

# Thick데이터 분석에 기반한 장례서비스 방향성 연구

안진호\*, 이정선\*\*

## 목 차

### 요약

- |                             |                      |
|-----------------------------|----------------------|
| 1. 서론                       | 4. 연구결과              |
| 2. 이론적 배경                   | 4.1. 상주와 조문객 페르소나 제시 |
| 2.1. 장례서비스 현황               | 4.2. 미래 장례서비스 방향성    |
| 2.2. Thick data적 데이터 분석의 의미 | 5. 시사점 및 결론          |
| 2.3. UX 중심의 미래 예측의 가치       | 5.1. 시사점             |
| 3. 연구설계 및 방법                | 5.2. 결론 및 제언         |
| 3.1. 연구설계                   | 참고문헌                 |
| 3.2. 인터뷰 대상 및 방법            | Abstract             |

## 요 약

고령화가 급속도로 진행중인 아시아 지역에서는 장례 서비스 산업이 발달하며 시장 규모가 커지면서 장례서비스의 경제적 가치와 관심이 증가하고 있다. 하지만 우리나라의 장례서비스는 상조회사를 중심으로 죽음 직후의 장례식 중심의 편향적인 방향으로 전개되고 있다. 미국, 영국, 일본 등의 선진 장례서비스 사례들을 비교해 볼 때 장례식만이 아닌, 사람을 중심으로 고인의 가족과 주변의 지인들을 케어해주는 서비스가 발전하고 있기에 우리나라도 이와 같은 연구가 본격적으로 필요하다.

이에 본 연구에서는 서비스사이언스적 관점에서 서비스의 주체인 상주(유가족)와 조문객을 중심으로 하여 장례서비스의 미래방향성을 질적 데이터중심으로 연구하였다. 사람을 중심으로 하는 장례서비스 분석에 필요한 데이터들은 일반적으로 빅데이터들의 수집, 가공, 해석의 과정에서 유의미한 결과를 도출하기 어렵고, 이러한 경우에 데이터 분석 방식은 에스노그래피(ethnography)와 사용자경험(User eXperience)에 기반한 방식을 활용하는 것이 적합하다. 이를 위하여 실제 상주와 조문객의 에스노그래피와 사용자경험 데이터를 수집 및 분석하는 방식을 활용하여 향후 10년 후의 구체적인 상주와 조문객의 모습을 페르소나(persona) 방식으로 도출하고, 상주와 조문객 중심의 장례서비스의 미래 방향성을 제시하였다.

표제어: 빅데이터, Thick data, 사용자경험, 서비스 산업, 장례서비스

접수일(2020년 1월 31일), 수정일(1차: 2020년 3월 10일), 게재확정일(2020년 3월 27일)

\* ㈜아이디이노랩 대표, pibuchi@gmail.com

\*\* 교신저자, 을지대학교 바이오융합대학 장례지도학과 교수, jslee@eulji.ac.kr

## 1. 서론

고령화가 급속도로 진행 중인 아시아 지역에서는 장례 서비스 산업이 발달하며 시장 규모가 커지고 있다. AP통신은 아시아에서 고령인구의 증가와 장례 문화 다변화로 “아시아에서 죽음에 관한 산업이 수익성이 높다”고 보도했다. 아시아 지역의 장례서비스 시장은 꾸준히 성장해 현재 연간 70조 3000억원 규모다. 2050년 아시아의 고령 인구가 9억 2300만 명에 도달할 것으로 전망되는 바 장례서비스 산업은 계속해 발전할 것이다(Lee, 2017<sup>1)</sup>).

이러한 발전추세에 있는 장례서비스의 경제적 가치와 관심은 우리나라에서도 예외는 아니다. 하지만 우리나라의 장례서비스는 현대사회에 급성장한 상조회사를 중심으로 죽음 직후의 장례 서비스에 초점이 맞추어져 있다. 하지만, 미국, 영국, 일본 등의 선진 장례서비스 사례들을 비교해 볼 때 장례직후 서비스만이 아닌, 사전, 사후를 아우르는 사람중심의 서비스로서 고인 뿐 아니라 가족과 주변의 지인들을 케어해주는 보다 넓은 영역의 서비스가 발전하고 있다. 이러한 시대적 흐름 속에서 우리나라도 이와 같은 연구가 본격적으로 필요한 시점이다.

이에 본 연구에서는 서비스사이언스적 관점에서 서비스의 주체인 상주(유가족)와 조문객을 중심으로 하여 장례서비스의 미래방향성을 예측하기 위해 질적 데이터를 주축으로 활용하여 연구하였다.

장례서비스 분석처럼 사람을 중심으로 하는 서비스를 분석할 때 필요한 데이터들은 일반적 Big데이터들의 수집, 가공, 해석의 과정에서 유의미한 결과를 도출하기 어렵다. 왜냐하면, 장례서비스에서는 사람과 사람의 관계와 상호작용이 강하게 발생하기에 이러한 경우에 Big데이터 모집단 설정의 오류가 발생할 수 있다(Ahm and Lee, 2019). 이러한 경우에 데이터 분석 방식은 에스노그래피(ethnography)와 사용

자경험(User eXperience)에 기반한 방식을 활용하는 것이 적합하다. 이를 위하여 실제 상주와 조문객의 에스노그래피와 사용자경험 데이터를 수집 및 분석하는 방식을 활용하여 향후 10년 후의 구체적인 상주와 조문객의 모습을 페르소나(persona) 방식으로 도출하였고, 상주와 조문객 중심의 장례서비스의 미래 방향성을 제시하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 장례서비스 현황

장례서비스는 기본적으로 장례상담을 통하여 일정한 시간 내에 장례일정, 장례절차 및 방법을 안내하고, 장례용품을 공급하며, 시신처리와 염습, 조문예절에 이르기까지 원활하면서도 경건하게 장례절차를 진행시키고, 매장, 화장 및 납골에 필요한 행정절차를 서비스해 주는 것을 의미한다.

또한 장례서비스는 장례 후 행정처리, 법률상담, 심리상담 등도 포함하며, 이러한 서비스는 주로 장의업소, 상조업체, 장례식장 등에서 제공하고 있다. 특히 장례는 자기집단의 정체 의식을 표현하고 강화하는 기능이 있기 때문에 장례서비스는 중요한 사회·문화적 서비스의 의미를 가진다.

장사시설에서 제공하는 서비스는 장례서비스에 비해 보다 넓은 범위를 포함하는 것으로, 장례식장 이외에 묘지, 화장장, 봉안시설 등 고인이나 유족 등에게 제공하는 일체의 활동 및 서비스를 의미한다. 장례서비스 이외에 시설이용에 대한 정보 제공 및 안내, 유가족뿐만 아니라 지역사회 주민을 위한 각종 프로그램까지도 포함한다고 할 수 있다.

1) <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20170521010010394>

Tab. 2-1 Changes in Demand for Funeral Services

연번	요인	내용
1	인구 구조의 변화	- 인구 고령화 - 가족구성원 변화
2	법 제도 적 환경의 변화	- 장사 등에 관한 법률 개정(국가 자격제도 도입 등) - 장례서비스 표준약관 제정 - 웰앤딩 서비스 체계 구축
3	국민의식 변화	- 장례서비스의 다양화 요구 - 장례서비스 시설의 현대화 및 고급화 요구 - 장례서비스 정보요구 증가
4	장례서비스 전문화	- 인구 고령화 - 가족구성원 변화

Source: Kim and Kim (2011)

장례서비스에 대한 수요는 인구구조의 변화, 국민의식의 변화, 법·제도적환경의변화, 장례서비스의 전문화 등의 요소에 의해 영향을 받는다. 인구구조 변화에 따른 고령사회의 진입과 가족 구성원의 변화로 장례서비스에 대한 수요는 꾸준히 증가할 것으로 보인다.

자식들에게 의존하던 장례비용의 부담은 줄어드는 대신, 노년층 자신이 장례방법 및 절차에 대해 선택 할 수 있는 사전장례 서비스에 대한 수요는 점차적으로 증가하고 있다. 장례문화에 대한 국민의식의 변화로 전문화 및 차별화된 장례 서비스에 대한 욕구가 증가하게 될 것이며, 외국장례관련 정보의 접근성에 대한 요구도 많아지고 있다. 건강하게 오래 사는 것이 노년층에게는 중요하지만, 죽음을 준비하는 프로그램과 서비스에 대한 이들의 관심도 높아지고 있다. 현재일부 종합병원을 중심으로 사망부터 발인 까지 일괄적으로 장례관련서비스를 제공하고

있으며, 이용자의 불만을 야기하였던 여러 문제들을 해결하고 건전한 장례문화를 유도하고 있다는 평가를 받고 있어 장례서비스에 대한 신뢰성 증대에 기여하고 있다.

## 2.2 Thick data적 데이터 분석의 의미

### 2.2.1. Big data적 데이터 분석의 문제점

Big data의 활용가치는 광범위한 데이터 안에 숨어있는 가치 있는 정보의 의미가 궁극하기 때문이다. 여기서 주목해야 할 부분은 숨어있는 정보가 반복되는 패턴에 숨어있다면 다행이지만, 그렇지 않은 경우가 문제가 된다.

Big data 적용의 사례들에서 실패 원인은 데이터의 수집범주에 데이터의 발생시점에서 사람과 사람 또는 사람과 사물간의 관계와 상호작용이 강한 경우에서 발생하는 데이터가 모집단에 포함이 안 되어 있는 경우이다. 반면, 성공사례들은 데이터 모집단 안에 사람과 사람, 사람과 사물간의 관계와 상호작용이 강하지 않은 경우에 현재의 Big데이터 수집방식으로 만들어진 표본 집단으로 분석하더라도 유의미한 결과를 도출할 수 있다.

결국 장례서비스와 같은 사람간의 관계와 상호작용이 강한 경우에는 Big데이터의 모집단 산정방식에서 오류가 발생할 수 있다. 이러한 경우에는 기존의 디지털 기반의 데이터수집 방식에서 배제되어 있는 오프라인 기반의 관찰조사 방식으로 소규모의 데이터를 한정적으로 수집하는 것이 타당하다.

### 2.2.1. Thick data의 의미와 가치

기존 Big데이터 수집방식서 표본으로 잡히기 어려운 사람과 사람, 사람과 사물간의 관계와 상호작용이 강한 상태에서 발생하거나 수집할 수 있는 비정형성의 맥락적 성격의 외부데이터들을 thick data라고 한다(Wang, 2016<sup>2)</sup>).

이에 본 연구에서는 사람과 사람의 관계와 상호

작용이 강한 장례서비스에서 발생하는 thick 데이터의 측정 및 해석은 ethnography와 User eXerience 관점으로 데이터를 분석하여 최적의 방향성 도출을 위한 탐색을 시도한다.

Tab. 2-1 Big data vs Thick data

구분	Big data	Thick data
시점	과거 데이터 (발생한 데이터 해석)	현재 데이터 (발생하는 데이터 해석)
방법	수집된 불특정 데이터의 가공(정량화)된 데이터 범주안에서 패턴을 발견	사회적 맥락(관계와 상호작용)에서 발생하는 데이터 범주안에서 의미를 발견
특징	패턴을 식별하기 위해 변수를 분리	환원불가능한 복잡성을 수용
수집	물리적 신호를 전기적 신호로 바꿔주는 다양한 센서에 기반하여 수집	User eXperience나 ethnography에 기반하여 관찰조사 방식으로 수집
강점	데이터안의 공통점을 찾는다	숨어 있는 시사점을 찾는다
약점	데이터를 맥락적으로보는 것에 대한 한계	데이터 규모의 한정(소규모)성

**2.2.2. Ethnography와 User eXperience**

장례서비스의 Thick data 해석을 위하여 데이터를 수집, 가공하는 방식에 있어서 최적화된 수단이 인류학자들이 다른 문화의 일상생활에 들어가 가까이에서 관찰하고, 기록하는 연구 과정 방식으로 다른 문화를 상세히 기록하고 설명하는 방식이 ethnography다. 또한, 사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직/간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 지각과 반응, 행동 등에 관한 총체적 감정과 기억을 중점적으로 분석하는 분야를 User eXperience라 할 수 있다. 이 두 가지 방법은 관찰 대상인 사람을 중심으로 사회적, 문화적, 경제적 관점의 다양한 맥락을 관찰하여 데이터를 수집하고,

해석하는 방식이다.

아래의 도표는 ethnography와 User eXerience 방식으로 thick data를 수집하는 방식을 관계성과 상호작용성의 강도의 수준에서 분류하여 단계별로 데이터를 수집, 분석하는 사례를 보여주고 있다.

Tab. 2-3 5 steps of thick data observation

단계	수집 개념	분석 사례
1단계	단순 인지 (RI : 1 수준)	남자가 스마트폰을 사용한다
2단계	상황에 대한 구체적 묘사 (RI : 2 수준)	40대 중반의 남성이 오른손으로 스마트폰을 들고 있다
3단계	상호작용 관점의 구체적 묘사 (RI : 3 수준)	바지 뒷주머니에 있던 스마트폰을 꺼내서 오른손으로 전화한다.
4단계	맥락적 관점의 구체적 묘사 (RI : 4 수준)	길가에서 고민하던 40대 중반의 정장을 입은 남성이 급하게 스마트폰을 꺼내서 오른손으로 전화를 건다
5단계	4단계 관찰 + 합리적 추론 (RI : 5 수준)	길가에서 고민하던 오른손잡이 40대 중반의 전문직 남성이 삼성 갤럭시 폰으로 전화를 하는데, 굳은 표정에서 가정의 근심을 짐작하게 한다.

\* RI:Relationship & Interactivity

\*\*RI 강도:1매우약함, 2약함, 3중간, 4강함, 매우강함

**2.2.3. 페르소나(persona)**

페르소나(persona)는 심리학에서 타인에게 비치는 외적 성격을 나타내는 용어이다. 원래 Persona는 그리스의 고대극에서 배우들이 쓰던 가면을 일컫는다. 이후 심리학적 용어로 심리학자 구스타프 융(Carl Gustav Jung)이 만든 이론에 쓰이게 되는데 그는 인간은 천 개의 Persona(가면)를 지니고 있어서 상황에

2) Tracia wang, Why Big Data Needs Thick Data, medium, 2016

따라 적절한 Persona를 쓰고 관계를 이루어 간다고 주장한다. Persona를 통해 개인은 생활 속에서 자신의 역할을 반영할 수 있고 자기 주변 세계와 상호관계를 성립할 수 있게 된다. 그리고 Persona 안에서 자신의 고유한 심리구조와 사회적 요구 간의 타협점에 도달할 수 있기 때문에 개인이 사회적 요구에 적용할 수 있게 해 주는 매개체의 역할을 하게 된다(wikipedia)<sup>3)</sup>.

본 연구에서는 장례서비스를 사용할 만한 목표 인구 집단 안에 있는 다양한 사용자 유형들을 대표하는 가상의 인물이라고 정의한다.



Fig. 2-1 Persona Modeling Process

### 2.3 User eXperience 중심의 미래 예측의 가치

일반적으로 미래를 예측하고 준비하는 기준은 사회, 문화, 경제 등 다양한 부분을 고려하지만 가장 중요한 부분은 기술의 진보라는 측면에서 준비하는 기술 R&D 기반이 중심이라 할 수 있다. 하지만, 이러한 기술 R&D 기반의 미래 먹거리 발굴은 정량적 데이터와 예측 가능한 범위에서 접근하는 한계가 있고, 실제 미래의 고객이 되는 사용자보다는 기술이 발전하는 과정에서 일시적 대응책으로서 가치를 가질 뿐이지, 혁신적인 제품과 서비스를 개발하는 것에 한계가 있다. 장기적 비전을 가지고 준비하는 장

례서비스의 미래모델은 주체적인 사람들의 실제 사용자의 경험(User eXperience)을 고려하는 방식이 효과적이다(Jin et. al, 2019)<sup>4)</sup>.

Tab. 2-4 Future Prediction Method Comparison

	기술 R&D 기반	UX(사용자경험) 기반
목적	과학기술과제에 대한 향후 실현시기를 예측 과학기술과 수요를 직접적으로 해결할 수 있는 유망서비스 구현이 가능한 기술을 도출	복잡하고 불확실한 현상을 인간의 논리적 추론이 가능한 문제로 구조화하여 상황을 예견하고 다른 상황의 전체에도 논리적 추론이 가능하도록 함
사례	노키아의 피쳐폰 시장 예측 ▼ 통신기술의 진보의 관점에서 미래 예측	애플의 스마트폰 시장 예측 ▼ 인문학적 관점에서 사용자의 미래 경험 고민
문제점	정량적 데이터 기반의 한계	정량적 데이터와 사용자 수요 중심의 정성적 기반 강화
환경 예측	기술 > 사용자 ▼ 기술이 발전하고, 발전된 기술을 사용하는 미래 고객을 예측	기술 < 사용자 ▼ 사용자 중심의 미래 시나리오를 그려내고, 구현에 필요한 기술과 서비스를 고려
미래 고객 Need 분석	R&D로 진보된 기술의 적용 중심 시나리오 <b>Fast Follower</b>	미래 고객의 경험 (사회생활 중의 기술 이용) 예측에 기반한 시나리오 <b>First Mover</b>

Source: Jin et. al.(2019)

3) <https://www.wikipedia.org>

4) 기업의 미래먹거리 발굴을 위한 선행디자인 전략, KEIT PD리포트, 2019

아래 도표와 같이 대략 10년후의 미래를 예측하는 방식에 있어서는 기술의 발전보다는 사람의 경험을 중심으로 미래 시나리오를 그리는 것이 상대적으로 정확하다. 때문에 본 연구에서는 User eXperience에 기반한 미래예측 방식으로 연구를 진행하였다.

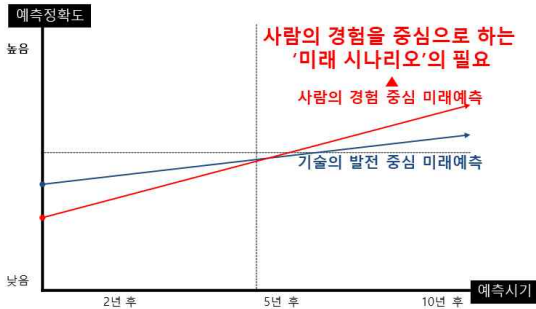


Fig. 2-2 Value of UX Future Prediction  
Source: Jin et. al.(2019)

### 3. 연구설계 및 방법

#### 3.1 연구설계

본 연구는 2019년 4월에서 10월에 현황분석, UX리서치, UX모델링, UX전략도출이라는 4단계를 거치면서 유의미한 결과를 도출하였다. 먼저 현황분석에서 국내의 장례절차, 변화하는 장례문화, 장례식장의 서비스만족도, 장례서비스에 대한 관점의 변화에 대한 문헌 연구를 진행하였다.

Tab. 3-1 Status Analysis Point

기준	분석 가이드
국내 장례절차	관련 기사중심의 의견 수렴 및 데이터 분석
변화하는 장례문화	관련 기사, 학술자료, SNS상에서의 의견 수렴 및 데이터 분석
대형병원의 장례식장 서비스	관련 기사, 학술자료, SNS상에서의 의견 수렴 및 데이터 분석

만족도	
• 장례서비스에 대한 다양한 관점의 변화	관련 기사, 학술자료, SNS상에서의 의견 수렴 및 데이터 분석
• WOM(word of mouth)분석	SNS (블로그, 카페, 페이스북, 트위터 등)상에서의 관련 의견 중점 수렴
• 현황분석 시사점	현황분석 키워드 요약을 통한 단계완료 키워드 도출

현황분석을 근거로 하여 장례문화를 직, 간접적으로 경험하고 10년 후 상주로서 준비할 가능성이 높은 40-50 대 남, 여를 할당 추출법(quota sampling)으로 표본 추출하여 UX리서치에서 ethnography적 조사를 진행하였다.

Tab. 3-2 Tester Information Summary

no	구분	현장	나이	출신	직업	진행방식
1	상주, 조문객 입장의 시각	현장	40대 후반	경기	학원 강사	설문조사 + 심층인터뷰
2	상주, 조문객 입장의 시각	현장	50대 초반	서울	자영업	설문조사 + 심층인터뷰
3	상주, 조문객 입장의 시각	현장	50대 초반	서울	자영업	설문조사 + 심층인터뷰
4	상주, 조문객 입장의 시각	현장	40대 중반	경기	회사원	설문조사 + 심층인터뷰
5	상주, 조문객 입장의 시각	현장	40대 중반	서울	주부	설문조사 + 심층인터뷰
6	상주, 조문객 입장의 시각	현장	40대 초반	경기	공무원	설문조사 + 심층인터뷰
7	상주, 조문객 입장의 시각	현장	40대 중반	경기	회사원	설문조사 + 심층인터뷰
8	상주, 조문객 입장의 시각	현장	40대 중반	서울	대학원생	설문조사 + 심층인터뷰

다음 UX모델링 단계에서 Persona 모델링을 진행하였다. 여기에는 총 368개의 데이터의 스크립트와 관련된 태그 데이터를 분석하여 진행하였다.

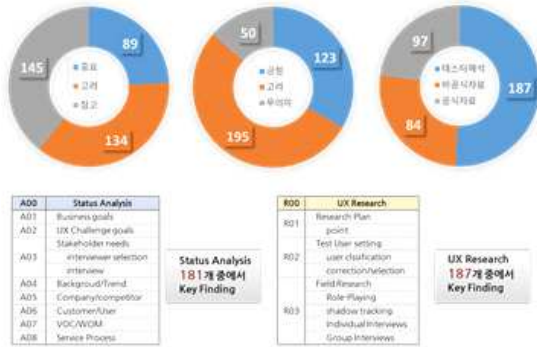


Fig. 3-1 Persona modeling data

각각의 스크립트에는 감정분석에서 긍정, 부정, 중립의 태그를 적용하였고, 중요도에 따라서 우선순위, 데이터의 출처에 대한 중요도를 태그하였다. 아래의 도표는 그와같은 데이터 전처리 과정을 정리한 도표이다.



Fig. 3-2 Data preprocessing process

### 3.2. 연구 방법

UX 모델링을 위하여 데이터 코딩 후 affinity diagram 작성으로 UX모델링에서 Persona 캐릭터 키워드를 추출하였다. 그리고 우선순위에서 감정에서 부정, 소스에서 테스트 의견 우선순위를 부여하였다.

key finding된 요소를 기반으로 전문가 3인의 평가를 다음과 같이 10개의 Persona 캐릭터 결정요인을 도출하고, 전체 리서치 대상자에게 Persona 캐릭터 결정요인을 리커트 척도로 환산하여 적용하고, 현장테스트요원을 포함하여 3회를 진행함으로써 bias를 최소화 하였다. 또한 군집분석을 통해 2개의 유의미한 군집을 추출하고, Persona 추출 데이터를 만들었다.

## 4. 연구결과

### 4.1 상주와 조문객의 Persona 제시

테스터 1, 2, 3, 6, 7, 8의 데이터에 기반하여 상주 Persona의 캐릭터를 결정하였다.

이들 캐릭터 결정요인을 리커트 5점 척도를 기반으로 분석한 결과 중요하게 여기는 부분은 장례 후

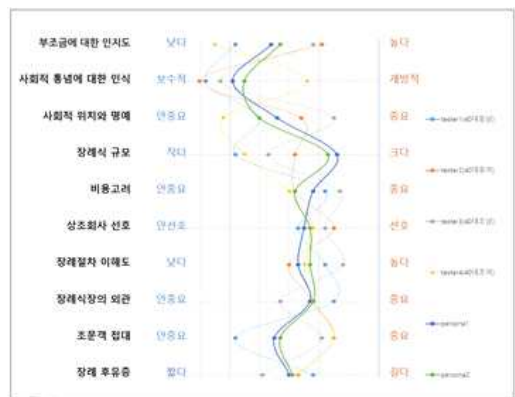


Fig. 4-1 Next of kin's Determinants on Persona Characters

의 과정을 중요하게 여기며, 불필요한 절차가 없는 실용적인 장례식을 원하는 것으로 나타났다. 이들의 행동특성과 서비스적 목표는 다음의 표와 같다.

Tab. 4-1 Persona Definition from Next of kin

구분	내용
Behavior	<p>조문객에 대한 성의는 음식이라고 생각해서 많이 신경쓰는 편이다. 음식의 질이 떨어지면 마음이 상한 적이 있다.</p> <p>작은 장례식이나 음식의 가짓수를 줄이는 것은 고인에 대한 예의도 아니고 조문객에 대한 예의도 아니라고 생각한다. 최선을 다해야 한다고 생각한다.</p> <p>개인의 편의를 위해 장례식의 간소화는 안 된다고 생각한다.</p> <p>대부분 절차의 어려움을 겪기에 원활한 진행을 위해 전문도우미가 상주할 필요가 있다.</p>
Goal	<p>일반 장례식장보다 정원이 보이는 자연친화적인 것도 좋다.</p> <p>절차에 대해서 잘 모르기 때문에 병원에서 유사한 서비스를 제공한다면 후에 좋은 기억으로 다시 이용할</p>

테스터 1, 2, 4, 5, 8의 데이터에서 조문객 Persona의 캐릭터를 결정하였다.

조문객의 키워드로는 가기는 가야하지만, 오래있고 싶지 않은 자리라는 것과 위로의 마음은 있지만, 부담감은 싫다는 것으로 나타났다. 이들의 행동특성과 서비스적 목표는 다음의 표와 같다.

Tab. 4-2 Definition of Persona for Funeral Visitors

구분	내용
Behavior	<p>• 조문객이 많은 장례식장을 다녀오면 바쁜 상주와 얘기나눌 시간도 없이 급하게 음식만 먹고 다음 조문객을 위해 자리에서 일어나기 바쁘다. 슬픔을 나누기 위해 온 것인지 음식을 먹으러 온 건지 알수가 없다.</p> <p>우리나라 장례식장을 다녀오면 기분도 썩 윤패하지 못하다. 장례식장이라는 장소도 부정적이고 슬픔만 강조하다 보니 이별에 대한 무게감이 너무 강하게 다가오는거 같다. 고인에 대한 추억도 중요하다 생각한다.</p>
Goal	<p>음식을 간소화 시키고 다른 것들(고인에 대한 추억,위로)에 대해서 집중할 수 있는 공간이 필요하다고 본다.</p> <p>장례식장 특유의 우울감과무게감을 벗어난 인터리어도 중요하고 본다.</p>

## 4.2 미래 장례서비스 방향성

연구결과 미래 장례서비스의 방향성은 임종 전, 장례식, 임종 후의 모든 시간을 따뜻하게 감싸 안을 수 있는 감성 중심의 서비스가 필요하다는 것을 알 수 있었다. 상주와 조문객의 공통적 캐릭터는 장례식의 고정 관념을 바꿀 순 없는 것인지, 절차만 중요한 장례식은 싫어했고, 정성을 다한 후회 없는 장례식을 치를 수 있기를 원하는 것을 알 수 있었다.

이를 기반으로 임종 전의 사전 서비스 의미의 Pre-need, 임종 직후의 장례식을 중심으로 하는 현장서비스인 At-need, 장례 후의 유가족과 지인을 돌볼 수 있는 사후서비스인 After-care의 토탈케어 서비스를 의미하는 ‘PAA need care service’ 라는 서비스를 제안하였다



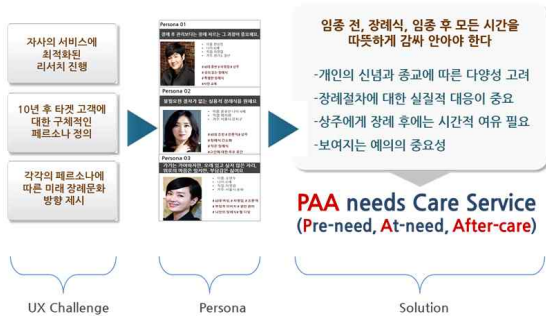


Fig. 4-2 Funeral Service Direction

도출된 Persona들의 특성에 기반하여 PAA need care service를 구성하는 요소들은 다음과 같이 정의할 수 있다.

Tab. 4-3 Service configuration of PAA needs care

구분	내용
사전 서비스 (Pre-need)	임종을 앞둔 사람들이 장례 일정 작성, 묘지 구입, 시설 예약 등 각종 사전 장례준비를 제공하는 서비스
현장 서비스 (At-need)	사망 관련 행정처리, 운구, 안치, 빈소차림, 입관, 발인 등 장례준비 시행을 포함하는 일체의 활동을 의미하며 장례서비스의 핵심적 서비스 병원 또는 거주지, 현장 픽업, 임바밍 서비스, 예식 패키지 계약(서비스 단계, 추모식 디자인, 장례식(추모 서비스): 예배서비스 등(발인 전날) / 종교별 구분되어 있음, 용품에 대한 세분화된 디자인(개인화됨) 묘지 서비스 : 장지에서 고인 보내기
사후 서비스 (After-care)	장례 후 행정처리, 법률상담, 슬픔 심리상담 등을 포함하는 사후 관리적 서비스 (사후 다양한 서비스 제공)

## 5. 시사점 및 결론

### 5.1 시사점

장례서비스와 같이 사람과 사람간의 관계속에서 상호작용이 강한 경우에는 일반적 Big데이터 분석이 아닌, 사용자경험과 에스노그래피에 기반한 Thick데이터적 접근이 유의미한 결과를 도출할 수 있었다.



Fig. 5 Service Keyword of PAA needs care

Thick 데이터 분석방식에 기반하여 10년 후 장례 서비스를 주체인 상주와 조문객 입장에서 예측한 결과는 임종 전, 장례식, 임종 후의 모든 시간을 지원해 줄 수 있는 토탈케어(total care) 서비스전략이 중요하다.

토탈케어 서비스에 있어서 인공지능 기반의 장례 서비스 플랫폼은 전체 절차에 있어서 핵심적인 역할을 수행할 것이다. 또한 장례절차는 지금보다 간소화되어 현재의 상주가 3일간 조문객을 기다리는 방식이 아닌, 결혼식과 같은 일정 시간에 진행되는 예식에 참석하는 방식으로 대체될 것으로 보여진다. 그리고 장례식장은 자연친화적으로 변화하면서, 지금의 부정적이고 기피하는 공간의 이미지를 탈피해 갈 것으로 예측된다.

이러한 관점에서 사전서비스를 의미하는 Pre need, 현장 서비스를 의미하는 At need, 사후서비스를 의미한 After care 방식의 토탈 케어 서비스가 장례서비스의 미래 방향성이 될 것이다.

## 5.2 결론 및 제언

본 연구는 시대적, 문화적 변화에 따라 10년 후의 장례 서비스를 제안해보고자 연구를 진행하였다. 종교간의 장례절차에 따른 분쟁, 장례절차에 대한 어려움, 심리적 어려움에 따른 부분을 고려하는 장례 서비스 요구가 큰 것으로 파악되었다. 그리고 이를 위해서는 장례서비스가 임종을 전후하여 다양한 서비스가 필요할 것으로 보여지며, 인공지능기반의 시스템을 통해 Pre-need, At-need, After-need(PAA)service가 필요할 것이다. 기술적 부분 뿐 아니라 문화적 비즈니스 사용자 분석 결과, 자연친화적인 장사시설과 토탈케어 서비스에 대한 요구를 파악할 수 있었다.

향후 ethnography)와 User eXperience에서 주로 사용하고 있는 관찰조사를 통한 데이터 수집 및 분석 방식을 심화하여 이에 대한 대안을 데이터사이언스적 관점에서 입증하는 이론과 사례 연구가 필요할 것으로 보인다.

## References

- [1] Jin, Jaehan, Ahn, Jinho, Lee JeungSun(2019). Advanced design as a strategy for finding future business, KEIT PD Issue Report(Vol 19-6), Korea Evaluation Institute of Industrial Technology (진재한, 안진호, 이정선(2019,6) 기업의 미래먹거리 발굴 전략으로서 선행디자인. 한국산업기술평가관리원(Vol. 19-6): KEIT PD Issue Report(2019.6).
- [2] Kim, Kihwan, Kim, Sookkyung(2011.), Improvement of Funeral Service Business, Korea KOREA INSTITUTE INDUSTRIAL ECONOMICS &TRADE. (김기환, 김숙경, 「장사서비스 개선방안」, 산업연구원, 2011)
- [3] Lee, Jeung, Ahn Jinho(2019), A Study on the Effect of Relationship and Interaction at the Time of Data Generation on Big Data Analysis, IT service Science seminar.(이정선, 안진호 (2019), 데이터 발생시의 관계성과 상호작용성이 빅데이터 분석에 미치는영향 연구, IT서비스사이언스학회, 추계학술대회)
- [4] Lee, Mihyun(2017. 5.21). Asia's Senior aging, funeral service industry outlook bright with Eco-Friendly Pavilion. Asia Today news. Retrieved from<http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20170521010010394> (이미현 (2017.5.21.). 고령화 아시아, 장례 서비스 산업 전망 밝다. 친환경 에코 관 유행하며 고급화, 아시아투데이뉴스. <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20170521010010394>)
- [5] TED Talks,(2017). Tricia Wang: The human insights missing from big data[Video]. Retrieved from[https://www.ted.com/talks/tricia\\_wang\\_the\\_human\\_insights\\_missing\\_from\\_big\\_data/reading-list](https://www.ted.com/talks/tricia_wang_the_human_insights_missing_from_big_data/reading-list)
- [6] Tricia wang.(2013, May 13). “Why Big Data Needs Thick Data, Ethnography matters, Retrieved from<http://ethnographymatters.net/blog/2013/05/13/big-data-needs-thick-data/>

**Ahn, Jinho (pibuchi@gmail.com)**



Ahn, Jinho is the president of idinno lab, co. ltd(www.idinnolab.co.kr), a business consulting firm in Korea. he obtained a Bachelor's in Industrial Design, a Master's degree and his Ph.D. degree in Business Administration at the University of Kookmin. His research interest focused on Service Design and Service System.

**Lee, JeungSun(jslee@eulji.ac.kr)**



Lee, Jeungsun is an assistant professor of Mortuary Science Department at Eulji University in Seongnam. She received her Ph.D. in Service Management at Kookmin University in Seoul, Korea. She holds a Master's and Bachelor's degree in Business Administration from Texas A&M University at San Antonio, Texas. Her research interests include areas in Service Philosophy, Service Innovation, as well as Funeral Service and Mortuary Science.

# A Study on the Direction of Funeral service focused on Thick Data Analysis

Ahn Jinho\*, Lee Jeungsun\*\*

## ABSTRACT

In Asia, where the aging population is growing rapidly, as the funeral service industry develops and the market grows. The economic value and interest of funeral services is increasing. However, Korea's funeral services are being developed in a biased direction, focusing only on funeral services, after death. Compared to the case of advanced funeral services in the United States, the United Kingdom, and Japan, not only the funeral but also the care of the deceased's family and acquaintances around us are developing.

It is appropriate to use a method based on ethnography and User eXperience. For this purpose, the method of collecting and analyzing the ethnography and user experience data of actual resident and visitor was deduced in persona method in the next ten years, and funeral service centered on resident and visitor. In this study, qualitative data centered on the future direction of funeral services, focusing on the resident (family) and the guest who are the principals of services from the perspective of service science. It is difficult to derive meaningful results from the process of collecting, processing, and interpreting big data in general, and in this case, the data analysis method is based on ethnography and user eXperience.) Is appropriate. For this purpose, the method of collecting and analyzing the ethnography and user experience data of the actual resident and the visitor was deduced in the persona method in detail after 10 years. In addition, the future direction of funeral services centered on residence and visitor was presented.

*Keywords: Funeral Science, Thick data, User eXperience, Future Prediction, Service Science*

---

\* idinnolab Inc. pibuchi@gmail.com

\*\* Eulji University, College of Health Industry, Mortuary Science Department, jslee@eulji.ac.kr