

구미산단 청년 디자인 리빙랩 운영 및 서비스 디자인 용역



목차

1. 제안사 소개

- 1-1. 제안사 소개
- 1-2. 재난 대응 안전매뉴얼
- 1-3. 안전마을 서비스 디자인
- 1-4. 문화콘텐츠 기반 상품화

2. 과업 이해 및 분석

- 2-1. 대상지 현황
- 2-2. 대상지 문제진단
- 2-3. 사업의 필요성

3. 리빙랩 전략 방향

- 3-1. 리빙랩 운영 목표
- 3-2. 리빙랩 프로세스
- 3-3. 구미문화산단 계획
- 3-4. 수요자 관점의 공간해석
- 3-5. 수요자 범위
- 3-6. 수요자 가치관의 반영
- 3-7. 전달가치 발굴
- 3-8. 컨셉 도출
- 3-9. 컨셉 전략 요약

4. 리빙랩 운영 계획

- 4-1. 4개년 운영 계획
- 4-2. 1차년도 운영 계획
- 4-3. 1차년도 운영 프로세스
- 4-4. 기초자료조사 계획
- 4-5. 가설검토 및 수립
- 4-6. 참여단 모집 및 운영 관리
- 4-7. 1차년도 5회차 워크숍 운영계획
- 4-8. 1차 워크숍 세부계획
- 4-9. 현장견학 계획
- 4-10. 설문조사 계획

5. 결과물 예시

- 5-1. 결과물 개발(안)
- 5-2. 결과물 사업화 방안

6. 성과물 관리 · 확산 방안

- 6-1. 성과물 관리 방안
- 6-2. 홍보 및 성과 확산 계획

DESIGN SOLUTIONS THAT FOCUS ON CORE VALUES CENTERED ON USERS

：

대구·경북지역에서
20년의 디자인 경험을 녹여내
경계 없이 다양한 분야에서 서비스 디자인
전략 기반의 토탈 솔루션을 제시합니다.

：

Innovative
design consulting
group

design:sun

1-1. 제안사 소개

design:sun

SINCE 2004

디자인선은 공공기관 및 기업과 함께 일하며
서비스디자인을 중심으로 디자인 및 브랜드가 지녀야할
태도와 관점에 대한 중요성을 알리고 브랜딩을 기반으로
다양한 산업군으로 영역을 확대하여 산업현장, 의료시설,
재난안전, 식문화산업, 문화 공간, 도시 활성화 등
사용자를 중심으로 확장된 디자인을 제시합니다.

시각 디자인

+

환경 디자인

+

서비스 디자인

경험을
극대화하는
디자인

-

협업하는
디자인

-

소통하는
디자인

끊임없는 역량강화를 통한 디자인 수상 및 특허/저작권/지식재산권 확보



1-2. 재난 대응 안전매뉴얼

서비스디자인 방법론 적용 지진재난 행동안전 매뉴얼 구축

개발 목적

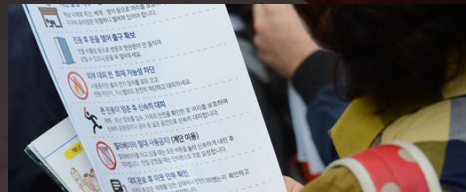
2016년 경주 지진 1차 진도 5.1, 2차 진도 5.8 강진 발생 후
더 이상 대구도 지진 안전지대가 아니며, 행동안전 매뉴얼 필요

사업 범위



지진행동요령 안전매뉴얼

상세행동요령, 대피소안내 등
시민들에게 필요한 지진정보 제공



가정용 지진재난카드

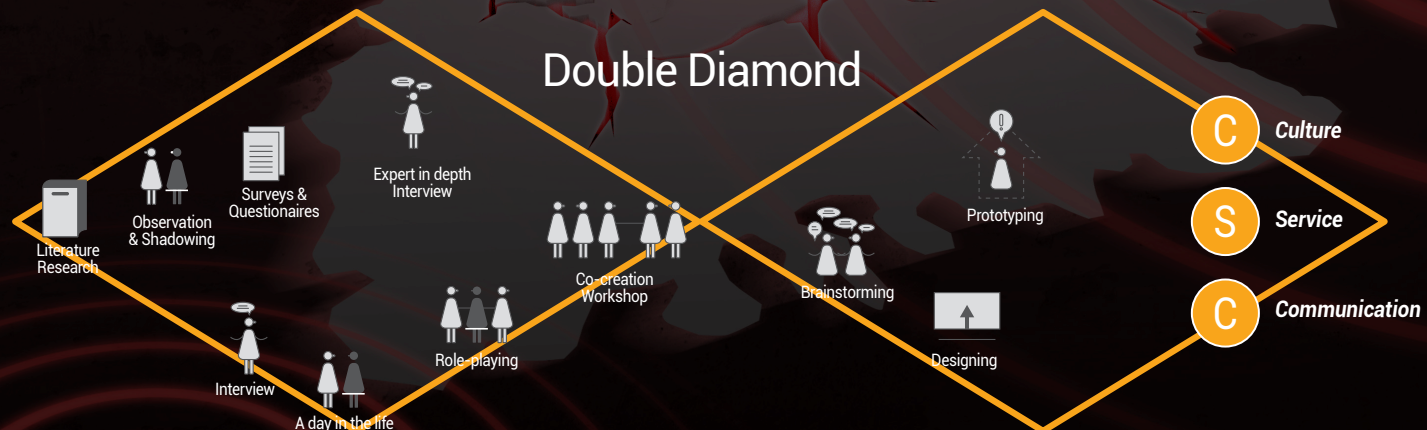
가정내 지진발생시 주의사항,
지진 발생시 최우선 행동 요령 등



공공장소용 지진재난카드

최단거리 대피소 안내, 지진 발생시
최우선 행동 요령 등

프로세스



1-2. 재난 대응 안전매뉴얼

대구광역시 지진재난
행동안전 매뉴얼 "하면대구"

대구광역시
서비스 디자인 방법론을 활용한 행동안전 매뉴얼 구축 및 캐릭터 개발
Service Design, Contents development, Naming, Brand Identity, Package Design

1. 지역별 인터뷰_ 대구 시민 지진재난 인식조사

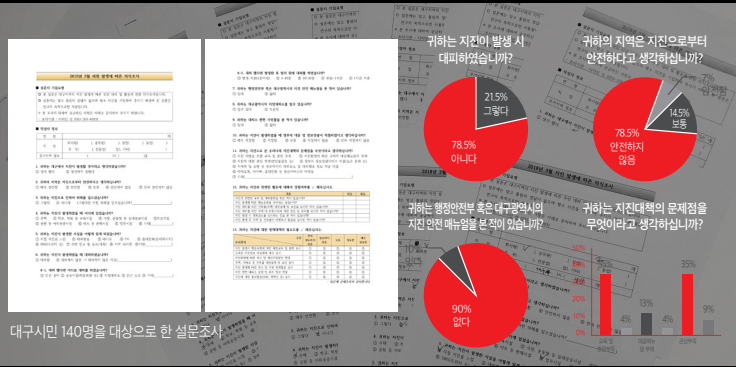
대구에도 피해 속출 빈번..
더 이상 대구도 지진 안전지대가 아니다.

여진 지진발생자가
아닌데도 자다가
깜정도로 크게
느꼈다니까요!!!

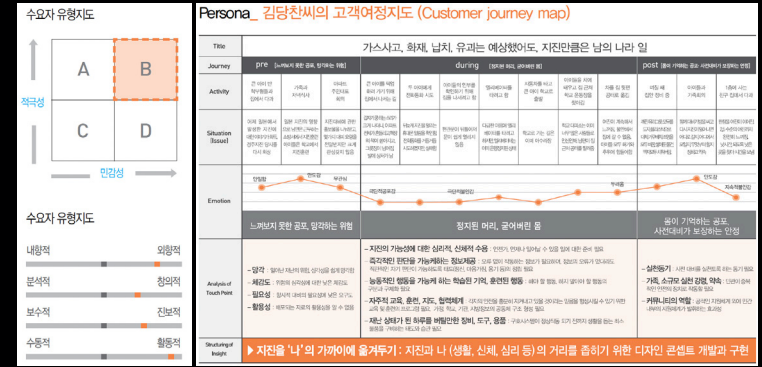
대구에는 지진이 안난
다는 보장이 없어요.
시민들의 지진재난에
대한 안전 의식개선이
정말 시급하죠.

음.. 여러 사람들
에게 한 번에
설명할 수 있었
으면 좋겠어요

정보사용자
정보제공자



2. 퍼소나 설정 및 고객여정지도



3. 컬러 컨셉 도출



4. 디자인 도출 및 보고

안전 문화 만들기 프로젝트
"지진 안전 대비는 안전히어로가 도와줄게!"



세이피

복선복선 풍선같은 몸을 지닌
안전지킴이 세이피.
누구든 나만 믿고 따라와! 내가 지켜줄게!

빠빠

위험이 있으면 내가 알려줄게.
이제부터 걱정은 노노노!
난 늘 세이피 옆에 함께 할게야!



더블다이아몬드 프로세스 발견-정의-발전-전달의 과정에 따라 지진재난 행동안전 매뉴얼 디자인

1. 제안사 소개

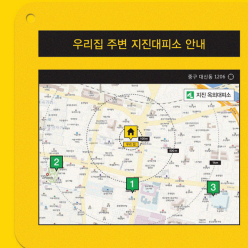
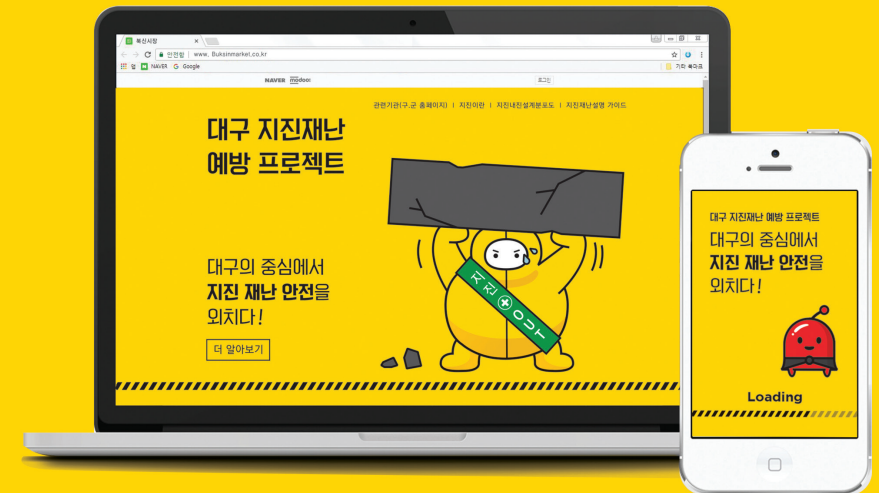
1-2. 재난 대응 안전매뉴얼

대구광역시 지진재난
행동안전 매뉴얼 "하면대구"

대구광역시
서비스 디자인 방법론을 활용한 행동안전 매뉴얼 구축 및 캐릭터 개발
Service Design, Contents development, Naming, Brand Identity, Package Design

개발 목적

2016년 경주 지진 1차 진도 5.1, 2차 진도 5.8 강진 발생 후
더 이상 대구도 지진 안전지대가 아니며, 행동안전 매뉴얼 필요



1. 제안사 소개

1-2. 재난 대응 안전매뉴얼

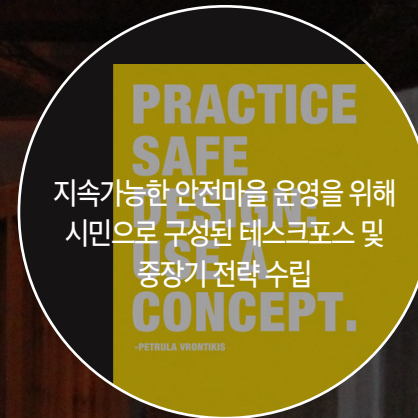


비산7동 염색공업단지 주민참여형 안전마을 조성을 위한 서비스디자인

사업 내용 |

대구광역시 서구 비산7동 북부정류장 부근 지역의 안전에 위해 요소를 파악하고 이에 대한 디자인 개선 설계 및 환경정비

사업 범위 |



사업 설계 |

CPTED Crime Prevention Through Environmental Design

도시 환경설계를 통해 범죄를 사전에 예방하는 선진국형 범죄 예방기법

자연적
감시

자연적
접근 통제

영역성
강화

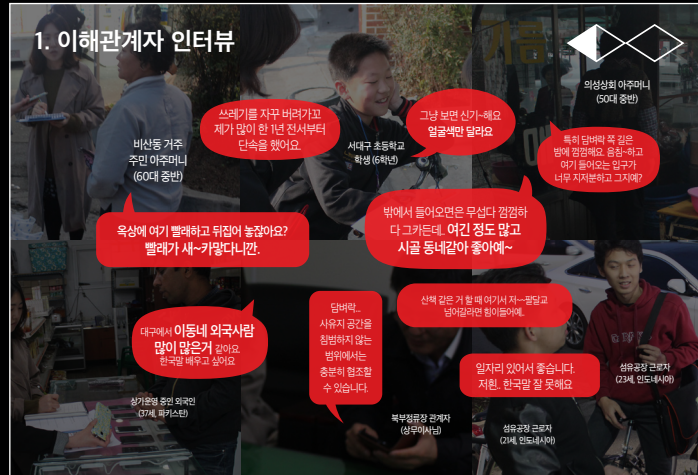
활동의
활성화

유지
관리

1-3. 안전마을 서비스 디자인

대구 서구 비산7동
비단마을

대구광역시 서구
주민참여형 안전한 마을 만들기 사업
Service Design, Public Design, Brand Identity



주민 참여 유도과 셉테드 디자인 적용을 통해 비산7동 안전마을 디자인

1. 제안사 소개

1-3. 안전마을 서비스 디자인



11

대구 서구 비산7동
비단마을

대구광역시 서구
주민참여형 안전한 마을 만들기 사업
Service Design, Public Design, Brand Identity



1. 제안사 소개

1-3. 안철마을 서비스 디자인



1-4. 문화콘텐츠 기반 상품화

대구 지역 문화 콘텐츠를 알리기 위한 문화 콘텐츠 커피 드립백 개발

사업 목표

디자인 전문기업이 지역의 문화 콘텐츠를 발굴하고 이를 통해 제품을 기획·개발하여
기업의 경쟁력 및 자생력 강화와 지역 경제 활성화를 목표

지역 고유 콘텐츠와
이야기를 담아
가치있는 제품으로
전달하는 브랜드

Brand Identity

1단계
브랜드 시스템 체계 구축

디자인 전문기업이
기획·개발한 제품의
차별화된 이미지 전달

Brand Design & Contents

2단계
개성 이미지 강화

지역의 가치있는
문화 콘텐츠가 담긴
유용한 제품을
일상에서 경험

Experience

3단계
브랜드 경험 전달

사업 구조



1-4. 문화콘텐츠 기반 상품화

샵더레코드

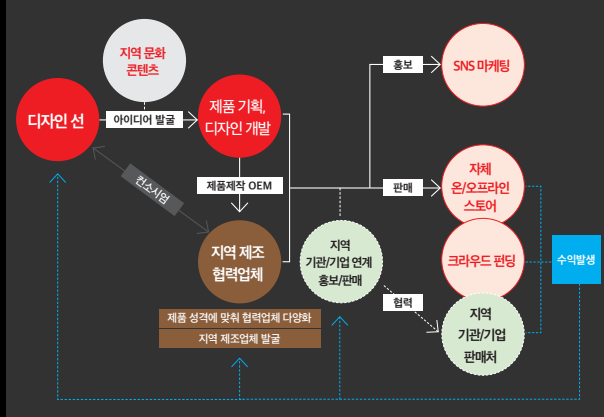
No.1 대구 향촌 드립백 향촌동 다방 스토리

디자인 선

대구 지역 문화 콘텐츠를 알리기 위한 드립백 개발

Brand Identity, Package design, Goods design

1. 비즈니스 도식화



2. 지역 협업기업 설정



3. 프로젝트 브랜드 개발



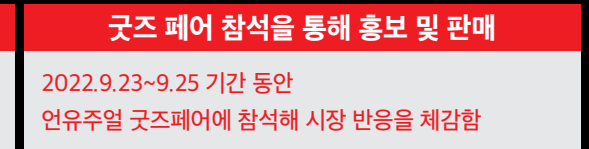
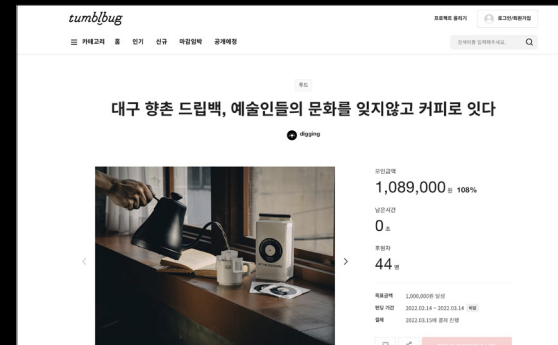
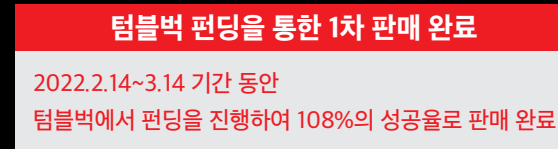
4. 프로토타입 _ 레시피 개발 및 제조

EOULLI COFFEE CLUB

협력업체 어울리카피클럽과 협업하여 내·외부 테스트를 통해 5개 향촌 다방 스토리에 잘 어울리는 맛과 향의 커피 드립백 개발 및 제조



5. 클라우드 펀딩 & 제품 판매



지역 문화 콘텐츠를 발굴하고 비즈니스 모델을 구축하여 제품 제작 및 홍보·판매 진행



취향을
팝니다
디깅

당신의 취향을 발견하고
취향에 맞는 제품을
발굴합니다.

THE RECORD

#THE RECORD는 과거와 현재 사이에 존재하는
가치 있는 스토리와 아이템을 발굴하여 상품화를 통해
기록으로 남기는 프로젝트입니다.

1. 제안사 소개

1-4. 문화콘텐츠 기반 상품화

16

THE RECORD



샵더레코드
No.1 대구 향촌 드립백 향촌동 다방 스토리
No.2 대구 문인 드립백 고월 이정희 시인

디자인 선
대구 지역 문화 콘텐츠를 알리기 위한 드립백 개발
Brand Identity, Package design, Goods design



2-1. 대상지 현황

구미

1969년 대한민국 국가1호 공업단지 지정 후

56년 동안 대한민국 경제 발전에 기여한 내륙 최대 국가산단, 섬유·전자산업 최대 집적지



I 개요

근로자수 85,181명

입주업체 수 3,887개사

면적 34,897천㎡ (1,055만 평)

*24년 기준, 농공단지 포함

I 생산

48조 1,418억 원 *24년 누계

I 수출

283억 달러 *24년 기준

대한민국 전체 수출의 4.1%,
경북 수출의 70.4%

I 인구

40.5만 명 *24년 기준

평균연령 41.92세의 젊은 도시

(경북도 내 1위, 전국 10위 이내)

구미
수출 283억대한민국
수출 6,837억

1969년

섬유

방립, 성안합섬, 코오롱
제일 모직의 시작

1980년

전자·전기

금성사, 한국전자, 태광전자
전자산업 고부가화

2000년

모바일·디스플레이

삼성전자 LG 마이크로
LG 전선 LG 디스플레이 등
IT 융복합 활성화

2020년

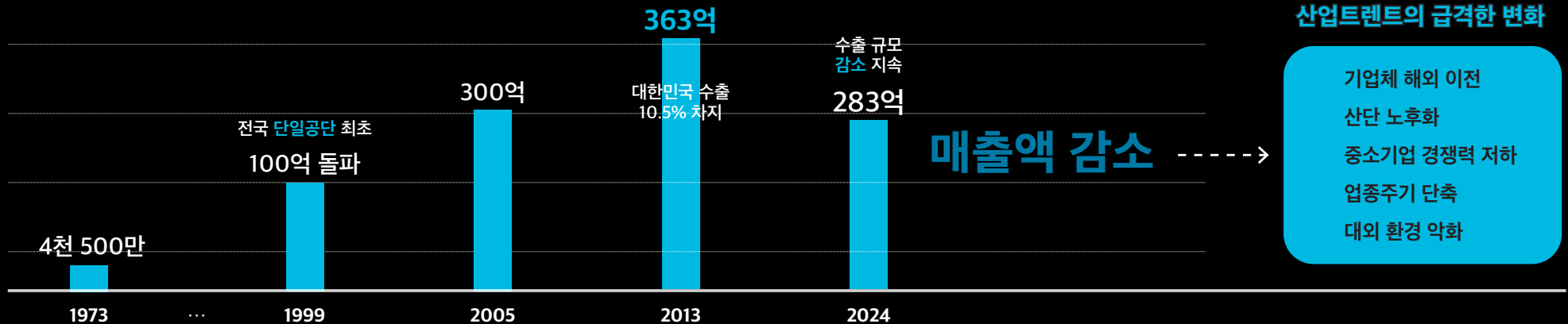
반도체/방산/로봇

SK 실트론, LG 이노텍,
LIG 넥스원, 삼성 SDI,
LG전자, 베어로보틱스,
지능정보화, 차세대 전자소재, 로봇

2-2. 대상지 문제진단

비수도권 국가산단의 주요거점으로 성장했으나 현재 수출액·인구 등 지속적 감소

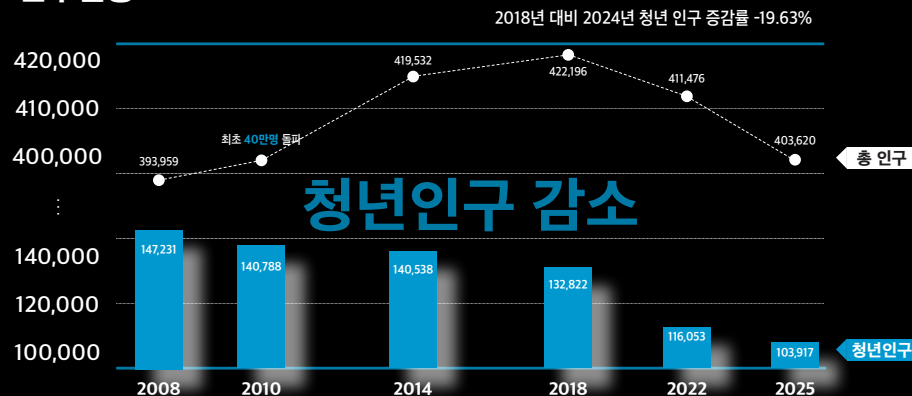
| 수출규모 (단위 : 달러/년)



" 매년 생산 가능한 **청년인구(20세~39세)**의 감소로 인한
산업 구조 붕괴 및 지역 경쟁력 약화 "

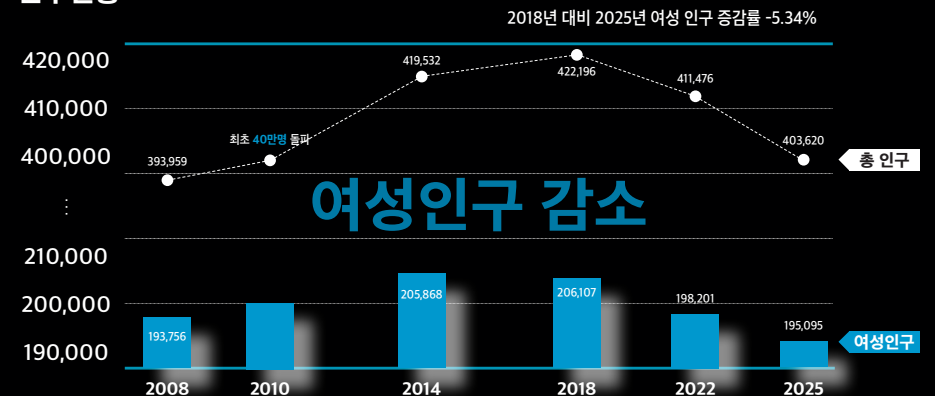
" 2018년(422,196명) 이후 꾸준한 인구 감소와
여성인구 감소폭이 상대적으로 커 성비 불균형 초래 "

| 인구현황 (단위 : 명)



출처 : 행정안전부, 행정동별 연령별 인구현황

| 인구현황 (단위 : 명)



출처 : 행정안전부, 행정동별 주민등록 인구 및 세대현황

2-2. 대상지 문제진단

청년들의 문화활동 전반적으로 저조, 퇴근 후 즐길 수 있는 문화생활에 대한 수요가 가장 높음

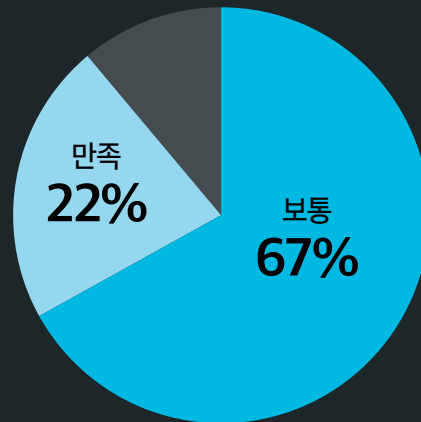
* 구미1산단 청년 근로자 98명 대상 네이버 설문조사 진행

Q. 구미1산단 근무 만족도



67%

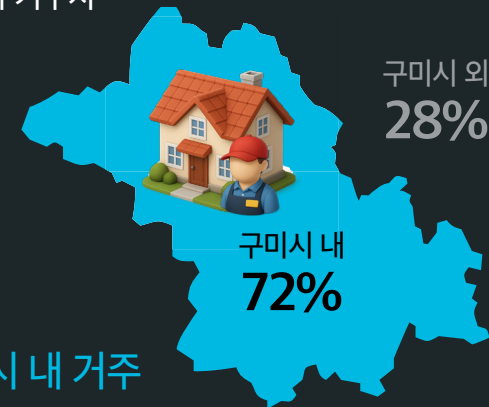
응답자가 만족도 보통



Q. 구미1산단 근로자 거주지

72%

응답자가 구미시 내 거주



Q. 불편 개선 필요 요소

문화·여가 생활 35%

출퇴근 교통 24%

업무환경

휴식공간부족

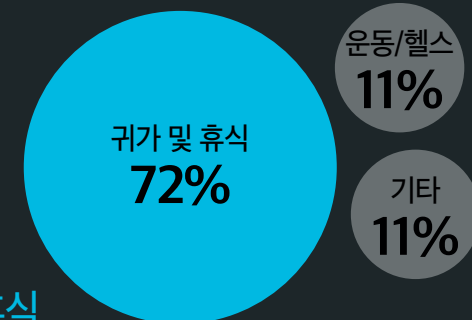


문화 여가생활 개선에 대한
요구가 가장 높았음

Q. 퇴근 후·주말 여가 시간 활용 현황

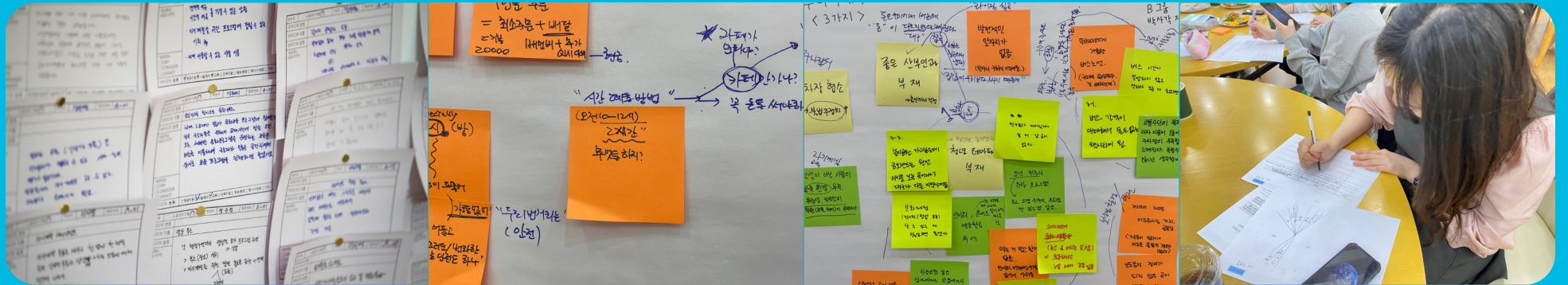
72%

응답자가 귀가 및 휴식



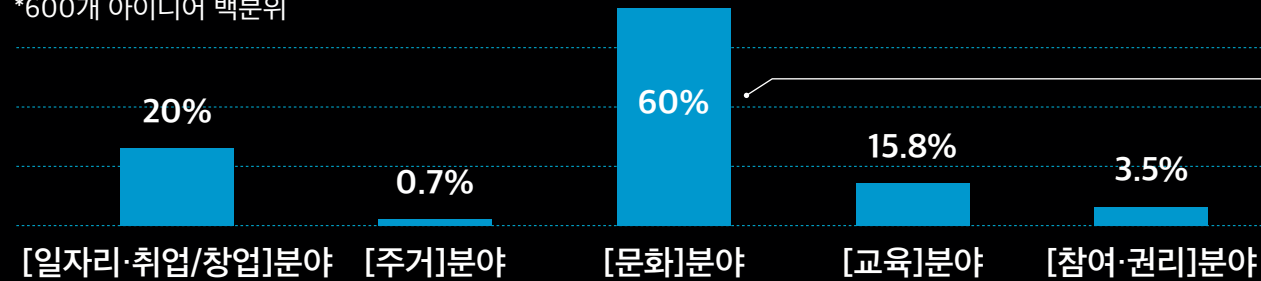
2-2. 대상지 문제진단

일자리·주거·교육을 넘어서는 문화생활에 대한 요구



수요자 100명을 대상으로 한 공공서비스디자인 워크숍 운영에 따른 정성 데이터 추출 참여자 스스로 제기한 문제에 대한 총 600여 개의 아이디어 도출

*600개 아이디어 백분위



"구미는 할 것도, 놀 곳도 없어요.
구미에서 벗어나서
서울, 대구 가서 써요."



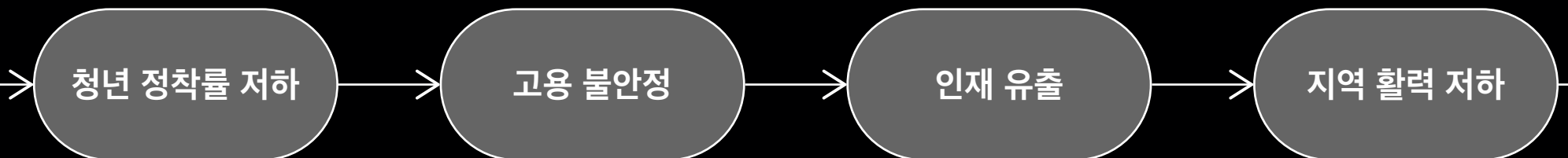
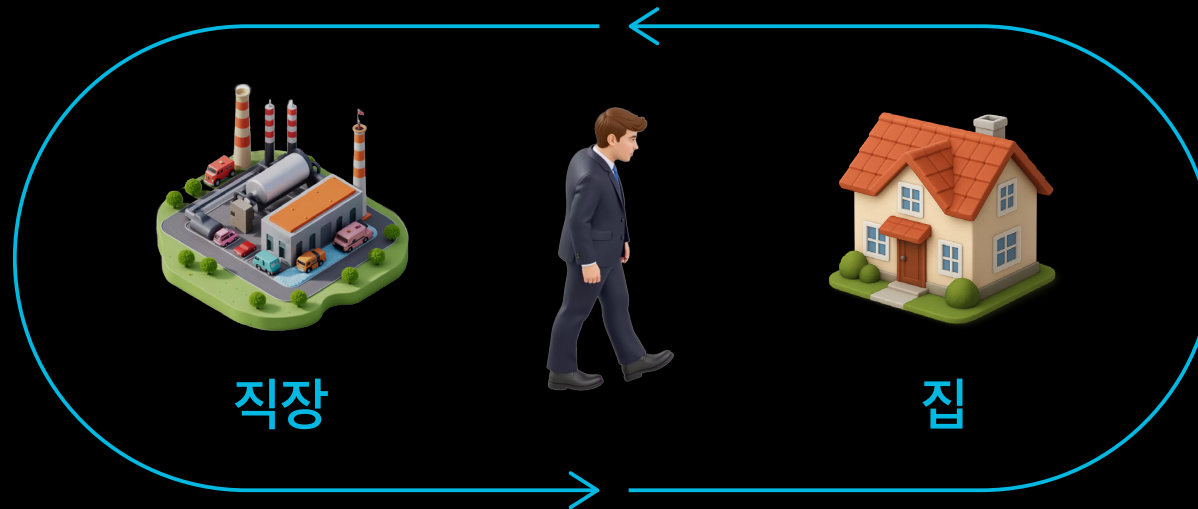
[구미시 인구 재구조화 대책 수립 연구용역] 2025.03~

도시 존립의 위기 예방을 위한 인구재구조화 대책 수립 차원의 여성 정책 개발 목표
구미 2030여성 포럼 운영을 통해 수요자 의견 수렴 및 이해관계자 소통의 장

2-2. 대상지 문제진단

일상의 갈등, 청년의 이탈로 이어집니다.

구미 1산단의 청년 근로자들은 여가 시간에 즐길 수 있는
지역 내 문화 콘텐츠 및 공간 부족으로 인해, 퇴근 후 즉시 귀가하는 패턴 일상화

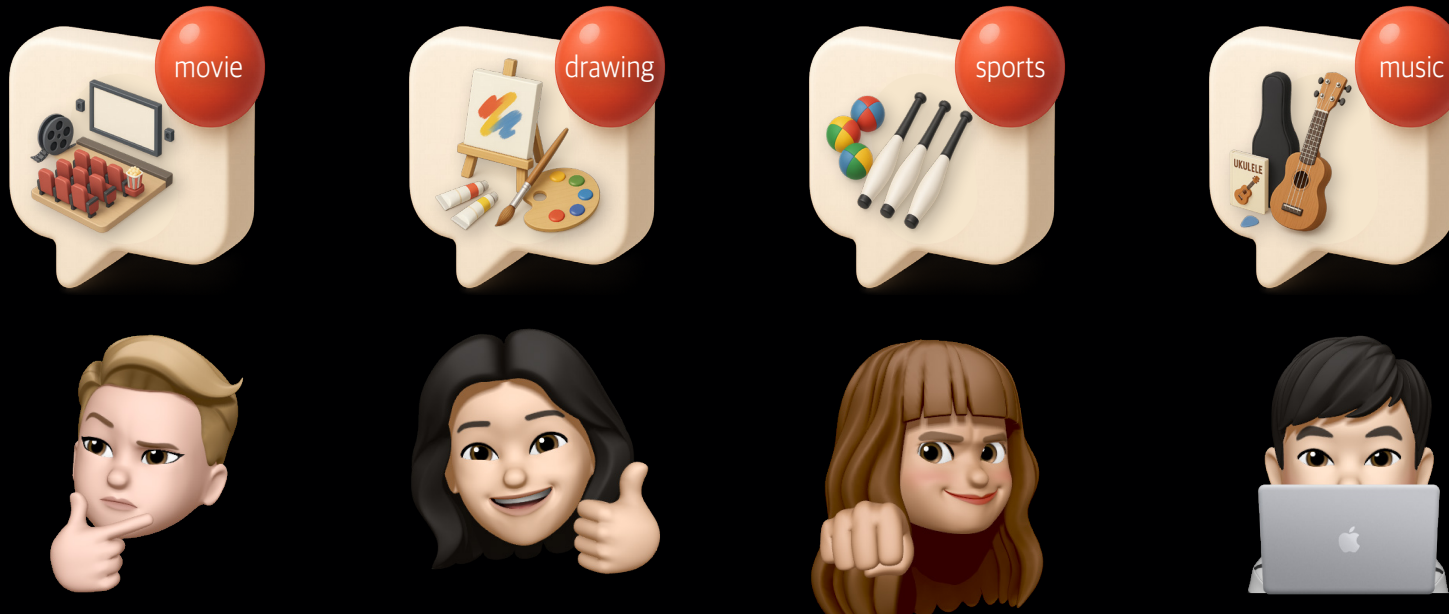


지역 활력 저하가 청년 정착률로 저하로 다시 이어지는 도시 활력의 악순환 고리 고착

2-3. 사업의 필요성

이제, 청년의 목소리로 ‘원하는 문화’를 기획해야 할 때입니다.

청년의 공감과 참여 없이 조성된 문화시설은,
형식적 공간 구축에 그쳐 외면 가능성 고조



청년들이 원하는 문화시설 실현을 위한,
청년들의 직접 기획 주도, 제작 참여, 자발적 공유 기반 과정 조성.
이제는 **기획자 중심 소비형 모델 탈피, 수요자 중심 참여형 모델 구조 필요.**

Gumi Cultural & Experiential Living Lab

구미형 문화·경험 리빙랩

청년의 일상 속 문화의 여백을,
함께 실험하고 변화시키는 리빙랩

3-1. 리빙랩 운영 목표

01 참가자 주도 과제 발굴과 실행 기반 조성

- 참가자가 주도적으로 참여하는 문화 실험과 과제 도출
- 워크숍, 리서치, 시나리오 설계 등 실험 문화의 기반을 형성
- 실제 운영 가능한 프로그램이나 콘텐츠로 구체화

02 개발 콘텐츠의 모델화 및 운영 시스템 구축

- 도출된 아이디어를 지속 가능한 콘텐츠 및 공간 운영 모델로 전환
- 시범 운영을 통한 피드백 → 개선 → 정착을 반복하는 과정
- 유희공간, 문화프로그램, 체험기획이 실제 운영이 가능한 시스템 구축

03 지속가능한 리빙랩 문화 확산 및 커뮤니티 정착

- 프로그램과 커뮤니티가 지속적으로 작동할 수 있는 운영 생태계 구축
- 참가자가 자율적으로 아이디어를 제안하고 실험하는 구조로 진화
- 리빙랩을 통해 생산된 콘텐츠들이 지역 사회에서 살아 움직이는 문화 자산으로 지속.

생산된 아이디어가 콘텐츠로 실현되고,
지속 가능한 운영 모델로 발전하는 실현형 리빙랩

3-1. 리빙랩 운영 목표

구미산단의 일상을 바꾸는 열린 실험 플랫폼

Core Value



청년 아이디어 교류 및 실현 기반 문화적 연결고리를 통해서
실험·검증 단계를 넘어선 연대 중심, 지속 가능성 고착

Core Purpose

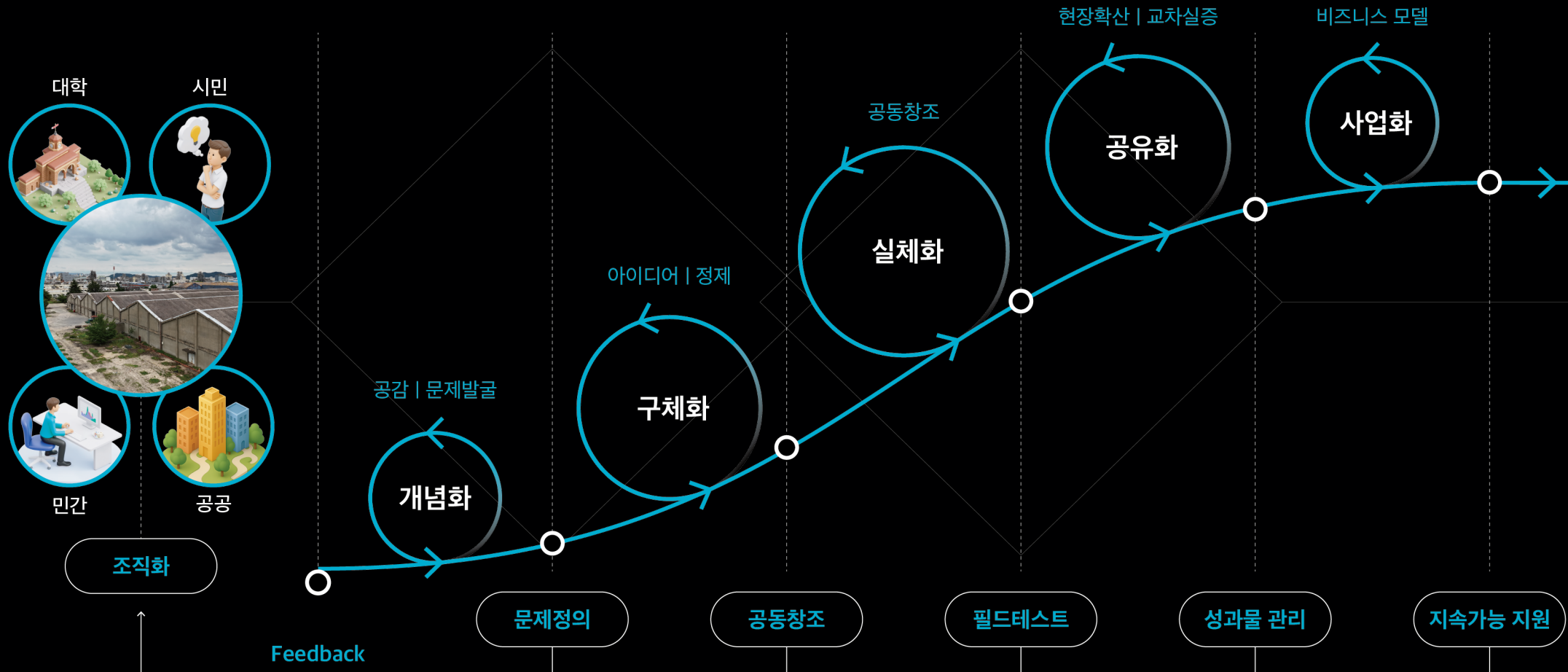
청년 주도 기획 · 실행 과정을 통한
문화적 자생력 강화

구미1산단 내
지속 가능한 문화로 정착

청년 누구나 제안 · 실험하는
'열린 실험 플랫폼' 성장

3-2. 리빙랩 프로세스

구미형 문화·경험 리빙랩 프레임워크



가치체계를 공유하는 거버넌스 구축으로 지속적 피드백이 이루어지는 리빙랩 프레임워크 수립

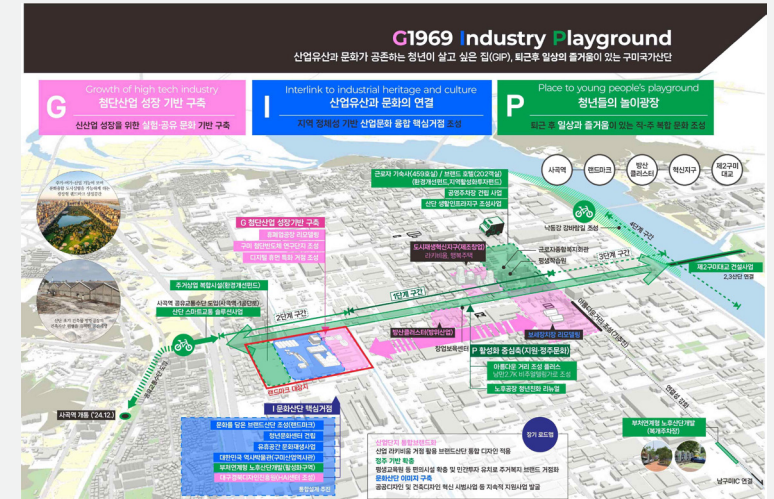
3-3. 구미문화산단 계획

산단 초기 건축물 방림공장의 건축자산 원형을 유지한 공간재생

↓
역사성 있는 대규모 부지에
지역청년, 관광객을 유입할
문화·상업거리 형성

통합조성

- 문화를 담은 브랜드산단 조성(랜드마크)
- 청년문화센터건립



구미산업
역사관

첨단반도체 연구단지

휴폐업공장
리모델링

랜드마크
조성

청년문화센터건립

구미 문화브랜드 산단 조성계획 |
공단동 282번지에 집중하여 핵심거점으로 조성

3-4. 수요자 관점의 공간해석

공급자 관점

방림공장의 물리적
원형을 유지한 리노베이션

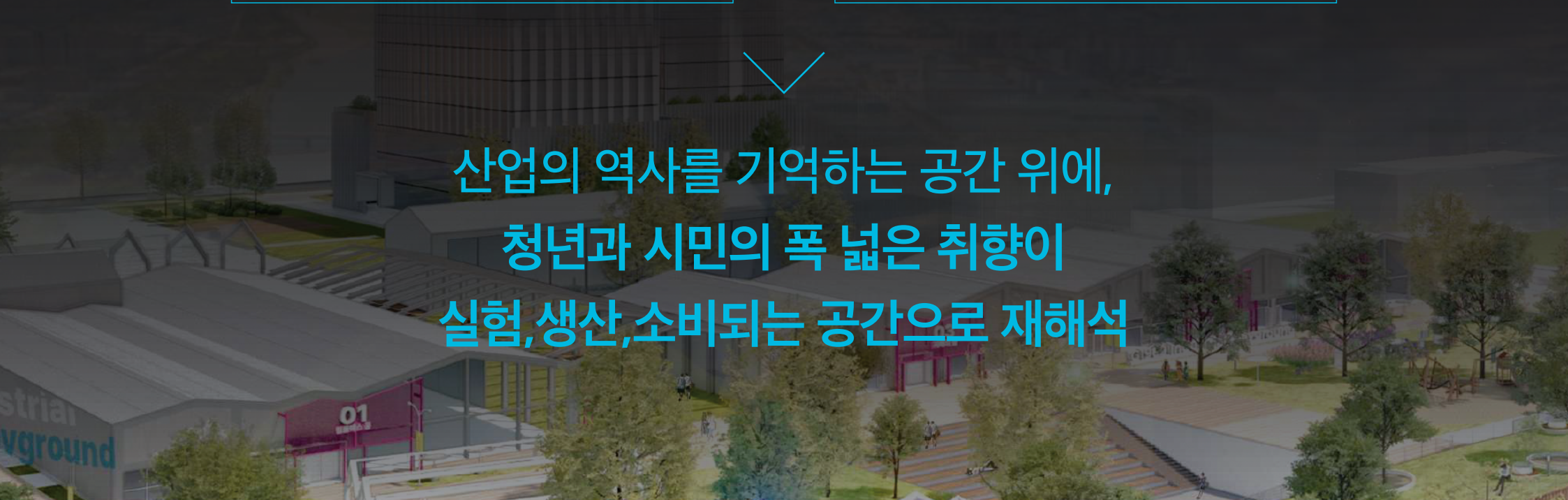
섬유산업의 역사적 장소로,
산업유산의 보존과 산단의
정체성 강화를 위한 상징적 거점

수요자 관점

청년, 시민들은 자연스럽게
산단의 기억·헤리티지 체감

청년, 시민들은 공장의 원형을
유지한 공간을 마주하는 순간,
무의식적으로 산단의 기억과 역사를 공유

산업의 역사를 기억하는 공간 위에,
청년과 시민의 폭 넓은 취향이
실험, 생산, 소비되는 공간으로 재해석



3-5. 수요자 범위

[청년기본법] 기준 → 만 19세 이상 39세 이하

리빙랩 청년 기준

From

To

근로하는 청년

휴직중인 청년



구미로 이주해 산단에 취업한 청년
구미 토박이 산단 근무 청년
계약직·인턴으로 일하는 청년
⋮

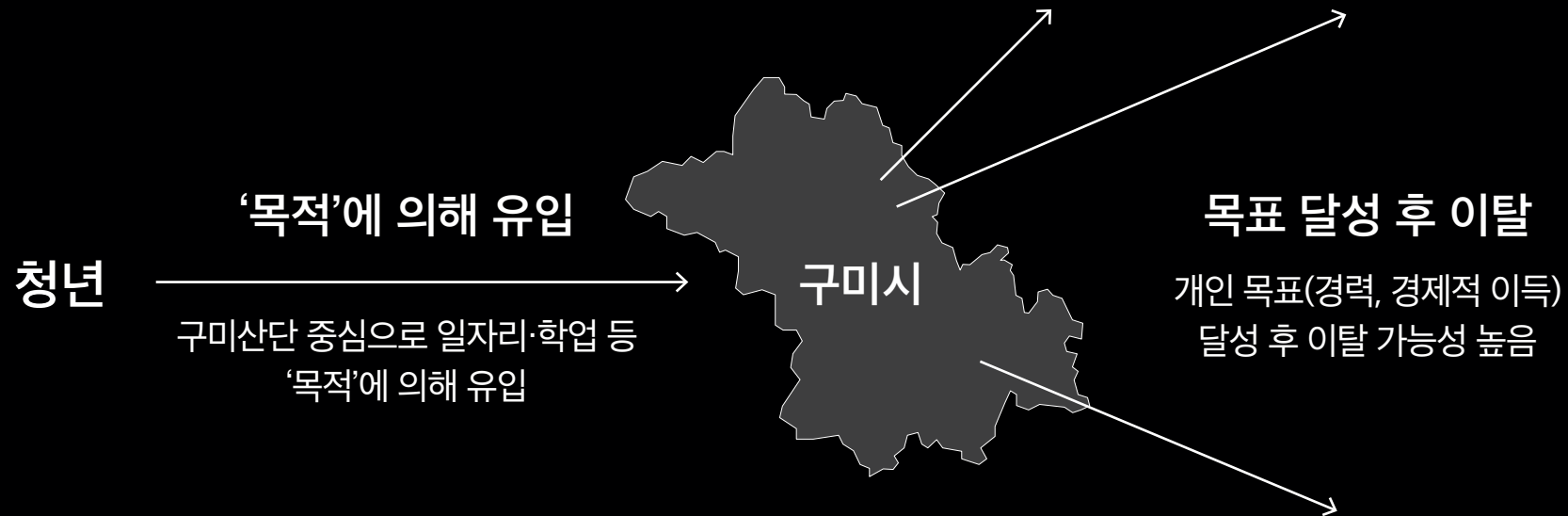
육아로 휴직 중인 청년
이직 준비 중인 청년
건강·심리 이유로 휴식 중인 청년
⋮

생활 기반 사용자 중심 정의

단순한 연령·법적 기준을 넘어,
구미에서 실질적으로 생활하고 지역을 경험하는 청년을 타깃을 재정의

3-6. 수요자 가치관의 반영

‘목적기반’으로 지역에 유입, 달성 후 이탈하는 ‘유동성’이 높은 청년층



- ‘일시적 거주’ 인식 확산
- 공동체 소속감·문화참여 낮음
- 청년층의 지역 기여·정착 유도 어려움

- 청년의 ‘유동성’을 전제로 한 문화·커뮤니티 전략 필요
- 머무르고 싶은 ‘이유’, ‘소속감’, ‘실질적 가치’ 제공이 핵심

3-6. 수요자 가치관의 반영

유동성이 높은 청년



‘실속 중심’ 가치관

시간과 비용 대비
실질적 효용에 집중



깊은 관계 맺기,
장기 커뮤니티 참여
(ex. 주민자치회, 청년위원회 등)



소규모·일회성·취향
기반의 가벼운 참여를 선호
(ex. 소셜 다이닝, 관심사 기반 소규모 워크숍)

정착을 전제하는
획일화된 프로그램
(ex. 정착 조건형 주거·창업·활동 지원)



실용적 지원과
참여형 문제 해결 선호
(ex. 실속형 문화공간, 무료 셔틀, 실무형 교육)

감성적 소속감 형성
(ex. 추상적 브랜드 조성(청년희망도시),
청년도시 ○○” 브랜드 캠페인)



경험을 통한 실용적
만족을 우선
(ex. 무료 이용 가능 코워킹스페이스,
산단 내 이동 편의성 확보)

3-7. 전달가치 발굴

현재 하드웨어(공간, 시설 등) 개선 계획을 바탕으로
공간에 담기는 ‘소프트웨어’ → 공간에 사람을 머물게 하는 콘텐츠·서비스·문화적
매력을 기획하고 실현하는 실험에 집중



보편적이고 누구나 체감할 수 있는,
지역에 머물고 싶은 이유가 되는
‘매력적인 콘텐츠와 문화적 요소’를 발굴

실험 방향

구미 산단에 머물고 싶은
‘이유’를 만드는 생활·문화·
콘텐츠 실험 아이디어 발굴

청년·시민이 직접 기획하고
검증하는 생활·문화·콘텐츠
실험

공간에 적용될 실질적
‘가치’를 참여자 주도로
구체화

기획된 취향의 문화를
도시 곳곳에 확산하는
‘문화 큐레이션’ 실험

‘Test Taste’

취향과 가능성을 넓게 탐색하고 실험하는 리빙랩

Wide Width

Thin
Depth

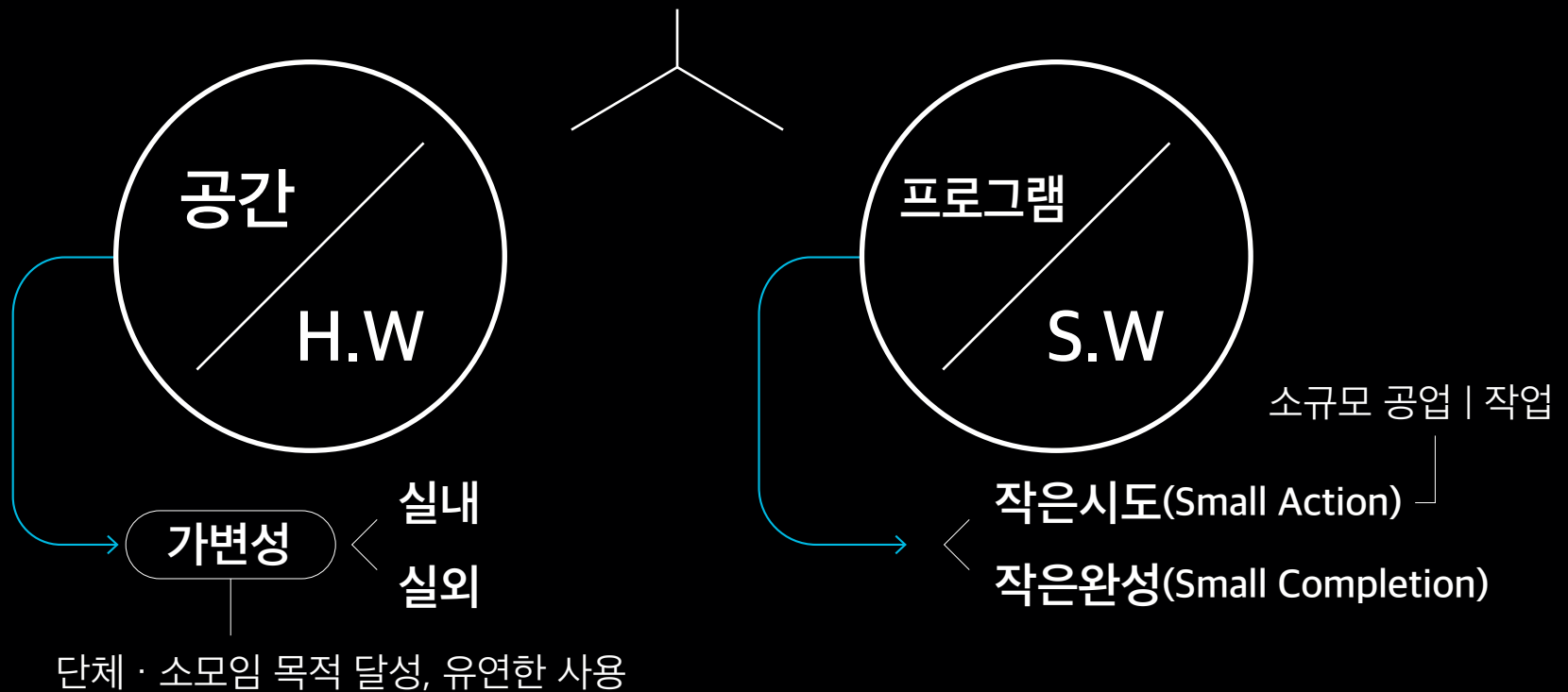


‘깊이 있는 몰입’이 아닌 ‘다양한 가벼운 경험 접점’을 설계

청년의 취향과 가능성을 넓게 탐색할 수 있도록,
실제 생활 속에서 필요한 아이디어를 발굴하고,
접근성 높은 경험 접점을 중심으로 실험과 검증을 진행합니다.

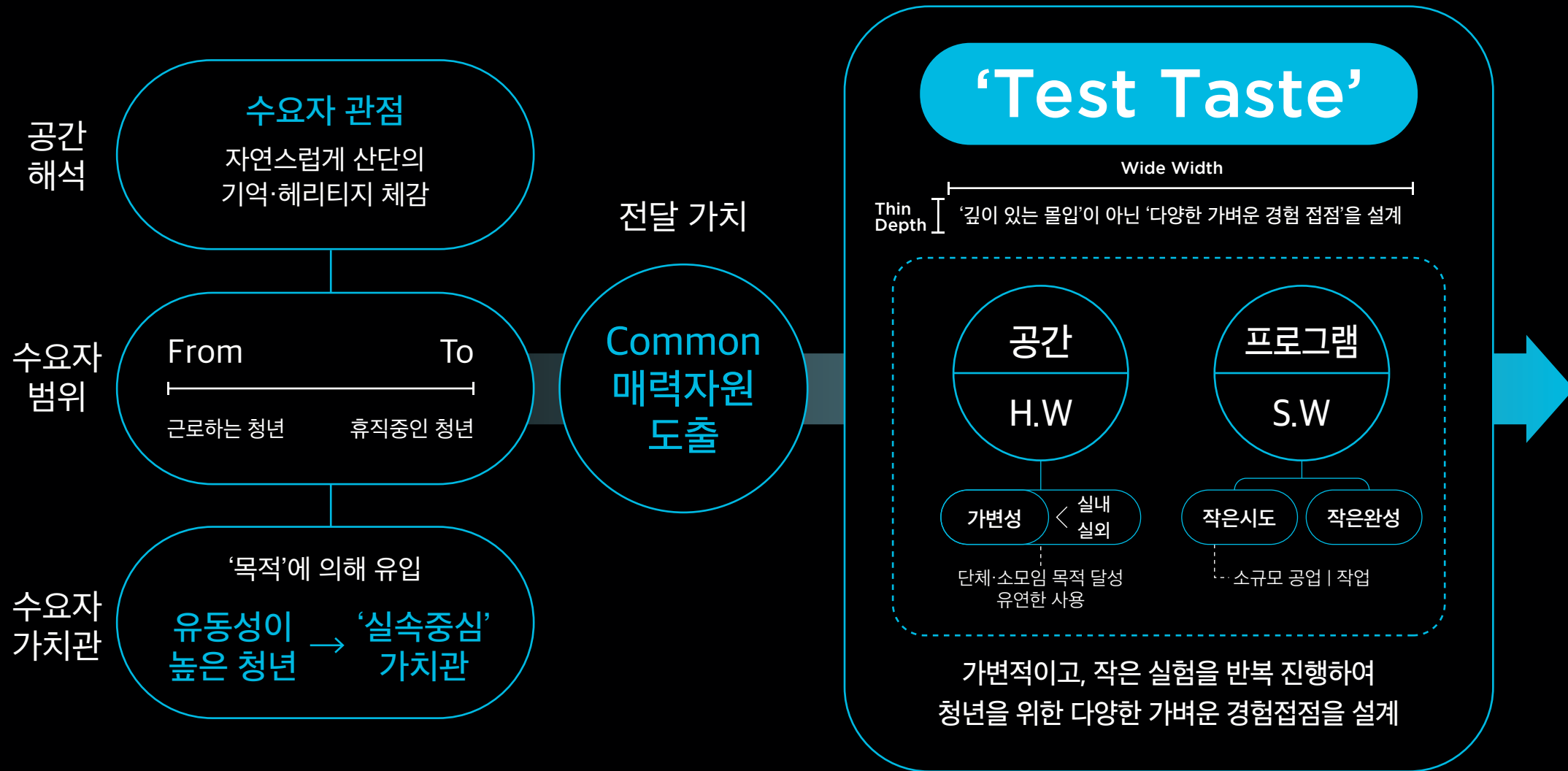
3-8. 컨셉 도출

‘Test Taste’



공간과 프로그램, 하드웨어와 소프트웨어를 아우르는 가변적이고, 작은 실험을 반복 진행하여 청년을 위한 다양한 가벼운 경험접점을 설계합니다.

3-9. 컨셉 전략 요약



수요자 관점의 공간해석과 가치관 분석을 토대로 보편적인 매력자원을 도출하는 'Test Taste' 컨셉으로 알지만 넓은 다양한 경험점점을 설계하는 리빙랩을 만들겠습니다.

4-1. 4개년 운영 계획



[illegible]

4-3. 1차년도 운영 프로세스

1차년도 Goal

① 10가지 과제 기획서 (2개의 실험 평가 과제 포함) | ② 문화산단 Branding 개발원칙 전달 (7월~26년 3월 진행)

		1차 자문회의	중간점검회의	최종점검회의	2차 자문회의
	Understanding	Discover	Define	Develop	Deliver
Goal	사전 조사 바탕 구미 문화산단 / 리빙랩 이해	정성 조사 바탕으로 문제점과 욕구 발굴 및 가설수립	주요쟁점 분석 및 우선순위 설정 기반 아이디어 도출	아이디어 구체화를 통해 기획서 작성	1년차 성과공유 및 결과 보고
Activity	· 산단 환경 / 공간 조사 분석 · 문화 활동 / 정책 조사 분석 · 1회차 워크숍 : 발대식, 문화산단 / 리빙랩 이해	· 수요 유형 조사 분석 · 이해관계자 조사 · 200명 패널 구성 및 설문 계획 / 진행 · 2회차 워크숍 진행 : 기초자료 공유와 과제 가설수립	· 문제 정의 및 우선 순위 설정 · 아이디어 도출 · 3회차 워크숍 진행 : Core Group 워크숍 - 주요쟁점 논의	· 긍정요인 부정요인 시각화 · 숨은 가능성, 기회요인 탐색을 바탕으로 아이디어 시나리오 구체화 · 4회차 워크숍 진행 : Wow & Pain, 기회자원 찾기	· 1년차 리빙랩 성과 자료 정리 · 개발 아이디어 기획안 보고 준비 · 5회차 워크숍 진행 : 개선과 개발 프로토타이핑 피드백 반영 및 개선 방향 적용
Methods	· 정량 데이터 리서치 · 기술기반 데이터 리서치 · 데이터 리서치 기관 협업	· 서비스 사파리 · 이해관계자 인터뷰 · 수요자 인터뷰 · AI 기반 200명 패널 관리 및 설문조사	· 어피네티 다이어그램 · 퍼소나 · 고객여정지도 · 아이디어 우선순위 매트릭스	· Wow & Pain Chart · 만다라트 · 서비스 시나리오 · 서비스 가치 흐름도 · 프로토타이핑	· 비즈니스 모델 캔버스 · 서비스 청사진 · 공유회, 결과 보고서 작성 · 전시 콘텐츠 제작
Output	· 정량 조사 결과보고서	· AI 기반 수요자 조사 분석 결과 · 정성 조사 결과보고서	· 문제 정의 · 아이디어 컨셉 도출 · 10가지 아이디어 과제 도출	· 10가지 아이디어 기획안 · 서비스 시나리오 결과물	· 1차년도 최종 보고 자료 · 1차년도 아카이빙 영상 · 결과물 시나리오

4-3. 1차년도 운영 프로세스

환경, 트렌드, 수요자를 중심으로 조사 분석 계획

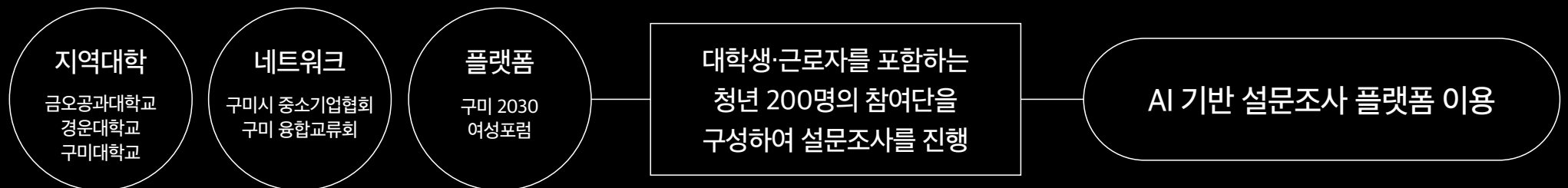


- 1-1. 대상지 입지적 특징
- 1-2. 이동/교통환경
- 1-3. 주요동선/유동인구
- 1-4. 아카이빙/이야기 자원
- 1-5. 문화공간현황/관련계획검토
- 1-6. 선진사례 조사

- 2-1. 청년 문화/소비 트렌드조사
- 2-2. 문화예술 정책 조사

- 3-1. 수요유형조사
- 3-2. 이해관계자 조사
- 기초현황 조사
- 이해관계자 질의·협의
- 인터뷰
- 참여단 설문조사*

*200명 참여단 모집 및 설문조사



4-4. 기초자료조사 계획

기초자료조사 | 환경/공간

① 대상지 입지/공간/구조 특성(구획화 방안)



구미시와 방림공장 부지등에 대한 입지/공간/구조 특성을 조사하여 구획화 방안 마련의 기초자료로 활용

대상지 데이터 수집을 위한
조사 권한 확보 필요

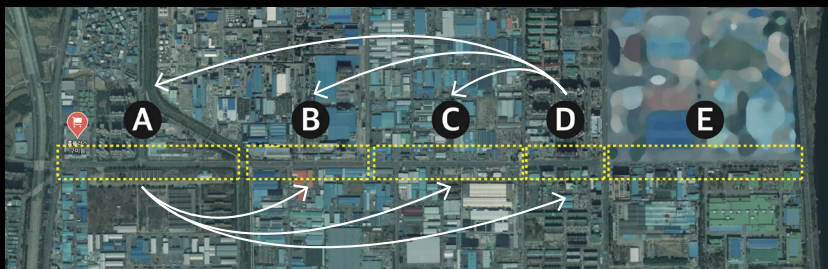
② 이동/교통 현황(인프라, 서비스 시스템)



주요 대상지에 대한 이동 경로와
교통 현황·인프라·서비스 시스템에 대해 조사 분석

시내버스 노선 개편안에 대한
계획 및 자료 확보 필요

③ 주요동선 / 유동인구 : 주요 대상지 인근 유동인구와 인근 지역대상지와의 연결성 확보에 대한 데이터 조사



데이터정의서				
테이블ID		gumi_sector_od		
테이블설명		원본 데이터		
No.	컬럼ID	컬럼명	타입	비고
1	std_ymd	기준년월일	V_WString	
2	hh	시간대 구분	V_WString	
3	sector_org	출발지(Origin) 섹터	V_WString	A,B,C,D,E
4	sector_dest	도착지(Destination) 섹터	V_WString	A,B,C,D,E
5	gender	성별	V_WString	01:남성 02:여성
6	age	연령대별	V_WString	10대 ~ 70대 이상
7	POP	해당 지역 방문객 수	Double	10분 이상 체류 인구

모바일 통신 데이터 기반
유동인구 데이터 수집

데이터 수집후 대상지 인근
유동인구 연결성 분석

4. 리빙랩 운영 계획

4-4. 기초자료조사 계획

기초자료조사 | 트렌드/정책

④ 아카이빙/이야기 자원 : 브랜딩 측면, 기회자원 콘텐츠 발굴 측면으로 나누어 조사 진행

⑤ 구미시 문화공간 현황(공공+민간) / 관련계획 : 구미시 오픈 자료를 바탕으로 문화공간 현황과 관련계획 자료 수집 진행

구미시 문화시설 현황 (출처: 구미시 2025년 주요업무계획)

문화시설 현황 (단위: 개소)

구분	시설 현황
박물관(2)	▶ 구미성리학역사관 ▶ 박정희대통령역사자료관
기념관·전수관(5)	▶ 박정희대통령생가 및 민속중흥관 ▶ 시립민속관 ▶ 황산기념관 ▶ 발경이들소리전수관 ▶ 신라불교초전지
서원(8), 향교(2)	▶ 서원 - 금오·동락·낙봉·월암·문산·현암·남계·옥계서원 ▶ 향교 - 선산·인동향교
공공 공연장(2)	▶ 문화예술회관 ▶ 강동문화복지회관
민간 공연장(1)	▶ 궁터·다
영화관(5)	▶ 롯데시네마(2) ▶ 메가박스 ▶ CGV ▶ 씨네Q
도서관(7)	▶ 중앙도서관 ▶ 인동도서관 ▶ 상모정수도서관 ▶ 양포도서관 ▶ 산동도서관 ▶ 통곡도서관 ▶ 선산도서관
기타(7)	▶ 예(藝)갤러리 ▶ 구미문화원 ▶ 선산문화회관 ▶ 구미영상미디어센터 ▶ 구미생활문화센터 ▶ 구미청년상상마루 ▶ 구미예술창작스튜디오

구미시 문화공간 (출처: 구미 문화예술아카이브)

https://archive.gucf.or.kr/Art-Space?menuId=MENU_00000

문화공간 관련 계획 및 정책

2040 구미도시기본계획 (2024.03.) 중 사회·문화 개발계획 일부

기본방향 : 주민의 정서함양과 건강 및 여가 선용을 위하여 문화체육시설에 관한 계획 수립
 계획목표 : 시민의 정서 함양, 건강관리, 여가 선용을 위한 문화체육공간 확충 및 문화예술 일상화
 추진전략 : 문화예술을 일상화하여 낭만문화 품격도시 조성
 (시립 미술관 건립, 미디어아트 전시관 등 문화인프라 구축, 특색있는 산업-문화 융합 도시 구현)

구미시 시정목표 및 핵심전략

시정목표	핵심전략
지역 문화 관광자원에 새로운 가치를 부여하고, 일상에 행복을 전하는 보편적 문화복지 실현하여 낭만과 품격이 있는 도시이미지 확립	낭만문화 품격도시

2025년 구미시 시정방향

시정방향	핵심과제2	세부내용
구미, 혁신으로 성과의 미래를 열다	낭만과 힐링, 다채로운 문화	권역별 낭만인프라 확충

⑥ 선진사례

- 해외사례, 국내사례, 재생사례를 구분하여 정보를 수집하고 적용 시사점 도출
- 각 사례별 정리 양식을 달리 구성하여 사례 성격에 따른 필수 정보를 수집

문화재생 사례 예시



네덜란드 Strijp-S (스트리프-S)	
기본용도	필립스(PHILIPS) 전자제품 공장 및 연구시설 (1916~2000)
재생 후 용도	창입 및 혁신클러스터 등 복합용도(생활·일·놀이) 지구, 주거, 문화커뮤니티
재생방식	산업유산 보존(건물 리노베이션), 신축 혼합
개방년식 구조	시 정부 + 민간 개발사 + 시민 (임주인 주도의 워크숍, 온라인 플랫폼을 통해 1,000여 명이 디자인에 참여)
주요 타겟층	창년, 스타트업 및 창업자, 크리에이터, 혁신기업, 일반 방문객
주요 시설	혼합형 주택(공공임대+고급주택), 코워킹-메이커 스페이스, 복합문화센터, 에어리어의 쇼포츠센터(유일 최대급 규모의 실내 익스트림 스포츠 시설)
문화·커뮤니티 프로그램	Dutch Design Week, 예술센터(MU Hybrid Art House), 어린이과학관, FeelGood마켓, 음악&예술 페스티벌, 팝 공연
도입 산업/기업	IT·테크, 디자인, 창업 스타트업, 소셜기업, 문화예술, 창의직업학교 (시각 예술, 공간 디자인, 그래픽디자인 등 창작 기반 직업 교육)
교통/인프라 요소	Eindhoven Strijp-S 역(기차)시설, 시내 트램/버스, 도보 자전거 중심 도로망
특징/성과	· 산업유산+혁신 융합, 주거·상업 문화 혼합 · 도시 커뮤니티 활성화, 스타트업 허브 부상 · 예술 문화 중심지로 탈바꿈, 다양한 문화 프로그램 정착
적용 시사점	· 산업유산을 창의공간으로 재해석 · 문화 커뮤니티 플랫폼 조성·시민참여형 문화공간, 프로그램 구성 · 외부 방문객 유입 및 참여유도·가족·시민 참여형 체험 공간 구성

문화플랫폼 국내 사례 예시



현대카드 DIVE	
플랫폼 성격	기획형 문화 콘텐츠 플랫폼
공간 구성	라이브러리(디자인, 뮤직, 쿠킹, 아트), 언더스테이지(공연장), 플레이그래운드(베이닝룸, 음악체험공간), 아이언&우드(골프장) Red11(바), 카드팩토리 온라인·다이브 앱, 현대카드 DIVE 유튜브
주요 콘텐츠 프로그램	· 컬처프로젝트, 슈퍼콘서트, 전시/공연 등 리빙와 에메 서비스 · 디자인/아트, 건축/인테리어, 여행, 음악, 쿠킹·고대, 스타일, 테크 등 7개 분야로 주제별 트렌드 콘텐츠 매일 업데이트
타겟 사용자층	밀레니얼 세대, 트렌드 리더, 힙스터 문화예술 라이프스타일 관심자, 창의적군, MZ세대 등
운영 전략	· 큐레이션 중심 콘텐츠 전략 : 콘텐츠의 공급자가 아닌 편집자(Curator)로서의 역할 수행 (대중적이지만 대중적이지 않은 독창성 기반) · 온·오프라인 통합·오프라인 문화자산과 디지털 경험을 유기적으로 연결
운영 방식	멤버십, 선착순 예약제 앱 내 큐레이션/예약·구매/정보서비스 통합
차별성	· 소유보다 경험을 강조하는 브랜드 문화 프로젝트 · 현대카드가 소개 = 세련되고, 믿을 수 있는 문화 경험이라는 인식 정립
적용 시사점	· 사용자 몰입형 큐레이션 콘텐츠 전략 : 구미문화재단 내에서 운영될 플랫폼을 테마 기반 큐레이션 콘텐츠로 구성 · 브랜드 세계관 중심의 콘텐츠 전략 : 공간·프로그램 등 모든 요소가 하나의 세계 안에 있다는 경험을 제공

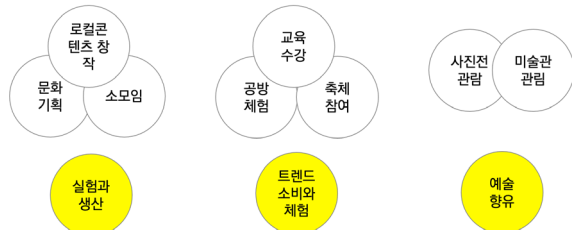
4. 리빙랩 운영 계획

4-4. 기초자료조사 계획

기초자료조사 | 수요자/활동/정책

① 청년 문화활동의 범위 : 청년문화활동의 개념을 정의하고 이를 기반으로 청년문화활동의 범위를 정의

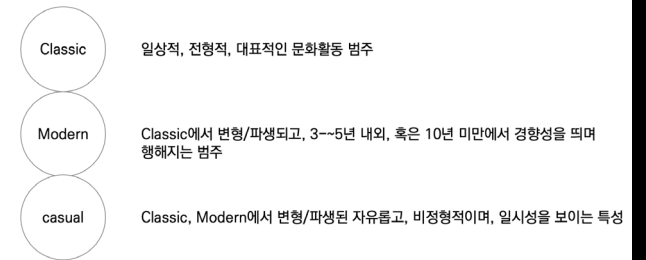
사례분석을 통한 청년문화활동 유형 도출 목적 도출



사례분석을 통한 청년문화활동 유형 도출 범주 도출



청년문화활동 범주



② 청년 문화/소비 트렌드 : 브랜딩 측면, 수요유형 행동요인 추출 측면으로 나누어 조사 진행. 라이프스타일 관점에서 트렌드에 대해 조사·분석 진행

③ 청년 문화/소비 활동 관련 연구 및 설문 사례

제목	내용	연구자	설문내용 및 참고자료
가족 구성 및 생애주기별 문화예술 향유 형태 분석	배우자 및 자녀의 유무, 그리고 자녀 연령대로 각 가족구성원의 형태를 분류하고, 문화예술관람 횟수에 영향을 주는 요인을 분석	박혜연 (2020)	'2016 문화향수실태조사' '2018 문화향수실태조사' 활용
문화예술 소비 다양성이 행복과 향유 증진에 미치는 효과	-유니보어(omnivore)* 지수가 증가 → 행복감 증가 -유니보어 소비가 행복감 증가에 미치는 영향력은 행복감이 높아질수록 배가됨. -디지털 매체를 이용한 문화예술 소비와 직접 방문을 통한 문화예술 소비 사이에는 긍정적인 상호관계가 존재. *유니보어 가설의 초기 연구에는 클래식 음악, 미술전, 연극 등을 순수예술로 대중 음악, 박물관, 영화 등을 대중문화로 구분. 유니보어(1990년대 등장)는 엘리트 집단일수록 순수예술과 대중문화를 넘나드는 폭넓은 문화예술 향유를 추구	박지라 (2024)	2022 서울사베이
청년세대에 지역 간 여가문화격차 인식에 영향을 미치는 요인 : 접근도, 여가선호도, SNS 이용도, 상대적 박탈감을 중심으로	청년세대에 여가는 자신을 표현하기 위한 하나의 수단에 해당하며 자신의 정체성 확립 및 자아를 실현할 기회가 될 수 있기 때문에 청년세대에게 여가활동이 갖는 중요성은 매우 큼. -여가 선호도는 접근도와 SNS 이용도에 정(+)영향 -상대적 박탈감은 지역 간 여가문화격차 인식에 옹(+)영향	정하림 (2020)	(p76-) 설문지 문항: 접근도, 여가 선호도, 이용도, 상대적 박탈감, 지역 간 여가문화격차 인식을 알아보는 5개의 유형과 기초응답 문항으로 구성
2024 서울 시베이 결과보고서	서울의 랜드마크, 상징적인 색상, 공공디자인에 대한 생각, 생활환경 만족도, 문화환경 및 여가생활 만족도, 행복지수, 여가시간의 균형, 문화환경 만족도, 문화활동 비용 및 횟수, 서울 시민으로서의 자부심, 10년 후 서울 거주 의향 등		(p499-) 조사표 부록
웨이파인딩(Wayfinding) 특성을 반영한 청년문화공간 계획에 관한 연구 -청년시장 활성화를 중심으로-	서울 경동시장, 1913송정역시장, 전주 남부시장, 전주 중앙시장, 한복 백년도깨비시장, 수원 영통시장, 신석 중앙시장, 제주 중앙로상점가를 웨이파인딩** 표현특성 분석을 커뮤니티 공간, 창업공간, 편의공간, 교육공간으로 나누어서 사례 조사하고 시각적, 형태적, 시각적 특성을 조사 **웨이파인딩(Wayfinding) 용어는 way와 find가 결합한 단어로 way는 길, 도로, 진로, 방향성을 의미하고 find는 찾다, 발견하다를 의미하며, 길 찾기, 또는 방향성을 찾는 행위로 설명	조진민 (2025)	

④ 구미시 청년 문화 정책(창작/소비/근로자 지원 분야)

구미시 청년 문화 정책 - 문화 정책, 청년 정책 분야에서 많이 다룸

구미시 청년 정책 中 문화·여가·건강생활분야, 청년활동, 소통분야

구미문화재단의 사업영역

- 문화예술지원 : 예술-기업연계사업 (아트워크닉)
- 문화예술교육 : 문화예술교육지원사업, 문화매개인력양성사업, 문화다양성 발굴사업
- 생활문화 : 원평동 문화S/W 사업, 생활문화도오아시스원, 생활문화공간지원, 구미문화산단 S/W사업
- 지역문화 자원화사업 : 지역문화로컬브랜드, 각산살롱운영
- 지역문화정책 : 지역문화 라운드테이블, 리빙랩, 도시문화거버넌스구축

- 2020년 이후, 문화예술, 청년문화활동, 근로자 문화활동 관련한 정책 및 지원사업에 대한 자료 (문화, 도시재생, 청년 부서 등 다양한 관련 부서 자료) 확보 필요

4-5. 가설검토 및 수립

가설검토·수립 | 구미시 가설 검토

- ① 구미 문화산단 계획 검토 : 기초자료조사 기반으로 구미 문화산단 제안 내용에 대해 검토. 정책적 목적 확인
- ② 구미 문화산단 추진 경과 검토 : 문화산단 사업중 추진 일정, 진행과정등에 대한 경과를 검토. 사업 의도 및 변경 불가 지점 확인

구미시 문화산단 계획



문화산단 관련 조달정보

조달정보 검색결과 전체 6건

No	단계구분	업무구분	사업명
1	개찰결과	용역	제한 구미문화선도산단 미디어아트 콘텐츠 개발
2	입찰공고	용역	제한 구미문화선도산단 미디어아트 콘텐츠 개발
3	입찰공고	용역	제한 구미문화선도산단 미디어아트 콘텐츠 개발
4	발주계획	용역	제한 구미문화선도산단 미디어아트 콘텐츠 개발
5	발주계획	용역	제한 구미문화선도산단 미디어아트 콘텐츠 개발
6	사전규격	용역	구미문화선도산단 미디어아트 콘텐츠 개발

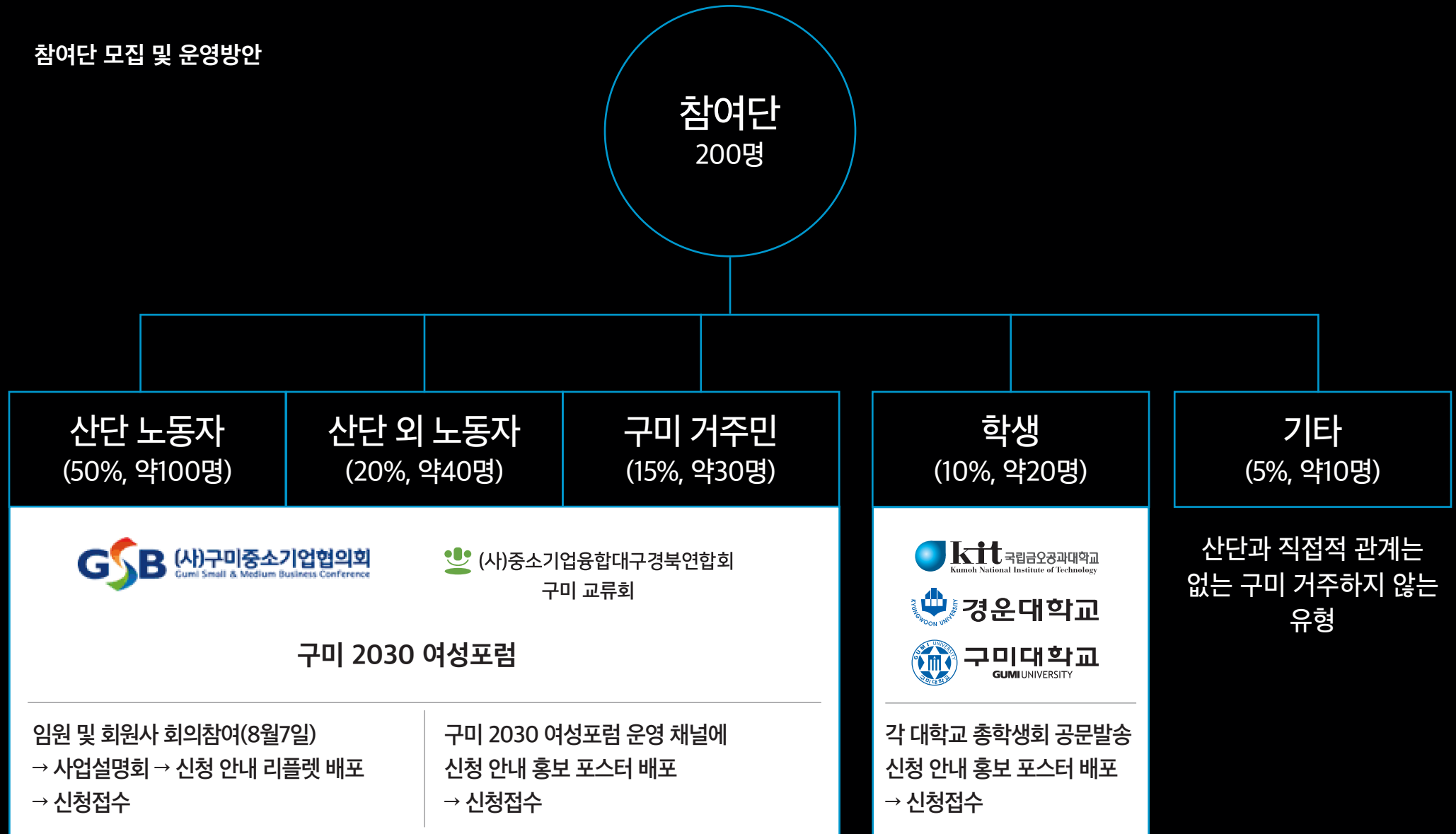
가설검토·수립 | 가설수립



- ① 주 유형·특징·요구사항등 방향 기준 정의 :
기초자료조사와 구미시 문화산단 계획 검토 내용을 토대로 가설수립의 방향 기준 정의
- ② 10가지 과제 가설수립 :
기초자료조사에서 발견된 인사이트와 구미시 문화산단 사업 진행 현황 그리고 수요 유형과 특징, 요구사항이 반영된 10가지 과제 가설수립 진행

4-6. 참여단 모집 및 운영 관리

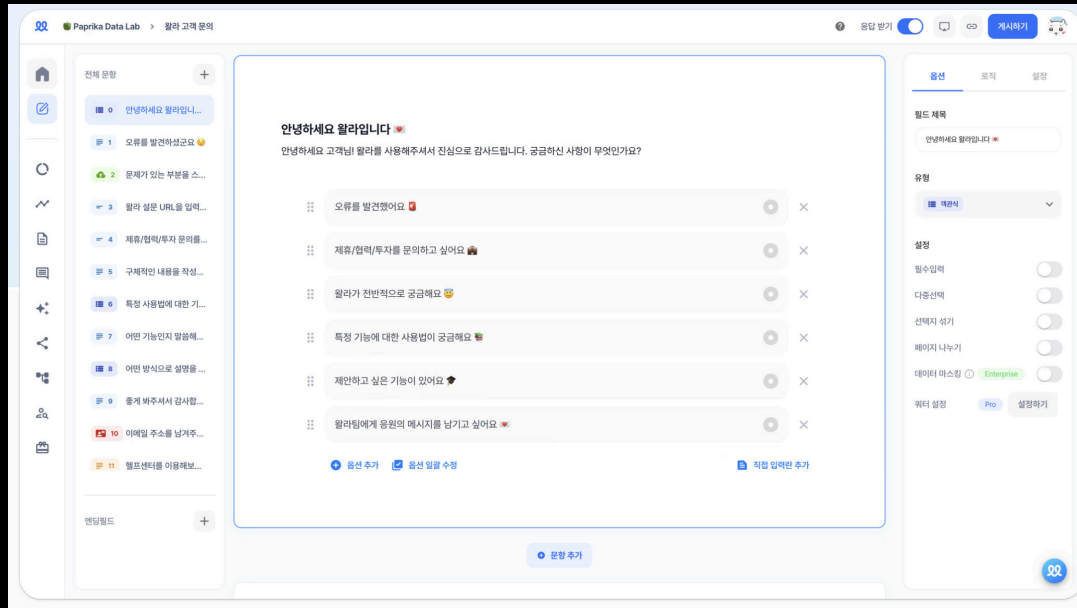
참여단 모집 및 운영방안



4-6. 참여단 모집 및 운영 관리

참여단 모집 및 운영방안

시 온라인 기반 설문조사 플랫폼을 활용



1. 응답자 조건 설정 및 모집

- 스크리닝 질문을 통해 조건에 맞는 참여단 모집

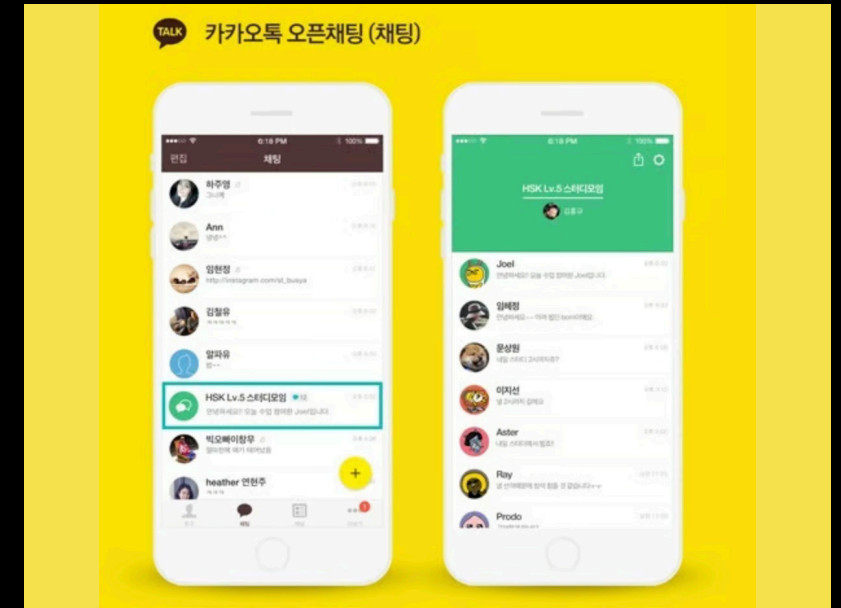
2. 설문 설계 및 진행

- 객관식, 이미지형 등 다양한 질문 형태를 사용하여 인식, 니즈, 라이프스타일 선호도 등을 조사

3. 실시간 응답 수집 및 데이터 시각화

- 응답 결과를 실시간으로 확인할 수 있으며 연령대별/성별/직군별/교차 분석
- 설문 결과를 그래프/표로 시각화하여 아이디어 도출 단계 등에서 활용

카카오톡 오픈채팅방 운영

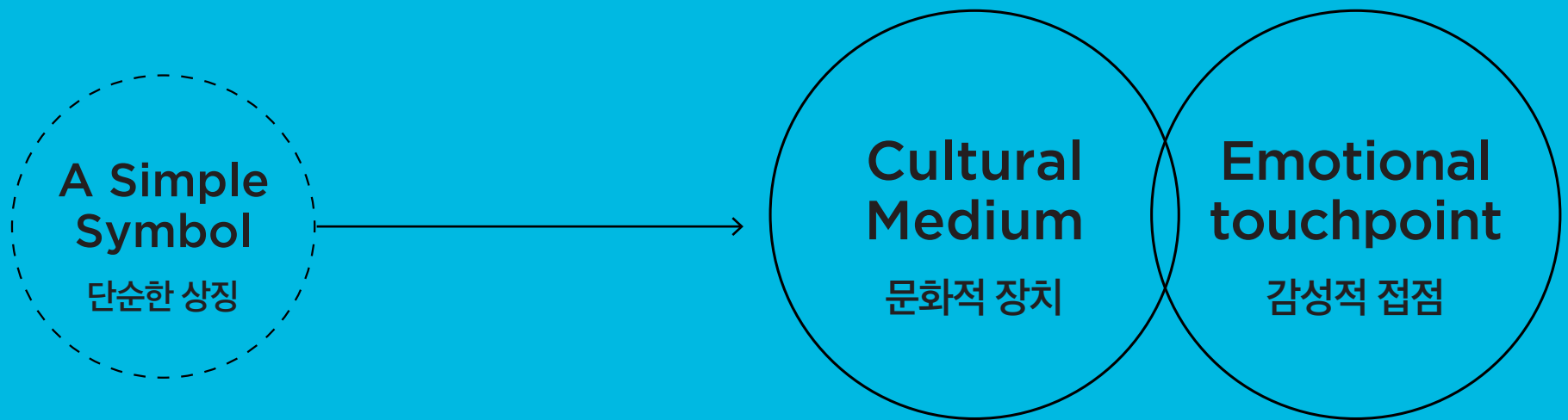


전체 / 분과별 채팅방 운영

모집된 200명의 참여단은 관심 주제 또는 유형에 따라 분과별로 나누어, 카카오톡 단체채팅방을 통해 지속적인 소통과 참여를 유도할 계획

- 30~40명 단위 소그룹 채팅방으로 공지 전달, 피드백 수집, 일정 안내 등 효율적 운영 가능
- 유사한 관심사나 문제의식을 가진 참여자끼리 묶이면 활발한 대화와 밀도 높은 소통 가능

GUMI ROUNDERS



‘구미 라운더스’는 참여 청년들의 정체성, 연대감, 몰입도를 높이기 위한 문화적 장치이며 낯선 리빙랩을 일상의 문화로 연결하는 감성적 접점을 형성

4-6. 참여단 모집 및 운영 관리



GUMI ROUNDERS

운영체제도

지역 참여단

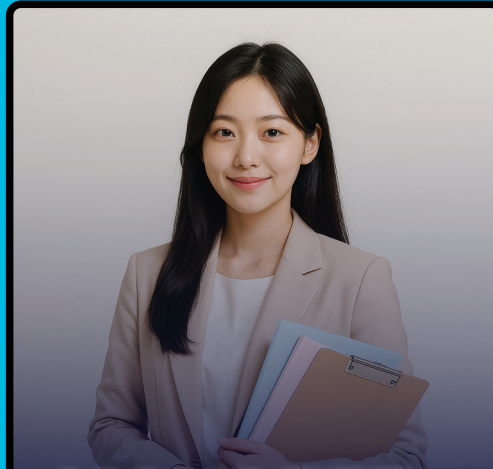
서비스디자인 연구진



PLAYER

참가자

수요자로서의 관점, 의견, 아이디어 제안
직접 조사 활동 수행



MANAGER

지자체담당자

아이디어 현실반영 가능성 검토
리빙랩 우수 사례 개발 및 확산



ADVISER

분야 전문가

컨소시엄통해 과제에 맞게 선정
도출된 아이디어에대한 전문지식 제공



DIRECTOR

서비스디자이너

팀 리더로서 서비스디자인 교육
리빙랩 운영 및 개발진행



STARTER PACK

라운더스로서 첫 시작을 알리는 웰컴 키트

- ✓ 정체성 & 소속감 부여
- ✓ 리빙랩 활동 몰입유도
- ✓ 브랜딩효과

- 참가자에게 라운더스로서의 정체성을 부여하는 온보딩* 키트로 작용, 활동 몰입도를 자연스럽게 높임.
- 포스터, 영상, SNS, 현장 사진등에서 노출되며 라운더스 정체성 일관된 시각적 자산이 됨.

(온보딩* : 팀원이 새로운 조직에 빠르게 적응하고, 업무에 능숙하게 참여할 수 있도록 돕는 과정)

4-7. 1차년도 5회차 워크숍 운영계획

			워크숍 운영 내용		
1차	청년디자인 리빙랩 이해하기	청년문화의 경험과 이슈를 공유하며 리빙랩의 방향과 목표를 함께 설정하는 단계	1. 오리엔테이션 및 리빙랩 소개	2. 라운드테이블 - 청년문화의 문제 인식 및 맥락 탐색	3. 리빙랩 전체 운영 계획 공유
2차	현장 스케치를 통한 문제 인식 확장	현장을 직접 보고 공간적· 문화적 자원을 인식하고 문제의 단서를 찾는 단계	1. 방림방직 현장 방문	2. 사진 찍기를 통한 공간 매력 요소 발견	3. 알고 있는 이야기 자원 공유
3차	영감 얻기① - 산업문화투어	산업문화유산을 체험하며 인사이트를 도출하는 단계	1. 구미 산업문화 투어 경험	2. WOW & PAIN 포인트 찾기	3. 인사이트 도출 (산업문화유산 활용 측면)
4차	영감 얻기② - 선진사례 경험	구미문화산단 활용을 위한 벤치마킹 및 아이디어 자극 단계	1. 선진사례 공간 및 콘텐츠 체험	2. WOW & PAIN 포인트 찾기	3. 구미문화산단 활용 관 점 인사이트 도출
5차	아이디어 도출 및 정리	아이디어 도출 및 실행 기반 구체화	1. 실험 아이디어 도출	2. AI 생성 툴 활용 - 아이디어 시각화	3. 스토리보드 만들기 & 기획서 정리

4-8. 1차 워크숍 세부계획

사전 준비



기초자료조사

- 환경·공간 조사 분석
- 트렌드·정책 조사 분석
- 수요자 조사 분석



참여단 모집 및 운영

- 200명 참여단 모집 및 운영

1차 워크숍 : 구미, 청년디자인리빙랩 이해

아이스브레이킹

- 자기소개 & 지원동기 & 기대 사항 이야기

구미문화산단 청년리빙랩 브리프

- 기초자료조사 기반 자료 공유
- 리빙랩 운영 컨셉과 진행 일정 공유

라운드 테이블 : 참여중심 토론

- 청년 문화에 대한 접근
- 리빙랩을 통해 알고싶은것

다음 워크숍 운영 계획, 일정 협의

- 2차 워크숍 계획과 일정 협의

2차 워크숍 : 현장스케치



- 주요대상지인 방림방직 현장 방문
- 공간적 매력 자원 탐색
- 경험에 의한 이야기 자원 공유

발대식 이후 참여자들을 대상으로 청년디자인리빙랩
오리엔테이션 성격의 1차 워크숍 진행

4. 리빙랩 운영 계획

4-9. 현장견학 계획

현장견학 | 워크숍 참여자를 바탕으로 문화산단, 재생, 문화 플랫폼 관련 현장을 견학

TRACK A

구미시 산업문화투어



TRACK A : 구미 산업유산 장소를 방문하고 이와 관련 된 스토리콘텐츠를 가이드의 해설로 들을 수 있는 스토리가이드형 투어.

TRACK B

부산 도도수영 해설프로그램

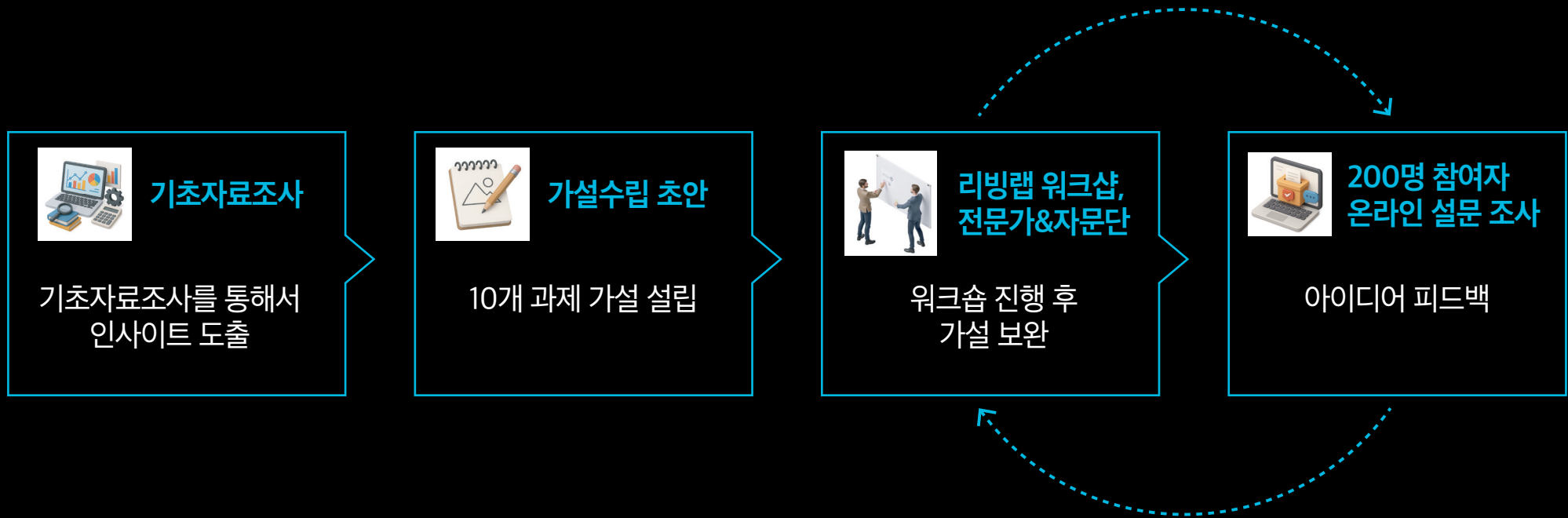


TRACK B : 부산 수영구의 도시재생 장소를 투어하는 프로그램. 산업현장을 복합문화공간으로 탈바꿈한 F1963이 포함된 코스.

워크숍 진행과 아이디어 도출 방향에 따라 워크숍 참여자 대상 맞춤형 현장견학 진행

4-10. 설문조사 계획

수요자 니즈 중심, 요구이해의 적합성 확인



아이디어 구체화와 다각도의 피드백 확보를 위해
200명 참여자를 대상으로 AI 기반 온라인 설문조사를 지속적으로 시행

4-10. 설문조사 계획

10개 과제 솔루션 중심, 아이디어 적합성 확인

1



10가지 과제 가설수립

이전 과정의 피드백을 반영하여
가설을 수정하고 최종 10가지 과제
가설 정리

2



시나리오 및 이미지화

도출된 최종 가설에 대해 시나리오를
구성하고 이를 기반으로 이미지 카드를
제작하여 설문 조사의 기반 마련

3



아이디어 적합성 확인

제안된 이미지 카드 기반으로
A/B테스트 형식의 설문을 진행하고
최종 10가지 과제 선별

아이디어 적합성 확인

A



야외 시네마

청년들이 빈백에 둘러앉아,
스포츠경기 또는 영화를
다함께 관람하는 공간

안락한

열정적인

B



야외 펍

청년들이 퇴근후 방문하여,
업무 스트레스를 풀거나,
동료간에 친목을 다지는 공간

트렌디한

흥겨움

5-1. 결과물 개발(안)

프로토타입

디자인 렌더링

아이디어를 디자인하고 렌더링 하여 결과물을 시각화하고 이를 통해 이해관계자 간의 소통을 원활하게 함

**야외 시네마**

청년들이 빈백에 둘러앉아,
스포츠경기 또는 영화를
다함께 관람하는 공간

안락한

열정적인

**야외 펍**

청년들이 퇴근후 방문하여,
업무 스트레스를 풀거나,
동료간에 친목을 다지는 공간

트렌디한

흥겨움

**야외 스튜디오**

컨셉촬영, 셀프촬영 등을
체험해 볼 수 있는 공간

간편한

감성적인

**코인 세탁방**

청년들이 작업복이나 개인
의류를 세탁하며, 대기시간동안
휴식이 가능한 공간

간편함

깔끔한

**휴식 라운지**

청년들이 신체의 피로를
안마의자등을 통해서
휴식할 수 있는 공간

힐링

차분함

**VR 룸**

업무 속 쌓인 스트레스를 해소
하거나 경험해보지 못한
새로운 체험을 할 수 있는 공간

최신기술

이색체험

5-2. 결과물 사업화 방안

리빙랩 결과물
서비스·제품으로 전환

단순 아이디어 →
실행 가능한 서비스/콘텐츠
공간 운영 모델로 구조화

결과물

사업화

참가자들이 제안한
문화 프로그램

예시)
'산단 힐링 클래식 나잇' 작은 공연과
명상 프로그램을 팝업 형태로 시범 운영

매달 1회 운영, 다양한 클래식·
재즈·힐링 음악팀과 연계

정기 운영 가능한
기획형 콘텐츠

구미시 청년문화정책, 기업 후원과
연계하여 지속 운영 콘텐츠로 발전

참가자들이 제안한
감정기록 앱

예시)
청년의 감정과 스트레스를
관리해주는 감정기록 앱 개발

산단 위치 기반 콘텐츠 푸시
사용자 베타 운영 후 확장

리빙랩 IP의 서비스화

자체 콘텐츠 유료 구독 모델 가능
리빙랩 IP의 서비스화

지속 가능한 수익모델
또는 운영모델 제안

지속 운영 가능한 구조로
리빙랩 결과가 일회성으로
끝나지 않도록 하는 것이 핵심

콘텐츠를 시민 대상
프로그램으로 확대해서 운영

예시)
소그룹 중심의 퇴근 후
소셜클럽 '산단살롱'을 제안

퇴근 후 드로잉클래스,
혼밥요리교실, 산단 북토크 등

유료화 프로그램으로
지속운영

참가비 소액 유료화, 시범 운영 후
청년 문화 프로그램으로 지속 운영 가능

정기 커뮤니티 운영

예시)
리빙랩 이후, 이를 기반으로
'구미컬처클럽' 커뮤니티로 성장

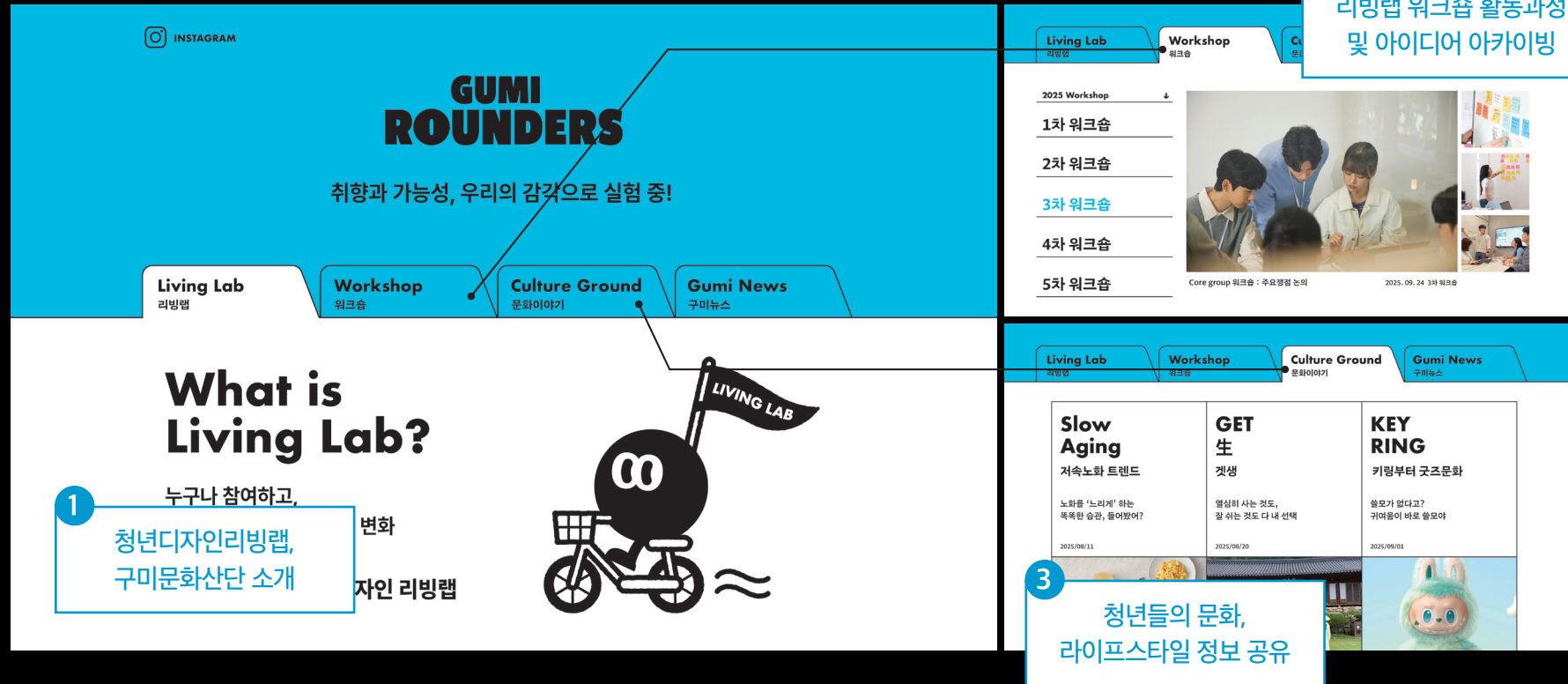
월 1회 정기 모임 및
분기별 1회 문화행사 주최

공공지원과 청년기획자
운영 병행

구미시 청년정책 사업, 문화도시사업
등과 연계해 공공재원 확보

6-1. 성과물 관리 방안

1. 구미문화산단 청년 디자인 리빙랩 아카이빙 웹구축



· 웹 운영 목적

과정/성과
공유체계적
기록자료
보존

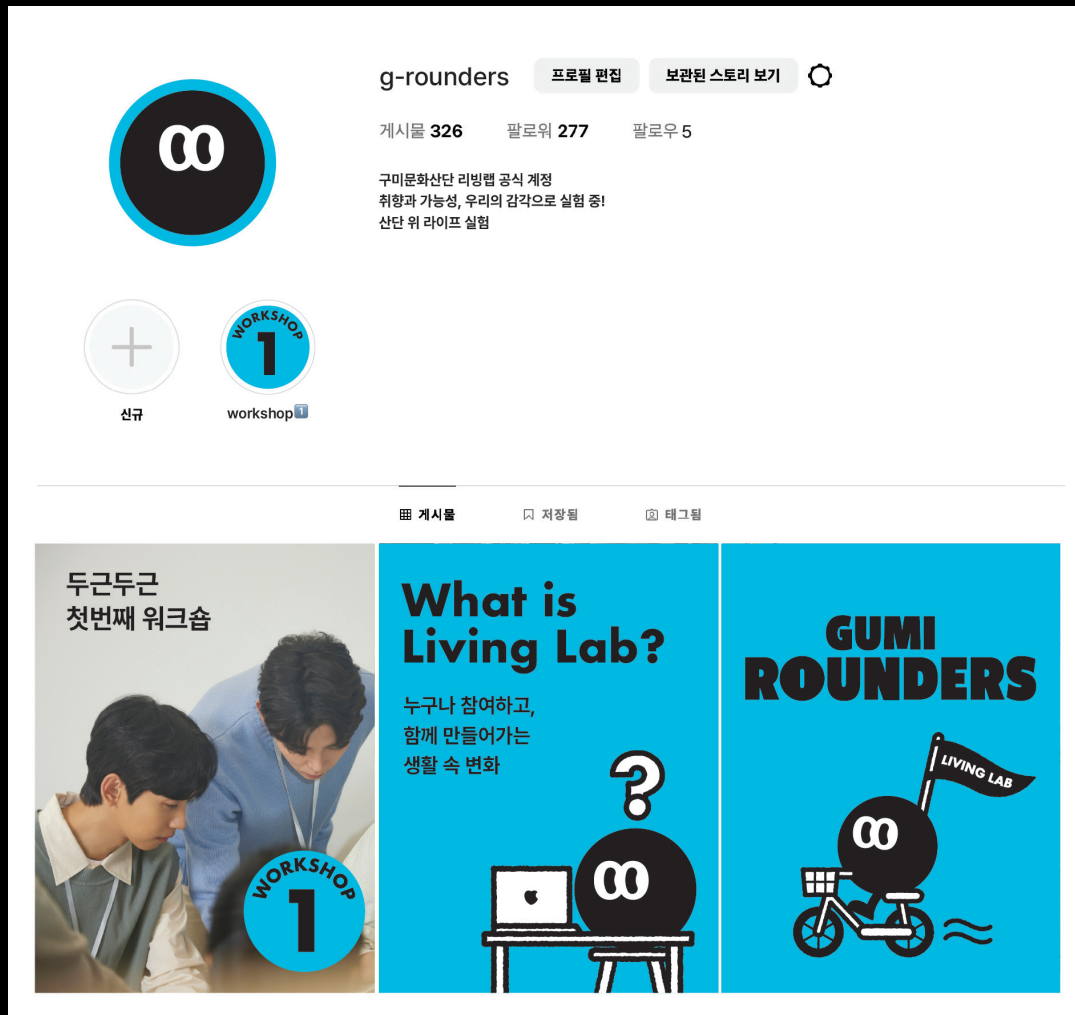
장기 보존·공적 기록
리빙랩의 전 과정을 공식적으로
정리·보존하여 참고 자료로 활용

· 업로드 콘텐츠

리빙랩
워크숍 과정문화
이야기지역
행사&뉴스

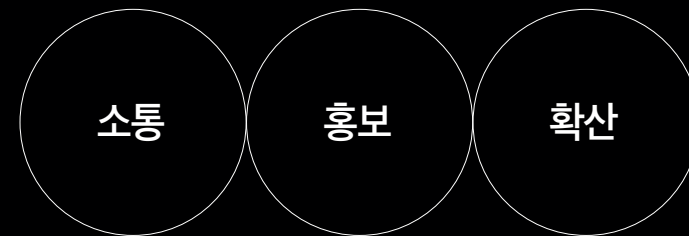
6-1. 성과물 관리 방안

2. 리빙랩 활동 확산 및 성과 공유를 위한 SNS 채널 운영



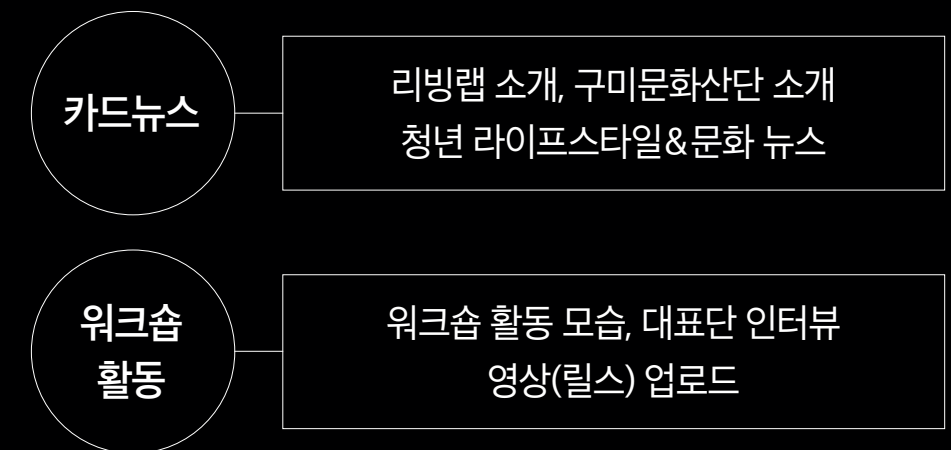
- 인스타그램 계정 개설 청년층 및 시민들과의 접근성과 소통력을 높이기 위해 SNS 중 활용도와 확산력이 높은 인스타그램을 채널로 선택

· SNS 운영 목적



실시간 반응·확산 중심 리빙랩 운영 과정과 성과를 소통하고, 참여와 공감을 확산하기 위함

· 업로드 콘텐츠



6-2. 홍보 및 성과 확산 계획

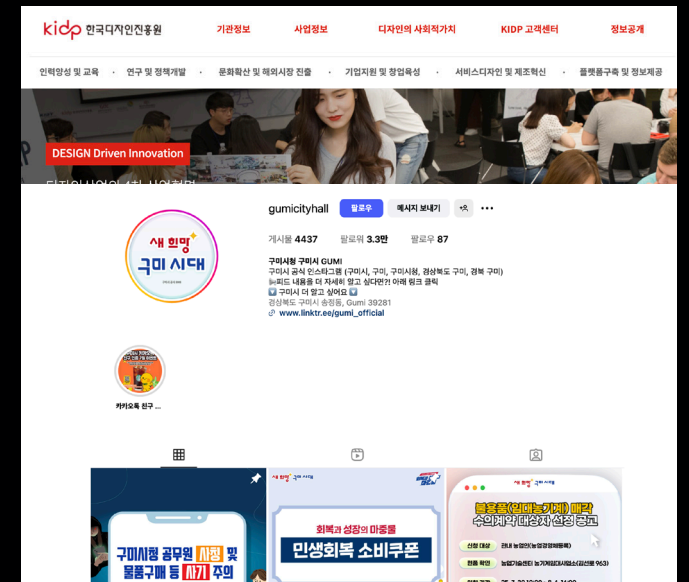
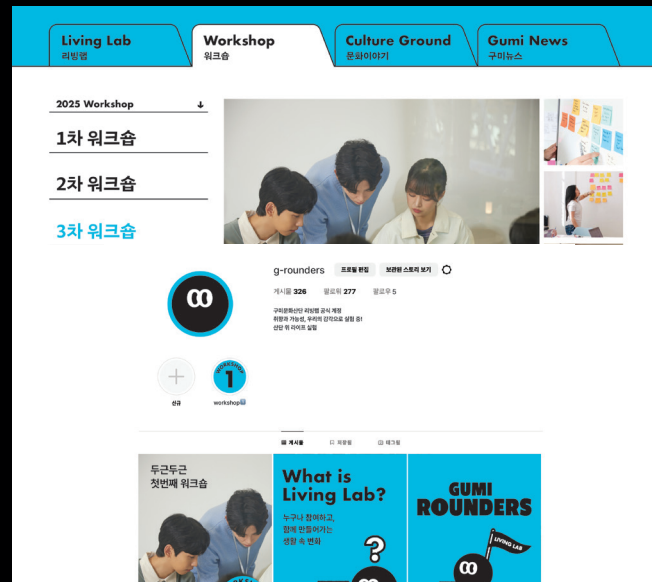
사전홍보

(지역참여단(200명), 산단 내 근로자)

아카이빙 웹 구축 및 홍보

구미문화산단
청년디자인 리빙랩 SNS운영

참여활동 실시간 홍보 및 확산



지역참여단 모집 및 홍보 리플렛 제작

지역 내 참여단 모집을 원활히 진행하기 위해
리빙랩 소개 및 참여 안내를 담은 홍보
리플렛을 제작·배포할 예정

아카이빙 웹, SNS 구축 및 운영

리빙랩 인지도 제고 및 활동 성과 공유,
4개년 활동 성과물 아카이빙

타 플랫폼 내 리빙랩 홍보

공공기관의 채널을 통한 홍보로 공신력 확보
한국디자인진흥원, 구미시 SNS 등
리빙랩 홍보 및 활동 참여 자료 배포 예정

구미산단 청년 디자인 리빙랩 운영 및 서비스 디자인 용역

구미형 문화·경험 리빙랩 운영 및 서비스디자인 사업을 통해
문화산단 브랜드와 놀거리, 즐길거리, 일할거리가 갖춰진
지속 가능한 구미산단으로 만들어가는데 함께하겠습니다.

감사합니다

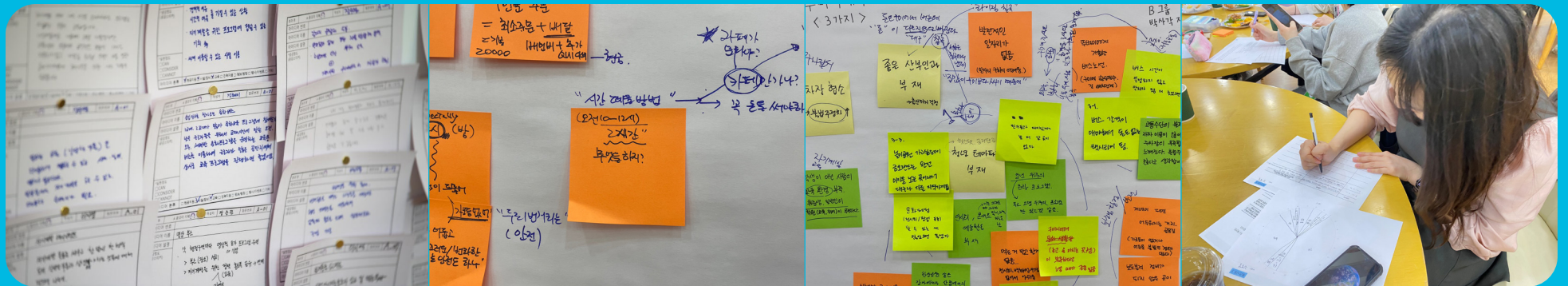
2-2. 대상지 문제진단

청년들의 공공 서비스 아이디어 방향이 문화복지 분야로 편중, 주거, 교육 분야보다 문화복지 분야에 대한 니즈 파악

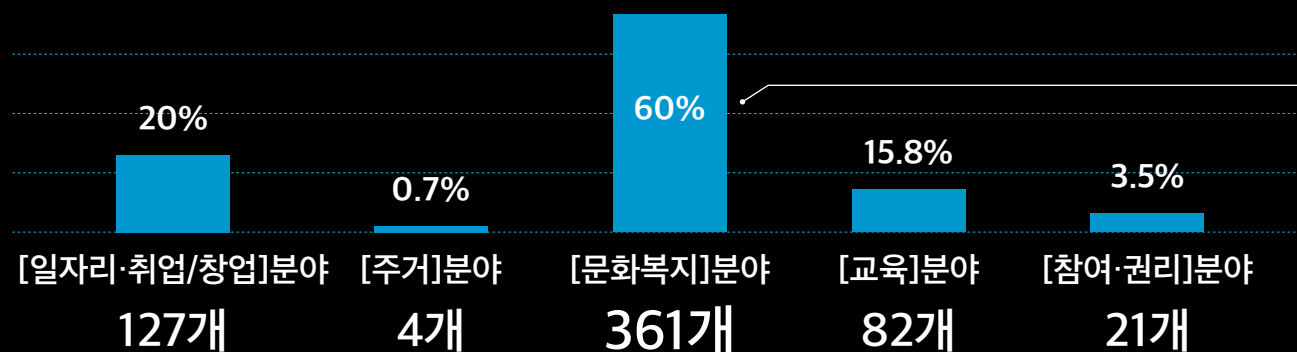


[구미시 인구 재구조화 대책 수립 연구용역] 2025.03~

도시 존립의 위기 예방을 위한 인구재구조화 대책 수립 차원의 여성 정책 개발 목표
구미 2030여성 포럼 운영을 통해 수요자 의견 수렴 및 이해관계자 소통의 장



수요자 100명을 대상으로 한 공공서비스디자인 워크숍 운영에 따른 정성 데이터 추출 참여자 스스로 제기한 문제에 대한 총 600여 개의 아이디어 도출



"구미는 할 것도, 놀 곳도 없어요.
구미에서 벗어나
서울, 대구 가서 써요."