

디자이너에게 필요한 공유가치창출 서비스디자인 패키지모델

CREATING SHARED VALUE BY SERVICE DESIGN

감천문화마을, 그 곳에서 만들어낸 공유가치의 기록



산업통상자원부



한국디자인진흥원

YIEUM
Partners

**CREATING SHARED VALUE
BY SERVICE DESIGN**

감천문화마을, 그 곳에서 만들어낸 공유가치의 기록

공유가치창출(Creating Shared Value, CSV)이란

경제/사회적 조건을 개선시키면서 동시에 비즈니스 핵심 경쟁력을 강화하는 일련의 기업 정책 및 경영활동을 의미한다. (위키백과)

TABLE OF CONTENTS

01 INTRO

- 01 OVERVIEW 08
서비스디자인으로 공유가치를 창출하다
- 02 HOW TO USE 10
공유가치창출 서비스디자인 적용 패키지 모델이란

02 공유가치창출 서비스디자인 방법론 적용가이드

- 01 공유가치창출 서비스디자인의 원칙 14
- 02 프레임워크 16
- 03 세부프로세스 18
 - 1. DISCOVER 발견하기
 - 2. DEFINE 정의하기
 - 3. DEVELOP 발전하기
 - 4. DELIVER 전달하기

03

공유가치창출 서비스디자인 사례 「감천문화마을」

| | |
|--|-----|
| 01 DISCOVER 발견하기 | 52 |
| 현황조사분석 Desk Research | 54 |
| 이해관계자 요구사항 조사분석 Field Research | 69 |
| 02 DEFINE 정의하기 | 84 |
| 니즈분석 Needs Analysis | 84 |
| 이슈 도출 Issue Deduction | 88 |
| 전략목표 설정 Strategy Goals | 93 |
| 03 DEVELOP 발전하기 | 102 |
| 컨셉 도출 Concept Generation | 102 |
| 아이디어 도출 Ideation | 104 |
| 아이디어 평가 Idea Assessment | 110 |
| 서비스 프로토타이핑 Service Prototyping | 115 |
| 04 DELIVER 전달하기 | 128 |
| 비즈니스모델 Business Model | 128 |
| 적용 및 관리 Service Launching & Monitoring | 150 |

OVERVIEW

서비스디자인으로 공유가치를 창출하다

대량 생산과 소비로 대표되는 자본주의 시대는 저성장과 환경오염, 자원고갈의 심화와 부의 양극화 등의 문제가 반복되고 있다. 보다 많은 사람이 행복할 수 있는 합리적인 소비문화에 대한 요구가 커지면서 공유경제의 시대가 열렸다.

4차 산업혁명 시대에 들어서 모두와의 공유, 사회적 책임 등이 새로운 경제적 가치의 하나가 되었다. 사회적 자본과 산업적 자원이 융합되어 각계각층의 사람들이 나눌 수 있는 가치를 창출하고, 그것이 지속 가능한 경제적 환경을 제공하는 '공유가치창출' 서비스·비즈니스 모델이 중요한 시대적 과제가 되고 있다.

국내 도시의 2/3가 인구감소·산업침체 등 쇠퇴를 겪고 있고 고령화 저출산, 인구의 공동화 문제 등 다양한 사안과 맞물려 국민 삶의 질이 저하되거나 지역사회의 기초단위라 할 수 있는 마을이 사라질 위기에 처하는 등 지역사회 문제는 심화되고 있다. 이에 따라 국가 차원의 지원이 절실하다는 판단하에 정부는 그간 지역 산업사회 발전을 위해 다양한 정책 사업을 추진하였다. 그러나 체계적인 계획 없이 시설 개선 중점의 단발성 사업 추진과 공급자 관점에서 필요한 정책을 채택하고 일방적으로 지원하는 관주도로 이루어져 예산 투입대비 그 효과가 미비하고 지역사회가 자생력을 갖추는데 제대로 활용되지 못하고 있다.



감천문화마을 지역상생디자인단 : 우리 지역의 문제를 지역 주민이 직접 참여하여 해결하기 위해 구성된 디자인 워킹그룹. 92p 참조



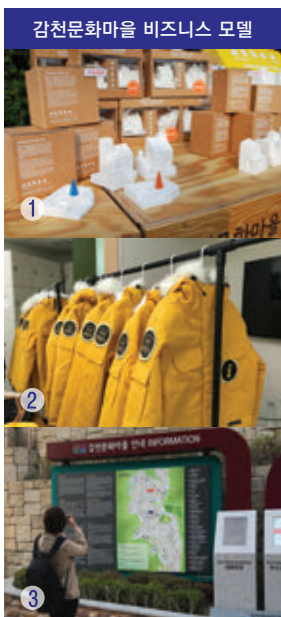
이러한 문제점이 더 이상 발생하지 않기 위해서는 정부와 지자체 중심의 사업추진이 아닌 지역민과 종사자, 기업 중심으로 지속가능한 지역 산업 사회발전 서비스 모델을 디자인하는 정책 개발이 필요하다. 다양한 정부의 예산이 투입되었으나 결과적으로는 지역주민의 삶의 질이 개선되지 않고, 자립여건을 갖추지 못하는 등의 다양한 문제점이 발생되고 있다. 이러한 지역사회의 주요 현안을 해결할 수 있는 서비스를 개발하고 주민 주도형 비즈니스 모델을 개발하는 지역 사회의 지속 가능한 공유가치 구현을 위한 연구가 필요하다. 그동안 서비스디자인은 산업·사회의 다양한 측면의 문제를 해결 하는데 다양하게 활용되며 성과를 보이고 있다.

「사회혁신서비스디자인」

서비스디자인을 활용하여 사회 문제를 해결하고, 사회 혁신을 이루는데 기여할 수 있는 사회서비스모델을 디자인하는 것

「산업혁신서비스디자인」

기존 제조 중심의 사업모델을 확장하여 지속 가능한 고객서비스모델을 디자인하고 새로운 제조·서비스융합산업과 신시장을 창출하기 위한 비즈니스모델을 디자인하는 것



사회·경제·환경 등 지역의 다양한 문제점을 해결하기 위해 공급자 (정부, 지자체) 중심에서 수요자 이해관계자(주민, 종사자, 기업 등) 중심으로 가치창출 모델을 디자인하도록 정책과 서비스디자인 사업이 필요한 시점이다. 이에 사회가 융합하여 성과를 공유하는 공유가치 창출 디자인 (Creative Shared Value - Design) 사업을 도입하여 지속 가능한 지역 산업 사회발전 모델을 디자인하고 확산하고자 한다. 부산 사하구에 위치한 감천문화마을은 우수한 관광자원을 보유하여 최근 국내외 관광객에게 인기 관광명소가 되었다.

그러나, 지역적 특성상 주민의 주거지가 관광지화 함에 공존하고 있는 곳으로 급격한 관광지화로 인해 안락한 정주여건을 희망하는 주민과 관광지로서 지역을 이해하는 관광객, 상인과의 이해관계가 상충하는 현안을 가지고 있다.

본 연구에서는 다양한 이해관계자를 고려한 서비스 디자인이 요구되는 상황인 감천문화마을을 연구 사례로, 공유가치 창출 서비스디자인 적용 패키지 모델을 정립하고자 한다.

HOW TO USE

공유가치창출 서비스디자인 적용 패키지 모델이란

공유가치창출 서비스디자인 적용 패키지 모델은 시범 사업의 연구 성과를 담는데 그치지 않고 프로세스와 방법론을 체계적으로 정리하고, 시범 사업의 사례를 통해 공유가치창출 서비스디자인을 적용하는 방법을 쉽게 이해하도록 만들어졌다.

02

공유가치창출 서비스디자인 방법론 적용가이드

2장에서는 공유가치창출 서비스디자인 방법론의 단계별 가이드라인과 시범사업을 통해 검증된 유용한 툴킷에 대한 적용사례를 설명하였다.

03

공유가치창출 서비스디자인 사례 「감천문화마을」

3장에서는 시범사업의 사례를 통해 단계별 과정과 결과를 제시하여 디자인기업들이 공유가치창출 서비스디자인을 적용하여 산업·사회 다양한 측면의 문제를 해결하는데 활용할 수 있도록 하였다.



서비스디자인으로



공유가치를 창출하다

02 공유가치창출 서비스디자인 방법론

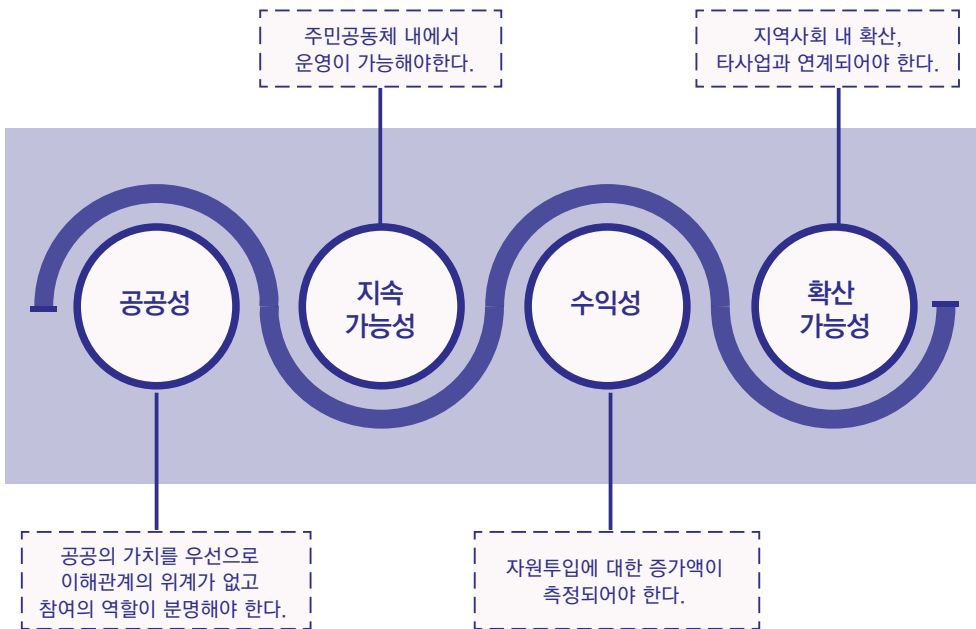
01 공유가치창출 서비스디자인의 원칙

02 프레임워크

03 세부프로세스

발견하기 · 정의하기 · 발전하기 · 전달하기

공유가치창출 서비스디자인의 원칙



공공성, 시민의식, 지역사회와의 협력 지속가능성, 수익성, 책임의 영역





공유가치를 창출하기 위해서는 다음과 같은 네 가지 조건을 충족해야 한다.

공공의 가치 : 공공성을 기준으로 더 나은 서비스를 제공하거나 새로운 가치를 창출하기 위해서는 이해관계의 위계가 없어야 하며 참여의 역할과 목적이 분명해야 한다.

지속가능성 : 주어진 서비스는 주민공동체 내에서 운영이 가능해야 한다.

수익성 : 주어진 자원투입에 대한 증가액이 측정되어야 하며 이는 공식적인 가치로 함께 공유되어야 한다.

확산 가능성 : 지역사회 내, 타산업과 연계되어 지원하는 사업과 연계 가능하여 적극 활성화 및 지역 경제 발전에 도모할 수 있어야 한다.



프레임워크 4단계

지역사회·경제융합 서비스디자인 방법론을 활용한 「발견하기 - 정의하기 - 발전하기 - 전달하기」 단계로 진행한다.

01

DISCOVER 발견하기

조사를 통해서 대상지의 문제점을 수집하여 심층 인터뷰를 통해서 숨겨진 요구 사항을 도출하고, 환경과 고객 행태를 분석한다.

다양한 조사 방법론을 통해 환경과 고객입장에서의 숨겨진 문제점과 요구 사항을 도출하는 것을 목적으로 수행자가 필요로 하는 니즈를 발견하는 단계이다.

리서치

- 기초연구
- 사례연구

필드 리서치

- 갱 서베이 Gang Survey
- 서비스 사파리 Service Safari
- 이해관계자 맵 Stakeholder Map
- 관찰조사 Role Playing immerse
- 경험지도 Customer Journey Map
- 설문조사 Questionnaire
- 심층인터뷰 In-Depth Interview

02

DEFINE 정의하기

조사된 데이터가 함축하고 있는 의미를 파악하여 주요 이슈들을 도출하고, 이를 통해서 서비스의 전략적인 방향성을 결정하는 단계이다.

조사를 통해서 도출된 모든 기본정보 취합 및 조사된 데이터 파악 및 주요 이슈 도출, 전략적인 방향 설정이 목표이다.

니즈분석

- 퍼소나 Persona
- 터치포인트 맵핑 Touchpoint Mapping

이슈 도출

- 어피니티 다이어그램 Affinity Diagram
- 지역상생디자인단 구성
- 지역상생디자인단 발족식 Orientation

전략목표 설정

- 발산 워크숍 Divergent Workshop

03

DEVELOP 발전하기

수립된 목표 및 방향성을 바탕으로 가능한 많은 수의 문제 해결안을 생각해보고 최종 컨셉을 확정하는 단계이다. 브레인스토밍을 통해 가급적 많은 아이디어 발산, 실현 가능한 솔루션으로 범위 좁히기, 최종 서비스 결정하기를 목표로 한다.

컨셉 도출

- 인사이트 도출 Insight Generation

아이디어 도출

- 만달아트 Mandal Art
- 아이디어 스토리보드 Idea Story Board

아이디어 평가

- 수렴 워크숍 Convergent Workshop

서비스 프로토타이핑

- 프로토타이핑 Prototyping
- 서비스 시연 Service Staging

04

DELIVER 전달하기

디자인 최종 결과물을 수혜자 및 이해관계자들에게 소개하고, 적용 및 운영 방법에 대한 설명 후 실행에 옮기기 위한 마지막 단계 이다.

수혜자와 이해관계자에게 서비스의 필요성에 대한 공감 및 의견을 얻고, 반영하여 최종 결과물을 전달하고 현장에 적용한다. 최종 결과물에 대한 가능성 확인과 실행 측면에서의 이슈를 반영하여 운영 교육을 진행한다.

비즈니스 모델

- 서비스 블루프린트 Service Blueprint
- 서비스 매뉴얼 Service Manual
- 비즈니스 모델 캔버스 Business Model Canvas

적용 및 관리

- 서비스 적용 Service Launching
- 서비스 관리 Monitoring

세부프로세스

01 데스크 리서치

데스크 리서치는 방대한 정보를 파악하여 조사의 범위를 세우고 구조 및 계획을 설정하기 위한 과정이다.

1차 리서치는 대상지의 기초연구 조사이며, 2차 리서치는 유사 사례연구 조사로 이미 선행된 사례를 요약, 분류, 비교하는 종합연구 과정이다.

기초연구

기초조사 자료는 다음 순서로 진행될 인터뷰 및 설문 자료와 함께 대상지의 문제점을 발견하고 사업의 방향을 설정하는 중요한 단초가 된다. 또한 조사항목은 실질적인 주민 니즈도출을 위한 기초자료로 사용될 수 있으며 검증할 수 있도록 구조를 설정한다.

1차 리서치_대상지 기초연구조사 (이해와 관점 갖추기)

- 대상지에 대한 물리적, 사회문화적 기초자료, 실질적인 주민 니즈 도출을 위한 기초자료 등
- 포커스그룹 인터뷰 진행 시, 반 구조화된 설문 문항 설계를 위한 기초 자료
- 추후 필드리서치 인터뷰 자료와 함께 정리, 검증할 수 있도록 구조화된 설문지의 기초자료로 사용
- 물리적 조사와 유사사례지 지표를 설계하기 위한 기준 마련

「기초연구」 감천문화마을 예시

조사 항목 : 향후 주민 니즈 도출을 위한 기초자료로 가공하여 사용될 수 있으며 검증할 수 있도록 구조를 설정

조사 범위 설정 : 대상지의 물리적 / 사회적 현황 등 전반적인 내용의 자료

조사항목

조사내용

| | | |
|---------------------|--|--|
| 일반현황 | 지역범위, 특성, 면적, 주택수 인구 변화수치(주민, 관광객, 외국인) | 관광객이 늘어남에 따른 주민 생활의 불편함 확인 |
| 사회 경제 현황 | 사업체 현황 (상권 및 점포 현황, 예술인(작가) · 아트샵 현황) | 거주민/타지인 점포현황 파악 외부인과의 관계형성 현황 파악 |
| 공동체 현황 | 주민조직현황 | 사업 진행 기간 및 내용(결과물), 장소 확인 사업결과물의 수혜자 파악 |
| 마을자산 현황 (유형/무형) | 공간특징, 역사/문화/전설 등 역사적 환경 축제/예술작품/이벤트 등 관광 현황 시설현황(공공시설, 교육시설, 문화복지시설, 기타시설), 시설물현황 | 마을의 장점, 특성 도출 마을의 스토리 및 특화 요소 도출 마을 수익 창출을 위한 특화 요소 도출 불편함 해소를 위한 추가 시설물 및 시설 니즈 파악 |
| 정부지원사업 및 연계사업 현황 | 주요사업 현황, 정부지원금 현황 | 환원구조 및 내용 파악 환원에 대한 주민들 간의 소통 현황 파악 |

사례연구

유사사례 지역을 비교 분석하여 검토해 보며 연관된 실제적인 지식, 정보를 습득할 수 있는 과정이다. 또한 문제를 통찰력 있게 바라보며 성과와 문제점을 파악할 수 있다. 데스크 리서치, 갭 서베이, 설문조사, 대상지 관찰조사를 통해 발견된 내용에 기준점을 마련하고 평가할 수 있다.

2차 리서치_유사사례연구조사

- 리서치 결과는 필드리서치의 기초 자료로 사용
- 비교분석 대상지 선정 및 개념 정립과 벤치마킹을 위한 자료 조사
- 유사지역의 문제점, 한계점 파악하여 진단, 적용 대상지 선정 이후 비교 분석

- 2차 리서치를 바탕으로 세분화된 결과로 사례 분석, 연구 조사, 리포트, 통계 정보 등 온/오프라인의 다양한 데스크 리서치를 통해 지역의 상황을 파악하여 정리
- 대상지 유사사례 조사를 통하여 적용대상지와 비교분석할 수 있도록 기준을 마련
- 비교 분석할 수 있는 기준을 마련하여 종합결과를 시각화 하여 정리한다
- 유사사례지 최종 선정, 지표분석

조사 항목 : 사례지 대상지, 지역, 인구, 방문객 현황, 마을현황, 주요 이슈

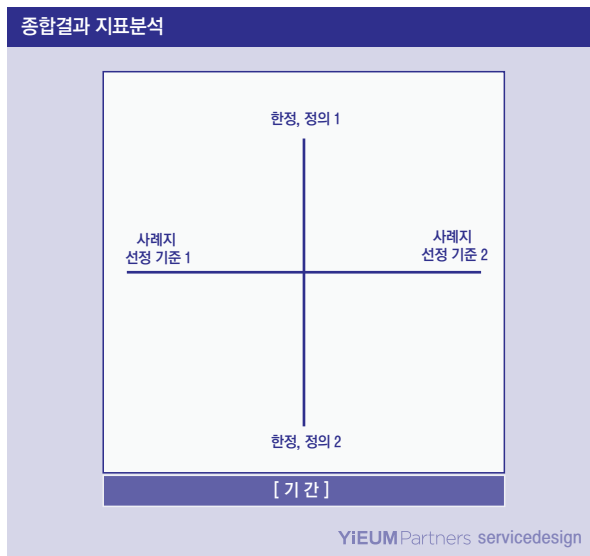
조사 범위 설정 : 대상지의 물리적 / 사회적 현황 등 전반적인 내용의 자료

사례지 선정 기준 마련

종합결과는 대상지를 동시에 분석하거나 한 대상지를 여러 형태로 분석할수 있는 지표로 정리한다. 지표분석으로 다양한 면을 탐색하고 설명 가능한 도구이다. 사례지 선정기준은 아래와 같이 정의 할 수 있다. 그러나 대상지의 기초조사를 통하여 선정 기준과 정의는 대상지의 특성에 따라 변경 될 수 있다.

| 선정 기준 | | 한정, 정의 | |
|---------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 기존 가치 보존 | 새로운 가치 창출 | 정부주도 | 주민주도 |
| 기존 자원 특화/보호/보존 환경 기반시설 중심 사업 | 문화/관광/경제 관련 사업 주민역량강화, 커뮤니티 중심 사업 | 사업예산 : 정부·시·구 지원금 사업진행 : 행정기관, 전문가 | 사업예산 : 정부·시·구 지원금 사업진행 : 주민협의체, 주민 |

아래 그림과 같이 종합결과는 대상지를 동시에 분석하거나 한 대상지를 여러 형태로 분석할수 있는 지표로 정리한다.



02 필드 리서치

공간적, 시간적, 사회적 요인을 고려하여 이해관계자를 구조화한 후 그들과 연관된 유/무형의 환경을 파악한다.
이해관계자 파악, 문제와 이슈를 확인하기 위한 과정이다.

궁 서베이 Gang Survey

조사대상, 시기, 질문 내용을 계획하여 대상자를 지정하여 특정한 장소에 모아 준비된 질문에 응답하도록 하는 방식의 조사이다.
조사 목적에 대한 상세한 설명을 하며, 자료수집 과정에서 통제가 가능하므로 다양하고 새로운 자료를 수집할 수 있고, 통일된 방식으로 바이어스를 줄일 수 있다.

준비 방법

조사 진행자가 사진, 지도 등 시각물을 이용하여 조사 목적에 대한 상세한 설명을 하며, 이를 위한 가이드라인 질문 개요서를 작성하여 준비한다. 또한 프로젝트에 포함해야 할 내용으로 어떻게 상호작용 하도록 구성하고 진행할 지 사전 계획이 필요하다.

「Gang Survey」 감천문화마을 예시

감천문화마을은 주민, 관광객, 상인을 대상으로 서비스가 운영되는 동안의 물리적, 상호작용, 커뮤니케이션 등을 조사하여 마을의 유·무형 환경, 감천문화마을에서 발생한 문제 이슈의 특이점을 발견하였다.

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| <p>"주변에서 추천해서 왔는데 너무 넓고, 어디로 가야 할지 모르겠어서 겁난다. 나는 주위에 편하지 않을 것 같다."</p> <p>- 가족 관광객 -</p> | <p>"구석구석 보고 싶었는데 길 헤매느라 못 봤어요."</p> <p>- 50대 관광객 -</p> | <p>"스탬프 찍는 것은 재미있는데 중간에 길 헤매고, 어디에 있는지 몰라서 다 못 찍었어요. 지도가 마을을 완벽하게 안내하지 않아서 우리가 어디에 있는지 모르겠어요."</p> <p>- 한국인, 외국인 관광객 -</p> | <p>"건물 밖에 볼 게 없고 할 게 없어요."</p> <p>- 30대 관광객 -</p> | <p>"SNS보고 왔는데 길을 너무 헤매다가 직감으로 큰 길 따라서만 여행했다. 표지판이 있었으면 좋겠다. 무엇을 사야 할지 몰라서 음료수만 사먹었다."</p> <p>- 20대 관광객 -</p> |
|--|--|--|---|--|




서비스 사파리 Service Safari

서비스 사파리는 서비스를 이해하기 위한 리서치 방법으로 직접 서비스를 경험해보는 과정이다. 직접 방문하여 대상이 되는 제품, 서비스를 직접 경험해보며 서비스가 이루어지는 환경, 이해관계자 간 인터랙션이 일어나는 터치포인트, 가치 등을 파악한다. 서비스 사파리는 인터뷰와 관찰로 구분되는데 대상지 조건과 특성에 따라 적합한 방법으로 진행하도록 한다.

서비스 사파리 방법

1. 서비스 대상 선정(공간/사람)
2. 서비스가 이루어지는 매 단계 기록
3. 서비스 제공에 관련된 사람들과 하는 일
4. 사용하거나 접하게 되는 물건 기록
5. 서비스가 제공되는 공간과 감정 기록



이해관계자 맵 Stakeholder Map

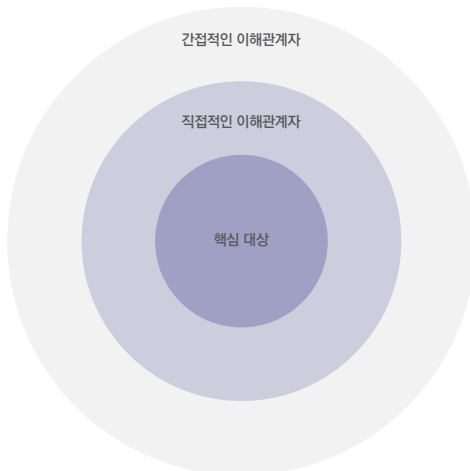
데스크리서치, 갭 서베이, 관찰조사, 경험지도를 통해 발견된 내용을 토대로 종합적인 이해관계자 목록을 작성 후 이해 관계를 정의하고 그들과의 연결 관계를 파악하여 시각화 한다. 서비스의 이해관계자를 정의하고, 고려해야 할 역할 관계과 주요 대상을 파악하여 각자의 역할의 중요성을 이해하고, 관계를 시각화 한다.

이해관계자 분석 프로세스

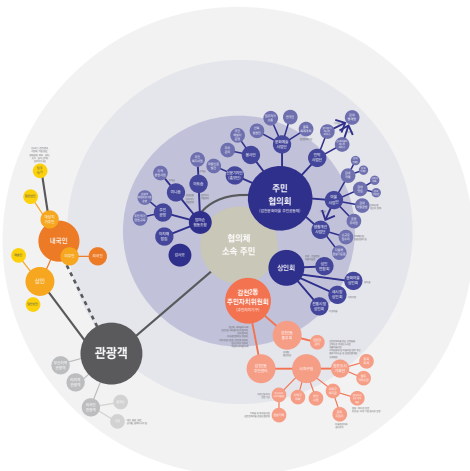
1. 이해관계자를 파악해 리스트를 작성한다.
2. 다양한 이해관계자들의 상호작용과 이해관계 구조 및 편익을 분석한다.
3. 이해관계자 간의 잠재적 대립요소와 니즈를 파악한다.
4. 이해관계자 분석 내용을 바탕으로 이해관계자를 매핑하고 시각화한다.

이해관계자 작성 방법

1. 그림의 중심에 핵심대상을 작성
2. 핵심대상을 기준으로 직접적인 관계자를 적고, 중심에서 거리가 멀어질수록 간접적인 이해관계자로 정리
3. 각 이해관계자들이 어떤 관계인지도 함께 표시함.



이해관계자 맵 Stakeholder Map



「이해관계자 맵」 감천문화마을 예시

관찰조사 Role Playing-Immerse

피 관찰자의 자연스러운 행동을 관찰하여 내면 세계나 잠재의식, 숨겨진 욕구 등 드러나지 않는 부분을 찾아낼 수 있다. 정밀하고도 객관적인 조사 방식으로써 사용자를 이해하는 가장 효과적인 방법으로 활용되며, 인터뷰와 병행하여 숨겨진 인사이트를 발견할 수 있다.

지역, 환경, 문화 등에 따라 특정 행동을 살펴보면 특성을 발견할 수 있으며 감정적이고 정서적인 반응을 통해 논리적으로 유추하여 설명하기 힘든 내용도 확인할 수 있다.

1. 관찰대상 정의하기

프로젝트의 이해관계자 지도를 통하여 관련된 이해관계자를 살펴보고 반드시 만나보거나 특히 관심을 가지고 관찰해야 할 대상을 파악하여 대상을 설정한다.

2. 관찰조사 방법

1. 사용자의 전체적인 흐름을 파악 (시선, 동선)
2. 유입 방향, 동선 파악
3. 장소 내 인터렉션 요소
4. 각 위치별로 사용자들이 하는 구체적인 행동을 기록
5. 사용자가 장소 내에서 보이는 사회적 행위나 인터렉션을 분석

3. 관찰조사 체크사항

행동, 감정, 환경과의 상호작용 등을 확인하는 과정으로 관찰자의 존재가 영향을 미치지 않도록 주의해야 한다.

일상생활을 쫓아다니며 그들의 익숙한 현장에서 자연스럽게 반응하고 감정을 표현하는 모습을 관찰한다.

관찰자는 피관찰자가 집을 나서는 순간부터 동행하여 여정에 따른 행동, 생활모습, 사용 패턴 등을 확인한다.

피 관찰자의 감정과 생각을 매번 작성하고 특정 행동의 전후 활동, 주위 환경을 확인한다.

「관찰조사 사전계획」 감천문화마을 예시

관찰조사 사전계획에는 목표에 맞는 조사 방법, 적절한 조사 인원 선정, 일정, 리서치 가이드라인 등의 준비가 포함된다.

관찰조사를 진행하며 인터뷰와 관찰하기로 구분되는데 필요에 따른 방법을 계획하여 진행한다.

감천문화마을의 경우, 참여자와의 상호작용을 통하여 경험과 일상생활을 중심으로 계획하였다.

| 주민 | | 상인 | | 관광객 | | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| ROLE 1 (PERSONA 1) | ROLE 2 (PERSONA 1) | ROLE 3 (PERSONA 3) | ROLE 4 (PERSONA 4) | ROLE 5 (PERSONA 5) | ROLE 6 (PERSONA 6) | ROLE 7 (PERSONA 7) |
| 주민협의체에 속한 주민 | 일반 주민 | 윗마을 상인 | 아랫마을 상인 | 개인 관광객 | 단체 관광객 | 외국인 관광객 |
| 주민 참여도에 따른 만족도 차이 및 Needs 발견 | | 지원/혜택에 따른 만족도/문제점의 차이 발견 | | 주민과 상인에 미치는 영향(Life&Work) 발견 | | |
| 주중, 주말 동일인물을 기준으로 시간대별 일상생활 속의 행태 조사 | | | | 주중, 주말 시간대별 일상 생활 속의 행태 조사 | | |

관광객, 상인, 주민을 주요 대상으로 관찰하였으며 그 외 주위환경과의 상호작용을 기록하였다.
숨겨진 인사이트를 발견하기 위하여 사전 체크리스트를 활용하여 조사하였다.



「관찰조사」 감천문화마을 예시

경험지도 Customer Journey Map

경험지도(Customer Journey Map)는 직접 경험자가 되어 일상적인 활동에서 어떤 상호작용을 하는 지 직접 확인하며 연구하는 과정이다. 발견된 니즈, 문제점을 중심으로 주요대상자의 시각에서 체험해 보며 분석된 문제점과 니즈의 전략을 마련하기 위한 도구로 내부 관점과 외부 관점으로 조사할 필요가 있다.

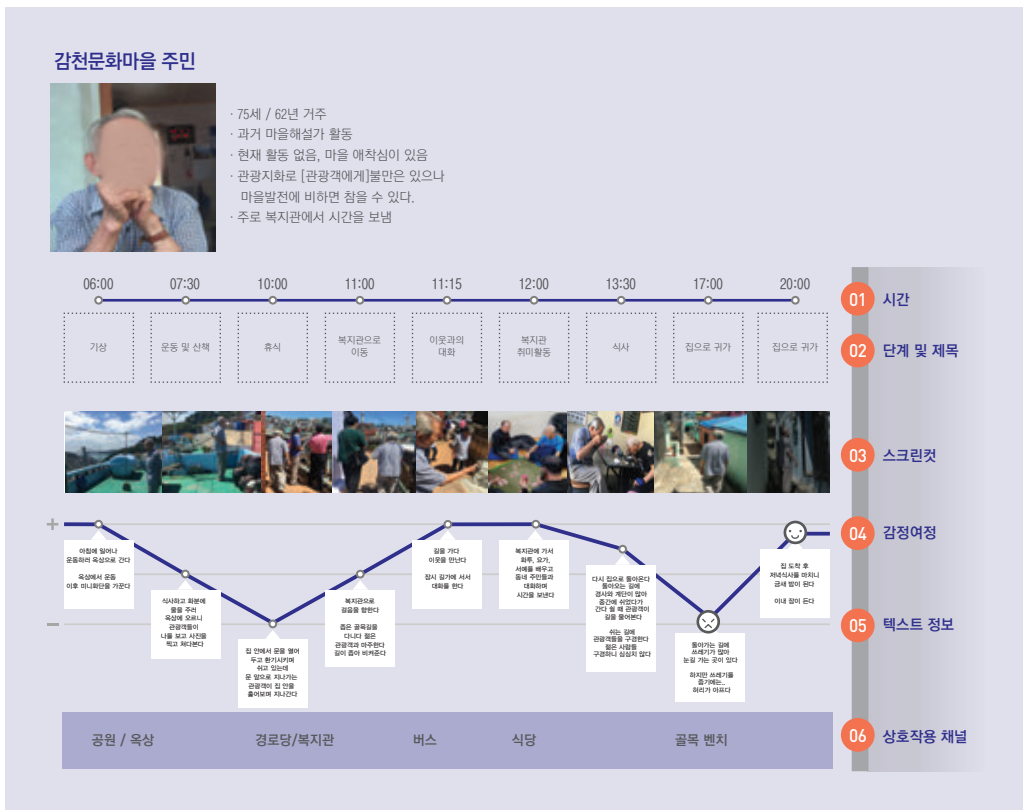
경험지도 작성법

관찰 대상자별 터치포인트, 상호작용, 감정선 및 세부 내용 등으로 구성된다.

목적에 따라 경험지도의 구조와 세부 내용은 변경될 수 있다. 경험지도를 그리려면 관찰활동에서 확보한 정보로 작성한다. 경험이 기본적으로 가지고 있는 흐름을 시간별로 정리하여 단계별 제목, 해당 이미지, 감정상태, 경험에 대한 추가 설명, 대상자가 사용하는 채널을 정리하여 표현한다.

「경험지도」 감천문화마을 예시

감천문화마을의 경우 이해관계자 맵에서 발견된 주민, 상인, 관광객을 주요 서비스 수요 대상으로 인지하고 일상의 흐름을 중심으로 경험지도를 작성하였다. 감정선이 낮은 지점을 어떻게 변화시켜야 하는지 고민하기 위해 원인을 찾고 해석하며 감정의 정도와 대상자와 상호작용이 일어나는 채널을 파악하여 표현하고 반영하였다.



설문조사 Questionnaire

설문조사는 정확한 목적을 가지고 설문대상자를 설정하여 조사를 실시한다. 앞서 조사를 통하여 발견한 사항 중 어느 부분에 더 연구를 기울여야 하는지를 결정할 수 있다.

설문조사를 수행하는 목적

사용자경험에 부정적인 영향을 미치는 요인과 긍정적인 영향을 미치는 요인을 발견하기 위함이다. 주민들과 다양한 이해관계자들의 설문조사를 통해 겉으로 표현되는 행태나 환경이 아니라 그 이면에 있는 경험을 통한 '감정'과 '동기'를 발견해내는 것이다.

「설문조사」 감천문화마을 예시

아래 그림은 감천문화마을 설문조사에 사용된 설문지이다. 데스크 리서치, 갭 서베이, 관찰조사를 통해 발견된 문제점 및 니즈 등을 정량화하여 우선 순위를 파악함으로써 주민, 상인, 관광객 다수를 대상으로 구조화 된 설문지를 이용해 일대일 면접조사를 진행하였다.

주민대상 주요 설문내용

생활 및 환경, 이웃과의 교류, 주거환경, 생활 만족도, 감천문화마을을 특색, 마을 시설 및 단체 인지도, 운영 수익금 활용, 인지도 및 환경내용, 정부지원 사업 결과 만족도, 감천문화마을을 시설물 및 프로그램, 방문객 증가로 인한 문제 해결 방안

관광객 주요 설문 내용

방문 행태(계기, 정보취득 경로, 목적 및 계획, 전반적인 마을의 이미지), 감천문화마을을 만족도, 방문 시설 및 소요 시간, 지출비용, 마을에 대한 느낌, 마을에 대한 개선점

The image displays two sample questionnaires for Gaecheon-mul Village. The left questionnaire is titled '감천문화마을 주민대상 설문조사' (Questionnaire for Residents of Gaecheon-mul Village) and the right one is '감천문화마을을 관광객대상 설문조사' (Questionnaire for Tourists of Gaecheon-mul Village). Both forms contain multiple-choice and open-ended questions about village life, facilities, and visitor experiences.

감천문화마을 주민대상 설문조사

1. 조사목적: 본 조사는 감천문화마을 주민들의 생활 만족도, 마을 시설, 환경, 이웃과의 교류, 주거환경, 생활 만족도, 감천문화마을을 특색, 마을 시설 및 단체 인지도, 운영 수익금 활용, 인지도 및 환경내용, 정부지원 사업 결과 만족도, 감천문화마을을 시설물 및 프로그램, 방문객 증가로 인한 문제 해결 방안 등을 조사하기 위한 목적으로 실시합니다.

2. 조사대상: 감천문화마을 주민 (주민등록상 거주자)

3. 조사방법: 일대일 면접조사

4. 조사기간: 2019년 10월 1일부터 2019년 10월 31일까지

5. 조사지역: 감천문화마을 (부산광역시 중구)

6. 조사내용: (1) 생활 만족도 (2) 마을 시설 (3) 환경 (4) 이웃과의 교류 (5) 주거환경 (6) 생활 만족도 (7) 감천문화마을을 특색 (8) 마을 시설 및 단체 인지도 (9) 운영 수익금 활용 (10) 인지도 및 환경내용 (11) 정부지원 사업 결과 만족도 (12) 감천문화마을을 시설물 및 프로그램 (13) 방문객 증가로 인한 문제 해결 방안

7. 조사결과: (1) 생활 만족도 (2) 마을 시설 (3) 환경 (4) 이웃과의 교류 (5) 주거환경 (6) 생활 만족도 (7) 감천문화마을을 특색 (8) 마을 시설 및 단체 인지도 (9) 운영 수익금 활용 (10) 인지도 및 환경내용 (11) 정부지원 사업 결과 만족도 (12) 감천문화마을을 시설물 및 프로그램 (13) 방문객 증가로 인한 문제 해결 방안

8. 조사결과: (1) 생활 만족도 (2) 마을 시설 (3) 환경 (4) 이웃과의 교류 (5) 주거환경 (6) 생활 만족도 (7) 감천문화마을을 특색 (8) 마을 시설 및 단체 인지도 (9) 운영 수익금 활용 (10) 인지도 및 환경내용 (11) 정부지원 사업 결과 만족도 (12) 감천문화마을을 시설물 및 프로그램 (13) 방문객 증가로 인한 문제 해결 방안

9. 조사결과: (1) 생활 만족도 (2) 마을 시설 (3) 환경 (4) 이웃과의 교류 (5) 주거환경 (6) 생활 만족도 (7) 감천문화마을을 특색 (8) 마을 시설 및 단체 인지도 (9) 운영 수익금 활용 (10) 인지도 및 환경내용 (11) 정부지원 사업 결과 만족도 (12) 감천문화마을을 시설물 및 프로그램 (13) 방문객 증가로 인한 문제 해결 방안

10. 조사결과: (1) 생활 만족도 (2) 마을 시설 (3) 환경 (4) 이웃과의 교류 (5) 주거환경 (6) 생활 만족도 (7) 감천문화마을을 특색 (8) 마을 시설 및 단체 인지도 (9) 운영 수익금 활용 (10) 인지도 및 환경내용 (11) 정부지원 사업 결과 만족도 (12) 감천문화마을을 시설물 및 프로그램 (13) 방문객 증가로 인한 문제 해결 방안

감천문화마을을 관광객대상 설문조사

1. 조사목적: 본 조사는 감천문화마을을 방문한 관광객들의 방문 목적, 방문 시설, 소요 시간, 지출비용, 마을에 대한 느낌, 마을에 대한 개선점 등을 조사하기 위한 목적으로 실시합니다.

2. 조사대상: 감천문화마을을 방문한 관광객

3. 조사방법: 일대일 면접조사

4. 조사기간: 2019년 10월 1일부터 2019년 10월 31일까지

5. 조사지역: 감천문화마을 (부산광역시 중구)

6. 조사내용: (1) 방문 목적 (2) 방문 시설 (3) 소요 시간 (4) 지출비용 (5) 마을에 대한 느낌 (6) 마을에 대한 개선점

7. 조사결과: (1) 방문 목적 (2) 방문 시설 (3) 소요 시간 (4) 지출비용 (5) 마을에 대한 느낌 (6) 마을에 대한 개선점

8. 조사결과: (1) 방문 목적 (2) 방문 시설 (3) 소요 시간 (4) 지출비용 (5) 마을에 대한 느낌 (6) 마을에 대한 개선점

9. 조사결과: (1) 방문 목적 (2) 방문 시설 (3) 소요 시간 (4) 지출비용 (5) 마을에 대한 느낌 (6) 마을에 대한 개선점

10. 조사결과: (1) 방문 목적 (2) 방문 시설 (3) 소요 시간 (4) 지출비용 (5) 마을에 대한 느낌 (6) 마을에 대한 개선점

심층인터뷰 In-Depth Interview

여러차례 조사를 통해 얻게 된 문제점과 니즈를 소수 인원을 대상으로 깊이 있게 묻고 행동과 환경을 직접 확인하는 과정이다. 인터뷰 대상자로부터 실마리를 찾아내는 것이 중요하기 때문에 그들이 생활하는 현장으로 찾아가 집중적으로 인터뷰를 진행한다. 인터뷰는 가이드라인을 참조하여 진행하며 이외 다양한 생각과 의견을 확인할 수 있다. 조사 및 관찰을 통해 얻게 되는 문제점과 니즈를 집중적으로 인터뷰 가이드에 반영하여 인사이트를 얻을 수 있도록 진행한다.

인터뷰 가이드 작성법

인터뷰 수행 목적에 따른 질문지 작성 (사실적 질문, 비교 질문, 발생적 질문, 이론적 질문)

인터뷰 대상 조사와 그에 따른 질문 내용 작성

관찰 조사를 통해 발견된 문제점과 니즈를 중점적으로 작성

「심층인터뷰」 감천문화마을 예시

감천문화마을 현장조사, 경험지도의 내용을 토대로 개방형 질문으로 인터뷰 가이드를 작성하였다. 그 외 경험지도의 단계별 이슈를 접근해가며 정보 습득을 계획하였고 그에 대한 문제 해결 단서를 찾기 위해 관련 환경에서 인터뷰를 진행하였다.



01 니즈분석

니즈분석은 이 사업의 가장 중요한 핵심이다. 앞선 기초조사 자료는 인터뷰 및 설문 자료와 함께 대상지의 문제점과 수요자의 니즈를 발견하고 분석하여 사업의 방향을 설정하는 중요한 단초가 된다.

퍼소나 Persona

관찰조사와 인터뷰, 설문조사 등에서 얻은 내용을 활용하여 퍼소나를 그려보는 작업이 필요하다. 서비스를 사용할 만한 목표 인구 집단에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하는 가상의 인물로서, 퍼소나는 어떤 서비스를 개발하기 위하여 시장과 환경 그리고 사용자들을 이해하기 위해 사용된다. 특정한 상황과 환경 속에서 어떤 전형적인 인물이 어떻게 행동할 것인가에 대한 예측을 위해 실제 사용자 자료를 바탕으로 개인의 개성을 부여하여 만들어진다.

퍼소나 목표

- * 주민참여도에 따른 만족도 차이를 발견하기 위한
- * 지원/혜택에 따른 만족도/문제점의 차이를 발견하기 위한
- * 주민과 상인에 미치는 영향(Life&Work)을 발견하기 위한

가상의 퍼소나 설정하기

| 이름과 모습 연령과 이미지 | 기본정보 주민 / 상인 / 관광객 | 행동 주제와 관련된 행동 | 니즈 / 불편 사항 현재 상황의 어려움, 니즈, 불만 | 솔루션/아이디어 해결방안 |
|-------------------|-----------------------|------------------|-------------------------------------|------------------|
|-------------------|-----------------------|------------------|-------------------------------------|------------------|

「퍼소나」 감천문화마을 예시



터치포인트 맵핑 Touchpoint Mapping

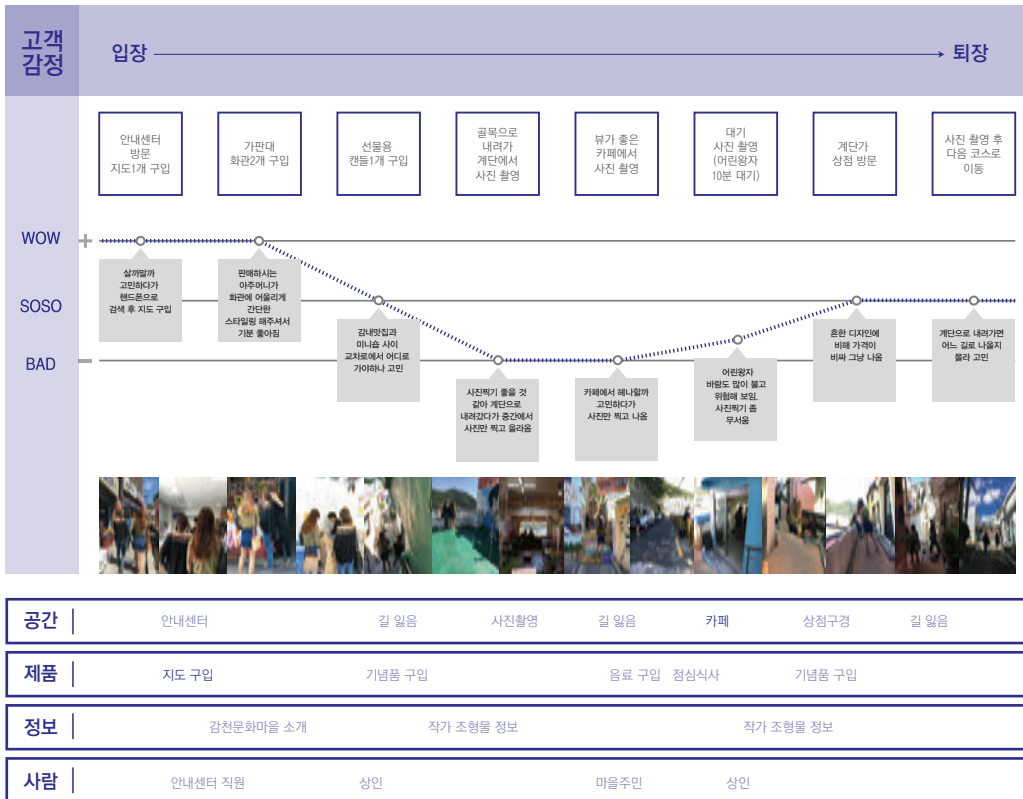
시스템이나 서비스가 운영되는 방식을 파악하고 그 이상을 고민하게 되는 과정이다. 이를 위해 사람, 정보, 제품, 공간의 요소를 기준으로 시각화하여 다양한 유형의 접촉점을 정의하고 시각화시킨다. 서비스 운영을 경험하는 과정에서 물리적, 상호작용, 커뮤니케이션 등 모든 것이 해당되며 이를 통해 특이점을 발견하고 최종적인 성과에 기여할 수 있는 요인을 발견한다.

터치포인트의 유형

1. 사람 : 대상자의 시야에 노출되는 서비스 제공자이며 주민, 관광객 등이 해당된다.
2. 정보 : 대상자가 서비스를 경험하며 접하는 이야기나 기록, 사인이며 브랜드, 사인물, 미디어 매체 등이 해당된다.
3. 제품 : 대상자가 서비스를 경험하며 접하는 도구적 개념의 아이템
4. 공간 : 대상자가 경험하는 서비스 공간이며, 고객에게 서비스 경험을 구체화하는 유형적, 무형적인 요소들이 모두 해당된다.

「터치포인트 맵핑」 감천문화마을 예시

감천문화마을은 주민, 관광객, 상인을 대상으로 서비스가 운영되는 동안 상호작용, 커뮤니케이션 등을 조사하여 터치 포인트 맵핑을 시각화 하였고 그에 따른 특이점을 발견하였다.

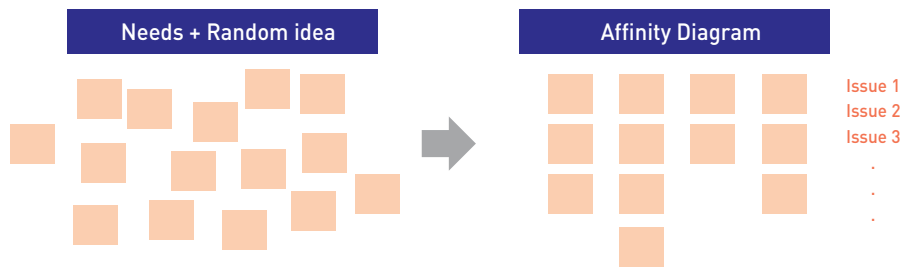


02 이슈 도출

다양한 조사방법을 통해 여러 유형의 검증 자료가 확인됐다면 여러 유형의 검증 자료를 분류하고 패턴을 찾아 주요 이슈를 도출한다.

어피니티 다이어그램 Affinity Diagram

어피니티 다이어그램을 통해 흩어져 있던 정보를 그룹화하여 그 속에서 더 본질적인 내용을 발견하고 연결하는 과정이다. 이 과정을 통하여 사용자의 본심을 찾고 행동과 말 뒤에 숨어있는 이슈를 직감적으로 찾는다.



어피니티 다이어그램 작성법

1. 갭 서베이, 서비스사파리, 관찰조사, 심층인터뷰를 통해 조사된 이해관계자들의 니즈 데이터를 각각의 카드나 포스트잇에 기록하여 노트를 생성한다.
2. 의미론적으로 연관적, 상호의존성 원칙을 가지고 비슷한 것끼리 분류, 그룹핑하여 메인 카테고리를 만든다.
3. 메인 카테고리를 기록한 후 유사한 주제들을 묶어서 니즈패턴을 만든다. 데이터들의 연관관계 분석
4. 아이디어나 참고사항은 따로 메모하여 붙인다. 규칙을 찾는다

「Affinity Diagram의 그룹핑 과정」 감천문화마을 예시

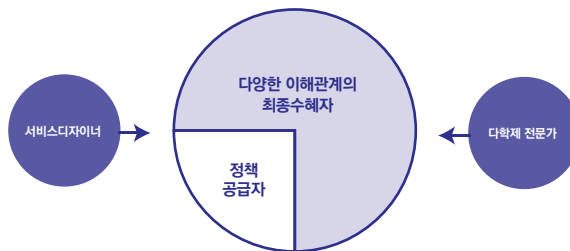
감천문화마을에서 다양한 조사법을 통해 확보한 내용을 바탕으로 포스트잇에 작성하였다. 연관성에 따라 분류한 포스트잇을 그룹핑함으로써 주민 니즈와 문제점 등 주요 이슈를 도출하였다. 도출된 이슈를 중심으로 주제 및 키워드 형태로 정리하였다.



지역상생디자인단 구성

지역상생디자인단은 정책 공급자인 공무원, 수요자인 지역 주민 및 서비스 디자이너가 함께 참여하여 서비스디자인 기법을 바탕으로 공공 정책 및 서비스를 개발/발전시키는 새로운 문제해결 방식이다. 지역상생디자인단과의 발산 워크숍을 통해 주민관찰, 주민과의 공감을 통해 드러나지 않은 주민들의 니즈를 파악하고 시설 개선 위주의 지원이 아닌 주민의 니즈를 반영한 사업, 지원방안 도출 및 앞으로의 지속 가능한 해결 방안을 모색하기 위함이다.

기존의 관 중심, 전문가 중심이 아닌, 최종 수혜자 중심으로 구성한다. 최종 수혜자 그룹 중에서 이슈별 다른 니즈가 있거나 이해관계가 있는 그룹으로 분류하여 모집함으로써 다양한 이해관계자들이 함께 참여하여 다각도의 니즈와 이슈를 도출하고, 결과적으로 통합적 공감을 형성할 수 있도록 한다. 특히, 의지는 있었으나 참여방법을 몰라서 참여를 못 한 계층이거나, 목소리를 내지 못하는 계층의 수요자를 포함 시키는 것이 중요하다.



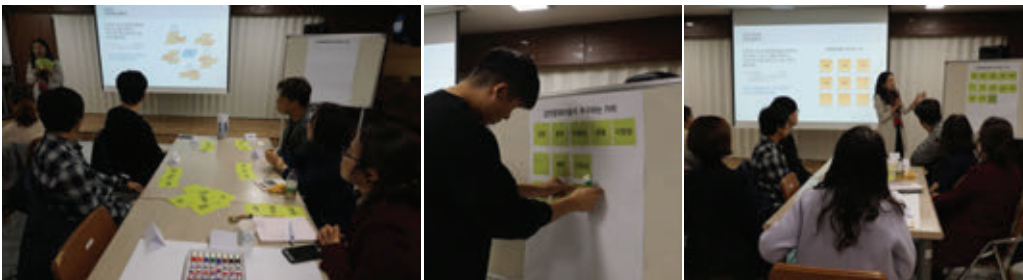
지역상생디자인단 발족식 Orientation

사업의 취지와 주민들의 목소리, 참여 의지 등의 역할 분담을 위해서 주민참여 워크숍을 통하여 디자인 솔루션을 개발할 수 있다. 지역상생디자인단은 일반 주민들이 쉽고 자연스럽게 참여하는 분위기를 조성하여 주민들이 적극적으로 참여할 수 있는 분위기를 유도하는 것이 바람직하다. 직접 참여하여 개발한 디자인 솔루션은 마을 정체성 형성과 더불어 자부심과 마을의 애착심을 형성시킨다.

| 주요 내용 |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - 사업설명 - 참여방식(서비스디자인 프로세스) 이해 - 아이스브레이킹, 롤플레이를 통한 서로의 입장 이해 - 문제점 공유, 공유가치 정하기 - 팀워크 도모 |

「워크숍 / 마을의 가치 정하기」 감천문화마을 예시


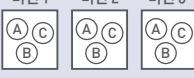
의성어나 의태어가 함께 표현된 카드, 가치를 담은 단어카드를 활용하여 자신이 생각하는 감정이나 가치를 자연스럽게 확인하며 감천문화마을이 추구하는 가치를 함께 의논하여 정리하였다.



03 전략목표 설정

앞서 진행한 워크샵에서 발견된 이슈를 주민들과 함께 다듬어 나가며 최종적인 목표를 설정한다. 감천문화마을에서는 지역상생 디자인단에 참석한 주민, 상인, 관과 함께 이슈에 대한 우선 순위를 설정하고 각자 스스로 할 수 있는 일을 의논하여 목표를 설정하였다. 대상자의 니즈를 다시 한 번 확인하여 문제점을 다듬고 추가적인 이슈를 검토할 수 있는 과정이었다.

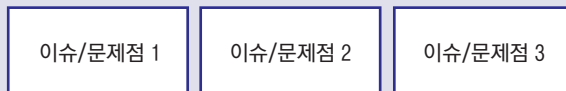
발산 워크숍 Divergent Workshop

| 내용 | 세부내용 | 툴킷 | 자리구성 |
|-----------------------|---|--------------|---|
| 참석자 등록 | - 참석자 등록 및 다과 | | |
| 인사말 진행 순서 설명 | - 인사말 - 진행 순서 설명 | 시각 자료 | 주민그룹 + 정책공급자, 상인그룹 + 정책공급자, 두 그룹으로 나누어 앉는다. |
| 비전과 과제 선정 | - 우리마을 공유가치창출 과제찾기 - 과제 우선순위 선정 | 이슈카드 워크시트 |  |
| 아이디어 공유하기 | 함께 이슈 해결 과제 찾기 - 마인드맵 - 자기위치에서 할 수 있는 과제 찾기 | 워크시트 | 공통의 비전을 갖는 사람끼리 모여 앉는다. |
| 이슈 해결점 찾기 | 자기 위치에서 이슈 해결 역할 찾기 - 과제에 대하여 할 수 있는 일 우선순위 선정하기 - 해결 주제, 방법, 자원 확인하기 - 우선 이슈 해결을 위한 주민 행동 계획 공유하기 | 워크시트 | <div>비전 1</div>  <div>비전 2</div> <div>비전 3</div> <p>다른 이해관계자 그룹에 속해있지만 같은 비전을 가질 수 있다는 것을 확인할 수 있도록 한다.</p> |
| Gallery Walk & 마무리 | - Gallery Walk (마인드맵 아이디어 선호도 조사) - 질의 응답 - 마무리 인사말 | 도트스티커 | |

비전과 과제 선정 「Issue card」

이슈카드는 앞서 조사를 통해 드러난 주민 니즈, 문제점 등을 중점적으로 문제점을 준비한다.

이슈카드 「Issue card」



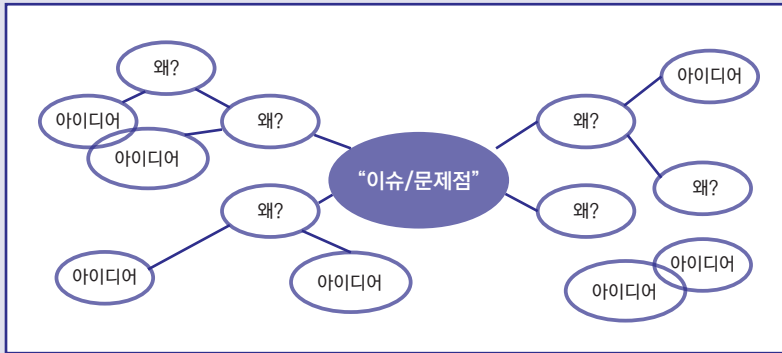
주어진 이슈카드를 활용하여 그룹 관계자들과의 의논, 공감을 통하여 우선순위 과제와 최종 목적을 설정한다.

앞서 살펴본 관찰하기 단계의 방법에서 도출된 내용을 바탕으로 이야기를 효과적으로 이끌어 내고, 생각과 감정을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 방법이다. 조사 시 인터뷰에서도 질문과 대답 사이에서 고민되는 부분, 쉽게 떠올리지 못하거나 표현하지 않을 수도 있다. 이러한 경우에는 카드를 이용하여 효과적으로 접근해 볼 수 있다. 앞서 살펴본 관찰하기 단계의 방법에서 도출된 내용을 바탕으로 도구와 프레임워크를 활용하여 효과적인 진행을 계획한다. 참여자가 생각하는 감정이나 가치를 보다 자연스럽게 확인할 수 있다.

아이디어 공유하기 「Mind map」

각 이해관계자의 의견을 듣고 아이디어나 잠재적 해결방안을 도출해내기 위해 자유롭게 글쓰기와 그리기를 하는 방법이다. 이슈카드에서 최종 선정된 이슈/문제점을 중심으로 마인드맵 작성 기본 원칙을 따라 작성한다. 아래와 같이 원칙을 기준으로 자유롭게 생각과 의견을 작성한다.

아이디어 공유하기 「Mind map」



정해진 주요 과제에 대하여 관계자들의 각자의 생각과 아이디어를 전개하여 작성하는 방식으로 연관된 아이디어와 중요 사항을 기록하며 진행한다. 스케치는 창의성을 촉진할 수 있는 효과적인 방법으로 자유롭게 다양한 툴과 도구를 활용한다. 또한 이해관계자들 간의 즉각적인 소통이 가능하며 발산과 수렴을 동시에 활용할 수 있다.

이슈 해결점 찾기 「Frame work」

최종 선정된 이슈/문제점을 중심으로 마인드 맵 작성 기본원칙을 따라 작성한다. 마인드맵에 작성된 다양한 해결점 찾기를 각 목적에 맞는 내용으로 구분하여 정리한다. 또한 그에 따른 아이디어의 내용을 정리해 나가며 작성하는 과정이다.

이슈 해결점 찾기 「Frame work」

| 구분 | 해결방안 1 | 해결방안 2 | 해결방안 3 |
|---------|-----------|-----------|-----------|
| 최종 목적 1 | 의견/아이디어 1 | 의견/아이디어 1 | 의견/아이디어 1 |
| 최종 목적 2 | 의견/아이디어 2 | 의견/아이디어 2 | 의견/아이디어 2 |
| 최종 목적 3 | 의견/아이디어 3 | 의견/아이디어 3 | 의견/아이디어 3 |

관계자들은 공유된 순위별 과제와 다양한 아이디어로 해결 방안을 의논한다. 또한 이해관계자에 의한 요소를 고려함으로써 만들어진 의견과 아이디어를 정리해 나가는 과정이다. 이슈 해결점 찾기 프레임 워크시트는 어떤 가치를 중요하게 생각하고 영향을 받는 지 판단 기준을 제공해준다.



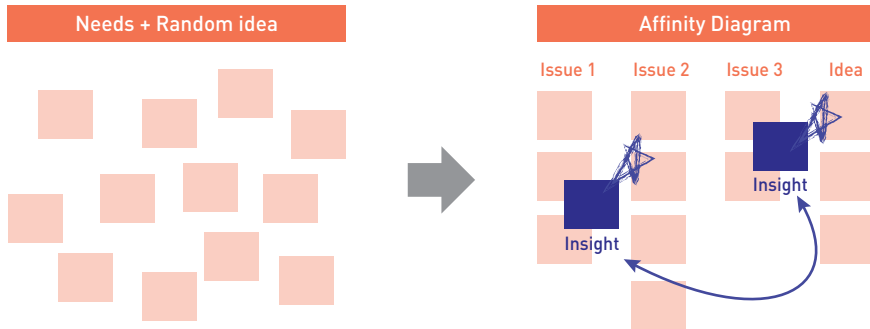
「지역상생디자인단 워크숍」 감천문화마을 예시

01 컨셉 도출

서비스 목적에 적합한 컨셉을 도출하기 위해 서비스 디자이너와 전문가들이 공동 참여하여 컨셉을 도출하는 과정으로 앞서 진행한 워크샵의 방대한 정보를 활용하여 원칙과 개념을 정의한다.

인사이트 도출 Insight generation

인사이트는 아이디어 전개 이전 단계의 주요한 발견점이며 인사이트는 숨겨진 니즈로 볼 수 있다. 다양한 니즈 속에 연결고리를 찾고 그 안에 숨겨진 니즈와 해결점을 연결한다. 합류 지점에서 새로운 인사이트가 나오기도 하며 가치있는 아이디어로 연결되는 중요한 발견이다.



「인사이트 도출 과정」

02 아이디어 도출

목표에 가까운 수준의 아이디어를 도출하며 큰 주제를 가지고 해결점, 아이디어, 생각들을 확산해 나가는 과정이다. 이러한 아이디어를 더욱 쉽게 정리하고 한 눈에 조합하여 확인할 수 있도록 Mandal Art, E3 Value 등 다양한 Idea Generation Tool 을 활용하여 아이디어를 도출한다.



만달아트 Mandal Art

만달아트는 발상 기법으로 머릿속의 아이디어나 생각을 사방팔방, 거미줄 모양으로 확장하도록 끌어내는 생각의 도구이다. 처음에 낸 아이디어나 이슈를 중심으로 계속해서 아이디어를 확장해 나가는 방식이다.

Mandal Art

(주 제)

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

| | | | |
|--|----|----|----|
| | 의견 | 의견 | 의견 |
| | 의견 | 주제 | 의견 |
| | 의견 | 의견 | 의견 |

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

| | | |
|--|----|--|
| | | |
| | 의견 | |
| | | |

Mandal Art 진행 방법

1. 3X3 칸으로 구성된 정사각형을 준비한다.
2. 가운데 위치한 정사각형 중앙 칸에 중심 주제를 적는다.
3. 중앙 주변 칸에 중심 주제와 연관된 아이디어나 생각들을 작성한다.
4. 9칸이 모두 채워졌으면 중앙의 주제를 제외한 8칸의 아이디어를
5. 각각 9개로 구성하여 기재된 아이디어를 확장해간다.
6. 이렇게 생각을 확장해 가면 총은 8X8 = 64개의 아이디어가 도출된다.
7. 도출된 아이디어들을 서로 조합하여 최종 결론을 낸다.

「출처」 <https://brunch.co.kr/@dprnm234/157>

YiEUM Partners servicedesign

「Mandal Art」 감천문화마을 예시

감천문화마을은 노년층 인구의 비율이 높아 초고령화의 정점에 있다. 그로 인해 주민들은 노인 고독 문제, 복지, 주거환경에 대한 두려움을 가지고 있었다. 해결해야 하는 주요 문제 9가지를 중심으로 아이디어나 이슈를 확장하였다.

| | | |
|-----------|----------------|-------------|
| 마을 이미지 쇄신 | 젊은 인구 유입 | 유인정책 |
| 노인 일자리 창출 | 마을노령화 (주민, 환경) | 편의시설 인프라 확충 |
| 작가 인프라 이용 | 빈집 이용 (리모델링) | 주차/교통 문제 해결 |



지역상생디자인단 워크숍에서 도출된
해결과제 이슈를 토대로 아이디어 워크숍 진행

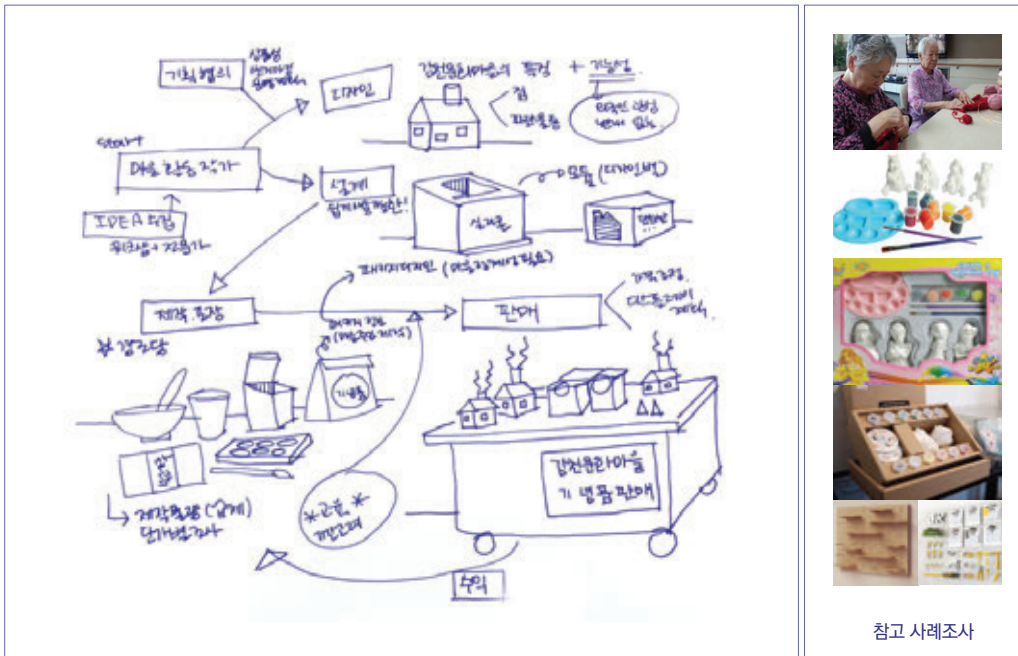
| Mandal Art | | | | | | | | | |
|-------------------------|------------------------------|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-------------|--------------------|-------------|--|
| 배역인계 보이도록 이미지 개선 | 상점 간판 통일 | 동아리고 살도록 이미지 개선 | 대학생 1인가구 학습형식 주거 | 다문화 가족독회 | 청년상인 유입 | 지역 젊은층과의 연결 | 지역 대학교와의 연계 | 관내 대학 수요조사 | |
| 여러왕자 위치 이동 | 마을 이미지 쇄신 | 아이들이 살기좋은 마을 | 대학생 창업공간 | 젊은 인구 유입 | 작가 유입 확대 | 주민 교육 | 유인 정책 | 정책 방향 설정 | |
| 주민이 느끼는 상대적 박탈감 해소 | 계속 변화되는 마을 | 젊은 인구 안 나가기 하기 | 행복주택 | 누구나 가계 | 한 젊은이 인구 유출 방지 | 투자유치 예산 확보 | 정부예산 확보 | 실용계획 수립 | |
| 작가 공방체험 재료 일적업 | 관광객 기념 상품 노인과 연계할 수 있는 거리 창출 | 주민 공모전 참가 | 마을 이미지 쇄신 | 젊은 인구 유입 | 유인정책 | 프랜차이즈 | 찾아가는 배달서비스 | 도와주세로 서비스 | |
| (마을홍보) 라디오 DJ | 노인 일자리 창출 | 방문매차량 발렛파킹 | 노인 일자리 창출 | 마을노령화 (주민, 환경) | 편의시설 인프라 확충 | 편의점 | 편의시설 인프라 확충 | 청년층 창업 | |
| (마을홍보) 마을정상화랑 | 덧발관리 | 녹지관리 | 작가 인프라 이용 | 빈집 이용 (리모델링) | 주차/교통 문제 해결 | (주민대상) 감전예방 | 노인운동 프로그램 (요기, 인마) | 주민을 위한 식료품점 | |
| 예술 특성화 학교 | 아트 직거래 (아트마켓) | 작가와 지역문화행사 | 대학생 창업공간 | 상용대스타 부스 | 대학생 하숙집 | 버스노선 증대 | 행복버스 노선개선 | 행복버스 배차증대 | |
| 작가를 위한 게스트하우스 개설 활동성 증대 | 작가 인프라 이용 | 작가 공방 활성화 | 누구나 가계 | 빈집 이용 (리모델링) | 행복주택 | 노선변경 | 주차/교통 문제 해결 | 주차장 증선개선 | |
| 공방/체험 시설 홍보 | 마을편의시설 작가와 주민에게 | 관련 기프티상품 개발 ex. 더나누기] | 나라별 발리지 | 나라별 특색있는 음식점 | 마을홍보 부스 (라디오무스) | 버스 배차 시간 증대 | 주중 행복 버스 운영 | 행복버스 종류창 개선 | |

YIEUMPartners servicedesign

아이디어 스토리보드 Idea Story Board

아이디어 스토리보드는 아이디어 발상, 협력 촉진, 의사 소통을 원활하게 하고, 특히 창의력을 촉진할 수 있는 방법론이다. 만달 아트에서 주어진 키워드에 관련한 아이디어를 전문가들과 함께 전개하는 과정이다. 도출된 아이디어는 유사한 그룹으로 정리하여 스토리를 구성한다. 스토리를 구성할 때에는 전체적인 스토리를 스케치하며 아이디어를 정리해나간다. 선정된 아이디어를 직접 스케치하며 더 구체적인 모습으로 표현하며 아이디어가 반영해야 할 세부사항들을 충분히 나타내야 한다.

「아이디어 스토리보드」 감천문화마을 예시



참고 사례조사



길찾기 시스템 스토리보드 회의

03 아이디어 평가

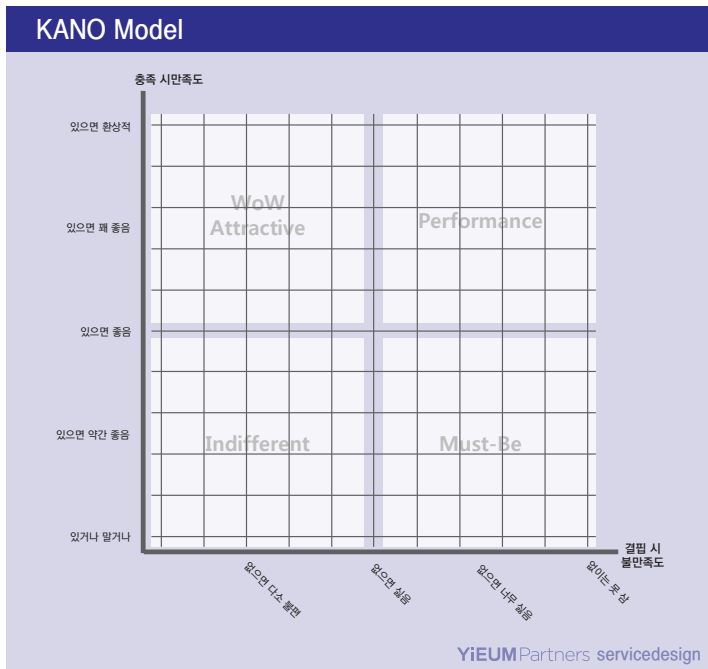
수렴워크숍을 통해 아이디어에 대한 충족도와 불만족도를 평가하며 성공여부와 매력도, 실행가능성을 평가한다.
직접 참여할 관계자가 선호도 조사를 함으로써 만족도를 높이고 참여도에 영향을 미친다.

수렴 워크숍 Divergent Workshop

| 내용 | 세부내용 | 내용 | 세부내용 |
|-----------------|---|----------------------|-------------------------------------|
| 참석자 등록 | - 참석자 등록 및 다과 | KANO Model | - 개별 평가 → 의견 조율 → 최종평가 확정 |
| 인사말 진행 순서 설명 | - 인사말 - 진행 순서 설명 | Scoring Model | - 개별 평가 |
| 아이데이션 내용 공유 | - 컨셉 공유 - 아이디어 공유 | Idea Positioning Map | - 개별 평가 → 의견 조율 → 최종평가 확정 |
| 방법론 소개 | - 카노 모델 KANO Model - 스코어링 모델 Scoring Model - 포지션 맵 Position Map | Gallery walk | - Gallery Walk - 질의 응답 - 마무리 인사말 |

1단계 평가 _ KANO Model (아이디어 충족 시 만족도와 결핍 시 불만족도 평가)

Kano Model은 기존의 만족/불만족과 불만족에 영향을 미치는 속성까지도 파악할 수 있다.
또한 시간과 비용을 고려해 서비스 속성별 선택과 집중이 가능하여 실질적인 시사점을 제공할 수 있다.



「KANO Model」 감천문화마을 예시



2단계 평가 _ Scoring Model (아이디어의 성공 가능성 평가)

Scoring Model은 평가 대상의 성공 가능성을 중요 속성별로 평가하여 우선 순위를 선정하는 방법론으로 직관적으로 속성을 평가할 수 있는 모델이다. Scoring Model을 활용하여 도출된 컨셉들에 대한 속성별 점수를 매겨 우선순위를 선정하되, 전략 목표별 가중치를 적용하도록 한다.

Scoring Model
구분 : 주민 / 상인 / 관광객 / 주거작가

점수(Score)
9점 : 강한 대안이 된다 7점 : 상당히 도움이 된다 5점 : 도움이 된다 3점 : 약간 기여 가능하다 1점 : 효과가 의심스럽다

| 아이디어 (컨셉) | 목표 1 (가중치 :) | | | 목표2 (가중치 :) | | | | 목표 3 (가중치 :) | | | |
|--------------|------------------|------|------|-----------------|------|------|------|------------------|------|------|--|
| | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | 충족요건 | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |

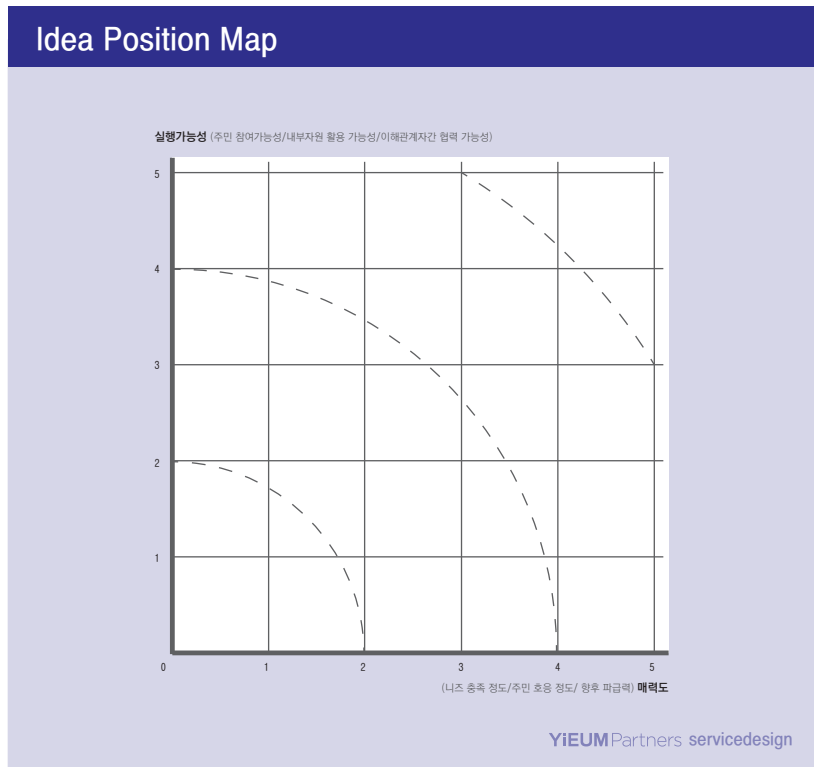
「Scoring Model」 감천문화마을 예시



3단계 평가 _ Idea Positon Map (아이디어의 매력도와 실행가능성 평가)

포지셔닝 맵은 아이디어에 대한 실행가능성과 그들의 충족도를 파악하기 위한 방식이다.

축을 기준으로 나뉘어진 면을 활용하여 아이디어의 속성별 가능성과 그 위치를 시각적으로 확인할 수 있다.



「Idea Position Map」 감천문화마을 예시



04 서비스 프로토타이핑

이해관계자들이 서비스를 구현하여 실행하기 위해 시각적으로 정리하여 확인하는 과정이다. 프로세스를 운영하는 과정에서 수요자와 관계자가 접촉하는 순간을 적절하게 관리하기 위한 방법으로, 겉으로 보이지 않는 비가시 영역에서의 상호작용을 전체 서비스 구현의 관점에서 확인할 수 있다. 이러한 검토 과정은 지속적으로 검토하고 수정을 반복 진행해야 한다.

프로토타이핑 Prototyping

아이디어에 대해 커뮤니케이션을 이끌어내기 위한 과정이며, 문제점 개선에 사람들의 참여를 유도하고, 영감을 불어넣을 수 있다. 미완성된 서비스를 실제 테스트해보는 과정을 통해서 사용자의 모든 요구사항을 반영하여 개선할 수 있다. 또한 관계자 간 상의 시에 의사소통 역할을 증진시키고 검증할 거쳐야만 하는 중요한 기능을 포함할 수 있다.

「감천꽃할매기념품 프로토타이핑」 감천문화마을 예시



서비스 시연 Service Staging

연극의 리허설처럼 시나리오와 프로토타이핑을 실제로 경험해보는 것을 뜻한다. 이 때, 참여자들은 일반적으로 그들이 실제로 경험했거나 개발 중인 서비스의 상황을 재연한다.

「주민해결사 서비스 시연」 감천문화마을 예시



01 비즈니스 모델

아이디에 대하여 Service Blueprint, Service Manual, Business Model Canvas, Service Poster의 방법론 중 선택적으로 필요한 방법론을 적용하여 구체화된 아이디어의 실행 방안을 확인할 수 있다.

[예시]

| 구분 | 서비스디자인 방법론 | 아이디어 1 | 아이디어 2 | 아이디어 3 | 아이디어 4 |
|---------|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
| 실행 및 적용 | Service Blueprint | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | Service Manual | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | Business Model Canvas | | ○ | ○ | |
| | Service Poster | ○ | ○ | | ○ |

서비스 블루프린트 Service Blueprint

서비스 블루프린트는 서비스의 프로세스의 특성이 나타나도록 알아보기 쉬운 방식으로 시각화한 작업이다. 서비스가 이루어지기 위해 작업자, 고객, 전달 아이템, 업무 단계 등 각자의 역할과 서비스의 프로세스를 단계별 보이는 업무와 보이지 않는 업무로 나누어 보는 것이다. 이 작업은 복잡한 업무를 전체적으로 볼 수 있으며 전체 과정을 정확히 판단할 수 있다. 무엇보다 고객과 서비스의 접점을 확인할 수 있어 문제를 찾고 개선하는 중요한 과정이다.

「감천꽃할매기념품 서비스 블루프린트」 감천문화마을 예시



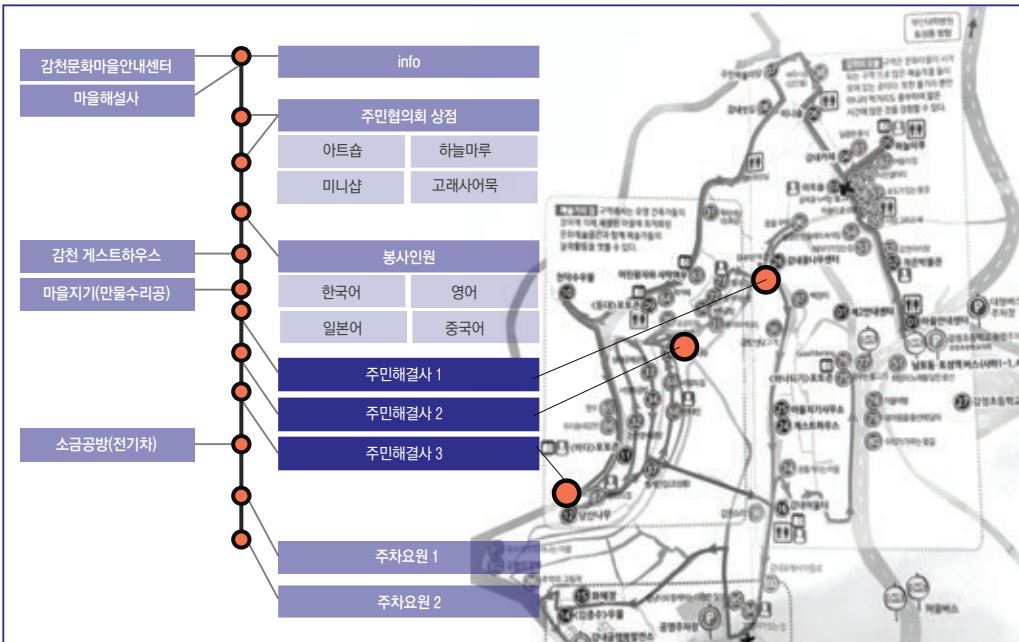
서비스 매뉴얼 Service Manual

홍보 및 안내의 일환으로 서비스를 운영하기 위한 상세한 안내 설명서를 제작하여 관계자에게 배포한다.

서비스가 지속적으로 이루어지도록 참여와 관심을 유도하는 방법으로 활동 내용과 프로그램 소개, 역할분담, 운영 정보를 기록하여 제공한다. 쉽게 사용하고 알 수 있도록 구성된 매뉴얼로 효율적으로 유지 관리될 수 있도록 하는 서비스 운영 설명서이다. 서비스 제공자 및 이해관계자의 상황과 눈높이에 맞게 그림, 도식의 난이도를 알기 쉽게 조절할 필요가 있다.

「주민해결사 운영계획」 감천문화마을 예시

감천문화마을 주민해결사의 서비스 매뉴얼은 내·외국인 관광객을 대상으로 적시에 관광정보를 제공하고 불편사항을 해소하며 주민이 거주하는 주거지의 문제를 직접 해결할 수 있는 서비스이다. 이를 위해 주민해결사의 위치 선정과 활동 내용, 프로그램, 역할을 한 눈에 보고 알 수 있도록 시각적으로 도식화하였다.



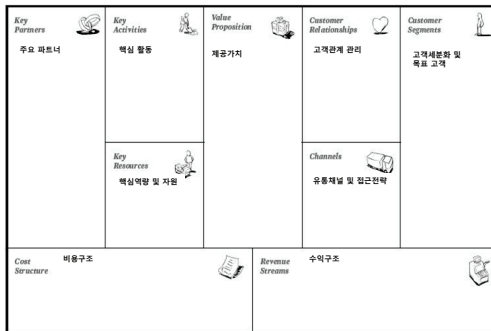
비즈니스 모델 캔버스 Business Model Canvas

도출된 서비스에 대한 운영계획 수립 및 기대효과를 분석하는 과정이다.

이를 위해 서비스 아이디어별 세부구현방안, 운영계획, 총 투자비용산출 등을 고려하여 초기투자비용 및 운영비용을 포함한 총 서비스 구현 비용을 산출한다. 이는 서비스 가치 속성 분석 및 이해관계자 평가를 통해 서비스 기대효과를 정성, 정량적으로 추정할 수 있다.

특히 서비스 구축 및 운영 비용 추정은 서비스별 초기투자비, 연간 유지보수비, 월간 변동비 등을 고려한 장기적인 비용을 산정해야 한다. 서비스 비즈니스모델은 서비스의 가치를 발견하고 사업의 수익과의 유연성과 판매, 고객관계, 수익, 핵심자원, 활동, 비용 구조 등 각 요소를 빠르게 파악하기 위한 과정이다. 서비스의 가치를 만들고 전달하기 위한 과정과 투자 비용, 수익을 논리적으로 설명할 수 있어야 한다.

1. Business Model Canvas 9block



2. LEAN Canvas 9block



「감천 꽃할매기념품 비즈니스캔버스 모델」 감천문화마을 예시



02 적용 및 관리

최종결과물에 대한 마지막 과정으로 사용자의 니즈를 찾고 콘텍스트를 파악해 기회를 확인, 분석과 보완 과정을 거친다. 다양한 아이디어를 도출해 문제해결 방법을 찾았다면 아이디어를 현실적인 방안으로 구현해 실제적인 효과를 확인해 볼 수 있다. 이러한 과정으로 실질적인 개선 방안과 더 나은 해결책 제시가 가능하다. 프로토타입을 진행하기 위해 진행 가이드 라인을 활용하여 성과 확인과 방향을 제시할 수 있도록 한다.

이후 사용자의 피드백을 통하여 상호 보완을 통하여 구체적인 실행 전략을 계획한다. 서비스 운영은 단기, 중기적인 관점에서의 서비스 운영, 실행 측면에서의 이슈사항 등을 운영팀에게 전달한다. 전달 시, 서비스의 개념트가 명확하게 전달되어야 하며 실행하고자 하는 서비스가 명확하게 표현되어야 한다. 어떠한 문제점이 발견되고 어떻게 해결할 것인지에 대한 이슈 사항도 전달되어야 한다.



결과물 설명



제작 가이드 책자 전달



운영 교육

「결과물 전달 및 서비스운영 가이드」 감천문화마을 예시

—
03
—

공유가치창출
서비스디자인 사례
「감천문화마을」

발견하기 · 정의하기 · 발전하기 · 전달하기



01

—
DISCOVER
발견하기

현황조사분석

기초연구

사례연구

이해관계자 요구사항 조사분석

갯 서베이 Gang Survey

서비스 사파리 Service Safari

이해관계자 맵 Stakeholder Map

관찰조사 Role Playing – immerse

경험지도 Customer Journey Map

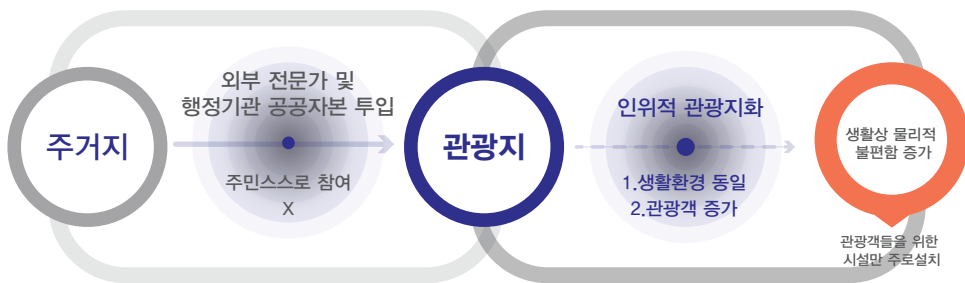
설문조사 Questionnaire

심층인터뷰 In-Depth Interview

01 현황조사분석

현황조사는 지역의 역사적 변화를 살펴보고 그 과정에서 발생하는 문제점 파악을 하기 위해 관광지화 이전 단계부터 관광지화 초기 단계, 관광지화 단계를 세 단계로 나누어서 살펴본다.

- 외부 전문가 및 기관, 공공자본이 투입되기 이전인 2009년 이전단계를 관광지화 이전 단계
- 외부 전문가 및 기관, 공공자본이 투입되기 시작한 2009년부터 2010년을 관광지화 초기 단계
- 본격적으로 많은 사업이 추진되고 주민조직을 구성하여 주민이 사업을 전담하여 추진하기 시작한 2011년부터 현재까지를 관광지화 단계



| 단계 | 관광지화 진행 과정 | 관광지화에 따른 지역사회 구성원 관계 |
|-----------------------------------|--|---|
| 관광지화 이전단계 (~ 2009) | <ul style="list-style-type: none"> • 본격적인 공공자본의 투입 이전 | <ul style="list-style-type: none"> • 지역주민을 중심으로 형성 • 가족 같은 원만한 관계 • 평등한 계층 • 정서적인 연대 • 주변지역으로 관계 형성 |
| 관광지화 초기단계 (2009 ~ 10) | <ul style="list-style-type: none"> • 외부 전문가(예술가) 및 행정기관 중심으로 공공자본의 투입 시작단계 (문화마을 조성사업 시발점) • 사업성과물 결과로 개별 관광객들이 찾아옴 | <ul style="list-style-type: none"> • 주민간 원만한 관계 • 방문객과 주민간 마찰 (주민 입장에서 동물원화) • 관광지화 찬/반에 따라 지역주민 대립 유발 |
| 관광지화 단계 (2011 ~) | <ul style="list-style-type: none"> • 본격적으로 다양한 정부 주도 사업 추진 • 사업추진 위해 주민조직 구성 (2011년 주민협의회 설립) • 관광객 수 급증 (2011년도부터 방문객수 집계) | <ul style="list-style-type: none"> • 주민조직 중심으로 관계 강화 (협의회 중심으로 관계 형성) • 목표 투쟁적 연대 (살기 좋은 마을 만들기 실현) • 주민간의 마찰, 소통이 안 됨 (주민 간 역차별 받는다고 인식) • 마을발전 위해 주민조직 설립 (복수로 존재, 갈등요소 발전) • 본격적인 관광지화 사업 자본 마을에 투입 예산 : 정부 · 시 · 구 지원금, 마을기업 수익금 사업전담 : 지역주민협의회 반대하는 주민들은 사업비 지출에 대한 불만, 불신 형성 |

기초연구

1차 리서치_대상지 기초연구조사 개요

목적

- 방대한 정보 중 해당 프로젝트에 적합한 소스 도출 및 분석, 현재 상황 파악
- 분석된 내용은 필드리서치의 기초 자료로 사용
- 실질적인 주민 니즈 도출을 위한 기초자료
- 포커스그룹 인터뷰를 진행 시 반 구조화된 설문지 기초 자료
- 추후 필드리서치 인터뷰 자료와 함께 정리, 검증할 수 있도록 구조화된 설문지 기초자료로 사용

범위

감천문화마을 대상지 관련 물리적/사회문화적 현황 등 전반적인 내용의 자료
(인터넷 및 국내외 문헌자료, 2016년 12월까지의 통계 내용을 기준으로 조사분석)

조사항목

일반현황, 사회경제 현황, 공동체 현황, 마을자산(유형/무형) 현황, 정부지원사업 및 연계사업 현황

| 현황 | 조사항목 | 조사내용 |
|----------------------------|--|---|
| 일반현황 | 지역범위, 면적, 주택 수, 인구 변화수치(주민, 관광객) | 관광지 공간적 범위 관광지화에 따른 마을 주민 구성원 변화 추이 확인 |
| 사회경제 현황 | 사업체 현황 (상권 및 점포 현황, 예술인(작가) · 아트샵 현황) | 거주민/타지인 점포현황 파악 외부인과의 관계형성 현황 파악 |
| | 마을기업 현황, 마을기업 수익현황 사회적 기업으로 지원받는 내용 수익환원 현황 | 2017년 사회적 기업 지원 만료에 따른 대책 확인 마을기업 문제점 파악 마을기업 수익을 위한 개선 방안 확인 |
| 공동체 현황 | 주민조직 현황 주요사업 현황 | 사업 진행 기간 및 내용(결과물), 장소 확인 사업결과물의 수혜자 파악 |
| 마을자산 (유형/무형) 현황 | 마을자산 현황 (접근용이성, 공간특징, 시설 [공공시설, 교육시설, 문화복지시설, 기타시설], 시설물 현황) 역사/문화/전설 등 역사적 환경, 축제/예술작품/이벤트 등 관광 현황 | 마을의 장점, 특성 도출 마을의 스토리 및 특화 요소 도출 마을 수익 창출을 위한 특화 요소 도출 불편함 해소를 위한 추가 시설물 및 니즈 파악 |
| 정부지원 사업 및 연계사업 현황 | 주요사업현황 정부지원금 현황 수익환원 현황 | 환원구조 및 내용 파악 환원에 대한 주민들 간의 소통 현황 파악 |

대상지 현황

감천문화마을



감천문화마을은 한국전쟁 후 1955년부터 종교 단체였던 태극도 신도들이 판자집 1천여 가구를 지어 이주하면서 '태극마을'이라는 별칭이 붙은 지역으로 천마산과 옥녀봉 사이의 산비탈면에 앞집이 뒷집의 햇빛을 가리지 않도록 계단식으로 형성된 마을이다. 10여년 전에는 3만여 명이 거주하였으나 현재는 8천여 명으로 인구가 감소하였고 폐공가도 300여채가 넘는 부산의 대표적 낙후 지역으로 쇠퇴하였으며, 현재도 공동화장실과 재래식 화장실을 사용하는 가구가 다수 존재하고 있음

아름다운 마을 경관과 독특한 특성을 가진 마을임에도 불구하고 급격히 인구가 줄고 빈집이 늘어나 마을이 점점 쇠퇴하였으나 마을의 구조적(사통팔달 미로와 같은 골목길) 특성에 문화예술 프로젝트가 하나둘씩 투입되면서 관광지로 조성됨



「1950년대 말」

일반현황

감천문화마을은 부산 끝자락 천마산과 아미산 사이의 2개 동 규모 마을로, 주민들은 높이에 따라 윗마을과 아랫마을로 구분하여 부른다. 산자락을 따라 앞집이 뒷집을 가리지 않도록 독특한 계단식 배치로 이루어진 마을이다.

도시재생사업을 통해 복잡한 골목구조, 높은 산비탈 위치에 다양한 색채와 예술프로젝트를 투입하여 관광지로 급부상하였다.

지역 범위 : 부산광역시 사하구 감천2동 (문화마을권역 : 18개통 중 7개통)

면 적 : 0.62km² (구의 1.5%)

인 구 : 4,067세대 8,340명 (65세 이상 인구 비율 25.3%)

주 택 수 : 4,571동(단독 3,889, 공동주택 682가구) ▷ 빈집 약300여 동 (전체 가구의 5%)

주요 사업 : 물리적 환경개선 사업, 역사적 가치복원 사업, 문화예술 프로젝트 사업, 커뮤니티 사업 등
정부와 시의 지원으로 이루어짐.

※ 2009~2014년까지 진행된 부산광역시 산복도로 르네상스 사업 중 감천문화마을 관련 사업 : 총 21개
(기반시설 사업 8개, 커뮤니티사업 4개, 문화/관광/경제관련 사업 9개)

사업 추진내용

| | |
|--|---|
| <p>아름다운 마을경관에 문화·예술을 가미한 프로젝트</p> | <p>2009 마을미술프로젝트 추진 2010 미로미로(美路迷路) 골목길 프로젝트 2012 마을미술프로젝트 추진 2014~2015 유명 건축가의 설계를 통한 마을의 홍물스러운 공·폐가 리모델링 2015~2016 지성이면 감천 마을미술프로젝트</p> |
| <p>역사적 가치 복원과 도시재생을 위한 산복도로 르네상스 사업</p> | <p>2012~2013 산복도로 르네상스 사업 추진 2014~2015 마을입구 안내센터 및 상징조형물 조성</p> |
| <p>주민의 삶의 질 향상을 위한 생활 환경 개선 사업</p> | <p>2011 주민 생활환경 개선 사업, 2011~2012년 생활환경 개선 사업 2013~2014 생활환경 개선 사업, 2015~2016년 생활환경 개선 사업 2015~2018 생활환경 개선 사업 및 공동체 역량 강화</p> |
| <p>마을 공동체 역량 강화로 지속발전가능한 마을 조성</p> | <p>마을공동체 역량 강화를 통한 자립형 주민공동체 조직 2011~2012 커뮤니티 활성화 및 마을기업 운영 기반 조성 2013~2015 주민일자리 창출 기반시설 조성 2015~2016 주민공동체 소통 강화</p> |

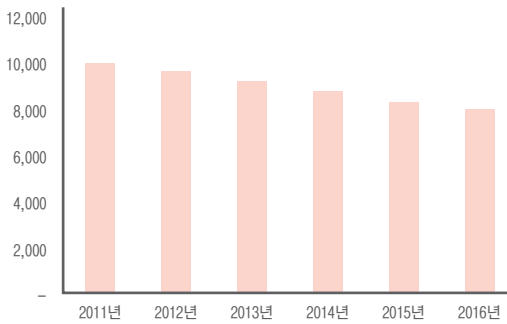
주민/관광객 인구변화 및 현황

주민, 매 년 평균 4% 감소

관광객, 최근 2년간 평균 152% 증가

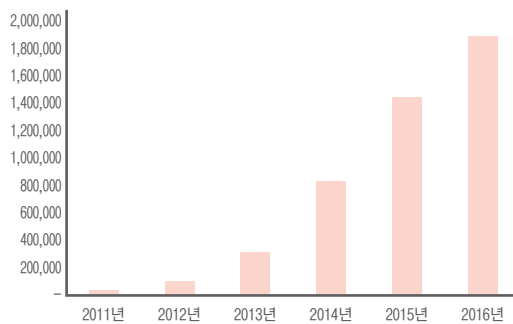
주민은 매년 평균적으로 4% 감소, 관광객은 2017년 증가폭이 주춤하였으나
최근 2년간(15~16년) 평균 152% 증가하고 있음
관광객의 절반은 외국인이며, 그 중 70%는 중국인 관광객으로 분석됨

감천문화마을 주민 인구변화 추이



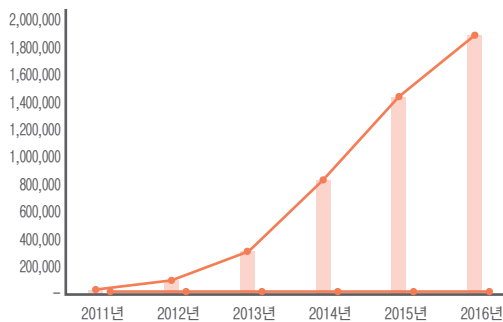
출처 : 15~17년 통계_국가통계포털 (<http://kosis.kr>)
사하구청 2015 지역기본자료 (2000~2014년 통계)

감천문화마을 방문객 변화 추이



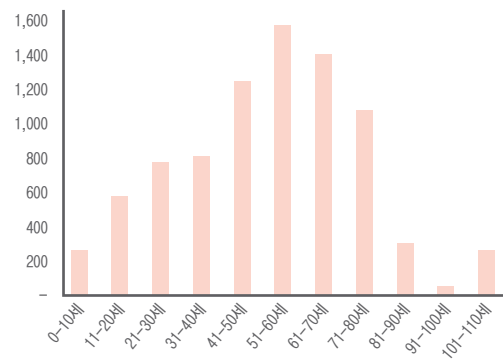
출처 : 부산광역시 사하구청 2017 지역기본자료, 사하구청 2015
※ 방문객 수는 2011년도부터 최초 조사됨
(2014. 04. 16부터 무인계수기 카운팅)
1일 평균 방문객수 = 연간 방문객 수 ÷ 365일

감천문화마을 주민과 방문객 인구변화 비교



※ 관광객의 절반은 외국인으로 그 중 70% 중국인 관광객으로 집계

감천문화마을 주민 연령별 인구(내국인 현황)



출처 : 사하구청 인구통계현황 (사하구 인구(내국인)현황)
※ 2017년 7월말 기준

마을기업 및 고용 창출 현황

100여명의 일자리 창출 및 지역경제 활력 제고 동네가게 20개 → 70개소 (2015년 기준)

마을기업체 현황 및 수익 현황

| 기업명 | 주요내용 | 년간 매출현황(천원) | 운영주체 |
|---------|---------------------------------------|-------------|----------------------------|
| 감내카페1 | 바리스타 자격 있는 마을주민 채용, | 84,982 | (사)감천 문화마을 주민 협의회 |
| 감내카페2 | 음료 및 주민이 만든 쿠키 판매, 마을 안내 및 스텝 코스 | 74,677 | |
| 게스트하우스 | 도시형 민박시설(2/4/10인실 10개 객실), 마을관리사무소 입주 | 12,701 | |
| 고래사어묵 | 부산을 대표하는 관내 어묵기업과 연계 | 167,054 | |
| 감내맛집 | 지역특성을 살린 매뉴 개발 판매 (김밥, 비빔밥, 돈까스 등) | 112,020 | |
| 공영주차장 | 주차편의를 위한 공영주차장 | 59,523 | |
| 감내마을공방 | 황토가마소금 생산 및 판매 | - | 엄마손 협동조합 |
| 아지매밥집 | 고등어 추어탕, 고등어 정식 등 판매 | 34,683 | |
| 미니숍 | 감천문화마을 관광상품(50여종) 판매 및 전시 | 93,009 | |
| 아트숍 | 입주작가(15여종 작품), 주민작가 공예작품 판매 및 전시 | 58,351 | |
| 문화마을안내소 | 방문객 안내 및 지도, 엽서 판매 | 266,504 | |

출처 : 감천문화마을 조성사업 성과(2015년 기준)

일자리 창출 현황

| 고용 형태 | 인원수 | 세부 내용 |
|-----------|------|---|
| 구 고용 | 65명 | 기간제근로 9명, 공공근로 6명, 지역공동체 30명, 노인일자리(환경정비) 20명 |
| 공동체 고용 | 20명 | 카페 4명, 맛집 6명, 상품판매소 2명, 공영주차장 3명, 밥집 2명, 사무실 3명 |
| 행복발전소 작업자 | 30명 | 행복발전소 작업자 30명 |
| 입주작가 | 14명 | 도자기 1명, 천연염색 1명, 생태공예 1명, 서양화가 1명, 카툰 6명, 판화 등 4명 |
| 총계 | 129명 | 골목지킴이(주말근무) 제외 |

출처 : 감천문화마을 조성사업 성과(2015년 기준)

마을공동체(주민조직) 현황

마을 공동체 역량 강화를 통해 정부지원 자립형 주민공동체로 변모하기 위한 노력

마을공동체 현황

| 단체명 | 주요 역할 | 인원 |
|------------------|---|-----|
| 감천문화마을주민협의회 | 감천문화마을 마을기업사업단(아트숍, 카페 등을 운영), 홍보단(마을신문 발행), 집수리사업단(주민들의 주택수리), 민박사업단(게스트하우스 운영), 자원봉사단(마을해설사 운영) 으로 구성하여 마을을 위해 활동 주민리더 양성과 의식개선을 위한 마을대학, 벤치마킹, 골목축제 등 개최 | 120 |
| 감천문화마을 상인연합회 | 감천문화마을 상인 위생, 친절영업 자율적 실천 | 25 |
| 감천문화마을 엄마손 협동조합 | 감천의 특성을 살린 먹거리를 개발 및 판매, 주민작가 양성 및 문화상품을 개발 · 생산 · 판매 | 12 |
| 감천2동 주민자치위원회 | 주민자치기구 | 22 |
| 감천2동 통우회 | 18통 통장모임, 주민 복지취약대상자 조사 | 18 |
| 방위협의회 | 자율방범, 소화화재 방지 | 6 |
| 감천2동 새마을지도자협의회 | 마을봉사활동 | 22 |
| 적십자부녀봉사회 | 주민어르신 봉사활동 | 16 |
| 바르게살기운동 감천2동 위원회 | 마을교통정리 등 | 13 |
| 적십자부녀회봉사회 | 가정방문지원 등 | 15 |
| 청소년지도위원회 | 청소년 선도 방범활동 | 8 |
| 청년회 | 마을 청년 주민봉사 | 16 |
| 자유통연맹지도위원회 | 마을봉사 등 | 19 |

출처 : 감천문화마을 조성사업 성과(2015년 기준)

문화향유 및 주민공동체 기반 시설 현황

자립을 위한 다양한 인프라 구축

주민이 체감하는 수익모델 개발 및 확장 전략화 필요

기반시설 현황

| 구분 | 개소 | 내용 |
|----------|-----|--|
| 미술작품 | 44개 | |
| 작가레지던스 | 9개 | 도자기공방, 염색공방, 서양화공방, 생태공방, 카툰공방, 독락의탑(판화), 색즉시공(회화), 공공의방(설치), 별계단길(서양화) |
| 포토존 | 4개 | 하나되기, 등대, 바다, 천마산 |
| 갤러리 | 7개 | 빛의집, 평화의집, 어둠의집, 사진갤러리, 바람의집, 현대인의방, 작은박물관 |
| 마을기업사업장 | 9개 | 하늘마루, 감내어울터, 북카페, 문화마당, 천덕수 우물, 감내골 행복발전소, 안내센터, 주민어울마당 |
| 커뮤니티시설 | 8개 | |
| 무대, 광장 | 3개 | |
| 공공시설 | 8개 | 감천2동 주민센터, 우리누리지역아동센터, 감내꿈나무센터, 행복발전소, 감천2동 전통시장, 감내어울터, 새마을금고 감내지점, 서부산 농협 감천지점 |
| 교육시설 | 5개 | 감정초등학교, 성광유치원, 감정병설유치원, 감천어린이집, 사하어린이집 |
| 문화복지시설 | 2개 | 감천햇불도서관, 사하구종합사회복지관 |
| 마을경로당 | 19개 | 등록경로당 10개, 미등록경로당 9개 |
| 르네상스관련시설 | 3개 | 감내골 다모아센터, 미니 야외 무대, 감내작은목간 |
| 공중화장실 | 9개 | |

출처 : 감천문화마을 조성사업 성과(2015년 기준)

추진사업 현황 분석 및 시사점

문화예술

2009 마을미술 프로젝트

감천문화마을 조성 기반사업, 공공미술 우수사례로 소개,
슬로시티 국제연맹 팸투어, 아시아 경관학회 방문 등

2010 미로미로(美路迷路) 골목길 가구기

테마가 있는 빈집 프로젝트, 골목길 재생사업

(빈집 가구기 : 문화예술 작품 전시 및 체험 공간조성
골목길 재생 : 소통의 골목길 체험관광 상품화)

2012 감천문화마을 마추픽추 골목길 프로젝트

문화마을로서의 완성도 제고, 기 조성된 프로젝트들과
연결점을 구축하여 지역 랜드마크 및 문화인프라 조성

2014 감내풍경 프로젝트

건축가 재능기부, 공·폐가 활용한 예술창작공간
빈집 레지던시 사업

2016 감천 아랫마을 내려가기

아랫마을 살리기 프로젝트로 방목객 동선 아랫마을로
유도, 마을 사람 이야기를 통해 스토리텔링 작품 구성

- 문화마을의 초석이 된 사업이었으나
하나로 아우르는 스토리 부재
- 주민 주도형의 공공미술 프로젝트에서 시작하였으나
작가 주도형 프로젝트로 변질됨

생활환경개선

2011 셋바람 신바람 프로젝트

주민생활불편 개선, 공공시설 및 편의시설 정비
(보안등/CCTV 설치, 경로당, 공동작업장 리모델링, 골목길, 담장,
골목길 정비, 썸지공원 조성, 폐고가 및 위험 건축물 철거)

2011 방가방가(放家芳家-버려야 할 집을 아름다운 집으로) 프로젝트

주민생활불편 개선, 공공시설 및 편의시설 정비
(공동화장실 리모델링, 수평골목길 및 수직계단길 난간대 설치, 썸지공원 조성,
산제당 및 공동우물 보수, CCTV 설치)

2011 홈 마이 홈(Home my home) 프로젝트

주민생활불편 개선, 공공시설 및 편의시설 정비
(저소득층 노후주택 리모델링 지원, 순환주택 조성 대상주택 리모델링 기간
임시 거주지로 제공, 사업완료 후 주민편의시설(공부방, 보육시설 등)로 활용)

감천문화마을 포토존 및 공동화장실 조성

관광객 및 주민 편의고려, 공동화장실 조성 및
포토존 작품 1점 설치

감내 작은 목간(공동사위장) 조성

실질적인 주민 니즈 고려, 여러차례 주민설명회 등
주민의견 수렴하여 공동사위장 등 노인대상 사업 진행

- 관광지화 된 마을로 행정 주목도 상승
- 재건축, 재개발 형태의 **기존 도시재생사업 방식을 탈피**
보존과 재생이라는 기본개념을 바탕으로 개선
- 주민 니즈를 고려한 사업이 주민 체감도/만족도가 높음

| 공동체역량강화 | 일자리 창출 |
|---|---|
| <p>2012 마을공동체 역량강화 프로젝트 마을공동체의 시작, 주민협의회 구성 6분과로 역할과 책무를 분담하여 운영</p> | <p>2012 감천문화마을 커피숍 조성 [감내카페 1] 기존 주택 리모델링하여 커피숍 조성</p> |
| <p>감천2동 홍보 및 전시관, 문화광장 조성 지역 특성 자료 수집 및 전시 마을주민 생활공동체 중심 공간으로 기능 복원</p> | <p>2012 감천문화마을 맛집조성 [감내맛집, 고래사어묵] 감천문화마을 맛집 및 공동 작업장 조성</p> |
| <p>2012 커뮤니티 센터 조성(감내어울터) 기존 목욕탕 시설을 활용하여 주민과 방문객을 위한 소통공간 조성 (아트샵, 카페, 갤러리, 문화예술강좌, 심터 등)</p> | <p>2013 감천문화마을 작가공방 조성 빈점포 리모델링 후 감천문화마을 작가공방 조성</p> |
| <p>2013 my Home 작은박물관 조성 감천문화마을의 역사와 가치의 중요성을 알림 주민들의 자긍심 고취, 방문객에겐 볼거리 제공</p> | <p>2014 감천문화마을 시장 맛집조성 [감천아지매밥집] 오랫동안 방치된 빈점포 활용 시장 맛집조성 및 활성화</p> |
| <p>2015 주민어울마당 조성 주민들과 방문객들이 함께 어우러져 휴식 및 작품 감상할 수 있는 어울마당(소통공간) 조성</p> | <p>2015 감천문화마을 비즈니스센터 건립 [감내골 행복발전소] 마을 주민들이 소득활동을 위한 마을기업 건립</p> |
| <p>자발적 참여와 해당 분과에 대한 역할과 책임으로 활성화 되어 있는 주민협의체</p> | <p>2015 감천문화마을 체험 주택 조성 [방가방가 게스트하우스] 체류형 방문객 유치를 위한 체험주택 조성</p> |
| <p>실질적인 봉사활동과 환원사업에 대한 주민체감도는 낮음</p> | <p>2015 안내센터 및 상징물 조성</p> |
| <p>주민협의체와 마을 주민의 적극적 소통 필요</p> | <ul style="list-style-type: none"> · 마을기업의 자생력, 특화된 먹거리, 상품 개발 필요 · 방문객 응대 관련 서비스, 마케팅, VMD 등 교육 필요 · 문화마을을 아우르는 통합 아이덴티티 필요 |

사례연구

2차 리서치_유사사례연구조사 목적 (프로젝트계획 설정)

- 리서치 된 내용은 필드리서치의 기초 자료로 사용
- 비교분석 대상지 선정 및 개념정립과 벤치마킹을 위한 자료 조사
- 유사지역의 문제점, 한계점 파악하여 감천문화마을을 진단

선정 기준 : 1) 공공 사업 및 공적 자금 투입으로 주거지(생활공간)가 결과적으로 관광지화된 지역
2) 도시재생 사업 등의 공공사업이 시행되고, 관광객 증가로 인한 거주민 불만, 갈등이 존재하는 지역

조사 항목 : 일반현황, 사회경제 현황, 공동체 현황, 마을자산 (유형/무형) 현황, 정부지원사업 및 연계사업 현황

유사사례 비교조사 범위 및 유형

| 대상지 | 도시재생유형 | 마을기업운영 | 공동체 활동 | 주요추진주체 | 시사점 |
|--------|---|---|---|-----------|---|
| 이화마을 | 공공미술프로젝트를 통한 관광지화 | - | - | 공공주도 | -일회성 공공미술프로젝트의 부작용 -주거권 피해로 변화훼손 발생 |
| 북촌한옥마을 | 민속마을의 관광지화 | 남북촌한옥체험살이 -한옥체험 관광 활성화 목적 | -개발 초기 재산권 침해에 공동체 조직으로 집단적 반발 -현재는 전문가들이 모여 삶의 터전으로 북촌을 지키고 가꾸는 방법 연구 | 공공주도+주민참여 | -개발과 보존 사이 지속적 갈등 -대표적인 정주형 유산 관광지 |
| 서촌세종마을 | 민속마을의 관광지화 | 통인커뮤니티 -서촌 통인시장의 마을기업 -도시락카페 개발 -일대로 연계 노력 | 경복궁서촌 주민단체 연합 -지역공동체가 중심이 되어 구성 -마을사업 등 수익모델 개발해 관 지원 없이도 공동체 자립이 목표 | 공공주도+주민참여 | -2011년 지구단위계획 수립 내용에 주민들과의 협력관계 구축과정이 포함, 주민들이 계획과정수립에 참여할 수 있도록 하였음 |
| 전주한옥마을 | 민속마을의 관광지화 | -전주한옥마을협동조합: 전통문화 보존, 개성, 지역공동체 활성화 -전주한옥마을 모주 협동조합 -전주한지사업협동조합 | 전주한옥마을 보존협의회 -원주민+공공(행정) 및 전문단체가 지원하는 가버너스 체계로 운영 -거주민의 생활, 민족 강조 | 공공주도+주민참여 | -한옥마을의 민속문화 경제: 관광 중심 개발사업으로 생활에 불편을 느끼는 주민들이 떠나는 문제, 거주민들의 행복도가 중요 |
| 안동하회마을 | 민속마을의 관광지화 | - | 안동하회마을보존회 -마을 전통문화 유적보존 및 전승사업, 보수관리 -지방자치단체 보조금과 자체 수입으로 운영 | 공공주도+주민참여 | -전통적인 집단 주거지로 보존 -주민협의 과정을 거쳐 보존협의체 지원조례 제정 추진 시도 |
| 동피랑마을 | 공공미술프로젝트를 통한 관광지화 (2007년 시민단체와 지역민이 주체가 되어 지역혁신사업 지원프로그램으로 벽화공모 진행, 마을의 존재위기를 벽화로 극복) | 동피랑생활협동조합 -주민협약체 자체적 운영 -매장 직원 인건비와 물품 대금 제외 전액 마을에 재투자 + 일부 주민 전기 및 수도요금으로 사용 | 동피랑생활협동조합 -전 주민이 조합원으로 참여 -지역공동체 활성화와 소득창출을 위한 공동체 | 주민주도+공공지원 | -2년마다 벽화전 개최: 일정, 주제, 실무 및 예산 수립 전 과정에 주민 의견 반영 -마을기업 수익금 주민환원 |
| 현여울마을 | 문화예술교육사업과 마을공동체만들기를 통한 도시재생 진행중 | 마을협동조합 설립 -게스트하우스, 점령, 상품개발, 마을해설사 운영 | 현여울문화마을공동체 -생활문화공동체만들기 사업을 통해 조직 결성 -민간 주도형 도시재생 방식 시도 | 공공주도+주민참여 | -건물신축 하기로 인한 난개발, 마을 정체성 훼손 우려, 주민 반발 |
| 이바구마을 | 지속가능한 경제기반형 도시재생 시도 | 이바구캠프 -주민+전문가+청년창업가+ 행정기관의 민관협력거버넌스 -협동조합형 주식회사모델 | 이바구 캠프를 운영하는 다온산마을과 주민공동체가 있으며 공동으로 경제지립형 사업 추진 | 주민주도+공공지원 | -노인일자리 창출 -청년 유입: 청년이 마을에 거주하며 주민들과 함께 민박촌 운영, 생활 -일자리와 수익창출을 통한 자립형 마을만들기 사례 |

종합 분석 결과



기존 가치 보존

기존 자원 특화/보호/보존
환경 기반시설 중심 사업

새로운 가치 창출

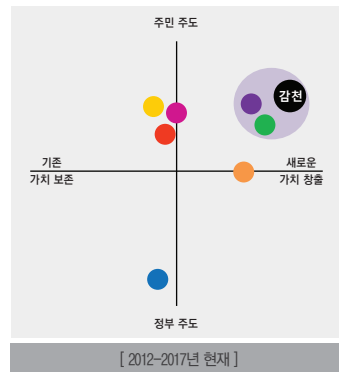
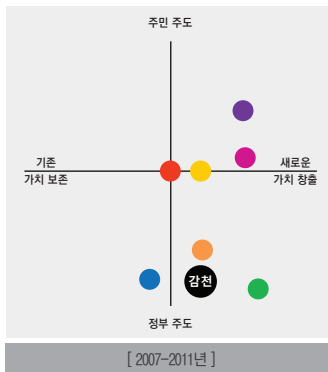
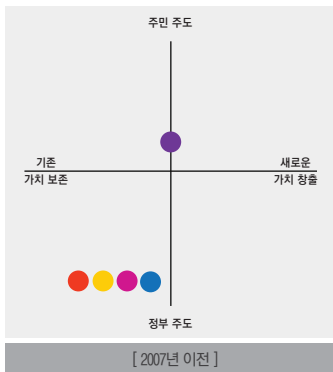
문화/관광/경제 관련 사업
주민역량강화, 커뮤니티 중심 사업

정부주도

사업예산 : 정부 · 시 · 구 지원금
사업진행 : 행정기관, 전문가

주민주도

사업예산 : 정부 · 시 · 구 지원금
사업진행 : 주민협의체, 주민



위 그림은 2차 리서치를 바탕으로 세분화한 결과로 사례분석 연구 조사, 리포트, 통계 정보 등 온/오프라인의 다양한 데스크 리서치를 통해 지역의 상황을 파악하여 정리하였다.

시사점

감천문화마을과 유사한 주민주도, 새로운 가치를 창출한 사례 선정

동피랑마을과 이바구마을에 대한 주민관찰조사, 심층인터뷰를 통해
주민주도사업현황, 주민혜택, 주민 만족도, 주민 갈등요인 등 비교 분석

인사이트 도출 및
전략 방향 도출 기반 마련

주민관찰조사 동피랑마을



「작가」마을 9년 거주



상인 / 카페 운영 마을 60년 거주



「상인 / 편의점 운영」마을 거주



관광객 1



「마을주민」마을 거주



관광객 2

Q. 마을에서 장사를 시작하게 된 계기가 있나요? 마을에 거주하며 장사하는 분들과 외부에서 들어온 상인들과의 갈등이 있나요?

마을에는 어렸을 때부터 60년 이상 살았어요. 장사는 벽화마을 만들어 지면서, 시에서 한번 해보라고, 여기 온 사람들 목이 마르다고 해서 시작했지요. 커피 만드는 수업을 받고 2008년부터 여기에서 카페를 운영하고 있어요.

구판장 같은 것도 여기 사는 사람들 전부 나이가 많아서 힘들고 안하려고 하는데 권유로 시작하게 됐어요. 처음에는 장사보다는 마을 사랑방 같은 거였지. 노래도 하고 밥도 같이 먹고, 지금은 젊은 외부 사람들이 장사 하러 들어 오는데 좁은 길 사이에 두고 시끄럽게 호객 행위 같은거 하고 그래서 주민들이 싫어해요. 여기서 장사 하면서 주민들이나 마을에 환원하는 것도 없고 자기 이익만 챙겨서 나가니까 문제죠.

Q. 동피랑마을을 돌아보니 어떤가요? 좋은 점과 불편했던 점이 있으시면 말씀해주세요.

「방문객 1」 방문 전에 기대한 것보다는 벽화의 퀄리티가 높지 않은 것들이 있는 것 같아요. 벽화 중에서는 날개 벽화가 사진 찍기에 좋아 제일 마음에 들었어요. 이정표가 딱히 없어서 길을 약간 헤매고 똑같은 곳을 한 바퀴를 더 돌았어요.

「방문객 2」 마을이 일단 아기자기하면서 예뻐요. 마을 사람들과 상인 분들이 벽화라는 문화적 가치와 결합된 것 같아서 좋았어요. 시장 근처여서 가벼운 코스로 잠깐 들렀다 가려고 했는데 끝까지 가게 되는 매력이 있네요. 긴 코스는 아니어서 편하게 둘러볼 수 있어 좋아요.

주민관찰조사 동피랑마을



통영 동피랑마을 주요 이해관계자

**“결국은 운영하는 사람의
열정과 의지가 필요한
것 같아요.”**

Q. 상점이 늘어났는데 외부인 유입으로 인한 문제가 있나요?

원래 여기 사시면서 장사하시는 분들 이랑 외부에서 와서 장사하는 분들이랑 갈등이 많죠. 주민들은 운영을 잘못해 요. 나이도 있으시고 경험도 없으니까요. 처음부터 조항 같은 걸 만들어서 규제를 했어야 했죠, 여기에서 상업 활 동을 하면 일부 마을에 기여를 하라든지 몇 년 이상 살아야 장사를 할 수 있다 든지 그런 내용으로 규제를 했어야 됐는데 시기를 놓친 것 같아요.

처음 운영 시작할 때 푸른통영 21에서 그런 내용이 필요하다는 이야기는 있었 어요. 그런데 실제 협동조합 규칙에는 그런 내용이 포함된 건 없어요. 주민 분들도 이런 식으로 장사하면 안 된다는 목소리가 많아요. 외부인은 마을 에 환원을 안하고 딱 자기 돈만 벌고 나가서 문제죠. 우리는 동피랑 마을이 이렇게까지 뜰 줄 몰랐고 이제 와서 또 얼마만큼 기여를 하라고 말을 하기도 애매한 상황 이에요.

마을 분들은 장사를 하셔도 초기 자본금 도 한계가 있고 하니까 규모도 한계가 있고 나이가 많으셔서 운영할 능력이 안 되는 분들이 대부분이고요.

Q. 벽화축제는 어떻게 운영되고, 주민 분들 의견도 반영되나요?

벽화축제는 RCE에서 기획해서 진행 해요. 전에 운영하던 단체(푸른통영21)는 없어졌어요. RCE에서 운영한지 1~2년 정도 됐어요. 벽화축제 주제 선정은 주민들의 의견을 수렴해서, 조합원들을 모아놓고 어떤 것을 했으면 좋을지 의 논해서 최대한 주민 의견을 반영합니다.

벽화가 교체가 되는 마을이 거의 없는 데 우리는 2년마다 교체하고 있어요. 한 번은 시에서 더 이상 벽화 교체, 축제를 못해준다고 했었어요. 그래서 우리 주민 들이 관광객이 들어올 수 있는 입구 두 곳을 아예 막겠다고 시위 비슷하게 하고 그게 시장님 귀에 들어가서 다시 벽화 축제 지원을 해주기로 했어요.

심층인터뷰 이바구마을



부산 이바구마을 주요 이해관계자

**“느리더라도 주민들과 같이
해야한다는 생각으로 관계를
형성하는 것부터 시작하게
되었습니다.”**

Q. 이바구캠프와 다운산마을 소개 부탁 드립니다.

초량 이바구길의 거점 시설로 이바구 캠프를 운영하고 있으며 현재 다운산 마을에서 위탁 운영하고 있어요. 부산의 이바구길이 여러 곳이 있는데 가장 유명 한 곳이 여기 초량 이바구길이에요. 초 량이바구길은 운영 주체가 여러 곳으로 나뉘어 각자 운영되고 있어요. 거점 시설의 1/3은 구청에서 직영으로 운영 중이고, 1/3 은 복지관에서 노인 일자리 사업으로 운영하고 있고, 1/3은 위탁 운 영으로 마을 공동체에서 운영하고 있습니다.

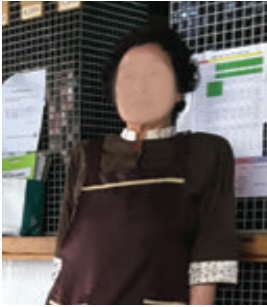
이바구캠프는 도시재생 도시경계 기반 형 사업을 통해 부지 매입 및 시공 등 25 억(국비-12억 5천/부산시 예산 지원-12억 5천) 사업비로 원도심 주거지역 활성화(지역 일자리 창출)를 목적으로 추진 됐어요. 멀티센터를 포함한 3개 건물은 신축했고, 하나는 리모델링해서 총 4개 의 건물이 있어요. 게스트하우스는 8개 룸으로 최대 50~60명이 숙박 가능한 규 모입니다.

Q. 이바구캠프는 어떻게 운영되고 있 나요?

다운산마을은 공동체 이익 회사로 지역 주민+청년 콜라보+마을활동 팀으로 구 성되어 이바구캠프를 주민들과 공동운 영하고 있어요. 대부분 공공 재생사업 에서 운영은 최대 3년 정도 계약해서 위 탁운영을 하다보니 계약 종료 이후 기획 자나 활동가들이 빠져나가고 주민만 남 겨질 경우, 지속적인 관리가 어려워지는 상황이 발생합니다. 다운산마을의 마을 활동팀의 공동운영은 지역공동체를 기 반으로 하는 것이 기본이고, 사업 시작 부터 사전에 설계되어 지금까지 함께 진 행해오고 있어요. 마을 기업의 경우, 같 은 구에 속하는 지역주민 5명이 포함 되 면 설립이 가능합니다.

그런데 저희는 동구 라는 넓은 범위가 아니라 거주지를 기준으로 실제 마을에 거주하는 분들을 중심으로 30가구의 참 여를 통해 마을기업을 설립했어요. 2014 년 1월부터 진행 되었으며, 실제로 운영 한 지는 1년 정도 되었습니다.

주민관찰조사 동피랑마을



지역 어르신 음식점 근무

“집에 있으면
심심하고 재미없는데,
일할 수 있으니 좋지요.
젊은 사람들
만나는 것도 좋고
소소하게
용돈 버는 것도 좋고.”

Q. 168도시락국은 어떻게 운영되고 있나요?

여기 건물은 구청해서 마련해주고, 운영은 복지관에서 하고 있어요.
오전/오후로 나눠서 5시간씩 돌아가면서 할매들이 근무하지요.

Q. 168도시락국은 언제 만들어졌나요?

이 건물은 오래됐고, 매장은 4년 정도 됐습니다.
리모델링을 해서 6.25 당시 분위기를 연출한 것으로 알고 있어요.

Q. 모노레일이 만들어진 후로 매출에 변화 가 있으신가요?

아무래도 그렇지요. 주말에 특히 방문객이 많습니다. 이번 주말에도
80명 정도 예약이 있고, 여름/ 겨울 방학에 예약 손님 위주로 많이
와요.

Q. 일하시는게 힘들지 않으세요? 집에 계시는 것보다 나은가요?

집에 있으면 심심하고 재미없는데, 일할 수 있으니 좋지요. 젊은
사람들 만나는 것도 좋고 소소하게 용돈 버는 것도 좋고.

Q. 일하시는 어르신들은 어떻게 선정이 되나요? 기준 같은 것이
있을까요?

기초연금 타는 분들은 제외되고, 선정 기준이 따로 있어요. 건강도
보고 근무 의지가 높은 사람들 중심으로 정해지는 것 같아요.

Q. 복지관에서 운영하는 다른 곳도 있나요?

여기랑 모노레일 위 카페, 막걸리 집도 복지관에서 같은 방식으로
운영되고 있어요.

Q. 관광객들이 많아지면서 주민들의 불편 사항은 없나요?

사람이 많아서 시끄러운 것. 그런 불만이 있는 것 같은데 모노레일
운영 시간이 오후 8시까지로 제한되어 있어서 그 시간 이후에는
아무래도 관광객이 별로 없고 조용하죠.



지역 어르신
모노레일 승하차장 근무

Q. 관광객들은 어느 정도 찾아오나요?

오늘은 평일이라 관광객이 별로 많지 않는데 주말에는 모노레일 타는 곳 계단 저 아래까지 사람들이 줄 설 정도로 많아요. 단체로도 많이 오고 부산 사람보다 서울 사람들이 더 많이 오는 것 같아.

Q. 여기서 어떤 일을 하세요?

나 말고도 할머니 할아버지들 몇 명이 같이 일하고 있어요. 사람들 위험하지 않도록 탑승 정원에 맞춰 8명까지 타게 하고 줄 세우는 일을 하지요.

Q. 일하시는 건 힘들지 않으세요?

힘들긴 뭐 그냥 소일거리로 하는건데, 여기서 같이 일하는 늙은이들끼리 수도도 떨고 그러면서 일하는 거지.



관광객 1

Q. 이바구마을에 방문한 느낌은 어떠신가요?

[관광객 1] 부산에 사는데 여기는 처음 와봐요. 유명하다고 해서 강아지랑 같이 산책 겸 왔는데 동물은 모노레일 탑승이 안 된다고 해서 가족이 데리고 계단으로 올라가고 저만 탔어요. 흔들려서 조금 무섭긴 한데 뒤로 보이는 바다 풍경도 좋고 재미있어요.



관광객 2

[관광객 2] 계단 양쪽으로 집들이 있고 아기자기하게 꾸며져 있는 게 좋았어요. 집들 사이 좁은 길에 모노레일이 있는 것도 신기하고, 계단을 올라가면서 뒤로 보이는 경치도 멋지네요. 근데 계단이 너무 좁고 경사가 가파른 편이라 내려가는 건 좀 위험할 것 같아요.



관광객 3

[관광객 3] 부산의 역사와 문화를 담고 있는 테마거리라고 해서, 외국인 친구들과 부산역에서 투어버스를 타고 관광하러 왔어요. 모노레일을 타고 전망대까지 올라 왔는데 부산 전망이 한 눈에 보이고 뷰가 너무 좋아요. 전망대에서 보는 부산 바다 풍경이 밤에 더 멋진 것 같아서 밤에 다시 둘러볼까 해요.



“집에 있으면
심심하고 재미없는데,
일할 수 있으니 좋지요.

시끄럽지만..

그래도 젊은 사람 구경하는
재미도 있어요. 활기찬 마을같아
지루하지 않아요.”

02 이해관계자 요구사항 조사분석

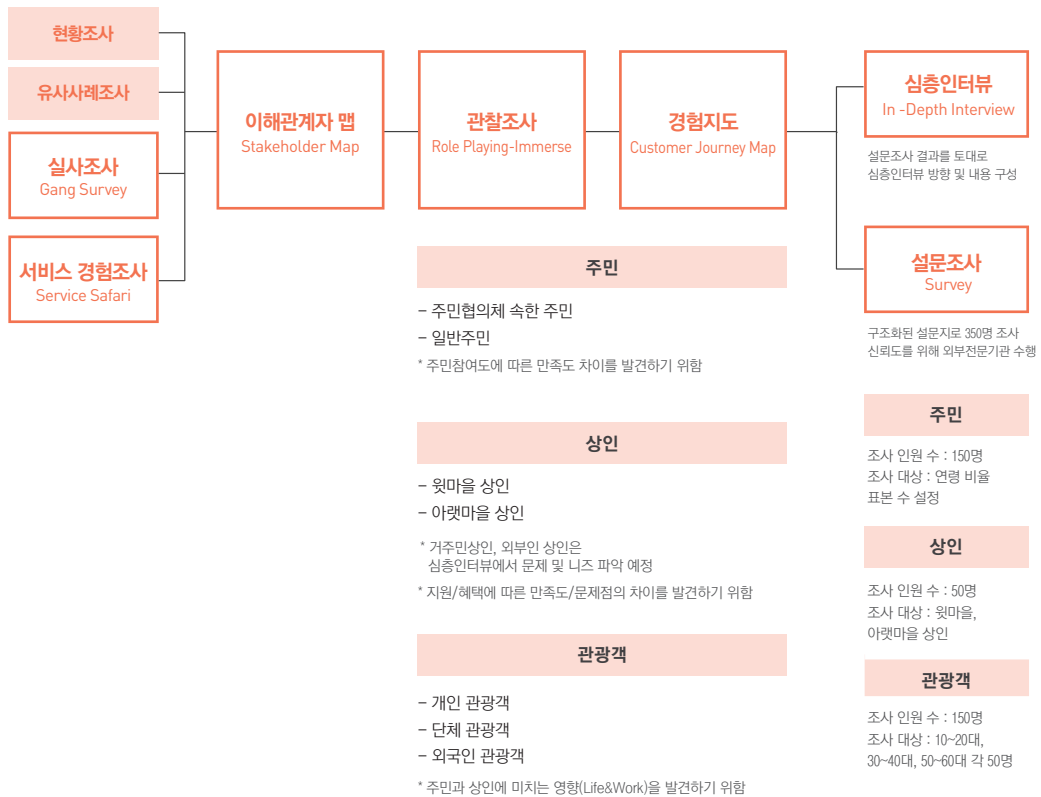
기존의 데스크 리서치(Desk Research)와 정량조사(현황조사, 유사사례 조사)를 중심으로 조사한 결과, 그간 진행된 사업은 주민의 니즈가 반영된 사업이 아닌 행정기관 및 전문가에 의하여 주도된 사업으로 막대한 예산 투입에도 불구하고 투입 대비 주민들의 만족도가 높지 않은 것으로 분석되었다. 이에 따라 필드 리서치(Field Research)와 정성조사를 통해 심층적인 조사, 관찰, 인터뷰 등 주민의 숨은 니즈를 찾을 수 있는 깊이 있는 전문적인 조사가 필요하다.

“주민 관찰, 주민과의 공감을 위해”

| Gang Survey 갱 서베이 | Service Safari 서비스 사파리 | Role Playing - immerse 관찰조사 | Customer Journey Map 경험지도 | Survey 설문조사 | In-Depth Interview 심층인터뷰 |
|--|--|--|--|---|--|
|  |  |  |  |  |  |
| 현재 문제, 갈등이 나타난 현상이나 결과의 원인 파악 드러나지 않은 주민들의 니즈 파악 | | | | | |

시설개선 위주의 지원이 아닌
주민의 니즈를 반영한 사업, 지원방안 도출
앞으로의 지속가능한 해결방안 모색

Field Research Process



감천문화마을의 현장조사계획에는 목표에 맞는 조사 방법, 적절한 조사 인원 선정, 일정, 리서치 가이드라인 등의 준비를 포함하였다.

서비스 사파리를 진행하며 인터뷰와 관찰하기로 구분하여 필요에 따른 방법을 계획하여 진행하였다. 또한 참여자와의 상호작용을 통하여 진행하여 경험과 일상생활을 중심으로 구성하였다.

갯 서베이 Gang Survey

감천문화마을의 주민, 관광객, 상인을 대상으로 서비스가 운영되는 동안의 물리적, 상호작용, 커뮤니케이션 등을 조사하여 다양한 정보를 수집하였다.

[주민,상인, 관광객 대상]

조사 대상 : 주민 그룹 / 상인 그룹 / 관광객 그룹



“아침 일찍부터 시끄러워요
우리집 들어다 보고가는 것도 이젠
익숙해요..막버리고 행동도 버릇없는
관광객도 많아요”
- 주민 -



“관광객들이 돈을 잘 안써요.
매번 상점이 바뀌고 망해서
나가고 그래요... 다들 사진찍고
잠깐 들렀다 가더라구요”
- 상인 -



“스탬프 찍는 것은 재미있는데
중간에 길 헤매고,
스탬프가 어디에 있는지 몰라서
다 못 찍었어요.
지도가 지역을 완벽하게
안내하고 있지 않아서
우리가 어디에 있는지
더 어렵게 만드는 것 같아요.”
- 한국인, 외국인 관광객 -

“거처가는 곳이라서 큰 길 따라서
빨리 둘러보고 사진만 찍고 가요.
풍경은 좋은데 쉴 곳이
없어서 힘들어요.”
- 20대 관광객 -

서비스 사파리 Service Safari

[관광객 대상]

조사 일자 : 1차_2017년 4월 3~4일 (월~화) / 2차_2017년 6월 22일 (목)

조사 장소 : 감천문화마을 (스탬프 지도에서 권장하는 동선에 따라 이동)

조사 방법 : 처음 방문한 관광객 입장에서 마을 환경 및 서비스 체험



"평일 낮 시간에도 사람이 많구나"



"관광안내지도를 왜 구매해야 하지?"



"돈 주고 산 지도인데..
알아보기도 힘들다니.."



"지도도 보기 어려운데 길도 어렵네..
안내 표지판이 있다, 없다.."



"마을해설사 가이드는 주민이 직접
참여해서 그런지 적극적이고 친절하시네...
덕분에 흥미롭다"



"마을에 대한 소개는
체계적으로 볼 수 있어서
이 마을을 깊이 알 수 있어서 좋다..."

















"시장은 왜 문을 다 닫았지?
시장이 북적 거릴줄 알았는데.. 점심을 먹을 곳이 없네..."








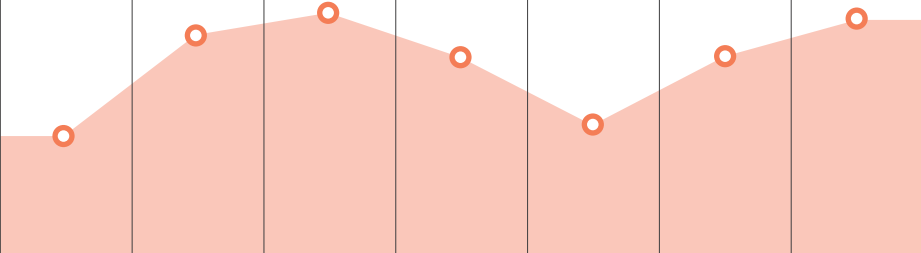


"식사할 곳이 없네.. 마을기업에서 운영하는 식당이라서 기대했는데,
안 되는 메뉴가 많아서 아쉽다.. 가능한 메뉴 중에 먹어야 하더니.."

서비스 사파리 [감천문화마을 첫 방문 관광객 입장]

| Journey |  관광지 진입 |  관광 안내소 |  게스트 하우스 |  점심식사 시장 찾기 (감천 아지매 밥집) |  관광가이드 (마을해설사) |  포토영상 발견 (어린 왕자) |  먹을 거리 구매 |
|---------------------------|--|--|---|--|---|--|--|
| Voice of service provider | <p>여기가 감천문화마을이구나 역시 사람들이 많구나~</p> | <p>감천문화마을입구 도착했으니 관광안내소에 찾아가 지도를 먼저 받아야겠다.</p> <p>지도를 돈을 주고 사야 하더니 기분 상하네.. 지도가 없으면 관광을 못하니 일단 구매해야겠다.</p> <p>온라인으로 예약한 게스트하우스를 찾아야 하는데 지도가 보기 어렵네.. 안내 데스크에 가서 물어봐서 찾아가야겠다.</p> | <p>온라인으로 예약한 방키를 받고 짐을 두고 가벼운 몸으로 관광을 시작해야겠다.</p> <p>방문하자마자 기다리지 않고 주인 아주머니가 방을 안내해주시니 좋다.</p> <p>방이 생각보다 깨끗하다~ 향문으로는 감천마을이 한 눈에 보이니 이 곳으로 예약하길 잘한 것 같다</p> | <p>관광 시작하기 전에 밥을 먹고 시작해야겠다.</p> <p>지도를 보고 감천문화마을 맛집이라는 아지매밥집을 가야겠다.</p> <p>지도를 보고 아랫마을 시장을 찾아가려니 어렵네..</p> <p>아랫마을은 뒷마을과 다른 분위기네. 마을도 시장도 아닌 이 곳..이쪽길이 맞나?</p> <p>시장 안에 먹거리가 있을 줄 알았더니 뭐가 없네.. 문 닫은 곳도 많고.. 고통어추어탕이 유명하다고 하는데 주문한 메뉴는 재료가 없어 안된다니.. 아쉽다.</p> | <p>마을의 주요 관광코스를 마을 해설사와 함께 둘러보기 시작했다.</p> <p>마을가이드를 마을 주민인 어르신에 직접 해주셔서 더 실감나는 것 같다.</p> <p>마을의 배경 설명부터 골목골목 설명해주셔서 더 풍부한 관광하는 것 같아 좋다~</p> <p>마을 홍보부터 참여 의지가 높아 보인다.</p> | <p>온라인에서 많이 보던 어린왕자 뒷모습이 여기에 있구나~</p> <p>기다리려니 사진 찍으려는 사람이 줄이 엄청 길다.</p> <p>근데 사진 찍기에는 안전장치도 허술해 보이고 위험하고 무서워 보이네..</p> <p>그래도 그냥 가기는 아쉽고 멀리서 찍어 기념이라도 해야겠다.</p> | <p>돌아다니다 보니 목도 마르고 배도 고플데 먹거리로 고를만한 가짓수가 몇 개 없네.. 음료를 사먹을 곳도 없고..</p> <p>뭐라도 먹어보고 요기를 채워볼까? 생긴 건 특이한데.. 불량 식품 같아 먹어보기 꺼려진다..</p> |
| Feeling |  |  |  |  |  |  |  |

1. DISCOVER 발견하기

| Journey |  기념품 구매 (특산품) |  공방체험 (아트샵) |  전시장 구경 |  청춘카페 발견 |  길 찾기 |  다시 올라와 감천문화마을 빠져나감 |  게스트하우스 입소 |
|---------------------------|---|---|---|---|---|--|---|
| Voice of service provider | <p>기념품 가게에 들어서 작은 선물거리 실 게 있는지 봐야겠다.</p> <p>감천마을건물이 그려진 기념품들인데.. 특별한 게 없네.. 가격이 비싸네... 가게들마다 상품도 다 똑같고..</p> <p>감천항토소금은 특산물인가? 감천에서 항토소금을 재배하나?</p> | <p>가이드 다니면서 자세히 보고 싶었던 공방을 다시 방문해서 작가 그림도 보고 기념품을 구경해야겠다.</p> <p>작가님도 안예 계시네.. 구매한 엽서 그림에 사인을 받아가야겠다.</p> <p>직원 분은 이 곳 주인이 아닌데 이 곳이 좋아서 찾아오는건 관광객 뿐이 아니구나..</p> | <p>작은 골목 사이로 특이한 미술작품들이 전시되어 있네..</p> <p>골목골목을 돌아다니며 작품을 보니 보물찾기를 하는 것 같다.</p> <p>전시를 보니 마을이 예술마을 같아 보인다.</p> <p>전시를 보다 보니.. 스템프 찍는 걸 잊어버렸다.</p> <p>갑자기 흥미가 떨어진다.</p> | <p>관광가이드가 끝난 시장에서 길을 모르겠네.. 아래로 내려가면 뭐가 더 있으려나? 안내사인이 없네..</p> <p>지도에는 카페가 주변에 있다고 표기되어 있는데 커피나 한 잔 마시고 쉬었다 가야겠다.</p> <p>나이드신 분들이 커피를 만들어 주는 건 좋은데 카페가 분석집 같네..</p> <p>커피를 마시고 싶은 분위기가 아니니..</p> <p>돌고 돌아다니면서 마셔야겠다. 지도를 보고 다시 위로 올라가야겠다.</p> | <p>아래로 내려가도 아무 것도 없는데 되돌아 올라가야 하는 건지 알 쪽 골목으로 건너가야 하는 건지.. 지도에는 별다른 안내도 없고 표지판도 없네..</p> <p>경사가 심한 곳인데 중간에 험타가 따로 없어서 힘들다.</p> <p>감천마을을 다 본게 맞는 건가? 더 뭐가 있나? 아래 쪽은 주민들이 주로 앉으시네.. 주민들이 마주치면 방문이 불편한 느낌이 드는데..; 사생활을 관광하는 느낌이 들어 죄송스럽고..</p> | <p>문 닫을 시간이 되어서인지 조금 한산해졌네.. 이 곳은 일찍 닫는구나..</p> <p>특별하게 생각나는 건 없지만 기념할 만한 걸 못한 것 같은데..</p> <p>공방체험(아트샵)에 가서 다시 보고 싶지만.. 닫았겠지?</p> <p>아쉽지만 게스트하우스 가서 휴식을 취해야겠다.</p> | <p>주인아주머니가 알려주신 번호로 들어가 씻고 피로를 풀어야겠다.</p> <p>주변에 마땅한 곳이 없으니 택시를 불러 저녁을 먹으러 밖으로 나가야겠다.</p> |
| Feeling |  | | | | | | |

관찰조사 Role Playing-Immerse

- 조사 목적 :** 감천문화마을의 거주민 및 관광객 등 대상 구역을 주로 이용하는 연령층 및 성별을 분석하여 설정하여 주민이 생각하는 문제점, 상황, 숨겨진 요구 파악 및 기회요인 발굴
- 조사 방법 :** 관찰조사를 통한 각 이해관계자별 이용형태 분석 및 페인 포인트(불편/어려움이 생기는 지점) 도출
- 조사 기간 :** 평일 1박2일, 주말 1박2일
- 조사 대상 :** 대상지에 거주하는 주민, 상인, 관광객(내국인, 외국인)



| 주민 | | 상인 | | 관광객 | | |
|--|--------|---|---------|---|--------|---------|
| ROLE 1 | ROLE 2 | ROLE 3 | ROLE 4 | ROLE 5 | ROLE 6 | ROLE 7 |
| 주민협의체에 속한 주민 | 일반 주민 | 윗마을 상인 | 아랫마을 상인 | 개인 관광객 | 단체 관광객 | 외국인 관광객 |
| 주민 참여도에 따른 만족도 차이 및 Needs 발견 | | 지원/혜택에 따른 만족도/문제점의 차이 발견 <small>* 거주민 상인, 외부인 상인은 심층인터뷰에서 문제 및 니즈 파악 예정</small> | | 주민과 상인에 미치는 영향(Life&Work) 발견 <small>* 관광객 비율에 따라 연령대 설정</small> | | |
| 주중, 주말 동일인물을 기준으로 시간대별 일상 생활 속의 행태 조사 (08:00 ~ 20:00) | | | | 주중, 주말 시간대별 일상 생활 속의 행태 조사 관광객이 많이 모이는 특정 시간대 파악 및 관광 시 식사하는 시간 등 시간대별 관광객의 행태 파악 | | |

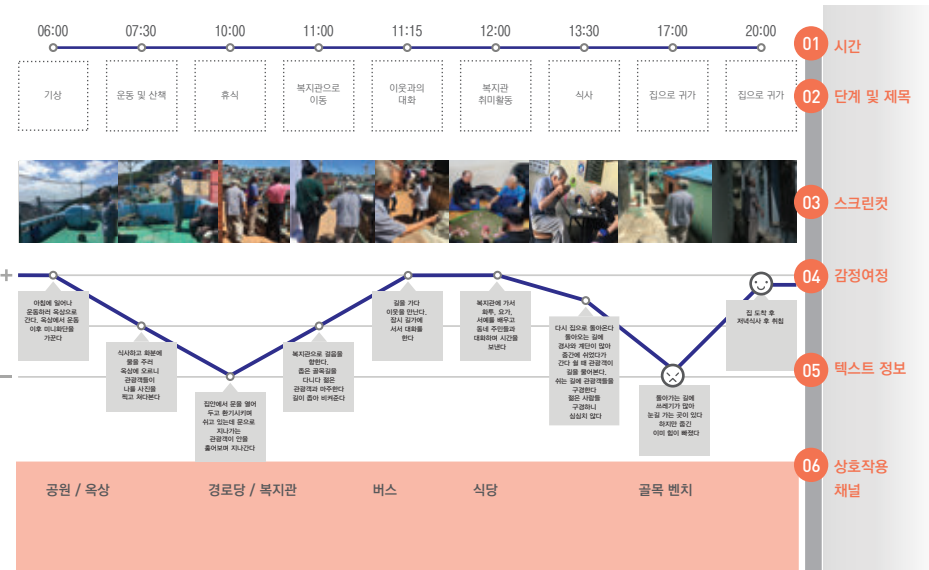
경험지도 Customer Journey Map

피관찰자의 자연스러운 행동을 관찰하여 내면 세계나 잠재의식, 숨겨진 욕구 등 드러나지 않는 부분을 찾아낼 수 있어 정밀하고도 객관적인 조사 방식으로써 사용자를 이해하는 가장 효과적인 방법으로 활용되며, 인터뷰와 병행하여 숨겨진 인사이트를 발견할 수 있음

감천문화마을 주민



- 75세 / 62년 거주
- 과거 마을해설가 활동
- 현재 활동 없음, 마을 애착심이 있는 편임
- 관광지화로 [관광객에게]불만은 있으나 마을발전엔 비하면 참을 수 있다.
- 주로 복지관에서 시간을 보냄



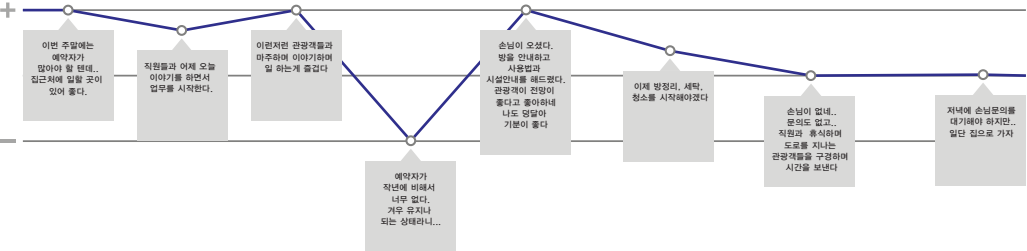
감천문화마을의 경우 이해관계자 맵에서 발견된 주민, 상인, 관광객을 주요 서비스 수요 대상으로 인지하고 일상 흐름을 중심으로 경험지도를 작성하였다. 감정여정이 낮은 지점의 원인을 찾고 해석하기 위해 감정의 상대방이 누구인지, 상호작용이 일어나는 채널은 무엇인지 표현하고 어떻게 변화시킬 것인지 고민한다.

1. DISCOVER 발견하기



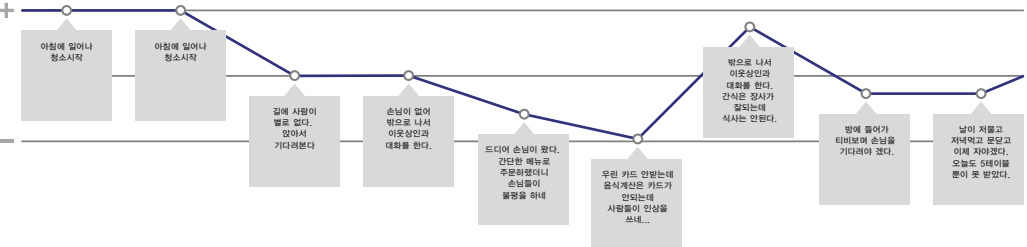
협업체 소속 주민

- 초중고 학부모
- 마을에 주거하며 게스트하우스 직원
- 주민으로서의 관광객으로 인해 피해가 있지만 일할 수 있어서 좋다.



일반주민

- 주민+상인 실비집
- 30년 거주 / 가게운영 7년
- 마을에 거주하며 가게 운영
- 감천문화마을이 잘됐으면 하는 바람이 큼



설문조사 Questionnaire

조사 목적: 데스크 리서치, Gang Survey, 관찰조사, 경험지도를 통해 발견된 정성적인 내용
(이해관계자별 불만 및 니즈 등)을 정량화시켜 우선순위 파악

조사 기간: 17년 9월 15일 설문조사원 교육 / 9월 18일 ~ 29일 12일간 진행

조사 대상: 주민 150명, 상인 50명, 관광객 150명

조사 방법: 구조화된 설문지를 이용한 개별 면접조사

조사내용

공통 : 기본통계

주민대상 주요 설문내용

마을생활 및 환경, 이웃과의 교류, 감천문화마을 주거환경 /생활 만족도, 감천문화마을 특색,
마을 시설 및 단체(기업) 인지도, 운영수익금 활용 인지도 및 환원 내용,
정부지원 사업 결과에 대한 만족도, 감천문화마을 시설물 및 프로그램, 방문객 증가로 인한 문제해결 방안

관광객 주요 설문내용

방문행태(계기, 정보취득경로, 목적 및 계획, 전반적 마을 느낌), 감천문화마을을 만족도,
방문시설 및 소요시간, 지출내용, 마을에 대한 느낌, 마을에 대한 개선점

위 그림은 감천문화마을 설문조사에 사용된 설문지이다. 기존사업, 연구조사 등에서 선진행된 구조화된 설문자료 중 기본 설문문항은 제외하였으며 문제 및 주민 니즈를 알 수 있도록 데스크리서치, 현장조사 내용을 토대로 설문 문항을 재설계하였다. 기존의 주관식 위주의 설문조사를 사전 조사된 내용을 기반으로 니즈를 도출할 수 있도록 객관식 문항으로 설계하였다. 데스크리서치, 갱 서베이, 관찰조사를 통해 발견된 문제점 및 니즈 등을 정량화 시켜 우선 순위를 파악, 주민, 상인 관광객 다수를 대상으로 구조화 된 설문지를 이용해 일대일 면접조사를 진행하였다.

심층인터뷰 In-Depth Interview

설문조사 결과를 토대로 심층인터뷰 방향 및 내용 구성

조사 기간 : 17년 9월 1일(금) ~ 3일(일) / 3일간 진행(주중, 주말)

조사 대상 : 감천문화마을 주요 이해관계자, 주민(일반주민/협업체 소속)

상인(윗마을/아랫마을), 관광객(국내/외국인/국내외 단체)



감천문화마을 현장조사(Gang Survey), 경험지도의 내용을 토대로 인터뷰 가이드 작성하였으며 개방형 질문으로 숨은 니즈를 도출할 수 있도록 설계하였다. 그 외 경험지도의 단계별 이슈를 접근해가며 정보 습득을 계획하였고 그에 대한 문제 해결 단서를 찾기 위해 친숙한 현장에서 인터뷰를 진행하였다.



「감천문화마을 인터뷰 진행」



02

DEFINE 정의하기

니즈 분석

퍼스나 Persona

터치포인트 맵핑 Touchpoint Mapping

이슈 도출

어피니티 다이어그램 Affinity Diagram

지역상생디자인단 구성

지역상생디자인단 발족식 Orientation

전략목표 설정

발산워크숍 Divergent Workshop

01 니즈분석

퍼소나 Persona



Persona 1 20 ~ 30대 청년

기본정보 (객관적인 요소)

이름(나이/성별) : 감 천 희 (31세 / 남)

직업 : 사무직으로 근무 중이며 창업 준비 중

거주지 : 감천문화마을

라이프 스타일

소셜 그룹 : 대학동기, 직장동료, 마을 청년회가 있다는 것은 알고 있으나 참여 방법을 몰라서 하지 못했음

주요 환경 : 평일에는 출근 후 주로 밤 늦게 귀가하여 집에서 머문다. 주말에는 친구 모임이나 데이트를 위해 타 지역으로 이동하지만, 가끔은 감천문화마을에 있는 카페에서 만나기도 한다. 직접 만들고 배우는 것을 좋아해서, 이것저것 배우다 보니 창업을 고민하게 되었으며, 그래서 시장조사를 위해 맛집이나 트렌디한 슍을 찾아 다니고 있다. 운동을 좋아하는데 마을 주변이나 집 근처에는 운동할 만한 곳이 없다보니 퇴근 후 회사 근처에서 운동을 하고 온다.

가치 (경청, 신뢰, 성실)

다른 사람의 말을 경청하는 것이 중요하다고 생각하며, 일을 할 때는 성실이 최우선이라고 생각하고 있다. 인간 관계는 신뢰가 전제되어야 한다고 생각하는데 그만큼 신뢰를 한 번 쌓으면 오래 가지만, 신뢰를 쌓기까지 시간이 걸린다.

행동

한 마을에서 태어나서 자란 탓에 이웃 어르신들을 많이 아는데 마을 관련한 일에서 어르신들의 말씀을 경청하기는 하지만, 생각이 다른 부분이 있어도 의견을 제시할 방법이 없고 그런 분위기가 아니라 포기할 때가 있다. 마을의 일에 나서지 않는 것이 그간의 신뢰를 잃지 않는 것이라는 생각에 부모님께 직접적으로 나서지 말라고 말씀을 드리곤 한다. 마을에서 창업을 하는 것도 고려 중인데 기존 상인들과 관계를 형성하는 방법을 잘 모르겠으며, 이런 저런 소문을 들어서 어울리는 것이 두렵기도 하다. 마을에 작가님들이 계셔서 친해지고 싶기도 하고, 자문을 구하고 싶기도 한데 주중에는 퇴근하고 가면 늦고 주말에는 관광객이 많아서 만나기도 어렵고 어떻게 생각하실 지 몰라 망설이고 있다.

원하는 바

마을이 관광지화 되면서 뭔가 할 수 있는게 있지 않을까 생각하는데 사람을 만나기도 기존 그룹에 참여하기도 어렵다. 마을에서 같은 생각을 갖거나 고민을 함께 하거나 조언을 구할 사람을 만나고 싶다. 마을에 지원되는 것 중에 할 수 있는 것이 있을 것 같은데 정보와 기회를 얻고 싶다. 부모님이 이 마을에서 소외 당하거나 손해 보지 않으면서 오래 사시길 바란다.



Persona 2 40 ~ 60대 중년

기본정보 (객관적인 요소)

이름(나이/성별) : 감 천 식 (55세 / 남)

직업 : 단순 노무직

거주지 : 감천문화마을 윗마을

라이프 스타일

소셜 그룹 : 마을에 거주하는 주민, 경로당을 다니는 어르신, 같이 일하는 일용직

주요 환경 : 건설 단순노동 관련 20년간 일용직을 하다가 지금은 마을 내에서 새로 짓는 건축, 마을 일을 주로 한다. 주로 아침 8시부터 일을 시작하며 오후 4시에는 일을 마치며 퇴근 후 시간에는 대부분 집에서 쉬거나 경로당 또는 마을에 찾아가 기술이 필요한 일이 있다는 연락이 오면 가서 도와 드린다. 마을 봉사활동을 많이 하기 때문에 복지관에 자주 들르는 편으로 복지관에서 필요한 기기, 기계를 대여하여 마을 어르신 집을 고쳐 드린다.

가치 (용기, 약속, 기다림)

불의를 보면 참지 못하는 성격이라 마을에 불만이 생기거나 아니라고 생각하는 것이 있으면 손해를 보더라도 말을 해야 한다. 몸이 불편하거나, 주변에 피해를 보는 상황을 만나면 나서서 해결해주려고 한다. 구청, 주민협의체에 민원이나 불만을 많이 이야기하고, 해결해주길 기다리는 편이나 매번 약속만 하고 지키지 않는 경우가 많아서 마을에 실망을 많이 한다.

행동

마을에 어르신이 많기 때문에 젊은 사람들이 마을을 위해, 어르신 분들을 위해 솔선수범 해야한다고 생각한다. 주민협의체에 속해 있지는 않지만 마을 활동에는 열심히 참여하려는 의사는 있다. 그러나 협의체 주류들만 정보가 서로 공유되어 일반 주민들은 정보가 부족하여 참여하기가 어렵다.

원하는 바

구청, 주민협의체에서 투명하게 일을 처리했으면 좋겠다. 관광객들이 늘어나면서 마을 사람들이 이기적으로 변했다고 느낀다. 힘이 없는 주민들을 위해 귀담아 이야기를 들어주고, 어떻게 반영이 되는지 알 수 있었으면 좋겠다. 예전에는 정자에서 막걸리도 마시고 이야기도 나누고 했는데 지금은 눈치 보이다 보니 마을에 주민들이 마음 놓고 쉴 수 있는 장소가 있었으면 좋겠다.



Persona 3 70대 노년

기본정보 (객관적인 요소)

이름(나이/성별) : 감 천 자 (75세 / 여)

직업 : 무직

거주지 : 감천문화마을 윗마을

라이프 스타일

소셜 그룹 : 마을 주민, 경로당 어르신, 복지관

주요 환경 : 예전에는 일을 했었으나 지금은 별도로 활동하는 것은 없다. 주로 마을 복지관에서 친구들과 이야기를 나누거나 같이 식사를 하며 취미 활동인 화투, 요가, 서예를 배우는 등 주민들과 함께 대화하며 시간을 보낸다. 오후에는 마을을 돌아다니며 주민들과 수다 떨고 관광객이 길을 물어보면 안내해주며 시간을 보낸다.

가치 (협동, 배려, 인정)

60여년 감천문화마을에 살면서 이보다 더 어려울 때도 많았다. 그때도 마을 주민들이 서로 협동하고 배려하며 잘 지내왔기 때문에 앞으로도 그렇게 될 것이라 믿는다. 예전이나 지금처럼 문화마을 그대로의 모습, 이웃간의 정이 남아 있었으면 좋겠다. 나이 많다고 배려해주시기를 바라지 않는다. 내가 어른으로서 모범을 보이려고 노력한다.

행동

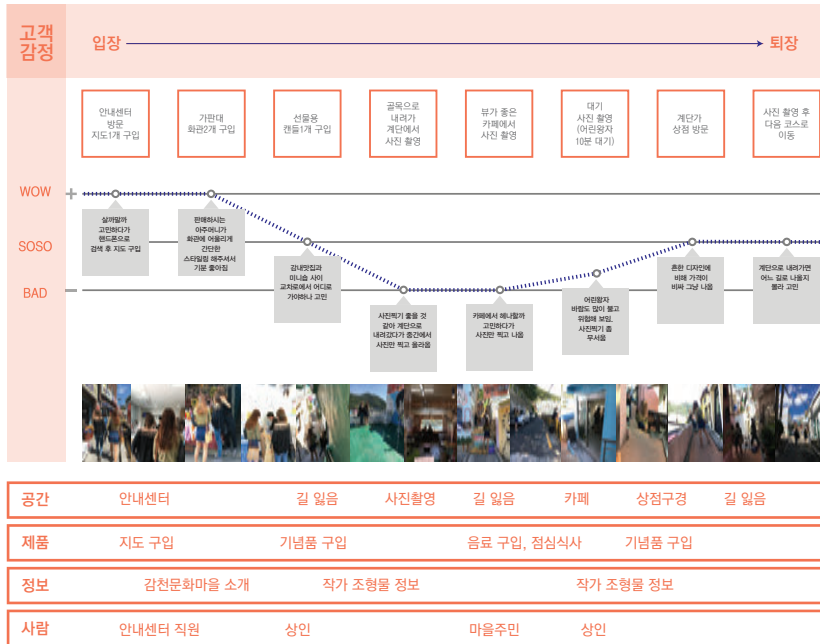
마을에 애착심이 많다. 마을에 도움이 될 수 있다면 언제든지 참여할 의사가 있다. 나이들고 몸이 불편해서 그렇지 작은 것이라도 내 손으로 직접하고 싶고 돈도 벌 수 있다면 좋겠다. 마을에 대한 자부심이 강하다. 마을을 위한 일이라면 불편하더라도 참고 감내하려고 노력한다. 그러나 마을을 함부로 하면 참을 수가 없다. 과거에도 그랬고, 지금도 그렇고 앞으로도 마을의 주인은 주민들이라고 생각한다.

원하는 바

젊은 사람들이 많이 와서 심심하지 않고, 마을이 활기를 찾아 밝아졌다고 생각하지만, 주민이 사는 동네이므로 좀 더 관광객들이 매너 있게 에티켓을 지켜줬으면 좋겠다. 특히 기본적으로 남의 집을 들여다 보거나 쓰레기를 버리거나 큰소리로 이야기 하는 것은 하지 않았으면 좋겠다. 주민들도 관광객들 탓만 하지 말고 내 집 앞은 내가 치우고 가꾸었으면 좋겠다. 마을의 불편한 점이나 문제 해결을 위해 의논할 곳이 있었으면 좋겠다. 누구에게 말해야 할 지 모르겠다. 마을의 소식을 복지관이나 골목에서 마을 주민들에 의해 건너건너 소식을 듣는다. 마을 주민 모두가 더 쉽게 마을의 소식을 접할 수 있었으면 좋겠다.

터치포인트 맵핑 Touchpoint Mapping

감천문화마을은 주민, 관광객, 상인을 대상으로 서비스가 운영되는 동안 상호작용, 커뮤니케이션 등을 조사하여 터치 포인트 매핑을 시각화하였고 그에 따른 특이점을 발견하였다.

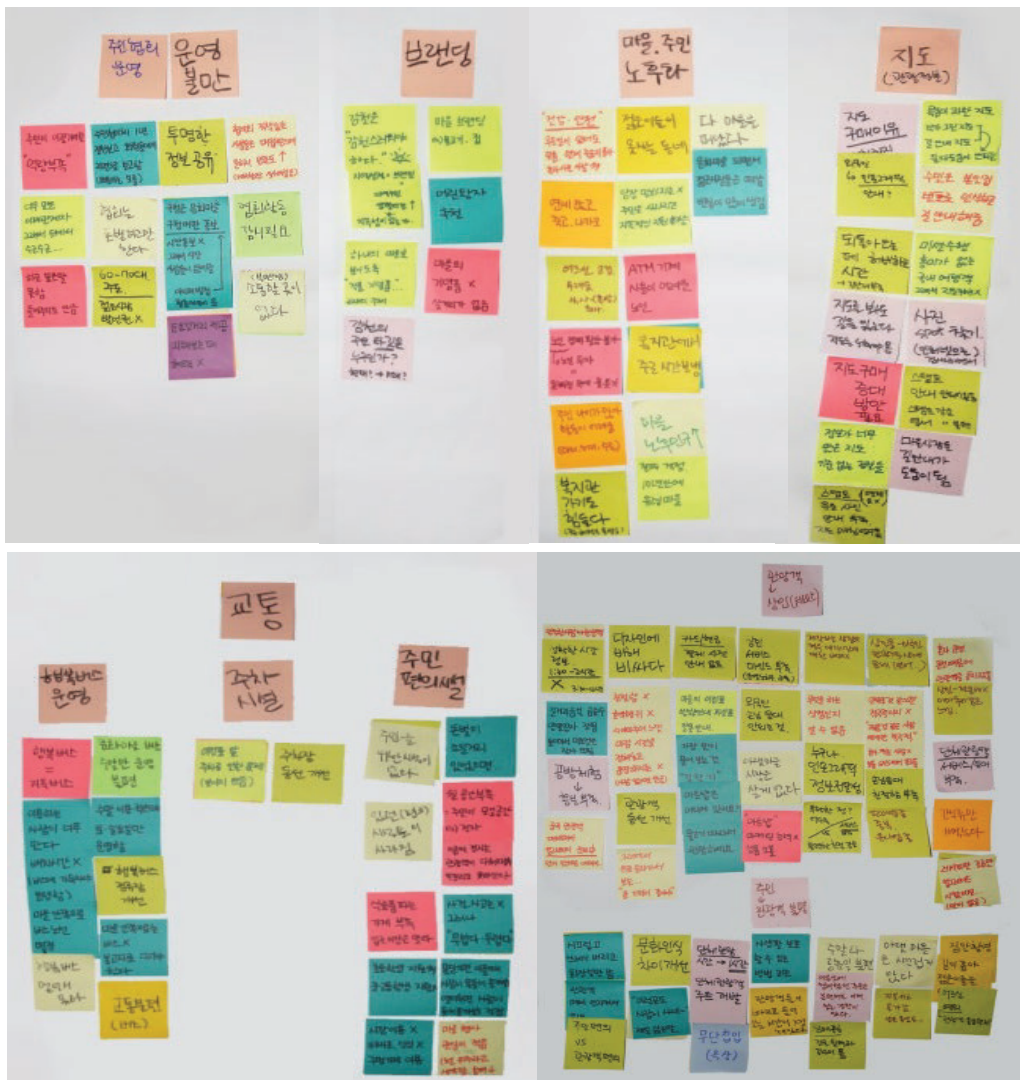


02 이슈도출

어피니티 다이어그램 Affinity Diagram

어피니티 다이어그램을 통해 그룹화하여 흩어져 있던 정보 속에서 더 본질적인 내용을 발견하고 연결하는 과정이다.

이 과정에서 사용자의 본심을 찾고 행동과 말 뒤에 숨어있는 진짜를 직감적으로 찾는다.



진행 과정 Ideation

감천문화마을에서 다양한 조사법을 통해 확보한 내용을 바탕으로 포스트잇에 작성하였다. 연관성에 따라 분류한 포스트잇을 그룹핑하여 마을에 대한 주민 니즈와 불만, 문제점 등 주요 이슈를 도출하였다. 도출된 이슈를 중심으로 주제 및 키워드 형태로 정리하며 어피니티 다이어그램 Affinity Diagram을 적용하였으며 완성된 다이어그램에서 이슈를 도출함.



이슈도출

| | | | | | |
|---------------------|---------------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| 주민협의회 주민참여증대 | 주민 환원 시 니즈반영 | 주민협의회 소통확대 (정보공유) | 주민(노인)이 다니기 힘한 길 해결 | 관광객 에티켓 (쓰레기, 소음, 무단침입, 사생활 침해) | 주민편의 상점부족 (식료품, 은행, 미용실 등) |
| 시설홍보 부족 (체험, 상품) | 지도개선 (정보, 수익성, 디자인, 운영방법) | 마을 대표상품 | 상점 고도화 | 작가와 상생 | 일하고 싶은 어르신 |
| 주차 문제 | 마을 노령화 (주민, 환경) | 주민생활 영역강화 | 불거리 다양성 부족 | 주민 안전 (보호) 장치 증대 | 먹거리 개선 (맛, 가격 등) |
| 주민들의 공간증대 | 주거지 영역성 강화 | 살만한 게 없다 | 교통 불편 | 떠나는 주민 | 주민협의회체 자립능력 강화 |

이슈 카드 Issue Card

도출된 이슈 중 인프라가 구축되어 있는지, 주민 참여를 통해 실행할 수 있는지, 마을 정체성 확립에 기여하는지 검토하여
이유를 창출하는 과정에서 마을의 문제를 해결할 수 있는 이슈 선별



지역상생디자인단 구성

지역상생디자인이란?

정책 공급자인 공무원, 수요자인 지역주민 및 서비스 디자이너가 함께 참여하여 서비스디자인 기법을 바탕으로 공공 정책 및 서비스를 개발/발전시키는 새로운 정책(서비스, 공공사업) 설계 방식이다. 사업전반에 수요자인 지역주민, 공무원, 전문가가 함께 참여하는 워킹그룹을 운영하여 기획과 설계에 수요자의 의견을 반영, 관중심에서 수혜자 중심의 지속 가능한 서비스 개발 · 확산한다.

목 표 : 참여형 워크숍을 통해 공감과 이해를 바탕으로

수요자(주민)의 드러나지 않은 니즈를 파악하여 지속 가능한 해결방안 모색

구성원 : 수요자(지역주민/ 각 이해관계자 대표), 디자이너, 서비스디자이너, 정책공급자

운 영 : 사업기간 내 3회에 걸쳐 워크숍 진행, 의견 수렴 및 반영



지역상생디자인단 운영 프로세스

| 주제 | 주요내용 | 참석자 |
|--|---|--|
| 발족식 Orientation | <ul style="list-style-type: none"> - 사업설명 및 참여방식 (서비스디자인 프로세스) 이해 - 아이스브레이킹, 롤플레이를 통한 서로의 입장 이해 | |
| 이슈 도출 Issue Generation | <ul style="list-style-type: none"> - 문제점 공유 - 팀워크 도모 | |
| 컨셉 개발 Concept Generation | <ul style="list-style-type: none"> - 연관성다이아그램(Affinity Diagram) 활용하여 디자인 지침 도출 - 이슈카드(Issue Card)를 통한 다양한 관점 유발 및 컨셉 개발 - 이슈 및 전략목표 공유 | <ul style="list-style-type: none"> - 서비스디자이너 - 지역주민 - 정책공급자 |
| 의견 수렴 Ideation | <ul style="list-style-type: none"> - 경험프로토타입(Experience Prototype) - 도출된 아이디어, 프로토타입 선호도 조사 - 주민의견 수렴 | |
| 최종보고 Guideline / Prototyping | <ul style="list-style-type: none"> - 사업 전체 내용 및 결과를 공유 - 지역상생디자인단 주도 | <ul style="list-style-type: none"> - 지역상생디자인단 - 지역주민 |

지역상생디자인단 발족식 Orientation

사업설명 및 참여방식 (서비스디자인 프로세스) 이해
아이스브레이킹, 롤플레이를 통한 서로의 입장 이해

01 지역상생디자인단 소개



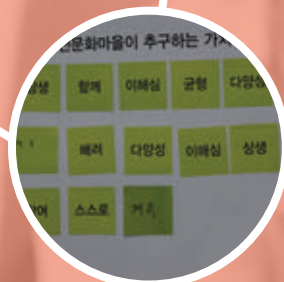
03 우리마을 과제찾기

- 공유가치창출 과제 찾기
- 과제 우선 순위 선정



02 소통의 문 열기

- 마음열기 및 가치네임 정하기
- 마을이 추구하는 가치 정하기



03 전략목표 설정

발산워크숍 Divergent Workshop

비전과 과제선정, 아이디어 공유하기, 이슈 해결점 찾기



04 함께 기획하기

- 비전과 과제 선정 Issue card
- 아이디어 공유하기 Mind map
- 이슈 해결점 찾기 Frame work



장소 : 감천문화마을 내 사하구종합사회복지관

시간 : 17년 10월 20일(금) 18:30 ~ 22:00

참석 인원 : 23명

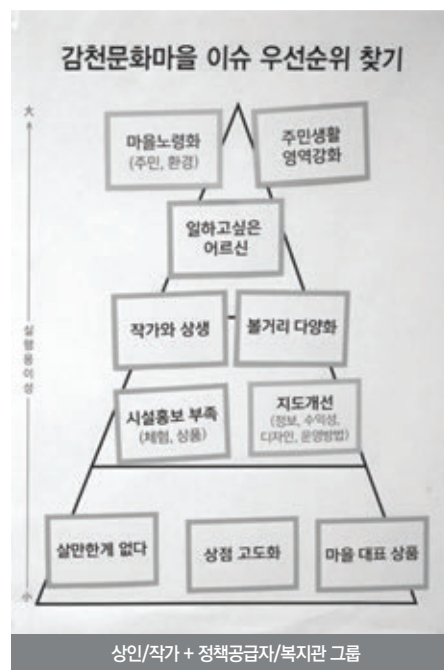
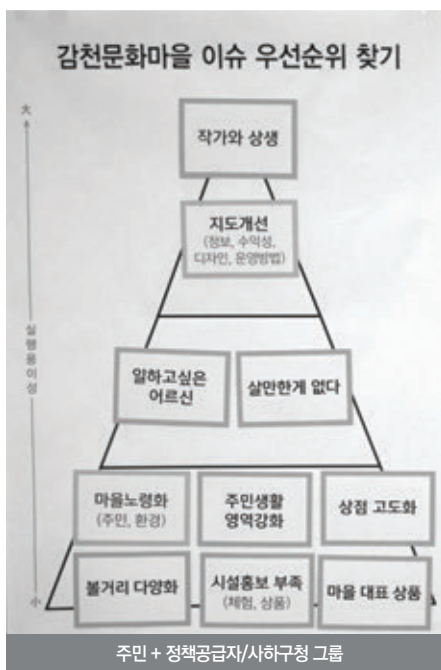
- 주관기관 디자인진흥원 2명, 수행기관 이음파트너스 6명
- 지역상생디자인단 지역주민 6명 / 상인(적7)그룹 5명
- 지역상생디자인단 정책공급자 사하구청 2명 / 복지관 2명

| 내용 | 세부내용 |
|-----------------------|---|
| 참석자 등록 | - 참석자 등록 및 다과 |
| 인사말 진행 순서 설명 | - 인사말 - 진행 순서 설명 |
| 비전과 과제선정 | - 우리 마을 공유가치창출 과제찾기 - 과제 우선 순위 선정 |
| 아이디어 공유하기 | 함께 이슈 해결 과제 찾기 - 마인드맵 - 자기위치에서 할 수 있는 과제 찾기 |
| 이슈 해결점 찾기 | 자기 위치에서 이슈 해결 역할 찾기 - 과제에 대하여 할 수 있는 일 우선순위 선정하기 - 해결 주제, 방법, 자원 확인하기 - 우선 이슈 해결을 위한 주민 행동 계획 공유하기 |
| Gallery Walk & 마무리 | - Gallery Walk (마인드맵 아이디어 선호도 조사) - 질의 응답 - 마무리 인사말 |

비전과 과제 선정

이슈카드 Issue card

도출된 이슈 중 인프라가 구축되어 있는 지, 주민 참여를 통해 실행할 수 있는 지, 마을 정체성 확립에 기여하는 지 검토한다. 이윤을 창출하는 과정에서 마을의 문제를 해결할 수 있는 이슈로 선별된 이슈카드를 가지고 워크숍 참가자 그룹별(주민 + 정책공급자 / 사하 구청 그룹, 상인/작가 + 정책공급자/복지관 그룹) 선호도를 기준으로 먼저 해결해야 할 과제를 선정한다.



이슈 해결 과제

지도개선
(정보, 수직성, 디자인, 운영방법)

마을 노령화
(주민, 환경)

주민생활영역 강화

아이디어 공유하기

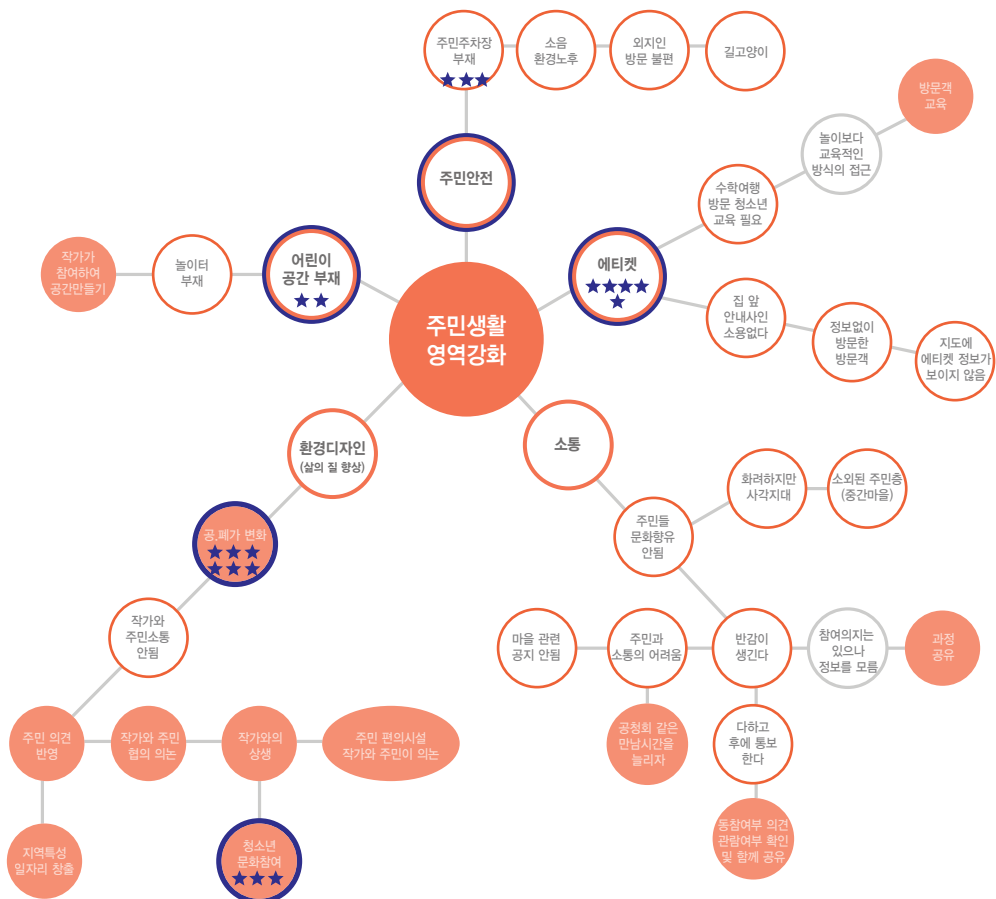
마인드맵 Mind Map

이슈를 해결할 수 있는 방법, 해결하기 위해 필요한 자원, 내가 이슈를 해결하기 위해 할 수 있는 일 등 해결 과제에 대하여 자유롭게 평소 생각했던 다양한 의견을 서로 이야기하며 마인드맵을 작성하며 해결 방안을 구상한다.



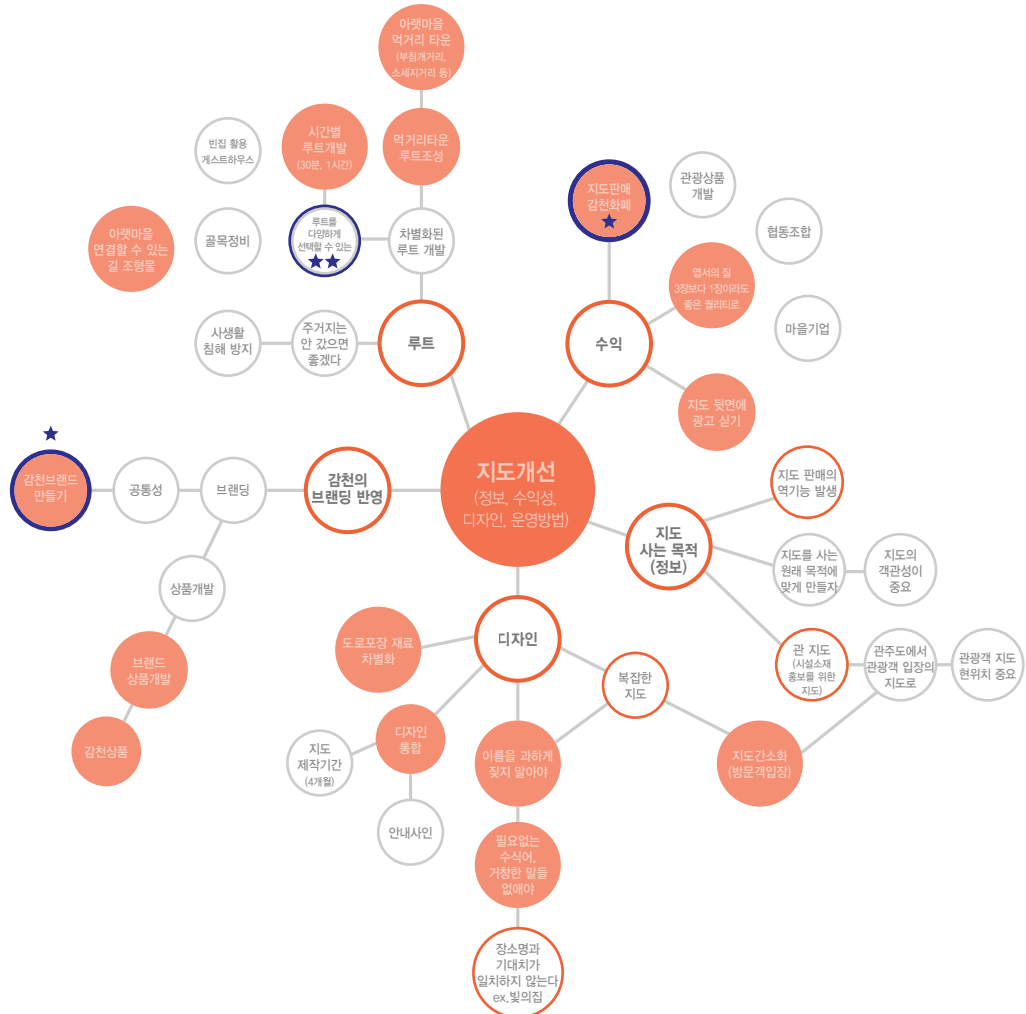
주민생활 영역강화 마인드맵

마인드맵을 작성하며 해결 방안 구상 후 감천문화마을의 공유가치창출을 위해 주민생활 영역강화를 주제로 가장 합리적이고 실행이 용이한 문제 및 해결 방안에 대한 선호도 조사를 진행하였다. 다수의 의견이 반영된 아이디어에 스티커로 투표한다.



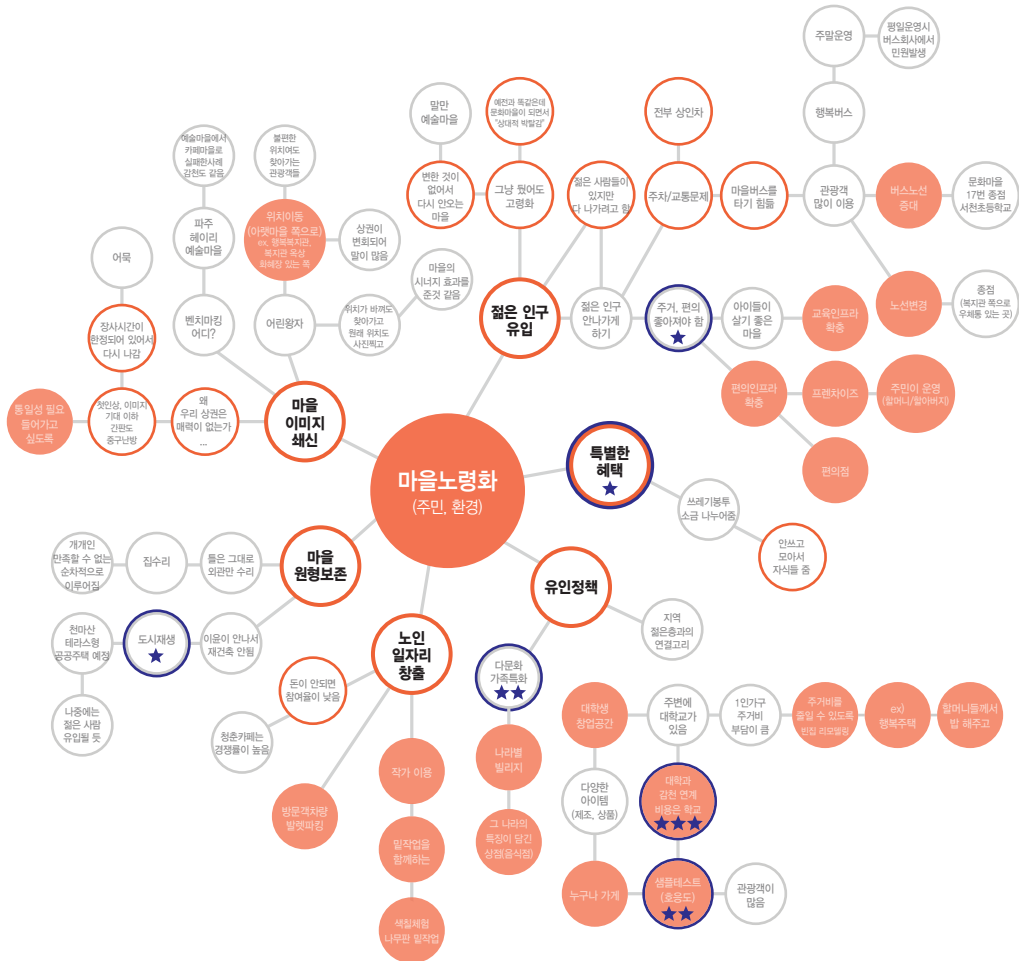
지도개선(정보, 수익성, 디자인, 운영방법) 마인드맵

마인드맵을 작성하며 해결 방안 구상 후 감천문화마을의 공유가치창출을 위해 지도개선을 주제로 가장 합리적이고 실행이 용이한 문제 및 해결 방안에 대한 선호도 조사를 진행하였다. 다수의 의견이 반영된 아이디어에 도트스티커를 부착한다.



마을 노령화 (주민, 환경) 마인드맵

마인드맵을 작성하며 해결 방안 구상 후 감천문화마을의 공유가치창출을 위해 마을 노령화를 주제로 가장 합리적이고 실행이 용이한 문제 및 해결 방안에 대한 선호도 조사를 진행하였다. 다수의 의견이 반영된 아이디어에 도트스티커를 부착한다.



이슈 해결 역할 찾기

선호도 조사

이슈 해결 과제 마인드맵을 보며 주제에 따라 할 수 있는 일, 서로 도울 수 있는 방법, 무엇이 필요한 지 주민, 상인(작가), 관(정책관계자) 각각의 입장에서 할 수 있는 일을 찾아 우선 순위별로 작성하였다. 그 후 워크숍 참가자 전원은 해결 방안에 대하여 선호도 조사 진행하며, 다수의 의견이 반영된 아이디어에 도트스티커를 부착한다.

감천문화마을 이슈 해결 역할 찾기

이슈: **주민생활 영역 강화**

| | "주민" 스스로 할 수 있는 일 | "상인" 이 함께 할 수 있는 일 | "관" 이 함께 할 수 있는 일 |
|----|-------------------------------------|--------------------------|----------------------|
| 순위 | 주민으로서 역할 분담 주민 "인생" | | 만남 자리 |
| 순위 | 지역으로서 문화 공간으로 마을의 문화로 살아나기 | 마을을 통해 문화 공간을 활용하기 | 일방각 연락처 |
| 순위 | 작가생들과 의논 현장체험하기 | 문화공간에 해당하는 문화공간 | 문화공간을 활용하기 |
| 순위 | 지역의 여러 문화공간을 활용하기 | | |
| 순위 | 문화공간 이용 프로그램 이해 | | |

감천문화마을 이슈 해결 역할 찾기

이슈: **지도 개선**

| | "주민" 스스로 할 수 있는 일 | "상인" 이 함께 할 수 있는 일 | "관" 이 함께 할 수 있는 일 |
|-----|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| 1순위 | 지역에서 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 2순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 3순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 4순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 5순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |

감천문화마을 이슈 해결 역할 찾기

이슈: **마을 보편화 (구원. 권역)**

| | "주민" 스스로 할 수 있는 일 | "상인" 이 함께 할 수 있는 일 | "관" 이 함께 할 수 있는 일 |
|-----|----------------------|-----------------------|----------------------|
| 1순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 2순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 3순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 4순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |
| 5순위 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 | 문화공간을 활용하기 |



03

DEVELOP 발전하기

컨셉 도출

인사이트 도출 Insight Generation

아이디어 도출

만달아트 Mandal Art

아이디어 스토리 보드 Idea Story Board

아이디어 평가

수렴 워크숍 Convergent Workshop

서비스 프로토타이핑

프로토타이핑 Prototyping

서비스 시연 Service Staging

01 컨셉 도출

공간적, 시간적, 사회적 요인을 고려하여 관계자를 구조화 한 후 그들이 제공하는 유/무형의 환경을 파악한다.
중요한 이해관계자들의 문제와 이슈를 확인하기 위한 과정이다.

인사이트 도출 Insight Generation

군중 속의 고독, 상대적 박탈감, 소외감

(관광객과 나 / 상인이 된 주민과 나 / 윗마을 상인과 나 / 주민협의체와 나 / 어르신들과 나)

주류 / 중심으로부터 느끼는 소외

문화

지원

정보

기회

혜택

낮은 자존감, 높은 진입장벽

인사이트 도출

공유가치를 창출하기 위해
내면의 심리, 근간에 내포되어있는 정서, 소외감

“이해관계자 간 소외감 줄이기”

3. DEVELOP 발전하기

주민생활 영역강화

| 구 분 | | “주민” 스스로 할 수 있는 일 | “상인” 이 함께 할 수 있는 일 | “관” 이 함께 할 수 있는 일 |
|-------------------|--|---|---|---|
| 1순위 마을 환경개선 | 마을환경 개선 주민과 작가 협업 | <ul style="list-style-type: none"> - 마을을 위한 역할을 분담해주면 참여 - 마을 리모델링 관련 일자리에 참여 - 작가와 의논을 협의하면서 활동참여 - 공폐가 발전에 일손 ●●● | | <ul style="list-style-type: none"> - 민원처리 ●●● - 일방적인 업무진행은 안하겠다 - 마을에서 주민들이 하고자 하는 일, 활동이 무엇인지 알고 지원 |
| 2순위 에티켓 | 주민과 외지인과의 에티켓 해결 사전 교육을 통해 행동을 교정시키자 | <ul style="list-style-type: none"> - 마을을 위한 활동에 참여하며 봉사한다 ●●● | <ul style="list-style-type: none"> - 마을 에티켓 관련하여 손님에게 인사말과 함께 전달해준다 ●●● - 점포 앞 쓰레기는 알아서 치우기 | |
| 3순위 소통 | 주민, 협의회, 작가 모두의 소통 일방적인 정보 공유보다 과정공유와 참여활동 기회 | <ul style="list-style-type: none"> - 주민으로서 마을에 대한 자부심을 갖고 관심있게 문화를 알아가 본다 ●●● - 마을에 관심을 가지고 활동 참여 | | |

지도개선 (정보, 수익성, 디자인, 운영방법)

| 구 분 | | “주민” 스스로 할 수 있는 일 | “상인” 이 함께 할 수 있는 일 | “관” 이 함께 할 수 있는 일 |
|-----|--|--|---|---|
| 1순위 | | <ul style="list-style-type: none"> - 길 안내 마을 해설사 Walking Map ●●●●●●●● - 지도판매에 대한 투명한 수익, 사용자 주민보고 ●● | <ul style="list-style-type: none"> - 과대광고 자제 (배너) ● - 과대 홍보 자랑 자제 | <ul style="list-style-type: none"> - 관광객들 이해하기 - 객관성을 유지한 지도 ● - 주민협의회, 구청의 홍보를 위한 방향에서 객관성 유지 - 관광객위주의 지도 루트 개발 ● - 관은 지원만 ●● - 마을기업이 주도 |
| 2순위 | | <ul style="list-style-type: none"> - 집앞 벽면 제공 ● | <ul style="list-style-type: none"> - 집앞, 가게앞 벽면 제공 ● - 반경 10m정도에서 현재 주변 거점 시설 확인 ●●●●● - 메뉴판 보다 근거리 위치를 알리는 보드 설치 ● | <ul style="list-style-type: none"> - 벽면에 붙이는 대가를 그 집에 작은 인텐티브 (계약서, 벽 보수) |
| 3순위 | | <ul style="list-style-type: none"> - 헛갈리지 않게 만들어주세요 ● - 노인들도 쉽게 알려줄 수 있는 지도 (스토리, 길, 바람) ● | <ul style="list-style-type: none"> - 루트내에서 사인 통일, 일관성 디자인 ● | |
| 4순위 | | <ul style="list-style-type: none"> - 청소 - 공유지를 사유지로 사용하지 않기 ● | <ul style="list-style-type: none"> - 관광객 제한 안내 간판 필요 ● - 통일된 표시 필요 - 걷기 제한 표시 필요 (주거지) ● - 일관된 디자인 - 주민과 관의 연결고리 (창구) ●● | <ul style="list-style-type: none"> - 민원 상담 |

02 아이디어 도출

만달아트 Mandal Art

지역상생디자인단 워크숍 (17년 10월 20일) 에서 도출된 해결과제 이슈를 토대로 Mandal Art 를 활용하여 의견을 수렴하였다.

「Mandal Art」 주민생활 영역강화

| | | |
|-------------|-----------|------------|
| 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 | 공평가 변화(개선) |
| 에티켓 사인 | 주민생활 영역강화 | 골목 루트 개선 |
| 주민안전 | 마을내 소통/공유 | 편의시설 확충 |



| | | | | | | | |
|-------------------------------|----------------|------------|------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| 내담자 접촉 이슈 해결/진행 | 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 개선 | 주민안전 개선 | 주민의 생활 영역 강화 | 지역특성 주민생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 |
| 지역의 특성 주민생활 영역 강화 | 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 개선 | 주민안전 개선 | 주민의 생활 영역 강화 | 지역특성 주민생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 |
| 공평가 변화(개선) | 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 개선 | 주민안전 개선 | 주민의 생활 영역 강화 | 지역특성 주민생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 |
| 주민안전 | 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 개선 | 주민안전 개선 | 주민의 생활 영역 강화 | 지역특성 주민생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 |
| 마을내 소통/공유 | 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 개선 | 주민안전 개선 | 주민의 생활 영역 강화 | 지역특성 주민생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 |
| 골목 루트 개선 | 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 개선 | 주민안전 개선 | 주민의 생활 영역 강화 | 지역특성 주민생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 |
| 편의시설 확충 | 마을환경 개선/디자인 | 문화소외 개선 | 주민안전 개선 | 주민의 생활 영역 강화 | 지역특성 주민생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 | 주민의 생활 영역 강화 |

「Mandal Art」 지도개선

| | | |
|-----|-------|------|
| 브랜드 | 디자인 | 정보 |
| 루트 | 지도 개선 | 수익 |
| 사인 | MAP | 운영방법 |



| | | |
|-----------|-----------|----------|
| 브랜드 개선 | 디자인 개선 | 정보 개선 |
| 루트 개선 | 지도 개선 | 수익 개선 |
| 사인 개선 | MAP 개선 | 운영 개선 |

「Mandal Art」 마을 노령화(주민, 환경)

| | | |
|-----------------|-------------------|----------------|
| 마을 이미지 채신 | 젊은 인구 유입 | 유인정책 |
| 노인 일자리 창출 | 마을노령화 (주민, 환경) | 편의시설 인프라 확충 |
| 작가 인프라 이용 | 빈집 이용 (리모델링) | 주차/교통 문제 해결 |



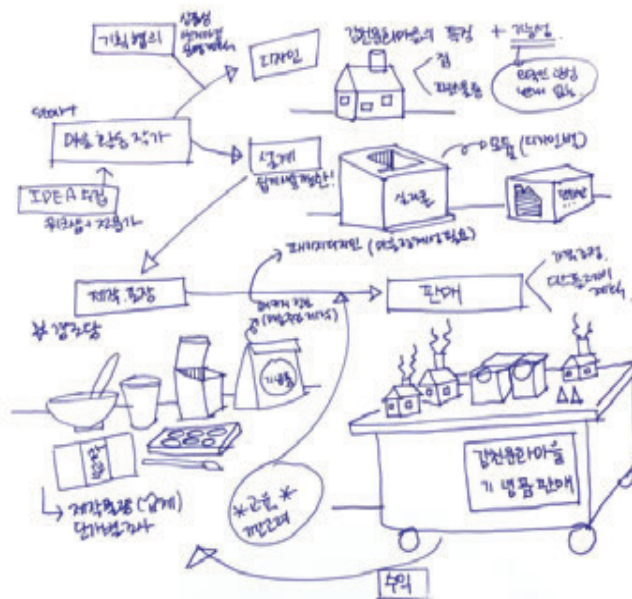
| | | |
|-----------------|-------------------|----------------|
| 마을 이미지 채신 | 젊은 인구 유입 | 유인정책 |
| 노인 일자리 창출 | 마을노령화 (주민, 환경) | 편의시설 인프라 확충 |
| 작가 인프라 이용 | 빈집 이용 (리모델링) | 주차/교통 문제 해결 |

아이디어 스토리 보드 Idea Story Board

프로젝트 구성원 만달아트 키워드(주제)에 관련한 아이디어 도출 및 발산



도출된 아이디어들의 스토리 스케치



01 「감천문화마을 관광해결사」

우리가 마을의 아이콘! 무엇이든 물어보세요!
(주민 해설사/안내봉사자 복장 및 소품디자인, 일자리 창출)

| | |
|----------|--|
| 주민생활영역강화 | |
| 지도개선 | |
| 마을 노령화 | |

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|---------|--------------|-------|
| 주민, 관광객 | 주민, 주민협의체 | 사하구청 |

- 내국인 뿐만 아니라 외국인 방문이 많은 감천문화마을은 사전에 정보를 파악하고 찾아오기 때문에 스마트폰으로도 알아볼 수 있지만 지리적 특성으로 인한 길 찾기가 어려워서 마을에 대한 길 안내가 반드시 필요
- 통일된 복장 및 소품으로 안내의 질뿐만 아니라 보는 이, 듣는 이에게 신뢰도를 높이고 마을의 이미지를 높임
- 주민해설사, 봉사자들에게는 소속감, 결속력, 일체감을 유발하며 책임감 부여
- 마을의 아이콘, 아이덴티티가 될 수 있도록 계절별 의상, 가방 등 소품을 통일하여 일관된 이미지 부여



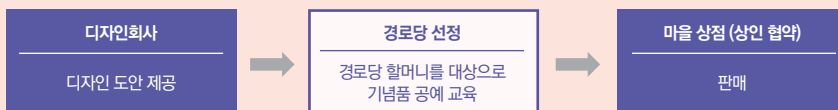
02 「감천 꽃할매 마을 기념품」

경로당 할머니들이 손수 만드시는 감천기념품!

| | |
|----------|--|
| 주민생활영역강화 | |
| 지도개선 | |
| 마을 노령화 | |

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|-------------|--------------|-------------------|
| 주민, 상인, 관광객 | 주민(경로당) | 상인(직가), 사하구청, 복지관 |

- 소일거리를 원하는 경로당 노인분들의 니즈 해결(노인 일자리 창출)
- 집중력 향상 및 쉽게 배워서 일정 수준의 물건을 제작 판매하여 마을의 대표 기념품으로 상징화
(뜨개질, 바느질을 이용한 화관, 물고기, 집, 한복인형 및 석고뜨기를 이용한 물고기, 집 모양의 기념품 등)



03 「누구나 수레 Test Cart」

꿈을 실험하고 실현하는 곳! 감천문화마을!

주민생활영역강화
지도개선
마을 노령화

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|-----------------|--------------|--------------|
| 주민, 상인(작가), 외부인 | 주민협의체 | 상인(작가), 사하구청 |

- 누구나 본인의 제품, 작품, 음식 등을 감천문화마을에서 테스트해볼 수 있도록 장소 제공(주민 우대)
- 직접 만든 음식, 물품 등 판매 및 작품 전시 등으로 호응도 및 테스트를 할 수 있는 장소로 판매의 이익 뿐만 아니라 홍보의 장으로 활용
- 이동이 가능한 카드로 끊어지는 지점에 배치하여 관광루트 연결
- Test Cart는 최대 사용기간을 정하고, Cart 임대수익 및 일부 수익은 마을에 환원
- 배치 예상 장소는 평화의집 ~ 화해장 ~ 행복발전소에 설치하여 아랫마을까지 관광루트 연결



04 「누구나 교환소」

마음을 있는 나눔과 공유

주민생활영역강화
지도개선
마을 노령화

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|---------|--------------|-----------|
| 주민 | 주민, 상인, 관광객 | 사하구청, 복지관 |

- 서로 간의 정과 마음을 나누며 이야기를 교환하는 물물교환 공간
- 나는 잘 사용하지 않지만 누군가에게 유용한 물건이 될 수 있음
- 주민, 상인, 관광객, 작가 모두가 참여하여 물건, 식재료 등을 등급을 매겨 보관하고, 등급과 맞는 필요한 물건들을 교환해가서 사용
- 물건 넣고, 가져갈 때 물건에 대한 이야기를 담아 메모를 남겨 이야기와 함께 교환



05 「주민이 제안하는 맞춤형 테마 지도」

골라 보는 재미가 있는 감천문화마을 미니 테마 지도

주민생활영역강화
지도개선
마을 노령화

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|-------------|--------------|------------------|
| 주민, 상인, 관광객 | 주민협의체 | 작가, 상인(작가), 사하구청 |

- 무단침입, 소음, 사생활 침해 등 주민 불편사항을 개선한 에티켓 지도 및 맞춤형 SUB지도 (맛집투어, 공방투어, 사진명당투어, 야경투어, 미션투어 등)
- 주민들의 피해를 줄일 수 있는 코스 유도 및 현 지도의 문제점 개선, 홍보 및 다양한 루트, 마을안내/해설 등 필요한 정보에 따라 안내 가능
- 주민, 상인 등 이해관계자가 직접 만드는 지도로 메인 지도와 함께 무료 배포 또는 유료 판매
- 지도와 안내사인을 연계하여 지도에 표기된 내용을 쉽게 인지하고 길 찾기가 쉽도록 함



06 「감천문화마을 웰컴(환영) 시스템」

놀다 가세요~ 얼굴 못 봐 메시지로 대신해요!

주민생활영역강화
지도개선
마을 노령화

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|---------|--------------|-------|
| 주민, 관광객 | 주민협의체 | 사하구청 |

- 감천문화마을 입구 게이트를 설치하여 관광객이 게이트를 통해 입장
- 입장 시 메시지 팔찌를 착용 (에티켓 문구와 주민들이 전하는 메시지가 적혀 있는 팔찌)



07 「우리집 문패 만들기」

우리 가족이 사는 집이에요! 캐리커처 문패

주민생활영역강화
지도개선
마을 노령화

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|---------|--------------|-------|
| 주민, 관광객 | 주민, 작가 | 사하구청 |

- 입주작가와 주민들이 직접 제작한 캐리커처 문패를 달아 사유지와 공유지 구분
- 관광객에게 문패를 통하여 실제 마을에 주민이 주거하고 있음을 알림
- 주민들에게 마을에 대한 애착심을 심어주며 작가와 주민이 함께 마을 경관 개선 기여



08 「보기 쉽고, 알기 쉽고, 찾기 쉬운 길찾기 시스템」

나는 지금 어디? 어디로 가야 하는가?

주민생활영역강화
지도개선
마을 노령화

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|---------|--------------|----------|
| 주민, 관광객 | 주민협의체 | 상인, 사하구청 |

- 사인을 활용하여 관광객의 동선을 정확하게 인지시켜 무단침입 방지, 에티켓 강화 구역 등 주거생활 보호
- 무단침입, 소음, 사생활 침해 등 주민 불편사항을 반영하여 거주민을 위한 에티켓 사인 설치
- 주민의 피해를 줄일 수 있도록 동선 유도



03 아이디어 평가

수렴 워크숍 Convergent Workshop

아이데이션 공유
방법론 소개 및 개별평가



01 아이디어 내용 공유

- 1차 워크숍 결과 공유
- 아이디어(컨셉) 소개

02 방법론 소개 및 개별평가

- KANO Model
- Scoring Model
- Idea Position Map

| 내용 | 세부내용 | 내용 | 세부내용 |
|-----------------|---|-------------------|-------------------------------------|
| 참석자 등록 | - 참석자 등록 및 다과 | KANO Model | - 개별 평가 -> 의견 조율 -> 최종평가 확정 |
| 인사말 진행 순서 설명 | - 인사말 - 진행 순서 설명 | Scoring Model | - 개별 평가 |
| 아이데이션 내용 공유 | - 컨셉 공유 - 아이디어 공유 | Idea Position Map | - 개별 평가 -> 의견 조율 -> 최종평가 확정 |
| 방법론 소개 | - 카노 모델 KANO Model - 스코어링 모델 Scoring Model - 아이디어 포지션 맵 Idea Position Map | Gallery walk | - Gallery Walk - 질의 응답 - 마무리 인사말 |



03 의견조율 및 최종평가 확정



04 아이디어 선호도 조사



장소 : 감천문화마을 내 문화마을체험관
 시간 : 17년 11월 10일(금) 18:00 ~ 21:00
 참석 인원 : 19명
 - 주관기관 디자인진흥원 1명, 수행기관 이음파트너스 7명
 - 지역상생디자인단 지역주민 7명 / 상인(작가)그룹 3명
 - 지역상생디자인단 정책공급자 사하구청 1명

수렴 워크숍 Convergent Workshop

조사 방법 : 지역상생디자인단, 전문가 워크숍을 통해 3단계 선호도 조사 평가 진행
(KANO Model, Scoring Model, Idea Position Map)

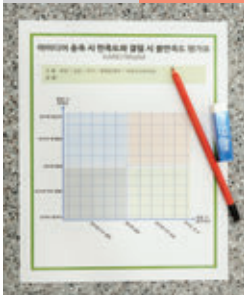
조사 일자 : 17년 11월 10일(금)

조사 대상 : 지역상생디자인단, 전문가 (주관기관_디자인진흥원 1명, 수행기관_이음파트너스 7명)
지역상생디자인단_지역주민 7명 / 상인(작가)그룹 3명 / 정책공급자 사하구청 1명)

선호도 조사 방법론

1 단계 평가

아이디어 충족 시 만족도와 결핍 시 불만족도 평가
KANO Model



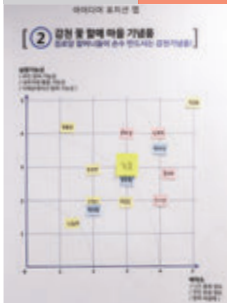
2 단계 평가

아이디어의 성공 가능성 평가
Scoring Model



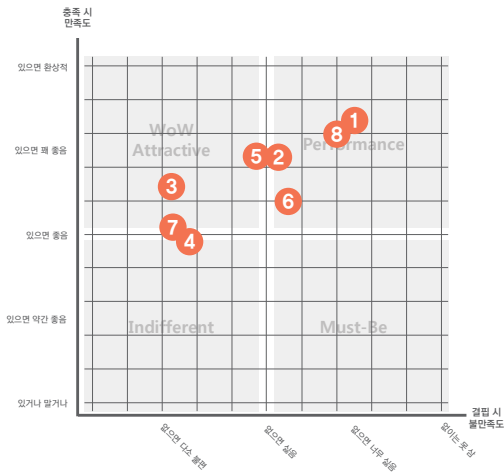
3 단계 평가

아이디어의 매력도와 실행가능성 평가
Idea Position Map

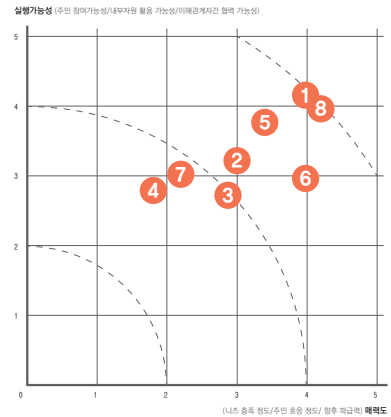


지역상생디자인단 선호도 조사 결과

1단계 평가「KANO Model」결과



3단계 평가「Idea Position Map」결과



2단계 평가「Scoring Model」결과

점수 Score 9점 강력한 대안이 된다 7점 상당히 도움이 된다 5점 도움이 된다 3점 약간 기여 가능하다 1점 효과가 의심스럽다

| 아이디어 (컨셉) | 마을 노령화 대책마련 (가중치:) | | | 지도 개선 (가중치:) | | | | 주민 생활영역 강화 (가중치:) | | | | 통합 | 평균 | 최종 점수 |
|---------------------------------|------------------------|-------------|--------------|------------------|----------|----------|-----------|-----------------------|----------------------|-----------|--------------|-------|-------|----------|
| | 마을 이미지 채신 | 청년 인구 유입 | 노인 일자리 창출 | 디자인 개선 | 정보 개선 | 루트 개선 | 수익성 개선 | 문화 소외 | 마을 환경 개선 (디자인) | 에티켓 안내 | 마을내 소통/공유 | | | |
| ① 감천문화마을 관광해설사 | 30 | 17.7 | 21.2 | 26.9 | 28.5 | 24.1 | 18.7 | 15.7 | 25.5 | 35.1 | 20.6 | 264 | 18.86 | 15 |
| ② 감천 꽃 할매 마을 기념품 | 26.5 | 9.4 | 28.7 | 13.3 | 10.5 | 7.5 | 19.2 | 17.7 | 14.1 | 10.3 | 28.3 | 185.5 | 13.25 | 10 |
| ③ 누구나 수레 | 24.4 | 26.3 | 14.3 | 18.9 | 13 | 19.1 | 20.6 | 19.3 | 22.1 | 12.7 | 23.5 | 214.2 | 15.30 | 12 |
| ④ 누구나 교황소 | 23 | 8.5 | 11.2 | 11.4 | 11.4 | 11.3 | 7.1 | 13.1 | 14.1 | 11.1 | 32.9 | 155.1 | 11.08 | 9 |
| ⑤ 주민이 제안하는 맞춤형 테마지도 | 29.9 | 20.6 | 9.9 | 28.9 | 31.5 | 31.6 | 24.1 | 18.7 | 25.9 | 30.7 | 19.9 | 271.7 | 19.41 | 15 |
| ⑥ 감천문화마을 웹캠(환영) 시스템 | 22.5 | 14.6 | 0 | 20.2 | 21.2 | 20.2 | 21.3 | 15.1 | 17.3 | 27.7 | 18.1 | 198.2 | 14.16 | 11 |
| ⑦ 우리집 문패 만들기 | 26.7 | 16.2 | 9.4 | 23.3 | 16.6 | 16.1 | 8.7 | 20.3 | 27.1 | 25.3 | 29.1 | 218.8 | 15.63 | 12 |
| ⑧ 보기 쉽고, 알기 쉽고 찾기 쉬운 길찾기 시스템 | 32.9 | 19.8 | 9.6 | 32.1 | 30.4 | 28.6 | 14.1 | 19.1 | 30.5 | 31.1 | 22.5 | 270.7 | 19.34 | 15 |

KANO Model, Idea Position Map, Scoring Model 등의 방법론을 활용하여 감천문화마을에 적용하기에 적합한 아이디어를 최종 선정하였다.

최종 선호도 결과

선호도 1위

감천문화마을 관광해결사



선호도 2위

보기 쉽고, 알기 쉽고, 찾기 쉬운 길찾기 시스템



선호도 3위

주민이 제안하는 맞춤형 테마지도



선호도 4위

감천 꽃 할매 마을 기념품



04 서비스 프로토타이핑

개발 과정에서 도출된 아이디어를 시각화하여 실행 전 점검하고, 서비스 모델을 구축하는 과정이다. 이를 통해 서비스를 구체화하고 이해관계자 및 대상(수요자)의 반응을 관찰한다. 이러한 이해관계자 및 대상(수요자)의 반응을 정성적, 정량적으로 분석하여 현 서비스 모델의 문제점을 파악하고 개선하여 가이드라인(매뉴얼)을 작성한다.

| 실물모형 Mock-up | 사용자테스트 User Test | 유동인구 조사 |
|---|---|---|
| <p>도출된 아이디어의 서비스를 실제에 가깝게 제작하여 실행하기 전 테스트를 해보는 용도로 실물모형(Mock-up)을 제작함으로써 실물 제작 전 제품이나 서비스에 대한 검증을 하거나 문제점을 파악하여 해결한다.</p> | <p>User Test는 사용자의 제품 혹은 서비스에 대한 사용 경험을 설문 혹은 인터뷰 등의 방법을 통해 평가하여 선정된 컨셉 아이디어 서비스 프로토타입에 대한 대상(수요자)의 경험을 테스트하여 서비스에 대한 검증을 하는 방법으로 활용한다.</p> | <p>서비스 프로토타이핑 시행시의 유동인구(관광객 등)를 조사하여 해당 컨셉 아이디어의 효과를 정량적으로 측정하고 서비스에 대한 검증과 문제점을 파악하여 해결한다.</p> |

선호도 1위 감천문화마을 주민해결사

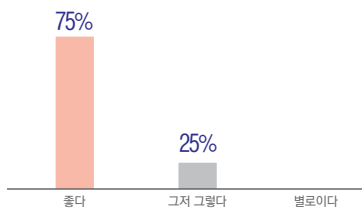
- 조사 목적** : 감천문화마을 공유가치창출 지역사회 · 경제 융합 서비스디자인 모델 개발 과제를 통해 도출된 아이디어 컨셉을 실제로 테스트함으로써 서비스 운영관점에서 구체적인 사안들을 점검 및 평가하고 개선 방안을 마련
- 조사 장소** : 감천문화마을 일원(감천문화마을안내소, 아트샵, 기프트샵, 고래사어묵, 마을해설사, 주차안내 등)
- 조사 대상** : 마을해설사, 인포, 주차안내 외 기프트샵 등 마을기업 종사자
- 조사 일자** : 17년 11월 22일(수) 09:00 ~ 17:00
- 조사 방법** : 체험자(착용자) 체험기회 제공 및 개별인터뷰, 관광객 개별 인터뷰(반응조사), 이해관계자 인터뷰(주민협의체)



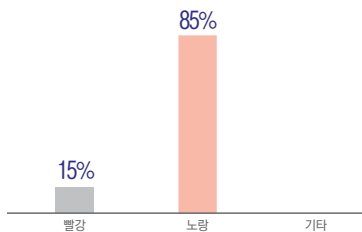


[착용자 대상] 만족도 조사 설문 결과

1. 기존의 유니폼과 비교하였을 때 어떻다고
생각하십니까?



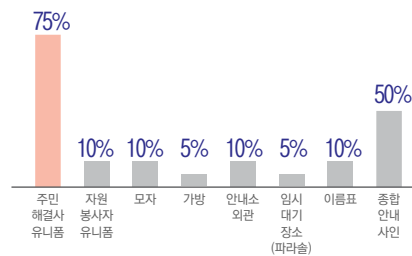
2. 감천문화마을과는 어느 색상이 어울리다고
생각하십니까?



3. 개선되었으면 하는 점이 있으십니까?
재질개선(소재), 옷이 무겁다, 옷의 무게,
소재의 개선이 필요

4. 추가로 필요한 물품이 있으십니까?
장갑, 티셔츠

5. 감천문화마을의 일관된 이미지를 보여주기 위해서
아래의 내용 중 통일되어야 한다고 생각하는
부분에 모두 체크해주시요. (중복 응답)

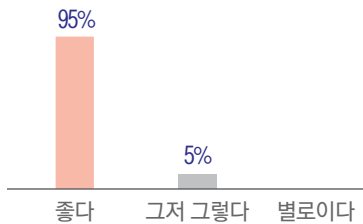


6. “감천문화마을 주민해결사”를 대신하여
적용하였으면 하는 문구가 있으십니까?
주민도우미(해결사는 너무 부담스러움), 안내자

7. 기타 보완하였으면 하는 점이 있으십니까?
없음

[유동인구 대상] 만족도 조사 설문 결과

1. 주민해결사를 발견하기 쉬웠는가?



이유 :

노란색 옷이 눈에 띄게 잘보였다 (34명)
차별화된 복장, 일관된 복장 (6명)
i(인포메이션)표시가 보였다 (2명)

2. “감천문화마을 주민해결사”에게 어떤 도움을 요청하였습니까?

위치를 물어봄 (46명)
(길안내 (16명), 화장실 (8명), 어린왕자 (12명),
아트샵 (4명), 마을숙소, 작품위치, 스템프위치)
먹을곳 추천요청
마을관광코스, 주변관광명소 안내요청 (4명)

3. “감천문화마을 주민해결사”가 도움이 되셨습니까? (응답자 전부) 네. 도움이 되었습니다.

4. “감천문화마을 주민해결사” 명칭을 어떻게 이해하십니까?

주민들로 결성된 관광안내도우미 (12명),
주민이 관광객들에게 도움을 주거나 안내 (8명)
만능해결사 (2명), 길안내 도우미 (4명)
기타 (마을자원봉사, 주민해설사,
주민들이 마을 활동하는 명칭,
주민이 마을을 지키고 관리한다, 잘모르겠다)

5. “감천문화마을 주민해결사”가 어느 위치에서 필요하였습니까?

마을초입 (8명),
갈림길, 교차로 등 주요 결절점 (6명),
안쪽 아랫골목과 중간 안쪽골목 (6명),
골목길 (4명), 사거리 (4명), 어린왕자 근처 (4명),
기타(주요동선, 복잡한곳, 주차장이후, 정자앞,
아래로 내려가는 계단있는 곳)

이해관계자 인터뷰



감천문화마을 주요 이해관계자
「감천문화마을 주민협의체 전순선 부회장」

통일된 느낌을 주는 복장은 좋으나 역할, 업무에 따라 편하게 입고 활동할 수 있도록 복장이 다르게 구분되었으면 좋겠다. 예를 들어 사무직이나 활동이 많은 업무, 마을 지기의 경우는 다르게 복장을 구분이 필요하다. 사무직, 마을해설사의 경우는 현재 테스트한 점퍼라고 한다면 활동이 많은 분들의 경우는 조끼 형식이었으면 좋겠다. 색상 등으로 일관된 이미지를 주며 착용자들의 편리성을 감안한 복장이면 좋을 것 같다.

내 집 앞 골목 해설사는 관광객이 주로 필요로 하는 위치(당산나무 앞, 감내작은목간 앞 무인택배소 앞, 희망의 나무 앞)에 추가 배치(일자리 창출)하면 좋을 것 같다. 근처에 거주하는 주민으로 구성하여 오전, 오후 시간대별 간단한 마을 길 안내를 하면 좋을 것 같다.

아트숍 앞의 경우에는 주말에는 동아대 외국어 안내 자원봉사원이 있지만 평일에는 추가로 마을에 대해 기본 지식이 있는 마을해설사가 추가 배치되어 안내하면 관광객에게 더 좋은 서비스를 할 수 있을 것 같다.

「감천문화마을 주민해결사」 결과 분석

실제 착용할 대상자(수요자)의 체험 기회를 제공하여 한 하루 동안 직접 입어보고 활동하며 현재 착용하고 있는 복장과 비교하여 평가하였다. 감천문화마을 주민해결사는 본 과제를 통해 개발된 컨셉 아이디어 중, 주민 선호도가 가장 높은 아이디어로 참여하고자 하는 의지 또한 높은 것으로 확인되었다. 실제 프로토타이핑 진행 결과, 착용자의 만족도 및 관광객의 반응 조사 결과 기존의 유니폼 보다 가시성 및 시인성이 뛰어나 도움을 요청하기에 편리하다는 의견이 많았다. 그러나 '주민 해결사' 라는 의미는 어렵게 느끼는 부분이 있고, 착용자들의 역할 및 하는 일에 따라 종류별 유니폼이 필요하다는 의견이 있어 유니폼의 문구 및 복장의 디자인, 사인 등 환경 디자인, 운영 방법을 개선하여 적용하는 방향을 도출하였다.

선호도 4위 감천 꽃 할매 마을 기념품

조사 목적 : 감천문화마을 공유가치창출 지역사회 · 경제 융합 서비스디자인 모델 개발 과제를 통해 도출된 아이디어 컨셉을 실제로 테스트함으로써 서비스 운영관점에서 구체적인 사안들을 점검 및 평가하고 개선 방안을 마련

조사 장소 : 감천문화마을 내 경로당

조사 대상 : 감천문화마을 주민(할머니, 할아버지) 10명

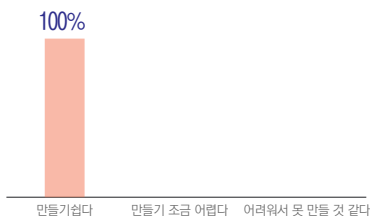
조사 일자 : 17년 11월 22일(수) 14:00 ~ 17:00

조사 방법 : 체험기회 제공, 체험자 설문조사, 관광객 설문조사 (반응조사)

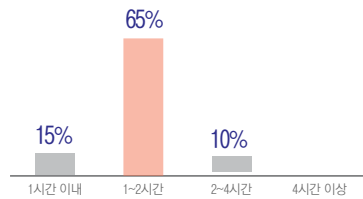


[참여자 대상] 만족도 조사 설문 조사 결과

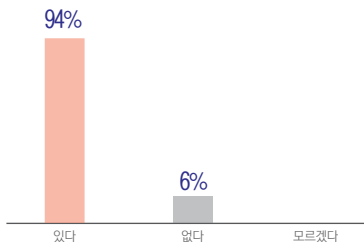
1. 마을 기념품 제작 방식에 대해서는 어떻게 생각하십니까?



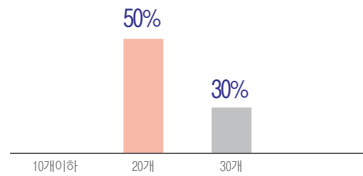
4. 기념품 만드는데 하루에 몇 시간 참여 할 수 있습니까?



2. 계속 만드실 의향이 있으십니까?

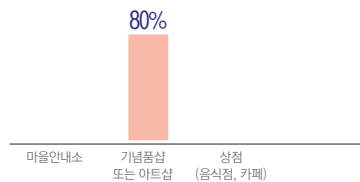


5. 하루에 몇 개 정도 만들 수 있을 것 같습니까?



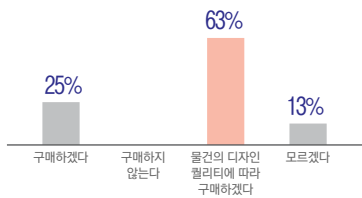
3. 감천문화마을을 대표하는 기념품이기 위해서 어떤 형태였으면 좋겠습니까?
집, 꽃, 감천에 있는 도구, 깔끔하고 예쁜 형태

6. 만든 기념품이 어디에서 판매되면 좋을 것 같습니까?

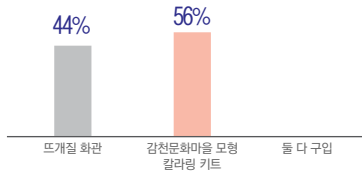


[관광객 대상] 구매의사 설문 조사 결과

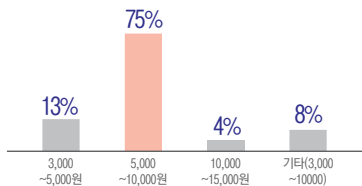
1. 감천문화마을내의 노인분들이 치매예방 및 일자리 창출을 위하여 손수 만드는 감천 기념품이 있다면 구매하시겠습니까?



2. 만약 구매하신다면 아래의 기념품 중 어느 것을 구매하시겠습니까?



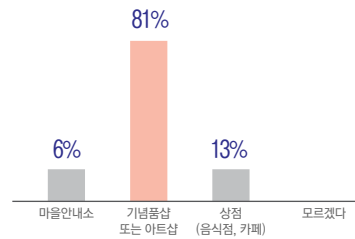
3. 어느 정도의 가격이면 구매하시겠습니까?



4. 감천문화마을을 대표하는 기념품이기 위해서 어떤 형태였으면 좋겠습니까?

색감, 어린왕자 (4명), 집 모양 (4명), 물고기 모양, 조그만 소품, 지역기념 상징 인테리어 소품, 감천의 풍경을 담은 것, 집이 모여있는 풍경, 교복입은 학생

5. 만든 기념품이 어디에서 판매되면 좋을 것 같습니다?



「감천 꽃 할매 마을 기념품」 결과 분석

마을 경로당의 주민(할머니, 할아버지) 10명을 대상으로 기념품 제작을 위한 체험 기회를 제공하고 만족도 조사를 진행, 주민분들이 만든 기념품을 판매하였을 때 관광객들의 구입 의사 반응 조사를 함께 진행하였다.

주민들의 마을 기념품 제작 방식에 대해서는 만들기 쉽다고 생각하였으나 채색에 대한 부분은 어려워 하였다. 석고 제작에 대한 부분은 계속 만드실 의향이 있었으며, 만든다면 하루에 1~2시간을 투자하여 20개 정도를 스스로 만들 수 있다고 하였다. 기념품은 기념품샵이나 아트샵에서 판매 되었으면 하였고, 기념품의 형태는 감천 문화마을을 표현할 수 있는 집이나 꽃, 감천에 있는 도구의 형태로 깔끔하고 예쁜 형태였으면 하였다.

기념품 구입에 대한 관광객의 반응조사 결과, 마을 기념품이 감천문화마을 내의 노인 분들이 치매예방 및 일자리 창출을 위하여 손수 만든 기념품이라고 한다면 대체로 구매 하겠다는 긍정적인 의사가 있었다. 그러나 물건의 디자인 및 퀄리티에 따라 구매하겠다는 조건이 있었다. 기념품의 가격은 5,000~10,000원 이내가 적당하다고 하였고, 기념품의 형태는 어린왕자, 집, 물고기 모양 등 감천문화마을을 상징하는 인테리어 소품이면 좋을 것 같다는 의견이 많았다. 기념품 판매는 주민과 동일하게 기념품샵, 아트샵에서 판매되었으면 좋겠다는 의견이 많았다.

결과적으로 마을의 기념품은 주민들의 연령을 고려하여 디테일한 작업이 어려운 부분이 있어 쉽게 만들 수 있어야 하며, 부가적으로 채색도구들을 패키지로 묶은 키트 패키지 디자인 개발로 차별화된 마을 기념품 제작이 이루어져야 할 것으로 판단된다. 관광객들은 제품 구입에 대해 긍정적인 의사를 가지고 있으므로 홍보와 제품의 퀄리티를 유지한다면 마을의 대표적인 기념품 및 지속적인 주민(노인) 일자리 창출이 이루어 질 수 있을 것으로 예상된다.

선호도 2위 보기 쉽고, 알기 쉽고, 찾기 쉬운 길찾기 시스템

조사 목적 : 감천문화마을 공유가치창출 지역사회 · 경제 융합 서비스디자인 모델 개발 과제를 통해 도출된 아이디어 컨셉을 실제로 테스트함으로써 서비스 운영관점에서 구체적인 사안들을 점검 및 평가하고 개선 방안을 마련

조사 장소 : 감천문화마을 일원

조사 일자 : 17년 11월 28일(화) 10:00 ~ 17:00

조사 방법 : 사용자테스트 (사용자 길 찾기 여정 설정, 이용자 인사이트(User Insight)를 통한 경로찾기(Path-Finding) 진단 _ 사용자 관찰조사 웨도우 기법 활용




사용자 테스트

- 1) 처음 방문한 관광객으로 퍼소나를 설정하고 마을을 관광하는 모습을 관찰(웨도우 기법 활용)하며 보행 환경 내에서 길 찾기 과정 중에 일어나는 상황을 관찰 조사 및 분석함
- 2) 왜 감천문화마을 내에서 지도와 함께 관광함에도 불구하고 경로 찾기에 문제가 발생하는지, 주로 길 찾기를 어려워 하는 지점은 어디인지를 중심으로 확인함

사용자 테스트 및 현장조사를 통해 배치계획 수립

- 길찾기에 문제가 발생하는 주요지점
- 주로 길찾기를 어려워하는 지점
- 현 사인시스템에서 정보교체가 반드시 필요한 지점





04

DELIVER 전달하기

비즈니스 모델

서비스 블루프린트 Service Blueprint

서비스 매뉴얼 Service Manual

비즈니스 모델 캔버스 Business Model Canvas

적용 및 관리

서비스 적용 Service Launching

서비스 관리 Monitoring

01 서비스 적용 (비즈니스 모델)

컨셉 구체화 단계에서는 Service Scenario, Benchmarking 을 활용, 실행 및 적용 단계에서는 선정된 4개의 아이디어에 대하여 Service Blueprint, Service Manual, Business Model Canvas, Service Prototyping, Service Poster의 방법론 중 선택적으로 필요한 방법론을 적용하여 구체화된 아이디어의 실행 방안을 확인할 수 있다.

서비스디자인 방법론 적용 현황

| 구분 | 서비스디자인 방법론 | 주민해결사 감천문화마을 | 감천 꽃 할매 마을 기념품 | 주민이 제안하는 맞춤형 테마지도 | 보기 쉽고, 알기 쉽고, 찾기 쉬운 길찾기 시스템 |
|------------|-----------------------|-----------------|-------------------|----------------------|--------------------------------|
| 컨셉 구체화 | Service Scenario | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | Benchmarking | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 실행 및 적용 | Service Blueprint | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | Service Manual | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | Business Model Canvas | | ○ | ○ | |
| | Service Apply | ○ | ○ | | ○ |

비즈니스 모델 1

감천문화마을 주민해결사

서비스 시나리오 Service Scenario

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|---------|--------------|-------------|
| 주민, 관광객 | 주민, 안내봉사자 | 주민협의체, 사하구청 |

서비스 목적

감천문화마을을 찾는 내·외국인 관광객을 대상으로 능동적, 적극적인 안내 서비스를 제공함과 동시에 마을 골목에서 주민들이 접하는 상황에서 발생한 여러 불편사항을 직접 활동하며 해소하고자 함.

자부심과 소속감, 직업의식을 높이고 관광객을 대하는 태도까지 변화시킬 수 있을것 으로 기대함.

* 마을 이미지 쇄신

* 주민일자리 창출

* 일의 능률을 높이며, 책임감 부여

* 관광객들에게 먼저 다가가는 서비스 제공

* 마을 안내, 길 찾기, 인근 지역 안내, 불편사항 접수 등 안내서비스 제공

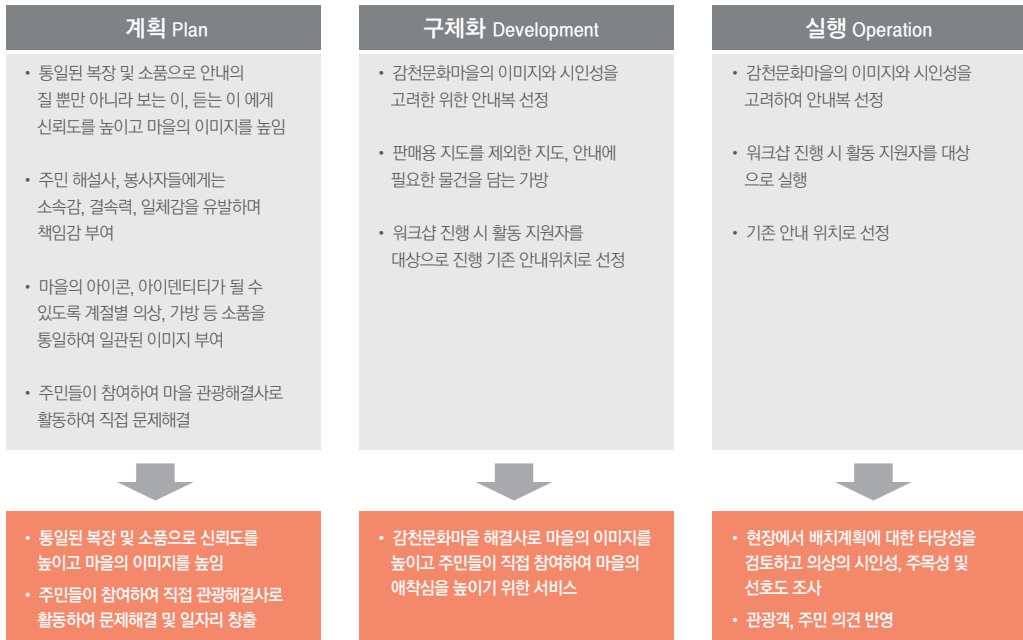
서비스 컨셉 및 특징

- 주민이 직접 참여하여 마을의 이미지를 계획하고 주거지에서 발생하는 문제들을 해결하게 함
- 길을 잃기 쉬운 지리적 특성에 따라 마을의 길 찾기, 마을정보 등 마을에 대한 안내가 필요
- 통일된 복장 및 소품을 착용함으로써 보고 듣는 이에게 신뢰도를 높이고 마을의 이미지를 높임
- 마을의 아이콘, 아이덴티티가 될 수 있도록 계절별 의상, 가방 등 일관된 이미지 부여
- 주민해설사, 안내봉사자의 의상을 통일하여 동일한 역할을 알려줌
- 마을의 찾은 외부인은 멀리서도 도움을 요청할 수 있는 사람이라는 것을 인지할 수 있음
- 감천문화마을은 주민들이 활동함을 외부인에게 인지시켜 활동 제한 및 통합된 메시지 전달

4. DELIVER 전달하기

운영방법

- 기존 마을해설 운영방식 변경, 정해진 시간으로 운영
- 주민 해설사로 참여하기를 희망하는 사람은 일정교육 및 마을해설에 참석가능(마을주민 참석 항상 오픈)
- 주민 해설사 교육이수, 감천투어에 참여한 주민은 순차적으로 감천 투어의 주민 해설사로 참여



벤치마킹 Benchmarking

「움직이는 관광안내소」 서울시 예시



- 서울을 찾는 내·외국인 관광객을 대상으로 적시의 관광정보를 제공하고, 능동적, 적극적인 안내 서비스를 제공함과 동시에 관광 현장의 다양한 불편사항을 해소하여 편안한 서울관광 환경을 조성하고자 운영됨
- 관광안내소 서비스 개선을 통한 관광안내 기능의 양적, 질적 서비스 향상 도모 및 관광안내 편의 제고
- 관광객 방문수요에 맞는 효율적인 안내소 운영 고정식 관광안내소(10개소) 및 움직이는 관광안내소(12개 거점)의 안정적 운영
- 시민자원봉사자 움직이는 관광안내소 확대 운영 (300명 → 500명)

디자인 계획

감천문화마을의 지정색을 기준으로 착용하며 다른 색상의 활동복과 혼재되는 사용을 피하며,
 추가 활동복 활용 시 화이트, 블랙을 기준으로 하며 와펜을 부착하여 착용(마을 봉사자의 경우, 외국어 와펜 또는 안내 와펜을 착용)
 - 감천문화마을의 통합된 이미지와 확고한 정체성 구축
 - 시인성과 사용성이 고려된 복장

주민해설사 와펜



주민해설사 유니폼 _겨울



주민해설사 유니폼 _봄/가을



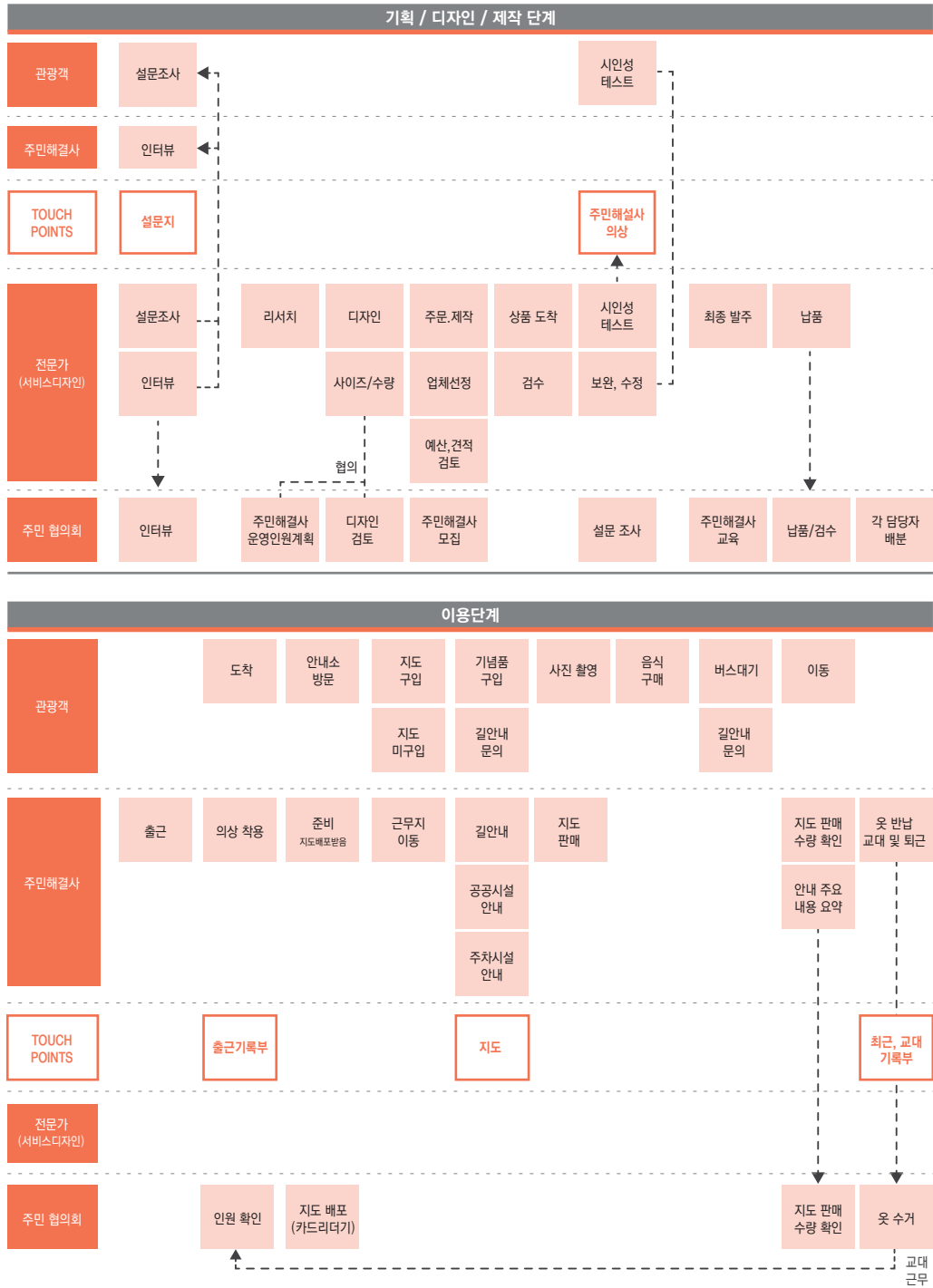
운영(배치)계획

내·외국인 관광객을 대상으로 적시의 관광정보를 제공하고, 불편사항을 해소 및 동시에 주민의 주거지에 대한 문제를 함께 해결하기 위해 기존에 운영중인 거점을 중심으로 안내위치 검토, 추가 인원 배치 계획 진행



4. DELIVER 전달하기

서비스 블루프린트 Service Blueprint

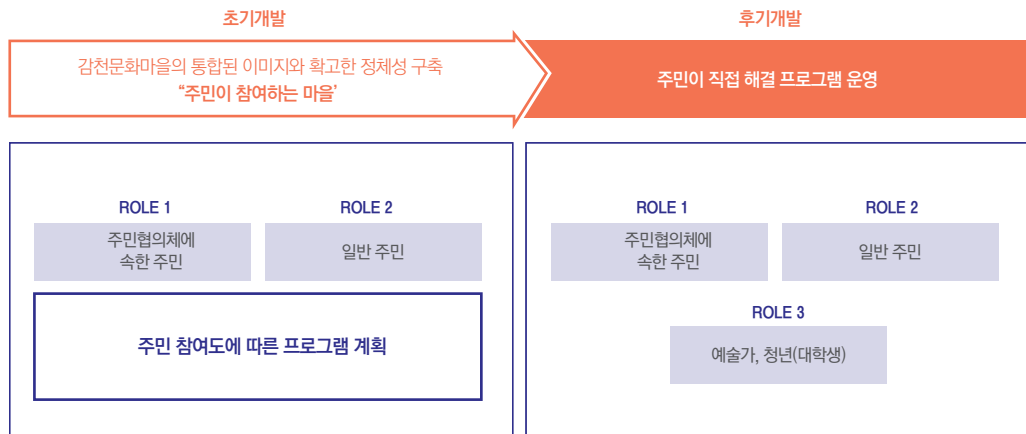


서비스 매뉴얼 Service Manual



주민 프로그램 계획

마을의 가치를 지켜내기 위해 주민이 주체적으로 마을의 문제점을 해결하고 보호하며 자발적인 참여를 통한 갈등 해결



비즈니스 모델 2

감천 꽃 할매 마을 기념품

서비스 시나리오 Service Scenario

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|--------------|--------------|---------------------|
| 주민(노인층), 관광객 | 주민(노인층) | 경로당, 사하구종합복지관, 사하구청 |

서비스 목적

마을의 실버 일자리를 창출하며 노령화된 감천문화마을의 새로운 활력을 불어넣음
 소일거리를 원하는 경로당 노인분들의 니즈를 활용하여 마을 관광상품 개발
 집중력 향상 및 쉽게 배워서 일정 수준의 물건을 제작 판매하여 마을의 대표 기념품으로 상징화
 뜨개질, 바느질을 이용한 화관, 물고기, 집, 한복인형 및 석고뜨기를 이용한 물고기, 집 모양의 기념품 등 상품화

* 마을 기념품 제작

* 주민일자리 창출

* 마을에 대한 애착심 형성

* 노인들의 경험과 노하우를 살린 아이템 개발로

'소득 창출'과 '건강증진'에 기여하는 소일거리 제공

서비스 컨셉 및 특징

- 소일거리를 원하는 경로당 노인분들의 소일거리를 제공하며 마을의 기념품을 직접 제작
- 감천문화마을의 특성이 담긴 기념품으로 전문 디자인회사와 함께 협력하여 상품 경쟁력 강화
- 노인분들이 제작 가능한 기념품을 상품화하며 그 외 주민들도 참여 가능함
- 마을의 아이콘, 아이덴티티가 될수있도록 상징적이며 기능적인 면 고려
- 기념품 판매 수익에 대한 주민과 마을에 공동 혜택을 누릴 수 있어야 함

벤치마킹 Benchmarking

「어르신들의 재능 발휘와 치매 예방을 위한 교육프로그램」 예시



- 뜨개질을 이용하여 수세미, 장갑, 악세사리 등 다양한 생활용품을 제작하여 저렴한 가격으로 판매하고 손재주가 있는 어르신들이 재능 발휘와 치매 예방을 위한 프로그램 운영
- 경로당에서는 취미활동을 통한 소득창출사업을 실시하고 있으며 이외 대나무 공예, 지점토 공예, 한지 공예 등 다양한 프로그램을 운영중임
- 기계가 만드는 제품들과 달리 세련된 디자인은 아니지만 또다른 매력으로 소비자들에게 인기몰이를 하고 있어 지원과 사업을 지속적으로 확대하는 추세임

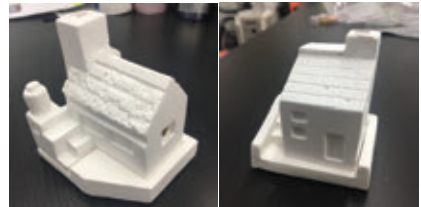
디자인 계획

감천문화마을의 특징인 집을 모티브로 제작하였다. 마을에서 활동하는 작가와의 협업으로 최종 결과물을 디자인 하였으며 기능적인 요소를 활용하여 외국인 관광객들의 관심을 높이도록 하였다.

동백꽃향 방향석고



인센스콘 석고



DIY 키트세트



감천문화마을 꽃할매기념품



4. DELIVER 전달하기

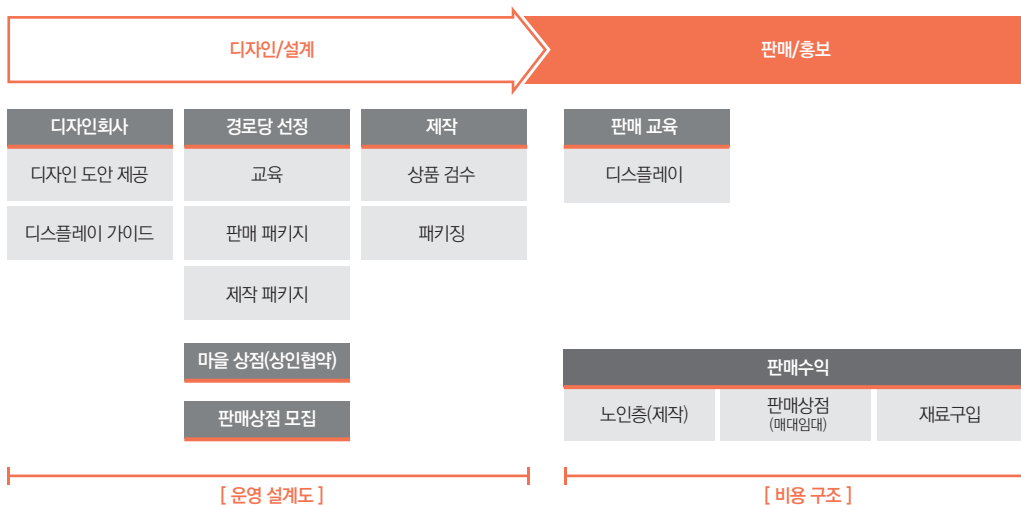
운영방법

- 복지관을 통하여 소일거리를 원하는 어르신들이 있는 경로당을 선정함
- 기념품을 판매할 상점을 모집하여 판매수량 검토
- 제작방식에 대한 일정 교육을 복지관에서 진행하며 이수된 노인분들을 대상으로 제작 진행
- 완성된 기념품을 판매상점에 디스플레이하여 판매함



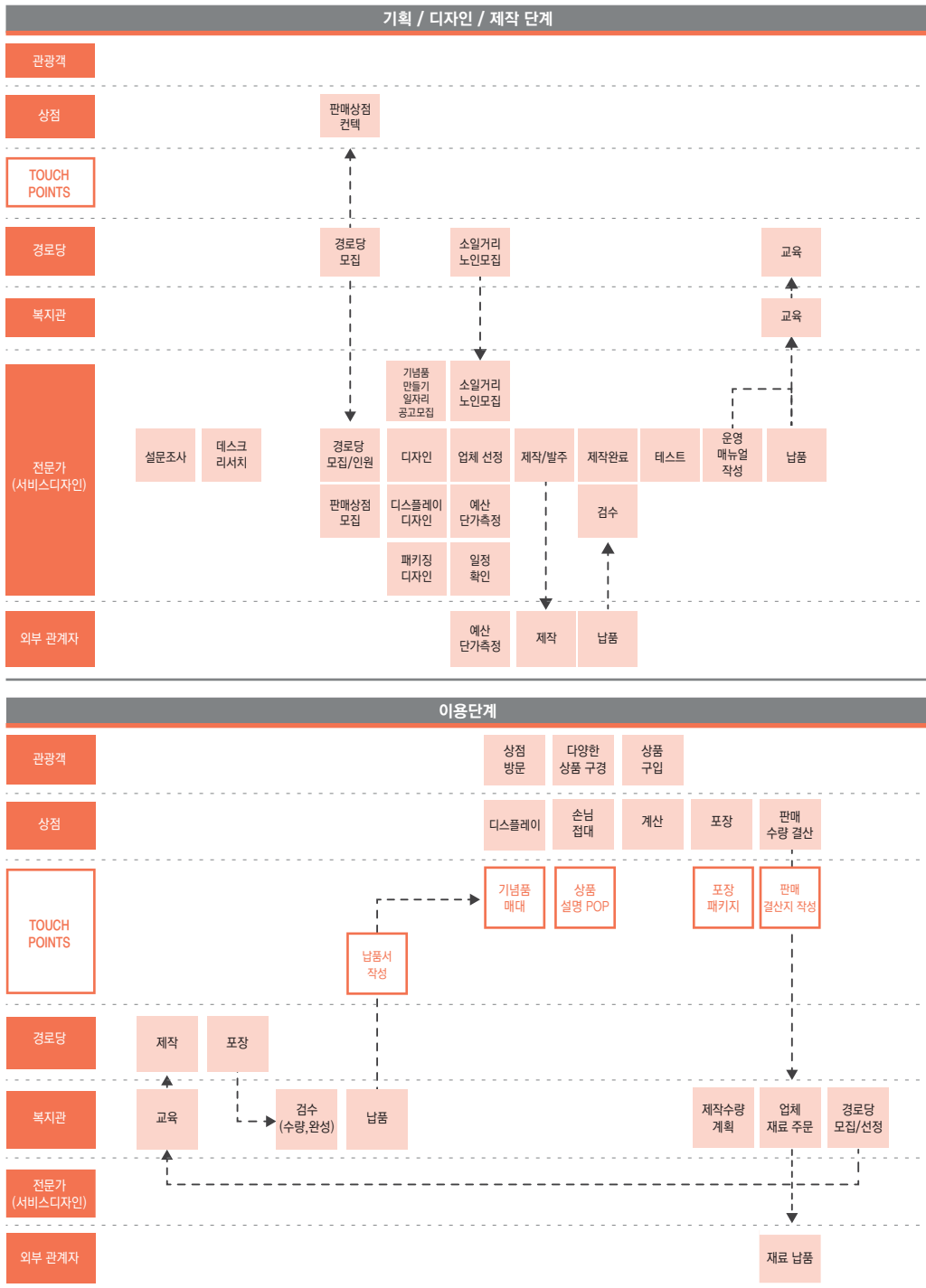
운영계획

- 소일거리를 원하는 경로당 노인분들의 니즈를 활용하여 마을 관광상품을 개발함
- 노인분들을 대상으로 제작 가능한 상품을 테스트하여 상품 선정하며 상품 경쟁력을 위하여 디자인 회사와의 협력으로 진행
- 디자인은 감친문화마을을 대표할 수 있는 상품이어야 하며 기존 기념품과의 차별성 필요
- 제작 과정과 판매 방식에 대한 교육이 필요하며 판매 상점의 경우 1차 모집 이후 적정성을 검토하여 선정함

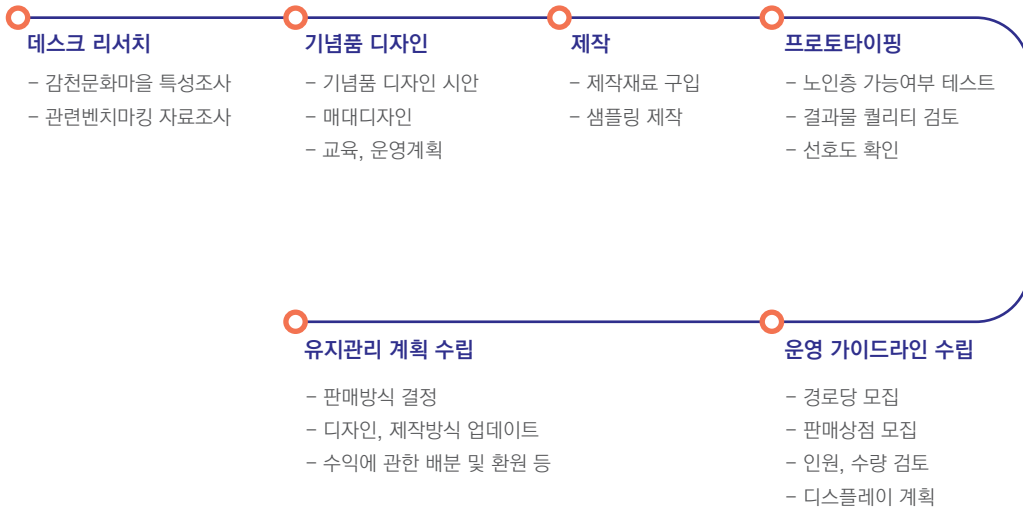


4. DELIVER 전달하기










서비스 블루프린트 Service Blueprint



서비스 매뉴얼 Service Manual



비즈니스 모델 캔버스 Business Model Canvas

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| <div><div>Key Partners</div><div></div></div> <div>재료판매상 주민협의체 사하구청 경로당</div> | <div><div>Key Activities</div><div></div></div> <div>노인일자리 창출 낮은 인건비 특성있는 마을기념품</div> | <div><div>Value Proposition</div><div></div></div> <div>노령화 활기증대 관광객 흥미증대 마을 기념품</div> | <div><div>Customer Relationships</div><div></div></div> <div>지속적인 의견 수렴 및 반영</div> | <div><div>Customer Segments</div><div></div></div> <div>주민(노인층) 관광객</div> |
| | <div><div>Key Resources</div><div></div></div> <div>소일거리를 원하는 노인층 판매상점</div> | | <div><div>Channels</div><div></div></div> <div>오프라인 상점</div> | |
| <div><div>Cost Structure</div><div></div></div> <div>재료비, 제작 인건비, 판매처 임대</div> | <div><div>Revenus Streams</div><div></div></div> <div>기념품 판매</div> | | | |

운영 매뉴얼 및 교육

감천문화마을은 최종 결과물에 대한 제작과 운영에 대한 교육을 2차례로 실시하였으며 작업자는 총 6명으로 선정되었다.

| 감천 꽃할매기념품 만들기 | | | | | 문화경로당 작업자 |
|---|---|---|---|---|--------------|
|  |  |  |  |  | 1. 서 O 기 (남) |
| ① 석고 틀을 준비하고, 핀으로 고정해주세요 | ② 석고가루 종이컵 2컵을 넣어주세요 (석고가루 2 : 물 3) | ③ 물 종이컵 3컵을 넣어주세요 | ④ 뒤에서부터 석고 반죽이 약간 붉게 되도록 잘 치어주세요 | ⑤ 조심스럽게 석고 틀에 부어주세요 | 2. 구 O 자 (여) |
|  |  |  |  |  | 3. 황 O 연 (여) |
| ⑥ 석고반죽을 붓고 '죽죽' 석고 틀을 쳐주세요 기포가 생기지 않게 해주세요 | ⑦ 주걱으로 뒷부분을 평평하게 해주세요 굳을 때까지 약 20분 정도 기다려주세요 | ⑧ 조심스럽게 석고 틀을 뒤집어 잘 떼어주세요 | ⑨ 집 모양 석고의 모난 곳을 사포로 깎아주세요 | ⑩ 완성 | 4. 박 O 남 (여) |
| | | | | | 5. 최 O 흥 (여) |
| | | | | | 6. 김 O 광 (남) |

기념품 제작 교부



기념품 운영 및 디스플레이 계획



매출운영

감천 꽃할매기념품 제작 원가는 다음과 같다.

수익의 기준은 재투자금액을 고려하여 1개당 수익으로 2개의 제품이 제작 가능하도록 산정하였고 주민협의회 지원 부분도 검토 중이다.

| 원가 | | 동백방향석고 | 인센스콘홀더 | 집모양 방향석고DIY 세트 |
|---|-------|--------|--------|----------------|
| 석고 | 330 | 330 | 330 | 660 |
| 오일 | 230 | 230 | — | 230 |
| 포장박스 소 | 600 | 600 | — | — |
| 포장박스 중 | 650 | — | 650 | — |
| 포장박스 대 | 1,170 | — | — | 1,170 |
| 석고포장비닐 | 20 | — | — | 40 |
| 인센스콘포장비닐 | 7 | — | 7 | 7 |
| 미니팔레트포장비닐 | 9 | — | — | 9 |
| 미니팔레트 | 250 | — | — | 250 |
| 디자인스티커 | | 40 | 40 | 45 |
| 투명스티커 | | — | — | 40 |
| 공병 | 200 | 200 | — | 200 |
| 인센스콘 | 413 | — | 415 | 415 |
| 에어캡 | | 10 | 10 | — |
| 소모품(마스크/장갑/ 종이컵/물티슈/사포/ 핀/고무줄 등) | 150 | 150 | 150 | 150 |
| 원가 | | 1,560 | 1,602 | 3,216 |
| 판매가격 | | 7,000 | 8,000 | 15,000 |
| 재투자금액 (2개 만드는 비용) | | 3,120 | 3,204 | 6,432 |

비즈니스 모델 3

주민이 제안하는 맞춤형 테마지도

서비스 시나리오 Service Scenario

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|-------------|--------------|--------------|
| 주민, 상인, 관광객 | 주민협의체 | 작가, 상인, 사하구청 |

서비스 목적

감천문화마을을 찾는 내외국인 관광객을 대상으로 주민들의 무단침입, 소음, 사생활침해 등 불편함을 해소하고, 길찾기의 어려움을 해소하는 관광객들의 니즈를 해결하고자 함

- * 주민생활 영역강화
- * 무단침입, 소음, 사생활침해 등 주민불편사항 개선
- * 관광객들에게 정주형 관광지임을 인지시키고 지켜야 할 에티켓 안내
- * 관광객 주거지 영역의 방문 최소화 루트 개선 및 안내
- * 홍보 및 다양한 루트, 마을안내/해설 등 필요한 정보에 따라 안내

서비스 컨셉 및 특징

- 무단침입, 소음, 사생활 침해 등 주민 불편사항을 개선한 에티켓 지도 및 관광객을 위한 맞춤형 SUB지도 제작 (맛집투어, 공방투어, 사진명당투어, 야경투어, 미션투어 등)
- 주민들의 피해를 줄일 수 있는 코스 유도 및 현 지도의 문제점 개선, 홍보 및 다양한 루트, 마을안내/해설 등 필요한 정보에 따라 안내
- 감천문화마을을 찾는 내외국인 관광객들이 지도에 표기된 내용을 쉽게 인지하고 길 찾기가 쉽도록 지도와 안내사인을 연계

벤치마킹 Benchmarking

「이화동 벽화마을 에티켓 지도/ 통영 예술가의 길 공연, 문학지도」 테마지도 예시

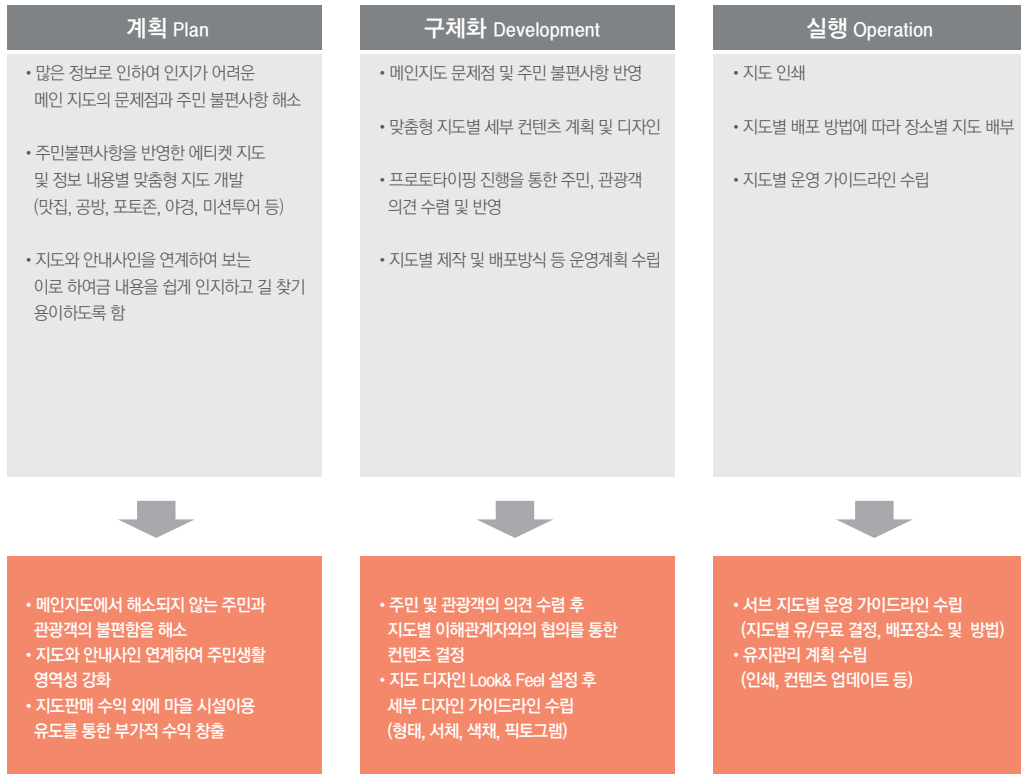


주제별 콘텐츠 내용이 차별화되면서 전체적은 디자인 Look&Feel 통일

* 에티켓의 경우 강압적이지 않고 인포그래픽을 통한 부드럽고 보는 이에게 행동을 유도할 수 있는 디자인

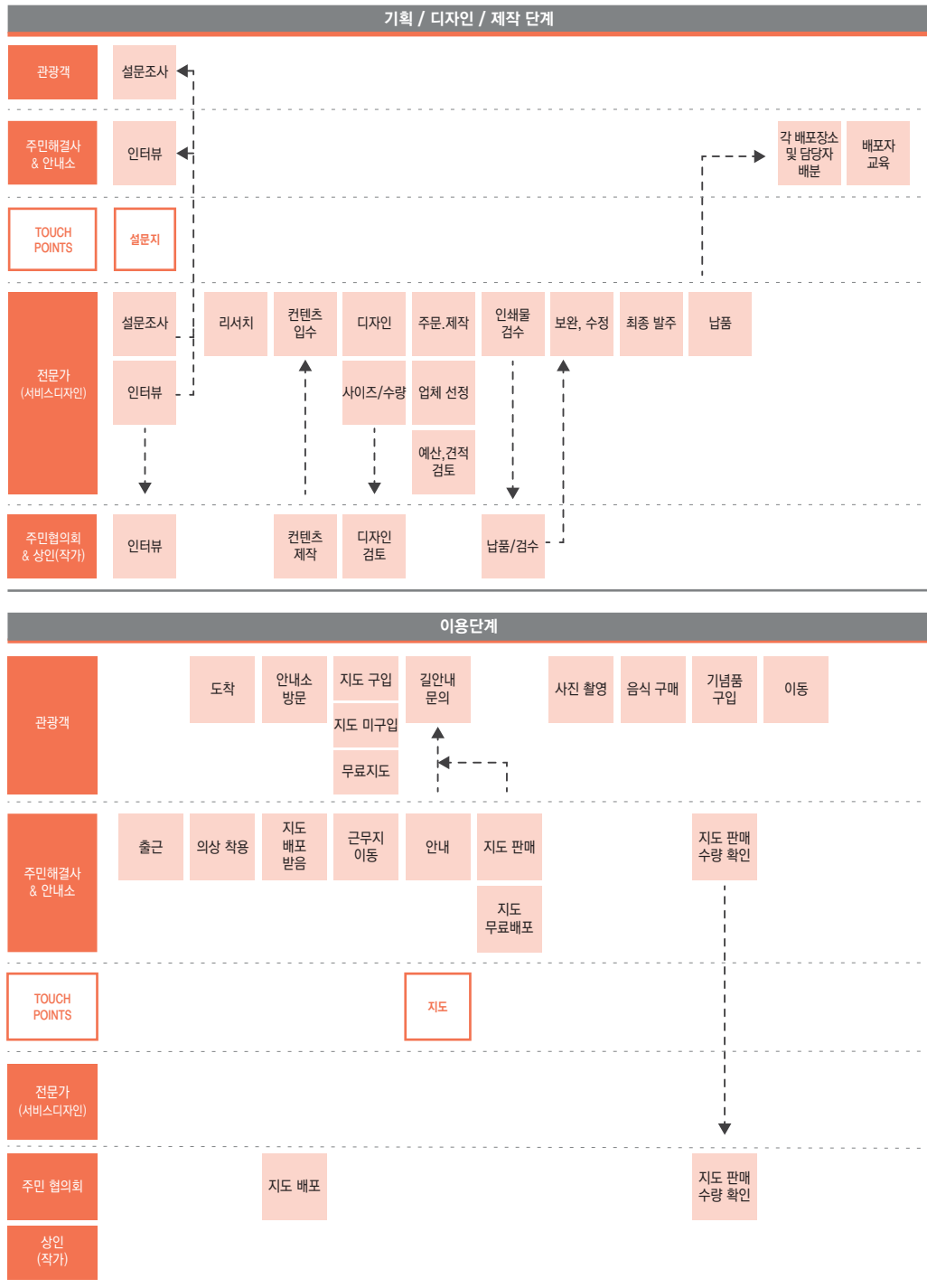
운영방법

- 메인 지도 속에 서버로 끼워서 배포
- 주민해설사가 지니고 다니면서 관광객 문의 시, 해당 서버 지도 배포 및 설명용으로 사용



4. DELIVER 전달하기

서비스 블루프린트 Service Blueprint



4. DELIVER 전달하기

서비스 매뉴얼 Service Manual

필드리서치

- 메인지도 문제점 도출
- 주민 불편사항 반영
- 지도별 이해관계자 니즈 파악

지도 구체화

- 지도별 콘텐츠 결정
- 지도별 세부 디자인
- 지도별 운영계획 수립

프로토타이핑

- 지도별 인쇄
- 지도별 배포 방법 교육
- 지도별 배포장소별 지도 배부
- 주민 및 관광객 의견 수렴

유지관리 계획 수립

- 인쇄방법
- 콘텐츠 업데이트
- 수익에 관한 배분 및 환원 등

운영 가이드라인 수립

- 지도별 유/무료 결정
- 지도별 배포장소 결정
- 지도별 배포방법 결정
- 지도 배포자 교육

비즈니스 모델 캔버스 Business Model Canvas

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| <div>Key Partners</div> <div></div> <div>상인, 작가 주민협의체 사하구청</div> | <div>Key Activities</div> <div></div> <div>에티켓 안내 메인지도 문제점 해소 마을 홍보 및 안내 쉬운 길찾기</div> | <div>Value Proposition</div> <div></div> <div>주민역영성강화 관광객 흥미증대 마을 홍보 마을 안내/해설</div> | <div>Customer Relationships</div> <div></div> <div>지속적인 의견 수렴 및 반영 (컨텐츠 업데이트) 투명한 수익 운영</div> | <div>Customer Segments</div> <div></div> <div>주민 상인 관광객</div> |
| <div>Key Resources</div> <div></div> <div>정주형 관광지에서의 에티켓 컨텐츠, 마을내 맛집(상가), 작가공방체험, 마을 포토존, 핵심투어코스</div> | | <div>Channels</div> <div></div> <div>마을 인포메이션, 주민해설사</div> | | |
| <div>Cost Structure</div> <div></div> <div>정주형 관광지에서의 에티켓 컨텐츠, 마을내 맛집(상가), 작가공방체험, 마을 포토존, 핵심투어코스</div> | | <div>Revenus Streams</div> <div></div> <div>테마지도판매 수익, 광고/홍보비</div> | | |

비즈니스 모델 4

보기 쉽고, 알기 쉽고, 찾기 쉬운 길찾기 시스템

서비스 시나리오 Service Scenario

| 대상(수요자) | 서비스 제공자(공급자) | 이해관계자 |
|---------|--------------|----------|
| 주민, 관광객 | 주민협의체 | 상인, 사하구청 |

서비스 목적

감천문화마을을 찾는 내외국인 관광객의 길찾기의 어려움을 해소하고, 길찾기 어려움으로 인해 발생하는 2차적인 문제인 주민들의 사생활 침해 등 불편함이 발생하는 것을 해결하고자 함

- * 관광 중심 사이니지, 일관성 없는 사이니지, 정보 오류 개선
- * 주거지와 관광지와의 균형, 주민의 거주공간 보호 사이니지 구분
- * 시설물에 대해 혼동을 줄이고 주민의 사생활 보호

서비스 컨셉 및 특징

- 지리적 특징으로 길을 잃기 쉬운 감천문화마을의 현 위치 및 주요시설 안내로 관광객들의 길찾기를 용이하게 하여 관광 편의 제고
- 관광객들의 길 찾기의 어려움으로 인하여 의도하지 않은 주민 사생활 침해 및 무단 침입을 줄여줌으로써 주민들의 불편사항을 줄여주고, 이와 더불어 관광객에게 동선을 정확하게 인지시켜 주민의 피해를 줄일 수 있도록 동선을 유도, 주거생활 보호 및 영역성 강화
- 무단침입, 소음, 사생활 침해 등 주민 불편사항을 반영하여 주거민을 위한 에티켓 사인 설치
- 일관된 사인시스템, 정보안내, 적시의 정보 제공으로 마을의 아이덴티티 및 일관된 정보 안내로 신뢰도를 높이고 마을의 이미지를 보다 좋게 함

벤치마킹 Benchmarking

「Wayfinding 길찾기」 해외 디자인 예시

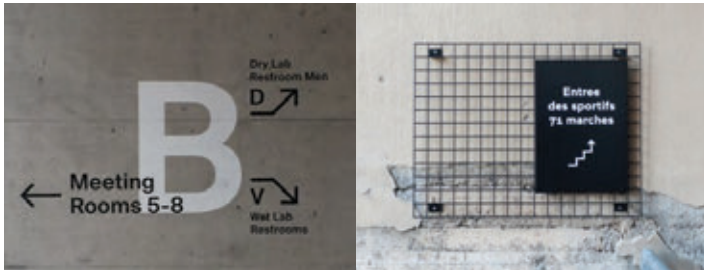


▲ 가변성이 용이한 웨이파인딩

▲▼ 벽면을 활용한 웨이파인딩

▼ 메시이용, 사인 및 기타 정보 게시 가능한 웨이파인딩

기능적, 사용적, 환경적 관점에서 심플함과 최소성으로 본질을 강화할 수 있는 정보의 양, 재질, 형태, 색채, 그래픽, 배치 등 공간과의 일체화를 구현할 수 있는 디자인 계획



디자인 계획

감천문화마을의 특징인 집을 모티브로 제작하였다. 마을에서 활동하는 작가와의 협업으로 최종 결과물을 디자인 하였으며 기능적인 요소를 활용하여 외국인 관광객들의 관심을 높이도록 하였다.

1. 종합안내사인 BUS STOP - 1개소



2. 종합안내사인 A TYPE - 3개소



3. 종합안내사인 B TYPE - 1개소



4. 종합안내사인 C TYPE - 1개소



5. 종합안내사인 (부착형) - 5개소

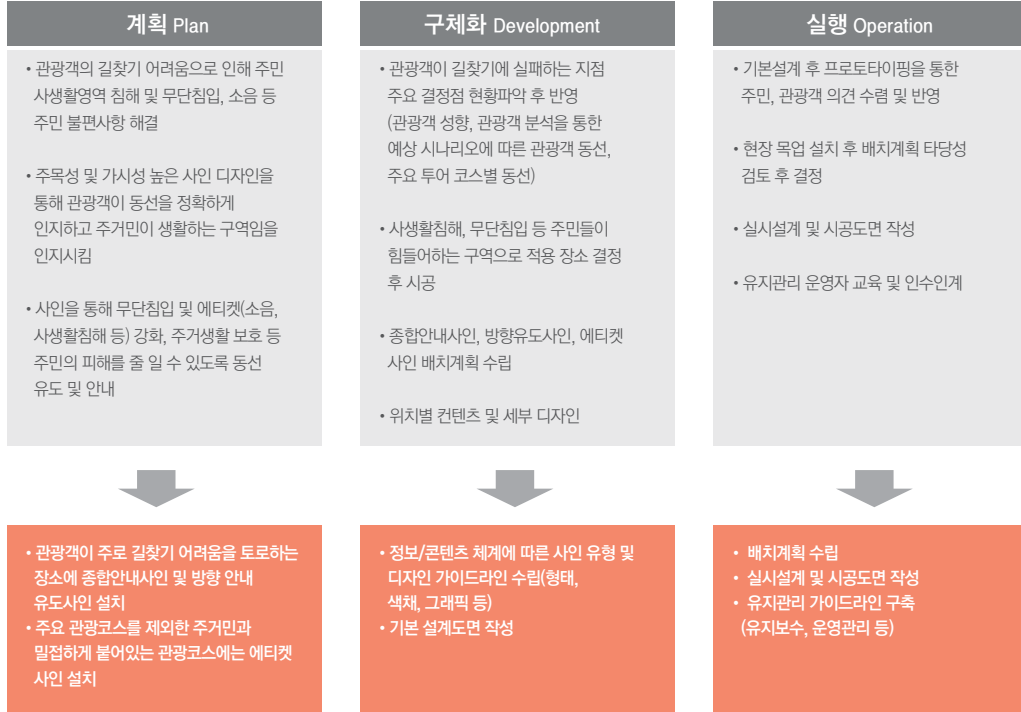


6. 종합안내사인 (화면교체) - 6개소



운영방법

- 조사된 문제에 대한 해결방안 마련하여 설치 (경사로, 주거침입, 에티켓 강화 구역, 길찾기 등)
- 사인이 설치될 환경의 안전성 조사
- 주민협의체 또는 마을 주민이 주도할 수 있는 커뮤니티를 구성하여 직접 관리



서비스 매뉴얼 Service Manual

필드리서치

- 현 사인시스템 현황 조사 (형태, 정보, 배치현황)
- 현 사인시스템 문제점 도출
- 주민/관광객 불편사항 반영

시스템 모듈화

- 사인기본계획 (색채, 서체, 픽토그램 등)
- 사인 형태계획
- 사인 시스템 체계도
- 위치별 정보디자인
- 아이템별 세부 디자인

프로토타이핑

- 샘플링(목업제작)
- 현장시공
- 현장성, 기능성, 제작성 검토
- 시공시 보양 및 안전상태 확인
- 시운전 및 의견 수렴/보완

유지관리 가이드라인 구축

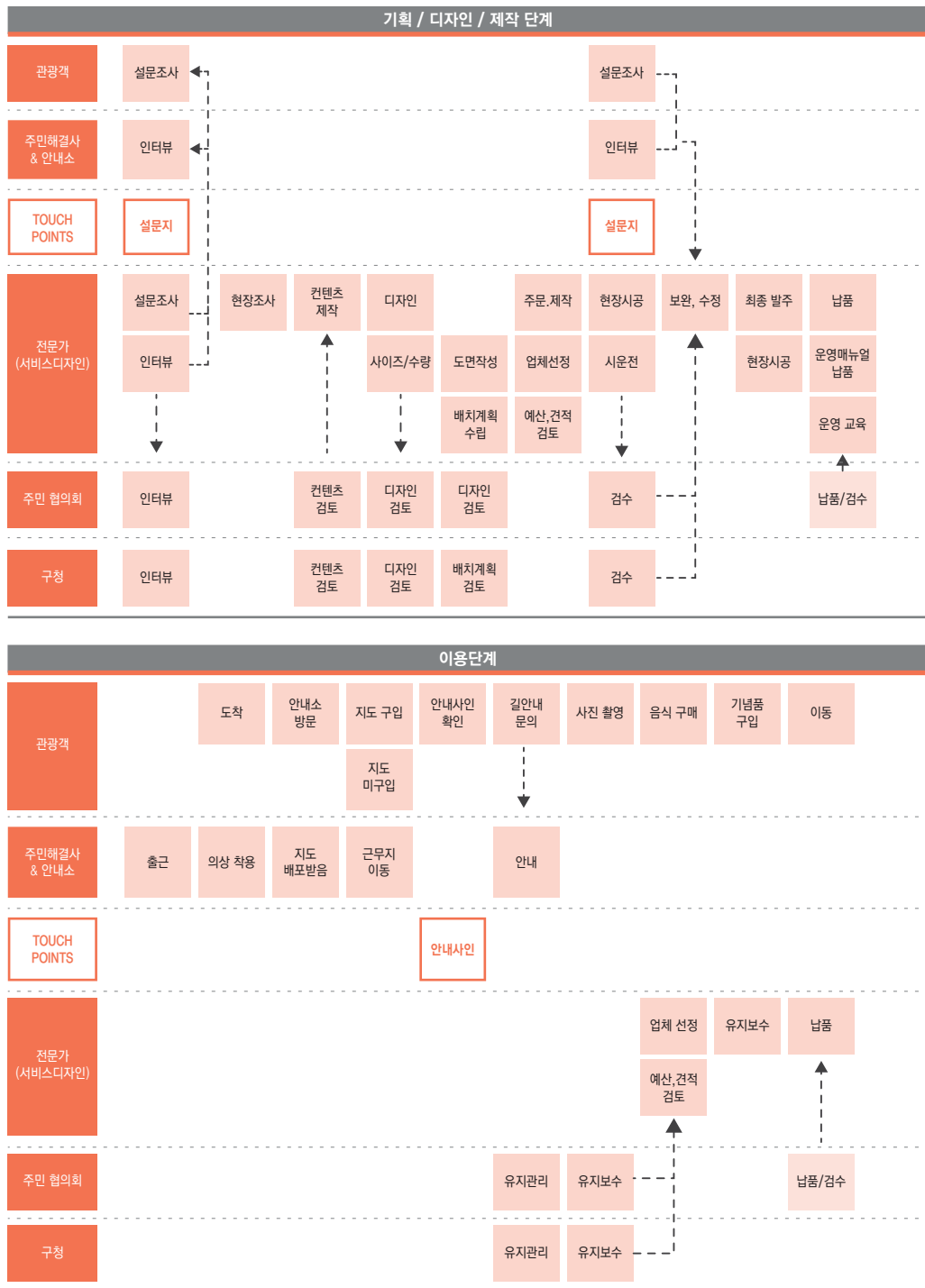
- 실시설계 및 시공도면 작성
- 배치계획 수립
- 시방서 작성
- 유지관리, 유지보수 등 가이드라인 구축

사인시스템 체계화

- 품목별 가이드라인화 (적용원칙, 형태시스템 체계화)

4. DELIVER 전달하기

서비스 블루프린트 Service Blueprint



02 적용 및 관리

서비스 적용 Service Launching

시범 실행한 아이디어 세 가지는 잘 전달되었으며 주민 스스로 그 운영 과정을 실행하며 습득 중이다. 감천문화마을 꽃할매 기념품의 경우 지속적인 판매량이 발생하여 주민들에게도 관심을 받고 있다. 이제 경제적으로 자립해야 하는 마을협의체 구성원들은 다음 상품을 구상하여 진행하려는 등 의욕적인 모습을 보이고 있다. 그러나 모든 과정을 주민내부에서 해결할 것이 아니라 전문적인 상품기획과 컨설팅 등은 전문 서비스를 이용하여 민간서비스와 경쟁할 수 있도록 질적으로 향상되어야 할 것이다.

1. 주민해결사



주민해결사는 동복 20벌, 춘추복 40벌, 하복 100벌이 전달

2. 꽃할매 기념품



꽃할매 기념품은 초도물량 약 1,300개가 제공되었으며 마을 주민협의체에서 운영 중인 기념품샵 2개소에서 판매되고 있다.

3. 길찾기 시스템



종합안내사인 BUS STOP - 1개소 / 종합안내사인 A TYPE - 3개소 / 종합안내사인 B TYPE - 1개소 / 안내사인 C TYPE - 1개소 / 종합안내사인 (부착형) - 5개소 / 종합안내사인 (부착형) - 5개소

서비스 관리 Monitoring

위 3가지 아이디어로 마을 주민협업체와 상인, 경로당, 복지관의 협력으로 마을에서 실험 운영을 거쳤다. 정확한 구현 방법과 운영 방식을 검증한 후 감천문화마을 주민해결사는 주민협업체에 전달되었다. 감천문화마을 꽃할매 기념품은 작가와 협업을 통해 기념품 원형을 개발, 경로당에서 제작, 주민협의회에서 관리하고 판매할 수 있도록 제공하였다.

지역 주요 현안을 해결할 수 있는 서비스를 개발하고 주민주도형 비즈니스 모델을 연구하는 본 연구는 지역사회의 지속가능한 공유가치 구현을 위한 기반연구로써 가치를 가진다. 본 연구를 기반으로 지속 가능한 도시재생을 위한 혁신적인 서비스 모델 개발이 꾸준히 이루어지기를 기대해본다.

1. 주민해결사 : Service

주민해결사는 마을 주민협업체에서 자체 복장 가이드를 계획하여 운영 중이다.

주민해결사 복장 전달 이후 마을행사와 유지관리를 위해 추가제작이 자체적으로 가능하도록 제작가이드를 전달하였다.

2. 꽃할매 기념품 : Business

시범사업 이후 약 5주동안 총 47개가 판매되었고 매출실적은 약 52만원 내외이다.

제작과정에서 어르신들이 어려움을 토로한 포장검수에 있어서 재교육과 타인의 체크가 필요하다는 점을 보완, 마을기업직원과 주민이 체크하고 도와주도록 연결하였다.

주민협업체는 이후 해당 상품 제작 시 반드시 지역 어르신에게 수익이 일부 전달되도록 운영하겠다고 약속하였으며, 마을내부의 타 가게에도 납품하여 감천의 대표상품으로 만들 것을 검토하고 있다. 또한 제작에 참가할 의향이 있는 경로당을 추가로 발굴할 예정이다.

3. 길찾기 시스템 : Design Guideline

길찾기 시스템은 개선된 표지를 계획대로 설치 후, 디자인 가이드라인을 마을 주민협업체와 관할구청에 전달하였다.

향후 마을 주민협업체는 길 조성과 길찾기 체계 개선에 가이드를 활용하며, 관할구청이 해당 표지를 유지관리할 예정이다.





꽃할매 기념품 (위-기념품 패키지, 아래-기념품 구성)

연구진

한국디자인진흥원 서비스디자인실

강필현 실장
김상열 책임
신영준 선임
안나영 선임
심혜림 연구원

이음파트너스

안장원 대표
김석태 부사장
윤희정 이사
김대호 이사
이연지 실장
조성웅 실장
국선영 과장
안진아 과장
김도연 과장
장지연 과장
손나라 대리

발행월 2018년 7월

발행처 한국디자인진흥원

주 소 경기도 성남시 분당구 양현로 322

웹사이트 <http://www.kidp.or.kr>

문의 anna@kidp.or.kr

기획, 편집디자인 이음파트너스

© 한국디자인진흥원

이 책에 실린 글은 한국디자인진흥원과 이음파트너스의 동의 없이 무단으로 사용·전재할 수 없습니다. 이 내용을 대외적으로 발표할 때 에는 반드시 산업통상자원부 한국디자인진흥원의 연구개발사업의 결과임을 밝혀야 합니다.

CREATING SHARED VALUE BY **SERVICE DESIGN**

비매품



93330

9 788992 695794
ISBN 978-89-92695-79-4