

정보전달 체계를 통한 서울시 출산·보육 서비스디자인 개발
The Child-Care Service System Design of Seoul City on Service Design

주 저자 : 임현수
스튜디오 5, 대표
홍익대학교 일반대학원 공예·시각디자인전공 박사과정

Lim, HyunSoo
studio 5, creative director
Ph. D. Candidate, Hong-Ik University

* 본 연구는 서울산업통상진흥원의 지원으로 서울대 여성연구소와 (주) 노리단에서 공동으로 이루어졌음

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 방법과 범위

2. 국내의 보육 정책 서비스 조사 및 분석

- 2.1. 국내 사례조사 및 리서치
 - 2.1.1. 서울특별시 출산·보육 서비스 정책조사
 - 2.1.2. 서울시 보육관련 기관
 - 2.1.3. 인터넷
 - 2.1.3 온라인, 오프라인
- 2.2. 해외사례조사 및 리서치
 - 2.2.1. 스웨덴
 - 2.2.2. 영국
 - 2.2.3. 일본

3. 서비스디자인을 통한 보육전달 서비스 분석

- 3.1. 퍼소나 (Persona)
- 3.2. 고객여정 맵 (Customer Journey Map)
- 3.3 블루프린트 (Blueprint)

4. 정보전달 맵을 통한 보육서비스 전달

- 4.1. 정보전달 맵
 - 4.1.1. 온라인상의 전달
 - 4.1.2. 오프라인상의 전달
- 4.2. 정보전달 맵, 'Hi Family'를 통한 기대치

5. 결론

참고문헌

(要約)

최근 들어 서비스디자인과 융복합이 이슈가 되면서 이제는 단순히 눈에 보이는 대상이 아닌 무형의 '서비스'를 디자인하는 것의 중요성이 부각되고 있다. 즉 '형상'을 넘어선 그 이상의 것으로 디자인의 역할이 평가되고 있는 것이다. 본 연구는 복잡하게 얽혀있는 서울시의 보육 정책 서비스를 서비스디자인 방법론을 사용하여 보다 효율적이며 체계적으로 전달하여 수요자에게 실질적인 도움주고자 했다.

서비스디자인의 방법론인 4단계를 통하여 문헌조사와 보육기관 탐방, 수요자인 부모 인터뷰를 거쳐 정보전달 맵, 부모 네트워크, 창의 프로그램을 제시하였다. 본 논문에서는 정보전달 맵을 중심으로 다루었으며 총 2차에 걸쳐 진행된 '아기달시장'이라는 프로토타입을 통하여 출산·보육서비스에 대한 방향성을 확인, 수정되었다. 연구범위는 이미 얽혀있는 정부부처의 이해관계를 고려하여 현존하는 서비스의

부처별 소속을 유지한 상태에서 수요자가 최대한 활용할 수 있도록 조절하였다.

산만하게 펼쳐져 있는 현 서비스들을 한 눈에 보고 이해할 수 있는 정보전달 체계를 만들어 수요자들인 부모들이 쉽게 접근, 이용할 수 있도록 하였으며 정보의 접근 방법에서도 온라인과 오프라인을 가정의 상황에 맞게 쓸 수 있도록 기존의 서비스 형태를 보강하였다.

본 연구는 디자이너의 시각을 중심으로 서비스디자인 방법론을 사용해 복잡하게 얽혀있는 현실적인 문제를 풀어나가고자 하였다. 앞으로도 디자인을 통하여 사회의 많은 문제들이 실질적이면서도 새로운 시각으로 풀어져 가기를 기대하고 있다.

(주제어)

서비스디자인, 출산·보육서비스, 정보전달 맵

[Abstract]

Recently, service design has been an issue in Korea. The role of design has been extended to intangible area that designs a service including visual objects.

This study explored how users can get more effective and systematic child welfare work simplify the current Seoul city childcare service.

With service design as a 4-steps methodology, issues were discovered through research and interviews with childcare centers and users. There were three ideas, childcare information map, parents-network, and creative program and this study focused on childcare information map. After the direction of the solution was decided, it was confirmed and revised the result of the childcare information map, 'Hi Family' through prototype, 'agi-dal-sijang'. This study aims to help examines to let users access the baby care system easily based on the current services. As users get close and understand easily with the childcare information map, which shows the whole service that is scattered at ministries, they can choose how to approach the service through online or offline depends on their situation.

This study aims to is to solve the complicated issue with service design through the designers' perspectives.

(Keywords)

service design, childcare system, information map

1. 서론

1.1. 연구 배경 및 목적

나라마다 영유아에 대한 보육 지원은 노후 복지나 저소득층 복지 등과 함께 늘 주요 이슈로 논의되고 있다. 은퇴 후 노후 복지만큼이나 아이의 출산, 보육의 문제가 중요시되고 있으며 이는 가정에서의 경제문제, 여성의 사회활동, 자녀 교육문제까지 넓게까지 연결된다.

과거부터 현 정부에 이르기까지 정부는 양질의 출산·보육 서비스를 국민에게 제공하기 위하여 다양한 정책들을 끊임없이 내놓고 있다. 서울시를 필두로 하여 여성가족부, 보건복지부, 등 여성의 출산 전·검진부터 출산 후 영유아 예방접종, 출산 도우미, 어린이 집 등에 이르기까지 부처별로 다양한 서비스를 제공하고 있으나 여전히 수요자들은 정부가 갖고 있는 출산·보육서비스에 대하여 불만을 갖고 있다. 이런 이유에서 인지 몇 년 전부터 이슈화 되었던 저출산 문제는 회복의 기미조차 보이지 않고 있다. 사람들은 다자녀 출산 공익광고에 냉랭한 무관심을 보이고 있으며 수요자들의 불만의 목소리는 커져만 가고 있다. 서울시와 지자체들은 나름대로의 새로운 출산·보육 서비스를 계속해서 내놓고 있으나 실수요자들의 반응은 호의적이지 않다. 도리어 세밀한 분석이나 지속가능성을 따져보지 않고 주먹구구식으로 급히 내어놓는 정부의 서비스 정책 때문에 정작 도움이 필요한 가정에서 그 혜택을 누리지 못하는 경우도 있다.

현대 사회에서 계속되는 저출산, 맞벌이 부부의 증가, 늘어만 가는 사교육비와 같은 여러 복합적 문제로 인해 출산·보육에 대한 정책 고민은 끊이지 않는다. 무엇이 문제이며 어디서부터 풀어야 이 문제를 해결해 나갈 수 있는지 철저한 분석을 통해 근본적인 문제부터 해결해야만 새롭게 만들어지는 정책이나 시스템도 그 효과를 발휘하게 된다.

여러 환경적, 개인적 편차가 있으나 궁극적인 문제는 현재 시행되는 서울시의 정책과 사용자의 니즈가 잘 맞지 않아 일어나고 있는 불협화음, 그리고 시행자에서 수요자에게 전달되는 과정에서의 상호소통이 이루어지지 않고 있다는 점이 크다.

본 연구에서 진행되었던 설문조사나 심층 인터뷰 시 많은 부모들이 정보의 부재, 복잡한 전달방법, 정부가 보유하고 있는 정책의 수에 비하여 대부분의 가정에 적용될 수 있는 서비스가 거의 없다는 점이 불만의 의견으로 제시되었다. 무엇보다 저소득층에 많이 분포되어 있는 한 부모가정, 조손가정, 다문

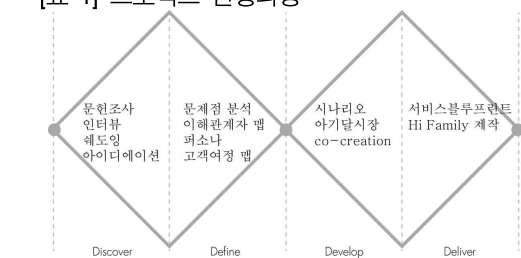
화가정 등의 경우 정부 지원의 서비스를 필요로 하는 대상이기에 이들이 누릴 수 있는 정책을 효율적으로 전달할 수 있는 방법을 찾아내 필요에 따라 쉽게 찾아 사용할 수 있도록 이끌어주어야 한다.

따라서 본 연구에서는 이들에게 제공되는 서울시의 출산·보육 서비스를 늘 만들어 왔던 방법이 아닌, 디자이너의 시각으로 창의적 접근을 통한 효율적 방법을 세우고자 한다. 다방면으로 고려되어야 할 요소가 많은 서울시 출산·보육 서비스는 프로세스를 혁신하고 서비스의 체계를 새로 구축이 필요하기에 몇 년 전부터 해외 기업들이 서비스 혁신을 위해 많이 사용하고 있는 서비스디자인 방법론을 적용해 보고자 한다. 직접적으로 쉽게 활용할 수 있는 경로를 찾아보고자 한다.

1.2. 연구 방법과 범위

본 연구는 서울시 출산·보육 서비스 문제를 서비스디자인 방법론의 4단계¹⁾ 과정을 거쳐 풀어나가고자 하였다. 첫 단계인 디스커버(discover)에서 연구주제에 대한 폭넓은 문헌조사와 인터뷰, 관찰을 하여 현재의 출산·보육 서비스가 지니고 있는 문제점을 파악하였다. 두 번째 단계인 디파인(define)에서는 이해관계자 맵을 그려 출산·보육 서비스에 관련된 각각의 이해관계자에 대한 쟁점을 파악한 후, 퍼소나를 정하여 고객여정 맵을 그려보았다. 이 과정을 통해 출산·보육 서비스가 지닌 문제점을 해결하기 위해 중점을 두어야 할 부분이 어떠한 것인지 분석하였다. 세 번째 단계인 디벨로프(develop)과정에서 효과적인 출산·보육 서비스 정보전달을 위한 프로토타입과 설문조사, 여러 전문가들과 함께 한 co-creation 등을 통해 결과물을 구체화시켰다. 이와 함께 부가적으로 나왔던 부모 네트워크와 창의 프로그램은 차후 연구과제로 남겨두었다. 정보전달 맵을 통한 현 서비스의 효과적 사용이 우선순위에 해당하기 때문이다. 마지막 딜리버(deliver) 과정에서는 서비스블루프린트를 그리고 정보전달 맵의 정착을 위한 네이밍, 매뉴얼 제작과 같은 마무리 작업을 하였다.

[표 1] 프로젝트 진행과정



1) 영국 디자인카운슬이 제시한 4단계별 디자인 과정이며 discover, define, develop, deliver로 구성되어 있다.

연구의 범위로는 실질적으로 현재의 상황에 적용 가능한 접근을 위해 현존하는 부처별 서비스의 소속과 내용을 그대로 유지하기로 하였다. 이는 부처별 서비스 안에는 거미줄과도 같은 이해관계가 얽혀있기에 이러한 현 상황을 고려하지 않은 연구는 결과물을 적용할 수 없기 때문이다.

2. 국내의 보육 정책 서비스 조사 및 분석

서비스 디자인 방법론의 첫 단계, 디스커버는 관찰을 통한 문제점 발견 과정으로서 출산·보육에 관한 서울특별시의 정책조사와 보육 관련기관 탐방, 인터뷰를 통해 여러 정보를 얻을 수 있었다.

현 상황을 분석하기 위해 구별 보건소와 구청에 나와 있는 소책자들을 모아 분석, 문헌을 통하여 사례, 방법론을 조사하였다. 온라인상으로는 출산·보육에 관한 최대의 정보를 갖고 있는 아가사랑 홈페이지를 참고하였다. 보육 관련기관의 경우 어린이 집에서 보육 교사 일일체험을 통해 참여관찰을 하여 실질적인 문제를 직접 체험해 보고자 하였다. 해외 사례조사로는 일본의 경우 리서치 탐방을 하여 부모 인터뷰와 창의 보육지원 프로그램에 대하여 조사하였으며 영국과 북유럽의 경우 문헌을 참고하였다. 니즈 분석으로 부모, 교사 인터뷰와 온라인 육아 관련 카페, 블로그를 관찰하였다.

서비스디자인 방법론의 두 번째 단계인 디파인에서 좀 더 직접적인 분석을 위해 직접 수요자가 되어 서비스를 이용하며 고객여정 맵을 그려서 만족도를 그려내었다. 이를 통하여 현재의 만족도 가치위상을 알 수 있었고 그를 기반으로 목표위상을 잡을 수 있었다. 또한 이해관계자 맵을 통하여 현재의 서비스가 어떠한 경로로 사용자에게 전달되는지를 알 수 있었고 어느 부분이 미흡한지, 수요자의 니즈가 무엇인지 분명하게 알 수 있었다.

2.1. 국내 사례조사 및 리서치

2.1.1. 서울시 출산·보육 서비스 정책조사

서울특별시 내에서 시행되는 출산·보육서비스는 서울시가 주관 하에 직접 운영되거나 각 구별로 나눠져 운영되는 시스템을 갖추고 있다. 그리고 정부부처인 보건복지부, 여성가족부, 고용노동부, 교육과학기술부도 마찬가지로의 형태를 갖고 있다. 부처별로 유사한 지원이 중복적으로 시행되고 있기 때문에 수요자들은 어디서 어떻게 지원을 받아야 하는지 정확한 정보를 얻기 어려웠다. 이들에 대한 통합적

정리가 필요하다는 것을 알 수 있다.

수요자의 입장에서는 대부분의 서비스를 가까운 공공기관인 보건소나 동사무소에서 받게 되지만 시행처가 분산된 이유로 여기저기서 정보를 모아야 하는 어려움이 있다. 각 부처에서 시행하는 안내지가 각각 제작되고 보급 역시 통일되어 있지 않아 수요자의 입장에서 정보수집이 불균형적으로 이루어질 수밖에 없으며 한 서비스에 관해서 여러 가지 안내책자가 제작되어 있어 혼란을 가중시키고 있다.

이러한 경로는 서비스에 대한 원활한 이용을 저해하는 요소가 되므로 시행서비스의 정보전달 방식을 통일화하여 수요자가 필요에 따른 서비스를 원활히 이용하도록 하는 배려가 요구된다.

또한 이들 정부의 서비스는 민간단체에서 시행하는 기업 바우처, 보육기관 등에도 직간접적으로 영향을 미치고 있어 수요자인 부모들에게 적지 않은 영향력을 끼치고 있다.

또한 시행되는 대부분의 정책이 출산 전과 출산 직후인 1세에 몰려있고 그 이후 2~5세에 해당되는 정책이 지속적인 보육을 보장해주기보다는 장난감 도서관 같은 일시적인 서비스개념의 정책이 커서 부모들이 실질적 필요로 요구하는 지속적인 돌봄 서비스나 육아시설 확대와 같은 부분을 보장해야 할 필요성을 보이고 있다.

최근 시행된 0-2세 대상 어린이집 무상복지가 있으나 면밀하지 못한 시행으로 정작 필요로 하는 맞벌이 부부들을 이용을 제대로 못하고 있다. 이러한 상황은 해당부모들에게 당혹감과 함께 정부에 대한 불신감만을 갖게 될 뿐이므로 면밀하면서도 지속가능한 지원책이 필요하다.

2.1.2. 서울시 보육관련 기관

서울시 각 구에는 보육서비스를 제공하는 보육정보센터 및 영유아플라자와 건강가정지원센터가 있다. 보건복지부가 주관하는 보육정보센터의 경우 영유아 보육에 대한 제반 정보제공 및 상담을 통하여 일반주민에게 보육에 대한 편의를 도모하고 보육시설과의 연계체계를 구축하여 보육시설 운영의 효율성을 제고한다. 영유아 보육이나 장애아 보육, 다문화 보육, 취약보육에 대한 정보를 제공하며 상담, 교육을 제공하고 있다.

서울시가 시행하는 영유아 플라자는 2010년까지 모든 자치구에 설치되는 계획으로 시작된 서비스로서 시간제 보육시설, 육아정보 나눔터, 어린이 도서관, 체험 놀이시설, 장난감 대여시설 등을 갖추고 보

육 관련 서비스를 펼치고 있다.

하지만 직접 참여하고자 시간제 보육서비스를 신청해본 결과 자리가 없거나 시행하지 않고 있다는 곳이 많았으며 같은 영유아 플라자임에도 불구하고 전화문의 시에는 자리가 없다는 응답을 하였으나 인터넷으로 신청하면 신청이 받아들여지는 경우도 있었다. 영유아 플라자 안에 같이 운영되는 맘스 카페의 경우 특별한 서비스가 있는 것이 아닌, 부모들이 단체 예약을 할 경우에 한해 장소만을 제공하는 등 실질적 필요와는 거리감이 있는 서비스도 있었다.

2.1.3. 인터뷰

수요자들의 보다 상세한 상황을 알아보기 위하여 2011. 1~2월 만0세~5세 자녀를 둔 부모 4명과 보육 시설교사 2명, 2011. 6. 24일 영등포 하자센터에서 열린 1차 '아기달시장'에서 0~5세 아이를 자녀로 둔 부모 7명을 인터뷰하였다.

출산 후 양육에 필요한 서비스는 어린이집 이용에 따른 보육료 지원에만 집중되어 있어 좀 더 건설적인 보육 지원 서비스가 필요함을 논하였다. 높은 보육료뿐만 아니라 비싼 육아용품도 큰 부담이 되고 있으며 개인화가 심한 서울시 내에서 '양육=고립'이라는 등식이 성립될 정도로 주 양육자의 사회로부터 고립을 심각하다고 하며 이 고립을 탈피할 여건과 지원이 이루어져야 한다고 입을 모았다.

또한 정부의 정책이 있다 할지라도 어떤 정책이 만들어졌는지 알려지지 않기 때문에 몰라서 사용하지 못하는 경우, 서류를 인터넷 신청이 아닌 직접 동사무소로 가서 신청해야 하기에 아이까지 데리고 가기가 부담스럽다는 경우, 서비스를 이용하고자 전화로 문의를 하더라도 명확한 내용이나 방법을 알 수 없었다와 같은 여러 문제점이 서비스의 홍보와 지원방식에서 드러났다.

2.1.4. 온라인, 오프라인

국내에 출산·보육 서비스를 시행하는 기관은 서울시, 보건복지부, 인구보건협회 등 몇 개의 부서가 있다. 이들의 부서는 '아가사랑' 홈페이지처럼 서로가 협력하여 운영하는 서비스가 있는가하면 부서별로 따로 운영하는 서비스를 갖고 있기도 하다. 그렇게 진행되다 보니, 같은 서비스를 서로 다른 부서에서 이름만을 다르게 하여 운영하는 경우도 있었다.

출산·보육 서비스 정보를 알아볼 수 있는 방법은 다음과 같다.

[표 2] 부처별 시행 서비스

	시행자	연락처
임신 출산 보육 정책 안내	보건복지부와 인구보건협회 - 아가사랑	http://www.aga-love.org
	서울특별시 - 여성이 행복한 서울	http://women.seoul.go.kr
	보건복지부 정책 안내	http://mw.go.kr
보육정보 사이트	아이사랑보육포털	http://www.childcare.go.kr
	서울특별시 보육포털서비스	http://iseoul.seoul.go.kr
	중앙보육정보센터	http://central.childcare.go.kr
	보육통합정보시스템	http://cpms.childcare.go.kr
	인구보건복지협회 - 엄마찾 인터넷 상담실	http://www.mom-baby.org
보육정책 서비스 안내 및 상담콜	보건복지부 / 인구보건복지협회	1644-7373
	고용노동부	1350
	보건복지부	129
	서울시 다산콜	120
	여성가족부	02-2075-4500

이와 같이 정보를 얻을 수 있는 통로는 다양하지만 처음 사용자의 접근이 용이하지 않는다는 점에 문제가 있다.

예를 들어 '아가사랑'은 서울시, 지방자치체가 갖고 있는 출산·보육 서비스를 모아서 보여주고 있는 유용한 홈페이지이다. 많은 서비스의 타이틀이 시행자의 위주로 되어있어 수요자가 한 번에 이해하기에는 어려운 점들이 있고 수요자는 하부 메뉴로 들어가 내용을 읽어야만 이해가 되는 경우가 많이 있어 보다 직관적인 서비스 타이틀이 필요하다.

콜센터의 경우 출산 보육 쪽으로 전문화된 인력이 구성되어있지 않아 문의를 해도 결국엔 구별 보건소, 홈페이지로 가서 알아보라는 대답하는 경우가 대부분 이었다. 이런 경험은 사용자의 신뢰감이 떨어지고 더 이상 이용하지 않다는 의견도 나와 이를 보장하기 위한 대책 역시 필요함을 알 수 있었다.

국내 정책서비스의 분포도를 보면 출산 전 서비스와 출산 직후로 서비스가 많이 몰려있다. 실제적으로 많은 부모들이 원하고 있는 부분은 출산 후 양육, 보육에 해당하는 부분을 요청하는 경우가 많았으나 현재 시행되는 서울시 출산 보육 서비스는 대부분인 출산 전과 출산 직후에 몰려있고 영유아 2세 이후 부터는 거의 없음을 볼 수 있다. 특히 맞벌이 부부가 늘어감에 따라 자녀의 출산, 양육, 보육 부분은 늘 무거운 고민거리가 되어가는 실정에 이에 대한 대책이 시급하다.

2.2. 해외사례조사 및 리서치

2.2.1. 스웨덴

스웨덴에서 의무교육은 7세에서 시작하지만 거의 모든 6세 아동이 초등학교에 편입된 유아학급에 다니고 있다. 따라서 대개 취학 전 보육은 1~5세 아동을 대상으로 하고, 학령기 보육은 6~12세 아동을 대상으로 하는 보육으로 간주된다.²⁾

학교나 유아학급에 다니기 전의 1~5세 아동은 피르스콜라(forskola), 가정보육과 개방형 피르스콜라 등 취학 전 보육을 경험한다. 피르스콜라는 스웨덴 어로서 'pre-school'이라는 뜻이다. 이 중 가장 보편적인 보육 유형이 피르스콜라다.³⁾ 이 피르스콜라는 아침 7시부터 저녁6시까지 운영되며 24시간 운영도 간혹 있다. 부모는 사정에 따라 아이를 피르스콜라나 가정보육, 개방형 피르스콜라에 맡길 수 있다.

또한 스웨덴은 국가와 지방자치단체가 보육비용의 83%, 나머지는 부모가 부담하고 있어 우리나라의 유아교육 및 보육에 대한 정부 부담률 30%에 비해 현저히 높은 수준으로서 보육에 대한 스웨덴 정부의 지원을 단적으로 보여준다.⁴⁾

2.2.2. 영국

2004년에 수립된 '아동보육 10개년 전략'은 부모의 선택권, 보육서비스의 비용과 질을 향상시키는 것을 목표로 하였다. 현재 영국 보육 서비스의 유형을 보면 정부가 재정을 지원하여 무상으로 이용할 수 있는 서비스는 대부분 3세 이상의 아동을 대상으로 하고 있으며 그 이전 1~2세까지는 대부분 사적 보육서비스를 이용하거나 사적 보육서비스를 이용하지 않는 70%정도는 친척, 이웃 등에 의한 비공식적 보육에 의존하고 있다

3~6세 아동의 공보육 이용률은 비교적 높아 3~4세 아동의 95%가 놀이집단과 보육원을 이용하는 한편, 4~5세 아동의 100%가 초등학교 예비학급과 보육학교를 이용하고 있는데 이는 모두 지역 교육청에서 무료로 운영하고 있는 것으로 초등학교 입학 연령(5세) 직전 1년 동안만 이용할 수 있다.⁵⁾

영국의 경우 사회적 변화의 흐름에 맞추어진 환경을 제공하는 정책 덕분에 다른 국가들에 비해 출산율이 큰 폭의 하락 없이 안정적으로 유지되고 있

다. 영국 역시 출산과 보육의 문제를 단순히 가정의 몫으로 돌리지 않고 국가가 책임을 져야하는 것으로 인정하여 남녀 평등한 노동환경과 함께 임신, 출산, 보육까지 지원하는 방안을 구축하고 있다. 현재 우리나라가 실정에 맞추어 빨리 도입해 개선해야 할 부분이다.

2.2.3. 일본

일본의 경우 특이한 점은 우리나라가 유치원과 어린이 집이 이원화 되어 있듯이 같은 방식으로 운영이 되었으나 1998년 일본정부에서 저출산 현상으로 인한 유치원의 원수 감소, 맞벌이 가정 증가로 보육소 입소를 희망하는 아동이 증가하는 현상이 발생하여 유치원과 어린이 집의 시설 공유화 지침이 발표(200-2004, 신엔젤플랜)되어 이후 꾸준히 일체적으로 운영하는 시설이 생겨나고 있다는 점이다. 일본의 경우가 앞서 살펴본 스웨덴이나 영국보다 우리의 상황에 더 가깝다고 볼 수 있겠다. 일본의 보육의 역사적 맥락상 지역의 NPO (Non Profit Organization)가 발달해 있는데, 주로 이 NPO들이 지자체의 위탁을 받아 보육의 틈새를 채워주고 있다. 이들 NPO 주관의 보육기관은 우리나라의 사설 기관인 셈이다. 또한 주목할 것은 단순히 아이들을 돌봐주는 것에 그치지 않고 주로 부모들이 갖게 되는 양육에 대한 고민을 상담해주고, 부모들 간의 네트워크 활동을 지원 하는 사업도 병행하고 있어 부모들 간의 고립감을 해소해줄과 동시에 서로간의 필요를 채워줄 수 있는 장도 되고 있다.

국내의 보육 서비스를 조사, 분석을 통해 서울시가 갖고 있는 서비스가 사용자에게 전달되는 과정이 체계적이지 않다는 점과 사용자의 니즈를 분명하게 파악하지 못하다는 점을 알 수 있었다. 해외의 경우 무상으로 보육 서비스를 이용할 수 있는 경우가 우리나라에 비해 많았으며 충분한 보육시설 혹은 보육시설 외 부모의 품앗이 같은 네트워크 형성 이용이 가능했다.

3. 서비스디자인을 통한 보육전달 서비스 분석

3.1. 퍼소나 (Persona)

구체적 실체가 있는 특정인으로 의인화하는 것을 말한다. 브레인스토밍이나 여정 맵(Journey map), 시나리오 등을 작성 할 때 사용자를 대표하는 사람을 정함으로서 논의의 방향이 다른 곳으로 가지 않

2) <http://www.si.se>

3) 한유미 외. (2005). 스웨덴의 아동보육제도. 학지사 p89

4) 한유미 외. 위의 책. p204

5) 김송이. (2007). 스웨덴과 영국의 보육서비스 유형화와 접근성에 관한 비교 연구. 중앙대학교, 석사논문. p59

도록 지켜볼 수 있게 한다.6) 본 연구에서는 퍼소나를 임신 8개월의 예비 엄마, '양진원'과 두 아들의 어머니이자 직장인인 워킹맘 '최기자'로 정하여 현존하는 서비스 시스템 이용을 시도해 보았다.

3.2. 고객여정 맵 (Customer Journey Map)

터치포인트(고객과 제공자간의 접점)와 고객과 직접 만나지 않지만 고객이 서비스를 이용하면서 체험하게 되는 부분의 합이 시계열적으로 순차적으로 배열된 것으로 고객이 서비스를 이용하는 여정을 시각화하는 방법이다.7)

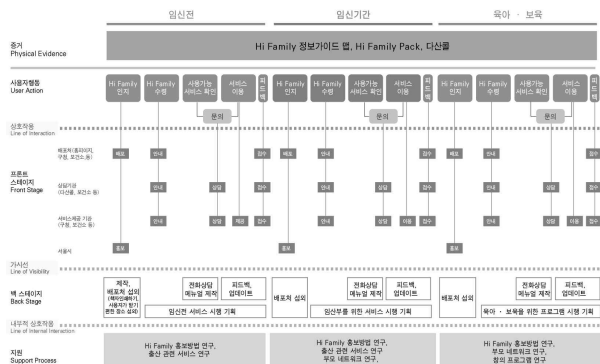
2명의 퍼소나를 통해 고객여정 맵이 나왔다. 예비엄마 '양진원'은 온라인(아가사랑, 다산콜, 보건복지콜, 인구보건복지협회)과 오프라인(동사무소, 보건소)을 경험하였으며 두아이의 워킹맘 '최기자'는 시간제 보육서비스(구립어린이 문화회관, 어린이집)와 부모네트워크 서비스(영유아플라자)를 경험하였다.

서울시가 갖고 있는 서비스들을 경험한 이 두 사람의 경험을 바탕으로 각 서비스 명칭의 애매함, 서비스 내용 변동 전달 불확실, 서비스 정보 획득의 어려움, 등 여러 문제점들을 확인할 수 있었다.

3.3. 블루프린트 (Blueprint)

1984년 Shostack에 의해 제시된 이래, 다양한 서비스 분야에서 적용되고 있는 대표적인 서비스디자인 방법론이다. 우선 고객 관점의 행위를 서비스 프로세스에 따라 맵핑한 뒤, 서비스 제공자와 이를 지원하는 지원 기능 등과의 연계를 명시적으로 표현하고, 관련된 물리적 환경이나 제품들을 디자인 대상으로서 함께 고려한다.8) 본 연구를 통해 도출된 정보전달 맵 블루프린트는 다음과 같다.

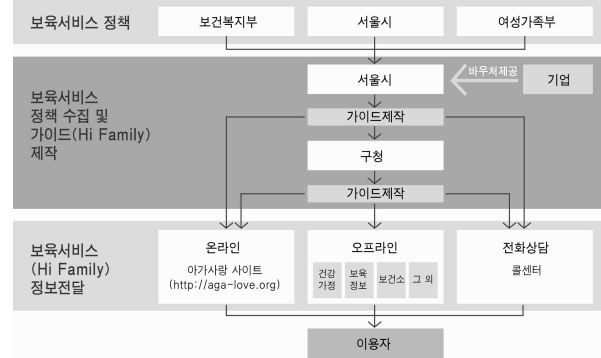
[표 3] 정보전달 맵 블루프린트



6) 김혜찬 외. (2011). 서비스디자인의 동향과 정책방향. 지식경제부, 한국디자인진흥원. p90
 7) 김혜찬 외. 앞의 책. p92
 8) 김혜찬 외. 앞의 책. p111

또한 이 블루프린트를 통해 나오게 된 구체적인 정보전달 체계의 구조는 다음과 같다.

[표 4] 정보전달 체계



4. 정보전달 맵을 통한 보육서비스 전달

퍼소나를 통해 고객여정 지도를 그려본 결과 수요자는 여기저기 분산되어 있는 정보를 얻고자 소진되는 시간과 노력이 많이 필요하다는 점을 알 수 있었다. 또한 콜센터나 보건소 같은 공공장소를 직접 방문했을 당시에 서비스에 대한 정보나 제공이 불충분하여 다른 방법으로 알아봐야 하는 경우도 있었으며 출산·보육 서비스에 대한 아이덴티티의 부재로 서비스 가이드에 대해 총칭해서 물어볼 수 있는 이름이 없어 항상 길게 설명을 해야 하는 불편함도 있었다.

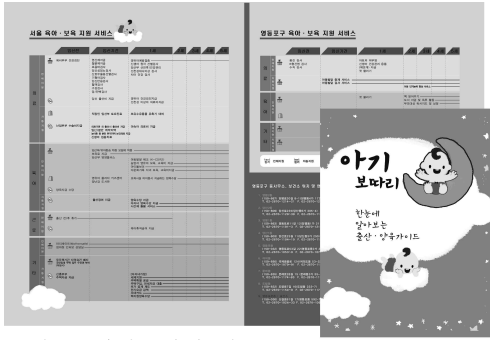
이러한 문제점을 해결하기 위한 시행자의 통일화, 보육서비스의 확대, 등 여러 가지 아이디어가 나왔으나 이미 시행자와 전달자의 이해관계가 구성된 서비스의 구조를 조정하기는 현실상 어려운 문제이기 때문에 실제로 사용이 가능한 범위안의 방법을 시도해 보았다.

분산된 여러 정책을 수요자인 부모들이 한 눈에 볼 수 있어 쉽게 사용할 수만 있다면 굳이 시행자나 전달자들을 움직이지 않고 현존하는 서비스 정보를 수요자들에게 전달할 수 있다. 또한 출산·보육 서비스에 대한 네이밍을 설정하여 쉽게 지칭하고 그에 맞는 홍보를 시행한다면 수요자인 부모들에게 서비스가 전달되는 것은 훨씬 수월해질 것이다.

4.1. 정보전달 맵

약식의 정보전달 맵 (가칭 '아기보따리')을 만들어 영등포구 하자센터의 2011. 8월에 시행된 '아기달시장'(프로토타입)에서 방문한 부모들에게 배포하였다. 영등포구의 경우 중산층, 저소득층이 많아 맞벌이 부부가 많은 편에 속한다. 따라서 이에 속한 부모들의 의견을 들었을 때 출산 보육에 관한 필요성

이 잘 나타날 거라는 기대감이 있었다.



[그림 1] 아기보따리 영등포구용

영등포구의 이 ‘아기보따리’는 서울시와 보건복지부, 여성가족부 등이 실행하는 서비스들을 임신 전, 임신 중, 1세, 2세, 3세, 4세, 5세로 나누어 시간대별로 볼 수 있도록 정리했으며 각 구별로 해당되는 서비스의 차이에 따라 구에 해당하는 서비스를 따로 분류해놓았다. 또한 시설물을 이용하는 서비스, 돈으로 받을 수 있는 서비스, 수입에 따라 차등으로 지원받을 수 있는 서비스 등으로 분류를 해놓아 그룹핑을 시켰다.

이 ‘아기보따리’를 받은 사람들, 총 55명을 대상으로 설문조사를 하였다. 정보전달 맵에 관련한 설문조사에 자녀가 있는 부모 52명, 자녀가 없는 부모 3명이 참여하였다. 아기보따리의 정보가 유용성에 대한 질문에 1 (많이 그렇다)부터 5(많이 그렇지 않다) 중에서 2 (그렇다) 이상으로 긍정적인 대답을 한 부모가 총 40명 이상이었으며 아기보따리 같은 정보지의 필요성을 느끼는 부모가 2(그렇다)이상으로 45명이었다.

육아관련 정보를 얻기에 가장 편한 방법으로는 인터넷이 35명으로 제일 많았으며 주변 네트워크는 16명으로 부모 네트워크의 필요성을 볼 수 있었다.

위의 결과로 보아 정보전달 맵의 필요성이 나타났다. 그 외에 부모들이 육아를 하며 가장 필요하다고 생각되는 정보는 육아정보(29명), 교육정보(20명), 지역정보관련(11명), 정부정책(10명), 보건관련(7명), 그 외 문화체험, 영유아 외 학령기 보육정책이 나왔다. 육아정보나 교육정보 같이 많이 요구되는 정보는 정보전달 맵과 함께 포함시키기로 하였다.

4.1.1. 온라인상의 전달

육아관련 정보를 얻기 위해 가장 편리한 방법을 물었을 때 35명이 인터넷이라는 응답을 하였다. 주변 네트워크가 16명, 전화가 11명으로 뒤를 이었다. 대부분의 가정에서 온라인 접속이 수월해졌기 때

에 자연스럽게 인터넷을 통한 정보수집에 대한 기대치가 커졌으며 아이를 양육하는 부모의 경우 이동이 수월치 않기 때문에 온라인상의 수월한 정보전달은 필수적이라 할 수 있다.

1) 사용자 중심으로 제작된 홈페이지

현재 출산 육아 관련하여 가장 많이 이용되는 홈페이지는 ‘아가사랑’과 ‘맘스홀릭’이라는 블로그이다. ‘맘스홀릭’은 사용자들이 질문과 응답을 활발하게 올려놓고 있으며 공동구매 등 전형적인 블로그 형식을 띄고 있다. 여기에서 나오고 있는 많은 이들의 정보의 깊이는 알지만 속도감 있는 교류가 핵심을 이루고 있다. 반면 ‘아가사랑’의 홈페이지는 ‘맘스홀릭’과는 다르게 정보의 양과 시행되는 서비스의 업데이트가 중요시되는 성격이다. 현재의 ‘아가사랑’의 경우 서비스의 이름이 시행자의 입장에서 풀어지기 때문에 수요자인 부모의 입장에서는 - 특히 처음 방문하는 사람들의 경우 - 서비스의 이름만으로는 어떠한 것인지 알기가 힘들다는 단점이 있다. 때문에 수요자의 입장으로 풀어내는 직관적인 서비스 이름을 필요로 한다고 볼 수 있다. 또한 ‘아가사랑’ 홈페이지를 주변사람들이나 인터넷으로 검색하여 오지 않고 그 존재 자체를 생활 속에서 끊임없이 들음으로써 자연스럽게 찾아갈 수 있는 홍보 역시 필요하다. 서울시에서 갖고 있는 정책들과 같이 ‘아가사랑’ 홈페이지는 수요자들에게 많이 알려져 있지 않아 이 역시 홍보측면의 노력이 필요하다.

2) 콜센터 (콜센터 이름, 콜센터용 가이드라인)

전화를 통한 문의 편리성을 조사한 결과 아이가 있는 부모의 경우에 많이 그렇다 11명, 그렇다 14명, 보통이다 15명으로 상당부분 긍정적인 반응을 보였다. 콜센터의 운영이 정보전달에 있어 분명한 역할을 한다면 유용한 전달방법이 될 수 있다.

현재 운영되는 콜센터로는 서울시 다산콜, 보건복지부, 고용노동부, 보건복지부/인구보건복지협회, 여성가족부에서 시행하는 5가지가 있다. 수요자인 부모들은 이 많은 콜센터의 존재로 인해 본인들이 궁금해 하는 질문들을 어느 곳에 전화에 걸어야 하는지 혼동을 느끼고 있다.

피소나의 고객여정 맵을 통해서도 알 수 있었듯이 각 콜센터가 전문 인력으로 구성된 것이 아니기에 막연한 대답이나 다른 곳에서 정보를 알아보기를 권하는 대답을 해주고 있다. 이는 수요자들의 기대를 충족시키기에 앞서 다시 알아보려는 의욕마저 떨어뜨릴 수 있다. 따라서 콜센터를 전문적으로 일원화를 시켜 콜센터 상담자 가이드용 책자를 따로 배

포해 각 상담자들이 적합한 해답을 해줄 수 있도록 이끌어 주는 시스템이 필요하다.

4.1.2. 오프라인상의 전달

현재 오프라인에서 받을 수 있는 정보들은 보건소나 구청에서 배포되는 각 서비스별 안내책자이다. 한 페이지로 구성된 영유아시기별 예방접종, 각 보건소별로 임신 전 받을 수 있는 서비스 요약 리플릿, 출산 후 차등지원으로 받을 수 있는 서비스 리플릿 등이 있다. 이렇게 여러 개로 나뉜 정보들을 하나로 묶어 한 눈에 볼 수 있는 정보전달 맵을 시도하였다. 이 정보전달 맵에는 온라인상으로 접할 수 있는 '아가사랑' 홈페이지와 콜센터의 전화번호 역시 포함되어 있다.

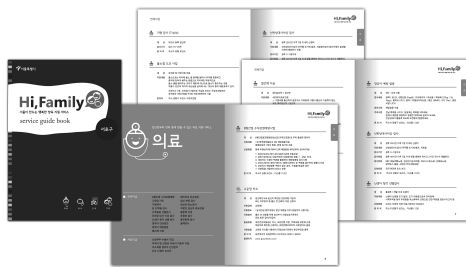
1) 정보전달 맵 구성과 노출 방식

정보전달 맵 네이밍을 'Hi Family'로 하고 임신 전부터 출산 후 보육서비스까지 모든 것을 시기별로 보여주는 전달체계를 마련하였다. 서울시가 갖고 있는 출산·보육서비스에는 임신 전 받을 수 있는 서비스가 포함되어 있기에 임신전의 수요자들도 받을 수 있도록 노출이 되는 것이 중요하다. 따라서 사람들이 쉽게 가는 여러 장소에 정부에서 배포되는 이 'Hi Family'가 늘 배치되어 있어서 생활 속에서 자연스럽게 익혀지는 'Hi Family'가 되도록 유도한다.



서울이 만드는 행복한 양육 지원 서비스

[그림 2] 정보전달 맵 'Hi Family'의 아이덴티티



[그림 3] 정보전달 맵 'Hi Family'

지난 8월 시행된 '아기달시장'에서의 설문조사 결과 55명의 수요자들이 정보전달 맵을 직접 수령할 경우 보육시설, 보건소, 병원, 동사무소, 집주변 상가, 구청, 대중교통시설 등을 편한 장소로 선택하였다. 이러한 장소에 늘 배치해놓아야 필요한 사람들이 언제든지 가져갈 수 있다면 서비스에 대한 인식이 자연스럽게 퍼질 수 있다.

현재 보건소나 구청에서 배포되는 진단지, 리플렛의 경우 중간에 다 배포되어도 예산에 한계가 있어서 그 다음해까지 기다려야 하는 경우도 많다. 이러한 점은 보완되어서 각 구별로 통일된 'Hi Family'를 배포하되 전체 서비스가 보이는 'Hi Family'와 각 서비스별 상세 정보가 적혀진 'Hi Family Pack'을 따로 배포하는 것이 예산조율에 이점이 된다. 각 서비스별 상세 정보가 필요한 수요자들을 임신 이후의 부모들이 대부분이므로 이에 따라 설정된 'Hi Family'와 'Hi Family Pack'의 배포대상은 아래의 [표 3]과 같다.

[표 3] 'Hi Family', 'Hi Family Pack' 배포대상

	Hi Family 정보가이드맵	Hi Family Pack	콜센터 전용 정보가이드맵
	임신전		임신후
	구청, 동사무소		
	서비스제공처 (보건소, 바우처, 어린이집 등)		
	공공장소 (마트, 지하철역 등)		
	인터넷		
	전화 (다산콜)		

온라인 접근방법 중의 하나인 인터넷은 pdf file로 사용자의 필요에 따라 언제든지 다운받아 이용할 수 있도록 하며 전화를 사용하는 콜센터의 경우 콜센터 상담원이 전문성을 갖고 사용자에게 필요한 정보를 구체적으로 상담해줄 수 있는 정보가이드 맵을 제작하여 배포하도록 한다.

4.2. 정보전달 맵 'Hi Family'를 통한 기대치

우선 기존에는 없었던 출산·보육서비스의 'Hi Family'의 네이밍을 갖고 사람들을 많이 접할 수 있는 오프라인상의 장소배포를 시작으로 생활 속의 자연스러운 인식을 퍼트릴 수 있다. 이 'Hi Family'를 접하는 사람이 주변에 출산·보육서비스 정보가 필요한 사람들에게 전달하여 'Hi Family'를 알려줄 수도 있으며 언론이나 여러 방법을 통하면 생활 속에 늘 인식되는 서비스로 자리매김할 것이다. '114' 전화번호를 누르면 알고 싶은 전화번호를 물어볼 수 있다는 인식이 자리 잡고 있듯이 'Hi Family'도 출산·보

육서비스가 필요할 때 언제든 알 수 있으며 쉽게 접근할 수 있다는 인식을 줄 수 있다. 오프라인과 더불어 상세 정보나 업데이트된 추가 정보를 알 수 있는 온라인 서비스는 실수요자인 부모의 상세한 니즈를 만족시켜줄 수 있을 것이다.

이렇게 오프라인과 온라인 서비스가 함께 구동될 경우 서로 시너지효과를 보이며 출산·보육 서비스인 'Hi Family'를 더욱 빠르고 탄탄하게 확산시킬 수 있을 것이다. 이 두 가지의 접근방법은 사용자의 계층과 상황에 따라 선호하거나 사용가능한 루트가 제한될 수 있기에 항상 함께 실행되어야 한다. 중요한 점은 사용자가 언제 어디서든 원하는 방법을 통하여 쉽게 접근이 가능해야 한다는 점이다.

5. 결론

서비스디자인 방법론의 첫 번째 단계인 디스커버를 통해 부모들이 느끼는 고립감, 맞벌이 부부가 마음 놓고 이용할 수 있는 보육시스템의 부재, 더욱 실질적인 출산 휴가정책 필요, 양육이 여성의 전담처럼 인식되고 있는 사회적 인식, 양육비의 부담, 등등이 드러났다. 디파인의 단계에서는 우리나라 출산·보육 서비스의 문제점 분석을 통해 앞으로 개선되어야 할 문제점들을 보다 구체적으로 볼 수 있었다.

서비스디자인 방법론의 마지막 단계인 딜리버에서 완성된 정보전달 맵 'Hi Family'는 서울시의 출산·보육 서비스의 가장 큰 문제점인 체계적이지 못한 정보전달 체계를 인포그래픽스(Infographics)의 시각적 전달을 통해 온라인과 오프라인으로 사용자에게 효율적으로 전달하고자 하였다. 사용자는 오프라인의 다양한 정보노출의 경로를 통해 손쉽게 서비스 내용을 한 눈에 볼 수 있으며 온라인 역시 인터넷이나 전화상을 통하여 정확한 내용을 알 수 있다.

본 연구는 현재 우리나라가 갖고 있는 출산·보육 서비스의 여러 가지 문제점을 서비스디자인 방법론을 이용하여 수요자의 니즈와 서비스의 개선점을 면밀하게 파악한 후 시행자의 이해관계를 움직이지 않는 한도 내에서 현 서비스를 최대한 활용하고 사용자의 요구를 해소할 수 있는 방법을 제안한 것이다.

서비스디자인 방법론을 통해 'Hi Family'의 사용과 함께 나왔던 아이디어로 함께 제안되었던 부모 네트워크와 창의 프로그램이 정보전달 맵과 함께 시행된다면 양육비의 부담감, 보육에서의 인력부족, 부모들 간의 지식공유와 네트워킹, 부모의 고립감과 같은 수요자의 니즈 역시 해결되리라 판단된다.

본 연구를 통해 디자이너의 시각으로 서비스디

자인 방법론을 통해 사회적 문제를 바라보았을 때 보다 새로운 방법으로 문제를 풀어갈 수 있는 가능성을 보았다. 현행의 복잡한 출산·보육서비스를 시행자와 사용자의 입장을 고려한 시각적 접근으로 일정부분 해소하는 것이 가능하였다. 창조적인 면을 볼 수 있도록 훈련받은 디자이너의 참여가 보다 효과적이면서도 새로운 접근방법을 이끌어갈 수 있다고 본다. 앞으로도 서비스디자인을 통하여 사회의 여러 문제점들을 디자이너들이 주도적으로 노력하여 이제는 많은 이들의 생활 속에 도움이 되는, 영향력을 끼칠 수 있는 역량을 갖기를 기대한다.

참고문헌

- 김기미. (2009). 영아기 자녀를 둔 맞벌이 부모의 보육시설 이용 경험. 경기대학교 사회복지대학원 아동가족복지전공. 석사논문
- 김윤경. (2005). 저소득 가정의 보육서비스 이용 실태 및 욕구. 한남대학교 사회복지학과 석사논문
- 김정은. (2009). 혁신적인 서비스디자인을 위한 디자인의 역할. 이화여자대학교 디자인학과 디자인매니지먼트 전공
- 김송이. (2007). 스웨덴과 영국의 보육서비스 유형화와 접근성에 관한 비교 연구. 중앙대학교 석사논문
- 김혜찬 외. (2011). 서비스디자인의 동향과 정책방향. 한국디자인진흥원 정책연구
- 보건복지부. 행복한 우리아이 - 임신에서 육아까지 정부지원정책 가이드
- 보건복지부. 2011년도 보육사업안내
- 서울시. 2011년도 보육사업안내
- 한수련. (2009). 서비스디자인(Service Design) 측면에서 공공서비스평가 방향연구. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문
- 한유미 외. (2005). 스웨덴의 아동보육제도, 학지사
- 팀 브라운, 고성연 옮김. (2010). 디자인에 집중하라. 김영사
- Stickdorn, Schneider (2011). This is service design thinking. ConsortiumBookSales/Dist
- Xenia Viladas. 이원제 옮김. (2011) 서비스디자인하라. 비즈앤비즈
- <http://120.seoul.go.kr>
- <http://cafe.naver.com/imsanbu>
- <http://usableweb.co.kr>
- <http://women.seoul.go.kr>
- <http://www.aga-love.org>
- <http://www.servicedesigntools.org>
- <http://www.si.se>