

# SBW 아웃도어 프로젝트 파트너십 제안서



인천관광공사 공식 파트너사

All projects are planned and operated by WILD-UP Inc.

브랜드와 소비자를 자연 속에서 연결하는  
20-30대 타겟 웰니스 전문 기획 여행사 'SBW'

- ✓ **2.3만** 커뮤니티 기반
- ✓ 전국 .해외 관광청 협업
- ✓ **모객률 99%** 달성

100+

진행한 프로그램  
다양한 지형과 계절에 걸친 풍부한 운영 경험

25+

파트너 브랜드 & 정부기관  
업계 리더들이 신뢰하는 검증된 파트너

4,000+

누적 참가자  
진정성 있는 아웃도어 커뮤니티

500+

브랜드 콘텐츠 자산 생성  
브랜드 톤앤매너에 맞춘 고감도 비주얼

**"SBW는 단순 홍보가 아닌,  
실제 참여를 만드는 브랜드 경험을 설계합니다."**

# 혹시 이런 상황에 놓여 계신가요?

한정된 마케팅 예산 안에서  
브랜드 신뢰도와 도달율을 모두 확보하고 싶어요.

SNS 중심 마케팅의 한계를 느끼고 있어요.  
오프라인이나 보도자료 등 다양한 채널로 퍼뜨리고 싶어요.

브랜드 철학(ESG/CSR)을  
광고가 아닌 '경험'으로 콘텐츠에 녹이고 싶어요.

아웃도어 프로젝트  
브랜드 체험 및 참여형 캠페인 실행 파트너  
커뮤니티 기반 아웃도어 브랜드 캠페인 기획.운영  
SBW가 해결해드립니다!



# 목차

01. 국내 지자체 협업

---

02. 해외 관광청 협업

---

03. 브랜드 프로덕션

---

04. ESG 프로그램

---

05. SBW 기획 프로그램

---

06. 운영 프로세스

---

07. 파트너십 플랜

---

---

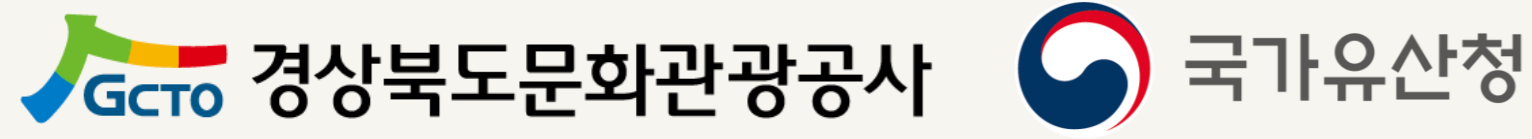
Section 01

# 국내 지자체 협업

---

지역 기반 아웃도어·웰니스 프로그램 스케일링

# 주요 협력 정부 및 브랜드



## Trekking

[포스팅 바로가기]

그레고리 X 태백시 태백산



산로 X 태백시 운탄고도



아키클래식 X 굴업도 트레킹



## Running

[포스팅 바로가기]

행텐 X 잠스트 X 장봉도 벚꽃러닝



머렐 X 영덕 비치런



## Wellness

[포스팅 바로가기]

널담 X 인천관광공사 웰니스 트립



화이트워터보이즈 X 인천 신시모도 해변요가



이고진 X 영덕 웰니스 해변요가



스토리요가 X 강화도 평화요가



## Backpacking

[포스팅 바로가기]

가민 X 그레고리 대이작도 백패킹



네파크루 X 인천 덕적도 백패킹



칠곡 포레스트 백패킹



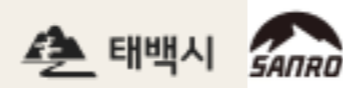
아키클래식 X 굴업도 백패킹



# 국내 지자체 협업 하이라이트



2025.03



## 태백시 운탄고도 6길 트레킹

태백시X산로(SANRO)

참여 인원 : 28명

참가자 특성 : 2030세대 아웃도어 유저

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

태백시 로컬 콘텐츠와 브랜드 체험을 결합한 실사용 기반 프로젝트로, CSR 실행과 브랜드 스토리텔링을 동시에 실현한 전략적 협업 사례입니다. 유저 경험과 현장 기록은 브랜드 콘텐츠 자산으로 축적되어, 향후 마케팅 확장성까지 확보했습니다.



2025.05



## 장봉도 벚꽃러닝

인천관광공사X잠스트X행텐

참여 인원 : 65명

참가자 특성 : 2030세대 아웃도어 유저

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

인천의 로컬 자원과 브랜드 체험을 결합한 실사용 기반 프로젝트로, 계절성과 지역성을 활용해 브랜드 메시지를 현장에서 직접 경험하도록 설계한 전략적 협업사례입니다. 참여자들의 러닝경험과 현장기록은 브랜드 스토리로 확장되어 이후 SNS 마케팅 활동까지 이어졌습니다.



2025.09



## 강화도 평화 요가&러닝

인천관광공사 X 스토리요가

참여 인원 : 50명

참가자 특성 : 2030세대 아웃도어 유저

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

강화도 평화 요가&러닝은 로컬 공간과 웰니스 브랜드 체험을 결합할 실사용 기반 프로젝트입니다. 참여자 경험과 기록은 브랜드 신뢰도를 강화하는 콘텐츠 자산으로 축적되었으며, 로컬 상권 연계를 통해 웰니스 카테고리 내 지속적 마케팅 확장성까지 확보했습니다.



2025.09



## 인천 대이작도 체험형 백패킹

인천관광공사 X 그레고리 X 가민코리아

참여 인원 : 30명

참가자 특성 : 2030세대 아웃도어 유저

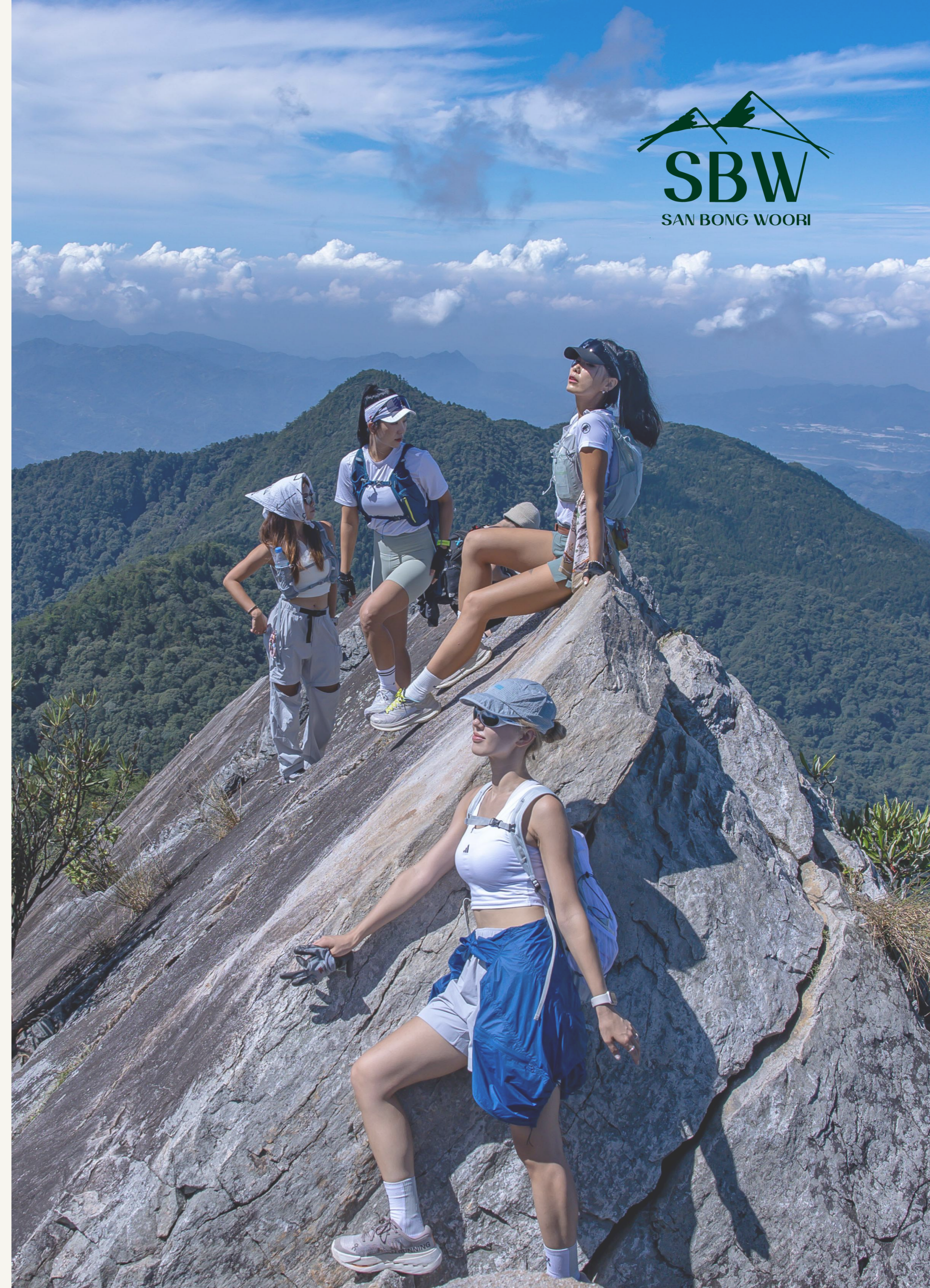
[▶ 홍보영상 보러가기](#)

인천 섬 지역의 로컬 자원과 브랜드 체험을 결합한 체험형 백패킹 프로젝트로, 지자체 협업을 통해 브랜드 공신력을 높이고, 보도자료 및 SNS 확산으로 홍보 효율을 극대화한 사례입니다. 참여자들은 실제 제품체험의 기회를 통해 브랜드 친밀도를 강화하였습니다.

Section 02

# 해외 관광청 협업

글로벌 기반 아웃도어 웰니스 경험 & 콘텐츠 공동제작



# 주요 협력 글로벌 관광청 및 브랜드



HONG KONG TOURISM BOARD

# TAIWAN

WAVES OF WONDER

대만관광청 X 디스커버리 ★★



대만관광청 X 하이드로젠



대만관광청 X 아메리칸투어리스트 ★★



홍콩관광청 X 아이디어



홍콩관광청 X 호카 ★★



홍콩아웃도어 페스티벌 X 호카



타이완 차오링 옛길 트레킹 X 디스커버리



대만관광청 인플루언서 팸투어 X 아메리칸투어리스트

---

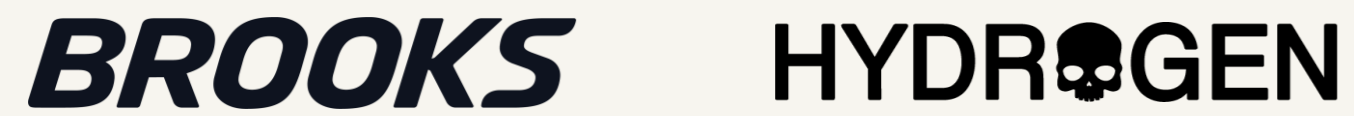
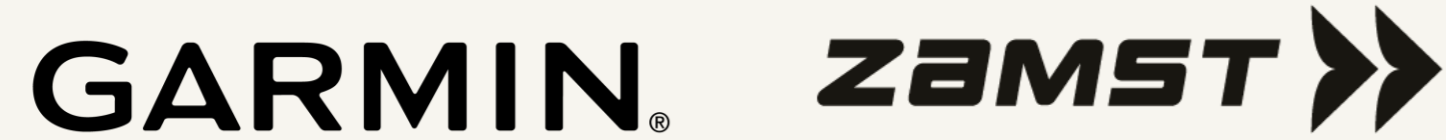
Section 03

# 브랜드 프로덕션

---

브랜드 맞춤형 콘텐츠 기획 프로그램

# 주요 협력 브랜드



## Trekking

[포스팅 바로가기]

가민 X 도봉산 트레킹 <sup>☆☆</sup>



컬럼비아 브랜드 셔틀



몬쉴라 금강산 트레킹



아키클래식 무랭게티 트레킹



## Running

[포스팅 바로가기]

브룩스 자월도 비치런 영상촬영 <sup>☆☆</sup>



브룩스 올림픽공원 러닝



하슬라 런투그린 올림픽공원



## Wellness

[포스팅 바로가기]

The Joy F45&야외 요가클래스



아메리칸 투어리스터 제주여행 <sup>☆☆</sup>



고무나라 야외 필라테스 클래스



## Global

레베 파타야 리프레쉬 <sup>☆☆</sup>



무단자 방콕 비치런 <sup>☆☆</sup>



하빗하키 태국 와일드 브리즈런



# 브랜드 프로덕션 하이라이트



2025.11  
**가민 도봉산 트레킹**

가민 트레킹 세션

참여 인원 : 30명

참가자 특성 : 2030세대 아웃도어 유저

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

가민과 협업하여 대한민국 100대 명산 도봉산 트레킹 프로젝트를 프라이빗 브랜드 프로그램으로 기획. 운영, 참가자 전원 SNS 피드 업로드 및 전문 촬영을 통해 현장 경험을 디지털 콘텐츠 자산으로 확산시킨 체험형 퍼포먼스 마케팅 사례입니다.

GARMIN.



2025.12  
**아메리칸투어리스터 제주여행**

아메리칸투어리스터 협업

참여 인원 : 8명

참가자 특성 : 2030세대 아웃도어 유저

[▶ 리포트 보러가기](#)

제주 상징 자연 스포츠 동선에 설계한 콘텐츠형 여행 프로그램으로, 아메리칸 투어리스터 제품을 이동 중심 일정 속 실사용 사례로 자연스럽게 노출했습니다.

여행 상황과 제품 특성을 연결한 스토리텔링을 통해 체험기반 브랜드 콘텐츠 자산을 확보했습니다.

AMERICAN  
 TOURISTER  
 SINCE 1933



2025.09  
**레베 파타야 리프레쉬**

레베 몬스파라인 영상.사진 촬영

참여 인원 : 4명

프로그램 특성 : 로케이션 촬영 및 해외 프로그램 참여

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

태국 일정 속 야외 활동 후 모발 회복 루틴을 연결해, REPIT 아마존 몬스파 제품을 실사용 상황 중심으로 노출했습니다. 여행.운동 리셋 케어 콘셉트로 글로벌 여행환경에 맞춘 체험형 브랜드 콘텐츠 자산을 구축한 프로그램입니다.

Repit



2025.09  
**무단자 방콕 비치런**

무단자 러닝화 영상.사진 촬영

참여 인원 : 4명

프로그램 특성 : 로케이션 촬영 및 해외프로그램 참여

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

해외일정 속 실제 러닝 세션에 무단자 제품을 착용해, 장거리 주행과 도심 런이 환경에서의 착화감을 실사용 중심으로 노출했습니다. 해외 러닝 콘텐츠 제작을 통해 퍼포먼스와 스타일을 동시에 전달 가능한 인플루언서 팸투어 브랜드 마케팅 자산을 구축한 프로그램입니다.

MUDANZA

Section 04

# ESG 프로그램

지역 ESG 기반 프로그램 스케일링

[Brand Value Outcome]

ESG 이미지 강화

참여 콘텐츠 확보

장기 캠페인 확장 가능

Korea-Based Partnership Case  
공공성과 브랜드 체험이 만난  
로컬 협업 사례

2025.05

## 덕적도 나무심기 환경캠페인

### 인천관광공사X디스커버리 <sup>☆☆</sup>

어린이날을 맞아 기획된 지역 연계 환경 캠페인으로, **공공성과 브랜드 메시지를 결합한 전략적 협업 모델**입니다. 참여 아동에게 제품을 지원해 브랜드의 친환경 철학을 체험하게 했으며, '디스커버리 키즈 1기'라는 크루화를 통해 향후 콘텐츠 확장의 기반을 마련했습니다.

참여 인원 : 30명

참가자 특성 : 미래세대 키즈 15명 + 보호자 15명



지원제품 : 디스커버리 반팔티셔츠, 트레킹 샌들

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

Korea-Based Partnership Case

# 공공성과 브랜드 체험이 만난 로컬 협업 사례

2025.05

## 잠스트 해양플로깅+나무심기

### 인천관광공사X디스커버리 <sup>☆☆</sup>

자월도에서 진행한 **친환경 식재 ESG 프로그램**으로, 자연 체험과 팀 활동을 결합한 참여형 캠페인입니다.

잠스트 그린서포터즈 7기 운영을 통해 **브랜드의 건강, 지속가능** 메시지를 현장 체험 콘텐츠로 확산하고, 사진, 영상 기반의 친환경 브랜드 자산을 구축한 프로그램입니다.

참여 인원 : 42명

참가자 특성 : 잠스트 그린서포터즈



[▶ 홍보영상 보러가기](#)

# 행사 전후 주요 매체 보도 10건 이상

## 다채널 노출 전략을 통해 브랜드 파급력을 극대화 합니다.

**속박매거진**  
http://www.sukbakmagazine.com/news/articleView

**인천관광공사, 덕적도에서 '나무심기 캠페인'**  
7일 전 — 행사는 인천항에서 집결한 후 여객선을 타고 덕적도로 이동, 오리엔테이션을 시작으로 배롱나무(백일홍나무) 120그루를 심고 섬을 걸어보는 프로그램을 ...

**네이트 뉴스**  
https://news.nate.com/view

**인천관광공사 덕적도에서 '나무심기 캠페인' 개최**  
7일 전 — 행사는 인천항에서 집결한 후 여객선을 타고 덕적도로 이동, 오리엔테이션을 시작으로 배롱나무(백일홍나무) 120그루를 심고 섬을 걸어보는 프로그램을 ...

**천지일보**  
https://www.newsj.com/news/articleView

**인천관광공사, 5월 6일 덕적도에 나무심기 청년·가족·인플루 ...**  
8일 전 — 이번 행사는 글로벌 아웃도어 브랜드 디스커버리와 함께 기획했으며, 배롱나무(백일홍나무) 120그루를 심는 활동을 중심으로 펼쳐진다. 캠페인에는 인천 ...

**목포대학교 자연과학대학**  
https://mnuk2.mokpo.ac.kr/bbs/islands/artclView

**인천관광공사, 덕적도서 자연보호 나무심기 캠페인 전개**  
8일 전 — 이번 캠페인에는 환경 보호에 관심 있는 가족 단위 관광객들이 자발적으로 참여해 백일홍나무 120그루를 심는다. 이후 섬 트레킹과 지역 주민과의 교류 ...

**smiletimez.co.kr**  
http://www.smiletimez.co.kr/bbs/board

**인천 관광공사 덕적도에서 '나무심기 캠페인' 개최**  
1일 전 — 행사는 인천항에서 집결한 후 여객선을 타고 덕적도로 이동, 오리엔테이션을 시작으로 배롱나무(백일홍나무) 120그루를 심고 섬을 걸어보는 프로그램을 ...

### 인천관광공사, 덕적도에서 '나무심기 캠페인'

A 고병석 기자 | © 입력 2025.05.02 09:42 | 댓글 0

**청년·어린이 인플루언서 참여**

인천관광공사(이하 공사)는 5월 6일 인천 옹진군 덕적도 벗개지수지 일대에서 나무심기 캠페인을 진행한다고 밝혔다.

이번 캠페인은 글로벌 아웃도어 브랜드 디스커버리와 함께 인천 섬 지역의 자연환경을 보전하고, 자연 친화적 여행 문화를 확산하기 위한 취지에서 기획됐다. 덕적도는 인천항 연안여객터미널에서 배로 약 1시간 10분 거리에 있으며, 때 묻지 않은 자연환경과 다양한 생태자원을 간직하고 있는 섬이다.

이번 캠페인에는 인천 섬과 환경보호에 관심이 많은 어린 아이들이 있는 가족단위의 관광객들이 자발적으로 참여한다. 참가자들은 "여행을 즐기면서 자연을 보호하는 데 직접 참여하고 싶었다", "섬의 아름다움을 지키는 뜻깊은 활동에 동참하고 싶었다" 등 덕적도에 대한 애정과 책임감을 드러냈다.

또한, 여행·트레킹·아웃도어 분야에서 활약하는 인플루언서들도 캠페인에 함께하여, 환경보호의 중요성과 덕적도의 매력을 널리 알릴 예정이다.

행사는 인천항에서 집결한 후 여객선을 타고 덕적도로 이동, 오리엔테이션을 시작으로 배롱나무(백일홍나무) 120그루를 심고 섬을 걸어보는 프로그램을 진행한다. 또한 지역 주민들과 교류하고, 현장에서 촬영한 사진 및 영상을 SNS에 공유하여 인천 섬 관광의 매력을 홍보할 계획이다.

이번 캠페인은 인천관광공사와 프리미엄 아웃도어 브랜드 디스커버리가 함께 한다. 특히 디스커버리 키즈가 모집한 '넥스트 디스커버러 크루 1기' 어린이들이 직접 자연을 탐험하고 지키는 활동에 나서며, 스스로 아웃도어의 즐거움과 자연 보호의 가치를 체감하는 계기가 될 것으로 기대된다.

참가자 전원에게는 디스커버리 반팔 티셔츠와 아웃도어용 여름 신발을 제공하는 등 현장 활동을 지원할 계획이다.

인천관광공사 김태후 팀장은 "이번 캠페인은 청년들의 자발적 참여를 통해 자연과 관광이 공존하는 지속 가능한 섬 관광의 좋은 사례가 될 것"이라며 "앞으로도 인천 섬 지역의 매력을 알리고 자연을 지키는 다양한 활동을 민간과 함께 추진해 나가겠다"고 말했다.



덕적도 능동자갈마당(사진=인천관광공사)

\*보도자료 여부는 행사 성격 및 지자체 방침에 따라 달라질 수 있습니다.

Korea-Based Partnership Case

# 공공성과 브랜드 체험이 만난 로컬 협업 사례



KIA 자월도 한가위 어르신 마음배달

[▶ 홍보영상 보러가기](#)



KIA 유기견 봉사

[▶ 홍보영상 보러가기](#)



HASLA 러닝+플로깅 ESG

[▶ 홍보영상 보러가기](#)

---

Section 05

# SBW 기획 프로그램

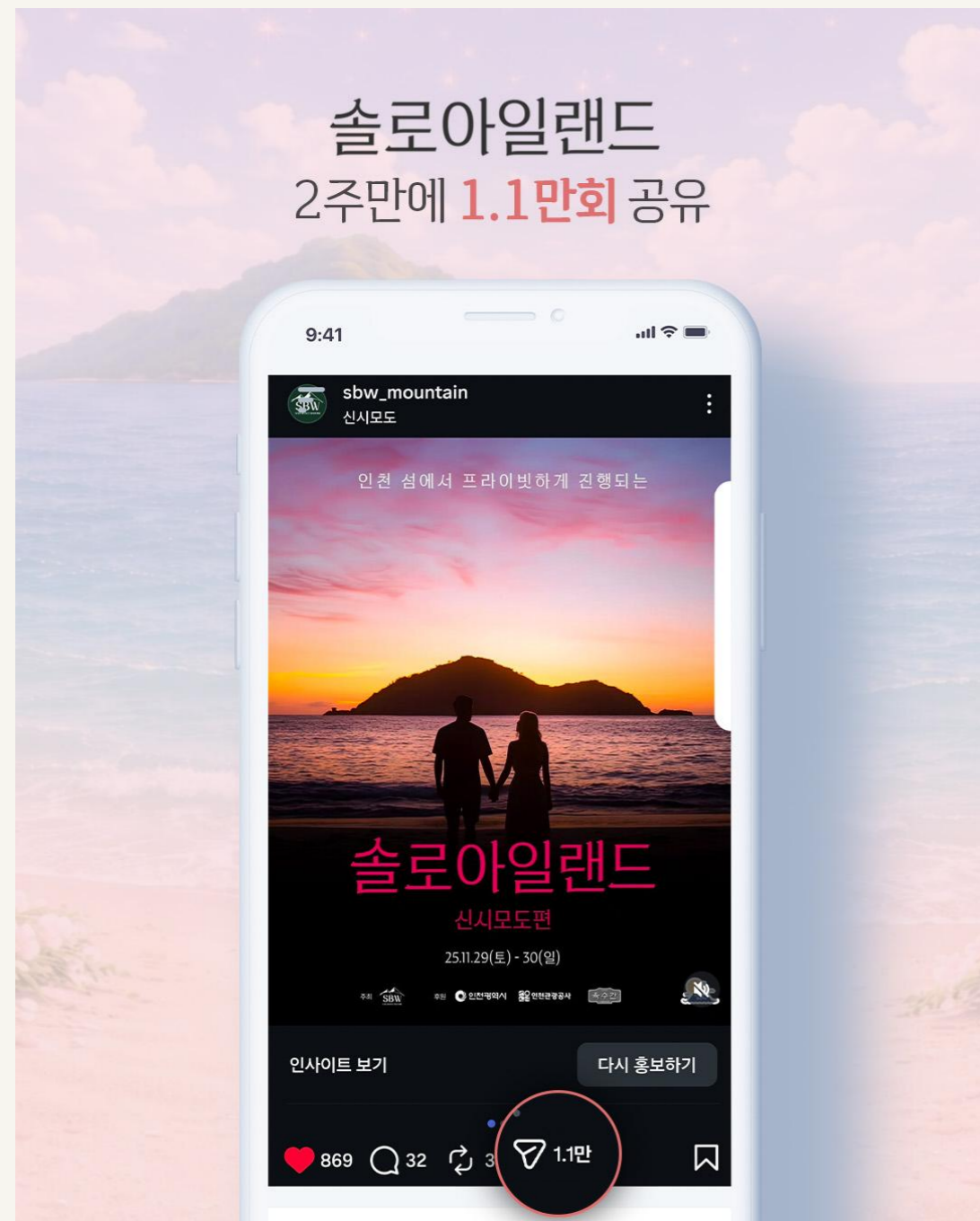
---

SBW 자체 기획.운영 프로그램

# Couple Matching Mingling Program

## 2030 대상 관계 기반 브랜드 경험 플랫폼

### 솔로아일랜드



솔로아일랜드  
섬에서 시작된 설렘의 기록

SOLO ISLAND

🔥 2주만에 공유 10,000+  
💕 경쟁률 12.5 : 1  
👫 매칭률 33%

최종커플 탄생

1회차 4커플(33%) · 2회차 3커플(25%) · 3회차 5커플(42%)  
지금까지 12커플 탄생!

review 🍷❤️ 12커플 매칭!

### 솔로아일랜드

★★★★

12:12로 진행해서 다양한 분들과 자연스럽게 만나볼 수 있었어요. 코스타 매치워크 덕분에 모든 분들이랑 한 번씩은 꼭 얘기할 수 있었고, 프라이빗한 섬이라 주변 시선을 신경 쓰지 않아도 돼서 좋았어요.

★★★★★

야외에서 하는 커플 액티비티가 많아서 좋았습니다! 커플 게임이랑 요가 덕분에 이성과 자연스럽게 스킨십하며 친해지기 쉬웠습니다.

★★★★★

같이 크리스마스 트리 만들기 체험을 하다 보니 대화도 자연스럽게 이어졌고 분위기도 금방 풀렸어요 ㅎㅎ

★★★★

저녁 바베큐 파티로 이성과 더 친해질 수 있었습니다. 커플 타로도 볼 수 있었고, 결과도 좋게 나와서 만족했습니다.

어색함을 깨는 액티비티 🏃

### 솔로아일랜드만의 프로그램

솔로아일랜드는 **20-30세대 싱글을 대상**으로 한 1박2일 체류형 **정기 커넥팅 프로그램**으로, 여행.액티비티.웰니스 요소를 결합해 자연스러운 관계 형성과 몰입 경험을 설계합니다. 브랜드는 단순 협찬이 아닌, **프로그램 내 제품 체험을 접목해 콘텐츠까지 연결**되는 실사용 기반 마케팅을 구현할 수 있습니다.

- [▶ Ep1.프로그램 후기 바로가기](#)
- [▶ Ep2.프로그램 후기 바로가기](#)
- [▶ Ep3.프로그램 후기 바로가기](#)

Couple Matching Mingling Program

# 2030 대상 프라이빗 커플매칭 프로그램 솔로아일랜드



## ● Product Experience

프로그램 내 제품 사용 게임세션

## ● Lifestyle Sketch

자연스러운 현장 스케치 및 인물 컷

## ● Visual Mood

제품 중심의 감성 콘텐츠



SKINCORNER

Nuldam



---

Section 06

# SBW 운영 프로세스

---

협업 진행 운영 프로세스 안내

SBW Process

# 산봉우리 프로그램 운영 프로세스

## 현장 사전 답사 → 기획 전략 수립 → 홍보 및 모객 → 브랜드 리포트

### 1. 최고의 경험을 위한 사전 답사 시스템

- 지역 자원, 동선, 환경 요소 직접 조사
- 브랜드 제품의 실사용 가능성을 고려한 테스트 동선 구성
- 지역 관계자 인터뷰 및 지자체 미팅

### 2. 공간과 사람, 브랜드를 연결하는 전략적 설계

- 답사 정보를 바탕으로 콘텐츠 기획안 (스토리보드, 포인트, 콘텐츠 소재) 수립
- 지역 콘텐츠와 어울리는 브랜드 연계형 프로그램 설계
- ESG·CSR 콘텐츠 검토

### 3. 공공성과 실행력을 겸비한 다채널 모객 전략

- 커뮤니티 기반 2030 참여자 중심 모객
- 지자체 공식 보도자료 등 공공 기반 홍보 채널 연계 마케팅
- 사전답사 기반 영상 콘텐츠 제작 후 숏폼·SNS 다채널 동시 확산

### 4. 콘텐츠 자산화를 위한 후속 운영 설계

- 전문 포토/영상 콘텐츠 배포
- 참가자 스스로 SNS에 확산시키는 UGC 구조 설계 및 관리 <sup>☆☆</sup>
- 후속 보도자료 및 SNS 업로드 <sup>☆☆</sup>
- 콘텐츠 시리즈화, 시즌형 모델 운영

---

Section 07

# SBW 패키지 플랜

---

SBW 협업 패키지 구성 안내

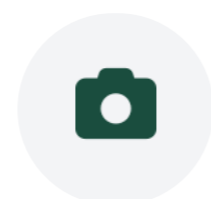
# 플랜 패키지 구성



## BASIC

브랜드 제품 지원 중심의  
노출형 플랜

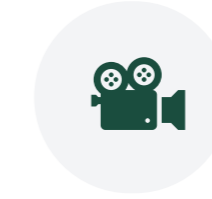
- ✓ 참가자 전원 브랜드 제품 체험
- ✓ 참가자 개인 SNS 업로드 권장
- ✓ 산봉우리 공식 리캡 사진·영상 내  
브랜드 로고 및 제품 노출



## PLUS

BASIC + 마케팅 비용 별도 지원시  
아웃도어 전문사진 촬영 플랜

- ✓ 아웃도어 전문 포토 행사 촬영 및 보정본 제공
- ✓ 2차 활용 가능한 콘텐츠 제공
- ✓ SBW 공식 채널 행사 전·후 포스터 업로드
- ✓ 촬영 모델 또는 인플루언서 포함 (1인 기준)
- ✓ 초빙 인플루언서 SNS 포스팅 (1건)
- ✓ 홍보 현수막 제작 및 보도자료 송출  
(지자체 협업 진행 시)



## PRO

BASIC + 마케팅비용 별도 지원시  
BASIC + 아웃도어 영상제작 올인원 플랜

- ✓ 고퀄리티 마케팅 영상 제작
- ✓ 하이라이트 영상 (90초 이내)
- ✓ 풀버전 영상 (4분 이내)
- ✓ 2차 활용 가능한 콘텐츠 제공
- ✓ 촬영 모델 또는 인플루언서 포함 (1인 기준)

\* 모든 제공 내용은 협의에 따라 일부 조정될 수 있습니다.

## 산봉우리 **파트너십 기대효과**



- ✓ 지자체·관광청과의 협업을 통한 공신력 확보 및 신뢰도 상승 효과
- ✓ 홍보비 대비 도달률을 극대화할 수 있는 공공 기반 미디어 파급력 확보
- ✓ 슷폼·롱폼·보도자료를 통한 장기적 바이럴과 시즌형 캠페인이 가능한 구조적 파트너십 구축

지자체와의 전략적 협업으로 브랜드 신뢰를 높이고,  
실사용 기반 콘텐츠로 마케팅 효과를 극대화하는

단 하나의 아웃도어 마케팅 솔루션,  
**산봉우리의 파트너십과 함께 하세요.**



OFFICE

인천광역시 연수구 한나루로 133, 474호

[산봉우리 홈페이지](#)

BRAND | SBW

OPERATOR | WILD-UP Inc.

CEO | Bongwoo Cho

TEL | 010 2636 4440

E-MAIL | [skyqhdwl@naver.com](mailto:skyqhdwl@naver.com)