

알기쉬운 공공서비스 디자인

국민디자인단 가이드



행정안전부 kidp 한국디자인진흥원

| 목차

들어가며 ————— 04

공공서비스디자인 알아보기 ——— 06

————— 08

공공서비스디자인이란

공공서비스디자인이란

공공서비스디자인 예시

————— 10

공공서비스디자인 의미

공공서비스디자인 역할

공공서비스디자인 효과

————— 12

공공서비스디자인 단계

더블 다이아몬드 모델

공공서비스디자인의 사고법

공공서비스디자인 로드맵

단계별로 따라하기 ————— 14

————— 16

1. 이해하기

주제 선정하기

팀 구성하기

공감 활동하기

————— 22

2. 국민요구 발견하기

사전 조사하기
(Desk research 데스크리서치)

관찰하기
(Shadowing 섀도잉)

인터뷰하기
(Interview 인터뷰)

이해관계자 지도 그리기
(Stakeholders' Map 이해관계자 지도)

친화도 지도로 정리하기
(Affinity Diagram 친화도법)

————— 32

3. 진짜문제 정의하기

대표 인물 만들기
(Persona 퍼소나)

수요자 여정 살펴보기
(Journey Map 고객여정맵)

서비스 목표 수립하기

————— 40

4. 아이디어 발전하기

아이디어 발산하기

아이디어 그려보기

————— 46

5. 서비스 전달하기

가상 이야기 만들기
(Storyboard 스토리보드)

시범 테스트 해보기
(Prototype 프로토타입)

운영사례 살펴보기 ————— 52

미추홀구 주안미디어 문화축제

강원도 우리집 전기저금통

부록 ————— 62

Q&A

서비스디자인 관련기관



I 들어가며

“

정부는

정책을 설계하거나 실행하는 과정에서 국민에게 실질적으로 필요한 맞춤형 서비스 제공을 위하여 새로운 국민 참여방식을 도입할 필요를 느꼈습니다. 그리고 최근 ‘서비스디자인’이 고객에 대한 세밀한 관찰과 분석을 토대로 수요자의 잠재적인 욕구를 발견하여 이를 만족시키는 서비스를 개발하고 다양한 실행전략을 제시한다는 점에 주목하여, 정부의 공공서비스 정책과정에 민간의 서비스디자인 기법을 도입하고 국민이 정책과정에 직접 참여하는 사업과 활동이 늘어나고 있습니다.

행정안전부는

2017년 공공서비스디자인 기법의 시행령을 개정하여 각 기관별 과제에 적용하여 국민 관점의 서비스 설계, 정책 고객 확대 등 공직사회에 큰 반향을 유도하여 공무원의 일하는 방식을 변화시키고 있습니다.

공공서비스디자인을

통해 국민과의 소통과 참여로 정책을 함께 만들고, 국민 눈높이에 맞는 다양한 정책 개선안을 도출하며 정책의 완성도를 제고할 수 있습니다.

”

행정절차법 시행령

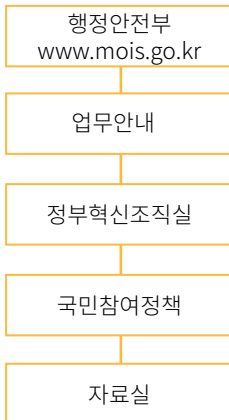
제 7장 국민참여의 확대

제25조의 2 (국민참여 확대를 위한 참여방법과 협력의 기회 제공)

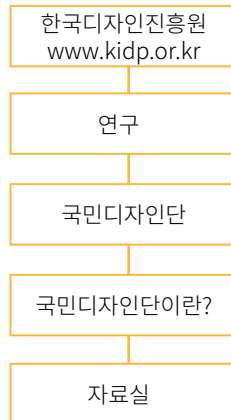
- ② 행정청은 국민의 의사나 수요를 행정과정에 반영하기 위하여 다음 각 호의 기법을 활용할 수 있다.
1. 일반인, 전문가가 직접 참여하여 국민의 수요를 관찰·분석함으로써 공공 정책 및 서비스를 개발·개선하는 공공서비스디자인 기법
 2. 빅데이터(대용량의 정형 또는 비정형의 데이터셋트를 말한다) 분석 기법
 3. 그 밖에 국민의 의사나 수요를 확인하여 행정과정에 반영할 수 있는 기법

<사례로 배우는 국민디자인단 매뉴얼>, <워크시트> 다운로드 안내

1



2



공공서비스디자인 알아보기

공공서비스디자인이란?

공공서비스디자인 의미

공공서비스디자인 단계

| 공공서비스디자인이란?

공공서비스디자인이란

‘공공서비스디자인’은 서비스디자인방법을 공공영역에 적용하여 공공정책과 공공서비스를 개발하는 것을 말합니다. 무언가를 예쁘게 그리고 포장하는 것이 아니라 공공정책을 기획하고 개발하는 과정에 디자인 방법을 활용한다는 뜻입니다.

디자인을 ‘스타일링’, ‘무언가를 예쁘게 꾸미기’ 정도로 볼 때에 상당히 낮은 개념입니다. 공공디자인이 간판, 지역 캐릭터, 공공 건축, 환경 시설물 등의 디자인을 의미하는 것이기에 공공서비스디자인이라는 개념이 생소한 것은 당연할 수 있습니다.

‘공공디자인’이라는 말을 익숙하게 접하게 된 것도 불과 10여년 일이며, 서비스디자인은 선진국을 중심으로 20여년의 짧은 역사로 지금까지 서비스 혁신을 이루기 위한 실용적 학문 영역으로 꾸준히 성장하고 있습니다.



공공서비스디자인 예시 (식품의약품안전처, 2015국민디자인단)

식품의약품안전처는 복잡하고 표준화되지 않은 영양정보 표시제도를 개선하고자 국민디자인단과 함께 정보를 제공하는 시점부터 국민이 접하고 활용하는 매체까지 폭넓게 탐구하며 '소비자 중심의 영양표시 및 정보제공' 프로젝트를 진행하였습니다.

식품의약품안전처에서는 식품 영양정보를 제공하는 영양표시제도가 1995년에 도입되었지만 그 내용이 복잡하고 어려워 개선의 필요성이 대두되었습니다.

영양표시를 활용하는 일반시민을 대상으로 일상적으로 식품 구매 시 겪게 되는 경험과 아이디어를 서로 공유, 제안하고 개선방안을 논의하여 소비자 눈높이에 맞는 영양정보 제공 및 활용 방안 마련을 하였습니다.

정부 부처가 국민과 함께 공공서비스디자인에 참여하여 함께 정책과제를 발굴하였으며, 기존문제를 재설정하여 문제해결의 기본방향을 정하고 정책의 아이디어를 도출하여 문제를 개선할 수 있었습니다.

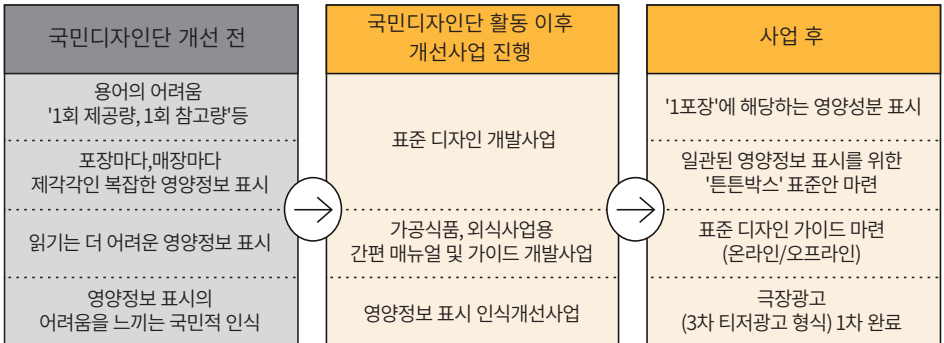
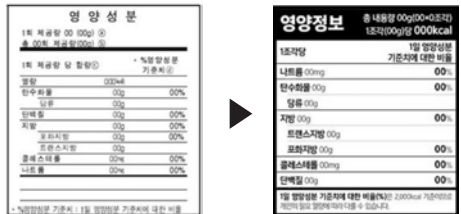
프랜차이즈 영양표시 안내판

<프랜차이즈 제품 영양정보 서비스 개선>



가공식품 포장지

<영양표시기준 및 도안의 개선>



| 공공서비스디자인 의미

공공서비스디자인 역할

공공서비스디자인은 사람들이 공공서비스를 이용할 때 어떤 선택이나 행동을 하고, 무엇을 생각하는지 포착하여 재설계하는 것으로, 아래와 같은 경우에는 공공서비스디자인이 중요한 역할을 할 것으로 기대합니다.

- 이용하기 위한 절차나 방법이 복잡한 경우
- 이용자가 자세히 봐서 구별하지 않으면 혼동할 여지가 있는 경우
- 이용방법과 관련하여 이용자 몸에 배인 습성이 있는 경우
- 정책이나 공공서비스와 관련하여 이해관계가 다른 이용자들이 있는 경우

다음과 같은 과제 유형에서 공공서비스디자인의 투입 효과가 높은 것으로 확인되었습니다.

첫째, 정책과정 중 ‘의제설정’과 ‘정책결정’ 단계에 있는 과제

공공서비스디자인을 통해 정책과정 초기 단계에서 국민의 니즈를 제대로 발견 했을 때, 최적의 서비스를 개발할 수 있습니다.

둘째, 서비스 사용자가 국민 개인인 과제

서비스사용자의 경험 · 행동 · 감정 등에 대한 관찰을 핵심으로 하는 서비스디자인의 특성상, 사용자가 기관 또는 법인인 과제보다는 개인인 생활밀접형 과제가 적합할 것입니다.

셋째, 서비스 사용자가 많거나 확대 가능성이 큰 과제
국민 전체 등 사용자 폭이 넓거나, 지자체 과제 중 전국 확산 가능성이 큰 과제는 공공서비스디자인 투입비용 대비 효과가 크므로 적합할 것입니다.

공공서비스디자인의 효과



공공서비스 혁신

- ✓ 공급자 중심이 아닌 수요자의 목소리를 듣고 이를 정책에 반영
- ✓ 국민을 위한 혁신적인 서비스 가능



협업을 통한 창조

- ✓ 직접적인 수요자뿐 아니라 다양한 분야의 전문가가 협업에 의한 창조(Co-creation)를 통해 복잡한 문제 해결을 달성
- ✓ 다양한 관점이 고려된 새로운 서비스 개발이 가능



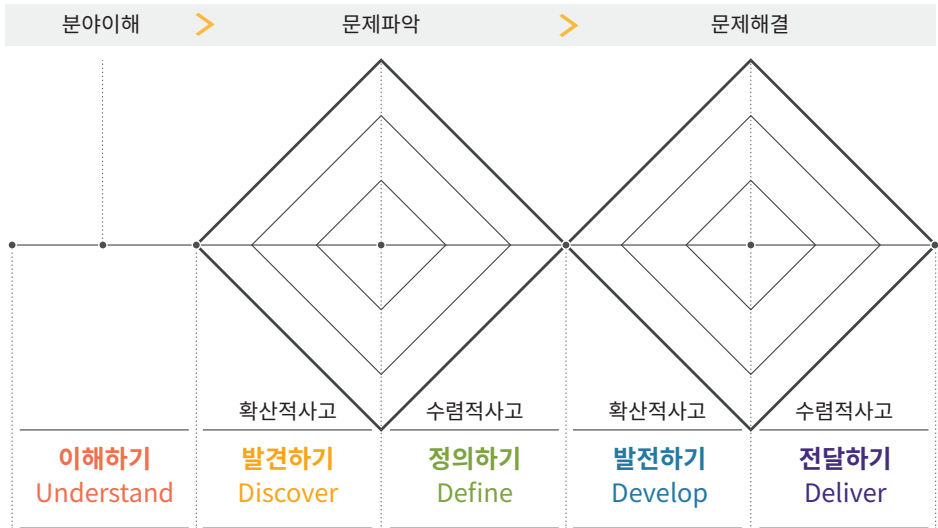
상호이해와 신뢰성 구축

- ✓ 공급자와 수요자가 서로의 사정을 이해하게 되고 상호 신뢰가 향상
- ✓ 수요자의 의견을 반영하여 지속적으로 개선
- ✓ 만족도 높은 서비스 개발 가능

I 공공서비스디자인 단계

더블 다이아몬드 모델

공공서비스디자인은 서비스디자인 프로세스의 ‘더블 다이아몬드 모델’을 바탕으로 하고 있습니다. 문제 해결 과정 가운데 사고가 확산되고 수렴되는 모습을 두 개의 다이아몬드로 나타낸 것입니다. 이를 통해 기존 방법에서는 찾지 못했던 새로운 문제와 아이디어를 발견하고 문제의 근본 원인에 대해서 깊게 생각해 볼 수 있게 됩니다.



[서비스디자인 '더블다이아몬드 모델']

공공서비스디자인의 사고법

공공서비스디자인은 수요자를 중심으로 문제를 발견하고 해결책을 찾아 나가는 여정입니다. 그 과정에서 우리는 사고의 확산과 수렴을 반복하는 일련의 활동을 경험하게 됩니다.

- 확산적 사고를 통해서 기본 통념과는 다른 다양한 시각으로 문제를 바라봅니다.
- 수렴적 사고를 통해 문제의 핵심을 찾아냄으로써 최선의 해결안을 개발합니다.

공공서비스디자인 로드맵

1 이해하기

공공서비스 디자인이란 무엇일까?

공공서비스디자인 방법을 이해하고 앞으로 진행할 프로젝트의 방향성을 세워봅니다.

수
행
동

- 1-1 주제선정하기
- 1-2 팀 구성
- 1-3 시작활동

3 정의하기

집중해서 해결해야 할 진짜 문제는 무엇일까?

발견하기에서 수집한 정보를 체계적으로 정리하여 진짜 해결해야 할 문제가 무엇인지 파악합니다.

수
행
동

- 3-1 대표인물 만들기
- 3-2 수요자 여정 살펴보기
- 3-3 서비스 목표 수립

5 전달하기

아이디어를 점검하고 실행전략을 세워볼까?

아이디어를 구현하기 위해서 실행 전략을 수립하고 서비스의 시범 테스트를 통해서 개선해 나갑니다.

수
행
동

- 5-1 가상 이야기 만들기
- 5-2 시범 테스트 해보기

2 발견하기

국민의 숨겨진 요구를 찾아볼까?

현장에서 직접 관찰하고 인터뷰를 해보면서 프로젝트 주제에 대한 정보를 수집합니다.

수
행
동

- 2-1 사전 조사하기
- 2-2 관찰하기
- 2-3 인터뷰하기
- 2-4 이해관계자 지도 그리기
- 2-5 친화도 지도로 정리하기

4 발전하기

문제 해결을 위한 아이디어를 어떻게 만들까?

정의하기에서 파악된 진짜 문제를 해결하기 위한 아이디어를 만듭니다.

수
행
동

- 4-1 아이디어 발산하기
- 4-2 아이디어 그려보기

단계별로 따라하기

1. 이해하기
2. 국민요구 발견하기
3. 진짜문제 정의하기
4. 아이디어 발전하기
5. 서비스 전달하기

1 이해하기

“

공공서비스디자인에 대한 이해도를 높이고
조사 목표를 설정하는 단계

”

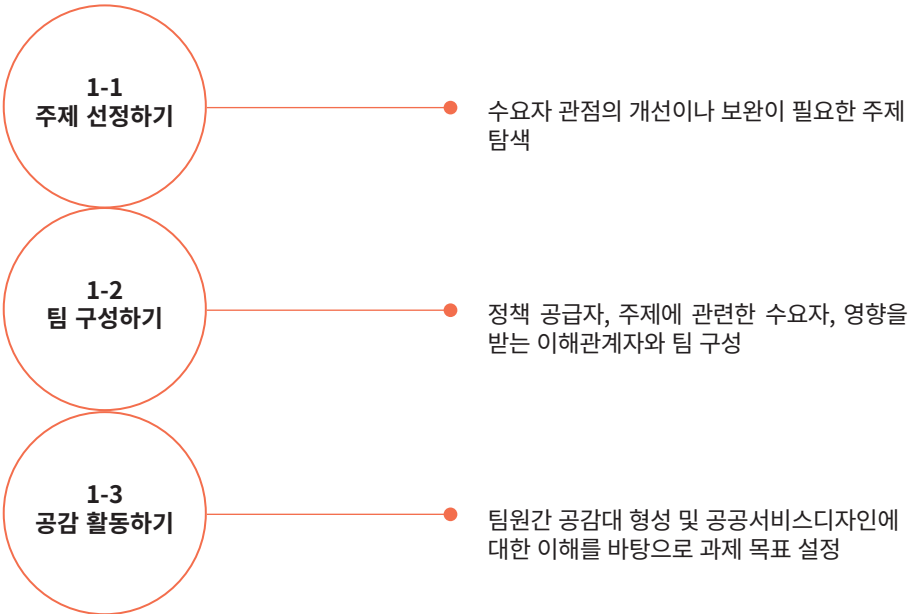
단계개요

‘이해하기’ 단계에서는 공공서비스디자인 프로세스에 대해서 이해하고 함께할 팀원들과 해결할 과제를 선정합니다.

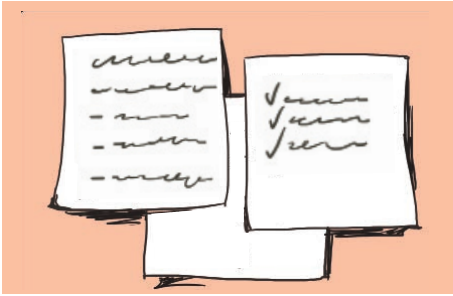
단계목적

공공서비스디자인을 통해 해결하고 싶은 주제 선정 및 팀원들과 함께 활동 방향성 수립

단계별 과정



1-1 주제 선정하기



공공서비스에서 수요자 관점의 개선이나 보완이 필요한 부분을 찾아보고 앞으로 진행할 과제 주제를 선정하는 활동입니다.

대 주제 탐색하기

- ✓ 주관 부서에서 관리하는 정책과 관련된 민원 사항을 정리
- ✓ 국민 의견 수렴 플랫폼에 올려진 의견에서 아이디어 얻기

대 주제에 따른 세부 주제 생각해보기

- ✓ 큰 주제와 관련된 세부 주제를 생각해보고 나열하기
- ✓ 예) 큰 주제 : 안전 / 세부 주제 : 무단횡단, 보행길 스마트폰 사용

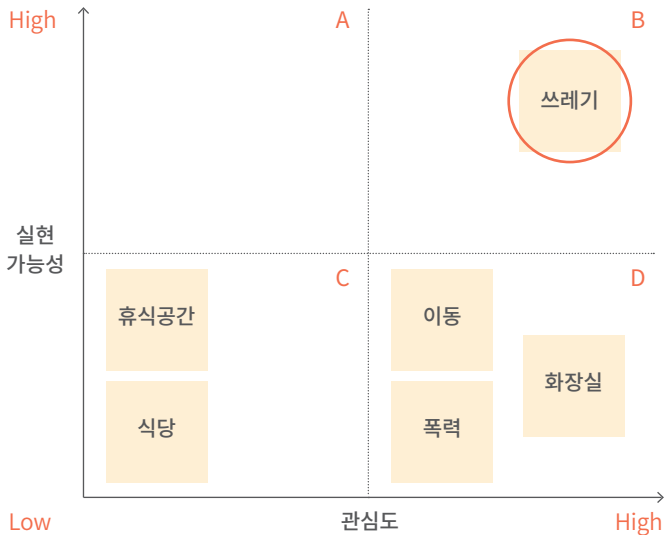
기준에 따라 선별하기

- ✓ 세부 주제 중에서 공공서비스디자인 방법으로 해결해 보고 싶은 문제를 선정
- ✓ 팀원과 선정 기준을 세워보고 프로젝트로 진행할 주제를 선별
- ✓ 선정 기준은 ‘실현 가능성’, ‘팀원의 의지’, ‘보유한 자원’ 등으로 세우기



- 주제 선정을 위해 참고할 수 있는 사이트
- 광화문 1번가(<https://www.gwanghwamoon1st.go.kr>)
 - 국민생각함(<https://idea.epeople.go.kr>)
 - 국민신문고(<https://epeople.go.kr>)

주제 선별 방법 2X2 그래프 예시



1. 두 가지 기준 선정하기

- 주제를 선정할 때 고려해야 할 두 가지 기준을 선정
- 2X2 그래프의 가로축과 세로축에 기재
- 활용할 수 있는 기준 : 실현 가능성/참신성/시급성/관심도/시간/비용 등

2. 세부 주제를 그래프에 배치하기

- 세부 주제들을 그래프의 기준에 따라 배치
- 팀원들과 함께 세부 주제들이 적절하게 배치되었는지 토론 & 합의

3. 세부 주제 선정하기

- 그래프에서 두 가지 기준에 부합하는 주제를 프로젝트의 주제로 선정
- 기준에서 벗어나더라도 한 번 시도해보고 싶거나 해결이 시급한 문제가 있다면 논의

1-2 팀 구성하기



공공서비스디자인은 다양한 이해관계자들이 함께 참여하여 문제를 발굴하고 해결하는 과정이 필수적입니다. 앞서 정한 주제를 중심으로 다양한 이해관계자들로 구성된 팀을 만드는 활동입니다.

팀원 구성하기

✓ 주제와 관련하여 협력해 볼 수 있는 사람을 파악

서비스
디자이너

- 서비스디자인 활동을 통해 정책 개선 과정을 안내하는 역할

담당
공무원

- 정책 현황을 국민디자인단 참여자들에게 설명하고 활동 결과를 정책에 반영

국민
참여자

- 수요자 관점에서 의견 및 아이디어를 제시하고 정책 과정에 참여

프로젝트 역할 정리하기

✓ 회의준비와 운영, 이해관계자 소통, 아이디어 제공, 자문 등



- 공공서비스디자인은 많은 이해관계자들이 얹혀 있습니다.
- 분야 전문가, 지역 네트워크를 보유한 사람들과 협력하여 프로젝트를 수행하는 것이 좋습니다.

1-3 공감 활동하기



구성된 팀과 함께 주제에 대해 서로의 생각을 들어보며 공감대를 형성하는 활동입니다. 공공서비스디자인 프로세스에 대해서 이해하고 앞으로의 활동의 방향성을 정하게 됩니다.

어색함 해소하기

- ✓ 팀원 간의 공감대를 만들어 편안하게 의견을 낼 수 있도록 하는 활동
- ✓ 이름과 소속을 소개하기
- ✓ 오늘의 기분은 어떤지, 어떤 기대감을 가지고 참여하게 됐는지에 대해 이야기해보기

역할 및 팀 명 정하기

- ✓ 구성원의 논의를 통해 프로젝트 역할을 분배
- ✓ 처음에 역할을 지정해 참여감, 책임감 등 부여

내부 규칙 정하기

- ✓ 프로젝트 마무리까지 서로 지켜야 하는 것이 무엇인지 생각
- ✓ ‘어떤 의견이든 열린 마음으로 수용하기’, ‘회의에서 휴대폰 보지 않기’ 등



- 수요자에 공감하는 서비스를 만들기 위해서는 ‘공감대’형성이 선행되어야 합니다.
- 협력을 바탕으로 하는 공공서비스디자인 전 과정에 있어서 시너지를 낼 수 있습니다.

2 국민요구 발견하기

“

수요자가 무엇을 원하는지
관찰하고 들어보는 단계

”

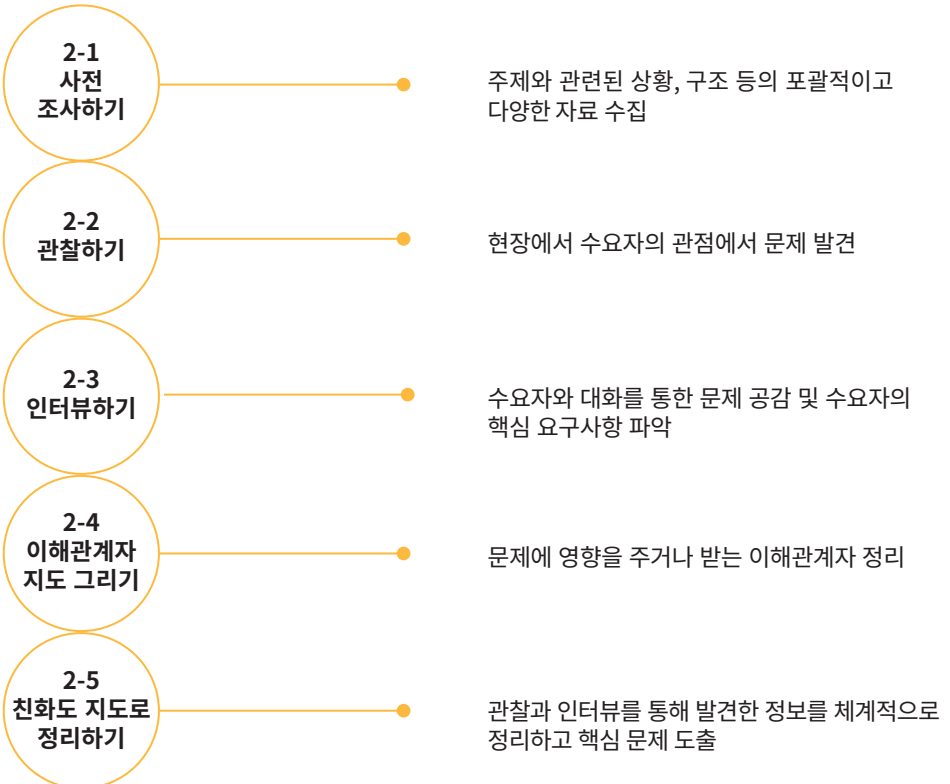
단계개요

'발견하기' 단계는 앞서 정한 주제에 대해서 국민의 필요가 무엇인지, 일상 속에서 어려운지점은 없는지 찾아보는 단계입니다. 이 단계에서는 현장에 있는 국민들의 진짜 어려움과 필요를 들어보는 것이 중요합니다.

단계목적

관찰과 인터뷰를 통해 수요자의 문제 이해 및 수요자의 문제를 정리하여 구체적으로 파악

단계별 과정



2-1

사전 조사하기 | Desk research 데스크리서치



‘사전 조사하기’는 주제와 관련된 내외부적인 상황, 구조 등의 포괄적인 이해를 위해 다양한 자료를 수집하고 조사하는 활동입니다.

조사 준비 활동

- ✓ 조사 범위와 내용, 대상 적어보기
- ✓ 서비스디자이너와 함께 활동 계획과 매뉴얼을 훑어보며 적합한 활동방법 이야기 해보기

자료 찾아보기

- A. 미디어 자료 수집 : 높은 접근성으로 빠르게 자료 찾기에 적합
언론 보도 자료(기사 및 보도자료 등), 국내외 인터넷 관련 자료 검색
- B. 출판물 : 전문적이고 신뢰성 높은 자료 수집에 적합
주제 관련 현황 보고서 및 연구 자료, 도서 및 연구 논문 등 활용

중요 사항 정리하기

- ✓ 자료들이 주제와 관련된 정보가 맞는지, 과제를 진행함에 있어 도움이 되는지 등을 점검



- 중요한 사안들을 중심으로 팀원들과 상의하며 조사범위를 점차 좁히며 활동을 선정합니다.
- 어디서부터 찾아야할지 모르겠다면 무작정 검색하기보다는 조사 목표와 관련 있는 단어 위주로 포털, 지자체 홈페이지 등을 먼저 검색해봅니다.

2-2 관찰하기 | Shadowing 새도잉

‘관찰하기’는 현장에서 수요자의 상황과 행동을 관찰하면서 수요자의 필요를 유추하고 공감해 보는 활동입니다. 수요자의 자연스러운 행동 가운데 어떤 문제가 발생하는지 파악합니다.



관찰 계획 세우기

- ✓ 관찰 목표, 장소, 시간, 대상, 방법에 대해 계획
- ✓ 일상에서의 수요자의 행동 특성을 파악
- ✓ 기존 서비스 이용하는 모습을 통해서 문제 파악



관찰하고 기록하기

- ✓ ‘초심’으로 돌아가서 모든 것을 처음 경험하는 것처럼 바라보기
- ✓ 관찰은 메모, 사진, 영상, 녹음 등 관찰자가 편한 방식으로 기록



관찰한 내용을 팀원들과 공유하기

- ✓ 관찰 기록 내용을 공유
- ✓ 내용을 해석하기보다는 있는 그대로 나눔
- ✓ 많은 양의 관찰 데이터를 모아 놓으면 아이디어를 낼 수 있는 기회도 많음



- 대상자의 자연스러운 행동들 속에서 어떤 문제가 발생하는지를 중점적으로 파악해 봅니다.

2-3

인터뷰하기 | Interview 인터뷰

‘인터뷰’는 수요자와 대화를 통해서 수요자가 처한 어려움이나 불편사항을 구체적으로 들어보면서 맥락적으로 공감하는 활동입니다.



인터뷰 대상·목적 설정하기

- ✓ 인터뷰 주제에 적합한 사람을 선정
- ✓ 서비스 수요자의 어떤 필요를 파악하고자 하는지 목적 설정하기



인터뷰 기록하기

- ✓ 내용을 해석하지 말고 그대로 받아 적기
- ✓ 대상자의 행동 및 주변 환경을 함께 관찰·기록
- ✓ 기록이 어려울 때는 녹음기 활용, 단어 중심으로 기록



인터뷰 내용 공유하고 정리하기

- ✓ 인터뷰가 끝나면 팀원들과 바로 공유
- ✓ 중요한 사항들을 정리



- 인터뷰 질문 작성 시에는, 핵심 질문을 5개 내외로 고른 후 세부 질문으로 가지치기를 하며 만들어 봅니다.
- 깊이 있는 논의가 일어날 수 있도록 대상자에게 친숙한 장소에서 인터뷰를 진행합니다.

인터뷰 (Interview) 예시

내일(My Job)을 설계하는 두근두근 Tomorrow 경상북도 고령군(2016)



- Q** 특성화고 진학 시 주변 반응은?
- A** 01 공부 못하면 특성화고 간다는 인식이 있어요.
02 우리 학교는 PC방처럼 놀다가 집에 가는 곳이라고들 해요.
03 엄마 아빠 주위에서 완전 비웃음거리가 된 거예요. 안 그래도 공부 못하는데 특성화고 가면 완전 개판 된다고..
- Q** 현재 수업에 만족하나요?
- A** 01 책 대로 자격증 공부만 하니까 조리에 흥미가 없어지고 조리과에 왜 왔나? 하는 의문이 들었어요.

"수요자뿐 아니라 교육과 관련한 다양한 이해관계자의 심층 인터뷰를 통해 숨겨진 문제점을 파악하였습니다."

교육은 가르치는 사람, 배우는 사람, 서비스를 관리하는 사람 등 다양한 이해관계자로 구성되어 있기 때문에 다각도로 의견을 수렴하고 반영하는 것이 중요합니다.

특히 정책 수요자의 자발적인 참여가 중요한 카페 창업 교육 프로그램이었기 때문에 수요자의 마인드, 동기부여, 요구파악을 중점적으로 인터뷰를 진행하였습니다.

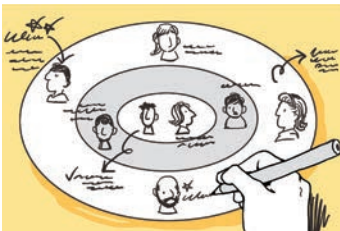
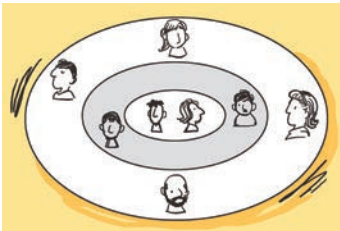
체크리스트

- 단답형 질문(예/아니오)보단 경험을 끌어내는 오픈형 질문하기
- 질문지의 우선순위에 따라 진행하기
- 원하는 답을 확인하는 질문 또는 유도질문하지 않기
- 아이디어에 대한 의견을 묻는 질문을 가장 마지막에 하기
- 가능하면 당일 인터뷰 내용을 바로 정리하고 팀과 공유하기

2-4

이해관계자 지도 그리기 | Stakeholders' Map 이해관계자 지도

정책 수요자 뿐 아니라 정책으로 인해 긍정적/부정적 영향을 받는 이해관계자를 정리하고 다양한 관점에서 살펴보기 위한 활동입니다.



주제와 관련 있는 이해관계자 파악하기

- ✓ 과제 주제에 직접적·간접적으로 영향을 받는 사람 정리
- ✓ 문제를 해결하기 위해 협력하거나 설득을 해야 하는 사람 정리

중요도에 따라 이해관계자 배치하기

- ✓ 워크시트 한가운데에 프로젝트 주제를 적고 연관성에 따라 이해관계자들을 배치
- ✓ 중심에 가까울수록 관련도가 높은 이해관계자

이해관계자 간의 관계성과 특징 파악하기

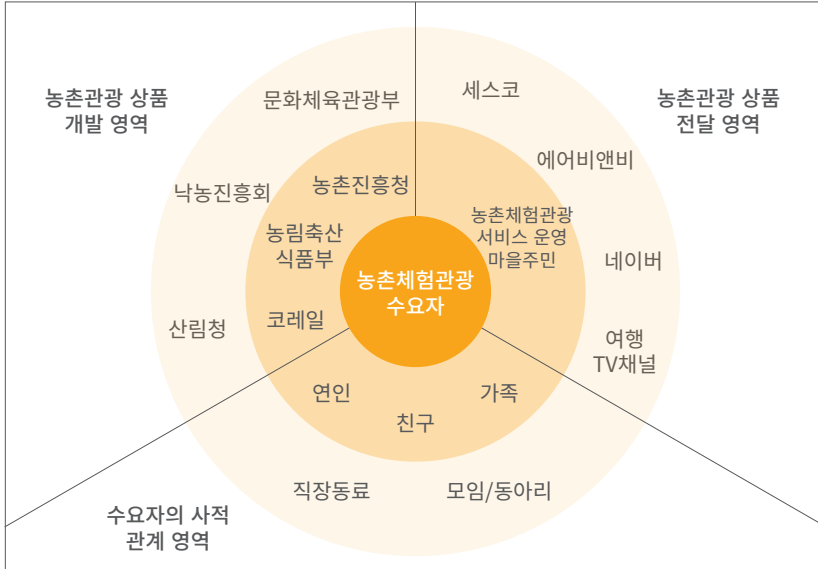
- ✓ 관계를 선이나 화살표 등으로 표시해 시각적으로 정리
- ✓ 주요한 이해관계자는 특징, 대상자와의 관계에 대해 간략히 표기



- 이해관계자를 그룹화할 때는 원의 여기저기에 분포한 이해관계자들 간의 공통 관심사나 중요도, 영향력, 직업이나 지역적 특징 등 각 과제의 특성에 따라 구분해봅니다.
- 각 그룹별로 중점을 두는 가치를 파악해보는 것도 중요합니다.

이해관계자 지도 (Stakeholders' Map) 예시

수요자 맞춤형 농촌체험관광 서비스 모델 개발 농림축산식품부(2016)



“농촌체험관광 수요자에게 영향을 주는 각 이해관계자들이 수요자 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지 파악하였습니다”

- 서비스를 이용하는 정책 수요자 뿐 아니라 정책 서비스가 수요자에게 전달되기까지 다양한 이해관계자가 참여하는 특성이 있는 과제는 이해관계자맵을 분석하여 서비스를 조직적으로 이해하는 것이 중요합니다.
- 본 과제에서는 농촌관광 상품 개발, 농촌관광 상품 전달, 수요자의 사적 관계 영역으로 구분하여 수요자에게 영향을 미치는 이해관계자를 파악하면서 이들이 어떻게 상호작용하여 수요자의 의사결정에 영향을 미치는지를 파악해 볼 수 있었습니다.

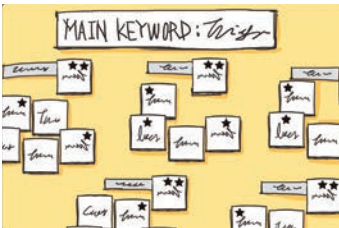
체크리스트

- 주제와 관련 있는 사람을 배치하기
- 과제의 특징에 맞는 기준으로 그룹화하기
- 각 그룹을 명확하게 구분하기
- 시각적으로 이해하기 쉽게 표현하기

2-5

친화도 지도로 정리하기 | Affinity Diagram 친화도법

‘친화도 지도’는 앞서 관찰하기와 인터뷰하기 과정에서 파악한 정보들을 체계적으로 정리하는 활동입니다. 발견하기 단계에서 수집한 정보들을 위계에 따라서 정리하고 대 주제를 도출해 낼 수 있습니다.



준비하기 & 주요 단어·문장 적기

- ✓ 포스트잇, 네임펜, 전지 등 준비
- ✓ 수집한 정보를 작성
- ✓ 중요한 단어나 문장을 한 가지씩 포스트잇에 적기

포스트잇 그룹화, 대표 단어 뽑아내기

- ✓ 유사한 특성 혹은 특징 등에 따라 그룹화
- ✓ 상위개념의 대표 단어를 선정

최종 대표 단어 정리하고 시각화하기

- ✓ 팀원들과 함께 정리하고 한눈에 알아보기 쉽게 시각화하여 사진으로 남김



- 빠르게 아이디어와 핵심 가치 등을 적고, 이를 분류하여 생각을 구조화하고 상위 개념을 이끌어 내는 활동입니다.

친화도법 (Affinity Diagram) 예시

주민-구청 협력 원룸 주변 무단배출 쓰레기 저감대책 광주광역시 동구(2016)



“원룸 쓰레기가 무분별하게 버려지지 않도록 하는 다양한 아이디어를 포스트잇에 적고 유사한 주제별로 묶어보았습니다.”

- 친화도법은 구성원들과 함께 내용에 따라 포스트잇을 분류하고 그룹마다 소주제를 붙여 보면서 생각을 구조화하고 아이디어를 얻을 수 있습니다.
- 본 과제에서는 원룸 쓰레기가 무분별하게 버려지는 현상에 대한 해결 아이디어를 노란색 포스트잇에 최대한 많이, 자유롭게 써보고 유사한 특성끼리 묶었습니다.
- 그 결과, 7가지의 소주제와 아이디어 특성을 발견했습니다.

3 진짜문제 정의하기

“

수요자의 진짜 문제를 분석하고
주요 이슈를 도출하는 단계

”

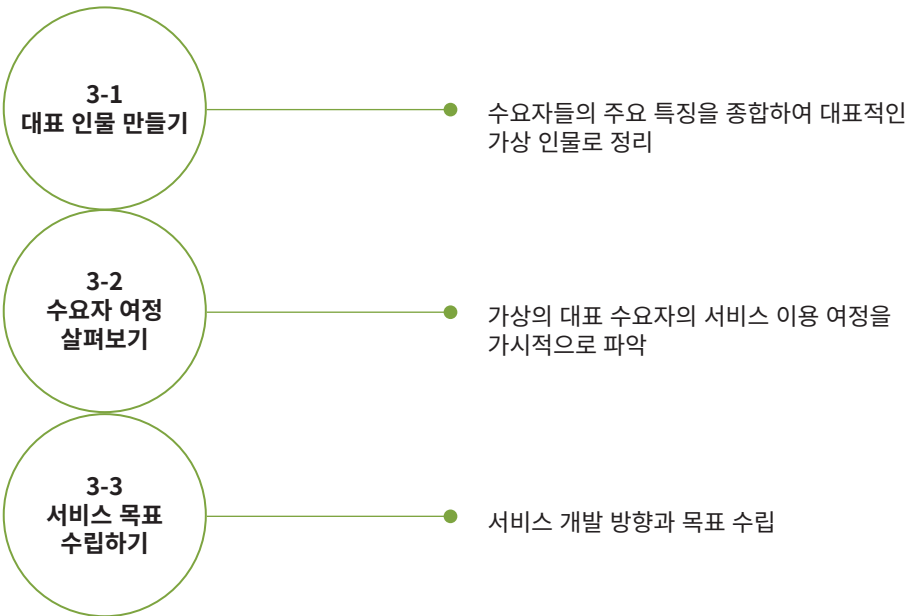
단계개요

발견하기 단계에서 파악한 수요자의 필요를 체계적으로 정리하고 해결책의 방향성을 정하는 단계입니다. 수요자 관점에서 문제를 정리해 보는 것이 중요합니다.

단계목적

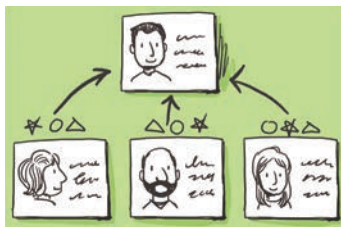
발견하기에서 파악한 문제를 수요자의 관점으로 정리 및 서비스 개발 목표 수립

단계별 과정



3-1 대표 인물 만들기 | Persona 퍼소나

‘대표 인물’은 발견하기 단계에서 수집한 수요자 정보 중에 공통적인 부분을 담은 가상의 대표 수요자를 의미합니다. ‘대표 인물 만들기’는 수요자의 필요를 생생하게 상기시켜줌으로써 수요자 중심의 서비스를 개발하는데 필수적인 역할을 합니다.



서비스 수요자의 공통점 찾기

- ✓ 정책 수요자의 감정, 태도, 동기 등을 나열
- ✓ 유사점과 특성 등을 기준으로 수요자를 분류

대표 인물 프로필 만들기

- ✓ 세부사항을 적기
- ✓ 인적 사항(이름, 나이, 거주지 등), 취미, 하루 일과 등

대표 인물을 통해 문제 파악하기

- ✓ 대표 인물들을 정리
- ✓ 작성된 프로필이 실제 만나보았던 수요자의 특성과 맞는지 검토
- ✓ 문제를 수요자의 관점에서 바라보고 어떤 필요가 있는지 검토



수요자의 특성을 정리하여 공통적인 특성을 가진 그룹으로 분류해 보면, 여러 명의 대표 인물을 만들어 볼 수 있습니다. 공공서비스의 이해관계자가 복잡다단한 만큼 여러 명의 대표 인물을 고려해 볼 수 있습니다.

퍼소나 (Persona) 예시



이름 : 나절약
성별 : 여자
나이 : 38세
직업 : 보험 판매원
성격 : 야무지고 똑부러진 성격
행동 : 전기절약을 위해 안쓰는 전등은 빼놓음,
보일러 대신 전기장판 사용

최소한의 난방으로 아이들 만큼은 따뜻했으면 좋겠어요.

Needs & Pain point

- 아이들을 위해 난방은 줄일 수가 없어요.
- 아무리 보일러를 켜도 방이 따뜻해지지 않아요.
- 단열 공사비가 너무 많이 들어서 선뜻 내키지 않아요.

수요자의 이야기

- 팍팍한 가계에 조금이나마 보태려고 3년 전부터 보험 판매업에 종사하고 있다.
- 매달 가스요금 고지서를 볼 때면 평소에 보일러를 끄고 살고 싶지만 전기장판 위에서 생활하는 아이들을 볼 때면 마음이 무거워서 끌 수가 없다.
- 안 쓰는 전등은 빼놔서 아이들이 탁상 스탠드 앞에서 공부를 하는 모습을 볼 때마다 이렇게까지 절약을 해야 하나 싶다.
- 단열 공사나 이중 창호 공사를 하고 싶어도 가격이 부담되어 쉽사리 할 수가 없다.

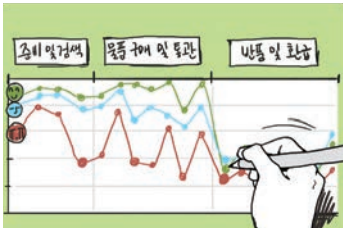
체크리스트

- 해결할 문제와 연관성 있는 퍼소나 설정하기
- 정책 수요자의 대표성을 갖는 퍼소나 설정하기
- 특정 대상자를 그대로 퍼소나로 만들지는 않았는지 점검하기

3-2

수요자 여정 살펴보기 | Customer Journey Map 고객여정맵

서비스 수요자의 시공간에 따른 경험과 감정을 시각화하는 활동입니다. 문제가 발생하는 맥락과 수요자의 감정을 통해 개선해야 하는 지점이 어디인지 명확히 파악할 수 있습니다.



여정의 단계 구성하기

- ✓ 퍼소나의 필요나 불편지점을 중심에 두고 시간의 흐름에 따라서 배열

여정 단계별 감정 작성하기

- ✓ 여정에 따라 퍼소나가 느끼는 감정을 ‘좋음’, ‘보통’, ‘나쁨’의 기준에 따라 표시
- ✓ 왜 그런 감정을 느끼게 되는지 점 옆에 기록
- ✓ 관찰하기와 인터뷰 활동에서 얻은 정보 활용

문제점 및 개선점 작성하기

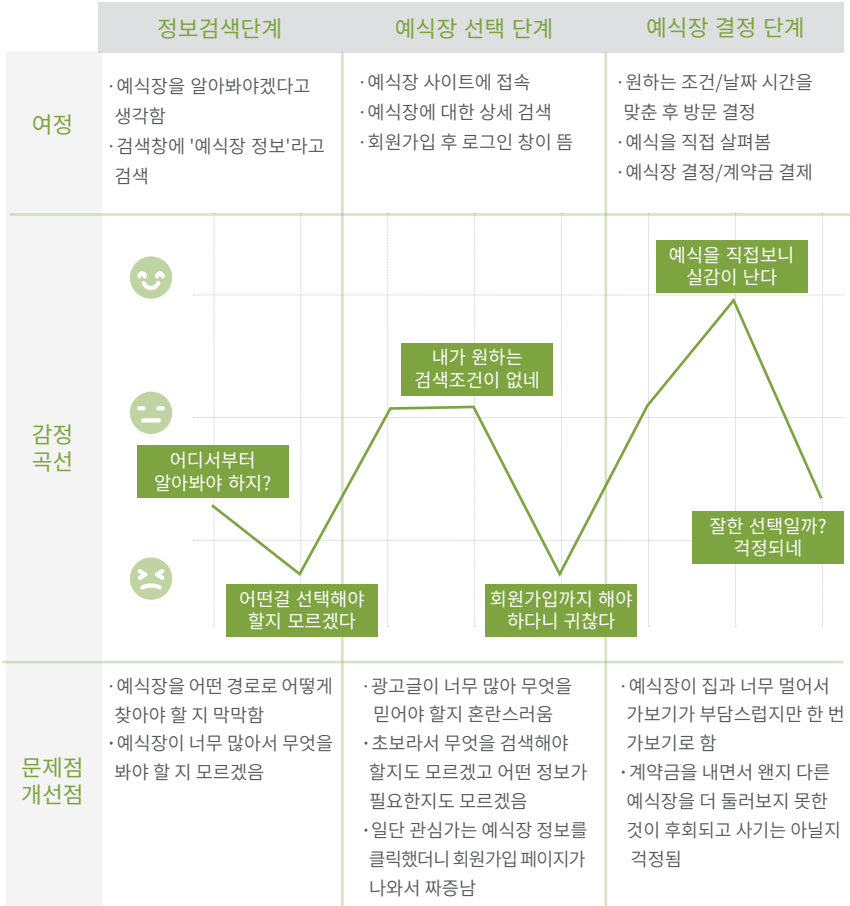
- ✓ ‘나쁨’ 지점에서 구체적으로 어떤 문제점이 발생하는지 적기
- ✓ ‘좋음’ 지점을 더욱 극대화하려면 앞뒤의 여정을 어떻게 개선하면 좋을지 작성



- ‘고객여정맵’에서는 앞서 정리한 퍼소나의 경험을 따라가며 공감하는 과정으로, 문제의 해결책을 찾기보다는 핵심 원인을 파악하는 것이 중요합니다.

고객여정맵 (Customer Journey Map) 예시

예식장을 고르는 수요자의 고객여정맵

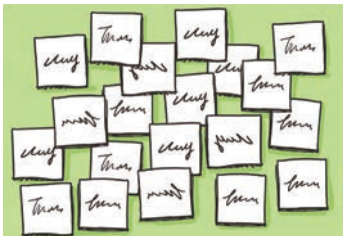


체크리스트

- 현실을 바탕으로 문제가 발생하는 전후 상황 구성하기
- 급격한 감정 곡선이 발생하는 상황 파악하기
- 각 감정의 해결 방안보다는 발생한 원인을 생각해보기

3-3 서비스 목표 수립하기

‘대표 수요자 만들기’와 ‘수요자 여정 살펴보기’ 활동을 통해 수요자 중심으로 정의 내린 문제를 정리하여 서비스가 나아가갈 방향을 정하는 활동입니다. 서비스 목표는 이후 4단계에서 아이디어를 낼 때 기준점이 됩니다.



정책수요자가 직면한 문제 적어 보기

- ✓ 수요자의 특성과 필요, 수요자 여정 지도에서 수요자가 문제를 겪는 맥락과 지점을 살펴보기
- ✓ 해결이 필요한 문제들이 무엇인지 자유롭게 작성해 보고, 유사한 문제끼리 분류

문제 상황들을 질문형으로 바꿔보기

- ✓ 주제별로 “어떻게 하면 000 할 수 있을까?”라는 질문형으로 표현해보기
- ✓ 문제를 보는 관점에 따라 같은 주제에서 다른 문장이 만들어 질 수 있음

서비스 목표 수립하기

- ✓ 질문형으로 표현한 문제를 바탕으로 서비스 목표를 수립해 보기
- ✓ 서비스 목표는 문제를 해결하는 것 뿐 아니라 공공서비스 전체적인 관점에서 나아가야 할 방향성을 포함



- 문제를 질문형으로 바꾸는 이유는 질문형의 문장이 아이디어를 자극하며 문제가 아닌 기회로 볼 수 있도록 도와주기 때문입니다.
- 앞 단계에서 발견한 수요자의 문제를 종합하여 구체적인 목표를 정해야 다음 단계에서 적절한 해결책을 도출해 낼 수 있습니다.

서비스 목표 수립 예시

새로운 골목문화 만들기 서울특별시 중구(2016)



“퍼소나, 고객여정맵, 친화도맵을 통해 도출된 주민들의 요구를 취합, 정리하여 목표 수립하였습니다.”

- 목표를 수립할 때에는 사전에 조사된 수요자의 관점과 정책 제공자 양쪽의 통합적 관점에서 진행하는 것이 중요합니다.
- 주민들로부터 도출된 요구를 팀원들과 논의하여 선정하고 “어떻게 하면 OO 할 수 있을까?”의 형태로 바꾸어 질문 5개를 선정하였습니다.
- 질문을 서비스 목표로 삼고 기존에 나온 아이디어를 하나씩 매칭 시키면서 주요한 콘셉트를 구축해 나갔습니다.

체크리스트

- 문제를 기회로 바꾸어 생각해보기
- 조사 활동을 근거로 한 문제 상황 적기
- 다양한 아이디어를 끌어낼 수 있는 질문 형식으로 구성하기
- 팀원들과 서비스 목표, 방향성 합의하기

4 아이디어 발전하기

“

정리한 문제를 해결하기 위해
다양한 아이디어를 발산하는 단계

”

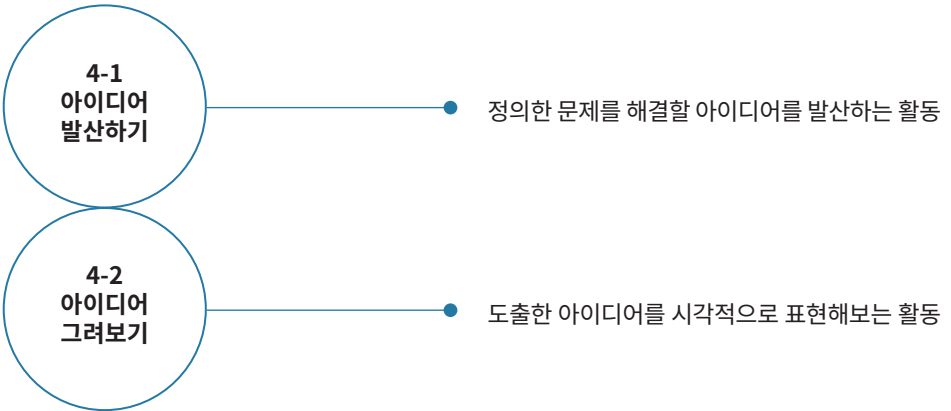
단계개요

이전 단계에서 수립한 서비스 목표를 바탕으로 팀원들과 다양한 해결책을 모색해 보는 단계입니다. 아이디어의 질보다는 다양한 아이디어를 발산해 보는 것이 중요합니다.

단계목적

수립한 서비스 방향성에 따라서 아이디어 발산 및 아이디어를 시각적으로 표현하여 구체화

단계별 과정



4-1 아이디어 발산하기

팀원들과 함께 정의한 문제를 해결하는 아이디어를 발산해 보는 활동입니다. 아이디어를 평가하기 보다는 최대한 다양한 아이디어가 확산될 수 있도록 독려하며 진행하는 것이 중요합니다.



진행자와 아이디어 원칙 정하기

- ✓ 진행자를 선정
- ✓ 서로의 아이디어를 판단하지 않기, 과감한 아이디어를 장려하기 등 동기부여가 될 수 있는 원칙 정하기

문제의 맥락 함께 파악하기

서비스 목표에 따른 아이디어 발산하기

- ✓ 수요자의 어려움과 필요한 것이 무엇인지 다시 합의하며 논의하기
- ✓ 예) 브레인 스토밍/ 브레인 라이팅

아이디어 선택하기

- ✓ 유사한 아이디어들을 분류하고 실제 구현해 볼 수 있는 아이디어를 선택



아이디어의 발산을 돕는 팀원간의 규칙

- 서로의 아이디어에 대해서 판단 보류하기
- 다른 사람들의 아이디어에 덧붙여서 생각해보기
- 아이디어의 질보다는 양을 추구하기

아이디어 발산 방법

브레인 스토밍 (Brain Storming)

정해진 시간을 두고 빠르게 다양한 아이디어를 내는 방법

- 사회자가 주제를 제시하고 제한 시간에 대해 안내
- 40분 내외로 가능한 많은 아이디어를 포스트잇 하나에 한 개씩 적어보기
- 아이디어를 모으고 작성한 아이디어에 대해 이야기 나누기
- 2개 이상의 아이디어를 합쳐서 새로운 아이디어를 만들어 보기 / 1개의 아이디어에 들어있는 기능을 2가지로 나눠 볼 수도 있음
- 최종적으로 나온 아이디어를 비슷한 것끼리 분류, 실현 가능성의 기준을 두고 최종 아이디어를 선별

브레인 라이팅 (Brain Writing)

상대가 낸 아이디어에 꼬리에 꼬리를 물며 아이디어를 이어가는 방법

- 주제를 함께 확인하고, 브레인 라이팅 워크시트에 주제를 적기
- 각자 부여 받은 워크시트에 3-5분 동안 생각나는 아이디어 3가지를 적기
- 작성한 워크시트를 왼쪽 참여자에게 전달하고, 전달 받은 사람은 앞서사람들이 쓴 아이디어를 발전시킨 아이디어를 하단에 추가
- 모든 칸이 아이디어로 다 채워지면 아이디어의 내용을 공유, 실현가능성에 따라 최종 아이디어를 선별

어떻게 하면 숙제를 잘 해 갈 수 있을까?			
구분	Idea A	Idea B	Idea C
1	알림장을 잘 적는다.	집에서 알림장을 꼭 확인한다.	계획을 세우고, 미루지 않고 그대로 실천한다.
2	아무리 시간이 걸려도 할 건 하고 잔다.	숙제를 못해 오게 되면 학교에 빨리 와서 한다.	자기가 노는 시간이나 틈틈이 시간을 내기만 한다.
3	수업시간에 숙제를 다 해 놓는다.	빨리 일어나서 숙제를 한다.	학원이 끝나면 그 시간에 숙제를 한다.

4-2

아이디어 그려보기 | Idea Sketch 아이디어 스케치

팀원들과 함께 도출한 다양한 아이디어들을 그룹별로 나열하고 최종 선정된 아이디어를 시각화하는 활동입니다. 아이디어를 시각적으로 나타냄으로써 서로의 생각과 아이디어를 보다 쉽고 빠르게 이해할 수 있습니다.



아이디어 주제 한 문장으로 적기

- ✓ 유사한 내용끼리 묶어 상위 개념의 주제로 정리한 뒤 한 장으로 적어보기

아이디어 선별하고 그려보기

- ✓ 팀원들과 도출한 아이디어들을 문제와의 관련성에 따라 순위 정하기
- ✓ 약 10분 동안 1~3순위의 아이디어를 간단한 그림으로 그리기
- ✓ 아이디어 전달에 도움이 되는 내용은 글로 추가하거나 포스트잇에 정리하기

의견 수렴을 통해 최종안 선정하기

- ✓ 아이디어 스케치를 최종적으로 정리, 세부 내용을 조정
- ✓ 팀원 및 이해관계자들과 함께 공유
- ✓ 부족한 점이나 빠진 부분이 없는지 확인



‘아이디어 그려보기’에서는 그림을 잘 그리는 것 보다는 아이디어의 핵심 요소를 구체적으로 표현하는 것이 중요합니다.

아이디어 스케치 (Idea Sketch) 예시

에너지 이웃사촌 맺기



아이디어 설명

1. 온라인에서 이웃끼리 에너지 공동체를 형성한다.
2. 에너지를 아낀 만큼 에너지로 어려움을 겪는 이웃에게 포인트를 전달할 수 있다.
3. 포인트를 모아서 에너지 빈곤층 가정에 에너지 효율 개선 리모델링 공사를 할 수 있도록 한다.

체크리스트

- 워크숍에서 나온 아이디어들을 특성에 맞게 그룹화하기
- 팀원들의 의견을 반영해 아이디어 순위 정하기
- 아이디어의 핵심을 잘 나타내는 결과물(스케치와 설명 글) 만들기
- 다수의 팀원 동의와 지지를 받은 최종 아이디어 정리하기

5 서비스 전달하기

“

아이디어를 점검하고 실행전략을 수립하여
서비스로 전달하는 단계

”

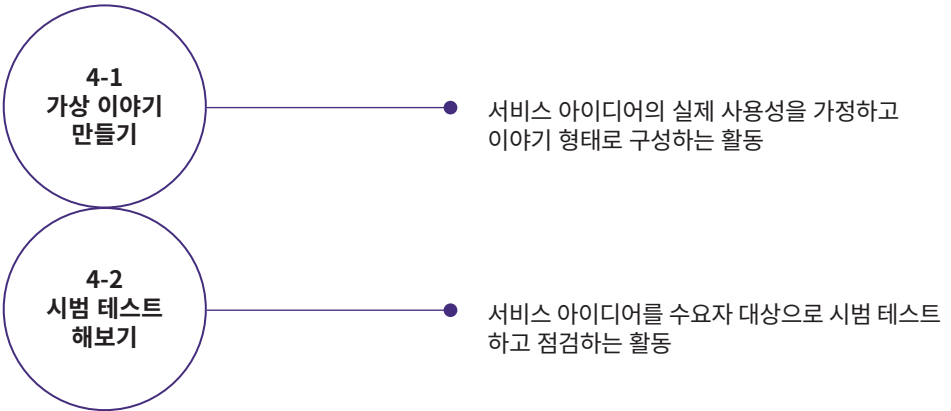
단계개요

앞서 나온 아이디어를 시범 서비스 형태로 구현해보며 완성도를 높이는 단계입니다. 시범 테스트를 통해 문제점을 점검하고 보완하면서 실행 전략을 구체적으로 세워보는 것이 중요합니다.

단계목적

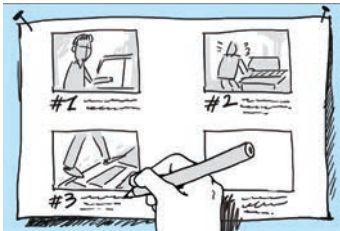
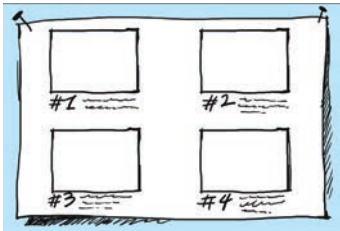
아이디어를 서비스로 구현하기 전 시범 테스트를 통해 수요자의 피드백을 받아 개선 및 보완

단계별 과정



5-1 가상이야기 만들기 | Storyboard 스토리보드

최종 아이디어를 테스트용 서비스로 만들기 전 사용 과정을 이야기 형태로 구성하여 서비스 수요자에게 보여주고 의견을 받아보는 활동입니다. 수요자가 서비스의 전 과정을 접하는 흐름이 적절한지 살펴봅니다.



시나리오를 기반으로 주요 장면 구상하기

- ✓ 아이디어 구현 방식을 순서대로 나열하여 시나리오처럼 이야기를 구성
- ✓ 수요자의 문제상황과 해결방안을 구체적으로 작성

주요 장면 구체화하기

- ✓ 각 장면에 대한 설명을 간략히 적기
- ✓ 각 장면에서 어떤 일이 벌어지고 있는지 그림으로 묘사

피드백을 받고 수정·보완하기

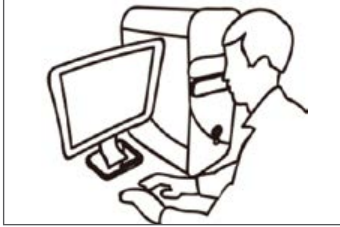
- ✓ 수요자에게 가상 이야기를 보여주고 의견받기
- ✓ 개선 의견을 수렴하여 아이디어를 보완



- 최종 서비스 아이디어의 흐름에 따른 구체적인 상황, 서비스 경험의 전후 비교 또는 강점과 약점 등을 고려하며 진행합니다.
- 포스트잇을 활용해 각 장면을 분리할 수 있는 카드 형태로 만들면, 이야기의 앞뒤 순서를 쉽게 바꾸고 수정하며 진행할 수 있습니다.

스토리보드 (Storyboard) 예시

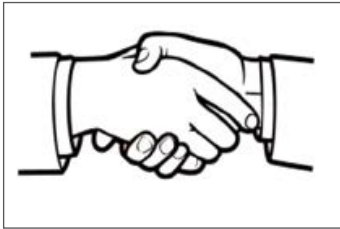
에너지 이웃사촌 맺기



이웃 사촌 사이트(온라인)와 가까운 공공기관(오프라인)을 통해 회원가입을 해주세요.



우리 이웃들의 이야기를 듣고, 나누세요.



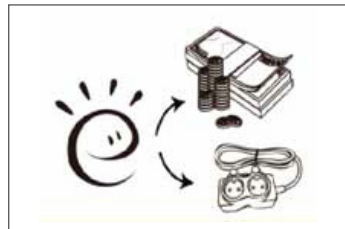
이웃들의 사연을 보고 돕고 싶다면 “이웃사촌 맺기” 버튼을 눌러주세요.



한 명 한 명의 에너지 절약 와트가 모여 아름다운 세상을 만듭니다. 내가 절약한 에너지가 에너지 빈곤층의 집을 따뜻하게 지켜줍니다.



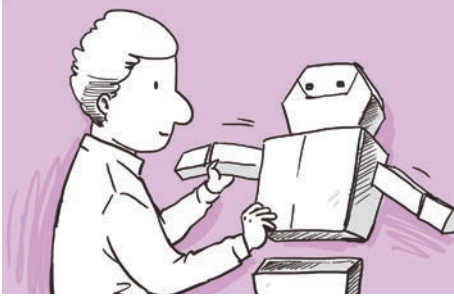
사연에 따라 함께 모은 에너지와 본인 모은 에너지를 이웃사촌 고지서로 확인해보세요.



어려운 이웃을 돕고, 에너지 절약감에 따라 선물도 받아주세요.

5-2

시범 테스트 해보기 | Prototype 프로토타입



아이디어를 실제 경험해 볼 수 있는 시범 서비스 형태로 만들어 정책 수요자가 직접 경험하게 하고 반응을 관찰하여 점검해 보는 활동입니다. 보완해야 할 지점들을 찾아 보면서 서비스 완성도를 높여봅니다.

프로토타입 진행 목표 세우기

✓ 시범 테스트 진행의 목표와 정책 수요자에게 받을 의견의 범위를 팀원들과 논의

핵심 기능을 넣은 시범 서비스 기획

- ✓ 직접 시연하고 의견 듣기, 수요자가 이용해 보고 설문에 참여하기 등 다양한 방법을 고려
- ✓ 서비스를 효과적으로 표현할 수 있는 형식을 결정하고 서비스 구현하기

수요자에게 의견을 받아 보완하기

- ✓ 시범서비스가 서비스 목표에 맞게 제작되었는지 수요자에게 보여주고 테스트
- ✓ 아이디어 발전 시 의도했던 사항들이 효과적으로 전달되고 있는지 확인



- 시범 테스트는 시간과 자원을 최소한으로 투자해 핵심 기능 위주로 구현하고, 이를 통해 수요자의 구체적인 의견을 얻어 지속적으로 개선해 나가는 것을 중점으로 합니다.
- 정교하거나 완성도 있게 만들 필요는 없고, 아이디어가 어떻게 구현될 수 있는지, 어떻게 문제가 해결될 수 있는지 아이디어의 가설을 검증할 정도면 됩니다.

프로토타입 (Prototype) 예시

· 폼 보드 모델(Foam Board Model)

쉽고 빠르게 제작이 가능한 폼 보드를 통해 형태를 가늠합니다.

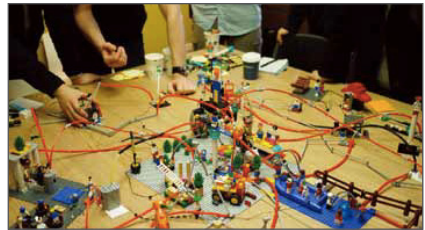


· 페이퍼 프로토타이핑 (Paper Prototyping)

사용자의 편의성 검사를 위해 종이로 인터페이스 프로토타입을 만들고 테스트하여 피드백을 얻습니다.

· 레고 플레이(Lego Playing)

레고를 이용하여 만드는 프로토타입으로 단적인 경험이 아닌 서비스의 전과정을 표현하기에 알맞습니다.



· 롤 플레이(Role Playing)

서비스가 일어나는 실제 상황을 롤플레이밍을 통해 구현해봄으로써 이해관계자를 간접적으로 경험할 수 있습니다.

운영사례 살펴보기

미추홀구 주안미디어 문화축제

강원도 에너지 저금통

미추홀구 주안미디어 문화축제 국민디자인단

2018 국민디자인단 국무총리상 표창

“지역 내에서 낮은 인지도로 참여율 저조의 문제를 겪던 축제를 주민의 의견을 반영하여 새롭게 기획하고, 젊은 층의 참여를 이끌어서 지속가능한 축제를 만들고자 하였습니다.”



1 이해하기

“미디어라는 매체를 쉽고 재밌게 즐길 수 있는 축제를 만드는 것을 목표로 정하였습니다.”



2 발견하기

“주민이 원하는 축제가 무엇인지 알기 위해서 거리로 나가 물어보았습니다!”



3 정의하기

“국민의견 수렴 부스에서 수집된 데이터를 정리하여 축제 방향성을 정하였습니다.”



4 발전하기

“핵심 대표 인물의 필요를 바탕으로 축제 방향성과 전략을 구체화하였습니다.”



5 정의하기

“다양한 이해관계자의 협업을 통해 기획을 실행으로 현실화하였습니다.”





팀 구성하기

- 청년(대학생) / 행사기획 전문가 / 정책공급자 / 서비스디자이너



국민의견 수렴 방법 기획하기

- 주민 필요를 발견하기 위한 현장 조사 기획 회의, 주민들이 쉽게 참여해서 의견을 낼 수 있는 방안을 함께 기획



친화도맵 그리기

- 수집한 데이터를 비슷한 군끼리 분류하여 주민들의 핵심 필요를 도출



축제 방향성 수립

- 축제 방향성 구축아이디어를 내는데 기준이 될 수 있는 축제의 목표, 주제, 슬로건 등 결정



실행 그룹 구성하기

- 축제 기획을 실행할 실행 업체, 축제 프로그램을 운영할 전문가, 자원봉사자를 섭외하여 실행 그룹 구성

국민의 시선으로 축제 바라보기

- ‘주안’, ‘미디어’, ‘축제’라는 세 가지 주제에 대해서 국민이 생각하고 있는 이미지를 살펴보고, 축제가 나아가야 할 방향성에 대해서 논의

주민의견 수집 활동

- 유동인구가 많은 곳에 쉽게 자신의 의견을 낼 수 있는 게시판을 만들고, 미추홀구내 7개 지역에 설치, 국민디자인단원 및 자원봉사자들과 함께 의견 청취

고객여정맵 살펴보기

- 축제 단계마다 대표 인물의 여정을 살펴보면서 긍정적인 지점, 부정적인 지점 확인

축제 세부 운영 기획

- 아이디어 발산 활동을 통해 축제 방향성에 맞는 세부 프로그램을 기획함, 이후 정책 공급자 및 실행 업체와 함께 타당성 검토

축제 관리

- 현장에서 발생하는 문제에 대응하기 위해 지속적인 모니터링 수행

미추홀구 주안미디어 문화축제 국민디자인단

2018 국민디자인단 국무총리상 표창

과제 전후 비교

Before

- 주민의견 반영 없이 기획단 중심의 기획
- 동원 중심의 수동적인 축제 참여
- 지역의 특색이 드러나지 않아 축제 인식을 저하
- 대중이 접근하기 어려운 주제로 주민 공감 부족

After

- 주민의견수렴 활동을 통한 참여형 공동기획
- 주민의식을 부여하는 캠페인으로 참여율 제고
- 지역 특성을 살린 브랜딩으로 축제 정체성 확립
- 대중적인 미디어 주제로 확장하여 주민 공감 향상

결과물

- 통일된 브랜딩(branding) 및 디자인 수행
- ‘모두가 즐겁게 참여 할 수 있는 축제 만들기 캠페인 서비스디자인’ 제작



사례 주안점

주민 참여형 의견 수렴 부스 운영



- 축제에 대한 더 많은 주민의 의견을 듣고, 사전에 축제 관심도를 불러일으킬 수 있도록 의견 수렴 게시판 제작
- 지역 내 유동인구가 많은 다섯 개 동을 찾다니며 게시판을 설치하고 참여를 유도
- 이 방식을 통해서 자연스럽게 축제에 대한 의견을 듣고, 국민들이 사용한 표현을 살려 축제 브랜딩(branding)에 활용





팀 구성하기

- 강원도 주민, 사물인터넷(IoT) 관리 전문가, 사용자 경험(UX) 디자이너, 정책 공급자, 서비스디자이너로 구성

우리집 전기저금통 이해하기

- 서비스디자인 방법론에 대해 교육
- ‘우리집 전기저금통’에 대해 이해하고 만족도에 대해 나눔



인터뷰 질문지 작성하기

- 심층 인터뷰의 목적, 방법, 기대효과에 대해 이해하고 함께 질문지 작성

주민 그룹인터뷰 & 심층인터뷰 진행

- 전기저금통 앱(APP) 사용 이외에 사업 홍보, 서비스 설치과정의 소통 등 숨겨진 문제점 발견
- 서비스 사용자(주부)에게 특징적으로 드러나는 문제 발견 : 와이파이 설치 여부, 앱 화면 구성이 어려운 점



대표인물 만들기

- 4 가지 형태의 대표인물 설정 (적극관심형, 관심형, 정보인식형, 무관심형)

고객여정맵

- 대표인물에 해당하는 실제 수요자가 고객여정 맵을 작성하여 서비스의 문제점, 개선점 도출



사용자 맞춤형 홍보방안 아이디어 발산

- 서비스 개선뿐 아니라 앱 설치를 유도하는 사용자 맞춤형 홍보 방안 마련

공통되는 문제를 해결할 수 있는 아이디어 발산

- 사용성 : 사용자를 배려한 직관적인 앱 화면 구성
- 활용성 : 원활한 소통을 할 수 있는 대화 창을 마련하여 지속적인 앱(APP) 활용 제고
- 편의성 : 서비스 신청, 설치, 시작할 때 바로 응대 하는 서비스를 통해 편의성 제공



시범 서비스로 테스트하기

- 선별된 의견으로 새로운 시범 서비스를 제작하여 실제 주민들과 가상으로 사용해보고 개선지점 도출

이해관계자 회의

- 시범 서비스를 통해 실제 수행 시 해결해야 될 문제는 무엇인지 논의하고 구체적인 실행방안 작성

강원도 우리집 전기저금통

2018 국민디자인단 행정안전부 장관상 표창

과제 전후 비교

Before

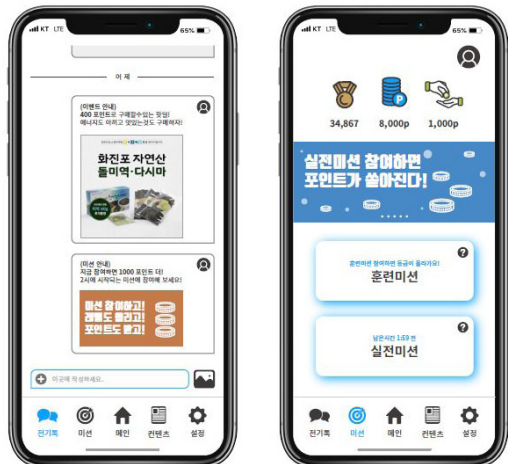
- 사업기획 담당자 1인이 전체 서비스 기획
- 국민들이 체감하는 진짜문제 파악 어려움
- 단순 보급으로만 추진되는 에너지 앱 서비스의 한계

After

- 주민과 함께 사업 서비스를 공동기획
- 서비스 과정의 사용자 중심의 문제점 도출
- 지속가능한 앱 서비스 플랫폼 도출

결과물

모바일 에너지 정보제공 서비스



사례 주안점

4가지 대표 인물 설정 및 요구사항 파악

관찰과 인터뷰를 통해 적극관심형 / 관심형 / 정보인식형 / 무관심형으로 분류

	A 적극관심형	B 관심형	C 정보인식형	D 무관심 / 정보부족형
관린정보	●	●	●	●
앱 설치	●	●	●	●
앱 사용	●	●	●	●

피소나 **적극 관심형**

내가 쓰는 앱에서 얼마나 적극 일할지 손쉬운 계층인지를 알고 싶어요.

이름: 김민정

성별: 여성

나이: 30대

직업: 직장인

특성: 정보에 관심이 많고, 새로운 것들에 호기심이 많고, 적극적으로 의견을 개진하는 편이다.

주요 요구 사항:

- 나의 사용 패턴을 분석하고, 이를 바탕으로 나에게 맞는 서비스를 추천해 주길 바란다.
- 내가 관심 있는 분야에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 도와주세요.
- 내가 관심 있는 분야에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 도와주세요.
- 내가 관심 있는 분야에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 도와주세요.

피소나 **관심형**

앱만 설치해보자 한번 써보고 싶다.

이름: 홍지민

성별: 남성

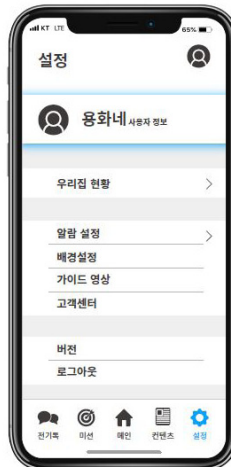
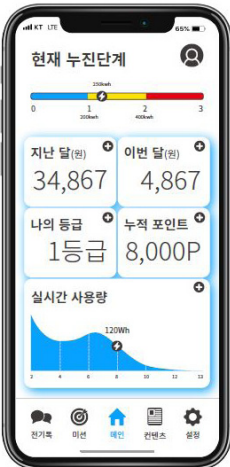
나이: 40대

직업: 직장인

특성: 새로운 것들에 관심이 많고, 적극적으로 의견을 개진하는 편이다.

주요 요구 사항:

- 나의 사용 패턴을 분석하고, 이를 바탕으로 나에게 맞는 서비스를 추천해 주길 바란다.
- 내가 관심 있는 분야에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 도와주세요.
- 내가 관심 있는 분야에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 도와주세요.
- 내가 관심 있는 분야에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 도와주세요.



I 부록

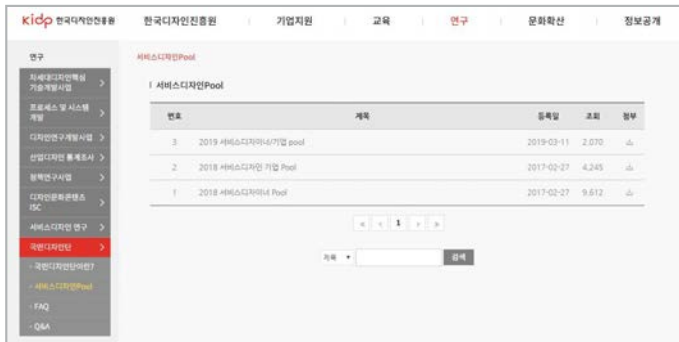
Q&A

Q1. 서비스디자인과 서비스디자인 전문가에 대한 정보는 어디에서 얻을 수 있나요?

한국디자인진흥원의 서비스디자인실은 공공서비스디자인과 관련한 업무를 전담하고 있습니다. 공공서비스디자인의 사례인 국민디자인단운영 등 개별 과제 수행에 필요한 컨설팅, 정보제공, 디자이너 매칭 등 상시 지원 창구 역할을 담당하고 있습니다.

Q2. 서비스디자이너/ 기업의 정보는 어떻게 확인할 수 있나요?

- 한국디자인진흥원 웹사이트(www.kidp.or.kr) 연구 → 국민디자인단 메뉴 에서 서비스디자이너 리스트를 공유하고 있습니다.
- 각 기관에서는 서비스디자이너/ 기업의 서비스디자인 프로젝트 실행 경험 및 참여 실적 등을 참고하여 공공서비스디자인팀을 구성할 수 있습니다.



Q3. 공공서비스디자인 프로젝트 운영이 처음이라 궁금한 점이 많은데 어디에 문의하면 좋을까요?

2017년부터 한국디자인진흥원에서 국민디자인단 헬프데스크를 운영합니다.

진행 시 새로 사항 및 궁금한 점을 직접 문의해보실 수 있습니다.

- 국민디자인단 헬프데스크: 031-780-2234, 2106

Q4. 공공서비스디자인 프로젝트 운영하는 데 도움이 되는 정보를 얻을 수 있는 곳을 알려주세요.

1) 국민참여플랫폼 www.gwanhwamoon1st.go.kr

공공서비스디자인의 사례인 국민디자인단의 연도별 추진사례, 매뉴얼 등 운영관련 각종 정보 제공을 위한 전용 웹사이트 운영



2) 한국디자인진흥원 국민디자인단 과제 자료실

한국디자인진흥원 웹사이트(www.kidp.or.kr)의 연구 → 국민디자인단이란? → 자료실
국민디자인단 발표 자료들과 사업계획 공유



| 부록

서비스디자인 관련기관

■ 기관 & 단체

한국디자인진흥원 서비스디자인실

031-780-2234, 2106

<http://www.kidp.or.kr>

서울디자인재단 시민서비스디자인센터

02-2096-0119

<http://www.seouldesign.or.kr>

광주디자인센터

062-611-5000

<http://www.gdc.or.kr>

대구경북디자인센터

053-740-0053

<http://www.dgdc.or.kr>

부산디자인센터

051-790-1000

<http://www.dcb.or.kr>

(사)서비스디자인학회

02-515-6156

<http://www.servicedesign.or.kr>
sdcs@servicedesign.or.kr

■ 대학

성균관대학교

서비스융합디자인협동과정 석·박사 과정
김용세 교수 031-299-6581
yskim@skku.edu

인제대학교

헬스케어서비스디자인 전공 학사 과정
백진경 교수 055-320-3661
dejpaik@inje.ac.kr

이화여자대학교

서비스디자인 전공 석사 과정
이혜선 교수 02-3277-3929
lhs@ewha.ac.kr

동서대학교

서비스디자인 전공 석사 과정
이성필 교수 051-320-1846
sungplee@gdsu.dongseo.ac.kr

성신여자대학교

서비스·디자인공학과 학사 과정
최민영 교수 02-920-7504
minychoi@sungshin.ac.kr

홍익대학교

서비스디자인 전공 석사 과정
이연준 교수 02-3688-3706
구유리 교수 02-3688-3705

서울미디어대학원대학교

미디어비즈니스 전공 석사 과정
이정연 교수 02-6393-3293

금오공과대학교

산업공학 학사 과정
김선아 교수 054-478-7662

국민대학교

테크노디자인대학원
김성우 교수
caerang@kookmin.ac.kr

한남대학교

미디어영상전공 학사 과정
이은석 교수 042-629-7896

발행일 2019.07
발행처 행정안전부
주관기관 한국디자인진흥원

알기쉬운
공공서비스
디자인

