

# 서비스디자인 프로세스를 활용한 어촌 관광 서비스혁신 사례 연구

A case study on fishing service innovation in fishing  
village using service design process

## 주저자

윤홍권 (Yoon, Hong-gwon) shsy3247@naver.com  
중앙대학교 대학원 문화예술경영학과 박사수료  
Ph.D Student of Chung-Ang University

## 교신저자

권혁인 (Kwon, Hyeog-in) hikwon@cau.ac.kr  
중앙대학교 경영경제학부 교수  
Professor of Chung-Ang University

투고일	2020.05.15	심사일	2020.07.22	게재확정일	2020.07.27
-----	------------	-----	------------	-------	------------

이 논문은 2018년 한국장학재단 대학원생 지원장학금 지원에 의해 작성된 논문임

# 서비스디자인 프로세스를 활용한 어촌 관광 서비스혁신 사례 연구

A case study on fishing service innovation in fishing  
village using service design process

## 목 차

1. 서론
    - 1-1. 연구목적 및 배경
    - 2-2. 연구방법 및 범위
  2. 이론적 고찰
    - 2-1. 어촌 개발 서비스 속성
    - 2-2. 해외 어촌 개발 선진 사례
    - 2-3. 서비스디자인 프로세스
  3. 후포항 서비스디자인 프로세스
    - 3-1. Discover(문제 발견)
    - 3-2. Define(문제 정의)
    - 3-3. Develop(서비스 개발)
    - 3-4. Delivery(서비스 전달)
  4. 결론
- 참고문헌

## Abstract

The purpose of this study is to explore and propose a fishing village tourism service innovation plan based on consumer experience using service design process. This study conducted a case study on Hupo Port, a small fishing village in Ganghwa Island. In order to

achieve the research objectives of this study, a service innovation plan was derived and proposed through problem discovery, problem definition, service development, and service process by using a representative service design method, 4D double diamond method. Hupo Port has a potential for service growth based on natural scenery, seafood, and tourist attractions, but there is a significant service gap. As a service attribute to make up the service gap and to innovate the service of Hupo Port, we derived parking and convenience facilities, sea views, and food service improvement and proposed improvement measures. This study is meaningful in that it proposes a small-scale fishing village and fishing port service innovation method using a service design method and a framework for this.

**keyword**

Fishing Village Tourism, Service Innovation, Service Design

**논문요약**

본 연구는 서비스디자인 프로세스를 활용한 소비자 경험을 중심으로 어촌 관광 서비스혁신 방안을 탐구하고 제안하는데 목적이 있다. 연구 목적 달성을 위해 본 연구는 강화도의 소규모 어촌인 후포항을 대상으로 사례연구를 진행했다. 본 연구의 연구목적 달성을 대표적인 서비스디자인 방법인 4D 더블다이아몬드 방법을 활용하여 문제 발견, 문제 정의, 서비스 개발, 서비스 과정을 거쳐 서비스혁신 방안을 도출하고 제안했다. 후포항은 자연 경관과 해산물, 주변 관광지를 바탕으로 서비스 성장 가능성을 지녔으나, 현재는 상당한 서비스 공백이 존재하는 것으로 나타났다. 서비스 공백을 해소하고 후포항 서비스를 혁신하기 위한 서비스 속성으로 주차 및 편의시설, 바다 경관, 음식 서비스 개선을 도출하고 개선 방안을 제안했다. 본 연구는 서비스디자인 방법을 활용해 소비자 경험 중심의 소규모 어촌-어항 서비스혁신 방안을 제안하고 이를 위한 프레임워크를 제안했다는 점에서 의미가 있다.

**주제어**

어촌 관광, 서비스혁신, 서비스디자인

**1. 서론**

1-1. 연구목적 및 배경

어촌은 수산물 생산 공간으로서 역할뿐만 아니라 다양한 공익적 가능성을 지니고 있다. 어촌은 바다 경관과 해산물을 기반으로 휴양, 힐링 기능과 낚시, 스킨스쿠버, 서핑 등의 각종 수상 레저 기능을 담당하며 국민 여가공간으로 자리하고 있다. 어촌지역은 농촌, 도시지역에 비해 고립된 공간적 특성을 가지지만<sup>1)</sup>, 덕분에 훼손되지 않은 건강한 생태환경과 자원을 보존할 수 있었다. 어촌의 우수한 생태환경과 자원은 우리사회에서 상당한 가치를 지니고 있으므로 반드시 유지·존속

되어야 한다.

그러나 어촌은 현재 초 고령화와 전체 인구의 0.3%만이 어촌에 거주하는 심각한 인구 문제로 정체성 유지에 어려움을 겪고 있다<sup>2)</sup>. 또한, 2045년에는 어촌의 4.2%가 소멸할 가능성이 높다는 연구가 보고되고 있으며<sup>3)</sup>, 해양수산부(2019, pp.1-69)<sup>4)</sup>의 제3차 어촌-어항 발전기본계획(2020~2024)에서는 어촌 492개 지역 중 284개(58%)를 소멸위험지역으로 분류했다. 이와 같이 어촌 지역은 상당한 사회적 가치가 존재함에도 불구하고 소멸 위기를 맞고 있다.

환경변화를 극복하고 어촌의 실질적 가치 개발을 위해서는 어촌의 관광 서비스 가치를 높이고 지역 경제

활성화를 도모해야한다<sup>5)6)</sup>. 정부는 농어촌 삶의 질 향상을 위해 5년간 51조의 예산을 배정하여 대대적인 재정지원을 계획하고 있다.<sup>7)</sup> 이와 같은 국가적 지원이 형식적 지원에 그치지 않고 어촌의 서비스 가치를 높이고 지역 경제 활성화에 기여하기 위해서는 고객 경험 중심의 서비스혁신 전략이 필요하다. 서비스 혁신은 소비자에게 서비스가 더 매력적으로 느껴지게 하기 위한 유용한 새로운 변화로 정의할 수 있는데<sup>8)9)</sup>, 어촌 경제 활성화를 위해서는 어촌 서비스 전반에서 이러한 혁신이 수행될 필요가 있다.

관광 산업에서 소비자 경험을 중심으로 서비스를 혁신하기 위한 전략으로 서비스디자인 프로세스가 다양한 연구에서 활용되어 왔으며, 이 연구들은 소비자 관점에 실제적이고 효과적인 서비스혁신 방안을 제안하고 있다.<sup>10)11)12)</sup>

따라서 본 연구에서는 위기에 처한 소규모 어촌을 위해 서비스디자인 프로세스를 통한 소비자 경험 중심 어촌 서비스혁신 방안을 제안하고자 한다. 연구목적 달성을 위해 어촌 소멸 위기지역으로 지정된 강화도의 소규모 어항인 후포항을 중심으로 연구를 수행했다.

### 1-2. 연구방법 및 범위

본 연구의 목적 달성을 위한 연구방법의 구성은 다음과 같다. 첫째, 어촌 개발 서비스 속성과 해외 선진 농어촌 개발 사례, 서비스디자인 방법론에 대한 선행연구를 분석했다. 둘째, 후포항 경제 활성화를 위해 서비스디자인의 4D(Discover-Define-Develop-Deliver) 프로세스에 따라 연구를 수행하였다. 1단계(Discover)에서는 SWOT 분석, 전문가 FGI, 소비자 설문조사를 실시하여 후포항의 서비스 공백 및 문제점을 발견하고자 했다. 2단계(Defice)에서는 Stakeholder Map, Consumer Journey Map을 활용하여 1단계에서 도출한 서비스 공백 및 문제에 대해 정의하고 소비자 니즈(needs)를 도출했다. 3단계(Develop)에서는 E3-Value와 Context Activity Modeling을 통해 소비자에게 가치와 만족을 줄 수 있는 서비스를 도출하고자 했다. 4단계(Deliver)에서는 Service Blue Print + Scenario Description Swimlanes를 통해 서비스를 개발하고 전달하기 위한 방안을 제안했다. 이를 통해 후포항 경제 활성화를 위한 관광 서비스 혁신 방안을 제안하고자 했다.

## 2. 이론적 고찰

### 2-1. 어촌 개발 서비스 속성

어촌의 실질적 가치 개발을 위한 다양한 선행연구가 수행되어 왔다. 이진희(2011, pp.43-53)<sup>13)</sup>는 어촌이 낙후되고 어업기능이 약화됨에 따라 대체사업으로 관광활동을 제안하면서 어촌 관광활동이 어촌 방문동기를 높일 수 있다고 보고했다. 이재형(2006, pp.151-167)<sup>14)</sup>은 소규모 어촌어항 개발과 관련하여 해양 생태환경을 활용한 체험서비스 개발과 제4섹터 방식의 자본 유치 즉, 정부와 지자체뿐만 아니라 민간기업의 투자를 늘릴 수 있는 전략 수립이 필요하다고 보고하였으며, 김보경과 양위주(2018, pp.121-137)<sup>15)</sup>는 지각된 품질, 지각된 비용, 지각된 편의성이 소비자 만족에 긍정적인 영향을 미치므로 어촌 경제 활성화를 위해서는 소비자 중심의 서비스품질 개선이 필요하다고 제안하기도 했다. 장양례 외(2011, pp.341-363)<sup>16)</sup>은 어촌의 관광 서비스 속성은 생태환경, 체험 프로그램, 숙박, 먹거리 서비스가 가장 중요한 속성으로 고려될 수 있다고 보고했다.

선행연구는 어촌의 양적, 경제적 발전을 위해서는 어업과 관련된 생산적 측면의 발전 보다는 생태환경과 체험 요소를 활용한 관광산업을 강화해야 한다는 점을 지적하고 있다. 관광산업 활성화를 위해서는 어촌의 관광 서비스 속성을 강화해야 한다. 구체적으로 선행연구에서 언급되고 있는 생태 환경, 음식, 숙박, 체험, 편의시설 서비스의 측면에 대한 서비스혁신을 고려할 수 있다.

### 2-2. 해외 어촌 개발 선진 사례

어촌 서비스 향상과 경제 활성화를 위한 서비스디자인을 위해 일본의 어촌·어항 개발 성공 사례를 분석하고자 했다. 우리나라와 지리적·문화적·사회적 유사성이 높고 해양관광거점 조성을 위한 어촌 개발 선진 국가로 거론되고 있다는 점에서 일본의 사례를 분석 사례로 삼았다.

시골 어촌·어항의 서비스 가치를 높여 경제를 활성화시키고 정주인구를 증대 시킨 사례로 나오시마섬, 아마초섬을 분석했다. 선진 사례의 서비스혁신 요인을 살펴보기 위해 이해관계자, 핵심자원, 서비스, 혁신 핵심요인을 분석틀로 활용했다. 나오시마섬과 아마초섬 서비스 분석 결과는 다음의 <그림 1>, <그림 2>과 같다.



<그림 1> 일본 나오시마섬 서비스

먼저 나오시마섬의 서비스 이해관계자는 어민, 민박업자, 외주민, 예술가, 지자체, 관광기업으로 나타났다. 이들은 협력을 통해 핵심자원인 예술작품, 지역민가, 바다 경관을 활용하여 다양한 지역 서비스 가치를 창출했다. 나오시마섬의 서비스 핵심요인은 주민 주도형, 외부 기업의 투자, 지역 자원의 활용, 지역 문화의 보존, 문화 예술의 접목으로 나타났다<sup>17)</sup>. 나오시마섬은 2015년 기준으로 전년 대비 정주민이 30% 증가하고 관광객이 138.1% 증가했다<sup>18)</sup>.



<그림 2> 일본 아마초섬 서비스

다음으로 아마초섬의 서비스 이해관계자는 어민, 식당업자, 외주민, 교육단체, 지자체, 가공·유통기업으로 나타났다. 이들은 핵심자원인 바다 경관, 오기소, 해산물을 바탕으로 지역 브랜드를 구축하고 관광업과 해산물 가공·유통 서비스 가치를 높여 지역 경제 활성화에 성공했다. 서비스 핵심요인은 주민주도형, 외부인 유인, 인재육성, 유통 개선, 지역 커뮤니티 구축으로 분석됐다. 아마초섬

은 2004년에서 2014년 10년 간 학생비율이 45% 증가하는 등 지속적 인구 증가 추세를 보이고 있다<sup>19)20)</sup>.

종합하면 해외 어촌 개발 선진지는 자연 경관과 지역 상품을 바탕으로 관광 서비스를 혁신하는 경향을 보였다. 방법적 측면에서는 지역 주민을 중심으로 다방면의 이해관계자가 협력을 통해 지역 서비스 경쟁력을 높이고 브랜드를 강화했다. 결론적으로 어촌 개발 사례의 핵심 성공요인은 지역 자연 자원의 활용 및 강화, 문화예술융합, 주민 주도의 서비스 협력 체계인 것으로 나타났다.

### 2-3. 서비스디자인 프로세스

서비스디자인은 비즈니스와 고객을 연결하는 방법 및 기술로서 새로운 경험을 가능하게 할 수 있는 비즈니스 가치 창출 도구로<sup>21)</sup> 여러 산업 분야에서 서비스 혁신 전략으로 활용되고 있다.

대표적인 서비스 디자인 프로세스는 4단계로 구성된 4D 더블 다이아몬드 모델이다. 이 모델은 발견(Discover), 정의(Define), 개발(Develop), 전달(Deliver)의 4단계로 구성 된다<sup>22)</sup>.

첫 번째 발견 단계에서는 문제를 발견하는데 목적이 있다. 서비스에 대한 대·내외 속성을 분석하고 소비자 요구를 파악하여 서비스 디자인 목표를 설정한다.

두 번째 정의 단계에서는 서비스 문제를 정의한다. 서비스 맥락 전반에서 개입되는 다양한 서비스 속성과 그에 대한 소비자 심리를 분석하여 문제를 도출하고 문제에 내재된 소비자 니즈를 정의하는 단계다.

세 번째 개발 단계에서는 문제를 해결하기 위한 아이디어를 도출한다. 이때, 최대한 많은 아이디어를 바탕으로 최적의 아이디어를 도출하는 것이 중요하다. 아이디어를 시각화하고 구체화 하는 단계로 서비스혁신 방안을 개발하고 아이디어를 향상시키는 단계다.

마지막 전달 단계에서는 최종적인 서비스혁신 방안을 도출하고 이를 평가한다. 서비스 가이드라인을 마련하고 서비스를 실행하고 전달하는 단계이다.

각 단계별 서비스디자인 툴(Tool)은 국내·외 기업 및 단체는 제품과 서비스에 따라 다양하게 존재하므로<sup>23)</sup> 연구의 주제에 따라 가장 적합한 서비스디자인 툴을 적용할 수 있다. 본 연구에서 활용한 서비스디자인 툴은 아래의 <표 1>과 같다.

<표 1> 서비스디자인 프로세스

	1단계 발견	2단계 정의	3단계 개발	4단계 전달
목표	문제 발견 목표 설정	문제 정의 니즈 정의	서비스 개발	서비스 전달
디자인 인들	SWOT 전문가 FGI 소비자 설문조사	Stakeholder Map Consumer Journey Map	E3-Value Context Activity Modeling	Service Blue Print + Scenario Description Swimlanes

Discover 단계에서는 현장 분석을 위해 후포항 인구 및 정주환경 현황과 SWOT분석을 실시하여 서비스 디자인 제안을 위한 기초자료를 수집했다. 이어 선행연구와 해외 선진사례 분석, 후포항 현장 분석 결과를 바탕으로 전문가 FGI(Focus Group Interview)를 실시했다. 이를 통해 후포항 관광 서비스속성과 문제점을 발견 하고자 했다. 또한, 소비자 설문조사를 실시하여 소비자 만족을 예측할 수 있는 중요한 서비스품질을 도출하고자 했다. Discover 단계 분석 결과를 바탕으로 Define 단계에서는 Stakeholder Map을 통해 후포항 서비스 과정과 이해관계자를 시각화하고, Consumer Journey Map을 통해 상황별 소비자 심리상태를 시각화하여 서비스 공백과 이에 개입되는 이해 관계자를 도출하고자 했다. 이어 Develop 단계에서는 E3-Value를 통해 후포항이 지향해야 할 서비스혁신 목표 가치를 도출했다. 이후 Deliver 단계에서는 Blue Lane과 Scenario Description Swimlanes을 통합한 Blue lanes 방법을 활용하여 통합적 관점에서 후포항 관광 서비스 혁신 방안을 제안하고자 했다.

### 3. 후포항 서비스디자인 프로세스

#### 3-1. Discover(문제 발견)

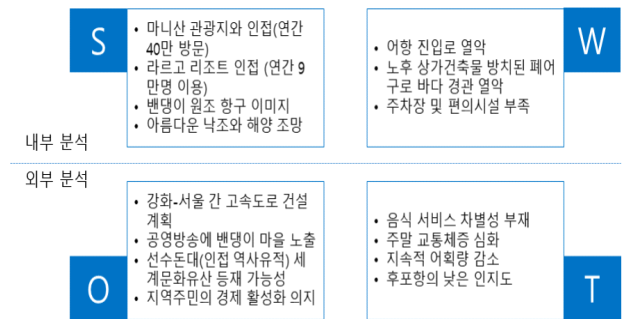
##### 3-1-1. 후포항 현황 및 SWOT 분석

후포항은 강화군 화도면 내리에 위치하고 있다. 화도면 인구는 4,457명, 내리는 823명이며, 지속적 총인구 감소와 유년 인구의 감소(14세미만 비율 5.64%)와 고령화의 가속화(65세 이상 비율 36.13%)를 겪고 있다<sup>24</sup>. 강화군(2019)<sup>25</sup>의 후포 밴딩마을 조성사업 기본계획에 따르면 강화군은 연간 20만명 수준의 관광객이 방문하고 있으며, 높은 검색지수를 보이고 있음에

도 후포 지역은 혜택을 받지 못하고 있다. 반면에 후포항은 소원바위, 바다, 갯벌, 낙조 해안, ‘밴딩이 마을’ 브랜드, 우수한 주변 관광 자원을 보유하고 있다는 점에서 강점을 지니고 있다. 강화군(2018)<sup>26</sup> 조사에 따르면 강화군을 찾는 소비자는 자연 및 풍경 감상(69%)에 가장 높은 가치를 두는 것으로 나타났으며, 다음으로 음식(61%), 휴식/휴양(58%)에 가치를 두는 것으로 나타났다. 이는 후포항이 가진 자원을 고려 할 때 힐링·휴양·식도락 관광서비스를 중심으로 지역 활성화 가능성을 충분히 보유하고 있다고 판단할 수 있다.

상기한 현황을 바탕으로 후포항 SWOT 분석을 실시한 결과는 다음의 <그림 3>과 같다.

후포항의 강점은 우수한 관광자원과 인접하였다는 점, 밴딩이 원조 항구라는 이미지가 있다는 점, 아름다운 낙조와 해양 조망으로 알려져 있다는 점으로 나타났다. 반면 어항 진입로가 명확하지 않으며, 노후 상가와 어구가 바다 조망을 해치고 있다는 점과 주차장 등 편의시설이 열악하다는 점이 약점으로 지적된다.



<그림 3> 후포항 SWOT 분석

다음으로 서울-강화 고속도로가 개통 될 것이라는 점과 주변 유적인 선수촌대의 세계유적 등재, 지역주민의 경제 활성화 의지를 기회요인으로 볼 수 있다. 마지막으로 음식서비스의 차별성이 부족하다는 점과 주말 교통체증의 심화, 지속적 어획량 감소, 낮은 인지도가 위협 요인으로 지적된다.

##### 3-1-2. 전문가 FGI

어촌 개발 선행연구 분석과 해외 선진 사례 분석, 후포항 현황 분석을 바탕으로 후포항 서비스의 문제점을 파악하고 목표를 설정하기 위해 전문가 FGI를 실시

했다.

전문가는 경영·경제학부 교수 1명, 농어촌 컨설팅 전문가 2명과 연구자 2인으로 구성했으며, 연구팀은 함께 후포항을 방문한 후 총 2회의 FGI를 실시했다. FIG 결과 도출된 서비스 속성 및 문제점은 아래의 <표 2>와 같다. 어촌 개발 속성으로는 바다 및 환경 조망, 음식 서비스, 숙박 서비스, 편의시설이 도출됐으며, 이를 중심으로 후포항 서비스 공백 및 문제점을 집중적으로 논의하여 도출했다.

<표 2> 후포항 서비스 속성 및 문제점 분석

서비스 속성	문제점
바다 및 환경 조망	방치된 어획 장비 및 쓰레기
	노후된 상가건축물
	바다 인근 불필요한 구조물
	폐건축물의 미관 훼손 해안 산책로 부재
음식 서비스	대표메뉴 부재 및 차별성 부족
	접객 매뉴얼 부재
	인테리어 서비스까지 부재
	체험적 가치 부재(오픈주방 등) 가격 경쟁력 부족
숙박 서비스	인테리어 서비스 가치 부재
	낮은 객실 품질
	낮은 가격 경쟁력
	낮은 접객 서비스 문화적 가치 부재(게스트파티 등)
편의시설	주차공간 부족
	후포항 진입로 안내 불분명
	진입로 횡단보도 부재
	해안도로 차량 진입 곤란 편의시설(카페, 휴식시설 등) 부족
홍보	지역 축제와 연계 홍보 부재
	주민 직업 홍보 부재
	소비자 혜택 중심 마케팅 부재
	소비자 데이터 수집 전략 부재
체험 서비스	특화 체험 서비스 부재
상품 서비스	벤딴이 젓갈, 디포리 상품 경쟁력 부족
	가공 관련 기술력 부족
	유통 전략 부족
	신뢰 확보(품질 인증 등) 전략 부재

전문가 FGI 분석 결과 후포항 서비스 속성 전반에서 상당한 서비스 공백이 발생하고 있는 것으로 분석됐다. 바다 및 환경 조망에서는 방치된 쓰레기와 폐 건축물, 불필요한 구조물이 바다 경관을 해치고 있다는 점이 지적됐다. 음식 서비스에서는 차별성과 역량이 부족한 것으로 지적됐다. 상품과 체험의 경우 서비스 가치가 부재하거나 미진한 것으로 나타났다. 숙박 서비스의 경

우에는 후포항 내 라르고빌 리조트가 연간 9만 명의 관광객을 조성하고 있으나, 주민 중심의 민박, 게스트 하우스, 펜션 등은 부재하거나 열악한 서비스 현황을 가진 것으로 분석됐다. 편의시설 또한 관광객이 만족할 만한 수준이 되지 못하고 주차, 안내, 도로 등의 편의 시설이 부재하거나 부족한 것으로 판단됐다. 홍보의 경우 다양한 지역 축제와 마니산 등의 풍부한 주변 관광 환경이 있음에도 불구하고 마케팅 전략이나 활동이 부재했다. 체험 서비스는 부재한 것으로 나타났으며, 상품 서비스는 경쟁력이 상당히 부족하고 제조된 제품이 방치되어 있는 등 상품으로서 가치가 없는 것으로 판단됐다.

### 3-1-3. 소비자 설문조사

어촌 관광에서 소비자 만족을 예측할 수 있는 서비스품질 속성을 도출하기 위해 소비자 설문조사 실시했다. 조사는 강화도를 방문한 성인을 대상으로 2020년 5월 2일부터 5월 16일 까지 총 2주간 진행했으며, 설문조사는 SNS(Social Network Service)를 활용하여 온라인으로 진행됐다. 분석방법은 소비자의 만족도를 예측하는 중요한 서비스품질이 무엇인지 검토하기 위해 바다경관, 음식, 숙박, 편의시설이 만족도에 미치는 영향을 다중회귀분석을 실시했다. 또한, 현재 강화도의 어촌 관광 서비스품질 수준이 어느 정도 인지 소비자 인식을 전반적으로 파악하기 위해 서비스품질 속성 간 대응 표본 t-검정(Paired T-test)을 실시했다. 이를 통해 소비자의 어촌 관광 서비스품질에 대한 인식과 만족도를 이끌어내기 위한 종합적인 제언을 도출하고자 했다. 분석에는 SPSS를 활용했다. 한편, 홍보, 체험 서비스, 상품 서비스는 사실 상 부재한 것으로 판단되어 소비자 만족도에 미치는 영향을 검토하는 것이 적절하지 않아 소비자 설문조사에서는 제외했다.

조사 참여자는 총 222명이었으며 남성이 95명(42.8%), 여성이 127명(57.2%)인 것으로 나타나 남성의 비율이 높았다. 나이는 30대(100명, 45%)가 가장 높은 비율을 차지했으며, 다음으로 50대(43명, 19.4%), 20대(41명, 18.5%) 순으로 높은 비율을 보였다. 학력은 4년제 대학교 재학/졸업(97명, 43.7%)이 가장 높은 비율을 보였다.

<표 3> 조사대상의 인구사회학적 특성별 분포

구분		빈도	비율(%)
전체		222	100
성별	남자	95	42.8
	여자	127	57.2
나이	20대	41	18.5
	30대	100	45.0
	40대	19	8.6
	50대	43	19.4
	60대 이상	19	8.6
학력	고졸	41	18.5
	2년제 대학 재학/졸업	45	20.3
	4년제 대학교 재학/졸업	97	43.7
	대학원이상	39	17.6

서비스품질은 서비스 과정에서 발생하는 전반적인 인식의 결과로 소비자가 인식하고 있는 서비스 기대치로 정의했으며<sup>27)</sup>, Petrick(2002)<sup>28)</sup>에 의해 제안된 지각된 서비스품질 진단도구를 중요한 어촌 서비스 속성으로 도출된 바다 경관, 음식, 숙박, 편의시설에 적용하여 사용했다.

<표 4> 진단도구의 탐색적 요인분석 및 신뢰도

요인	문항	차원					신뢰도
		factor1	factor2	factor3	factor4	factor5	
바다 경관	경관1		.790				.939
	경관2		.828				
	경관3		.823				
	경관4		.717				
음식	음식1					.699	.954
	음식2					.755	
	음식3					.762	
	음식4					.703	
숙박	숙박1	.812					.968
	숙박2	.825					
	숙박3	.824					
	숙박4	.809					
편의 시설	시설1			.800			.960
	시설2			.751			
	시설3			.724			
	시설4			.698			
만족	만족1	.767					.933
	만족2	.809					
	만족3	.794					
	만족4	.813					
	만족5	.784					

고객만족이 높으면 고객 충성도가 높아지고 이윤창출로 이어지므로<sup>29)</sup> 서비스품질과 만족도의 관계를 검토하고자 했다. 만족도 측정을 위해 Baker and Crompton(2000)<sup>30)</sup>이 제안한 만족도 척도를 수정하여

사용했다. 진단도구의 타당도와 신뢰도 검토를 위해 탐색적 요인분석과 Cronbach's  $\alpha$ 지수 분석을 실시했으며 구체적인 분석 결과는 위의 <표 4>와 같다.

총 21문항에 대한 탐색적 요인분석 결과 KMO=.943, Bartlett의 구형성 검정  $\chi^2=5796$ , 자유도=210,  $p<.000$ 로 연구에 사용된 요인과 자료가 적절한 것을 확인했다. 또한, 모든 문항에서 요인 적재치가 0.666이상으로 높게 나타나 판별 및 집중타당도가 있는 것으로 판단했다. Cronbach's  $\alpha$ 지수를 바탕으로 신뢰도 검토 결과 모든 요인에서 .933 이상의 높은  $\alpha$  지수를 보이는 것으로 나타 신뢰도에 문제가 없는 것으로 분석됐다.

다음으로 요인 간 다중공선성 검토를 위해 상관분석과 VIF 값 검토를 실시했다. 분석 결과는 아래의 <표 5>와 같으며, VIF값은 해당 요인 자리에 Bold체로 표현했다.

<표 5> 상관분석 및 VIF

연번	요인	1	2	3	4
1	바다 경관	<b>1.864</b>			
2	음식	.669**	<b>3.414</b>		
3	숙박	.571**	.755**	<b>2.955</b>	
4	편의시설	.593**	.778**	.775**	<b>3.231</b>

분석 결과 모든 요인 간 상관이 0.8미만, VIF 값이 5미만으로 나타나 다중공선성에 문제가 없는 것으로 분석됐다. 따라서 본 자료를 바탕으로 서비스품질이 만족도에 미치는 영향을 분석하는데 문제가 없는 것으로 판단했다.

어촌 서비스 속성의 품질이 만족도에 미치는 영향 분석을 위해 다중회귀분석을 실시했다. 이를 바탕으로 강화도 지역 어촌 서비스속성의 품질향상이 만족도에 미치는 영향을 검토했다. 분석 결과는 아래의 <표 6>과 같다.

<표 6> 서비스품질이 만족도에 미치는 영향

구분	독립변수	b( $\beta$ )	S.E.	t - value
H1	바다 경관	0.392(0.053)	0.467	7.464***
H2	음식	0.088(0.07)	0.107	1.265
H3	숙박	-0.009(0.065)	-0.011	-0.139
H4	편의시설	0.213(0.067)	0.262	3.183**

강화도 여행객은 바다 경관과 편의시설 서비스 품질을 높게 지각할수록 만족도가 높은 것으로 나타났다. 반면에 여행객의 음식과 숙박 서비스 품질 인식은 만족도에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

다음으로 서비스 속성별 서비스 품질 평균비교 분석을 실시했으며, 분석 결과는 아래의 <표 7>과 같다.

<표 7> 속성별 서비스 품질 평균 비교

구분	비교 요인	평균	S.E.	t - value
H1	바다 경관 ↔ 음식	.587	.067	8.823***
H2	음식 ↔ 숙박	.154	.058	2.663**
H3	숙박 ↔ 편의시설	-.030	.056	-.543
H4	편의시설 ↔ 바다 경관	-.712	.075	-9.549***

강화도 여행객은 바다 경관의 서비스 품질을 가장 높게 지각하는 것으로 나타났으며, 다음으로 음식, 숙박, 편의시설 순의 품질 인식을 보이는 것으로 나타났다. 이때 바다 경관은 세 속성에 비해 분명히 높은 것으로 나타났으며, 음식 또한 숙박, 편의시설에 비해 분명히 높은 품질 인식을 보이는 것으로 나타났다. 반면에 숙박과 편의시설은 비교적 낮은 서비스 품질 인식 수준을 보이는 것으로 나타났다.

종합하면 강화도 여행객의 여행 만족도를 예측할 수 있는 중요한 요인은 바다 경관과 편의시설이며, 이에 대한 서비스 품질을 높이면 소비자의 여행 만족도가 높아질 가능성이 크다는 점을 확인했다. 반면에 음식과 숙박 서비스 품질은 만족도를 예측하지 못하는 것으로 나타났는데, 이는 허영진, 이영진(2015)<sup>31)</sup>의 자연 자원성, 음식, 숙박, 안내 및 정보가 소비자에게 중요한 요인이라는 연구 결과와 일부 상반된다.

특히, 음식 서비스의 경우 숙박과 편의시설에 비해 분명히 높은 평균을 보임에도 불구하고 만족도에 영향을 미치지 못하는 것은 음식 서비스에 대한 기대치가 높기 때문인 것으로 추측할 수 있으며, 한편으로는 주변 지역에 비해 특별한 매력을 가지지 못하여 만족도에 미치는 영향력이 미미한 것으로 해석할 수 있다.

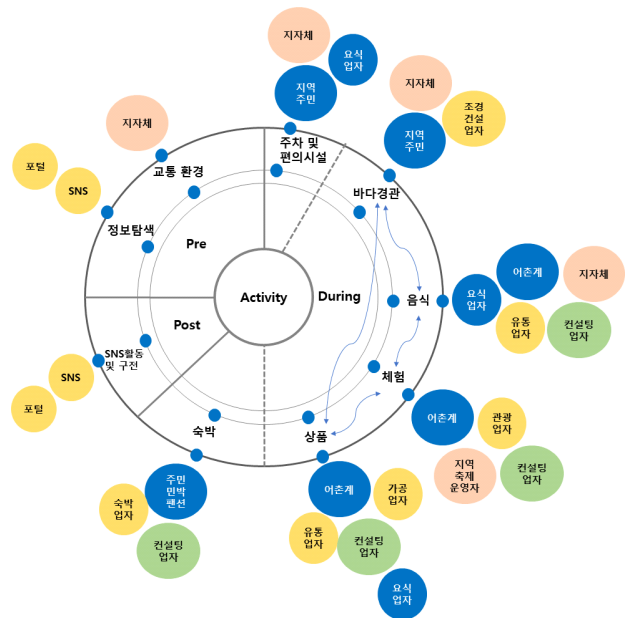
### 3-2. Define(문제 정의)

#### 3-2-1. Stakeholder Map

소비자의 후포항 방문 Cycle-Step을 바탕으로 후포항에서 발생하는 Step별 서비스 속성과 이해관계자를

파악하고 이들의 관계를 <그림 4>와 같이 시각화했다.

후포항 방문 전, 방문 중, 방문 후의 과정을 Pre, During, Post로 구분하여 각 과정에 개입되는 서비스 속성과 이해 관계자를 정리했다.



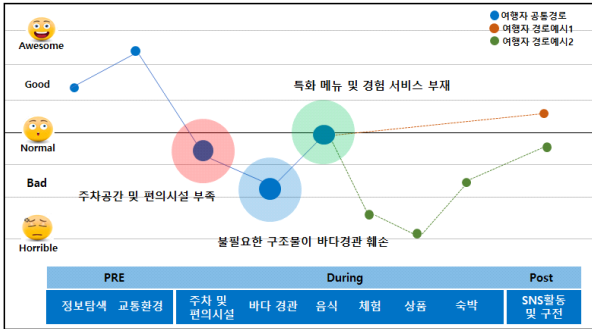
<그림 4> Stakeholder Map

소비자가 후포항 여행 과정에서 겪게 되는 서비스 속성으로 Pre 단계에서는 정보 탐색과 교통 환경, During 단계에서는 주차 및 편의시설, 바다 경관, 음식, 체험, 상품, 숙박 Post 단계에서는 SNS활동 및 구전을 분석의 틀로 삼았다. 특히 During 단계에서의 서비스 속성은 소비자에 따라 다양한 루트를 가질 수 있으므로 화살표로 순서에 순환되거나 변경 될 수 있음을 표현하고자 했다. 속성 별 이해관계자는 서비스 주체와 서비스 강화를 위해 협력이 필요한 이해관계자를 표현하고자 했으며, 푸른색은 지역주민, 붉은 색은 공공 및 지자체, 노란색은 민간, 초록색은 컨설팅 업으로 표현했다.

#### 3-2-2. Consumer Journey Map

후포항 여행자의 서비스 이용 시나리오를 구성해, 여행 과정 전반을 스토리텔링 방식으로 나열했다. 여행자 여정에 대해 공통경로와 2개의 예시 경로를 <그림 5>에 표현했으며, Discover 단계에서 도출된 내용 전반을 바탕으로 공통경로에서 3가지(주차 및 편의시설,

바다 경관, 음식) Pain Point를 도출했으며, 체험, 상품, 숙박의 경우 후포항 주민 중심의 서비스가 부재하고 소규모 여항에서 소비자 만족에 영향력이 낮다고 판단하여 Pain Point에서 제외했다.



<그림 5> Customer Journey Map

첫 번째로 후포항 주차 및 편의시설은 상기된 Discover 단계에서 주차공간과 편의시설이 부족하고 진입로 및 안내 현상이 열악하다는 점이 지적된 바 있다. 뿐만 아니라 소비자 분석에서 편의시설은 여행 만족에 유의미한 영향을 미치는 중요한 요인이라는 점에서 여행객에게 제공되어야 중요한 서비스 포인트로 판단된다.

후포항을 찾는 여행객은 SNS에 게시된 긍정적이고 매력적인 게시물과 즐거움 경험을 바탕으로 여행을 시작하여 수도권과 가까운 지리적 여건과 우수한 교통지만, 진입로 안내의 불명확성, 주차장 부족, 카페 및 휴식시설, 해변 산책로 등의 편의시설의 부재로 불편함을 겪고 있다.

두 번째로 후포항 바다 경관은 아름다운 낙조 해안, 갯벌 등의 우수한 자원을 가지고 있음에도 불구하고 불필요한 구조물이 바다경관을 훼손하고 있어 바다 경관 서비스품질을 저해하고 있다. 바다 경관은 강화도 여행자의 여행 동기와 만족에 가장 큰 영향을 미치는 요인이기도 하다는 점에서 반드시 개선되어야 한다. 후포항 여행자는 편의시설의 불편함에 이어 기대했던 바다 경관에서도 기대만큼의 만족을 얻지 못하고 있다.

마지막으로 후포항 음식은 지역 해산물, 특히 계절 해산물인 전어와 밴댕이를 중심으로 비교적 괜찮은 인지도를 가지고 있다. 그러나 전문가 FGI에 따르면 음식 서비스에도 상당한 서비스 공백이 존재하는 것으로 나타났다. 음식이 강화도를 여행하는 여행자의 동기에

서 두 번째로 높은 것으로 나타났으며, 소비자의 음식 서비스에 대한 기대 가치가 높다는 점을 고려할 때 음식 서비스혁신은 후포항 경제 활성화를 위해서 필요한 과제다. 후포항은 나름대로의 지역 인지도와 우수한 해산물 자원 등의 음식 서비스 성장 가능성을 내포하고 있으므로 특화 메뉴 및 체험 서비스 개발은 지역 경제 활성화 가능성을 높일 것으로 예상된다.

### 3.3. Develop(서비스 개발)

#### 3.3.1. E3-Value

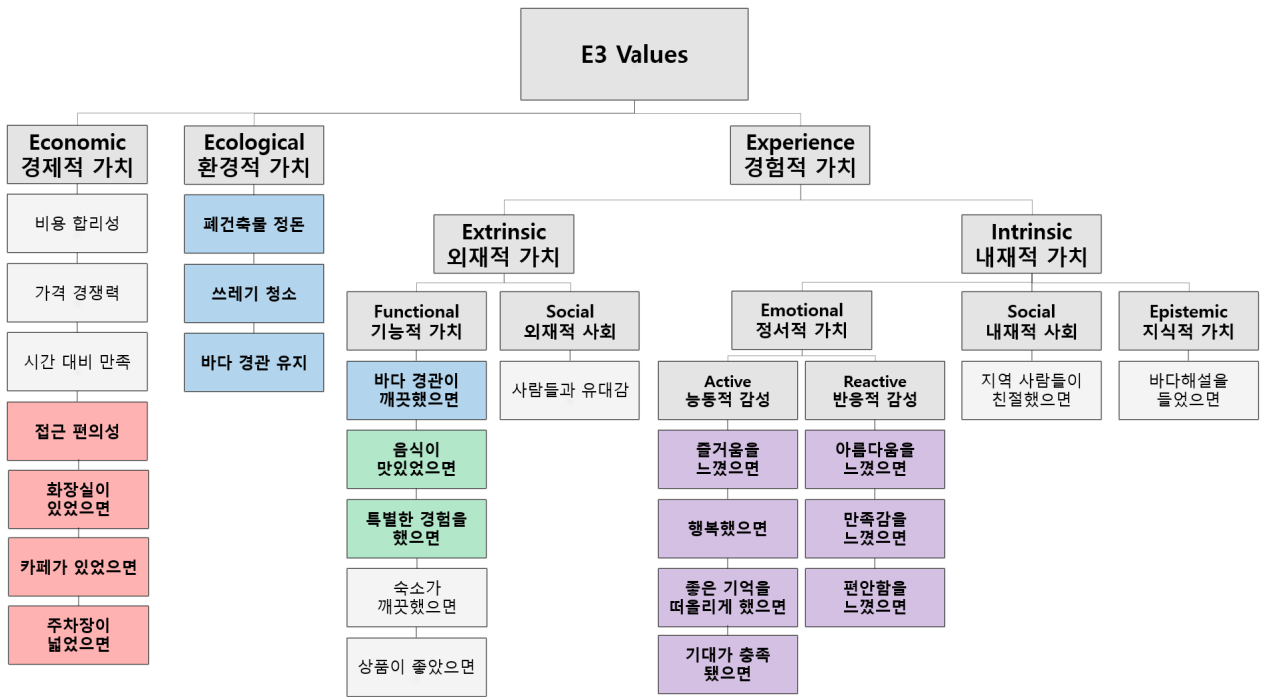
E-Value 분석을 통해 소비자 기대 가치 종합적으로 분석하는 가운데, Discovery와 Define 단계에서 정의된 후포항 여행 서비스 문제점에 대한 해결 방안을 제안하고자 했다. E-value 분석 결과는 아래의 [Fig. 6]과 같다. Pain Point로 정의된 주차 및 편의시설, 바다 경관, 음식 서비스에 대한 소비자 기대 가치를 차례로 붉은색, 파란색, 녹색으로 표현했다. 또한 세 가지 Pain Point에 대해 공통적으로 적용되는 정서적 가치 요소는 보라색으로 시각화했다.

먼저 첫 번째 Pain Point인 주차 및 편의시설에서는 경제적 가치의 측면에서 후포항 진입로 및 안내 등과 관련되는 접근 편의성을 개선하고 화장실, 카페를 유치하며, 주차장을 확장하여 편의시설 서비스 가치를 높일 필요가 있다. 두 번째 Pain Point인 바다 경관에서는 환경적 외재적 가치의 기능적 가치 측면에서 폐 건물 정돈, 쓰레기 청소, 바다 경관 유지, 바다 경관 청결이 중요하다.

세 번째 Pain Point인 음식에서는 외재적 가치의 기능적 가치 측면에서 음식 맛 개선과 특별한 경험이 필요하다는 점을 확인했다. 지역 해산물을 활용한 음식 서비스만으로는 소비자를 만족시키기 위한 경쟁력이 부족하므로 음식 서비스 개선은 소비자 만족을 위해 필요하다.

마지막으로 세 가지 Pain Point 개선에 있어서 소비

자 정서적 가치 요인을 종합적으로 고려할 필요가 있다. 소비자의 정서적 가치 인식과 만족이 재방문의도에 지대한 영향을 미치므로 32)33) 모든 서비스혁신은 소비자의 정서적 가치를 반드시 고려해야 한다는 점을 발견할 수 있다. 즉, 후포항 관광 서비스 개선 전반에서



<그림 6> E3-Value

소비자가 기대하는 능동적, 반응적 감성인 즐거움, 행복, 좋은 기억, 기대, 아름다움, 만족감, 편안함을 더해 주기 위한 고민이 필요해 보인다.

### 3-3-2. Context Activity Modeling

E3-Value에서 도출된 소비자 기대에 대한 개선 방안 도출을 위해 Context Activity Modeling을 실시했다. 이를 활용해 소비자 행동을 중심으로 행동 목적, 도구, 이해관계자, 만족수준, 이벤트, 환경을 도식화했다.

먼저 As-is Context를 도출했으며, 결과는 아래의 <표 8>, <표 9>, <표 10>과 같다. 분석은 세 가지 Pain Point에 대한 As-is, To-be Context를 통해 새로운 서비스 도입 전과 후에 상황을 정리했다.

주차 및 편의시설 관련 As-is Context에서 소비자는 마을전반에서 주차장, 안내시설, 편의시설 서비스 공백으로 인해 편안하게 후포항에 진입하기 어려웠고,

편의 해결이 원활하지 않아 불편함과 정신없는 심리상태를 겪었다.

<표 8> 소비자 주차 및 편의시설 관련 소비자 As-is Context

능동적 행위자	대상물	도구	목적
지자체			편안한 주차, 편의 해결
수동적 행위자	행동 목표		연관된 구조
소비자	편안한 후포항 진입 및 편의 해결		물리적 상황
			주차장, 안내시설, 편의시설 서비스 부족
제삼행위자	이벤트	환경	심리적 상황
지역주민, 요식업자		마을전반	불편함, 정신없음

바다 경관 관련 As-is Context에서 소비자는 마을 내 바다 주변의 바다 경관이 쓰레기, 불필요한 구조물, 폐건축물, 노후상가 방치로 인해 훼손되어 힐링·휴양의 감정을 얻지 못해 아쉬움과 불쾌함을 느꼈다.

<표 9> 소비자 바다 경관 관련 소비자 As-is Context

능동적 행위자	대상물	도구	목적
지자체			힐링·휴양
수동적 행위자	행동 목표		연관된 구조
소비자	바다 경관 향유		물리적 상황
			쓰레기, 불필요한 구조물, 폐건축물 노후상가 방치
제 삼 행위자	이벤트	환경	심리적 상황
지역주민		마을 내 바다주변	아쉬움, 불쾌함

음식 관련 As-is Context에서는 소비자가 식당에서 음식, 접객, 경험 서비스, 인테리어 서비스 부족으로 인해 성공적 식사 향유에 실패함에 따라 아쉬움과 지루함을 느꼈다.

<표 10> 소비자 음식 관련 소비자 As-is Context

능동적 행위자	대상물	도구	목적
요식업자			성공적 식사 향유
수동적 행위자	행동 목표		연관된 구조
소비자	식사 향유		물리적 상황
			음식, 접객, 경험 서비스, 인테리어 서비스 부족
제 삼 행위자	이벤트	환경	심리적 상황
어촌계		식당	아쉬움, 지루함

다음으로 To-be Context를 도출 결과는 위의 <표 11>, <표 12>, <표 13>와 같으며, As-is Context에서 변경된 부분을 푸른색으로 표현했다.

<표 11> 소비자 주차 및 편의시설 관련 소비자 To-be Context

능동적 행위자	대상물	도구	목적
지자체			편안한 주차, 편의 해결
수동적 행위자	행동 목표		연관된 구조
소비자	편안한 후포항 진입 및 편의 해결		물리적 상황
			주차장, 안내시설, 편의시설 보충
제 삼 행위자	이벤트	환경	심리적 상황
지역주민, 요식업자, 민간사업자		마을전반	편안함, 만족

먼저 주차 및 편의시설 관련 To-be Context에서는 지자체를 중심으로 지역주민, 요식업자, 민간사업자가 협력체계를 구축하여 주차장, 안내시설, 편의시설을 보충하도록 개선 방안을 제안했다. 제안이 성공적으로 도입 되면 소비자는 편안하게 후포항으로 진입하고 편의 시설 관련 욕구를 해결함으로써 편안함과 만족을 얻을 것으로 기대된다.

<표 12> 소비자 바다 경관 관련 소비자 To-be Context

능동적 행위자	대상물	도구	목적
지자체			힐링·휴양
수동적 행위자	행동 목표		연관된 구조
소비자	바다 경관 향유		물리적 상황
			쓰레기, 불필요한 구조물, 폐건축물, 노후상가 개선
제 삼 행위자	이벤트	환경	심리적 상황
지역주민, 조경·건설 사업자		마을 내 바다주변	아름다움, 즐거움, 행복, 좋은 기억, 기대 충족

바다 경관 관련 To-be Context에서는 지자체를 중심으로 지역주민, 조경·건설 사업자가 협력체계를 구축하여 마을 내 바다 경관의 쓰레기, 불필요한 구조물, 폐 건축물, 노후상가를 제거하거나 개선하도록 제안했다. 제안이 성공적으로 도입 된다면 소비자는 아름다운 바다 경관 향유를 통해 힐링·휴양의 목적을 달성하고 아름다움, 즐거움, 행복, 좋은 기억, 기대 충족을 느껴 만족과 재방문의도를 높일 것이다.

<표 13> 소비자 음식 관련 소비자 To-be Context

능동적 행위자	대상물	도구	목적
요식업자			성공적 식사 향유
수동적 행위자	행동 목표		연관된 구조
소비자	식사 향유		물리적 상황
			특화 레시피 개발, 접객 서비스 교육, 경험 서비스 개발, 인테리어 개선
제 삼 행위자	이벤트	환경	심리적 상황
어촌계, 지자체, 컨설팅사업자		마을 내 식당	즐거움, 행복, 좋은 기억, 기대 충족, 만족

음식 관련 To-be Context에서는 요식업자를 중심으로 어촌계, 지자체, 컨설팅사업자가 협력체계를 구축하여 특화 레시피 개발,接客 서비스 교육, 경험 서비스 개발, 인테리어 개선 하도록 제안했다. 제안이 성공적으로 도입 된다면 소비자는 성공적 식사 향유를 통해 즐거움, 행복, 좋은 기억, 기대 충족, 만족을 얻을 것으로 기대된다.

### 3-4. Delivery(서비스 전달)

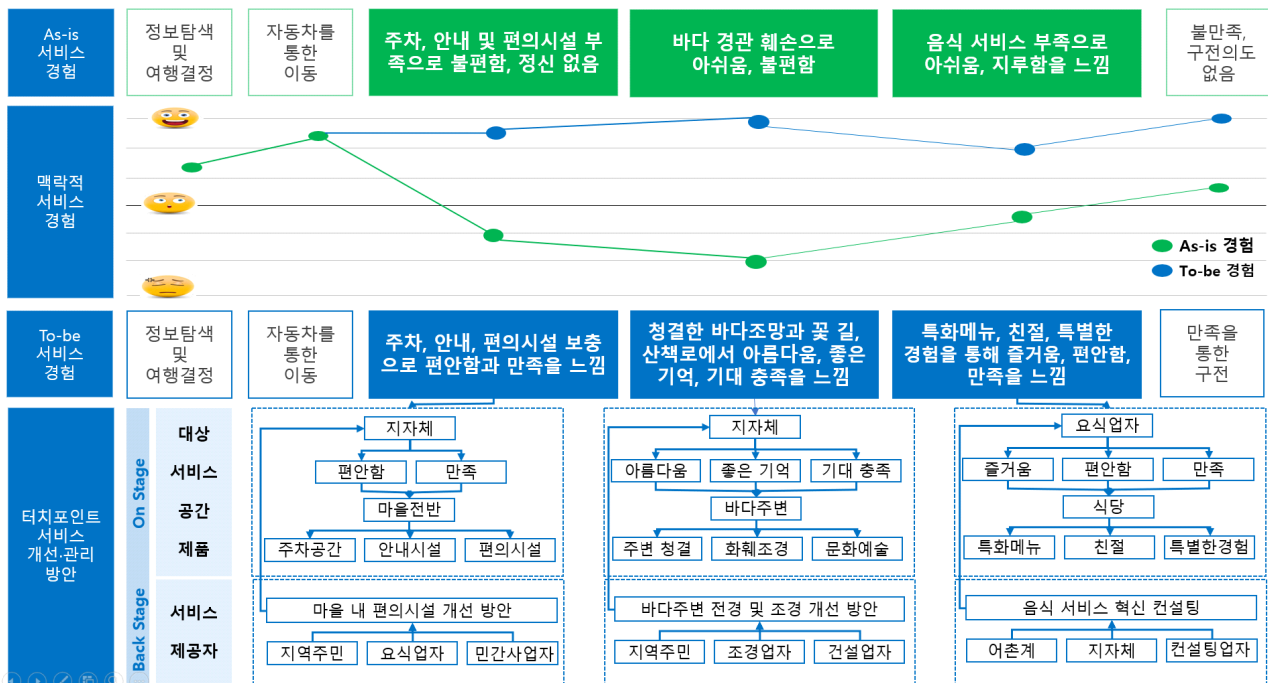
후포항 서비스 경험 흐름을 한 눈에 파악하기 위해 서비스 블루 프린트(Service Blue Print)와 시나리오 묘사 스왑라인(Scenario Description Swimlane) 방법을 결합한 블루 라인(Blue Lane) 분석을 실시했으며, 분석 결과는 아래의 <그림 7>과 같다. 소비자 중심의 후포항 서비스 경험을 As-is와 To-be로 나누어 차이점이 분명히 들어날 수 있도록 했으며, 터치포인트 별 서비스 개선·관리 방안을 종합적이고 시각적으로 표현했다.

소비자가 후포항 여행을 통해 얻을 것으로 기대하는 경험 서비스 가치를 중심으로 On Stage와 Back Stage에서 개입되는 이해관계자와 추구해야할 서비스와 제품을 한 눈에 확인 할 수 있도록 제안했다. 후포

항 서비스혁신을 위해 중요한 속성으로 나타난 주차 및 편의시설, 바다 경관, 음식 서비스를 중심으로 터치포인트 서비스 개선·관리 방안을 제안했다. 터치포인트에서 소비자가 기대하는 서비스는 정서적 쾌락과 관련되는 것으로 나타났고, 기대 충족을 위한 제품으로 주차공간, 안내시설, 편의시설, 바다청결, 화훼조경, 문화예술, 특화메뉴, 친절, 특별한 경험을 도출했다. 또한, 이를 달성하기 위한 On Stage와 Back Stage 구성원의 협력 방안을 시각적으로 제안했다. 제안과 같이 서비스를 혁신 한다면 소비자는 To-be 경험을 통해 후포항의 경험 서비스에 만족함으로써 높은 재방문 의도와 구전 의도를 가질 것이다.

### 4. 결론

위기에 처한 어촌·어항이 지역의 가치를 살려 자립하고, 나아가 지역 활성화를 이루기 위해서는 관광 서비스 가치 개선이 실질적이며 효율적인 전략이 될 수 있다. 따라서 본 연구에서는 4D 서비스디자인 방법을 활용하여 후포항 소비자 경험을 중심으로 중요한 어촌 서비스 속성을 도출하고 이를 개선하기 위한 서비스 개선방안을 제안하고자 했다. 본 연구에 대한 결론을



<그림 7> 후포항 서비스혁신을 위한 Blue Lane

종합적으로 기술하면 다음과 같다.

첫째, 후포항의 관광 서비스의 공백 및 문제점을 발견하고 이를 개선하기 위한 목표를 설정하기 위해 SWOT분석, 전문가 인터뷰, 소비자 설문조사를 실시했다. 그 결과 후포항은 아름다운 바다 경관과 유명 관광지와 인접, 긍정적 이미지 등의 성장 가능성을 지녔다는 점을 확인했다. 그러나 바다 및 환경 조망, 음식, 숙박, 편의시설의 측면에서 상당한 서비스 공백이 존재하는 것으로 나타났다. 또한, 강화도 어촌 서비스품질과 만족도의 관계에 대한 소비자 조사 및 실증 분석 결과 바다 경관과 편의시설이 소비자 만족을 예측하는 중요한 요인이라는 점을 확인했다.

둘째, 후포항의 관광 서비스 문제와 소비자 니즈(needs)를 정의하기 위해 Stakeholder Map과 Consumer Journey Map을 진행했다. 이를 통해 후포항 방문 Cycle-Step을 도출하고 이에 개입되는 이해관계자를 시각화 했다. 더불어 소비자 여정에서 중요한 서비스 속성으로 나타난 주차 및 편의시설, 바다 경관, 음식 서비스를 Pain Point로 도출했다.

셋째, 후포항 관광 서비스 개발을 위해 E3-Value와 Context Activity Modeling을 실시했다. 이를 통해 후포항 관광에서 소비자가 기대하는 경제적 가치, 환경적 가치, 경험적 가치를 종합적으로 시각화했다. 또한, 중요한 서비스 속성으로 도출된 주차 및 편의시설, 바다 경관, 음식 서비스에 대한 To-be분석을 통해 현재 소비자가 후포항 여행 상황에서 마주하는 물리적, 심리적 상황과 이에 개입되는 이해 관계자를 이해하고 본 연구에서 제안한 서비스혁신을 이룬다면 As-is와 분명한 차이를 보일 것이라는 점을 확인했다.

넷째, 서비스 전달을 위해 Blue Lane을 진행했다. 이를 통해 서비스 개선에 의해 변화되는 맥락적 서비스 경험과 터치포인트별 서비스 개선·관리 방안을 종합적으로 제안했다. 이를 통해 여행자의 관광 맥락에서 서비스 경험 개선 개선을 위해 이해관계자 협력의 필요성과 개선 방안을 종합적이고 시각적으로 제안했다.

본 연구는 서비스디자인 프로세스를 활용해 열악한 어촌 관광 서비스혁신을 위한 서비스디자인 프로임워크를 제안했다는 점에서 의미가 있다. 본 연구의 분석 과정은 추후 소규모 어촌·어항 서비스 개선 방안 마련에 활용될 수 있을 것이다.

또한, 후포항을 중심으로 선행연구와 전문가 인터뷰, 소비자 분석 등의 근거를 바탕으로 관광 서비스혁신 속성을 도출하고 정의했으며, 이를 혁신하기 위한 방안을 소비자 중심의 맥락에서 이해하고자 했다. 또한 소비자 맥락을 개선하기 위한 전략으로 이해관계자 간 협력 제안 했으며, 이에 대한 구체적으로 방안을 도출했다는 점에서 의미가 있다. 본 연구의 결과가 후포항과 같은 소규모 어촌·어항의 서비스혁신을 위한 기초자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

마지막으로 어촌 관광 소비자 분석 과정에서 강화도의 어촌 어항의 서비스품질 중 바다 경관, 편의시설이 소비자 만족에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 특히 바다 경관이 가장 중요한 서비스 속성이라는 점을 확인했다. 소규모 어촌·어항은 바다 경관 혁신에 최우선 가치를 둘 필요가 있다는 점을 도출했다는 점에서 의미가 있다.

위의 결론을 바탕으로 본 연구의 한계와 추후 연구에 대해 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 4D 더블다이아몬드 서비스디자인 방법을 중심으로 어촌 서비스 개선 방안을 제안하였으나 구체적이며 시각적인 Prototype을 제안하지 못했다는 점에서 한계가 있다. 추후 연구에서는 서비스를 위한 시각적 디자인 제안이 포함될 수 있기를 기대한다.

둘째, 본 연구는 종합적 관점에서 소비자 경험 중심의 후포항 관광 서비스혁신 방안을 제안했다. 그러나 개별 서비스 속성에 세부적인 서비스디자인 분석을 진행하지 못했다는 점에서 한계가 있다. 추후 연구에서는 어촌 개발 서비스 속성에 대해 개별적인 서비스디자인 연구가 수행되기를 기대한다.

- 1) 박종호, 최수명, 조은정, 김영택, & 박수영. (2013). 「읍면소재지 섬지역의 인구변화」. 농촌계획, 19(1), 11-21.
- 2) 이정림. (2016). 「지속가능한 어촌공동체의 조건: 공유자원의 자율적 관리와 사회적 경제」. 도서문화, 48, 199-242.
- 3) 한국해양수산개발원. (2019). 『인구조멸 시대의 어촌사회 정책 연구』. 연구보고서. 1-318.
- 4) 해양수산부 (2019), 『제4차 어촌·어항 발전기본계획(2020~2024)』, 연구보고서. 1-69.
- 5) 한국해양수산개발원. (2017). 『미래 수산업 어촌 발전을 위한 정책방향 연구』. 연구보고서. 1-291.

- 6) Jernsand, E. M., Kraff, H., & Mossberg, L. (2015). 「Tourism experience innovation through design」. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(sup1), 98-119.
- 7) 국회입법조사처. (2020). 『제4차 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 기본계획의 주요 내용과 과제』. 이슈와 논점. 1-4.
- 8) Menor, L. J., Tatikonda, M. V., & Sampson, S. E. (2002). 「New service development: areas for exploitation and exploration」. *Journal of Operations Management*, 20(2), 135-157.
- 9) Den Hertog, J. F., & Huizenga, E. (2000). 「The knowledge enterprise: Implementation of intelligent business strategies (Vol. 2)」. World Scientific Publishing Company.
- 10) 김해인, 박현서, & 박소희. (2016). 「광장시장 활성화를 위한 맞춤형 탐험 패키지 서비스디자인에 관한 연구」. *Journal of Integrated Design Research*, 15(1), 61-74.
- 11) 후서, & 홍창기. (2019). 「중국 전통시장 음식문화 체험 서비스디자인 연구-우한시 호부항 전통시장을 중심으로」. *커뮤니케이션 디자인학연구*, 67, 210-221.
- 12) 남유선, & 하광수. (2019). 「생태관광 서비스디자인 프로세스 및 방법론 연구」. *한국콘텐츠학회논문지*, 19(9), 376-387.
- 13) 이진희. (2011). 「제주도 어촌 관광 동기분석에 따른 관광활성화 방안에 관한 연구」. *농촌계획*, 17(3), 43-53.
- 14) 이재형. (2006). 「소규모 어촌 어항 개발을 통한 해양 레저스포츠관광 활성화 방안」. *한국여가레크리에이션학회지*, 30(2), 151-167.
- 15) 김보경, & 양위주. (2018). 「해양관광목적지의 방문가치가 방문객의 만족과 재방문 의도에 미치는 영향-대안 매력도의 조절역할」. *관광학연구*, 42(7), 121-137.
- 16) 장양례, 윤유식, & 구분기. (2011). 「어촌 관광객의 선호속성, 어촌체험관광 만족도 및 체험관광 상품개발 지도, 추천의도에 관한 실증적 연구」. *관광연구*, 25, 341-363.
- 17) 전복선. (2015.08.05.). 『지역 예술과 기업의 상생프로젝트』. 호텔스닷컴.  
[http://www.hotelrestaurant.co.kr/ezview/article\\_main.html?no=1273](http://www.hotelrestaurant.co.kr/ezview/article_main.html?no=1273)
- 18) 해양관광수산개발원. (2018). 『어촌 지역재생을 통한 청년일자리 창출 방안 연구』. 연구보고서. 1-165.
- 19) 이형종. (2019.01.13.). 『특산물 ‘오키소’효과... 섬으로 일본 젊은이가 몰려온다』. 중앙일보.  
<https://news.joins.com/article/23285243>
- 20) 한국해양수산개발원. (2018). 『연안지역 인구감소 및 지역소멸 방지를 위한 지역 중심 대응방안 마련 시급』. Weekly Report. 1-24.
- 21) Livework. (2014). 『Service Design』.  
<https://www.liveworkstudio.com/themes/customer-experience/service-design/>
- 22) 이령, & 최미경. (2011). 「한국형 더블다이아몬드 디자인 프로세스 연구」. *한국디자인문화학회지*, 17(2), 411-423.
- 23) 박소희. (2013). 「서비스 산업 혁신을 위한 경험적 디자인 사고 기반의 SFAT 프로세스 제안」. *한국디자인문화학회지*, 19(1), 209-224.
- 24) 강화군. (2019). 『59회 인천광역시 강화기본통계』.
- 25) 강화군. (2019). 『후포 뱀덩이마을 조성사업 기본계획』. 후포항 어촌뉴딜 300사업 기본계획. 1-110.
- 26) 강화군. (2018) 『올해의 관광도시(강화군) 설문조사』.
- 27) Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). 「A conceptual model of service quality and its implications for future research」. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- 28) Petrick, J. F. (2002). 「Development of a Multi-Dimensional Scale for Measuring the Perceived Value of a Service」. *Journal of Leisure Research*, 34(2), 119-134.
- 29) Yeung, M. C., & Ennew, C. T. (2001). 「Measuring the impact of customer satisfaction on profitability: A sectoral analysis」. *Journal of targeting, measurement and analysis for marketing*, 10(2), 106-116.
- 30) Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). 「Quality, satisfaction and behavioral intentions」. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- 31) 허진, 이영진(2015). 「해양 레저관광지의 관광객만족 삼요인 구조」. *관광학연구*, 39(3), 251-264.
- 32) 김재훈, 백림정, & 변정우. (2015). 「관광 모바일 앱의 특성이 지각된 가치, 사용자 만족, 지속적 사용의도에 미치는 영향: 방한 중국 관광객을 중심으로」. *관광레저연구*, 27(9), 5-22.
- 33) 성보현, & 최영석. (2016). 「생태체험의 동기, 지각된 가치, 만족도 및 행동의도 간 영향관계 분석: 생태체험 기반시설에 따른 차이를 중심으로」. *관광연구논총*, 28(3), 55-78.

## 참 고 문 헌

- 강화군. (2019). 『59회 인천광역시 강화기본통계』.
- 강화군. (2019). 『후포 밴댕이마을 조성사업 기본계획』. 후포항 어촌뉴딜 300사업 기본계획. 1-110.
- 강화군. (2018) 『올해의 관광도시(강화군) 설문조사』.
- 한국해양수산개발원. (2017). 『미래 수산업 어촌 발전을 위한 정책방향 연구』. 연구보고서. 1-291.
- 국회입법조사처. (2020). 『제4차 농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌 지역개발 기본계획』의 주요 내용과 과제. 이슈와 논점. 1-4.
- 김보경, & 양위주. (2018). 「해양관광목적지의 방문 가치가 방문객의 만족과 재방문 의도에 미치는 영향-대안매력도의 조절역할」. 관광학연구, 42(7), 121-137.
- 김해인, 박현서, & 박소희. (2016). 「광장시장 활성화를 위한 맞춤형 탐험 패키지 서비스디자인에 관한 연구」. Journal of Integrated Design Research, 15(1), 61-74.
- 남유선, & 하광수. (2019). 「생태관광 서비스디자인 프로세스 및 방법론 연구」. 한국콘텐츠학회논문지, 19(9), 376-387.
- 한국해양수산개발원. (2019). 『인구소멸 시대의 어촌 사회 정책 연구』. 연구보고서, 1-318.
- 박소희. (2013). 「서비스 산업 혁신을 위한 경험적 디자인 사고 기반의 SFAT 프로세스 제안」. 한국디자인문화학회지, 19(1), 209-224.
- 박종호, 최수명, 조은정, 김영택, & 박수영. (2013). 「읍면소재지 섬지역의 인구변화」. 농촌계획, 19(1), 11-21.
- 이진희. (2011). 「제주도 어촌 관광 동기분석에 따른 관광활성화 방안에 관한 연구」. 농촌계획, 17(3), 43-53.
- 이재형. (2006). 「소규모 어촌 어항 개발을 통한 해양레저스포츠관광 활성화 방안」. 한국여가레크리에이션학회지, 30(2), 151-167.
- 이령, & 최미경. (2011). 「한국형 더블다이아몬드 디자인 프로세스 연구」. 한국디자인문화학회지, 17(2), 411-423.
- 장양례, 윤유식, & 구분기. (2011). 「어촌 관광객의 선호속성, 어촌체험관광 만족도 및 체험관광 상품개발 지지도, 추천의도에 관한 실증적 연구」. 관광연구, 25, 341-363.
- 한국해양수산개발원. (2018). 『연안지역 인구감소 및 지역소멸 방지를 위한 지역 중심 대응방안 마련 시급』. Weekly Report. 1-24.
- 허진, 이영진(2015). 「해양 레저관광지의 관광객만족 삼요인 구조」. 관광학연구, 39(3), 251-264.
- 후서, & 홍창기. (2019). 「중국 전통시장 음식문화 체험 서비스디자인 연구-우한시 호부항 전통시장을 중심으로」. 커뮤니케이션 디자인학연구, 67, 210-221.
- 해양관광수산개발원. (2018). 『어촌 지역재생을 통한 청년일자리 창출 방안 연구』. 연구보고서. 1-165.
- 해양수산부 (2019), 『제4차 어촌 어항 발전기본계획 (2020~2024)』, 연구보고서. 1-69.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). 「Quality, satisfaction and behavioral intentions」. Annals of Tourism Research, 27(3), 785-804.
- Den Hertog, J. F., & Huizenga, E. (2000). 「The knowledge enterprise: Implementation of intelligent business strategies (Vol. 2)」. World Scientific Publishing Company.
- Menor, L. J., Tatikonda, M. V., & Sampson, S. E. (2002). 「New service development: areas for exploitation and exploration」. Journal of Operations Management, 20(2), 135-157.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). 「A conceptual model of service quality and its implications for future research」. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
- Petrick, J. F. (2002). 「Development of a Multi-Dimensional Scale for Measuring the Perceived Value of a Service」, Journal of Leisure Research, 34(2), 119-134.
- Jernsand, E. M., Kraff, H., & Mossberg, L. (2015). 「Tourism experience innovation through design」. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 15(sup1), 98-119.
- Yeung, M. C., & Ennew, C. T. (2001). 「Measuring the impact of customer satisfaction on profitability: A sectoral analysis」. Journal of targeting, measurement and analysis for marketing, 10(2), 106-116.

