



하나투어

기업가치 제고 계획

2025년 4월



면책 조항

본 자료는 하나투어의 경영 현황과 향후 계획에 대한 정보를 제공하기 위한 것으로, 투자 권유를 목적으로 하지 않습니다.

본 자료에 포함된 재무정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성되었으며, 일부 내용은 향후 전망을 포함하고 있어 실제 결과와 차이가 발생할 수 있습니다.

제공된 정보는 작성 시점을 기준으로 하며, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장하지 않으며 사전 고지 없이 변경될 수 있습니다.

투자에 대한 판단은 투자자 본인의 책임 하에 이루어져야 하며, 필요 시 전문가의 자문을 권장드립니다.



내용

1. 현황진단
2. 목표설정
3. 실행계획
4. 소통계획
5. 기업개요

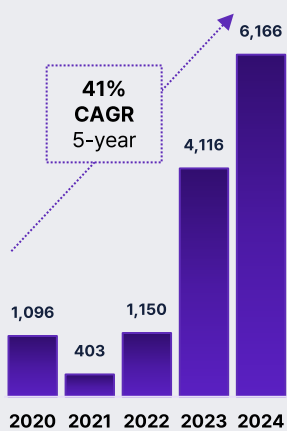


1. 현황 진단 - 영업실적과 주요 재무지표

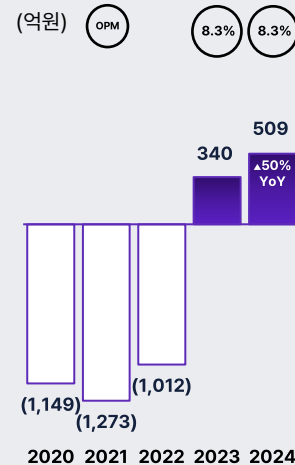
- ✓ 24년 영업이익과 당기순이익은 각각 509억원, 991억원을 기록하며 사상 최고치를 경신
- ✓ 24년 당사의 배당성향은 44%, 배당수익률은 4.2%로 KOSPI 평균(34%, 2.4%)을 상회
- ✓ 24년 기준 낮은 차입금의존도와 높은 이자보상배율로 안정적인 재무구조 운영

2024년 하나투어 영업실적

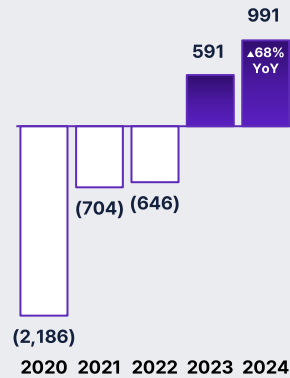
영업수익
(억원)



영업이익
(억원) OPM



당기순이익
(억원)



2024년 하나투어 주요 재무지표

PBR

4.8x

ROE*

47%

배당성향*

44%

배당수익률

4.2%

영업이익성장률
(YoY)

50%

영업이익률

8.3%

차입금의존도

18%

이자보상배율

21배

*지배주주순이익기준

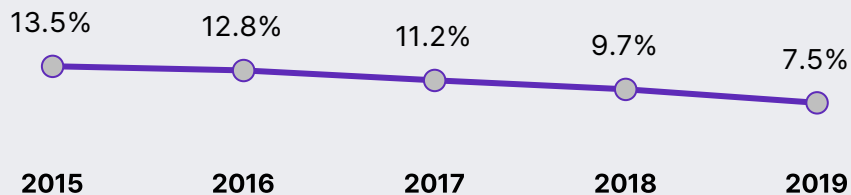
1. 현황 진단 - 경영 효율성과 수익성 개선



“ 코로나 기간동안 전개한 주요 전략적 과제들이 효과적으로 작용함에 따라,
ROE를 포함한 경영 효율성과 영업이익 및 영업이익률 등 수익성이 코로나 이전 대비 크게 개선 ”

코로나 전후 하나투어 ROE 추이

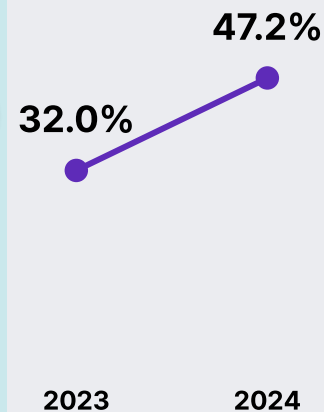
2015년 - 2024년



COVID-19

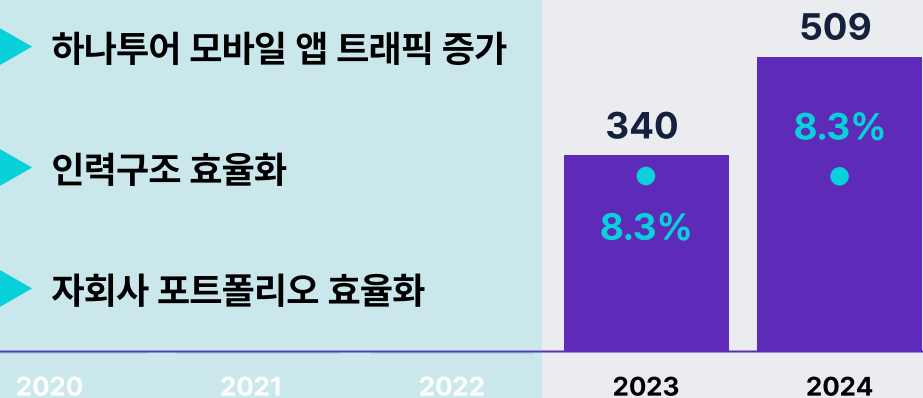
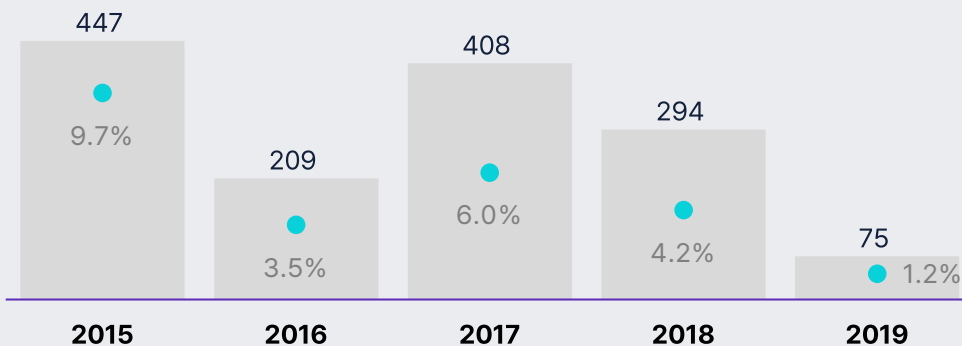
주요 전략 과제의 성공

- ▶ 중고가 패키지(하나팩 N.0) 성공
- ▶ 패키지 상품 만족도 상향
- ▶ 패키지 온라인 판매비중 확대
- ▶ 하나투어 모바일 앱 트래픽 증가
- ▶ 인력구조 효율화
- ▶ 자회사 포트폴리오 효율화



코로나 전후 영업이익과 영업이익률 추이

2015년 - 2024년, 억원, %



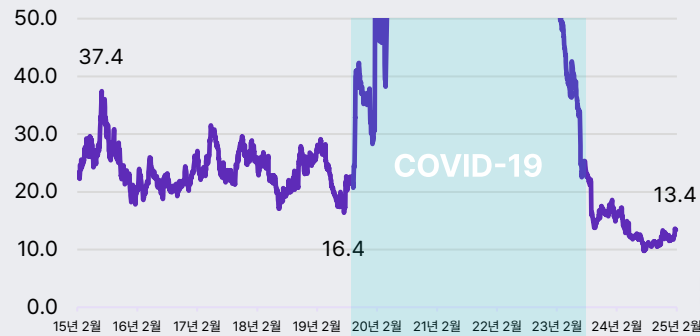
1. 현황진단 – Valuation Trend



“ 코로나 기간동안 전개한 주요 전략과제들이 주효하면서 당사의 경영효율성과 수익성은 코로나 이전 대비 크게 개선되었고, PBR과 ROE 역시 각각 KOSPI 시장 평균을 큰 폭으로 상회.
다만, 중장기 성장성을 반영하는 PER 밸류에이션은 글로벌 OTA 주요 기업 대비 여전히 저평가된 수준”

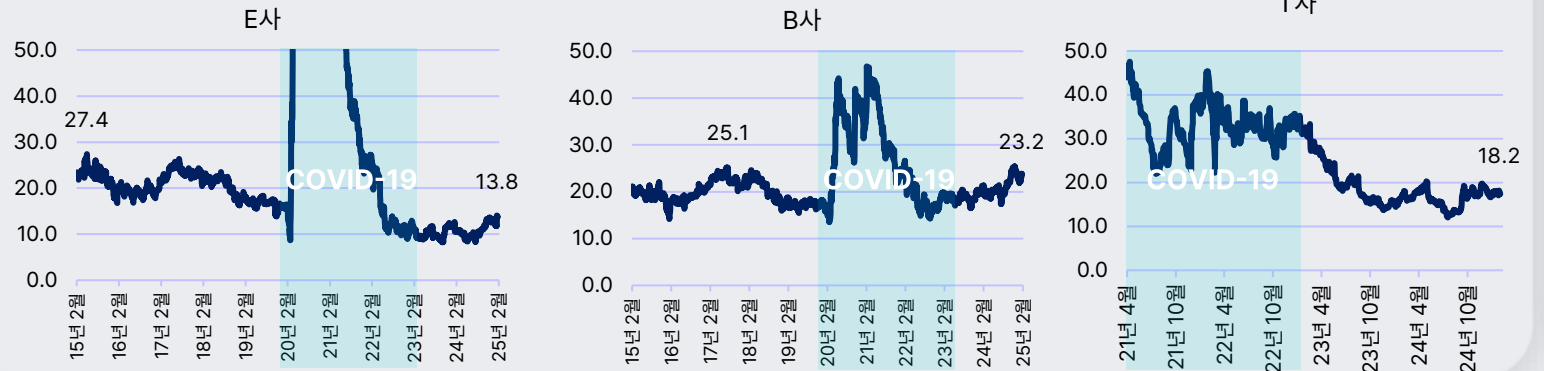
하나투어 PER 밸류에이션

2015년 - 2025년 2월, 12개월 선행실적 PER, Bloomberg



글로벌 Peer 의 PER 밸류에이션

2015년 - 2025년 2월, 12개월 선행실적 PER, Bloomberg

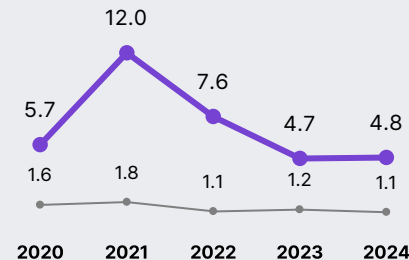


하나투어 PBR과 ROE (vs KOSPI)

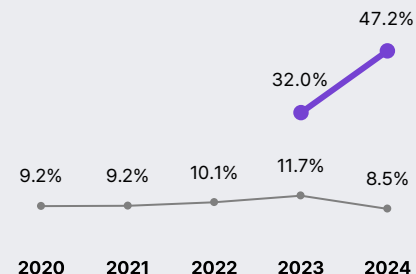
2020년 - 2024년 말 기준, PBR(배), ROE(%)

● 하나투어 ● KOSPI 평균

PBR(배)



ROE(%)



하나투어 시가총액

2015년 - 2025년 2월, 억원



2. 목표설정 - Value-Up Target ('24 ~ '27)



“ 시장 저평가를 해소하고 기업가치 제고를 위해 중장기 실적성장성을 개선하고 주주환원을 크게 확대 ”

- ✓ 높은 수준의 PBR과 ROE를 기록하고 있음에도 글로벌 Peer 대비 낮은 PER 밸류에이션을 높이기 위한 방안으로
(1) 중장기 실적성장성을 제고하고, (2) 주주환원을 확대하는 목표를 설정
- ✓ 당사는 2025년 4월 15일 이사회를 통해, 총주주환원율과는 별개로 기보유중인 자사주 3.4%에 대해서도 전량소각을 결의.

성장성 제고 (PER)

('24~'27)

영업수익
CAGR

15+%

영업이익
CAGR

40+%

영업이익률
('27)

15+%

영업수익
(억원)

6,166

2024

9,000+

2027

영업이익
(억원)

509

2024

1,400+

2027

'27년 출국자 점유율

20+ %

'27년 패키지 송출객

330만+ 명

'27년 FIT 송출객

420만+ 명

주주환원 확대 (PER, ROE)

('25~'27)

연결당기순이익의
±50%를 주주환원
재원으로 사용

총주주환원율

±50%

연결배당성향

30~40%+

자사주
매입소각

10~20%+



기보유중인 자사주
3.4%는 전량 소각*

*총주주환원율과는 별개로 진행

*2025년 4월 15일 이사회 결의

기존 자사주 전량소각

3.4%

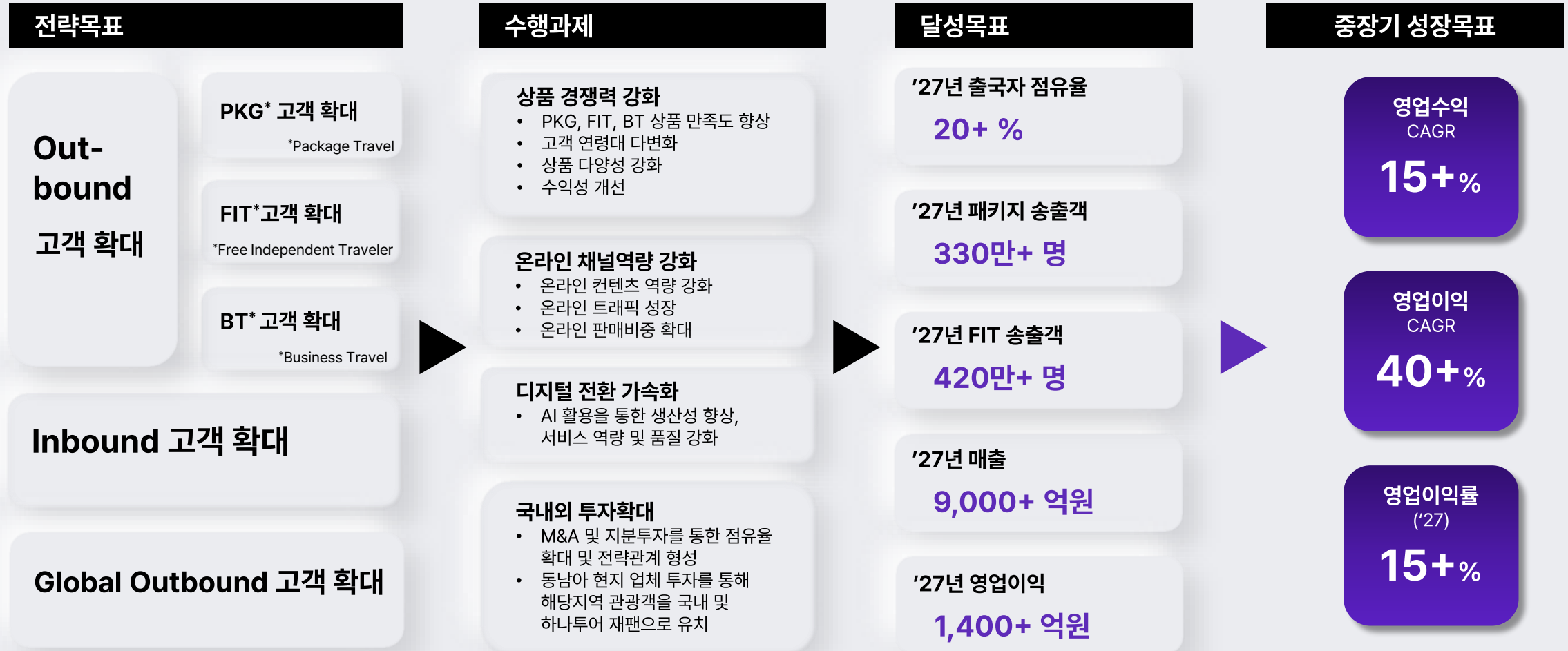


3. 실행계획 - 중장기 실적성장 Road Map



“ Outbound, Inbound, Global outbound 시장 지배력 확대를 위한 상품, 채널, 투자전략 전개 ”

하나투어 중장기 실적성장 로드맵 ('24~'27)



3. 실행계획 - 중장기 실적성장 - 상품 경쟁력 강화



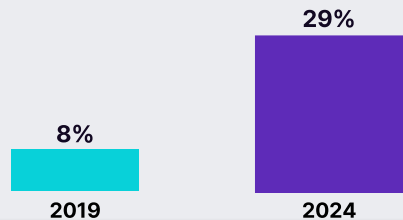
“ 하나투어만의 차별화된 상품 역량을 기반으로 PKG와 FIT 상품 시장을 혁신하고 선도 ”

하나팩 2.0 성과

중고가 패키지 고객만족도 추이
2019년 - 2024년 1월, HCSI종합만족도



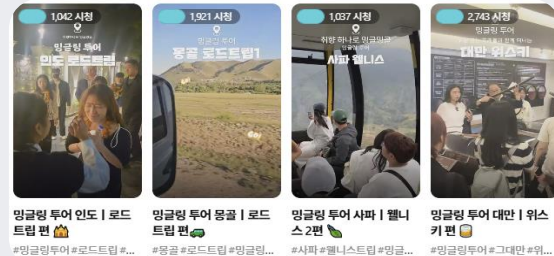
중고가 패키지 판매 비중
2019년 vs 2024년, 고객수 기준



하나팩 2.0

- ✓ 여행을 여행답게(NO 쇼핑, NO 팁)
- ✓ 여행 만족도 업그레이드
- ✓ 중고가 패키지 중심

밍글링 투어



하나팩 3.0

- ✓ 젊은 여행객의 패키지 이용 확대
- ✓ 새로운 컨셉의 테마여행
- ✓ 새로운 여행지 발굴

에어텔



내맘대로



에어텔, 현지투어플러스, 내맘대로

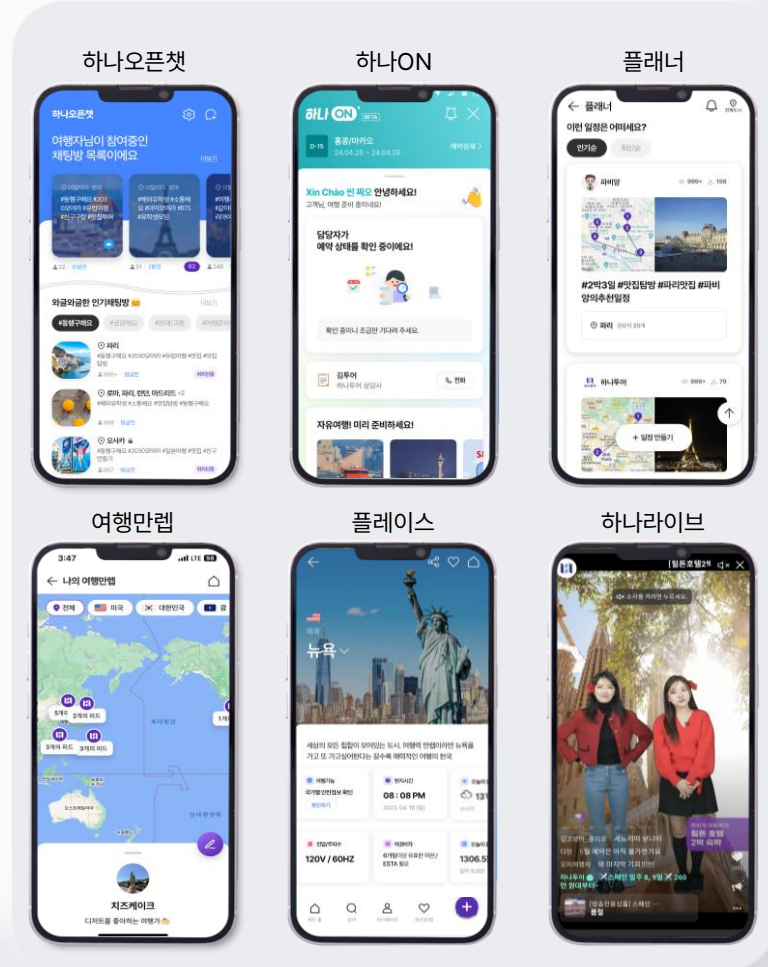
- ✓ FIT 타겟 결합상품
- ✓ 자유여행의 자유도와 패키지의 편의성을 겸장
- ✓ 하나투어의 패키지 상품 개발 및 운영 역량 접목
- ✓ 하나투어만의 차별화된 상품성, 혜택, 가격 경쟁력

3. 실행계획 - 중장기 실적성장 - 온라인 채널 역량 강화



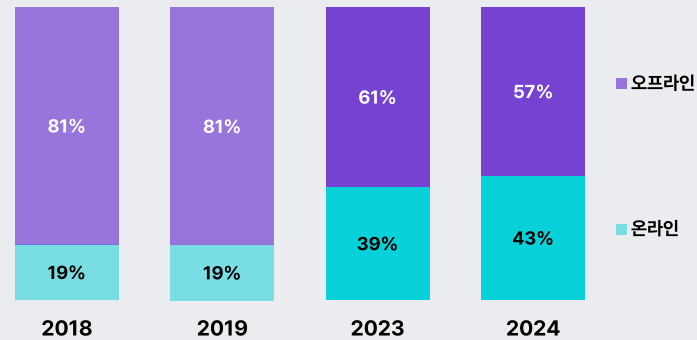
“ 모바일 콘텐츠 중심의 채널 역량 강화를 통해 PKG와 FIT 고객의 전체 온라인 채널 유입 확대 ”

하나투어 모바일 콘텐츠 솔루션

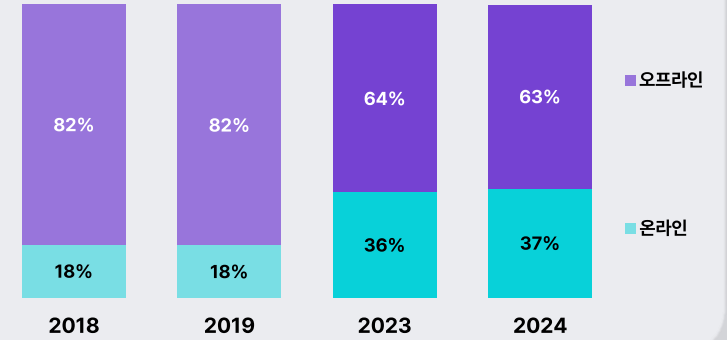


하나투어 온라인 채널 성과

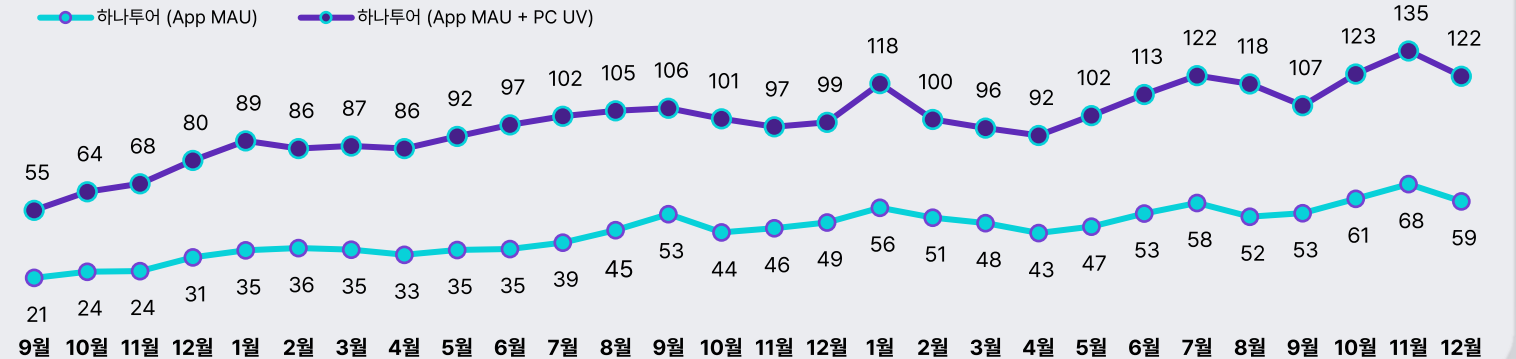
고객수 기준 온/오프라인 비중
2018 ~ 2024년, %



수탁금(GMV) 기준 온/오프라인 비중
2018 ~ 2024년, %



하나투어 온라인 이용자 트래픽
2022년 9월 ~ 2024년 12월, 당사 Amplitude



3. 실행계획 - 중장기 실적성장 - Inbound & Global Outbound 확장



“ 하나투어 ITC를 축으로 인바운드 시장 공략 본격화, 글로벌 아웃바운드 해외 투자를 통해 영업 시너지 창출 ”

Hanatour ITC
하나투어 아이티씨

하나투어 국내·외 네트워크 연계를 통한
하나투어 ITC의 인바운드 시장 공략 본격화

- K-Culture를 적극 활용한 관광 콘텐츠 개발



Hanatour
Global Outbound
전략 파트너

하나투어 ITC, 하나투어 재팬, 글로벌
아웃바운드 전략 파트너들과의 수요 및 공급
네트워크 연계를 통한 영업 시너지 창출

- 싱가포르 투자법인 설립
- 성장 잠재력 있는 해외여행사 대상 투자 집행을
통해 전략 파트너십 구축

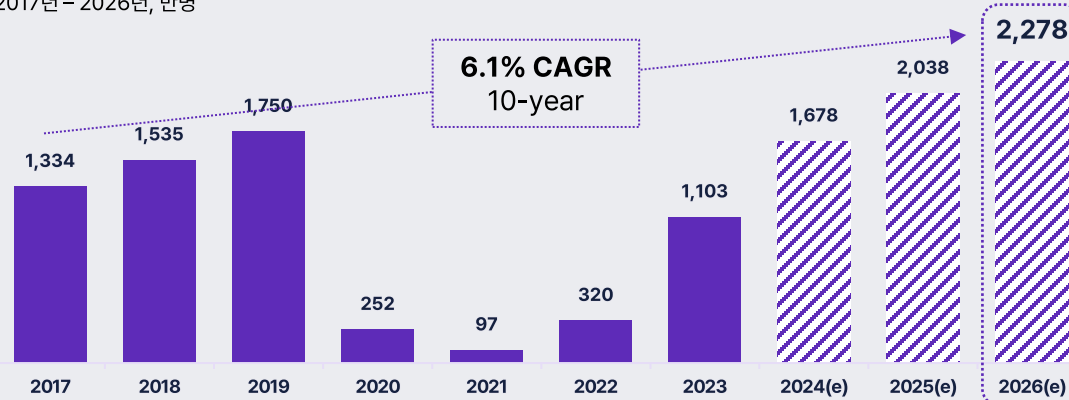
ハナツアー
하나투어 재팬

일본 인바운드 성공 공식 전수

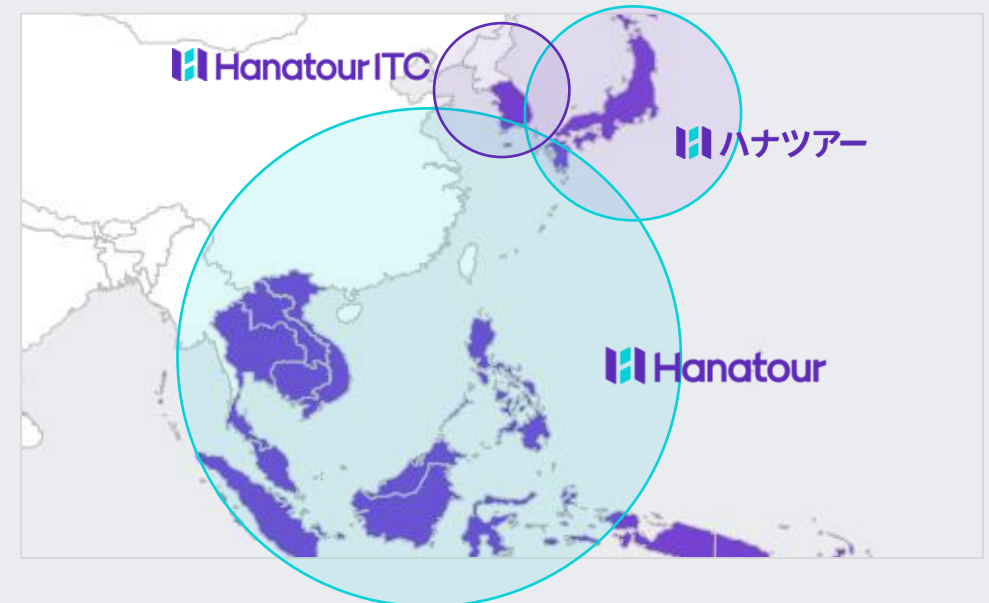


국내 인바운드 시장규모

2017년 - 2026년, 만명



한국, 일본, 동남아를 포함한 3축 전략 네트워크 구축

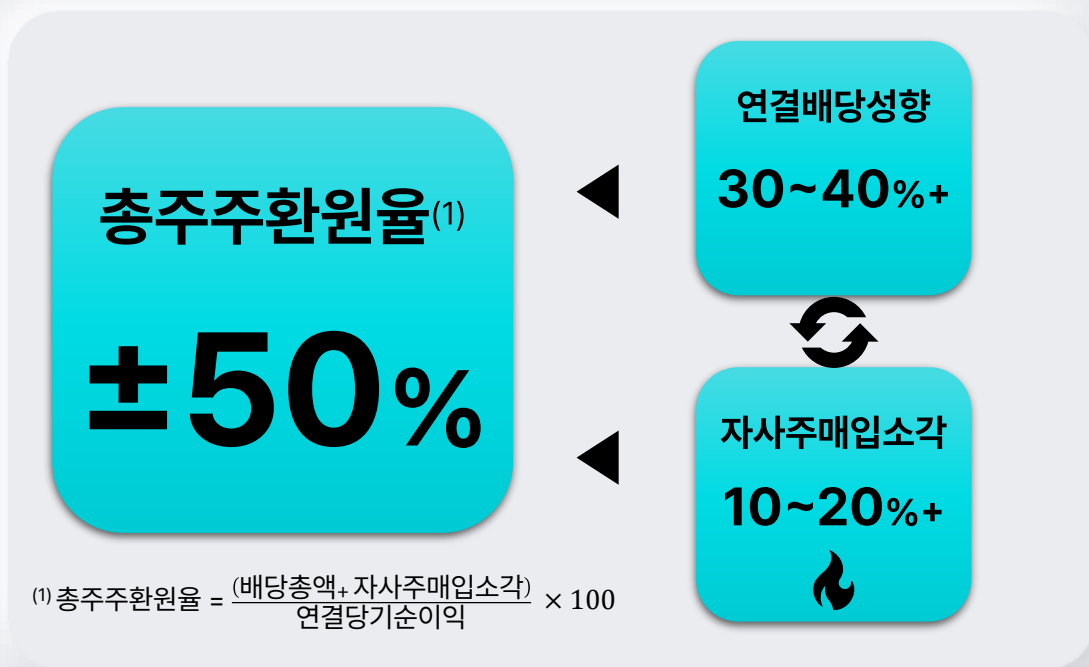


3. 실행계획 - 주주환원 확대 결의



- ✓ 당사는 2025년 4월 15일 이사회를 통해, '25년부터 '27년까지 연결당기순이익의 $\pm 50\%$ 를 주주환원을 위한 재원으로 집행할 것을 결의.
 - 1) 배당은 연결당기순이익의 $30\sim 40\%+$ 범위 내에서 집행
 - 2) 자사주매입소각은 연결당기순이익의 $10\sim 20\%+$ 수준으로 설정, 배당중심의 기존 주주환원 정책대비 다양성과 유연성 강화
- ✓ 기보유하고 있는 자사주 3.4%에 대해서는 전량 소각을 결정 (총주주환원율에 불포함)

하나투어 중장기 주주환원 정책 ('25~'27)



기존 자사주 전량 소각



⁽¹⁾ 2025년 4월 15일 이사회 결의로 발행주식총수의 3.4%에 해당하는 자사주 549,253주에 대한 전량 소각결정

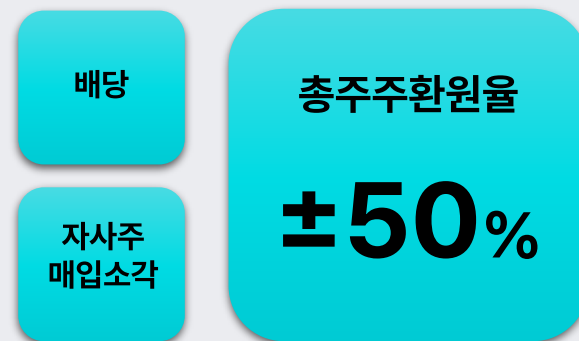
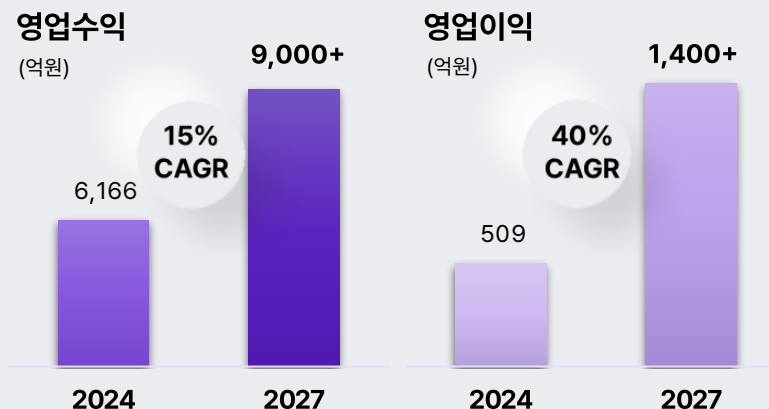
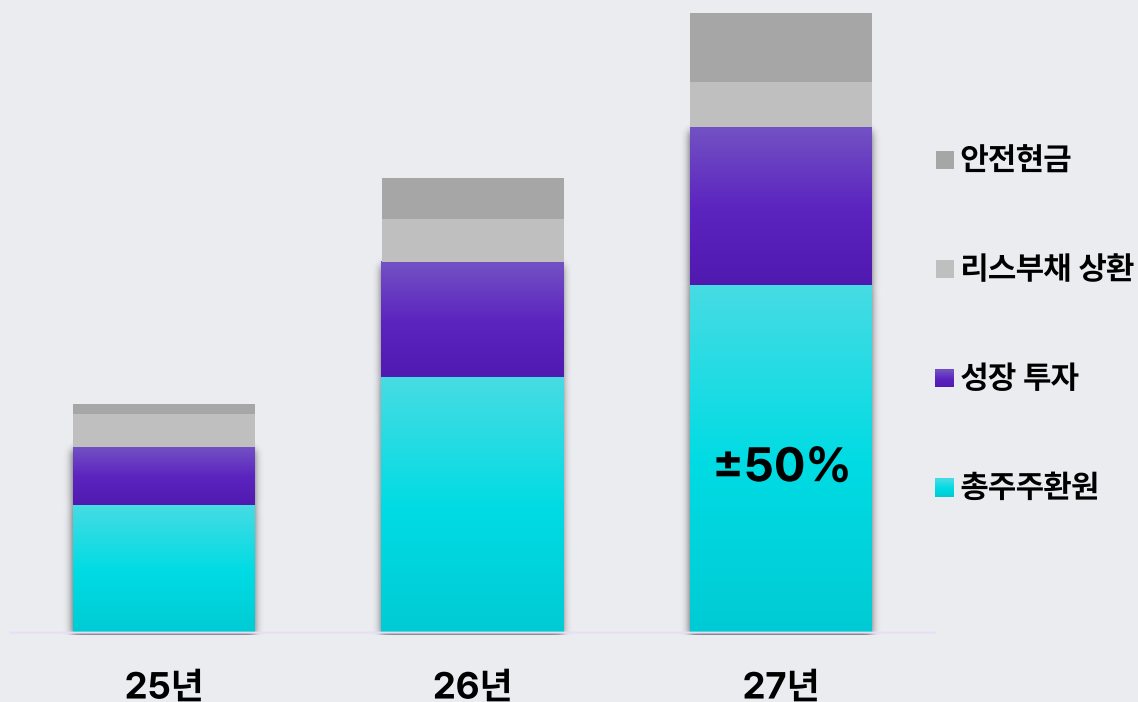
3. 실행계획 - 현금 유입 및 배치 계획



“ '25년부터 '27년까지 연평균 1,000억원 이상의 영업활동현금유입 전망”

“ 중장기 성장과 총주주환원 목표를 달성하기 위해 영업활동현금유입을 적절한 비중으로 배치”

2025 ~ 2027 영업활동현금유입의 배치 계획



“이해관계자에 대한 투명한 소통과 IR 커뮤니케이션 점진 확대, 주주친화적 공시를 통해 기업가치와 시장 신뢰 제고 ”

주요 커뮤니케이션 활동

IR

- 국내외 투자자 및 애널리스트 대상 수시 IR
- 국내 투자자 대상 NDR (대면 / 비대면)
- 분기별 실적 자료 제공
- 월별 모객현황 자료 제공

주주총회

- 주주의 적극적 의견 개진을 위한 전자투표 및 전자위임장 실시
- 글로벌 투자자 다국어 정보 제공

공시

- 주주환원 목표 및 계획 공시 수행
- 기업지배구조보고서 공시 수행
- 거래소 및 금감원 공시 수행

ESG

- 지속가능경영보고서 공시
- ESG경영 성과 홈페이지 공개

향후 계획

- C-Level의 Corp Day, 사업설명회 개최 확대
- 해외 투자자 대상 IR채널 확대 및 소통 강화
- 투자자 및 애널리스트 소통 피드백 프로세스 강화

- 주주 친화적 주주총회 운영 강화
- 주주총회 관련 정보 홈페이지 공개 확대

- 기업가치제고계획 이행 공시 확대
- 기업정보공개 투명성 강화

- ESG경영 관련 전문성 및 정보 공개 신뢰성 강화
- ESG 관련 이해관계자 소통 강화

5. 기업개요



기업현황

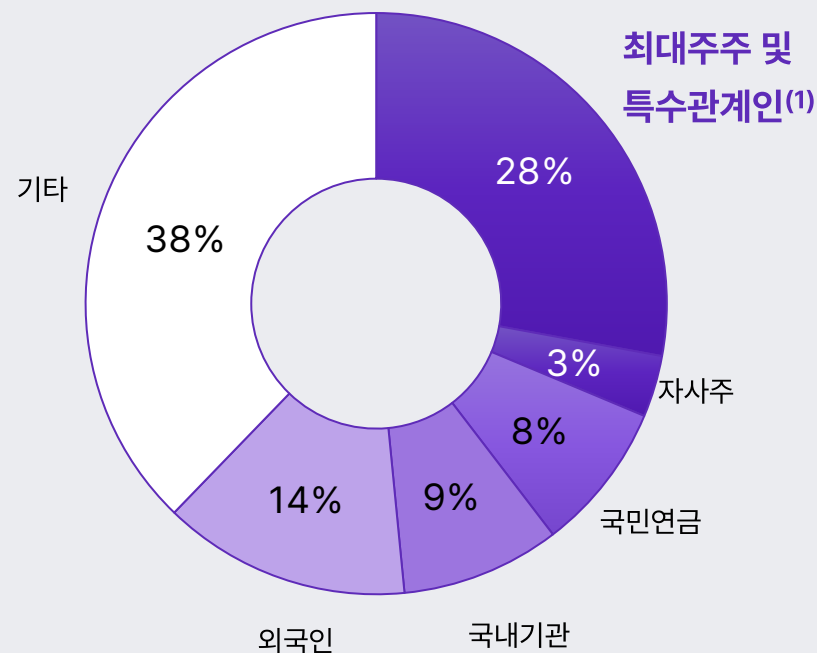
CEO	송미선 대표이사
설립일	1993년 11월 1일
상장일	2000년 11월 24일
본사주소	서울특별시 종로구 인사동5길 41
대표업종	일반여행업
발행주식수	16,039,185주

이사회 현황



주주구성

2024년 말 기준, %



⁽¹⁾ 하모니아1호 유한회사(16.7%), 박상환(6.5%), 권희석 (4.5%)

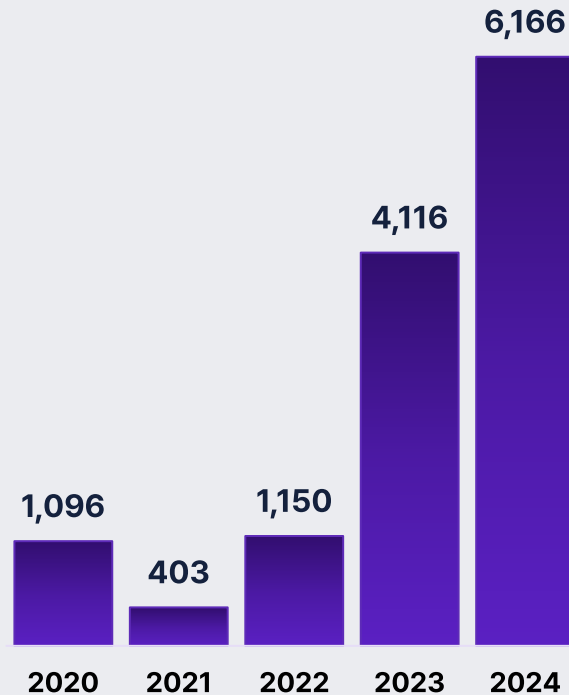
5. 기업개요 - 사업모델



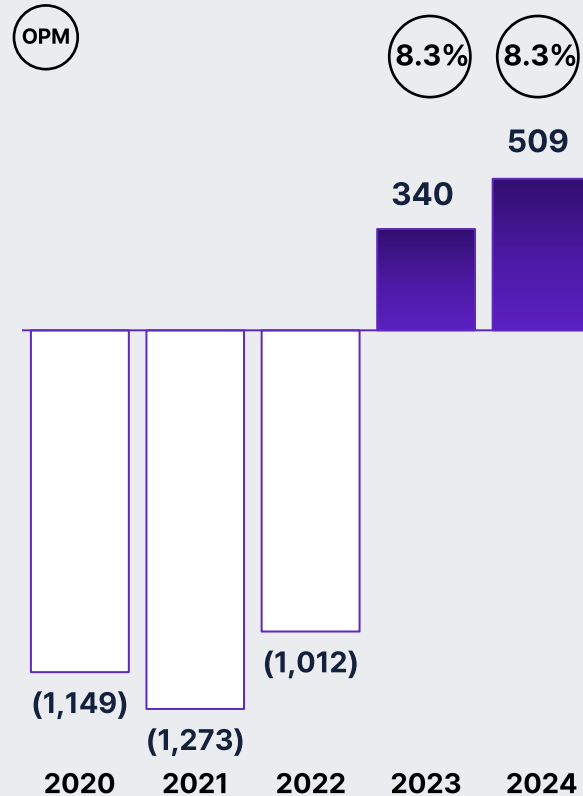
재무실적

2020년 - 2024년, 억원

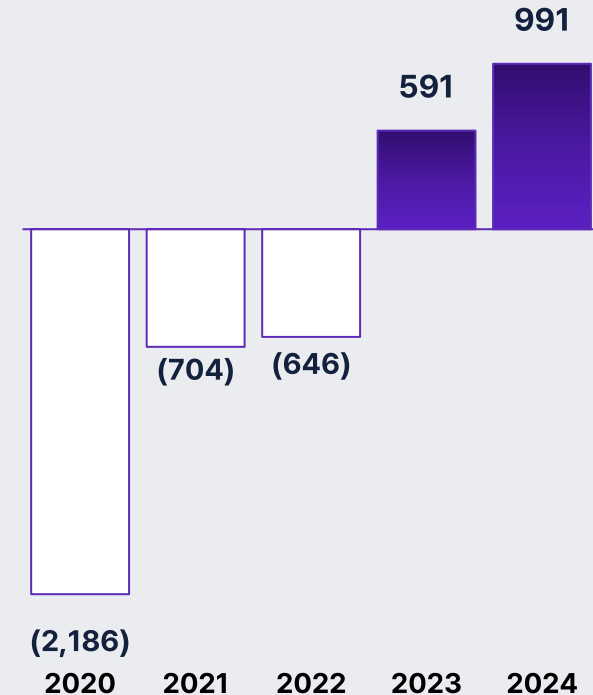
영업수익



영업이익



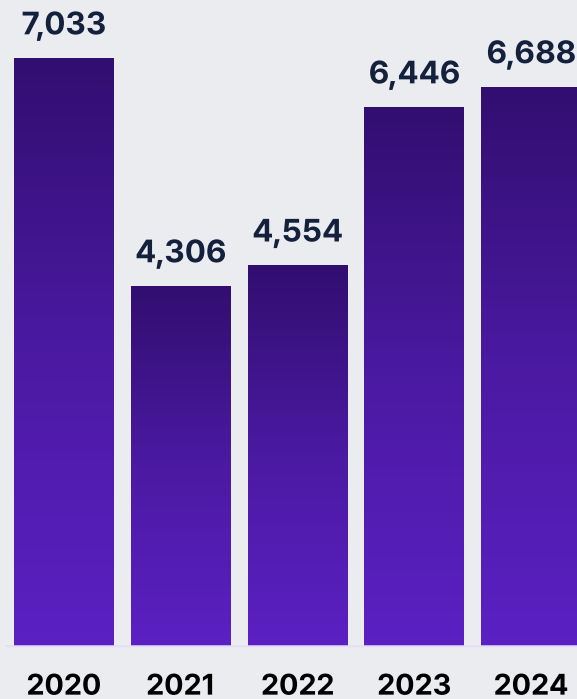
당기순이익



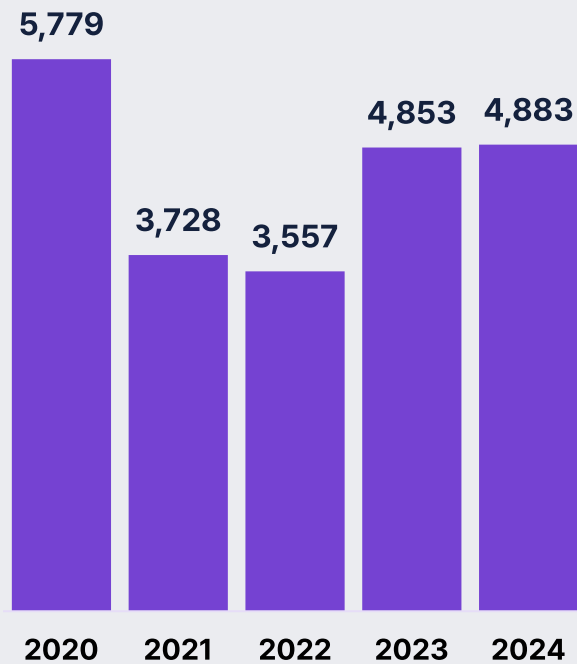
재 산 상태

2020년 - 2024년, 연결기준, 억원

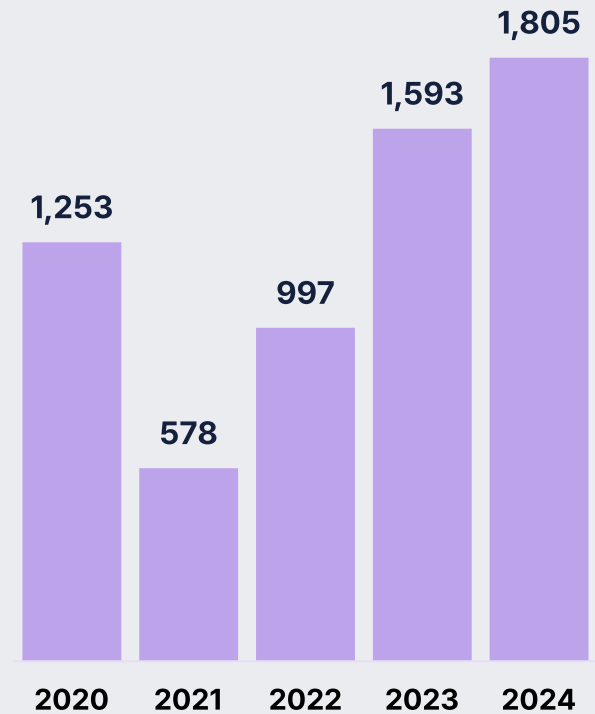
자산



부채



자본



감사합니다