



현지인과 살아보는 섬마을 체험 패키지 제안

터미데이터 | 강명지 · 김재영 · 서윤제 · 엄예림 · 오지선 · 이건희

| 목차 |

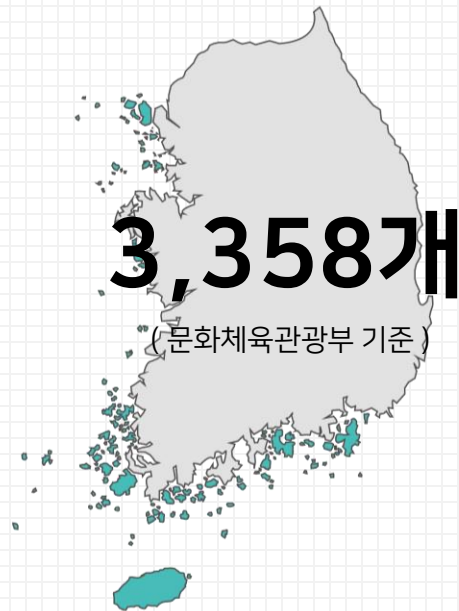
- I. 분석개요
 - 1. 상황 분석 및 문제 제기
- II. 분석 내용
 - 1. 대중 트렌드 분석
 - 2. 여행 트렌드 분석
 - 3. 컨셉 도출
- III. 마케팅 전략 제안
 - 1. 상품 소개
 - 2. 기대 효과
- IV. 요약 및 결론
- V. 역할 분담

I. 분석 개요

1. 상황 분석 및 문제 제기

국내 여행지로 '섬'은 인기가 없다.

한국 관광공사는 '섬 여행 활성화 사업' 활발히 추진 중



- 문화체육관광부- 2007~2012 '가고 싶은 섬' 시범사업 실시
- 문화체육관광부- 2014~ '가고 싶은 섬' 정식 사업 진행중
- 인천시 - 도서특성화 시범마을 육성사업

하지만 사람들은 국내여행으로 섬을 많이 가지 않는다

<국내 최고 여행지>

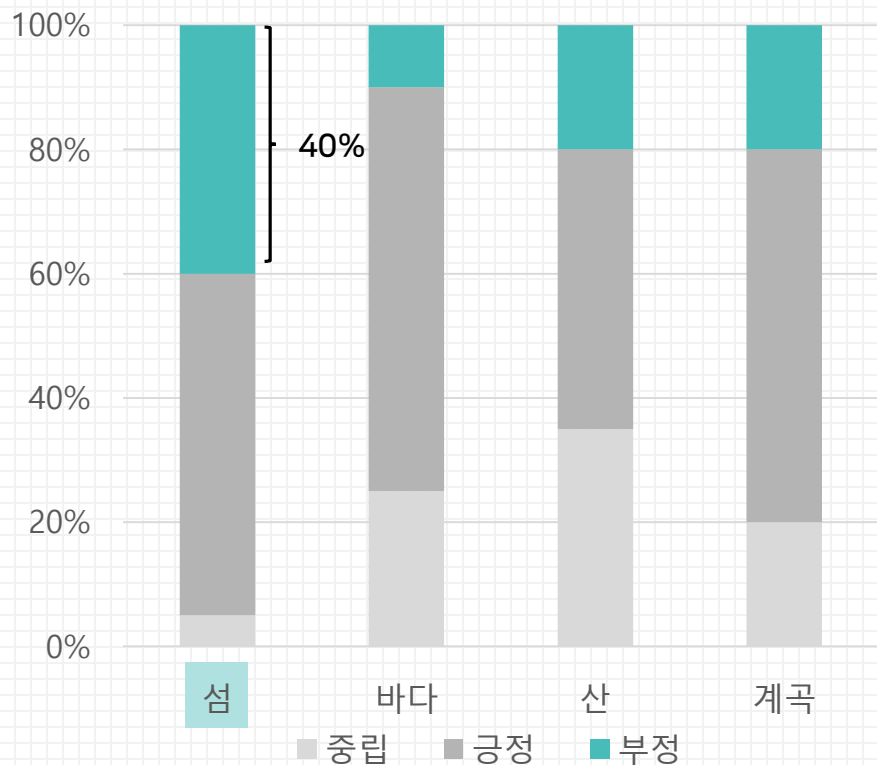
순위	도시
1위	제주
2위	부산
3위	속초
4위	여수
5위	전주

I. 분석 개요

1. 상황 분석 및 문제 제기

'섬'은 조용하고 깨끗하지만 여행하기 **힘들고 불편**하며 여행하기 **무서운** 곳으로 인식됐다.

'섬'에 대한 부정적 이미지는 전체의 40%를 차지



'섬'에 대한 긍정적 & 부정적 키워드

긍정	count
아름답다	897
즐겁다	412
새롭다	389
예쁘다	289
행복하다	283
시원하다	261
멋지다	230
조용하다	164
깨끗하다	141
맑다	112
자유롭다	86

부정	count
힘들다	444
어렵다	278
비싸다	253
멀다	201
덥다	162
불편하다	126
부족하다	112
무섭다	104

인적이 드물고
섬 특유의 조용한 분위기를
잘 간직한 곳입니다.

혹시 청산도 (...중략...) 할머니께서
너무 힘들어하셔서
저랑 할머니는 빨리 구경하고 ...

섬 내에 마땅한
대중교통수단이 없기 때문에
돌아다니기가 힘들었습니다

좀 무섭지 않을까요? 호신 스프레이 같은거 좀 챙겨가세요.....
섬 절대 금물! 너무 외진곳으로 갔다가, 혹시라도.~

I. 분석 개요

1. 상황 분석 및 문제 제기

국내 주요 여행사의 **섬 여행 패키지**는 주로 **관광지 위주의 획일적 패키지**가 대부분이었다

국내 주요 여행사 울릉도 여행 상품 코스 비교

● 3개 상품 공통 관광지 7개
● 2개 상품 공통 관광지 6개

HNT 하나투어



모두투어



거품없는 직판여행 NO.1 노랑풍선

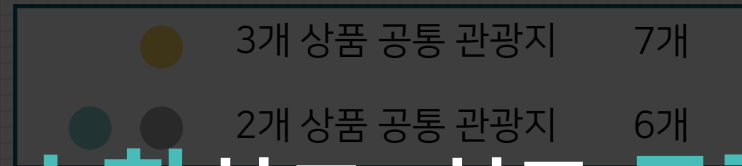


I. 분석 개요

1. 상황 분석 및 문제 제기

국내 주요 여행사의 **섬 여행 패키지**는 주로 **관광지 위주의 획일적 패키지**가 대부분이었다

국내 주요 여행사 울릉도 여행 상품 코스 비교



섬 여행의 **단점은 최소화**하고, 최근 **트렌드는 반영**된

HNT 하나투어



섬 여행 패키지를 만들 수는 없을까?

모두투어



거품없는
직판여행 NO.1
노랑풍선



II. 분석 내용

1. 대중 트렌드 분석

10년 전과 현재의 베스트셀러 상위 20위를 비교했을 때,
목표 지향적 도서의 비중이 줄어들고 **힐링, 감성 치유 도서**의 비중이 크게 **증가**했다.

2007년도 베스트셀러

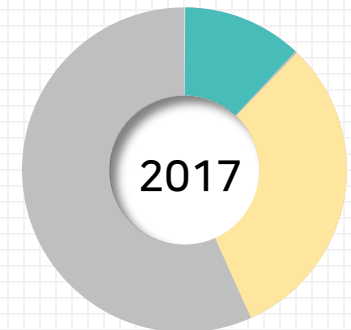
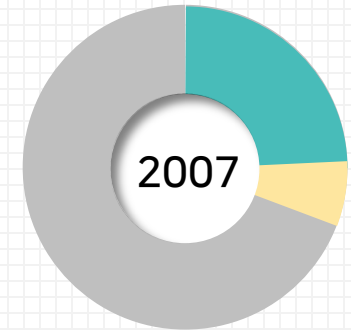
순위	도서명
3	대한민국 20대 재테크에 미쳐라
4	이기는 습관
5	해커스 토익 Reading(해설집포함)
9	파페포포 안단테
12	해커스 토익 Listening
14	회사가 당신에게 알려주지 않는 50가지 비밀



2017년도 베스트셀러 (상반기)

순위	도서명
1	언어의 온도
2	자존감 수업
3	어쩌면 별들이 너의 슬픔을 가져갈지도 몰라
6	완벽한 공부법
7	나미야 잡화점의 기적(양장본)
14	영어책 한권 외워 봤니?
17	미움받을 용기
18	나는 나로 살기로 했다
19	보노보노처럼 살다니 다행이야

- 목표 지향적 도서
- 힐링, 감성 치유 도서



II. 분석 내용

1. 대중 트렌드 분석

도서 리뷰 분석 결과 현재 많은 사람들이 인간관계에서의 조언을 필요로 하고 있고,
더 나아가 **지친 현실에서 벗어나 쉬고 싶은 욕구**를 갖고 있다는 사실을 알 수 있었다.

2017년도 상반기 베스트셀러 20위 도서의 리뷰 형태소 분석 (상위 10개 단어)

명사	빈도
사람	4156
우리	2087
자신	1961
생각	1771
인간	1131
시간	1121
다른	1101
마음	1085
지금	897
민감	862

하루가 멀다 하고 발 빠르게 버전 업 되고 있는 각종 첨단산업과 복잡한 인간관계에서
어떻게 살아가야 **삶다운 삶을 살 수 있고** 궁극적으로는 고귀한 행복의 열매를
맛볼 수 있을 것인가를 **생각**하는 시간이 되었던 것이다 -미움 받을 용기-

그냥 그 순간 붙잡고 있는 걸 놓아도 된다는 편한 **생각**으로 **살아가면** 안될까요?^^;;
-보노보노처럼 살다니 다행이야-

삶의 복잡한 문제를 단순하게 짚어보는 **시간**이 나에게 힘과 용기를 준다는 생각이 들었다
-미움 받을 용기-

여럿 어울리는 자리에서 대차게 적응을 하는 것처럼 보이지만, 쉽게 피곤해하고
어서 집에 가서 **쉬고 싶다** -센서티브-

동사 · 형용사	빈도
살다	995
자다	852
느끼다	731
살아가다	589
쉬다	559
내다	487
시키다	486
늘다	483
해보다	480
나다	474

II. 분석 내용

1. 대중 트렌드 분석

리얼버라이어티/오디션 프로그램 위주의 예능 프로그램의 동향이
자급자족/여행/쿡방/섬예능 프로그램으로 변화하고 있으며 **큰 인기**를 얻고 있다.

2008



리얼 버라이어티



KBS 1박2일
MBC 무한도전
MBC 뜨거운형제들
SBS 런닝맨
SBS 정글의법칙

2010



오디션/경연



KBS 도전! 스타탄생
MBC 위대한 탄생
MBC 나는 가수다
SBS 기적의 오디션
SBS K팝스타
SBS 패션왕 코리아
Mnet 슈퍼스타
Jtbc 메이드 인 유
Jtbc 칸타빌레
Jtbc 탑 디자이너
tvN 오페라스타
tvN 코리아갓탤런트

2013



육아/관찰



KBS 맘마미아
MBC 나 혼자 산다
MBC 진짜사나이
Jtbc 대단한 시집
tvN 더 지니어스
MBC 아빠! 어디가?
KBS 슈퍼맨이 돌아왔다
SBS 오! 마이 베이비

2015



쿡방/먹방



SBS 백종원의 3대천왕
SBS 백종원의 푸드트럭
Jtbc 냉장고를 부탁해
tvN 수요미식회
tvN 집밥백선생
tvN 내친구와 식사를 합시다

2016



시청자 참여듀엣



Jtbc 히든싱어
MBC 듀엣가요제
SBS 판타스틱 듀오

2017



자급자족/여행

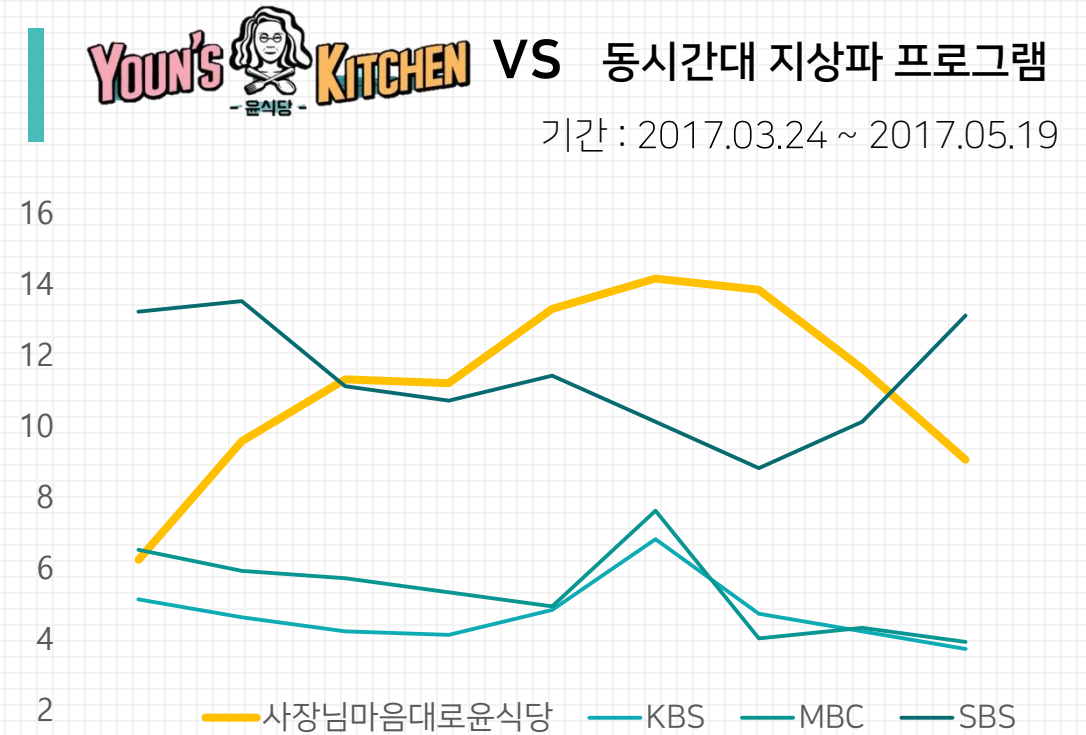
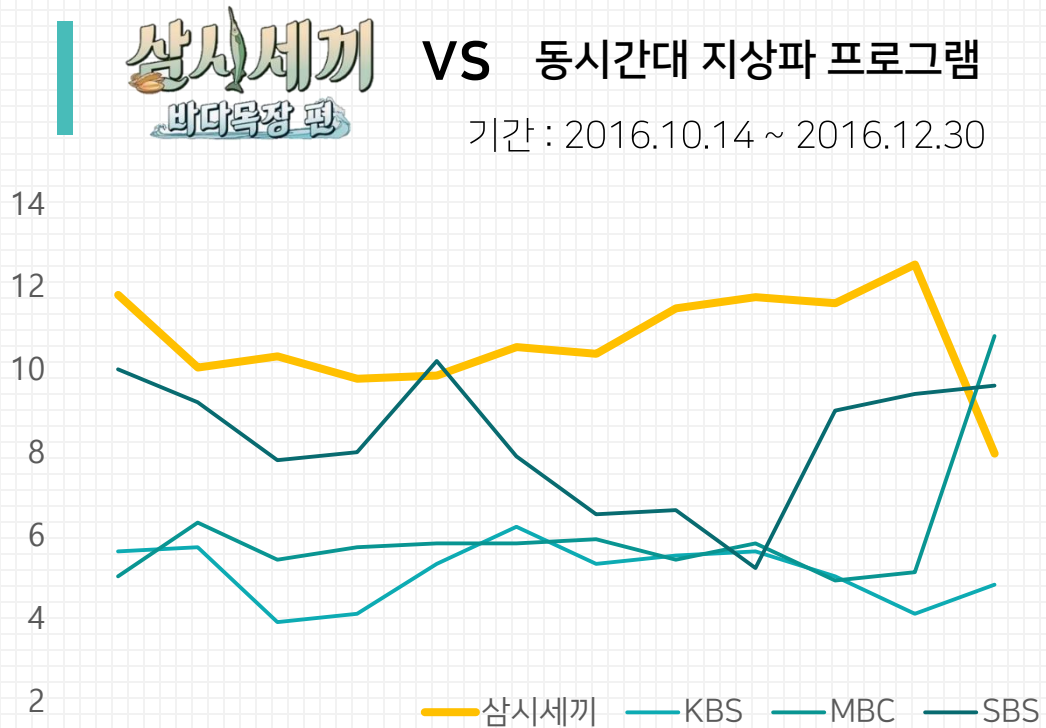


KBS 배틀트립
SBS 주먹쥐고 뱃고동
Jtbc 갑자기 히어로즈
Jtbc 호리네민박
tvN 꽃보다시리즈
tvN 삼시세끼 어촌편
tvN 윤식당
tvN 섬총사

II. 분석 내용

1. 대중 트렌드 분석

특히 **섬예능**인 '삼시세끼'와 '윤식당'은 큰 인기를 끌었다.



자료 출처: 닐슨 코리아

* <삼시세끼>, <윤식당>의 마지막회는 감독판으로 방송됨

여행 트렌드 동향을 조사해본 결과,
여행지에서 **현지인과 교감**하고, 방문보다 **경험**에 의미를 두는 **힐링 추구** 여행이 각광받고 있다.

최근 여행 트렌드의 특징

지역의 숨겨진 매력을 찾아 떠나는 여행

획일화 된 대량 관광



- 다양한 삶과 문화를 체험하고, 현지인과의 교감을 즐기려는 여행 선호
- 잘 알려지지 않은 여행지 선호
- 여행지에서 주민들과 함께 어울리는 여행 선호

스스로 결정하고 떠나는 DIY 여행

단순히 장소를 방문하고, 관광지 투어 위주의 여행



- 장소에서의 경험 + 정신적, 심리적 만족을 추구하는 체험 여행
- 현지인과의 교감을 나누는 경험을 원함

여유로움과 행복을 추구하는 슬로 여행

- 위안과 치유를 위한 힐링추구형 여행 부상
- 여행 경험 증대에 따른 '슬로' 한 여행방식 추구

II. 분석 내용

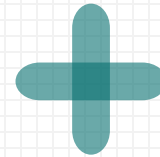
3. 컨셉 도출

대중 심리가 반영된 트렌드 분석

베스트셀러



예능



최근 여행 트렌드 분석

- 지역의 숨겨진 매력을 찾아 떠나는 여행
- 스스로 결정하고 떠나는 DIY 여행
- 여유로움과 행복을 추구하는 슬로 여행

‘슬로라이프(Slow Life)’

: 급속도로 변화하는 시대 속에 현대인들이 현실에서 벗어나 정신에 휴식을 주고 느림의 가치를 실천하는 삶

현지인과 직접 살아보는 섬마을 여행

현지인들의 삶과 문화를 체험하고, 현지인들과의 교감을 즐긴다.

현지인 가이드 여행?

1. 많이 준비하지 마세요 ➤ '힘듦', '불편함' 최소화

현지 가이드의 픽업 / 가이드와 함께하는 섬 내 이동 / 필요한 물품은 가이드에게

2. 너무 걱정하지 마세요 ➤ '무서움' 최소화

외진 곳은 안가요 / 길 찾아 헤매지 마세요 / 잠은 안전한 숙소에서

3. 다른 여행과는 다르니까 ➤ '트렌드' 반영

유명 여행지가 아닌 현지에서 느끼는 소박함

'현지인과 직접 살아보는 섬마을 여행' - 섬시세끼 투어

타겟

- 삼시세끼 어촌편, 효리네 민박을 보고 '나도 가보고 싶다'고 생각한 적 있는 사람
- 지친 일상에서 벗어나 힐링이 필요한 사람
- 소박한 현지의 분위기를 느끼고 싶은 사람

컨셉

- 현지인만 알고있는 숨어 있는 명소 여행
- 자연에서 직접 재료를 채취하는 자급자족 여행
- 쿠킹클래스를 통한 나만의 로컬 푸드 여행

대표 섬 선정

전국 어촌 체험마을 목록



섬 106개



'섬'+ '어촌 체험마을' 목록 추출



섬 33개



블로그 후기를 통해 3개 섬 선정

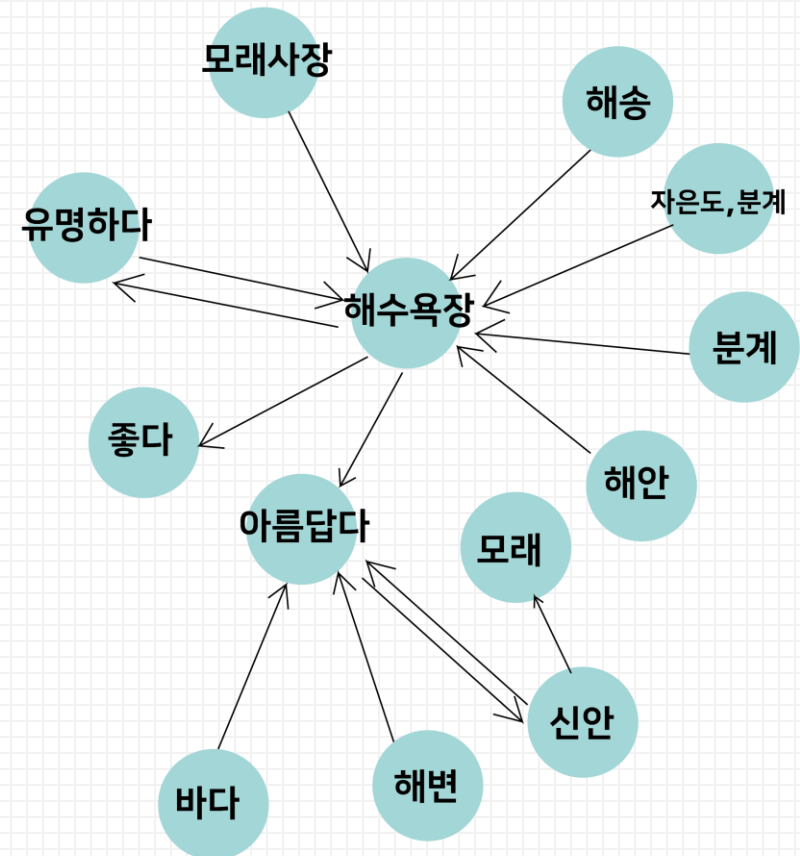


자은도, 세어도, 청산도

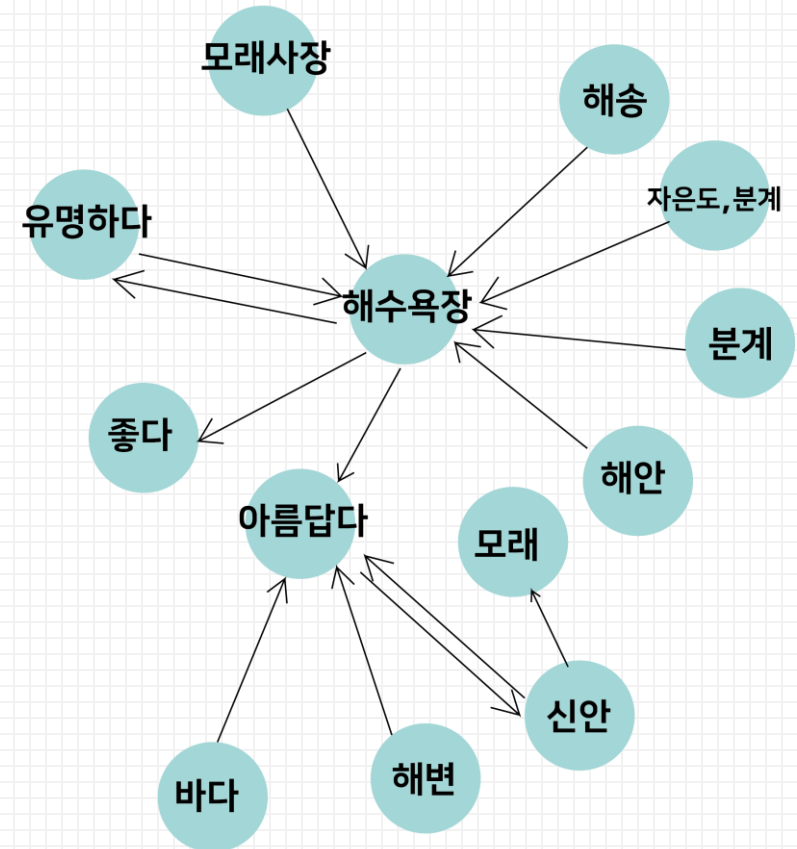
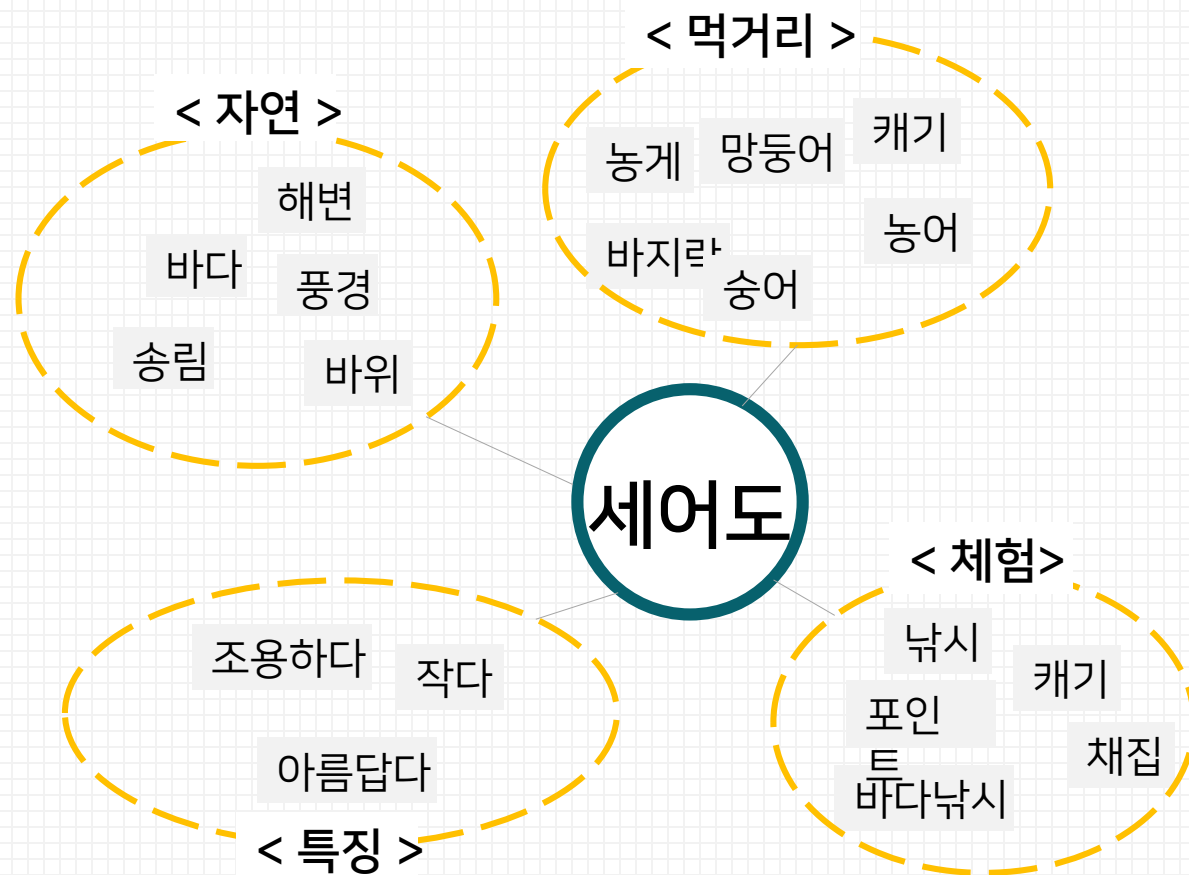
III. 마케팅 전략 제안

1. 상품 소개

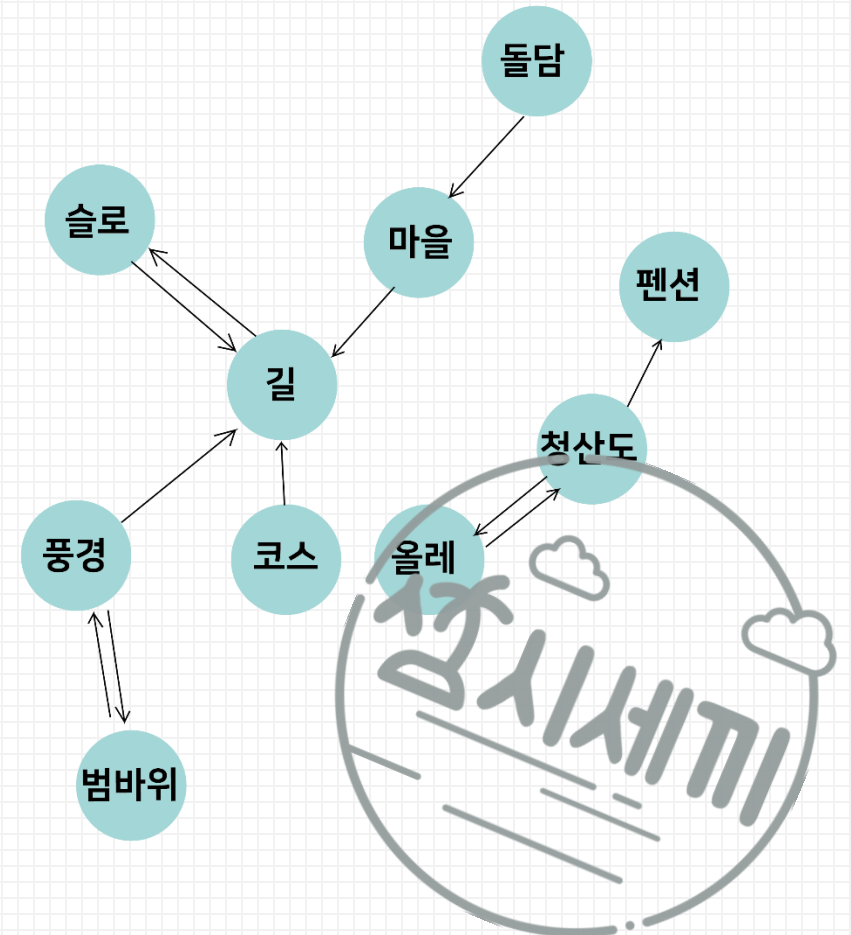
자은도 마인드맵 & 연관성 분석



세어도 마인드맵 & 연관성 분석



청산도 마인드맵 & 연관성 분석

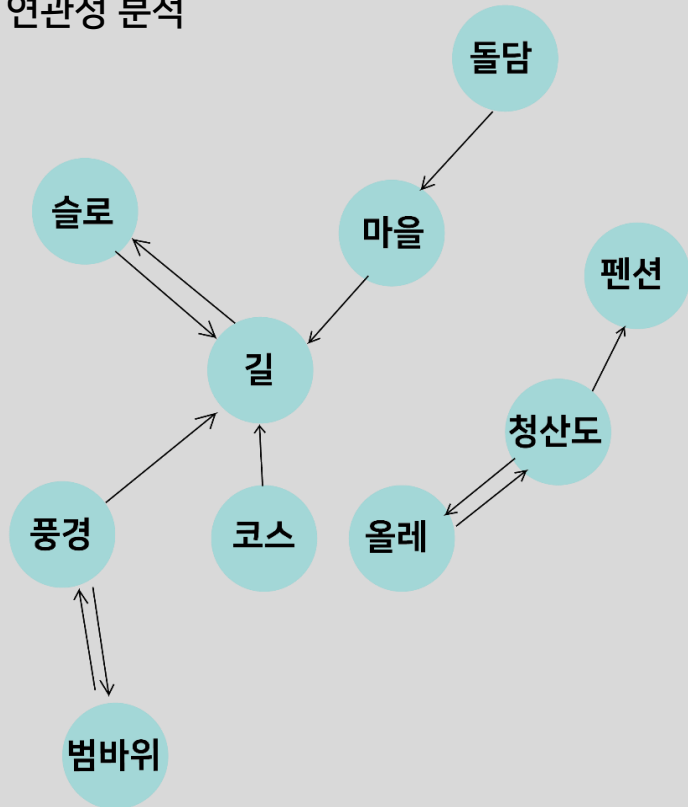


III. 마케팅 전략 제안

1. 상품 소개

느리게 걸으며 재충전 하는 곳, '청산도'

키워드 연관성 분석



길

슬로, 마을, 풍경, 코스, 범바위, 돌담

청산도

올레, 펜션

"청산도 여행 근래에 다녀온 휴가 중 가장 큰 쉼과 힘을 얻은 곳"

"청산도 서편제길은 걷는게 자체가 너무 아름다운 곳"

"산과 하늘,바다가 어우러진 섬을 천천히 돌아보면서 힐링 하기 좋은 곳!"

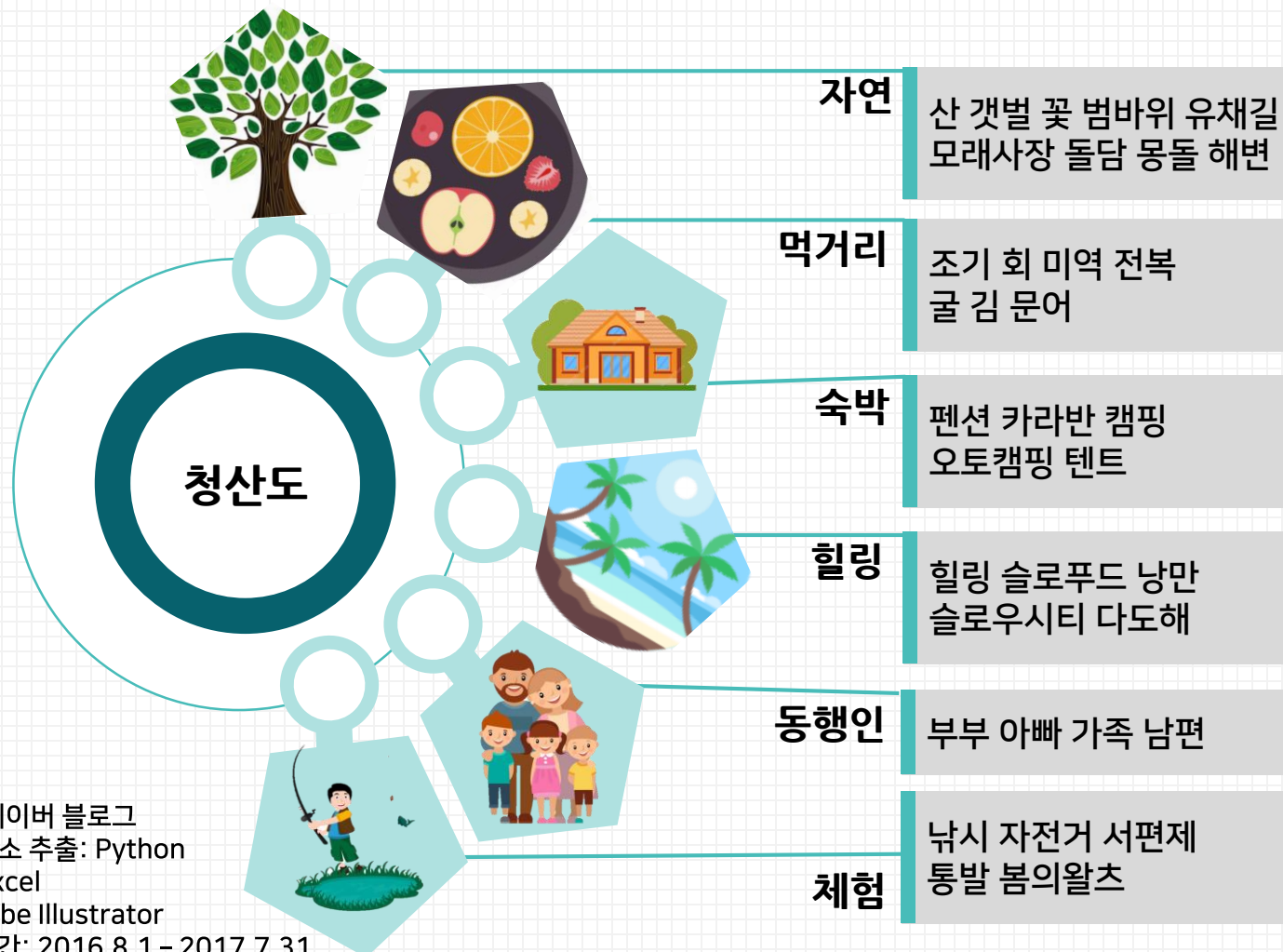


청산도 여행은 '느리게 살아가는 여행' 컨셉

III. 마케팅 전략 제안

1. 상품 소개

느리게 걸으며 재충전 하는 곳, '청산도'



1 누구와

- 가족들과

2 무엇을

- 돌담길 걷기
- 전복 양식장 체험
- 문어 통발 잡이 체험
- 나만의 슬로푸드 만들기
- 서편제 촬영장 방문

3 왜

- 슬로라이프를 즐겨 보기 위해

4 어디서

- 펜션, 카라반, 캠핑 등 취향에 따라

III. 마케팅 전략 제안

1. 상품 소개

상품소개

일정

세부사항



[섬시세끼 투어] - 청산도에서 살아 보기 조용한 섬에서 느리게 살아보는 여행



상품유형

현지인투어



만나는 시간

오전 11시



소요시간

1박 2일

가격

₩ 90,000/ 1인

₩ 80,000/ 2인

₩ 70,000/ 3인 이상

예 약 하 기

III. 마케팅 전략 제안

1. 상품 소개

상품소개

일정

세부사항



[섬시세끼 투어] - 청산도에서 살아 보기 조용한 섬에서 느리게 살아보는 여행

여행 컨셉

- 1 지도 보고 직접 저녁식사 재료 구하기
- 2 구해온 식재료로 현지 주민과 청산도 토속 음식 만들기
- 3 신선한 쿠킹 클래스+플레이팅을 통한 온전히 나만의 요리 남기기

가이드 소개

청산에서 나고 자라 45년간 청산의 방방곳곳을 다녔던 택시운전수 정삼도입니다. 청산 토박이로서 제가 사랑하는 이 섬을 누구보다도 제일 잘 소개할 수 있습니다. 여러분의 여행 제가 책임지겠습니다!

Ⅲ. 마케팅 전략 제안

1. 상품 소개

상품소개

일정

세부사항



전라남도 완도군 완도읍 군내리



완도여객터미널 에서 만나기

현지 전문 가이드가 터미널에서 섬 내부까지 인도해 드립니다.



청산도 도착, 현지인 숙소에서 로컬 푸드 체험

현지에서 준비한 특별한 요리 지역의 재료로 요리한
청산도탕, 툇밥 등의 로컬푸드를 맛보실 수 있습니다



서편제 촬영지와 돌담마을 투어

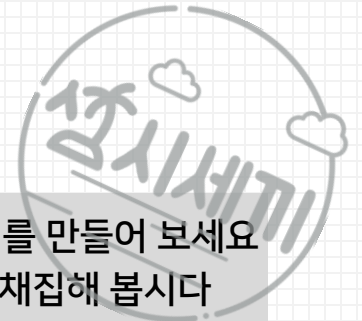


청산도의 소리와 이야기

서편제 촬영길 걸으며 판소리도 듣고
돌담마을 걸으며 현지인의 청산도 역사 이야기를 들어봅시다

섬시세끼 - 청산도편

현지인 가이드의 지도를 통해 나만의 섬시세끼를 만들어 보세요
어떤 음식이 만들고 싶으신가요? 직접 재료를 채집해 봅시다





쿠킹클래스 플레이팅



현지의 요리와 맛

구해온 식재료로 현지 가이드에게 배워보는 청산도 토속 음식
신선한 쿠킹 클래스+플레이팅을 통한 온전히 나만의 요리 남기기



2일차



청산도의 길을 밟아보자

이튿날
범바위 전망대에 올라 한치라면 맛보기

III. 마케팅 전략 제안

1. 상품 소개 - 섬시세끼 청산도편

상품소개

일정

세부사항

STEP 1

현지인으로부터 수산물과 농작물을 채취, 수확할 수 있는 어촌체험장 및 텃밭 지도 획득하기



▲ 청산도 주요 관광지 및 편의시설, 산책로 정보가 담긴 관광 지도

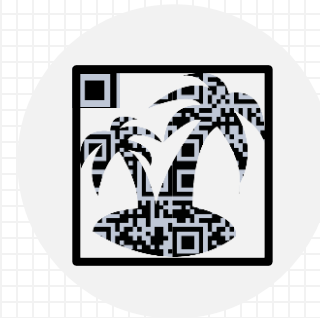


▲ 현지인이 직접 그린 숙소 근처에서 얻을 수 있는 식재료의 위치와 소소한 생활 팁이 담겨있는 지도

STEP 2

GPS와 AR기능을 이용한 청산도 길안내 앱 활용해 식재료 구하기

- 지도를 보고 길을 찾는 데 어려움이 있는 여행자
 - 마을지도를 손으로 들고 다니기 귀찮은 여행자
- ’섬 구석구석 길안내 앱’
준비되어 있습니다.



STEP 3

직접 구한 식재료를 활용한 쿠킹&플레이팅 클래스

주요 SLOW FOOD 레시피



청산도의 대표적 슬로푸드, 청산도탕



요리재료

문어100g 물 3컵 쌀가루 1컵
들깨가루 3큰술 쪽파 2줄기 천일염



조리방법

1. 소금을 이용해 문어를 손질한다.
2. 물 3컵을 넣고 삶은 후 체로 거른다.
3. 삶은 문어를 자르고 간한다.
4. 쌀가루는 물에 개놓고 쪽파를 썬다.
5. 2의 육수에 들깨가루 넣어 끓인다.
6. 4의 쌀가루를 넣어 잘 퍼지도록 나무주걱으로 저어가며 끓인 후 3의 문어와 쪽파를 넣어 마무리한다.

두른 바다먹물을 달은, 군소무침



요리재료

오이 1개 양파 1/2개 미나리 한 줌
홍/청고추1개 다진마늘/참기름1T



조리방법

1. 군소에 칼집을 내 내장을 제거한 뒤에 삶는다.
2. 양파, 미나리, 청홍고추를 손질해 먹기 좋게 썬다.
3. 오이는 반으로 갈라 어슷 썰어 소금에 절여 놓는다.
4. 삶은 군소를 어슷 썬다.
5. 채소와 군소를 양념장과 버무린다.

경제적 효과

1. (지역사회) 섬 관광개발로 인한 **지역경제 활성화**
2. (지역사회) 섬 사회의 **지속적인 경제발전**과 지역사회 보전
3. (지역사회) 해당 섬 지역 문화에 정통한 주민들의 관광 사업 참여의 폭이 넓어지므로 **섬 지역 주민소득 향상**에 직접적으로 기여
4. (관광공사) 지방자체별 이웃 지역과 차별화된 패턴의 관광지 개발 및 계획 수립으로 **투자자의 관심 유발**
5. (국가) **획일적 관광 문화 탈피**
→ 상품 개발 시 해외 관광객에게도 다양한 관광 상품 제공 가능

심리적 · 부수적효과

1. (사회) '섬'에 관한 **부정적 인식 개선 효과**
2. (소비자) **다양화 · 세분화** 되어 있는 소비자의 수요 충족 가능
→ 새로운 체험 및 여행을 경험해보고 싶은 소비자들의 수요
3. (관광공사) 여름철에만 관광객이 집중되는 **계절적 편중 현상 해소**
4. (관광공사) 섬 관광 활성화 **사업 및 정책에 도움**

IV. 요약 및 결론

요약, 결론

요약

1. **상황** : 국가에서 섬 장려 사업을 활발히 추진하지만 사람들은 섬 여행을 많이 가지 않는다
2. **문제 및 원인**: 가지 않는 원인은 섬 여행이 '힘들고, 불편하며, 무섭고, 획일적'이기 때문이다
3. **분석**: 트렌드 분석 결과 현대인은 '정신의 휴식과 현지를 느낄 수 있는 여행'을 원한다
4. **기획**: 이러한 수요를 '섬 여행'에 반영, '현지인과 직접 살아보는 섬마을 여행' 기획했다
5. **솔루션**: 현지인 가이드 동행을 통해 '힘들다', '불편하다', '무섭다'라는 섬 여행의 단점을 축소시키고 현지인만 아는 DIY 여행지를 찾아다니므로 '획일적인' 이미지 또한 해결 가능했다
6. **타겟 및 섬 선정**: 타겟은 슬로우 라이프에 대한 욕구가 있으며 현지체험을 원하는 현대인으로 정했으며 어촌체험 마을 중 슬로우 라이프의 이미지에 잘 맞아떨어지는 청산도를 선정했다
7. **상품**: 가이드와 함께 걷는 코스, 식재료를 직접 찾아서 요리해보는 쿠킹 클래스, 길을 알려주는 섬 강아지 AR 기능을 넣어 '섬시세끼' 투어 상품을 기획했다
8. **기대 효과**: 다양한 소비자 욕구 충족, 지역사회 발전, 국가 섬 관광 활성화 사업에 일조, 섬 이미지 개선 등의 기대 효과가 존재한다

결론

섬 여행은
'힘들고, 불편하며, 무섭다, 획일적이다'

섬시세끼

힘들지 않다: 현지 가이드의 픽업
편하다 : 가이드와 함께하는 섬 내 이동
필요한 물품은 가이드에게
무섭지 않다: 가이드가 동행해서 안전한 장소만
특별하다: 현지인만 아는 곳으로 가는 새로운 여행

이름	데이터 분석	보고서 및 시각화
강명지	여행지 속성 데이터 분석(D-map, R), 데이터 전처리(excel)	데이터 시각화(R, illustrator)
김재영	섬 여행 후기 데이터 전처리(excel), 여행 트렌드 분석	데이터 시각화(ppt), 보고서(hwp)
서윤제	섬 여행 후기 데이터 전처리(excel),	데이터 시각화(ppt)
엄예림	예능 프로그램 데이터 전처리(excel)	데이터 시각화(ppt, excel, illustrator, photoshop)
오지선	베스트셀러 리뷰 데이터 분석(python), 데이터 전처리(excel)	데이터 시각화(ppt, excel, illustrator, photoshop)
이건희	Python 크롤러 제작(네이버 블로그), 데이터 전처리(excel), 데이터 분석(python), 워드클라우드(python)	데이터 시각화(python)

Q & A

