

디자인 씽킹을 활용한 주민참여 지역재생 사업 사례 조사

부여군 사례를 중심으로

A Case Study on Resident Participation in Local Regeneration Projects Utilizing Design Thinking

Focused on Buyeo Project

주 저 자 : 이해선 (Lee, Hye Sun)

홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인학 박사과정

교 신 저 자 : 나 건 (Nah, Ken)

홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인경영전공 교수
knah@hongik.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2024.3.239>

접수일 2024. 08. 24. / 심사완료일 2024. 09. 02. / 게재확정일 2024. 09. 09. / 게재일 2024. 09. 30.

Abstract

This study aims to revitalize local commercial districts amidst the challenges of the COVID era by applying the design thinking methodology to develop a regeneration strategy for "Wonjo Food Alley" in Buyeo County. The research was conducted based on workshops involving merchants, local residents, and experts, utilizing the KJ method for idea categorization and analysis to derive a strategy for community regeneration using the cultural assets of the area. In this process, the use of design thinking played a crucial role in deeply understanding the unique requirements of the region and facilitating community participation. The results demonstrate that design thinking is an effective approach for revitalizing local economies, proving its utility and effectiveness. This underscores the importance of a participatory approach through design thinking in the development of strategies for commercial district revitalization, and it is hoped that this research will provide practical guidelines for addressing similar problems in the future.

Keyword

Design Thinking(디자인 씽킹), Local Regeneration(지역재생), Participatory Design Thinking (참여적 디자인 씽킹)

요약

본 연구는 코로나 시대의 도전 속에서 지역 상권의 활성화를 목표로, 디자인 씽킹이라는 방법론을 적용하여 부여군 원조먹자골목을 대상으로 지역재생 전략을 개발하였다. 연구는 상인, 지역 주민, 전문가가 참여하는 워크숍을 기반으로 진행되었으며, KJ 기법을 활용한 아이디어 분류와 분석을 통해 지역의 문화적 자산을 활용한 지역재생 전략을 도출하였다. 이 과정에서 디자인 씽킹의 사용은 지역 고유의 요구사항을 깊이 있게 파악하고, 지역 커뮤니티의 참여를 촉진하는 데 중요한 역할을 하였다. 연구 결과는 디자인 씽킹이 지역경제 활성화를 위한 유효한 접근 방법으로서, 그 효용성과 효과성을 입증하였다. 이는 지역 상권 활성화를 위한 전략 수립에 있어 참여적 디자인 씽킹 프로세스 개발의 필요성을 제시하며, 향후 소도시 상권 활성화 전략 수립에 있어 실질적인 지침을 제공할 수 있기를 바란다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위

2. 지역재생

- 2-1. 지역재생의 정의
- 2-2. 지역재생 사례

3. 디자인 씽킹

- 3-1. 디자인 씽킹의 개념
- 3-2. 디자인 씽킹 프로세스 방법론

4. 연구 방법 및 과정

- 4-1. 연구 개요
- 4-2. 연구의 특징
- 4-3. 연구 단계별 주요 활동
- 4-4. 아이디어 분석
- 4-5. 분석 결과

5. 연구 결과

- 5-1. 연구 결과
- 5-2. 연구 결론

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

최근 지방 소도시의 상권 쇠퇴가 심각한 사회문제로 대두되고 있다. 우리나라는 17개 시도 간에 인구, 지역 내 총생산, 소득 등에서 큰 차이를 보인다. 특히 코로나19 팬데믹 기간 동안 경제적 불균형이 더욱 두드러지게 나타났다. <통계로 보는 심각한 지역 불균형, 해소할 방법은 무엇인가?>에 따르면 우리 사회는 현재 고령사회에 진입해 있으나 전국 261개 시군구의 고령 인구 비율을 살펴본 결과 109개 시군구가 이미 초고령 사회에 진입해 있다.¹⁾ 이러한 이유로 지방 도시는 점점 낙후되어 가고 있다. 그 때문에 정부는 지자체에 대한 다양한 시책이 제시되며 도시 재생 사업에 집중하며 지역에 관련된 다양한 자원사업과 지자체 사업이 나타나고 있다. 이와 함께 '주민 주도'의 도시재생(지역 개발계획)의 중요성이 더욱 강조되고 있다. 특히 도시 재생 사업에서 주민의 참여가 강조되는 것은, 기존의 지역발전에 있어 한국의 경우 발전을 바라보는 시각에 있어 그동안에는 급속한 도시성장의 맥락에서 발전을 바라봤지만, 그 결과 지역 내 공동체의 해체 및 소득 불균형 현상을 심화시키는 문제점을 일으켰기 때문이다.²⁾ 기존의 상권 활성화 정책들은 주로 하향식(Top-down) 접근 방식을 취해왔으며, 이는 지역의 특수성과 주민들의 실질적인 니즈를 반영하는 데 한계를 보여왔다. 이에 본 연구는 주민 참여형 상향식(Bottom-up) 접근 방식의 중요성이 부각되고 있다.

이러한 배경에서 본 연구의 주된 목적은 코로나 시대를 배경으로 지역 상권 활성화를 위한 효과적인 지역재생 사업 전략을 도출하는 것이다. 이를 위해 참여적 디자인 씽킹 방법론을 적극적으로 활용하였다. 지역 주민과 상인들이 직접 참여하는 과정을 통해 창의적이

참고문헌

고 실용적인 해결책을 모색하는 데 중점을 두었다. 이 방법론은 지역 커뮤니티의 깊은 통찰과 경험을 활용하여, 실질적이고 지속 가능한 전략을 구축하는 데 기여할 수 있다.

본 연구에서는 부여군의 신동업 문화관과 그 일대의 먹자골목이 연구의 대상지가 되었다. 그곳을 특색있는 거리로 만들기 위한 지역개발 계획을 목표로 거버넌스를 구축하여 주민, 상인 주도형 골목융복합사업 발전을 위한 연구를 진행하였다. 이를 기반으로 디자인 씽킹 워크숍을 통해 부여군 관계자, 주민, 상인이 모두 이해할 수 있는 계획을 수립하는 전략 수립 단계의 사업을 진행하였으며, 사업 완료 이후에도 주민과 상인 스스로가 지속해서 '신동업 문화 거리'를 이끌어갈 수 있는 발판이 되는 방안을 고찰하였다.

디자인 씽킹은 본 연구에서 지역 상권 활성화의 도구로서 활용되었으며, 그 효용성과 효과성은 지역 상권 활성화의 실질적인 성과를 통해 검증되었다. 연구의 진행은 지역 상권 활성화라는 구체적인 목표를 달성하기 위해 계획되었다. 결과적으로, 본 연구는 참여적 디자인 씽킹을 통해 지역 사회의 참여와 창의성을 어떻게 촉진할 수 있는지를 보여주고자 한다. 더불어 참여형 디자인 씽킹 방법론을 통해 그들의 실질적인 경험과 통찰을 끌어내고, 이를 지역의 문화적 자산, 특히 신동업 시인의 문학적 유산과 연계하여 창의적인 해결책을 모색했다는 점에서 학술적 의의가 있다. 이를 통해 소도시의 먹자골목을 독특한 문화적 정체성을 가진 공간으로 발전시키는 과정을 제시하고 주민, 상인 주도의 지역 활성화 모델의 가능성을 탐구하고자 한다.

1-2. 연구 범위

본 연구는 2019년 2월부터 2020년 2월까지 1년간 진행하였으며, 코로나19로 인해 정부의 지침에 따라 부여군의 허가를 받아 상점 방문, 주민, 상인 디자인 씽킹 워크숍 총 6회, 지자체 회의 5회 이상 수립하였다. 연구를 시작하고 1개월은 사전 조사를 통해 문헌 연구, 현장 답사, 기초 인터뷰를 추진하였다. 디자인 씽

1) 박성현, 통계로 보는 심각한 지역 불균형, 해소할 방법은 무엇인가?, 대한민국학술원, Vol. 61, No.1, 2022, p.58
2) 한창목, 주민 중심의 자산을 활용한 지역발전 방안 연구: 행촌 마을 도시농업 사례를 중심으로, 한국정책학회 동계학술발표논문집, 2018, p.1

킹 워크숍 이후 데이터 분석 및 전략 수립 1개월, 전문가 검증 및 피드백 2주를 거쳐 이후 2주간 최종 전략 도출 및 보고서를 작성하여 연구를 마무리하였다. 본 연구의 공간적 범위는 부여군 원조먹자골목 부여읍 부장대로 일대 '원조먹자골목'과 부여군 신동읍 문학관을 중심으로 진행하였다.

[표 1] 디자인 씽킹 워크숍 개요

워크숍 단계별 내용		
회차	단계별 내용	
1-2회차	공감 및 문제 정의	
3-4회차	아이디어 도출	
5-6회차	프로토타입 및 테스트	
워크숍 참여자 정보		
구분	기준	인원
상인	원조먹자골목에서 영업 중인 점포 주인	15명
지역 주민	부여군에 3년 이상 거주한 20-60대 주민	20명
전문가	도시계획, 마케팅, 문화관광 분야 전문가	5명

2. 지역재생

2-1. 지역재생의 정의

지역재생은 지역경제의 활성화와 지역 내 새로운 고용 창출을 목표로 하며, 이를 위해 지역산업, 기술, 인재, 관광자원, 자연환경, 문화, 역사 등 지역이 보유한 다양한 자원을 효율적으로 활용한다. 이 과정에서 지역의 문화적, 사회적 연결을 강화함으로써 지역 커뮤니티의 활성화를 도모하고, 지역 내외의 수요를 파악하여 민간 사업자가 건전한 비즈니스 모델을 개발 및 실행할 수 있도록 지원하는 것을 포함한다.³⁾

앞서 언급한 바와 같이, 지역재생을 위한 상권 활성화 전략은 과거에 주로 하향식(Top-down) 접근 방식을 취해왔다. 이 접근법은 지역의 독특한 특성과 주민들의 구체적인 요구를 충분히 반영하지 못하는 한계를 가지고 있다. 따라서, 본 연구는 상향식(Bottom-up) 접근 방식의 중요성을 재조명하고 이를 실현하기 위해 시작되었다. 본 연구에서는 이러한 접근 방식이 지역

3) 이동필, 김광수, 일본의 지역 활성화 관련 정책과 사례, 한국농촌경제연구원, 2010, p.10

상권 활성화에 미치는 영향을 검토하고, 관련 사례를 통해 이론적 및 실질적 근거를 제시하고자 한다.

2-2. 지역재생 사례 분석

전국에 분포한 다양한 지역재생 사례들 중에서, 본 연구는 특히 원조먹자골목과 비교할 수 있는, 규모가 비교적 작고 골목 및 소규모 상권을 중심으로 한 사례들을 선별하여 리서치하였다. 이러한 사례들은 [표 2]에서 상세히 다루어져 있다. 각 사례는 지역 고유의 문제를 해결하고자 한 전략적 접근을 보여준다.

[표 2] 지역재생 사례⁴⁾

지역 재생 사례			
사례명	배경 및 문제	주요 활동 및 전략	효과 및 결과
군산 근대 문화유산	경제적 변화	근대 문화유산 활용, 역사 경관 조성	국토교통부 경관 대상 수상, 관광 증진
1913 송정역 시장	전통시장 쇠퇴, 젊은층 관심 부족	옛 시장 현대화, 문화 콘텐츠 도입	방문객 증가, 문화 랜드마크
김광석 문화거리	슬럼화, 지역 쇠퇴	김광석 벽화 조성, 문화 행사 개최	관광객 증가, 경제 활성화, 사회적 결속력 강화
디자인 씽킹을 활용한 지역 재생 사례			
사례명	배경 및 문제	주요 활동 및 전략	효과 및 결과
창 신 동 H-village	봉제산업 쇠퇴, 주거 환경 노후화	봉제 산업과 문화예술 접목, 디자인 씽킹 프로젝트	경제 부흥, 문화 정체성 강화, 주거 환경 개선
망원시장	대형마트 출현, 시장 경제적 어려움	상인회와 지역 사회 협력, 특별 경험 제공	시장 활기 회복, 지역 상권 활성화
염리동 소금길 사업	범죄 발생률 증가, 노후 환경	CPTED 원칙 적용, 지역 공동체 형성	범죄율 감소, 주거 환경 개선, 관광객 유치 효과

디자인 씽킹을 적극적으로 활용한 지역 재생 사례에서 지역 커뮤니티와의 지속적인 상호작용 및 참여를 통해 관광객 유치가 지속되며 활기를 회복하고 있다. 이는 디자인 씽킹 방법론이 지역 고유의 요구와 특성을 깊이 있게 반영하며, 그 과정에서 지역 주민들의 참

4) 김희정, 이지연, 한동훈, 정지연, 디자인 씽킹 프로세스를 통한 도시재생 사례 분석, Journal of Art & Design Research, 2020, p.42

여를 독려함으로써 지속 가능한 발전을 이루는 데 기여하고 있음을 시사한다. 그 과정에서 지역 주민들의 참여를 독려함으로써 지속 가능한 발전을 이루어내는 데 기여하고 있음을 시사한다.

[표 3] 신동업 문화거리와 김광석 문화거리 비교 분석

구분	원조먹자골목 신동업 문화거리	김광석 문화거리
디자인 씽킹 적용	적용 (주민과 상인의 사전 협의를 통해 구체적 문제 해결)	부분적 적용 (주로 예술가와 디자이너의 참여에 중점)
배경 및 문제	부여군 신동업시인과 먹자골목의 아이덴티티 부족	대구 중구의 슬럼화된 지역과 문화적 잠재력 활용 필요
주요 활동, 전략	주민과 상인 참여를 통한 문화적 요소 조성, 문화 이벤트, 지역 아이덴티티 강화 전략 등	김광석 관련 벽화 조성, 공연 및 문화 공방을 통한 문화적 공간 조성
효과 및 결과	지역의 문화적 가치 강화, 관광객 유치 증가, 지역 경제 활성화	관광객 증가와 지역 경제 활성화, 사회적 결속력 강화
차별점과 문제점	디자인 씽킹을 통한 주민 참여로 지속 가능한 사업 구축 가능	초기 현대화에 집중하고 지역 거버넌스 부재로 인한 문제 발생 가능성

김광석 문화거리는 2010년부터 2020년까지 약 753만 명의 관광객이 방문하면서 지역의 대표적인 관광지로 자리매김하였다. 이러한 성장 과정에서 주차 및 시설에 대한 만족도 저하, 소음 문제, 문화 공간 부족 및 방문객 및 차량으로 인한 혼잡이라는 도전과제가 나타났다. 특히 코로나19 확산과 맞물려 2019년 대비 방문객 수가 크게 감소한 점도 주목할 만하다.⁵⁾ 이러한 이유로 원조먹자골목은 초기 단계에서 디자인 씽킹을 활용한 지역재생을 추진하였으며, 주민과 상인의 사전 협의를 바탕으로 주차 문제와 양방향 통행 문제를 해결하기 위해 일방통행로와 주차장을 신설하는 등의 구체적인 문제 해결 방안을 도입 등 기존의 지역재생과는 차별화된 방법론으로 접근했다는 것을 알 수 있다.

3. 디자인 씽킹

5) 김두영 기자, '대구 '김광석길' 10년을 묻다...'벽화 말고 콘텐츠 부족' 대안은?, 평화일보, 2021.01.28. (2024.09.02.)
<https://www.pn.or.kr/news/articleView.html?idxno=18530>

3-1. 디자인 씽킹의 정의

디자인 씽킹은 복잡하고 다면적인 문제를 창의적으로 해결하기 위한 혁신적인 접근 방식이다. 이는 단순히 제품이나 서비스의 외관을 디자인하는 것을 넘어, 사용자의 니즈와 경험을 중심에 두고 문제를 재정의하고 새로운 해결책을 모색하는 종합적인 사고를 제공한다. 디자인 씽킹의 핵심은 사용자에게 대한 깊은 이해와 공감에서 출발한다. 이 방법론은 문제의 본질을 파악하고, 기존의 관념에서 벗어나 다양한 관점에서 해결책을 탐색하며, 실제 사용자와의 상호작용을 통해 아이디어를 지속해서 개선해 나가는 과정을 중시한다. 이러한 접근 방식은 비즈니스 혁신, 사회문제 해결, 교육 개혁 등 다양한 영역에서 활용되고 있다. 디자인 씽킹은 불확실성이 높고 복잡한 현대 사회의 문제들에 대해 보다 인간 중심적이고 창의적인 해결책을 제시할 수 있는 효과적인 방법론이다. 특히, 디자인 씽킹은 다학제적 협업을 강조하는데, 배경과 전문성이 모두 다른 사람들이 함께 문제를 해결해 나가는 과정에서 더 혁신적이고 통합적인 해결책이 도출될 수 있다는 것이 이 방법론의 핵심이기 때문에 결과적으로, 디자인 씽킹은 단순한 문제해결 기법을 넘어서 혁신을 위한 사고 방식과 조직 문화를 변화시키는 철학적 접근으로 발전하고 있으며 현대 사회의 복잡한 문제들을 해결하는 데 있어 중요한 역할이라고 할 수 있다.

[표 4] 디자인 씽킹의 정의

구분	내용
Herbert Simon (1969)	인간 생활의 모든 제반 문제를 학제적 협동을 통해 디자인의 통합적이고 종합적인 문제 해결 능력으로 해결하는 과정
Tim Brown (2008)	디자이너의 감수성과 방법을 활용해 사람들의 요구를 기술적, 전략적으로 실현 가능한 가치로 전환하는 방법론
Roge Martin (2009)	분석적 사고와 직관적 사고의 균형적 상호 작용

디자인 씽킹의 개념은 여러 학자들에 의해 정립되어 왔다. Herbert Simon(1969)은 디자인 씽킹을 "인간 생활의 모든 제반 문제를 학제적 협동을 통해 디자인의 통합적이고 종합적인 문제해결 능력으로 해결하는 과정"으로 정의하였다. 이는 디자인 씽킹의 광범위한 적용 가능성을 시사한다. Roge Martin(2009)은 디자인 씽킹을 "분석적 사고와 직관적 사고의 균형적 상호 작용"으로 설명하였다. 이러한 관점은 디자인 씽킹이 논리와 창의성을 결합한 접근 방식임을 강조한다. Tim Brown(2008)은 "디자이너의 감수성과 방법을 활용해

사람들의 요구를 기술적, 전략적으로 실현 가능한 가치로 전환하는 방법론"으로 정의하였다. 이는 디자인 씽킹의 실용적 측면을 부각한다.

IDEO 디자인 씽킹의 과정은 [그림 1] 과 같이, 공감(Empathize), 문제 정의(Define), 아이디어 도출(Ideate), 프로토타입(Prototype), 테스트(Test)의 5가지 단계로 이루어져 있다.



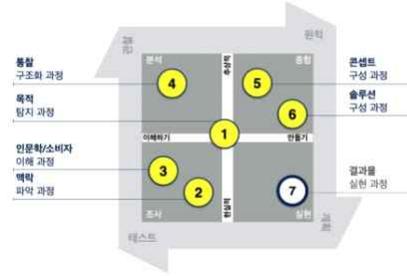
[그림 1] 디자인 씽킹 프로세스⁶⁾

3-2. 디자인 씽킹 프로세스 방법론

디자인 씽킹 프로세스는 그 유연성과 적용 범위의 광범위함으로 인해 다양한 분야와 상황에 맞춰 발전하고 세분화되어 왔다. 이러한 진화 과정에서 디자인 씽킹의 기본 원칙을 유지하면서도 특정 맥락이나 목적에 더욱 적합한 프로세스들이 파생되었다.

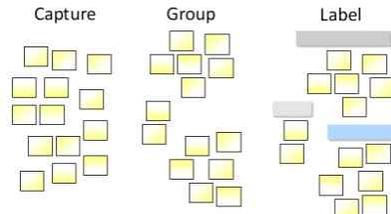
본 연구는 주로 비제이 쿠마(Vijay Kumar)의 디자인 혁신 프로세스와 KJ Method를 사용하였다. 비제이 쿠마(Vijay Kumar)의 디자인 혁신 프로세스는 디자인 씽킹의 기본틀을 유지하면서도 혁신에 더욱 초점을 맞춘 방법론으로, 문제해결뿐만 아니라 새로운 가치 창출에 중점을 둔다. KJ Method는 기와키로 지로(Jiro Kawakita)가 개발한 데이터 분석 및 문제해결 기법으로, 디자인 씽킹 프로세스 중 특히 문제 정의와 아이디어 발상 단계에서 효과적으로 활용될 수 있는 구조화된 방법론이다. 이러한 방법론들은 디자인 씽킹의 기본 철학을 바탕으로 하되, 각각의 특성과 강점을 살려 더욱 정교하고 효과적인 문제해결과 혁신을 가능하게 한다. 이는 디자인 씽킹이 단순한 하나의 방법론이 아닌, 지속해서 진화하고 확장되는 사고 체계임을 보여주는 증거라 볼 수 있다

6) IDEO/Stanford's d.school, (2024.8.21.), <https://designthinking.ideo.com>



[그림 2] 디자인 혁신 프로세스

디자인 혁신 프로세스는 현존하는 가시적인 요소들을 세심히 관찰하고 배우는 것에서 시작된다. 그다음, 관념과 개념적 모델을 만들어 새로운 방법으로 다시 한번 구성하여 현실을 충분히 이해할 수 있도록 노력해야 한다. 이런 절차를 거쳐야만 추상적 용어로 새로운 콘셉트를 탐구하고, 콘셉트가 실제로 받아들여질 수 있는지 평가하고 시행할 수 있다.⁷⁾



[그림 3] KJ 기법 예시 그림⁸⁾

KJ 기법은 한 가지 문제에만 집중하여 모든 사람이 동일한 과제를 동시에 수행하게 하는 전통적인 회의 형식을 바꾸어 해당 문제에 대해 충분히 생각해 보고 함께 의견을 내고 평가할 수 있는 기법이다. 모든 팀원이 포스트잇에 마커로 연구와 관련된 최대한 많은 키워드, 생각, 사실 등을 적은 뒤, 이를 동시에 붙이고 서로의 의견이 어떻게 연관되어 있는지 넓은 관점에서 볼 수 있다. 서로가 동등한 관계에서 분석할 수 있으며 민주적으로 실행할 수 있다.⁹⁾

위의 이론적 고찰을 바탕으로 연구를 시작하기에 앞서 주민, 상인을 대상으로 한 참여형 디자인 씽킹

7) 비제이 쿠마(Vijay Kumar), 『혁신 모델의 탄생』, 틱숨, 2014, p.20

8) <https://project-management.com>

9) Bella Martin 『Universal Methods of Design』, Bruce Hanington, 2012, p.104-105

프로세스를 개발하기 위해 기존 IDEO의 디자인 씽킹 프로세스와 비제이 쿠마(Vijay Kumma)의 디자인 혁신 프로세스를 결합하여 이론을 재정립하여 연구를 진행하게 되었다.

4. 연구 방법 및 과정

4-1. 연구 개요

디자인 씽킹에 관련된 다양한 이론적 배경을 바탕으로 본 연구에서는 주민과 상인의 특성을 고려한 디자인 씽킹 프로세스를 개발하고 적용하였다. IDEO의 디자인 씽킹 프로세스와 디자인 혁신 프로세스의 장점을 결합하여 지역 상권 활성화라는 특수한 맥락에 맞는 프로세스를 구축하였다.



[그림 4] 연구 과정

연구 과정은 2020년 2월부터 8월까지의 연구 기간 동안 순차적으로 진행하였다. 본 연구는 크게 '이해하기', '현실적', '추상적', '만들기'의 네 단계로 구분된다. 각 단계는 세부적인 과정으로 나누어진다. 구체적으로 '이해하기' 단계에서는 목적 탐지와 통찰 구조화 과정을 진행한다. 그다음 '현실적' 단계에서는 인문학/소비자 이해 과정을, '추상적' 단계에서는 맥락 파악 과정과 컨셉도 구성 과정을, 그리고 '만들기' 단계에서는 전문가가 참여한 솔루션 구성 과정을 포함한다. 각 단계마다 주민과 상인의 적극적인 참여를 유도하는 디자인 씽킹 워크숍을 포함하였다. 특히, 인문학/소비자 이해 과정에서는 지역의 문화적 특성을 반영하기 위해 신동업 시인의 작품을 활용한 인문학적인 접근을 시도하였다. 맥락 파악 과정에서는 디자인 씽킹 워크숍을 통해 주민과 상인, 전문가의 아이디어를 공

유하고 발전시켰다. 이러한 과정을 통해 주민, 상인들이 함께 하는 아이디어 아카이빙, 전문가가 참여하는 아이디어 분석 그리고 이를 토대로 만든 최종적인 계획 수립에 이르는 접근이 가능하였다.

4-2. 연구의 특징 및 목표

본 연구는 다음과 같은 특징을 가지고 있다. 첫째, 주민과 상인 참여형 방식을 채택하여 그들이 연구의 주체로 참여하여 현장의 니즈를 직접 반영할 수 있도록 하였다. 둘째, 인문학적인 접근을 통한 지역 특성을 반영하였다. 지역의 문화적 자산을 활용하여 차별화된 전략을 수립하고자 하였다. 셋째, 드론 촬영, 포스트잇 등의 시각적 도구를 활용하여 참여자들의 이해와 참여를 촉진하였다. 마지막으로 이를 지역 상권 활성화라는 맥락에 맞게 변형, 적용하여 여러 차례의 워크숍을 통해 아이디어를 지속해서 수집하고 분석함으로써 심층적인 이해를 도모하였다. 이러한 방법론과 과정을 통해 본 연구는 지역 활성화를 위한 실질적이고 창의적인 전략을 도출하고자 하였다.

4-3. 연구 단계별 주요 활동

4-3-1. 목적 탐지 과정



[그림 5] 원조먹자골목 드론 촬영 사진

이 단계에서는 원조먹자골목의 현황을 진단하고 연구의 방향성을 설정하였다. 주요 활동으로 골목의 전체적인 모습을 객관화하고 아카이빙하였다. 주민과 상인들에게 자신들이 살고 일하는 익숙한 공간을 새로운 시각으로 바라볼 수 있도록 하여 현 골목의 현황을 객관적으로 직시하며 창의적인 사고를 자극할 수 있게 드론을 활용한 촬영을 진행하였다. 그와 동시에 현장 조사와 주민, 상인 인터뷰를 통해 골목의 실제 상황과 상인들의 니즈를 파악하였다.

4-3-2. 통찰 구조화 과정



[그림 6] 통찰 구조화 과정 교육

이 단계에서는 연구 참여자 이해를 돕고 창의적 사고를 촉진하기 위한 활동이 이루어졌다. 국내외 골목 상권/도시재생 사례 강의를 통해 성공적인 사례들을 공유하였다. 이는 연구 참여자에게 영감을 제공하고 골목 상권의 발전 가능성을 보여주었다. 이후 디자인 씹킹 개념을 주인과 상인들의 눈높이로 재정의하고 주인과 상인들이 디자인 씹킹 방법론을 이해하고 활용할 수 있도록 교육하였다.

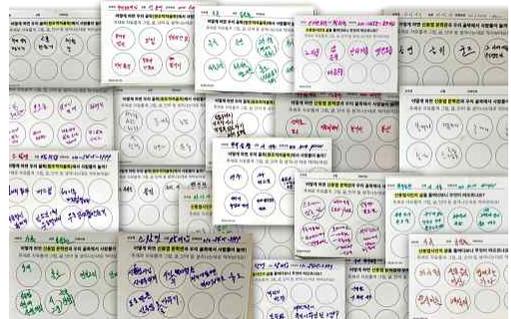
4-3-3. 인문학 소비자 이해 과정



[그림 7] 인문학 소비자 이해 기준 강의 자료

이 단계에서는 지역의 문화적 특성을 이해하고 이를 활용하기 위한 활동이 진행되었다. 신동엽 문학 거리를 만드는 것이 본 연구의 목표이기 때문에 신동엽 시인과 그의 아내인 인병선 시인에 관련된 인문학 강의를 진행하여 지역의 문화적 자산에 대한 이해를 높이고, 이를 지역 활성화에 활용할 수 있는 방안을 모색하였다. 또한, 지역의 문화 시설과 상권을 연계하여 시너지를 창출할 방안을 논의하였다.

4-3-4. 맥락 파악 과정



[그림 8] 아이디어 아카이빙

이 단계에서는 다양한 아이디어를 수집하고 시각화하는 작업이 이루어졌다. “어떻게 하면 사람들이 우리 골목에서 놀까?” 등 구체적인 질문을 통해 참가자들의 창의적 사고를 유도하였다. 자유롭게 질문에 아이디어를 쓴 후 아이디어를 포스트잇에 기록하고 이를 벽면에 붙이는 방식으로, 아이디어의 시각화와 공유를 촉진하였다. 연구 과정에서 참가자들이 제안한 아이디어의 질적 변화는 주목할 만하다. 초기 사전 인터뷰 단계에서는 각설이 공연이나 뽕튀기 차량 운영과 같은 비교적 단순하고 전통적인 행사 위주의 아이디어가 주를 이루었다. 그러나 골목 활성화 사례와 도시재생의 다양한 기준 및 예시를 소개하는 강의와 워크숍 이후, 참가자들의 아이디어는 더 혁신적이고 지역 특성에 맞춘 방향으로 발전하였다. 주요 아이디어는 다음의 [표 4]과 같이 요약할 수 있다.

[표 5] 연구 참여자 아이디어 주요 내용

구분	내용
문학적 요소 활용	신동엽 시인의 시구(詩句)를 활용한 골목 벽화 조성
야간 경관 개선	야간 조명을 활용한 문학적 분위기 연출
문화 공연 기획	지역 예술가들과 협력한 정기적인 문화 공연
먹거리 개발	관광객이 즐길 수 있고 지역만의 특색이 있는 메뉴 개발
테마 포토 존	골목 곳곳에 문학 테마 포토 존 설치

이러한 아이디어의 변화는 연구 참가자들이 단순한 일회성 이벤트를 넘어, 지속 가능하고 지역의 고유한 특

성을 살리는 방향으로 사고를 확장했음을 보여준다.

4-4. 콘셉트 구성 과정



[그림 9] KI 기법을 활용한 분류 분석 사진

콘셉트 구성을 위해 앞서 수집된 아이디어를 KI 기법(친화도법)을 활용하여 체계적으로 분류하고 분석하였다. 분석 과정은 다음과 같이 진행되었다. 우선 1차 그룹화 과정을 통해 먼저 유사한 아이디어들을 그룹화하여 전체적인 경향을 파악하였다. 이 과정에서 참가자들의 의견을 적극적으로 반영하여 그룹화를 진행하여 상위 키워드를 도출하였다. 아이디어의 카테고리별 특성과 빈도를 분석하였다. 이러한 과정을 통해 골목의 활성화를 위한 주요 요소들을 체계적으로 정리하고, 향후 전략 수립의 기초 자료로 활용할 수 있었다.

4-5. 솔루션 구성 과정

'불거리'와 '체험' 카테고리는 관광객 유치를 위한 다양한 외관적, 활동적 아이디어가 나왔고, '느낌'은 골목의 전반적인 분위기와 이미지 형성에 관련된 아이디어가 도출되었다. '먹거리'는 원조먹자골목의 특성을 반영하는 아이디어들을 포함하고 있다. 이러한 분류를 통해 각 카테고리별 균형 있는 전략 수립이 가능해졌으며 지역의 특성을 살리면서도 다양한 측면에서 활성화 방안을 도출할 수 있었다.

연구자의 2차 분석 과정에서는 참가자들과 함께 KI 기법을 사용해 도출된 초기 결과를 바탕으로 심층적인 분석이 이루어졌다. 이 과정에서 아이디어의 실현 가능성, 기대 효과, 지역 특성과의 연관성 등 다양한 요소를 고려하여 재분류 및 우선 순위화가 진행되었다. 그 기준은 다음과 같다.



[그림 10] 아이디어 맵

알파벳 순서는 해당 카테고리 내에서 제안된 아이디어의 빈도를 나타내며, 아이디어의 비중을 원의 크기로 표현하였다. X와 Y축은 앞서 참가자들과 도출된 초기 카테고리를 사용하여 X축은 불거리와 먹거리, Y축은 느낌과 체험으로 설정하였다. 아이디어 비중 분류에 따라 4가지 카테고리 '행사', '분위기', '먹거리', '외관'으로 나누었으며 각 주요 카테고리 내에서 반복되고 두드러진 아이디어를 세부 항목별로 추가 분류하였다. 또한, 서로 연관된 아이디어나 카테고리는 서로 인접하게 배치하였다. 주민과 상인들의 니즈를 한눈에 파악할 수 있도록 분석 결과를 시각화하여 전체적인 아이디어 맵을 작성하였다.

[표 6] 아이디어 분석 주요 내용

구분	주요 아이디어
A 행사	정기/비정기 행사, 버스킹, 전시회 이벤트, 신동업 시인 관련 프로그램, 체험형 기념품
B 분위기	스토리텔링이 있는 편안한 골목 조성, 문학관과 골목을 잇는 코스 개발
C 먹거리	노점상 먹거리 개발
D 외관	벤치, 꽃, 편안함을 느낄 수 있는 공간 조성 및 이정표

아이디어 분석 결과, 주민과 상인들의 제안은 크게 A: 행사, B: 분위기, C: 먹거리, D: 외관으로 분류하였다. 주요 내용은 다음과 같다. A: 행사 카테고리에서는 행사, 버스킹, 전시회와 같은 이벤트와 신동업 시인 관련 프로그램, 체험형 기념품 등이 제안되었다. B: 분위기에서는 스토리텔링이 있는 편안한 골목 조

성과 문학관과 먹자골목을 잇는 코스 개발이 주요 아이디어로 나타났다. C: 먹거리에서는 노점상 먹거리 개발이 제안되었다. D: 외관은 벤치, 꽃, 편안함을 느낄 수 있는 공간 구성과 이정표가 주요 아이디어로 도출되었다.

5. 연구 결과

5-1. 연구 결과

모든 연구 과정은 지역 주민과 상인들의 적극적인 참여로 이루어졌다. 그 때문에 그들의 니즈와 특성을 더욱 정확하게 파악하여 이를 토대로 부여군의 문화적 특성을 활용한 지역 활성화 전략 개발을 이룰 수 있었다. 대표적으로 신동엽 시인의 문화적 요소를 활용한 '부여 신동엽체' 개발 제안과 충남 전통주와 연계한 '전통주 축제 기획' 등이 있다. 이는 원조먹자골목의 정체성 강화와 신동엽 시인, 더 나아가 부여군의 차별화된 브랜드 이미지 구축에 좋은 영향을 줄 수 있다고 평가 받았다. 워크숍과 연구를 통해 도출된 다섯 가지 활성화 전략은 다음과 같다.



[그림 11] 충남 전통주 인기 주종 Top 10

첫째, 행사/기획은 [그림 11]¹⁰⁾과 같은 충남의 전통주와 골목이 함께 상생하여 신동엽 시인과 원조먹자골목의 브랜드 정체성을 확립할 수 있도록, 판매망 확보에 어려움을 겪는 충남지역 전통주 제조업체의 제품이 원조먹자골목의 식당이 유통망이 되도록 제안하였다. 신동엽 시인 시대상과 맞는 전통주 축제를 진행하여 충남의 영세 전통주 업체의 유통을 돕고, 특색 있는 축제 기획을 진행할 수 있도록 제안하였다.

10) 송기평 기자, '충남의 술 5종 무료 체험 자리 전통주갤러리서 열려... '충남술 Top10' 시인회 개최', 일요신문, 2019.10.16. (2024.04.02.)
https://ilyo.co.kr/?ac=article_view&entry_id=350521



[그림 12] 체험형 굿즈 제안

둘째, 체험형 기념품을 제안하였다. 이는 스탬프 투어와 컬러링 북을 결합한 형태로, 신동엽 시인의 생애와 작품을 담합하는 내용을 제안했다. '스토리 컬러링 북'은 원조먹자골목을 걸으며 신동엽 시인의 발자취와 지역의 이야기를 체험할 수 있도록 제안하였다.



[그림 13] 부여 신동엽 서체

셋째, 부여군과 신동엽 시인에 대한 대중의 인식 강화를 위해 도시 서체 개발을 제안하였다. 이 서체는 부여군의 정체성과 신동엽 시인의 공동체 정신을 담아내는 것을 목표로 하였다. 개발된 서체는 부여군 공문서, 외부 사인물, 광고 등 다양한 매체에 활용되어 부여군의 브랜드 아이덴티티를 강화하는 데 기여하고자 하였다. 이를 부여군에 직접 제안하여 본 연구 이후 2년 동안 개발하였다. 부여군의 정체성이 담긴 부여 정림사지체와 신동엽 시인의 손글씨체를 담은 신동엽 손글씨 서체를 2023년 10월 9일 개발을 완료하여 현재 다양한 매체에서 활발히 활용되고 있다.

[표 7] 체험형 메뉴 개발 대표 4개 상점

아우네 순댓국 메뉴 개발 제안		
컨설팅 전	컨설팅 후	세부 내용
		순대를 만들고 버리는 순대의 끝부분을 활용한 순대 꼬치 메뉴 개발
카페 시그니처 메뉴 개발 제안		
컨설팅 전	컨설팅 후	세부 내용
		전문가의 레시피 교육을 통해 시그니처 메뉴 개발을 위한 1:1 교육 진행 및 개발
백제 토글 젓갈 메뉴 개발 제안		
컨설팅 전	컨설팅 후	세부 내용
		주먹밥 구매 후 젓갈을 시음하고 구매까지 이루어질 수 있도록 체험을 유도
가장 맛있는 족발 메뉴 개발 제안		
컨설팅 전	컨설팅 후	세부 내용
		족발을 만들고 남은 부분을 이용하여 족발 꼬치 개발

넷째, 원조먹자골목의 지속시간 연장을 위한 메뉴 다양화 전략을 제안하였다. 먹자골목의 음식점 80% 이상이 식사 메뉴에 집중되어 있어, 관광객의 평균 체류 시간이 30~40분에 그치는 문제점을 발견하였다. 이를 개선하기 위해 스낵류와 체험형 먹거리 개발을 통해 관광객들이 더 오래 머물며 즐길 수 있는 먹거리 콘텐츠 개발의 필요성을 제시하였다. 이에 따라 메뉴 개발을 희망하는 상점들을 선정하여 다양한 메뉴 개발을 지원하였다. 이를 통해 골목의 음식 문화를 다채롭게 하고, 관광객의 체류 시간 증가와 소비 활성화를 도모하고자 하였다.



[그림 14] 선불카드 제안

마지막으로, 부여군의 지역화폐인 '굿뜨래페이'를 활용한 특별 선불카드 시스템을 제안하였다. 이 카드는 신동업 문학길의 브랜드 이미지를 강화하고 특별한 가치를 부여하기 위해 신동업 시인의 작품과 관련 디자인을 담은 것을 제안하였다. 이는 원조먹자골목 내에서 한정 판매될 예정이며 지역 주민뿐만 아니라 관광객들에게도 제공될 계획이다. 신동업 시인의 글귀와 이미지가 담긴 이 카드는 단순한 결제 수단을 넘어 문화적 의미를 지닌 기념품으로서의 역할도 기대할 수 있다. 현재 이 프로젝트는 부여군 내에 자체 개발 단계에 있다.

5-2. 연구 결론

연구 결과로 도출된 다양한 전략들은 부여의 전통과 현대성, 지역성과 보편성을 균형 있게 조화시키면서 방문객들에게 다채로운 경험을 제공할 수 있도록 돕는 기반을 마련하였다. 이러한 전략을 통해 원조먹자골목이 단순한 먹거리 공간이 아닌, 문화와 체험, 역사가 어우러진 관광 명소로 발전할 가능성을 보여주었다. 본 연구는 단순한 아이디어 제시에 그치지 않고, 각각의 실행 방안과 예상 효과까지 구체적으로 제시하여 실제 적용 가능성을 높였다.

본 연구는 주민 참여를 통해 지역의 특성과 니즈를 반영한 창의적인 해결책을 도출할 수 있다는 가능성을 보여주었다. 또한 향후 지역개발 정책 수립 시 주민 참여의 중요성을 확인시켜 주었다. 본 연구에서 지역의 특수성과 주민들의 실제 니즈를 정확히 반영하기 위한 새로운 접근법이 필요함을 보여주었다. 기존의 디자인 씽킹 방법론을 그대로 적용하는 것으로는 한계가 있다. 이에 따라 지역 주민들의 참여를 극대화하고 그들의 창의성을 효과적으로 끌어낼 수 있는 참여형 디자인 씽킹 프로세스 개발의 필요성을 시사한다. 이러한 프로

세스는 지역 특성에 맞춤형되어야 하며, 주민들의 적극적인 참여를 촉진하는 방향으로 설계되어야 할 것이다. 이러한 연구 결과를 바탕으로, 추후 연구에서는 지역 주민의 눈높이에 맞는 세부적이고 실용적인 참여형 디자인 씽킹 프로세스를 개발하고자 한다. 이는 이론적 모델을 제시하는 것을 포함하여 실현가능한 구체적인 방법론을 개발하는 것에 목적이 있다.

본 연구를 기반으로 지역 브랜드 개발, 지역 활성화 개발에 지역 주민이 적극 참여할 수 있는 세심한 디자인 씽킹 프로세스가 사용되고 발전되길 기대한다.

참고문헌

1. 김영수, 정의홍, 김우현, 이성일, 『지역을 살리는 로컬 브랜딩』, 클라우드나인, 2018
2. 나건, 외 8명, 『농사와 디자인』, 컬쳐코드&디스튜디오, 2014
3. 모종린, 『골목길 자본론』, 다산3.0, 2017
4. Bella Martin 『Universal Methods of Design』, Bruce Hanington, 2012
5. Ray Oldenburg, 『제3의 장소』, 풀빛, 2019
6. Roger Martin, 『디자인 씽킹 바이블』, 유엑스리뷰, 2021
7. Ryo Yamazaki, 『커뮤니티 디자인』, 안그라픽스, 2012
8. Tim Brown, 『디자인에 집중하라』, 김영사, 2009
9. Vijay Kuma, 『혁신 모델의 탄생』, 틱움, 2014
10. 김희정, 이지연, 한동훈, 정지연, 디자인 씽킹 프로세스를 통한 도시재생 사례 분석, Journal of Art & Design Research, 2020
11. 김치영, 미래사회 창의융합교육 프로그램 연구, 한국디자인리서치학회, 2019
12. 박성현, 통계로 보는 심각한 지역 불균형, 해소할 방법은 무엇인가?, 대한민국학술원, 2022
13. 유금, 4차 산업혁명 시대의 창의융합교육
- 패러다임 및 디자인 씽킹 역량 강화를 위한 서비스 디자인 활용 방안 연구, 한국디자인리서치학회, 2020
14. 이동필, 김광수, 일본의 지역 활성화 관련 정책과 사례, 한국농촌경제연구원, 2010
15. 이세규, 한경원, 지역축제 만족도와 관광 활성화 연계 효과 연구, 한국지역개발학회지, 2009
16. Jane Jacobs의 도시 사고를 토대로 한 도시 기원 이론의 고찰, 한국지리학회지, 8권 3호, 2019
17. 한창목, 주민 중심의 자산을 활용한 지역발전 방안 연구: 행촌 마을 도시농업 사례를 중심으로, 한국정책학회 동계학술발표논문집, 2018
18. <https://project-management.com>