
청년 고(孤)백(Back)

- 청년고독생 예방 및 여수 정착을 위한 정책 -

2022. 10.

여 수 시

여수시 청년 고(孤)백(Back)

□ 추진배경

- '20년 여수시 청년인구 비율은 전남 22개 시·군 중 4위(24.3%)인데 반해, 최근 20년간 전남도 내 청년인구 누적 순유출 1위
- '20년 여수시 청년층 사망원인 1위는 고의적 자해(40.7%)이며, 여수시 청년정책 중 참여·소통 관련 사업 비율은 1% 미만
⇒ (단·중기) 청년고독생 예방 및 (장기) 여수시 청년 정주 환경 개선 필요

□ 추진내용

- 선제적 예방을 위해 고독사 이전 단계인 고독생에 초점
- 1차 설문조사 및 FGI 분석 결과 청년층은 자발적으로 고독생을 선택
- 현재의 삶에 대체로 만족하면서도 커뮤니티, 문화생활 부문 등 개선 요구
- 고독생을 '건강한 고독생' vs '절실한 고독생'으로 구분
- 여수시 청년 유형을 3개로 분류, 유형별 수요 및 역할 논의
* 타지유입청년(타지역→여수)/리턴청년(여수→타지역→여수)/여수토박이청년
⇒ 3개 청년 유형 모두의 '건강한 고독생'을 지원할 수 있는 정책 발굴 노력

□ 추진성과 및 기대효과

- 청년 행사에서 홍보부스 운영 및 2차 설문조사 실시
- 청년고독생에 대한 인식 전환 캠페인 총 2회/ 언론보도 총 2회 31건
- 청년 T/F팀 구성 및 여수 적응(정착) 매뉴얼 제작 방법 등 제안
- 청년고독생의 '자발성'을 고려하여 청년이 직접 매뉴얼 제작 참여
- 3개 청년 유형이 골고루 분포되도록 T/F팀 구성 및 정기적 리뉴얼
* 매뉴얼 제목: '어서오이다, 청년!'/ 부제: 여수에서 뽕뽕지게 먹고, 놀고, 살고! 3GO!
* 운영방식: 서포터즈 모집 및 청년T/F팀 구성

< 국민정책디자인 운영 전·후 비교 >

국민정책디자인 운영 前(AS-IS)	국민정책디자인 운영 後(TO-BE)
<ul style="list-style-type: none"> • 기성세대의 시각으로 청년 문제 인식 • 여수를 떠나는 청년들 • 청년고독생에 대한 단편적 이해 • 청년도 잘 모르는 청년정책 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년의 주체적 시각을 반영한 문제 인식 • 지속 거주하고 싶은 사회적 환경 조성(정주여건 개선) • 청년유형 분류를 통한 청년고독생 심층 이해 • 청년이 직접 참여하여 홍보 효과 증대 및 실효성 확보

□ 향후계획 *운영예산 확보 여부에 따라 변동

- 서포터즈 모집을 위한 카드뉴스 제작 및 유관기관 협업 추진

1 청년 고(孤)백(Back) [여수시]

과제유형	기획·협업과제	과제분야	사회복지
주관기관	인구일자리과 (여수시청년지원센터)	주관기관 과제담당자	이진아 센터장 연락처 : 061-664-2113 이메일 : wing33@korea.kr
협업기관	여수시 여성가족과	협업기관 과제담당자	한순주 차 장 연락처 : 061-659-4167 이메일 : kj604@korea.kr
	여수시 사회복지과		이현선 주무관 연락처 : 061-659-3670 이메일 : lhsun124@korea.kr
	여수시가족플러스센터		지미자 센터장 연락처 : 061-692-4174 이메일 : yeosusicenter@daum.net

1 과제 개요

◆ (사업목표)

- 청년고독생 예방을 위한 민·관 협력 방안 모색
- 청년고독생에 대한 부정적 인식 전환 계기 마련

◆ (주요고객) 여수시 20~30대 청년 단독세대

◆ (추진기간) '22. 5.~11.

◆ (소요예산)

- ('22) 운영비 15백만원(시비)

◆ (추진내용)

- 20~30대 청년고독생 예방을 위한 민·관 협력 방안 모색
- 청년고독생에 대한 인식 전환 계기 마련

2

추진배경

- 20~30대 청년고독생(生) 예방을 위한 민·관 협력 방안 모색
- 청년고독생에 대한 인식 전환 계기 마련

□ 주요현황

- 여수시 청년 취업자 종사산업('20. 12. 31.기준) (단위 : 명)

구분 \ 산업	계	사업·개인·공공서비스	광업·제조업	건설업	전기·운수·통신·금융	농업·임업·어업
청년 (19~39세)	37,265 (100%)	12,751 (34.2%)	8,590 (23.1%)	5,215 (14.0%)	3,115 (8.4%)	775 (2.1%)
남	24,377 (100%)	6,162 (25.3%)	7,331 (30.1%)	4,581 (18.8%)	2,301 (9.4%)	679 (2.8%)
여	12,888 (100%)	6,589 (51.1%)	1,259 (9.8%)	634 (4.9%)	814 (6.3%)	96 (0.7%)

- '22년 1월 여수시 1인 가구 비율 40.1%, 이 중 20·30대 1인 가구의 비율은 23.8%로 상당한 비중

- ◆ 여수시 1인 가구 세대별 현황('22. 1월 주민등록통계) (단위 : 세대)

세대수	1인가구 비율	1인가구			비고
		계	남	여	
127,799	40.1%	51,371	27,262	24,109	

- ※ 전국(40.2%), 서울특별시(42.9%/ 1,901,146명), 전남(45.7%), 순천시(37.6%), 광양시(39.2%)

- ◆ 1인 가구 연령별 현황('22. 1월 주민등록통계) (단위 : 세대)

연령별 세대수	10대	20대	30대	40대	50대	60~64세	65세이상
51,371	149	6,141	6,073	6,652	9,712	5,847	16,797
비율	0.3%	12.0%	11.8%	12.9%	18.9%	11.4%	32.7%

⇒ 여수산단(공단)에 취업하여 1인 가구로 지내는 가구가 많을 것으로 추정

□ 문제점

- '20년 여수시 청년인구 비율은 전남 22개 시·군 중 4위(24.3%)인데 반해, 최근 20년간 전남도 내 청년인구 누적 순유출 1위

전남 청년인구 유출 5년째 계속 늘어..누적 순유출 여수 '최다'

22개 시군별로 살펴보면 최근 20년간 도내 청년인구 누적 순유출이 가장 많은 곳은 여수시로 3만7천868명이다. 목포시(2만4천394명...며 "청년에게 기회와 성장의 터전이 될 수 ...
연합뉴스 2022.08.16 다음뉴스

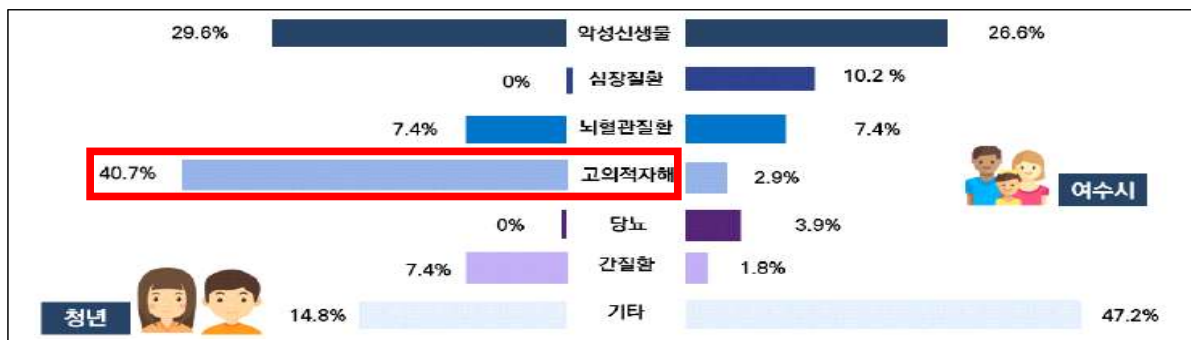


- '22년 여수시 청년정책 사업종류별 비율을 살펴보면, 주거·복지 및 일자리가 약 70%를 차지하며 특히 참여·소통 관련 사업 비율은 1% 미만으로 관심이 필요

총 28,627백만원 (100%)

1	주거·복지	16,418	(46.2%)	3	관광·문화·레저	4,995	(14.3%)
2	일자리	6,959	(24%)	4	참여·소통	255	(0.9%)

- '20년 여수시 청년층 사망원인 1위는 **고의적 자해(40.7%)**로 여수시 전체 비율과 비교해봤을 때 많은 차이가 나는데 그 원인을 고민해 볼 필요가 있음



⇒ 청년정책에서 '참여·소통이 부족해서 생긴 문제는 아닐까?'라는 문제의식으로 '청년고독생 예방'이라는 주제를 선택, 장기적으로는 여수시 정주환경 개선 효과 기대

3

추진내용

□ 브레인라이팅을 통한 청년고독생 공감하기 [국민요구 이해하기]

국민디자인단 발대식 / 오리엔테이션 / 조사 목표 설정

- 브레인라이팅을 통한 청년 ‘고독생’ 공감하기
- 사업 대상(고객) 구체화
 - 선제적 예방 차원에서 청년고독사(死)보다는 **청년고독생(生) 예방에 초점**
 - 주요대상: 20~30대 청년 1인 가구



□ 설문조사 및 심층인터뷰, BI 개발 [국민요구 발견하기]

시범 설문조사 및 FGI / 결과 분석 / BI 및 로고 개발

- 1차 설문조사 실시
 - 구글폼(QR코드)으로 온라인 설문조사 → 총 78명 참여
- FGI(집단심층면접) 실시
 - 시범 설문조사 참여자 중 10명(취업자 5, 미취업자 5) 선별
 - 취업여부 기준 2개 그룹으로 나누어 온라인 화상 인터뷰 진행
 - ※ (1차) 2022. 7. 7.(목) 20:00 / (2차) 2022. 7. 13.(수) 20:00
- 1차 설문조사 및 FGI 결과 분석
 - 미취업자가 취업자보다 고독하고 우울할 것이라고 추측했으나, 사실상 고독과 취업상태 혹은 우울감은 크게 연관이 없었음
 - 청년층은 **자발적으로 고독생을 선택**하는 경우가 많았고 현재의 삶에 만족하고 있었으며 이것을 '**건강한 고독생**'이라 칭하기로 함
 - 반면, 오랜 기간 이어진 고독으로 심한 우울감을 겪는 경우는 '**절실한 고독생**'이라 칭하고, 기존 사업인 「청년 마음건강 지원 사업」 등이 존재하므로 제외

- 그렇다면, 청년고독생 예방을 위해 필요한 정책이 무엇일까?

- ◆ 문화생활을 위한 비용, 시설(공간), 프로그램 확충
- ◆ 모임, 문화생활 등을 위한 커뮤니티 필요
- ◆ 저소득층만이 아닌 보편적 서비스 제공


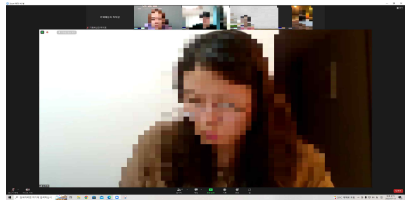

○ 국민정책디자인단 BI(Brand Identity) 개발: 「청년 고(孤)백(Back)」

◆ 「청년 고(孤)백(Back)」의 의미

- 첫째, 청년들의 고독생(孤獨生)을 고백(告白)한다는 의미
- 둘째, 청년들이 고독하고 외로울 때 뒤에서 든든한 백(Back)이 되어주겠다는 의미
- 셋째, 국민정책디자인단을 통해 청년들이 고독생을 택하지 않고 모두의 곁으로 돌아와 왔으면(come back) 하는 바람

○ 국민정책디자인단 로고 개발

- BI 「청년 고(孤)백(Back)」과 동음으로 읽히는 'Go Back(돌아가라)'라는 추적기호(◎)에서, 가운데 점(●)은 고독하게 살아가는 청년을, 이를 둘러싼 동그라미(○)는 든든한 지원자(Back)로 형상화

		
시범 설문조사	화상 인터뷰	디자인단 로고

□ 여주시 청년 유형별 서비스 목표 수립 [진짜문제 정의하기]

여수청년 유형 구분 / 이해관계자 지도 / 페르소나 / 고객여정맵

○ 여주시 청년 유형 분류 및 특징 논의

구분	내용	특징
타지 유입 청년	여수가 고향이 아니며, 타 지역에서 살다가 직장(여수 산단/공단) 등 개인적인 이유로 여수에 살게 된 경우	낮선 타지 여수에 적응 필요
리턴 청년	여수가 고향이지만, 학업 등 개인적인 사유로 타 지역에서 살다가 다시 여수로 돌아온 경우	변화된 여수에 재적응 필요
여수 토박이 청년	여수에서 태어나 줄곧 여수에서 산 경우	타지유입청년과 리턴청년에게 마니또 역할

		
이해관계자 지도	페르소나 설정	고객여정맵 작성

○ 페르소나

타지유입청년	리턴청년
<p>남 33세 경기도 출신으로 여수산단 관리직으로 취업</p> <p>“비록 취업이 목적이었지만, 이왕 왔으니 여건이 된다면 여수에 안정적으로 정착해서 살고 싶어요.”</p> <p>“사람 만나는 것을 좋아하는데, 연고가 없는 지역이다 보니 아무래도 외로울 때가 있죠. 오롯이 혼자 자립하는 거라서 앞으로의 고독한 생활에 대한 걱정도 되고요.”</p> <p>“일단 여수에 대해 알아가야 하는데, 현지인만큼 여수를 잘 알려줄 수 있는 출처는 없다고 생각해요.”</p>	<p>여 27세 여수 출신이나 학업을 위해 상경했다가 여수로 귀환</p> <p>“취업이 생각처럼 잘 안되니까 고향 생각이 났어요. 그래서 7년 만에 여수로 돌아왔죠. 나의 고향 여수에서 활동적이었던 저의 본모습을 찾고 싶어요.”</p> <p>“원래 제가 활동적인 성격인데, 취업준비를 하면서 소심하고 내성적으로 변한 것 같아요. 자의반 타의반으로 친구들이랑 연락이 자연스럽게 끊겼어요.”</p> <p>“여수에서 제 나이 또래와 어울리며 정보도 얻고 스트레스도 풀 수 있는 기회가 많았으면 해요.”</p>

□ 매뉴얼 제작을 위한 아이디어 회의 [발전하기]

서비스 목표 수립 / 브레인라이팅 / 아이디어 스케치

○ 페르소나 2명(타지유입청년, 리턴청년)에 대한 서비스 목표 수립

리턴청년(백여수, 여, 27세)	
문제발생지점	문제를 기회로 바꾸는 질문
<ul style="list-style-type: none"> · 무직 상태로 취·창업 고민 	<ul style="list-style-type: none"> · 여수에서 취·창업 준비 단계를 위한 대외활동 경로를 알기 쉽게 보는 방법은 없을까?
<ul style="list-style-type: none"> · 여수가 고향이었지만 좋은 인맥들은 대부분 타지에 있어서 다양한 정보를 구하기가 힘들 · 청년들의 만남의 장 필요 	<ul style="list-style-type: none"> · 여수 내 다양한 청년들 간 교류 및 커뮤니티 활성화로 정보도 얻고 자존감도 회복할 수 있지 않을까?
<ul style="list-style-type: none"> · 달라진 여수의 모습이 조금은 낯설고, 친구들 대부분이 타지에 있어 외로움 	<ul style="list-style-type: none"> · 여수에 재적응할 수 있는 기회가 뭐가 있을까?

타지유입청년(손고독, 남, 33세)	
문제발생지점	문제를 기회로 바꾸는 질문
<ul style="list-style-type: none"> · 연고가 없어 사교활동 기회가 적음 · 가족과 친구에 대한 그리움 · 사적인 대화 단절로 인한 외로움 	<ul style="list-style-type: none"> · 여수토박이 청년과 타지 유입 청년 간에 자연스럽게 교류할 수 있는 기회를 만들어주면 어떨까? · 소모임/커뮤니티 활동 지원으로 다양한 친구를 만들어 주는 것은 어떨까?
<ul style="list-style-type: none"> · 인터넷 등을 통해서 정보를 얻다보니, 여수에 대해 속속들이 알기 어려움 	<ul style="list-style-type: none"> · 여수를 처음 오게 된 청년이 한 눈에 여수를 제대로 알 수 있도록 매뉴얼을 제공해주는 건 어떨까?
<ul style="list-style-type: none"> · 타지 청년에 대한 텃세 · 낯선 타지에서 홀로 적응하기 어려움 · 고향으로 돌아가고 싶은 생각이 들 	<ul style="list-style-type: none"> · 타지역 유입 청년이 여수에서 지속적으로 살아갈 수 있는 방법은 무엇일까?

○ 2차 설문조사 주요 결과

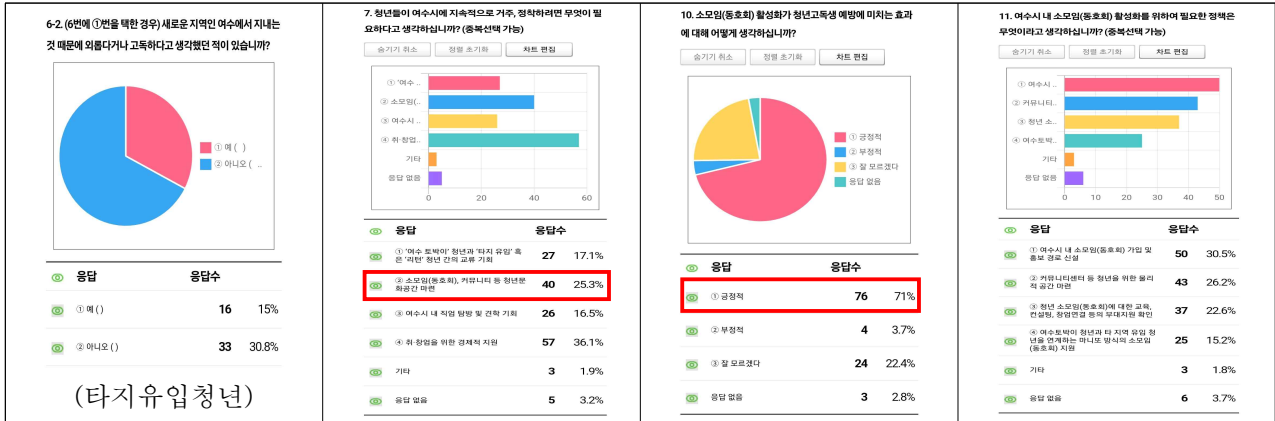
- 총 107명 참여(남 41, 여 65, 미응답 1)

*여수신학융합원 방문 청년, 청년페스타 및 광장피크닉 부스행사 참여 청년, 청년활동가 등 대상

- 참여자 만 20세~만 30세 미만 56.1%, 만 30세~만 40세 미만 42% 미응답 1.9%

- 취업자(자영업 포함) 68.2%, 미취업자 30.8%, 미응답 0.9%

- 타지유입청년 45.8%, 리턴청년 19.6%, 여수토박이 31.8%, 미응답 2.8%



○ 브레인라이팅

- 어떻게 하면 3개 유형 청년이 자연스럽게 교류하며 고독생을 예방하고, 동시에 여수에 지속 거주 혹은 정착하게 만들 수 있을까?

① (단기) 청년들의 여수 적응(정착) 매뉴얼 제작(안)

◆ 제목: '어서오이다, 청년!' (가칭)
 ◆ 부제: 여수에서 **뽕딱지게* 먹고(EAT), 놀고(PLAY), 살고(LIVE)! 3GO!** (가칭)
 * '뽕딱지다'란 '아무지다'의 전남 방언

② (중기) 여수시 소모임 자체 앱 개발 제안

③ (장기) 청년커뮤니티센터 건립(인구일자리과 추진 중)

⇒ 가까운 시일 내에 실천가능한 매뉴얼 제작(안) 및 운영방식에 대한 아이디어 스케치 진행

○ 매뉴얼 관련 아이디어 스케치

- 모집방법: 청년 T/F팀* 모집 카드뉴스(※ 향후 추진계획 참고)

*(가칭) 「여수청년특공대」 서포터즈

- 조직구성: 감시단 + 기획/운영/홍보/통계/콘텐츠/인재개발팀

- 운영내용: 청년들의 여수 적응(정착)을 위한 요구조사 및 매뉴얼 제작, 홍보, 리뉴얼 등

- 운영방식

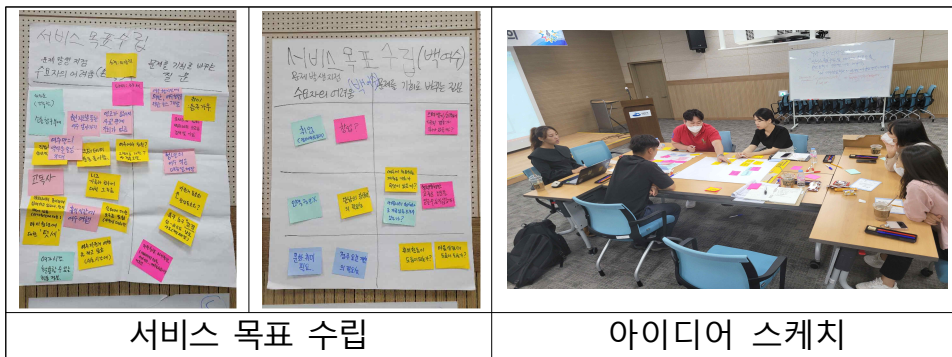
- ① 고독생도 '자발적'이라는 FGI 결과를 고려, 청년이 직접 매뉴얼 제작
- ② 팀별로 3가지 유형의 청년을 골고루 배치
- ③ 청년 트렌드 변경 주기가 짧은 것을 고려, 2~3년 주기로 내용 리뉴얼

- 매뉴얼 홍보방안

- ① 온 라인: 여수시 SNS 및 홈페이지 e-book 게시
- ② 오프라인: 여수청년지원센터, 여수시가족플러스센터 등 유관기관 배부

- 활용방법

- ① 20~30대 청년 전입신고 시 매뉴얼 제공
- ② 읍면동 주민센터 등 공공기관 청년층이 자주 방문하는 유관기관 등에 상시 배치
- ③ 여수시 청년활동가 등을 통해 소모임 활동 시 활용



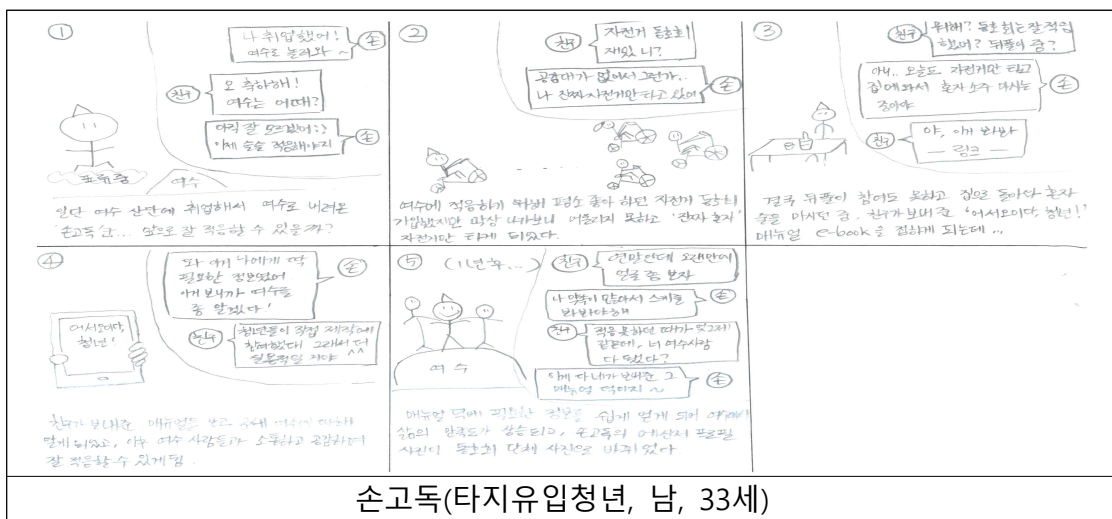
서비스 목표 수립

아이디어 스케치

□ 서비스 전달을 위한 매뉴얼 구체화 [실행전략 전달하기]

서비스 시나리오 / 스토리보드 작성 / 매뉴얼 초안 아이디어 회의

○ 페르소나 2명(타지유입청년, 리턴청년)에 대한 서비스 시나리오



손고독(타지유입청년, 남, 33세)

4

국민정책디자인 운영 성과

가. 국민정책디자인단 구성 현황

구분	성명/소속/직위	역할	
국민	분야 전문가	지미자 센터장 (여수시가족+센터)	협업 및 자문기관
		오주영 팀장 (전남창조경제혁신센터)	계획 검토 및 전문 의견 제시
		박기쁨 상담사 (프리랜서)	"
	정책수요자 (청년층)	김태원 (회사원)	의견(아이디어) 제시, 인터뷰 등 현장 조사, 캠페인 참여, 홍보
		남은진 (자영업)	"
		이은혜 (회사원)	"
		임주리 (회사원)	"
		주현철 (자영업)	"
		허찬영 (취업준비생)	"
	서비스 디자이너	소수현 대 표 (빅브레이너)	서비스디자인 방법론 및 예시 등 제공, 기획·운영 및 대안 제시
	공무원	혁신담당 (총괄부서)	하지원 주무관 (기획예산과)
사업담당 (주관부서)		이진아 센터장 (여수청년지원센터)	과제추진, 활동결과 이행, 정책정보 제공
1인 가구 담당 (협업부서)		한순주 차 장 (여성가족과)	과제추진, 의견 제시, 정책정보 제공

나. 국민정책디자인 추진성과

□ 청년고독생 예방을 위한 민·관 협력

- 청년과 여수시, 청년과 청년 간 소통의 창구 역할
- 청년지원센터, 가족플러스센터, 전남창조경제혁신센터, 여수산학융합원 등 유관기관 담당자 참여로 청년고독생 문제 공동이슈화
- 민·관이 함께 청년고독생 예방을 위한 단기 및 중·장기적 정책 제안
- 청년 커뮤니티 활성화 정책 필요성 제시

□ [가칭] ‘어서오이다, 청년’ 매뉴얼 예시 제안

- 매뉴얼 예시



○ 주요특징

- 설문조사 및 FGI 결과에 따른 청년층 심리적 특성 반영
- 청년유형별 여수 적응(정착)에 실질적으로 필요한 맞춤정보 제공
- 예방-대응-사후관리 선순환으로 중·장기적 정책 제안

○ 기대효과

- 청년 T/F팀을 통해 자연스럽게 청년 커뮤니티 파생 기회 제공

- 청년의 여수 적응을 위한 정보 습득 용이성 제고를 통해 청년 유출 방지 및 여수 정착 유도
- 청년의 사회성 함양 기회 제공
- 다양한 청년 유형 간 융합 계기 마련

국민정책디자인 운영 前(AS-IS)	국민정책디자인 운영 後(TO-BE)
<ul style="list-style-type: none"> • 기성세대의 시각으로 청년 문제 인식 • 여수를 떠나는 청년들 • 청년고독생에 대한 단편적 이해 • 청년도 잘 모르는 청년정책 	<ul style="list-style-type: none"> • 청년의 주체적 시각을 반영한 문제 인식 • 지속 거주하고 싶은 사회적 환경 조성 (정주여건 개선) • 청년유형 분류를 통한 청년고독생 심층 이해 • 청년이 직접 참여하여 홍보 효과 증대 및 실효성 확보

다. 국민정책디자인 운영 시 미흡한 점 및 향후 개선방안

- 국민정책디자인단 과제 추진부서에 대한 예산 지원 확대로 사기 진작 및 적극 참여 유도 필요
- 담당자 인사이동 시 국민정책디자인 운영방식과 진행된 내용을 이해하는 데에 어려움을 느끼고 최소 2회 차 이상의 시간이 소요됨
⇒ 최종 성과보고서 서식을 활용, 매회의 시마다 해당 내용을 정리 및 공유하여 국민정책디자인단 운영 흐름 유지
- 설문조사나 캠페인을 진행할 때 국민정책디자인이 무엇인지 잘 모르거나 디자인단의 존재를 처음 접한 시민들이 많았음
⇒ 언론보도, SNS 등을 적극 활용, 많은 시민에게 민·관이 소통하는 국민정책디자인 운영 수시 홍보
- 주로 수도권에서 활동하는 서비스디자이너가 대부분이고, 지자체에서 이분들을 섭외할 경우 금액 및 시간적인 부분에 대한 보상 문제
⇒ 행정안전부(한국디자인진흥원) 또는 지자체 차원에서 서비스 디자이너 교통비, 숙박비 등 실비 보상 예산 확보 필요

□ 매뉴얼 제작을 위한 청년T/F팀 운영 : 2023년 2월(예정) ~

- 운영예산 확보 여부에 따라 일정 연기
- 서포터즈 참여자에 대한 인센티브 추후 논의
- 여수시 누리집 및 SNS 계정에 서포터즈 모집 카드뉴스 게시

* ↓ (예시) 여수청년특공대 서포터즈 모집 카드뉴스 ↓



□ 청년 1인 가구를 위한 프로그램 발굴 추진

- 유관기관과 협력하여 본 디자인단 사업의 주요고객이었던 청년 1인 가구를 위한 프로그램 발굴 및 협업 추진 지속 노력
 - 여수시청년지원센터에서 향후 프로그램 계획 수립 시 3개 청년유형을 고려하여 맞춤형으로 추진 예정
 - 여수시가족플러스센터에서 추진 중인 1인가구 지원사업(자조모임, 요리 교실 등)이 청년고독생 예방 내용을 포함하도록 개선하는 등 업무협약 체결 추진

□ 2022년 여수 '청년페스타' 및 청년거리문화한마당 '광장피크닉' 부스운영

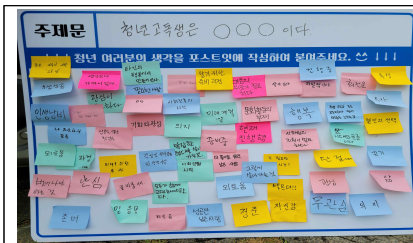
○ 일 시: 2022. 9. 17.(토) 10:00~17:00

※ 제3회 「청년의 날」 (매년 9월 셋째 주 토요일) 기념행사

○ 장 소: 여수시 진남문예회관 / 여수시 이순신광장

○ 주요내용

- 국민디자인단 서비스 목표 수립 등을 위한 2차 설문조사 실시
- 주제문("청년고독생이란 OO이다")에 대한 의견을 메모지에 적는 형식으로 청년 참여 유도하여, 청년고독생에 대한 인식의 전환 계기 마련
- 여수시 청년정책 홍보물 배부
- 설문조사 참여자를 대상으로 국민정책디자인단 주요고객인 20~30대 청년 1인 가구를 위한 홍보물품(미니공구세트, 미니구급함) 제작·배부



인식 전환 캠페인(메모지 활용)



청년페스타 부스운영



광장피크닉 부스운영



홍보물품(1)



홍보물품(2)



설문조사 QR코드

□ 언론보도 실적

여수시, '국민정책디자인 지원과제' 공모 선정

[통합뉴스 오종일 기자] 여수시가 행정안전부에서 주관한 `2022년 국민정책디자인 지원과제` 공모에 선정됐다고 15일 밝혔다. `국민정책디자인`이란 국민이 정책과정 전반에 ...
통합뉴스 2022.04.15

여수시 '국민정책디자인 지원과제 공모' 선정 뉴스핌 2022.04.15

여수시, 행안부 '국민정책디자인 지원과제' 공모 선정 이뉴스투데이 2022.04.15

행안부가 인정한 여수시 '2022년 국민정책디자인 ... 여수넷통뉴스 2022.04.15

관련뉴스 15건 전체보기 >



여주시, '국민정책디자인단' 발대식 개최

뎨 손 내밀어줄래요?'로 행정안전부에서 주관한 '2022년 국민정책디자인 지원과제' 공모에 최종 선정된 바 있다.시는 청년 등 시민...아이디어 회의, 캠페인 등 활발한 활동을 이...
통합뉴스 2022.05.13



여주시, 2022년 '국민정책디자인단' 발대식 브레이크뉴스 2022.05.13

여주시, 2022년 '국민정책디자인단' 발대식 개최 미디어투데이 2022.05.13

여주시, 2022년 '국민정책디자인단' 발대식 한성일보 2022.05.15

관련뉴스 16건 전체보기 >

첨부1**국민정책디자인 활동 실적 및 단계별 산출물****□ 국민정책디자인 활동 실적**

구분	일 시	장 소	참석자
1차	2022년 5월 11일 16:00~18:00	여주시청 회의실(3층)	국민정책디자인단 7명, 서비스디자이너, 공무원 4명
2차	2022년 5월 31일 14:00~16:00	여주시청년지원센터 컨벤션홀	국민정책디자인단 5명, 서비스디자이너, 공무원 2명
3차	2022년 6월 20일 14:00~16:00	여주시청 회의실(3층)	국민정책디자인단 6명, 서비스디자이너, 공무원 4명
4차	2022년 6월 21일 10:00~12:00	여주시청 회의실(3층)	국민정책디자인단 6명, 서비스디자이너, 공무원 4명
5차	2022년 7월 11일 14:00~16:00	이순신도서관 다목적강당	국민정책디자인단 6명, 서비스디자이너, 공무원 4명
6차	2022년 7월 28일 14:00~16:00	여주시청 상황실(2층)	국민정책디자인단 6명, 서비스디자이너, 공무원 4명
7차	2022년 8월 8일 14:00~16:00	여주시청 회의실(3층)	국민정책디자인단 7명, 서비스디자이너, 공무원 2명
8차	2022년 9월 13일 14:00~16:00	여주시가족플러스센터 4층	국민정책디자인단 5명, 서비스디자이너, 공무원 2명
9차	2022년 9월 22일 14:00~16:00	이순신도서관 다목적강당	국민정책디자인단 4명, 서비스디자이너, 공무원 3명
10차	2022년 10월 5일 14:00~16:00	이순신도서관 다목적강당	국민정책디자인단 6명, 서비스디자이너, 공무원 4명

□ 국민정책디자인 활동 단계별 산출물

구분	단계별	주요 활동내용	산출물
1차	1단계 (이해하기)	① 서비스디자인 이해하기 ② 청년고독사 또는 고독생 공감하기	· 사업방향 설정: 청년 '고독생'에 초점
2차	1단계 (이해하기)	① 시범 설문조사 초안 브레인스토밍	· 사회참여도, 우울척도, 홀로서기 등 항목 선정
3차	2단계 (발견하기)	① FGI(집단심층면접) 내용 브레인스토밍 : 취업여부 기준 그룹 분류	.

4차	2단계 (발견하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① 구글폼(QR코드) 이용 온라인 설문조사 실시 ② ZOOM을 이용한 FGI 실시 ③ BI(Brand Identity) 개발 ⇒ 청년 고(孤)백(Back) ④ 국민정책디자인단 로고 개발 ⇒ '고(孤)백(Back)'과 동음으로 읽히는 영어 'Go Back(돌아가라)'을 뜻하는 추적기호(◎)를 본 딴 모양 	· 설문조사 참여자 총 78명이 · 이 중 10명 선별취업자 5, 마취업자 5) 후 1시간씩 · 총 2회 FG 실시
5차	2단계 (발견하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① 시범 설문조사 및 FGI 결과 분석 ⇒ 고독생을 자발적으로 택하는 경우가 많고, 현재의 삶에 만족하고 있었음 ② 이해관계자 지도 작성 ③ 	· 고독한 청년에 대한 · 관점을 전환, '건강한 고독생' 지원에 초점
6차	2단계 (발견하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① '건강한 고독생'에 대한 공감대 형성 ② 페르소나 및 고객여정맵 작성 ③ 설문조사 결과에 따라 단원(전문가) 추가 위촉 	· 페르소나 2명(타 지역 · 유입, 리턴청년)에 대한 '건강한 고독생' 지원 · 방안 논의
7차	3단계 (진짜문제 정의하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① 여수시 거주 청년에 대한 브레인스토밍 ⇒ 여수 청년을 3가지로 분류 (타지유입청년, 리턴청년, 토박이청년) ② 페르소나 및 고객여정맵 수정(1차) ② 홍보 계획 논의 	· 청년유형별 수요 및 · 역할 부여 · 청년대상 행사 참여 · 결정
8차	3단계 (진짜문제 정의하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① 페르소나 및 고객여정맵 수정(2차) ② 2022년도 여수 청년페스타 및 2022 청년거리 · 문화한마당 광장피크닉 참여 계획 구체화 	· 2차 설문조사지 · 포스트잇 부착용 이젤 · 및 홍보물품 제작 등
캠페인	3단계 (진짜문제 정의하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① 청년고독생에 대한 인식 전환 계기 마련 · 및 여수시 청년정책 홍보 ② 국민정책디자인단 2차 설문조사 실시 	· 2차 설문조사 총 107명
9차	4단계 (발전하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① 서비스 목표 수립 ② 서비스 목표 달성을 위한 브레인라이팅 · ⇒ 청년을 위한 여수 적응 매뉴얼 	· 매뉴얼 필요성 제시
10차	5단계 (전달하기)	<ul style="list-style-type: none"> ① 서비스 시나리오 및 스토리보드 작성 	· 매뉴얼 샘플 초안 제작

□ 국민정책디자인 활동 총평

○ 좋았던 점

- 여수 청년들의 생생한 이야기를 들을 수 있어서 유의미한 시간이었음
- '청년들의 고독'이라는 생소한 주제를 수면 위로 올리는 계기가 되었음

○ 아쉬운 점

- 서비스디자인에서 사용하는 용어가 다소 난해하여 이해하기 어려움