

목차

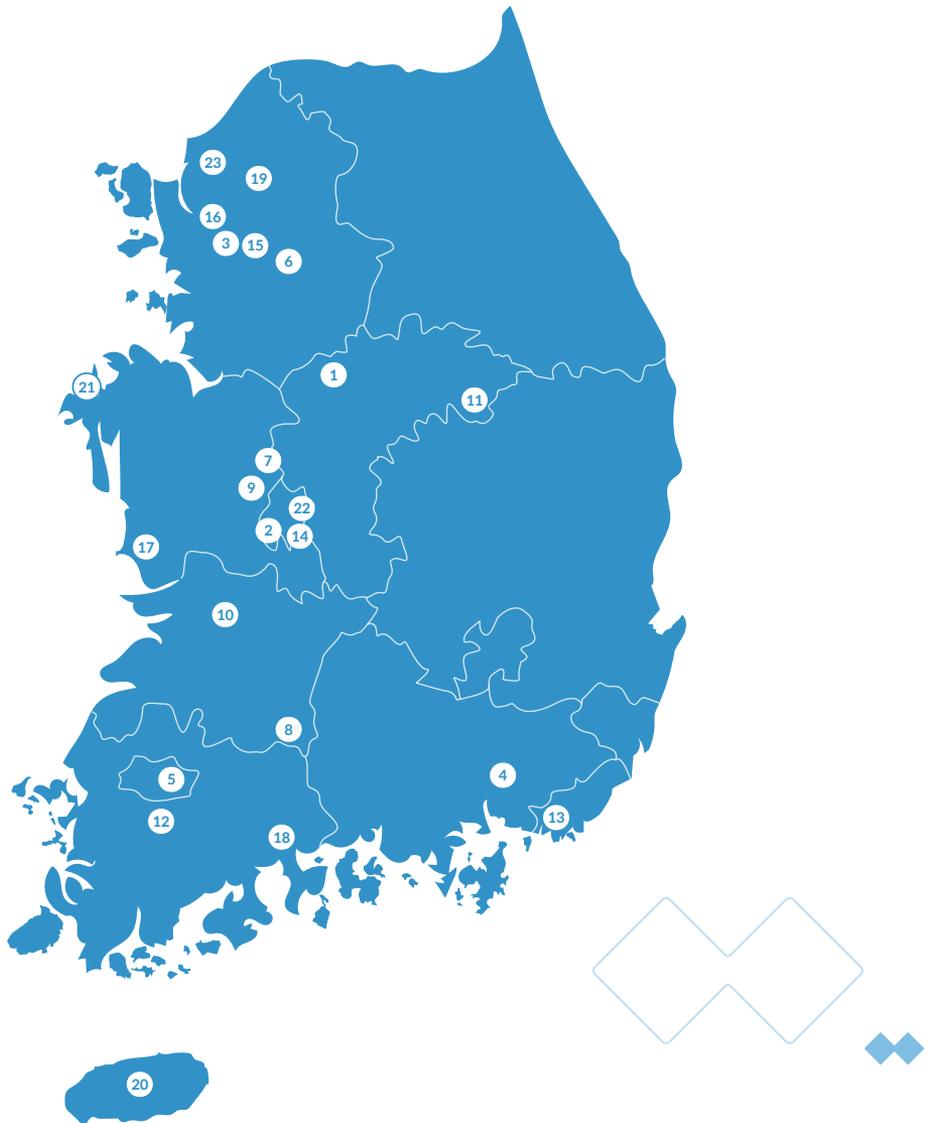
국민디자인 이해하기

국민디자인이란 무엇인가?	04
서비스디자인의 핵심인 디자인적 사고	04
국민디자인을 통한 공공정책 혁신	05
공공서비스디자인 도입의 기대 효과	06
국민디자인 과제, 어떤 정책에 적용할까?	07

2020 국민디자인 사례

1 충청북도 음성소방서	내일을 위해 기억해야 할 오늘 하루	10
2 특허청	온(ON) 국민이 다 함께 한국브랜드(K-브랜드)를 보호하는 방법	18
3 국방부	국민과 함께하는 군 모바일 서비스 플랫폼 확대 개선	26
4 경상남도	우리 아이 안심하고 맡겨요♪♪ Feat. 부모모니터링단	38
5 광주광역시	광주 아이키움 플랫폼 구축	48
6 광주시	온(溫) 가족이 다 함께 누리는 광주시 인구정책	56
7 교육부	의료서비스 종사자를 위한 스트레스 관리 방안 디자인	66
8 남원시	시민이 진짜 원하는 온라인 플랫폼 구축	74
9 농림축산식품부	마음 편히 먹을 수 있는 복지용 쌀 - 나라미	82
10 농촌진흥청	이런 날 거부할 쉰(수수) 있겠니?!	92
11 단양군	먼지 쌓인 리플릿은 툭툭툭~ 내가 원하는 관광 정보만 쓱!쓱!쓱!	104
12 보건복지부	지역사회와 함께하는 정신장애인 가족연대 강화	116
13 부산광역시	같은 장소, 다른 추억. 메모리얼파크 100배 즐기기!	126
14 산림청	코로나도 비켜 가는 언택트 숲해설! 함께해 보실래요?	136
15 서울시 강동구	아이들이 꿈꾸고 만드는 행복학교	146
16 서울시 은평구	스쿨존 교통안전, 어린이 디자인이 답이다	154
17 서천군	우리 마을 쓰레기를 부탁해	164
18 순천시	생태수도 순천 시민과 함께하는 1회용품 없는 장례식장 만들기	174
19 양주시	1인가구 세이프 라이프 공동체 논스톱 생활안전 안심귀가길 모델 개발	180

20 제주특별자치도	옛 문화에서 지혜를 얻다 - 즐겁고 따뜻한 버스 정류소 36.5	190
21 태안군	청산1리 통통한 어촌 만들기	198
22 통계청	언택트(Untact) 통계, 「국민공감」 콘택트(Contact)!!	212
23 파주시	모두를 위한 도서관으로 Step Up!	224



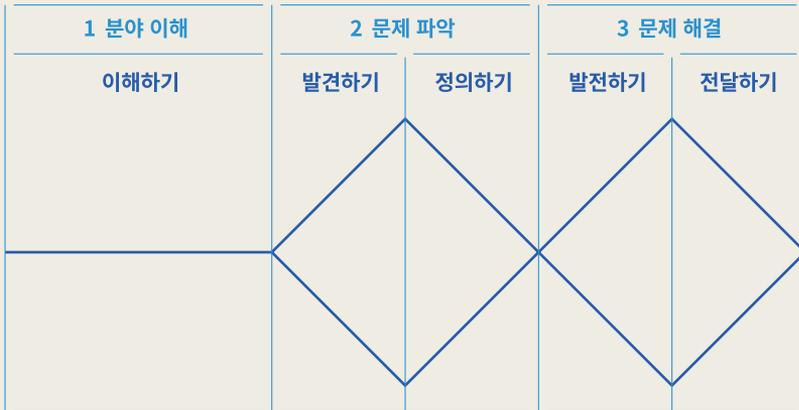
국민디자인 이해하기

국민디자인이란 무엇인가?

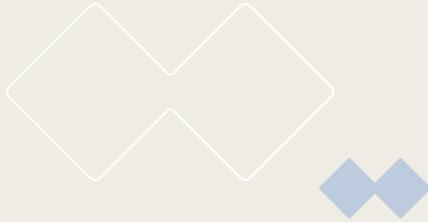
국민디자인은 의제 설정, 정책 결정과 집행, 평가와 환류(feedback) 등 정책과정 전반에 정책 공급자인 공무원, 정책 수요자인 국민, 그리고 서비스디자이너가 함께 참여하여 서비스디자인 기법, 즉 ‘디자인적 사고(design thinking)’와 그 방법론을 적용해 공공서비스를 개발하고 개선시켜 나가는 정책 워킹 그룹을 의미합니다. 국민디자인의 의미는 ‘국민’이 정책과정에 함께 참여한다는 것에 있습니다.

서비스디자인의 핵심인 디자인적 사고

아래 표에서 알 수 있듯이 서비스디자인 프로세스는 다이아몬드 두 개가 이어진 모습입니다. 왜 이런 형상을 하고 있을까요? 바로 ‘확산’과 ‘수렴’을 반복하는 ‘디자인적 사고’가 기반이기 때문입니다.



서비스디자인 프로세스 ‘더블 다이아몬드(double diamond)’ 모델



세계에서 가장 영향력 있는 경영학 교수 중 한 사람인 로저 마틴(Roger L. Martin)은 자신의 저서 《디자인 씽킹》에서 ‘디자인적 사고’를 이렇게 정의했습니다. “지식이 단계적으로 심화될 수 있게 해 주는 분석과 직관의 통합적 사고 방법이자, 경영자적 마인드와 디자이너의 본능이 공존하는 생각의 최고 지점이다.” 또 그는 모든 혁신은 ‘분석’과 ‘직관’이라는 두 가지 사고 방식의 조화가 이루어질 때 가능하며, 가장 성공적인 경영은 분석적 사고에 기반을 둔 완벽한 숙련과 직관적 사고에 근거한 창조성이 역동적으로 상호작용하며 균형을 이루는 것이라고 말합니다.

다시 말하면 디자인적 사고는 확산적 사고를 통해 기존 통념과 다른 다양한 시각으로 문제를 바라보고, 수렴적 사고를 통해 문제의 핵심을 찾아내 최선의 해결방안을 찾아 나가는 통합적 사고입니다.

국민디자인을 통한 공공정책 혁신

정부는 정책을 설계하거나 실행하는 과정에서 국민에게 실질적으로 필요한 맞춤형 서비스를 제공하기 위해 새로운 국민 참여방식을 도입할 필요가 있었습니다. 그리고 최근 ‘서비스디자인’이 고객을 세밀하게 관찰하고 분석해 수요자의 잠재적인 욕구를 발견하여 이를 만족시키는 서비스를 개발하고 다양한 실행 전략을 제시한다는 점에 주목했습니다. 그렇게 정부의 공공서비스 정책과정에 민간의 서비스디자인 기법을 도입하고, 국민이 정책과정에 직접 참여하는 ‘국민디자인’을 추진하게 되었습니다.

국민디자인단을 운영하며 국민 참여를 이끌어 내고 직접 소통을 시도해 그들과 함께 정책을 만들 수 있었고, 그 결과 국민 눈높이에 맞는 다양한 정책 개선안을 도출하며 정책의 완성도를 높일 수 있었습니다. 또한 서비스디자인 방법론을 각 기관별 과제에 적용하여 국민 관점의 서비스 설계, 정책 고객 확대 등 공직사회에 큰 반향을 유도하여 공무원의 일하는 방식을 변화시키고 있습니다. 그렇게 국민디자인은 ‘국민 중심의 서비스 정부, 일 잘하는 유능한 정부, 소통하는 투명한 정부’를 구현하는 표준 모델로 자리 매김하고 있습니다.

공공서비스디자인 도입의 기대 효과

공공서비스 혁신

서비스디자인은 고객의 행동과 심리를 인식해 수요자 중심의 공공정책을 개발할 수 있게 해 줍니다. 서비스디자인은 고객 중심의 서비스를 개발하기 위한 다양한 방법을 갖추고 있어 공공서비스가 추구하는 혁신 목표를 실현하는 데 도움을 줍니다.

협업으로 이루어 내는 창조

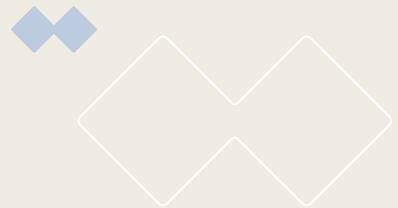
서비스디자인은 협업으로 새로운 성과를 창조(co-creation)하며, 복잡한 문제를 해결할 수 있도록 돕습니다. 서비스디자인은 다양한 분야의 전문가가 협업해 결과물을 산출하는 과정을 중요하게 여깁니다. 해당 서비스와 직접 연관된 분야가 아닌 분야의 전문가도 함께하여 다양한 관점이 반영된 결과물을 창출할 수 있습니다.

높은 효과와 실현 가능성

서비스디자인은 실현 가능성이 큰 해결안을 효과적으로 제시할 수 있게 합니다. 처음부터 수요자뿐만 아니라 여러 이해관계자의 참여와 협업으로 진행되고, 당사자들의 실제적인 사정이 고려되기 때문에 실현 가능성이 큰 방향을 제시할 수 있습니다.

상호 이해와 신뢰 구축

공급자와 수요자가 서비스 개발 과정을 거치며 서로의 사정을 이해하게 되고 상호 신뢰를 쌓게 되면, 개발된 서비스의 만족도가 높아지는 선순환이 일어납니다. 수요자의 참여도를 높이는 일은 공공서비스에 대한 신뢰와 만족도를 향상시키는 결과를 가져옵니다.



국민디자인 과제, 어떤 정책에 적용할까?

공공서비스디자인은 사람들이 공공서비스를 이용할 때 어떤 선택이나 행동을 하고, 무엇을 생각하는지를 포착하여 재설계하는 일입니다. 아래와 같은 경우에 특히 공공서비스디자인이 중요한 역할을 할 것이라 기대됩니다.

- 1 이용하기 위한 절차나 방법이 복잡한 경우
- 2 이용자가 자세히 보고 구별하지 않으면 혼동할 여지가 있는 경우
- 3 이용방법과 관련하여 이용자 몸에 밴 습성이 있는 경우
- 4 정책이나 공공서비스와 관련하여 이해관계가 다른 이용자들이 있는 경우

또한 중앙부처와 지자체 구분 없이 모든 정책에 적용할 수 있으며, 특히 주거환경이나 복지 등 대민 접점이 많은 지자체의 분야에 유용할 것입니다. 그동안 국민디자인단을 운영해 본 결과, 다음과 같은 과제 유형에서 국민디자인단의 투입 효과가 높은 것으로 확인되었습니다.

첫째, 정책과정 중 ‘의제 설정’과 ‘정책 결정’ 단계에 있는 과제

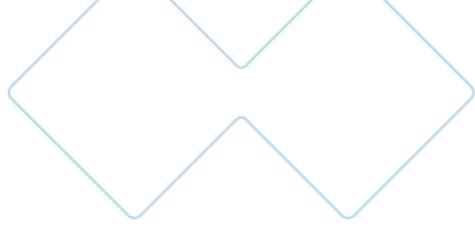
국민디자인단은 서비스디자인을 통해 정책과정 초기 단계에서 국민의 욕구를 제대로 발견했을 때, 최적의 서비스를 개발할 수 있습니다. 참여자 중 일부는 정책 집행 단계에서 국민디자인단이 투입되면 이미 결정된 정책 방향 테두리 안에서만 아이디어만을 제안할 수밖에 없는 한계가 있다고 지적했습니다.

둘째, 서비스 사용자가 국민 개인인 과제

서비스디자인은 서비스 사용자의 경험·행동·감정 등을 관찰하는 일이 핵심입니다. 그래서 사용자가 기관 또는 법인인 과제(예: 방재대응 의사결정을 위한 위험기상 감시·분석 서비스, 중소기업 맞춤형 통합지원 서비스)보다는 사용자가 개인인 생활밀착형 과제(예: 해외여행 국민안전 정보통합 시스템, 공동체가 함께 협의하고 해결하는 마을주차)가 적합합니다.

셋째, 서비스 사용자가 많거나 확대 가능성이 큰 과제

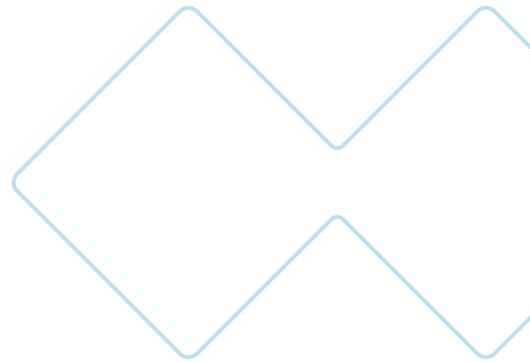
국민 전체 등 사용자 폭이 넓거나(예: 국민과 함께 디자인하는 관광주관, 소비자 중심의 영양 정보 표시 서비스 개선 등), 지자체 과제 중 전국 확산 가능성이 큰 과제(예: 9988 행복지킴이를 통한 소외노인 상시 돌봄 서비스)는 국민디자인단 투입비용 대비 효과가 크기 때문에 적합합니다.



2020

국민디자인사례

PEOPLE MAKE POLICY



내일을 위해 기억해야 할 오늘 하루

담당 공무원 이주안, 이종권, 오동계, 김형선, 함인숙
서비스디자이너 오동계, 방장혁
국민 참여자 신기은, 배선영, 김진원, 김민정, 이종남, 한소윤, 조호근,
이슬기, 송성원, 최세림, 김주훈



전기장판은 불 날까 봐 못 써요 ...
여길 떠나야 하는데 ...
여길 떠나야 하는데 ...
여길 떠나야 하는데 ...

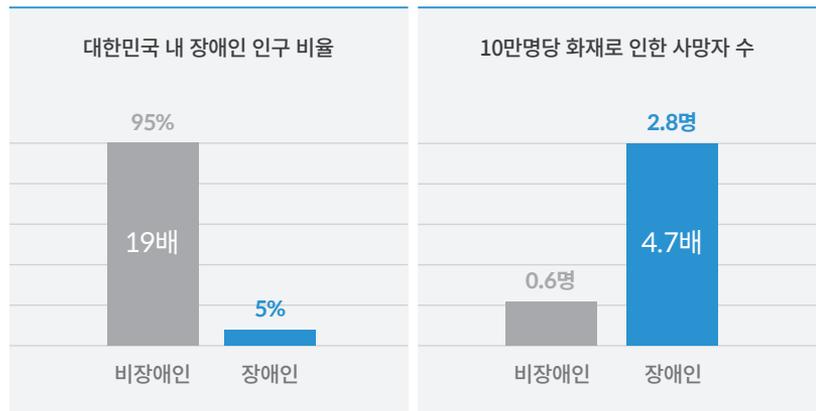
지적장애인의 안전한 자립생활 지원을 위한 정책 연구·개발

가족이 돌보던 지적장애인은 보호자가 노화·질병·사망 등으로 생활에 위기가 닥쳤을 때, 지역사회 안에서 어울리지 못하고 혼자 남겨집니다. 지역사회와 공공기관이 협력해 위기에 처한 지적장애인의 자립생활을 지원하고 그들의 안전이 확보될 수 있도록 프로그램을 개발하고자 했습니다.

추진 배경

장애인가구 화재 사고 급증, 고독사 등 사회적 관계 개선방안 모색

장애인은 비장애인보다 19배나 적습니다. 하지만 화재 사망자 수를 보면 장애인이 4.7배로 많습니다. 비율로 보면 너무나 많은 장애인들이 안타깝게 목숨을 잃는 것입니다. 지적장애인의 경우 주로 집과 복지시설에서만 활동을 합니다. 이렇게 지적장애인의 교육과 훈련이 복지시설 안의 환경에 맞추어져 있다 보니, 가정에서 발생하는 사고 유형별 대처 방법에 한계가 있을 수밖에 없습니다. 또 지적장애인을 위한 안전매뉴얼은 장애 요인을 설명하는 일반적인 내용의 자료 말고는 실질적인 교육 자료가 매우 미흡한 상황입니다. 이런 이유로 음성소방서는 지적장애인의 안전한 자립생활을 지원하고 실효성 있는 안전대책을 추진하기 위해 국민디자인 정책 참여 프로젝트를 추진하게 되었습니다.



자료 : 통계청, 국립재활원 2014

최근의 사고 사례

“엄마 5월3일 돌아가셨어요” 구걸 장애인…또 복지 사각지대 (중앙일보 2020.12.14.)

엄마는 집에 없고 배가 고파서…인천 라면형제 덮친 불길 (조선일보 2020.09.17.)

거리두기에 고립된 발달장애인.. 상동행동까지 (KBS 2020.04.21.)

장애 있는 오빠 돌보다가 아파트 화재로 숨진 50대 남매 (MBC 2020.04.14.)

“뇌 장애 동생 끔찍히 아꼈는데…” 울산 형제 비극에 이웃들 숙연 (MBC 2020.4.08.)

응급알림 울렸지만 5일간 방치, 장애인부부 고독사 (연합뉴스 2020.01.09.)

집에 홀로 있던 20대 지적장애인, 화재로 안타까운 사망 (SBS 2019.11.22.)

**새로운
문제 정의**

지적장애인을 위한 교육환경 조성 및 접근방식 변화의 필요성

지적장애인의 눈높이에 맞춘 쉬운 교육을 제공하고, 스스로 행동할 수 있도록 학습 공간을 마련해 주며, 도울 수 있는 사람을 교육하는 일이 중요하다고 생각했습니다. 또한 기존에 정부에서 정해 놓은 지적장애등급은 각종 재난이 발생했을 때 개인의 대처능력을 반영하지 못하기 때문에, 장애인교육을 할 때에는 인지능력이 부족하거나 전달하기 어려운 사람, 위험성을 알면서도 행동 능력이 떨어지는 사람 등으로 교육 대상자를 세분화해 맞춤형 교육을 실시해야 한다고 생각합니다.

단계	내용
원인	인지적·행동적 문제나 장애 때문에 사회적 관계에 문제 발생
경험	지적능력과 사회성 등의 문제로 선택과 결정을 할 수 있는 기회 제한
현실	생애 초반부터 전 생애에 걸쳐 체계적인 준비와 관련 매뉴얼 부족
과제	지적장애인 스스로 생활할 수 있도록 지역사회 지원과 협력 필요
목표	돌봄 가족 사망 시 안전한 독립생활을 위한 프로그램 마련

추진 내용

‘현장에서 답을 찾다’ 지적·지체장애인과 소방시설 확인 평가 실시

지적·지체장애인 11명을 대상으로 화재가 발생했을 때 생존을 위한 가장 기본적인 소방기구에 대한 이해도 평가를 진행했습니다. 평가 대상자들은 소화기 사진을 보고 ‘전기가 날 때 사용하는 거’라고 답변했고, 불이 나면 벨을 눌러 대피를 유도하는 비상벨을 보고는 탈출문으로 인식했습니다. 마지막으로 피난유도등을 보았을 때는 ‘파란불에 건너지 거 아닌가요?’라고 되물으며 피난유도등을 신호등으로 잘못 알고 있었습니다. 지체장애인은 모두 정답을 맞추었지만, 지적장애인의 오답율은 83%로 생존을 위한 가장 기본적인 소방기구에 관한 이해가 전혀 없었습니다. 실제 화재현장에서 타인의 도움없이 스스로를 지키고 생존하기에 어려워 보였습니다. 소규모 집합 모임을 해서 지적장애인의 학습 정도와 판단능력을 확인해 본 결과, 지적장애인을 위한 현실적인 교육이 이루어지지 않고 있다는 사실을 알 수 있었습니다.

지적·지체장애인 소규모 안전지식 평가



명칭	분말소화기	비상벨	피난유도등
제시 자료			
답변 내용	전기 날 때 사용하는 것	탈출문	파란불에 건너가는 것

화재 피해 80세 지적장애인 심층 인터뷰, 이웃 주민 당시 상황 청취

2018년 화재로 집을 잃은 80세 지적장애인을 만나보았습니다. 집 전체가 타고 있어 밖으로 대피해야 하는 아주 위험한 상황이었지만, 이분은 얼굴에 화상을 입으면서 바가지에 물을 담아 불을 끄려고만 했습니다. 현재는 마을 주민들이 마련해 준 컨테이너에 살고 있는데, 그날 이후 어르신은 또다시 불이 날까 봐 전기장판도 사용하지 않고 ‘여길 떠나야 하는데, 여길 떠나야 하는데’라는 말만 반복하며 불안 속에 살고 있었습니다. 불이 났을 때 어떻게 대처하면 좋을지에 관한 안전교육에 참여할 기회가 그분에게는 전혀 없었습니다. 불안과 공포 속에서 벗어날 수 있도록 지원이 절실히 필요해 보였습니다. 집을 새로 지은 이웃 주민도 밤마다 또 불이 날까 봐 걱정하며 불안감 속에 살고 있었습니다. 화재 때문에 이분들의 평범한 삶이, 평온했던 관계가 무너져 버렸습니다. 결국, 이 문제는 지역의 구성원들이 함께 풀어나가야 할 사회적 과제였던 것입니다.

지적장애인 현장 방문 심층 인터뷰



80세 독거 지적장애인 가구

두 지적장애인 아이를 둔 어머니

75세·43세 지적장애인 모자

화재로 피해를 입은 주택 사진



주인이 마련해 준 컨테이너 내·외부

피해 주민의 신축 건물

자립생활을 돕기 위한 아이디어 회의와 지원책 마련

장애인 안전망 구축을 위해 음성군장애인복지관과 업무협약(MOU)을 맺었습니다. 그리고 장애인복지관 관리자, 사회복지학과 교수와 학생, 안전장비 제작업체, 음성소방서 학습동아리 회원들과 장애인 안전을 위한 환경 개선, 교육 환경 변화를 위해 계속 아이디어 회의를 진행했습니다. 그 결과, 학습 프로그램, 안전 매뉴얼, 화재 대피 유도 장치를 개발하게 되었습니다.

결과물

개조한 컨테이너를 자립생활 연습을 위한 평생학습장으로

창고형 컨테이너를 주거공간으로 꾸며 지적장애인이 이곳에서 일상적으로 해야 하는 일들을 연습할 수 있게 했으며, 잘못된 행동은 어떻게 고쳐야 하는지 알 수 있도록 학습공간도 마련했습니다. 또 집 안에서 일어날 수 있는 각종 사고에 대비한 안전교육도 받을 수 있도록 관련 프로그램을 운영할 계획입니다. 이 컨테이너는 현재 음성군장애인복지관에 설치되어 있습니다.

자립생활 연습을 위한 평생학습 공간

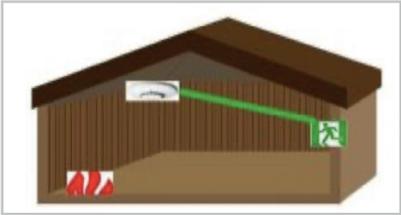


화재가 발생했을 때 대피할 수 있는 유도장치 개발

불이 났을 때 연기 속에서 탈출을 할 수 있도록 불빛 유도장치를 개발했습니다. 최근 화재 사례를 살펴보면, 지적장애인의 경우 불이 나면 두려워서 일단 숨어버리려는 본능이 강해져 인명피해로 이어질 때가 많았습니다. 그래서 모든 주택에 설치되어 있는 감지기에 플래시를 연동시켜 출입문 쪽으로 불을 비춰 주는 장비를 개발하게 되었습니다.

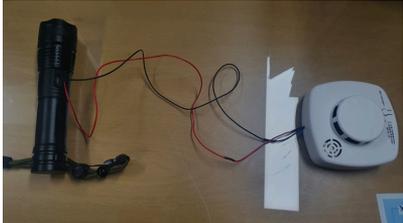
불빛 피난유도장치 초기 모델 테스트 과정

피난유도장치는 화재가 발생했을 때 천장에 설치되어 있는 감지기가 연기를 감지하면 감지기와 연결되어 있는 플래시가 전기 신호를 받아 출입문 쪽으로 불빛을 비추어 탈출을 유도하는 방식으로 작동합니다. 감지기 가격은 1만5000원 정도 하며, 감지기에는 10년 정도 사용할 수 있는 배터리가 내장되어 있어 전기세가 전혀 들어가지 않습니다. 평상시에는 작동을 하지 않게 해 효율성을 극대화했습니다.

피난유도장치 투광장치 설계(안)	피난유도장치 투광장치 자체 개발
	
작동 원리	연기를 감지하면 출입구 방향으로 피난유도표시 투광(평상시 작동 OFF)
비용	내장된 건전지로 작동하기 때문에 전기세 부담 없음

불빛 피난유도장치 최종 모델 개발(안)

시각·청각장애인들도 사용할 수 있도록 연기를 감지하면 출입문 위쪽에서 초록색 불빛이 바닥을 비추며, 내장된 음향장치로 가족의 목소리를 송출해 빨리 현장에서 탈출할 수 있게 해 주는 장비입니다.

화재 발생 시 연기가 나는 상황	피난유도장치 최종 디자인
	

지적장애인을 위한 찾아가는 소방안전 서비스

재난 상황에서 생존할 수 있도록 맞춤형 안전매뉴얼과 비상구 스티커를 제작했습니다. 기존 장애인용 안전·대피매뉴얼은 어려운 용어와 많은 정보 때문에 이해하기가 쉽지 않았습니다.

지적장애인 눈높이에 맞는 소방교육 리플릿

지적장애인이 쉽게 이해하고 실천할 수 있도록 필요한 정보를 단순한 그림과 용어로 표현했습니다. 불이 나면, 1단계 무조건 밖으로 나가기, 2단계 도움을 요청하기 위해 소리치기. 이 두 가지만 기억하도록 단순화시켰습니다.

탈출경로 확보 비상구 스티커

화재는 특정 장소에서 일어나는 것이 아니기 때문에 주출입구 뿐만 아니라 대피가 가능한 또 다른 탈출구에 직접 비상구 스티커를 부착할 수 있게 제작했습니다. 스티커 하단에 아이의 이름과 간단한 내용을 적을 수 있게 디자인했고, 자녀와 함께 동봉된 스티커를 붙이며 대피경로를 익힐 수 있습니다.



국민디자인 활동 전·후 비교

현재 장애인 안전과 관련된 돌봄활동은 가족과 개인이 짊어져야 할 몫이었고, 정책도 공급자 중심으로 정책이 수립되어 왔습니다. 국민디자인 활동은 앞으로 장애 특성에 맞는 안전관리 시스템을 구축하고, 자조활동을 위한 평생학습공간을 운영해 장애인 스스로 삶을 선택하고 결정할 수 있게 만들어 주는 것을 주요 해결과제로 삼아 일을 추진해 나갈 예정입니다.

BEFORE	AFTER
위험 감수는 장애인 당사자와 가족의 몫	국가(사회)적 공동 해결과제로 공론화
이해와 대안 부족으로 단순한 교육과 훈련에 머무름	장애 특성에 맞는 안전관리 시스템 구축
시혜적 관점, 공급자 중심 장애인 정책 수립	자조활동을 위한 평생학습 시스템 운영
화재가 날 때마다 지속적인 인명피해 발생	피난유도장치 보급으로 사고 피해 줄이기

참여자 소감

매년 소방서에서는 장애인복지시설을 방문해 안전교육을 진행하고 있습니다. 하지만, 대부분 교육이 시설 관리자 위주로 진행되고 있어서, 지적장애인의 안전 실태와 학습 정도를 파악하기 어려웠습니다. 국민디자인단을 운영하며 현장 방문과 소통을 이어나가면서 현실적인 문제점을 알게 되었고, 수요자가 정책개발 과정에 참여해 새로운 접근방식으로 해결책을 찾아 나갈 수 있었습니다. 국민디자인 결과물인 집과 같은 구조의 컨테이너가 지적장애인들의 자립생활 연습을 도울 수 있도록, 안전장비가 잘 갖추어져 그들의 안전이 확보될 수 있도록 최선을 다해 프로그램을 운영하겠습니다.

지적장애가 있는 두 아이의 어머니를 만나 “어떤 희망을 품고 계신가요?”라고 질문을 했더니, “아이들보다 하루라도 더 살았으면 좋겠어요”라는 답이 돌아왔습니다. 인터뷰를 하는 동안 본인이 죽으면 아이를 돌볼 사람이 없다고 말하는 어머니를 제대로 바라볼 수 없었고, 어머니와 함께 눈물만 흘렸습니다.

어머니(75세)와 아들(43세) 모두 지적장애가 있는 모자가정을 방문했을 때, 집안 벽에 구멍이 나 있고 흙이 쌓여 있는 것이 보였습니다. 그래서 “무슨 구멍인가요?”라고 물어보니, 어머니가 쥐가 파 놓은 구멍이라고 말하는 것을 듣고 놀랐습니다. 이렇게 열악한 환경 속에서 모자가 살고 있었고, 43세 아들이 어머니가 없으면 아무 것도 하지 못한다는 말을 들었을 때 아들의 미래가 많이 걱정스러웠습니다. 내가 만나 본 지적장애인들은 도와달라는 말을 하지 않았습니다. 하지만 우리가 관심을 갖지 않으면 그들은 인간이 영위해야 할 기본적인 삶조차 힘들어 보였습니다. 지적장애인들이 평범하고 안전한 일상생활을 할 수 있고, 지역사회 속에서 어울려 살아갈 수 있도록 우리 모두가 관심을 기울이고 필요한 제도를 마련해야겠습니다.

지적장애아를 키우는 어머니 인터뷰



어머니와 아들 모두 지적장애가 있는 가정



온(ON) 국민이 다 함께 한국브랜드 (K-브랜드)를 보호하는 방법

담당 공무원 박진아, 황다은, 이학준, 임진혁
서비스디자이너 김민수, 유남원
국민 참여자 강순구, 손정은, 정인영, 천성현, 유재호, 차시원



국가경쟁력이 높아지면서 우리 기업의 상품을 위조하는 사례가 늘고 있습니다. 이는 정부의 해외 지식재산권 보호활동에도 심각한 피해를 입히고 있습니다. 국민 디자인단 활동으로 정부의 전형적인 단속·지원 형태가 아닌, 국민의 시각에서 정품을 확인하고 위조상품을 신고할 수 있는 애플리케이션을 개발하고자 합니다.

추진 배경

위조상품 때문에 발생하는 소비자와 한국기업의 피해

K-팝·K-푸드·K-뷰티에 이어 코로나19 대응 K-방역까지, 세계는 지금 한류 열풍입니다. 하지만 높아진 국가 위상만큼 부작용도 커졌습니다. 대표적인 부작용은 바로 한국 브랜드(K-브랜드)를 교묘히 모방한 위조상품, 즉 ‘짜퉁’이 많아지고 있다는 것입니다. 특허청 특별사법경찰이 단속을 강화하고 있지만, 35명이라는 적은 인력으로는 계속 증가하는 ‘짜퉁’ 피해를 근절하는 데 한계가 있습니다. 그래서 특허청 국민디자인단이 머리를 맞대고 국민의 시각에서, 국민과 함께 해결할 수 있는 아이디어를 모았습니다.

새로운 문제 정의

지재권과 관련해 기업이 당면한 어려움 파악

관련 자료 조사(desk research)

공신력 있는 문헌과 언론 보도자료 등을 분석하여 K-브랜드의 위조상품 유통 실태, 해외 유사사례와 보호제도를 파악했습니다. 현재 대다수의 국내 중소·중견 기업은 지재권 전담조직이 없거나 해외 특허출원에 소극적이어서, 대비책 마련이 절실한 상황이었습니다.

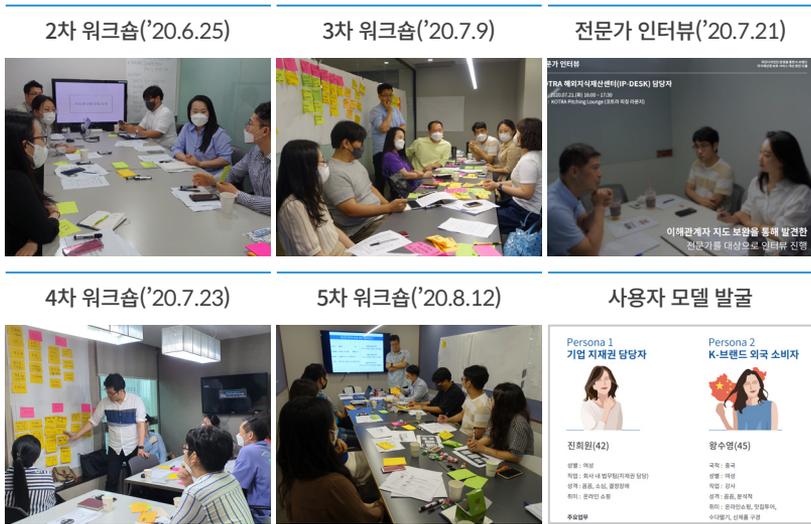
사용자 조사

외국인 소비자, 기업 담당자, 전문가로 이해관계자를 특정하고, 심층 인터뷰를 실시해 이해관계자별 국민요구를 발견했습니다.

실질적인 문제 정의하기

관련 자료와 사용자를 조사한 내용을 분석하여 이해관계자별 사용자 모델(persona)을 발굴하고 주요 문제와 서비스 목표를 도출했습니다.

기업	현지 법률 정보 부족, 개별 대응의 어려움, 기업 임원들의 지재권 인식 부족
해외 소비자	가품과 진품의 구별이 어려움
서비스 목표	기업·이해관계자·소비자가 동반성장할 수 있는 안전하고 믿을 수 있는 정보 보물창고 글로벌 K-브랜드 지재권 보호 서비스



추진 내용

이해하기 Understand			발견하기 Discover				
01 2020.05.21 릭오프미팅 국민디자인단 주제 확정 *워크숍	02 2020.06 데스크 리서치 K브랜드침해현황 및 보호계획	03 2020.06.17 과제 이해 과제 소개 과제현황 공유 *워크숍	04 2020.06-08 데스크 리서치 지재권 분쟁 사례 지재권 대응 현황	05 2020.06.25 문제발굴 문제 발굴 문제 원인 분석 *워크숍	06 2020.07 수요자 인터뷰 심층 인터뷰 (전화)	07 2020.07.09 문제 발견 인터뷰 분석 이해관계자 지도 작성 *워크숍	08 2020.07 전문가 인터뷰 심층 인터뷰 현장조사
정의하기 Define			발전하기 Develop			전달하기 Deliver	
09 2020.07 외국인 조사 실명조사	10 2020.07.23 사용자 모델 사용자 모델 발굴 서비스 목표 도출 *워크숍	11 2020.08.12 서비스방향 설정 주요 문제 발굴 아이디어 도출 *워크숍	12 2020.08.20 아이데이션 서비스 아이디어션 아이디어 도출 *워크숍	13 2020.08. 서비스컨셉 개발 서비스컨셉 형성 서비스디자인 개발	14 2020.09. 서비스 보완 서비스 컨셉 공유 및 피드백	15 2020.10. 서비스검토 서비스 결과 공유 및 피드백 *워크숍	16 2020.11. 전문가 자문 시험 서비스 중간점검 (검토 및 개선사항 도출)

국민디자인단 아이디어 제시

워크숍을 여러 번 진행하면서 국민과 함께 토론하여 도출한 아이디어 중 최종 아이디어를 선정하여 제시했습니다.

질문 1 : 기업들이 현지 지재권 피해 상황을 쉽고, 빠르고, 싸게 알 수 있는 방법에 대한 아이디어 도출

- 관광객과 현지 교민 등 국민이 직접 사진을 촬영하여 신고할 수 있는 애플리케이션 개발
- K-브랜드 정품 여부를 판단할 수 있는 프로그램 개발 또는 검색 기능을 갖춘 신고센터 구축

질문 2 : 기업 담당자가 업무에 필요한 정보를 쉽게 파악할 수 있는 방법에 대한 아이디어 도출

- 국내 기업 담당자가 현지 법과 제도 등 필요한 정보를 얻을 수 있는 온·오프라인 창구 마련
- 해외 현지에서 쉽고 빠르게 K-브랜드 침해 상황을 신고하고 보호받을 수 있는 시스템 구축

질문 3 : 현지에서 쉽고 효율적으로 개별 대응할 수 있는 방법에 대한 아이디어 도출

- 침해가 발생했을 때 대응하는 방법, 타기업 대응 우수 사례 등 대응 매뉴얼 마련
- 진출하는 국가별로 1:1 전과정 컨설팅 도움 제공

특허청 공무원 토론

주제와 관련해 추진되는 특허청 사업에 반영될 수 있는 국민디자인단 아이디어를 분류하고 검토했습니다.

<p>6차 워크숍('20.8.20)</p> 	<p>서비스 콘셉트 도출('20.8)</p> 	<p>특허청 내부 회의('20.9.1)</p> 
--	---	---

실행 전략 전달하기 - 광화문1번가 설문조사와 7차 영상 워크숍

광화문1번가 설문조사를 실시해 일반 국민과 기업 담당자들에게 국민디자인단의 아이디어에 관한 피드백을 받았고, 최종 점검을 위해 온라인으로 특허청 국민디자인단 7차 워크숍을 진행했습니다.

<p>광화문1번가 설문조사('20.9.28~10.11.)</p> 	<p>7차 영상회의('20.10.8.)</p> 
---	--

결과물

1 '기업 보호'에서 '국민 보호'로...

국민이 직접 정품여부를 판단
K브랜드 정품 확인수단 개발

K-Watcher

글자 비교

그림 비교

언어 번역

K-Watcher

기업 위주의 보호
국민참여 동기부여 **한계** ➡ 국민(소비자) 보호
국민참여 동기부여 **확대**

'기업 위주의 보호'에서 '국민도 함께 보호'로 바뀝니다.

국민이 직접 정품 여부를 판단할 수 있도록, 위조상품으로 의심되는 제품의 사진을 찍으면 정품인지 위조상품인지 판단해 주는 애플리케이션을 개발하고자 합니다.

2 국민참여 민관협력 K-브랜드 신고 시스템

K-Watcher 탑재된 국민참여 신고 플랫폼 개발

국민 신고수단 (21~)

민관 신고센터 (20~)

국민경찰

한정된 인력
국내 책상단속 **한계** ➡ 국민(소비자)
국내외 현장단속 **확대**

'국민참여 민관협력' K-브랜드 신고 시스템을 만들겠습니다.

정품 확인 기능이 탑재된 국민참여 신고 애플리케이션을 개발합니다. 국민이 위조상품을 파는 가게나 위치를 GPS로 표시하고 사진으로 신고하면 기업과 특허청이 이를 공유해 해외 단속까지 연계할 수 있는 one-stop 신고 플랫폼을 만들겠습니다.

3 지식재산권 인식개선이 핵심

K-브랜드 보호는 소비자 및 기업CEO 인식전환이 중요!
위조상품 유통방지 홍보 및 지재권 인식강화 프로그램 강화

소비자의 인식개선은 기본

K-POP 스타를 활용한 홍보전략
유명 유튜버를 활용하여 동영상 제작



소비자 인식개선에만 치중
기업내부의 무관심

방어

기업 CEO의 인식개선이 핵심

기업임원진 전용
온·오프라인 교육 콘텐츠 개발



소비자 인식개선은 기본
기업CEO의 인식개선이 핵심

투자



14

K-브랜드 보호, 인식 개선이 중요해요!

소비자 인식 개선은 기본! 기업 CEO의 인식 개선을 돕겠습니다.

4 정보의 단순제공에서 수요자 맞춤형으로



홈페이지에서
정보의 단순 제공 **無用**



기업맞춤형 정보가
기업담당자에게 직접 제공 **有用**

15

데이터를 더욱 가치 있게!

단순히 일반적인 정보를 제공하는 것이 아니라 기업과 지식재산권 업무 담당자에게 꼭 필요한 정보를 맞춤형으로 제공할 것입니다.

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
국민이 참여할 수 있는 플랫폼 부재	국민이 참여하는 K-브랜드 신고 플랫폼 마련('나도 국민경찰' 신고 앱 개발, 관광객·이주민 활용 등)
일반적인 지적권 관련 정보 제공	기업 담당자들에게 필요한 맞춤형 정보 제공(침해 피해 대응 매뉴얼과 기업 담당자 소통의 장 제공 등)
위조상품 신고·단속 등 기업에만 치중	기업뿐만 아니라 소비자까지 보호하는 방법 마련(K-브랜드 정품 검색 기능 추가, 비교 프로그램 개발 등)
국내의 소비자의 위조상품 인식 개선 미비	소비자뿐만 아니라 기업 CEO 인식 제고 (K-팝스타 홍보대사 위촉, 임원 세미나 등)

국민 아이디어를 반영한 정책 추진 계획

	'20F	'21L	'21F	'22L	'22F	'23L	'23F
국민(소비자) 보호 방안							
K-브랜드 정품 확인 수단 개발		추경 20억 확보로 조기 추진					
K-브랜드 정품 검색 기능							
문자·도면 매칭 프로그램 개발				AI 딥러닝 등 기능 고도화			
K-브랜드 신고 시스템 구현							
국민용 신고 앱(나도 국민경찰) 개발			신고 기능 구현	정품 확인 기능 탑재한 신고 앱 구현			
민관용 신고센터 구축		추경 20억 확보로 조기 추진					
국내외 소비자와 기업 CEO의 인식 제고							
K-팝스타(유명 유튜버) 홍보대사 위촉, 지적권 인식 제고		유튜버 활용	K-팝스타 홍보대사 위촉 등 다양한 홍보활동				
기업 CEO와 임원진 대상 지적권 교육 강화 등 인식 제고		기존 프로그램 활용	지적권 관련 임직원 전용 프로그램 개발				
K-브랜드 정보 보물 창고							
온라인 정보 제공(특허청, 보호원 등 홈페이지 등 전면 개편)		홈페이지 개편, 수요자(기업, 기업 담당자) 맞춤형 정보 제공					
오프라인 정보 제공(주기적인 오프라인 소통의 장 마련)		중국 등에서 동남아 국가 연합으로 대상 국가 확대 지원 등					

K-브랜드 보호에 3년간 120억원('21년 39.74억) 투입 예정

참여자 소감

천성현, 국민·기업 관련자

지식재산권 업무를 다양한 시각으로 볼 수 있었습니다. 실제 실행 전략에 반영되어 큰 도움이 될 것 같습니다. 또한 다양한 생각들을 나누고 조율하는 과정이 재미 있었습니다. 서로 다른 의견들이 나왔을 때 반대하기보다 수용적으로 접근하는 방법이 좋았습니다.

정인영, 국민·기업 관련자

다양한 IP관점에서 볼 수 있어서 좋았습니다. 문제점을 찾고 해결방안을 도출하다 보니, 이미 기존 제도가 있다는 것을 알게 되었고, 활용되지 않는 제도들이 취지와 다르게 운영되어 해결되지 않았던 것이 아닐까, 라는 생각도 하게 되었습니다. 새로 만드는 것도 중요하지만 기존의 것을 잘 활용하는 것도 필요하다고 생각합니다. 생각보다 결과물이 좋았고, 특허청에서 이를 반영해 준다고 해서 고마운 마음입니다.

강순구, 국민·분야 전문가

전체적으로 국민디자인단이 도출한 결과물이 정리가 잘 되어 있는 것 같습니다. 현재와 미래 상황 등, 큰 그림을 볼 수 있어 좋았습니다. 서비스 중에 K-브랜드 신고 인센티브 제공 부분은 국민들이 잘 참여할 것으로 기대합니다.

유재호, 국민

대학생인데 특허청 업무에 관해 자세히 알 수 있어 좋았습니다. 국민디자인단 활동 때문에 지재권 분야에 관심을 갖게 될 것 같습니다.

차시원, 국민

우리가 낸 의견들이 실제 정책에 반영된다는 것이 신기하고 뜻깊게 느껴졌습니다. 이렇게 만들어진 정책이 계속 유지되고 잘 추진되기를 바랍니다.

박진아, 혁신 담당자

많은 의견을 내 주셔서 고맙습니다. 앞으로 배포되는 보도자료를 관심 있게 확인하면서 여러 아이디어가 어떻게 실현되는지 지켜봐 주면 좋겠습니다.

황다운, 혁신 담당자

평소에 책상에만 앉아서 일을 하다가 국민디자인단 활동에 참여해 직접 국민들의 이야기를 듣다 보니 창의적인 생각도 하게 되고 여러모로 좋은 경험이 되었습니다. 앞으로 더욱 국민의 입장에서 생각하는 공무원이 되도록 하겠습니다.

국민과 함께하는 군 모바일 서비스 플랫폼 확대 개선

담당 공무원 남기웅, 권명운
서비스디자이너 유해영
국민 참여자 박상우, 황성미, 고승현, 김근아, 이창환, 김태환, 박제윤



밀리톡

그동안 군서비스를 제공하는 곳이 기관별로 다르고 통합서비스 플랫폼이 부재하는 등, 장병을 포함한 군 관련 수요자 대상 서비스 환경이 취약했습니다. ‘일과 후 휴대폰 사용’이 허용됨에 따라 장병들에게 올바른 휴대폰 사용 방식을 알리고, 군 부대 특성상 폐쇄·고립된 환경 속에서 장병들이 내외부와 소통하고자 하는 욕구를 잘 해소할 수 있도록 모바일 군서비스 여건을 확충할 필요성이 부각되고 있습니다. 그래서 군복무·소통환경을 개선하기 위해 장병과 국민들을 위한 맞춤형 모바일 군서비스 플랫폼을 구현하고자 했습니다.

추진 배경

‘군=가고 싶지 않은 곳’ 군생활에 대한 대국민 인식 전환 필요성 증대

병영생활 개선을 위한 많은 정책들이 시행되었지만 여전히 병영 내 안전사고, 훈련 중 부상, 외부와의 단절 등 근본적인 문제가 존재합니다. 군을 ‘가고 싶지 않은 곳’으로 인식하고 있는 예비 장병들이 아직도 많기 때문에 경직된 군문화를 변화시키고 군생활에 대한 국민 인식 전환이 필요하다는 소리가 높습니다.

구분	2017	2018	2019
국민의 당연한 의무이므로 기꺼이 이행해야 한다	40.1	33.1	32.0
국민의 당연한 의무이긴 하지만 가능하다면 피하고 싶다	38.2	41.4	41.6
의무로 규정한 것은 잘못이다	13.2	13.9	16.1
기타	3.4	3.7	4.2
잘 모르겠다	4.9	7.9	6.2

* 2019 국방사회조사통계사업 정기조사 보고서-장병 의식 및 생활 조사(한국국방연구원)

‘일과 후 휴대폰 사용’ 전면 시행, 하지만 모바일 군서비스 환경은 미비

’20년 7월, 일과 후 장병들의 휴대폰 사용이 전면 허용되어 모바일 매체를 활용한 군서비스 활성화의 중요성이 대두되었지만, 50여 개의 산발적이고 단편적인 모바일 군서비스 운용으로 활용도도 낮고 이용률이 저조한 실정이었습니다. 이런 문제점을 해결하고 군의 소통·복무환경 개선, 행정절차 간소화 차원의 사회적 비용 절감을 위해 군에 특화된 모바일 통합 플랫폼 서비스의 운영이 절실한 상황입니다.

새로운 문제 정의

군서비스의 수요자 범위를 ‘전 국민’으로 확대하여 설정

Z세대(’90~’00년생)들의 군복무환경에 대한 변화 요구 등 국민들의 군에 대한 전반적인 관심도가 높아짐에 따라, 병영생활의 주체인 장병들만을 위한 서비스가 아닌 군과 관련 있는 모든 국민을 수요자로 보고 장병들의 가족, 연인, 친구 등의 군생활 전반에 대한 요구사항을 충족시킬 수 있는 서비스를 개발하고자 했습니다.

온라인 설문조사와 전화 인터뷰로 근본적인 문제 파악

코로나19로 부대 방문이 어려워, 군 관련 수요자들의 의견을 수렴하여 핵심 문제를 도출하기 위해 온라인 설문조사와 전화 인터뷰를 실시했습니다. 전·현역 장병, 장병 주변인(가족, 연인 등)을 비롯해 다양한 유형의 수요자 의견을 청취하려고 했고, 설문조사에는 총 1324명이, 전화 인터뷰에는 총 25명이 참여했습니다. 조사 결과, 군 복무 환경과 제도 운영방식의 근본적 문제에 관한 국민들의 다양한 잠재 욕구와 현행 모바일 군서비스(더 캠프) 운영의 한계점과 보완할 점을 발견했고, 문제 상황의 원인을 분석했습니다.

시대적 변화에 따른 군 복무 환경과 제도 운영방식의 근본적 문제

구분	문제 상황과 요구사항	문제의 원인
장병	<ul style="list-style-type: none"> · 처음 겪어 보는 군조직문화 · 군 복무 환경 적응의 어려움 · 계급이 우선되는 분위기 · 휴가 등을 승인받기 위한 절차의 복잡함 · 군인 복지 혜택을 누리고 싶은 마음 · 아플 때 제때 치료받기 어려운 상황 개선 · 개인적 시간을 갖고 싶은 욕구 	<ul style="list-style-type: none"> · ‘군대’라는 새로운 환경에서 장병간 사회적 관계를 형성하기 어려움 · 적응하기 힘든 위계중심적 문화 · 상급 간부들과 소통하기 어려움 · 낡은 시설과 비효율적인 업무 처리 체계 · 군 복지서비스 접근성이 떨어짐 · 처리 속도가 느리고 복잡한 의료 체계 · 자기계발, 취미활동을 위한 여건 부실
장병 주변인 (가족, 연인 등)	<ul style="list-style-type: none"> · 복무 적응도와 건강 상태 파악 · 주기적인 안부 확인과 소식 듣기 · 점점 높아지는 군에 대한 관심도와 요구 · 감염병 확산에 따른 생활 환경 우려 	<ul style="list-style-type: none"> · 민군 사이의 소통과 정보 공유 창구의 부족 · 폐쇄적인 군문화 때문에 장병과 부대 관련 소식이 외부에 노출되는 빈도가 낮음 · 지리·보안적인 문제로 주로 현장(오프라인)에서 업무를 처리해야 하는 상황 · 군 관련 규정과 지침에 접근하기 어려움

모바일 군서비스 (더 캠프) 운영에 관해 보완할 점

구분	문제 상황과 요구사항	문제의 원인
장병	· 장병이 이용할수 있는 양질의 콘텐츠 부재 · 국방 분야의 ‘정보 전달 매체’ 로만 인식	· 기존 서비스 제공 범위가 좁아 민간 서비스 등 대체재로 이동 · ‘군 복무’에 필요한 특화된 서비스 부족
장병 주변인 (가족, 연인 등)	· 통신기기의 소자·사용이 불가능한 훈련병 시절에만 ‘인터넷 편지’ 전달 목적으로 1회성 이용	· 휴대폰 사용이 가능한 자대 배치 이후 장병과 연락할 다양한 정보 공유 수단이 생기기 때문에 이용률 감소



주요한 점진표

인간자원: 2014년 12월 25일(수) 14:00 ~ 15:00 (1시간)

주요한 점진표

1. 문제 상황 (1) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

| 구분 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 |

2. 문제 상황 (2) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

3. 문제 상황 (3) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

4. 문제 상황 (4) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

5. 문제 상황 (5) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

6. 문제 상황 (6) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

7. 문제 상황 (7) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

8. 문제 상황 (8) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

9. 문제 상황 (9) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

10. 문제 상황 (10) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

11. 문제 상황 (11) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

12. 문제 상황 (12) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

13. 문제 상황 (13) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

14. 문제 상황 (14) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

15. 문제 상황 (15) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

16. 문제 상황 (16) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

17. 문제 상황 (17) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

18. 문제 상황 (18) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

19. 문제 상황 (19) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

20. 문제 상황 (20) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

21. 문제 상황 (21) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

22. 문제 상황 (22) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

23. 문제 상황 (23) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

24. 문제 상황 (24) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

25. 문제 상황 (25) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

26. 문제 상황 (26) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

27. 문제 상황 (27) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

28. 문제 상황 (28) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

29. 문제 상황 (29) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

30. 문제 상황 (30) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

31. 문제 상황 (31) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

32. 문제 상황 (32) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

1. 문제 상황 (1) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

2. 문제 상황 (2) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

3. 문제 상황 (3) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

4. 문제 상황 (4) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

5. 문제 상황 (5) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

6. 문제 상황 (6) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

7. 문제 상황 (7) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

8. 문제 상황 (8) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

9. 문제 상황 (9) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

10. 문제 상황 (10) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

11. 문제 상황 (11) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

12. 문제 상황 (12) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

13. 문제 상황 (13) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

14. 문제 상황 (14) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

15. 문제 상황 (15) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

16. 문제 상황 (16) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

17. 문제 상황 (17) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

18. 문제 상황 (18) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

19. 문제 상황 (19) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

20. 문제 상황 (20) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

21. 문제 상황 (21) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

22. 문제 상황 (22) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

23. 문제 상황 (23) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

24. 문제 상황 (24) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

25. 문제 상황 (25) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

26. 문제 상황 (26) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

27. 문제 상황 (27) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

28. 문제 상황 (28) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

29. 문제 상황 (29) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

30. 문제 상황 (30) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

31. 문제 상황 (31) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

32. 문제 상황 (32) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

추진 내용

수집하고 공유한 사례·경험을 바탕으로 서비스 설계

실수요자들의 의견을 듣고 서비스에 반영하기 위해 워크숍과 인터뷰를 진행하여 실질적인 요구사항과 개선할 점을 발견했습니다. 그리고 주요 이용 계층을 장병·장병 부모·장병 연인으로 분류하고, 사용자 모델을 설정한 후, 고객 여정 맵을 작성했습니다. 이런 과정을 통해 수요자별 맞춤형 서비스를 구체화해 전달하는 것이 주요 추진 내용입니다.

사용자 모델

고객 여정 맵

장병

이름: 장병
성별: 남
나이: 25세
직업: 군인

주요한 점진표

1. 문제 상황 (1) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

2. 문제 상황 (2) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

3. 문제 상황 (3) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

4. 문제 상황 (4) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

5. 문제 상황 (5) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

6. 문제 상황 (6) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

7. 문제 상황 (7) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

8. 문제 상황 (8) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

9. 문제 상황 (9) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

10. 문제 상황 (10) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

11. 문제 상황 (11) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

12. 문제 상황 (12) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

13. 문제 상황 (13) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

14. 문제 상황 (14) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

15. 문제 상황 (15) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

16. 문제 상황 (16) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

17. 문제 상황 (17) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

18. 문제 상황 (18) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

19. 문제 상황 (19) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

20. 문제 상황 (20) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

21. 문제 상황 (21) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

22. 문제 상황 (22) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

23. 문제 상황 (23) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

24. 문제 상황 (24) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

25. 문제 상황 (25) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

26. 문제 상황 (26) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

27. 문제 상황 (27) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

28. 문제 상황 (28) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

29. 문제 상황 (29) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

30. 문제 상황 (30) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

31. 문제 상황 (31) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

32. 문제 상황 (32) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

고객 여정 맵 (Customer Journey Map)

시각: 장병

장병의 여정 맵

1. 문제 상황 (1) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

2. 문제 상황 (2) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

3. 문제 상황 (3) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

4. 문제 상황 (4) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

5. 문제 상황 (5) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

6. 문제 상황 (6) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

7. 문제 상황 (7) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

8. 문제 상황 (8) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

9. 문제 상황 (9) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

10. 문제 상황 (10) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

11. 문제 상황 (11) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

12. 문제 상황 (12) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

13. 문제 상황 (13) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

14. 문제 상황 (14) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

15. 문제 상황 (15) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

16. 문제 상황 (16) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

17. 문제 상황 (17) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

18. 문제 상황 (18) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

19. 문제 상황 (19) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

20. 문제 상황 (20) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

21. 문제 상황 (21) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

22. 문제 상황 (22) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

23. 문제 상황 (23) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

24. 문제 상황 (24) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

25. 문제 상황 (25) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

26. 문제 상황 (26) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

27. 문제 상황 (27) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

28. 문제 상황 (28) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

29. 문제 상황 (29) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

30. 문제 상황 (30) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

31. 문제 상황 (31) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

32. 문제 상황 (32) : (개별 질문, 1) (개별 질문)

사용자 모델

고객 여정 맵

픽소나 (Persona)

장병 부모

이름: 장병 부모
성별: 남
나이: 40대
직업: 자영업

관심: 장병을 돌보는 법, 뉴스, 장병 지원 서비스

Needs

- 장병의 건강상태를 실시간으로 파악하고 싶음
- 장병의 생활 습관을 모니터링하고 싶음
- 장병의 건강상태를 실시간으로 파악하고 싶음
- 장병의 생활 습관을 모니터링하고 싶음

고객여정맵 (Customer Journey Map)

1. 사용자 여정을 관찰하여 사용자 여정 지도를 개발함
2. 사용자 여정 지도를 기반으로 사용자 여정 지도를 개발함

내려올라 갈수록 고객여정 지도

시간	상황	문제점	서비스 제공 시점	서비스 제공 방법	서비스 제공 결과	서비스 제공 후
출발	군인 지원 서비스 신청	신청서 작성 시 불편함				
신청	신청서 작성	신청서 작성 시 불편함				
승인	신청서 승인	신청서 승인 시 불편함				
이용	서비스 이용	서비스 이용 시 불편함				

픽소나 (Persona)

장병 연인

이름: 장병 연인
성별: 여
나이: 29
직업: 프리랜서

관심: 장병의 건강, 장병의 지원 서비스

Needs

- 장병의 건강상태를 실시간으로 파악하고 싶음
- 장병의 생활 습관을 모니터링하고 싶음
- 장병의 건강상태를 실시간으로 파악하고 싶음
- 장병의 생활 습관을 모니터링하고 싶음

고객여정맵 (Customer Journey Map)

1. 사용자 여정을 관찰하여 사용자 여정 지도를 개발함
2. 사용자 여정 지도를 기반으로 사용자 여정 지도를 개발함

내려올라 갈수록 고객여정 지도

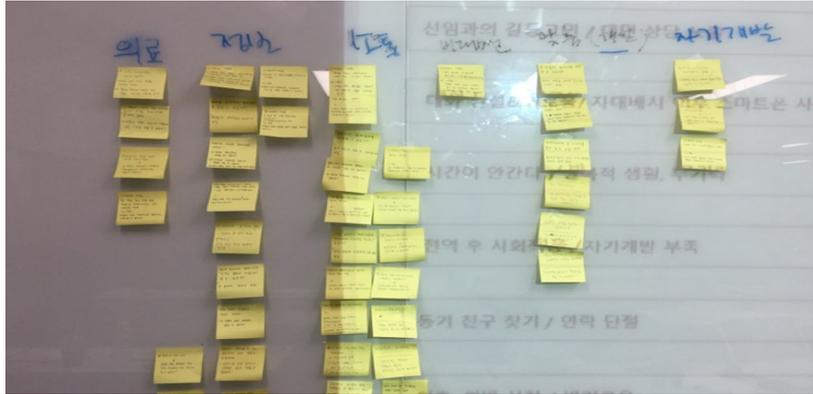
시간	상황	문제점	서비스 제공 시점	서비스 제공 방법	서비스 제공 결과	서비스 제공 후
출발	군인 지원 서비스 신청	신청서 작성 시 불편함				
신청	신청서 작성	신청서 작성 시 불편함				
승인	신청서 승인	신청서 승인 시 불편함				
이용	서비스 이용	서비스 이용 시 불편함				

군 서비스 사각지대 파악과 개선이 필요한 핵심 주제 선정

각계각층의 국민(장병, 장병 가족, 연인 등)들을 대상으로 진행한 설문조사와 인터뷰로 도출한 문제점을 기회로 바꾼다는 마음으로 문제 개선을 위한 질문을 던져 총 여섯 개의 이슈를 정리했습니다. 분야별 문제에 대한 개선방안을 시각화하여 서비스 전달 방향을 정립했습니다. 또한 이를 토대로 서비스 목표를 수립하여 수요자에게 최적화된 모바일 군서비스를 구현하고자 했습니다.

* 핵심 주제 : 소통, 정보 공유, 의료·보건, 맞춤형·비대면 자기계발 서비스

	군장병 및 가족들이 느끼는 문제점	문제점을 개선하기 위한 질문	서비스 목표 수립	
비대면	훈련중 부상 및 처리 지연	어떻게 하면 의료서비스를 효율적으로 지원받을 수 있을까?	부대의 빠른 알림과 손인으로 빠른처리가 가능하도록 해보자	의료
	군관련 정보와 이해 부족	어떻게 하면 군입대 전후 중에 실제 군관련 필요한 정보를 알 수 있을까?	군관련 이해를 돕기 위한 필요한 정보들 사전에 알려주도록 하자	일반정보
	코로나 등으로 외박, 외출 병문 어려움, 외부와의 단절	어떻게 하면 행사 및 외부와의 소통을 가능하게 할 수 있을까?	실시간채널 운영등으로 단절을 완화하도록 해보자	비대면 서비스
휴먼서비스	군생활의 고충 고민 상담 소외감 소통 공유	어떻게 하면 단체생활의 어려움과 소통을 강화할 수 있을까?	온라인을 통해 비공개로 상담하고 소통할 수 있도록 해보자	소통 & 커뮤니티
	외출외박신청단계 지연 간소화 간편화 개인화	어떻게 하면 장병 개인 기록 및 인증서비스를 간편하게 할 수 있을까?	전역일자 알림 및 개인 맞춤형 정보를 제공해보자	개인 맞춤 (큐레이션)
	사회적응 걱정 자기개발 여건부족	보다 손쉽게 정보를 찾고 학습이나 유용한 콘텐츠를 제공해 줄 수 있을까?	e-learning 등 웹서비스를 활용하도록 해보자	자기개발



국민과 함께 ‘국민에게 필요’ 서비스를 제공하기 위한 아이디어 확장

모바일 군서비스 확대 개선을 위해 전·현역 장병을 포함한 장병의 부모·연인 등 다양한 시각을 가진 국민들과 함께 선정한 여섯 개의 핵심 주제와 관련된 아이디어를 공유했습니다. 브레인 라이팅 활동, 만다라트 차트 작성 등 구성원별로 다양한 아이디어를 구상하여 제시하게 했고, 분야별 서비스를 키워드로 정리하여 아이디어를 확장했습니다. 주요 아이디어로 직·계급별 장병간 자유롭게 소통할 수 있는 전용 공간 생성, 모바일 진료 예약 서비스, 맞춤형 자기계발 교육 신설, 공공데이터를 활용한 유용한 지식·정보 제공 등 장병과 국민들에게 실질적으로 필요하면서도 현장에 바로 적용할 수 있는 아이디어를 발전시켰습니다.

브레인 라이팅, 만다라트 차트

브레인라이팅 (Brain Writing)

1. 핵심 주제를 정하여 1인씩 1분씩 이야기
2. 주제를 풀어서 1인씩 1분씩 이야기 10분씩 이야기
3. 풀어서 나온 이야기와 아이디어를 정리하여 1인씩 1분씩 이야기 10분씩 이야기

문제명	어떻게 하면 더캠프 및 병영캠프를 활용하도록 할 수 있을까?		
	Idea A	Idea B	Idea C
1	공유자리에 활용한 공간만 정보제공한다	제조사에서 온 간담하게 앉힌다	사탕을 팔듯한 1인1명만 제공한다
2	공유된 공간은 무료서비스 제공한다 (카드가부인)	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
3	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	11 상당 정보를 제공한다
4	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	다 인포나 인형 인형도 활용한다
5	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	취급, 출퇴근 관용 불가 제공 (오비일 근무용)

브레인라이팅 (Brain Writing)

1. 핵심 주제를 정하여 1인씩 1분씩 이야기
2. 주제를 풀어서 1인씩 1분씩 이야기 10분씩 이야기
3. 풀어서 나온 이야기와 아이디어를 정리하여 1인씩 1분씩 이야기 10분씩 이야기

문제명	어떻게 하면 더캠프 및 병영캠프를 활용하도록 할 수 있을까?		
	Idea A	Idea B	Idea C
6	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
7	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
8	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
9	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
10	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다

브레인라이팅 (Brain Writing)

1. 핵심 주제를 정하여 1인씩 1분씩 이야기
2. 주제를 풀어서 1인씩 1분씩 이야기 10분씩 이야기
3. 풀어서 나온 이야기와 아이디어를 정리하여 1인씩 1분씩 이야기 10분씩 이야기

문제명	어떻게 하면 더캠프 및 병영캠프를 활용하도록 할 수 있을까?		
	Idea A	Idea B	Idea C
11	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
12	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
13	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
14	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다
15	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다	공유된 공간은 유료로 운영할 수 있도록 한다

‘소통’ 기능이 강화된 모바일 군서비스 플랫폼 구상

코로나19 확산 등으로 군과 외부와의 접점이 감소하는 상황 속에서 장기간 폐쇄·고립된 군 복무를 해야 하는 장병들과, 오랫동안 장병과 만나지 못하는 단절된 상황에 노출된 장병 주변인(가족 등) 등의 ‘소통’에 대한 요구사항과 관심도가 높아졌다는 사실을 다양한 수요자들의 사례를 통해 발견했습니다. 이에 따라 소통 분야에 대한 중점적 서비스 전략을 수립했고, 장병 ‘일과 후 휴대폰 사용’의 전면적인 시행에 따라 대내외 소통이 용이한 모바일 매체와 접목하여 서비스의 접근성과 활용도를 높이고자 했습니다. 그 결과 장병들에게는 대내외 소통에 대한 욕구를 해소할 수 있는 모바일 서비스를 신규로 제공하고, 국민들에게는 장병들의 복무생활 전반을 직접 확인할 수 있도록 정보 공유환경이 조성된 플랫폼 구축을 구상할 수 있었습니다.



수요자의 환경을 고려한 서비스 세부 실행 전략 수립

여섯 개로 분류한 핵심 문제를 바탕으로 장병과 국민에게 ‘소통’ 분야 서비스를 중점적으로 제공하는 모바일 플랫폼을 만들기 위해 ‘서비스 블루 프린트’ 기법을 적용해 서비스 세부 실행 전략을 수립했습니다. 기존에 운영하고 있는 모바일 앱 ‘더 캠프(The Camp)’를 전 국민을 위한 군정보플랫폼으로 보완하고, 장병을 위해서는 ‘밀리톡(Mili-Talk)’이라는 종합소통플랫폼을 신설해 각 수요자에게 최적화된 분야별 서비스를 입대 전부터 전역 후까지 시기별로 제공할 수 있도록 설계했습니다. 또한 각 서비스의 정보가 유기적으로 연계되고 공유되어 수요자들의 편의성이 극대화될 수 있도록 했습니다.

더 캠프

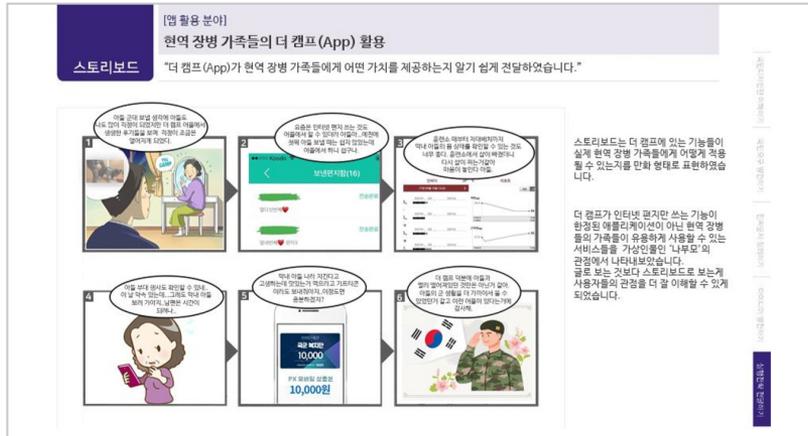
	입대 전	훈련소	자대 생활	전역 후
서비스 흐름	앱 설치와 회원가입		서비스 이용	
정보	국방 소식과 정보, 입대 전 군생활 공지	수료 일정, 훈련소 생활	부대 행사 일정, 식단, 군법, 할인 혜택, 이벤트	주변인들에게 인터넷 편지 쓰기와 기타 서비스 이용
비대면	위문편지, 질문·답변, 자유토크, 입대 전 교육	인터넷 편지, 수료식, 라디오	온라인 면회, 부대 사진과 영상, 실시간 상담	
의료	군의료법, 의료 정보	신체 검사, 의료 기록	의무 기록 공개와 관리	
이해관계자	가족과 예비 현역, 앱 관리자	부대 행정 관리자, 앱 관리자		예비역, 앱 관리자

밀리톡(Mili-Talk)

	입대 전	훈련소	자대 생활	전역 후
서비스 흐름			앱 설치, 현역 장비 인증, 서비스 이용	후기와 서비스 이용
맞출 데이터			전역일 계산기, 종교 활동, 장병 일기, 개인 인증, 알림, 실시간 진료, 의무실 예약	전역 후 군생활 후기 나눔, 정보 공유 예비역 전용 소통공간 모바일 전역증 발급 군생활 관련 상담과 소통 마일리지 기부 가능
소통			직급별·계급별 게시판, 1:1상담, 신문고, 쪽지	
이커머스		자대 배치 후 이용 가능	조르기, PX물품 견의, 군정점 공동 구매	
자기개발			자격증, 공모전, 진료, 적응, 동기부여, 포상	
취미			게임, CA활동(배움·공유)	
마일리지	앱 설치 3000p 적립 인터넷 편지 이용과 가족 인증 1000p 적립		출석 500p 적립, 포인트 할인 사용과 온라인 PX 이용 1000p 차감	후기와 상담 1000p 적립 마일리지 포인트 기부
이해관계자			현역 장병, 앱 관리자	예비역, 앱 관리자

서비스 전달력을 강화한 ‘아이디어 스토리보드’

수요자 중심의 서비스 창출을 위해 다양한 이해관계자의 시각으로 서비스 경험을 이해하고 파악할 수 있도록 ‘아이디어 스토리보드’를 제작했습니다. 군서비스와 연관성이 높은 수요자인 장병과 장병 부모를 가상의 인물로 설정하고, 실제 이용 과정을 상상해 아이디어 스토리보드만 봐도 서비스 내용을 쉽게 이해할 수 있게 했습니다.



결과물

‘소통’ 기반의 모바일 군서비스 플랫폼 구축·운영

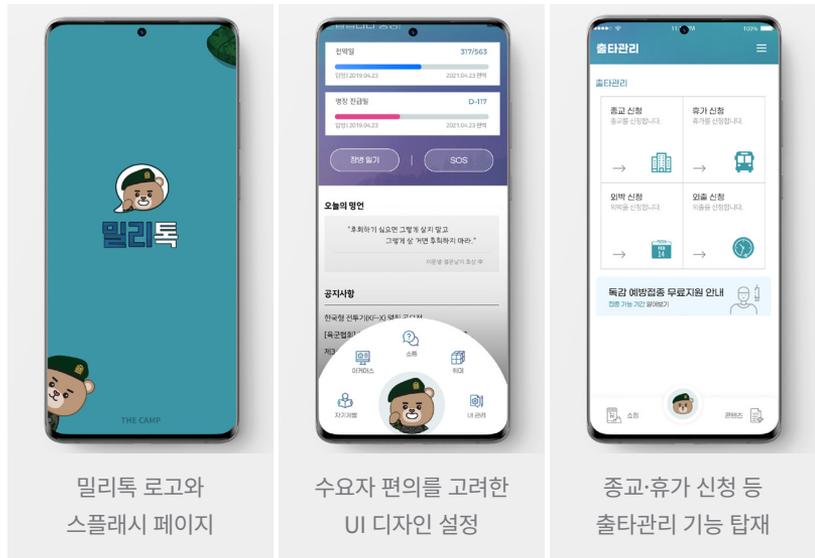
장병 대상 종합소통플랫폼 ‘밀리톡*’ 신규 구축·운영

군과 외부의 ‘소통’을 주제로 장병에게 필요한 개인별 맞춤형 행정·의료·복지서비스 등을 망라한 종합소통플랫폼 ‘밀리톡(Mili-Talk)’을 운영합니다. 과거의 군대 이미지를 탈피해 장병 커뮤니티로 특화된 서비스를 제공하고자 전·현역 장병에게 직접 설문

조사를 실시하여 브랜드 이름을 결정했습니다. 상호 노하우와 관심을 공유할 수 있는 부대·계급별 소통 게시판, 심리적인 문제나 고민을 해결하기 위한 SOS 1:1 상담, 종교활동·휴가·외출 신청을 할 수 있는 출타관리 시스템 등 장병들의 실질적인 요구사항을 반영한 서비스가 주요 기능으로 탑재되어 있습니다.

* 밀리톡(Mili-Talk) : 군을 상징하는 영문 Military의 약어와, 소통을 뜻하는 Talk을 합쳐 자유롭게 소통할 수 있는 신세대 장병을 위한 소통 채널을 의미한다.

‘밀리톡’ 프로토타입(화면)



국민 대상 군 정보 통합플랫폼 ‘더 캠프’ 소통 역할 강화

더 캠프는 기존에 운영하고 있었던 모바일 군서비스의 한계를 극복하고 국민과 좀 더 쉽게 소통할 수 있게 해 줍니다. 군 관련 다양한 정보를 공유하기 위해 <국방일보>, 국방부 유튜브 등 기관 매체와 연계하여 때에 맞게 정보를 제공하고, 각 훈련소와 부대 정보, 군 관련 법률 등 맞춤형 정보도 제공합니다.

분야별 핵심 문제 해결을 위한 서비스 솔루션 마련

수요자별 경험과 요구사항이 다르기 때문에 수요자별로 특화된 서비스를 제공하고자 장병 대상 소통플랫폼 ‘밀리톡’과 국민 대상 정보플랫폼인 ‘더 캠프’를 운영합니다. 이 두 서비스는 서로 분리 운영되지만, 정보 공유를 통해 상호 연계되는 통합적인 성격의 플랫폼으로 구상했습니다. 또한 여섯 개로 분류한 분야별 핵심 주제를 바탕으로 수요자별 최적화된 맞춤형 서비스를 제공합니다.

분야	AS - IS	TO - BE
소통	코로나19 이후 장병간 소통 문제 발생	'소통' 중심의 군 모바일 통합플랫폼 마련
의료·보건	진료 받기 어렵게 하는 복잡한 의료체계	접근성이 뛰어난 모바일 진료 시스템 구축
비대면 서비스	면회 통제로 장기간 직접 보지 못하는 상황	비대면 방식으로 군 행사 실시간 송출
맞춤형 서비스	장병들의 기본적 욕구 해소를 충족시켜 주지 못하는 기존 서비스	복지혜택 확대를 위한 군인 인증, 문화생활 향유를 위한 서비스
자기계발	장병들의 주요 고민인 전역 후 사회적응을 위한 자기계발 여건 미비	전역을 대비한 취업의 통로 역할 수행 수요자 맞춤형 e-러닝 서비스 제공
정보 공유	군에 대한 관심이 높아진 장병과 장병 주변인들	정보 제공과 쉽게 정보를 공유할 수 있는 환경 마련

<p>소통 게시판 운영</p> 	<p>One-stop 의료 지원 서비스</p> 	<p>군 정보 공유 확대</p> 
<p>비대면 수료식 송출</p> 	<p>군 e-커머스</p> 	<p>전역 후 취업 연계 서비스</p> 

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
간부가 주도하는 정책 개발은 병사들의 실질적인 요구사항을 수렴하기 어려움	설문조사와 인터뷰를 실시해 군조직의 말단인 병사의 목소리를 직접 들으며 수요자의 다양한 의견을 수렴해 서비스 개발
분야별 모바일 군서비스를 피상적으로 운영하여 국민들의 접근성 떨어짐	통합플랫폼을 만들어 원스톱으로 한번에 문제 해결

참여자 소감

국민·서비스디자이너·담당 공무원이 모여 정책 방향성을 제시하고 공공서비스를 개선하기 위한 국민디자인 활동의 중요성을 체감할 수 있는 시간이었습니다. 수요자인 국민들의 직·간접적인 요구사항을 듣고, 문제점과 이해관계를 정의하고, 서비스 설계·전달을 위한 아이디어를 국민들과 공유하는 과정을 경험했습니다. 이 시간을 통해 다양한 이해관계자들과 긴밀하게 소통하며 그토록 찾고 있던 서비스 목표에 조금씩 접근할 수 있어 뿌듯함과 성취감을 느꼈습니다. 병영문화 혁신을 위해 매년 귀중한 의견을 주는 국민들, 수요자의 잠재 욕구를 찾기 위해 힘든 상황에도 불구하고 열정으로 국방부 국민디자인단의 여정에 함께해 준 서비스 디자이너, 실질적인 정책 반영을 위해 힘써 준 담당 공무원, 이 모든 사람들이 적극적으로 참여했기 때문에 좋은 결실을 맺을 수 있었다고 생각합니다.



어린이 · 교육



우리 아이 안심하고 맡겨요♪ Feat.부모모니터링단

담당 공무원	이미옥, 이은영, 안순복, 이해경
서비스디자이너	박재민, 강형모
국민 참여자	강미옥, 윤지영, 박정해, 남민경, 이지현, 명은주

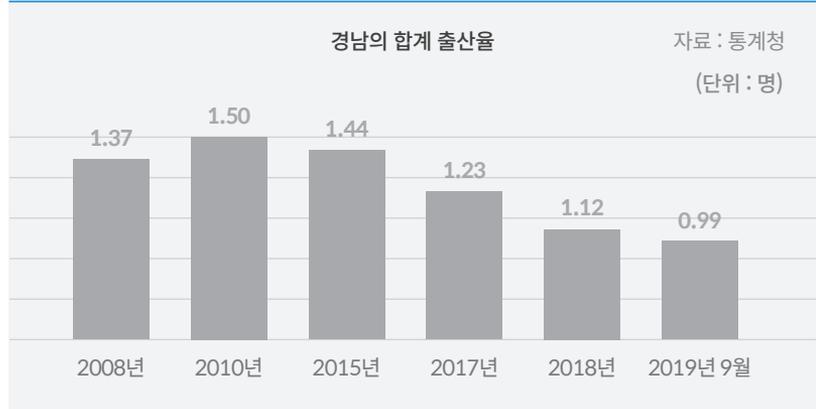


지속적인 맞벌이 가구 증가와 이에 따른 출산율 하락으로 경남의 많은 지역이 소멸될
위기에 놓여 있습니다. 일시적 지원금 지급으로는 출산 장려에 한계가 있어, 부모가
안심하고 아이를 맡길 수 있는 어린이집 환경 조성 방법을 찾아내고자 했습니다.

추진 배경

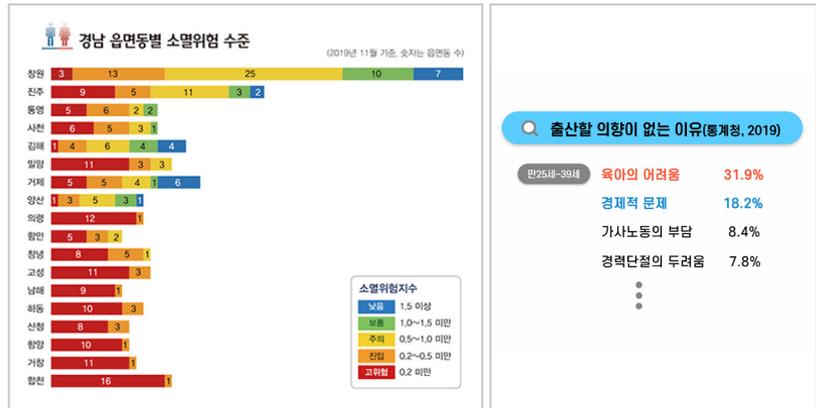
맞벌이 가구의 증가와 7년 연속 출산을 하락

경남은 맞벌이 가구의 증가와 이에 따른 출산율 하락에 지속적인 출산 장려 정책을 추진했지만 그 효과가 크지 않았습니다.



소멸 위기에 직면한 경남의 많은 지역

연이은 출산율 하락으로 많은 지역이 소멸 위험에 처했습니다. 통계청의 자료에 따르면 경제적인 이유보다 육아의 어려움 때문에 아이를 낳지 않는 경우가 많아, 일시적 지원금 지급이 아닌 맞벌이 부부도 안심하고 아이를 맡길 수 있도록 어린 이집 보육환경을 개선해야 할 필요성이 대두되었습니다.



**새로운
문제 정의**

온·오프라인 설문조사, 심층 인터뷰, 어린이 조사박스 등으로 수요자 욕구 파악
아이들이 직접 스티커 붙이거나 색칠하기 등으로 어린이집 생활에 대한 감정과
생각을 표현할 수 있도록 제작한 워크북과 어린이용 카메라로 구성된 아이 눈높이
에 맞춘 조사박스(probe package)를 만들어 아이들의 목소리에 귀 기울였습니다.



상세한 안내문과 함께 조사박스를 배포하여 선생님과 보호자, 아이들 모두 쉽고
재미있게 조사에 참여할 수 있도록 노력했습니다.



경상남도 국민디자인단 카페를 개설·운영했으며, 3차에 걸쳐 이벤트를 진행해
도민의 다양한 경험과 의견을 듣고 이 과제에 관심이 모일 수 있도록 유도했습니다.



조사활동을 마친 후 조사박스를 회수하여 어피니티 다이어그램, 부모 소감문, 아이가 표현한 부모와 선생님의 관련 내용 등을 심층 분석해 정말 어떤 문제가 있는지를 살펴보았습니다.



설문조사, 조사박스, 심층인터뷰, 국민디자인단 카페 운영 등으로 다양한 수요자들의 의견을 들으며 실제로 중요한 문제가 무엇인지 파악했습니다.

정책 수요자	어린이집 교사	부모	아이
생각의 차이	아이들을 좋아해서 이 일을 한다	아이를 남에게 맡기니 불안하다	노는 게 제일 좋아
요구	· 점검이나 CCTV는 이미 충분하다 · 나를 믿고 맡겨 주면 좋겠다	· 누구든 더 많이 감시해 주었으면 좋겠다 · 아이가 잘 먹는지 안전한지 불안하다	· 질문은 그만 하세요 · 즐겁게 놀고 싶어요
요구 원인	· 교사도 감정이 있는 사람이다 · 의심의 눈빛과 질문에 주눅이 든다 · 뉴스에 나올 만한 곳은 정말 소수다	· CCTV 많으면 함부로 못할 것 같다 · 직접 보지 못하니 안심이 되지 않는다 · 뉴스를 보면 무섭고 걱정된다	· 식단에 관심 없어요 · 엄마 표정이 심각해요 · 즐겁고 신나는 게 좋아요
목표	인식 개선 어린이집 지도·점검에 대한 인식 개선, 참여 유도	신뢰 확보 어린이집에 대한 불안 감소, 신뢰 상승 필요	즐거움 놀이 문답식·취조식이 아닌 즐거운 놀이식 소통법 개발

관점의 전환이 필요한 보육환경 개선 방법 찾기

강제적·침해적 방법과 부정적인 부분만 강조해 보도하는 언론 때문에 좋지 않은 결과가 악순환 되고 있습니다. 이제 강압적 방법 대신, 부모와 교사가 소통을 통해서로 믿고 이해하며, 의욕을 불러일으킬 수 있는 긍정적인 방법들이 필요합니다.

 SBS PICK 2020.10.04. 네이버뉴스

"아이 학대 의심 억울해" 어린이집 교사 극단적 선택

아이를 학대했다며 보호자들로부터 욕을 듣고 폭행까지 당한 세종시의 한 어린이집 교사가 극단적인 선택을 했습니다. 검찰 등에 따르면 세종시의 한 어린이집 아

"너같은 XX 낱아" 학부모 폭언... 중앙일보 PICK 2020.10.04. 네이버뉴스

"개념 없다"며 욕설·폭행한 학부모... 서울신문 PICK 2020.10.04. 네이버뉴스

학대 안했는데...보호자 폭행에... 한국경제TV PICK 2020.10.04. 네이버뉴스

어린이집 학대 없었는데..."저런 X... 중앙일보 PICK 2020.10.04. 네이버뉴스



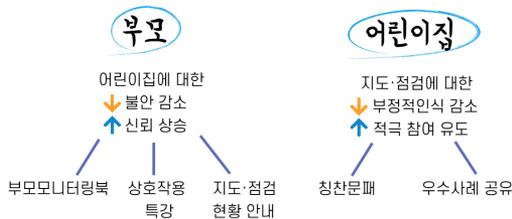
추진 내용

강압적·침해적 방법 대신 ‘넛지* 적’ 해결책 도출

지도·점검이나 CCTV를 추가하는 등의 강압적·침해적 해결책 대신, 부모가 정책을 제대로 이해하고 아이와 소통하여 교사를 믿음의 시선으로 바라보고 이해할 수 있도록, 교사가 부모의 신뢰와 감사에 아이들에게 더 많은 애정을 쏟을 수 있도록 부드러운 방법으로 개입해 긍정적 변화를 유도하는 해결책들을 도출했습니다.

* 넛지(nudge) : 강압적이지 않고 부드럽게 개입하여 사람들이 더 좋은 선택을 할 수 있도록 유도하는 방법

국민디자인단이 제안하는 Special Solution



아이와 소통할 수 있는 ‘부모 모니터링 북’ 개발

부모가 짧은 시간에 간단한 방법으로 아이와 소통하고, 아이가 어린이집 생활을 하며 어떻게 생각하고 느끼는지를 파악해 어린이집에 대한 막연한 불안감을 없애고 문제가 있을 경우 즉시 알 수 있도록 ‘부모 모니터링 북’ 《7일간의 선물》을 개발해 배포했습니다.

소통과 상호작용 전문가의 부모특강 추진

아이와 부모의 소통이 무엇보다 중요하고 문제 인식에 꼭 필요하지만, 맞벌이 부부의 경우 시간이 부족하여 소통에 익숙하지 않다는 한계가 있어 ‘부모 모니터링 북’과 함께 소통과 상호작용을 주제로 부모특강을 추진하여 부모와 아이 간 소통 강화에 힘썼습니다.

어린이집 지도·점검 정책 관련 정보를 한눈에 볼 수 있는 안내문 제작

기존에 부모들이 접하는 정보는 대부분 언론에 노출되는 부정적이고 극단적인 사례인 경우가 많습니다. 정부와 지자체가 어떤 노력들을 하고 있는지, 어린이집 지도·점검 정책 관련 정보가 부족해 막연히 불안해 하고 있던 부모들을 위해 한 장으로 보는 지도·점검 안내문을 제작했습니다. 이를 영유가 가정에 필요한 물품과 연계해 배포하여 부모의 불안감을 감소시켰으며, 장애인이 만든 물건을 활용해 더욱 뜻깊은 홍보물품으로 완성되었습니다.

결과물

‘부모 모니터링 북’ 제작·배포

국민디자인단이 개발한 ‘부모 모니터링 북’ 《7일간의 선물》을 직접 제작하여 어린이집의 신청을 받아 배포했습니다.



부모 모니터링 북	신청 안내문	QR코드 설문

어린이집 지도·점검 정책 안내용 홍보물품 제작과 배포

영유아 가정에 꼭 필요한 물티슈와 함께 어린이집 지도·점검 관련 정보를 한눈에 파악할 수 있는 안내문을 배포했습니다.



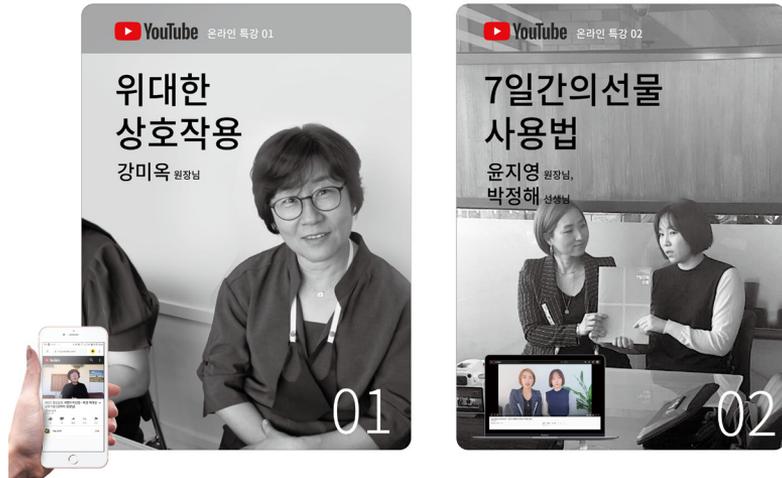
QR코드를 이용한 비대면 설문조사

‘부모 모니터링 북’과 홍보물품에 비대면 설문조사를 실시할 수 있는 QR코드를 넣어서 다양한 의견과 만족도 등을 조사했습니다.



‘부모 모니터링 북’ 활용법과 아이와 소통하는 법 특강

‘부모모니터링북’의 활용법과 후기 등을 소개한 영상과 부모와 아이가 원활하게 소통하는 법을 조언하는 ‘위대한 상호작용’이라는 제목의 특강을 촬영해 공유했습니다.



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
어른의 시각에서 문제 관찰	아이의 시각과 의견을 반영한 문제 인식
부모들의 다양한 지도·점검 정책 내용에 관한 이해 부족	정책 홍보를 통한 부모 신뢰도 증가
불안한 마음으로 어린이집 이용	어린이집에 대한 막연한 불안감 감소
부모의 불신과 의심으로 교사 사기 저하	부모의 신뢰로 교사의 긍정적 의욕 향상

참여자 소감

서비스디자이너

예상치 못한 코로나19 사태의 악화로 어린이집 휴원, 예산 삭감 등 회의 추진에 어려움이 있었지만, 국민디자인단 참여자 모두의 강력한 추진 의지 때문에 어려움을 극복할 수 있었습니다. 모두에게 감사드립니다.

전문가

아이들의 주도적인 놀이와 활동을 유도한 조사박스는 부모와 아이에게 소중한 기억이 되었습니다. 국민디자인단 활동을 하면서 새로운 관점으로 디자인을 바라볼 수 있게 되어 좋았습니다.

정책수요자

국민디자인단 활동을 통해 인식이 바뀌어야 하고, 노력하면 변화될 수 있다는 사실을 깨달았습니다. 어린이집 교사는 부모의 손이 미치지 못하는 시간에, 부모 대신이 아닌 또 한 사람의 부모라는 생각으로 아이들을 돌보고 사랑하고 지켜 내는 사람이라는 것을 알게 되었습니다.

정책수요자

어린이집은 우리 아이들의 생활 중 커다란 부분을 차지하고 있으며, 없어서는 안되는 공간입니다. 그래서 내 아이를 위해서라도 존중하고 사랑해야 할 대상임을 깨달았습니다. 가끔 내 아이 하나만으로도 화를 내는 나 자신을 기억하고, 많은 아이들을 돌보며 그만큼 많은 어려움을 겪고 있을 현장의 선생님들을 이해하고 존중해야 할 필요를 느꼈습니다.

공무원

올해 국민디자인단 과제는 10여 년의 공무원 생활 중 가장 애착을 가지고 추진했던 사업이었습니다. 저도 어린이집에 다니는 아이의 엄마이기도 하고, 참여자 한 사람 한 사람이 진심을 다해 참여해 주어서 더 열심히 할 수 있었습니다. 이제 끝이라고 생각하니 너무 아쉽고, 모두에게 정말 감사드립니다. 국민디자인단은 알면 알수록 어렵고, 하면 할수록 더 욕심이 생기는 묘한 매력이 있는 일 같습니다.

광주 아이키움 플랫폼 구축

담당 공무원 김대원, 양나영, 최영조, 황재준, 백혜숙
서비스디자이너 김진실
국민 참여자 임연자, 최아라, 임선주, 오가림, 장혜연, 박명숙



광주는 인구 대비 돌봄인구 비율이 높고, 맞벌이 부부 또한 다른 광역시에 비해 높아 돌봄서비스 수요가 많습니다. 하지만 기관별·업무별로 돌봄서비스를 따로 제공하고 있고, 필요로 하는 돌봄 관련 정보를 어디서 어떻게 구해야 할지에 관한 안내를 해 주는 체계적인 시스템이 미흡한 실정이었습니다. 이런 시민들의 불편을 해소 하고자 수요자 중심의 광주만의 차별화된 통합 돌봄 플랫폼 구축이 필요했습니다.

추진 배경

어려운 육아 현실을 드러내는 낮은 출산율과 높은 맞벌이 가구 비율

초저출산 도시 광주는 '18년 합계출산율이 전국 0.977명 보다 낮은 0.972명으로 역대 최저치를 경신했습니다. 또한 광주는 7대 특별·광역시 중 맞벌이 가구와 돌봄 인구 비율이 상대적으로 높은 편(유아 비율 4.6% 2위, 아동·청소년 비율 15.3% 1위)으로, 시민들이 어려운 육아 현실 개선에 도움이 되는 아이 낳아 키우기 좋은 정책과 통합된 정보 전달체계 구축을 절실하게 필요로 하고 있습니다.

돌봄 서비스 관련 통합적인 전달체계 구축의 필요성

맞벌이 가구를 대상으로 세심한 돌봄 지원이 필요하다는 사회적 인식이 높아지고 있습니다. 또한 언제든지 쉽게 이용하고 신뢰할 수 있는 돌봄서비스와 돌봄 제공 기관과 수요자를 연계하는 통합적인 돌봄 전달체계(플랫폼) 구축이 필요한 상황입니다. 하지만 이런 일들이 각 기관별·서비스별로 산발적으로 운영되고 있어 효율성이 떨어지고 있습니다. 시민들이 공공분야에서 제공하는 각종 돌봄 지원 정책에 손쉽게 접근할 수 있도록 임신·출산·양육 등에 관한 모든 돌봄 정보와 서비스를 통합적으로 제공하는 IT기반 플랫폼 구축이 필요하다고 판단했습니다.

새로운 문제 정의

시민들이 공공 웹사이트보다 민간 사이트를 선호하는 이유

영유아와 초등학생 자녀를 둔 가정을 대상으로 설문조사와 인터뷰를 진행해 돌봄 환경과 관심 정보, 정보 획득·이용 경로 등을 분석했습니다. 시민들은 왜 공공기관 웹사이트를 이용하지 않을까? 왜 인터넷 포털이나 맘카페에서 정보를 얻을까? 국가·지방자치단체에서 시행하고 있는 정책을 어떻게 하면 효과적으로 알릴 수 있을까? 시민들이 관심 있어 하는 정책을 사이트에서 어떻게 보여 줄 수 있을까? 이런 질문들을 던지며 공공기관 웹사이트에 대한 시민들의 불만과 요구를 알 수 있었습니다. 시민들은 공공기관 웹사이트에서는 원하는 서비스나 정보를 찾기 어렵고, 콘텐츠가 행정용어 위주의 글로만 구성되어 있으며, 회원가입 절차가 복잡하다는 반응을 보여 주었습니다. 또한 정보 신뢰성과 서비스 이용자의 경험을 담은 소통 공간이 필요하며, 많은 정보를 그냥 나열하기보다 플랫폼 구축 목적에 맞는 차별화된 정보 제공이 중요하다는 사실을 알 수 있었습니다.

한번에 원하는 모든 정보를 쉬운 검색 방법으로

사용자 모델 기법을 적용해 돌봄 관련 문제를 더 심도 깊게 정의했습니다. 수요자는 육아를 할 때 알아야 할 내용이 너무 많아 한곳에서 정보를 쉽게 볼 수 있기를 원했고, 자녀 연령에 맞는 발달 정보와 아이들의 체험·놀이시설 그리고 집주변의 돌봄 관련 정보를 얻고 싶어 했습니다.

수요자 친화형·광주형 통합 웹사이트의 필요성

정보구조를 개선하고 검색 편의 기능을 높여 원하는 서비스나 정보를 찾기 쉽도록 지원하며, 로그인 후 사용자 맞춤 정보를 얻을 수 있도록 환경을 제공해야 합니다. 콘텐츠는 어려운 행정용어가 아닌 쉬운 용어로, 텍스트보다는 일러스트 등을 적극적으로 활용해 내용의 이해를 돕습니다. 그리고 로그인 절차를 최소화해야 합니다.



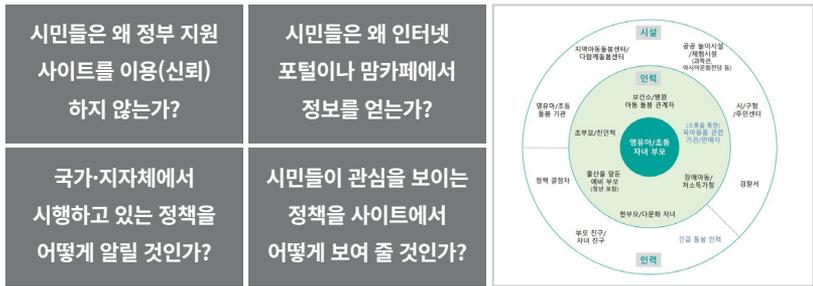
추진 내용

전반적인 공공기관 돌봄 웹사이트 실태 파악과 공유

수요자들은 공공 돌봄 사이트에는 이용하고 싶은 서비스나 정보가 없어서 유튜브나 맘카페 등에서 정보를 얻고 있었고, 긴급 아이 돌봄 같은 공공서비스가 있음에도 불구하고 잘 알고 있지 못하거나 신뢰도가 떨어져 이용율이 낮은 실정이었습니다.

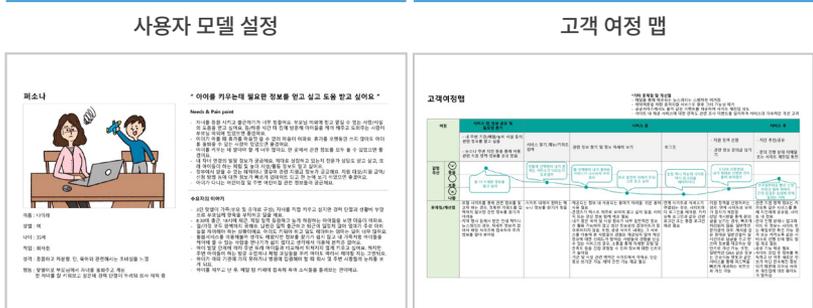
영유아·초등 부모 대상 설문조사와 인터뷰를 시행해 돌봄 정보 파악

영유아·초등 자녀를 둔 맞벌이·외벌이 가정을 대상으로 돌봄 관련 설문조사를 실시해 돌봄 환경, 관심 정보와 이용 경로 등을 분석했습니다. 수요자 관점에서 대표적인 공동 돌봄 웹사이트인 ‘아이사랑포털’과 ‘방과후학교’에서 직접 정보를 찾거나 서비스를 신청하면서 장점·단점·개선점 등을 파악했습니다.



수요자의 실질적인 문제를 파악하여 서비스 목표 도출

가상의 인물(대표 수요자)과 고객 여정 맵을 만들어 수요자 관점에서 문제점과 개선점을 발견하고, 문제 해결을 위한 질문을 던져 서비스 목표를 수립했습니다. 사이트 정보 구조를 개선하고, 검색 관련 편의 기능을 높이며, 로그인 후 사용자 맞춤 정보를 제공하고, 쉬운 용어를 사용하며, 로그인 절차를 최소화해 실질적인 문제를 해결할 수 있는 서비스 목표를 도출했습니다.



플랫폼의 메뉴 구성 등 구체화

시민들이 이해하기 쉬운 용어 위주로 사용하고, 메뉴도 검색이 쉽도록 수요자 중심으로 재구성했습니다. 또한 생애주기별 서비스를 연령별로 구성하고 연령별 하위 메뉴에 지원정보를 제공했습니다. 단순 정보 검색은 로그인 없이 할 수 있게 했고, 긴급아동돌봄 등 서비스 이용이 필요한 경우만 로그인을 하게 했으며, 기간 간 협약을 맺어 광주통합ID로 모든 기관 서비스를 이용할 수 있게 했습니다

결과물

광주 아이키움 플랫폼 구축

임신·출산·돌봄 등 생애 주기별 지원정책 안내와 전담 인력이 배치된 온·오프라인 원스톱서비스 환경의 아이친구(1279) 통합플랫폼을 구축했습니다. 또한, 인터넷 약자를 위해 전담 상담 인력을 두어 온·오프라인으로 실시간 상담과 정보를 제공할 수 있게 했습니다.



차별화된 광주형 콘텐츠 구성

누구나 이해하기 쉬운 아이콘식 메뉴, 각종 정책정보를 통합 검색할 수 있는 자료 구축, 돌봄기관 위치 서비스, 생애주기별 수요자 맞춤형 돌봄서비스 등 광주만의 차별화된 콘텐츠로 구성했습니다.

임신/출산	영유아돌봄	초등/청소년	기타 생애주기 정책	시민소통방
<ul style="list-style-type: none"> 출산지원(마더백스 및 축하금 등) 치료/산임부부 시술비 지원 외 2건 건강(영양아 사전 건강관리 외 4건) 전기요금 할인 등 혜택 다지너 혜택(둘레아/넷케어) 	<ul style="list-style-type: none"> 양육(기저귀, 분유지원사업 외 5건) 보육시설(어린이집/유치원) 돌봄서비스(아이돌봄서비스 외 3건) 놀이시설/체험(이음울 외 13건) 기타육아정보(공통육아 나눔터 외 6건) 상담기관(원부/광주광역시) 	<ul style="list-style-type: none"> 조동돌봄교실 지역아동센터 다함께돌봄센터 청소년방과후아카데미 청소년활동시설 	<ul style="list-style-type: none"> 청년취업, 창업, 금융, 결혼/주거, 문화조선, 상담 가정(출산, 양육지원 환경, 직장안경 지원, 가족지원, 여성취업 상담) 	<ul style="list-style-type: none"> 소통방 나눔방 아이친구(1279)상담



플랫폼과 연계한 통합 돌봄 원스톱 서비스 추진

입원아동 돌봄, 긴급아동 돌봄, 광주광역시 마을돌봄 등 각종 돌봄 관련 서비스를 통합 웹사이트에서 조회·신청·예약할 수 있도록 원스톱 서비스를 제공합니다.

광주광역시 통합돌봄정보플랫폼

 <p>아이진구(1279)센터 임신·출산·돌봄 관련 지원정책 및 서비스 안내 홍보물 위판 원스톱 통합정보제공센터</p> <p style="background-color: #FFD700; border-radius: 10px; padding: 2px 5px;">바로예약하기</p>	 <p>입원아동 돌봄서비스 아동이 병원에 입원했을때 보호자가 입원아동을 돌볼 수 있도록 지원하는 서비스</p> <p style="background-color: #FFD700; border-radius: 10px; padding: 2px 5px;">바로예약하기</p>	 <p>긴급아동돌봄 24시간 긴급 보육이 필요할 때 시간대별로 이용하는 우리 동네 보육 서비스</p> <p style="background-color: #FFD700; border-radius: 10px; padding: 2px 5px;">바로예약하기</p>	 <p>광주광역시 마을 돌봄 길과 학교 가까이 경에서 이용할 수 있는 마을 돌봄기관 찾기</p> <p style="background-color: #FF69B4; border-radius: 10px; padding: 2px 5px;">자세히보기</p>
--	---	---	--

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<ul style="list-style-type: none"> · 수요자 중심의 문제 해결 프로세스 부재 	<ul style="list-style-type: none"> · 영유아 부모 등 수요자 중심의 문제 해결과 정책개발 · 시민과 공무원의 소통과 이해의 장
<ul style="list-style-type: none"> · 돌봄 통합 플랫폼 부재 · 각 기관별 산별적 운용으로 효율성 저하 	<ul style="list-style-type: none"> · 생애주기별 돌봄 관련 정책을 원스톱 지원하는 수요자 맞춤형 아이 돌봄 통합 정보센터(광주 아이키움 플랫폼) 설치 · 맞춤형 온라인 웹사이트 구축 · 오프라인 상담센터 개소 · 생애주기별 정책의 통합 관리 · 돌봄서비스 예약과 서비스 실행 · 쌍방향 온라인 소통 기능 강화
<ul style="list-style-type: none"> · 돌봄서비스 기반 미흡 · 맞벌이 부부 육아 부담 가중 · 출산 기피로 인구 감소 · 일자리와 돌봄 연계 체계 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> · 24시간 긴급아이돌봄센터 확대 운영 · 손자녀돌보미지원 사업 · 주민주도형 마을돌봄

긴급아이돌봄센터 개소



입원아동 돌봄서비스



참여자 소감

기존 웹사이트는 콘텐츠의 용어들이 어려운 행정용어 위주로 되어 있으며, 나열식 정보 구성이라 원하는 서비스나 정보를 찾기 어려웠습니다. 회원 가입 절차도 복잡하고 이용자의 경험이 반영된 소통 공간도 없었습니다. 국민디자인단이 운영되면서 시민 눈높이를 감안한 콘텐츠 용어 사용, 온라인을 통한 입원아동 돌봄서비스 윈스톱 제공, 쌍방향 소통 창구 등 수요자 중심의 웹사이트가 마련되어 시민들이 이용이 활발해질 것으로 기대됩니다.

그동안 사업이 공급자 중심으로 추진되어 돌봄 관련 정보가 기관별로 산재해 있고 활용도도 떨어졌기 때문에, 수요자들이 공공기관 돌봄 사이트보다 유튜브나 맘카페 같은 민간 웹사이트를 통해서 얻는 정보가 더 많았습니다. 국민디자인단을 운영하지 않고 돌봄 플랫폼을 구축했다면 기존의 공급자 중심 나열식 정보 구성을 특징으로 한 기존의 사이트처럼 만들어졌을 것 같습니다.

국민디자인단 활동을 하면서 그 동안 무심히 지나쳤던 공공기관 웹사이트의 아쉬운 점을 파악할 수 있었고, ‘공공성’이 이를 극복하는 데 한계가 될 수도 있음을 실감했습니다. 맘카페 같은 민간 사이트처럼 활발한 소통도 이루어지면서 공공성을 지켜 낸다는 게 쉽지 않았지만, 그동안 기관별로 산재되어 있었던 돌봄 정보를 한곳에 모은 통합 플랫폼이 수요자가 참여한 서비스디자인 기법으로 구축되어 보다 앞으로는 많은 시민들이 이용할 것으로 기대됩니다. 국민디자인단에서 도출한 의견을 실행하는 과정에서 사업 수행 부서의 예산이나 인력 등 현실적 여건 때문에 전부 반영하기 어려워 도출된 의견을 최대한 반영하는 데 애로사항이 있기는 했습니다.

국민디자인단에 참여한 한 조부모는 인터넷 약자를 위한 배려를 요구했고, 영유아가 있는 부모들은 민간 사이트의 장점을 나열하며 공공 웹사이트의 문제를 지적했습니다. 이 과정에서 정책의 공급자와 수요자 사이에 온도 차이도 느낄 수 있었습니다. 국가·지방자치단체에서 실시한 수많은 보육정책을 보면서 돌봄서비스에 관한 정보를 알지 못해서 혜택을 누릴 수 없는 시민이 있을 수도 있겠구나, 하는 생각을 하면서 통합 플랫폼 구축의 필요성을 실감할 수 있는 시간이었습니다.

온(溫) 가족이 다 함께 누리는 광주시 인구정책

담당 공무원 하늘, 윤경중
서비스디자이너 김민수, 최수정
국민 참여자 정은실, 범지우, 안은정, 주성아, 김정아



광주시는 결혼과 자녀 출산을 기피하는 현상 때문에 인구는 자연스럽게 감소하는 반면, 전입 인구 등 사회적인 인구 증가로 급격한 도시환경 변화를 겪고 있습니다. 광주시민의 지역 특화 인구정책이 필요하다는 판단 아래, 시민들이 겪고 있는 자녀 출생·육아의 어려움을 파악하고, 수요자(시민) 중심의 인구정책을 만들어 내고자 했습니다.

추진 배경

결혼·자녀 출생 기피 현상 심화

최근 5년간 전국 출생아수와 혼인건수는 지속적으로 감소 추세에 있으며, 2019년 전국 합계출산율은 0.92로 역대 최저치를 기록했습니다. 광주시 또한 최근 5년간 출생 관련 지표가 전국 감소율보다는 낮지만 지속적인 감소 추세이며, 합계출산율은 1.04명으로 역대 최저치를 기록한 상황입니다. 결혼과 출산 기피 현상은 국가 전체의 문제일 뿐만 아니라 광주시의 주요 해결 과제로 대두되고 있습니다.

도시환경 변화에 따른 광주시에 특화된 인구정책 필요

반면 광주시의 최근 5년간 인구증감률은 약 19%로, 출생·사망 등 인구의 자연 증감률은 감소 추세지만 전입 등 사회적 증감률이 늘고 있습니다. 또한 인구 증가에 따른 개발 수요와 함께 각종 도시개발사업 등의 추진으로 도시환경이 급변하고 있습니다. 또한 '경기도 인구정책 지역 유형화 모형'에 따르면 광주시는 인구성장 지대로 분류되어 신도시 기반시설 확대, 다자녀정책 강화, 교육환경과 주거환경 개선 등이 필요한 지역으로 분석되고 있습니다. 이러한 '자녀 출생·보육 지원' 등의 수요는 민원으로 나타나 육아를 하는 부모들이 자녀 출산과 보육 정책 전반에 대한 불만을 제기하는 상황입니다. 그렇기 때문에 인구정책, 특히 영유아를 양육하는 부모를 위한 광주시민의 특화된 지원정책 발굴이 절실합니다.

새로운 문제 정의

광주시 인구정책 연구와 사회조사 결과를 활용한 출산·육아 지원 관련 문제점 파악

친화도 맵을 작성해 출산·육아 지원 관련 문제점 주제별 분류

이해관계자 지도 만들기와 정책대상자·이해관계자 도출

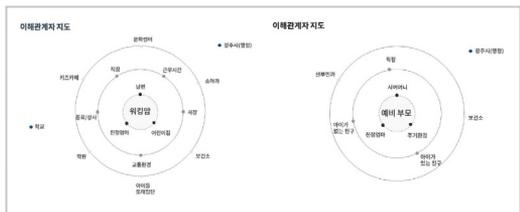
정책대상자 : 예비부모(출산 전제), 양육부모(미취학 영유아)

이해관계자 : 아이의 조부모, 주거환경, 보육시설 등

친화도 맵 작성 활동



정책대상자와 이해관계자 도출



심층 인터뷰*를 진행해 시에서 출산·양육을 할 때 발생할 수 있는 문제점 도출

심층 인터뷰를 실시해 '가족동반 놀이공간 부족, 출산·육아 지원서비스 안내 개선의 필요성, 자녀 교육정보 교류 창구의 필요성, 대중교통·인프라 열악'이라는 문제점을 도출했습니다.

가족 동반 놀이 공간 부족	출산·육아 지원서비스 안내 개선 필요
<ul style="list-style-type: none"> · 놀이시설·보육시설 부족 · 가족이 함께할 수 있는 공간 필요 · 광주시 육아종합지원센터 접근성 열악 	<ul style="list-style-type: none"> · 시에서 지원하는 서비스 잘 모름 · 문자나 우편 등으로 서비스 안내 필요
자녀 교육정보 교류 창구 필요	대중교통·인프라 열악
<ul style="list-style-type: none"> · 아이 교육 관련 정보 부족 · 양육 경험이 있는 부모를 만나 육아 관련 도움을 받고 싶으나 기회가 없음 	<ul style="list-style-type: none"> · 대중교통이 불편하여 아이 동반 이용이 어려움 · 자가용이 없는 경우 이동이 어려움
인터뷰(양육 전담 부모)	인터뷰(맞벌이 부모)
<p>광주시에 거주하고 있는 출산·육아 관련 정책 수요자 인터뷰 결과를 통한 다양한 문제 발견</p>  <ul style="list-style-type: none"> · 교육에 지원과 이용이 많을 수 있는 환경 조성이 필요 · 아이를 키워보지 않았을 경우 육아 시 도움을 받고 싶지만 기회가 없음 · 어린이 놀 수 있는 놀이시설 부족 · 광주 시내에 어린이들과 함께 우연히 만날 수 있는 시설 없음 · 놀이시설 부족, 근무에 크고 좋은 시설이 없음 · 아이와 함께할 수 있는 공간 필요 · 많은 사람들이 지원 혜택을 받도록 지원에 참가하려면 언제 필요 · 주변에 산이 많으니 숲 활동도 좋을 것 같음 	 <ul style="list-style-type: none"> · 합동 데, 아이를 배울 수 있는 상황이 없었으면 좋겠음 · 출산·육아 지원서비스를 잘 알지 못함 · 동학고 시, 도보하는 환경이 개선되었으면 좋겠음 · 아이 교육에 대한 정보 필요 · 대부분 관중 일하며, 이마트 카페에서 영유아를 맡겨 있음 · 아이 돌보미를 구하려고 하는데 매칭이 잘 안됨 · 어린이 놀 수 있는 놀이시설 부족 · 대중교통이 불편 · 또래아이 친구의 엄마들로부터 간단한 육아 정보들 도움

* 정책수요자(육아 전담 부모 2인, 맞벌이 부모 4인) 대상 인터뷰 진행, 예비부모의 경우 응답자의 자녀 출산 전 경험으로 대체

가상의 정책 사용자 모델을 만들어 요구사항·서비스 목표·최중 문제 선정

육아 전담 부모, 맞벌이 부모, 결혼력경기 미혼 청년, 이렇게 세 가지 사용자 모델을 만들어 실질적인 문제를 찾아냈습니다.

육아 전담 부모	맞벌이 부모	결혼적령기 미혼 청년
<ul style="list-style-type: none"> · 육아 정보 통합 안내 사이트 · 혼자만의 휴식을 위한 자유시간 · 주말에 아이와 이용할 수 있는 놀이시설 · 사회 복귀 기회 (경력 단절 등) 공간 필요 	<ul style="list-style-type: none"> · 교육정보 관련 교류 매개체 · 원활한 아이돌봄서비스 · 장난감 배달 대어 · 주말에 아이와 이용할 수 있는 놀이시설 	<ul style="list-style-type: none"> · 일과 육아 병행 방안 · 경제적 부담 경감 정책 · 결혼 관련 긍정적 정보

02 정책 수요자 모델 (맞벌이 부모)

"광주시 내에 아이들과 함께할 수 있는 공간이 부족해요!"

주요특성
 아이는 1~2세 보육 부양에 가족과 나들이(영화, 체육, 소풍) 비용 부담
 주말은 가족끼리 시간 할애하는 소중한 시간으로 삼고 4차 산업에 대응하기 위한, 자기 충전 기회

발생배경

발생의 주요	원인	주요
주요인상 (3가) 사우지	<ul style="list-style-type: none"> · 육아 공간 부족 · 육아 비용 부담 · 육아 정보 부족 	<ul style="list-style-type: none"> · 어린이 이용객 증가 · 어린이 이용객 증가 · 어린이 이용객 증가

요구사항

- **교육정보 교류**에 대한 서비스(가계 교육 서비스 확대) 필요
- **교육정보 서비스** 필요

문제

- 주말에 아이들과 함께 이용할 수 있는 **공간**가 부족하여 친구 가족으로 대체하려 함
- **자녀의 안전**에 대해 민간업자(사설 놀이방)를 이용할 수 있는 **안정** 부족, 고가의 **안정** (놀이방)에 의존하는 **경향**

02 정책 수요자 모델 (육아전담부모)

"모든 육아 정보가 통합된 정보사이트가 있으면 좋겠어요!"

주요특성
 4차산업에 대한 정보 부족, 일과 육아 병행 방안, 4차산업 관련 정보 부족
 4차산업에 대한 정보 부족, 4차산업 관련 정보 부족

주요특성

발생배경

발생의 주요	원인	주요
육아전담 부모 백의인상 (3가) 전업주부	<ul style="list-style-type: none"> · 육아 정보 부족 · 육아 비용 부담 · 육아 정보 부족 	<ul style="list-style-type: none"> · 어린이 이용객 증가 · 어린이 이용객 증가 · 어린이 이용객 증가

요구사항

- **교육정보 교류**에 대한 서비스(가계 교육 서비스 확대) 필요
- **교육정보 서비스** 필요

문제

- 주말에 아이들과 함께 이용할 수 있는 **공간**이 부족하여 친구 가족으로 대체하려 함
- **자녀의 안전**에 대해 민간업자(사설 놀이방)를 이용할 수 있는 **안정** 부족, 고가의 **안정** (놀이방)에 의존하는 **경향**

* 정책모델 구체화를 위하여 대상자의 범위를 미취학 영유아 양육 부모로 한정함

최종 정책 아이디어 발굴을 위한 인구정책서비스 목표

아이들은 놀 곳이 많아 꿈을 키우고, 부모는 양육 스트레스가 적어 웃음꽃이 피는 가족 친화 광주시 인구정책 서비스를 목표로 삼았습니다.

최종 정책 아이디어 발굴 관련 주요 문제점

시민들이 인구정책 지원사업에 대해 잘 모릅니다. 또한 가족이 이용할 수 있는 쉽거나 방문할 만한 곳도 부족합니다. 대중교통도 열악하고 양육자들이 받게 되는 스트레스를 해소할 수 있는 방법도 필요해 보입니다.

정책 사용자모델 형상화와 인구정책서비스 목표 선정 활동



추진 내용

주요 문제점을 바탕으로 정책 아이디어 도출 방향 선정과 브레인스토밍

어떻게 하면 광주시가 부모들이 돈을 들이지 않고 놀 수 있는 곳을 쉽게 찾을 수 있게 해 줄까? 어떻게 하면 광주시가 부모들이 서로 육아·교육정보를 나눌 수 있게 해 주고, 기존 지원서비스를 더 잘 이용할 수 있도록 홍보할 수 있을까? 어떻게 하면 광주시가 맞벌이 가정의 양육자가 받는 스트레스를 시간 제한 없이 줄여 줄 수 있을까? 주요 문제점을 생각하고 이런 질문들을 던지며 브레인스토밍을 했습니다.

정책 프로토타입* 도출과 관련 부서(행정) 의견 수렴

여성보육과 보육지원팀(육아종합지원센터), 도서관운영팀 담당 공무원이 참석해 정책화가 가능할지, 그 여부에 관한 논의를 했습니다.

* 프로토타입 : 개발 중인 기기·프로그램·시스템 등의 성능 검증과 개선을 위해 상품화에 앞서 제작하는 시제품

<p>원스톱 one-stop 육아 지원 정보 제공</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 출생신고를 할 때 육아 관련 정보 SMS 수신 동의를 받은 후 출산·양육 관련 지원 서비스 통합 안내 · 인구정책 통합 안내 QR코드 개발, 종량제봉투·고지서·SNS·시정 소식지 등을 이용한 홍보 진행
<p>아이·부모 따로 또 같이 복합문화 공간 조성</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 아이를 동반한 가족도 이용할 수 있는 떠드는 도서관 조성 · 한 공간 안에서 아이와 부모가 따로 프로그램에 참여할 수 있도록 두 가지 프로그램을 만들어 운영
<p>부모·조부모·부부 등 가족을 위한 프로그램 운영</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 행복한 가정을 꾸리기 위한 부부·부모 교육 프로그램 운영 · 조부모 대상 육아 지식·정보 나눔 프로그램 운영 등

아이디어 방향 선정, 브레인스토밍 활동



관련 부서 중간보고

결과물

수요자 중심의 정책 발굴

원스톱 육아 지원 정보 제공을 위한 ‘광주시 생애주기별 인구정책 페이지’ QR코드 개발과 홍보

부서별 지원정책 정보를 단순 나열하는 것에서 벗어나, 지원사업 제반 정보를 생애주기별로 정리·안내하여 시민 수요에 부응하기 위해 광주시 생애주기별 인구정책 통합 안내 페이지를 구축했습니다. 뿐만 아니라 해당 페이지의 QR코드를 개발하여 시민이 자주 접할 수 있는 지방세나 환경개선부담금 등 각종 고지서, 종량제 규격봉투, 광주시 SNS, 시정소식지와 각종 공공공간 디지털 사인지에 노출하여 시민들에게 홍보하려고 합니다.



디지털 사인지 노출



‘뽕뽕여름 토요일 사업’ 운영(광주시 육아종합지원센터)

광주시 육아종합지원센터의 경우, 휴관일인 주말에 영유아 동반 가족의 방문 수요가 지속적으로 있어 이를 해결하고자 2020년 여름 시즌에 두 달간 ‘뽕뽕여름 토요일 사업’을 시범적으로 운영했습니다. 토요일 시범 사업은 영유아 놀이프로그램, 신체 발달 놀이 프로그램, 안전한 물놀이를 위한 응급처치 방법과 심폐소생술 교육 프로그램으로 구성되었으며, 평균 만족도 조사 결과 ‘매우 만족(78.87%)’, ‘만족(17.52%)’ 순으로 만족도가 높은 것으로 나타났습니다.

놀이를 성장하는 영유아(만들GO! 놀GO! 재밌GO!)



다양한 놀이를 통해
영유아의 전인적 발달 촉진

신체발달 대근육 놀이 프로그램(으랏차차 대근육)



동화로 이야기를 전달하고, 신체
활동을 하며 유아들이 스스로
자신의 세계를 탐구하게 유도

안전한 물놀이를 위한 응급처치 방법과 심폐소생술 교육



생활에서 필요한 응급처치
방법과 심폐소생술 교육 진행
*코로나19로 온라인 비대면
교육 전환, 교육 이수 가족 대상
안전키트 제공

광주시에 특화된 인구정책 발굴

광주시 ‘이(利)로운 가족 프로그램 지도’ 제작 추진

가족이 갈 만한 곳이 부족하다는 문제점을 개선하기 위해 관에서 운영하는 가족 참여 프로그램을 가족 생애주기별*·권역별로 분류했습니다. 그렇게 가족 생애주기에 맞추어 권역별로 프로그램을 진행하는 기관과 관련 정보를 보여 주는 지도 웹사이트를 구축해 홈페이지와 연계하는 사업을 추진하고 있습니다. 이렇게 되면 기존에 운영하고 있는 프로그램과 공간 등의 인프라를 활용해 시민들에게 효율적으로 정보를 제공할 수 있게 됩니다.

*신혼부부, 미취학 영유아 양육 가족, 학령기자녀 양육 가족, 어르신 부양 가족, 생애주기와 무관하게 온 가족

‘봉봉이가 찾아가는 행복놀잇감 이동 대여 서비스’ 제공 계획 수립(광주시 육아종합지원센터)

대중교통 이용이 어렵고 육아종합지원센터 접근성이 떨어지는 광주시의 특성상, 차량이 없거나 이동하기 어려운 영유아 보호자들에게 장난감 대여 트럭을 순회 운영하여 ‘찾아가는 장난감 이동 대여 서비스’를 제공한다는 계획을 세웠습니다. 이 서비스는 육아종합지원센터의 장난감 대여 서비스 이용이 어려웠던 시민들의 이용 편의를 높이고 경제적 부담을 줄여 주는 데 기여할 수 있을 것입니다.

‘솔개그늘 행복문고 아띠랑 휴 쉼터’ 마련과 ‘따로 또같이 행복누리 프로그램’ 운영 계획 수립(광주시 육아종합지원센터)

광주시 육아종합지원센터 안에 영유아용 도서와 부모 힐링 도서를 배치해 영유아 동반 가족이 떠들며 자유로이 독서하고 쉴 수 있는 쉼터를 제공한다는 계획을 세웠습니다. 또한 각각의 공간 안에서 부모와 영유아 자녀가 함께할 수 있는 프로그램을 제공해 가족 단위로 방문할 만한 곳을 찾는 시민들의 갈증을 해소시켜 줄 수 있게 할 예정입니다.

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<ul style="list-style-type: none"> · 인구정책 지원사업 정보 나열식 안내 · 시 홈페이지에 인구정책 지원사업 정보가 부서별로 흩어져 있어 시민들이 일일이 정보를 찾아야 함 	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 정책 지원사업 정보 생애주기별 정리·안내 · QR코드로 지원사업 통합 안내 창구 페이지 접근성 높임
<ul style="list-style-type: none"> · 육아종합지원센터 인력 부족 등으로 주말 미운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 한시적으로 주말에 가족이 이용할 수 있는 공간과 프로그램 마련
<ul style="list-style-type: none"> · 대중교통 이용이 어려워 광주시 육아종합지원센터 접근성이 떨어지기 때문에 차가 없는 가족의 경우 장난감 대여 서비스 이용 불편 	<ul style="list-style-type: none"> · 장난감 대여 서비스 시민 이용 편의 증진과 경제적 부담 경감 기대
<ul style="list-style-type: none"> · 가족이 방문할 만한 장소 등이 부족해 인근 다른 시군으로 나간다는 의견 많음 	<ul style="list-style-type: none"> · 가족이 참여할 수 있는 프로그램을 통합 홍보·안내해 시민 참여율을 높이고 가족친화적 인구정책 환경이 조성될 것으로 기대 · 시민들이 가족이 갈 만한 곳 관련 정보를 손쉽게 얻을 수 있음 · 도서관에 가기 힘든 영유아 동반 가족들이 떠들어도 되는 자유로운 분위기의 도서관과 쉼터는 물론 다양한 프로그램 제공

참여자 소감

국민디자인단 활동을 하기 전에는 행정 위주로 정책을 계획·수립·시행했지만, 국민디자인단을 운영한 후에는 시민과 해당 분야 전문가가 참여해 의견을 말하고 소통할 수 있어 시민의 관점으로 아이를 길러야 하는 부모의 어려움과 지원정책의 혜택을 받는 데 어떤 애로사항이 있는지를 잘 파악할 수 있는 계기가 되었습니다.

정책 아이디어를 도출할 때 시민 수요 뿐만 아니라 전문가의 견해가 더해지기 때문에 더욱 체계적으로 정책 모델을 만들고 계획을 수립할 수 있었습니다. 그래서 행정에서 단독으로 정책을 기획하고 실행할 때보다 효과적으로 정책 발굴 업무를 추진할 수 있었습니다.

코로나 날려~, 스트레스 날려~ 의료서비스 종사자를 위한 스트레스 관리 방안 디자인

담당 공무원 이준혁, 박은정
서비스디자이너 전희제
국민 참여자 이해진, 최승원, 김보성, 이숙현, 문민정, 박상순,
 서성주, 홍재원, 김지현, 길남오



스마트헬스케어를 적용하여 장소와 시간에 구애받지 않는 스트레스 관리 서비스를 시범 적용해 볼 수 있었으며, 의료기관 종사자들의 정신건강을 돌볼 수 있도록 인식을 바꾸는 계기를 마련했습니다.

추진 배경

코로나19가 오래 지속되어 의료서비스 종사자들의 스트레스가 매우 심각한 상황

코로나19의 장기화에 감염 위험과 사회적 격리를 견디며 스트레스가 높아진 공공 의료기관 종사자들의 스트레스를 줄여 줄 수 있는 지원 방안을 찾는 것이 목표였습니다.

* 메르스 진료에 참여한 간호사 22%가 외상 후 스트레스 장애 증상

* 코로나19 때문에 일상에 상당한 변화가 있었다고 답한 병원 직원의 응답은 69.7%으로 일반 국민 36.7%에 비해 상당히 높음

새로운 문제 정의

코로나19 발생 이후 현장 활동이 장기화 되면서 의료서비스 종사자들의 스트레스 정도가 매우 높은 상황입니다. 재난 심리 특성상 환자와 보호자가 의료진에게 화를 내거나 책임을 묻는 경우도 많아 의료서비스 종사자들의 감정노동 수준이 심각합니다. 격리·확진자에 대한 서비스는 다양하게 제공되고 있는 편이지만, 상대적으로 의료서비스 종사자들에게는 책임감에만 호소하고 있는 상황이라 그들의 스트레스 수준은 매우 높습니다. 현장 의료서비스 종사자들이 느끼는 일상의 변화 정도는 일반 국민들에 비해 매우 높게 나타납니다. 특히, 코로나19 감염병동의 최전선에 근무 하는 의료진의 경우, 교육 등의 지원 프로그램 자체를 스트레스 해소가 아닌 또 하나의 ‘스트레스’로 인식하고 있어, 현장의 목소리를 반영한 지원이 필요이 절실합니다.

필드리서치 수행



충남대학교병원 선별진료소



충남대학교병원 감염관리실



충남대학교병원 코로나병동

추진 내용

국가트라우마센터 마음프로그램 모바일 앱 조사

기준에 구축되어 있는 모바일 앱은 사용 방법이 복잡했기 때문에, 의료서비스 종사자들의 사용 편리성을 가장 먼저 고려하는 적용 기법이 필요했습니다.

국가트라우마센터 벤치마킹



국가트라우마센터에서 코로나19로 인한 스트레스 대처에 도움이 되는 마음프로그램 모바일 앱을 개발하여 소개합니다.

마음프로그램 앱 기능

마음프로그램 앱의 주요기능 1

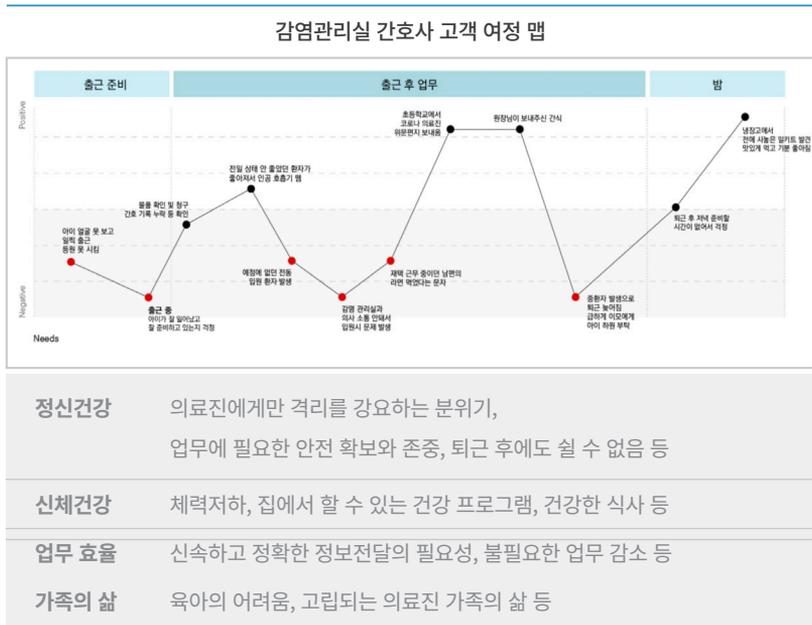
심리교육

위기 사건을 경험한 후 나타나는 트라우마 반응과 불면증, 가족이나 가까운 사람을 잃은 후 애도반응에 대한 대처방법을 알려줍니다.



고객 여정 맵을 작성해 pain-point 도출

코로나19 관련 의료서비스 종사자들의 고객 여정 맵을 작성해 보니, 코로나19 때문에 발생하는 스트레스가 업무간 pain-point를 넘어 생활 전반으로 확장되어 가중되고 있다는 사실을 알 수 있었습니다. pain-point를 분석해 의료서비스 종사자들에게 충족되지 않고 있는 요소(정신건강, 신체건강, 업무효율, 가족의 삶 등)들을 파악할 수 있었습니다.



의료서비스 종사자 고객 여정 맵 작성 워크숍 : pain-point 도출

<p>후서원.기러기 민해팩에 서로 예민한 상대라 똥방이부각전생항!</p>	<p>— 의료진으로서의 인건과 존중. 환자 본연도 힘든지만 의료진도 힘들고 다른 사람의 가족이긴 한 것을 인정해줘</p>	<p>소외 고립 의료진에게만 격리 강요하는 분위기</p>
<p>아이들에게 엄마가 코로나 복서에 근무한다고 말라지 말라고 시킴</p>	<p>감염 가능성이 있으므로 밖에 못하게 하여 집에만 있을 마음 마드도 학원도 우리 아이만 따로 수업시킴</p>	<p>새벽까지 너무 힘들다!</p>

의료서비스 종사자들의 욕구를 분류해 서비스 콘셉트 개발

현재 스트레스로 괴로워 하고 있는 의료서비스 종사자들의 정신적 건강 유지를 지원하는 ‘힐링하기’, 신체적 건강과 더불어 동료와 가족 구성원 등 주변인들을 지원하는 ‘케어하기’, 스트레스의 근본 원인을 감소시켜 줄 수 있는 업무처리와 의사소통 서비스 ‘개선하기’로 서비스 콘셉트를 정리했습니다.

아이디어 발전시키기 - 서비스 콘셉트 개발하기

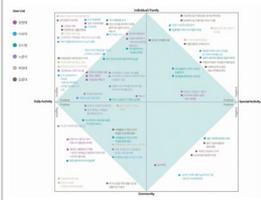
<p>신체건강 업무가중 후유증 통증 시달림 빈번한 문제 업무가중 스트레스 휴식 부족</p>		<p>힐링하기 (Healing) : 정신적 건강 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 모바일 정신건강 서비스 제공 • 셀프 스트레스 관리 서비스 제공 • 상담가 배치
<p>지아성취 코로나로 인한 자아 실현(개인/가족) 실현(문화/자기) 미흡</p>		<p>케어하기 (Caring) : 신체적 건강 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 집에서 할 수 있는 건강프로그램 제공 • 운동 시설 제공 • 링크트 지원
<p>가족외소통 코로나로 인한 가족 외소통(가족/친구/동료) 미흡</p>		<p>개선하기 (Improving) : 업무환경 개선</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 편리한 업무처리 여플 • 의사소통 채널 개선 • 교육 영상 제작
<p>환치외소통 환자/가족/동료와의 소통 미흡</p>			
<p>동료외소통 동료와의 소통 미흡</p>			
<p>정신건강 업무가중 스트레스 휴식 부족</p>			
<p>업무효율성 업무가중 후유증 통증 시달림 빈번한 문제 업무가중 스트레스 휴식 부족</p>			
<p>위리행 업무가중 후유증 통증 시달림 빈번한 문제 업무가중 스트레스 휴식 부족</p>			
<p>분산 업무가중 후유증 통증 시달림 빈번한 문제 업무가중 스트레스 휴식 부족</p>			
<p>두려움 업무가중 후유증 통증 시달림 빈번한 문제 업무가중 스트레스 휴식 부족</p>			

결과물

의료서비스 종사자 중심의 문제 해결 프로세스 운영

국민디자인단 활동으로 의료서비스 종사자 중심의 조사·분석을 실시했고, 이 과정에서 문제들을 발견했습니다. 그리고 이를 발전시킨 서비스 콘셉트를 발굴하고 문제 해결 방안을 제안했습니다.

서비스디자인 워크숍



서비스 콘셉트 발견



의료종사자 서비스디자인 피스나 설정

- 구체적으로 생각해 보는 특정인이나 사용자 집단을 기반으로 설명

Persons :

Person's Behaviors

Person's Goal

Keywords

의료서비스 종사자의 스트레스 관리 서비스 아이디어 도출과 실행 전략

수요자의 욕구 반영

기존에 구축된 모바일 앱은 사용 방법이 복잡하기 때문에, 의료서비스 종사자들의 사용 편리성을 우선으로 적용 기법을 도입했습니다.

단계별 실행 전략 구축

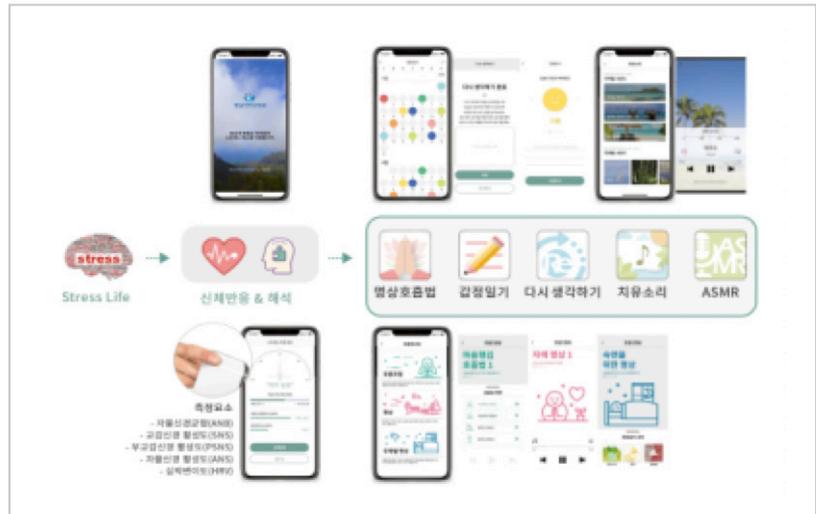
장소와 시간에 구애받지 않는 모바일 정신건강 서비스, 자기주도적 스트레스 관리 서비스, 정신건강을 뒷받침하는 신체건강 서비스, 동료와 가족 구성원의 정신건강 관리 서비스, 기관·시설 단위의 업무전달 체계 등의 개선을 위한 서비스디자인을 적용했습니다.



의료서비스 종사자를 위한 스트레스 관리 서비스 시범 적용

한 개 기관을 선정해 의료서비스 종사자들을 대상으로 모바일 스트레스 관리 서비스를 시범 적용해 보았습니다.

코로나19 최접점 병동, 선별진료소, 감염관리실, 의료혁신실 근무자에게 시범 적용



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<ul style="list-style-type: none"> · 일상적으로 경험하는 부서 간, 부서 내, 고객 간 갈등과 높은 수준의 스트레스 · 의료서비스 종사자의 스트레스 관리 방안의 부재, 스트레스 방치 · 의료서비스 종사자의 무너진 자존감 	<ul style="list-style-type: none"> · 의료종사자의 스트레스 관리와 자존감 회복을 위한 서비스 아이디어 발굴 · 스트레스 관리 서비스 시범 적용

참여자 소감

국민디자인단 활동을 적용하지 않았다면 의료기관 종사자가 느끼는 사회적 격리 수준 정도를 이해하기 쉽지 않았을 것이며, 신속하게 문제 해결 방안을 현장에 적용하기도 어려웠을 것입니다.

코로나19 때문에 모임이 제한적이라 중요한 사회적 이슈임에도 불구하고 충분한 시간과 조사가 쉽지 않은 상황인데, 국민디자인단 활동 없이 과제를 추진했다면 결과물이 도출될 때까지 추진 자체가 어려웠을 것으로 보입니다.

‘코로나19 재난’ 대응 업무 종사자인 의료관계자들의 스트레스 수준이 매우 심각하다는 사실을 깊이 이해할 수 있었고, 심리적으로나마 지원할 수 있는 계기를 마련했다는 데 보람을 느꼈습니다. 현재진행형인 코로나19 상황 때문에 의료서비스 종사자가 국민디자인단 업무에 충분히 집중하기 어려웠지만, 향후 ‘서비스 디자인’이라는 기법을 적용해 상당한 복잡한 면을 가지고 있는 의료서비스 전달 체계와 업무 이해관계자 간 의사소통 이슈와 갈등 발생 등의 문제를 잘 해결할 수 있기를 기대해 봅니다.

시민이 진짜 원하는 온라인 플랫폼 구축

담당 공무원 김태훈
서비스디자이너 이창림
국민 참여자 유지선, 이규용, 진영관, 최현진, 함경록

시민이 진짜 원하는 온라인 플랫폼 구축



시민이 ‘진짜’ 원하는 시민 참여 온라인 플랫폼은 무엇일까? 어떻게 하면 이를 구축할 수 있을까? 국민디자인단과 함께 수요자의 욕구를 파악하고 온라인 플랫폼을 설계해 보았습니다.

추진 배경

시민이 제안하는 정책이 잘 실현되지 않는 이유

남원시는 2015년부터 매년 2회 남원시민 원탁회의를 진행하고 있습니다. 원탁회의를 해서 300여 개의 과제를 발굴했지만, 새로운 아이디어나 혁신적 제안이 잘 실현되지 못한다는 사실을 발견했습니다. 시민 정책 제안 창구는 늘어나고 있지만 시민이 제안한 정책이 여전히 잘 실현되지 않는 이유가 무엇인지 고민해 보았습니다.

국민디자인단으로 행정 혁신을 시작한 남원시

이런 문제의 원인을 찾고 개선해 보고자 2019년 남원시는 내부 공무원으로 국민디자인단을 구성하고 서비스디자인 기법을 적용해 공무원 스스로 문제를 진단하며 해결해 보는 시간을 가졌습니다. 이렇게 남원시는 ‘일하는 방식 개선’이라는 주제를 국민디자인단 과제로 수행하면서 수요자 중심의 정책 서비스디자인을 이해하고 행정 혁신을 시작할 수 있었습니다.

2019 국민디자인단 출범



국민디자인단 운영



공무원 원탁회의 개최



새로운 문제 정의

문제는 충분한 숙의 과정의 부족

이 과정에서 한 시민이 남원시 놀이터에 관심을 가지고 관련 모임과 활동을 거쳐 원탁회의 의제로 제안을 했고, 이 의제가 정책화 되는 경험을 하게 되었습니다. 많은 지자체에서 제안 창구들을 운영하고 있지만, 제안이 충분한 숙의 과정을 거칠 수 있도록 지원하는 제도가 부족하여 제안이 곧 민원으로 전락하고 만다는 문제를 발견할 수 있었습니다.

놀이와 놀이터 시민모임



제9회 원탁회의 참여



놀이터 설계 정책 실행



시민이 주도해 문제를 해결하기 위한 온라인 플랫폼 구축

이렇게 시민이 제안하는 의제가 공론화되고 정책화되는 것을 지원하기 위한 도구가 될 온라인 플랫폼을 만든다는 목표로, 계획을 세우고 행안부 공모사업을 통해 사업비를 확보했습니다. 위탁회의 운영에 앞서 시민들이 늘 모일 수 있는 공간을 제공해 문제 발굴과 해결을 위한 아이디어와 속의 과정을 지원하는 온라인 플랫폼을 구상한 것입니다.

시민들이 진정으로 원하는 온라인 플랫폼

이러한 온라인 플랫폼 구축을 구상했지만 수요자가 정말로 필요로 하는 온라인 플랫폼을 만들어야 한다는 생각을 하기에 이르렀습니다. 그래서 2020년에는 남원시 공동체지원센터와 문화도시사무국, 이렇게 두 개의 중간지원조직과 교육공동체, 청년단체가 함께 참여하는 온라인 플랫폼 구축 국민디자인단을 구성하게 되었습니다.



추진 내용

남원시 온라인 플랫폼 구축에 대한 숨겨진 욕구 발굴

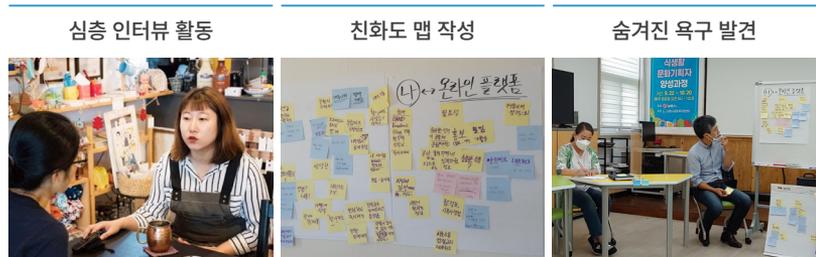
1단계: 국민디자인단 이해하기

시민들과 국민디자인단을 구성하면서 문제 정의를 처음부터 다시 해 보았습니다. 예산을 들여 온라인 플랫폼을 구축하는 일이 정말 필요한가? 기존의 온라인 플랫폼을 이용하면 되지 않을까? 온라인 플랫폼에 어떤 기능과 서비스가 우선되어야 할까? 등에 관한 이야기를 나누고 조사목표를 설정해 나갔습니다. 이러한 과정을 거치면서 시민들은 남원시가 온라인 플랫폼을 만들어 놓고 운영이 잘 되지 않으면 어떻게 하나, 우려하고 있다는 사실을 알 수 있었습니다.

2단계: 국민의 숨겨진 욕구 발견하기

국민디자인단 프로세스에 따라 데스크 리서치와 심층 인터뷰를 진행하고 친화도

맵을 만들어 가면서 시민들의 숨겨진 요구사항을 발견했습니다. 시민들이 현재 이용하고 있는 SNS의 장·단점 등을 조사하고, 우리 시가 온라인 플랫폼을 만든다면 어떠한 기능을 담아야 하는지 등에 관한 사항들을 항목별로 정리해 나갔습니다. 한 청년은 인터뷰에서 “술집에 가면 많은 청년들을 볼 수 있지만, 어떤 고민과 일을 하고 있는 지에 관해 함께 나누어 보고자 하면 찾을 수 없다”고 이야기했고, “학교에서 실제 지역에서 일하고 있는 청년들과 함께 진로직업 체험학습을 했는데, 반응이 너무 좋았다”라는 의미 있는 이야기도 전해 들을 수 있었습니다.



‘진짜 문제’ 정의와 온라인 플랫폼 서비스 목표 수립

3단계: ‘진짜 문제’ 정의하기

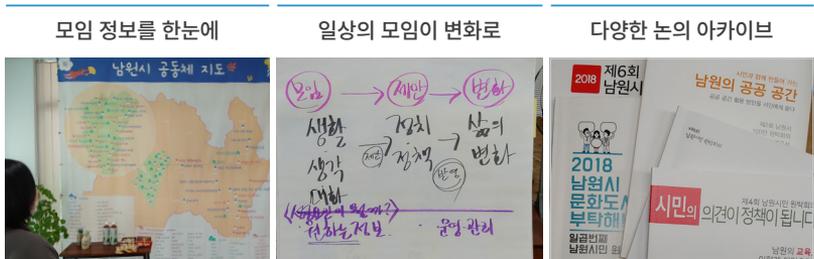
온라인 플랫폼의 주 이용자를 공동체·모임·지역의 변화에 관심 있는 시민들로 설정하고, 그중 학부모와 학생·청년·활동가를 사용자 모델로 정의하여 페인 포인트들을 발굴해 나갔습니다. 방과 후 활동, 마을교육 공동체 등 학교교육의 영역이 넓어지면서 지역에서 활동하고 있는 다양한 인적자원의 연계가 필요하고, 지역 문제를 발견하고 이에 참여하기 위해 같은 관심사를 가진 사람을 찾으려 하는데 찾기가 어렵다는 문제점 등을 찾았습니다. 이런 과정을 통해 시민들이 남원시 온라인 플랫폼에 바라는 기능으로 첫째, 유용한 정보 제공 기능, 둘째 활동 홍보와 네트워크 기능, 셋째 지역자원의 아카이브 기능을 가장 필요로 하고 있다는 사실을 알 수 있었습니다. 남원시가 온라인 플랫폼으로 제공해야 할 핵심 서비스가 ‘연결’이라는 키워드임이 드러났습니다. 수요자들은 서로 어떤 고민을 하고 어떤 활동을 하고 있는지 연결될 수 있는 플랫폼이 필요했던 것입니다.



지역의 다양한 모임과 사람들을 잘 연결할 수 있는 방법 모색

4단계: 아이디어 발전시키기

지역의 다양한 모임과 사람들을 어떻게 하면 잘 연결할 수 있을까? 이를 위한 아이디어 들을 도출했습니다. 시민·행정 누구나 모임·행사·공연·강좌 등을 온라인 플랫폼 공간에 올릴 수 있도록 구축하고, 이렇게 올라온 정보들 중에 내가 관심 있는 주제만 선택하여 정보를 받아볼 수 있도록 아이디어를 냈습니다. 플랫폼이 성립되기 위해서는 공급자와 소비자 모두 플랫폼에 참여하고 싶은 욕구를 만들어야 한다는 기본 운영 원칙을 정하고, 이렇게 일상의 모임에서 발굴된 의제가 제안이 되고 지역에 변화를 가져오기 위해서는 온라인 촉진단이 필요하다는 결론을 도출할 수 있었습니다. 그리고 이러한 온라인 플랫폼에서 실행할 수 있는 파일럿 프로그램들을 구상할 수 있었습니다. 지역에 존재 하는 다양한 의견과 활동들이 사장되지 않도록 이를 아카이빙 할 수 있는 공간을 만들자는 중요한 의견도 도출할 수 있었습니다. 전에는 원탁회의 참가자들에게만 책자로 결과를 회신했습니다.



결과물

남원시 온라인 소통 플랫폼 운영 방안 도출

5단계: 실행 전략 전달하기

원탁회의에 참여하고 제안을 하기에 앞서, 시민들이 상시적으로 모일 수 있는 공간을 제공하여 문제 발굴과 해결에 대한 심도 깊은 아이디어를 낼 수 있도록 지원하기 위한 온라인 플랫폼 운영 방안을 도출했습니다.



지속가능한 문제해결 프로젝트 지원

그리고 이렇게 공론화된 이슈 의제를 원탁회의에서 논의하고, 이 중 과제 해결의 우선순위를 결정해 국민디자인단 과제로 선정했습니다. 이렇게 과제를 해결할 수 있는 프로세스를 구축할 수 있게 되었습니다.



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
한정된 장소와 시간 안에서 원탁회의를 진행하여 결론을 급하게 도출 → 해결방안이 이상적이거나 미흡 하다고 판단되어 정책 반영 어려움	일상의 모임에서 의제를 발굴하고 이를 해결하기 위한 속의 과정이 진행되는 동안 추진 주체가 성장 → 정책 반영 가능성과 지속가능성 확보

참여자 소감

국민디자인단과 함께 온라인 플랫폼을 기획하지 않았다면, 또 하나의 활용되지 않은 온라인 플랫폼이 만들어질 뻔했습니다. 국민디자인단이 아니었으면 온라인 플랫폼 구축 이후 활용 방안과 예견되는 문제점들을 깊이 있게 고민하지 못했을 것입니다. 국민디자인단 운영으로 남원시만의 서비스를 온라인 플랫폼을 통해 제공할 수 있는 영역을 발굴할 수 있었으며, 무엇보다 온라인 플랫폼 구축과 운영 방안을 함께 논의하면서 온라인 플랫폼 운영 주체도 찾을 수 있었습니다. 온라인 플랫폼 구축을 함께 논의한 시민들이 온라인 플랫폼 운영도 함께해 보자고 제안을 해주었습니다.

행정혁신을 요구하는 경우가 많아지고 있지만 행정의 변화를 이루어 내기란 쉽지 않았습니다. 남원시는 행정의 변화를 어떻게 이룰 수 있을까에 관한 고민의 시작을 국민디자인단과 함께할 수 있었습니다. 2019년도에 남원시는 ‘남원시 일하는 방식 개선’이라는 과제로 국민디자인단을 운영했습니다. 그리고 내부 행정이 변화해야 한다는 필요성에 공감을 하면서 2020년도에 시민이 원하는 정책을 논의하는 창구가 될 온라인 플랫폼 구축할 수 있었습니다. 아직은 많이 미흡하지만 남원시가 국민디자인단을 통해 행정의 혁신을 시작했습니다. 남원시에서는 정책디자인 동아리가 활동하고 있으며, 다양한 분야에서 조금씩 움직임을 보이고 있습니다. 그래서 이 시작을 도와 준 국민디자인단에 너무나 감사한 마음입니다.

마음 편히 먹을 수 있는 복지용 쌀 - 나라미

담당 공무원 배우용·지정연·김두진(농림축산식품부), 조미란(서울시청), 신지선(노원구청)
서비스디자이너 김민수, 유남원, 최수정(코크리에이션)
국민 참여자 김기흥(배송 담당), 김정원(복지전문가), 김선애(수요자), 김인철(수요자)

마음 편히 먹을 수 있는
복지용 쌀
나라 

기초생활수급자와 차상위계층의 생활 안정을 위해 시중보다 저렴한 가격(92~60%)으로 공급하는 '나라미'를 보다 편리하게 주고 받을 수 있도록 관련 이해관계자들을 한자리에 모아 문제점을 공유하며 해결 방안을 도출했습니다.

추진 배경

복지용 쌀의 수요자와 공급자 모두가 만족할 수 있는 구체적인 해결 방안 필요

정부는 천재지변 등 불가피한 수급 불안 상황이 닦쳤을 때 국민에게 안정적으로 식량을 공급할 수 있도록 일정량의 쌀을 ‘정부관리양곡’으로 비축하고 이 중 ‘신곡’을 기초생활수급자와 차상위계층에게 할인된 가격(92~60%)으로 공급하고 있습니다. 수요자가 매월 1일부터 10일까지 주민센터에 방문하여 현금으로 쌀을 구매하면, 공급자는 신청된 만큼의 정부관리양곡을 가공공장에서 도정하여 집 앞까지 택배로 배송해 줍니다. 택배는 기초생활수급자 등으로 구성된 자활기업인 희망나라미 사회적협동조합이 맡아서 진행합니다. 이 사업은 이렇게 저소득층의 자활을 돕고 일자리 창출에도 기여하고 있습니다. 하지만 이러한 모든 절차를 전문 판매업체가 아닌 행정기관에서 관리하다 보니, 수요자는 물론 공급자인 일선 지자체 담당자까지도 불편함을 겪고 있어 이런 어려움을 해결할 수 있는 대책이 절실한 상황이었습니다.

새로운 문제 정의

모든 구성원이 소통하고 공감하며 이루어지는 과제 도출 과정

수요자와 이해관계자들의 문제 발굴



신청 절차: “매달 신청해야 하는 게 번거로워요”

수요자들은 매월 주민센터에 방문하여 신청하고 현금으로 쌀값을 납부하는 절차에 불편을 느끼고 있었고, 주민센터에서는 매월 반복적으로 해야 하는 신청 접수, 금액 확인 등의 민원 응대 업무 때문에 부담을 느끼고 있었습니다.

배송: “이번 달 나라미 언제 오나요?”

수요자의 입장에서는 배송이 늦어지면 시중에서 쌀을 추가로 구매하는 등 불필요한 지출이 발생합니다. 반면 공급자의 입장에서는 매월 신청량이 달라지고 여기에 날씨 등의 변수까지 있어 매월 같은 일정으로 배송하기 어려운 상황입니다.

포장: “주변에 나라미 이용자라고 말하지 않아요”

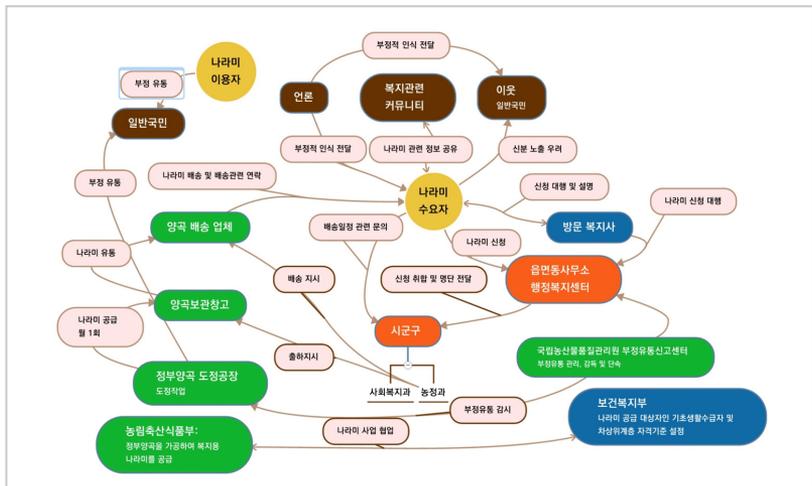
수요자는 나라미 이용자라고 알려지길 원치 않으나, 포장지에 ‘나라미’라고 크게 표기되어 있어 집 앞 배송을 할 때 수급자 신원이 노출될 우려가 있습니다. 반면 공급자 입장에서는 일반 쌀과 구분이 안될 경우 부정 유통이 우려되어 ‘나라미’ 표기를 유지할 필요가 있습니다.



품질: “우리한테만 이런 쌀을 주나?”

정부에서는 신곡(쌀 등급 기준 특·상·보통 중 ‘상’ 등급 쌀을 한 달 이내 도정한 것) 지급을 원칙으로 시중 쌀과 같은 수준의 쌀을 공급하고 있습니다. 그럼에도 불구하고 수요자는 시중 쌀보다 저렴하다 보니 질 나쁜 쌀을 줄 것이라는 막연한 생각을 갖게 되고, 품질 문제가 발생했을 경우 ‘우리라서 이런 대우를 하나?’라며 불쾌한 기분을 느끼게 됩니다.

이해관계자 맵



추진 내용

방법론을 적용해 핵심 문제를 정의하고 해결 방안 도출



이해관계자들이 각자의 입장과 정보에 관해 이야기하고 기대하는 결과 공유



"다양한 이해관계자의 입장을 조율하고 대변하는 위치에 있다 보니 고민이 많습니다. 이 자리에서 복지용 쌀 업무에 대한 이해를 바탕으로 개선해 나가면 좋겠습니다."
과제담당자_농식물부 쌀 유통 담당자 지정연

"양곡을 관리하는 입장에서 양곡유통에 대해 기여할 수 있을 것 같습니다. 팀워크를 발휘할 수 있길 기대하고 있습니다."
과제담당자_농식물부 쌀 유통 담당자 김두진

"양곡을 저렴한 값에 지원해주는 정부에 늘 감사함을 갖고 있는 만큼 그 누구보다 이 자리에서 좋은 결과를 만들어내길 바라고 있어요."
양곡신청자_양곡수요자 김인철

"그동안 외면되었던 문제점을 바꾸어 나라미를 모두에게 좋은 쌀이 되었으면 좋겠어요."
양곡 배송업무담당자_정부양곡 배송 김기홍

"좋은 아이디어가 많이 나와서 시민과 공무원 모두 만족하는 결과가 나왔으면 합니다."
양곡 업무담당자_서울시 정부양곡 담당 조미란

"양곡 민원의 많은 부분이 해소된다면 좋겠습니다"
복지 업무담당자_자차구 정부양곡 담당 신지선

"정부양곡 배송 참여 기업이 활성화 되고 이용자가 확대되어 복지 체계 진반이 선순환되길 기대합니다"
복지전문가

"다양한 관점을 가진 분들이 한 자리에 모인 것만으로도 엄청난 것 같습니다. 어떤 의견이 나올지 벌써부터 궁금합니다."
서비스 디자이너

복지용 쌀 관련 과거 설문조사 결과를 바탕으로 수요자와 공급자 간 질의 응답과 현장조사를 진행해 주요 문제점 도출

정부가 관리하는 양곡창고 현장 방문



수요자·서비스 제공자·이해관계자들이 서로 소통하며 방향성 도출

우리한테만 이런 쌀을 주나?

표창지에 쓰여 있는 글귀(나라미)가 거슬러요.

나라미에 대해 주변에 말하지 않아요!

매달 신청해야 하는게 번거로워요.

수요자의 나라미에 대한 인식을 듣고 공유함으로써 중요한 문제점을 서비스제공자인 행정과 국민디자인단이 공감함

은행에 방문해서 자동이체 요청을 하면 매달 찾가지도 않아도 됩니다.

절차상의 문제점을 수요자가 직접 해결한 노하우를 공유함으로써, 행정문제 해결책에 대한 새로운 접근법 발견

 Two circular inset images showing people in discussion. The left one shows a group of people looking at a document. The right one shows two men talking, one holding a folder.

서비스 흐름에 따른 고객 여정 맵과 사용자 모델을 만들어 나라미 수요자와 공급자의 핵심 문제를 정의하고 아이디어 도출



김 영 자
서비스 수요자 모델

“**나라미는 가만 봉지에 쓰워서 놔주세요...**”

행동/인식

- #복지관 방문 #파지 수집 #쌀 배송일/중량에 관심이 많음
- #도정날짜를 확인함(1달 혹은 2달 전인지 확인)
- #포장지에 노출된 나라미가 신경 쓰임 #포장훼손 시, 기분이 나쁨(이물질 불인)
- #품질에 대해서 우대받지 못한다고 생각하게 되는 경우 발생



수요자

- 쌀 품질 관련 문제가 발생했을 때 차별받는 느낌
- 주변 사람들이 내가 ‘나라미’ 수급 대상자라는 사실을 아는 것이 꺼려짐
- 매월 주민센터 방문 신청이 불편함
- 불규칙한 배송 날짜



조 정 선
서비스 제공자 모델

“**수작업으로 이뤄지다 보니 누락될까 봐 걱정돼요.**”

주요업무/특징

- #신청 접수 #신청 결과 보고 #민원 응대 #불만사항 접수
- #전화공포증 #감정노동 #한 달이 벌리 지나감(관련 업무가 많음)

공급자

- 시중 쌀과 같은 수준으로 공급하고 있으나, 쌀 품질 관련 민원 지속 발생
- 매월 신청·접수에 따른 반복적인 수작업, 이로 인한 신청 누락 등 우려

수요자 고객 여정 맵

	Before	During	After				
	신청 안내	신청 준비	신청				
	신청	배송 확인	식사				
😊	나라미 쌀 신청하려고 안내가 왔네	휴, 마트거나 쌀 값이 올랐던데, 나라미가 있어서 다행이네	걱정없이 쌀을 먹을 수 있겠다	무거운 쌀을 집 앞까지 배송해 주시니 편이네	참칭 쌀이 좋아지는 것 같아 감사하다		
😐		전혀 신청은 안되나?		도정일자를 보니 최근이라 인상이 되네	좀 더 맛있는 밥을 먹고 싶은데 어떻게 해야하지?		
😞	나라미 신청하려면 어떻게 해야 하지	현금으로만 구입할 수 있으니 은행가서 현금을 찾아야겠다	매달 신청하려 방문하는게 번거롭네	나라미 신청기간을 놓쳤는데 어쩌지?	대체 쌀은 언제 오는거지?	열침 이웃이 나라미가 워낙고 물어보면 어쩌지	다음 배송일자를 모르니 밥을 해 쌀을 얼마나 조질 해야 할지 모르겠네
문제	신청 방법을 잘 알지 못함	신청 절차가 복잡하고 매달 신청하는 것이 번거로운 쌀 배송 일자가 불규칙하고 알 수가 없어 하염없이 기다림	나라미의 과도한 노출과 품질에 대한 불안				
사용자 점점	신청 방식	신청 절차, 배송 알림	포장디자인, 품질				

문제점	아이디어 도출
매달 신청이 어려움	신청 절차 간소화 → 연 1회 신청 방법 마련
배송받는 날짜가 불규칙함	배송 서비스 개선 → 배송조회 서비스 제공
나라미 수급 대상자라는 사실을 주변 사람이 아는 것이 꺼려짐	주변 사람이 알지 못하게 나라미 공급 → 포장재 개선
시중 쌀보다 품질이 안 좋다고 생각함	나라미 품질에 관한 인식 제고 → 더 엄격한 품질 관리, 나라미에 관한 설명 자료 제공

결과물

신청 절차 간소화

현재 매월 신청하게 되어 있는 신청서 양식을 1년 치를 한꺼번에 신청할 수 있도록 변경할 예정입니다.(’21.상반기).

AS-IS

정부상주 법인 구입 신청서(의료·주거·교육급여 수급대상자 및 차상위 계층)

- 신청대상 : 의료·주거·교육급여 수급대상자 또는 차상위 계층 중 정부상주 공급을 희망하는 자 (사후적으로 신청하여 하는 것은 아님)
- 공급가격 : 의료급여 수급액(1,000원/1인당), 주거·교육급여수급액 및 차상위 계층(10,100원/1인당)
- 구입신청일 : 신청일 월 10일 (신청일은 신청일 직 10일 전까지 가능)
- 공급방법 : 중앙신청(국민민원포털) 또는(1)주소별 택배회사에서 직접 배달
- 대표전화 : ○○주 주민센터 양곡계좌 입금(○)은행 000-0000-001

신청 내용 (이하 내용 기재하여 제출)

월 별 (세탁)	주 소	신청인수 (세대주 포함)	신청 내역	
			월	20x (금액/인)
		명		

신청번호 : 휴대전화번호 :
신청일자 : 20x 신청처 : (이명 또는 인)

TO-BE

정부상주 법인 구입 신청서(의료·주거·교육급여 수급대상자 및 차상위 계층)

- 신청대상 : 의료·주거·교육급여 수급대상자 또는 차상위 계층 중 정부상주 공급을 희망하는 자 (사후적으로 신청하여 하는 것은 아님)
- 공급가격 : 의료급여 수급액(1,000원/1인당), 주거·교육급여수급액 및 차상위 계층(10,100원/1인당)
- 구입신청일 : 1년부 월 10일 (1인당 월 10일 전까지 가능)
- 공급방법 : 중앙신청(국민민원포털) 또는(1)주소별 택배회사에서 직접 배달
- 대표전화 : ○○주 주민센터 양곡계좌 입금(○)은행 000-0000-001

신청 내용 (이하 내용 기재하여 제출)

월 별 (세탁)	주 소	신청인수 (세대주 포함)	신청 내역														
			1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월			
		명															

신청번호 : 휴대전화번호 :
신청일자 : 20x 신청처 : (이명 또는 인)

이에 따라 매월 입금해야 하는 양곡 대금은 은행의 자동이체방식을 활용하도록 유도할 예정입니다. 다만, 그간 계좌이체를 할 때 입금자명이 다르거나 금액을 잘못 입금하는 등의 문제가 있었던 점을 보완하기 위해 주민센터에서 은행의 자동이체 신청 양식에 양곡 대금과 입금자명 등을 미리 작성한 후 신청자에게 제공하여 오류 없이 입금될 수 있도록 할 계획입니다.

예금주명	(인감/서명)		주민등록번호		-		-		-		-		-		-		-		-	
	계좌번호 (□계좌번호)		예비출금 계좌번호		전화번호 (휴대전화번호)															
* 자동이체 신청신규, 해지 변경은 출금계좌 예금주가 직접 신청하여야 하며, 대리인이 신청할 경우에는 예금주의 인감인 날인된 위임장, 인감증명서, 대리인의 신분증 등을 제출하여야 자동이체 신청이 가능합니다.																				
신규 신청 □신청 □해지	정보 □정보 □해지	입금 인계 □입금 □해지	입금 인계 □입금 □해지	입금계좌번호	예금주	이체금액	이체일	시작일	종료일	이체 주기	신청 금액과 일치									
											5	1월 5일	12월 5일	매월						
계좌간·년부자 입금통장 인계내용				신청자 성명		출금통장 인계내용		이후처리 여부		(여부)		SMS 신청		(여부)						

배송서비스 개선

나라미 배송업체(희망나르미)에서 수요자에게 매월 배송일을 문자로 안내하고, 주민센터를 통해 배송 상황을 조회할 수 있는 서비스를 제공하여 수요자들이 나라미 배송 일정을 정확히 알고 계획적으로 소비할 수 있도록 개선할 계획입니다 (‘21.상반기).

나라미 포장 디자인 개선

앞면에는 나라미 표기를 유지하되 뒷면의 나라미 표기를 삭제하고, 배송할 때 뒷면이 외부에 노출되도록 하여 주변에서 나라미라는 사실을 인지하지 못하도록 개선했습니다(‘20.9월부터).



개선한 도안으로 나라미 수요자 100명을 대상으로 무작위 설문조사를 실시한 결과(‘20.8~9월, 희망나르미), 상표 노출 불만족도는 37%에서 2%로, 디자인 만족도는 30%에서 60%로 두 배나 증가하는 등 성과가 나타났습니다.

나라미 품질에 관한 인식 제고

나라미는 품질 문제가 발생했을 때 수요자의 자존감 문제로 연결될 수 있어, 시중 쌀 등급 기준보다 더 강화된 기준으로 공급할 수 있도록 정부 쌀 검사 기준을 강화했습니다.

「농산물검사기준」(농림축산식품부 고시) 개정·시행('20.10.13)

구분	일반 쌀 '상' 등급	정부 쌀 '상' 등급
기타 이물* 혼입 허용 최고 한도	0.3%	0.2%
기타 이물 중 고형물 (돌, 플라스틱 등)	1kg 시료 3회 반복 조사 시 1개 이내 검출 허용	불검출

* 기타 이물 : 쌀 이외에 돌, 플라스틱 등의 이물이나 쌀 이외의 다른 곡식의 낱알

또한 나라미 신청자에게 나라미의 품질 기준과 공급 과정에 대한 설명서를 제공하여 안 좋은 쌀을 공급한다는 오해를 해소해 나갈 계획입니다('21.상반기).

국민디자인 활동 전·후 비교

서비스 개선 전

다리도 아픈데 매달 1번씩 등사무소를 가야 하네...

신청서
뭔가 이렇게 작성이 어려워?
현금으로 밖에 결제가 안되네

쌀은 떨어지가는데...?
배송은 언제 되는 거야? 이왕래쯤 오던데...

나라미? 저 쌀 무슨 쌀이에요?
아..그게...

매달 1번씩 등사무소로 신청하러 가야 함

현금 결제 밖에 안됨

쌀이 떨어져 가고 하업없이 쌀이 올 날만 기다림

문 앞에 배송 된 쌀을 보고 주변 사람이 묻는 것이 불편함

서비스 개선 후

신청되었습니다. 내년에 신청하러 오시면 됩니다.
항 법안 신청하면 되니까 발급권이 가깝네.

자동이체 신청할게요!
OO은행 자동이체

쌀이 언제 도착하나요?
조회 결과 다음 주 필요일에 배송될 예정입니다.
그럼 남은 쌀로 충분하겠네!

근대 이제 무슨 일이 있었나면..
무슨 쌀이라고 물어보지 않네..

1년에 한 번만 신청하면 더 이상 방문하지 않아도 됨

은행 자동이체 등 결제방식의 다양화로 편해짐

문의전화를 통해 배송정보를 정확히 파악할 수 있음

뒷면에 나라미 표기가 없어 주변 사람이 쌀에 대해 관심을 갖지 않음

참여자 소감

국민디자인단 구성원의 아이디어로 그동안 있었던 불편함 점이 즉시 개선되는 성과를 얻었습니다. 퍼실리테이션 기법과 서비스디자인 방법론이 결합된 워크숍을 진행해 이해관계자 간에 깊이 있는 소통이 이루어질 수 있었고, 그 결과 서로의 불편을 줄일 수 있는 실현가능한 해결 방안을 마련할 수 있었습니다.

구청 복지담당자

나라미 가격이 1년에 한 번씩 변경된다는 점을 고려하여 신청 주기를 매달이 아닌 연 1회로 할 수 있도록 신청서 양식을 변경했습니다.

수요자

은행의 자동이체 방식을 활용하여 매달 방문하지 않고 대금을 납부할 수 있게 되어 좋습니다.

배송업체

수요자가 배송 일정을 정확히 알 수 없어 겪는 어려움에 공감하여 배송 일정 알람·조회 서비스를 개발해 적용하고 있습니다.

서비스디자이너

나라미 브랜드 이름 노출을 줄이기 위해 외부박스 포장을 추가하는 방법이 있었지만 추가 예산 투입 없이 진행할 수 있도록 포장재 뒷면에만 나라미 표기를 삭제하는 방안을 제시했습니다.

이와 같이 이해관계자들이 제시한 아이디어를 순차적으로 행정에 적용해 나가며 그동안 정부에서 단독으로 고민할 때 해결되지 않았던 문제가 손쉽게 해결되는 것을 볼 수 있었습니다.

이런 날 거부할 쉰(수수) 있겠니?!

수수의 이용성 확대를 위한 유용성 홍보 및 제품 개발

담당 공무원	최명은·한상익(국립식량과학원), 강희윤(국립농업과학원)
서비스디자이너	박상길
국민 참여자	김중학(이름), 유성목(유람), 박민영(마당문화연구소), 김요섭(디자인 농부), 송덕권(한국제과기능장협회), 성필모(대학생)



기후변화, 각종 질병 때문에 발생하는 식량안보 문제 등 점점 더 농업의 중요성이 부각되고 있습니다. 이런 때에 수수의 이용을 늘려 직면한 문제를 해결하고, 농업 그 이상의 가치를 창출하고자 제품을 개발하고 수요자 중심의 홍보를 진행했습니다.

추진 배경

국산 수수 재배로 식량안보 등 국가 현안 해결 가능성 확인

코로나 같은 감염병과 기후변화로 식량생산 안정성이 위협받는 상황에서 식량안보 구축은 중대한 국가적 문제입니다. 수수는 고온·건조 기후에 적응성이 높고 요구량이 벼의 3분의 1 수준일 뿐만 아니라 비료나 농약 투입량도 적습니다. 우리나라는 쌀 수급 불균형 해결이 여러 국정과제로 추진되고 있는 상황인데, 수수는 습해에 강해 논 재배 적응성이 우수하여 쌀 과잉 생산 대응을 위한 방안이 될 수 있습니다. 수수를 대규모로 키우면 다양한 이삭 색이 아름다워 그 경관을 농촌관광 활성화에 이용할 수도 있습니다. 또한 수수는 향산화·항당뇨 등 건강에도 크게 기여할 수 있기 때문에 국민건강 향상에도 도움이 됩니다.

수량·내재해·기계 적성이 향상된新品种 육성으로 수수 시장 확대를 위한 기반 마련

과거 우리나라에서 재배하던 수수는 키가 크고 수확량이 적은 품종이라 기계 수확에 불리했고, 생산성이 낮아 가격 불안정성이 컸습니다. 보통 수수는 가공원료 곡으로 이용되는 데, 이런 불안한 가격은 치명적인 단점이라 제품 개발이 쉽지 않았습니다. 그래서 수수는 점점 시장에서 찾기 어려워졌고, 소비자들의 머릿속에서도 잊히는 악순환이 계속되었습니다. 현재 국립식량과학원에서는 품종 개발 연구를 진행해 1m 내외로 키를 작게 만들어 기계수확을 할 수 있게 했습니다. 또한 500kg/10a 이상 수량성이 향상된 품종을 개발했습니다. 생산성 향상과 기계화로 생산비를 절감해 가격 안정화와 수수를 이용한 가공품 개발도 할 수 있는 여건이 마련되었습니다.

새로운 문제 정의

수수 소비 확대를 제한하는 요소의 발견

소비자들의 구매 요인을 분석하고, 소비자들의 욕구를 이해하기 위해 맥락적 조사를 수행했습니다. 수수를 구매한다는 가정을 하고 누가, 언제, 어디서, 무엇을, 어떻게, 왜, 수수를 사는지 육하원칙에 따라 시나리오를 작성했습니다. 직장인, 대학생, 어린이 등의 연령별 분석은 물론 같은 아침을 먹는 사람, 건강에 관심이 많은 사람, 수수를 모르는 사람, 1인 가구 등 소비 대상과 상황별로도 분석을 했습니다. 여러 가지 상황과 주체의 맥락적 조사 시안 중 일반 가정에서 소비의 주체로 볼 수 있는 50대 여성을 사용자 모델로 설정하여 고객 여정 맵을 작성했습니다. 50대 여성이 건강에 관심을 갖게 되어 관련 정보를 찾고 제품을 구매하는 과정에서 발생할 수 있는 문제점과 기대 대비 만족도를 조사했습니다. 조사 결과, 건강에 좋은 음식 정보를 찾는 과정에서 너무 정보가 많아 겪게 되는 불편함,

나에게 맞는 가공품을 추천 받고 싶은 기대감, 상품 구매 후 디자인에서 느끼는 실망감, 수수의 기능성에 비해 홍보가 부족하여 느끼게 되는 의구심 등을 예측할 수 있었습니다.



수수와 수수제품을 이용하지 않는 이유를 정리해 보면서 실질적인 문제가 무엇인지 정의해 볼 수 있었고, 아래와 같이 구매 전과 후의 문제점을 나누어 보았습니다.

구매 전	구매 후
<ul style="list-style-type: none"> · 수수 인지도 부족 · When, How, Where 구매 관련 정보 부족 · 포장과 포장용기의 매력이 떨어짐 · 비슷해 보이는 잡곡이 무수히 많음 · 가공 제품의 선택이 제한적 · 가격이 비쌌 	<ul style="list-style-type: none"> · 섭취방법 정보 부족 · 수수만의 독특한 맛이 없음 · 거친 맛이 익숙하지 않음 · 보관이 불편함

현장의 목소리를 들으며 문제점 분석

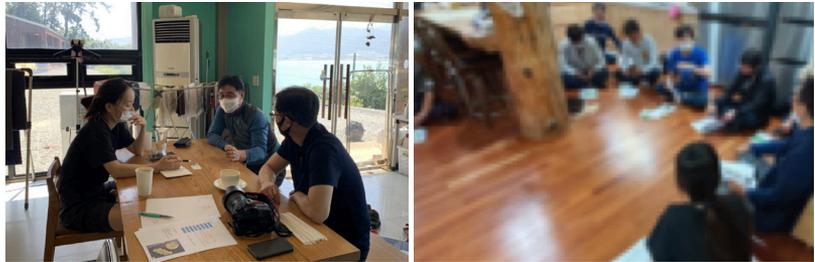
소비자가 느끼는 문제점은 국민디자인단 사용자 모델 설정과 고객 여정 맵 등을 만들면서 공감할 수 있었고, 과제의 실현가능성을 높이기 위해 생산자와 가공업체를 대상으로 현장 검증과 심층 인터뷰를 실시해 다음과 같은 의견을 수집했습니다.

생산자	· 생산물 활용과 소비 방법이 제한적
가공업체	· 제품 생산을 위한 가격 경쟁력 부족 · 원료곡의 안정적인 수급 어려움 · 수수의 기능성에 대한 소비자들의 인식이 부족해 제품 개발 수요가 적음

현장 검증

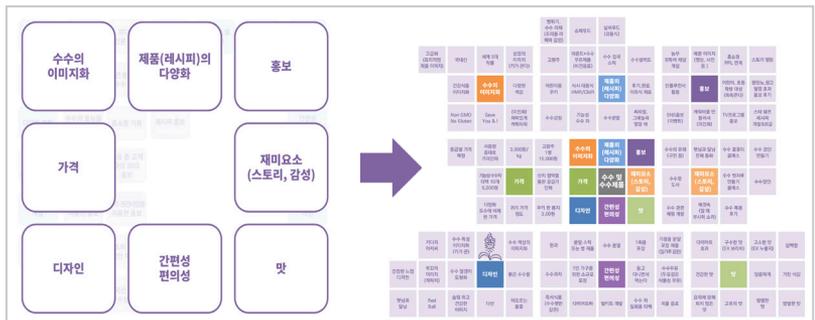


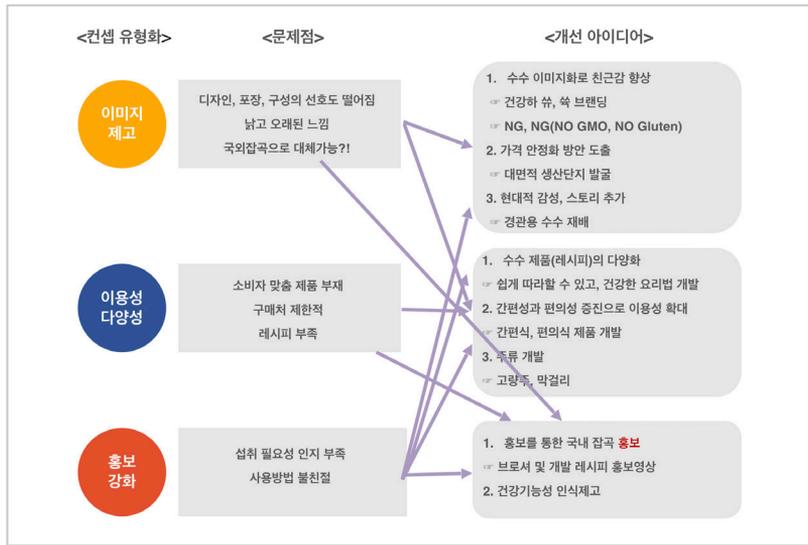
심층 인터뷰



추진 내용

소비자, 생산자, 가공업체의 의견을 조립하여 문제를 해결하기 위해 이미지 제고, 다양한 차원의 이용, 홍보 강화로 방향성을 설정했습니다. 요인별 아이디어를 체계적으로 확장시키기 위해 만다르트 방법을 적용했고, 제품의 구체화를 위해 브레인스토밍을 실시하여 다음과 같이 개선 아이디어를 도출했습니다.





수수 이미지 제고를 위한 감성·스토리·이미지의 결합

국산 수수의 신뢰성을 높이고 친근감을 향상시키기 위해 수수의 건강 기능성과 향토성을 디자인 요소에 반영했습니다. 우리나라는 예로부터 액운을 물리치고 안녕을 기원하는 의미로 붉은 수수로 만든 떡을 돌상에 올리는 문화가 있습니다. 실제로 수수는 항당뇨·항산화 등 건강 기능성이 우수할 뿐만 아니라 유전자 변형이 되지 않고, 글루텐을 함유하고 있지 않아 미국에서는 Non-GMO, No-Gluten 작물로 각광받고 있습니다. 우리나라의 전래동화 ‘해님 달님’에서 오누이를 쫓던 호랑이의 동아줄이 끊어져 수수밭에 떨어지자 수수밭이 피로 붉게 물들었다는 전래동화를 모티브로 수수 정보 브로셔도 제작했습니다. Non-GMO, No-gluten, 호랑이와 수수밭 등을 이미지화하여 캐릭터를 만들어 향후 활용할 계획입니다. 사람들이 수수의 장점을 쉽게 접하게 하고 식물 자체를 즐길 수 있는 공간 조성도 생각했습니다. 수수의 종피색은 보통 붉은색으로 많이 알려져 있지만 흰색, 노랑색, 연갈색, 검정색 등 다양합니다. 그래서 가을 하늘 아래 넓게 펼쳐진 수수밭은 요즘 사람들이 좋아하는 핑크몰리 같은 경관작물에 비교해도 전혀 손색이 없는 멋진 경관을 창조해 낼 수 있습니다. 다만 지금까지 강원도나 안동 등 외진 곳에 300평 미만의 작은 규모로 밭이 만들어져 사람들이 접할 기회가 별로 없었다는 점이 아쉽습니다. 그래서 이번 과제를 기회로 서산 간척지에 대규모로 시험 재배해 본다는 계획을 세웠습니다.

수수 이용을 늘리기 위해 간편성과 편의성을 높인 레시피와 제품 개발

국민디자인단 활동을 하며 수수 소비 촉진 과정에서 나타날 수 있는 문제점을 분석

했습니다. 분석 결과, 소비하기 불편하다는 것과 관련 정보가 부족하다는 것이 가장 큰 문제점으로 꼽혔습니다. 이를 해결하기 위해 레시피와 제품 개발을 시도했습니다. 수수떡 이외의 레시피를 개발해 수수 소비층을 확대하고자 다양한 연령층이 선호할 만한 메뉴가 무엇인지 논의했습니다. 수수가루를 트렌디한 음료와 간식의 재료로 이용하는 방안을 생각해 보았고, 간편하게 즐기는 샐러드나 브리또 재료로 통곡을 활용하는 방안도 의논했습니다.

제품 개발에 도움을 주고자 ‘국민생각함’을 이용해 소비자 선호도 조사를 실시했습니다. 수수 이용성 확대와 제품 개발 필요성에 98.4%가 동의했고, 제품 개발 품목으로는 떡류(39.7%), 주류(22.2%), 간식류(2.6%) 순으로 나타났습니다. 소비자의 요구를 반영하여 수수경단·씨리얼바·고량주·막걸리, 이렇게 네 가지 제품을 선택했고, 이에 맞는 라벨·로고·패키지를 구성했습니다. 수수 경단 패키지 디자인과 상품명 개발 때는 ‘해님 달님’ 전래동화를 이용했고, 고량주 상품 개발에는 국민생각함의 의견을 가져와 가격·상품 디자인에 반영했습니다.

소비자에게 수수의 장점을 알리기 위한 홍보

수수의 인지도와 인식 확산을 위한 다양한 해결방안이 제시되었습니다. 유명 셰프·파워블로거·인플루언서 홍보를 비롯해 보다 지속적이고 효과적인 홍보 방안을 고심했습니다. 콘텐츠는 수수 자체의 인지도, 섭취 시 기능성, 재배 시 유용성, 이용 방법, 이렇게 네 가지 영역으로 구분했고, 내용과 대상에 맞게 온·오프라인을 효과적으로 이용하고자 했습니다. 미래의 수요자인 어린이에게 수수 체험을 통한 교육의 기회를 제공하기 위해 수수 빗자루와 수수깥 등 잘 모르고 있는 수수 제품을 수업 재료로 활용했습니다. 최근 우리의 밥상에는 아마란스·퀴노아·렌틸콩 등 생소한 수입산 잡곡이 많이 오르고 있습니다. 어린이 수수 체험 수업은 아이들에게 수수를 친근하게 느끼게 해 수수의 인지도를 높일 수 있을 뿐만 아니라 우리나라 잡곡의 우수성을 알릴 수 있는 좋은 기회가 될 수 있습니다.

수수 빗자루 DIY



수수 빗자루 만들기 체험



일반 소비자의 인지도를 높이기 위해 정월대보름 전통 오곡밥 레시피와 수수빵 섭취 후 장내 유용미생물 증가 효능을 미디어 매체를 이용해 홍보했습니다. 오곡밥의 유래와 효능은 일반 소비자가 잘 알고 있지만, 정월대보름의 명절음식으로 알고 있어 소비가 제한적입니다. 국내 빵 소비는 지속적으로 증가하고 있는데, 특히 ‘건강한 빵’에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 수수빵을 먹었을 때 장내 미생물이 어떻게 변화하는지 시험을 해 보았고, 그 결과 비만과 관련된 장내 미생물인 후벽균(Firmicuts)과 의간균(Bacteroidetes)(F/B) 비율이 일반 빵 복용군(0.95)에 비해 수수빵 복용군(0.65)이 약 30% 낮은 수치를 보여 주었습니다. 이렇게 수수빵이 비만 해소에 도움이 될 수 있다는 결과를 홍보에 활용하기로 했습니다.

산업체의 수수 이용 확대를 촉진하기 위해 소화율이 향상된 수수와 화학료 조성물로 산업화 소재 개발·출원을 두 건 진행했습니다. 수수는 항당뇨 효과가 있지만 속이 더부룩 하다고 느끼는 사람들도 있어 소화율이 향상된 품종을 개발했습니다. 새롭게 개발된 수수 ‘노을찰’은 섭취 20분 후 62%가 소화되어 기존 재배 품종에 비해 소화율이 20%나 높아진 것으로 나타났습니다. 소화율이 향상된 수수 품종은 죽이나 건강식 등 다양하게 활용될 것으로 기대하고 있습니다. 또한 수수 추출물의 미백·주름 개선 효과도 확인되어 식품 이외의 영역에도 활용될 수 있는 기반을 마련했습니다.

안정적인 생산 기반을 마련하기 위한 현장 소통

가공업체에서는 안정적인 원료공 수급과 가격 불안정을 문제점으로 꼽았습니다. 수수의 물량 확보가 원활히 이루어지려면 수량성 높은 품종 보급과 기계화 재배 기술 도입이 필요하다는 의견을 반영하여 새로 개발된 신품종을 보급하고 파종부터 수확까지 전 과정에 적용할 수 있는 기계화 기술 책자를 발간했습니다.





결과물

국산 수수의 신뢰성을 높이고 친근감을 형성하기 위한 문화 콘텐츠 개발

수수의 건강 기능성, 향토성(전래동화) 등을 디자인 요소에 반영하여 제품 패키지를 구성하고 브로슈어 제작에도 활용했습니다.



수수의 우수한 환경 적응성과 다양한 종피색을 활용한 경관단지 1.5ha 규모로 조성했습니다. 간척지 적응성이 우수한 밀양 15호를 선발할 수 있었는데, 수량성도 600kg/10a에 달하여 농촌관광 활성화와 농가소득 증대에 기여할 수 있으리라 기대하고 있습니다. 제주도에는 생산·가공·관광을 연계하여 농촌융복합산업단지를 구축했고, 영월에는 특산품을 연계한 로컬푸드를 개발했습니다. 비록 코로나로 많은 사람들을 초대할 수 없었지만 가능성을 바탕으로 올해도 지속적으로 추진할 예정입니다.



수수 소비 확대를 위한 레시피(13종)와 제품 개발(4종)

수수를 쉽고 맛있게 먹을 수 있도록 ‘수리수리마빵’ 등 6종의 레시피를 개발해 전국 제과기능장 빵집 900개소에 배포했고, 가정에서 즐기기 위한 음식·음료 레시피 7종을 개발해 온라인에 공유했습니다.

수수빵과 쿠키



바이올렛 수수 팬케이크



수수 통곡물 샐러드



슈폰라떼



국민생각함 조사 결과, 선호도가 높았던 품목을 대상으로 경단 등 4종의 시제품을 개발했고 기호도를 평가했습니다. 시리얼바는 수수가 낫선 젊은이들에게 호응이 좋았습니다. 최근 고량주 소비가 증가하고 있지만 시중에 유통되는 고량주는 100% 수입산입니다. 그래서 믿고 먹을 수 있는 국산 고량주가 개발되어 소비자의 반응이 긍정적이었습니다. 고량주 생산을 위해 대규모 원료곡 단지를 조성할 경우 소득이 88% 증가한다고 나타났습니다.

수수 시리얼바



수수 막걸리



수수 경단

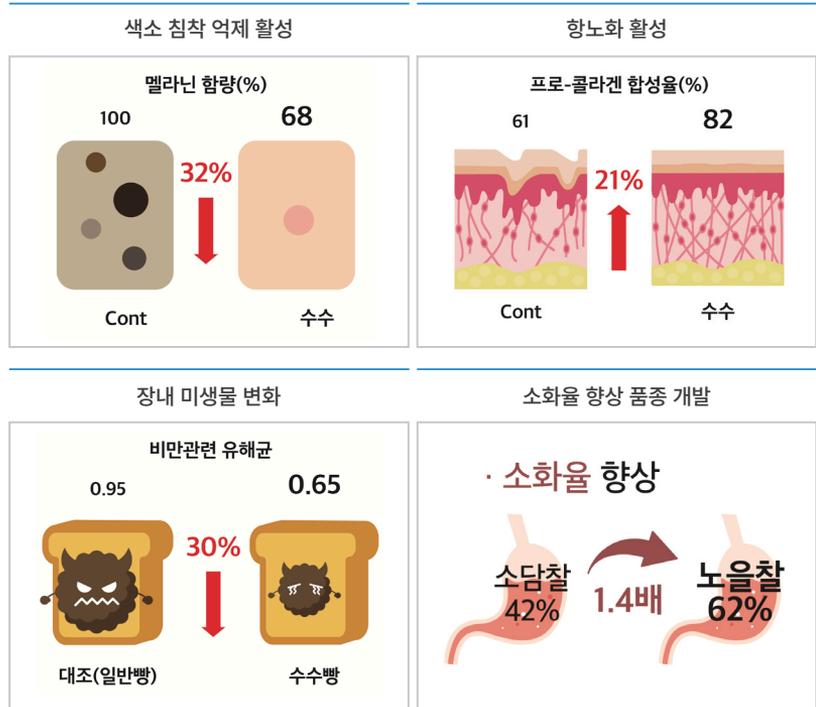


수수를 원료로 한 건강 간편식과 주류 브랜드 개발



수수에 관한 긍정적 인식 확대를 위한 우수성 홍보(산업재산권 출원 2건, 홍보 2건)

수수의 산업적인 활용을 위해 ‘미백·주름 개선 화장료 조성물’과 ‘소화율 증진 식품 조성물’로 산업재산권을 두 건 출원했습니다. 수수 추출물을 적용했을 때 멜라닌 함량이 32% 감소했고, 항노화와 관련된 프로-콜라겐 합성은 21% 증가했습니다. 수수 섭취 후 장내 유용 미생물 변화 결과를 활용하여 증양지 2건, 지방지 4건, 전문지 1건에 홍보를 했고, 잡곡밥 기능성 효과를 주제로 TV에도 홍보·방영했습니다.



신기술과 신품종 보급으로 안정적인 수수 생산 기반 구축

‘노을찰’, ‘바르메’ 등 신품종 현장 평가를 진행했고, 강원 영월, 충북 제천에 각 10ha씩 재배단지를 조성했습니다. 수수 재배 신품종과 신기술을 보급하기 위해 영농교육 2건, 현장 기술지원 11회를 추진했습니다. 그 결과, 수량성은 기존 품종 대비 향상되었고 기계화를 통해 노력 시간은 80% 감소되어 좋은 평가를 받았습니다.

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE 국민디자인단			
생산 및 수급 불안정	소비시장 협소	제한된 수익성	국민 인지도 부족
↓			
AFTER 수수 국민디자인단			
생산 안정화	제품 다양화	농가소득 증대	소비 확산
<ul style="list-style-type: none"> - 원료곡 생산단지조성 · (19)0 → (20)20ha - 신품종개발 및 보급 · (323) → (529) (164%) ↑ · 수량성 향상 · 85% · 42.8 → 8.5 (80%) ↓ · 노력시간 절감 · 8.5 · 생리학 	<ul style="list-style-type: none"> - 시제품 개발 · 고풍주, 간편식 등 4종 · 주류 원료곡 단지화로 소득증대 · (관행)32만원/10a → 60(88% ↑) - 부산물 활용 교구개발 · 체험활동 후 95% 인식 향상 	<ul style="list-style-type: none"> - 재배단지 활용 경관조성 · 서산 간척지(1.5ha), 제주도(1) - 지역 특산연계 제품 개발 · 수부꾸미+건나물-수꾸꾸미 	<ul style="list-style-type: none"> - 제과제빵 레시피 개발-배포 · 레시피 6종, 빵집 900개소 - 요리법 개발 · 레시피 7종, NAVER TV 홍보 - 기능성 물질 연구-홍보 · 산업재산권 2건, 홍보1472점 · 수수 관심도 향상: 16% ↑

참여자 소감

국민디자인단의 참여로 출발점과 추진 속도가 달라졌습니다. 우선 일반 소비자의 입장에서 수수의 인지도가 낮았었는데, 국민디자인단의 참여로 인지도 향상을 위한 다양한 방안(수업 교재, 브로슈어 제작, 이미지화 등)을 고심하고 마련할 수 있었습니다. 또한 각 분야 전문가가 함께 참여한 결과 더 많은 성과를 빠른 시간 안에 낼 수 있습니다. 제과·제빵 레시피 개발에 소비자의 선호도를 반영할 수 있었고, 개발된 레시피를 전국에 공유할 수 있었던 것이 대표적인 성과입니다.

서산 간척지 1.5ha의 면적에 수수를 재배하기가 쉽지는 않았습니다. 비가 오지 않으면 가물까, 비가 오면 해풍에 떠내려 갔을까, 전전공공하면서 왕복 700km를 달려갔습니다. 정성을 다해 그린지 생산량도 좋고 경관이 아름다워 간척지 수수 재배 가능성을 확인할 수 있는 좋은 기회였습니다. 국민디자인단 덕분에 산골에서 재배되던 수수가 관광지에 재배되어 더 많은 사람들이 보고 즐길 수 있는 작물이 되었습니다.

먼지 쌓인 리플릿은 툭툭툭~ 내가 원하는 관광 정보만 쓱!쓱!쓱!

담당 공무원 오현경, 이승희
서비스디자이너 이종휘, 김태연
국민 참여자 오나윤, 정연석, 김동수, 강경옥



기존 관광 리플릿은 정보를 과도하게 제공해 관광객들에게 피로감을 주며, 원하는 정보를 쉽게 찾기 어렵다는 문제점이 있었습니다. 이를 해소하기 위해 수요자(관광객) 중심의 푹푹한 리플릿을 개발하고자 했습니다.

추진 배경

단양 관광객들이 쉽고 편리하게 얻을 수 있는 여행 정보의 필요성

충북 단양군은 매년 천만 명 이상의 관광객들이 방문하는 대표적인 관광도시입니다. 그래서 관광객들에게 유용한 정보를 줄 수 있는 다양한 리플릿을 제공하고 있습니다. 하지만 이런 많은 종류의 리플릿은 관광객들에게 피로감을 높이기도 합니다. 또한 편의시설 관련 정보가 없어 불편을 느끼는 관광객들이 많아지고 있는 상황입니다.

최근 5년 단양군 관광객 현황

(단위: 명)

기준년도	2015	2016	2017	2018	2019
관광객 수	7,924,254	8,115,071	10,118,074	9,964,205	10,673,401

새로운 문제 정의

오프라인 관광정보(리플릿) 제공 방식의 변화

관광객을 대상으로 관광지도 관련 설문조사를 진행한 후 피드백을 받은 결과, 주차장과 병원 같은 편의시설 안내가 부족하다는 의견이 많았고, 이미 관광지도에 안내되어 있는 정보를 보지 못하고 추가로 요청하는 경우도 많았습니다. 이와 같이 기존의 다양한 관광 리플릿은 많은 정보를 제공하고는 있지만, 핵심 정보를 한눈에 보기 어렵다는 단점이 있었습니다.

단양군 오프라인 관광정보(리플릿) 현황



- 단양군 통합관광지도, 맛지도, 코스지도, 관광지별 리플릿, 관광관리공단 통합관광지도 등 많은 종류의 리플릿이 있습니다.
- 중복된 내용이 있으며, 필요에 따라 여러 개의 리플릿을 들고 다녀야 합니다.

관광정보의 제공과 체계적인 관리

현재 단양군은 관리주체별로 관광지도(리플릿)를 제작하여 배포하고 있습니다.

그에 따라 리플릿 제작에 비용이 많이 들고 시간도 많이 소요됩니다. 또한 리플릿을 제공하고 관리하는 일에 비효율적인 면이 나타나고 있습니다. 이러한 문제를 해결하려면 관광정보 제공 창구를 단일화(통합)할 필요가 있습니다.

단양군 관광정보(리플릿) 관리 주체 현황

관광정책과	다누리센터관리사업소
<ul style="list-style-type: none"> · 통합 관광리플릿 제작·관리 · 관광관리공단·관광협의회 협의 · 관광안내소 관리(우편·택배발송) 	<ul style="list-style-type: none"> · 만천하 리플릿 제작·관리 · 아쿠아리움 리플릿 제작·관리 · 휴양림 리플릿 제작·관리
단양관광관리공단	단양관광협의회
<ul style="list-style-type: none"> · 통합 관광리플릿(요금) 제작·관리 · 그 외 관리 관광지 리플릿 제작 	<ul style="list-style-type: none"> · 맛지도 제작·관리 · 시티투어 리플릿 제작·관리 · 디자인 리플릿 배포함(4개소) 관리

추진 내용

1 이해하기	2 발견하기	3 정의하기	4 발견하기	5 전달하기
국민디자인단 이해 추진방향 수립 조사목표 설정 핵심수요자선정(관광객)	데스크리서치 서비스사파라(주요관광지) 심층인터뷰(단양군 주무관) 이해관계자법	퍼소나(2명) 설정 - 주요핵심 문제 파악 서비스 목표 수립 - 여행정보 잘 전달하기	아이디어워크숍 - 브레인라이팅 - 아이디어 스케치	스토리보드 제작 프로토타입 - 다 담은 단양(ㄷㄷㄷ)

관광객이 원하는 내용을 담은 똑똑한 리플릿 제안

리플릿의 이름은 ‘단양의 관광정보를 다 담았다’라는 의미로 ‘다 담은 단양(ㄷㄷㄷ)’으로 정했습니다. 포켓 형식과 포토카드를 결합한 방식으로 구성해 휴대성을 높이고 직관적으로 정보를 파악할 수 있게 했습니다.

효율적인 관광 리플릿 제작·관리 프로세스 제안 → 관광정보 제공 창구 일원화

기존 단양 관광 리플릿은 시설 관리 주체별로 각각 제작하여 제공했기 때문에 리플릿 종류가 많고, 제작·관리를 위한 시간과 비용이 많이 들었습니다.

이해하기: 단양군 국민디자인단의 추진 방향 수립

국민디자인단 토론을 진행해 정책 수요자들이 직면하고 있는 문제점 64개를 선정했고, 친화도 다이어그램으로 8개 대표성(그룹)을 도출했습니다. 이를 바탕으로 국민디자인단이 나아가야 할 방향을 한 문장으로 정리해 보았습니다. “어떻게 하면 단양군만의 특색 있는 관광 콘텐츠를 만들 수 있을까?”

발견하기: 대상지와 대상자 조사 실행

서비스사파리

직접 단양군의 주요 관광지(만천하스카이워크, 수양개선사유물전시관, 빛터널 등)를 탐방하며 거점을 중심으로 관광 콘텐츠를 개발하는 데 한계가 있다는 점을 파악할 수 있었습니다. 더 나아가 쇠락한 거점을 활용할 수 있는 다른 방법을 강구해야 한다는 필요성과 콘텐츠 소비의 선순환이 중요하다는 점을 깨달았습니다.

서비스 사파리 진행



심층 인터뷰

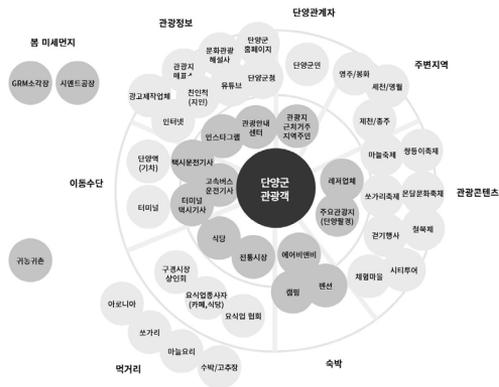
10년 동안 단양군 관광 콘텐츠 기획을 담당한 주무관(1인)과 심층 인터뷰를 진행해 새로운 관광객(예를 들어 60~70대 고령층)을 유치하기 위해서는 주 고객층을 재조정해 체질 개선을 할 필요성이 있다는 점과 단양 지역의 주민들을 참여하게 해 신규 콘텐츠를 개발할 필요가 있다는 의견을 듣게 되었습니다.

심층 인터뷰 진행



이해관계자 맵

이해관계자 맵 기법을 활용하여 단양 관광객과 관련된 다양한 사람과 그룹 간 관계를 정의하고 파악하고자 했습니다.



정의하기: 발견 내용 정리와 분석, 서비스 목표 설정

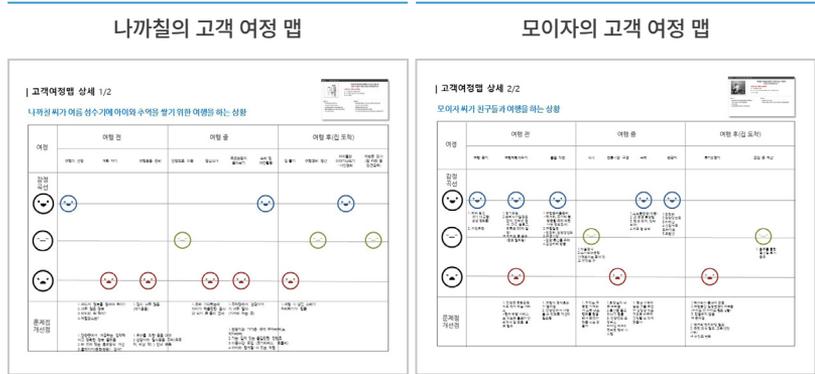
사용자 모델 설정

그 동안 수집한 정보를 바탕으로 사용자 모델(서비스를 이용할 대표 수요자) 두 명을 설정하여 실질적인 핵심 문제가 무엇인지 파악했습니다.

<p>미취학 아동 가정의 나까칠 씨(여·36세)</p>  <p>“아이와 편하게 여행할 수 있는 경로 & 편의 시설이 제공 되었으면 좋겠어요.”</p> <p>나까칠 씨 / 36세 / 프리랜서 성 격: 중년층과 대안형인, 계획적 행 동: 여행 전 많은 정보 수집 및 계획 수립 거주지: 경기도 성남</p> <p>원하는 것</p> <ul style="list-style-type: none"> - 아이에게 좋은 건전한 여가리 - 자연친화적 교육적 관광 콘텐츠 - 비상상황에 대비할 수 있는 정보제공 서비스 - 일정한 정보를 알 수 있는 경로/언어 정보제공 - 주차 시설에 대한 정보 <p>불편한 것</p> <ul style="list-style-type: none"> - 유급여행에 대응할 수 있는 의료시설 부족으로 안전의 불안 - 산재 정보 없고 방대한 여행정보 - 대중교통수단 부족으로 접근의 불편 - 여가 콘텐츠 부족(방문) 없어서 불편 - 아이 눈높이에 맞는 문화/교육 관광 콘텐츠(드라마형 등) 부족 	<p>50대 친구들 모임 리더인 모이자 씨(여·50세)</p>  <p>“특별한 경험을 통해 기억에 남는 여행이 되었으면 좋겠어요.”</p> <p>모이자 씨 / 50세 / 전업주부 성 격: 활동적, 사교적 행 동: 연간 1-2회 여행, 국내여행 주로 다닌, 계획적인 여행 거주지: 서울 근교</p> <p>원하는 것</p> <ul style="list-style-type: none"> - 남들이 체험하지 않은 관광/여행/자연 여행 콘텐츠 - 해외의 관광/여행/자연 관광 관련 정보 - 주차공간 확보 - 일정 여행 계획 보조/도움 서비스가 있었으면 좋겠음 <p>불편한 것</p> <ul style="list-style-type: none"> - 특색 있는 여행지가 없다 - 여가를 즐기는데 필요한 휴게/편의 시설 부족
---	---

고객 여정 맵

앞서 설정한 사용자 모델(가상의 수요자)이 여행을 떠난다는 가정을 하고, 여행을 준비하고 여행을 하는 과정에서 느끼는 경험과 감정을 고객 여정 맵으로 시각화해 보았습니다.



나카칠 씨(36세, 프리랜서)는 여행 전 정보를 얻는 데 불편함을 느꼈고, 아이와 함께 가기 때문에 다양한 편의시설과 편리함을 원했습니다. 모이자 씨(50대, 전업 주부) 또한 여행 전 정보를 찾는 데 불편함을 느꼈고, 제한적인 정보 때문에 즐길 거리와 볼거리를 찾는 데 한계를 느꼈습니다.

서비스 목표 수립

사용자 모델 설정과 고객 여정 맵을 작성하며 수요자가 느끼는 실질적인 문제가 무엇인지 정의하고 우선순위를 정해 서비스가 지향해야 할 하나의 목표를 수립했습니다.

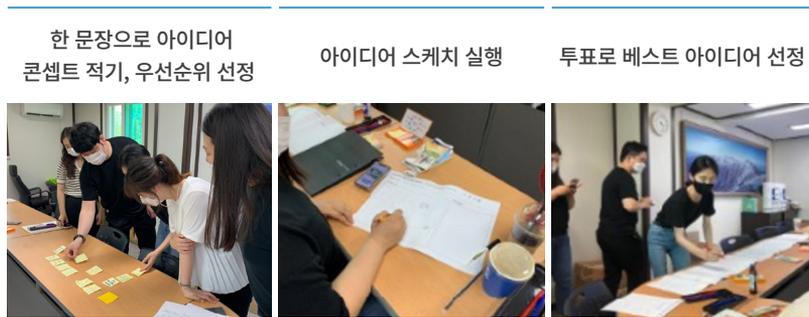


발견하기: 아이디어 발산을 통한 서비스 콘셉트 만들기

아이디어 워크숍(정의한 문제를 해결하기 위한 아이디어 발산)

국민디자인단은 세 명씩 두 개의 조를 구성해 브레인 라이팅을 실시하여 총 52개 이상의 아이디어를 도출했습니다. 도출된 베스트 아이디어를 한 문장으로 정리한 뒤 우선순위를 정했습니다. 그리고 아이디어 워크숍에서 나온 아이디어들을 바탕으로 여행정보 전달방식에 대한 아이디어 스케치를 실행했습니다.

STEP 1	리플릿 활용 방안 재구성
STEP 2	온라인 정보 큐레이션
STEP 3	QR코드를 활용한 관광정보 제공
STEP 4	온라인 콘텐츠 강화 방안
STEP 5	관광안내소 활용



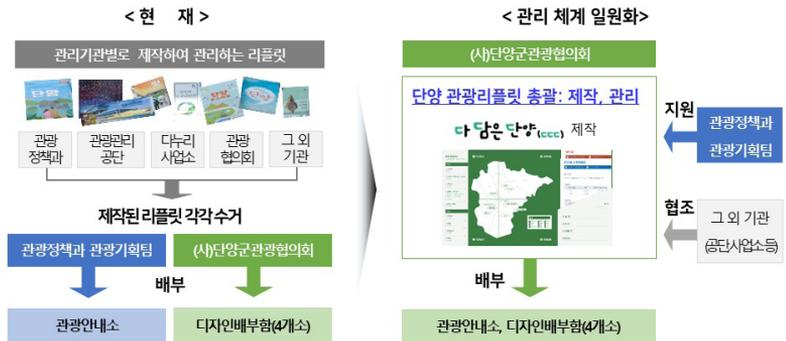
총 다섯 개의 아이디어를 도출하고, 국민디자인단 투표를 실시해 최종안을 선정했습니다. 마지막으로 관광정보 리플릿 전달방식의 변환(내·외부)을 위한 최종 서비스 방향성을 설정했습니다.

전달하기: 최종 서비스 산출물 구체화

최종 산출물(제작안)을 스토리보드 형식으로 시각화하여 이해하기 쉽도록 구성했고



'다담은 단양'의 구현과 효율성을 위한 정보관리 체계 일원화 방안도 정리해 보았습니다.



결과물

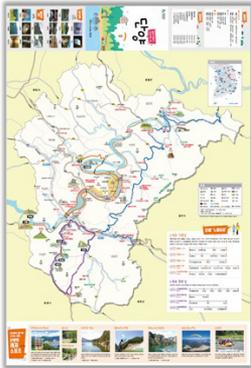
흘어져 있던 단양군 여행 정보를 다 담을 수 있는 ‘다 담은 단양’ 제안

다 담은 단양 (ccc)

직관적이고 감성적인 여행정보 제공을 위해 국민디자인단을 통해 새로운 정보 제공 방식을 찾고자 하였습니다.
 ‘다 담은 단양(ccc)’을 통해 단양군을 방문하고자 하는 관광객에게 다음과 같은 가치를 주고자 하였습니다.

단순하고 직관적인 정보 전달	휴대성이 용이한 형태	감성적인 리플릿	기존 리플릿과 연계
꼭 필요한 여행정보를 단순화하여 쉽고 빠르게 이해할 수 있도록	카드 형식을 통해 가볍게 들고 다닐 수 있도록	리플릿을 인테리어 소품으로 활용할 수 있도록	기존 리플릿과 연계하여 여행 정보 구심점 역할을 할 수 있도록

단순하고 직관적인 정보 전달



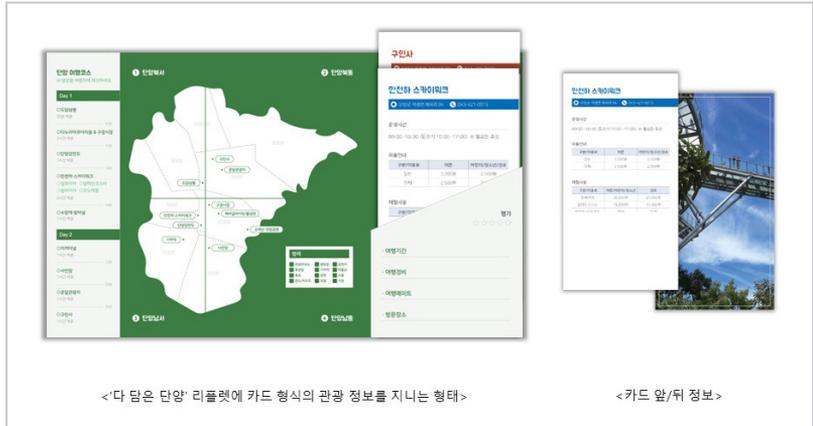
<현재>



<개선안>

여행에 필요한 정보를 단순화하여 쉽고 빠르게 이해할 수 있도록
 기존의 리플릿이 너무 많은 정보를 복잡한 방식으로 제공해 혼선을 주었기 때문에
 필수 정보만 엄선해 넣었습니다.

휴대하기 편한 형태



카드 형태로 제작해 가볍게 들고 다닐 수 있도록
카드 형태로 만들어 관광객들이 관광 정보를 꽂아서 들고 다닐 수 있게
제작했습니다.

감성적인 리플릿



리플릿을 인테리어 소품으로 활용할 수 있도록
리플릿 뒷면의 포토카드를 인테리어 소품(액자)으로 활용할 수 있게 만들었습니다.
리플릿 내부에 여행기록을 정리해 보관할 수 있도록 했습니다.

기존 리플릿과 연계



기존 리플릿과 연계하여 여행 정보 제공의 구심적 역할을 할 수 있도록 '다 담은 단양' 리플릿에 포함된 포토카드에 내용을 다 담을 수 없을 경우, 기존 리플릿을 연계해 사용할 수 있도록 했습니다.

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<ul style="list-style-type: none"> · 관주도의 관광 정보 제공 · 다양하지만 한 번 보고 버리는 리플릿 · 관리 주체별 리플릿 제작·관리 · 제작 시간과 관리 비용 증가 	<ul style="list-style-type: none"> · 관광객이 원하는 관광 정보 제공 · 통합이 가능하며 보관이 편한 리플릿 · 여행 정보 관리체계 일원화 · 제작 시간과 관리 비용 감소

참여자 소감

국민과 공무원 모두 처음 접해 본 문제해결방법인 국민디자인단이 생소하기는 했지만, 하나의 문제를 놓고 서로의 생각을 공유하며 얽히고설킨 실타래를 풀어가는 모든 과정을 즐기며 적극적으로 참여했습니다.

국민디자인단 운영 취지는 정책 추진 방식을 수요자 중심으로 변화시켜 국민의 욕구를 충족시키는 좋은 정책을 만드는 것입니다. 그래서 결과도 중요하지만, 국민과 공무원이 의견을 공유하면서 깨달음을 얻고 서로를 이해하는 과정도 가치가 있다는 것을 배웠습니다.

올해는 이례적인 코로나19 여파로 회의 회차가 줄고, 벤치마킹이 취소되는 등 국민디자인단 운영과 진행에 큰 어려움을 겪었습니다. 이러한 혼란스러운 상황에도 적극적으로 참여해 준 국민디자인단에게 깊은 감사의 말을 전합니다.

지역사회와 함께하는 정신장애인 가족연대 강화

정신장애인 사회통합을 위한 맞춤형 가족지원서비스 운영

담당 공무원 이지니(과제 담당), 강성애(사업 담당)
서비스디자이너 한우일, 고준형
국민 참여자 박선우, 송해기, 이미한, 선주형, 허남식



국립나주병원은 국민디자인단 과제 대국민 공모전을 실시하고, 우수 제안 과제로 선정된 ‘지역사회와 함께하는 정신장애인 가족 치유’를 주제로 2020년 국민디자인단을 운영했습니다. 정신장애인과 그 가족들이 실질적으로 원하는 것을 찾고, 그들이 지역사회에서 한 사람의 구성원으로 떳떳하게 함께 살아갈 수 있는 방법을 모색하며, 지역사회와 협업해서 정신장애인 가족들의 연대를 강화하고 사회통합을 지원할 수 있는 서비스를 개발하고자 했습니다.

추진 배경

정신장애인 가족의 정서적 부담

정신장애인 부모세대의 노령화와 가족의 정서적 황폐화로 인해 모두가 함께 지쳐가고 있는 상황에서 가족이 치료과정에 관심을 가지고 참여하기가 어려운 상황입니다.

정신장애인과 가족을 위한 맞춤형 회복 프로그램의 필요

환자와 가족을 위한 다양한 맞춤형 프로그램을 제공해 환자의 재활과 사회 적응을 지원해야 하며, 가족 역시 정서적 지지체계와 사회적 지지체계가 절실하게 필요할 실정입니다. 정신장애인 가족의 관심과 참여를 높일 수 있는 프로그램을 어떤 형태로 제공하고 운영할 것인지, 이런 문제를 해결하기 위해 환자와 가족의 요구에 부합하는 다양한 맞춤형 프로그램이 필요하다고 판단했습니다.

새로운 문제 정의

세부 미션 설정하기 : “우리는 무엇을 달성하고자 하는가?”

정신장애인 당사자와 보호자의 현장 인터뷰와 경험담을 들으며 파악한 그들의 실질적인 욕구를 바탕으로 우리가 달성하려는 목표와 그것의 실현가능성, 관심도를 중심으로 우선순위를 선정하고 새로운 미션을 설정했습니다.

미션은 무엇인가?

왜! 무엇을 위해 존재하는가?

우리는 무엇을 달성하고자 하는가?

- 우라캤의 미션이 무엇이라고 알고 있는가?
- 우라캤의 존재 이유는 무엇인가?
- 우리는 이 일을 왜 하고 있는가?
- 최종적으로 우리는 무엇으로 가치고 싶은가?

우리의 미션은 무엇인가?

미션1	환자 가족을 위한 상담 들어주기	미션2	제미난 활동거리 만들기	미션3	수요자 중심 치유방법 찾기	미션4	믿을 사람 하나 있는 안심병원 만들기
-----	-------------------	-----	--------------	-----	----------------	-----	----------------------

미션은 무엇인가?

실현가능성

관심도

환자 가족을 위한 상담 들어주기

환자 가족을 위한 상담 들어주기

제미난 활동거리 만들기

이해하지 않았던 더 좋은 치유방법 찾기

믿음직한 하나 있는 안심병원 만들기

환자 가족의 애기를 잘 들어주고, 재미있어 믿음이 가는 안심병원 만들기

미션1. 환자 가족을 위한 상담 들어주기
미션2. 제미난 활동거리 만들기
미션3. 수요자 중심 치유방법 찾기
미션4. 믿음 사람 하나 있는 안심병원 만들기

핵심 고객 정의 : “반드시 만족시켜야 할 대상은 누구인가?”

우리의 고객 목록을 작성하고 그룹을 구분하는 작업을 했으며, 우선순위를 정했습니다.



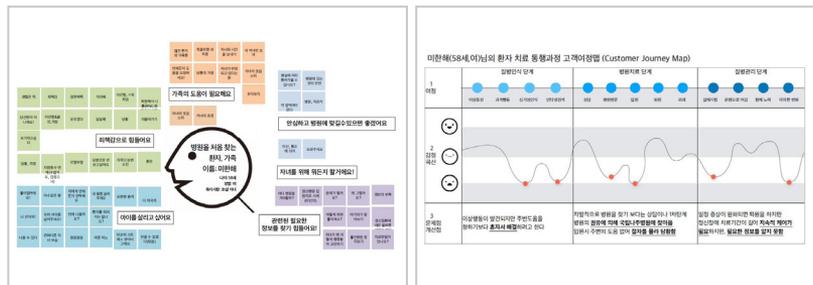
사용자 모델과 고객 여정 맵 작성하기

핵심 고객인 ‘정신장애인의 보호자’를 사용자 모델(가상 인물)로 설정하고 공감 지도를 작성했습니다.



핵심 고객 공감하기 : ‘미한해(58세, 여)’ 씨의 환자 치료 동행 과정 고객 여정 맵 만들기

고객 여정 맵과 감정곡선을 작성하며 실질적인 문제를 발견했고, 핵심 고객인 정신장애인의 보호자에 공감하는 시간을 가졌습니다.



핵심 문제 정의하기 : “우리는 문제를 어떻게 정의할 것인가?”

핵심 문제를 정의하며 서비스 개발 방향과 목표를 수립했습니다.

보안하기

지금까지 논의한 결과 우리의 문제는 무엇인가?

우리의 문제를 어떻게 정의할 것인가?

- 전자 지금까지 과정을 보았을 때, 우리에게 시한 중요한 이유는 무엇인가?
- 그 이슈가 어떤 위험으로 다가오는가?
- 우리는 문제를 원인으로 정의할 수 있는가?

문제의 정의

해결되는 기간이 길어서 지치고 힘들어요! 언제든지 내 앞을 돌아오면 좋겠어요!	환자 가족 경험자의 얘기를 듣고 싶어요! 앞으로 어떻게 치료할지 망설여요!
--	--

문제의 범위
 내 어려움을 털어놓고 얘기할
믿을 만한 사람이 필요해요!

추진 내용

‘믿을 만한’ 치료진, 동료, 이웃과 소통할 수 있는 프로그램 마련하기

아이디어 발전하기 단계로, 어떻게 나의 어려움을 털어놓고 소통할 수 있는 프로그램을 만들어 갈지 6~7차 워크숍을 진행하면서 아이디어를 발산하고 발전시키는 시간을 가졌습니다.

유용했던 기존 프로그램 목록화하기 : “새로운 프로그램을 하나 더 만들 것인가?”

먼저 유용했던 환자와 가족을 위한 기존의 프로그램은 무엇인지 묻고, 목록을 작성한 후 다양한 프로그램들을 구분해 보았습니다. 그리고 환자, 보호자, 동료 지원가, 지역센터, 병원 등 이해당사자 각각의 입장에서 의견을 내면서 앞으로 새로운 프로그램을 하나 더 만들 것인지 고민하고 이에 관한 의견을 나누었습니다.

“참지모임을 활성화하려면 예산이 있어야 일을 하지요?”
 <서울특별시장애인복지회>

“병원에서 모든 문제를 해결 하기에는 한계가 있어요?”
 <국립중앙의료원 가족총동행 이차니 후원단>

“환자가족을 위한 프로그램? 그룹만의 리그가 되면 어떡하죠?”
 <환자가족 이라는>

“병원에서 다양한 프로그램을 기획하고 운영하고 있어요?”
 <국립중앙의료원 의료사회사업과 팀원 윤영애>

“동료 돌봄 프로그램? 봉사뿐만 하기에 너무 일이 많아요?”
 <오랫동안 복지 동료지원가 박선우>

“우리도 새로운 프로그램 하나 더 만들것인가요?”
 <세인트다이어니얼 후원팀>

“이미 우리 정신건강복지센터에서 하고있는 일인데요?”
 <나주시 정신건강복지센터 팀장 권영하>

상담·지지를 돕는 아이디어와 재미(흥미)를 돕는 아이디어를 그려 보는 시간을 가졌습니다. 이 시간을 통해 환자치료동행서비스, 정신건강 이동진료와 상담버스 운영, 이야기 의자 ‘말해 줄 수 있나요?’ 서비스, 여가캠프, 신체와 정신집중을 돕는 프로그램, 요리체험서비스 등 열 가지 아이디어를 발전시켜 보았습니다. 그리고 프로그램으로 운영하면 유용할 것 같은 서비스 여덟 가지를 선택해 아래의 그림과 같이 서비스 프로토타입을 제작했습니다.

<p>서비스 1번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>상담 전문가 및 진료진이 지역 현장에서 진료/상담을 제공하는 서비스로 국민수요충족에 활용성을 높이고, 정신건강 진료/상담의 접근성을 개선하고 국민의 정신건강에 대한 인식개선을 위한 찾아가는 정신건강 이동진료/상담차량 서비스</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>	<p>서비스 2번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>지역에서 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>
<p>서비스 3번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>	<p>서비스 4번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>
<p>서비스 5번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>	<p>서비스 6번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>
<p>서비스 7번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>	<p>서비스 8번 정신건강 이동진료 서비스 아이디어</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스</p> <p>정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>  <p>이 서비스는 정신건강 이동진료 및 상담차량 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것입니다.</p>

수요도 조사를 실시해 시범 프로그램 선정하기

병원 방문 고객과 직원들을 대상으로 최종 선정한 여덟 가지 서비스에 대한 수요도 조사를 실시했습니다.

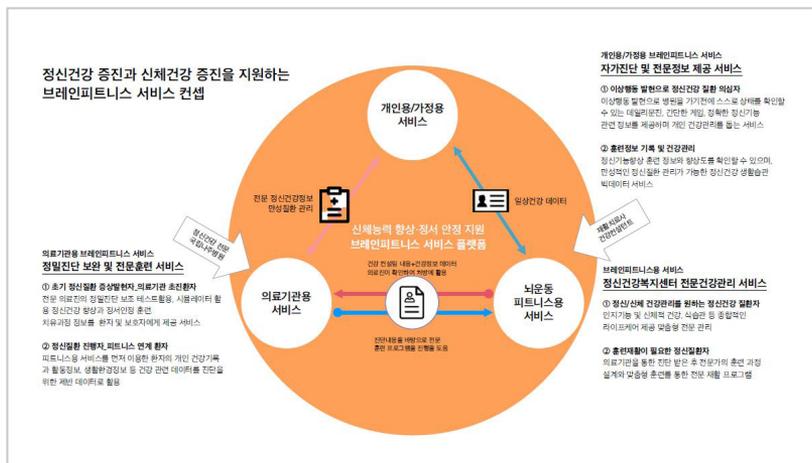


결과물

수요도 조사 결과를 반영한 시범 프로그램 선정

가장 많은 표를 받은 세 가지 서비스는 1) 신체와 정신집중을 돕는 브레인 피트니스, 2) 환자치료동행서비스, 3) 환자·가족 정기모임과 홈페이지 운영입니다.

신규 서비스 개발 콘셉트 제작: '브레인 피트니스'(예시)



치료 과정 전반에 걸친 서비스 통합 프로세스 구축

입원 전 단계부터 입원치료, 퇴원 후 외래 유지까지 치료 과정 전반에 걸친 통합 프로세스를 구축해 치료의 효과를 극대화하는 방안을 찾았습니다.

질병인식 단계	치료준비	병원치료 단계 입원중	퇴원준비	질병관리 단계
가족교육(공개강좌) 소셜활동 등, 입원전 단계 관련 준비사항을 위한 교육	가족교육(패러디안) 정신장애 환자(가족)에게 대상자 및 보호자를 위한 교육 제공 교육 내용 공유 불가	가족교육(패러디안) 대상자 및 환자(가족)에게 대상자 및 보호자를 위한 교육 제공 교육 내용 공유 불가	가족교육(패러디안) 대상자 및 환자(가족)에게 대상자 및 보호자를 위한 교육 제공 교육 내용 공유 불가	가족교육(공개강좌) 소셜활동 등, 퇴원 후 단계 관련 준비사항을 위한 교육
가족교육(패러디안) 대상자 및 환자(가족)에게 대상자 및 보호자를 위한 교육 제공 교육 내용 공유 불가	명의 외의 만남 대상자(환자)가 가진 질문 및 고민에 대한 이해와 인식의 차이를 통해 본인(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민을 해결할 수 있도록 돕는다	정신재활프로그램 정신장애(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민, 회복지원 및, 직업교육, 진로지원 등 다양한 정신재활프로그램을 통해	사회기술훈련	환자돌봄(회복) 상담담-탈퇴 대상자 개인별 상담 지원(가족)을 통해 대상자(환자)의 요구를 충족 시키는 프로그램
“명의 외의 만남” 대상자(환자)가 가진 질문 및 고민에 대한 이해와 인식의 차이를 통해 본인(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민을 해결할 수 있도록 돕는다	정신병동تهي 대상자(환자)가 가진 질문 및 고민에 대한 이해와 인식의 차이를 통해 본인(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민을 해결할 수 있도록 돕는다	회복지원 프로그램(IMR) 대상자(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민, 회복지원 및, 직업교육, 진로지원 등 다양한 정신재활 프로그램을 통해	지역사회시설 설명회 대상자(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민, 회복지원 및, 직업교육, 진로지원 등 다양한 정신재활 프로그램을 통해	방문타이 가족모임 대상자(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민, 회복지원 및, 직업교육, 진로지원 등 다양한 정신재활 프로그램을 통해
환자돌봄(회복) 상담담-환관	가족교육 매뉴얼	그룹(인지)행동치료	디일렉트	취업준비 프로그램 대상자(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민, 회복지원 및, 직업교육, 진로지원 등 다양한 정신재활 프로그램을 통해
마음건강수치외(선진)	동료치료동행서비스	직업치료	직업재활훈련 프로그램	취업준비 지원사업 연계 대상자(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민, 회복지원 및, 직업교육, 진로지원 등 다양한 정신재활 프로그램을 통해
정신건강 이송치료 및 상담자 운영서비스		정신건강 회복 한여름 1박2일		퇴원환자 자조모임 ‘희망샘’ 대상자(환자)의 개인적·사회적·심리적 고민, 회복지원 및, 직업교육, 진로지원 등 다양한 정신재활 프로그램을 통해
미아기 외자 ‘일해줄 수 있나요’ 서비스		운동프로그램(건강증진)		동료지원 양성과정
환자가족 모임 및 홈페이지 운영 서비스		환자, 가족, 치료진 1박2일 힐링캠프		가족간사 양성과정(Family-link)
		대상자 중심 인권강좌 P ‘세나바’		동료일상동행서비스
		이름다운 도서관(찾아가는 이동도서관)		환자가족 모임 및 홈페이지 운영 서비스
		심리극		관계회복을 돕는 요리체험 서비스
		동아리 활동		경제지원·노동력 운영 서비스
				신체·정신집중 프로그램

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<ul style="list-style-type: none"> · 기관 중심의 사업 기획·추진·평가 · 평가 과정에 국민평가 부재 · 1회성 회의나 행사에 참석하는 수준의 형식적인 의견 수렴 과정 	<ul style="list-style-type: none"> · 기관 주요 사업 준비 단계에서 국민 제안 과정과 국민 평가 반영 제도 개설 · 국민의 지속적인 참여를 독려하고 의견을 수렴하면서 국민의 목소리 적극 반영
<ul style="list-style-type: none"> · 수동적인 서비스 수요자(환자·가족) · 기관(공급자) 중심의 서비스 제공 · 환자 교육·훈련식(지시형) 접근 · 형식적 틀에 고정된 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> · 능동적인 서비스의 활용 주제 · 수요자가 주도할 수 있는 서비스 · 환자·가족 정서적(상담형) 접근 · 재미와 감동을 주는 프로그램
<ul style="list-style-type: none"> · 입원 단계 위주의 프로그램·서비스 개입 · 다양한 프로그램이 존재하지만, 치료 단계별 기준이 없어 선택적인 제공만 이루어짐 	<ul style="list-style-type: none"> · 입원 전 외래-입원-퇴원 후 외래, 각 단계별로 치료 지원책을 마련해 통합 프로세스 구축

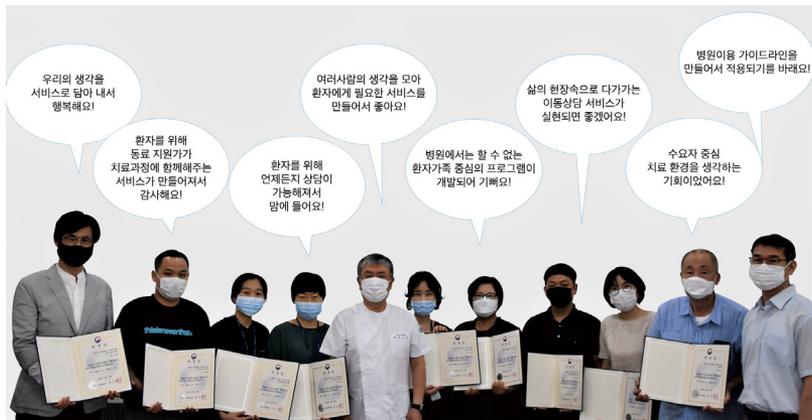
참여자 소감

우리는 국민디자인단을 운영하면서 정신장애인 당사자가 서비스의 주체가 되는 공공의료서비스의 혁신을 이루어 내려 했습니다. 국립기관으로서 사회적 약자의 인권을 더욱 존중하려는 이런 노력이 국민의 신뢰도를 높이고 정신병원에 대한 이미지 제고에 기여할 것이라 생각합니다. 또한 정신질환에 대한 편견 해소와 병원 이용률의 증가로도 이어질 수 있을 것으로 기대됩니다.

캐나다의 탈장 전문병원인 ‘솔다이스병원’의 사례를 이야기하고 싶습니다. 솔다이스병원의 사례가 흥미로운 지점은 사람들이 이 병원을 알게 된 경로가 주로 전에 다녀갔던 환자의 소개 또는 전문가나 지인의 소개라는 점입니다. 이 병원에서는 매해 병원 출신 환자들의 동창회가 열린다고 합니다. 입원 기간 동안 서로를 격려하고 위로하며, 충분히 알고 지낼 수 있는 시간을 가지며 환자 동아리 의식을 만들어 나갔기 때문에 가능한 일입니다.

우리 국립나주병원도 정신장애인이 더 이상 환자가 아닌, 우리와 함께 동행하는 이웃이자 지역사회 구성원으로서 그들이 스스로 회복 동기를 강화하고 사회 복귀를 위한 활동을 해 나갈 수 있도록 적극적으로 지원한다면 솔다이스병원처럼 언제든지 방문하고 싶은 병원, 치료받고 싶은 병원으로 거듭날 수 있지 않을까요? ‘지역사회와 함께하는 정신장애인 가족연대 강화’ 국민디자인단 활동을 하면서 우리 단원들은 아낌없이 서로를 응원하고 생각을 나누며 함께 미래에 대한 꿈을 꾸면서 진심으로 행복했습니다. 그리고 약속했습니다.

반드시 우리의 꿈을 현실에서 이루어 내자고!



같은 장소, 다른 추억. 메모리얼파크 100배 즐기기!

담당 공무원

이영애(과제 총괄), 유호중, 제지원(과제 실무와 디자이너)

국민 참여자

김현우, 박성준, 박민지, 서현민, 이가혜, 김나현(이상 녹색리더 청소년 단원)
변미영, 김은주, 변성석, 김영희, 안영희(이상 3050 일반시민 단원)
문수원, 김해창, 김승환, 박창희, 성동진, 이성근(이상 전문가 단원)



과거 쓰레기 매립장이었던 곳을 메모리얼파크로 조성한 이후 활용 방안을 크게 고민하지 않았기 때문에, 낙동강하구에코센터 주변으로만 방문객이 편중되고 있습니다. 국민디자인단 활동으로 관광객들의 을숙도철새공원 이용 패턴의 다변화를 꾀하고자 했습니다.

추진 배경

울속도 중앙부 메모리얼파크 활용 방안에 관한 고민

남북으로 긴 지형의 울속도 중심부에 위치한 메모리얼파크는 교통도 불편하고 울속도 방문객들에게 인지도가 낮은 곳입니다. 최근 코로나19 팬데믹 쇼크를 계기로 지속가능하고 건강한 비대면 관광지를 찾는 사람들이 많아지자 부산의 대표 생태관광지인 낙동강 하구와 울속도로 관심이 집중되고 있습니다.

울속도 최남단 탐방체험장으로 방문객을 유입시킬 방안 모색

메모리얼파크 주변의 생태자원을 찾아내고, 추억의 시설이나 장소를 복원하는 등의 사업을 추진해 즐길거리·볼거리·체험거리를 발굴할 필요가 있습니다. 낙동강 하구의 역사와 문화 등을 활용한 새로운 환경교육과 생태스포츠클럽을 접목해 포스트코로나시대를 대비한 선도적 하구생태교육도 개발해야 합니다.

새로운 문제 정의

참여자들이 수행한 세부 미션의 결과에 공감하고 의견을 공유하며 문제 발견

녹색리더 청소년 단원들은 울속도의 미래인 청소년만의 아이디어를 발산했습니다. 3050 일반 시민 단원들은 울속도의 주요 방문객인 일반 시민과 함께 문제가 무엇인지 정의했습니다. 그리고 전문가 단원들은 울속도의 과거·현재·미래의 가치와 국내외 선진적인 사례들을 공유하며 자문했습니다.

울속도철새공원 내 두 광장 비교 분석

구분	피크닉광장	메모리얼파크
접근성	에코센터 전시관 : 5분 거리 부산현대미술관 : 2분 거리 낙동강문화관 : 5분 거리 장애인스포츠센터 : 10분 거리	에코센터 전시관 : 20분 거리 탐방체험관 : 20분 거리
방문객	2019년 : 558,970명 가로: 월	자료 없음
볼거리 즐길거리	분홍쥐꼬리새, 가시연 대체 서식지, 생태그네, 전동카트	원두막 세 개, 계류장, 탐조대

2012년 친수휴식공간으로 조성할 당시 메모리얼파크의 역사 찾기

낙동강살리기1공구사업 설계도와 당시 관련 자료를 탐색한 결과, 산책로를 만들어 강변 산책과 자전거 투어가 가능하도록 했으며, 큰나무쉼터와 퍼걸러(pergola)를 설치해 숲속 휴게공간을 조성하고 다목적 광장을 설계했습니다. 또한 설계도면에 임시로 메모리얼파크라고 명시한 것이 지금의 명칭이 되었다는 사실도 확인할 수 있었습니다.



녹색리더 청소년 단원들과 3050 일반 시민 단원들은 현장을 방문해 수요자(방문객) 중심의 요구 사항을 파악했습니다.

1	쓰레기매립장, 분뇨처리장 등 무거운 주제를 공원에 투영해야 할까?
2	다른 공원과 유사한 시설(도서관, 자전거 타는 곳)이 꼭 있어야 할까?
3	을숙도공원 내 장소 선호도 분석 필요
4	메모리얼파크에 대한 논의뿐 아니라 을숙도공원의 비전과 아이덴티티 필요
5	메모리얼파크만의 자원과 생태적 의미가 없어 무엇을 보고 즐겨야 하는지 알 수 없음

수요자(방문객)가 무엇을 원하는지 각 그룹별로 활동한 결과를 공유하면서 문제점으로 도출된 질문에 대한 답을 함께 고민했습니다.

녹색리더(청소년 단원) '20.8.9.	3050(일반 시민 단원) '20.8.21.	전문가 단원 '20.8.26.

추진 내용

국민디자인단 활동 실적

구분	일자	주요 활동 내용
1단계 이해하기	1차 '20.8.9. (일)	<p>담당 공무원과 녹색리더 청소년 단원 참석</p> <ul style="list-style-type: none"> · 과제 내용 공유(사전에 메일 송부) · 과제 방향과 목표에 공감 · 메모리얼파크 현장 방문 · 차기 활동 일정 논의 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="696 573 948 729"> </div> <div data-bbox="957 573 1208 729"> </div> </div>
2단계 발견하기	2차 '20.8.21. (금)	<p>담당 공무원과 3050 일반시민 단원 참석</p> <ul style="list-style-type: none"> · 메모리얼파크 현장 방문 · 메모리얼파크 주변 인프라 탐색 · 현장의 수요자(방문객) 입장에서 느끼는 불편함 분석 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="696 967 948 1123"> </div> <div data-bbox="957 967 1208 1123"> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> </div>
3단계 정의하기	3차 '20.8.26. (수)	<p>담당 공무원과 전문가 단원 참석</p> <ul style="list-style-type: none"> · 다른 그룹에서 나온 의견 공감하기 · 현장의 수요자(방문객) 입장에서 느끼는 불편함 분석 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="696 1467 948 1624"> </div> <div data-bbox="957 1467 1208 1624"> </div> </div>

<p>3단계 정의하기</p>	<p>3차 '20.9.15. (화)</p>	<p>담당 공무원과 3050 일반시민 단원 참석</p> <ul style="list-style-type: none"> · 사용자 모델을 설정해 생태관광서비스 개발과 목표 수립  
<p>4단계 발전하기</p>	<p>4차 '20.8.24. (일)</p>	<p>담당 공무원과 녹색리더 청소년 단원 참석</p> <ul style="list-style-type: none"> · 다른 그룹에서 나온 의견에 공감하기 · 메모리얼파크 뿐만 아니라 을숙도공원의 전체적인 비전과 아이덴티티 찾기 

※ 4단계 이후 활동 : 사회적 거리두기 방침에 따라 일반시민과 전문가의 활동 연기

3050 일반 시민 단원과 함께 을숙도공원을 찾는 가상의 가족 구성원(사용자 모델)을 설정해 수요자 중심의 생태관광 서비스디자인 작업 진행

국민디자인단 3050 일반시민 단원
PEOPLE MAKE POLICY



이름 : 단이네가족
 구성원 : 아빠(41살), 엄마(40살), 딸(16살), 아들(9살)
 특징 : 주말에 종종 가족캠핑을 다니며,
 자연생태에 관심이 많은 아이들이 있다.
 초등학교인 아들이는 에코센터에서 진행되는
 생태체험을 참여하나, 중3인 딸아이는 재미가 없다.



	을숙도도착 (메모리얼파크 주차)	메모리얼파크 탐색	다른곳으로 이동
Good	넓다. 사람이 별로 없어서 좋다. 코로나시대에 맞는 거리두기 확보 가능 자가 없다.	시야가 좋어서 기분이 좋다. 매출이 뛰어나다 할 수 있어서 좋다. 을숙도 탐방 및 하이킹 코스로 좋다. 아이들과 자연을 관찰하는 자연학습장이라 좋다. 누워서 아무것도 안하고 쉴 수 있어서 좋다.	준비해 온 식사를 하고 간단한 운동하기 인근 다른 기관 방문(현대미술관) 하단으로 이동하여 영화관람 및 쇼핑 등 가능
Normal	높은 건물이나 조형물이 없다. 대중교통으로 이동 후 산책 가능 주차요금도 저렴하다	현대미술관 방문 후 칠새들의 소리를 들을 수 있다. 자연생태를 보고픈데 어디로가서 볼 뻔할지- 해설사는 어디에 있나?	엑코센터로 이동해서 전시실 구경 가능 멀지 않은 위치에 지하철역 및 쇼핑몰이 있다. 재미없어 하는 중학생 일대 현대미술관으로 이동
Bad	타워 주차장에 편히 주차할 수 있었으면 이정표가 없어서 불편하다 전체 한바퀴 돌고나면 끝이다 편의시설이 부족하다	어떤 활동을 해야할지 모르겠다. 메모리얼파크에 쓸 필요성을 못느낀다. 볼거리가 없다. 볼것도 없고 안내요원도 없고, 강에 빠질거 같다. 칠새들에게 직접 먹이를 줄 수 없다.	주변 시설물, 놀거리 등에 대한 정보가 없다. 중학생 말야가 혼자 이동하려는데 교통이 없다. 먹을거리가 없다. 도시락을 챙겨야하는 불편과 메모리얼파크를 나가서 먹고 돌아올 수도 없다.

코로나19 사태를 기점으로 사람들의 관광·여가·일상생활에 큰 변화가 찾아왔습니다. 이를 증명하듯 넓고 한적한 생태공원인 을숙도공원은 비대면 관광 트렌드와 함께 관심을 많이 받고 있습니다. 이런 점은 장점으로 꼽힙니다. 하지만 메모리얼파크는 대중교통으로 접근하기 어렵다는 지리적 단점과 도심 속 생태습지공원만의 볼거리·즐거거리가 별로 없어 다소 밋밋하다는 평가도 받습니다. 특히 사람들은 편의시설이 더 갖추어지길 바라고 있었고, 자연환경해설사 배치 등 메모리얼파크의 장점을 부각시킨 홍보와 생태관광 프로그램 개발이 더 되어서 많은 이들이 즐길 수 있는 생태공원으로 거듭나기를 원하고 있었습니다.



그룹별 활동 결과를 토대로 문제 해결 방안을 도출하고 서비스 실행 전략 수립

볼거리·즐길거리·체험거리가 없는 메모리얼파크는 향후 다양한 콘텐츠를 접목한 공간디자인이 가능한 곳으로 생태공원 활성화를 위한 사업 발굴 활동을 수행했습니다.



단계 ① 광장 내 보도블러 사이사이에 자란 잡초 제거를 통해 깨끗한 메모리얼파크 조성

단계 ② 미리 준비해 온 도시락을 SNS 인증샷을 위해 피크닉 바구니 대여

단계 ③ 자전거를 빌려 공원의 여유로움을 만끽하다 광장에서의 버스킹 공연 관람

④ 그들이 부족한 메모리얼파크에 아치형 생태그늘막 설치 **중장기**

⑤ 몽키 클라이밍 등과 같은 생태체험존 구성 **중장기**

단계 ④ 메모리얼파크의 옛날과 현재를 다양한 공모전을 통해 선정된 작품을 바닥에 그리기

⑦ 업사이클링 또는 미니어처 작품설치를 통해 볼거리 마련 **중장기**

단계 ⑤ 남단 탐방체험장 및 탐조대 등을 이어주고 설명해주는 해설사 배치

⑧ 울속도 대표 캐릭터와 굿즈 개발을 통한 생태관광 스토리텔링 필요 **중장기**

참고자료 ▼

① 울속도 쓰레기매립지였던 곳을 굴착해 터널로 만들어 경주 신라 천마총과 같은 형태의 생활쓰레기 박물관 또는 리사이클 아트갤러리 조성

② 울속도 내 이동동선 개선 필요, 보행동선 연구 및 쉼터 지 도보 투어 등 코스별 의미부여 필요 → **걸고싶은부산과 같은 시민단체와 협업가능**

③ 법적규제 상 안내판 설치가 어렵다면 QR코드로 정보 제공

④ 울속도 내 유관기관과의 협업 필요 → **2020 생태관광사업으로 실행**

⑤ 차폐식재의 답답함으로 걷는 즐거움 방해, 자연풍경 감상 저하

⑥ 울속도 최남단에 위치한 탐방체험장에 복카페 설치

⑦ 울속도의 아이덴티티를 담은 메모리얼파크 명칭 변경 고민

* 울속도의 역사성을 강조하고 생태교육 현장이라는 장소의 의미를 뛰어넘을 수 있는 녹색리더(청소년) 단원의 참신한 아이디어를 바탕으로 콘텐츠를 만들어 내기 위해 국민디자인 단계 변경을 진행했습니다.

3050 일반 시민 단원들은 자녀를 둔 부모 입장에서 스스로 찾아보는 생태교육, 교육청과 연계한 진로탐색 콘텐츠 등을 요구했고, 전문가 그룹에서는 혐오시설을 천혜의 철새 도래지에 두었던 과거를 반성하고 성찰하는 의미를 담은 콘텐츠를 제시했습니다.

결과물

중단된 국민디자인단 활동 재개와 메모리얼파크 활성화 사업 추진

국제관광도시에 걸맞는 생태관광 로드맵 작성을 추진했습니다. 최종 수립된 사업 아이템의 우선순위를 정하기 위해 대국민 설문조사를 실시했고, 웹사이트와 SNS 등을 지속적으로 활용할 예정입니다. 향후 공모사업과 구상사업 등을 추진할 수 있는 신규사업을 탐색하고 실현가능한 콘텐츠 구현을 위해 지속적인 자료 수집과 선진지 방문을 추진할 것입니다.

2021년도 시정협치사업과 연계하여 국민디자인단 지속 운영

이번 국민디자인단 활동으로 공감대를 형성한 생태교육의 확대를 위해 시정협치 사업을 수행할 예정입니다. 추진 주체는 부산시 낙동강하구에코센터이며, 2020 국민디자인단, 에코커뮤니티, 생태환경교육 관련 시민단체 등이 협력기관으로 참여합니다. 포스트코로나시대에 대비해 생태스포츠를 접목한 하구생태 융합교육을 개발하고 운영 매뉴얼을 만들고 시범 운영하는 일을 추진할 예정입니다(소요 예산 1억3300만원).

- 하구생태 융합교육 개발을 위한 다양한 분야의 전문가·시민단체·일반시민 커뮤니티 조성(2020 국민디자인단원 중 일부가 계속 활동할 예정)
- 민간단체(사회적기업)와 컨소시엄을 구성해 비대면·소규모 활동 중심의 주제별·대상별 융합교육 개발과 매뉴얼 구축
- 메모리얼파크 주변 즐길거리·볼거리 확대(1·2매립지 사이 옛 나무다리 복원 등)
- 부산을 대표하는 도심 속 생태관광지 을숙도공원 홍보 추진

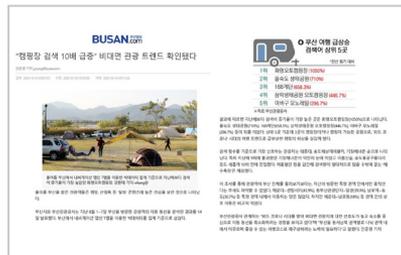
국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
관 주도 생태관광 활성화 콘텐츠 개발의 한계	다양한 직군의 단원들이 활동하면서 생태관광 최신 트렌드(요구 사항) 수렴 '아이디어뱅크인 청소년 단원 + 자녀를 둔 부모의 입장에서 본 생태관광 · 생태 교육 + 전문가 단원의 학문적 가이드'를 통합한 결과 도출(예정)
메모리얼파크는 단순 주차장 역할이 전부인 친수휴식공간으로 인식되고 있었음	다양한 즐길거리 · 볼거리 · 체험거리를 만들기 위한 콘텐츠 실현을 목표로 사업 구상과 예산 확보 노력
잊힌 을숙도의 역사	을숙도 역사 아카이브를 구축해 스토리텔링 작업

참여자 소감

올해 초에 국민디자인단 과제 수행 계획이 없었는데, 6월부터 뒤늦게 기획해서 7월 초 컨설팅을 시작으로 단원을 모집하고 홍보를 진행했습니다. 자발적인 활동 의사를 보여 준 국민디자인단원을 포함해 추천을 받아 흔쾌히 활동에 참여해 준 단원도 있었습니다. 과제는 시작했지만 예산이 없어 서비스디자이너를 섭외할 수 없어 이 과제를 어떻게 끌고 나아가 할지 고민이 아주 많았습니다. 어쨌든 과제는 시작되었고, 단원들의 열띤 토론과 문제 제기, 아이디어 발산 등 과정이 진행될 때마다 흥미가 차츰 생겨났고 한 걸음 한 걸음 결과를 향해 나아갔습니다. 하지만 코로나19로 인한 사회적 거리두기 단계 상향으로 활동이 중단되어야 할 상황이 찾아오며 또 한 번 고비를 맞게 되었습니다. 중간 단계 정도 진행한 결과를 바탕으로 성과보고서를 작성해야 한다는 사실은 과제담당자를 좌절하게 만들었지만, 각 그룹별로 새로운 생태교육 개발의 필요성을 공감하면서 부산시정협치사업 공모에 도전하여 선정되었을 때는 무척 기뻐했습니다. 올해보다 많이 확보된 예산을 가지고 내년에 국민디자인 과제를 본격적으로 시작할 예정입니다. 벌써부터 머릿속으로 많은 기획을 하고, 함께 논의할 사항을 정리하며, 생각지도 못한 방향으로 흘러갈 여러 사람들과의 즐거운 만남을 기대하고 있습니다. 작은 돌

하나가 큰 파장을 일으키듯 올해 국민디자인 과제는 여러 파장을 남기며 보람 있는 결과를 낳았습니다. 2020년 10월 15일자 <부산일보>에 “캠핑장 검색 10배 급증, 비대면 관광 트렌드 확인됐다”라는 기사가 실렸습니다. 전년 대비 검색 증가율을 보인 관광지 유형 중 을숙도생태공원이 710%로 2위에 올랐다는 내용이 있을 정도로 을숙도가 많은 국민들의 주목을 받았습니다. 이번 국민디자인단 활동이 변화하는 관광 트렌드에 발맞춘 시의적절한 움직임이었다고 자부하며, 답을 얻을 수 있는 소중한 자리였다고 생각합니다.



코로나도 비켜 가는 언택트 숲해설! 함께해 보실래요?

담당 공무원 노민희, 이종훈, 송영훈, 백명옥, 이지현
서비스디자이너 이종휘(크레타입)
국민 참여자 우병건, 이해숙, 윤석원, 최은숙



코로나19 유행 이후 사회적 거리두기 강화로 자연에서 이루어지는 실외 활동이 증가했습니다. 이런 분위기에서 휴양림 방문객이 증가하고 있고 감염병 확산에 대한 우려도 높아지고 있습니다. 사람들이 휴양림을 많이 찾고 있지만 휴양림의 천편 일률적인 숲해설 프로그램에 대한 고객만족도는 낮은 상황입니다. 그래서 다양한 체험 콘텐츠에 기반한 흥미로운 숲해설, 감염병으로부터 안전한 숲해설 프로그램을 개발하고자 했습니다.

추진 배경

코로나19로부터 안전한 체험 위주의 비대면 숲해설 프로그램 제공의 필요성

2020년 초부터 대한민국을 휩쓴 코로나19 유행은 국민들을 실내보다는 실외로, 사람이 많은 다중 이용시설보다는 사람이 없고 한적한 자연으로 가게 했습니다. 그래서 국립자연휴양림의 7월 가동률은 82%, 이용자수는 45만7000명으로 작년 대비 각각 14%, 20% 증가했고, 이렇게 늘어난 고객들에게 코로나19로부터 안전한 산림휴양서비스를 제공하기 위해 기존의 숲해설 제공 방법에 변화를 줄 필요가 있었습니다. 또한 전부터 지속적으로 제기되었던 불편일률적인 숲해설 제공 방식, 고객 개인의 흥미도나 관심사는 고려하지 않고 나무와 식생에 대한 해설만 들려주는 기존의 숲해설에도 변화를 주어, 고객들이 직접 체험하고 해결하며 성취감과 소속감을 느낄 수 있는 방식으로 서비스 방향 전환이 요구되고 있습니다.

새로운 문제 정의

기존 숲해설의 문제점 도출과 개선 방향 구축을 위한 단계별 서비스디자인 실시

문제점 도출

우선 숲해설의 고객만족도가 낮은 이유를 파악하고, 현재까지의 경험을 바탕으로 어떤 문제점들이 있는지 파악하는 시간을 가졌습니다. 구체적으로 기존 숲해설의 문제점을 포스트잇에 기록하고, 이것을 주제별로 구분해 가장 많이 나온 의견 순으로 해결 우선순위를 정했습니다.

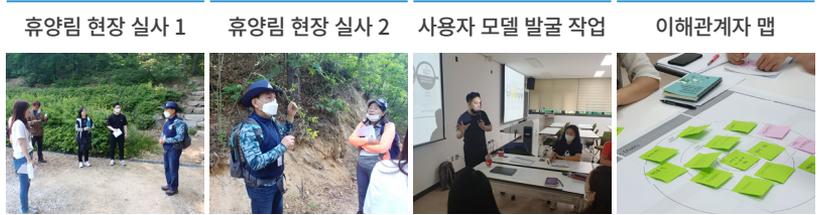
* 분석 결과, ① 숲해설 홍보, ② 숲해설가 역량 부족, ③ 단순한 숲해설 콘텐츠, ④ 야외에서만 진행되는 수업, ⑤ 숲해설 진행의 단방향성 순으로 해결순위가 도출되었습니다.

현장 실사

상당산성과 운장산휴양림을 대상으로 숲해설이 실제로 어떻게 이루어지고 있으며, 숲해설 전·중·후 과정에 걸쳐 개선되어야 할 점이 무엇인지 파악하는 시간을 가졌습니다. 또한 숲해설가들과 내부 직원을 대상으로 숲해설 운영에 관한 심층 인터뷰를 진행해 유아를 동반한 젊은 부부(4인 가족)가 숲해설의 주 고객층이라는 사실을 파악할 수 있었습니다.

* 숲해설 전에 발생할 수 있는 문제점으로 소요시간과 코스 설명 등 사전 정보 전달 시간과 홍보의 부재와 아이스 브레이킹이 필요하다는 의견이 있었습니다. 숲해설을 진행할 때는 집중도 향상을 위한 보완재 도입, 단조로운 해설 위주의 진행 지양, 참여자의 계층과 연령을 고려한 해설 등을

요구하는 사람이 많았습니다. 숲해설 프로그램이 끝난 후에는 기억에 남을 만한 체험 요소, 즉 기념품 제공이나 만들기 체험 등이 없다는 점이 문제점으로 꼽혔습니다.



서비스 목표

데스크 리서치와 두 번의 현장 실사를 진행한 후 발견한 기존 숲해설의 문제점을 바탕으로 서비스 목표를 수립하고자 했습니다. 우선 숲해설 프로그램 공급과 수요를 대표하는 가상의 인물을 설정하고 이들의 숲해설 여정을 살펴볼 필요가 있었습니다. ‘나이가 어린 자녀를 둔 가정’과 ‘경험이 별로 없는 숲해설가’를 각각 사용자 모델로 지정하고, 시공간에 따른 수요자와 공급자의 경험과 감정을 도표로 시각화한 후, 서비스 목표를 수립할 수 있었습니다.

사용자 모델 개발

피소나 A 나이가 어린 자녀를 둔 가정

“자연을 감상할 수 있는 시간이 되었으면 좋겠습니다”

니킥(질문어) / 씨에 / 사용자
가끔 숲에, 주말에 남편, 초등학생 자녀와, 미취학아동 1명, 직, 주말마다 방문 친구 / 할머니, 아들, 고대, 실용대학생
겨 추 지, 복수충도(상)

원하는 것

- 부모 없이 둘다 꾸민다는 시간이 부담
- 디퓨저도 숲해설 체험을 제공
- 숲해설 시간의 선점권이 필요하다
- 행사(탄생)가 운영할 때에도 '특성'을 알고 싶음
- '직업'에서 배우는 숲해설 체험할 수 있는 '콘텐츠'가 있으면

불편한 것

- 숲해설 장비 보기가 힘들
- 숲해설 시 야외에서 이루어짐
- 시간에 제한되어 있어 이용자가 힘들
- 스카프 제거가 어렵다(눈, 햇빛, 열, 구름, 바람 등)
- '실용' 시간으로 보면 '고대' 있는 곳 없어서 불편

피소나 B 미숙한 숲 해설가

“오늘 하루 무사히 보냈으면 좋겠습니다”

나미숙 아 / 씨에 / 숲해설가
가족 관계, 퇴직 남편, 직장 차녀 2
성: 직, 보수적, 수동적, 재직, 태교, 긍정적 / 관심사: 무수, 재능, 재능
겨 추 지: 휴가당, 일간지(사건) 시작 이후, 가운찬 곳

원하는 것

- 숲해설 장비 대여가 있으면
- 기형 물품은 기본 장비 있으면
- 사전에 장비 대여가 가능
- 숲해설 신청서 작성 방법 안내가 있으면
- 두근거리는 자리에 대해 숲 관련 정보를 전달해 주시면

불편한 것

- 자차 숲에 대여할 수 없다면
- 준비(이) 힘들다(차지) 자정이 없으면 어떻게 하나
- 숲해설 신청서 작성 방법 안내가 있으면
- 자차의 동행에 대해서 안내가 있으면
- 행사의 예약 신청할 때나 오는 직감

사용자 모델 기반 고객 여정 맵

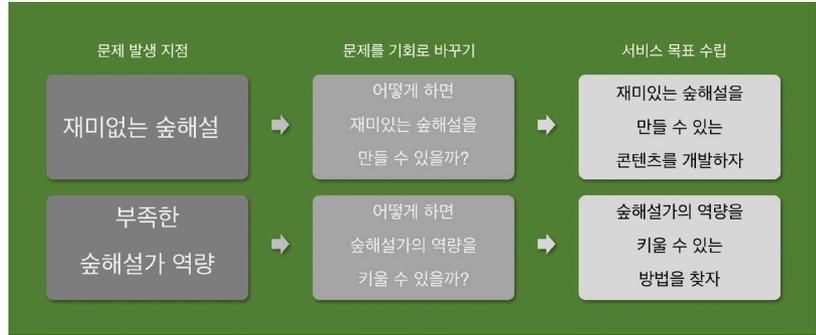
대표 수요자 고객여정맵

1. 여정	수요자 경험 전	수요자 경험 중	수요자 경험 후
1. 예약	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간
2. 현장	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간
3. 운영	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간

대표 공급자 고객여정맵

1. 여정	수요자 경험 전	수요자 경험 중	수요자 경험 후
1. 예약	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간
2. 현장	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간
3. 운영	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간	예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간, 예약할 수 있는 시간

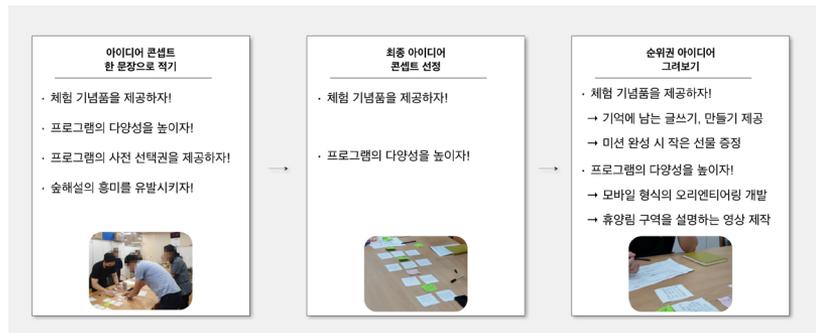
새로운 목표 수립



추진 내용

서비스목표의 세부 추진 전략을 수립하기 위해 국민디자인단 참여자들이 다양한 아이디어를 발굴해 냈고(90여 개), 상위 아이디어를 대상으로 그림과 도표 등을 활용해 실행 방안을 구체화시킬 수 있는 아이디어 스케치 작업을 실시했습니다. 그 결과, 모바일 어플리케이션을 활용한 비대면 형식의 오리엔티어링 프로그램, 휴양림 내 특정 구역에서 동작을 따라해 보게 하고 체험을 유도하는 영상 제공 같은 체험 위주 콘텐츠를 발굴했습니다. 또한 휴양림에 대한 소속감을 높이고 기억에 남을 만한 기념품을 제공하는 방안을 최종 콘셉트로 정했습니다.

브레인 라이팅 과정



여기에 국민디자인단 활동 초기부터 지속적으로 제기되어 온 ‘숲해설 홍보’ 개선 방안을 포함하여, 최종 세 건의 아이디어가 최종 성과물로 선정되었습니다.

모바일 기반의 가족 단위 오리엔티어링 프로그램 개발

나무나 식생 등에 한정된 단순한 해설 위주의 진행에서 벗어나, 직접 만지고 해결할 수 있는 체험 위주의 숲해설 콘텐츠를 제작하고자 했습니다. 이에 주제별로 구분된 숲해설 코스를 선택하고, 모바일 애플리케이션에 있는 지도와 좌표를 활용하여 각 코스별로 제공되는 각종 미션과 퀴즈들을 해결하며, 모든 활동을 끝냈을 때 이를 증빙하는 이수증과 숲해설 목공예 키트를 제공한다는 내용의 콘텐츠를 개발했습니다. 해당 프로그램은 숲해설가 주도의 대규모 해설이 아닌 가족 단위 소규모 숲해설 체험 프로그램으로, 코로나19 감염 확산을 최소화 할 수 있고, 성수기와 주말에 집중된 숲해설 수요를 분산시킬 수 있다는 장점이 있어 시범 운영을 해 본 후, 전국 휴양림을 대상으로 점차 확대해 나갈 예정입니다.

모바일 오리엔티어링 프로그램 스토리보드



QR코드와 연계한 숲해설 참여 영상 제작

휴양림 내 산책로와 등산로는 밤을 먹고 소화를 시키거나 풀벌레 소리, 바람 소리 등 자연을 만끽하기 위해 많은 사람들이 방문하는 장소입니다. 그래서 휴양림은 사시사철 고객이 원할 때 숲해설을 들을 수 있도록 해당 장소와 시설에 변화를 주고자 했습니다. 또한 산책로별로 특정 장소마다 그 인근의 식생을 해설하고 간단한 체험을 해 볼 수 있는 숲해설 영상을 제작했습니다. 숲해설 진행과 관련한 다양한 이미지와 톡톡 튀는 해설 자막을 삽입해 영상의 이해도를 높였고, 이를 QR코드와 연계시켜 모바일 기기만 가지고 있다면 시공간의 제약 없이 언제든지 숲해설을 들을 수 있도록 했습니다. 해당 영상들은 42개 휴양림이 가지고 있는 식생과 지형 특성을 반영하여 확대·제작될 예정이며, 특정 시기에 집중된 숲해설

수요를 분산시켜 고객의 이용 편의성을 높여 줄 뿐만 아니라, 내부 직원들의 업무 피로도도 낮추고 업무 효율성도 높이는 데 큰 기여를 할 것이라 기대하고 있습니다.

국·공·사립 자연휴양림 통합 예약 플랫폼(숲나들e) 내 숲해설 소개란 구축

국민디자인단을 진행하며 지속적으로 문제가 제기되었던 ‘열악한 숲해설 정보 접근성’을 개선하기 위해 국·공·사립 자연휴양림 통합 예약 사이트인 숲나들e에 숲해설 전용 소개란을 만들었습니다. 여기에서 휴양림별로 운영하고 있는 숲해설 프로그램의 종류와 예약 방법, 예약 장소, 진행 시간 등 숲해설 관련 모든 정보를 간편하게 확인할 수 있습니다. 현재는 숲속 체험 프로그램, 비대면 프로그램, 생태 공예 프로그램 소개란을 만들고 있으며, 숲속음악회나 숲속영화제 등 휴양림 별 기획 프로그램 소개란도 추가로 만들 예정입니다. 또한 42개 국립 휴양림을 대상으로 시범 운영을 해 보고 정보 접근성과 이용 편리성 등 성과 분석을 한 후에 국·공·사립 자연휴양림으로 확대해 시행할 예정입니다.

결과물

모바일 기반의 가족 단위 오리엔티어링 프로그램

모바일 애플리케이션에 적합한 지도·좌표·미션·퀴즈 콘텐츠를 이용해 수요자가 주도적으로 숲해설에 참여하고, 참여 후에 이수증과 체험 키트를 받아 가는 오리엔티어링 기반의 숲해설 프로그램입니다.

모바일 오리엔티어링 프로그램 참여 방법

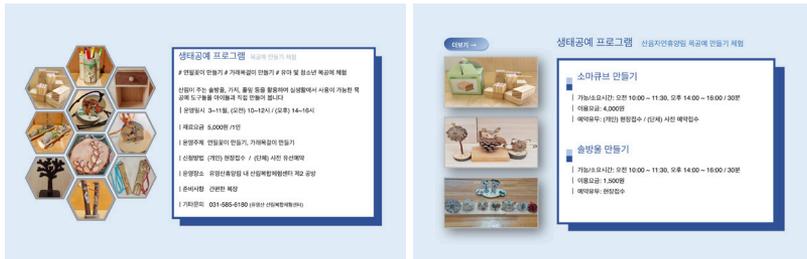
게임 소개	가족 단위 팀 구성과 게임 참여 방법(모바일 앱 설치, 좌표 기반 지도 이용 방법, QR코드 스캔 방법 등), 안전교육과 준수 사항 사전 설명
코스 선택	주제별로 구분한 코스를 스토리텔링 방식으로 설명하고, 코스를 팀별로 자율 선택하게 함
체험하기	모바일 지도와 좌표를 활용하여 지정된 코스로 이동한 후, QR코드를 스캔하여 미션과 퀴즈 맞추기 수행. 이후 구간별로 목공예품 만들기용 부품 획득
마무리	프로그램 종료 후 모바일 이수증과 목공예품 제작 키트 제공

* 목공예품의 경우 구간별로 획득한 부품과 제공되는 설명서를 가지고 참가자가 스스로 제작

모바일 오리엔티어링 프로그램 참여 방법 개요



생태공예 프로그램



QR코드와 연계한 숲해설 참여 영상

휴양림 특정 구역 안의 식생과 지형을 설명하고 간단한 체험을 유도하는 숲해설 영상을 제작했습니다. 해설 이해도와 접근성을 높이기 위해 다양한 보조 이미지와 한글·영문의 자막도 삽입했습니다. 또한 이를 QR코드와 연동시켜 시공간의 제약 없이 언제든지 숲해설을 즐길 수 있는 기반을 마련했습니다.

QR코드 기반 숲해설 영상



숲나들e 홈페이지 내 숲해설 소개란 구축

국·공·사립 자연휴양림 통합 예약이 가능한 숲나들e 홈페이지에서 휴양림별 숲해설 프로그램 종류, 진행 시간, 진행 장소, 예약 방법 등 숲해설 관련 정보를 한번에 볼 수 있도록 해서 고객의 정보 접근성과 이용 편리성이 월등히 좋아졌습니다.

숲나들e 내 숲해설 소개란 예시



비대면 프로그램 숲속 탐험, 너 해봤니?

가족 모바일 오리엔티어링 # 숲속 미션 수행 # 퀴즈 풀고 상품 양자!

모바일 나침반과 지도를 활용하여 구역별 미션 및 퀴즈를 풀고, 다양한 코스별 기념품을 획득할 수 있는 가족단위 산림 체험 프로그램

| 운영일시 3~11월, (오전) 10~12시 / (오후) 14~16시

| 모집정원 최소 1명 ~ 최대 100명 / 단체 가능

| 신청방법 참가 하루 전까지 방문예약 or 유선신청 or 웹 신청

| 모임장소 유령산휴양림 내 산림복합체험센터 제1 교방

| 준비사항 간편한 복장, 물, 미션 수행 의지

| 기타문의 031-585-6180 (유령산 산림복합체험센터)

[더보기 →](#)

숲 속 탐험, 너 해봤니? 대관령자연휴양림 숲속 모바일 오리엔티어링



프로그램 소개

모바일 오리엔티어링이란 참가자들이 모바일 상의 나침반과 지도를 활용하여 방향을 결정하고 지도 상의 구역을 찾아가 미션 및 퀴즈를 완료 후 돌아오는 체험형 숲해설입니다. 또한 모든 미션을 완료 시 가족 이수증 및 목공예KIT가 제공됩니다.

진행순서

1. (개입소개) 가족단위 팀 구성 및 게임 참여 방법(맵 설치, 지도 보기 등), 안전교육, 준수사항 등을 사전에 교육합니다.
2. (코스선택) 주제별로 나뉘어진 코스를 스토리텔링 방식으로 설명하고, 팀별로 코스를 선택 후 출발합니다.
3. (체험하기) 모바일 지도 및 좌표를 활용하여 지정된 코스로 이동 후 QR코드 스캔을 통해 미션, 퀴즈를 수행합니다.
4. (마무리) 코스별 모든 미션 및 퀴즈를 완료 시 가족사진이 담긴 이수증 및 목공예 KIT를 제공합니다.

주의사항

1. 자연을 수집 시 뱀이나 벌 등의 독충에 쓰이지 않도록 합니다.
2. 식물 채집 시 확인되지 않은 식물은 맛을 보지 않도록 합니다.
3. 정해진 구역을 벗어나지 않도록 합니다.

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<p>단순 해설 위주 진행이라 숲해설 몰입도와 흥미도가 떨어짐 산림문화 체험 만족도 저하</p>	<p>가족 단위 체험형 콘텐츠와 체험 유도 영상을 제작해 수요자의 자기 주도적 참여를 독려하고 몰입도를 높임</p>
<p>· 숲해설의 대면 진행은 감염병 전파 위험이 있기 때문에 사회적 거리두기 단계 격상에 따라 숲해설 운영에 제약이 있음(1단계 운영 가능, 1.5단계 30인 미만 운영 가능, 2~2.5단계 20인 미만 운영 가능)</p>	<p>· 숲해설가 개입을 최소화한 프로그램 을 제공해, 내외부 감염병 전파 가능성을 최소화 함 · 수요자 개인별 자기 주도형 숲해설 진행으로 안전하고 지속적인 숲해설이 가능해짐</p>
<p>숲해설 종류, 예약 방법, 진행 시간 등 관련 정보 사전 안내와 홍보 미흡</p>	<p>휴양림별 숲해설 콘텐츠를 실시간으로 제공해 수요자의 정보 접근성과 현장의 업무 효율성을 높임</p>

참여자 소감

국민디자인단 활동으로 도출한 정책과 일반 정책의 가장 큰 차이점은 국민 의견을 충분히 수렴한다는 사실입니다. 정책 기획 단계부터 서비스 수요자이며 제3자의 관점에서 의견을 낼 수 있는 국민이 함께 참여한다면 핵심 수요를 명확히 반영한, 활용도가 높은 정책이 나올 가능성이 높습니다. 처음에 내부적으로 숲해설 만족도가 낮은 이유를 분석했을 때는 프로그램 자체의 문제라기보다 숲해설가들의 역량에 문제가 있다고 파악했고, 이를 해결하기 위한 방향으로 접근하려고 했습니다. 직원들을 대상으로 교육을 강화하고, 업무 인수인계 사항을 계약서에 명시하며, 직원 평가 체계를 구축하는 인력 중심의 해결 방안이 그것이었습니다. 하지만 국민디자인단을 운영하면서 기존의 해결 방법이 그리 효과적이지 못할 것이라는 생각을 많이 하게 되었습니다. 국민들이 정말로 원하는 숲해설은 직접 만지고 체험하며 휴양림에서 겪었던 기억들을 간직할 수 있는, 다양하고 흥미로운 콘텐츠라는 사실을 깨달았습니다. 그래서 인력 중심의 개선 방향을 모바일 기반의 오리엔티어링 프로그램과 QR코드 기반 숲해설 영상 제작 같은 체험 콘텐츠로

변경했습니다. 또한 내부 의견만을 중심으로 진행했다면 ‘아이디어 도출 - 정책 기획 - 시범 운영 - 피드백 - 개선’의 과정에 몇 달이 걸렸겠지만, 아이디어 도출 단계부터 국민들의 피드백을 받으며 진행한 국민디자인단은 국민 욕구에 부합하는 성과물을 짧은 기간 안에 효과적으로 도출할 수 있었습니다.

다른 팀들도 비슷했겠지만, 국민디자인단을 운영하는 동안 코로나19 사태가 악화되어 사회적 거리두기가 강화된 적이 종종 있었습니다. 회의 전 열 체크는 물론이고, 회의를 진행하는 내내 마스크를 끼고 있어야 했고, 말을 많이 해야 하는 회의인 만큼 디자이너를 비롯한 단원들이 상당히 힘들어 했던 기억이 납니다. 또한 전부터 예정되어 있던 회의를 몇 주 동안 미루기도 했었고, 입장 제한으로 몇몇 국민디자인단원들이 참석하지 못해 많은 의견을 수렴하지 못했다는 아쉬움이 남습니다. 다음 국민디자인단은 이러한 어려움을 사전에 감안해 활동 기간을 충분히 잡고, 대면회의 외에 각종 영상회의 플랫폼을 활용하여 감염병 피해 없이 정책 발전을 위한 많은 의견을 나눌 수 있었으면 합니다.

어린이 · 교육



아이들이 꿈꾸고 만드는 행복학교

담당 공무원 김현정 팀장(교육정책팀장), 최혁준 주무관(교육지원과)
서비스디자이너 김경인(브이아이랜드)
국민 참여자 학생(301명), 교사(104명), 학부모(111명), 공공건축가(23명)



‘공간이 아이를 바꾼다’라는 정책적 발상 아래 학교 복도, 후미진 뒤뜰, 텃빈 로비, 독서실형 도서관을 수요자인 학생들이 제안·설계하고 전문가의 도움을 받아 놀이와 학습, 문화와 예술이 함께하는 카페형 공간으로 바꾸었습니다.

추진 배경

학교는 인성을 갖춘 창의인재를 양성해야 하는 공간입니다. 하지만 우리의 학교는 폐쇄적이고 경직된 사각구조의 공간이 대부분으로, 감옥이나 군대와 다르지 않습니다. 이러한 공간에서 공동체의식을 가진 창의적 인재가 만들어질 수 없다는 문제의식에서 ‘행복학교’는 시작되었습니다.

새로운 문제 정의

학교 공간의 문제점

국가의 미래인재를 양성하는 학교는 가장 앞서가고, 먼저 투자해야 할 사회간접 자본입니다. 하지만 현실은 가장 늦게 변하는 후진적 공간입니다. 특히 군대·병원·감옥과 다름없이 창틀·문·건물까지 대부분 천편일률적인 사각형으로 구성되어 창의성을 높이고 감성을 자극하는 교육환경이 되지 못하고 있습니다.

사업 방식의 문제점

기존의 학교 지원사업은 학교의 자율성에 중점을 두어 예산의 범위 내에서 1/n 방식으로 예산을 지급하고 있으며, 사업은 시설이 얼마나 노후되었는지, 얼마나 학교에 긴급한 사안인지, 예산 규모에 맞는지를 고려해 행정주체의 판단에 따라 일방적으로 진행되어 막상 실제 사용자인 학생들의 의견이 반영될 기회가 거의 없습니다.

추진 내용

‘행복학교’ 국민디자인단 활동

1. 설명회 - 디자인단 공모	2. 교육 - 현장조사	3. 선정 - 디자인단 구성
구청 매년 3월 초순	구청→학교 3월 중순	구청, 학교 4월 초
4. 디자인단 교육과 조사	5. 제안·설계	6. 시공·감리
학교(전문가) 4월 중순	디자인단 4월 하순	학교, 디자인단 4~11월

국민디자인단 설명회와 현장조사

사업의 취지를 이해하는 학생과 학부모 등으로 구성된 TF팀을 지도할 선생님들에게 설명회를 개최해 협력을 유도했습니다. 공모에 참여한 학교를 대상으로 설문과 현장 조사를 실시해 사업대상지를 선정했습니다.



국민 요구 발견하기

선정된 학교에서는 실제 사용하게 될 학생들이 변화를 원하는 장소를 선정하고 설문조사와 현장조사를 실시했습니다. 그리고 사례 분석과 벤치마킹 등을 진행해 원하는 시설과 디자인을 제안하여 서로의 의견을 모아 갔습니다. 학생을 대상으로 운영되는 공간의 분위기와 상황을 조사하고, 우리 학교 생각지도 그리기, 문제점과 개선 사항을 발굴하기 위한 워크숍 활동도 진행했습니다.

학생 참여 활동: 고객 여정 맵 작성



아이디어 발전

학생과 교사를 대상으로 공간별 감성언어와 색상 선정을 위한 워크숍을 진행해 공간 모형에 직접 그려 보면서 프로토타입 만들기 과정을 진행했습니다. 학생들은 교사와 학부모의 도움을 받아 의견을 종합하여 원하는 공간에 관한 구체적인 디자인과 색상 등을 직접 그려서 초안을 만들었습니다.



행정 절차와 방식의 변화

기존에는 보수가 필요한 학교에서 예산 지원을 요청하는 방식으로 진행되었지만, 이번 사업의 경우는 사업설명회를 진행한 후 학교 공모 방식으로 바꾸었습니다. 사업설명회를 열어 각 학교의 장과 행정실장 등을 대상으로 설명회를 개최하고 학부모·교사·학생을 구성원으로 하는 국민디자인단을 구성했습니다. 이들은 현장조사를 거쳐 디자인단을 발표하고 의견과 디자인 초안 등을 제안하는 활동을 했습니다. 마지막으로 경관 총괄기획가·공공건축가 심사와 설계를 진행했고, 책임시공과 평가를 거쳐 참여에 인센티브를 부여하는 방식을 도입했습니다.

결과물

학생들은 자신의 말이나 그림으로 표현한 것들이 전문가에게 전달되어 실제 시공이 가능한 디자인과 설계로 완성되고, 현실에서 구현되는 것을 보고 신기해 했습니다. 본인들의 노력으로 만들어진 시설이기 때문에 아이들은 학교에 대한 자부심도 가질 수 있습니다.

강솔초등학교 유희공간 개선 전·후



묘곡초등학교 로비 개선 전·후



천호중학교 도서관 개선 전·후



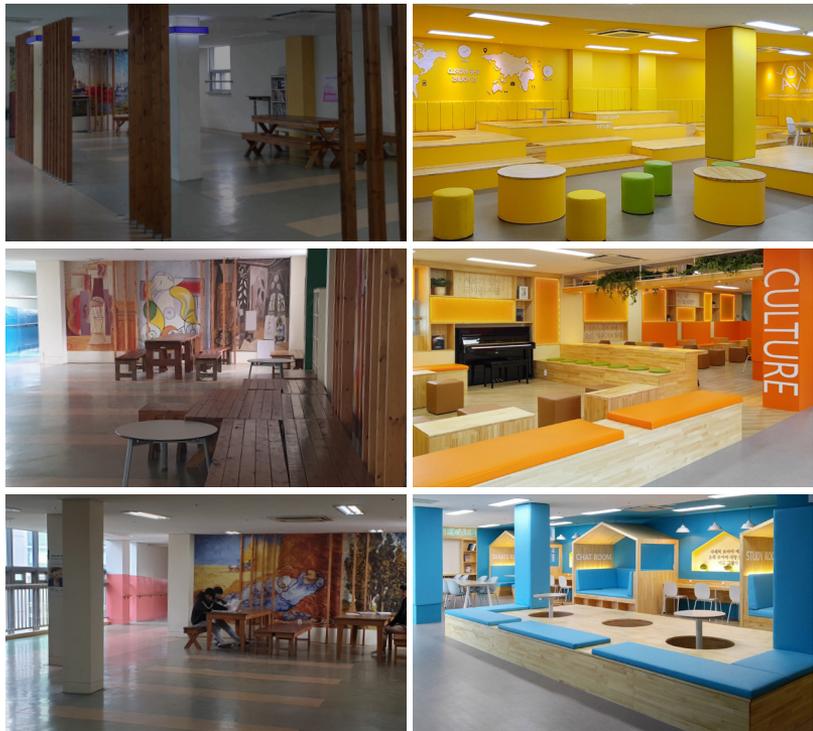
강명초등학교 중앙홀 개선 전·후



한영중학교 도서관 개선 전·후



선사고등학교는 덩그러니 놓여 있던 2~4층의 로비를 신개념 공유공간으로 만들어 학생과 학부모로부터 극찬을 받았습니다.



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<p>행정 주체의 주도로 신속하게 사업을 진행할 수는 있으나, 활용도와 만족도가 낮음</p>	<p>활용도와 만족도가 높아지며, 공동체 의식과 자긍심도 강화되지만, 기관과 주체의 협의 시간이 길어 신속한 진행이 쉽지 않음</p>

추진과제 성과

학교명	디렉터	국민디자인 참여				개선 내용
		계	학생	교사	학부모	
강명초	이주영	20	12	4	4	중앙 현관과 교사동 공간 개선
한영중		10	16	2	2	도서관과 중앙 현관 공간 개선
한산초		19	12	4	3	중앙 현관 공간 개선
고일초		16	10	3	3	건물 간 연결통로 공간 개선
강솔초	송상환	21	16	2	3	외부 연결통로 공간 개선
천호중		14	6	6	2	도서관과 교사동 색채디자인
선사고		14	6	3	5	2·3·4층 홈페이지 공간 개선
명덕초		19	12	3	4	야외 체험학습관 공간 개선
강동중	조민석	11	6	2	3	도서관 공간 개선
강명중		11	6	2	3	4층 로비와 교사동 공간 개선
한산중		13	8	3	2	도서관 공간 개선
동북중		11	6	3	2	중앙 현관 공간 개선
묘곡초	이재관	20	12	4	4	복도와 교사동 공간 개선
성내초		18	10	2	6	도서관 공간 개선
고덕중		10	6	2	2	도서관 공간 개선
강덕고		19	12	4	3	도서관 중앙홀 공간 개선
상일여고	마영준	12	6	3	3	도서관 공간 개선
성일초		18	12	3	3	암석원 등 외부공간 개선
천일중		11	6	3	2	교사동 등 외부공간 개선
명일초		20	10	4	6	도서관 공간 개선
성덕여중	조희화	12	6	3	3	교사동 내부와 외장 색채디자인
천일초	이석현	16	9	4	3	교사동 내부 등 공간 개선
고현초	박근만	20	10	4	6	1층 중앙 현관 공간 개설행
대명초		21	12	3	6	씨름장 등 체육시설 개선
선린초	홍규선	18	12	3	3	도서관 공간 개선
강동초		14	8	3	3	도서관 공간 개선
명일중	김재윤	12	6	3	3	예절실 공간 개선
배재중	유재근	10	6	2	2	도서관 공간 개선
배재고		12	8	2	2	도서관 공간 개선
명일여고	임근풍	10	6	2	2	자율학습실 공간 개선
상일미디어고		14	8	3	3	도서관과 휴게실 공간 개선

‘행복학교’ 사업 이후 변화된 것들

강동구 청소년 상담의 61%가 교우관계 등 자신이 처한 환경에서 오는 어려움을 호소하는 경우입니다. ‘행복학교’ 사업이 진행된 이후 학교폭력운영위 개최 건수가 고덕중학교 50%, 천호중학교 60%로 감소했습니다. 천호중학교의 도서 대출(이용)율의 경우 135%나 증가했습니다. 자살예방센터의 통계에 의하면 청소년 자살 건수도 4건에서 0건으로 줄었으며, 청소년 범죄건수도 446건에서 428건으로 6% 감소했습니다.

참여자 소감

순수한 초등·중학생들은 만남과 놀이, 학습의 공간을 직접 조사하고 설계하는 과정을 경험하며 학교를 스스로 만들어 간다는 생각을 갖게 되었고, 자신들의 희망 사항이 반영되어 개선된 공간에 대해 큰 자부심을 갖게 되었습니다. 전공을 고민하던 어떤 고등학생들은 본인들이 직접 벤치마킹을 해 원하는 공간을 만드는 과정을 경험하며 건축가나 디자이너의 꿈을 갖게 되었다고 고백을 하기도 했습니다. 이렇게 국민디자인 활동이 체험형 교육의 역할을 할 수 있었습니다.

교사와 서무부장님 들의 경우 디자인단 구성과 운영에 부담을 느껴 사업 초기에는 참여하는 것을 꺼렸습니다. 하지만 전문가의 도움으로 수업을 진행하면서 사업 만족도가 높아지게 되었고, 학교의 모습을 새롭게 인식하는 계기가 되었다고 평가했습니다.

학생들의 요구에 따라 전문가들이 설계한 공간 구조나 색체에 대해 교장선생님이나 미술교사들이 반대하는 경우도 발생해 설득하는 과정에 어려움을 겪는 경우도 있었습니다. 오랫동안 전통적인 학교 운영에 익숙한 선생님의 경우 ‘학교는 내가 전문가다’라는 의식이 고착화되어 있어 새로운 접근을 하려는 요즘 세대의 문화를 이해하는 데 거부감이 있었던 것 같습니다. 하지만 전문가들의 노력과 이미 진행된 학교들의 사례를 보면서 국민디자인단 사업을 호의적으로 생각하기 시작했습니다.

추진 배경

스쿨존 ‘민식이법’ 통과에도 불구하고 여전히 불안감 상존

사회적으로 큰 주목을 받았던 ‘민식이법’ 통과 이후 어린이 교통사고에 대한 처벌은 강화되었지만, 실질적인 어린이 보호 조치는 부족한 상황입니다(어린이 보호구역 내 사고 발생 건수 25건, 서울시 2위). 현장에 처벌 강화를 위한 불법 주정차·과속·신호위반 등 단속 위주의 CCTV만 설치되어 학부모들은 여전히 불안감을 호소하고 있습니다.

‘어린이 시각’에서 바라본 수요자 중심의 서비스 제공 미흡

여러 지자체에서 어린이 안전을 위한 스마트 횡단보도 등 스마트 도시 서비스를 확대하고 있지만, 다양한 유형의 보행 환경 특성이 반영되어 있지 못합니다. 어린이의 시각에서 접근하는 서비스디자인 관점이 부족해 차량보다 보행자(어린이)에게 경고를 해 주는 서비스 모델이 만들어지지 않고 있습니다.

스마트 보행안전 시설물이 자치단체별로 무분별하게 도입되고 있어 실효성 의문

기존에 설치된 신호등과 과속카메라 등의 신호를 받아 사물인터넷 기술과 융합해 이용할 수 있는 새로운 교통안전 서비스 모델이 필요합니다.

새로운 문제 정의

국민디자인단(학부모·어린이·전문가)을 운영해 어린이의 관점에서 사용자 경험 중심의 서비스디자인(에스노그래피) 추진



단편적 의견 수렴 방식을 넘어서 수요자의 숨은 요구 발견

관이 주도하는 단순 시설 설치 위주의 기존 사업방식의 변화

관이 주도하는 단순 시설 설치 위주의 사업방식이 바뀌어야 한다고 보았습니다. 그래서 실제로 해당 통학로를 이용하는 어린이와 불안한 마음으로 통학시키는 학부모의 의견을 청취하고 관찰하여 수요자의 숨은 요구를 파악했습니다. 어린이의 눈높이에서 어린이가 직접 학교 주변의 문제점을 파악하는 국민디자인단을 운영했습니다.

AS - IS	TO - BE
수요자의 눈높이를 고려하지 않은 단속 위주의 관 주도 시설물 설치	수요자 중심의 국민디자인 활동을 진행해 교통안전 문제 도출
수요자의 잠재적 욕구 파악 없이 진행하여 안전 확보의 실효성 의문	수요자(어린이와 학부모)의 주요 통학 경로를 관찰하고 설문조사를 실시해 대상지의 문제를 파악하고 잠재 수요를 예측해 교통안전정책에 반영

수요자 관점의 교통안전 문제를 파악하기 위해 어린이가 직접 통학로 바디캠 촬영을 진행했고, 설문조사도 실시했습니다. 또한 학부모 디자인단(학부모·보행지도사·운전자 등) 인터뷰를 실시해 보행환경을 관찰하는 일도 진행했습니다.

학부모·보행지도자 인터뷰와 설문조사



스쿨존 안에서 일어날 수 있는 교통안전 문제를 공유하여(대표 모델 3개소) 학교별 특성, 차량의 흐름, 통학로 등의 문제점을 구분한 후에 해결방안을 도출했습니다.

구분	학교 위치별 세 가지 모델	모델별 문제점 상이
시도로 (은평초등학교)		<ul style="list-style-type: none"> · 시도로는 비교적 넓은 도로이나 불법주정차 등이 빈번하게 발생 · 보행구간의 안전시설물 부족 · 스마트 횡단보도 기술 적용 미흡
이면도로 (녹번초등학교)		<ul style="list-style-type: none"> · 과속 차량 문제와 학교 통학로 신호등 시설물 부족 · 보행구간의 안전시설물 부족 · 스마트 횡단보도 기술 적용 미흡
주택가 골목길 (대조초등학교)		<ul style="list-style-type: none"> · 보도·차도 미분리로 사고 위험 · 과속 방지턱 없음 · 골목길 진입 시 운전자 순간 상황 판단 저하 가능 · 스마트 횡단보도 기술 적용 미흡

추진 내용

어린이의 시각으로 학교 주변 상황 관련 데이터를 확보해 지도 작성

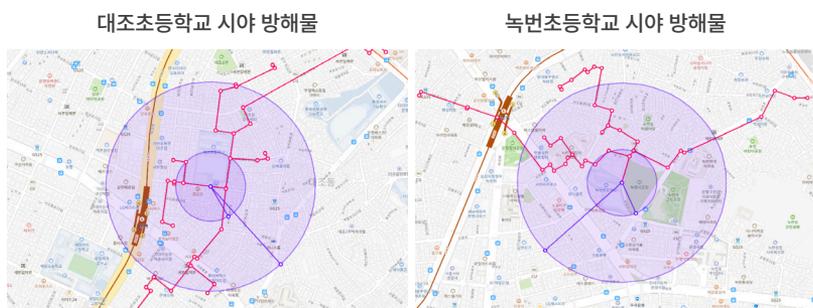
유형별 사고 요인에 관한 데이터를 분석해 시야 방해물을 파악하는 조사를 실시했습니다. 세 개 초등학교(녹번·대조·역촌초등학교) 1~3학년 학생 24명이 참여하여 직접 구글글래스와 바디캠을 착용하고 촬영한 방해물 데이터(5시간 55분의



* 구글글래스와 바디캠을 착용한 어린이의 시각으로 통학로 교통안전 데이터 확보

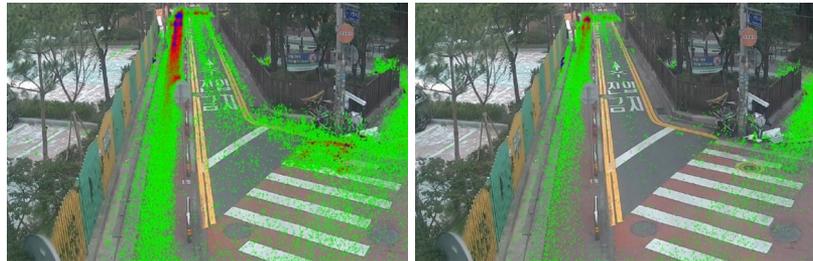
영상)를 분석했습니다. 그 결과 도로와 도로가 연결되는 위치에 존재하는 시야 방해물(코너 등에 있는 방해물)은 어린이들의 안전을 크게 위협하는 것으로 나타났습니다.

건물 같은 것 때문에 1차적으로 시야가 좁아져 있는 상태에서 방해물이 있는 경우, 반대편 쪽의 시야를 확보하기 매우 어렵다는 사실 등 다양한 시야 방해물 사례를 발견할 수 있었습니다.



초등학교 주변 CCTV 데이터를 분석하여 어린이 보행 패턴 분석

어린이(좌)와 어른(우)의 하교 시간 이동 동선 히트맵



학교 주변에 설치한 여덟 대의 카메라로 2개월간 총 1만5470개 객체가 담긴 4093장의 학습 이미지 데이터를 확보하고, 이 데이터를 AI 머신러닝으로 분석했습니다. 어린이의 보행 패턴은 성인과 다릅니다. 보행을 할 때 주의력이 부족한 어린이들은 횡단도보가 아닌 차로로 이동하거나 보도를 벗어나는 보행 패턴을 보여 줍니다. 대규모의 예산 투입 없이 기존 CCTV를 활용하여 보행자(성인과 어린이), 차량, 보행자 동선과 패턴 등을 추출해 보행자와 차량 모두에게 접근 위험 경보를 주어 교통사고를 예방할 수 있는 교통안전 서비스가 충분히 가능합니다. 안전한 어린이 통학로를 만들기 위해 수집한 데이터는 학교별 특성, 도로 형태, 통학로 경로, 교통안전 시설물 등 통학로의 특성에 따라 맞춤형 교통안전 대책을 마련하기 위한 기반이 됩니다.

학교 유형별 문제점 파악과 아이디어 도출을 위한 국민디자인 활동

학부모·보행지도사 인터뷰와 설문조사를 실시했습니다.



국민디자인단 서비스 방법론을 적용했습니다.



미션 수행을 유도해 어린이가 생각하는 교통 문제가 무엇인지 파악했습니다.



ICT기술을 활용한 사례별 교통문제 해결 방법을 학부모·어린이와 공유했습니다. 어른 눈높이의 행정 추진이 아닌 어린이 눈높이의 학교별 분석 데이터를 기준으로 과제를 추진했습니다. 일반 시설물과 스마트 첨단시설물을 융합한 어린이 교통 안전 방지대책이 요구됩니다.



일반 교통안전 시설물을 설치할 때 학교별 지역 특성 고려



어린이들은 무의식적으로 보도를 벗어나는 보행 패턴을 보여 주고 있기 때문에 이 문제를 해결하기 위해 일반통행 구간에도 차도와 보도를 구분해 안전펜스를 설치하는 방안을 제시했습니다. 또한 기존에 설치된 일반 교통안전 시설물을 체계적 관리하고, 학교별 의견을 반영한 일반 시설물을 정비(방해 가로수 제거, 시각화, 차도 도색, 과속방지턱 등)할 것을 요구했습니다. 국민디자인단은 일반 교통안전 시설물을 설치할 때 차량 위주의 설치가 아닌 보행자 위주의 정책 방향 전환을 요청했습니다.

ICT 기술을 활용한 교통안전 시설물



음성안내 보조장치 시스템을 설치해 어린이가 무단횡단을 할 경우 경보방송을 송출해 현재 등·하교시간 녹색어머니회의 신호 안내 보조 역할을 할 수 있도록 했습니다. 또한 야간 신호등 점멸이 어린이 교통안전을 위협하고 있기 때문에 사람을 감지하면 인공지능 신호등으로 자동 변경되는 시스템을 설치해 야간에 어린이 교통사고가 일어나는 것을 막고자 했습니다. 횡단보도에 지능형 CCTV를 설치하고 스마트도시 통합관제센터와 연계하여 스마트 교통시설물을 24시간 실시간으로 모니터링할 수 있도록 체계를 구축했습니다.

결과물

어린이의 시각으로 분석한 인공지능(AI) 데이터

어린이들은 등하굣길에 평균 15.4초마다 57.4개의 보행 시야방해물과 마주치고 있습니다. 특히 불법 주정차 차량(45.8%), 벽(24.5%), 기둥(12.5%) 등의 순으로 많았습니다. 어린이들은 보행을 할 때 주의력이 부족해 횡단보도가 아닌 차로로 이동하거나 보도를 벗어나는 보행 패턴을 보여 주고 있습니다.

어린이 눈높이의 옐로카펫과 LED 교통안전 표지 설치(30개소 설치 완료)

추후 기존 어린이보호구역 75개소 이외에 신규 추가 구역을 지정할 때 국민디자인단 서비스디자인 활동 결과를 반영할 예정입니다. 어린이보호구역 75개소와 초등학교 주변 안전을 위해, 학교별 다양한 환경에 맞게, 어린이들의 생각을 적용한 교통안전 시설물을 설치했습니다.



BEFORE	AFTER
<p>다양한 보행환경을 고려하지 않은 서비스 추진으로 효과 낮음</p>	<p>수요자의 통학로를 다양한 방법으로 관찰하여 통학로별 실효성 있는 교통안전 시설물 설치</p>

보행신호 음성안내 보조장치, 바닥 신호등, 지능형 CCTV 구축

초등학교 주변의 위험한 어린이 통학로 횡단보도에 ICT 기술을 융·복합한 스마트 횡단보도를 설치해 어린이 교통사고를 예방하고자 했습니다. 횡단보도 22개소에 60대를 설치했으며, 보행신호 음성안내 보조장치 등도 마련했습니다.



BEFORE	AFTER
<p>교통안전 시설물과 IoT센서가 융합되지 않아 효과 낮음</p>	<p>기존 시설물과 사물인터넷을 융합하여 지속가능한 안전 서비스를 제공하고 관련 데이터를 분석해 사고 예측</p>

참여자 소감

데이터를 분석해 31개 초등학교 통학로 유형별(시도로, 이면도로, 주택가 골목길)로 적용하여 옐로카펫, 사인블럭, 보행신호 음성안내, 신호등 자동제어, 바닥 신호등, 사고영상 감지 등 다양한 교통안전 서비스를 설치했습니다. 앞으로 시설물 교통행정과와 협업하고 스마트도시 통합관제센터와 연계하여 스마트 교통시설물을 24시간 실시간 모니터링할 수 있는 체계를 구축할 예정입니다.



우리 마을 쓰레기를 부탁해

기후위기, 마을에서 시작하는 지속가능한 삶

담당 공무원 김영희, 이윤미, 이인복, 조찬우, 장미화, 임이화
서비스디자이너 이다현, 박현미
국민 참여자 이병도, 이양규, 조민경, 송미옥, 김규희, 서점숙,
조경준, 김은지, 조찬희, 허종석, 구재규



기후변화 위기에 직면한 요즘, 주민 스스로가 지역의 생활문제를 발견하고 해결책을 모색하는 과정을 경험하며 쓰레기 문제에 관한 주민의 수요를 정확히 파악해 지역에 적합한 문제해결 방안을 마련하고자 했습니다. 시범마을을 지정하여 운영한 후, 그 방법을 서천군 전역으로 확대할 예정입니다.

추진 배경

국민 설문조사 결과, 쓰레기 문제 해결이 현안과제로

서천군에서는 지역의 현안과제를 선정하기 위해 주민자치위원회 75명이 모여 원탁 회의를 개최했습니다. 회의를 거쳐 30개 과제를 선정했는데, 분야별로 환경이 31%로 가장 많았으며, 교통 25%, 복지 19% 등의 순으로 나타났습니다. 이 중 상위 10개 과제에 관해 서천군민 전체를 대상(1896명)으로 온오프라인 설문조사를 진행했습니다. 설문조사 결과, 환경 44%, 복지 26%, 교통 18% 등의 순으로 집계 되었습니다. 많은 군민들이 가장 시급히 해결해야 할 과제로 쓰레기 문제를 꼽고 있다는 사실이 드러났습니다. 그래서 쓰레기 문제를 해결해 쾌적한 주거환경을 조성하고 싶은 주민 수요를 반영한 정책 개발을 추진했습니다.

새로운 문제 정의

다양한 의견 지표를 구성해 수용자 중심의 쓰레기 문제 발견

주민들은 쓰레기 수거 횟수보다 수거와 배출방법에 관한 정보를 더 필요로 했습니다. 그리고 개인 쓰레기보다 마을 쓰레기 처리에 관한 요구가 컸으며, 쓰레기 소각에 대한 문제의식과 고통 주민들의 쓰레기 처리 지원이 필요하다는 사실에 공감하고 있었습니다.

주민자치위원회 원탁회의



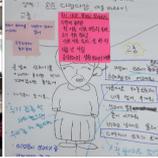
주민 설문조사



국민디자인단 로드맵

주제 선정 의제발굴 주민원탁회의 주민선호도 조사	팀 구성 공무원 4, 서비스디자인사 2 주민참여자 8	이해하기 팀 워크숍 활동 원칙 & 계획 수립	주민인식조사 시범 지역 선정(마산면) 주민인식조사	이해관계자 분석 디자인단 워크숍 이해관계자 분석 및 경원관찰 & FGI 계획
2019.9~10	2019. 12	2019. 12	2020.2~5	2020.5.27



경험관찰 웨딩 & 한 장소에서 관찰 마산면 소재 4개 마을	FGI 주민자치회, 자원순환센터 장형은수, 환경보호과 이장단협의회	문제정의 대표인물, 수요자 어정맵 서비스 목표 수립	서비스 컨셉 주민원탁회의 아이디어션 & 서비스 컨셉 도출	전략수립 디자인단 워크숍 실행전략 수립
2020. 6	2020.6	2020.6.29	2020.7.14	2020.8.10
				
시범시행 준비 마을 시범시행을 위한 실무추진단 구성	시범마을 주민설명회 갈금미방 설치를 위한 주민 의견수렴 및 안내	공동체 프로그램 1 마을 쓰레기 관리를 위한 주민워크숍	공동체 프로그램 2,3 환경교육 및 마을환경가꾸기 실천	평가 및 환류 시범마을 성과공유회 디자인단 평가회의
2020.8	2020.9	2020. 9	2020.10~11	2020. 12

추진 내용

국민디자인단 구성과 운영, 수요자 중심의 과제 선정

주민자치위원 의제 발굴 원탁회의, 군민 설문조사 등을 진행해 과제 선정 단계부터 군민 공감대를 형성하려 했습니다. 이런 과정을 거쳐 과제를 선정했고 국민디자인단을 구성했습니다. 또한 시범마을 인근 지역주민을 대상으로 쓰레기 처리 실태에 관한 설문조사와 현장조사(120명), 관찰과 인터뷰(12회), 사업설명회(3회), 국민디자인단 회의와 워크숍(10회)을 실시했습니다. 관 주도 방식의 정책 결정이 아니라 주민 주도 방식으로 문제점을 도출해 내고 문제해결 방안과 정책을 시행했습니다.

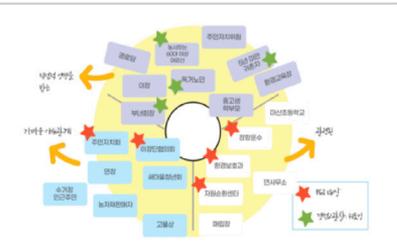
국민 요구 발견하기

마을 주민 설문조사와 마을 현장조사 결과를 분석해 이슈를 발견했으며, 이해관계자를 분석하고 심층 관찰 조사를 실시해 주민 요구를 찾아냈습니다.

마을 현장 조사



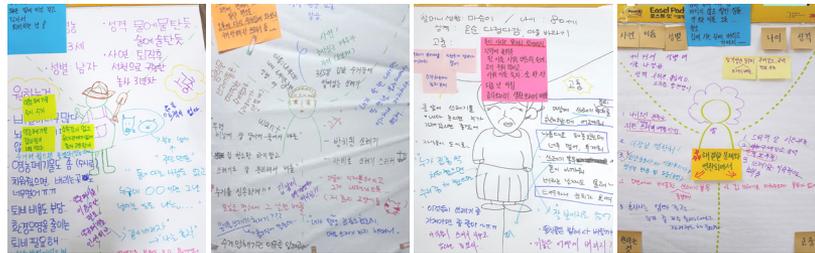
이해관계자 맵



실질적인 문제 정의하기

사용자 모델을 설정하고 고객 여정 맵을 만들어 마을 쓰레기 분리배출 시설 미흡, 쓰레기 관련 정책과 정보 부족, 마을 쓰레기 수거 장소 관리 소홀, 명확한 분리배출 기준 마련, 노인에게 친화적이지 않은 분리배출 환경 등 실질적인 문제를 정의하고 6대 서비스 목표를 수립했습니다.

네 가지 사용자 모델 설정하기



6대 서비스 목표

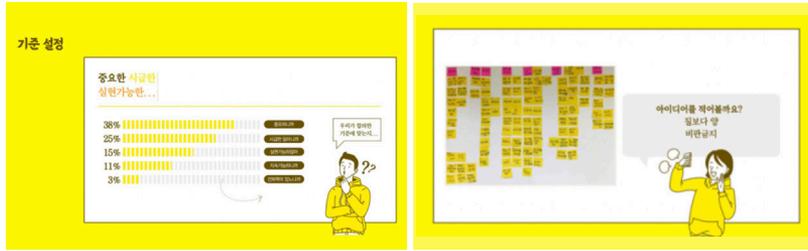
쓰레기 분리배출을 위한 기초적인 환경조건 마련	마을 공동문제 해결을 통한 마을자치력 강화	지속가능하고 실효성 있는 환경교육
쓰레기 관련 정보에 대한 접근성 향상	노약자를 위한 유연한 서비스 적용	영농폐기물 수거체계 마련

아이디어 발전시키기

마산면 4개 리 이장·부녀회장·청년회장·주민, 마산면 주민자치위원 40명이 모여 주민 원탁회의를 진행했습니다. 이 자리에서 정보를 공유하고 의견을 수렴하면서 아이디어를 수집했습니다. 또한 ‘우리 마을 쓰레기를 부탁해’ 국민디자인단 활동 과정에 관한 안내, 서비스 목표 설명과 주민 의견 수렴, 질의응답, 아이디어 수집과 소감 나누기를 진행했습니다.



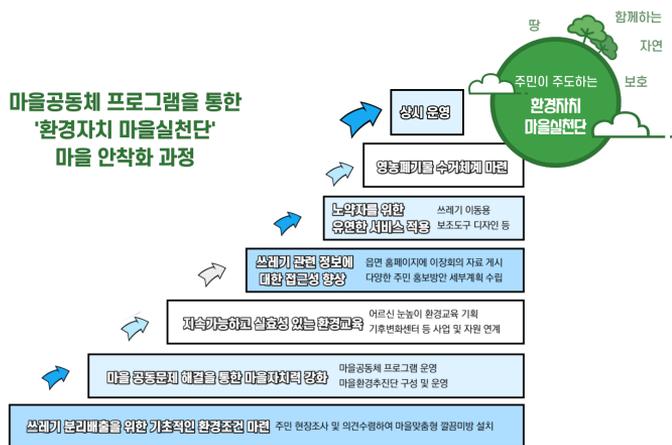
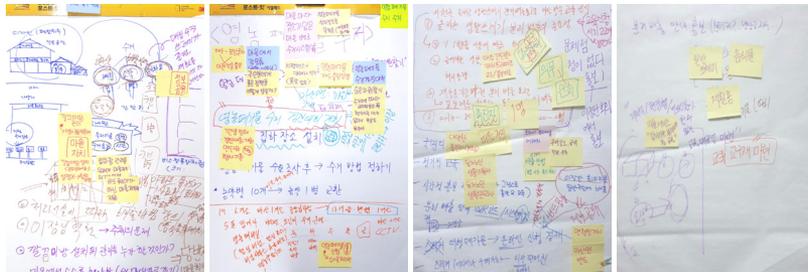
아이디어 워크숍 진행 자료



‘우리 마을 쓰레기를 부탁해’ 추진 전략과 계획 수립

도출된 다양한 아이디어를 그룹별로 나누고, 최종 선정된 아이디어를 시각화하여, 서비스 시나리오를 완성했습니다.

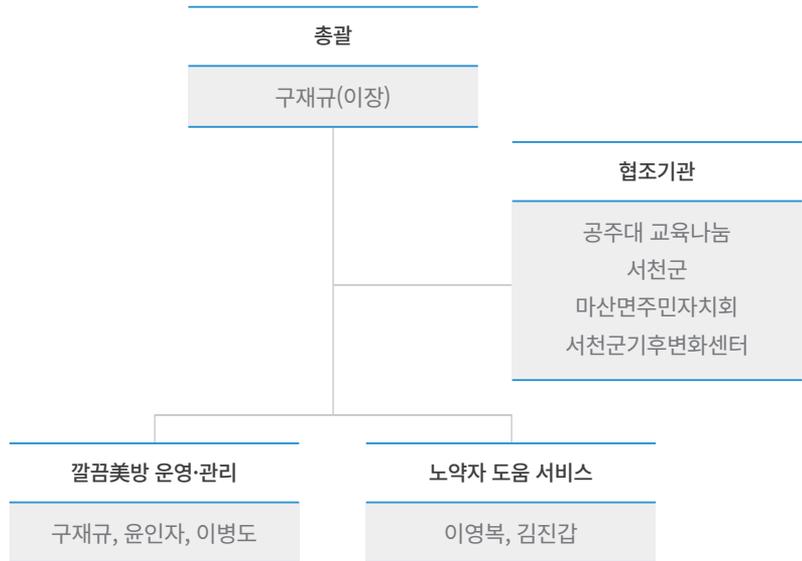
아이데이션 보드



결과물

시범마을 선정과 마을 환경자치 마을 실천단 구성

쓰레기 불법 소각과 무단투기 등의 문제를 해결하고자 먼저 서천군 마산면 갈물 마을을 시범마을로 선정하고, 사업의 실행력을 높이기 위해 마을 단위 환경자치 실천단을 구성했습니다.



시범마을 주민 공론회(마을주민 합의 과정 지원)

환경자치마을을 실천 5대 약속을 정하고, 시범마을인 마산면 갈물마을 환경 개선을 위한 주민 역할 분장을 실시했습니다. 또한 마을 실천 5대 약속 선포식을 개최하고 주민에게 홍보물을 배포했습니다.

가정용 '쓰레기 분리배출 안내'	마을회관 게시용 '5대 약속'
<p>A5 자석안내판</p> <p>다-쓰레기 분리배출 안내</p> <p>01 일반쓰레기 <input checked="" type="checkbox"/> 빨간색 종량제 봉투</p> <p>02 재활용품 <input checked="" type="checkbox"/> 내용물을 깨끗이 비우고 <input checked="" type="checkbox"/> 갈음미(뽕방이 종류)별로 구분하여 배출</p> <p>03 영농폐기물 <input checked="" type="checkbox"/> 마을 담당자에게 연락 배출일과 장소가 정해지면 지정된 장소에 배출</p> <p>우리 마을 환경 우리가 지켜요</p>	<p>환경자치 마을 실천 5대 약속 지키기</p> <p>01 우리마을 쓰레기 배출 요양을</p> <p>02 우리마을 쓰레기 배출 방법을</p> <p>03 우리 마을 환경의 날은</p> <p>04 우리마을은 쓰레기 불법 소각 및 투기를 하지 않습니다.</p> <p>05 마을 삼척 5대 약속을 지키니다.</p>

쓰레기 분리배출을 위한 깔끔美방 설치(1개소)

마산면 갈물마을에는 그동안 쓰레기 공동집하시설이 없어 쓰레기 불법 소각과 무단투기가 이루어지고 있었습니다. 그래서 무엇보다 쓰레기 분리배출 시설이 필요했기 때문에 주민 협의를 거쳐 깔끔美방 1개소를 설치했습니다.

기존	변경
<p>각 가정에서 쓰레기를 소각하거나 매립했고, 재활용품의 경우 고물상에 넘겨 주는 형태로 운영</p>	<p>깔끔美방을 설치해 공동수거가 가능하도록 개선했으며, 다른 지역 깔끔美방 디자인을 보완(종량제봉투 배출 공간 확대와 들짐승 접근 차단)해 설치함</p>

주민 눈높이에 맞는 환경교육

서천군기후변화센터와 연계하여 분리배출 체험 등 교구를 활용한 주민 눈높이에 맞춘 환경교육을 실시했습니다. 각 가정에서 쓰레기 분리배출을 생활화할 수 있도록 분리배출 바구니 등의 물품도 지원했습니다.



쓰레기 문제 인식을 위한 주민자치회 환경분과 신설

환경교육을 실시해 마을 주민을 지속가능한 마을 환경활동가로 만든다는 목표로 마산면 주민자치회에 환경분과를 신설했습니다. 또한 주민자치회와 국민디자인단의 협업으로 마을 주민이 주도하는 쓰레기 처리 매뉴얼을 만들어 제작·배포할 계획입니다.

서천군 전역 확대를 위한 부서 간 협업 행정 업무협약 체결

우선 마산면 갈물마을을 시범마을로 선정하여 운영한 후, 2단계로 마산면 전체로 확대하고자 했습니다. 최종적으로는 서천군 전역으로 확대 시행하기 위하여 관련부서와 업무협약을 체결했습니다.

2020년(1단계)	2021년(2단계)	2022년(3단계)
시범마을 선정 운영 * 자치행정과(정착 지원)	마산면 전체 확대 운영 * 자치행정과(정착 지원)	서천군 전역 단계적 확대 * 환경보호과(확산)

국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
공급자 중심의 정책, 예산 낭비 요인 발생	수요자 중심의 정책 개발로 효율적 재정 운영
보완이 필요한 쓰레기 정책 관련 정보 전달체계	쓰레기 정책 정보 전달체계 개선, 주민 홍보 강화
쓰레기 소각 등 환경오염에 대한 부족한 인식	눈높이에 맞는 환경교육을 실시해 환경 개선
쓰레기 배출 장소에 대한 합의점 미도출	주민이 합의해 쓰레기 분리배출 시설 깔끔美방 1개소 설치

참여자 소감

공공서비스를 설계하고 실행하는 과정에서 주민 참여 방식을 도입해 운영하려고 했는데 코로나19 때문에 많은 제약이 있었습니다. 하지만 철저한 방역 수칙 이행과 예방으로 사업을 정상적으로 추진할 수 있었습니다. 또한 이번 국민디자인단 활동을 하면서 주민 스스로가 의견을 제시하고 주민 의견이 반영된 서비스 목표를 수립해 정책을 실현시키면서 행정 신뢰도와 주민 만족도를 높일 수 있는 계기를 마련했다고 생각합니다. 한 발 더 나아가 지역활동가의 역량을 강화하여 좋은 활동이 군 전체로 확산되기 위한 촉진자 역할을 수행할 수 있도록 동기를 부여했다고 평가합니다.

생태수도 순천 시민과 함께하는 1회용품 없는 장례식장 만들기

담당 공무원 김양희, 우정현
서비스디자이너 김지우
국민 참여자 김혜선, 김보운, 김효숙, 안정아, 허경희, 유효정



장례식장 한 곳당 1회용품 사용량이 밥·국그릇 72만 개, 접시류는 144만 개가 배출된다고 합니다. 이렇게 무분별한 1회용품 사용과 배출에 대한 문제제기를 하고, 생태수도 순천의 생활 환경에 알맞은 시민의식을 높이며, 실행 기반까지 마련하기 위해 시민(수요자)와 함께하는 1회용품 없는 장례식장 만들기를 추진했습니다.

추진 배경

정부 정책 방향

환경부 ‘1회용품 함께 줄이기 계획’(2019. 11. 22.)에 따르면 2021년에는 장례식장 내 컵·수저·식기류 사용 금지를 시작으로 2024년까지 용기·접시류로 사용 금지를 확대하겠다고 합니다. 또한 대통령 직속 일자리위원회(2020. 7. 22.)에서는 1회용품 발생을 억제하기 위해 장례식장과 영화관 등을 대상으로 다회용기를 회수·세척·재공급하는 사회적기업 전문 육성 안건이 보고되기도 했습니다. 이렇게 사회 곳곳에서 환경·사회적 가치를 추구하는 선제적 전략이 본격화 되고 있습니다.

순천시 장례식장 현황

순천시 장례식장은 총 6개소가 있는데, 이 중 다회용기를 구비하고 있는 장례식장은 1개소(성가롤로병원 장례식장)뿐이며, 다회용기를 구비하고 있어도 대부분 1회용품을 사용하고 있는 실정입니다. 이에 무분별한 1회용품 사용을 줄인다는 목표로 시민이 직접 의제를 발굴하여 선제적 기반을 만들어 보고자 했습니다.

새로운 문제 정의

‘1회용품 안 쓰는 장례식장’ 현장 관찰과 심층 인터뷰로 문제점 파악

1회용품 사용을 줄이기 위해 다회용기를 구비하여 사용하고 있는 순천성가롤로병원 장례식장과 남원의료원 장례식장 현장을 직접 체험하고 관계자와 심층 인터뷰를 진행해 숨겨진 문제점을 발견했습니다.

자발적 참여 의지와 시민의식의 필요성

현 자원재활용법은 강제적 규정이 없어 한계가 있습니다. 그렇기 때문에 장례식장 내 다수의 이해관계자(운영자, 외부接客 도우미, 상주, 상조회사 등)의 관심과 사회적 가치(환경)에 따른 자발적 참여 의지가 선행되어야 합니다.

장례식장接客 도우미의 노동량 증가

다회용기를 사용할 경우 음식을 제공하는接客 도우미의 노동 강도가 높아져 다회용기 사용을 기피하는 경우가 발생합니다. 그렇기 때문에 사용 편의성을 고려한 동선과 기타 설비가 필요합니다.

사용자 모델을 설정해 문제를 정의하고 서비스 목표 수립



이름 : 김민수
직업 : **장례식장 총 관리자

- 경제적 이윤을 추구하는건 당연한 것 아닌가요.
- 법적으로 문제가 되지 않는데 손해와 불편을 감수하며 바꿔야 할 필요성을 못 느낍니다.



이름 : 이수연
직업 : 초등학교 교사

- 부끄럽지만 1회용품 사용에 문제가 있다는 의식이 별로 없었어요.
- 공무원 연금공단에서 1회용 상조용품을 지급한다는 사실이 아이러니하게 느껴지네요.



이름 : 박정숙
직업 : 도우미

- 1회용품이 당연히 편리하죠. 다회용기를 사용하면 설거지 등 일이 늘어나니까요.
- 보수가 같은 조건에서 연락이 온다면 1회용품을 사용하는 장례식장을 선택할 것 같아요.

‘1회용품 없는 장례식장 만들기’에 대한 관심과 참여를 독려할 수 있는 홍보를 진행하고, 생태수도 순천의 위상에 맞는 시민의식 함양을 위한 교육을 중심으로 목표를 수립했습니다.

아이디어 발전을 위한 브레인 라이팅

수립한 목표에 따른 아이디어 스케치, 브레인 라이팅 활동을 수행했습니다.

변화를 위해 다양한 이해관계자와 만들어 가는 포럼
 접객도우미와 주민을 대상으로 서포터즈(실천연대) 모집과 운영
 생활 속에서 실천하고 SNS로 공유하는 언택트 에코라이프

실질적인 변화를 위해 장례식장·상조회 관계자들과
 순천시가 업무협약 체결, 간담회 개최
 장례식장 : 1회용품 대체 지원(컵, 수저, 세척·소독기 등) 상주 : 다회용기 무상 지원



이해관계자 공감대 형성을 위한 1회용품 없는 장례식장 혁신 포럼 개최

‘1회용품 없는 장례식장 혁신 포럼’(2020. 7. 2.)을 개최했습니다. 포럼의 주제로는 ‘장례식장 1회용품 줄이기 관련 활동 및 계획’(자원순환사회연대), ‘순천 성가롤로 병원 장례식장 1회용품 사용 줄이기 사례’, ‘순천시 장례식장 실태조사 및 설문 결과’ 등이 있었습니다. 발표에 이어 순천시의원, 한국여성소비자연합 전북지회 소장, 순천대학교 교수, 순천환경운동연합 상임의장, 한국장례협회 사무총장의 지정토론과 자유토론이 진행되었습니다. 장례식장 1회용품 사용 근절을 위한 지원 제도와 근거 마련, 상주(소비자)들에게 인센티브를 제공하는 등 시범사업의 필요성이 논의되었습니다. 또한 장례식장 대량 다회용기 세척·수거·공급을 위한 사회적 기업 육성 지원, 정부 규제를 인식하고 준수할 수 있는 사회적 합의의 필요성, 1회용품 플라스틱이 없는 도시 순천을 목표로 순천형 장례문화 형성 노력, 여러 상조회의 1회용품 제공 금지 적극 요청 등 다양한 이해관계자들과 함께 문제 해결 방안에 대해 자유롭게 논의가 이루어졌습니다.

결과물

1회용품 없는 장례식장 혁신 포럼 개최



1. 개요
 일시 : 2020. 7. 2 (목) 14:00 ~ 16:20
 장소 : 순천시청 대회의실
 참석 : 100여 명(시민연대, 공무원, 시민 등)
 주제 : 생태수도, 또 하나의 미래, 1회용품 없는 장례식장
 사회자(좌장) : 송경환 / 순천대 농업경제학과 교수

2. 세부내용

구분	내용
개회연극	장례식장 1회용품 사용배출에 대한 내용연극
사회	송경환 교수
주제1	「장례식장 1회용품 줄이기 관련 활동 및 계획」, 나해란 연구원(사)자원순환사회연대
주제2	「순천시 1회용품 없는 장례식장 추진 사례, 김보은 사무국장(순천시)가톨릭병원 장례식장」
주제3	「장례식장 실태조사 결과 및 추진 계획」, 조태환 과장(순천시 지적혁신과)
토론	김미애 의원(순천시의원) 김보은 소장(한국여성소비자연합 전북-전북지회) 김혜선 교수(순천대 소비자학트랙교수) 김효승 상임위원장(순천환경운동연합) 최만호 사무총장(안국장례협회)
	질문응답 및 자유토론

시민 인식 개선교육과 캠페인을 주도할 시민실천연대 구성·운영 아이디어 개발

환경적 가치를 중심으로 의식 개선 활동을 펼칠 수 있는 활동체를 구성하고, 장례식장 접객도우미와 시민들의 협조를 이끌어 낼 수 있는 프로그램을 실시해 시민이 주도하는 인식 전환 프로젝트를 시행하고자 했습니다.

슬기로운 그린생활

시민참여형 캠페인 '1회용품 없는 장례식장 혁신' 기획

모집기간 2021년 1월 29일 ~ 1월 30일
홍보기간 2021년 1월 29일 ~ 1월 30일
활동지역 순천시 구룡지(일반적인, 장례식장 접객도우미)
활동대상 2021년 3월~4월 (장기)
활동내용 순천시 그린라이프 프로젝트 중 순천시민 교육 및 홍보 활동, 활동자 인형 순천시민 활동기 지원
지원방안 지원 내역 접수
문의 순천시 자원봉사센터 (순천시 다문화센터 후 이어빌딩) 4층
순천시 자원봉사센터 (순천시 다문화센터 후 이어빌딩) 4층
순천시 자원봉사센터 (순천시 다문화센터 후 이어빌딩) 4층
순천시 자원봉사센터 (순천시 다문화센터 후 이어빌딩) 4층

순천시, 공공기관, 대학교 등
모집 포스터 및 보도자료, 영상 홍보

위 시민들
순천시 그린라이프로
위촉합니다

모집된 서포터즈 온라인 발대식,
서포터즈 활동 안내

공통교육) 환경 및 장례에 대한 이해
월드캥, 리사이클 만들기 등

대상별 교육) SNS컨텐츠 만들기,
직업가치 및 마인드, 서비스, 위생 등

장례식장 접객도우미 지계승 시험
시험 및 라이선스 발급

장여자 및 지역주민들과 함께하는
성과 공유회 개최, 해단식

생활 속 실천 활동 SNS 공유, '언택트 에코라이프'를 개설해 아이디어 수집

Untact Eco-Life

언택트 에코라이프

환경보호를 위한 시작, 당신의 자리에서 시작하세요
실천하고 인증하고 공유하는 일상

다운로드 **Android** | **iOS**
공식채널 **홈페이지** | **인스타그램**

#언택트 에코라이프 #활은가리는 #자전거타기

#언택트 에코라이프 #일회용품 대신 #텀블러 사용하기

시민참여형 '1회용품 없는 장례식장 혁신' 계획 수립

관내 장례식장과 자발적 협약을 시도해 시범사업을 추진하고, 시민 인식 개선을 위한 시민실천연대를 구성했습니다. 또한 시민참여 캠페인과 교육을 진행하고, 직장상조회 1회용품 대체 지원 협약 등의 계획을 수립해 본격적으로 정책을 구현해 나갔습니다.

1인가구 세이프 라이프 공동체 논스톱 생활안전 안심귀가길 모델 개발

담당 공무원 송미애, 유관순, 윤진경(이상 국민디자인단)
서비스디자이너 이종휘(크레타임)
국민 참여자 홍원진, 은영한(이상 1인가구), 강은지, 박정윤, 박예린(경동대 학생),
박충훈, 김형모(이상 경동대 관계자)



우리 사회의 가구 구조가 점점 1인가구 중심으로 형태로 변화하고 있습니다. 그래서 1인가구 밀집 지역 범죄 피해 발생에 대한 두려움도 증가하고 있습니다. 1인가구의 안전한 귀가길을 목표로 안전 정책 모델과 모델 확산을 위한 메이커 프로그램을 개발하고자 했습니다.

추진 배경

1인가구 위주의 가구 구조 변화에 따른 새로운 정책 필요성 대두

4인가구(부부+자녀)에서 1인가구로 가구 구조 유형이 변화하고 있습니다. 통계청은 2047년이 되면 1인가구의 비중이 40%에 육박할 것이라는 전망도 내놓았습니다. 양주시 장래인구 예측 빅데이터 분석 결과(‘20. 2월 기준)도 1인가구 34.3%가 될 것이라고 합니다. 이러한 시대적 흐름에 대응하기 위해 국토교통부는 ‘주거복지 로드맵 2.0’ 생애주기 맞춤형 주거지원 강화(1인가구 지원 강화) 정책을 발표했습니다. 국토교통부는 1인가구 맞춤형 주택 공급을 21만 가구에서 35만 가구로 확대한다는 계획을 발표하기도 했습니다.

1인가구 안전 문제와 해결 방안 모색 활동의 필요성

2019 청년 주거약자를 위한 맞춤형 행복주택 up-town 추진 과정에서 행복주택 1인가구의 안전상 문제점이 도출되었고 그 해결방안을 모색하기 위한 활동의 필요성에 모두 공감했습니다. 2019 국민디자인단 사업 추진 모니터링 활동을 하면서 1인가구가 범죄에 관한 두려움을 가지고 있다는 사실을 발견했습니다.

1인가구 계층의 다양화와 복잡한 사회적 문제 가시화에 따른 정부 정책 해결방법 관점의 변화

2020년 초에 기획재정부 관계부처 합동 1인가구 정책 TF팀이 출범했습니다(2020. 3. 17.) 또한 기재부에서는 1인가구 증가 현상 대응 방안도 발표했습니다. 집단지성을 활용해 국민 스스로 해결책을 만들어 가는 문제해결형 국민참여과정을 도입하고, 이슈 선정부터 온라인 토론, 국민참여 토론회, 참여단에서 이루어지는 논의를 반영하겠다는 내용이 담겨 있습니다.

새로운 문제 정의

국민디자인단 추진 방향 수립

토론을 거쳐 정책 수요자들(1인가구)이 직면하고 있는 문제점을 도출하고(69개 도출 완료) 공감대를 형성하는 시간을 가졌습니다.

조사의 목표를 한 문장으로 정리하면 “어떻게 하면 1인가구가 귀가할 때 검증되지 않은 장소에서 느끼는 두려움에서 벗어날 수 있을까?”입니다.

정책 수요자들이 직면하고 있는 문제점 도출

<p>1. 귀가 이유 - 11개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 주차장 2. 지프차량에서 술취물 채 후속다 3. 주차장 표지 4. 적기 안 주차는 부끄러움 나가기 부끄럼 5. 길 6. 교통사고 7. 이용객들이 걷는 길 8. 이용객들 주차 통로 좁음 때문에 통로 좁음 9. 통로 좁음 10. 통로 좁음 11. 버스 내리고 일어 서는 길 	<p>2. 검증 안 된 장소에 대한 두려움 - 11개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 소리 공포 2. 길목에 사람이 없을 때 3. 길목에 사람이 없을 때 4. 길목에 사람이 없을 때 5. 길목에 사람이 없을 때 6. 길목에 사람이 없을 때 7. 길목에 사람이 없을 때 8. 길목에 사람이 없을 때 9. 길목에 사람이 없을 때 10. 길목에 사람이 없을 때 11. 길목에 사람이 없을 때 	<p>3. 개인 신상 노출 - 10개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 이용객의 가장 위험한 대상이 될 수 있음 2. 짐 3. 짐을 들고 다니는 모습 4. 여행 5. 시간 6. 여행 코스 7. 여행 코스 8. 여행 코스 9. 여행 코스 10. 여행 코스 	<p>4. 외부인 방문에 대한 두려움 - 8개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 밖의 위험한 것 같음 2. 밖의 위험한 것 같음 3. 밖의 위험한 것 같음 4. 밖의 위험한 것 같음 5. 밖의 위험한 것 같음 6. 밖의 위험한 것 같음 7. 밖의 위험한 것 같음 8. 밖의 위험한 것 같음 	<p>5. 외부 침입 이유 - 8개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 외부에 있는 것 같음 2. 외부에 있는 것 같음 3. 외부에 있는 것 같음 4. 외부에 있는 것 같음 5. 외부에 있는 것 같음 6. 외부에 있는 것 같음 7. 외부에 있는 것 같음 8. 외부에 있는 것 같음
<p>6. 소동 창구의 부재 - 8개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 소동 2. 소동 3. 소동 4. 소동 5. 소동 6. 소동 7. 소동 8. 소동 	<p>7. 개인 여행의 한계점 - 7개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 여행의 한계점 2. 여행의 한계점 3. 여행의 한계점 4. 여행의 한계점 5. 여행의 한계점 6. 여행의 한계점 7. 여행의 한계점 	<p>8. 소음 공포 - 3개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 소음 공포 2. 소음 공포 3. 소음 공포 	<p>9. 별래 이유 - 2개 -</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 별래 이유 2. 별래 이유 	

정책 수요자들이 직면하고 있는 문제점 토론 결과

2.2. 조사 목표 설정

1한 문장으로 조사 목표를 정리

무엇을 해결하고자 하는지 간결하게 표현하여
조사 목표를 설정하였습니다.

1. 귀가 이유

2. 검증 안 된 장소에 대한 두려움

- 어떻게 하면 귀가 시 검증 안 된 장소의 두려움을 해결할 수 있을까?

방향성 설정 :

- 조사를 통해 '귀가 이유', '검증 안 된 장소에 대한 두려움'에 대한 문제 해결 의견을 듣기로 함

대상지 현장과 1인가구 대상자 조사를 실시해 국민 요구 파악

옥정 3단지 귀가 길 체험(서비스 사파리)으로 문제점 파악

어두워서 생기는 시야 제한을 극복할 수 있는 솔루션이 필요했습니다. 또한 안전 구역에 대한 인식과 물리적인 한계를 극복할 수 있는 자연감시체계 요소도 필요했습니다.

두 명의 1인가구 심층 인터뷰를 실시해 실질적인 문제점 파악

18시 이후에는 단지 안에 있는 사람의 자연감시 역할이 줄어듭니다. 또한 어두워서 시야가 확보되지 않는 구역이 많아 1인가구의 불안감이 높아질 수 있으며, 위험한 상황이 닥쳤을 때 경찰 신고를 대체할 수 있는 안전체계가 필요해 보였습니다.

사용자 모델과 고객 여정 맵으로 발견한 내용을 정리하고 서비스 목표(우선순위) 설정
귀가할 때 위험한 상황에서 도움을 요청할 수 있는 서비스와 어두운 곳을 없앨 수
있는 방법 개발을 서비스 목표로 정했습니다.

추진 내용

양주시 국민디자인단 구성

2020년 6월 민·관·학 세이프 라이프 모델 개발단을 구성해 1인가구 안전 문제 해결
모델을 개발하고자 했습니다. 또한 사업 확산을 위한 메이커 프로그램을 개발
하려고 해결 메이커 활동 참여 주체를 사업 수혜자, 예비창업자, 대학생(1인가구,
경동대 디자인학과 교수와 학생, 서비스디자이너, 양주시 관계자)으로 구성했습
니다. 그리고 디자인적 사고(design thinking)를 적용해 참여형 정책모델을 개발
하고자 했습니다.

행복주택 거주자(1인가구)와 관리사무소 등 이해관계자 인터뷰 진행, 현장 귀가 체험 으로 숨겨진 욕구 파악

현장조사 활동



서비스 사파리 진행



심층 인터뷰 진행



현장조사 결과 토론

사용자 모델을 설정해 주요 핵심 문제 파악

수요자 유형을 정의하고 사용자 모델을 설정하는 활동



수요자의 공통점 찾기



사용자 모델 만들기



워크시트로 정리

사용자 모델의 구체적인 내용

피소나 자취중인 20대 초중반 여성



“귀가 시 사람들이 많은 곳으로 골라가고 싶어요”

연약한 여) / 24세 / 취준생

성 격 : 눈치가 없음 / 잘 놀람

행 동 : 동네를 많이 걷고 산책을 자주함

거 주 지 : 양주시 옥정동 행복주택

원하는 것

- 사람들이 어디로 많이 다니는지 표시를 해서 알고 싶음
- 함께 이동할 이웃 친구가 있었으면 좋겠음
- 밝은 동네였으면 좋겠음
- 24시 편의시설이 많아졌으면 좋겠음
- 호산술 등으로 나 자신을 스스로 지키고 싶음
- 문이 닫힐 때 조용했으면 좋겠음
- 무서울 때 언제든지 도망칠 수 있는 장소가 있었으면 좋겠음
- 도와줄 수 있는 사람이 가까이 있었으면 좋겠음

불편한 것

- 사람이 너무 없어서 혼자 걷는 게 무서움
- 시각 지대가 많고 시야 확보가 안돼 갑자기 뭐가 튀어나올까봐 무서움
- 누가 이웃이고 아닌지 잘 모르겠음
- 길으로 돌아가는 길이 어두움
- 외진 길을 같이 걷는 사람이 어떤 사람인지 몰라 무서움
- 사람들이 어디로 다니는지 알지 못해 불편함

서비스 목표 수립(서비스가 나아갈 방향 설정)과 서비스 콘셉트를 만들기 위한 아이디어 스케치

서비스 목표 구체화



A조 아이디어 스케치

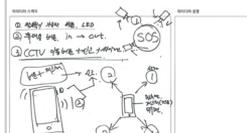
아이디어 스케치 (Brain Sketch) -1-1 목표 질문

수요자의 어려움 / 문제 발생 지점



아이디어 스케치 (Brain Sketch) -1-2 원인 분석

수요자의 어려움 / 문제 발생 지점

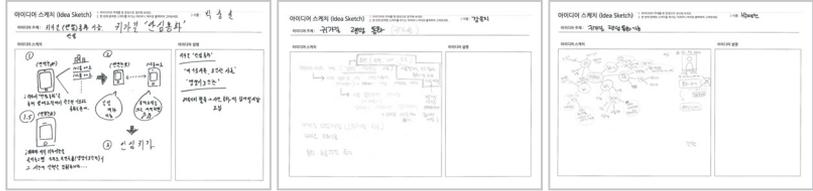


아이디어 스케치 (Brain Sketch) -1-3 솔루션

수요자의 어려움 / 문제 발생 지점



B조 아이디어 스케치



디지털 모델 ‘1인가구 귀가 안전 채팅 서비스 - 같이 갈래’ 개발

서비스 목표를 수립할 때 우선순위 1·3위로 선정된 ‘귀가 시 위험 상황에서 도움을 요청할 수 있는 서비스를 만들자’와 ‘귀가 시 도움을 받을 수 있는 커뮤니티를 활성화 시켜 보자’라는 목표를 실현하고자 했습니다. 이를 위하여 귀가할 때 녹음한 다양한 연령과 성별의 목소리를 활용한 페이크 통화 기능과 비상연락망을 이용한 즉각 대응 기능, GPS를 이용한 안심 귀가길 추천 서비스를 제공할 수 있는 ‘같이 갈래’를 개발했습니다.

3D프린팅 안전 제품 모델 ‘자연감시체계 안전망 - 댕댕이 보안관’ 개발

서비스 목표를 수립할 때 우선순위 2위로 선정된 ‘귀가 시 어두운 곳을 없앨 수 있는 방법을 찾아보자’를 해결하기 위하여 ‘댕댕이 보안관 프로그램’을 개발했습니다. 반려견을 키우는 1인가구가 증가하고 있어 반려견 산책이 늘어나는 상황을 반영한 방법입니다. ‘댕댕이 보안관 프로그램’은 산책할 때 반려견에게 3D 프린팅으로 만든 LED가 부착된 댕댕이 보안관 배지를 달아 주어 어두운 밤길을 밝혀 주고 심리적 안정감을 제공해 주는 자연감시체계 안전망입니다. 이 방법의 확대를 위하여 양주경찰서와 2회에 걸쳐 기관회의를 진행했으며, 2020년 9월 시민 10명과 함께 ‘댕댕이 보안관 프로그램’을 직접 경험해 보았습니다. 직접 배지를 만들고 반려견과 함께 모니터링을 하는 등 프로그램을 성공적으로 운영할 수 있었습니다.

자연감시체계 ‘댕댕이 보안관’ 확대를 위한 기관회의 개최(2회)



결과물

디지털 모델 ‘1인가구 귀가 안전 채팅 서비스 - 같이 갈래’ 개발

같이 갈래

‘같이 갈래?’는 1인 가구를 위한 안심 귀가 챗봇 서비스입니다. 챗봇과 안심길 안내를 통해 안전하게 귀가를 할 수 있도록 도와줍니다

앱스토어를 통한 다운로드 제공



추천을 통한 안심 귀가길 유도



페이크 통화를 통한 심리적 안정 제공



비상연락망을 통한 즉각 대응 가능



페이크 통화



비상연락망



서비스 품질 관리



페이크 통화

다양한 음성 파일을 파일을 이용해 실제로 통화를 하며 가는 효과를 낼 수 있습니다.

비상연락망

긴급 상황시 미리 등록된 비상연락망으로 즉각 대응할 수 있습니다.

서비스 품질 관리

추천해 준 안심길과 페이크 통화 등의 평가 기능이 있어 서비스 품질을 개선시킬 수 있습니다.

앱 스토어



시작 화면



안심길 제공



앱 스토어

앱 스토어에 올려 서비스의 특징을 소개합니다.

시작 화면

바로 안심길 추천과 챗봇 서비스를 이용할 수 있게 했습니다.

안심길 제공

챗봇으로 안심길 추천 정보를 제공받을 수 있습니다.

3D프린팅 안전 제품 모델 ‘자연감시체계 안전망 - 댕댕이 보안관’ 개발

댕댕이 보안관 프로젝트

스토리보드



1. 늦은 시간, 어두운 귀가길을 혼자 걸어가며 두려움을 느낀다.



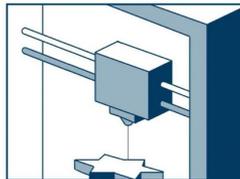
2. 엘리베이터 내에 부착되어 있는 전단지로 프로젝트를 인지한다.



3. QR코드를 통해 프로젝트 참여 신청을 한다.



4. 3D 프로그램 교육을 통해 프로그램을 체험하고, 직접 제품을 모델링한다.



5. 모델링한 제품을 3D프린트기로 뽑는다.



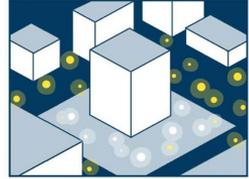
6. 완성된 댕댕이 보안관 배지를 수여한 뒤 자신의 집 반려견에게 걸어준다.



7. 배지를 단 댕댕이 보안관과 함께 어두운 길을 산책한다.



8. 홀로 귀가하는 주인이 댕댕이 보안관의 밝은 빛을 보고 안심한다.



9. 댕댕이 보안관 덕에 어두웠던 거리가 밝아진다.

댕댕이보안관 프로젝트 참여 활동 사진



3D 모델링 교육



보안관 배지 착용



보안관 활동



3D프린팅 안전 제품 모델 ‘자연감시체계 안전망 - 댕댕이 보안관’ 개발



광주 양주 1인 가구 새 세상

광주시 1인 가구를 위한~
3D프린팅 무료체험단 모집

양주시는 광동대학교 3D프린팅창업센터에서 1인가구 및 취약 계층을 공략하여 **댕댕이 보안관 프로젝트**를 통해 3D프린팅을 이용한 Maker활동에 도전 기회를 제공합니다.

모집개요

회차	날짜	시간
1	양주 1인 가구	양주 1인 가구
2	양주 1인 가구	양주 1인 가구
3	양주 1인 가구	양주 1인 가구
4	양주 1인 가구	양주 1인 가구
5	양주 1인 가구	양주 1인 가구

교육과정

- 1강) 3D 모델링(1) 3D프린팅 Maker
- 2강) Fashion3D 활용(1) 3D프린팅 응용(1) 3D프린팅 응용(2) 3D프린팅 응용(3)
- 3강) Fashion3D 활용(2) 3D프린팅 응용(4) 3D프린팅 응용(5) 3D프린팅 응용(6)
- 4강) 3D프린팅 응용(7) 3D프린팅 응용(8) 3D프린팅 응용(9) 3D프린팅 응용(10)
- 5강) 3D프린팅 응용(11) 3D프린팅 응용(12) 3D프린팅 응용(13) 3D프린팅 응용(14)

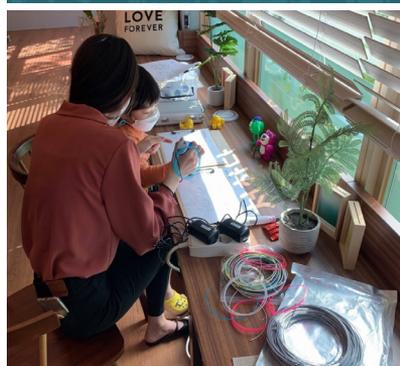
신청자격

- 1. 양주시 양주시민 20세 이상 64세 이하
- 2. 양주시 1인 가구 또는 1인 가구 이상 2인 이하 가구
- 3. 양주시 1인 가구 또는 1인 가구 이상 2인 이하 가구
- 4. 양주시 1인 가구 또는 1인 가구 이상 2인 이하 가구
- 5. 양주시 1인 가구 또는 1인 가구 이상 2인 이하 가구

신청접수 및 문의 (내선 02) 060-0000 (내선 02) 060-0000

<http://kdu.news/3dp>

양주시 기획예산과 기획팀
031-8042-5054 (평일 09:00~18:00)



반려견에게 배지를 착용시킨 후 현장 모니터링 진행

반려견이 불편해 하지도 않고, 시민들이 많은 관심을 보여 주는 것을 확인할 수 있었습니다.



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
4인가구 중심의 정책 개발	1인가구 중심의 정책 모델 개발
1인가구의 안전 문제가 사회문제로 부상	수혜자인 1인가구가 자발적으로 참여하는 안전 정책 추진

참여자 소감

코로나19로 회의를 개최하는 것조차 힘들었고, 사업을 홍보할 때 시민들이 모임과 회의를 하는 것을 좋지 않은 시선으로 바라보아서 언론 홍보 등 다양한 홍보 활동을 추진하기 어려웠습니다. 하지만 우리 국민디자인단은 “현장에 답이 있다”라는 말을 가슴에 새기고 현장을 체험하며 지역의 문제점을 해결하기 위해 모두가 발벗고 나섰습니다. 또한 혼자였다면 생각하지 못했을 아이디어를 모두가 함께 참여해 발굴해 냈습니다. 국민디자인단 활동을 경험하며 서비스디자인 기법인 ‘수요자 관점의 정책 설계’가 필요하다는 것을 느낄 수 있었고, 정책이 실현된 후의 만족도도 높다는 사실을 깨달았습니다. 시민의 수요에 따른 정책을 개발할 때 국민디자인의 활동은 꼭 필요합니다!

옛 문화에서 지혜를 얻다 - 즐겁고 따뜻한 버스 정류소 36.5

담당 공무원 박정연, 현숙희, 양영근
서비스디자이너 정영국, 황현우(보조)
국민 참여자 김계영, 김광우, 김재열, 문석준, 허경원, 부희옥, 송이양



제주 지역의 여러 가지 여건에 부합하는 버스 정류소 방한시설을 개발하고자 했습니다. 국민디자인단 활동으로 대중교통 이용 만족도를 높이고, 시범적으로 설치한 방한텐트의 개선점을 이용자 관점에서 다각적으로 검토할 필요를 발견했습니다.

추진 배경

제주에는 전국 풍력자원지도의 주요 지점 중 2·4·11위의 장소가 있는 곳입니다. 제주는 다른 지방에 비해 풍속이 높아 체감온도가 낮은 편입니다. 이 때문에 동절기에 버스를 이용하는 주민들이 매서운 한파를 피할 수 있는 한파 저감 시설이 필요합니다. 그래서 2019년 버스 승차대에 방한텐트를 시범적으로 설치했지만, 주민들이 불편함을 호소해 전면적인 개선이 요구되는 상황입니다. 국민디자인단은 제주만의 따뜻한 방한텐트 개발을 목표로 삼았습니다.

새로운 문제 정의

현장 체험과 친화도 맵

버스 정류소(제주터미널-제주시청-동광육거리)에서 도민들이 버스를 기다리고 이용하는 절차와 행동을 관찰하고, 방한텐트 보관 현장을 방문하고 체험했습니다. 그리고 사전 조사, 길거리 인터뷰, 현장 서비스 체험 활동하면서 도출한 내용을 구성원과 자유롭게 공유하고, 포스트잇을 활용한 그룹 짓기 과정을 거쳐, 대표 단어를 추출하고 문제를 시각화해 정의했습니다. 시외지역은 도심지와 환경이 전혀 달라 각각 특징에 맞는 서비스를 제공할 필요성을 발견했습니다.

제주시외버스터미널 버스 정류소



버스정보시스템

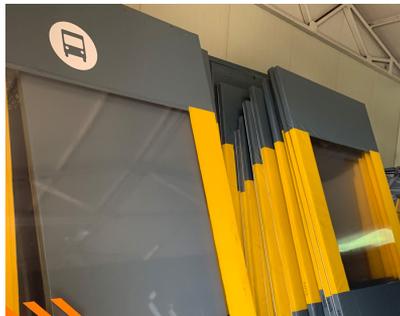


승하차 관찰



보행로

방한텐트 보관 현장 방문



방한텐트



소재 관찰

제주시청 버스 정류소



승하차 관찰

버스 기다리는 곳

버스정보시스템

버스 이용자 인터뷰

현장 리서치(제주시청, 제주시외버스터미널)에서 나타난 문제점

<p>사용성</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 방한텐트가 보행로를 방해한다. · 이용자의 시야를 방해해서 버스를 놓친다. · 승하차를 할 때 버스 이용자 안전사고가 일어날 수 있다.
<p>설치와 보관</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 사용하지 않을 때 보관 비용이 발생한다. · 계절이 바뀔 때마다 설치하고 철거해야 한다. · 인화성 물질이라 사용 또는 보관할 때 위험할 수 있다.
<p>디자인</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 버스이용객이 흡연실로 오해한다. · 폐쇄적인 디자인으로 내부 공기가 쉽게 오염될 수 있다. · 제주만의 특색이 없다.

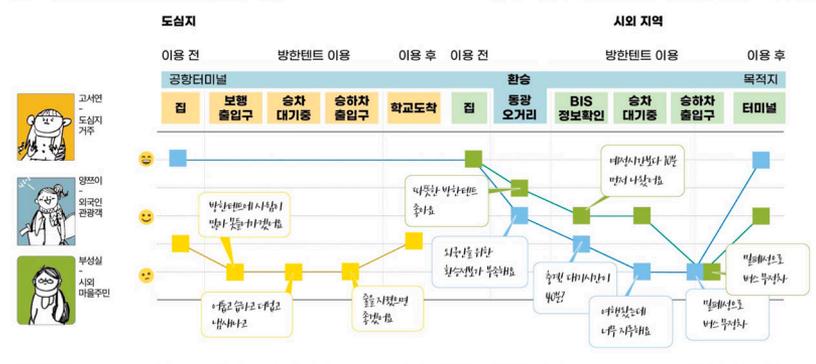
시내와 다른 시외 지역의 문제점

- 사방이 뽕 뚝려 있어 강한 바람이 불면 체감온도가 많이 낮다.
- 배차 간격이 크기 때문에 오랜 시간 기다려야 한다 (783-2의 경우 하루 다섯 대 운영).
- 인적이 드물다.

사용자 모델 설정과 고객 여정 맵 만들기

관찰 결과를 종합하여 도심지에서 버스를 이용하는 학생 수요자와 동광육거리에서 환승 민원이 많은 외국인 관광객, 동광육거리 버스정류소 주변 지역 주민을 기준으로 사용자 모델을 설정했습니다. 그리고 이 각각의 사용자 모델이 겪는 문제점과 목표를 설정하고, 사용자 모델이 유형별로 겪는 시공간의 상황을 시물레이션해

수요자가 느끼는 감정에 공감해 보고 상황이 발생한 배경을 심도 있게 파악했습니다.



추진 내용

아이디어 스케치와 시각화

브레인스토밍을 해서 얻은 아이디어를 스케치하고 도심지와 시외 지역 특징에 맞는 방한텐트의 디자인 요소를 도출했습니다. 국민 참여자 중 제주한라대학교 디자인 전공 대학생과 3회에 걸쳐 방한텐트 서비스를 위한 브랜드 디자인 비대면 원격 회의를 실시하여 로고에 관해 논의했습니다. 또한 제주시청 버스 정류소를 기준으로 방한텐트 3D 모델링과 모형을 제작하여 버스 정류소 승하차구간 테스트를 하는 등 국민들과 함께 구조를 이해하고 공유하는 시간도 가졌습니다.

스토리보드를 만들어 서비스 시나리오의 이해도 높이기

서비스 시행 지역과 정책 대상자에 따라 아이디어 워크숍에서 나온 아이디어들의 터치포인트를 정했고, 고객 여정에 따라 가상의 시나리오 작성해 스토리보드를 만들었습니다.



롤 플레이(role playing)을 통한 서비스 실행계획 보완

도심지에서 환승 시외곽지역 버스정류장까지 정책 대상별 서비스 내용을 달리 지원하기 위한 서비스플랫폼 ‘또또36.5°’모델을 마련했으며, 예측되는 주요 설정 상황을 가정하여 롤플레이 해 보고 서비스가 실제 일어났을 때 이해관계자의 상황을 간접적으로 경험하면서 피드백을 받아 보완했습니다.

예: 환승안내도와 정차표지판의 위치, 버스정보시스템의 활용 방안

결과물

또또36.5° 브랜드 로고 개발

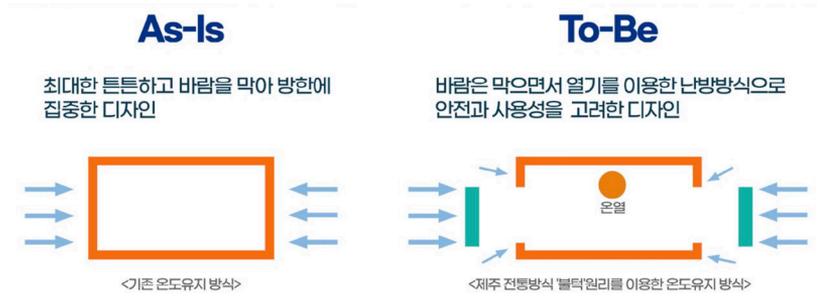


버스 이용자 동선 중심의 또또36.5° 서비스 개발



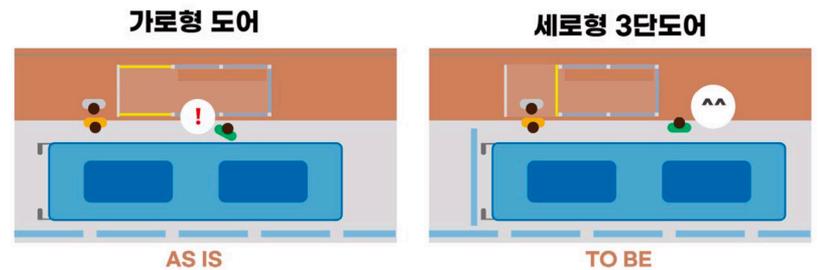
불턱 원리를 적용한 방한텐트 개선

개방형 구조의 기존 방한텐트에 불턱의 원리를 적용해 개선했습니다. 내부에 온열기를 가둬 두고 바람이 들어오지 않게 불턱 바람막이를 세워 내부의 온도를 유지하는 방법입니다. 이 방식은 배차 간격이 짧고 사람의 이동이 많은 곳에 적합한 도심지형 방한텐트입니다. 버스를 기다리는 승객들을 관찰한 결과 2~30대 젊은 층은 서서 기다리는 경우가 많아 온열등받이와 내부의 온기를 더하는 온열 붐을 설치했습니다.



설치와 보관이 필요 없는 세로형 3단 도어 방한부스 제안

개선된 방한텐트는 버스 정류소 일체형으로 최대 80% 예산 절감 효과가 있습니다. 기존 가로형 도어가 승하차를 할 때 안전사고가 일어날 수 있어 세로형 3단 도어로 변경했습니다.



환승 정류장 안내 서비스

환승 안내도와 리플릿: 외국인·내국인 관광객을 위한 환승 안내도를 설치하고 동광육거리 환승정보를 표기해 리플릿과 함께 비치했습니다. 초행길에도 헤매지 않고 환승 정류장을 찾아갈 수 있도록 안내합니다.

바닥 안내선: 초행길인 외국인·내국인 관광객을 위해 하차 이후 다음 환승 장소까지 안내선만 따라가면 환승 정류장을 쉽게 찾아갈 수 있도록 바닥에 안내선을 설치했습니다.



기다림도 즐거움으로, 페버스를 개조한 특별한 버스 정류소

승객이 오랜 시간 환승을 위해 기다리면서 지루하지 않도록 페버스 버스 정류소를 만들었습니다. 지역의 문화를 소개하고 독서나 오락을 할 수 있는 공간을 제공합니다.



인적이 드문 버스 정류소에서도 무정차 없는 승차벨

인적이 드문 곳의 버스 정류소는 대기 승객이 있는지 잘 보이지 않을 뿐만 아니라, 방한텐트 안에서 대기할 경우 버스 운전자와 승객이 서로를 인지하지 못해 정차하지 않고 버스가 그냥 지나칠 수 있습니다. 그래서 승차벨을 설치해 방한텐트 안에 대기하고 있는 승객이 있다는 사실이 외부에서 잘 보일 수 있게 했습니다. 승차벨이 있어 버스 운전자가 기다리는 승객이 있다는 사실을 알고 정차를 할 수 있습니다.

승차벨을 누르면 정지 표지판 활성화

정지 표지판(프로토타입 실행 중)



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<ul style="list-style-type: none"> · 방한텐트가 밀폐되어 있어 승하차를 할 때 안전 문제 발생 가능 · 재질이 불투명해 보온성은 높지만 시야가 잘 확보되지 않아 버스를 놓치는 사례 발생 	<ul style="list-style-type: none"> · 승하차를 방해하지 않는 디자인을 적용해 안전성 확보 · 투명한 디자인으로 시야는 확보하고 내부 보온을 강화한 시설
<ul style="list-style-type: none"> · 너무 춥고 대기 시간이 길고 지루함 · 버스 무정차 상황이 자주 발생 	<ul style="list-style-type: none"> · 정류소 안에서 지루하지 않게 기다릴 수 있도록 각종 정보 제공 · 내부에 대기 승객이 있음을 알리는 알림벨 설치
<ul style="list-style-type: none"> · 기존 시설물을 활용하지 않고 새로 방한 시설을 제작·설치해 많은 예산 소모 예산 : 한 개당 최대 900만 원 · 부피가 커서 철거 후 보관에 많은 공간과 비용 발생 예산 : 한 개당 1500만 원 · 도내 비가람 승차대 규격이 다 달라서 제작과 표준화 어려움 	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 버스 정류소를 활용한 방한 방식을 적용해 신규 제작 비용 절감 예산 : 한 개당 200만 원 · 철거할 필요가 없고 별도의 관리 비용이 들지 않아 관리가 수월함 예산 : 없음 · 승차대 규격과 상관없이 한두 개의 미달이 문만 부착하면 됨
<ul style="list-style-type: none"> · 최대한 튼튼하고 바람을 막는 기능에만 집중함 · 지역별 특색을 고려하지 않은 똑같은 디자인 적용 · 버스를 기다리는 동안 비와 바람만 피할 수 있는 단순한 버스 정류소 	<ul style="list-style-type: none"> · 바람도 막고 열기를 이용한 난방 방식이라 안전하고 사용하기 편리함 · 이용자와 지역 특색은 물론 제주의 특징을 적용한 디자인 · 지역 특색을 활용해 문화와 관광산업 발전까지도 고려한 버스 정류소(장기)

마을공동체

청산1리

통통한 어촌 만들기



담당 공무원	손필성, 박종석, 김성열, 이태희
서비스디자이너	강동선
국민 참여자	김창운, 기영환, 이명옥, 이애순, 정창운, 박영식, 임평우, 천정민 이서구, 권오열, 최규철, 김오수, 소삼영, 엄문성



고령화·공동화 되고 있는 어촌은 점점 사라질 위기에 처해 있습니다. 이런 위험에서 벗어나기 위해 갈등 해소를 통한 귀어·귀촌 활성화, 고부가가치 어장(수산물)을 활용한 '통통(通通)한 어촌' 만들기 방안을 제시했습니다.

추진 배경

원주민과 귀어·귀촌인 사이에 갈등 심화로 공동체 붕괴 상황 직면

최근 귀어·귀촌인이 급증하고 있지만, 마을 행사·문화·공동체 관련 정보 공유가 제한적이라 귀어·귀촌인이 공동체의 일원이 되기까지 많은 어려움이 있습니다. 서로에 대한 오해와 인식의 차이에서 시작된 갈등은 이웃 간 단절과 건강한 공동체 형성을 저해하는 요인이 되고 있으며, 안정적으로 정착하지 못한 귀어·귀촌인의 역이주 사례가 많이 발생하고 있습니다. 이는 비단 청산1리만의 문제가 아니라 전국 어촌계에 공통적으로 나타나는 현상입니다.

228곳 지자체 소멸위험도는?

2017년 소멸위험지수
 0.9 미만 소멸 고위험
 1.0~1.1 미만 소멸 위험 전경
 1.2~1.3 미만 소멸 주의 단계
 1.4~1.5 미만 중립 단계
 1.6 이상 소멸 저위험



소멸위험지수는?
 65세 고령인구 대비 20~30대
 유망인구 비율. 0.5 이하이면
 30년 내 소멸 가능성 크다고 판단



어촌 고령화 등으로 취약한 소득 구조

청산1리 마을어장은 바지락과 감태 등 풍부한 수산자원을 보유하고 있는 황금어장입니다. 하지만 마을의 인구 고령화로 인해 노동인구가 줄어들어 어장 활용률이 급격히 떨어지고 있는 실정입니다. 또한 어장에서 생산되는 수산물은 계절적인 제약이 있어 특정한 철에만 생산되기 때문에 가공 과정 없이 원물 형태로만 주로 판매합니다(94%). 이렇게 되면 높은 부가가치를 창출하기 어렵습니다. 이처럼 고령화로 인한 노동인구의 부족, 부가가치가 낮은 수산물 활용 등으로 마을의 소득 구조가 열악합니다. 그래서 정부 지원 의존도가 높아 자생적인 성장 기반을 갖추기가 어렵습니다.

국민디자인단 활동으로 어촌 갈등과 소득 구조 개선 시도

태안군 국민디자인단은 서비스디자이너, 분야별 전문가, 유관기관과 협업을 하면서 청산1리 마을의 문제를 진단하고 해결 방안을 제시하고자 했습니다. 청산1리의 문제 해결 과정과 결과는 전국 어촌계에 ‘통통한 어촌 만들기’ 선진 사례로 배포될 예정입니다.

**새로운
문제 정의**

이해의 부족에서 시작된 갈등, 공동체 붕괴 초래

전통 사회의 자연 촌락에서 시작된 어촌계는 마을사람들이 공동 어장에서 생산·판매·유통을 함께 맡아 경제활동을 하는 공동체입니다. 역사적으로 조선시대부터 경제활동을 위한 공동체였기 때문에 일정 부분 배타적 이용권을 가지고 있으며, 사회적으로 이러한 배타적 지배권을 인정해 주고 있습니다. 귀어·귀촌인들의 입장에서 보았을 때는 어촌계의 독점적 이용에 대한 이해가 부족할 수밖에 없고, 어촌계 가입과 어장 이용에 대한 불만이 생겨 원주민과 자주 마찰을 빚게 됩니다. 원주민 또한 관계법을 잘 몰라 무작정 자신들의 권리만을 주장하고 있는 경우가 많습니다. 이처럼 원주민과 귀어·귀촌인이 공동체와 어장에 관한 이해가 부족하면 갈등이 생길 수밖에 없고, 이는 공동체 붕괴로까지 이어질 수 있는 심각한 어촌 문제가 될 수 있습니다.

이해와 소통으로 치유되는 갈등

귀어·귀촌인은 마을 행사·문화·공동체 관련 정보에 어두울 수밖에 없어 공동체 행사 참여가 쉽지 않습니다. 더욱이 기존 원주민은 혈연과 지연 등으로 강하게 결속되어 있기 때문에 귀어·귀촌인이 동화되기 어려운 분위기입니다. 현실이 이렇게 때문에 마을 주민들의 의견을 수렴·전달하는 회의 문화도 현대화되지 못하고 있는 상황입니다.



회의 내용이 문서화 되지 않고 구두로 전달되기 때문에 친분이 있는 주민들만 정보를 알 수 있어 귀어·귀촌인은 소외될 수밖에 없습니다. 또한 민주적 의사결정이 아닌 통보식 회의가 대부분이며, 반대 의견을 표출한 주민은 따가운 시선을

감내해야 하는 분위기입니다. 이처럼 투명하지 못한 정보 공개, 폐쇄적으로 운영 되는 회의문화 때문에 한 번 발생한 오해가 견잡을 수 없을 정도로 커지는 경우가 많습니다. 국민디자인단은 사소한 오해에서 시작된 갈등은 상호 이해 과정을 경험하며 충분히 해소할 수 있으며, 단절되고 폐쇄적으로 운영되어 발생하는 갈등은 투명하고 민주적인 회의 문화를 정착시켜 치유할 수 있다고 판단했습니다.

추진 내용

주민 참여 행사를 진행해 다양한 의견 청취

실질적인 문제를 발견하고 정의하기 위해 발대식, 바지락 캐기 행사, 주민 워크숍, 교육 등 여덟 차례 이상 조사와 심층 인터뷰를 실시했습니다. 이 과정에서 정책 수요자의 의견을 듣고 경험 관찰을 진행했습니다. 조사 목표를 구체화하기 위해 마을 실태 설문조사를 실시했고, 소외되고 있는 구성원들의 의견까지도 1:1 인터뷰를 실시해 파악했습니다. 데이터화된 정량적 자료를 입수하기 위해 관련 기관 실무자와 협의를 해서 청산1리 관련 자료를 받을 수 있었습니다.

주민 참여 바지락 캐기 행사

2020태안군국민디자인단



청산1리 바지락 캐기 행사&국민디자인단 워크숍 개최
 바지락 캐기 행사 : 청산항 인근 2020. 4. 8.(수) 10:00 ~ 16:00 / 국민디자인단 워크숍 : 태안군 관내 2020. 4. 9.(목) 10:00 ~ 16:00

- 어촌계 공동어업활동 2년 중단 중, 어촌계형의 고령화, 활주인이 귀촌인 간여 갈등 심층
 - 태안군 국민디자인단, 청산1리 어촌계원과 활주인, 귀촌인이 함께 참여하는 바지락 캐기 행사 개최
 • 어촌계활성화, 원주민과 이주민 화합 및 갈등 완화, 공동체 활성화

1일차 바지락 캐기 행사	2일차 워크숍
09:00 ~ 10:00 : 장소 점검, 장비 착용 및 역할 분담 10:00 ~ 12:00 : 바지락 캐기 행사 주민 설문(원주민, 귀어인) ① 12:00 ~ 13:00 : 점심식사 13:00 ~ 16:00 : 주민 심층인터뷰(원주민, 귀어인) ② 16:00 ~ 18:00 : 석식 및 숙박지(현산) 이동	09:00 ~ 10:00 : 장소 점검, 설문내용 공유 10:00 ~ 12:00 : 오전 워크숍 진행 ④ 12:00 ~ 13:00 : 점심식사 13:00 ~ 16:00 : 오후 워크숍 진행 ⑤ 16:00 ~ 18:00 : 석식 및 귀가

3
 숙박지
 설문 / 인터뷰내용 정리
 워크숍자료 구성





귀어·귀촌인이 마을에 정착하기 어려운 이유

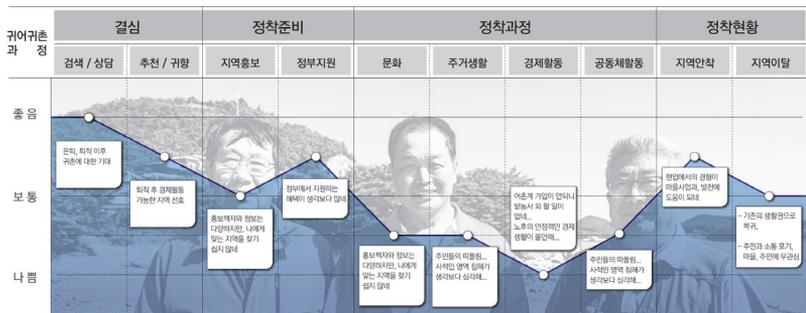
기존의 마을회의 내용과 정보(마을 사업 지원, 신청 등)가 구두로 전달되기 때문에 수혜자와 비수혜자가 생기게 되어 서로 갈등과 불신 상황이 빈번하게 발생했습니다.

정책 수요자 사용자 모델

원주민 70대 남자	이주민 60대 남자	이주민 60대 여자	이탈민 50대 여자	예비 귀어귀촌인 50대 여자
<ul style="list-style-type: none"> - 지역 출신 프라이드, 애착 강함 - 고장을 지키고 조합활동 등 고생에 대한 보상심리 - 배타적이고 고지식함 - 논리나 설득에 약함 - 주민의식이 강하다 - 지역성 배타적 - 공유 재산이 아닌 자기고 전수하고자 함 - 변화에 대한 두려움 - 문화 역사에 관심이 많음 	<ul style="list-style-type: none"> - 호탕하고 대인관계 원만함 - 기회가 되면 일자리, 수익사업에 참여하고 싶다. - 적극적으로 개선이 필요하다 - 도시생활을 통해 다양한 역량을 갖추고 있다 - 진로성 결미 - 새로운 것에 대한 도전 정신, 책임감, 프라이드가 강함 	<ul style="list-style-type: none"> - 노년에 대한 풍요와 여유를 찾고자 함 - 지역인과 차별 - 허대하는 사선 - 여유 자금이 많음 - 큰 일거리 사업 희망 - 인적 네트워크 좋음 - 2가구 생활(세컨 하우스) - 청산리는 나에게 일터, 힐링 - 마을 정취 취향 - 주민공동체애착 소외감 느낌 	<ul style="list-style-type: none"> - 어촌 고향에 귀향했지만 일자리가 없음 - 리드그룹에 끼지 못함 - 어촌계 가입할 수 없음 - 마을 활동소외감 - 정보수집능력 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 은퇴, 은퇴 예정자 - 자금(퇴직금), 정부정책 지원금 - 수익 경제성을 따라서 지역선택 - 고향, 지리적 여건, 교육, 자연환경, 생활인프라 고려 - 정부에서 지원하는 지역 선호 - 타인의 간섭을 싫어함

친분에 따라 정보를 제공받고, 마을회의에서 주도권이 있는 집단은 대접받기를 원하는 상황이 이어지면서 공동체 활동이 매우 저조했습니다. 이번 국민디자인단 활동은 마을 핵심 정책 수요자를 중심으로 이들에게 필요한 서비스와 개선 방안을 검토했습니다. 회의 문화를 잘 모르고, 오해와 사소한 말투 때문에 시작된 갈등이라는 전제 하에, 개선 방안을 수립하기 위해 주민들이 직접 참여해 회의 문화 개선 방안을 논의했습니다. 이 과정에서 이권 갈등과 보이지 않는 계급·서열에 따른 발언권의 차이는 있었지만, 공통적으로 마을회의에 대한 기존의 인식이 개선되어야 한다는 결론에 도달할 수 있었습니다.

이주민의 정착과정에서 나타난 페인 포인트(고객 여정 맵)



문제 해결을 위한 아이디어 회의(만다라트)와 기관별 역할 분장



기술 교육	선별 유입	커뮤니티	간담	일자리 창출	연선	어촌계 확대	정관 개칭	어촌계 정상화
중간 지원조직	인재 유입	마을 홍보	바자회	일자리 창출	어장 가꾸기	자율 관리	어장 가꾸기	친환경 어장
인재 활용	귀어 귀촌	연분	수산물 가공	지원금	값등 관리	쓰레기 수거	자원 조성	환경 정화
나무터	마을 대회	풍어제	인재 유입	일자리 창출	어장 가꾸기	놀이 공간	이르신 학교	공동 식사
예산 확보	축제 이벤트	수산물 행사	축제 이벤트	어촌 활성화	복지 증진	안금 제도	복지 증진	의료 서비스
마을 테마	주민 의지	실행	마을 브랜드	마을 협의체	값등 관리	연교	자서전 영상	문화 교실
랜드 마크	물레길 조성	도로 정비	교육	사회적 경제	어장 공동화	값등 교육	의식 전환	환경 행사
SNS	마을 브랜드	마스 캠페인	창기 모임	마을 협의체	회의 문화	심호 관리	값등 관리	치유 문명체
불거리	이정표	마을 조형물	역할 분담	기록	발전화	창기 모임	세족 대회	마을 노래

결과물

회의·홍보·정보전달 방식의 혁신 - 온·오프라인 시스템 구축

마을 정보의 공공성과 투명성을 기반으로 한 주민 맞춤형 서비스 제공

정보 접근 배제, 대화 창구 불분명, 구두로 전달되는 과정에서 일어나는 정보의 축소·과장·왜곡, 추측성 태도, 편파적 생각을 막기 위하여 공공성과 투명성을 기준으로 한 ‘회의 문화 인식 개선’을 전제로 시스템 구축했습니다. 태안군 농어촌마을 지원센터의 도움을 받아 회의의 결과와 문서의 데이터화, 지속적인 모니터링을 진행하고 있습니다. 마을회관 게시판 활용, SNS(네이버 밴드, 문자, 카카오톡) 온라인 시스템 활용, 마을 방송 시스템을 이용한 오프라인 시스템 도입을 확정지어 원주민과 귀어·귀촌인의 생활방식, 문화, 인식 차이를 고려한 전달방법의 다양화를 추진했습니다.

회의 문화, 마을 소통 방법 개선



주민 맞춤형 온·오프라인 시스템 구축
마을정보의 공공성(모바일, 인터넷, 게시판)

정신외 주민여러분께 알려드립니다. 금일 회의는...!

【마을협의체】
안녕하세요. 마을협의체 회의가 마을 정기회의가 이번주 일요일(12.27) 예정입니다. 참석여부 확인 부탁드립니다.

잠재적 귀어·귀촌인, 이주민, 원주민에게 필요한 ‘청산1리 마을 사용 설명서’ 제작·배포

귀어·귀촌인이 ‘꼭! 알아야 할 필수 정보’, 원주민과 ‘공유하는 생활 정보’

현재 청산1리는 어촌 소멸 방지와 귀어·귀촌인의 안정적인 정착을 위해서 마을 정주 여건 개선과 마을 공동체 회복에 박차를 가하고 있습니다. 이에 따라 주민회의를 진행해 마을 공동체 활성화의 필요성을 강조하고 문제 해결과 지속성 유지를 위해 민·관·산·학 연계를 통한 해결 방안을 모색했습니다. 이 과정에서 원주민과 이주민의 갈등을 해소하고 소통을 증진시키기 위한 아이디어로 ‘주민과 함께하는 마을 사용 설명서 제작’을 추진하게 되었습니다. △ 갈등 관리 시스템 △ 의견 청취함 △ 정착도우미 멘토제 △ 원주민이 제작한 우리 마을 지도 △ 경제활동 △ 레시피북 등이 핵심 내용으로 담겨 있으며, 이밖에도 마을 리더 연락처와 조직 활동 내역, 태안 탐방시설, 마을 발전 방향, 연간 교육 일정 등 실생활과 밀접한 관련이 있는 자료들이 수록되어 있습니다. 향후 한국어촌어항공단, 태안군청, 서부발전(주), 전국어촌특화지원센터에서 전국어촌계의 ‘공동체 갈등 해소, 실용적인 마을 사용설명서’의 선진사례로 배포하여 확대할 계획입니다.

마을 사용 설명서 제작



어촌계 경제활동 촉진을 위한 행정적 제도 개편

청산1리 바지락 캐기 행사를 진행해 수년간 방치된 갯벌의 중요성을 다시 인식 시켰고, 어촌계 가입 규약을 완화했습니다. 결과적으로 (2020년 11월 기준) 8명의 신규 가입자와 어촌계 소득이 11배 이상 증가했습니다. 또한 청장년층 유입을 위한 어업활동 노하우를 전수하도록 했으며, 어촌계 장벽 완화를 위한 정관을 재개정 했고, 마을 소통과 경제활동이 융합될 수 있는 방안을 제시하며 어촌활성화를 위해 어촌계원들의 협력을 기반으로 한 홍보를 진행했습니다.

주민들과 전문기관이 함께하는 특산물 활용 워크숍, 시식회, 품평회

특산물 레시피를 만들기 위해 사전에 컨설팅 업체의 자문과 평가를 받아 워크숍을 진행했습니다. 이렇게 만들어진 레시피를 교육·배포하고 주민들의 의견을 반영하여 수정·보완했습니다. 군민과 함께하는 시식회와 품평회를 성공적으로 개최했고, 새로운 소득 구조와 일자리 창출, 특산물 활용에 대한 논의를 진행했습니다. 국민디자인단 활동 시작부터 끝까지 청산1리 주민들이 직접 참여해 함께 새로운 플랫폼을 만들었다는 사실에 큰 의미가 있습니다. 주민의 공감과 경제 활동은 ‘하나’라는 사실을 확인할 수 있었습니다.

전문기관과 협업해 특산품 레시피북 개발

특산물을 ‘활용’한 지역 경제 ‘활성화’

1년 내내 소득 창출을 할 수 있는 어족자원의 활용 방법을 찾기 위해 서부발전(주) CSR을 주축으로 한 태안군청, 워커히호텔 셰프, 한양여대, 한국어촌어항공단, 충남·경남어촌특화지원센터 등이 주민들과 함께 특산물 판로 개척에 나섰습니다. 함께 만든 레시피북에는 감태부각, 스파게티, 칼국수, 페스토, 크림 바게트, 감바스 등의 재료와 요리 방법이 상세하게 정리되어 있습니다. 특산물을 다양하게 활용할 수 있는 요리 레시피 개발로 소득 사업화를 진행했고, 특산품 홍보와 유통채널 구축까지 성공적인 결과를 이끌어 냈습니다.

수요자의 눈으로 결정되는 수산물의 가치

청산1리의 마을어장은 패류와 조류 등의 수산물이 풍부합니다. 마을 주민들은 이 어장을 통해 삶을 영위합니다. 하지만 최근 고령화 등의 이유로 어장 이용률이 떨어지면서 방치되고 있는 실정입니다. 더욱이 원물 형태로 판매하는 것은 부가가치가 낮아 투입되는 노동의 가치가 평가절하 되고 있습니다. 수산물을 소비하는 수요자 입장에서는 새로운 맛과 재미를 더한 다양한 활용을 기대합니다. 이러한 수요자의 욕구를 충족시켜 줄 경우 경험에 대한 만족도는 높아질 것이고, 공급자인 어업인의 입장에서는 부가가치가 높아져 소득이 향상될 것입니다. 국민디자인단은 청산1리의 감태와 바지락 등의 특산물을 활용하여 수요자의 눈으로 수요자가 만족할 수 있는 다양한 레시피를 개발해 고부가가치를 창출할 수 있는 기반을 마련할 수 있을 것이라 판단했습니다.

주민 경제 활성화를 위한 지역 특화 레시피 개발



귀어·귀촌인과 원주민의 소통 창구 마련 - 청산1리 정착도우미 멘토 제도 구축과 실행 ‘갈등의 당사자가 아닌 해결사로’

설문조사, 심층 인터뷰, 녹취록 분석을 실시해 원주민들의 적극적 도움이 필요함을 인식하고, 공감과 화합을 위해 자발적으로 정착도우미 멘토 제도를 운영했습니다. 현재 세 명이 자발적으로 참여해 정착도우미로 위촉된 상태입니다. 귀어·귀촌인의 안정적 마을 조기정착을 위해 미리 정착한 이주민들이 멘토 역할을 하며, 마을에 대한 이질감 극복과 마을 주민의 유대감 형성에 기여했습니다. 마을로 이사를 올 경우 먼저 다가가 ‘청산1리 마을 사용 설명서’ 전달 △ 마을 소개 △ 마을 활동 참여 유도 △ 원주민 갈등 관리 서비스 등을 제공합니다. 태안군청에서는 향후 정착도우미 멘토의 체계적인 운영에 관한 내용을 태안군 전 지역에 널리 알릴 계획입니다.

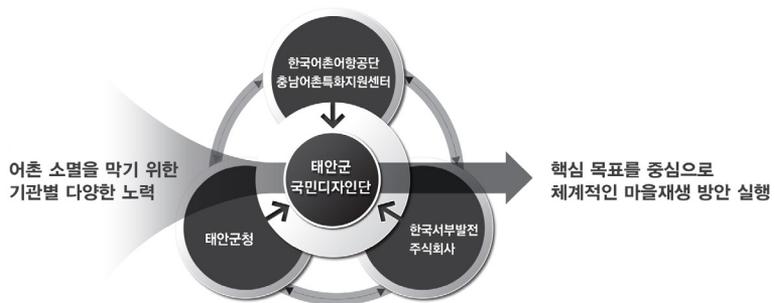
마을 정착도우미 위촉



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<p>장점</p> <ul style="list-style-type: none"> · 어촌 고유의 생활문화와 정서 유지 · 신속한 마을 내 의사결정 · 조용하고 편안한 마을(잠재적 갈등 내재) 	<p>장점</p> <ul style="list-style-type: none"> · 주민 참여를 통한 소통 창구 시도 갈등 원인 규명, 마을 소통문화 개선, 마을 정착도우미 제도 마련 · 어촌계 가입 완화 경제활동 증대 · 원주민과 귀어·귀촌인의 차이점 인정 구두 전달이 아닌 생활방식에 맞는 정보전달 시스템 구축
<p>단점</p> <ul style="list-style-type: none"> · 원주민과 귀어·귀촌인의 심각한 갈등과 서로에 대한 폐쇄·배타· 방어적 태도 · 어촌계 장벽이 높아 경제활동 저조 · 원주민들의 정보 독점, 내부 갈등으로 공모 사업 추진의 어려움과 소통 실패 	<p>단점</p> <ul style="list-style-type: none"> · 마을 원주민의 상대적 소외감 · 다수 주민 의견 반영에 따른 의사결정 지연 · 소통 확대에 따른 새로운 갈등 우려

분야별 전문기관과 협업해 실행 전략 수립



<p>태안군청</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 중간조직의 도움으로 주민 회의 문화 방법론 구축 · 바지락 캐기, 감태요리 개발 시식행사 개최 · 정관 계정(어촌계 가입조건 완화와 어촌연금제도 시행, 주민 소통 확대) · 청산리 마을 사용 설명서 제작 참여 · 주민 갈등 교육
<p>한국서부발전 주식회사</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 바지락 캐기, 감태요리 개발 시식행사 지원 · 마을 사용 설명서 제작, 레시피북 제작 지원 · 감태 활용을 위한 가공시설 인프라 구축
<p>한국어촌어항공단 충남어촌특화지원 센터</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 어장 관리 교육, 어업 양식, 방법론 설명 · 온라인 박람회(국민디자인단 실적 확대) · 감태요리 개발 전문가 분석과 타당성 검증

통통한 어촌 만들기를 위한 해결 방안 실행

<p>솔루션 실행</p>	<p>주민교육 실시</p>	<p>주민 인식 개선</p>
	<p>회의 문화 개선</p>	<p>회의 결과 알림 서비스 지원</p>
	<p>마을 사용 설명서 제작</p>	<p>원주민이 알려 주는 귀어·귀촌인 마을 정착 정보</p>
	<p>정착도우미 제도 운영</p>	<p>마을 주민이 참여하는 마을 정착 멘토 제도 실시</p>
	<p>어촌계 진입 장벽 완화</p>	<p>귀어·귀촌인 어촌계 가입</p>
	<p>마을 특산물 요리 개발</p>	<p>지속가능한 지역경제 활성화 방안 마련, 주민 공감</p>

참여자 소감

공공정책에 서비스디자인을 접목한 국민디자인단 활동은 과정과 결과 면에서 기존 관 주도 하향식 문제 해결 방식과 여러 차이를 보여 줍니다.

첫째, 국민디자인단 활동으로 정책의 수요자인 주민들이 수동적 수혜자에서 적극적·능동적인 주체자로 변화했습니다. 과거에 공공정책을 도입할 때는 잦은 회의와 인원 동원으로 생업에 지장을 초래한다는 불만이 있었지만, 국민디자인단은 이러한 폐단을 최소화하기 위해 자발적인 모임을 유도하여 문제점을 도출했습니다.

둘째, 서로에게 ‘갈등과 오해’가 있다는 사실을 인식할 수 있도록 계기를 마련했습니다. 국민디자인단 활동을 시작하기 전에는 주민들과 귀어·귀촌인은 서로의 갈등을 문제로 인식하지 못하고 ‘약간의 불편함’ 정도로 인식하고 있었습니다. 그러나 국민디자인단은 끊임없이 문제를 제기하며 어촌의 소멸을 방지하려면 이 문제가 반드시 해결해야 될 어촌의 문제라는 사실을 인식시켰고, 이웃간 담장을 허무는 계기와 소통의 시작점을 마련할 수 있었습니다.

셋째, 행복한 어촌에 대한 희망의 씨앗을 심었습니다. 6차산업을 통한 성공 사례가 이웃 동네의 이야기가 아닌 청산1리의 이야기로 탈바꿈하는 과정에서 주민들과 국민디자인단이 함께 고민하며 만들어 낸 특산물 활용 레시피, 요리 개발 등의 성과는 남다른 품격을 가지고 있다 할 수 있습니다. 또한 국민디자인단 활동은 향후 자체적인 공동체 모임 조성, 어촌계 활성화를 이루는 데 큰 기여를 했다고 평가할 수 있습니다.

서비스디자인 기법을 활용해 어촌의 문제를 도출하고, 해결 방안으로 사람과 사람(원주민과 귀어·귀촌인), 주민과 바다(어업인과 어장)를 이어 주는 솔루션을 제시하여 문제를 해결하려 했습니다. 하지만 과거 관이 주도한 문제 해결은 하드웨어 중심의 막대한 재정 투입을 통한 개발 방식이었을 것입니다. 개발을 위한 재정 투입은 제2의 갈등 요소를 만들어 낼 수 있는 위험한 시도라 생각합니다. 국민디자인단 활동은 이러한 측면에서 올바른 진단과 처방이 이루어진 활동이었다고 여겨집니다.

국민디자인단 활동이 시작된 시기에 태안군은 코로나19 청정지역이었습니다. 그래서 서울과 수도권에 거주하는 국민디자인단원들의 태안 방문을 고운 시선으로 바라보기가 쉽지 않은 상황이었습니다. 그래서 더욱더 코로나19 방역에 신경을 썼습니다. 다행스러운 점은 주민들과 국민디자인단이 서로 믿고 의지했기 때문에 성공적으로 활동을 마무리할 수 있었다고 생각합니다.

언택트(Untact) 통계, 「국민공감」콘택트(Contact)!!

담당 공무원 이용심, 이수용
서비스디자이너 강동선
국민 참여자 홍현표, 김선희, 권민정, 이경하, 임평우, 이주형
 김윤희, 이지은, 김인선, 유빛나, 김필상, 김미경, 김현지



통계 생산자 중심의 통계조사 과정에 대해 불편함을 느끼고 불만을 가지고 있는 국민들과 감정노동을 해야 하는 조사 직원 모두를 위한 업무 프로세스 개선과 통계조사 방식을 혁신하고자 했습니다.

추진 배경

39종의 통계조사에 대한 국민(응답자)의 불편·불만 사례 증가

'19년도 경인지방통계청 고객의 소리(VOC) 256건을 분석한 결과, 64.9%(1464건)가 통계조사에 관한 불편·불만 사항이었습니다. 이는 최근 '17년 이후 가장 높은 수치입니다. 국민(응답자)의 욕구를 해소하고 만족도를 높이기 위해 국민이 직접 통계조사 과정에 참여하여 정확한 원인을 진단하고 효과 높은 처방이 필요한 상황이었습니다. 경인지방통계청 관할구역은 5000만 인구의 절반이 거주하는 지역으로 경인청의 역할과 책임이 막중합니다.

조사환경 변화에 따른 대응과 효율적인 현장조사를 요구하는 목소리

코로나19 확산, 방문조사에 대한 불응·불신, 개인정보 보호에 대한 의식 고조, 기업체 보안 강화 등 대면조사 제약 요인의 증가로 현장 대면조사가 어려워져 비대면 방식의 조사가 확대될 필요성이 높아졌습니다. 특히 코로나19 상황 속에서 대면조사를 수행하면 국민들의 거센 반발이 우려되었습니다. 하지만 코로나19 위기를 기회로, 발상의 전환을 시도하여 세계 최고 수준의 ICT 기술을 통계조사에 적극 활용하는 방안을 모색했습니다.

통계청 대국민 인식 개선을 위한 업무 프로세스 혁신

어떻게 하면 국민들이 통계청을 더욱 신뢰할 수 있을까, 공공성을 더욱 확보할 수 있을까, 국민들이 통계청에 어느 정도 심리적 거리를 느끼고 있는가 등 통계청에 대한 인식 조사와 기관 업무를 제대로 홍보해야 할 필요성을 절감했습니다. 사실 통계청은 실생활에 가까이 있는 기관임에도 불구하고 국민들이 잘 인지하고 있지 못합니다. 응답자 입장에서는 설문 문항에 불만이 많아 해결방안이 필요하며, 조사자 입장에서는 조사 과정에서 응답자와 대립구도가 발생하는 문제를 해결해야 할 필요성이 있습니다.

대규모 현장조사 인력을 활용한 대국민 서비스 방안 모색

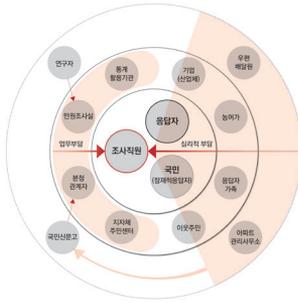
전국 방방곡곡을 다니는 2500여 명의 조사 인력과 대규모 조사(인구주택총조사, 농림어업총조사)를 할 때 채용되는 5만여 명을 활용한 대국민 서비스 아이디어를 모색해 보고자 했습니다. 현장조사 직원을 활용해 국민안전 보호체계를 구축하기 위한 아이디어를 모았습니다.

**새로운
문제 정의**

감정노동자인 조사 직원이 활동하는 통계조사 현장의 실태

인적이 드문 조사지역에 도착한 조사담당자는 맞벌이와 1인가구의 증가로 늦은 시간에 응답자를 만나기 위해 기다리는 상황이 많다 보니 금세 8시를 넘기곤 합니다. 어두워진 거리에 혼자 있으려니 무섭다는 느낌을 받곤 합니다. “죄송한데요, 혹시 000호에 사시나요?” 사람들에게 이런 질문을 던지면 이렇게 늦은 시간에도 조사를 해야 한다는 대답이 돌아오지만, 다음에 또 방문하는 것보다는 오늘 마무리하는 것이 더 낫다는 생각에, 다시 언제 귀가할지 모를 응답자를 하염없이 기다리는 날이 많습니다. 실제로 조사 결과, 대면 초기 응답자의 무응답, 변심, 까칠함, 약속 반복, 언어폭력 등에 관한 실질적 해결 방안이 없다는 사실이 드러났습니다.

이해관계자 맵 구성



현장 조사직원 새도임



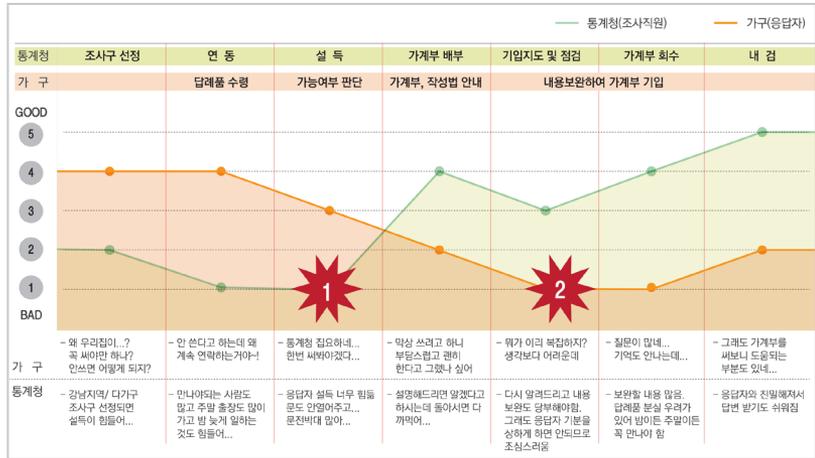
응답자의 경험을 관찰하고 체험하면서 조사과정의 문제점 발견

통계청 이름으로 온 우편물을 받으면 보통 그냥 뜯지도 않고 버리는 사람들이 많습니다. 초인종이 울리고 통계청 직원의 문을 열어달라는 요청을 받으면 문도 열어 주지 않은 채 방문한 이유를 묻습니다. “통계청에서 나왔는데요. 이번에 가계동향조사 대상자로 선정되어 가계부 작성을 해야 해서 조사에 대해 알려드리려고 방문했어요.” 이런 말을 들으면 우리집이 왜 선정되었는지, 누가 그런 선정을 했는지, 궁금한 점이 많이 생기지만 우선 모르는 사람이니 오늘은 어렵다며 돌려보내는 분들도 많습니다. 또 며칠 후, 퇴근하고 약간 늦은 저녁 시간에 집에 들어가려는데 누군가 다가와 “죄송한데요, 혹시 000호에 사시나요?”라고 또 묻습니다. 며칠 전 방문했던 통계청 직원인데 가계부를 써야 하는 이유를 설명해 줍니다. 응답자는 늦은 시간까지 기다린 조사직원이 안쓰럽고, 가계부를 쓰면 답례품도 많이 준다고 해서 가계부를 작성해 보기로 했습니다. 그런데 우리 가구의 수입은 얼마이고, 내가 0월 0일에 어디에 얼마를 썼고, 다음에는 어디에 얼마를 쓸 예정이다,

이런 내용을 써야 하니 내 사생활이 노출되는 것 같아 기분이 별로 좋지 않다고 느끼는 경우도 많습니다.

국가통계 작성을 위한 중요한 일이지만, 응답자의 경우 ‘왜 응답해야 하는지’에 대해 공감하기가 어렵습니다. 또 수입과 지출을 입력할 때 너무 자세하게 쓸 것을 요구해 개인 사생활 노출에 관한 불안감도 높아집니다. 뿐만 아니라 너무 많은 문항과 사적인 질문, 가독성이 떨어지는 조사표 디자인 역시 문제점으로 발견되었습니다. 작성한 정보가 어떻게 활용되는지, 활용 과정을 볼 수 있는 명확한 도표나 안내도 없었습니다.

설문 응답자와 조사직원의 고객 여정 맵



국민의 인식 변화와 코로나19 등 사회적 변화에 따른 비대면조사 요구 증가

고령화와 1인가구 증가 등 사회적 변화와 개인정보 노출을 꺼리는 사람이 많아져 낯선 사람의 방문을 환영하지 않으며, 전염병(사스, 메르스, 코로나19 등)의 확산으로 대면조사에 제약이 많아지고 있습니다. 비대면조사 요구가 증가하는 이런 상황에서 공무를 수행하는 통계조사 직원 또한 낯선 사람으로 인식되어 문전박대를 당하는 일이 늘어나고 있으며, 국가통계 작성을 위해 이를 극복하기 위한 방안이 절실히 필요한 상황입니다. 우선 비대면조사를 바라는 국민의 요구를 반영할 필요가 있습니다. 국민디자인단은 대국민 설문조사를 실시해 국민들의 인식에서 통계청은 중요한 행정기관이고 신뢰할 수 있는 기관이지만, 통계청 업무가 무엇인지 알지 못하고 일상생활에 직접적인 연관이 없다고 생각한다는 사실을 알아냈습니다.

추진 내용

통계청과 국민의 ‘첫 만남’이 될 우편물 서식 디자인 변경으로 인식 개선 도모

온·오프라인 조사를 실시해 통계청·통계조사의 업무 프로세스를 분석했고, 현장 중심의 새도입과 심층 인터뷰를 실시해 국민들이 통계청을 어떻게 생각하고 있는지 의견을 청취했습니다. 그 결과 대부분의 국민들이 통계가 우리 삶에 밀접한 관련이 있다는 사실을 모르고 있다는 사실을 알게 되었습니다. 통계청의 업무가 이렇게 국민공감을 얻어 내지 못하고 소통에 한계가 있다는 사실을 인정하고, 통계청에 대한 대국민 인식 개선을 위한 방안을 도출했습니다. 일반 국민들은 보통 조사 알림 우편물을 통해 통계청과 처음 만나게 됩니다. 이 우편물을 받은 가구의 반응을 살펴 보기 위해 국민디자인단 구성원의 집으로 통계조사 알림 우편물을 배송했습니다. ‘가구주 귀하’로 배송되는 우편물의 대부분은 그냥 버려지고 맙니다. 버려지는 우편물들은 어떤 특성이 있는지 알아보기 위해 주변의 협조를 구해 분리배출 현장에서 우편물들을 찾아보았습니다. 버려진 우편물들의 대부분은 개인정보란이 제거된 채 버려지고 있었고, 읽지 않고 버려지는 우편물은 홍보성 우편물, ‘가구주 귀하’처럼 수신자가 불명확한 우편물들이었습니다. 또한 대부분의 우편물들은 일반 우편봉투로 제작되어 있었고, 통계청의 우편물도 마찬가지였습니다. 국민들의 인식 개선을 위해 통계청을 처음 접하는 응답자에게 신뢰감을 줄 수 있는 우편물 서식 디자인 개선이 필요하다고 생각했습니다. 통계청에서 응답자에게 보낸 우편물을 받았을 때 응답자가 ‘자부심’과 ‘책임감’을 느낄 수있게 만들어 주는 방법을 고민했고, 국민에게 다가가는 통계청의 이미지를 제고하기 위해 자긍심과 특수성을 느낄 수 있도록 새로운 우편물 서식 디자인을 진행했습니다.

버려지는 우편물을 조사해 원인 규명



응답자 중심의 통계청 대국민 홍보 확대

통계청에서 실시하고 있는 통계조사를 이해하기 위해 국민과 가장 밀접한 관련이 있는 가계동향조사(가계부 작성)에 국민디자인 단원이 직접 참여해 응답해 보았

습니다. 조사를 알리는 우편물 수령, 조사 설명과 작성방법을 안내하는 1차 방문, 기입 지도를 위해 하는 재방문의 순서로 진행되는 과정을 경험하면서 종이가계부, 전자가계부(컴퓨터), 모바일가계부 순서로 일지를 작성하여 공유했습니다. 응답자는 가장 먼저 이 조사를 왜 하는지? 왜 내가 대상으로 선정이 되었는지? 내가 응답한 자료가 어떻게 쓰이는지? 등의 궁금증을 갖게 됩니다. 방문할 때 가지고 가는 안내장과 홍보 팸플릿만으로는 이런 응답자의 궁금증을 해결하기 역부족이었습니다. 뿐만 아니라 대상으로 선정된 사유와 조사 목적, 결과 활용에 관한 내용이 보이지 않았고, 응답자의 입장에서 쉽게 이해할 수 있는 자료가 명시되어 있지 않았습니다. 또한 개인정보가 어떻게 활용되는지, 다시 보고 싶을 때 볼 수 있는지 등에 관한 내용과 홍보가 미흡하다는 사실을 알게 되었습니다.

설문 응답자와 조사직원 심층 인터뷰



통계청에서 각종 SNS(인스타그램, 페이스북, 경인청 홈페이지, 유튜브, 인포그래픽, 카드뉴스)를 이용해 홍보를 하기는 하지만, 일반 국민들에게는 모두 접근이 쉽지 않습니다. 현재 유튜브에 게시된 영상자료는 3분 이상의 길이로 바쁜 시간을 쪼개 일부러 찾아보기에는 너무 길다는 느낌을 받았습니다. 그래서 조사를 쉽게 이해할 수 있도록 3분 영상, 1분 영상, 30초 영상 등 러닝타임을 세분해 제작했습니다. 더불어 통계청의 이미지 제고와 원활한 현장조사 수행을 위해 언론·방송·기타 매체 홍보도 추진하고 있습니다.

국민디자인단 의견 본청 반영

대국민 설문조사와 현장조사를 실시했을 때 공통적으로 나온 문제점은 조사문항이 내용적 깊이가 없고 중복 문항이 많다는 점이었습니다. 대면조사를 할 때는 조사직원이 문항에 대한 설명을 추가로 덧붙이기 때문에 진행은 원활하지만 너무 사적인 영역에 관해 질문한다는 의견도 있었고, 너무 문항이 많아 불편하다는 의견도 많았습니다. 비대면조사의 경우 질문들이 국민이 이해하고 답을 하기에 다소 어려운 질문들이 많았습니다. 이에 본청에 건의한 결과 21년 '조사표 용어 상세

설명'이 반영되었고, 조사 안내문 서식(가구·사업체)에 새로운 디자인 적용을 앞두고 있으며, 응답자가 직접 스마트폰으로 자료를 입력하는 SASI 시스템을 확대·구축했습니다.

아이디어 회의와 영상 홍보물 제작



새로운 비대면조사 방법론 도출

국민디자인단을 한창 운영하고 있었던 8월, 코로나19 확진자가 늘어나면서 대면 회의가 불가능해졌습니다. 국민디자인단 운영 기간이 길지 않아 어떻게든 회의를 해야 했기 때문에, 줌(Zoom)을 이용한 비대면영상회의를 진행하게 되었습니다. 약간 불편함은 있었지만 대면회의와 크게 다르지 않다고 느꼈습니다. 이때 회의도 비대면으로 큰 무리없이 진행할 수 있는데, 조사를 비대면으로 진행하면 안 될까? 이런 생각이 들었습니다. 그래서 비대면 영상회의 시스템을 변형한 응답자·조사 담당자 간 비대면 화상 기입 지도 시스템 등 다양한 비대면조사 관련 아이디어를 논의할 수 있었습니다. 또한 비대면조사 방법도 스마트폰을 활용한 조사방법에 집중하기 시작했습니다.

비대면회의와 비대면조사 테스트



우리나라 스마트폰 보급률은 95%로, 모바일을 이용한 통계 응답 시스템을 충분히 활용할 수 있는 나라입니다. 하지만 홍보 부족으로 서비스업동향조사의 경우, 2019년 말 기준 스마트폰을 활용한 응답률은 2.1%에 그치고 있었습니다. 그래서 응답자의 특성(연령별·지역별)에 따른 조사방법을 홍보하기 위해 모바일 입력

결과물

통계청 인식 개선을 위한 우편물 서식 디자인 개선

통계청이 국민과 처음 만나는 매개체인 우편물을 국민이 어떻게 생각하고 있는지를 알아보기 위해 국민디자인단 구성원에게 우편물을 발송해 보았습니다. ‘가구주 귀하’로 배송되는 우편물은 일반 관공서 우편물로 취급되어 읽히지 않고 대부분 그냥 버려지고 있었습니다.

버려지는 우편물의 유형을 파악하기 위해 주변의 협조를 받아 분리배출 현장에 나가 우편물을 수거해 분석해 보았습니다. 대부분의 우편물은 개인정보가 제거된 상태로 버려져 있었으며, 뜯어 보지도 않고 버려지는 우편물은 대개 홍보물 또는 수신자가 불명확한 우편물들이었습니다.

조사 결과를 바탕으로 우편물을 받았을 때 버려지지 않고 받는 이가 자긍심을 느낄 수 있도록 우편물 서식을 개선하고자 했습니다. 기존에는 공문을 두 번 접어 발송했지만, 종이를 접지 않고 펼친 상태로 발송할 수 있도록 우편 봉투를 바꾸었습니다. 또한 받는 사람이 개인정보를 쉽게 제거할 수 있도록 수취인 부분에 절취선을 추가했습니다. 우편물에 첨부되는 공문, 안내장, 팸플릿 등을 한 번에 꺼내 볼 수 있도록 정부기관(통계청) 로고가 들어간 파일을 제작했습니다. 또한 우편물 서식에 고급 용지를 사용하여 우편물을 처음 받았을 때 자긍심을 느낄 수 있도록 고급 제작 사양을 적용했습니다.



휴대폰(모바일)을 이용한 통계 응답 시스템 설계

광화문1번가와 국민생각함 등을 이용해 국민의 생각을 취합했습니다. 코로나19 같은 시대적 상황에 따라 현장조사 위주의 통계조사에서 비대면 조사로 전환하라는 국민의 요구가 높아졌다는 사실을 알 수 있었습니다.

국민이 편하게 접근할 수 있는 비대면조사를 위한 아이디어 회의를 진행했습니다. 스마트폰 보급률이 95%나 되는 나라답게 모바일을 활용한 비대면조사 활성화가 필요한 시점입니다.

기존 통계조사 업무 프로세스 중 스마트폰을 활용한 조사 방법이 있었지만, 사용 방법 설명과 홍보가 부족해 활성화되지 못했습니다. 그래서 국민이 쉽게 사용할 수 있도록 조사 안내 영상을 제작해 QR코드와 연계하여 안내장과 홍보물품 등에 인쇄한 후 배포하여 접근성을 높일 계획입니다. 모바일 조사 이용 후기를 취합해 지속적인 개선 작업도 진행할 예정입니다.

홍보물품(고속 무선 충전 마우스패드)과 QR코드 주요 내용

통계조사 조사직원을 활용한 국민안전 보호체계 구축

매월 약 2500명의 조사직원이 통계조사를 위해 전국 방방곡곡을 다니고 있으며, 대규모 조사(인구주택총조사, 농림어업총조사)의 경우 약 5만여 명의 현장 조사 직원이 투입됩니다. 그래서 이를 활용한 대국민 서비스 아이디어를 논의했습니다. 조사직원들이 사건·사고 신고앱(안전신문고, 112, 119)을 설치해 현장 조사 출장 업무를 할 때 발견한 위험 시설·건축물을 신고하거나, 사건·사고가 발생했을 때 관계기관에 알리는 일을 할 수 있게 했습니다. 또한 다수의 여성 조사 직원이 출장 업무를 볼 때 우려되는 신변 안전 대책으로도 활용하게 했습니다.



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
통계 생산자 중심의 업무 프로세스	국민 중심의 통계 업무 프로세스로 개선 응답자가 직접 작성할 수 있도록 쉽고 친절한 조사표와 응답하기 편리한 조사 시스템으로 개선
현장을 방문해 진행하는 면접조사 방식 위주	현장조사 패러다임의 전환 대면조사에서 비대면조사로 전환 통계 조사직원이 국민 안전지킴이 역할 병행
주로 종이 조사표 활용	ICT 기반의 통계조사 방식 혁신 스마트폰과 태블릿PC 등을 활용한 조사 시스템으로 전환

참여자 소감

국민디자인단 활동으로 그간 통계조사 과정에서 발생하는 비협조, 불편·불만 사항 등의 민원이 왜 생기는지, 근본적인 원인에 접근할 수 있었습니다. 국민디자인단 활동을 하면서 통계조사의 중요성 인식과 통계조사에 대한 신뢰도(개인정보, 안전 등)를 높이기 위한 적절한 솔루션을 제공했다고 생각합니다. 더욱이 포스트코로나시대를 준비해야 하는 시점에서 국민디자인단 활동으로 새롭게 정비한 언택트 통계는 미래를 준비하는 통계청의 자세가 될 수 있다고 판단했습니다.

과거 대면조사 방식의 통계조사로 발생하는 불편·불만사항을 해소하기 위해 국민디자인단을 적용하지 않았다면, 조사과정에서 발생하는 근본적인 문제가 해결될 수 없었을 것이라 생각합니다. 아마 1차적으로는 만족도 제고를 위해 고가의 답례품을 준비하고, 조사원의 친절 교육에만 중점을 두었을 것입니다. 그렇게 되면 경제적인 측면에서 많은 비용을 발생시키면서도 근본적인 문제 해결은 하지 못했을 것입니다.

2020년은 코로나19 때문에 국민디자인단 사업이 더디게 진행될 수밖에 없었습니다. 많은 어려움 속에서도 7월부터 국민디자인단 활동을 시작했지만, 한창 회의를 진행해야 할 시기인 8월 중순부터 코로나19의 상황이 더욱 악화되었고, 사회적 거리두기 2.5단계가 시작되었습니다. 회의 진행 여부에 관해 많은 고민이 있었는데, 그때 대면회의를 비대면영상회의로 바꾸었습니다. 그렇게 영상회의를 진행하는 과정에서 아이디어를 얻어 비대면으로 조사과정을 살펴보고 비대면으로 업무를 개선하기 위한 여러 아이디어를 현실화시킬 수 있었습니다.

생활안전

모두를 위한 도서관으로 Step Up!



담당 공무원 정지선, 김은숙, 박정연
서비스디자이너 강동선
국민 참여자 서동찬, 이종창, 박영애, 박진미, 김민선, 이동구,
 윤설희, 이주형, 이경하



넓고 오래된 공간과 폐쇄적인 공부방, 포화상태의 서가 때문에 시민들이 도서관을 이용하는 데 불편을 느끼게 되어 새로운 공간의 필요성이 높아지고 있었습니다. 이런 요구에 부응해 지역의 정체성이 반영된 커뮤니티 공간과 공공플랫폼 등 도서관의 새로운 역할을 제시하고, 시민들과 함께 다양한 아이디어를 발굴해 구현하고자 했습니다.

추진 배경

2005년 5월 개관한 파주시 중앙도서관은 노후된 시설, 포화상태의 자료, 불편한 열람 환경, 파주시 관내 도서관의 수 증가로 시민 이용률이 감소하고 있었습니다. 중앙도서관은 이를 해결하기 위해 지역사회 안에서 도서관이 어떤 역할을 해야 하는지에 관한 고민을 하게 되었습니다. 또한 코로나19 때문에 다중이용시설인 도서관 이용이 더 줄어들자 도서관을 안전하게 지속적으로 이용할 수 있는 방안을 마련할 필요성이 높아졌고, 포스트코로나시대를 준비하는 공공플랫폼으로서 어떤 역할을 해야 하는지도 규명해야 했습니다.

새로운 문제 정의

도서관 비이용자의 다양한 의견을 수렴하여 도서관 이용 감소의 원인 규명

우선 파주시 시민들의 도서관 이용 패턴을 분석했습니다. 보통 도서관 서비스를 경험하고 긍정적인 느낌을 받은 사람들은 지속적으로 도서관을 이용하며 충성 고객이 되지만, 도서관을 이용하지 않는 사람은 아예 도서관의 존재를 전혀 모르는 사람이 있을 정도로 이용하지 않습니다. 유아와 초등 저학년(3~4학년)까지는 부모와 동반하여 도서관을 자주 이용하지만, 중고등학교 시기에는 도서관 이용이 확 줄어들습니다. 시니어 계층도 노인이나 거동 불편 등의 이유로 이용을 잘 하지 않게 되고, 시니어 계층을 위한 다양한 대체 자료를 경험해 보지 못한 시민들 또한, 도서관을 ‘나와는 상관없는 공간’이라고 생각하는 경우가 많습니다.

파주 남부권(교하·운정 신도시 지역)은 젊은 이주민 세대(평균 연령 36세)와 어린 자녀들이 많은 곳으로 도서관 이용률이 높아서 도서관들이 다양한 독서문화서비스를 제공하고 있습니다. 하지만 파주 북부권은 인구의 감소로 문화시설 확충이 저조하며, 도서관에 대한 요구도나 이용 경험이 상대적으로 낮습니다. 또한 파주시 도서관 수가 증가하면서 중앙도서관 이용률도 낮아졌고, 지역에 새로운 서비스를 제공해야 하는 시점에 이르렀습니다. 또한 도서관이 실제로 시민들이 필요로 하는 서비스를 발굴해야 하는 상황입니다.

2005년	2010년	2020년
4개 도서관	7개 도서관	18개 도서관

도서관의 새로운 규범(new normal, 온라인·비대면)을 찾게 한 코로나19

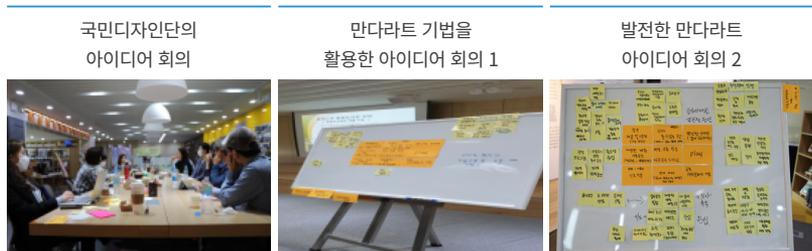
코로나19가 발생해 도서관이 휴관하고 이용자 서비스가 중단되었습니다. 사회적 거리두기 단계 조정 때문에 도서관 임시휴관과 재개관이 반복되어 시민들의 민원도 증가했습니다. 이에 따라 대면서비스를 대체할 비대면서비스나 온라인서비스에 대한 요구가 증가하고 있습니다.

도서관 이용자·비이용자 설문조사를 실시해 도서관 이용 형태와 문제점 파악

도서관 이용자와 비이용자의 이용 형태를 분석해 왜 중앙도서관을 이용하지 않는지, 어떤 점이 불편한지 등 사람들이 생각하는 도서관에 관해 2차에 걸쳐 설문 조사를 실시했습니다. 총 150여 명의 시민이 참여한 설문조사 결과를 보면, 도서관이 기존에 가지고 있었던 엄숙하고 딱딱한 느낌의 공간이 아니라, 시민들에게 실질적으로 도움이 되는 공간으로 변화해야 한다는 것을 알 수 있습니다.



또한 국민디자이너들이 직접 도서관을 이용하는 고객이 되어 계층별(20대, 40대, 50대)로 도서관을 어떻게 이용하는지 등 평소 파악할 수 없었던 ‘이용자’의 눈으로 도서관의 모습을 파악하려 했습니다.





이외에도 평소 도서관을 이용하지 않는 10대 청소년과 70대 어르신, 유아나 어린이를 둔 30~40대 주부를 대상으로 중앙도서관 이용에 관한 심층 인터뷰를 진행해 도서관을 이용하지 않는 이유를 파악해 보았습니다.

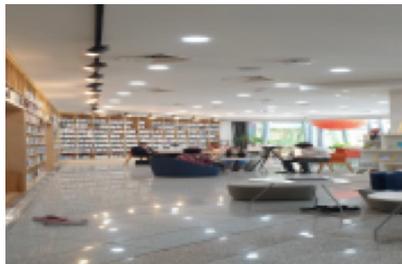
계층별 심층 인터뷰



1. 청소년



2. 5-8세 자녀를 둔 30-40대 주부



3. 70대 어르신



심층 인터뷰를 마치고

추진 내용

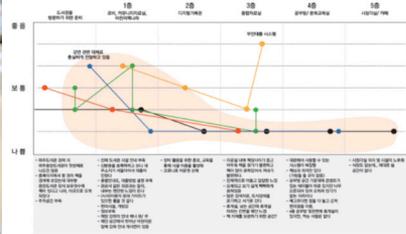
도서관 3~5층 공간 재구성과 통합 디자인 사업을 추진해 시민 만족도 제고

설문조사와 심층 인터뷰를 진행해 중앙도서관을 좀 더 깊이 이해할 수 있게 되었으며, 어떤 부분들을 보완해야 할지 개선점도 파악할 수 있었습니다. 8차에 걸친 국민디자인단 아이디어 회의와 구체화 과정을 통해 기존의 오래되고 불편했던

3~5층의 공간 재구성을 진행하게 되었습니다. 이 과정에서 시민들과 국민디자인단의 의견을 공간 구성에 반영하기 위해 제안서를 작성했으며, 설계·디자인·실제 조성 과정이 하나의 흐름으로 이어질 수 있도록 계약을 추진했습니다.



세대별 도서관을 방문하는 이유



10	20	20	30	30	40	50
<p>진로 선택에 대한 진학률 위한 준비에 따른 탐학성</p> <p>도서관 이용 현황 : 계절적 이용 증가, 특별한 시간대가 풍부 이 특징인 탐학성 장소도 책을 보러 도서관을 찾지는 않음 찾는 목적은 주로 인터넷을 통해서</p>	<p>자기개발, 전공 관련 전문지식이 필요해</p> <p>관심 있는 분야(이중심적, 다중) 관련 자료도 전문 분야 관련 도서도 탐학성 우수해 관련 정보도 탐학성 높고, 정보유형에 따라 탐학성에서 보았을 때, 정보 습득을 통해 공부하는 비율 대폭 늘어 함</p>	<p>이해를 위한 자기개발과 관심 정보검색이 필요해</p> <p>탐학하고 여러 분야에 관심이 많은 20대 초반의 탐학성 관련 도서도 탐학성 우수해 관련 정보도 탐학성 높고, 정보유형에 따라 탐학성에서 보았을 때, 정보 습득을 통해 공부하는 비율 대폭 늘어 함</p>	<p>소모임과 스티커가 필요한 모임 참여는 관심사</p> <p>다른 분야의 책들을 탐학하거나 관련된 도서 관련 정보도 탐학성 높고, 정보유형에 따라 탐학성에서 보았을 때, 정보 습득을 통해 공부하는 비율 대폭 늘어 함</p>	<p>아이들과 함께 도서관을 자주 찾는 주부</p> <p>도서관 주변에서 아이를 키우는 주부 20대부터 40대 중반까지 주부들이 자주 찾는다 아이들과 함께 도서관을 자주 찾는다 가정 시간과 여유는 주부에겐 탐학성 높기 위한 열망이 있다</p>	<p>휴식과 나만의 시간이 필요한 주부</p> <p>주부들이 많이 찾는 분야에 관련 도서도 탐학성 높고, 정보유형에 따라 탐학성에서 보았을 때, 정보 습득을 통해 공부하는 비율 대폭 늘어 함</p>	<p>문화강좌를 듣고자 하는 중년 직장인</p> <p>주부들이 많이 찾는 분야에 관련 도서도 탐학성 높고, 정보유형에 따라 탐학성에서 보았을 때, 정보 습득을 통해 공부하는 비율 대폭 늘어 함</p>

‘With 코로나시대’를 맞이하는 도서관의 비대면서비스 확대

코로나19 때문에 도서관 휴관이 장기화 되고, 시민들이 도서관을 코로나19 이전처럼 이용할 수 없게 되어, 기존 대면서비스를 대체할 온라인서비스에 관한 고민과 논의가 지속되었습니다. 코로나19로 인한 심리적 불안 등으로 정서적 안정이 필요한 시민들에게 도서관서비스를 지속적으로 제공할 수 있는 방법을 고민한 결과, 계층별 다양한 온라인서비스를 개발하게 되었습니다. 유튜브를 활용한 어린이 책 놀이 프로그램 운영, 집에서 즐길 수 있는 어린이 키트 제공, 청소년이 직접 책을 소개하는 학습 지원 유튜브 방송, 온라인 인문강좌와 파말이TV 등 다양한 비대면 서비스를 개발했습니다.

결과물

도서관의 입장이 아닌 시민의 입장에서 도서관 새롭게 보기

국민디자인단 활동은 도서관 관리자나 운영자 입장이 아니라, 실제 이용자와 계층별 이용자의 시각에서 도서관이 어떤 역할을 해야 하는지 새롭게 고민해 볼 수 있는 계기를 마련해 주었습니다. 사용자 모델 설정, 시민 심층 인터뷰, 만다라트 회의 등 국민디자인단 활동을 펼치면서 도서관 노후공간을 새롭게 조성하기 위한 ‘파주시중앙도서관 브랜드 가치 제고를 위한 통합 디자인 개발 추진 사업’을 진행하여 시민들이 필요로 하고 시민 입장을 반영한 제안서를 만들게 되었습니다.



도서관의 새로운 역할을 제시하고 미래지향적인 공간 조성

시민 설문조사(3회), 만다라트 아이디어를 진행하며 시민들의 요구를 반영한 도서관+복합문화센터 공간 조성을 위한 계획을 수립했습니다. 또한 시민들의 의견과 국민디자인단의 활동으로 도출된 의견을 적극 반영하기 위한 최적의 계약 방법을 찾고 있는 중입니다.

다양한 채널로 도서관서비스를 제공하고, 지속적으로 비대면서비스 제공

코로나19 같은 재난 상황이 와도 안정적으로 비대면 대출을 할 수 있는 ‘안심 도서 대출 서비스’ 시스템을 구축하여 지속적인 자료 제공이 가능하게 했습니다. 이 시스템의 도입으로 도서관 홈페이지에서 자료를 검색한 후 클릭 한 번으로 간편하게 대출 신청을 할 수 있습니다. 인터넷 사용이 불편한 시민들도 편리하게 이용할 수 있습니다. 또한 어디서든 온라인으로 즐길 수 있는 전자잡지 215종과 오디오북, 전자책 등을 구비하여 24시간 이용할 수 있는 온라인서비스를 제공할 수 있게 되었습니다.



국민디자인 활동 전·후 비교

BEFORE	AFTER
<ul style="list-style-type: none"> · 넓고 오래된 도서관 시설과 포화 상태의 자료로 시민들의 이용 불편 · 코로나19로 도서관 문 닫는 시간이 많아져 이용에 제한 · 도서관 관리자의 입장에서 운영되어 시민의 편의를 고려하지 않고 세세한 이용 안내가 없는 불친절한 도서관 	<ul style="list-style-type: none"> · 도서관 3~5층 공간을 재구성해 자료를 분산하고 이용자 동선을 고려한 공간 재구성으로 시민 만족도 제고 · 폐관되어도 이용할 수 있는 비대면·온라인 프로그램 발굴·운영

참여자 소감

국민디자인단 활동을 하며 다양한 시선에서 도서관 운영과 직원 서비스 등을 검토할 수 있었습니다. 지역에서 도서관을 실질적으로 이용하는 시민과 우리 지역의 시민은 아니지만 도서관 운영을 객관적으로 바라볼 수 있는 국민디자인자가 함께 활동하여 도서관의 문제점과 발전 방향에 대해 다각적으로 접근해 볼 수 있었습니다. 특히 국민디자인단이 직접 도서관을 이용하고 작성한 사용자 모델은 눈여겨 보지 않으면 발견할 수 없었던 세심한 부분(이동 동선, 휴게공간의 부재, 자료 찾기, 안내 사인물 등)까지 예리하게 관찰하고 만들어진 결과라 도서관 공간 개선에 많은 도움이 되었습니다.

도서관의 문제점을 해결하기 위해 지역 시민들의 의견을 조사하고 국민디자인단이라는 외부의 시선으로 접근하는 방법은 신선했습니다. 하지만 운영 초기에 서비스디자인과 국민디자인단 활동을 전반적으로 이해할 수 있는 자료들이 제공되었더라면 좋았을 것 같습니다. 또한 코로나19라는 예기치 못한 상황 때문에 설문조사 등을 진행하기 어려웠으며, 설문조사를 할 때 신천지로 오해를 받기도 해서 오래 기억에 남을 것 같습니다. 도서관 문을 닫는 시간들이 많아져 시민들의 의견을 적극적으로 듣지 못한 부분이 아쉽습니다. 그럼에도 불구하고 도서관의 변화에 시민들의 의견을 반영하고 그 내용들이 구현되는 과정을 경험하면서 국민디자인단의 가치를 느낄 수 있었고, 그 점이 이번 활동의 진정한 성과라고 생각합니다.

2020 국민디자인 성과사례집

PEOPLE MAKE POLICY

발행일 2021년 2월
발행처 행정안전부
주관기관 행전안전부
연구기관 한국디자인진흥원

행정안전부 정부조직혁신실 한창섭 실장
공공서비스정책관 정구창 국장
국민참여혁신과 장은영 과장
국민참여혁신과 노경성 사무관
국민참여혁신과 오태준 사무관

한국디자인진흥원 혁신성장본부 강필현 본부장
서비스경험디자인실 김상열 실장
서비스경험디자인실 윤나리 선임연구원
서비스경험디자인실 김유진 주임연구원
서비스경험디자인실 양정훈 주임연구원
서비스경험디자인실 강민정 연구원
서비스경험디자인실 김도현 연구원
서비스경험디자인실 김영혜 선임연구원
서비스경험디자인실 김지수 위촉연구원

디자인 디마이너스원

인쇄 삼아기획

Copyright 2021 행정안전부.

이 책에 실린 글은 행정안전부의 동의없이 무단으로 사용·전재할 수 없습니다.

