■ [서식 2] 2026년 지역주도형 일자리 지원사업

『융·복합 가전산업 기업 브랜드 강화지원』 사업계획서(요약)

1. 기업지원 개요

<table>
<tr><td>과 제 명</td><td colspan="3">전용
사회정서학습 패드 제품디자인 개발</td></tr>
<tr><td rowspan="5">지원
프로그램</td><td>지원 신청 프로그램</td><td colspan="2">신청금액</td></tr>
<tr><td>☐ 브랜드 경쟁력 강화지원</td><td>-</td><td>천 원</td></tr>
<tr><td>☑ 시장지향형 제품 디자인 개발지원</td><td></td><td>천 원</td></tr>
<tr><td>신청금액합계(VAT별도)</td><td></td><td>천 원</td></tr>
<tr><td>기업부담금(지원금액의 10% 이상)</td><td></td><td>천 원</td></tr>
<tr><td>기업의
보유역량</td><td colspan="3">당사는 자체 캐릭터 IP인 기반으로 유아 및 초등학교 저학년 대상 사회인성교육, 정서교육, 감정교육 콘텐츠를 기획·개발·운영하는 기업이다. 캐릭터 세계관 및 스토리 설계, 아동 발달단계에 적합한 교육 주제 구성, 상황별 대사·선택지·피드백 설계, 디지털 콘텐츠와 오프라인 교육활동을 연계하는 콘텐츠 기획 역량을 보유하고 있다.

현재 2026년 9월 출시를 목표로 상담 시뮬레이션 모바일게임 를 개발하고 있다. 사용자는 상담자 역할이 되어 내담자 캐릭터의 고민을 듣고 답변을 선택하며, 또래관계에서 적절하게 말하는 방법, 갈등 상황에 대응하는 방법, 자신의 감정을 알아차리고 건강하게 표현하는 방법을 반복적으로 연습할 수 있다. 실제 상황에서 바로 연습하기 어려운 관계·감정 문제를 안전한 가상환경에서 간접 경험하고, 선택에 따른 피드백을 통해 바람직한 의사소통 방식을 학습하도록 설계하였다.

당사는 캐릭터 IP, 교육 주제와 시나리오, 게임 콘텐츠 및 브랜드 운영 역량을 보유하고 있어 전용 학습기기의 명확한 사용자 요구사항과 콘텐츠 사양을 제시할 수 있다. 본 과제에서는 제품디자인 전문기관과 협업하여 아동 사용성, 안전성, 내구성, 휴대성, 캐릭터 감성 및 향후 양산성을 반영한 전용 스마트 패드의 외관·기구·CMF·거치 구조·전용 사용환경을 개발하고 워킹 시제품으로 구현하고자 한다.</td></tr>
<tr><td>브랜드/제품
개발의
필요성·차별성</td><td colspan="3">유아 및 초등학교 저학년 시기는 또래관계 형성, 감정 인식과 표현, 갈등 상황에서의 의사소통 방법을 습득하는 중요한 시기이다. 그러나 가정에서는 한글·수학 등 지식교육에 비해 친구와 관계 맺는 방법, 갈등 상황에서 어떤 말을 해야 하는지, 불편한 감정을 건강하게 표현하는 방법을 다양한 상황별로 반복 교육하기 어렵다. 부모가 실제 또래관계 상황을 지속적으로 재현하거나 아동의 선택에 객관적인 피드백을 제공하는 데에도 한계가 있다.

는 사용자가 상담자 역할이 되어 캐릭터의 고민을 듣고 적절한 답변을 선택하는 상담 시뮬레이션 방식의 사회정서학습 콘텐츠이다. 아동은 캐릭터의 문제를 해결하는 과정에서 친구의 감정을 이해하는 방법, 배려하며 말하는 방법, 거절하거나 사과하는 방법, 갈등을 조정하는 방법 등을 안전한 가상환경에서 반복 연습할 수 있다.

그러나 콘텐츠를 일반 스마트폰이나 범용 태블릿에서 제공할 경우 광고, 오픈 웹, 임의 앱 설치, 영상 및 게임 등 학습 방해요인이 존재하며, 기기 자체가 아동의</td></tr>
</table>

	사용환경과 브랜드 경험에 맞게 설계되지 않았다는 한계가 있다. 이에 를 단순 모바일게임으로 제공하는 데 그치지 않고, 유아·초등 저학년이 안전하고 몰입감 있게 사용할 수 있는 전용 교육가전으로 제품화할 필요가 있다. 본 제품은 ① 자체 캐릭터 IP, ② 상담자 역할의 선택형 시뮬레이션 학습, ③ 또래관계·감정표현·갈등대응에 특화된 사회정서학습 콘텐츠, ④ 아동용 충격보호 외관과 휴대·거치 겸용 구조, ⑤ 오픈 웹과 임의 앱 접근을 제한하는 전용 런처, ⑥ 가정과 교육기관에서 모두 사용할 수 있는 활용가이드를 통합한다. 특히 기성 태블릿에 로고나 캐릭터만 부착하는 방식이 아니라, 아동의 실제 사용 시나리오를 기준으로 외관, 기구 구조, 그립, 스탠드, 버튼·포트 위치, 색상·소재·마감, 콘텐츠 진입 흐름을 새롭게 설계하고 관련 디자인 권리를 자사 자산으로 확보한다는 점에서 차별성이 있다.
제품 개발 계획	1단계. 사용자·시장 요구사항 정의 만 5~10세 아동과 보호자, 유아교육 및 초등 돌봄·교육기관 담당자의 사용환경을 분석하고 제품규격, 화면크기, 무게, 휴대성, 거치 각도, 충격보호, 조작 편의성, 콘텐츠 제한 기능 등에 대한 요구사항을 정의한다. 일반 태블릿, 기존 학습패드, 아동용 보호케이스 및 감정교육 콘텐츠를 비교·분석하여 포포레 전용 사회정서학습 패드의 시장 포지셔닝, 핵심 디자인 가치 및 제품디자인 방향을 수립한다. 2단계. 제품디자인 콘셉트 개발 '안심·몰입·마음성장'을 핵심 디자인 방향으로 설정하고, 캐릭터 정체성과 아동 친화성을 반영한 제품디자인 콘셉트 3종 이상을 도출한다. 각 콘셉트별 제품 형태, 휴대 및 거치 방식, 캐릭터 적용 방식, 색상·소재·마감 방향과 주요 사용 장면을 제시한다. 내부 검토와 잠재고객 의견을 반영하여 최종 제품디자인 콘셉트 1안을 선정한다. 3단계. 전용 패드 제품디자인 상세화 선정된 최종 콘셉트를 바탕으로 전용 패드의 외관 형태, 화면과 버튼의 배치, 스피커·카메라·충전부의 위치, 손잡이 및 거치 구조, 충격보호 요소, 캐릭터 적용 방식과 색상·소재·마감(CMF)을 구체화한다. 가 전용 패드에 적용되는 상황을 고려하여 제품의 2D 디자인 시안, 주요 사용 장면 이미지 및 게임 화면 적용 예시를 제작한다. 아동이 제품을 손으로 들고 사용하는 경우, 책상 위에 거치하여 사용하는 경우, 보호자가 설정을 관리하는 경우 등 주요 사용 시나리오를 디자인에 반영한다. 본 사업에서는 제품디자인과 향후 제품화에 활용할 수 있는 디자인 데이터를 최종 결과물로 확보한다. 4단계. 디자인 권리화 및 후속 제품화 준비 최종 제품 외관에 대한 디자인권 1건 이상을 출원하고, 제품명 및 브랜드 관련 상표권의 추가 확보 필요성을 검토한다. 최종 제품디자인, 2D 시안, CMF 가이드, 기본 제품사양 및 디자인 적용 가이드를 정리한다. 확보된 디자인 결과물을 바탕으로 후속 실물 시제품 제작, 제조기업 협의, 제품 인증 및 양산을 추진할 수

<table>
<tr><td></td><td>있도록 제품화 기초자료를 마련한다.</td></tr>
<tr><td>양산 등
상용화 계획</td><td>2026년에는 본 지원사업을 통해 전용 사회정서학습 패드의 제품디자인을 완성하고, 최종 2D 디자인 시안, CMF 가이드와 기본 제품사양을 확보한다. 2026년 9월 출시 예정인 와 연계하여 완성된 제품디자인 이미지와 사용 장면을 자사 고객 및 잠재고객에게 공개하고, 보호자와 교육기관을 대상으로 디자인 선호도, 구매의향, 적정가격 및 필요한 기능에 대한 의견을 수집한다.

본 지원사업에서는 사업 종료 후 별도의 자체예산 또는 후속 지원사업을 활용하여 실물 시제품 제작과 하드웨어·콘텐츠 연동 검증을 추진할 계획이다. 후속 제품화 단계에서는 검증된 Android 기반 하드웨어를 활용하되, 본 사업을 통해 개발한 포포레 전용 외관, 충격보호 구조, 손잡이, 거치 방식, 색상·소재·마감 및 브랜드 디자인을 적용할 예정이다.

실물 시제품을 통해 사용성과 시장성을 검증한 후 필요한 KC, 전자파, 배터리 및 전원장치 관련 인증을 검토하고, 초기에는 소량생산 방식으로 시장에 진입한다. 초기 수요가 확인되면 OEM 제조 및 금형양산 방식으로 단계적으로 확대한다.

상품은 향후 '포포레 마음성장 패드+모이라의 비밀 상담소+보호자·교사용 활용가이드'의 패키지 형태로 구성하고, 감정조절, 친구관계, 자기표현, 배려, 학교생활 등 후속 사회정서학습 콘텐츠를 지속적으로 추가할 계획이다.</td></tr>
<tr><td>마케팅 계획
및 활용 방안</td><td>2026년 9월 출시와 연계하여 게임 체험영상, 또래갈등 대처법, 상황별 감정표현 문장, 보호자 대화가이드 등 교육정보형 콘텐츠를 자사 SNS, 홈페이지 및 부모·교사 커뮤니티에 지속적으로 제공한다.

본 지원사업을 통해 개발한 전용 패드의 2D 시안, 제품 사용 장면, 캐릭터 적용 이미지 및 디자인 콘셉트를 활용하여 제품 소개 콘텐츠와 사전 수요조사 페이지를 제작한다. 이를 통해 보호자와 교육기관을 대상으로 제품디자인 선호도, 예상 구매가격, 필요 기능 및 구매의향을 조사한다.

B2C 시장에서는 '일반 게임기가 아닌 사회정서학습 전용 기기', '아동의 사용환경을 고려한 안전하고 친근한 제품디자인', '친구관계와 감정표현을 시뮬레이션하며 학습하는 제품'이라는 핵심 메시지를 전달한다. B2B 시장에서는 유치원·어린이집, 초등 돌봄교실·방과후교실, 지역아동센터, 아동교육·상담기관을 대상으로 제품디자인 자료와 게임 시연자료를 활용하여 도입 가능성과 요구사항을 조사한다.

지원 결과물인 제품디자인, CMF 가이드 및 디자인 권리화 자료는 후속 시제품 제작, 제조기업 협의, 크라우드펀딩 사전홍보, 유통사·바이어 상담, 투자유치 및 후속 지원사업 신청자료로 활용한다.</td></tr>
<tr><td>지원제품
사업화 현황 및
판로계획</td><td colspan="2"><table>
<tr><th>구분</th><th>수요처</th><th>판매예상실적</th></tr>
<tr><td>국내</td><td>만 5~10세 자녀를 둔 보호자, 지역아동센터, 아동교육·상담기관</td><td>2027년 30,000천원
2028년 135,000천원</td></tr>
<tr><td>국외</td><td>해외 유아교육기관, 교육콘텐츠 유통사 및 캐릭터·에듀테크 파트너</td><td>2028년 시범수출 15,000천 원</td></tr>
</table></td></tr>
</table>