

관광객 선호도 및 로컬 가이드 활동 지표 분석을 이용한 맞춤형 여행 매칭 플랫폼 서비스

가이드의 정량적 활동 데이터(GAS)와 관광객의 정성적 선호도를 대조하여 방한 외국인에게
최적의 현지 가이드를 추천한다.

투자 유치 및 사업소개를 위한 비즈니스와 수익모델 요약

핵심 제안

개별 관광 중심으로 개편되는 글로벌 시장의 흐름을 반영하고, 수도권과 지방 간의 관광 자원의 물리적 격차에 따른 외국인 관광객의 수도권 집중 현상을 해결하기 위해서는 관광 콘텐츠의 주체를 '장소'에서 '사람'으로 옮기는 혁신이 필요하며, 이를 실현하기 위한 구체적인 방안으로 가이드의 정량적 활동 데이터(GAS)와 관광객의 정성적 선호도를 대조하여 최적의 매칭 쌍을 도출하여 외국인 관광객의 취향에 맞는 현지 가이드를 제공할 수 있다.

1. 문제 정의 (1) - 국내외 시장 현황 및 문제점

- 매년 관광 목적으로 방한하는 개별 여행(FIT) 외국인은 1,200만명이 넘지만 이에 대한 관광 서비스 시장은 제대로 활성화되어 있지 않다.
- 2024 외래관광객 조사(문화체육관광부)에서 조사한 결과에 따르면 여행을 목적으로 한국에 방문한 외국인의 비율은 전체의 68%를, 개별여행 형태로 방한한 비율은 80.5%를 차지함
- 그러나 현재의 여행 서비스는 대형 인원이 필요한 광고형 패키지 중심이거나 지나치게 정형화된 일정 위주로 운영되어 이러한 수요를 충족시키지 못하고 있음. 개인 혹은 소규모 여행자는 신뢰할 만한 가이드를 직접 찾기 어렵고, 패키지 투어는 고정된 일정과 단편적인 정보 전달에 그쳐, 개별 관광(FIT) 중심으로 재편되는 글로벌 시장의 흐름을 수용하지 못할 뿐만 아니라 여행의 몰입도와 자유도를 크게 제한하고 있음
- 가장 큰 문제는 신뢰 확보의 어려움에 있는데, 여행자와 현지인을 연결하는 기존 플랫폼들은 명확하고 체계적인 검증 시스템이 부족하여, 여행자는 안전을 보장받기 힘들고 가이드는 자신의 가이드 계획을 공정하게 평가받기 어려움

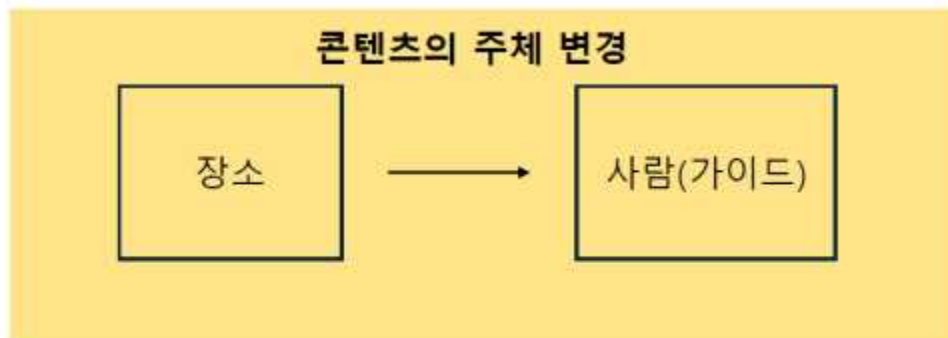


2. 문제 정의 (2) - 외국인 관광객의 수도권 집중 현상

또한 **외국인 관광의 수도권 몰림 현상**으로 인해 지방은 상대적으로 관광객의 수혜를 받지 못하고 있음.
특히 방한 외래관광객 중 82.7%는 수도권에 방문하며, 부산 16.2%, 대구 1.6%, 제주 9.9% 를 제외한 나머지 도시들은 외국인 방문율 1%를 넘기도 힘든 현실임



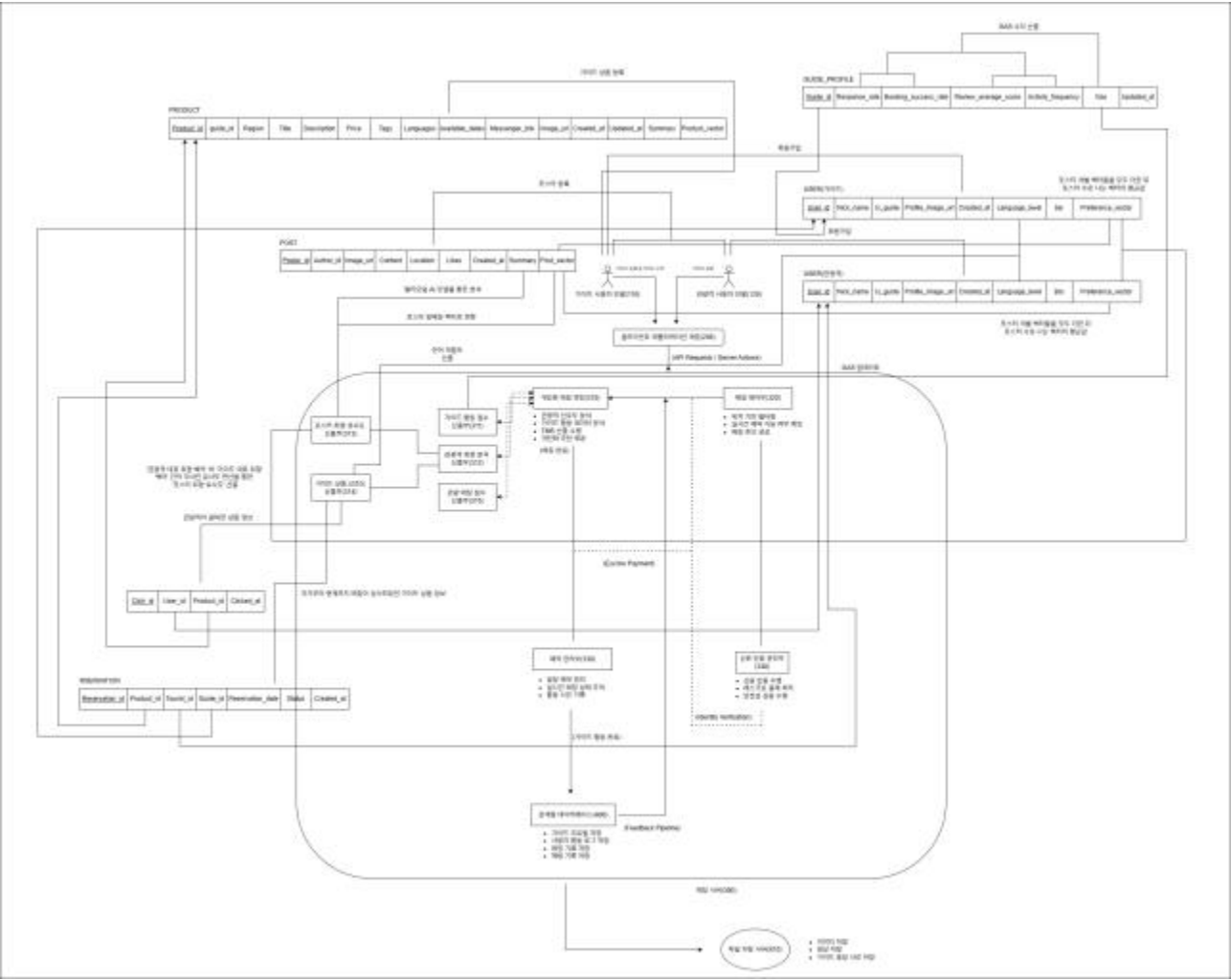
3. 해결방안 (1) - 콘텐츠의 주체 변경



관광 자원의 **물리적 격차**를 극복하고 **지역 관광을 활성화**하기 위해서는 콘텐츠의 주체를 '**장소**'에서 '**사람**'으로 옮겨오는 혁신이 필요

교통과 인프라, 오락시설이 부족한 **지방**이라도, '**마중**' 플랫폼이 검증한 로컬 가이드의 **고유한 스토리텔링**과 **현지 경험**이 있다면 **가이드 그 자체가 여행의 강력한 목적지**가 될 수 있음

4. 해결방안 (2) - 기술적 해결방안



가이드 활동 점수(GAS)는 응답 속도, 예약 성사율, 사용자 리뷰 점수, 활동 빈도 및 서비스 수행 이력 중 적어도 하나 이상을 기반으로 산출될 수 있다.

관광 매칭 점수(TMS)는 포스터 취향 유사도와 가이드 상품 선호도, 가이드 활동 점수(GAS)에 가중치를 부여하여 합산한 수치이며, 이를 통해 관광객에게 적합한 최적의 가이드 매칭 쌍을 제공한다.

GAS	$(\alpha \times \text{응답률}) + (\beta \times \text{활동빈도}) + (\gamma \times \text{사용자 평점}) + (\delta \times \text{매칭 성공률})$
TMS	$(a \times \text{포스터 취향 유사도}) + (b \times \text{가이드 상품 선호도}) + (c \times \text{GAS})$

여기서 $\alpha, \beta, \gamma, a, b, c$ 는 초기에는 관리자에 의해 설정되며, 누적되는 피드백 데이터(매칭 성공 여부, 사용자 평점 등)를 기반으로 기계학습 알고리즘을 통해 동적으로 업데이트(피드백 루프)된다.

5. 시장 현황 및 목표 고객

▶ TAM, SAM, SOM 정의

구분	의미	범위
TAM	전체 잠재시장	관광 목적으로 방한한 외래객 대상 가이드 중개 수익 전체 시장
SAM	실제 접근 가능 시장	개별 여행(FIT) 및 온라인 정보 습득 기반 시장
SOM	초기 확보 가능 시장	서울 지역 거주 로컬 가이드 매칭 및 2030 대상 유료 서비스 이용 시장

▶ 기준 시장 데이터

항목	수치
관광 목적으로 방한한 외래관광객 수	16,005,160명
개별 여행객 비율	80.5%
온라인 정보 습득 비율	69.2%
2030 세대 비율	48.6%

I. TAM: 방한 외래객 수 × 연간 가이드 이용 횟수 × 중개 수수료 수익

서비스 단가(가이드 비용) 7만 원에 대한 수수료 15%(10,500원)를 기준

변수	보수	기준	공격
대상 관광객	1,600만 명	1,600만 명	1,600만 명
연간 이용 횟수	0.8회/년	1.0회/년	1.2회/년
중개 수수료 수익	10,500원	10,500원	10,500원
연간 이용 가능 건수	1,280만 건/년	1,600만 건/년	1,920만 건/년
10,500원 과금 시 시장 규모	약 1,344억 원/년	약 1,680억 원/년	약 2,016억 원/년

II. SAM: 실제 접근 가능 시장

산출 근거: 관광 목적 방한 외래객(1,600만 명) 중 개별 여행객(80.5%)이면서 온라인으로 정보를 습득(69.2%)하는 층

모수 계산: $16,000,000 \times 0.805 \times 0.692 = 8,912,690$ 명

SAM 가정	연간 이용률	연간 예상 이용 건수	중개 수수료 매출
보수	연 0.8회	약 713만 건	약 748.7억 원
기준	연 1.0회	약 891만 건	약 748.7억 원
공격	연 1.2회	약 1,069만 건	약 1,122.5억 원

III. SOM: 서울 중심 단계적 확산 로드맵

산출 기준: 확보 가이드 수 × 월평균 매칭 건수 × 중개 수수료(10,500원)

핵심 가정: 초기 2030 세대 타겟 시장(SAM의 48.6%) 내에서 점유율을 단계적으로 확대

구분	확보 가이드 수(목표)	연간 예상 매칭 건수	연간중개 매출	비고
1차년도 (도입기)	100명	2,400건	0.25억 원	서울 주요 대학의 대학생 대상 가이드 모집
2차년도 (성장기)	500명	15,000건	1.57억 원	수도권 확장 및 2030 세대 집중 마케팅
3차년도 (확산기)	1,500명	54,000건	5.67억 원	타겟 시장(SAM) 점유율 약 1% 달성 목표
5차년도 (성숙기)	5,000명	240,000건	25.20억 원	전국 단위 서비스 안정화 및 시장 선점

▶ SOM 산출을 위한 세부 가정 (수익 모델 기준)

항목	기준값	근거
가이드당 월 매칭 건수	2~4건	가이드 공급 부족 리스크를 고려한 보수적 설정
건당 중개 수수료	10,500원	가이드 비용 7만 원의 15% 수수료를 적용
1차 타겟 고객	2030 세대	전체 외래 관광객 중 48.6% 비중을 차지하는 핵심 층
목표 시장 점유율	1% 내외	서비스 초기 단계에서 가이드 공급력을 고려한 현실적 목표

6. 사업모델(Business Model) - 도식화



구분	과금방식	단가 예시	비즈니스 모델
가이드 중개 수수료	건별	7만 원/건의 15%	B2B, B2C
제휴 비즈니스	예약/결제 수수료	결제액의 10%	B2B
광고 서비스	입점/노출료	월 20만 원/개소	B2B
데이터 리포트 판매	구독/패키지	500만 원/건	B2C, B2B, B2G

▶ 차별성

구분	마이리얼트립 (Outbound 중심)	마중 (Inbound 중심)
주요 고객	해외로 나가는 한국인 관광객	한국을 방문하는 외국인 관광객
서비스 방향	아웃바운드 (Outbound)	인바운드 (Inbound)
직접 경쟁 영역	해외 현지 투어 상품 중개	국내 로컬 가이드 활동 지표 분석 및 매칭
데이터 활용	글로벌 관광지 리뷰 및 예약 데이터	한국 내 가이드 활동 로그 및 국내 관광지 선호 데이터
약점/한계	가이드 신원 및 자격 검증 체계가 플랫폼 차원에서 명확히 공개되지 않거나 느슨함 (리뷰 의존도 높음)	다단계 신원 검증 프로세스를 통해 가이드 신뢰도를 시스템적으로 보장
주요 강점	전문성을 지닌 숙련된 가이드의 패키지 중심의 정형화된 일정 운영	특수한 전문 지식 없이도 언어 능력과 특정 분야에 대한 관심만 있다면 누구나 가이드로 참여할 수 있는 진입 장벽이 낮은 모델 2~3시간 내외의 짧은 일정에 특화되어 개별 외국인 관광객에게 최적화된 맞춤형 가이드 서비스를 제공

7. 잠재리스크 및 대응방안

분류	잠재리스크	대응방안
운영	플랫폼을 통해 가이드를 소개받은 뒤, 수수료 회피를 위한 플랫폼 외부 거래	에스크로 결제 방식을 통해 가이드 서비스가 정상적으로 완료될 때 까지 비용을 플랫폼에서 보관하여 가이드와 외래관광객 간의 결제 리스크를 플랫폼에서 부담
품질	서비스 불만족	가이드 활동 지표(GAS) 실시간 공개 및 표준 가이드라인 배포
안전	범죄 및 사고 발생	다단계 신원 인증, 긴급 신고 버튼, 여행자 보험 연계 및 실시간 위치 모니터링, 에스크로 결제 방식으로 가이드 서비스 완료 후 플랫폼에서 거래금 지급
성장	외래관광객 수요에 대한 가이드 공급 부족 문제	서울 주요 대학 간의 긴밀한 협력 체계 구성, 유명 연예인을 섭외하여 연예인이 외래 관광객에게 개별 가이드 서비스를 해주는 서비스 홍보 영상을 제작하여 가이드 신청 흥미 유발
대외	*법적 규제 대응	'로컬 친구 매칭' 중심의 브랜딩 및 서비스 이용 약관의 법적 정교화

법적 규제 대응: 한국에서는 유료 가이드 활동 시 '관광통역안내사' 자격증 소지가 원칙적으로 요구되는 구역과 범위가 존재. 자격증 없는 일반인의 유료 가이드 활동이 법적 분쟁이나 단속의 대상이 될 수 있음

8. 상품·서비스·인프라 개발 계획

- 플랫폼 개발 현황 (세부 내용은 [별첨1] 참고)

현황	앱 개발 완료	웹 개발 완료	관리자 페이지 개발 완료
세부 이미지			

- 고도화 계획

현재 서비스 운용에 필요한 최소한의 기능을 가진 mvp 모델 개발(웹1, 앱1)을 완료하였다. 하지만 현재 플랫폼을 통해 외래 관광객이 현지 가이드에게 가이드 서비스를 요청하기 위해서는 가이드가 올린 게시물을 통해 가이드에게 연락을 하는 방식을 취해야 한다. 이후 고도화 과정에서 가이드의 정량적 활동 데이터(GAS)와 관광객의 정성적 선호도를 대조하여 최적의 매칭 쌍을 도출하는 Personalization Engine을 도입하여 외래 관광객에게 적합한 가이드를 추천해주는 서비스를 제공 할 계획이다.

9. 홍보 및 판로개척

주요 고객	홍보 및 판로개척 방법
한국인 가이드	서울 주요 대학의 학생 대상 대면 홍보 및 가이드 제의
	유튜브 및 인스타그램 계정에 다른 대학생 가이드가 방한 외국인을 가이드 해주는 영상을 업로드하여 서비스에 대한 신뢰도 확보
	유명 연예인을 섭외하여 연예인이 외래 관광객에게 개별 가이드 서비스를 해주는 홍보 영상 제작
외국인 관광객	레딧(Reddit)을 포함한 외국인 커뮤니티를 활용한 홍보
	가이드 서비스를 무료로 제공하여 이용자를 확보하고 시장 점유율을 높임. 이때 무료 체험 조건으로 "개인 SNS에 마중 서비스 리뷰 업로드"를 제안할 수 있음
제휴 업체	주기적으로 서비스를 이용하는 외래 관광객을 확보한 뒤, 이용자의 여행 동선 내 위치한 로컬 숙박, 음식점, 모빌리티 업체에게 제휴 및 광고 제안
지자체 기관	외래 관광객의 여행 데이터를 확보한 뒤, 이에 대한 데이터를 필요로 하는 지자체 기관에 방한 외국인 지역별 이동 패턴 및 선호도 분석 리포트 판매

10. 자금 운용계획

- 초기 자본금 확보 및 조달 목표

- 1) 본 사업의 안정적인 런칭과 서비스 고도화를 위해 총 79,500천 원의 자금을 조달하는 것을 단기적 목표로 함
- 2) 정부지원금을 통한 핵심 사업화 자금 확보(68,500천 원)를 중심으로, 창업자의 자기자금(7,000천 원) 및 초기 발생 매출(4,000천 원)을 결합하여 리스크를 분산하고 재무 건전성을 확보함

- 단계별 자금 조달 전략

- 1) **정부지원금 활용 (관광벤처 사업화지원금):** 플랫폼 고도화, 마케팅 인력 채용, 법인 설립 등 인프라 구축 비용의 약 86%를 지원금으로 충당하여 초기 고정비 부담을 최소화함
- 2) **자기자금 및 초기 매출 재투자:** 대표자의 직접적인 사업 운영 참여를 통해 인건비 비중을 조절하고, 업무용 차량 리스 등 운영에 필수적인 비용은 실제 발생 매출 내에서 해결하는 선순환 구조를 구축함
- 3) **시장 검증을 통한 투자 유치 준비:** 초기 300회 이상의 무료 가이드 서비스 및 시장반응 조사를 통해 확보한 데이터와 SNS 활성 지표를 근거로, 차기 단계에서 엔젤 투자 및 초기 VC 투자를 유치하기 위한 발판을 마련함

[표1] 자금집행계획(정부지원금 7천만원 한도내 작성)

조달방법	용도	산출근거	금액(천원)
매출	업무용 차량 리스	업무용 차량 리스 (월 800 * 5)	4,000
자기자금	대표자 인건비	사업 운영 및 플랫폼 개발 참여 (월 1,400 * 5개월)	7,000
정부지원금	인건비	마케팅 전문 인력 1인 (월 3,000 * 5개월)	15,000
	외주용역비	SNS 연동형 플랫폼 및 데이터 분석 모듈 개발 및 고도화	20,000
	법인 설립비	전문가 대행 법인 설립	1,000
	창업활동비	가이드 영업 및 서비스 영업에 필요한 여비 (월 300 * 5개월)	1,500
	홍보비	홍보 영상 촬영 및 제작, 연예인 섭외 비용	10,000
	시장반응조사비	출시 초기 외래 관광객을 대상으로 무료 가이드 서비스 제공을 위한 가이드 인건비 (건당 70 * 300회)	21,000
합 계			79,500

11. 사업화 추진 일정계획

[표2] 사업추진 일정(전체 사업단계)

추진기간	추진내용	세부내용
26년 05월 ~ 26년 06월	가이드 공급망 구축 및 초기 브랜딩	서울 주요 대학(경희대, 외대 등) 대상 대면 홍보 및 대학생 가이드 파트너 모집
		유튜브/인스타그램 채널 개설 및 대학생 가이드 기반 K-컬처 홍보 영상 제작 시작
26년 06월 ~ 26년 07월	서비스 런칭 및 초기 사용자 확보	유명 연예인 섭외를 통한 서비스 홍보 영상 촬영 및 SNS 마케팅 전개
		무료 가이드 서비스 이벤트 실시 및 개인 SNS 리뷰 업로드를 통한 바이럴 유도
26년 07월 ~ 26년 09월	글로벌 커뮤니티 확산 및 타겟 마케팅	Reddit 및 해외 여행 포럼 등 글로벌 커뮤니티 내 타겟 광고 및 홍보 게시글 운영
		실제 매칭 데이터를 바탕으로 한 가이드 활동 지표 고도화 및 매칭 정확도 향상
26년 10월 ~ 26년 12월	수익 모델 다각화 및 B2B 제휴	누적된 이용자 여행 동선 데이터를 기반으로 로컬 숙박, 음식점 대상 제휴 및 광고 제안
		확보된 방한 외국인 지역별 이동 패턴 데이터 분석 및 지자체 대상 리포트 판매 준비

[표3] 사업추진 일정(협약기간내)

추진내용		2026년						
		5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
상품·서비스 개발	SNS 연동형 플랫폼 베타 고도화							
	가이드 활동 지표 분석 모듈 개발							
	사용자 데이터 기반 매칭 알고리즘 최적화							
홍보·판로 개척	서울 주요 대학 대면 홍보 및 가이드 모집							
	유명 연예인 및 인플루언서 협업 캠페인							
	글로벌커뮤니티(Reddit 등) 타겟 광고 운영							
창업·업종 추가 계획	법인 설립 및 사업자 등록 (서울 거점)							
	관광사업자 등록 및 관련 인허가 완료							
	B2B 데이터 리포트 판매 모델 구축							
	로컬 숙박, 음식점, 모빌리티 업체에게 제휴 및 광고 제안							
인력·조직 수립, 개발	마케팅 및 운영 전문 인력 채용							
	가이드 교육 및 안전 관리 시스템 수립							
	지자체 및 제휴 업체 영업 조직 구성							

12. 성장전략(Scale-up 계획)

[표4] Scale-up 계획

구분	확보 가이드 수(목표)	연간 예상 매칭 건수	연간중개 매출	비고
1차년도 (도입기)	100명	2,400건	0.25억 원	서울 주요 대학의 대학생 대상 가이드 모집
2차년도 (성장기)	500명	15,000건	1.57억 원	수도권 확장 및 2030 세대 집중 마케팅
3차년도 (확산기)	1,500명	54,000건	5.67억 원	타겟 시장(SAM) 점유율 약 1% 달성 목표

항목	기준값	근거
가이드당 월 매칭 건수	2~4건	가이드 공급 부족 리스크를 고려한 보수적 설정
건당 중개 수수료	10,500원	가이드 비용 7만 원의 15% 수수료율 적용
1차 타겟 고객	2030 세대	전체 외래 관광객 중 48.6% 비중을 차지하는 핵심 층
목표 시장 점유율	1% 내외	서비스 초기 단계에서 가이드 공급력을 고려한 현실적 목표

▶ 통합 수익 모델 기반 Scale-up 계획 (단위: 억 원)

구분	연간 중개 매출	제휴/광고 매출	데이터 리포트 매출	총 예상 매출	비고
1차년도	0.25	0.05	-	0.30	서울 대학생 가이드 및 베타 테스트 중심
2차년도	1.57	0.30	0.20	2.07	수도권 확장 및 B2B 데이터 사업 개시
3차년도	5.67	1.20	0.80	7.67	전국 거점 확대 및 정밀 타겟 광고 활성화

구분	과금방식	단가 예시	예상 고객/수량	연간 예상매출
가이드 중개 수수료	건별	1.05만 원/건	연간 70,000 회	7.35억 원
제휴 비즈니스	예약/결제 수수료	결제액의 10%	연간 30,000 건 (객단가 5만 원)	1.5억 원
광고 서비스	입점/노출료	월 20 만원/개소	연간 500 개 업체	12억 원
데이터 리포트 판매	구독/패키지	500만 원/건	연간 20 개 기관(지자체 등)	1억 원
합계				21.85억 원/년

- 손익분기점(BEP)

구분	공식	계산	결과
BEP 매출액	고정비 585만 원 % (1 - 0.20)	585 % 0.8	약 731만 2,500원
목표 매칭 건수	BEP 매출액 % 건당 수수료(10,500원)	7,312,500 % 10,500	약 696건

손익분기점 매출액은 약 731만 원이며, 이를 위해 목표 매칭 건수는 BEP 매출액 % 건당 중개 수수료(10,500원)인 월 약 696건으로 계산된다. 이에 대한 자세한 계산 과정은 아래 내용을 참고 바람

[손익분기점(BEP) 세부 산출 과정]

▶ **초기 투자 비용 (CapEx)** : 본격적인 운영 전, 정부지원금 등을 통해 선제적으로 투입되는 자산성 비용이다.

항목	금액(만원)	산출 근거
플랫폼 고도화비	2,000	SNS 연동형 플랫폼 및 데이터 분석 모듈 개발 (외주용역비)
법인 설립비	100	전문가 대행을 통한 법인 설립 및 인허가 비용
합 계	2,100	초기 시스템 구축 및 사업자 기반 마련 비용

▶ **월 고정 운영비 (OpEx)** : 매달 매출 발생 여부와 관계없이 일정하게 지출되는 유지 비용이다.

항목	금액(만원)	세부 내역 및 산출 근거
플랫폼 상각비	35	고도화비(2,000만 원) ÷ 5년(60개월) 정액 상각
인건비	440	대표자(140만 원) + 마케팅 전문 인력(300만 원)
차량 리스료	80	업무용 차량 리스 비용
창업활동비	30	가이드 영입 및 영업 활동 여비
총 고정비	585	매달 발생하는 고정 지출 합계

▶ 최종 손익분기점(BEP) 산출 결과

구분	공식	계산	결과
BEP 매출액	고정비 585만 원 % (1 - 0.20)	585 % 0.8	약 731만 2,500원
목표 매칭 건수	BEP 매출액 % 건당 수수료(10,500원)	7,312,500 % 10,500	약 696건

정리 : 월 약 700건(하루 약 23건)의 매칭만 이루어지면 마중은 곧바로 수익 구간에 진입한다. 서울 진출 후 가이드 100명이 하루에 0.23건씩만 매칭되어도 달성 가능한 매우 현실적인 목표이다.

▶ 변동비 항목별 산출 근거 및 산출 예시

항목	발생 비용	변동비율 계산	산출 근거
결제 수수료 (4%)	420원	$420 \div 10,500 = 0.04$	국내 주요 PG사(결제 대행업체) 및 간편결제(네이버페이, 카카오페이 등)의 평균 수수료율은 약 2.5%~3.5% 수준임. 여기에 환불 및 결제 시스템 유지 비용을 고려하여 보수적으로 4%를 설정함
클라우드 트래픽 (3%)	315원	$315 \div 10,500 = 0.03$	마중은 SNS 기능을 포함하여 사진 및 영상 데이터 전송이 빈번하다. AWS S3와 CloudFront(CDN) 비용은 이용자 수(매출)에 비례하며, 고화질 이미지 처리 비용을 포함하여 매출의 3% 수준으로 할당함
마케팅 연동비 (10%)	1,050원	$1,050 \div 10,500 = 0.10$	초기 홍보비와 별개로, 실제 예약을 발생시키기 위해 투입되는 CPC(클릭당 비용) 광고나 리퍼럴(추천인) 보상 비용이다. 플랫폼 성장기에는 매출액의 약 10%를 재투자하여 선순환 구조를 만드는 것이 일반적임
기타 운영비 (3%)	315원	$315 \div 10,500 = 0.03$	가이드 서비스 1건당 발생하는 문자 알림톡 비용, 가이드 교육용 소모품 배송, CS 처리에 필요한 통신비 등 서비스 공급 시 직접 발생하는 부대 비용
합계	2,100원	$2,100 \div 10,500 = 0.20$ (20%)	위 항목들을 합산하여 총 20%의 변동비율을 도출함

13. 관광시장 이해도 및 트렌드 부합성

시장 트렌드	트렌드 세부 내용	대응 전략	비고 (부합성)
패키지에서 FIT로 (개별 자유 여행)	단체 관광에서 개인의 취향과 일정에 맞춘 개별 자유 여행(FIT) 시장으로 재편	데이터 분석 알고리즘을 통한 '초개인화 가이드 매칭' 서비스 제공	매우 높음
바이브 로컬 (Vibe Local)	유명 관광지 관람보다 현지인의 일상과 문화를 체험하는 '현지인처럼 살아보기' 선호	대학생·청년 로컬 호스트를 통해 현지만의 숨은 명소 및 라이프스타일 공유	매우 높음
디지털 전환 (DX)	모바일 앱과 데이터를 활용한 스마트한 여행 계획 및 즉각적인 서비스 매칭 수요 증가	SNS 연동형 플랫폼 및 인공지능 기반 취향 분석 기술을 통한 여행 경험 디지털화	우수
지속 가능한 관광 (ESG)	지역 사회에 기여하고 현지인과 상생하는 가치 소비 중심의 관광 문화 확산	지역 청년 일자리 창출 및 로컬 상권(음식점, 숙박 등) 연계를 통한 지역 경제 선순환 기여	우수
데이터 기반 관광 (Big Data)	단순 통계가 아닌 실제 이동 패턴과 선호도 데이터를 활용한 정밀한 관광 정책 필요성 대두	매칭 및 SNS 활동으로 축적된 외래객 행동 데이터를 분석하여 B2B/B2G 리포트 활용	매우 높음

14. 사업 아이템과 관광산업과의 연관성

구분	주요 연관성	관광산업 발전 기여 방안	기대 효과 (Impact)
관광 패러다임 대응	공급자 중심에서 여행자 중심의 FIT(개별여행) 시장으로 급격한 전환	데이터 기반 초개인화 매칭 알고리즘을 통해 여행자 취향별 맞춤형 가이드 서비스 제공	관광객의 심리적 장벽 해소 및 서비스 신뢰도 확보
관광 영토 확장	유명 랜드마크 중심의 정형화된 관광 경로 고착화 및 지역 소외	'바이브 로컬(Vibe Local)' 컨셉을 바탕으로 현지인만 아는 숨은 관광 자원 및 골목 상권 연결	관광객 동선 분산을 통한 지역 경제 활성화 및 관광 자원의 다변화
서비스 질적 고도화	단순 관람 위주의 저부가가치 관광 구조의 한계	현지인의 삶을 경험하는 몰입형 로컬 체험 제공을 통해 여행의 깊이와 질 향상	체류 기간 연장 및 대한민국 관광 브랜드에 대한 재방문을 극대화
데이터 인프라 구축	외래객의 세부 이동 패턴 및 취향 데이터 확보 부족	플랫폼 운영 과정에서 축적된 인바운드 관광 빅데이터를 지자체 및 유관 기관에 제공	데이터 기반의 정밀한 관광 정책 수립 및 마케팅 전략 근거 마련
인적 자원	양성역동적인 관광 인력 부족 및 청년층의 관광 산업 기여도 저하	지역 대학생 및 청년들을 로컬 가이드로 선발·교육하여 새로운 일자리 모델 창출	청년 주도의 혁신적인 관광 생태계 조성 및 고용 창출

15. 사업자의 전문성 및 운영 능력

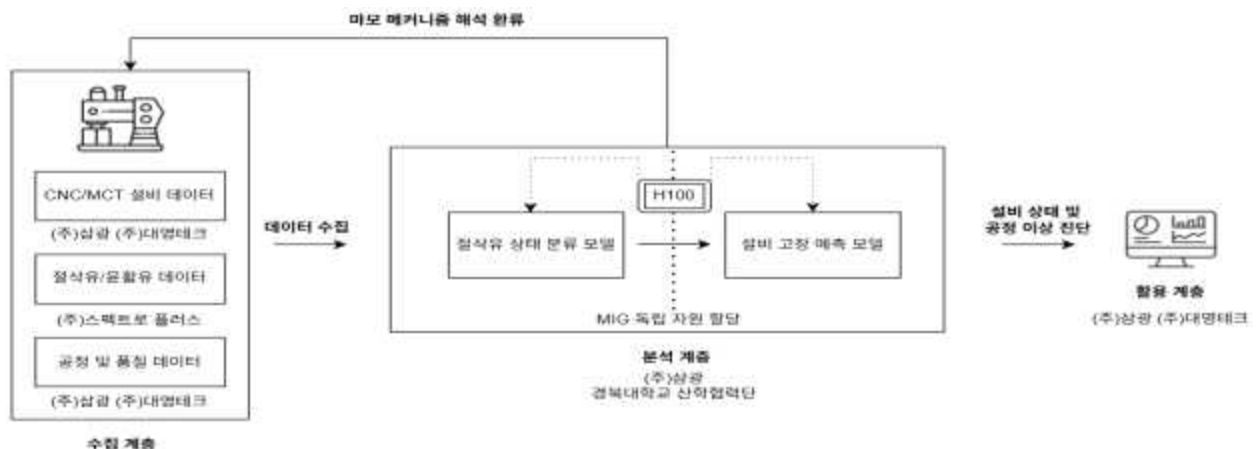
○ AI 디지털 융합 플랫폼 교육혁신 사업단 학부연구생 경험

- **교육부 차관 출신 교수** 연구실에서 'AI 디지털 융합 플랫폼 개발' 프로젝트의 학부연구생(11개월)으로 활동하며, 이론적 CS(Computer Science) 지식을 실제 상용 플랫폼 아키텍처에 적용하는 풀스택 개발 프로세스를 경험함
- 단순 개발을 넘어, 발주처(교수진)의 요구사항을 분석하여 개발 용역업체에 전달하고 조정하는 기술 커뮤니케이션 및 중재 역할을 수행함. 이를 통해 플랫폼 비즈니스에서 필수적인 요구사항 정의, 일정 관리, 외주 매니지먼트 역량을 확보함

○ 기계공학 교수의 산업용 절삭유 분석 기반 AI 제조 지식 자산화 및 설비 예지보전 플랫폼 개발 국책 사업 학부연구생 경험 (현재 진행형)

- 산업용 절삭유 분석 기반 AI 제조 지식 자산화 및 설비 예지보전 플랫폼 개발 국책 사업에 학부연구생으로 참여하며, 컴퓨터공학 도메인 지식이 부족한 경북대학교 기계공학 교수의 원천 아이디어를 기반으로 주식회사 삼광 등 주요 **제조 기업 실무진과 미팅을 하며 실제 제조 공정에서 상용화 할 수 있는 형태의 플랫폼을 기획하고 사업계획서를 작성함**

구분	기관명(안)	역할	주요 수행내용	기대효과
주관기관	삼광	AI 솔루션 제공, 통합플랫폼 총괄, 과제 총괄관리	폐윤활유 분석 AI 모델 개발, 제조현장 통합플랫폼 구축, 데이터 통합관리, 실증 총괄, 사업화 추진	공급기업과 수요기업 역할을 동시에 수행하여 개발-실증-상용화 연계 가능
공동기관 1	기계가공업체(CNC 가공업체)	CNC 절삭유 및 설비 데이터 제공, 현장 실증	CNC 설비 운전데이터, 절삭유 열화데이터, 정비이력, 품질 데이터 제공 및 실증 협조	절삭유 기반 설비 상태진단 및 품질 상관성 확보
공동기관 2	스펙트로 또는 협력업체(오일분석장비 보유 업체)	정밀 오일분석 및 시험평가	점도, 산화, 수분, 금속마모, 오염도 등 폐윤활유 정밀분석, AI 학습용 데이터 생산, 시험평가 지원	분석 신뢰성 확보 및 AI 모델의 정량 데이터 기반 강화
공동기관 3	MCT 공작기계 가공업체(수요기업)	제조현장 수요기업, 실증 및 검증	MCT 설비 데이터, 정비이력, 가공조건 및 현장 적용성 검증, 성능평가 지원	실제 수요기업 참여를 통해 상용화 가능성과 평가 대응력 강화
위탁기관	경북대학교	윤활유 분석기술 및 플랫폼 개발 지원	윤활 열화 해석, 마모 메커니즘 분석, AI 알고리즘 및 플랫폼 고도화, 기술검증 지원	대학 전문기술 접목으로 기술 신뢰성 및 차별성 확보



○ 경북대학교 창업동아리 선발 및 활동 (현재 진행형)

- 창업동아리 운영계획서를 제출하여 1차 서류평가 이후 대면 면접을 통해 창업동아리에 선정되었다. 창업동아리를 통해 연간 250만 원 규모의 지원금 확보 및 창업에 필요한 물리적, 인적 자원을 확보함

2026학년도 창업동아리 선발 평가											
No	동아리명	대표	유형	위원1	위원2	위원3	위원4	점수합계	평균 점수	선발	입주
1										O	O
2										O	O
3										O	O
4										O	O
5										O	O
6										O	O
7										O	O
8										O	O
9										O	O
10										O	X
11										O	X
12										O	X
13										O	X
14										X	입주미신청
15	대중	이준우	실전	76	67	70	69			O	X
16										O	X
17										O	X
18										X	X
19										X	X

당시 대표자는 경북대학교 휴학생 신분이었기에 대표자를 팀원 "이준우"로 등록하여 선발됨

○ 서울대학교 교류 학생 선발 및 학부생 연구 인턴 참여 (현재 진행형)

[서울대학교] 2026학년도 하계 계절학기 수학 안내

이메일 요약

seokjm23@snu.ac.kr

2026학년도 하계 계절학기 서울대학교 학점교류생으로 선발되었습니다.

기존 서울대학교 수학 경합이 있는 학생들은 기존학번을 사용하시면 되며, 신규로 선발되신 학생들에게는 학부 학번 안내 메일이 발송되었습니다.

(기존 서울대학교 수학 경합이 있음에도 불구하고, 신규로 학번 안내메일을 받으신 경우 신규학번을 이용하시기 바랍니다.)

서울대포털 mySNU (<https://my.snu.ac.kr>) 에서 아이디와 비밀번호를 번드신후 서울대학교 수강신청 사이트에서 로그인 할 수 있으며,

자세한 사항은 정보지원팀의 수강신청 안내문(본 안내문 외 붙임자료는 원소속학교를 통해 확인요청)를 참고하여 주시기 바랍니다.

(기존 학번 사용자분께서 비밀번호를 잊으신 경우 안내문을 참고하셔서 비밀번호를 변경하여 주시기 바랍니다.)

* 학신공유학부 학점교류생은 학생증 발급이 불가함을 안내드립니다.

감사합니다.

★(정보지원)수강신청안내문

* 수강신청 방법 메뉴를 수강신청 사이트에서 확인 가능(로그인 전 내계)

수강신청내역

※ 신입생은 신입생세미나 등 일부 교과목 신청가능학점 초과 수강신청가능

선택석제 액셀처장 신청가능학점 9학점 / 신청학점 4학점 / 신청강좌 2강좌

[전선] (공유)빅데이터 종합설계

이수화 | 학신공유학부

수강신청단원/정원(재학생) 72/75 (75) | 학점 3

☆ 47

[전선] (공유)학부생 연구 인턴

김남준 | 학신공유학부

수강신청단원/정원(재학생) 44/80 (80) | 학점 1

월(18:00-19:50) 화(18:00-19:50) 수(18:00-19:50)

☆ 31

강좌상세정보

파일 다운로드

첨부파일(국문)

[2026-하계]학부생연구인턴소개자료.pdf (3103.54KB)

첨부파일(영문)

강의 계획 상세

1. 수업목표

본 수업은 NVIDIA 및 삼성서울병원과의 협력을 기반으로, 의료영상 인공지능, 첨단 하드웨어 아키텍처, 멀티모달-고효율 컴퓨팅 분야의 혁신 연구 주제를 실제 프로젝트 중심으로 수행하며, 문제 해결형 연구 역량을 배양하는 것을 목표로 한다. 수강생들은 중치 협치, 전립선암 및 PNH 예측, CEUS 기반 병변 localization, GNN 기반 의료 판독문 분석, 간 TNM staging, IMR 기반 이동 발달장애 초기 진단 등 의료 AI 연구역, AI 기반 아날로그 회로 설계, 로봇 제어 및 VLA 연동 임베디드 AI, MoE 최적화, 확산모델 학습을 하드웨어 가속기 시뮬레이션, 동형암호 기반 하드웨어 가속기 설계 등 AI 반도체 시스템 연구를 수행한다. 또한 LLM 기반 ASR 오류 보정, 음성 텍스트 이미지 변환, FPGA-양자컴퓨팅 기반 하이브리드 아키텍처, 3D 프린터 모듈 시스템 개발, NASA 화성 SHARAD 데이터 기반 영상 복원 등 멀티모달 및 효율 컴퓨팅 주제를 다루며, 문제 창의부터 모델 및 시스템 설계, 구현, 최적화, 검증, 발표에 이르는 연구 전 과정을 경험한다. 이를 통해 수강생들은 산업 및 임상 현장에 적용 가능한 실무형 AI 연구 역량과 협업 능력, 그리고 산학·병원 연계 연구 수행 능력을 종합적으로 함양한다.

- 위 이미지는 "학부생 연구인턴" 교과목의 강의계획서 일부이며 과목은 매주 과제 미팅과 매월 NVIDIA Korea 본사 또는 삼성서울병원 관계자들과 미팅을 진행한다.

16. 인력 및 조직 운영계획

- 클라이언트(가이드, 외래관광객, 제휴 업체)의 문제점을 끊임없이 파악하고 이를 기술, 운영적으로 해결한다. 사업 운영 과정에서 발생하는 모든 문제를 조직 내부에서 해결하려 얽매이지 않고 현직 네이버 개발자 동문이나 컴퓨터공학 지도 교수에게 기술고문을, '배달의 민족' 온·오프라인 연계 상권 확장 경험을 보유한 o2o 플랫폼 마케터 및 마이크로소프트 서울 지사 마케터, 선배 스타트업 대표들에게 사업 운영에 대한 조언을 받는다.

[표5] 팀 구성 현황

성명	직위	담당업무	보유역량(경력/학력 등)	구성상태
박영현	CEO	사업 총괄, 투자 유치, 서비스 기획, 한국인 가이드 영입, 플랫폼 개발 참여	컴퓨터공학 학사, AI 디지털 교육 혁신 플랫폼 사업단 학부 연구생(11개월), AI 기반 제조 지식 자산화 및 자율 공정 혁신 플랫폼 학부 연구생(3개월, 진행 중), 해커톤 및 창업경진대회 다수 수상, 학부 내 학생회 임원 경험	완료
최준하	CTO	플랫폼 고도화, 사용자 피드백 기반 업데이트, DB 관리	컴퓨터공학 학사, 8년 이상 풀스택 개발 경력, 10회 이상 프로젝트 참여 경험, 개발 외주 매니지먼트 2회	완료
이준우	CPO	지속적인 외래 관광객 시장 모니터링, 클라이언트의 문제점 파악 및 해결 방안 제시	컴퓨터공학 학사, 대학교 중앙동아리 임원 출신, 대학 교수가 운영하는 O2O 기반 덴탈 플랫폼 사업의 마케팅 경험	완료
이찬우	CMO/ CDO	한국인 및 외래 관광객 대상 홍보 영상 제작, Reddit을 비롯한 외국인 커뮤니티 모니터링	컴퓨터공학 학사, 유튜브 영상 촬영 및 편집 경험 다수 보유, 홍보 포스터 6회 이상 디자인, 웹 및 앱 디자인 4회 경험 보유	예정('26.07)
김민석	마케터	중국인 외래 관광객 타겟 마케팅, 중국인 대상 가이드 활동 수행	중국 유학 10년 이상 경험, 중국어 및 영어 능통, 경제학 석사, LS전선 전략기획팀 출신	예정('26.07)