

세계도시동향

헤드라인뉴스	1	탄력적 주차요금제 시행 1년의 운영성과 발표	샌프란시스코
문화·관광	4	자전거 관광안내 전문 블로그, “벨리브와 나” 개설	파리
	6	모든 도심공간을 예술품 전시공간으로 활용	영국
산업·경제	8	“경제개발 10개년 전략” 발표	시드니
사회·복지	11	가정에서 아이를 돌볼 경우 ‘육아 돌보미’ 지원	리옹
	12	고령자 소비생활 피해방지 캠페인 시행	도쿄
	13	노숙자를 줄이기 위한 아웃리치(outreach) 프로그램 시행	시드니
	14	기업 참여를 통해 공원 워킹코스에 ‘칼로리 소비량 표시간판’ 설치	사이타마
	17	시민 건강을 위해 식품 사막(food desert) 근절 정책 시행	시카고
행정·교육	18	대학생 등록금이 급등함에 따라 새로운 형식의 학자금 지원방법 추진	오리건
도시계획·주택	20	보도 디자인 매뉴얼, “Shaping the Sidewalk Experience 2013” 발표	뉴욕
	23	복합용도 커뮤니티 센터로 변화하는 교회	미국



탄력적 주차요금제 시행 1년의 운영성과 발표

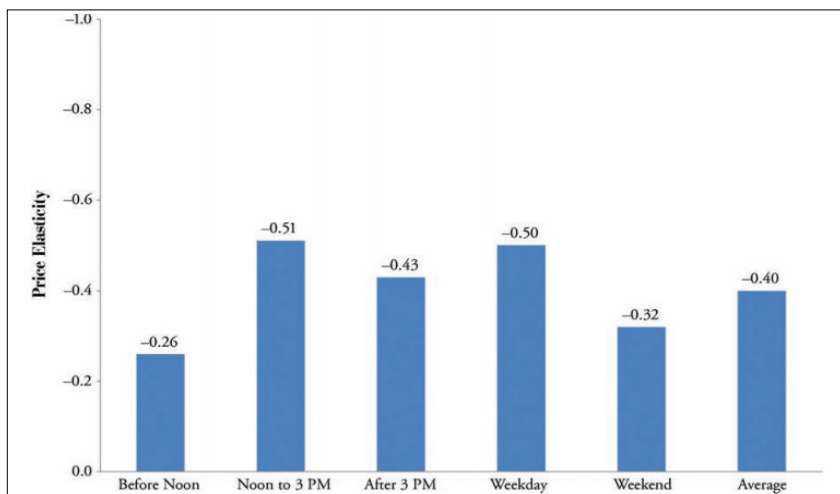
미국 샌프란시스코시 / 도시교통

- 샌프란시스코시는 부족한 주차공간 문제를 효율적으로 해결하기 위해 주차 수요에 따라 탄력적으로 주차요금을 변동하는 'SF park'을 지난 1년간 시범적으로 실시해 왔음. 그동안 이 시스템은 주차공간을 찾기 위해 배회하는 교통량을 최소화하는 새로운 주차시스템으로 평가받아 왔는데, 최근 이 주차시스템의 지난 1년간의 운영성과를 분석한 연구결과가 발표됨.
- 새로운 주차정책의 초안을 마련하고 탄력적 가격정책을 주도했던 UCLA 대학교의 Donald Shoup 교수는 이 주차시스템의 지난 1년간의 성과를 분석한 결과, 수요에 탄력적인 주차요금 정책으로 인해 전반적으로 주차요금이 인상될 것이라는 예상과는 달리, 실제 평균 주차 요금은 기존 주차시스템의 요금에 비해 1% 하락하였으며 주차공간을 찾아 배회하는 교통량이 상당히 줄어든 것으로 나타났다고 밝힘.
 - 결과적으로 주차공간을 찾기 위한 통행시간은 줄어든 반면, 시민들이 지불해야 하는 주차요금은 기존의 요금과 별 차이가 없게 됨.
 - 또한, 실시간으로 주차공간 점유 정보를 수집하여 가격을 탄력적으로 조정함으로써 이면도로에 적정 수준의 주차공간이 남아 있도록 해, 주차공간을 찾는 데 소요되는 시간이 상당히 감소함.
 - 하지만 일반 시민들의 주차요금변동시스템에 대한 이해 부족으로 시스템이 제대로 오르기 위해서는 시스템에 대한 홍보와 교육이 필요하며, 주차공간을 찾아주는 어플리케이션 개발과, 인터넷, 스마트폰 등을 이용한 실시간 정보 전달도 중요한 요소라고 지적함.



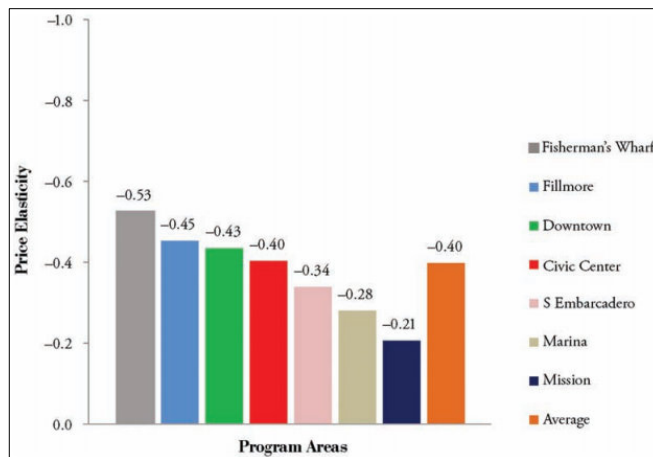
주차수요에 따라 주차요금이 변동되는 SF park의 주차미터기 모습

- 2013년 4월에 조사된 자료에 의하면, 탄력적인 주차요금정책이 운전자들을 과밀한 지역보다는 덜 혼잡한 지역에 주차를 하도록 유도하는 효과가 있는 것으로 나타났으며, 혼잡 시간대의 주차 수요 또한 다른 시간대로 분산시키는 것으로 확인되었음.
- 시간대별로는 오후 12시에서 3시 사이에 주차 수요가 주차 요금에 따라 가장 민감하게 변화하였으며 평일이 주말에 비해 가격 탄력성이 더 큰 것으로 나타남.



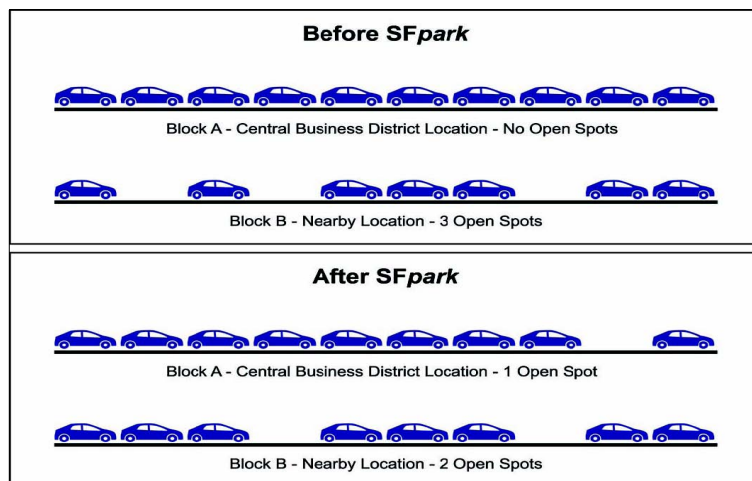
시간대별 가격탄력성(이른 오후시간과 주중이 가격탄력성이 큰 것으로 나타남)

- 지역별로는 주거지역이 상업지역에 비해 가격 탄력성이 낮은 것으로 나타남.



지역별 가격탄력성(주거지역인 Mission지역이 가격 탄력성이 가장 낮은 것으로 분석됨)

- 새로운 주차정책 실시 이후에는 모든 도로 이면에 적정 수준의 주차공간이 남게 되어 배회시간을 줄이는 효과를 가져옴.



SF park 시스템 도입으로 인한 주차 수요의 분산효과를 표현한 예시 그림

- 주차공간이 부족한 샌프란시스코市는 오래전부터 주차공간을 찾아 배회하는 차량으로 인한 교통 혼잡 및 사고위험의 증가, 배출가스 배출량 증가 등이 큰 문제가 되어 왔는데, 이를 해결하기 위해 도입된 SF park에 대한 이번의 고무적인 연구결과는 탄력적 주차 요금 제도를 도입하기를 원하는 도시들에게 많은 시사점을 주고 있음.

- 2016년 올림픽을 준비 중인 리우데자네이루市 등에서 샌프란시스코市와 비슷한 주차시스템을 도입할 예정이며, 다른 많은 도시들도 관심을 표명하고 있어, 향후 이 시스템을 적용하는 도시들이 늘어날 것으로 예상됨.

<http://sf.streetsblog.org/2013/08/07/shoup-sfpark-yields-promising-results-lessons-for-demand-based-pricing/>

<http://www.streetfilms.org/mba-the-right-price-for-parking/>

문화·관광

자전거 관광안내 전문 블로그, “벨리브와 나” 개설

파리市 / 문화·관광

- 유명한 장소들에 대한 반복 순례에 지친 파리의 여행자들을 위해 파리市가 자전거로 즐길 수 있는 파리의 명소들을 소개하는 전문 블로그 “벨리브와 나”를 개설함. 이 전문 블로그는 매일 자전거 관광에 대한 새로운 기사를 게재하면서, 여름기간 동안 즐길 만한 파리시내의 새로운 자전거 산책 경로와 산책지 곳곳에 들릴 만한 식당과 멋진 시간 보내기 방법을 소개하고 있음.
- 파리의 속살까지 제대로 발견하려면 좀 더 자연스럽고 실용적인 여행법이 필요하다면 서 블로그 “벨리브와 나”(Vélib' et Moi, <http://blog.velib.paris.fr/>)는 파리 시민들에게 일상적으로 벨리브를 타면서 즐길 수 있는 최고의 자전거 산책경로를 집약해서 소개함. 외국 관광객들을 위한 영어판 블로그(<http://blog.velib.paris.fr/en/>) 역시 이미 풍부한 콘텐츠로 채워져 이용자들의 잦은 방문을 부추기고 있음.
- “벨리브와 나”는 어느 곳이나 갈 수 있고 아무데나 주차할 수 있는 자전거, 즉 벨리브가 파리의 여행자들에게 놀라운 자유를 선사한다면서, 군중들로부터 벗어난 좁고 숨겨진 내밀한 골목길, 유혹적인 풍광과 유서 깊은 동네들, 센 강변

의 낭만과 초록 공원의 여유, 온갖 문화행사로 흥청거리는 거리들 등 파리의 숨겨진 매력들을 여행자들이 좀 더 실속 있게 즐길 수 있도록 프랑스어와 영어 2개 국어로 자전거 관광 안내를 하고 있음.

숫자로 보는 벨리브

-
- 연간이용권 가입자가 25만명, 매 1초마다 벨리브 1대가 대여됨.
 - 2013년 7월에는 2012년 7월에 비해 19.8%의 이용증가율을 보임. 2013년 7월 한 달 동안 연 383만 5109대, 하루 평균 12만 3713대의 벨리브 자전거가 임대됨.
 - 1일 이용권과 1주일 이용권에서도 2012년 7월 대비 16.4%의 판매 증가율을 보임. 올해 파리 관광객들의 벨리브 이용률이 특히 늘어났음.
 - 한 설문조사에 따르면 “벨리브와 나” 블로그는 2012년 7월에 비해 인지도가 72% 증가했음.
-

- “벨리브와 나”가 제안하는 8월의 파리를 즐기는 세 가지 방법을 소개하면 다음과 같음.
 - 무더운 여름, 바다로 떠날 수 없는 파리 시민이라면, 달콤한 로제 와인과 삶은 감자 약간, 방울토마토 조금을 자전거에 싣고 나와 센 강과 생마르탱 운하, 혹은 루르크 운하에서 강물에 발을 담그고 일광욕을 즐기며 여유로운 시간을 가져보 라고 제안하면서 센 강의 낭만을 즐길 수 있는 장소들을 소개하고 있음(<http://blog.velib.paris.fr/blog/2013/08/06/un-apero-au-bord-de-leau/>).
 - 자전거 타다가 음료수가 생각날 때는 물만 마시기에는 좀 지루하므로 다양한 맛과 약간의 달콤함을 위해 카페에 들를 것을 제안하면서 파리의 운치 있는 카페들을 소개하고 있음(<http://blog.velib.paris.fr/blog/2013/07/29/les-boissons-fraiches-de-lete-et-ou-les-boire/>).
 - 파리의 하늘 아래, 건물 옥상에 마련된 야외카페들이 파리의 산책자를 유혹한 다면서 봄부터 개장된 파리의 환상적인 옥상 카페들을 소개하고 있음(<http://blog.velib.paris.fr/blog/2013/07/26/les-rooftops-parisiens-a-investir-cet-ete/>).
- 파리는 「벨리브 자전거로 함께 하는 파리」 프랑스어판의 성공에 고무되어, 외국 관광객들을 위해 영어판 「Paris by Bike with Vélib」(Chêne 출판사, 144 쪽, 16.90 유로)도 출간함.

- 파리의 산하 블로그 “벨리브와 나” 전담부서와 출판사의 협업으로 탄생한 프랑스어판과 영어판은, 파리가 자전거 친화도시로 재정비되면서 가장 신경 쓴 7개 자전거 경로를 설명하면서, 참신한 자전거 산책 아이디어와 믿고 찾아갈 만한 파리의 상점들을 소개하고 있음.

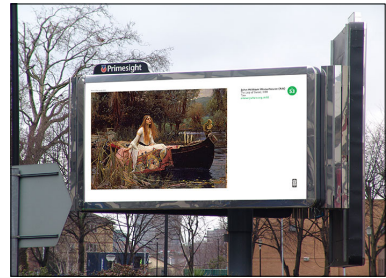
http://www.paris.fr/accueil/accueil-paris-fr/visiter-paris-autrement-en-ao-t-c-est-a-velib-que-ca-se-passe/rub_1_actu_133950_port_24329

모든 도심공간을 예술품 전시공간으로 활용

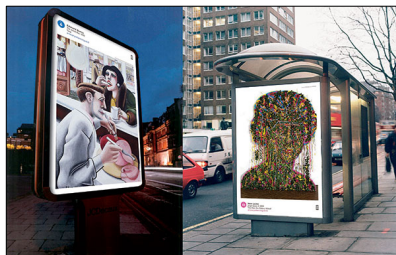
영국 / 문화·관광

- 미술관이 아닌 도심 곳곳의 광고전시판과 버스정류장 등 시민들이 쉽게 접할 수 있는 공간에서 세계적인 예술품들을 만나볼 수 있는 행사가 런던을 비롯한 영국 전역에서 8월 12일부터 25일까지 2주에 걸쳐 ‘The Art Everywhere Organization’에 의해 개최됨. 위대한 예술작품이 사적인 공간이 아닌 공적인 공간에 전시되어 무료로 관람할 수 있다는 점에서 이 행사는 시민들로부터 많은 환영을 받고 있음.
- ‘The Art Everywhere Organization’은 세상 어느 곳에서나 예술은 존재하여야 한다는 취지에서 영국 전역을 대상으로 세계에서 가장 규모가 큰 예술품 전시 행사를 개최하면서 광고판, 빔 프로젝트, 버스정류장, 2,000여 대의 버스와 1,000여 대의 택시를 이용하여 예술작품을 전시함.
 - 전시 예술품은 일반인들의 투표를 통해 선정된 작품을 중심으로 하였으며, 17세기부터 현재까지의 작품 모두를 망라하였음. 그 결과 총 57점의 영국의 가장 위대한 예술작품이 22,000 곳에 전시됨.
 - 작품이 전시된 공간에서 스마트폰 사용자들은 ‘Blippar’라는 앱을 이용하여 각 작품에 대한 정보를 다운로드 받아 감상할 수 있음.
 - 전시운영 기금은 지난 6월에 2주간 진행된 기금모금을 통해 이루어졌으며 일반 시민들로부터는 3파운드(약 5천원)의 기부도 받았음.

- 미술관이 아닌 도심 곳곳에서 유명 예술품을 무료로 감상할 수 있고, 각 작품에 대한 자세한 정보도 인터넷을 통해 얻을 수 있어 시민들은 이 행사를 반기고 있음.



백화점 광고판(좌), 길거리 광고판(우)에 전시되어 있는 예술작품



버스정류장(좌), 길거리 게시판(우)에 전시되어 있는 예술작품



펀드기부자에게 제공된 배지, 티셔츠, 액자

<http://arteverywhere.org.uk/>

<http://www.theguardian.com/artanddesign/2013/aug/08/art-everywhere-project-streets-london>

산업·경제

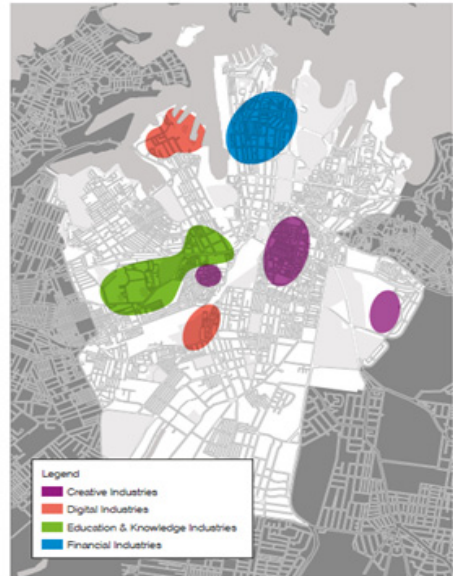
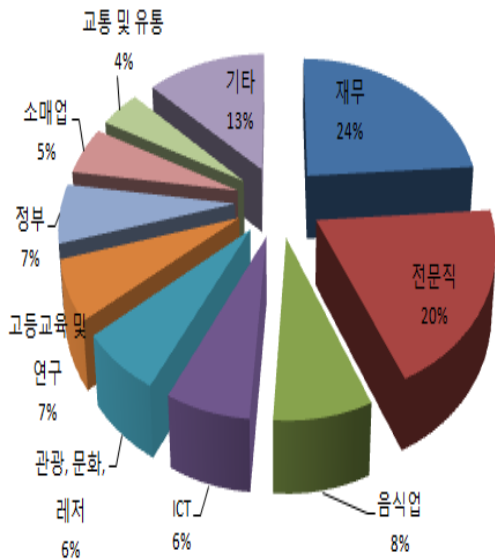
“경제개발 10개년 전략” 발표

호주 시드니市 / 산업·경제

- 시드니市는 지난 8월 15일, 향후 10년간 시드니(Sydney)의 경제발전을 위한 전략 틀 (framework)인 “경제개발 전략”(Economic Development Strategy, 이후 전략이라 함)을 발표함. 이 전략은 市의 강점에 기반하여 새로운 기회요인을 발굴함으로써 장기적으로 지속가능한 경제개발을 이룩하기 위한 것으로, 시드니市의 22,000여 기업과 435,000명의 직장인들을 포함한 각종 산업을 지원하기 위한 장기 실행계획(action plan)을 담고 있음.
- 이 전략에 의하면, 고용 및 비즈니스 기회 성장이 장기 경제개발의 주요 목표가 되고 있으며, 구체적으로 2030년까지 97,000개의 일자리를 창출할 계획임. 신규 고용이 이루어질 분야로서는 재무, 비즈니스 서비스, 교육, 창작 및 디지털 산업, 그리고 관광이 지목되고 있음. 이 전략은 경제개발을 최대화하는 데에 필요한 결정요인들로 교육 및 기술 향상 등의 인적자원 개발, 사회적 및 환경적으로 지속가능한 지역사회, 해외 및 지역 시장에 대한 접근성, 비교우위에 기초한 산업적 이점 및 경쟁력 강화, 그리고 분야간 및 정부간 파트너십 구축 등을 꼽고 있음.
- 전략은 市의 경제활동 및 성과가 다양한 요인들에 의해 직접적 또는 간접적 영향을 받을 수 있다는 인식 하에, 이들 요인들을 고려한 통합적인 접근방법을 취하고 있음. 경제에 영향을 미칠 주요 요인들로서 살기 좋은 정도(liveability), 생활환경의 쾌적성(amenity), 주택구입능력(housing affordability), 보육시설, 교육, 시장 접근성, 전문성, 혁신 및 생산성 등을 고려하고 있음. 전략은 특히 향후 10년 동안 市의 경제발전을 위해 우선적으로 지원해야 할 세 가지 사항을 다음과 같이 제시하고 있음.
 - 市의 경쟁력 강화 : 비즈니스 투자 강화, 해외 관광객 유치 및 시민들의 욕구에 기초한 라이프 스타일과 문화 지원
 - 생산성 향상 : 노동시장 참여를 최대화하고 새로운 경제발전 부문을 지원할 경

제 인프라 구축 및 투자 확대

- 기회 창출 : 활력 있고 장기 지속 가능한 산업 개발 지원 및 호주 전역 및 해외 비즈니스와의 연계 구축
- 시드니市는 호주에서 가장 큰 경제도시로서 호주 전체 경제의 약 7%를 담당하고 있으며, 뉴사우스웨일즈州 경제의 4분의 1을 책임지고 있음. 고용규모별로 살펴본 주요 경제 분야는 재무(22%), 전문직(18%), 창작(8%), 음식업(7%) 등임. 市는 지속적인 고용창출을 통해 전통적으로 높은 경쟁력을 유지하고 있는 산업 분야로서 재무, 창작, 교육 및 지식, 그리고 디지털 산업을 지목하고, 이들 산업이 밀집된 지역을 경제 축(hub)으로 하여 그 영역을 더욱 확장할 계획임. 동시에 새로운 발전 동력을 제공할 산업 영역에 친환경 경제(green economy)와 야간 경제(night time economy)를 포함함. 친환경 경제에는 기후변화적응 관련 산업, 에너지 안보 및 에너지 효율적 장비 산업 등이 포함되며, 교통, 건설 및 빌딩 관리 등의 분야에서 에너지 테크놀로지는 고용 창출에 큰 기여를 하도록 개발될 계획임.



시드니市 주요 산업 및 경제 허브

- 상기 전략을 추진하기 위한 실행계획에서는 각 산업 및 경제 영역이 직면할 주요 이

슈들을 사전에 발굴하고, 이러한 과제들에 대처할 수 있는 방안을 제시하고 있음. 경제개발 전략 추진 과정 및 실행 결과는 ‘지역사회 지표’(community indicator framework)에 기초하여 모니터 하도록 설계되어 있으며, 이 지표는 사회, 경제, 환경, 문화, 관리체계 등 시민들의 웰빙에 대한 다차원적 측정 방법을 적용하여 만듦. 즉, 경제개발 프로그램들이 단지 경제성장이라는 목표에만 한정되지 않고, 다양한 웰빙과 친환경성 등 삶의 질 향상과 균형된 경제발전을 추구하도록 권장됨. 각 산업별로도 독자적인 경제개발 지표들이 적용될 계획이지만 대체로 다음 세 가지 측면을 포함하고 있음.

- 경제활동, 다양성 및 번영 : 경제성장 및 고용창출과 동시에 산업의 다양화를 통해 국제 경제 환경 등의 외부충격에 유연하게 대처할 수 있는 경제 시스템을 구축함.
 - 고용 및 시민 교육 : 도심으로 출퇴근 하는 직장인뿐만 아니라 시내에 거주하는 시민들이 지역 경제에 참여하고 기여할 수 있도록 역량을 강화시킴.
 - 생산성 및 혁신 : 혁신은 생산성 및 경제성장의 결정요인이 되므로 기술, 교육 및 지식산업 발전에 초점을 맞춤.
- 市の 경제개발 10개년 전략은 9월 30일까지 시민들의 의견 개진 및 수렴 절차를 거쳐 최종 확정될 계획임. 전략보고서는 市の 홈페이지(http://www.cityofsydney.nsw.gov.au/__data/assets/pdf_file/0018/150174/Draft-Economic-Development-Strategy.pdf)에서 볼 수 있음.

<http://www.sydneymedia.com.au/new-blueprint-to-build-on-sydneys-global-standing/>

사회·복지

가정에서 아이를 돌볼 경우 ‘육아 돌보미’ 지원

프랑스 리옹市 / 사회·복지

- 리옹市에서는 아이를 어린이집에 보내지 않고 집에서 돌보고 싶어 하는 가족의 경우는 직접 ‘육아 돌보미’를 고용하거나(사회보장국에서 비용을 지원하는데 여러 가지 가족상황, 아이의 수, 편부모 가정, 실업자 부모 등에 따라 차등 지원됨), 市에서 채용한 ‘육아 돌보미’를 신청하여 아이를 돌보게 할 수 있음. 현재 리옹에서는 0~6세 사이의 유아 중 27%가 이러한 ‘개별 돌봄’ 서비스의 수혜자임.
- ‘개별 돌봄’의 경우, 120시간 이상의 교육과 자격증을 받은 ‘육아 돌보미’들이 맡게 됨. ‘육아 돌보미’는 해당 가정에서 1명부터 4명까지(형제가 여럿인 경우) 동시에 돌볼 수 있음.
- 부모와 ‘육아 돌보미’ 사이에 직접 채용계약을 하는 경우에는 근무요일 및 총 근무시간과 휴가, 보수 등에 대해서 서면계약서를 작성해야 함. 이 경우에 부모는 아동복지국에 채용 사실을 신고하고, 그에 따라 사회보장국의 지원금을 받음. 市 당국에서는 부모들을 위해 믿을 만한 프리랜서 육아 돌보미 명단을 市 웹사이트를 통해 공개하고 있음.
- 리옹市에서 직접 채용한 ‘육아 돌보미’들은 영아교육 도우미 부서 소속으로, 전문직 육아돌보미의 지위를 보장받은 정규직임. 市의 ‘육아 돌보미’는 주 4회는 아이의 가정으로 출근하되, 주 1회는 근방의 어린이집으로 출근하여 그 주의 활동내용을 보고하고, 어린이집으로부터 다음 주에 돌볼 아이를 배정받음. 아이를 돌보는 데 필요한 장난감이나 재료들은 어린이집의 것을 대여해 사용하기도 함.

<http://www.lyon.fr/actualite/enfance-et-education/recrutement-dassistantes-maternelles.html>

고령자 소비생활 피해방지 캠페인 시행

도쿄도 / 사회·복지

- 도쿄도 생활문화국은 2013년 9월을 고령자 소비생활 피해방지 캠페인의 달로 지정하고, 노인 소비자 피해를 미연에 방지하고 조기에 발견할 수 있도록 다양한 계몽사업을 추진할 예정이다.
- 2012년 도내 소비생활센터에 접수된 노인 소비자 피해 상담 건수가 33,541건으로 4년 연속 3만건을 넘고 있으며, 전체 상담건수에서 노인 소비자 피해 상담이 차지하는 비율이 해마다 증가하여 2012년에는 전체의 30%로 나타남에 따라 1개월간 집중적으로 피해방지 캠페인을 벌이기로 한 것임.
- 포스터를 통한 계몽 캠페인 : 노인 관련시설, 주민 센터, 소비자 생활센터 등에 포스터를 배포하여 피해 사례 인식과 더불어 피해 이후 상담을 받을 수 있는 방법에 대한 내용을 쉽게 접할 수 있도록 함. 또한 캠페인 기간 동안 지하철, 버스 등과 연계하여 차내 광고를 실시하도록 함.



고령자 소비생활 피해방지 캠페인 포스터

- 전단지 배포를 통한 계몽 캠페인 : 악질 피해사례 및 수법과 함께, 주변 사람들

의 주의점 및 대응 포인트를 자세하게 설명하는 전단지를 노인시설, 주민 센터, 소비자 생활센터 등에 배포함.

- 노인 소비자 피해 상담 핫라인 적극 활용 캠페인 : 노인 복지시설 사업자를 대상으로 '노인 소비자 피해 상담 핫라인 110번' 등 상담 창구 전화번호를 기입한 스티커를 배포하고, 캠페인 기간 중에 '노인 피해 특별 상담'을 실시함.

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2013/08/20n8j700.htm>

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2013/08/DATA/20n8j700.pdf>

<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2013/08/20n8j700.htm>

노숙자를 줄이기 위한 아웃리치(outreach) 프로그램 시행

호주 시드니市 / 사회·복지

- 시드니(Sydney)市는 뉴사우스웨일스州정부와 공동으로 홈리스(homeless)를 직접 찾아가서 숙소를 제공하는 아웃리치(outreach) 프로그램을 시행하고 있음.
- '집으로'(Way2Home)라는 이름의 이 프로그램은 '숙소 우선(housing first)' 접근 방법에 기초하여 주택서비스 제공자들과 함께 홈리스에게 다른 서비스에 앞서 안정적인 저렴한 숙소를 제공하고 있음. 즉, 고정된 주소를 가지지 않으면 다른 복지 서비스를 이용하는 것도 어려우므로, 숙소 우선 프로그램은 일단 일정한 주거지를 제공하는 것이 다른 서비스 이용의 필요조건이라는 인식에 기초하고 있음. 또 기존의 홈리스 프로그램은 홈리스가 숙소를 신청함으로써 지원이 시작되었으나, 아웃리치 프로그램은 서비스 제공자가 클라이언트를 먼저 찾아나서는 방법임.
- 市는 2008년부터 노숙 홈리스의 수를 집계해 오고 있는데, 당시 354명에 달했던 노숙 홈리스는 2009년에 일시 증가했으나, 노숙 홈리스들에 대한 숙소 지원 프로그램을 본격적으로 실시하면서 홈리스 수가 꾸준히 감소하여 현재 255명으로 줄어든 상태임.

시드니市 노숙 홈리스 수(거울(8월) 집계)

연 도	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
숫자 (명)	354	399	289	307	246	255

- 市는 20명의 노숙 담당 직원들과 160명의 자원봉사자들 그리고 과거 홈리스 경험이 있는 25명의 자문단을 통해 노숙자 현황 파악 및 숙소 제공 프로그램을 운영하고 있음.
- 노숙 홈리스들에게 숙소 제공을 위한 市의 노력은 현재까지 가시적인 성과를 거두고 있으나, 향후 전망은 불투명한 상황임. 이는 사회경제적인 이유로 노숙 홈리스가 지속적으로 생산되고 있으며, 市에서 운영해 온 숙소는 대부분 수용 한계에 도달했기 때문임. 앞으로 주정부 및 연방정부 또는 민간기관 등으로부터 추가적인 재정지원이 이루어지지 않을 경우 증가하는 홈리스들의 욕구를 충족시키기는 어려울 전망이다.

<http://www.sydneymedia.com.au/restoring-dignity-and-hope-for-sydneys-forgotten-people/>

기업 참여를 통해 공원 워킹코스에 ‘칼로리 소비량 표시간판’ 설치

일본 사이타마県/사회·복지

- 사이타마県은 현민 모두가 매일 건강하고 의료비가 적게 들며, 건강하게 살 수 있는 “건강장수사회” 실현을 목표로 2012년부터 “건강장수 사이타마 프로젝트(健康長寿埼玉プロジェクト)”를 추진 중임.
- 이 프로젝트는 건강장수 사이타마 모델(健康長寿埼玉モデル)을 현내 전체에 확산하여, 현민 한 사람 한 사람이 자신에게 맞는 방식으로 건강 만들기를 추진할 수 있도록 지원하는 것을 목표로 함.
- 이를 위하여, 2012년부터 인구 10만 명 규모인 히가시 마츠야마시(東松山市),

사카도시(坂戸市), 아사카시(朝霞市)를 모델도시로 지정하고, 사이타마현이 보조금을 교부하여 시범사업 및 효과검증을 실시하고 있음.

- 또한, 2013년부터 카조시(加須市), 와코우시(和光市), 카스카베시(春日部市), 쿠키시(久喜市) 등 4개 시를 모델도시로 추가 지정하여 현재는 총 7개 도시에서 건강장수 사이타마 모델 프로젝트를 시행 중임.
- 건강장수 사이타마 프로젝트의 일환으로, 사이타마현에서는 공원 산책로에 운동량을 알 수 있는 간판 설치사업을 추진 중이며, 현재 간판 기증, 간판 만들기 및 설치 비용 지원에 참여할 사업자들의 신청을 받고 있음.



칼로리 소비 표시간판의 이미지

- 간판설치에 참여하는 기업들은 기본적으로 1개 이상의 공원에 대한 간판설치 사업에 참여하게 되며, 개당 수천 엔에서 3만 엔(약 340,000원) 정도인 간판 비용을 부담하게 됨.
- 설치되는 간판에는 협력업체의 이름이 명시되며, 설치기간은 최소 3년 이상으로 손상이 없는 경우 지속적으로 설치하고, 손상이 발생한 경우 추후 사이타마県과 협의하여 보수 등을 논의하게 됨.
- 사이타마県은 사업에 참여하는 모든 기업들과 간판사양, 경비, 설치시기 및 진행상황과 관련하여 지속적인 협의를 실시하고, 간판설치 후의 관리 및 비용에 대해서도 지속적으로 기업들에게 가이드라인을 제시하고 있음.

칼로리 소비 표시간판이 설치된 공원 및 운동장의 전경

	칼로리 소비 표시간판	코스의 실제 모습
오오미야다이산 공원 (大宮第三公園)		
아게오 운동공원 (上尾運動公園)		
육상경기장 (2500m) 코스		

<http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kenkochoju/>

<http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kenko/kanban.html>

<http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kenko/kanban2.html>

<http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kenkochoju/projectgaiyo01.html>

<http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kenkochoju/projectgaiyo02.html>

시민 건강을 위해 식품 사막(food desert) 근절 정책 시행

미국 시카고市 / 사회·복지

- 식품 사막(food desert) 지역 근절 정책은 시카고市 Rahm Emanuel 시장의 주요 공약 중의 하나임. Emanuel 시장은 취임 후 신선한 식료품을 파는 상점들을 추가 설치하고, 채소와 과일을 판매하는 간이 상점 및 이동 상점/도시농장/파머스 마켓 등을 확대하는 등 다양한 식품 사막 근절 정책을 시행해 왔음. 그 결과 시정을 시작한 지 27개월만에 식품 사막 지역의 인구가 100,159명에서 79,434명으로 21% 감소하는 효과를 보았음.
- 시카고市에서는 식품 사막을 지정할 때 집 반경 1마일(1.6km) 이내에 주유소와 패스트푸드 점을 제외하고 10,000 sq.ft (약 929m²) 이상 규모의 식료품점이 없는 곳을 기준으로 했음.
- 흑인들이 주로 모여 사는 저소득 지역의 식료품점(grocery supermarket)은 패스트푸드 상점보다 평균 2배 정도 멀리 떨어져 있으며, 이 지역 주민들의 당뇨병, 암, 비만, 심장 혈관 관련 질병의 발생률은 평균보다 거의 2배 이상 높은 것으로 조사됨. 이에 따라 평균 연봉이 \$46,000(약 5천 221만 원)보다 적은 주민들이 사는 동네에 대규모의 식료품점을 유치하는 것이 초기 목표였음.
- 이를 위해 Emanuel 시장은 취임 직후 6개의 대형 그로서리 마트의 경영자들과 협의를 통해 기존의 마트를 업그레이드 하는 것을 포함하여 36개의 식료품점(grocery mart)을 식품 사막 지역에 추가 설치할 것을 약속받았음.

- 또한 커뮤니티 가든의 최대 허용 크기를 늘리고, 대규모 도시 농장의 경우에 울타리와 주차 규제를 완화시켜 주고 그들의 농작물을 파머스 마켓(farmers market)에 팔 수 있도록 허가함. 또한 50여 개의 이동하면서 농산물을 파는 푸드 카트를 허가함.
 - 그리고 기존된 시내버스 2대를 개조해서 9개의 식품 사막 지역 곳곳을 다니며 농산물을 팔도록 함.
- 시카고市는 식품 사막 지역 근절 정책이 단지 시민 건강을 위한 것뿐만 아니라 지역 경제 활성화와 일자리 창출에도 큰 역할을 한다고 보고, 향후에도 지속적으로 식품 사막 지역 근절 정책을 추진할 계획임.

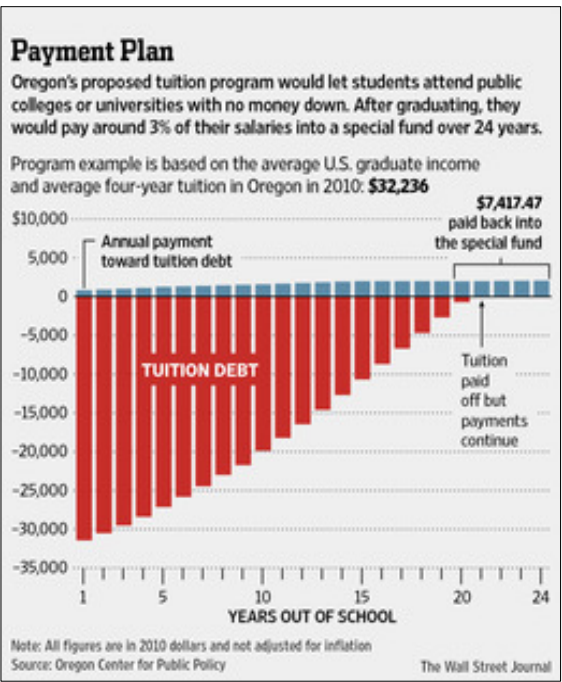
www.suntimes.com/21952654-761/citys-food-deserts-drying-up-as-healthy-choices-move-in.html

행재정·교육

대학생 등록금이 급등함에 따라 새로운 형식의 학자금 지원방법 추진

미국 오리건州 / 행재정·교육

- 지난 10년 동안 미국의 4년제 공립대학 등록금은 연 1만 2,304달러(약 1,400만원)에서 1만 7,860달러(약 1,950만원)로 상승했으며 그 결과 대학생의 등록금 대출이 급등함. 이에 따라 오리건州는 기존의 학생등록금 대출과는 다른 방식의 학자금 지원 방안을 추진 중임.
- 오리건州가 추진하고 있는 ‘Pay it Forward, Pay it Back’(미리 쓰고 나중에 갚자)이라는 학자금 대출방법은 재학 중에는 부담 없이 학자금을 지원받고, 졸업 이후 24년간 매년 소득의 3%를 특별기금형식으로 납부하여 원금을 갚아 가는 방식임.



학자금 대출금과 향후 24년간 이를 상환하는 계획안

- 일정 금액이 아닌 소득 수준에 비례하여 원금을 갚아 가는 방식으로 영국과 호주에서 수십 년간 활용되어 온 소득기반 상환 모델과 유사함. 최근 다른 미국 지역에서도 학자금 대출자들이 교육부채를 소득에 비례하여 정부 대출기관에 상환하는 식으로 적용되고 있음.
 - 시행 초기에는 90억 달러(약 10조원)가 넘을 것으로 예상되는 기금이 필요하겠지만 어느 정도 시간이 흐른 후엔 자급자족 식으로 운영되는 구조를 가짐. 오리건주 상원은 7월 만장일치로 ‘Pay it Forward, Pay it Back’ 시범 프로그램 개발을 전담할 학생위원회를 설립하는 의안을 통과시켰으며 시범 프로그램을 실행에 옮길지 여부는 2015년에 결정하게 됨.
 - 워싱턴, 뉴욕, 버몬트, 펜실베이니아, 캘리포니아 등의 주정부들도 이러한 학자금 대출방식에 관심을 보였지만 오리건주가 가장 먼저 입법조치에 들어가게 됨.
- 하지만 제도자체의 의도와는 달리 우수한 학생들의 참여가 저조할 수 있다는 우려가

제기되고 있음. 즉, 가장 큰 소득 잠재력을 가진 학생들의 경우 기존 금리에 대출을 받는 편이 미래의 소득 일부를 내겠다고 약속하는 것보다 낫기 때문에 결국 “열심히 일하지 않거나 돈을 더 적게 버는 사람들”만 참여하는 프로그램으로 전락할 수 있다는 것임.

http://online.wsj.com/article/SB10001424127887324251504578582101593420808.html?mod=WSJ_hp_EditorsPicks

<http://www.katu.com/politics/Oregon-treasurer-pitches-plan-to-pay-for-college-196769181.html>

<http://oregonwfp.org/issues/debt-free-higher-education/faq/>

도시계획·주택

보도 디자인 매뉴얼, “Shaping the Sidewalk Experience 2013” 발표

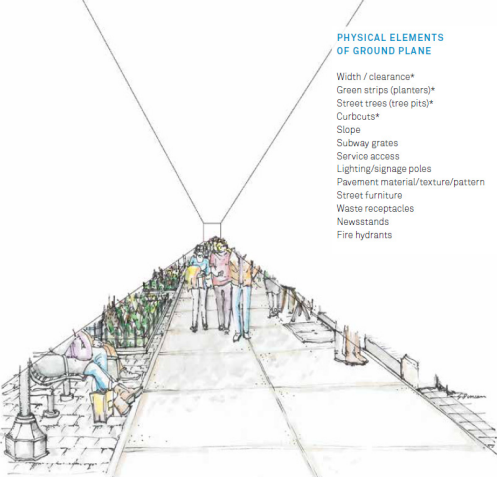
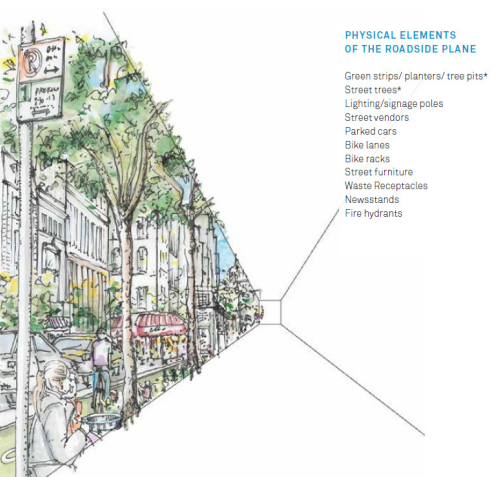
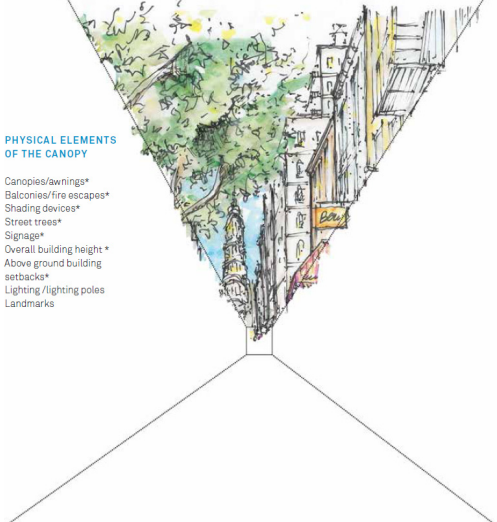
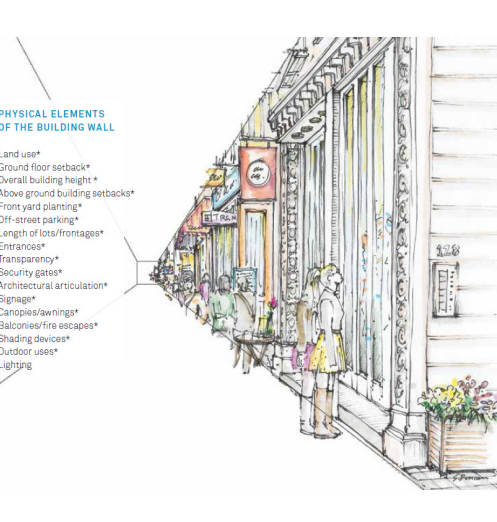
뉴욕시 / 도시계획·주택

- 뉴욕시 도시계획국은 도시 가로 공간 디자인에 대한 지침인 「Active Design Guideline」(http://www.nyc.gov/html/ddc/html/design/active_design.shtml)의 연장선에서 실질적인 보도 디자인 가이드북인 「Active Design : Shaping the Sidewalk Experience(보도 경험의 형상화 : 액티브 디자인)」과, 공공 공간으로서의 보도의 네트워킹 측면을 사례조사하고 연구한 「Tools and Resources : Shaping the Sidewalk Experience(보도 경험의 형상화 : 도구와 자원)」 등 두 권의 보도 디자인 매뉴얼을 최근 발표함.
- 도시 내 가로공간은 우선적으로 도시 교통을 책임지는 기관의 계획에 따라 그 내용이 결정되지만, 이번에는 역동적인 보행공간을 만든다는 목표 하에 정책결정자들, 도시계획가, 도시설계자, 건축가, 조경 전문가, 지역 상인들이 모두 참여하여 보도 디자인 매뉴얼을 만들.

- 뉴욕市 도시계획국에서는 보행공간을 ‘보행자들의 방’이라고 표현하고, 사면 공간, 즉 캐노피, 바닥면, 도로 측과 건축물 측을 조화롭게 디자인하는데 초점을 둬. 보행공간 디자인은 경험에 의해 형상화되고, 그렇게 형상화된 공간은 물리적 공간의 구성요소들을 만들어내며, 이를 토대로 규제와 정책을 만들어감.



- 뉴욕市는 시민들이 즐겁게 걸을 수 있는 보행환경을 제공하는 것이 장기적으로 시민의 건강을 유지할 수 있는 방법이라 여기고, 가로공간의 각 면의 디자인에서 중요시 되어야 하는 요소들을 다음 그림과 같이 정리함. 또한 토지이용에 있어서 각 면을 활용할 수 있는 방법을 구체적으로 함께 서술하고 디자인 사례나 방법을 그림으로 볼 수 있도록 함. 기존의 디자인 지침이나 설계 매뉴얼에서 사용하지 않았던 사면에 대한 조화롭지만 개별적인 디자인 접근을 시도한 것이 색다름.

 PHYSICAL ELEMENTS OF GROUND PLANE - Width / clearance* - Green strips (planters)* - Street trees (tree pits)* - Curbs* - Slope - Subway grates - Service access - Lighting/signage poles - Pavement material/texture/pattern - Street furniture - Waste receptacles - Newsstands - Fire hydrants	 PHYSICAL ELEMENTS OF THE ROADSIDE PLANE - Green strips/ planters/ tree pits* - Street trees* - Lighting/signage poles - Street vendors - Parked cars - Bike lanes - Bike racks - Street furniture - Waste Receptacles - Newsstands - Fire hydrants
가로 바닥면 디자인 주요 요소: 넓이, 청결도, 식재(플랜팅), 슬로프, 지하철 입구, 바닥 조명, 바닥 무늬 등	도로측면의 디자인 주요 요소: 식재(플랜팅), 조명, 사인(간판 및 사인), 노면주차, 자전거도로, 스트리트 퍼니처, 소화전 등
 PHYSICAL ELEMENTS OF THE CANOPY - Canopies/awnings* - Balconies/fire escapes* - Shading devices* - Street trees* - Signage* - Overall building height* - Above ground building setbacks* - Lighting/lighting poles - Landmarks	 PHYSICAL ELEMENTS OF THE BUILDING WALL - Land use* - Ground floor setback* - Overall building height* - Above ground building setbacks* - Front yard planning* - Off-street parking* - Length of lots/frontages* - Entrances* - Transparency* - Security gates* - Architectural articulation* - Signage* - Canopies/awnings* - Balconies/fire escapes* - Shading devices* - Outdoor uses* - Lighting
캐노피 디자인 요소: 캐노피, 발코니, 사인, 가로수, 건축물 높이, 셋백, 조명, 랜드마크 등	건축물벽면: 토지이용, 바닥면 셋백, 건축물측면의 식재 및 외관, 간판, 캐노피, 발코니, 조명 등

- 사전 조사 및 연구에서 시행된 가로 디자인 사례수집과 보행자 설문을 통해 용도지역 별 디자인 지침과 디자인 요소를 강조할 수 있음. 설문 조사는 다음 그림과 같이 지역 위치도를 포함하여, 용도, 보행자가 느끼는 만족도, 구체적인 수치는 물론 정성적인 보행자의 생각을 수집하는 내용 등으로 이루어짐.

CASE STUDY

ATLANTIC AVEUE

NEIGHBORHOOD CONTEXT FORM

Neighborhood connectivity and profile

Complete this form using clear, calm and concise observations

City: New York Street: Atlantic Ave.
Date: March 7th 2012

Fabric

Understand density and prevalence of land use

Density estimate: 0-1000 people per acre

Residential: ☒ Commercial: ☒ Mixed use: ☒ Industrial: ☐

Other relevant land use notes: Historic fabric buildings

User Profile

What role do people play in this neighborhood?

Age groups: middle-aged

Ethnicities: mixed

Current Occupations: 25

Average number of people's min: 25

Health survey (if known): no

Has percentage of any of the following diseases? ☒ Diabetes ☒ Asthma ☒ Cardiovascular diseases

Key Destinations

Check key destinations close to site (dot)

Traffic Characteristics

Describe the street and its use (dot)

Travel lanes: 2

Describe the sidewalk context:

wide/flat sidewalk with large tree pits - some trash collected in tree pits
great interesting facades with depth + texture + display windows. great variety!

WHICH BEST REPRESENTS YOUR SIDEWALK CONTEXT? (circle one)

PANORAMIC 1 ☒ PANORAMIC 2 ☐ PANORAMIC 3 ☐

DRAW YOUR "CONNECTIVITY PLAN" AND LOCATE KEY DESTINATIONS:

Connectivity Plan
Approx. Scale: 1"=200'

SIDEWALK SURVEY: SUMMARY

Record key elements and grade the "sidewalk experience"

Complete this form after you are done with the site visit

City: New York Street: Atlantic Ave.
Date: March 7th 2012 Time: 10am

KEY ELEMENTS METRICS	Width/Clearance	Total R.O.W. width: <u>45'</u> Roadbed width: <u>35'</u> Sidewalk width: <u>10'</u> Clear path: <u>12'</u>	Architectural detailing	Main vertical and horizontal components: <u>rich architectural details</u>
	Land Use	Residential: ☐ Commercial: ☒ Mixed use: ☐	Building signage	Type: <u>limited by big mostly</u> Dimensions: <u>12' x 5'</u>
	Ground floor setbacks	Street wall: ☒ Setback: ☒ Planting: ☒ Parking: ☒	Casualty/awning	Type: <u>1 x residential</u> Dimensions: <u>12' x 2'</u>
	Length (if/average)	Average length: <u>20'</u>	Building height	Base: <u>X</u> Total: <u>20-50'</u>
Entries	Total number: <u>23</u> Average width: <u>5'</u> Recess: <u>5'</u>	Green strips/Street trees	Tree type/dimension: <u>tree pits</u> Planter dimension: <u>16" x 4"</u>	
Transparency	Average: <u>50%</u>	Outdoor uses	Type: <u>patio plants</u>	
		Carb calls	Total number: <u>1 (not refused)</u> Average width: <u></u>	

Grading the sidewalk experience:

Understand assets and challenges

CONNECTIVITY: ☒ ACCESSIBILITY: ☒ SAFETY: ☒ CONTINUOUS VARIETY: ☒ SUSTAINABILITY: ☒

Grading (use scales):

BUILDING WALL: ☒ ROADSIDE PLANE: ☒ CANOPY PLANE: ☒ GROUND PLANE: ☒

OVERALL: ☒

Additional observations:

Which elements contributed to each of your gradings?

- Some trash in tree pits
- 5 security gates with 75% transparency
- Great texture + detailing in facades
- Corner store was active, but other stores were closed on site visit
- We were on the shady side of the street
- Relatively active sidewalk with steady pedestrian flow
- Some bicycle parks
- Rich cornice line
- unworn + cracked paving in places
- broken for basement access
- some deliveries on curb side
- truck route so quite loud
- (not peak hour on site visit)

http://www.nyc.gov/html/dcp/html/sidewalk_experience/index.shtml

http://www.nyc.gov/html/dcp/pdf/sidewalk_experience/active_design.pdf

http://www.nyc.gov/html/dcp/pdf/sidewalk_experience/tools_resources.pdf

복합용도 커뮤니티 센터로 변화하는 교회

미국 / 도시계획·주택

- 최근 새로 건설되거나 개축된 미국 교회들을 보면, 커피바, 카페, 소매상 등과 같은 상업시설들이 예배당과 함께 한 건물에 배치되는 추세임. 건축물의 모양 또한 점진적으로 현대적이고 개방된 형태로 디자인되고 있어 지역 주민들 간의 교류가 일어나는 커뮤니티 공간으로 거듭나고 있음. 이러한 미국 교회의 변화에 대한 도시계획적 함의를 정리하면 다음과 같음.
- 교인 수의 감소에 대한 대응전략으로 교회의 모습이 변화하고 있음.

- 미국 센서스 자료에 따르면 미국의 기독교 교인 수는 1995년 전체 인구의 20.5%였던 것이 2010년에는 18.0%로 감소하였음.
 - 이에 대응하여 미국 교회는 젊은 세대들에게 특화된 다양한 프로그램을 제공함으로써 가족단위를 교회로 끌어들이는 전략을 채택함. 교회가 청소년 센터, 스낵바, 게임룸, 그리고 다양한 소셜 플레이스를 제공함으로써 가족단위가 함께 시간을 보낼 수 있는 공간으로 변화하고 있음.
- ‘대형교회(Megachurches)’가 늘어나고 있음.
- 미국에서는 최근 신도 2,000명이 넘는 대형교회들이 많이 생겨나고 있으며, 이러한 교회들은 커뮤니티의 경관(landscape)을 지배하는 형태의 건축물을 세우고 있음.
 - 또한 대형교회는 젊은이들이 많이 모이고, 가족단위 신도들이 많으며, 중산계층이 주류를 이루는 등 지역의 커뮤니티를 주도할 만한 인구학적 특성을 보이고 있음.
- 미국의 교회들은 ‘커뮤니티 앵커’(Community Anchor)의 역할을 담당하며, 집과 직장에 이은 ‘제3의 공간’(the Third Place)으로 거듭나고 있음.
- 계획가들과 디자이너들은 건물과 공간을 설계함에 있어 교회 관리자들과의 협업을 통해 전반적인 필요와 기회요소들을 담아내기 위해 노력하고 있음.
 - 투표, 소그룹 심화 디자인 모임 등의 과정을 통해 신도들이 계획과정에 참여할 수 있는 기회를 부여함.
- 교회의 커뮤니티 서비스 기능의 강화로 인해 교회의 위치 선정 및 조닝 설정에도 고려해야 할 사항이 많아짐.
- 예를 들어 주변 커뮤니티에 피해를 주지 않기 위해 충분한 주차장의 확보나, 24시간 이용 가능한 공간으로 만들기 위해 주거지역으로부터 어느 정도 떨어져야 하는지 등 고려할 사항이 많아짐.

- 기존 상업시설이나 공업시설의 개·증축을 통한, 즉 건물의 전용(adaptive reuse)을 통한 교회 건설이 늘어나고 있음.
 - 상업지역은 충분한 주차시설, 적절한 임대료, 넓은 공간, 높은 접근성 등으로 인해 새롭게 변화된 교회에 꼭 맞는 입지조건을 갖고 있음.
 - 또한 기존에 공업시설로 사용되던 ‘big box’ 형태의 공장들도 혁신적인 기술과 창조적인 디자인이 접목되면서 인상적인 교회로 재탄생되고 있음.
- 카페, 서점, 커피숍의 설치와 같은 친교 공간(social gathering spaces)으로의 변모와 더불어 오늘날의 미국 교회들은 디자인에서도 많은 변화를 가져오고 있음.
 - 좀 더 오픈된 공간과 햇빛을 실내로 끌어들이는 디자인, 더 커진 현관과 넓은 복도, 다양한 색상의 사용과 쾌적하고 넓은 화장실, 큰 미팅룸 등은 기존의 교회에 비해 혁신적으로 진화된 디자인임.
 - 최신 기술과 장비를 교회의 역사적 건축요소와 교묘하게 접목시킨 형태는 젊은 세대와 나이든 세대 모두를 매료시키고 있음.
- 최근 건설되는 교회는 친환경적인 요소를 적극적으로 도입하고 있음.
 - 최대한 자연광 활용, 에너지 효율적인 냉난방 시설과 조명시설, 얇은 개수대 설치 등은 교회의 유지 및 관리비용을 절감하는 효과가 있음.
- 예배 공간은 더 이상 예배만을 위한 공간으로 활용되지 않고, 오히려 커뮤니티 중심(community-driven)의 공간으로 적극적으로 활용되면서 주민들이 서로 교류하고 친교하는 공간으로서의 기능이 증시되고 있음.
 - 또한, 교회 본연의 상징적인 ‘사랑과 포용’의 정신이 강조되면서 가족과 지역 공동체에 영향을 미치고 있음.

Planning, the Magazine of the American Planning Association, November 2012, pp. 28-33