Urban Legend Gear:

키링 내장형 플로깅백 (금금할배 & 정이)

# 2025 금정산 국립공원, 도심 속 신화를 입다

새김 강민경, 김아진, 김예랑, 심성철, 최준희

# AGENDA

01
금정산 국립공원 지정

02
데이터 기반 문제 분석

03
소비자 인사이트 발굴

04
솔루션: 금금할배&정이

05
시장 전략

06
기대효과 및 결론

# 팀 구성 및 역할 분담

각자의 강점에 맞는 역할 분배 및 협업

### 기획·스토리라인

김아진, 김예랑

문제 정의, 발표 플로우 구성, 핵심메시지 설정
→ 콘텐츠 완성도, 독창성

### 정형 데이터 분석

김아진

국립공원 통계 수집, 방문객-쓰레기 상관관계 회귀분석 → 데이터 활용도, 상품성

### 비정형 데이터 분석

심성철, 최준희

유튜브·블로그 크롤링, 감정 분석, 의사결정나무
→ 데이터 활용도, 독창성

### 굿즈 디자인

강민경

키링 내장형 플로깅백 디자인, 금정산 설화 기반 캐릭터 개발 → 콘텐츠 완성도, 상품성

### 소재·제조·원가 분석

심성철

업사이클링 소재 리서치, 항균 기능 검증, 원가 구조 추정 → 상품성, ESG 연계

### PPT 제작 및 발표

김예랑

데이터·제품·스토리 시각화 → 콘텐츠 완성도

### 협업과정

각자 K-컬처·굿즈 관련 아이디어를 구상하고 기획 제안서를 작성

총 3회의 온라인 줌 회의를 통해 후보 주제의 장단점, 기사·데이터 확보 가능성, 발표 플로우까지 함께 검토

K-Hiking 트렌드와 데이터 활용도를 기준으로 금정산 국립공원을 최종 주제로 선정(팀 전원 합의)

각자 잘할 수 있는 역할을 자발적으로 맡고, 진행 과정 내내자료·디자인·스토리라인을 상호 피드백하며 완성도를 높임

PART 1

# 금정산 국립공원 지정

새김 | 키링 내장형 플로깅백

# 금정산, 제24호 국립공원 지정

2025년 10월, 37년 만의 국립공원 직행 지정

생태 자원

**1,782종**

멸종위기종 14종 포함

(자주땅귀개, 수달, 삵 등)

야생생물 서식

문화 자원

**127점**

국가지정문화재 17점

(국보 1, 보물 12 등)

전국 23개 국립공원 중 1위

경제적 가치

**6.6조 원**

부산연구원 추산

국립공원 지정 시 지역 경제 활성화 기대

방문객 예측

**400-500만**

현재 350만 명

→ 국립공원 지정 후

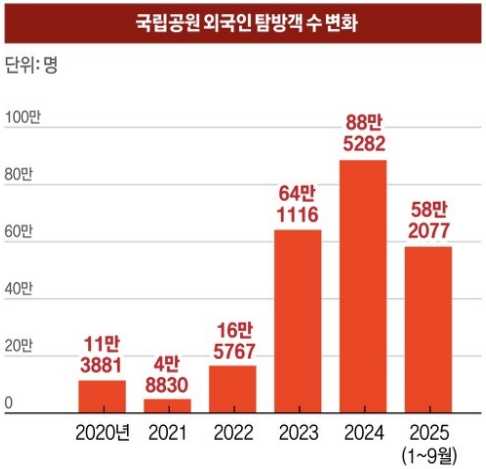
400~500만 명 증가 전망

# 탐방객 증가 데이터

국립공원 지정으로 예상되는 방문객 급증

## 외국인 탐방객 급증

### K-등산에 빠진 외국인, 국립공원 방문객 급증




## 금정산 탐방객 예측

**350**
현재 탐방객
만명/년

**450**
승격 후 예상
만명/년 (예측치)
+28%

**무등산 사례**
국립공원 승격 후
**279만명 → 357만명**
+28%

## 탐방객 증가 주요 요인

**웰빙 트렌드 확산**
건강한 여가활동 선호 증가

**K-Hiking 부상**
외국인 관광객 증가

**접근성 개선**
교통 인프라 발달

### 굿즈 구매 잠재력 확대

방문객 수의 증가는 곧 기념품 노출 빈도의 증가입니다. 전환율 1% 가정시,
연 4만 개 이상의 판매 기회가 창출됩니다.

**CONCLUSION**
수익성이 담보된 확실한 시장

# K-Hiking의 부상과 글로벌 트렌드

외국인 등산객 43%, MZ 세대의 힙한 취미로 변모

## 외국인 등산객 통계 (서울등산관광센터)

**43%**

2024년 11월 기준, 방문객 중 외국인 비율

### 국적 분포

미국 30.9%, 중국 29.5%, 일본 17.3%
유럽 투숙객도 증가 추세

### 소비 패턴

장비 대여 서비스 1,300건 이상
하이킹 투어 예약 전년 대비 120% 증가

### K-등산, 글로벌 콘텐츠로 확산

아시아를 넘어 서구권 관광객에게도 매력적인 콘텐츠로 자리잡음

## MZ 세대의 등산 문화 변화

**78%**

성인의 월 1회 이상 산행, 30대 이하 급증

### 인증샷 문화

#등산스타그램 183만 개, #산스타그램 131만 개
등산이 자기표현의 수단으로 변모

### 고프코어(Gorpcore) 룩

아웃도어 의류를 일상복과 매치하는 트렌드
등산 용품의 디자인적 가치 중요해짐

### 힙(Hip)한 취미로의 전환

중장년층 전유물 → MZ 세대의 라이프스타일 트렌드

# 등산 트렌드 분석

소셜 미디어 확산, 검색량 증가, 아웃도어 시장 급성장은 등산이 메가 트렌드임을 입증합니다

## SNS 버즈량 폭발

5.2M+

# 등산 누적 게시물 수

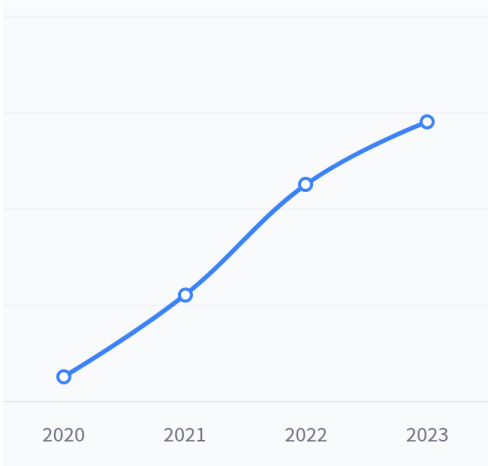
MZ세대 인기 키워드

#등산스타그램 #산린이 #혼산

#100대명산 #등산패션 #주말등산

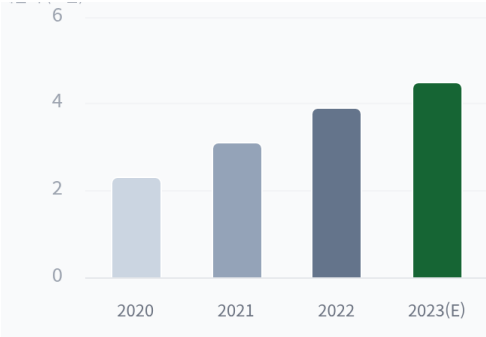
전년 대비 해시태그 증가율 **+35%↑**

## 검색량 추이 (Interest)




계절적 요인을 넘어 연중 지속적인 검색량 상승세가 관찰됨 (Google Trends 기준)

## 아웃도어 시장 규모




신규 유입 인구 중 2030 비중

41%

등산화/용품 매출 성장률(YoY)

+18.5%

PART 2

# 데이터 기반 문제 분석

새김 | 키링 내장형 플로깅백

# 문제 제기: 승격의 그림자

탐방객 증가가 가져올 환경적 도전과제

## ⚠ 국립공원 승격의 딜레마

**탐방객 급증**
연간 400만 명

→

**환경 부하 증가**
쓰레기, 등산로 훼손

→

**생태계 위험**
자연 환경 훼손

## 예상되는 핵심 문제

**쓰레기 투기 증가**
현재 350만 명에서 400만 명으로 증가 시 쓰레기 발생량 비례 증가

**등산로 훼손**
과도한 이용으로 인한 토양 침식 및 식생 파괴 가속화

**교통 혼잡**
주차 공간 부족과 주변 도로 정체 심화

**생태계 교란**
야생동물 서식지 침입 및 소음 공해 증가

# 금정산 예상 쓰레기 배출량 시뮬레이션

400만 명 방문 시, 쓰레기 대란 필연적

## 회귀모델 기반 예측

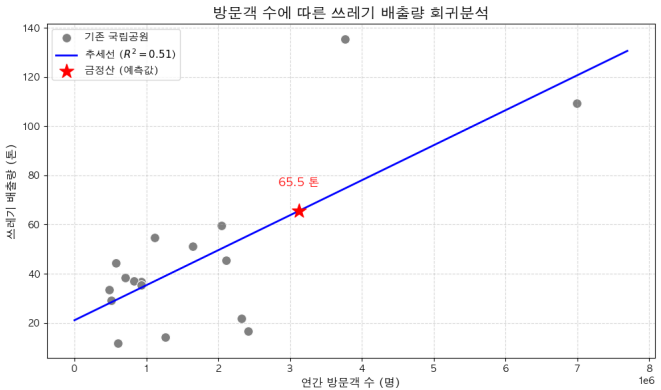
금정산 예상 탐방객

**400만 명**

국립공원 지정 후 예상 방문객 수

회귀식 대입 결과:
방문객 수 증가에 비례하여 쓰레기 배출량 대폭 증가 예상 ($R^2$=0.51, p<0.01)
단순선형회귀분석을 통해 방문객 수가 쓰레기 배출량의 주요 결정 요인임을 확인

### 금정산 예상 탐방객 대입 시 예상 쓰레기 증가량 시뮬레이션




Comparison

### 타 국립공원 사례 비교

**지리산 (최상위)**

방문객 대비 쓰레기 배출량 최상위권
면적 넓음, 야영/취사 허용 → 대형 쓰레기 다수

**북한산 (하위권)**

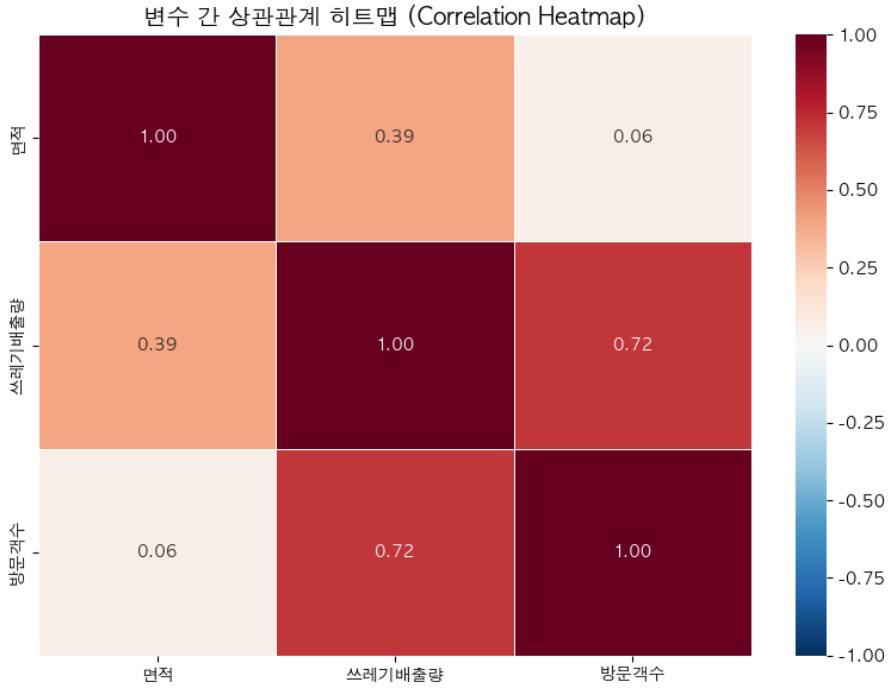
방문객 대비 배출량 하위권
도심형, 짧은 체류 시간 → 소형 쓰레기 중심

**금정산 유사 패턴**

북한산과 유사한 '도심형 국립공원' 특성
2~4시간 코스, 가벼운 등산객 위주

# 상관관계 분석: 방문객 증가 = 쓰레기 증가

400만 명 방문 시, 쓰레기 대란 필연적




상관계수 (Correlation)

**0.72**

강한 양의 상관관계 확인
방문객 증가 → 쓰레기 증가

**단순선형회귀분석 결과**

- $R^2 = 0.513$, $p < 0.01$ (통계적 유의)
- 설명력 51% 수준
- 방문객 수는 쓰레기 배출량의 주요 결정 요인

**면적 vs 쓰레기 배출량**

- 상관계수 0.39 (약한 양의 상관관계)
- 면적보다 방문객 수가 더 큰 영향

데이터 출처

2025 국립공원 기본통계 (국립공원공단)
분석 도구: Python (상관분석, 단순회귀분석)

PART 3

# 소비자 인사이트 발굴

새김 | 키링 내장형 플로깅백

# 감정 분석: 플로깅 시장 수용성 검증

유튜브 댓글 650건 분석 결과

Methodology

## 분석 방법 및 데이터 수집

### 데이터 수집

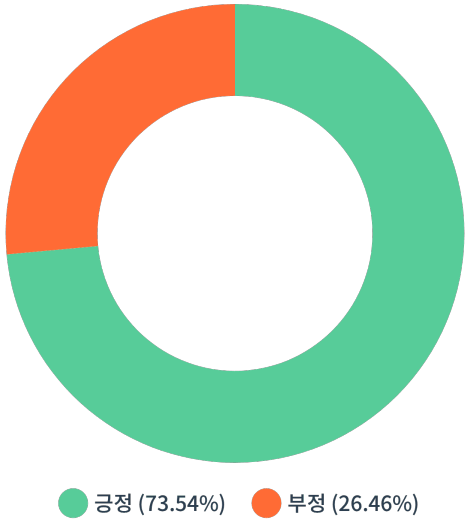
- YouTube Data API (v3) 활용
- '플로깅' 검색 상위 영상 50건
- 댓글 650개 확보

### 분석 방법

- Hugging Face Transformers 라이브러리
- matthewburke/korean_sentiment 모델
- Google BERT 기반 한국어 특화 모델

### 분석 목적

플로깅에 대한 대중의 인식과 수용도를 정량적으로 측정하여, 플로깅 굿즈의 시장 가능성 검증




**핵심 인사이트**

플로깅에 대한 대중 인식은 압도적으로 긍정적
→ 시장 저항감 없이 환영받는 아이템 가능성 확인

**73.54%**

**긍정 (Positive)**

478건

**26.46%**

**부정 (Negative)**

172건

# 토픽 & 키워드 분석: 세부 니즈 파악

OpenAI API 활용 토픽 분류 및 키워드 추출

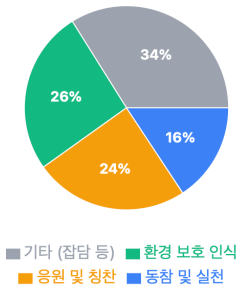
Major Topics

## 주요 토픽

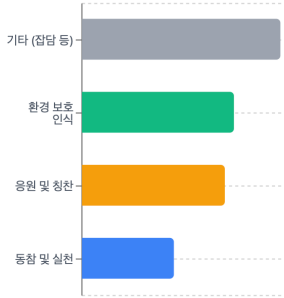
### K-플로깅 여론 심층 분석 (재분류)

유의미한 데이터 643건 대상 (노이즈 데이터 제외)

카테고리별 점유율




토픽별 댓글 수량




TOPIC 01 - 26%

**환경 보호 인식 (Environmental Awareness)**

"환경을 생각하는 마음이 멋집니다" 환경 문제의 심각성을 인지하고 가치에 공감

'폐현수막 업사이클링' 등 친환경 소재 스토리텔링

TOPIC 02 – 24%

**응원 및 칭찬 (Social Support)**

"좋은 일 하십니다", "멋집니다" 플로깅에 대한 사회적 지지와 긍정적 인식

'금정산을 지키는 힘한 행동' 메시지 유효

TOPIC 03 - 16%

**적극적 동참 의지 (Participation)**

"저도 해볼게요", "아이랑 같이 가야겠어요" 직접 참여하고자 하는 의지 표현

장비 구매 희망 댓글 다수, 굿즈 잠재 수요 충분

# 의사결정나무 분석: 행동 결정 요인 규명

플로깅 참여를 결정하는 핵심 변수는 무엇인가?

Analysis Design

## 분석 설계

### 목적

플로깅 키트 구성품(집게, 봉투, 장갑, 파우치) 중 실제 참여를 이끄는 결정적 변수 파악

### 알고리즘

Decision Tree (분류 및 예측)
변수 중요도(Feature Importance) 분석

### 행동학적 해석

도구 부족이 아니라 **'처리 공간'에 대한 부담감**이 행동 장벽

# 의사결정나무 분석: 행동 결정 요인 규명

플로깅 참여를 결정하는 핵심 변수는 무엇인가?

Core Keywords

**등산객의 핵심 구매 결정 요인:**

**휴대성(42%)이 최우선 고려 사항**

## Text Mining Top Keywords

### 휴대성 (Portability) — 42%

장시간 산행 시 체력 소모를 줄이기 위한 **초경량 소재** 및 **컴팩트한 패킹** 선호

### 기능성 (Functionality) — 35%

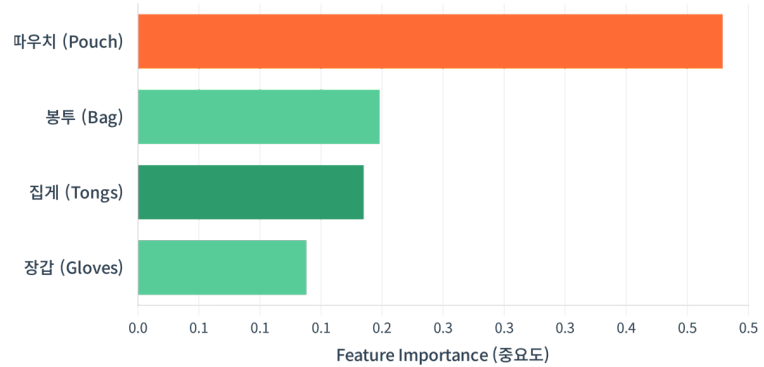
다양한 수납 공간과 내구성, 그리고 **친환경 소재** 사용 여부가 구매 결정에 영향

### 디자인 (Design) — 23%

MZ세대를 중심으로 SNS 공유를 위한 **감성적인 디자인**과 컬러에 대한 니즈 증가

Feature Importance

## 변수 중요도 (Feature Importance)




* 파우치(Pouch) 중요도 0.479로 압도적 1순위, 봉투/집게는 0.2 미만으로 상대적으로 낮음

**CONCLUSION**

**파우치의 중요도가 매우 높음**

Source: 2023 등산객 소비 패턴 설문조사 (N = 1,500) 및 주요 아웃도어 커뮤니티 텍스트 마이닝 분석 결과

# 데이터 인사이트 종합

Data Says: 파우치 + 휴대성 = 행동 유도

## 01. 정형 데이터

**방문객 증가 → 쓰레기 증가**

국립공원 통계 분석 결과
상관계수 0.72, $R^2 = 0.51$
방문객 수가 쓰레기 배출량의 주요 결정 요인

## 02. 감정 분석

**플로깅 긍정 인식 73.54%**

유튜브 댓글 650건 분석
시장 수용성 높음, 저항감 없음
응원·동참 의지 댓글 다수

## 03. 키워드 분석

**담배꽁초·소형 쓰레기 중심**

토픽 모델링 결과
콤팩트한 파우치 필요성 확인
큰 봉투보다 작고 휴대 가능한 형태 선호

## 04. 의사결정나무

**파우치 중요도 0.479**

플로깅 참여 결정 요인 분석
파우치가 행동의 트리거
집게·장갑보다 파우치가 핵심

Final Solution

### 언제 어디서나 휴대 가능한 형태 (Portability) + 금정산 고유 지역성 (Regionality)

데이터가 증명한 '기능(파우치)' + 트렌드가 증명한 '형태(키링)'

캐릭터 키링 내장형 플로깅 백

PART 4

# 솔루션: 금금할배&정이

새김 | 키링 내장형 플로깅백

# 트렌드 분석: MZ의 가방을 점령한 것들

'백꾸(Bag-ku)'와 키링 열풍

Trend 01

## 백꾸 문화와 키링 열풍

### 현상 (Phenomenon)

· 가방을 꾸미는 문화, MZ 세대의 새로운 놀이문화로 정착
· 가방 = 취향을 드러내는 캔버스, 중심에 '인형 키링'
· SNS에서 #백꾸 해시태그 급증, 자기표현 수단으로 확산

> "무거운 짐은 싫어하지만,
> 귀여운 키링은 주렁주렁 매단다"

Key Insight

파우치를 가장 거부감 없이 휴대하게 만드는 방법 = 키링 형태

Trend 02

## 무해력 & 할할 트렌드

### 무해력 (Harmlessness)

· 엉뚱하고 하찮아 보이는 캐릭터에서 위로받는 트렌드
· 완벽함보다 친근함, 귀여움보다 재미있음
· 예: 뚱랑이, 쿠로미, 시나모롤 등 '무해한' 캐릭터 인기

### 할할 (Hal-hal) 트렌드

· 힙한 시니어(Active Senior)에 열광하는 현상
· 할아버지·할머니 캐릭터가 MZ 세대에게 인기
· 세대 간 연결, 따뜻함과 유머를 동시에 전달

무해력 | 할할 | 세대연결

Character Strategy

금금할배(할할) + 정이(무해력)

→ 세대를 잇는 힙한 듀오 캐릭터 전략

# 최종 솔루션: Data + Trend = Pocket Plogging

파우치를 키링 속에 숨기자

01. Data Says

**의사결정나무 분석 결과,
플로깅의 핵심은
[파우치]**

파우치 중요도 0.479
행동을 유도하는 핵심 요인

❌일반 비닐 파우치는
"안 예뻐서" 들고 다니기 싫음

+

02. Trend Says

**MZ 세대는
가방에 [키링]을
달고 싶어 함**

백꾸 문화, 무해력 트렌드
귀여운 키링 주렁주렁

❌키링은 예쁘지만,
환경 보호 기능은 없음

=

03. Solution

**파우치를
키링 속에
숨기자**

겉모습: 힙한 캐릭터 키링
속모습: 친환경 플로깅 백

✅휴대성 + 심미성
동시 해결

Final Product

## "가벼운 키링으로, 무거운 환경 문제를 해결한다"

데이터가 증명한 '기능(파우치)' + 트렌드가 증명한 '형태(키링)' = Pocket Plogging

BRAND STORYTELLING

# 친근한 금정산 설화의 재해석:
# 스토리텔링 캐릭터로 공감대 형성

## Origin Story: 금샘 설화

금정산 고당봉 동쪽에는 '마르지 않는 황금 우물(금샘)'이 있다는 전설이 내려옵니다. 이 신비로운 금색 우물에서 태어난 설화적 존재를 현대적인 환경 지킴이 캐릭터로 재탄생시켰습니다.

CORE CAMPAIGN MESSAGE

**"남의 쓰레기까지는 아니더라도,
내 쓰레기라도 제대로 가져가자"**

거창한 희생이 아닌, 개인의 최소한의 책임을 강조하는 현실적이고 공감 가는 캠페인 슬로건

#로컬스토리 #세대공감 #LNT캠페인

# K-Culture 캐릭터: 금금할배 & 정이

금정산 설화 기반, 세대를 잇는 힙한 듀오

💡 할할 트렌드(힙한 시니어) + 무해력(엉뚱한 귀여움) = 세대를 연결하는 캐릭터 전략

## 캐릭터 소개

**금정산 설화 기반 캐릭터**
금정산의 정체성을 담은 K-Hiking 뮤즈

**금금할배**
금정산의 금샘과 금어 설화를 현대적으로 재해석한 주인공

**정이**
금정산의 전통을 이어받은 현대적인 캐릭터

### 기대효과

- 캐릭터를 통한 금정산 브랜드 가치 제고
- K-Hiking 문화 확산의 선두 주자로 자리매김

# 제품 상세: Pocket Plogging 메커니즘

평소엔 키링, 펼치면 플로깅 백

Idle State

## 평소: 키링 상태

- ✓ 콤팩트한 키링 형태로 접혀 있음
- ✓ 가방에 부담 없이 휴대 가능
- ✓ 금금할배 & 정이 캐릭터 디자인으로 백꾸(Bag-ku) 아이템 역할
- ✓ 무게: 약 50g (초경량)
- ✓ 크기: 접었을 때 10cm x 8cm

Active State

## 사용 시: 플로깅 백

- ✓ 펼치면 플로깅 백으로 변신
- ✓ 쓰레기 수거 후 다시 접어 보관
- ✓ 실버 이온 항균 안감으로 99.9% 위생 보장
- ✓ 용량: 펼쳤을 때 약 2L
- ✓ 친환경 폐현수막 업사이클링 소재

Usage Scenario

STEP 01

등산 중
쓰레기 발견

→

STEP 02

키링에서 백 꺼내
펼침 (3초)

→

STEP 03

쓰레기 수거 후
접어서 보관

# 제품 상세: Pocket Plogging 메커니즘

## 키링 내장 플로깅백(Z VER)

PLOGGING BAG WITH BUILT-IN KEY RING

**업사이클링백에 UV 인쇄 방식을 사용하여**
**금금할배와 정이, 그리고 고당봉의 모습을 덧댐**

- 폐 현수막의 불필요하고 미적 통일성을 해치는 정보를 인쇄 통해 덮음
- 굿즈에 통일성과 심미성을 부여함.
- 색상 통일을 통한 잉크 소비 줄임.

**반투명하고 얇은, 탄성력 좋은 소재를 활용**

- 폐 현수막 또는 X배너의 메쉬 원단 (MESH BANNER)

- 안감으로 항균/향오 소재를 덧대어 쓰레기로 인한 오염 방지

**굿즈 제작 시, 끈을 조이는 방식의 더스트백이**
**키링 내에 패키징 가능한지 확인해야 함.**

불가능하다면
끈의 소재를 폐현수막 업사이클링으로 통일하여 부피감을 줄이거나,
장바구니 형식의 일체형 가방으로 고려

# 제품 상세: Pocket Plogging 메커니즘

## 키링 내장 플로깅백(M VER)

PLOGGING BAG WITH BUILT-IN KEY RING

### 고당봉을 사랑하는 방법

**업사이클링백에 UV 인쇄 방식을 사용하여**
**금금할배와 정이, 그리고 고당봉의 문구를 덧댐**

- 폐 현수막의 불필요하고 미적 통일성을 해치는 정보를 인쇄 통해 덮음
- 굿즈에 통일성과 심미성을 부여함.
- 색상 통일을 통한 잉크 소비 줄임.

**반투명하고 얇은, 탄성력 좋은 소재를 활용**

- 폐 현수막 또는 X배너의 메쉬 원단 (MESH BANNER)

- 안감으로 항균/항오 소재를 덧대어 쓰레기로 인한 오염 방지

**굿즈 제작 시, 끈을 조이는 방식의 더스트백이**
**키링 내에 패키징 가능한지 확인해야 함.**

불가능하다면
끈의 소재를 폐현수막 업사이클링으로 통일하여 부피감을 줄이거나,
장바구니 형식의 일체형 가방으로 고려

# 친환경 폐현수막 소재와 99% 항균 안감을 결합하여 위생적이고 지속 가능한 플로깅 경험을 제공합니다.

## 3단 레이어 구조

LAYER 01 - OUTER

재활용 소재 100%

### 외피: 친환경 폐현수막

· 업사이클링 소재로 환경 보호
· 내구성 강화, 찢어짐 방지
· 방수 처리로 야외 활동 최적화

LAYER 02 - MIDDLE

항균률 99.9%

### 중간층: 실버 이온 항균 안감

· Ag+ 입자로 99.9% 항균 효과
· 세균 번식 억제, 냄새 차단
· 위생적인 쓰레기 보관

LAYER 03 - INNER

세탁 가능

### 내부: 부드러운 폴리에스터

· 쓰레기 보호 및 파손 방지
· 세탁 가능, 반복 사용 가능
· 접었을 때 부드러운 촉감

## 핵심 특징

01

### 친환경 업사이클링 겉감

버려지는 폐현수막을 세척 및 가공하여 재사용합니다. 일반 원단 대비 탄소 배출을 저감하며, 메쉬 구조 특성상 통기성이 우수하고 건조가 빠릅니다.

02

### 99% 항균 안감 기술

실버 이온(Ag+)이 코팅된 폴리에스터 안감을 사용하여 쓰레기 수거 시 발생할 수 있는 세균 증식과 악취를 99.9% 차단합니다. 위생적인 재사용이 가능합니다.

03

### 초경량 & 휴대성 설계

키링 형태로 접었을 때 손바닥보다 작은 사이즈로, 가방이나 벨트에 쉽게 부착 가능합니다. 플로깅 활동 시 두 손을 자유롭게 사용할 수 있도록 설계되었습니다.

# 폐현수막 업사이클링으로 탄소 배출을 줄이고,
# 6단계 공정 시스템을 통해 친환경 가치와 품질을 완성합니다.

6단계 친환경 제조 시스템

STEP 01

## 폐현수막 수거

· 지역 행사장, 상점가에서 수거
· 부산 금정구 협력 네트워크 구축
· 연간 500kg 이상 재활용

STEP 02

## 세척 및 소독

· 친환경 세제 사용
· 고온 스팀 소독 (99.9% 살균)
· 건조 및 품질 1차 검사

STEP 03

## 재단 및 패턴 제작

· 디자인에 맞춰 정밀 재단
· 금금할배 & 정이 캐릭터 프린팅
· 접이식 구조 패턴 적용

STEP 04

## 실버 이온 안감 부착

· 99.9% 항균 기능 레이어 추가
· 친환경 접착제 사용
· 3단 레이어 구조 완성

STEP 05

## 봉제 및 조립

· 고강도 친환경 실 사용
· 키링 부착 및 접이식 구조 완성
· 내구성 테스트 (1000회 접기)

STEP 06

## 품질 검사 및 패키징

· 최종 품질 검사 (항균/내구성)
· 친환경 재생 종이 패키지
· QR 코드 부착 (게이미피케이션)

# 실버 이온 항균 기술

Ag+ 입자의 세균 DNA 파괴 메커니즘

Silver Ion Antibacterial Technology

Mechanism

## 항균 메커니즘 3단계

STEP 01

### Ag+ 이온 방출

실버 나노 입자가 수분과 반응하여
은 이온(Ag+)을 지속적으로 방출

STEP 02

### 세균 세포막 침투

Ag+ 이온이 세균의 세포막을 관통하여
내부로 침투

STEP 03

### DNA 파괴 및 증식 억제

세균의 DNA와 단백질을 파괴하여
증식을 완전히 억제

Performance

## 기술 사양 및 효과

**99.9%**

항균 효과 · 위생 보장

### 항균 범위

· 대장균 (E.coli) 99.9% 제거
· 황색포도상구균 (S.aureus) 99.9% 제거
· 폐렴균, 살모넬라균 등 광범위 항균

### 안전성

· 인체 무해 (피부 접촉 안전)
· 친환경 항균제 (화학 항균제 대비)
· 지속적 항균 효과 (세탁 후에도 유지)

Why It Matters

쓰레기 접촉 후 위생 문제 해결
→ 반복 사용 가능한 위생적 제품
→ 플로깅백의 필수 기술

# 원가 구조 & 가격 전략

프리미엄 포지셔닝을 통한 지속가능한 비즈니스 모델

Cost Structure

## 생산 원가 구조

| 항목 | 금액 |
| --- | --- |
| 소재비 (폐현수막 + 안감) | 3,500원 |
| 제조비 (재단 + 봉제) | 2,500원 |
| 항균 처리비 (실버 이온) | 2,000원 |
| 패키징비 (친환경 포장) | 1,000원 |
| **총 예상 원가** | **9,000원** |

Pricing Strategy

## 가격 전략

**29,000원**

소비자가 (권장 판매가)

마진율: 약 69% (20,000원)

→ 유통·마케팅·R&D 재투자 및 지역 사회 환원

### 프리미엄 포지셔닝 근거

- ✓ 친환경 업사이클링 제품 (폐현수막 재활용)
- ✓ 99.9% 항균 기술 적용 (실버 이온)
- ✓ 금금할배 & 정이 캐릭터 IP 가치
- ✓ 금정산 지역 스토리텔링 및 문화적 가치
- ✓ 경쟁 제품 대비 차별화된 기능과 디자인
- ✓ 일반 에코백 (15,000~20,000원) 대비 항균 기능 + 캐릭터 IP 추가 가치

PART 5

# 시장 전략

새김 | 키링 내장형 플로깅백

# 고객 가치 제안 (Customer Value Proposition)

단순한 아웃도어 제품 소비를 넘어, 지속 가능한 산행 문화와 사회적 가치에 동참하는 경험을 제공합니다.

## 새로운 산행 트렌드

MZ세대를 중심으로 확산되는 'K-Hiking' 웨이브에 동참하며, 단순 운동을 넘어선 힙한 라이프스타일의 일부로서 자신을 표현합니다.

2030+

급증하는 MZ 산행 인구 점유율

## 사회적 임팩트 창출

산행 중 쓰레기를 줍는 '클린 하이킹' 활동을 통해 개인의 건강뿐만 아니라 환경 보존에 직접 기여한다는 심리적 만족감을 제공합니다.

15.2 톤

누적 쓰레기 수거량 (환경 기여)

## SNS & 커뮤니티 가치

#플로깅백 챌린지와 인증샷 문화를 통해 선한 영향력을 공유하고, 같은 가치를 지향하는 커뮤니티에 소속감을 느낍니다.

50,000+

#floggingbag 인스타그램 게시물

# 타겟 시장 & 포지셔닝 전략

MZ 트렌드세터와 글로벌 관광객을 겨냥한 Urban Legend Gear

Primary Target

## MZ 세대 트렌드세터

연간 120만 명

**인구통계 (Demographics)**

- 연령: 20~35세
- 지역: 부산·경남 및 수도권
- 금정산 연간 방문객 200만 명 중 MZ 비중 60%

**특성 (Characteristics)**

- 친환경·지속가능성 가치 추구
- 힙한 로컬 문화 및 스토리텔링 선호
- SNS 활발, 인증샷 문화 (백꾸 트렌드)

**니즈 (Needs)**

- 실용적이면서도 힙한 에코 제품
- 지역 스토리가 담긴 독특한 굿즈
- 플로깅을 통한 환경 보호 참여

Secondary Target

## 글로벌 관광객

연간 30만 명

**인구통계 (Demographics)**

- K-Culture 팬 (K-Pop, K-Drama, K-Food)
- 부산 방문 외국인 관광객 연간 150만 명
- 금정산 방문 외국인 비중 약 20%

**특성 (Characteristics)**

- 한국 문화 체험 및 독특한 기념품 선호
- 지역 설화·전통 스토리에 관심
- SNS 공유 및 입소문 마케팅 주도

**니즈 (Needs)**

- 한국 로컬 문화가 담긴 기념품
- 실용적이고 휴대 가능한 제품
- K-Hiking 경험을 기억할 수 있는 굿즈

**Brand Positioning**

## Urban Legend Gear 포지셔닝

**업사이클링 + 금정산 로컬 스토리텔링 + 금금할배·정이 캐릭터**
**= 차별화된 에코 브랜드, "힙한 환경 보호"의 상징**

독창성 및 차별화

# 도심형 국립공원 × 플로깅 × 키링 3중 결합 K-Hiking Goods

기존 국립공원 굿즈 vs 금정산 키링 내장형 플로깅백

| 기존 국립공원 굿즈 | | 금정산 키링 내장형 플로깅백 |
|---|---|---|
| 머그컵, 자석, 타월 등 방문 기념 소장 중심 | 기능 | 쓰레기 수거용 플로깅백을 키링에 내장 -> 실제 플로깅 행동 유도 |
| 기획자 디자이너의 경험, 감각 위주 | 설계 방식 | 국립공원 통계 + 댓글 텍스트마이닝 + 의사결정나무 분석에 기반한 기능 (파우치, 휴대성, 항균 등) 도출 |
| 공원, 로고, 풍경 사진 수준 | K-컬쳐 | 금샘/금어 설화에서 출발한 캐릭터 '금금할배&정이'로 금정산 고유 세계관 구축 |
| 중장년층 등산객 중심 | 타깃 | 기존 고령층(할배) 신규 유입 청년층(손자)을 잇는 2세대 타깃 구조 |
| 일반 원단, 플라스틱 소재 비중 | ESG | 폐현수막 업사이클 + 항균 안감 적용으로 환경, 위생 동시 고려 |

# 옴니채널 유통 전략

## 법어사역 거점 오프라인 + 글로벌 이커머스 O2O 유통망

Offline Channels

FLAGSHIP

### 범어사 & 금정산 등산로

Target: 실제 등산객 및 사찰 방문객 (즉시 사용자)
Data [카카오맵 리뷰 데이터 분석 결과]: 금정산 관련 장소 중 '범어사'와 '금정산성 동문'의 리뷰 및 방문
Strategy: 범어사역 자판기 설치, 주요 등산로 3곳 판매소 → 구매 후 산행 중 '즉시 플로깅' 실천 유도.

### 김해국제공항

Target: 외국인 관광객 (Global Tourist)
Loc: 입국장 로밍센터 및 출국장 면세구역
Strategy: 부담 없는 귀국 선물 수요 공략 및 부산 대표 관광지로써 금정산 홍보

### 부산역

Target: 부산 방문 국내 여행객 (Domestic Traveler)
Loc: 역사 내 '동백상회' 및 대합실 팝업 스토어
Strategy: 굿즈 패키지에 '금정산 미니 가이드맵'을 동봉하여, 여행객을 실제 금정산으로 유인(O2O).

# 바이럴 캠페인 & 게이미피케이션

SNS 중심 확산 전략과 참여형 리워드 시스템

Short-Form Content

## 숏폼 콘텐츠 전략

TikTok, Instagram Reels, Youtube Shorts 활용 바이럴

- #금정산플로깅 챌린지 영상
- 금금할배·정이 캐릭터 스토리
- 인플루언서 협업 콘텐츠
- 비포&애프터 환경 변화 영상
- 제품 언박싱 & 사용 후기

Hashtag Campaign

## 해시태그 캠페인

참여형 해시태그를 통한 자발적 확산 및 커뮤니티 형성

- #SaveGeumjeongsan
- #PloggingChallenge
- #UrbanLegendGear
- #금금할배와함께
- 월간 베스트 인증샷 시상

QR Code Reward

## QR 코드 리워드

제품 내 QR 코드 스캔을 통한 게이미피케이션 시스템

- 제품 QR 스캔 → 포인트 적립
- 플로깅 인증 사진 업로드
- 보너스 포인트 지급
- 포인트로 할인/굿즈 교환
- 리더보드 랭킹 시스템

**게이미피케이션 PROCESS**

### QR 스캔

굿즈에 부착된
QR코드 스캔

→

### 플로깅 인증

쓰레기 수거
사진 업로드

→

### 칭찬 도장

금금할배의
칭찬 도장 획득

→

### 리워드

포인트 적립
쿠폰 교환

# 전략적 파트너십 & 협업

로컬·기업·글로벌 파트너십 생태계 구축

Local Partnership

## 로컬 파트너십

### 주요 파트너

- 부산 금정구청
- 금정산성 문화재단
- 지역 환경단체
- 법어사역 상인회

### 협업 내용

- 지역 문화 콘텐츠 공동 개발
- 플로깅 캠페인 공동 주최
- 법어사역 거점 유통망 구축
- 지역 경제 활성화 기여

Partnership Ecosystem Strategy

Corporate Partnership

## 기업 파트너십

### 주요 파트너

- 친환경 기업 (파타고니아 스타일)
- 등산 브랜드 (K2, 블랙야크)
- 부산관광공사
- 업사이클링 소재 공급업체

### 협업 내용

- CSR 공동 캠페인 (환경 보호)
- 공동 마케팅 및 크로스 프로모션
- 관광 패키지 상품 개발
- 소재 공급 및 기술 협력

PART 6

# 기대효과 & 결론

새김 | 키링 내장형 플로깅백

# Impact: K-Hiking의 새로운 시작

단순 굿즈를 넘어, 지속가능한 하이킹 문화와 K-Culture 확산 선도

K-CULTURE EVOLUTION STREAM

PHASE 1.0

### K-Content

음악과 드라마를 통한 시각적 소비와 팬덤 형성 (Seeing)

PHASE 2.0

### K-Food

맛과 스타일을 체험하는 미각적 소비의 확산 (Tasting)

PHASE 3.0

### K-Hiking

한국의 자연과 도시를 직접 걷고 경험하는 **몰입형 라이프스타일** (Experiencing)

## 환경 보호

- 플로깅백 보급을 통한 쓰레기 무단 투기량 감소
- 국립공원 관리 비용 절감 기여
- 환경 보호 의식 제고 및 자발적 참여 유도

쓰레기 감소 및 환경 보호 기여

## 문화 확산

- 금정산 브랜드 가치 제고 및 인지도 상승
- 캐릭터 확장 (이모티콘, 웹툰, 콜라보 등)
- K-Hiking을 K-Pop, K-Food에 이은 새로운 한류 콘텐츠로 육성

K-Hiking 문화 확산의 선두 주자

## 경제 활성화

- 국립공원 방문객 증가에 따른 관광 수입 증가
- 지속 가능한 관광 모델 개척
- 지역 상업 활성화 및 일자리 창출

금정산 브랜드 가치 제고 및 지역 경제 활성화

# 결론 & 미래 비전

## 데이터와 스토리텔링이 만나는 지속가능한 에코 비즈니스

Core Value Proposition

### Urban Legend Gear = 데이터 기반 의사결정 + 로컬 스토리텔링 + 지속가능성

Value 01

#### 데이터 기반 의사결정

- 시뮬레이션을 통한 수요 예측 및 검증
- 감성 분석으로 소비자 니즈 파악
- 의사결정 트리로 전략적 선택 최적화
- 정량적 근거 기반 비즈니스 모델

Value 02

#### 로컬 스토리텔링

- 금정산 설화를 활용한 차별화된 브랜드 정체성
- 금금할배·정이 캐릭터 IP 생태계 구축
- K-Hiking 브랜드로 글로벌 확장 가능성
- 감성적 연결을 통한 브랜드 충성도 확보

Value 03

#### 지속가능한 비즈니스

- 업사이클링 기반 순환 경제 모델
- 연간 360톤 쓰레기 감소 환경 보호 기여
- 플로깅 문화 확산으로 사회적 임팩트 창출
- 지역 경제 활성화 및 일자리 창출

Future Vision

### Urban Legend Gear의 미래

**전국 확장**
금정산 → 북한산, 설악산 등
전국 명산으로 확대

**글로벌 브랜드**
K-Hiking 세계화
글로벌 에코 브랜드 구축

**산업 표준**
지속가능한 에코 비즈니스
모델의 벤치마크

PROJECT OVERVIEW

# K-Hiking 트렌드와 플로깅 문화를 결합하였습니다.

CORE PRODUCT

## K-Plogging Kit

한국의 등산 문화(K-Hiking)에 환경 정화 활동을 더한 '플로깅' 전용 굿즈입니다. 친환경 소재의 백과 키링을 통해 스타일과 환경 보호 가치를 동시에 전달합니다.

**K-Hiking Trend**
Global Interest

+

**Eco-Activity**
Sustainable Action

01

### K-Trend Positioning

글로벌 트렌드로 자리 잡은 'K-Culture'와 한국식 등산 문화를 결합하여, 단순한 아웃도어를 넘어선 문화적 경험을 제공합니다.

02

### Eco-Friendly Value

폐자원을 활용한 업사이클링 소재 사용과 플로깅 활동 장려를 통해 실질적인 환경 보호 임팩트를 창출합니다.

03

### Data-Driven Strategy

아웃도어 시장 데이터와 MZ세대 소비 패턴 분석을 기반으로, 타겟 고객이 가장 선호하는 디자인과 기능을 제품에 반영합니다.

04

### Community Focus

단순 제품 판매를 넘어, '지구를 지키는 하이커' 커뮤니티를 형성하고 인증 챌린지를 통해 자발적 바이럴을 유도합니다.

# THANK YOU

## Urban Legend Gear: 금금할배&정이

새김 | 키링 내장형 플로깅백

지속가능성

K-Hiking

혁신

함께 만드는 지속가능한 미래 ● Sustainable Future Together