

# 하나투어 IR 발표자료

2025년 5월



# 내용

## I. 하나투어

1. 회사소개
2. 하나투어의 강점 및 경쟁우위
3. 역사
4. 지배구조
5. 자회사 현황
6. 영업실적
  - 1) 연간
  - 2) 분기
7. 패키지 동향
8. 온라인 동향

## II. 여행시장

1. 아웃바운드 여행시장
2. 패키지 여행 시장
3. 개별자유여행(FIT) 시장
4. 코로나 이후의 여행산업 변화

## III. 성장 전략

1. 전략적 방향성
  - 1) 하나투어의 3대 성장 전략
  - 2) 새로운 하나투어의 모습
2. 전략 목표
  - 1) 패키지 상품 경쟁력 강화
    - A. 여행을 여행답게 (하나팩 2.0)
    - B. 새롭고 차별화된 경험(하나 Original)
    - C. 젊은 세대를 겨냥한 테마여행 패키지 (밍글링 투어)
    - D. 소규모 & 맞춤형 여행 (우리끼리 & ZEUSworld)
    - E. 안전한 여행 (Safety & Joy)
  - 2) 결합상품을 통한 FIT 시장 공략
    - A. 하나투어 결합상품의 경쟁우위
    - B. FIT를 위한 하나투어의 대표 결합상품
    - C. 에어텔 / 현지투어플러스 / 내맘대로
  - 3) 온라인 채널 경쟁력 강화
    - A. 모바일 App 전면 개편
    - B. 하나투어만의 여행 콘텐츠
  - 4) 브랜드 리노베이션

## IV. 별첨

1. 재무제표

# I. 하나투어

# 새롭고 즐거운 여행 경험을 제공하는 기업

- 새롭고 즐거운 여행상품을 개발하고 여행자들이 편리하고 안전한 여행을 할 수 있도록 돕는 기업

## 하나투어 비즈니스 모델

여행 상품 개발 및 공급



하나투어



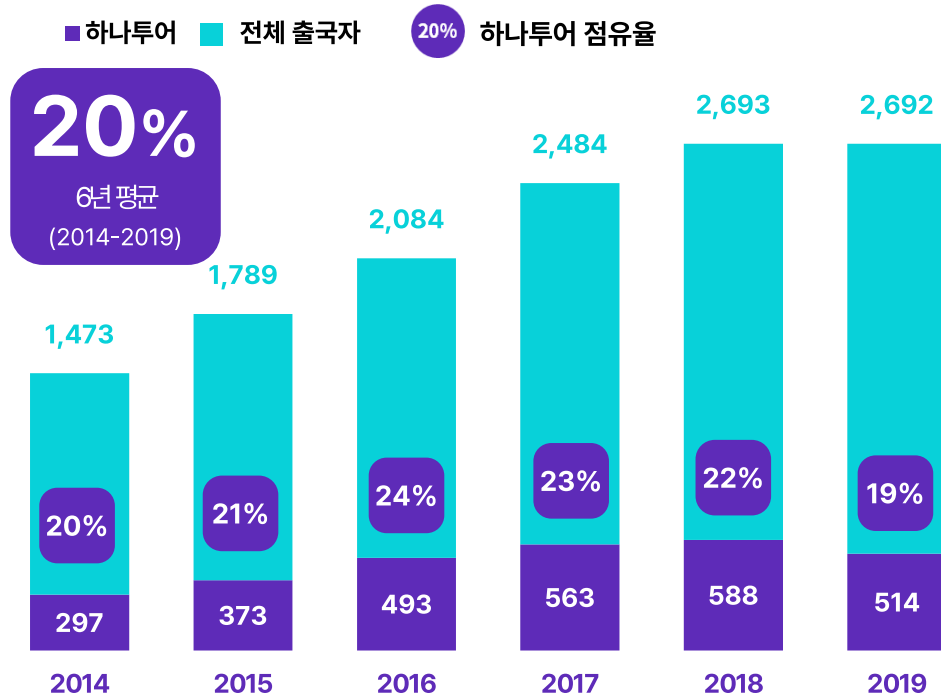


# 명실상부 대한민국 1등 아웃바운드 여행사

- 대한민국 출국자 다섯 중 하나, 패키지 여행객 셋 중 하나는 모두 하나투어의 고객

## 하나투어 국내 출국자 점유율

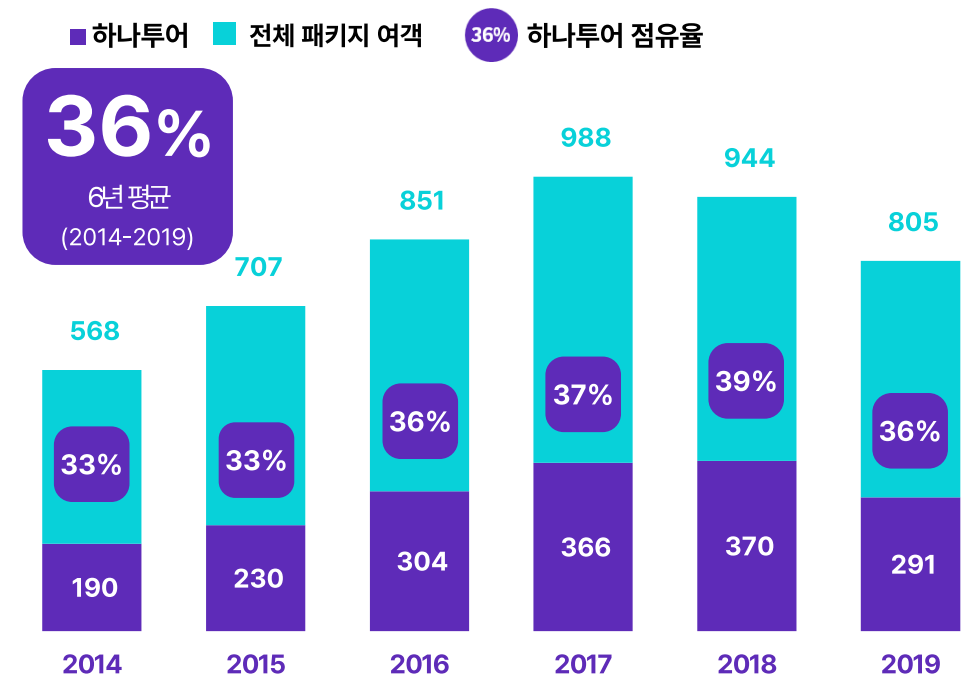
2014-2019, %, 만명



(자료: 법무부, 하나투어)

## 하나투어 국내 패키지 시장 여객 점유율

2014-2019, %, 만명



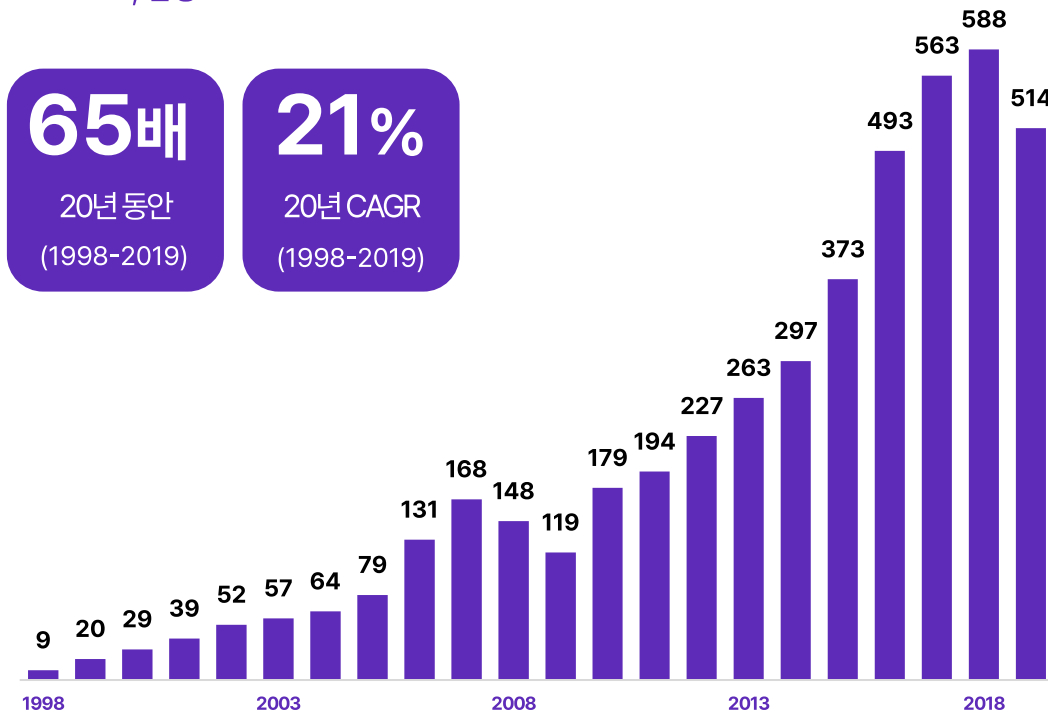
(자료: KATA, 하나투어)

# 여행산업 전체의 성장을 견인하는 기업

- 지난 20년간 송출객수 65배 증가, CAGR 21% 기록
- 동기간 10배 성장한 전체 아웃바운드 시장 성장률을 크게 상회

## 하나투어 여객자수 추이

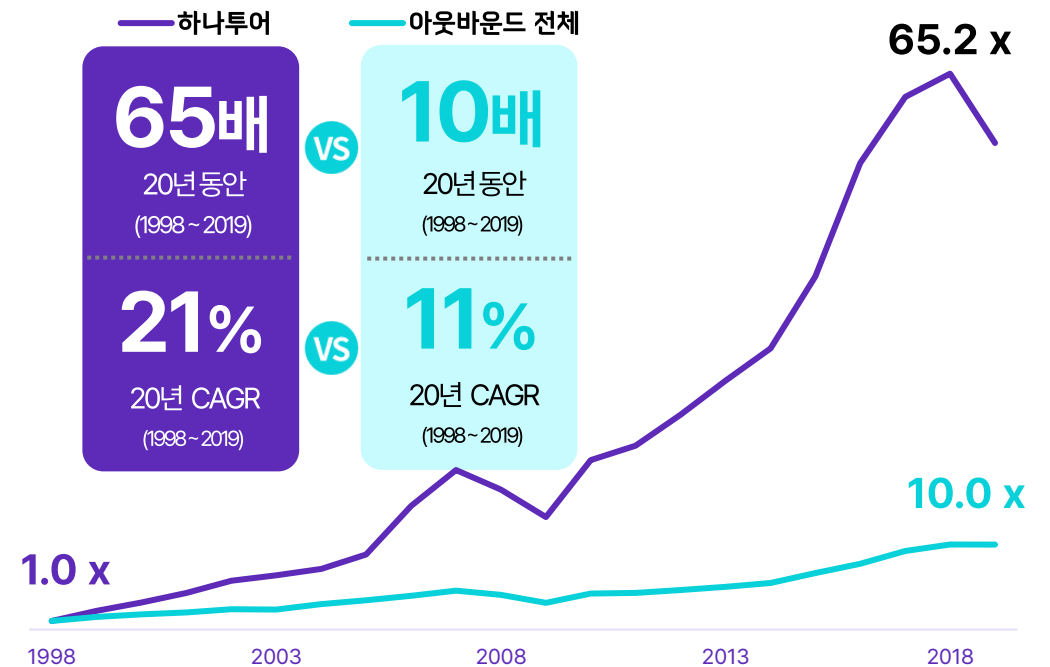
1998-2019, 만명



(자료: 하나투어)

## 하나투어 vs 아웃바운드 전체 성장 비교

1998-2019, 배수



(자료: 법무부, 하나투어)

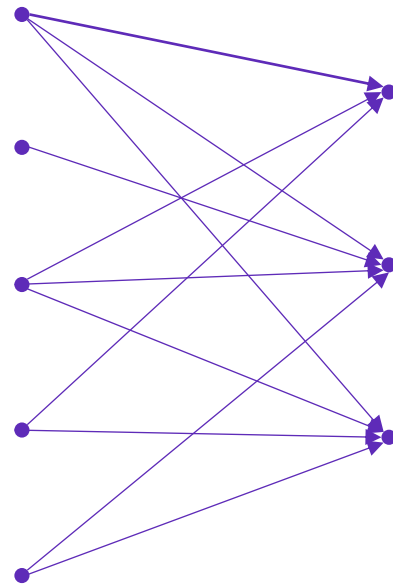
# 하나투어의 강점 및 경쟁우위

## – 업계 최고 수준의 강점들을 바탕으로 지배적 경쟁우위 확보

### | 하나투어의 독보적인 강점

- 1 시장 지배력**  
하나투어의 대한민국 출국자 및 패키지 여객 점유율은 각각 20%, 36%로 업계 1위
- 2 상품 개발 역량**  
280명 이상의 업계 최대 규모 상품 개발 전담 인력 보유
- 3 온라인 채널 역량**  
170명 이상의 업계 최대 규모 온라인 채널 개발 전담 인력 보유
- 4 오프라인 채널**  
전국 6,000개 이상의 대리점, 900개 이상의 공식인증대리점 등 업계 최대 규모의 유통채널 보유
- 5 글로벌 네트워크**  
11개의 해외 자회사, 291개의 현지 협력사, 9개의 비자신청센터 등 업계 최대 규모의 글로벌 네트워크 역량 보유

### | 하나투어의 지배적 경쟁우위



- 1 탁월한 수익성**
- 2 시장을 선도하는 업계 최고의 상품력**
- 3 글로벌 공급력**

# 대한민국 1등 여행 브랜드

## – 대한민국 1등 여행사, 1등 브랜드



National Customer Satisfaction Index

국가고객만족도(NCSI)  
여행산업 부문 6년 연속 1위



한국능률협회 선정 브랜드 가치  
여행사 부문 15년 연속 1위



KCSI선정 '한국산업의 고객만족도'  
여행사 부문 11년 연속 1위



브랜드스탁 선정  
대한민국 100대 브랜드



소비자중심경영 | 공정거래위원회

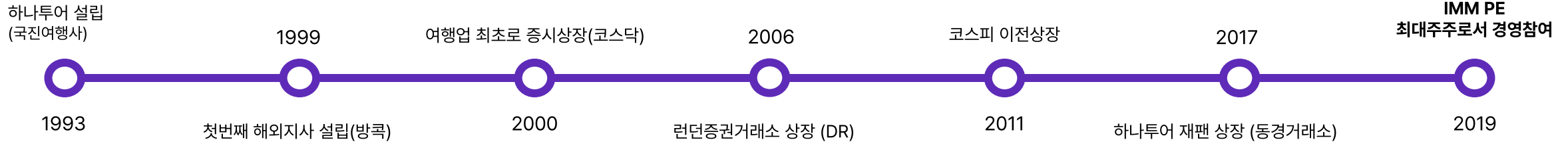
CCM(소비자중심경영) 6회 연속 인증  
2022 올해의 CCM 최우수상(국무총리표창) 수상

# 지난 30년간 대한민국 여행산업을 선도한 기업

## – 하나투어 30년의 역사는 곧 대한민국 아웃바운드 여행산업의 역사

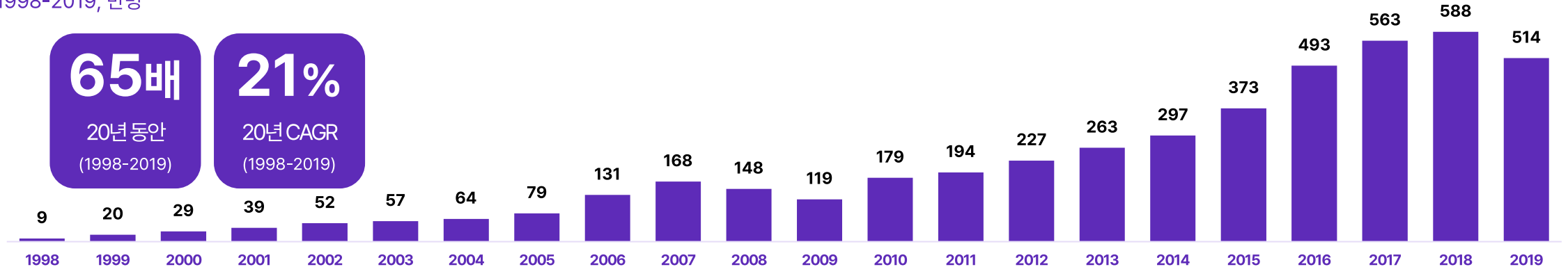
### 하나투어 연혁

1993 - 2019



### 하나투어 여객자수 트렌드

1998-2019, 만명



# 이사회 및 지분구조

## 하나투어 이사회

사내이사 5인, 사외이사 4인, 기타비상무이사 3인

구분	성명	경력
사내이사	박상환	하나투어 회장
	권희석	하나투어 수석부회장
	송미선	하나투어 대표이사 사장
	류창호	하나투어 공급본부 본부장
	김창훈	하나투어 상품기획본부 본부장
사외이사	한상만	성균관대학교 경영대학 경영학과 교수
	김문현	한국외국어대학교 GBT학부 교수
	유혜련	태성회계법인
	장인환	법무법인 바른 상임 고문
기타비상무이사	송인준	IMM프라이빗에쿼티(주) 대표이사
	김영호	IMM프라이빗에쿼티(주) 투자본부 수석 부사장
	박찬우	IMM크레딧앤솔루션(주) 대표이사

## 이사회내 위원회

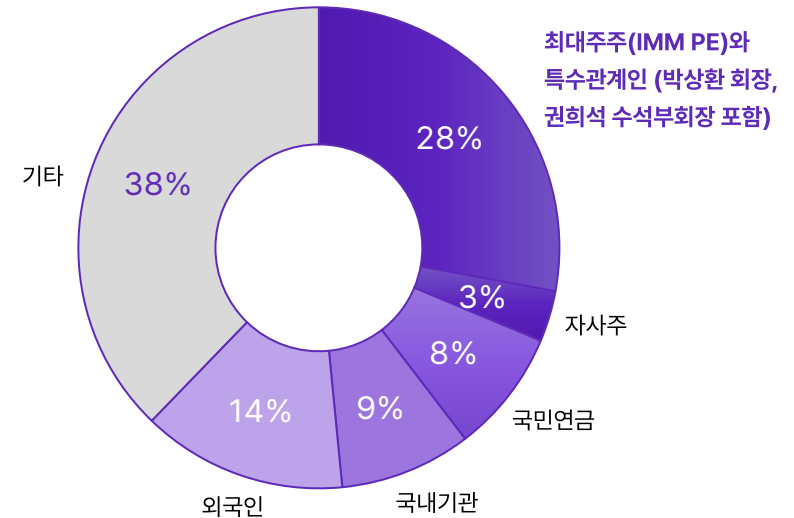
감사위원회, ESG 위원회, 사외이사후보추천 위원회, 보상위원회

감사위원회
김문현 한상만 유혜련 장인환

ESG 위원회
송미선 한상만 유혜련

## 지분구조

2024년 말 기준, %



사외이사후보추천 위원회
박상환 김영호 김문현 장인환

보상위원회
김영호 장인환 유혜련



# 자회사 현황

## 연결대상 종속법인

2025년 1분기 기준 총 22개 (국내 9개, 해외 13개), %

국내 (9)		
회사명	주요사업	지분율 (%)
웹투어(주) (주)넥스투어 (100%)	여행알선서비스	77
(주)하나투어제주	여행알선서비스	77
(주)투어마케팅코리아	여행알선서비스	70
(주)하나투어아이티씨	여행알선서비스	100
(주)하나투어비즈니스	여행알선서비스	100
(주)하나여행대부	대부업	100
(주)에스엠면세점	면세점	90
(주)하나투어리스트	여행알선서비스	30

해외 (11)		
회사명	지역	지분율 (%)
HANATOUR EUROPE LTD	영국, 런던	70
HANATOUR JAPAN CO.,LTD (주)유아이관광버스 (100%) (주)아레그룩스 TM 호텔매니지먼트 (100%) Hanatour Japan System Vietnam Co., Ltd. (100%)	일본, 도쿄	54
HANATOUR CHINA	중국, 베이징	100
HANATOUR HONGKONG CO., LTD	홍콩	100
BEIJING HANA INFORMATION TECHNOLOGY CO.,LTD	중국, 베이징	100
HANATOUR VIETNAM COMPANY LIMITED	베트남, 호치민	85
PHILIPPINE HANATOUR INC.	필리핀, 마닐라	100
HNT SG PTE. LTD.	싱가포르	100
HANATOUR HAWAII INC.	미국, 하와이	90
HANATOUR GLOBAL INVESTMENT PTE. LTD.	싱가포르	100

# 연간 영업실적

## - 2024년 매출(영업수익)은 6,166억원 (YoY +50%)

상세: 1) 업황 회복 지속, 2) 하나팩2.0 중심의 중고가 패키지 판매 비중 확대에 의한 평균 판매가 상승

## - 영업이익은 509억원 (YoY +49%), 역대 최고치 경신

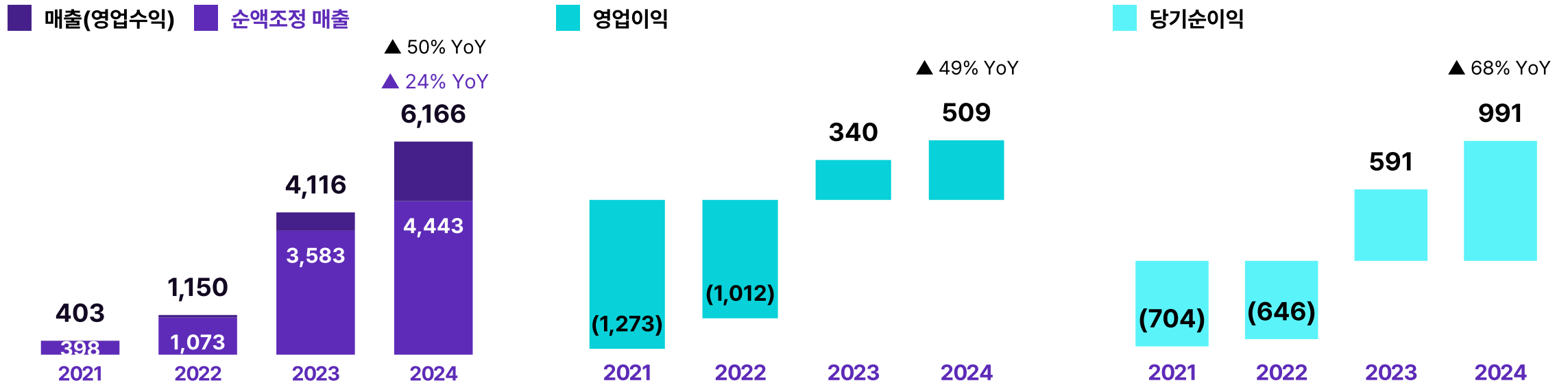
상세: 1) 하나팩2.0 중심의 중고가 패키지 판매 비중 확대, 2) 내부 전산시스템 강화를 통한 생산성 향상, 3) 자회사 포트폴리오 재정비를 통한 비용 효율화, 4) 온라인 판매비중 증가로 인한 수수료 감소

## - 당기순이익은 991억원 (YoY +68%), 역대 최고치 경신

상세: 1) 코로나 기간 누적적자로 인한 법인세율 감소, 2) SM면세점 관련 소송 종결로 인한 중단사업 손익반영, 3) 일본 자회사 아레그룩스 호텔 매니지먼트 자본손상 환입효과, 4) 이자수익 등

### 연간 영업실적

2021년 - 2024년, 억원



(\*순액조정매출: 전세기, 호텔, 티켓 등의 원재료 매출분(총액기준 사업비용)을 제거한 매출)



# 연간 영업비용

## - 2024년 연간 영업비용은 5,657억원(YoY +50%)

상세: 1) 업황 회복에 따른 원재료 및 상품매입액 증가 (+219%)

## - 인건비는 1,254억원 (YoY +10%)

상세: 1) 전년 대비 직원수 증가 (+100명, 총 2,400명), 2) 급여 자연인상, 3) 성과급 지급

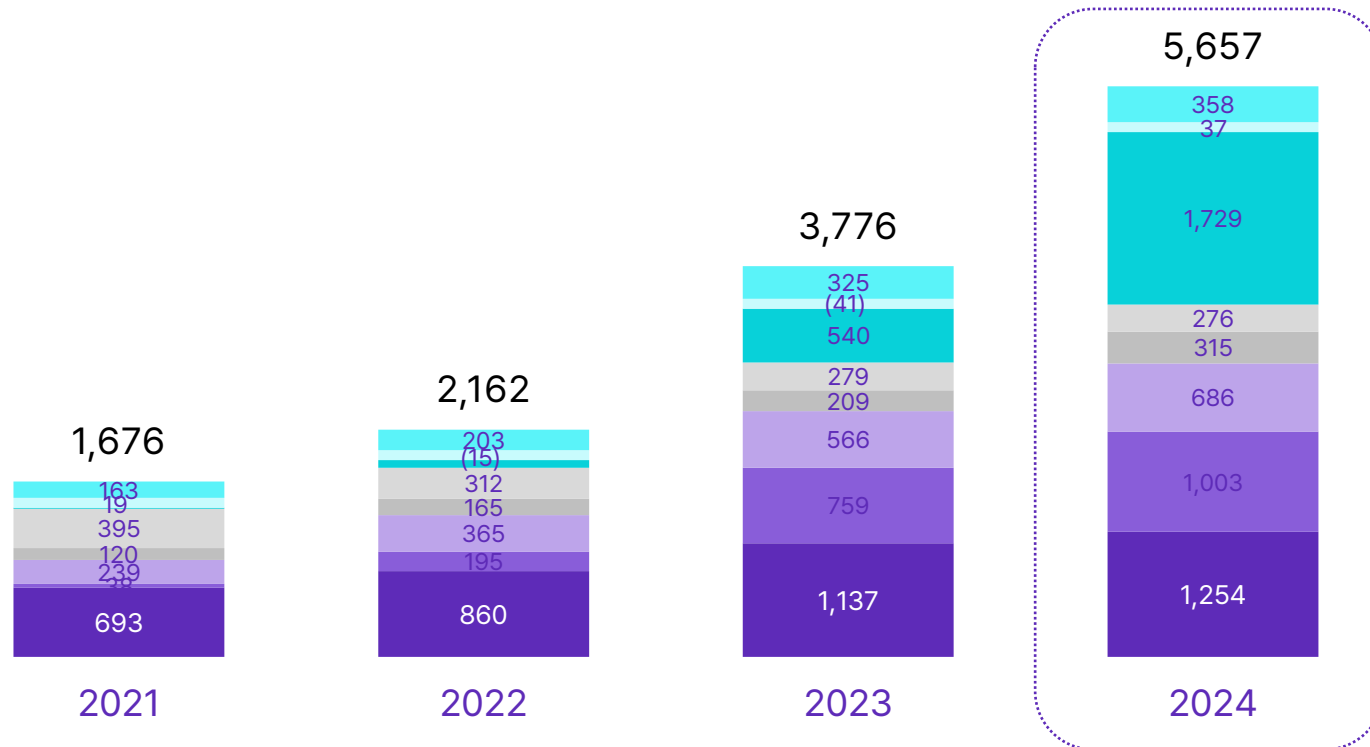
## - 여행비지급수수료는 1,003억원 (YoY +32%)

상세: 1) 패키지 온라인 채널 판매 비중 확대에 인한 여행비지급수수료율 감소, 2) 패키지 ASP 하향 정상화

### 영업비용 상세

2021년 - 2024년, 억원

- 비용합계
- 기타
  - 대손상각비
  - 원재료 및 상품 매입액
  - 감가상각비
  - 마케팅비
  - 기타지급수수료
  - 여행비지급수수료
  - 인건비



# 분기 영업실적

## - 1분기 매출(영업수익)은 1,685억원 (YoY -8%, QoQ +18%)

상세: 1) 국내 정치적 불확실성과 항공 사고 등 예상치 못한 원인으로 인해 패키지 여행 수요가 위축됨에 따라 패키지 송출객수가 감소 (YoY -4%, QoQ -4%), 2) 전세기 판매총액 감소에 따른 영업수익 감소

## - 영업이익은 123억원 (YoY -43%, QoQ -10%)

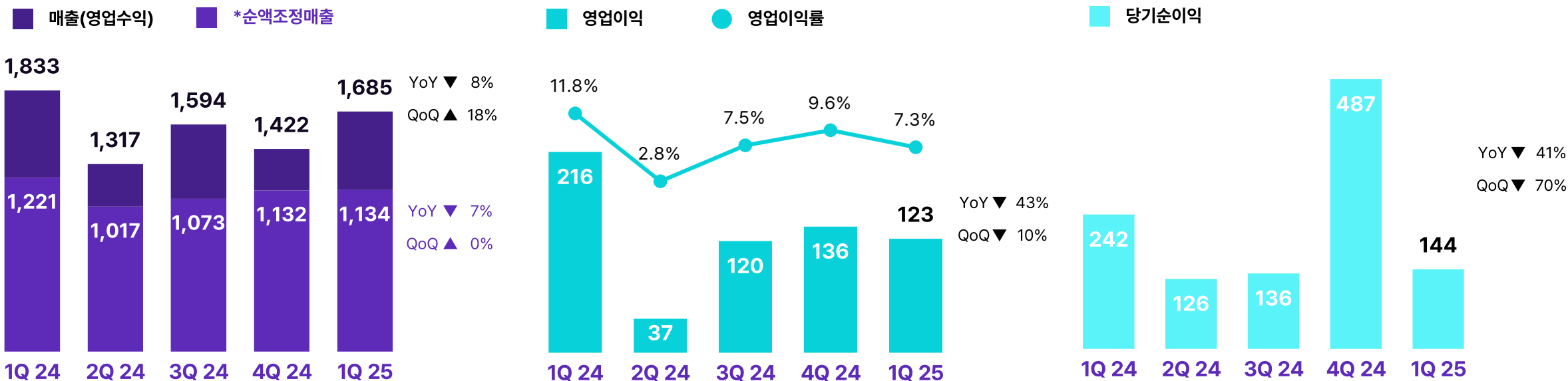
상세: 1) 일시적 수요 위축으로 인한 패키지 송출객수 감소 및 이에 따른 역내 경쟁 심화로 수익성 약화, 2) 여행 수요 위축으로 인한 전세기 사입 관련 손실 발생

## - 당기순이익은 144억원 (YoY -41%, QoQ -70%)

상세: 1) SM면세점 관련 소송 종결로 인한 전분기 대비 중단사업 손익 반영 효과 소멸 (QoQ -306억)

### 분기 영업실적

2024년 1분기 - 2025년 1분기, 억원

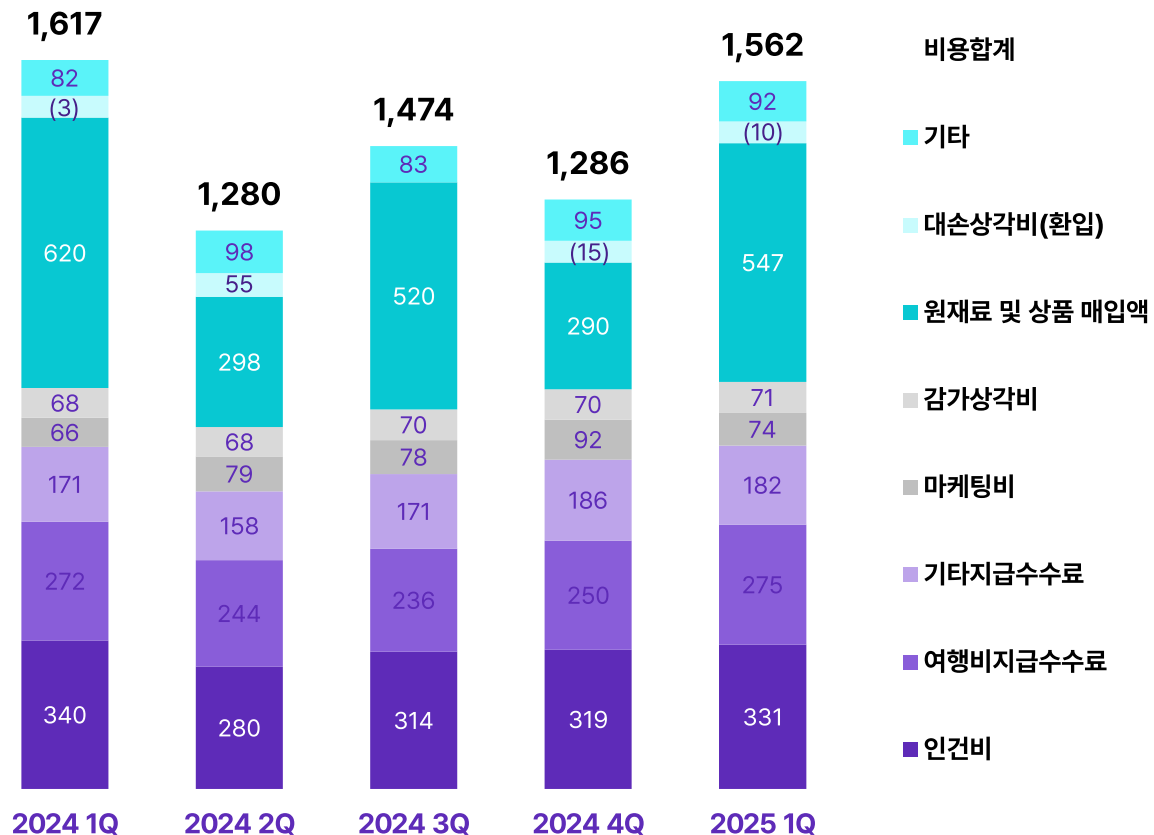


(\*순액조정매출: 전세기, 호텔, 티켓 등의 원재료 매출분(총액기준 사입비용)을 제거한 매출)

# 분기 영업비용

## 영업비용 상세

2024년 1분기 - 2025년 1분기, 억원



✓ 1분기 영업비용은 1,562억원 (YoY -3%, QoQ +21%)

✓ 원재료 및 상품 매입액은 547억원 (YoY -12%, QoQ +89%)

상세: 1) 제주항공의 전세기 미판매 사입금 환급으로 전세기 등 총 사입 비용이 전년 동기 대비 감소

✓ 인건비는 331억원 (YoY -3%, QoQ +4%)

상세: 1) 정기 급여인상에 따른 자연증가  
2) 연결기준 직원수는 2,400여명으로 전년 동기 대비 50명 가량 증가

✓ 여행비지급수수료는 275억원 (YoY +1%, QoQ +10%)

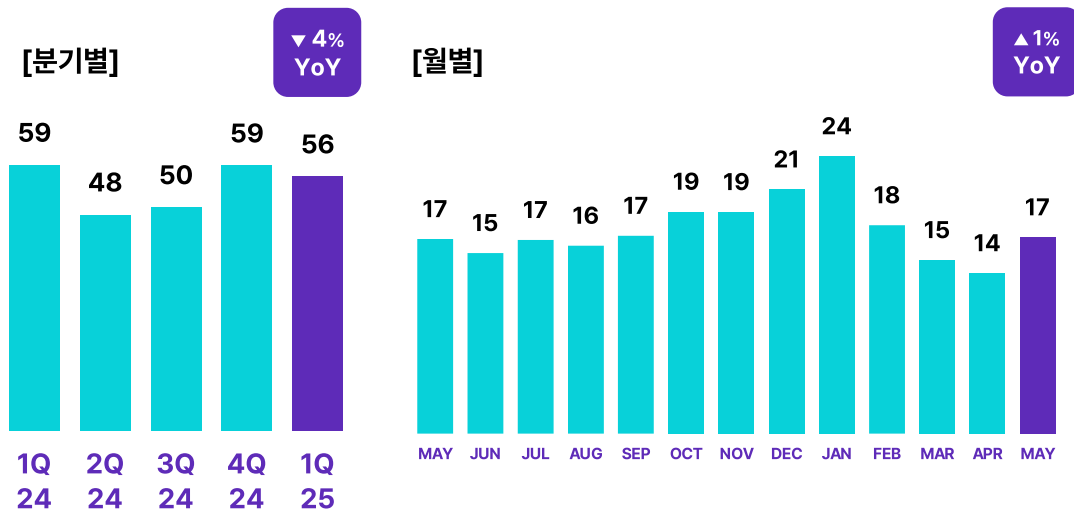
상세: 1) FIT (항공권) 판매 증가  
2) 1분기 패키지 GMV대비 여행비지급수수료 비중은 4.7%로  
코로나 직전 3개년(2017~19) 평균치 6.6% 대비 2%가량 감소  
코로나 이전 대비 패키지의 온라인 판매 비중 증가가 주된 이유 (19% → 42%)

✓ 감가상각비는 71억원 (YoY +4%, QoQ +2%)

상세: 1) 2019년 도입한 차세대 IT 시스템의 무형자산 상각비 효과 지속 (15억원)  
2) 2분기부터는 해당 무형자산의 상각비 인식 종료 예정

# 패키지 송출객 및 수탁금(GMV) 동향

## 패키지 송출객 동향 2024년 1분기 - 2025년 5월, 만명



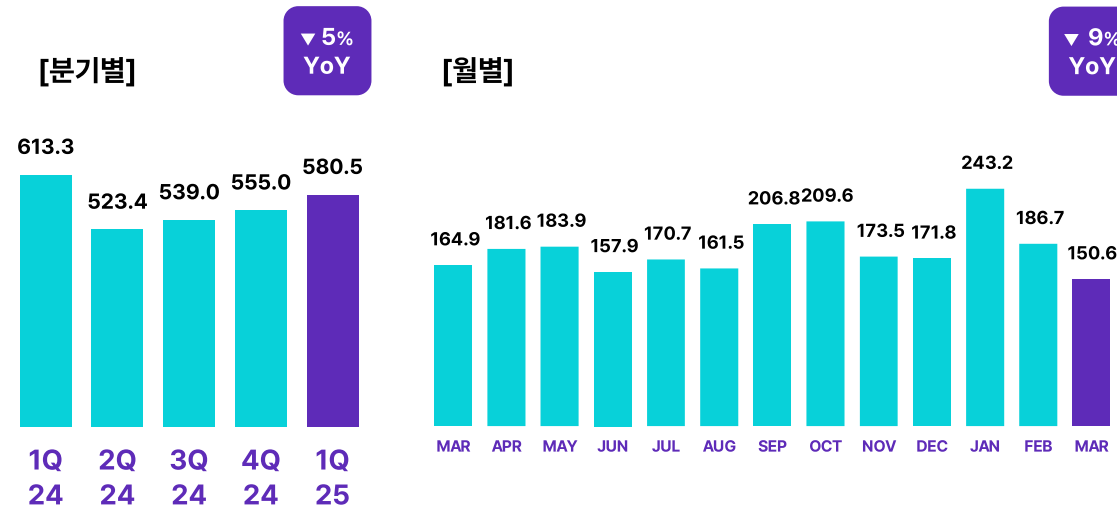
✓ 1분기 패키지 송출객은 56만명 (YoY -4%, QoQ -4%)

상세: 1) 대내 정치 불안 및 항공기 사고등이 패키지 여행수요 위축에 영향

✓ 5월 패키지 송출객은 17만명 (YoY +1%)

상세: 1) 중국향 패키지 고객수 증가가 전년대비 성장을 견인

## 패키지 수탁금(GMV) 동향 2024년 1분기 - 2025년 1분기, 십억원



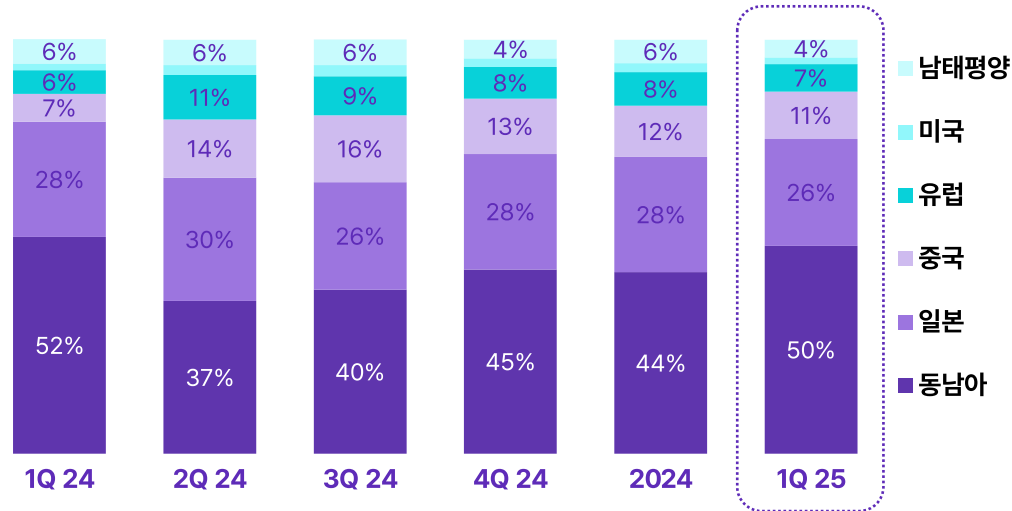
✓ 1분기 패키지 수탁금(GMV)은 5,805억원 (YoY -5%, QoQ +5%)

상세: 1) 국내 정세 불안 및 항공 관련 사고등으로 인한 수요위축으로 전년 동기 대비 송출객 수 감소

2) 패키지 ASP는 전년 대비 하락 (YoY -2%, 104만원→103만원)

# 패키지 지역별 비중

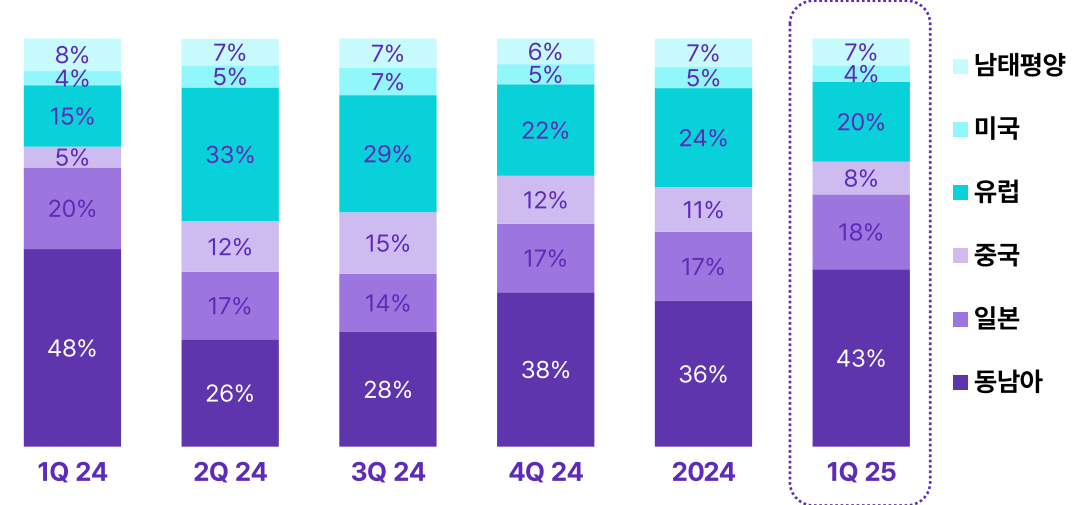
고객수 기준 지역별 비중 2024년 1분기 ~ 2025년 1분기, %



- ✓ 1분기 고객수 기준 지역별 비중은 계절성의 영향으로 단거리 여행지가 높게 나타난 가운데, 전년 대비 중국의 비중이 확대 (7% → 11%)

상세: 1) 정치 불안 및 항공기 사고 등의 영향으로 동남아와 일본을 포함한 대부분의 지역이 감소세를 시현.  
2) 중국향 패키지 송출객수는 전년대비 61% 성장. 타 지역 대비 차별화 된 성장세 시현. 작년 11월 부터 발효된 사상 첫 비자면제와 양국간 교류 활성화로 앞으로도 차별화된 성장세를 지속할 것으로 전망.

수탁금(GMV) 기준 지역별 비중 2024년 1분기 ~ 2025년 1분기, %



- ✓ 1분기 GMV 기준 1위는 동남아(43%), 2위는 유럽(20%), 3위는 일본(18%)

상세: 1) 중국향 패키지 수요의 강한 회복세가 지속되면서 중국 지역의 GMV는 전년 동기 대비 62% 성장.

# 중고가 패키지(하나팩 2.0) 판매 동향

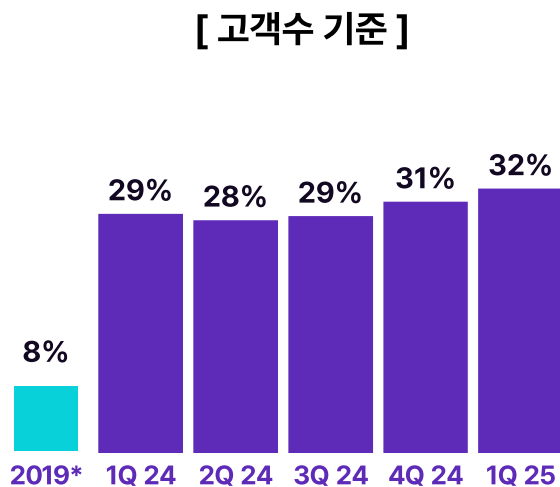
- 25년 1분기 전체 패키지 고객수 기준 중고가 패키지 비중은 32%, 전년동기 29% 대비 증가  
상세: 업황 회복으로 전체 송출객수가 증가하는 상황속에서도 중고가 패키지 비중은 전년대비 성장
- GMV 기준 중고가 패키지 판매 비중은 47%, 전년동기 43% 대비 증가  
상세: 중고가 패키지에 대한 지속적이고 안정적인 시장 수요를 확인
- 여행 거리에 따른 중고가 패키지의 판매 비중은 평균 판매가가 높은 중장거리 여행지에서 특히 높게 발생  
상세: 높은 비용과 시간이 드는 여행일 수록 제대로 된 여행을 즐기고자 하는 니즈가 큰 것이 주된 이유

## 중고가 패키지 판매 비중 (vs 전체 패키지)

2019 vs 2024년 1분기 ~ 2025년 1분기, 고객수 기준, GMV 기준, %

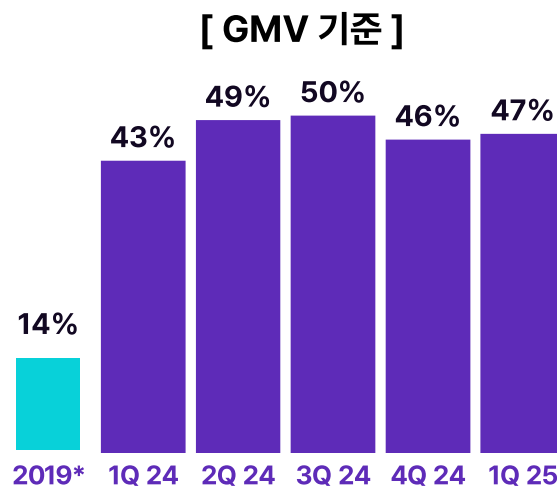
■ 중고가 패키지  
(프리미엄, 스탠다드, 우리끼리, 테마상품 포함)

### [ 고객수 기준 ]



\*19년은 하나팩2.0 출시 전 중고가패키지 기준

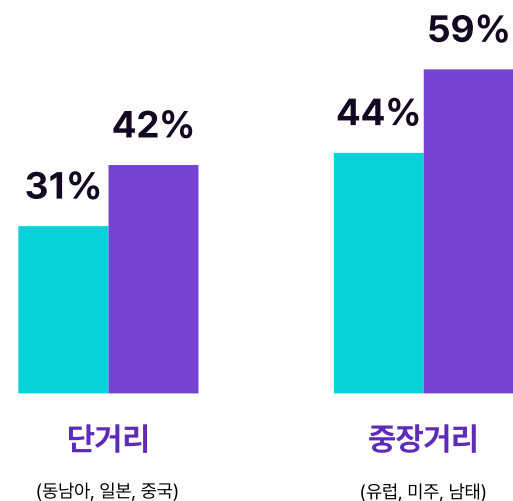
### [ GMV 기준 ]



## 중고가 패키지 판매 비중 (단거리 & 중장거리)

2025년 1분기, 단거리, 중장거리, %

■ 고객수 기준 ■ GMV 기준



# 하나팩 2.0(중고가 패키지) 고객만족도 동향

## - 25년 1분기 하나팩 2.0 종합 고객만족도 지수(HCSI)는 평균 85점을 기록

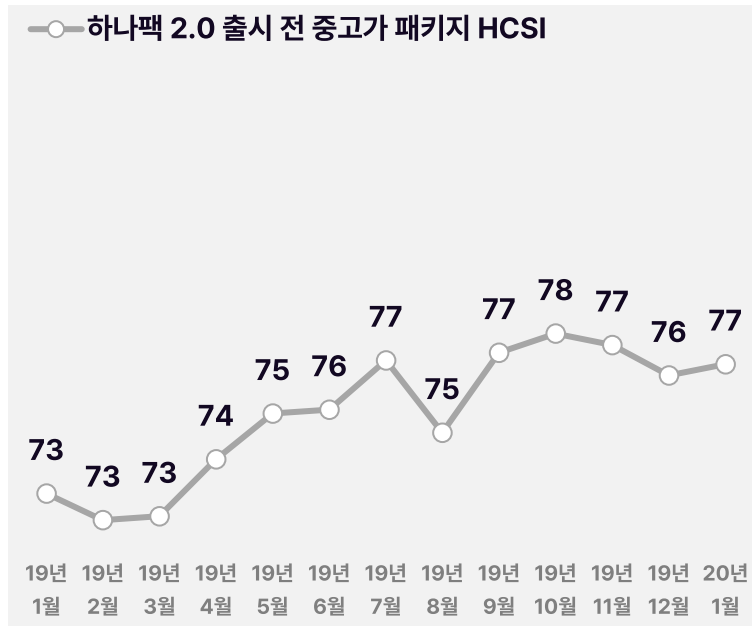
상세: 하나팩 2.0 출시 전(2019년) 중고가 패키지 고객만족도 지수는 80점을 하회했으나, 하나팩 2.0 출시 후에는 80점을 상회하며 한 단계 업그레이드된 고객만족도 시현

## - 하나팩2.0을 통해 기존 패키지 상품의 구성을 완전히 업그레이드한 것이 주효

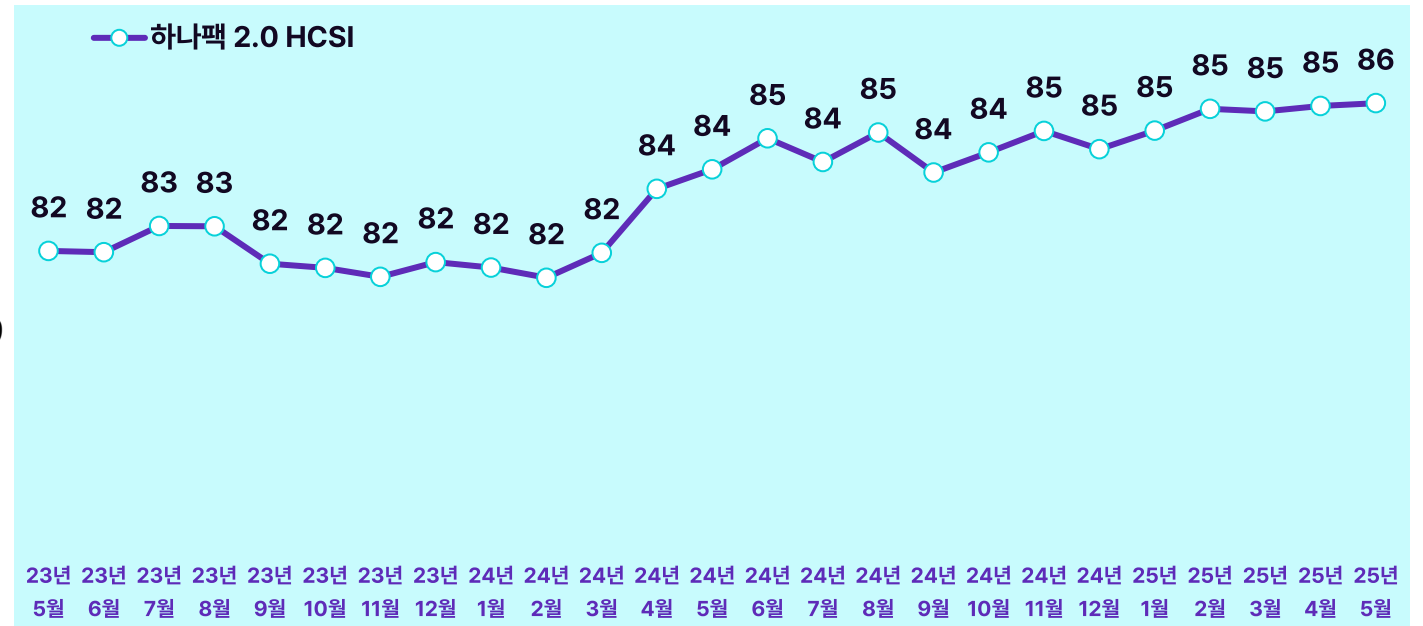
상세: 단체쇼핑 삭제, 선택관광 정상화, 추가경비(가이드&기사 팁) 제거, 숙소와 식사를 업그레이드하여 패키지 상품의 만족도 대폭 상승

## 하나팩2.0 출시 전후 중고가 패키지 고객만족도 비교

하나팩 2.0 출시 전(2019년 1월 ~ 2020년 1월) vs 하나팩2.0 출시 후(2023년 5월 ~ 2025 5월), HCSI종합만족도\* 점수



COVID-19  
(2020~2022)



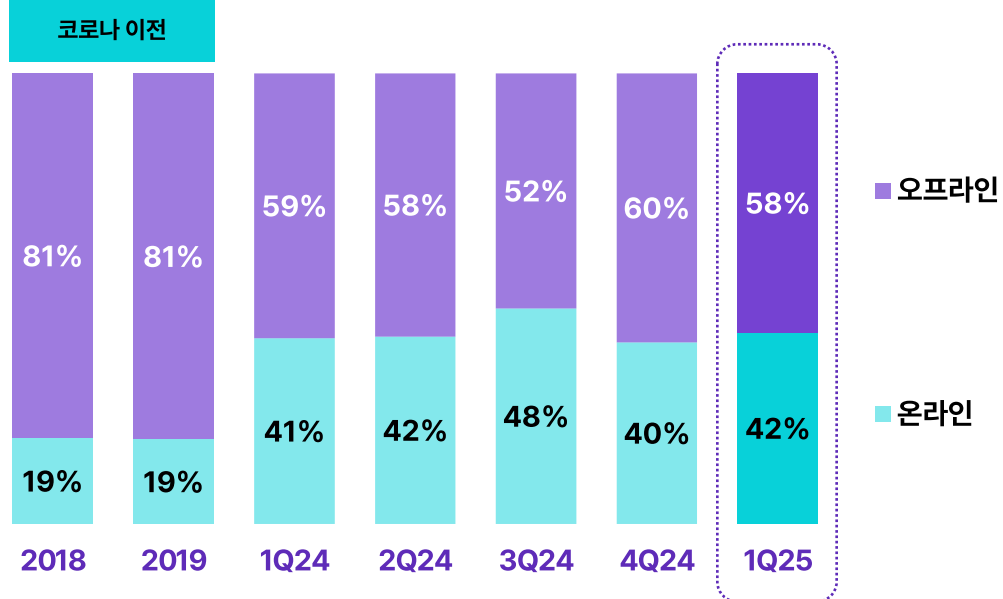
\*Hanatour Customer Satisfaction Index, 고객의 상품 재이용 의향, 추천 의향 등을 포괄하는 종합 만족도 조사

# 패키지 온/오프라인 채널별 비중

- 1분기 패키지 온라인 채널 판매 비중은 고객수 기준 42%, GMV 기준 38%로 전년 동기대비 각각 1%p 증가
- 온라인 채널 역량 강화 및 여행객들의 소비 패턴 변화로 코로나 이전 대비 온라인 판매 비중이 크게 증가
- 하나투어 모바일 앱 이용자수와 전체 온라인 회원자수의 꾸준한 증가도 온라인 판매 비중 확대에 영향

## 고객수 기준 온/오프라인 비중

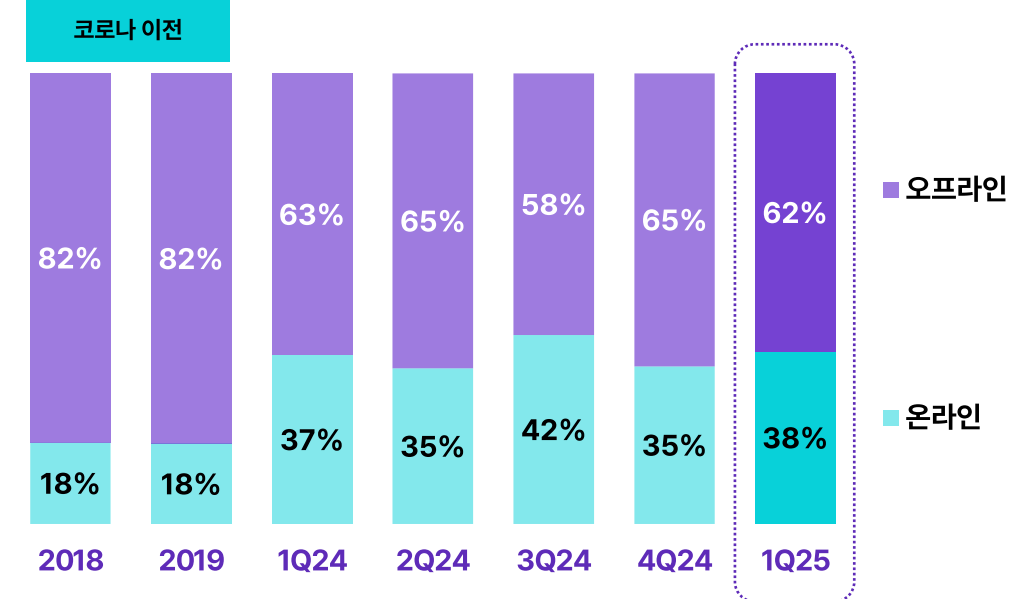
2018 ~ 2025년 1분기, %



(자료: 하나투어)

## 수탁금(GMV) 기준 온/오프라인 비중

2018 ~ 2025년 1분기, %



(자료: 하나투어)

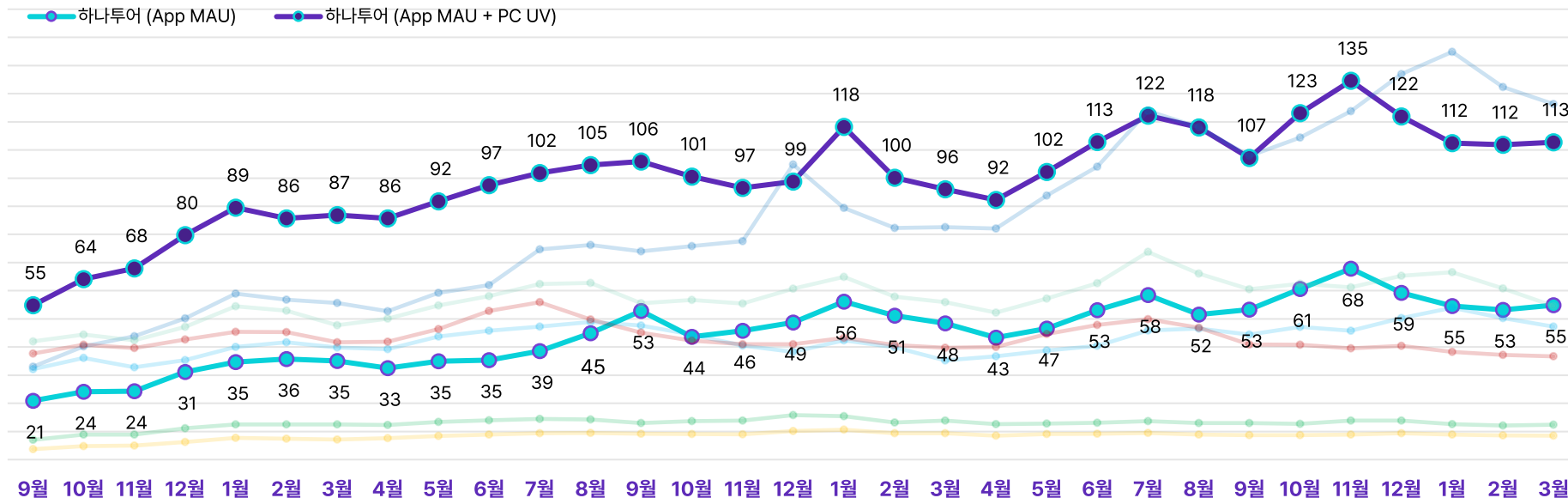


# 하나투어 온라인 이용자 현황 (Mobile & PC)

- 1분기 월평균 하나투어 온라인 이용자수(Mobile App MAU + PC UV)는 총 112만명으로 전년 대비 7%증가  
상세: 1) 23년 하반기부터 본격화된 업황 회복효과 지속, 2) 젊은 FIT를 겨냥한 '하나키트'와 '밍글링투어'관련 유입 증가
- 1분기 월평균 모바일 앱 MAU는 54만명으로 전년 대비 5%증가, 모바일인덱스 '종합여행사' 카테고리 기준 2위 유지
- 모바일앱을 중심으로 한 신규 콘텐츠 공급 확대와 기존 PC 웹 서비스의 편의성 제고를 통해 온라인 이용자수 지속적으로 증가

## 하나투어 온라인 이용자 트래픽

2022년 9월 ~ 2025년 3월, Amplitude, 모바일인덱스 '종합여행사' 카테고리, 만명



(자료: 당사 - Amplitude, 타사 - 모바일인덱스)

### 3월 MAU

	126 만 명
	113 만 명 Mobile + PC
	55 만 명 Mobile
	55 만 명
	47 만 명
	37 만 명
	12 만 명
	8 만 명

# 하나투어 온라인 회원수 현황

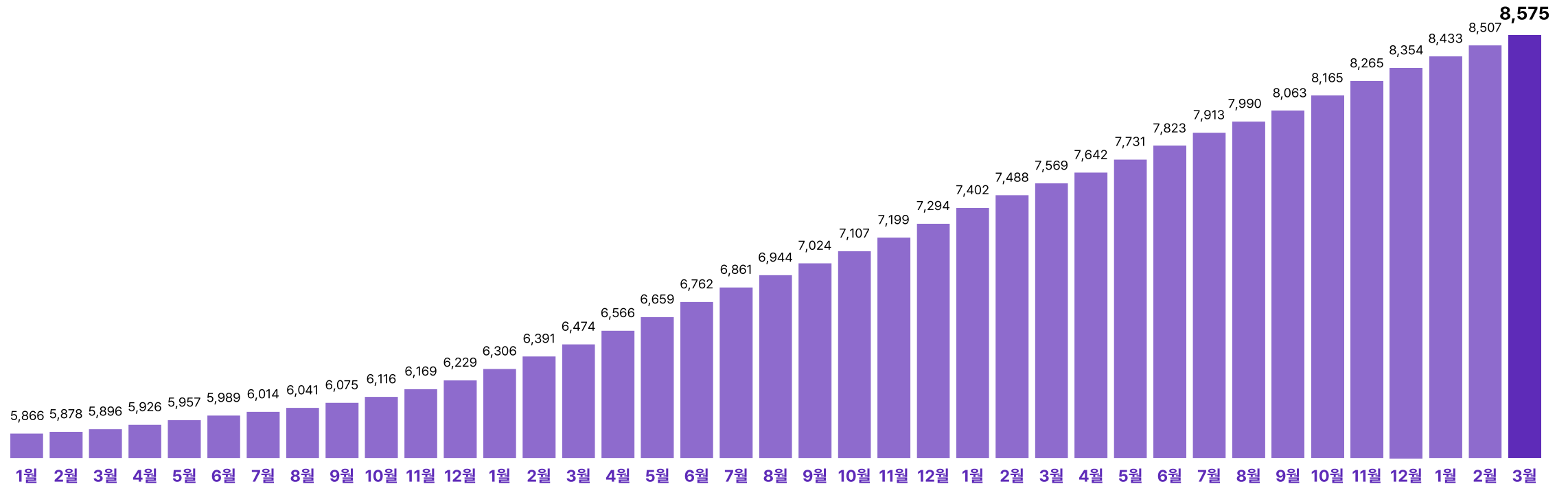
- 하나투어 온라인 전체 회원수는 2025년 1분기말 기준 858만명, 전년 대비 13% 증가

## 하나투어 온라인 회원수 트렌드

2022년 1월 ~ 2025년 3월, 천명

▲ 13% YoY

▲ 46% vs '22년 1월



(자료: 하나투어)

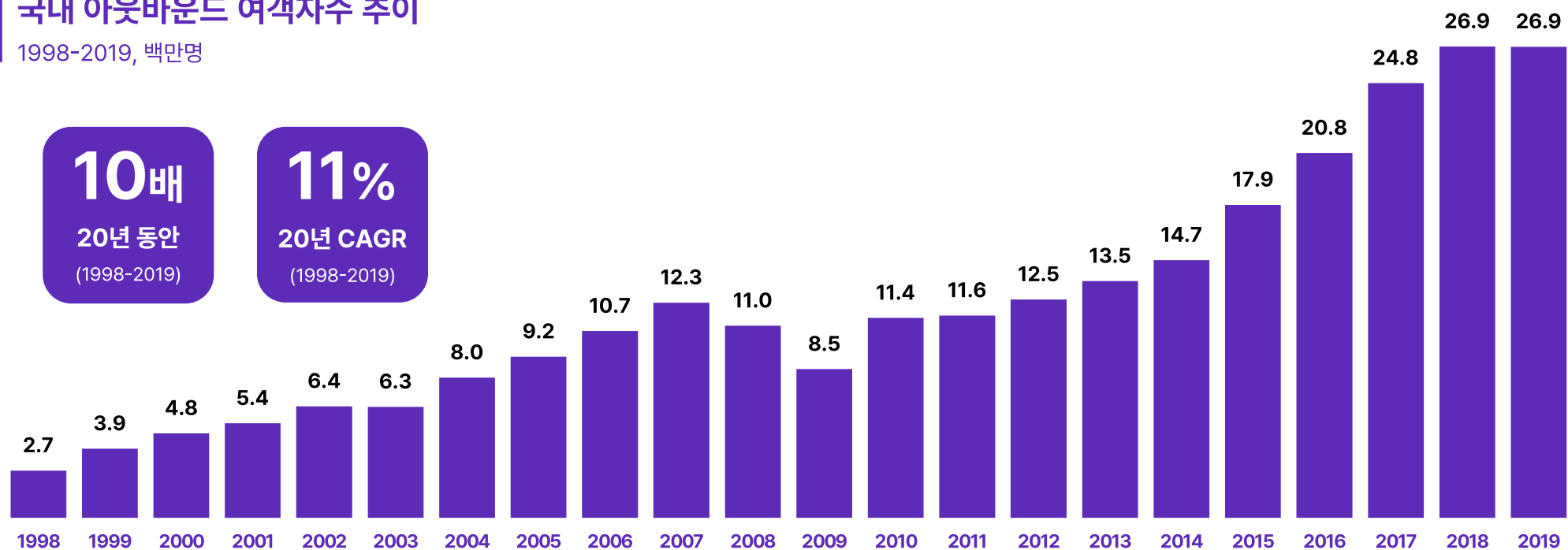
## II. 여행시장

# 지난 20년간 우리나라 아웃바운드 여객자수는 10배 이상 성장

- 국민소득과 여가시간이 증가하면서 여행에 대한 수요도 지속적으로 증가

## 국내 아웃바운드 여객자수 추이

1998-2019, 백만명



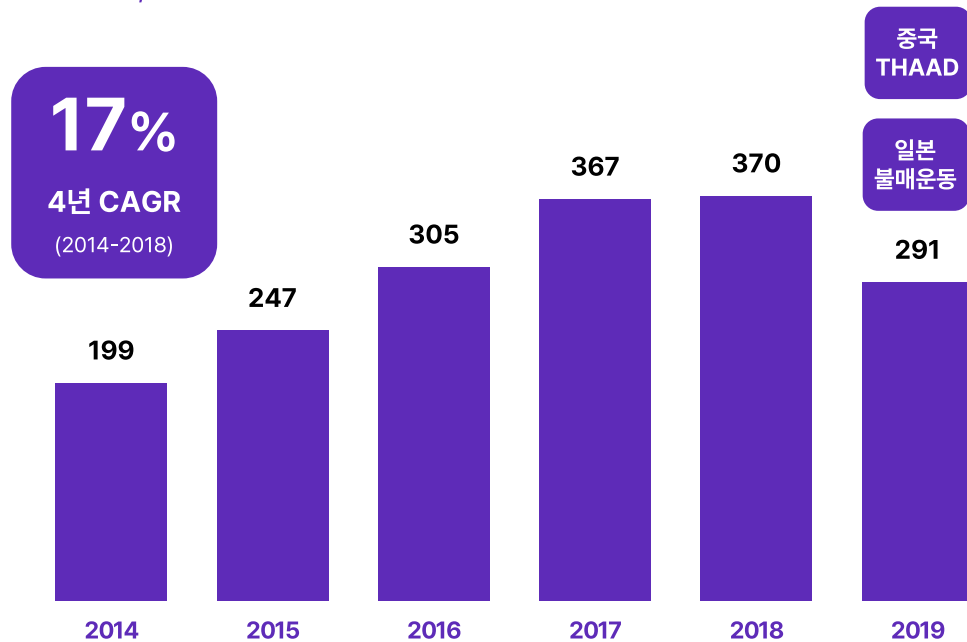
(자료: 법무부)

# 지속적으로 성장하는 패키지 여행시장

- 2014년부터 2018년까지 하나투어 패키지 여객자수 CAGR는 17%
- 동기간 국내 패키지 여객자수는 CAGR 13% 기록

## 하나투어 패키지 여객 추이

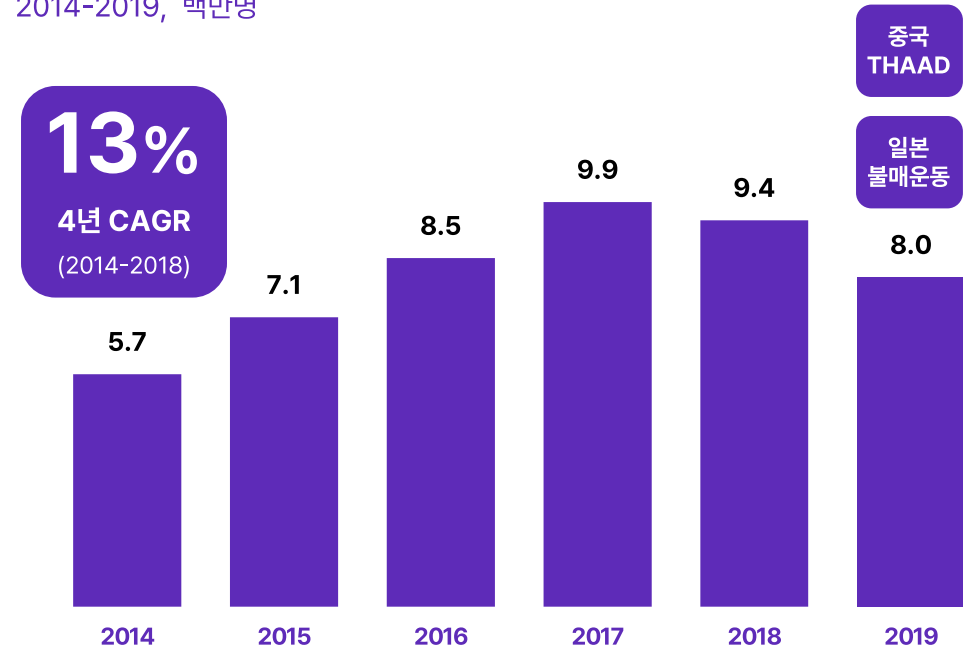
2014-2019, 만명



(자료: 하나투어)

## 국내 패키지 시장 여객자 추이

2014-2019, 백만명



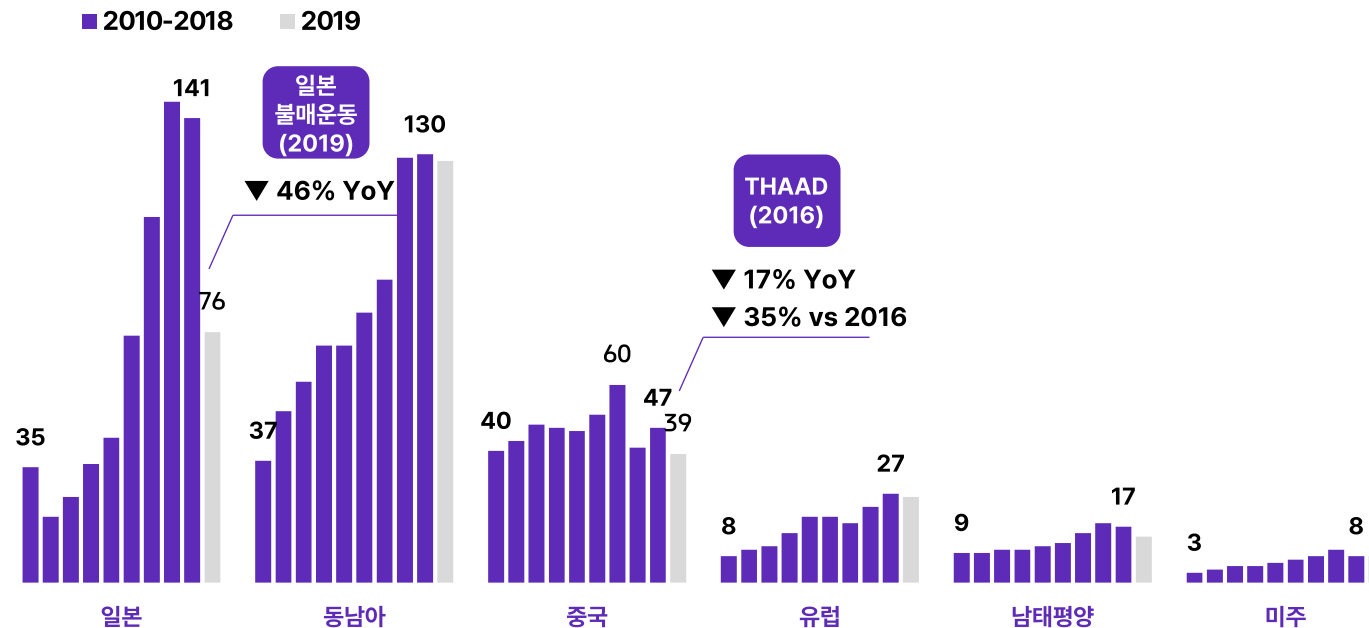
(자료: KATA, 하나투어)

# 2019년은 정치적 외부변수가 크게 작용

- 일본 (불매운동 - 2019), 중국 (THAAD - 2016) 이슈로 인해 해당 지역의 여객수가 전년대비 크게 감소

## 하나투어 패키지 고객 지역별 추이

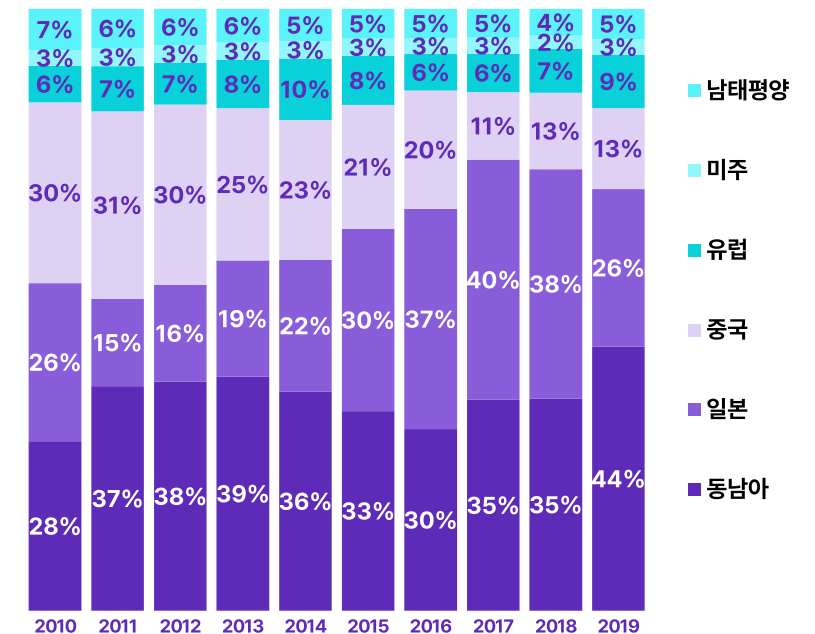
2010-2019, 만명



(자료: 하나투어)

## 하나투어 패키지 고객 지역별 비중

2010-2019, %



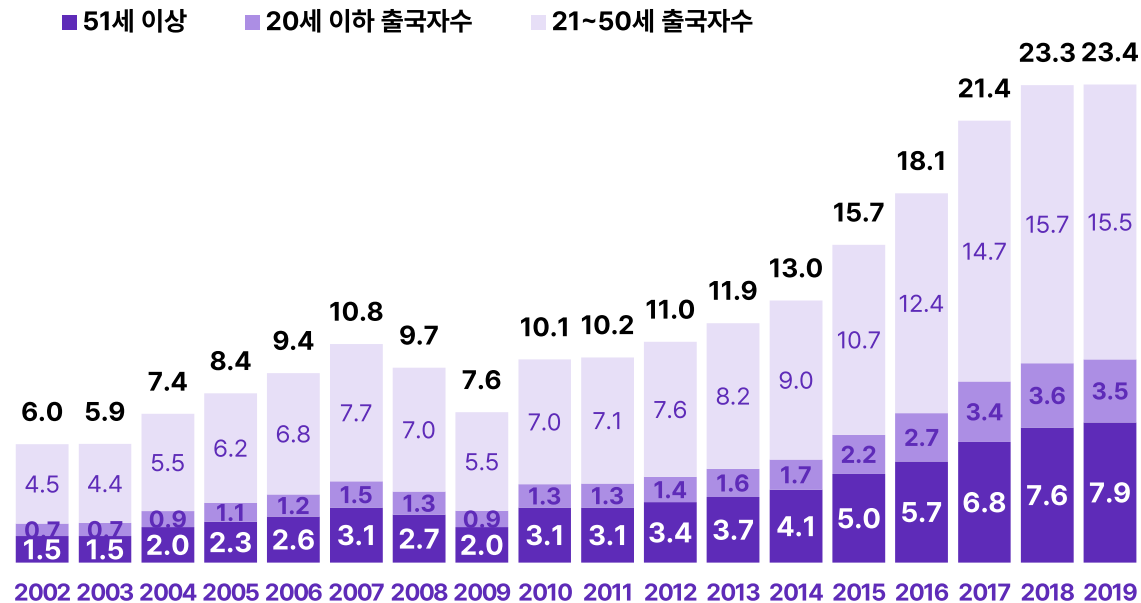
(자료: 하나투어)

# 패키지 여행객의 주 연령대(51세 이상) 출국자 수는 지속 성장 중

- 코로나 직전 10년간(2010~2019) 51세 이상 출국자 수의 CAGR는 11%로 동기간 전체 성장률 9.8%를 상회

## 연령대별 출국자 추이

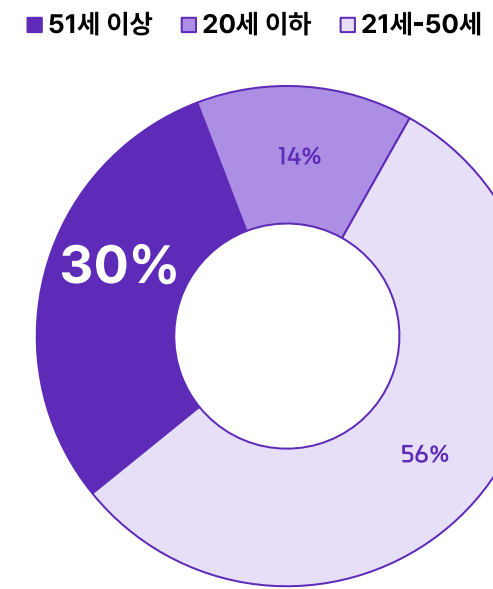
2002~2019, 승무원 제외, 백만명



(자료: 법무부)

## 연령대별 출국자 비중

2002~2019, 승무원 제외, %



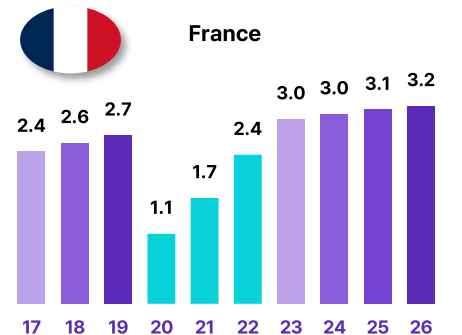
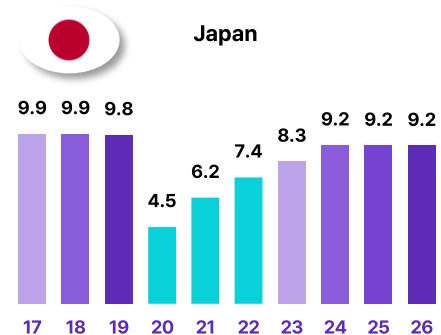
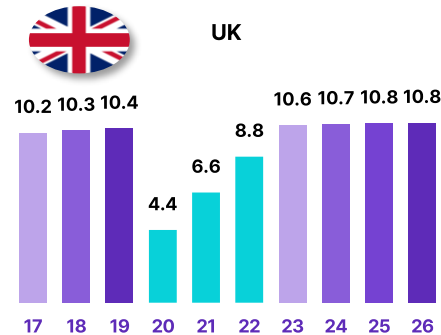
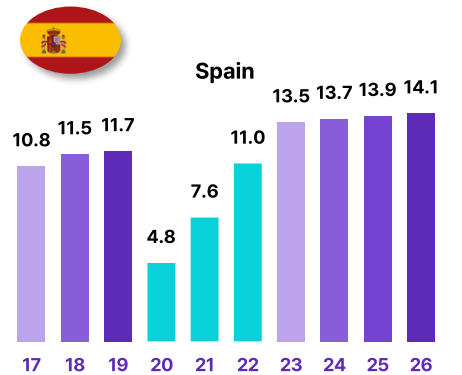
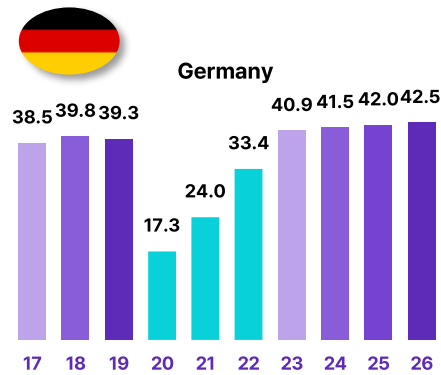
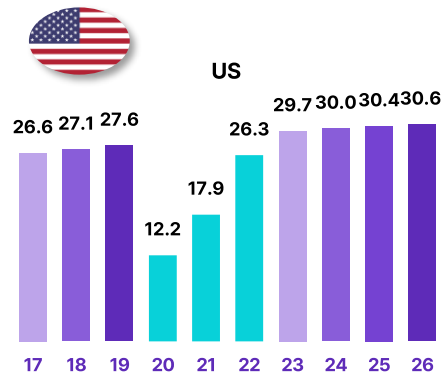
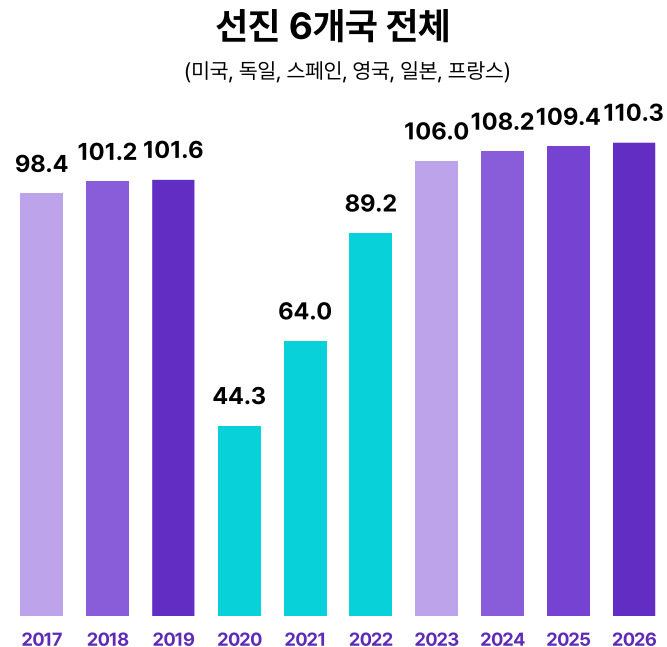
(자료: 법무부)

# 지속적으로 성장하는 선진국 패키지 여행시장

- 선진국 패키지 여행시장은 코로나 이후 강하게 반등하여 향후에도 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망

## 코로나 전후 선진국 패키지 여행시장 전망

2017-2026, 십억 달러



(자료: Statista)

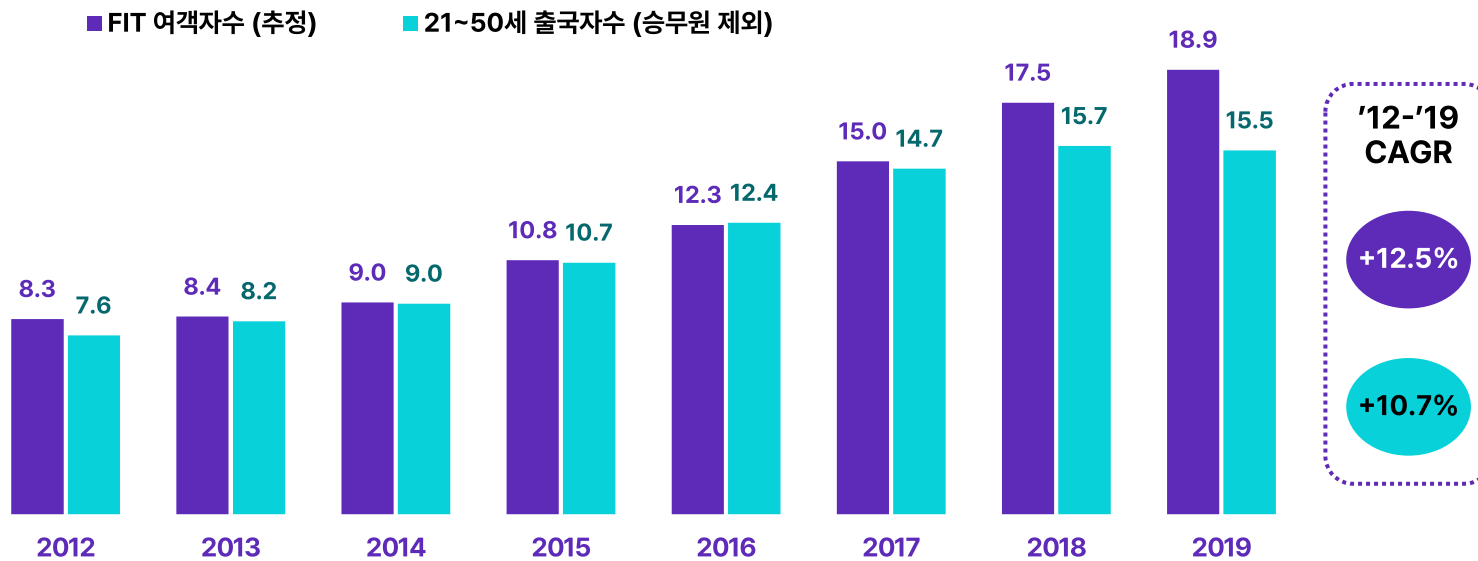


# 개별자유여행 시장의 성장

- 2012년부터 2019년까지 FIT 추정 여객자수의 CAGR는 12.5%
- 동기간 21~50세 출국자수 CAGR는 10.7%를 기록. 전체 출국자수의 56%를 차지

## FIT 여객자수 & 21~50세 출국자수

2012-2019, 백만명



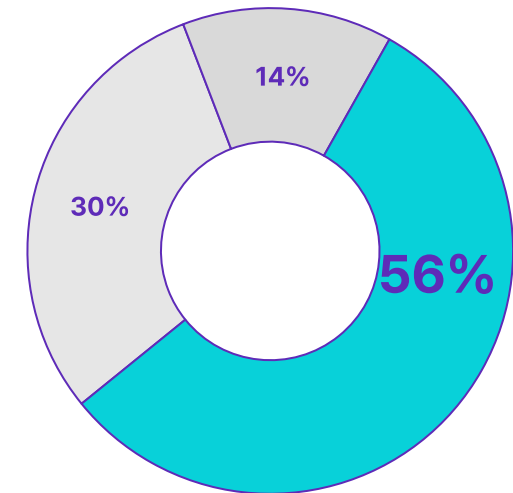
(자료: 법무부, KATA)

\* FIT 여객자수 = 법무부 기준 전체 출국자수(승무원 제외)에서 KATA 집계 패키지 여객자수를 제거

## 연령대별 출국자 비중

2002-2019, 승무원 제외, %

□ 51세 이상 □ 20세 이하 ■ 21세-50세



(자료: 법무부)

# OTA의 결합상품 공급 확대

- OTA는 기존 단품 위주의 공급에서 항공, 숙박, 액티비티등이 결합된 결합상품 공급을 확대하는 모습

## OTA의 취급 상품 확대

단품 >>> 결합상품

OTA업체	단품 위주				결합상품 공급		
A				»»»			
E				»»»			
S				»»»			
T				»»»			
N				»»»			
Y				»»»			
M				»»»			
T				»»»			

## 소비자 구매 패턴의 변화

과거 vs 현재



# 포스트 코로나 시대의 여행산업 5대 트렌드 변화

- 코로나는 기존 여행산업의 변화를 가속화 하였으며 동시에 새로운 변화를 야기

## 여행산업 5대 트렌드 변화

Consumer Insight가 매년 국내 소비자 10,000여명을 대상으로 매년 조사하는 “여행 행태 및 계획 조사”, 2020년 자료

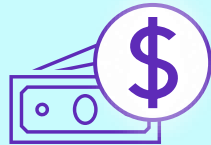
### 1 차별화된 여행



#### 똑같은 여행에 대한 지루함

해외여행 대중화에 따라  
새롭고 차별화된 여행 경험에  
대한 수요 증가

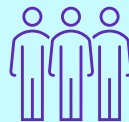
### 2 가치 소비



#### 가격 저항성 약화

고가 여행상품에 대한  
지불 의향 증가

### 3 소규모 여행



#### 친분있는 사람과의 동행 선호

가족, 친구 등과 함께 하는  
소규모 그룹 여행에 대한  
수요 증가

### 4 안전한 여행



#### 안전에 대한 민감도 증가

코로나 이후 개인 위생과  
치안에 대한 고려 증가

### 5 비대면 채널



#### 비대면 채널 선호도 증가

코로나 이후 비대면 서비스에  
대한 선호도 증가

# III. 성장전략

# 하나투어의 3대 성장 전략

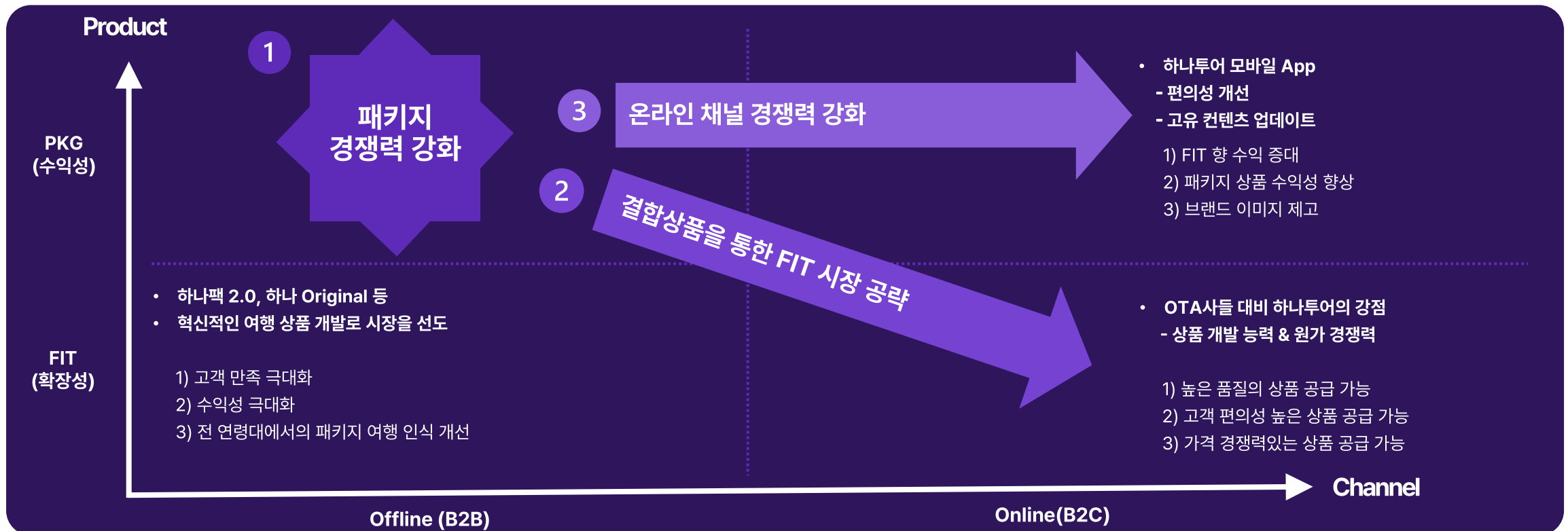
1) 패키지 상품 경쟁력 강화

2) 결합상품을 통한 FIT 시장 공략

3) 온라인 채널 경쟁력 강화

## 하나투어 전략적 방향성 3가지

상품 & 채널

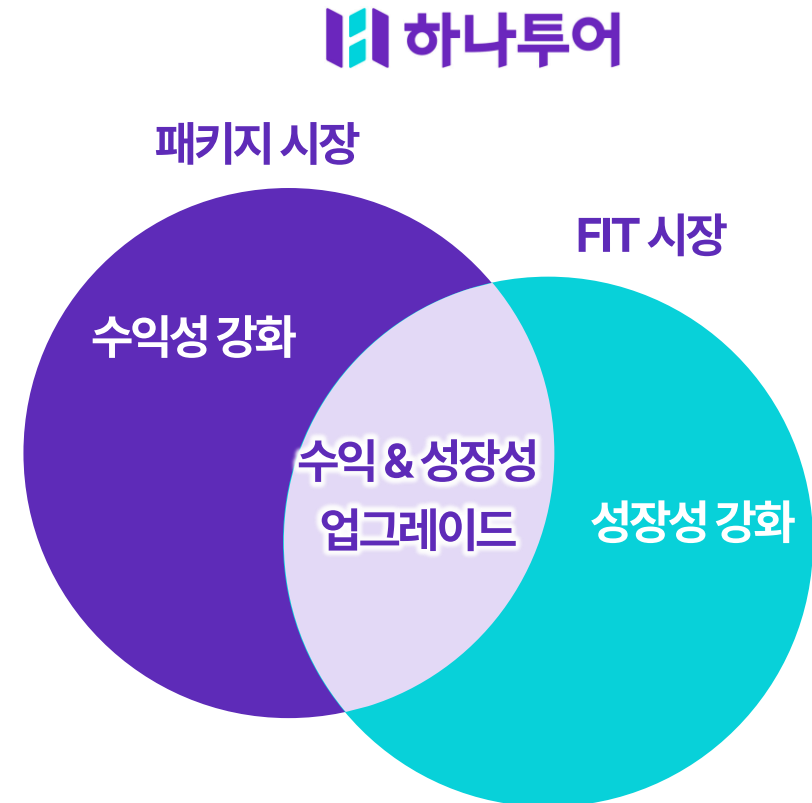
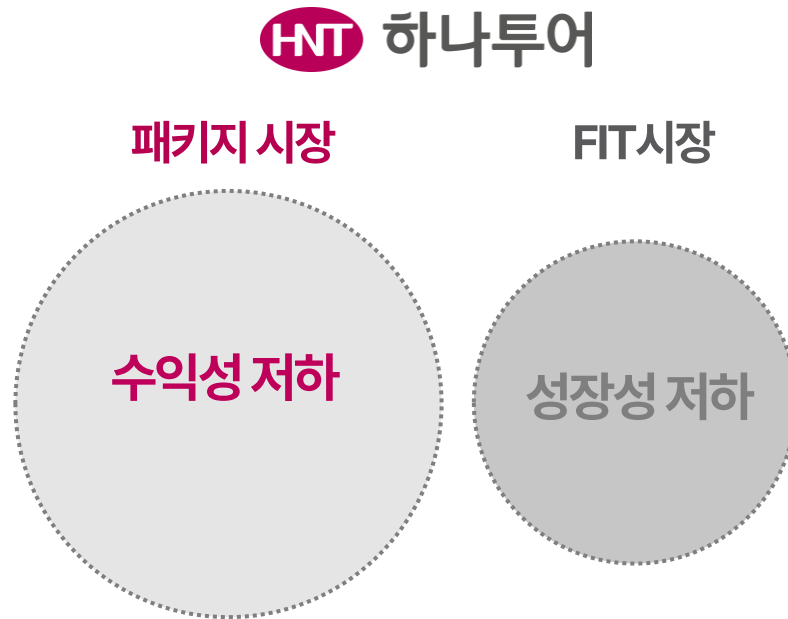


# 새로운 하나투어의 모습

- 패키지 시장에서는 수익성을 강화하고, FIT 시장에서는 새로운 성장의 기회를 모색

포스트 코로나 시대 새로운 하나투어의 모습

Before & After



# 여행을 여행답게 (하나팩 2.0)

- 하나팩 2.0을 통해 기존 패키지 상품의 만족도 제고
- 기존 패키지 고객들의 주된 불만 사항이었던 단체 쇼핑, 선택관광을 없애고 여행 본연의 즐거움에 집중

## 하나팩 2.0 - 새로운 패키지 여행의 핵심 변화 요소

하나팩 2.0 vs 하나팩 1.0 (스탠다드 상품 비교)

	하나팩 2.0 스탠다드		하나팩 1.0 스탠다드
<b>단체쇼핑</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>단체 쇼핑 없음</li> </ul>	VS	<ul style="list-style-type: none"> <li>단체 쇼핑 필수</li> </ul>
<b>선택관광</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>핵심 선택관광 포함</li> <li>합리적인 요금</li> </ul>	VS	<ul style="list-style-type: none"> <li>핵심 선택관광 불포함</li> <li>시장가보다 높은 요금</li> </ul>
<b>추가경비</b> <small>[가이드/기사]</small> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>가이드/기사 경비 포함</li> <li>현지 추가 경비 없음</li> </ul>	VS	<ul style="list-style-type: none"> <li>가이드/기사 경비 불포함</li> <li>현지 추가 비용 있음</li> </ul>
<b>숙박</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>시내 중심 숙박</li> <li>인기 호텔, 리조트</li> </ul>	VS	<ul style="list-style-type: none"> <li>시외곽 숙소</li> <li>비선호 호텔</li> </ul>
<b>식사</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>로컬 맛집, 미술관 레스토랑 등 다양한 옵션 제공</li> </ul>	VS	<ul style="list-style-type: none"> <li>현지 한인 음식점 위주의 단체 식사</li> </ul>

## 하나팩 2.0 - 상품 등급 구분

프리미엄, 스탠다드, 세이브

	프리미엄	스탠다드	세이브
단체 쇼핑	X	X	O
선택관광	X	O	O
<b>추가경비</b> <small>[가이드/기사 경비]</small>	X	X	O
개런티 프로그램	사전 안내되지 않은 관광 프로그램 진행 시 100% 환불 보장		
고객 만족 향상	- 여행 과정에서의 자유도 보장 - 시내중심 호텔 및 핫플레이스 로컬 맛집 포함		

# 기존에 없었던 새롭고 차별화된 경험 제공 (하나 Original)

– 하나투어가 가진 상품 개발 역량을 바탕으로 하나투어만의 차별화된 상품 제공

하나 Original – 하나투어만이 제공할 수 있는 '꿈을 담은 특별한 여행'

하나 Original 예시

남극 크루즈 여행



포르쉐 드라이빙 in 이탈리아



타이완 아쿠아리움 슬립 오버



안시내 작가와 함께하는 몽골 이야기 여행



베르사유 궁전 숙박



모터사이클 해안 종주 in 북미



코끼리와의 하루 in 치앙마이



유튜버 김진짜와 함께하는 영국 EPL 직관 여행



알래스카 빙하 투어



소금호수&빙하 투어 in 남미



페이퍼파크 캠프 글램핑 in 호주



영국 대저택에서의 귀족 체험 여행



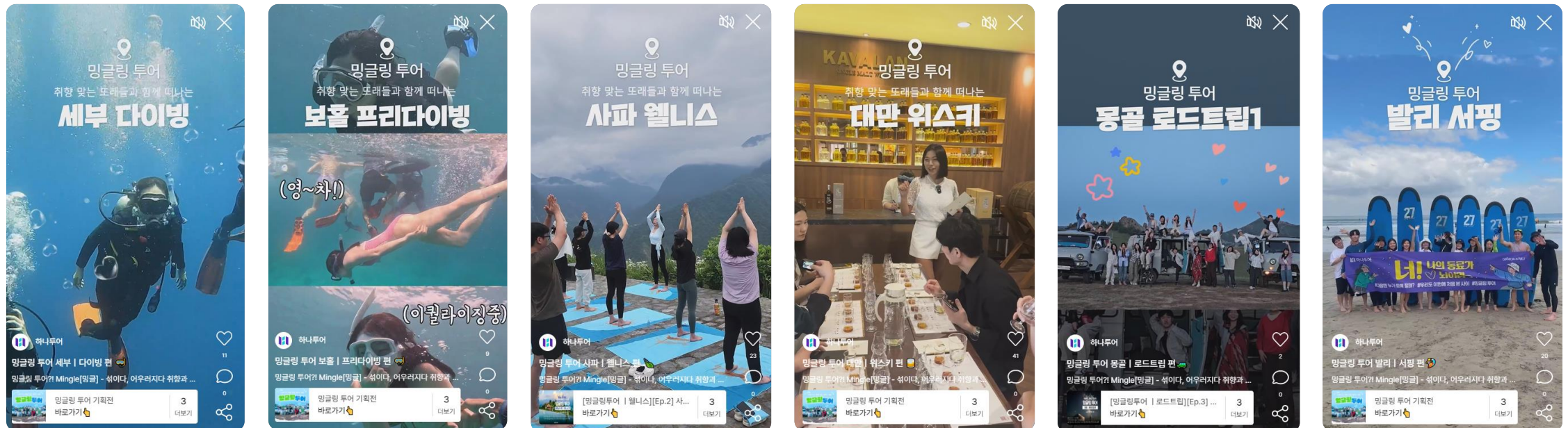


# 젊은 세대를 겨냥한 테마여행 패키지 (밍글링 투어)

- 2030 세대의 취향과 관심사를 반영한 맞춤형 여행 상품
- 공통의 테마를 기반으로 비슷한 연령대의 사람들이 소통하며 즐기는 커뮤니티 중심 여행
- 테마에 특화된 인플루언서가 호스트로 동행하여 한층 더 깊고 넓은 여행 경험 제공
- 젊은 세대의 취향에 맞춘 트렌디한 관광지과 액티비티 중심의 콘텐츠 구성

## 밍글링 투어 - 2030을 위한 맞춤형 테마여행

밍글링투어 상품 예시



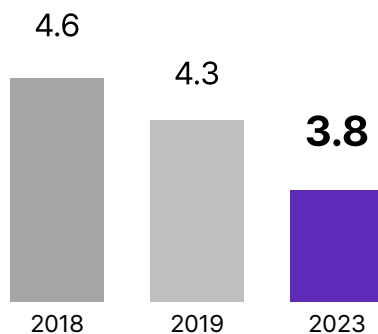
# 소규모 단독 여행 (우리끼리)

- 소규모 커뮤니티 여행을 원하는 고객을 위한 우리끼리
- 평균 여행 동반자 수 감소 추세를 반영하여 4명이면 출발 가능한 '우리끼리' 패키지 출시
- 가족, 친구, 연인(부부동반), 친목 등 다양한 유형에 맞춘 트렌디한 프라이빗 투어 (전담 가이드 & 차량 제공)

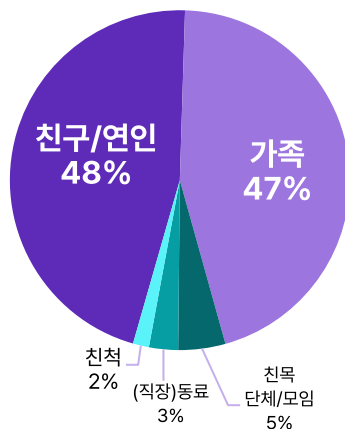
## 대한민국 해외여행 동반자 트렌드

2023 국민여행조사

[대한민국 해외여행 평균 동반자 수 감소 추이]



[대한민국 해외여행 동반자 유형별 비중]



(자료: 문화체육관광부)

## 우리끼리 - 소규모 커뮤니티 여행

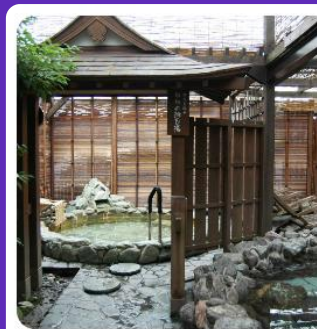
우리끼리 상품

### 커플여행



**친구 & 부부 동반**  
이탈리아 남부 + 로마 7일 #자유시간  
인천 | 7일  
**5,190,400원~**  
생수 1인 1병 제공

### 가족여행



**부모님 취향저격**  
오사카/교토/고베 4일 #아리마온천 #고베야경  
인천 | 4일  
**1,999,900원~**  
객실당 화과자 1세트

### 우정여행



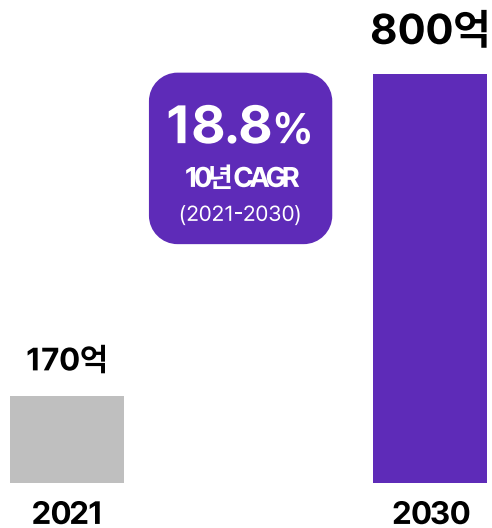
**친구끼리**  
치앙마이/치앙라이 5일 #첫여행추천 #3색사원  
인천 | 5일  
**1,259,000원~**  
스낵바구니 1개 제공

# 하나투어의 럭셔리 맞춤형여행 브랜드 (ZEUSworld)

- 최상위 1% VIP 고객을 위한 맞춤형 럭셔리 여행 브랜드 ZEUSworld
- ZEUSworld 전담 버틀러 서비스를 포함한 최상급 프라이빗 맞춤형 여행 경험 제공
- 1,800개 이상의 하이엔드 파트너 네트워크 Virtuoso 공식 멤버

## 글로벌 럭셔리 관광시장 규모 전망

2021년~2030년, 달러



(자료: Global Market Insights)

## ZEUSworld - 1%를 위한 최상급 맞춤형 럭셔리 여행

ZEUSworld 상품

**zeus world**  
by Hanatour

**VIRTUOSO**  
MEMBER

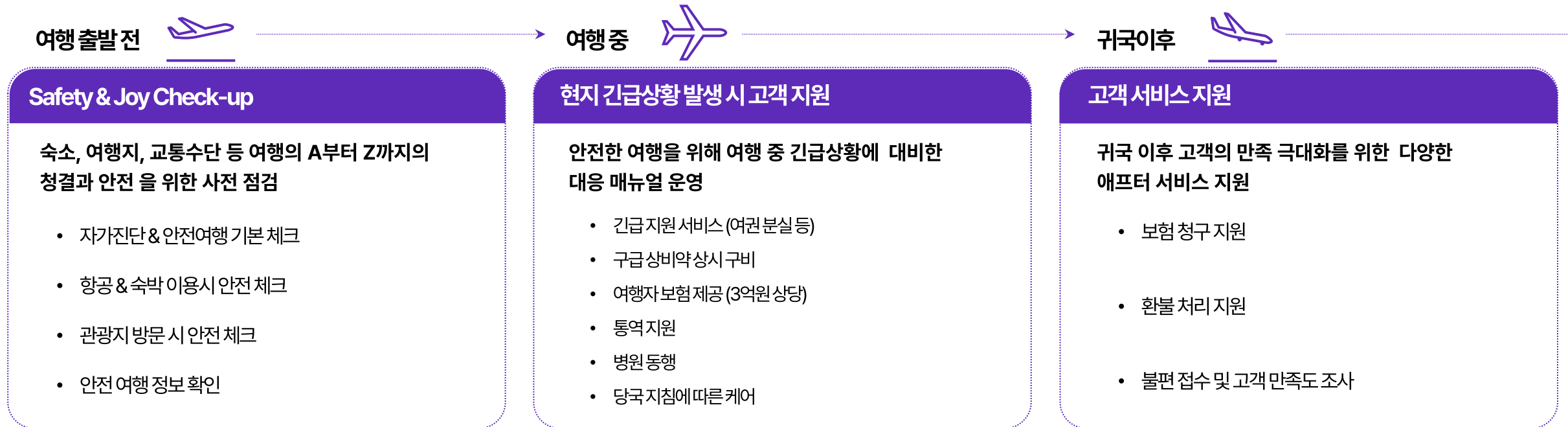
<p><b>1 TOP</b></p> <p>문화와 자연의 가치를 탐닉하는, 이탈리아/스위스 9일</p> <p>유럽 문화의 시작점 중 하나인 이탈리아와 아름다운 자연의 알프스를 품은 나라 스위스를 만끽할 수 있는 일정입니다.</p> <p><b>21,300,000원~</b></p>	<p><b>2 TOP</b></p> <p>웅장한 자연과 도심의 낭만을 즐기는, 캐나다 동부 9일</p> <p>몬트리올 노트르담 빛의 향연 AURA와 나이아가라 폭포의 거울 장관을 감상할 수 있는 상품입니다.</p> <p><b>18,000,000원~</b></p>	<p><b>3 TOP</b></p> <p>문화와 예술 그리고 낭만의 도시, 싱가포르 5일</p> <p>싱가포르의 문화와 예술, 그리고 낭만을 느낄 수 있는 헤리티지 투어와 럭셔리 호텔에서 꿈같은 휴식을 즐길 수 있는 여행입니다.</p> <p><b>8,850,000원~</b></p>
--	--	---

# 하나투어가 제공하는 안전한 여행 (Safety & Joy)

- 여행객들의 안전을 보증, 보장하는 하나투어만의 시스템을 업계 최초로 구축

## Safety & Joy - 국내 최초, 하나투어의 해외 여행 안전 보장 서비스

Safety & Joy 구성



# 하나투어 결합상품의 경쟁우위

- 패키지 시장 1위 하나투어만이 가진 경쟁력을 바탕으로 높은 만족도의 차별화된 결합상품을 제공

## 하나투어 vs OTA 결합상품 비교

하나투어 결합상품 vs OTA 결합상품

	하나투어	OTA
품질 만족도	<b>우위</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>하나투어가 직접 검증하고 인정한 퀄리티 높은 상품들로만 구성되어 안정적인 만족도 관리 가능, 여행의 불확실성 낮음</li> </ul>	<b>열위</b>
고객 편의성	<b>우위</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>각각의 구성 상품에 대한 예약, 일정 변경, 취소, 환불 등을 하나투어를 통해 편리하게 진행 가능</li> </ul>	<b>열위</b>
가격 경쟁력	<b>우위</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>인기 지역 및 관광지의 경우 사입을 통해 OTA보다 높은 가격 경쟁력을 확보</li> </ul>	<b>열위</b>



# FIT를 위한 하나투어의 대표 결합상품

- 패키지 시장 1위 업체 하나투어가 가진 경쟁력을 바탕으로 높은 만족도의 차별화된 결합상품을 제공

## 하나투어 결합상품

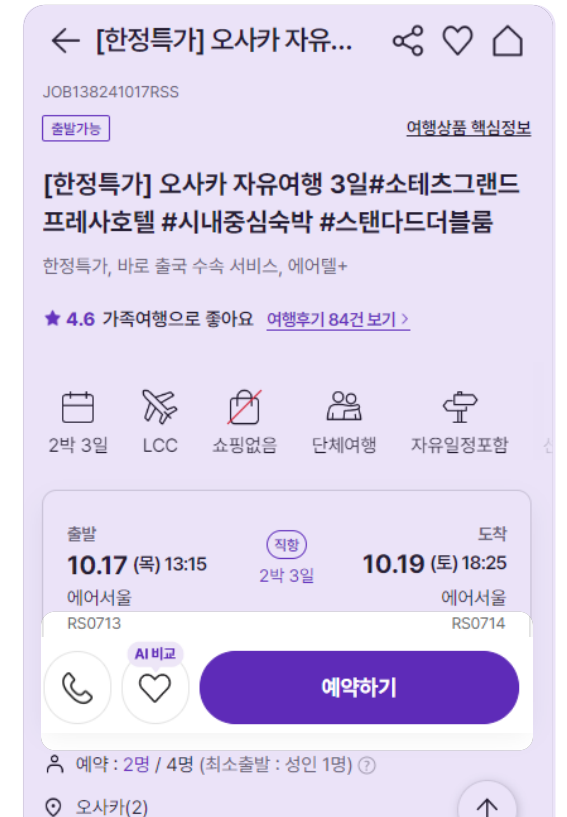
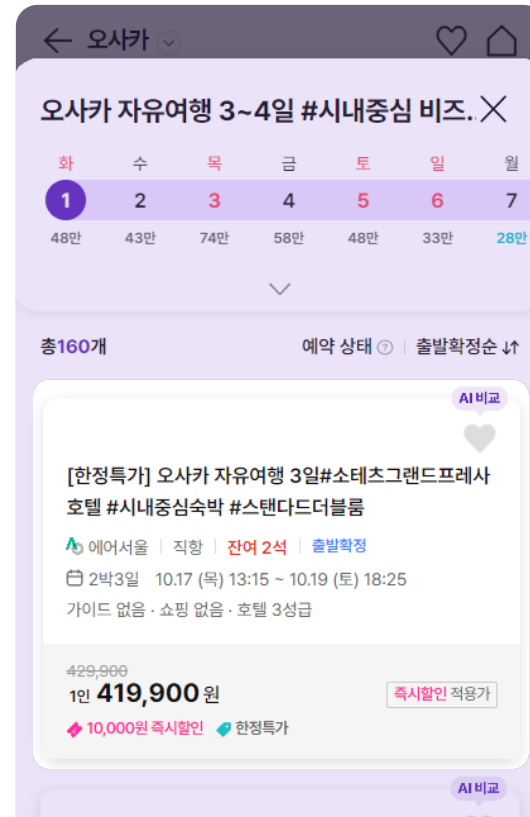
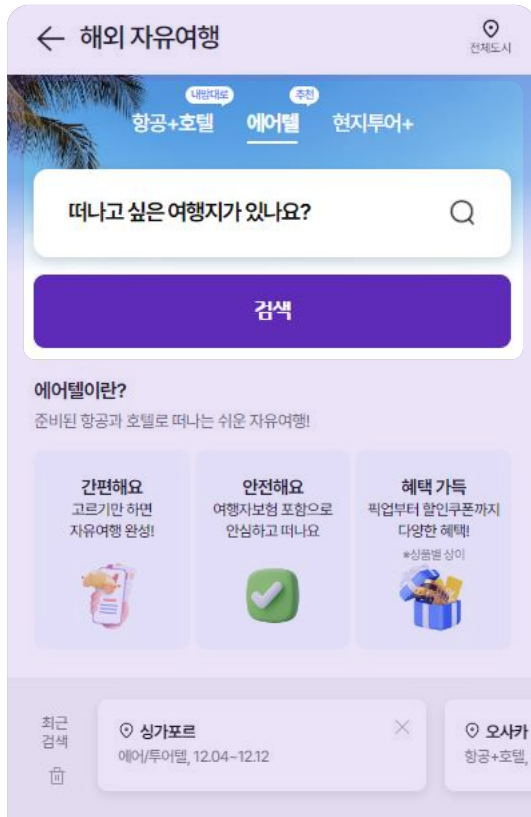
패키지 vs 결합상품 (에어텔, 현지투어플러스, 내맘대로)

패키지	VS	에어텔	현지투어 플러스	내맘대로
		하나투어 여행 전문가들이 기획한 항공, 호텔 및 부가 서비스 결합 상품	개별적으로 항공권을 마련한 여행객들도 참여할 수 있는 하나투어의 현지 패키지 일정 상품	원하는 일정에 따라 항공권, 호텔, 액티비티 등을 '내맘대로' 조합하고 예약할 수 있는 서비스
<b>H-Care</b> 		<b>H-Care</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 하나투어 고객전용 해외 긴급지원 서비스</li> <li>- 의료, 통역, 수하물 추적, 여권 재발급 등</li> </ul>	<b>H-Care</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 하나투어 고객전용 해외 긴급지원 서비스</li> <li>- 의료, 통역, 수하물 추적, 여권 재발급 등</li> </ul>	<b>H-Care</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 하나투어 고객전용 해외 긴급지원 서비스</li> <li>- 의료, 통역, 수하물 추적, 여권 재발급 등</li> </ul>
<b>항공</b> 		<b>항공</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개별 및 하나투어 전세기 항공권 가능</li> </ul>		<b>항공</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 개별 및 하나투어 전세기 항공권 가능</li> </ul>
<b>숙박</b> 		<b>숙박</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역별 인기 호텔 또는 시내 중심 호텔</li> <li>- 하나투어 특가</li> </ul>	<b>숙박</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N박투어 상품에 인기 호텔 숙박 제공 (반일, 일일투어 숙박 불포함)</li> </ul>	<b>숙박</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최대 3개의 호텔 예약 가능</li> <li>- 하나투어 특가</li> </ul>
<b>액티비티</b> 			<b>액티비티</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 하나팩 2.0 수준의 핵심 여행 포함</li> </ul>	<b>액티비티</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 테마파크 등 각종 입장권 특가 제공 (2025년 상반기 예정)</li> </ul>
<b>교통</b> 		<b>교통</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공항 ↔ 호텔 이동 서비스 제공</li> <li>- 하나투어 전용 차량 및 가이드 미팅</li> </ul>	<b>교통</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 검증된 하나투어 전문 가이드 동행</li> <li>- 하나투어 전용 차량 서비스로 편리한 이동</li> </ul>	<b>교통</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공항 ↔ 호텔 이동 서비스</li> <li>- 하나투어 전용 차량 및 가이드 미팅</li> </ul>
<b>식사</b> 			<b>식사</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 맛집 &amp; 별미 식사 제공</li> </ul>	

# 에어텔

- 하나투어 여행 전문가들이 기획한 항공, 호텔 및 부가 서비스 결합 상품
- 항공, 호텔, 여행자보험, 해외 긴급지원 서비스(H-Care)가 기본 포함
- 상품별 공항 픽/드롭 미팅 서비스와 현지입장권, 바우처, 쿠폰 등의 특전을 제공

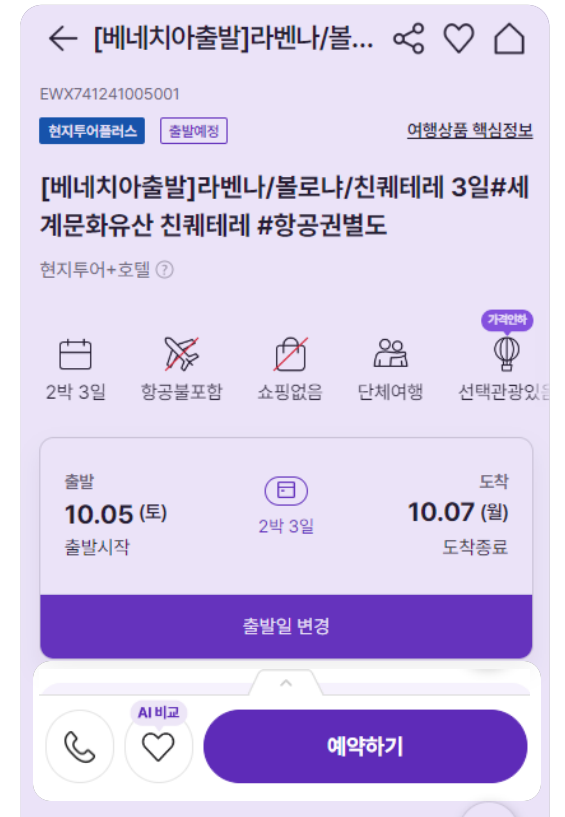
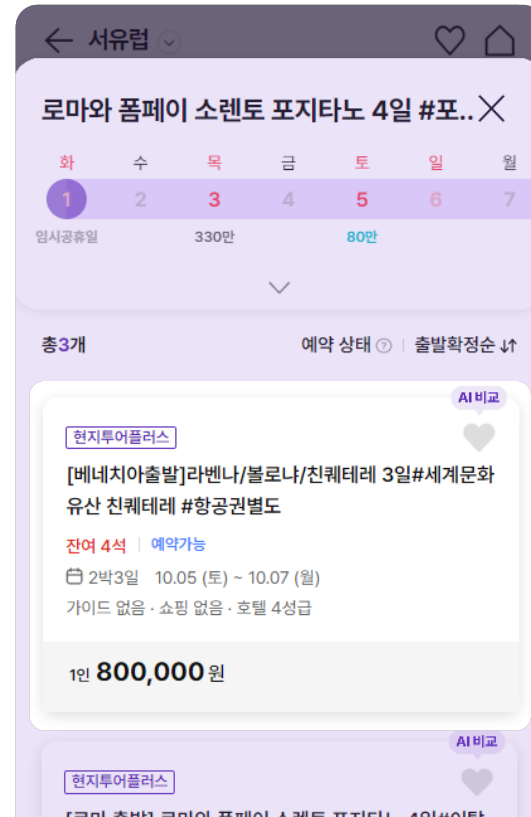
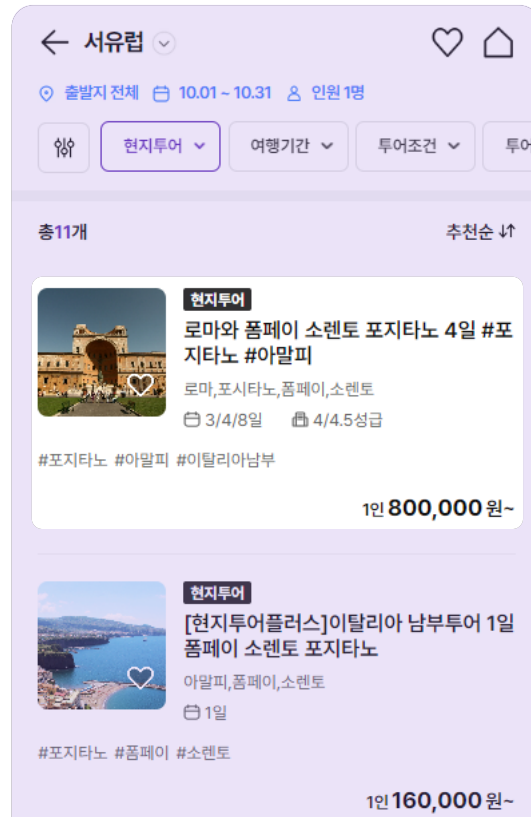
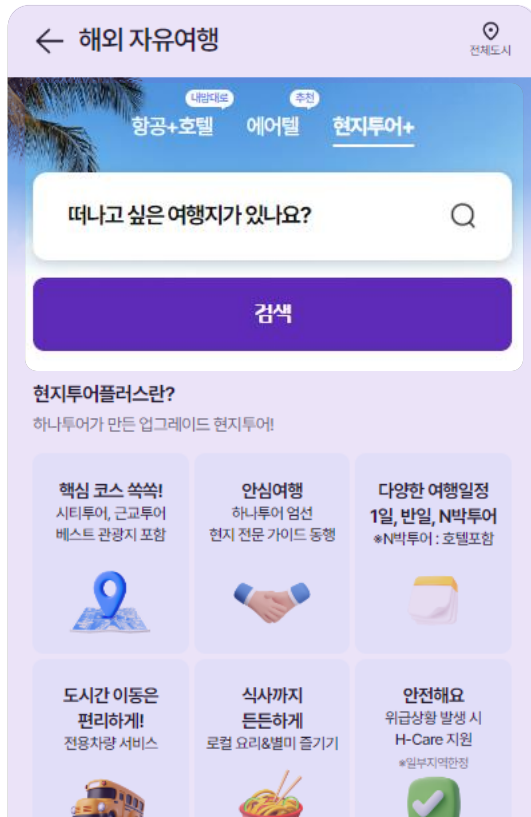
## 에어텔 상품 구매 예시



# 현지투어플러스

- 개별적으로 항공권을 마련한 여행객들도 참여할 수 있는 하나투어의 현지 패키지 일정 상품
- 개별 여행 시 일정계획 및 비용에 대한 부담을 줄이도록 FIT를 겨냥하여 설계된 결합상품
- 하나투어 전문 가이드 및 차량으로 진행되는 안전하고 만족도 높은 현지투어 상품

## 현지투어플러스 상품 구매 예시





# 내맘대로

- 원하는 여행일정에 따라 항공권, 호텔, 액티비티 등을 '내맘대로' 조합하고 예약할 수 있는 서비스
- 특가로 제공되는 하나투어의 항공, 호텔을 자유롭게 결합하고 한번에 구매할 수 있는 서비스
- 추후 현지 교통패스 및 입장권 조합 가능 (2025년 상반기 오픈 예정)

## 내맘대로 상품 구매 예시

**1. 해외 자유여행**

항공+호텔 | 에어텔 | 현지투어+

SEL 인천/김포 | OSA 오사카 (교토/고베)

2024.10.10(목) - 2024.10.13(일)

객실1, 성인2, 일반석

**항공+호텔 검색**

내맘대로 항공 + 호텔이란?  
원하는 항공과 호텔을 골라 만드는 나만의 자유여행!

합리적이에요  
항공+호텔 조합으로 합리적 가격

쉬워요  
검색&예약부터 결제까지 한 번에!

안전해요  
위급상황 발생 시 H-Care 지원  
※일부지역만정

**2. 내맘대로 항공+호텔 선택**

인천/김포 ⇄ 오사카 (교토/고베) 변경  
10.10 (목) ~ 10.13 (일) · 성인2 · 일반석

**1 ✈️ 항공권 선택**

제가 항공권입니다.

선택된 항공권

15:15-17:00	ICN-KIX	직항 · 01시간 45분
이스타항공 ZE 0613		수하물 미포함
18:00-19:55	KIX-ICN	직항 · 01시간 55분
이스타항공 ZE 0614		수하물 포함

상세일정 > JADE Classic 하나카드

**2 🏨 호텔 선택**

오사카 | 10.10 ~ 3박 | 객실1, 성인2

추천순 ↓↑ 필터 0

**칸데오 호텔 오사카 난바 / 도톤보리 숙소**  
Candeo Hotels Osaka Namba  
3.5성급 | Osaka  
★ 4.3 (913개)

**1인당 항공+호텔 예약시 793,330원 ~**  
총 결제금액 1,586,659원 ~

**특가요금 자동적용**

**3. 선택상품 확인**

**1 ✈️ 항공**

가는편 : 2024.10.09 | 오는편 : 2024.10.12  
서울 - 오사카

에어부산 | 성인2 | 일반석

15:55 ICN → 17:45 KIX  
에어부산, BX0176  
직항 01시간 50분  
수하물 포함(15KG)

18:45 KIX → 20:55 ICN  
에어부산, BX0175  
직항 02시간 10분  
수하물 포함(15KG)

**2 🏨 호텔**

2024.10.09 ~ 2024.10.12 (3박)  
칸데오 호텔 오사카 난바 / 도톤보리 숙소

객실1  
SUPERIOR SOFA TWIN(2PAX), 조식 불포함, 성인2

취소 마감일  
무료취소가능  
(2024.09.30 16:00 까지 무료취소 가능합니다.)

**예약하기**

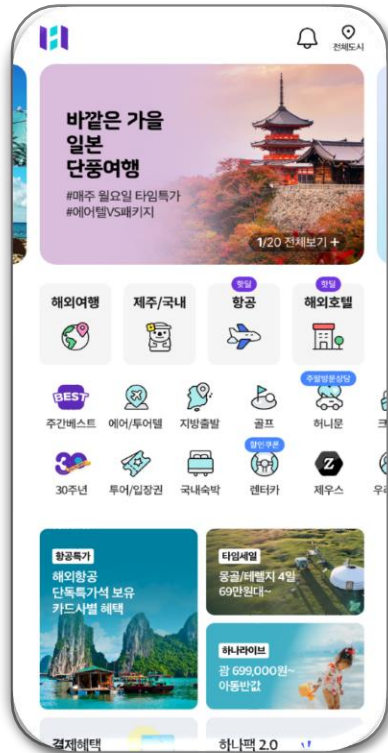
# 하나투어 모바일 App 전면 업그레이드

- 온라인 판매를 확대하기 위해 기존 온라인 채널을 리뉴얼, 사용성 및 편의성을 대폭 개선

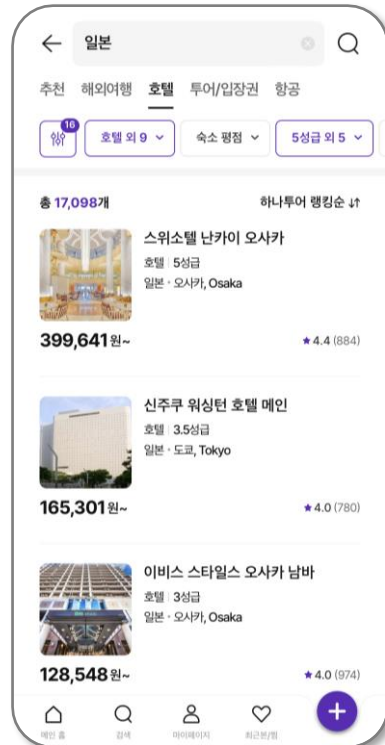
## 하나투어 모바일 App 전면 업그레이드

5가지 주요 업데이트 내용

### 직관적 인터페이스



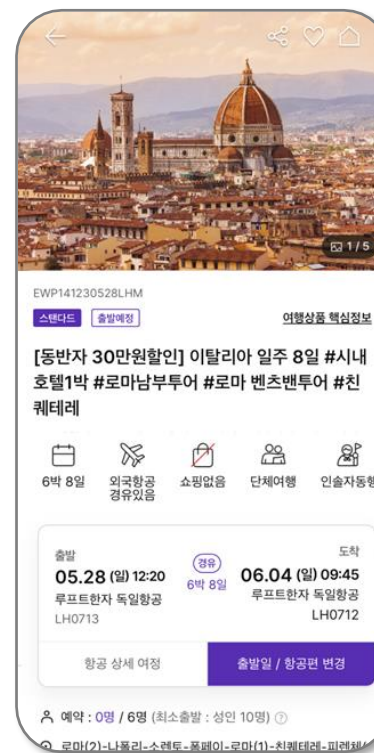
### 편리한 상품 검색



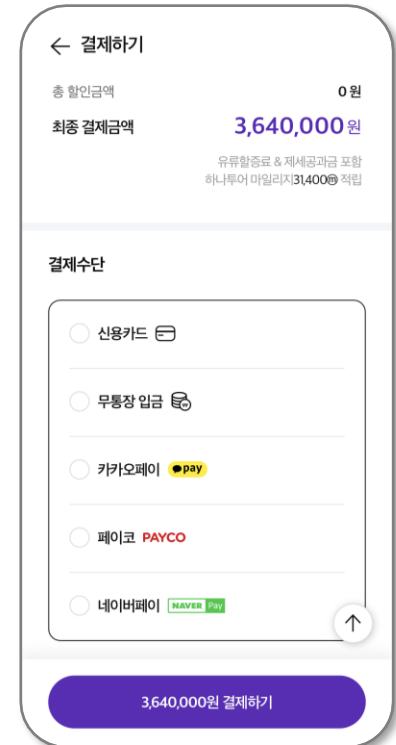
### 맞춤형 상품 추천



### 상품 정보 가독성 향상

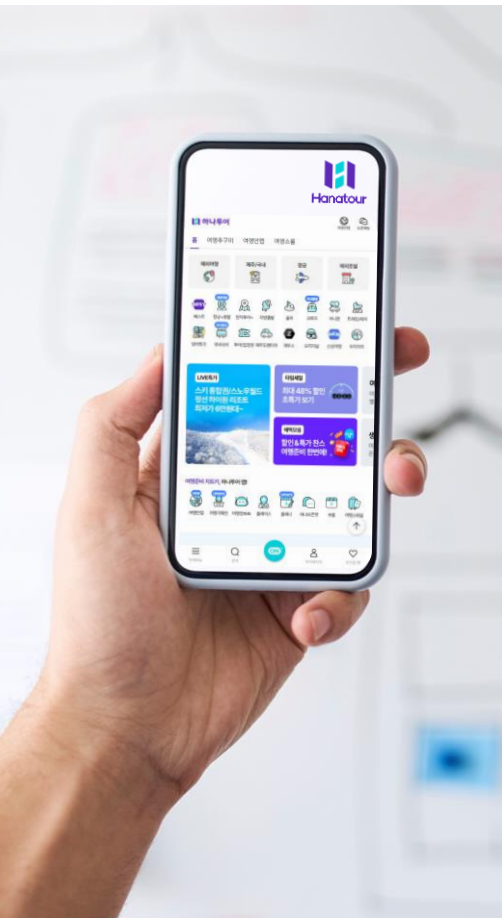


### 간편 결제 기능



# 하나투어 고유의 콘텐츠를 통한 유저 유입 및 유지

## – 하나투어 모바일 App 전용 고유 콘텐츠를 통한 신규 유저 유입 및 유지



### 하나투어 모바일 App만의 차별화된 콘텐츠

하나투어만의 모바일 전용 여행 콘텐츠

#### 여행 커뮤니케이션 솔루션

##### 여행만렙

2030을 겨냥한  
온라인 여행 커뮤니티 서비스

##### 하나오픈챗

여행자를 위한 위치기반  
실시간 커뮤니케이션 솔루션

#### 스마트 여행 플래닝

##### 하나ON

스마트 알림 기능으로  
여행의 시작과 끝을 관리

##### 플래너

쉽고 직관적인 스마트 여행 플래너

#### 여행 정보 라이브러리

##### 여행정보 AI

AI기반의 포괄적인 여행정보 서비스

##### 플레이스

하나투어가 관리하는  
해외 여행정보 라이브러리

#### 동영상 기반 콘텐츠

##### 하나라이브

하나투어만의 온라인 라이브 커머스

##### 숏플

숏폼 동영상으로  
공유하고 즐기는 여행 콘텐츠



# 여행 커뮤니케이션 솔루션

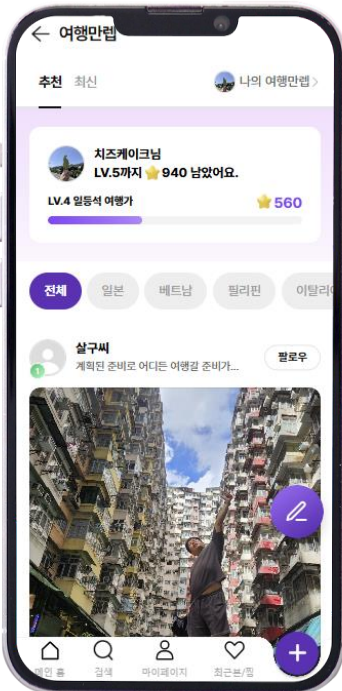
## 여행만렙

- 2030을 겨냥한 온라인 여행 커뮤니티 서비스
- 여행 정보를 공유하고 즐기는 커뮤니티 중심의 소통 채널
- 자신의 여행 기록을 관리하고 쉽게 살펴볼 수 있는 소셜피드 제공

## 하나 오픈챗

- 여행자를 위한 위치기반 실시간 커뮤니케이션 솔루션
- 여행자들끼리 정보를 공유하고 소통할 수 있는 오픈채팅방 제공
- 위치기반 탐색을 통해 현지에서 여행자들과 실시간 소통

유저 참여 기반  
여행 트렌드 제공



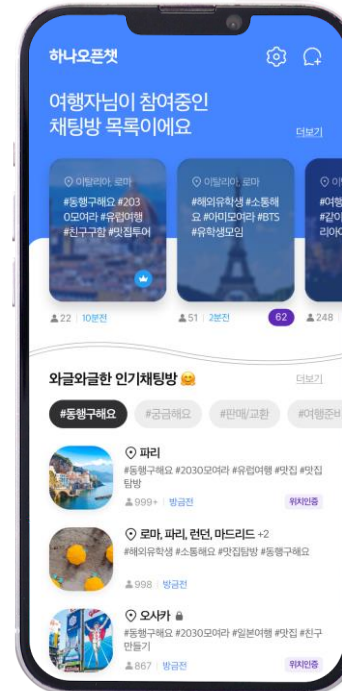
스마트  
여행 상품 추천



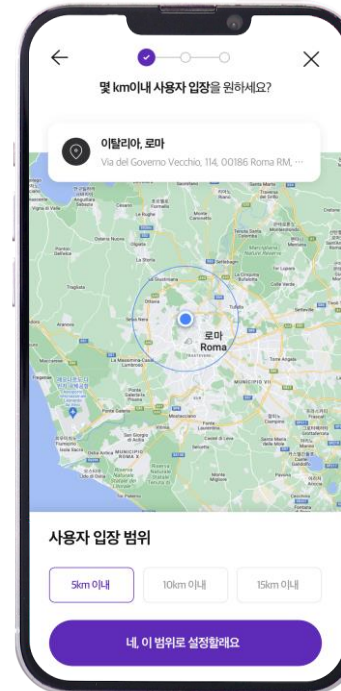
내가 기록한  
여행 피드 지도



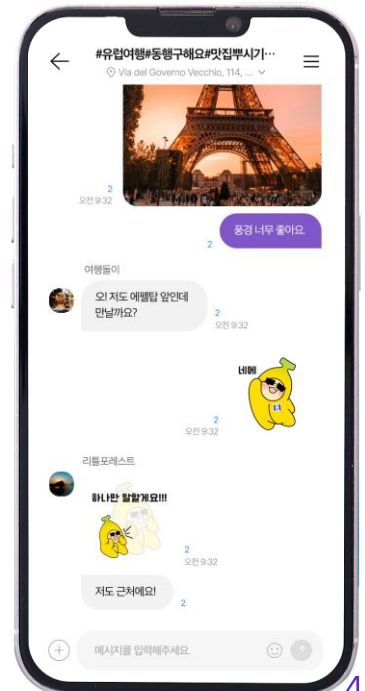
직관적인  
메인페이지 구성



위치 기반  
채팅 설정



실시간  
커뮤니케이션



# 스마트 여행 플래닝

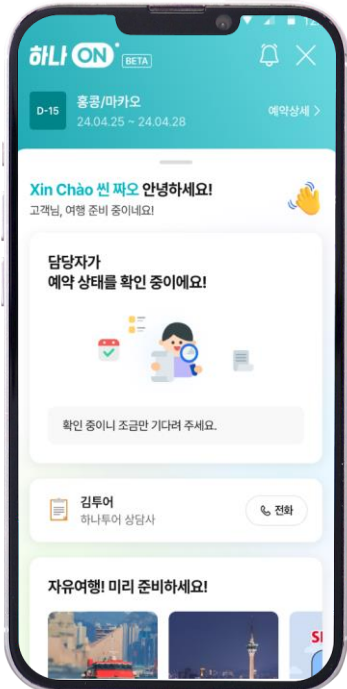
## 하나ON

- 스마트 알림 기능으로 여행의 시작과 끝을 관리
- 하나투어 상품 구매 고객 한정, 여행 출발 전, 후를 포함한 모든 단계에 걸쳐 필요한 정보와 알림을 적시에 제공

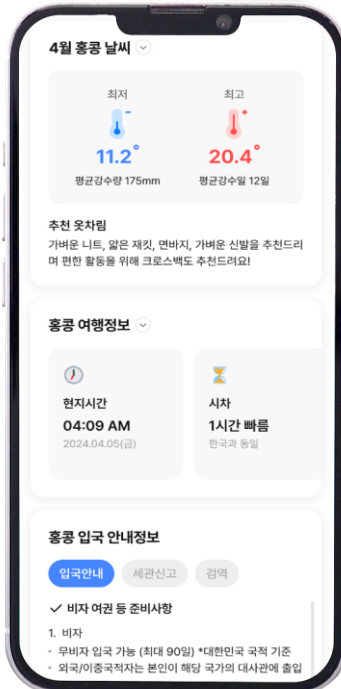
## 플래너

- 쉽고 직관적인 스마트 여행 플래너
- 직관적인 인터페이스로 누구나 손쉽게 여행 플랜을 세울 수 있는 기능
- 자신의 여행 플랜을 다른 사람들과 쉽게 공유 가능

지속 예약 관리로  
고객 만족도 극대화



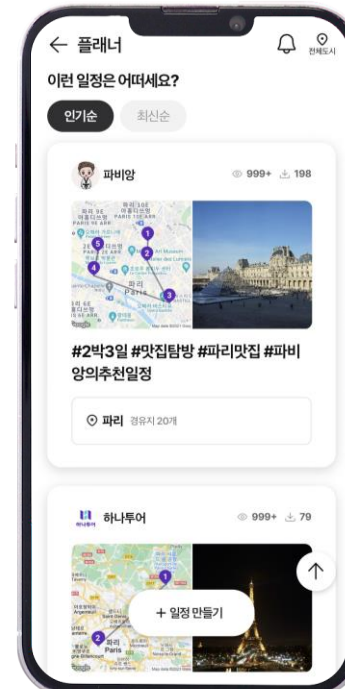
정보 큐레이션으로  
신뢰성 있는 경험 제공



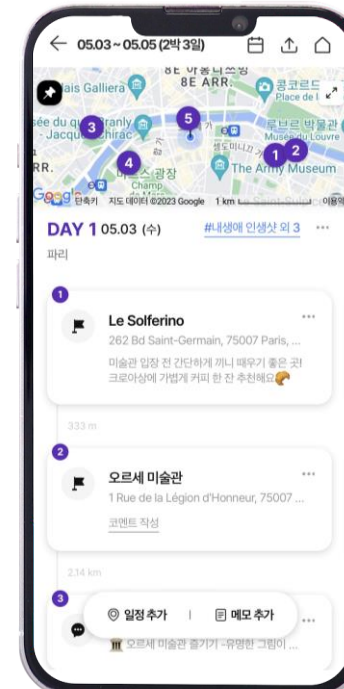
현지 맞춤형  
여행 플래너



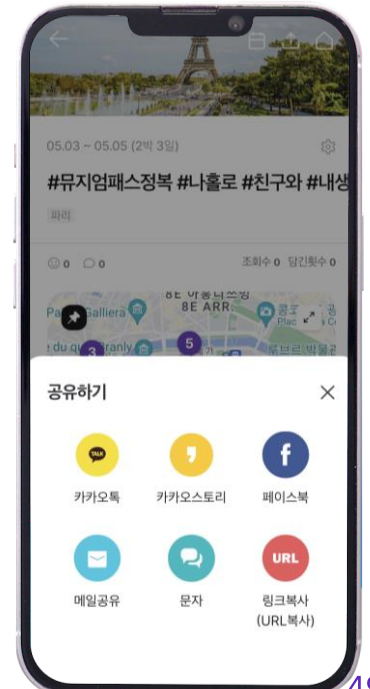
풍성한 여행 플랜  
라이브러리



쉽고 직관적인  
인터페이스



쉽고 간편한  
여행 플랜 공유



# 여행 정보 라이브러리

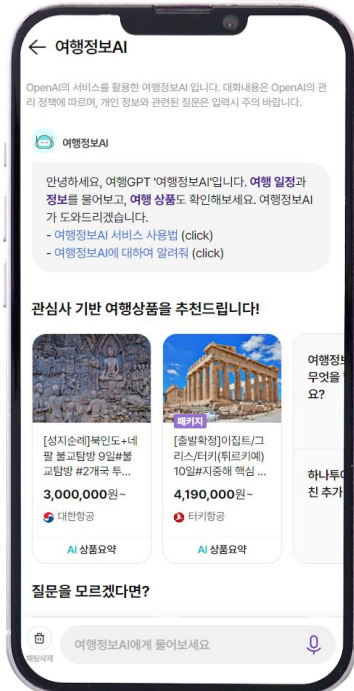
## 여행정보 AI

- AI기반의 포괄적인 여행정보 서비스
- ChatGPT를 기반으로 여행지 정보, 상품 검색, 일정 계획까지 다양한 정보와 서비스를 실시간으로 생성하여 제공

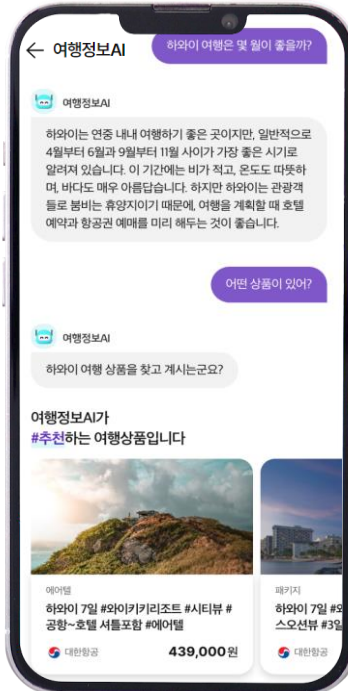
## 플레이스

- 하나투어가 관리하는 해외 여행정보 라이브러리
- 현지의 날씨, 환율 등의 일반 정보에서부터 주요 관광지, 인기 숙소, 여행 일정에 이르기까지 다양한 정보 제공

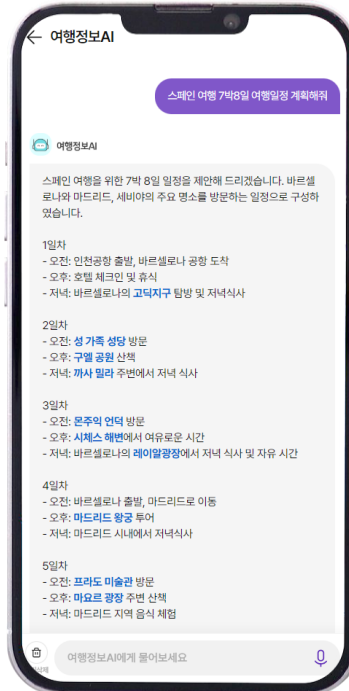
원하는 정보를  
쉽고 빠르게 확인 가능



질문에 따른  
상품 및 일정 추천 기능



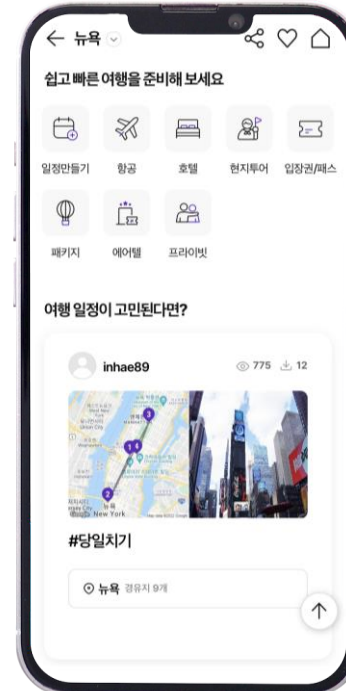
AI를 활용한  
여행 일정 계획



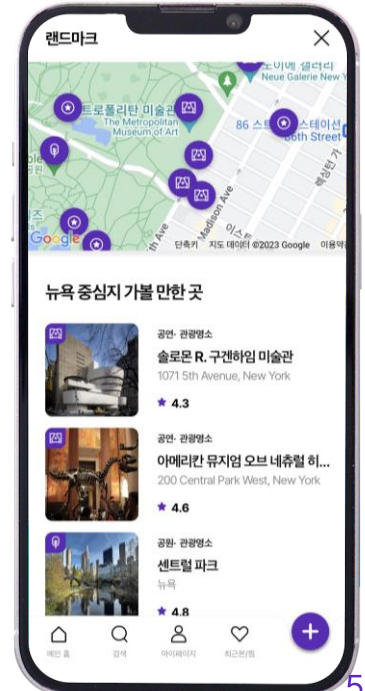
풍부하고 다양한  
최신 현지 정보



쉽고 편리한  
관련 상품 구매



현지 어트랙션  
추천 기능





# 동영상 기반 콘텐츠

## 하나라이브

- 하나투어만의 온라인 라이브 커머스
- 하나라이브 전용 라이브 프로모션을 통해 특가 제공
- 랜드사, 인플루언서들과의 협업을 통해 라이브 커머스 전용 상품 공급

## 숏폼

- 숏폼 동영상으로 공유하고 즐기는 여행 콘텐츠
- 여행지 중심의 다양한 주제의 숏폼 영상 콘텐츠 제공
- 자신이 직접 찍은 영상 콘텐츠를 다른 사람들과 공유

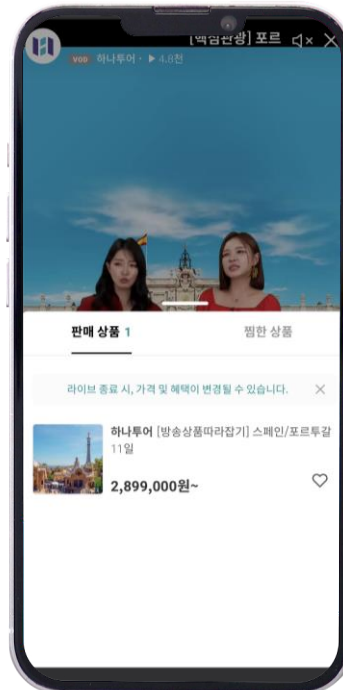
높은 접근성의  
라이브 커머스 페이지



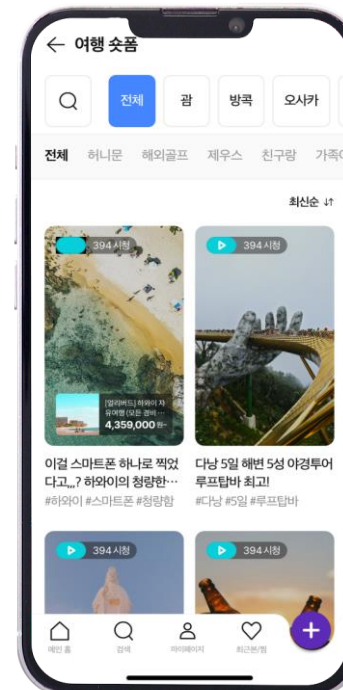
실시간 양방향  
커뮤니케이션



라이브 커머스 전용  
특별 상품 판매



다양한 주제의  
영상 콘텐츠 제공



정보 전달과 함께  
상품 유입 및 판매 유도



쉽고 간편한  
숏폼 콘텐츠 공유



# 브랜드 리노베이션

- 새로운 CI 도입 및 마케팅 활동을 통해 고객 저변을 젊은 층으로 확대
- 새롭고 특별한 여행을 즐길 수 있는 하나투어 이미지 제고

## 새로운 하나투어의 모습

Old vs New

**HNT** 하나투어

### 기존 하나투어에 대한 인식

시대에 뒤떨어진 CI

패키지 시장 중심

진부한 상품

부족한 만족도

오프라인 대리점 판매 위주

오프라인 위주의 마케팅 프로모션

**HNT** 하나투어

### 새로운 하나투어의 모습

젊고 새로운 CI

패키지 & FIT 시장

새롭고 참신한 상품

여행다운 여행

온라인 & 오프라인

온라인 중심의 젊은 감성을 공략하는 마케팅

## 하나투어 리브랜딩 전략

CI 변경 & 마케팅

새로운  
브랜드  
로고



새로운  
브랜드  
슬로건

**“꿈꾸는 대로, 펼쳐치다”**

새로운  
브랜드  
마케팅

감성광고



문화마케팅



E-Sports 후원



소셜미디어





# IV. 별첨



연결 재무상태표

(단위 : 억원)

	2023	2024	2025 1Q
자산			
유동자산	4,470	4,804	4,703
현금및현금성자산	1,187	1,057	1,220
단기금융상품	1,456	1,632	1,639
매출채권	618	627	621
기타채권	110	179	263
금융리스채권	9	9	13
재고자산	591	701	337
선급금	368	471	479
기타유동자산	32	43	42
기타금융자산	89	79	80
당기법인세자산	11	5	8
비유동자산	1,976	1,884	1,954
기타채권	39	12	19
금융리스채권	10	5	3
기타자산	0	6	7
기타금융자산	113	127	130
투자부동산	9	8	8
유형자산	116	124	142
무형자산	167	91	77
사용권자산	925	906	961
당기손익-공정가치측정금융자산	36	22	22
기타포괄손익-공정가치측정금융자산	12	11	11
관계기업투자자산	0	0	0
이연법인세자산	549	573	574
자산총계	6,446	6,688	6,657

	2023	2024	2025 1Q
부채			
유동부채	3,701	3,831	3,978
매입채무	809	844	1,048
기타채무	640	472	448
당기법인세부채	7	9	10
관광수탁금	1,638	1,971	1,550
선수금	179	158	153
단기차입금	87	42	44
유동성장기부채	18	18	19
리스부채	168	167	189
총당부채	11	11	9
기타금융부채	25	26	385
기타부채	119	114	124
비유동부채	1,152	1,051	1,104
장기종원급여채무	8	8	8
장기차입금	53	37	34
장기성기타채무	0	0	0
리스부채	1,045	962	1,015
총당부채	4	4	5
기타금융부채	0	1	0
기타부채	41	40	41
부채총계	4,853	4,883	5,082
자본			
지배기업소유주지분	1,704	1,749	1,512
자본금	80	80	80
기타불입자본	-71	-71	-71
기타자본구성요소	26	37	38
이익잉여금(결손금)	1,668	1,703	1,465
비지배주주지분	-111	57	63
자본총계	1,593	1,805	1,575
부채 및 자본총계	6,446	6,688	6,657



별도 재무상태표

(단위 : 억원)

	2023	2024	2025 1Q
자산			
유동자산	3,670	3,840	3,693
현금및현금성자산	900	588	690
단기금융상품	1,236	1,431	1,431
매출채권	426	457	470
기타채권	132	189	279
금융리스채권	19	19	23
재고자산	584	697	333
선급금	314	399	402
기타유동자산	18	27	27
기타금융자산	32	28	30
당기법인세자산	11	5	8
비유동자산	1,188	1,088	1,157
기타채권	58	25	31
금융리스채권	28	12	8
기타자산	0	2	3
기타금융자산	34	41	39
유형자산	20	15	14
무형자산	119	50	35
사용권자산	136	89	118
당기손익-공정가치측정금융자산	36	22	22
기타포괄손익-공정가치측정금융자산	11	10	10
종속기업투자자산	244	289	344
관계기업투자자산	0	1	1
이연법인세자산	504	532	532
자산총계	4,858	4,927	4,850

	2023	2024	2025 1Q
부채			
유동부채	2,967	3,258	3,407
매입채무	701	737	963
기타채무	356	299	274
관광수탁금	1,552	1,880	1,452
선수금	175	156	152
리스부채	66	71	83
충당부채	11	10	9
기타금융부채	23	23	380
기타부채	83	82	94
비유동부채	82	35	54
장기종업원급여채무	6	6	6
장기리스부채	75	27	46
장기충당부채	1	1	1
기타금융부채	0	1	0
부채총계	3,050	3,293	3,461
자본			
자본금	80	80	80
기타불입자본	-205	-205	-205
기타자본구성요소	0	0	0
이익잉여금	1,933	1,760	1,514
자본총계	1,808	1,634	1,389
부채 및 자본총계	4,858	4,927	4,850

## 연결 손익계산서

(단위 : 억원)

	1Q 23	2Q 23	3Q 23	4Q 23	FY 23	1Q 24	2Q 24	3Q 24	4Q 24	FY 24	1Q 25
<b>영업수익</b>	<b>830</b>	<b>824</b>	<b>1,267</b>	<b>1,195</b>	<b>4,116</b>	<b>1,833</b>	<b>1,317</b>	<b>1,594</b>	<b>1,422</b>	<b>6,166</b>	1,685
여행알선수익 (항공권판매수수료수익 포함)	547	546	719	757	2,569	929	723	771	817	3,239	802
재화판매수익 (전세기 등 판매 총액)	86	50	249	149	533	612	300	521	290	1,723	551
호텔운영수익	38	45	59	48	190	52	53	66	63	234	66
버스용역매출	33	41	39	50	163	46	49	36	52	183	49
기타수익	125	143	200	192	660	195	192	199	201	787	217
<b>영업비용</b>	<b>774</b>	<b>783</b>	<b>1,135</b>	<b>1,084</b>	<b>3,776</b>	<b>1,617</b>	<b>1,280</b>	<b>1,474</b>	<b>1,286</b>	<b>5,657</b>	1,562
인건비	254	250	296	337	1,137	340	280	314	319	1,254	331
여행비지급수수료	155	172	205	227	759	272	244	236	250	1,003	275
기타지급수수료	122	129	156	159	566	171	158	171	186	686	182
마케팅비	34	44	68	63	209	66	79	78	92	315	74
감가상각비	71	69	69	71	279	68	68	70	70	276	71
원재료및상품매입액	86	51	251	152	540	620	298	520	290	1,729	547
대손상각비	(10)	(14)	2	(20)	(41)	(3)	55	0	(15)	37	(10)
기타	61	82	88	95	325	82	98	83	95	358	92
<b>영업이익</b>	<b>56</b>	<b>41</b>	<b>132</b>	<b>112</b>	<b>340</b>	<b>216</b>	<b>37</b>	<b>120</b>	<b>136</b>	<b>509</b>	123
영업외수익	53	109	38	92	292	55	123	38	97	313	55
영업외비용	14	22	7	17	59	19	32	13	66	130	24
<b>법인세비용차감전이익</b>	<b>95</b>	<b>128</b>	<b>163</b>	<b>187</b>	<b>573</b>	<b>252</b>	<b>128</b>	<b>145</b>	<b>167</b>	<b>693</b>	153
법인세비용	2	(70)	3	50	(15)	11	2	9	(18)	4	12
<b>당기순이익</b>	<b>94</b>	<b>198</b>	<b>161</b>	<b>137</b>	<b>591</b>	<b>242</b>	<b>126</b>	<b>136</b>	<b>487</b>	<b>991</b>	144
지배지분순이익	80	137	142	112	470	214	86	114	401	815	119
비지배지분순이익	15	61	19	25	120	28	40	22	86	176	25

## 별도 손익계산서

(단위 : 억원)

	1Q 23	2Q 23	3Q 23	4Q 23	FY 23	1Q 24	2Q 24	3Q 24	4Q 24	FY 24	1Q 25
<b>영업수익</b>	654	611	1,037	945	3,247	1,578	1,066	1,346	1,148	5,138	1,422
여행알선수익	485	461	645	660	2,251	827	624	683	703	2,837	705
재화판매수익(전세기 등 판매 총액)*	83	47	242	145	517	606	296	518	289	1,710	548
항공권판매수수료수익	6	9	8	8	31	9	10	9	12	39	9
기타수익	80	94	143	132	448	136	136	136	144	551	160
<b>영업비용</b>	619	600	952	892	3,063	1,432	1,079	1,285	1,089	4,886	1,363
인건비	171	158	190	226	745	224	165	198	201	788	206
여행비지급수수료	159	186	227	244	815	297	269	264	275	1,105	302
기타지급수수료	113	118	142	151	524	165	152	161	176	654	172
마케팅비	26	36	59	54	175	58	71	69	83	281	66
감가상각비	46	43	42	41	171	39	38	39	38	154	38
원재료및상품매입액	84	49	244	148	524	614	295	517	289	1,715	545
대손상각비	-8	-29	5	-17	-49	-1	41	-4	-18	18	-11
기타	29	40	43	46	157	37	48	40	45	170	45
<b>영업이익</b>	36	11	85	53	184	146	-13	61	58	252	59
영업외수익	52	32	31	38	153	76	53	34	249	413	67
영업외비용	12	7	5	0	25	10	11	0	55	75	10
<b>법인세비용차감전이익</b>	75	36	111	90	312	212	29	95	253	589	116
법인세비용	0	-35	0	39	4	8	-5	7	-21	-12	5
<b>당기순이익</b>	75	71	111	51	308	204	35	88	274	601	111

\*K-IFRS 제1115호의 적용으로 원가로 계산되던 전세기 수익/비용이 총액수익/비용 항목으로 추가되었습니다.

