



Investor Relations 2026

THEBORN

World-class 케이푸드 대표기업, 더본코리아

 **THEBORN**
ORIGINAL KOREAN TASTE

Disclaimer

본 자료는 IR 과 관련하여 투자자 및 주주들을 대상으로 실시되는 NDR 에서의 정보제공을 목적으로 주식회사 더본코리아 (이하 "당사") 에 의해 작성되었습니다.

본 자료에 포함된 "예측정보" 는 개별 확인절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 "예상", "전망", "계획", "기대", "F" 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 "예측정보" 는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래실적은 예측정보에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용과 관련하여 발생하는 손실에 대하여 회사 및 임직원들은 과실 및 기타의 경우 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. 본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용 가능하고 (단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.

Table of Contents

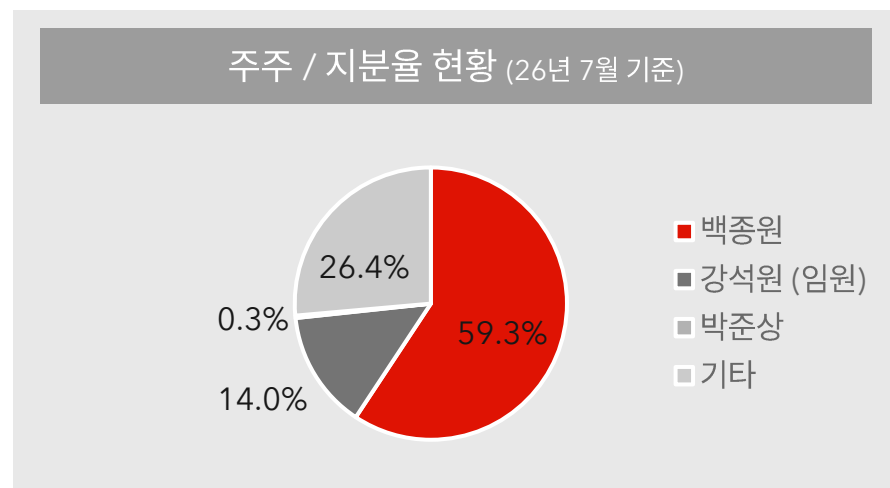
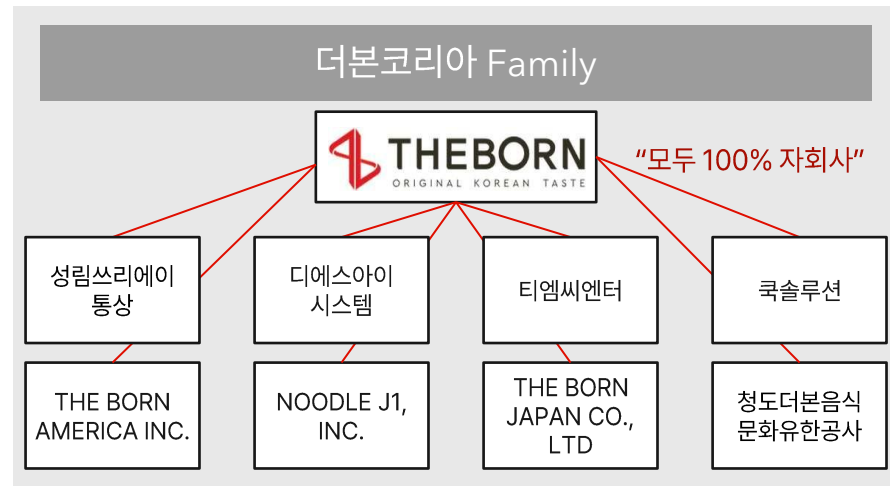
	Section
Company Overview	I
Investment Highlights	II
Value Creation Plan	III
ESG Status	IV



I. Company Overview

당사는 8개의 자회사를 보유한 종합 F&B 회사로, 해외시장 Expansion 으로 고성장을 도모하고 있습니다.

더본코리아 Snapshot



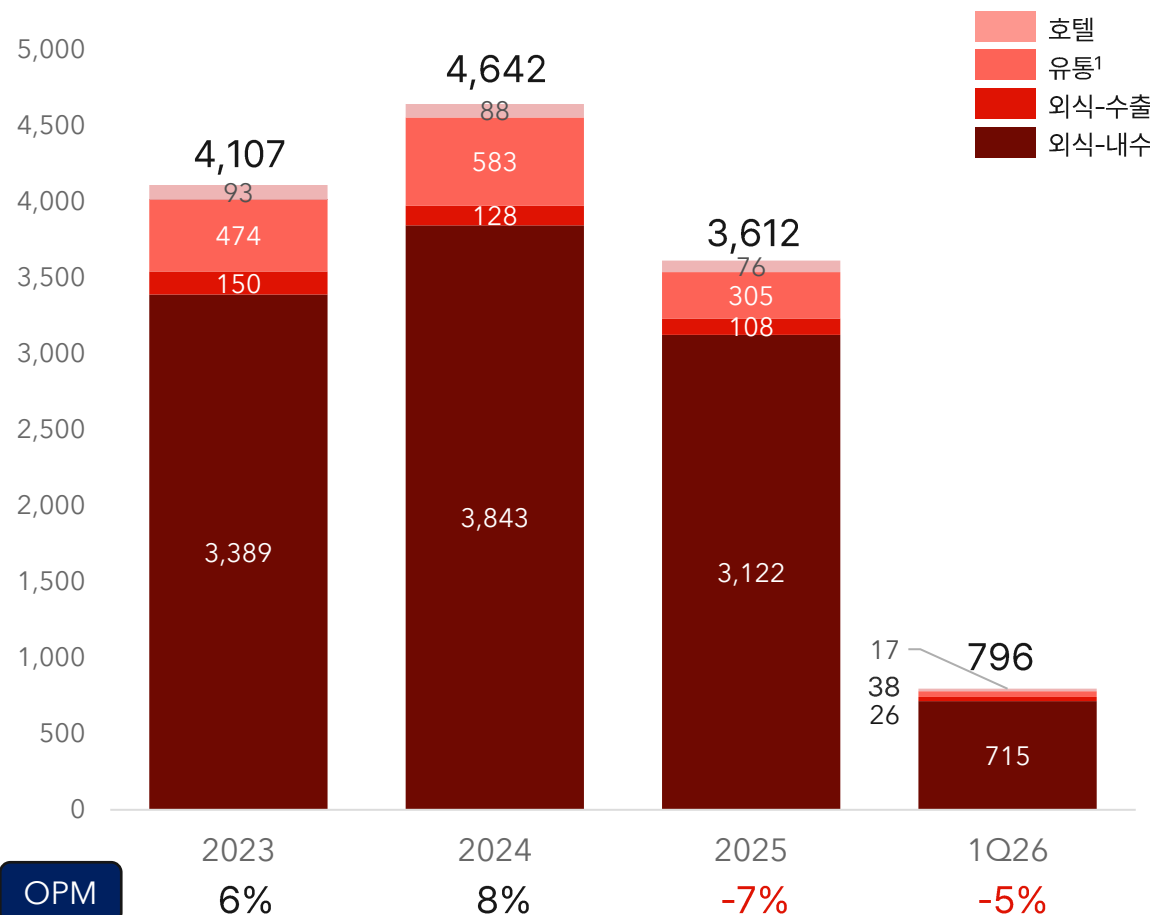
재무상태 및 손익현황

자본총계 (1Q26)	2,460억원	PBR	0.8배
매출액 (2025)	3,612억원	PSR	0.6배
당기순이익 (2025)	-174억원	PER	N/A

당사는 실적방어에 집중하며 ~1년간 전열을 가다듬는 시기를 보냈으며,
해외시장에 집중하여 매출성장 / 수익성 공히 확보할 것입니다.

실적 Review

매출 추이 (단위: 억원)



주요 발견사항

- [2024] 당사 전사업 성장저력 입증**
 - ▶ 24년 성장 저력 입증, 수출 사업 본격 전개 이전 시기로 내수 시장에서의 뺑다방, 홍콩반점, 뺑보이피자 점포수 확대로 아웃퍼폼
- [2025] 매출방어에 총력, 재정비의 시간**
 - ▶ 외부적인 논란 및 구설수에 대응에 역량 집중
 - ▶ 공격적인 마케팅보다 가맹점 소통 및 실적 수성을 위해 상생위원회 출범
- [1Q26] 척박한 사업환경에도 불구하고, 주력 비즈니스인 외식에서 매출비중 방어성공**
 - ▶ 전체 사업 중, 가맹사업 매출비중 ~90% 수준 유지
 - ▶ 당시는 공격적 마케팅 통한 외형성장보다 내부전열 정비 및 확장방향 정립 시기

당사는 20여개의 외식 브랜드 운영경험 축적하며 브랜딩 역량을 축적하였습니다.

외식 브랜드 포트폴리오

브랜드 포트폴리오



점포 수 추이 (단위: 개소)

* 고속우동, 백철판, 퀵반, 낙원곰창 제외

브랜드별 국내 점포수 추이 (직·가맹)				
브랜드	2023	2024	2025	1Q26
한신포차	116	124	118	112
본가	18	16	7	5
새마을식당	101	92	68	61
백다방	1,449	1,712	1,819	1,833
홍콩반점	282	293	277	273
미정국수0410	19	17	12	12
백스비어	79	69	49	48
성성식당	2	1	1	1
제순식당	11	14	15	15
역전우동	192	218	219	215
돌배기집	17	9	6	6
인생설령탕	27	25	24	22
리춘시장	19	13	8	8
롤링파스타	126	130	131	127
백다방빵연구소	15	18	20	20
막이오름	29	21	12	11
연돈튀김덮밥	49	31	33	32
백보이피자	202	243	226	216
고투옥	7	1	1	1
홍콩분식	8	5	2	2
백종원의원조쌈밥집	14	14	9	6
합계	2,785	3,066	3,057	3,026

백다방의 지속적 순증

- ✓ 고물가 시대 저가커피 인기와 가성비 포지션으로 신규 창업수요 (점포수) 견고하게 성장

중식브랜드의 IP 화

- ✓ 프랜차이즈화가 어려운 중식 브랜드를 성공적으로 IP화해 국내외 시장에서의 안정적인 성장 가능성 확보

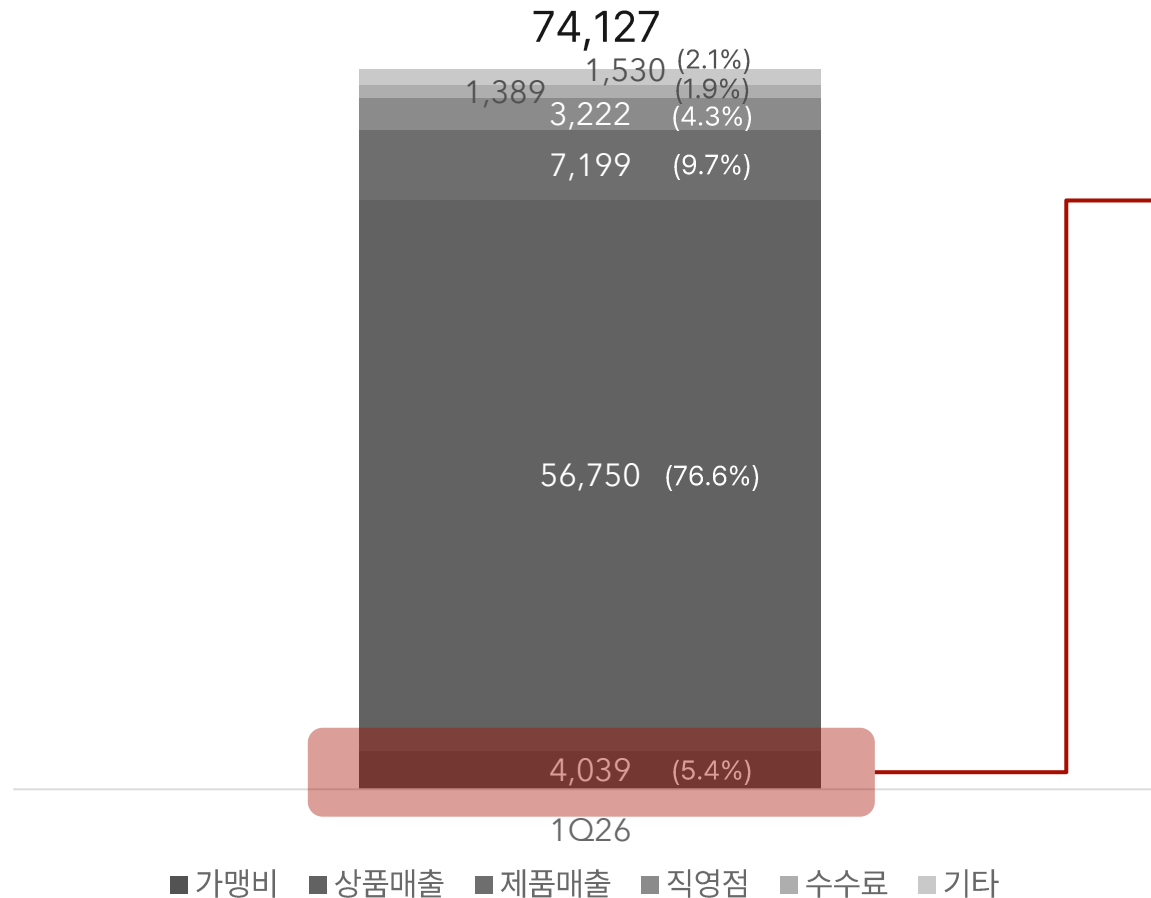
소형점포 모델 바탕 견고한 성장기반 구축

- ✓ 바테이블 형태로 소형매장으로 운영 가능하여 초기 창업비용 Hurdle 낮다는 특성으로 역전우동 창업수요 확대
 - 2024년도 국내외식업계 평균 폐점률 15.4% 대비 당사 25년 폐점률 8.7% 기록

가맹점주와의 상생을 위해 가맹비를 점차 축소하였으며,
전처리된 식자재와 경쟁력 있는 소스공급 통해 동반성장 중입니다.

외식사업 현황

매출 Breakdown (단위: 백만원)



주요 발견사항 및 최근 동향

발견사항

- ✓ 가맹점 대상 식자재 및 소스 공급 매출인 상품매출이 대부분을 차지
- ✓ 낮은 가맹비 매출비중은 가맹점주의 고정비 부담 완화하고 있음을 시사

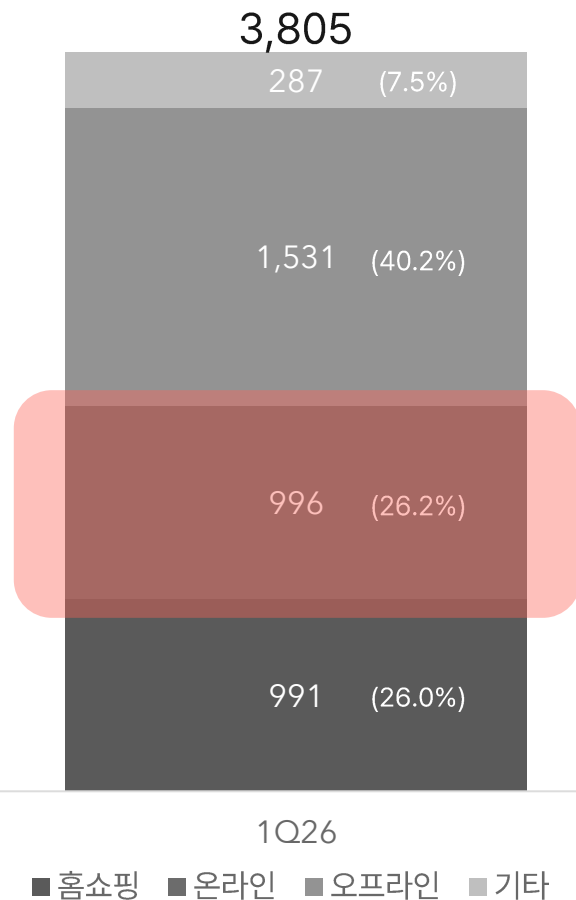
최근동향

- ✓ 상생지원 및 브랜드 리뉴얼 등 국내사업 재정비, 저효율 점포의 운영 개선 및 지속 가능한 점포 포트폴리오 구축해 체질 개선
- ✓ 마스터 프랜차이즈 통해 해외 가맹점주 모집하여 해외진출 통해 성장동력 확보

자사몰과 유튜브 채널에서 유기적 시너지 발생하여 온라인 채널 통해 자사 상품이 세계로 나아가고 있습니다.

유통사업 현황

매출 Breakdown (단위: 백만원)



주요 발견사항 및 최근 동향

발견사항

- ✓ 유통매출은 특정 채널 치중으로 인한 의존도가 낮음
- ✓ 자사몰 리뉴얼과 쿠팡 등 대형 플랫폼 확대로 온라인 점점 다변화, 온라인채널 성장 (24년 매출비중 11% → 26년 26%)
- ✓ 자사 제품은 해외 온라인 판매 채널 확대 중 (아마존 입성 완료)

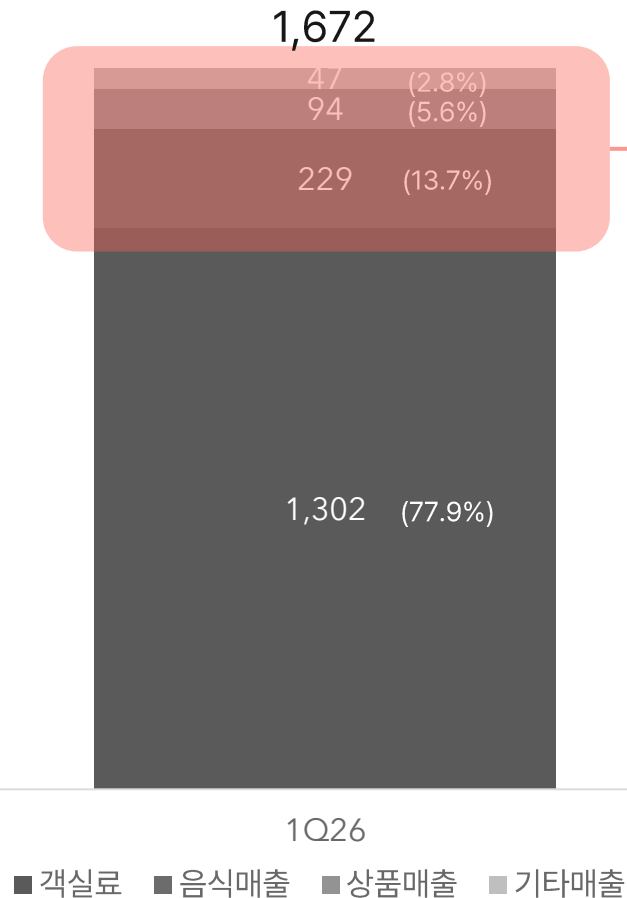
최근동향

- ✓ 글로벌 전용 브랜드 TBK 소스 11종 기반 사업 포트폴리오 확대
- ✓ 지자체 협력 통해 식자재 공급 전문조직 정비 중

국내외 호텔 체인과의 협업을 확대하고, 제주를 중심으로 신규 출점과 지역 홍보 거점화를 추진하고 있습니다.

호텔사업 현황

매출 Breakdown (단위: 백만원)



주요 발견사항 및 최근 동향

발견사항

- ✓ 객실료 매출 뿐만 아니라 소비자 여정 상 호텔 내 음식 소비 통한 매출도 존재

최근동향

- ✓ 국내외 중소형 부티크 호텔 체인 기업과 협력 통한 호텔형 F&B 컨설팅 비즈니스 모델 도입 계획
- ✓ 제주 서귀포 호텔 증축 중
- ✓ 자사 브랜드의 오프라인 홍보 거점으로도 활용할 계획



II. Investment Highlights

당사는 'TBK 소스'와 'IP' 를 무기로, 해외 K-Food 시장을 공략하며 새로운 성장 궤적을 그리고 있습니다.

Summary

1 자체 소스 기반 지속적인 성장



자체 TBK 소스를 해외 유통사업의 매개체이자 B2C 상품으로 활용해, 외식/내식 시장에서의 고성장

- 자체 개발 소스를 해외 유통 사업의 '매개체'로 활용 (한식 조리법을 모르는 현지 점주의 페인포인트를 해결하는 것이 확장의 Success Key)
- 같은 소스를 B2C 상품으로도 판매해 외식과 내식을 동시 장악

2 HMR/밀키트 해외진출



고성장하는 글로벌 밀키트 시장을, 압도적 메뉴 개발력과 백종원 IP로 효과적 침투

- 글로벌 밀키트 시장 고성장 전망, 지역특색 카테고리 성장으로 한식 HMR 시장 침투
- 연 300종 신메뉴 R&D, ~25개 브랜드 노하우, 유튜브 600만 구독자 보유

3 Paik's Dabang 해외진출



레드오션커피류 대신 'K-style 음료'라는 신규 카테고리 창출하여 해외시장 지배

- K-스타일 음료와 일본 맞춤형 메뉴를 통해 차별화된 카페 포지셔닝 구축
- 현지 전용 앱을 활용해 반복 방문을 유도하고 고객 데이터 기반 CRM 강화
- 직접 운영과 소형 매장 모델을 통해 가격경쟁력 확보

4 K-BBQ의 성장



한류로 필수 코스가 된 K-BBQ 수요를, IP 마케팅과 한국문화 체험 추가로 공략해 본가/새마을식당 고성장

- SNS·OTT 한류로 K-BBQ가 필수 코스화 — 외국인 65%가 콘텐츠 후 한식 관심·소비, 글로벌 한국고기집 시장규모 CAGR +8.2%로 고성장 전망
- 실제 태국 새마을식당 17개, 몽골 새마을식당 5개 달성 등 구이브랜드 성장

TBK 소스를 글로벌 유통사업의 매개체로 활용 / 판매함과 동시에 B2C 소스상품 판매하여, 해외시장에서 한식의 내식 / 외식시장 장악할 것입니다.

① 자체 소스 기반 성장

TBK 소스 개요

"소스제품 공급만이 아닌 표준화 레시피 제공, 해외에서 전문 조리인력 없이 균질한 품질의 한식 구현 가능한 솔루션"



- ▶ 매콤볶음소스, 매콤찌개소스, 된장찌개소스 등 한식 메뉴에 활용할 수 있는 11종의 소스
- ▶ 제품 패키지에 QR 코드가 기재되어 다국어 레시피와 조리영상을 제공

TBK 소스 사용의 효익

QR코드 탑재

- ▶ 한 가지 소스로 10개가 넘는 한식 QR 레시피 제공, 한식에 생소한 해외 기업 및 식당을 대상으로 쉽게 한식에 접근 가능

해외 한식 조리 편의성

- ▶ 한식 조미료를 구하기 힘든 해외 시장에서 여러 장류를 복합적으로 조합해 하나의 소스로 다양한 한식 구현 가능

한식 맛에 대한 균일화

- ▶ 해외에서 제각각 구현되는 한식의 맛을 표준화된 레시피로 정립해, 어디서나 균일한 K-푸드의 맛을 제공

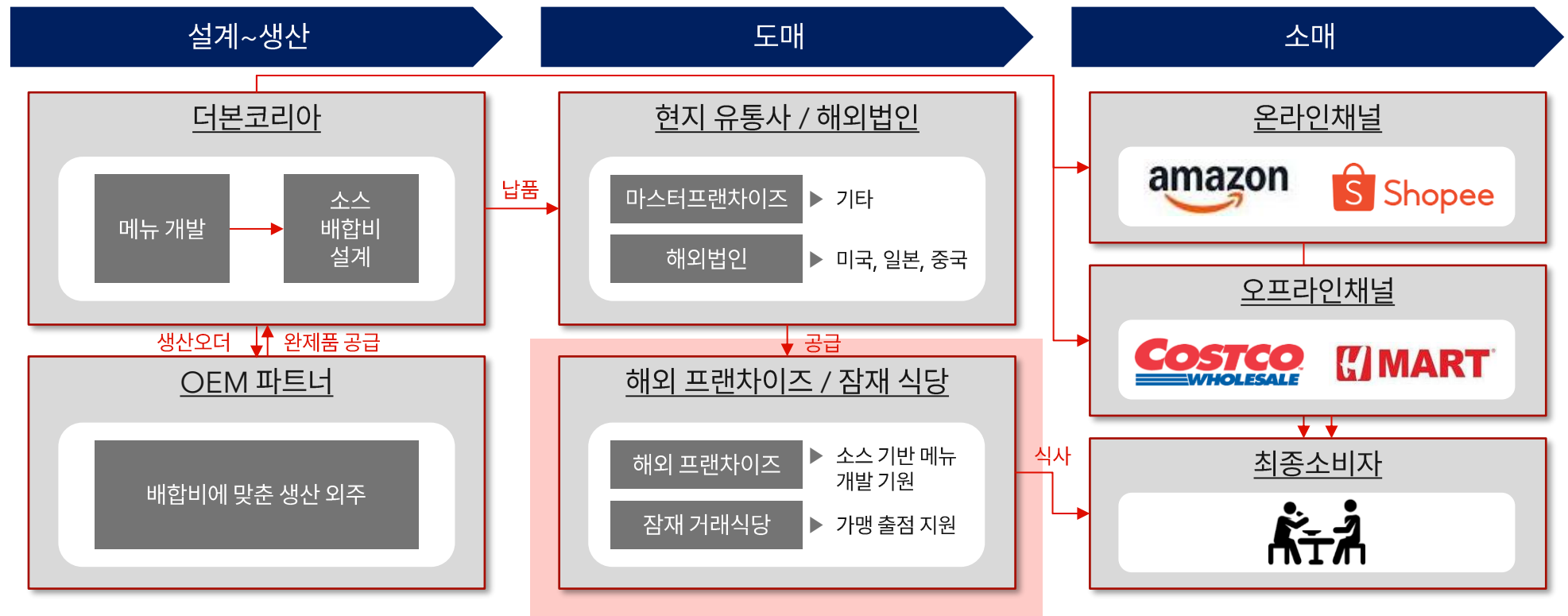
범용성

- ▶ 현지 기업에 공급과 컨설팅을 동반한 사업모델 뿐만 아니라 소규모 식당에도 메뉴 런칭 및 컨설팅 가능
- ▶ 궁극적으로 B2C로 확장해 일반 소비자도 쉽게 한식 구현 가능

TBK 소스를 글로벌 유통사업의 매개체로 활용 / 판매함과 동시에 B2C 소스상품 판매하여, 해외시장에서 한식의 내식 / 외식시장 장악할 것입니다.

① 자체 소스 기반 성장

소스 사업구조



▶ 고추장, 된장 등 기존 제품이 아니라 당사 신메뉴를 조리하기 위한 소스를 설계, 생산은 외주

▶ 소스 공급 통해 식당의 한식 조리 용이성 제고

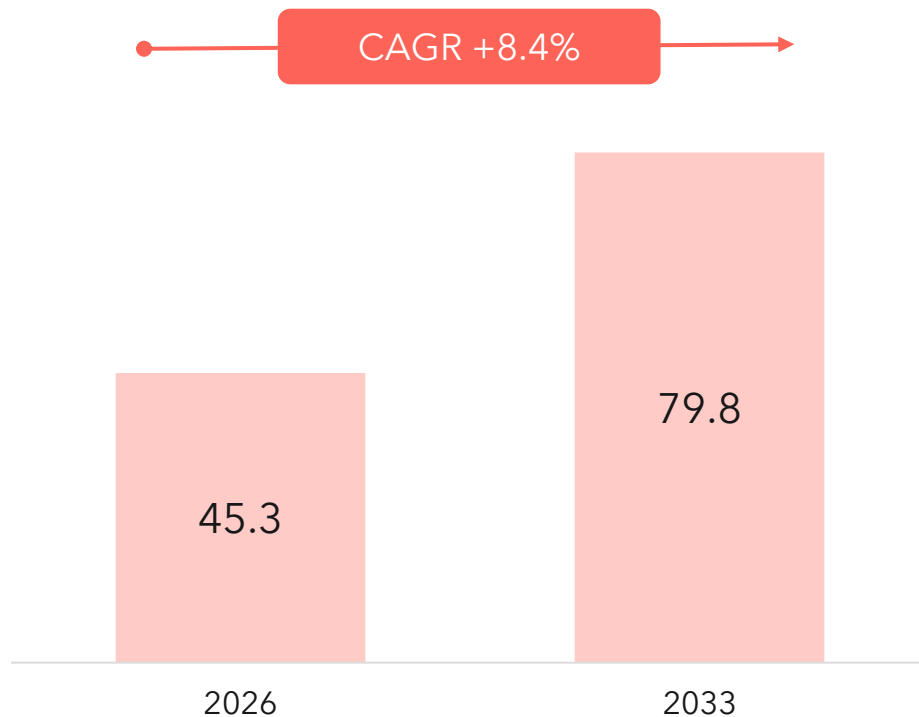
▶ 식당에서 한식 경험, 집에서도 즐길 수 있게 상품화

해외 가맹점주 / 식당주 모집 시, 한식조리법을 모르고 특유의 맛을 내기 어려운
페인포인트를 끊어주는 것이 Success Key

소스로 현지 소비자의 입맛을 사로잡아 **Lock-in** 하고, **당사 개발 메뉴를 직접 조리할 수 있는 HMR / 밀키트 판매로**, 한식에 대한 관심을 사로잡고 있습니다.

② HMR / 밀키트 해외진출

글로벌 밀키트 시장규모 추이 (단위: 1Bil USD)

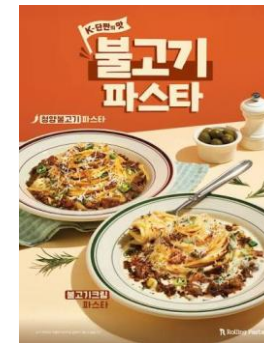


- ✓ 맞벌이 및 1인가구 확대와 시간부족 인구의 증가
 - 중국 / 인도 등 개발도상국의 근로자 증가와 불규칙 근무 확산으로 매일 조리하여 취식하는 전통적인 소비행태에서 점진적 이탈
- ✓ 조리에 따른 귀찮음을 제거할 수 있어 정기배송 기반 구독모델의 인기

당사 경쟁력 및 성공 판단근거

메뉴개발
경쟁력

"연간 300종 이상의 신메뉴를 개발하는 R&D 조직과 25개 브랜드 운영에서 축적된 노하우"



- ✓ 연 ~300여 종 메뉴개발 실적
- ✓ Ready Meals 시장에서 지역특색 요리 카테고리 성장, 한식 HMR의 침투여지 확대

IP
경쟁력

"유튜브 구독자 600만 백종원 IP로 소비자에게 접근하여 구매로 연계"



- ✓ 유튜브 방영 후 브랜드 매출 성장, 고객관심도 상승
- ✓ 글로벌 HMR 경쟁사는 별도 마케팅 진행 후 제품 판매하는 구조이나, 당사는 유튜브 콘텐츠로 마케팅하고 자체 소스로 Lock-in

일본, 대만 등 해외시장에서 차별화가 어려운 에스프레소 시장으로의 진입보다, **K-Style 카페로 신규시장을 창출하며 진입할 것입니다.**

③ Paik's Dabang 해외진출

커피 및 음료 소비행태 변화징후

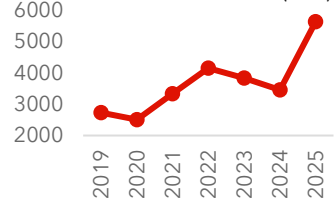
한류



- ✓ 큐텐재팬 24년 1분기 최대 할인행사 메가와리에서 한국 차 YoY **+171%** 성장
- ✓ 한국의 전통요소를 힙하고 트렌디하게 여기는 **"K-힙"** 이 일본 음료 시장에 영향

건강관여

일본 디카페인 커피원두 수입량 (Ton)



- ✓ **카페인 컨트롤 소비행태 확산**과 향/풍미 유지하는 디카페인 커피품질 향상
- ✓ 보리 등 식물성 원료로 커피풍미 구현하는 메뉴 등장

가성비



- ✓ 가성비 포지션 매머드 커피 도쿄 도라노몬 1호점에서 **하루 최대 1,400잔 판매**, 직장인 및 학생 수요 확보
- ✓ 단순 저가가 아니라 대용량, 우수한 맛으로 호평

공략방안 및 경쟁력

K-Style 카페의 전략품목화

- ✓ 우유 베이스 음료 강화, 전용 블렌드 등 일본 시장에 최적화된 전략을 구사하면서, K-스타일 카페만의 대용량, 빠른 서비스, 합리적인 가격을 결합한 전략으로 새로운 포지셔닝 전략 구축
- ➡ **"2026년 하반기 1, 2호점 오픈"**

현지 전용 어플리케이션 개발

- ✓ 일본 고객의 반복 방문을 위한 신규 어플리케이션 개발
- ✓ 앱을 통한 고객 데이터 축적 및 지속적인 CRM 마케팅 전개

가격경쟁력 확보

- ✓ 일본 법인 직접 운영으로 가격경쟁력 확보
- ✓ 소형/소자본 매장모델로 점포 고정비 최소화, 가격경쟁력 확보

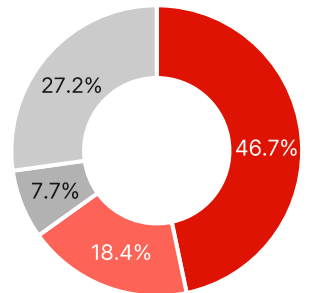
해외 MF 와의 적극적 소통과 SNS / OTT 발 한국식 구워 먹는 문화의 확산이 맞물려, 새마을식당 및 본가의 괄목할 만한 성장을 이룩해 낼 것입니다.

④ K-BBQ 의 성장

한국고기집 인기이유

한류

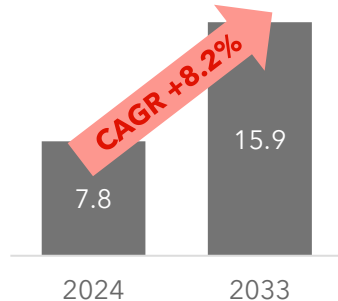
한류콘텐츠 → 한식소비 영향



(Base: n=1,000)

- ✓ 콘텐츠 후 한식 경험
- ✓ 콘텐츠 후 한식 관심
- ✓ 콘텐츠 후 한식 관심 X
- ✓ 콘텐츠 소비경험 X
- ✓ 외국인 65% 가 콘텐츠 후 한식 관심 또는 소비
- ✓ SNS 및 OTT를 통해 K-콘텐츠 속 '직접 구워 먹는 한식 고기' 장면이 반복 노출되며, 외국인에게 삼겹살 등 K-BBQ가 사실상 필수 코스로 자리 잡음

글로벌 한국고기집 시장규모



(단위: USD 1B)

- ✓ 손님이 테이블에서 직접 굽고, 불향·무한 반찬·쌈 등을 즐기는 인터랙티브 요소는 서구권에 없는 차별점
- ✓ 체험 그 자체를 제공하며 SNS 인증 통한 바이럴에 유리

체험형
외식

공략방안 및 당사 브랜드의 위상 (경쟁력)

Youtube 콘텐츠 및 인플루언서 활용해 홍보

- ✓ 백종원 IP 와 자사 유튜브 (TBK) 채널로 본가 우삼겹 및 새마을식당 열탄불고기 등 시그니처 구이 관련 콘텐츠 직접 제작 및 바이럴
- ✓ 진출국 현지 인플루언서 협업 통해 인스타그램 등 SNS 인증 유도하여 소비자 대상 콘텐츠 노출 통해 매장 방문으로 전환

소비자경험 상 한국문화를 가미한 체험요소 추가

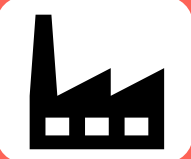
- ✓ 테이블 직접 굽기 / 쌈 / 무한반찬 등 '한국식 구이 체험' 을 매장 운영 매뉴얼로 설계,
 - 본가는 숯불·굽기 서비스 중심 프리미엄 체험, 새마을식당은 가성비 셀프 그릴 체험으로 차별화
- ✓ 소스로 매장 간 맛 품질을 균일화해 해외 확장 리스크 관리



III. Value Creation Plan

다분야 후보군의 M&A 통해 ROE 제고함과 동시에 성장동력을 확보하여 기업가치 극대화를 달성할 것입니다.

M&A 방향성

M&A Target	선정이유
생산공장  "손질 / 배합 / 가열 등 식품을 생산할 수 있는 생산공장 보유한 기업" ▶ [조건] 냉동시설 보유 • 제품 수출 위해선 냉동 필수 ▶ [조건] 소스 제조역량 보유	생산은 맛/위생 등 품질 제고 및 균질화 위해 내재화 필수적 ▶ [품질 제고 / 균질화] 외주로 인한 품질이슈와 OEM 다원화로 인한 맛 변동성을 제고하기 위한 목적 ▶ [OEM 마진 제거] OEM 사의 마진을 제거하여 수익성 제고 도모
푸드테크  "주방자동화 위한 로봇 관련 H/W, S/W 핵심기술 보유한 기업" ▶ [조건] 기술적 우위 보유하여 실질적으로 조리효율성을 넘어 조리의 무인화가 가능한 수준	최저임금 상승으로 인한 인건비 부담과 구인난으로 푸드테크 Needs 확대 ▶ 가맹점주 모집에 있어 조리를 위한 인건비 / 구인이 Pain Point, 로봇 도입 통해 이를 충족하여 가맹점주 출점 Drive
대형 외식브랜드  "당사 Coverage 없는 품목군 보유한 대형 브랜드 기업" ▶ [조건] 햄버거, 치킨 등 패스트 양식 카테고리	간편하고 알찬 (탄/단/지) 식사에 대한 선호도 확대로 햄버거 시장 고성장 ▶ 1인가구 확대에 한끼에 1인분씩 소비하는 트렌드 확산 ▶ 빵 탄수화물, 고기 단백질 등이 함유된 완전식품이라는 인식 존재

M&A 뿐만 아니라 기존 사업 또한 해외시장에서의 저변을 확대해 K-Food 전도사의 역할을 수행하며 기업가치를 제고할 것입니다.

기존 사업의 계획

해외 / 국내 시장동향

전략방향성 및 과제

외식

잡재 가맹점주의 한식 선호도 확대

- ▶ 한식 해외매장은 '25년 기준 56개국 4,644개로 5년간 +24.8% 증가

한식 특색 강한 메뉴 선호

- ▶ 과거 현지화 위주에서 벗어나, 한식 정체성을 살린 메뉴 흥행, 미국 주요 상권은 한인 중심에서 현지인 고객이 크게 증가

소스 기반 침투, 가맹점주 모집

- ▶ 소스 및 식자재 공급으로 현지 진입 후 브랜드 Awareness 확산 → 마스터프랜차이즈 방식으로 현지 가맹점주 유치하여, 효율적 Capex로 외형 확대

유통

K-food 수출 사상 최대치 달성

- ▶ '25년 K-Food 수출 136억불로 역대 최고, 정부는 '26년 160억불 예상

유통채널 내 K-Food의 매대 확장

- ▶ 한인마트를 넘어 현지 주류 유통매장으로 판매채널이 확장 중

Youtube 콘텐츠 마케팅 통한 소비자 접근

- ▶ 구독자 ~600만 백종원 채널 및 자회사 TMC의 콘텐츠 역량을 활용, 소스별 조리법을 숏폼으로 제공해 현지 소비자의 사용 장벽 해소 및 구매 전환 유도

호텔

인바운드 관광객 고속성장

- ▶ '25년 관광객 1,894만명으로 최고치 경신, '26년은 2,126만명 전망

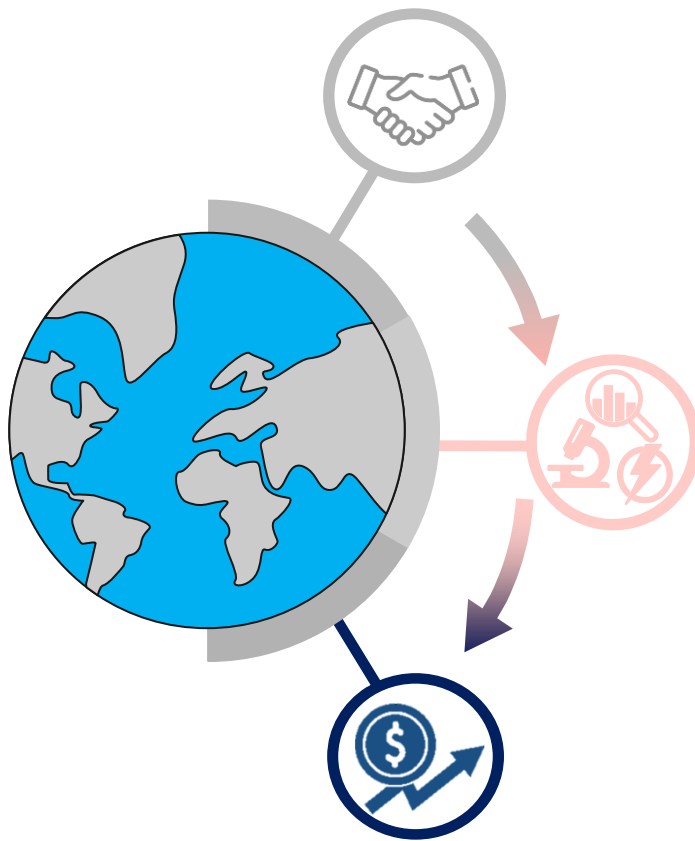
중장기

호텔형 F&B 컨설팅 제공

- ▶ 국내외 중소형 부티크 호텔 체인 기업과 협력 통한 호텔형 F&B 컨설팅 비즈니스 모델 도입 계획

당사는 주주가치와 시장신뢰를 위해 미래전략 등에 관하여 성실히 소통할 계획입니다.

IR 의 강화



IR 및 시장참여자 NDR 활동 개시

- 기관투자자 One-to-one 미팅 / NDR
- 애널리스트 간담회
- 국내외 IR Investor Day 개최
- 적극적인 자율공시
- 주주/투자자 문의 성실 대응

+

사업전략 수립과 추진력 있는 실행 통한 성장

- 시장동향 조망 / 분석 통한 시장기회 포착
- 내부구조 이슈 발굴, 개선과제화하여 비용효율화 달성
- 신사업 추진 위한 M&A 와 더불어 ROE 의 제고

||

주식시장 대상 성장과 밸류에 대한 설득

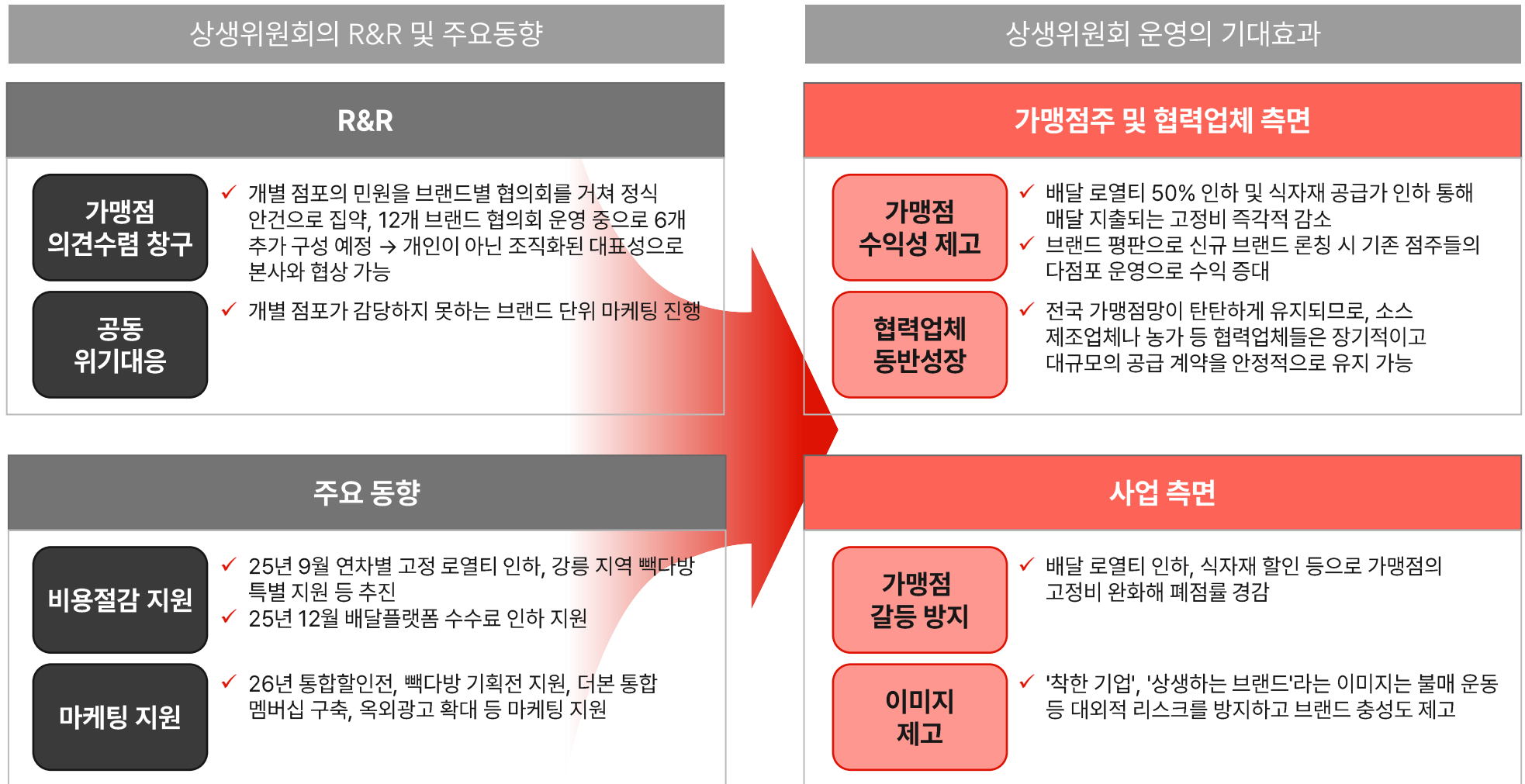
- 기존 사업 경쟁력 또는 유망한 신사업 추진 통하여 매출 / 이익의 미래성장에 대한 확신 설득
- 사업실행 성과와 투명한 정보제공 통해 시장의 합리적 평가 기대
- 투자매력도 있는 Equity 로 자리매김



IV. ESG Status

당사 상생위원회는 본사임원 / 가맹점대표 / 외부전문가로 구성된 3자 협의체로 적극 운영 통해 가맹점과 동반성장할 수 있는 파트너로 자리매김할 것입니다.

상생위원회의 운영



대한민국 지방소멸이라는 위기를 타개하기 위해 당사의 메뉴개발, 식당경영 등의 **노하우를 활용해 지속 기여하며 전국 단위로 확장**할 계획입니다.

지역개발사업의 전개

지역개발사업의 배경



- ✓ 전국 62곳이 인구소멸 위험지역으로 분류되는 등 **지방 소멸 위기**가 현실화
- ✓ 군청 안에는 **외식전문가, 메뉴개발 전문가, 위생 전문가 등이 부재**, 민관협업 필요성 高
- ✓ 지역 활성화의 본질은 시설 정비가 아닌 방문 이유의 창출, **사람들이 일부러 찾아와 하루를 보내고 다시 오고 싶어지는 구조** 설계 필요

지역개발사업 현황 (예산)



- ✓ 예산시장은 개발사업으로 **관광객 천만 명¹ 돌파**
- ✓ 시장 내 확장실 신축, 유희 점포 직접 매입, 외식 산업개발원 통한 메뉴 개발 및 상인 교육, 지역 특산물 활용한 관광 콘텐츠 기획 수행
- ✓ 삽교시장 **곱창특화거리** 조성, 전통주 체험단지 구축 등 병행

지역개발사업 계획



- ✓ 지역개발 ESG 사업의 **전국 확장** 계획
 - 경기 여주시와 MOU 체결, 여주 전통시장 현장 분석 시작
- ✓ 호텔 연계하여 체류수요 확보
 - 예산 / 문경 / 군산 / 상주 등 지역개발 사업지에 호텔 배치

