ONSULLENG

2026.03.22

2026학년도 캠퍼스 로컬 창업동아리
아이디어 리그 경진대회 STRAT-UP-Track 1

온슐랭

천연온천 인증 및 AI 기반 온천 추천 플랫폼

순천향대학교 컴퓨터소프트웨어공학과

최현우(발표자), 김종건

ihyonoo0520@gmail.com, kimjonggun0206@gmail.com

목차

Table of Contents

01 아이템 개요

02 아이템 배경

03 핵심 기능

04 시장 분석

05 경쟁사 분석

06 비즈니스 모델

07 추진 일정

아이템 개요 - 온슐랭

공공데이터와 AI를 활용한 온천 품질 인증 및 사용자 맞춤 추천 플랫폼

데이터 기반 인증 체계

공공데이터(온천 인허가 정보)와 온천수 성분 분석서를 결합하여 천연온천 품질을 검증하고 '**온슐랭 인증 등급**'을 부여합니다.

AI 맞춤형 추천 서비스

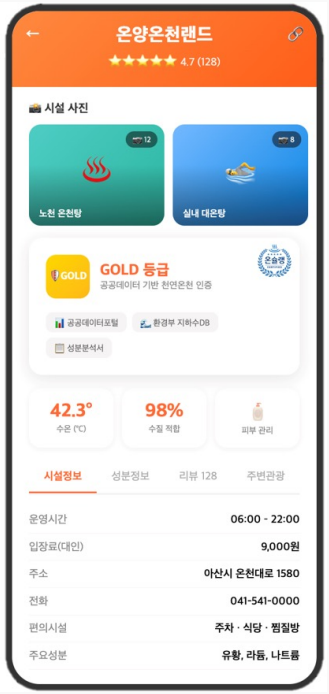
사용자 방문 목적(피부 미용, 관절 건강 등)에 맞춰 **최적의 온천을 AI가 큐레이션**하여 제안합니다.

캐릭터 기반 로드뷰 안내

서비스 캐릭터 **'온탐이'**가 지도 위에서 길을 안내하며,
주변 맛집 및 관광 명소까지 연결하는 통합 관광 경험을 제공합니다.

지역 브랜드 가치 재조명

온양온천 1,300년 역사의 가치를 **현대적으로 재조명**하고, 신뢰도 높은 정보를 통해 **지역 상권 활성화**를 도모합니다.



온슐랭
CERTIFIED

배경 - 핵심 고객 및 문제점

누가, 어떤 어려움을 겪고 있는가?

Target 핵심 고객 (Target Customer)

B2C(Business-to-Consumer) 온천 여행객

2030 힐링 관심층

뚜렷한 목적을 갖고 온천을 방문하지만, **성분이나 품질을 부족**해 선택이 어렵습니다.

B2B(Business-to-Business) 온천 사업자

중소 천연온천 운영주

천연온천수를 보유하고 있음에도 이러한 차이를 **객관적으로 증명할 수단이 부족**하여, 일반 목욕탕과 단순 가격 경쟁에 내몰리고 있습니다.

Problem 핵심 문제 (Key Problems)

신뢰도 저하

'온천' 명칭의 무분별한 남용과 품질 관리 체계의 부재로 인해 **온양온천 브랜드 전반의 신뢰도가 하락**했습니다.

품질 정보 부재

네이버·카카오맵 등 기존 플랫폼은 위치 정보만 제공하며, 성분이나 수질 등급 같은 **핵심 품질 데이터는 제공하지 않습니다.**

홍보 채널 부재

사업자가 천연온천 여부를 증명하거나 **차별화된 가치를 홍보할 수 있는 전문적인 채널이 전무**합니다.

배경 - 필요성

왜 지금 온슐랭인가?

무분별한 '온천' 명칭 남용 속에서 진짜 온천의 가치를 증명해주는 새로운 신뢰 플랫폼이 필요합니다.

1,300년 역사의 온양온천 브랜드가 신뢰를 잃어가고 있습니다. 객관적인 데이터 기반의 인증과 연결을 통해 새로운 도약이 필요합니다.

신뢰 기반 품질 인증 체계 구축

공공데이터를 활용해 천연온천과 일반 가열식 시설을 명확히 구분함으로써, 소비자의 알 권리를 보장하고 온천 브랜드의 신뢰도를 회복합니다.

관광 수요와 지역 상권의 연결

온천 방문을 단순 목욕이 아닌 여행으로 확장합니다. 인증 온천을 중심으로 주변 맛집, 카페를 연결하여 체류형 관광 동선을 제안합니다.

민관 협력을 통한 지역 경제 활성화

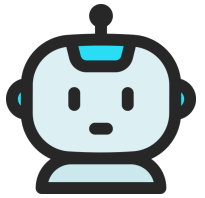
지자체의 정책 지원, 사업자의 품질 개선, 관광지의 콘텐츠가 유기적으로 협력하는 선순환 구조를 만들어 지역 경제 전반에 활력을 불어넣습니다.

핵심 기능 – MVP(Minimum Viable Product)

사용자 경험을 극대화하는 온슐랭의 6가지 주요 기능

메인 지도 & 온천 위치 표시

온슐랭 인증 등급 표시



AI 챗봇 맞춤 추천

수질·시설 정보 제공

캐릭터를 이용한 로드뷰 기반 안내

소셜 로그인

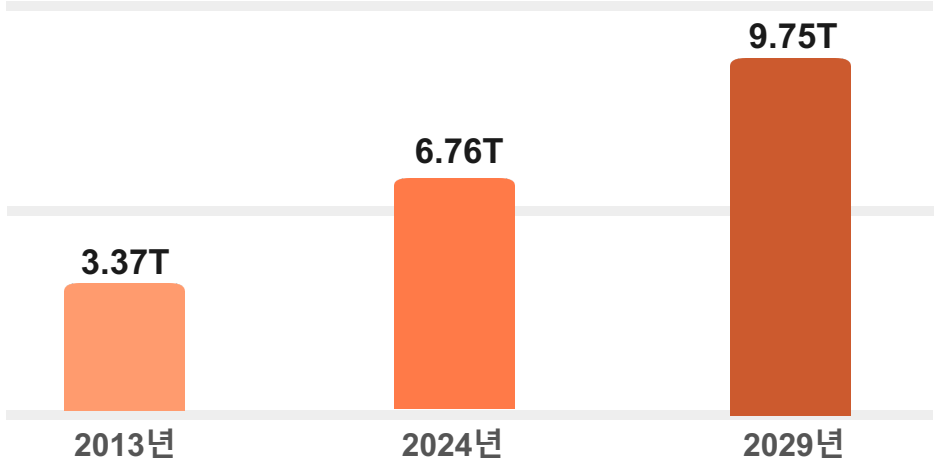
시장 분석 – 규모 Market Size

글로벌 웰니스 시장 및 국내 온천 시장

CAGR 7.6% 성장

📈 글로벌 웰니스 관광 시장 규모

Global Wellness Institute (단위: 조 달러)
2013년부터 연평균 7.6%의 지속적인 고성장 추세 유지



전국 1위

👥 충남 온천 연간 이용자 수

1,116만 명

풍부한 온천 자원을 보유한 충남은
국내 온천 여행의 **핵심 요충지**입니다.

출처 : 한국관광공사, 2026 관광트렌드 'DUALISM'

시장 분석 – 동향

변화하는 여행 트렌드

시장 동향 (Market Trend)

목적형·체험형 관광 전환

단순 방문 중심에서 개인의 목적과 체험을 중시하는 형태로 관광 패턴이 빠르게 변화하고 있습니다.

MZ세대 로컬 여행 확산

충남 아산과 같은 근거리 지역이 힙한 단기 체류형 여행지로 주목받으며 새로운 수요가 창출되고 있습니다.

성분 기반 소비 트렌드

화장품·식품 분야의 성분 체크 트렌드가 관광으로 확장되어, 온천수 성분을 꼼꼼히 따지는 소비자가 증가했습니다.

로컬 브랜드 육성

정부와 지자체는 지역 관광 활성화 및 로컬 브랜드 육성 정책을 주요 과제로 추진하고 있으므로, 온슐랭은 이러한 정책 기조와 부합합니다.

경쟁사 분석 - 경쟁사 한계 및 차별성

차별화된 경쟁력 확보

경쟁사 분석 (Competitor Analysis)

국내-네이버지도 · 카카오맵

위치, 영업시간 등 기본 정보만 제공하며, 온천수 성분 및 수질 등급 정보는 부재

국내-야놀자 · 여기어때

온천 자체의 품질보다는 객실, 가격, 편의시설 중심의 정보 제공에 편중됨

국내-트리플 · 마이리얼트립

통합 관광 콘텐츠는 제공하나, 온천 품질 인증과 같은 전문 영역 부재

해외-온센라이프 (Onsen Life)

성분 정보 제공 사례이나, 국내 데이터 및 환경에 특화되지 않아 적용 한계

경쟁사 대비 차별성

1 신규 정보 계층 구축

기존 지도 서비스나 OTA가 제공하지 않는 '온천 품질' 기반의 새로운 판단 기준과 정보 계층을 시장에 최초로 제시합니다.

2 객관성 및 신뢰성 확보

단순 리뷰가 아닌, 공공데이터와 실제 성분 분석서를 결합한 인증 체계로 경쟁사 대비 압도적인 정보 신뢰도를 보장합니다.

3 차별화된 탐색 경험

단순 위치 찾기를 넘어, 캐릭터 '온탐이'와 함께하는 로드뷰 기반 스토리텔링 안내로 즐거운 탐색 경험을 제공합니다.

비즈니스 모델 - BM(Business Model)

다각화된 수익 구조를 통한 안정적인 매출 창출 전략

구분	수익 모델	상세 내용	가격 정책	수익 구조
B2C	**프리미엄 구독** Premium Subscription	광고 제거 및 심층 수질 분석 리포트 제공	월 **2,900원** 연 24,900원 (약 28% 할인)	**구독자 수 × 단가**
B2B	**프리미엄 노출 광고** Featured Ads	제휴 온천 시설 상단 고정 노출 및 배너	월정액 **슬롯제** 지역/기간별 입찰 방식 적용	**슬롯 수 × 단가**
B2B	**예약 중개 수수료** Booking Commission	앱 내 온천 티켓 및 시설 예약 중개	거래액의 **7%** 경쟁사(10~15%) 대비 저렴	**거래액 × 7%**
B2B	**데이터 라이선스** Data License	관광청 및 연구기관 대상 온천/관광 통계 제공	연간 **라이선스 계약**	**계약 단가**
B2G	**공공 데이터 납품** Public Data Service	아산시·충남 지자체 맞춤형 관광 데이이터 제공	기간별 **용역 계약**	**계약 단가**

마케팅 전략 및 파트너쉽

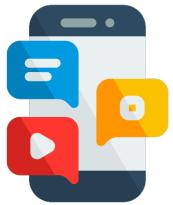
다각화된 채널을 통한 고객 확보와 지역 상생 파트너십 구축

현장 및 대면 마케팅

- 순천향대 앰배서더 운영
- 현장 QR 코드

커뮤니티 홍보

- 지역 커뮤니티 캠페인
- 체험 후기 포스팅



유료 광고 진행

- 타겟 광고 진행

아산시청 (B2G)

공공 협력 파트너

- ✓ 업무협약(MOU) 체결로 공식 플랫폼 채택
- ✓ 관광 예산 연계 및 홍보물 제작 지원
- ✓ 온천 수질/관광 통계 공공데이터 우선 제공

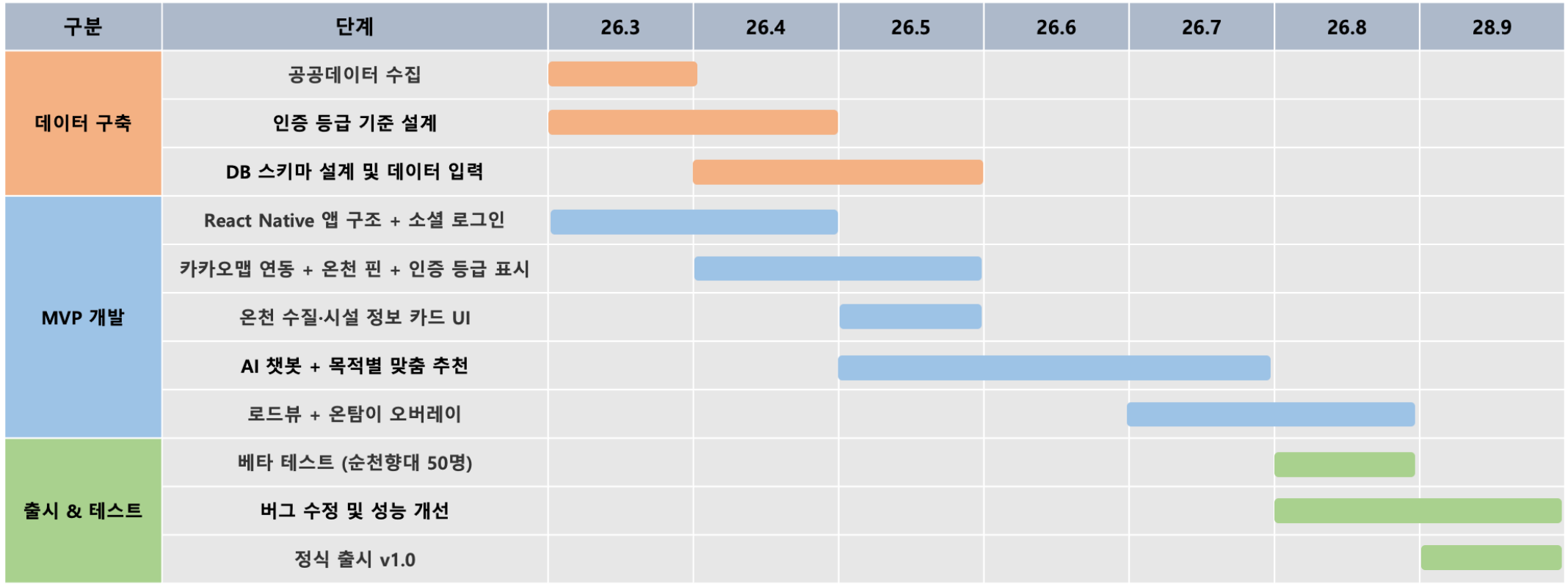
천연온천 사업자 (B2B)

상생 비즈니스 파트너

- ✓ 온슐랭 인증 배지로 신뢰도 및 홍보 효과
- ✓ 예약 중개 및 타겟 광고로 매출 증대
- ✓ 공동 성장을 통한 지속 가능한 수익 모델

추진 일정 - Timeline

체계적인 단계별 실행 계획 및 목표



> 상기 추진 일정은 초기 기획안으로, 개발 진행 상황에 따라 일부 조정될 수 있습니다.

발표 경청해 주셔서 감사합니다.

순천향대학교 컴퓨터소프트웨어공학과

최현우(발표자), 김종건

ihyonoo0520@gmail.com, kimjonggun0206@gmail.com