

오픈넷 포럼 토론 자료

(14. 11. 27(목), 미래부 인터넷신산업팀 김수정 사무관)

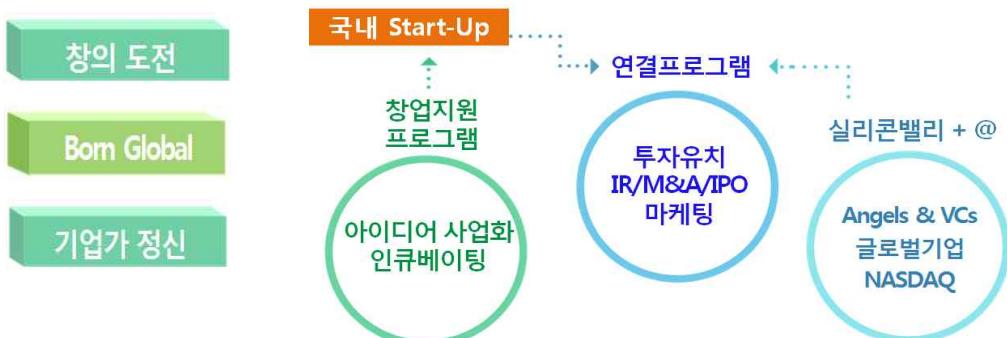
□ 정부의 스타트업 지원 목적

- o 창의적인 아이디어를 사업화하고, 혁신적인 벤처창업 및 과학기술에 대한 끊임없는 도전과 개발을 통해 기존 산업에 활력을 불어넣고, 새로운 산업과 신시장, 일자리 창출하기 위함
 - 특히, 자원이 없는 나라에서 새로운 경제성장 동력을 만들어 내기 위해서는 각 분야 끊임없는 혁신과 개발 필수이며, 이를 위해 벤처는 우리 미래를 이끌 주역
- o 창업국가 ‘이스라엘’과 세계 최고의 창업생태계를 보유한 ‘미국’의 경우에도 정부주도의 지원과 봄조성이 있었음
 - 국가별 여건과 특성에 따라 방식을 다를 수 있으며, 정부에서 먼저 마중물 역할을 하고, 자연스럽게民間에서 자율적으로 생태계를 유지 · 확대해 나가는 것이 바람직
- ※ 미국은 ’11년 오바마 대통령이 “Start-Up America”를 주창하며, 정부 주도의 ‘창업하기 가장 좋은 나라’ 구축에 힘을 쏟음(출처 : KISDI) * 첨부자료 참고
 - 정부가 주도(initiate)하여民間의 적극적인 참여를 이끌어낸 성공적인 민관협업 사례
- ※ 이스라엘도 수석과학관실(산업자원노동부 산하)이 트누파(Tnuva)라는 ‘창업이전-지원프로그램’을 운영하고, 정부예산으로 연간 수 백 개의 스타트업 설립을 지원하는 등 정부에서 전방위 창업 지원 (출처 : KISA)
 - 유명한 요즈마 펀드도 이스라엘 정부가 1993년 민간기업과 공동으로 출범하여 1997년에 민영화됨

□ 스타트업 · 벤처 생태계

- o 창업 · 벤처 생태계는 ‘아이디어 발굴과 창업 준비→창업→성장→회수 · 재도전’의 일련의 과정이 자연스럽게 선순환되는 생태계

<스타트업 지원 추진 방향>



□ 미래부 스타트업 지원 정책

- (규모) '14년 기준 미래부의 벤처·창업 지원사업은 총 68개, 5,092.2억원 ※ '15년도 예산은 현재 국회심의 중
- (단계별 지원) 각 단계별로 구분하여 지원하는 것은 아니며, 대부분 전주기적 지원을 목표로 하되, 사업별 focusing을 차별화하여 각 사업별 전문성 강화

단 계	내 용	사례
창업 준비단계 (3,108.7억원/61%)	공모전을 통한 아이디어 발굴 초기 창업지원(자금, 컨설팅 등 사업화 지원)	글로벌 K-Startup SW 창업기획사
창업 성장단계 (1,929억원/38%)	해외진출 및 R&D 지원, 펀드조성, 대기업 연계 등	Be-global, K-tech, KIC 글로벌기업가정신
회수 및 재도전 (54.5억원/1%)	재도전 지원 프로그램(R&D, 투자펀드 등) 지원, 중소·창업 기업 M&A 지원 등	재도전Comeback캠프, 벤처1세대멘토링

※ 관련 사업명 : 창조경제타운, 글로벌 K-Startup, 스타트업 얼라이언스, SW 창업기획사, 글로벌 창업 지원, 미래글로벌창업지원센터, 글로벌 액셀러레이터 육성, 벤처1세대 멘토링, 디지털콘텐츠코리아 펀드, SW 특화 펀드, 연구개발특구 펀드, 무한상상실, 출연(연) 기술사업화, 과기특성화대학 기술사업화, 연구소 기업

□ 국내 앱 생태계 활성화 방안

<현 황>

- 세계 모바일앱 시장 '13년 267억불에서 연평균 30.1% 성장(가트너)
- 국내 앱 마켓 수익규모는 '13년 2.4조원, '14년 3.2조원 추정, 세계에서 3~4위 수준이나 게임 등 오락분야가 전체의 82% 점유(flurry)
- 전세계 앱 개발자 수는 290만명이나 이 중 월 1만불이상 수익창출 개발자는 12%. B2C가 78%, B2B는 16%

<추 세>

- 양적 팽창(B2C 공급과잉)과 벤익빈 부익부 현상 심화
 - 스마트폰 확산으로 앱 경제 규모도 급격히 팽창하고 소비자 대상 앱은 무수히 많이 개발되고 있으나 소비자 취향변화, 유서서비스 등장 등에 따라 안정된 수익률 확보에 어려움
- 이용분야의 다변화 : 개인 위주에서 기업·정부·공공기관으로 확대
- 다양한 수익모델 등장 : SNS 등 기존 앱 내에 새로운 앱이 계속 개발(In-app)되고, O2O 서비스 등 일상에서 겪는 불편한 문제를 '연결'을 통해 해결을 시도한 '우버링' 등 새로운 서비스가 끊임없이 등장

<대응 방안>

- (콘텐츠 경쟁력 강화) 스타트업 육성 및 글로벌화 지원, R&D 연계, 펀드 지원, 관광·교통·의료·건축·기상 등 타산업과 결합한 B2B 앱 및 일정관리·건강·여행 등 생활밀착형 콘텐츠 개발 등
- (네트워크 강화) 개발자와 기업·정부·공공기관간 정례적인 만남의 장을 확대하여 자연스러

운 협업 환경 유도

- (공공정보 공개) 정부3.0과 연계하여 신뢰성 기반의 공공기관의 축적 정보를 개발자가 활용할 수 있도록 하여 각 서비스 산업의 부가가치 고도화에 기여
- (기술개발 지원) 글로벌 웹 환경 변화에 따라, 국내 웹 생태계를 글로벌 수준으로 높이기 위한 노력과 웨어러블 등 차세대 스마트 디바이스에 맞는 새로운 UI/UX 개발 적극 추진
- (제도 개선노력) O2O, 모바일 결제서비스 등 새로운 서비스 도입에 필요한 관련 제도와 스타트업의 투자유치 확대 등을 위한 다양한 지원방안 모색
- (기타) 앱개발·서비스 과정에서 불법유통 또는 시장질서를 해치는 사례를 모니터링하여 ‘민관 합동SW분야 TF*’에 상정하여 개선 노력
 - * SW 서비스 활성화를 위해 관계부처, 민간분야와 합동으로 미래부내 설립('14.1)

참고

미국 Start-up 아메리카

□ 개요

- 오바마 대통령이 2011년 1월, 새로운 벤처 지원 및 일자리 창출을 목표로 민관협력의 ‘Startup America Initiative’를 발표

“Entrepreneurs embody the promise of America: the idea that if you have a good idea and are willing to work hard and see it through, you can succeed in this country. And in fulfilling this promise, entrepreneurs also play a critical role in expanding our economy and creating jobs.” ('11.1.31, 오바마 대통령)

□ 주요 내용

- (배경) 미국의 높은 실업률을 낮추기 위해서는 양질의 일자리를 창출하는 벤처 창업을 독려할 필요가 있다고 보고, 여러 창업 지원책 실시
※ '11.1월 기업가정신을 높여 창업을 활성화할 목적으로 민관 합동정책인 '스타트업 아메리카 이니셔티브'를 발표하였으며, 창업기업에 방해가 되는 규제 완화¹⁾가 핵심
- (목표) 경제성장, 혁신, 양질의 일자리 창출에 기여할 중소기업의 창업 촉진, 기업가정신을 미국인의 핵심가치이자 경쟁적 우위의 원천으로 존중하고 고양시키는 것

1) 창업을 방해하고 기업가정신을 약화시키는 정책이 있는지 검토하고 전국민이 참여할 수 있는 온라인 공간을 만들어 창업·경영상 애로사항·성장전략 의견을 올리면 참여자들이 조언하거나 보완하는 방식으로 운영 (e.g. 창업 이민자 대상 영주권 취득 협조 및 창업기업에 세제 혜택 등 오마바 정부에서만 17차례 세금 감면. 주식 매각에 따른 자본취득세 전액 감면 등)

※ (5개 분야 정책) ① 스타트업의 성장을 위한 자금 접근성 확대 ② 스타트업-멘토간 연결 및 교육기회 제공 ③ 사업가들을 위한 정부정책 마련 및 규제 철폐 ④ 획기적인 기술에 대한 사업화 등 혁신 가속화 ⑤ 보건·청정에너지·교육 산업 등에 대한 시장기회 확대

- (특징) 오바마 정부가 투자 및 창업 촉진을 위한 '스타트업 아메리카'를 제안하였으나, 실질적으로 대부분 민간중심으로 추진되어온(동반성장의 취지를 내세워 대기업의 참여를 적극적으로 독려)
- 창업가-커뮤니티-지역사회-투자자-인재들간의 '연결성'을 지원하며, 특히, 창업가들이 직면한 진입장벽을 낮춰 창업이 용이하도록 하고, 현장문제를 파악하고 이를 근본적으로 해결하는데 집중
- IT 인프라를 기반으로 인터넷과 모바일 분야 창업에 집중돼 있다는 것도 미국 액셀러레이터 투자의 특징

- (추진 방향) 연방기관·기업·대학·재단 등 공공 및 민간 부문의 결속과 협력을 중요하다고 보고, 정부와 민간의 역할을 구분하여 시책 마련

<공공 및 민간부문 주요 시책>

공공분야 추진내용	민간분야 추진내용
- 창업가의 자금 접근성 확대 : 투자활성화	- Statrup America Partnership (SUAP) 조직
- 멘토와 창업가 연결하는 프로그램 운영	- 차세대 창업가 양성(NETE)
- 기업가를 위한 정부역할 정립 : 현장행정	- 멘토와 창업가 연결
- 혁신 가속화 : i6 Challenge, i6 Green	- 대기업과 창업가 연결

□ 지원 내용

- (펀드 조성) 초기 단계 벤처 투자 활성화를 위해 Intel, IBM, Facebook 등의 민간 대기업과 정부가 1조원에 달하는 매칭펀드 조성
- (Alliance 구성) 성공한 기업가와 멘토들로 'Startup America Partnership'을 구성하여 민간 중심의 다양한 지원 유도
- (Startup 생태계 활성화) 비영리재단인 'Startup America'를 설립하여 Startup 생태계 활성화를 위한 사업 추진
 - ※ 실리콘 밸리와 같은 강력한 스타트업 생태계를 미국 전역으로 확대시키기 위해 지역대학-스타트업 간 네트워크 구축 확대(인턴쉽 등 연계)
- (기타) 과학기술 인재 포용을 위한 정책 등 다각적 정책 추진
 - ※ 창업이민자와 과학기술 인재들을 미국사회로 포용하기 위한 이민법 완화, 보건·신재생에너지 교육 등에 집중 투자 등

국풍 81, 이제는 그만!

이준행 / indistreet.com 개발자

mail@indistreet.com

이 글은 블로그와 슬로우뉴스로 발행된 글입니다.

<http://blog.rainygirl.com/?p=2077>

<http://slownews.kr/31727>

인디뮤지션 공연소식과 인디밴드 정보가 모여있는 서비스 – 인디스트릿과 거의 동일한 역할의 서비스를 정부에서 직접 오픈하려하니 협조해달라는 요청이 왔었습니다. 문화관광부 사업이고 ‘상부 지시사항’이라고 하니 어떤 취지에서 시작되었는지는 알만했습니다. 이런 서비스는 흥해야한다며 정부에서 응원해준 적은 지금까지 한번도 없었습니다. 때문에, 난데없이 갑툭튀하여 아예 직접 똑같이 만들고 싶다고 나선다는 소식은 좀 서운하긴 했습니다.

하지만 어찌되었든 공연소식이 널리 알려지고 인디밴드/뮤지션이 노출될 수 있는 기회가 늘어날 수 있는 채널이 많아지는 건 좋은 일입니다. 이를 위해 일해줄 수 있는 분들이 더 늘어나는 것도 큰 틀에서는 환영할 일이라 생각했습니다. 인디스트릿은 인디음악씬에서는 일종의 인프라라고 저는 생각해왔습니다. 정부와의 관계가 어떤 형태로든 설정되는건 좋을거라 생각했죠. 잘 협의한다면 방향을 건강하게 선회시켜 좋은 결과를 만들 수 있을거라 기대했습니다.

일단 인디스트릿같은 역할의 서비스를 직접 운영하고 싶다고 하시기에, 아니 그럼 고민할거 없이 그냥 기관에서 인디스트riet을 인수해가시면 되는거 아니냐고 물어보았습니다. 기관에서 나오신 분은, 실은 그걸 제일 원하지만 예산이 없다며 그냥 사이트를 그대로 넘겨주면 안되냐더군요... 농담이겠지 했습니다. 그러면 운영을

지원하는 형태로 예산을 집행하면서 정책목표를 달성하시라고 했지만, 정부이름으로 서비스가 제공되어야 하기 때문에 결국 정부 사이트는 하나 만들어야 한다라고 하더군요. 이 분들이 원하는 바는, 정부 사이트에 코너를 새로 만들터이니, 인디스트릿이 인디스트릿의 데이터를 모두 정부에 제공해주었으면 한다는 요청이었습니다.

가공된 데이터인데 그걸 구입해가겠다는 것도 아니고, 그냥 넘겨달라니 그 또한 짹찝했지만 ‘좋은일 하시잖아요~’ 의 세계가 원래 그렇지 하고 그 또한 넘어갔습니다. 똑같은 공연일정소식을 다른 사이트가 또 소개한다 하더라도 각 서비스가 차별화된 유저층을 가지고 있다면, 그 또한 나쁜 일은 아니라고 생각했습니다. 홍보 채널이 늘어나는 셈이니까요. 뮤지션이나 공연장 입장에서도 한 곳에 등록해서 널리 공유되는게 편하니까 긍정적인 측면이 분명 있다고 판단하였습니다. 공연일정은 널리 퍼지면 널리 퍼질수록 좋은 일이고 그건 제가 원하던 바이기도 했습니다. 그래서 수락해주었습니다.

“그리 하기로 하자. 다만 시스템적으로 DB 를 통째로 열어주는건 깨끗한 방법이 아니고, 크롤링으로 짬다간 빈번한 수정에 대응 못할테니, 차라리 공개되어있는 임베드 위젯을 쓰시라” 고 권해주었습니다. 그리고, 똑같은 웹서비스가 두개 생기는건 쓸모없는 일이니 공연정보는 부수적인 정보로 활용하시고, 차별화된 컨텐츠를 갖고 있는 사이트를 새로 만드시라고 했습니다. 매거진 형태가 되던 무엇이 되던 간에 말입니다. 헌데 그 이후에도 추가 요청이 빛발치더군요. ‘뮤지션 DB 알차던데 그거 전부 저희에게 주시면 안될까요’, ‘인디스트릿 공연장 지도 멋지게 만드셨던데 그거 저희도 쓸 수 있게 해주세요’, ‘인디스트릿 비디오 재밌던데 그거도 저희가 쓸 수 있게 해주세요’ 등의 온갖 요청이 몰려왔습니다. 추가 요청 뒤에는 ‘실무자가 새로 생겼습니다’ ‘실무자와 이야기해보시죠’ 라면서 실무자에게 포워딩하는 메일로 ‘다음 컨텐츠를 확보하는걸 협의하시오’ 하고 보내오기도 했고, 심지어 제가 강연하러 다니는 곳까지 찾아와서 ‘데이터좀 더 주세요...’ 하고 부탁하기도 했습니다.

활용하고 싶어하시는건 좋은데 그렇게 다 요청하는건 봉당 퍼가는거나 마찬가지라고 나무랐습니다. “같은 정보가 두 사이트에 똑같이 뜬다면 민간사이트의 존립가치는 없어지는거다. 그럴거면 맥스무비나 왓챠도 다 퍼가서 정부사이트로 통합하지 그러냐”고 몇번 다그쳤습니다.

다시 업무협조 미팅을 위해 방문해달라는 연락과 함께 기획서가 날아왔습니다. 이젠 오라가라고까지 하나 뭐 이런데가 다있나 하면서 첨부파일을 열어보니 이번엔 인디스트릿과 모양마저 완벽하게 똑같이 생긴 사이트를 제작할 예정이라며 UI 구성도까지 왔습니다. 상세디자인까지 완벽하게 동일하고 로고만 다른 사이트. 디테일하게도 공연장은 노란색박스라던가 하던 인디스트릿의 칼라셋까지도 완벽하게 옮겼더군요. 하하하. 그분들의 의지와 철학이 너무나도 잘 전달되었습니다. 인디스트릿의 경우 디자인 짤때 포샵 거치지도 않고 CSS로 짜버린 경우였는데, 그걸 그대로 PPT로 옮기느라 고생 많이하셨겠다 싶었습니다.

여튼. 그래서. “더는 협조해드리는건 적절하지 않겠습니다-” 라고 거절메일을 보냈습니다.

“순순히 금을 넘기면 유혈사태는 일어나지 않을 것입니다”

- 간디, 시드마이어 문명 게임 중에서

한국형 K-플랫폼이니 한국형 유튜브니 하는 프로젝트 때문에 관련업계가 시끌시끌합니다. 미래창조과학부가 방송통신진흥원에 연구용역을 의뢰해 시작된 이 사업은 국감을 앞두고서 새민련 우상호 의원이 밀어주고 같은 당 문병호 의원이 비난하면서 세간에 더 크게 알려졌습니다. 정책의 당위성에 대한 평가는 제쳐두기로 하겠습니다. 당위성 문장만 보면 출렁하죠. 다만 그걸 사이트로 만들어서 유튜브에 맞서겠다는 호기가 무슨 배짱이냐는 것이 조롱의 바탕일 것입니다.

철학도 뭐도 없이 주먹구구로 일단 사이트 이것 저것 만들고 여러 민간단위들에 ‘정부 시책이니 컨텐츠 등록 협조하라’고 괴롭히다가, 정권 바뀌면 담당자가 바뀐다던지 부처가 없어진다던지 혹은 윗분 관심사가 바뀌어 결국 서비스 소리소문 없이 닫고마는 일은, 사실 수년전부터 꾸준히 반복되어온 것이기도 합니다. 2010년부터 애플과 구글에 맞서자며 추진되어온 ‘한국형 통합앱스토어-K 앱스’ 프로젝트를 기억하십니까? 이 서비스가 지금 모두에게 잊혀졌던 것처럼, 지금도 정부가 직접 발주하는 수많은 어플과 웹서비스들이 잊혀질 예정으로 우후죽순 쏟아져나오고 있습니다.

공공서비스 거버넌스를 설계함에 있어 민간단위와 어떻게 상생할 것인지에 대해 폭넓게 논의되지 않고, 각 기관의 성과주의에 매달리다보니, 뭐든지 다 담기는 사이트, 뭐든지 다 하는 사이트, 잘하는 서비스 통째로 배껴놓은 사이트가 준비없이 마구 만들어지고 있습니다. 킥스타터류의 사이트가 뜨니 정부가 직접 한국형 K-킥스타터를 만든다고 나섰고 결국 창조경제타운이라는 서비스가 ‘청와대 보고’와 함께 오픈되기도 했습니다. 아이디어사업화라는 아이템으로 플랫폼 서비스를 만들려던 많은 스타트업들은 난데없이 정부와 경쟁하거나 맞서야하는 상황에 직면하게 되었고, 결국 아이템을 접어야 했습니다. ‘우리도 K-유튜브를!’ 같은 구호로 추진되는 K 플랫폼이 그 다음차례인 모양입니다. 실은 그 수면 아래에도 위에서 소개한 인디스트릿 카피캣 서비스처럼 수많은 서비스들이 각 부처마다 계속 준비되고 있는 상황입니다. 복기같은 독서기록 SNS 서비스도 ‘독서진흥’ 차원에서 정부가 직접 운영하겠다고 발표한 적도 있었습니다. 저도 진절머리가 나는데, 스타트업들은 오죽 할까 싶습니다.

민간이든 정부든 누가 되었든 간에 좋은 서비스를 아주 잘 만든다면 나무랄 일은 아닙니다. 우리의 세금을 들여 유익한 공공서비스, 유익한 공공데이터를 더욱 늘려가는건 좋은 일이라 생각합니다. 이런 서비스아이템을 열심히 발굴하는 것도 아마 창조경제니 정부 3.0 이니 하는 정책구호에 부합되는 걸거라 생각합니다. 민간에서 서비스되는 무언가가 공공서비스화되는 것이 더 유익하다면 그리 추진하는 것 또한

바람직한 일입니다. 하지만, 정부기관이 ‘잘 운영할’리 만무합니다. 세금은 계속 들어가는데 성과가 나오지 않는 사업! 문제는 여기서 시작됩니다.

정부가 만든 각 서비스들의 지표가 어느정도인지는 이미 잘 알려져 있습니다. PV 가 1천도 안되는 서비스가 수두룩하지요. 민간영역이라면 이정도 지표일 때 수지타산이 맞지 않아 당장 사업을 접습니다. 정부는 세금으로 예산을 책정하여 집행하는 집단입니다. 때문에 ‘서비스가 잘 팔리지않고 있음’은 홍보예산 집행으로 메꾸어지고, ‘그래도 안팔려서 서비스를 접어야 하는 타이밍’은 첫 주도한 인물이 낙마할때까지 기다려야하는 예산낭비의 악순환에 빠지기 쉽습니다. ‘글로벌 사업자에게 주도권이 빼앗긴다’거나 ‘K-컨텐츠가 잘 팔면 무척 잘 팔리는데’, ‘정부가 이 친구들을 지원해줘야하는데’ 등의 구호는 솔깃하지요. 하지만 그 구현을 ‘사이트를 만들겠다’로 품쳐버리는건 사실 정책입안자로서는 무책임한 것이기도 합니다.

조선시대 시전市塵 같은건 21세기에 절대 통하지 않습니다. 국풍 81의 재현은 이제 그만둘 때도 되었습니다. 한국 정부처럼 정부기관이 이렇게 많은 ‘인기도없는’ 사이트를 마구 만드는 나라도 전세계 통틀어볼때 그리 많지 않습니다.

정부가 사이트를 마구 만들어 민간과 경쟁하려하기보다는, 민간의 훌륭한 서비스가 정부정책추진에도 도움이 되게끔 좋은 협업모델을 만들던지, 수익모델이 딱히 없지만 공공적 가치가 높다면 운영을 지원하던지 하는 방향으로 궁리해주었으면 하는 바램입니다. 아니면 민간과 경쟁해서 제대로 만들어보던가요.

웹 <http://indistreet.com>

구글플레이 ‘인디스트릿’

문화체육관광부 한국정보문화센터 culture.go.kr 문화포털 개편 사업공고(6/13) 내용

중 민간사이트 참조지시 항목

FUR-009

요구사항 명	문화관련 행사/이벤트 참여 예약 시스템 개발	응락수준	필수
<ul style="list-style-type: none"> ○ 문화관련 행사/이벤트 참여 예약 시스템 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 행사/이벤트 정보 등록/조회/수정/삭제, 참여하기, 신청수정, 참여취소, 대기하기, 모집 및 참여자 현황, 참여자 관리 등의 참여 예약 시스템 기능 개발 - 등록된 행사/이벤트의 위치 정보 제공(지도서비스 연계) <p>[참고] 온오프믹스, 모임 서비스 http://www.onoffmix.com/event</p>  <p style="border: 2px solid red; padding: 2px;">상세 요구 내용</p>			

FUR-010

요구사항 명	문화자원봉사, 인디, 아마추어 공연단체 지원 서비스	응락수준	필수
<ul style="list-style-type: none"> ○ 문화예술위원회 문화자원봉사사이트 정보 안내 페이지 및 커뮤니티 제공 ○ 인디 문화창작자들의 공연·전시 온라인 홍보 페이지 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 인디 문화창작자 및 문화예술인 공연·전시·행사 정보 제공 및 수집 지원 - 인디 문화창작자 및 문화예술인들이 공연·전시·행사 등을 온라인 홍보할 수 있는 페이지 제작 - 공연/전시/관련정보 등록/수정/승인/미승인/삭제/조회 등 관리 기능 제공 - 사용자별 정보 등록 기록 조회 기능 제공 ○ 민간, 인디스트릿에서 인디 공연 소식과 인디뮤지션, 인디 공연장 소식 등의 정보 제공 서비스 구축 <p>[참고] 인디스트릿 : http://www.indastreet.com</p>  <p style="border: 2px solid red; padding: 2px;">상세 요구 내용</p>			

정부 중앙행정기관의 모바일 어플리케이션, 누구를 위해 만드나¹⁾

이 수 영
바른사회시민회의 책임간사
(syoung@cubs.or.kr)

■ 모바일 중심 대국민 서비스의 시작

- IT기술의 발달로 언제 어디서든 정부와 국민이 소통할 수 있는 환경이 만들어지면서 모바일 중심의 대국민 서비스는 점차 확대되고 있음.
- 실제로 안전행정부는 2010년 12월, <모바일 전자정부 기본계획>을 수립하여 모바일 전자정부 구축사업 진행. 안전행정부는 “모바일 전자정부 공통서비스 및 구축 가이드라인을 제공하여 중복투자를 방지하고 정책의 실시간 전달 및 소통으로 정부의 신뢰성, 투명성 강화”를 정책효과로 제시했다.²⁾
- 바른사회시민회의[바른사회]는 54개 공공기관에 대한 정보공개청구와 앱 마켓 정보³⁾를 기반으로 총 310개의 공공앱 서비스⁴⁾ 분석.

1. 정부 중앙기관이 개발한 모바일 공공앱 현황

■ 모바일 공공앱 개발붐(boom)

- 정부 중앙행정기관의 모바일 공공앱 개발은 2010년도부터 시작.
- 기관의 58.4%가 2012년과 2013년 사이에 181개 공공앱 개발(【그림 1】 참조).

1) 본 고는 지난 6월10일 바른사회시민회의에서 발표한 <공공기관 모바일 앱, 누구를 위해 만드나>를 정리한 것임을 밝힙니다.

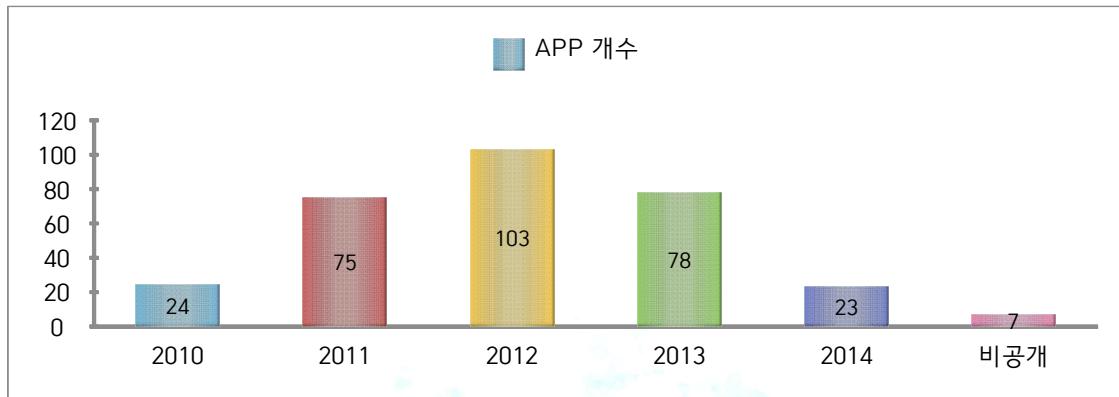
2) 안전행정부 홈페이지 “모바일 전자정부 구축” 카테고리 참고

3) 다운로드 수, 사용자 리뷰 등 마켓 정보는 구글의 안드로이드(Android) 운영체제 Play스토어자료 참고. 2013년도 기준 한국의 모바일기기(스마트폰, 태블릿PC) OS점유율은 안드로이드 87.14%, iOS 12.19%, 리눅스(Linux) 0.51%임. 따라서 조사결과의 보편성을 높이기 위해 안드로이드 운영체제 기반의 앱 마켓을 중심으로 조사

(<http://gs.statcounter.com/#mobile+tablet-os-KR-yearly-2013-2013-bar>)

4) 모바일 웹(Web)은 제외하였으나 앱 형태로 마켓에 제공되는 하이브리드 앱(hybrid app)은 조사대상에 포함

【그림 1】 공공앱 제작시기



- 현재까지 공공앱을 가장 많이 개발한 정부기관은 교육부(28개).
- 가장 많은 비용을 들여 공공앱을 개발한 미래창조과학부는 총 17개 개발. 개발비만 88억3580만원. 이는 전체기관 개발비 기준대비 33%([표 1] 참조).

【표 1】 공공앱 개발비(* 금융서비스 포함)

	기관명	개수(개)	순수개발비(원)	1개당 개발비(원)
1	미래창조과학부	17	88억3580만	5억1975만
2	법원행정처	3	7억2700만	2억4233만
3	문화재청	14	24억5900만	1억7564만
4	안전행정부	16	18억1150만	1억1322만
5	국토교통부	19	24억1000만	1억2684만
6	해양수산부	14	9억5600만	6829만
7	교육부	28	14억3419만4000	5122만
8	보건복지부	11	6억700만	5518만
9	환경부	23	9억3400만	4061만
10	문화체육관광부	16	5억1525만9000	3220만

- 미래창조과학부의 금융서비스를 제외시, 법원행정처가 3개의 앱을 개발하는데 7 억여 원을 투입. 개당 2억이 넘는 가격 산출([표 2] 참조).

【표 2】 공공앱 개발비(* 금융서비스 제외)

	기관명	개수(개)	순수개발비(원)	1개당 개발비(원)
1	법원행정처	3	7억2700만	2억4233만
2	문화재청	14	24억5900만	1억7564만
3	국토교통부	19	24억1000만	1억2684만

4	미래창조과학부	13	15억6480만	1억2037만
5	안전행정부	16	18억1150만	1억1322만
6	해양수산부	14	9억5600만	6829만
7	보건복지부	11	6억700만	5518만
8	교육부	28	14억3419만4000	5122만
9	환경부	23	9억3400만	4061만
10	문화체육관광부	16	5억1525만9000	3220만

■ 기(既)출시된 공공앱의 시장성 조사

- 막대한 개발비용과는 달리 앱의 시장성을 대변하는 다운로드 실적 저조
- 2013년도 기준 안드로이드OS 스마트 폰을 사용자 총 3,269만 명⁵⁾
- 2010년도에 첫 공공앱이 출시된 이후, 만 4년 동안 다운로드 실적이 10만 건이상 다운로드 된 공공앱은 단 7개. 만 건도 안되는 앱이 전체 56.5%(175개, 【표 3】 참조).

【표 3】 다운로드 실적

기준	어플리케이션 개수(개)
100회 미만	5개
1,000회 미만	58개
5,000회 미만	75개
10,000회 미만	38개
50,000회 미만	64개
100,000회 미만	10개
500,000회 미만	20개
500,000회 이상	7개

- 최저 다운로드 실적을 가지는 5개의 앱 중 2개는 2012년에 시장에 공개됨(【표 4】 참조).

【표 4】 최저 다운로드 실적 TOP5

순위	기관명	다운로드 현황 ⁶⁾ (마켓조사, 5.15)	APP명(정보공개, 4.15)	업로드 날짜
1	선거관리위원회	1-5	선거정보	2014.5.15
2	문화체육관광부	10-50	NMoCA	2012.1.5
3	농촌진흥청	50-100	매일매일 건강게임	2014.3.3

5) 2013년도 기준 안드로이드 운영체제를 사용하는 사용자는 전체 사용자의 87.14%에 해당한다.

(<http://gs.statcounter.com/#mobile+tablet-os-KR-yearly-2013-2013-bar>)

방송통신위원회 “2013년 연차보고서”에 따르면 2013년1월 기준 스마트 폰 가입자 수는 3,752만명.

	농촌진흥청	50-100	아기와 톡	2014.3.3
	환경부	50-100	어린이와 함께하는 생태친구이야기	2012.6.18
4	공정거래위원회	100-500	신고포상금제도	2010
5	미래창조과학부	100-500	ZEUS 장비이용자서비스	2011.8.5

2. 모바일 어플리케이션 개발의 문제점

■ 모바일 앱 특성 무시한 앱 개발

- 모바일 앱의 특성: ① High Cost(높은 개발비)-Low generality(낮은 범용성)
② 지속적인 앱 기반 변화에 대응해야 함→추가비용 산출
- 단일기기 혹은 단일 운영체제 전용 앱, 기기 해상도에 따라 달라지는 같은 정보 다른 앱 개발 사례(【표 5】 참고).

【표 5】 단일기기/단일 운영체제/해상도에 따라 개별 개발

마켓현황 (5.15 검색)	기관명	APP명	업로드 날짜
iOS	식품의약품안전처	식품중 동물용의약품	2012.5.
	통계청	S-통계내비게이터	2011.4
	법무부	법사랑유치원	2012.9.19
	문화체육관광부	Touch Korea	2010.11.22
		Korean Beauty	2011.1.13
	문화재청	Korean Heritage	2012.3
		문화유산 서재	2012.12.21
	산림청	100대명산	2010
	환경부	북한산국립공원 야생화	2011.10.13
안드로이드	여성가족부	가족놀이터	2010.12
	국무총리실	세종시가이드	2014.1.17
	식품의약품안전처	식품의약품안전처모바일 앱	2011.12
		식품공전	2011.7
		의약품 속보	2012.2
		잔류농약완전정복	2012.5
	국토교통부	걸음길 도우미	2014.4.22
	해양수산부	부산항선박-입항장소간 시간거리정보서비스	2011.11
	특허청	특허모바일 홈페이지 바로가기	2010.10
Tab용 별도	선거관리위원회	선거법령	2012.3.8
아이패드, 안드로이드, iOS	여성가족부	우리아이지킴이	2011.12

6) Google Play에서는 정확한 다운로드 수가 아닌 다운로드 수가 포함된 범주를 제공함. 따라서 제공하고 있는 범주 내에서 모든 어플리케이션이 최대치로 다운로드됐다는 것을 가정함

마켓현황 (5.15 검색)	기관명	APP명	업로드 날짜
Tab용 별도	교육부	기초낱말학습	2013.11.15
해상도	기관명	APP명	업로드 날짜
-	환경부	어린이와 함께하는 생태친구 이야기	2012.6.18
WXGA		생태친구 이야기(WXGA)	2014.10.9
WVGA		생태친구 이야기(WVGA)	2014.10.8
HD/WXGA		생태친구 이야기(HD/WXCA)	2014.10.8

■ 공공정보 활용성 부족

- 2012년 12월 기준 국회입법조사처 자료⁷⁾에 따르면, 중앙행정기관이 소유한 모바일 앱/웹 중 30%는 단순한 정책안내 앱.
- 2013년 안정행정부는 「행정기관 및 공공기관 모바일 앱/웹 관리방안」을 마련하면서 “모바일 서비스 진단 항목”을 배포해 기획 초기부터 불필요한 앱 개발을 방지하고 지속 활용이 가능한 서비스를 제공하도록 하겠다고 밝힘. 이 약속은 얼마나 잘 지켜지고 있을까.

바른사회 시민회원

- 가장 많은 앱 서비스를 제공하는 교육부(28개), 환경부(23개), 국토교통부(19개)만을 대상으로 각 앱의 성격을 조사⁸⁾ → 단순기관홍보용 7개(10%), 일반정보 제공용 39개(55.7%), 공공정보 및 서비스 제공용 18개(25.7%)로 분석([표 6] 참고).

- 민간이 공공정보 없이도 충분히 만들 수 있는 ‘단순 홍보용 앱’과 ‘일반정보 제공용 앱’이 전체 65.7%(46개)차지.

【표 6】 교육부-환경부-국토교통부의 공공앱 분류

성격	단순홍보	일반정보 제공	공공정보 및 서비스 제공	분류 불가 ⁹⁾	총
APP개수	7개	39개	18개	6개	70개
비율	10%	55.7%	25.7%	8.6%	

7) 국회입법조사처, “공공앱 현황과 발전방안”, 현안보고서 Vol.141, 2011-12-30

8) 각 기관이 제공한 정보공개청구 자료를 바탕으로 했으며, 이 중 안드로이드 Play스토어에서 검색되지 않는 앱은 제외

9) 내부 행정용 앱, 마켓검색이 불가능한 앱은 실제로 앱을 다운받아 분석할 수 없기 때문에 분류가 불가능함.

【표 7】 교육부, 환경부, 국토교통부의 대표적인 사례

성격	대표적인 앱	비고
단순홍보용 ¹⁰⁾	 교육부 [연구윤리정보센터]	- 교육부 산하 한국연구재단 연구윤리정보센터 소개
일반정보 제공용 ¹¹⁾	 국토교통부 [걸음길도우미]	- 보행자용 내비게이션 시스템
공공정보 및 서비스 제공용 ¹²⁾	 환경부 [수도민원신고]	- 상수도 민원 간편신고 앱

사진출처: Google Play스토어(<https://play.google.com/store>)

- 단순홍보나 단편적인 일반정보를 제공하는 앱이 많다보니, 자연스럽게 버전 업데이트를 해야 하는 필요성도 줄어듦.
- 마켓 업로드 후 업데이트 실적을 조사¹³⁾해보니, 전체 대비 56.1%(54개)가 단 두 차례 업데이트 실시. 특히 12개 기관의 업데이트 실적은 연간 2회 미만(【표 8】 참고).
- 1년 이상 업데이트가 없는 앱도 총 128개(전체 대비 42.2%).

【표 8】 어플리케이션 업데이트 실적

저조한 업데이트 현황 ¹⁴⁾			최신 업데이트 현황 ¹⁵⁾		
업데이트 횟수	APP개수	비율	미 업데이트 기간	APP개수	비율
연간 0회~2회 미만	174개	56.1%	업데이트 없음	37개	12.2%
연간 2회~5회 미만	73개	23.5%	24개월 이상	28개	9.2%
연간 5회~10회 미만	23개	7.4%	24개월 미만	19개	6.3%
연간 10회 이상	25개	8.1%	18개월 미만	44개	14.5%

10) 기관-정책안내 및 홍보 관련

11) 여행정보, 의료지식, 게임, 만화 등 공공정보를 가지고 있지 않아도 민간도 만들 수 있는 서비스 관련

12) 민원, 고용정보, 교통정보, 법령, 경제지표 등 공공정보 및 서비스 관련

13) 자료비공개나 내부용 앱을 제외한 54개 기관 앱에 한함

자료비공개	15개	4.8%	12개월 미만	46개	15.2%
			6개월 미만	129개	42.6%
전체	310개	-	전체	303개	-

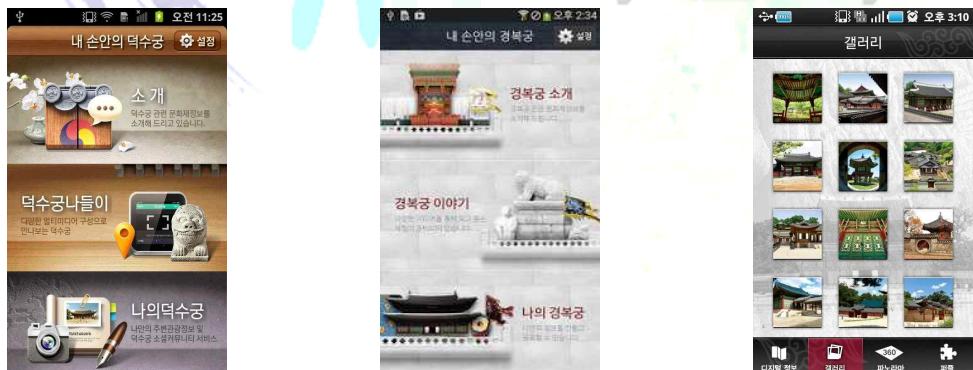
- 부실한 앱을 만들기 위해 중앙행정기관들이 들인 총 개발비는 267억 3769만 7천 원. 문화재청은 단 세 개의 앱 개발에 총 22억을 들여 가장 많은 개발비 투입(【표 9】 참고).

【표 9】 개별 앱¹⁶⁾ 당 순수개발비 투입순위 Top5

	기관명	다운로드현황 (마켓조사, 5.15기준)	APP명	순수개발비(원)
1	문화재청	10,000-50,000	내손안의 덕수궁	10억
2	문화재청	1,000-5,000	내손안의 경복궁	6억
3	문화재청	10,000-50,000	창덕궁이야기	6억
4	소방방재청	500,000-1,000,000	안전디딤돌	4억2900만
5	국토교통부	10,000-50,000	브이월드 모바일	4억

- 총 22억을 들인 문화재청의 앱(내손안의 덕수궁, 내손안의 경복궁, 창덕궁이야기)은 단순한 안내 앱. 일반 관람정보 제공을 위해 총 22억을 들인 셈.

【그림 2】 문화재청 궁궐소개 앱



내손안의 덕수궁 메인화면 내손안의 경복궁 메인화면 창덕궁이야기 갤러리화면

사진출처: Google Play스토어(<https://play.google.com/store>)

- 14) 개발 혹은 마켓공개 이후 연간 업데이트 횟수
 15) 업데이트 실적이 없거나, 자료 비공개, 자료 없음 제외(7개 앱). 2014년 5월 현재를 기준으로 하여 최신 업데이트 날짜와의 차이가 24개월 이상, 18개월~23개월(24개월 미만), 12개월~17개월(18개월 미만), 6월~11개월(12개월 미만), 0개월~5개월(6개월 미만)으로 분류. 예를 들어 24개월 이상에 속한 앱은 2년 이상 최신 업데이트가 안된 앱을 의미함.
 16) 여러 앱을 한 사업예산으로 함께 개발하여 개별 예산을 알 수 없는 경우 통합예산을 앱 개수로 나누어 평균 금액을 기준으로 순위선정

- 그러나 이미 시장은 공공정보만 개방될 경우, 단순한 정보제공을 넘어서 활용 가치가 높은 앱개발 환경이 조성돼있음. 현재 같은 정보를 공유하는 경우 공공앱보다 민간앱이 시장에서 더 많은 환영을 받고 있는 것도 이런 세태를 반영하고 있는 것.

【표 10】 정부기관보다 민간이 나섰을 때 더 빛을 보는 공공앱

앱 명칭		
개발자	여성가족부	민간
다운로드 건수	1만 건 ~ 5만 건	1000만 건~5000만 건
리뷰평점	4.2점 (평가인수: 60명)	4.7점 (평가인수: 약 93만 명)
앱 명칭		
개발자	환경부	민간
다운로드 건수	100건~500건	100만 건~500만 건
리뷰평점	4.8점 (평가인수: 57명)	4.3점 (평가인수: 약 3만2000명)

사진출처: Google Play스토어(<https://play.google.com/store>)

3. 진짜 공공앱(公共Application)이 되려면

■ 이런 것 고쳐야 한다

① 처음부터 꼼꼼한 개발검토 해야

- 이미 국회 입법조사처는 다음과 같은 5단계의 전략적인 공공앱 운영안¹⁷⁾ 마련.

사전계획 구축 → 기대효과 측정

→ 공공앱 제작 및 서비스 → 기관내외 홍보 → 효과 측정 및 평가

17) 국회입법조사처, “공공앱 현황과 발전방안”, 현안보고서 Vol.141, 2011-12-30, pp.35

- 왜 공공서비스를 앱 형식으로 제공해야하고, 어떤 공공서비스를 제공할 것이며 어떻게 운영할 것인지 체계적인 운영방안이 마련돼야 예산낭비를 막을 수 있음. 현재 불필요한 앱으로 새어나간 예산만 수백 억대에 달하고 있음을 기억해야 함.

② 양방향 어플리케이션 제공 필요

- 모바일 전자정부가 가지는 가장 큰 매력은 언제 어디서나 공공서비스를 받을 수 있고, 삶에 적용된 서비스에 대한 반응을 실시간으로 서비스 제공자에게 피드백(feedback)할 수 있다는 것.
- 그러나 앞서 지적했던 것처럼 현재 중앙기관이 제공하고 있는 공공앱은 일반정보 제공에 지나치게 편중. 모바일 기술이 가지는 소통의 강점을 전혀 살리지 못하고 있는 것. 일방향적인 정보는 PC웹이나 모바일 웹을 통해서도 충분히 제공할 수 있음. 굳이 새로운 예산을 편성해가며 앱으로 만들지 않아도 되는 것.

③ 민간과의 협업으로 정보의 공공성을 높여야

- 박근혜 정부는 국민과의 양방향 소통과 개인 맞춤형 정보공개를 가치로 내걸며 집권 초반부터 정부3.0을 추진해옴. 국민이 원하는 정보를 ‘있는 그대로’ ‘보다 다양한 채널을 통해’ ‘전 과정에 걸쳐’ 공개하겠다는 것. 뿐만 아니라 ‘투명한 정부’를 정부3.0의 3대 전략 중 하나로 내세워 민간에 대한 공공정보 공개 확대와 공공데이터의 민간활용 활성화, 민-관 협치 강화를 10대 추진과제로 지정하기도 함.¹⁸⁾

‘공공정보’가 민간에게 공개됐을 때, 있는 그대로의 정보보다 활용도가 높아진 ‘공공서비스’가 된다는 것은 이미 다양한 사례만 봐도 쉽게 알 수 있음. 등장과 함께 한 달 만에 4만 건 이상의 다운로드 횟수를 기록했던 민간 앱 개발자는 고등학생.¹⁹⁾ 이 학생이 수많은 서울시민들에게 공공서비스를 제공할 수 있었던 것은 서울과 경기 지역 버스 정보 데이터를 활용할 수 있었기 때문.

- 중앙기관은 많은 정보를 가지고 있을 뿐이지 그 정보를 어떻게 보다 효과적으로 이용할 수 있을지에 취약함. 공공기관이 줘고 있는 미공개 정보들을 더 잘 활용하고, 더 잘 마케팅할 수 있는 민간에게 공개했을 때 오히려 그 정보의 가치는 높아짐. 보다 다양한 방식으로 민간의 기술을 이용해 보편화될 수 있고 이는 곧 정보의 공공성을 높일 수 있음.

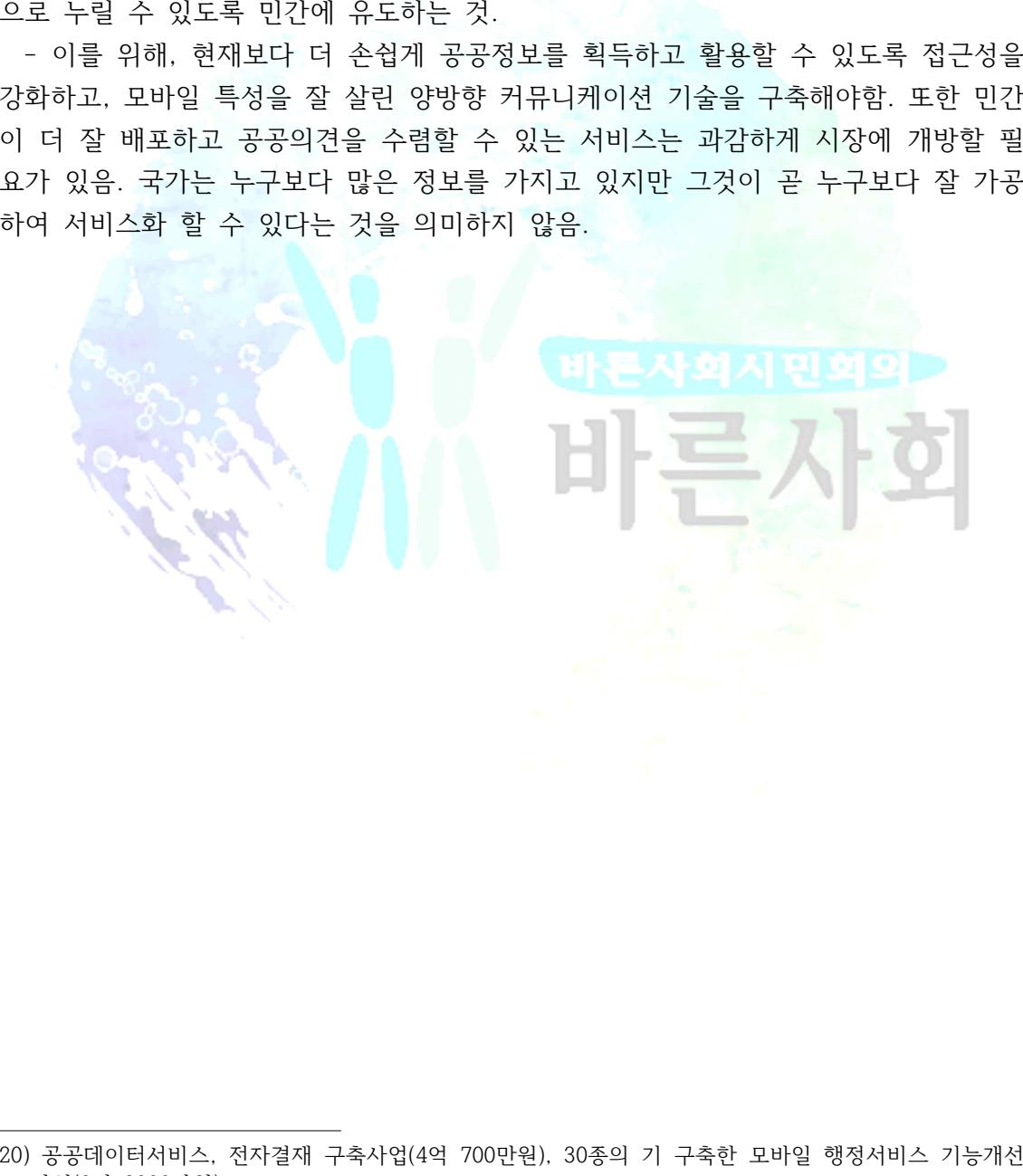
(활용예) 기상청 날씨정보, 대기정보+국토교통부-경찰청 실시간 교통상황정보
⇒ 날씨변화에 따른 시간별 교통상황 예고 서비스

18) 정부3.0 홈페이지(<http://www.gov30.go.kr>)

19) 정책브리핑 위클리공감, “혁신의 첫 걸음, 공공정보 개방”
(<http://www.korea.kr/gonggam/newsView.do?newsId=01IBmslDgDGJM000>)

■ 공공부문-민간부분의 Win-Win이 현답(賢答)이다

- 행정자치부는 2013년 11월 「2014년 모바일 행정서비스 사업개요」를 발표. “스마트폰 등 모바일 보급 확대로 다양한 모바일 행정 서비스에 대한 수요가 증가”한다고, 총 7억8700만원 규모²⁰⁾의 모바일 전자정부 구축 계획.
- 해당 수요는 분명히 존재. 그러나 수요가 존재한다고 좋은 시장이 만들어지고 관련 산업이 발달한다고 볼 수 없음.
- 국가가 할 일은 앱을 만드는 것이 아니라 많은 국민이 공공 서비스를 더 효율적으로 누릴 수 있도록民間에 유도하는 것.
- 이를 위해, 현재보다 더 손쉽게 공공정보를 획득하고 활용할 수 있도록 접근성을 강화하고, 모바일 특성을 잘 살린 양방향 커뮤니케이션 기술을 구축해야함. 또한 민간이 더 잘 배포하고 공공의견을 수렴할 수 있는 서비스는 과감하게 시장에 개방할 필요가 있음. 국가는 누구보다 많은 정보를 가지고 있지만 그것이 곧 누구보다 잘 가공하여 서비스화 할 수 있다는 것을 의미하지 않음.



20) 공공데이터서비스, 전자결재 구축사업(4억 700만원), 30종의 기 구축한 모바일 행정서비스 기능개선 사업(3억 8000만원)

참고자료

영국 정부의 디지털 서비스 설계 10대 원칙

슬로우뉴스 | 13-09-06

“우리가 만드는 것은 디지털 서비스지, 웹사이트가 아니다.”

영국 정부의 디지털 서비스 설계 원칙을 소개합니다.

웹표준은 고사하고 검색조차 제대로 되지 않은 국가기관 사이트가 적지 않고, 무수히 많은 액티브액스, 공인인증서와 씨름해야 하는 우리 상황에서 영국 정부가 제시하는 10대 원칙은 많은 시사점을 줍니다.

‘개발자 영어’를 운영하는 김나솔 님께서 번역했습니다. 그리고 번역 작업에는 개발자 영어 회원분들께서 큰 도움을 주셨습니다. 번역문과 원문은 오픈 거버먼트 2.0 라이센스(Open Government Licence v2.0)하에서 자유롭게 이용할 수 있습니다. (편집자)

정부의 디지털 서비스 설계 원칙

우리의 서비스 설계 원칙과 그 적용사례를 소개한다. 이 원칙은 디지털 7대 원칙을 기반으로 보완하여 만든 것이다.

- 1 사용자에게 필요한 것에서 시작하라.
- 2 정부만 할 수 있는 것에 집중하라.
- 3 데이터에 기반하여 설계하라.
- 4 사용하기 쉽게 하기 위해 수고를 마다하지 말라.
- 5 빨리 선보이고, 피드백 받고, 이 사이클을 여러 번 반복하라.
- 6 다양한 사용자를 감안하여 설계하라.
- 7 사용자가 서비스를 사용하는 상황을 고려하라.
- 8 디지털 서비스를 만들라. 웹사이트가 아니라.
- 9 일관성은 지키되 획일적이지는 말라.
- 10 공유하라. 사람들이 참여하고, 서비스는 개선될 것이다.

1. 사용자에게 필요한 것*에서 시작하라

*정부에게 필요한 것이 아니라 사용자에게 필요한 것.

설계는 사용자의 요구에서 시작해야 한다. 실제 사용자의 요구가 무엇인지 확인하고, 이에 대해 생각하는 것이 디지털 서비스 설계의 첫걸음이다. 현재 정부의 '절차'가 이것이니까, 이것을 위한 서비스를 설계해서는 안 된다. 실제 사용자의 필요가 무엇인지를 철저하게 이해해야 한다. 단, 상상으로 요구를 아는 것이 아니라, 데이터를 수집하고 이에 근거해서 사용자가 필요로 하는 게 무엇인지 파악해야 한다. 또한, 사용자가 만들어달라고 요구한다고 해서, 이것이 반드시 사용자의 필요와 일치하는 것은 아니라는 점을 주의해야 한다.

우리는 디지털 서비스를 설계하는 데 있어서 사용자의 '필요'를 근본 원칙으로 삼는다. 사람들은 우리 사이트에 놀러 오는 것이 아니다. 정보를 얻거나 업무를 처리하러 온다. 사용자의 '필요'에 초점을 맞춘다는 것은 즉, 같은 비용을 들였을 때 사이트에서 가장 가치있는 것을 제공하는 것을 추구한다는 것이다.

2. 정부만 할 수 있는 것에 집중하라

정부는 정부만 할 수 있는 일만 해야 한다. 다른 데서 제공하는 서비스라면, 이 서비스로 가는 링크를 제공하면 된다. API 같은 서비스를 제공해서 다른 사람들이 서비스를 만들 수 있다면, 정부는 API 같은 서비스를 제공해야지, 직접 해당 서비스를 만들지 말아야 한다.

우리가 가진 자원을, 우리만이 할 수 있는 곳에 집중해야, 더 나은 서비스를 만들 수 있고 돈도 절약할 수 있다.

3. 데이터에 기반하여 설계하라

보통 디지털 서비스를 설계할 때, 완전히 새로운 서비스를 만들지는 않는다. 이미 우리 서비스를 이용하는 사용자들이 있다. 즉, 실제 사용자의 행동에 대해 알 수 있다. 우리는 실제 사용자의 행동에 대해 알아야 하고, 또 알아낸 것을 서비스를 설계, 구현하는 과정에 반영해야 한다. 그리고 서비스 프로토타입을 만들면 실제 사용자에게 웹상에서 테스트해봐야 한다. 사용자에 대한 데이터를 실제로 사용해서 서비스를 설계하는 과정에 대해 이해해야 한다.

실제 사용자의 데이터를 서비스 설계하는 데 사용할 수 있다는 것은 디지털 서비스의 큰 장점이다. 사용자의 행동을 관찰하고 그들을 더 깊이 이해할 수 있다. 그 결과, 사람들이 우리 서비스를 이용하려고 자기 행동을 바꾸게 하는 것이 아니라, 우리 서비스를 사용자에게 맞추어서, 사용자들이 자연스럽게 행동해도 원하는 것을 얻을 수 있게 할 수 있다.

4. 사용하기 쉽게 만들기 위해서는 수고를 마다하지 마라

서비스를 단순하게 보이게 만드는 일은 어렵지 않다. 그러나 서비스를 사용하기 쉽게 만드는 일은 훨씬 더 어렵다. 특히 그 서비스 밑에 깔린 시스템이 복잡할 때에는 더 어렵다. 밑에 깔린 시스템이 복잡할수록 우리는 더더욱 서비스를 사용하기 쉽게 만들어야 한다.

힘이 있으면 책임도 따르는 법이다. 사람들은 우리 서비스가 마음에 안 들어도 다른 서비스를 선택할 수 없다. 서비스를 사용하기 쉽게 만들지 않으면, 우리가 가진 힘을 남용해서 사람들의 시간을 낭비하는 셈이 된다.

5. 빨리 선보이고, 피드백 받고, 이 사이클을 여러 번 반복하라

좋은 서비스를 만드는 가장 좋은 방법은 작게 시작하고, 피드백 받아서 적용하는 주기를 짧게 하는 것이다. 선보일 수 있는 서비스를 빨리 출시하고, 실제 사용자를 대상으로 테스트하라. 그리고 실제 사용자에게서 받은 피드백을 사용하여 기능을 추가하고 개선하여, 알파 버전에서 베타 버전으로, 정식 공개 버전으로 넘어가라.

이런 사이클을 반복하면 위험을 피할 수 있다. 서비스가 크게 실패할 가능성이 줄어들고, 작은 실수는 개선하는 기회로 사용할 수 있다. 이런 사이클을 반복하면, 200페이지짜리 명세문서가 필요 없다. 이런 점 역시 디지털 서비스의 장점이다. 우리는 무슨 엄청난 다리를 건설하는 게 아니다. 한 번 만들어 놓아도, 바꿀 수 있다.

6. 다양한 사용자를 감안하여 설계하라

사용자가 접근할 수 있는 디자인이 좋은 디자인이다. 누구나 읽을 수 있고, 읽기 쉽게 서비스를 설계해야 한다. 읽기 쉬우려면 우아함을 포기해야 하는가? 포기해라. 명확하게 보이는 것에 대해 두려워해서는 안 된다. 웹 디자인 관행을 바꾸려고 해서는 안 된다. 사용자가 어떤 행동을 해야 하는지에 대해 명확하게 보여주어야 한다.

우리는 웹에 익숙한 사용자만 위해서 서비스를 만드는 게 아니다. 나라 전체를 위해서 만든다. 사실, 우리 서비스를 필요로 하는 사람은 웹서비스 사용하는 것을 어려워하는 경우가 더 많다. 이런 사용자들을 생각한다면, 모든 사용자를 생각했을 때, 더 나은 사이트를 만들어야 한다.

7. 사용자가 서비스를 사용하는 실제 상황을 고려하라

컴퓨터 화면만을 생각해서 서비스를 설계해서는 안 된다. 서비스를 사용하는 사람들을 위해서 만든다는 점을 기억해야 한다. 사람들이 어떤 상황에서 우리 서비스를 이용하는지 깊이 생각해 보아야 한다. 도서관에서 사용하는가? 전화기에서 접속하는가? 페이스북 서비스에만 친숙한 사용자인가? 웹을 한 번도 사용해본 적이 없는 사용자인가?

우리 서비스를 사용할 사용자는 매우 다양하다. 사용하는 기술도 다양하고 요구도 다양하다. 서비스를 설계할 때에는 사용자가 어떤 환경에서 우리 서비스를 사용하는지 철저하게 이해해야 한다. 이런 부분을 간과하고 서비스를 만들면, 보기에는 좋은 서비스를 만들지는 모른다. 하지만 사람들이 사용하지는 못할 수도 있다.

8. 우리가 만드는 것은 디지털 서비스지, 웹사이트가 아니다

사람들이 우리 웹사이트에서 우리 서비스를 사용하기 시작하는 것이 아니다. 또한, 우리 웹사이트를 떠난다고 해서 우리 서비스가 끝나는 것도 아니다. 사용자는 검색 엔진에서 우리 서비스를 사용하기 시작할 수도 있고, 우체국에서 사용하기 시작할 수도 있다. 서비스를 설계할 때에는 이런 부분도 고려해야 한다. 훗날에는 전혀 다른 상황에서 쓰이는 서비스가 될 수도 있다.

우리가 만드는 것은 디지털 서비스이지, 웹사이트가 아니다. 지금 당장은 웹으로 디지털 서비스를 제공하는 것이 가장 좋기 때문에 웹사이트를 만드는 것뿐이다. 하지만 이는 바뀔 수 있으며, 바뀌는 시점은 생각보다 빨리 올 수 있다.

9. 일관성을 지키되 획일적이지는 마라

가능하면 사용하는 표현을 바꾸지 마라. 그리고 설계의 패턴도 일관되게 하라. 이렇게 하면 사람들이 우리 서비스에 익숙해진다. 물론 일관되게 하기 어려운 상황도 있다. 그래도 접근방법은 일관성을 지켜야 한다. 그러면 사용자는 서비스에서 원하는 것을 얻으려면 무엇을 어떻게 해야 하는지 추측할 수 있을 것이다.

일관성을 지키라는 것은 무조건 따라야 하는 규칙이 아니다. 기계적으로 규칙을 따르는 방법으로는 훌륭한 서비스가 나오지 않는다. 모든 상황을 생각해서, 그 상황에 적용되는 규칙을 모두 미리 생각해둘 수는 없다. 각 상황에 맞게 적절하게 대처하는 수밖에 없다. 따라서 통일할 수 있는 것은 접근방식이다. 사용자가 우리의 접근방식을 이해하면, 우리가 전혀 새로운 디지털 공간에서 서비스하더라도, 사용자는 서비스를 수월하게 사용할 수 있을 것이다.

10. 공유하라. 사람들이 참여하고, 서비스는 개선될 것이다

언제든, 우리가 작업하는 것을 공유해야 한다. 동료와 공유하고, 사용자와 공유하고, 전 세계와 공유해야 한다. 코드, 디자인, 아이디어, 설계의도, 실패경험 등 모든 것을 공유하라. 더 많은 사람들이 서비스를 살펴보고, 서비스는 개선될 것이다. 사람들은 어이없는 실수를 발견할 것이고, 더 나은 대안을 제시할 것이다. 그 결과 서비스도 나아질 것이다.

우리가 작업하는 것을 공유해야 하는 이유 중에 부수적인 이유는 이렇다. 오픈소스 코드 없이는, 그리고 웹디자인 커뮤니티가 없이는 우리가 하는 작업이라는 것이 불가능하기 때문이다. 하지만 이보다 더 중요한 이유는, 공유하면 서비스가 더 나아지기 때문이다. 서비스를 공개해서 많은 사람들이 참여하면, 서비스 자체에 대한 이해가 깊어지고, 더 세심하게 살펴보게 된다. 우리가 만든 코드를 공개하면, 더 나은 코드가 돌아온다. 바로 그 때문에 우리는 코드를 공유한다.

<원문>

Government Digital Service Design Principles

Listed below are our design principles and examples of how we've used them so far. These build on, and add to, our original 7 digital principles.

- 1 Start with needs*
- 2 Do less
- 3 Design with data
- 4 Do the hard work to make it simple
- 5 Iterate. Then iterate again.
- 6 Build for inclusion
- 7 Understand context

- 8 Build digital services, not websites
- 9 Be consistent, not uniform
- 10 Make things open: it makes things better

1. Start with needs*

*user needs not government needs

The design process must start with identifying and thinking about real user needs. We should design around those—not around the way the ‘official process’ is at the moment. We must understand those needs thoroughly—interrogating data, not just making assumptions—and we should remember that what users ask for is not always what they need.

We use ‘needs’ as an organising principle since people come to our sites to accomplish tasks and to fulfil needs, not just to hang out. Focusing on needs means we can concentrate on the things that deliver most value for money.

2. Do less

Government should only do what only government can do. If someone else is doing it—link to it. If we can provide resources (like APIs) that will help other people build things—do that. We should concentrate on the irreducible core.

We’ll make better services and save more money by focusing resources where they’ll do the most good.

3. Design with data

Normally, we’re not starting from scratch—users are already using our services. This means we can learn from real world behaviour. We should do this, but we should make sure we continue this into the build and development process—prototyping and testing with real users on the live web. We should understand the desire paths of how we are designing with data and use them in our designs.

This is the great advantage of digital services—we can watch and learn from user behaviour, shaping the system to fit what people naturally choose to do rather than bending them to a system we’ve invented.

4. Do the hard work to make it simple

Making something look simple is easy; making something simple to use is much harder—especially when the underlying systems are complex—but that's what we should be doing.

With great power comes great responsibility—very often people have no choice but to use our services. If we don't work hard to make them simple and usable we're abusing that power, and wasting people's time.

5. Iterate. Then iterate again.

The best way to build effective services is to start small and iterate wildly. Release Minimum Viable Products early, test them with real users, move from Alpha to Beta to Launch adding features and refinements based on feedback from real users.

Iteration reduces risk. It makes big failures unlikely and turns small failures into lessons. This avoids the 200 page spec document which can turn into a bottleneck. This, again, is the core advantage of digital: we're not building bridges—things can be undone.

6. Build for inclusion

Accessible design is good design. We should build a product that's as inclusive, legible and readable as possible. If we have to sacrifice elegance—so be it. We shouldn't be afraid of the obvious, shouldn't try to reinvent web design conventions and should set expectations clearly.

We're designing for the whole country—not just the ones who are used to using the web. In fact, the people who most need our services are often the people who find them hardest to use. If we think about those people at the beginning we should make a better site for everyone.

7. Understand context

We're not designing for a screen, we're designing for people. We need to think hard about the context in which they're using our services. Are they in a library? Are they on a phone? Are they only really familiar with Facebook? Have they never used the web before?

We're designing for a very diverse group of users with very different technologies and needs. We need to make sure we've understood the technological and practical circumstances in which our services are used. Otherwise we risk designing beautiful services that aren't relevant to people's lives.

8. Build digital services, not websites

Our service doesn't begin and end at our website. It might start with a search engine and end at the post office. We need to design for that, even if we can't control it. And we need to recognise that some day, before we know it, it'll be about different digital services again.

We shouldn't be about websites, we should be about digital services. Right now, the best way to deliver digital services is via the web—but that might change, and sooner than we might expect.

9. Be consistent, not uniform

Wherever possible we should use the same language and the same design patterns—this helps people get familiar with our services. But, when this isn't possible, we should make sure our underlying approach is consistent. So our users will have a reasonable chance of guessing what they're supposed to do.

This isn't a straitjacket or a rule book. We can't build great services by rote. We can't imagine every scenario and write rules for it. Every circumstance is different and should be addressed on its own terms. What unites things, therefore, should be a consistent approach—one that users will hopefully come to understand and trust—even as we move into new digital spaces.

10. Make things open: it makes things better

We should share what we're doing whenever we can. With colleagues, with users, with the world. Share code, share designs, share ideas, share intentions, share failures. The more eyes there are on a service the better it gets—howlers get spotted, better alternatives get pointed out, the bar gets raised.

Partly because much of what we're doing is only possible because of open source code and the generosity of the web design community. So we should pay that back. But mostly because more openness makes for better services—better understood and better scrutinised. If we give away our code, we'll be repaid in better code. That's why we're giving away all this...