

정부 3.0 브랜드과제 국민디자인단  
「경상북도 Smart 두레공동체  
일자리 창출사업」



 경상북도  
GYEONGSANGBUK-DO

 Eride  
GyeongBuk

경상북도는  
도시와 농촌이 인접 또는 공존하는  
지역적 특색을 가지고 있습니다

지금,,  
농촌은  
심각한 일손 부족에  
시달리고  
있습니다



농촌인구 감소

-18.7%

농촌의 고령화 (65세 이상)

35.5%

\*경산,영천, 청도 2000-2013년 평균



“일할 사람이  
없다...”

도시 또한,,  
마땅한 일자리가  
없는  
상태입니다



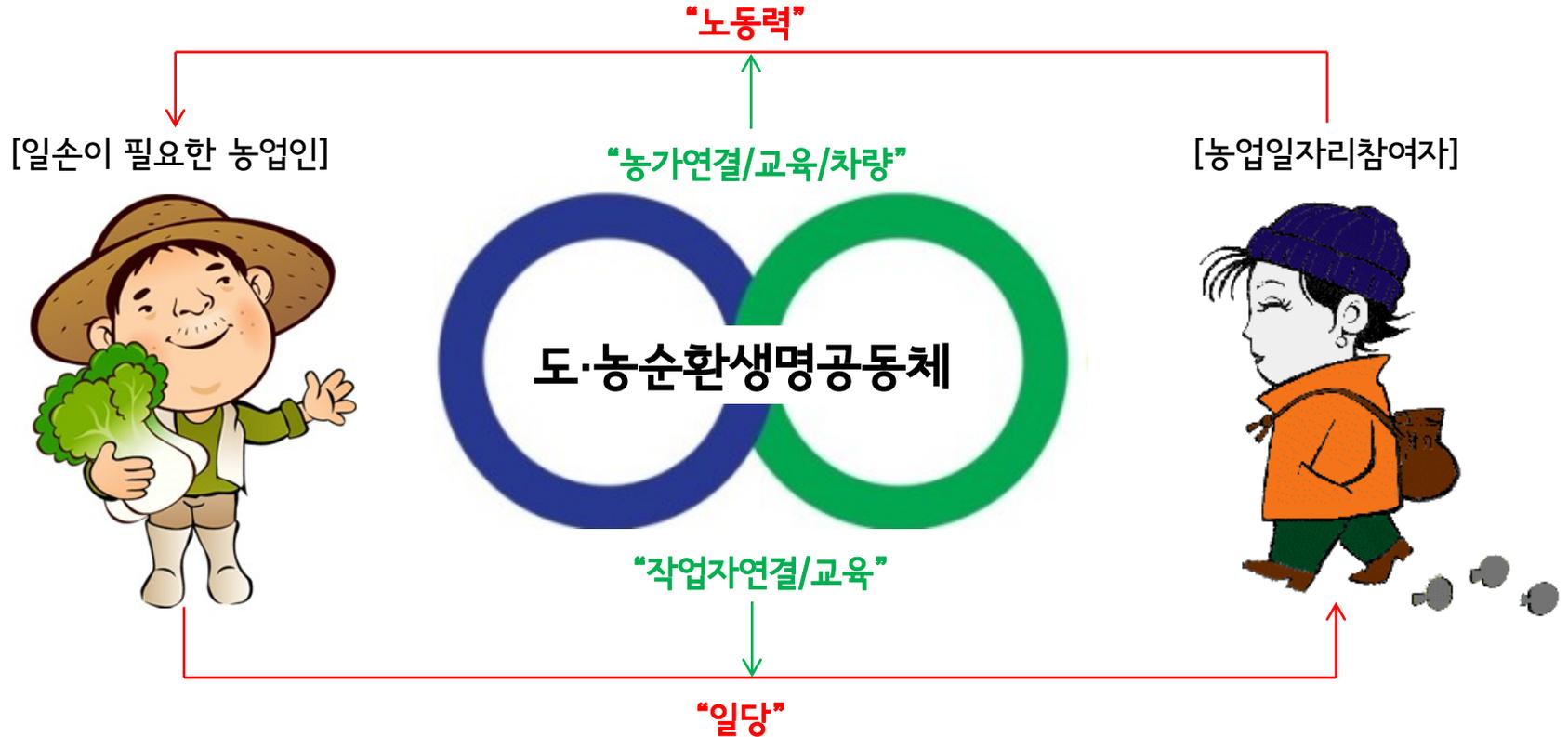


도시의 일자리 부족  
특히,  
실직자  
시니어

“일할 곳이 없다...”

# 「경상북도 Smart 두레공동체 일자리 창출사업」 개요

1. 2014년 고용노동부 「지역 맞춤형 일자리 창출 사업」으로 선정. 4월부터 시행
2. 대상지: 3개 지역 (경상북도 경산시, 영천시, 청도군)
3. 일손이 부족한 농촌 농가와 실업자, 시니어 등을 포함하는 도시의 취업취약계층과 일자리를 연계



일을 주는 사람



일을 하는 사람



**“먹고 사는 문제”**

갑?



을?



**“미묘한 문제”**

그래서,  
국민디자인단을  
구성하였습니다

구성원은,

# Kick-off

사업단장(정책공급자)

사업담당자(정책공급자)

인력(정책수요자)

농장주(정책수요자)

서비스디자이너

국민디자인단 간담회

09. 05. 14:00 ~

경북도청, 회의실

정책수요자, 서비스디자인단, 경북도청 담당자, 행안부 담당자 등 총 20여명

정책 수요자의 Key Issue 수집

# 국민디자인단 활동은,

1. 기간 : 2014. 09. 08 ~ 10.31 (총 8주)
2. 방법 : 서비스디자인 방법론을 활용하여

다양한 이해관계자를 파악하고  
참여를 통한 소통으로  
잠재된 요구를 이끌어내고  
다같이 잘 먹고 잘 살 수 있는  
방법과 아이디어를 모아  
지속적으로  
운영하기 위함입니다.

# “심리적 합의”를 위한 소통과 협력의 과정



# 1. Discover 탐색

각 이해관계자 인터뷰

그룹 인터뷰

관찰

# In-depth interview

심층  
인터뷰

주제에  
대한  
개방적  
대화

사용자  
관점에  
대한  
심층적  
접근

09.25. 10:20~11:20

조사대상자 : 스마트두레 사업단 실무자 2명

조사도구 : 질문지, Video, 사진촬영

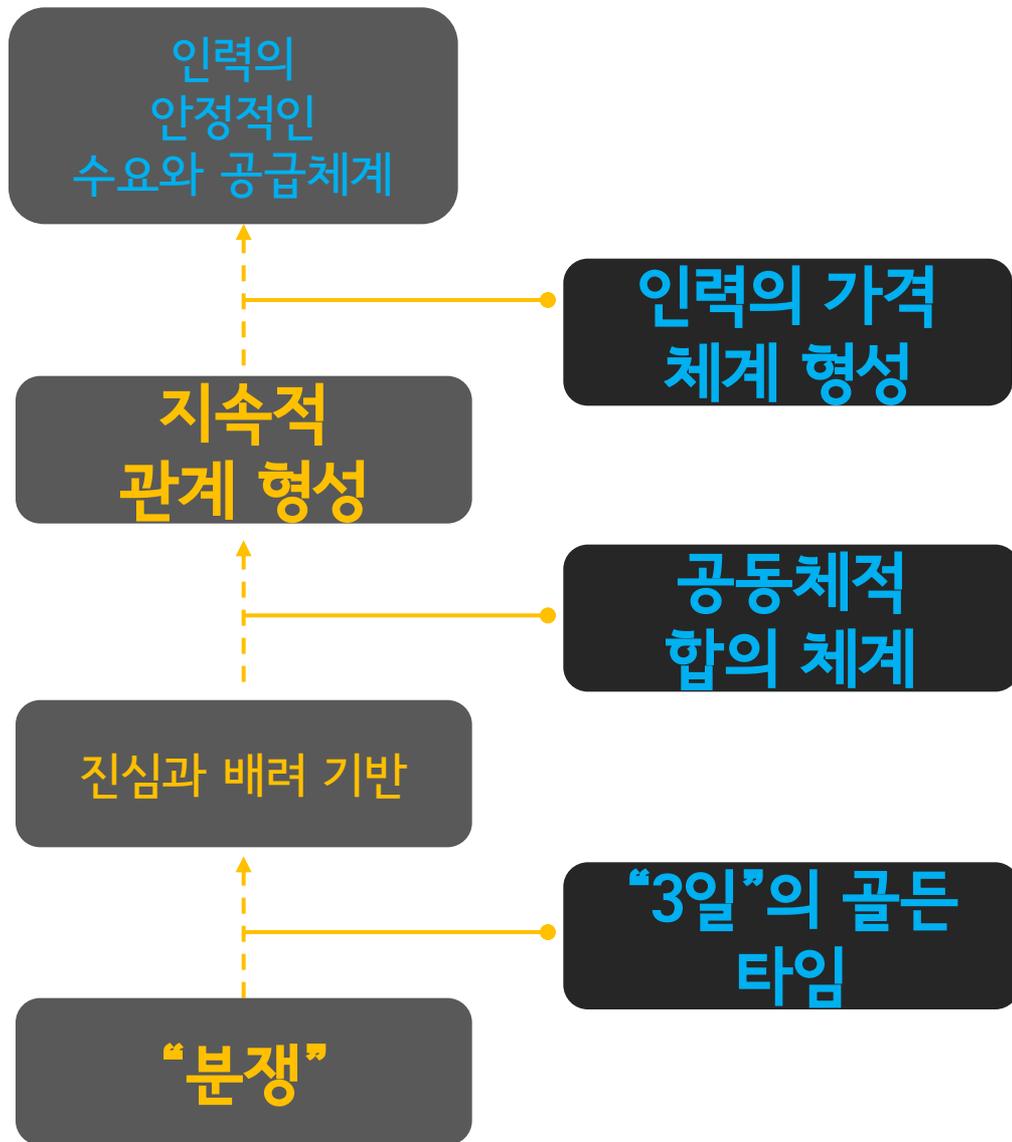
조사원 : 2명

사업의 핵심 가치에 대한 공급자 관점

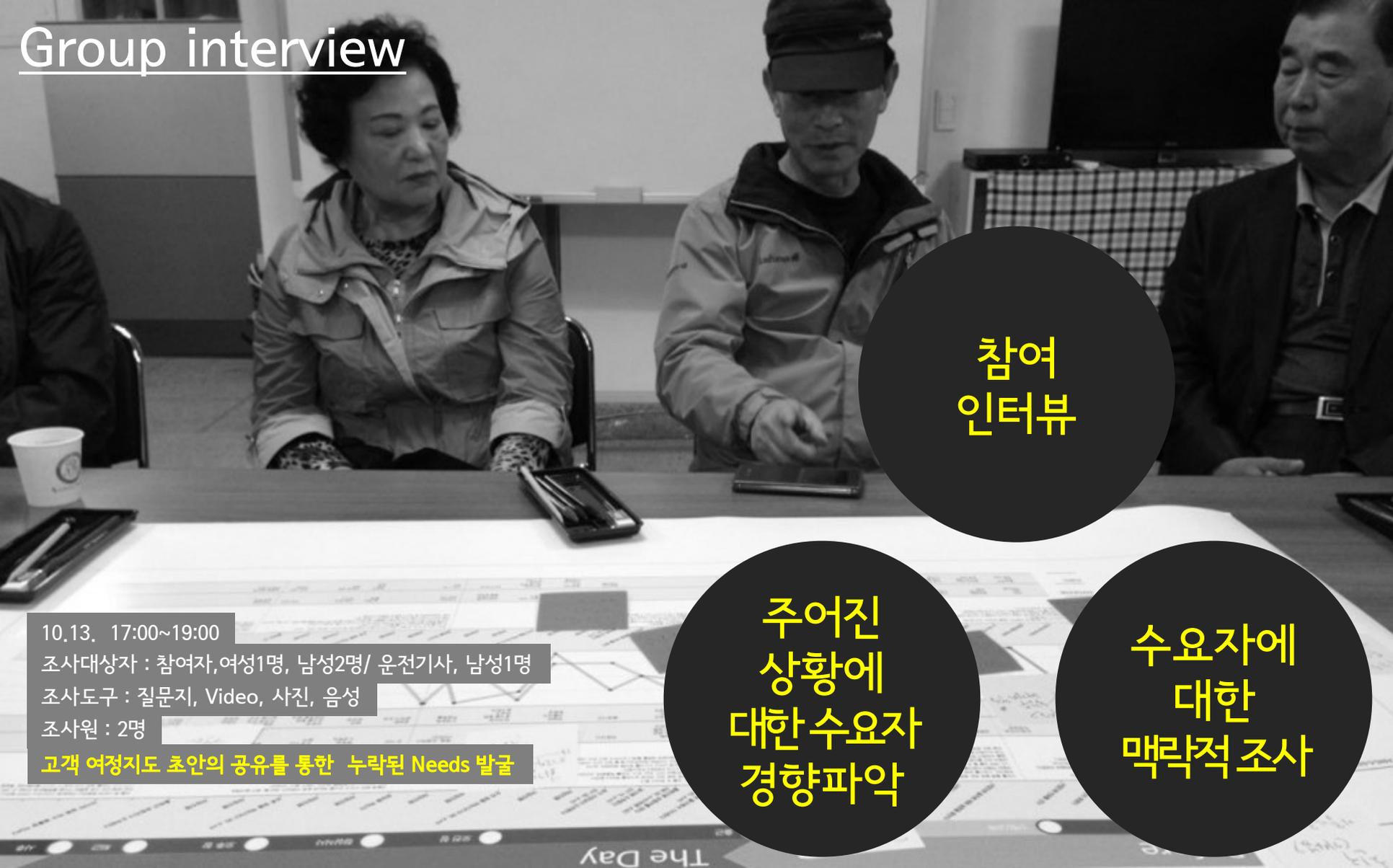
“사소한 분쟁”은  
언제든지 있을 수 있어요

최초 3일이 가장 중요한 시기예요  
서로 알아가는 시기거든요

핵심가치는 사람 중심의  
“이해와 배려”입니다



# Group interview



참여  
인터뷰

주어진  
상황에  
대한 수요자  
경향 파악

수요자에  
대한  
맥락적 조사

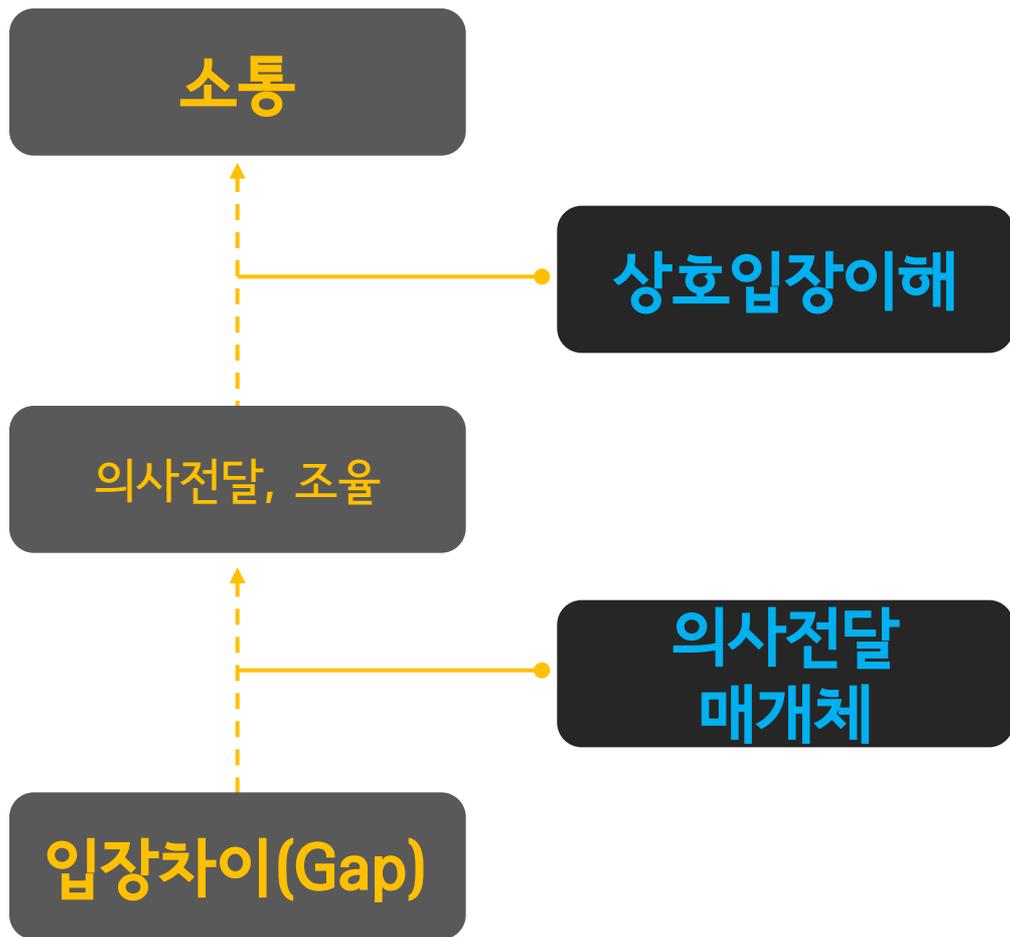
10.13. 17:00~19:00  
조사대상자 : 참여자, 여성1명, 남성2명/ 운전기사, 남성1명  
조사도구 : 질문지, Video, 사진, 음성  
조사원 : 2명  
고객 여정지도 초안의 공유를 통한 누락된 Needs 발굴

“말해줄 사람이 필요해요”

서로 생각하는 게 다르거든요.

운전기사가

왔다갔다하면서 **중간에서**  
역할을 잘해야 돼.



# Contextual

- + Shadowing
- + Observation
- + In-depth interview

수요자  
일상에서의  
친밀한  
통찰

서비스 환경  
내에서  
수요자 행동  
관찰과  
추적

질문과  
관찰의  
조합

10.04. 06:30~12:00

조사대상자 : 참여자, 여성2명/ 농가, 남성1명, 여성1명/ 운전기사, 남성1명

조사도구 : 질문지, Video, 사진, 음성

조사원 : 3명

수요자 환경에 직접 참여를 통한 공감을 기반으로 한  
현장감 있는 Needs 수집

“한 달에 20일만” 일할 수  
있으면 딱 좋을 것 같아요.

농한기에는 일이 너무 없어요.

한 달에 내가  
얼마나 일을 할 수 있을지  
알 수가 없으니까 불안하지...

안정적인  
일자리

한 달 돈벌이

“20일 일하기”

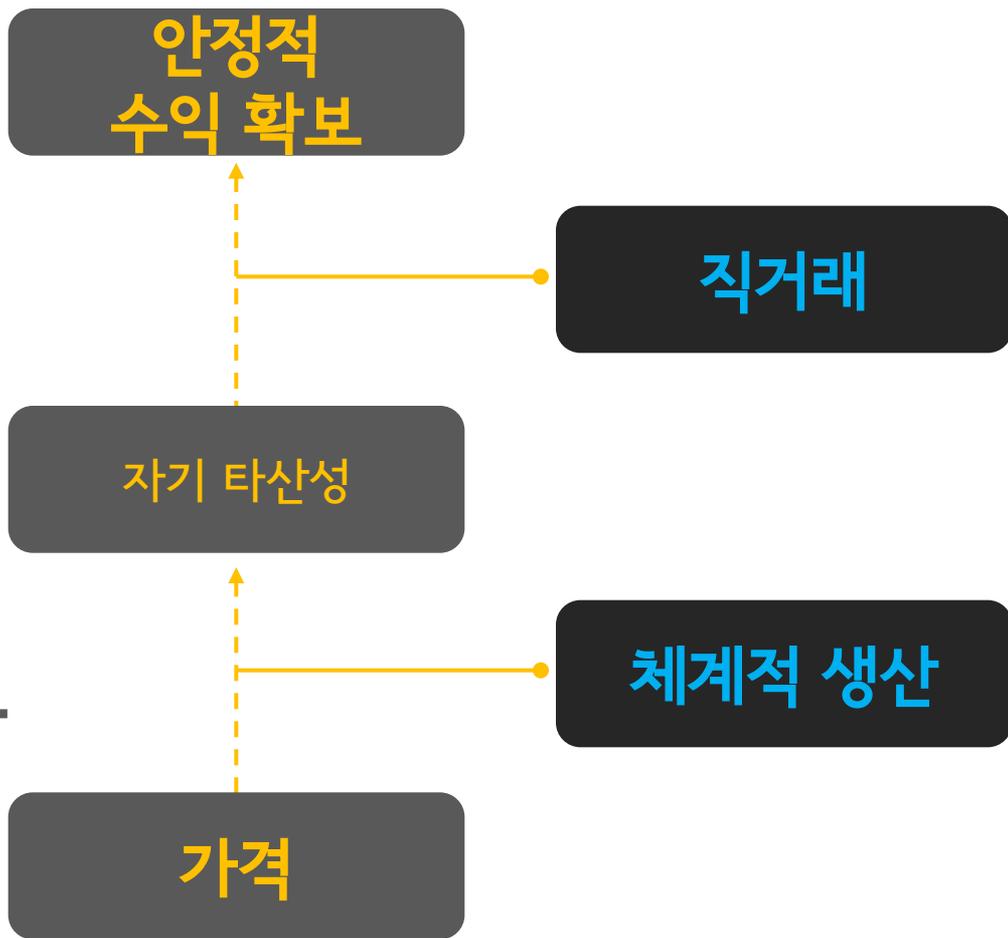
예측과 계획

생계유지

“가격, 알아서 잘 좀 받아주소”

경매사한테 전화가 왔네요.  
이틀 전에도 상품 팔았었는데,  
이만큼 가격이 낮지 않았어요.

그래도 어쩔 수 없지 뭐...  
더 놔두면 팔지도 못하니까...



[탐색]

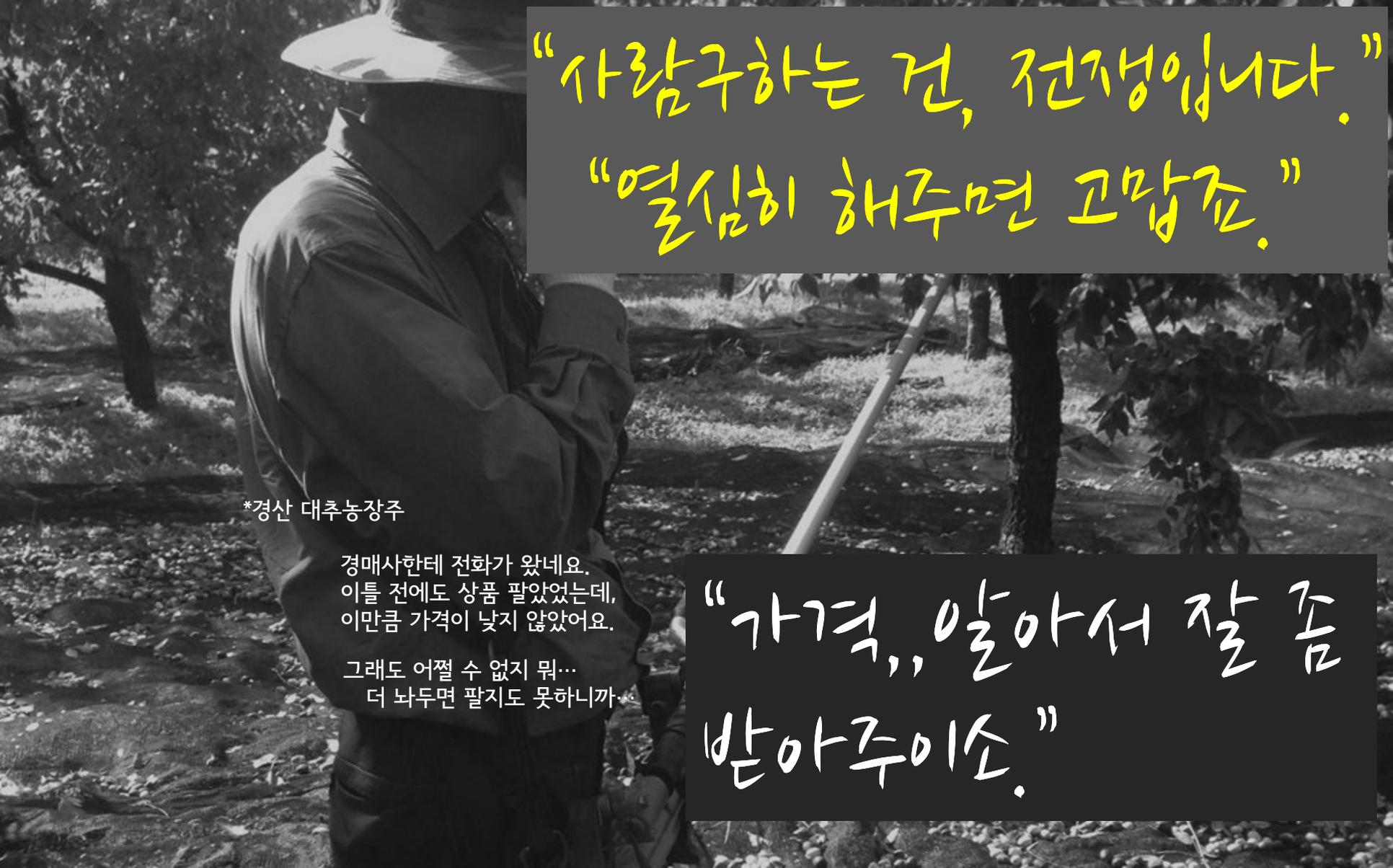
# 결국은, 사람

“인격적 대우”

“철학이 있습니다.”

\*사업단장 박상우교수





“사람구하는 건, 전쟁입니다.”

“열심히 해주면 고맙죠.”

\*경산 대추농장주

경매사한테 전화가 왔네요.  
이틀 전에도 상품 팔았었는데,  
이만큼 가격이 낮지 않았어요.

그래도 어쩔 수 없지 뭐...  
더 놔두면 팔지도 못하니까...

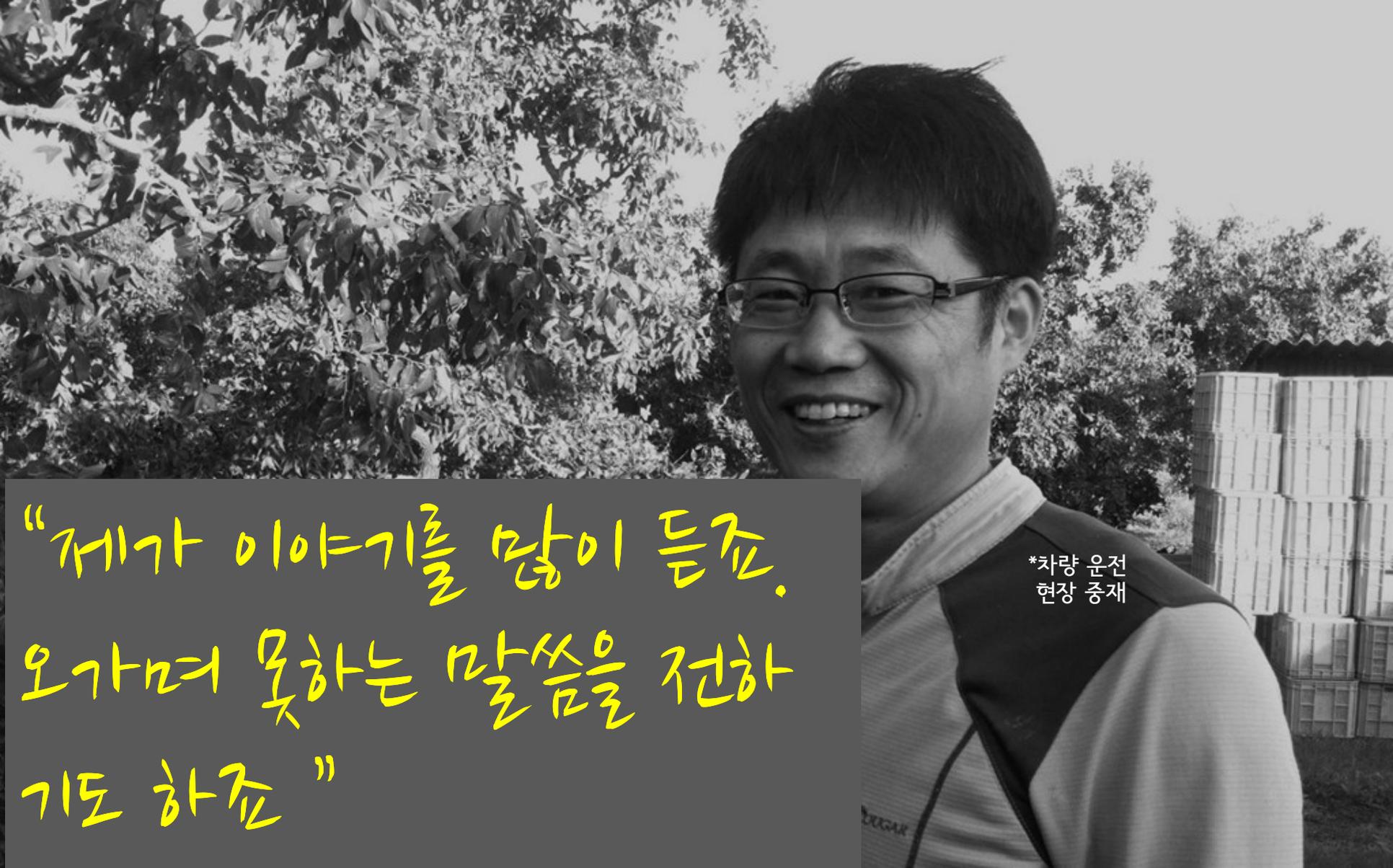
“가격,, 알아서 잘 좀  
받아주이쇼.”

\*대추농사 참여자

“시간도 보내고  
돈도 버니까 좋아요.”  
“이 집 주인이 좋아요.”

\*일자리 참여자

“너무 힘든 일은 못 하겠어요.”  
“막 부리는 것 같은데 기분  
나빠요.”



“제가 이야기를 많이 듣죠.  
오가며 못하는 말씨를 전하  
기도 하죠”

\*차량 운전  
현장 종재

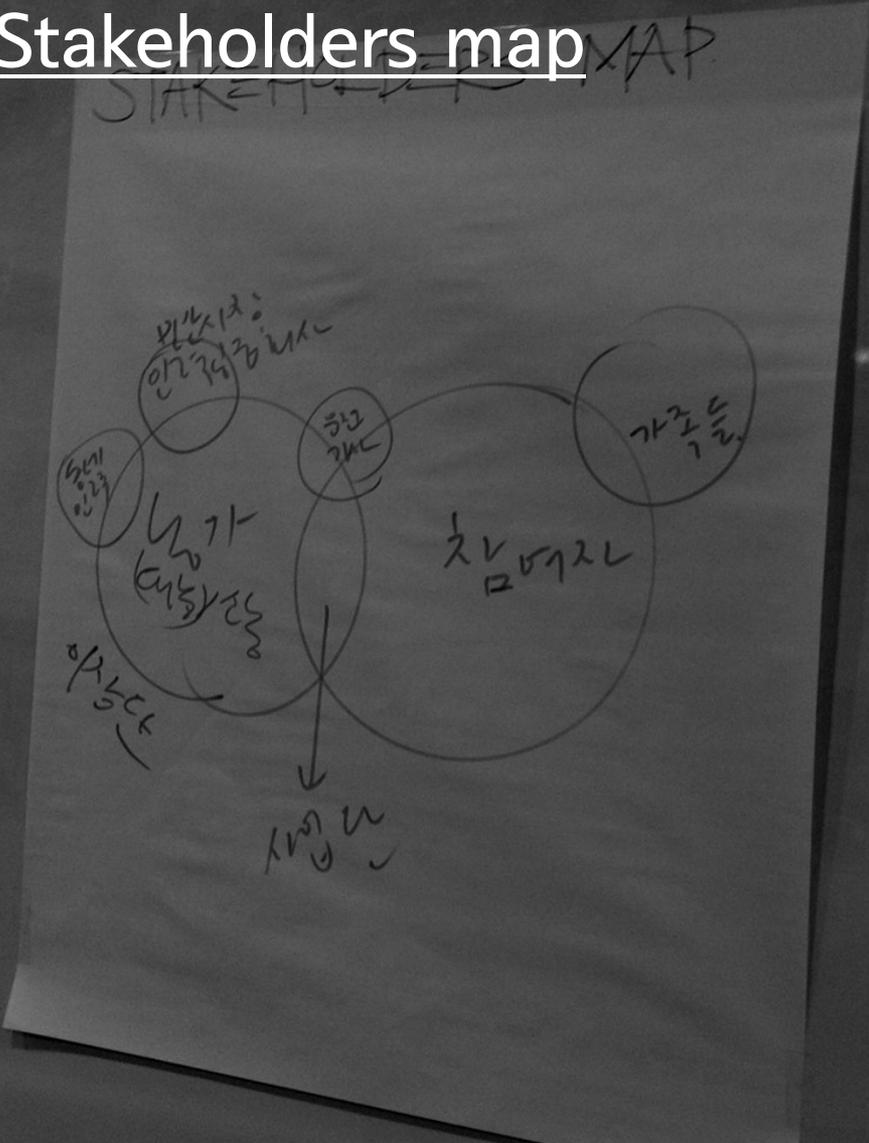
## 2. Define 정의

이해관계자 맵

고객여정맵

참여 및 경험

# Stakeholders map



이해관계 정의

역학관계 파악

상호작용 분석

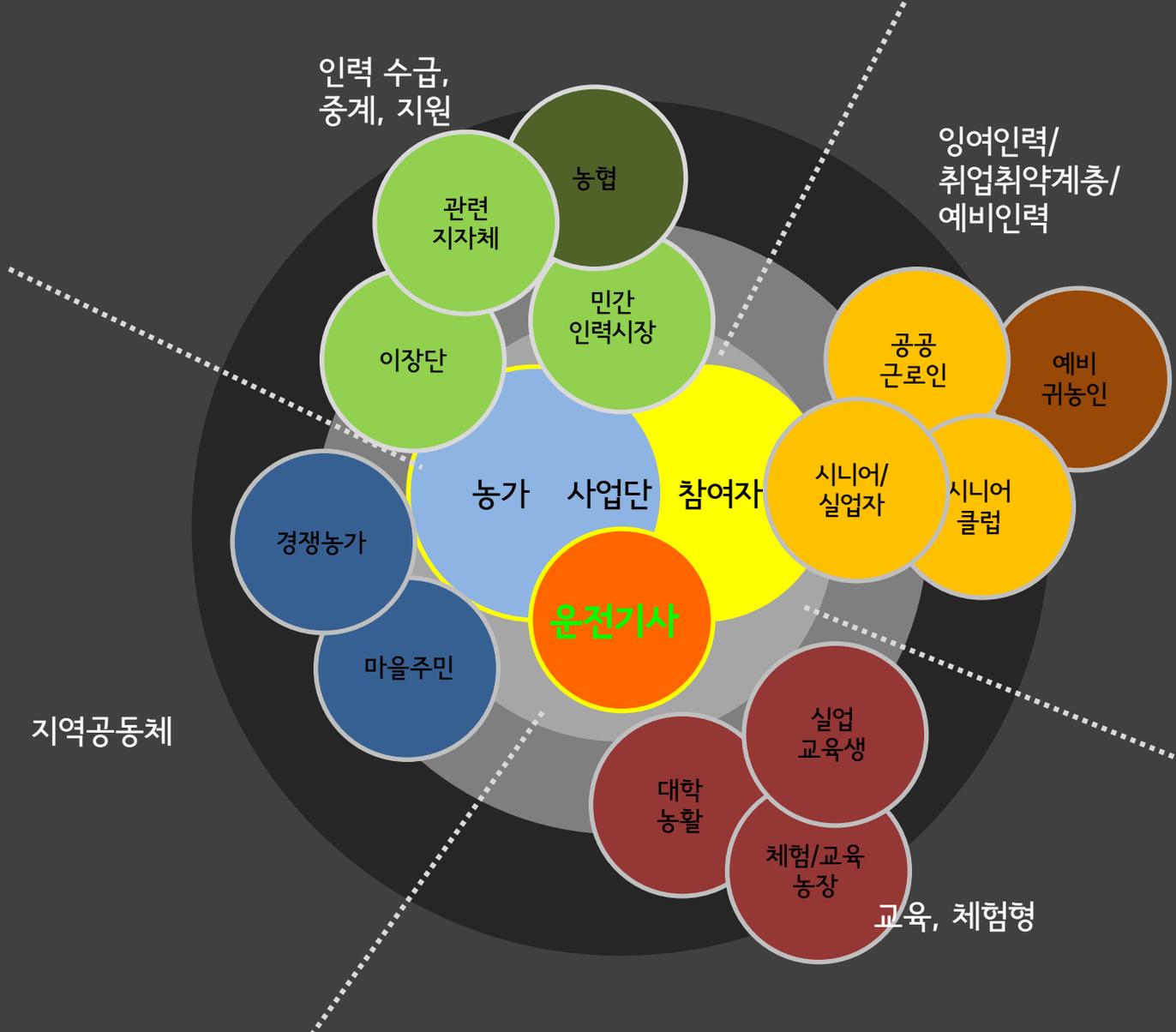
**주체적 수요자 :**  
참여농가, 도시 참여자

**간접적 수요자 :**  
운전기사

**잠재적 수요자 :**  
이웃농가, 민간 인력  
지원교육인력,  
예비 귀농인, 공공근로인  
시니어클럽

**정책지원자 :**  
도농순환사업단,  
일자리창출과  
경북도청

**서비스 홍보자 :**  
이장단, 농협



인력 수급,  
중계, 지원

잉여인력/  
취업취약계층/  
예비인력

관련  
지자체

농협

민간  
인력시장

이장단

공공  
근로인

예비  
귀농인

농가 사업단 참여자

시니어/  
실업자

시니어  
클럽

경쟁농가

운전기사

마을주민

실업  
교육생

지역공동체

대학  
농활

체험/교육  
농장

교육, 체험형

# Customer journey map

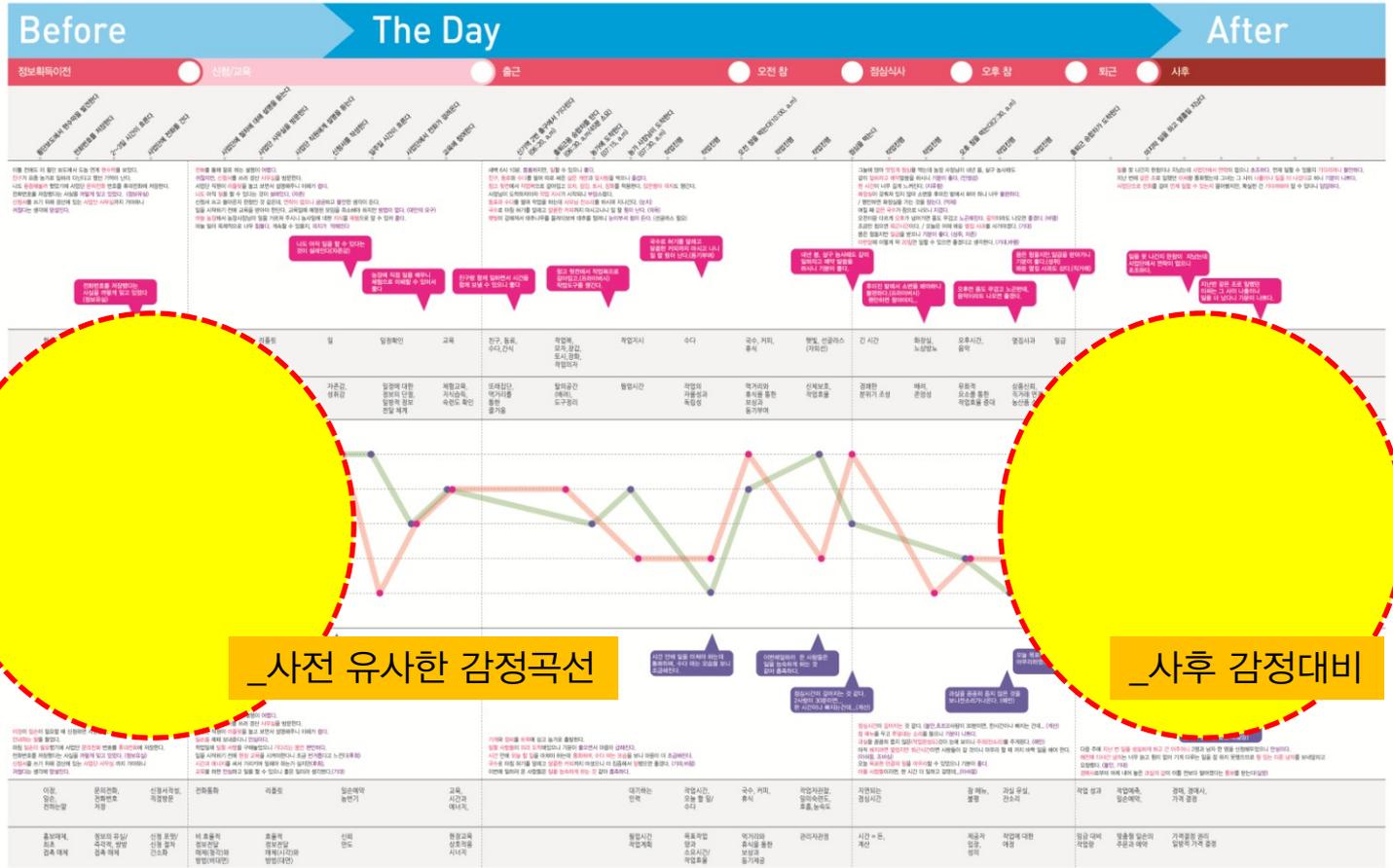
사용자  
경험의  
특징을  
사용자  
관점에서  
이해

사용자  
관점의  
순차적  
배열

사용자  
경험의  
감정 곡선을  
통한  
터치포인트  
발굴

# Customer journey map

## 스마트 두레 Customer Journey Map



# 참여 및 경험



# 참여 및 경험



[정의]

1차적, 정량적 목표

2차적, 정성적 목표

# 일자리 창출 + 사회적 통합

“국민디자인단 활동을 통해  
지속적인 소동과  
주체적 참여 가능”

# 3. Conceptualize 개념화

개념 정의

비즈니스 모델

아이디어 도출

# 개념 정의

공급자의  
주고 싶은  
철학

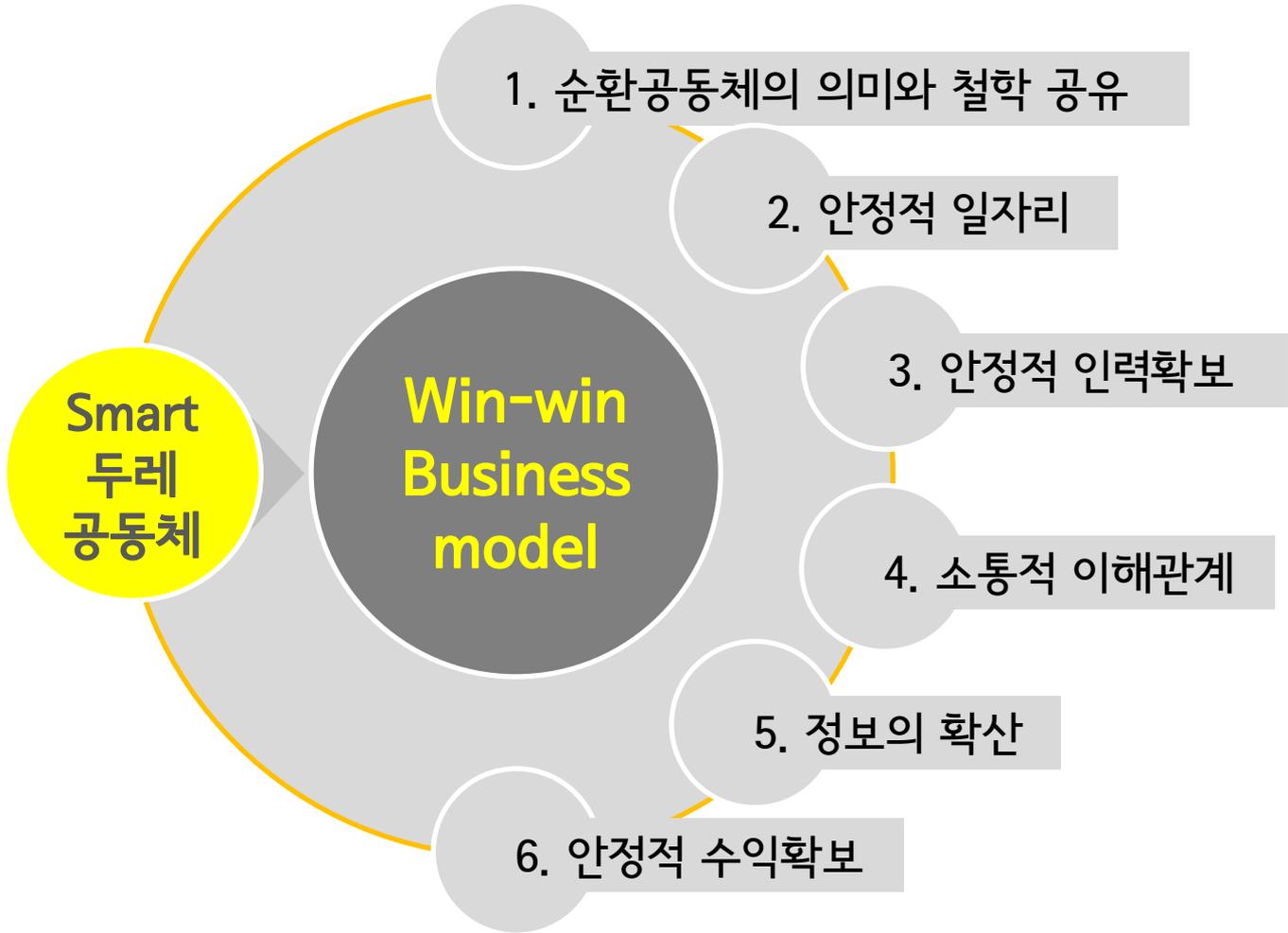


전달오차  
Delivery  
Gap

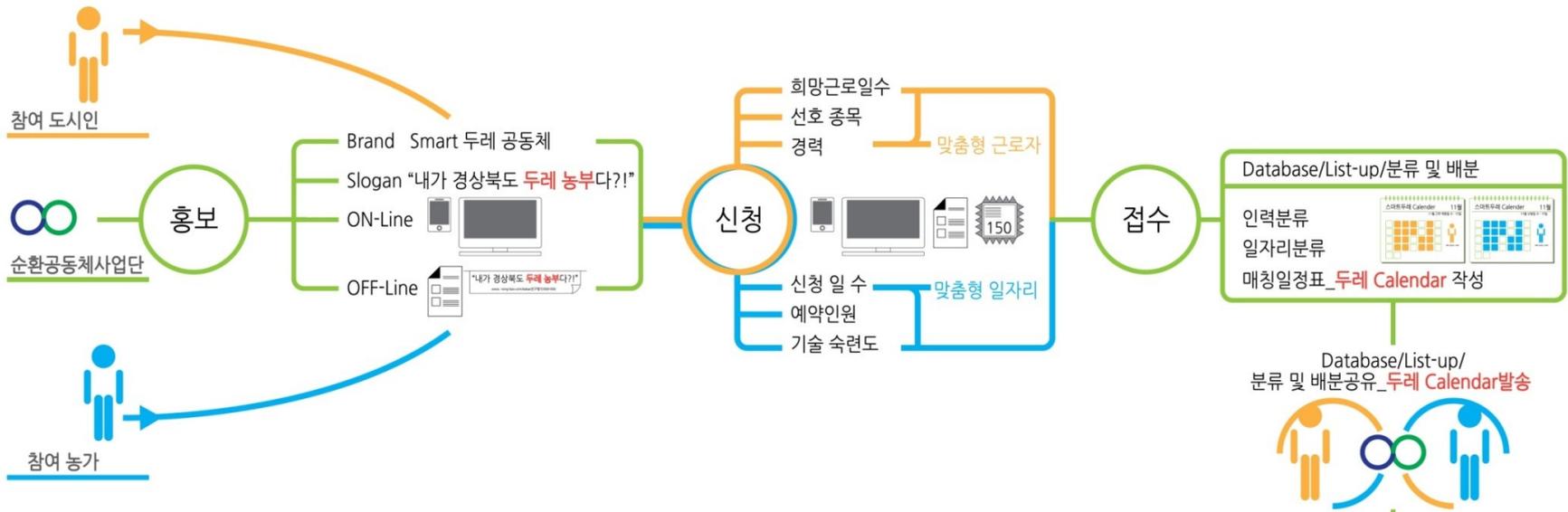
수요자가  
받고 싶은  
실질적 가치



# 비즈니스 모델



# 비즈니스 모델



# 아이디어 도출

Goal	1. 순환 공동체 의미와 철학 	2. 안정적 일자리 	3. 안정적 인력 확보 	4. 소통적 이해관계 	5. 정보의 확산 	6. 안정적 수익 확보 
Mission	합의 체계	예측과 계획	체력과 숙련도	3일의 골든 타임/ 의사전달 창구	정보 유실 방지/ 정보 전달매체	계획적 운영 타산성 확인
Issue	 지속적 관계유지	 20일 일하기	 웃돈 없어 일손 구하기	 분쟁/ 입장차이	 정보의 접근성	 가격결정

# 1

인력의 안정적인  
수요와 공급



합의 체계



지속적  
관계유지

- ▶ Delivery Gap 축소
- ▶ 합의도출 시스템

## ▶공급자와 수요자 사이의 이상향에 대한 Gap 축소를 위한 점진적 의식 **교환의 장/ 합의도출 장치 및 시스템**



- ▶일자리 창출단/  
도농순환생명공동체  
사업단의 Needs

Step 1. 철학적 가치의 전달과 공유

Step 2. 공동체적 의미 형성과 Cycle형성

- ▶참여 도시인의 Needs

Step 1. 생계의 수단

Step 2. 지속적인 생계의 유지(직업)

- ▶참여 농가의 Needs

Step 1. 안정적인 인력 수급

Step 2. 안정적인 수익의 확보



*educational workshops*



# 2

안정적 일자리



예측과 계획



20일 일하기

- ▶ 공급의 안정성
- ▶ 불안의 해소

## ▶ 일자리 공급원의 안정적인 일자리 제공 \_ 농사지도

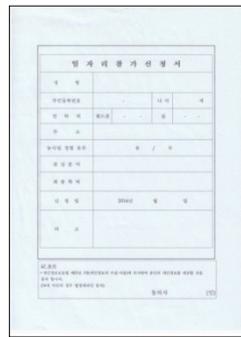
참여 농가\_일자리 공급의 원천  
 계획부재 \_ 농사의 70%는 하늘이 짓는다?!



참여도시인 \_ 일자리 공급 원천의 계획과 주문에 일의 일정과 양 의존

Ex)

	1	2	3	4...	10	11	12
신청 일수 (변경가능)							
예약인원 (변경가능)							
특성(Level)							





# 4

소통적  
이해관계



3일의 골든 타임/  
전달 매개체



분쟁/  
입장 아치

- ▶ 공동체적 소속감 부여
- ▶ 직업정신

## ▶ 공동체적 소속감 형성을 위한 직장 Manual, 의사소통 시스템

교육

기술교육

가치관교육

Manner교육 -

순환공동체 직장 Manual



공동 Workshop  
실적의 Database  
Incentive 제도



소속감  
책임감  
공동체 의식  
관계의 강화



## 중간자 \_의사전달 창구, 포맷, 시스템, 사람



# 5

## ▶ 즉각적인 신청 및 접수 시스템을 통한 정보 유실의 방지와 매체의 다변화를 통한 접촉 빈도의 향상

매체의 다변화



정보유실 방지/  
정보 전달 매체



정보의  
접근성

- ▶ 매체의 다변화
- ▶ 접촉빈도 확대

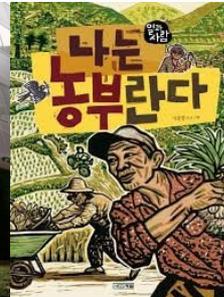
정보의 유실 방지 \_ 최초의 정보 접촉 후, 정보의 유실 방지

정보의 확산\_ Slogan  
매체 유형의 다변화

신청, 접수 양식과 절차의 간소화 \_ 방문접수의 한계 극복, 현장접수



농민들의 잔치(Farmer's Party)를 꿈꾸는 사람들,  
백선생을 이장님! 대표를 만나다



# 6

안정적 수익확보



계획적 운영/  
타산성 확인



가격결정

- ▶ 직거래 절차 간소화 지원
- ▶ 로컬푸드 마켓 활성화

- ▶ 내부 자원을 활용한 직거래 운영의 번거로움 축소
- ▶ 로컬푸드 마켓 활성화
- ▶ 농가별 자기 타산성 확인의 계기



## 계획영농

내부자원의 활용 \_ 직거래 운영의 번거로움 축소를 위해  
 두레공동체버스, 기사님을 활용  
 (출근차량을 활용한 판매 상품의 전달)

The day ,작물 판매\_그날의 작물 판매를 통한 가격 결정  
 로컬푸드 마켓의 활성화와 자발적 운영의 토대





2014년 4월 이후 8개월 만에,,

# 190개 농가 485명의 1일 농부





“은퇴 후 생계의 위협을 받았어요.”

“...하지만, 스마트두레사업을 통해 농부가 되었습니다.  
내년에는 로컬푸드 마케터에 도전해보겠습니다!”

이러한 정책적 사업이  
지속적으로 발전하기 위해  
모든 이해관계자가 꾸준히  
심리적 합의 단계와 주체적 참여과정을 거쳐  
사회적 통합을 만들어 가는  
정부 3.0 국민디자인단 활동의 가치를  
존중합니다