

TEAM 밤나무숲

AR 수집형 관광 플랫폼, AR-ound 로컬

김찬오 박종혁 장현진



'포켓몬고'가 만들어낸 변화

증강현실(AR, Augmented Reality) : 현실 공간 위에 가상의 이미지를 겹쳐 보여주는 기술

포켓몬고(Pokémon GO)

- 2016년에 출시된 위치기반 모바일 게임, 사용자가 현실 세계를 직접 돌아다니며 포켓몬을 수집
- 증강현실 기술을 활용하여, 가상의 포켓몬이 모바일 화면 속에서는 실제 거리나 공원, 상점 위에 존재하는 것처럼 보임
- 이용자들은 집 밖으로 나와 포켓몬 수집을 위해 다양한 장소를 방문하도록 유도되어, 특정 지역의 유동 인구를 증가시키기도 함



'포켓몬고'가 만들어낸 변화

증강현실(AR, Augmented Reality) : 현실 공간 위에 가상의 이미지를 겹쳐 보여주는 기술

헤드라인제주 · 3주 전

'포켓몬 열풍' 제주 중문에 구름인파...방문객.지출액 확 늘었다

제주관광공사 관계자는 "포켓몬 캐릭터를 통해 중문관광단지의 매력을 새롭게 선보였으며, 지역 경제 활성화에도 많은 도움이 될 수 있었다"며 "앞으로도 민간 협력을 통한 사업을 통해 지역의 새로운 모습을 관광객..."



포켓몬이 불러온 '제주 중문 대붕'...방문객 10만명·소비지출 60%↑ 제주도민일보 · 3주 전

출시 직후 국내 하루 이용자
420만 명
(The Korea Times, 2017)

출시 9일만에 다운로드
1000만 회
(KBS World, 2017)

VIVA 브릿지경제 · 2017.01.31.

'포켓몬고' 전국적 열풍에 '편의점 특수' 기대감 증폭

평소 큰 매출 변동이 없는 서비스 상품인 배터리 충전서비스와 목적 구매 성격이 강한 충전기 매출이 갑작스럽게 큰 폭으로 늘어난 것은 전국에 불어 닥친 포켓몬 고 열풍 덕이다. 포켓몬 고가 휴대폰 배터리 소모가 많은...



'포켓몬고'가 만들어낸 변화

증강현실(AR, Augmented Reality) : 현실 공간 위에 가상의 이미지를 겹쳐 보여주는 기술

국내 상권에 미친 영향

- 포켓몬이 자주 등장하는 지역의 카페나 식당, 상점에는 사람들이 몰리며 매출이 상승하는 효과가 나타남(곽도영, 박은재, 2017)
- 일부 점포는 자발적으로 '포켓스탑'으로 등록하여 게임 이용자들을 끌어모으는 마케팅 수단으로 활용
- '포켓몬고'의 사례를 통해, 위치기반 AR 인센티브가 현실 세계 사업장의 방문·소비를 유의미하게 증가시키는 외부효과 확인(Pamuru et al., 2020)



핵심 아이디어

"AR 수집형 게임의 효과성을 활용해
외소한 지역 상권을 도울 수 있는
어플리케이션을 만들어보자"



Contents

ALL ABOUT AR-OUND LOCAL



추진배경 및 목적



어플리케이션 개요



세부 내용



타겟 선정 및 홍보



협력 방안



실현성 검토



차별화 포인트



프로토타입 개발



기대 효과



참고 문헌

추진배경 및 목적

추진 배경-1

[지역 상권의 쇠퇴]

› 지방 중소도시는 생산인구 감소 및 수도권 유출로 인해 **지역 소상공인의 경영 악화**가 심해지고 있다(중소벤처기업부, 2023).

› 인구 감소로 인해 지역의 경제력을 내부보다 외부에서 찾을 필요가 있기에, 지방 정부는 **주요 상권을 관광지화**하여 상권 붕괴를 해결하고자 한다(정인아 외, 2024).

추진 배경-2

[역외 유출 문제]

› 전문가들은 관광산업에서 **대규모 기업과 대형 호텔 체인의 시장 지배력**으로 인해 지역 내에 남는 부가가치가 줄어드는 역외유출 문제가 발생한다고 우려하였다(UNCTAD, 2013).

지역 상권의 활성화를 위해 관광객 유입을 촉진하면서도, 관광객이 프랜차이즈가 아닌 지역 고유 소상공인을 이용하도록 유도할 필요성

추진배경 및 목적

실현 목적-1

[매력적인 AR 관광 콘텐츠 설계]

› 상권의 장소 가치 브랜딩을 위해 전략적으로 장소를 발굴하고 의미 있는 경험을 위한 콘텐츠를 제공하여 매력적인 장소로 제고가 필요하다(정인아 외, 2024).

› 관광 분야 몰입형 기술(AR/VR) 전반이 경험 몰입·학습·만족·의도에 긍정적 영향을 주며, 스토리텔링 결합 시 효과가 증폭된다는 증거가 축적되었다(PRATISTO ET AL., 2022).

실현 목적-2

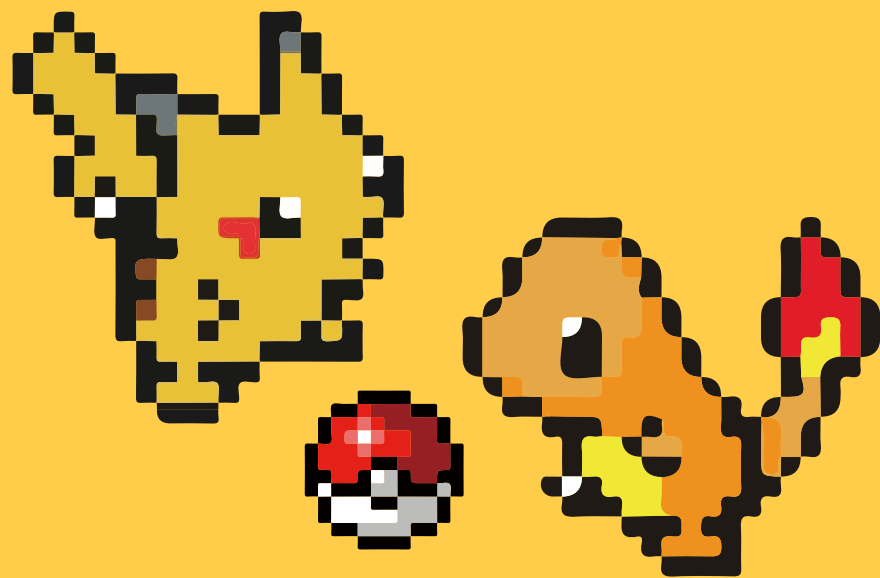
[온누리상품권과의 상생 구조 구축]

› 온누리상품권은 전통시장 및 상점가 매출액을 증가시키며, 온누리상품권 가맹 점포가 80% 수준에 있으므로, 향후 신규 사업에서 온누리상품권을 취급하도록 유인하는 방안이 요구된다(김홍기 외, 2024).

온누리상품권을 사용했을 때만 수집 가능한 AR 아이템을 마련하여 소비자에게는 상품권 사용을 촉진하고, 점주에게는 가맹 등록을 유도한다.

어플리케이션 개요

AR-ound LOCAL



AR 게임 '포켓몬 고'가
포켓몬이 위치한
인근 지역 상권을
활성화했다는 점에서 영감

지역 소상공인 각자의 이야기를
반영한 AR 아이템을 제작

관광객이 해당 가게를
방문했을 때, 모바일상에서
해당 아이템들을 수집해 가며
여행할 수 있도록 기획된
관광 어플리케이션



세부 내용

AR 아이템 개발

1. 공공데이터 기반으로 사업 진행 지역 선정
2. 지자체와 협업하여 개별 점포들에게 사업을 홍보한 후 사업 참여 희망 점포를 모집하고, 47가지 지표를 통해 지원 대상 가게 10여 곳 선정 (로컬성/스토리성/저소독성/퀄리티)
3. 지원 대상 가게의 소상공인과 심층 인터뷰를 통해 해당 점포 고유의 역사와 이야기를 발굴하고, 이를 나타내는 AR 아이템 제작

관광객 경험

1. 어플리케이션을 켜고 지역을 선택하면, AR 수집 콘텐츠가 제공되는 점포 리스트 확인 가능
2. 해당 가게 중 한 곳에 방문하여 소비하고 QR로 방문을 인증하면, 점포의 스토리를 반영한 AR 아이템을 수집 가능, 해당 AR 아이템과의 상호작용을 통해 가게의 스토리에 관해 들을 수 있음
3. 온누리상품권을 활용하여 소비했다면, '온도리' AR 캐릭터를 추가로 수집 가능

* 해당 지역 내에서의 AR 수집 컬렉션을 일정 비율 이상 완성하거나 '온도리' 캐릭터를 일정 개수 이상 수집하면 리워드 제공

세부 내용

지속가능성

1. 지역 내 소상공인 역량강화 교육 병행
 - > 앱 수수료 및 지자체 문화관광예산 일부를 펀드화 하여 소상공인 교육 및 지원을 제공
 - > 로컬생, 스토리생, 저소득의 요건은 갖추었으나 서비스 퀄리티가 부족해 지원 대상으로 선정되지 못한 가게에 중점 교육, 선순환 구조 형성
2. 3개월에 한 번씩 지원 대상 가게 재선정 및 AR 컬렉션 리뉴얼
 - > 많은 소상공인들에게 돌아가면서 혜택이 가도록 설계, 관광객에게는 재방문의 유인 제공

지원받은 점포의
어플리케이션 수수료

지자체 문화관광 예산

교육 기금 조성

지역 소상공인
역량 강화 교육

지역 청년 창업자
교육 확대

세부 내용

콜라보 추진

팬층이 탄탄한 **한국 애니메이션 및 웹툰과 콜라보**를 추진해 더 많은 잠재 이용자를 확보

EX. 하츠피와 콜라보를 진행

→ 가게의 AR 아이템이 '주인 아주머니의 앞치마'일 경우, 콜라보 시즌에는 앞치마를 두른 하츠피 AR 캐릭터를 수집

3개월에 한 번씩 지원 대상 가게가 리뉴얼되므로, 콜라보 대상도 **3개월에 한 번씩 시즌제로 리뉴얼**하여 다양한 이용자층을 확보



유미의 세포들



티니핑



펭수



잔망루피



블루 아카이브



신비아파트

타겟 선정 및 홍보

1. 주요 타겟 : 2030 관광객

	포켓몬고 경험률
20대	48%
30대	30%
40대	11%
50대	6%
60대 이상	2%

(한국갤럽조사연구소, 2017)

AR 콘텐츠를 즐기는 20~30대를
1차 타겟으로 설정

2. 2차 타겟 : 가족 단위 관광객

- 20~30대 다음으로 AR 콘텐츠 접근성이 높은 연령층 40대
- 부모가 자녀와 함께 가족여행을 할 경우, '지역 문화 이벤트 체험'을 위한 여행이 67% (홍지연, 2025)
- 40대는 한국에서 가처분소득이 가장 높은 세대로, 관광 시 많은 소비를 기대할 수 있음

3. 홍보 전략

2030 세대는 개인 또는 인플루언서 SNS/블로그를 통해 소비에 영향, 4050 세대는 TV광고, 매장행사 등에 더 영향 (조현아, 김선영, 2024)

- 2030 타겟 : 토레 개포터즈를 운영하여 SNS에 후기 업로드, 지역 인플루언서 및 유튜버와 협업
- 가족 단위 타겟 : 한국도로공사와 협업하여 휴게소에 배너 등 실물 홍보 진행

협력 방안

1. 공공데이터를 활용한 지원 대상 지역 및 가게의 선정

- 한국고용정보원의 '소멸위험지수'
- 문화체육관광부의 '관광객 유입 통계'
- 중소벤처기업부의 '상권정보시스템'
- (점포별 개업 일자 -> 가게별 로컬생 평가에 참고)

2. 지방자치단체와의 협업

- 지역 내 점포들을 대상으로 사업 참여 홍보 및 모집을 지원
- 지역 문화관광 예산 일부를 협력기금으로 조성하여 소상공인 교육 및 인센티브 제공에 활용
- 앱 내 콘텐츠와 오프라인 축제 및 행사 등을 연계

3. 지원 대상 점포 선정 시 민관협력 심사위원회 구성

- 지자체 담당 공무원/지역 상권 전문가/소상공인 대표/시민단체/청년 로컬크리에이터 등으로 구성
- 행정 주도의 일방적 사업 추진 X, 지역 구성원이 직접 참여하는 상생형 거버넌스

4. 온누리상품권의 활용

- '온누리 상품권을 활용해 결제'했을 경우 추가적인 AR 아이템을 수집할 수 있도록 설계하여 사용 촉진
- 반대로 기존 온누리 상품권 사용자들이 앱을 사용하도록 유도 가능 > 상생의 구조

실현성 검토

1. 공공데이터 활용의 합법성 및 정당성 검토

「공공데이터의 제공 및
이용 활성화에 관한 법률」



한국고용정보원 '소멸위험지수'

문화체육관광부 '관광객 유입 통계'

중소벤처기업부 '상권정보시스템'

▶ 목적 : 공공기관이 보유한 데이터를 민간에 제공하고,
이를 통해 국민 삶의 질 제고·국민경제 발전을 도모하는 것
(법제처, 2023)

▶ 최근 개정 논의에서는 민간 협업을 통한 공공데이터 활용,
고품질·고가치 데이터의 적극 개방을 강조 (법제처, 2024)

공공데이터 활용에 대한
제도적 정당성을 가짐

실현생 검토

2. 위치기반서비스·개인정보보호 관련 규제 준수

「위치정보의 보호 및
이용 등에 관한 법률」

▶ 특정 개인의 위치 정보를 이용해
서비스를 제공하는 경우 위치기반서비스
사업자 신고 대상 (법제처, 2025)

「개인정보 보호법」
제3조

▶ 개인정보를 목적 범위 내 **최소한으로**
수집·처리해야 하며, 안전하게 관리할
의무를 명시 (법제처, 2025)

AR-ound
LOCAL

- ▶ 위치기반서비스사업자
신고 절차 이행
- ▶ 수집 정보를 최소한으로
제한, GPS 좌표 또한 AR
수집 목적에 한해사용

실현성 검토

3. 온누리상품권 및 결제 인증 관련 실현성

「전자금융거래법」

▶ 선불전자지급수단 또는 전자지급결제대행(PG)을 직접 운영하는 사업자는 금융위원회·금융감독원에 등록 의무, 내부통제 의무 등이 있음(법제처, 2024)



온누리 상품권 자체를 발행 혹은 정산 X
전자금융거래법 적용 X

가맹점의 온누리 결제 단말기를 통해 이미 처리된 결제 정보

어플리케이션 상에서는 QR 인증 등의 방식으로 확인만 진행

온누리상품권 결제가 인증되면 추가 AR 아이템 수집 가능

차별화 포인트

기존 관광 어플리케이션과의 차별화

1. 기존 : 가게 추천 및 예약 중심
→ AR-ound 로컬 : 지역 고유 소상공인들의 스토리텔링을 들으며 AR 아이템을 수집하는 콘텐츠형 여행
2. 온누리 상품권과의 상생 관계 구축
3. 소상공인 역량 강화 교육을 통해 다시 관광 경쟁력 향상으로 이어지는 선순환 구조

기존 지자체 관광사업의 한계점 보완

- ▶ 지역 고유의 자원·문화 특성이나 지역민의 주체성이 반영되지 않은 개발 계획이 많아 한계가 나타남(장경희, 2011).
- ▶ 관광객의 체험 요구, 미디어·디지털 콘텐츠 선호 등의 변화에 대해 대응이 늦어 체험·콘텐츠·디지털 연계가 약함(박경열, 2024).

AR-ound 로컬은 지역 고유의 문화 자원, 지역민의 주체성, 체험 및 디지털 콘텐츠 선호에 대한 관광객의 요구 모두 충실히 반영

차별화 포인트

스토리텔링 기반 AR 수집형 관광의 효과성

- ▶ 위치기반 AR 인센티브가 현실 세계 사업장(식당 등)의 방문·소비를 유의미하게 증가시킨다(Pamuru et al., 2020).
- ▶ 디지털 스토리텔링이 존재감과 몰입을 높이고, 즐거움을 통한 지속 사용 의도로 이어진다(Chang & Suh, 2025).

AR-ound 로컬은 **스토리텔링 기반 AR 수집형 콘텐츠의 검증된 효과성**을 관광에 적용하여, 관광객들이 지역 상권을 소비하도록 유도

민관협력 요소의 활용

1. 공공데이터를 활용한 지원 대상 지역 및 가게의 선정
2. 지방자치단체와의 협업
3. 점포 선정 시 민관협력 심사위원회의 구성
4. 온누리상품권의 활용
5. 한국도로공사와의 협업을 통한 홍보

〉 일회성 지역 활성화 사업이 아닌 지속가능한 정책 연계 구조 (중앙-지방-민간)

프로토타입 개발

9월 24일

- 개발자 컨택 및 매칭 완료
- 소멸위험지수 기준 전국 2위인 '문경' 지역을 대상으로 프로토타입을 제작하기로 결정



경북일보

<https://www.kyongbuk.co.kr/news/articleView>

인구소멸위험 전국 2위 문경, 공공기관 이전 유치

2025. 10. 4. — 문경시는 최근 발표된 인구소멸위험 지수에서 전국 2위 고 밝혔다. 시는 이러한 위기 상황을 타개할 핵심 전략으 ...

2025년 9월 24일 수요일

종혁님! 잘 지내고 계시나요? 어쩌다 오랜만에 공모전 관련하여 연락을 드리게 되었어요**

지금 제가 인관협력하여 사회공헌 아이디어를 내고 현재 서류가 통과되어 프로토타입을 개발해 주실 개발자를 찾고 있는데요.. 주변에 괜찮은 사람으로 종혁님이 딱 떠오른다고요! 이제 예선만 통과하면 수상 확정인데, 개발자 한 분을 팀원으로 추가할 수 있는 상황이라**

혹시 함께 하실 의향 있으십니까**

오후 2:11

<https://www.devcontest-digital.solveup.kr/>



디지털 사회혁신 서비스 개발-아이디어 공모전

디지털 사회혁신 서비스 개발-아이디어 공모전

www.devcontest-digital.solveup.kr

오후 2:12

박종혁 (TOSEL)

오

저야 대환영이죠

오후 2:45

박종혁 (TOSEL)

저는 일정 프리해서 자세한 내용 알려주시면 일정 맞춰서 작업 할수있을것같아요

2025년 9월 25일 목요일

김찬오님이 박종혁 (TOSEL)님, 골저스 님을 초대했습니다.

오후 1:19

인관협력 공모전 팀 록방을 만들었습니다)

<https://docs.google.com/document/d/10TtMEOn64izjts2Zh4rOXpoDQtEeL8vXFoAnKCHVKI/edit?tab=t.kjgg5nb9bk>

앞으로 공모전 관련 소통은 여기서 진행하면 좋을 것 같아요

오후 1:20



골저스

환승니당!!!

오후 1:29



박종혁 (TOSEL)

안녕하세요 잘부탁드립니다!

오후 1:29



박종혁 (TOSEL)

타임 라인 문서 읽어봤는데

10월 8일 까지 프로토타입 제작이라고 적혀있는데 혹시 프로토 타입은 어느기능까지 구현되어있는걸까요

오후 2:31

프로토타입 개발

9월 27일

- 문경시 문경읍 가게들을 대상으로 로컬성, 스토리성, 저소득, 퀄리티의 각 요건을 평가하기 위한 지표 및 설문조사 문항을 구상

9월 31일

- 문경시 문경읍 가게 100곳 리스트업, 퀄리티 평가 지표가 존재하는 65개 가게 방문 계획 수립

평가 항목	평가 지표 및 설문 문항	참고문헌
로컬성 (5점 리커트 척도)	- 다른 지역 가게와 비교했을 때, ‘이건 우리만의 문경다움이다’ 라고 할 수 있는 게 있을까요? - 현재 이곳에서 사업장을 운영하신 지 몇 년 정도 되셨나요? - 가게 운영에 필요한 재료나 자원은 주로 어디서 공급받으세요?	강은애(2022)
스토리성 (5점 리커트 척도)	- 가게의 역사와 관련하여 들려주실 만한 특별한 이야기가 있을까요? - 가게를 운영하시는 사장님만의 특별한 철학이 있을까요? - 이 가게를 대표하는 메뉴나 상품에 얹힌 이야기가 있을까요?	-
저소득 (5점 리커트 척도)	- (지난 6개월) 귀 사업체의 월평균 매출액은 어떻게 되십니까? - 소득 수준(순이익) 만족도에 관해 어디에 해당하십니까? - 전년 대비 올해 경영상황은 어떻습니까?	한국경제인협회 (2025) 강은애(2022)
퀄리티	- 문경 내 가맹점이 아닌 로컬 식당 100곳을 추린 후, 퀄리티 확인을 위해 가게 평점을 활용 - 국내 지도 앱 중에서 가게 평점을 제공하는 카카오맵 기준으로 계산하였으며, 점수가 매겨져 있는 65곳의 순위를 측정 - Lu et al.(2017)이 데이터 점수 측정 방법으로 제시한 가중평점 방식을 활용하여 퀄리티 점수를 산정 - $WR = \frac{v}{v+m}R + \frac{m}{v+m}C$ - WR: 가중평점, R: 해당 식당 평점, v: 리뷰 개수, C: 전체 식당 평균 평점, m: 최소 리뷰 개수 기준 (식에서는 10개로 설정)	(Lu et al., 2017)

[표1] 프로토타입 개발을 위한 약식 평가 지표

프로토타입 개발

10월 1일

- 문경시 55곳의 가게 현장 방문, 소상공인 인터뷰 결과를 바탕으로 4개 지표별 점수를 합산하여 **지원 대상 가게 5곳을 선정** (각 지표별 5점 만점으로 환산, 총 20점 만점)



	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	이름	분류	카카오	리뷰수	퀄리티	스토리성	로컬성	저소독성	
2	시장순대	식당	4.4	49	3.654237288	2.666666667	4	3.333333333	13.65423729
3	카페승민씨	카페	4.9	23	3.415151515	4.666666667	3	1.666666667	12.74848485
4	온천약돌한식당	식당	4.3	38	3.404166667	2.333333333	4	4.5	14.2375
5	시골순두부식당	식당	4.1	33	3.146511628	4	4.666666667	2.333333333	14.14651163
6	새재식당	식당	4.3	23	2.996969697	4.333333333	4.333333333	3.5	15.16363636
7	문경맛집순대	식당	4.3	16	2.646153846	4	3.666666667	3	13.31282051
8	태형고기마을	식당	3.9	11	2.042857143	4	3.666666667	3.666666667	13.37619048
9	문경피자	식당	4.7	7	1.935294118	4	2.666666667	2.333333333	10.93529412
10	유월의가드니아	카페	4.8	4	1.371428571	3.666666667	3	2.5	10.53809524
11	장터한우소머리곰탕	식당	4	5	1.333333333	2.666666667	2.666666667	3.666666667	10.33333333
12	상차림식당 1호점	식당	4	3	0.923076923	3	4	3.5	11.42307692
13	돌고래손짜장	식당	3	4	0.857142857	3	3	4.333333333	11.19047619
14	블랙빈카퍼카페		5	2	0.833333333	2.333333333	2.666666667	5	10.83333333
15	오롯리카페	카페	5	2	0.833333333	4.666666667	2	2	9.5
16	흑화진향식당		3.5	2	0.583333333	3.666666667	2.666666667	4	10.91666667

프로토타입 개발

10월 2일

- 5곳 가게에 대해, 소상공인 인터뷰 내용 기반으로 가게별 AR 콘텐츠 및 스토리를 구상하여 개발자님께 전달

10월 24일

- 프로토타입 UI/UX 정리
 - 1) UI : 주요 화면 UI 시안 구성
 - 2) UX : B2C 고객여정지도 작성

가. AR 오브젝트 : 2013년에 멈춘 시계

나. AR 오브젝트의 가게 소개 내용

#1 소개

“안녕하세요, 저는 2013년에 멈춘 시계예요.
왜냐고요? 이 집은 2013년 이후로 단 한 번도 가격을 올리지 않았기 때문이죠.”
... (중략)

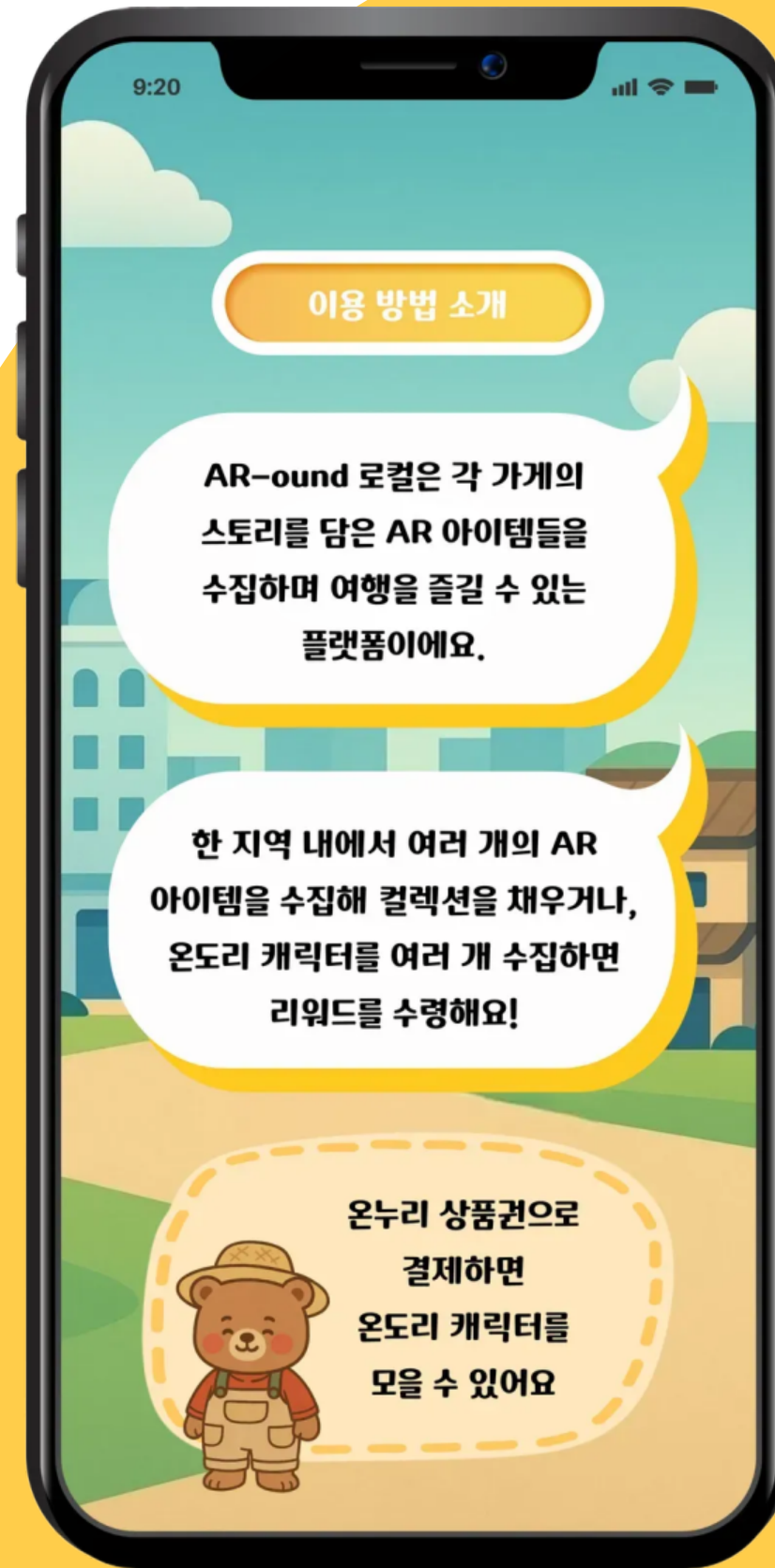
“시간이 멈춘 가격, 변하지 않는 정직한 맛.
문경에서 만나는 특별한 육회비빔밥 한 끼,
이 집에서 경험해 보세요.”
[오브젝트 수집하기 버튼]

국면	앱 인지	앱 탐색	여행 계획	여행 시작	체험 확장	성취 욕구	피드백	확장 및 재방문
고객 행동	SNS 및 여행 커뮤니티에서 'AR-ound 로컬' 콘텐츠를 보게 된다.	앱스토어, 플레이스토어에서 'AR-ound 로컬'을 검색하고, 리뷰와 별점을 확인한다.	앱 내 지역 목록 중 '지역 상권 A'를 선택하고, 추천 가게 목록 확인 후 동선을 계획한다.	'AR-ound 로컬' 실행 후 가이드에 따라 이동한다.	인근 가게도 추천을 받아 방문하며, 새로운 AR 아이템을 획득한다.	일정 비율 이상 AR 아이템 수집을 완료하여, 리워드를 수령한다.	서비스에 대해 높은 별점을 제출하거나, 개선이 필요한 의견을 제시한다.	여행을 마친 후, '지역 상권 B'에서 얻을 수 있는 AR 아이템을 확인한다.
	로컬 체험, AR 여행 등 키워드로 검색하여 접한다.	여행 일정과 맞는 지역이 있는지 확인한다.	숙소, 교통편 등 여행 일정을 조정한다.	첫 가게 방문 후 QR 인식하여, 가게 스토리와 AR 아이템을 수집한다.	온누리상품권 사용하여 '온도리' 캐릭터를 추가로 수집한다.	SNS에 컬렉션을 공유한다.	'지역 상권 A'를 방문할 지인에게 서비스를 소개한다.	다음 시즌에 '지역 상권 A'에서 AR 아이템을 제공하는 로컬 식당이 달라짐을 알게 된다.
고객 접점	 SNS 서비스 노출	 다운로드 경로 접속	 AR-ound 로컬 앱	 QR 코드, AR 아이템	 온누리상품권 홈페이지 계산대에서 안내	 SNS 개인 업로드	 후기 시스템, 메세지	 AR-ound 로컬 앱 알림
감정 변화	 "이런 앱이 있었어?"	 "꽤 쓸만할 것 같은데?"	 "이 식당은 가보고 싶은데?"	 "이런 식당이구나!"	 "온도리 캐릭터 귀엽네!"	 "특별한 경험 자랑할래!"	 "이런 점이 좋았어요."	 "다음에 여기를 가볼까?"
대응책	짧은 홍보 영상이나 피드를 활용한 노출, 또는 여행 인플루언서를 활용한다.	실제로 이용한 사전 이용자 후기와 AR 체험 장면을 풍부하게 노출한다.	앱 지도에 기반하여 추천 가게 위치를 가시화하고, 스토리 미리보기를 제공하여 방문을 유도한다.	QR 코드 매장 배치 및 AR 아이템에 대한 사전 설명을 점주에게 제공한다.	온누리상품권으로 결제시 '온도리'를 수집하는 추가 QR 코드를 제공하도록 점주에게 요청한다.	리워드를 받거나 컬렉션을 완성했을 때 SNS 공유 기능 팝업을 제공한다.	이용 후기 이벤트 게시판을 운영하고, 추천인 이벤트 기획을 고려한다.	지역별 한정 AR 아이템을 제공하여, 서비스의 희소성을 높이고 고객의 수집욕을 자극한다.

주요 화면
UI 시안 구성



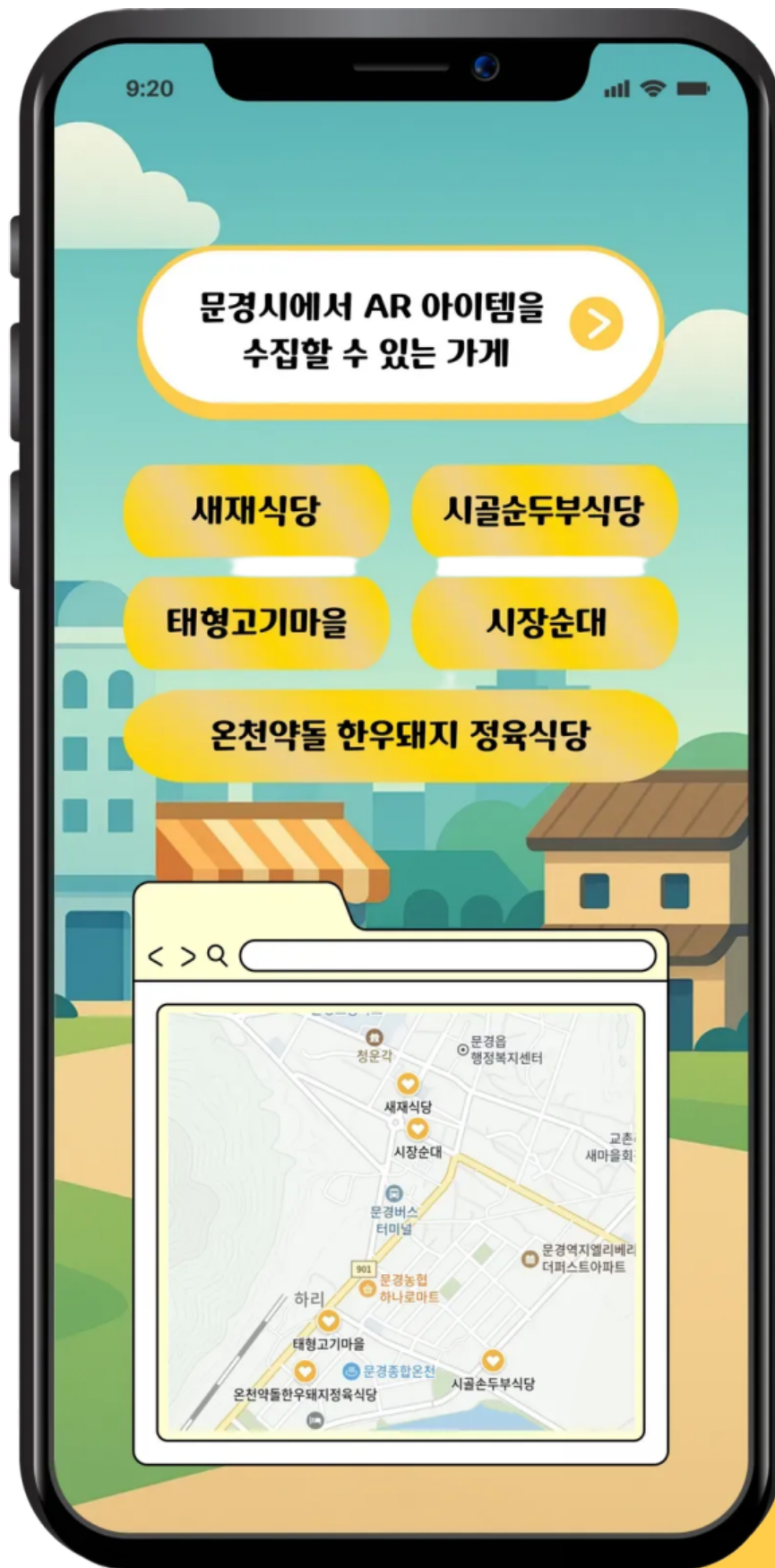
① 처음 앱 실행 시 화면



② '이용 방법 소개'를 터치했을 경우



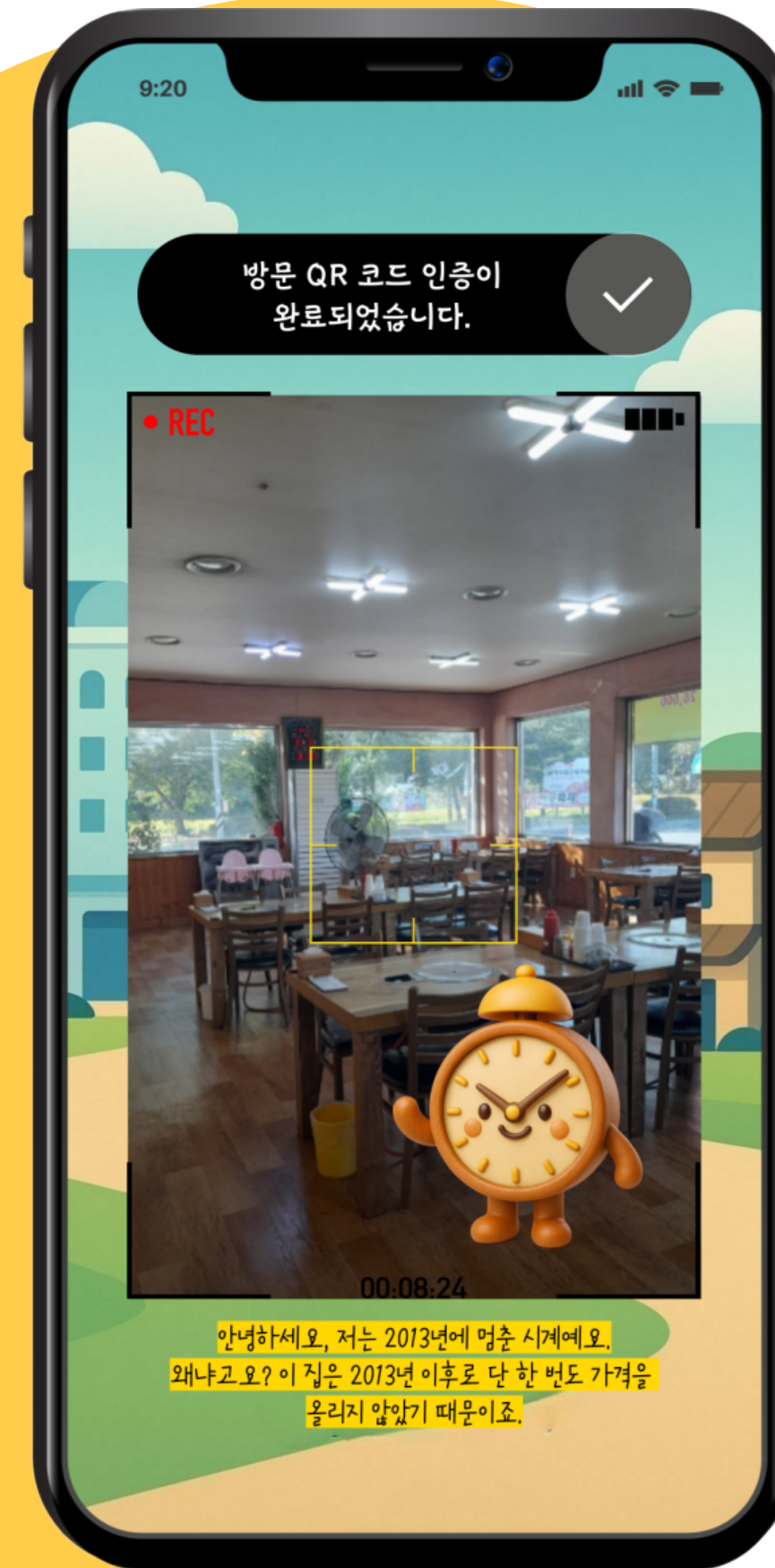
③ '여행하러 가기'를 터치했을 경우



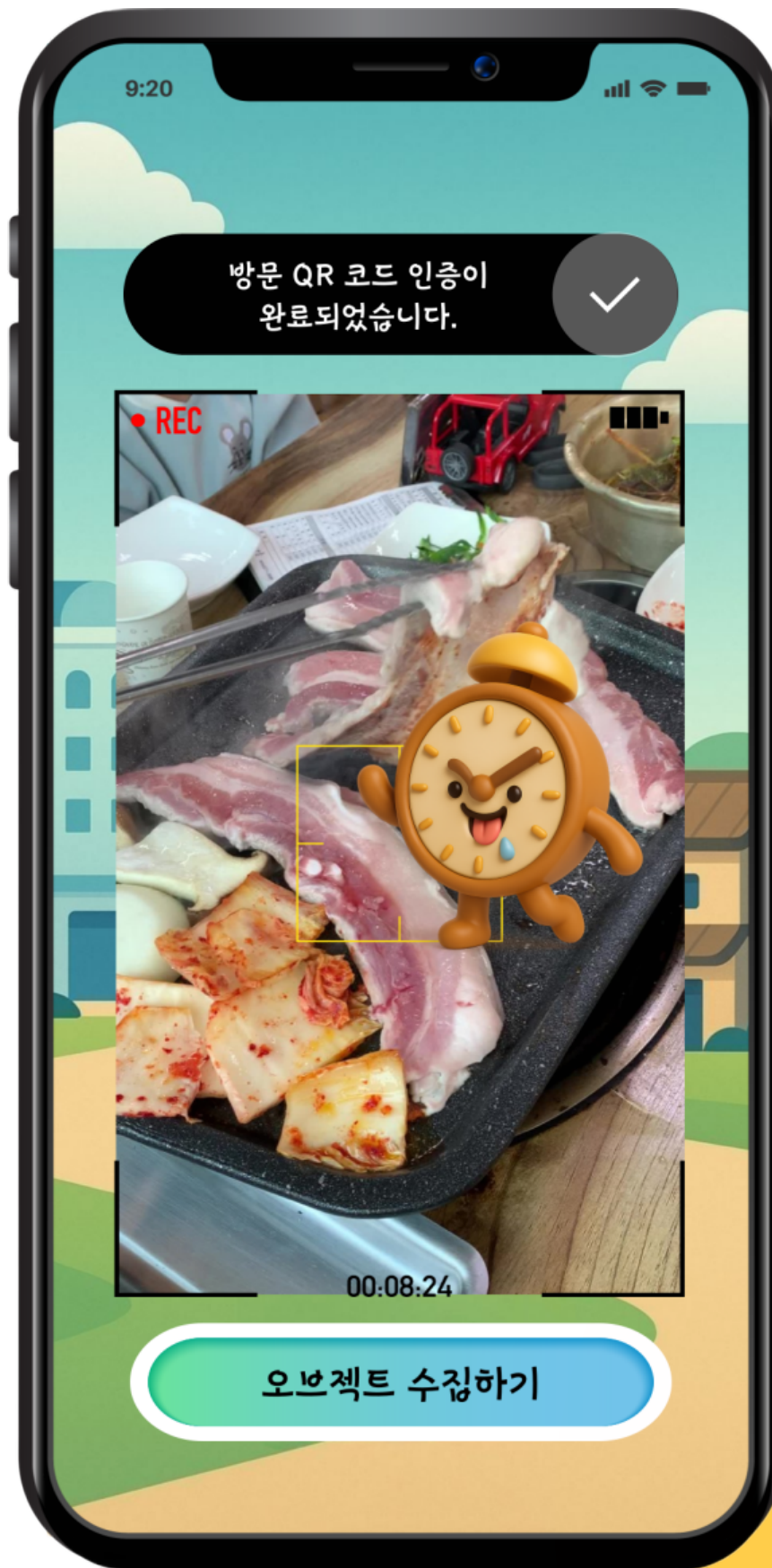
④ 여행지 목록 중 '문경시'를 선택했을 경우



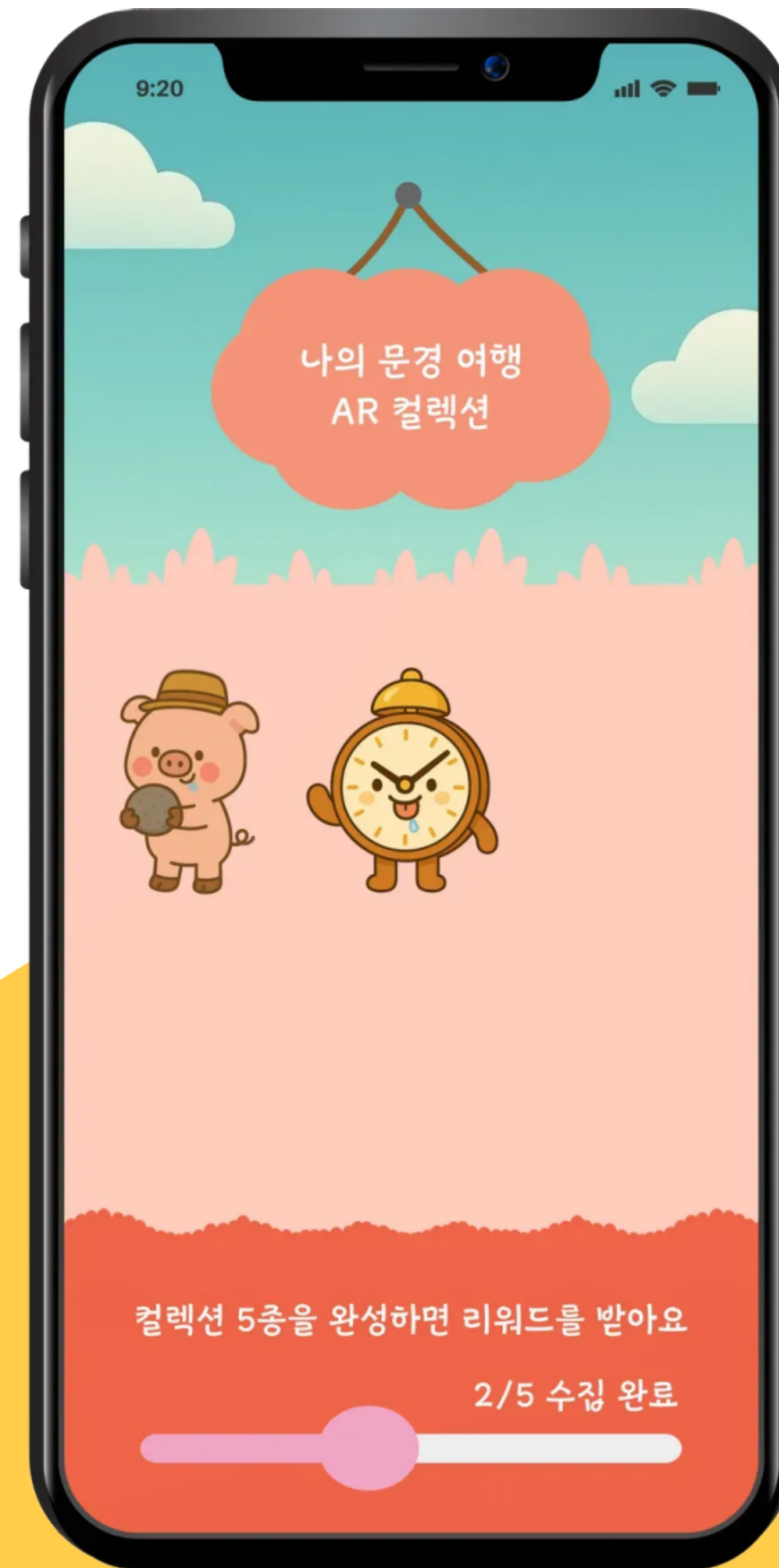
⑤ 가게 중 '태형고기마을'을 선택했을 경우



⑥ 'QR 코드로 방문 인증' 바로가기 선택했을 경우



⑦ AR 오브젝트가 들려주는 '가게에 관한 이야기'를 모두 들었을 경우

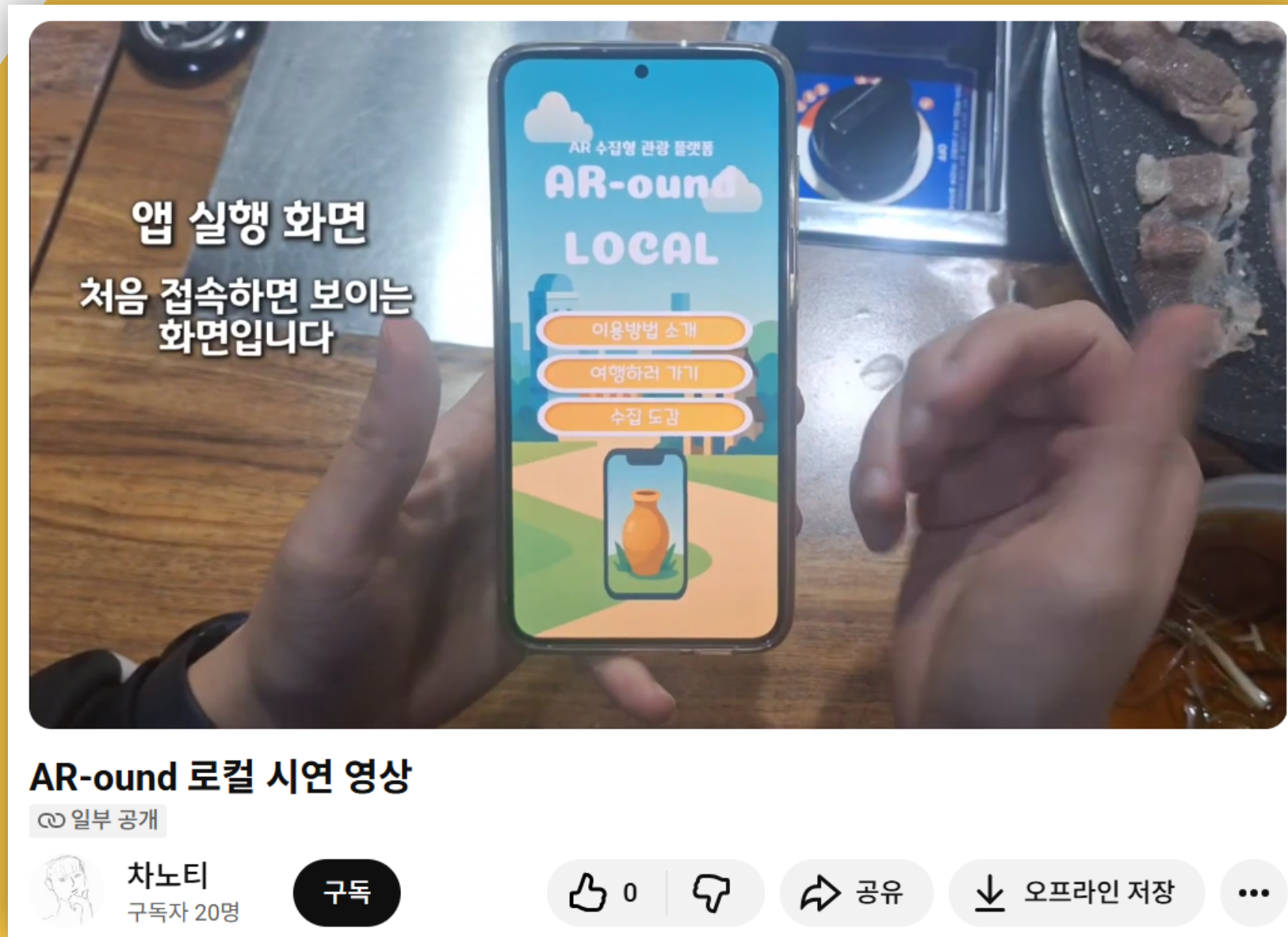
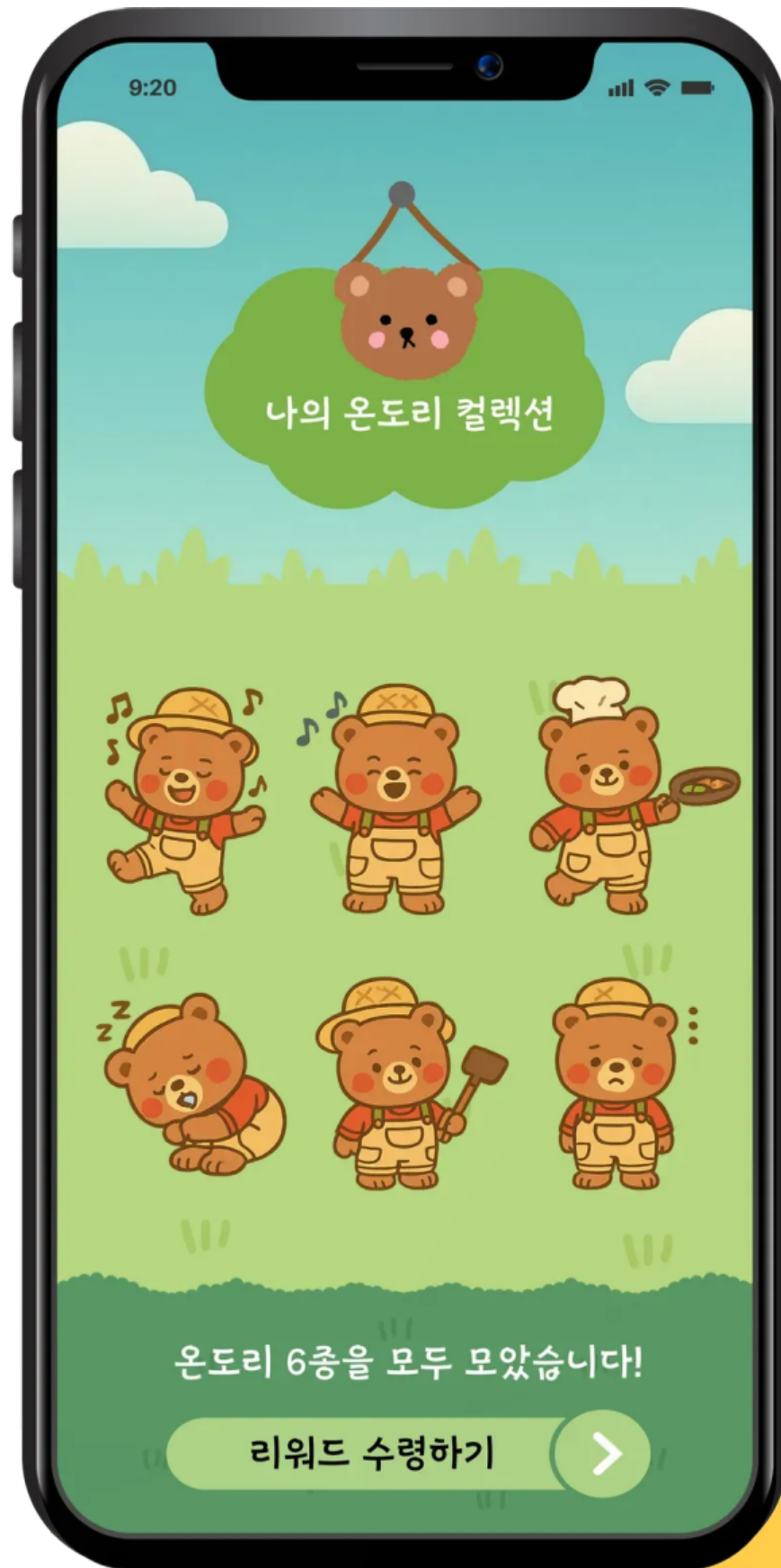


⑧ AR 오브젝트를 수집한 후 '나의 AR 컬렉션'으로 이동했을 경우



⑨ 5번 화면에서 'QR코드로 온누리상품권 사용 인증' 바로가기를 선택했을 경우

시연 영상 시청



⑩ 온도리를 수집한 후
'나의 온도리 컬렉션'으로 이동했을 경우

기대 효과

지역 소상공인

- 매출 증대 및 AR 아이템을 통한 스토리 브랜딩
- 교육을 통한 역량 강화

관광객 (소비자)

- AR 아이템을 수집하며 가게에 담긴 이야기를 체험하는 관광 경험
- 합리적 소비와 사회적 기여

지방자치단체

- 관광객 유입 및 지역경제 활성화
- AR 콘텐츠를 통한 지역 브랜딩
- 민관협력형 상권 모델 구축

지역사회 (주민 및 청년)

- 주민이 직접 참여하는 로컬크리에이터 및 스토리 발굴 사업 활성화, 지역 청년의 일자리 창출

국가 및 공공기관

- 관광·디지털·소상공인 정책을 융합한 성공적 지역혁신 모델 창출
- 온누리상품권 파급효과 확대

참고문헌 - 학술논문 및 보고서

- 강은애. (2022). 서울시 자영업자 일·생활균형 실태 및 정책 지원 방안 연구. 여성가족재단.
- 관계부처 합동. (2022). 새정부 소상공인 자영업 정책방향.
- 김흥기, 이우진, 고강혁. (2024). 온누리상품권이 전통시장 및 상점가 매출액에 미친 효과 분석. 응용경제, 26(3), 5-26.
- 박경열. (2024). 지역관광개발사업의 한계와 오류 그리고 발전 방향 (한국관광정책 96호). 한국문화관광연구원.
- 장경희. (2011). 지방자치단체의 지역관광정책에 관한 실증적 연구: 태안군 관광 활성화 정책 중심으로. 공주대학교 석사학위논문.
- 정인아, 서수정, 진태승, 유예슬. (2024). 지역상권 활성화를 위한 공간관리 방안 (기본연구보고서 2024-3). 건축공간연구원.
- 조정선. (2010). 장소 선택 및 장소 충성도 형성에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 장소성, 장소체험과 장소 퍼스낼리티를 중심으로. 서울대학교 박사학위논문.
- 중소벤처기업부. (2023). 지역상권 상생 및 활성화 종합계획 (2023~2025).
- 황규선. (2020). 지역소득 역외유출 원인 분석과 대응 방안 (연구보고 20-12). 강원연구원.
- Chang, S., & Suh, J. (2025). The impact of digital storytelling on presence, immersion, enjoyment, and continued usage intention in VR-based museum exhibitions. Sensors, 25(9), 1-23.
- Lu, B.-Y., Li, J., Chen, Y.-Z., & Xu, H. (2017). Evaluation of television drama rankings using Bayes' theorem. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 90, 1-3.
- Pamuru, V., Khern-am-nuai, W., & Kannan, K. N. (2021). The impact of an augmented-reality game on local businesses: A study of Pokémon Go on restaurants. Information Systems Research, 32(9), 50-966.
- Pratisto, E. H., Thompson, N., & Potdar, V. (2022). Immersive technologies for tourism: A systematic review. Information Technology & Tourism, 24(2), 181-219.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2013). Report of the Expert Meeting on Tourism's Contribution to Sustainable Development. United Nations.

참고문헌 - 법률

국가법령정보센터. (2023). 인구감소지역 지원 특별법 (법률 제19430호).

<https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=251633>

법제처. (2023, 5월 16일). 공공데이터의 제공 및 이용 활성화에 관한 법률 (법률 제19408호). 국가

법령정보센터. <https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsId=011895>

법제처. (2024, 8월 23일). 공공데이터의 제공 및 이용 활성화에 관한 법률 일부개정법률안. 국회입

법현황. <https://opinion.lawmaking.go.kr/gcom/nsmLmSts/out/2203177/detailRP>

법제처. (2024, 9월 15일). 전자금융거래법 (법률 제19734호). 국가법령정보센터.

<https://www.law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?lsiSeq=140289>

법제처. (2025, 10월 1일). 위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 (법률 제21066호). 국가법령정

보센터. <https://law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?lsId=009882>

법제처. (2025, 10월 2일). 개인정보 보호법 (법률 제20897호). 국가법령정보센터.

<https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsId=011357>

참고문헌 - 웹사이트

곽도영, 박은서. (2017, 2월 9일). '포켓몬고' 덕에 매출 쑥... 역세권 뺏치는 포세권. 동아일보.

<https://www.donga.com/news/It/article/all/20170209/82781949/1>

조현아, 김선영. (2024, 5월 31일). 온라인으로 확장되는 입소문 마케팅. Table Insights.

<https://www.womantable.com/insight/view/272>

한국갤럽조사연구소. (2017, 2월 15일). 2012-2017 스마트폰 사용과 포켓몬고(Pokémon Go) 게임 경험에 대

한 조사. 한국갤럽. <https://www.gallup.co.kr/gallupdb/reportContent.asp?seqNo=813>

한국경제인협회. (2025, 6월 26일). 2025년 자영업자 경영환경 인식 조사.

https://www.fki.or.kr/kor/news/statement_detail.do?bbs_id=00036298

홍지연. (2025, 5월 23일). '국내 98% 해외 90%' 부모 세대 여행 계획...가족 여행 최신 트렌드. 매일경제.

<https://www.mk.co.kr/news/culture/11324959>

KBS WORLD. (2017, February 6). Pokémon Go's impact on the Korean game industry.

https://world.kbs.co.kr/service/contents_view.htm?board_seq=146292

The Korea Times. (2017, January 28). Daily users of 'Pokémon Go' reach 4.2 million in S.

Korea: Survey. <https://www.koreatimes.co.kr/business/companies/20170128/daily-users-of-pokemon-go-reach-42-million-in-s-korea-survey>

AR-round LOCAL

관광객은 게임처럼 즐기고
지역은 현실적으로 성장하며
한국 사회는 살아 있는 로컬을
다시 경험하게 됩니다.



10:10