

주민서비스 「입체체험관」 프로젝트

- '중랑 한(HAN : Here And Now)마음 만들기' 마케팅을 위한 -

김 영 희

목 차

- I. 들어가는 말
- II. 주민서비스혁신의 문제점 및 해결 방안
  - 1. 주민체감도를 높이는 혁신적인 마케팅 브랜드 개발 필요
  - 2. 민·관 공급자 및 주민이 수평적 관계 및 시공간을 초월한 네트워크를 경험할 수 있는 전략적 브랜드 개발 필요
- III. 중랑구 혁신 브랜드 "주민서비스 「입체체험관」 프로젝트 "
  - 1. 추진배경
  - 2. 사업내용
- IV. 맺는말

Abstract

The current participative government has started to carry out Residents Service Reform that transforms the transmission system of suppliers' oriented convenience to one-stop tailor made civil and governmental integration service for the purpose of realizing universal Social Benefits in responding to increasing desires of people according to the changes of social and economic conditions by overcoming the existing limit of transmission system.

This study has analyzed the status and problems of local autonomous organizations according to the innovation of support for the life of residents and in order to solve these problems, I present the implementation strategy of transmission system of civil and government cooperation tailor-made integration service through the project of "3D experiencing hall for Social Benefits, " which is a joint project of civil and government developed by Jungrang-gu.

In addition, it aims for the completed accomplishments of this project to settle as eight largest services marketing brand in 3D method and also as the best strategic brand for the "establishment of network of civil and governmental cooperation" with suppliers of public services, suppliers of civil service, and residents, who are suppliers as well as potential customers, for solving problems of local communities.

Key Words : Social Benefits, the project of 3D experiencing hall, establishment of network of civil and governmental cooperation

## 1. 들어가는 말

1991년 지방의회 구성, 1995년 민선 자치단체장 선출에 이어 2002년 12월에 탄생한 “참여정부”는 지방분권 강화, 참여복지 실현 및 삶의 질 향상을 포함한 10대 국정 과제를 선정하고 복지재정을 41.7조원(’03년)에서 61.4조원(’07)으로 확대하였으나 여전히 국민의 복지체감도는 낮은 수준이고 복지사각지대에 놓인 국민들에 대한 사회 문제는 여전히 잔존하고 있었다.

참여정부는 이에 대한 대안으로 첫째, 현대사회의 복잡하고 다양한 국민의 복지수요를 충족시키기 위해서 저소득·취약계층에게 제공되는 좁은 의미의 복지서비스(복지, 보건) 뿐만 아니라 주민 삶의 질 향상을 위한 넓은 의미의 복지서비스(문화, 고용, 평생교육, 주거, 관광, 생활체육)를 포괄하는 8대 주민생활지원서비스 제공체제로 전환하고 둘째, 중앙(8개), 시도(16개), 시군구(234개), 읍면동(3,571개), 민간기관 등 복잡한 경로를 통해 전달되는 기존의 전달체계 한계를 극복할 수 있는 새롭고 다양한 실험을 시도하였다.

첫째, 2004. 7월 ~ 2006. 6월까지 실시된 참여정부의 공약사항인 시범사회복지사무소를 전국 9개 시군구에 설치하여 자치단체의 사회복지행정을 보다 효율적이고 전문화하였고

둘째, 2005. 5월 빈부격차차별시정위원회의 전달체계 개편 보고서를 토대로 위기가정 발견시스템 구축 및 긴급지원체계 개선, 시군구·읍면동의 기능 재조정과 담당인력의 확충, 지역사회 민관협력의 강화를 위해 지역사회복지협의체의 구성 및 조기정착 지원, 교육훈련 및 성과평가를 통한 복지서비스 질 제고 작업이 시행되었으며

이러한 실험의 최종 산물로 셋째, 2006. 1월 고령화및미래사회위원회는 “지역주민 통합서비스제공체계 구축방안” 보고서를 내놓고 2006. 7월 1일부터 주민생활지원서비스 혁신을 단행하게 되었다.

공급자 편의 위주의 전달체계를 수요자중심의 원스톱 맞춤형 통합서비스 전달체제로 혁신하는 금번 주민서비스 혁신은 사회경제적 여건변화에 따라 급증하는 보편적인 사회서비스 대응체계, 지자체가 정책의 책임성 있는 기획주체이며 실천주체로 변모, 상의하달적인 경직된 행정관행 혁신, 증대된 복지업무 수행 가능한 행정체계 개편, 민간자원 활용의 극대화를 추진목표로 설정하고 있다.

따라서 본 연구에서는 주민서비스혁신에 따른 지자체의 현황과 문제점을 분석하고 민·관 협력 맞춤형 통합서비스 전달체계 구축을 위한 구체적인 실천 전략으로 종량구에서 민·관이 함께 개발한 “주민서비스 입체체험관 프로젝트” 제시하고 본 프로젝트

의 성과물이 입체적방식의 8대서비스 마케팅브랜드이며 “민관협력 네트워크구축”을 위한 최상의 전략브랜드로 자리매김하고자 한다

## II. 주민서비스혁신의 문제점 및 해결 방안

### 1. 주민체감도를 높이는 혁신적인 마케팅 브랜드 개발 필요

정부는 2006년 7월 53개 지자체(서울 중랑구 포함), 2007. 1월 141개 지자체 그리고 2007년 7월 전국 지자체로 단계적으로 주민서비스 혁신을 단행하면서 공급자 편의 위주의 전달체계를 수요자 중심의 원스톱 민·관 협력 맞춤형 통합서비스 전달체계로 전환하였으나 주민체감도는 여전히 제자리 걸음을 하고 있다. 이는 지자체에서 개편 이후 파악된 지역사회서비스자원에 대한 서비스공급자와 주민의 이해 및 활용을 돕고자 사용하고 있는 마케팅 전략이 홍보물 발행이나 구청 홈페이지 인터넷 게재 등 기존의 소극적이고 상투적인 방법이어서 지역사회에 파고 드는 데는 한계가 있었다.

이에 대한 대안으로 민관기관 및 모든 연령층 주민이 참여하여 ON-LINE(사이버체험관)과 OFF-LINE(현장체험관)상에서 만져보고 느껴볼 수 있는 혁신적인 주민서비스 혁신 마케팅 브랜드 개발이 요구된다

### 2. 민·관 공급자 및 주민이 수평적 관계 및 시공간을 초월한 네트워크를 경험할 수 있는 전략적 브랜드 개발 필요

금번 주민서비스혁신의 비전은 민관협력의 맞춤형 통합서비스 전달체계 구축이며 이를 위한 4대과제로서 중앙정부 역할은 지방행정조직 개편, 통합정보시스템 구축, 중앙부처 서비스 조정, 지자체 역할은 **민관협력네트워크 구축**으로 제시하고 있다.

민관협력네트워크 과제수행기관인 지자체는 관료제적(수직적) 행태와 네트워크 경험부족으로 추진방향을 설정하지 못하여, 중앙정부에서는 민관협의체 모형개발 유무(기존의 지역사회복지협의체와 다른 형태의), 민관실무자 모임회수 및 참여 인원수 등 하드웨어적이고 시간적 제약이 따르는 외형적인 실적만 강조함으로써 민·관 공급자간 역할 갈등을 유발하고 있는 실정이다.

이에 대한 대안으로 ‘복지공동체’ 라는 공동목표를 향해 공동사업 추진중에 민·관 공급자와 주민이 파트너십을 형성할 수 있고, 공급자가 애착을 갖고 있는 프

로그로 홍보 및 평가를 통해 신명나게 일할 수 있는 공간이며 동시에 잠재적인 수요자 & 공급자라는 이중성을 지닌 지역주민의 자발적 참여복지의 장인 전략적인 브랜드 개발이 필요하다.

현황	문제점 및 해결방안	혁신안
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 주민서비스혁신 단계적 실시</li> <li>- 2006. 7월 53개지자체 (서울 중랑구)</li> <li>- 2007. 1월 141개 지자체</li> <li>- 2007. 7월 전국 지자체</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 여전히 주민체감도 제자리</li> <li>⇒ 기존 소극적이고 상투적인 행정 마케팅 전략의 변혁 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 민관기관 및 모든 연령층 주민이 참여하는 주민서비스 ‘입체 체험관’ 상설·운영</li> <li>- 사이버 체험관</li> <li>- 현장 체험관</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 비전</li> <li>민관협력의 맞춤형 통합 서비스 전달체계 구축</li> <li>◦ 4대 과제 (지자체)</li> <li>- 민관협력네트워크 구축 (중앙정부)</li> <li>- 지방행정조직 개편</li> <li>- 통합정보시스템 구축</li> <li>- 중앙부처 서비스 조정</li> <li>※ 8대 주민서비스 복지, 보건, 주거, 고용, 문화, 체육, 평생교육, 관광</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 민관협력 과제 수행기관인 지자체는 관료제적(수직적) 행태와 네트워크 경험부족으로 방향 설정을 하지 못하고 있음</li> <li>◦ 중앙정부에서는 모형개발유무, 민관실무자 모임회수 등 하드웨어적이고 시간적 제약이 있는 실적 강제로 민관공급자간 역할갈등발생</li> <li>⇒ 수평적관계 및 시공간을 초월한 네트워크를 경험할 수 있는 전략적 사업 개발 필요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ ‘중랑복지공동체’ 라는 공동목표를 향해 사업추진 과정에서 민관공급자와 주민 파트너십 형성 유도</li> <li>- 공급자가 애착을 갖고 있는 프로그램 홍보 및 평가를 통해 신명나게 일할 수 있는 공간 마련</li> <li>- 잠재적인 수요자 &amp; 공급자라는 이중성을 지닌 주민의 자발적 참여복지의 장 마련</li> </ul>

### III. 중랑구 혁신 브랜드 "주민서비스 『입체체험관』 프로젝트 "

#### 1. 추진배경

낮은 재정자립도(29.3%)와 저소득층을 위한 복지예산 부담이 높아 (32.5%) 모든 주민을 대상으로 8대서비스를 제공하는 보편적 복지로의 전환에 예산·인력 부족 등 사유로 많은 어려움을 겪고 있는 중랑구는 중앙과 지자체의 예산의 한계를 극복하기 위한 최상의 전략인 민간서비스자원 발굴 및 효율성 극대화 방안 모색이 절실하였다. 이러한 한계 극복 방안으로 “중랑복지박람회” 등 민관협력 경험을 토대로 중랑구에서 전국 최초로 설립된 ‘희망중랑네트워크센터’의 민관코디네이터 2명과 민관기관 서비스 공급자로 구성된 지역사회복지협의체 실무분과위원 98명 그리고 중랑구민 425,901명이 “중랑 한(Han-Here And Now)마음 만들기” 마케팅 마인드를 지닌 혁신동력자로서 지속적인 혁신아이템 발굴 및 실행의지를 갖고 신명나게 활동할 수 있는 새로운 실험을 시도하고자 혁신 브랜드를 개발하게 되었다.

---

중랑복지공동체 실현을 위한

중랑 한\*(HAN: Here And Now)마음 만들기 캠페인

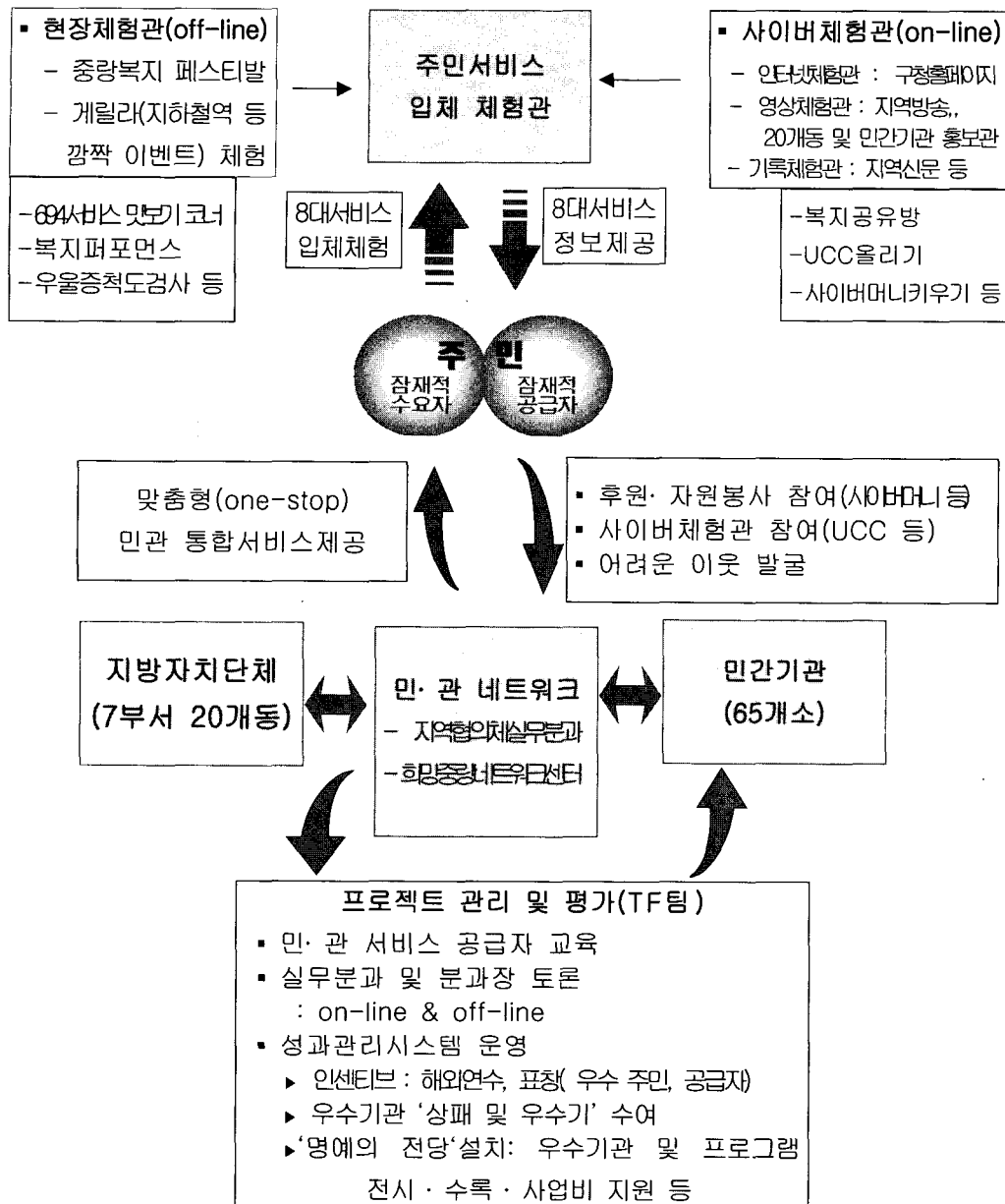
- ◆ Here and Now, 지금 여기서 더불어 사는 아름다운 중랑을 생각합니다.
- ◆ Here and Now, 지금 여기서 더불어 사는 아름다운 중랑을 위해 행동합니다.
- ◆ Here and Now, 지금 여기서 더불어 사는 아름다운 중랑을 위해 협력합니다.

\* 한(HAN): 민관서비스공급자와 주민이 하나로 크게 어울어 진다는 의미

---

## 2. 사업내용

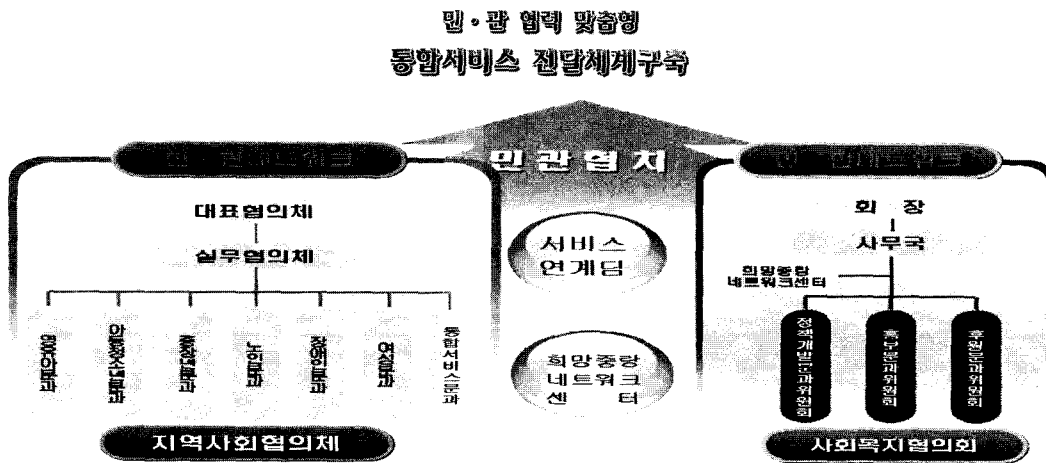
### 1) 사업흐름도



2)세부사업계획

【 중랑구 민관협력 맞춤형 통합서비스 전달체계 구축 - network 형성단계 】

- 행자부 민관협력 모형개발 시범지역 선정 (민관협력 우수구)  
: 2006. 10월, 특별교부세 2억원 지원
- 중랑구 민관협력 모형 개발 : 2007. 2. 5.
  - ▶ 전국최초 “희망중랑네트워크센터” 설치 : 2007.4.2 완료  
- 전국최초 “민관코디네이터” 2명 채용
  - ▶ 실무분과 구성 : 2007. 4.4. 완료  
- 실무분과 설치 : 6대분과, 8대서비스 공급자 참여  
- 통합서비스분과 설치 : 실무분과장으로 구성



- 중랑한마음 대회 개최
  - ▶ 일시 및 장소 : 2007. 6. 12 ~13(1박2일), KT&G연수원(수안보소재)
  - ▶ 참석대상 : 실무분과 위원, 민관코디네이터 등 150명
  - ▶ 주요내용 : 민관네트워크 구축을 위한 워크숍 및 조직융화의 장

## 【 민관협력 공동사업 개발 - net-work 실행단계 】

### □ 사이버 체험관 운영

- ▶ 인터넷 체험관 : 구청 홈페이지내 “복지마당”
- ▶ 영상 체험관 : 지역방송, 20개동 및 민간기관 영상홍보관
- ▶ 기록 체험관 : 지역신문 연재시리즈물
  - 8대 주민서비스 맛보기 코너
  - 민관협력 맞춤형 서비스 제공사례 코너(ex, 우리 가정이 달라지고 있어요 등)
  - 릴레이식 공동모금운동 전개(ex, 사이버머니모금, 황금돼지 무게달기)
  - UCC 올리기(공급자 및 주민)
  - 복지공유방(공급자간 정보공유, 인터넷실무분과 및 사례관리 회의)

### □ 현장 체험관 운영

- ▶ 중랑복지박람회
- ▶ 게릴라 체험 : 지하철역 및 문화행사장 깜짝 이벤트
  - 694서비스 맛보기 코너
  - 복지퍼포먼스
  - 우울증 척도 검사 등

## 3)추진일정

- T/F팀(브랜드 관리 및 성과관리) 구성·운영 : 2007. 4월~
- 사업설명회 개최 : 2007. 4월 ~
  - 참석대상 : 민관코디네이터, 8대서비스실무분과위원 등 150명 내외
- 실무분과 모임을 통한 새로운 모형 개발 및 공동사례관리 :2007. 4월~
  - 문제발생시 적극적으로 개입하여 장애 조정 회의를 통한 해결
- 주민서비스 사이버체험관 설치·운영 : 2007년 5월 ~



- 지역홍보매체를 통한 릴레이식 홍보 전개 : 2007. 5월 ~
  - 중랑구홈페이지, 중랑구인터넷방송, 중랑소식지, 지역케이블방송, 지역신문, 민간기관 소식지 등
  - 중랑복지 홍보대사 위촉 : 탤런트 이순재 (중랑구사회복지협의회장, 희망중랑네트워크센터장) 등
  - 공동모금운동 전개 : 서울시공동모금회와 협약 체결, 2007. 5월~
- 민간서비스공급기관 순회 설명회 개최 : 2007. 5월 ~
- 중랑한마음대회 개최 : 2007. 6. 12 ~13
  - 실무분과위원, 민관코디네이터 등 150여명
- 중랑복지박람회 개최 : 2007년 9월중

#### IV. 맺는말

본 연구에서는 현 참여정부에서 공공부조나 사회복지서비스의 통합성, 접근성, 효율성, 협력성을 높이기 위하여 다양한 실험을 시도한 결과 최종 정책 과제로서 제시한 “주민서비스혁신안”이 추진과정에서 발생한 문제점과 해결방안을 제시하고 중랑구의 전략적 마케팅 브랜드인 “주민서비스 입체체험관 프로젝트”를 분석하고 최종 성과물에 대한 종합적인 청사진을 그려 보았다.

본 on-line & off-line상에서 연중 전개되는 본 프로젝트가 성공적으로 정착·파급됨으로서 지역사회문제에 대한 대국민 공감대가 형성되어 행복한 대한민국이 만들어지고, 중랑복지박람회가 중랑 지역을 넘어 대한민국 모든 국민이 하나 되어 어우러지는 대한민국의 대표적인 복지축제로 업그레이드되며, 궁극적으로 금번 주민생활지원 서비스 전달체계 모형이 한국형 복지모형으로 자리매김하기 위하여 다음과 같이 발전 방안을 제시하며 글을 맺고자 한다.

첫째, 타지자체에 “입체적 방식의 8대서비스 마케팅 브랜드”로 개발 제시하여 확대 보급함으로써 대국민 복지체감도 향상에 기여하고, 더 나아가 본 혁신의 최종 산출물인 맞춤형통합서비스를 제공하는 민관공동사례관리 경험을 서비스공급자에게 제공하여야 하며

둘째, 지역사회문제해결을 위한 “ 민관협력 네트워크 구축” 최상의 전략으로 자리매김하기 위해서는 관과 민의 서비스공급자가 전문인으로서의 자긍심, 주인의식 및 책임감을 갖도록 서비스마인드 변화를 유도하고, 관의 역할을 지도, 감독이라는 수직적 관계가 아닌 고객중심의 복지서비스 운영을 위한 민·관 협력 관계로의 인식 전환을 유도하여야 하겠다.

셋째, 실시간 정보공유로 주민서비스 효과 극대화할 수 있도록 혁신동력자인 서비스공급자 및 주민의 시공간 제약을 극복할수 있는 사이버 공간 마련이 선행되어야 하겠다.

#### [참고문헌]

- 강혜규, “사회복지전달체계 개선방안.” 『2003년 한국사회복지학회 춘계학술대회 자료집』, 2003, pp.46-72.
- 송정부, “참여복지와 시군구사회복지협의회” 『계간 사회복지』, 통권제156호, 2003, pp.6-17.
- 이태수외, “지역주민통합서비스 체공체계 구축방안”, 저출산고령사회위원회, 2005.
- 이태수외, “주민통합서비스실현을 위한 민-관 협력체계 모형 개발”, 행정자치부·한국보건복지인력개발원, 2007, pp. 1-33.
- 이현주, “지역사회복지협의체관련 사업 운영분석 및 협의체모형개선방안” 한국보건사회연구원, 2003, pp.53-66.
- 행정자치부·한국보건복지인력개발원, “시군구 행정조직개편에 따른 2단계 보충 심화 교육”, 2007, pp.7-17.
- 행정자치부주민서비스혁신추진단, “주민생활지원서비스업무운영매뉴얼” 2006.12, pp.9-21, pp.40-62.