

2019
서비스디자인
성과확산 세미나

IMPACTS OF SERVICE DESIGN

2019 서비스디자인 성과확산 세미나

IMPACT OF SERVICE DESIGN

2019

서비스디자인

성과확산 세미나

IMPACTS OF SERVICE DESIGN



산업통상자원부



한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

세미나 개요

■ 추진 배경 및 목적

- 서비스디자인 인식 확대 및 관련 프로젝트 적용 확대 계기 마련
- 서비스디자인 방법을 활용한 산업-사회 혁신 연구·시범사업 성과의 확산 및 공유
- 주요 관계자 및 이해관계자 초청 협력·도입을 위한 확산 추진

사업 성과에 대한 홍보

수요발굴

범정부 성과 확산

■ 추진 내용

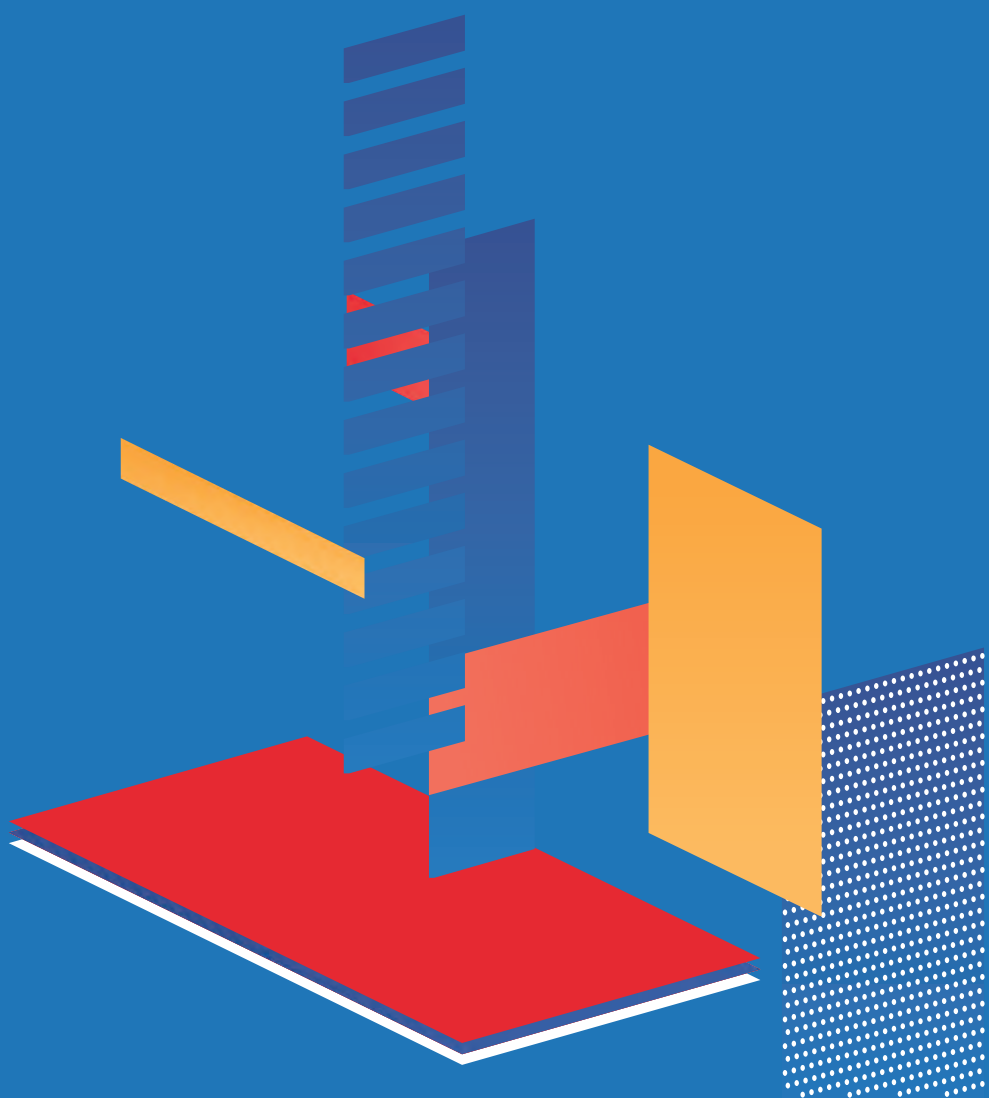
- 일시: '19. 12. 11.(수) 14:00~17:30
- 장소: 코엑스 컨퍼런스룸 301호
- 주최: 산업통상자원부, 주관: 한국디자인진흥원
- 참석자: 산업부, 유관기관·지자체 초청, 수행 주관기관 및 사전신청자 등

프로그램

* 세부 시간계획은 추후 변동될 수 있음

시간	내용	
14:00 ~14:10 (10분)	개회 및 내빈 소개	
14:10 ~14:20 (10분)	한국디자인진흥원장 환영사	
1부 SOCIAL IMPACT 사회문제해결 서비스디자인 추진 성과보고		
14:20 ~15:10 (50분)	Active aging 고령자 자립생활 지원 서비스디자인	주식회사 디맨드 김광순 대표
	웰패밀리하우스를 활용한 낙상예방활동 현황 공유	민들레의료복지 사회적 협동조합 국현정 사무국장
15:10 ~15:30 (20분)	웰패밀리하우스의 중단적 사용자경험 평가 : 노인과 건강리더 관점에서	포항공대 류도현 박사과정
	인터넷·게임 디톡스 서비스디자인	(주)바이널익스피리언스 곽승훈 대표
15:30 ~15:50 (20분)	성범죄 예방 사회안전망 서비스디자인	(주)이음파트너스 이연지 이사
15:50 ~16:00 (10분)	Coffee Break	
2부 BUSINESS IMPACT 산업혁신 서비스디자인 추진 성과보고		
16:00 ~16:20 (20분)	제조업 활성화를 위한 서비스디자인	
	d.start를 통한 킥스타트	(주)오렌지몽키코리아 김우석 팀장
16:20 ~16:40 (20분)	TENDO 브랜드 차별화 전략	연진INC 오용철 대표
	사회적경제 활성화를 위한 서비스디자인	
16:40 ~17:10 (30분)	초등학생용 안전가방덮개 디자인 컨설팅	주식회사 두레 유연식 전무
	전문 연주가 일자리 창출을 위한 악기교육 플랫폼 서비스	(사)서울네오예술단 전다애 매니저
16:40 ~17:10 (30분)	온디맨드(주문형) 전자제품 수리 서비스-시스템(PSS)	(주)인라이튼 신기용 대표
	청년예술가들과 함께하는 에코&아트 : [캠페인 & 굿즈] 시장을 공략하다!	(주)스플 심소라 대표
17:10 ~17:30 (20분)	SNS 아트작품 상업공간 매칭 플랫폼 [아트88]	주식회사 88후드 임정민 대표
	질의응답 및 폐회	

1부



SOCIAL IMPACTS

사회문제해결 서비스디자인 추진 성과



사회문제해결을 위한 서비스디자인

Active Aging 고령자 자립생활 지원 서비스디자인

- 주식회사 디맨드



DESIGN
AWARD
2017

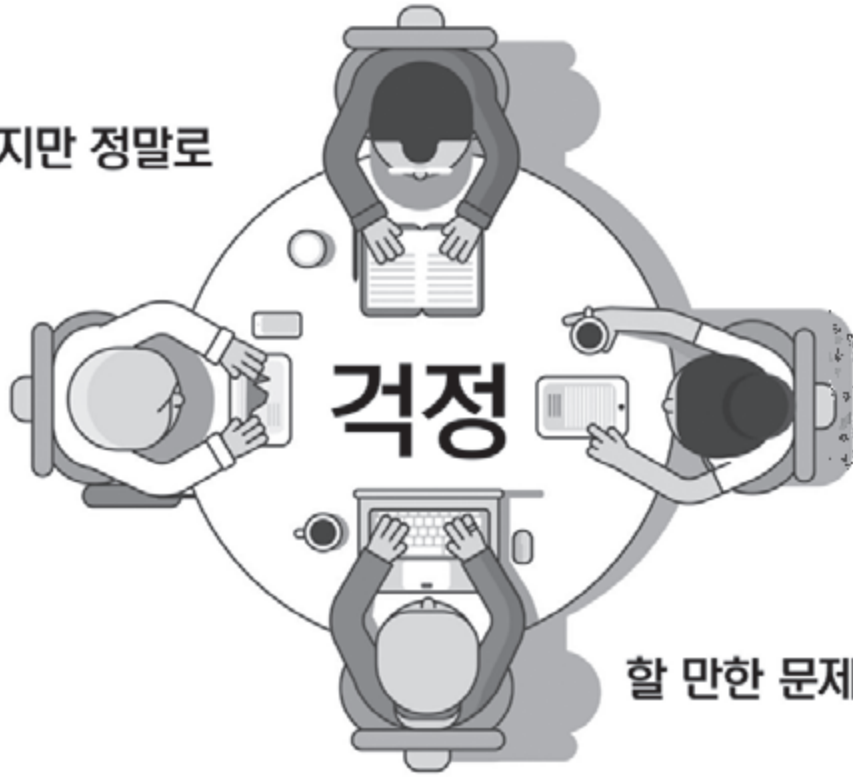
액티브 시니어의 자립생활을 지원하는
가족중심 텔레케어 서비스 플랫폼
웹패밀리 플랫폼

Demand
Copyright © Demand. All right reserved.

사람들이 **걱정** 합니다.



그렇지만 정말로



걱정

할 만한 문제입니다.



54.7% 63.7%

치매에 대한 우려 남녀 모두 50% 이상.

(출처: 조선일보, 미디어리서치 조사, 2013)

65세 이상 노인 인구 증가에 따라, '국내 치매 노인 인구' 도 계속 증가할 것으로 전망.

1인당 치료비 치매가 일반의 4배'

(자료: 분당서울대병원 치매노인 상담소사 2014년 보고서)

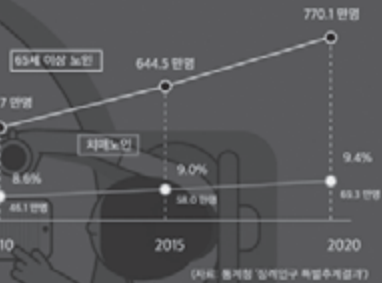
치매환자 발생과 '가족붕괴'

(자료: 분당서울대병원 치매노인 상담소사 2014년 보고서)

걱정

주거시설 낙상 발생을 61.5%

(순정갑시험, 질병관리본부, 2009)




65세 이상 노인 낙상경험 25.1%

(노인실태조사, 보건복지부, 2014)

할 만한 문제입니다.

걱정

그러나 단지  하기만 합니다.

예방 >> 초기치료 / 치료 >> 고도화된 치료가

- 치매는 가능한 빨리 진단하여 초기에 치료를 시작하는 것이 최선.
- 경도인지장애 상태에서 적절한 치료가 시행되어 환자는 상당기간 치매에 대응하지 않고 거의 정상에 가까운 생활을 할 수 있음.
- 신체적 심혈관 건강, 적절한 영양, 운동, 인지적 활동, 사회적 여가활동, 마음챙김 명상 등 예방활동이 매우 중요함.

세계 보건기구 (WHO)는 2030년까지 15배 증가할 것으로 예상되는 치매로 인한 사망위험을 최대 15배

65세 이상 노인 낙상질환 25.1% ...


고관절 골절로 동반되는 합병증 육상, 폐렴, 감염질환, 장폐색, 열전 등...

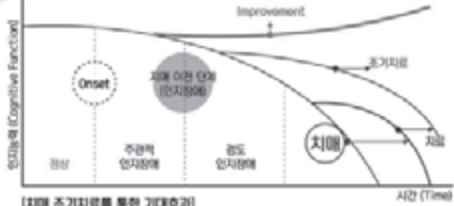
낙상에 대한 두려움으로 인한 활동 감소, 사회적 고립

주거시설 낙상 발생률 61.5 % ... SECRET


4

!

하지만 사실 그렇게  어려운 일이 아닙니다.



[치매 초기치료를 통한 기대효과]



이와 같이 많은 사례와 노력이 지속되고 있습니다.

5

과학적 연구에 의하면

치매를 예방하기 위한 최선의 방법은?



화상요법: 화상과 뇌의 생물학적 반응

- 과거의 감정적 기억을 떠올릴 때 뇌에서 일어나는 일들, 감정적인 기억을 떠올릴 때 뇌의 선조체와 내측 전두엽피질이 더 활발히 작동.
- 정보적 화상은 스트레스를 해소하도록 돕고 감정이 새로운 줄기를 갖도록 하는 역할을 하며, 자아 존중감을 향상시켜주고 즐거움을 제공한다.(LoGerfo, 1980)



낙상을 예방하기 위한 최선의 방법은?



낙상위험 진단

- 생활습관 및 행동점검
- 신체능력 평가
- 집안 내 위험환경 평가

낙상예방 운동

- 전신 운동
- 하지 근력
- 발근력 강화

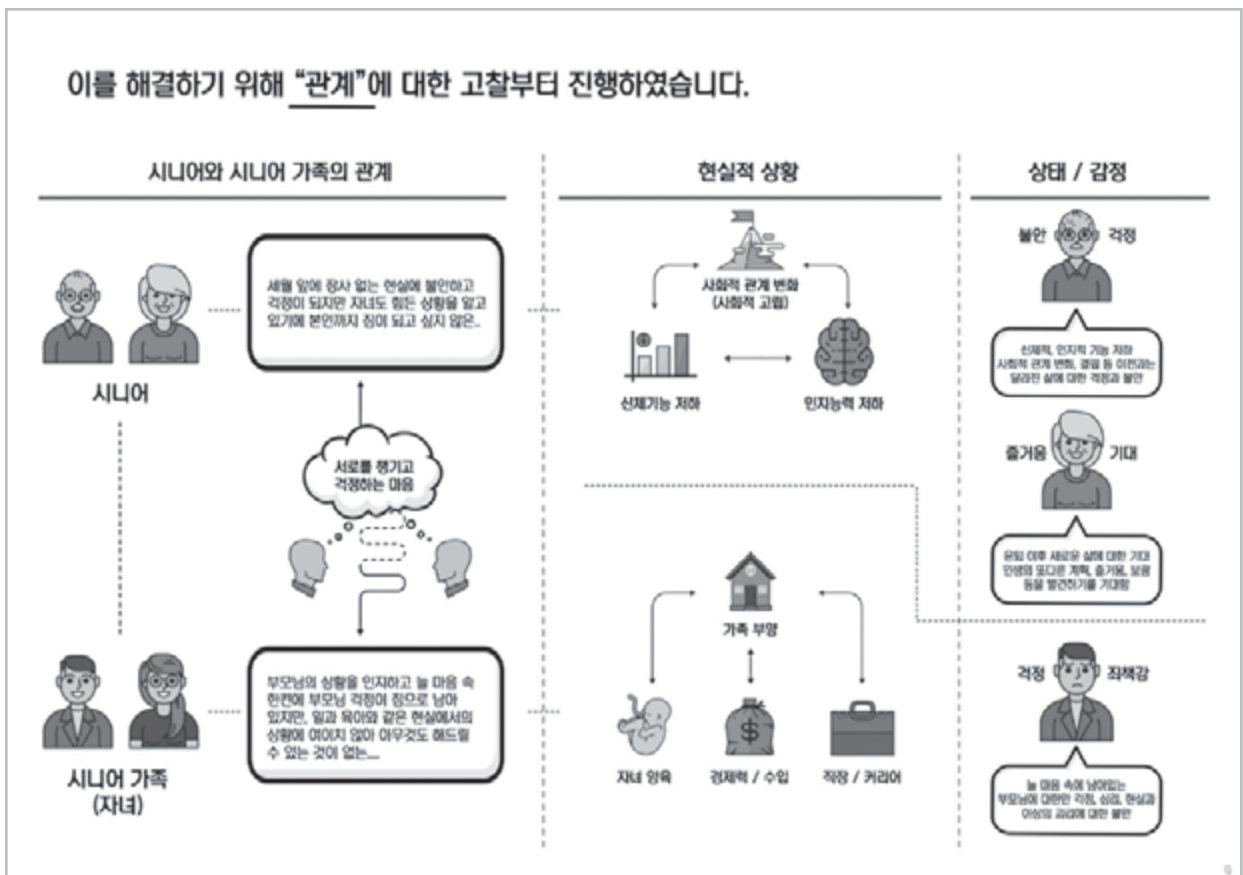
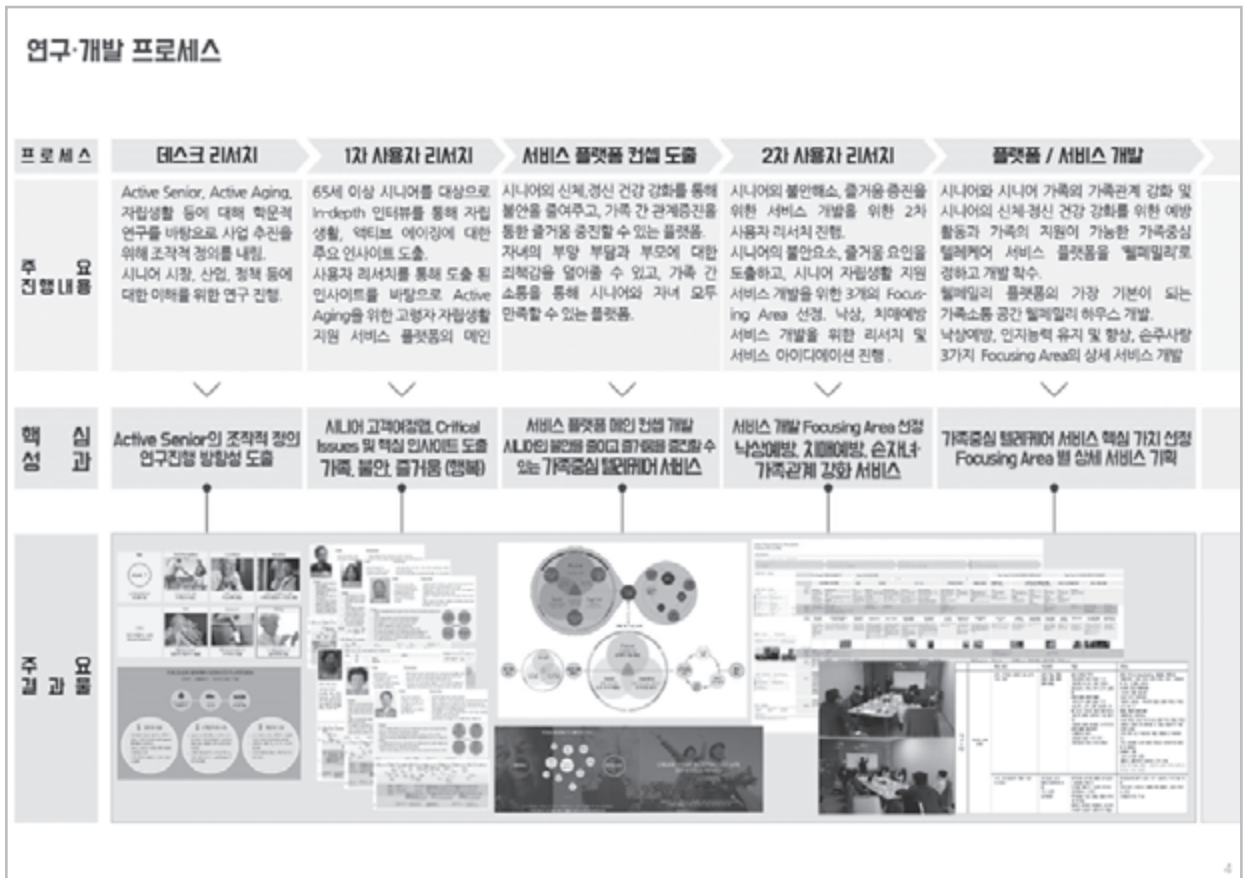
본인 스스로 낙상위험에 대한 진단을 통해 낙상에 대한 위험 부담을 감소시키고, 신체 운동을 통해 낙상에 대한 대비 근육을 갖추는 것이 중요.

6

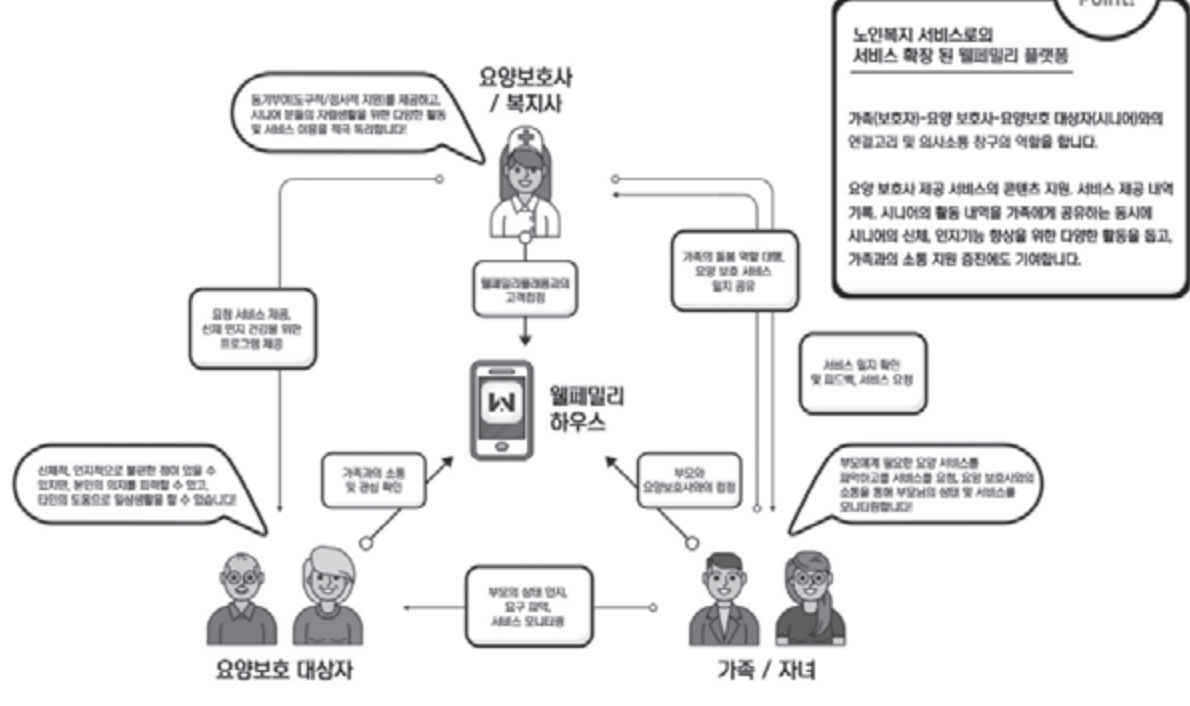
그래서 우리는 위험을
쉽고 간편하게 예방할 수 있는
가족중심 텔레케어 플랫폼 서비스를 제안합니다!



7



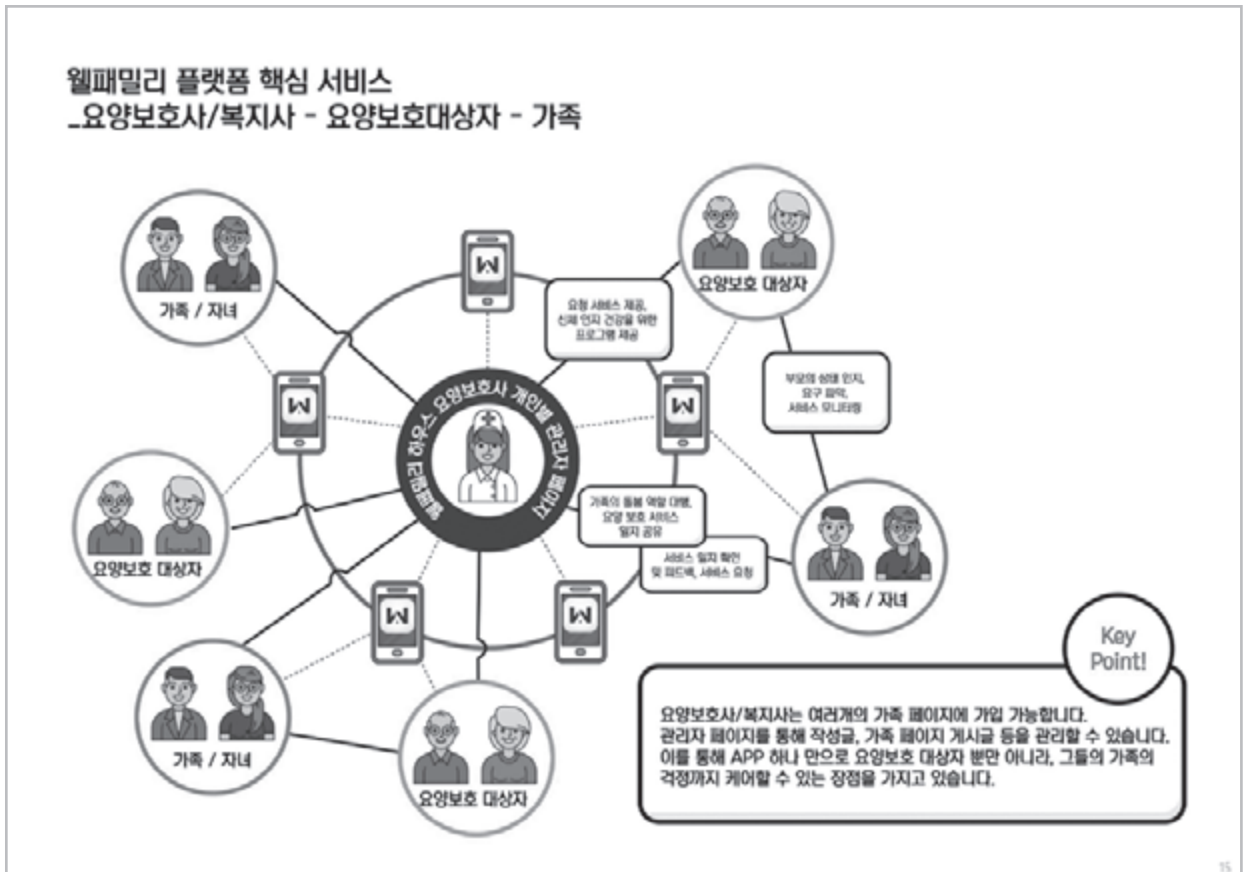
또한, 보다 실질적인 문제를 해결하기 위해
요양보호사, 복지사 분들과 함께 합니다.



웰패밀리 하우스 모바일 APP



우리는 웰패밀리 솔루션을 제안합니다.

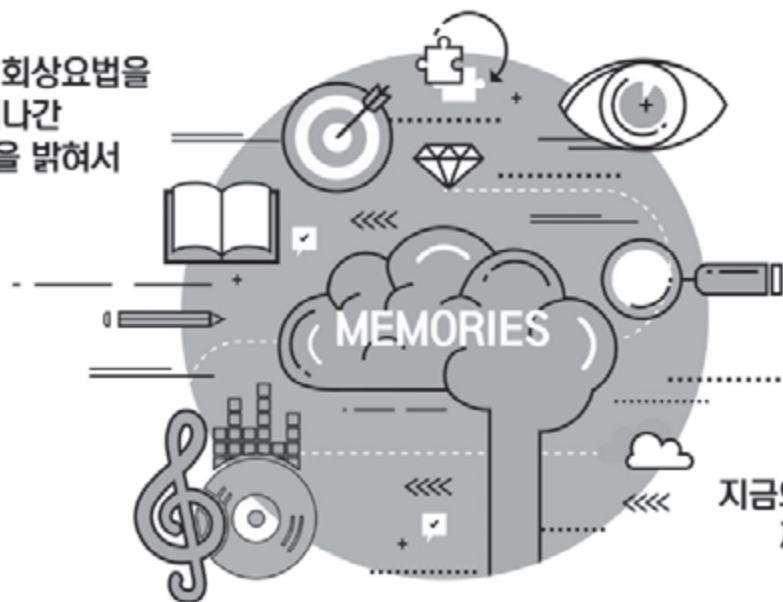


**웹패밀리 하우스
추억소리 서비스**

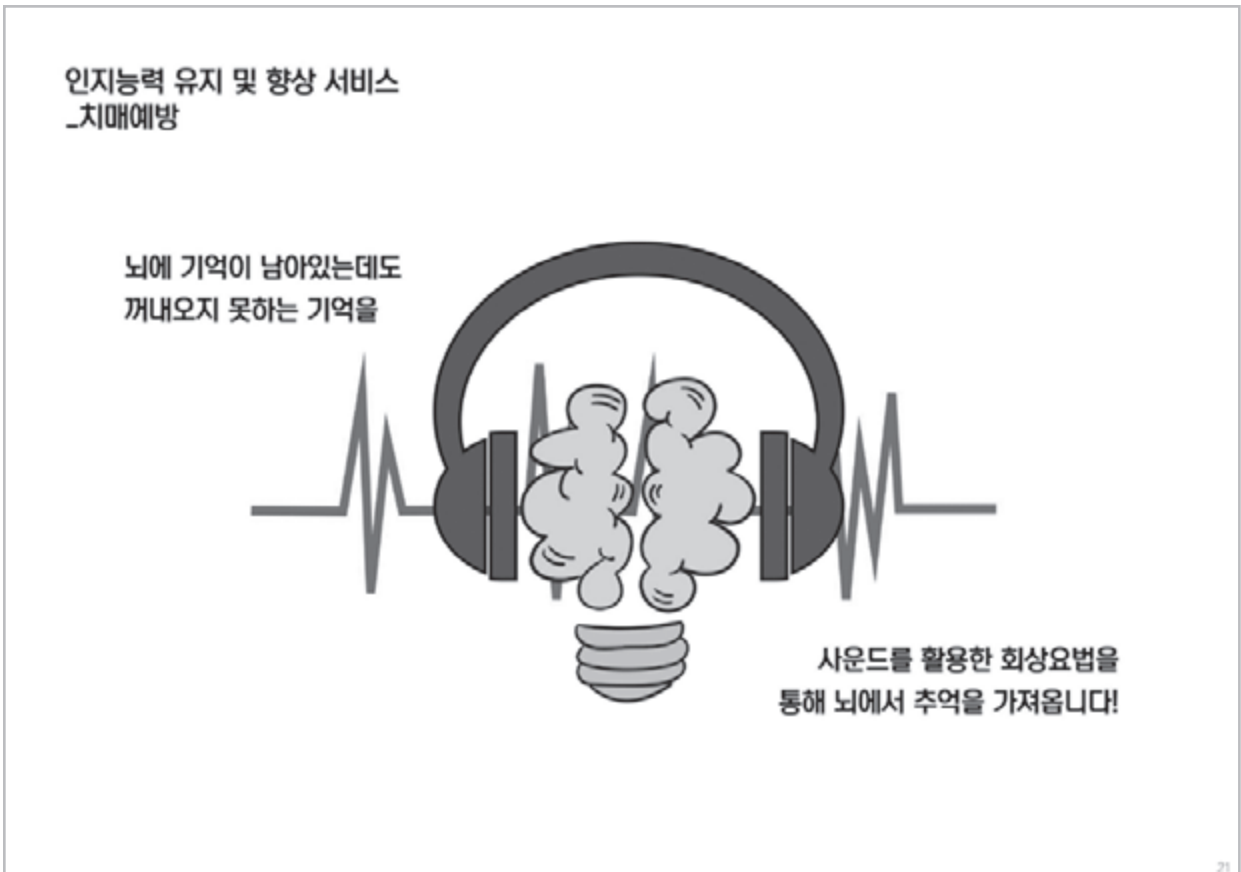
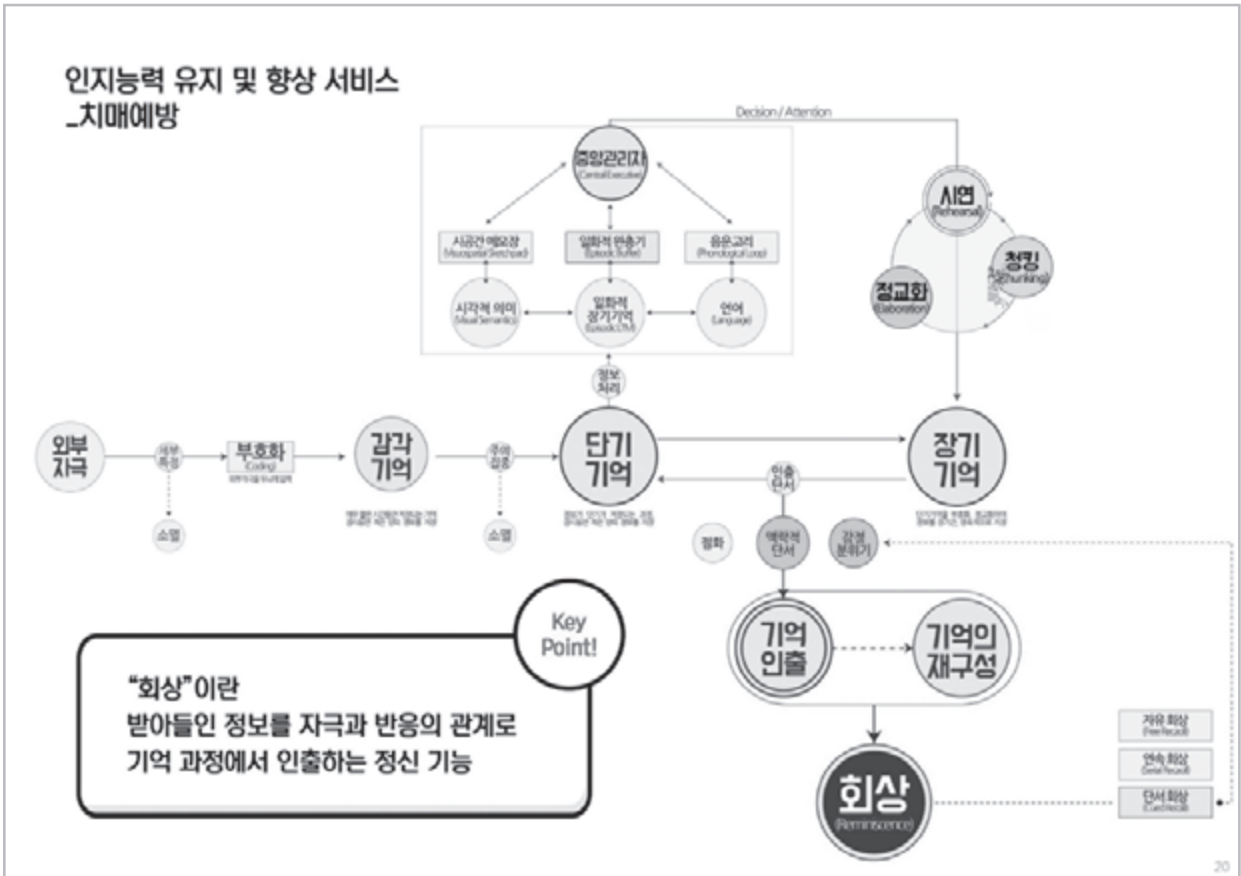
소리를 통해 과거를 회상하고
추억을 기록하고
공유하면서
회상 기억을 생생하고
기억을 견고화 함

그렇다면 웹패밀리는 치매를
“어떻게” 예방할 수 있는 솔루션을 제안할까요?

다양한 회상요법을
통해 지나간
“추억”을 밝혀서



지금의 생활을
깨웁니다.



인지능력 유지 및 향상 서비스
_회상의 장점



장기기억력
강화



자아 존중감
향상



삶의 활력
증대

회상요법을 통해 인지능력을 유지 및 향상할 수 있고,
시니어의 전반적인 삶의 질을 향상시킬 수 있습니다.

22

추억소리



24

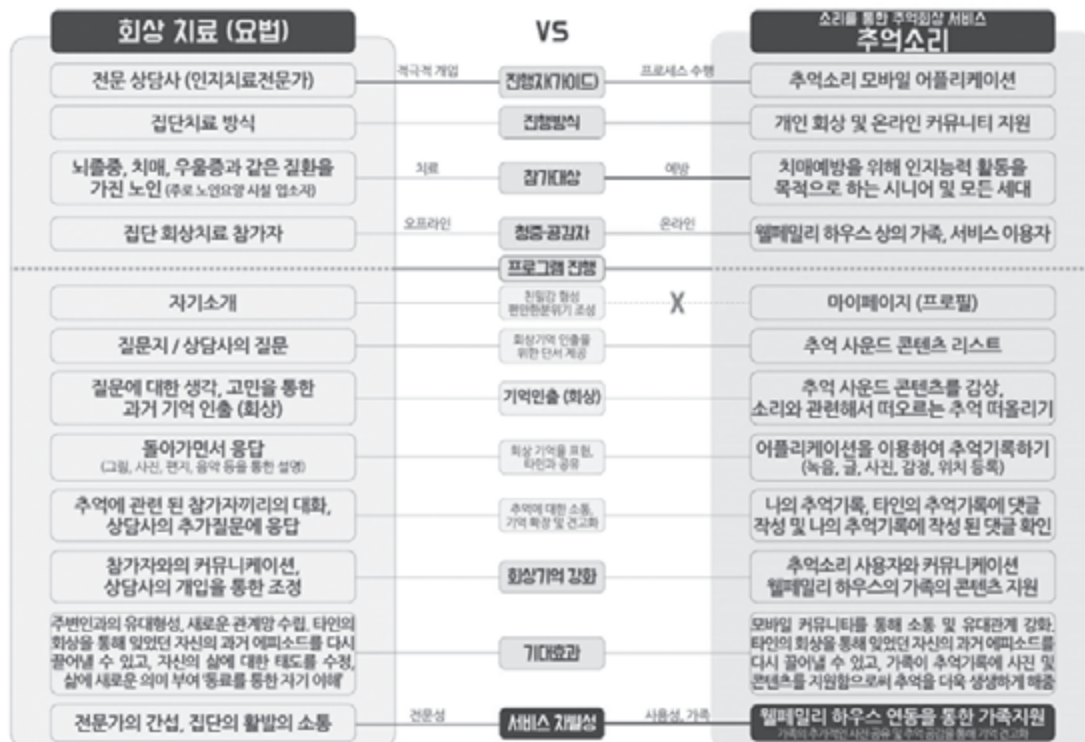
추억소리



기억은 다양한 것을 빌려 재생된다. 기묘한 것은 그 다양한 것으로 인해 재생되는 것이 오히려 기억만큼 아이되는 사실이다. 잊은 줄만 알았던 기억이 되살아남과 더불어 과거에 느꼈던 것과 거의 동일한 감정을 다시 느끼는 일. 음악을 들을 때마다 그때의 일, 그때의 감정, 수감적인 영상작품. (안익태, 저) (2015)

출처: https://www.sangnamdong.com/webzine_news/view.asp?no=71436&Page=25

추억소리



시니어 낙상예방 서비스

신체건강과 안전을 위한
낙상예방 서비스

낙상예방 서비스_낙상 위험 진단

01. 생활습관 및 행동 점검

자가진단 Q.

1. 발바닥이 굳거나 시신에 영향을 미칩니까?

2. 종종 흔들리거나 넘어갈까봐 걱정되는 걸음 걸이입니까?

3. 약을 복용하고 있습니까?

4. 술을 마시거나 담배를 피우십니까?

진단결과 및 솔루션

10/11 점수

식습관, 운동, 보행, 음주, 등 평소 생활습관, 행동에서의 낙상 위험 요인을 자가진단 형태로 점검하고, 그에 따른 낙상위험 요인을 개선하기 위한 가이드라인 제공

02. 신체능력 평가

균형감, 움직임, 하지근력 평가

균형감, 움직임, 하지근력 평가

진단결과 및 솔루션

1 점수

2 점수

8 점수

세계적으로 공신력 있는 노인 신체기능 측정 방법인 미국국립노화연구소 (NIA)의 '노인 신체기능 평가도구 (SPPB)'를 활용하여 신체능력을 평가. 낙상 예측 3대 요소인 근력, 보행속도, 균형 감각을 측정. 신체 기능에 따른 낙상 위험도를 진단하고, 그에 따른 맞춤 운동 프로그램을 추천

Dr. Gurathik, Ferruci, Simonik, Saku, & Wallace, 1994

03. 집안 내 위험환경 평가

장소 선택 후 위험요인 평가

장소 선택 후 위험요인 평가

진단결과 및 솔루션

장소 별, 위험요인을 확인하고, 사진으로 기록. 위험환경 개선 가이드라인확인, 추천 제품 서비스 구매 가능

Dr. A Home fall prevention checklist for older adults, CDC Foundation, 2005

낙상예방 서비스_낙상예방 운동

01. 전신운동

신체 근육을 유연하게 해주며, 기분전환.

스트레칭은 관절의 기능범위를 크게 만들어서 몸을 더 자유롭게 움직일 수 있게 해주며, 일상생활에서 쉽게 발생할 수 있는 부상의 위험을 줄여줄 수 있음. 또한 근육을 이완시켜줌으로써 신체의 긴장감을 풀어주고, 호흡을 통한 스트레칭 해스, 연동된 분자를 유도에 마음의 평안을 주기도 함.

스트레칭을 통해 쌓아진 근육을 이완시켜 쥐 통증을 완화시키고, 근육과 뼈를 이어주는 건과 뼈와 뼈 사이를 이어주는 인대를 강화함으로써 관절 역시 건강을 지킬 수 있음.



02. 하지근력

하지근력 훈련을 통한 신체 전반의 안정감을 회복.

하체 근육이 약해지면, 언덕, 등, 하리, 영양미와 그 주변 근육까지 약해지게 되고 적은 충격에도 하지 관절 손상으로 이어질 수 있음. 근력은 90대 이후에도 운동으로 꾸준히 향상될 수 있으므로, 하지근력 훈련을 통해 기립 자세나 보행 시 하체 전체의 안정감을 되찾아 삶의 자신감을 얻을 수 있음.



(Ref. Foot and Ankle Conditioning Program, AACIS. Available at http://cohortinfo.org/Cofu/ahab_Foot_and_Ankle_4.pdf)

03. 발근력 강화

'몸의 2% 면적에 지나지 않는 발바닥이 나머지 몸 전체를 지지하는 대단한 일을 하고 있다.'

발근력 강화, 발가락이 굵고 변형 되어 생기는 문제 등을 예방할 수 있고, 발가락, 특히 엄지발가락에 힘을 주고 여치를 세움으로써 발에 체중이 고르게 분산 될 수 있고 발가락으로 주어진 task를 수행함으로써 지속적으로 발이 상디부(the ball of the foot)와 발가락, 특히 엄지 발가락에 지속적인 힘을 주어 근력을 강화, 여치를 높이는 훈련을 운동이라는 인식보다는 게임으로 재미있게 진행 함으로써 지속적 사용을 기대할 수 있으며, 그에 따른 훈련 효과 역시 기대.

정상적인 여치를 회복하고 발근력을 강화함으로써 발이 몸무게 이상의 하중을 지지하고 고르게 분산시켜 신체 전반에 무리가 가지 않게 하며, 몸의 균형을 잡고, 안정성을 확보, 자연의 변화에 적절히 적응하는 기능성을 확보함으로써 낙상을 예방하는 데 효과가 있을 것.



2011 the medical journal (BMJ)에 소개 된, 발근력 운동 프로그램, 평균 나이 74세 100명의 시니어를 대상으로 시행한발근력 운동 프로그램, 보조기구, 신발 착용 등이 포함된 foot care program 수행한 Australian group에서 낙상이 36%감소 했다는 결과가 보고 됨.





사회문제해결을 위한 서비스디자인

웰패밀리하우스를 활용한 낙상예방활동 현황 공유

- 민들레의료복지 사회적 협동조합



건강리더와 함께 '건강 FUNFUN'사업 - 1. 개요

- '웰패밀리하우스' 앱을 활용하여 건강리더와 어르신1:1매칭, 맞춤형 낙상예방 건강증진활동
- 추진기간: 2019년 8월 ~ 11월(15주)
- 사업지역: 대전시 대덕구 법1,2동
- 참여자: 만65세이상 어르신 50명 모집, 48명 참여
(법1,2동 행정복지센터, 중리종합사회복지관, 민들레의료사협)
- 수행인력: 청장년 건강리더 10명 모집, 9명 참여
(대전지역 대학생, 지역주민)

건강리더와 함께 '건강 FUNFUN'사업 - 2. 지원내용

- 건강리더 사업설명(08.08): 사업설명, 낙상 및 치매이해 교육, 웰패밀리 하우스 활용교육
- 어르신교육(08.13): 사업설명, 낙상 및 치매이해 교육
- 건강리더와 어르신만남(08.13): 웃음치료, 1:1매칭, 점심식사 및 친목의 시간
- 3주: 신체능력, 위험환경평가, MMSE-DS 검사, 말벗 서비스
- 8주: 낙상예방운동
- 현재: 사업 종료 후 건강반으로 연결, 주1회 낙상예방운동 및 영양교육



건강리더와 함께 '건강 FUNFUN'사업 - 3. 결과

- 정00(남/71세): 집밖을 나가지 않는 고립 독거노인, 사업참여로 외부활동 증가, 건강리더 양성과정 및 건강반 참여
- 이00(여/74세): 시작 할 때보다 움직임이 많이 편안해짐, 이제 가까운 거리는 지팡이 없이 돌아다님. 정신과 약 처방이 반으로 줄어 효과를 체감함.
- 양00(여/70세): 운동하기 전에는 몸이 무거워서 밖을 잘 못 나갔는데 운동 후 몸도 유연 해져서 밖에 나가서 운동도 할 정도로 좋아졌다.
- 정00(여/80세): 고관절 수술로 움직임이 불편해서 운동의 필요성을 못 느끼다가 운동을 시작하면서 동네 주위를 걸으면서 다리 근력을 기른다고 함.
- 심00(남/65세): 대인기피증이 있고 이웃들과 소통이 어려웠는데 운동을 주3회 하시면서 이웃들이 많이 달라졌다고 이야기 함.
- 문00(여/77세): 운동 후 고혈압 약을 끊으시고 운동을 적극적으로 하게 되었음, 건강반 참여
- 강00(여/84세): 처음엔 팔을 머리 뒤로 하여 왼쪽 손으로 오른쪽 팔꿈치를 잡는 동작에서 팔이 머리 뒤까지 젖혀지지 않았으나 운동 말미에는 팔이 머리 뒤로 가게 되었고, 팔꿈치는 잡지 못했지만 팔목까지는 잡을 수 있게 되었음.

건강리더와 함께 '건강 FUNFUN'사업 - 4. 평가

• 어르신들

몸과 마음이 기분 좋았다.
할근 으악 하던것은 새로웠다.
같이 운동하는 분들이 기뻐했다.
같이 운동하는 분들이 기뻐했다.
이 수자.

계속 하고 싶어요
게임 고양이 운동을 (백백)
핸드폰이 옮겨서 손가락 운동
지음도 감사합니다 (치매예방)
가 있고 싶어요
D 디멘드 구입원함(짜게)
호성례

적당한데
외롭고 찾아와서 감사해요
감사합니다
내 발 다리가 이런 운동을 하면
유연해지고 부드러워
조용 자선관과
김미순

고양이 게임
재미있었다
마음이 시원하게
좋았다.
만만한 A 있어
너무 좋았다.
강연금

건강리더와 함께 '건강 FUNFUN'사업 - 4. 평가

• 건강리더

- “제가 만난 어르신 모두 한 두가지 이상의 만성질환을 갖고 계셨는데 팔, 다리가 불편한 탓에 동작 하나하나 어려워하시던 어르신들이 같은 동작을 매주 반복하면서도 불평하지 않으시고, 시간이 지나면서 자연스럽게 유연하게 움직이시는 모습들을 보면서, 또 자식들에게 짐이 안 되려고 건강에 대한 의지를 세우시는 모습들에 저도 모르게 감동을 받았습니다.”
- “어르신들에게 말벗과 더불어 기본운동이라도 꾸준히 할 수 있는 기회를 드린 것 같아 좋습니다.”
- “사업이 끝난 후, 어르신들이 계속 운동을 이어갈 수 있도록 민들레에서 별도의 건강반을 운영하는 것도 좋은 것 같습니다. 많은 어르신들이 참석했으면 좋겠습니다.”
- “저희 같은 대학생들은 독거 어르신들을 만날 기회가 없었는데 독거 노인들의 삶에 들어가서 어떻게 생활하시는지 알게 되었고 또 어르신들에 대한 부정적인 선입견이 사라지는 좋은 경험이었어요”
- “처음 테이블PC를 다뤄야 한다고 했을 때 겁부터 났는데 배우면서 실수도 있었지만 어르신들의 적극적인 모습에 힘이 나서 잘 할 수 있었고 지금은 어르신들이 저보다 훨씬 잘 다루십니다.”
- “저도 어깨통증으로 병원을 자주 갔었는데 어르신들과 함께 운동을 하다 보니 병원 가는 횟수도 줄어들고 통증이 많이 줄어들어 나도 건강해진 것 같아 좋습니다.”

건강리더와 함께 '건강 FUNFUN'사업 - 5. 총평

1. 참여자 선정방법-충분한 홍보, 충분한 안내
2. 프로그램내용-말벗, 건강상태확인, 낙상예방운동 단계별 맞춤형 운동
3. 프로그램방법-혼자가 아닌 함께, 1:1운동과 전체모임(학습,발표)을 병행
4. 집에서 밖으로, 건강반으로 성장

앞으로

1. 지역대학 산학협력단과 사업 지속 논의
2. 보건소와 협력하여 만성질환예방 및 건강증진 도모
3. 지역사회통합돌봄안에서 돌봄서비스/일자리사업으로 확대

사회문제해결을 위한 서비스디자인

웰패밀리하우스의 종단적 사용자경험 평가

: 노인과 건강리더 관점에서

- 포항공대

웰패밀리하우스의 종단적 사용자경험 평가 : 노인과 건강리더 관점에서

류도현¹, 최재림¹, 김광재¹, 김민선², 윤정민², 김광순³, 박한누리³

¹포항공과대학교 산업경영공학과,

²한국생산기술연구원 국가산업융합지원센터,

³쥬디맨드

QUALITY SYSTEMS Laboratory

POSTECH

사용자경험(User eXperience; 이하 UX)

- 사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직/간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적 경험을 의미함



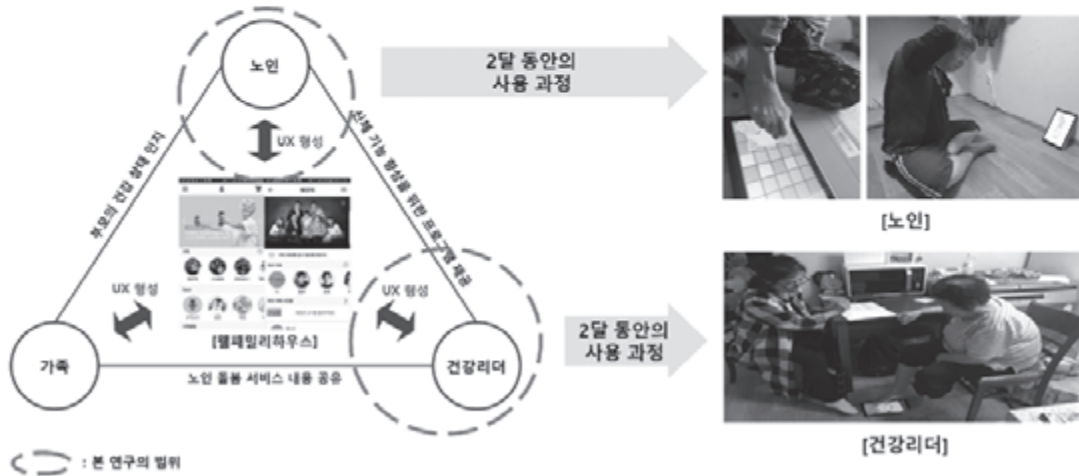
QUALITY SYSTEMS Laboratory

2

POSTECH

연구 목적

- 웰패밀리하우스에서 제공하는 낙상 예방 관련 기능들의 UX를 종단적으로 평가
 - 2달 동안 낙상 예방 관련 기능에 대한 노인과 건강리더의 UX가 어떻게 변화하는지 관찰함
 - ▶ 노인: 웰패밀리하우스를 통해 건강 돌봄 서비스를 제공받는 사용자
 - ▶ 건강리더: 웰패밀리하우스를 건강 돌봄 서비스를 지원해주는 도구로써 활용하는 사용자



웰패밀리 하우스의 낙상 예방 관련 기능

- 건강 돌봄 서비스 제공 과정에서 사용되는 웰패밀리하우스의 낙상 예방 관련 기능

	신체운동	해빗	버블릿	위험환경평가	신체능력평가
상세 설명					
	여러 종류의 하체 및 발 근육 강화 운동 방법을 제공함으로써 신체운동을 지원함	발가락으로 번호순서 대로 선을 잇는 게임을 통해 발 근육 강화를 지원함	발가락으로 올라오는 방울을 눌러 터뜨리는 게임을 통해 발 근육 강화를 지원함	주거공간의 낙상 위험요소를 평가하여 낙상 위험을 인지하고 개선하도록 지원함	균형감, 움직임, 하지 근육을 평가하여 노인의 신체능력을 인지하고 개선하도록 지원함

연구 개요

■ 참여자

참여자	인원	성별	평균 연령
노인	41명	여자 36명, 남자 5명	75세
건강리더	9명	여자 6명, 남자 3명	35세

■ 공간

- 노인의 자택(34명), 돌봄 센터(7명)

■ 기간 및 주기

- 2019.09.16. – 2019.11.10.(8주)
- 주 2회, 회당 1시간 동안 낙상 예방 관련 기능을 활용

■ UX 평가 시점

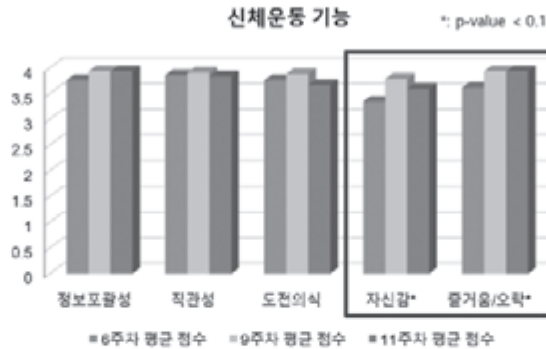
- 3주차(전기)/ 6주차(중기)/ 8주차(후기), 총 3번에 걸쳐 UX 평가

데이터 수집

■ 설문조사를 통해 낙상 예방 관련 기능별 UX 평가 점수 수집 (5점 척도)

참여자	UX 평가 항목	설문 문항 예시
노인	정보포괄성	신체운동 기능을 통해 건강을 증진시켜줄 다양한 운동 방법을 제공받을 수 있나요?
	정보관련성	신체능력평가 기능을 통해 하지 근력과 관련이 깊은 평가 자세와 신체 능력 점수를 제공받을 수 있나요?
	직관성	신체능력평가 기능의 평가 자세와 신체 능력 점수를 한눈에 알아보고 이해하기 쉽나요?
	도전 의식	버블핏 기능을 통해 발 근력을 강화시켜서 넘어짐, 떨어짐, 미끄러짐을 예방해야겠다는 마음이 생기나요?
	자신감	버블핏 기능을 통해 발 근력이 강화되어 넘어짐, 떨어짐, 미끄러짐을 겪지 않을 것 같다는 자신감이 생기나요?
	즐거움, 오락	버블핏 기능이 제공하는 발 근력 강화 게임을 할 때 재미있고 신이 나나요?
건강리더	직관성	신체운동 기능의 사용 방법을 한 번에 쉽게 이해할 수 있나요?
	지원성	신체운동 기능은 노인에게 신체운동 방법을 알려드리는 활동을 잘 지원하나요?
	자신감	신체운동 기능을 통해 노인에게 신체운동 방법을 잘 알려드릴 수 있겠다는 자신감이 생기나요?
	신뢰성	노인에게 신체운동 방법을 알려드리는 활동을 지원해주는 기능으로써 신체운동 기능을 믿고 의지할 수 있나요?

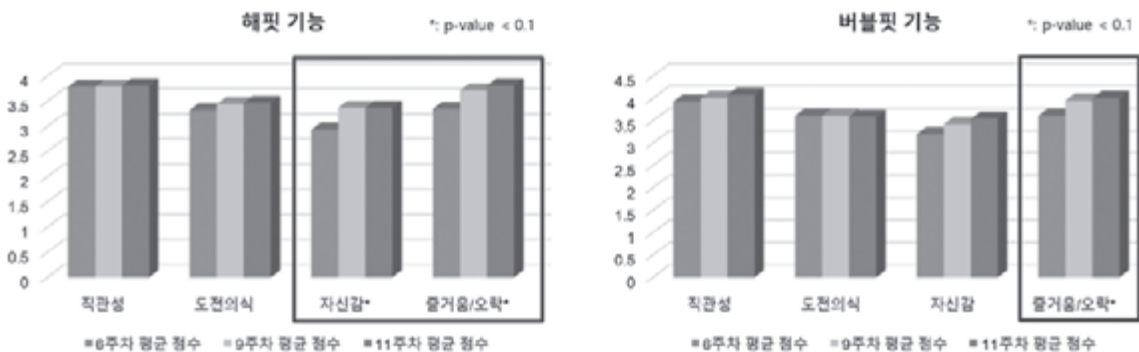
노인 관점: 신체운동 기능의 UX 평가 결과



■ 자신감과 즐거움/오락의 평균 점수가 시간에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보임

- 6주차에는 기능에 익숙하지 못해 제대로 활용하지 못하는 경우가 많았음
- 9주차에는 기능에 익숙해지고 신체 건강이 증진됨에 따라 자신감과 즐거움/오락 점수가 향상됨
- 11주차에는 기능에 대한 새로움, 신선함이 사라지면서 신체 건강 증진에 대한 동기 부여(도전의식, 자신감)보다는 즐거움/오락에 치중하게 됨

노인 관점: 해핏 & 버블핏 기능의 UX 평가 결과



■ 자신감과 즐거움/오락의 평균 점수가 시간에 따라 통계적으로 유의한 차이를 보임

- 6주차에는 기능에 익숙하지 못하고 발 근력이 약해 게임 수행 시 어려움이 많았음
- 9주차에는 기능에 익숙해지고 발 근력이 강화됨에 따라 자신감과 즐거움/오락 점수가 향상됨
- 11주차에는 점차 어려운 레벨을 달성하면서 자신감이 유지되고, 성취감이 발생함에 따라 즐거움/오락 점수가 지속적으로 향상됨

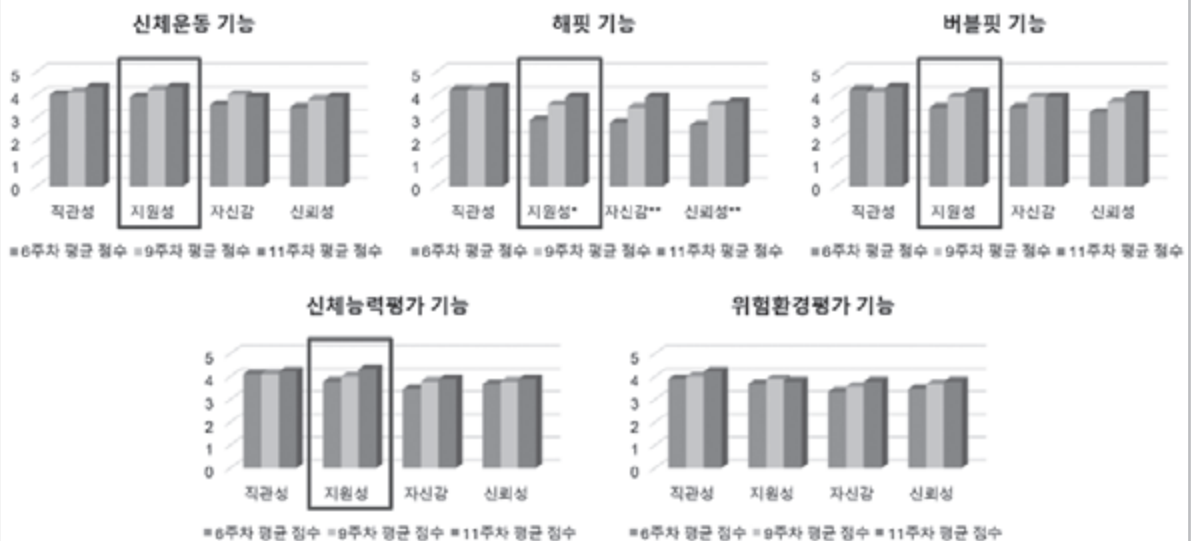
노인 관점의 UX 평가 결론

- 6주차 - 9주차 사이의 변화
 - 노인이 기능에 익숙해지기 시작하여 기능 사용에 대한 부담감과 두려움이 사라짐
 - 기능들을 통해 신체 건강을 증진시키고 낙상을 예방해야겠다는 자신감과 도전의식이 생김

- 9주차 - 11주차 사이의 변화
 - 노인이 기능에 완전히 적응하여 습관처럼 기능을 사용하기 시작함
 - 신체 건강을 증진시키려는 동기부여가 즐거움/오락으로 전환됨

- 의식의 변화
 - 6주차에는 힘들고, 따라하기 버겁다는 의견이 많았음
 - 9주차에는 운동 시간이 더 길었으면 좋겠고, 더 잘 따라하고 싶다는 의견이 많았음
 - 11주차에는 재미가 있으며, 운동의 종류가 다양했으면 좋겠다는 의견이 많았음
 - 낙상 예방을 위한 운동에 대해 초기에는 수동적이고 부정적이었던 반면 시간이 흐를 수록 적극적이며 긍정적인 태도로 전환됨

건강리더 관점 기능별 UX 평가 결과



- 기능별로 대부분의 평가 항목의 평균 점수가 시간이 흐름에 따라 증가함
 - 신체 운동을 직접 수행하지 않아도 되며, 객관적이고 정확한 방법을 알려줄 수 있어 신체 운동과 관련된 기능들의 지원성 평균 점수의 증가 폭이 큼

건강리더 관점의 UX 평가 결론

- 6주차 - 9주차 사이의 변화
 - 초기에 노인이 느끼는 부담감과 두려움이 건강리더가 기능을 평가하는 데 영향을 미침
 - 노인이 자신감과 도전의식이 생기기 시작하면서 건강리더가 느끼는 지원성, 자신감, 신뢰성이 증가함
- 9주차 - 11주차 사이의 변화
 - 노인이 적극적으로 기능을 사용하기 시작하면서 지원성, 자신감, 신뢰성이 지속적으로 증가함
 - 신체 건강을 증진시키려는 동기부여가 즐거움/오락으로 전환됨
- 의식의 변화
 - 6주차에는 노인의 신체 건강 정도를 고려하지 않는다는 의견이 많았음
 - 9-11주차에는 노인이 기능들에 익숙해짐으로써 새로운 기능, 기능의 향상 방향을 제시하는 의견이 많았음
 - 노인과 유대관계를 만들기 위한 매개체로써 다양한 기능들이 큰 도움이 되며 의무감을 증대시켜줌

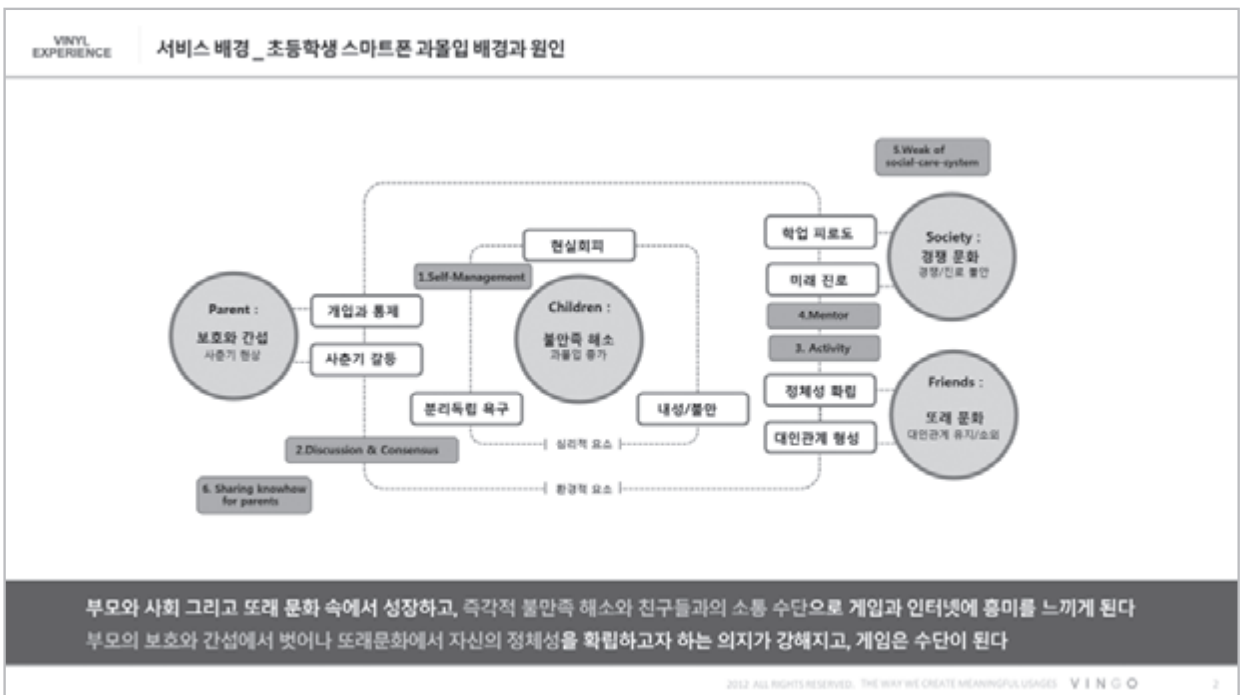
종합 결론

- 노인 관점에서의 웰패밀리하우스 낙상 예방 관련 기능의 효과
 - 신체 운동을 하도록 동기를 부여하고 지속적으로 사용 시 신체 운동에 재미를 붙이게 됨
 - 신체 능력 평가 점수, 게임 레벨 등 도전 욕구 유발과 성취감으로 지속적인 사용을 유도함
 - 건강리더와 신체 운동을 함께 하면서 대화를 통한 관계보다 더 깊은 유대감을 형성할 수 있음
- 건강리더 관점에서의 웰패밀리하우스 낙상 예방 관련 기능의 효과
 - 직접 시범을 보이지 않더라도 다양한 신체 운동 방법을 체계적으로 제공할 수 있음
 - 객관적 지표를 통해 신체 능력을 평가할 수 있으며 점수를 기반으로 개선 방향을 제공할 수 있음
- 웰패밀리하우스의 UX를 향상시키기 위한 개선 방향
 - 노인에게 사용 가이드를 제공하여 초기 진입을 지원할 수 있음
 - 기능별 콘텐츠를 지속적으로 업데이트하여 신뢰성을 확보하고 장기 사용을 유도할 수 있음
 - 맞춤형 고객 관리 서비스(예. 신체 상태를 고려한 운동 방법)를 도입하여 충성고객을 유치할 수 있음

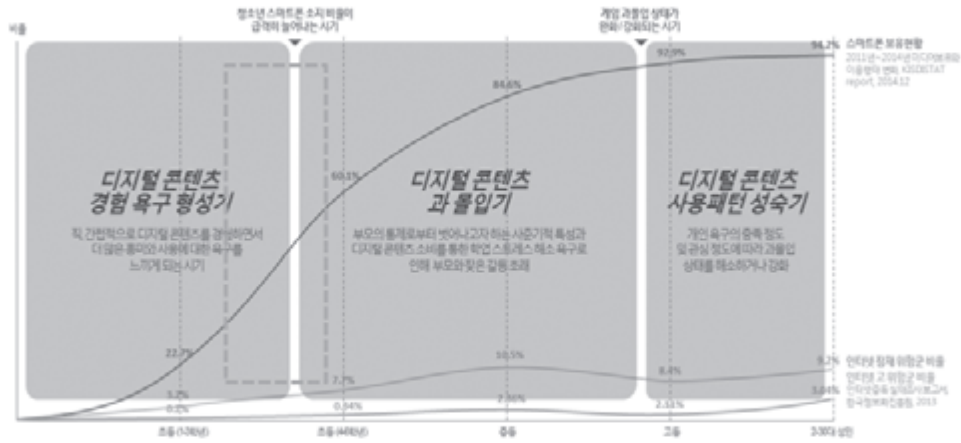
사회문제해결을 위한 서비스디자인

인터넷·게임 디톡스 서비스디자인

- (주)바이널익스피리언스

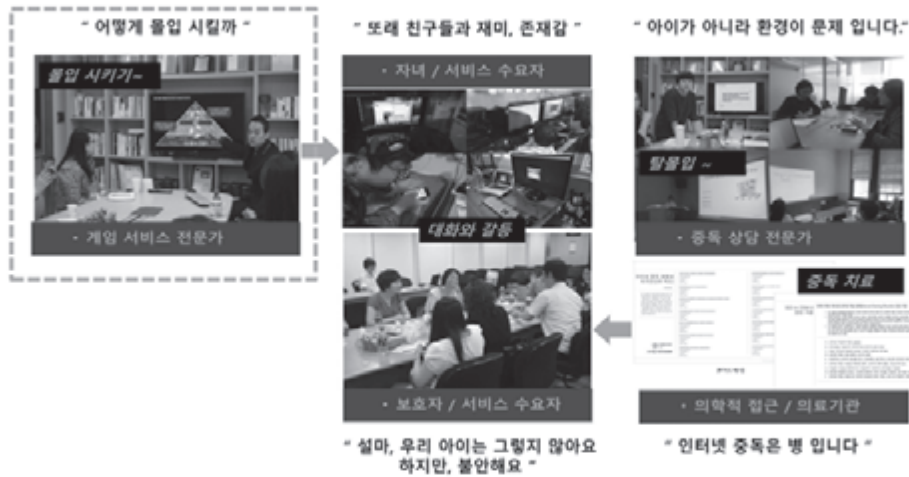


서비스 배경_서비스 우선 대상자 선정



초등학교 (2)3~4학년은 스마트폰 보유 시작 시기, 청소년 사춘기 진입시기, 자발적 또래문화 형성 시기
 바른 스마트폰 사용 습관 형성을 위한 자기 관리와 부모 (조력자) 동반 관리 필요하며, 부모와의 협력이 가능한 시기

서비스 설계_이해 관계자 분석



이해관계자 (게임 서비스 전문가, 자녀와 부모, 청소년 상담센터 전문가, 의사) 인터뷰를 통해 상황적 갈등과 맥락 분석
 게임의 몰입 요소 분석을 통한 습관 형성 UX 기회 요소 발굴

VINYL EXPERIENCE | 서비스 설계_이해 관계자 분석 “몰입 시키기”

게임 중독 원리를 이용한 디톡스 서비스 연구

Habit Forming Service Design

The Hook Model

The diagram shows a circular flow: Trigger (External/Internal) leads to Action, which leads to Variable Reward, which leads to Investment, which leads back to Trigger. A lightbulb icon is in the Trigger quadrant, a mouse cursor in Action, a gift box in Variable Reward, and a padlock in Investment.

게임 보상디자인 원리

- 1. 게임의 목표를 설정**
- 플레이어가 보람을 느끼게끔 한다.
- 플레이어가 보람을 느끼기 위해 플레이어를 자극한다.
- 2. 목표에 다다르기 위해 어떤 노력을 해야 하는지 설정**
- 플레이어가 보람을 느끼기 위해 어떤 시간과 노력을 할지 설정한다.
- 플레이어가 보람을 느끼기 위해 플레이어를 자극한다.
- 3. 게임에 대한 타당성과 재미가 있는지 확인**
- 플레이어가 보람을 느끼는지, 보람을 느끼고 있는지 확인한다.
- 만약 플레이어가 보람을 느끼지 않으면 보람을 느끼도록 한다.
- 4. 더 많은 재미 요소와 수익에 대한 조정**
- 보람을 느끼기 위해 플레이어를 자극한다.
- 플레이어가 보람을 느끼기 위해 플레이어를 자극한다.

2012 ALL RIGHTS RESERVED. THE WAY WE CREATE MEANINGFUL USAGES V I N C O 5

VINYL EXPERIENCE | 서비스 설계_이해 관계자 분석 “몰입 시키기”

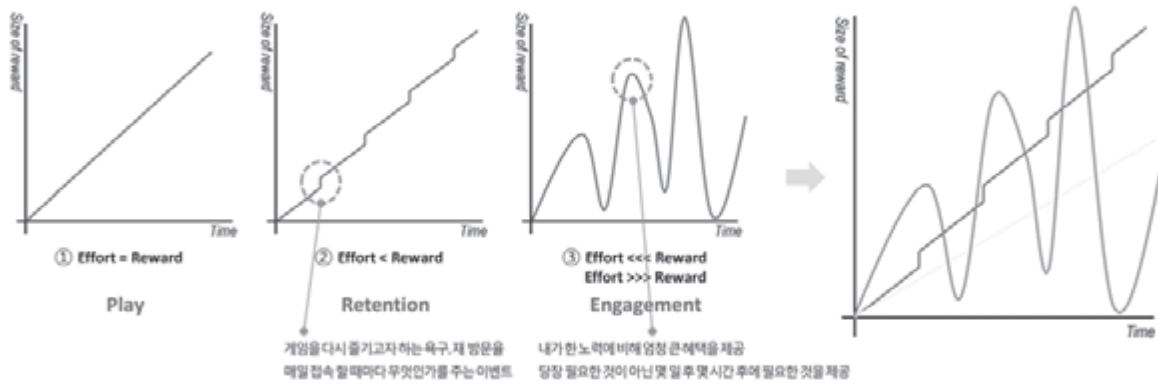
게임 중독 원리를 이용한 디톡스 서비스 연구

<p>내가 한 노력만큼의 보상 If you do something, then you'll get something = Farming</p>	<p>Effort = Reward Farming</p>
<p>내가 한 노력 보다 조금 더 받는 보상 If you do something, then you'll get something more = Parents' deal or just cheaters</p>	<p>Effort < Reward Lure</p>
<p>내가 한 노력 보다 훨씬 더 많이 받는 보상 If you do something, then you'll get something much more randomly = Welcome to Las Vegas!</p>	<p>Effort <<< Reward Effort >>> Reward Gambling</p>

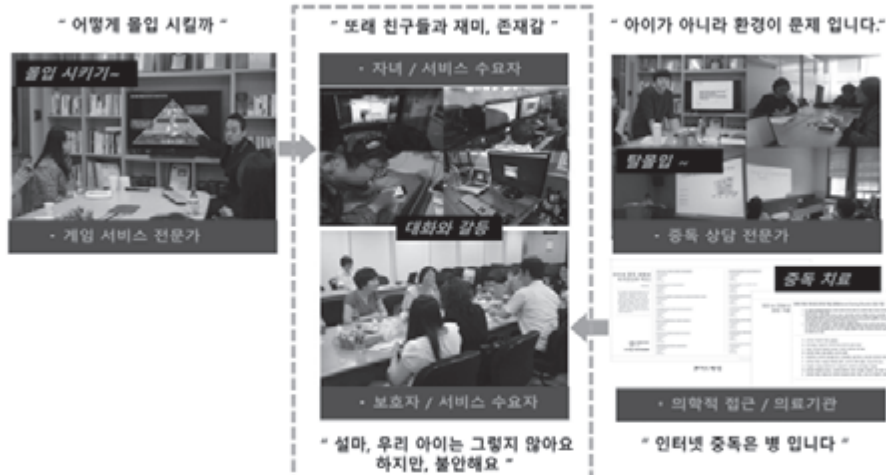
보상 디자인은 모든 게임 시스템의 기본이고,
유저 동선에 맞춰 1, 2, 3의 밸런스가 맞게 설계가 되도록 기획을 하는 것이 가장 중요함

2012 ALL RIGHTS RESERVED. THE WAY WE CREATE MEANINGFUL USAGES V I N C O 6

게임 중독 원리를 이용한 디톡스 서비스 연구



랜덤이란 변수를 극단적으로 사용하면 몰입이 강해짐 (포커게임 등)
플레이 시간이 늘어날 수록 게임에서 이탈하고자 하는 욕구도 증가함. 이탈 할 것 같은 구간에 보상을 강하게 주어 이탈을 막음




이해관계자 (게임 서비스 전문가, 자녀와 부모, 청소년 상담센터 전문가, 의사) 인터뷰를 통해 상황적 갈등과 맥락 분석
스마트폰 과몰입 방지 이전에 부모와 자녀간의 관계 개선 및 협업 구조 설계를 위한 동기부여 UX 기획 요소 발굴

VINYL EXPERIENCE 서비스 설계_이해 관계자 분석 “자녀와 부모의 관계 형성”

서비스 퍼소나 선정

Persona 1.
자녀가 인터넷 사용을 스스로 조절하기 원하지만 실패하면 무조건 통제하는 부모




“아이도 스마트폰을 오래 하면 안 좋다는 것을 알지만 정착 스스로 자제하지는 못해요.”

이름	김수영
성별	여
나이	35세
직업	사무직
가족 형태	스마트 폰, 자녀 1명, 남편 및 1살 3녀

- 자녀와 자녀 부모의 관계가 애매하고 상반되고, 인터넷 사용량에 대한 ‘양방향’에 대한 부모의 의지가 크지만
- 자녀의 인터넷 사용량에 대해 사생활이 존중을 받지 못함
- 자녀의 자제력을 기르고 있음
- 자녀의 인터넷 사용량에 대한 부모의 통제를 통해 인터넷 사용량에 대한 통제를 할 수 있음
- 자녀와 자녀 부모의 관계가 애매하고 상반되고, 인터넷 사용량에 대한 ‘양방향’에 대한 부모의 의지가 크지만
- 자녀의 자제력을 기르고 있음
- 자녀의 인터넷 사용량에 대해 사생활이 존중을 받지 못함
- 자녀의 자제력을 기르고 있음

Persona 2.
게임으로 대부분의 시간을 보내고 부모와 충돌이 잦은 사춘기 청소년




“성적도 중요하지만, 친구들과 지금 알잘 둘릴 수 있는 게임이 더 좋아요.”

이름	이영민
성별	남
나이	17세
직업	중학생
가족 형태	PC 온라인 게임, 스마트 폰, 가족 형태: 아내, 딸, 누나

- 성적과 친구 관계는 매우 중요하며 성적과 친구 관계를 위해서라면 무엇이든 할 수 있음
- 자녀의 인터넷 사용량에 대한 부모의 통제를 통해 인터넷 사용량에 대한 통제를 할 수 있음
- 자녀와 자녀 부모의 관계가 애매하고 상반되고, 인터넷 사용량에 대한 ‘양방향’에 대한 부모의 의지가 크지만
- 자녀의 자제력을 기르고 있음
- 자녀의 인터넷 사용량에 대해 사생활이 존중을 받지 못함
- 자녀의 자제력을 기르고 있음

Persona 3.
자녀의 급작스러운 변화에 당황하여 자녀를 통제하기 위해 사사건건 충돌하는 부모




“집에서 게임 하는 꼴을 볼 수가 없어요. 참아야지 하면서도 계속 부딪히게 돼요.”

이름	유영희
성별	여
나이	45세
직업	전업주부
가족 형태	PC 온라인 게임, 스마트 폰, 가족 형태: 남편, 본인, 아들

- 자녀의 인터넷 사용량에 대한 부모의 통제를 통해 인터넷 사용량에 대한 통제를 할 수 있음
- 자녀와 자녀 부모의 관계가 애매하고 상반되고, 인터넷 사용량에 대한 ‘양방향’에 대한 부모의 의지가 크지만
- 자녀의 자제력을 기르고 있음
- 자녀의 인터넷 사용량에 대해 사생활이 존중을 받지 못함
- 자녀의 자제력을 기르고 있음

Persona 4.
게임사용에 대한 자신의 상태를 인지하고 개선 의지가 있는 청소년




“제가 무엇을 하고 싶은지 모르겠어요. 고민도 스트레스도 많은데 게임 말고 무엇으로 풀어야 할까요?”

이름	최준혁
성별	남
나이	17세
직업	고등학교생
가족 형태	PC 온라인 게임, 스마트 폰, 가족 형태: 딸, 남편, 본인, 누나

- 스스로 게임 사용량을 조절하는 것을 생각하고 주변 사람들과 대화를 하고 있음
- 게임 사용량에 대한 부모의 통제를 통해 인터넷 사용량에 대한 통제를 할 수 있음
- 자녀와 자녀 부모의 관계가 애매하고 상반되고, 인터넷 사용량에 대한 ‘양방향’에 대한 부모의 의지가 크지만
- 자녀의 자제력을 기르고 있음
- 자녀의 인터넷 사용량에 대해 사생활이 존중을 받지 못함
- 자녀의 자제력을 기르고 있음

Persona 5.
자녀 문제 해결을 위해 상담을 받고 자녀를 이해하고자 노력하는 부모



“정말 앞으로 나아질지, 그냥 이런 상태가 계속될지 불안해요.”

이름	이순영
성별	여
나이	45세
직업	직업 없음
가족 형태	스마트 폰, 자녀 1명, 남편, 본인 및 2살 3녀

- 자녀의 인터넷 사용량에 대한 부모의 통제를 통해 인터넷 사용량에 대한 통제를 할 수 있음
- 자녀와 자녀 부모의 관계가 애매하고 상반되고, 인터넷 사용량에 대한 ‘양방향’에 대한 부모의 의지가 크지만
- 자녀의 자제력을 기르고 있음
- 자녀의 인터넷 사용량에 대해 사생활이 존중을 받지 못함
- 자녀의 자제력을 기르고 있음

부모와 자녀 유형 정의(통제 형, 갈등 형, 의지 형) 및 대상자 인터뷰를 통한 퍼소나 설계

2012 ALL RIGHTS RESERVED. THE WAY WE CREATE MEANINGFUL USAGES VINCO 9

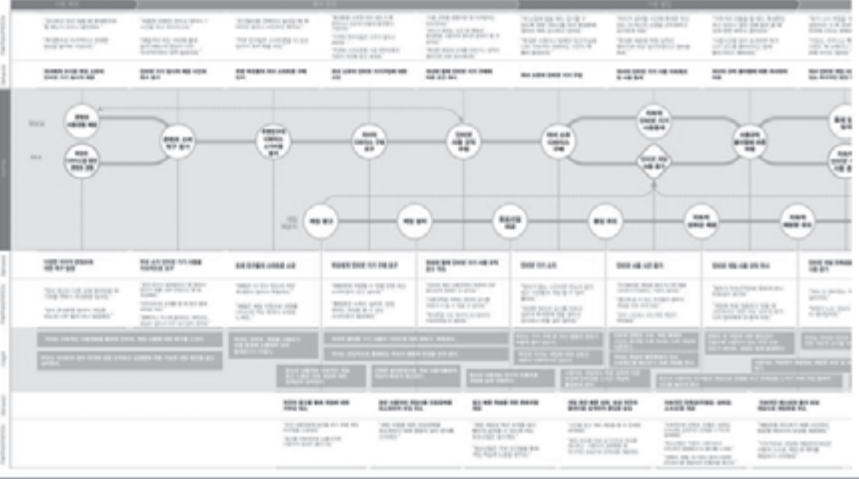
VINYL EXPERIENCE 서비스 설계_서비스 기회 요소 발굴

인터넷 게임 과/탈용업 프로세스
물류서비스를 통해 인터넷 게임의 물품부터 치료, 후유치까지의 과정

인터넷 게임 사용권한 이해관계자 여정(Journey)
사용자로서 과정을 통해 발견한 각 이해관계자들의 여정들 도출

여정 별 이해관계자의 상세 행위 및 답변(Quote)
행위 여정과 내용을 발견하는 이해관계자의 실제 행위 및 인터뷰 답변

여정단계 관련 웹사이트
사용자 의식지 데이터를 기반으로 사용자 가치 추출



게임 시작, 중독 그리고 탈 중독 매커니즘에 대한 서비스 디자인 관점의 연구를 기반으로 서비스 디자인 기회 요소 도출 단계별 이해관계자 행위 의도와 반응 상관관계, 갈등 요인, 문제 해결 방식 분석

2012 ALL RIGHTS RESERVED. THE WAY WE CREATE MEANINGFUL USAGES VINCO 10

기존 서비스 문제 해결



'17 자녀 관리 애플리케이션 시장 동향

시장트렌드 | 제어에서 관계/습관형성으로 변화



PARENTAL CONTROL → HABIT FORMING

• 대기업 브랜드 담당자 미팅을 통한 시장 접근방향 진단

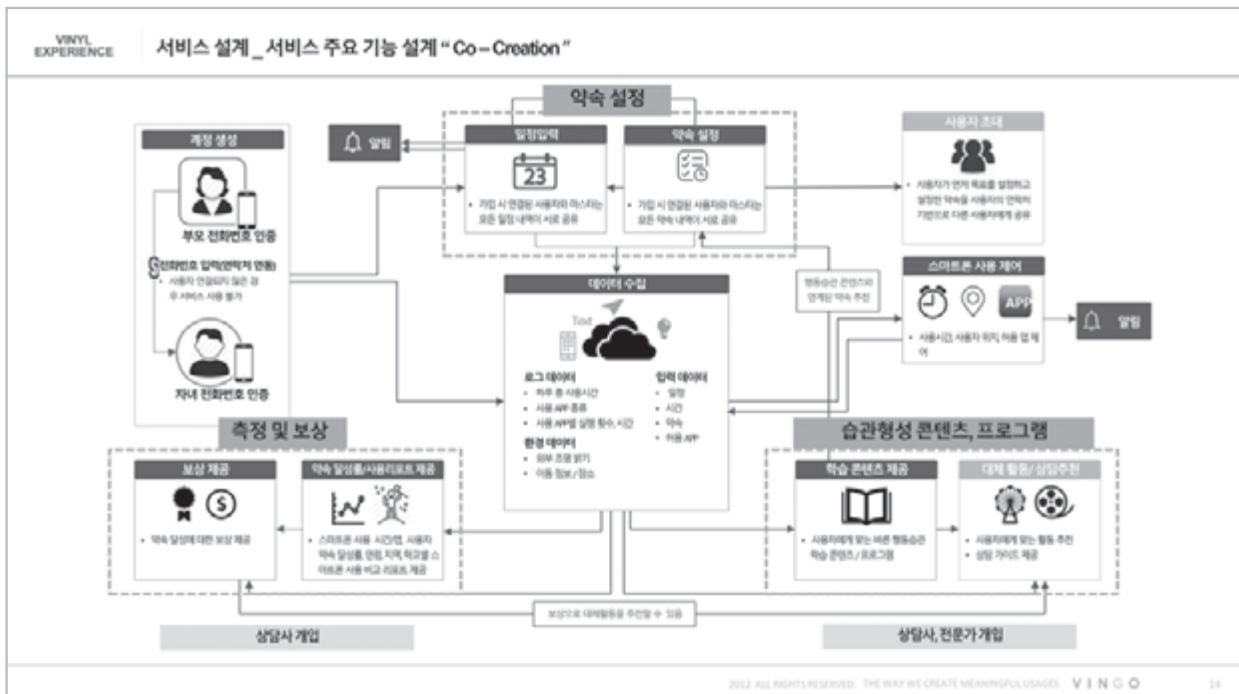
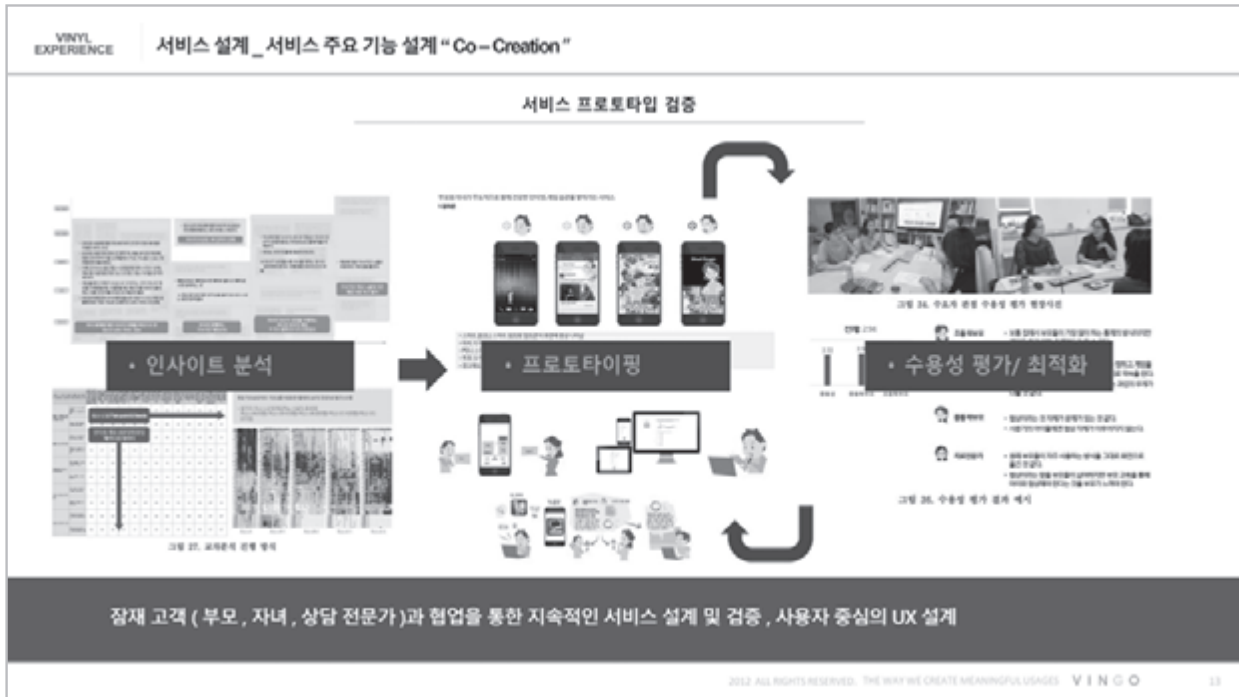
(비즈니스 목표) 브랜드 플랫폼 생애 첫 사용자 확보 전략 (서비스 유형) 상황 제어기능에서 맞춤 프로그램

자가 관리 : 자기주도적으로 규칙/목표를 설정하고 실행 습관 형성 서비스 필요

동반 관리 : 부모의 자녀에 대한 이해를 돕기 위한 가이드(Parenting)와 부모와 아이 간 정서적인 결손을 개선하는데 초점을 맞춘 서비스

서비스 아이디어 정의

자녀와 부모 입장에서의 수용성을 원칙으로 서비스 요소를 발굴하고, 전문가 (게임 / 청소년 상담 전문가) 검증용 통한 UX 전략 수립 동기부여 (자녀 / 부모) 와 보상 (전문가) 모델 연구를 통한 서비스 설계



[논문등재] SDN Touchpoint Journal Finalist

전세계 최고의 서비스 디자인 네트워크 SDN의 Touchpoint 저널 (논문) Finalist 선정 및 출판

SDN의 Touchpoint 2019년 4월호 (Managing Service Design)에

이해관계자 간의 디자인 협업(Co-Design) 시 단계별 프로세스와 각자의 지식을 어떤 방식으로 서비스 디자인에 반영하였는가에 대한 사례 연구 소개



주요 서비스 기능 소개

1. 자녀와 부모가 같이 생성하는 약속 (스마트폰 사용, 생활 규칙)
2. 자녀의 약속 실행에 대한 즉각적 피드백과 보상
3. 스마트폰 사용과 생활습관 실천 결과 리포트
4. 올바른 자녀 생활습관 형성을 돕기 위한 자녀 성향 별 부모 교육 콘텐츠
5. 보행 중 안전사고 예방 알림 서비스
6. 어두운 곳에서 스마트폰 사용 알림 서비스
7. 전문 청소년 상담사 개입을 통한 습관 형성 코칭 프로그램 (상담기관 연계)



1. 자녀와 부모가 같이 생성하는 실천 약속 (스마트폰 사용, 생활 규칙)

자녀의 첫 스마트폰 구입 후 부모와 자녀가 대화를 통해 사용 습관/규칙을 만들고, 실천한다



2. 자녀의 약속 실행에 대한 즉각적 피드백과 보상 (시간, 놀이, 용돈 등)

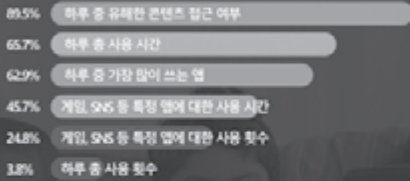
자녀의 약속 실행 여부에 대한 부모의 즉각적인 칭찬을 통해 스스로 동기부여를 할 수 있도록 도와주는 보상 시스템



3. 스마트폰 사용과 생활습관 실천 결과 리포트

자녀의 스마트폰 사용 현황 조회 및 또래 친구들 (평균/표준 데이터)과 비교하여볼 수 있는 리포트

자녀의 스마트폰 사용에 대해 알고 싶은 것(7개까지 선택 가능) 응답자 6만명



"내 아이가 스마트폰으로 매일 어떤 것을
오랫동안 하는지 알고 싶어요."

"내 아이가 스마트폰을 많이 쓰는 것 같은데
다른 아이들은 하루에 얼마나 쓰는지 궁금해요."



부모용/자녀용 - 스마트폰 사용 분석 리포트



4. 올바른 자녀 생활습관 형성을 돕기 위한 자녀 성향 별 부모 교육 콘텐츠

부모와 자녀간의 스마트폰 사용을 포함한 생활 습관형성에 필요한 매거진 (약속카드 추천) 구독



사랑/소속감의 욕구



힘/성위의 욕구

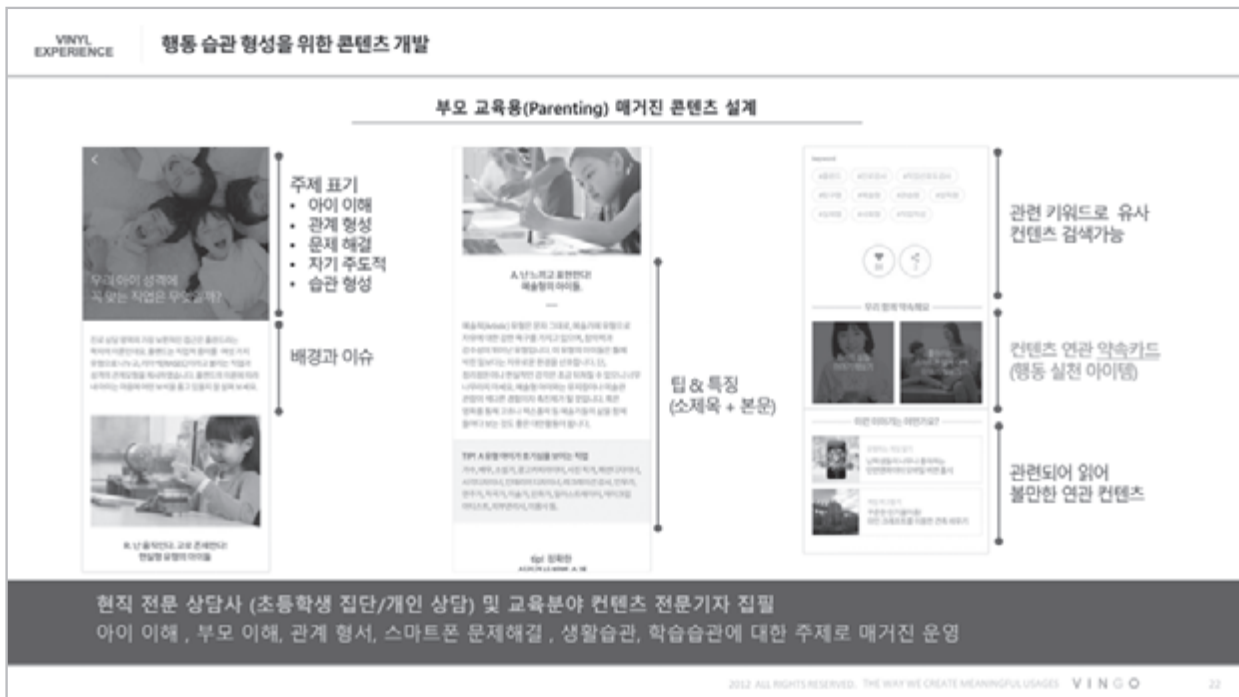
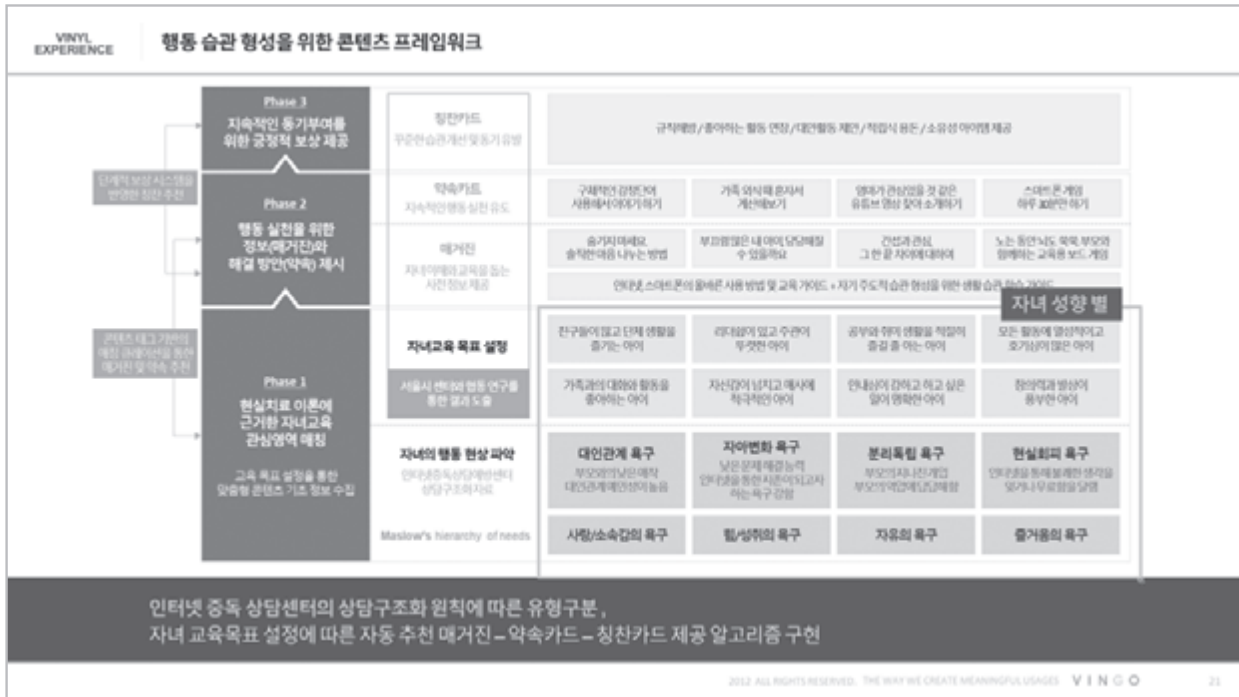


자유욕구



즐거움의 욕구

*아이의 욕구 유형 혹은 목표설정때 따른 콘텐츠 자동 추천 기능



매칭 알고리즘을 반영한 추천 매거진 과 약속

자녀 유형 / 교육목표 설정



사용자 원하는 아이템을 선택



사용자가 선택한 아이টে
속한 태그를 기반으로 매칭

매거진 콘텐츠 추천



매칭된 태그를 통해 도출된 콘텐츠는
우선순위 정책에 따라 노출

아이의 유형에 따른 분석을 통하여 태그 기반에 따라 콘텐츠, 약속, 칭찬으로 아이의 유형에 맞는 신뢰성 있는 정보 제공

전문 상담사, 부모, 자녀가 함께 설계한 보상 아이디어 추천

약속 설정



자녀가 지켜야할
약속 기간을 설정



사용자가 선택한 기간에 따른
보상의 경중을 매칭

보상 추천



매칭된 보상을 우선순위
정책에 따라 노출

반복을 통해 단계적으로 보상을 제공하고
점진적으로 습관 개선을 유도

부모와 아이의 약속과 보상구조를 단계적으로 보상시스템을 통해 점진적으로 습관을 개선하도록 유도

[특허등록] 5. 보행 중 안전사고 예방 알림 서비스

외부에서 이동 중 스마트폰 사용에 의한 사고 예방을 도와주는 스마트폰 사용 제어 알림 서비스



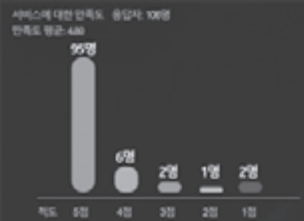
"출근길을 걷는데 스마트폰을 하고 있어서요. 정말 놀랐어요. 위험하다는 것을 모르는 것 같아요."

"걸으면서 스마트폰을 해서 다른 사람과 부딪힐 적이 많아요. 그래도 문제가 된다고 생각하진 않아요."



[특허등록] 6. 어두운 곳에서 스마트폰 사용 알림 서비스

주변 조도를 감지하여 어두운 곳에서 스마트폰 사용 시 스마트폰 설정 제어 알림 서비스



"저는 잘 알고 밤을 열었는데 깜깜한 곳에서 스마트폰을 하고 있어서 깜짝 놀랐어요. 건강이 가장 걱정되죠."

"일차기 전에 꼭 스마트폰을 하계 돼요. 이유가 있어서 하는 건 아니고 그냥 습관처럼 하는 것 같아요."



서울시 인터넷 중독 예방 상담 센터 연계 서비스 운영전략 수립

상담 단계	접근-내려차		문제점기화		사건 전환(사-내려차)		전환(문제기화)	
	접근	접근 후 상담	문제기화	문제기화	사건 전환	사건 전환	전환	전환
상담 진행	상담 시작	상담 진행	상담 진행		상담 진행		상담 진행	
각자	상담 시작	상담 진행	상담 진행	상담 진행	상담 진행	상담 진행	상담 진행	상담 진행
부모	상담 시작	상담 진행	상담 진행		상담 진행		상담 진행	
특징	상담 시작	상담 진행	상담 진행		상담 진행		상담 진행	
목적	상담 시작	상담 진행	상담 진행		상담 진행		상담 진행	

서비스 프로세스 (Service Process)

1. 상담 신청 (Counseling Request)

2. 상담 접수 (Counseling Reception)

3. 상담 진행 (Counseling Process)

4. 상담 종료 (Counseling Completion)

5. 상담 후 관리 (Counseling Aftercare)

서비스 제공자 (Service Provider)

1. 상담 센터 (Counseling Center)

2. 상담사 (Counselor)

3. 상담실 (Counseling Room)

4. 상담 자료 (Counseling Materials)

5. 상담 기록 (Counseling Records)

상담서비스 (평균 6달 이상) 프로세스 기준 시범서비스 시나리오 수립

익숙 생성 및 칭찬을 통한 부모/자녀간의 소통 여부 습관형성 콘텐츠의 적합성에 대한 분석

7. 전문 청소년 상담사 개입을 통한 습관 형성 코칭 프로그램 (상담기관 연계)



• 콘텐츠 관리 기능



• 상담사 모니터링 기능

VINYL EXPERIENCE | 전문 상담센터 연계 서비스 확장

공공 / 민간 비영리 상담 센터 연계 서비스 운영모델 구축

기관 별 상담 프로그램 최적화 및 연계 마케팅 시범 운영 중

[3차년도] 장동인터넷중독예방상담센터 MOU 체결
 [4차년도] 광진인터넷중독예방상담센터 MOU 체결
 [5차년도] 아이도스 상담센터 MOU 체결
 [5차년도] 잠원반송초등학교, 서울시립청소년이동쉼터 등 추가 MOU 추진중

서울시 인터넷중독예방상담센터 및 아이도스 MOU 체결 및 시범 서비스 운영 중
 청소년 상담센터를 위한 부가 서비스 활용을 통한 공동 사업 브랜드 구축. 연구결과 기반 초등학교 예방교육 확대

2012. ALL RIGHTS RESERVED. THE WAY WE CREATE MEANINGFUL USAGES VINYL 29

VINYL EXPERIENCE

Service Experience Design

Vinyl is committed to creative problem solving. We design products, services and environments based on our deep understanding of customer, technological and market potential. We create Intelligent Experience.

http://vinyl-x.com
 © VINYL 2018 All Rights Reserved



사회문제해결을 위한 서비스디자인

성범죄 예방 사회안전망 서비스디자인

- (주)이음파트너스

kidp 신원출판(주)출판부 2017-09호
2017년도 서비스디자인진흥 R&D (성범죄예방 사회안전망)

YOUNG
2017

TEAM INTERFACE
|| || || || || || || || ||

ALMADA
ALMADA

2019 서비스디자인 성과확산 세미나

사회안전망 기반 성범죄 예방 및 불안해소를 위한 서비스디자인

Social Security Infrastructure Based Service Design for Sexual Crime Prevention and Anxiety Reduction

사업개요

사업 목적

- 서비스디자인 방법론을 적용해 실효성이 낮았던 기존의 성범죄 예방 및 대책 보완
- 제품, 환경, 콘텐츠, 서비스를 아우르는 통합 솔루션을 개발해 성범죄 사전 예방 및 잠재적 피해자의 불안감 감소

사업 내용

- 지역 안전에 대한 다양한 솔루션 개발 경험이 있는 3개 업체가 협업해 성범죄 예방 통합 솔루션 개발
- 성범죄 발생 이전부터 사건 발생 당시, 발생 후 모든 단계에 대한 가이드 제시

사업 기간

2017.12~2019.11

수행 기관

이음파트너스	국내 대표 환경디자인 전문기업, 국내 최다 범죄예방디자인 사업 수행
팀인터페이스	국내최초 서비스디자인 적용 범죄예방디자인 사업 수행
알마덴 디자인리서치	서비스디자인을 활용한 다양한 프레임워크 개발



진화하는 성범죄, 불안에서 공포로

교묘해진 사이버 성범죄...못 쫓아가는 처벌 조항
 [기사 제목] 사이버 성범죄...못 쫓아가는 처벌 조항
 [기사 내용] 최근 10년 사이 사이버 성범죄는...
 [기사 내용] 피해자는 대부분 여성으로...
 [기사 내용] 처벌 조항이 미흡하여...
 [기사 내용] 피해자가 신고하지 않는 경우가...
 [기사 내용] 최근 10년 사이 피해 아동은 300명만 남았다.

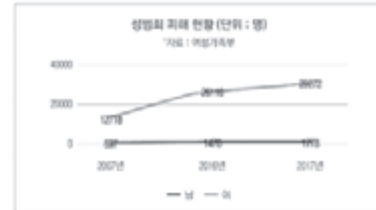
"13세 미만 아동 성범죄 2년간 18% 늘어"
 [기사 제목] "13세 미만 아동 성범죄 2년간 18% 늘어"
 [기사 내용] 아동 성범죄가 해마다 늘고 있다. 최근 2년간 피해 아동은 300명만 남았다.

혼자 사는 여성의 공포, 일상 속 범죄...내 안전 운에 맡겨야 하나?
 [기사 제목] 혼자 사는 여성의 공포, 일상 속 범죄...내 안전 운에 맡겨야 하나?
 [기사 내용] 여성들은 혼자 사는 경우가 많아...
 [기사 내용] 범죄 발생 시 대처 방법이...
 [기사 내용] 경찰 신고 후...
 [기사 내용] 피해자가 신고하지 않는 경우가...
 [기사 내용] 최근 10년 사이 피해 아동은 300명만 남았다.

"성범죄 시계 점점 더 짧아져"...남녀 성범죄 22분 당 한 건씩 발생
 [기사 제목] "성범죄 시계 점점 더 짧아져"...남녀 성범죄 22분 당 한 건씩 발생
 [기사 내용] 성범죄 발생 빈도가 높아지고 있다.
 [기사 내용] 피해자가 신고하지 않는 경우가...
 [기사 내용] 최근 10년 사이 피해 아동은 300명만 남았다.

(언론에 보도된 성범죄 실태)

강력범죄 지속적 감소 추세
성범죄는 10년간 2배 증가

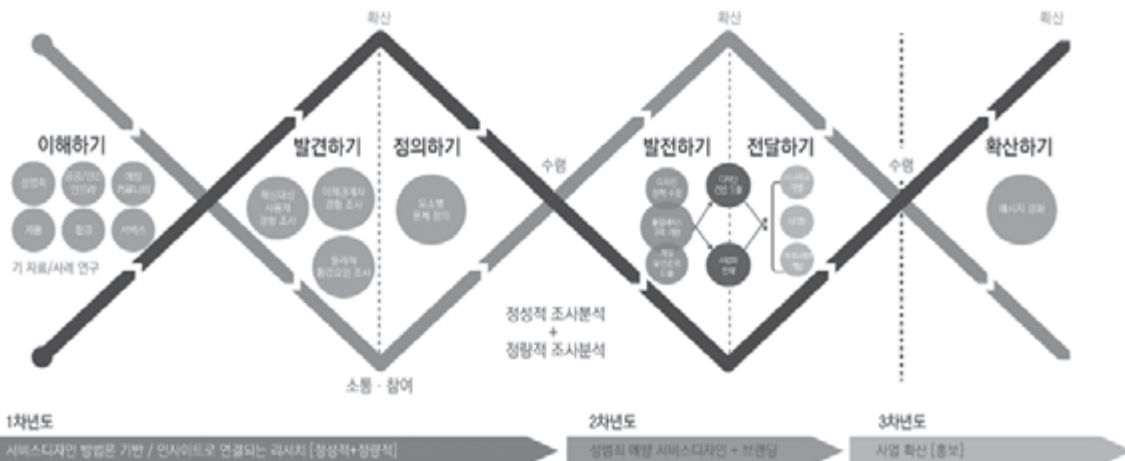


피해자 93.5%는 여성



(자료: 서울지방경찰청)

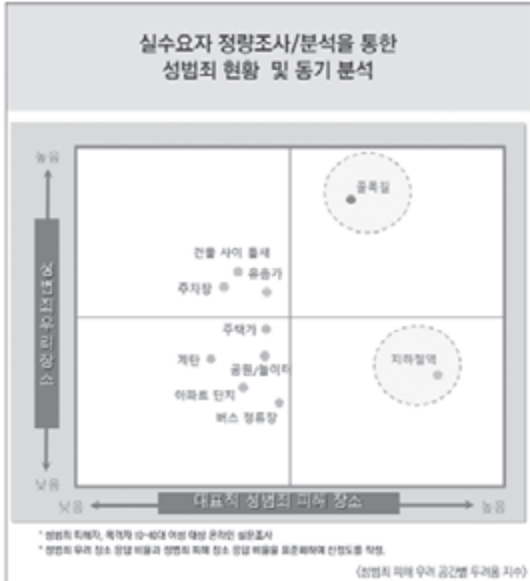
디자인 싱킹, 서비스 디자인적 접근을 통한 문제 정의 및 솔루션 개발



서비스디자인 방법론을 기반으로 성범죄 예방 서비스에 대한 리서치 진행, 성범죄예방디자인 및 브랜딩, 향후 확산 전략 수립 및 운영 전략 도출

인사이트 도출 과정

성범죄 피해자/목격자 500명



성범죄 신고접수 장소 65곳



인사이트 도출 과정

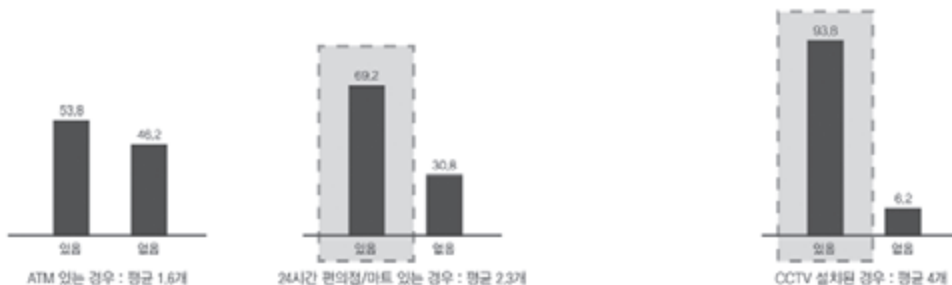
노상 강제추행 범죄자의 경우, 범죄의 심각성을 인지하지 못하거나, 검거에 대한 인식이 낮음
목격자의 존재 가능성, CCTV 등으로 범죄 사실을 입증할 수 있는 장소에서의 신고접수율이 높음

강제추행이 발생한 반경 50m 내 편의시설 위치한 비율 높음

- ➔ 목격자 존재가능성 높음
- ➔ 범행대상을 물색할 시공간 여부

강제추행이 발생한 반경 50m 내 CCTV 설치비율 높음 (평균 47%)

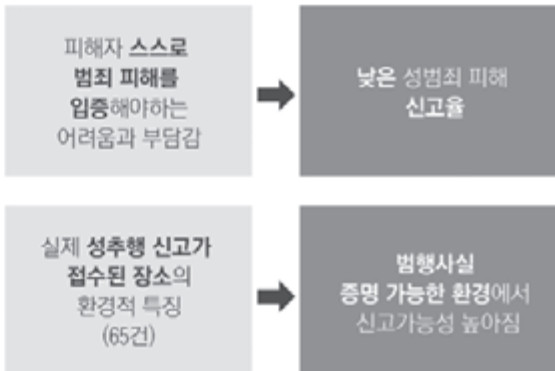
- ➔ 감시가능 시스템 존재, 증거 확보
- ➔ 범죄 심각성 인식 결여



문제 진단

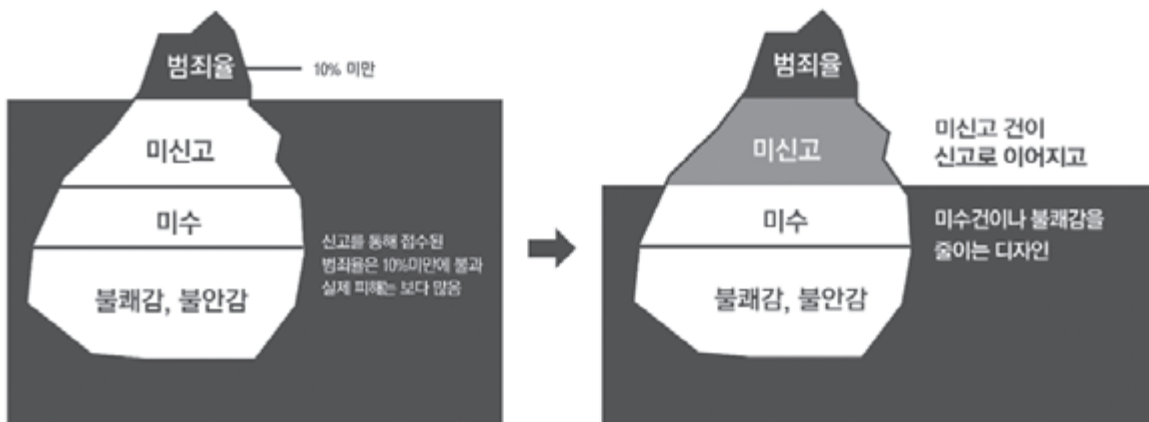
증가하는 성범죄율, 낮은 신고율

→ 신고율을 높일 수 있는 실효성 있는 예방서비스 필요



문제 진단

적극적 신고를 통한 암수범죄의 사건화
불쾌감 및 불안감을 감소시키는 디자인



해결안 도출

제품-환경-콘텐츠-서비스 통합 솔루션

환경+제품 기반의
범죄예방 솔루션 융합



피해 단계별 대응
통합서비스 개발



아이디어 검증 및 보완

이해관계자 및 시민협의체 워크숍을 통한 아이디어 검증



아이디어 검증 및 보완

수요자 중심 검증 (프로토타이핑) 진행, 적용대상지 맞춤형 보완

- 핵심서비스들의 프로토타입을 제작하여 대상지 거주 여성 주민들을 대상으로 2차 워크숍을 진행하여 테스트 및 피드백 수령
- 테스트베드에 설치 및 적용이 가능하도록 보완·개선



아이디어 검증 및 보완

테스트베드 내 2개소 시범설치 및 운영 → 디자인 및 기능 수정 보완

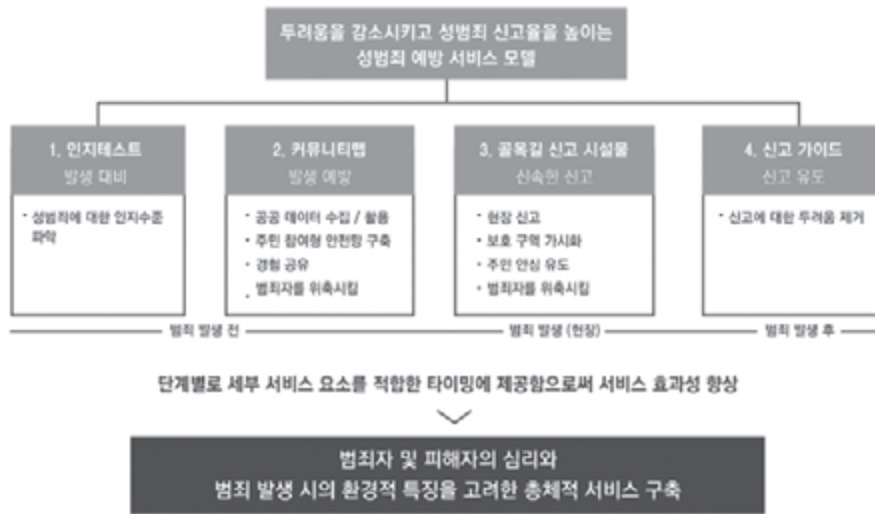
- 다부처사업(국토부/건설연) 협업으로 안양시 실증지구 내 2개소에 프로토타이핑 적용
- 안양시 관제센터, 경찰서 그리고 시민 피드백 수령하여 최종 제품 생산



솔루션 디자인

성범죄 예방 토탈 솔루션

단계별 핵심서비스를 통한 총체적·통합적 서비스 구축



서비스 브랜딩

성범죄예방 서비스 패키지 네이밍 도출 및 B.I 디자인

→ 구현된 서비스 결과물에 적용하여 일관된 브랜딩 구현 및 의미 전달

서비스 브랜드 및
세부 아이템 최종 네이밍



브랜드 아이덴티티
(B.I) 디자인



성범죄 예방 토탈 솔루션 서비스 디자인	총괄 김민준	총괄 김민준
--------------------------	-----------	-----------

핵심서비스 1 : 성범죄 인지테스트

나는 '민감'할까? '둔감'할까?

성범죄(성희롱, 성추행까지 모두 포함)인지 아닌지 애매한 정황들이 참가자에게 제시되고, 참가자는 각 상황마다 자신이 느끼는 민감도를 표시해 자신의 성범죄 인지력을 알아보는 셀프 테스트 서비스.

QR코드 스캔으로
간편하게 테스트

그래프를 통한
결과의 쉬운 확인

인지심리학 적용으로
상대적 평가, 신뢰성 확보



[이후 테스트 앱 화면 이미지]

* 2019년 4월 기준 약 80여 명의 데이터 확보

핵심서비스 2 : 성범죄 예방 커뮤니티맵

서로의 경험을 공유하여 지역 주민이 함께 만드는 안전망 구현

의심 상황 및 피해 경험 등
위험 요소 공유

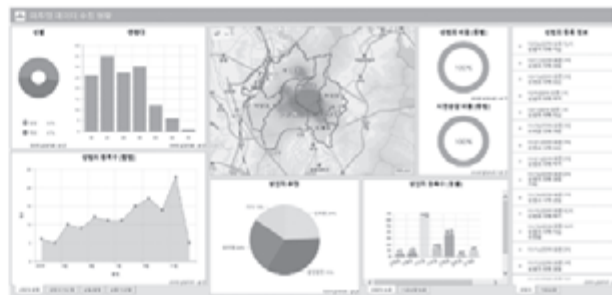
안전시설 위치 공유

개별적 산발적 정보의
수집과 공유

시민 안전 활동 기록 공유



[앱 앱 (사용자 화면)]



[대시보드 구축 (관리자 화면)]

핵심서비스 3 : 간편 신고 시설물

성범죄를 포함 각종 위급상황시 바로 신고할 수 있는 골목길 신고시설물(미투콜)

피해자를 배려하는
신고 시스템

누구나 알기 쉬운
사용법

눈에 띄는 디자인



* 특허출원 중인

형태	종류	출원년도
공공시설물 비상 신고 장치	이동통신서비스	2019

* 디자인출원 중인

형태	종류	출원년도
가시성 개선 전용 비상벨	이동통신서비스	2019

* 특허출원 중인

핵심서비스 3 : 간편 신고 시설물

안양시와 오산시에 확산 설치 및 운영

동안구 12개소, 만안구 6개소 설치

- 경찰서와 연계하여 여성안심 귀갓길을 중심으로 물리적 환경을 검토하여 취약지역에 설치

오산시 2기 설치

- 홍보전시관 체험용 1기, 공원체험용 1기



<안양시 동안구>

<안양시 만안구>



통합 서비스 비즈니스 모델 : 미투게더 웹사이트

**통합 브랜드 웹사이트를 구축하여 개발 서비스 소개 및 홍보 채널로 활용
추후 제품 구입까지 가능하도록 연계**

www.metotogether.kr



성범죄 예방 토탈 솔루션 홍보 현황

확산과 보급을 위한 다양한 홍보활동 전개

캠페인 개최

주인 참여 및 서비스 확산을 위해
오르가인 캠페인 활동
2019년 4월 9일 안양중앙공원 내
분수광장 인근에서 진행



**사회적 경제 혁신성장
디자인 포럼 전시 부스**

Kiyo주간 행사에 전시부스를
통한 홍보활동 진행



언론 홍보

뉴스, 연합뉴스, 경인투데이 등
약 20개 언론 노출



**디자인코리아 2019
전시부스**

국내 최대 디자인 행사인
디자인코리아 참가
서비스 소개 및 체험 진행

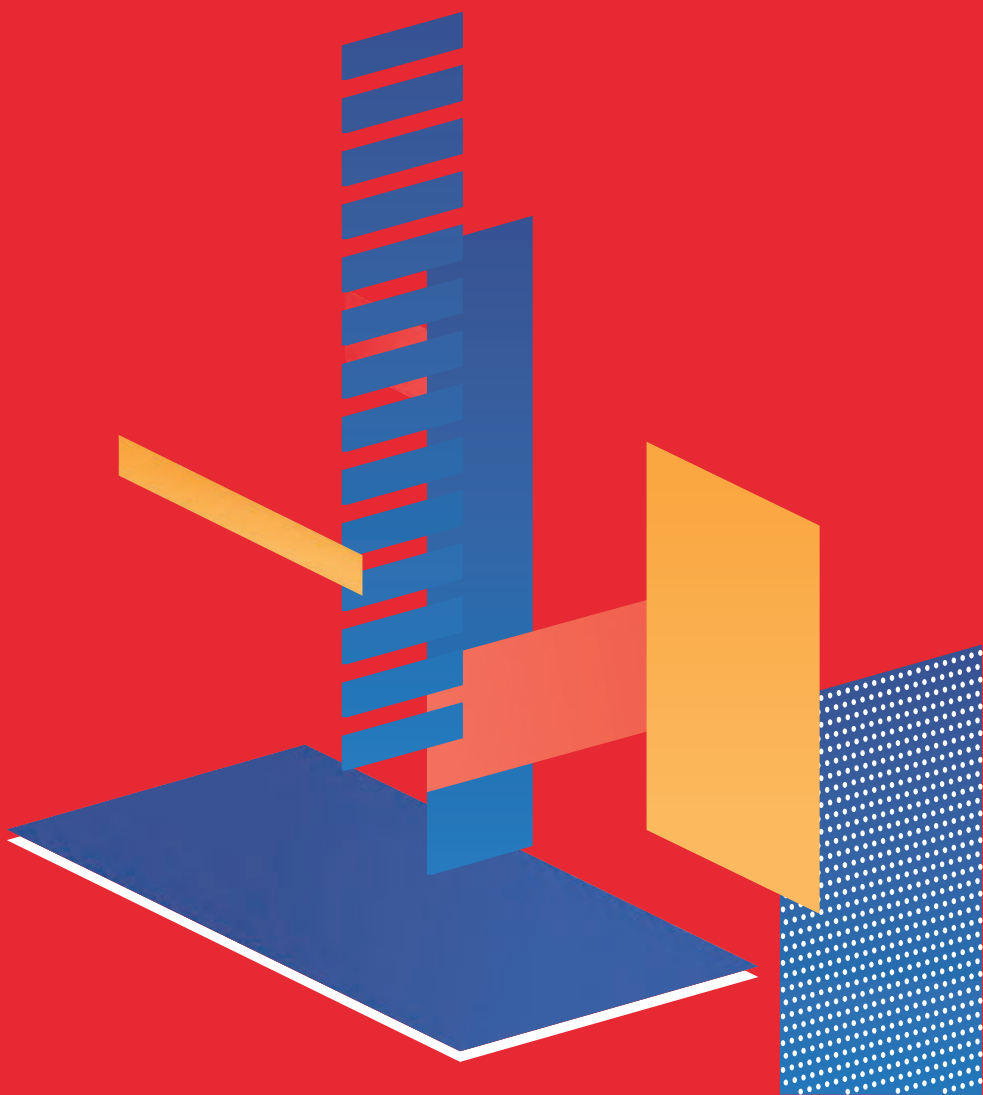


SNS 홍보

네이버 블로그, 인스타그램을 통한
확산활동
광로워 10만 명 이상의 인스타그램,
일 방문자 수 1만명 이상의
네이버 블로그를 통한 홍보
*2019년 11월까지 데이터로 집계



2부



BUSINESS IMPACTS

산업혁신 서비스디자인 추진 성과

- 제조업 활성화를 위한 서비스디자인
- 사회적경제 활성화를 위한 서비스디자인



제조업 활성화를 위한 서비스디자인

d.start를 통한 킵스타트

- (주)오렌지몽키코리아

D.Start를 통한 Kickstart!

ORANGEMONKIE

Background

Orangemonkie는 Product photography solution을
제조하는 회사입니다



Background

Crowdfunding 사이트인 Kickstarter로 발돋움했습니다

foldio1



foldio2



foldio360



foldio3



date	2013. 11	2014. 12	2016. 02	2017. 03
funding amount	\$171,764	\$541,991	\$571,960	\$1,163,889
backers	3,850	6,729	4,296	6,392
contents	전세계 최초 미니 스튜디오	기존 제품 업그레이드 ver	전세계 최초 스마트 턴테이블	폴디오 대형 ver

Kickstarter를 통한 lean startup 제조 방식 고수 > 국내 업체 중 규모 및 프로젝트 상위권

Background

시간이 지나며 여러 한계와 마주치게 됩니다



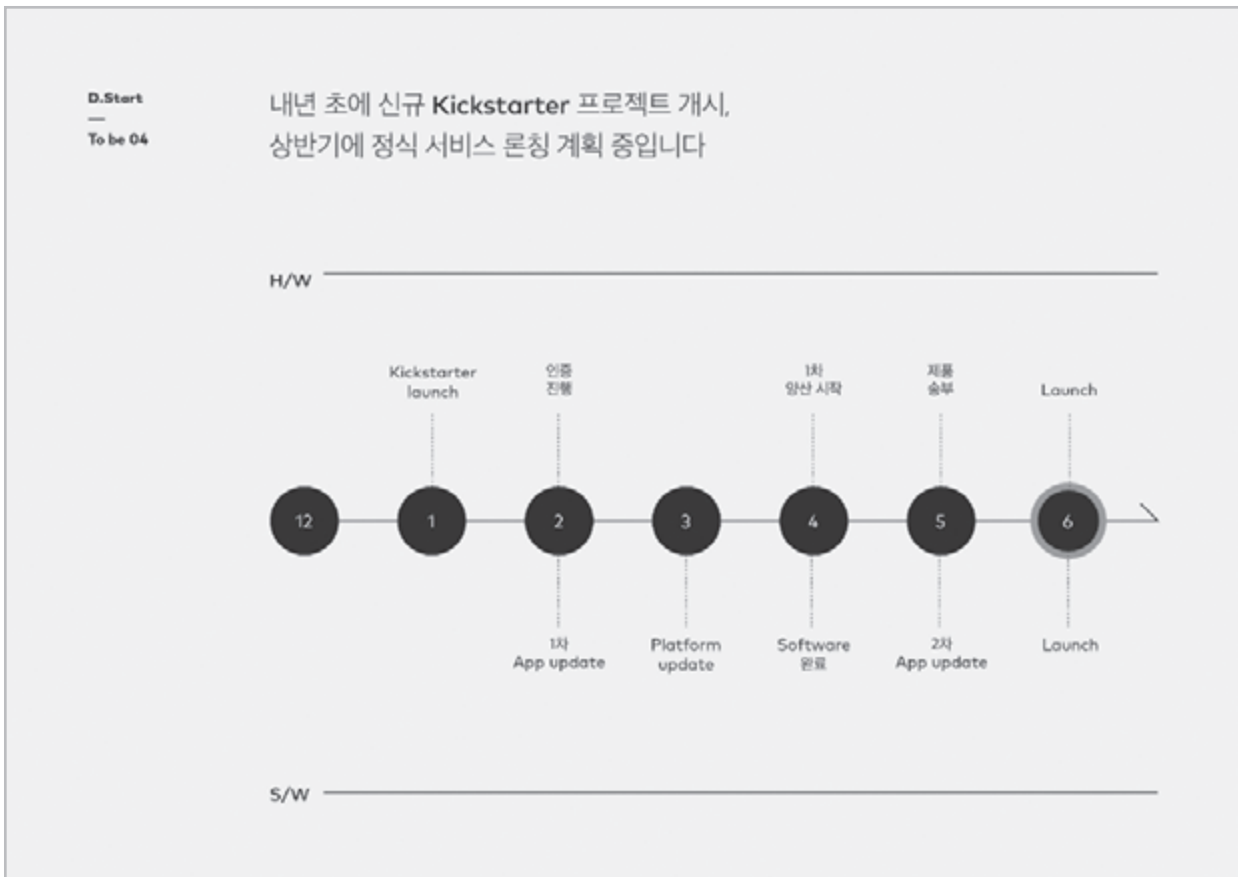
D.Start **D.Start를 만났습니다**

A	B	C
Customer needs에서 출발하는 공감 컨설팅	Vision 과 Direction 구체화	D.starter funding
<ul style="list-style-type: none"> ① 수요자 needs 및 painpoint 파악 ② Painpoint 극복 통한 가치 창출 ③ 운영 방식의 객관성 확보 	<ul style="list-style-type: none"> ① 핵심 가치 정립 ② 주요 customer 설정 ③ 목표와 timeline 수립 	<ul style="list-style-type: none"> ① Timeline 첫 단계에 대한 자금 지원 ② 지속적 coaching ③ 편의시설 및 network

D.Start
To be 01

**Foldio Ecosystem을 통해
제품 사진 One-stop total solution을 제안합니다**

온라인 판매자들 & 사진작가들이
Orangemonkie 서비스를 활용하여
제품 사진 및 360사진을 쉽고 편리하게
어디든지 업로드할 수 있습니다.



D.Start

D.Start

이런 이유로 추천합니다

1



서비스 디자인으로
비즈니스 모델 혁신

2



소비자 우선으로 접근하여
핵심 Needs 파악

3



자금지원
+ 코칭의 결합



제조업 활성화를 위한 서비스디자인

TENDO 브랜드 차별화 전략

- 연진INC

premium multivariate Zero one dispenser



TENDO° Tendo I 다분할 제로원 디스펜서

YEONJININC
Idea New Creative

Contents

- 1 회사 및 브랜드 소개.
- 2 제조업 활성화를 위한 서비스디자인.
- 3 사업 성과.
- 4 향후 사업추진 목표.

1-1 연진INC_기업 연혁

- 2013년 09월 테이프 커터기 특원출원
- 2014년 10월 연진INC 사업자등록
- 2015년 06월 미국 피츠버그 국제발명전시회 참가 사무,문구 부문 "금상" 수상
- 2015년 07월 2015 대한민국 중소기업 우수제품 HIT500 선정
- 2015년 10월 2015 서울국제사무,문구 신제품경진대회 "한국유통인연합회장상" 수상
- 2015년 11월 독일 국제아이디어 신제품발명전시회 참가 "동상" 수상
- 2015년 11월 2015 대한민국 우수상표공모전 TENDO "한국발명진흥원회장상" 수상
- 2015년 11월 서울국제발명전시회 테이프 디스펜서 "금상" 2건 수상
- 2015년 12월 한국디자인진흥원 GD 대한민국 우수디자인 선정
- 2016년 02월 한국경제 으뜸증기 선정
- 2016년 04월 2016 중소기업 기술/특허 우수제품전시회 최우수 "특허청장상" 수상
- 2016년 08월 ISO 9001 / ISO 14001 인증
- 2016년 10월 2016 서울국제사무,문구 신제품경진대회 1위 "산업자원통상부 장관상" 수상
- 2017년 03월 2017 하이서울 우수제품 혁신브랜드 선정
- 2017년 07월 일본, 독일, 스위스등 기술선진국 컨테이너단위 수출
- 2018년 07월 수출유망중소기업 선정



"A small but significant difference"

1-2. Tendo 브랜드 차별화 전략

연진INC는 "작지만 분명한 차이" 라는 슬로건 아래,
포장용품계 세계 No.1 윤리적 프리미엄 브랜드를 목표로 세계환경문제에 동참하는,
지속사용 가능한 제품을 개발하여 판매하는 것을 목표로 연구개발에 집중하고 있습니다.



1-3. Tendo 브랜드 차별화 전략

"A small but significant difference"



2-1. 제조업 활성화를 위한 서비스디자인

"A small but significant difference"



윤리적 가치 지향

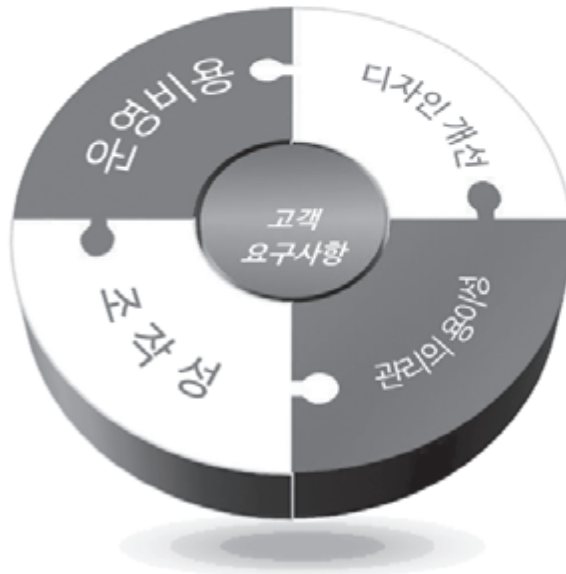
환경을 생각하는 프리미엄 제품 철학

- 최소한의 부품만을 교체하여 세계적인 플라스틱 환경문제에 도움을 줄 수 있음.
- 플라스틱 환경오염을 막기위한 텐도의 노력, 수백년이 지나도 썩지 않는 플라스틱!
- 지속사용이 가능한 제품의 개발, 제품의 생명주기를 연장하여 불필요한 자원낭비를 막아 환경오염을 최소화하여 환경보호에 도움이 되는 사회적 책임감을 홍보.

2-3. 제조업 활성화를 위한 서비스디자인

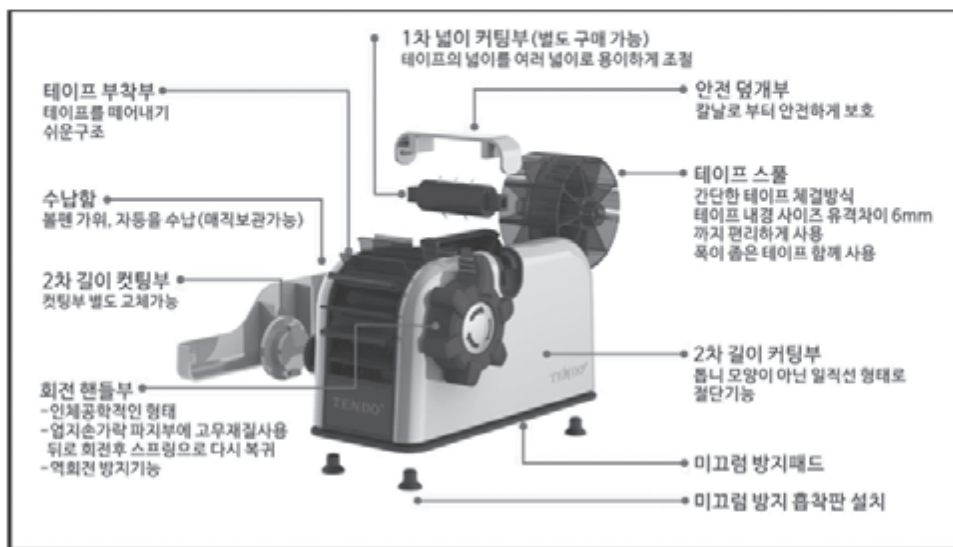
◎고객 개선 요구사항

- 테이프 교체 횟수 감소
-> 교체 시간 절약(최대 16배 사용)
- 테이프 구매 비용 감소
-> 기존 대비 최대 88% 이상
- 칼날 관리의 용이성
-> 칼날 청소(전용 청소도구 제공)
- 칼날 부분 교체
-> 칼날만 별도 구매, 구입비용 절감
- 사용시 미끄럼 방지
-> 제품 하단부에 Non-슬립 고무 흡착판 설치
- 레버 조작의 어려움
-> 인체공학적인 설계로 불편함 해소
- 테이프 절단면 -> 입자로 절단



2-2. 제조업 활성화를 위한 서비스디자인

[다분할 테이프 디스펜서 'ONE'] * 'ONE' 만 있으면 다른 제품 필요 없어요!



"A small but significant difference"

2. 제조업 활성화를 위한 서비스디자인

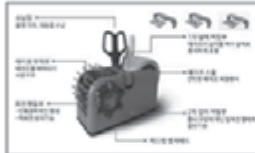
1-3 서비스디자인실천사례 2016년

● 고객니즈 조사를 통한 혁신 아이디어 발굴

■ 아이디어 컨설팅 프로세스

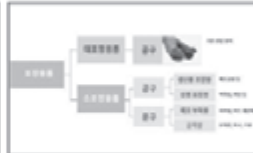
[1] 내부니즈검토및제품·시장현황진단

기업 니즈로 바라본 개발제품



• 연진INC 제품 초기 컨셉

산업영역 및 목표시장 파악



• 태이프 디스펜서 산업 영역 파악

[2] 고객니즈파악을 위한사용자리서치

고객 유형별 설문



• 온라인/모바일 설문 (128명)

현장방문 및 관찰



• 고객 사용 형태 및 사용환경 분석 (백화점 및 프렌차이즈 매장 28곳)

[3] 코크리에이티브워크숍

고객-기업-엔도가 모여 기존/개발 제품에 대한 개선 의견 도출



[4] 문제정의 아이디어션

컨설팅 전/후 고객 니즈 재정의



[5] 제품 혁신 컨셉 도출

고객 니즈 반영한 제품 개선 방향 도출



"A small but significant difference"

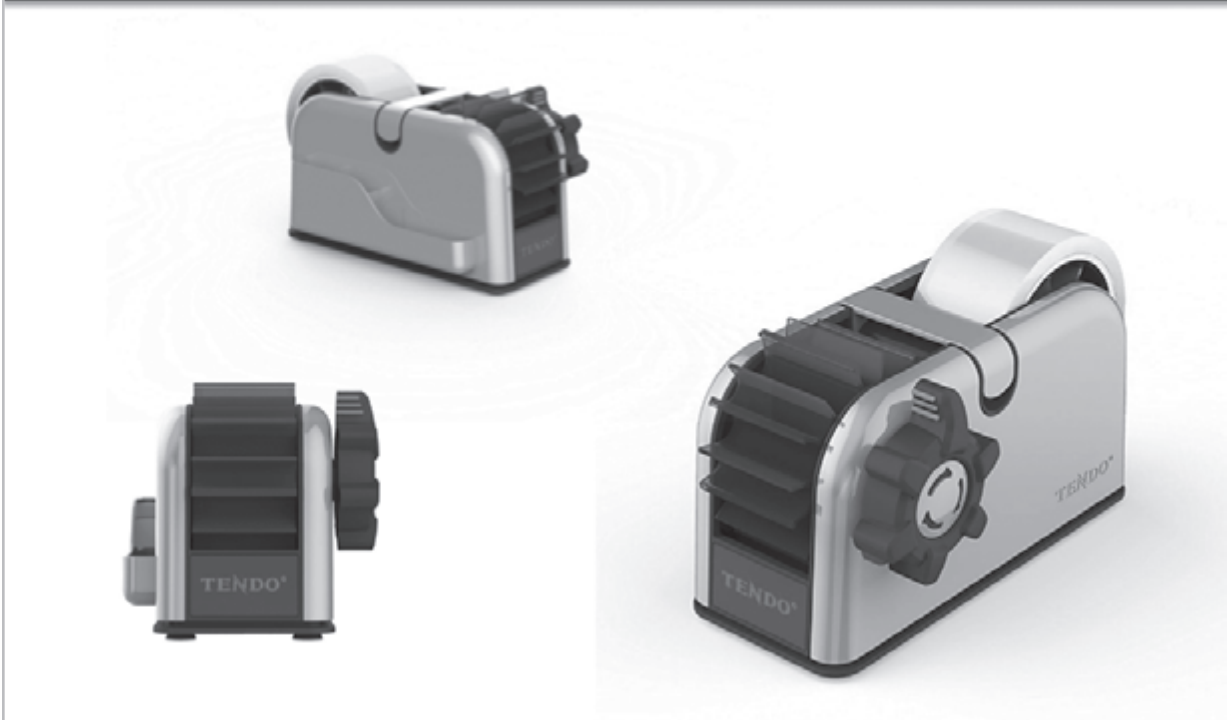
2. 제조업 활성화를 위한 서비스디자인

■ 고객 유형별 페인포인트 및 니즈의 전-후 비교

고객 유형	페인포인트 (Pain Point) 컨설팅 전 ▶ 컨설팅 후	니즈 (Needs)
입 체 관 리 자	<p>소포장 업체 관리자는 무엇보다 '운영비 절감'을 중시</p> <ul style="list-style-type: none"> • 태이프 구입비용 및 디스펜서 교체 및 유지/관리 비용 • 태이프 넘어이다 전용 디스펜서를 구매-이동 양 <p>▶ '분리된 구매채널'로 인해 구매 번거로움 발생</p> <ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 전용 태이프는 분사에서, 일반 OPP 태이프는 문구점 등에서 분리구매하고 있음 ※ [개발 제품 도입 시] 프렌차이즈 본사의 협력 과정이 필요 	<p>운영비 절감, 관리 효율성 증대</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 구입비용 절약 (2) 유지/관리에 대한 기회비용 절약 (3) 태이프 교체의 불편함
업 우	<p>반반한 장소/교체에 따른 추가 시간/비용/수고로움 (번거로움, 불편)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 작업 중 태이프를 교체하는 시간 • 칼날 또는 본체를 청소하는 담당자 	
사 용 자	<p>직업 효율을 중시하는 소포장 업무 사용자에게는 '흔 손 포장-흔 손 태이프 커팅', '고경-이동 사용'이 불편</p> <ul style="list-style-type: none"> • 대부분의 제품이 중앙 넘어기, 고정(또는 이동)에 중 역할-진중하여 제품 개발함에 따라 여러 사용자 불편점이 늘어짐 	<p>다양한 상황에서의 작업성 향상</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 흔 손 및 이동 사용을 위한 알부착 구조 및 고정력 강화
디 자 인 미 용	<p>제품을 숨겨두고 사용하기 때문에 디자인 지향성은 높지 않음</p> <ul style="list-style-type: none"> • 다양한 매장 인테리어 및 컬러와 조화로운 • 내구성이 뛰어나 보이는 • (특히 식음대장에서) 정교해보이는 <p>▶ 개발제품의 핵심기능 인지에 대한 별도 학습 필요</p>	<p>매장과 조화로운 기능적 디자인 강화</p>

"A small but significant difference"

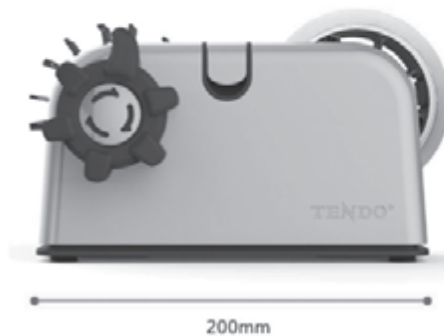
3. 사업 성과



"A small but significant difference"

2. 제조업 활성화를 위한 서비스디자인

▶ 칼날 청소전용 도구 제공



"A small but significant difference"

3-1. 사업 성과

테이프 제작/유통 新 비즈니스 모델



BtoB 비즈니스 모델

(B2B) 로고 테이프 제작판매

- 디스펜서 프랜차이즈 매장 전용 테이프 제작판매
전용 테이프를 사용하는 브랜드의 경우 테이프와
묶음 판매되도록 본사와 협약

(테이프 + 디스펜서 판매)

(업체 로고 인쇄 제공, 저렴한 가격제공)

*로고 인쇄의 경우 폭 48mm 테이프가 12mm의
제작 가격보다 10% 이상 절감.

"A small but significant difference"

4. 향후 사업추진 목표

[향후 5년간 계획]





사회적경제 활성화를 위한 서비스디자인

초등학생용 안전가방덮개 디자인 컨설팅

- 주식회사 두레

초등학생용 안전가방덮개 디자인 컨설팅

주식회사 두레

kidp 한국디자인진흥원

mysc
my safety my design

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1. 회사소개

항목	세부내용			
기관명	주식회사 두레	사업자등록번호	129-86-55455	
대표자	곽 태 임	법인등록번호	131111-0272466	
소재지	경기도 성남시 수정구 대왕판교로 769 지하1층 (금토동)		이메일	doleh7574.@naver.com
연락처	전화 031)752-7574	팩스 031)776-2447	홈페이지	www.dooleh.net
업종	지정 외 폐기물 수집운반업, 폐기물재활용		업태	서비스업, 제조업
인증유형	일자리창출형		인증번호	제2013-222호
설립연도	2011년		자본금	1억원

조직현황
(조직도)



Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1. 회사소개

1. 미션 공공과의 협력을 바탕으로 환경, 경제, 사회 등 지속가능발전 목표를 실천하는 사회적기업

2. 비전
- 경기도 모범 사회적기업
 - 경기도 자원순환 대표 사회적기업
 - 취약계층이 사회문제 해결의 주체로 나서는 사회적기업

3. 핵심가치

공익성

지속성

효율성

자립

자원
순환

거버
넌스

연대

4. 경영방침 성남시 시민기업 이행조건 준수

- 사회적기업 인증 유지
- 최대 주주 지분을 20% 이하
- 성남시민 고용율 70%이상, 주식 보유 근로자 70%이상 유지
- 민간위탁 대행료 중 직접노무비율 50% 이상 지출 유지

사회적기업의 기업가치 실현

- 취약계층 고용비율 70% 이상 유지
- 지속가능한 사회 조성에 기여
- 전사적 사회문제 해결의 주체 인식
- 배분가능 이익의 2/3 사회 환원

Copyright ©2019 MISC. All Rights Reserved

1. 회사소개

주요 사업 1 성남시 생활폐기물 수집운반 분당구 제4구역 가로청소 대행 사업(1)

- 사업 구역 : 성남시 분당구 제4구역 (분당동, 정자2동, 정자3동, 금곡동, 구미동, 구미1동)
- 사업 내용
 - 노면 청소 : 총연장거리 - 43.14km, 노면청소차량 -2대, (근무시간 : 04:00~14:00)
 - 가로 청소 : 총연장거리 - 42.08km, 현장 인력-14개 지역 (근무시간 : 06:00~16:00)
 - 기동대 운영 : 순찰, 취약지역청소, 휴가자 대체 청소, 가로인력청소 현장 지원, 민원 신속 처리
- 주요 장비
 - 밀폐차 -1대 / 노면진공청소차 - 2대 / 순찰차 -3대 / 송풍기
- 시설
 - 쉼터 / 회의실 / 샤워실
- 인력 (총 22명)
 - 관리부장 1명
 - 과장 1명
 - 노면차량 운전자 2명 / 기동대 5명(2조)
 - 가로인력청소 환경관리원 14명 (사무직원 별도)

Copyright ©2019 MISC. All Rights Reserved

1. 회사소개

주요 사업 1 성남시 생활폐기물 수집운반 분당구 제4구역 가로청소 대행 사업(2)

- 주요 특징
 - 성남시 시민기업 이행조건 준수
 - 취약계층 고용비율 70% 유지 경영방침(현재 84%)
 - 3기동대 시스템 가동(대행 설계상 1기동대)
 - 분당구 4구역 소재 주민센터와 매년 기부 및 자원봉사 연계
- 기타 특징
 - 성남시 가로청소 2체제(직영 : 수정, 주원구 / 대행 : 분당구)
 - 분당구 가로청소업체 : 총 4개 업체(모두 사회적기업 인증)
 - 매년 대행평가 통해 공공서비스 품질 개선



Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1. 회사소개

주요 사업 2 성남시 폐현수막 재활용마대 제작사업(1)

- 사업 내용
 - 사회문제 해결을 위한 공공과 사회적기업간의 자원순환사회 조성 협력사업
 - 성남시에서 발생하는 폐현수막을 마대로 재활용
 - 공공에서 사용하는 종량제봉투를 대체 구매하여 신규시장 창출 (연 35만장 이상)
 - 사회적기업 (주)두레가 취약계층 일자리 창출과 분리작업 부산물인 목재, pp 노끈 판매로 사회가치 실현
- 제품
 - 제품명 : 환경정비용 마대(폐현수막 재활용 마대)
 - 용도 : 공공쓰레기 수거(불법쓰레기, 공원 및 하천, 녹지 관리)
 - 종류 및 가격 : 50L-460원, 100L-540원, 130L-600원 (종량제봉투에 준함)
 - 특징 : 성남시 라벨 부착, 상단 묶음 끈 4개 부착, 뒤집어 봉제
- 공정
 - 폐현수막 수거 : 공공이 불법, 지정계시대, 공익 현수막 등을 수거하여 주)두레에 반입
 - 분리작업 : 2인 1조로 목재와 pp노끈 분리작업(지정계시대 현수막은 분리작업 없이 재단실로 이동)
 - 재단 : 원단 펼침 작업 후 재단
 - 봉제 : 마대 크기별로 봉제
 - 납품 : 마대 50장을 1포장하여 공공이 요청한 곳에 적기 납품

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1. 회사소개

주요 사업 3 성남시 폐현수막 재활용마대 제작사업(2)

- 시설
 - 공장 : 50평, 미싱 6대, 마대 창고
 - 분리작업장 : 작업대 1대, 폐현수막 하치장, 분리부산물 보관창고, 분리원단 보관소
 - 재단기 1대, 재단판 1판, 펼침판 2판, 미싱 6대, 먼지털이기 1대, 재단물 보관 창고
 - 워터 (남, 여 각 1개), 탕비실, 샤워실, 환풍 시설, 냉난방 시설
- 공급 방법
 - 공공에서만 구매 가능(성남시 라벨 부착)
 - 자원순환과는 이면도로 공공쓰레기를 수거하는 공공용종량제봉투 대체 구매
 - 다른 부서는 공원, 하천, 녹지 관리 등 필요에 따라 소각용종량제봉투 대체 구매
- 기타 특징
 - 폐기물 처리 : 재활용이 불가능한 폐현수막, 재단잔재물 등은 (주)두레가 소각장에 반입 처리
 - 성남시 폐현수막 재활용 마대 제작 적격사업자 선정 (2011.10)
 - 조례 개정 : 폐현수막 재활용 마대의 수시 소각장 반입 허용
 - 취약계층 자립 일자리 (일자리 8개중 7개) 창출
 - 재활용 사업 기반 연관사업 다각화 : 봉제 가능한 사업 연계



Copyright ©2019 MISC. All Rights Reserved

1. 회사소개

주요 사업 3 현수막 자투리 원단 재활용 에코백 제작사업

- 사업 내용
 - 현수막 대량 제작 업체에서 자투리 원단은 수익성 낮다고 대량 폐기
 - 폐기시 대부분 비용 부담하며 사설소각장 반입
 - 자투리 원단의 깨끗한 점에 착안하여 에코백으로 제작
 - 성남산업진흥원의 지원을 통한 승화인쇄시스템 구축으로 다량생산 가능
- 공정
 - 현수막 제작 업체에서 (주)두레에 반입 및 지관 분리
 - 코팅면을 마주보게 하여 펼침 후 주문에 맞춰 재단(2중 봉제)
 - 승화인쇄(칼라) 후 봉제
 - 검사 및 포장 후 납품
- 제품 : 에코백, 장바구니, 교통안전 가방덮개, 파우치, 앞치마, 화분 등
- 기타 특징
 - (주)두레의 폐현수막 재활용마대 생산시스템 기반 사업 연계
 - 제품이 재활용이고 원단의 깨끗한 점을 활용하여 색칠하기, 그림그리기 등 환경교육에 용이
 - 섬유제품 인쇄 방식인 열전사인쇄 시스템 구축
 - 적정 가격 실현
 - 환경단체, 사회복지단체 등에 물품 기부



Copyright ©2019 MISC. All Rights Reserved

2. 프로젝트 배경 및 목표

문제상황 1 학부모들 성남시에 교통안전가방덮개 사업 제안

- 안전한 등하굣길 만들기 정책토론회 개최
 - 주최 : 성남지속가능발전협의회
 - 날짜 : 2018년 8월 14일
 - 참석자 : 성남 시내 초등학교 학부모, 시의원 등 30여 명 참석
- 주요 내용
 - 본시가지 소재 초등학교 주변도로는 차도와 인도의 구분이 없는 곳도 많아 교통사고 위험이 높음
 - 등하굣길 교통안전사고 예방을 위해 성남시의 정책적 접근 요구
 - 가방덮개를 개별적으로 구매할 의사도 있지만 부분적이라 효과가 미흡
 - 전교생에게 가방덮개를 보급하여 효과를 높일 수 있도록 성남시의 교통안전 가방덮개 사업을 제안



Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

2. 프로젝트 배경 및 목표

문제상황 2 기존 가방덮개 제품의 문제점

- 비가 올 때 운전자의 사물 인식이 떨어져 교통사고가 증가하는 문제 대두
- 등산용 배낭을 감쌌던 덮개 기능에 착안, 가방 젖음 방지와 스쿨존 안전속도 알림의 효과로 제품이 개발됨.
- 교통안전 효과를 높이기 위해서는 단체 착용이 필요한 데 의무 착용이 아니라서 제품을 착용하는 초등학생 거의 없고 지자체의 정책적 접근으로 시장이 유지되는 정도
- 지자체 지원의 경우에도 제품에 대한 학생들의 비호감도가 높아 지속적인 착용이 떨어지는 문제 발생
- 학부모들은 교통안전교육에 사용할 교재로서의 역할을 못한다고 함



Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

2. 프로젝트 배경 및 목표

문제상황 3 (주)두레의 문제

- 사업 성장의 한계 극복 문제
 - 기존 사업의 성장 정체
 - 성남시 폐현수막 재활용마대 제작 사업의 적자 전환
 - 현수막 자투리 원단을 활용한 에코백 제작 사업의 사업화 지연
 - 사회문제 해결을 목적으로 하는 사회적기업으로서의 역할 수행 부족
- 기존 제품의 제작, 납품에서 발생한 문제
 - 2019년 4월 지역내 사회적기업으로부터 기존 제품 방식의 가방덮개 800장 수주, 제작
 - 기존 제품 방식대로 칼라 인쇄, 덮개 보관용 파우치 포함 4,545원에 납품
 - 흰색 원단에 노랑색 바탕으로 전면 승화 인쇄시 다량의 불량 발생
 - 실크 인쇄를 의뢰할 경우 단가가 너무 높음
 - 후원 받은 초등학교의 경우 학생들의 지속적인 착용 사례가 적어 시장 창출의 어려움 발견
 - 제작의 어려움, 적은 수익, 자원순환 사회적기업으로서의 정체성과 맞지 않은 점 등으로 기존 방식의 사업 모델은 포기하기로 결정



Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

2. 프로젝트 배경 및 목표

디자인 컨설팅 목표 조사 내용

- (주)두레가 생각하는 가방덮개 시장
 - 개별적인 구매는 거의 없고 지자체가 정책적으로 구매하여 보급한 사례 있음 (학부모들의 요구나 지자체의 정책적 접근으로 시장 발생)
 - 성남시를 포함한 경기도내 지자체 중 보급 사례가 없어 시장 창출 가능성 있음
 - 성남시의 경우 교통안전에 대한 학부모들의 요구가 높아 신규시장 창출 가능성 기대
 - 학생들이 지속적으로 착용할 수 있는 방안을 찾는다면 신규시장 창출과 브랜드화 가능
- (주)두레가 제안하는 가방덮개 신제품 내용
 - 현수막 자투리 원단의 재활용을 통한 환경가치 부여
 - 색칠하기 방식 도입을 통해 학생들이 만드는 가방덮개로서의 창의가치 부여
 - 교통안전과 환경교육을 병행하는 교재로서의 활용성 부여
- 조사 내용
 - 가방덮개 시장 특성
 - 요구되는 가방덮개제품의 특징
 - (주)두레 시제품의 시장 타당성
 - (주)두레 시제품의 사용 적합성

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

3. 서비스디자인 과정



단계	세부활동	핵심 인사이트 요약
1. 발견하기	스쿨존에서도 발생하는 교통안전사고	스쿨존에서도 계속해서 증가하는 초등학생 교통안전사고
2. 문제 정의하기	두레의 자투리 현수막을 어떻게 재활용해서 안전가방덮개와 결합할 수 있을까?	자투리 현수막을 안전가방덮개로 제작하여 색칠하기까지 가능
3. 아이디어 내기	안전가방덮개 디자인 및 형태 아이디어선	아이들이 가방 덮개를 하고 다니게 만드는 것이 중요
4. 실험하기	안전가방덮개 프로토타입 제작	아이들에게 왜 안전가방덮개를 씌우고 다녀야 하는지 당위성 인지 중요
5. 발전시키기	초등학생 대상 안전가방덮개 교육 및 테스트 진행	안전가방덮개를 활용하여 교통안전교육과 환경교육의 교재로서의 가능성 확인

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1) 발견하기

1-1) 인터뷰



성남시 초등학교 학부모 회장님 3분 인터뷰

• 인터뷰 설계

- 안전가방덮개 고객 인터뷰 (성남 지역 초등학교 학부모 회장 3분)를 통한 디자인, 사용성 등 개선점 발견 및 추후 방향성 논의
 - 초등학교 주변 환경
 - 안전가방덮개의 필요성
 - 현재 안전가방덮개의 개선점
 - 교통안전교육 필요성

• 인터뷰 도출 결과

- 현수막으로 재질을 변경했을 경우 무게가 살짝 무거워 질 수 있으나 상관없음
- 아이들이 스스로 덮개를 벗기고 씌우고 보관하는 과정이 불편하게 생각할 수 있음
- 비가 오는 날씨에 눈에 더 잘 땀

• 인사이트

- 초등학생 아이들에게 안전가방덮개 DIY 교육을 통해 교통안전교육과 환경 교육을 동시에 진행 가능 지점 발견
- 운전자 중에서 안전가방덮개를 씌운 아이들이 눈에 더 띄어 조심하게 되었다는 이야기도 있음

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1) 발견하기

1-2) 데스크리서치



가방 소스 이미지



데스크리서치 분석(기능적, 심미적 측면)

• 타브랜드 안전가방업체 시장조사

- 타브랜드의 안전가방업체는 심미적인 부분보다 기능 위주의 제품이 대다수
- 비올 때 비에 젖지 않도록 가방덮개로도 많이 사용되고 있어서 방수는 기본 기능
- 가격대는 평균 5~6천 원대
- 눈에 띄는 형광 컬러가 많음
- 기능적인 부분에서 꼭 가방덮개로 활용되는 것이 아니라 가방으로도 사용할 수 있는 복합적인 기능
- 고무 밴드 혹은 조이고 풀이는 방식으로 가방에 잘 밀착되도록 함

• 인사이트

형광 가방덮개는 몇 번 세탁을 돌리고 나면 형광기능이 약해짐
꼭 형광컬러를 사용하지 않고 어떻게 눈에 띄게 할 수 있을지 고민

Copyright ©2019 MISC. All Rights Reserved

2) 정의하기

2-1) 퍼소나 설정



• 퍼소나

초등학생

- 초등학교 5학년 학생
- 형광색 안전가방덮개를 엄마가 하라고 해서 하지만 너무 눈에 띄고 혼자만 하려고 하니 창피함을 느낌
- 안전가방덮개를 씌우고 벗기는 것과 보관하는 것도 귀찮아 함
- 안전가방덮개를 왜 씌우고 다녀야 하는지 대략적으로만 알지 자세한 이유를 들은 적이 없음
- 안전가방덮개가 디자인적으로 이쁘지 않아서 하고 다니기 창피함
- 가방 덮개이다보니 쉽게 더러워짐
- 빨래를 하고 나면 형광색이 빨리 없어지거나 교통표시가 지워짐

• 인사이트

- 도래 생활이 강한 초등학생 아이들이 함께 안전가방 덮개를 씌우고 다닐 수 있도록 저학년때부터 아이들에게 안전교육을 진행 필요
- 저학년에서부터 고학년때까지 본인의 안전을 위해 씌우고 다닐 수 있도록 할 필요

Copyright ©2019 MISC. All Rights Reserved

3) 아이디어 내기

3-1) 아이디어 구체화

• 도출된 아이디어

아이디어 01



운전자와 어린이 보행자 간, 그래픽을 통한 인터랙션을 유도한 디자인으로 아이들의 눈높이에 맞춰 교통사인물을 멸종위기 동물이 품고 있는 일러스트 디자인

아이디어 02



아이들이 가방덮개를 직접 컬러링하면서 자투리현수막을 재활용하는 측면을 SDGs 교육과 교통안전 교육을 함께 병행할 수 있는 디자인

• 인사이트

아이디어 2의 경우 성남시나 교육청에 건의하여 아이들 환경 교육의 교안/교재로 사용될 수 있도록 제안할 수 있음
그냥 동물이 아닌 멸종위기 동물로 바꾸어 환경교육도 함께 진행할 수 있도록 변경

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4) 실험하기

4-1) 아이디어 검증 테스트 설계



프로토타입 인터뷰

• 테스트 설계

1) 테스트 방향

- 색깔하기를 진행할 때 유성메직과 네임펜을 같이 사용해 보도록 하고
- 아이들의 이름을 노출시키지 않도록 진행 > 유괴에 활용될 위험성
- 학년별로 적절한 주제를 선택해서 진행하는 것도 방법
(1-2학년 : 환경교육 / 3-5학년 : 심평동교육 / 6학년 : 성교육)
- 가방덮개 전달 시 가장 큰 취지는 꼭 설명 : 목적은 너의 안전, 생명을 위한 것

2) 형태

- 프로토타입 : 두가지 버전 (고무줄 형태, 조이는 끈 형태)
- 고무줄 버전으로 진행하되 버클을 추가하여 프로토타입 만들기

- 아이들이 뛰면서 벗겨질 가능성 고려

3) 대상 : 초등학생 아이들 대상으로 테스트 진행

• 인사이트

가방덮개 전달 시 아이들에게 왜 안전가방덮개를 씌워야 하는지에 대한 목적 설명이 뚜렷해야 아이들도 인지하고 씌우고 다님

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4) 실험하기

4-2) 프로토타입 테스트



대일초등학교 학생들 대상으로 교육 진행

• 프로토타입 테스트 결과

- 1) 안전가방덮개 소개, 안전 교육 : 안전가방덮개 필요성
- 2) SDGs 교육 : 지속가능발전목표 17개 설명, 인간과 환경의 지속가능한 삶을 영위하기 위한 환경보호의 중요성
- 3) 안전가방덮개 색깔 및 그리기
SDGs 14, 15번 목표를 일상에서 실천하기 위한 방법 색깔하면서 환경 보호 내용 전달
- 4) 학생들 인터뷰
 - 4학년 학생들(4명) : 비올 때 들고 다닐 것임
 - 5학년 학생들 (5명) : 가방덮개 씌우는 것은 어렵지 않음
기존에 그림이 그려져 있어서 내 것 같은 느낌이 들지 않음
아예 하얀색 배경에 30 제한속도 숫자만 있어서 마음대로 꾸밀 수 있겠음 (아이들 로고, 캐릭터를 그려 넣고 싶음)
 - 6학년 학생들 (4명)
빈 공간 없이 좀 더 그림 소스들이 있으면 좋겠음
자기 것이라고 표현하는 공간이 있으면 좋겠음
안전가방덮개를 씌우고 비올로 한 번 더 채우는 것이 안정감이 있을
덮개가 하얀색이라서 때가 잘 탈것 같아 조심하 들고 다니려고 함
본인이 색깔하고 그림 그린거라 들고다닐 것임

• 인사이트

- 아이돌 가수 관련 콘텐츠를 넣고자 하였음
- 가방을 직접 색깔하면서 내 것이라는 연지를 하고 애착을 갖게 됨
- 컬러링을 통해 가방덮개의 소재 안내와 함께 환경 교육도 가능
- SDGs 소개와 함께 왜 환경보호를 해야하는지, 가방덮개를 왜 해야 하는지 안내를 통해 가방덮개를 씌우고 다녀야 하는 당위성 인지

Copyright ©2019

5) 전달하기

1. 시장조사 결과

- 교통안전 효과를 높이기 위해서는 전학생의 참여가 필요
- 개별 구매보다 학교 단위 구매가 이뤄지기 위해서 성남시의 정책적 활동 필요
- 학생들의 사용성을 높이기 위해서는 또래들이 함께 실천하도록 교통안전 교육과 함께 제품 사용에 대한 애착심을 담는 체험교재로서의 특성이 반영될 필요
- 교재로서 구매 가능한 가격대의 제품 개발 (5,000원선)
- '내가 만든 교통안전 가방 덮개'

2. 결과물 사용 계획

- 시장조사 결과에 맞춰 교재로서의 제품 개발(2020년)
- 학부모들의 교육안 개발 및 교육시 시제품 지원
- 시장 창출을 위한 다양한 모색 (성남시의 정책적 접근, 지역 사회적경제조직의 후원과 연계, 펀딩 등)

1. 지속가능발전 정책포럼



Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4. 교육 회고

• 배운점과 느낀점

1. 지역 사회문제에 대한 참여 경험과 함께
2. 제품에 사회적 가치를 어떻게 부여할 것인가
3. 지역과의 소통 방안을 배우고
4. 보다 깊이 있는 시장조사가 필요했고
5. 테스트와 사용자 조사에 있어 다양한 접근 사례 필요

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved



사회적경제 활성화를 위한 서비스디자인

전문 연주가 일자리 창출을 위한 악기교육 플랫폼 서비스

- (사)서울네오예술단



전문 연주가 일자리 창출을 위한 악기교육 플랫폼 서비스

(사)서울네오예술단

kidp 한국디자인진흥원

mysc
MYUNG SEUNG COMPANY

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

목 차

1. 단체 소개
2. 프로젝트 배경 및 목표
 - 1) 문제상황
 - 2) 컨설팅 목표
3. 서비스디자인 과정
 - 1) 발견하기
 - 2) 문제정의하기
 - 3) 아이디어내기
 - 4) 실험하기
 - 5) 전달하기
4. 교육 회고

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1. 단체소개



사단법인 서울네오예술단

Mission



Vision

'클래식의 다양한 공연을 통해
지역 주민과 문화로 소통하고 예술로 나눈다.'

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

2. 프로젝트 배경 및 목표

• 문제상황

- 1) 한정적인 교육 / 공연 프로그램
- 2) 재정적 어려움

• 디자인 컨설팅 목표

- 1) 사회적 기업이 스스로 성장하고 지속 가능한 BM모델 개발 자문
- 2) 다양한 융복합 공연 콘텐츠
- 3) 사업계획서 작성 요령

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

3. 서비스디자인 과정



단계	세부활동	핵심 인사이트 요약
1. 발견하기	잠재 소비자(3인) 및 서비스 제공자(2인) 대상 인터뷰	소비자와 제공자 입장에서의 악기교육 관련 니즈, 고려, 희망사항 각각 확인
2. 문제 정의하기	타겟 고객의 퍼소나 설정 및 핵심니즈 정의	합주에 대한 소비자 니즈 구체화 및 플랫폼 설계 방향성 설정
3. 아이디어 내기	벤치마킹 사례 조사 및 비교	악기교육 플랫폼의 기본 기능 확인, 우리 서비스의 차별화 전략 수립
4. 실험하기	페이퍼 프로토타입 제작, 어플리케이션 UX 테스트	어플리케이션 사용성 확인, 추가/삭제 필요 기능, 보완점 등 확인
5. 전달하기	실제 어플리케이션 개발 (내년 예정)	실제 어플리케이션 사용성 테스트 및 소비자 니즈 가설 검증 (예정)

Copyright ©2019 MYSO. All Rights Reserved

1) 발견하기

1-1) 인터뷰



< 인터뷰 1: 소비자 대상 인터뷰 >

- 악기를 배워보았거나 악기교육에 관심이 있는 잠재 소비자 3인

• 질문 구성

- 1) 기본 개인정보
- 2) 음악에 대한 관심사
- 3) 악기교육 관련 경험
- 4) 희망 교육형태
- 5) 서울네오예술단 플랫폼 사용성



< 인터뷰 2: 서비스 제공자 대상 인터뷰 >

- 서울네오예술단 소속 잠재 서비스 제공자 2인

• 질문 구성

- 1) 기본 개인정보
- 2) 서울네오예술단 활동 참여도
- 3) 서울네오예술단 플랫폼 관련 의견
- 4) 희망 교육형태

Copyright ©2019 MYSO. All Rights Reserved

1) 발견하기

1-1-1) 소비자 대상 인터뷰



27세 직장인 여성

- 악기 배워본 경험 없으나, 배울 의향 있음. (플룻/피아노)
- 클래스의 분위기가 중요함. (누구와 함께 배우는지)
- 새로운 공간에서 배워보고 싶음.
- 다양한 악기를 배워보고 싶음.
- 플랫폼 서비스는 대면하여 상담하지 않아도 돼서 편리함.
- 매일 보는 직장 동료보다는 새로운 네트워크를 원함.



25세 직장인 남성

- 악기 배워본 경험 있음. (통기타 / 학원 / 1:1)
- 거주지역의 접근성이 중요함.
- 별도 연습실이 제공되면 좋겠음.
- 플랫폼 자체는 접근하기도 쉽고 편리함.
- 강사는 그 사람의 전문성보다도 교수능력이 더 중요함.



27세 직장인 여성

- 현재 악기를 배우고 있음. (플룻 / 개인교습 / 1:1)
- 수업은 1:1로 배우고 싶지만, 별개로 다른 사람들과 교류할 수 있는 기회 있었으면 좋겠고, 화주에도 관심 있음.
- 커뮤니티 활동 선호하고, 클래스 관련 정보를 제공받는 것도 좋을 것 같음.
- 공간이 가장 큰 이슈라고 생각함.

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

1) 발견하기

1-1-2) 서비스 제공자 대상 인터뷰



39세 바이올린 연주자



37세 바이올린 연주자

< 인터뷰이 1 >

- 적은 수입으로 인한 경제적 어려움
- 바이올린 강사, 타 단체 객원연주 등 다른 직업활동 병행하고 있음.
- 고객들의 가장 큰 니즈는 저렴한 교육비라고 생각함.
- 교육하는 장소가 거리가 멀다면 다소 부담스러울 것 같음.
- 개인레슨, 소그룹(5~6명 이내) 희망함.
- 주 15~20시간 수업 가능
- 1회 기준 5~7만원 희망


< 인터뷰이 2 >

- 경제적 어려움 있음.
- 강사, 객원연주 등 직업활동 하고 있음.
- 플랫폼으로 인해 매칭에 드는 시간이 길어졌다고 생각함.
- 고객들의 가장 큰 니즈는 악기 대여 여부라고 생각함.
- 서비스 운영을 위해서는 강사들의 인프라 구축이 필요함.
- 개인레슨, 소그룹(5~6명 이내) 희망함.
- 주 20시간 수업 가능
- 1회 기준 10만원 희망

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

2) 정의하기

2) 타겟 고객과 핵심 니즈

	<p>고객특성</p> <ul style="list-style-type: none"> • 가명 : 이은지 • 연령 : 29세 • 성별 : 여성 • 직업 : 컨설턴트 • 거주지 : 금천구 • 성격 : 새로운 활동을 좋아하고 음악에 대해 관심이 많음. 혼자 있기를 좋아하면서도 다른 사람들과 어울리며 성취하는 것을 선호함.
---	--

핵심 니즈 | 플랫폼을 통해 원하는 것

1. 음악을 배우고 싶은데, 일대일은 부담스럽고 다른 사람들과 어울리면서 즐겁게 합주를 하고 싶어요!
2. 음악을 선생님 매칭이 복잡하지 않고 간단하고 나에게 꼭 맞춤형이었으면 좋겠어요!
3. 선생님이 어떤 사람인지가 중요할 것 같아요! 친절하고 매너있고 어떻게 교육하는지 미리 알고 싶어요!

불편점 | 플랫폼 이용 시 나를 불편하게 했던 것

1. 처음 플랫폼 진입 시 장벽이 많으면 우선 안 썼던 것 같아요!
2. 플랫폼을 한번 쓰고 업데이트가 안되면 접근성이 떨어지는 것 같아요. 음악에 대한 재미있는 콘텐츠가 자주 보여졌으면 좋겠어요! 재미있는 공연소식도 자주 듣고 싶어요!

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

3) 아이디어 내기

3-1) 벤치마킹 사례 조사: 숭고

	
<ul style="list-style-type: none"> • 서비스명: 숭고 (*숭은 교수) • 슬로건: 딱! 맞는 고수를 소개해드립니다 • 주요 기능 및 특징 <ul style="list-style-type: none"> • 음악뿐만 아니라 모든 분야에서 숭은 교수와 학습 희망자를 연결 • 악기 종류, 시간대, 연령대, 강사 성별, 거주지역 등 12가지 정보 설정하면 이 조건에 맞는 강사들이 채팅으로 견적을 보내줌. • 수업 가능한 연주자들 풀 굉장히 넓음. • 학생이 선생님들을 먼저 찾을 수도 있고, 선생님을 선택하게 되면 채팅 가능. 	

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

3) 아이디어 내기

3-1) 벤치마킹 사례 조사: 탈잉



- 서비스명: 탈잉 (*Talent(재능)+ing)
- 슬로건: 세상의 모든 재능
- 주요 기능 및 특징
- 다양한 분야의 실력자로부터 내 상황에 맞는 수업을 제공받는 서비스
- 관심 재능에 맞춘 수업 추천
- 다양한 VOD 강의 및 자료 보유
- 수업 대상, 커리큘럼, 장소/시간 등 상세한 수업 소개와 튜터 영상 제공
- 커리큘럼/준비성/시간준수/전달력/친절도 등 항목별 별점 평가

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

3) 아이디어 내기

3-1) 벤치마킹 사례 비교

		
<p>A. 숨고</p> <ul style="list-style-type: none"> • 웹사이트 / 모바일 어플리케이션 • 지역 및 수업방식 선택, 별점 평가 및 리뷰, 튜터와의 메신저 기능 있음. • 수강생 입력 정보가 굉장히 다양하고 세분화되어 있음. • 수강생 정보 및 희망사항에 맞추어 튜터를 이 채팅을 통해 가격을 제시함. (수강생이 먼저 수업 선택하는 것도 가능.) 	<p>B. 탈잉</p> <ul style="list-style-type: none"> • 웹사이트 / 모바일 어플리케이션 • 지역 및 수업방식 선택, 별점 평가 및 리뷰, 튜터와의 메신저 기능 있음. • 수강생이 직접 수업 선택하는 형태, 수업료도 선택 이전에 공개되어 있음. • VOD 영상 강의가 가능한 분야도 활성화되어 있으며, 그렇지 않은 분야도 튜터의 영상 등 영상자료 열람 가능 	<p>C. 레슨인포</p> <ul style="list-style-type: none"> • 웹사이트 • 학원 파트타임 강사 / 방문레슨 강사 / 1:1 중고 기간제 교사 / 방과후학교 강사 등 구인 공고 확인 가능 • 이력서 등록 후 업체/개인 소비자가 강사 정보 확인 가능 • 연습실 대여 대관, 악기용품 직거래 매매, 앙상블 합창단 모임 동호회 홍보 등 구인구직 외에도 다양한 종류의 게시판 운영

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

3) 아이디어 내기

3-2) 아이디어 구체화

클셈

쉽게 배우고
함께 연주하는 곳!

- 서비스명(안): 클셈 (*클래식 선생님)
- 슬로건: 쉽게 배우고 함께 연주하는 곳

< 타겟 소비자 >

악기를 배우고 싶어서 합주에 관심이 있는

20~30대 직장인 (일부~초, 중급 수준)

< 차별화 전략 >

1. 합주 경험 제공 및 커뮤니티 형성
 - 신즈세(반기/분기 단위)로 합주 클래스 운영
 - 새로운 사람들과의 커뮤니티, 네트워크 형성
2. 누구나 쉽고 빠르게 접근 가능
 - 오픈클래스(영식)를 통한 수업 무료체험 가능
 - 다양한 연주 영상 자료 제공
3. 강사들의 전문성 및 수업의 질 보장
 - 서울네오예술단 소속 전문 연주자들로 강사진 구성
 - 수업 진행 및 수강생 소통 가이드를 통해 수업의 질 관리

< 부가 기능 >

- 합주 클래스와 연계한 공연 참여 기회 제공
- 다양한 음악 관련 정보 제공 (연주회 소식, 악기 관리법 등)

Copyright ©2019 MYSO. All Rights Reserved


4) 실험하기

4-1) 프로토타입 제작

클셈

쉽게 배우고
함께 연주하는 곳!


클셈





(네오예술단 공연 / 합주 영상)


쉽게 배우고 함께 연주하는 곳!


검색창



피아노



바이올린



플룻


클라리넷


콘트라베이스


바순


트럼펫


호른

홈
수업
검색
인기
세팅
개인
정보

< 메인 화면 >

Copyright ©2019 MYSO. All Rights Reserved

4) 실험하기

4-1) 프로토타입 제작

클래스



(네오예술단 공연 / 협주 영상)

쉽게 배우고 함께 연주하는 곳!

검색창


피아노


바이올린


플룻


클라리넷


콘트라베이스


바순


트럼펫


호른

홈	수업 검색	연기	채팅	개인 정보
---	----------	----	----	----------

요청서 작성

Q2.
레슨을 받는 목적이 무엇인가요?

취미

교외 연주

입시 준비

공연/대회 준비

아반트 준비

기타

이전		다음		
홈	수업 검색	연기	채팅	개인 정보

악기 선택 후 요청서 작성

< 요청서 항목 >

- 레슨받는 목적
- 자신의 연주 수준
- 레슨받는 요일 선택
- 선호하는 레슨 시간대
- 수강생의 연령대
- 수강생의 성별
- 선생님의 성별
- 시작하기 원하는 날짜
- 레슨받고 싶어하는 지역
- 진행방식 : 내가 있는 곳 / 강사가 있는 곳 / 상권없음
- 협주에 대한 니즈 파악
- 문의 및 기타 사항

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4) 실험하기

4-1) 프로토타입 제작

클래스



김유진 2019.10.15.
기타 레슨
서울특별시 서초구
김유진 님이 채팅방을 나갔습니다.



최광희 2019.10.11.
기타 레슨
서울 강동구
방문레슨도 가능합니다 보시고 연락부탁드립니다~

홈	수업 검색	연기	채팅	개인 정보
---	----------	----	----	----------

클래스



김유진
기타 레슨
★★★★★ 5명

현황소개
일방어, 일어학학, 생활과학, 일어기타 레슨 서비스

기본정보

- 📍 방안인중
- 📍 서울특별시 서초구 / 5km 이동 가능
- 🕒 연차 가능 시간: 오전 8시 - 오후 11시
- 👤 인건가제, 계약이체, 현금결제

추가정보

- 👤 경력 8년
- 👤 지원수 1명
- 👤 자격증 등록 완료

홈	수업 검색	연기	채팅	개인 정보
---	----------	----	----	----------

강사와의 채팅 및 강사 정보 확인 가능

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4) 실험하기

4-1) 프로토타입 제작

지역, 악기 등 선택하여 수업 검색 가능

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4) 실험하기

4-1) 프로토타입 제작

합주 클래스, 공연소식, 악기 관리법 등 '인기' 탭에서 확인 가능

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4) 실험하기

4-2) 프로토타입 테스트



- 일시: 2019.11.27(수) 14~16시
- 대상: 학기 교육에 관심있는 잠재 소비자 2인
- 방법:
 - 1) 어플리케이션의 UX를 피아피 프로토타입으로 제작
 - 2) 어플리케이션의 메인 화면부터 하나씩 순서대로 가상으로 실행
 - 3) 사용 과정에서 편리한 점, 불편한 점 등 피드백 수렴



<주요 인사이트>

- 신청서 항목에 입력해야 하는 정보가 지나치게 많아 간소화할 필요 있음.
- 수강생 입장에서는 강사에 대한 리뷰가 수강 결정에 굉장히 중요한 요소이며, 따라서 강사진 관리를 위해 노력해야 함.
- 가치제언의 굉장히 다양하기 때문에 여러 피소나를 커버해야 하는 것이 어려움이 될 수 있음.
- 다른 커뮤니티/플랫폼 서비스처럼 예쁘고 멋진 사람들만 모여있는 모습보다는 노구나 함께 할까할 수 있도록 친근한 이미지로 마케팅했으면 함.
- 추후 앱 내에서 강사 전용 페이지, 대어 및 대과, 결제 시스템 등 반영되어야 함.

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

5) 전달하기

프로토타입 테스트 결과 반영하여
실제 어플리케이션 개발 예정
(내년 중)

Copyright ©2019 MYSC. All Rights Reserved

4. 교육 회고

• 배운점

- * 소비자의 관점에서 생각 ex) 수요자 인터뷰 등
- * 다양한 의견 도출 (아이디어)
- * 사업계획서 작성시 주의할 점 등

• 느낀점

- * 단계별 회의
- * 컨설팅과정 매우 만족
- * 향후 사업에 실질적으로 응용할 수 있는 팁들이 많았음

• 프로그램에 건의할 사항

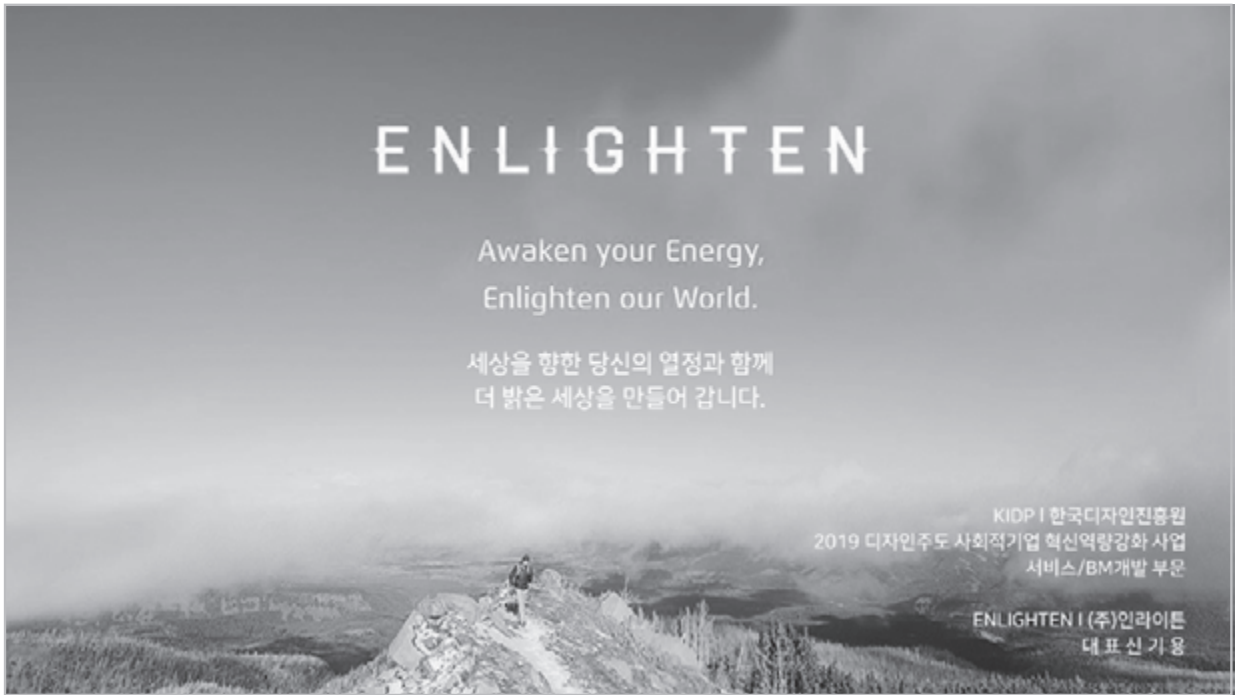
없습니다.



사회적경제 활성화를 위한 서비스디자인

온디맨드(주문형) 전자제품 수리 서비스 -시스템(PSS)

- (주)인라이튼



● ENLIGHTEN 소개

“ 인라이튼은
더 밝은 세상을 위한
디자인과 기술을 바탕으로
지속가능한 제품-서비스-시스템을
만들어가는 사회혁신기업입니다. ”

2017 서울시 청년 사회혁신 프로젝트 선정

2016 전자제품 수리 서비스 BETTER RENEW 런칭

2016 레드닷 디자인 어워드 Communication Design 부문 수상

2015 BETTER RE 픽스타터 7만불 크라우드 펀딩 조성 성공

2015 중소기업벤처위원회 특위책 BETTER RE 개발 청년, 오늘을 혁신하다.

2014 레드닷 디자인 어워드 Conceptual Design 부문 수상

2013 전국 소셜벤처 경연대회 글로벌 부문 최우수상 수상

2013 생활연결식 모듈형 태양광 램프 W-star 개발

Remake City, Seoul

W Project
Grand Prize
At the 2013 Social Venture Competition

전 세계, 매년 수많은 전자제품이 버려지고 있고, 단 20%만이 재활용되고 있습니다.



하지만, 상당수는 수리하면 다시 쓸 수 있는 제품들입니다.



우리는 누구나 쉽고 편리하게 이용할 수 있는 전자제품 수리 서비스를 만들었습니다.



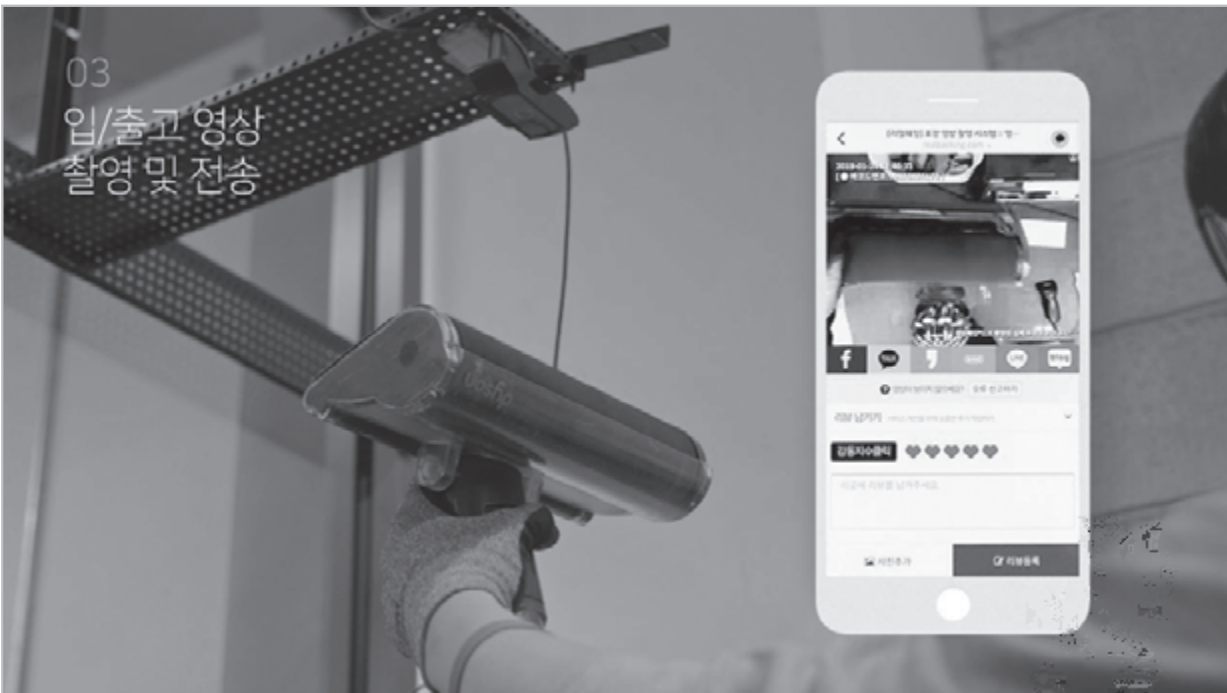
01
간편 온라인
신청/예약

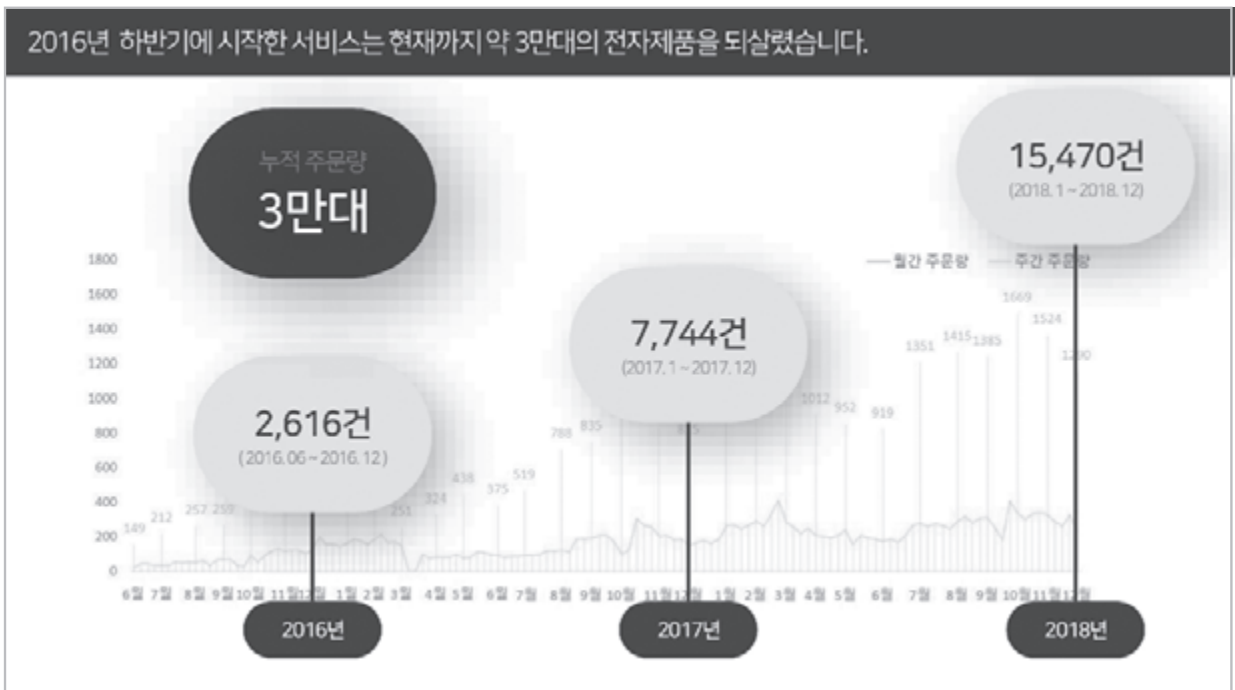


02
안심 배송 박스
수령

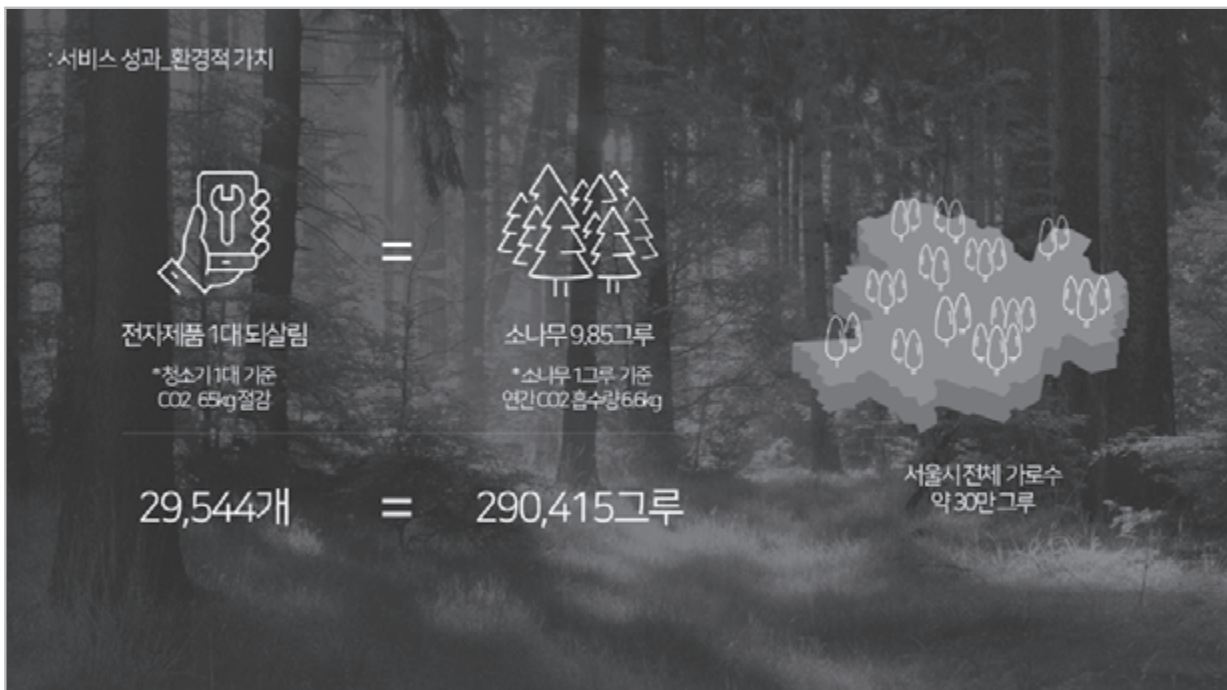
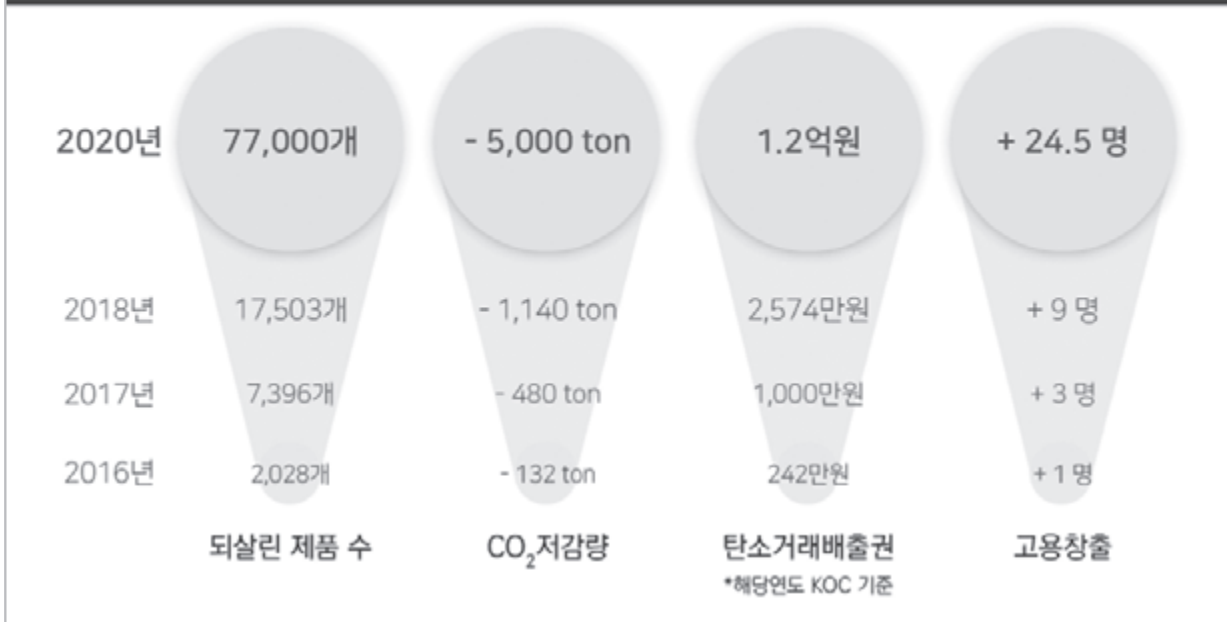


03
입/출고 영상
촬영 및 전송



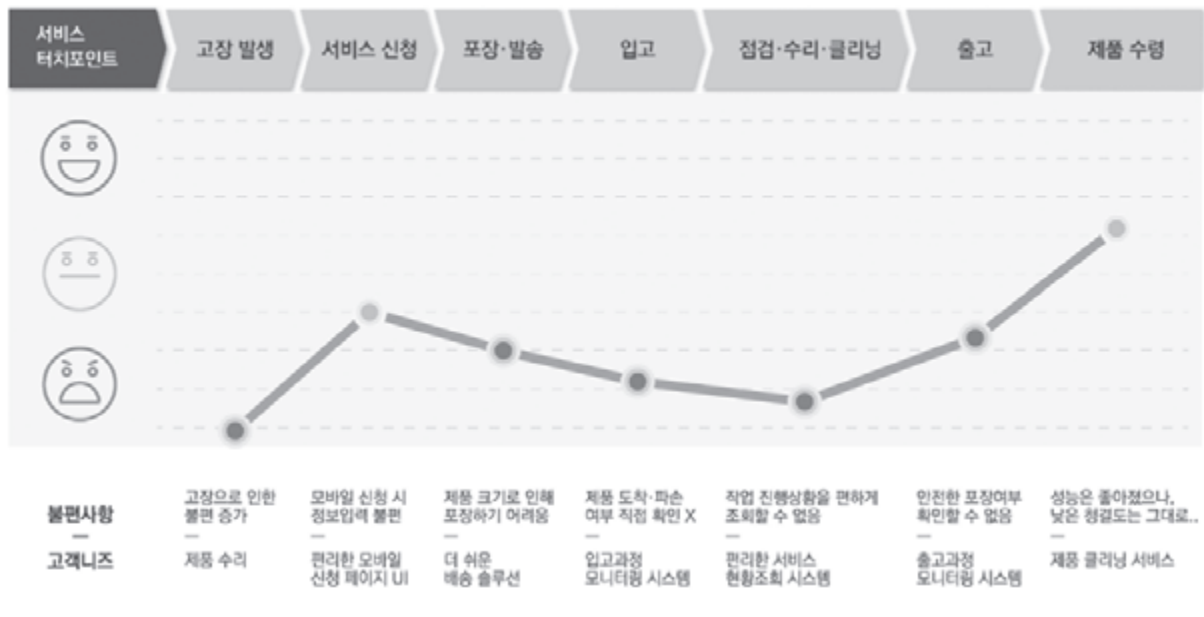


서비스가 성장함에 따라 경제적, 환경적, 고용적 가치 또한 증가해 왔고, 앞으로도 더 큰 임팩트를 만들어 갈 것입니다.

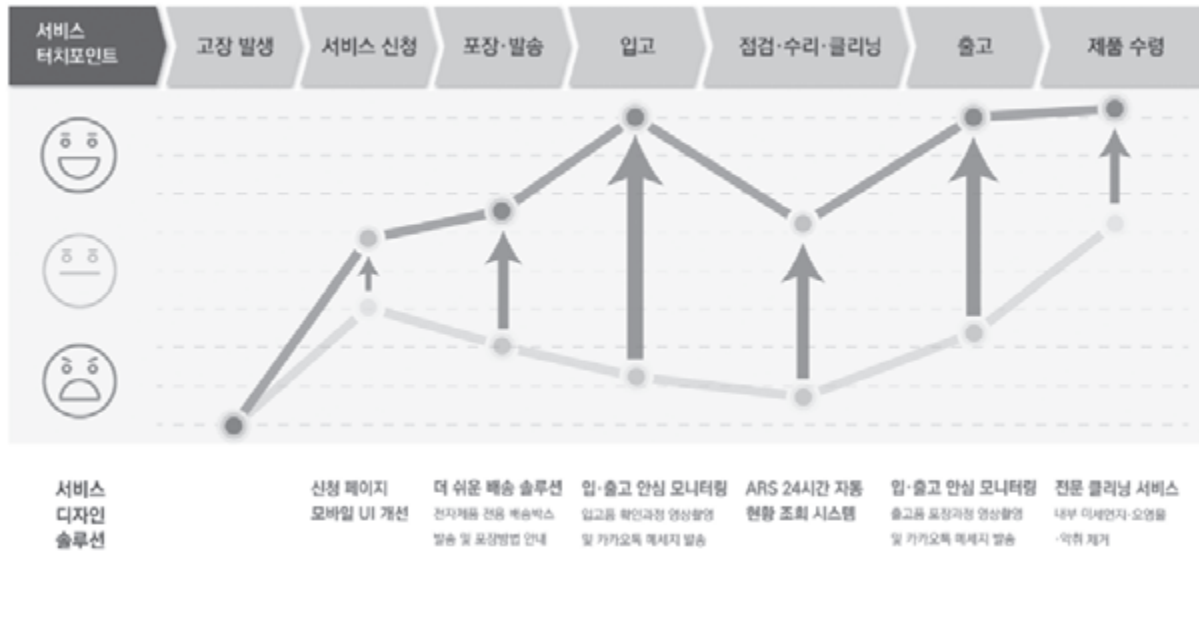




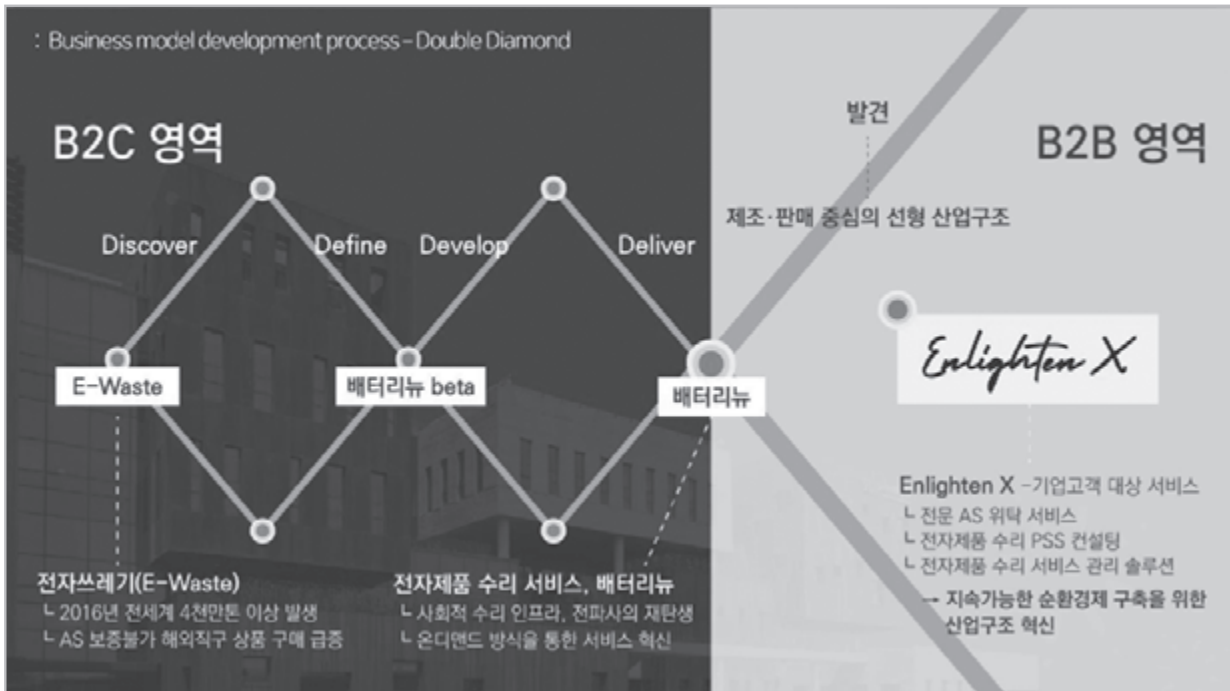
: 전자제품 수리서비스(Better-Renew) 고객여정맵(Customer Journey Map) - 2016



: 전자제품 수리서비스(Better-Renew) 고객여정맵(Customer Journey Map) - 2018



: Business model development process - Double Diamond



About Enlighten X

We Promise

인라이튼 X는 ESG 임팩트를 구축하지 못하더라도 가치 있는 모든 제품을 위한 서비스입니다. 제품을 사용하는 첫 순간부터 마지막까지 고객에게 주는 모든 경험을 책임질 것을 약속합니다.



EnlightenX

ABOUT

PARTNERS

제품등록

고객지원

Partner login

We Make an Impact

인라이튼 X는 기술의 가치를 알고 책임감을 가진 기업, 그리고 환경을 생각하는 기업과 함께 더 밝은 세상을 위한 임팩트를 만들고 있습니다.

11+

Industry Partners

파트너십 신청

The screenshot shows the EnlightenX website interface. At the top, there is a navigation bar with 'ABOUT', 'PARTNERS', '제품등록', '고객문의', and 'Partner login'. The main banner features the text '잠깐! 제품등록 하셨나요?' (Wait! Did you register the product?) and '보다 원활한 서비스 진행을 위해 먼저 제품을 등록해주세요.' (To proceed with a more seamless service, please register the product first.) Below the banner are two columns of text: '*회원가입 없이 클릭 한번에 제품 등록이 가능합니다.' (Product registration is possible with one click without membership) and '*제품 등록이 완료 되어야 A/S 신청이 가능합니다.' (A/S application is possible only after product registration is complete). Two buttons, '제품 등록' (Product Registration) and 'A/S 신청' (A/S Request), are positioned below the text. At the bottom, a dark section contains the text 'ENLIGHTEN X 전문가가 A/S를 도와드립니다.' (Enlighten X experts help with A/S) and a paragraph: '지난 수년간 전자제품 A/S 운영과 Management와 연계된 많은 요인들을 반영하고 최적화된 국내 최고의 AS 통합 시스템으로 가장 효율적인 A/S 운영관리를 약속 드립니다.' (We promise the most efficient A/S management operation with the best domestic AS integrated system, reflecting many factors related to electronic product A/S operation and management over the past few years.)

The diagram illustrates the '전자제품 통합 AS 서비스-시스템 (Product-Service-System) 데이터 뱅크 (Data-Bank)'. It is divided into two main categories of data:

- 고장/수리 데이터 (Failure/Repair Data):** Represented by a wrench and screwdriver icon. This category includes '고장 분석' (Failure analysis), '수리 솔루션' (Repair solutions), and '품질/개발/디자인 데이터' (Quality/development/design data).
- CS 고객상담 데이터 (Customer Service/Consultation Data):** Represented by a person icon. This category includes '고객 만족' (Customer satisfaction), '고객 불만' (Customer dissatisfaction), and '정량적/정성적 데이터' (Quantitative/qualitative data).

At the bottom of the diagram, it states: '시스템 내에서 관리되는 모든 데이터는 더 나은 제품을 위한 데이터 뱅크의 역할' (All data managed within the system plays the role of a data bank for better products).



사회적경제 활성화를 위한 서비스디자인

청년예술가들과 함께하는 에코&아트

: [캠페인 & 굿즈] 시장을 공략하다!

- (주)스풀

(주)스플

(19.12.11)

설치미술로 공간을 Re디자인하는 사회적 기업
www.sp-5E.com

청년예술가들과 함께하는
[ECO&ART: 캠페인&굿즈]

Space⁺

Who 스펀은 ?

"스플은 순수공간예술분야인 설치미술로
공간디자인연출 서비스를 하는
문화예술 사회적 기업입니다"



Space⁺

Why 왜 시작하게 되었나?



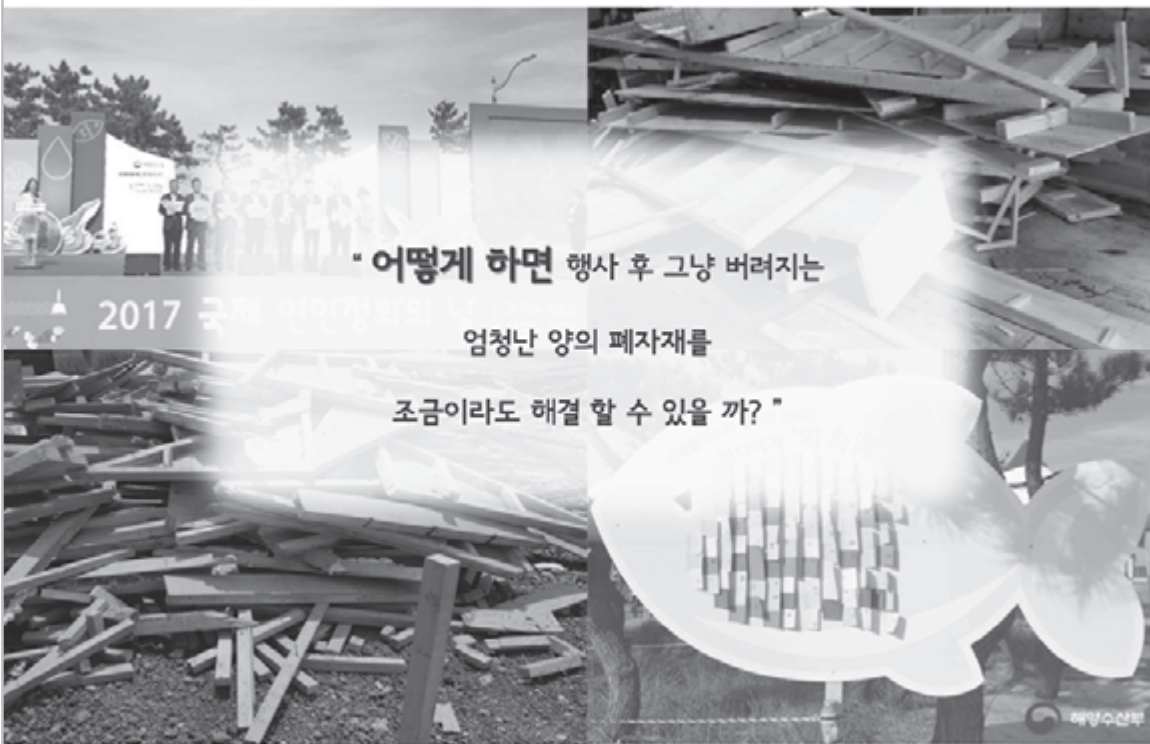
그래서 스피스는 매 현장이 끝날 때마다

엄청난 양의 행사 폐자재와 마주하게 되었습니다.



Space^o

How 우리의 고민은?



"어떻게 하면 행사 후 그냥 버려지는

2017 국제 연인연회의

엄청난 양의 폐자재를

조금이라도 해결 할 수 있을까?"


해양수산부
Space^o

How 우리의 솔루션은 ?

Social 1. 환경 문제_ 행사 쓰레기

축제 끝, 음식물 쓰레기는 가져가세요
[김기자의 현장+] ♻️ 본문통기 · 실정


버려진 행사용 물품 / 일회용 컵뿐만 아니라 도너츠, 맥주 캔 등 수북이 쌓여



서울공정인근쓰레기수거함에는 분리되지 않은 각종 쓰레기가 쌓여 있다.

축제에서 쓰레기 문제는 어제 오늘의 일이 아니다. 서울 쿨어 축제는 물론이고 한강공원과 경의선 숲길공원, 청계광장 등 시민들이 몰리는 곳마다 분리되지 않은 쓰레기 탓에 해마다 통상을 잃고 있다.

Social 2. 청년예술가 문제_ 예술가 일거리 부족



청년예술가를 위한 맞춤정책이 필요하다

글. 박인혁(청년과 미래 칼럼니스트)
66

IMF 이후, 청년실업률이 크게 상승하였고, 취업을 준비하는 20대 청년들이 체감하는 이른바, 체감취업률은 실업률보다 크게 상승한 것으로 조사됐다. 취업통계자료에 따르면 2003년 이후 고용률이 60% 초반에 머무는 형세가 지속되었고, 많은 분야에서 실업률이 천정부지로 상승한다고 하지 않. '예술가는 왜고르다'라는 말에 걸맞게 예술분야에 종사하는 예술인들에게 딱힌 실업률은 훨씬 높은 수치로 나타났다. 이러한 이유로 예술분야의 어려움 때문에 많은 학부자들은 자택의 생계 유지를 위해 예술분야 진공을 반대하고, 이러한 사회적 추세 때문에 재능있는 인재를 길러내지 못하게 되는 악순환이 반복되어 사회적인 큰 문제가 되고 있다.

39

Space

Process 무엇부터 시작할까 ?

[ECO&ART 캠페인 기념굿즈]






행사 폐자재로 만든 행사 기념품서비스
[ECO&ART 캠페인 기념굿즈]

Space

[ECO&ART 캠페인 기념굿즈] 행사 폐자재로 만든 행사 기념품서비스

국소적이고 파편적일 수 있으나

나의 문제, 우리의 문제가
사회문제로 커질때까지 기다리지 않고
지금 우리 앞에 놓인 문제를
미루거나 피하지 않고

바로 지금
우리가 잘할 수 있는 방법으로
우리가 지속가능할 수 있는 스텝으로
바로 지금
'Now Act out of Our Solution'

국소적이고 작은 우리의 솔루션들이 모여
깊고 다양한 사회의 솔루션이 되도록!
[Small & Self & Spot] Solutions
[Deep & Direct & Different] Social!

-2019.6.11, 스포 회의노브 중에서



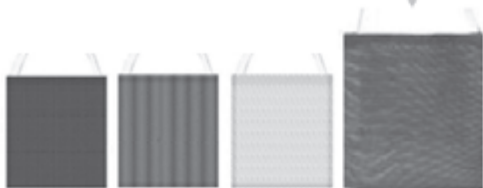
Space^o

[One Cyle Campaign_ 친환경 방식의 행사기획설계] 무대디자인+행사기념품+해체퍼포먼스=하나로 연결



해양수산부

“ 해양수산부 주최 [국제연안정화의 날] 행사 기획운영사로 입찰 선정 ”




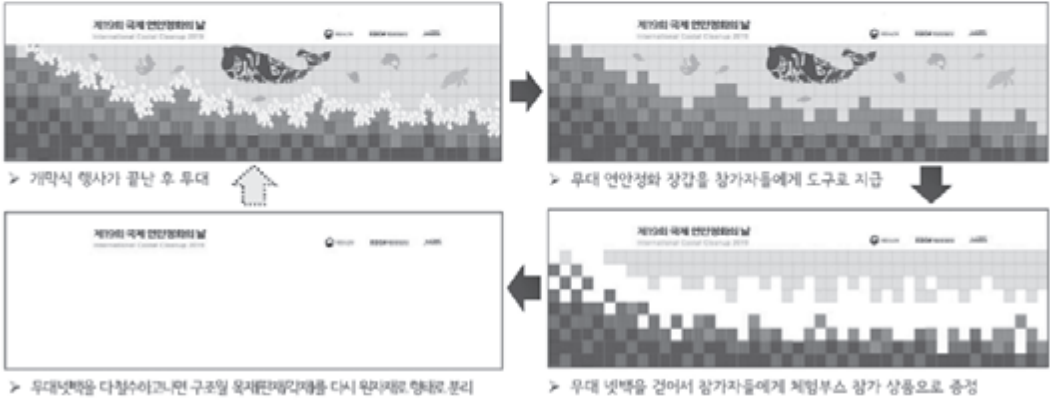
- > 폐그물을 업사이클하여 만든 한영미대 디자인고수팀이 제작한 [NET BAG]에코백을 무대디자인연출 요소로 구성
- > 무대디자인을 에코백으로 기획하여 무대배출을 최소화한다 디자인
- > 무대디자인 포인트를 연안정화 행사 배움을 장점으로 구현
- > 관람객들에게 행사 후 무대배출 에코백과 장갑을 나눠주어
- > 무대외시후까지도 해의 친환경 캠페인 이 되는 퍼포먼스로 기획



Space^o

Process 드디어 기획이 오다! [One Cycle Campaign_친환경 방식의 행사기획설계]


행사 후에도 폐기물을 최소화 할 수 있도록
무대디자인 + 행사기념품 + 무대해체퍼포먼스
하나의 사이클로 연결되는
[One Cycle Campaign] 친환경 행사기획

> 개막식 행사가 끝난 후 무대
 > 무대 안정화 장감을 참가자들에게 도구로 지급
 > 무대넛백을 다질수이러면 구조물 목재판재깎개를 다시 원자재로 형태로 분리
 > 무대 넛백을 걸어서 참가자들에게 체험부스 참가 상품으로 증정

Space

Process 이것이 현실이다 ... [One Cycle Campaign_친환경 방식의 행사기획설계]



실제 사업을 진행하는 과정이 되자
우리의 이상은 휴지조각이 되었다.

처음에는 설득하고
그다음은 싸우고
그다음은 버티고...

실제 현실은
가성비, 효율성, 단가...
빠르고 값싸고 기존에 하던대로!

우리가 기획한
행사 폐기물을 최소화하는 기획은
날라가고

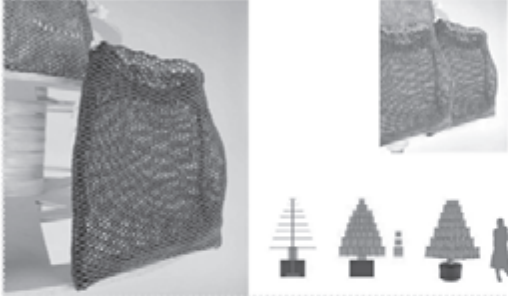
결국
어느때와 마찬가지로 일회적 행사를
진행해야했다...

“ 그냥 안전하게 하던대로 해요 ”

Space

Solution 성과1. 행사 및 마케팅을 위한_ [에코&아트] 공간조형 시제품 개발(4종)

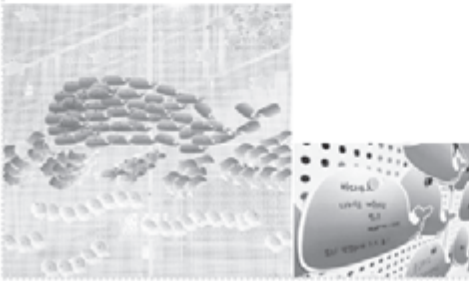
[Net Tree_ 업사이클 디자인을 접목한 패키지마케팅 조형물]



[One Cycle Campaign_ 친환경방식의 행사기획설계]



[Message Wall_ 재사용 가능한 행사메시지월 모듈제작]



[Sky Awning_ 재사용 가능한 행사차양용 조형모듈 제작]



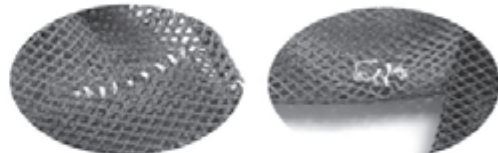
Space®

Process 진짜 솔루션의 방향을 찾다!

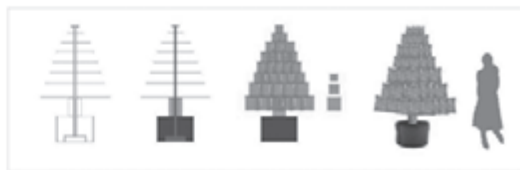
협업에서 솔루션을 찾다_ [스름&KOOK]

[페그볼로 만든 페그볼파우치를 제품 패키지로 접목한_ ART&ECO 제품 마케팅 조형 개발]

“ 고기잡던 그물로 만든 페그볼파우치 트리 ”



- > 페그볼을 실제 어부들이 고매서 재사용한 흔적/ 실제 페그볼 원단 사용
- > 페그볼로 디자인 예코백을 만드는 한양어대 디자인교수팀 [KOOK]과 협업제작
- > [KOOK] : 페그볼 원단 수거-> 색척-> 염색
-> 파우치 가공
- > [스름] : 전체기획 -> 디자인 설계-> 조형제작
-> 파우치 조형완성-> 마케팅 영업



Space®

Solution 성과2. 행사 폐자재를 이용한_ [에코&아트] 기념품굿즈_ 시제품 개발(10종)



> 행사후대 사인고무스카시로 만든 명함꽂이

> 행사장 pvc용보베너로 만든 벽시계



> 행사 용보일해물을 파쇄해서 만든 브로치

> 행사후대 사인목재cnc자투리로 만든 컵, 냄비받침

Space^o

Solution 성과3. MD시장 소비자를 위한 _ [에코&아트] 캠페인 굿즈_ 시제품 개발(10종)



> 버려진나무가지와 업사이클 소재들로 만든 캠페인 굿즈(병다게/커티지꺼기 등)



> [친환경 굿즈 패키지]
-사탕수수 줄기로 만든
-딱 필요한 만큼만 그려그때
-인쇄가 아닌 디자인 스템프!

Space^o

Solution 성과3. MD시장 소비자를 위한 _ [에코&아트] 캠페인 굿즈_ 시제품 개발(10종)



> [Crushed Paper Jewelry]

-버려진 인쇄물물을 파쇄해서 만든 약세서리 굿즈(반지/귀걸이/브로치 등)



Space

Solution 성과4. 청년예술가 지원



- ✓ 총 사업기간 1년
- ✓ 총 20여명의 청년예술가들이 사업참여
- ✓ 총 5개 예술대학 전공학생들이 참여_ 한국예술종합학교, 국민대학교, 한양여자대학교, 동국대학교, 남서울대학교
- ✓ 총 약1500만원의 제작 인건비를 청년예술가들에게 지급



Space

Plan 이 사업의 시장성은?

2019년 11월 21일자 경제이슈

상품 미끼를 짝 문 것이어...

GOODS

2019년 11월 21일자 경제이슈

경제이슈

2019년 11월 21일자 경제이슈

2019년 11월 21일자 경제이슈

> 조선일보, 2019년 11월 21일자 경제이슈 전면기사

'러쉬'의 환경 마케팅
[낫랩(KNOT WRAP)] 출시

코스메틱 브랜드 러쉬(LUSH)는 포장 쓰레기를 줄이면서 제품을 선택할 수 있는 '낫랩(KNOT WRAP)' 서비스를 출시
나눔공유를 예술가들과 연계해 디자인의 차별성을 더하고
취어있는 선물을 원하는 VIP고객층의 수요에 집중.

공간 및 판매처의 다양성을 확보하고 있는 러쉬는 친환경 포장재를 활용하여 고객들에게 환경을 생각하는 메시지를 전달하고 있다. 이번에는 환경을 생각하는 소비자들에게 친환경 포장재를 소개하고 있다. 이번에는 환경을 생각하는 소비자들에게 친환경 포장재를 소개하고 있다.

Space

Plan 목표_ 이 사업의 1~2년내의 목표는? / 비전_ 향후 이 사업의 장기적인 비전과 꿈은?

[단기 목표]_ 1~2년 내의 정량적 달성목표

- ✓ 매출 목표: 관련사업 연 3000만원 매출목표(1년차 기준)
- ✓ 청년예술가 지원 : 연 매출의 20% 청년예술가 인건비
청년예술가들의 일거리 제공
- ✓ 청년예술가 참여 : 연평균 10명 이상의 청년예술가들이 참여
- ✓ 소셜기업과 협업 : 연평균 2기업 이상과 협업진행
 - 한양여자대학교 [KOOK]
 - 행사기획, 홍보관련
 - 사회적기업들과 협업

[장기 목표]_ 1~2년 내의 정량적 달성목표

- ✓ 행사가 기획단계에서부터 환경과 예술의 가치를 담을 수 있는 [에코&아트] 친환경 행사기획솔루션 서비스를 상용화하는 것
- ✓ 핸드메이드아트제품이 소비자들에게 걸맞음이 아닌 과정의 진정성이 소통되어 그 가치가 온전히 인정받는 소비문화를 만드는 것
- ✓ 업사이클 시장이 소재의 재생에 국한되지 않고, 버려진 가치의 재생이 보이지 않는 과정과 의미의 재탄생까지로 확장되는 다양성이 인정되는 온전한 업사이클 시장을 만드는 데 일조하는 것
- ✓ 청년예술가들의 경제문제로 창작을 포기하거나 시작을 주저하지 않을 수 있는 청년들에게 예술이 섰래는 미래의 비전을 꿈꿀 수 있는 환경을 만드는 데 울타리가 되어주는 것

Space

“ 이 사업을 처음 기획하고, 노트에 기록하고,
구성원들과 회의하며 상상의 나라를 떠보고...

쉽게 잡을 것 같은 착나의 성취감도 맛보고,
우리가 현실을 너무 몰랐나 싶은 좌절도 경험하고...

쉬운 길은 아니겠구나 싶지만,
어디로 가면 될지 조금은 알게 된것 같은 지금..

이제 진짜 시작이다.

그 때는 막연히 섰했다.

그렇게 우리는 열정적으로 달려왔다.

지금 우리는 묵직하게 섰했다.

”

스플은 기본적으로 순수예술로 공간을 디자인하는 일을 하는 기업입니다.
스플은 작가들의 핸드메이드 정신과 창작의 가치를 중요하게 생각하는 예술팀이기도 합니다.
스플은 버려진 것들, 사회에서 가치 없다고 평가되어지는 것들에 새로운 가치를 부여하는 일에 관심이 많은 사회적기업입니다.
스플은 일상의 가치와 소소함의 풍성함을 함께 나누며 더불어 살아가는 세상을 꿈꾸고 있습니다.

Space^o

스페이스플러스's 사람들



대표 심소라 스플 대표 / 현 한국예술종합학교 겸임교수

팀장 이세민 스플 제작팀장
최종운 스플 제작팀장
윤보라 스플 경영지원팀장
심설희 스플 교육 & 마케팅팀장
양사내 스플 R&D팀장
이기연 스플 제작팀 매니저
김준예 스플 현장 사무소장

작가 지윤정 스플 협업작가 (조형)
김미경 스플 협업작가 (조형)
윤태승 스플 협업작가 (목조형)
우성철 스플 협업작가 (목거구)
함정화 스플 협업작가 (일러스트)
조은비 스플 협업작가 (회화)
박재영 스플 협업작가 (회화)
김진영 스플 협업작가 (회화)
정민선 스플 협업작가 (회화)

(주)스플

OFFICE : 서울시 성동구 자동차시장길49
서울새활용플라자 415 호
STUDIO : 인천시 중구 인현동 28-1 (8F)
Office/ Fax: 02) 928- 6011
C.P : 010 3319 6096 (심설희 마케팅팀장)
E mail: spaceplusart@naver.com
www.sp-se.com

설치미술로 공간을 디자인하는 사회적기업 (주)스플

사회적경제 활성화를 위한 서비스디자인

SNS 아트작품 상업공간 매칭 플랫폼 [아트 88]

- 주식회사 88후드

아트작품-상업공간 매칭시스템. 아트88



- ㉔ 사회적문제 해결
- ㉕ 사업모델
- ㉖ 추진전략
- ㉗ 지속가능성

88HOOD
주식회사 88후드

- ㉔ 사회적문제 해결

현상황

유명작가만 아트콜라보한다
주요상권에만 갤러리가 있다

88HOOD
주식회사 88후드

미션

어떤작가도 아트콜라보한다

동네마다 갤러리가 있다

미션

어떤작가도 아트콜라보한다

- 유명세, 공모사업방식이 아닌, 홍보 니즈가 있는 작가에게 아트콜라보의 기회 제공

동네마다 갤러리가 있다

- 1 건물에 1 갤러리
- 방치/노후 공간이 갤러리로 변신

사업모델

도시 속 공간을 작품 교체가 가능한 아트갤러리로 변신



전시작품: SNS작가중에서 취약계층 우선 선정(장애인, 청년층, 다문화 작가, 예술계 종사인)

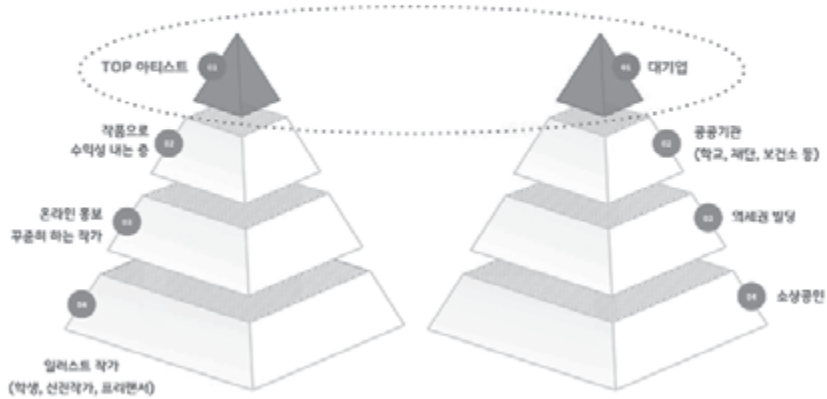
갤러리 작품교체: 사후관리를 위한 고용창출 (45개 아트갤러리 탄생시, 1인 신규고용)



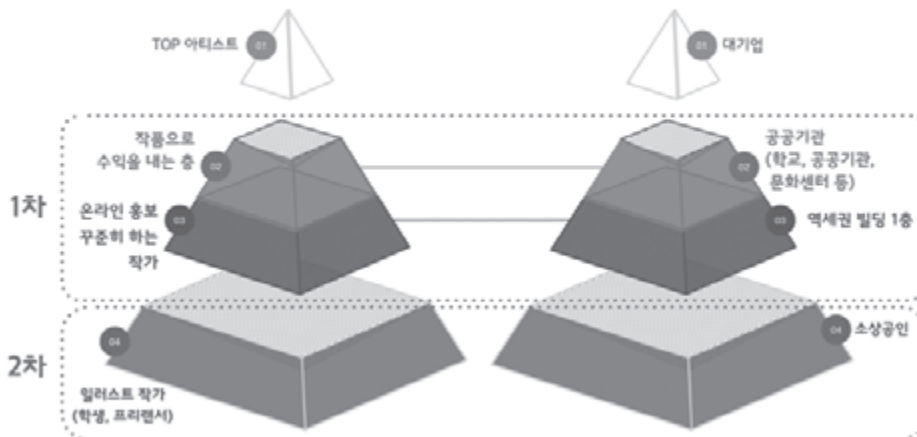
사업모델

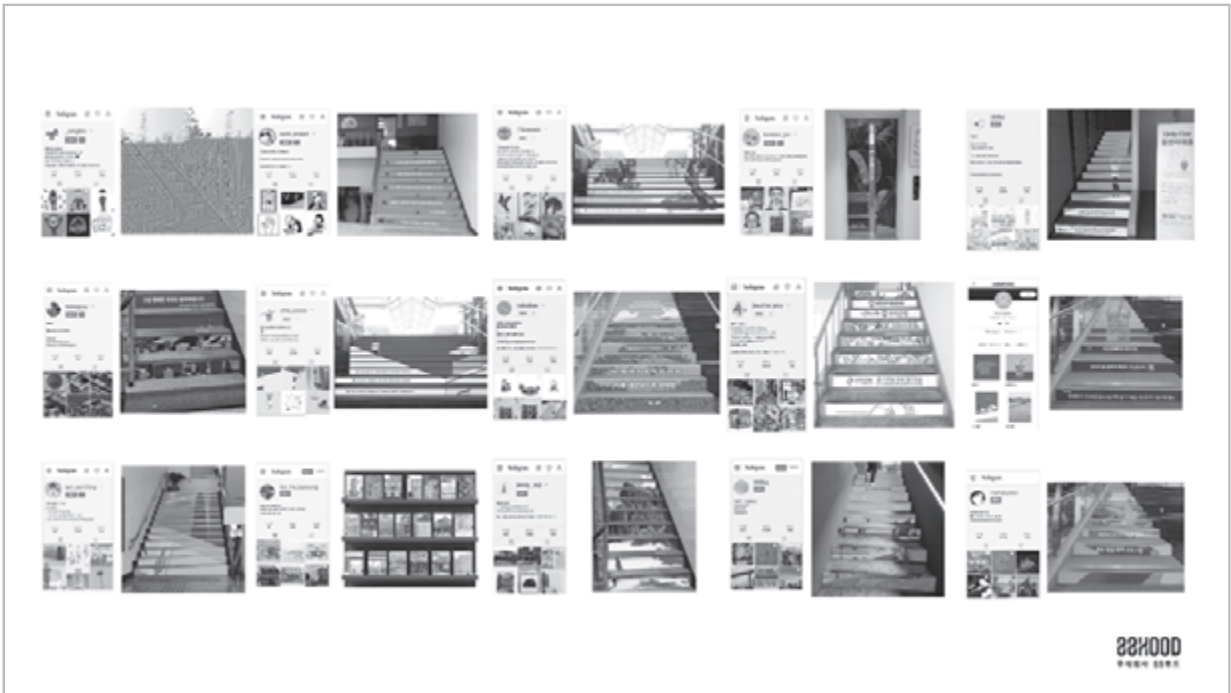


현재 아트콜라보 시장현황



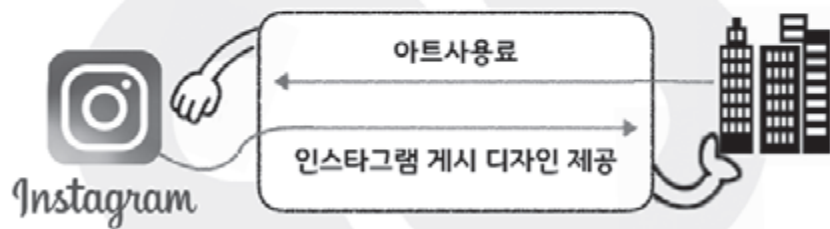
아트콜라보 대중화



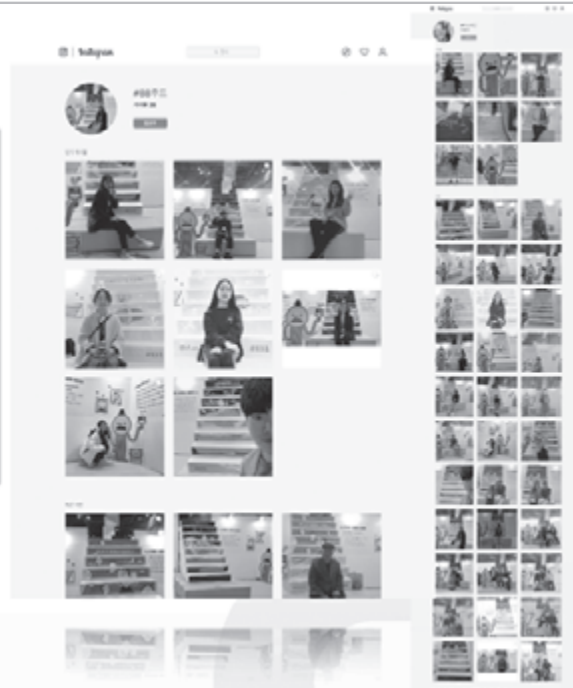


3 추진전략

작가 입장	공간 관리자 입장
온라인에서 노출된 작품 그대로 오프라인 공간에 재활용	-공간을 마케팅 채널로 활용 -신진아티스트 작품옹원 동시에 디자인에 시간들이지 않아도 됨



04 지속가능성



88HOOD
주식회사 88후드

장 지속가능성

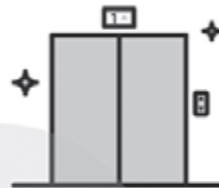
1 계단

- 유희공간 계단이 갤러리 계단으로 변신
- 계단 사용율을 높이면서, 홍보효과 상승
- 건강계단 효과



2 승강기

- 이동수단의 통로에서 이동갤러리로 변신
- 좁은 승강기가 아닌 감성담긴 승강기로 변신



3 벽/창문

- 공장형디자인/선단지에서 벗어나, 색다른 벽으로 변신
- 포토존으로써 공유효과



4 기타공간

- 방치된 유희공간에서 위한 작품으로 사람들이 모이는 공간으로 변신
- 모객효과와 활기를 가져다 줍니다







88HOOD
주식회사 88후드



88HOOD
주식회사 88후드



04 지속가능성 사업분야

- 1 계단



- 2 승강기



- 3 벽/창문



- 4 기타공간

88HOOD
ART & SPACE

05 지속가능성

- 1. 도시 생명력 ————— 도시 공간에 생명력을 불어넣는 사회적 가치
- 2. 신진작가는 수혜자가 아니라 생산자 ————— 작가에게 아트콜라보의 기회와 자생적 성장하는 디딤돌 제공

————— 결과물이 일반시민에게 가치공유
- 3. 유희건물 증가에 따른 수요처 증가 ————— 도시를 숨쉬게 하는 아트갤러리
- 4. 확산성 ————— 아트콜라보를 통해 사회적생태계 구축

————— 비주얼에 예민한 SNS(2030)세대, 예술을 향유하고 싶은 니즈 충족

88HOOD
ART & SPACE

경 지속가능성

아트작품-상업공간 매칭시스템으로

어떤 작가도 아트콜라보가 가능한 사회
SNS 작가와 예술파트너십으로 상생경영
예술 접목 통한 도시민 예술감성 욕구 충족

88HOOD
8888 8888

