 사업체와 조직을 위해 디자인 되었다. 또한 단순히 법규책이 아니라 고객들이 어떤 서비스가 가능한지 정보를 얻고 결정을 내리는 과정을 돕는 서비스 접점의 역할을 하도록 만들어졌다.

DMM100과 DMM200이 일종의 인터페이스 역할을 했다면, DMM300은 대형 사업체나 조직들이 우체국 직원들과 함께 우편 서비스를 공동 창조하는 과정을 돕기 위한 목적으로 기존 DMM 자체를 재 디자인한 것이었다. 디자인팀은 인터뷰, 참여 리서치, 비교 평가, 맥락적 리서치, 관찰, 시나리오, 프로토타입 테스트 등을 통해 사람들이 우편 서비스를 어떻게 인지하는지, 그들이 우편 작업을 할 때의 과정은 어떤 단계로 이루어져 있고 어떤 정보가 필요한지를 조사했다. 이로부터 사람들의 인지 모델이 '형태(Letter, Flat, Parcel)', 우편의 종류, 그리고 우편을 준비할 때의 과정과 관련된 주제 순으로 이루어져 있다는 사실을 배우게 되었다. 이 '형태(Shape)-종류(Class)-주제(Process-Based Topic)' 라는 모델은 여러 차례의 시각화 과정을 통해 다듬어졌고, 이후 DMM300의 전체 구조와 사용자 경로에서부터 페이지 디자인, 도표, 우편 가격을 정리한 표까지 일관성 있게 적용되었다.

이 프로젝트의 의의는 경험, 과정, 모델, 정보 아키텍처, 그리고 전체 서비스 상에서 맥락 등 비물질적인 측면에 주목했다는 점이다. 비물질적인 본질을 시각화하는 데에는 최종적으로 책, 탭 시스템, 도표, 타이포그래피 등의 전통적인 매체가 사용되었지만, 이러한 접점들이 전체 서비스에 대한 심도 깊고 넓은 고려를 통해 디자인되었기 때문에 하나의 유기적인 전체로서 기능할 수 있었다. 덕분에 현재까지 10년 가까이 사용되고 있는 탄탄하고 유지 가능한 시스템이 만들어진 것이다. 또한 리서치 과정에서의 여러 발견들과 사용자 중심의 새로운 구조는 우체국의 직원들 및 임직원들에게 우편물이나 기계 혹은 법규가 아닌 고객 중심의 사고방식을 불어넣어 장기적으로 조직의 문화에도 긍정적인 변화를 가져왔다.

DMM시리즈는 현재 전미의 우체국에 비치되어 있으며, 미국 우체국 웹사이트상의 PDF와 HTML 버전은 오늘도 무수한 사용자들이 우편 서비스를 공동 창조하도록 돕고 있다. 



김미소는 미국 카네기멜론대학(Carnegie Mellon University)에서 인터랙션 디자인과 정보디자인 석사과정을 복수전공했으며, 서비스에 대한 논문으로 디자인 박사과정 졸업을 앞두고 있다. 또한 지난 5년간 카네기멜론대학에서 서비스디자인, 인터랙션 디자인, 정보디자인 등의 수업을 맡아 가르쳐 왔다. 현재 한국서비스디자인협회에 이사로 참여하고 있다.

03.

영국에서 만나는 서비스디자인

현재 이 시점에서 세계적으로 가장 핫한 도시를 꼽으라면 아마도 영국, 런던이 아닐까 싶다. 그 이유인 즉 세계인의 축제인 2012 런던올림픽을 앞두고 있기 때문이다. 올림픽 개최를 앞두고 있는 영국정부에서 가장 신경쓰고 있는 부분은 다른 무엇도 아닌 바로 '디자인'이다.

영국 디자인산업 진흥을 위해 중추적 역할을 담당하는 디자인카운슬은 2011년 초반부터 성공적인 올림픽 개최를 위해 디자인과 올림픽게임 위원회 등의 주요기관들을 대상으로 경기장의 좌석배치, 티켓판매, 레스토랑, 응급소 설치 등 올림픽과 관련하여 건축, 환경 등의 전문가들로 구성된 패널의 다양한 컨설팅을 제공하고 있다.

디자인 주도 하에 이루어진 컨설팅이라? 우리나라에서는 아직 생소한 이야기일 것이다. 세계적 디자인강국으로 손꼽히는 영국은 일찍이 디자인을 통한 각종 사회적·경제적 이슈 해결을 위해 노력해 왔다.

그 대표적 예로 2007년 영국 북동부 지역에서 디자인카운슬과 지역정부, 디자인회사, 현지 주민들이 함께 참여한 Dott 07(Design of the time)이 있다. Dott 07은 건강, 식량, 이동, 에너지, 교육 총 5가지의 분야에 대해 디자인적 사고와 기법을 중심으로 한 프로젝트 수행을 통해 더 나은 서비스를 제공하고 삶의 질을 높이고자 하였다.

이처럼 영국은 일반기업이 주도하지 못하는 공공분야에 있어서 정부주도 하에 적극적인 디자인 정책수립 및 각종 프로젝트를 수행하고 있다. 특히 디자이너들이 제조업체, 보건복지부 등과 협력하여, 병원 내 가구 및 치료기기 등의 재 디자인(Redesign)을 통한 깨끗한 위생과 안전한 관리를 이끌어 낸 '디자인 세균 퇴치(Design Bugs Out)', 병동 내 침실, 화장실, 환자복 등의 디자인 개선을 통해 환자들의 존엄성과 개별인권 존중을 높이고자 했던 '환자 존엄성을 위한 디자인(Design for Patient Dignity)' 이 대표적 프로젝트이다.

또한 범죄예방과 시민의 안정을 위해 디자인을 통한 일상생활 내 폭력 예방 프로젝트 '범죄를 막는 디자인(Design Out Crime)', 기후변화로 인한 문제들을 방지하고 지속가능한 환경을 위해 실용적인 제품과 서비스 등을 연구한 '수자원 절약 프로젝트(Low Water Living)', 지역 커뮤니티 시설과 서비스를 재점검하여 더 나은 서비스를 제공하고자 'Dott 콘월(Dott Cornwall)' 등의 프로젝트를 수행하였다.

위 프로젝트들은 공공기관, 관련 기업, 지역주민, 각 분야의 전문가 등으로 팀을 구성하여 인터뷰, 관찰, 경험 공유, 아이디어 도출 및 시각화 등의 다양한 디자인 테크닉 활용과 통합적 디자인 사고로 사회적 문제를 해결하고자 했다. 그로 인해 사회·경제이슈에 있어 디자인의 위력과 프로젝트의 성공적 수행을 주도한 디자인 디렉터의 중요성을 보여주었다.


이처럼 서비스산업이나 공공영역에 디자인을 입혀 새로운 가치를 창조한 위의 사례들은 최근 국내에서도 많은 관심을 보이고 있는 '서비스디자인' 이라고 말할 수 있다. 영국은 디자인 선진국답게 일찍이 서비스디자인 개념을 연구·발전, 다양한 사회·경제적 이슈에 적용시켜 꾸준한 가시적 성과를 거두고 있다.

이뿐 아니라 다학제적 디자인교육(Multidisciplinary Design Network) 및 디자인과 비즈니스의 연계를 통한 혁신창조 등의 지속적인 디자인 투자를 이끌어 내고 있다.

특히 정부산하기관이었던 디자인카운슬은 작년 4월, 영국 건축·환경 위원회(CABE, the Commission for Architecture and the Built Environment)와 통합, 비영리기구로 탈바꿈하였다. 이것은 굉장히 큰 변화를 의미한다. 디자인카운슬은 올해 국가정책에 있어서 디자인의 역할 및 중요성 증대, 시장혁신을 위한 지속적 연구, 지역사회·비즈니스·공공 분야에 제공하는 지속적 멘토링 서비스, 디자인 인식 확대와 비즈니스 연계를 위한 네트워크 강화 등에 특히 힘을 예정이다.



학생들을 대상으로 한 수자원 절약 아이디어
경진대회 <Water Design Challenge>를
수상한 학생들의 모습
*이미지 출처: 디자인카운슬

현재 영국을 비롯한 세계는 다양하고도 복잡한 이슈에 직면해 있다.
각 국가는 새로운 가치를 더함으로써 사회적 · 경제적 효과를 가져다주는
서비스디자인을 비롯한 디자인의 힘을 믿고 이에 집중해야 할 때이다. 

영국은 디자인 선진국답게 일찍이 서비스
디자인 개념을 연구 · 발전, 다양한 사회 · 경제적 이슈에
적용시켜 꾸준한 가시적 성과를 거두고 있다



Design Out Crime 중 알코올 관련 사고방지 프로젝트 결과물.
쉽게 놓쳐서 깨지기 쉬운 보통의 맥주잔(왼쪽) VS
잘 깨지지 않도록 얇은 이중막으로 디자인 된 맥주잔(오른쪽)
*이미지 출처: 디자인카운슬



김지혜 대리는 '디자인 = 예쁜 물건'이라는 단순한 정의만 지닌 채 2008년 <한국디자인진흥원>에 입사했다. 지금은 '디자인 = 더 나은 삶으로의 무한한 가능성'이라는 것을 깨달아가고 있는 중이다. 정책개발팀, 교육기획/운영팀, 홍보팀을 거쳐 현재 국제협력실 해외협력팀에서 디자인 기업의 해외진출지원사업 등을 담당하고 있다.

04.

세상을 구하고 싶은 서비스디자인 워크숍, 디자인 다이브

표지
 정인애
 <디자인나눔센터(DONWC)> 대표

- 이 에너지 낭비를 줄여 지구온난화를 막을 수 있을까?
- 이 결혼식 문화를 바꾸어 낼 수 있을까?
- 이 전통시장을 구해 낼 수 있을까?

위의 질문에서 안에 들어갈 수 있는 단어는 무엇일까? 폐북질 (페이스북) 좀 한다는 디자이너들은 자연스럽게 '디자인' 이라 답할 것이다. 그런데 정말 디자인이 세상을 구할 수 있는 걸까?

세상을 구하기 이전에 우리가 사는 이곳, 서울을 구해보고자 하는 노력이 시작되고 있다. 요즘 '디자인이 서울을 위해 무엇을 할 수 있을까?' 라는 페이스북 그룹에는 매일같이 수천 명의 디자이너들이 여기 들러 이웃의 행동을 변화시키고, 마을을 혁신하고, 국가를 새롭게 디자인하는 좋은 아이디어들을 쏟아내고 있다. 불과 1년 전만 해도 서울에서 디자인은 예산 낭비의 주범으로 여겨지며 한낱 천덕꾸러기 취급을 받았던 사실을 상기하면 실로 놀라운 변화다.

디자인이 세상을 구할 수 있을까?

최근 국내외에서는 디자인을 통해 사회 문제를 해결하려는 움직임이 심심치 않게 발견된다. 이제는 사용자의 불편을 감지하고 잠재된 니즈를 파악할 수 있게 하는 방법으로서의 새로운 디자인 방법론인 서비스 디자인이 주목을 받고 있다.

서비스디자인 활동, 디자인 다이브의 시작

2011년 첫 번째 워크숍에서는 총 10주 동안 여러 분야의 전문가로 구성된 소규모 팀이 10년 후를 내다보고 자유로운 시나리오를 구상하고 이를 가시화하는 과정을 통해 서비스디자인을 학습하는 것을 첫 번째 목표로 정했다. 참가를 신청한 250여명 중 6명 1조 10개 팀, 총 60명을 선정하여 '디자인 다이브 2020' 프로젝트를 시작했다. 에버랜드 리조트를 대상으로 디자인나눔센터가 (사)한국서비스디자인협회와 함께 실시한 두 번째 '디자인 다이브 에버랜드(2011. 6. 28-7.30 참가자 총 50여명)'는 민간기업을 대상으로 한 최초의 서비스디자인 워크숍이 되었다. 세 번째 '디자인 다이브 ACC(아시아문화전당, 2012. 1. 22-3.10 참가자 총 50여명)'는 디자인나눔센터와 샘파트너스가 2014년 광주에 완공될 아시아문화전당의 새로운 서비스를 디자인하는 워크숍을 진행했다.

어떻게 진행되었을까?

온라인 공지를 통해 모집된 약 80여명의 참가자가 '2020년의 공공 서비스' 라는 주제로 진행한 '디자인 다이브 2020 미래 시나리오 (2011)' 프로젝트의 추진 상황을 살펴보면 다음과 같다.

먼저 대 주제를 선정하여 참가 희망자를 모집했다. 대 주제는 거시적 추세라 할 수 있는 사회문제와 관련된 테마인 인구고령화/세계경제통합 /융합/환경, 자원을 선정(디자인 다이브 2020)하거나 연구 대상의 물리적인 조건(아시아문화전당)을 대상으로 했다.

다음으로는 적정 참가자를 선발하고 각 주제별로 여러 분야의 전문가가 혼재된 학제적 팀을 구성했다. 팀 리더를 대상으로 별도의 교육 프로그램을 운영하며 서비스디자인 방법론, 주요 방법의 실습을 진행하는 등 팀별 모임이 일정 규칙을 갖추고 운영될 수 있도록 했다.

각 팀은 팀 리더의 주제 하에 팀 내 합의를 통해 세부 연구주제를 도출하였다. 설정된 연구주제는 전체 모임을 통해 목표를 공유했다. 최종 발표회(Big DIVE)를 통해 팀별 결과를 공유하고 상호평가를 통해 우수팀을 선발, 시상했다. 발표는 시연 발표뿐 아니라 역할극, 동영상 등 서비스를 실제 구현할 수 있는 다양한 방법을 활용했다.

디자인 다이브 워크숍은 다양한 분야의 공공서비스 혁신과 사회문제 해결 디자인이 적용될 수 있는 가능성을 보인 사례라 할 수 있다.

이상의 과정을 통해 최종 개발된 서비스 시나리오들의 주제는 실로 다양하다. '디자인 다이브 2020' 에서 다루어진 제목을 간단히 소개하면 다음과 같다.

1. 종합병원을 찾은 고령자가 편안하게 의료 경험하기
2. 2020년 시니어들의 스포츠 관람은 어떻게 변화될 것인가?
3. 2020년에 등장할 문화적 이해에 기반한 맞춤형 비즈니스 컨설팅
4. 2020년 전 세계 디자이너들이 참여할 수 있는 개방형 디자인 서비스 플랫폼 (Open Design Service Platform)
5. 2020년 농촌과 도시의 간극 줄이기를 통해 농촌이 새로운 부가가치를 생산할 수 있게 하는 서비스
6. 감성 치유를 통해 행복을 느낄 수 있는 무소유적 서비스 시스템 제안
7. 2020년의 즐겁고 편리한 음식물쓰레기 버리기
8. 탄소 배출량 감소를 위한 신개념 생활 편의 제공 시나리오
9. 2020년 스마트폰 선행 상품기획 프로세스 확립을 통한 비즈니스 연계 방안
10. 2020년 재난시 대처방법과 공공서비스에 관한 미래형 가이드

Special Theme #

디자인 다이브의 성과와 남겨진 과제

여정이 종료된 후 참가자를 대상으로 진행된 설문조사(한국디자인진흥원, 2011년, 2012년)의 결과를 분석해보면, 본 프로그램을 통해 참가자들은 다음의 성과를 얻었음이 확인되었다.

첫째, 디자인의 새로운 역할에 대한 인식을 얻을 수 있었다.
둘째, 서비스디자인 방법론의 실행과 특징에 대한 경험을 얻을 수 있었다.
셋째, 관심 분야를 같이 하는 타 영역 전문가와의 협력 경험을 얻을 수 있었다.

이와 같은 결과는 서비스디자인 방법론을 적용한 공공서비스 개발 과제가 앞으로 더욱 다양한 주제로 구체화되어야 할 필요성이 있음을 시사한다.


국내 최대 디자인 전람회인 '대한민국디자인전람회(한국디자인진흥원)'에 올해 처음으로 서비스디자인 부문이 개설되었다. 수상작 4개 중 2개가 디자인 다이브를 통해 개발된 것이었다. 그밖에 세계 최대의 서비스디자인 커뮤니티인 '서비스디자인 네트워크'가 개최한 '2011국제 서비스디자인 컨퍼런스'에서도 디자인 다이브의 사례가 주목을 받았다.

디자인 다이브 프로젝트에 대한 이와 같은 대내외적인 관심보다 더 큰 성과는 사회문제에 대한 디자인의 역할과 가능성을 인식할 수 있는 계기가 되었다는 것과 디자인으로 세상을 변화시키는 꿈을 가질 수 있게 되었다는 점이다. 특히 공공서비스 분야의 과제들은 디자인계의 도전 의식을 촉발하고 수요자 중심의 혁신을 가능하게 하는 새로운 서비스디자인 방법론과 실천 방안의 구체화로 이어지게 될 것이다. 프로젝트 결과물은 디자인 다이브의 웹사이트(www.designdive.org)를 통해 공유될 예정이다.

세상을 구하는 도전, 여정의 출발

세상이 가지고 있는 수많은 문제들을 해결하기 위해 우리가 해야 할 일은 지속적인 발전과 개선을 가능하게 하는 '창의적 아이디어'를 발굴하는 것이다. 우리에게 필요한 것은 '관심'과 '실행'이다. 세상이 바뀌려면 국가 전체뿐 아니라 사회집단이 함께 관심을 가지고 노력을 기울여야 한다.

디자인 다이브는 사회문제 해결 의지와 열정을 가진 자발적 참여자들이 공동협업의 서비스디자인 방법론을 통해 세상을 변화시키고자 하는 '관심의 실천'에서 시작되었다. 작은 움직임이 보다 나은 세상을 만들어가는 긍정적 변화를 일으킬 수 있다. 물론 한 순간에 만사가 해결될 수 있는 일은 아니지만, 가슴 속에 꿈과 목표의식을 담고 각자가 할 수 있는 일을 찾아 실천해 나간다면 변화는 빨라지고 커질 것이며, 중국에는 혁명과 같은 사회변혁으로 이어져 더 나은 사회와 미래를 만들게 될 것이다.

가슴 속에 세상을 구하려는 열망이 있는 다이버라면, 지금 디자인 다이브의 여정에 뛰어들라. 

팀 문체해결 아이디어 회의 장면. 한달여의 팀 운영을 통해 세부주제의 컨셉을 도출하고 수요자 중심의 실현할 서비스를 구체화 한다 (고객 여정 맵 Journey Map).



사용자 경험 관찰을 위한 관련 시설 방문. 팀 리서치 활동



서비스의 전반적인 청사진인 '서비스블루프린트' 제작을 위한 사전 작업



최종 발표회, 역할극(Role-play)을 통한 서비스 경험의 실제화

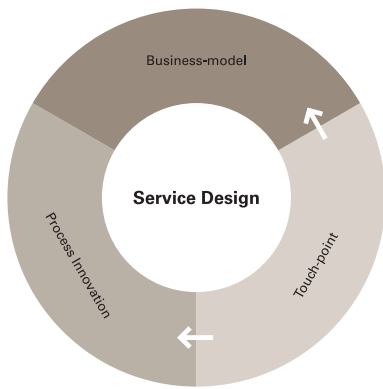


정인애는 디자인나눔센터(DOMC)를 2008년 창립하여 현재까지 운영하고 있으며, 사회혁신디자인연구소(LOVO DESIGN) 디자인 컨설턴트로 활동하고 있다. <DOMC>는 사회적 연대의식을 가진 디자이너와 타분야 전문가들이 함께 사회, 환경, 개발도상국의 문제해결을 위한 디자인 프로젝트를 진행한다.

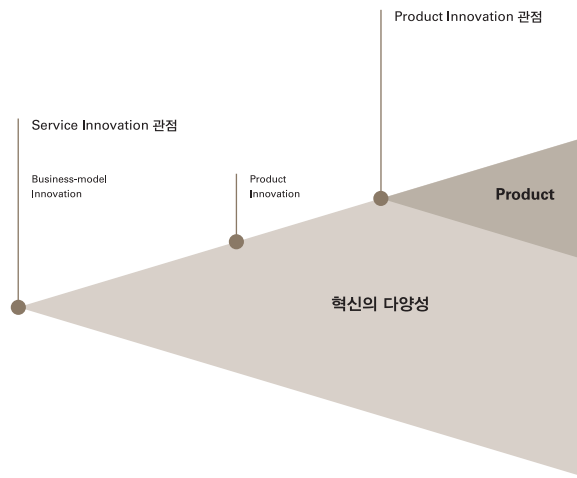
05.

제품 혁신의 새로운 방법론,
서비스디자인

서비스디자인의 3요소



Innovation by Service Design



‘서비스디자인’ 이라고 한다면 서비스 디자인의 대상으로 보는 것과 ‘서비스디자인’ 을 제품혁신의 방법으로 보는 관점이 있다.

‘서비스디자인’ 을 제품혁신의 방법으로 활용하려는 주된 이유는 지금까지의 고객중심의 접근법과는 전혀 다른 이해관계자 중심의 관점을 가지고 있기 때문이다. 이해 관계자 중심으로 생각하다 보면 고객중심의 관점과는 달리 제품을 포함하는 비즈니스 모델과 프로세스까지 보게 된다. 물론 지금까지의 제품 혁신 활동 중 비즈니스 모델이나 프로세스를 보는 경우도 있었지만 제품 혁신으로 연결시키려는 관점의 부족 및 방법론의 부족함이 있었다. 하지만 서비스디자인의 실행 방법론(servicedesigntools.org)은 제품 단독으로는 소비자의 욕구를 만족하기 어려운 부분까지도 포함하고 있다는 것이 차이점이다. 다룰 수 있는 혁신의 영역(차별화 영역)이 확장되는 효과를 가지게 된다.

정수기의 경우 도입 초기에는 제품을 판매하는 방식이었다. 하지만 시장 수요가 급격하게 늘어나게 된 것은 정수기를 판매에서 렌트로 바꾸고 필터 교환 및 청소·위생 서비스로 정수기를 서비스화(제품의 서비스화)한 이후부터다. 이후 정수기는 필터 교환 등의 서비스를 쉽게 할 수 있도록 제품 구조(프론트커버 필터 교환방식)에도 변화가 있었다.

제품 혁신

냉장고의 경우도 서비스디자인 기법을 적용하여 고가화되어가는 냉장고를

마트나 유통대행사를 통해서 고객에게 무료로 제공한다. 이와 함께 산지 농수산물 생산자와 가정을 직접 연결함으로써 얻어지는 이익 중의 일부를 수수료·포인트로 적립하여 냉장고 값을 대신 할 수 있도록 하여 가정에는 무료냉장고 및 저렴하고 믿을만한 신선한 농수산물 제공을 받을 수 있게 한다. 원산지 농어민 입장에서는 중간 유통의 최소화로 제 가격을 받고 농수산물을 공급할 수 있어서 FTA 시대에 농어촌의 경쟁력 약화에 대한 정부의 고민도 덜어 줄 수 있다. 이런 비즈니스 모델을 통해서 지금까지의 불필요한 유통구조의 부작용을 없애는 것과 동시에 냉장고 청소, 위생관리, 현지 농수산 품질 감리, 현지 생산자를 위한 광고대행, 여러가지 먹거리에 대한 레시피 사업 등의 다양한 새로운 직업의 창출도 기대해 본다.

제품의 변화


새로운 서비스와 맞물려 제품 혁신 관점에서 기존 냉장고의 개념에도 변화가 불가피하다. 먹거리 정보를 확인하고 주문할 수 있는 디스플레이가 필요하게 된 것이다. 시스템을 통해서 구입되는 먹거리는 일정한 인식표가 있어서 냉장고 보관시 인식이 가능하게 한다. 인식된 먹거리 리스트는 냉장고 외부 디스플레이에서 확인도 할 수 있다. 스마트폰에서는 구매 리스트뿐만 아니라 원격으로 냉장고 내부까지도 확인 할 수 있다. 식품 포장 및 냉장고 내부 디자인 측면에서 포장을 뜯지 않고 바로 냉장고에 보관할 수 있게 한다. 냉장고의 정기 청소 및 위생관리를 쉽게 할 수 있도록

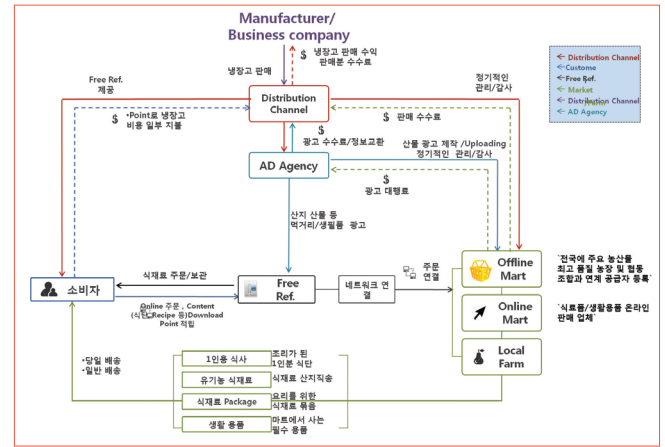
정수기의 경우처럼 냉장고 내부 구조의 개선도 필요하다.
 여기까지만 감안하더라도 지금의 냉장고와는 확연히 달라져야 한다.
 이렇게 서비스디자인 개념을 통해서 냉장고의 개념을 바라보게 되면
 지금까지 사용자와 냉장고의 관계 속에서만 생각할 때와는 전혀 다른
 관점의 혁신적인 제품이 만들어질 수 있다. 이것이 '서비스디자인에 의한
 제품 혁신(Product Innovation by Service Design)의 가치'라고
 정의 할 수 있다.

의료기기

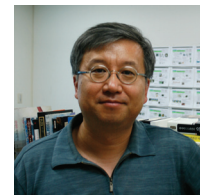
의료기기에서도 비슷한 경험을 하고 있다. 성인병의 대표적인 당뇨병,
 그 치료의 중심인 당뇨병센터의 서비스디자인 연구를 통해서 당뇨병관리의
 핵심은 환자들의 병원진료 후 일상에서 당뇨체크의 번거로움에 있다고
 분석한 경우다. 기존의 당뇨측정 기기의 사용 불편성이 당뇨를 관리하는데
 어려움의 주된 이유이며, 원터치로 당뇨측정이 가능한 디바이스를
 만들어야 한다는 결론에 도달했다. 지금도 찾아보면 비슷한 원터치형의
 측정기가 나와 있다. 하지만 근본적인 차이점은 환자와 병원의
 이해관계자들의 이해, 불편점과 니즈라는 맥락에서 만들어진 원터치
 방식이 아니라서 겉모습은 같은 원터치의 개념이지만, 실제 원터치를
 다루는 사고 프레임은 매우 달라서 사용이 불편하고 대중화되지도 못했다.
 따라서 같은 원터치 방식이지만 병원 시스템 속에서 작동여부, 부가기능 및
 디테일에서 큰 차이가 있는 것이다. 가령 사용자 라이프스타일을 감안한
 데이터 자동전송기능, 충전포트, 여행자 키트 등 서비스디자인에서
 출발하여 도출된 원터치 방식은 사용 단계의 실수가 없는(Fullproof)
 심플한 구조로 가야 한다는 것을 모든 병원 내 이해관계자들이 그 개념을
 이해하고 동의한다는 것이 큰 차이이다.

교훈과 전망

제품혁신의 방법으로 서비스디자인을 활용한 몇몇 연구들을 통해서 얻어진
 교훈은 사용자와 고객중심의 제품 혁신을 심화시키기 위해서는 제품자체가
 가지고 있는 사용 프로세스 뿐만 아니라 소비자들이 제품에서 궁극적으로
 기대하는 사용가치(예: 냉장고- 맛있고 건강을 지켜주는 식생활)까지를
 자연스럽게 프로세스 안에서 파고들 수 있다는 것이 가장 큰 강점이다.
 따라서 앞으로 서비스디자인 방법론은 제품혁신의 기법으로 그 가치가
 점점 커진다고 할 수 있다. 



무료 냉장고 비즈니스 모델.



채이식 <아이디어팜> 대표는 현재
 한양대학교 겸임교수(디자인전략/ 컨셉
 빌딩/ 서비스디자인), 디자인 경영대학원
 디자인 전략 / New Concept Planning
 담당 겸임 교수로 활동하고 있다.
 홍익대학교 국제디자인 대학원(IDAS) 강사,
 서울시립대학 강사, 한국디자인진흥원
 강사, Service Design / Ideation / New
 Concept Planning 담당하고 있다.

또한 2011 <한국디자인단체총협의회>
 상임이사를 거쳐 2012 독일 레드닷 디자인
 어워드 심사위원, 한국 디자인 강사로 활동
 하고 있다. 그의 저서로는 <Creative Design
 Planning>(한국디자인진흥원)이 있다.

06.

서비스디자인이 만들어 낸 친절한 건강검진 결과서



검진 결과서를 받아든 사람은 '어디가 제일 안 좋은지', '얼마나 안 좋은지', '그럼 이제 어떻게 해야 하는지' 등에 관한 쉽고 빠른 내용 확인을 희망하지만, 현재의 결과서는 이러한 검진자의 니즈와의 거리가 멀다. 의료진이 아닌 일반 대중은 전문용어의 나열보다는 편리하고 친절한 건강검진 결과서를 희망한다.

주변에 연말이 되어서야 급하게 건강검진을 예약하는 사람들을 많이 볼 수 있다. 왜 우리는 국가에서 제공하는 건강검진을 귀찮은 숙제로만 여기고 있는 것일까? 정말 이렇게 생각해도 되는 하찮은 검진일까? 이러한 문제를 해결하기 위해 지식경제부의 R&D 사업으로 '디자인으로 사회문제 해결'이라는 역할을 입증하기 위한 시범사업이 기획되었다. 이에 지식경제부 산하 한국디자인진흥원은 서비스디자인 전문회사인 사이픽스와 여러 메디컬 전문가, 컨설팅 전문가들과 함께 프로젝트를 진행했다.

건강검진 서비스는 의료 전문가와 전국민이라는 집단이 함께 소통하는 것임에도 현재는 서비스 제공주체인 의료진 중심으로 구성되어 있다. 따라서 1시간의 대기시간 후에 10분도 채 안 되는 간단한 검사를 하고 나서 두 달 뒤에야 받아볼 수 있는 결과서에 뻘뻘하게 적혀 있는 수치들과 알아듣기 힘든 의학용어로 가득 차 있다. 그 결과 사람들은 검진 결과의 중요성에도 불구하고 내용을 이해하기가 힘들기 때문에 검진 결과서를 소홀히 취급하게 된다. 의료진과 전국민 두 집단 간에 풀기 힘든 소통의 문제가 존재하는 것이다. 의료진과 전국민이 함께 원활히 소통할 수 있게 해야 한다는 것. 그래서 '건강검진 결과서'가 무엇보다 다시 디자인되어야 한다고 생각한 것이다. 건강검진이 수검자의 생활에 직접적인 영향을 미치는 유일한 매개체가 '결과서'이기 때문이다.

만약 우리가 기존의 서식을 보기 좋게 디자인만 바꾸려 했다면 수검자들과 인터뷰할 때 "어떤 부분이 이해가 안 되는지...", "어떻게 바뀌었으면 좋겠는지"만을 물어보고 체크하여 깔끔하게 정리만 하면 된다. 그러나 우리의 목표는 서비스디자인의 프로세스를 거쳐 리서치하고 분석하여 사람들이 이 결과표를 통해 궁극적으로 알고 싶어하는 것이 무엇인지 그 코어를 알아내는 것이었다. 거창한 얘기 같지만 사실, 수검자들은 굉장히 단순한 원리로 결과서를 이해하고 싶어 했다.

'1. 어디가 제일 안 좋은지 2. 얼마나 안 좋은지 3. 그럼 이제 어떻게 해야 하는지' 이렇게 단순한 접근이지만 현재의 결과서는 너무 이러한 니즈를 반영하지 못한 채로 구성되어 있다. 검진자가 원하는 것은 결과서를 꼼꼼히 읽어 내려가기 보다는, 쉽고 정확하게 필요한 정보를 빨리 확인하는 것이다.

그래서 새로운 결과서는 첫 장에 어디가 제일 안 좋은지 알 수 있는 종합 소견이 요약되어 있고, 두 번째 장에는 안 좋은 정도가 어느 정도인지 그 상세한 데이터가 기록되어 있으며, 세 번째 장에는 이러한 상태를 회복하기 위해서 어떠한 생활 습관을 가져야 하는 지가 기록되어 있다. 그리고 전체적으로 빠르게 빨간 부분만 훑어보더라도 중요한 정보를 습득할 수 있도록 구성했다. 무엇보다 이러한 수검자의 니즈 속에 우리가 전달해야 하는 목적을 크게 세 가지로 살펴볼 수 있다.

- 첫 번째, 국민 건강보험의 건강검진의 목적을 국민에게 알려 신뢰도를 높일 수 있도록 하자.
- 두 번째, 건강검진 결과서를 받아 보는 사람들이 쉽고 빠르게 이해 할 수 있도록 하자.
- 세 번째, 이 결과서가 국민들의 건강한 생활 습관에 적용될 수 있도록 하자.

현재 건강검진 결과서 (Before)

hi 건강검진은 무엇인가요?

hi 건강검진은 치명적인 **심뇌혈관 질환**(뇌졸중, 심근경색, 고혈압, 당뇨 등)을 초기에 발견하기 위한 검진입니다.
hi 건강검진은 검진 후 필요한 **진료로 연계**하고, 건강 생활 지침을 제공하여 **사전에 질병을 예방**할 수 있도록 도와 드립니다.

조기발견
38.5%

hi 건강검진을 통해 2009년 전체 검진자 **38.5%**가 초기에 질병을 발견 하였습니다.
8,113,566명 → 3,128,332명
(2009년 일반건강검진 판정결과 통계)

109만원
진료비절감

hi 건강검진을 꾸준히 받으신 분은 받지 않으신 분에 비해 7년간 병원진료비를 **109만원 적게** 쓴 것으로 나타났습니다.
(2003년부터 2009년까지 누적된 진료비 평균)

국민건강보험의 건강검진의 목적을 국민에게 알려 신뢰도를 높일 수 있도록 하자.

첫 번째, 건강검진 목적과 신뢰도를 높이기 위해서 결과서 시작 부분에 목적에 관한 간단히 풀어 쓴 한 줄의 문장과 이 검진이 얼마나 신뢰도 있는 것인지에 대한 통계를 보여주고 있다. '2009년 전체 검진자 800만 명 중 300만명 이상이 질병을 발견했다'는 내용과 '꾸준히 건강검진을 받는 사람과 건강검진을 받지 않는 사람들의 7년 누적 진료비를 비교해 보았을 때, 109만원이 차이가 난다'는 내용을 제시하여 검진의 중요성과 신뢰도를 보여준다.

건강검진 결과서를 받아보는 사람들이 쉽고 빠르게 이해할 수 있도록 하자.

두 번째, 사람들이 결과표를 빠르고 쉽게 이해하게 하기 위해서는 먼저 결과서 안의 글을 최대한 쉽고 친절하게 바꾸고 글과 그림을 적절히 조화시켜 주는 것이다. 이는 글이 어려운 사람은 설명적인 그림으로, 그림이 어려운 사람은 쉬운 글이 상호보완해 주는 방법으로 두 집단 모두의 니즈를 충족시키는 것이다. 또한 검진자의 이해도가 가장 낮았던 검사별 수치가 기록된 부분의 경우, 현재 결과서 이해를 위해 '표 구조 파악→내 수치 확인→참고치 확인→내 수치와 참고치 비교→내 상태 결과 파악'의 5단계가 필요했다면, 다시 디자인한 결과서는 수치와 그 수치의 위험정도를 그래프로 한 번에 표현하여 이해의 단계를 한 단계로 축소시켰다. 이 부분은 수치표를 이해해야 하는 수검자와 이 수치표를 보며 상담을 진행하는 의료진 모두를 만족시켰다.

이 결과서가 국민들의 건강한 생활습관에 적용될 수 있도록 하자.

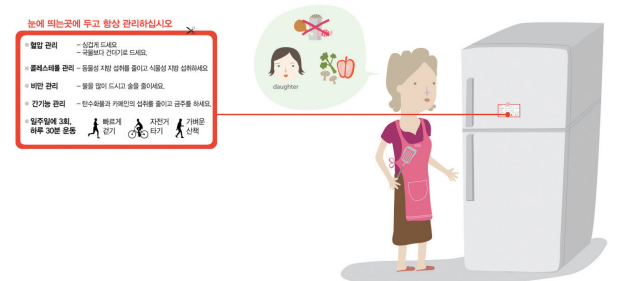
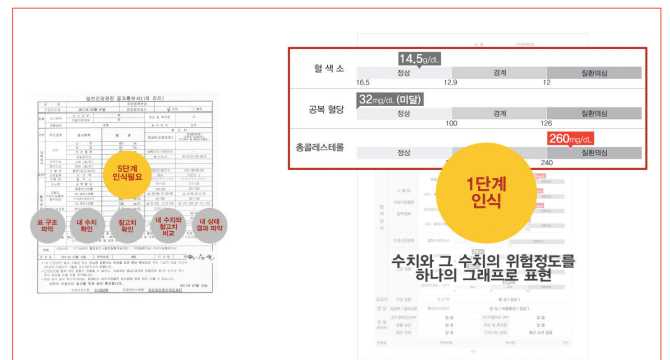
세 번째, 결과서가 수검자의 생활에 적용될 수 있도록 하는 것은 A4용지 몇 장으로 이러한 심리를 모두 이끌어 내기 매우 어려운 부분이었다. 이를 위해 우리는 리서치를 통해 알게 된 세 가지 인사이트를 통해 아이디어를 끌어 낼 수 있었다.

그것은 1.정보의 흐름이 사람의 심리에 미치는 영향으로 우리는 점쟁이가 사람들에게 말하는 방식에서 인사이트를 받고 어떻게 사람들의 머릿속에 오래 기억되는지 그 방법을 찾아 내 적용했다. 2.인터뷰에서 사람들은 사용자가 맞춤제작(Customize)된 정보를 제공받을 때 더 설득력을 느낀다고 했다. 하지만 범국민적으로 시행되는 서비스에 맞춤제작

(Customize)된 서비스는 현실화에 문제가 많았다. 이에 명지병원의 건강검진팀과 전산팀이 함께 이 문제를 해결한 결과, 수검자에게 운동 습관을 제안할 때, 수검자의 나이와 신체 상태를 파악하여 그 사람이 할 수 있는 운동이 제안될 수 있도록 로직을 만들었다.

특히 이를 좀 더 발전시키면 수검자가 주소지 근처 어느 공원 혹은 문화 센터 등에서 제안된 운동을 할 수 있는지 등의 정보를 애플리케이션으로 제공할 수 있게 된다.

그리고 마지막 네 번째로, 수검자의 직접 참여로 건강검진에 대한 능동성을 높일 수 있도록 유도했다. 세 번째 장 아래에는 수검자들이 직접 잘라서 사용할 수 있는 '응급의료용 카드'와 '습관관리용 카드'가 있는데 왼쪽의 응급의료용 카드는 잘라서 지갑에 소지하고 다니며 응급한 상황에 처했을 때 의료진이 빠른 대처를 할 수 있도록 도와주는 것이다. 특히 이 부분은 심뇌혈관계 질환이 응급 상황에 처할 수 있는 질환이라는 점을 수검자에게 은연 중에 숙지시키는 효과가 있다. 또한 오른쪽은 잘라서 냉장고에 붙이거나 식탁 유리에 넣어서 가족들과 공유하며, 항상 관리할 수 있도록 제안되었다.



Service Design Health Check-up Checklist

국민건강보험공단
 약 412-270 경기도 고양시 덕양구 화정동 987-24
 Tel. 031-810-5353/810-5385

성명: _____
 주민등록번호: _____
 건강검진: 1회 2회
 건강검진결과: _____
 요청기관명: _____

귀하

hi 건강검진은 무엇인가요?
 hi 건강검진은 지방간염(ALT)과 총콜레스테롤, LDL콜레스테롤, HDL콜레스테롤, 당화혈색소, 고혈압, 고지혈증, 당뇨, 비만 등 초기에 발견하기 위한 검진입니다. hi 건강검진은 일반 건강검진과 달리, 건강 상태를 종합적으로 평가하여 사전에 질병을 예방할 수 있도록 도와줍니다.

38.5%
 hi 건강검진 결과 38.5%가 고지혈증, 비만, 당뇨, 고혈압 등 초기에 발견하여 사전에 질병을 예방할 수 있도록 도와줍니다.

100%
 hi 건강검진 결과 100%가 건강 상태를 종합적으로 평가하여 사전에 질병을 예방할 수 있도록 도와줍니다.

나의 건강검진 향상 조건은?
 ● 총 질 좋은 식품 다양 사재기 2배 이상 증가
 - 이산화질소와 고지혈증 위험을 낮추고, 지방을 줄여줍니다.
 - 당뇨병 위험이 낮아집니다. 2배 감소가 필요합니다.
 - 20일 이내에 건강검진 받기

● 총 질 좋은 식품 다양 사재기 2배 이상 증가
 - 밥과 면, 주먹밥, 떡볶이 등 탄수화물 섭취를 줄여줍니다.
 - 지방, 당, 염분이 적은 식품을 선택하여 섭취합니다.
 - 간식, 음료는 적당량만 섭취합니다.
 - 하루 1번은: 운동과 음식 조절을 해주세요. 건강한 생활 습관을 유지하세요.

나의 주요 상태 결과는? 2009년 vs 2011년 (운동, 음주, 흡연은 문진표를 토대로 나타낸 결과입니다.)

위험	2009년	2011년
위험	134	200
경계	23.5	88
정상	134	200

성명: _____ 주민등록번호: _____

나의 건강검진 수치는? * 100 미만은 기온에 영향을 받지 않습니다.

구분	검사 항목	검사 결과	검사 결과
계속 검사	비만	허리둘레	161 cm / 61 kg
	고혈압	체중량	66 kg
		혈압	138/90 mmHg
		심박수	65
이상치 발견	사과당	시계	혈액 (0.7) / 오분액 (0.8)
	황당	혈액	혈액 (정상) / 오분액 (정상)
일반	만혈당	혈액	145 mg/dL
	당뇨병	공복혈당	92 mg/dL
	고지혈증	총콜레스테롤	220 mg/dL
고지혈증	LDL-콜레스테롤	138 mg/dL	
	이상지질혈증	LDL-콜레스테롤	138 mg/dL
일반	동맥경화	초파로콜레스테롤	138 mg/dL
	만성신장질환	혈중크레아티닌	0.8 mg/dL
건강 상태	ALT/AST	ALT/AST	22/30 U/L
	간염	ALT/AST	22/30 U/L
요양사	신장 질환	요단백	음성 (정상)
	당뇨병	혈당	정상 (정상)
진찰 (의사)	생활 습관	운동	적극적인 운동
	일반 상태	영양	적극적인 운동
반영	변화	의사	의사

성명: _____ 주민등록번호: _____

나는 심뇌혈관 질환에 얼마나 위험한가?
 다음은 총 질 좋은 식품 다양 사재기 2배 이상 증가, 건강 상태를 종합적으로 평가하여 사전에 질병을 예방할 수 있도록 도와줍니다.

6.1배 심뇌혈관 질환 위험도
4.5배 뇌졸중 위험도
1.3배 혈관성 치매 위험도

나에게 필요한 생활 습관은?
 총 질 좋은 식품 다양 사재기 2배 이상 증가, 건강 상태를 종합적으로 평가하여 사전에 질병을 예방할 수 있도록 도와줍니다.

1. 혈압을 낮추기 위해서는 **염분** 줄이세요.
 2. 콜레스테롤을 줄이기 위해서는 **지방** 줄이세요.
 3. 비만 관리를 위해 **운동** 하세요.
 4. 혈당을 관리하기 위해 **당류** 줄이세요.

합성 소지하시고 응시 사용하십시오.
 응시료 10,000 원 (응시료 10,000 원) / 응시료 10,000 원 (응시료 10,000 원)

눈에 띄는 곳에 두고 항상 관리하십시오.
 응시료 10,000 원 (응시료 10,000 원) / 응시료 10,000 원 (응시료 10,000 원)

새롭게 디자인된 건강검진 결과서 (After)

이렇게 완성된 결과표는 국민건강보험공단의 제도화를 위해 명지병원의 도움을 받아 시범사업으로 시행되었다. 한 달간 모두 2,000명의 수검자에게 새로운 결과서와 기존의 결과서를 함께 동봉하여 발송하고, 1개월에 걸쳐 전화로 두 결과서에 대한 비교 만족도 조사를 진행했다. 전화 조사 대상자 2,000명 중 총 응답자는 605명으로 남성이 52%(316명), 여성이 48%(298명)이었으며, 평균 나이는 44세였다. 새로운 결과서를 본 후 응답자의 94%가 '결과서의 지침에 따라 나의 생활습관을 바꿀 계획이다' 라고 답변했으며, 응답자의 93%가 '새 결과서를 보고 나의 건강상태를 쉽고 명확하게 이해할 수 있었다' 는 의견을 냈다. 또한 '새로 디자인 된 결과서를 받고 다음 건강검진에 적극적으로 참여하고 싶어졌다' 는 대답이 응답자의 88%를 차지함으로써, 이 프로젝트를 통해 추구했던 건강검진에 대한 신뢰도와 관심, 결과에 대한 이해도, 생활습관으로의 연계를 모두 향상시키는 뚜렷한 효과를 볼 수 있었다.

단순하게 여기던 두 장의 건강검진 결과서를 변화시킴으로 인해 얼마나 많은 국민이 자신의 건강관리에 관심을 갖게 되었는지 확인할 수 있는 계기가 되었다. 앞으로도 서비스디자인이 국민 모두에게 긍정적인 영향을 줄 수 있도록 많은 시도와 노력이 계속될 수 있길 희망한다. **db***

새로운 결과서를 본 후 응답자의 94%가

'결과서의 지침에 따라 나의 생활습관을 바꿀 계획이다' 라고 답변했으며,

응답자의 93%가 '새 결과서를 보고 나의 건강상태를

쉽고 명확하게 이해할 수 있었다' 는 의견을 냈다



의료분야에서의 서비스디자인

미니인터뷰 _ 정지훈 관동대 명지병원 융합의학과 교수 · IT 융합연구소장

Q. 의료분야에서 서비스디자인이 적용되어야 하는 우선 분야는 무엇인지?

A. 병원은 환자를 대상으로 하는 일종의 서비스업이다. 이런 점에서 가장 핵심적인 문제는 병원 고객인 환자가 치료와 입원 생활의 공간인 병원에 대해 갖는 일차적 감정이 '두려움'이라는 점이다. 가장 먼저 개선되어야 할 부분이다. 환자에게 심리적 안정과 편안함을 제공할 수 있는 병원 환경을 조성하는 일은 작은 실천과 디자인에서 출발한다. 음악, 향기, 조명, 영상 등 다양한 테마를 이용해 환자 맞춤형 감성 시스템을 갖춘 진료실과 병실 환경을 만들 수 있을 것이다. 의료분야에서 디자인을 도입하여 고객 만족도를 높여 환자에게 수준 높은 서비스를 제공하는 것이 바로 '헬스케어 서비스디자인'이다.

Q. 의료분야에서 서비스디자인이 도입될 수 있는 분야를 구체적으로 지적한다면?

A. 창의적 사고와 디자인을 의료 서비스에 적용한 사례로 소비자인 환자 중심의 '국민건강보험 결과서' 디자인과 '영상 지원 진동 벨' 같은 알람시스템, 즉 정보산업기술(IT)과 디자인이 접목된 명지병원의 정형외과 외래 개선을 위한 서비스 디자인 등이 있다. 특히 환자나 보호자가 막연하게 기다려야 하는 공간처럼 인식되고 있는 병원 응급실 부분도 많은 관심을 가져야 할 필요가 있다. 이밖에도 의료진과 환자 간의 의료소통,

환자의 이동 동선과 같은 공간 디자인 등 환자 경험을 개선할 수 있는 많은 요소들이 병원 내 산재해 있다고 생각한다.

Q. 서비스디자인이 의료 환경 개선에 어떤 변화를 줄 수 있다고 생각하는가?

A. 환자는 단순한 질병 덩어리가 아니다. 진료와 진료비, 또는 친절의 문제가 아니라 소비자인 환자의 목소리를 중심으로 환자가 겪게 될 경험에 주목하고 이에 반응하는 의료진의 진료 행위 및 사고의 변화에서부터 병원 공간구조, 설비, 각종 의료 시스템, 서류 하나까지 모두 바뀌게 될 것이라고 본다.

Q. 서비스디자인의 의료분야 안착 여부에 대한 개인적 판단은?

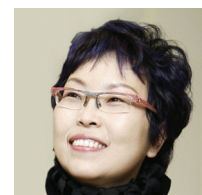
A. 병원 차원에서 보면, 서비스디자인의 효과는 즉시적이다. 따라서 생각만 바꾸면 적은 비용으로 빠른 효과를 확인할 수 있기 때문에 빠른 시간 안에 의료분야에서도 서비스디자인 붐이 일어나게 될 것이라고 본다. 병원 서비스의 향상은 환자의 권익을 증대시키면서도 산업의 가치를 향상시키는 것이기 때문에 거시적 차원에서 보면 병원 경영이나 병원 문화 모두가 변화하는 게 당연지사 아닐까 한다.



아이들의 응급실에 대한 두려움을 없애기 위해 동물원 테마로 디자인된 병원과 응급실을 연결하는 문과 벽면
*사진제공 정지훈



정지훈 교수는 한양대 의대를 졸업한 후 서울대에서 보건정책관리학 석사, 미국 남가주 대학(USC)에서 의공학박사 학위를 취득한 서로 다른 학문을 연계하는 대표적인 융합학자로 알려져 있다. 우리들병원 생명과학기술연구소장을 거쳐 현재는 관동대 명지병원 융합의학과 교수이자 IT 융합연구소장으로 활동하고 있다. 저서 <제4의 불>로 매일경제신문에서 수여하는 2010년 '정진기 언론문화 장려상'을 수상했으며, '중앙일보' 등 여러 매체에서 통섭적 지식인으로 선정된 바 있다.



이경미 <사이픽스> 대표는 맥락을 중시하는 집중적 리서치와 다양한 이해관계자의 욕구를 반영할 수 있는 개발 프로세스로 혁신 아이디어를 구체화함으로써 고객이 경험하는 제품 및 서비스의 가치를 극대화하여, 그 기업만의 이기는 전략을 만들어내는 컨설팅을 하고 있다.

대표작으로는 물방울 가슴기, 루펜 음식물 처리기, KT 쿡 스타일, 아이리버의 미키 마우스 엠플레이어, 유한킴벌리의 티엔, 국민건강보험 건강검진 결과서 디자인 등이 있으며, 현재 헬스케어 서비스디자인에 에너지를 쏟고 있다.

국립한경대학교 디자인학과 0박4일 간의 서비스디자인 워크숍



대학에서도 서비스디자인을 교육하고자 하는 움직임이 활발하다. 국립한경대학교 디자인학과 210여명 학생과 교수 전원은 지난 5월 9일부터 12일까지 3박 4일 동안, 속초에 위치한 캔싱턴 리조트에서 '서비스디자인'을 주제로 대규모 디자인 워크숍을 개최했다. 다음은 이 행사에 대한 요약 보고서다.

200여명 대학생들의 진지한 디자인 MT?

국립한경대학교 디자인학과는 '디자인 캠프'라는 교과명으로 워크숍 강좌를 개설하여 운영해 오고 있다. 이 교과목은 학부생 대부분이 수강 신청을 하는 3박 4일의 대규모 워크숍 과목으로 올해로 16회 째를 맞이했다. 주제는 해마다 변경된다. 개최 시점에 이슈가 되는 주제로서, 학생들이 알 필요가 있는 주제나 정규 교과목에서 다루기 힘든 내용을 주제로 선정한다. 예년의 주제로는 그린 디자인, 유머와 디자인, 유니버설 디자인, 스토리텔링 등의 주제가 있었으며, 2012학년도에의 주제는 최근 높은 관심을 받고 있는 '서비스디자인'이었다.

워크숍 진행시 한 팀은 1, 2, 3, 4학년이 고르게 섞여 대개 총 5명으로 구성된다. 일반적으로 3학년이 팀장의 역할을 수행하며, 4학년은 기존 자신의 경험을 토대로 일종의 자문자 역할을 수행한다. 2012학년도에는 총 38개의 팀이 워크숍을 진행했다. 워크숍을 통해 도출하는 산출물은 서비스 관련 제품, 포스터, 책자, 카툰, 광고 등 각종 시각물, 영상, 애니메이션 등 동적인 결과물, 웹사이트, 앱 등 인터랙티브 결과물, 상황극 등 다양한 형식이었다.

3개월 간의 프로그램 준비과정

한경대 디자인학과 교수진은 이번 워크숍을 위해 겨울 방학부터 행사까지 3개월 남짓한 기간 동안 워크숍 프로그램을 준비했다. 교수진의 준비 과정은 아래와 같았다.

1. '서비스디자인' 주제 선정
2. '서비스디자인' 분야 사전 스테디
3. 전문가 찾기: 특강강사, 워크숍 진행 지도자
4. 진행 프로그램 설계
5. 진행 시뮬레이션
6. 프로그램 확정과 학생 상대 공지

진행 프로그램 설계 중에 본 주제를 워크숍에서 성공적으로 교육하기 위해서는 수강생들의 관심에 부합하는 세부주제와 필드 리서치를 위한

사전 과제가 필요하다는 결론에 도달하게 됐다. 워크숍 시작 3주 전에 수강생을 대상으로 세부 주제와 필드 리서치를 위한 관찰 데이터 수집을 공지했다. 이에 수강생들이 각 조별로 세부 주제를 선정하고 사전 과제를 진행하도록 했다. 본 워크숍의 세부 주제는 아래와 같다.
(괄호 안의 숫자는 주제를 선정한 팀의 숫자이다)

- 수강신청 서비스디자인 개선 (3)
- 통학버스 서비스디자인 개선 (4)
- 학과사무실 서비스디자인 개선 (3)
- 캠퍼스맵(Sign) 서비스디자인 개선 (6)
- 기숙사 서비스디자인 개선 (2)
- 도서관 서비스디자인 개선 (6)
- 학생식당 서비스디자인 개선 (4)
- 보건진료소 서비스디자인 개선 (3)
- 체육 문화시설 서비스디자인 개선 (1)
- 수업 환경 서비스디자인 개선 (2)
- 교내 에너지 절감을 위한 서비스디자인 (1)
- 외국인 학생의 원활한 대학생활을 위한 서비스디자인 개선 (3)

과정을 중시한 40시간 동안의 강도 높은 워크숍

행사 1일 차인 5월 9일 오후, 해당 분야와 관련한 특강을 진행하고 과제를 공지했다. 학생들은 과제 공지 시점부터 과제 수행을 시작하여, 약 40시간 동안인 3일차 정오 과제 마감시간까지 과제를 수행했다. 수강생들은 3일차 오후 1시부터 과제발표를 실시했다. 한 팀에게 주어진 시간은 3분이며 각 팀의 구성원들은 각각의 디자인 개발과정과 결과물을 다양한 형식으로 제시했다.

예년에는 학생들에게 주제를 제시한 후 자율적으로 과제를 진행하도록 한 반면, 올해는 40시간을 몇 개의 단위로 나누어, 수강생들이 서비스 디자인의 과정을 학습할 수 있도록 했다. 진행과정은 더블다이아몬드 프로세스와 같았다. 특히 본 워크숍에서는 중간 단계 산출물에 대한 포상도 별도로 수행했는데, 상의 종류는 최고의 모듬(Best Clustering)상, 최고의 고객 여행 지도(Best Customer Journey Map)상, 최고의 개념(Best Concept Board)상, 최고의 인물(Best Persona)상이었다.

이와 함께 서비스디자인 분야의 전문가인 한국디자인진흥원의 윤성원 과장, DOMC의 정인에 대표, pxd의 송영일 선임연구원, 본 학과 석사 졸업생인 위승용 선임연구원, 진현정 주임연구원의 특강과 현장지도로 이번 워크숍을 진행했다.

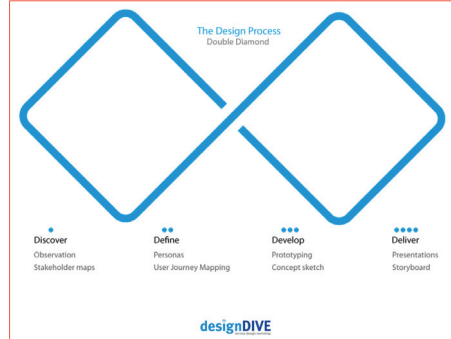


이상선 <국립한경대학교> 디자인학과 교수는 (주)휴먼컴퓨터 GUI 디자이너, (주)솔빛미디어 개발부 책임연구원, 삼성전자 미디어서비스 사업부 과장, (주)아이큐브 수석디자이너를 역임했다.

그녀의 저서로는 <멀티미디어 교과서> (안그라픽스)가 있다.



서울시립대학교에서 서비스디자인 특강을 진행하는 모습



디자인 다이브의 강의로에서 발췌한 서비스디자인을 위한 더블다이아몬드 프로세스

행사의 소득과 평가

행사 후 2주일간 수강생을 상대로 이 워크숍에 대한 온라인 피드백 설문을 실시했다. 설문에 대한 응답은 익명이었으며, 응답한 62명의 답변을 분석한 결과 종합적으로 긍정적인 피드백이 많은 것을 확인할 수 있었다. 학생들의 긍정적인 답변 중 빈도별로 대표적인 다섯 가지는, 서비스디자인을 주제로 삼은 점, 서비스디자인의 개념을 이해할 수 있었던 점, 사용자 중심의 디자인 훈련을 할 수 있었던 점, 보이지 않는 것의 디자인에 대한 경험, 과정을 중시한 디자인 과제 등이었다. 또한 부정적인 피드백을 빈도가 높은 순서대로 꼽아보면, 주제의 난이도가 높은 점, 전공별로 주제에 대한 이해도에 차이가 컸던 점, 바닷가에 갔으나 바다를 볼 수 없었던 점 등이 있었다.



집단지성(Custring)한 자료를 분석 중인 학생들

맺음말

디자인의 영역은 제품, 커뮤니케이션, 영상, 사용자 경험, 서비스에 이르기까지 점차 확대되어가고 있다. 이러한 시점에 대학의 디자인 교육은 어떻게 대응해야 할 것인지 숙고가 필요하다 고 본다. 이번 워크숍은 대학에서 서비스디자인을 어떻게 바라보아야 할 것이며, 어떻게 교육해야 할 것인가에 대하여, 학생은 물론 교수자들 모두에게 숙제를 던져준 행사였다.

이 지면을 빌어, 본 행사를 성공적으로 진행할 수 있도록 지원, 교육, 진행을 하는데 수고를 아끼지 않으신 KIDP의 윤성원 과장, DOMC의 정인에 대표, pxd 임직원 여러분께 감사의 뜻을 전한다. db+

학교식당 서비스디자인 개선을 위해 학생들이 작성한 고객 여행 지도(Customer Journey Map)



08.

KIDP의 서비스디자인 교육 프로그램

서비스디자인, 알고는 싶지만 멀게만 느껴진다면 한국디자인진흥원(이하 KIDP)에서 실시하는 교육 프로그램들을 적극 활용해 보자.

KIDP는 해외 서비스디자인 선도 기업들과의 워크숍을 통해서 서비스디자인에 대해 직접 체험할 수 있도록 2010년부터 케이스 스터디 중심의 서비스디자인 워크숍을 진행해 왔다.

2010년과 2011년 서비스디자인 워크숍은 미국의 디자인 전문업체 아이디어(IDEO)와 견주는 영국의 엔진(Engine)에서 진행되었다. 엔진(Engine)은 서비스디자인과 서비스 혁신 분야에서 손꼽히는 디자인 컨설팅 업체로 런던을 기반으로 디자이너, 전략가 등 다양한 분야의 전문가들이 영국 정부의 프로젝트는 물론 비자카드, 마이크로소프트 등 공공과 민간 영역을 넘나들며 혁신적인 서비스디자인을 선보이고 있다.

‘더 행복한 고객들과 더 나은 삶을 위한 더 좋은 서비스디자인하기’라는 주제로 7박 9일 일정 동안 총 5일 교육으로 진행된 2011년 서비스디자인 워크숍은 ‘왜 서비스디자인인가?’라는 이론에서부터 4단계 디자인 프로세스 ‘발견(Discover) - 정의하기(Define) - 개발하기(Develop) -

전달하기(Deliver)’의 과정을 케이스 스터디와 실습을 통해 서비스 디자인을 체험해보는 과정이었다.

2011년 영국 엔진 서비스디자인 워크숍에 참가한 한 디자이너는 “학술대회에서 열리는 워크숍과는 달리, 세계 유수의 디자인 스튜디오에서 실무 디자이너들이 제공하는 훌륭한 케이스 스터디와 현장감 있는 강의들이 제공되어 어떠한 개인적인 방법으로도 참가할 수 없는 귀중한 교육 기회를 얻을 수 있었다”라고 참가 소감을 밝혔다.

2011년 영국의 엔진 서비스디자인 워크숍 지원 경쟁률은 17:1이었을 정도로, 서비스디자인은 관심이 증폭되는 분야로 당분간 수요가 지속될 것으로 보인다. 그러나 신생 분야인 만큼 디자이너들이 접할 수 있는 교육 프로그램은 많이 부족한 편이다.

항상 아쉽던 서비스디자인 교육에 대한 갈증을 올해에는 조금 해소할 수 있을 것으로 기대된다. 2010년부터 2011년까지 매년 1회 진행되던 서비스디자인 관련 해외 워크숍이 올해에는 2개 과정으로 진행될 예정이고, 서비스디자인 방법론을 배울 수 있는 이론 프로그램도 개설했다.

The Design Process

1. Discover
2. Define
3. Develop
4. Deliver



1. **Discover** 다양한 리서치 툴을 활용, 가능성 있는 개선 아이디어 모색
2. **Define** 아이디어별 우선순위를 확정하고 가능성 있는 솔루션 제시
3. **Develop** 현실화 가능성을 고려, 서비스디자인 Prototype 제작
4. **Deliver** 결과물을 시각화, 스토리화해서 클라이언트에게 제시


오는 7월 14일(토)부터 7월 22일(일)까지 오스트리아 비엔나에서는 6박 9일 일정으로 '지속가능한 디자인 솔루션'을 주제로 워크숍이 열린다. 엄밀히 살펴보면 서비스디자인과 완벽히 일치하는 개념은 아니지만, 인간과 사회에 기여하는 가치 중심적 디자인을 창출한다는 측면에서 서비스디자인과 상당히 유사한 디자인 프로세스를 학습할 수 있을 것으로 기대된다. 이 워크숍은 지속가능 디자인 분야 전문 연구개발 기관인 오스트리아 적정기술센터 GrAT(Center for Appropriate Technology)와 함께 진행되며, 지속가능 디자인의 기본 개념 이해부터 실무 적용 사례까지 지속가능한 디자인 솔루션을 도출하는데 중점을 두고 있다.

복잡하고 다양한 소비자의 니즈를 단순한 제품 생산 판매가 아닌 복합적인 '제품 + 서비스시스템 솔루션'을 통해 만족시킴으로써, 새로운 경제적 가치를 창출함과 동시에 인간과 자연, 그리고 사회의 공존에도 기여할 수 있는 디자인을 학습하도록 커리큘럼이 구성되었다.

또한 오는 9월 20일(목)부터 9월 28일(금)까지는 스페인 마드리드 디자인 전문기업 모르메디(Mormedi)에서 공공 및 예코 분야 서비스 디자인 워크숍이 진행될 예정이다. 모르메디는 현대자동차, 스페인 최대 항공사인 이베리아(Iberia)를 비롯하여 다수의 프로젝트를 수행하는 등 디자인개발 및 서비스디자인 전문기관으로서 전세계적으로 영향력을 가지고 있는 기업이다.

이 워크숍은 실무디자이너, 관련분야 종사자 16명을 대상으로 실시될 예정으로, 단순히 방법론을 체험하는 것이 아닌 향후 교육생들이 실무에 돌아가서 업무 적용방안 마련을 하는데 용이한 구체적이고 실용적인 교육을 제공할 계획이다. 특히 교육생들은 이 워크숍을 통해 전통과의 공존을 바탕으로 새로운 것을 창조하는 스페인 특유의 디자인 문화를 체험할 수 있을 것으로 기대된다.

더불어 지난 6월 15일(금)부터 6월 30일(토)까지 KIDP 인재육성팀에서 진행한 서비스디자인 방법론 교육 '서비스도 디자인하라'는 서비스 디자인의 기본을 다질 수 있는 프로그램이었다. 서비스디자인의 개요, 서비스디자인 리서치를 위한 프레임워크 이해, 서비스디자인 리서치, 리서치로부터 인사이트 찾기 등 서비스디자인 방법론을 약 2주간 (35시간) 강의, 실습, 발표 등을 통해 체험할 수 있는 커리큘럼으로 구성되었다.

KIDP는 앞으로도 인간중심의 다양한 리서치와 창의적 사고에 기반하여 고객의 이슈를 정의하고 문제 해결점을 찾는 방법을 학습할 수 있는 서비스디자인 교육 프로그램을 지속적으로 발굴하여 기존의 수동적인 디자인 태도에서 좀 더 미래지향적인 디자인 프로세스를 체험할 수 있도록 할 예정이다. 



1. Discover 과정 : 현장 리서치



2. Define 과정 : 팀별 협의



3. Develop 과정 : 케이스 스터디



4. Deliver 과정 : 최종 프리젠테이션 준비



이승연 대리는 '디자인', 'KIDP', 'PR'이 좋은 《한국디자인진흥원》 PR이다. 2008년 홍보팀으로 입사, 이후 정보 지원실에서 (글로벌)디자인디비 운영을 담당했다. 현재 홍보실에서 '디자인 PR' 제2막에 도전하고 있다.

09.

서비스디자인의 미래

기획, 디자인, 서비스, 고객



서비스 패러다임은 산업과 기업의 성장 방향과 더불어 디자인의 본질적 '속성' 까지 변화되어야 한다는 이슈를 제기하고 있다.

서비스 패러다임 시대에 있어 디자인의 역할과 미래 방향, 그리고 서비스 기반으로 재편되고 있는 시장에 대응하여 국내 기업이 지속적 생존과 성장을 계속할 수 있는 핵심 경영전략은 무엇일까.

(사)한국디자인경영학회(회장 정경원)와 (사)한국서비스디자인협의회(회장 이성혜)가 주최하고 한국디자인진흥원 등이 후원한 2012년 춘계학술대회가 2012년 6월 9일(토) 서울디자인지원센터에서 열렸다. 서비스 패러다임 시대를 맞이하는 디자인 산업의 현황 문제를 진단하고, '서비스' 라는 개념에 의해 디자인의 역할과 미래 가치는 물론 기업 경영전략의 패러다임이 어떻게 변화하게 될 것인가 하는 문제를 국가정책 관점, 기업 관점, 교육 관점, 디자인 비즈니스의 관점에서 폭넓은 의견과 토론, 사례 발표를 공유하는 장이었다.

특히 이 날 눈길을 끈 것은 서울디자인재단 백종원 대표의 발제와 김광순 디맨드컨설팅그룹 대표의 사회, 윤주현 서울대 디자인학부 교수, 이태숙 큐인 대표, 채이식 아이디어팜 대표, 윤성원 한국디자인진흥원 정책개발팀 과장 등이 패널 위원으로 함께 한 '서비스, 디자인, 경영'이라는 주제의 패널 토론회였다.

참석자의 공통 화두는 서비스 패러다임 시대의 핵심 키워드인 '서비스, 디자인, 경영' 의 융합 방식이자 그 실천적 방법론인 '서비스디자인' 이었다.

2013년에 예정된 서울시 범죄예방디자인사업과 같은 공공 분야에서부터 비즈니스 모델, 서비스디자인 교육 방향, OECD 국가 최저 수준인 국가 디자인 산업 경쟁력 향상을 위한 정부의 다양한 지원 정책 등의 논의를 통해 서비스디자인을 중심으로 전개될 디자인 패러다임의 변화와 새로운 산업에 대한 전망에 대해 다양한 견해가 제기되었다.

그러나 분명한 것은 '서비스와 디자인' 의 결합을 통해 디자인의 대상과 영역이 무한 확장되기 시작했다는 점에는 의견이 일치했다. '서비스 디자인' 은 기존의 디자인 산업과 밀접한 연관성을 지닌 것처럼 보이면서도, 과거에는 상상할 수도 없었던 기업의 인사관리에서부터 병원 시스템 분야까지 고객에 대한 서비스 향상과 이를 통한 기업의 지속적 발전이 가능한 모든 분야에 특별한 해결책을 제시하는 마법 같은 역할을 수행할 수 있을 것이라는 기대에는 이견이 없었다.



정경원 한국디자인경영학회 회장

한편으로 '서비스디자인' 이 디자인 산업의 새로운 블루오션으로 확고한 자리매김을 하기 위해서는 여전히 해결해야 할 많은 숙제들을 안고 있다. 서비스디자인이 시장에 안착하기 위해서는 '보이지 않는 서비스를 시각화, 실제화하고 사용자에게 일관된 경험을 제공하는 체계적인 방법론과 정량화된 결과를 예측할 수 있는 정교한 시스템' 이 확립되어야 하기 때문이다.

이 날 오후에는 이성혜 한국서비스디자인협의회 회장, 이은종 한동대학교 교수, 윤성원 한국디자인진흥원 정책개발팀 과장의 진행으로 '서비스 디자인 What, Why, How' 라는 주제의 전문 강좌가 이어졌다. 이밖에도 아이디어팜 채이식 대표의 '냉장고 서비스화를 통한 이해관계자 만족도 및 유통구조 개선' 등 4편의 서비스디자인 사례와 12편의 관련 논문 발표가 있었다.


서비스디자인은 '맥락을 중시하는 집중적 디자인리서치, 다양한 이해관계자의 욕구를 반영할 수 있도록 하는 공동개발, 특화된 가시화 방법, 빠른 반복 실행으로 혁신적 아이디어를 구체화함으로써 고객이 경험하는 제품, 서비스의 가치를 극대화하는 방법 및 분야(서비스디자인협의회, 2011)' 라고 정의한다.

Special Theme #



서비스디자인이 시장에 안착하기 위해서는
‘보이지 않는 서비스를 시각화, 실제화하고 사용자에게
일관된 경험을 제공하는 체계적인 방법론과 정량화된 결과를
예측할 수 있는 정교한 시스템’이 확립되어야 하기 때문이다

서비스디자인이 과거 ‘디자인 서비스 영역의 통합’이 아니라 사용자의 니즈와 미래 경험 전반을 다루는 학제적 학문이자 융합 산업 기술임을 설명한 것이다.

패널토론회에서도 유사한 논의가 교환되었듯이 학문과 기술의 융합은 서비스디자인의 토대이자 발전 방향이다. 수요자의 다양한 미래 경험을 예측 설계하고 디자인하는 작업은 그 만큼 폭넓은 지식과 광범위한 개발 영역을 동반한다. 분명한 개념 정의와 방법론의 수립, 협업 시스템의 확립이 절실한 이유이다. 디자이너가 주도하는 서비스디자인 또는 서비스디자인의 참여자로서, 이는 서비스 패러다임의 본질적 문제가 아닌 디자이너 또는 디자인 기업의 역량과 밀접한 연관성이 있을 것이다. 헤게모니는 도전의식과 더불어 주도권을 유지할 수 있는 능력에 기반한다. 국가차원의 정책적 지원과 더불어 큰 디자인 기업, 큰 디자이너를 발굴하고 육성하는 일을 함께 고민해야 한다. 이미 모든 서비스의 디자인이 요구되는 디자인 패러다임 시대를 살고 있기 때문에 더욱 그렇다. 




10.

서비스디자인 리스트업

판
공
영
역
권
한
국
대
외
인
간
중
심
의
혁
신
을
이
끄
는
서
비
스
디
자
인

인간중심
의
혁
신
을
이
끄
는
서
비
스
디
자
인

인간중심 의 혁신을 이끄는 서비스디자인

디자인 산업은 구체적으로 어떤 역량을 키워야 할까? 서비스 산업의 중요성이 커가고 있는 지금, 서비스 산업의 고도화에 기여할 수 있는 학문들이 늘어나고 있다. 서비스 경영, 서비스 마케팅, 서비스 엔지니어링, 서비스 사이언스, 서비스디자인 등이 그것인데 특히 서비스디자인이 주목받고 있다. 서비스디자인을 좀 더 체계적으로 만나고 학문적으로 접근할 수 있는 참고 사이트들을 모아보았다. 

서비스디자인 전문기업(해외)

Adaptive Path

Country 미국
Project 샌프란시스코에 있는 사용자경험디자인 컨설팅 기업. 서비스디자인, 사용자 리서치, 사용성 테스트, 정보설계, 인터랙션 디자인 등 수행
www.adaptivepath.com

Continuum

Country 미국 보스턴, 이탈리아, 한국 등
Project 개발도상국의 소득과 건강, 생활수준을 증진시키기 위한 사회적 디자인 제시
www.dcontinuum.com

Design Thinkers

Country 네덜란드 암스테르담
Project 암스테르담의 항구 이미지들이 사람들에게 더 가까이 다가갈 수 있도록 가교역할을 하는 대중교통에 관련된 새로운 서비스를 디자인
www.designthinkers.nl

Designit

Country 덴마크, 독일, 프랑스 등
Project 스스로 거동할 수 있는 덴마크 환자에게 안전하고 유용적이며 서비스가 우선이 되는 기존의 병원 입원에 대한 대안인 환자를 위한 호텔 컨셉의 의료서비스 제시
designit.com

Engine Service Design

Country 영국 런던
Project 분열된 가정, 소외된 아버지 등의 문제 등 Kent 지역 주민들에게 직면한 사회적 이슈를 해결
www.enginegroup.co.uk

Experientia

Country 이탈리아 토리노
Project 신홍시장이인 아프리카에서 현지인들만의 생활의 필요를 충족시키는 모바일폰의 컨셉을 제시
experientia.com

Frontier Service Design

Country 호주 멜버른, 미국
Project 국제적인 중저가 호텔룸에 적용할 차세대 엔터테인먼트 서비스를 개발하여 호텔 사업을 활성화시킴
www.frontierservicedesign.com

IDEO

Country 미국, 유럽 등
Project 병원의 경험을 바탕으로 한 환자와 환자부양가족에 대한 서비스를 개선하기 위한 병원 서비스디자인
www.ideo.com

Special Theme #

Live | Work

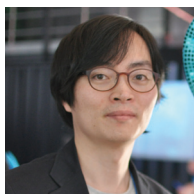
Country 영국 런던
Project Dott 07 중 에너지 절감, 새로운 직업에 적응하게 하기, 이동에 관한 문제로서 스쿨버스 이용 등 3개의 프로젝트 수행
www.livework.co.uk

Thinkpublic

Country 영국 런던
Project Dott 07 중 치매 환자들의 일상생활을 개선하기 위한 '알츠하이머100' 프로젝트 수행
thinkpublic.com

서비스디자인 전문기업(국내)

CSD코리아	www.csdkorea.net
DOMC	www.domc.or.kr
pxd	www.pxd.co.kr
The DNA	www.thedna.co.kr
UDI도시디자인그룹	www.udidea.com
더클락웍스	www.clockworks.co.kr
디자인비엔알	www.designbnr.co.kr
메타트렌드미디어	www.metatrendmedia.com
바이널X, 바이널C	www.vi-nyl.com
사이픽스	www.cyphics.com
샘파트너스	www.sampartners.co.kr
아이디센	www.idecen.com
알티캐스트	www.alticast.com
엣지	www.edg.co.kr
이음파트너스	www.yieum.com
제너럴그룹	www.generalgroup.co.kr
탱그램디자인연구소	www.tangramdesignlab.com
팀인터페이스	www.teaminterface.com



윤성원 <한국디자인진흥원> 과장은 자타칭 서비스디자인 전도사로 불린다. (사)한국서비스디자인협회 부회장을 맡고 있으며 서비스디자인의 지식 공유를 위해 쓸만한 웹 (www.usableweb.co.kr)을 운영 중이다. 디자인이 서비스산업 뿐 아니라 공공서비스 등 새로운 영역에 활용 될 수 있도록 정책 개발, R&D, 강연 등 다양한 활동을 전개하고 있다.

서비스디자인 관련 학교(해외)

Koln International School of Design

켈른국제디자인대학

서비스디자인을 디자인의 한 분야로 처음 소개하고 이를 교육과 디자인 네트워킹으로 발전시킨 대학
www.kisd.de

Carnegie Mellon University and The School of Design

카네기멜론대학교

미국에서는 3개 밖에 없는 디자인 박사 과정을 운영하는 학교로도 유명. 서비스디자인 학과를 운영하지는 않지만, 석사와 박사 학위 연구 주제로 서비스디자인을 선택할 수 있음
www.design.cmu.edu

Linkoping University

링셰핑대학교

서비스디자인 학위 과정은 없으나 인터랙션 & 서비스디자인 연구그룹 소속의 스테판 홀리드(Stefan Holmlid) 교수 주도로 연구와 교육이 활발히 진행 중
www.ida.liu.se

politecnico di milano

밀라노폴리테크닉대학

제품서비스 시스템 석사과정을 운영 중
www.design.polimi.it

RCA

왕립예술대학

2012년부터 서비스디자인 석사 과정 운영 중
www.rca.ac.uk

서비스디자인 관련 학교(국내)

성균관대학교

서비스디자인, 제품서비스 시스템 정부과제 연구 중
cdi.skku.edu

한성대학교

서비스디자인 플랫폼 구축 정부 과제 연구 중
www.hansung.ac.kr

계원예술대학교

인터랙션 디자인과 서비스디자인 방법 연구
www.kaywon.ac.kr

울산과학기술대학교

서비스디자인, 지속가능 디자인 석박사, 학비 전액 지원
www.unist.ac.kr

추천도서(해외)

Designing Services with Innovative Methods

Miettinen, Koivisto

Design Research

Brenda Laurel

Total Design: Managing the Design Process in the Service Sector

W. Hollins 외

추천도서(국내)

서비스디자인시대

표현명, 이원식, 최미경

서비스디자인교과서

마크 스타턴 외

퍼스나로 완성하는 인터랙션 디자인

About face 3

앨런 쿠퍼 외

디자인에 집중하라

팀 브라운

사용자 경험에 미쳐라

피터 머홀즈 외

공공기관, 커뮤니티, 기타 도움이 되는 웹사이트(해외)

Design Council

영국의 디자인진흥기관 웹사이트. 서비스디자인 소개
www.designcouncil.org.uk/
servicedesign

Service Design Network

세계 최대의 서비스디자인 전문가 커뮤니티
www.service-design-network.org

Service Design Tools

서비스디자인 도구를 집대성한 웹사이트. 밀란폴리테크닉 Roberta Tassi의 연구결과
www.servicedesigntools.org

Servicedesigning

세계 각 도시에서 일어나는 서비스 디자인 모임, Service Design Drinks 라는 이름으로 실행되는 이벤트를 소개
www.servicedesigning.org

공공기관, 커뮤니티, 기타 도움이 되는 웹사이트(국내)

한국디자인진흥원

한국디자인진흥원 웹사이트
www.kidp.or.kr
www.designdb.com

한국서비스디자인협의회

한국서비스디자인협의회 웹사이트. 서비스디자인 관련 자료, 워크숍 동영상 등 제공
www.servicedesign.co.kr

쓸만한 웹

서비스디자인에 관한 한글로 된 가장 많은 자료를 제공하는 웹사이트. 서비스디자인의 개념, 현황, 방법론, 성공 사례
www.usableweb.co.kr

Design Dive

서비스디자인 워크숍, 디자인 다이브의 활동과 향후 계획을 소개하는 웹사이트 (현재 개발 중)
www.designdive.org

디자인디비플러스가
2012년 여름,
새로운 모습으로
여러분을 찾아갑니다.

designdb⁺ 2012 여름 통권 제9호

발행인 이태용 발행처 한국디자인진흥원 편집자문위원 최원도 기획 및 주관 홍보실 김태완, 이승연, 유동석 기획전문위원 김향희 사진 김효수 발행일 2012년 6월 30일
주소 463-954 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원 tel. 031_780_2187 fax. 031_780_2072 www.designdb.com

제작 (주)넥스트 커뮤니케이션 주소 서울시 종로구 부암동 208-39 4F tel. 02_723_2571 fax. 02_379_2571 편집장 박은미 기자 김진, 류진이, 권선정 편집위원 이규식
디자인 안서영, 이영하 스튜디오 박영주 인쇄 및 분해 출력 (주)지윤프린팅

〈디자인디비플러스〉 여름호에 실린 글은 필자 개인의 의견이며, 본지의 편집방향과 다를 수도 있습니다. 〈디자인디비플러스〉는 한국간행물윤리위원회의 도서잡지 윤리강령 및 잡지윤리 실천 요강을 준수합니다. 〈디자인디비플러스〉 여름호에 사용한 원고·사진·편집·디자인들은 모두 저작권법으로 보호받으며 모든 기사와 사진의 무단 복제를 금합니다.