

2025
청년일경험지원사업
성과사례집

CONTENTS

2025 청년일경험지원사업 성과사례집

광고 · 마케팅 | 대전관광공사

01

데이터 기반 타겟 맞춤형 관광 코스 개발	14
대전 관광 핵심 데이터 인포그래픽 카드뉴스 제작	18
꿈씨패밀리 IP 활용 관광 홍보물 디자인	22
꿈씨패밀리 활용 대전 랜드마크 일러스트 개발	26
추천 관광지 영상(숏폼) 콘텐츠 제작	30

광고 · 마케팅 | (사)대전광역시관광협회

02

잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈로드" 코스 개발 및 명소 브랜딩	36
잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈로드" 온라인 홍보 콘텐츠 제작	40
꿈돌이와 떠나는 "뽕순례지" 코스 개발	44
꿈돌이와 떠나는 "뽕순례지" 지도 및 스탬프 개발	48

디자인 프로젝트

03

(주)쓰리포인트덴탈 의료기기 전문 프리미엄 브랜드 에셋 디자인	54
(주)에이투엠 풍력 운영관리 플랫폼 UI/UX 디자인	60
(주)엘센 스마트 산업안전제품 모니터링 앱 디자인	64
(주)인터디 소상공인 브랜드 디자인 개발	68

인사말

안녕하십니까.
대전디자인진흥원 원장 이창기입니다.

고용노동부의 미래내일 일경험 사업으로 추진된 「2025년 청년일경험지원사업」은 청년과 기업, 지역이 함께 고민하고 협력하며 의미 있는 변화를 만들어 온 과정이었습니다.

본 사업은 직무 경험이 부족한 청년들이 실제 현장을 경험하며 자신의 가능성을 발견할 수 있도록 돕고, 지역 기업에는 청년 인재와 함께 새로운 시각으로 현장의 문제를 바라보고 해결해 나갈 수 있는 기회를 제공하고자 마련되었습니다.

기업의 실제 업무를 바탕으로 한 프로젝트 수행과 멘토링 중심의 운영을 통해, 청년들은 실무에 대한 이해와 협업의 중요성을 체감하며 한 단계 성장할 수 있었고, 기업 또한 현장에서 활용 가능한 결과물을 도출하는 성과를 거둘 수 있었습니다.

이번 성과사례집에는 이러한 과정 속에서 청년들이 고민하고 도전하며 성장해 온 이야기와, 청년들과 함께 변화를 만들어 간 기업의 경험, 그리고 현장에서 축적된 다양한 사례를 담았습니다.
이 이야기가 앞으로 여러분의 진로를 고민하고 새로운 도전을 준비하는 데 있어 작은 용기를 불어 넣어주는 계기가 되기를 바랍니다.

대전디자인진흥원은 앞으로도 청년 한 사람 한 사람의 가능성을 소중히 여기며, 지역 산업과 청년의 성장이 자연스럽게 이어질 수 있는 실효성 있는 일경험 모델을 꾸준히 발굴하고 운영해 나가겠습니다.

끝으로 본 사업에 함께해 주신 청년 여러분과 기업 관계자, 멘토 및 유관기관 관계자 여러분께 진심으로 감사드리며, 이 성과사례집이 청년 일경험 사업의 의미와 가치를 널리 공유하는 출발점이 되기를 기대합니다.

감사합니다.

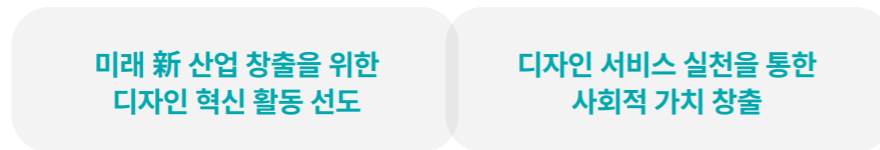
2026. 2.
대전디자인진흥원 원장
이 창 기

비전 및 미션

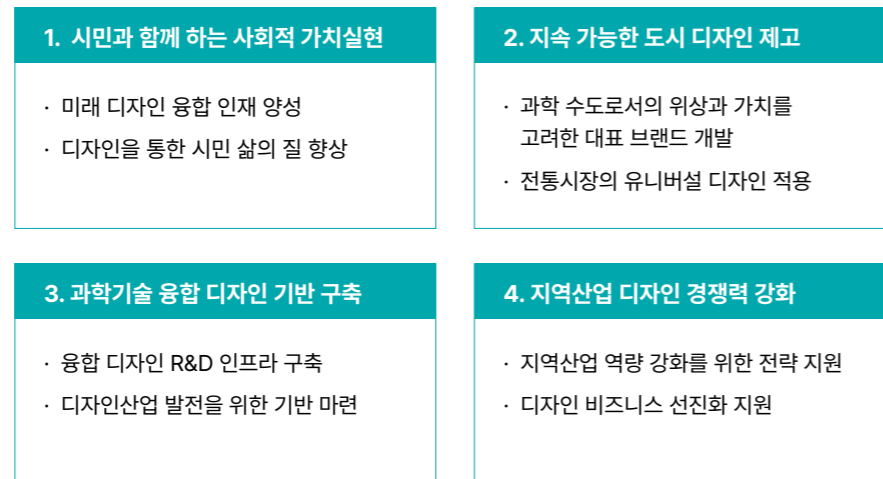
비전 및 방향



목표



추진전략



주요사업범위

11대 영역



HISTORY

- 2026 01 2025 청년일경험지원사업 성과공유회 개최
- 2025 11 2025 대전디자인페스타 개최 | 이공동 로컬브랜드 '창창대로' 개발 및 브랜드가치 확산 공간 조성
- 10 2025 대전디자인시민총회 개최
대덕구 도시브랜드 가치 향상을 위한 업무협약(MOU) | 2026 세계태양광총회(WCPEC-9) Brand Identity 개발
- 09 2025 대전패션컬렉션(DFC) 개최 | 지역특화 디자인 역량교육 운영
(재)대전디자인진흥원-한국여성경제인협회대전지회 MOU 체결
- 08 2025 대전 디자인혁신포럼 개최
2025 미래내일 청년 일경험 운영기관 선정
KDM+ 한·중 글로벌 대학 워크숍 개최 | 심천산업디자인협회 MOU 체결
대전관광기획상품(굿즈) 개발 및 '대전0시축제' 연계 판매
로컬 패션 상품(굿즈) 개발 및 '대전0시축제' 연계 판매 | 2025 대전 과학기술·디자인 융합 서밋 간담회 개최
목원대학교 RISE 사업단 MOU 체결
- 07 유명인사-곰씨패밀리 굿즈 공동브랜딩 MOU 체결 | AI 크리에이티브 챌린지 디자인 워크숍 개최
산업통상자원부 제3차 디자인산업기술개발사업 3개 과제 선정
- 06 대전 베이커리 산업발전·대전빵협동조합 MOU 체결 | 곰씨패밀리 신규캐릭터 개발
2025 지역문제해결플랫폼 의제실행 협약
- 05 제3대 이창기 원장 취임
- 04 궁동 뒷마루 프로젝트 오픈행사 개최
- 2024 12 2024 대전디자인페스타 개최 | 2024 대전디자인어워드 개최
- 10 2024 대전패션컬렉션(DFC) 개최 | 한화이글스 '프로야구단' MOU 체결
- 09 패션테크 기술 교육 개최
- 08 '대전0시축제' 대전관광기획상품(굿즈) 개발 및 부스 운영
목원대학교, (사)대전디자인기업협회 MOU 체결 | 대전중앙시장 유니버설 디자인 적용
- 07 한국디자인산업연합회 MOU 체결
- 06 삼성중공업 대덕연구소 MOU 체결 | 대전대학교 청년소셜창업허브 MOU 체결
- 05 유성구, 도시디자인 혁신 '대전 로컬브랜딩 개발'
- 04 생성 AI 기술 활용 디자인 혁신 세미나 개최
- 03 대전광역시 유성구 MOU 체결

- 2023 12 대전디자인페스타 2023 개최
- 10 2023 대전패션컬렉션(DFC) 개최 | 대전세종연구원 MOU 체결
- 09 KDM+ 우수학생 해외 디자인 워크숍
- 08 '대전 0시축제' 늘곳 한밭대전 체험거리 운영
- 07 대전창조경제혁신센터 MOU 체결
- 06 디자인개발지원사업 성과전시회(대전신세계 아트&사이언스) 개최
(사)중앙시장 활성화 구상회의 MOU 체결
- 05 대전관광공사 MOU 체결 | 대전대학교 MOU 체결 | 대전광역시 공무원 혁신 역량강화 포럼
- 04 제2대 권득용 원장 취임 | 소상공인시장진흥공단 대전충청지역본부 MOU 체결
- 03 대전광역시 동구 MOU 체결
- 2022 11 디자인 주도 지역 특화산업 융복합 확대 세미나 개최
- 09 한화이글스 MOU 체결 | ESG경영 실천 추진계획 수립
- 08 대전상공회의소 MOU 체결 | 1인 미디어 협동조합(다마스미디어) MOU 체결
- 04 애터미(주) MOU 체결
- 02 (사)한국콘텐츠학회 MOU 체결 | 목원대학교 LNC 3.0 산학협력단 MOU 체결
- 01 충남대학교 MOU 체결
- 2021 12 대전디자인페스타 개최(디자인공모전, 디자인개발 성과전시)
- 11 대전·충청권 디자인 인재 육성 성과전시 | 대전·충청 디자인 포럼 개최 | 인권경영위원회 개최
- 07 충청권 디자인 발전 방향 모색을 위한 교수간담회 개최
- 05 디자인 문화확산 세미나 개최
- 01 디자인 발전 유공자 감사장 수여식 개최
- 2020 12 디자인 관련 8개 기업 입주 | 2022 대전 UCLG 세계총회 Brand Identity 개발 | 제29회 대전디자인 공모전 개최
- 07 진흥원 출범식
- 02 제1대 윤병문 원장 취임 | 대전디자인진흥원 명칭 변경 조례 개정
- 2019 10 창립이사회
- 09 법인 설립 등기 | 산업통상자원부 재단법인 설립허가
- 06 대전디자인센터 설립 운영 및 조례 제정
- 2015 - 대전디자인센터 건립 확정(산업통상자원부), 건립 기본 계획

2025 청년일경험지원사업 소개

사업명	2025 청년일경험지원사업 (프로젝트형)
사업기간	2025. 8. ~ 2026. 2. *2025년 하반기 신규 운영기관으로 선정
사업목적	직무 경험이 부족한 미취업 청년에게 기업 현업 기반의 프로젝트형 일경험 기회를 제공하여 실무 역량을 강화하고 노동시장 진입을 촉진함
사업내용	기업이 제안한 직무 기반 실전형 프로젝트를 8주 동안 청년팀(4인)이 수행하고, 전문가 코칭과 결과물 제출·평가를 통해 직무 경험을 제공하는 일경험 프로그램

지원대상 15세 이상 ~ 34세 이하 미취업 청년

- 일경험 개념**
- 근로계약을 체결하지 않음 (별도 일경험 표준계약서 활용)
 - 일경험 제공 기업에 취업하는 것을 전제로 하지 않음

프로젝트 지원금
(8주 기준/최대)

지급대상	명칭	산출기초	지원금액(원)	비고
청년	팀지원비	1,200,000원×2월×1팀	2,400,000	1팀(4인)
	수당	300,000원×2월×1인	600,000	개인
멘토	수당	37,500원×8주×4인	1,200,000	1팀(4인)
참여기업	지원금	50,000원×2월×4인	400,000	1팀(4인)

프로그램 운영일정

프로젝트 기획	~ 2025. 8. 31.
참여 청년 모집	1차: 2025. 9. 15. ~ 9. 21. / 2차: 2025. 9. 15. ~ 9. 21.
면접 선발	1차: 2025. 9. 23. / 2차: 2025. 10. 22.
사전직무교육 (2일, 15H)	1차: 2025. 9. 29. ~ 9. 30. / 2차: 2025. 10. 24. ~ 10. 25.
프로젝트 수행 (8주)	1차: 2025. 10. 1. ~ 11. 25. / 2차: 2025. 10. 27. ~ 12. 21.
성과공유회	2026. 1. 9.

01

광고 · 마케팅

대전관광공사

데이터 기반 타겟 맞춤형 관광 코스 개발	14
대전 관광 핵심 데이터 인포그래픽 카드뉴스 제작	18
꿈씨패밀리 IP 활용 관광 홍보물 디자인	22
꿈씨패밀리 활용 대전 랜드마크 일러스트 개발	26
추천 관광지 영상(숏폼) 콘텐츠 제작	30

대전관광공사

데이터 기반 타겟 맞춤형 관광 코스 개발

팀명
온대전

참여인원
김가록, 김준오,
박은혜, 이효림(팀장)

본 프로젝트는 대전을 방문하는 20대 대학생들 대상으로 관광 데이터를 분석하여 맞춤형 여행 코스를 개발하고자 하였다. 설문, 리뷰, 키워드, 방문 패턴 데이터를 기반으로 관광 트렌드를 도출하고, 이를 반영한 만족도 높은 여행 경험 제공을 목표로 하였다.

배경 및 필요성 대전은 다양한 관광 자원을 보유하고 있으나 기존 관광 코스는 방문객의 실제 취향을 충분히 반영하지 못하는 한계가 있었다. 이에 데이터를 활용하여 20대의 선호를 객관적으로 분석하고, 이를 기반으로 테마별 맞춤 코스를 설계할 필요성이 제기되었다.

프로젝트 목표 데이터에 기반하여 핵심 관광 타겟을 정의하고, 타겟의 니즈와 이동 동선을 과학적으로 분석하였다. 이를 바탕으로 실제 만족도를 제고할 수 있는 차별화된 테마 코스를 기획하는 것을 목표로 하였다.

프로젝트 특징 설문조사를 통해 '힐링'을 20대가 선호하는 자연 기반 활동으로 재정의하였다. 또한 예산과 이동 동선을 최적화하여 효율성과 만족도를 동시에 확보하는 개인 맞춤형 코스를 설계하였다.

주요 기능 설문조사, 식당 및 카페 리뷰, 키워드 등 다양한 데이터를 수집·분석하였다. 수집된 데이터를 정제·가공하여 관광지 특성 분석 및 군집화를 수행하였으며, 이를 기반으로 맞춤형 관광 코스를 개발하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 본 프로젝트를 통해 20대 대학생의 선호를 반영한 맞춤형 관광 코스를 개발하였다. 이를 통해 관광객의 여행 만족도를 제고하였으며, 대전 지역의 재방문 의도 향상 및 관광 활성화 기반을 마련하였다.

향후 활용 방향 개발된 코스는 대전관광공사의 20대 타겟 맞춤 관광 홍보 자료로 활용할 수 있다. 또한 공식 SNS, 홈페이지 등 온라인 홍보 채널에 적용하여 콘텐츠 확장이 가능하다. 아울러 데이터 기반 관광 콘텐츠 및 마케팅 기획을 위한 기초 자료로 활용이 가능하다.

관광 홍보 콘텐츠 활용

도출된 관광 코스는 20대 타겟 맞춤 관광 홍보 콘텐츠로 활용 가능하다. 기존 관광 정보 대비 이용 목적에 따라 선택 가능한 구조를 제공한다.

온라인 채널 적용

관광공사 공식 SNS 및 홈페이지에 적용하여 카드뉴스, 릴스, 숏폼 등 다양한 형식의 콘텐츠로 가공이 가능하다.

데이터 기반 관광 기획 참고 자료

설문조사 및 데이터 분석 결과를 기반으로 향후 데이터 기반 관광 콘텐츠 및 마케팅 전략 수립을 위한 참고 자료로 활용이 가능하다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

설문조사 및 기존 관광 자료

설문조사와 기존 관광 자료를 수집·분석하여 20대 대학생의 여행 목적, 선호 테마, 방문 빈도 등을 파악하였다. 이를 통해 타겟 이용자의 기본적인 관광 니즈를 도출하였다.

02. 분석

설문 결과 및 관광 데이터 분석

설문 결과와 관광 관련 데이터를 종합 분석하여 타겟의 주요 이동 동선을 도출하였다. 관광지 선택 기준과 선호 요소를 구조화하였으며, 분석 결과를 바탕으로 핵심 인사이트를 정리하였다.

03. 기획

맞춤형 관광 코스 기획

분석 결과를 기반으로 힐링·문화·맛집 테마로 구분한 20대 대상 맞춤형 관광 코스 3종을 기획하였다. 각 코스는 여행 목적에 따라 선택할 수 있도록 체계적으로 설계하였다.

04. 제작 및 적용

결과물 정리 및 활용 구조 설계

기획된 관광 코스를 스토리 구조로 정리하였다. 관광 홍보 콘텐츠 및 온라인 채널 활용을 고려하여 카드뉴스, SNS 콘텐츠 등으로 확장 가능한 형태로 구성하였다.

대전관광공사

대전 관광 핵심 데이터 인포그래픽 카드뉴스 제작

팀명
온디

참여인원
강지수, 김가은(팀장),
김예진, 장하연

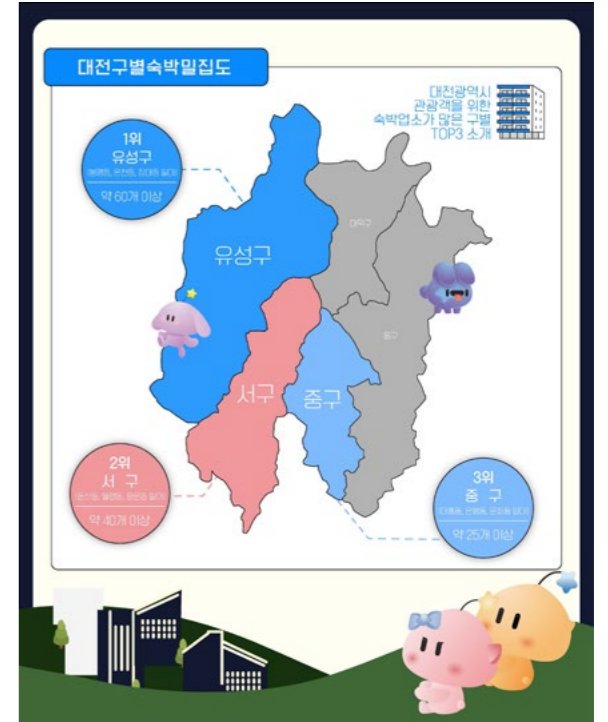
본 프로젝트는 대전관광공사가 보유한 로우데이터(1,485건)를 활용하여 데이터 기반 인포그래픽 카드뉴스를 기획·제작하였다. '대전 야간관광' 테마를 발굴하고 시각적 스토리텔링을 적용하여 관광객 유입 확대 및 지역 경제 활성화를 도모하고자 하였다.

배경 및 필요성 기존 관광 데이터는 텍스트 중심으로 제공되어 활용도가 제한적이었다. 당일 관광객 비중(84.7%)이 높은 구조를 고려할 때 체류형 관광 전략 수립이 필요하였다.

프로젝트 목표 대전 관광의 주요 특성과 테마를 도출하고 이를 인포그래픽 카드뉴스 콘텐츠로 제작하는 것을 목표로 하였다. 모바일 환경과 SNS 확산을 고려한 콘텐츠 구조 설계를 통해 관광 정보 접근성과 전달력을 강화하고자 하였다.

프로젝트 특징 실태조사 데이터와 SNS 키워드를 연계 분석하여 대전 방문객의 실제 니즈를 반영한 데이터 기반 콘텐츠를 제작하였다. 특히 야간 매출 비중(75.3%)이 높은 숙박 밀집 지역을 중심으로 구별 야간 관광 코스를 제시하였다.

주요 기능 관광 데이터 분석 및 SNS 연관 키워드 검토를 수행하였다. 구별 야간 관광 코스를 설계하고, 핵심 정보를 시각화한 인포그래픽 카드뉴스를 제작하였다. 모바일 환경에서도 가독성이 높도록 간결한 도형·그래프 중심으로 구성하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 관광 데이터를 분석하여 대전 관광 핵심 정보를 인포그래픽 카드뉴스 형태로 시각화하였다. 이를 통해 기존 텍스트 중심 관광 정보 대비 가독성과 정보 전달력을 향상하였다. 또한 당일 관광객 비중이 높은 대전의 관광 특성을 반영하여 주요 관광 테마를 한눈에 파악할 수 있는 콘텐츠를 제작하였다.

향후 활용 방향

기업 내 활용 가능성

향후 야간관광 콘텐츠 기획 시 스토리텔링 구조 및 인포그래픽 구성 방식의 레퍼런스로 활용 가능하다. 제작된 지도 일러스트, 아이콘, 템플릿 등 원본 디자인 파일을 공유하여 리플릿 및 홍보물 제작 시 디자인 자산으로 활용 가능하다.

기술적 활용 가능성

2024 대전 관광객 실태조사와 SNS 분석 결과를 연계한 데이터 기반 콘텐츠 제작 모델로 활용할 수 있다. 블로그 중심 홍보의 한계를 보완하는 카드뉴스형 콘텐츠 모델로 확장할 수 있다. 모바일 중심 정보 소비 환경에 대응하는 콘텐츠 제작 기준으로 적용할 수 있다.

시장 및 사업적 기대효과

숙소와 주변 관광 요소를 연계한 코스 제안을 통해 '대전에서 하룻밤 체류' 인식 확산에 기여할 수 있다. 은행동, 중구 등 특정 지역에 집중된 야간관광 수요를 분산하고, 상대적으로 덜 알려진 숨은 관광 자원을 코스에 포함함으로써 관광 동선을 대전 전역으로 확장할 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

관광 데이터 및 이용 행태 조사

설문조사와 기존 관광 데이터를 분석하여 20대 이용자의 관광 정보 탐색 방식과 선호 콘텐츠 유형을 파악하였다. 텍스트 중심 관광 정보의 한계를 확인하고, 시각적 콘텐츠 전환의 필요성을 도출하였다.

02. 분석

관광 핵심 데이터 분석

수집된 설문 결과와 관광 데이터를 종합 분석하여 대전 관광의 핵심 지표와 주요 정보를 정리하였다. 정보 전달 효과를 고려하여 카드뉴스에 적합한 데이터 항목을 선별하였다.

03. 기획

인포그래픽 카드뉴스 기획

도출된 핵심 데이터를 기반으로 인포그래픽 카드뉴스 형식의 콘텐츠를 기획하였다. 정보를 직관적으로 전달할 수 있도록 콘텐츠 구조와 스토리 흐름을 설계하였다.

04. 제작 및 적용

카드뉴스 콘텐츠 제작

기획 내용을 바탕으로 온라인 채널 활용이 가능한 카드뉴스 콘텐츠를 제작하였다. 관광공사 공식 SNS 및 디지털 홍보 채널 적용을 고려한 확장형 콘텐츠 구조로 완성하였다.

대전관광공사

꿈씨패밀리 IP 활용 관광 홍보물 디자인

팀명
네온

참여인원
김민정(팀장), 이지원,
정관영, 조나현

본 프로젝트는 대전의 대표 캐릭터 '꿈씨패밀리' IP를 대전 와인엑스포 핵심 콘텐츠와 결합한 체험형 관광 홍보물 디자인 프로젝트이다. 단순 굿즈 제작을 넘어, 축제 참여자가 직접 체험하고 상호작용할 수 있는 홍보물을 기획·디자인하였다. 이를 통해 지역 캐릭터의 활용 가치를 제고하고 축제 경험을 확장하고자 하였다.

배경 및 필요성

최근 관광 산업과 지역 축제는 관람 중심 행사에서 벗어나 방문객이 직접 참여하고 체험하는 콘텐츠를 요구하고 있다. 그러나 다수의 지역 축제 홍보물은 여전히 형식적 요소에 그쳐 지역 정체성과 캐릭터 활용 가치가 충분히 드러나지 못하는 한계를 보이고 있다.

프로젝트 목표

'꿈씨패밀리' IP를 단순 시각 요소가 아닌 기능과 직접적으로 연결된 인터랙티브 디자인 요소로 확장하는 것을 목표로 하였다. 이를 통해 축제 참여 경험과 지역 캐릭터의 브랜드 가치를 동시에 강화하고, 행사 이후에도 지속 활용 가능한 관광 홍보 모델을 제시하고자 하였다.

프로젝트 특징

'꿈씨패밀리' IP를 제품 기능과 연계한 인터랙티브 구조로 설계하여 차별성을 확보하였다. 와인잔 온도 반응 특수 잉크를 적용하여 와인을 따르는 순간 캐릭터의 볼이 붉게 변하는 반응형 디자인을 구현하였다.

주요 기능

와인 주입 시 온도 변화에 따라 캐릭터가 반응하는 인터랙티브 구조를 적용하였다. 축제 체험과 SNS 공유 확산으로 이어질 수 있도록 기획 기능과 브랜딩 요소를 결합하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 인터랙티브 와인잔 디자인을 통해 MZ 타겟의 높은 호응과 홍보 확산 가능성을 확인하였다. 실물형 협업 모델을 구현하여 지역 캐릭터 IP의 활용 범위를 확장하고, 향후 지역 축제 및 굿즈·홍보 콘텐츠로의 적용 기반을 마련하였다.

향후 활용 방향

관광 홍보 콘텐츠 활용

‘꿈씨패밀리’ IP를 활용한 체험형 홍보물 디자인 사례로서, 대전 와인엑스포를 비롯한 지역 축제 및 관광 행사에서 관광 홍보 콘텐츠로 활용 가능하다.

오프라인 행사 및 축제 적용

와인잔이라는 실사용 매체에 캐릭터 IP를 적용한 사례로, 축제 현장에서 자연스러운 노출 수단으로 활용 가능하다. 행사 참여 경험과 연계한 체험형 관광 홍보 모델로 확장 가능하다.

캐릭터 IP 활용 모델 참고 자료

지역 캐릭터 IP와 제품 기능을 결합한 실증 사례로서, 향후 대전시 캐릭터 IP 기반 굿즈 개발 및 관광 홍보 기획을 위한 참고 모델로 활용 가능하다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

축제 홍보물 및 캐릭터 IP 사례 조사

기존 대전 지역 축제 홍보물과 관광 굿즈 사례를 분석하여 활용 방식과 한계를 파악하였다. 또한 ‘꿈씨패밀리’ 캐릭터 IP의 기존 활용 사례를 검토하여 적용 가능 방향을 도출하였다.

02. 분석

행사 특성 및 활용 매체 분석

대전 와인엑스포의 성격과 주요 콘텐츠를 분석하고, 축제 현장에서 실제 사용 가능한 매체와 동선을 검토하였다. 이를 바탕으로 실사용 매체로서 와인잔 활용 가능성을 도출하였다.

03. 기획

체험형 관광 홍보물 콘셉트 기획

분석 결과를 토대로 ‘꿈씨패밀리’ IP를 와인잔 디자인에 적용한 체험형 관광 홍보물 콘셉트를 기획하였다. 캐릭터와 와인 콘텐츠가 자연스럽게 결합되도록 디자인 방향과 기능 구조를 설정하였다.

04. 디자인 제안

홍보물 디자인 시안 제안

기획된 콘셉트를 기반으로 와인잔 그래픽 및 패키지 디자인 시안을 제작하였다. 축제 현장에서 활용 가능한 체험형 관광 홍보물로 제안하였으며, 행사 경험과 연계된 활용 구조를 함께 설계하였다.

대전관광공사

꿈씨패밀리 활용 대전 랜드마크 일러스트 개발

팀명
꿈꾸자

참여인원
강주희, 송가람,
유영진, 전우진(팀장)

‘꿈씨패밀리’ 캐릭터를 대전의 주요 랜드마크(한빛탑, 한밭수목원, 유성온천 등)와 결합하여, 캐릭터가 해당 장소를 체험하고 즐기는 모습을 담은 일러스트를 개발하였다. 개발된 일러스트는 관광 홍보물 및 다양한 홍보 콘텐츠에 활용 가능한 비주얼 자산으로 기획하였다.

배경 및 필요성

대전은 풍부한 관광 자원을 보유하고 있으나, 랜드마크 홍보에 활용되는 일러스트형 시각 콘텐츠는 상대적으로 부족하였다. 이에 대전의 대표 캐릭터 ‘꿈씨패밀리’를 적극 활용한 통합 비주얼 콘텐츠 개발 필요성이 제기되었다.

프로젝트 목표

‘꿈씨패밀리’와 대전 랜드마크를 결합한 통일된 콘셉트의 일러스트를 제작하여 홍보물 제작 효율성과 도시 이미지 일관성을 동시에 확보하는 것을 목표로 하였다. 카드뉴스, 굿즈, 인쇄물 등 다양한 매체로 확장 가능한 고품질 비주얼 자산 체계를 구축하고자 하였다.

프로젝트 특징

랜드마크와 캐릭터를 결합한 통합형 일러스트를 개발하여 대전의 매력적인 도시 이미지를 강화하였다. ‘꿈씨패밀리’를 핵심 비주얼 자산으로 체계화하여 캐릭터 IP의 활용 가치를 제고하였다.

주요 기능

랜드마크와 ‘꿈씨패밀리’ 캐릭터를 결합한 시각 콘텐츠를 제작하여 지역을 친근하게 홍보할 수 있도록 구성하였다. 카드뉴스, 굿즈, 각종 홍보물 등 다양한 매체로 확장 가능한 브랜드 콘텐츠 구조를 설계하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 만화풍, 네온사인 활용형, 안전 가림막 적용형 등 다양한 방식의 랜드마크 일러스트를 개발하였다. 이를 통해 대전 랜드마크의 시각적 표현 범위를 확장하고 도시 매력을 다각도로 제시하였다.

향후 활용 방향

관광 홍보 콘텐츠 활용

개발된 랜드마크 일러스트는 관광 안내 책자, 카드뉴스, 인쇄 홍보물 등 다양한 관광 홍보 콘텐츠에 적용 가능하다. 통일된 비주얼 체계를 기반으로 도시 홍보 콘텐츠의 일관성을 강화할 수 있다.

오프라인 공간 적용

행사 홍보물, 현수막, 가림막 등 오프라인 공간에 적용하여 도시 이미지의 시각적 통일성을 확보할 수 있다. 공공행사 및 축제 현장에서 활용 가능한 공간형 디자인 자산으로 확장 가능하다.

캐릭터 IP 활용 모델 참고 자료

'꿈씨패밀리' IP와 랜드마크를 결합한 사례로서, 향후 대전시 캐릭터 기반 관광 굿즈 개발 및 도시 브랜딩 기획을 위한 참고 자산으로 활용 가능하다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

랜드마크 및 캐릭터 IP 사례 조사

대전 주요 랜드마크(한빛탑, 한밭수목원, 유성온천 등)의 상징 요소와 관광 특성을 조사하였다. 또한 '꿈씨패밀리' IP의 기존 활용 사례를 분석하여 적용 가능 방향을 도출하였다.

02. 분석

시각 자산 활용 가능성 분석

랜드마크 홍보물의 시각적 한계를 검토하고, 캐릭터 IP를 활용한 통합 비주얼 자산 구축 필요성을 도출하였다. 아울러 온·오프라인 매체 적용 가능성을 함께 검토하였다.

03. 기획

랜드마크 일러스트 콘셉트 기획

'꿈씨패밀리'와 랜드마크를 결합한 일러스트 콘셉트를 설정하였다. 장소의 특성과 캐릭터 동작을 연결한 스토리 구조를 설계하여 일관된 비주얼 방향을 수립하였다.

04. 디자인 개발

일러스트 시안 제작 및 확장 제안

랜드마크별 일러스트 시안을 제작하고 다양한 스타일 적용 방안을 제안하였다. 홍보물, 굿즈, 카드뉴스 등으로 확장 가능한 비주얼 자산 구조로 정리하였다.

대전관광공사

데이터 추천 관광지 영상(숯품) 콘텐츠 제작

팀명
커넥트

참여인원
김은지(팀장), 조수아,
한민지, 허윤지

대전의 숨겨진 명소와 즐길 거리를 1분 이내 숯품 영상으로 제작한 데이터 기반 관광 콘텐츠 프로젝트이다. 지역 관광 자원을 짧고 직관적인 영상 형식으로 재구성하여 관광 활성화를 도모하고자 하였다.

배경 및 필요성

숯품 콘텐츠가 주요 홍보 수단으로 자리 잡으면서 지자체 홍보 방식 또한 변화가 요구되었다. 텍스트 중심 관광 정보의 한계를 보완하고, 시각적 접근성이 높은 영상 콘텐츠 제작 필요성이 제기되었다.

프로젝트 목표

데이터 기반 관광지 추천 요소와 숯품 영상의 몰입도를 결합하여 관광 콘텐츠 접근성을 강화하는 것을 목표로 하였다. SNS 채널 활성화와 신규 방문객 유입을 촉진하고, 데이터 추천 기반 관광 홍보 모델을 제시하고자 하였다.

프로젝트 특징

멘토링을 통해 습득한 육하원칙 기반 현장 기획 방식을 적용하여 체계적인 제작 프로세스를 구축하였다. 아이디어 기획부터 촬영, 편집까지 논리적 완성도를 확보하였다.

주요 기능

대전의 주요 관광지를 중심으로 9:16 세로형 숯품 영상을 제작하였다. 플랫폼 알고리즘에 최적화된 빠른 전환, 트렌디한 음원 활용, 자막 동기화 기능을 적용하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 대전 관광 홍보 릴스를 제작하여 숏폼 기반 관광 콘텐츠 제작 역량을 확보하였다. 기획 구조 설계 및 영상 편집 과정을 체계화하여 데이터 추천형 영상 콘텐츠 모델을 구축하였다.

향후 활용 방향

관광 홍보 콘텐츠 활용

제작된 숏폼 영상은 대전 관광 홍보 콘텐츠로 활용 가능하다. 데이터 기반 추천 관광지 홍보 자료로 적용하여 신규 방문객 유입 확대를 도모할 수 있다.

온라인 채널 적용

공사 공식 SNS(인스타그램, 유튜브 등) 및 디지털 채널에 적용하여 영상 중심 관광 콘텐츠 확산이 가능하다. 플랫폼 특성에 맞춘 숏폼 콘텐츠 운영 모델로 확장 적용 가능하다.

데이터 기반 영상 콘텐츠 모델 확장

본 프로젝트는 데이터 분석과 영상 콘텐츠를 결합한 사례로서, 향후 데이터 기반 관광 영상 기획을 위한 참고 모델로 활용 가능하다. 관광지 추천 알고리즘과 연계한 영상 콘텐츠 기획 방향 수립에 기초 자료로 활용할 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

관광 데이터 및 영상 트렌드 조사

관광 실태조사와 방문 만족도 데이터를 분석하여 추천 관광지를 선정하였다. 릴스·쇼츠 등 숏폼 영상 콘텐츠의 소비 방식과 최신 영상 트렌드를 함께 조사하였다.

02. 분석

타깃 및 콘텐츠 방향 설정

MZ세대의 관광 정보 소비 특성을 분석하였다. 영상 길이, 구성 방식, 캐릭터 활용 방향을 설정하고, 데이터 기반 관광지 선정 기준을 구체화하였다.

03. 기획

숏폼 영상 콘셉트 기획

'꿈씨패밀리' 캐릭터를 활용한 숏폼 영상 스토리보드를 기획하였다. 관광지의 핵심 매력을 짧은 영상 내에 효과적으로 전달할 수 있도록 콘텐츠 구조를 설계하였다.

04. 제작

영상 콘텐츠 제작 및 확장 구조 설계

1분 이내 세로형 숏폼 영상을 제작하였다. 공사 SNS 채널 적용을 고려하여 확장 가능한 디지털 콘텐츠 형태로 결과물을 구성하였다.

02

광고 · 마케팅

대전광역시관광협회

잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈로드" 코스 개발 및 명소 브랜딩	36
잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈로드" 온라인 홍보 콘텐츠 제작	40
꿈돌이와 떠나는 "뽕순례지" 코스 개발	44
꿈돌이와 떠나는 "뽕순례지" 지도 및 스탬프 개발	48

대전광역시관광협회

잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈 로드" 코스 개발 명소 브랜딩

팀명
타슈타러오슈
우수상

참여인원
김민지, 노연수,
윤민용, 정현지(팀장)

대전시 공공자전거 '타슈'와 대전 캐릭터 '꿈씨패밀리'를 활용한 '타슈 로드' 코스 개발 및 명소 브랜딩 프로젝트이다. 타슈 코스와 캐릭터를 결합한 체험형 관광 콘텐츠를 기획하여 방문객에게 차별화된 경험을 제공하고자 하였다. 공공자전거 활성화와 도시 브랜드 인지도 제고를 통해 참여 중심 관광 문화를 확산하고자 하였다.

배경 및 필요성 '타슈'와 '꿈돌이'는 MZ세대 대상 인지도와 바이럴 잠재력이 높은 자산이나, 실질적인 체험형 콘텐츠는 부족한 상황이었다. 관광 시장의 주요 타겟인 MZ세대를 겨냥한 차별화된 참여형 콘텐츠 개발 필요성이 제기되었다.

프로젝트 목표 데이터 기반 관광지 추천 요소와 숏폼 영상의 몰입도를 결합하여 관광 콘텐츠 접근성을 강화하는 것을 목표로 하였다. SNS 채널 활성화와 신규 방문객 유입을 촉진하고, 데이터 추천 기반 관광 홍보 모델을 제시하고자 하였다.

프로젝트 특징 멘토링을 통해 습득한 육하원칙 기반 현장 기획 방식을 적용하여 체계적인 제작 프로세스를 구축하였다. 아이디어 기획부터 촬영, 편집까지 논리적 완성도를 확보하였다.

주요 기능 대전의 주요 관광지를 중심으로 9:16 세로형 숏폼 영상을 제작하였다. 플랫폼 알고리즘에 최적화된 빠른 전환, 트렌디한 음원 활용, 자막 동기화 기능을 적용하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 코스별 스토리텔링과 명소 브랜딩 전략을 수립하여 대전 관광의 차별화된 이미지를 제시하였다. '타슈'와 '꿈씨패밀리'를 연계한 콘텐츠를 통해 대전 로컬 브랜드 인지도를 제고하였다. 숨은 관광 명소를 발굴·코스화하여 지역 경제 활성화 기반을 마련하였다.

향후 활용 방향 **관광 홍보 콘텐츠 확장**
캐릭터 테마 기반 카드뉴스 및 숏폼 영상 콘텐츠로 확장 제작이 가능하다. 타슈 공식 채널과 연계한 온라인 캠페인 운영 모델로 활용 가능하다.

공공 인프라 브랜딩 강화
'타슈'를 친환경 관광 플랫폼으로 포지셔닝하는 브랜딩 전략에 적용 가능하다. 에코·스마트 도시 이미지를 강화하는 공공 인프라 연계 콘텐츠로 확장 가능하다.

지역 경제 연계 모델
코스 인근 상점·카페와 연계한 방문 유도 프로그램으로 활용 가능하다. 굿즈 제작 및 체험형 IMC 캠페인으로 확장 가능한 지역 연계 모델로 발전시킬 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용	<p>01. 조사</p> <p>타슈 이용 현황 및 관광 데이터 조사 타슈 이용 현황과 대전 관광 특성을 분석하였다. MZ세대 대상 설문조사를 실시하여 관광 목적, 선호 콘텐츠, 체험 요소를 도출하였다.</p>
	<p>02. 분석</p> <p>타깃 및 콘텐츠 방향 설정 설문 결과를 기반으로 먹거리·체험·이용 동선 등 주요 선호 요소를 정리하였다. 타슈와 결합 가능한 테마형 관광 코스 방향을 설정하였다.</p>
	<p>03. 기획</p> <p>캐릭터 기반 타슈 관광 코스 기획 '꿈씨패밀리' 캐릭터 테마를 적용한 스토리 기반 관광 코스 6종을 기획하였다. GPS 연동 요소와 참여형 구조를 반영하여 체험형 관광 모델을 설계하였다.</p>
	<p>04. 브랜딩</p> <p>명소 브랜딩 및 확장 구조 설계 코스별 명소 스토리 구조를 정리하고 브랜드 콘셉트를 체계화하였다. 굿즈 제작 및 SNS 인증 캠페인 등으로 확장 가능한 관광 브랜딩 모델을 제안하였다.</p>

대전광역시관광협회

잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈로드" 온라인 홍보 콘텐츠 제작

팀명
네몽이들

참여인원
박승주, 이예린(팀장), 이지수, 정아연

'찾아라 꿈씨패밀리 - 타슈로드 리뉴얼 프로젝트'는 타슈를 단순 교통수단이 아닌 도시 탐험·수집·체험 중심 플랫폼으로 확장하기 위한 온라인 홍보 콘텐츠 제작 프로젝트이다. 세계관 기반 스토리 구조와 미션 수행, AR, 지역 상권 챌린지, UGC 참여 기능을 결합하여 이용자가 도시를 탐험하는 플레이어로 참여하도록 설계하였다.

배경 및 필요성

경험 중심 소비 성향이 강한 MZ세대에 맞춘 공공자전거 스토리·놀이·수집 요소 강화 필요성이 제기되었다. 또한 대전의 교통 혼잡과 승용차 이용 증가 상황에서 지역 상권 및 도시 데이터를 연계한 새로운 플랫폼 확장 전략이 요구되었다.

프로젝트 목표

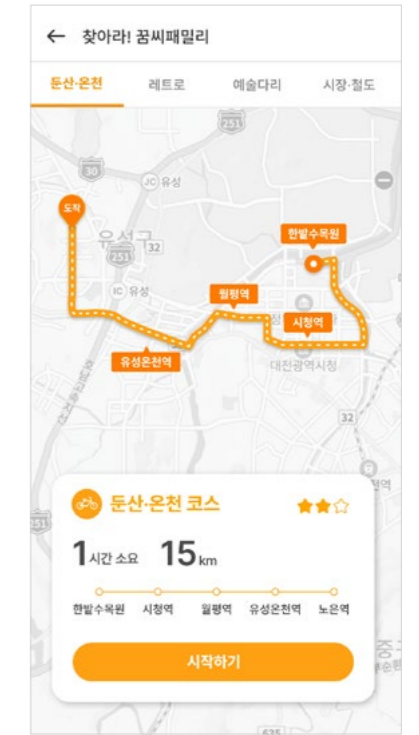
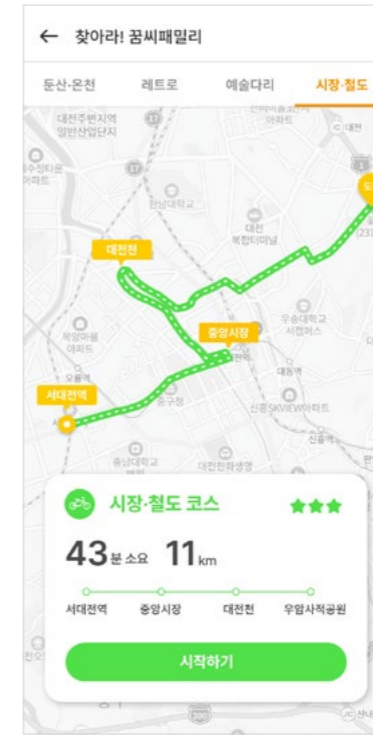
타슈 이용 경험에 스토리 기반 콘텐츠를 결합하여 차별화된 도시 탐험 모델을 구축하는 것을 목표로 하였다. QR-AR 기반 시스템을 통해 참여 유도 및 재방문을 활성화하고, 지역 상권과 연계된 소비 확산 구조를 설계하고자 하였다. 데이터 기반 위치 필터링과 커뮤니티 기능을 접목하여 대전형 경험 플랫폼 모델을 제안하였다.

프로젝트 특징

세계관 기반 탐험 구조와 QR 카드 수집, AR 인증, 배지 시스템, UGC 커뮤니티를 하나의 흐름으로 통합하였다. 사용자는 미션 수행과 SNS 인증을 통해 자연스럽게 도시를 기록하고 공유하는 구조로 설계하여 참여도를 제고하였다.

주요 기능

QR 탐험 모드, 카드 수집, 챌린지, 커뮤니티 피드, AR 필터 기능을 구현하였다. 위치 기반 데이터 시각화와 SNS 연동 UGC 기능을 통해 참여형 콘텐츠 생산 구조를 구축하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 타슈를 단순 교통수단에서 도시 탐험 플랫폼으로 재정의하였다. MZ세대 참여와 재방문을 유도하는 구조를 설계하여 참여 기반 관광 모델을 제시하였다. 지역 상권 활성화와 친환경 이동 확산, 데이터 축적 기반 공공서비스 확장 가능성을 확보하였다.

향후 활용 방향 **관광 콘텐츠 플랫폼 확장**
 타슈와 연계한 QR 기반 콘텐츠를 공식 관광 채널 및 서비스에 적용하여 참여형 관광 경험 모델로 확장 가능하다. 스토리·미션·인증 구조를 활용한 도시 탐험형 콘텐츠로 발전시킬 수 있다.

지역 상권 협업 모델 적용
 코스 인근 상점·카페와 연계한 리워드 및 할인 시스템을 도입하여 지역 소비 활성화 구조로 확장 가능하다. 공공 인프라와 상권을 연결하는 지역 협업형 관광 모델로 적용 가능하다.

데이터 기반 관광 전략 활용
 이용자의 위치·참여 데이터를 분석하여 향후 관광 정책 수립 및 콘텐츠 기획의 기초 자료로 활용 가능하다. 데이터 기반 관광 운영 모델 고도화를 위한 전략 자산으로 확장 가능하다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용 **01. 조사**
타슈 이용 현황 및 참여형 콘텐츠 사례 조사
 타슈 이용 방식과 대전 도시 이동 특성을 분석하였다. QR 기반 리워드, 위치 연계 서비스 등 참여형 콘텐츠 사례를 조사하였다.

02. 분석
이용자 참여 구조 및 타깃 설정
 MZ세대의 인증 문화와 보상 체계 특성을 분석하였다. QR 스캔·카드 수집·리워드 시스템을 결합한 참여 구조를 구체화하였다.

03. 기획
캐릭터 기반 플랫폼 구조 설계
 '꿈씨패밀리' 세계관을 활용한 콘텐츠 흐름을 기획하였다. 위치 기반 콘텐츠, 보상 체계, SNS 공유 구조를 통합한 플랫폼 모델을 설계하였다.

04. 확장 전략
지역 상권 연계 및 데이터 활용 구조 제안
 코스 인근 상점과 연계한 협업 모델을 제안하였다. 이용 데이터 분석을 기반으로 향후 관광 정책 및 콘텐츠 기획에 활용 가능한 확장 구조를 마련하였다.

대전광역시관광협회

꿈돌이와 떠나는 "빵순레지" 코스 개발

팀명

한빛로드

참여인원

고은하, 김유나,
김이설, 송다인(팀장)

대전 지역 로컬 빵집을 발굴하여 '꿈돌이와 떠나는 빵순레지' 관광 코스를 개발한 프로젝트이다. 후보 빵집을 선정하고 테마 및 권역별로 묶어 코스를 제안하였다. '꿈돌이' 캐릭터를 적용한 스토리 기반 콘텐츠를 기획하고, SNS 인증 이벤트를 포함한 바이럴 홍보 전략을 수립하였다.

배경 및 필요성

대전 원도심 및 각 지역에는 고유한 스토리와 특색 있는 메뉴를 보유한 로컬 빵집이 다수 존재한다. 이를 관광 자원으로 재해석할 경우 새로운 체험형 관광 콘텐츠로 확장할 잠재력이 높았다.

프로젝트 목표

대전 지역 로컬 빵집을 발굴·정리하고 연령 및 권역 특성을 반영한 맞춤형 '빵순레지' 관광 코스를 개발하는 것을 목표로 하였다. '꿈돌이' 캐릭터 기반 스토리텔링을 결합하여 체험형 관광 콘텐츠 확장 모델을 구축하고자 하였다.

프로젝트 특징

테마 및 권역별로 구성한 다양한 주제형 코스를 기획하였다. '꿈씨패밀리' 캐릭터를 활용한 세대 공감형 콘텐츠 구조를 설계하였다.

주요 기능

후속 활용이 가능하도록 빵집별 주력 상품과 특징(접근성 포함)을 정리하였다. '꿈씨패밀리' 캐릭터를 활용한 스토리텔링 구조를 적용하여 SNS 인증 및 바이럴 확산을 유도하는 콘텐츠 모델을 설계하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 다양한 세대의 니즈를 반영한 빵순레 코스를 제안하였다. '꿈씨패밀리' 기반 스토리텔링을 결합하여 도시 브랜딩 효과를 강화하였다. 향후 코스 확장 및 콘텐츠 고도화를 위한 기초 자료 기반을 마련하였다.

향후 활용 방향

관광 홍보 콘텐츠 확장

'빵순레지' 코스는 지도형 콘텐츠, 카드뉴스, 숏폼 영상, SNS 릴스 등 다양한 디지털 형식으로 재가공 가능하다. '꿈돌이' 캐릭터 스토리텔링과 결합할 경우 MZ세대의 자발적 공유를 유도하는 바이럴 홍보 콘텐츠로 확장 가능하다.

지역 상권 활성화 모델 활용

코스 인근 로컬 빵집 및 카페와 연계한 이벤트·프로모션 운영 모델로 적용 가능하다. 지역 소비 확산을 유도하는 관광-상권 연계 구조로 발전시킬 수 있다.

테마형 관광 모델 확장

'빵순레지' 개발 경험을 기반으로 카페·야경·문화예술 공간 등 다양한 테마형 관광 코스로 확장 가능하다. 스토리 기반 동선 설계 방식을 대전 관광 콘텐츠 체계화 및 브랜드 이미지 강화에 활용할 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

대전 로컬 빵집 현황 및 관광 동선 조사

대전 지역 내 로컬 빵집을 조사·정리하고 기존 관광 동선과 소비 집중 구간을 분석하였다. 이를 통해 특정 브랜드 중심 관광 구조의 한계를 파악하였다.

02. 분석

권역 및 타깃 특성 분석

원도심 및 지역별 상권 특성과 연령대 소비 성향을 분석하였다. 빵집 접근성, 스토리 요소, 체류 가능성을 기준으로 코스 구성 방향을 도출하였다.

03. 기획

빵순레 테마 코스 설계

권역 및 연령 특성을 반영한 '빵순레지' 테마 코스를 기획하였다. '꿈돌이' 캐릭터 스토리텔링을 접목하여 테마형 관광 구조를 설계하였다.

04. 확장 전략

체험형·참여형 관광 모델 제안

스탬프 투어, SNS 인증 이벤트 등 참여 요소를 반영한 관광 활성화 모델을 제안하였다. 지역 상권과 연계 가능한 확장 구조를 마련하였다.

대전광역시관광협회

꿈돌이와 떠나는 “빵순레지” 지도 및 스탬프 개발

팀명

뚝뚝빵빵
최우수상

참여인원

권민지(팀장), 서예빈,
유세빈, 황은희

‘꿈돌이와 떠나는 빵순레지’ 지도 및 스탬프 콘텐츠를 기획·제작한 프로젝트이다. ‘꿈씨패밀리’ 캐릭터를 활용하여 대전 지역 빵집을 관광 코스로 연결하고, QR 스탬프 수집 방식의 참여형 관광 경험을 구현하였다.

배경 및 필요성

대전은 ‘빵의 도시’라는 인식이 형성되어 있으나 이를 체험형 관광 콘텐츠로 확장한 사례는 부족하였다. 이에 ‘꿈씨패밀리’를 활용한 스토리 기반 스탬프 투어형 UX 지도 개발 필요성이 제기되었다.

프로젝트 목표

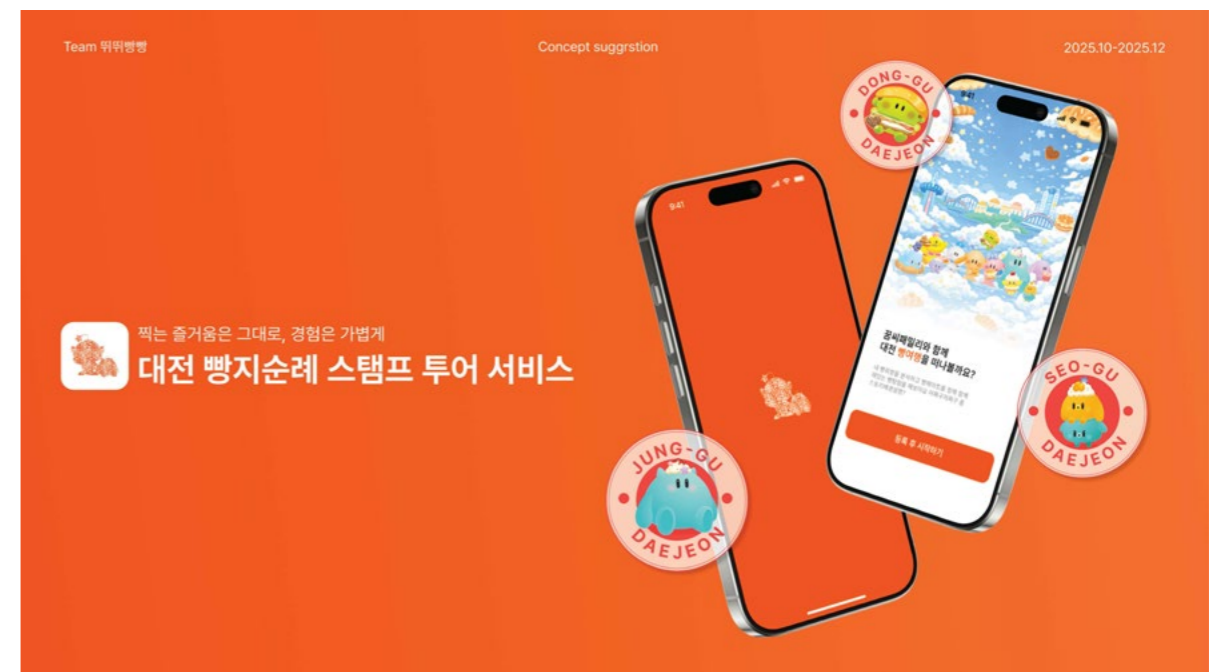
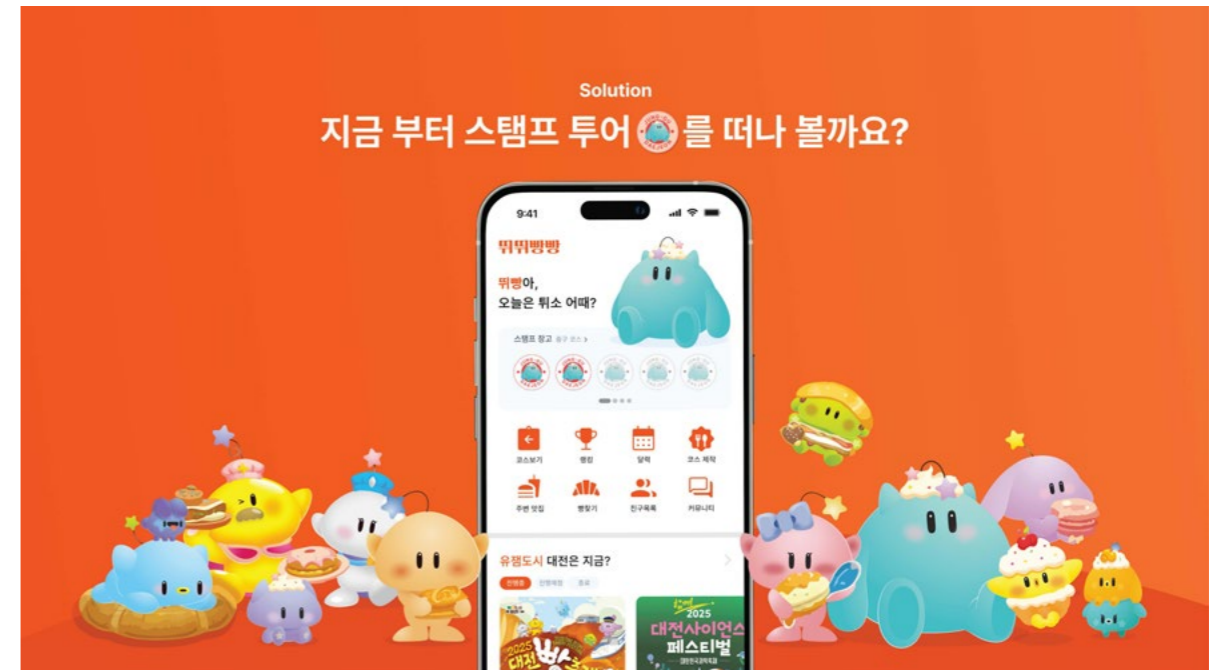
대전의 빵 문화를 단순 정보 제공이 아닌 이동·탐색·기록이 결합된 경험 중심 관광 콘텐츠로 전환하는 것을 목표로 하였다. 방문객의 이동 동선을 설계하고 자연스러운 지역 소비를 유도하는 지속 가능한 관광 모델을 구축하고자 하였다.

프로젝트 특징

메인 화면, 빵 메이트 선택, 뱃지 탐험, 스탬프 수집 및 보상 시스템을 포함한 구조로 설계하였다. 사용자가 코스를 따라 매장을 방문하고 QR 스탬프를 수집하는 ‘여행-탐험-수집-보상’의 UX 흐름을 구축하였다.

주요 기능

빵 메이트 선택 기능을 통해 사용자 맞춤형 여행 동반자 경험을 제공하였다. QR 스탬프 적립 및 뱃지 수집 기능을 적용하여 실제 방문 중심 참여를 유도하였다. 스탬프 완료 시 보상 안내 및 사용자 코스 제작·랭킹 기능을 설계하여 지속적 이용을 강화하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 캐릭터 기반 빵순례 관광 지도의 기획·구조 설계 및 UX/UI 시안을 제작하였다. 이를 통해 차별화된 관광 콘텐츠 모델을 구축하고 완성도를 확보하였다. 대전 지역 관광 콘텐츠로서 활용 가능성을 확보하였으며, 향후 웹·앱 서비스로 확장 가능한 구조를 마련하였다.

향후 활용 방향 **디지털 관광 콘텐츠 확장**
QR 기반 스탬프 시스템을 관광 앱 및 웹 서비스에 적용하여 완주 인증·리워드·이용 기록 관리 기능으로 확장 가능하다. 참여형 관광 플랫폼 모델로 발전시킬 수 있다.

지역 상권 연계 소비 활성화
코스 완주 시 할인·굿즈 제공 등 보상 구조를 도입하여 상권 유입과 재방문을 유도하는 모델로 적용 가능하다. 관광-소비 연계형 지역 활성화 구조로 확장 가능하다.

테마형 지도 서비스 모델 확장
빵순례 모델을 기반으로 카페·전통시장·야간 코스 등 다양한 테마 관광 지도 서비스로 확장 적용 가능하다. 스토리 기반 동선 설계 방식을 대전 관광 콘텐츠 체계화 및 브랜드 강화 전략에 활용할 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용	
	<p>01. 조사</p> <p>빵순례 관광 현황 및 이용자 니즈 조사 설문조사(89명)와 심층 인터뷰를 통해 기존 빵지도 이용 경험, 불편 요소, 완주 동기 요인을 분석하였다. 지도 보관의 번거로움, 인증 방식의 한계, 지속 참여를 저해하는 구조적 문제를 도출하였다.</p>
	<p>02. 분석</p> <p>이용자 행동 패턴 및 참여 동기 구조 분석 완주율에 영향을 미치는 핵심 요소로 보상, 기록, SNS 공유 욕구를 도출하였다. 이를 기반으로 QR 기반 디지털 인증 구조와 참여형 콘텐츠 모델 방향을 설정하였다.</p>
	<p>03. 기획</p> <p>QR 스탬프 투어 시스템 및 지도 리디자인 기존 종이 지도를 디지털 참여 구조로 전환하였다. 매장별 QR을 배치하고 방문 인증 스탬프가 자동 적립되는 구조로 설계하였다. '꿈돌이' 캐릭터를 적용하여 코스 스토리텔링 요소를 강화하였다.</p>
	<p>04. 적용</p> <p>체류형 관광 콘텐츠 구조 설계 단순 방문 안내를 넘어 '완주 미션형 관광'으로 구조를 재설계하였다. 코스 완료 시 리워드 제공, SNS 인증 공유 확산, 지역 상권 연계 모델까지 확장 가능하도록 구성하였다.</p>

03

디자인 프로젝트

(주)쓰리포인트덴탈 의료기기 전문 프리미엄 브랜드 에셋 디자인	54
(주)에이투엠 풍력 운영관리 플랫폼 UI/UX 디자인	60
(주)엘센 스마트 산업안전제품 모니터링 앱 디자인	64
(주)인터디 소상공인 브랜드 디자인 개발	68

(주)쓰리포인트덴탈

의료기기 전문 프리미엄 브랜드 에셋 디자인

팀명

굿디자인

참여인원

김소연, 박규리,

정비경, 한종연(팀장)

(주)쓰리포인트덴탈의 주요 CNC 및 CAD/CAM 고객을 대상으로 브랜드 프리미엄 이미지를 강화하기 위한 웰컴기프트 세트를 기획·디자인한 프로젝트이다. 구매 가능성이 높은 잠재 고객을 타겟으로 브랜드 인지도를 제고하고 긍정적 첫인상을 형성할 수 있도록 브랜드 에셋을 시각화하였다.

배경 및 필요성

브랜드 아이덴티티가 고객 접점 전반에 체계적으로 적용되지 않아 일관된 브랜드 경험 제공에 한계가 있었다. 특히 초기 고객 경험을 강화할 수 있는 전략적 제품 구성이 부족하여 브랜드 인지도 및 구매 전환율 개선 필요성이 제기되었다.

프로젝트 목표

브랜드 분석을 통해 도출한 핵심 인사이트를 기반으로 타겟 고객 특성과 사용 환경을 고려한 웰컴기프트를 기획·디자인하는 것을 목표로 하였다. 이를 통해 브랜드 가치 전달력과 고객 경험의 일관성을 강화하고자 하였다.

프로젝트 특징

주요 소비자군(페르소나)을 정의하고 SWOT 및 사용자 여정 분석을 수행하였다. 이를 통해 정량·정성적 인사이트를 도출하고, 웰컴기프트 구성 전략과 패키지 시각 요소를 체계화하였다.

주요 기능

브랜드 아이덴티티를 반영한 웰컴기프트 세트를 설계하였다. 제품 사용 과정에서 브랜드의 전문성과 신뢰성을 지속적으로 인지할 수 있도록 참여형 브랜드 경험 요소를 적용하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 50~60대 남성 기업 대표·사업가를 주요 타겟으로 설정하여 13종의 웰컴기프트 디자인 시안을 도출하였다. 시장 분석을 기반으로 (주)쓰리포인트덴탈 맞춤형 웰컴기프트 제작 방향을 구체화 하였으며, 2026년 하반기 생산단가 분석 및 실행 기획에 활용 가능한 실질적 디자인 자산을 확보하였다.

향후 활용 방향

브랜드 접점 강화 도구로 활용

전시회, 세미나, 신규 거래처 방문 시 웰컴기프트를 활용하여 기업의 전문성과 신뢰도를 효과적으로 전달하는 브랜드 접점 도구로 활용 가능하다.

브랜드 에셋 체계 확장

기획된 디자인 요소를 패키지, 홍보물, 온라인 콘텐츠 등으로 확장 적용하여 통일된 브랜드 아이덴티티 체계를 구축하는 기반 자산으로 활용할 수 있다.

프리미엄 브랜드 이미지 강화

정밀성과 완성도를 강조한 디자인 콘셉트를 통해 의료기기 전문 기업으로서의 프리미엄 이미지를 지속적으로 강화할 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

기업 및 산업 환경 분석

쓰리포인트덴탈의 기업 비전, 핵심 가치, 제품 특성을 분석하고 치과기공 산업의 시장 구조와 타깃 고객(치과의사·기공사)의 역할과 요구를 조사하였다. 이를 통해 브랜드 접점에서 전달해야 할 핵심 메시지를 도출하였다.

02. 분석

브랜드 정체성 및 타깃 니즈 분석

기업이 지향하는 정밀성·완성도·프리미엄 이미지를 정리하고, 타깃 고객이 선호하는 실용성과 전문성 요소를 분석하였다. 이를 기반으로 브랜드 가치와 실제 사용 환경 간의 접점 구조를 구체화하였다.

03. 기획

웰컴기프트 콘셉트 및 구성안 기획

브랜드 정체성을 반영한 웰컴기프트 콘셉트를 설정하고, 실용성과 상징성을 동시에 담은 구성안을 기획하였다. 고객 접점에서 일관된 브랜드 경험을 제공할 수 있도록 디자인 방향을 설계하였다.

04. 디자인

브랜드 에셋 디자인 제안

기획 콘셉트를 기반으로 웰컴기프트 디자인 시안을 제작하고, 패키지 및 확장 활용이 가능한 브랜드 에셋 체계를 정리하였다. 향후 홍보물, 전시, 온라인 콘텐츠로 확장 적용할 수 있는 구조를 제안하였다.

(주)에이투엠

풍력 운영관리 플랫폼 UI/UX 디자인

팀명
산들바람

참여인원
김가현, 김지수,
최슬(팀장), 최유리

풍력 운영관리 플랫폼의 관제 대시보드와 관리자 페이지 UI/UX를 개선하고, AI 기능 확장에 적합한 화면 구조와 사용자 경험을 재설계하였다. 또한 AI Bot 캐릭터와 인터랙션 디자인을 개발하여 서비스 아이덴티티를 강화하였다.

배경 및 필요성

복잡한 운영 데이터와 신규 AI 기능 도입으로 인해 기존 화면 구조만으로는 사용자 이해도와 활용성이 저하되는 문제가 있었다. 이에 KPI 가독성을 개선하고 직관적인 인터페이스 구조를 설계할 필요성이 제기되었다.

프로젝트 목표

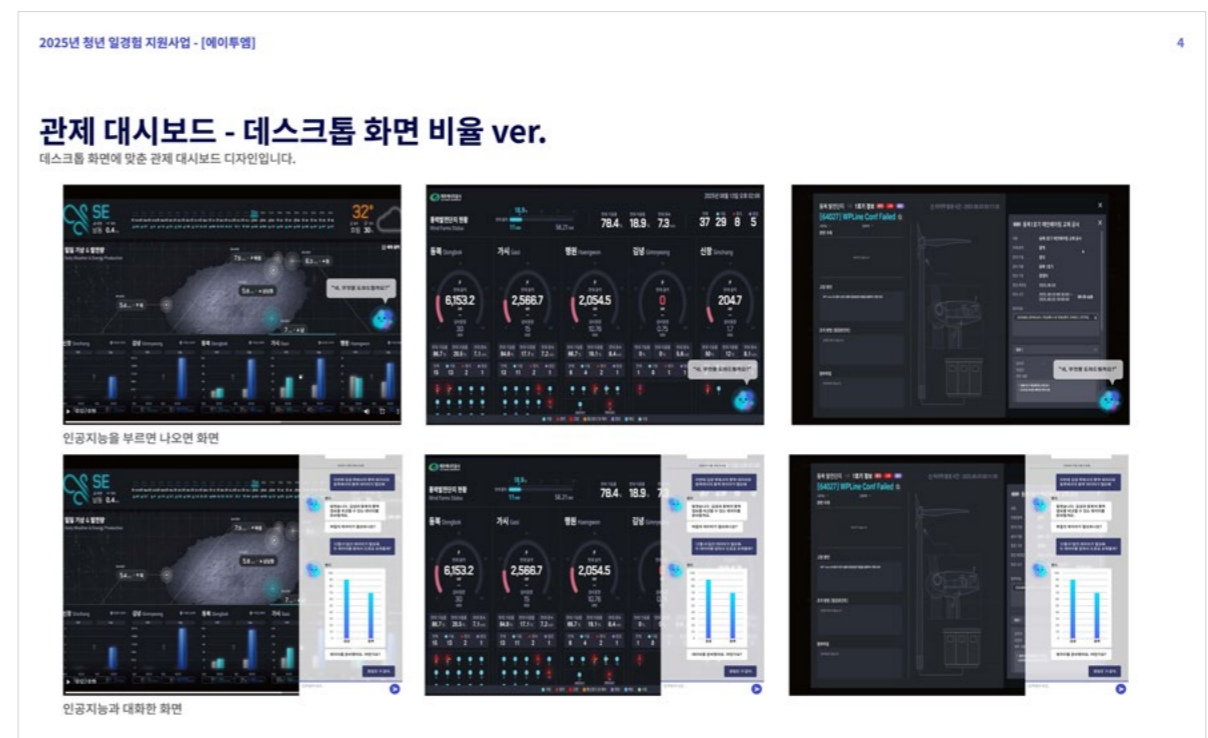
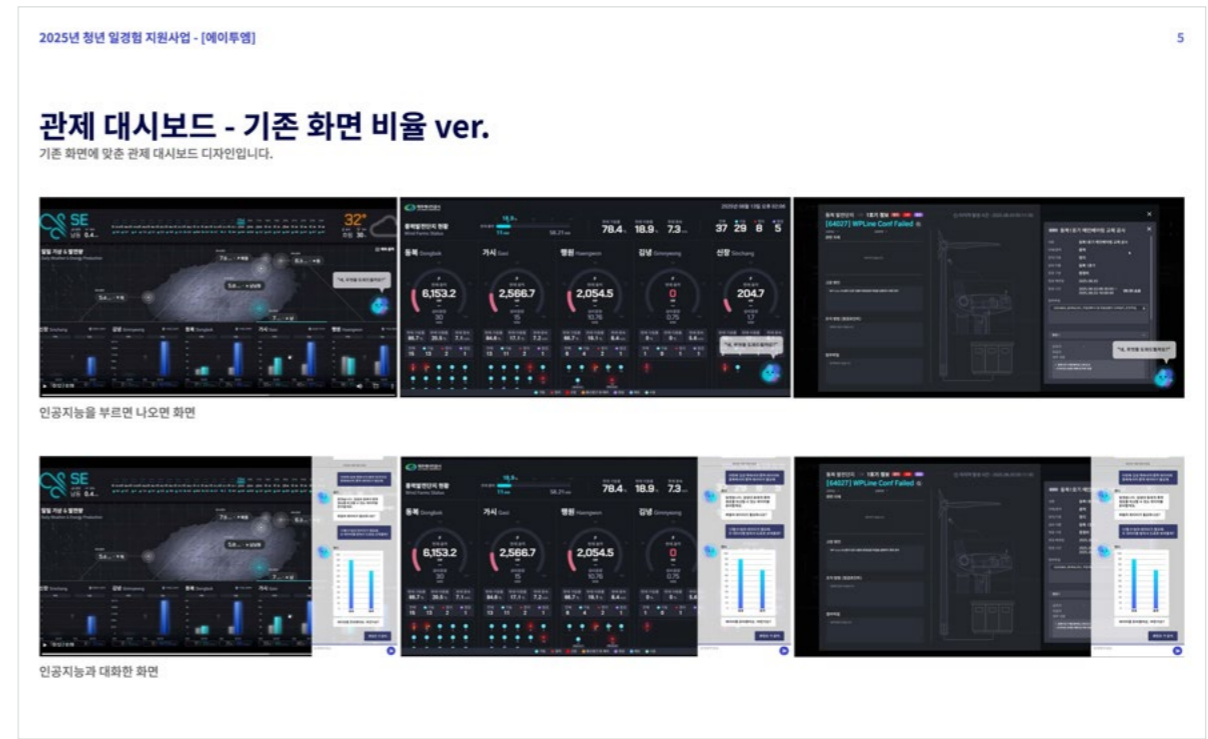
풍력 운영관리 플랫폼의 정보 구조를 재정비하고, AI 기반 인터페이스를 통합한 사용자 중심 UI/UX를 설계하여 운영자의 데이터 접근성과 업무 효율성을 향상시키는 것을 목표로 하였다.

프로젝트 특징

AI 브랜드 전략과 실제 운영 환경을 반영한 통합 UI/UX 설계를 수행하였다. AI Bot 캐릭터 개발, 대시보드 재구성, 관리자 페이지 다중 컨셉 제안을 통해 실무 적용이 가능한 개선안을 도출하였다.

주요 기능

AI 대화형 인터페이스를 설계하여 운영 정보 조회 및 가이드를 자연스럽게 제공할 수 있도록 하였다. 또한 대시보드와 관리자 페이지의 정보 위계와 사용자 동선을 개선하여 실무 활용도가 높은 UX 구조를 구현하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 대화형 인터페이스 UX 설계와 KPI 중심 정보 시각화 구조를 구축하고, 다중 UI 컨셉 비교 설계를 통해 AI 기반 서비스 환경에 적합한 사용자 중심 UI/UX 구조를 체계적으로 정립하였다.

향후 활용 방향 **기업 내 플랫폼 고도화 적용**
설계 결과를 실제 풍력 운영관리 플랫폼 UI 개선에 반영할 수 있다. AI Bot 아이덴티티를 기반으로 서비스 브랜딩을 강화할 수 있다.

AI 기반 UX 설계 프레임워크 활용

향후 기능 확장 및 LLM 고도화 시 설계 구조 재활용이 가능하다. 관리자 페이지 다중 컨셉 구조를 단계적으로 적용하여 운영 효율을 높여갈 계획이다.

사업 확장 및 경쟁력 강화

사용자 편의성 향상을 통해 고객 만족도를 점진적으로 제고할 수 있을 것으로 기대된다. 플랫폼 차별화 요소를 바탕으로 신규 고객 확보 기반을 확충해 나갈 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용	
	01. 조사
	운영 환경 및 UI 구조 분석 기존 관제 대시보드의 정보 구조와 사용자 동선을 분석하고, AI 기능 도입 시 발생할 수 있는 화면 복잡도 및 사용성 저하 요인을 사전 검토하였다.
	02. 분석
	AI 인터페이스 UX 설계 대화형 AI 호출 흐름, 응답 노출 방식, 종료 인터랙션 구조를 체계화하여 사용자 중심의 UX 설계 기준을 수립하였다.
	03. 기획
	대시보드·관리자 UI 재구조화 KPI 중심 정보 배치와 가독성 개선 방향을 설계하고, 관리자 페이지 A/B/C 타입 비교안을 도출하여 실효성 있는 UI 개선안을 마련하였다.
	04. 디자인
	프로토타입 제작 및 피드백 반영 실제 적용 가능한 프로토타입을 제작하고, 기업 및 멘토 피드백을 반영하여 UX 완성도를 고도화하였다.

(주)엘센

스마트 산업안전제품 모니터링 앱 디자인

팀명
팡팡
대상

참여인원
이예령, 이혜나,
황서연(팀장)

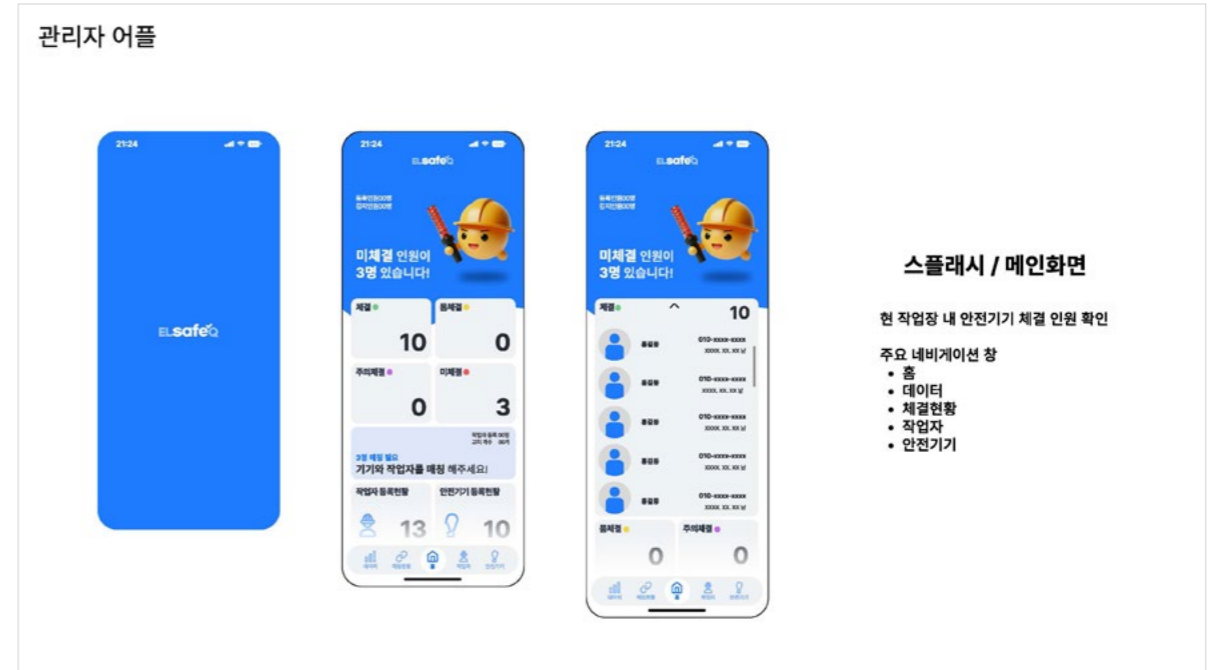
스마트 산업안전제품의 상태(체결 여부, 착용 여부, 배터리 잔량 등)를 통합 모니터링할 수 있는 모바일 앱의 UI/UX를 설계하였다.

배경 및 필요성 산업안전 장비의 활용 가치를 높이고, 관리자의 운영 편의성과 작업자의 현장 대응력을 동시에 향상시킬 수 있는 사용자 중심 모니터링 앱 구조 개선이 요구되었다.

프로젝트 목표 관리자와 작업자가 함께 활용할 수 있는 사용자 중심 UX 체계를 구축하고, 안전기기 체결 및 상태 정보를 직관적으로 시각화하여 실시간 위험 관리 효율을 높이는 것을 목표로 하였다. 또한 현장 업무 흐름에 맞춘 관리 프로세스를 설계하고, 데이터 기반 안전 관리 구조를 마련하여 산업안전 운영 체계 고도화를 지향하였다.

프로젝트 특징 기존 수치 중심 모니터링 방식에서 벗어나 작업자 상황 중심의 안전 상태 통합 인지 구조를 설계하였다. 위험 요소 우선순위 기반 시각화를 적용하여 비전문 사용자도 즉시 판단·대응할 수 있는 직관적 UI/UX를 구현하였다.

주요 기능 관리자와 작업자를 구분한 이원화 앱 구조를 설계하여 작업자·안전기기·작업 상태를 통합 관리 하도록 구성하였다. 관리자는 현장 전체 안전 현황을 확인하고, 작업자는 작업 시간 관리·안전기기 상태 확인·긴급 SOS 기능을 활용할 수 있도록 기능을 구조화하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 테스트 성공률 90% 이상을 달성하였으며, 멘토 만족도 96%, 내부 만족도 조사 80% 이상 긍정 응답을 기록하는 등 전반적으로 높은 평가를 확보하였다. 이를 통해 설계한 UI/UX 구조의 완성도와 현장 적용 가능성을 객관적으로 검증하였으며, 프로그램 운영 과정 또한 실무 연계 측면에서 유의미한 성과를 도출하였다.

향후 활용 방향

산업 현장 적용 및 고도화

재설계된 UI/UX 구조를 실제 산업 현장 서비스에 단계적으로 적용하여 관리자와 작업자의 사용성을 지속적으로 검증하고, 현장 피드백을 반영한 고도화 과정을 추진할 수 있다. 이를 통해 산업 안전관리 시스템의 완성도와 실효성을 동시에 향상시킬 수 있다.

데이터 기반 안전 관리 체계 확장

앱을 통해 수집되는 안전 데이터(체결 여부, 착용 상태, 작업 이력 등)를 체계적으로 축적·분석하여 위험 패턴을 도출하고, 이를 기반으로 위험 예측 및 사고 예방 기능으로 확장할 수 있다. 나아가 데이터 기반 의사결정 체계를 구축하여 보다 선제적인 안전 관리 모델로 발전시킬 수 있다.

플랫폼 기능 확장 기반 마련

향후 AI 분석 기능, 자동 경고 및 알림 시스템, 리포트 자동 생성 기능 등을 단계적으로 연계하여 통합 안전관리 플랫폼으로 확장할 수 있다. 이를 통해 단순 모니터링을 넘어 예측·대응·관리까지 아우르는 종합 산업안전 플랫폼으로 발전시킬 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

기존 APP 구조 및 산업 현장 사용 환경 분석

기존 관리자·작업자용 앱의 화면 구성과 기능 흐름을 분석하고, 산업 현장에서의 실제 사용 시나리오를 검토하였다. 이를 통해 정보 과밀, 시각적 우선순위 부재, 사용자 동선의 복잡성 등 구조적 문제점을 도출하였다.

02. 분석

사용자 유형별 UX 요구사항 정리

관리자와 작업자의 사용 목적을 구분하여 각 사용자 유형에 필요한 핵심 기능과 정보 우선순위를 재정의하였다. 체결 상태 확인, 작업 시작 및 종료, 매칭 관리 등 주요 기능 흐름을 구조화하여 사용자 중심의 UX 요구사항을 체계적으로 정리하였다.

03. 기획

UI 재구성 및 인터랙션 설계

안전기기 체결 상태를 직관적으로 인지할 수 있도록 시각 중심 UI 구조로 재설계하였다. 또한 작업자 등록·기기 등록·매칭 관리 프로세스를 단계형 UX로 정리하여 운영 효율성을 강화하였다.

04. 디자인

디자인 시스템 구축 및 확장 기반 마련

컬러, 아이콘, 컴포넌트 체계를 정비하여 일관된 디자인 시스템을 구축하였다. 향후 기능 추가 및 플랫폼 고도화 과정에서도 유연하게 확장할 수 있도록 구조적 기반을 설계하였다.

(주)인터디

소상공인 브랜드 디자인개발

팀명
디너츠

참여인원
서경서, 송서은(팀장),
윤석호, 천의진

소상공인 매장의 인지도를 제고하기 위해 홍보 디자인을 기획·제작하고, 카드뉴스 및 유튜브 쇼츠 썸네일을 직접 제작하는 프로젝트이다. 디자인을 통해 매장의 특성과 강점을 효과적으로 전달하고, 실제 홍보에 활용 가능한 실질적 콘텐츠를 완성하는 것을 목표로 하였다.

배경 및 필요성

청년에게 실무 중심의 홍보 콘텐츠 제작 경험을 제공하고, 자체 홍보에 어려움을 겪는 소상공인을 지원함으로써 매장 홍보 활성화 및 지역 상권 경쟁력 강화에 기여하고자 본 프로젝트를 수행하였다.

프로젝트 목표

소상공인 브랜드의 핵심 가치와 스토리를 반영한 카드뉴스 및 썸네일 콘텐츠를 기획·제작하여 브랜드 인지도를 제고하고, 온라인 홍보 활동의 실행력을 강화하는 것을 목표로 하였다.

프로젝트 특징

디자인 역량과 전문 인력이 부족하여 홍보에 어려움을 겪는 소상공인을 대상으로 자료조사, 기획, 디자인 제작 전 과정을 지원하였다. 이를 통해 완성도 높은 홍보 콘텐츠를 제공하고, 매장 홍보 및 브랜드 이미지 제고가 가능하도록 하였다.

주요 기능

매장 특성 및 타깃 고객 분석을 기반으로 맞춤형 홍보 콘텐츠를 기획·제작하였다. 카드뉴스와 썸네일 등 온라인 채널에 즉시 활용 가능한 시각 콘텐츠를 제작하여 소상공인이 자율적으로 홍보 활동을 수행할 수 있도록 지원하였다.



핵심 성과 및 향후 활용 방향

핵심성과 디자인 인력과 자원이 부족한 소상공인을 대상으로 실질적인 홍보 콘텐츠 제작을 지원함으로써 매장 홍보 효율을 향상시켰다. 또한 기업의 사회적 가치 실현과 지역 상권 활성화에 기여하는 성과를 도출하였다.

향후 활용 방향

온라인 홍보 채널 활용 확대

제작된 카드뉴스 및 썸네일 콘텐츠는 SNS, 블로그, 유튜브 등 다양한 온라인 채널에 적용하여 브랜드 노출을 지속적으로 확대할 수 있다.

브랜드 이미지 일관성 강화

정립된 시각 요소와 디자인 방향성을 기반으로 향후 추가 홍보물 제작 시에도 일관된 브랜드 이미지를 유지·강화할 수 있다.

지역 상권 경쟁력 제고 기반 마련

디자인 기반 홍보 역량 강화 사례로 확장하여 지역 소상공인의 온라인 마케팅 경쟁력을 높이는 모델로 활용할 수 있다.

주요 수행 내용 요약

수행 내용

01. 조사

소상공인 현황 및 브랜드 분석

대상 소상공인의 업종 특성, 기존 홍보 방식, 온라인 채널 운영 현황을 조사하고, 브랜드 콘셉트 및 주요 타겟 고객층을 분석하였다.

02. 기획

콘텐츠 방향 설정

브랜드 정체성을 반영한 홍보 콘텐츠 콘셉트를 도출하고, 전달하고자 하는 핵심 메시지를 시각적 톤앤매너로 구체화하였다.

03. 제작

카드뉴스 및 썸네일 디자인 개발

온라인 채널 특성을 고려하여 카드뉴스 및 썸네일 이미지를 제작하고, 가독성과 주목도를 높일 수 있는 레이아웃과 시각 요소를 적용하였다.

04. 정리

활용 가이드 및 적용 방안 제시

제작 결과물을 실제 SNS 및 온라인 플랫폼에 적용할 수 있도록 활용 방안을 정리하고, 향후 추가 제작 시 참고 가능한 디자인 기준을 제시하였다.

2025 청년일경험지원사업

광고·마케팅 | 대전관광공사

프로젝트명	팀명	참여인원
데이터 기반 타겟 맞춤형 관광 코스 개발	온대전	김가록, 김준오, 박은혜, 이효림(팀장)
대전 관광 핵심 데이터 인포그래픽 카드뉴스 제작	온디	강지수, 김가은(팀장), 김예진, 장하연
꿈씨패밀리 IP 활용 관광 홍보물 디자인	네온	김민정(팀장), 이지원, 정관영, 조나현
꿈씨패밀리 활용 대전 랜드마크 일러스트 개발	꿈꾸자	강주희, 송가람, 유영진, 전우진(팀장)
추천 관광지 영상(숏폼) 콘텐츠 제작	커넥트	김은지(팀장), 조수아, 한민지, 허윤지

광고·마케팅 | (사)대전광역시관광협회

프로젝트명	팀명	참여인원
잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈로드" 코스 개발 및 명소 브랜딩 우수상	타슈타러오슈	김민지, 노연수, 윤민용, 정현지(팀장)
잃어버린 꿈돌이와 떠나는 "타슈로드" 온라인 홍보 콘텐츠 제작	네몽이들	박승주, 이예린(팀장), 이지수, 정아연
꿈돌이와 떠나는 "빵순레지" 코스 개발	한빛로드	고은하, 김유나, 김이설, 송다인(팀장)
꿈돌이와 떠나는 "빵순레지" 지도 및 스탬프 개발 최우수상	뛰뛰빵빵	권민지(팀장), 서예빈, 유세빈, 황은희

디자인 프로젝트

프로젝트명	팀명	참여인원
(주)쓰리포인트덴탈 의료기기 전문 프리미엄 브랜드 에셋 디자인	굿디자인	김소연, 박규리, 정비경, 한종연(팀장)
(주)에이투엠 풍력 운영관리 플랫폼 UI/UX 디자인	산들바람	김가현, 김지수, 최슬(팀장), 최유리
(주)엘센 스마트 산업안전제품 모니터링 앱 디자인 대상	팡팡	송채희(취업), 이예령, 이혜나, 황서연(팀장)
(주)인터디 소상공인 브랜드 디자인 개발	디너츠	서경서, 송서은(팀장), 윤석호, 천의진

2025 청년일경험지원사업 성과사례집

발 행 일 2026년 2월
발 행 처 (재)대전디자인진흥원
주 소 34027 대전광역시 유성구 테크노9로 35(탑립동)
T E L 042-930-7813
F A X 042-930-7809
웹사이트 www.didp.or.kr
디 자 인 스튜디오 에이딧 042-823-3123

본 책자는 비매품으로 판매 또는 기타 유상거래를 할 수 없습니다.
본 책자에 대한 저작권은 (재)대전디자인진흥원에 있습니다.
허가없이 내용을 도용할 시 저작권법 위반으로 처벌받을 수 있습니다.