



# 예비창업패키지 일반·특화 분야 사업계획서

## ☐ 일반현황

신청 분야(택 1)	<input type="checkbox"/> 일반분야 <input checked="" type="checkbox"/> 특화분야(소셜벤처 분야 제외)				
창업아이템명	[Walk To Korea] 한국 여행을 준비하는 외국인에게 (걸어서 한국 속으로)				
신청자 성명	김혜주	생년월일	1991.12.20	성별	여
직업	일반인	사업장 설립 예정지	광주광역시 북구 동림동		
팀 구성 (신청자 제외)					
순번	성명	담당업무	주요경력	비고	
1	권기범	마케팅	상명대학교 경제학전공	채용예정('21.5)	
2	김경렬	기술지원	조선대학교 응용화학소재공학과 졸업	채용예정('21.9)	

## □ 창업아이템 개요(요약)

<p><b>창업아이템 소개</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>Walk To Korea (걸어서 한국 속으로)</b> 한국 여행을 준비하는 외국인들과 국내 여행을 즐기는 소비자들에게 도보로 할 수 있는 여행을 제안하고자 브랜드명을 제작함.</li> <li>· 외국인의 한류 및 한국 콘텐츠의 소비가 증가함에 대비해 공급하고 있는 매체는 제한적임.</li> <li>· 한류문화 굿즈를 포함한 도보여행 플랫폼을 개발해 개인의 일정에 맞춘여행컨텐츠를 구성해나갈 수 있게 제공하며 관련된 상품을 제공할 예정임.</li> </ul>
<p><b>창업아이템의 차별성</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국의 콘텐츠를 활용하여 진행되는 행사는 단발적으로 진행됨. 자사는 단발적인 행사가 아닌 한국의 드라마, 영화, 예능 등 여러 콘텐츠에서 나온 문화나 특징적인 부분들을 제품화시켜 꾸준히 즐길 수 있게 제공할 예정임.</li> <li>· 도보로 가능한 곳을 선정하여 웹&amp;앱으로 활용할 수 있게 제작하여 데이터를 구축함. 통합적인 시스템의 구축으로 기존 여행 콘텐츠 사용자의 편리성 증진, 신규 사용자의 흥미 요소를 충족시켜 소비로 이어지게 할 예정임.</li> </ul>
<p><b>국내외 목표시장</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1순위 소분류 21세~ 26세의 외국인 여성을 주 타깃으로 함. 이동량과 소비패턴, 성향을 분석하여 관련 콘텐츠 및 커뮤니티를 제공함으로써 이용량 증가 예상함. 제작된 상품의 타 플랫폼을 통한 추가적인 광고 효과 동시 기대.</li> <li>· 2순위 대분류 여행을 주기적으로 다니는 20대 후반- 30대 이상의 남/여 고객층을 잡음. 여행의 감소로 인한 보복소비가 다른 쪽으로 치우치는 경우가 많음. 관심 분야의 데이터를 분석해 관련 상품으로 소비를 이어나갈 수 있게 한다면 상황에 따라 브랜드 관련 소비가 늘어날 것으로 예상함.</li> <li>· 3순위 국내 시장 여행 콘텐츠 영상 소비층이 높아지고 있으므로 지역 맞춤 상품이 제공되어야 할 것으로 예상됨. 현재보다 더 다양하고 자세한 콘텐츠의 주기적인 업데이트와 성향에 맞춘 콘텐츠 제공으로 관련 소비를 늘릴 예정.</li> </ul>
<p><b>이미지</b></p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>&lt; 한류전도사 가수 김현중 강원도 사근진해변 온라인콘서트 &gt;</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>&lt; CU말레이시아 1호점 하루 1천명 방문 현장 &gt;</p> </div> </div>

## 1. 문제인식 (Problem)

### 1-1. 창업아이템의 개발동기

- 유명 관광지를 제외하고 한국 속 관광지를 간접체험할 기회 부족으로 관광지역 몰림 현상 발생
  - 외국인이 볼 수 있는 관광지의 내용이 한정적(Youtube, Insta)이기 때문에 관광데이터 자원을 활성화시켜줄 방법이 필요함
  - 우리도 해외여행시 유명 관광지로 몰리는 현상이 발생함 그 이유로 제한적 정보가 핵심이라고 판단됨 대표자는 일본 여행중 길을 잃었지만 현지 사람들의 도움을 받아 지역 호수공원을 산책한 인상깊은 기억이 있음
- 전 세계적 한국 드라마 인기가 증가하였지만 콘텐츠 맞춤형 관광 정보 제공이 부족함
  - 2020년 넷플릭스에서 지난해 대비 한국 콘텐츠 시청량은 아시아 지역 약 4배, 북유럽에서는 2.5배 증가한 결과를 전함. 한류의 현상이 확장되고 있는 시점에서 외국인 접근이 편리한 관광정보 제공 웹&앱이 필요하다고 판단됨
  - 해외여행을 선택할 때 대중적인 대표여행지를 많이 선택하지만 여행자 기억속에 있는 특별한 영화, 드라마의 촬영지를 보고싶다는 마음을 가지고 있음

### 1-2. 창업아이템의 목적(필요성)

- 외국인도 걸으며 관광할 수 있는 다양한 정보를 웹&앱으로 개발

- 걸어서 여행할 수 있는 숨겨진 명소의 데이터를 분류하고 통합, 나라별 정보공유 시스템을 구축해 관광 데이터를 쌓을 예정. 해외여행시 한국인이 숙박업소 리뷰를 통해 선택하는 방법을 응용해 관광지 리뷰 활성화
- 국내 숨은 걷기 명소 정보를 제공한다면 자연과 함께하는 관광을 원하는 외국인의 시장점유율을 80%이상 가져올 수 있을 것으로 판단됨 사업초기 1년 이후로 매년 1억 이상, 15%이상의 성장을 예상함
- 한국 드라마, 영화에 특화한 맞춤형 관광지 정보를 제공
  - 코로나로 관광산업의 위기를 기회로 삼아서 간접 여행 데이터를 제공하는 플랫폼을 개발 관련성 있는 관광 정보를 통합적으로 확인할 수 있는 시스템을 구축할 것임
  - 한국 드라마 맞춤형 여행지, 인물의 디자인 제품을 공동구매할 수 있도록 만들겠음. 광고 수익 외 디자인 제품으로 여행하지 못하는 아쉬움을 달래고 플랫폼 유입도를 높이겠음.

## 2. 실현가능성 (Solution)

### 2-1. 창업아이템의 개발·사업화 전략

- 비즈니스 모델
  - UX&UI 목업 구축 및 외주 업체 4개월 소요.
  - 신규 소비자, 잠재적 진입자를 위한 대내외적 홍보 시스템을 설계할 것임.
- 산림청, 중앙행정기관의 DB 제공 협력
  - 각 기관의 DB 제공 협력 제안으로 데이터 통합 진행할 예정.

< 사업 추진일정 >

추진내용	추진기간	세부내용
플랫폼 제작	2021.07.01. ~ 2021.07.20.	시안 제작/ 외주업체 보완, google play 웹&앱 기반으로 제작
DB 제공 협력 제안	2021.07.21. ~ 2021.07.30.	중앙행정기관의 데이터 통합
현장 답사	2021.08.01. ~ 2022.08.20.	서울 - 제주도 - 부산 도보 가능한 주요 관광지부터 사전 답사
공동구매 제품 제작	2021.08.01. ~ 2021.08.31..	공동 구매 페이지, 공급업체, 브랜드 업체와의 협력
클라우드 펀딩	2021.09.01. ~ 2022.12.31.	굿즈 아이템으로 해외 클라우드 펀딩

## 2-2. 창업아이템의 시장분석 및 경쟁력 확보방안

- 기존 한정된 관광지의 수직적 광고구조 탈피 상호적 광고 특화 전략
  - 자사는 기존 한정된 관광지 이외의 접근성이 높은 도보 여행 가능한 관광지를 추가하고 리뷰를 도입함으로써 기존의 수직적인 광고 시스템에서 벗어나 사용자를 늘리고 만족도를 높임으로 신뢰도를 높일 계획임. 여행의 부재를 통한 플랫폼 유입을 늘려 동시에 보상소비를 늘려 수익 창출 예정.
  - App내의 신뢰도를 높이기 위해 정확한 데이터의 조사로 주기적인 정보와 상품 업데이트 진행. 기존 콘텐츠 소비자와 잠재 소비자를 고려하여 마케팅 진행 예정.

### 3. 성장전략 (Scale-up)

#### 3-1. 자금소요 및 조달계획

- 초기 자금 활용 계획, 연 1억 이상 매출 달성 후 신규 자금 조달 계획
  - 정부 지원금 1억 + 자기 조달 25백만 원 / 총 1억 25백만 원 초기자금 사용할 예정임.
  - 연 1억 이상 매출 달성 후 해외 배송형 클라우드 펀딩, 초기 창업 패키지, 신용보증기금으로 자금 조달할 것임.
- 대표 자금 소요 계획
  - 플랫폼 제작, 직원 2인 고용 유지 65백만 원 사용하겠음
  - 재료비, 기기설비, R&D, IT교육, 임대료, 마케팅, 비품에 60백만 원 사용할 것임.

#### < 사업화자금 집행계획 >

비 목	산출근거	금액(원)
시제품/ 본제품 제작	• 시제품 재료 및 설비 (제조설비, 원재료 등)	10,000,000
	• 사무실 (임대료 * 7개월, 보증금 및 고정비용)	15,000,000
플랫폼 제작	• 외주 제작 (기본 웹&앱 플랫폼)	25,000,000
인력 고용	• 2명 * 2,490,000원 (총 8개월)	34,860,000
마케팅 (업체)	• 크몽 인스타 광고 최적화 (1개월 500,000원) *7개월	3,500,000
	• 네이버 광고 (1개월 400,000원) *7개월	2,800,000
교육 홍보, 여비	• R&D, IT 교육, 단체 포럼, 박람회 참가, 제품 수급 여비	15,000,000
창업 소모품비	• IT설비와 비품 (컴퓨터, 소프트웨어 이용료 * 7개월)	12,000,000
합 계		118,160,000

## 3-2. 시장진입 및 성과창출 전략

### 3-2-1. 내수시장 확보 방안

- 4P, 타깃 소비층 외국인 한국 관련 콘텐츠 소비자
  - 온라인 시장에서 활발하게 많은 양의 한국 여행 콘텐츠를 소비하는 소비자를 중심으로 초기 집중 마케팅 및 광고. 여행의 대체제로 어플 소비량과 상품 소비량을 늘림.
  - 온라인 한국여행 관련 콘텐츠 커뮤니티 이용자 중 도보여행의 주 소비층을 집중 지원하여 내수 시장 활성화 및 광고 수익 창출
- 4C, 온라인 플랫폼 구축 및 클라우드 펀딩으로 브랜드 품질 인식
  - 여행이 위축되어 있는 시장에서 온라인 플랫폼 구축 및 굿즈를 통한 소비로 브랜드 홍보를 동시에 진행함. 여행의 감성과 관련 디자인 용품, 서비스 제작하여 클라우드펀딩. 클라우드 펀딩을 통한 브랜드 품질을 다양한 시각에서 인식하고 피드백받아 계속해서 진행.

### 3-2-2. 해외시장 진출 방안

- 동남아 4개국에서 뽑은 가장 인기있는 콘텐츠 중 49%가 한국 콘텐츠, 여행의 감소로 들어가는 '한국산 제품'의 보상소비
  - 한국산 제품과 식품을 판매하는 동남아 진출 gs편의점은 전년 대비 27.3% 증가하며 진출 4년만에 흑자 전환함. 코로나19로 인한 여행의 감소대비 '한국산 제품'의 보상소비가 증가한 것으로 파악됨.
  - 한국 콘텐츠의 소비량이 늘어난 것에 비해 문화를 접할 수 있는 기회의 감소로 소비자의 만족도를 채워줄 한류 여행지의 문화 상품을 제작해서 판매한다면 성공률이 높다고 판단됨.

## 4. 팀 구성 (Team)

### 4-1. 대표자 및 팀원의 보유역량

#### ○ 대표자 현황 및 역량

- 건축 디자인 전공 / 건축 설계 및 인테리어 경력 (2년)
- 제품디자인 및 기획 / 마케팅 경력 (3년)

#### ○ 팀원현황 및 역량

순번	성명	주요 담당업무	경력 및 학력 등	채용시기
1	권기범	경영/ 마케팅	경제학 학사	'21.5
2	김경렬	기술지원	SW 유지 보수	'21.5
3	전현지	R&D 분석	화학공학 박사	'21.9

#### ○ 추가 인력 고용계획

순번	주요 담당업무	요구되는 경력 및 학력 등	채용시기
1	풀스택 개발자 유지 및 보수	IT분야 전공 학사 이상	'22.02
2	여행 기획 / 마케팅	글로벌 업무를 위해 영어회화가 능통한 자	'22.04
3			

#### ○ 업무파트너(협력기업 등) 현황 및 역량

순번	파트너명	주요역량	주요 협력사항	비고
1				
2				