

2016년 정부3.0 국민디자인과제 결과보고서

“Life Detox” 농촌여행 힐링시스템

- 수요자 맞춤형 농촌관광 서비스 제공 -

2016. 10.



농림축산식품부

□ 현황 및 문제점

- **【현황】** 관광트렌드 변화와 삶의 질 향상 등으로 농촌 관광 수요가 지속 증가하고 있고, 정보 제공, 서비스 개선 요구 확대
 - * 농촌관광 규모 : ('03) 925억원 → ('12) 2,953억원
- **【문제점】** 일률적인 농촌관광 정보제공으로 수요자에 맞는 정보 부족 및 품질서비스 등에 대한 만족도가 낮은 상태

□ 정책 추진 내용

- 관계기관 협업*으로 농촌관광자원 정보를 통합·공유한 ‘웰촌 포털’을 구축하고 코레일, 민간여행사와 공동으로 농촌관광상품 개발(65종)
 - * 농식품부, 농진청, 산림청, 낙농진흥회, 마사회, 문체부 등
- 민간플랫폼(네이버, 에어비엔비)을 활용하여 내·외국인 대상 온라인 예약·결제서비스 제공(16.4)

□ 국민디자인단 운영 성과

- 농촌체험관광의 단계별 수요자 맞춤형 서비스 제공 방안 제시
 - ① SNS 이벤트(성향별, 연령별 심리테스트 등) 등을 통한 정보접근 채널 확대
 - ② 분산 제공되는 농촌관광 정보·예약·결제 서비스를 ‘웰촌포털 내에서 통합 제공할 수 있는 One-Shot 서비스 실시
 - ③ ‘웰촌’포털 예약결제서비스 이용자가 이용후기를 남기고 공유할 수 있도록 **사용후기 공간 제공**(침구, 위생, 식사, 체험 등)
 - ④ 위생서비스 개선을 위한 이불픽업 세탁서비스 사업 신규 도입

□ 향후 추진일정 및 보완사항

- 2016~18(3년간) 정책 수요자가 제안한 아이디어를 단계적으로 실천
 - * ('16~'17) SNS 채널(페이스북, 카카오토티)에 심리테스트 이벤트를 확대 실시, 이용후기 공간 마련
 - * ('16~'17) 웰촌포털 개편으로 정보제공 및 예약결제 One-Shot 서비스
 - * ('17~'18) 숙박, 침구류 픽업 세탁 서비스 시범실시 및 전국 확대

10 Life Detox” 농촌여행 힐링시스템

과제 분류	자율추진과제	주관 기관 (협업/관련 기관)	농림축산식품부 농촌산업과
과제 담당자	이정삼 과장 최춘태 사무관	담당자 전화번호	사무실 : 044-201-1589 H.P : 010-4104-9294

가. 현황 및 문제점 (Problem)

□ **【현황】** 여가활용·삶의 질 등에 대한 국민관심 증가, 관광트렌드 변화
[관람/단체 → 체험/가족개인] 등으로 농촌 관광 수요가 지속 증가 추세

○ 공급자 측면에서 농촌관광 인프라의 양적 증대 및 종류 다양화

* 농촌관광 규모 : ('03) 925억원 → ('12) 2,953(한국농촌경제연구원)

** 체험휴양마을('12:671→'16.6: 873), 농촌민박('06:11,659→'16.6: 24,246), 관광농원(545), 농가맛집(117), 자연휴양림(165), 낙농체험목장(32)등

○ 수요자 측면에서 다양하고 객관적인 농촌관광 정보 제공 요구 확대

- 기존 오프라인을 통한 정보제공 방식에서 SNS 등 온라인을 통한 농촌관광 정보 접근성 확대

□ **【문제점】** 공급자 중심의 농촌관광 정책으로 인해 수요자 맞춤형 정보·예약·결제시스템 및 품질서비스 등에 대한 만족도가 낮은 상태

○ 농촌관광 관련 정보가 부족하고, 예약결제 서비스가 연계되어 있지 않아 검색된 정보를 예약하는데 불편함이 있고 정보 검색에 한계

(불편사례예시) 농촌체험마을을 방문한 A씨는 웰촌 홈페이지를 보고 경기도 체험마을의 체험, 숙박을 예약하고자 하였으나 체험예약을 하고 숙박은 별개의 민박 검색을 통해 매칭해야 하는 것을 보고 불편하다고 생각

⇒ 수요자 눈높이에 맞는 농촌관광을 위해 접근성·편의성 등 서비스 품질 제고 및 특색있는 관광상품 개발·운영 필요

나. 정책 추진 내용

- ◆ (정책 목표) 수요자 맞춤형 농촌관광 서비스 제공
- ◆ (주요 고객) 개인, 단체 등 농촌관광객, 농촌체험휴양마을 등 농촌관광자원경영체
- ◆ (추진 기간) 연중
- ◆ (소요 예산) 2016년 11,901백만원
- ◆ (추진 체계) 농식품부-농어촌공사(민간대상 사업공모)-국민

□ 농촌관광 상품개발, 정보제공 등 분야별 맞춤형 서비스 제공

- ① (관광상품개발) 코레일·민간여행사와 협업하여 농촌체험휴양마을과 지역 관광자원, 철도망을 연계·개발한 농촌관광상품 운영('16.4~)
 - 민간여행업계(10개 여행사) 대상 공모를 통한 지역 중심의 관광자원을 코스화하여 농촌자원과 연계된 내국인 농촌관광상품 개발·운영(45종)
 - 코레일 협업 “농촌관광 으뜸촌* 기차여행” 상품 및 개발·운영(20종)
 - * 으뜸촌(23개소) : 농촌관광사업 등급결과 4개분야(경관 및 서비스, 체험, 숙박, 음식)에서 전부 1등급을 받은 농촌체험휴양마을
- ② (온라인 예약·결제서비스 제공) 민간플랫폼을 활용하여 농촌관광 정보 제공부터 결제까지 가능한 원스톱 서비스 체계 구축('16.4)
 - 네이버와 협업하여 체험마을 중심의 농촌관광 온라인 예약·결제 서비스를 제공하고 검색엔진과 연계한 서비스 제공(73종)
 - * ('16.4월) 으뜸촌 체험패키지 상품(20), ('16.5월) 민간여행사 연계 농촌관광상품(33), ('16.7월) 마을 여름체험 상품(20)
 - 해외숙박예약 사이트 에어비앤비('16.4.20, MOU체결)와 연계한 해외 온라인 예약·결제서비스 제공('16.6)
 - * 에어비앤비 등재(155개) : 우수농가민박(86), 으뜸촌내 민박(43), 한옥민박(23), 우수관광농원(3)
- ③ (농촌관광정보제공) 매주, 매일 방문하기 좋은 농촌관광코스를 SNS, 기획기사, 「웰촌」(www.welchon.com)을 통해 정보 제공 및 홍보 실시

- SNS채널(카카오토리, 페이스북, 블로그, 트위터, 인스타그램) 타겟 광고 등을 통해 구독층 유입 활성화

* ('15년) 33천명 → ('16년) 상반기 52천명, 5개 채널 58% 증가

- ▶ 농촌체험휴양마을 추천 및 퀴즈 이벤트(2월) : 댓글828, 느낌382, 공유46
- ▶ 농촌여행 스탬프 APP 출시 소문내기 이벤트(5월) : 댓글225, 느낌148, 공유17
- ▶ 온라인예약결제 가능 체험마을 중 추천 댓글 이벤트(6월) : 댓글445, 느낌410, 공유73

- ‘웰촌’ 포털 및 SNS채널을 통해 주별·월별 방문하기 좋은 농촌여행지 소개, 스토리텔링형 농촌관광 가이드 정보 공유

“바람이 머물다 간 들판에~ 모락모락 피어나는 저녁 연기~” 한 번 쯤 들어봤을 법한 동요의 한 소절이죠. 이 노래는 1984년 MBC 창작동요제에서 대상을 받은 창작 동요 ‘노을’ 입니다. 이 동요의 배경이 바로 평택 바람새마을이라고 합니다. 청정 쌀이 생산되는 평택평야 한 가운데 위치한 바람새마을에서 즐기는 하룻밤 캠핑, 함께 떠나볼까요? (중략) 요즈음에는 주말 농장에서 고구마 수확이 한창입니다. 고구마 순을 호미로 조심스럽게 걷어 내고 흙을 파면 커다란 고구마가 나오는데, 이 때 탄성이 저절로 흘러나옵니다. 캠핑을 자주 다니는 가족이라면 1년 단위로 분양하는 주말 농장을 가꾸면서 다양한 채소와 농작물을 키워보길 추천합니다.

* 월별 테마 : 트레킹(4월), 가족여행(5월), 농촌체험(6월), 캠핑·레포츠(7월), 숨은 명소가있는 농촌(8월), 식도락즐기기(9월), 가을의정취(10월), 전통문화체험(11월)

④ (접근성·서비스향상) 외국인의 농촌관광지 이용 편의성 및 접근성 제고를 위한 맞춤형 서비스 제공

- 민·관 협업으로 홍보·모객·셔틀버스 운영 및 통역서비스 제공* ('16.5)

* 파주 장단콩 마을, 양양 해담마을, 예산 사과와인농장을 대상 38회 운영, 1,147명 이용

< 연도별 주요 이행계획(금액: 백만원) >

	'16년	'17년	'18년
주요 이행 계획	- 페이스북, 카카오토리 심리테스트 이벤트 실시 - One-Shot 정보 및 예약 결제 서비스 실시(10개소)	- One-Shot 정보 및 예약 결제 서비스 실시(40개소) - 숙박 침구류 픽업 세탁 서비스 시범사업 실시 및 '18년 예산 확보	- 숙박 침구류 픽업 세탁 전국 서비스 실시
소요 예산	1,035	-	-

다. 국민디자인단 운영성과

- 국민디자인단 컨설팅을 통해 공급자 중심의 농촌관광 서비스 제공에서 수요자 중심의 단계별 맞춤형 서비스 제공 방식으로 전환



(Before) 오관광(20대 후반)씨는 다양한 곳을 친구와 같이 여행하는 것이 취미입니다. 최근들어 바쁜 프로젝트가 마무리되어 **한적한 시골에 가서 힐링**도 하고, 사과따기, **사과잼 만들기 등 체험**도 하면서 **건강한 여가시간**을 보내고 싶은 생각이 들어 **인터넷 검색**을 했습니다. 농촌관광, 체험관광 등 키워드 검색을 했으나 관련 정보가 쉽게 찾아지지 않네요. '웰촌' 포털에 농촌체험마을 정보를 찾을 수 있었지만, 예약결재, 숙박예약 등이 연계되어 있지 않아 그 지역 정보를 또 다시 검색하여야 했습니다. **생각보다 시간이 많이 걸립니다.** 웰촌포털에는 **직접 가본 사용자들의 후기가 없네요.** 친구와 일정을 맞춰서 예약한 장소에 갔지만 **시골 숙박장소의 이불이 눅눅하고 깔끔하지 않은 것** 같아서 눈살을 찌푸리게 되네요. 오랜만에 농촌에서 여유롭고 정겨운 힐링여행을 기대했지만 농촌관광이 기대에 미치지 못해 아쉬움을 남겼습니다. 힘들게 온 여행이지만 다시 오고 싶지는 않을 것 같습니다.

(After) 오관광씨는 **페이스북**을 하던 중 **'내게 맞는 힐링타입은?'**이라는 **심리 테스트 게임**이 있어 해본 결과, 농촌마을 정보와 함께 관련 마을 방문 시 심신정화가 되는 체험 할인권이 화면에 떠 다운을 받았습니다. 바쁜 프로젝트가 끝나 주말에 친구와 힐링여행을 떠날 생각이던 오관광씨는 **농촌마을을 방문**하기로 하였습니다. 할인권 사용하기를 누르자 **'웰촌'포털로 이동**되어 자세한 **마을 유형정보와 특징, 체험내용, 시간 등을 한페이지 내에서 제공**되어 **검색하기 쉽도록** 구성되어 있네요. 오관광씨는 **실제 이용한 사람들이 남긴 이용후기와 항목별 별점**을 보고 최종 농촌관광지를 결정하였습니다. 체험, 숙박 예약결제 시스템과 연계되어 **간편한 절차만으로도 여행 준비가 끝났네요.** 숙박장소가 **시골민박이라 이불 등 숙소 환경이 깨끗하지 않을까 걱정이 앞섰습니다.** 그런데 막상 숙소에 가보니 뜻밖에 **인증된 업체에서 이불을 세탁했다는 안내 메시지**가 놓여 있어 여러 가지로 안심이 되었고, 따뜻한 아랫목에서 모처럼 숙면을 취했네요. 농촌마을에서 체험을 하고 있는 여행객들도 구경하고 마을을 천천히 걸으며 친구와 평소 바빠서 하지 못했던 깊은 대화를 자연속에서 나누니 마음이 편안해 집니다. 기대했던 것 보다 여유롭고 친근했던 **여행을 마치고** 집에 도착할때쯤 **후기**를 남겨 달라는 **메시지**가 와있네요. 직접 경험한 좋았던 부분과 아쉬웠던 부분을 **요소별로 평점을 주고 후기도 남겼습니다.** 가을이 가기전에 밤따는 체험마을도 찾아가 볼까 합니다.

① (여행준비단계) 농촌관광 정보·예약·결제를 원스톱으로 제공할 수 있는 통합 서비스 제공

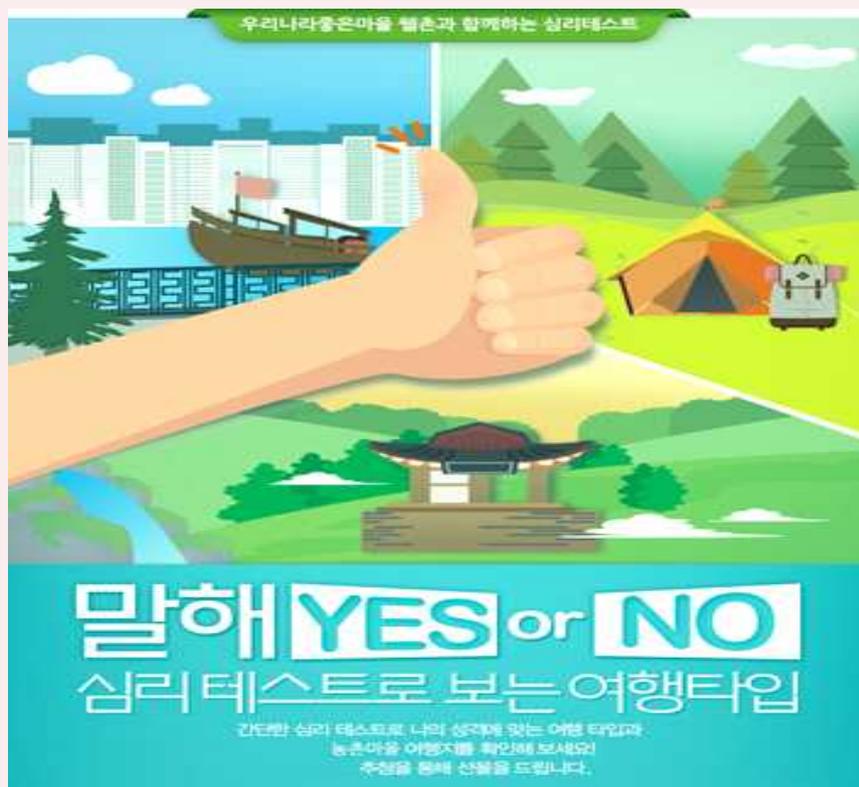
As-Is	To-Be
<ul style="list-style-type: none"> • (정보제공) 체험, 숙박 등 분산 정보 제공 • (예약·결제) 체험, 숙박 등 별개로 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 웰촌포털을 통한 통합 정보 제공 • 정보·예약·결제까지 원스톱 서비스

○ (맞춤형 정보제공) 흥미·공감요소를 접목한 성향별·연령별 심리테스트 이벤트 등을 통한 수요자 맞춤형 체험마을 선택 채널 마련('16.11)

* 심리테스트 : 웰촌포털, 카스, 페이스북, 네이버블로그에서 진행(12월)

* 예약결제 선호상품 설문조사이벤트 : 웰촌포털, 카스, 페이스북, 네이버블로그에서 진행(11월)

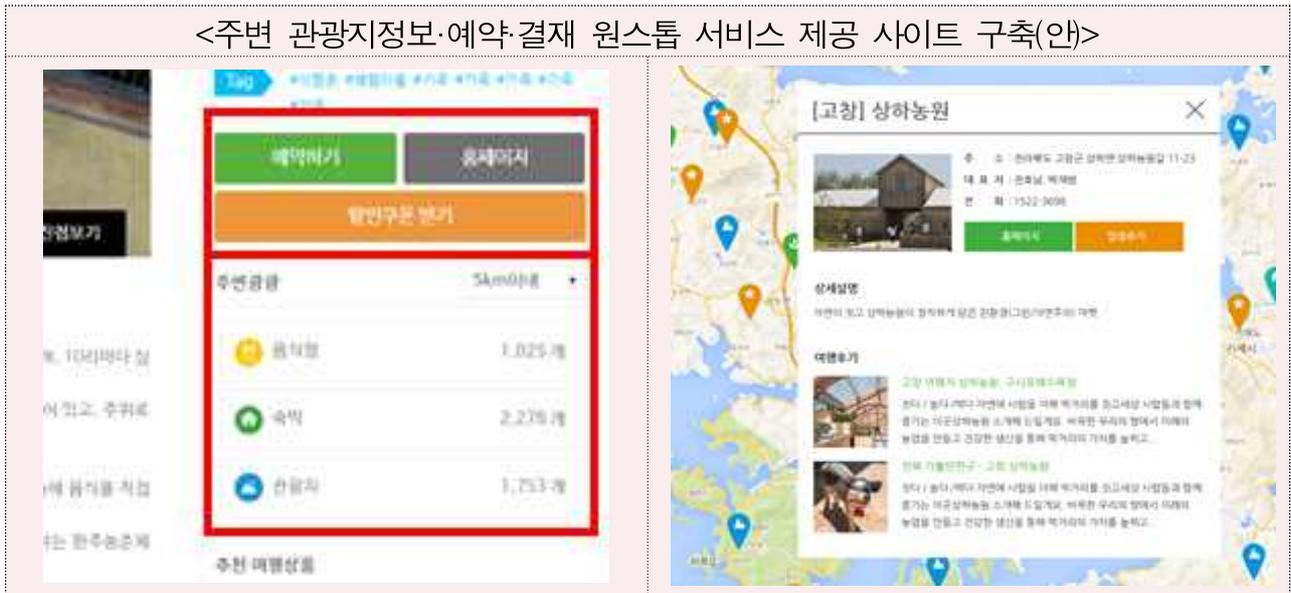
<간단한 심리테스트로 나의 성격에 맞는 농촌여행 타입과 농촌마을 여행지 확인 이벤트>



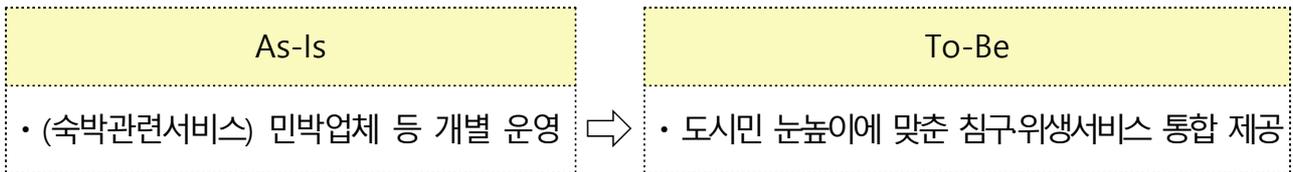
1. 두번째 게시물의 질문에 따라 YES or No를 선택해 주세요~
 2. 나의 성격과 맞는 농촌마을 여행지를 확인 후 댓글로 적어주세요!
 3. 본 페이지를 공유하기와 좋아요를 클릭해주세요~
 4. 친구소환하면 당첨확률은 UP!
- ★이벤트 기간
: 2016년 12월 00일 - 12월 00일
- ★이벤트 발표
: 2016년 12월 00일
- ★이벤트 상품
: 문화상품권 10,000원 / 100명

○ (예약·결제서비스) 농촌체험휴양마을과 주변 숙박, 농가 맛집 등 주변의 정보와 온라인 예약결제 서비스를 종합적으로 제공

- 웰촌포털 정보제공과 연계한 예약·결제 One-stop 서비스 구축('16.12월)



② (체험단계) 농촌관광 수요자의 서비스 만족도 향상을 위한 이불 세탁 픽업서비스, 숙박 위생 서비스 개선 추진 방안 마련

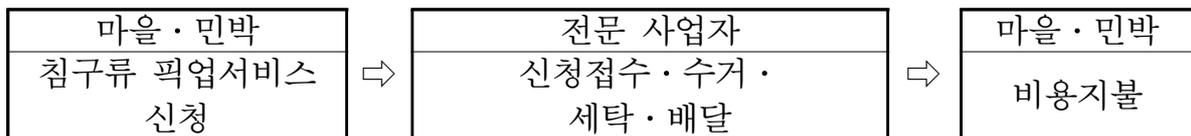


○ 침구류 픽업서비스 사업자 육성 방안 등 시범사업 추진계획 마련

- 마을·민박의 분포, 침구류 현황 및 참여의향조사를 토대로 사업성 분석 후 침구류 픽업서비스 시범사업* 실시('17년)

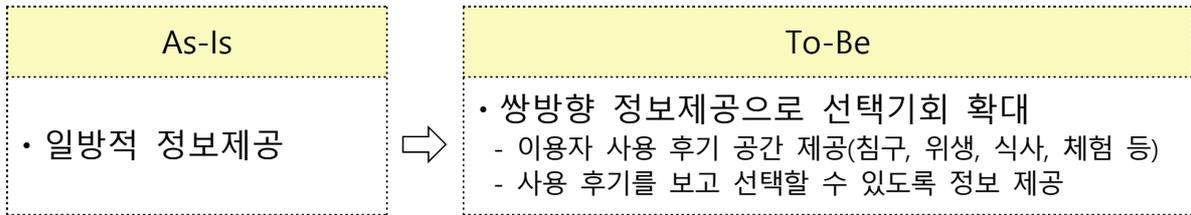
* 시범사업 대상지역 : 강원도 체험마을수 180여개, 농어촌민박 5,466개소

<침구류 픽업서비스 추진 체계>



○ 농촌관광시설의 위생청결 유지를 위한 정기적 위생방제 서비스 지원

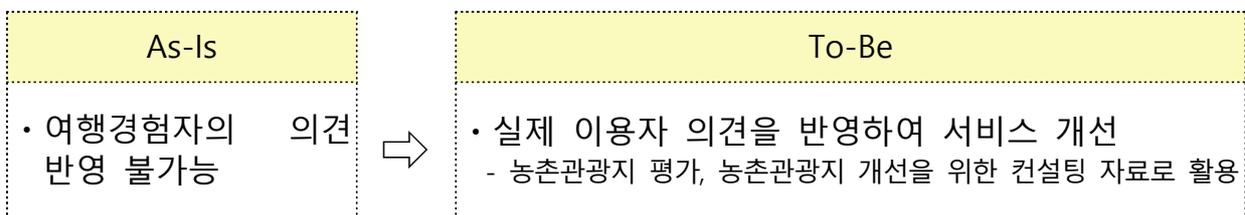
③ (피드백단계) '웰촌' 포털 등에 농촌체험관광 이용자 후기 등록 코너를 신설하여 농촌관광 수요자 관점의 정보제공 확대



- 웰촌포털 등 온라인 예약·결제 서비스를 통해 체험, 숙박, 위생 등 농촌 관광을 경험한 이용자가 후기를 작성할 수 있는 온라인 공간 마련(16.12)
 - * 후기는 예약·결제 서비스 실(實) 이용자만 작성하여 신뢰도 향상하고 각 항목별 4단계(매우만족, 만족, 보통, 미흡)로 별점 적용
 - 후기작성이 활성화될 수 있도록 매월 '우수후기 작성자'를 선정하고 농촌사랑상품권 등의 상품제공을 제공하여 참여 유도



④ (민간참여플랫폼) 웰촌포털 후기공간을 활용하여 농촌체험마을 개선 사항 도출 등 서비스개선에 활용



- '농촌관광 등급결정 사업' 전문가 심사를 통한 등급 정보와 사용자 후기 정보를 결합하여 신뢰성 있는 농촌관광지 평가 정보 제공

□ **【기대효과】 정부3.0 관점에서 수요자 맞춤형 농촌관광 서비스 개발로 국민들의 체감도 제고**

* 내국인 관광객 : ('15년) 870만명 → ('16년) 1,000만명(목표)

* 외국인 관광객 : ('15년) 8.3만명 → ('16년) 10만명(목표)

- (정보제공 확대) 농촌관광 정보를 SNS(페이스북, 인스타그램 등) 심리 테스트 및 할인권 증정 이벤트 실시로 수요자 정보접근 확대
- (예약·결제시스템) 농촌관광 체험, 숙박, 교통 서비스 정보 및 예약·결제 제공 통합 제공할 수 있는 **One-stop** 채널 제공
- (정보신뢰성확보) 농촌관광 이용자 사용후기를 수요자에게 제공함으로써 신뢰도 높은 정보제공 및 선택기회 확대
- (민간참여플랫폼) 농촌관광 수요자의 목소리를 정책수요·평가 등에 반영하여 서비스 만족도 제고
- (신규사업·일자리창출) 숙박 이용객의 만족도가 낮은 침구류에 대한 세탁픽업 서비스 등 농촌관광 품질 개선

< 국민디자인단 추진 전과 후 비교 >

구 분	추진 전	추진 후
서비스질적 요소	- 정책성과 중심	- 수요자 중심
참여주체	- 일부 단체 중심	- 단체 및 개인
확산방법	- 정부기관, 시민단체 중심	- 수요자 간 정보공유 중심
정보제공	- 정보를 찾기 어렵고 곳곳에 산재	- '웰촌'포털을 통한 일괄 정보제공
문제해결	- 문제점 개선 미흡으로 방문 만족도 저하	- 이용후기 공유를 통한 문제점 점검 및 개선
참여방식	- 일회성 방문의 체험관광 중심	- 지속적 방문의 힐링관광으로 확대

라. 향후 추진일정 및 보완사항

□ 2016 ~ 18(3년간) 정책 수요자가 제안한 아이디어를 단계적으로 실천

- ('16년) 맞춤형 농촌관광 상품 제공을 위한 이벤트 실시
 - SNS 채널(페이스북, 카카오토티)에 농촌관광 상품선택 심리테스트 이벤트를 확대
- ('17년) 정보제공 및 예약결제 서비스 One-Shot 서비스 운영, 숙박 침구류 픽업 세탁 서비스 시범실시
 - '웰촌'포털 사이트를 통해 네이버 예약결제 서비스 및 이용후기를 이용자가 한번에 제공 받을수 있도록 개선
 - * 우수 체험마을 10개소 등록('16.12월) → 체험마을 40개소까지 확대 등록('17.3월)
 - 민박, 체험마을 숙박시설의 침구류를 수거하여 세탁 후 배달하는 침구류 픽업 세탁 서비스를 강원지역 시범사업 실시
- ('18년) 시범사업 성과를 분석하여 숙박 침구류 픽업 세탁 서비스 전국 확대 여부 검토

□ 농촌관광 관련 시기별, 주제별 맞춤형 홍보 추진

- 계절별·테마별 농촌관광코스 선정 홍보책자 등 제작·배포 시 국민디자인단 의견 반영 정책 등 정부3.0 성과 홍보 추진
 - * 매월 테마별 농촌관광지 10선을 선정하여 홍보(보도자료, SNS채널 등)
- SNS 채널(인스타그램, 카카오토티, 페이스북, 트위터 등) 이벤트 확대 및 연령별·그룹별 수요자 맞춤형 정보제공 실시(기획기사 등)
- '정부3.0 국민체험마당' 박람회 부스설치 및 체험프로그램 운영(11.9~12)
 - * 농촌관광 '심리테스트' 시연 등을 통한 국민디자인 성과 홍보
- '한국방문의 해' 연계 『코리아세일 페스타』 농촌관광지 특별할인 및 기념품 제공 추진, SNS 등 홍보(~10.31)

□ 정부3.0 국민디자인단 구성

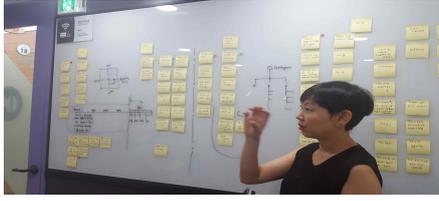
- (미션) 농림축산식품부는 농촌체험관광 활성화를 위해 다양한 정책을 추진중에 있는데, 이용자 중심의 서비스 제공방안을 고려하고 있습니다. 방문객들이 원하는 서비스는 어떤 것들이 있고, 어떻게 만들어야 할까요?

※ 서비스디자이너, 전문가, 일반시민, 대학생, 사업담당 공무원 등 9명

구 분	성명/소속/직위	역 할		
서비스디자이너	박현성 실장 (주식회사 티엔드티군텀스)	· 서비스디자인 방법론 안내 및 팀리더로서 일정 및 목표 관리		
분야 전문가 (교수, 연구원, 관련단체 등)	이혜선 (이화여자대학교 디자인대학원 서비스디자인과 교수)	· 과제(정책) 자문, 발전방안 제시		
	최영현 소장 (홍익대학교 국제디자인전문대학원 : IDAS 디자인학박사)			
정책 수요자	시 민 (일반국민, 대학생 등)	심유정 (자영업)	· 정책수요자 시각에서 의견 제시, 아이디어 개발	
	김지희 (대학원생)			
	이태균 (직장인)			
	한소희 (대학원생)			
정책 공급자	주관부서 (사업담당)	정세희 주무관 (농촌산업과)	· 정책공급자 시각에서 사업설명 및 의견제시 · 디자인단 활동결과 정책반영 및 이행	· 팀 운영 지원(예산) · 팀리더로서 활동 일정 및 목표 관리
		정재현 주무관 (농촌산업과)		
	정부3.0 담당자	김기연 서기관 (창조행정담당관실)	· 행자부 국민참여 정책과와 진행상황 공유, 자료제출	

□ 정부3.0 국민디자인단 활동실적

※ 자체 워크숍 7회, 수시 활동 10여회, SNS 등을 통한 소통

구분	일시·장소	참석자	활동내용	관련 활동 사진
1	4.11 16:00~18:00 서울역 스마트워크센터	국민디자인단 7명, 디자이너, 담당 공무원 등 9명	현황분석 및 문제의 인식 -농식품부의 정책방향 소개 -역할 분담 및 문제점 인식	
2	6.1 11:00~13:00 서울역 스마트워크센터	국민디자인단 4명, 디자이너, 담당 공무원 등 6명	핵심이슈도출 -필드 리서치 내용 공유 -제시된 고객별 정의, 요구 파악	
3	6.11 16:30~18:30 토즈 신촌점	국민디자인단 6명, 디자이너, 담당 공무원 등 8명	주제 로드맵 작성 및 서비스 컨셉 마련 -고객의 요구를 바탕으로 주제로드맵 작성 -로드맵에 따른 서비스 방안 제시	
4	6.15 11:30~13:30 서울역 스마트워크센터	국민디자인단 8명, 디자이너, 담당 공무원 등 10명	중간점검 및 서비스방향 정립 -페이포인트 중심의 서비스 점검	
5	6.18 16:30~18:30 토즈 신촌점	국민디자인단 7명, 디자이너, 담당공무원 등 9명	서비스 아이디어 개발 -고객의 서비스 참여 방법 제시 -참여 활성화를 위한 아이디어 발굴	
6	6.30 16:30~18:30 토즈 신촌점	국민디자인단 6명, 디자이너, 담당 공무원 등 8명	서비스 시나리오 작성 -서비스 아이디어 컨셉 및 시나리오 논의	
7	8.5 14:00~17:00 서울역 스마트워크센터	국민디자인단 7명, 디자이너, 담당 공무원 등 9명	서비스 시나리오 작성 -서비스 혜택 등의 내용을 스토리보드화 및 카툰 형식 결과 발표	

□ 정부3.0 국민디자인단 활동 총평

구분	성명/소속/직위	활동 소감
서비스 디자이너	박현성 실장 (주)티엔드티군텀스	주제가 국민수요자들의 여가시간을 위한 참신한 서비스인 만큼 즐거운 정책으로 이어지길 기대해봅니다.
전문가	이혜선 교수 이화여대 디자인학과	이번활동으로 6차 산업 관련 문제에 대한 관심이 생겼다. 참여자들의 좋은 아이디어가 정책에 반영된다면 매우 보람 있을 것이다 정부의 정책 방향에 관해 디자인씽킹을 통해 단순한 비판과 아이디어 제안이 아닌 조금 더 통합적 관점에서의 해결안과 제언을 할 수 있는 시스템이 바람직하다고 생각되었다
	최영현 강사 홍익대학교 서비스디자인과	농촌여행 경험의 질을 높이기 위해서 다분야 전문가들과 국민 디자인단에 함께 참여하게 되어서 기쁩니다. 보여주기식 농촌체험이 아닌 이해관계자들이 마음으로 소통하고 힐링할 수 있는 진정성을 담은 서비스디자인을 담기위해서 함께 고민한 흔적들이 정책에 반영되고 다시 국민에게로 혜택을 제공할 수 있는 아름다운 생태계 조성이 될 수 있기를 기대합니다.
정책 수요자	심유정 자영업자	처음에는 뭔가 해야한다는 부담감이 있었지만 진행과정에서 다양한 의견과 시각을 소통하면서 우리가 생각한 서비스를 구상할 수 있어서 뜻깊었습니다. 우리의 의견이 많이 반영되기를 희망합니다.
	고서연 직장인	국민디자인단으로 참여하면서 실제로 농촌에 계신분들 그리고 공무원분들과 소통하면서 두 관계자의 입장을 고려해서 정책과 관련된 아이디어를 생각했습니다. (두 가지 입장을 고려했다는 측면에서) 정책수요자와 공급자 사이에서 국민이 정부의 정책에 참여하는 일은 앞으로도 많은 도움이 될 거라 믿습니다.
	김지희 대학원생	국민디자인단에 참여하며 농촌에 직접방문하고 다양한분야의 전문가분들과 회의도하며 농촌관광이 앞으로더발전할 산업이라는것을 알수있었고 직접참여해보아 기뻐했습니다.
	백경화 대학원생	국민디자인단을 하면서 농촌과 관련된 많은 분들이 농촌의 발전에 대해 많은 정성과 노력을 기울인다는 것을 알고 놀랐습니다. 무심코 지나쳤던 가능성들을 살펴봄에 계속해서 관심을 가져야 겠다는 생각도 많이 하게 되었습니다. 그동안의 노력이 추후 정책으로 만들어 질때에 조금이나마 도움이 되지 않을까 생각해봅니다.
	이태균 직장인	보통 정책이라고 하면 일반 국민들과 동떨어진 입법부의 결정을 통해서 진행되는 것이라는 인식의틀이 강하게 자리잡고 있었는데 이번 국민디자인단 활동을 통해서 정부에서도 국민들의 다양한 의견에 보다 더 귀 기울이고 국민들의 목소리를 반영하려고 노력하고 있다는 것을 깨달았습니다. 감사합니다.
	한소희 대학원생	국민의 한사람으로써 정책결정에 참여할 수 있어서 의미있었고 어릴 적 할머니 집에서 포도서리 하던 기억이 되살아나서 즐거웠다. 이번 프로젝트를 통해 도시와 농촌이 좀 더 가까워 질 수 있는 계기를 만들 수 있게 된 것 같아 뿌듯하고, 앞으로 농촌의 모습이 기대된다.

□ 국민디자인단 추진 애로사항(디자이너 의견)

○ 운영기간 확대

- Design Thinking 특성상 활발한 토의가 오가고, 많은 이야기를 나누면서 그 안에서 새로운 생각들이 도출되어야 하므로 추진 시기를 좀더 확대하는 것이 바람직 할 듯

○ 회의장소 마련

- 10명 이상의 인원이 들어가서 회의할 수 있는 장소가 많지 않음
- 스마트 워크센터에서 대부분의 회의를 진행할 수 있었지만, 회의실이 넉넉하지 않아 일정 변경시 회의실을 구하기 어려움

○ 역할 및 권한에 대한 이해

- 아직 보편화된 방법이 아닌 만큼, 국민디자인단 선정시 참여자 역할, 진행방식, 팀 리더 권한에 대한 명확한 설명 필요

□ 국민디자인단 개선 건의사항

○ 국민디자인단 운영자를 위한 정책 Design thinking 기법에 대한 단계별 교육 과정 마련 및 전문교육 기관 등을 통한 교육 필요

○ 정책 수립단계, 오래된 문제를 해결하는 단계 등 정책 추진 상황별 디자인단 운영 방안 마련

- 예시> 정책 단계별 디자인기법 적용을 위한 운영 매뉴얼 작성 및 배포 등

○ 디자인단 운영을 위해서는 전문가 참여, 회의 운영 등 예산이 수반됨으로 전체 부처가 관련 예산을 확보할 수 있도록 범부처 예산 확보 등의 구체적인 방법 강구 필요

첨부3

서비스디자인 단계별 산출물(별첨)