공공서비스디자인과제 성과보고서

자활 혁신 프로젝트, 올리도 내 자부심!

올-리브(ALL-LIVE)

2024. 10.

부산광역시
BUSAN METROPOLITAN CITY

부산광역시 BUSAN METROPOLITAN CITY	**자활 혁신 프로젝트, 올리도 내 자부심! 올-리브(ALL-LIVE)**

□ 추진배경

○ 최근 5년간 자활사업 예산 증가율은 41.1%로 급증한 반면, 사업 목표인 자립 성공률은 고작 24.8%에 불과하며 이마저도 매년 하락 추세

○ 저 평가된 자활 이미지, 참여자 욕구를 제대로 반영하지 못한 사업 운영으로 자활 의지 부족 → 빈곤 지속→ 사회적 비용 급증 등 악순환이 심화되고 있어 실질적인 대책 마련 절실

□ 추진내용

01. 이해하기	02. 발견하기	03. 정의하기	04. 발전하기	05. 전달하기
(문제점 및 현황 공유) **디자인단 구성**	(데스크&필드) **핵심 수요자 그룹 리서치**	(근로자, 관리자) **진짜 문제 도출**	문제 해결을 위한 **아이디어 개발**	올리브 공공복지・돌봄서비스 **프로토 타입**

□ 추진성과 및 기대효과 #신뢰성 #자부심 #인지도 #자활특화

○ **모두 함께 잘 사는 자활 올-리브(ALL-LIVE)** : 자활사업 리브랜딩 및 자활의 강점 공공보조·지원을 활용하여 민간영역에서 수행이 어려운 '공공복지·돌봄서비스' 비지니스 포트폴리오 구성

부산광역시 BUSAN METROPOLITAN CITY → 안녕한 부산 좋은 이웃 따뜻한 복지공동체 → 올리브 ALL-LIVE

부산광역시 도시 브랜드 | 부산광역시 사회 복지 브랜드 | 자활 공공복지·돌봄서비스 브랜드

퇴원환자 안심돌봄 | 병원 안심동행 | 이웃 돌봄활동가 | 가사지원 | 식사지원

○ **브랜드 확산 추진을 위한 첫 단계 : 올리브 부산 마켓 서비스 구축**

< 공공서비스디자인 운영 전·후 비교 >

공공서비스디자인 운영 전(AS-IS)	공공서비스디자인 운영 후(TO-BE)
자활사업의 저평가된 이미지 및 신뢰성 부족을 자활의지부족 · 형식적참여 참여자의 문제로 인식	민간 시장과 목적자체가 다른, 자활의 강점을 활용하여, 공공 사업모델로 다양한 보상책 마련 및 신뢰성 제공

□ 향후계획

○ 디자인 결과물 "2025년 부산지역 특화 자활사업" 으로 추진(예산 기요구)

○ 16개 구・군 병원안심동행 서비스 수행기관 100% 지역자활센터로 추가 지정

○ 자활센터, 자활기업, 복지기관, 부산연구원 등 서비스 추진 협업을 위한 MOU 체결

○ 공공서비스디자인단 지속 운영 및 개발된 부산 자활사업 브랜드 확산 적용으로 참여자들의 자활 의지 고취 및 이미지 개선 지속 노력

Ⅰ 자활 혁신 프로젝트, 올리도 내 자부심! 올-리브(ALL-LIVE)

과제유형	실행·협업과제	과제분야	사회복지
주관기관 (협업기관)	부산광역시 복지정책과 (16개 구·군, 부산광역자활센터 18개 지역자활센터)	과제담당자	조현선 주무관 연락처 : 051-888-3184 이메일 : jhs7539@korea.kr

1 과제 개요

◈ (과제목표)
참여자 욕구를 반영한 ▲자활사업 성공모델을 디자인하고, ▲자활사업 리브랜딩을 통한 자활 이미지를 개선하여 참여자의 자활의지를 고취시키고 경제적 자립을 촉진

◈ (수요자) 자활사업 참여자, 자활생산품 이용 고객(지역주민, 관광객)

◈ (추진기간) '24. 5 ~ 11.

◈ (소요예산) ('24년) 144백만원, ('25년) 562백만원, ('26년) 562백만원

◈ (추진내용) ***자활사업 숙원과제 해결 위해 "국민과 함께" 서비스 디자인 첫 시도***

01. 이해하기	02. 발견하기	03. 정의하기	04. 발전하기	05. 전달하기
(문제점 및 현황 공유) 디자인단 구성	(데스크&필드) 핵심 수요자 그룹 리서치	(근로자, 관리자) 진짜 문제 도출	문제 해결을 위한 아이디어 개발	올리브 공공복지 • 돌봄서비스 프로토 타입

문제점 : 저 평가된 자활 이미지 • 참여자 자활의지 부족

민간 시장과의 치열한 경쟁	➡	자활 부정적 인식 및 신뢰성부족

목표	**공공보조 및 지원**을 활용하여 공공복지·돌봄서비스 제공	**공공성**을 띄는 사업 모델
가치	**수혜자**에서 **공공서비스 제공자로!** 정신적 보상 ▶ 자활 의지 고취	'공공에서 제공하는 서비스' **신뢰성 제공**

○ **「모두 함께 잘 사는 자활 올-리브」** #신뢰성 #자부심 #인지도 #자활특화

- 자활사업 리브랜딩 및 자활의 강점 공공보조·지원을 활용하여 민간영역에서 수행이 어려운 '공공복지·돌봄서비스' 비지니스 포트폴리오 구성

[올-리브 자활 특화 공공복지·돌봄서비스]

퇴원환자 안심돌봄	병원 안심동행	이웃 돌봄활동가	가사지원	식사지원
전문 돌봄인력 파견 통한 집중 돌봄서비스	접수·수납, 진료 및 입·퇴원 등 출발부터 귀가동행	안부확인, 위기가구 발굴, 사회적 관계망 형성 등	가사활동 및 일상활동 지원	시니어클럽, 자활센터 등 일반식, 반찬 등 음식 조리 및 배달

○ **브랜드 확산 추진 첫 단계 : 올리브 부산 마켓 서비스 구축(선순환 자활 마켓)**

2 추진배경

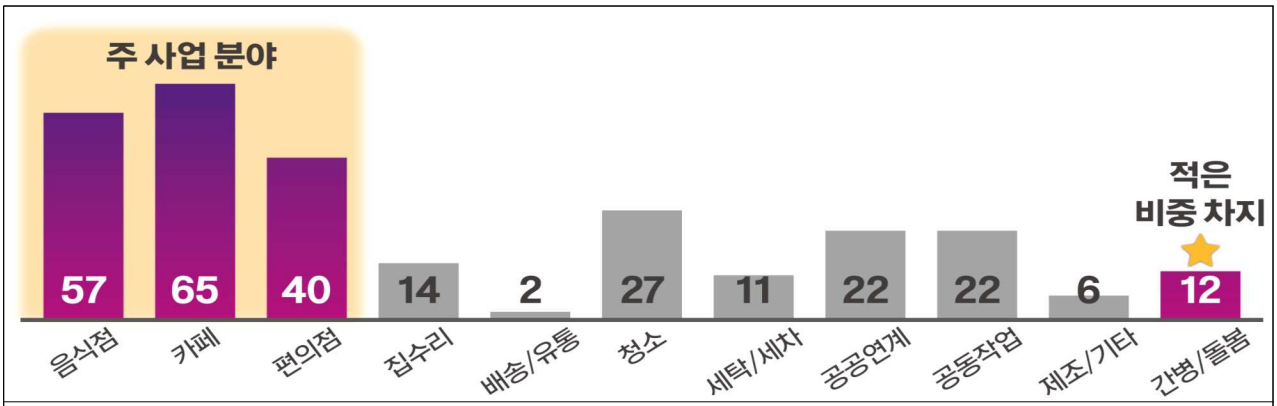
❑ 추진목표

참여자 욕구를 반영한 ▲자활사업 성공모델을 디자인하고, ▲자활사업 리브랜딩을 통한 자활 이미지를 개선하여 참여자의 자활의지를 고취시키고 경제적 자립을 촉진

□ 과제 추진 필요성

○ **저소득층의 경제적 자립을 돕는 정부의 중요한 일자리 사업인 자활사업**

- 자활사업이란 : 사회적 경제적 심리적으로 어려움을 겪고 있는 저소득계층의 자활을 지원하는 사업
- 단순 일자리를 제공하는 것을 넘어 참여자들의 자립 의지를 높이고 궁극적으로는 탈빈곤(탈수급) 할 수 있도록 돕는 것이 목표



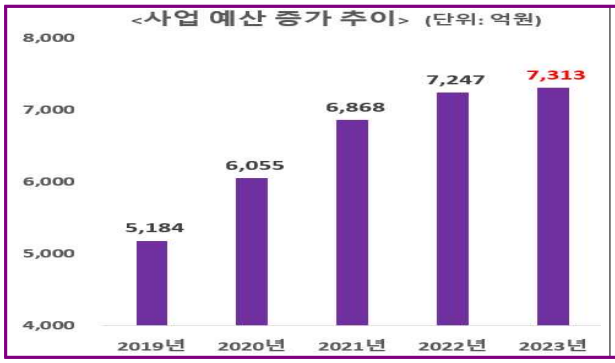
부산 자활사업체 업종별 현황

○ **연간 7천억원 이상 막대한 재정 투입에도 자립 성공률 24%에 불과… 하락 추세**

- 최근 5년간 사업비 증가율은 41.1%로 급증한 반면, 자립 성공률(탈수급률)은 24.8%에 불과하며 매년 하락 추세 ▷ 5년 전에 비해 4.6% 감소

○ **저 평가된 자활 이미지, 참여자 욕구를 제대로 반영하지 못한 사업 운영으로 자활 의지 부족→빈곤 지속→사회적 비용 급증, 2차적 문제 발생 등 악순환 심화**

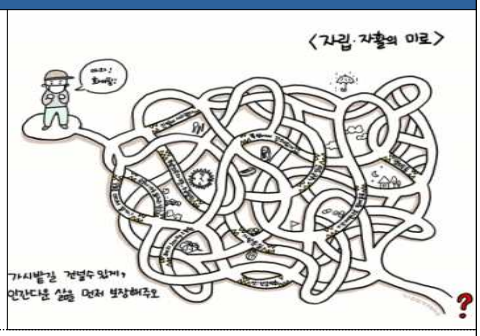
- 이는 참여자들의 자활 의지 저하와 형식적 참여, 자활사업 생산품·서비스에 대한 부정적 인식으로 이어져 자활 목표 달성 한계
- 자립의 어려움으로 부산은 2023년 기준 기초수급자 증가율 전국 1위, 수급률 전국 2위를 기록하며 수급자수가 5년 만에 36.1% 급증하고 있어 최소한의 안전망이 제대로 작동될 수 있도록 "실질적 대책 마련 절실"



□ 관련 현황과 문제점

일하는 사람으로서 보람이나 여유를 느낄 수 없는 제도 운영

- 참여자 욕구가 반영되지 않은 단순노동 일자리, 저임금, 사회의 부정적 시선 등 일하는 사람으로서 보람이나 여유를 느낄 수 없는 제도 운영
- 일반 사업자 노동자와 다르게, 휴가 및 지원이 적은 자활사업



참여자의 자활의지 고취를 위해서는, 욕구를 제대로 반영한 일자리매칭과 일하는 사람들이 충분히 보람을 느끼는 일자리가 되어야

자활근로자의 노동은 노동이 아닌가요

- "일을 해나갔지만 나는 자존감을 얻지 못했다. 자립과 자활을 돕기 위한 것이라던 나의 일이 정작 노동으로 인정받지 못하고 있음을 자각하였다."
- "정부가 취약계층에 '희망'을 준다며 일자리 늘리기에 열을 올리면서 정작 보호받아야 할 이들의 권리는 왜 보호하지 않고 있는 것일까"

01.
높은 질에 비한 인식 저하

아직까지
"자활이나 사회적기업에서 만든 제품은 품질이 안 좋다"
또는 "싸게 팔아야 되는 거 아니냐"라는 인식이 존재
↓
제품 가치가 소비자들에게 제대로 전달되지 않음

02.
지역 가치소비에 의존된 판매, 약한 B2C

자활 = 가치소비
가치소비에 지나치게 의존하여 브랜드 인식과 인지도가 부족
공공기관 납품과 같은 B2B는 잘 되어 있으나, B2C는 약함
↓
브랜드 인식과 인지도가 부족으로
B2C를 타겟으로한 가치 소비 자활의 강점이 부각되지 않음

03.
단순 일자리 강요, 자활 성공엔 다양한 직무경험 필요

단순한 일자리 제공이라는 인식 및 비평이 있는 만큼
자활의 일자리도 고도화될 필요가 있음
브랜드 강화와 마케팅으로 자활 일자리 고도화 기대
↓
자활 사업 고도화를 통한 직무 수행 범위 확대 필요
마케팅 및 디자인 등 선택 가능 직무 범위 확대
단순 노동직에서 고도화된 직무를 통해,
이용자 인식 개선 및 참여자의 적극성 향상 요함

#좋은 제품력 #자활상품 부정적 인식 #가치 소비 #B2C 강화 필요 #사업 고도화 #인식 개선

3 추진내용

가. 국민디자인단 구성 현황

○ 총 16명 (주민, 공무원, 분야 전문가, 서비스디자이너)

기간		성명/소속/직위	전문 분야 / 이해관계 분야
국민	분야 전문가 (2명)	이재정 (부산연구원선임연구위원) 김일삼 (부산광역자활센터 부장)	○ 자활 및 복지분야 전문가 ○ 전문가로서 전문지식 제공 ○ 정책방향 및 해결방안 아이디어 제시
	정책 수요자 (7명)	유가영 (부산진지역자활센터) 백성현 (기장지역자활센터) 김종엽 (사하지역자활센터) 이경희 (지역자활센터협회) 최현지 (자활사업 참여자) 박성호 (자활사업 참여자) 이미숙 (서비스 이용자)	○ 자활사업 종사자 및 참여자, 지역주민, 관광객 등 이해관계자를 중심으로 구성해 문제 해결에 적극적인 접근 방안 모색 ○ 수요자 입장의 관점 및 아이디어 제시 ○ 현장인터뷰 또는 설문조사 수행
	디자인전공 대학생 (2명)	이가은 (부경대) 최수명 (부경대)	○ 문제 해결을 위한 아이디어 발굴 ○ 현장인터뷰 또는 설문조사 수행 ○ 회의록 작성
PM (1명)		김동호 (디자인내일 대표)	○ 공공서비스디자인 운영 총괄
서비스디자이너 (1명)		최소윤 (디자인내일 연구원)	○ 서비스디자인 방법을 통해 과제수행
공무원	공공서비스 디자인단 담당 (1명)	홍다훈 주무관 (기획담당관)	○ 과제 추진상황 및 사후관리 총괄
	사업 담당 (1명)	조현선 주무관 (복지정책과)	○ 국민디자인단 추진 결과 홍보 ○ 사업 설명, 이해관계자 참여협조, 활동결과 정책반영 및 이행
	협업 담당 (1명)	박종수 주무관 (부산진구청)	○ 협력 기관 및 부서 간의 조정 ○ 관련 부서 및 이해관계자와의 소통 및 협력 관리

나. 국민디자인단 활동 내용

<table>
<tr><th>단계별</th><th>주요 활동내용</th><th>산출물</th></tr>
<tr><td>이해
하기</td><td>

① **공공서비스디자인 및 주제 이해하기**

- 공공서비스디자인 정의 및 사례: 관련 공무원을 대상으로 공공서비스디자인의 정의와 사례, 활동 내용을 공유하여 전반적인 이해 증진
- 서비스디자인 프로세스 이해: 서비스디자인 프로세스에 대한 이해를 통해 자활사업 추진의 타당성 확보
- 부산광역자활센터 및 자활사업단 방문: 자활사업에 대한 심층적 이해를 위해 부산광역자활센터와 자활사업단(호두과자, 커피, 편의점)을 방문하여 운영 현황 파악

② **킥오프 미팅 – 주제 이해와 디자인단 구성**

- 자활사업 이해 및 필요성 논의: 자활사업의 중요성과 필요성에 대해 논의
- 문제점 논의: 자활사업이 겪고 있는 문제에 대해 관계자들의 의견 청취 및 문제점 파악

③ **국민디자인단 발대식 개최**

- 국민디자인단 발대식을 통해 본격적인 프로젝트 시작 알림

</td><td>

프로젝트 수행 전 사례조사

자활 사업의 문제점 알아보기

공공서비스디자인 발대식

</td></tr>
<tr><td>발견
하기</td><td>

① **자활사업에 대한 전반적인 이해를 위한 데스크리서치**

- **자활사업 개요**: 자활사업은 저소득층에게 근로 기회를 제공하여 자립을 돕는 사회 복지 차원의 공적 지원 프로그램
- **참여자 특성**: 대체적으로 근로 능력이 약한 참여자와 낮은 경제적 보상 체계가 문제로 지적됨
- **사업 인식 문제**: 사업 내용과 형태의 잦은 변화로 인해 인지도와 신뢰도가 낮은 상황

② **친화도맵 작성**

- 핵심 니즈 도출: 친화도 맵을 통해 도출된 핵심 니즈를 중심으로 이해관계자 간 의견 교환
- 이해관계자 맵 구성: 핵심 니즈를 기반으로 이해관계자 맵을 구성하여 각 이해관계자 간 관계 및 역할 파악

③ **이해관계자맵 구성**

- 핵심 수요자 설정: 이해관계자 맵을 구성해 자활사업의 서비스와 제품의 질이 참여자의 역량과 의지에 달려 있음

</td><td>

데스크리서치

친화도맵

이해관계자 맵

</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th>단계별</th><th>주요 활동내용</th><th>산출물</th></tr>
<tr><td></td><td>
주요 수요자
자활사업의 핵심 수요자는 자활참여자들로, 그들의 참여 동기와 요구를 파악하는 것이 중요

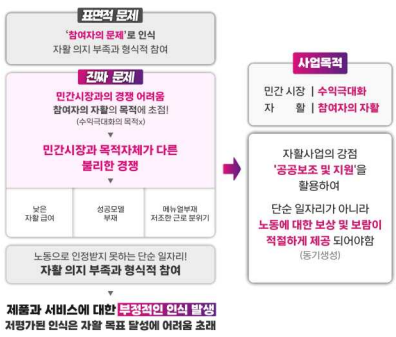
④ 자활의 핵심 수요자 참여자들의 문제 발견을 위한 필드 리서치
- 심층 인터뷰 진행: 자활참여자, 자활서비스 이용자, 자활사업 담당자 등 핵심 이해관계자를 대상으로 심층 인터뷰를 통해 숨겨진 요구 도출

• 참여자들은 경제적 보상 부족과 열악한 근로 여건으로 의욕이 저하됨
• 돌봄서비스 참여자의 경우, 일에서 얻는 정신적 보상(감사와 인정)이 중요한 동기 요인으로 작용
• 자활사업에 대한 낮은 기대에도 불구하고 돌봄서비스에 대한 만족도는 높았음
• 수익 중심의 민간기업에서는 수행하기 어려운 사업 분야에서 성공 사례와 모델이 필요함

⑤ 설문조사
- 돌봄서비스 만족도 조사: 돌봄서비스 분야의 참여자와 이용자를 대상으로 만족도 조사 실시
- 결과: 전반적으로 참여자와 이용자 모두에서 돌봄서비스에 대한 만족도가 높게 나타남
</td><td>

심층인터뷰
<table>
<tr><th>문항번호</th><th>문항 내용 요약</th><th>평균</th><th>표준</th></tr>
<tr><td>Q3</td><td>서비스 신청 과정의 간편성</td><td>4.6</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q4</td><td>안내 및 설명의 충분성</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q5</td><td>서비스 이용 중 불편함 여부</td><td>4.6</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q6</td><td>매니저의 친절한 응대</td><td>4.8</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q7</td><td>매니저의 상태 이해 및 적절한 대응</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q8</td><td>매니저에 대한 신뢰감</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q9</td><td>서비스 이용 과정의 편리성</td><td>4.6</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q10</td><td>병원 방문 시 매니저의 도움 충분성</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q11</td><td>서비스 이용 중 안전성</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q12</td><td>서비스가 병원 방문에 실질적 도움을 주었는지</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q13</td><td>서비스 전반에 대한 만족도</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q14</td><td>재이용 의향</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
<tr><td>Q15</td><td>서비스 추천 의향</td><td>4.7</td><td>0.</td></tr>
</table>
설문조사
</td></tr>
<tr><td>정의하기</td><td>
① 핵심 문제 발견을 위한 퍼소나 설정 및 고객여정지도 설정
- 퍼소나 설정: 핵심 수요자인 자활참여자를 소극적 참여자와 적극적 참여자로 구분하고, 직접적 이해관계자인 돌봄서비스 이용자에 대한 퍼소나를 설정
- 고객여정지도 설정: 자활참여자가 사회복지 수혜자에서 공공서비스 제공자로 역할이 전환되는 과정을 설정

복지 수혜자인 자활참여자에서 공공서비스 제공자로의 정신적 보상에 따른 근로의지 향상으로 서비스의 질이 높아지고
숙련자로 자립으로까지 이어지는 선순환
</td><td>

퍼소나, 고객여정지도


진짜문제 정의
</td></tr>
</table>

단계별	주요 활동내용	산출물
발전하기	**① H.M.W + 브레인라이팅으로 아이디어 발전하기** "참여자의 문제"라는 인식에서 적절한 보상과 자립가능성 부재라는 "구조적 문제"라는 것을 발견 정신적인 보상이 가능한 공공영역 사업 포트폴리오와 자부심 요소 필요 **② 서비스 목표 수립** - 도출된 여러 아이디어를 기반으로 해결방안에 대한 서비스 목표 수립 **공공성을 띄는 사업 포트폴리오 구성** ① 사회복지, 돌봄서비스 사업 **공적인 영역에서 제공하는 신뢰성** ② 공공서비스 제공자로 자부심 고취 가능한 브랜드 개발	 H.M.W 브레인 라인팅 서비스 목표 수립
전달하기	**① 공공복지, 돌봄서비스 비즈니스 포트폴리오와 서비스브랜드 등 개발** **"올리브(ALL-LIVE)" 브랜드 개발** 자활의 강점 공공보조 및 지원을 활용하여 민간영역에서 수행이 어려운 **'공공복지·돌봄서비스' 비지니스 포트폴리오 구성** **② 서비스 시나리오** - 자활 올-리브 돌봄사업 시나리오를 스토리보드로 시각화하여, 서비스 과정에서 자활 참여자가 자부심을 얻는 과정 시각화 **③ 올리브 서비스 프로토타입 운영단 발대식(예정)**	올리브 ALL - LIVE 브랜드개발 비지니스 포트폴리오 구성 서비스 시나리오

□ [1단계 이해하기] 자활 사업 문제점 발견 및 현황 공유

○ 국민디자인단 킥오프 회의

○ 국민디자인단 교육 실시 및 TF팀 회의

- 국민디자인단 운영에 대한 참여자 교육 실시
- 팀 구성 및 오리엔테이션 진행, 프로젝트 계획 논의
- 현재 자활 사업 현황 분석 및 관계자 의견 수렴
  - ➪ 자활 제품 및 서비스의 질은 어떠한가?
  - ➪ 자활사업이 현재 겪고 있는 문제점은 무엇인가?

○ 공공서비스디자인 발대식 진행

* 공무원, 서비스디자이너, 전문가, 수요자, 일반 국민으로 구성

프로젝트 수행 전 사례조사

자활 사업의 문제점 알아보기

공공서비스디자인 발대식

□ [2단계 발견하기] 핵심수요자 발굴 및 심층리서치로 수요자 요구 파악

○ 정책 수요 발견을 위한 **데스크리서치**

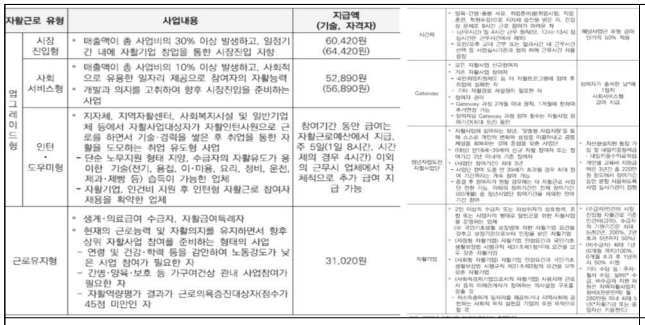
- 자활사업의 전반에 대한 데스크리서치 진행

자활사업 참여 대상자		
조건부 수급자	자활급여 특례자	일반 수급자
자활사업 참여를 조건으로 생계급여를 지급받는 수급자	취업성공패키지(고용노동부)에 참가하여 발생한 소득으로 인하여 소득인정액이 기준 중위소득의 40%를 초과한 자	참여 희망자(만 65세 이상 등 근로무능력자도 희망시 참여 가능)
특례 수급가구의 가구원	**차상위자**	**근로능력이 있는 시설수급자**
의료급여특례 이행급여특례 가구의 근로능력이 있는 가구원 중 자활 사업 참여 희망자	소득 인정액이 기준 중위소득의 50% 이하인 사람 중 비수급권자	시설수급자 중 생계·의료급여 수급자, 일반시설생활자

자활급여(지급기준)			
구분	시장진입형/ 기술·자격자	사회서비스형/ 기술·자격자	근로유지형
지급액계	61.930/65.930	54.200/58.200	31.800
급여단가	57.930/61.930	50.200/54,200	27,800
실 비	4.000	4,000	4,000
표준소득액(월)	1,506.180	1,305,200	722,800
비 고	1일 8시간, 주 5일		1일 5시간, 주 5일

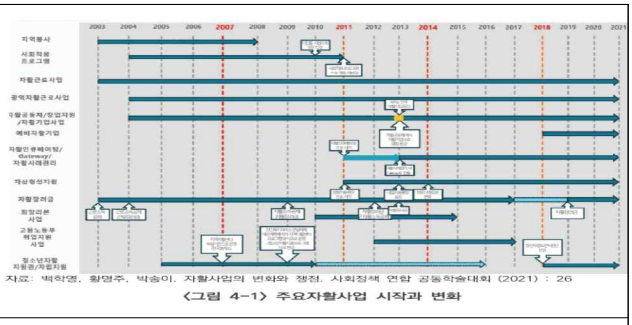
※ 복지·자활도우미인턴형 급여는 시장진입형, 사회복지시설도우미는 사회서비스형 단가 적용
※ 표준소득액은 자활근로 사회보험 소득신고 등 월평균 소득 적용이 필요한 경우 활용

자활사업 참여 대상자	자활급여(지급기준)
■ CHECK POINT : **자활참여자의 상황** 대상자는 대체로 경제적 **자립이 어려운 상황에 처해 있으며, 근로 능력이 약하**거나 스스로 일자리를 구하기 힘든 경우가 많음 **근본적인 근로 역량 강화이 더딘편**	■ CHECK POINT : **자활급여의 한계** 자활 활동 수입은 월 722,000원에서 최대 1,556,180원으로, 생계를 유지하기 어려움 낮은 경제적 보상**은 참여자의 의지를 약화** **장기적 참여 동기 부여에 걸림돌**



자활근로 유형		사업내용	지급액 (기술, 자격자)
업그레이드형	시장 진입형	* 매출액이 총 사업비의 30% 이상 발생하고, 일정기간 내에 자활기업 창업을 통한 시장진입 지향	60,420원 (64,420원)
	사회 서비스형	* 매출액이 총 사업비의 10% 이상 발생하고, 사회적으로 유용한 일자리 제공으로 참여자의 자활능력 * 개발과 미지를 고취하여 향후 시장진입을 준비하는 사업	52,890원 (56,890원)
	인턴 · 도우미형	* 지자체, 지역자활센터, 사회복지시설 및 일반기업체 등에서 자활사업대상자가 자활인턴사원으로 근로를 하면서 기술·경력을 쌓은 후 취업을 통한 자활을 도모하는 취업 유도형 사업 - 단순 노무지원 형태 지양, 수급자의 자활유도가 용이한 기술(전기, 용접, 미·미용, 요리, 정비, 운전, 제과·제빵 등) 습득이 가능한 업체 - 자활기업, 인건비나 지원 후 인턴형 자활근로 참여자 채용을 확약한 업체	참여기간 동안 급여는 자활근로예산에서 지급, 주 5일(1일 8시간, 시간제의 경우 4시간) 이외의 근무시 업체에서 자체적으로 추가 급여 지급 가능
근로유지형		* 생계·의료급여 수급자, 자활급여특례자 * 현재의 근로능력 및 자활의지를 유지하면서 향후 상위 자활사업 참여를 준비하는 형태의 사업 - 연령 및 건강·학력 등을 감안하여 노동강도가 낮은 사업 참여가 필요한 자 - 간병·양육·보호 등 가구여건상 관내 사업참여가 필요한 자 - 자활역량평가 결과가 근로의욕증진대상자(점수가 45점 미만인 자	31,020원

자활 근로 유형과 지급액



주요자활사업 시작과 변화

■ CHECK POINT : 자활사업의 지속성

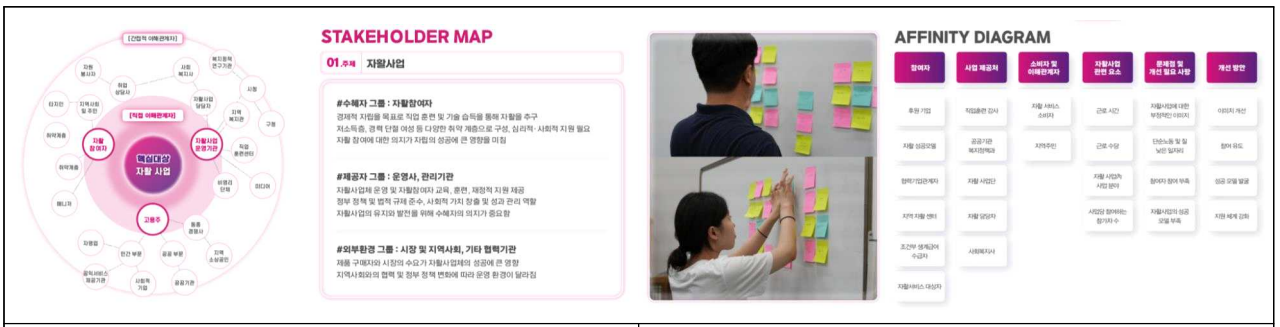
자활사업은 그동안 **여러 차례 변화를 겪으면서 일관성을 유지하지 못한 채 진행**되어 왔음. 이러한 변화는 자활사업의 **운영 방식과 목표에 혼란을 일으켰으며**, 꾸준한 방향성을 유지하지 못함으로 인해 참여자와 **대중 사이에서 사업의 인지도와 신뢰도에 부정적인 영향**을 미침

○ 프로젝트 **리서치 방법** 및 **조사 목표 설정**

- 어피니티 다이어그램(친화도 맵) 작성을 통해 주제에 대한 다양한 아이디어를 제시하며, 자활사업의 필요성과 개선 방안에 대해 논의
- 대상의 핵심이 되는 니즈를 파악하고, 이해 관계자 도출의 토대 구축
- 이해관계자 맵 작성을 통한 핵심 이해관계자 그룹핑 및 특징 분석

※ 이해관계자·핵심수요자 파악 (수혜자그룹, 제공자그룹, 외부환경그룹)

- 도출한 이해관계자 및 친화도 맵을 기반으로, 필드 리서치 및 인터뷰 계획 수립



이해관계자 맵 작성을 통한 핵심수요자 발굴 | 친화도 맵 작성을 통한 우선순위 설정 및 구조화

■ 핵심수요자 설정 : 자활사업 참여자

자활사업의 서비스 및 제품의 질이 직접적으로 참여자들의 참여 동기와 역량에 달려있음

○ **(필드리서치)** 문제 정의를 위한 핵심인 수요자에 대한 깊이 있는 리서치를 위한 시간과 세심한 접근이 필요. 심층인터뷰를 통한 숨겨진 수요자의 요구 도출

※ 자활 참여자 2명, 자활 서비스 이용자 1명, 자활 사업 담당자 1명 총 3회 심층인터뷰 진행

핵심 수요자 인터뷰 CHECK POINT

자활 참여자_1(자활사업 카페 참여자)

충분한 경제적 보상의 부재	근로 분위기의 부정적 영향	장기 근속의 어려움
적은 자활 급여로, 생활에 많은 도움이 되지 않아 자활사업 참여에 크게 긍정적이지 않음	명확한 **메뉴얼이나 체계가 부족하여 일의 방향성이 불분명** 시간만 떼우고 가자는 근로 분위기가 형성되어 있음	장기적으로 일에 집중하거나 **지속적으로 참여하는 데 어려움**을 느꼈으며, **안정적인 근로 환경이 제공되지 않는 점**이 문제로 제기

발견 POINT!

경제적 보상의 부족과
근로분위기와 비체계적 근로환경으로 인한 의욕저하!

자활 참여자_2(자활사업 병원동행 서비스 참여자)

정신적 보상에 대한 중요성	일에 대한 보람과 팀워크	장기적 참여 의지
금전적 인센티브보다도, **일에서 얻는 정신적 보상** (감사와 인정) 에 대한 긍정적 피드백이 큰 **동기 부여 요소**	자신이 사회에 기여하고 있음을 느낌 서비스 제공에 대한 책임감을 통해 **자연스럽게 팀워크가 강화**	일의 가치와 사회적 의미를 통해 **지속적으로 참여의지 표출**

발견 POINT!

일에서 얻는 정신적 보상(감사와 인정)과
사회적 기여에서 오는 보람이
장기적인 참여 의지를 강화하는 주요 동기 요소!

자활 서비스 이용자(자활사업 병원동행 서비스 이용자)

자활사업에 대한 낮은 기대	실제 이용 후 긍정적 평가	사업의 편차와 인식 문제
많은 이들이 **자활 서비스에 대해 잘 알지 못했으며**, 복지 차원에서 이루어지는 사업이라는 인식이 강해 **민간시장에서 제공되는 서비스나 제품의 질에 비해 기대하지 않음**	실제 인적 서비스(병원동행 서비스)를 이용했을 때, 제공되는 **서비스의 질이 생각보다 높고 가격이 저렴해 만족도**가 예상보다 **높았음**	자활 사업은 **사업마다 서비스 질과 만족도에 큰 차이가 발생**하고 있음 이는 자**활에 대한 일관성이 부족하다는 인식을 심화**시키며, **홍보와 안내가 충분하지 않아** 자활사업에 대한 인식이 전반적으로 좋지 않게 형성

발견 POINT!

자활사업의 낮은 기대와 일관성 부족에도 불구하고, 실제 복지 서비스 이용 후 만족도는 높았음

자활사업 담당자		
경제적 보상 강화	**민간 시장과의 경쟁 한계**	**성공적인 사례 및 모델**
현재 **경제적 보상**을 급격히 늘리기에는 **문제가 있어, 자활사업의 성공 모델 구축이** 절실. 사업이 성공하면 **인센티브제를 통해 우수 직원을 보상할 수 있는 구조**를 마련	**일반적인 사업 모델은 민간기업과 경쟁하기에 경쟁력이 약함** 민간시장에서 어려운 **사업분야를 전략적으로, 공략할 필요가 있음**	자활사업의 **성공적인 사례나 모델이 부족**하다는 점을 지적하며, 이를 통해 참여자들의 의지를 북돋우고 **자활사업의 인식을 개선할 필요**가 있음
	↓ **발견 POINT!** **경제적 보상 확대의 어려움 및 인식개선** **➲ 성공적인 사례 및 모델** **사업분야를 전략적으로 공략할 필요가 있음**	

리서치로 발견된 포인트		
정신적 보상이 장기적인 참여 의지를 강화하는 주요 동기 요소!	**자활사업의 낮은 기대에도 불구하고, 실제 서비스 이용 후 만족도는 높음**	**경제적 보상 확대와 인식개선을 위해 ➲ 성공모델 사업분야 전략적 공략 필요**

○ 설문조사

자활 돌봄서비스 만족도 설문 데이터 분석

문항번호	문항 내용 요약	평균	표준편차
Q3	서비스 제공 중 어려움 경험 빈도	1.8	0.6
Q4	이용자와의 의사소통 어려움 빈도	1.9	0.7
Q5	매뉴얼의 명확성	4.5	0.5
Q6	교육 내용의 충분성	4.5	0.5
Q7	서비스의 적절성	4.6	0.5
Q8	긴급 상황 대응 교육 여부	4.5	0.6
Q9	기관의 지원 충분성	4.5	0.5
Q10	서비스 지속 제공 의향	4.6	0.5
Q11	이용자가 실질적 도움을 받았다고 느끼는지	4.7	0.5
Q12	서비스 제공의 원활성	4.6	0.5
Q13	이용자의 만족도에 대한 인식	4.7	0.5
Q14	서비스 추천 의향	4.7	0.5
Q15	서비스 제공에서 보람을 느끼는지	4.7	0.5

문항번호	문항 내용 요약	평균	표준편차
Q3	서비스 신청 과정의 간편성	4.6	0.5
Q4	안내 및 설명의 충분성	4.7	0.5
Q5	서비스 이용 중 불편함 여부	4.6	0.5
Q6	매니저의 친절한 응대	4.8	0.4
Q7	매니저의 상태 이해 및 적절한 대응	4.7	0.5
Q8	매니저에 대한 신뢰감	4.7	0.5
Q9	서비스 이용 과정의 편리성	4.6	0.5
Q10	병원 방문 시 매니저의 도움 충분성	4.7	0.5
Q11	서비스 이용 중 안전성	4.7	0.5
Q12	서비스가 병원 방문에 실질적 도움을 주었는지	4.7	0.5
Q13	서비스 전반에 대한 만족도	4.7	0.5
Q14	재이용 의향	4.7	0.5
Q15	서비스 추천 의향	4.7	0.5

문항번호	문항 내용 요약	시행 전 평균점수	시행 후 평균 점수	점수 증가량	개선율(%)
Q3	서비스 제공 중 어려움을 얼마나 자주 경험하셨습니까?	3.0	1.8	▲1.2	40% 감소
Q5	매뉴얼이 충분히 명확했다고 느끼십니까	3.0	4.5	▲1.5	50% 증가
Q6	교육 내용이 충분히 전달되었다고 느끼십니까?	3.0	4.5	▲1.5	50% 증가
Q9	기관의 지원이 충분했다고 생각하십니까?	2.8	4.5	▲1.7	60.7% 증가
Q13	이용자들이 서비스에 만족한다고 느끼셨습니까?	3.0	4.7	▲1.7	56.7% 증가
전체 평균		2.96	4.0	▲1.04	35.1% 증가

자활 참여자의 높은 만족도	돌봄서비스 이용자 높은 만족도
대부분의 문항에서 평균 점수가 4.5점 이상으로 자활 참여자들이 서비스 제공에 대해 매우 만족하고 있음	**모든 문항에서 평균 점수가 4.6점 이상으로 나타나 이용자들이 서비스에 매우 만족하고 있음**

수요자 문제 발견 전	수요자 문제 발견 후
참여자의 문제로 인식(참여자 의지 부족)	**일을 열심히 하고자 하는 동기 부족**
자활에 대한 부정적인 이미지	**공공성이라는 자활의 강점을 활용**

□ [3단계 - 정의하기] 진짜문제 발견하기

퍼소나1 (자활참여자)

"자활 사업에 큰 보람을 느끼지 못하며, 경제적 보상만을 바라는 자활 사업 참여자"

박성호

인적사항

직업	자활 사업 참여자(카페 업무)
나이/성별	47/남
거주지역	부산광역시
성격	비관적, 까다로움
행동	새로운 일자리를 찾는 중

"어딜가나 적응하지 못하는 내가 너무 한심해요."

SUMMARY 자활 사업에 큰 보람을 느끼지 못하며 경제적 보상만을 바라는 자활 사업 참여자

▶ Biography.

하고 있던 커피 관련 사업이 경영악화로 인해 실패하고 난 이후 심한 우울감을 느끼며 밖에 나가는 것을 기피하게 되었습니다. 그러다 밖으로 나가고자 하며 여러 일자리를 찾아보게 되었습니다. 그러나 다른 일자리에서도 적응을 하지 못해 오래 근무를 하지 못하고, 나이가 많은 탓에 구직이 어려워 일용직을 전전하였습니다. 굳은 결심으로 자활 사업에 참여하게 되었으나 막상 일을 하게 되니 허드렛일만 계속 하게 되고 일하면서도 원래 하던 사업이 떠올라 동료 및 고객과의 갈등으로 인해 스트레스를 받기 시작했습니다. 또한 적은 보상으로 인해 회의감은 더욱 강해져만 가며 일에 대한 갈피를 잡지 못하고 있습니다.

▶ PainPoint.

- 업무에서의 보람 부족
- 잦은 단순 업무로 인한 무료함
- 실질적인 도움을 주지 못하는 경제적 보상
- 자신의 상황에 대한 무력감

▶ NEEDS.

- 자존감을 회복시킬 수 있는 보람있는 활동
- 실질적인 경제적 보상의 증가
- 개인의 역량을 키울 수 있는 교육의 기회

박성호 47 · 남성

SUMMARY 자활 사업에 큰 보람을 느끼지 못하며 경제적 보상만을 바라는 자활 사업 참여자

Stages Of Journey	자활 사업에 뛰어들기 전	자활 카페 업무 시작	동료 및 고객과의 갈등	일에 대한 불만	업무 부적응으로 인한 회의감
Activities	이전의 커피 관련 사업에서 큰 실패를 겪은 후 우울감을 느끼며 여러 일용직을 전전하다 자활 사업에 참여하기를 결심함	자활 사업에서 카페 업무를 연결지어 주어 약간의 불안감과 다시 사람을 만나며 이야기하는 자리를 갖는다는 것에 기대감을 느끼며 출근함	막상 일을 하게 되었지만 서비스업에 익숙하지 않아 여러 실수를 하게 되며 고객 및 동료들과의 갈등을 겪게 됨	대응 업무를 하다 생긴 갈등 탓에 허드렛일과 같은 잡일을 하게 되며 업무에 대해 불만이 쌓이게 됨	일을 하며 계속 이전 사업의 실패가 떠올라 큰 스트레스를 받으며 일을 불성실하게 끝내게 됨, 일이 끝난 이후에도 부족한 경제적 보상 등 여러 불만감으로 인해 큰 회의감을 느끼게 됨
Feelings (Happy / Satisfied / Unhappy)	내가 다시 일어 설 수 있을까...		내가 모든 문제의 원인같아... 이번에 잘 할 수 있을까 했는데		힘들게 일한 것 같은데 업무는 안맞고 임금은 적고... 이게 맞는걸까?
Touch Point	사업 실패 후의 좌절감	새로운 경험을 시작할 때의 기대감	동료와의 갈등으로 인한 우울감	익숙지 않은 일로 인해 생긴 사고로 인한 부담감	원치 않은 업무로 인해 받는 스트레스
Pain Point	사업 실패로 인한 경제적 어려움과 좌절감	새로운 곳에서 잘 해낼 수 있는지에 대한 불안감, 초조함	동료 및 고객과의 갈등으로 인한 불안감, 자존심 하락	일을 잘 해내지 못했기 때문에 느끼는 자괴감	앞으로의 일에 대한 불안감과 회의감
Customer Expectations	자활 사업이 다시 일어설 수 있는 기반이 되길 바람	새 직장에서 잘 적응하여 우울감이 나아지기를 바람	갈등이 해결되어 직장에 잘 적응할 수 있기를 바람	현재의 업무가 아닌 다른 일을 하길 바람	업무에 적응하지 못한 사람을 위한 도움이나 지원을 바람

"자활 밖에서 제가 일을 할 수있을까요?
다들 의욕없는 모습에 더욱 제 자신에 대한 자신감이 떨어지는 것 같아요"

'저조한 근로 분위기, 단순 일자리, 낮은 급여'라는 인식 때문에
의욕을 가지기 어려운 상황
자활 목적 접근이 더욱 어려운 상황

퍼소나2 (자활참여자)

경제적 보상은 부족하더라도, 일에 보람을 느끼고 있는 자활 참여자

김영희

인적사항

직업	자활 사업 참여자(식사 지원 업무)
나이/성별	55세/여
거주지역	부산광역시
성격	다정함, 강단있음
행동	부족한 생활비로 인해 부업을 고민중

"언젠가는 이 기술로 나만의 가게를 차리고 싶어요!"

SUMMARY 경제적 보상은 부족하더라도 일에 보람을 느끼고 있는 자활 사업 참여자

▶ Biography.

10년 전 남편이 건강 문제로 일을 그만두게 되면서 생계를 책임지게 되었습니다. 남편의 병원비와 생활비를 충당하기 위해 여러 아르바이트를 전전했지만 안정적인 수입을 얻을 수는 없었습니다. 이로 인해 기초 생활 수급 대상자가 되며 자활 사업에 참여하게 되었습니다. 비록 자활 사업에서 얻게 되는 경제적인 보상은 부족하더라도 일하면서 보람을 느끼고 사회의 일원으로 인정받는 느낌이 들어 나름 이 일에 자부심을 갖게 되었습니다. 언젠가는 자활에서 배우게 된 음식 조리 및 기술들을 활용하여 저의 가게를 차리는 미래를 꿈꿔보고 싶습니다.

▶ PainPoint.

- 부족한 경제적 보상
- 창업 및 취업에 대한 불안감
- 장기적으로 보기 어려운 업무의 한계
- 미래에 대한 불안감

▶ NEEDS.

- 안정적이고 더 나은 경제적 보상
- 이후 창업을 통한 새로운 일자리에 대한 기대감
- 장기적으로 볼 수 있는 일자리 기회
- 제대로 된 기술 교육

김영희 55 · 여성

SUMMARY 경제적 보상은 부족하더라도 일에 보람을 느끼고 있는 자활 사업 참여자

Stages Of Journey	자활 사업에 참여하기 전	자활 식사 지원 업무 시작	일상 속 보람과 어려움	자활에서 배우는 기술	가게 창업 준비
Activities	남편의 건강문제로 집안이 기울기 시작하며 경제적 어려움을 심하게 겪음. 이후 기초생활수급자가 되며 자활 프로그램에 참여할 것을 결심함	자활 사업에서 노인 식사 지원업무를 맡게 되어 새로운 일을 시작하게 됨, 이전에도 식당일을 한 적이 있어 금방 적응함	어르신들께 맛있는 식사를 대접하고 같이 이야기를 나누는 일에 보람을 느끼지만 여전히 부족한 경제적 보상에 어려움을 겪고 있음	활에서 여러 음식 조리 및 기술을 배우며 이후 이 기술을 활용한 본인의 가게가 갖고 싶다는 꿈을 키우게 됨	자활에서 배운 기술들을 바탕으로 본인만의 가게 창업을 준비하게 됨
Feelings: Happy / Satisfied / Unhappy	남편이 아프고 나니 모든게 나에게 달려있다는게 너무 무겁게 느껴져		돈은 많이 벌지 못하지만 얻는 보람이 커서 업무를 계속할 수 있는 원동력이 되는 것 같아		자활에서의 경험을 바탕으로 새로운 도전을 하게 되었어. 잘 해낼 수 있겠지?
Touch Point	남편의 건강문제로 기운 가세로 인해 겪는 불안감	새로운 일을 시작하며 느끼는 기대감과 책임감	일을 하며 느끼는 보람	미래의 가능성에 대한 희망	꿈을 이뤄가는 과정에서의 기대
Pain Point	경제적 어려움으로 인한 불안	익숙하지 않은 업무로 인한 불안감	경제적 보상의 한계로 인한 스트레스	가게를 차리기 위한 자금의 부족 및 불안감	창업 과정에서의 불안감과 자립의 어려움
Customer Expectations	일을 통해 얻을 수 있는 안정적 수입	자활사업에서 실질적인 기술을 배우고 도움을 받길 원함	일의 보람과 함께 경제적 안정이 이루어지길 바람	배운 기술로 스스로 자립할 수 있는 기반이 생기길 바람	잘 해낼 수 있을까와 같은 불안감이 해소되길 바람

"늘 지원만 받던 제가, 도움을 줄 수 있는 사람이 되었어요!
자활 사업으로 기술도 배우고 동료들과 함께 일하면서 일의 즐거움도 배웠답니다"

수혜자에서 공공서비스 제공자로서의 정신적 보상

정신적 보상과 사회적 기여에서 오는 보람이
장기적인 참여 의지를 강화하는 주요 동기 요소

퍼소나3 (자활 이용자)

이전 자활사업에서 겪은 부정적 경험으로 인해, 부정적 이미지가 굳어진 자활 이용자

김종수

인적사항

직업	은퇴자
나이/성별	83세/남성
거주지역	부산광역시
성격	까탈스러움, 감정에 솔직함
행동	요즘 건강상태가 안좋아져 걱정 중

"제대로 일 하지 않는다는 걸, 이미 알고 있는데 어떻게 믿나요?"

SUMMARY 이전 자활 사업에서 겪은 부정적 경험으로 인해 부정적 이미지가 굳어진 자활 이용자

▶ Biography.

한때 자활 프로그램에 참여했으나, 참여자들의 비참여적 태도와 낮은 동기 부여를 보며 부정적인 생각을 갖게 되었습니다. 스스로도 프로그램에 대해 회의감을 품으며 제대로 참여하지 않았습니다. 이후 나이가 들어 더 이상 자활 사업에는 참여하지 않게 되었습니다. 그러나 여전히 자활 사업에 대해서는 부정적인 생각을 갖고 있습니다. 최근 들어 몸 상태가 많이 안좋아져 병원에 갈 일이 잦아졌습니다. 자녀들과 함께 병원에 가기에는 부담을 주기 싫어 거절하였는데 자녀들이 병원 동행 자활 서비스가 있다고 이야기했습니다. 하지만 자활 서비스라는 부분이 마음에 걸려 계속 꺼리고 있는 중입니다.

▶ PainPoint.

- 부정적인 경험으로 자활에 대한 신뢰 부족
- 굳어버린 자활의 부정적 이미지
- 성장에 실질적 도움이 되지 않는 자활

▶ NEEDS.

- 믿을 수 있는 자활의 긍정적 이미지 변화
- 이용자들에게 도움이 될마난 지원책
- 좋은 서비스인지 신뢰할 수 있는 평가

김종수 83 • 남성

SUMMARY 이전 자활 사업에서 겪은 부정적 경험으로 인해 부정적 이미지가 굳어진 자활 이용자

Stages Of Journey	자활 서비스 이용 전	병원 동행 서비스 권유	병원 동행 서비스 이용 결정	자활 서비스 이용 중	자활 서비스 이용 후
Activities	이전에 자활사업에 참여하며 불성실한 참여자들의 태도, 부족한 지원 등으로 부정적 이미지를 굳히게 됨, 여전히 자활에 대해 안좋게 생각함	얼마 전 건강악화로 인해 병원에 지속적으로 방문하게 됨, 자녀의 권유로 병원 동행 서비스에 대해 알게 되었으나 자활 서비스라는 것을 알고는 꺼림	한사코 거절했지만 결국 자녀의 신청으로 병원 동행 자활 서비스를 이용하게 됨, 서비스 이용일이 점점 다가오자 더욱 불안감을 느낌	막상 자활 서비스를 이용하자 훨씬 편안해진 병원 방문과 친절한 자활 참여자들을 통해 서비스에 대해 편안함과 만족감을 느낌	병원 동행 서비스를 이용하고 난 후 이전의 경험과는 달리 열심히 임하는 참여자들의 태도와 좋은 서비스의 질을 통해 자활에 대한 인식을 재평가하게 됨
Feelings (Happy / Satisfied / Unhappy)					
Touch Point	부정적 경험으로 인한 편견의 확립	자녀의 설득에도 떨쳐지지 않는 불안	부정적 편견으로 인한 불신	서비스가 제공하는 도움과 편리함	부정적 이미지가 긍정적으로 바뀌는 경험
Pain Point	과거의 부정적 경험으로 인한 불신	자활에 대한 부정적 인식으로 인한 불신	이전의 부정적 경험으로 인한 불신과 긴장감	-	서비스 이용 저까지의 망설임과 불신
Customer Expectations	신뢰할 수 있는 서비스가 제공되길 바람	자활이 신뢰할 수 있는 모습을 보여주길 바람	제대로 된 서비스를 통해 신뢰감을 회복할 수 있길 바람	자활 서비스의 긍정적 변화를 통해 신뢰의 회복을 바람	앞으로도 신뢰할 수 있는 자활 서비스를 이용할 수 있길 바람

"이전의 자활 사업에서 편견을 가지고 있었나 보네요,
자활에서 제공하는 인적 서비스가 이렇게 저렴하고 좋다니.."

고객여정맵 : '자활의 공공 서비스 이용 후'

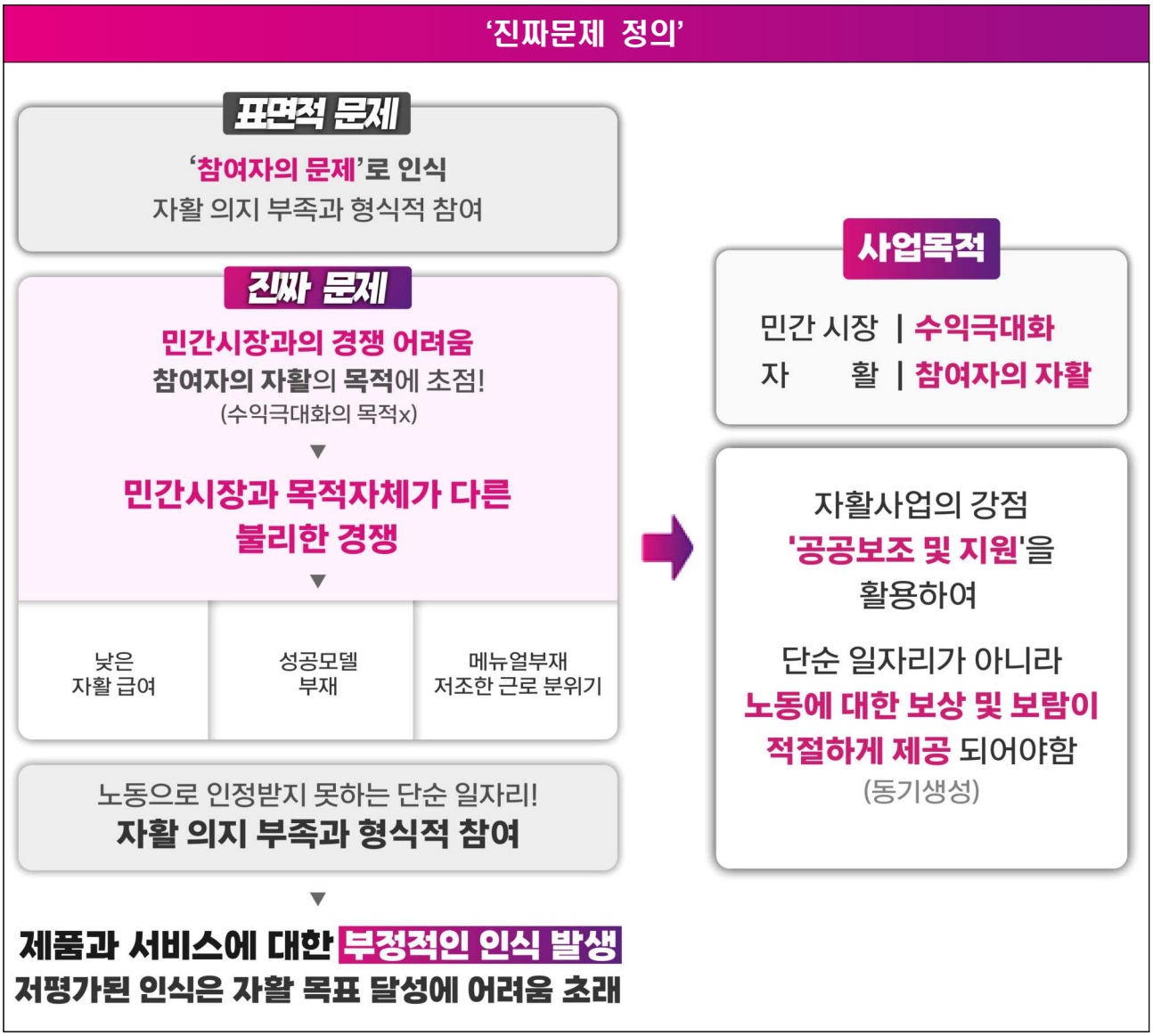
BEFORE : 자활사업에 대한 **낮은 인지도**와 **부정적인 인식**이 있었으나,

AFTER : **자활**의 저렴하고 좋은 **공공서비스를 제공받고 인식이 변화**됨

공공에서 제공해주는 복지서비스는 대체적으로 만족도와 신뢰도가 높음

○ 「진짜문제」 정의

- 발견한 문제점을 기회로 바꿀 수 있는 서비스 방향성 설정



□ [4단계 발전하기] 진짜 문제 해결 아이디어 발전하기

○ H.M.W + 브레인 라이팅

- 정의된 문제를 해결하기 위해 H.M.W와 브레인 라이팅 기법을 활용하여 다양한 아이디어를 도출하고 발전

❶자활참여자	자활사업의 강점을 활용해 참여자들이 자립할 수 있도록, 정신적 보상이 제공되는 일자리를 창출할 수 있을까?
❷자활이용자	어떻게 하면 자활 이용자들이 자활사업의 제품과 서비스를 긍정적으로 인식하고, 지속적으로 이용하게 할 수 있을까?

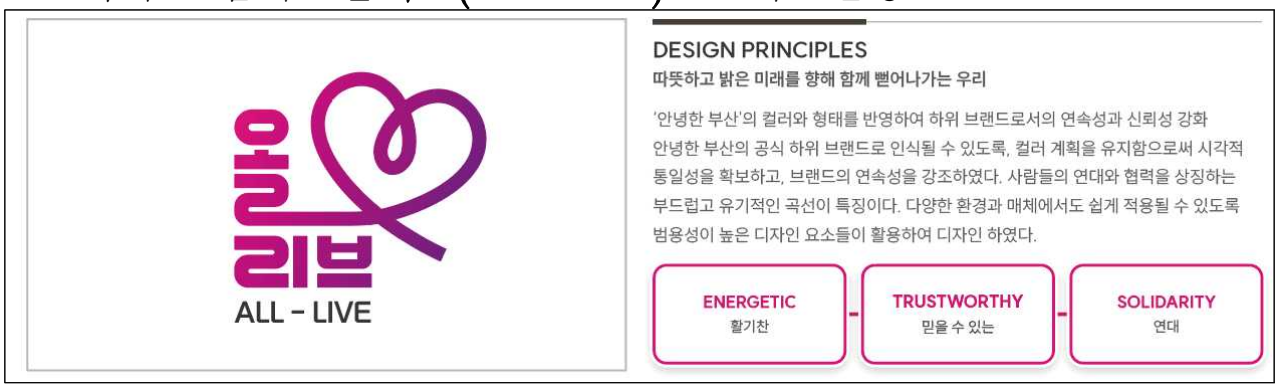
○ 서비스 가치 및 목표

문제점 : 저 평가된 자활 이미지 • 참여자 자활의지 부족		
민간 시장과의 치열한 경쟁	➡	자활 부정적 인식 및 신뢰성부족
목표	**공공보조 및 지원**을 활용하여 공공복지·돌봄서비스 제공	**공공성**을 띄는 사업 모델
가치	**수혜자**에서 **공공서비스 제공자로!** 정신적 보상 ▶ 자활 의지 고취	'공공에서 제공하는 서비스' **신뢰성 제공**

□ [5단계 – 전달하기] 정책서비스 프로토타이핑

○ 브랜드 개발(자활사업 리브랜딩): 「모두가 함께 잘 사는 자활 올-리브」

- 자활사업을 통해 단순히 참여자들만 수혜를 받는 것이 아닌, 이들이 공급자가 되어 지역사회를 더 풍요롭게 만드는 역할을 하게 함.
- 이에 **자활사업은 모두 함께 잘 사는 부산을 만드는 정책**이라는 의미를 담아 **"올리브(All ~ Live)"**로 리브랜딩



기관이 인증한 모두 함께 잘 사는 자활 올-리브의 '공공성'

부산광역시	안녕한 부산	올리브
부산광역시 도시 브랜드	부산광역시 사회 복지 브랜드	자활 공공복지·돌봄서비스 브랜드

부산시 복지 정책 전략 브랜드의 하위브랜드로서
기관이 인증한 '공공성' 강조

#신뢰성 **#자부심** **#인지도** **#자활특화**

○ 자부심 UP! : 공공복지·돌봄서비스 비지니스 포트폴리오 구성
- 올-리브 서비스 프로토타입 시범 운영단 발대식 개최 ▹10월 말

[올-리브 자활 특화 공공복지·돌봄서비스]

퇴원환자 안심돌봄	병원 안심동행	이웃 돌봄활동가	가사지원	식사지원
전문 돌봄인력 파견 통한 집중 돌봄서비스	접수·수납, 진료 및 입·퇴원 등 출발부터 귀가동행	안부확인, 위기가구 발굴, 사회적 관계망 형성 등	가사활동 및 일상활동 지원	시니어클럽, 자활센터 등 일반식, 반찬 등 음식 조리 및 배달
올리브 ALL-LIVE 퇴원돌봄	올리브 ALL-LIVE 병원동행	올리브 ALL-LIVE 이웃돌봄	올리브 ALL-LIVE 가사지원	올리브 ALL-LIVE 식사지원

병원안심동행 서비스 수행기관은 100% 지역자활센터로만 지정

나도 이제 수혜자에서 공공서비스 제공자로서!
자부심 UP! 신뢰도 UP!

브랜드 적용을 통한 공공서비스 제공자 이미지 브랜딩

자부심 UP!	신뢰도 UP! 공공복지 · 돌봄서비스 참여자 교육

○ 적극성 UP! : 올-리브 마켓

- 자활 올-리브 브랜드 확산 추진을 위한 첫 단계로 올리브(All ~ Live 모두가 함께 잘사는) 부산 마켓 서비스 구축
- 자부심 이외 추가로 자활 참여자들의 적극성을 높이기위해, 자활사업 참여자들이 근로를 통해 발생시킨 매출액 중 일부를 활용하여 취약계층의 자립을 위해 재투자하여 자활사업의 선순환 체계 구축

○ **스토리보드 작성**

- 자활 올-리브 돌봄사업 시나리오를 스토리보드로 시각화하여, 서비스 과정에서 자활 참여자가 자부심을 얻는 과정 시각화

4 공공서비스디자인 운영 성과

가. 공공서비스디자인 추진 성과 및 기대효과

□ 추진성과

구분	기존	개선
수요자 문제상황	• 욕구가 제대로 반영되지 않은 일자리로 보람을 느낄 수 없어 자활의지 부족, 형식적 참여 • 자존감 저하, 무력감	• 보람을 느낄 수 있는 일자리 참여로 자활 의지 제고 필요 • 정책 수혜자→공공서비스 공급자로 탈바꿈하여 정신적 보상과 사회적 기여에서 오는 보람을 통해 자활 의지 제고
사회구조적 문제상황	• 자활사업 성과평가 시 양적 증가율로 판단하며, 자활 일자리를 양적으로 늘일 수 있는 방법 모색 • 단순노동 일자리에 대한 업무 관련 역량강화 교육 진행 필요	• 자활사업 성과평가 시 양적 증가율뿐만 아니라 질적평가도 함께 판단하고, 개개인의 욕구에 맞춰 질 높은 일자리 연계 • 맞춤형 일자리에 대한 업무 및 정서적 자활 역량강화 교육 진행 필요
정책공급자 문제상황	• 자활 참여자들은 자활의지가 낮아 단순노동, 적응이 쉬운 일자리 발굴·매칭 필요 (주로 카페, 음식업, 청소 등) • 가치소비에 지나치게 의존하여 자활생산품·서비스 홍보 필요 • 디자인단 운영 관련 예산 미확보로 추진 애로	• 참여자들이 보람을 느낄 수 있는 일자리, 이들의 욕구를 제대로 반영한 일자리 발굴·매칭 필요 - 보람을 크게 느끼는 일자리 분야 발굴 : 사회서비스 분야* * **2024년 신규사업인 병원안심동행 서비스 일자리를 100% 자활사업 참여자로 지정** (24년 예산 161백만원, 일자리 70명 창출) • 시민들이 만족할 수 있는 대표적 자활생산품·서비스 성공모델을 만들어 질높은, 신뢰할 수 있는 생산품·서비스라는 인식 등 긍정적 인식을 먼저 심어주고, 이를 통해 자활 이미지를 리브랜딩하여 홍보 • 중앙 공모사업 등을 활용해 144백만원 확보, 활발히 추진
이해관계자 문제상황	• 시민들은 자활사업에 대한 부정적 이미지가 굳어져있어 취약계층 일자리라는 가치소비에 초점을 맞춰서 자활생산품 및 서비스 구매 요청	• 가치소비를 강조하기보다 서비스 성공모델을 개발하여 이를 통해 인식개선 및 자활사업 리브랜딩하는 것이 선행되어야 하며, 그것에 초점에 맞춰서 자활생산품 및 서비스 구매 요청 필요

□ 기대효과 *자활사업 취지에 맞는 사업 운영으로 참여자의 자활의지, 자존감 UP→자활 성공률 UP

지금까지는(AS-IS)		앞으로는(TO-BE)
• 자활 제품, 서비스에 대한 부정적인 인식	➡	• 자활사업 인식의 변화로 브랜드 가치 상승
• 공공 보조, 지원 중심의 운영		• 자생적 경제 주체로 가치 확장
• 기관 중심의 자활사업 운영		• 참여자 동참형 사업운영으로 적극성 고취

5 향후 추진계획

가. 공공서비스디자인 지속가능 운영 방안

□ 올-리브 서비스 프로토타입 시범 운영단 발대식 개최 ▹ 10월 중

□ 디자인 결과물 "2025년 부산지역 특화 자활사업" 으로 추진

○ [예산확보] 2025년 본예산에 지역 특화 자활사업비 1억원 편성 기요구, 중앙 공모사업비 2억원 추가 확보 예정(내년도)

○ [계획수립] 2025년 사업 추진계획 수립→16개 구·군, 센터 공문 시달

○ [본격추진] 정부 정책과 연계하여 비즈니스 포트폴리오에 따라 성공모델 사업화 및 규모화 등 추진
(* 좋은 일자리→좋은 브랜드→확산 /16개 구·군 모두 시행)

- 참여기관 확대: ('24년) 11개 센터 →('25년~) 16개 센터(16개 구군참여)
- 참여영역 확대: ('24년) 병원안심동행 → ('25년~)퇴원환자 안심돌봄/ 가사지원 / 식사지원 사업 분야로 점차 확대

※ 특히 병원안심동행 서비스 수행기관은 100% 지역자활센터로만 지정

- 전 사업장 HACCP인증, 고정 거래처 확보 지원 등 사업 안정화 지원

○ [협업추진] 활발한 사업 추진을 위한 유관기관 협업 MOU 체결.

- 참여기관 : 지역자활센터, 자활기업, 복지기관, 부산연구원 등
- 협업내용 : 자활참여자들을 위한 공공복지·돌봄서비스 실무 매뉴얼 개발, 자활역량강화교육 등 협력

○ [적극지원] 자활기금 활용하여 사업비, 인프라 등 적극 지원(내년도 예산 기요구)

○ [지속운영] 사업 활성화, 피드백을 위해 공공서비스디자인단 지속 운영

○ [전국전파] 한국자활복지개발원, 전국 광역/지역자활센터에 우수모델 및 우수사례 전파하여 전국적으로 사업화, 규모화 진행

○ **브랜드 확산 추진을 위한 첫 단계로 올리브(All~Live 모두가 함께 잘사는) 부산 마켓 추진**

- 착한가게, 나눔가게 등이 있다면 부산에는 '자활 참여자들이 직접 만들고 상시 운영'하는 **선순환 자활 마켓인 "올리브 마켓" 전국 첫 탄생!**
- 자활사업 참여자들이 근로를 통해 발생시킨 매출액 중 일부를 활용하여 취약계층의 자립을 위해 재투자하여 자활사업의 선순환 체계를 구축 (자활참여자들의 보람 UP, 자활 참여 의지 UP)
- 더불어 브랜드에 좋은 가치를 더해서 시민들에게 자활사업이 좋은 이미지로 인식될 수 있도록 브랜드 확산 지속 추진

<올리브(All~Live 모두가 함께 잘사는) 부산 마켓 사업개요>

□ 사업개요

❍ 기　　간 : 2025년~(계속)

❍ 지원대상 : 자활사업에 참여 중인 신중년 세대, 자활기업 참여자, 우수 자활사업 참여자 등
▹ 50세~64세 참여자 1,994명, 자활기업 참여자 227명

❍ 지원내용 : **자활에 필요한 생필품, 식사, 서비스를 자활생산품·서비스로 지원**

❍ 지원방법 : 자활사업단/기업의 자활생산품·서비스 구매용 포인트 지급

❍ 지원금액 : 1인 최대 10만점(point)

❍ 이용방법 : 포인트 카드 발행→ 마켓* 방문→포인트로 자활생산품·서비스 구매
* 편의점, 음식점 위주 자활근로사업단(자활기업) 60개소 이상 '올리브 부산 마켓'으로 지정하여 상시 운영

❍ 수행기관 : 부산광역자활센터, 부산지역자활센터 18개소

□ 기대효과

❍ 자활사업 참여자들의 욕구를 반영하여 일의 보람을 느끼고 정책 수혜자→공급자로 탈바꿈시키기 위한 확산 사업 2025년 신규 추진

❍ 선순환 복지 생태계 구축으로 공동체 의식 제고 및 사회적 가치 실현

□ 향후계획

❍ '25년 자활기금 운용 계획(안) 기금운용심의위원회 심의, 예산 편성

❍ 사업 추진을 위한 T/F팀 구성 및 간담회 개최 등을 통해 세부 추진계획 수립·추진, 올리브 마켓 인증 및 포인트 카드 디자인 제작 등

첨부1 공공서비스디자인 활동 및 홍보 실적

□ 공공서비스디자인 활동 실적

구분	일시	장소	참석자	주요 활동 내용
1차	2024. 06. 14	부산시청	서비스디자이너 2명 담당 공무원 2명	킥오프 미팅
2차	2024. 06. 28	부산광역자활센터, 자활기업, 자활사업단	국민디자인단 3명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 2명	현장조사 및 운영계획회의
3차	2024. 07. 09	부산시청	국민디자인단 10명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 6명	공공서비스디자인 프로세스 이해 및 주제 현황 공유
4차	2024. 07. 18	부산시청	국민디자인단 3명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 2명	데스크리서치Ⅰ
5차	2024. 08. 05	부산시청	국민디자인단 13명 서비스디자이너 2명 담당공무원 7명	국민디자인단 발대식
6차	2024. 08. 14	디자인내일	국민디자인단 2명 서비스디자이너 2명 담당공무원 2명	데스크리서치Ⅱ
7차	2024. 08. 28	부산진자활센터	국민디자인단 8명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 1명	필드리서치Ⅰ
8차	2024. 09. 13	디자인내일	국민디자인단 1명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 1명	필드리서치 정리 및 분석
9차	2024. 09. 27	부산발전연구원	국민디자인단 1명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 1명	필드리서치Ⅲ
10차	2024. 10. 02	국립부경대학교	국민디자인단 2명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 1명	핵심수요자 도출 및 문제 정의, 브레인라이팅
11차	2024. 10. 08	부산시청	국민디자인단 2명 서비스디자이너 2명 담당 공무원 2명	아이디어 구체화 프로토타입 실행 계획

□ 홍보실적 및 계획

1. (이해하기 단계) 언론보도, 지역사회 자원 활용해 음성홍보 등 추진
   - 공공서비스디자인단 발대식 개최 관련 대대적으로 언론보도
     * 부산시, 시민과 함께 자활사업 정책 혁신...국민디자인단 출범
       KBS, KNN, 연합뉴스, 세계일보, 뉴스1, 뉴시스, 국제신문 등 31건
   - 부산교통공사와 협업하여 도시철도 역사 및 철도 내 홍보음성 송출(매일) 등

2. (발견하기 단계) 영상제작 및 활용 가능한 매체 최대한 활용하여 영상 업로드하여 의견수렴, 언론보도, 대시민·정책 수혜자 대상 온·오프라인 홍보 추진
   - 데스크/필드 리서치, 설문조사 등 추진 시 디자인단 운영 대면 홍보 및 관련 현황 등 공유를 통한 관심 유도, 언론보도 등
     * 병원안심동행서비스, 돌봄공백 이용자 만족도 높아(국제신문 등)
   - 홍보영상 제작 및 민·관 기관 홈페이지, 바다TV, 블로그, SNS 등을 활용 가능한 매체를 최대한 활용하여 영상 업로드, 댓글 등을 통한 대시민·정책 수혜자 등 대상 의견수렴 등 추진

3. (정의하기/발전하기/전달하기 단계) 워크숍 개최 및 언론보도, 영상제작 진행 등 추진
   - 부산 자활사업 활성화를 위한 민·관 워크숍 개최를 통해 과제 성과결과물 공유 및 의견수렴, 협업요청 등 추진
   - 부산 자활사업 활성화 민·관 워크숍 개최 관련 언론보도(부산일보 등)

4. (향후계획) 공공서비스디자인단과 함께 그동안의 단계별 운영과정 및 성과물 담긴 홍보영상 제작 및 대대적 홍보(10월~), 관련 보도자료 배포(10월~11월), 시 홈페이지 및 블로그, sns 등 활용하여 대시민 홍보 등 추진

첨부2 공공서비스디자인 활동 총평

□ 공공서비스디자인 활동 총평

○ (국민디자인단 참여국민)

- 우리 지역의 문제점에 대해서 자유롭게 논의하며 해결책을 찾아가는 과정이 뜻깊었음. 그리고 구성원들이 함께 만든 디자인 결과물이 실제 정책에 반영될 예정이라 신선했고 공공서비스디자인기법이 매우 도움이 많이 되었음. 공공서비스디자인단이 앞으로도 다양한 사업들에 적용되고 실제 정책에 반영되었으면 좋겠음.

○ (사업담당자)

- 부산시에서 민, 관, 정책수혜자가 함께 공공서비스디자인단을 구성하여 운영한 것은 첫 사례로 그 의미와 시 차원에서의 관심이 매우 컸음. 바쁜 일정 속에서도 구성원들의 열정적인 참여와 토론을 통해 예상치 못한 시각에서 문제를 바라보고 해결책을 제시하는 과정이 가장 인상깊었음. 공공서비스디자인이 지역 사회 변화를 이끌어내는 강력한 도구임을 확인하게 되어, 앞으로도 지속적인 활동을 통해 공공서비스디자인단 결과물 실제 현장에 반영하고 점차 발전시키고자 함.

○ (실제 수요자)

- 그동안 나의 이야기, 나의 의견을 기관이나 지자체에 자유롭게 전달할 수 있는 기회가 없었는데 이번 공공서비스디자인단 참여를 통해 허심탄회하게 표현하고 의견을 제시할 수 있어 좋았음. 그리고 주제에 대해서 깊이 있게 조사하고 알아보며 자활사업에 대한 취지와 사업에 참여하고 있는 주변 동료들의 어려움에 대해 공감할 수 있는 시간이었고 사업 참여에 대한 책임감이 더 커졌음.
- 함께 만든 결과물이 실제 정책으로 실현되면 내가 일한만큼 나와

내 동료들의 지원이 더 커지게 되어 더 보람있게 일할 수 있을 것 같고, 나의 자활의 성공이 나뿐만 아니라 다양한 부분에 좋은 영향을 미친다고 생각하니 책임감과 자활의지가 더 커졌음.

□ 공공서비스디자인 과제를 통한 성과창출을 위한 제언

○ 공공서비스디자인단 추진을 위한 서비스디자이너 적극 지원

- 공공서비스디자인과제 추진 시 서비스디자이너 지원은 필수적이라고 봄. 서비스디자이너 미지원 시 서비스기법을 완벽히 이해하고 이를 정확하게 적용시켜 공공서비스디자인 과제를 추진하기는 사실상 어렵다고 봄. 이를 위해 사업부서에서 별도 예산을 확보하여 추진하기에는 예산 부담 증가로 이어짐.

- 공공서비스디자인기법에 따라 공공서비스디자인과제를 원활하게 추진할 수 있도록 서비스디자이너에 대한 적극 지원, 필수 지원이 필요함. 부산은 예산확보를 위해 중앙 공모사업에 참여하여 사업비를 확보하는 등 노력하였으며, 이 과정에서 업무 과다로 부담이 매우 컸음.

○ 공공서비스디자인기법에 대한 직원 이해도 증진, 인센티브 제공 필요

- 서비스디자인기법에 대한 낮은 인식률로 과제 참여도 저하, 기법 도입과 활용에 제약이 됨.

- 직원 대상 공공서비스디자인기법에 대한 설명회, 워크숍 등 시행으로 새로운 서비스의 계획과 개발에 있어 공공서비스디자인기법 활용 가능성 제고, 추진 시 다양한 인센티브 지원 필요함.