

02

Solution

Part

단계적

아이디어

구체화

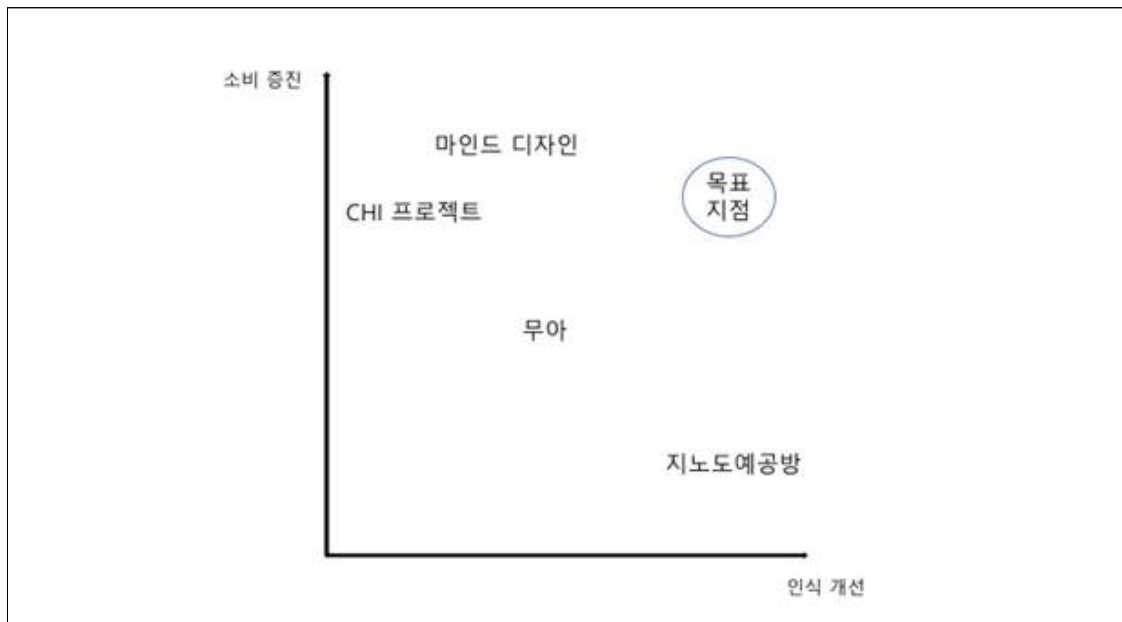
풍문

step1. [솔루션 미션] 설정하기

① 기존 모델 스터디를 통한 지향점 구체화

솔루션 설계에 앞서 팀은 전통문화에 대한 인식을 개선하기 위해 노력하고 있으며, 전통문화 소비를 높이기 위한 콘텐츠나 공급 채널을 사업 모델로 삼고 있는 기존의 기업들에 대해 분석했다. 문제 정의에서 '대중문화 콘텐츠로서의 자생력'이란 1) 대중에게 충분히 소비되고 문화산업으로서 스스로 생존할 수 있는 소비성 콘텐츠 및 공급 채널과 2) 실제 충분한 소비가 가능하게 할, 문화에 대한 사회적 인식을 의미한다. 따라서 팀은 이 두가지에 대해 기존의 모델들이 어느 위치에 있는지 파악하기로 했다.

인식 개선에서는 말 그대로 해당 기업의 상품을 체험한 사람들의 인식이 긍정적으로 바뀔 가능성이 충분한지를 판단했고, 소비 증진에서는 가격, 위치, 난이도 등 여러 측면에서 사람들이 상품에 쉽게 접근할 수 있는가를 기준으로 삼았다.



1. 지노도예공방(<https://studiozino.modoo.at/>)

지노도예공방은 학생에서부터 일반인까지 다양한 계층의 사람들이 도예 및 목공 체험을 할 수 있는 프로그램을 운영하는 사회적 기업이다. 공방은 기본적으로 컵, 메모판, 책꽂이 등의 생활용품을 전통 공예로 각색한 물건을 직접 제작해보는 단기 프로그램과 공예 자체를 기본 작업부터 심화까지 배우는 정규 교육 커리큘럼을 보유하고 있다. 지노도예공방은 전통 공예의 색다른 체험과 재미있는 활동으로 참여한 사람들의 전통에 대한 인식에 많은 변화를 줄 수 있지만 단체 체험이 아닌 이상 공방에 직접 찾아와야 하고 교육자의 지도가 필요하다는 점에서 접근성은 다소 떨어지는 것으로 판단된다. 이는 곧 증가하는 소비를 만족시키는 데에 불리한 점으로 작용할 수 있다.

가. 강점 : 체험 프로그램으로 소비에서 그치지 않고 사람들의 인식에 긍정적인 변화를 일으킬 수 있다. 연령대를 가리지 않고 모두가 쉽게 따라하며 즐길 수 있는 프로그램으로 구성되어 있

다.

나. 약점 : 공방에 직접 가야 하는 공간적 접근성과 도움 없이는 스스로 활동이 어려운 난이도에 서의 접근성이 떨어져 빠르게 수요를 늘리기 어려운 상황이다. 또한 도예와 목공예만 다루고 있어 다른 분야에서의 수요는 만족시킬 수 없다.

2. 마인드 디자인 (<https://ko-kr.facebook.com/minddesign2011/>)

마인드 디자인은 현대의 다양한 문화 콘텐츠에 전통문화의 가치를 녹여낸 제품이나 프로그램을 개발하는 사회적 기업이다. 마인드 디자인은 불교 기법을 도입한 생활 명상, 칠석 기념 배지와 전통 주류 캐릭터처럼 사람들에게 친근하게 다가갈 수 있는 일상 문화를 전통문화의 콘텐츠로 재해석한 새로운 문화를 창출해낸다. 이 문화는 전통의 가치가 공연, 생활용품, 음식 등 다양한 일상적 콘텐츠에 스며들어 사람들이 자연스럽게 전통문화를 소비하고, 옛 것이라는 부담을 느끼지 않기에 수요의 확대가 용이한 편이다. 하지만 이는 현대에 섞인 전통의 일부를 간접적으로만 체험하는 것이기에 사람들의 근본적인 인식에 변화를 주기는 어렵다.

가. 강점 : 전통문화를 활용한 현대적 콘텐츠로 사람들이 친근하게 느끼고 소비하게 되기 때문에 사회적 수요를 유동적으로 증가시킬 수 있다. 분야를 가리지 않는 다양한 프로그램들로 많은 소비자들을 끌어들이는 유인을 갖추고 있다.

나. 약점 : 현대 문화의 기반에 전통의 가치가 일부 더해져 전통의 간접적인 경험에 그치는 만큼 전통에 대한 근본적인 인식의 변화는 기대하기 힘들다. 그리고 공식 홈페이지 없이 SNS 계정으로만 운영되고 있어 서비스 이용에 불편한 점이 발생한다.

3. 무아 (<http://www.selflessmua.com/main/index.php>)

무아는 한국의 전통 불교를 학생들에게 효과적으로 전달하기 위한 교육 콘텐츠를 제작하는 사회적 기업이다. 주로 중,고등학생들을 대상으로 하며 상대적으로 낮은 영역인 전통 불교 문화를, 텍스트 위주의 교육에서 벗어나 교사들이 학생들에게 재미있게 가르칠 수 있도록 체험용 키트나 교육 보조 자료 등으로 구성된다. 무아는 교육의 형식으로 학생들의 인식 개선을 어느정도 이루어내고 있는 것으로 보이지만, 참여보다는 내용 전달의 측면이 강해 일방적 교육의 한계를 크게 벗어나지 못하고 흥미를 느끼는 것에 비해 인식 개선의 정도가 부족하게 나타난다. 또한 소비층이 학교로 제한되며 교과과정과 정책 등에 크게 영향을 받는다는 점에서 적극적인 수요 확대도 어려울 것으로 예상된다.

가. 강점 : 각 학교에서 사용되는 제품으로 공간적 접근성이 높으며 체험 키트와 교육 자료를 통해 학생들의 전통문화에 대한 인식 변화를 시도할 수 있다. 불교라는 종교적 색채의 낮은 영역을 친근하고 재미있는 방식으로 소개한다.

나. 약점 : 일방적 교육의 한계로 자발적 참여와 흥미를 느끼며 인식을 변화시키는 것보다 효과가 떨어지며 수요가 소비자(학교)의 상황에 종속되는 경향이 강하다. 그리고 공식 홈페이지가 검색에서 노출되지 않아 접근성이 떨어진다.

4. CHI 프로젝트 (<http://chiproject.co.kr/>)

CHI 프로젝트는 전통 공예 장인들과 협력하여 전통의 멋과 가치를 더한 일상 제품을 생산하는 사회적 기업이다. 비교 모델 중 마인드 디자인과 비슷한 면이 있으나, CHI 프로젝트에는 제품 생산에

직접적으로 관여하는 공예 전문가들이 존재하며 보다 더 생활용품에 집중하고 있다는 차이점을 볼 수 있다. 프레임에서의 위치와 특징 또한 마인드 디자인과 비슷하지만, 형태가 있는 실제 제품만을 다루며 가격이 높은 편이기 때문에 인식 개선과 소비 증진 양 측면에서 마인드 디자인보다 약간 불리한 위치에 놓여 있다.

가. 강점 : 전통의 색채를 입힌 일상적 제품으로 사람들에게 친근하게 다가갈 수 있게 하며 전통 문화에 대한 새로운 느낌을 제공한다. 세련되면서도 소박한 디자인으로 소비자들에게 전통의 멋을 가공하여 보여준다.

나. 약점 : 높은 가격으로 접근성이 떨어지며 제품군 역시 다양하지 않아 소비 증진과 인식 개선에서 제약이 발생한다. 또한 타 모델들과 비교했을 때CHI 프로젝트를 대표할 수 있는 독창적 차별성이 부족하다.

5. 목표 지점

팀의 최종 솔루션 목표는 인식 개선과 소비 증진을 모두 달성하는 것으로 하며 이 중 인식 개선에 조금 더 무게를 두는 방향으로 설정했다. 문제 정의에서 전통 문화에 대한 편향된 인식이 가장 근본적인 원인으로 나타났기 때문에 이를 해결하는 것이 원하는 결과를 가져올 수 있을 것이라 판단했기 때문이다. 그리고 궁극적인 결과는 전통문화에 대한 수요 증가이므로 사람들이 편리하고 재미있게, 그리고 가격의 부담없이 소비할 수 있는 접근성 높은 솔루션을 만드는 것 역시 인식 개선과 동시에 진행되어야 하는 중요한 지점이다.

② 솔루션 미션 수립하기

위의 논의 과정에 따라 팀의 솔루션 미션은 '전통문화에 대한 인식을 뒤집고 접근성을 확대한 콘텐츠로 전통문화가 성장할 수 있는 환경을 만든다'로 정의했다. 인식을 뒤집는 것은 전통문화에 대해 편견 없는 새로운 시각을 갖게 한다는 의미이며, 접근성을 확대하는 것은 소비자들이 가격, 공간 등의 환경에 제약 받지 않고 쉽게 소비하게 하여 수요를 유동적으로 늘린다는 의미이다.

step2. [솔루션 프로토타이핑]을 통한 솔루션 검증과정

① 솔루션 모델 구상하기

1) 컬처랩

컬처랩은 전통문화에 대한 사람들의 인식 개선이 시급하다는 점에 먼저 주목, 교육을 통하여 이를 해결해보자는 아이디어로 처음 제시되었던 솔루션이다. 교육의 대상은 자신만의 가치관과 사고방식을 정립하는 시기인 중고등학생들로, 교육의 주체는 전통 공예에 관심이 있어 이를 배우고 알릴 의지가 있는 대학생들로 결정되었다.

컬처랩은 전통 공예를 일상에서 쉽게 접근하고 체험할 수 있는 프로그램을 제작, 이를 수요가 있는 각 학교의 커리큘럼 중 일부(ex. 자유학기제)를 활용해 보급한다. 종사자인 대학생들은 전문가의 관리 하에 프로그램 운영에 대한 교육을 이수하고 학교에 파견하여 학생들의 체험 교육을 지도하는 형식으로 운영한다. 학생들이 재미있어 하고 흥미를 느낄 수 있는 프로그램들로 구성하여 이를 체험하면서 실제로 전통 공예에 대한 인식의 장벽을 허무는 것을 목표로 한다.

1. 솔루션 모델 구상

실현 수단	교육형 콘텐츠 중,고등학생들이 학창 시절부터 전통문화에 익숙해지고 편견 없는 인식을 기를 수 있도록 전통공예 제작 체험 프로그램을 교내 학업 과정 중 일부를 활용해 실행한다.
수익 구조	교육형 콘텐츠 프로그램을 기획, 제작하고 수요가 있는 학교에 판매하며 판매된 각 프로그램 수에 따라 판매수익을 취득한다.

그 외 모델에 대한 설명

먼저 주 소비자는 공공 교육기관으로 중,고등학교가 대부분을 차지한다. 컬처랩이 제시하는 교육형 콘텐츠는 이들에게 높은 거리적 접근성(교내에서 실행)과 가격적 접근성(최적화를 통한 원가 절감)이라는 가치와 교과과정 대체 프로그램을 활용될 수 있다는 이점을 제공한다. 그리고 소비자들로부터 판매수익을 얻어 솔루션의 지속가능성을 보장한다.

종사자는 체험 교육을 제공하는 활동에 참여하기를 희망하는 대학생들이다. 종사자들은 주로 자신이 관심 있는 전통 공예를 배울 수 있는 기회와 자원봉사 시간, 인증서 등 봉사활동에서 생기는 가치들을 제공받고 컬처랩은 이들에게서 프로그램 운영 인력을 확보한다.

파트너이자 수혜자인 전통공예 전문가는 컬처랩이 제작한 프로그램에 대한 자문을 제공하고 파견 대학생들에게 필요한 프로그램 운영 교육을 담당한다. 그리고 솔루션의 활성화를 통해 전통 문화에 대한 수요가 증가할수록 그에 수반되는 각종 잠재적 이익을 얻는다.

2. 검증 과정

--	--

Solution Canvas				
사회문제 전통무형문화재는 대용량 콘텐츠로서의 잠재력이 부족하다.	기존대안 무아 : 전통 불교 교육 콘텐츠 제작	솔루션 학생들에게 전통 공예를 직접 체험하여 긍정적인 인식을 키르게 하는 교육 서비스	경쟁 우위	제공 가치 소비자 : 접근성이 높은 전통 교육, 교과과정 대재 프로그램 종사자 : 자원봉사 시간 및 인출, 원하는 전통 공예 체험 기회 파트너 및 수혜자 : 전통 공예 산업에 대한 긍정적인 인식 증가
피해자	핵심 자료	고유 가치 재미 있고 새로운 체험 교육을 통해 전통 문화에 대한 긍정적인 인식을 기른다	실행수단 교육 콘텐츠	세그먼트 소비자 : 공공 교육기관 종사자 : 자원 봉사 대학생 수혜자 및 파트너 : 전통 공예 전문가
주요 활동 - 중,고등학생들에게 전통 공예를 체험하여 교육할 수 있는 프로그램 개발 - 공예 전문가의 협력과 지원으로 콘텐츠 제작성 검토 - 전문가 지도 하에 참여 대학생들에게 프로그램 운영 교육 제공 - 각 학교에 대학생 파견 후 프로그램 진행	비율 구조	수익 구조		

변경 시점까지 작성 중이던 솔루션 캔버스는 위와 같다. 가장 먼저, 교육을 통한 인식 개선이라는 걸쳐랩의 핵심에 맞게 솔루션이 사회에 제공하는 최종적인 고유 가치는 '재미 있고 새로운 체험 교육을 통해 전통 문화에 대한 긍정적인 인식을 기른다'로 정리했다. 또한 이 고유 가치에 따라 솔루션과 연관된 당사자들은 크게 교육기관(소비자), 대학생(종사자), 전통 공예 전문가(수혜자 및 파트너)로 분류되었다.

다음으로 기존 대안에 대한 분석은 불교 교육 콘텐츠 제작 기업 '무아'를 대상으로 진행했다. 무아는 중,고등학교 교과과정에서 한국의 전통 불교 문화를 학생들에게 가르치는데 활용하기 위한 교보재 등을 제작한다. 그리고 수요가 있는 각 학교에 자료를 판매하여 교사들이 직접 교육을 실행하도록 한다. 무아는 걸쳐랩과 비슷한 구조의 비즈니스 모델을 가지고 있지만, 콘텐츠 테마가 불교로 제한적이며 학생이 아닌 선생이 교육하기 때문에 학생들의 수요를 정확하게 충족시키기 어렵다는 점이 있다.

이후 제공 가치를 정립하는 과정에서 솔루션의 한계가 나타나기 시작했다. 우선 종사자들인 대학생이 많은 시간과 노력을 투자해야 하는 이 모델에 참여하도록 하는 유인이 부족했다. 자원봉사 시간과 인증서는 가능성이 불투명한 부분이고 별도의 인건비를 지급하는 것은 낮은 가격이라는 목표에서 어긋난다. 그리고 전통문화에 대한 관심이 떨어지는 것은 20대인 대학생들 역시 마찬가지인 상황이기 때문에 자발적인 참여를 보장하기가 더 어려울 것으로 예상된다.

또한 소비자가 학교로 한정되어 솔루션이 만들어내는 사회적 임팩트가 제한되며 학교 측의 상황에 따라 모델의 지속 가능성이 흔들릴 수 있다는 점도 있다. 더불어 솔루션의 궁극적인 목표 대상인 학생들에게 프로그램 수요의 결정권이 직접 주어져 있지 않다는 점 또한 발생 가능한 문제로 예상된다. 학교의 결정으로 프로그램이 소비되어도 학생들이 재미를 느끼지 않고 솔루션이 목표한 사회적 가치를 발생시키지 못하는 상황이 생길 수도 있기 때문이다.

따라서 제공할 수 있는 가치의 불분명함 때문에 팀은 모든 이해관계자 각각에게 명확한 가치를 줄 수 있는 솔루션을 처음부터 다시 설계하기로 결정했다. 이후에는 인식 개선이 아닌 문화 콘텐츠와 공급 채널로 논의가 기울어지면서 솔루션의 기본 구상 자체가 바뀌게 되었다.

3. 모델의 한계점

1. 대상이 학생으로 한정되기 때문에 사회적 파급이 상대적으로 떨어지며 제작 가능한 콘텐츠에도 한계가 발생한다.
2. 정부와 학교 측의 상황 변화에 크게 영향을 받으므로 모델의 지속 가능성이 불안정할

것으로 예상된다.

3. 프로그램을 체험하고 평가하는 대상(학생)과 프로그램 수요를 결정하는 주체(학교)가 달라 정확한 수요를 알기 어렵다. 즉 프로그램에 대한 만족도와 솔루션의 효과를 수요를 통해 측정할 수 없다.

4. 대학생 지원자들이 모델에 참여하여 얻어갈 수 있는 가치가 명확하지 않다.

4. 재설계를 위한 피드백

전통 공예에 대한 인식을 개선하기 위해서는 일반적인 전통문화 체험, 교육을 넘어서는 솔루션이 필요하다. 이는 단순히 전통 공예에 대한 사람들의 인식이 왜곡된 것 뿐만이 아니라, 실제 전통 공예가 가지고 있는 문화 콘텐츠와 공급 채널이 부족한 점도 있어 이 부분의 개선 역시 필요하기 때문이다. 또한 인식 개선을 위한 솔루션의 대상이 반드시 학생으로 한정되어야 하는 근거도 없다.

즉, 전통 공예에 대한 인식을 직접적으로 변화시키는 것 외에도, 경쟁력 있는 전통 공예의 문화 콘텐츠를 개발하거나 새로운 공급 채널을 확보하는 것도 하나의 가능성 있는 솔루션이 될 것으로 보인다. 단, 이 솔루션의 경우 궁극적으로 전통 공예에 대한 인식 개선이라는 목표를 달성할 수 있어야 함을 전제로 한다. 그렇지 않으면 전통 문화를 보는 사회의 객관적인 시선과 전통 문화 콘텐츠의 사회적 수요 증가의 가능성을 시도할 수 없기 때문이다.

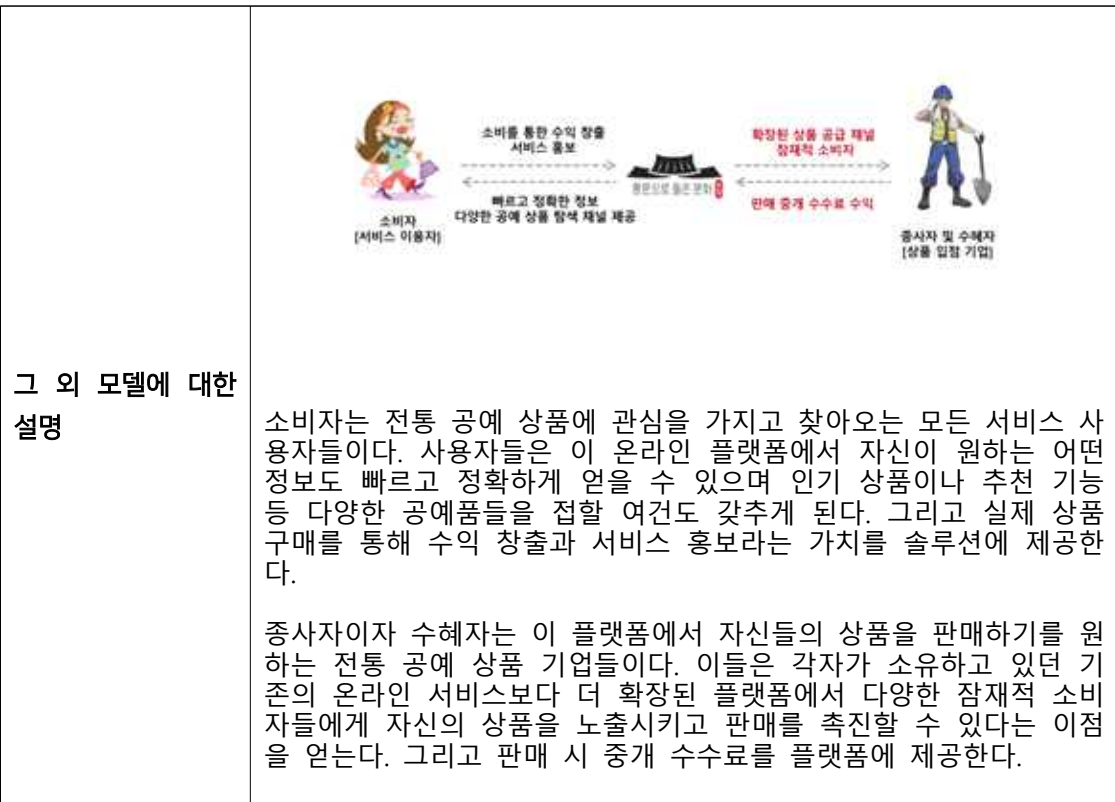
2) 풍문

위의 콘텐츠 개발과 공급 채널 확보 중 후자에 대한 논의에서 나온 솔루션이 풍문이다. 풍문은 기본적으로, 사람들이 다양하고 경쟁력 있는 전통 공예 콘텐츠를 빠르고 편리하게 탐색할 수 있는 환경이 갖추어져 있지 않다는 점에 착안하여 만들어진 것이다. 따라서 전통 공예를 다루는 수많은 문화 상품(형태가 있는 제품과 없는 서비스를 아우르는 표현)을 데이터베이스화하고, 이를 사용자들이 효과적으로 사용하도록 하나의 서비스 안에서 정보를 제공하는 온라인 플랫폼이 고안되었다.

이 플랫폼은 구글처럼 하나의 플랫폼에 외부의 모든 전통 공예 기반 상품들을 연결하고, 사용자가 필요로 하는 상품이나 콘텐츠의 정보를 정확하고 신속하게 제공하는 기능을 핵심으로 한다. 사용자는 이 플랫폼 안에서 자신이 원하는 어떤 상품도 효과적으로 찾을 수 있는 것은 물론 자신의 성향에 맞는 또다른 상품들을 추천 받기도 하고 인기가 많은 상품들을 둘러보며, 그동안 접할 기회가 없어 놓치고 있었던 공예품들의 매력을 조금씩 느끼게 된다. 그리고 이는 결과적으로 각 개인의 전통 공예에 대한 인식의 변화와 새로운 사용자의 유입을 가져온다.

1. 솔루션 모델 구상

실현 수단	온라인 플랫폼
	수많은 전통 공예 상품의 데이터베이스를 구축하고 제공하며 사용자들의 효과적인 정보 검색과 탐색을 위해 다양한 부가 기능(추천, 인기 상품 등)을 갖춘 온라인 서비스
수익 구조	중개수수료, 광고수익
	서비스 내 제공되는 상품 정보를 기준으로 판매가 이루어질 경우 수익을 올린 기업에게서 중개수수료를 취득하며 부가적인 광고 수익 역시 가능하다.



2. 검증 과정

Solution Canvas				
사회문제 전통무형문화제는 대중문화 콘텐츠로서의 경쟁력이 부족하다. 파트너	기존대안 존재하지 않음	솔루션 발굴되지 않았던 수많은 전통 공예 상품을 한 곳에서 보여주며 잠재적 소비를 이끌어내는 상품 정보 플랫폼	경쟁 우위 빠르고 편리한 공예 상품 정보 검색, 비교 소비자의 기호 충족을 위한 다양한 기능	제공 가치 소비자 : 빠르고 정확한 정보 제공, 다양한 공예 상품 탐색 종사자 및 수혜자 : 확장된 상품 공급 채널과 다양한 잠재적 소비자
주요 활동 - 전통 공예 상품 생산 기업들과 계약 후 상품을 서비스 내 위치 - 소비자들이 원하는 상품을 빠르고 정확하게 검색할 수 있는 기능 제공 - 인기 상품, 추천 상품 등 소비자의 기호를 분석하여 돌아갈 만한 정보 노출	핵심 지표 일평균 이용자 수 기업별 판매 수익 증가분	고유 가치 개별 사용자의 기호에 맞는 전통 문화 상품을 제공한다	실행수단 플랫폼 : 다양한 판매자와 구매자가 교류하는 공간	세그먼트 소비자 : 전통 공예에 대한 수요가 있는 소비자 종사자 및 수혜자 : 전통 공예 상품 입점 기업
비용 구조 : 사이트 운영비		수익 구조 : 판매 중개수수료		

풍문은 유효한 공급 채널이 없어 발굴되지 않았던 수많은 전통 공예 상품을 한 곳으로 모으고 사용자가 찾거나 좋아할 만한 정보를 제공함으로써, 매력적인 전통 문화 콘텐츠를 자주 접하게 되는 사람들의 인식이 조금씩 바뀌고 소비가 늘어나게 한다는 구조를 핵심으로 한다. 따라서 솔루션의 고유 가치는 '개별 사용자의 기호에 맞는 전통 문화 상품을 제공한다'로 정리될 수 있다. 또한 솔루션 실현 수단은 다양한 판매자(기업)과 구매자(대중)가 만나 교류할 수 있는 하나의 플랫폼으로 정의한다.

팀 내 조사에서는 이와 비슷한 기존 대안은 존재하지 않는다는 결론을 내렸다. 몇몇 공공기관 사이트에서 플랫폼 형태의 기능을 발견했지만 상품이 아닌 기업을 정리해놓은 곳이었었고 그나마도 이름과 사업, 사이트 링크 정도만 정리해 놓은 것에 가까웠다. 즉 풍

문은 처음으로 등장하는 전통 공예 상품 중개 플랫폼으로, 소비자의 기호 충족에 최적화된 기능으로 다양한 기업들과 소비자들을 연결시킨다는 고유 가치가 곧 경쟁 우위가 될 것으로 보인다.

인식 개선보다는 소비 증진이 측정할 수 있는 핵심 지표이므로 일평균 이용자 수, 기업별 판매 수익 증가분 등을 선정했고, 판매 중개수수료와 온라인 사이트 운영비가 각각 주 수입원과 비용 구조로 정해졌다.

이 솔루션은 맞춤형 정보 제공이라는 해결 방향이 근본적인 문제 상황에서 벗어나 있다는 점이 지적되면서 전환점을 맞았다. 앞서 언급한 문제 구조에 따르면 일차적으로 전통 문화에 대한 사람들의 인식이 편향적이고 이로 인해 사회적 수요와 지원이 줄어들면서 문화 콘텐츠와 공급 채널이 부족해지는 것인데, 새로운 공급 채널을 개설한다고 사람들의 인식이 바뀔 것이라는 보장은 할 수 없다는 의견이었다. 쉽게 말해, 전통은 재미없다는 편견을 가진 사람들은 서비스를 찾지 않을 것이고, 찾더라도 이미 잘못된 인식으로 보게 되니 멋진 상품을 찾아 보여주는 것만으로는 부족하다는 주장이다.

따라서 팀은 이 시점부터 다시 인식 개선으로 회귀한 솔루션을 재설계하기 시작했다. 단, 첫 솔루션 때와는 다르게 인식 개선이라는 목표에 직접적인 소비 증진이 수반되어야 한다는 전제가 붙었다. 다시 말해, 정보 전달이 목적인 일반 교육에서 벗어나, 소비라는 행위 자체에서 사람들이 인식이 바뀔 수 있도록 하는 '체험형 소비'가 다음 솔루션의 방향으로 설정되었다.

3. 모델의 한계점

1. 인식 개선이 가장 근본적인 해결 지점인 상황에서 이 부분이 선행적으로 이루어지지 않는 솔루션은 궁극적으로 목표하는 사회적 가치를 창출하기 어렵다. 즉, 인식 개선이 먼저 진행되지 않는 한 소비 증진은 현실적으로 불가능하다고 판단된다.

4. 재설계를 위한 피드백

전통 공예 분야에서는 편향된 사회적 인식, 부족한 문화 콘텐츠와 미흡한 판매 및 유통 경로 등 여러 종류의 문제들이 다발적으로 나타나고 있지만, 그 중 가장 근본적인 내용은 부정적으로 고정된 사회적 인식이다. 이는 사회적 인식이 바뀌지 않으면 그로 인해 발생하는 다른 문제들 역시 해결하기 어렵다는 점을 시사한다. 따라서 인식의 변화가 어려운 해결 방향이라도 이를 기반으로 솔루션을 설계하는 것은 중요한 부분이다.

이때 재설계된 솔루션에는 위의 소비 증진이라는 부가 목표 역시 직접적으로 달성할 수 있어야 한다. 인식 개선이 통계적으로 측정할 수 있는 정량 지표를 설정하기 어려운 가치인데다 솔루션 모델의 성장과 사회적 임팩트의 확산을 위해서는 소비 증진이 반드시 필요하기 때문이다.

② 최종 솔루션 모델 구체화 및 검증하기

[풍문]

인식 개선과 소비 증진을 위한 최종 솔루션은 '전통공예 제작 체험(DIY) 키트'이다. 이 키트는 사람들이 과정을 체험하는 형태의 소비에서 인식의 변화가 생긴다는 목표를 기반으로 설계되었다. 프라모델처럼, 완성된 제품을 사는 것보다 스스로 만들어보는 경험이 기존의 생각에 변화를 줄 요소가 많고 결과물에 대한 만족도 역시 높일 수 있기 때문이다. 전통 공예는 주로 수작업을 통해 생산되는 경우가 많으므로 이런 체험 키트를 제작하기에 적절한 분야이기도 하다.

이 DIY 키트는 재구성된 제작 과정과 필요한 재료들, 해당 전통 공예 소개서와 제작 설명서로 구성되어 있다. '재구성'이란 기존의 전통 공예가 그 제작 과정이 상당히 길고 복잡하며 일반 소비자들이 일상에서 진행하기 어려운 부분들이 많기 때문에, 사람들이 쉽고 편리하게 따라할 수 있도록 어느 정도 과정의 생략과 수정이 이루어지는 것을 말한다. 그리고 재료들 역시 제작 과정과 결과물의 질이 저하되지 않는 선에서 전통 재료들을 고수하지 않고 가격 경쟁력을 확보한다. 또한 소개서에서는 전통 공예에 대한 개괄적 정의와 흥미로운 내용을 보여주며, 설명서와 링크에 첨부된 제작 영상으로 소비자들의 편의성을 더했다.

1. 솔루션 모델 구상	
실현 수단	<p>체험형 상품</p> <p>소비자들이 전통 공예품을 직접 제작해보며 그 매력을 느끼고 전통 문화 전반에 대해 새로운 인식을 가질 수 있도록 고안된 제작 체험 키트.</p>
수익 구조	<p>판매수익</p> <p>온/오프라인에서 판매되는 체험형 키트가 주 수익원이다.</p>
그 외 모델에 대한 설명	<p>솔루션이 지정한 주요 소비자 그룹은 전통 공예 혹은 체험형 키트에 관심 있는 사람들이다. 이 키트는 소비자들에게 일상에서 간편하게 즐길 수 있는 여가 상품으로서의 가치를 가지고 있으며 낯설게 느껴지던 전통문화의 매력과 가치를 재발견하고 새로운 인식을 가질 수 있는 기회를 제공한다. 소비자들은 키트를 구매하며 솔루션의 판매 수익을 담당한다.</p> <p>종사자인 디자이너, 공예 전문가 등으로 구성된 키트 개발진으로 소비자의 기호에 맞게 경쟁력 있는 키트를 개발하고 테스트하며 사업 모델을 지속시킨다. 이들은 주로 인건비의 가치를 제공받는다.</p> <p>파트너는 크게 전문 자문단과 키트 생산 기업으로 나뉜다. 자문단은 재구성된 키트의 전통 공예로서의 가치와 목표 효과(인식 개선) 달성에 대해 조언하며 공문은 이들에게 자문 의뢰비를 지급한다. 외부 생산 업체는 주문에 따라 키트를 생산하며 마찬가지로 생산 의뢰비를 지급받는다. 두 파트너들은 솔루션 모델의 성장에 따라 전통 공예의 사회적 수요 증가라는 가치 또한 얻을 수 있다.</p>
2. 검증 과정	

Solution Canvas				
사회문제 전통무형문화제는 대중문화 콘텐츠로서의 경쟁력이 부족하다.	기존대안 CHI 프로젝트 : 빠르고 간편하게 체험할 수 있는 전통 매듭 DIY 키트 판매	솔루션 전통문화 체험이 주는 재미와 새로움으로 사람들의 인식이 변화를 가져오는 전통 공예 제작 키트	경쟁 우위 - 다양한 공예 분야에서 새로운 키트를 개발해 소비자들의 선택권 확대 및 개별 기호 충족 - 전통 방식의 재구성으로 디자인과 제작 방식을 개량하고 가격을 낮춰 접근성 향상 - 단계적이지만 쉽게 따라할 수 있는 제작 과정을 도입해 도전 정신과 체험 만족도 증가. 제품별로 다른 난이도로 설정 - 전통 공예에 대해 관심을 가지게 하는 재미있는 내용의 소개서와 영상, 다른 분야의 비슷한 공예 소개를 첨부	제공 가치 소비자 : 체험형 여가 상품, 전통 문화의 가치 재발견 종사자 : 인건비 수혜자 : 전통 문화의 사회적 수요 증가 파트너 : 자문 및 생산 의뢰비
파트너 전문 자문단, 키트 생산 기업				
주요 활동 - 키트를 제작할 전통 공예 분야를 선정 및 내용을 연구 - 제작 과정과 재료를 재구성해 세련된 디자인과 체험의 재미, 가격 경쟁력을 확보한 키트 개발 - 전문 자문단의 키트의 인식 개선 효과와 전통 문화로서의 가치에 대한 평가 수립 - 키트 생산, 온라인 서비스를 통한 판매와 소비자 피드백 반영	핵심 지표 일평균 서비스 이용자 수 키트 판매량과 만족도 증가율	고유 가치 직접 참여를 통해 전통에 대한 사회적 인식에 변화를 주는 체험형 상품	실현 수단 체험 상품 : 키트를 활용한 직접 제작 경험	세그먼트 소비자 : 전통 공예나 제작 키트에 관심 있는 소비자 종사자 : 키트 개발진 수혜자 : 전통 공예산업 종사자 파트너 : 전문 자문단, 키트 생산 기업
비용 구조 : 키트 생산 원가, 인건비, 서비스 운영비			수익 구조 : 판매수익	

풍문의 DIY 키트는 전통 문화에 대한 사회적 인식 개선과 이에 따른 수요 증가를 모두 달성하기 위해 고안된 체험형 상품이다. 그래서 키트의 고유 가치는 '멋과 즐거움을 통해 전통에 대한 사회적 인식에 변화를 주는 공예 제작 체험 키트'으로 요약된다. 그리고 실물 형태의 제품이 솔루션 실현 수단으로, 경쟁력 있는 키트의 개발과 생산, 판매가 솔루션 모델의 주요 활동들로 정리되었다.

전통 DIY 키트를 생산하는 기존 기업은 대표적으로 CHI 프로젝트가 있으며 전통 매듭을 활용한 팔찌 등 몇몇 공예 분야에서 빠르고 간편하게 체험할 수 있는 키트를 판매하고 있다. 이 대안들에 대해 풍문이 가지는 경쟁 우위는 다음과 같다.

- 1) 인기 있는 영역에 국한되지 않고 다양한 공예 분야에서 새로운 키트를 개발해 소비자들의 선택권을 확대하고 개별 기호를 만족시킨다.
- 2) 전통적인 방식의 재구성으로 디자인과 제작 방식을 개량하고 가격을 낮춰 소비자들의 접근성을 높인다.
- 3) '쉬운' 제작 과정보다 '쉽게 따라할 수 있는' 제작 과정을 도입해 제작하는 사람들의 도전 정신과 체험 만족도를 높인다. 제품별로 제작 난이도를 다르게 설정하여 소비자들이 원하는 제품을 고를 수 있도록 한다.
- 4) 제작과 결과에서 끝나지 않고 전통 공예에 대해 관심을 가지게 하는 재미있는 내용의 소개서와 영상을 첨부한다. 다른 분야에도 시야를 넓힐 수 있도록 비슷한 다른 공예와 제품들도 설명의 일부에 추가한다.

솔루션 모델의 주요 수익은 키트 판매에서 발생하며 비용에는 키트 생산 원가, 인건비, 서비스 운영비 등이 포함된다. 키트 판매가는 위의 비용들 중 생산 원가가 얼마나 절감되는지에 크게 영향을 받는다. 다른 비용들은 고정적으로 발생하지만 생산 원가는 제작 과정 수정 등 키트의 재구성에 따라 가변적으로 결정되기 때문이다. 따라서 재구성을 통해 제작과 완성품의 질을 심각하게 손상시키지 않으면서도 얼마나 원가를 절감할 수 있는지가 사업 지속 가능성의 가장 중요한 확인 과정이 된다.

이외에 핵심 지표는 이전의 솔루션과 비슷하게 일평균 서비스 이용자 수, 키트 판매량과 만족도 증가율 등으로 설정했다.

3. 모델의 현실화를 위한 검증 지점

최종 솔루션 풍문의 DIY 키트 프로토타이핑은 다음 두 가지의 검증 과정을 거친다.

1) 전통 공예의 재구성을 통해 의미 있는 원가 절감이 가능한지를 테스트한다. 가격은 키트의 경쟁력 측면에서는 여러 요소 중 하나에 불과하지만, 사업 지속 가능성에서는 가장 중요한 기준이 된다. 따라서 원가를 어디까지 낮추면서 키트의 질을 유지할 수 있는지에 대한 검증이 필요하다.

2) 위에 제시된 경쟁 우위가 실제로 소비자들을 유인할 만큼 실질적인 경쟁력으로 작동하는지를 확인해야 한다. 소비 증진은 인식 개선과 더불어 이 솔루션의 핵심 목표이기 때문에 얼마나 많은 소비자들이 DIY 키트 구매 의사를 가지고 있는지, 지불 용의가 있는 가격의 상한선은 어느 정도인지 등을 조사할 필요가 있다.

step3. Solution Part 정리하기

① Solution Part 보고서 요약

오늘날 한국의 전통 문화는 편향된 사회적 시선과 소비할 콘텐츠의 부족, 열악한 유통 환경 등으로 그 다양성과 가치를 인정받지 못한 채 점차 설 자리를 잃어가고 있다. 그리고 전통 문화의 단절은 한국이 가질 수 있는 고유한 정체성 상실과 다양한 문화 창출의 기회 박탈로 이어지며 미래에 중대한 문제를 일으킬 것으로 보인다. 이에 따라 팀은 전통 문화 중 가장 심각한 상황에 있는 전통 공예 분야에서의 사회적 인식 개선과 소비 증진을 통해 위의 상황을 개선하기로 한다.

팀에서 제시한 최종적인 솔루션은 전통 공예 DIY 키트로 일상에서 제작이 가능한 공예품을 소비자들이 직접 만들고 사용할 수 있게 설계된 제품이다. 이 모델은 '전통문화에 대한 인식을 뒤집고 접근성을 확대한 콘텐츠로 전통문화가 성장할 수 있는 환경을 만든다'는 솔루션 미션에 기반해 설계되어 사회적 인식의 변화와 전통 문화의 수요 증가를 모두 달성할 수 있는 방향을 가지고 있다.

키트는 세련된 디자인과 체험의 재미가 확장된, 그리고 낮은 가격으로 친근하게 소비자들에게 다가갈 수 있는 일상적 여가 상품이다. 사람들은 키트의 멋진 외형과 완성 공예품의 현대적 디자인에다가 부담 없는 가격에 구매하고, 친절한 설명과 흥미로운 제작 과정에 즐거움을 느끼며, 스스로 만들어낸 물건에 만족하며 전통 공예의 가치를 재발견한다. 그리고 자신이 만들었던 공예를 소개하는 재미있는 내용의 소개서를 보며 또다른 전통 공예로의 안내를 받게 된다.



무형문화재 영역 선정

알리고자 하는 전통공예를 선정, 풍문이 직접 탐색합니다.



자문 통해 상품 설계

비싼 재료와 복잡한 과정을 대체하고 매력적인 문화 소개를 진행합니다.



상품을 통해 문화 소개

완성된 무형문화체험키트를 통해 대중에게 무형문화재를 알립니다.

풍문의 DIY 키트 솔루션의 이해관계자들은 다음과 같은 가치를 주고 받는다.

1. 소비자 - 전통 공예 혹은 체험 키트에 관심 있는 소비자

니즈 : 재미있는 전통 공예 프로그램을 체험한다. / 일상에서 여가로 즐길 수 있는 조립 제품을 구매한다.

모델 내 역할: 상품 구매를 통해 판매 수익을 지급한다.

제공받는 가치: 일상에서 간편하게 즐길 수 있는 새로운 여가 상품을 발견하며 낯설게 느껴지던 전통문화의 매력과 가치를 재발견할 수 있다.

2. 종사자 - 키트 개발진(디자이너, 공예 전문가 등)

니즈 : 전통 공예를 활용한 새로운 제품을 개발해 수익 창출의 사업 모델을 얻는다.

모델 내 역할 : 전통 공예 분야를 연구하고 소비자의 기호에 맞게 경쟁력 있는 키트를 개발한다.

제공받는 가치 : 인건비와 전통 공예 상품 개발 경험을 주로 얻게 된다.

3. 파트너 - 전문 자문단 / 키트 생산 기업

니즈 : 전통 공예 문화에 대한 소비를 증진시키고 자신들의 인력을 활용해 수익을 창출한다.

모델 내 역할 : 키트의 인식 개선 효과와 전통 공예로서의 가치에 대한 자문을 받는다. / 개발 완료된 키트를 절감된 원가로 생산한다.

제공받는 가치 : 자문 및 생산 의뢰비를 지급 받는다.

4. 수혜자 - 전통 문화산업 종사자

전통 문화산업 종사자는 모델에 직접적으로 연관되어 있지는 않으나, 모델의 성장과 전통 공예에 대한 사회적 인식 변화 및 수요 증가에 따라, 전통문화 산업 발전에서 발생하는 다양한 가치(고용 창출, 지원 정책)들의 혜택을 간접적으로 누릴 수 있을 것으로 보인다.

풍문은 키트의 판매 수익을 기본적인 수익 구조로 하고 생산 원가, 인건비, 서비스 유지비, 각종 의뢰비 등을 비용 구조로 산정한다. 가격 경쟁력 확보를 위해 키트 개발과정에서 공예의 전통적인 재료와 제작 과정을 재구성하여 원가를 낮추는 전략을 사용한다. 이는 기존의 전통 공예가 수공업 기반의 복잡하고 비효율적인 단계를 거치기 때문에, 이 부분을 개량하여 소비자의 편의를 더하고 가격 경쟁력을 갖추는 방안이 필요하다.

풍문의 키트는 한국 전통 공예의 새로운 멋과 디자인을 보여주고 이를 직접 체험하는 과정에서 재미와 호기심을 사람들에게 전달한다. 그리고 대중이 생각하고 있던 '옛 것'의 모습과는 다른, 전통 문화의 친근하고 세련된 가치로 그동안 우리 사회가 전통을 선입견으로 바라보던 인식에서 벗어나도록 긍정적인 임팩트를 준다. 이는 오늘날의 한국인들이 다시금 우리의 가치 있는 문화를 돌아보고 일상에서 친근하게 즐기며, 또한 우리 고유의 정체성과 새로운 문화 창출의 기회를 찾을 수 있는 가능성을 열어 줄 것이다.

② 솔루션 고유가치 제안

'멋과 즐거움을 통해 전통에 대한 사회적 인식에 변화를 주는 공예 체험 키트, 풍문'