

用役報告書 2000-06

葬事情報센터 運營方案

朴 仁 朴鍾緒

高德基 李必道

金春植

保 健 福 祉 部

韓國保健社會研究院

提出文

保健福祉部長官 貴下

본 보고서를 『葬事情報센터 運營方案』 결과
보고서로 提出합니다.

2000年 2月

韓國保健社會研究院
院長 鄭 敬 培

머 리 말

죽음이 발생하면 장례를 치르고 나서 화장 혹은 매장 절차를 거치게 된다. 그런데 장례를 치르는 과정에서 그 동안 많은 부조리가 보고되었다. 그 부조리는 대부분 장례용품에 대한 폭리추구, 장례서비스 제공시 금품요구 등이었다. 이의 주요원인은 장례관련 정보가 공급자 중심으로 유통되고 있기 때문이다. 따라서 장사정보센터의 설립을 통한 효율적인 정보유통의 필요성이 제기되고 있다.

국내의 장사정보실태를 살펴보면, 장사정보의 유통이 한정되어 있어 소비자가 필요한 정보를 취득하기 어려운데 이런 내용은 본 연구의 설문조사 결과에도 잘 나타나고 있다.

미국과 일본의 사례에서 알 수 있듯이, 장사관련 업무가 전문화되면 전문가가 장례업과 묘지업을 운영하게 됨으로써, 부조리의 소지를 제거할 수 있게 된다. 또한 장례식 전에 장례관련 정보를 충분히 고지하도록 규정하여 소비자가 최종적으로 결정할 수 있도록 하는 것도 부조리를 방지하는 한 방편임을 알 수 있다. 장사정보센터는 이러한 제도적 규정을 안정적으로 시행할 수 있는 대안으로서 제시될 수 있다.

단기적 차원에서 장사정보센터 구축방안으로 인터넷상의 웹사이트에서 장사정보를 제공하는 방안을 고려할 수 있다. 장기적 차원에서는 장사정보센터를 설립하여 장사관련 정보를 제공하고 제도적 지원을 담당하게 하는 것이다. 전반적으로 낙후되어 있는 장사관련업무를 단기간에 효율적으로 향상시킬 수 있는 방안이 되리라 기대한다.

본 연구 결과가 보고서 형태로 만들어지기까지 많은 분들의 도움이 있었다. 특히 이러한 연구의 필요성을 인식하고 과제진행을 추진한

보건복지부 복지지원과 김진수 과장과 전병왕 사무관에게 감사를 표한다. 그리고 두 차례의 간담회에 참석하여 많은 고견을 들려준 여러 전문가들과 원고를 읽고 문제점을 꼼꼼히 지적해준 김미숙 박사, 도세록 책임연구원, 한국지방행정연구원의 박희정 수석연구원에 감사드린다.

끝으로 본 보고서에 수록된 내용은 연구자들의 개인적인 의견이며, 본 연구원의 공식 견해가 아님을 밝힌다.

2000年 2月

韓國保健社會研究院

院長 鄭敬培

目 次

要 約	9
第1章 序 論	30
第1節 研究의 必要性和 目的	30
第2節 葬禮와 墓地의 意味	33
第3節 研究方法 및 研究內容	37
第4節 葬事情報센터의 理論的 背景	40
第2章 葬事情報 關聯 現況 및 實態	51
第1節 葬事關聯 情報化	51
第2節 葬事 關聯機關 現況 및 情報 流通 實態	53
第3章 外國의 葬事情報 現況	72
第1節 美國의 葬事現況	72
第2節 日本의 葬事現況	92
第3節 外國事例의 示唆點	101
第4章 葬事情報센터에 關한 意識調查	104
第1節 調查 概要	104
第2節 調查 結果 分析	107

第5章 葬事情報센터 構築 方案	131
第1節 葬事情報센터의 內容	131
第2節 葬事情報센터 設立 및 運營方案	135
第3節 葬事情報센터 네트워크 모델	154
第4節 葬事情報 웹사이트 構築方案	164
第5節 葬事情報센터 및 葬事情報 웹사이트의 成功的 運營方案 ..	175
參考文獻	178
附 錄	181

表 目 次

〈表 1- 1〉	葬事情報 分類	44
〈表 1- 2〉	情報通信 分野 情報化 指標	46
〈表 1- 3〉	情報센터의 機能	50
〈表 2- 1〉	市·道別 葬事 業務 擔當 部署	56
〈表 2- 2〉	農協 葬祭事業 現況	58
〈表 2- 3〉	埋葬 및 火葬 關聯 施設	60
〈表 2- 4〉	葬禮式場 施設	62
〈表 2- 5〉	葬事關聯 事業體 現況	64
〈表 2- 6〉	葬事關聯 인터넷 홈페이지 現況	66
〈表 3- 1〉	葬儀 場所別 推移	96
〈表 4- 1〉	集團別 問項數	106
〈表 4- 2〉	說問 構成要素	107
〈表 4- 3〉	對象 集團別 地域分布	108
〈表 4- 4〉	性別 構成	109
〈表 4- 5〉	年齡·學歷·宗教別 構成	110
〈表 4- 6〉	集團別 葬事情報 認知度	112
〈表 4- 7〉	情報獲得 程度	113
〈表 4- 8〉	問議處	114
〈表 4- 9〉	情報獲得 經路	114
〈表 4-10〉	궁금 事項	115
〈表 4-11〉	問議內容	115
〈表 4-12〉	集團別 情報센터 必要性 認知度	117
〈表 4-13〉	地域別 情報센터 必要性 認知度	118

〈表 4-14〉	集團別 設立主體	119
〈表 4-15〉	集團別 設立單位	120
〈表 4-16〉	集團別 既存組織	121
〈表 4-17〉	集團別 運營財政	122
〈表 4-18〉	集團別 情報提供 方法	123
〈表 4-19〉	集團別 情報센터의 役割	124
〈表 4-20〉	集團別 比較分析	125
〈表 4-21〉	說明된 總 分散	128
〈表 4-22〉	回轉된 成分行列	129
〈表 5- 1〉	葬事情報센터의 目的과 事業內容	134
〈表 5- 2〉	運營主體間 比較 評價	138
〈表 5- 3〉	段階別 葬事情報센터의 主體	139
〈表 5- 4〉	運營主體에 따른 센터 模型	140
〈表 5- 5〉	葬事情報센터의 構成要素	150
〈表 5- 6〉	죽음에 따른 制度의 規定內容 및 情報	151
〈表 5- 7〉	토털 케어 서비스 內容	152
〈表 5- 8〉	葬事情報센터의 組織單位別 主要業務內容	162
〈表 5- 9〉	웹사이트 構築方案	170
〈表 5-10〉	葬事情報 웹사이트 內容	173

그림 目次

[그림 1-1]	情報流通 體系圖	45
[그림 5-1]	葬事情報센터의 段階的 推進 方向	158

要約

第1章 序論

1. 研究의 必要性 및 目的

- 전통적 장례관습으로 정보공개와 수급상황 문제 등 많은 폐단 야기
- 장의주체는 상례의 절차나 내용에 대해 무지, 장의업자에게 지나치게 의존, 장의업자들이 장례를 상업적으로 악용
- 장사에 대한 ‘사회적 책임’ 요구, 의례지도 및 장례행정 등 장사에 대한 정보제공 요구
- 장사과정의 문제점은 장사서비스의 비합리적 거래구조에서 기인 거래구조를 투명화 할 수 있는 방안이 필요, 국민정서에 맞는 건전한 장례문화를 정착시킬 방안이 필요
- 장사서비스 거래구조의 투명성 확보를 위해, 장례업자에게 집중되어 있는 정보를 일반 국민에게 제공

2. 研究 方法

□ 文獻研究

- 葬事情報의 기본적 현황 파악
- 장사정보에 대한 정의와 정보센터에 관한 이론적 접근 시도
- 각종 정보센터에 관한 문헌 분석, 장사정보센터 모형에 반영

□ 郵便調査 및 分析

- 장사 경험에 대한 일반적 조사와 장사정보 유통실태 파악
- 정보센터 구성요소에 관한 제반 사항 조사·분석
- 조사결과를 기초로 장사정보센터의 성공요인분석 시도
- 센터 설립 단계의 중요요인 도출

□ 政策懇談會

- 관련 전문가의 의견을 반영하기 위해서 관계자와 2차례의 정책 간담회 개최
- 간담회는 주로 모범적 지방자치단체 담당자와, 시민단체 대표, 학계관계자, 대표적인 시설 관계자 및 업계 종사자 중심

3. 葬事情報센터의 理論的 背景

가. 葬事情報의 概念

- 葬事란 장례와 매장 및 화장과 관련된 제반 사항을 총칭
- 장사정보는 장사를 둘러싼 제반 사실 및 현상의 불확실성을 감소시켜주는 요인으로서, 그것은 물질 재화와 다른 새로운 형태의 사회·경제적 자원이 될 수 있으며, 그 자체가 상품으로서 활용될 수도 있는 요소를 말함.

나. 情報의 流通과 情報 共有論

□ 情報의 流通

- 정보는 속성상 생산, 가공, 저장, 전달됨.
- 정보가 이동하는 방법이나 구조를 정보유통구조라 함.
- 정보는 유통과정에서 발굴, 가공, 생산, 재생산됨.
- 정보사회는 정보의 자유로운 유통을 핵심으로 삼고 있는 사회

□ 情報 共有論

- 자원으로써 정보는 자본주의 사회의 속성상 사적으로 소유되는 경향이 있음. 나아가서 정보는 자유로운 흐름이 억제되어 독점되기도 함.
- 정보공유론은 정보의 이러한 유통억제와 독점에 도전
- 사회주의 전통에서 정보/지식은 공공재이며 공유재로 인식되어 정보의 사적 소유를 부정
- 자유주의 전통에서는, 자본주의의 사적 소유권에 기반하면서도 정보·지식의 특수성을 강조하는 입장으로써, 정보·지식의 공공재적 성격을 강조하고 정보의 자유로운 흐름을 주장

다. 情報센터 理論

- 정보센터는 정보공유론의 이론적 논의가 구체화된 것임. 국가개입의 한 형태를 제시하는 것임.
- 정보센터에 대한 최근 논의는 주로 기업정보센터와 지역정보센터에 관한 것임.
- 정보센터의 핵심적 기능은 정보 유통의 중심
- 이와 같은 기능은 1차적 기능과 2차적 기능으로 구분, 정보관리 기능, 정보유통 기능, 상담·자문 기능, 교육·연수 기능, 홍보·출판 기능으로 세분화
- 정보센터는 해당 분야에서 정보를 수집, 개발, 축적, 수요와 공급을 조절할 목적으로 고려되어야 할 중요한 사회간접자본임.

第 2 章 葬事情報 關聯 現況 및 實態

1. 葬墓關聯 情報化 推進現況

□ 地理情報시스템의 概要

- 국립지리원은 1994년부터 국가지리정보시스템 NGIS(National Geographic Information System) 기반 구축
- 지리정보시스템(GIS): 지도 또는 측량도면을 일정한 수치데이터 형식으로 입력하고, 그 위에 지상·지하의 각종 도형정보(지도·도면 등)와 대장·조서 등의 속성(문자)정보를 연계하는 데이터 베이스를 구축한 체계

□ 推進現況

- 1995년 5월 국가 GIS구축 기본계획을 수립착수
- 2001년 이후, 종합토지정보시스템과 도시정보·문화복지·환경관리시스템 등 공공목적의 GIS활용체계 개발사업을 확대할 예정
- 개별묘지의 전산화 작업에 지리정보시스템 도입하여, 전국 개별 묘지의 데이터베이스화 작업이 가능함.

2. 葬事 關聯機關 現況 및 情報 流通 實態

가. 公共機關

□ 行政機關

- 현재 행정부의 장사관련 담당 부서는 사회복지과, 가정복지과, 여성정책과, 위생과 등으로 다양함.
- 지방자치단체에서는 장례식장이나 결혼식장 같은 가정의례 관련 업소의 현황 및 공시가격 파악

- 화장·납골 시설, 묘지시설 등의 현황 파악, 각 업소나 시설의 가격에 대한 일차적 정보 확보
- 지방자치단체 담당자는 문의 전화에 한해서 정보 제공
- 자체 인터넷 홈페이지를 통해서 관련 정보 제공

□ 施設管理所(공단)

- 서울특별시, 부산광역시, 대구광역시, 인천광역시, 대전광역시 등 5개 광역시의 경우는 시청 소속 장묘사업소를 설치하여 공설묘지 관리운영 및 화장·납골 시설 관리 업무 담당
- 명칭은 주로 ‘장묘관리소’ 또는 ‘장의관리소’ 등
- 이런 시설에서는 주로 시설현황과 관련된 정보 확보
- 일부 기초자치단체에서 관련 시설관리 전담 사무소를 설치하고 관련된 정보를 제공하는 경우가 있음.

□ 農協 葬祭事業

- 주요 사업내용으로는 장의용품 대여, 판매 및 장의자동차, 장례용 굴삭기 등
- 1998년 말 현재 836개소에서 장제사업 실시, 취급건수는 40,660건, 취급액 약 352억원
- 생활보호대상자 및 빈민자에게는 장제사업비 대출 지원, 약 29억원, 전국 농협에 장의자동차 160대, 장의용 굴삭기 190대
- 보유하고 있는 정보의 종류도 장례절차나 장례용품에 한정, 체계적 정보유통 기능에는 제한적

나. 葬事 關聯 施設 및 業體

□ 埋葬 및 火葬 施設

- 매장 및 화장시설은 관련된 선명한 통계를 생산, 각 시설의 현황과 이용절차, 사용 요금 등의 정보 생산

- 현재 매장 및 화장시설의 장사정보 상황은 능동적 정보 생산 단계는 아님.
- 정보 수요자의 입장에서 체계적으로 정보의 종류를 분류하면서 지속적으로 갱신하지 못함. 이미 보유하고 있는 정보를 주도적으로 유통시키지 못함.

□ 葬禮式場

- 장례식장은 기존의 단체나 시설 중에서 가장 긍정적으로 기능
- 전문장례식장과 병원장례식장 모두 점차 현대식 시설을 갖추고 있으며, 서비스의 질도 다각도에서 개선되고 있음.
- 장례용품을 둘러싸고 기존에 발생하던 제반 불공정 거래 양상이 장례식장을 중심으로 점차 개선
- 병원장례식장 임대운영의 과도한 임대료가 소비자에게 전가됨.

□ 其他 葬事關聯 業體

- 영세한 장사업체 분야는 정보의 생산 및 유통에 효율적으로 기능 할 수 없는 구조임.
- 외부의 정보 충격에 유연하게 대응하기 어려운 구조임.

다. 市民團體 및 葬事關聯 協會

□ 한국장묘문화개혁범국민협의회

- 전화상담 및 면담을 통해 관련 정보를 제공

□ 생활개혁실천범국민협의회

- 전화상담과 인터넷 홈페이지를 통한 정보 제공 및 소비자 고발센터 운영
- 장례절차 및 지침서, 수기 모음, 장례서비스 정보, 연구자료, 장례용어 해설, 외국 장묘사진, 관련법률, 신문 관련기사 등

- 주요 활동은 주로 시민운동 차원에서 전개됨으로써, 정보제공이라는 차원에서는 개선의 여지를 가지고 있음.

□ 주부클럽연합회

- 관혼상제에 관한 전화상담과 장례문화 개선운동, 인터넷 홈페이지를 통하여 정보 제공
- 불건전한 부의금, 장의용품가격, 병원영안실 횡포, 호화분묘에 대해서 고발 접수

라. 인터넷 情報流通

□ 장사관련 홈페이지 현황

- 2000년 2월 11일 기준, 장사관련 홈페이지는 약 66여 개

□ 제공되는 정보의 내용

- 장례식장, 묘지, 화장·납골시설 정보, 장의 업체와 장례용품 정보, 석물 관련 업체 정보, 법규관련 정보 등

□ 인터넷 정보현황의 일반적 특성

- 정보를 서로 복사하여 제공하므로, 정보의 수준이 비슷함.
- 같은 분야의 내용에 대한 정보의 통일성 결여
- 민간 차원에서 순수하게 정보 제공을 목적으로 하는 홈페이지가 점차 증가
- 장사정보 제공 현황은 점차 전문화, 세밀화 되는 추세

第 3 章 外國의 葬事情報 現況

1. 美國의 葬事現況

가. 葬禮業體 實態

□ 關聯 法規

- 연방정부가 제정한 FTC Rule(Federal Trade Commission Rule)과 각 주가 제정한 Funeral Law, OSHA 규정, Coroners or Medical Examiner 규정 등
- 주정부의 Consumer Affair와 Health Department에서 지방자치 기관과 연계하여 장례식장을 관리·감독
- Health Department에서는 CDC(질병관리센터)와 협조, 장례식장의 보건위생 업무를 담당, Consumer Affair에서는 공정거래 위원회와 연계, 장례식장을 이용하는 소비자 보호
- 장례 또는 묘지 업체를 운영하는 인력과 관련되는 면허제도, 장사행정, 전문교육 등의 업무를 담당하는 독립된 부서가 있음.
- 연방정부는 Funeral이라는 Consumer Guide에 행정지도 사항 10여 개 항목을 발표

□ 葬禮式場

- 장례지도사 면허, 방부처리사 면허, 장례식장 허가, 영업신고, 세무 신고, 장례물품, 장례상담, 필요장비 및 비품 등이 필요함.
- 주 장의위원회는 장례식장 허가 때 시체실의 규모, 위생시설 현장 확인검사, 장례지도사가 장례식장의 모든 행정적 책임을 짐.
- 기타 장례식장, 상담실, 장례용품 전시실, 사무실, 문상실, 화장실 등 기타 편의시설의 규모는 영업자가 자유롭게 선택
- 장례 서비스에 대한 최종 선택은 유가족의 권한임.

□ 葬禮式 費用 體系

- 장례식장 상담원은 장례상담 전에 장례식장 서비스 가격표 (General Price List)를 유족에게 건네주어야 하는 것이 FTC 규정
- 가격체계는 크게 네 가지임. 장례식장 서비스 가격표(General Price List), 관 가격표(Casket Price List), 곁 관 가격표(Outer Burial Container Price List), 기타 서비스 가격표(Itemized Service Price List)

나. 葬事情報 利用 現況

□ 주 정부의 공공 장례정보

- 장례에 관한 공공정보는 Consumer Affair국에서 모든 장례에 관한 진정이나 분쟁을 조사·조정함.
- Health Department에서는 질병이나 사망과 관계되는 업무 관장

□ 전국장의 협회(NFDA)

- 인터넷 홈페이지 운영, 장례에 관한 필요한 정보를 제공
- 일반 장례안내부터 장례식장의 운영과 관련된 정보를 제공, 전문 장례지도사 양성과 관련된 직업교육을 담당
- 주요 내용은 장례에 관련된 연방정부 법률안내, 사망자에 관한 통계, 슬픔을 이겨내는 사람들, 소비자의 권리, 장례업자 명단, 장례 서비스의 평균가격 등

□ 뉴욕 장의사 협회(NYFDA)

- NFDA와 비교하여 NYFDA는 장의업자의 이해증진에 중심
- 인터넷 홈페이지에는 9개의 장례정보 항목이 있지만 유가족에게 도움이 되는 능동적 정보는 아님.

□ 캘리포니아주 장의협회(CFDA)

- 캘리포니아에 소재 하는 706개의 장례식장이 회원
- 근본 목적은 회원의 권익증진

2. 日本의 葬事現況

가. 日本의 葬儀現況

- 佛敎的 성격에서 기인한 사원 장례가 일반화, 사원 뒷마당에서 화장한 뒤 남은 유골을 안치하는 것이 관습, 商業的인 이유로 寺院을 선택함.
- 明治政府가 강력한 행정력으로 장례의 簡素化 권장, 주류접대 금지, 답례품 폐지, 會葬者의 범위 등 제한, 지속적 간소화 추진
- 1960년대이래 상업적 장례시설인 齊場 등장, 장례의 商業化추진, 장례가 화려해지고 장례서비스 비용부담 증가
- 死化粧의 화려함, VTR 촬영, 화려한 장례예식장 시설, 화환의 과다한 사용, 관 및 운구차의 고급화 등으로 장례비용 점증

나. 日本 葬禮서비스업의 變化

- 전국 장례식장수는 1,627개소, 1994년 사망자수 87만 5,933명을 장례식장으로 나누면 연간 1개소당 538명의 장례 처리
- 장례서비스업체 수는 약 4,500개소, 화장장은 7,787개소. 납골당은 11,203개소, 1975년에는 8,476개소, 1985년에는 1만 298개소
- 장의사에게 의뢰하는 경우가 68.1%, 상조회 14.9%, 농협, 생협 등이 8.8%, 지방자치단체의 장례서비스를 이용하는 경우 4.1%, 사원 2.9% 순
- 장례서비스업의 문제점은 경영규모의 영세성과 경쟁 심화

다. 墓地 不足과 火葬의 增加

- 수도권 묘지 구입 문제 점차 증가, 인구의 도시 집중, 핵가족화의 진전 등에 의해 묘지 수요 증가

- 불교 및 유사종교의 영향으로 철저한 법적 규제와 강력한 행정 지도에 힘입어 화장위주의 관행이 확산
- 명치정부는 매장을 금지하고 화장 장려, 화장률은 1913년 31%, 83년후 1996년에는 98.7%로 급증

第 4 章 葬事情報센터에 관한 意識調査 結果

1. 調査 概要

□ 調査 方法 및 對象

- 구조화된 설문지를 통한 우편조사 방법
- 조사대상: 첫째 집단은 전국 葬事 관련 업체, 둘째 집단은 전국 행정기관 葬事관련 담당자, 셋째 집단은 관련 시민단체 회원 및 관련 학과 교수·학생
- 조사시기는 2000년 1월 17부터 1월 29일. 2차로 보완하기 위해서 2월 12일까지 연장

□ 調査 內容

- 장사정보센터에 관한 내용은 설립주체, 설립단위, 운영재정, 정보제공방법, 센터의 역할 등으로써, 정보센터에 관한 관련자들의 의식을 파악할 수 있도록 고안
- 장사관련 업체에만 질문된 10개 문항은 업체의 운영실태 및 장사관련 정보의 실태 파악에 중점
- 시민단체 회원 및 관련 학과 교수·학생에만 해당되는 질문 15문항은 주로 기존의 장사경험과 관련된 내용

2. 調査 結果 分析

가. 葬事情報 流通 實態

- 장사정보인지도에서 가장 문제는 장례용품과 장례보조비 항목
- 정보획득 정도는 전체 57.7%가 어려운 편이라고 응답
- 정보 획득 과정도 50.7%가 주변에 경험이 있는 친척이나 동료라고 대답, 사적 통로를 통해 정보를 획득하고 있음.
- 장례와 관련해서 가장 궁금한 사항은 전체의 33.2%가 葬禮用品의 종류 및 가격이라고 대답
- 업체 가장 많이 문의하는 내용도 장례용품의 종류 및 가격(55.4%)이라고 대답
- 이 점은 장례용품에 대한 정보가 상대적으로 국민들에게 알려지지 않았음을 반영, 장례용품의 생산과정이나, 유통과정이 특정 집단에 의해서 독점되었고, 장례와 관련된 각종 부조리는 여기서 연유하는 바가 크다는 사실을 알 수 있음.

나. 情報센터에 관한 認識

정보센터의 필요성

- 센터의 필요성: 업체 종사자나 공무원보다 일반인들이 장사정보센터의 필요성을 절실히 느낌
- 즉, 서울 근교의 광역도시에서는 정보센터의 필요성을 절실히 느끼고 있으나, 기타 다른 지역에서는 광역도시에 비해 필요성을 적게 느끼고 있음. 전체의 약 89.4%가 장사정보센터의 필요성을 절감하고 있음.

설립주체

- 민·관 합자 단체 39.4%, 민간단체 30%, 공공기관 25.5% 순

- 설립 및 운영재정 확보방법
 - 민·관 공동투자 전체의 50.5%, 전액 정부 지원 32.5%, 전액 민자유치 13.6%
- 정보센터의 역할
 - 정보센터의 역할로서 가장 중요하게 생각하는 것은 관련시설 정보 제공

다. 葬事情報센터 運營의 成功要因 分析

- 성공요인 분석
 - 장사정보센터와 관련된 변수 총 10개를 선정해 요인분석 실시
 - 요인추출방법은 주성분 분석(Principle Components Analysis) 방법
 - 요인 수를 3개로 지정하여 분석
- 분석 결과
 - 3개의 요인이 설명해주는 분산비율은 총 분산의 65.38%
 - 첫째 요인은 주로 정보센터 관계자들의 이해관계를 나타내는 변수들, 둘째 요인은 주로 정보센터의 체계와 내용에 관한 변수들, 셋째 요인은 정보센터의 효과들로 구성
 - 보통 분산비가 가장 큰 요인이 가장 중요한 요인이라고 할 때, 세 요인 중에서 분산비가 가장 큰 첫째 요인인 관계자의 이해관계라는 요인이 제일 중요한 요인

第 5 章 葬事情報센터 構築方案

1. 葬事情報센터 內容

□ 장사정보센터의 목적과 역할

- 장사정보의 효율적 순환을 유도, 장례문화 개선으로 국민 복리 증진이 장사정보센터의 목적임.
- 각 지역에 필요로 하는 장사정보의 생산, 유통, 소비의 거점
- 지방자치단체, 지역주민, 장사관련업체가 요구하는 다양한 정보를 수집, 보유하여 DB로 구축·관리, 지역간 접속점
- 다양한 장례정보와 장례행정서비스를 제공하는 창구
- 각종 장사정보를 위한 One-stop 또는 Non-stop 서비스창구
- 정책홍보를 통한 장묘문화개선

□ 장사정보센터의 활동내역

- 장사정보의 효율적 제공, 장사정보의 DB 구축, 장사행정서비스
- 일선 장사정보제공자 대한 교육, 조사연구 및 용역사업
- 장사정보 제공을 위한 연구 및 진흥활동, 장례문화개선 홍보
- 장례문화 계몽, 교육활동, 장사관련 전문인력양성

2. 葬事情報센터 設立 및 運營方案

가. 葬事情報센터의 設立 및 運營

□ 설립주체

- 비영리성과 공공성을 추구할 경우, 지방자치단체가 설립
- 영리성과 정보의 비대칭성을 인정한다면 주식회사 형태
- 사업초기에는 정부 주도, 센터 운영을 활성화시키는 데 주력

- 이후 관련기관의 후원금이나 이용자요금을 통하여 재원 조달
- 초기 정부 출연금으로 설립후, 비영리법인으로 전환

□ 설립형태

- 설립형태: 새로운 독립조직으로 신설. 기존의 조직에 부설
- 장사협의회를 중심으로 최소한의 운영조직 신설, 기존 조직을 연계하는 Network 모델을 고려

□ 운영주체

- 업무의 효율성, 비용의 효용성이 판단의 기준
- 업무의 효율성 측면에서는 공공이 운영주체로 참여
- 비용의 효용성 측면에서는 기존 조직에 부설

나. 第3섹터方式의 葬事情報센터 設立 및 運營

□ 제3섹터방식의 고려사항

- 법인형태는 제3섹터가 수행할 사업의 성질을 고려해서 결정
- 제3섹터방식의 특성상 한 번 설립되면 폐업이 어렵다는 점을 고려하여 초기부터 면밀한 검토가 필요
- 제3섹터 사업체의 성격에 따라 공무원 채용의 문제검토

□ 제3섹터의 설립 및 운영방안

- 정부영역과 제3섹터영역 구분 기준은 사업자체의 수익성
- 제3섹터의 영역은 수익으로 그 비용 충당
- 제3섹터 활용은 두 가지 측면에서 접근
 - 현행의 제도적 여건에서 단기적, 부분적 접근
 - 현행 제도의 미비점과 완비 후, 장기적, 종합적 접근
- 사업보완형 제3섹터방식의 관리운영 방향
 - 설립목적과 사업내용에 따라서 제3섹터기업 설립

- 현행 제도에서 제3섹터기업 설립은 민간부문 출자 필요
- 출자비율은 지방자치단체의 비율이 가장 높아야 함.

□ 葬事情報센터의 구조

- 葬事情報센터는 전국단위와 지역단위 장사정보센터 2층 구조
- 각 지역의 장사정보센터를 Networking, 전국장사정보센터를 통합

다. 葬事情報센터 設立·運營財源確保 方案

□ 장사정보센터 설립재원 확보방안

- 國庫補助金: 장사정보센터가 보건복지부의 계속사업으로 인정될 경우, 매년 예산을 배정 받는 방안
- 地方財政의 특별교부세 활용: 특별교부세의 배분기준에 포함시켜 재원을 확보하는 방안
- 지방양여금의 대상사업화: 장사정보센터 건립사업을 지방양여금 대상 사업으로 지정

□ 장사정보센터 운영재원 확보방안

- 장기적 묘지관리기금 조성
- 각 자치단체별 예산조치
- 지방자치단체가 공공목적에 위한 시설 관리를 민간위탁
- 특정 법인 지출 부담금을 손비 처리

라. 葬事서비스

□ 서비스내용

- 장례일정, 절차, 방법, 행정절차 상담, 민원처리
- 병원장례식장 및 전문 장례식장, 납골시설, 공·사설묘지 이용정보제공, 민원 및 행정업무상담

- 장례절차에 따른 서비스제공
- 장례용품 전시 및 대여, 장례비용의 알선, 장제비 지급정보 제공
- 장사관련 규정의 정보
 - 사망관련, 장례업관련, 묘지확보 및 규정, 매장방법·규정, 묘지·납골시설의 소유와 관리에 관한 내용
- 死亡段階에 따른 葬事서비스
 - 토탈케어란 사망당시의 장의 서비스, 사전 서비스, 사후 서비스를 총칭

3. 葬事情報센터 네트워크 모델

가. 葬事情報센터 設立 및 運營模型

- 도입단계: 기초장사정보 제공단계(장사협의회 구성·운영)
 - 장사협의회 구성. 지방자치단체, 시민단체, 관련업체 역할분담
 - 정보 생산 및 DB 구축. 서비스 연계방안 협의·조정
 - 정보제공자(지방자치단체, 시민단체, 관련단체) 선정 및 교육
 - 최소한의 경비와 조직을 이용, 장사정보 유통
 - 조직
 - 장사정보센터 도입기에 장사협의회 구성
 - 업무의 확장이 필요한 경우에 장사정보센터 설립. 각 업무에 필요한 별도의 전담인력과 조직을 추가
 - 인력구성은 실무위주로 구성, 별도의 관리사무조직은 두지 않음. 협의회의 소요인력은 규정에 따라 최소한의 인력으로 구성
 - 필요에 따라 전문인력의 아웃소싱, 임시계약직 탄력적 활용
 - 외부조직 활용, 지방자치단체, 관련업체, 시민단체의 지원 유도

－ 구성

- 소장을 중심으로 하부 팀 구성, 관련기관, 업체 조직활용
- 전문인력단을 구성하여 자문
- 센터의 실무조직은 장사정보관리과, 장례서비스 지원과, 장례홍보과, 장사행정·정책과, 장사시설관리과 등으로 구분
- 장사정보관리과는 장사정보의 생산·관리를 담당
- 장례서비스 지원과는 장례서비스와 관련된 서비스를 지원
- 장례홍보과는 장례문화개선을 위한 홍보를 담당
- 장사행정·정책과는 행정업무와 정책제안 담당
- 장사시설관리과는 장사시설에 관련된 시설관리를 담당

□ 정착단계: 장사정보 기반확충단계(자치단체 직영)

- － 장사정보 기반확충단계, 국가적 차원의 장사정보센터로 흡수
- － 1단계의 장사정보를 통합, 종합적인 장사정보센터 구축
- － 3개과 신설, 기존 정부조직, 시민단체, 관련 협회와 연계지속

□ 효율적 운영단계: 葬事情報 확산단계(민영화로 전환)

- － 묘지실태조사 효율적 실행 및 관리
- － 노인복지 차원에서 죽음에 관한 연구 진행
- － 죽음의 대비 및 사후 유가족의 배려 등의 복지향상

4. 葬事情報 웹사이트 構築方案

□ 지방자치단체주도의 장사정보화

- － 장사정보센터는 기초자치단체 중심의 인터넷 웹사이트 구축사업으로 출발
- － 장사정보 웹사이트 구축은 비용이 저렴, 유지·보수 용이
- － 정확한 정보제공과 정보갱신이 핵심

- 인터넷의 양방향성 활용, 이용자와 커뮤니케이션 활성화

□ 재원조달 방안

- 공공 재원조달, 사용자에 의한 재원조달(기부금)
- 이용자에 의한 재원조달(사용요금), 회원에 의한 재정지원
- 장사정보 웹사이트에서의 광고

□ 장사정보 웹페이지 구성 및 내용

- 회원가입 및 이용안내, 장례일반정보, 장례행정 및 정책방향
- 장례관련 DB자료 구축, 장례민원 상담 및 처리
- 장례관련 연구 및 관련 사이트, 상·장례의 소개
- 죽음의 질 향상 운동, 안내 및 광고, 향후 발전전략 등

5. 葬事情報센터 및 葬事情報 웹사이트의 成功的 運營方案

- 계획수립 및 사업화 단계에서 효과적인 추진체계 정립
- 計劃案을 수립·심의·조정하는 實務팀 구성
- 시스템의 개발·구현을 책임지는 專門組織 구성
- 가장 절실한 요소는 전문인력 확보

□ 장사정보센터 및 장사정보 웹페이지 성공적 운영방안

- 장사관련 이해관계자의 조정, 장사정보화를 위한 행정적 지원
- 장사정보구축 및 개발, 장사정보이용의 모니터링
- 예산확보창구의 다양화
- 장사정보 및 장사서비스 전달체계의 Networking

□ 주요 연구내용

1. 장사서비스의 현황과 문제점	
일반적 현황과 문제점	<ul style="list-style-type: none"> - 장의주체의 상례절차 무지, 장의업자의 장례 상업적 이용 - 사회적 책임에 의한 의례지도 및 장례행정 등의 정보 절실히 필요 - 거래구조의 투명화와 건전한 장례문화 정착시킬 방안 필요 - 제한된 장례정보의 유통, 장사정보센터의 효율적인 운영방안 필요 - 병원장례식장 임대운영의 과도한 임대료가 소비자에게 전가
장례	<ul style="list-style-type: none"> - 제한적 장례용품정보(정보의 공개 및 용품구입의 자유화) - 장례서비스 낙후(전문인력 양성 및 전문서비스 개발)와 장의차난립
묘지	<ul style="list-style-type: none"> - 부족(집단묘지화 방안, 시한부묘지제도 도입) - 관리기준 및 방안모호(관리기금조성 필요, 법의 실효성 확보방안)
납골 시설	<ul style="list-style-type: none"> - 무분별한 시설건립의 설치기준 강화(녹지공간, 주차장) - 시설의 난립으로 공동화발생 우려 - 관리기준의 미흡과 관리방안부재
2. 외국사례의 시사점을 통한 장사서비스 개선방안	
외국 사례 시사점	<ul style="list-style-type: none"> - 장례지도사가 장례서비스를 담당하게 하여 공정성확보 - 장례업자와 묘지업자가 지켜야 할 세세한 규정으로 탈선행위 방지 - 장례용품 및 서비스별 가격공시, 유가족에게 장례용품 선택기회 제공 - 법이 규정한 제반사항 사전 고지의무로 유가족이 장례절차 이해용이 - 유가족의 장례용품 항목별 구입을 자유롭게 함. - 장례거래의 증빙서류를 1년간 보관, 거래 사후조사 가능케 함. - 장례법 위반사항의 벌금부과시 건당 벌금을 통합하여 부과 - 장례서비스를 죽음의 전 후과정으로 나누어 전문화 - 사설묘지 운영의 안정성을 위해 관리기금 조성을 법제화
장사 서비스 개선방안	<ul style="list-style-type: none"> - 장사서비스의 공공성 및 지방자치단체의 역할 - 장사서비스의 민원창구 개설과 처리방안 - 장사서비스업체의 서비스현장 준수와 제재방안 - 장사시설 및 장사서비스의 등급화, 전문제도의 도입

□ 계 속

3. 장사정보센터에 대한 국민의식조사	
일반적 분석	<ul style="list-style-type: none"> - 장례용품과 장례보조비정보 필요 - 정보획득경로가 어려우며 사적통로를 통합. - 일반인이 절실히 느끼는 편, 대도시일수록 매우 필요하다고 응답 - 설립주체는 민·관 합자 39%, 민간단체 30%, 공공기관 26%임. - 민·관 공동투자 51%, 정부지원 33%, 민자유치 14%임. - 장사관련시설정보 제공이 장사정보센터의 중요한 역할
요인 분석	<ul style="list-style-type: none"> - 관계자의 이해관계가 장사정보센터의 성공적 운영의 1차적 주요인 - 정보센터의 체계와 내용, 정보센터의 효과
4. 장사정보센터를 통한 장사서비스 개선방안	
장사정보센터	<ul style="list-style-type: none"> - 낙후된 장사서비스 개선을 위해서는 종합적인 장사정보센터가 필수적 - 장사서비스향상과 전문화를 위한 시행착오 최소화의 장기적 방안 - 장사서비스의 체계적 관리는 죽음의 질 향상과 시대적 요구
장사정보웹사이트	<ul style="list-style-type: none"> - 단기간에 장사정보제공의 효율성을 제고시킬 수 있음 - 최소 비용으로 단기간에 장사정보제공과 장사서비스개선 중심 역할
성공적 운영방안	<ul style="list-style-type: none"> - 장사관련 이해 관계자의 정보 생산, 제공을 통합 및 조정 - 장사정보화의 계획부터 정착까지의 조성책 필요 - 많은 양의 정보구축과 정보의 유통창구 역할 수행 - 생산된 정보의 공유를 위한 네트워킹 - 시스템 구축비용 및 운영을 위한 재원확보방안과 비용절감, 일반인의 참여의식 고취방안 - 장사서비스 이용에 대한 모니터링을 통해 다수 이용자의 참여 유도

第 1 章 序 論

第 1 節 研究의 必要性和 目的

장례는 공중위생과 공공의 복지를 위한 행위이며, 물리적인 처리의 공중위생뿐만 아니라 생과 사를 논하는 정신적 문제까지 포함하는데 장례의식은 전통적 관습이나 종교상의 행위를 목적으로 하고 있다. 그 동안 급격하게 변화하는 현대사회에서 장례를 치를 경우 상주를 포함한 장의주체는 장례의 절차나 내용에 대해 무지함으로 장의업자에게 지나치게 의존하여 장의업자들이 장례를 상업적인 이해관계로 이용할 소지를 제공하며, 한편으로는 시간적 급박성으로 인한 합리적 판단을 내릴 수 없는 과정에서 많은 문제점(과다한 장례용품비, 노자돈 요구 등)이 노출되고 있다. 또한 장의주체의 사치성향이 장례관행의 폐단을 조성하고 있다.

특히 현대적 생활양식이 확산되면서 가족 구성 및 거주 공간의 변화에 따라 장례는 전통적 방식인 공동체의 협동에 의해 진행되는 방식이 아니라 점차 간편하고 편리한 편리주의에 따라 진행되며 장례상담, 장례절차는 전문 장사업자에게 대부분 위임되어 있다. 하지만 현대사회에서 가족이 담당해야 할 장례절차 및 의식의 대부분에 대해 장의업자는 식견이 부족하며 시신의 위생적 처리능력과 사법처리를 요하는 시신처리능력을 갖추지 않고 있다. 또한 조문객은 죽음에 대한 정신적 물질적 충격완화를 위한 상부상조의 경조문화를 문상행위의 물질적 상부상조의 의미를 강화하면서 필요인력의 상업적 활용으로 정신적 분담의 약화를 가져왔다. 그러므로 현시점에서 장사에 대

한 사회적 책임의 필요성이 요구되며, 특히 의례지도 및 장사행정 등의 장사정보제공이 절실히 요구된다.

장사과정의 문제점은 주로 장사서비스의 비합리적인 거래구조에서 기인하는데 장사와 관련된 제반 정보(장례절차, 장례용품, 장례시설, 장례행정 등)를 손쉽게 접하게 하며 거래구조를 투명화 할 수 있는 방안을 마련하고, 국민정서에 맞는 건전한 장례문화를 정착시킬 방안을 마련할 필요가 있다.

그러므로 장사정보센터의 기능을 통하여 삶과 죽음의 질을 향상시키며 장사정보의 유통을 원활하게 해주는 것이 중요한 역할이라 할 수 있다. 이에 장사서비스 거래구조의 투명성을 확보하며 장례업자에게 집중되어 있는 공급자 중심의 정보를 원활히 유통하여 소비자인 일반 국민이 쉽게 장사정보를 공유하기 위한 장사정보센터의 설립과 효율적인 운영 방안을 마련할 필요가 있다.

이러한 장사정보의 유통은 단순히 장례용품의 전시나 정보제공으로서만 이루어지는 것이 아니고 장사와 관련하여 죽음에 관한 연구 및 인식의 변화, 사망에 관련된 위생문제, 전통적 관습의 이해와 시대적 변화요구, 장사와 관련된 법률문제와 산업, 묘지 행정 등 장사와 관련된 전반적인 시스템을 파악하고 연계시킬 필요가 있으며 특히 장사정보센터의 설립은 낙후되어 있는 장사서비스, 관련산업, 장사행정서비스 등을 전체적으로 향상시킬 수 있으리라 본다.

또한 죽음에 대해 안심하고 편안한 마음으로 죽음을 맞이할 수 있도록 묘지 및 납골시설 정보를 제공함으로써 죽은 자의 거처마련을 위한 복지의 관점을 부여하여야 하는데 이에 필요한 안정된 묘지 공급의 확보 및 납골시설의 공급이 시대적 상황에 적절히 대처하지 못하고 있다. 특히 장례후 시신처리는 환경친화적이며 국토이용의 효율적 처리를 위한 사회적 기능이 충분히 갖추어지지 않아 묘지부족에 적절

하게 대처하지 못하고 있다. 또한 화장문화를 선도함에 있어 화장후 사회적 가치관이나 규범을 유지하고 안정을 취할 수 있는 장소를 제공하지 못하며 가족이나 친족의 유대감을 유도할 수 있는 사회적 기능과 이의 시설미비로 화장문화의 한계를 나타내고 있지만 장사정보센터를 통한 지속적인 홍보로 사이버 공간과 현실의 공간에서 안식처를 제공할 수 있도록 하여야 할 것이다.

장사정보센터는 해당지역의 장사정보화를 직접 실행하는 주체이다. 따라서 장사정보센터의 설립을 위해서는 해당지역의 주요 장사관련 정보와 사회적인 특성 그리고 주민들의 정보에 대한 수요 등을 고려하여야 됨은 물론, 지방자치단체의 재정적인 여건과 장사정보 담당인력의 확보가능성 등을 종합적으로 파악하여 지역의 실정에 맞는 규모와 형태의 모형을 설정할 필요가 있을 것이다.

현재 미국과 일본의 장례문화의 시사점을 비추어볼 때 죽음과 관련된 장사서비스, 문화, 행정 등의 시스템이 변화하는 현대사회에 비해 지나치게 낙후되어 있음을 알 수 있으며, 향후 장사정보센터를 통하여 그 동안 낙후되어 있는 장사관련 서비스제공 시스템을 통합적으로 운영·관리하는 것이 장례문화의 개선을 위해 비효율성을 제거하며, 시행착오의 최소화를 유도할 수 있는 방안이기에 장사정보센터의 단계적인 기능 및 업무의 확장을 통하여 체계적인 장사업무를 효과적으로 수행할 수 있는 방안을 마련해보고자 하였다. 하지만 재원확보의 현실적인 문제를 도외시 할 수 없는 상황에서 인터넷 웹사이트를 통한 단기적 대안도 살펴보았다. 하지만 향후 종합적인 장례서비스를 제공하기 위해서는 장사정보센터 설립의 필요성이 강조된다.

第 2 節 葬禮와 墓地의 意味

1. 葬禮의 意義

葬禮의 목적은 개개인의 가치관과 종교적인 가치관 등에 따라 다른 데 장례를 스스로 설계하는 사람은, 장례의 목적을 분명히 밝힐 필요가 있으며 이는 사후 시신의 처리 및 관리에 대비하는 본인의 자세를 정립할 수 있는 좋은 기회이며 이를 준비할 수 있기 때문이다. 특히 자신의 장례를 설계하는 사람을 위해서 장례의 의의 몇 가지를 정리해보면 다음과 같다.

첫째 자신의 인생을 회고하고 정리하는 회자정리의 기회를 마련하며, 둘째 조문객에 대해 생전에 진 신세의 보답과 이승과의 이별을 고하는 기회를 갖도록 하며, 셋째 고인에 대해서 조문객이 슬픔과 생각을 말할 수 있는 기회와, 넷째 유족이 서로 슬픔을 분담하는 기회를 갖도록 하고, 다섯째 조문객에 대해서 “남겨진 유족을 앞으로도 잘 부탁한다.”는 의미와, 여섯째 사후세계로 안심하게 여행할 수 있는 장소로 여기도록 한다.

“장례는 전통을 따르지 않으면 안된다.”라고 말하는 이가 많으나 사실 전통적인 장례를 알고 있는 사람은 많지 않다. 미국이나 일본에서는 전통과 다른 새로운 형태의 장례를 바라는 사람이 늘어나고 있는데 이를 위해서는 새로운 장례서비스를 만들지 않으면 안된다. 이를 위해 미국이나 일본에서는 새로운 장례서비스를 도와주는 장의사가 증가하고 있다.

현재 “장례는 살아 있는 사람을 위한 것이다.”라는 것이 일반적인 장례의 경향이다. 그러나 죽음을 향해 가는 사람의 마지막 소망을 갖고 있는 그분이 원하는 장례를 가지고 있는 경우, 미리 그 희망을 장

의사에 전하지 않으면 그의 소망의 달성 없이 인생의 결말이 날지도 모른다. 그러므로 앞으로 죽는 사람의 소망에 따라 장례를 치르는 것이 장례의 새로운 의의가 될 수 있을 것이다.

2. 葬禮의 社會的 意味

많은 전통적 장례가 형식화되고 창조성을 잃어가고 있으며 많은 사람은 무감동의 장례에 참례하면서, 또 사회의 풍조도 장례의 의의에 의문을 던지고 있다. 더불어 사람은 자신의 장례에도 가치를 잃고, 장례의 축소를 바라는 장례의 비의식화의 요인이 증가하고 있다.

오늘날 미국의 장례는 종교성과 영혼성이 잃어가고 있다고 하지만, 그 대신 보다 창조적으로 변화하고 있다고 말하기도 한다. 의례의 축소와 화장으로의 변화는 의례가 없어진 것이 아니라 변화하고 있다고 해석하는 것이다.

장례가 세계적으로 실시되고 있는 것은 장례의식이 종교와 정치를 넘어 사회적으로 중요한 의미를 가지고 있기 때문이다. 장례 그 자체가 사회적으로 중요시됨에도 불구하고, 장례에 관한 사회적 논리와 목표는 쉽게 정의할 수 없다. 특히 상주와 장의사의 입장이 다름으로 나타나는 사회적 현상으로 상주에 있어서 장례는 사별과 슬픔을 표출하는 특별한 목적을 가지는 작업에 비추어 미국의 경우, 과거 장의사는 시신처리 및 시신운반의 도움 등 일련의 역할을 완수하는 영업활동으로 영위되다가 점차적으로 묘지구입 등의 업무확장과 유족들에게 정신적 조언을 해주는 영역까지 확대되었다.

오늘날 한국을 비롯한 미국, 일본 등 대부분 고령자와 환자에 의한 죽음이 발생하며 대부분 중요한 인물이 사망한 경우에는 국가적으로 중요한 인물의 죽음에 총동원되어 참가하지만, 그러나 사회적으로 중요하지 않는 인물의 죽음에 있어서도 그 가족과 친구에게는 커다란 충격이다.

이러한 장례는 누구나 장례를 행하게 되며 사회는 장례의 반복성을 깨닫기 시작했다. 사람은 각자 한 번밖에 죽지 않기 때문에 죽음에는 반복이 없는 사건이지만 장례 의식으로는 반복성이 있기 때문에 유족에게 장례에 따른 도움이 가능해졌다.

장의사의 역할은 죽음의 정의를 하는 것이 아니고 죽음이 발생한 사망자에 대한 의식을 행하는 필요한 기술과 지식을 습득하여 활용하는 것이라 하겠다. 장의사는 죽음을 인생의 마지막이라고 생각하는 의미가 아니고 새로운 과정의 시초로 보고 있다.

장례는 지난 수 세기간 죽음의 충격으로부터 지키기 위해 종교적인 신앙과 의례를 실천해 왔지만 장례는 항상 종교 의례 이상의 중요한 사회적 행사이었다.

사람들에 있어서 종교의식 및 여러 의식은 개인의 죄의식을 맑게 하려는 시도이다. 이러한 관점으로 보면 장례의식은 특별한 차원에 있음을 알 수 있다. 유족은 슬픔과 괴로움의 상태에 빠지며 때로는 죄의식을 느끼는데 이러한 때에 죄의식이 해결을 도와준다.

종교적 의식과 죽음은 밀접한 관계를 가지고 있는데 특히 인간은 죽음을 무서워하고 혼란에 빠지므로 미신과 신앙에 깊게 결부되고 있다. 이러한 연유로 죽음을 맞은 유가족은 일시적인 무기력이 발생하여 유족에게는 무언가의 원조가 필요하게 된다. 이러한 원조는 전통적인 의례에 의해 행해지고 있다. 죽음을 맞이한 때의 원조의 일환으로 종교적 신앙이라고 말하는데 종교에 강하게 귀의하고 있는 개인의 경우 죽음을 맞이하는 때에 만족의 감정을 표현하며 전통적인 성스러운 장례의 형식을 갖고 있는 사람에게는 사별위기의 도움이 되는 의의가 있다.

장례의 관습은 유족에 대한 사회적 원조이고 죽음에 대처하기 위한 인간적인 방법을 제공하는 중요한 의식임을 간과하지 않을 수 없다.

특히 인간은 죽음을 자연의 섭리로서 이해하는 감정을 표현하는 기회를 주는 장소가 존재하고 있지 않음에 장례의 관습은 사회적으로 중요한 의미를 가진다고 할 수 있다.

3. 墓地의 意味

장례의 방법은 문화적, 시대적, 종교적, 역사적 환경의 차이에 따라 다르게 나타나므로 지역적 위치에 따라 서로 다른 가치체계를 가지고 있다고 할 수 있다. 죽음에 대한 인식은 종교적인 영향에 따라 특히 다르게 나타나지만 육신은 죽음을 통하여 무기물로 해체되어 환원하는 것을 대부분의 사람이 믿고 있다. 하지만 무기물로 해체되어 환원하는 과정에서 매장, 화장, 수장 등의 방법에 따라 죽음을 바라보는 시각이 다를 뿐이다. 하지만 어떠한 방법이라도 시신처리 후 묘지를 사용하는 목적은 비슷하게 살펴볼 수 있는데 이는 국민의 복지증진을 위한 매·화장지의 확보, 공중위생을 고려한 공공의 복지향상, 공원묘지의 조성으로 환경 문제 해결과 녹지 확보, 국가유공자를 기리기 위한 문화적 시설의 설치로 애국심의 경각 및 고취 등이라 할 수 있다.

4. 墓地問題의 擴散

도시 개발이 진행되면서 어디서나 지가가 앙등되어 묘원의 공간을 확보하는 것이 어렵게 되었다. 이것은 넓은 대지를 가지고 있는 미국에서도 어려움을 겪고 있다. 최근 미국에서의 변화는 묘지를 통상의 2배 깊이에 파서 부부의 관을 2단으로 쌓아올리는 방법이다. 미국에서는 관을 무덤에 안장하는 것도 기계가 하므로 기술적인 문제는 거의 없는 편이다.

일본에서 묘지 문제라 하면 묘지 가의 앙등, 묘지용도의 토지부족,

묘지의 승계자가 없는 3가지의 문제점이라고 말할 수 있다. 미국의 경우 묘원 소비자 서비스 조사에 의하면, 1996년 묘지에 관한 155개의 설문 중 제일 많은 불만은 묘원의 규칙에 관한 것, 다음이 묘원의 관리문제, 마지막으로 묘지의 부당한 판매로 나타나고 있다. 미국의 경우 묘지를 가진 사람이 조사대상이며, 일본에서의 조사는 묘지를 가지지 않는 사람이 대상이기 때문에 결론은 다를 수 있으나 대부분의 가정이 묘지를 가지고 있거나 가지고자 하기 때문에 커다란 차이는 없으리라 예상된다.

第 3 節 研究方法 및 研究內容

1. 研究方法

본 연구에서는 우선적으로 문헌연구에 의한 연구방법에 중점을 두었다. 문헌분석을 통하여 葬事情報에 대한 정의와 정보센터에 관한 이론적 접근을 시도하였다. 그러나 현재까지 장사정보 및 장사정보센터와 직접 관련된 선행연구가 거의 없었기 때문에, 현재 논의되고 있는 각 분야의 정보센터에 대한 문헌고찰에 많이 의지하였다. 특히 지역정보센터와 기업의 정보센터에 관한 논의가 그 중심이 되었다. 기존에 설립되어 운영중인 각종 정보센터에 관한 문헌을 분석하여 장사정보센터 모형에 적극 반영하였다. 다음은 관련시설을 중심으로 현장조사를 하였다. 장사관련 분야는 기존의 연구가 부족하기 때문에, 무엇보다도 관련시설이나 각종 기관의 현장 실태파악이 중요하다. 현장조사는 장사정보 현황과 정보생산 및 유통 실태를 파악하고자 한 것이다. 또한 현장조사를 통하여 모범적 사례를 발굴하여 연구에 적극 반영하였다.

다른 한편, 현장 조사에서는 시간과 연구비의 제한으로 지역이나 분야에 있어 전반적인 조사가 이루어지기 어렵다. 이런 한계를 극복하고자 구조화된 설문지를 이용하여 우편조사를 실시하였다. 우편조사를 실시하여 장사 경험에 대한 일반적 조사와 장사정보 유통실태를 파악하고, 정보센터 구성요소에 관한 제반 사항을 조사·분석하였다. 특히 조사결과를 기초로 장사정보센터의 성공요인분석을 시도하여, 센터 설립 단계의 중요요인을 도출하고자 하였다.

다음은 미국과 일본을 중심으로 외국 사례연구를 실시하였다. 미국 사례는 문헌자료를 중심으로 분석하고, 일본 사례는 현지 관찰·조사를 통하여 자료를 수집하고 분석하였다. 중점적으로 장사서비스 전달 체계, 행정기관 업무 분석, 관련 법규, 업체 현황 등을 중심으로 분석하였다.

마지막으로 이런 시도에도 불구하고 본 연구진이 가지고 있는 여러 한계를 보완하기 위해서 관련 전문가와 본 연구진은 2차례의 정책간담회를 개최하였다. 제1차는 우편조사 전에 연구방향과 조사표에 대한 평가회를 개최하였으며, 제2차 간담회는 조사결과와 정보센터 모형 설정 단계에서 개최하였다. 간담회는 주로 모범적 지방자치단체 담당자와, 시민단체 대표, 학계관계자, 그리고 대표적인 시설 관계자 및 업계 종사자와 함께 의견을 개진하였다.

2. 研究內容

본 연구는 총 다섯 개 章으로 구성된다. 각 장별로 내용을 살펴보면, 제1장은 서론으로써, 연구의 목적 및 필요성, 장례와 묘지의 사회적 의미, 연구방법 및 내용, 그리고 본 연구의 이론적 배경으로 구성된다. 이론적 설명에서는 장사정보의 개념 설명 및 장사정보 분류를 시도하였다. 다음으로 정보유통구조를 살펴보고 情報共有論에 의지해

정보센터의 기능을 정의하였다. 제2장에서는 장사정보 관련 실태를 분석하였다. 우선 장묘분야와 관련해서 진행되고 있는 정보화 상황으로써 지리정보시스템 사업현황을 설명하였다. 그리고 국내 장사정보 생산·재생산 및 유통 실태 파악을 위해서 공공기관과 장례식장 및 묘지 등의 장사관련 시설, 관련 업체, 그리고 관련 단체나 협회 등의 현황과 실태를 설명하였다. 마지막으로 인터넷에 유통되고 있는 장사정보 현황까지 포함하였다. 제3장에서는 장사정보와 관련해서 외국의 사례를 설명하였다. 미국과 일본을 중심으로 장사와 관련된 제반 현황을 설명하였으며, 외국사례의 시사점을 살펴보았다. 제4장은 장사정보 및 정보센터에 관한 의식조사 결과로써, 조사개요와 조사결과를 설명하였다. 조사 내용은 주로 장사시설과 장례용품 등에 관한 경험과 의식, 그리고 정보센터의 주요 구성 요소에 대한 의식 등이다. 특히 조사결과를 토대로 일반 사항뿐만 아니라 정보센터의 성공요인 분석을 시도하였다. 제4장의 조사결과 분석은 제5장의 정보센터 모형 설정에 반영된다. 제5장은 장사정보센터의 내용 및 설립운영방안을 중심으로 구성하였다. 구체적으로 단계별 구축 방안을 제시하였으며, 실천적 방법으로 정보센터 네트워크 모델과 웹사이트 구축방안을 제시하였다. 마지막으로 장사정보센터의 성공적 운영방안을 정책제언으로써 제시하였다.

第 4 節 葬事情報센터의 理論的 背景

1. 葬事情報의 概念 및 情報의 分類

가. 葬事情報의 概念

현실적으로 장사정보센터에 대한 기존연구는 거의 찾아보기 힘든 실정이다. 구체적으로 정보센터의 체계나 프로그램뿐만 아니라 가장 기본적인 개념규정에 관한 논의도 찾아보기 힘들다. 따라서 ‘장사란 무엇인가?’, ‘장사정보란 무엇인가?’ 라는 일차적 질문에서 출발할 필요가 있다. 기존연구의 부재로 인하여 인접분야 연구나, 유사분야 연구, 즉, 정보론 또는 정보사회론, 그리고 지역정보센터에 대한 기존 논의에 의지해 ‘장사정보’에 대한 정의를 내려야 할 것이다.

그 동안의 연구에 따르면, 정보론이나 정보사회론에서는 ‘정보’에 대한 관점에 따라서 정보나 정보사회에 접근하는 입장이 갈린다. 정보를 보는 관점은 크게 ‘정보이론’, ‘정보사회론’, ‘정치경제학’적 입장으로 구분할 수 있다(정국환, 1996:40).

먼저 정보이론에서 정보는 ‘의미론적으로 事象의 불확실성을 감소 시켜주는 요인’으로 정의된다. 이 관점에서 보면 정보사회란 ‘사회적 불확실성을 관리하기 위하여 정보가 대량으로 생산, 가공, 저장, 전달 되는 사회’를 의미한다. 그리고 정보화란 정보의 전달 및 처리능력의 확장으로 이해된다. 정보이론의 관점에서 볼 때 정보는 새로운 지식을 의미할 뿐 아니라 불확실성으로 인한 사회적 비용의 감소를 가져다주는 것이기 때문에, 정보의 확대가 바람직한 것으로 이해된다(정국환, 1996:41~44).

정보에 대한 정의를 제공하는 또 다른 이론으로써, ‘정보사회(information society)론’ 또는 ‘후기산업사회(post-industrial society)론’을 들 수 있다.¹⁾ 후

기산업사회론 또는 정보사회론을 주장하는 이들은 공통적으로 정보가 가장 중요한 재화, 수단, 요소 또는 자원으로 등장하게 된다는 점을 강조하고 있다. 정보라는 자원은 기존의 자연자원, 금융자본과 같은 물질적 재화와 판이하게 다른 성격을 가지고 있기 때문에 이를 근간으로 하는 정보사회의 성격까지도 그 이전의 사회와는 판이하게 달라진다는 것이다.

일반재화의 생산에는 자원과 에너지가 필요하며, 일단 소모된 에너지는 재생이 불가능하지만, 물질적 자원과 구분되는 정보자원 또는 정보재(information good)는 이러한 열역학의 법칙을 따르지 않기 때문에 확대하거나 압축할 수 있고, 대체 및 이동이 가능하며, 누설되기 쉽고 공유할 수 있다. 이런 식으로 재생산된 정보는 사회의 모든 구성원에게 공유됨으로써 무한한 가치를 창출할 수 있게 되고, 이런 의미에서 정보는 현대 사회에서 가장 중요한 공공재(public good)가 될 수 있다는 것이다(정국환, 1996:47~50). 정보의 공공재적 성격을 밝힌 것이라 할 수 있다.

한편, 정치경제학에서는 정보를 단순한 ‘자원’(resource)이 아닌 ‘상품’(commodity)으로 파악한다. 상품으로서의 정보는 ‘누구나 이용할 수 있는 가치가 풍부한 재화’가 아니다. ‘누가 정보를 어떻게 이용하느냐?’가 중요한 문제로 대두된다. 이에 따라 부와 빈곤, 지배와 굴종의 명암이 엇갈리고, 보다 많은 가치의 수취를 위한 사회적·정치적 갈등과 교환이 일어난다. 자원으로서의 정보개념이 정보가 지니는 가치(value)에 주목한다면, 상품으로서의 정보개념은 그 가치의 사회적 배분과정(social distribution)에 보다 큰 관심을 갖는다(정국환, 1996:53).

좀더 비판적 관점에서 보면, 정치경제학적 입장의 대안은 정보의 분배, 즉, 정보공유를 주장하는 것일 수 있다. 그러나 다른 한편 정보

1) 이 이론을 대표하는 학자로서 Daniel Bell을 들 수 있음.

는 공공재적 성격과 민간재적 성격을 동시에 갖고 있는 것이며, 현대 사회에서는 정보의 완전한 공공재적 성격을 또는 정보의 완전한 민간재적 성격을 주장하는 것은 불가능하다.

이상의 논의를 정리해보자. 葬事란 장례와 매장 및 화장과 관련된 제반 사항을 총칭하는데, 정보에 대한 위의 세 가지 관점을 종합하여, 장사정보의 정의를 규정한다면 다음과 같다. 장사정보는 장사를 둘러싼 제반 사실 및 현상의 불확실성을 감소시켜주는 요인으로서, 그것은 물적 재화와 다른 새로운 형태의 사회·경제적 자원이 될 수 있으며, 그 자체가 상품으로서 활용될 수도 있는 요소를 말한다.

새로운 형태의 사회·경제적 자원이 될 수 있다는 말은 정보재(information good)의 공공재(public good)적 성격을 강조하는 것이며, 상품으로서 활용될 수 있다는 말은 그것의 민간재적 성격을 강조한 것인데, 본 연구에서 사용되는 장사정보라는 말은 장사정보센터의 공공성을 강조함에 따라 정보의 성격도 공공재적 성격이 더 강한 개념이라 할 수 있다.

나. 葬事情報의 分類

장사와 관련된 정보를 종류별로 구분해 보면, 크게 네 가지로 분류할 수 있다. 장사관련 시설정보, 장례관련 용품정보, 행정절차나 법률정보, 그리고 장례절차정보이다. 각종 장사 정보와 관련된 현황 및 실태는 제2장에서 다시 자세히 설명할 것이며, 여기서는 그 종류를 분류하는 데 의미를 둔다.

관련시설 정보란 장례식장, 화장장, 납골시설, 납골시설 설치 업체, 묘지시설, 묘지 移葬 및 改葬관련 업체, 장의 자동차에 관련된 정보로써, 시설이나 업체의 위치, 연락처, 이용방법, 요금 등에 관한 정보를 말한다. 장례식장은 병원장례식장과 전문장례식장이 있으며 일반장의

사도 여기에 포함된다. 납골시설은 주로 집단묘지에 설치하는 納骨堂, 納骨塔, 納骨墓 등을 말한다. 이런 시설의 설계 및 설치 업체가 바로 납골시설 설치 업체이다. 묘지시설은 공설묘지와 법인묘지가 그 중심이 된다.

장사관련 시설 정보는 기본적인 위치나 연락처, 그리고 이용 요금 뿐만 아니라 각 장례식장 시설수준이나 서비스 수준까지 고려된 정보가 필요할 것이다.

관련용품정보란 壽衣나 棺 같은 대표적 장례용품을 포함하여 喪服과 같은 기타 소모품과 관련된 내용으로써, 용품의 종류, 구입장소, 가격 등의 정보를 말한다. 弔問客 접대용 물품을 대여해주는 곳도 많이 있어, 이런 정보는 상을 당한 사람들에게 유용한 정보가 될 수 있다. 행정절차나 법률정보란 장사와 관련된 제반 행정절차와 관련 법규를 말한다. 행정절차는 사망·호주승계신고, 호주 승계권 포기신고, 매장· 화장 신고, 개장(이장)신고 등의 각종 신고사항, 그리고 상속 및 소유권, 각종 보험 관련 행정절차 등을 말한다. 관련법령은 2000년 1월 14일부터 시행될 「장사 등에 관한 법률」, 「국토이용관리법」, 「도시계획법」, 「도시공원법」, 그리고 기타 관련 법규로써, 「시체해부 및 보존에 관한 법률」, 「상속세 및 증여세법」 등에 관련된 정보를 말한다. 장례절차란 현재 관습적으로 실행하고 있는 장례절차(장례과정)를 말하는 것이다. 이상의 정보 분류 내용을 표로 정리하면 <表 1-1>과 같다.

〈表 1-1〉 葬事情報 分類

정보 구분		정보 내용
장사관련 시설	장례식장, 화장납골 시설, 공설묘지, 법인묘지, 관련업체	시설의 종류, 위치, 주소 및 전화번호, 사용료, 시설수준, 서비스 수준
장사관련 용품	수의, 관, 상복, 기타 일회 용품	용품 종류, 비용, 구입장소
행정절차, 법률정보		사망신고, 매장절차, 화장·납골절차, 개장 및 이장 관련 절차, 묘지조성관련 법률
장례절차		전반적 장례절차에 관한 내용

2. 情報의 流通과 情報 共有論

가. 情報의 流通

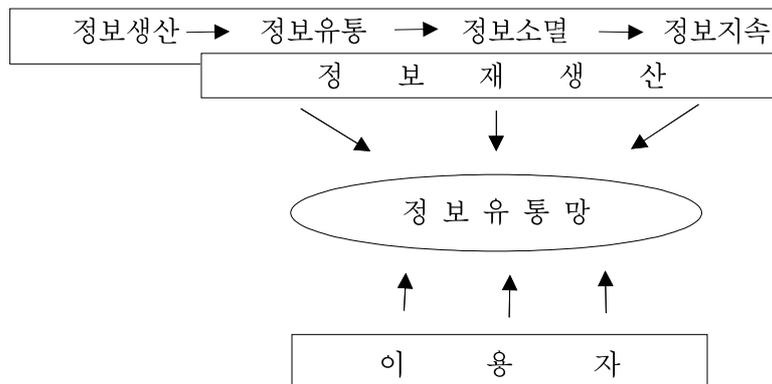
정보는 그것의 속성상 항상 생산, 가공, 저장, 전달된다. “이동하지 않는 정보는 단지 잠재적으로만 존재할 뿐이다. 적어도 그것이 다시 이동하게 되기 전까지는” 이것은 정보의 특성이다. 그리고 정보가 퍼지는 방식은 물리적 상품이 배포되는 방식과 판이하게 다르다. “정보와 물리적 재산 사이의 가장 중심적인 경제적 구별은 정보는 原所有主의 소유를 벗어나지 않고도 이송할 수 있다는 점이다(John Perry Barlow, 1996:55).” 이것은 정보 유통의 속성이다.

정보의 속성 중 하나가 그것의 이동 가능성이라면, 정보가 이동하는 방법이나 구조가 있을 것이다. 이것을 우리는 정보유통구조라 할 수 있는데, 바로 정보는 이 유통망을 타고 흐르는 것이다. 정보의 유통구조란 정보가 생산되어 이용자에게 전달되는 전 과정을 말한다. 정보는 이 과정에서 끊임없이 발굴, 가공, 생산, 재생산된다고 할 수 있다. 우리가 일반적으로 정보사회라고 할 때는 ‘사회적 불확실성을

관리하기 위하여 정보가 대량으로 생산, 가공, 저장, 전달되는 사회'를 말한다. 결국 정보사회도 정보의 자유로운 유통을 핵심으로 삼고 있다는 의미가 된다. 이런 정보 유통구조를 그림으로 나타내면 [그림 1-1] 과 같다.

현재 葬事分野에서 일관된 체계를 갖춘 유통구조는 드러나지 않고 있다. 그것은 장사분야에서 단일한 체계를 가진 정보유통망이 존재하지 않는다는 것이며, 그것을 시도하는 주체도 또한 존재하지 않는다는 현실의 반영일 것이다.

[그림 1-1] 情報流通 體系圖



나. 情報 傳達 方法

정보전달방법은 정보를 이용자에게 전달 또는 전파하는 방법, 즉, 정보 전달을 가능케 하는 매개체의 종류를 의미한다. 일반적으로 가장 일차적 정보전달 방법은 직접 대면하고 정보를 교환, 공유하는 방법이다. 이것은 정보를 가지고 있는 정보원과 이용자가 직접 대면해서 언어로 정보를 전달하는 방법이다.

직접 대면방법은 현대 정보통신 기술이 발달하면서 점차 그 양상이 변화되어, 현대에는 각종 매체를 이용하여 정보를 전달하는 추세로 변화하고 있다. 매체로서 기본적인 것은 신문이나 잡지 또는 일반 서적과 같은 인쇄매체를 들 수 있다. 인쇄매체는 일간지와 잡지뿐만 아니라, 각종 기관에서 발행하는 안내책자와 협회나 단체에서 발행하는 소책자를 포함한다.

그리고 정보통신 기술의 발달로 매체의 종류는 날이 갈수록 급속하게 변화하여, 인쇄매체보다 전달능력이 훨씬 뛰어난 전화, TV, FAX, 인터넷, 그리고 무선통신과 같은 통신매체가 매우 빠르게 발전하고 있다. 특히 최근 통신매체의 발달은 상상의 현상을 실현시키는 단계에까지 발달되고 있으며, 앞으로 그 발달의 방향을 가늠하기 어려운 정도로, 발전가능성을 가지고 있어 정보전달 매체로써 매우 중요한 분야라고 할 수 있다.

<表 1-2> 情報通信 分野 情報化 指標

구 분	'91년	'92년	'93년	'94년	'95년	'96년	'97년	평균증가율	단위
전화회선 수	33.54	35.42	37.4	39.34	41.24	43.03	44.39	5%	회선/100인
PC 보급대수	4.53	5.68	6.84	8.64	10.77	13.17	15.07	22%	대/100인
인터넷사용자수	-	-	-	1.76	2.84	6.54	15.22	105%	명/1000인
CTV 가입자수	-	-	36.68	42.15	54.43	49.03	54.68	10%	대/100가구

資料: 한국전산원, 『1999 국가정보화백서』, 1999, pp.87~97.

제4장의 조사결과분석에서 설명하겠지만, 현재는 전화가 가장 효과적인 장사정보 전달매체라고 할 수 있다. 그러나 현재 증가하고 있는 기타 통신매체 사용률을 감안한다면, 인터넷과 같은 새로운 매체의 활용 방안을 강구해야 할 것이다. 아래 <表 1-2>에서 알 수 있듯이,

다른 통신매체 이용률도 계속 증가하고 있지만, 이에 비해 인터넷 사용자의 연 평균 증가율은 매우 빠르며, '97년까지 100%가 넘고 있어 그 변화 폭이 가장 큰 것을 알 수 있다.

다. 情報 共有論

현대 사회의 정보 유통에 있어 핵심적 사항은 정보 소유의 문제이다. 이동하지 않는 정보는 정보가 아니라는 말을 상기할 때, 정보의 본질은 이동 가능성이다. 그러나 자원으로써 정보는 자본주의 사회의 속성상 사적으로 소유되는 경향이 있다. 다시 말해 “경제적인 차원에서 현실 정보사회의 지배적 특징은 정보사유론의 강화, 즉, 자본주의 소유제의 확장으로 나타나며(홍성태, 1999:140)”, 나아가서 정보가 독점되기도 함으로써 정보의 자유로운 흐름이 억제되는 것이다.

사적 소유권이 사회구성의 기초원리로 확립되어 있는 사회에서 情報私有論은 하나의 상식으로 수용되고 있는데, 이론적으로 ‘자기의 노동에 기초한 소유’라는 로크의 所有論과 ‘저자의 창조물로서 저작물’이라는 피히테의 著者論에 기초해 있다. 점차 정보재의 경제적 가치가 크게 부각되면서, 지적재산권의 경우도 소유권자의 경제적 이익을 강화하는 방향으로 변하고 있는 것이 현실이다(홍성태, 1999:141).

情報共有論은 현실 정보사회에서 이렇게 情報私有論이 강화되는 경향에 도전한다. 정보공유론은 단지 이론적으로 문제를 제기하는 차원에 그치지 않고, 정보사유론이 지배하는 현실을 변화시키려는 사회적 실천으로 전개되어, ‘새로운 사회운동’으로 발전하고 있다.

정보공유론의 전통은 크게 두 가지 전통 속에서 파악되는데, 하나는 사회주의 전통이며, 다른 하나는 자유주의 전통이다.²⁾ 사적 소유

2) 정보공유론의 두 가지 전통에 대한 자세한 논의는 홍성태, 1999:143~153쪽을 참조하기 바람.

일반을 부정하는 사회체제, 즉, 사회주의 전통에서 정보·지식은 당연히 공공재이며 공유재로 인식되어 정보의 사적 소유를 부정하는 것이다. 한편 자유주의 전통에서는, 자본주의의 사적 소유권에 기반하면서도 정보·지식의 특수성을 강조하는 입장으로써, 정보·지식의 공공재적 성격을 강조하며, 이에 따라 정보의 자유로운 흐름을 주장한다.

3. 情報센터 理論

정보사유론에 대한 반론으로서, 정보의 자유로운 흐름을 주장하고 정보재의 공공성을 강조하면서, 공공부문과 민간부문에서 활발히 논의되고 있는 실제적 대안 중 하나는 바로 ‘정보센터’ 설립이다. 이것은 정보공유론의 이론적 논의가 구체화된 것으로써, 국가개입의 한 형태를 제시하는 것이다.

그 동안 이론적으로 몇 가지 국가개입의 논거들이 제시되었는데, 이런 설명에서도 바로 정보의 공공재적 성격이 강조되고 있다. 예를 들면, 정보와 지식은 공공재의 성격을 가지고 있기 때문에 시장에 맡겨두면 바람직한 수준만큼 생산되지 않으며, 남이 생산해 놓은 정보를 이용하려는 욕구는 크지만 자기가 정보를 생산하려는 욕구는 적다는 것이다. 공공재로서 정보는 많은 사람들이 가치를 공유할 수 있는 재화이므로 그 생산이 늘어날수록 사회적 총 가치는 증가한다. 따라서 공공재인 정보와 지식의 생산이 촉진되도록 정부가 개입³⁾할 필요가 있다는 설명이다. 정보 중에서 아주 중요하지만 대규모의 초기 비용이 요구되는 정보, 그리고 금융조건, 시장조건, 인력기반과 같은 제도적 지원이 필요한 경우, 국가개입의 필요성이 제기되는 것이다(정국환, 1996:170~172).

3) 이 때 정부의 개입 방법에는 직접적 생산, 지적재산권의 보호, 정보생산에 대한 직접적 지원 등을 들 수 있음.

최근 정부는 사회복지분야에 사회복지자원관리시스템, 장애인재활 정보센터, 아동보육종합정보시스템, 생활보호정보관리시스템과 같은 각종 정보센터를 설립하고 있는데, 이런 정보센터는 바로 정보의 공공성을 강조하여 정보의 효율적 유통을 확보하려는 정책이라 할 수 있다. 위에서 설명한 국가 개입의 전형을 보여주는 것이라 할 수 있다. 그리고 민간의 각 부문에서도 시민단체를 중심으로 이와 같은 움직임이 활발히 전개되고 있다.

정보센터에 대한 최근 논의를 살펴보자. 기존 연구를 검토해보면, 기업정보센터와 지역정보센터에 관한 논의가 활발한 편이다. 기업정보센터론이나 지역정보센터론 모두 정보센터에 대한 정의는 공유하고 있으며(김용경, 1997; 권영균, 1992; 임동원, 1994), 보통 Perry, W. E. 와 Hammond, L. W.의 정의를 인용하고 있다. Perry는 “정보센터의 기능은 사용자가 컴퓨터 자원을 활용하여 그들의 업무를 보다 효과적이고, 효율적이며, 경제적인 방법으로 처리할 수 있도록 지원해 주는데 있다.”라고 정의하며, Hammond는 “정보센터는 최종사용자가 보고서의 산출, 수정, 데이터 조작, 처리 결과의 분석 및 자발적인 조회 등을 할 수 있도록 지원해주는 정보시스템 개발 조직의 한 부분”이라고 정의한다(김용경, 1997:17에서 재인용).

이상의 정의는 전문성을 담보한 초기단계의 정보센터 정의라 할 수 있는데, 현실적으로 이런 정의는 일반론적 차원에서 구체화될 필요가 있다. 지역정보센터에 적용하여 설명한 사례를 보면, 정보센터의 핵심적 기능은 정보 유통의 중심체라는 것이다. 즉, “지역정보센터는 지역 내·외에서 발생하는 각종 정보를 수집·축적하여 이를 필요로 하는 수요자에게 공급하는 지역의 정보유통 중심체(김용경, 1997:26)”로서 기능 하는 것이다. 기존의 연구에서는 이와 같은 기능을 1차적 기능과 2차적 기능으로 구분하기도 하며, 정보관리 기능, 정보유통 기능, 상

담·자문 기능, 교육·연수 기능, 홍보·출판 기능으로 세분화시키기도 한다. 세부적 기능을 명시한 예를 들면 <表 1-3>과 같다.

이상의 논의에서 정보센터의 기능을 종합해보면, 공공 정보센터의 경우는 정보시장에 대한 국가개입의 형태로 이해할 수 있으며, 정보의 공공재적 성격을 강조하여 정보 수요에 대한 공적 공급의 차원에서 정보센터의 기능을 규정할 수 있다. 이런 정의와 기능을 가진 정보센터는 각 분야의 정보센터에 적용 가능하다. 각 분야의 정보센터는 해당 분야에서 정보를 수집, 개발, 축적하고 수요와 공급을 조절함으로써, 정보유통의 구심체 역할을 하는 중요한 사회간접자본이라 하겠다.

<表 1-3> 情報센터의 機能

1차적 기능	2차적 기능
지역정보화의 구심점 정보의 유통센터 DB의 구축 및 보급 새로운 산업의 육성 정보통신의 know-how 축적	정보마인드 확산 전산기술 교육 전문인력 육성 정보시스템의 데몬스트레이션 정보문화의 보급 및 확산

資料: 이종호, 『지역정보센터의 DB 설계에 관한 연구』, 청주대학교, 1993, p.96.

第 2 章 葬事情報 關聯 現況 및 實態

第 1 節 葬事關聯 情報化

1. 地理情報시스템의 概要

국립지리원은 1994년부터 국가지리정보시스템 NGIS(National Geographic Information System) 기반 구축을 위하여 전 국토에 대한 수치지도 제작사업을 실시하였다.

지금까지 지도는 땅위의 지형·지물의 평면위치를 종이 위에 표시하는 정도에 불과하였다. 그러나 이제 전산기술의 발달로 컴퓨터를 활용하여 지도 또는 측량도면을 일정한 수치데이터형식으로 입력하고, 그 위에 지상·지하의 각종 도형정보(지도·도면 등)와 대장·조서 등의 속성(문자)정보를 연계하는 데이터베이스를 구축함으로써, 지상은 물론 지하시설물까지도 컴퓨터그래픽을 이용한 실물에 가까운 입체적 방식으로 확인하고 관리할 수 있는 체계를 갖추게 되었다. 이것이 바로 지리정보시스템(GIS: Geographic Information System)이다.

국가지리정보시스템은 정보화 시대의 사회간접자본 중에서도 핵심적 위치를 차지하는 시스템이다. NGIS는 초고속통신망과 컴퓨터기술, 각종 지리정보를 종합적으로 연결하여 언제 어디서든지 필요한 정보를 신속하게 제공해 준다. 가령 행정업무를 일례로 들면, 지금까지 일일이 손으로 수행했던 주택·건축물·도로·상하수도·토지 등의 각종 대장과 도면 관리업무를 컴퓨터로 간단히 처리할 수 있게 된다.

2. 推進現況

GIS를 구축하려면 전 국토에 대한 지형정보를 수치지도의 형태로 확보하고 있어야 하며, 수치지도에 추가할 정보를 데이터베이스로 만들어 수치지도와 결합시켜야 한다. 이러한 작업에 필요한 컴퓨터 시스템과 전문인력이 필요함은 물론이다. 실로 막대한 비용이 투자되는 대규모 사업이기 때문에 지방자치단체나 민간에서 개별적으로 추진할 수 없다. 따라서 정부에서는 자치단체나 민간기업이 GIS를 구축하고 활용할 수 있는 기반을 확보하기 위해 지난 1995년 5월 국가 GIS구축 기본계획을 수립하고 본격적인 국가 GIS구축사업에 착수하였다. 책임 기관은 건설교통부이며 그밖에 재정경제원, 행정자치부 등 11개 부처가 참여하는 국가 GIS추진위원회를 구성하여 10개의 주요사업을 추진하고 있다. 여기서 국립지리원은 전 국토에 대한 지형정보 데이터베이스 구축이라는 가장 핵심적인 업무를 담당하고 있다. GIS는 지형정보 데이터베이스의 기반 위에서 모든 정보를 처리한다. 2001년 이후에는 모든 토지정보를 하나로 묶는 통합토지정보시스템과 도시정보·문화복지·환경관리시스템 등 공공목적의 GIS활용체계 개발사업을 확대해 나갈 예정이다.

3. 數值地圖化 事業

국립지리원은 '80년대 중반부터 지도를 자동제작하기 시작하였으며, 이러한 경험을 축적하여 수치지도 제작사업을 본격적으로 추진하였다. 우선적으로 1/1,000, 1/5,000, 1/25,000 축척의 수치지도를 제작하였고, 산악지역을 제외한 전국의 1/5,000 축척의 수치지도가 1998년에 완료되었으며, 1/1,000 축척 수치지도 제작사업도 지방자치단체의 적극적인 참여로 원활하게 추진되고 있다. 가스, 통신, 전력, 상·하수도,

송유관, 지역난방 등 지하 시설물을 효율적으로 관리하기 위해 지하 시설물 관리체계 개발 시범사업을 통하여 지하 시설물도 작성작업 규칙을 완성했으며, 1997년 말부터 본격적으로 지방자치단체 및 시설물 관리기관이 주체가 되어 이미 제작된 1:1,000 수치지형도에 지하 시설물을 입력할 계획이다. 이외에도 국토 이용계획도, 지형·지번도, 토지 이용현황도(묘지포함), 도시계획도, 행정구역도, 도로망도 등 6개 분야에서도 사업을 추진하고 있다.

현재 장묘 분야의 가장 핵심적 문제는 개별묘지의 전산화 작업인데, 지리정보시스템을 이용하면 전국 개별 묘지의 데이터베이스화 작업이 가능하며, 이 작업이 성공적으로 이루어진다면 묘지관리의 획기적 발전을 가져올 수 있다. 현재의 묘적부는 작성 및 관리가 철저히 이루어지지 않아 많은 문제가 발생하고 있다. 특히 2001년부터 시행될 「葬事 등에 관한 法律」의 분묘설치기간 제한 조항의 법적 실효성 확보를 위해서 이와 같은 실정은 조속히 개선되어야 하며, 따라서 국가지리정보시스템을 활용한 전국 묘지 전산화작업이 절실하게 요구되고 있다.

第 2 節 葬事 關聯機關 現況 및 情報 流通 實態

장사정보는 현재 각 시설이나 기관을 중심으로 유통되고 있는데, 유통 체계의 측면에서 통일된 체계를 가지고 있지는 못하며 내용 면에서도 실정에 맞는 분류체계를 가지고 있지 못하다. 본 절에서는 현재 유통되고 있는 장사정보의 현황과 실태, 그리고 장사정보를 생산·재생산하고 있는 주체의 현황 및 실태를 분야별로 세세하게 검토해보겠다.

정보를 생산·재생산하는 시설 및 기관, 그리고 정보 유통망은 특성상 크게 네 가지로 분류할 수 있다. 우선, 공공성을 띤 기관 및 시설

로 행정적 관리 기능을 하면서 부가적으로 장사정보를 생산·재생산 및 유통시키고 있는 주체가 있다. 여기에 속하는 주체는 정부 중앙 행정부 및 각 단위 지방자치단체의 담당 부서와 장사관련 시설관리사무소(공단)를 들 수 있으며, 농협의 장제제도도 여기에 포함시킬 수 있다. 둘째는 장사와 직접 관련된 주체로서 공공이나 민간 시설을 들 수 있다. 예를 들면 개별 葬事업체(葬儀社), 병원장례식장, 전문장례식장, 공설묘지, 법인묘지, 납골시설, 화장시설, 납골시설 및 석물 전문 시공업체 등이 여기에 속한다. 현시점에서, 이들은 대부분 공공성보다는 사적 이윤추구를 목적으로 정보생산 및 유통의 측면에서 적극적으로 정보를 제공하는 주체라 할 수 있다. 셋째는 시민단체와 관련 협회와 시민단체로 생활개혁실천범국민협의회, 한국장묘문화개혁범국민협의회, 그리고 생활개혁실천범국민협의회의 회원 단체인 대한주부클럽연합회를 들 수 있으며, 관련협회로는 전국장의업협회가 있다. 시민단체의 경우는 장사분야의 각종 생활문화 개선에 개입하고 있으며, 불공정한 거래나 불건전한 장묘 문화 개선에 노력을 기울이면서 정보 제공에 매우 긍정적 역할을 하고 있다. 협회의 경우는 아직 전화 상담을 통한 정보제공 차원에 그치고 있는 실정이다. 넷째는 정보 생산·재생산 및 정보유통에 중점을 두는 인터넷 유통망을 들 수 있다. 순수하게 정보의 차원을 두고 볼 때 어떤 분야보다 긍정적 역할을 하고 있으며, 앞으로 그 발전 가능성도 제일 큰 분야라고 할 수 있다. 이제 각 분야의 구체적 현황 및 실태를 살펴보자.

1. 公共機關

가. 行政機關

현재 행정부의 장사관련 담당 부서는 각 지방자치단체별로 다양한 실정이다. 예를 들면 가정의례와 묘지분야 담당 부서는 사회복지과,

가정복지과, 여성정책과, 위생과 등의 소속으로 각 단위의 실정에 따라 다양하다. 이것은 지방자치단체의 자율성을 보장하면서 획일성을 벗어나고자 한 것으로 판단된다. 각 지방자치단체는 가장 기본적인 장사정보를 생산하는 주체이다. 지방자치단체에서는 장례식장이나 결혼식장 같은 가정의례 관련 업소의 현황 및 공시가격과 화장·납골 시설, 묘지시설 등의 현황을 파악하고 있다. 각 업소나 시설은 이용요금을 공시하도록 되어 있기 때문에 가격에 대한 일차적 정보를 확보하고 있는 것이다. 그러나 아직 장례용품 정보와 관련해서 지방자치단체가 파악하고 있는 정보는 거의 없는 실정이다.⁴⁾

일반적으로 장사정보유통이라는 관점에서 볼 때, 현재 각 지방자치단체 담당 부서에서는 문의 전화에 한해서 상담이나 관련된 약간의 정보를 제공하고 있다. 몇몇의 경우는 자체 인터넷 홈페이지를 통해서 관련 정보를 제공하기도 한다.

다른 한편, 공공의 관리업무를 수행하면서 장사관련 정보를 제공하는 주체로서 장사관련 시설관리공단을 들 수 있다. 시·도별 장사관련 시설관리사무소 및 담당 부서는 <表 2-1>과 같다. 서울특별시, 부산광역시, 대구광역시, 인천광역시, 대전광역시 등 5개 광역시의 경우는 시청 소속 장묘사업소를 설치하여 공설묘지 관리운영 및 화장·납골 시설 관리 업무를 담당하고 있다.

4) 정보관리 차원과 직접 관련되지는 않지만 장사 일반에 대해 모범적 역할을 하는 지방자치단체들도 많이 있음. 송파구의 사례를 보면, 송파구는 1997년 송파노인종합복지관 <장례서비스센터>를 운영하고 있는데 장의사 1명, 상담요원 1명을 확보하여 장례상담, 장례대행, 장의버스 무료지원 등의 서비스를 하고 있음. 상담내용은 주로 장례절차와 제례의식, 장례용품, 매 화장 안내이며 장례대행의 대상은 송파구 전 주민이지만 저렴한 가격으로 저소득층을 우선 지원하고 있음. 장의버스도 원칙적으로 송파구 주민이면 누구나 이용 가능하지만 2인 이상 중복될 경우는 생환보호대상자나 저소득층에게 우선권을 주고 있음. 1997년 3월 20일부터 1999년 상반기까지 이용실적을 보면, 장례상담 2,378건, 장례대행 50건, 장의버스 무료 지원 227건으로 그 이용률은 점차 증가하는 추세임.

〈表 2-1〉 市·道別 葬事 業務 擔當 部署

구 분	관리시설 및 부서	주요내용	연락처·홈페이지
서울특별시	노인복지과, 시설관리공단 장묘사업소	매·화장, 장례절차, 납골(봉안), 한국형 가족묘 정보소개 및 홍보활동	02-3707-9211 http://www.sisul.or.kr
부산광역시	사회복지과, 영락공원관리사업소	이용안내, 시설개요, 사용료, 화장신고절차 등	051-888-2768 http://www.metro.pusan.kr
대구광역시	복지정책과, 시설관리공단 장묘사업소	이용방법 안내, 시설현황, 사용료, 화장절차 등	053-429-2515 http://www.tgsisul.or.kr
인천광역시	사회복지과, 장묘관리사무소	이용방법 안내, 시설현황, 사용료, 화장절차 등	032-440-2672
광주광역시	사회복지과	장사관련 업무	062-224-9581
대전광역시	사회복지과, 장묘관리소	이용방법 안내, 시설현황, 사용료, 화장절차 등	042-250-2521
울산광역시	사회복지과	장사관련 업무	052-229-3611
경 기 도	가정복지과	장사관련 업무	0331-249-2565
강 원 도	사회복지과	장사관련 업무	0361-249-2597
충청 북도	사회복지과	장사관련 업무	0431-220-2513
충청 남도	사 회 과	장사관련 업무	042-251-2514
전라 북도	가정복지과	장사관련 업무	0652-280-2513
전라 남도	사회복지과	장사관련 업무	062-232-9122
경상 북도	가정복지과	장사관련 업무	053-950-2511
경상 남도	사회복지과	장사관련 업무	0551-279-2412
계 주 도	사 회 과	장사관련 업무	064-740-1429

이런 역할을 하는 시설의 명칭은 주로 ‘장묘관리소’ 또는 ‘장의관리소’ 등이며 이런 시설에서는 주로 시설현황과 관련된 정보를 확보하고 있다. 이와 함께 서울, 부산, 대구시는 각 시·도 홈페이지에 장묘사업소를 개설하여 장사행정 절차 및 시설 이용에 대한 정보를 제공하고 있다.

나머지 시·도에서는 아직 장사 관련 시설에 대한 전담 시설사무소는 없으나, 각 시·도 사회복지과 또는 가정복지과에서 장사 관련 행정업무를 담당하고 있다. 광역시에도 장사시설 전담사업소가 없는 경우가 있는데, 이것은 관할 지역 내에 시설이 많지 않아 전담 사업소를 설치할 필요성이 적기 때문이다. 광역시나 도 단위에는 전담 사업소가 없지만, 오히려 일부 기초자치단체에서 관련 시설관리 전담 사무소를 설치하고 관련된 정보를 제공하는 경우가 있다. 충남 보령시의 경우는 공설공원묘지 관리사무소를 설치하였고, 시청 홈페이지에 공설묘지 관련 항목을 만들어 공원묘지의 일반현황, 묘지 사용안내, 주요시설 등의 정보를 지역주민에게 제공하고 있다.

전반적으로 공공 업무를 담당하는 기관이나 시설은 장사관련 시설들의 현황을 정확히 파악하고 있으며 이것은 각 기관이나 시설의 고유 업무에 해당한다. 그러나 이들 정보는 일반인을 대상으로 정보를 유통시킬 목적으로 생산되는 정보가 아니며, 정보 생산과 유통이 해당 기관이나 시설의 고유 업무가 아니기 때문에, 생산되는 정보를 일반인이 사용하기에 편리하도록 가공하거나 정리해서 유통시키고 있지 않다. 따라서 일반 국민이 이 정보를 이용 및 접근하기는 쉽지 않은 편이다.

나. 農協 葬祭事業

공공성을 띠면서 일반 장의업체 이외의 장례를 대행하는 대표적인 사례로서 농협의 장제사업⁵⁾을 들 수 있다. 농협에서는 농촌지역을 중

심으로 농협 조합원인 농민을 위한 장제사업을 실시하고 있으며 이익보다는 주민 편의를 목적으로 장제사업을 추진하고 있다. 주요 사업 내용으로는 장의용품 대여·판매 및 장의자동차, 장례용 굴삭기 등 장사와 관련된 업무를 지원하고 있다.

1998년 말 현재 836개소에서 각 지역 단위농협별로 장제사업을 실시하고 있다. 취급건수는 40,660건으로 취급액은 약 352억원에 달하며, 생활보호대상자 및 빈민자에게는 장제사업비를 대출 지원하는데 그 금액은 약 29억원 정도가 된다. 전국 농협에 장의자동차는 160대가 있으며 묘지를 조성하기 위한 장의 굴삭기는 190대가 있다.

이러한 농협의 장제사업은 농촌지역의 핵가족화 및 고령화로 인한 장례의 어려움을 해결해 줄 뿐만 아니라, 농협에서 제공하는 장의용품에 대한 신뢰를 얻을 수 있고, 장례비용을 최소화 할 수 있다는 장점이 있어 많은 농민들이 이용하고 있다. 농협은 앞으로 건전하고 겸손한 장례를 유도할 수 있도록 체계적인 운영을 시도하는 한편, 장제사업의 질을 더욱 높일 수 있는 방안을 마련하고 있다.

〈表 2-2〉 農協 葬祭事業 現況

구 분	농협조합 (개소)	취급건수 (건)	취급액 (억원)	자금지급액 (억원)	장의차 (대)	장의굴삭기 (대)
1998년말	836	40,660	352	29	160	190

資料: 농협중앙회, 내부자료, 2000.

장사관련 정보의 차원에서 보면, 농협은 장사정보 유통에 효율적으로 기능하고 있지는 못하다. 현재 농협은 장례서비스를 제공하는 것

5) 장제사업이라는 용어는 농협중앙회 측에서 사업명으로 사용하고 있기 때문에, 본 보고서에서도 그대로 표기하였음.

이 주목적이다. 따라서 장례와 관련된 일정정도의 정보를 보유하고 있으나, 이 정보를 활발하게 재생산하거나 유통시키지는 않고 있다. 이와 같이 이동하지 않고 잠재된 정보는 정보로써의 가치가 떨어진다고 할 수 있다. 그리고 보유하고 있는 정보의 종류도 장례절차나 장례용품에 한정되어 있기 때문에 체계적 정보유통의 기능을 할 수는 없는 실정이다.

비록 농협 장제사업의 목적이 정보 유통에 있지 않았다 하더라도 현재 장사관련 기관으로서 국민들에게 긍정적 인식을 확보하고 있기 때문에, 농협은 앞으로 장사정보 네트워크 구성의 중요한 요소가 될 수 있으며 장사정보센터의 역할에 중요한 변수가 될 수 있다고 판단된다.

2. 葬事 關聯 施設 및 業體

葬事情報를 생산·재생산하고 流通시키는 주체 또는 정보센터의 네트워크 구성요소로서 고려되어야 할 것은 장사와 관련된 각종 시설들이다. 예를 들면, 장례식장, 공·사설 법인묘지, 화장 및 납골시설, 기존 葬儀社들이다. 여기서는 이와 같은 시설들의 관리운영실태와 이러한 시설들을 중심으로 流通되고 있는 葬事情報의 상황을 파악해 보도록 하겠다.

가. 埋葬 및 火葬 施設

전국의 각 지방자치단체에서 운영하고 있는 공설묘지는 1996년 126개, 1997년 131개, 1998년 212개, 1999년 220개로 대체로 증가하는 추세이다. 이는 새롭게 묘지를 조성했다기보다는 기존의 공동묘지를 재정비하여 공설묘지로 재조성했기 때문으로 추측된다. 또한 비영리 법인단체

가 운영하는 사설법인묘지는 1996년 110개, 1997년 113개, 1998년에 123개, 1999년에 124개이다.

〈表 2-3〉 埋葬 및 火葬 關聯 施設

(단위: 개소)

구 분	매장관련 시설		화장관련 시설	
	공설묘지	사설(법인)묘지	화장장	납골당
1996년	125	110	44	54
1997년	131	113	44	59
1998년	212	123	45	72
1999년	220	124	45	93

資料: 보건복지부, 『주요 업무참고자료』, 각연도.

일반적으로 공설묘지는 공원묘지와 공동묘지로 구분할 수 있는데, 시설을 잘 갖춘 일부지역을 제외하고는 대부분 시설이 낙후하거나 관리상태가 소홀하여 제 기능을 못하고 있는 실정이다. 사설법인묘지는 사용료 및 관리비로 운영하고 있으나 관리비 체납자가 증가하고 전산시스템이 미비하여 묘지를 체계적으로 관리하지 못하고 있다.

전국의 화장장은 1999년 기준으로 45개소이며 납골당은 93개소가 있다. 특히 화장장은 신설되는 경우가 거의 없으나 납골당의 경우는 계속해서 급격히 증가하고 있는 추세이다. 전국의 화장장은 45개소가 있지만 이 중에서 시설이 잘 갖추어진 곳은 많지 않다. 대부분 시설이 노후되고 개·보수 없이 방치되어 국민들에게 혐오감을 주는 시설로 인식되고 있다. 또한 유가족을 위한 편익시설이 부족할 뿐만 아니라, 적극적인 양질의 서비스를 제공하지 못하고 있는 실정이다.

장사정보라는 관점에서 볼 때, 매장 및 화장시설은 우선적으로 관련된 선명한 통계를 생산할 수 있다. 예를 들면 각 시설의 현황과 이

용절차, 사용 요금 등의 정보를 생산할 수 있다. 그러나 현재 매장 및 화장시설의 장사정보 상황은 능동적 정보 생산 단계는 아니다. 정보 수요자의 입장에서 체계적으로 정보의 종류를 분류하면서 지속적으로 갱신하지 못하며, 이미 보유하고 있는 정보를 주도적으로 유통시키지도 못하고 있다. 단지 정보 제공자의 입장에서 제한된 정보만을 제공하거나, 민간 업체의 홍보 활동을 위해서 정보를 제공하는 수준에 머무르고 있다. 따라서 기타 유용한 정보로 개발될 수 있는 현황들은 잠재적 상태로만 유지되고 있다.

나. 葬禮式場

장례식장 시설의 경우는 현재 정보유통 측면에서 좋은 기능을 하고 있다고 평가된다. 현황을 보면, 전국의 장례식장은 병원장례식장(영안실)과 전문장례식장으로 나눌 수 있다. 1998년 기준으로 총 380개 장례식장 가운데 병원장례식장은 362개소이며 전문장례식장은 18개소가 운영되고 있다.

병원장례식장의 운영형태는 직영체제와 임대체제로 나눌 수 있다. 직영체제는 병원이 직접 관리 운영하는 형태로 안치실, 빈소는 물론 장례용품까지 담당하고 있으며, 임대체제는 병원 내에 장례식장을 임대하여 운영관리하는 형태로 일정부분 임대료를 지불하고 운영하는 형태이다. 현재 장례식장은 시설 현대화를 통해서 국민의 편의를 도모하고 선진 장의문화의 정착에 긍정적 효과를 나타내고 있다.⁶⁾

장사정보 현황과 관련해서 장례식장은 기존의 민간 단체나 시설 중에서 가장 긍정적 기능을 하고 있는 주체이다. 전문장례식장과 병원

6) 1996년부터 보건복지부는 장례관행의 변화를 위한 적극적인 노력의 일환으로 전문장례식장 및 납골시설 용자사업을 추진하고 있음. 이 사업평가 결과(이필도 외, 『장례식장 및 납골시설 용자사업 평가』, 한국보건사회연구원, 1999:89)에 따르면, 용자금이 시설개선에 효과적이었으며, 결과적으로 시설 이용률도 점차 증가하는 것으로 나타나고 있음.

장례식장 모두 점차 현대식 시설을 갖추고 있으며 서비스의 질도 다각도에서 개선되고 있다. 특히 장례용품을 둘러싸고 기존에 발생하던 제반 불공정 거래 양상이 장례식장을 중심으로 점차 개선되고 있다. 이것은 적어도 장례용품에 대한 정보가 일부 장례식장에서는 점차 투명하게 공개되고 있으며, 시설 운영자도 이런 의지를 가지고 적극적으로 정보 공개 노력을 기울이고 있다는 사실이 반영된 것이다.

하지만 병원장례식장의 임대업자는 과도한 임대료 부담을 소비자에게 전가시키는 방식으로 이윤을 추구하고자 한다. 즉, 장의용품 가격을 높이 책정하거나 소비자들과 접촉하는 피고용인인 염사에게 낮은 임금을 주어 그들로 하여금 명목상의 임금과 생계비와의 차액부분을 소비자에게 전가시키고 있다.

장례식장은 우리 장례 문화를 비추어 볼 때, 가장 효과적으로 정보가 전파될 수 있는 공간이기도 하다. 장례식장에는 조문을 위해서 찾아온 많은 사람들이 사적으로 의견을 교환하는 공간이다. 이 공간에서 이야기되는 내용은 장례 경험에 대한 이야기가 많으며, 장례식장을 다녀온 후에도 자신의 경우를 생각하게 만들기 때문이다. 또한 정부에서도 유족들이 직접 장례용품을 비교 확인하면서 제품을 선택할 수 있도록 장례식장에 장의용품 전시실을 두게 하고 있는데 이런 방법은 장례용품 정보를 공개하는 좋은 방법 중 하나이다. 이런 사실은 정보센터 운영에서 주의 깊게 고려해야 할 사항인 것이다.

〈表 2-4〉 葬禮式場 施設

(단위: 개소)

구 분	총계	장례식장	
		병원장례식장	전문장례식장
1998년	380	362	18

資料: 보건복지부, 『보건복지통계연보』, 1999.

다. 其他 葬事關聯 業體

마지막으로 기타 장사관련 사업체의 상황을 살펴보면, 장의사 및 묘지관리업체는 현재 2,391개소이다. 조직형태로 분류하면 개인 2,174개소, 회사법인 42개소, 회사이외의 법인 163개소, 비법인 12개소이다. 이 중 장의사 및 관련 서비스업은 총 2,251개소, 묘지관리업체는 140개소이다. 장의차량 업체는 총 97개소로 개인 83개소, 회사법인 13개소, 회사이외 법인 1개소로 대부분 개인이 운영하고 있는 것으로 나타났다.

이들 업체의 특징은 소수를 제외하고 대다수가 영세한 사업장이라는 점이다. 각 사업장은 조직적인 측면에서 비교적 덜 분화되어 있으며 업무도 세분화되지 않아 전문성이 떨어지고 있다. 장의자동차의 경우, 전체 업체 중 95%가 5대 미만의 차량을 보유하고 있는 영세업체이다. 현행 법규는 차량 1대만 보유하고 신고만 하면 누구나 영업을 할 수 있도록 정하고 있어 군소 업체들이 경쟁하는 구조가 형성되어 부실업체가 속출하고 있는 실정이다. 또한 장의 자동차는 주로 병원장례식장이나 전문장례식장과 계약을 맺는데 이 과정에서 리베이트가 오가고 있다.

이렇게 알선료가 필요한 원인은 무엇보다 소비자와 직거래가 이루어지지 않기 때문이다. 대부분은 장의사나 병원을 통해 간접적으로 이뤄지기 때문이다. 장의자동차에 대한 정보에 일반인이 쉽게 접근할 수 있고, 장례식장과 연계되어 있는 거래 구조가 개선된다면 장의자동차를 둘러싼 부조리는 많이 개선될 수 있을 것이다.

이렇듯 영세한 장사업체 분야는 정보의 생산 및 유통에 효율적으로 기능할 수 없는 구조를 가지고 있으며, 외부의 정보 충격에 유연하게 대응하기 어려운 구조를 가지고 있다. 따라서 이런 사업장은 기능적으로 특수화하도록 유도하고, 각 분야의 전문적 정보 생산에 기능하도록 유도하여 정보센터의 역할에 긍정적 효과를 산출하도록 조정할 필요가 있다.

〈表 2-5〉 葬事關聯 事業體 現況

(단위: 사업체수)

구 분	합 계	조 직 형 태			
		개인	회사법인	회사이외 법인	비법인
장의사 및 묘지관리업	2,391	2,174	42	163	12
장의사 및 관련 서비스업	2,251	2,123	37	85	6
묘지관리업	140	51	5	78	6
장의차량 운영업	97	83	13	1	-

資料: 통계청, 『사업체 기초통계 조사보고서』, 1998.

3. 市民團體 및 葬事關聯 協會

장사정보 제공현황과 관련해서 순수하게 정보제공을 목적으로 하는 주체는 몇 개의 민간단체와 공공기관 그리고 시민단체뿐이다. 현재 이 분야에서 주도적 역할을 하는 시민단체는 한국장묘문화개혁범국민협의회(이하 장개혁), 생활개혁실천범국민협의회(이하 생개혁), 그리고 생개혁의 회원 단체인 대한주부클럽연합회가 있다.

장개혁은 주로 전화상담을 통해 관련 정보를 제공해주고 있다. 생개혁은 전화상담과 인터넷 홈페이지를 통한 정보 제공 및 소비자 고발센터를 운영하고 있다. 특히 생개혁 홈페이지는 다른 민간 업체의 홈페이지와 달리 장묘문화개선운동과 관련된 제반 사항을 홍보하고 있다. 그 내용을 보면, 장례절차 및 지침서, 수기 모음, 장례서비스 정보, 실태 및 통계, 연구자료, 장례용어 해설, 외국장묘사진, 관련법률, 신문 관련기사 등이다. 그러나 장사정보 현황에서 중요한 장례서비스 정보와 실태 및 통계 부분의 내용이 아직 준비되어 있지 않고, 공간만 할당되어 있어 아직은 미약한 실정이다. 또한 생개혁의 주요 활동은 주로 시민운동 차원에서 전개됨으로써 의식개혁운동과 생활문화

개선 실천운동이 중심이 되고 있다. 따라서 정보제공이라는 차원에서는 개선의 여지를 가지고 있다고 판단된다.

주부클럽연합회는 관혼상제에 관한 전화상담과 장례문화 개선운동을 하며 인터넷 홈페이지를 통하여 정보를 제공하고 있다. 종합장례 정보 상담창구는 전화상담을 통하여 복잡하고 어려운 장례절차에 대한 상담과 함께 건전 장묘문화지침 10계명을 보급하고 있으며 불건전한 부의금, 장의용품가격, 병원영안실 횡포, 호화분묘에 대해서 고발을 접수받고 있다. 주요 상담내용은 장례절차, 화장, 납골묘·납골당에 대한 궁금사항이다. 또한 시민운동차원에서는 장묘 개혁을 위한 의식조사 및 강연회를 개최하여 매장에 의한 국토잠식, 환경문제 등을 알리고 화장문화로의 의식개혁을 유도하고 있다.

다른 한편, 민간 단체로서 전국장의업협회를 들 수 있다. 장의업협회는 “건전한 가정의례를 실천 구현하고 회원 상호간의 친목을 도모하며 회원의 권익보장과 장의 관련업의 개선향상으로 사회발전에 기여함을 목적”으로 하는 단체이다. 장의업협회는 주로 전화상담을 통해서 세세한 장례절차나 장의 업체 정보, 장례용품 정보를 제공하고 있다. 그러나 정보를 생산 및 재생산하는 정도는 미약하며 기존 정보를 전파하는 차원에 머물고 있다.

4. 인터넷 情報流通

국내 인터넷 이용자가 증가하면서 장사관련 정보 역시 인터넷망에 제공되기 시작하였다. 현재 장사관련 정보를 제공하는 인터넷 홈페이지는 점차 증가하는 추세이며 내용도 전문성을 확보해가면서 풍부해 지고 있다.

7) 전국장의업협회, 『사단법인 전국장의업협회 정관』, 1999년 5월 14일 개정

가. 葬事關聯 홈페이지 現況

현재 각 홈페이지에서 제공하고 있는 장사관련 정보의 실태를 살펴 보기 위해서 먼저 검색엔진으로 홈페이지를 검색하여 그 종류를 분류 하였다.⁸⁾ 검색엔진으로는 야후(<http://www.yahoo.co.kr>), 네이버(<http://www.naver.com>), 줌(<http://www.zip.org>), 맥시(<http://www.maxi.co.kr>) 등을 이용했고, 검색어로서 ‘장례’, ‘장묘’, ‘공원묘지’를 입력하였다. 검색한 결과를 분류하면 다음과 같으며 전체 목록은 부록에 제시하였다.

〈表 2-6〉 葬事關聯 인터넷 홈페이지 現況

구 분		홈페이지 수	제공 정보내용
민간 업체	장의업체	20	장례용품, 장례절차, 관련법률 등
	공원묘지	5	공원묘지 정보
	사이버묘지	2	사이버 묘지 운영
	납골당	3	납골당 운영
	납골시설 시공	14	납골시설 설계, 시공, 석물취급 등
	순수 정보제공	2	비영리적으로 장사관련 정보제공
	보험회사	3	고객지원 차원에서 장례서비스 지원
	기타	1	자화사리 장례법 홍보
공공기관		14	간단한 시설정보 제공
시민단체		2	정보 제공, 부조리 고발센터 운영
계		66	

8) 검색결과는 검색엔진에 따라, 그리고 검색하는 날자와 시간에 따라서 검색결과가 다를 정도로 유동적이지만, 위에서 언급한 네 개의 검색엔진 검색결과를 종합하였기 때문에 국내 홈페이지는 거의 검색된 것이라 볼 수 있음. 그리고 종교단체에서 제공하는 관련 정보가 있으나, 종교적 성격을 강하게 띠고 있기 때문에 여기서는 제외하였음. 검색일은 2000. 2. 11일을 기준으로 하였음.

나. 提供되는 情報의 內容

1) 葬禮式場, 墓地, 火葬·納骨施設 情報

우선 인터넷에 제공되고 있는 장사정보로서 대표적인 것은 관련 시설 및 업체 정보라고 할 수 있다. 시설 및 업체 정보는 전국의 장례식장, 화장·납골시설, 매장시설에 관한 정보로서, 시설의 주소, 운영형태, 연락처 등을 포함하고 있다. 시설 이용 비용은 각 시설마다 상이하기 때문에 일괄적으로 제공해 주는 주체는 없으며 시설 스스로도 가격 정보를 쉽게 공개하지는 않고 있다.

순수하게 정보제공을 목적으로 하는 홈페이지에서는 장례식장, 화장·납골시설, 매장시설에 관한 정보를 비교적 종합적으로 제공하고 있다. 반면 대부분의 민간 기업체 홈페이지는自社 시설이나 생산품, 그리고 기타 이용관련 정보를 홍보차원에서 제공할 뿐이다.

종류별로 비교해보면, 전국의 장례식장 정보는 묘지나 화장·납골시설 정보보다 찾아보기 힘든 편이다. 장례식장은 묘지에 비해 비교적 최근에 설립되고 있으며 시설 현황도 최근 들어 파악되고 있다. 따라서 정보를 확보하기도 어렵고 이 정보를 인터넷에 제공하기도 어려운 실정이다. 장례식장 정보가 아직 투명하게 공개되지 않는 또 다른 이유는 장례식장 업계의 이해관계가 첨예하게 대립되고 있기 때문이며, 이런 현실에 비추어 볼 때 정보의 자유로운 유통을 주도할 주체가 절실히 요구된다.

장례식장 정보에 비해 묘지 관련 정보는 전국적 현황으로 제공되는 곳이 많은 편이다. 묘지와 관련된 현황은 그 동안 지속적으로 관리·갱신되고 있었으며, 이 정보는 확보하기도 용이한 편이어서 인터넷에서도 쉽게 유통되고 있다. 전국의 묘지현황뿐 아니라, 인터넷에는 개별적인 묘지정보도 제공되고 있는데, 몇 개의 법인묘지는 홍보 차원

에서 여러 가지 정보를 제공하고 있다.⁹⁾ 회원제로 운영하는 곳도 있으며 주로 시설과 이용 안내에 대한 정보를 제공하고 있다. 그리고 납골당 업체들도 자체 홈페이지를 운영하여 시설 현황, 위치, 침단시설 및 부대시설을 홍보하고 있으며 서비스의 질이나 납골당의 재산가치까지 홍보하고 있다.

2) 葬儀 業體와 葬禮用品 情報

인터넷에 유통되고 있는 정보 중에서 일반 국민들이 가장 관심을 가지는 것은 사실 장례용품 정보이다. 인터넷 홈페이지 중에서 葬事와 관련된 대부분의 홈페이지에서 장례용품 정보를 다루고 있는데, 이것은 장례용품 정보가 그만큼 국민들의 관심의 대상이기 때문이다. 장례용품 중에서도 관심거리는 壽衣이다.¹⁰⁾ 수의가 이렇게 주목받는 이유는 품질 보증과 관련된 문제로써 原絲와 원단의 생산지가 분명히 명시되지 않기 때문이며, 명시된다해도 일반인이 구분하기 힘들기 때문에 중국산 수의가 고가의 국내산 수의로 둔갑할 수 있기 때문이다.¹¹⁾

일부 업체는 그 동안 이와 같은 유통 부조리를 의식하여 소비자들이 의심을 해소할 수 있는 정보를 제공하기도 한다. 예를 들어, 상품의 원산지를 분명히 표시하고, ‘韓國原絲織物試驗研究院’에서 검증된 ‘자료카드’를 보유하고 언제든지 공개할 수 있다고 홍보하고 있다. 소

9) 이북도민을 위한 특별한 묘지형태의 전용묘지가 인터넷에 올라와 있음. 이곳은 이북지역 출신자 및 친 인척을 대상으로 제한하고 있음. 입회비도 분명히 명시하고 있으며 이북출신임을 증명할 수 있는 몇 가지 서류를 요구하기도 함.

10) 장례용품의 종류 및 비용에 관한 자세한 내용은 이필도·배화옥, 『건전 장묘 모델 개발 및 실천방안』, 한국보건사회연구원, 1998을 참조 바람.

11) 수의를 중국산으로 둔갑시키는 방법은 중국산 원사를 수입해 국내 유명 생산지역에서 중국산 원사로 원단을 직조해 국내산으로 판매하는 것임. 또는 처음부터 중국산 원단을 수입해 국내 유명 생산지역에서 수의를 생산하고 국내산으로 판매하는 것임.

비자들에게 정확한 정보를 제공하고 신뢰를 구하고자 하는 의지가 반영된 것으로 보인다.

최근에는 이와 같이 업체 스스로 정보를 투명하게 공개하고 정당한 방법으로 경쟁하려는 풍토가 형성되고 있다. 몇몇 업체는 자신들이 구성한 장례용품 세트를 제공하고 있다. 이 세트는 가격대별로 관, 수의, 入棺용품, 收屍용품으로 구성된 것으로써, 화장용, 매장용, 脫棺용을 구분하여 각각 몇 단계의 세트를 제공하고 있다. 여기에 포함된 수의는 원사 생산지가 명시되고 있다.

장례용품을 취급하는 업체 중에서 최근에는 토털서비스 업체가 등장하고 있다. 토털서비스 업체에서는 24시간 장례상담, 모든 장례용품 정찰판매, 묘지 알선, 묘지이장 업무대행, 장의차, 천막과 빈소설치 용역, 꽃 음식 주문배달, 법규 관련 절차 안내, 구급차 지원 등 장사관련 업무를 일괄적으로 처리해주면서 관련된 정보를 홈페이지에 제공하고 있다. 그리고 특정 장례용품을 전문으로 취급하는 업체도 있는데, 예를 들면 삼배전문 회사로서 인터넷을 통해서 자사 생산 제품을 홍보하는 경우도 있다.

3) 石物 關聯 業體 情報

인터넷에 홈페이지를 개설하고 있는 업체 중에서, 최근 급격히 증가하고 있는 분야가 石物 취급 분야이다. 이들 업체는 석물관련 시설의 설계 및 건축, 내·외장 시공, CAD 설계 전문업체이다. 납골식 家族 石墓, 문중 석묘, 그리고 납골당에 관한 모든 것을 취급한다. 홈페이지에서 무료 견적 서비스를 제공하며 단가 자료도 공개하고 있다. 이들 중에는 외국업체와 기술계약을 맺은 업체도 있다. 장례용품 관련 업체와 마찬가지로 이들 업체도 상품의 종류 및 비용에 관한 정보를 제공하고 있다.

4) 法規 關聯 情報

인터넷에서 획득할 수 있는 정보 중에는 장사관련 행정절차 및 관련법률에 관한 정보가 있다. 행정절차나 법률정보란 장사와 관련된 제반 행정절차와 관련 법규를 말한다. 행정절차로는 사망·호주승계신고, 호주 승계권 포기신고, 매장·화장 신고, 개장(이장)신고 등의 각종 신고사항, 그리고 상속 및 소유권, 각종 보험 관련 행정절차 등을 말한다. 관련법령은 2000년 1월 14일부터 시행될 「장사 등에 관한 법률」, 「국토이용관리법」, 「도시계획법」, 「도시공원법」, 그리고 기타 관련 법규로서, 「시체해부 및 보존에 관한 법률」, 「상속세 및 증여세법」 등에 관련된 정보를 말한다.

5) 其他 情報

다음은 장례절차 및 관련 용어에 관한 정보를 들 수 있다. 장례절차란 현재 관습적으로 실행하고 있는 장례절차(장례과정)를 말하는 것이다. 일부 홈페이지에서는 전통적인 유교의 장례절차, 문상예절, 그리고 조문 받는 예절에 관해서 자세히 설명하고 있으며, 각 종교별 장례절차도 상세히 설명하고 있다. 그리고 각 종교별 장례절차에 사용되는 용어의 의미를 자세히 설명하기도 한다. 장사관련 신문 기사를 수집하여 제공하는 곳도 있으며 관련 연구자료나 시사적인 국민의식 조사 결과를 제공하는 홈페이지도 있다.

국민연금관리공단 홈페이지에서는 유족 연금에 대한 정보를 얻을 수 있다. 유족 연금 수급요건과 급여수준에 대한 자세한 설명이 있으며, 연금 청구시 필요한 서류에 대해서도 자세히 안내하고 있다. 몇몇 생명보험회사에서는 고객서비스 차원에서 장례서비스를 제공하고 있다. 이들은 보통 장의업체와 제휴하여 서비스를 지원하고 있어 정보 제공 차원에서 일반 홈페이지와 큰 차이는 없다.

다. 인터넷 情報現況의 一般的 特性

전체적으로 종합해 볼 때, 인터넷 장사정보 유통 현황에는 몇 가지 특성이 나타나고 있다. 우선 제공되는 정보의 수준이 비슷하다는 점이다. 사실 현재 인터넷에 제공되는 정보의 원천은 그렇게 다양하지 않기 때문에 정보를 서로 복사하여 제공하는 경향이 있고, 따라서 정보의 수준이 대부분 비슷하다. 어떤 홈페이지의 정보 내용이 부정확해도 검증하기 어려우며 잘못된 정보를 서로 복사하여 제공하는 경우도 있다. 다른 한편, 같은 분야의 내용에 대한 정보도 통일성이 결여되어 있다. 예를 들면, 전국 葬事施設에 대한 정보를 제공하면서 그 내용이 서로 다르다. 그리고 통일된 형식을 갖추고 있지도 않다.

그러나 긍정적 측면에서 볼 때, 민간 차원에서 영리추구를 목적으로 하지 않고 순수하게 정보를 제공하는 홈페이지가 늘고 있다. 그리고 인터넷의 장사정보 제공현황은 점차 그 영역과 내용에 있어 전문화되고 세밀화 되는 추세라고 할 수 있다. 따라서 무엇보다도 시급한 것은 정확한 정보를 생산·유통시켜 정보의 질적 수준을 높이고 정보의 종류를 풍부하게 하는 것이다. 이런 역할은 바로 장사정보센터의 고유 기능이라 할 수 있다.

第 3 章 外國의 葬事情報 現況

第 1 節 美國의 葬事現況

미국은 이민족이 혼합된 사회지만 민족 혹은 종교의 차이에 관계없이 대개 유사한 장의관행을 따르고 있다. 임종은 대부분 병원에서 맞이하며 임종과 함께 장례예식장(funeral parlor)으로 시신을 운송하여 장례의 전과정을 치르게 된다. 시신은 방부처리되어 조문객에게 보여주는 것이 일반적 관행이다.

미국의 장례문화가 장례예식장 중심으로 정착하게 된 것은 1차 대전 이후이며 장례예식장의 확대를 가져온 요인으로는 도시화의 결과 주거지역에서의 장례 수행이 부적절하게 되었다는 점과 시체의 방부처리를 위해서는 장의사가 상주하는 장례예식장에 시신을 일정기간 두어야 한다는 점 때문일 것이다.

미국에서는 현재 장례에 커다란 변화가 일어나고 있는데, 그것은 전통적인 매장에서 화장으로 빠르게 변화하고 있는 것이다. 매장률은 미국 전체 평균의 약 80%(일본은 화장률 97.5%)이며 매·화장법은 주(state)에 따라 현저한 차이가 있지만 미국 서해안지역인 플로리다주의 화장률이 높다.

1995년 워싱턴주 葬禮의 53%가 화장을 실시하였는데 이러한 변화는 경제적인 이유가 중요 원인이지만, 환경에 대한 관심도 중요 요인으로 작용하고 있다. 매장비용이 평균 4,000달러이며 화장은 평균 700달러이다. 특히 화장이 증가하고 있는 곳은 미국 서부이며, 보수적인 남부와 중부의 경우 화장률은 10% 이하밖에 안 된다.

미국 화장협회 자료에 따르면, 미국 전체 화장률은 21% 정도이다. 화장률이 매장률을 넘고 있는 곳은 알래스카, 네바다, 하와이인데 하와이의 화장률은 56%로 가장 높다. 만약 현재의 경향이 계속된다면, 2010년경의 화장률은 전국적으로 40%에 달할 것이라고 말한다.

미국의 화장률은 1992년 19%이며 1993년에는 20%로, 인원수로는 41만 6,000명에서 44만 8,500명으로 증가하고 있다. 화장이 증가하고 있는 지역은 남미로부터 이주자가 많은 캘리포니아주와 리조트지역인 플로리다주이고 2000년에는 화장률이 25%를 넘을 전망이다. 특히 플로리다주처럼 정년 퇴직자가 모이고 있는 지역에서는 화장률이 70%를 넘고 있다.

산골은 드문 葬法이기는 하지만, 화장률이 비교적 높은 주에서 일부 행해지고 있다. 따라서 산골에 관한 규정을 가지고 있는 주(state)도 적은 편이다. 산골에 대한 대표적인 법규제를 들면 다음과 같다. 육지에서 3마일 이상 떨어질 것(EPA: 합중국 환경 보호국), 1/8 인치 이하로 분쇄하는 것(캘리포니아주 등), 산골 장소를 바다, 묘원의 일정 구역 등에 한정하는 것(캘리포니아주, 네바다주 등) 등이 있다. 미국에서는 현재 점차적으로 화장이 증대하고 있지만 여전히 미국의 전통적 장례방식은 매장이다. 따라서 이에 관련된 시설과 서비스업은 발달되어 있고, 법규 또한 세세하게 규정되어 있다.

1. 葬禮業體 實態

가. 關聯 法規

미국의 장례업체와 관련된 법규는 연방정부가 제정한 FTC Rule(Federal Trade Commission Rule)과 각 주가 제정한 Funeral Law, OHSA 규정, Coroners or Medical Examiner 규정 등이 있으며, 주정부

의 Consumer Affair와 Health Department에서 지방자치 기관과 연계하여 장례식장을 관리·감독하고 있다. Health Department에서는 CDC(질병관리센터)와 협조하여 장례식장의 보건위생 업무를 담당하며, Consumer Affair에서는 공정거래 위원회와 연계하여 장례식장을 이용하는 소비자를 업체로부터 보호하고 있다.

사망증명서와 관련해서 의사는 사망증명 사실을 보건국에 보고하고, 보건국에서는 이를 확인한 후 사망사실을 최종 확인한다. 이는 사망증명을 통하여 빚어지고 있는 국민의 불편함을 제도적으로 고쳐나가는 좋은 예가 되고 있다. 또한 장례 또는 묘지 업체를 운영하는 인력과 관련된 면허제도, 장사행정, 전문교육 등의 업무를 담당하는 독립된 전문 부서가 있다.

구체적으로 관련 법규는 다음과 같은 것이 있다. 첫째 연방정부의 FTC Rule로써 공정거래위원회 법이 있고, 둘째 주 정부의 Funeral Law로써 장례법, 묘지법, 직업안전법, 검시관 제도, 보건국관계법 등이 있다. 지방정부의 법규로써 장례업 면허 신고, 영업신고 관계법이 있다.

1) 聯邦 政府法

연방정부는 Federal Trade Commission Rule 규정으로 모든 경제활동을 조정하고 있으며, 미국 전역을 7개 지역으로 분류해서 업무를 관장한다. FTC Rule의 목적은 모든 경제 활동에서 소비자를 보호하는 것이다. FTC Rule에서 장례업과 관련된 부분은 제453항목이며, 이것은 다시 9개 부분으로 나누어져 있다. 제453항목은 장의업자가 제공하는 장례서비스를 놓고 유족과 발생하는 분쟁을 차단하는 것이 주요 목적이다. 생소한 장례용어, 장례물품, 장례서비스, 용어에 대한 해석에서 깨끗한 장례서비스를 유도하는 것 또한 이 규정의 목적이다.

장례서비스에 대한 유가족의 진정사항이 접수되면, FTC의 조사관은 문제가 발생한 장례식장을 방문하여 장례식장 운영상태 일반이 법규정에 맞는지 점검한다. 이때에 경미한 사항이라도 적발되면 한 건당 최고 10,000 달러의 벌금을 부과하며, 10건이 문제가 되면 100,000 달러의 벌금을 물게되니 장례식장을 계속 운영하기는 불가능해진다. 벌금은 위반사항이 시정될 때까지 누진제로 적용된다. FTC Rule을 준수하지 않고는 장례업을 영위할 수 없는 것이다. 미국에서 장례업을 영위하는 사람은 FTC 규정이 얼마나 무서운지를 잘 안다. 장의업자 스스로가 FTC 규정을 찾아서 적용하는 열의를 보이는 것도 이 때문이다. 장례업 관련 조항인 453항을 조목별로 살펴보면 다음과 같다.

453-1항에서는 장례업에서 사용하는 용어와 장례용품 16가지에 대한 정의를 설명하고 있는데, 이 조항은 장례용품의 용도와 해석에 대해 유족과 장례업자 사이에서 생길 수 있는 분쟁을 억제하고 있다. 예를 들어 “Funeral Service란 시신을 매장, 화장, 또는 기타 방법으로 시신을 처리하기 위해서 장례상담, 장례관리, 장례서비스를 수행하는 것”이라 정의하고 있다.

453-2항에서는 서비스별, 품목별, 사례별로 포함되어야 할 서비스내용 등의 장례서비스 내용을 5개의 항목으로 구분하여 정의하고 있으며, 장례서비스 과정에서 장례업자가 의도적 또는 비의도적으로 유가족을 속이거나 불공정하게 장례서비스, 장례물품 등을 판매하지 않도록 명시하고 있다.

453-3항에서는 장례업이 시신을 다루는 특수한 업무라는 사실을 밝히면서, 장례업자 또는 묘지업자에게 적용되는 법규정이나 장례업무와 관련해서 유가족이 관심을 갖고 있는 6가지 사항을 설명하고 있다. 그 내용은 방부처리규정, 방부처리를 하지 않았을 때의 규정, 화장할 때 관을 사용하는 문제, 곁관 사용문제, 묘지에 적용되는 법률문제 등이다.

453-4항에서는 어떠한 장례서비스에서도 유가족을 속여 영업하는 자는 법률에 의해서 처벌받게 되며, 장례에 필요한 서비스나 물품은 오직 유가족의 선택에 의해서 이루어져야 한다는 것을 명시하고 있다. 또한 선택 과정에서 장의업자가 유가족을 속이는 일은 처벌대상이라는 것을 분명히 하고 있다.

453-5항에서도 마찬가지로 장례서비스에서 최종선택은 유가족의 권한임을 명시하였고, 유가족의 동의 없이 장례물품이나 서비스를 제공하는 것도 처벌 대상임을 다시금 숙지시키고 있다.

453-6항에서는 관련 공무원이 조사할 경우를 대비하여 모든 장례거래 증빙서류를 보관해야 하며, 모든 기록은 1년 이상 보관을 해야 한다고 규정하고 있다.

453-7항에서는 장례서비스를 제공할 때 2항부터 5항까지 내용을 유가족이 잘 알 수 있는 방법으로 게시하고 알려주어야 하며, 유가족에게 알려주어야 할 사항이 왜곡되거나 변형되어서는 안 된다고 규정하고 있다.

453-8항에서는 장의업자가 유가족을 속여서 장례서비스를 제공하거나 법이 규정한 제반 사항을 유족에게 알려주지 않는 것도 장례법 위반임을 정의하고 있다. 장례법 위반은 해당사항 하나하나를 분리해서 별개의 위반으로 처리하고 있다. 유가족을 속이는 것도 죄가 되지만, 알려주어야 할 사항을 알려주지 않고 장례서비스를 제공하는 것도 위법으로 처벌함으로써, 정부는 장례서비스 부조리를 근절하겠다는 의지를 분명히 보여주고 있는 것이다.

2) 聯邦政府의 行政指導 事項

장례업체 운영자는 누구나 FTC 규정을 준수해야 하며, 소비자인 유가족에게는 Consumer Guide를 작성 배포하여 FTC 규정을 알기 쉽게

설명해주어야 한다. 주에서 독자적인 장례법을 제정, 시행을 하지 않는 경우에는 연방법을 적용하여 장례업을 통제할 수 있도록 행정지도를 하고 있다.

1996년 11월에 Funeral이라는 Consumer Guide에 이런 행정지도 사항을 11가지 항목으로 나누어 발표하였는데, 그 내용은 다음과 같다. ① Telephone Price List에서는 유가족이 전화로 장례서비스 가격, 장례용품가격 등에 대하여 장의사에게 문의할 경우 장의사는 분명한 가격을 알려주어야 할 의무가 있다고 밝히고 있다. ② General Price List에서는 ①항과 같이 유가족이 문의하는 서비스 가격, 물품가격, 화장가격 등에 대하여 장의사는 대답을 해야 할 의무가 있다고 밝히고 있다. ③ Embalming Information에서는 방부처리는 보건위생상 필요한 작업이지만 유가족은 거부할 권리가 있고, 이러한 경우 법이 규정하는 바에 따라서 장례식을 치를 수 있음을 알려주고 있다. ④ Cash Advance Sales에서는 장의사 이외의 주체가 제공하는 서비스 용역이나 물품은 서비스를 제공하는 장의사가 정한 원래의 가격을 초과하여 받을 수 없음을 명시하여 주고 있다. ⑤ Casket for Cremation에서는 화장할 경우 관을 꼭 사용해야 되는 것은 아니며, 관을 대체하여 나무 또는 두꺼운 마분지 관을 사용 할 수도 있음을 알려 주고 있다. ⑥ Required Purchases에서는 장의사는 유가족이 원하지 않는 어떠한 서비스나 물품을 강매하지 못하며, 필요한 서비스나 물품거래는 계약서에 표시되어야 한다고 명시하고 있다. ⑦ Preservative & Protective Claims에는 장례식을 진행하는 동안 시체를 방부처리하는 것은 보건 위생적인 측면에서 시행하는 것으로써, 시체는 오직 장례기간 동안만 보존되며, 매장 후에는 시체가 정상적인 속도로 부패된다는 사실을 명시하고 있다. 이것은 방부처리가 매장 후 물이나 흙으로부터 관속의 시체를 보호하는 작업이 아니라는 사실을 명시한 것이다. ⑧ Other Considerations

에서는 가족이 사망했을 경우, 가족의 심리상태가 불안하므로 미리 장례상담을 하여 냉정한 마음을 가지고 대처하도록 권고하고 있다. 그렇게 함으로써 여러 사람의 조언을 얻을 수 있고 원하는 장례를 치를 수 있음을 알려주고 있다. ⑨ For More Information에는 거의 대부분의 주에 장례를 담당하는 국이나 부서가 있어 문의할 수 있으며, 더 많은 장례정보가 필요할 경우 문의할 수 있는 기관이나 단체를 열거하고 있다. 10여 개 관련 단체와 관련 기관의 주소, 전화, 이름을 기재하고 있다. 또한 진정사항이 있으면 FTC 본부에 전화나 서면으로 접수 할 수 있다고 설명하고 있다. 그리고 각 Price List에 포함되어야 할 내용을 상세히 설명하고 있다. 그 내용은 주로 General Price List, Right, Itemized Service Expense, Embalming, Alternative Containers, Basic Service Fee, Casket Price List, Outer Burial Price List 등에 관한 것이다.

이상과 같은 제도적 측면을 종합해보면, 미국의 장례문화는 효율성과 자율성이 극대화된 제도라고 할 수 있다. 장례업에 대한 행정지도의 최종 목적은 자율성을 바탕으로 한 소비자(유가족) 보호와 보건위생을 증진시키는 것이다. 이런 목적은 법규에 세분화되어 분명히 명시되고 있다.

3) 州 政府(뉴욕州, 캘리포니아州)

뉴욕주는 독자적으로 장례법을 제정하여 시행하지는 않고 연방법인 FTC Rule을 적용하고 있다. 뉴욕주에서는 장례업을 보건부장관 소속으로 하여 장례지도국을 운영하고 있다. 1995년 10월에 뉴욕주의 보건부장관은 State Health Offers Consumer Advice on Funeral 과 Consumer's Guide to Arranging Funeral을 제정 발표한다. 여기에는 장례서비스, 장례용품, 묘지, 화장 등에 관한 10가지 핵심 사항이 설명되어 있으며, 유가족이 원하지 않는 것을 거부할 권리 9가지를 설명

하고 있다. 이와 관련하여 문제가 발생하면 장례지도국으로 문의를 하도록 정하고 있다.

뉴욕주는 연방법이 우선적으로 적용되는 법체계를 이용해서 장례업의 운영부분에 연방법인 FTC 규정을 적용하고, 주 당국에서는 장례업 영업허가와 면허제도 그리고 사망증명 부분만 보건위생국에서 담당하게 규정한 것이다. 뉴욕주의 권장사항인 장례법은 앞서 설명한 FTC 규정과 대부분 같다.

의사는 환자가 사망을 했다는 사실을 기재하고 서명을 하면 보건국에 사망사실을 등록하고 사망증명서는 보건국장 명의로 발행되므로 사망증명서에 기재된 사항을 국가가 증명을 하는 것이다. 장례에 관계된 법의 실효성에 있어서는 연방법 또는 주법을 적용해도 아무런 하자가 없는 것이다.

캘리포니아주에서는 장례법과 묘지법을 자체적으로 제정하여 시행하고 있으며, 연방법인 FTC 규정도 같이 적용을 하고 있다. 캘리포니아주 법에서 장례법은 주법의 제16항목인 전문직업에 관한 규정 중에서 제12장 State Board of Funeral Director and Embalmers에 규정되어 있다. 제1절 일반규정에서는 장의사의 기능, 장례지도사 면허제도, 제2절에서는 장례식장 허가제도, 제3절에서는 방부처리(위생처리) 규정 또는 시체실 규정, 제4절에서는 위생처리사 인턴제도, 제5절에서는 방부처리사 면허제도, 제6절에서는 위반시 처벌규정, 제7절에서는 기타 필요한 규정, 제8절에서는 장례적금 제도, 제9절에서는 장례교육에 대한 규정이 설명되어 있다.

캘리포니아주에서는 장례법과 FTC 규정이 중복되고는 있지만 업체 운영자는 두 법규를 모두 준수해야 한다. 한 가지 특징은 Consumer Affair를 정점으로 하여 Board of Funeral Director & Embalmer에서는 장례법을 관장하고, Health Department of State 즉, 주 보건장관은 시신

의 위생처리, 방부처리, 사망증명에 관한 규정을 관장하는 이중적 체계로 구성된다는 점이다. 캘리포니아주의 장례법은 아주 세세한 부분까지도 법으로 규정되어 있어 장례업자가 이 규정을 준수하기만 하면 영업과정에 문제가 없도록 되어 있다.

나. 葬禮式場

일반적으로 장례식장을 운영하기 위해서는 법과 각종 정부규정에 맞추어 시설 및 조직, 인력을 준비하고 영업준비를 한다. 또한 장례지도사 면허, 방부처리사 면허, 장례식장 허가, 영업신고, 세무 신고, 장례물품, 장례상담, 부대 서비스, 필요장비 및 비품이 필요하다.

장례관련 시설로는 시체실의 규모와 위생시설이 중심이 되며 기타 장례시설은 영업주 자출에 맡기고 있다. 장례인력과 관련해서 각 주에서 공통적으로 나타나는 특징은 장례대학 졸업생들을 죽음을 다루는 전문가로 인식한다는 점이다. 주 장의위원회에서는 장례지도사에게 각주의 장례에 관련한 법률을 교육시키고, 유족이 원하는 장례형태가 법률적으로 적법하게 진행되도록 장례상담 과정에서 지도하며 또한 정부가 지향하는 장례정책이 장례지도사를 통하여 지도계몽이 될 수 있도록 항시 관리 감독하고 있다. 그리고 주 장의위원회에서는 감염경로 차단을 위해서 장의대학을 졸업한 방부처리사에게 시체의 처리 및 관리를 맡기고 있다. 이 제도는 시체의 관리와 처리 업무를 전문 직업화한 것이라 할 수 있다.

장례식장에서는 영업을 하기 위해서 각종 허가 및 신고 절차를 이행해야 한다. 주 장의위원회는 장례식장 허가 때 시체실의 규모와 위생시설에 관한 현장 확인검사를 거쳐 장례식장 허가를 해주고 장례식장의 운영에 대한 모든 행정적 책임은 장례지도사가 법률적으로 지게 되어 있다. 기타 장례식장, 상담실, 장례용품 전시실, 사무실, 문상실,

화장실 등 기타 편의시설의 규모는 영업자가 자유롭게 선택할 수 있다. 장례지도사 면허와 방부처리사 면허는 대학에서 장의학과를 졸업하고 실무 경험을 1~2년 쌓아, 주 장의위원회에서 실시하는 시험에 합격을 해야 면허 취득이 가능하다. 즉, 무자격자에 의한 시신관리는 엄격하게 금지하는 것이며, 이는 각종질병의 감염경로가 되는 시체실을 위생적으로 관리하기 위함이다. 주 장의위원회로부터 장례식장 허가와 장례지도사 면허를 받은 후에 지방자치단체에서 교부해주는 영업허가증을 받을 수 있다. 지방자치 단체에서는 장례식장에 대한 영업신고를 받을 때 신청한 장소가 장례식장으로 쓸 수 있는 용도인지 확인하고 가능하면 영업신고를 받아준다. 영업자는 영업신고증을 가지고 세무서에 영업 신고를 하는 것이다.

장례용품가격, 서비스의 질, 그리고 서비스 종류는 장례업자 스스로 경영 형태에 맞추어서 정하고, 장례 서비스에 대한 최종 선택은 유가족에게 맞고 있다. 예를 들어 똑같은 관이라도 A장례식장에서는 1,000불에 판매하고, B장례식장에서는 2,000불에 판매해도 장례법 규정을 위반하는 것이 아니다. 행정당국이 행정지도를 하는 부분은 가격이 아니고 관을 판매할 때 장례식장이 유가족을 속이는 일이 발생하지 않도록 할 뿐이다. 시장의 자율성은 최대한 살리고 행정이 관여하는 바의 목적을 뚜렷하게 명시한 제도라 할 수 있다. 이와 같이 장례식장의 운영방식을 업자의 자율에 맡기면서도, 다른 한편으로 연방정부에서 운영하는 FTC Rule과 주정부에서 운영하는 장례법을 엄정하게 적용함으로써, 장례업자는 스스로 법규를 지키려고 노력하는 것이다. 장례관련 법을 지키지 않으면 장례업을 계속 할 수 없을 정도로 벌금제도는 엄격하다.

미국에서는 병원장례식장이 없다. 의사는 환자를 치료하고 시체는 장례지도사가 담당한다는 것이 일반적 의식이다. 중환자가 병실에서

자신의 삶을 돌아보면서 아직은 내가 돌아갈 때가 아닌데 하는 절망감에 쌓여 있는데 창 밖에는 시신을 운구하는 장례행렬이 들어오고 나가는 상황은 미국인들의 정서에서 이해되지 않기 때문이다.

장례식에서 서비스의 질을 높이고 장례거래의 공정성을 이룩하여 유가족을 보호해야 하는 장례행정의 목적을 달성하기 위하여 연방법과 주법은 세세한 규정까지 명시하고 있다. 그 중에서 가장 중요한 것 중 하나는 장례가격표이다. 장례식장에서는 가격표를 준비하였다가 유족이 요청하면 언제든지 이 가격표를 제시하여야 한다. 가격표에는 관 값, 장례식장 서비스 비용, 운구차량 사용료, 방부처리비, 수의 값(평상시 옷), 장의사 비용, 곁관 값(Vault) 등 필요한 모든 서비스 가격이 최저 얼마부터 최고 얼마까지 상세하게 나와 있으며, 유족은 필요한 부분을 선별 또는 선택해서 장례식을 치를 수 있다. 이것은 FTC Rule이 목표하는 가장 근본적 원칙이다.

다. 葬禮式 費用 體系

장례식장 상담원은 장례상담 전에 장례식장 서비스 가격표(General Price List)를 유족에게 건네주어야 하는 것이 FTC 규정이다. 가격표(Price List)에는 각종 장례서비스 가격과 물품의 품질, 규격 등이 세분화되어 있으며, 유족은 이를 비교 검토하여 자신에게 맞는 장례식을 치를 수 있다. 가격체계는 크게 네 가지 요소로 구성된다. 첫째는 장례식장 서비스 가격표(General Price List), 둘째는 관 가격표(Casket Price List), 셋째는 곁 관 가격표(Outer Burial Container Price List), 넷째는 기타 서비스 가격표(Itemized Service Price List)이다.

장례식장 서비스 가격표(General Price List)에는 사용되는 각 장례용품, 서비스 내용, 부가서비스 내용 등이 세분화되어 있고 최저 가격부터 최고 가격까지 기록되어 있다. 장례상담비, 운구비, 방부처리비, 관

값, 장례식장 사용료, 염습실 사용료, 기타 시설 사용료, 화장비용(Cremation), 운구차 비용, 꽃 값, 즉시매장(Immediate Burial), 즉시화장(Direct Cremation) 등의 서비스 종류와 가격이 명시되어 있다.

관 가격표(Casket Price List)에는 장례식장에 진열되어 있는 관의 종류, 가격, 재질, 제조회사, 상품의 특성이 명시되어 있다. 규정상 최소 가격부터 최고 가격까지 표시되어 있어야 하며, 상담원은 유가족이 관 진열장소에 들어가기 전에 관에 대한 가격표를 건네주어야 한다. 관을 쓸 수 없는 유족들을 위하여 마분지관, 나무상자관, 관 대용으로 사용 할 수 있는 기타 물품에 대하여 의무적으로 안내해야 한다. 이는 경제적으로 어려운 유가족의 형편을 고려하여 유가족의 형편에 맞는 장례절차를 선택할 수 있도록 해주려는 행정지도의 일환이며, 장례식장의 부정한 거래로부터 소비자를 보호하려는 것이다.

결 관(Vault) 가격표(Outer Burial Container Price List)는 매장시 필요한 결관의 재질, 가격, 품질, 장식 등에 대한 정보를 표시한다. 유족이 사전에 알 수 있도록 행정지도로 배려하는 것이다. 미국에서는 매장시 결관 사용을 자율적이지만 의무적인 규정으로 하였다. 결관은 묘지 주위의 토지가 오염되는 것을 최소화하고 대규모의 공원묘지를 아름답게 관리하기 위해서 중장비 사용시 필수적이기 때문이다. 묘지에서 부패되는 시신은 주위의 토양과 지하수를 오염시킬 수 있고, 대규모화되는 묘지공원화 관리사업으로 인하여 결관 사용의 필요성이 점증되고 있다. 매장시 꼭 사용해야만 하는 결관은 일반 관과 함께 사용하며, 그 재질은 철근 콘크리트, 구리 등 다양한 실정이다. 결관의 가격도 일반 관과 같이 소비자가 알아야 할 필요성이 있기 때문에 법으로 그 제도를 규정하고 있는 것이다.

부대 서비스 가격표(Itemized Service Price List)는 유가족이 장례행사를 치르는 데 필요한 기타 용역 서비스에 대하여 어떤 종류의 서비

스가 필요한지 일목요연하게 정리한 것이며, 용역 서비스에 따른 비용도 서비스별로 명시하여서 용역 서비스 비용에 대하여 유족이 사전에 알 수 있도록 하고 있다.

라. 葬禮相談 過程

일반적으로 장례식장에서는 유가족의 장례상담을 진행하는데, 규모가 큰 장례식장에서는 ‘사망당시 상담’(At Need Department)과 ‘사전 상담’(Pre-Need Department) 2개로 나누어 장례상담을 진행한다. ‘사망당시 상담’에서는 사망자 발생시 필요한 내용에 대하여 상담하고, ‘사전 상담’에서는 앞으로 발생할 사망을 대비해 미리 상담하는 것이며, 사전상담의 경우 그 비용은 매월 분할 지불한다.

유족은 전화, 서면 또는 기타 방법으로 장례상담원과 상담할 수 있으나, 전화 또는 서면으로는 여러 가지 제한 요소가 많기 때문에 유족이 필요한 간단한 장례정보 획득을 위해서 이용된다. 대부분의 장례상담은 전화로 상담원과 시간예약을 하고, 유족과 상담원은 직접 만나서(Face to Face) 상담을 진행한다. 상담의 종류는 위에서 설명한 바와 같이 ‘사망당시 상담’과 ‘사전상담’으로 나눌 수 있다.

1) 死亡當時 相談

사망당시 상담에서 언급되는 장례절차 전반에 관한 내용을 살펴보자. 장례식을 치르기 위해서는 의사나 Medical Examiner가 발행하는 사망증명서가 필요하다. 사망증명서에 의사가 결정한 사망원인을 기입하고 보건소에 접수하면, 보건소에서 사망원인에 대한 최종 결정을 내린다. 그후 사망자에 대한 매장허가와 사망증명서가 발급된다. 사망증명서와 매장허가 업무는 장례지도사가 해야하는 업무이며, 유가족은 장례상담원에게 필요한 인적사항만 알려준다. 이때에 유가족은 장

례 상담원으로부터 받은 **General Price List**를 갖고 있으며 장례비용을 산정하고 자신의 형편에 맞는 장례용품, 서비스 종류, 묘지, 부가서비스, 석물 등을 선택할 수 있게 된다. 선택된 장례물품이나 서비스, 묘지는 장례상담원과 유가족이 함께 확인하고 기타 필요한 절차는 장례식장에서 준비한다. 유가족은 **Full Professional Service**, **Minimum Service** 또는 **Direct Burial Service** 등과 같은 장례서비스 중에서 선택할 수 있으며, 각 서비스에 따라서 비용의 차이가 있다.

Direct Burial or Cremation은 어떠한 서비스도 없이 병원의 **Morgue** 냉장고에서 장례식장의 냉장고로 운구하였다가 보건소의 필요한 절차를 마치고 바로 매장이나 화장을 하는 것이다.

이 방법은 가장 경제적인 장례식이며 저소득층 또는 일부 유언을 남긴 사망자에 의해서 선택된다. 병원에서 사망 후 병원 냉장고에 안치가 되어 있다가 장례식장의 냉장고로 운구되고 마분지 관 또는 최소 가격의 나무관 등에 넣어서 서비스 없이 매장 또는 화장하는 형태이다. 화장일 경우 화장이 끝난 후 유회(遺灰)를 수습하여 교회에서 장례를 진행하기도 한다.

Direct Cremation에서 화장하고 남은 유회는 묘지의 일정한 곳에 산골하거나 또는 배나 항공기로 바다에 뿌리도록 규정하고 있다. 아니면 유가족 자택에 보관하도록 되어 있다. 바다에 뿌릴 때는 해안에서 3마일 이상 떨어진 바다에 뿌리도록 규정되어 있다. 이는 유해 산골에 따른 토양의 오염의 문제가 아니라 인간의 마지막 존엄성을 지키기 위한 제도적 배려인 것이다.

관 가격은 20달러하는 마분지 관으로부터 수 천불에 이르는 비싼 관까지 다양하다. 관의 종류는 마분지 관, 나무 관, 쇠 관, 구리 관, **Rent**관 등이 있으며 관의 재질과 품질에 따라 가격은 다양하다. 미국에서 매장 시에 꼭 사용하는 **Vaults**는 곁관으로서, 재질은 철근 콘크

리트로부터 구리까지 다양하고 가격은 350달러부터 수 천 달러에 이르기까지 다양하다. 수의는 일반적으로 고인이 평상시에 즐겨 입던 평복을 입히고 있으며, 일부 유족은 Burial Garment 라는 수의를 구입하여 사용하지만 이것도 평상복과 다름이 없다. 가격도 몇 십 달러에서 몇 백달러 까지 다양하다. 유가족이 부가 서비스로 선택할 수 있는 내용은 문상실, 장례식장 사용료, 가족용 리무진, 차량행렬 호송 서비스, 비석, 화병, 꽃, 조경 등이 있다. 장례비용은 신용카드나 후불제도 가능하다.

2) 事前 相談

미국에서는 사망자가 발생할 것을 대비해 사전에 장례상담을 하기도 한다. 이런 경우에는 사망증명서와 매장허가서가 필요 없으며, 장례상담 계약서에 서명을 하고 ‘사망당시 상담’과 똑같은 내용으로 상담한다. 사전상담에서 가장 중요한 사항은 상담에서 계약된 서비스의 내용과 선택된 장례용품 가격은 서비스 시기가 언제이든 관계없이 계약된 금액으로 서비스를 제공하여야 한다는 사실이다. 사전상담 장례비용은 묘지, 장례식장 비용, 장례용품, 기타 서비스 비용, 석물 등이 포함되며 할부로 비용을 지불하는 것이 일반적이다.

마. 葬禮式場 運營 事例: Rose Hills Mortuary

Rose Hills Mortuary는 설립된 지 거의 100년 된 California의 종합장례시설이다. 약 2,500에이커의 넓고 아름다운 묘지와 장례식장을 소유하고 있으며 묘지 내에 6곳의 야외 장례식장, 납골당, 콜롬바리움, 화장장, 비석공장, 운구차량, 꽃가게, 기념품 가게 등 필요한 모든 종류의 장례시설을 갖추어 놓고 있다. 장례식장의 시체 처리실은 약 100여 구가 동시에 안치될 수 있을 정도로 규모가 크며, 특히 아름다운

건물의 야외장례식장, 역사 깊은 화장장, 호화로운 납골당 시설 등을 운영하고 있다. 특히 아름답고 세계에서 제일 크다고 자랑하는 Rose Garden을 운영하고 있다. 다른 곳에 비해서 훌륭한 시설이면서도 비교적 경제적인 곳이라고 할 수 있다. 개인 소유가 아니고 Non Profit Organization 형태로 운영이 되고 있다.

장례서비스 가격표(General Price List)에는 적용 날짜, 장례식장 상호, 주소, 전화번호가 나와 있다. 이것은 FTC Rule이 정한 규정이다. 이곳의 장례서비스는 전통장례에 근거하여 필요한 모든 서비스를 제공한다. 예를 들어, 성인 사망자일 경우 총금액 1,570달러, 어린이 사망자 경우 총금액 185달러에서 860달러의 가격이라면, 이 서비스 비용은 장의사 비용, 운구, 냉장고, 화장(Cosmetic), 문상실 사용, 장례상담비용, 문상록 등이 포함된 것이다. 이 서비스 내용에는 묘지서비스나 기타 서비스가 포함되지 않은 것이다.

구체적으로 예시하면, Rose Hills까지의 시신 운구비용(60miles 이내), 방부처리비, 부검처리비, 시체위생처리비, 사체보관, 냉장고사용, 화장, 착의, 문상비 등 약 10가지가 75달러에서부터 265달러까지 마련되어 있다. 장례식장에서 받는 895달러에는 장례식장직원 24시간 대기, 장례상담비, 행정비용, 인건비 등이 포함되어 있다. 야외 장례식장 사용료는 시신을 모시고 서비스할 경우는 365달러, 화장한 유희를 모시고 할 경우는 240달러, 그리고 묘지에서 장례식을 할 때는 140달러를 받는다. Rose Hills 이외의 장소에서 장례식을 하면 거기에 따르는 비용을 받는다. 근무시간이 지나서 하는 장례식 또는 야외장례식은 시간당 90달러씩 추가하며, 토요일에는 115달러를 일요일에는 225달러를 받는다. County 정부의 수수료와 매장허가서 및 사망증명서, 행정처리비용으로 85달러를 받고 문상록은 18달러부터 95달러까지 받는다. 수의는 평상복으로 마련하며 52달러부터 140달러까지 있다. 운구

또는 물품운반 차량은 115달러부터 200달러까지이며 시간별로 비용이 다르다. 다른 장례식장으로 시신을 옮겨줄 때는 기본적인 방부처리를 포함해서 60마일 이내에 875달러를 받고 운반관 비용으로 175달러를 받는다. 다른 장례식장에서 보내는 시신을 받을 경우 60마일 이내에서 인수하면 기본비용으로 920달러를 받는다. 서비스 없이 즉시 매장 을 원할 경우 기본비용으로 1,390달러를 받고 유족이 원하는 종류의 관비용이 추가된다. 관의 가격은 420달러부터 26,000달러이며 세금은 별도이다. 서비스 없이 화장할 경우 장례식장에서 준비한 두꺼운 마분지 종이 관으로 1,045달러이며 Body Bag 같은 것은 사용할 수 없다. 화장용 관 또는 대체용 관의 가격은 75달러부터 3,095달러까지이며 가격표는 장례식장에 준비되어 있다. 곁 관은 성인일 경우 195달러부터 1,740달러까지 하며 어린이는 156달러부터 218달러까지 있다. 어떠한 특별한 경우의 장례서비스라도 유족이 원하는 방향으로 장례를 치를 수 있으며 상담과 비용은 상담에 의해서 결정한다. 장례서비스 가격표는 Rose Hills에서 보증하는 것이며 판매하는 장례용품, 관, 기타 물품은 Rose Hills에서 보증하는 것은 아니다.

2. 葬事 情報 利用現況

장례에 필요한 정보를 제공하고 장례상담과 장례절차를 도와주는 기관이 몇 개 있다. 그 중에서 전국 장의협회, 뉴욕주 장의협회, 캘리포니아주 장의협회를 중심으로 장사정보가 어떻게 공공에게 제공되는지 살펴보자. 여기서는 이 협회가 어떠한 기능을 하고 실질적으로 어떠한 정보를 유족에게 제공하며 인터넷에서 어떻게 서로 정보를 공유하고 있는지 설명할 것이다.

가. 州 政府의 公共 葬禮情報

뉴욕주 보건국에서는 소비자 안내 차원에서 장례업체를 관리하고 있으며 모든 장례업무에 관한 진정은 장례지도국에서 관장을 하고 있다. 뉴욕주는 州 자체적으로 장례법을 제정하지 않고 연방법에 의존하면서 장례에 관한 업무를 진행하고 있다. 캘리포니아주에서는 장례법을 독자적으로 제정하여 Consumer Affairs국에 Board of Funeral Director & Embalmer 부서를 두고 있다. 장례에 관한 공공정보는 Consumer Affairs국에서 장례법과 병행하여 소비자 보호 측면에서 모든 장례에 관한 진정이나 분쟁을 조사·조정하고 있다. Health Department에서는 질병이나 사망과 관계되는 일부업무를 관장하고 있다. 캘리포니아주 공공 장례정보에 포함되는 내용은 장례지도사 면허, 장례상담, 방부처리, 매장, 화장, 자택사망, 관 판매, 사전 장례상담, 산골 규정, 특별한 예외 규정, 가격표에 표시해야 할 사항, 진정 접수, 장례용어 통일, 그리고 장례에 필요한 기관의 전화번호, 주소, 이름 등이다. 공공성을 띠고 정보를 제공하는 기관이나 단체는 Control Disease Center, OSHA, Coroners or Medical Examiner 등이 있다.

나. 全國 葬儀協會(NFDA)

전 미국에서 장의업을 영위하는 사람들의 모임으로서 인터넷 홈페이지¹²⁾를 운영하고 있으며 장례에 관한 필요한 정보를 종합적으로 제공하고 있다. 전국장의협회에서는 일반 장례안내부터 장례식장의 운영과 관련된 정보를 제공하며, 전문 장례지도사 양성과 관련된 직업 교육을 담당하고 있다. 홈페이지의 Consumer Resources 항목을 열어보면 장례에 필요한 12가지 전문정보가 소비자 보호 측면에서 제공되고

12) 홈페이지 주소는 <http://www.nfda.org>임.

있다. 그 내용을 보면 장례에 관련된 연방정부 법률안내, 사망자에 관한 통계, 슬픔을 이겨내는 사람들, 소비자의 권리, 장례업자 명단, 장례 서비스의 평균가격, 기타 등이다.

이런 전문정보에서 유가족인 소비자가 관심을 표할 수 있는 항목이 5가지 이상이며 장례에 관한 모든 정보가 다 들어있어 장례전문가가 아니면 모르는 정보도 많이 볼 수 있다. 특히 장례서비스 가격 안내를 보면 미국 내에서 서비스별, 품목별, 전국 평균가격이 얼마나 되는지 또한 서비스별 및 품목별 최소가격과 최고가격이 나와 있으므로 누구라도 특정한 장례식장의 서비스 가격이 어느 정도인가를 한눈에 비교할 수 있다. 이런 정도의 장례정보와 정부기관에서 소비자 보호를 위해서 홍보하는 내용을 참고한다면 유가족은 매우 경제적으로 원하는 장례식을 치를 수 있으며 유가족을 속이는 장의업자는 현실적으로 나타나기 어렵다.

다. 뉴욕 葬儀社協會(NYFDA)

NFDA와 비교하여 뉴욕 장의사협회(NYFDA)는 소비자를 위해서 장례정보를 제공하기보다는 뉴욕주 장의업자의 이해증진에 더욱더 관심을 가지고 있다. 협회의 인터넷 홈페이지에는 9개의 장례정보 항목이 있지만 정보의 내용이 유가족에게 도움이 되는 능동적 정보는 아니다. 여기에 있는 장례정보는 거의 모두가 NFDA 인터넷에 있는 장례정보이며 유가족의 슬픔을 극복하는 과정을 소개하는 정보가 추가되어 있다. 그리고 FTC 제 규정과 New York Health Department의 규정이 포함되어 있다.

장례정보는 서비스 지역으로 가까이 내려올수록 인근업자끼리 상호경쟁이 치열해진다. 따라서 공개하는 장례정보는 제한적이고 시차가 있다. 공간적으로 서로 가까이 있는 장례식장은 서로가 가까울수록

경쟁자가 되므로 장례정보를 공유하려는 욕구가 적어지는 것이다. 그러나 다른 한편 광역의 사이버 공간에서는 각종 장례정보를 쉽게 공유할 수 있는 측면도 있다. 업체의 이익이 상충하는 장례서비스 가격 정보 상당히 민감한 부분이다. 따라서 이런 정보는 완전히 공개되지는 않고 단지 장례상담시 요구할 때에 공개하는 실정이다.

라. 캘리포니아주 葬儀協會(CFDA)

캘리포니아주 장의협회(CFDA)는 캘리포니아에 소재하는 706개의 장례식장을 회원으로 가지고 있다. 협회의 근본 목적은 회원의 권익 증진이며 소비자에 대한 안내도 포함하고 있는 것으로 보아 공공성도 담보하고 있는 것으로 볼 수 있다. 각 주의 장의협회가 장의업자의 권익을 보호하고 지켜나가기 위하여 결성된 것인바 장례정보 안내센터를 운영할 적극적 의사는 없으며, 캘리포니아주 장의협회나 뉴욕주의 협회도 이런 측면에서는 다를 바가 없다. 장례정보안내센터는 지역 장의협회를 이용하는 것보다 전국장의협회(NFDA)와 같은 소비자보호기관을 이용하는 것이 더 낫을 것이다.

3. 美國의 墓地運營

미국의 묘지는 주로 민간이 운영하는데, 묘지의 영구사용을 전제로 하고 그 사용료의 10~25%(적립률은 매장, 납골당 등에 따라 다르다)를 관리 기금으로 적립하고 있다.

1930년대에 관리기금 제도가 캘리포니아주 주변에서 출현하여 1954년 이후 관리 기금이 각 주에서 법제화되었고, 1960년대부터 실시되어 매장, 납골당 등에 따라 적립률이 바뀌는 법률이 시행되었다.

그 후, 각 주(state)에 의해서는 공탁금 1~5만 달러의 적립을 의무

화하는 곳이 많아지고, 현재 미국 전체에서 관리 기금에 관한 규정이 없는 주는 앨라배마주뿐이다. 관리 기금은 아칸사스주(10%), 콜로라도주(15%)와 같이 일률적으로 규정하고 있는 주도 있다.

미국 묘지의 형식은 몇 가지로 분류할 수 있다. 郊外 묘지, 교회 내 묘지, 전원식 묘지, 도시 묘지, 군인 묘지, 공동묘지 등이 그 대표적인 것이다. 18세기말부터 미국의 도시 주민들이 묘지에 혐오감을 느끼면서 묘지는 교회 안으로 옮겨갔고 현재의 묘지형식은 여기서부터 시작된 것이다. 현재의 묘지형식은 위생 개념이 발달하여 묘지가 질병을 발생시킬 수 있다는 인식과도 관련이 있다. 교회 묘지가 시골의 작은 마을에서 간간히 나타났고, 도시에서는 거의 기능하지 않게 되었다.

第 2 節 日本의 葬事現況

1. 日本의 葬儀現況

일본 장례관습의 理想的 土臺가 되는 민간 신앙적인 祖上崇拜의 개념이 우리 나라와 유사한 점이 많이 있다. 일본인의 民間信仰인 소위 祖靈信仰에 따르면 죽은 자의 영혼인 死靈은 일정한 기간과 의례 등의 수속을 거쳐 祖靈이라는 추상화된 祖上이 된다. 조상은 죽어서 얼마간은 마을 근처에서 배회한 후, 후손이 살고 있는 모습을 살펴보고 자손이 사는 곳으로 왕래하면서 자손을 돕는 守護神의 기능을 한다. 일본의 경우 불교가 서민층으로 확산되면서 임종 및 장례를 둘러싼 儀式的의 중요성이 점차 커져가게 되어 葬式佛敎로 변모하는 과정을 밟게 되며, 불교의 신앙이 쇠퇴한 이후에도 사원 및 승려의 염불을 중심으로 장례의식이 계속 이루어지고 있다. 즉, 일본은 불교의 영향으로 還生의 개념과 결합하여 한 세대 간격으로 교체하는 조상으로서만

觀念的으로 존재한 반면 한국의 경우는 祖上崇拜 思想이 유교의 영향으로 孝의 이념과 결합하여 강화되었다.

현재 일본인의 대부분은 불교 신앙을 믿지 않으나 佛敎的 성격에 기인하여 사원에서 장례를 치르고 사원 뒷마당에 화장한 뒤 남은 유골을 안치하는 것이 관습화되어 있으며, 商業的인 장례예식장의 하나로서 寺院의 이용을 선택하는 경우가 많은 것으로 나타난다. 이는 明治政府가 중앙정부의 강력한 행정력을 동원하여 國民敎化運動이라는 명목으로 불교를 배척하고 장례에서 신분의 차별을 과시하는 관행을 규제하였으며, 葬式, 葬所의 石碑, 院號 등 生活改革의 일환으로 장례의 簡素化를 권장하였고, 주류접대 금지, 답례품 폐지, 會葬者의 범위 제한 등 장례절차의 자세한 부분에 이르기까지 간소화가 지속적으로 추진되어 왔다.

일본의 장례절차는 우리 나라와 유사하게 대부분이 3일장을 행한다. 임종하면 먼저 유족들은 고인이 생전에 애용하던 밥그릇에 물을 담고 나무젓가락 끝에 탈지면을 감아 고인의 입술에 적시는 행위로 물로 기운을 차려 다시 살아나기를 염원하는 의식을 행한다. 다음으로 수시 작업을 행하는데 운명한 사람에게 알코올이나 물로 시신을 깨끗이 씻는 湯의식을 한다. 시신의 얼굴을 편안하게 해주는 의식으로 간단히 얼굴 화장을 한 후 평상복으로 갈아 입혀 安置한다. 우리나라와 같이 복잡한 수의를 입히는 것이 아니라 死莊束이라는 가벼운 흰 면포에 경문을 쓴 두루마기보다 약간 짧은 옷이다. 이에는 염주, 장갑, 머리 싸게 초복, 육문전 등이 한 세트로 되어 있으며, 경문은 종교의식에 따라 다르다. 입관을 행하기 전에 마루같은 자리에 안치하고 간단한 상을 차린 후 유족, 친지, 가까운 지인 등에게 마지막 모습을 이별하게 하며 스님의 讀經을 곁들인다. 入棺을 한 후 位牌와 祭壇을 설치한다. 일본에서의 영좌설치는 벼개머리장식이라고 하는데

시신을 안치시킨 후 흰 천으로 덮은 후 향로, 촛대, 꽃병을 나란히 진열시킨다.

입관은 납관이라고 하며, 스님의 독경이 끝나면 슬픔을 표시한다. 임종한 당일 혹은 다음날 通夜라하여 저녁식사후의 시간인 저녁 7시경에 상주와 가까운 사람들이 모여 염불과 함께 焚香을 하면서 고인을 추모하는 모임을 갖는다. 通夜가 치러진 다음날 아침 告別式을 갖는다. 告別式은 공식적으로 고인을 이승에서 마지막으로 보내는 행사로서 의미를 갖으며 通夜에 비해 보다 공식적인 행사로서 고인 및 상주와 관련이 있는 사람들 모두가 한 자리에 모여 고인을 추모하는 儀禮를 행한다. 일반적으로 고인 및 상주 가족과 親近의 정도에 따라 通夜와 告別式 모두에 참석할 것인가 혹은 고별식에만 참석할 것인가가 결정된다.

1960년대이래 상업적 장례시설인 齊場이 등장하면서 장례의 商業化 추세가 지속적으로 진행되어 장례가 화려해지고 장례서비스 비용부담이 늘어나고 있다. 일본에서 장례의식의 상업화는 결혼예식장의 상업화와 유사한 유형을 보이며 전개되고 있다. 死化粧의 과다한 화려함, VTR 촬영, 화려한 장례예식장 시설, 화환의 과다한 사용, 관 및 운구차의 고급화 등으로 장례비용이 매년 높아 가는 경향을 보인다.

2. 日本의 葬禮서비스業의 變化

일본의 『Funeral Business』 잡지 '96년 12월 호에 따르면, 일본 전국 장례식장수는 1,627개소인데, 1994년 사망자수 87만 5,933명을 장례식장으로 나누면 연간 1개소당 538명의 장례식을 치르고 있다. 소화 60년(1985) 전국의 화장 장례식장수는 1만 3,148개이었던 것이, 2년 뒤인 소화 62년(1987)에는 1만 1,179개로 급격하게 감소했다. 이후는 완만하게 감소하고, 평성 원년(1988)에는 1만 679개이다. 미국의 경우

를 보면, 자택에서 장례를 치르지 않고 대부분 교회의 장례식장 (funeral home)이나 묘원에서 이루어진다. 교회와 묘원을 포함해서 장례식장 수는 2만 3,000개소이며, 1994년의 사망 인구 228만 6,000명으로 나누면 사망자 99.3명당 1개 장례식장이라는 수치가 나온다. 미국의 장례식장 보급률은 일본의 5배 이상이다.

현재 일본의 장례서비스업체의 수는 약 4,500개소에 달하며, 화장장은 7,787개소이며, 납골당은 11,203개소인데 1975년에는 8,476개, 1985년에는 1만 298개였다. 지방자치단체에서 운영하는 화장장 및 납골당이 상당부분(60% 이상)이며, 도심지내의 민간법인이 운영하는 화장 및 납골시설을 흔히 볼 수 있다. 장례서비스업체를 규모별로 나누어 보면, 종업원 규모로 볼 때 5~9인의 업소가 가장 많아 37.8%, 3~4인이 28.0%, 10~29인이 16.9%, 1~2인이 14.2%의 순서이다. 전체평균으로 볼 때는 1업소당 종업원수가 8인이나 이 중 4인 미만의 업소의 경우(42.4%) 대부분이 가족경영의 형태를 취하는 영세규모를 보이고 있으나 점차 대형화되어 가고 있는 추세에 있음을 알 수 있다. 전국적으로 400개소 이상의 전문장례식장이 있고 이용객수도 전체 장례의 40%를 넘어서며 이러한 증가세는 앞으로도 당분간 계속될 것으로 예측된다(井上治代, 1993:98~100; 葬送文化會編, 1993:84~89).

일본인들이 이용하는 장례서비스 업체의 현황을 살펴보면, 장의사에게 의뢰하는 경우가 68.1%로 가장 많고, 상조회 14.9%, 농협, 생협 등이 8.8%, 시정촌 등 지방자치단체의 장례서비스를 이용하는 경우도 4.1%, 그리고 사원이 2.9% 순서로 나타나고 있다.

또한 장례장소에 대한 변화는 소위 화장시설과 장례식장을 갖추고 있는 지방자치단체 또는 민간이 운영하는 전문장례시설인 齊場이 늘어나면서 自宅에서 장례를 치르는 비율은 지속적으로 감소함을 볼 수 있다. 즉, '92년 32.6%가 자택에서, 23%가 사원 등 종교시설에서, 齊

場 등 전문장례시설이 21.1%의 장례를 치렀으나, 최근에 와서는 자택이 27%, 종교시설 17.7%, 齊場이 40.1%로 뚜렷한 증가를 보이고 있는 것이 특징이다(SOGI, 일본소비자협회 조사보고서, 2000. 1).

〈表 3-1〉 葬儀 場所別 推移

(단위: %)

구 분	1940	1953	1963	1973	1983	1992	1995	1999
자택	47.0	44.2	34.9	34.5	32.9	32.6	28.9	27.0
사원(종교시설)	32.5	30.3	33.4	35.2	41.7	23.7	24.0	17.7
장례예식장(제장)	15.7	10.5	19.0	9.2	8.7	21.2	30.4	40.1
집회소(회관,강당)	3.6	11.3	8.5	16.9	13.4	18.2	13.2	10.4
기타(무응답)	1.2	4.7	4.8	3.5	2.6	4.3	3.5	4.8
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

資料: 일본소비자협회조사보고서, SOGI 통권55호, Vol.10, 2000, 1, p.41.

일본의 장례서비스업의 문제점은 무엇보다도 경영규모의 영세성과 자유업으로 인한 경쟁의 심화를 들고 있다. 장례서비스업은 영업비용의 증가, 임금상승 등의 요인과 상조회, 농협, 지방자치단체의 장의서비스, 인터넷을 이용한 장례서비스업체의 등장 등으로 과거에는 없었던 신규 및 타업종에서 장의서비스업으로의 진입이 기존 전문장례서비스업 시장을 크게 위협하고 있다. 장례서비스영업의 조직양태는 장례전문 대형업자와 영세업자간의 兩極化 構造가 전개되어 영세기업은 취급건수 및 매상고에 있어 장례서비스업체간의 경쟁은 갈수록 확대되는 경향을 보인다. 현재 이러한 추세는 신규진출업체와 기존 장례서비스업체간의 시장경쟁하에서 장례서비스업계의 현대화를 위한 과도기적 양상을 보이고 있는 것으로 판단된다

또 다른 문제점으로는 장례서비스업이 주거환경 및 가치관의 변화에 따른 소비자의 욕구에 적절하게 대응하지 못하고, 단지 ‘지나치게

형식적이다' 라는 지적과 함께 고급화 추세로 소비자의 장례비용부담만 늘어나고 있다. 이러한 지적에 대한 각성으로서 '간소하지만 엄숙한 장례'를 추구하고, 장례절차와 장례상담 등 소비자가 필요한 각종 장례정보를 제공하여 소비자의 불만을 최소화하려고 하고 있다. 장례서비스업체가 제공하는 서비스는 종래의 물품판매에서 벗어나 병원으로부터 유체반송, 장례제단 구축, 답례품 대행, 사망신고를 포함한 각종 행정절차 대행 등의 종합서비스를 제공하고 있다. 한편, 적정이윤, 고객관리, 판매촉진활동 등에서 근대적 경영기법을 도입하고 개별 장례서비스의 질적 상승과 더불어 사업을 多角化하여 종합적 장례서비스사업을 확대하려는 움직임을 보이고 있다. 특히 장례서비스업이 정제되고 소비자의 불만을 사는 큰 이유 중의 하나로 장례서비스업에 종사하는 종업원의 人的 資質 문제를 개선하기 위해 社内 및 職業集團에서 지속적으로 직업윤리를 교육시키고 소비자에 대한 서비스를 강화하려는 데 노력을 기울이고 있다.

3. 墓地 不足과 火葬의 增加

사람의 죽음 뒤에 반드시 기다리고 있는 것이 묘지이다. 오랜 역사 중에서 묘지의 변천을 보면, 그 시대의 '생사관', '종교관'을 이해할 수 있지만 오늘날과 같이 큰 변화를 맞이하고 있는 시대도 드물다. 현재 수도권에서 묘지를 구입하기는 용이하지 않기 때문에, 그것에 대응하는 사업이 생겨나고, 행정적으로도 몇 개의 대책이 강구되고 있다. 특히 도시 및 그 주변의 묘지 수요의 팽박이라는 현상이외에 도시 거주자의 심리적인 측면에 주목해 보면 종래와 같은 혈연적 혹은 지연적인 정(情)을 상징하는 묘지라는 사람들의 의식을 점차적으로 희박하게 하고 있으며, 각자 독립한 가족 소유적인 묘지를 많이 등장시키고 있다고 말할 수 있다. 특히 인구의 도시 집중, 핵가족화의 진전 등에 의해 대도

시 주변을 중심으로 묘지에 대한 새로운 규칙의 수요가 증가하는 경향이 보이고 있으며, 묘지의 공급 주체, 시설 기본 등 공급의 존재 방식에 관한 검토가 요구되고 있다는 점을 들 수 있다.

또한 도시지역에서는 묘지부족의 심각성이 계속적으로 대두되고 있어 경기 好況期에는 자신의 무덤을 미리 사 두려고 계획하는 사람도 많았으나 현재로는 그런 관심이 줄어들고 있다. 이는 무덤을 구입해도 사후 후손들이 관리해 준다는 보장이 없기 때문이기도 하다. 또 사원 묘지를 구입하는 것이 어렵고 분양 묘지는 교통이 불편하기 때문이다.

묘지는 사원묘지와 공원묘지로 구분되는데 최근 들어 일본은 도시 주변의 사설묘지를 금하고 대신 공동묘지와 공동화를 추진하고 있으며, 납골당의 이용률이 증가하고 있다. 허가된 구역 이외에서는 절대로 묘지를 설치하는 일이 없으며 공원묘지에 화장후 가족단위 납골묘지 형태로 조성하는 것이 보편적이다.

후생성은 묘지의 경영 주체를 지방 공공단체로 한정하는 원칙을 세워 종교법인, 공익법인 등에 제한한다는 지도 방침을 내세워, 묘지 경영의 영속성, 공익성, 비영리성을 확보하였다. 이러한 종교법인, 공익법인 형태의 민간에 의한 묘지수요가 증대하는데, 厚生省의 조사에 의하면 종교법인, 공익법인 등의 민간 묘지 중에 1ha 이상이 1985년 전국에서 382군데에 이르고 있다.

일본 전국에서 일년간에 세워지는 무덤은 약 35만기로 연간 사망자 약 70만명의 반에 해당한다고 전한다. 전 일본묘원협회에 의하면, 1985년부터 2000년의 15년간에 전국 묘지의 신규 수요는 294만기며 이 중 수도권(동경, 카나가와, 치바, 사이타마)에 71만기로 전체의 4분의 1을 차지하고 칸사이권에 45만기이다. 도쿄도의 경우, 매년 사망하는 사람이 6만명으로 그 중 무덤을 만드는 사람은 약 1만 8천명이다.

화장에 관하여 일본은 불교 및 유사종교의 영향으로 철저한 법적 규제와 강력한 행정지도에 힘입어 화장위주의 관행이 널리 확산되어 왔다. 명치정부는 묘지 및 매장 취제규칙' 제정을 바탕으로 공영화장장을 전국에 건설하면서 매장을 금지하고 화장을 장려하였다. 화장률은 1913년 31%에 불과하였으나 83년후 1996년에는 98.7%로 급증하였다.

하지만 화장후 산골이 아닌 매장방식을 취하기 때문에 시각적 거부감을 주지 않고 자연환경의 훼손이 없을 뿐 아니라, 유골을 보관함으로써 망자와의 관계가 영원히 단절되지 않는다는 인식을 주며 토지활용의 극대화를 동시에 얻을 수 있는 장점을 나타내고 있다. 화장장의 현대화 노력으로 시설과 주위환경이 크게 개선되어 화장장이 현대적 이미지를 갖추게 함으로써 화장에 대한 혐오감이 크게 불식된 점이 화장률의 증가 요인으로 보고 있다.

4. 葬禮産業의 專門化

묘지와 관련하여 도쿄도 묘원 문제 조사회가 주도한 도민의 묘원에 관한 조사에 의하면, 묘지의 환경은 '자연스러운 교외'가 좋다고 응답한 것이 58.1%, '거주지에 가깝게'가 22.1%로 답하고 있다. 가격에 대해서는 1봉분당 50만엔 미만이 34.8%, 50만엔 이상 100만엔 미만이 34.2%이다. 묘지와 묘석, 공사비를 맞추어 100만엔 미만의 사람이 31.5%, 100만엔 이상 200만엔 미만이 35%로, 70% 가까운 사람이 200만엔을 넘어가면 묘지를 만들고 싶지 않다고 답하고 있다. 한편 도쿄도(東京都) 내의 3천명을 대상으로 무덤에 관한 실체조사를 실시하였는데 이에 의하면, 3명당 1명은 무덤을 가지고 있지 않으며, 이 중 46%는 '가까운 장래에 무덤이 필요하게 된다'라고 답하였으며, 3분의 2 이상의 응답자가 '지역적으로 멀어도 저가격의 무덤'을 원하고 있는 것으로 나타났다. 총리부의 「묘지에 관한 여론 조사」에서는 바다와 산에 산골

하는 문제에 대해 5명 중 1명이 인정해도 좋다고 답했다. 그러나 56.7%가 산골을 인정하는 문제에 대해 부정적이어서, 미국 법률처럼 산골의 실현에는 아직도 시간이 필요한 것으로 나타났다. 묘지 구입의 연령 구분에 대해서 「묘원 가이드」의 설문조사에 따르면, 55~59세가 25%이며, 60~64세가 18%, 65~69세가 18%의 순서로 묘지 구입 시기는 정년 퇴직시가 가장 많은 것으로 나타났다. 여전히 「희망하는 무덤의 형식」에서는 종래의 화형·평면 묘지를 요구하는 사람이 61%, 새로운 양식을 요구하는 응답자도 약 33%이었다.

이와 같이 심각한 무덤 부족현상이 나타나자 「가톨릭 다카나와 교회」가 서랍식의 납골당을 만들었으며 납골당은 지상 3층 지하 1층 건물로 교회의 지하 1층에 마련되었고 넓이는 약 340㎡이다. 신자의 소개가 있으면 신자 이외의 사람도 분양할 수 있다고 말한다. 3천기 이상의 납골이 가능한 교회의 납골당이 생겨나기도 하였다.

지바현은 소화 62년(1987) 말, 지진의 피해를 받고 각지에서 묘석이 넘어졌는데 이는 재래의 공법으로 석재를 편성할 때, 모르타르로 접한 것은 진도 5의 강진에서 넘어지기도 했는데 지바시에 있는 야마토가 석재는 진도 7의 강진에 대해서도 내진성을 가지는 묘석 시공법을 개발했다. 구조는 나사를 첨부하는 스테인레스 막대기를 묘석의 중심에 삽입하여 특수한 접착제로 고정하는 방법의 묘석이 생겨났다.

한편 콘크리트제품 생산업체가 지하실 타입의 지하 묘원을 개발했는데 중간수준의 비용으로 공간이 부족한 도시지역의 사원에 판매하기 시작했다. 시공비는 3.3평당 약 65만 엔이며, 무덤의 수용 규모는 최대 300기, 마루의 면적은 100기로 160㎡이다. 또다른 묘지문화의 변화를 읽을 수 있는 것으로 새로운 묘지청소사업이 등장하였는데 이는 기본 가격이 1㎡당 2,500~3,000엔으로 묘비를 특수 세제로 닦은 뒤, 코팅하여 風雨로부터 지키는 것이다. 이렇게 매·화장의 문화가 현대

식으로 변화함에 따라 장례관련산업 및 매·화장의 문화도 시대적으로 필요한 형태로 변화해 가고 있다.

第 3 節 外國事例의 示唆點

미국과 일본의 사례에서 몇 가지 시사점을 찾을 수 있다. 우선 관련된 법률에서 장례식장과 묘지에 대한 규정이 세부적으로 정해져 있어 장례업자나 묘지업자의 불공정한 영업행위를 방지하고 있다. 그리고 관련 정부기관과 협회는 규정과 정보를 국민들에게 제공하고 있어, 일반 소비자들이 장례와 묘지사용에 관한 정보를 자세히 제공받고 있다는 점이 가장 주목할만한 점이다.

각 장례식장은 장례용품 및 장례서비스의 가격표시제를 철저히 지키며, 소비자도 이 가격정보를 쉽게 접할 수 있다. 하지만 장례용품 가격 및 서비스에 대한 가격은 업체가 자율적으로 지정할 수 있다. 따라서 소비자는 다양하게 고시된 가격의 용품 및 서비스를 선택할 수 있다. 철저히 시장의 원리를 도입한 것이다. 또한 장례식장을 운영하기 위해서는 전문 자격증을 갖춘 장례지도사 면허와 방부처리사 면허를 갖추게 하여 유가족의 보건위생을 증진시키고 있다.

특히 미국의 사례를 통하여 시사점을 살펴볼 수 있는데 첫째, 장례지도사가 장례서비스를 담당하게 하여 장례서비스제공의 공정성확보를 위한 것이고, 둘째, 장례업자와 묘지업자가 지켜야 할 세세한 규정을 정해 영업행위의 흐름을 파악하고 올바르게 운영되도록 정한 것이며, 셋째, 장례용품 및 서비스별 가격과 내용을 사전에 유가족에게 알려야 하는 의무를 통해 유가족이 필요한 정보를 획득할 수 있도록 한 것이며, 넷째, 법이 규정한 제반사항을 사전에 알려 소비자가 장례의 진행절차에 따른 서비스를 선택할 수 있도록 한 것이며 이때 내용을

속이는 경우는 처벌을 받도록 한 것이며, 다섯째, 유가족이 필요한 장례용품을 항목별로 선택해서 구입할 수 있게 한 점과, 여섯째, 장례거래의 증빙서류를 1년간 보관케 하여 장례거래이후에도 필요한 경우 행정기관에 의해 사후조사를 할 수 있게 한 것과, 일곱째로, 장례법을 위반한 경우 위반사항의 각 건에 대하여 벌금을 부과하여 여러 건일 경우에는 건당 벌금을 통합, 부과하므로 벌금이 가중되어 위반을 하지 못하도록 한 것이다.

미국의 묘지는 주로 민간이 운영하는데, 묘지의 영구사용을 전제로 대부분의 주가 그 사용료의 10~25%를 관리기금으로 적립하도록 법제화하였고 매장, 납골당 등에 따라 적립률을 차등 적용하여 시행되고 있다. 이러한 관리기금으로 묘지운영에서 발생할 수 있는 부실운영의 방지책을 마련하고 있는 점도 유명무실하게 운영하고 있는 우리의 현실에 시사하는 바가 크다.

이러한 시사점을 통하여 한국적인 장사서비스 개선을 위해서는 장사정보의 공공성을 강조하여 지방자치단체의 역할이 강조되어야 할 것이다. 현재 일본의 경우 대부분의 장사정보가 민간기업에 의해 이루어지고 있으며, 미국의 경우 연방정부가 소비자보호 측면에서 장사정보를 제공하고 있으며, 장례관련단체의 경우 장례업자의 권익을 보호하는 측면에서 장사정보를 제공하고 있다. 이러한 경우로 비추어 볼 때 낙후되어 있는 장사정보제공의 활성화를 위해서는 지방자치단체의 역할이 강조되어야 한다고 볼 수 있다.

또한 장례관련 민원업무를 접수하고 처리할 수 있는 기구를 장사정보센터에 설치하여 이의 처리방안을 모색하여야 할 것이다. 현재 이러한 민원의 경우 민간단체나 공정거래위원회에 의존하고 있지만 실질적인 해결방안은 되고 있지 않으므로 민원처리방안을 마련할 필요가 있을 것이다. 한편으로는 장례관련협회의 활성화를 도모하여 자율

적인 장사서비스현장을 마련하여 이를 준수토록 하며 불이행시 제재 조치를 가하는 방법도 모색해 볼 수 있을 것이다.

또한 장사시설 및 서비스의 평가제도를 도입하여 일반시민이 평가 결과의 정보를 바탕으로 소비자들이 장사서비스를 선택할 수 있는 기회를 제공할 필요가 있다. 또 다른 방안으로는 장례지도사 자격제도, 장사부조제도 혹은 장례보험과 같은 전문제도의 도입으로 장사서비스를 개선할 수 있는 방안을 마련할 수 있을 것이다.

第 4 章 葬事情報센터에 관한 意識調査

葬事情報센터의 설립 및 운영 방안을 모색하기 위해서는 관련 분야에 대한 전체적 실태 파악이 우선되어야 한다. 장사정보 현황 파악은 두 가지 방향에서 진행된다. 하나는 정보가 생산 및 유통되는 사회 체계(social system)에 관한 분석이며, 다른 하나는 체계 속에서 행위하는 행위자(behavior)의 경험(experience)과 의식(consciousness)에 관한 조사이다. 제2장에서는 현재 장사정보가 생산·재생산 및 유통되고 있는 실태를 파악·분석하였는데, 이것이 사회체계에 대한 분석이라면, 본 장은 행위자의 의식에 관한 분석이라 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 경험 및 의식을 파악하기 위해서 구조화된 설문지를 이용하여 우편조사를 실시하였다. 우편조사 결과분석이 본 장의 내용을 구성하게 된다. 조사는 장사정보와 관련된 국민들의 경험과 의식뿐만 아니라, 장사정보센터의 중요 구성요소에 관한 의식 조사 결과도 포함된다.

第 1 節 調査 概要

1. 調査方法 및 對象

본 조사는 구조화된 설문지를 통한 우편조사 방법을 사용하였다. 조사대상은 크게 세 집단으로 구분된다. 첫째 집단은 전국 葬事 관련 업체이며, 둘째 집단은 전국 행정기관 葬事관련 담당자, 그리고 셋째 집단은 관련 시민단체 회원 및 관련 학과 교수·학생으로 구성된다. 이렇게 세 집단을 선정한 것은 전체 국민을 모집단으로 할 때 일종의

편의표집(convenience sampling)에 해당한다. 그리고 각 집단에서 다시 표본을 추출하였는데, 첫째 집단에서는 무작위 추출로 400개, 둘째 집단에서는 중 시·도 및 시·군을 중심으로 담당 공무원 전수에 해당하는 240개, 그리고 셋째 집단에서 무작위 추출로 260개, 총 900개를 표본으로 선정하였다.

연구목적에 따라 일반국민은 조사대상에 포함시키지 않았다. 현재 일반국민들은 장사관련 정보를 쉽게 획득할 수 없는 실정이기 때문에 장사정보에 대한 이해가 부족한 것으로 판단하여 제외시켰다. 이에 비해 관련 기관 공무원이나 업체 종사자들은 장사 관련 사항에 비교적 민감한 반응을 보이는 집단이기에 조사대상으로 선정하였다. 조사대상에서 일반국민이 제외된 한계점을 보완하기 위해서, 관련시민단체 회원과 관련 학과 교수 및 학생, 그리고 한국보건사회연구원 회원 중 일부를 일반인 조사대상으로 포함시켰다.

조사시기는 2000년 1월 17부터 1월 29일로 정하였고, 2차로 보완하기 위해서 2월 12일까지 연장하였다.

2. 調査內容

조사대상의 집단 구분에 따라서 조사표는 두 가지로 구성하였다. 하나는 관련 업체 종사자용이며, 다른 하나는 공무원 및 일반인을 대상으로 하는 조사표이다. 단, 집단은 3그룹으로, 업체 종사자, 공무원, 일반인으로 구분하였다.

조사표의 총 문항 수는 48개이며, 이 중에서 세 집단 공통 문항은 23개이고, 업체에만 해당되는 문항은 10개, 공무원 및 일반인에게만 해당되는 문항은 25개이다. 집단별로 문항내용을 표로 정리하면 다음과 같다.

〈表 4-1〉 集團別 問項數

구 분	문 항 수			
	공 통		개 별	
	일반사항	센터관련사항	운영실태	장사경험
장사관련 업체	6	17	10	-
담당 공무원			-	15
일반인				
계	23		25	

세 집단에 공통적으로 질문된 문항은 장사정보센터에 관한 제반 내용과, 조사대상의 일반적 특성이다. 장사정보센터에 관한 내용은 설립 주체, 설립단위, 운영재정, 정보제공방법, 센터의 역할 등으로써, 정보센터에 관한 관련자들의 의식을 파악할 수 있도록 고안되었다. 장사관련 업체에만 질문된 10개 문항은 업체의 운영실태 및 장사관련 정보의 실태 파악에 중점을 두었다. 시민단체 회원 및 관련 학과 교수·학생에만 해당되는 질문 15문항은 주로 기존의 장사경험과 관련된 내용이다. <表 4-2>는 이상의 내용을 表로 정리한 것이다.

한편, 발송한 조사표는 총 900개이며, 이 중에서 360개가 회수되었다. 관련업체에는 400개를 발송하여 74개가 회수되었고, 관련 공무원에게는 240개 발송하여 165개 회수되었고, 시민단체 회원 등 일반인에게는 260개 발송하여 121개 회수되었다. 전체 조사표 회수율은 40%였다. 보통 우편조사 회수율은 20~40%로 보는데(홍두승, 1993:64), 본 조사의 회수율이 40% 정도로 비교적 높게 나타나는 것은, 조사대상이 공통적 특성을 띠는 특수한 집단이기 때문이라고 해석된다.

〈表 4-2〉 說問 構成要素

구 분	설 문 항 목	비 고
일반사항	· 성별 · 연령 · 학력 · 직업 · 종교 · 지역	공통질문
장사경험 및 정보 관련실태	· 장사경험 · 정보획득 경로 · 정보 인지정도 · 정보종류	공무원·시민단체 회원·일반인
	· 센터 참여의사 · 업체 홍보방법 · 용품 공급처 · 문의 내용 · 정찰제·규격화 · 장사비용	업체 종사자
센터의 기능 및 역할, 성공요인	· 센터의 필요성 · 설립형태 · 센터설립·지원의 법적 근거 · 센터 재정보호 방법 · 센터와 자신 업무의 관련성 · 센터 설립 가능성 · 장사정보 제공 방법 · 정보 업데이트 가능성 · 정보 질의 신뢰도 · 유통구조 개선 효과 · 실효성 확보문제 · 센터체계의 신뢰도 · 센터 지속 가능성 · 정책 홍보 기능 가능성 · 장례문화 개선효과	공통질문

第 2 節 調查 結果 分析

1. 一般的 特性

총 360명의 응답자를 집단별로 구분하고, 지역별 분포를 살펴보면 <表 4-3>과 같다. 총 360명 중에서 장사관련 업체 종사자가 74명으로

20.5%를 차지하며, 관련 공무원이 165명으로 45.8%를 차지하며, 시민 단체 회원 등 일반인이 121명으로 33.6%를 차지하고 있다.

지역분포를 보면 서울이 87명(24.1%)으로 가장 많고, 다음으로 경기도가 56명(15.5%)이며, 그리고 부산이 23명(6.3%)으로 셋째로 많다. 울산은 5명(1.3%)이고, 제주도와 대전이 6명(1.6%)으로 가장 적다.

〈表 4-3〉 對象 集團別 地域分布

(단위: 명, %)

구 분	집 단 구 분			전 체
	업체	공무원	일반인	
서울	10	14	63	87(24.1)
부산	8	9	6	23(6.3)
대구	3	6	6	15(4.1)
인천	3	6	1	10(2.7)
광주	4	7	3	14(3.8)
대전	-	3	3	6(1.6)
울산	1	2	2	5(1.3)
경기	11	27	18	56(5.5)
충북	4	7	-	11(3.0)
충남	2	12	4	18(5.0)
전북	8	9	4	21(5.8)
전남	4	16	2	22(6.1)
경북	6	19	2	27(7.5)
경남	4	12	1	17(4.7)
제주	-	4	2	6(1.6)
강원	5	11	3	19(5.2)
결측값	1	1	1	3(0.8)
전 체	74	165	121	360(100.0)

성별분포는 대체로 남자가 많고 여자는 소수에 불과하다. 남자는 292명으로 81.1%를 차지하며, 여자는 68명으로 17.5%를 차지하고 있다. 집단별로 보면, 관련 업체 종사자 중에서 여자는 3명으로 극소수

에 불과한 반면, 공무원이나 일반인에는 여자응답자가 상대적으로 많은 편이라 할 수 있다. 아직 장사관련 업계에 종사하는 여성 전문가가 부족한 실정임을 감안하면 조사 결과는 자연스러운 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고, 일반인 중에서 여성이 많음을 알 수 있다.

〈表 4-4〉 性別 構成

(단위: 명, %)

구 분		성 별			전 체
		남자	여자	결측값	
집단구분	업 체	67	3	4	74
	공무원	140	25	-	165
	일반인	85	35	1	121
전 체	빈 도	292	63	5	360
	비 율	81.1	17.5	1.3	100.0

<表 4-5>는 기타 조사대상의 일반적 특성으로, 연령, 학력, 종교에 관한 통계이다. 연령의 경우, 장사관련 업체 종사자 중에서는 40대가 27명(7.5%), 50대가 21명(5.8%)이고, 공무원 중에서는 40대가 68명(18.9%), 30대가 58명(16.1%), 50대가 28명(7.8%)이고, 일반인은 20대에서 50대까지 고루 분포하고 있다.

학력은 세 집단 모두 고등학교 이상에서 전문대 이상에 집중되어 있으며, 그 중에서도 전문대 이상의 학력자가 전체의 60.8%로 가장 많았다. 공무원이 다른 집단에 비해 상대적으로 고등학교 학력자가 많다는 특징도 나타났다. 종교는 없음이 전체에서 35.6%, 불교가 23.1%, 기독교가 22.8%, 천주교 16.1%로 나타나 우리 나라 일반적인 종교 인구 분포와 비슷한 경향을 나타내고 있다.

〈表 4-5〉 年 齡·學 歷·宗 教 別 構 成

(단위: 명, %)

구 분		빈 도	비 율
연 령	20대 미만	3	0.8
	20대	31	8.6
	30대	90	25
	40대	127	35.3
	50대	72	20
	60대 이상	30	8.3
	결측값	7	1.9
학 력	초등학교 이하	4	1.1
	중학교	9	2.5
	고등학교	121	33.6
	전문대 이상	219	60.8
	결측값	7	1.9
종 교	없 음	128	35.6
	불 교	83	23.1
	기독교	82	22.8
	천주교	58	16.1
	통일교	2	0.6
	기 타	2	0.6
	결측값	5	1.4
합 계		360	100.0

2. 葬事情報의 流通 實態

조사내용 중에서 葬事情報의 유통 실태를 살펴보자. 먼저 공무원과 일반인들에게 장사관련시설정보, 장례용품정보, 장례절차, 관련행정절차, 장례보조비, 「葬事등에 관한 法律」 등에 관한 사실을 얼마나 알고 있는지 4점 척도로 질문하였다. 조사결과를 집단별로 비교하면 <表 4-6>과 같다. 관련시설정보에 대해서는 전체의 42.6%가 대강 알고 있다고 대답하였고, 13.9%는 매우 잘 알고 있다고 대답하였다. 반면, 약 42% 정도는 모른다는 쪽으로 응답하였다. 그리고 일반인보다는 공무원이 관련시설정보를 더 잘 알고 있는 것으로 나타났다.

장례용품 정보는 일반인뿐만 아니라 공무원 역시 모른다는 대답이 훨씬 많았다. 전체의 약 74%정도가 모른다는 대답을 하였다. 장례절차에 대해서는 40.5%가 잘 모른다고 한 반면, 39.1%는 대강 알고 있다고 대답하였다. 그리고 공무원과 일반의 특별한 차이는 없으므로 나타났다. 행정절차에 관해서는 공무원의 43.6%가 대강 알고 있다고 대답하였고, 33.3%는 매우 잘 알고 있다고 대답하였다. 그러나 일반인의 49.5%는 잘 모른다고 대답하였고, 28.9%는 대강 알고 있다고 대답하였다. 공무원은 관련 부서 담당자를 조사대상으로 하였기 때문에 공무원 집단이 행정절차에 대한 정보를 많이 알고 있는 것은 자연스러운 결과로 보인다.

장례보조비에 대한 질문에서는 공무원과 일반인 모두 잘 모른다는 대답이 가장 많았다. 잘 모른다는 대답은 전체의 44.7%에 해당하며, 전혀 모른다는 대답도 17.4%나 있었다. 「葬事등에 관한 法律」 인지도는 40.5%가 대강 알고 있다고 대답하였고, 20.9%는 매우 잘 알고 있다고 대답하였다. 알고 있다는 대답이 비교적 많이 나온 것은 응답자가 대부분 담당 공무원과 관심 있는 시민단체 회원들이기 때문인 것으로 판단된다. 일반 국민을 대상으로 조사하였다면, 법률 인지도는 훨씬 떨어질 것이다.

전체적으로 장사정보에 대한 인지도에서 가장 문제로 나타난 것은 장례용품과 장례보조비에 대한 사항이다. 장사정보 인지도에 대한 질문의 응답자가 주로 담당 공무원과 장사문제에 관심 있는 시민단체 회원이라는 점을 고려해볼 때, 관련시설 정보나 장례 및 행정 절차에 관한 정보를 많이 가지고 있다는 점은 당연한 결과일 것이다.

그러나 장사관련 분야의 관계자인 담당 공무원이나 시민단체 회원들이 장례용품 정보나 장례보조비에 대한 사항 정보를 상대적으로 모른다는 점은 이 분야의 현실적인 문제점을 잘 반영하고 있는 것이라 판단된다.

〈表 4-6〉 集團別 葬事情報 認知度

(단위: %)

구 분		집 단 구 분		전 체
		공무원	일반인	
시설정보	전혀모른다	5.4	21.4	12.2(35)
	잘모른다	27.8	33.8	30.4(87)
	대강안다	44.2	40.4	42.6(122)
	매우잘안다	21.8	3.3	13.9(40)
용품정보	전혀모른다	18.1	28.9	22.7(65)
	잘모른다	55.2	47.1	51.7(148)
	대강안다	23.6	19.8	22.0(63)
	매우잘안다	3.0	3.3	3.1(9)
장례절차	전혀모른다	8.4	12.3	10.1(29)
	잘모른다	44.2	35.5	40.5(116)
	대강안다	40.6	37.1	39.1(112)
	매우잘안다	6.0	13.2	9.0(26)
행정절차	전혀모른다	3.6	15.7	8.7(25)
	잘모른다	18.1	49.5	31.4(90)
	대강안다	43.6	28.9	37.4(107)
	매우잘안다	33.3	4.9	21.3(61)
장제비	전혀모른다	10.3	27.2	17.4(50)
	잘모른다	39.3	52.0	44.7(128)
	대강안다	35.7	15.7	27.2(78)
	매우잘안다	13.9	4.1	9.7(28)
법률인식	전혀모른다	5.4	33.0	17.1(49)
	잘모른다	15.7	27.2	20.6(59)
	대강안다	47.8	30.5	40.5(116)
	매우잘안다	30.3	8.2	20.9(60)
전 체		100.0(165)	100.0(121)	100.0(286)

다른 한편, 공무원과 일반인들이 장사관련 정보를 얻기가 쉬운지 어려운지 4점 척도로 질문한 결과가 <表 4-7>이다. 전체 응답자 중에서 57.7%가 어려운 편이라고 대답하였고, 12.9%는 매우 어렵다고 대답하였다. 반면 26.2%만이 쉽다고 대답함으로써, 일반인뿐만 아니라 공무원들도 장사정보를 얻기는 쉽지 않은 것으로 조사결과 나타났다.

<表 4-7> 情報獲得 程度

(단위: 명, %)

구 분	모르겠다	매우 어려움	어려운 편	쉬운 편	매우 쉬움	합계
빈 도	9	37	165	71	4	286
비 율	3.1	12.9	57.7	24.8	1.4	100.0

이렇듯 특정 사실에 관한 정보의 원활한 유통 부재나, 정보자체의 획득 정도가 어려운 이유는 무엇일까?

조사결과를 살펴보면, 응답자들은 주로 사적인 통로를 통해 정보를 획득함을 알 수 있다. 본 조사에서 “본인의 가정 또는 가까운 친척에게 장사가 발생한다면, 장사관련 정보를 얻기 위해서 어디에 문의하겠습니까?”라고 질문하였다. 조사결과는 <表 4-8>에 요약되어 있다. 응답자 중 50.7%가 주변에 경험이 있는 친척이나 동료에게 물어볼 것이라고 대답하였다. 물론 35%는 관련시설에 문의하겠다고 대답하였다. 행정기관이나 통신매체를 통해 문의하겠다는 대답은 극소수에 불과했다. 이것은 행정기관에서 장사정보 유통에 그 동안 적극적 역할을 하지 못하고 있음을 반영하는 것이다. 관련시설도 그 특성상 공공성보다는 영리를 추구하는 민간 업체라고 볼 때, 현재로서는 장사정보의 생산 및 유통에 주로 민간 주체들의 역할이 중심이 된다고 볼 수 있다.

〈表 4-8〉 問議處

(단위: 명, %)

구 분	관련시설	행정기관	주변사람	통신매체	기타	모르겠다	합계
빈 도	100	21	145	11	9	-	286
비 율	35.0	7.3	50.7	3.8	3.1	-	100.0

한편, “최근에 장사관련 정보를 들은 적이 있다면, 어디서 들었습니까?” 라고 물었을 때, 전체의 35.7%는 TV, 라디오, 신문, 잡지 등의 통신매체라고 대답했으며, 18.5%는 평소 주변사람을 통해서라고 대답하였다. <表 4-9>는 조사결과표이다.

위의 <表 4-8>의 내용과 종합해보면, 평소 통신매체를 통해서 장사 관련 정보를 듣기는 했으나, 막상 상을 당하면 사적 통로를 통해 정보를 동원할 것이라는 점을 짐작할 수 있고, 이 결과는 그 만큼 다른 정보획득 경로가 없다는 점을 시사하고 있는 것이다.

〈表 4-9〉 情報獲得 經路

(단위: 명, %)

구 분	각종 모임	주변 사람	통신 매체	관련 시설	행정 기관	들은적 없음	기타	결측값	합계
빈 도	45	53	102	31	31	16	5	3	286
비 율	15.7	18.5	35.7	10.8	10.8	5.6	1.7	1.0	100.0

장사가 발생하였을 때, 사람들이 가장 궁금해 하는 점은 무엇인지 살펴보자. <表 4-10>은 “장사와 관련해서 가장 궁금한 사항은 무엇입니까?” 라는 질문의 응답결과이다. 전체의 33.2%가 葬禮用品의 종류 및 가격이라고 대답하였다. 28.7%는 장례절차라고 대답하였고, 25.9%는 장례장소 및 매·화장 시설 정보라고 대답하였다.

〈表 4-10〉 궁금 事項

(단위: 명, %)

구 분	장례절차	시설정보	용품정보	행정절차	기타	없음	합계
빈 도	82	74	95	25	3	7	286
비 율	28.7	25.9	33.2	8.7	1.0	2.4	100.0

그리고 <表 4-11>은 관련 업체에게 “사람들이 가장 많이 문의하는 내용은 무엇입니까?”라고 질문의 응답결과이다. 전체의 55.4%가 장례용품의 종류 및 가격이라고 대답하였고, 28.4%는 장례절차라고 대답하였다.

〈表 4-11〉 問議內容

(단위: 명, %)

구 분	장례절차	시설정보	용품정보	행정절차	기타	결측값	합계
빈 도	21	8	41	2	1	1	74
비 율	28.4	10.8	55.4	2.7	1.4	1.4	100.0

이상의 내용을 종합해 볼 때, 국민들이 가장 궁금해하는 것은 장례용품에 대한 제반 정보라고 결론지을 수 있다. 그리고 다음은 장례절차에 대한 정보를 알고 싶어한다고 말할 수 있다. 이 점은 그 동안 장례용품에 대한 정보가 상대적으로 국민들에게 알려지지 않았음을 반영하는 것이다. 장례용품의 생산과정이나, 유통 과정이 특정 집단에 의해서 독점되어 정보유통이 자유롭지 못한 것이다. 장례와 관련된 각종 부조리도 여기서 연유하는 바가 크다고 할 수 있다.

장례절차와 관련해서는 아직도 전통적 장례절차가 현 실정에 맞게 변용되어 널리 실천되지 않는다는 점을 알 수 있다. 다시 말해 여전히 까다로운 전통적 장례절차가 의미의 재해석을 통한 현대적 변용

없이 그대로 진행되고 있어, 일반인들이 이해하기 어렵다는 것이다. 장례의 의미는 시대의 변화에 따라 변했으나 그 형식은 아직 큰 변화 없이 그대로 실천되고 있는 것이다.

3. 情報센터에 관한 認識

본 조사에서 가장 중점을 두었던 사항은 장사정보센터와 관련된 관계자 및 국민들의 의식조사였다. 구체적으로 센터의 필요성에 대한 질문에서부터, 설립주체, 설립단위, 활용 가능한 기존조직, 운영재정, 정보제공방법, 센터의 역할 등에 관한 질문들이었다. 이 질문의 조사 결과를 살펴보도록 하겠다.

가. 情報센터의 必要性

먼저 응답 대상자의 집단별로 센터의 필요성에 대한 인식 조사결과를 살펴보면 <表 4-12>와 같다. 업체 종사자는 전체의 48.6%가 필요한 편이라고 대답하여 가장 많고, 21.6%는 매우 필요하다고 대답하였다. 공무원은 전체의 52.1%가 필요한 편이라고 대답하여 가장 많고, 38.1%는 매우 필요한 편이라고 대답하였다. 일반인은 전체의 59.5%가 매우 필요하다고 대답하여 가장 많고, 40.4%가 필요한 편이라고 대답하였다. 집단별로 비교해보면, 업체 종사자나 공무원보다 일반인들이 장사정보센터의 필요성을 절실히 느끼고 있는 것으로 나타났다.

<表 4-12> 集團別 情報센터 必要性 認識度

(단위: %)

구 분	필요성					전체
	모르겠음	전혀 불필요	필요하지 않은편	필요한편	매우 필요	
업 체	14.8	1.3	13.5	48.6	21.6	100.0
공무원	2.4	1.2	6.0	52.1	38.1	100.0
일반인	-	-	-	40.4	59.5	100.0
전 체	4.1	0.8	5.5	47.5	41.9	100.0

지역별로 정보센터의 필요성 정도를 살펴보면 의미 있는 차이를 발견할 수 있다. <表 4-13>은 “장사정보센터를 설립할 필요성이 있습니까?”라는 질문의 응답결과이다. 서울, 인천, 대전에서는 ‘매우 필요하다’는 대답이 가장 많았다. 그리고 경기도는 ‘매우 필요하다’와 ‘필요한 편이다’라는 대답이 같게 나타났으며, 나머지 부산, 대구, 광주, 울산, 강원, 충청, 전라, 경상, 제주는 ‘필요한 편이다’라는 대답이 가장 많았다.

이상의 내용을 종합해보면, 서울 근교의 광역도시에서는 정보센터의 필요성을 절실하게 느끼고 있으나, 기타 다른 지역에서는 ‘필요한 편이다’라고 생각은 하지만 상대적으로 서울 근교의 광역도시에 비해서 정보센터의 필요성을 적게 느끼고 있다는 사실을 알 수 있다. 현실적인 주거환경과 도시적 정서가 반영된 것으로 해석할 수 있다.

지역적 차이는 있으나, 전체적으로 볼 때, 응답자의 47.5%는 정보센터가 ‘필요한 편이다’라고 생각하며, 41.9%는 ‘매우 필요하다’라고 생각하고 있는 것이다. 따라서 전체의 약 89.4%가 장사정보센터의 필요성을 절감하고 있는 것으로 조사되었다.

〈表 4-13〉 地域別 情報센터 必要性 認知度

(단위: %)

구 분	필요성					전체
	모르겠음	전혀 불필요	필요하지 않은편	필요한편	매우 필요	
서울	-	2.3	2.3	33.3	62.0	100.0
부산	13.0	-	4.3	43.4	39.1	100.0
대구	-	-	13.3	53.3	33.3	100.0
인천	-	-	-	40	60	100.0
광주	7.1	-	7.1	78.5	7.1	100.0
대전	-	-	-	16.7	83.3	100.0
울산	-	-	20	60	10	100.0
강원	10.5	-	10.5	63.1	15.7	100.0
경기	3.6	-	7.1	44.6	44.6	100.0
충북	9.0	-	27.3	36.4	27.3	100.0
충남	5.5	-	-	55.5	38.9	100.0
전북	9.5	-	4.8	47.6	38.1	100.0
전남	-	4.5	4.5	50	40.9	100.0
경북	7.4	-	3.7	66.7	22.2	100.0
경남	-	-	-	64.7	35.3	100.0
제주	-	-	16.6	50	33.4	100.0
결측값	33.3	-	-	33.3	33.3	100.0
전체	4.2	0.8	5.6	47.5	41.9	100.0

나. 設立主體

장사정보센터를 설립함에 있어서, 핵심적 사항 중 하나는 센터설립 및 운영을 누가 주관할 것인가의 문제이다. 센터 설립주체에 관한 조사결과를 응답자 집단별로 살펴보면 <表 4-14>와 같다. 업체 종사자들 중 37.8%는 민·관 합자 단체가 주관해야 한다고 대답하였고, 29.7%는 공공기관에서 주관해야 한다고 대답하였다. 그러나 공무원의

47.8%는 민간단체가 주관해야 한다고 대답하였고, 34.5%는 민·관 합자 단체에서 주관해야 한다고 대답하였다. 일반인의 경우는 47.1%가 민·관 합자 단체가 주관해야 한다고 대답하였고, 37.1%는 공공기관이 주관해야 한다고 대답하였다.

전체적으로는 민·관 합자 단체가 주관해야 한다는 대답이 39.4%로 가장 많고, 민간단체가 주관해야 한다는 대답이 30%, 공공기관이 주관해야 한다는 대답이 25.5% 순으로 나타났다. 그러나 공무원의 사례 수가 업체 종사자나 일반인보다 상대적으로 많고, 공무원을 제외한 나머지 두 집단에서는 민간단체보다 공공기관이 주관해야 한다는 대답이 상대적으로 많은 점을 고려한다면, 공무원의 응답이 편향되어 있음을 알 수 있고, 결과적으로 공공기관에 제2의 우선 순위를 두어야 한다고 해석할 수 있다. 따라서 조사결과에 따르면, 정보센터의 설립 및 운영 주체는 최우선적으로 민·관 합자 단체가 바람직하며, 다음은 공공기관이 바람직하다고 말할 수 있다.

〈表 4-14〉 集團別 設立主體

(단위: %)

구 분	설 립 주 체					전 체
	공공 기관	민간 단체	민관합자 단체	기타	모르겠다	
업 체	29.7	14.8	37.8	6.7	10.8	100.0
공무원	15.1	47.8	34.5	-	2.4	100.0
일반인	37.1	14.8	47.1	0.8	-	100.0
전 체	25.5	30.2	39.4	1.6	3.3	100.0

다. 設立單位

다음은 응답 대상자 집단별로 장사정보센터의 설립단위에 대한 조사결과를 살펴보면 <表 4-15>와 같다. 업체 종사자들의 45.9%는 시·군·구 단위에 설치해야 한다고 대답하였고, 40.5%는 광역시 또는 도 단위에 설치해야 한다고 대답하였다. 공무원의 54.5%는 시·군·구 단위에 설치해야 한다고 대답하였고, 40%는 광역시 또는 도 단위에 설치해야 한다고 대답하였다. 일반인의 76.8%는 시·군·구 단위에 설치해야 한다고 대답하였고, 19%는 광역시·도는 도 단위에 설치해야 한다고 대답하였다. 종합해보면, 응답자 전체의 60.2%가 시·군·구 단위에 정보센터를 설립해야 한다고 대답하였고, 33.0%가 광역시 또는 도 단위에 설치해야 한다고 대답하였다.

<表 4-15> 集團別 設立單位

(단위: %)

구 분	설 립 단 위				전 체
	시·도	시·군·구	기타	모르겠다	
업 체	40.5	45.9	5.4	8.1	100.0
공무원	40.0	54.5	2.4	3.0	100.0
일반인	19.0	76.8	4.1	-	100.0
전 체	33.0	60.2	3.6	3.2	100.0

이것은 정보센터의 실제적 기능 단위를 염두에 두고 대답한 것이라 판단된다. 즉, 정보센터의 전체적 위상을 고려하면서, 그 센터를 어떤 단위에 설립할 것인지 대답한 것은 아니다. 왜냐하면 정보센터는 아직 설립되지 않은 상태이므로, 응답자들은 그 전체적인 체계를 고려할 수 있는 상황이 아니었다. 따라서 개인으로서 자신의 입장에서 센터의 기능에 최하위 단위에까지 미치기를 희망하는 것으로 해석할 수

있다. 결과적으로 정보센터의 효과는 가장 최하위 단위까지 미치도록 설계되어야 함을 알 수 있다.

라. 利用 可能한 既存組織

다음으로, 정보센터 설립단계에서 활용할 수 있는 기존조직에 대하여 질문한 결과는 <表 4-16>과 같다. “각 단위 행정기관과 연계하여, 센터로 활용할 수 있는 기존의 조직이 있다면 무엇입니까?”라고 질문하였다. 업체 종사자의 43.2%는 지방자치단체라고 대답하였고, 21.6%는 사회복지시설이라고 대답하였다. 공무원은 대략 26%에서 29% 수준에서 葬墓管理所, 지방자치단체, 사회복지시설을 고루 지적하였다. 일반인의 46.2%는 지방자치단체라고 대답하였고, 33%는 사회복지시설이라고 대답하였다.

<表 4-16> 集團別 既存組織

(단위: %)

구 분	기 존 조 직							전체
	지방 자치단체	장 묘 관리소	사회 복지시설	시민 단체	기타	모르겠다	결측값	
업 체	43.2	6.75	21.6	6.7	6.7	13.5	1.3	100.0
공무원	27.2	29.6	26.0	8.4	3.6	4.8	-	100.0
일반인	46.2	9.09	33.0	5.7	2.4	3.3	-	100.0
전 체	36.9	18.0	27.5	7.2	3.8	6.1	0.2	100.0

조사결과를 종합해보면, 전체의 36.9%가 활용 가능한 기존조직으로서 지방자치단체를 지적했고 다음은 사회복지시설을 지적하였다. 이것은 정보센터의 공공성을 강조하는 것이라 해석할 수 있다. 공무원이 지적한 葬墓管理所는 지방자치단체의 특수한 조직으로서, 정보센

터와 통합하는 방안을 고려해 볼 수 있으며, 다른 한편으로 사회복지 시설을 정보센터와 통합하는 방안도 고려해 볼 수 있을 것이다.

마. 設立 및 運營財政 確保方法

한편, 장사정보센터설립의 가장 실질적 문제 중 하나는 설립 및 운영재정 확보 방법에 관한 문제이다. <表 4-17>은 “장사정보센터의 운영재정은 어떻게 확보하는 것이 바람직합니까?”라고 질문의 응답결과이다. 업체 종사자는 전체의 43.2%가 전액 정부지원을 선택하였고, 39.1%가 민·관 공동투자를 선택하였다. 공무원은 전체의 52%가 민·관 공동투자를 선택하였고, 24.2%가 전액 민자유치를 선택하였다. 일반인은 전체의 55.3%가 민·관 공동투자를 선택하였고, 39.6%가 전액 정부지원을 선택하였다. 운영재정에 관한 항목에서는 집단별 특성이 그대로 드러나고 있다. 즉, ‘전액 정부지원’을 가장 많이 선택한 집단은 업체종사자이며, ‘전액 민자유치’를 가장 많이 선택한 집단은 공무원이며, ‘민·관 공동투자’를 가장 많이 선택한 집단은 일반인들이었다. 이런 응답 경향은 각 집단의 이해관계를 분명히 보여주고 있다.

<表 4-17> 集團別 運營財政

(단위: %)

구 분	운 영 재 정						전 체
	전액정부 지 원	전액 민자유치	민관 공동투자	기타	모르겠다	결측값	
업 체	43.2	6.7	39.1	-	9.4	1.3	100.0
공무원	22.4	24.2	52.2	0.6	0.6	-	100.0
일반인	39.6	3.3	55.3	-	0.8	0.8	100.0
전 체	32.5	13.6	50.5	0.2	2.5	0.5	100.0

그러나 결과를 종합해보면, 역시 ‘민·관 공동투자’가 가장 바람직한 운영재정 확보방법이라고 대답한 사람들이 전체의 50.5%로써 가장 많다. 다음은 ‘전액 정부지원’이라고 대답한 사람들이 32.5%이며, ‘전액 민자유치’라고 대답한 사람은 13.6%로 가장 적게 나타났다. 따라서 운영재정 확보 방법으로 가장 적당하다고 생각하는 것은 민·관 공동투자 방법인 것으로 조사결과 나타났다.

바. 情報提供 方法

장사정보센터가 설립된다면, 정보센터에서 이용할 수 있는 정보제공 방법은 전화, 인터넷, 안내책자, 전시관 등 다양할 수 있다. <表 4-18>은 이에 대한 조사결과이다. 정보센터의 가장 적절한 정보제공 방법은 무엇인지 질문하였다. 업체 종사자나 공무원, 그리고 일반인 모두 공히, 전체의 45.5%는, 상담전화가 가장 중요한 정보제공 방법이 될 것이라고 대답하였다.

<表 4-18> 集團別 情報提供 方法

(단위: %)

구 분	제 공 방 법							전 체
	상담 전화	인터넷	안내 책자	전시관	기타	모르 겠다	결측값	
업 체	52.7	10.8	24.3	5.4	1.3	5.4	-	100.0
공무원	40.6	28.4	24.8	4.2	0.6	1.2	-	100.0
일반인	47.9	20.6	21.4	6.6	2.4	-	0.8	100.0
전 체	45.5	22.2	23.6	5.2	1.3	1.6	0.2	100.0

현재는 아직까지 전화사용이 가장 일반적이라는 점을 보여주고 있다. 반면 최근에 부각되고 있는 인터넷에 대한 인지도는 그리 폭넓지 않음을 알 수 있다.

사. 情報센터의 役割

정보센터의 역할은 정보센터 설립 모형 결정의 가장 핵심 사항 중 하나이다. <表 4-19>는 이 내용에 관한 조사결과이다. “정보센터의 역할로 가장 중요한 것은 무엇입니까?”라고 질문하였다. 업체 종사자의 경우는 44.5%가 관련시설 정보 제공이라고 대답하였고, 21.6%는 정책 홍보라고 대답하였다. 공무원의 38.1%가 관련시설 정보 제공이라고 대답하였고, 23%는 장례절차 상담 및 장례용품 대여라고 대답하였다. 일반인의 45.4%는 관련시설 정보 제공이라고 대답하였고, 16.5%는 정책 홍보라고 대답하였다. 전체적으로는 관련시설 정보 제공이라고 대답한 사람이 41.9%로 가장 많았고, 장례절차 상담 및 장례용품 대여라고 대답한 사람이 16.9%로 둘째로 많았다. 조사결과, 집단간의 별 특이성은 없었으며, 정보센터의 역할로서 가장 중요하게 생각하는 것은 관련시설 정보 제공임을 알 수 있다. 그러나 장례와 관련된 새로운 서비스가 개발된다면 이것은 새로운 정보 내용으로 추가될 것이다.

<表 4-19> 集團別 情報센터의 役割

(단위: %)

구 분	역 할								전체
	시설 정보제공	용품 정보제공	업무 대행	절차 상담	묘지 전산화	정책 홍보	기타	모르 겠다	
업 체	44.5	17.5	2.7	8.1	1.3	21.6	-	4.0	100.0
공무원	38.1	19.3	8.4	23.0	3.0	7.2	0.6	-	100.0
일반인	45.4	10.7	11.5	14.0	0.8	16.5	0.8	-	100.0
전 체	41.9	16.1	8.3	16.9	1.9	13.3	0.5	0.8	100.0

이상의 조사결과를 각 변수에 따라서 집단별로 요약하면 <表 4-20>과 같다.

〈表 4-20〉 集團別 比較分析

구 분	업 체	공무원	일반인	특성	
일반적 성격	지 역	지역분포는 일괄적으로 서울과 경기도가 최다 분포를 이룸.		-	
	연 령	주로 40~50대 분포	주로 30~40대 분포	20~50대까지 고루 분포	업체종사자가 비교적 연령대가 높음.
	성 별	여성이 응답자의 4%	여성이 응답자의 15.1%	여성이 응답자의 28.9%	업체에 여성 응답자가 제일 적은 편
	학 력	고졸과 전문대졸 이상에 고루 분포			
	종 교	무-불-기-천	무-불-기-천	기-천-불-무	
장사정보 센터 관련사항	필요성	필요한 편	필요한 편	매우 필요	일반인이 가장 필요성을 느끼고 있음.
	지역별 필요성	서울, 인천, 대전의 경우 매우 필요 기타 지방은 필요한 편			수도권일수록 필요성이 절실
	주 체	민관합자형태	민간단체	민관합자단체	자기 역할을 기피하는 현상
	단 위	전체적으로 시·군·구 단위에 설립하는 것이 바람직하다고 지적			
	재 정	전액정부지원	민관공동투자 전액민간투자	민관공동투자	공무원만이 전액민간투자를 많이 지적
	방 법	전화, 안내책자 인터넷 순으로 지적			공무원이 인터넷 비중을 가장 크게 지적
	역 할	시설정보, 정책 홍보, 용품정보 순으로 지적	시설정보, 절차 상담, 용품정보 순으로 지적	시설정보, 정책 홍보, 절차상담 순으로 지적	

4. 葬事情報센터 運營의 成功要因 分析

가. 成功要因 分析의 概要

정보센터의 성공요인 분석(Critical Success Factor Analysis)은 주로 경영학분야에서 기업 정보센터의 성공요인 분석에 쓰이는 분석방법이다. Daniel, D. R.에 따르면, 조직의 안정은 소수의 주요 영역에서 행해지는 업무 수행과 관련되어 있다는 것이다(Daniel, D. R., 권영균, 1992:14에서 재인용). 그리고 이 분야에서는 CSF 분석을 통해서 소수의 주요 영역을 규명하고 있다. 기업 정보센터에서 주요 성공요인은 조직의 성공을 위해 취해야 할 올바른 방법에 주의를 집중시킬 수 있도록 해주기 때문에, 관리 차원에서 유용하게 사용될 수 있다는 것이다(Rockart, J. F., 임동원, 1994:34 쪽에서 재인용).

따라서 이 분야에서는 정보센터의 주요 성공요인을 도출하는 것이 중요한 과제로 부상하고 있다.¹³⁾ 기존의 주요 성공요인 분석은 그동안 연구된 CSF 분석에서 그 신뢰도가 검증된 중요 요인을 중심으로 발전된 분석을 시도하는 추세이다.

본 연구에서도 기존 기업정보센터 성공요인 분석에 기초하여 장사 정보센터의 성공요인 분석을 시도하였다. 그러나 기존의 기업 정보센터 성공요인 분석에 반해서, 본 연구는 연구환경 면에서 많은 제약을 가지고 있는 실정이다. 우선 장사정보센터가 현재 설립되어 운영되고 있는 상태가 아니며, 센터의 특성도 기업 정보센터와 그 구성 요소 면에서 매우 다르다. 따라서 기업 정보센터 성공요인 분석과 같은 체계적인 분석을 시도할 수는 없다. 다만, 본 연구에서는 기존의 성공요

13) Magal 등은 기업 정보센터의 주요 성공요인으로 촉진(facilitation), 서비스(service), 조정(coordination), 역할명시(role clarity), 몰입(commitment) 등을 제시하고 있음(임동원, 1994:34쪽 참조).

인 분석의 기법을 장사정보센터에 도입해, 설립단계에서 중요한 요인이 무엇인지 도출하려는 차원에 머물 것이다.

본 연구에서는 장사정보센터의 성공요인 분석을 위해서, 장사정보센터와 관련된 총 10개의 질문 문항을 준비했다. 10개 문항은 ① 센터 설립가능성, ② 센터 체계신뢰성, ③ 제공 정보 신뢰성, ④ 정보의 갱신, ⑤ 장례용품 유통구조 개선효과, ⑥ 장례문화 개선효과, ⑦ 관련업무 개선효과, ⑧ 관련자 업무 개선효과, ⑨ 법적 근거의 필요성, ⑩ 법률 실효성 확보 효과이다.

나. 成功要因 分析 結果

전체 변수 중에서, 장사정보센터와 관련된 변수 총 10개를 선정해 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분 분석(Principle Components Analysis) 방법을 사용하였으며, 요인 수를 3개로 지정하여 분석하였다. 분산비율을 살펴보면, 첫째 요인에 의해서 설명되는 분산비율은 총 분산의 48.1%이고, 둘째 요인에 의해서 설명되는 분산비율은 총 분산의 9.2%이고, 셋째 요인에 의해서 설명되는 분산은 총 분산의 8.1%이다. 3개의 요인이 설명해주는 분산비율은 총 분산의 65.38%이다. 분산을 기준으로 하는 경우, 사회과학 분야에서는 일반적으로 총 분산의 60% 정도를 설명해주는 요인까지를 선정한다(원태연·정성원, 1999:373). 그러나 <表 4-21>을 보면, 요인 2와 요인 3을 추가하면 분산의 비율이 65.38%까지 증가하기는 하지만, 첫째 요인에 비해 나머지 2개의 요인을 추가해 증가하는 분산의 비율이 매우 적은 편이라 할 수 있다.

〈表 4-21〉 説明된 總 分散

성분	초기 고유값			추출 제곱합적재값		
	합계	% 분산	% 누적	합계	% 분산	% 누적
1	4.806	48.06	48.06	4.806	48.06	48.06
2	0.920	9.206	57.27	0.920	9.206	57.27
3	0.811	8.114	65.38	0.811	8.114	65.38
4	0.730	7.305	72.69			
5	0.678	6.785	79.47			
6	0.576	5.763	85.24			
7	0.444	4.449	89.69			
8	0.434	4.343	94.03			
9	0.341	3.416	97.45			
10	0.254	2.548	100.00			

註: 추출 방법: 주성분 분석

요인 추출 시 요인과 각 문항과의 관계를 명확히 드러내기 위해서 베리맥스(VARIMAX) 회전 방법을 사용하여 회전시켰다. <表 4-22>는 회전 후의 성분행렬표를 나타내고 있다. 10개 문항 중에서 업무협조, 업무 도움, 법적 근거, 실효성 등 네 개의 변수가 첫째 요인의 集落을 구성하고 있으며, 체계신뢰, 정보신뢰, 정보지속 등 세 개의 변수는 둘째 요인의 集落을 구성하며, 효과1, 효과2 두 개의 변수는 셋째 요인의 集落을 구성하고 있다. 요인 적재값(factor loadings)의 기준은¹⁴⁾ 0.5로 잡았으며, 설립가능성 변수는 요인 적재값이 적어 셋째 요인의 集落에서 제외하였다.

첫째 요인은 주로 정보센터 관계자들의 이해관계를 나타내는 변수

14) 통상적으로 요인 적재값이 0.5 이상이면 ‘아주 유의하다’라고 하고, 0.4 이상이면 ‘유의하다’라고 하고, 0.3 이상인 경우는 ‘유의한 편이다’라고 말할 수 있다. 그러나 표본 수에 따라 기준이 되는 수치는 달라질 수 있음(원태연·정성원, 1999:378). 본 연구에서는 세 요인이 설명해주는 분산비가 적기 때문에 기준을 0.5로 높게 잡았음.

들로 이루어져 있다. 따라서 첫째 요인의 명칭을 ‘관계자의 이해관계’라고 한다. 둘째 요인은 주로 정보센터의 체계와 내용에 관한 변수들로 구성되어 있다. 둘째 요인의 명칭은 ‘센터의 체계’라고 한다. 셋째 요인은 정보센터의 효과들로 구성된다. 이 요인의 명칭은 ‘센터의 효과’라고 한다.

〈表 4-22〉 回轉된 成分行列

구 분	성 분		
	1	2	3
설립가능성	0.274	0.385	0.410
체계신뢰	0.252	<u>0.824</u>	0.230
정보신뢰	0.268	<u>0.826</u>	0.126
정보지속	0.257	<u>0.708</u>	0.320
효과1	0.071	0.260	<u>0.825</u>
효과2	0.441	0.160	<u>0.702</u>
업무협조	<u>0.672</u>	0.123	0.310
업무도움	<u>0.658</u>	0.350	0.173
법적근거	<u>0.768</u>	0.270	0.032
실효성	<u>0.708</u>	0.236	0.225

註: 요인추출 방법: 주성분 분석, 회전방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스(VARIMAX)

세 요인의 분산비율을 비교해보면 첫째 ‘관계자의 이해관계’ 요인이 48.1%로 가장 크며, 둘째 ‘센터의 체계’ 요인은 9.2%, 셋째 ‘센터의 효과’ 요인은 8.1%의 분산비를 가지고 있다. 보통 분산비가 가장 큰 요인이 가장 중요한 요인이라고 할 수 있기 때문에(채서일 외, 1995:206), 이상의 세 요인 중에서 분산비가 가장 큰 첫째 요인 ‘관계자의 이해관계’라는 요인이 제일 중요한 요인이라고 할 수 있다.

‘관계자의 이해관계’ 요인은 구체적으로 “민·관의 업무 협조 체제가 개선될 것인가?”, “본인의 업무에 도움이 될 것인가?”, “법적 근거를

마련할 필요가 있는가?”, “관련 법률의 실효성 확보에 도움이 되겠는가?”라는 질문이었다. 응답자들이 정보센터와 관련해서 센터의 체계나 정보의 질, 센터의 효과보다도 자신과 관련된 부분에 대해서 더 중요하게 생각하는 것은 자연스런 반응일 수 있고, 아직 센터의 명확한 체계나 역할이 드러나지 않은 상태에서 이런 반응은 더욱 불가피 할 수도 있다. 그러나 센터의 공공성을 염두에 두고 그 체계나 역할에 더 많은 관심을 보이지 못한 점은 아쉬운 점이라 할 수 있다.

第 5 章 葬事情報센터 構築 方案

第 1 節 葬事情報센터의 內容

1. 葬事情報센터의 設立背景

미국과 일본의 장사문화 변천과 장사정보 현황을 살펴보면 역사적인 변천과 아울러 시대를 반영하는 죽음의 인식, 장례 및 묘지의 문화가 계속적으로 변화해 왔다. 특히 장례문화와 관련하여 미국의 경우 시신의 위생문제를 고려한 방부처리가 특징적으로 발전해 왔다. 묘지와 관련하여 매장 선호하지만 묘지 부족의 심각성 인식, 묘지비용의 증가, 환경상의 문제로 인하여 화장이 점차적인 증가추세에 있다.

미국의 경우 장례와 묘지에 관련된 법률은 운영상의 규정을 세부적으로 정하고 있어 장례업자나 묘지업자의 탈선행위를 방지하고 있으며 이를 관장하는 정부기관과 관련단체는 장의업과 묘지업의 세부규정 및 장례관련 정보를 제공하고 있다. 특히 각 장례식장은 장례용품 및 장례서비스에 대하여 가격표시제를 따르게 하여 소비자가 올바른 장사정보를 접하도록 하고 있다. 반면에 장례용품 및 장례서비스에 대한 가격은 업자가 자율적으로 지정하는 것을 허용하고, 다만 소비자가 각기 다른 가격으로 고시된 장례용품 및 장사서비스를 선택할 수 있도록 하며 이의 수급조절은 시장의 기능에 의해 이루어지고 있다.

외국의 경우를 통하여 장사정보센터의 역할을 살펴보면 장례관련 자격제도의 도입 및 관리로 전문가를 통한 장례업의 행정지도를 하며, 장례용품의 가격을 장사정보센터나 사이버공간상에서 제공하여 업체간에 경쟁하도록 유도하며, 장례서비스의 평가 및 개선을 위한 민원상담처리의 기능과 궁극적으로 죽음의 질 향상을 위한 방안을 모색할 수 있으리라 본다.

또한 전국적인 묘지현황이 정확하게 파악되어 있지 않은 우리의 실정에서, 향후 묘지 시한부제도의 도입에 따른 체계적인 묘지관리를 장사정보센터에서 처리할 수 있을 것이다. 더욱이 사망신고와 관련하여 사망신고와 매·화장의 연계가 이루어지지 않아 사망자들에 대한 정확한 통계생산이 낙후되어 있는 점도 통합적으로 관리 운영될 수 있다. 일례로 전국의 화장장에서 이루어지는 화장의 성별, 지역별 등의 구체적인 자료를 확보하기 위해서는 각 화장장의 화장기록을 일일이 열거하여야 하는데 이는 화장실적에 대한 전산기록시스템이 갖추어지지 않았기 때문이다.

앞에서 살펴본 바와 같이 장사서비스, 장사행정 등의 낙후는 시행착오를 최소화시키며 시대에 부합하는 장사서비스를 제공할 수 있는 한국적인 장사정보센터의 설립을 필요로 한다. 이에 장사정보센터의 구축방안을 살펴보고자 한다.

2. 葬事情報센터의 內容

가. 葬事情報센터의 意義

국민이 장례에 관한 지식과 정보가 부족하므로 지방자치단체가 장례서비스를 포괄적으로 제공할 수 있는 체계를 구축하도록 할 필요가 있는데 이는 센터에 연락하면, 발상, 부고, 염습, 장례식 등 장의절차, 매·화장 신고와 사망신고 등 행정절차, 묘지, 납골당, 장례식장, 장의사 등의 시설안내, 장례용품 준비안내 등 포괄적인 안내서비스를 받을 수 있는 葬事情報센터의 機能 또는 역할을 획일적으로 설정하기는 어렵지만 장사정보의 유통구조에 따라 센터의 유형과 필요성이 도출되며 장사정보센터의 범주에 속하는 시설은 규모에 따라 다양하게 설정할 수 있기 때문에 각각의 센터가 수행하는 역할과 機能은 변한다고 볼 수 있다.

또한 장사정보센터를 필요로 하는 해당지역의 장사정보화 추진방향에 따라 역할과 시스템이 달라질 수 있는데, 일반적으로 보편적 서비스와 지역적 서비스의 두 가지 측면이 고려되어야 한다. 보편적 서비스 내용은 기본정보와 전문정보로 나눌 수 있는데 기본정보는 사망발생시 필요한 장례용품, 장사시설, 장례절차 등에 관한 것이며 전문정보는 사망의 준비단계나 사망 발생 후 유가족보호와 재산문제 상담 등을 언급할 수 있으며 각종 장사행정과 장사관련산업의 정보도 포함할 수 있을 것이다.

보편적 장사서비스란 지역적 여건의 차이에도 불구하고 기본적으로 장사정보화의 정착을 위해서 장사정보센터가 담당해야 할 공통적 역할을 생각할 수 있으며, 지역적 서비스는 장사정보센터에서 생산, 제공하는 장사정보가 지역의 수요에 기반을 두며 센터에서 수행하는 서비스도 지역의 특수한 여건을 반영함으로 이용자들의 편의와 장사문화개선에 기여할 수 있어야 한다.

나. 葬事情報센터의 役割과 活動內容

장사정보를 제공하며 장사정보이용의 활성화를 위한 수요와 공급을 고려한 환경기반의 조성 등은 지역적 차이나 센터의 유형에 관계없이 모든 장사정보센터가 지향해야 할 역할이다. 여기서는 보편적 서비스의 측면에 초점을 두어 구체적인 장사정보센터의 역할을 살펴보기로 한다.

장사정보센터의 가장 본질적인 역할은 각 지역에 필요로 하는 장사정보의 생산, 유통, 소비의 거점이 되는 것으로 지방자치단체, 지역주민, 장사관련업체가 요구하는 다양한 정보를 수집, 보유하여 DB로 구축·관리할 뿐 아니라 타 지역의 장사정보센터와 연결함으로써 지역과 지역간에 공유할 수 있는 접속 점의 역할을 언급할 수 있다.

특히 장사정보센터는 다양한 통신매체와 네트워크의 구축을 통해 새로운 형태의 장사서비스는 물론 다양한 장사정보와 장사행정서비스를 제공하는 창구역할과 각종 장사정보를 위한 One-stop 또는 Non-stop 서비스창구로서의 역할이 있다. 장사정보센터가 공급자 중심의 장사정보를 이용자 중심으로 공유할 수 있는 장사정보화를 추진하기 위해서는 장사정보이용자의 정보이용에 대한 관심과 능력의 제고가 전제되어야 하는 바, 센터가 이용자를 대상으로 한 정책홍보를 통하여 일상생활에서 장사정보를 가까이 접할 수 있도록 환경을 조성하고 새로운 장묘문화개선을 위한 민·관 유대강화의 장소가 되도록 노력하여야 할 것이다. <表 5-1>은 장사정보센터의 목적과 사업내용이다.

<表 5-1> 葬事情報센터의 目的과 事業內容

구 분	내 용
목 적	장사정보의 효율적 순환을 유도하며 장례문화의 개선으로 주민복지증진에 기여
사 업	장사정보의 효율적 제공 장사정보의 DB 구축 및 장사서비스에 필요한 업무 일선 장사정보제공자에 대한 교육 장사정보 제공을 위한 연구 및 진흥활동 장례문화개선을 위한 홍보, 계몽, 교육활동 장사관련 전문인력양성 민간 및 공공기관으로부터 위탁받은 조사연구 및 용역사업 기타 센터의 설립목적 달성에 필요한 사업

第 2 節 葬事情報센터 設立 및 運營方案

1. 葬事情報센터 設立·運營主體 및 形態

가. 設立主體

장사정보센터의 설립추진 방식은 크게 공공투자, 민간주도, 제3섹터 방식 등이 있으므로 각 자치단체마다 지역의 특성을 고려하여 적절한 형태를 취하는 것이 바람직하다. 그러나 어떤 추진방식을 선택하더라도 반드시 갖추어야 할 공통적인 요소는 장사정보센터의 공공적 역할과 원활한 장사정보유통을 이끌어 낼 수 있어야 한다는 것이다. 우선 정보센터의 역할에 따라 설립주체를 결정할 수 있는데, 설립주체의 비영리성과 정보의 공공성을 기본적으로 요구한다면 지방자치단체가 설립하는 것이 바람직하며, 영리성과 정보의 비대칭성을 인정한다면 주식회사 형태의 설립이 바람직하다고 말할 수 있다.

한편으로는 장사정보제공사업의 공공성, 영속성이란 어떤 것인지 생각할 필요가 있다. 장사정보를 복지측면에서 말할 때는 공공성이

만 기업입장에서는 영리의 수단이라 할 수 있다. 비영리성에 대해서는 장사정보센터의 운영도 한 개의 사업이며 비용이 수반하는데 비해 수입은 한정되어 있어 운영상의 문제점을 야기할 수 있으며 한편으로는 장사정보운영에 따라 특정 장의업자에게 이윤이 흐르는 등 비영리성을 보장할 수 없다.

정부예산으로 공공기관에 센터를 운영하는 경우에는 센터의 공공성을 보장한다는 측면에서 바람직하나, 정부의 전적인 지원으로 센터를 운영한다는 것은 바람직하지 않은데 이는 향후 정부의 예산이 중단되거나 감소하면 사업의 지속성을 가져오기 어려우며 센터가 지나치게 정부예산에 의존하면 관련업체나 기관의 자발적인 지원과 참여를 적극적으로 유도하기 어려운 점이 있을 것이다.

따라서 사업초기에는 정부의 적극적인 지원을 통하여 센터의 운영을 활성화시키는 데 주력을 두고 이후 관련기관의 후원금이나 이용자요금 등을 통하여 재원을 조달하는 형태로 전환하는 것이 바람직하다. 관련업체를 통해 재원을 조달할 수 있는 경우, 반드시 공공기관의 형태로 센터가 존재할 이유는 없을 것이다. 그러므로 초기에는 정부의 출연금으로 설립하나 차후 재단법인이나 비영리법인의 사단법인으로 전환하는 것이 바람직할 것이다.

나. 設立形態

장사정보센터의 설립을 새로운 독립조직으로 신설하는 안과 기존의 조직에 부설되는 기구, 혹은 협의회를 구성하여 운영하는 형태로 나누어 생각해 볼 수 있는데 새로운 조직은 센터의 사업을 통합적이고 효율적으로 추진할 수 있도록 구성하여 사업을 보다 효율적으로 추진할 수 있는 장점이 있으나 설립을 위한 법적 근거, 시설 및 설비의 확보, 인력확충 등 많은 시간과 노력이 필요하다.

기존의 기관에 부설하는 경우에는 기관에서 보유하고 있는 인력과

시설, 공간 등을 활용할 수 있으므로 비용측면에서는 유리하며 특히, 기존에 유사한 업무를 수행중인 기관에 부설하는 경우 신설조직에 비해 업무의 연계성과 전문성을 활용할 수 있는 장점이 있다. 대외 관계에 있어서도 기존조직을 바탕으로 관계를 확장시켜 나갈 수 있으므로 협력관계를 넓힐 수 있다. 하지만 기존 조직에 부설하는 경우 기존 조직에서 나타나는 문제점이 센터에도 나타날 수 있다.

장사협의회는 최소한의 운영조직을 신설하여 기존 조직을 연계하는 Network를 구성하여 서로 다른 조직을 통하여 센터형태의 조직을 운영하는 방안이다. 이는 경비면에서 절감이며 새로운 조직을 신설할 필요도 없고 기존조직에 부설하는 경우도 아닌 기존조직을 연계한다는 측면에서 새로운 시도라 할 수 있다. 하지만 이러한 시도도 시범 지역을 선정하여 운영함으로 운영에 따른 장·단점을 살펴본 후 전국적인 Network를 구성할 필요가 있기에 본 연구에서는 이러한 Network 모델을 중심으로 장사정보센터의 설립을 추진하고자 한다.

다. 運營主體

센터의 운영주체를 선정하기 위해서는 센터의 기능을 살펴보아야 하는데 이러한 기능을 효율적으로 수행할 수 있는 업무의 효율성과 이러한 업무를 최소한의 인력과 시설, 비용으로 수행할 수 있는 비용의 효율성이 중요한 판단의 기준이 될 것이다. 업무의 효율성 측면에서는 민간보다는 공공이 운영주체로 참여하는 것이 바람직하다고 여겨지는데 이는 정보를 수집하여 관리하고 제공하는 기능을 수행함에 있어 관련업무의 종사자나 경험자가 장사정보이용자의 필요한 내용을 정확하게 파악할 수 있는 장점이 있으며 정보시스템의 발전과 유지를 위해서도 중요한 요인이 될 것이다. 특히 정보의 오용 또는 남용을 방지함에 있어서도 공공성을 갖춘 전문인력으로 운영하는 것이 합리적이라 할 수 있다. 특히 정보의 신뢰성과 유용성에 관한 문제가 발

생하는 경우 이용자의 편리에 직접적으로 영향을 미치므로 공공성에 바탕을 둔 정보제공이 절실하게 여겨질 것이다.

장사정보화를 추진하는 조직 구성에서 중요한 것은 지역내 이해관계자들의 역할 관계를 재구성하는 것이다. 장사정보화에서 행정기관은 중요한 역할을 수행할 필요가 있지만 좀더 효과적이고 지역의 실정에 맞는 장사정보화가 추진되기 위해서는 민의 역할이 증대되어야 한다. 장사정보화의 바람직한 추진 주체는 지역 내에 있는 각 이해관계자들의 합의를 통해 구성되는 것이 바람직하며, 또한 지역 유관기관과 상호 연계될 수 있도록 하여야 할 것이다.

〈表 5-2〉 運營主體間 比較 評價

형태/분류	공공성	정보수집력	서비스의 전문성	이용자 중심의 대처성	투자 효율성	재원 확보	수익성
관주도	○	×	×	×	×	□	×
민주도	×	△	○	○	○	□	○
관주도 민·관 합작	□	□	△	△	△	□	△
민주도 민·관 합작	△	○	○	□	□	○	□

장사정보화의 운영주체는 민·관 합작 형태의 비영리 공익재단법인의 형태가 바람직할 것이다. 이러한 판단의 근거로는 운영주체에 따른 여러 준거들인 공공성, 정보수집력, 서비스의 전문성, 이용자 중심의 대처성, 재원확보, 수익성 등으로 평가하여 볼 때 이러한 민주도 민·관 합작의 운영형태가 바람직한 것으로 나타나기 때문이다.

이러한 조직은 지역내의 여러 유관기관인 지역주민, 관공서, 관련업

체 등이 상호 연계될 수 있도록 하여야 할 것이다. 즉, 이러한 매개체를 통해 지역 유관기관의 보유 장사정보가 서로 간에 막힘이 없이 상호 필요한 곳으로 원활히 흐를 수 있는 연계 체제가 광역거점장사정보센터를 중심으로 마련되어 정보 교류를 통한 장사정보의 상호상승 효과를 극대화시켜야 할 것이며 나아가 지역주민과 지역 기업들에게 유용한 장사정보 제공을 가능하게 할 것이다.

재정적 부담을 줄이면서 장사정보화를 추진하기 위해서는 비영리 재단법인의 조직을 통해서 수익성 있는 정보산업의 발판을 통하여 장사정보산업 육성도 촉진하면서 비영리 공익 재단법인도 재정적 자립을 기할 수 있는 기대효과를 거둘 수 있다.

〈表 5-3〉 段階別 葬事情報센터의 主體

구 분	설립주체	운영주체
도입단계	중앙정부 + 지방자치단체	중앙정부 + 지방자치단체
정착단계	지방자치단체	지방자치단체 + 민간단체
효율화단계	지방자치단체	민간단체

하지만 비용의 효율성 측면에서는 새로운 센터조직을 설치·운영하는 경우, 설립경비와 운영경비를 조달하여야 하므로 비용 면에서는 가장 비효율적이라 할 수 있으며, 기존 조직에 부설하는 경우 기존의 조직이 보유한 지식 등을 활용할 수 있어 관련기관과의 연계와 필요 인력과 시설의 확보 면에서 투자비용을 많이 줄일 수 있다. 특히 장사협의회의 구성을 중심으로 하는 Network서비스 전달체계는 현재 정부조직의 축소화에 부응하는 방법이며 장사정보센터의 도입단계모델로써 시도해 볼 수 있는 방안이라 할 수 있다. 이는 기존의 지방자치단체의 조직과 시민단체, 관련업체를 연계하여 장사정보를 제공하는 방법으로 비용 면에서 단연 효율적인 방법이라 할 수 있다. 업무효율성에 있어

서도 관련조직의 교육과 Incentive제도를 도입하여 운영할 수 있는 Network모델이 새로이 신설되는 센터의 조직에 비해 뛰어날 수 있다.

〈表 5-4〉 運營主體에 따른 센터 模型

구 분	지방자치단체	민간단체	민·관합자
목 표	공익성	수익성	공익성+수익성
조직 및 인원	지자체 내부조직으로 운영, 경영책임명확	전문인력으로 구성	출자액에 따른 조직 구성, 전문경영인에게 위탁경영
입주형태	공공기관내	유상임대	공공기관내 유상임대
정보제공의 기능 및 역할(기본정보(사망발생시)전문정보(사망대비 후, 관련법률 산업)	기본정보위주-공공성의 최대한 보장, 전문정보제공, 담당인력확보 필요, 지역특성고려 어려움	기본정보-위탁서비스(정보의 공공성 미약), 전문정보-수익성위주, 지역특성에 탄력적 대응	기본정보-공공성 전문정보-수익성 원활한 정보제공 경영의 효율성 증대
설립재원 확보	정부지원(중앙·지자체) 예산으로 전액충당, 장사등에 관한 법률 근거로 재원확보	전액민자로 투자 공공부담 없음 경영의 효율화	정부지원(중앙·지자체)예산으로 일부 충당, 민·관출자액 50%기준으로 운영 형태 정립
운영재원의 확보	운영재원의 안정적 조달, 묘지 및 납골당 관리기금확보	정부보조금-기본정보 제공 위탁경영, 장사보험과 상제 제도의 위탁운영	정부지원-기초정보제공, 수익자부담 적용가능, 묘지 및 납골당 관리기금 확보, 상제제도운영
수익성 사업	사업수익의 비과세, 수익사업의 제한	전문정보제공-수익성 위주로 경영, 장사 정보와 관련 산업 연계가능, 사업에 대한 특혜논란, 수익에 대한 세금부과	전문정보제공-수익성
센터간 연계성	일반행정과 종합적 추진가능	센터간 연계성 취약	민·관의 책임 및 업무분담 불명확, 경영책임의 불명확, 정부감독을 통한 공공성확보, 정부의 통제기능 미약

지방자치단체의 임무는 자치단체가 직영으로 장사정보센터를 운영

하여야 한다는 것이 아니고, 공공성을 가지는 장사정보를 제공하는 것이 중요하므로 운영형태에 있어서는 제3섹터 방식 등 여러 가지 방법이 제안될 수 있다. 장사정보의 공공성을 담보할 수 있다면 설립은 정부에서 주도하여 설립하고 운영의 일부 혹은 전부를 이양하는 방안도 모색해 볼 수 있다.

정보의 공공성에 대해서는 정보사용권만 부여하므로 운영주체가 해산하거나 파산하더라도 장사정보는 양도할 수 없도록 하여야 한다. 장사정보센터를 기반으로 제3섹터나 민간단체가 제3의 영업을 영위하는 경우에는 독자적인 운영권을 인정하여 주어야 할 것이다. 일례로 납골당을 운영하는 것은 인정하여야 할 것이다. 하지만 장사정보 사용권에 대해 사용지침서를 만들 필요가 있으며 운영주체에 대해 누가 감사할지도 명시되는 것이 바람직하다.

특히 성공요인분석을 통해 살펴본 결과 센터운영의 성공적인 요인은 센터의 시스템이나 운영주체의 논의가 아니라 이해당사자의 이해관계가 주요한 성공요인으로 꼽힌다는 것은 이해당사자를 어떻게 효율적인 장사서비스를 제공하기 위해 연계하느냐가 주요 안건이라 하겠다. 이해당사자를 현실적으로 연계시키기 위해서는 공정한 정보의 공유와 이해관계자들의 참여정도에 따라 어떻게 Incentive System을 적용하여 이해당사자의 참여가 공동의 이익임을 깨닫게 하여 적극적으로 참여시키는 것이 장사정보센터의 성공적인 운영방안이라 할 수 있겠다.

라. 제3섹터方式의 葬事情報센터

민관공동출자 형태의 제3섹터방식은 상법에 기초를 둔 법인형태인가 혹은 민법 및 특별법에 기초를 둔 법인형태인가는 제3섹터가 수행할 사업의 성질을 고려해서 결정해야 하며, 제3섹터방식의 특성상 한

번 설립되면 폐업시키는 것이 어렵다는 점을 고려하여 초기부터 제3섹터가 장래의 장사정보센터로서 적절한 사업체인가에 대한 면밀한 검토가 필요하며, 제3섹터의 사업체가 상법상에 설립된 주식회사 혹은 유한회사라면 그 곳에 파견되는 공무원이 영리성을 추구하는 사업체에 근무하는 것이 타당한가 하는 문제를 사전에 검토하며, 일반행정 및 지방공영기업과 관련하여 행정활동 범위가 확산됨으로써 자치단체의 역할을 일부 담당할 수 있는가 하는 점을 고려하여야 한다.

정부영역과 제3섹터영역을 구획하는 사업기준은 사업자체의 수익성으로 구분되며 제3섹터의 영역은 사업으로부터 발생하는 수익으로 그 비용을 충당할 수 있어야 하며 이런 점에서, 제3섹터기업이 대상으로 하는 사업은 요금재의 성격을 가져야 한다. 특히 정부부문이 담당하던 공공성의 장사정보화사업을 시장기능에 맡겨서는 그 공공성과 형평성이 문제되는 경우는 제3섹터방식이 적절하며 외부효과에 대한 조정수단으로서 규제와 유인책이 시장기능에 맡겨서는 어느 특정집단 또는 계층을 유리하게 하거나 불리하게 하는 경우는 제3섹터방식이 적절하다고 할 수 있다.

제3섹터방식의 관리운영 방향 가운데 중요한 몇 가지를 살펴보면, 첫째 장사정보센터설립의 경우와 같이 설립과 운영에 있어 장사정보화의 공공성과 설립 및 운영의 재원확보를 동시에 고려하는 경우는 최초의 설립목적과 사업내용에 따라서 제3섹터기업으로 설립할 수 있다. 둘째 파트너 선정에 있어 현행 제도에서 자치단체는 공공부문으로 간주되기 때문에 자치단체가 제3섹터기업을 설립하기 위해서는 민간부문의 출자 자를 필요로 한다. 셋째 출자비율은 출자 자들의 출자비율측면에서, 자치단체가 사업보완형 제3섹터기업의 경영 또는 사업의 이니셔티브를 행사한다는 것을 전제한다면 원칙적으로 자치단체의 출자비율이 가장 높아야 한다. 넷째 인적 구성방법은 공개경쟁으로

채용하는 방식, 출자 자들이 각자의 출자비율에 따라 파견하는 임직원으로 구성하는 방식, 그리고 양자를 혼용하는 방식이 있으며, 출자 자들이 각자의 출자비율에 따라 임직원을 파견하는 방식이 적절할 수 있다.

2. 葬事情報센터의 全國的 構造

지방자치단체는 장사정보를 효율적으로 제공하기 위해서 지역주민에게 장사정보의 필요성을 확산시키고 정보이용을 유도할 수 있는 거점 시설로서 장사정보센터의 설립, 운영이 필요하다. 그러나 기존조직의 활용이라는 측면에서 지방자치단체조직과 시민단체, 장의관련 단체를 활용하며 이를 조정하기 위하여 장사협의회를 구성·운영할 필요가 있는데 거시적인 차원의 장사정보센터는 독립적인 장사정보센터를 설립하여 전국단위의 장사정보센터와 지역단위의 장사정보센터의 2층 구조를 갖도록 한다. 지역단위의 센터는 지방자치단체하에서 관리·감독하며 각 센터를 통합·조정하는 센터를 중앙에 설립하도록 할 수 있다.

이때 지방자치단체에서 운영하는 지역장사정보센터의 재원마련은 지방자치단체의 전적인 책임하에 운영하는 방안과 보건복지부의 지원을 받아 운영할 수 있는 방안을 모색해 볼 수 있다. 하지만 무계획적인 장사정보센터의 설립은 중앙부처인 보건복지부와 지방자치단체간에 1센터 2체제의 양상을 초래할 수 있다. 지방자치단체 입장에서는 중앙정부의 지원, 지방자치단체의 주도, 민간부문의 참여 등 모든 측면에서 센터를 체계적이고 효율적으로 관리하기 어려운 점을 예측할 수 있으며, 보건복지부의 입장에서는 장례문화의 개선 및 홍보를 위한 적극적 활동이 지방자치단체의 역할로 내비칠 수 있다.

그러므로 장사정보센터는 다른 지역장사정보센터와 마찬가지로 중앙부처에서 추진하되 자치단체별로 장사행정의 일반적 정보수요를 위

한 전국장사정보센터는 보건복지부에서 총괄하여 단일 마스터플랜에 따라 일관성 있게 정책을 추진하며 지방자치단체의 계층구조에 맞추어 전국장사정보센터와 지역장사정보센터의 2층 구조로 구성하여 각 지역의 장사정보센터를 Networking하여 전국장사정보센터가 통합·조정하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

3. 葬事情報센터 設立·運營財源確保 方案

가. 設立 및 運營費用의 推定

장사정보센터는 제반시설의 구성에 따른 초기 설치비용과 주요시설 및 비품 등의 물적 비용, 행정기능의 수행을 위한 인력뿐만 아니라 센터의 운영에 필요한 운영비용이 소요되며 지역특성에 맞는 정보생산, 제공과 관련된 비용, 그리고 시설 관리와 각종 프로그램 운영에 필요한 경비를 언급할 수 있다.

추진단계에 있어서의 재원확보는 정부의 지원을 받아 장사정보센터를 운영하고 운영이 활성화되면서 관련업체와 연계하여 정보의 수혜를 받는 업체로부터 장사정보센터 발전기금을 모집하여 자체재원으로 운영되어야 할 것이다. 물론 장사정보센터가 활성화된 단계에서도 필요한 최소한의 정보제공(공공성이 강조되는 정보)을 위해서는 정부의 재정지원이 뒤따라야 할 것이다.

장사정보센터 운영경비는 해당 장사정보센터 운영실적에 따라 매우 다르게 나타날 수 있으므로 그 소요재원을 예측하기는 어렵지만 각 자치단체가 기본적으로 예산지원, 사용료 징수 및 실비부담, 민간위탁 등 다양한 방법으로 운영재원을 마련하는 것을 원칙으로 하고 일부를 기금조성을 통하여 지원하는 등 다양한 방법을 동시에 취하는 것이 바람직하다.

나. 設立財源 確保方案

1) 國庫補助金에 의한 支援

國庫補助金이란 국가가 地方自治團體에 지급하는 경비 중에서 반대급부를 바라지 않는 移轉財源으로서 地方自治團體 또는 그 기관이 법령에 의하여 처리하여야 할 사무로서 국가와 地方自治團體 상호간에 이해관계가 있는 경우에, 그 원활한 사무의 처리를 위하여 국가에서 부담하지 않으면 안될 경비를 국가가 그 전부 또는 일부를 부담하는 것이다. 國庫補助金은 끈이 달린 특정 재원으로, 특정 사업을 의무적으로 시행하도록 하면서 그 해당사업의 집행에 소요되는 경비에만 사용토록 한정하고 있다.

국가예산 배정에 있어서 장사정보센터 건립사업의 필요성이 충분히 인정되어 한시적이거나 보건복지부의 계속사업으로 인정될 경우, 매년 보건복지부가 예산을 배정받는 방안이 고려될 수 있다. 장사정보센터의 설립은 향후 장사정보화를 통하여 장례관행의 질서확립과 죽음의 질 향상을 선도할 것으로 크게 기대되는 새로운 사업으로서 주민복지 향상의 정책방향과도 부합되므로 적극적인 지원이 필요하다.

2) 地方財政의 特別交付稅의 活用

특별교부세는 지방교부세의 보통교부세 산정방법으로 보전할 수 없는 재정수요나 각종 재해 및 공공복지시설 등 특별한 재정수요에 대비하는 것을 목적으로 마련되어 있는데, 그 교부대상으로는 4개의 기준에 의해 다른 비율로 배분되고 있다.

장사정보센터 건립사업의 경우는 한시적으로 소요되는 사업이고 그리고 특별교부세 배분기준의 하나인 공공시설 범주에 포함될 수 있어 장사정보센터 건립사업을 자치단체의 특별한 재정수요로 반영할 의의는 있다고 보여 진다. 즉, 장사정보화를 통한 지역복지향상 및 죽음의

질 향상이 하나의 과제인 점을 감안한다면 장사정보센터 건립사업을 특별교부세의 교부대상에 포함할 필요성이 인정될 수 있다.

3) 地方讓與金の 對象事業化

지방양여금은 자치단체의 재정력을 보전시켜 지역간의 균형있는 발전을 유도하는 제도인데, 지역의 장사문화수준의 균형 있는 발전과 장사정보의 공공성을 고려한다면 장사정보센터 건립사업을 지방양여금의 대상사업에 포함할 수 있다.

장사정보센터 건립사업을 지방양여금의 대상사업에 포함시키는 여부는 지방양여금 배분의 주무부서인 행정자치부와 그 외 기획예산위원회, 재정경제부, 예산청 등에 대해 장사정보센터 건립필요성에 대한 명확한 인식부여와 함께 정치적인 협의가 이루어져야 가능하므로 이에 대한 적극적인 노력이 필요할 것이다.

다. 運營財源 確保方案

1) 葬事施設管理基金 造成

단기적으로는 예산조치에 의한 지원을 받지만 장기적으로는 장사시설관리기금 조성 등을 통하여 운영재원을 조달하는 방안을 살펴볼 수 있다. 설립취지를 살펴볼 때 장사문화의 개선과 죽음의 질 향상을 통하여 주민복지향상을 담당하게 될 장사정보센터의 역할에 합치된다고 볼 수 있으므로 매년 기금을 통하여 지속적으로 장사정보센터 운영경비의 일부를 지원할 필요성이 있다.

2) 各 自治團體別 豫算措置

장사정보센터에 대한 예산지원은 장사문화발전에 기여할 뿐만 아니라 주민에게 삶의 질을 향상시키는 공공서비스로서 자치단체 차원에서 적극적인 지원이 필요하다. 운영재원의 일부를 매년 예산에 반영하여 지속적으로 지원할 수 있도록 하여야 하지만 이때 운영예산의 일부를 지원하며 나머지 운영경비는 수익자부담원칙에 의거하여 사용료를 징수하거나 이용자에 대한 염가의 실비부담으로 충당하는 것으로 하며 운영은 자치단체가 직영하거나 민간에게 위탁하여 운영 및 관리하도록 한다.

3) 民間委託

지방자치단체는 공공시설의 설치목적은 효과적으로 달성할 필요가 있다고 인정될 때는 조례가 정하는 바에 따라 그 관리를 공공기관이나 민간에게 위탁할 수 있게 되어 있다. 이는 공공서비스 및 공공시설의 종류에 따라서는 공공부문에서 공급하는 것보다 민간부문에서 공급하는 것이 보다 효율적인 서비스가 제공된다는 인식 하에 최소비용화와 효율성의 논의에 바탕을 두고 있어 최근 공공서비스에 대한 민간위탁 사례가 증가하고 있다. 이와 같은 관점에서 볼 경우, 현실적으로 민간위탁이 제대로 이루어지지 않고 있는 하나의 이유는 공공서비스를 수탁할 수 있는 적절한 민간기관이 많지 않지만 향후 장사정보센터의 경우는 민간위탁 대상으로서 의의가 있다.

4) 寄附金에 의한 運營基金 造成

장사정보센터 운영에 도움이 되는 업무를 위한 기금조성을 위하여 법인이 지출하는 부담금을 전액 손비로 처리할 수 있게 해주며 장사관련업체의 영업행위로 인한 수익금의 일부를 장사발전기금으로 적립할 수 있도록 한다. 이러한 기금은 공익법인(재단법인 혹은 사단법인)

을 통하여 관리할 수 있도록 한다.

4. 葬事情報化의 先行作業과 葬事情報構築

최근 장사 등에 관한 법률의 개정으로 자치단체별로 장사정보화에 대한 관심과 추진의지를 보이고 있으나 장례용품의 표준화 및 장사정보화의 중·장기 기본계획의 미수립으로 추진역량의 한계가 나타나지만 장사정보센터를 효율적으로 운영하기 위해서는 장사정보화가 선행작업으로 이루어져야 할 것이다. 장사정보화를 통한 장사문화의 개선이 지역주민의 복지증진을 위한 지방자치단체의 고유사무로 인식하고 강력하게 추진할 수 있는 관련 법·제도의 보완 및 전담조직의 설치가 필요하므로 기초·광역자치단체의 장사정보화 계획수립을 의무화하여 개정된 『장사 등에 관한 법률』 추진을 위한 중·장기 기본계획 수립과 장사정보화 방안을 마련하여야 한다.

보건복지부의 장사정보화가 필요한데 이는 이해관계자가 다양하고, 정보화에 대한 인식도 반드시 높다고는 말할 수 없는 것이 지역의 상황이므로 보건복지부 단독으로 장사정보화에 대처하기란 비용 면이나 인력 면에서 어려운 상황이어서 이해당사자의 참여가 요청되고 있다.

하지만 전국 각 지역의 장사정보화에 대한 참여를 시장원리에 맡겨 놓으면 장사정보화에 대한 관심과 인식의 향상이 늦고, 장사정보화의 추진주체도 확실치 않으므로 지역주민과 이해관계자의 참여가 지연되어 추진되지 못할 우려가 있다.

이와 같이 장사정보화를 추진하기 위해서는 장사정보화의 필요성을 강하게 인식하는 추진주체가 있어야 하며 추진주체의 약세는 장사정보화가 지연될 수 있다.

5. 葬事서비스

가. 葬事情報와 葬事서비스

1) 葬事서비스內容

장사정보센터에서 제공하는 서비스 내용은 크게 일곱 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 장례절차 및 방법 상담이다. 장례관련 상담 및 민원처리내용으로 장례에 관한 상담을 통해 유가족들에게 장례일정, 절차, 방법 및 장례 후 행정절차를 상담하며 민원처리를 도와준다.

둘째, 장례관련 일반정보제공이다. 병원장례식장 및 전문 장례식장, 납골시설, 공원묘지 등의 효율적 이용을 위한 정보제공과 공·사설묘지의 이용안내정보 및 행정업무 상담, 납골시설의 이용안내, 개인묘지 이용 및 조성에 관한 정보제공을 포함한다.

셋째, 장례용품 전시 및 대여와 장례절차에 따른 서비스제공이다. 표준장례절차수립(기독교, 불교, 천주교, 관습)을 통하여 사망에서 입관까지의 장례절차를 도와준다. 장사용품 정보는 장사용품의 가격, 종류와 장례처리를 위한 인력확보 방안을 알려준다. 또한 음식준비, 염습, 예의지도(護喪), 지역의 화장지, 매장지 등의 비용과 위치의 현황판, 인근업체의 거리에 따른 영구차 이용방법을 알려준다. 긴급장례비용 용자안내와 향후 장례보험의 이용 가능성, 각종 장례식장 및 납골시설의 가격, 이용조건, 장례식 경비 등의 안내에 관한 정보를 제공한다. 부고대행업무의 정보도 제공할 수 있으며 각 종 장례용품을 전시하여 선택의 다양화를 유도하며 필요시 대여도 가능케 한다.

〈表 5-5〉 葬事情報센터의 構成要素

구 분	내 용
운 영	- 조직, 정보, 정보시스템
기 능	- 장사행정상담 및 처리: 葬事情報안내센터의 개발 및 운영, 정보의 수집, 축적, 전달, 장례절차 허가, 신고 - 장묘업체정보 제공: 납골시설, 공원묘지, 화장장 - 장례용품정보 제공: 장례용품 전시관 - 장례절차정보 제공: 부고, 축문, 장례대행 - 장례문화 개선의 홍보: 葬事情報유통센터의 주민복지 증진, 관과 민의 유대강화, 주민홍보機能
정보제공자	- 장례식장 협회, 장의업 협회, 공원묘지 협회, 지방자치단체, 시민단체
장사정보 제공시스템	- 프로그램 개발 및 표준화의 제시 - 葬事情報서비스의 DB구축화 방안제시 - 홈페이지 개발제시, ARS 상담 - 전용통신을 이용한 서비스제공 방안제시(1588-0404)
장사정보제공 평가 및 개선방안	- 葬事情報 서비스제공의 기록 및 처리방안 - 설문조사(설문지, 전화, 인터넷)를 통한 민원상담의 분류 및 자료화

넷째, 사망시 장례비용의 융자알선과 의료보험에서 지급하는 장제비 지급정보를 제공한다.

다섯째, 민원 및 행정업무상담의 처리방안을 검토한다.

여섯째, 葬事情報 제공시스템 개발의 검토이다. 프로그램 개발 및 표준화의 제시, 葬事情報서비스의 DB구축화 방안제시, 홈페이지 개발제시, 전용통신을 이용한 서비스제공 방안(예: 1588-0404), ARS 등을 이용한 상담을 한다.

일곱째, 葬事情報제공 평가 및 개선방안을 고려하는 것이다. 葬事情報 서비스제공의 기록 및 처리방안, 설문조사(설문지, 전화, 인터넷)를 통한 민원상담의 분류 및 자료화를 통하여 향후 장사서비스 제공의

효율성을 높이도록 한다.

2) 葬事關聯 規定의 情報

장사와 관련된 규정의 정보를 요약해보면 <表 5-6>에서 살펴보는 바와 같이 사망, 장례업, 묘지확보 및 규정, 매장방법·규정, 묘지·납골시설의 소유와 관리에 관한 내용을 살펴볼 수 있다. 특히 묘지·납골시설의 소유와 관리에 관한 규정 등의 정보에 관해서는 체계적으로 정립할 필요가 있으며 장사정보센터를 통하여 효율적인 관리를 요하는 내용이기도 하다.

<表 5-6> 죽음에 따른 制度의 規定內容 및 情報

구 분	내 용
사 망	- 사망행위의 등록 - 사망의 인·허가 사항(매장, 이장, 화장, 시체보관 관리, 입관, 사체의 임시보관, 장례식장내 시체보관, 시체운반 등) - 사망행위의 관리 및 장례행사의 보호
장 례 식	- 장례절차의 규정, 장례절차의 분쟁조정
장 례 업	- 독점 장례서비스의 제재, 장례업에 따른 분쟁 및 소송처리 - 장례업활동의 영업폭리제재
묘지확보 및 규정	- 공·사설 매장지 확보 및 시설기준, 묘지의 정비 및 공원화 - 분양분묘지의 구분 및 분양규정 - 납골시설의 구분, 설치, 분양, 시설기준
매장방법· 규 정	- 공·사설묘지내 매장규정, 개인, 문·종중묘지내 매장규정 - 시한부묘지 관리기관과 시한부 묘지관리 - 납골시설내 설치 및 안장규정
묘지·납골 시설소유 및관리	- 공·사설묘지내 개인묘지의 양도 - 분양 분묘지의 가격, 양도, 재 분양규정 - 분양 분묘지 소유와 상속규정, 무연고 묘지 정리방안과 개선 - 보존가치가 있는 묘지의 지정과 무연고 분묘지의 보호 - 납골시설의 분양 및 양도규정

3) 死亡段階에 따른 葬事서비스

미국의 장의 업계에서는 장사서비스를 사망발생 기준으로 3단계로 구분하는데 죽음이 발생하였을 때 장사서비스, 그리고 사전 서비스, 사후 서비스로 나누며 이러한 서비스를 합쳐서 토털 케어라고 부른다.

사전 서비스는 죽음이 발생한 경우, 어떻게 대처할 것인가를 그리고 애프터 케어 서비스는, 고인과 관계하고 있는 사람을 도와주는 것으로 설명할 수 있다. 이러한 토털 케어를 실시하는 것은 장의 서비스의 부정적인 면을 없애고자 하며 토털 케어에 의해 보다 많은 전문 서비스를 제공할 수 있다.

〈表 5-7〉 토털 케어 서비스 內容

장의의 설계	사망 발생시	사망후 처리
1. 장의사선택	1. 장의절차	1. 예산과 직원 고려하여 제공할 수 있는 서비스 ¹⁾
2. 묘지선택	2. 장의비용 최소화	2. 사후서비스 제공을 위한 시간과 훈련체계 ¹⁾
3. 부장품선택	3. 매장지 구입	3. 사후서비스를 통한 이익 ¹⁾
4. 관의 선택	4. 장례대금 지불	4. 외부 전문가 고용 ¹⁾
5. 매장용 보호관선택 ¹⁾	5. 장의관련 관습	5. 사후서비스를 위한 전문 상담기관의 전문가 도움 ¹⁾
6. 입관시 옷차림 ¹⁾	6. 장의용품 선택	6. 사후서비스를 위한 네트워크 구성 ¹⁾
7. 헌화의 선택 ¹⁾	7. 장의진행	7. 장사서비스의 지도자 배출 ¹⁾
7. 추도식의 계획 ¹⁾	8. 부고알림	8. 유족에 대한 책임과 보호 ¹⁾
8. 매장 허가서 확인 ¹⁾	9. 평균 장의 비용	9. 유족이 당면하는 문제의 정보제공
9. 사망 증명서 발행	10. 어린이참석여부 ¹⁾	10. 인생의 상담과 조언 ¹⁾
10. 부고	11. 시신 방부처리 ¹⁾	
11. 장의의 종류	12. 화장용 관 비용	
12. 성직자에게 의뢰	13. 목사 안수비용 ¹⁾	
13. 장의 시간과 장소		
14. 시편과 음악요청 ¹⁾		
15. 오르간 연주의뢰 ¹⁾		
16. 식문용 고인 정보		
17. 장례행렬 참례자선정		

註: 1) 미국의 경우

애프터 케어를 하는 제일의 동기는 유족의 슬픔과 불안을 지원하는 센터로 역할 하도록 하는데 지역의 장례식장은 장례서비스뿐만 아니라 이러한 사후 서비스를 제공하도록 하여야 한다. 일본에서도 이러한 토털 케어를 실시하는데 장사서비스가 지금까지 가지는 부정적 이미지를 없애고 새로운 장의사의 역할이 각광을 받고 있다.

사전서비스는 죽음이 발생할 경우 미리 어떻게 대처할 것인가를 알린다. 장의의 생전계약도 사전서비스에 해당하며 미국에서는 장의절차를 사전에 계획해 두는 것에 대한 관심이 높아지고 있다. 일반인의 사전장의에 대한 관심은 1985년에는 67%이었지만 '95년에는 90%로 증가하고 있다. 그리고 2010년에는 장의의 50%가 사전 계약에 의해 행해질 것으로 추정하고 있다. 지금까지 장의서비스는 같은 의식과 같은 장례용품을 판매하고 있는 것으로 알고 있지만 현재 미국에서는 다양한 필요에 따른 다양한 장례용품을 만들어 내고 있다. 특히 화장은 가격과 피로 인해 사전 계약이 중요한 판매전략의 대상이 되고 있다.

장의 비용이 많이 드는 것에 비해 부의 제도가 없는 미국의 경우 생전계약보험제도의 발달을 살펴볼 수 있으며 미국 전체 평균 가입률은 20%이다. 생전계약은 보험과 신탁위탁제도의 두 종류가 있다.

죽음이 발생되었을 때 제공하는 일반 장사서비스와 더불어 사망후 서비스를 살펴보면 유족의 정신적 부담을 덜어주며 장례식후 재산문제 등의 수속을 도와주는 것이 있다. 미국의 1980년대는 생전에 사전장 의 계약을 하는 시대였고 1990년대는 애프터 케어의 역사라 할 수 있다. 현대 장의 업계는 더욱 더 경쟁이 치열하여 보다 많은 서비스를 제공하는 장의사가 늘어났으며 특히 애프터 케어 프로그램에 대한 가치를 높이며 장의 후 유족에게 정신적 도움을 주고 있다.

第 3 節 葬事情報센터 네트워크 모델

1. 葬事情報센터 設立 推進計劃

장사정보센터 기반확충단계에서는 장의 전문가를 구성으로 하는 장의협의회를 발족하여 기존의 정부조직, 시민단체, 장사관련 단체를 통한 역할 분담으로 하는 장사정보 제공과 보건복지부와 장사정보센터, 지방자치단체, 장사관련단체간의 업무협의 및 조정을 담당할 필요가 있다. 한편 장사협의회는 장사정보제공을 효율적으로 운영하기 위하여 장사정보화 기반확충사업을 벌인다.

센터를 정부가 출연하여 독립기관으로 설립하는 경우, 정부의 적극적인 지원과 센터설치에 관한 법적 근거를 확보하는 것이 필요한데, 이는 센터가 정부의 출연기관으로 설립되기 위해서는 사업의 공공성을 확보하면서 장묘문화의 발전을 촉진하여 국민의 편의를 도모할 수 있어야 할 것이다. 센터운영의 성공요인은 관련기관의 적극적인 지원과 참여에 달려있는 만큼 관련기관을 연계하여야 한다. 특히 장의사협회나 공원묘지협회 등의 관련 업체는 자신이 갖고 있는 정보를 고유한 자산으로 인식하고 정보의 유출 및 공유를 부담스러워 하는데 이의 보완을 위해 장례용품 표준화와 장례용품의 정보공개에 적극적인 업체에 대하여는 정보알선을 우선 배정을 하는 Incentive제도를 도입·적용할 수 있으며 정보의 공유로 인한 수혜자가 장의관련업체임을 인식시킨다. 또한 관련업체뿐만 아니라 시민단체에게는 보조금 지급, 관계공무원에게는 포상제를 도입하여 적극 활용하여야 할 것이다. 정부차원에서는 통신망의 구축에 적극적인 지원을 하여 정보의 공유로 인한 가시적인 편익이 발생하도록 유도하여야 한다.

관련조직의 연계화에 대해서는 지방자치단체, 시민단체, 관련업체 각각의 조직을 그룹화 하여 각 조직의 일선 장사정보제공자에게 일련

번호를 부여하여 장사정보제공에 대한 모니터링을 하도록 한다. 모니터링의 방법은 e-mail, 전화, fax를 사용하여 각 조직의 일선 장사정보 제공자와 장사협의회 혹은 장사정보센터와의 정기적인 정보공유를 하며 센터로부터 교육이나 정보공급을 받는다. 일선 정보제공자간의 연계를 위하여 장사협의회 혹은 센터를 중심으로 Network화 하여 기존의 상부하달식의 조직에서 벗어나 격자모양의 연계조직을 갖추어 일선 정보제공자간에 정보공유를 위한 시스템을 인터넷을 통하여 구축하도록 한다. 정보관리에 있어서는 센터가 담당하는데 특히 정보생산과 공급을 책임지도록 한다. 이를 위하여 센터에는 기본적인 전산시스템을 갖추며 필요한 인력을 확보하도록 한다. 이러한 재원의 확보는 보건복지부에서 지원하도록 하며 특히 센터가 정기적으로 일선 정보제공자에 대한 교육을 실시하도록 하는데 이에 필요한 재정적인 지원을 하도록 한다.

장사정보센터 설립을 위하여 장사정보화 기본계획 및 시행계획 수립 등의 내용을 장사 등에 관한 법률시행령 및 시행규칙에 제정·운영하며, 기초·광역자치단체 중심으로 장사정보화를 효과적으로 추진할 수 있는 조직의 선정 및 보강을 통하여 장사관련업무 및 정보제공의 획기적인 개선에 중점을 두어 One/Non-stop 장사서비스를 제공한다.

기초·광역자치단체 장사정보화 기본계획 수립 및 중·장기 계획을 수립하여 장사정보화 표준화 제시, 장사정보화 전담 추진체제 정비, 지역실정에 맞는 분야별 장사정보시스템 구축 및 활용을 촉진한다. 기본계획수립 지원을 위하여 보건복지부가 장사업무 중·장기 기본계획수립 지침과 모델별 기본계획을 수립하여 지방자치단체가 활용하도록 하며 기초·광역자치단체 장사정보화 전담조직을 장사정보센터에 설치·운영할 수 있도록 하며 기초·광역자치단체의 장묘책임자를 지정하여 장사정보센터와 연계한다. 행정기관의 장사정보화 기능과 장묘업무 등을 연계하여 체계적으로 수행할 수 있는 장묘책임자 제도를

도입, 장사정보센터 목적에 맞고 임무수행에 가장 적합한 직위에 있는 부서에서 책임을 맞도록 한다.

2. 葬事情報센터 設立 및 運營模型

장사정보센터의 설립은 장사와 관련하여 나타나는 폐단을 보여주는 시대적 상황이나 인간의 죽음에 대한 권리를 복지향상의 차원에서 다루어주어야 한다는 중요한 의의를 찾을 수 있다. 특히 선진국과 비교해 볼 때, 죽음에 관한 연구가 미비하고 이의 언급에 대해 타부시하는 문화적 배경이 한국의 장사문화를 단기간에 개선한다는 것은 쉬운 일은 아닌 것이다.

시대적 필요성에 의해 장사 등에 관한 법률이 개정되고 이의 실효성 확보를 위하여 장사정보센터의 설립은 장사문화 개선과 장사정보의 효율적 유통에 따라 장사에 따르는 폐단을 최소화하며 장사에 관한 제반 업무를 발전시키는 데 커다란 역할을 할 수 있을 것이다. 하지만 장사에 관련된 제반업무로 장사行政과 정책, 장사관련 산업 그리고 죽음에 대한 국민의식의 변화가 수반되지 않으면 장사정보센터의 성공적인 정착은 어려울 것으로 여겨진다.

또한 장사업무와 관련된 장사정보화나 관련조직의 구성 등 장사정보유통에 필요한 기본적인 시스템의 구축이 필요한데 이에 따르는 재원확보가 이루어지지 않는다면 특히 장사문화의 개선은 이루어지지 않을 것이다. 그 동안 장사문화에 대한 부정적 입장이나 관심 밖의 일로 여겨지던 것을 변화시키기 위해서는 새로운 재원이 필요한데 현재 국가적인 차원에서 신규조직과 재원확보가 어렵다. 이에 민간부문에서의 역할을 찾아 볼 수 있는데 이 또한 장사관련 조직이 영세하거나 조직적인 결합을 이루고 있지 않아 민간중심의 정보유통에도 한계점을 나타내고 있다.

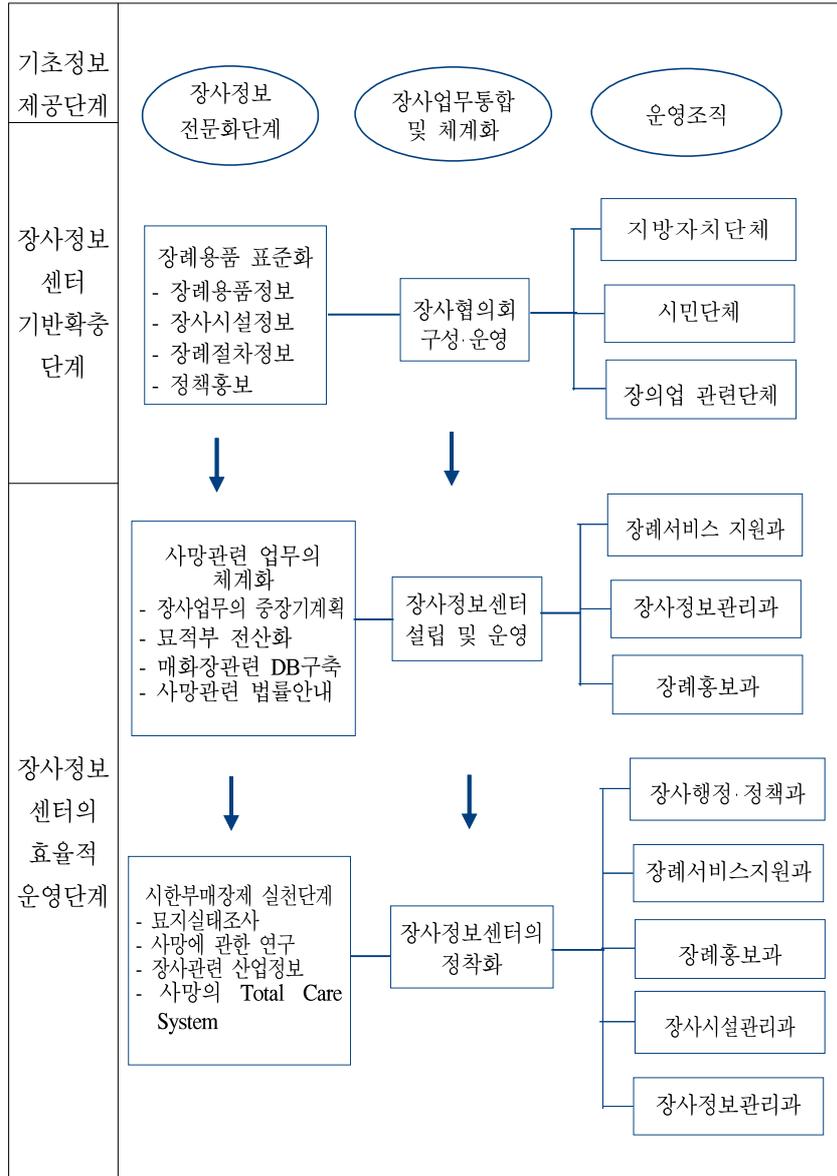
그 동안 산업화와 도시화로 인하여 국민생활수준이 향상되어 장사업무가 국민복지 향상의 차원에서 대두되고 있으며 다양한 문화적 요구에 따라 장의 업무에도 다양성과 전문성, 고급화를 추구하고 있다. 또한 경제성장의 주역으로 경제발전에 기여하여 경제적 여력이 있는 노인층이 장사에 관한 관심의 증가는 장사와 관련된 산업의 발전에 변화를 가져오리라 예견할 수 있다.

이러한 과도기적 상황에서 장사업무에 관한 국민적 관심을 국가가 국민복지 향상의 차원에서 적극적인 재정지원과 정책홍보가 뒤따르지 않으면 장사문화의 개선은 더욱 더 낙후하며 폐단을 불러일으킬 것이다. 앞에서 언급한 데로 장사정보의 기반구축과 이의 유통을 위한 조직의 확보에 시간과 노력이 필요함을 절실하게 느끼며 이의 실천방안으로 단계적 조직구성과 장사정보구축은 [그림 5-1]과 같이 제시해 보았다.

가. 導入段階: 基礎葬事情報 提供段階(葬事協議會 構成·運營)

장사협의회를 구성하여 기존의 지방자치단체조직인 시·군·구, 읍·면·동사무소, 시민단체, 장사 관련업체를 활용하여 역할분담을 담당하게 하며 이들을 통하여 장사정보를 제공한다. 장사정보를 생산 및 DB를 구축하며 정보서비스 연계방안을 협의·조정하며 장사정보제공자(지방자치단체, 시민단체, 장의 관련단체)를 정하며 실무진을 교육하기 위한 정보안내지침서를 마련한다. 장사정보를 담당하는 일선 업무자간 자료의 공동활용방안을 협의하며 장사정보를 담당하는 일선 업무자의 육성·지원에 관한 협의와 장사정보제공의 공통 애로사항을 수렴하여 협의한다.

[그림 5-1] 葬事情報센터의 段階的 推進 方向



[그림 5-1]에서 살펴보듯이 1단계는 장사정보의 보급단계로 최소한의 경비와 기존의 조직을 이용하여 장사정보의 유통을 꾀하는 방법이다. 이는 가칭 장사협의회를 구성, 이로 하여금 기본적인 장사정보를 생산하여 시·군·구, 읍·면·동사무소, 장사관련 각종 시민단체나 협회의 기존조직을 통하여 기본적인 정보를 제공하는 방법이다.

정부조직에서는 장사관련 行政절차와 법률을 담당하고, 시민단체에서는 장례용품 및 장사시설정보를 제공하며, 장례관련업체에서는 장례절차 등에 관한 정보를 제공하도록 한다. 이러한 시스템을 운영하기 위해서는 장사협의회를 운영할 기본적인 조직과 장사정보를 생산할 수 있는 재정적 지원을 국가에서 지원받으며 또한 장사관련업체에서 장사관련업의 영위에 따르는 수익금의 일부를 장사관련업 발전을 위한 공공기금의 조성이 필요하며 이러한 재원을 바탕으로 장사정보의 활동영역을 넓혀가야 할 것이다.

1) 組織

센터의 설립과 운영은 최소한의 인력과 비용으로 조직이 운영되도록 효율성을 강조할 필요성이 있으므로 장사정보센터의 도입기에는 장사협의회를 구성하여 운영하도록 하며 점차적으로 업무의 확장이 필요한 경우에는 장사정보센터를 설립하여 각 업무에 필요한 별도의 전담인력과 조직을 추가하여 보강하도록 한다.

장사정보센터의 기능과 역할에 맞도록 운영하며 한편으로는 재정자립과 재정적 안정성을 지향하여 센터의 효율성을 극대화 할 수 있는 방안으로 장사협의회를 구성하도록 한다. 장사협의회의 인력구성은 실무위주로 구성하며 별도의 관리사무조직은 두지 않고 협의회의 소요인력은 정관이나 직제규정에 따라 최소한의 인력으로 구성하되, 필요에 따라 전문인력의 아웃소싱, 임시계약직 등을 통하여 필요인력을 탄력

적으로 활용하도록 한다. 또한 외부조직을 최대한 활용하도록 하는데 지방자치단체, 관련업체, 시민단체의 지원을 최대한으로 이끌어내고 필요에 따라 자원봉사자들의 업무협력을 받도록 하며 관련기관의 전문인력을 최대한 활용할 수 있는 방안도 모색해 보아야 할 것이다.

장사협의회에서 협의회장을 선출하도록 하며 협의회장은 센터의 운영에 관한 기본적인 의사결정을 하도록 한다. 협의회장은 센터의 소장에게 실무적인 결정을 행할 수 있도록 권한을 위임하고 센터의 소장은 장사정보센터의 사업계획 및 예산·결산의 주요사항에 대한 업무내용을 협의회에 보고하도록 한다.

장사정보센터의 업무 및 회계는 협의회가 통제를 받도록 하며, 별도의 자체감사 기능은 갖추지 않으며 다만, 보건복지부에 의하여 매년 1회 정도의 감사를 받도록 한다. 장사정보센터의 인사권, 예산편성 및 집행권은 협의회에서 담당하며, 대표권은 협의회장에게 전적으로 위임하도록 하고 소장은 협의회장을 대신하여 이를 수행하도록 한다.

2) 構成

조직구성은 소장을 중심으로 하부에 팀을 두어 운영하도록 하는데 계층분화는 최소한으로 설정하도록 하며 관련기관이나 업체의 조직을 최대한으로 활용하여 수시로 의사소통이 가능하도록 하며 전문 인력단을 구성하여 수시로 필요한 자문을 얻도록 한다.

센터의 운영에 따른 조직의 업무는 각 팀장이 업무의 통합조정기능을 갖도록 하며 센터내 각 과 간의 통합조정이 필요한 경우에는 협의체를 통하여 수행하도록 한다. 또한 직제, 인사, 회계와 관련된 센터 전반에 적용되는 공용사항은 제반 규정을 제정하여 통합·조정한다.

나. 定着段階: 葬事情報 基盤擴充段階(自治團體 直營)

초기에는 장사정보에 대한 지역주민의 관심을 일깨우고 정보화 마인드를 확산하여 장사정보센터를 중심으로 시연과 체험을 통해 정보 접근기회를 제공하며 정보제공을 확산한다. 장사관련 산업이 성장함에 따라 장사정보는 점차적으로 전문화되고 국민복지향상을 위한 다양한 정보의 필요성이 요구되는 2단계인 장사정보 기반확충단계에 돌입해서는 장사협의회를 국가적 차원의 장사정보센터로 흡수·통합 설립하여 보다 더 전문적인 장사관련업무를 수행할 수 있도록 장사정보센터를 설립·운영하여야 할 것이다.

현재 장사와 관련하여 사망신고의 개선과 매·화장과 연계된 DB구축이 이루어지지 않아 사망자관리에 따르는 국가적 통계를 찾아보기가 쉽지 않다. 또한 장사 등에 관한 법률의 개정에 따라 시한부 묘지제도를 도입하였는데 이의 실효성을 확보하기 위해서는 묘지실태조사와 효율적인 묘지관리의 중·장기 계획안 마련 및 묘적부 전산화 및 장사업무관련 정보의 DB화 구축 없이는 시한부 묘지제도의 법적 실효성을 확보하기란 쉽지 않을 것이다. 이러한 국가行政을 체계적으로 담당하기 위해서는 장사업무의 통합 및 체계화의 필요성을 절실히 느끼는 데 이러한 업무의 효율적 운영을 위해서는 장사정보센터의 설립을 통하여 1단계에서 제공되는 장사정보를 통합하여 종합적인 장사정보센터를 구축하여야 할 것이다. 장사정보센터는 3개과를 신설하는데 이는 장례서비스지원과, 장례홍보과, 장사정보관리과로 구성하며 지역적 조직으로 1단계에서 활용하는 정부조직, 시민단체, 장의관련 협회를 일선 활동조직을 계속적으로 연계시켜 발전시켜 나간다.

다. 效率的 運營段階: 葬事情報 擴散段階(民營化로 轉換)

장사정보의 체계적인 구축 및 관리와 서비스체제 확립을 비롯하여 교육, 홍보 등 정보화 사회가 요구하는 종합적 기능을 수행을 위해 보다 다양한 응용서비스체제를 갖추어 수요자의 욕구에 부응하며 시한부묘지제도의 실효성 확보 및 국민복지의 향상을 꾀하기 위한 죽음의 권리에 따르는 서비스를 제공하며 이와 관련된 산업을 육성하기 위해서는 장사정보센터의 역할이 더욱 더 포괄적으로 이루어져야 한다. 이를 3단계로 본다면 묘지실태조사의 효율적 실행 및 관리를 통한 시한부 묘지제도의 확립과 노인인구의 증가에 따르는 노인복지의 차원에서 죽음에 관한 연구가 활발히 이루어지도록 하며 이에 따르는 죽음의 대비 및 사후 유가족의 배려 등 죽음에 따르는 복지향상에 따르는 서비스를 강화하여야 할 것이다.

〈表 5-8〉 葬事情報센터의 組織單位別 主要業務內容

조 직 단 위	주 요 업 무
장사행정·정책과	- 기획 및 예산관리, 인사 및 급여관리 - 기타 센터의 업무 총괄, 장사행정업무상담 및 처리 - 매년 정책건의 작성
장례서비스지원과	- 장사관련 연구개발사업, 일선 장사정보제공자의 교육 - 장사관련 전문인 양성
장사정보관리과	- 센터 정보운영시스템 관리, 데이터 분석 및 설계 - 장례용품의 표준화 작업 지원 - 필요한 정보의 형태, 시기, 내용을 생산·공급 - 관련 단체의 정보연계방안 지원
장례홍보과	- 센터의 홈페이지 관리, 사망자정보관리 - 장사관련 홍보물제작 및 배포 - 장사부조제도의 도입 및 관리
장사시설관리과	- 장사시설의 관리·감독

이러한 운영을 위해서는 조직을 3개 과에서 5개 과로 확대하는데 이는 장사행정·정책과와 장사시설관리과를 포함한다. 센터의 실무조직은 장사정보관리과, 장례서비스 지원과, 장례홍보과, 장사행정·정책과, 장사시설관리과 등으로 구분하여 장사정보관리과는 장사정보의 생산·관리를 담당하며 장례서비스 지원과는 장례서비스와 관련된 서비스를 지원하도록 하며, 장례홍보과는 장례문화개선을 위한 홍보를 담당하며, 장사행정·정책과는 장사와 관련한 행정업무와 정책제안 등을 담당한다. 그리고 장사시설관리과는 장사시설에 관련된 시설관리를 담당하도록 한다. 그리고 기획·관리업무는 장사행정·정책과에서 담당할 수 있을 것이다. 이의 운영기금은 정부보조금과 장사발전기금 및 묘지관리기금의 조성을 통하여 이루어지도록 한다.

이상과 같이 장사정보 유통의 단계적 확산을 본 연구를 통하여 제시하고자 하며 이의 실천방안을 모색해 보고자 하였다. 특히 본 연구를 통하여 장사와 수반되는 각종 정보체계의 구축과 정보의 DB구축, 관련 산업의 연계 및 발전 등 장사정보 유통의 국민적 필요성과 시대적 요청임을 재확인 한 것이 본 연구의 커다란 공헌이며 장사정보의 효율적 유통을 위한 단계적 발전방향의 제시를 통한 실천방안의 구축이 또 다른 의미를 지닌다고 할 수 있다. 특히 葬事와 관련하여 정보의 부족, 관련문헌의 제약, 장사업무의 개념적 정의 등 여러 가지 한계점을 가지고 있었지만 시대적 요청에 부응하여 장사문화개선을 위한 새로운 접근을 시도한 것에 커다란 의의가 있다.

第 4 節 葬事情報 웹사이트 構築方案

1. 地方自治團體의 葬事情報化方案

가. 葬事情報化

장사정보화를 효과적으로 추진하기 위해서는 먼저 체계적인 추진체계와 지원방안이 마련되어야 한다. 현재 추진중인 장사정보센터설립은 기초자치단체를 대상으로 인터넷 웹사이트 구축사업으로 시작할 수 있다고 볼 수 있다. 장사정보센터의 주요목적이 장사정보의 원활한 유통을 통하여 장례관행의 질서를 확립하고 지역의 장례문화를 개선하기 위한 것이라면 장사정보센터의 설립을 통하여 적극적인 사업이 필요하겠지만 단계적인 장사정보화 방안으로 웹사이트 구축을 통해서도 이러한 목적의 일부를 달성할 수 있을 것이다.

특히 장사정보 웹사이트의 구축은 저렴한 비용으로 구축이 가능하고 구축 후의 유지·보수 역시 매우 용이하다는 장점이 있다. 특히 멀티미디어 서비스와 사용자 위주의 정보검색시스템 등 새로운 기능을 제공함으로써 이용자의 장사정보 취득에 크게 기여할 수 있을 것이다.

민간주도하의 장사정보화는 대부분이 웹사이트를 통하여 장사관련 제반 현황이나 일반적인 장사정보를 제공하는 기초적인 수준에 머물러 있다. 이용자들이 인터넷을 이용하여 쉽고 편하게 장사정보를 이용하거나 서로의 생각을 주고받을 수 있는 웹사이트의 수를 생각하면 국내의 인터넷 장사정보화는 아직도 낮은 수준에 머물러 있다는 것을 알 수 있다.

자치단체에서 제공하는 웹사이트는 무엇보다도 정확한 정보제공과 정보갱신이 중요하다. 자치단체의 장사정보제공이 이용자의 요구에 대응하고 있는지, 또 그 내용이 시기 적절한 것인지를 항상 검증해야 한다. 웹사이트에 접속한 이용자가 어떤 정보를 구하고 있는가를 정

확히 파악하기 위해서는 메일 어드레스를 명확히 표시해야 하고, 설문페이지를 게시하는 등 웹사이트 구성에도 신경을 써야 한다. 또 제공하는 정보의 갱신 주기를 단축시키는 것도 중요한 일이다.

특히 인터넷의 큰 특징인 양방향성을 활용하여 이용자와의 커뮤니케이션을 활성화시키며 자치단체에서 메일 어드레스 등을 명기해 두어 이용자가 보내온 메일에 대응하기 위한 방법이나 조직적인 대책을 마련해 두지 않는다면 이용자와 직접적으로 의견교환을 할 수 있는 기회를 방치하는 것이 될 것이다. 따라서 수신하는 체제뿐만 아니라 메일에 대한 답신을 발신하는 체제 정비가 필요하다.

나. 웹사이트의 活性化方案

장사정보화사업의 효과적인 추진을 위하여 지방자치단체의 역할을 올바르게 정립하고 이를 실행해 나간다면 좋은 성과를 거둘 수 있을 것이다. 이에 인터넷 장사정보화와 관련하여 웹사이트 구축 시 지방자치단체가 수행해야 할 역할은 다양한 장사정보를 확보하여 웹사이트를 조정하고 통제하며, 장사정보 웹사이트 구축에 대한 기준을 제시하고, 중앙정부차원의 적절한 도메인명 확보와 자치단체 도메인명용어의 하부 디렉토리로 관리하며, 장사정보 웹사이트 구축 및 운영에 관한 기술지원을 제공하며, 장사정보 웹사이트를 대·내외적으로 홍보하며, 웹사이트 개발을 담당하고, 웹사이트 운영에 필요한 자금계획을 수립하며, 이용자들의 적극적인 참여(정보이용, 정보제공)를 유도하여 장사정보 관련 웹마스터의 역할을 수행한다.

다. 推進體系 및 支援方案

장사정보 웹사이트 구축의 추진체계는 두 가지 방식으로 나누어 생각해 볼 수 있는데 그 중 하나는 장사정보 웹사이트의 구축을 중앙에

서 직접 주도하여 자치단체를 연결하는 방식이고 다른 하나는 계획 수립이나 시스템구축 등은 지방자치단체에 권한을 일임하고 중앙에서는 기술지원과 자금지원만을 담당하는 방식이다. 두 가지 추진방식 모두 장단점을 갖고 있으나 중앙에서 주도하여 추진하는 장사정보화 사업의 경우 중앙의 지원이 계속되지 않을 경우 실패로 그칠 가능성이 있다. 그리고 장사정보화의 추진주체가 중앙에서 지방자치단체로 점차 이전되어 가는 추세이므로 지방자치단체에 권한을 일임하고 중앙에서는 기술지원 및 자금지원을 담당하는 방식이 바람직하다. 그러나 여기서 한 가지 주의할 것은 중앙의 자금지원 방식이다. 장사정보 웹사이트 구축은 지역 공공 DB 구축 사업보다 소요 예산이 적게 들며 지방자치단체에 보유중인 기존 자원을 활용할 경우 예산을 더욱 줄일 수 있다.

인터넷 장사정보화 추진 시 중요한 역할을 하는 추진 주체로서 이해관계자를 들 수 있다. 장사정보화사업은 지방자치단체와 장사관련 기업, 개인들이 협력하여 만들어 나가는 사업이므로 협력단체의 자발적인 참여와 협력이 성공을 결정짓는 관건이 된다고 해도 과언이 아닐 것이다. 협력단체의 주요역할은 장사정보 웹사이트의 유지·보수에 관한 조언을 하거나 정상적인 운영에 필요한 자금지원, 웹사이트의 주요 내용을 구성하는 정보의 제공 등이 될 것이다. 필요한 경우 협력 단체는 인터넷 장사정보화사업에 대한 전반적인 평가를 수행함으로써 보다 효과적인 장사정보화가 수행될 수 있도록 독려하거나 필요한 조치를 취할 수 있도록 하여야 할 것이다.

2. 財源 調達 方案

자치단체가 주체가 되어 장사정보화를 추진한다고 해서 재정문제가 사라지는 것은 아니며 현재의 자치단체의 재정상황을 고려할 때 장사

관련업체들도 장사정보화에 투자할 만큼 활성화되어 있지 않은 것이 일반적이다. 지속적인 재원을 확보하는 것은 인터넷 장사정보화사업이 앞으로 해결해야 할 중요한 문제 중의 하나이다. 재원 조달 방식으로 다음과 같은 몇 가지 유형을 살펴볼 수 있다.

가. 公共 財源調達

지자체의 지방양여금, 특별교부세, 예산조치에 의한 국고지원을 통해 재원을 확보할 수 있다. 정부, 재단, 기업들로부터 장사정보화사업의 추진에 필요한 재원을 지원하도록 하거나 장사관련 기업들에게 이익금의 일부를 비영리적인 장사정보 웹사이트를 지원하기 위해 제공하도록 제도화 할 수도 있다.

나. 寄附金形態의 財源調達

기부금 캠페인을 통해 이용자들에게 호소하고 기부금을 유도하는 방법으로 충분한 기금을 확보할 수 있다면 다른 방법에 대한 논의는 불필요하다. 그러나, 현실적으로 사용자들의 기부금만으로 충분한 경우는 없지만 기부금 명단을 홈페이지 상에 공개하므로 활성화시킬 수 있다.

다. 使用料金에 의한 財源調達

서비스에 대한 사용료나 수수료를 받는 방법이다. 이 방법은 재원 조달의 확실한 기회를 가져다주는 반면 경제력이 없는 이용자들은 사용료를 지불하는 장사서비스를 이용할 수 없게 될 뿐 아니라, 설령 비용을 지불할 수 있다고 하더라도 그 서비스가 비용을 지불할만한 가치가 있다고 판단되지 않으면 이용하지 않으려고 할 것이다.

라. 會員에 의한 財政支援

만약 인터넷 장사정보회사업을 추진하면서 회비를 지불하는 회원을 모집한다면 어느 정도 고정적인 수입을 기대할 수 있다. 문제는 회원과 비회원이용자들을 어떻게 구분하여 서비스를 차별화 할 것인가 하는 것이다. 인터넷 장사정보화는 장사정보서비스를 제공하는 것 외에도 특정한 목표를 가진 조직으로 볼 수 있으므로 회원제 형태의 조직도 바람직한 형태라고 할 수 있다.

마. 廣告를 통한 財源調達

장사정보 웹사이트에 재단, 기업 등의 광고를 게재하고 그 수입금을 재원으로 활용한다. 그러나 광고를 활용하여 재원을 조달하는 경우에는 장사정보 웹사이트의 본래 목적이 왜곡되지 않도록 주의하여야 한다.

3. 葬事情報 웹사이트 構築 및 運營方案

웹사이트 구축 지침을 작성하는 데 기초가 될 웹사이트 구축방안을 살펴보면 웹사이트 구축의 목적, 내용, 기술적 개념, 서버구축 등에 대하여 구체적인 계획서를 작성한다. 여기에는 완성 기일과 세부 일정, 소요 예산 등이 포함되어야 한다. 웹사이트에 등록할 정보의 종류와 분량을 정하고 내용에 맞는 디자인을 정하도록 한다. 가급적 모든 내용은 지침서의 형태로 제공되는 것이 바람직하며 이것이 웹사이트의 기본 틀이 된다는 것을 명심하여야 한다. 이 작업에는 기획자, 웹 개발자, 디자이너 등이 참가하여야 한다. 수집된 자료인 그래픽, 텍스트 등의 자료를 웹에서 이용할 수 있는 형태로 변환하여야 한다. 모든 자료는 웹사이트 디자인 지침서의 내용과 일치해야 하며 적어도

한번 이상은 전체적으로 교정을 보는 것이 좋다.

웹사이트가 효과적으로 활용되려면 이미지나 텍스트 위주의 내용 이외에 온라인 검색이라든가 데이터베이스 등과 같은 기능이 요구된다. 여기에는 다양한 프로그램들간의 상호작용이 필요하며 이를 해결해 줄 수 있는 웹 개발자와 프로그래밍 전문가가 있어야 한다. 작업이 완료되었으면 기술과 내용 면에서 철저한 테스트를 실시하여야 한다. 특히 다수 이용자가 동시에 접속하여도 그 하중을 견딜 수 있는지, 내용에 틀린 부분은 없는지, 웹사이트에 대한 외부 접근시 아무런 문제가 없는지 등에 대하여 모든 제작진들이 참여하여 검토하는 것이 바람직하며 웹사이트의 내용은 항상 최신의 것으로 바꿔주어야 한다.

또한 아무리 좋은 서비스라고 하더라도 관련 기술이 이를 뒷받침해 주지 못하면 아무 소용이 없는데 활용기술에 따르는 서버구축방안을 마련하여야 하는데 자체적으로 자체서버를 구축하는 방안도 있지만 초기구축비용과 전담인력을 줄이기 위해 IDC(Internet Data Center)의 활용방안을 모색해 볼 수 있는데 코로케이션은 서버만 임대해 주는 사업이며 텔레하우징은 통시장비 공간만 임대해주는 사업이며, 웹호스팅은 여러 업체가 한 개의 서버를 빌려 사용할 수 있는 서비스이며, 서버호스팅은 공간뿐만 아니라 서버까지 임대 받을 수 있는 서비스로 자치단체의 여건에 따라 선택할 수 있다. 또한 서버관리와 웹사이트를 성공적으로 운영하기 위해서는 정보의 내용과 자체 설비를 유지하고 관리할 수 있는 웹마스터가 필요하다. 웹사이트 이용자들의 접속 내용을 점검함으로써 무엇이 잘 되고 있는지 무엇이 잘못되고 있는지를 파악할 수 있다.

웹사이트를 적극적으로 홍보하며 정보검색시스템을 효과적으로 활용한다. 웹사이트 구축은 디자인이나 구성 등에 있어서 이용자들이 매우 민감하게 반응하는 매체이므로 전문적인 인력을 활용하는 것이 바람직하

다. 성공적인 웹사이트를 구축하기 위해서는 반드시 다른 장사정보 웹사이트를 벤치마킹 하는 것이 중요하다. 다른 장사정보 웹사이트를 둘러보고 그 지역의 웹사이트가 역점을 두고 있는 내용, 메뉴 구성, 이미지 구성, 자료의 충실성, 링크서비스, 기타 특기사항 등을 잘 파악하고 장·단점을 분석하여 장사정보 웹사이트 구축 계획에 반영하도록 한다.

〈表 5-9〉 웹사이트 構築方案

구 분		필요한 내용
구축 목적	목적설정 대상·범위	<ul style="list-style-type: none"> - 목적과 범위, 이용대상 - 이용자 의견수렴, 정보수집·저장 - 정보이용자 선정과 제공서비스 범위 결정 - 작업기간, 인력, 소요예산 등의 기본계획 수립 - 정보의 유형, 갱신주기, DB구축 여부결정 - 시스템 환경과 사용자 요구사항 분석
기본 계획	계획수립	<ul style="list-style-type: none"> - 사이트규모, 개발방법, 작업일정, 소요예산, 필요인력 등 - 제공내용과 서비스의 목록작성과 다양한 시나리오 작성 - 서비스의 양과 예상 이용자수 고려, 하드웨어 환경설정
소요 예산	-	<ul style="list-style-type: none"> - 웹사이트 구축방안으로 자체개발 혹은 외부 전문가 의뢰 - 자체적인 웹서버를 구축 혹은 ISP업체를 이용결정 - 웹사이트 관리·유지비용계획 수립 및 재원조달방안
작업 인력	-	<ul style="list-style-type: none"> - 웹사이트의 보안책임자선정과 유지·관리 실무담당자 지정 - 인력 확보방안으로 자체 교육이나 외부전문인력활용 방안
내용	합목적성, 장사정보, 작성원칙, 업그레이드, 부가서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 웹사이트의 구축목적과 장사정보내용 - 장사정보 이용자중심으로 구성 - 웹사이트의 주요내용을 장사정보중심으로 구성 - 필요한 장사정보 제공과 관련주체의 웹사이트와 연결 - 다양한 장사업체 정보포함 및 장사웹사이트 업체와 연결 - 정보제공자, 가공자 및 갱신주기를 결정 - 내용별 원시자료생성, 등록절차, 갱신주기 등 사전결정 - 업그레이드의 기본방향설정과 정기적인 정보등록 및 삭제 - 기본 장사서비스이외에 부가적인 서비스 제공 - 게시판, 대화방, 방명록, 카운트 등 추가로 이용자정보교환

〈表 5-9〉 계속

구 분		필요한 내용
구성	합목적성 사용자인터페이스 신기술적용	<ul style="list-style-type: none"> - 이용자중심의 필요한 정보설계 - 웹사이트기획·구성 위한 책임자, 디자이너, 프로그래머 - 장사관련 주제와 다양한 정보선택 가능 - 주메뉴와 부메뉴간, 탑으로 이동최소화 - 주메뉴는 4~7개 정도로 페이지의 Depth가 깊지 않도록 함. - 시스템확장성, 외국어지원, 다양한 브라우저환경, 버전고려 - JAVA, Javascript, Active X 등 신기술 소요예산, 구축시기 - CGI의 활용여부는 이용자나 개발자의 시스템 환경을 고려 - 신기술의 테스터는 사용중인 시스템에 사용하지 않음. - HTML의 레이아웃을 전문가가 담당
디자인	합목적성 페이지, 텍스트, 이미지 디자인	<ul style="list-style-type: none"> - 전문가에 의한 일관성 있는 텍스트, 이미지 디자인 - 기본틀에 의한 텍스트나 이미지의 적절한 공간배치 - 웹 페이지의 크기는 5페이지 내로 네비게이션 기능활용 - 텍스트의 단의 폭과 스크롤의 정도를 균형 있게 유지 - <table>태그 사용으로 텍스트 행의 너비와 주변 여백조정 - 글꼴의 크기, 색깔, 모양을 일관성 있게 적용 - 내용이나 구성과 조화되는 이미지를 사용 - GIF나 JPEG이미지 사용 시 이용자들의 시스템 환경고려 - 내용이나 그래픽 이미지의 임의적인 발취나 배포에 주의
서버 구축	-	<ul style="list-style-type: none"> - 자체서버구축방안 마련 - IDC활용방안, 특히, 코로케이션, 텔레하우징, 전용서버 호스팅, 웹 호스팅의 입주방식을 고려
관리 및 홍보	계획수립 홍보수단 연결서비스 광고홍보	<ul style="list-style-type: none"> - 웹사이트 구성, 내용, 디자인 등에 대한 업그레이드 계획 - 이벤트 행사로 이용자들의 흥미 유발과 잠재이용자확보 - 웹사이트 광고면 판매와 연계된 페이지를 개발하여 제공 - 성공적인 장사정보 웹사이트와 연결, 홍보수단으로 사용 - 주요 검색엔진의 목록에 장사정보 웹사이트를 등록 - 웹사이트 목록과 디렉토리 활용, 여러 사이트에 연결 - 신문, 라디오, 기타 매체에 광고, 장사정보 웹사이트 홍보 - 우편이나 인터넷을 이용한 홍보 - 뉴스, 지역 방송국, 케이블 TV를 통해 홍보

4. 葬事情報 웹사이트 構成 및 內容

정보 통신 기술의 발전에 힘입어 인터넷 이용은 사회 각 분야로 빠르게 확산되어 가고 있으며 장사정보 웹사이트는 앞으로 장사문화 발전에 있어서 필수적인 요소로 자리잡게 될 것이지만 국내의 인터넷 장사정보화현황은 아직 초기단계에 머물러 있다는 것을 알 수 있다. 앞에서 인터넷 장사정보화의 추진체계 정비방안과 지방자치단체의 역할, 재원조달 방안 등을 살펴보았으며, 장사정보 웹사이트를 구성하는 내용을 살펴보면 <表 5-10>과 같이 현재 제공할 수 있는 정보내용과 향후 웹사이트의 발전에 따라 추가적으로 발전시킬 수 있는 내용으로 구분해 보았다.

특히 성공적인 인터넷 장사정보화를 추진하고자 하는 지방자치단체와 기타 주체들이 고려하여야 할 장사정보내용을 살펴보면 크게 회원 가입 및 이용안내, 장례일반정보, 장례행정 및 정책방향, 장례관련 DB 자료 구축, 장례민원 상담 및 처리, 장례관련 연구 및 관련 사이트, 상·장례의 소개, 죽음의 질 향상 운동, 안내 및 광고, 향후 발전전략 등을 살펴볼 수 있다.

〈表 5-10〉 葬事情報 웹사이트 内容

구 분	구성요소	내 용
회원가입 및 이용 안내	소개 이용안내 회원가입	- 설립목적, 운영계획 - 회원, 비회원간의 이용제한 - 회원가입절차
장례일반 정보	장례식장 안내	- 장례식장 안내(시설, 가격, 기타서비스)
	화장장/납골시설 안내	- 화장장, 납골당/묘/탑(사설/공설) 안내(시설, 가 격 및 납골서비스)
	공원묘지 안내	- 공설/사설 공원묘지 안내 (시설, 가격 및 묘지 서비스)
	장례용품가격정보	- 수의, 관, 석물 등의 가격정보, 우수업체 소개
	상속관계/사후절차	- 사후 유족간의 상속문제 등 재산관련 상담 및 장례행정상담 - 유족의 심리적 안정을 위한 정보제공 및 상담
	사이버장례/추모	- 고인추모를 위한 사이버 장례 및 납골공간 제공
장례행정 및 정책 방향	장례정책동향 장례행정 관련법령/판례 장례행정통계 국내정책자료	- 장례정책동향 소개 및 설명 - 매 화장 및 장례시설 설치에 관한 절차안내 - 장례관련 법령 및 판례소개 - 장례관련 산업 및 행정통계 - 국내정책자료 소개 및 관련기관 연결
장례관련 DB 자료 구축	묘지실태조사 사망신고접수 및 처리 사망관련통계생산	- GIS를 이용한 묘지실태조사 기반구축 - 장사정보의 Networking 기반구축 - 사망자관리 기반구축 - 사망관련 통계생산 기반구축
장례민원 상담 및 처리	장례서비스 현장 민원 고발창구 민원 상담 및 처리 내용	- 장례단체 서비스현장 제정, 준수사항 게재 - 장례관련 부당사례 서비스의 고발창구 개설 - 장례관련 민원처리내용을 게재, 향후 개선함
장례관련 연구 및 관련 사 이트	국·내외 장례현황 소개 및 장례관련 연구 장례관련 사이트	- 국내·외 최근 연구동향 및 연구내용 소개 - 외국의 장례문화 소개 및 국내·외 장례관련 사이트 연결

〈表 5-10〉 계속

구 분	구성요소	내 용
상·장례 소개	의의 예절 및 절차	<ul style="list-style-type: none"> - 삶과 죽음 고찰, 종교별 죽음관과 대처방안 - 상·장례의 의례 및 절차, 종교별 절차소개
죽 음 의 질 향상 운동	화장서약 호스피스(Hospice) 운동 장기기증운동	<ul style="list-style-type: none"> - 장개협 의 장례문화개선운동 - 생개협 의 건전장례문화보급 - 호스피스운동과 연결, 죽음 인식전환 유도 - 사랑의 장기기증 운동본부, 생명나눔실천회, 유럽장기이식재단(Eurotransplant Foundation ETF), 미국장기분배기구(United Network of Organ Sharing UNOS)등의 국내외 기관과 연결, 장기기증운동으로 죽음을 통한 삶의 연장에 기여
안내 및 광고	부고란, 부의 제도대행, 공지사항 장례소식, 게시판 장례관련 광고 게재	<ul style="list-style-type: none"> - 각종 부고사항 게재, 부의 대행, 주민 참여 유도 - 주요 명사들의 죽음에 대한 칼럼 등을 소개 - 장례와 관련된 주요사항을 공지함 - 신문, 방송, 잡지, 세미나, 학회, 민간단체의 소식 및 동향소개 - 국내·외 장례관련 주요토픽을 소개 - 장사정보센터 운영자금을 위한 광고대행
향후 발전 내용	장례 관련산업 육성방안, 장제부조 사업의 도입, 묘지공원화사업, 전문장례지도사 자격관리, 장례 및 제사 관련업무의 대행	<ul style="list-style-type: none"> - 장례관련 On-Line, Off-Line산업의 연계, B to B 연계 및 활성화 - 장제부조 사업도입과 운영의 G to B to C 연계 - 묘지공원화사업의 G to B to C 연계 - 장례업무 대행의 G to B to C 연계 - 제사업무 대행의 G to B to C 연계 - 묘지관리업무의 G to B to C 연계

第 5 節 葬事情報센터 및 葬事情報 웹사이트의 成功的 運營方案

장사정보센터의 설립·운영 및 장사정보 웹사이트 운영에 있어서 많은 요소들이 고려되어야 하고, 또 새로 도입하려는 정보시스템이 성공적으로 구축되도록 하기 위한 여러 가지 성공조건들이 충족되어야 한다. 장사정보화 사업의 성공적인 구축을 위해서는 계획수립 및 사업화 단계에서 효과적인 추진체계를 정립해야 한다. 우선, 計劃案을 수립·심의·조정하는 實務팀이 필요하다. 일반적으로 실무 팀은 지방자치단체의 조직내부에 설치될 수도 있고, 외부의 전문가와 관계기관의 실무자들로 구성될 수도 있다.

다음으로 실질적으로 시스템의 개발·구현과정을 책임지는 專門組織이 필요하다. 일반적으로 공공기관·민간기관·제3섹터 등이 담당할 수 있겠으나 공공성이 강한 장사정보시스템의 경우에는 공공기관 또는 제3섹터에서 담당하는 것이 좋으며, 채산성을 고려한다면 장사정보시스템의 운영은 민간기관에 맡겨도 좋을 것이다.

장사정보센터가 성공하려면 그 센터의 목적을 명확히 하고, 이해관계자에게 미치는 영향을 분석·제시하여 이해관계자의 지지 내지는 동의를 받아야 한다. 이러한 내용은 이미 설문조사에서 나타난바와 같이 이해관계자의 이해관계가 장사정보센터의 성공을 위한 주요요인으로 나타나고 있다.

장사정보센터의 성공여부를 결정짓는 가장 구체적이고 절실한 요소는 실제로 시스템을 개발하고 구현할 수 있는 전문인력의 확보 여부라고 할 수 있다. 따라서 우수한 자체인력을 확실하게 양성하거나, 아니면 외부의 전문가를 충분히 활용하여야 한다. 장사정보시스템 구축의 핵심은 효과적으로 情報處理를 해줄 수 있는 소프트웨어로 중요한 것

은 정보처리요구 충족, 확장성, 표준화, 편리한 사용자 인터페이스 등이다. 시스템만 구축해 놓고 이러한 입력자료와 장사정보를 확보할 수 없다면 그 시스템은 쓸모가 없다. 장사정보센터가 실제로 사용자에게 널리 이용되고 지속적으로 유지되기 위해서는 그 장사서비스에 대한 이용자 평가를 필수적으로 실시하여야 한다. 다음은 장사정보센터 및 장사정보 웹사이트를 성공적으로 운영하기 위한 몇 가지 운영방안을 살펴볼 수 있는데 다음과 같다.

첫째, 장사정보센터의 이용자라 할 수 있는 일반시민과 장사정보의 제공자라 할 수 있는 장사관련업체, 지방자치단체 등 다수의 이해관계자가 관여하고 있으며 각각이 의사결정의 주체라 할 수 있으므로 이들 독립된 다수의 이해관계자간에 장사정보의 생산 및 제공의 의견을 통합·조정할 필요가 있다. 이해관계자들간에 장사정보화의 필요성을 강하게 인식하고 있는 일반시민이 있지만 대다수의 장사관련업체는 장사정보화에 대한 지식자체가 적고, 현상 그대로 유지하기를 원하는 소극파도 다수 잠재하고 있는 것이 현 실정이다. 그러므로 장사정보화의 의견이나 이해관계자 의견의 이해관계에 따른 장사정보를 확보·제공하는 것도 용이한 것은 아니다. 장사정보화를 실현하기 위해서는 공통의 목표달성을 위하여 관계자의 입장을 초월한 합의를 도출할 필요가 있으며 이러한 합의를 도모하기 위해서는 지방자치단체가 공평한 입장에서 추진주체의 역할을 담당하도록 한다.

둘째, 장사정보화가 도입된 실례가 없기 때문에 새로운 장사정보센터를 도입하는 경우에는 시스템의 계획부터 정착단계까지의 조성책이 마련되어 있지 않으면 진행도중 좌절되거나 시작단계에서 공지에 물려버리면 장사정보센터의 설립이 미약해질 수 있으므로 지방자치단체가 적극적으로 추진할 필요가 있다.

셋째, 장사정보이용자가 장사정보화의 수혜를 통해서 생활의 편리

및 장사문화개선에 빠르게 접근할 수 있도록 앞에서 언급된 장사정보의 내용들을 체계적으로 구축한다. 또한 공무원, 관련업체, 시민단체간에 정보공유의 방법을 습득하도록 하며 일상생활에서 장사정보화를 진전시켜 나갈 수 있도록 지원한다. 또한 장사정보센터를 중심으로 연계된 장사관련 공무원, 시민단체, 관련업체를 통하여 정보제공, 상담, 교육, 훈련 등 다양한 내용의 서비스를 개발·제공하여 국민생활에 편리를 주도록 최대한 지원한다. 최대한 많은 양의 정보를 확보하여 이용자들이 손쉽게 정보를 활용할 수 있는 기능을 갖추도록 하여 장사관련 정보의 유통창구 역할을 충분히 수행하도록 한다.

넷째, 장사정보 전달체계에 관하여 장사관련 공무원, 업체, 시민단체 등과의 Network화 하는 것은 서로 이해관계가 다르기 때문에 쉽지가 않지만 정보공유에 있어서는 누구나 공감하는 부분이므로 생산된 정보를 서로 이해관계가 다른 집단이 공유하도록 하며 이의 필요성이 절실히 요구되도록 서비스전달체계를 격자망으로 연결, 구축하여 전국 어디에서나 정보를 공유할 수 있도록 하여야 할 것이다.

다섯째, 효율적인 장사서비스제공을 위해서는 시스템 구축비용 및 운영을 위한 경비가 필요한데, 보건복지부의 예산이외에도 각종 수익창출 서비스를 개발하여 재원확보 방안을 마련하여야 할 것이다. 특히 인적·물적 자원을 최대한 활용한 비용절감과 일반인의 참여의식을 높여야 장사정보센터의 역할이 부각될 것이다.

마지막으로 장사정보이용자를 대상으로 장사서비스이용에 대한 모니터링을 하며 장사정보에 실질적인 접근이 구현되도록 장사정보제공자를 연계하여 다각적인 홍보매체를 활용하고 장사서비스의 유통경로를 확대하여 장사정보서비스에 대한 인지도를 높여 다수의 이용자가 참여할 수 있도록 유도한다.

參考文獻

- 곽동경, 「보육시설의 영유아 영양증진을 위한 중앙급식·영양정보센터 모델 개발」, 『한국인의 영양개선을 통한 건강증진방안에 관한 연구』, 연세대학교식품영양과학연구소, 1998.
- 곽인섭, 「묘지의식구조와 관행에 관한 연구」, 강원대 경영행정대학원 석사학위논문, 1998.
- 구자복, 「묘지제도의 개선방안에 관한 연구」, 단국대 행정대학원 석사학위논문, 1997.
- 권영균, 「국내기업의 정보센터에 대한 CSF 분석」, 광운대 산업정보대학원 석사학위논문, 1992.
- 김미숙 외, 『자원봉사센터의 현황과 효율적 운영방안』, 한국보건사회연구원, 1998.
- 김선기, 『지역정보화의 효율적 추진』, 한국지방행정연구원, 1997.
- _____, 『지역종합정보센터의 설립·운영모형』, 한국지방행정연구원, 1998.
- 김용경, 「지역정보센터 활성화를 위한 모형 설정에 관한 연구」, 명지대학교 경영학 박사학위논문, 1997.
- 나운환, 『복지정보체계론』, 홍익제, 1998.
- 노동부 장애인고용과, 「고급인력 정보센터 어떻게 운영되나?」, 『노동』 30권 9월호, 한국산업훈련협회, 1996.
- 대한주부클럽연합회, 『장묘문화에 대한 의식조사』, 1999.

- 생활개혁실천범국민협의회, 『장의차 실태조사 및 서비스 증진방안』, 1999.
- 원태연·정성원, 『통계조사분석』, 고려정보산업(주), 1999.
- 이정은, 「129 응급환자정보센터 실태조사」, 『중앙의학』 제61권 제1호, 1996, pp.71~82.
- 이종호, 『지역정보센터의 DB 설계에 관한 연구』, 청주대학교, 1993, p.96
- 이필도·배화옥, 『건전 장묘 모델 개발 및 실천방안』, 한국보건사회연구원, 1998.
- 이필도 외, 『가정의례의 경제적 비용분석』, 한국보건사회연구원, 1997.
- _____, 『장례식장 및 납골시설 용자사업 평가』, 한국보건사회연구원, 1999.
- 이현송·이필도, 『장의제도의 현황과 발전방향』, 한국보건사회연구원, 1995.
- 임동원, 「전략환경에 따른 정보센터의 주요성공요인에 관한 연구」, 충남대학교 경영학과 석사학위논문, 1994.
- 전국장의업협회, 『사단법인 전국장의업협회 정관』, 1999년 5월 14일 개정.
- 정국환, 『정보사회의 개념정립 및 정보화 추진방안에 관한 연구』, 한국전산원, 1996.
- 채서일·김범중·이성근, 『SPSS/PC+를 이용한 통계분석』, 학현사, 1995.
- 최용림, 「우리 나라 지역 정보화를 위한 지역정보센터의 사업특성에 관한 연구」, 서울대 환경대학원 석사학위논문, 1996.

- 최철준, 「지방도시기능 활성화를 위한 영상정보센터 도입에 관한 연구」, 한국외국어대학교 신문방송학 석사학위논문, 1998.
- 한국장애인재활협회, 『1998년 재활정보센터 사업보고서』, 1998.
- 한국건설기술연구원, 『건설기술정보센터: 정보이용안내 DB검색』, 1996.
- 한영춘, 「정보센터의 서비스 수준이 최종사용자의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구」, 영남대학교 경영대학원, 1997.
- 한국전산원, 『국가기간망 정보센터 구축』, 1994.
- _____, 『1999 국가정보화백서』, 1999.
- 홍성태, 「정보화 경쟁의 이데올로기에 관한 연구: 정보주의와 정보공유론을 중심으로」, 서울대학원 사회학과 박사학위논문, 1999.
- John Perry Barlow, “The Economy of Ideas: A Frame for Rethinking Patterns and Copyrights in the Digital Age”, 홍성태(역음), 『사이버공간, 사이버문화』, 문화과학사, 1996, pp.42~73.

附 錄

1. 葬事情報案内센터 運營方案에 대한 調査票 I/ 183
2. 葬事情報案内센터 運營方案에 대한 調査票 II/ 190
3. 葬事關聯 인터넷 홈페이지 目錄/ 197

附錄 1. 葬事情報案内센터 運營方案에 대한 調査票 I
(關聯 業體 運營者用)

안녕하십니까?

현재 저희 한국보건사회연구원에서는 보건복지부의 의뢰를 받아, <장사(葬事)정보 안내센터 운영방안>에 관한 연구를 수행하고 있습니다. 금번에 이와 관련된 기초자료를 수집하기 위해서 설문조사를 실시하고 있으니, 번거롭더라도 설문지를 작성하여 2000년 1월 29일까지 본 연구원에 도착하도록 보내주시기 바랍니다.

본 조사는 현재 장사관련 시설 및 업체(장례식장, 화장장, 납골시설, 장의업체) 운영자와 유관 행정기관 담당자, 그리고 시민단체 회원을 중심으로 진행됩니다. 본 조사표는 그 중에서 장사관련 시설 및 업체 운영자를 대상으로 작성된 것입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 본 연구에서 중요한 자료로 활용될 것입니다. 모든 질문에 대해서 빠짐없이 솔직하고 성의 있게 응답해 주시기 바랍니다. 또한 귀하께서 응답해주신 모든 내용은 전산처리 되어 통계자료로만 이용됩니다. 응답내용에 대한 비밀은 철저히 보장할 것이며, 연구 이외의 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

감사합니다. 2000 년 1월
한국보건사회연구원
원장 정경배

한국보건사회연구원 · 보 건 복 지 부

연구책임자	책임연구원 이필도 책임연구원 박인	문의처	전화 (02) 355-8003(271) FAX (02) 382-4583
-------	-----------------------	-----	--

I. 장사관련 업체에 관한 내용

1. 귀 업체에는 사업장 홍보를 어떤 방법으로 하고 있습니까?(해당사항에 모두 표시)
 - 1. 생활정보지 2. 지역 유선방송 3. 지역 신문
 - 4. 협회신문 5. 전화홍보 6. 홍보전단 배포
 - 7. 특별히 하지 않음 8. 기타 _____

2. 귀 업체는 장례용품을 어떻게 공급받습니까?(해당되는 사항은 모두 표시)
 - 1. 전 품목 생산자 공급
 - 2. 전 품목 중간상인(도매상) 공급
 - 3. 품목 별로 생산자 및 중간상인 공급
 - 4. 품목별로 외국에서 직수입
 - 5. 기타 _____

3. 다음 중 사람들이 가장 많이 문의하는 내용은 무엇입니까?
 - 1. 장례절차 2. 장례장소 및 매·화장 시설정보
 - 3. 장례용품의 종류 및 가격 4. 장사관련 행정절차
 - 5. 기타 _____

4. 장사용품 정찰제가 가능하다고 생각하십니까?
 - 1. 가능하다 2. 가능한 편이다
 - 3. 알 수 없다 4. 불가능한 편이다
 - 5. 완전히 불가능하다

5. 장사용품 규격화가 가능하다고 생각하십니까?

1. 가능하다 2. 가능한 편이다
 3. 알 수 없다 4. 불가능한 편이다
 5. 완전히 불가능하다

6. 귀 업체에서 처리한 장사 중에서 최저 가격 및 최고 가격은 얼마였습니까?

(최저 가격: _____ 원, 최고 가격: _____ 원)

7. 본인이 생각하는 바람직한 장사비용(장례식, 접대음식, 장례용품; 매·화장 비용은 제외)은 얼마라고 생각하십니까?

(_____ 원)

8. 귀 업체에서 제공하는 서비스 중에서 타 업체에 비해 월등히 좋다고 생각하는 내용은 무엇인지 적어주시기 바랍니다.

(_____)

II. 정보센터에 관한 내용

※ 『매장 및 묘지 등에 관한 법률』이 개정됨과 더불어 장묘문화 개선이라는 시대적 상황에 따라, 정부가 장사와 관련된 전반적 정보를 제공하는 <장사정보안내센터> 운영방안을 마련하고자 합니다. <장사정보안내센터>의 운영방식과 센터의 역할은 아직 확정된 것이 없으며, 따라서 센터의 형태를 여러 가지로 구상할 수 있습니다. 그러니 각 질문마다 본인의 생각을 말씀해주시면 좋겠습니다.

9. <장사정보안내센터>를 설립할 필요성이 있다고 생각하십니까?
1. 매우 필요하다 2. 필요한 편이다
 3. 필요하지 않은 편이다 4. 전혀 필요하지 않다
 5. 모르겠다
10. 정부가 <장사정보안내센터>를 설립 운영한다면, 용품 및 가격에 대한 정보를 공개할 의사가 있습니까?
1. 있다 2. 없다 3. 모르겠다
11. <장사정보안내센터>에서 업체를 선정해서 고객과 연결시켜준다면, 참여할 의사가 있습니까?
1. 있다 2. 없다 3. 모르겠다
12. <장사정보안내센터>는 누가 주관해서 설립해야 합니까?
1. 공공기관 2. 민간단체 3. 민·관합자 단체
 4. 기타 _____ 5. 모르겠다
13. <장사정보안내센터>센터를 어느 단위에 설치하는 것이 바람직하십니까?
1. 광역시 또는 도 단위 2. 시·군·구 단위
 3. 기타 _____ 4. 모르겠다

14. 각 단위 행정기관과 연계하여, 센터로 활용할 수 있는 기존의 조직이 있다면 어떤 것이 있겠습니까?

1. 지방자치단체(시·군·구청 등) 2. 장묘관리소
 3. 사회복지시설(복지관, 문화관, 등) 4. 시민단체
 5. 기타 _____ 6. 모르겠다

15. <장사정보안내센터>의 운영재정은 어떻게 확보하는 것이 바람직합니까?

1. 전액 정부 지원 2. 전액 민자 유치
 3. 민·관 공동투자 4. 기타 _____ 5. 모르겠다

16. <장사정보안내센터>의 가장 중요한 정보제공 방법은 무엇이라고 생각하십니까?

1. 상담 전화 2. 인터넷 3. 안내 책자
 4. 전시관 5. 기타 _____ 6. 모르겠다

17. 다음 <장사정보안내센터>의 역할 중에서, 가장 중요한 것 1가지만 선택한다면 무엇입니까?

1. 각종 시설에 관한 정보제공(장례식장, 매·화장 및 납골시설, 묘지시설)
 2. 장사용품 종류 및 가격에 대한 정보제공
 3. 장사관련 업무 대행(사망신고, 부고대행, 장제비 신청, 묘지신고 등)
 4. 장례절차 상담 및 물품대여(장의자동차, 장사물품, 경비대출 등)
 5. 묘지의 전산화 (묘적부 작성 및 관리, 묘지정보DB 구축)
 6. 국가장묘정책 및 건전한 장묘문화 홍보
 7. 기타 _____ 8. 모르겠다

* <장사정보안내센터>를 효과적으로 설립·운영하기 위해서, 다음 사항이 얼마나 중요한지 표시하여 주시기 바랍니다.

번호	질 문 내 용	응 답 범 주				
		매우 그렇다	대체로 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모르겠다
18	<장사정보안내센터>를 설립하는 것이 현실적으로 가능할 것 같습니다?	<input type="checkbox"/>				
19	<장사정보안내센터>가 설립된다면, 센터의 운영 체계를 신뢰할 수 있으실까요?	<input type="checkbox"/>				
20	<장사정보안내센터>가 설립된다면, 제공되는 정보의 정확성을 신뢰할 수 있으실까요?	<input type="checkbox"/>				
21	<장사정보안내센터>가 설립된다면, 지속적으로 새로운 정보를 확보할 수 있으실까요?	<input type="checkbox"/>				
22	<장사정보안내센터>가 설립된다면, 장례용품 유통의 부작용을 개선하는 데 효과가 있으실까요?	<input type="checkbox"/>				
23	<장사정보안내센터>가 설립된다면, 장례문화개선 효과가 있으실까요?	<input type="checkbox"/>				
24	<장사정보안내센터>가 설립된다면, 민·관의 업무협조 체계가 개선되실까요?	<input type="checkbox"/>				
25	<장사정보안내센터>가 설립된다면, 본인의 업무에 도움이 되실까요?	<input type="checkbox"/>				
26	<장사정보안내센터> 설립 및 운영의 법적 근거를 마련할 필요가 있으실까요?	<input type="checkbox"/>				
27	<장사정보안내센터> 「매장 및 묘지 등에 관한 법률」의 실효성 확보에 도움이 되실까요?	<input type="checkbox"/>				

Ⅲ. 일반적 사항에 관한 질문

- D-1. 직업 : 1. 공무원 2. 전문직(연구직, 의사, 변호사, 등)
 3. 교수 4. 학생 5. 회사원 6. 주부 7. 기타

※ 소속 및 주소를 적어주시기 바랍니다.

소속: _____

주소: _____

- D-2. 성별: 1. 남자 2. 여자

D-3. 연령: 만 _____ 세

D-4. 최종학력

1. 초등학교 이하 2. 중학교 졸업
 3. 고등학교 졸업 4. 전문대졸 이상

D-5. 종교

0. 없음 1. 기독교 2. 천주교 3. 불교
 4. 원불교 5. 천도교 6. 통일교
 7. 기타 (무엇: _____)

※ 저희 설문에 성심성의껏 응답해 주셔서 감사합니다.

附錄 2. 葬事情報案内센터 運營方案에 대한 調査票 II
(葬墓擔當 公務員·學界關係者·協會會員 用)

안녕하십니까?

현재 저희 한국보건사회연구원에서는 보건복지부의 의뢰를 받아, <장사(葬事)정보 안내센터 운영방안>에 관한 연구를 수행하고 있습니다. 금번에 이와 관련된 기초자료를 수집하기 위해서 설문조사를 실시하고 있으니, 번거롭더라도 설문지를 작성하여 2000년 1월 29일까지 본 연구원에 도착하도록 보내주시기 바랍니다.

본 조사는 현재 장사관련 시설 및 업체(장례식장, 화장장, 납골시설, 장의업체) 운영자와 유관 행정기관 담당자, 그리고 시민단체 회원을 중심으로 진행됩니다. 본 조사표는 그 중에서 행정기관 담당자, 관련 학과 교수 및 학생, 시민단체 회원, 그리고 한국보건사회연구원 회원을 대상으로 작성된 것입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 본 연구에서 중요한 자료로 활용될 것입니다. 모든 질문에 대해서 빠짐없이 솔직하고 성의 있게 응답해 주시기 바랍니다. 또한 귀하께서 응답해주신 모든 내용은 전산처리 되어 통계자료로만 이용됩니다. 응답내용에 대한 비밀은 철저히 보장할 것이며, 연구이외의 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

감사합니다.

2000년 1월

한국보건사회연구원

원장 정경배

한국보건사회연구원 · 보건복지부

연구책임자	책임연구원 이필도 책임연구원 박인	문의처	전화 (02) 355-8003(271) FAX (02) 382-4583
-------	-----------------------	-----	--

I. 장사관련 실태에 관한 내용

1. 평소 장사(葬事)와 관계된 일에 얼마나 관심이 있습니까?
 1. 매우 관심이 있다 2. 관심이 있는 편이다
 3. 관심이 없는 편이다 4. 전혀 관심이 없다

2. 본인의 가정에 장사가 발생한다면 장례를 어디서 치르겠습니까(어디서 치렀습니까)?
 1. 집 2. 장례식장 3. 종교시설(사찰, 교회 등)
 4. 기타 _____ 5. 모르겠다

3. 장례용품은 어떻게 구입하겠습니까(구입했습니까)?
 1. 장의업체(장례식장, 장의사)에 일괄 위탁
 2. 종교단체에 일괄 위탁
 3. 업체(장의사, 장례식장)가 제시하는 여러 종류 중 상주 측에서 선택
 4. 일부품목만 직접 구입하고 나머지는 업체에 위탁
 5. 기타 _____
 6. 모르겠다

4. 최근에 장사관련 정보를 들은 적이 있다면, 어디서(어떻게) 들었습니까?
 1. 문상 등의 각종 모임에서 2. 평소 주변사람을 통해서
 3. 매체(TV, 라디오, 신문, 잡지, 인터넷)
 4. 장사관련 업체 및 시설 5. 유관 행정기관
 6. 기타 _____ 7. 들은 적 없다

5. 장사관련 정보를 얻기가 어떻다고 생각하십니까?
 1. 매우 쉽다 2. 쉬운 편이다
 3. 어려운 편이다 4. 매우 어렵다 5. 모르겠다

6. 본인의 가정 또는 가까운 친척에게 장사가 발생한다면, 장사관련 정보를 얻기 위해서 어디에 문의하겠습니까?

- 1. 장사관련 업체나 협회 2. 행정기관 담당자
- 3. 주변에 잘 알고 있는(경험이 있는) 친척이나 동료
- 4. 인터넷 등의 통신매체 5. 기타_____
- 6. 모르겠다

7. 장사와 관련해서 가장 궁금한 사항은 무엇입니까?

- 1. 장례절차 2. 장례장소 및 매· 화장 시설정보
- 3. 장례용품의 종류 및 가격 4. 장사관련 행정절차
- 5. 기타 _____ 6. 궁금한 점 없다

8. 본인이 생각하기에, 적당한 총 장례비용(매장 및 화장 비용 제외)은 얼마입니까? (원)

* 다음 각 항목에 대해서 본인이 얼마나 알고 있는지 대답해주시기 바랍니다.

번호	질문 내용	응답범주			
		전혀 모른다	잘 모른다	대강 안다	매우 잘 안다
9	장례 및 묘지시설 정보에 대해서	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	장례용품의 종류와 가격에 대해서	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	장례절차에 대해서	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	장사관련 행정절차에 대해서	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	장제비(장례보조비)내용에 대해서	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	장제비 신청절차나 문의처에 대해서	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	개정된 「매장 및 묘지 등에 관한 법률」에 대해서	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

II. 정보센터에 관한 내용

※ 『매장 및 묘지 등에 관한 법률』이 개정됨과 더불어 장묘문화 개선이라는 시대적 상황에 따라, 정부가 장사와 관련된 전반적 정보를 제공하는 <장사정보안내센터> 운영방안을 마련하고자 합니다. <장사정보안내센터>의 운영방식과 센터의 역할은 아직 확정된 것이 없으며, 따라서 센터의 형태를 여러 가지로 구상할 수 있습니다. 그러나 각 질문마다 본인의 생각을 말씀해주시면 좋겠습니다.

16. <장사정보안내센터>를 설립할 필요성이 있다고 생각하십니까?
- 1. 매우 필요하다 2. 필요한 편이다
 - 3. 필요하지 않은 편이다 4. 전혀 필요하지 않다
 - 5. 모르겠다
17. <장사정보안내센터>는 누가 주관해서 설립해야 합니까?
- 1. 공공기관 2. 민간단체
 - 3. 민·관합자 단체 4. 기타 _____
 - 5. 모르겠다
18. <장사정보안내센터> 센터를 어느 단위에 설치하는 것이 바람직합니까?
- 1. 광역시 또는 도 단위 2. 시·군·구 단위
 - 3. 기타 _____ 4. 모르겠다
19. 각 단위 행정기관과 연계하여, 센터로 활용할 수 있는 기존의 조직이 있다면 어떤 것이 있겠습니까?
- 1. 지방자치단체(시·군·구청 등) 2. 장묘관리소
 - 3. 사회복지시설(복지관, 문화관, 등) 4. 시민단체
 - 5. 기타 _____ 6. 모르겠다

20. <장사정보안내센터>의 운영재정은 어떻게 확보하는 것이 바람직합니까?

1. 전액 정부 지원 2. 전액 민자 유치
 3. 민·관 공동투자 4. 기타 _____
 5. 모르겠다

21. <장사정보안내센터>의 가장 중요한 정보제공 방법은 무엇이라고 생각하십니까?

1. 상담 전화 2. 인터넷
 3. 안내 책자 4. 전시관
 5. 기타 _____ 6. 모르겠다

22. <장사정보안내센터>의 역할 중에서, 가장 중요한 것 1가지만 선택한다면 무엇입니까?

1. 각종 시설에 관한 정보제공(장례식장, 매·화장 및 납골시설, 묘지시설)
 2. 장사용품 종류 및 가격에 대한 정보제공
 3. 장사관련 업무 대행 (사망신고, 부고대행, 장제비 신청, 묘지신고 등)
 4. 장례절차 상담 및 물품대여 (장의자동차, 장사물품, 경비대출 등)
 5. 묘지의 전산화 (묘적부 작성 및 관리, 묘지정보DB 구축)
 6. 국가장묘정책 및 건전한 장묘문화 홍보
 7. 기타 _____
 8. 모르겠다

* <장사정보안내센터> 를 효과적으로 설립·운영하기 위해서, 다음 사항이 얼마나 중요한지 표시하여 주시기 바랍니다.

번호	질 문 내 용	응 답 범 주				
		매우 그렇다	대체로 그렇다	대체로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	모르겠다
23	<장사정보안내센터> 를 설립하는 것이 현실적으로 가능할 것 같습니다?	<input type="checkbox"/>				
24	<장사정보안내센터> 가 설립된다면, 센터의 운영 체계를 신뢰할 수 있겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
25	<장사정보안내센터> 가 설립된다면, 제공되는 정보의 정확성을 신뢰할 수 있겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
26	<장사정보안내센터> 가 설립된다면, 지속적으로 새로운 정보를 확보할 수 있겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
27	<장사정보안내센터> 가 설립된다면, 장례용품 유통의 부작용을 개선하는데 효과가 있겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
28	<장사정보안내센터> 가 설립된다면, 장례문화개선효과가 있겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
29	<장사정보안내센터> 가 설립된다면, 민·관의 업무협조 체계가 개선되겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
30	<장사정보안내센터> 가 설립된다면, 본인의 업무에 도움이 되겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
31	<장사정보안내센터> 설립 및 운영의 법적 근거를 마련할 필요가 있겠습니까?	<input type="checkbox"/>				
32	<장사정보안내센터> 가 「매장 및 묘지 등에 관한 법률」의 실효성 확보에 도움이 되겠습니까?	<input type="checkbox"/>				

Ⅲ. 일반적 사항에 관한 질문

- D-1. 직업 : 1. 공무원 2. 전문직(연구직, 의사, 변호사, 등)
 3. 교수 4. 학생 5. 회사원
 6. 주부 7. 기타

※ 소속 및 주소를 적어주시기 바랍니다.

소속: _____

주소: _____

- D-2. 성별: 1. 남자 2. 여자

D-3. 연령: 만 _____ 세

D-4. 최종학력

1. 초등학교 이하 2. 중학교 졸업
 3. 고등학교 졸업 4. 전문대졸 이상

D-5. 종교

0. 없음 1. 기독교 2. 천주교
 3. 불교 4. 원불교 5. 천도교
 6. 통일교 7. 기타 (무엇: _____)

※ 저희 설문에 성심성의껏 응답해 주셔서 감사합니다.

附錄 3. 葬事關聯 인터넷 홈페이지 目錄

업체명	내용	홈페이지 주소
평화경조개발	염습, 용품	http://www.dial.co.kr
기독교의백화점	염습, 용품, 절차	http://www.chejuline.co.kr
영진장제	장의사	http://www.jangjae.co.kr
락원장의사	용품, 염습, 상담	http://nownet.co.kr/seperate/...
국제장의사	장의상 일반	http://www.yescall.co.kr
경남장의사	장의서비스, 장의정보	http://www.jang24.co.kr
오수산업	삼배전문, 관	http://osoo.co.kr
한울상조연합장의사	용품, 협력업체, 회원제	http://myhome.shinbiro.com/~dj1024
울산상조(대한상조)	장의서비스,	http://www.ulsannews.co.kr/~sangjo
인천동방장의사	장례정보	http://namdong.inchon.kr
미르장의	용품, 장의학, 법령	http://myhome.hananet.net/~dragon256
백일장의사	장의일반	http://www.businessstel.co.kr
임종의 나라	가격표, 보도자료, 무료장의	http://www.imjong.co.kr
서울상조서비스	전국서비스체인망	http://www.sangjos.co.kr
도탈장례	종합서비스	http://www.jangre.co.kr
명가장례백화점	도탈서비스	http://www.024.co.kr
대한장제의은행	묘지조성개장, 석물, 용품	http://www.jangi.co.kr
현진상사	장례소모품	http://myhome.shinbiro.com/~hjcopy/index.htm
성일상조	장의사	http://www.webtown.org/jangeu
부음(이레기획)	부음전문사이트	http://www.booum.co.kr
동화경도공원	이북도민 공원묘지	http://www.donghwapark.co.kr
진달래공원	공원묘지	http://jjindalrae.net
일산 청아공원	공원묘지	http://www.chungahpa7}.co.kr
진달래공원묘원	공원묘원	http://jjdr.co.kr
목련공원	공원묘지	http://www.mrmpark.co.kr
하늘나라	사이버묘지	http://www.hanulnara.co.kr
갑산 사이버묘지	사이버묘, 공원묘안내	http://www.kapsan.co.kr
차넬21	납골당(정은사)	http://www.chanel21.co.kr
장안사 납골당	납골당	http://www.jangansa.or.kr
영각사문화사업단	납골당	http://www.nabgol.com
돌세계건설주식회사	한국형 납골당 시공	http://my.netian.com/~psy071
석명장묘문화원	가족납골 시설 설계, 시공	http://sukmyung.co.kr
익산장례문화개발	납골묘지 공사 전문 업체	http://mypage.channeli.net/tomb/
삼두산업개발	묘지개발, 시설 시공	http://user.chollian.net/~sd4442
국민장묘개발	묘지개발, 매장, 납골	http://www.nfd.co.kr
선덕스톤	석재건축 시공 설계	http://sunduk.co.kr
세진산업	가족납골 및 기타 석재	http://myhome.netsgo.com/sejin

업체명	홈페이지 내용	홈페이지 주소
한국석묘개발	납골 및 묘지 설계, 시공	http://www.napgol.co.kr
천수납골단	납골시설 시공업체	http://www.chunsoo.com
금강탑 기획	납골시설 설치	http://soback.kornet.net/~kgf99
백천장의	납골시설설치	http://backchon.co.kr/frame.htm
동창석재	석재	http://www.dchstone.co.kr
스톤 21	석재	http://www.stone21.co.kr
봉조상사	입관석	http://www.okdol.com
자화사리연구소	자화사리 장례법	http://www.holytec.com
중앙장례문화원	각종정보제공, 물품판매	http://www.funeral21.co.kr
송원인터넷	상장례 관련업체 홈페이지 제작관리	http://www.intersoul.co.kr
주부클럽연합회	장례정보상담코너	http://www.jubuclub.or.kr
생활문화개혁실천	시민단체	http://www.life21.or.kr
장의사관련정보	장의사, 절차, 묘지, 상여	http://www.jangsa.co.kr
전장협부산지회	서비스, 업계동향, 구별장의사현황	http://jang.hm119.co.kr
사랑의 교회	예식절차, 장사처리 연락처	http://www.sarang.or.kr
권정옥(4th)	자료제공	http://webblow.kornet.net/the4th/
사이버추모집	서울시 시설관리공단	http://www.memorial-zone.or.kr
창원시청	2000년계획-장례서비스센터, 장례지원	http://www.changwon.kyongnam.kr
부평시	도우미운영-물품대여, 절차대행	http://www.pupyong.inchon.kr
광주서구청	물품대여, 상담 등	http://gu.so.kwangju.kr/jang/sin-main.htm
송파구	장례대행, 장의버스지원 등	http://www.songpa.seoul.kr
영락공원	시설이용정보	http://www.metro.pusan.kr
천안시청	간단한 시설 소개	-
대구광역시	간단한 시설 소개	-
육천군청	간단한 시설 소개	-
울산시청	간단한 시설 소개	-
완주군청	간단한 시설 소개	-
강릉시청	간단한 시설 소개	-
보령시청	간단한 시설 소개	-
단양군청	간단한 시설 소개	-
한덕생명	한국장례토달서비스와 제휴	http://www.handuk-life.co.kr
대한생명	임종의 전화사와 제휴	http://www.korealife.com
교보생명	대한장의은행과 제휴	http://www.kyobo.co.kr
국민연금	유족연금	http://www.npc.or.kr/
아메리카생명	시니어중신보험	http://insurance.infomail.co.kr