

PRESS



PR Contact

올마이투어	석영규 대표이사 / 010-5101-1344 / cmo@allmytour.com
	전유진 매니저 / chloe@allmytour.com

CONTENTS

I. 기업 소개

- 기업 개요
- 공동창업자 소개
- 주요 연혁
- 성과 지표

II. 서비스 소개

- 전세계 숙소 원가구독제 '어썸멤버십'
- 얼리버드 바우처 부킹엔진
- 커머스 채널링 비즈니스
- 글로벌 클라우드 채널링 솔루션

I. 기업소개

1) Next Generation OTA 『올마이투어』

올마이투어는 '오늘보다 더 나은 여행'을 미션으로 코로나19가 극심하던 2020년 말 여행산업 경력 15년 이상의 전문가들이 모여 설립한 여행 OTA 스타트업이다. 현재 전세계 200만개 숙소를 원가로 예약할 수 있는 숙소예약 플랫폼 '올마이투어닷컴'을 운영하고 있으며, 국내 숙소 운영자들이 전세계 다양한 여행 공급자에게 숙박 상품을 공급하도록 해 주는 '글로벌 클라우드 채널링 솔루션'을 자체 개발하여 빠르게 성장하고 있다.

팬데믹 시기, OTA 업계 최초로 호캉스 라이브 커머스('라방')를 시도하여, 30-50 여성 여행자 타겟 시장에 빠르게 침투하였으며, 여행자들이 여행 일정을 확정하지 않고도 프리미엄 호캉스를 경쟁력 있는 가격으로 간편 구매할 수 있도록 하는 차별화된 예약시스템인 '얼리버드 바우처 부킹엔진'을 런칭하여 가격비교에 지친 여행자들의 뜨거운 반응을 이끌어 냈다. 또한 CJ, SSG.COM, 카카오 커머스 등 예약 시스템이 미비한 국내 대형 커머스에 해당 얼리버드 바우처 부킹엔진을 공급하는 '숙박상품 채널링 비즈니스'를 영위하여 채널링 거래액을 매년 2배씩 성장시켰다.

2023년 10월 론칭한 숙박원가 구독제 '어썸멤버십'을 통해 여행자들은 국내외 200만개 숙소들의 전용 특가를 플랫폼 수수료가 면제된 공급가 그대로 예약할 수 있어, 숙소 가격비교에 많은 시간과 에너지가 드는 여행자들의 고민을 해결해 나가고 있다.

2023년 4분기에는 국내에 한정되었던 채널링 비즈니스를 글로벌로 확장하여 전세계 120개 B2B 파트너사에게 국내 숙박 상품을 공급하는 '글로벌 클라우드 채널링 솔루션'을 런칭하여 국내 호텔들의 디지털 전환(DX)를 촉진하고 있다. 기존 국내 호텔들이 해외발 인바운드 수요 유치를 위해서는 부킹닷컴, 아고다 등 해외 대형 B2C OTA에 의존해야 했다면, 올마이투어의 클라우드 채널링 솔루션은 해외 현지 여행사, 해외 기업출장 전문 여행사, 해외 항공사 등 B2B 공급사들에게 자신들의 숙소 상품을 배포할 수 있어, 전세계 여행수요의 30%에 달하는 B2B 여행수요에 대한 판매채널을 확장할 수 있도록 도와주는 솔루션이라는 데에 큰 의미가 있다.

이처럼 올마이투어는 '전세계 인구 1프로가 사용하는 글로벌 OTA'라는 비전을 품고, 인바운드와 아웃바운드 아우르는 글로벌 트래블테크 기업으로서 빠르게 성장해 나가고 있으며, 여행 시장의 다양한 참여자들의 고민을 해결하기 위해 30여명의 팀원과 함께 오늘도 치열하게 고민하고 빠르게 실행해 나가고 있다.

회사명	주식회사 올마이투어	대표	석영규
서비스명	올마이투어닷컴	설립일	2020년 11월
직원수	30여명 (2024.05 기준)	누적투자	24억 원 (2024.05 기준)
주소	서울특별시 종로구 창경궁로 112-11, 재림빌딩 6층		
홈페이지	www.allmytour.com		
주요 서비스	전세계 숙소 원가예약 구독플랫폼, 글로벌 클라우드 채널링 솔루션 등		
투자자	블루포인트파트너스, 기술보증기금, 신한벤처투자, 한국투자액셀러레이터 등		

2) 공동창업자 프로필



석영규 CEO

출생	1981년
학력	고려대학교 사회학과 졸업
약력	2020~ 현재 대표이사, 올마이투어 공동창업 2018~2020 Eastar Jet B-737 파일럿 2007~2028 대한항공 근무(글로벌 마케팅, 델타항공 Joint-Venture, 자카르타 지점 부지점장) 2005~2006 외교통상부 WTO 다자&한미FTA 협상분과



정현일 COO

출생	1980년
학력	한양사이버대학교 경영정보/AI비즈니스 학과
약력	2022. 11~현재 공동대표(COO), 올마이투어 공동창업 2010~2024 (주)정호여행사 대표이사 2022~2024 중화동남아여행협회(AITA) 이사 2003~2010 (주)정호여행사 동남아 총괄 지사장 2018~2019 서울관광협회 전문위원 2019-2021 경기관광공사 MICE 얼라이언스 위원

3) 주요 연혁

2024	5	2024년 1분기 매출 65억원 달성 (전년비 96% 성장)
	4	전세계 숙소 원가구독제 '어썸멤버십' 공식런칭
	4	2024 신한 퓨처스랩 육성기업 선정
	3	신한벤처투자, 한국투자액셀러레이터 Pre-A 브릿지 투자 유치
	1	올마이투어닷컴 회원 30만명 돌파
2023	12	매출액 127억원 달성
	12	한국관광공사 글로벌 관광 우수상 수상
	11	ComUp 더 스타즈 오브 스타즈 선정 (컴업스타즈 2023 어워즈)
	10	아시아 최초 구독형 숙소예약 서비스 '어썸멤버십' 베타런칭
	10	ITA Asia 2023 박람회 부스 공식 참여
	9	글로벌 클라우드 채널링 솔루션 공식 런칭
	9	한솔 V 프론티어스 Demo Day 우수상
	7	블루포인트파트너스 한솔 V 프론티어스 선발

	6	기술보증기금 Pre-A 시리즈 투자 유치
	5	한국관광공사 주관 글로벌 관광 선도기업 선정
	3	국내 OTA 최초 Google API 파트너 체결 및 시스템 연동
	1	벤처기업 등록
2022	12	매출액 68억원 달성
	12	한국관광공사 크라우드펀딩 최우수상, 엑셀러레이팅 장려상 수상
	10	크라우드펀딩 주식형 1.2억원 달성
	7	시드투자 6억원 유치
	6	기업부설연구소 설립
	5	한국관광공사 주관 관광 엑셀러레이팅 기업 선정
	4	Y-Combinator Express 선정
	3	시드투자 6억원 유치
	5	한국관광공사 주관 관광 엑셀러레이팅 기업 선정
	4	Y-Combinator Express 선정
2021	12	서비스 첫해 매출액 46억원, 당기순이익 2.6억원 달성
	7	한국관광공사 관광기업 혁신바우처 수혜기업 선정
	6	카카오커머스, SK텔레콤, KT 이커머스 전략적 제휴
	2	올마이투어닷컴(allmytour.com) 숙박플랫폼 서비스 런칭
2020	12	투어관리시스템 및 외국인 투어플랫폼 베타런칭
	11	올마이투어 법인 설립 및 사업자 등록

4) 성과 지표

- 전세계 예약가능 숙소 수 200만개 (2024년 4월 기준)
→ 해외 숙소 수 기준, 국내 OTA 중 TOP5에 해당
- 재구매율 : 31.5%회 (국내OTA스타트업 평균 : 12.7%) (혁신의 숲 출처)
- 연봉 8천만원 이상 회원 비율 : 33.9% (국내 OTA 평균 : 14.3%) (혁신의 숲 출처)
- 여성 구매자 비율 : 67% (국내 OTA 평균 : 47%) (혁신의 숲 출처)
- 구독회원(어썸멤버) 6개월 평균 예약수 : 5.2박
- 월간 이용자수(MAU) 37만명

II. 주요 서비스 소개

1) 전세계 숙소 원가구독! 올마이투어닷컴 '어썸멤버십'



오픈일	2023년 10월 베타 오픈 / 2024년 5월 정식 오픈
특징	월 1,900원 or 연 19,000원 구독료로 전세계 200만 개 숙소 원가예약 전세계 50만 개 프리미엄 숙소 특가 구독회원 전용 예약 ('어썸오리지널') 한정특가 프로모션 예약 시 최소 10% 이상 캐시백 ('어썸캐시백')
주요 지표	베타운영기간(6개월) 중 어썸멤버 평균 숙소 예약수 5.2박 전체 회원의 60%가 연간 구독 선택 (평균 해지율 7.8%)

글로벌 숙소 원가예약 플랫폼 올마이투어닷컴이 2024년 5월, 전세계 200만 숙소 원가숙박 구독제 '어썸멤버십'을 공식 론칭했다.

어썸멤버십은 글로벌 프리미엄 호텔과 리조트, 펜션 등 다양한 유형의 숙소들을 공급 원가 그대로 예약할 수 있는 구독형 서비스다. 올마이투어닷컴은 멤버십이 제공하는 숙소들을 200만 개로 대폭 확대하고 구독 회원 전용 페이지의 UX/UI 디자인까지 개선해 이용자 편의성을 한층 강화했다.

지난 10월 베타 버전으로 첫 서비스를 시작한 어썸멤버십은 여행을 준비하는 소비자들에게 플랫폼 수수료가 일절 포함되지 않은 숙소 가격을 제시해 큰 인기를 끌고 있다. 세금 및 봉사료 명목으로 부과되던 10~20% 가량의 비용을 제외해 사실상 OTA 업계 최저가 수준의 할인 혜택을 얻을 수 있는 셈이다.

특히, 멤버 전용 특가 숙소 '어썸 오리지널'은 이번 공식 론칭을 통해 약 50만 개의 숙소들을 타 OTA 플랫폼에는 노출되지 않는 예약가로 판매하면서 구독 회원만이 누릴 수 있는 혜택을 더욱 풍성하게 준비했다.

실제로, 6개월 간의 어썸멤버십 베타 운영 기간 중 회원 1인당 평균 숙박일수는 5.2박에 달할 정도로 고반복 예약이 꾸준히 발생하고 있으며, 전체 회원의 60% 이상이 연간 구독을 이용하고 있다. 반면, 멤버십 해지율은 7.8% 수준에

불과해 소비자들의 높은 만족도를 엿볼 수 있다.

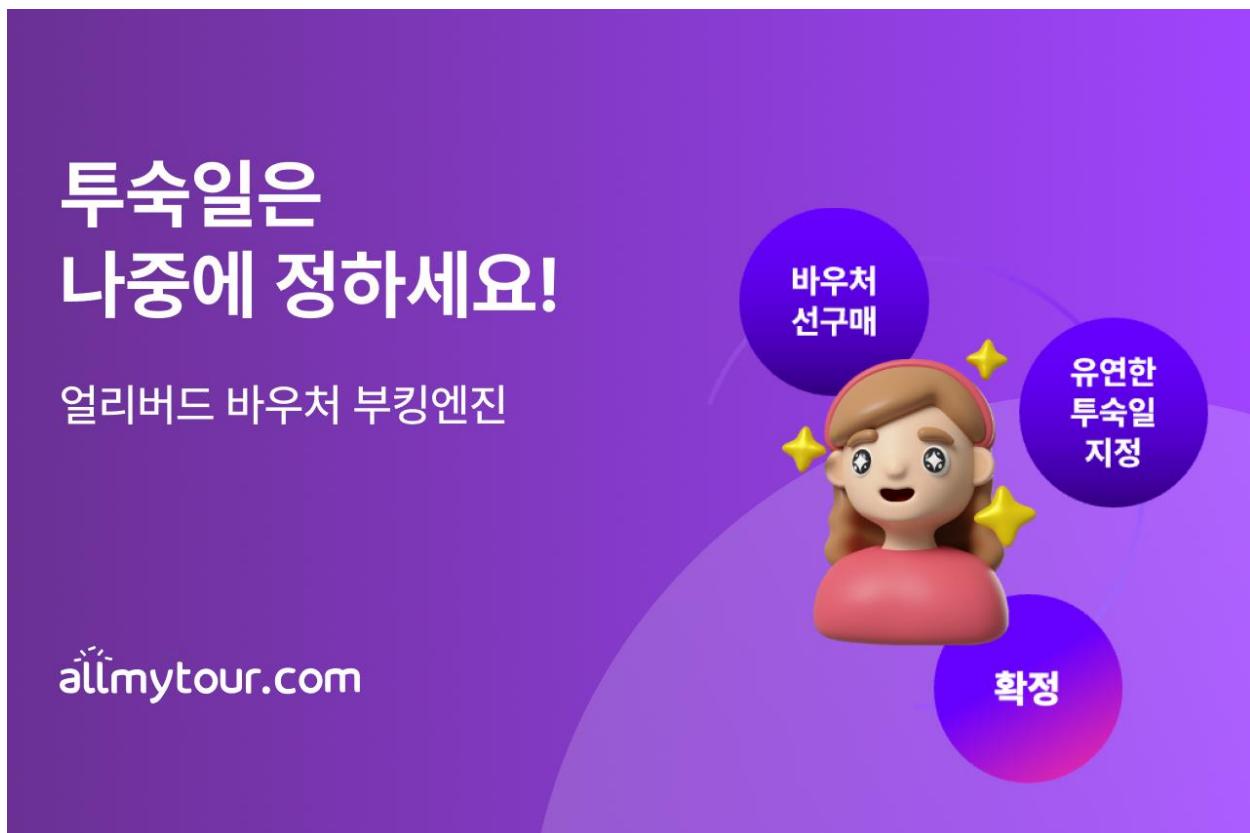
이 같은 어썸멤버십의 경쟁력은 올마이투어닷컴이 직계약한 국내외 호텔 및 전세계 파트너사들과의 협력을 통해 구축한 글로벌 숙소 공급망에서 비롯된다. 올마이투어닷컴은 국내를 포함한 아시아와 미주, 유럽 등 다양한 권역의 숙소들을 지속해서 늘려옴과 동시에 여행자들의 가격 비교 고민 해소를 위한 원가 공급 계약도 계속해서 확대해왔다.

이 밖에도 연내 다국어 및 해외통화 결제 지원 앱을 출시해 국내외 여행객들의 더욱 편리하고 합리적인 숙소 선택을 위한 서비스 접근성 강화에 나설 예정이다. 또한, 연내에는 해외 인기 숙소들과의 직계약을 기반으로 플랫폼 제공 숙소를 300만 개까지 확대하는 등 가격비교 없이 여행에만 집중할 수 있는 환경 조성에 더욱 매진한다는 계획이다.

올마이투어닷컴 석영규 대표는 "어썸멤버십은 그간 숙소 가격 비교에 많은 시간과 에너지를 쏟아야 했던 소비자들의 고민을 해결하는 열쇠이자 여행에만 집중하고 싶은 이들을 위한 솔루션"이라며 "이번 공식 론칭을 기점으로 보다 다양하고 합리적인 숙소 선택지를 제시하며 전세계 여행객들의 숙소를 연결하는 허브로 자리매김할 것"이라고 전했다.

한편, 어썸멤버십은 월간 혹은 연간 구독의 형태로 이용할 수 있으며, 연간 구독을 신청한 회원에게는 월간 대비 17%의 구독료 할인을 적용하고 '어썸 캐시백' 2만5000포인트를 지급하는 이벤트를 실시한다. 또한, 호캉스 한정 특가 등 다양한 프로모션을 통해 숙소를 예약한 어썸멤버십 회원은 구매가의 최소 10% 이상을 포인트로 돌려받을 수 있다.

2) 간편하고 유연한 숙소 최저가 예약 '얼리버드 바우처 부킹엔진'



오픈일	2021년 2월 런칭
특징	여행일정과 투숙일을 정하지 않고 최저가로 숙소를 예약하는 예약시스템 숙소 운영자들의 객실 공실 고민을 덜어주는 프로모션 부킹엔진
주요 지표	국내 프리미엄 호캉스 숙소 프로모션 3년간 1200회 진행 기존 OTA 예약 시스템 대비 구매 전환율 약 6배 이상

올마이투어닷컴의 '얼리버드 바우처 부킹엔진'은 기존 OTA의 예약방식과는 다른 독특한 예약방식이다. 여행자들이 전통 OTA를 통해 숙소를 예약하기 위해서는 우선 여행일정과 체크인 체크아웃 일자를 정한 후에 웹사이트에서 표출되는 달력에서 해당 일자를 선택한 후에 끊임없는 가격비교 후, 최종적으로 특정 숙소 및 상품을 결정한 다음에서야 예약을 진행하는 다소 복잡하고 시간과 에너지를 소모하는 방식이었다.

올마이투어닷컴 '얼리버드 바우처 부킹엔진'은 이런 여행자들의 불편함에 집중하여, 여행일정과 투숙일을 먼저 정하지 않고, 1~3개월 후의 인기숙소 숙박상품을 기준 OTA 대비 15%~30% 저렴하게 숙박이용권('바우처') 형식으로 선 구매한 후에, 나중에 여유롭게 여행일정을 정하는 예약시스템이다. 마치 쿠팡에서 물건을 주문하듯 상품확인부터 결제완료까지 걸리는 시간은 1분이 넘지 않는다. 바우처를 구매한 여행자는 결제 완료 즉시 카카오 알림톡을 통해 자사의 예약시스템 접속 링크를 받게 되고, 링크를 클릭하면 원하는 룸타입과 투숙일자를 충분한 시간적인 여유를 두고 정하면 된다.

그렇다면 5성급 프리미엄 호텔에서 어떻게 신생 여행스타트업에게 타사 대비 더 경쟁력 있는 가격을 제공할 수 있을까 하는 의문이 남는다. 이는 호텔 운영자들의 페인포인트에 집중했기 때문에 가능했다. 객실이란 시간이 지나면 가치가 사라져 버리는 재화이기 때문에, 모든 숙소 운영자들은 2~3개월 후의 객실 공실율을 일정 정도 수준 이상으로 채워놓고, 이후 투숙일이 임박할수록 가격을 점점 올리는 업셀링 레비뉴 매니지먼트(Upselling Revenue Management, RM) 전략을 취하고 있다. 그렇기 때문에 숙소운영자들은 2~3개월 후의 객실 공실을 어떻게 미리 채워놓을 수 있는가를 항상 고민하고 있었다.

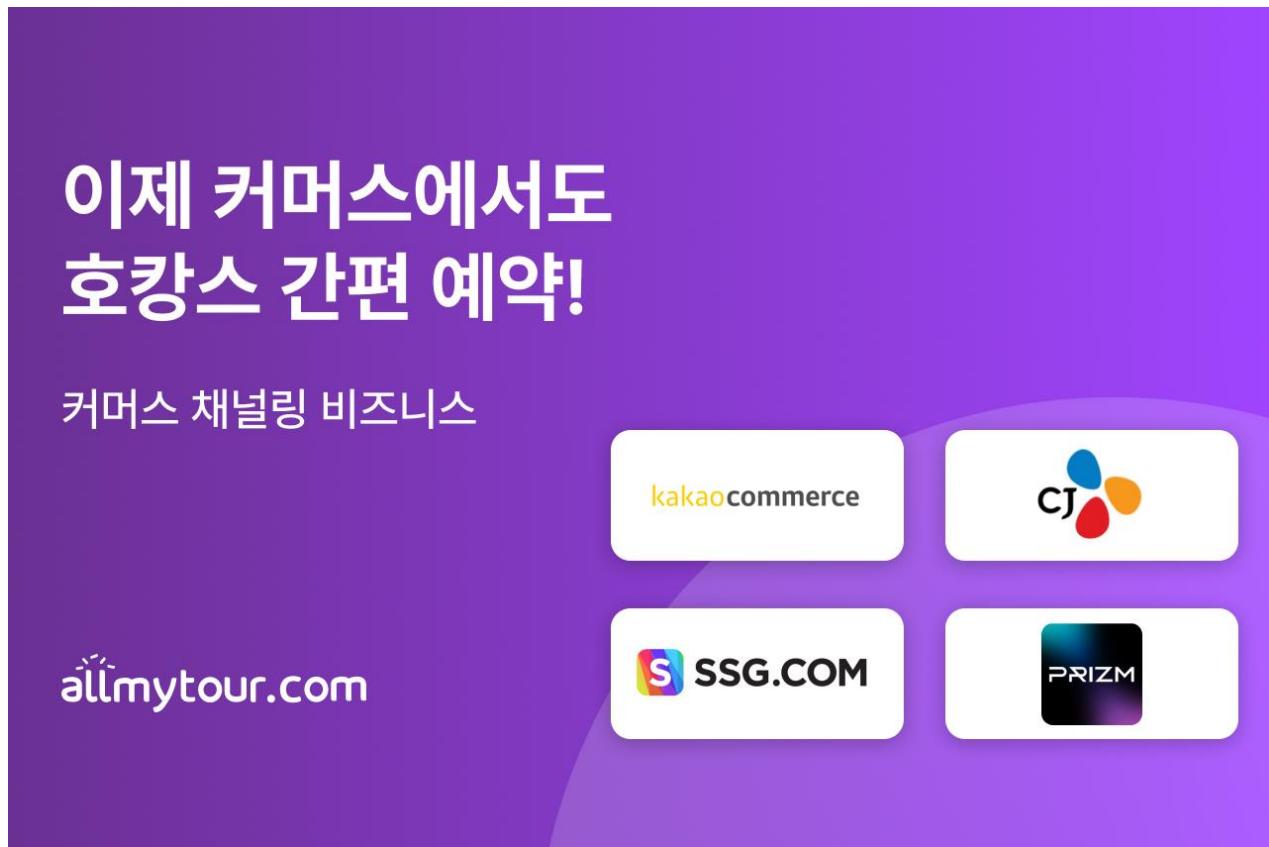
올마이투어닷컴의 얼리버드 바우처 부킹엔진은 이런 숙소 운영자들의 객실 공실율을 빠르게 높여 줄 수 있는 효과적인 예약방식이었기 때문에 타사 대비 더 저렴하게 얼리버드 수요에 대한 가격을 제공해 줄 수 있었으며, 특히 팬데믹으로 낮은 객실 공실에 대한 고민을 해결해 줄 수 있었다.

이런 올마이투어의 독특한 부킹엔진은 팬데믹 시기에 소위 말해 '대박'을 쳤다. 1단계에서 4단계를 넘나드는 사회적 거리두기 와중에 여행자들은 상대적으로 안전하다고 여겨지는 호캉스에 대한 수요가 증가했고, 투숙일을 정하지 않고도 최저가를 미리 '챙여둘 수' 있다는 점에 열광했다. 당시 호캉스 바우처 프로모션을 업계 최초로 라이브커머스('라방')을 통해 송출되었을 때, 단 2시간만에 7억원이 넘는 거래액이 발생한 뉴스는 당시 호텔 및 OTA 업계에서 큰 화제가 되었다.

여행을 가기 위해서는 여행일정부터 확정해야 하다는 심리적 장벽을 자체 개발한 바우처 부킹엔진을 통해 없앤 결과, 바우처 부킹엔진의 예약전환율은 기존 예약방식 대비 6배에 달하는 지표를 보이고 있다. 아울러 해당 부킹엔진을 예약시스템이 부재한 국내 주요 배송커머스에 공급하여, 관련 거래액을 매년 2배 이상 성장시킬 수 있었다.

올마이투어닷컴 부킹엔진의 팬데믹 시기 큰 성공으로 인해, 이후 다양한 국내 5성급 호텔들의 바우처 프로모션 제안이 이어졌고, 그 결과 지난 3년간 국내 주요 프리미엄 숙소와 1,200회가 넘는 얼리버드 바우처 프로모션을 진행하며 올마이투어 성장을 위한 탄탄한 기반이 되어 주었다. 이후 단발성 프로모션이 아닌 호텔 및 커머스업체와의 시스템을 실시간으로 통합하여 진입장벽을 구축할 수 있었고, 숙소운영자들과의 네트워크 구축을 통해 약 3년 후인 2023년 말 글로벌 클라우드 채널링 비즈니스를 런칭하는 데에 큰 시너지 요인이 되었다고 올마이투어측은 분석하고 있다.

3) 이제 커머스에서도 호캉스 간편 예약 '커머스 채널링 비즈니스'



오픈일	2021년 4월 런칭
특징	숙소 예약 시스템이 부재한 국내 배송커머스에 당사 유연한 얼리버드 바우처 부킹엔진 공급
주요 지표	커머스 발 거래액 누적 500억원 2024년 1분기 거래액 100억원 이상

올마이투어닷컴은 팬데믹 시기, '얼리버드 바우처 부킹엔진'의 초기 성공을 통해, 빠르게 30-50 여성타겟의 시장에 빠르게 침투할 수 있었다. 아울러 얼리버드 바우처 부킹엔진의 유연한 예약방식은 배송커머스 업체들의 큰 관심을 불러일으켰고, 국내 주요 커머스 업체와의 협업으로 이어졌다.

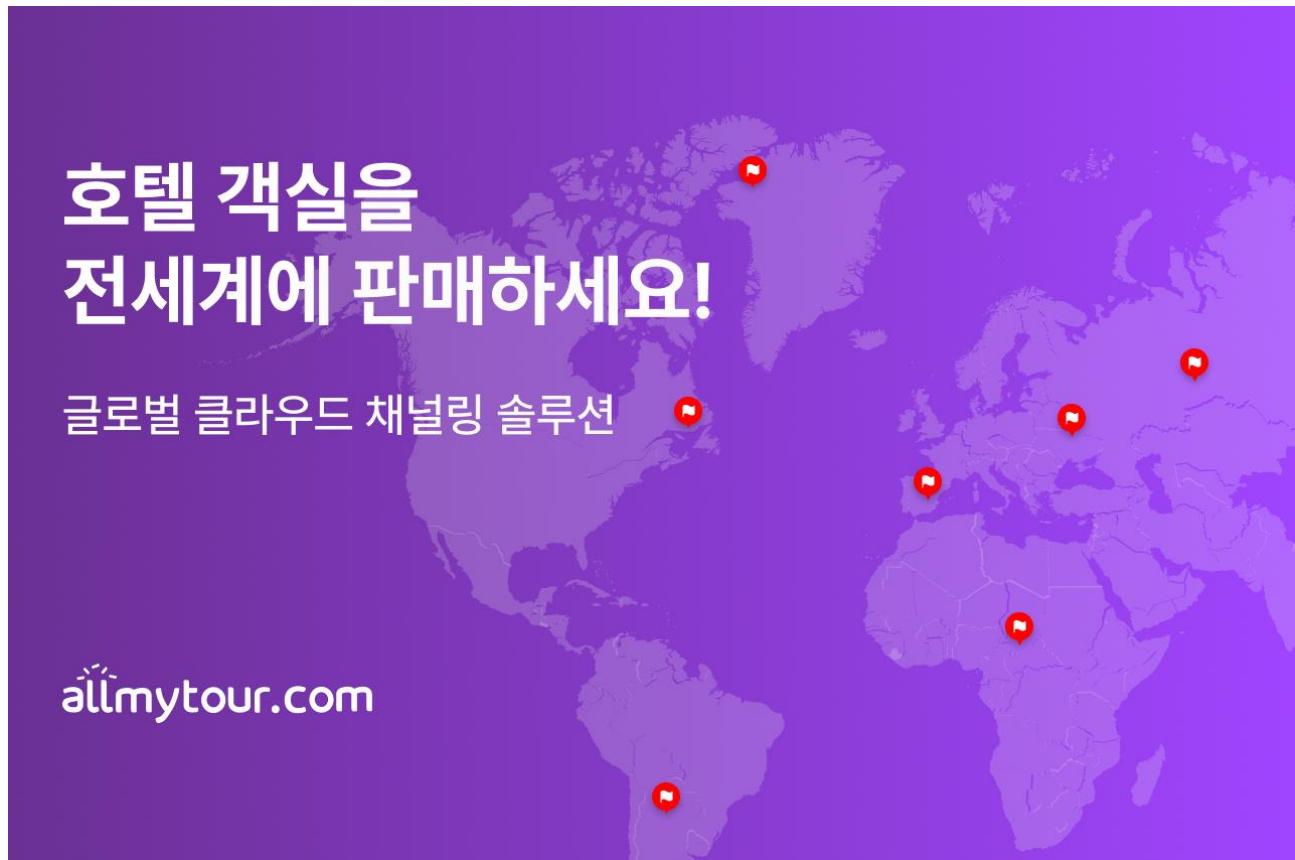
주지하다시피, 기존 커머스 시스템의 경우 배송상품 취급에 특화되어 있어 숙소예약과 같은 무형의 시간성 재화를 판매하기 위해서는 예약시스템('부킹엔진') 탑재가 필수적이다. 하지만 숙박이용권을 먼저 간편 구매하고, 나중에 유연하게 투숙일을 지정할 수 있는 올마이투어의 바우처 부킹엔진은 커머스 업체가 자체 예약시스템 없이도 마치 배송상품 판매하듯이 숙박상품을 판매 가능토록 해주는 확장성으로 인해 커머스와의 협업에 최적화 되어 있었다.

2021년 2분기부터 3년간 카카오커머스, CJ, SSG.COM, SKT, 티몬, 프리즘 등 30개가 넘는 커머스와의 프로모션 협업을 진행했고 관련 누적 거래액이 500억원을 달성했다. 특히 해당 비즈니스 초창기부터 진행한 카카오 커머스와의 협업을 통해 카카오플랫폼 내 2년 연속 여행상품 거래액 1위를 달성했으며, 이는 카카오톡 채널 내 자사 올마이투어닷컴 시스템 통합이라는 결과로 이어졌다. 커머스 업체 중에는 신선식품 배송 특화 '마켓컬리', 명품 플랫폼 '트렌비' 등도 포함되어 있었는데, 이는 치열한 경쟁환경에서 숙박상품 취급을 통해 거래액을 증대 시키려는 커머스사들의 이해에 부합했기 때문에 가능했다.

2024년에도 해당 커머스 채널링 비즈니스는 고속 성장중이다. 2024년 1분기 커머스 향 거래액은 100억원을 초과 달성했고, 주요 핵심 커머스 파트너사들과의 시스템 실시간 연동을 진행하고 있다. 올마이투어 측은 바우처 부킹엔진 고도화 및 파트너사와의 시스템 통합을 통해, 배송커머스 업체들이 더욱 유연하고 간편하게

프리미엄 숙소를 예약할 수 있도록 적극 지원하겠다는 계획이다.

4) 호텔들의 해외 판매 확장을 도와주는 '글로벌 클라우드 채널링 솔루션'



오픈일

2023년 9월 런칭

특징

해외 OTA에 의존하지 않고 전세계 B2B 수요처에 판매채널 확장

해외발 한국행 관광 및 입국수요(인바운드 수요)는 K 열풍으로 인해 팬데믹 시기에 지속적으로 늘어날 것으로 예상된다. 정부의 인바운드 외래방한객 2024년 목표는 2천만명으로 강한 드라이브를 걸고 있다.

반면 외국인 방한 여행 거래액의 40% 이상을 차지하는 국내 숙소의 해외 판매 채널은 대부분 해외 대형 B2C 채널에 국한되어 있으며, 그 의존도 또한 매년 높아지고 있다. 글로벌 여행 시장에서 부킹홀딩스, 익스피디아, 트립닷컴(시트립) 등 4개 대형 OTA의 시장점유율은 97%에 달해, 국내 숙소들은 최대 30%에 달하는 OTA 수수료를 감수하면서 해외발 수요를 유치하고 있는 실정이다.

한편 팬데믹으로 인해 여행업계를 떠난 인력들로 인해 호텔업계의 인력난은 더욱 심해졌으며, 자체적으로 해외 판매활로를 개척하기에는 인력적인 한계 그리고 디지털 전환(DX)을 도모하기에는 어려운 상황이다.

이런 여건에서 올마이투어닷컴은 2023년 9월 숙소 운영자들의 해외 판매채널을 확장할 수 있도록 도와주는 '글로벌 클라우드 채널링 솔루션'을 런칭하여 업계의 큰 주목을 받고 있다. 올마이투어의 클라우드 채널링 솔루션은 호텔들의 숙박상품을 B2C OTA 채널이 아닌 전세계에 흩어져 있는 많은 현지 여행사, B2B 공급사, 기업체 전문 여행사, 해외 항공사, 해외 커머스 등 다양한 B2B 채널에 판매할 수 있는 활로를 열어주는 새로운 솔루션이다. 대형 OTA에 과도한 수수료를 주지 않고도, 여행수요의 30%에 달하는 B2B 수요를 새롭게 유치할 수 있다는 점이 숙소 운영자들에게 큰 매력으로 다가온다는 후문이다.

2023년 4분기 런칭 이후 국내 호텔 약 300여개와 외국인 전용 B2B 상품 직계약을 체결하였고, 중국 및 동남아시아 지역 120개 수요 파트너사와의 계약을 빠르게 진행하여 작년 4분기에만 해당 매출이 약 30억원 발생했다. 올마이투어측은 기업연구소의 자체 API 및 RPA(로봇프로세스 자동화) 기술 적용을 통해 숙소 측에서 편리하게

채널을 관리할 수 있는 해당 솔루션을 지속 고도화 나가고 있다.

올마이투어측은 최종적으로 동북아 지역 특히, 한국과 일본 숙소 운영자들의 디지털 전환(DX)를 촉진하여 '동북아 1위 B2B 숙소공급자'라는 목표를 세우고, 빠르게 시장을 선점할 계획이다.

『 감사합니다. 』