

2025 GKL 로컬 관광기업 육성·지원사업 성과자료집



CONTENTS

2025
GKL 로컬 관광기업 육성·지원사업
성과자료집

1. 사업개요

주최/주관기관 소개	02
사업 기획취지	03
주요 내용	03

주요 연혁

2024년	04
2025년	04

2025년 타임라인	05
------------	----

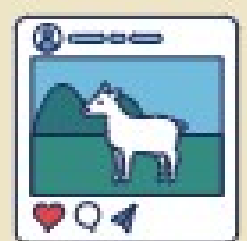
선정기업 목록	06
---------	----

2. 25 선정기업 소개/성과

나무스	12
로컬즈	14
마부하이협동조합	16
빛자루탄마녀	18
뿔레미농	20
지붕뚫은친구들	22
(주)그라운드	24
(주)보탬플러스	26
(주)빌리지하우징	28
(주)엘비에스테크	30

1
사업소개





주최/주관기관 소개

GKL 그랜드코리아레저

GKL 그랜드코리아레저

GKL은 외국인 전용 카지노 '세븐럭(Seven Luck)'을 운영하고 있으며, 관광산업 성장 지원, 사회적 가치 실현, 국민경제 발전을 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 또한, 공기업으로서 사회적 책임을 다하기 위해 매년 매출액의 일부를 사회공헌기금으로 출연하고 있으며, 공익법인 GKL사회공헌재단과 함께 다양한 공헌 활동을 펼치고 있습니다.

- 미션** 관광 산업 성장을 지원함으로써 국민경제 발전에 이바지한다
- 비전** 문화·관광에 가치를 더하는 미래형 엔터테인먼트 플랫폼

GKL 사회공헌재단

GKL사회공헌재단

GKL사회공헌재단은 관광을 중심으로 국내외 소외계층의 삶의 질 향상과 일반 사회의 공익을 목적으로 2014년에 설립되었습니다. 관광산업 성장을 지원함으로써 국민경제 발전에 기여하는 공기업 GKL과 함께 재단의 핵심역량인 관광과 문화를 중심으로 다양한 사회공헌 사업을 추진하고 있습니다.

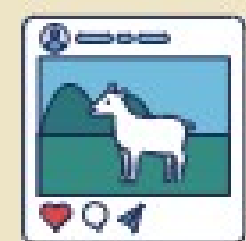
- 미션** 관광 사회공헌을 통해 관광 생태계의 건강과 지속가능한 성장에 기여한다
- 비전** 대한민국 관광 사회공헌의 중심

함께일하는재단

wi 함께일하는재단

함께일하는재단은 지속가능한 일자리를 통해 일하고 싶은 사람 누구나 일할 수 있는 행복한 사회를 만드는 데 전념해온 민간 공익재단입니다. 대상의 특성에 맞는 일자리 모델을 발굴하고 취업역량 강화를 도모, 나아가 일자리 창출을 극대화 할 수 있는 사회혁신기업을 지원하는 사업을 펼치고 있습니다.

- 미션** 양질의 일자리를 통해 사회양극화를 해소, 행복한 사회를 만든다
- 비전** 일자리 문제 해결을 선도하는 가장 신뢰받는 기관



사업 기획 취지

지역관광 자립역량 강화

관광기업 육성·지원 사업 운영으로
지역관광 균형발전에 기여

포용적 관광성장 실현

우수한 역량을 갖춘 관광기업
육성으로 지역사회 현안문제 해결



주요 내용

유망기업
선정

오리엔테이션

공동교육

사업화 자금
(각 3천만원)

기업진단
컨설팅(각 1회)

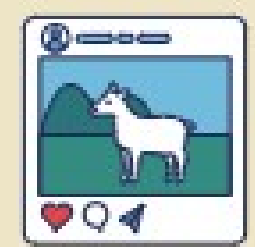
단계별 컨설팅
(각 2회)

맞춤형 멘토링
(각 5회)

동료기업
네트워킹

성과공유회

우수기업
시상



주요 연혁

2024년

4~5월

참여기업 모집

6월

참여기업 선정(9개사)
기업진단 컨설팅

7월~11월

오리엔테이션&기업별 협약체결
사업화자금 지원(기업별 3천만원)
공통교육(6회)
단계별 컨설팅(기업별 2회)
맞춤형 멘토링(기업별 5회)

12월

성과공유회 & 우수기업 시상

2025년

3~4월

참여기업 모집

5월

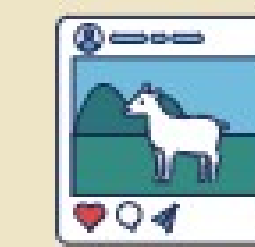
참여기업 선정(10개사)
기업진단 컨설팅
오리엔테이션&기업별 협약체결

6월~10월

사업화자금 지원(기업별 3천만원)
공통교육(3회)
단계별 컨설팅(기업별 2회)
맞춤형 멘토링(기업별 5회)
네트워킹 프로그램
산학연계 대학교 홍보지원단 운영

11월

성과공유회 & 우수기업 시상



2025년 타임라인



모집



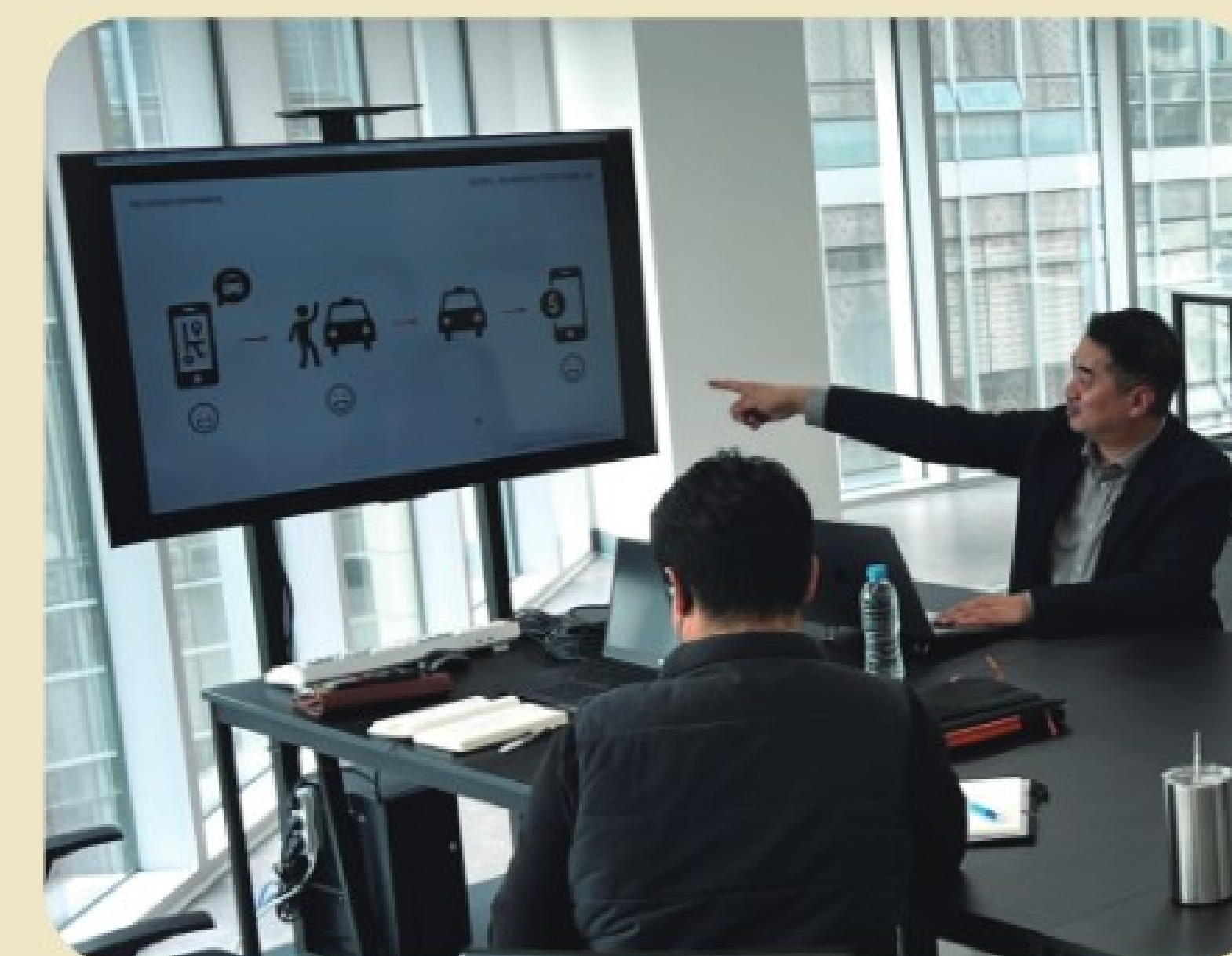
오리엔테이션



공통교육



네트워킹



컨설팅&멘토링



성과공유회



선정기업 목록

2024년

	기업명	프로젝트	소재지
1	가야한상	가야금 연주와 함께하는 미식문화체험 프로그램	경남 김해
2	(주)나누기월드	ODA국가 기관/학교 대상 한국문화관광	부산
3	올더스트릿(주)	K-먹방로드, 일본 MZ세대를 위한 동영상 K-맛집 탐방 서비스	서울
4	(주)그래퍼스	외국인, 다문화가구 대상 체험관광 프로그램 순천에서 반보기 & 맛보기	전남 순천
5	(주)느랏스테이	MZ세대 중화권 관광객 대상 우도 여행상품	제주
6	(주)안동온사람들	유교문화와 함께하는 선비트레킹 프로그램	경북 안동
7	(주)컨슈리시티즌	온라인 로컬콘텐츠 큐레이션 서비스	서울
8	트리퍼	크리에이터 협업 지역 굿즈 제작 및 투어 서비스 플랫폼	경남 남해
9	협동조합 청풍 (강화유니버스)	지역 체류형 잠시집 커뮤니티 프로그램	인천 강화

2025년

	기업명	프로젝트	소재지
1	나무스	런케이션 'WOOD LIKE YOU'	충남 금산
2	로컬즈	소멸지역 로컬문화 콘텐츠 체험여행 인포메이션	충북 괴산
3	마부하이협동조합	나만의 어장에서 내가 채취한 굴로 요리하는 나만의 어업체험	경남 사천
4	빛자루탄매너	소도시동네여행 통영편, 봉수로컬살롱	경남 통영
5	별레미농	아름다운 경관을 품은 지속가능 작약치유농원	경기 양주
6	지붕뚫은친구들	제주 마을 기반 식문화 체험여행 플랫폼, 이더라운드 eat.around	제주
7	(주)그라운드	농어촌 관광 상품 OTA(Online Travel Agency) 서비스 플랫폼	경기 화성
8	(주)보탬플러스	애매한 사람들의 애매한 충주 1박2일, "EME WALK in 충주"	충북 충주
9	(주)빌리지하우스	[로컬크리에이터 콘텐츠]와 [빈집활용숙박]으로 만드는 인구감소지역 로컬관광 [디지털-프리 여행]	강원 원주
10	(주)엘비에스테크	섬 지역 교통약자 대상 무장애 관광환경 조성을 위한 스마트 보행 내비게이션 및 관제 서비스 개발	세종

2025
GKL 로컬 관광기업 육성·지원사업
성과자료집

2

25 선정기업 소개 및 성과





나무스

Q. 나무스는 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

나무스는 지역 목재와 자연 자원을 기반으로 '배움 · 여행 · 제작'의 경험을 설계하는 친환경 공간 · 콘텐츠 기업입니다. 목재공학 기반의 전문성과 금산지역의 자원을 결합하여

- 친환경 런케이션 상품 개발(금산 기반 'WOOD LIKE YOU')
- 목재 체험·교육 프로그램 기획
- 지역 기반 관광콘텐츠 개발(나무 아틀리에·지역 공방 네트워크 구축)
- 친환경 소재 연구 및 상품 개발(홍삼박 화분 '진생분', 탄소저장형 목재 제품)

등을 추진하고 있으며, “목재 기반 지속가능한 라이프스타일을 만드는 기업”을 목표로 활동하고 있습니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

1. 금산 친환경 런케이션 'WOOD LIKE YOU' 개발
 - 금산의 산림 · 약초 · 로컬 자원을 활용한 체류형 교육·힐링 프로그램 설계
 - 가족, 기업 워크숍, 외국인 관광객 대상 맞춤형 코스 개발
 - 외국인 · 청년층을 위한 조립 경험형 관광상품 개발
2. 친환경 소재 기반 상품 연구
 - 금산 특산물 부산물(홍삼박)을 활용한 생분해 친환경 화분 개발
 - 교육 · 관광 분야에서 활용할 수 있는 다세대 체험 키트화

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

- 본 사업을 통해 다음과 같은 주요 성과와 인사이트를 얻었습니다.
- 금산만의 차별화된 자연 · 목재 자원을 콘텐츠화할 수 있다는 가능성 확인
지역 자원과 목재공학 전문성이 결합되면 지속가능한 관광모델을 만들 수 있음을 검증.
 - MZ세대 · 외국인 대상 DIY · 체험 콘텐츠의 높은 선호도 확인
'직접 만드는 경험'이 관광의 핵심 가치로 작동함을 확인.
 - 홍삼박 화분 개발을 통해 금산 특산물 기반 업사이클 산업 가능성 발견
농업 부산물을 활용한 교육 · 체험 · 관광 상품의 확장성 확인.
 - 지역 파트너십의 중요성 체감(로컬 상점 · 숙소 · 문화자원 협력)
지역 네트워크가 강할수록 체류형 관광의 완성도가 높아진다는 경험 축적.

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

나무스는 앞으로 지역 기반 친환경 라이프스타일 기업으로 확장해 나갈 계획입니다.

1. 금산 런케이션 상품 본격화 → 연중 운영되는 지역 브랜드로 정착
2. 친환경 소재 R&D 강화(홍삼박·목분·버섯균사체 소재 등)
3. 아틀리에 나무의 기능 확장(교육·관광·창작 거점으로)
4. 지역 순환경제 모델 구축(업사이클 재료 → 교육·관광 → 지역 수익환원)

나무스는 단순한 관광 상품이 아니라, '지속가능한 제작문화 + 로컬 자원 + 체험관광'을 통합한 새로운 지역 비즈니스 모델을 구축하는 것을 목표로 하고 있습니다.

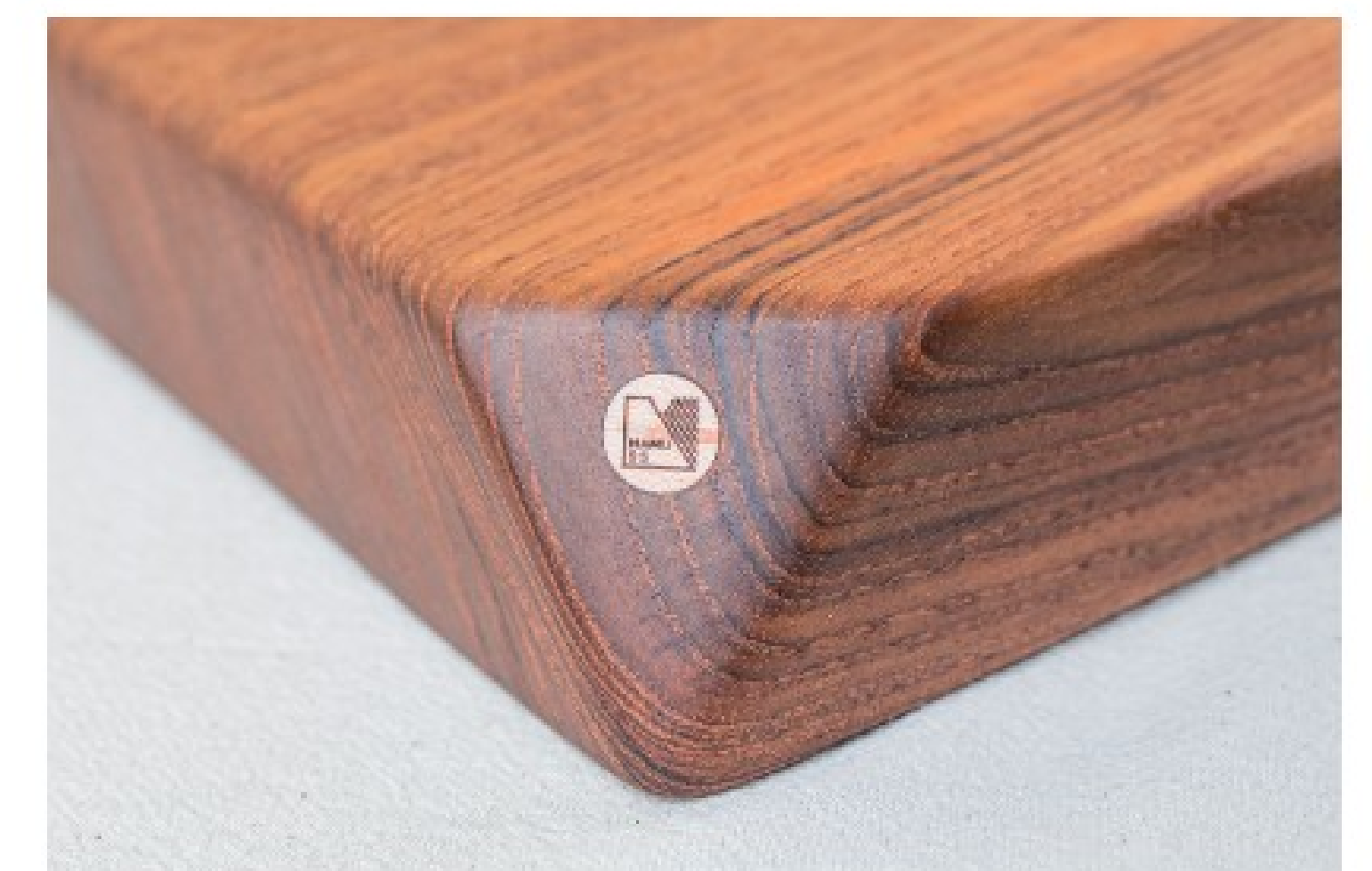
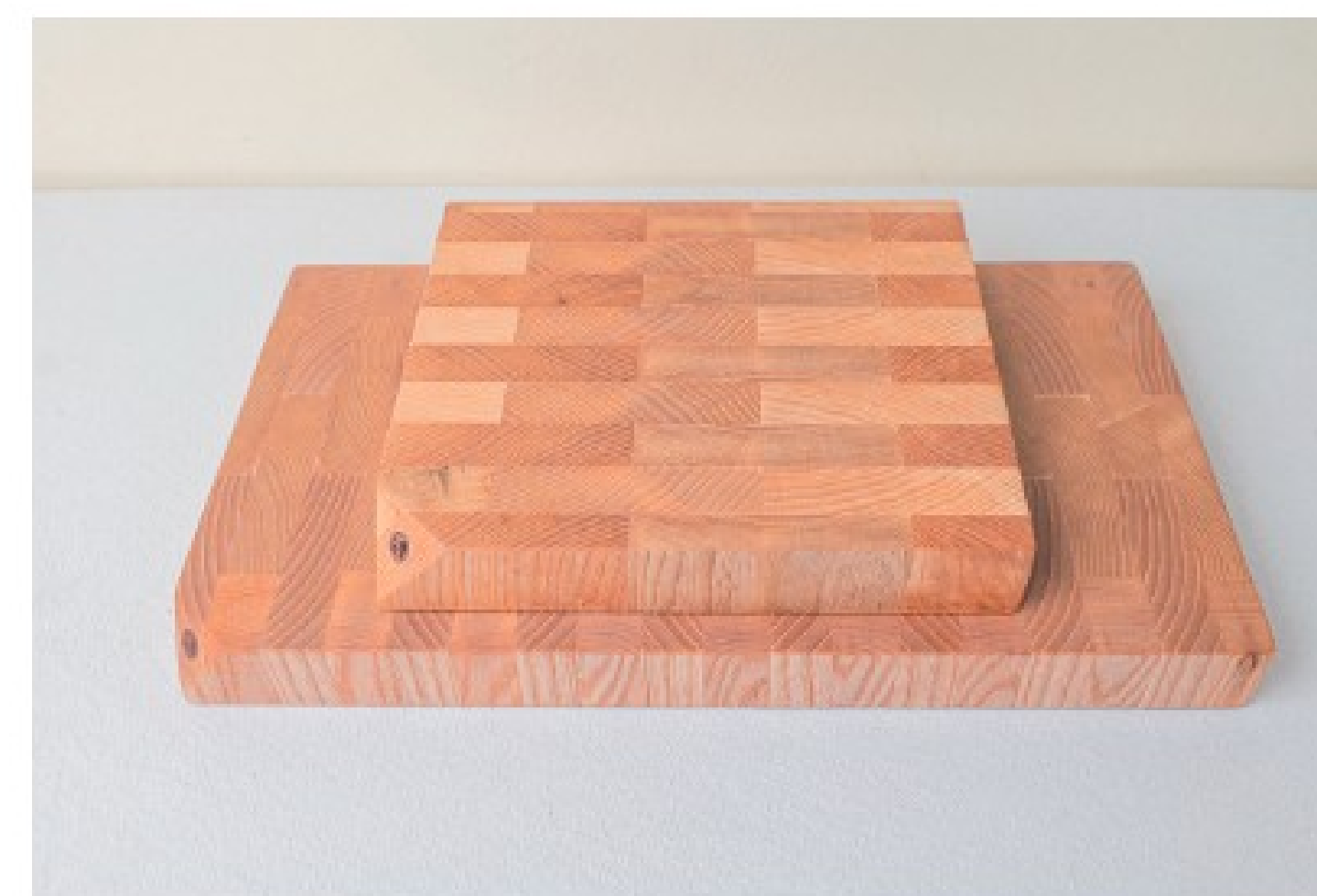
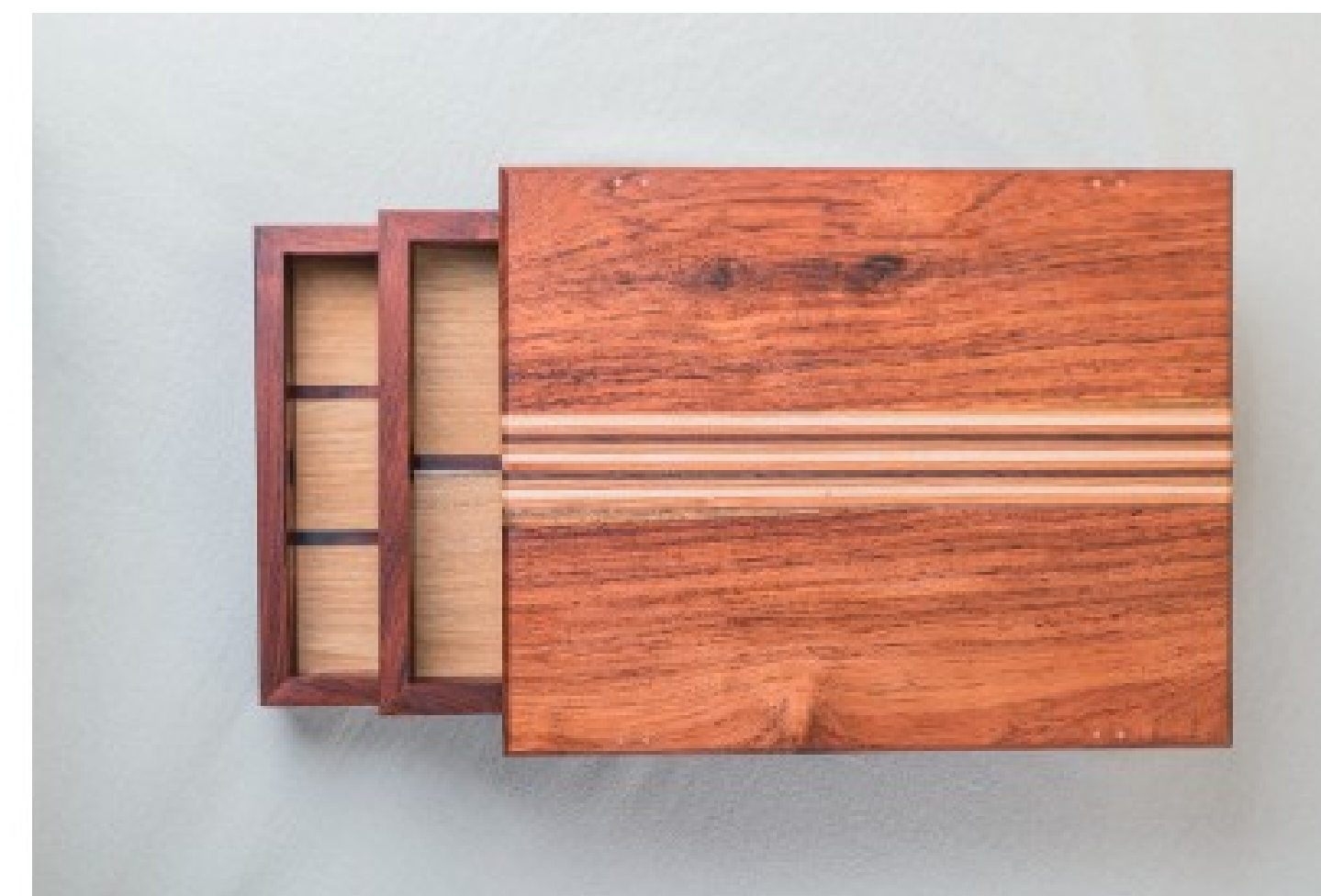
사업 성과

금산 런케이션
'WOOD LIKE YOU' 당일형,
숙박형 개발 및 진행

6회

콘텐츠 개발홍보

4건





로컬즈

Q. 로컬즈는 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

충북 괴산의 시골 마을에서 카페의 모습으로 지역 크리에이터 중심의 로컬 콘텐츠를 발굴, 취재, 온라인에 아카이빙 하여 외부 도시 사람들에게 괴산 로컬의 흥미로운 이야기들을 전달하고 있습니다. 최근부터는 이러한 콘텐츠들을 묶어 로컬 투어 여행상품을 개발하고 있으며, 카페 소재지 칠성면을 중심으로 9인의 청년 창업자들 주관, 지역 크리에이터들과 함께 매 월 1회 정기 플리마켓을 개최합니다. 사람 중심 로컬 문화를 핵심 콘텐츠로 추진하여 관광객의 직접 유입을 통한 상권 개발을 목표로 하고 있습니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

1. 청량마켓 칠성사이

괴산군 칠성면 도정리 면소재지 마을에서 2025.7월을 1회차로 정기 플리마켓을 운영하기 시작했으며, 현재 11월 5회차 준비가 한창입니다. 별도의 셀러모집 홍보를 하지 않고 있음에도 크리에이터 중심 독립마켓에 대한 갈증 해소를 기대하는 셀러들의 문의와 합류가 발생하고 있습니다.

2. 마을투어 패키지

소멸중이었던 칠성시장거리 9명의 '칠리단 청년사업자협동조합' 구성원들이 모여 문화/공방 중심 상점을 열었습니다. 이 곳을 '칠리단길' 별명으로 마케팅 결과 전국적인 선진마을 사례로 알려지기 시작했습니다. 외부 공공기관, 마을주민 등 여러 기관과 단체에서 마을을 방문했으며, 칠리단길의 발생 과정을 듣고 마을 내에서 체험 투어를 진행중입니다.

3. 온라인 지역 콘텐츠 확산

꾸준한 지역 크리에이터 중심 온라인 아카이빙을 추진한 결과 온라인 검색 매체와 AI 답변에서 '로컬 여행/창업' 분야 괴산지역과 칠리단길의 지역가치에 대해 긍정 평가와 추천이 이어지고 있습니다. 본 사업 추진 중 공중파와 일간지, 잡지 포함 대량의 언론보도가 더해져 이를 접한 관광객과 투어 단체의 방문이 증가세에 있습니다.

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

작년 2024년 기준으로 본 사업의 중심 마을이었던 칠성시장거리는 절반이 넘는 점포가 폐허 상태의 공실이었습니다. 전형적인 소멸 마을의 모습 그대로였습니다. 이곳에 로컬즈 포함 괴산군의 창업지원사업과 수혜자와 자발적인 청년 창업이 이어지며 공실이 사라지고 활력의 가능성이 열리기 시작했습니다. 본 사업 시점부터 로컬즈의 DMC 역할과 재정적 추진력이 확보되어 지역소멸 탈출을 위한 여정이 시작될 수 있었습니다. 먼 곳으로 견학을 다니던 마을에서 손님을 받아들이는 선진지가 된 것이 먼저 찾아온 변화였습니다. 첫 회 60명의 손님으로 시작된 칠성사이 플리마켓은 4회차 까지 누적 1,100여명의 손님을 맞이했습니다. 특히 최근 4회차에는 가족단위, 친구단위 젊은 관광객의 비중이 컸습니다. 100평대의 시골마을 뒷골목 공터에서 벌어진 기적같은 일이었습니다.

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

단기적으로는 로컬문화가 집결하는 칠성사이 플리마켓의 규모를 확대하는 일입니다. 괴산 로컬 문화인들이 한달에 한번씩 모두 모여 관광객과 소통하는 '로컬 커뮤니티 마켓'의 역할을 수행할 것입니다. 지역 대형 축제가 있는 날이면 면단위 마을에서는 손님과 주민이 자취를 감추고 상점은 문을 닫는 이면이 있습니다. 칠성사이의 마을 상권과 밀착된 시장 골목을 중심으로 하여 성장 과정에서 소외되는 마을 상점이 없는 상생 발전의 사례를 만들 계획입니다. 중기적으로는 DMO 조직 구성 테스트를 목표하고있습니다. 최근 들어 칠성면, 불정면, 연풍면에 확산되고 있는 청년 크리에이터 상점들의 커뮤니티를 구성하고 이를 관광상품화 하는 사업입니다. 하나하나의 상점은 개인의 사업을 넘어 소중한 지역자원 관점으로 접근하고 이를 활용한 제3의 사업이 지속적으로 파생 할 수 있는 환경을 만들어 볼 계획입니다.

사업 성과

청년창업거리
마을투어 패키지 출시

1건

플리마켓
'청량마켓 칠성사이' 정기개최

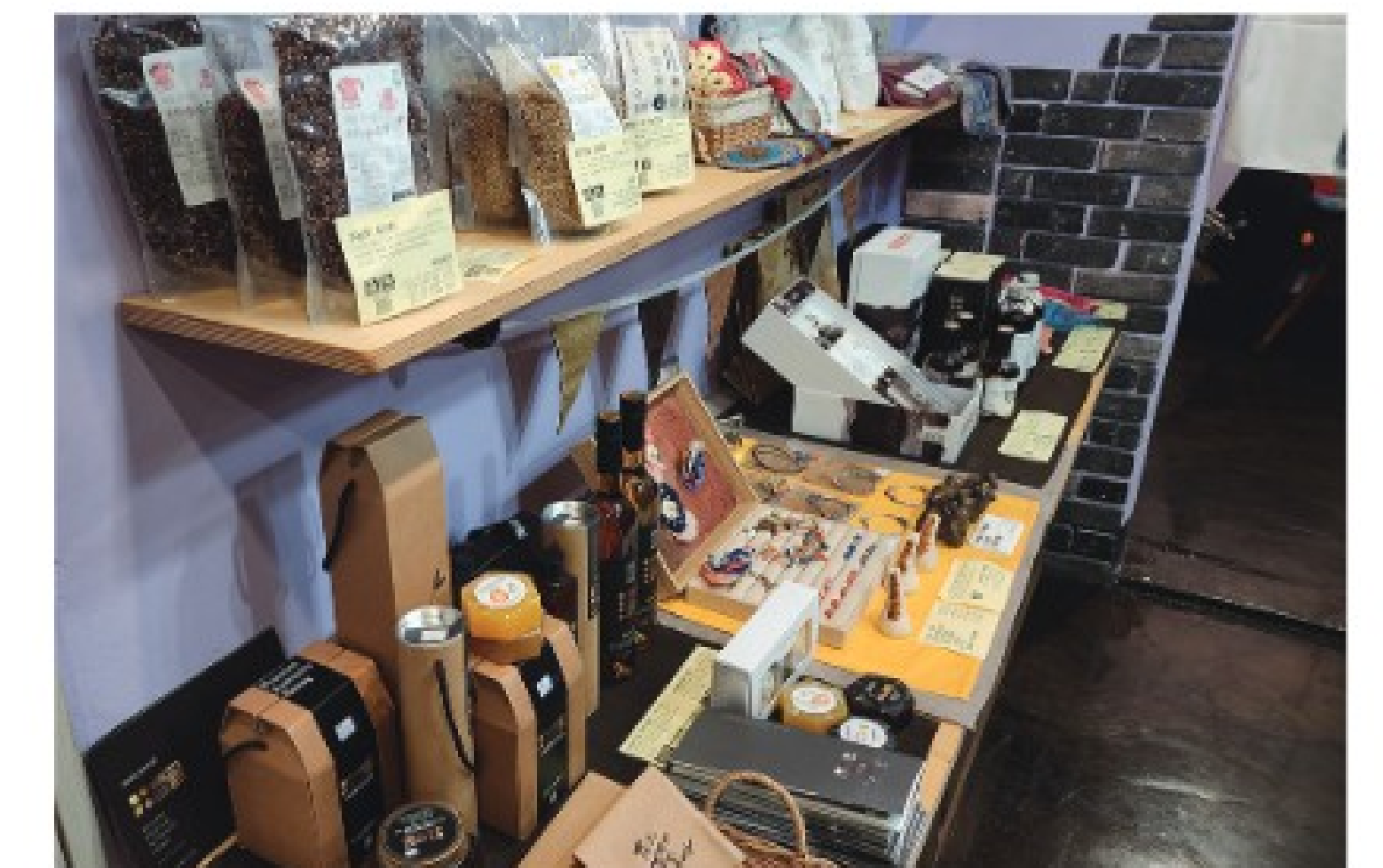
4회

지역사회
관계인구 확보

1,308명

지역관광 현안문제 해결

2건





마부하이 협동조합

Q. 마부하이협동조합은 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

마부하이 협동조합은 전국각지의 청년, 다문화, 고령주민들로 구성된 조합으로 2023년 경남 사천으로 귀어귀촌하여 정착하였습니다. 소멸예정인 어촌마을에 귀어청년들을 유치하여 어촌에 활력을 불어넣고 지속가능성을 위한 활동 전개하고 있고, 사천지역의 5개 어촌계와 협력하여 수산물 고도화 프로그램, 관계인구 프로그램, 어업체험 프로그램을 준비/운영하고 있습니다. 2023년 문체부 예비사회적기업 인증과 2024년 문체부 사회적기업 진입을 통해서 지역사회 공헌 활동을 함께 하고 있습니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

본 사업을 통해서 지역의 자연자원(갯벌, 수상레저 활동)과 수산자원(삼배체 개체굴)을 활용한 프로그램을 진행했습니다. 본 사업을 통해서 8~10월까지 총 16회의 프로그램을 진행했고 회차별 참가인원은 약 30여명으로 진행시간은 약 4시간으로 구성되어 있습니다.

프로그램 구성

- 전체오리엔테이션 진행(약 30분)
- A팀과 B팀으로 나누어 굴채취팀과 굴껍데기 그림그리기팀으로 프로그램 진행(약 1시간 진행)
- A팀 프로그램과 B팀 프로그램을 바꿔서 진행(약 1시간 진행)
- 전체팀이 모여서 채취한 굴을 포함한 바비큐 진행(약 1시간 30분 진행)

마을 어장에서 케이지별로 자라고 있는 삼배체 개체굴을 단체로 어선을 이용하거나, 2인1조의 카약을 타고 직접 채취하는 굴채취 프로그램과 굴껍데기를 이용하여 굴껍데기 그림그리기 프로그램, 채취한 굴을 포함하여 제공되는 바비큐 프로그램으로 진행했으며 기상상태에 따라 어장체험을 갯벌체험으로 대체하여 운영하기도 했습니다.

주로 경남지역의 시민들이 가족단위로 참여했으며 4인가족을 기준으로 예약을 통해 진행했습니다. 아이들을 동반한 가족들이 많았으며 아이들은 유아, 초등학생이 많았습니다.

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

본 프로그램은 일회성, 단기성 프로그램을 탈피하고 참여한 참여자들을 어촌마을과 삼배체 개체굴을 매개로 직간접적인 관계를 형성하는 관계인구 프로그램으로 일환으로 진행했습니다. 여기서 발전하는 단계는 어촌으로 귀촌하거나 '5도2촌'(주말은 어촌에서 생활)의 형태로 기대하고 있습니다. 본 파일럿 프로그램에 참여한 참여자들은 프로그램의 독창성과 신선함, 수상레저의 재미, 바비큐의 높은 만족도로 나타났으며 내년에 본 프로그램을 운영할 때 참조할 수 있는 좋은 의견들을 주셨습니다. 또한, 기상악화나 물때, 영유아 참가자들의 상태를 파악하여 그에 맞는 유연한 프로그램을 설계할 수 있었습니다.

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

마부하이 협동조합이 설립목적은 농어촌의 균형적인 발전과 귀어귀촌인 정착을 지원하여 소멸위기 농어촌 마을의 정주환경을 개선하고 지속가능한 어촌마을을 만드는 것입니다. 지역사회 공헌형 사회적기업이기도 한 마부하이 협동조합은 관계인구 체험 프로그램의 운영과 수익을 통해서 어촌마을의 봉사활동과 지역 일자리 창출을 위해 노력할 것입니다.

사업 성과

어업체험 여행 프로그램

16회

지역협력 네트워크 구축

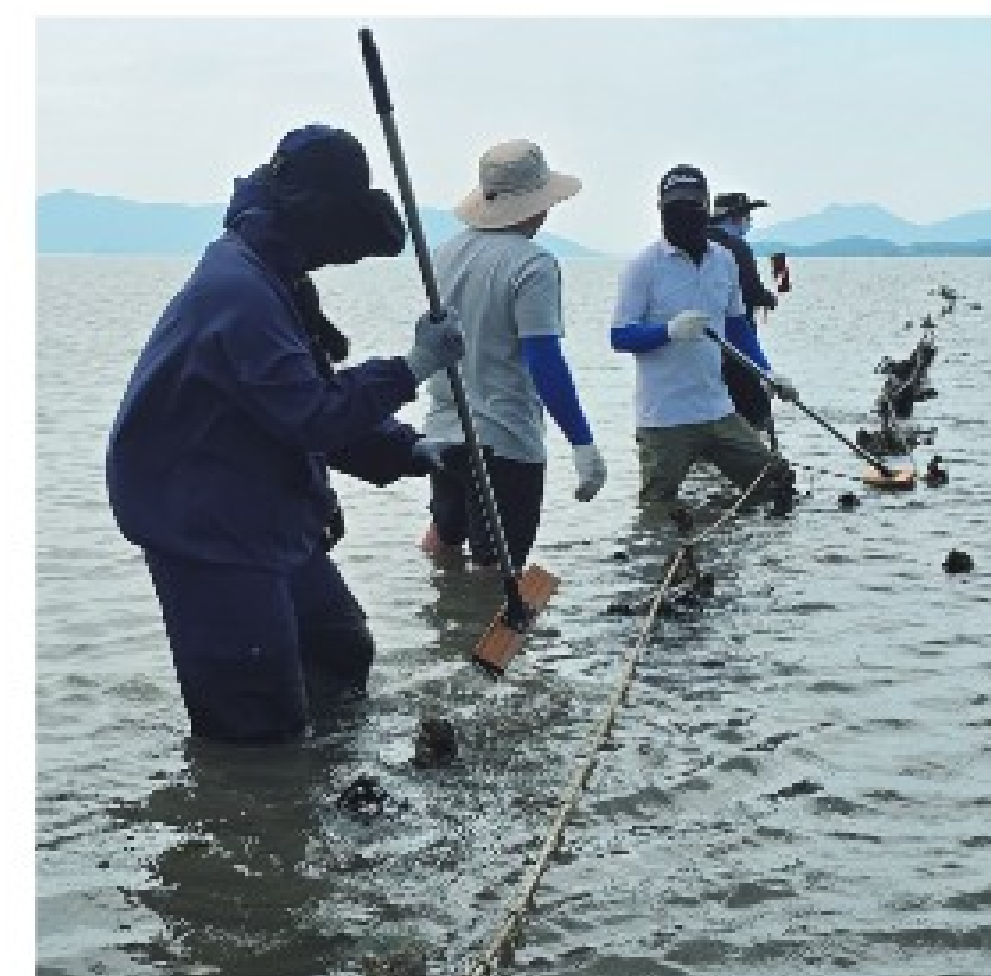
1건

체험객 방문

536명

지역관광 공헌활동 전개

60건



TRAVELING WITCH

빛자루탄마녀

Q. 빛자루탄마녀는 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

'빛자루탄마녀'는 경상남도 통영을 기반으로, '소도시동네여행'을 기획하고 운영하는 로컬 관광기업입니다. 저희의 핵심 모델은 '로컬살롱'으로, 이는 통영 봉수골과 같은 마을에서 지역 주민과 직접 교류하고 교감하며 새로운 감성과 휴식을 제공하는 여행 프로그램입니다. 단순히 관광지를 둘러보는 것이 아니라 '마녀의 해설투어', '지역주민과의 체험', '로컬음식' 등을 통해 '함께 하되, 자유롭게 연결되는' 라이프스타일 경험을 제안합니다. 로컬의 일상과 사람, 공간을 여행 콘텐츠로 삼아, 혼자 여행을 와도 필요할 땐 느슨하게 연결될 수 있는 '관계형 관광 모델'을 만들어가고 있습니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

이번 지원 사업을 통해 '빛자루탄마녀'는 기존의 '봉수로컬살롱'을 개선하고 3가지의 신규 로컬살롱을 추가 개발하는 데 집중했습니다. 핵심 전략은 '소량 다품종' 원칙에 따라 3~4시간 단위의 '반나절 모듈형 상품'을 개발하여 여행자의 선택 폭을 넓히는 것이었습니다. 기존 상품인 [봉수골일상여행]은 3~4시간 동안 봉수골 투어, 주민 체험, 맛집을 즐기는 라이트 버전으로 개발했습니다. 신규 상품으로는 첫째, 통영의 아침 일상과 미식을 테마로 서호시장과 서포루 차담회 등을 엮은 [트래블링위치 미식여행], 둘째, 삼덕항어판장 경매와 귀어 청년 어부의 이야기를 듣는 [통영바다이야기], 셋째, 건유마을에서 낚시와 로컬 쿠킹클래스, 마을 식사를 즐기는 체험형 상품인 [바닷가마을일상여행]을 성공적으로 기획하고 실행했습니다.

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

이번 사업을 통해 정량적, 정성적 측면에서 큰 성과를 거두었습니다. 우선, KPI 측면에서 기존 상품(4회, 20명) 대비, 전략적으로 개발한 '신규 로컬살롱'이 5회, 30명 의 참여를 이끌어내며 목표 대비 200% 달성률을 기록했습니다. 또한 건유마을회, 달라이커피 등 24곳의 지역 협력 네트워크를 구축하고 총 50명의 참여자를 확보했습니다. 무엇보다 가장 큰 소득은 '전략의 성공'을 확인한 것입니다. 반나절 상품으로 변경하며 모객이 수월해졌고, 이 상품들을 레고 블록처럼 조합하여 '고객 맞춤형' 설계가 가능하다는 확장성을 확인했습니다. 봉수골 마을을 넘어 '통영 전체 네트워크'를 활용 하면서 콘텐츠의 범위가 비약적으로 확장 되었으며, '빛자루탄마녀'가 통영의 숨겨진 매력을 큐레이션해주는 '로컬 전문가'이자 '트래블 큐레이터'로서의 브랜딩을 강화 할 수 있었습니다.

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

'빛자루탄마녀'는 통영의 '트래블 큐레이터'로서 확고히 자리매김하는 것을 목표로 3단계 계획을 수립했습니다. 1단계(2026년)는 '안정화'입니다. 반나절 상품을 안정화하고, 숙박 및 로컬상점과의 제휴를 강화 하며 기업·단체·숙박객을 대상으로 한 집중 홍보와 예약 시스템을 구축 할 것입니다. 2단계(2027~2029년)는 '고도화 및 확장'입니다. 핵심 콘텐츠를 매뉴얼화하고 '지역 해설사 양성'을 통해 1인 기업의 한계를 넘어선 운영체계를 도입할 것입니다. 또한, 모듈 결합형 '원데이·1박2일 패키지'를 출시하고, 통영 6개 권역으로 협력 네트워크를 구축 하여 전국 단위의 단체 및 기관 유치를 확대 해 나갈 것입니다.

사업 성과

소도시동네여행 봉수로컬살롱

4회

소도시동네여행 신규로컬살롱

5회

지역 협력 네트워크 구축

24곳

신규 여행상품
개발 서비스 테스트

4건





별레미농

Q. 별레미농은 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

“45년 된 집과 3만 평 숲이 들려주는 느린 이야기, 천천히 함께 만들어가는 숲 정원 별레미농입니다” 별레미농은 경기도 양주시 장흥면 송추C 인근 10만여㎡의 숲과 임야를 기반으로 자연 치유체험·정원교육·임산물재배·산촌민박 운영을 융합한 자연 기반 문화공간입니다. 작약을 비롯한 약 10여 종의 친환경 임산물을 재배하며, 숲을 매개로 한 치유체험 프로그램, 정원교육, 자연정원 워크숍, 로컬 생태 문화 연구, 숲 문화 콘서트 등을 운영하고 있습니다. 또한 45년 된 고택을 리모델링한 숙박 공간 ‘별레미농’ 산촌민박을 운영하면서 방문객들이 자연 속에서 쉼과 체험을 함께 누릴 수 있도록 돕고 있습니다.

Q. 본 사업을 통해 추진한 사업이나 프로젝트에 대해 설명해주세요

올해는 본 사업을 통해 다음과 같은 프로젝트를 중점적으로 추진하였습니다.

- 정원아카데미 기본과정(16주 80시간) 운영 및 수료식 개최(총 21회, 189명 참여)**
조경 및 정원분야 전문 교수님을 모시고 자연정원, 자생식물, 정원의 계획설계시공관리 기본 교육을 제공하여 총 9명의 수료생을 배출했습니다.
- 치유체험 임업교육프로그램 개발 및 운영(총 42회, 412명 참여)**
‘세밀화로 만나는 숲의 색’, ‘허브와 나의 작은 정원’, ‘야생화 정원의 비밀’, ‘목재 페파렛으로 정원가구 만들기’ 등 다양한 현장 기반 체험교육을 기획·운영했습니다.
- 지역 협력 및 로컬 네트워크 구축(총 6회, 102명 참여)**
양주시 문화예술단체 ‘라루체’와 협업하여 ‘숲에 문화를 심다’ 숲 콘서트를 총 6개 개최 하였습니다. 또한 정원아카데미 교육생으로 구성된 미농이팀은 ‘양주시 텃밭정원디자인 전국공모전’에 참여하여 퍼머컬처디자인정원으로 장려상을 수상하는 쾌거를 이루어내는 등 로컬 생태·문화 기반의 협력 구조를 강화했습니다.
- 산촌숙박 기반 지역관광 활성화(200여명 이상)**
산촌 숙박 운영을 진행하며 숲 기반 체험과 연계하여 지역 생태관광 활성화에 기여했습니다.

Q. 위 추진 내용을 통해 얻은 성과나 느낀점이 있다면 무엇일까요?

- 자연정원 실무실습 교육에 대한 수요 확인**
정원아카데미를 운영하며 지역 주민뿐 아니라 서울·수도권 참가자까지 참여할 만큼 교육 수요가 높다는 것을 확인했고 내년 교육과정에 대한 문의도 지속되고 있습니다.
- 지역과의 긴밀한 협력 기반 마련**
로컬 단체와의 협업을 통해 단순한 체험 공간을 넘어, 지역의 생태·문화를 이어주는 플랫폼 역할이 가능함을 체감했습니다.
- 임야 자원의 확장 가능성 발견**
숲, 자생식물, 임산물을 활용한 체험·교육·숙박의 결합이 충분한 사업성과와 확장 가능성을 가지고 있음을 확인했습니다.
- 방문객·참가자 만족도 향상**
체험 및 교육 이후 높은 재방문율(충성고객 등장)과 긍정적 피드백이 이어지며, 별레미농의 브랜드 가치가 높아졌다는 점을 실감했습니다.

Q. 향후 계획이나 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요

별레미농의 숲과 공간을 교육 및 문화공간으로 함께 나누고, 교육생들이 함께 만들어낸 숲 정원을 또 민간정원으로 대중에게 개방하는 것을 목표로 하고 있습니다.

- 자연주의 정원·자생식물 중심의 전문 교육 확대**
정원아카데미를 기본과정에서 심화·전문 과정으로 확장하고, 지역 기반 정원전문가 양성을 목표로 하고자 합니다.
- 산촌숙박과 체험 프로그램의 연계 강화**
숙박·정원·숲체험을 결합한 ‘숲 기반 복합 체류 프로그램’을 개발하여 지속 가능한 지역관광 모델을 구축할 계획입니다.
- 지역 생태문화 허브 역할 강화**
로컬 예술가·농업인·환경교육 단체와의 협업을 확대하여 지역이 함께 성장하는 생태·문화 거점으로 별레미농의 역할을 강화하고자 합니다.
- 임산물 재배 및 친환경 가공 상품 개발**
작약을 중심으로 한 임산물·농산물 상품 개발, 정원용 자생식물 생산 등 자연 기반의 수익 구조를 다각화할 예정입니다.

사업 성과

단회차 체험프로그램
(취약/일반)

총 **42**회

다회기 숲가꾸기체험
프로그램(정원아카데미)

총 **21**회



eat.around

지붕뚫은
친구들**Q. 지붕뚫은친구들은 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?**

저희 지붕뚫은친구들은 제주의 마을과 식문화를 중심으로 체험여행을 기획하고 운영하는 회사입니다. 'eat.around'이라는 브랜드를 통해, 여행자가 단순히 구경만하고 돌아가는 방식이 아니라 마을의 식재료 · 조리 · 사람 생활까지 경험할 수 있도록 연결하는 일을 하고 있습니다. 지금까지 제주의 12개 마을과 협업하며, 147명의 식음료 전문가와 함께 100개가 넘는 체험 프로그램을 만들었습니다. 여행자 입장에서는 제주를 더 깊게 이해하는 경험을 마을 입장에서는 지속 가능한 경제적 · 문화적 가치가 만들어지도록 설계하는 것이 저희의 역할입니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

이번 사업에서는 크게 두 가지를 집중적으로 추진했습니다.
첫째, 제주동백마을의 '일주일살이' 프리미엄 마을여행 개발입니다.
동백기름, 동백숲, 마을의 생활사 등을 식문화 체험으로 풀어내고, 1주일 동안 여행자가 마을의 균형 있는 삶을 체험할 수 있는 프로그램으로 구성했습니다. 식사, 명상, 기록, 로컬과의 교류 등 여행 전반이 일관된 스토리로 연결되도록 기획했습니다.
둘째, eat.around 앱 서비스 런칭과 B2B2G 시스템 고도화입니다.
캘린더 기반 예약 시스템, GEO/AEO 스키마 구축, 다국어 대응 준비 등을 진행하여 기관 · 기업 고객이 프로그램을 쉽게 조회하고 제안받을 수 있는 구조를 만들었습니다.
이를 통해 B2B2G 파트너십이 빠르게 확장되는 기반을 마련했습니다.

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

무엇보다도 '마을 단위 식문화 여행'이 하나의 확실한 모델이 될 수 있다는 점을 확인했습니다. 동백마을 일주일살이는 개발 직후 바로 운영으로 이어졌고, 여행자들의 만족도 역시 기대 이상이었습니다. 단순히 관광지가 아니라, 사람의 삶과 식문화가 연결되었을 때 여행의 깊이가 완전히 달라진다는 것을 현장에서 다시 한 번 느꼈습니다.

또 하나의 성과는 B2B2G 고객사의 빠른 증가입니다.
GEO/AEO 최적화 후 유입량이 늘었고, 기관 담당자들이 프로그램 정보를 한눈에 확인할 수 있어 상담 속도도 빨라졌습니다. 그 결과, 협약 기간 동안 고객사가 7곳에서 26곳으로 늘어났습니다. 마을 기반 콘텐츠를 지자체 · 기관에서 실질적인 수요가 있다는 것을 확인한 점이 큰 의미였습니다.

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

내년에는 세 가지 방향에 집중하려고 합니다.
첫 번째는 미식관광 · 마을관광의 정체성을 더 뾰족하게 만드는 것입니다.
제주의 식재료 · 조리법 · 마을 이야기를 기반으로 한 콘텐츠를 확실히 강화해, 제주 미식관광을 대표하는 서비스가 되고자 합니다.
두 번째는 기업 · 기관 대상의 단체(워크숍 · 연수) 전용 서비스 정식 오픈입니다.
올해 확보한 26개 기관의 경험을 기반으로, ESG · 관계인구 · 로컬체험형 교육 프로그램을 구조화하여 반복 운영이 가능한 형태로 확대할 계획입니다.
세 번째는 제주 미식관광 오프라인 행사 정례화입니다.
식재료 플리마켓, 로컬셰프 쿠킹행사 등 현장에서 맛보고 배우고 구매까지 이어지는 흐름을 만들고, 이를 온라인 서비스 · 마켓과 연결해 선순환 구조를 구축하려 합니다.
전체적으로는 "제주의 식문화를 탐험하는 경험"을 더욱 확장하고, 이를 통해 여행자-마을-기업-지역이 자연스럽게 연결되는 생태계를 만드는 것이 저희의 큰 목표입니다.

사업 성과

프리미엄 마을여행
프로그램 개발

2식

마을여행 플랫폼
앱서비스 런칭

1식

B2B2G 신규
고객사 확대

273%

관계인구 확보

1,346명



그라운드

(주)그라운드

Q. (주)그라운드는 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

농어촌 관광·생산 자원을 한곳에서 사고 즐길 수 있게 하는 통합 중개 O2O 플랫폼 <그라운드 투어·마켓>과 행안부 지정 전국 농산어촌 정보화마을 생산 자원 직거래 플랫폼 <인빌쇼핑>을 운영하는 기업으로, 전국 240여 농어촌마을 네트워크를 기반으로 생산자가 직접 참여하는 플랫폼을 통해 농어촌 디지털 전환(DX)을 추진하는 기업입니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

가평 '체험모아마켓' 온라인 모객·운영을 전담 수행하여 6개월간 그라운드 플랫폼을 통한 티켓 4,900장 판매 완료, 단일 프로젝트로 총 매출 5,000만원 이상을 달성했습니다.

가평 체험모아마켓은 가평군체험마을협의회에서 매년 추진하는 지역 사업으로, 금년도 프로젝트 수행 성과를 통해 차기년도 가평 지역 용역 사업 전담 수행사로 논의 중에 있습니다.

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

위 사업을 추진하면서 농어촌 특화 OTA 플랫폼을 관광/생산 자원을 하나의 플랫폼에서 중개하는 O2O 중개 플랫폼으로 고도화하며 투어·마켓 통합과 UI/UX 전면 개편 등 핵심 커머스/백오피스 기능을 구축하였습니다. 또한 로컬 크리에이터 협력플(100여 명)을 조직해 상품별 다각도 콘텐츠 제작·확산 체계를 마련하였습니다.

이러한 성과를 바탕으로 사업 기간 내 신규 협력 마을 13개를 추가 확보하고 위케이션·축제·특산물 상품화 지원 등 지역 용역 사업을 다각화하였습니다.

이를 통해 농어촌 관광 상품의 '온라인화'가 지역 확장의 실증 레퍼런스가 되었고, 공급자가 플랫폼 내에서 자체적으로 운영을 담당하며 디지털 전환 역량이 유의미하게 향상됨을 확인하였습니다.

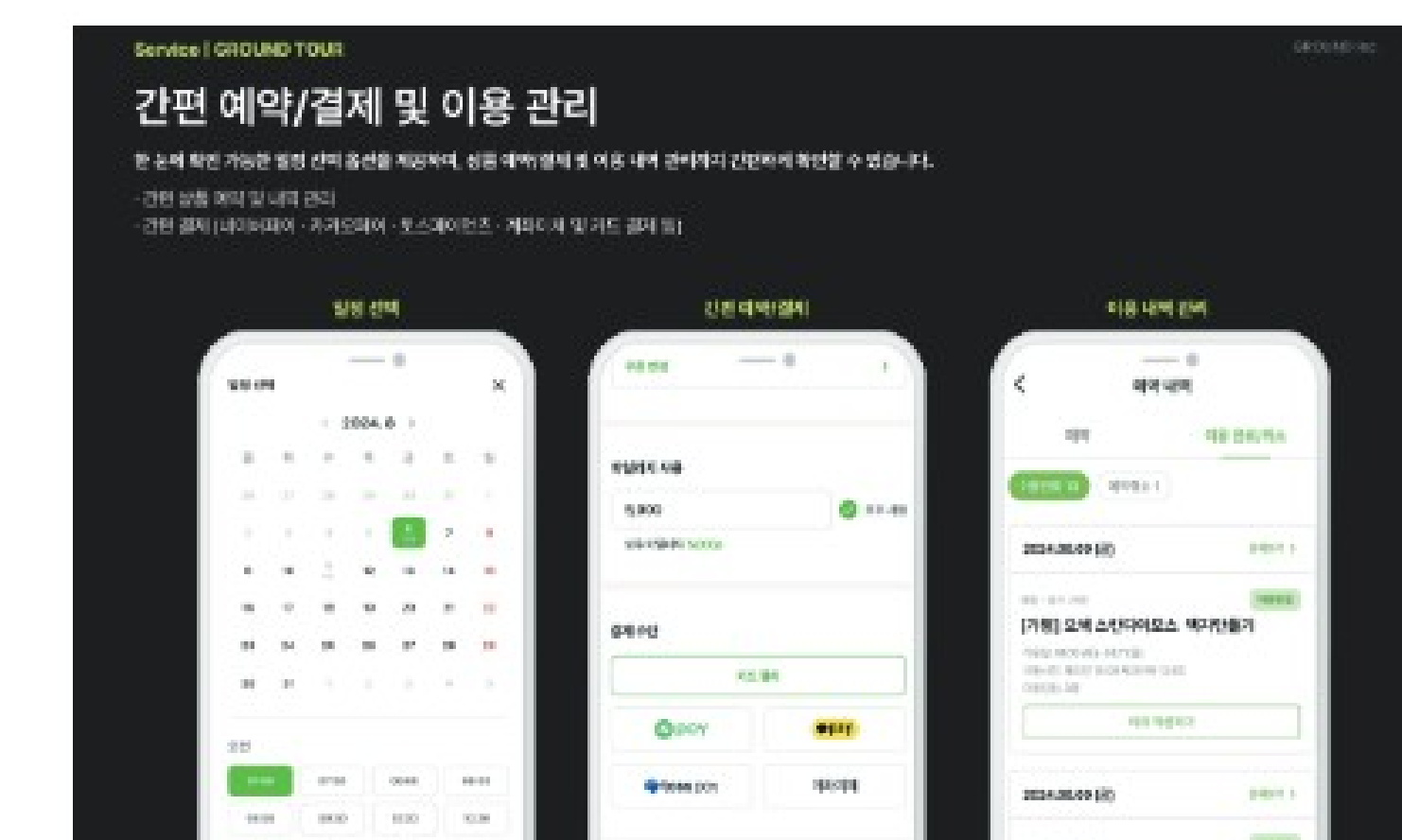
Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

1. 서비스 고도화 : '관광+생산 통합 플랫폼'과 AI-RPA 기반 ERP를 본격 연동해 운영·정산·수요예측 자동화를 완성할 예정임
2. 유통 스케일업 : 전국 공급자 대거 입점과 B2B 복지를 도입으로 거래 규모를 확대, 2026년 플랫폼 기준 BEP 달성을 목표로함
3. 지역 확산 로드맵 : '거점 확보'(25~26) → 기능 고도화(26) → 전국 정착(27~)의 3단계 로드맵으로 확산함

사업 성과

농어촌 마을 관광
상품 온라인 판매 **5,907**건

농어촌 특화
콘텐츠 제작 **164**건





(주)보탬플러스

Q. (주)보탬플러스는 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

(주)보탬플러스는 충주시 관아골을 중심으로 활동하는 ‘동네플레이메이커(Local Playmaker)’ 기업입니다. 지역의 사람·공간·문화가 지속될 수 있도록 동네 브랜드 개발, 공간 기획·운영, 로컬 프로그램 운영, 제품 개발, 정책·연구 컨설팅 등을 종합적으로 수행하고 있으며 로컬여행을 중심으로 로컬과 함께 성장하는 기업입니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

1. EME IN WALK TOUR상품 개발

충주 관아골을 중심으로, 불안정한 감정 상태에 놓인 2040 세대가 지역에서 정서적 안정과 관계 회복을 경험할 수 있도록 기획한 감정기반 체류형 로컬여행 콘텐츠 개발

- ‘관계형 관광’ 모델로, 단순한 관광이 아닌 네트워크기반의 체험 프로그램 제공
- ‘애매하지만 확실히 새로운 충주(EME)’ 브랜드 정체성과 결합하여, 지역의 모호한 매력을 감성 콘텐츠로 전환
- 지역 상권 및 청년 창작자들과의 협업을 통한 골목상권 활성화형 상품 구조

2. 애매 기록키트, 엽서 및 멤버십 패치 상품화

- EME 기록키트는 ‘EME WALK in 충주’ 참가자들이 여행 과정에서 느낀 감정과 생각을 기록하고, 충주의 감성을 일상 속에서도 이어갈 수 있도록 제작된 감정 기반 체험형 브랜딩키트임
- 단순한 기념품이 아닌, 참여자의 감정을 시각적·물질적으로 ‘기록’하고 ‘연결’하는 도구
- EME 브랜드의 철학인 관계의 태도를 기록함

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가

1. 지역 협력 성과

- 숙박·식당·공방·전통시장·문화공간 등 20개 이상의 지역 파트너십 구축
- 관광상품 하나를 통해 동네의 상권·창작자·공유공간이 유기적으로 연결되는 구조가 형성됨
- 전통시장 연계, 노포 활성화, 인바운드 시범 운영 등 지역 현안 해결에도 실제 기여

2. 참여자 인식 변화

- ‘애매한 여행’이라는 새로운 방식이 참가자에게 위로·공감·감정정리의 효과를 줌
- 단순 관광이 아니라 자기 감정을 돌아보는 경험이 많았으며 재방문 의지가 높게 나타남
- 기록키트·패치 등 굿즈를 통해 여행 이후에도 충주와 지속적으로 연결되는 관계가 형성됨

3. 지역사회 변화

- 창작자·상인·청년 등 다양한 주체들이 투어와 연계되며 동네 생태계가 확장됨
- 주민들 사이에서 “우리 동네의 가치”에 대한 자부심과 긍정적 인식 변화가 생김
- 관아골이 단순한 골목이 아니라 사람·브랜드·사연이 모이는 장소로 자리 잡기 시작함

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

1. 관아골 기반의 로컬브랜딩 모델 고도화 및 전국 확산

이번 GKL 사업을 통해 검증된 ‘EME 투어’·‘애매워크’ 같은 감정기반 로컬여행 모델을 관아골에 완전히 정착시키고, 이후 충북권·중부권·전국 지역으로 확장하는 방향을 목표로 하고 있음.

2. 브랜드·상품의 지속적 확장 : EME·QUAL 중심의 로컬 IP 강화

EME 브랜드는 투어·의류·기록키트·굿즈·패치등으로 확장되었으며, 관아골을 대표하는 로컬 IP 브랜드로 구축할 예정.

GKL 사업에서 검증된 굿즈 제작 역량을 기반으로 여행-감정-브랜드가 연결된 굿즈/콘텐츠 라인업을 지속적으로 확대.

3. 체류형·감정기반 로컬여행 프로그램 지속성강화

‘EME WALK’, ‘애매투어’, ‘관아골 인사이트투어’ 등 감정 기반 체험형 여행 상품을 연중 운영 체계로 확립.

- 관아골을 기반으로 동네의 감정·이야기·사람을 브랜드화하고, 이를 여행·상품·공간·정책으로 연결해 지역이 지속되는 생태계를 만드는 로컬 솔루션 기업.

사업 성과

감정기반 체류형 로컬여행 콘텐츠
EME워크 프로그램 개발

4식

매출증가

237%

신규 관계인구 확보

350명

언론보도

38건





(주)빌리지하우징

Q. (주)빌리지하우징은 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

빌리지하우징은 인구감소지역의 드러나지 않은 매력을 찾아 여행, 숙박, 레저로 제공하는 로컬관광기업(여행업)입니다. 2023년 설립 이후 빈집을 활용한 독채 펜션, 캠핑장을 조성해 왔으며, 2024년부터는 디지털 디톡스와 콘텐츠 감성을 담은 디지털-프리 여행을 기획하여 운영하고 있습니다. 폐광지역인 삼척과 접경지역 철원을 비롯하여 4개 지역에서 프라이빗한 매력을 즐길 수 있는 숙소를 제공하고 있으며, 가평 및 철원에서 세 종류의 디지털-프리 여행 프로그램을 통해 로컬의 매력을 느끼고자 하는 고객들을 만나고 있습니다. 강원도 철원에 본사를 두고 있는 저희 회사는 이윤 추구 못지않게 사회적 목적으로서 '인구감소 지역의 생활인구 확대'라는 주요 미션을 목표로 하고 있습니다. 2023년 사회적기업가육성사업 우수기업, 2024년에는 강원콘텐츠관광 기업으로 선정되었으며, 2025년 GKL 로컬관광기업 선정을 계기로 '하우징'이라는 하드웨어 기업을 넘어 관광콘텐츠 기업으로 발전하고자 합니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

빌리지하우징의 첫 번째 콘텐츠 상품인 [디지털-프리 여행]을 출시하여 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 수 있었습니다. 스마트폰을 내려놓고 필름 카메라, 화중시계, 종이 지도를 들고 아날로그 방식으로 여행합니다. 접경지역 철원에서 유네스코 지질 공원인 주상절리길을 완주하고 소이산 전망대에서 드넓은 철원 평야를 즐깁니다. 철원 1경 고석정에서 지도 앱 없이 길을 찾으며 작은 수첩에 손으로 추억을 남기는 미션을 수행합니다. 쉽게 찢고 제한 없이 저장하는 스마트폰 대신 제한된 필름 수에 한 컷 한 컷 고심해서 촬영해야하는 필름 카메라로 추억을 남기는 등, 평소와 다른 방법으로 지역을 여행합니다. 덕분에 되살아난 오감으로 로컬의 매력을 온전히 만끽하는 여행 프로그램을 통해 디지털디톡스와 웰니스에 관심이 높은 고객들을 대상으로 새로운 재미를 제공하였습니다. 또한, 저희가 기존에 운영해 온 빈집 활용 독채 펜션, 캠핑장에서의 숙박을 더해 1박 이상의 체류 여행 상품으로 개발하였습니다. 이번 디지털-프리 여행을 출시한 철원과 가평에는 기존에는 국내 패키지 여행 중 숙박이 포함된 상품이 없었습니다. 단풍여행, 닭갈비 여행, 재즈페스티벌 등 당일 여행이 전부였습니다. 이러한 지역에서 빈집을 활용한 숙소에서 머물며 지역의 관광명소, 콘텐츠, 현지 크리에이터, 맛집 등을 더욱 풍부하게 체험하고 지역 경제에도 도움이 되는 여행 프로그램으로 만들었다는 자부심을 갖게 되었습니다.

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

공간 비즈니스(펜션, 캠핑)를 주 사업으로 하고 있던 저희 회사는 이번 사업을 통해 콘텐츠 서비스 영역으로 확장하였습니다. 디지털-프리 여행 3개 프로그램을 기획 개발하여 G마켓 등 여행전문 OTA에서 출시하였고, 운영기간 동안 회사 전체 매출의 30% 이상을 달성하여 향후 지속적인 콘텐츠 제공 가능성을 확보하였습니다. 여행 프로그램을 기획, 개발하는 과정은 공간적 배경에 대한 이해를 기본으로 콘텐츠에 대한 타당성 조사와 연구, 주요 고객층에 대한 분석, 마케팅 역량과 자원 등 다양한 요소를 요구합니다. 이번 로컬관광기업 지원사업을 통해 체험 여행이라는 콘텐츠에 대해 집중적으로 탐구해 볼 기회를 가질 수 있었던 점이 저희에게는 가장 큰 발돋움이었습니다. 웰니스 체험 관심고객층의 연령별 특징, 구매 고객의 사후 관리 방안 및 커뮤니티 구성 등에 대한 고민을 자문을 통해 전문성 있는 멘토와 심도있게 토론했을 수 있었던 시간이 상품 기획에 가장 큰 도움이 되었다고 생각합니다.

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

여행 콘텐츠를 성공적으로 제공한 경험으로 고무된 저희에게 지금 가장 중요한 목표는 이번 출시한 프로그램을 더욱 고도화, 활성화하는 것입니다. 우선, 이용 고객들이 향후 [디지털 프리] 콘텐츠를 통해 지속적인 편익을 즐길 수 있도록 고객 커뮤니티를 활성화하여 지속적으로 참여할 수 있는 계기를 만들고자 합니다. 이를 위해 후속 프로그램을 개발하고, 저희 콘텐츠에 관심이 높은 참여자들의 역할을 창출할 계획입니다. 또한, 저희의 핵심 콘텐츠인 [디지털 프리]에 대한 저희의 준비를 더욱 높여 더 많은 고객과 향유할 수 있는 가치로 만들고자 합니다. 디지털 디톡스가 주는 효용을 의학적, 학술적 영역까지 탐구하여 더욱 전문적이고 풍부한 주제로 만들고 경험 단계별, 연령별, 계층별 고객에게 각각 소구할 수 있는 맞춤형 콘텐츠로 다양화하기 위해 노력하고 있습니다. 이후 중장기 방향으로 빈집활용 숙박을 확대하고 더 많은 프로그램을 제공하여 더 많은 분들이 강원도의 숨겨진 로컬 매력을 체험할 수 있도록 준비하고자 합니다.

사업 성과

디지털-프리 여행 상품 출시	3종	2025년 9~11월 고객 34명 및 매출	약 6백만원
여행전문 OTA 입점	2종	사업을 통한 SNS 이용수치	증가 30%
고객 만족도 평균	4.85	누적 매출	45백만원
여행프로그램 기획 출시로 인한 지역경제 파급효과	5천만원		





(주)엘비에스테크

Q. (주)엘비에스테크는 어떤 일을 하고 있는 회사인가요?

엘비에스테크(LBS Tech)는 모두를 위한 이동권을 실현하기 위해 시각장애인을 위한 보행 내비게이션 'G-Eye'로 출발한 회사입니다. 이후 지체장애인을 위한 'WheelVi'와 접근성 정보를 직접 수집할 수 있는 크라우드 소싱 기반의 'Door Scanner'를 개발하며 서비스의 영역을 꾸준히 넓혀 왔습니다. 현장에서 축적한 경험을 바탕으로 해외 실증도 적극적으로 진행했습니다. 베트남과 영국을 비롯해 미국과 일본 등 여러 도시에서 앱을 활용해 실제 보행 환경을 검증했고 이 과정을 통해 기술의 현장 적용 가능성을 확인했습니다. 이런 활동은 서비스의 사회적 가치를 더욱 분명하게 만들었고 국내외에서 다양한 상을 받으며 방향성을 인정받는 계기가 되었습니다. 2023년 MWC GSMA 글로벌 모바일 어워드에서 접근성과 포용성을 위한 최고의 모바일 사용 사례로 선정됐고 2025년 CES에서는 인간 안보 분야 혁신상을, 2026년에는 여행과 관광 분야 최고 혁신상을 받았습니다. 국내 공공 부문에서도 여러 차례 수상하며 공익성과 기술력을 함께 입증했습니다. 현재 회사는 세 가지 분야에 집중하고 있습니다. 먼저 지역마다 다르게 관리되는 보행 환경 데이터를 하나의 표준으로 정리해 더 넓은 지역에서 활용할 수 있도록 만드는 일입니다. 다음으로 교통약자 중심 내비게이션이 다양한 환경에서 안정적으로 작동하도록 기술을 다듬는 일입니다. 마지막으로 지역사회와 협력해 접근성 정보를 구축하며 누구도 이동 과정에서 소외되지 않는 환경을 확장하는 일입니다. 엘비에스테크는 앞으로도 도시가 모든 사람에게 열려 있는 공간이 되도록 보행 데이터를 발전시키고 이동 기술의 가능성을 계속 넓혀 갈 계획입니다.

Q. 본 지원사업을 통해 추진한 프로젝트에 대해 설명해주세요!

이번 사업에서는 섬 지역 교통약자를 위한 무장애 관광환경을 만들기 위해 데이터 구축부터 서비스 개발과 실증 그리고 지역사회 기반 확장 활동까지 여러 프로젝트를 단계적으로 추진했습니다. 먼저 거제시를 대상으로 보행로와 관광지 접근성 데이터를 수집해 GIS 기반 보행환경 정보를 구축했습니다. 몽돌해수욕장과 시청 일대를 중심으로 주요 코스를 선정하고 지체와 시각장애인을 고려한 세부 속성값을 반영해 실제 이동에 활용할 수 있는 경로를 만들었습니다. 관광지 정보를 함께 확보해 이후 서비스 알고리즘에도 적용할 수 있는 기반을 마련했습니다. 다음으로 구축한 데이터를 활용해 관광약자를 위한 맞춤형 경로 안내 서비스를 개발했습니다. 단순한 이동 중심 안내에서 벗어나 사용자 중심의 화면 구성으로 개선했고 관광시설의 진입로와 출입구 정보 같은 핵심 접근성 요소를 확인할 수 있도록 기능을 확장했습니다. 장애 유형에 따라 두 가지 형태의 맞춤형 관광코스를 제공하는 기능도 구현했습니다. 실증 테스트에서는 실제 사용자 이동을 기반으로 서비스의 정확도와 화면 사용성을 점검했습니다. 거제시와 서울 청계천 일대에서 지체장애인과 활동보조인이 참여해 안내 품질과 구축된 데이터의 현장 적합성을 검증했습니다. 이 과정에서 발견한 개선점은 이후 개발 계획에 반영할 예정입니다. 지역사회와 연계한 데이터 구축 활동도 함께 추진했습니다. 전국 789명의 시니어 인력을 공공일자리로 연결해 67개 시군구에서 접근성 정보를 수집하도록 지원했습니다. 이 활동은 관광지 중심의 데이터 확대뿐 아니라 지역 참여 기반을 강화하는 역할도 했습니다. 또한 한국장애인고용공단과 함께 진행한 CSR 프로젝트 '시시각각 시즌 4'를 통해 150개의 공공기관 근무자 278명이 보행환경 정보를 직접 수집하는 프로그램도 운영했습니다. 관광지 내 주요 시설 정보 역시 함께 확보해 무장애 관광지도 확장에도 기여했습니다. 이러한 과정을 통해 지역 데이터와 기술 그리고 사용자 경험을 결합한 무장애 관광 서비스 모델을 구축했고 지역사회와 함께 지속 가능한 관광환경을 만들기 위한 기반도 마련했습니다.

Q. 프로젝트를 추진하며 얻은 성과와 느낀점은 무엇인가요?

이번 테스트를 통해 모바일 앱, AR 안내 기능, 그리고 지역 기반 관광 정보가 유기적으로 연동될 때 이용자에게 한층 더 안전하고 편안한 이동 경험을 제공할 수 있다는 점을 확인할 수 있었습니다. 특히 실제 보행 환경에서의 실증을 통해 기술의 장점뿐 아니라 개선해야 할 부분도 명확히 파악할 수 있었다는 점이 큰 성과였습니다. 블루투스 연결 안정성, GPS 음영 구간에서의 안내 지연, AR 그래픽 시인성 등 현장에서 확인된 세부 이슈들은 앞으로 서비스 완성도를 끌어올릴 수 있는 중요한 인사이트가 되었습니다. 이용자 피드백을 기반으로 더 나은 사용자 경험을 만들어갈 수 있다는 점에서 의미가 컸습니다.

Q. 향후 계획과 앞으로 기업이 나아가고자 하는 방향에 대해 말씀해주세요!

단기적으로는 펌웨어 및 앱 업데이트를 중심으로 기술 안정성과 편의성을 강화할 계획입니다. 블루투스 연결 품질 향상, GPS 음영 구간 대응, AR 시인성 개선, 초기 페어링 UI 간소화처럼 실제 현장에서 체감되는 기능들을 개선해 사용자 경험을 더욱 완성도 있게 만들고자 합니다. 장기적으로는 서비스 영역을 모바일 중심에서 더 확장해, 하드웨어 기반의 AR 글라스 개발 파트너십도 적극 검토하고 있습니다. 또한 Wi-Fi RTT 등 차세대 복합 측위 기술을 도입해 실내외를 아우르는 정밀한 위치 안내 플랫폼을 구축하는 것이 목표입니다. 궁극적으로는 누구나 어디서든 안전하게 이동할 수 있는 보행 중심 스마트 모빌리티 표준을 만들어가는 것이 기업이 지향하는 방향입니다. 기술 개발뿐 아니라 지역 사회, 공공기관, 글로벌 파트너와의 협업을 통해 더 넓은 지역에 서비스를 확장하고, 지속 가능한 이동 환경을 구축하는 데 기여하고자 합니다.

사업 성과

실증지역 내 무장애
관광 경로 콘텐츠 개발

2건

앱 사용자
만족도 평균 점수

80점

