|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **이름** | KTO 청년인턴 김수민, 김재훈, 안주현, 홍성은 | |
| **아이디어명** | SK STAYtion – “세 살 여행, 여든까지 간다.” | |
| **아이디어**  **개요** | * ‘여행할 때 청소년들은 어디서 자야 하지?’라는 문제의식에서 시작, 주유소를 활용해 청소년들에게 숙박시설 제공 | |
| **SK주유소**  **공유자산** | * 유휴부지, 주유소 네트워크, 사무실 및 기타 공간 | |
| **외부의**  **공유대상** | - 한국관광공사의 품질인증제  - ‘대한민국 구석구석’ DB | |
| **아이디어**  **세부내용** | 1. 사업배경   SK 주유소 : 공유자산을 활용한 새로운 가치창출  KTO : 모두가 행복한 국내관광 활성화   * SK + KTO = ?  1. 상황분석  * 관광지식정보시스템의 국민여행실태조사에 따르면, 국내숙박여행 경험률은 2010년부터 점진적으로 증가하여 2016년까지 13%가 증가했음. 반면에 연령별 여행경험률은 15~19세, 20대가 60대보다 현저히 낮은 수준. * 청소년들이 국내여행을 하지 않은 이유를 조사해보니 대부분이 ‘여행지에서의 신변 안전이 염려되어’라고 답했고, 그 원인은 유해시설 외에는 **여행하는 청소년들이 잠 잘 곳이 없다는 것**. * 이에 청소년을 타겟으로 한 저렴하고 안전한 게스트 하우스,   **‘SK (SK + KTO) STAYtion’**을 제안.   1. 사업내용  * 1단계 : SK에너지와 한국관광공사의 업무 협력체계 구축. * 2단계 : 중앙 부처 및 지자체 시행 공모사업 참여로 **재원조달**. * 3단계 : **대상지 선정** 및 주유소의 전반적인 테마 조성, 리모델링. * 4단계 : 게스트하우스 운영에 필요한 전문 인력 양성 및 배치. * 5단계 : 가격 책정 및 **회원모집**(학교, 기관 등) 등 고객 유치. * 6단계 : ‘SNS – 관광지 – 학교 - 교통패스’ 연계한 대내외 홍보. | |
| **기대효과** | SK 주유소 | 한국관광공사 |
| * 유휴부지 활용도 향상 * 브랜드 이미지 제고 * 잠재적 고객 유치 | * 관광 홍보 극대화 * 관광분야 일자리 창출 * 공공기관의 입지확립 |
| **공유경제를 통한 사회 · 경제적 가치창출**  **청소년 국내여행 기회확대 및 국내관광 활성화** | |
| **기타사항** | 1. 이 사업은 공익을 목적으로 함   청소년의 국내관광 활성화, 안전한 여행 기반 마련을 목적으로, SK의 재정부담을 최소화하기 위해 유스호스텔을 자립적으로 운영할 수 있는 수익 발생 구조로 계획. 여기서 발생하는 수익은 ‘사익’보다 공공의 이익을 위한 최소한의 부담이라고 생각됨   1. 안전성 문제   (사례 1) 일부 SK주유소에서 이미 패스트푸드점이 입점하여 운영 중이므로 안전성 충분히 입증되었다고 볼 수 있음.  (사례 2) 캐노피에 주택을 증축해 거주하는 SK주유소 사장님을 직접 인터뷰, 일반 주택과 다를 바 없이 안전하다고 함. | |

**[끝]**