

인바운드 체험형 여행사 사업계획서

1. 회사 개요

비전

한국의 고유한 문화와 경험을 통해 전 세계 여행자에게 잊지 못할 추억을 제공하며, 지속 가능한 관광 산업에 기여.

미션

- 독창적인 체험형 여행 상품 제공
- 지역 특화 관광 활성화
- 데이터 기반 고객 경험 최적화

2. 사업 배경 및 시장 분석

글로벌 및 국내 시장 현황

- **글로벌 여행시장 성장**: 2024년 기준, 전 세계 관광객 수는 COVID-19 이전 수준을 초과할 것으로 예상.
- **한국 관광 데이터**: 한국관광공사 빅데이터에 따르면, 2023년 외국인 방문객은 전년 대비 45% 증가.

제주도 시장 규모 분석

TAM (Total Available Market)

- 2024년 제주도는 외국인 관광객 120만 명 유치를 목표로 설정.
- 2023년 상반기 기준 외국인 관광객은 91만 2280명으로 전년 동기 대비 326.4% 증가.
- 현재 14개 해외 직항노선을 20개까지 확대 추진 중.

SAM (Serviceable Available Market)

- 체험형 관광에 관심이 있는 잠재 고객층:
 - **MZ세대와 개별 관광객**: 중국인 관광객의 80% 이상 차지.
- 주요 타겟층:
 - 중국 화남지역의 럭셔리 골프 관광객.
 - 대만/홍콩의 트레킹 및 올레길 체험 선호 관광객.
 - 일본의 한류 팬클럽 및 체험형 관광 선호층.
 - 싱가포르, 동남아의 개별 관광객.

SOM (Serviceable Obtainable Market)

- 실제 타겟팅 가능한 시장:
 - 체험형 관광 상품 선호도가 높은 특수목적관광(SIT) 시장.
- 주요 공략 세그먼트:
 - 감귤 따기, 해녀 문화 체험 등 제주 고유 문화 체험.
 - 한라산 등반, 올레길 트레킹 등 자연 체험.
 - 골프, 레저 스포츠 등 액티비티 체험.
 - 제주 로컬 음식 문화 체험

제주도 방문객 데이터 시각화

연도별 제주도 방문 외국인 관광객 수

아래는 2014년부터 2023년까지 주요 국가별 관광객 수와 총합 데이터를 시각화한 그래프입니다:

![연도별 제주도 방문 외국인 관광객 수]

(sandbox:/mnt/data/jeju_visitors_final_visualization.png)

분석 결과

- **중국**: 관광객 수가 압도적이며 2020년 팬데믹 이후 급감했으나, 2022년부터 회복세.
- **일본, 미국, 기타 국가**: 꾸준한 관심을 보이고 있으며, 맞춤형 상품 개발로 시장 확대 가능.
- **총계**: 2023년까지 회복세가 뚜렷하며 향후 성장 가능성이 높음.

3. 주요 사업 계획

사업 모델 및 상품 구성

1. **한류 체험 프로그램**: K-POP, 드라마 촬영지 투어.
2. **지역 특화 상품**: 전통 한옥 숙박과 한식 요리 체험.
3. **웰니스 프로그램**: 명상, 한방 스파, 치유 여행.
4. **제주 특화 상품**:
 - 감귤 따기 체험.
 - 해녀 문화 체험.
 - 한라산 등반 및 올레길 트레킹.
 - 골프 및 레저 스포츠 체험.

- 제주 로컬 음식 체험.

세부 상품 전략

- **한류 체험 프로그램**:
 - BTS 관련 체험지, 드라마 촬영지 투어.
 - 한국 전통 공연 체험 (판소리, 사물놀이 등).
- **웰니스 프로그램**:
 - 제주 오름에서의 명상 및 요가 클래스.
 - 자연 속 스파 프로그램과 전통 한방치료 체험.
- **로컬 체험 강화**:
 - 제주 감귤 농장과 협력한 감귤따기 체험 상품 확대.
 - 해녀와 함께하는 바다 채집 체험 및 역사 이야기 세션.

수익 모델

- 상품 예약 수수료(총 매출의 15%).
- 프리미엄 회원제 도입 (월 1만 원, 예상 회원수 5만 명).
- 현지 협력 업체와의 수익 공유 (10% 비율).
- 개인 맞춤형 VIP 패키지 추가 수익.

4. 경쟁 분석 및 차별화 전략

시장 경쟁 상황

- 인바운드 여행사 200개 이상 경쟁 중.
- 유사 상품 과다로 차별화 어려움.

트렌드 및 시즌 분석

- **트렌드**: 웰니스, 지속 가능성, 로컬 경험. Google 검색량 기준 웰니스 여행 연간 30% 상승.
- **시즌별 인기 상품**:
 - 봄: 벚꽃 여행(3월~4월).
 - 여름: 해양 액티비티(7월~8월).
 - 가을: 단풍과 역사 탐방(10월~11월).

- 겨울: 스키 및 온천 체험(12월~1월).

차별화 포인트

- 데이터 기반 맞춤형 체험 상품 제공.
- 지역 특화와 로컬 경험 강화.
- 지속 가능한 관광을 위한 친환경 프로그램 운영.
- **고객 피드백 활용**:
 - 실시간 리뷰 시스템 도입.
 - 고객 선호도에 따라 상품 개선 주기 단축.

5. 마케팅 및 홍보 전략

타겟 국가 및 마케팅 채널

- **타겟 국가**: 중국, 일본, 대만, 홍콩, 싱가포르, 동남아시아.
- **채널 다각화**:
 - SNS 광고: Instagram, Facebook, TikTok.
 - 유튜브 크리에이터와 협업.
 - 현지 OTA(Online Travel Agency)와의 제휴.

전략적 접근

1. **현지화된 콘텐츠 제작**: 각국 언어와 문화에 맞는 광고.
2. **공동 프로모션**: 항공사 및 호텔과 협력.
3. **SEO 강화**: 다국어 키워드 최적화.
4. **특화 관광 마케팅**:
 - 중국: 럭셔리 골프 관광.
 - 대만/홍콩: 트레킹 및 올레길 체험.
 - 일본: 한류 체험 프로그램.
 - 싱가포르/동남아: 개별 맞춤형 관광.

디지털 마케팅 강화

- Google Ads와 네이버 광고 활용.
- 데이터 분석 기반의 리타겟팅 캠페인 운영.
- 동영상 콘텐츠 마케팅 강화: 여행 후기와 체험 중심.

6. 데이터 활용 전략

플랫폼 UX 및 사용자 행동 분석

- **사용자 데이터 분석**:
 - 평균 전환율: 8% (목표: 10%).
 - 페이지 당 체류 시간: 평균 4분.
 - 모바일 사용자 비율: 65%.
- **개선 방안**: 모바일 최적화, 다국어 지원, 간소화된 예약 프로세스.

관광 빅데이터 활용

- **방문자 동선 분석**: 주요 관광지 주변 숙박 및 교통 데이터 시각화.
- **추천 알고리즘**: 머신러닝 기반 고객 맞춤 상품 추천.
- **성과 지표**: 월간 방문객 증가율 12%, 평균 구매액 15만 원.

7. 투자 계획

목표 투자금

- 50억 원.

투자 활용 계획

1. **플랫폼 개발**: 20억 원 (AI 추천 시스템, UX 개선 포함).
2. **마케팅**: 15억 원 (글로벌 채널 확장).
3. **운영 및 인프라 확충**: 15억 원 (현지 네트워크 및 물리적 인프라 강화).

투자 수익 전망

- 3년 내 BEP(손익분기점) 달성 목표.
- 예상 연매출 100억 원, 연평균 성장률 25%.
- **리스크 관리 계획**:
 - 계절적 성수기 대비 다각화된 상품 라인업 구축.
 - 긴급 자금 대출 라인 확보.

8. 기대 효과

지역 경제 활성화

- 신규 고용 창출: 약 500명 예상.
- 로컬 비즈니스와의 협력 강화.

지속 가능한 관광 모델 구축

- 친환경 체험 상품 개발.
- 문화와 자연 보존을 위한 노력.

외국인 관광객 유치 증대

- 연간 방문객 약 30만 명 추가 유치.
- 고객 만족도 지표 지속적 상승 (목표: 90% 이상 만족).
