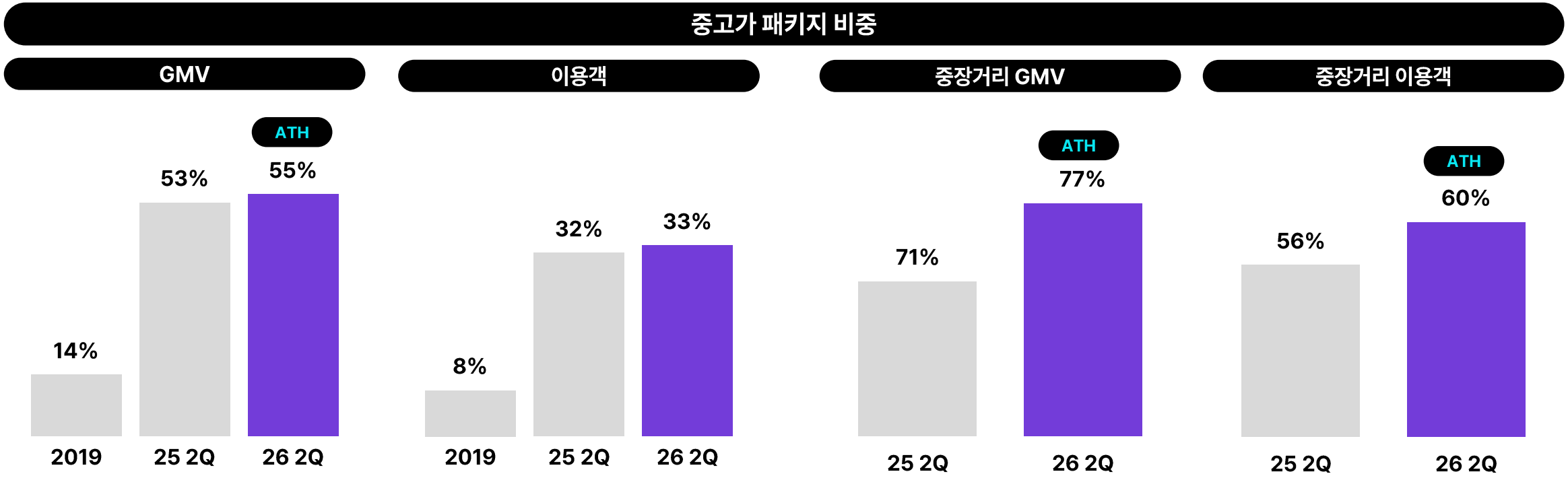
Hanatour
Investor Presentation

SEP 2026

중고가 패키지 판매 비중,
26년 2분기 중장거리 패키지 GMV의 77%, 이용객수의 60% 달성

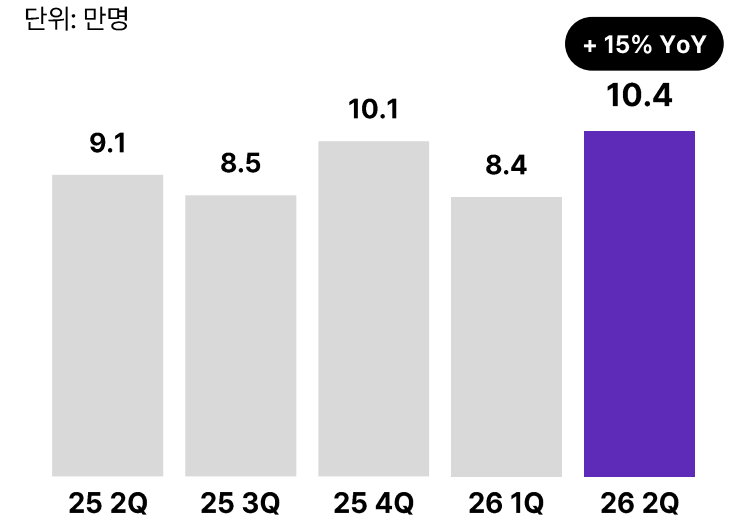
- 26년 2분기 GMV 기준 55%로 **사상 최대치 경신**
- 중장거리 지역의 중고가 패키지 비중 GMV와 이용객수 모두 **사상 최대치 경신**



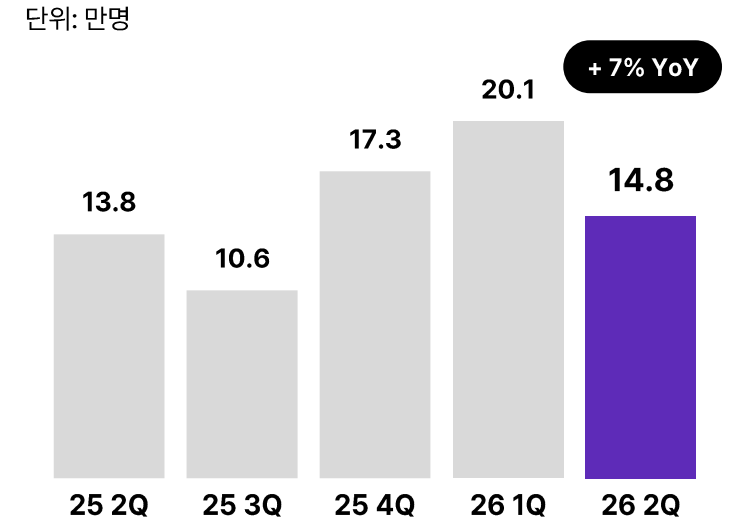
중국 및 일본향 패키지,
전년대비 각각 15%, 7%씩 증가

- **중국향 패키지: 비자면제효과, 2016년 이후 누적된 pent-up 수요, 신규 관광지 발굴을 통한 공급 다각화 전략, 기존 여행지들의 관광 인프라 개선 등을 통한 환경 개선이 수요 상승을 견인**
- **일본향 패키지: 엔저효과 지속, 항공 공급 확대 및 중국의 한일령으로 인한 반사이익 효과**
- **올 한해 두 지역 모두 전년대비 두 자릿수 이상의 차별화된 성장세를 시현 할 것으로 전망**

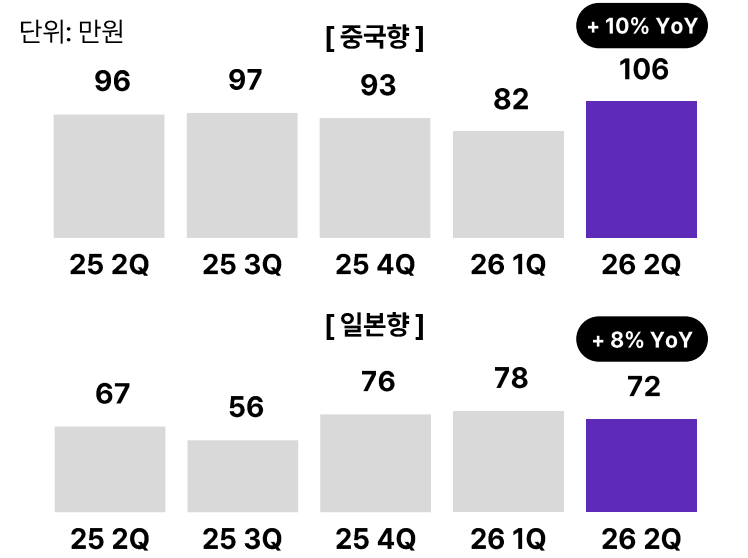
중국향 패키지 이용객수



일본향 패키지 이용객수



중국 및 일본향 패키지 ASP



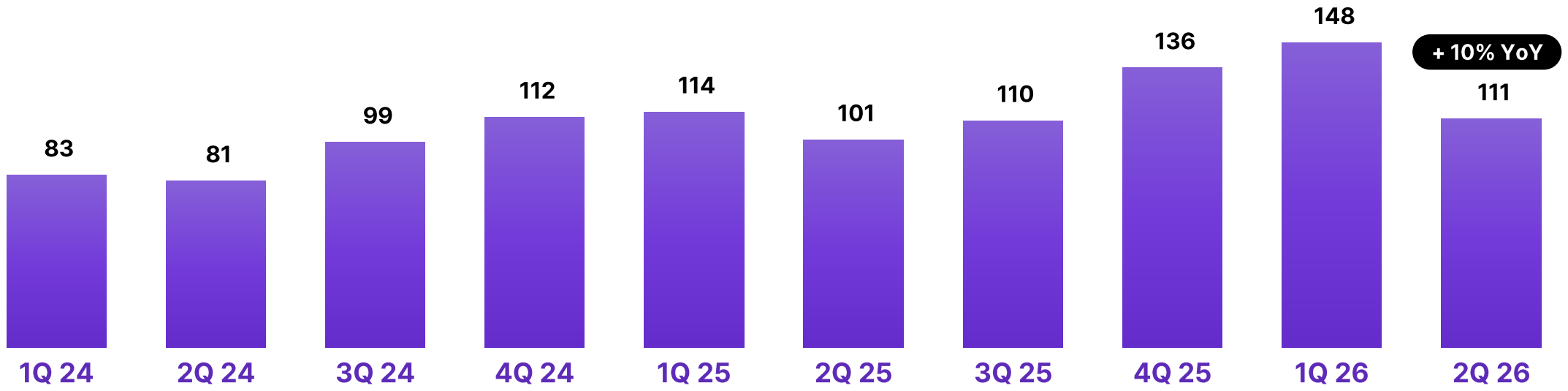
FIT 이용객 수,
전년대비 10% 성장

- **개별 항공권, 호텔, 현지티켓 등의 판매실적을 개별 합산한 FIT 이용객수는 전년대비 10% 성장한 111만명,**
- **지속적인 온라인 채널 유입 증가를 통해 FIT 판매실적 성장세를 시현**

하나투어 FIT 이용객 수

2024년 1분기 ~ 2026년 2분기, 만명

(FIT 이용객 수 = 국내출발 개별항공 + 제3국간 항공 + 호텔 + 현지티켓 + 기타)



Hanatour
Key Facts & Figures

전체 해외 송출객수 #1	영업이익 성장률 (FY2025) 13%	영업이익률 (FY2025) 9.8%	ROE (25년 말 기준) 19.5%	PBR (25년 말 기준) 5.1x
패키지 시장 #1	배당성향 (25년 지배주주순이익 기준) 57%	배당수익률 (FY25) 2.4%	차입금의존도 (25년 말 기준) 16%	이자보상배율 (FY2025) 25.7x

Contents

I. Company
II. Market
III. Strategy
IV. Performance
V. Appendix

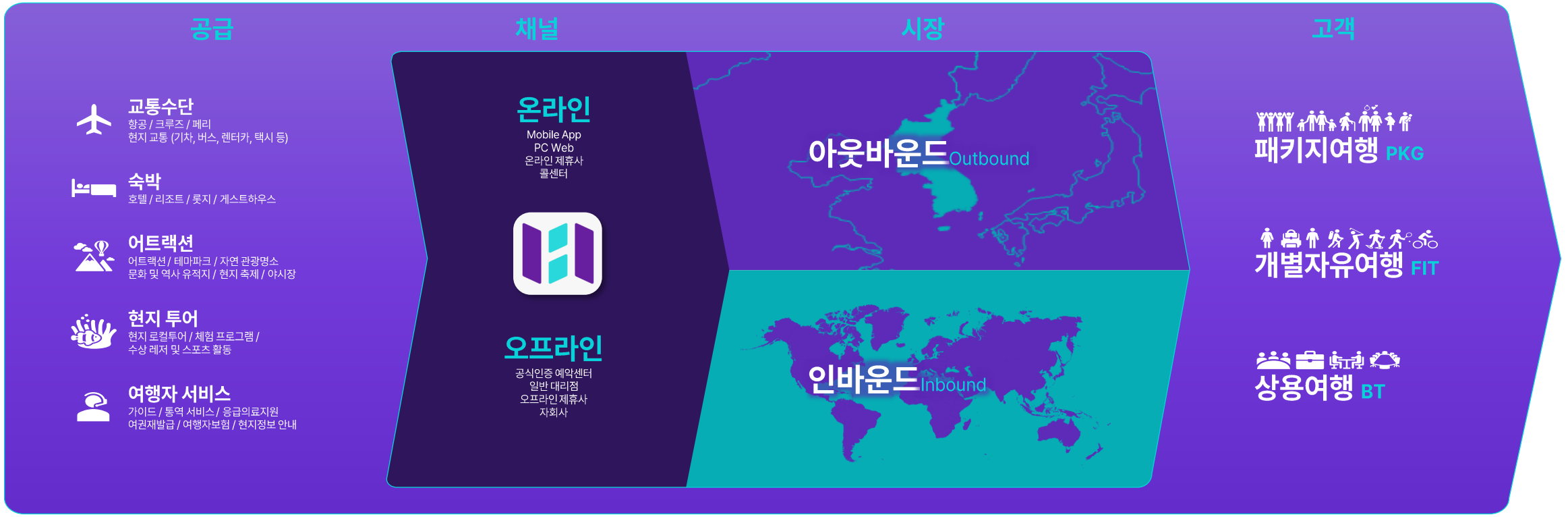
I. Company

모든 여행자들을 만족시키는 대한민국 1등 여행기업

국내외 모든 유형의 여행자들에게 모든 채널을 통해 모든 여행상품을 제공하는 산업내 유일한 플레이어.

모든 채널과 시장, 고객을 커버하는 국내 최대 여행기업

하나투어 비즈니스 모델



확실한 경쟁우위를 바탕으로 구축한 단단한 해자

6가지의 확실한 경쟁우위를 바탕으로 견고한 경제적 해자를 구축.

6가지의 경쟁우위 요소가 하나투어만의 경제적 해자를 완성

하나투어 경쟁우위 6가지



글로벌 네트워크

업계 최대 규모의 네트워크 역량 보유
(20여개의 국내외 자회사, 290여개의 해외 협력사)

상품 개발력

280명 이상의 업계 최대 규모
상품 개발 전담 인력 보유

원가 경쟁력

압도적 사업규모, 현지 상품 교섭력
및 사입 기반 업계 최고 수준의 공급력

마인드 쉐어

여행산업 브랜드 평판 1위
업계 최초 고객만족도 지표 구축

AX 역량

150명 이상의 업계 최대 규모
AI 개발 및 기획 전담 인력 보유
AWS 파트너 소프트웨어패스 인증
수 십여 가지의 AX 이니셔티브 진행 중

옴니채널 역량

업계 최대규모 온라인 & 오프라인 유통채널 보유
오프라인 대리점 네트워크 정예화, 성공적 디지털 전환
이상적 온•오프라인 Mix 확보

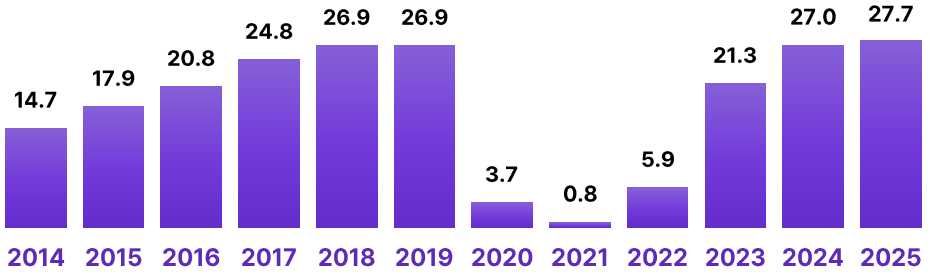
II. Market

지속적으로 성장하는 아웃바운드 여행 시장

대한민국 해외여행자수는 여가시간 증가와 소득수준 향상, 여행을 즐기는 국민성향에 힘입어 지속적으로 성장 중.

지속적으로 늘어나는 해외여행객

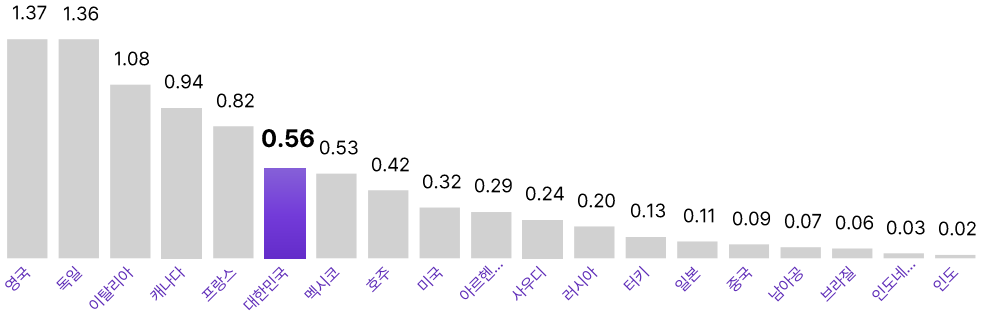
대한민국 출국자수 동향, 2014-2025, 백만명



출처: 법무부

여행을 즐기는 한국인

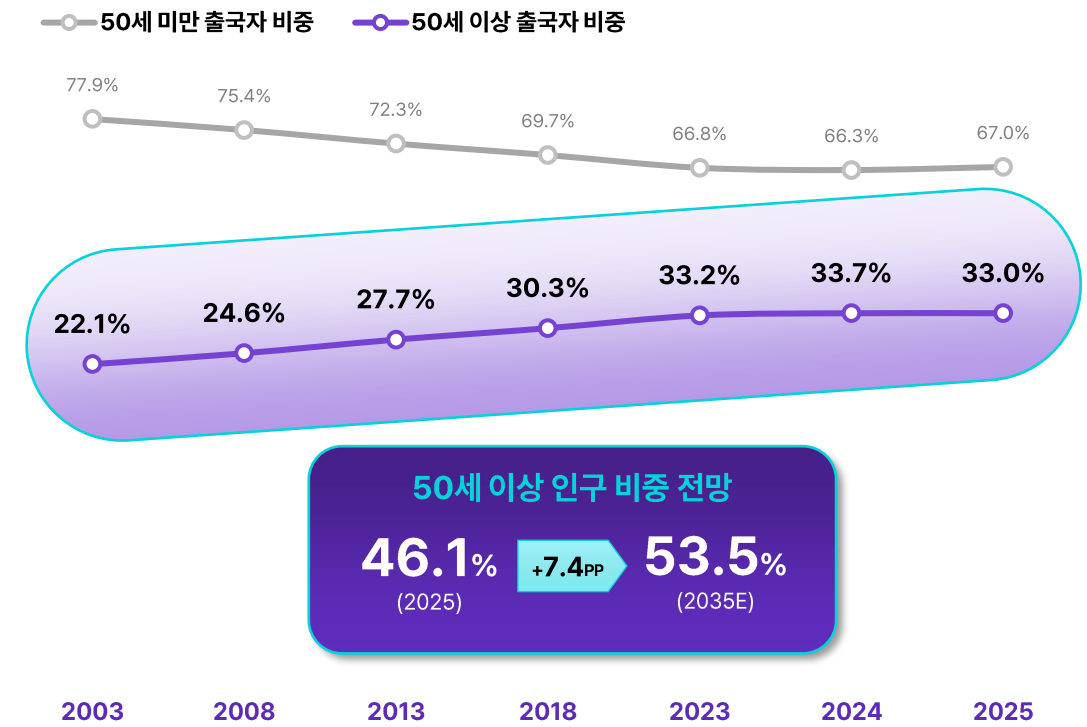
G20 국가별 2024년 인구 1명당 출국빈도 비교



출처: 각국 통계청/관광청/출입국 통계

인구 구조 변화에 따른 50세 이상 출국자수 증가

대한민국 50세 이상 출국자 비중, 2003-2025, %



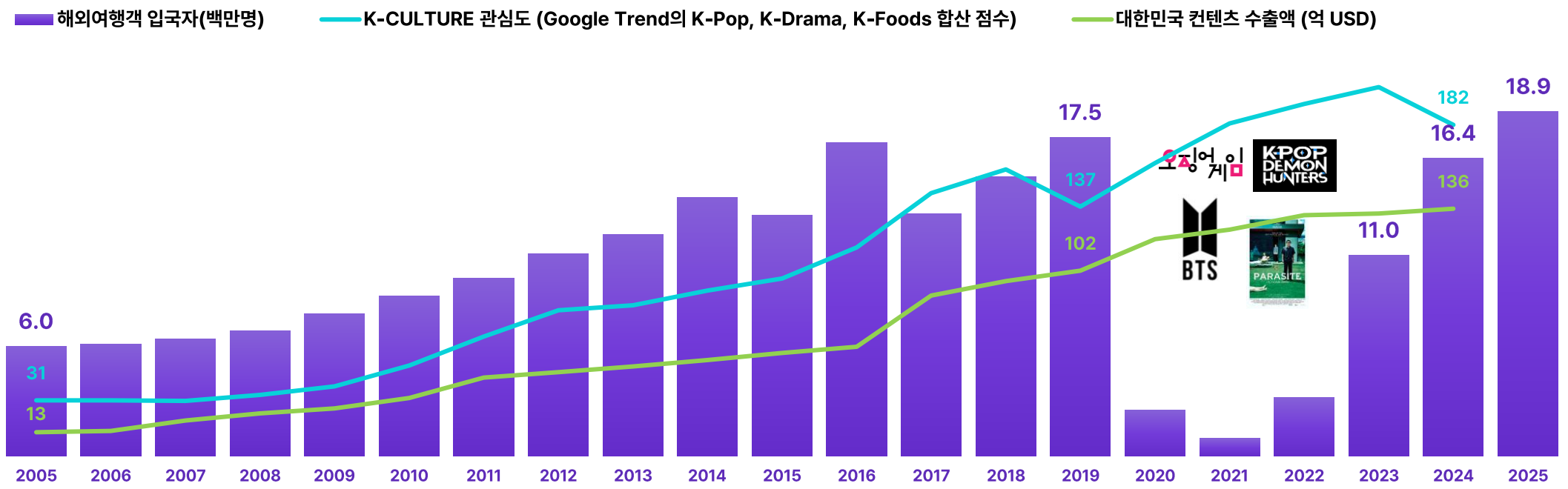
출처: 법무부, 행정안전부

문화의 힘이 견인하는 인바운드 시장의 성장

K-Culture의 전세계적 인기로 한국을 찾는 외국인 여행자들의 수도 지속적으로 늘어나는 중.

K-Culture의 인기는 인바운드 관광객 증가로 연결

대한민국 해외여행객 입국자, K-Culture관련 구글 트렌드, 대한민국 컨텐츠 수출액, 2005-2025



출처: 법무부, 문화체육관광부, Google트렌드 (K-pop, K-Drama, K-Foods 주제, 각 주제별 100점 만점)

III. Strategy

새로운 시장, 새로운 고객, 새로운 채널, 그리고 새로운 기술

인바운드와 글로벌 확장을 통한 공략시장 확대, 온라인 채널 확장을 통한 옴니 채널 역량 강화, PKG, FIT, BT 중심의 상품 경쟁력 제고, 상품 공급 다변화를 통한 연령대 확장, 인공지능을 통한 기술 혁신을 바탕으로 중장기적 성장을 촉진.

하나투어 중장기 성장전략 로드맵

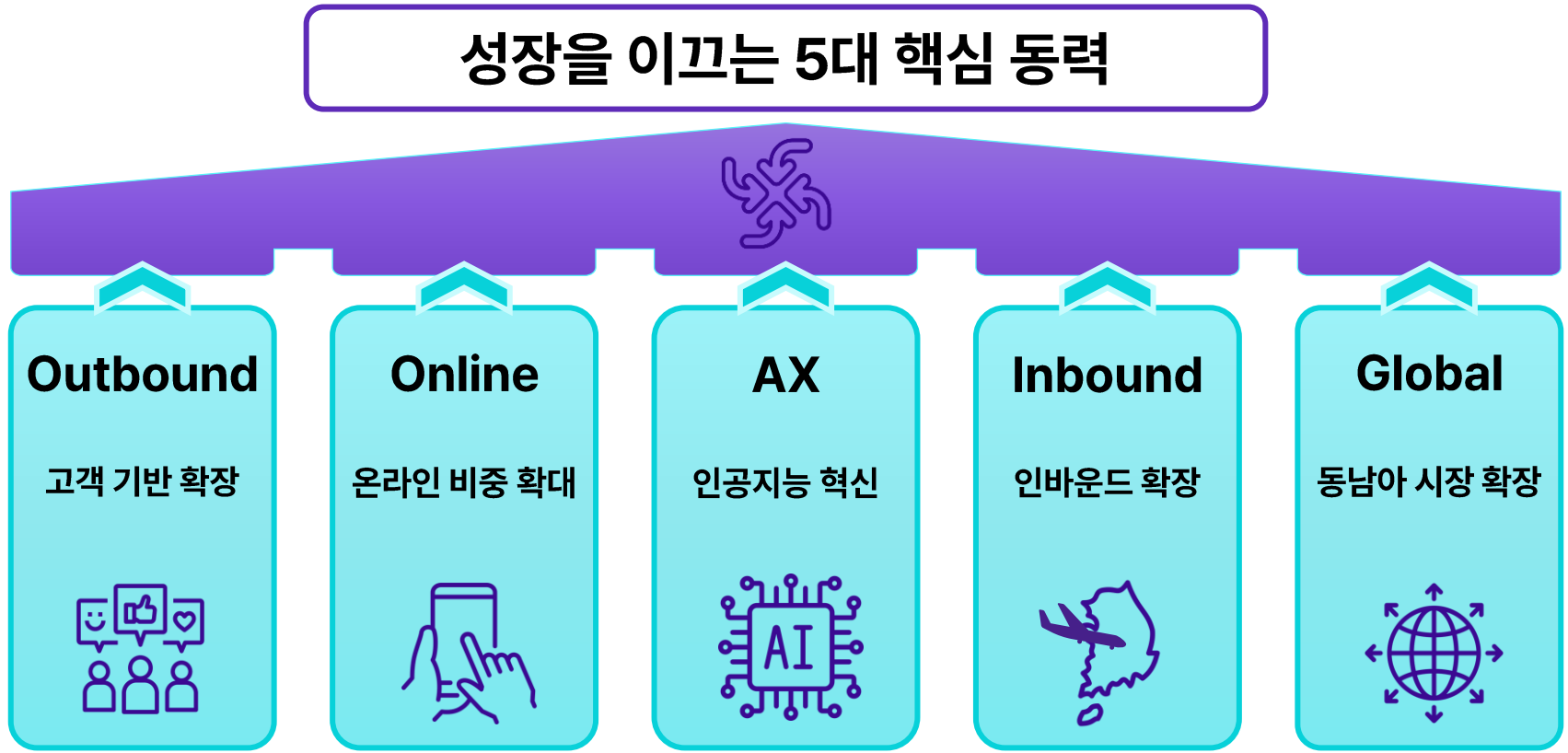
2024~2027



하나투어 5대 성장 동력

아웃바운드, 인바운드, 글로벌 아웃바운드로 공략 시장을 확장, 패키지와 자유여행 고객을 모두 만족시키는 상품 역량 강화, 온오프라인 모든 채널에서 시장 침투 확대, AX를 통한 전방위적 운영 혁신으로 성장을 견인.

하나투어 중장기 성장동력 5가지
2024~2027



PKG와 FIT의 동반 성장 가속화

수익성이 높은 PKG의 상품성 제고와 온라인 판매 비중 확대를 통해 고객 연령대를 확장하고 시장내 지배력을 강화, 규모적 성장성이 높은 FIT 상품 판매 확대를 통해 외형 성장과 고객층 다변화를 촉진.

PKG와 FIT 고객 니즈에 부합하는 상품공급 다각화

아웃바운드 PKG & FIT 커버리지 확장을 위한 상품 전략

목표 고객군	전략적 목표	주요 실행과제
PKG	PKG 경험 포트폴리오 확대	새로운 테마 & 지역
	젊은 여행객 유치	밍글링 투어
FIT	PKG와 FIT 교차 소비층 확보	결합상품 (현지투어 플러스 등)
	모듈형, 맞춤형 FIT 패키징 시스템 공급	내맘대로
	단품 다양성 및 채널 믹스 확대	상품 구성 확장 & 채널믹스

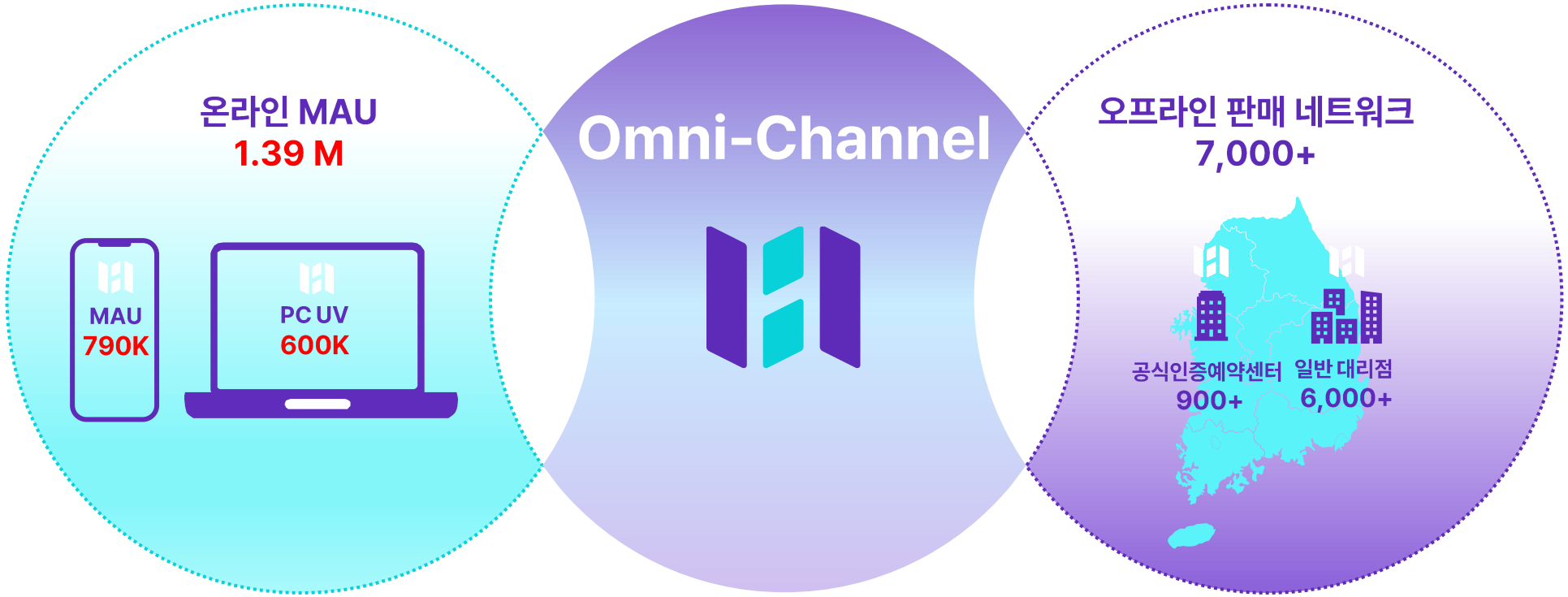
온라인 채널 강화를 통해 유일한 옴니채널 여행사로 발전

온라인과 오프라인에서 양수겸장을 통해 전통적 PKG 시장 고객층 뿐만 아니라,

자유여행을 선호하는 FIT 고객층 수요까지 모두 대응할 수 있는 업계 유일의 플레이어로 진화.

옴니채널 역량을 갖춘 업계 유일한 여행사

하나투어 채널 전략 로드맵



컨텐츠 개발을 통한 온라인 채널 역량 강화

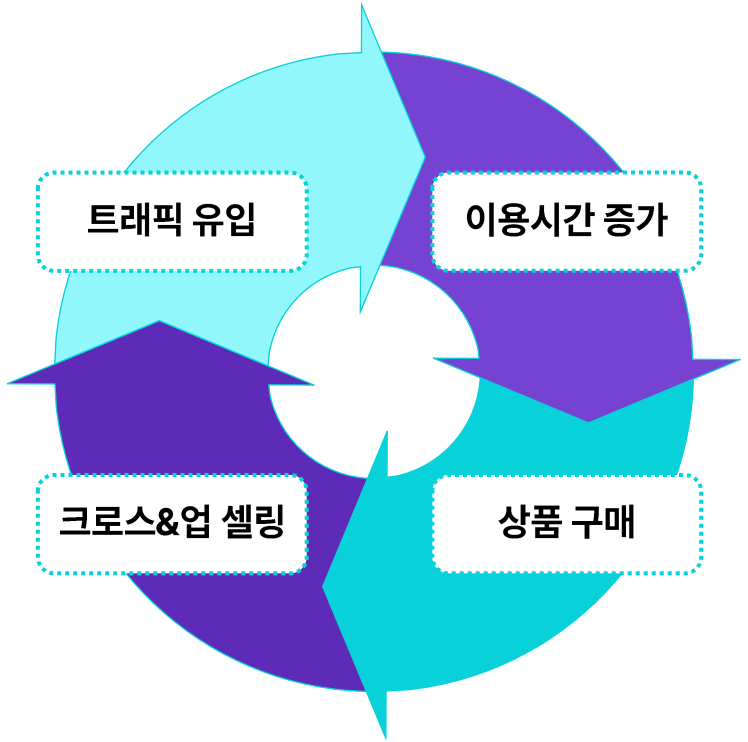
여행자라면 누구나 편리하고 유용하게 이용할 수 있는 여행 컨텐츠를 제공함으로써

유저 트래픽을 확대하고 자연스럽게 Cross & Up Selling을 유도.

여행자의 니즈에 맞는 다양한 컨텐츠 공급을 통해 온라인 트래픽 확대와 상품 판매량 증가의 선순환을 유도

하나투어 온라인 컨텐츠





DX에서 AX로 이어지는 시대적 변화

과거 인터넷 기반의 혁신처럼 AI 기반의 대격변은 기존의 비즈니스 환경에 전례 없이 새로운 변화를 가져올 것.

AX가 가져올 주요 변화

DX에서 AX까지



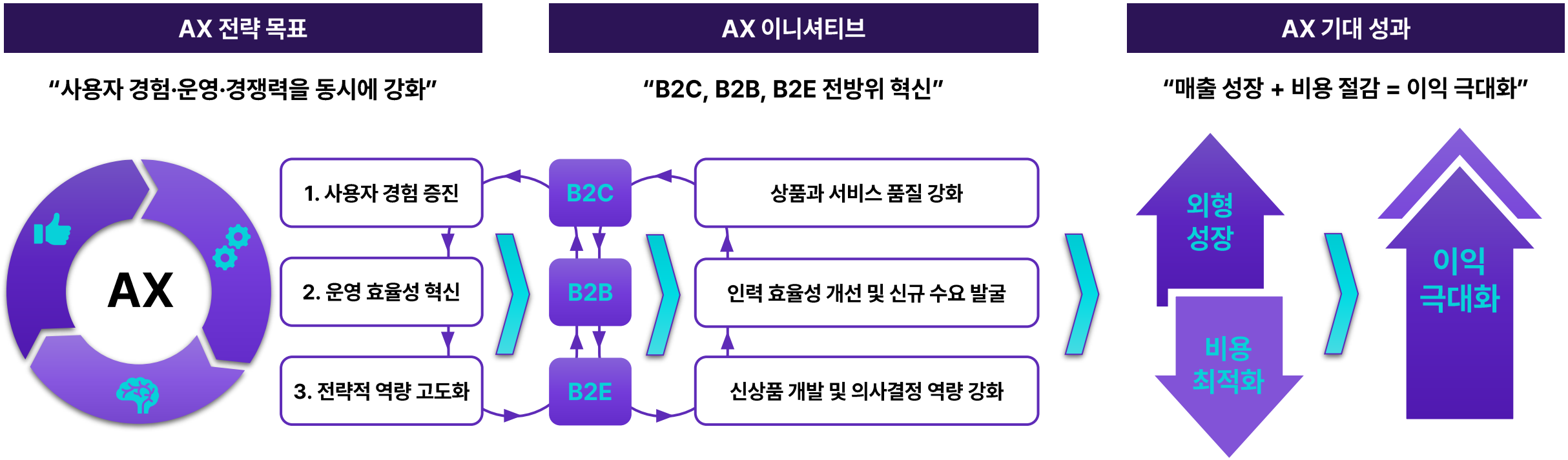
하나투어의 AX활용 전략

적용 가능한 모든 사업 영역에 AX를 선제적으로 도입함으로써 기존 여행산업이 가진 단점을 장점으로 전환.

산업내 독보적이고 차별화된 경쟁력 확보를 통해 경제적 해자를 더욱 단단하게 구축.

AX를 통한 혁신을 이익 극대화로 연결

하나투어 AX 전략 로드맵



하나투어 AX 주요 성과

사용자 경험 증진, 운영 효율성 혁신, 경쟁적 역량 강화 측면에서 향후 더 큰 성과를 기대.

성공적인 하나투어의 AX 진행상황

하나투어 AX 이니셔티브 진행 내역 및 성과

AWS 파트너 소프트웨어 패스 인증 획득

- ✓ **국내 종합여행사 중 최초로 AI솔루션에 대한 아마존 인증 획득**
- ✓ 동남아확장 전략을 위한 초석

AI 컨시어지 '하이(H-AI)'

- ✓ **25년 월평균 이용건수 10만, 누적 이용100만 돌파**
- ✓ 업계최초이자 유일한 멀티에이전트 기반 AI 챗봇 서비스

AI 환불금 캘린더

- ✓ **항공권 환불정보 관련 문의 40% 감소**
- ✓ 관련 업무 부담 경감을 통한 고객 콜센터의 업무 효율화

상품 개발 및 운영관련 효율성 강화

- ✓ 호텔 맵핑시간 단축: **기존 20 → 4 분**
- ✓ 상품 이미지 생성 시간 **단축: 2일 → 5분**

하이(H-AI), 하나투어의 AI 여행 컨시어지

하나투어가 자체 개발한 멀티에이전트 기반 여행 특화 AI 서비스 H-AI를 중심으로

사용자의 여행 준비부터 예약 상담, 일정 설계, 상품검색까지 모든 과정에서 사용자 경험을 혁신.

여행을 더욱 쉽고 편리하게 만들어주는 '하이'

하이(H-AI)의 여행 단계별 서비스 내용

여행정보 탐색	상품 탐색	여행 진행
• 개인화된 여행 컨텐츠 제안 • 사용자 상황에 맞는 정보 제공 • 영상분석기반 정보 제공 및 상품 추천	• 사용자 데이터 기반 상품 추천 • 유사상품간 차별요소 비교 분석 • 수천 건의 리뷰를 한 줄로 요약 분석	• 24시간 고객문의 대응 • 사용자 여정에 기반한 맞춤형 안내 제공 • 단순 문의 신속처리

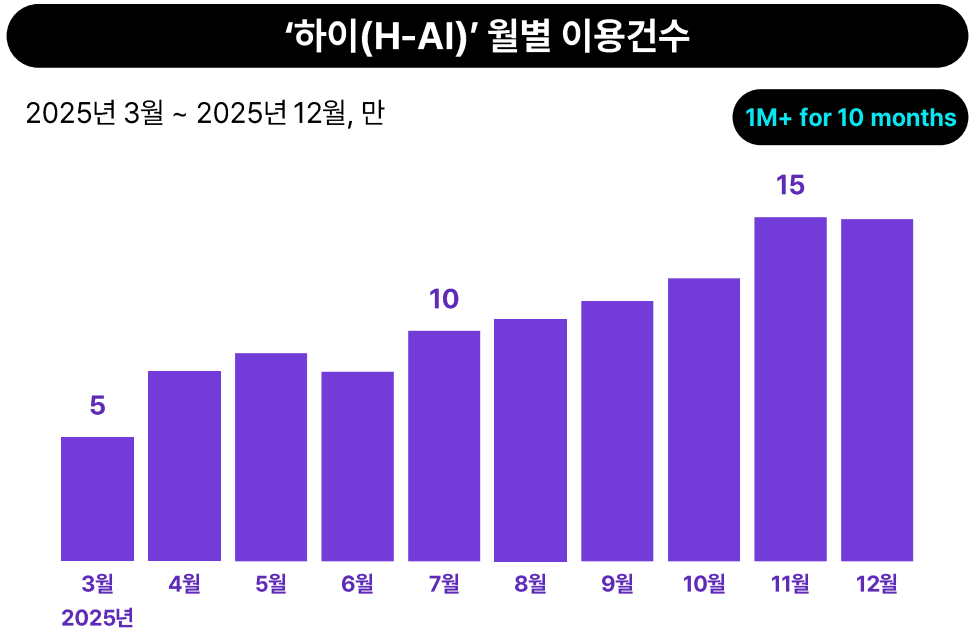
H-AI (하이)

'하나투어의 여행특화 AI 비서'

× ChatGPT Claude

'하이' 25년 누적 이용 100만 돌파

'하이'를 통한 사용자 경험 개선효과 확인

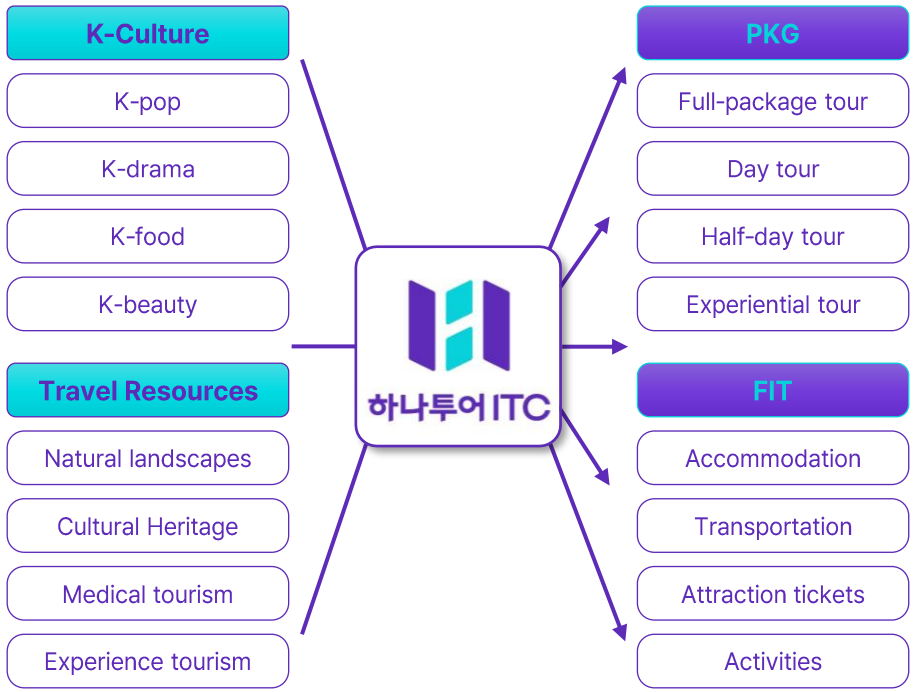


인바운드 여행자를 위한 상품 판매 확대

인바운드 여행객들을 위한 차별화된 투어상품(패키지, 데이투어 등)과 당사가 Aggregator로서 확보한 국내 숙소, 어트랙션 등을 경쟁력 있는 외부 플랫폼(네이버)을 통해 공급

하나투어ITC의 차별화된 상품 공급력

K-Culture를 적극 활용한 관광 컨텐츠



하나투어 X 네이버

하나투어 ITC, '네이버 인바운드 여행 공식 예약 파트너사'로 선정

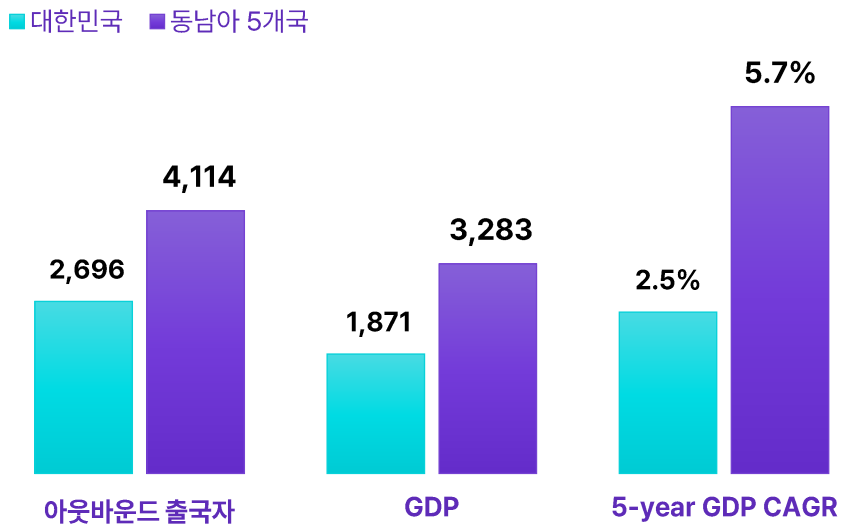


동남아시아 아웃바운드 시장 공략

인도네시아, 베트남, 태국, 말레이시아, 필리핀 등 동남아 주요 국가의 현지 여행사들과 JV 설립 등을 통해 전략적 파트너쉽을 형성함으로써 태동하는 동남아시아 아웃바운드 여행 시장을 선점하고 해당 지역의 한국 및 일본향 아웃바운드 여행 수요를 하나투어ITC와 하나투어 재팬의 인바운드 수요로 연계 .

성장 잠재력이 높은 동남아시아 아웃바운드 시장

2024년 기준 대한민국과 동남아 5개국 합산 비교, 만명, 10억달러, %

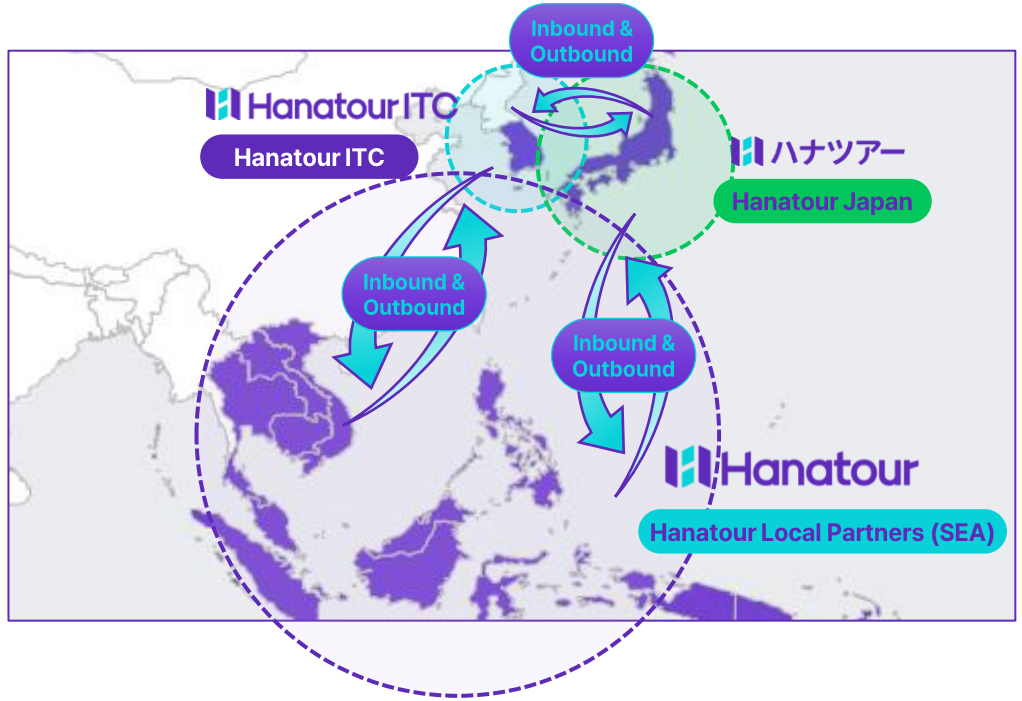


출처: 법무부, IMF, 각국 관광청/통계청

※동남아 5개국 : 베트남, 인도네시아, 태국, 필리핀, 말레이시아

우리나라, 일본, 동남아를 3축으로 연계하여 시너지 창출

하나투어ITC, 하나투어재팬, 동남아 파트너사



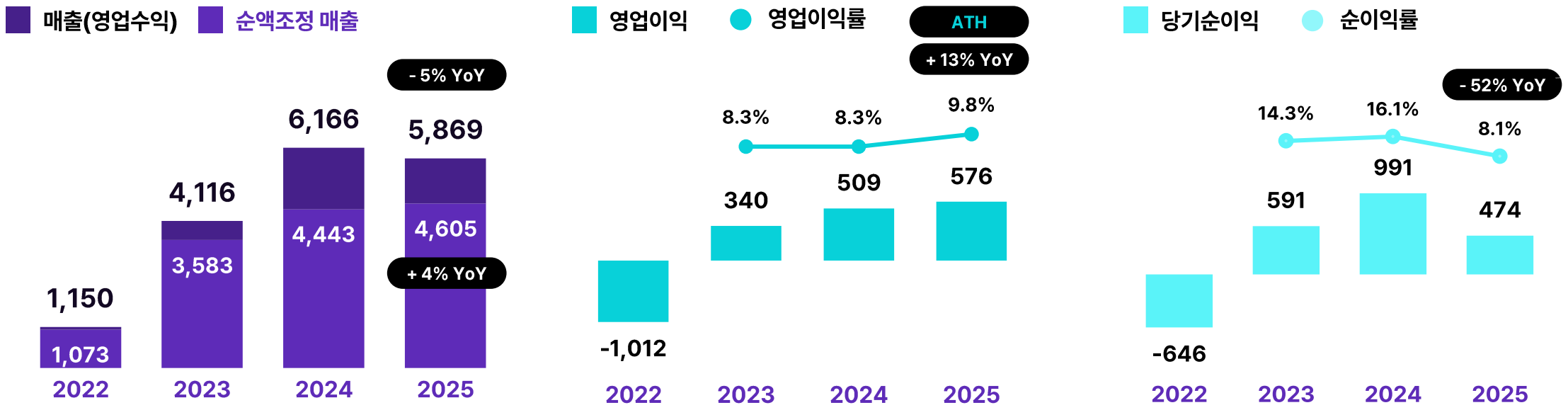
IV. Performance

연간 영업실적

- **2025년 매출(영업수익)은 5,869억원 (-5% YoY), 순액조정매출 4,605억원 (+4% YoY)**
  상세: 1) 대내외 정치불안과 항공사고 등 각종 외생변수로 인한 상반기 여행수요의 일시적 감소, 2) 중고가 패키지 판매 증가로 인한 전년대비 ASP 상승으로 순액조정매출 전년대비 성장
- **영업이익은 576억원 (+13% YoY), 사상 최대치 경신, 영업이익률 9.8%로 코로나 이후 최대치 시현**
  상세: 1) 전년대비 중고가 패키지 판매 비중 확대로 인한 수익성 개선, 2) AI 기반 수요예측 정확도 향상으로 전세기 등 사입 효율성 개선 3) 영업비용 효율화를 통한 수익성 강화
- **당기순이익은 474억원 (-52% YoY)**
  상세: 1) 4분기 관계기업 (주)꿈의 충당부채를 일시에 인식 (약 187억원), 2) 4분기 하나투어재팬 노후 호텔 철거비용 일회성 인식 (약 36억원)

연간 영업실적

2022년 – 2025년, 억원



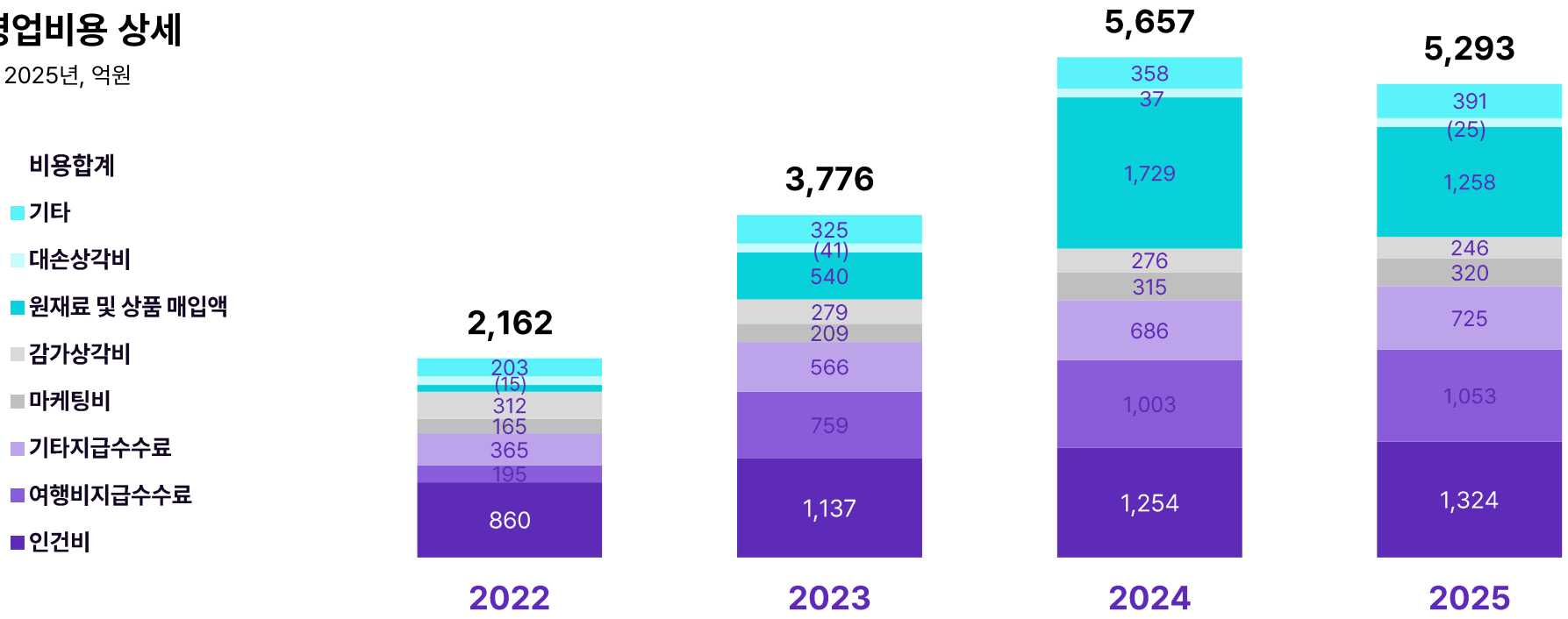
(*순액조정매출: 전세기, 호텔, 티켓 등의 원재료 매출분(총액기준 사입비용)을 제거한 매출)

연간 영업비용

- **2025년 연간 영업비용은 5,293억원 (-6% YoY)**
  상세: 1) 상반기 여행수요 부진 및 AI를 통한 수요예측으로 연간 전세기 등 사입비용(원재료 및 상품 매입액) 감소(-27%), 2) 사입비용을 제외한 나머지 영업비용 합계도 전년대비 제한적 증가 (+2.7%)
- **인건비는 1,324억원 (+6% YoY)**
  상세: 1) 급여 자연 인상효과 반영, 2) 25년 말 연결기준 전체 직원수는 2,490여명으로 전년 대비 동일한 수준
- **감가상각비 246억원 (-11% YoY)**
  상세: 1) 2019년 도입한 차세대 IT 시스템의 무형자산 상각비 인식 종료 효과

연간 영업비용 상세

2022년 – 2025년, 억원

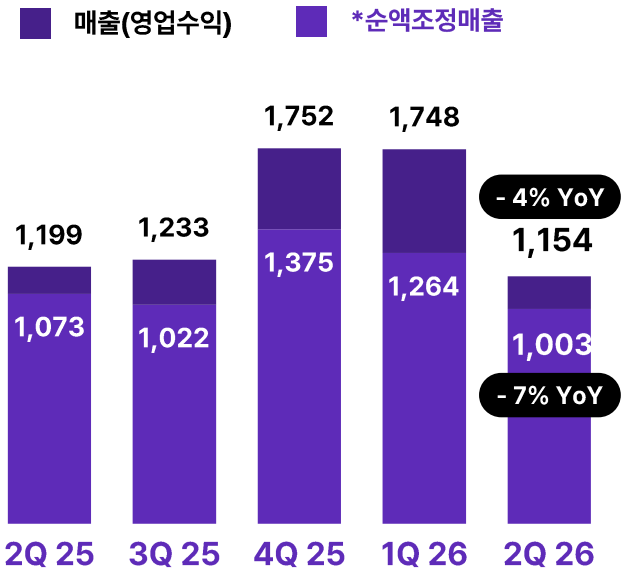


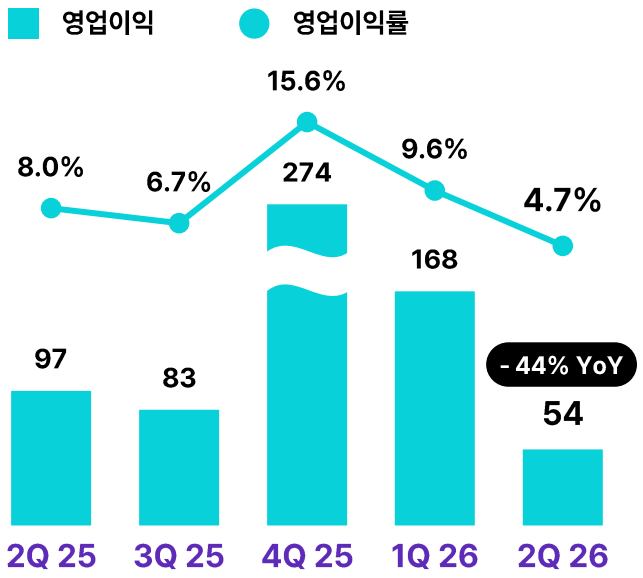
2분기 영업실적

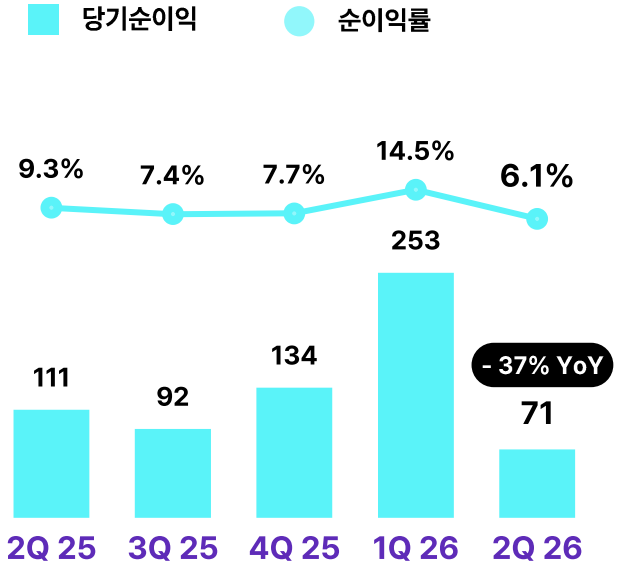
- **매출(영업수익)은 1,154억원 (-4% YoY), 순액조정매출 1,003억원 (-7% YoY)**
  상세: 1) 유류할증료 인상에 따른 수요 위축 영향으로 영업수익 감소
- **영업이익은 54억원 (-44% YoY), 영업이익률 4.7%**
  상세: 1) 전년대비 모객 감소 (기획상품 이용객 -2% YoY), 2) 수요 위축에 대응하기 위한 전략적 상품가 조정으로 영업이익률 하락
- **당기순이익은 71억원 (-37% YoY)**
  상세: 1) 금융손익+8억원, 2) 기타+9억원(환차익 등)

분기 영업실적

2025년 2분기 – 2026년 2분기, 억원





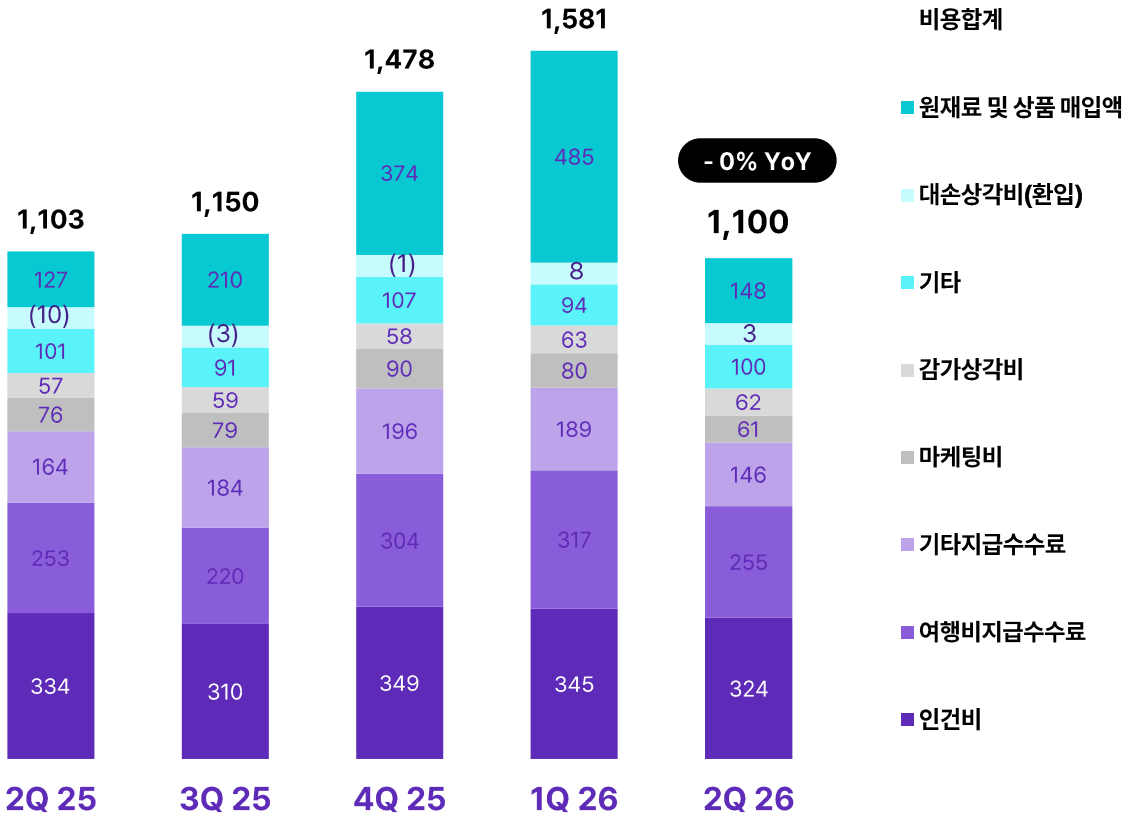


(*순액조정매출: 전세기, 호텔, 티켓 등의 원재료 매출분(총액기준 사입비용)을 제거한 매출)

2분기 영업비용

영업비용 상세

2025년 2분기 – 2026년 2분기, 억원



(IFRS 1115호 & 중단사업손익 반영)

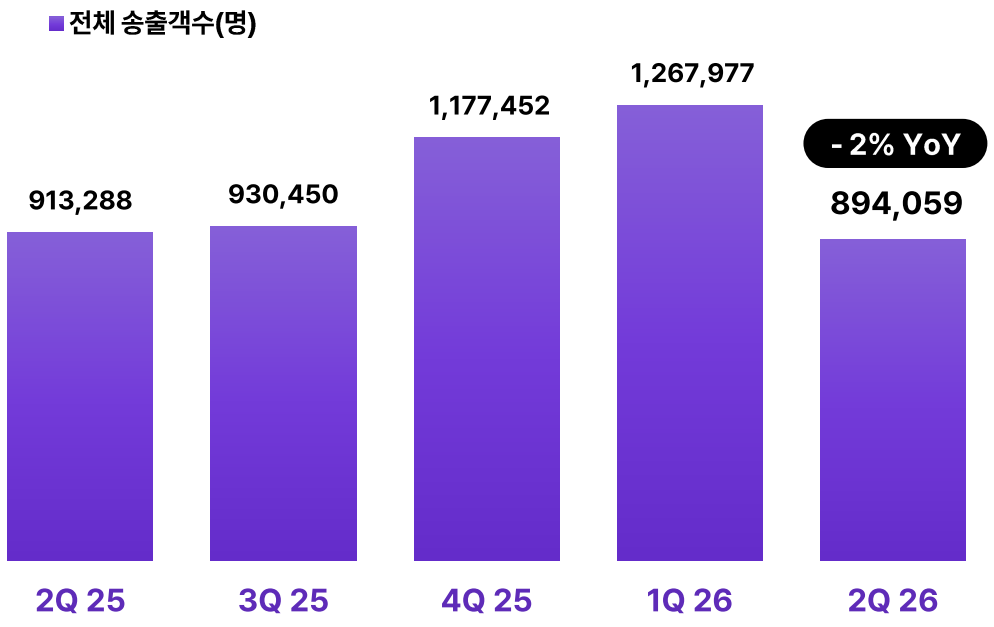
- **2분기 영업비용은 1,100억원 (-0% YoY, -3억원)**
  - **상세: 1) 원재료 및 상품 매입액을 제외한 영업비용은 952억원 (-2% YoY)**
- 원재료 및 상품 매입액은 148억원 (+16% YoY, +21억원)
  - **상세:** 1) AI 기반 수요예측을 통한 전세기·호텔 사입 규모 최적화
- 인건비는 324억원 (-3% YoY, -10억원)
  - **상세:** 1) 2분기 말 연결기준 직원수는 2,500여명으로 전분기와 유사
- 기타지급수수료는 146억원 (-10% YoY, -17억원)
  - **상세:** 1) 순액조정매출 감소에 연동한 기타지급수수료 감소
- 여행비지급수수료는 255억원 (+1% YoY, +2억원)
  - **상세:** 1) 온라인 판매비중 확대에 따라 패키지 GMV대비 여행비지급수수료 비중은 5.0%로 2019년 평균 6.7% 대비 감소
- 감가상각비는 62억원 (+9% YoY, +5억원)

아웃바운드 전체 송출객

- **2분기 하나투어 전체 송출객수는 894,059명 (-2% YoY)**
  상세: 중국과 일본향 기획상품 수요가 전분기에 이어 차별화된 성장세를 지속한 가운데 온라인 채널을 통한 개별항공권 판매(FIT수요)실적은 전년동기 수준 유지
- **2분기 대한민국 출국자수는 6,172,887명 (-3% YoY)**
  상세: 유류할증료 인상에 따른 여행 비용 증가 영향으로 대한민국 출국자는 전년 대비 감소

하나투어 전체 송출객 동향

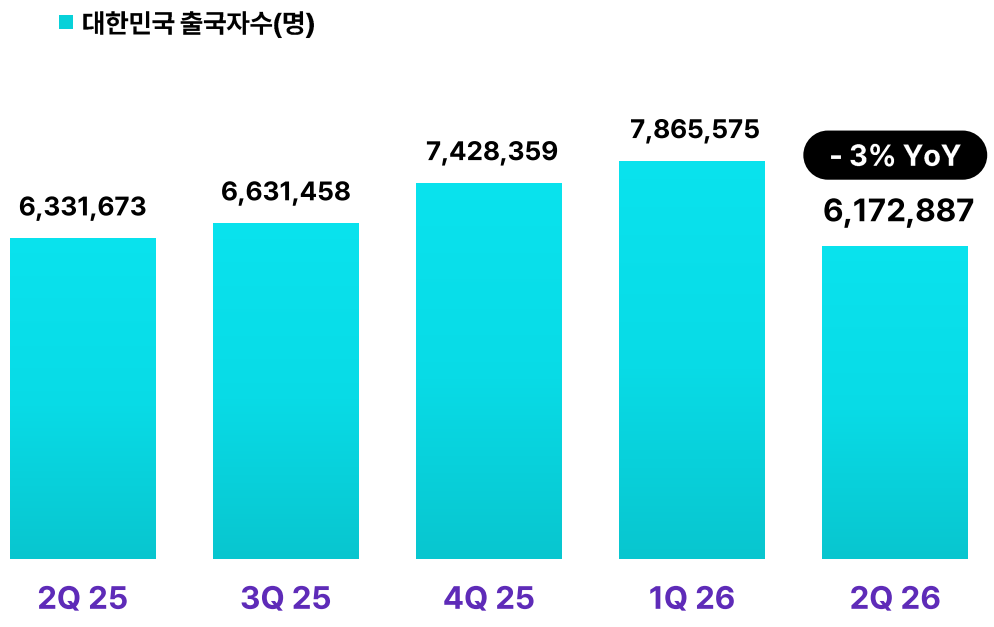
2025년 2분기 – 2026년 2분기



(전체 송출객 = 국내출발 개별항공 + 기획상품)

대한민국 출국자 동향

2025년 2분기 – 2026년 2분기



(자료: 법무부)

아웃바운드 기획상품

- **2분기 기획상품 이용객 수는 45만명 (-2% YoY)**

  상세: 1) 전쟁으로 인한 유류할증료 인상 영향으로 전반적인 여행 수요 위축

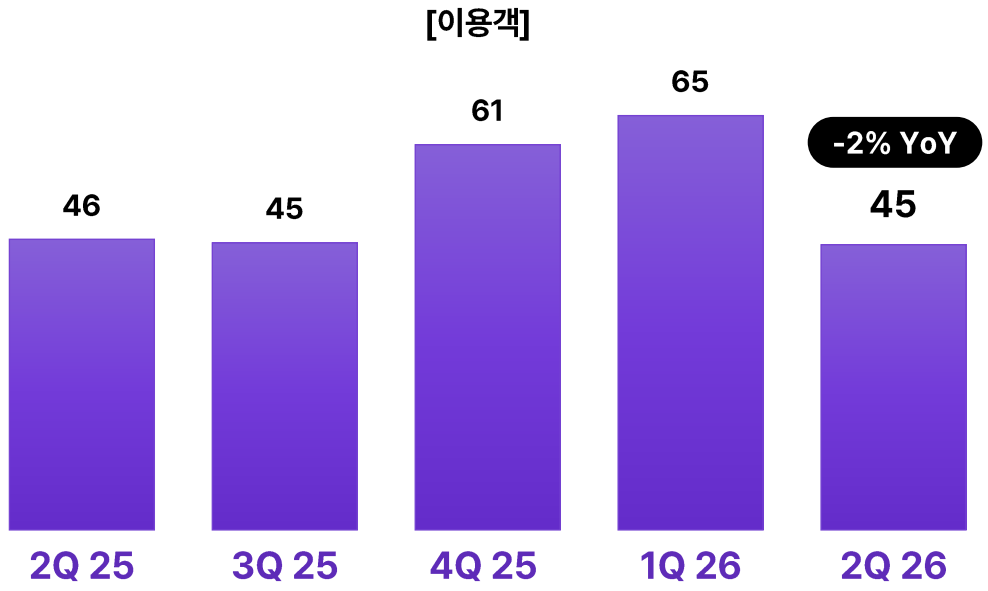
  2) 중국과 일본향 이용객 수는 전년대비 각각 15%, 7%씩 증가하는 등 차별화된 성장세 지속

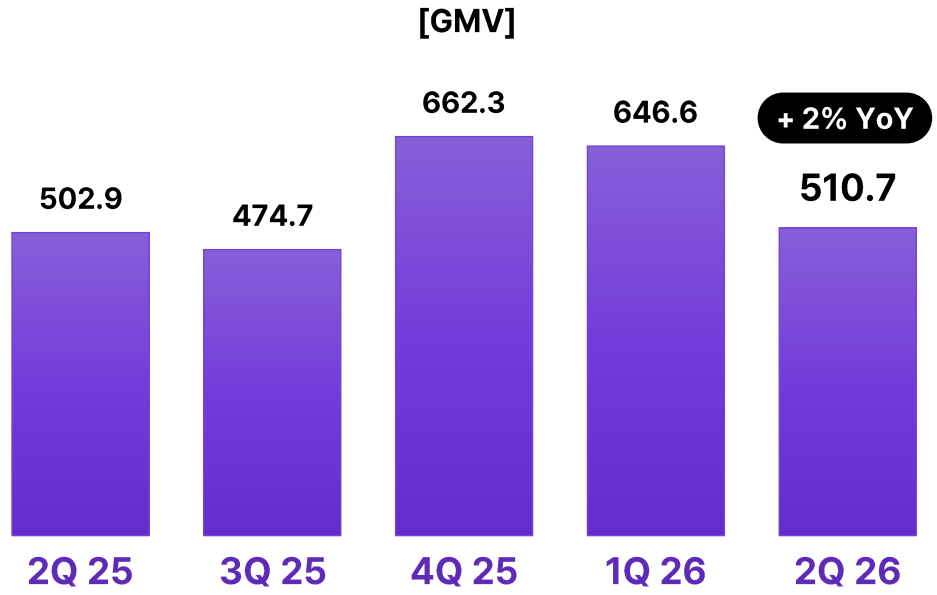
- **2분기 기획상품 수탁금(GMV)은 5,107억원 (+2% YoY)**

  상세: 1) 유류할증료 인상에 따른 판매가 증가 효과

기획상품 판매실적

기획상품 이용객(만명) & GMV(십억원)





(기획상품 = 패키지 + 결합상품)

아웃바운드 FIT

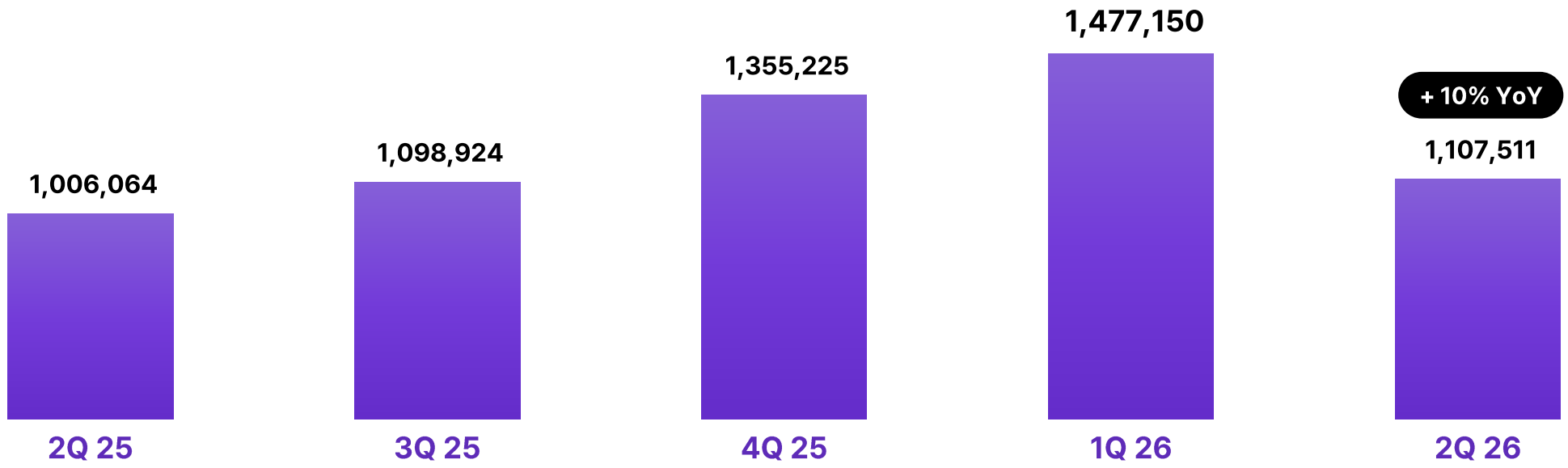
- **2분기 FIT 이용객수는 111만명 (+10% YoY)**

  상세: 1) 일본과 중국을 중심으로 항공권과 호텔 판매 실적이 증가하며 전년대비 성장을 견인

  2) FIT 상품 공급 다각화, 온라인 채널 활성화 등에 힘입어 FIT 판매 실적 지속적으로 성장

FIT 판매실적

FIT 이용객 수 (항공권, 호텔, 현지티켓 등)



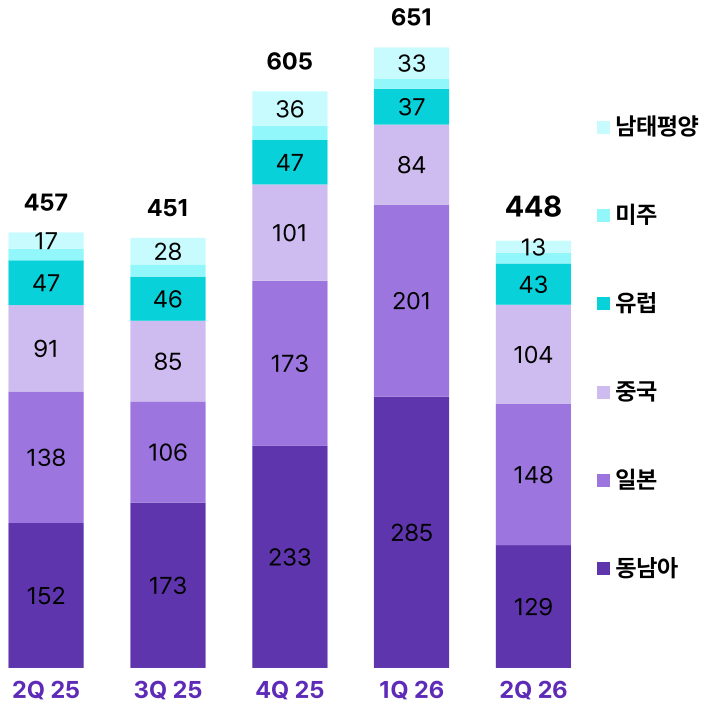
(FIT 이용객 수 = 국내출발 개별항공 + 제3국간 항공 + 호텔 + 현지티켓 + 기타)

기획상품 지역별 동향

- **유류할증료 영향 상대적으로 적었던 단거리 지역 중심 성장세 시현**
- **중국향 이용객수는 전년 대비 15% 증가**
  상세: 1) 유류할증료 인상 영향 제한적, 2) 2016년 이후 누적되어온 pent-up 여행수요의 부상, 3) 신규여행지 발굴을 통한 공급 다각화 전략 주효, 4) 중국 정부의 해외 관광객 유치 활성화 정책 기조(비자면제 등)
- **일본향 이용객수는 전년 대비 7% 증가**
  상세: 1) 유류할증료 인상 영향 제한적, 2) 엔저 효과 지속, 3) 항공 좌석 공급 확대, 4) 중국의 한일령 반사이익 효과

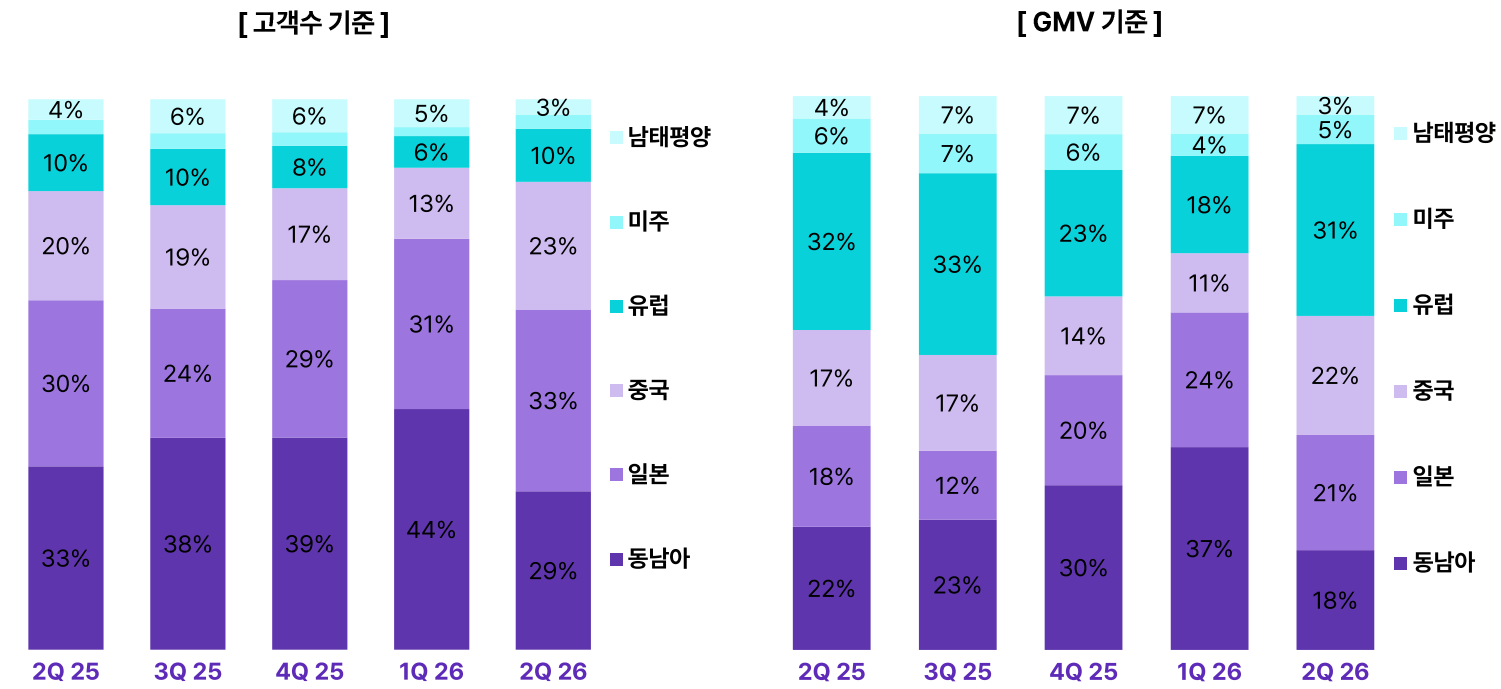
지역별 기획상품 고객 인원수

2025년 2분기 ~ 2026년 2분기, 천명



지역별 기획상품 고객 비중

2025년 2분기 ~ 2026년 2분기, %



고객 만족도

- **26년 2분기 하나투어 패키지 종합 고객만족도 지수(HCSI)는 평균 87점을 기록**

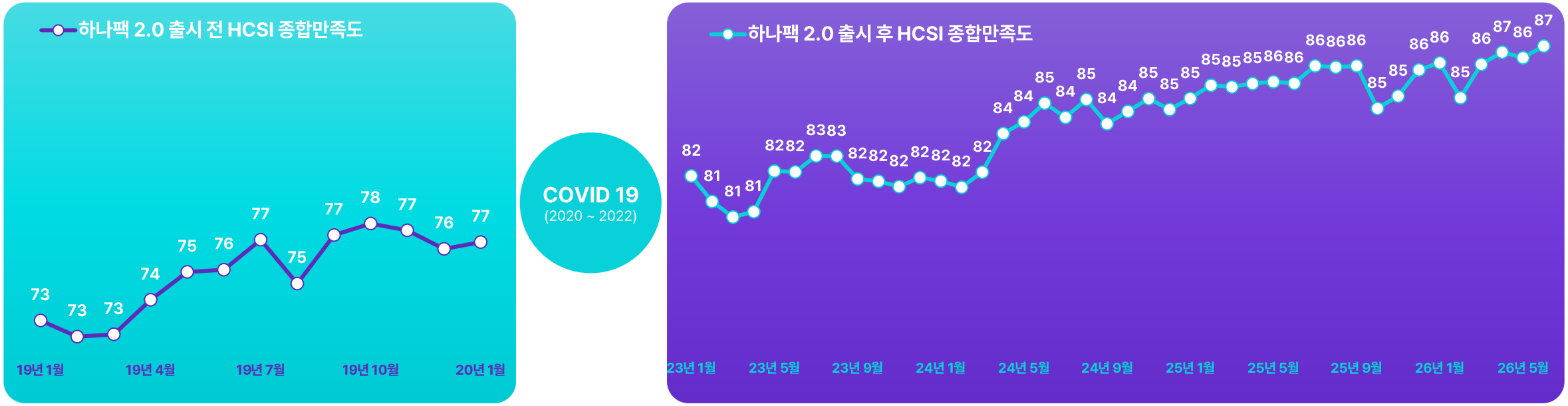
  상세: 하나팩 2.0 출시 전(2019년) 패키지 종합 고객만족도 지수는 80점을 하회했으나, 하나팩 2.0 출시 후에는 80점을 상회하며 한 단계 업그레이드된 고객만족도 시현

- **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

지속적으로 상승하고 있는 고객만족도 지수

하나팩 2.0 출시 전후, HCSI종합만족도* 점수



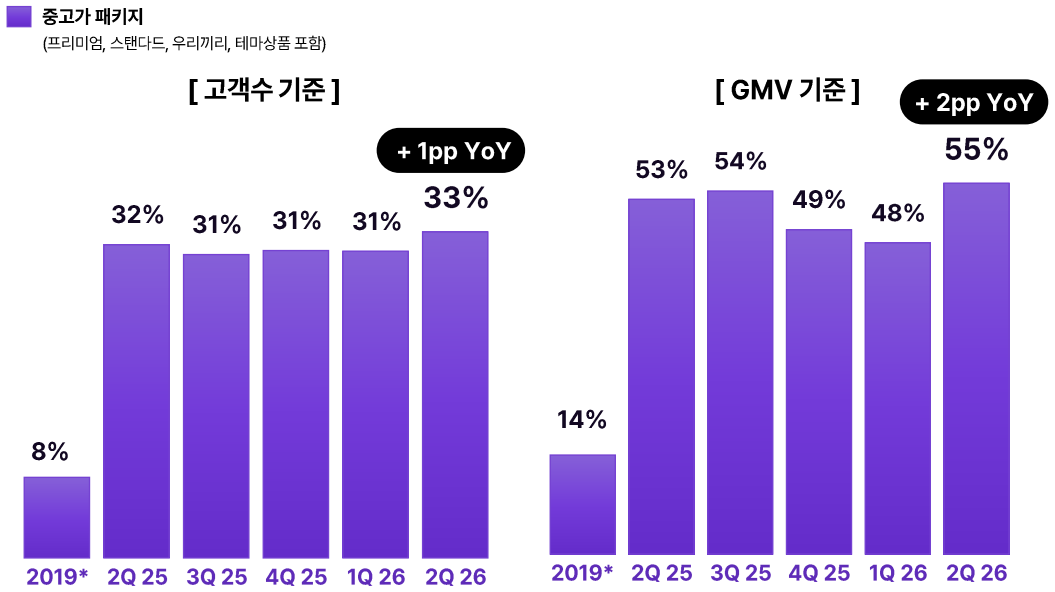
*HCSI(Hanatour Customer Satisfaction Index): 고객의 상품 재이용 의향, 추천 의향 등을 포괄하는 종합 만족도 조사

중고가 패키지

- **26년 2분기 중고가 패키지 고객수 비중은 33%**
- **GMV기준 중고가 패키지 비중은 55% (+2pp YoY)로 분기 역대 최고치 경신**
- **중고가 패키지는 중장거리 패키지 고객수의 약 60%(+4pp YoY), GMV의 약 77%를 차지 (+6pp YoY)**

중고가 패키지 판매 비중

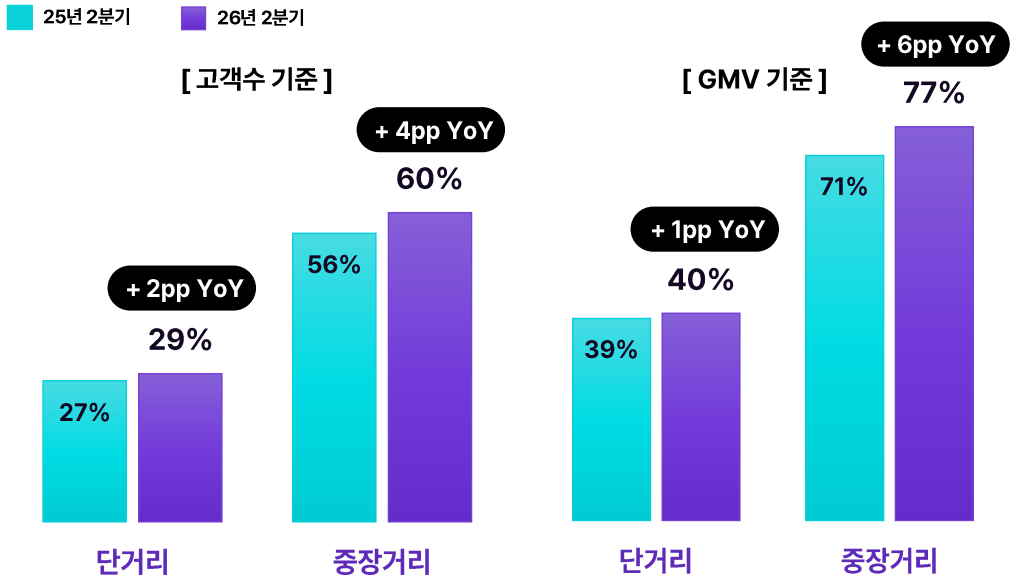
고객수 & GMV 기준, %



*19년은 하나팩2.0 출시 전 중고가패키지 기준

중고가 패키지 판매 비중

고객수 & GMV 기준, %



※ (단거리: 동남아, 일본, 중국)
(중장거리: 유럽, 미주, 남태)

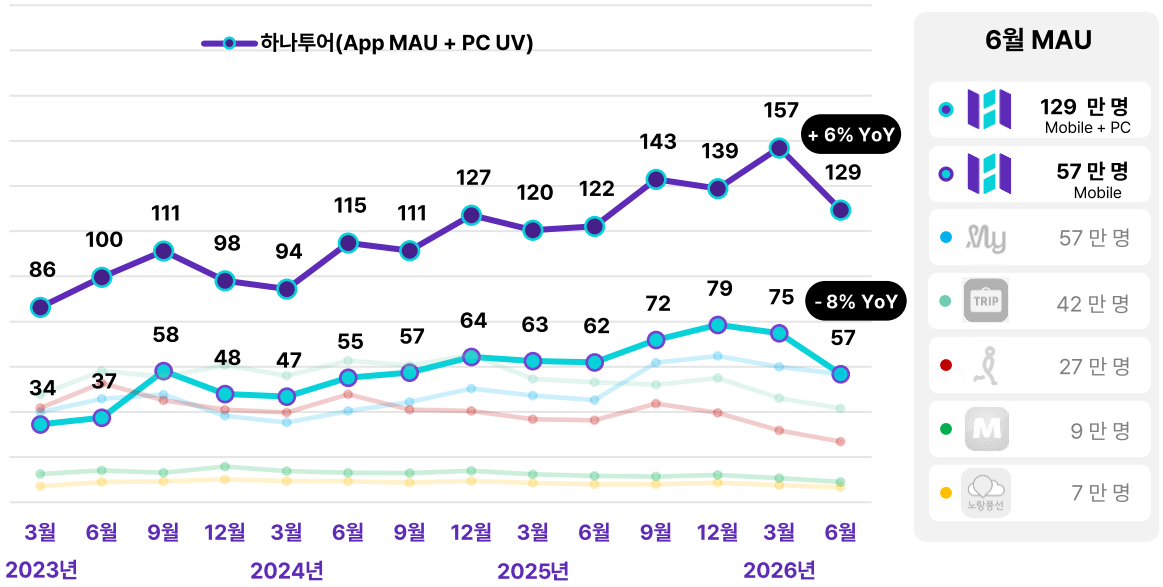
온라인 트래픽

- **6월 모바일 앱 MAU는 57만명 (-8% YoY)**
- **6월 하나투어 온라인 이용자수(Mobile App MAU + PC UV)는 총 129만명 (+6% YoY)**

  상세: 1) 유류할증료 인하 영향으로 FIT 고객의 유입 증가, 2) 여름 성수기 수요 확대 효과
- **모바일앱을 중심으로 한 신규 컨텐츠 공급 확대와 기존 PC 웹 서비스의 편의성 제고를 통해 온라인 이용자수 지속적으로 증가**
- **하나투어 온라인 전체 회원수는 2026년 2분기말 기준 957만명 (+9% YoY)**

하나투어 온라인 이용자 트래픽

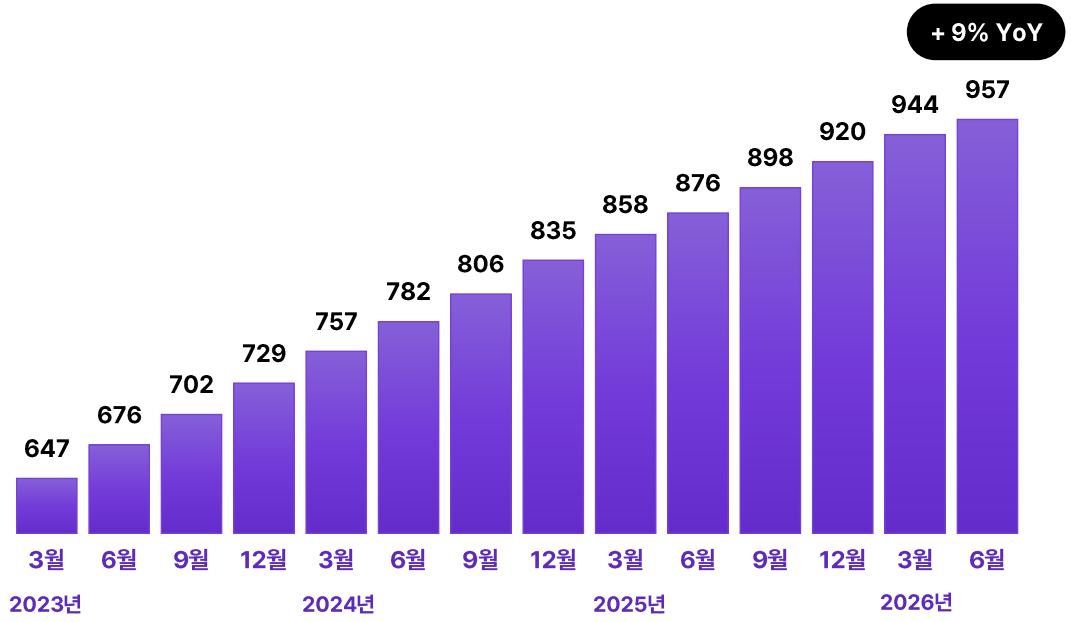
2023년 3월 ~ 2026년 6월, Appsflyer, 모바일인덱스 '종합여행사' 카테고리, 만명



(자료: 당사 – Appsflyer , 타사 - 모바일인덱스)

하나투어 온라인 회원수 트렌드

2023년 3월 ~ 2026년 6월, 만명

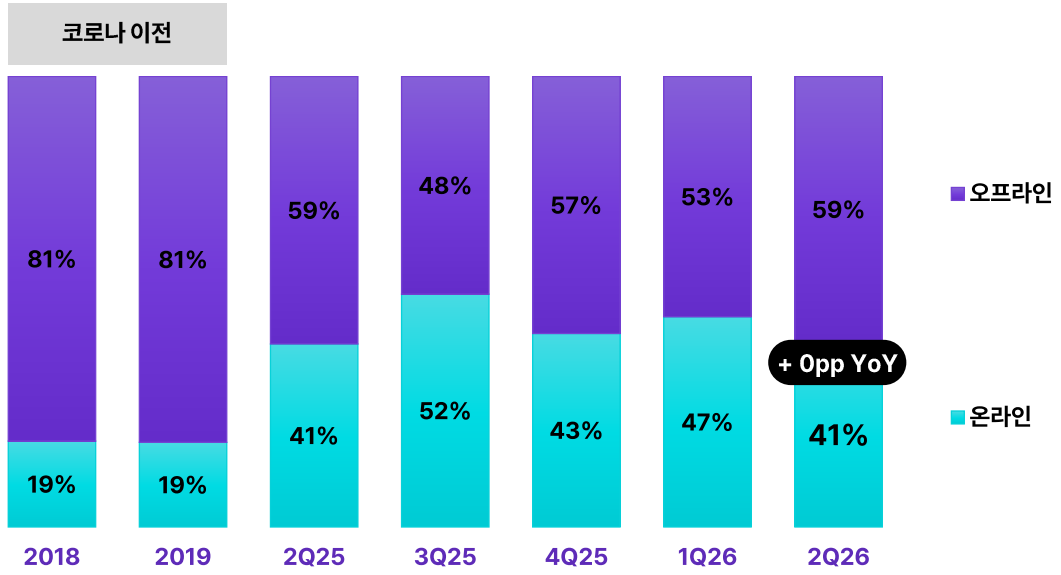


기획상품 온라인 판매비중

- 2분기 기획상품 온라인 채널 판매 비중은 고객수 기준 41%, GMV 기준 36%로 전년대비 증가
- 당사 온라인 채널 역량 강화 및 소비 패턴 변화로 코로나 이전 대비 온라인 판매 비중 크게 증가
- 판매 수수료율이 낮은 온라인 채널의 판매 비중 증가는 수익성 개선으로 연결

고객수 기준 온/오프라인 비중

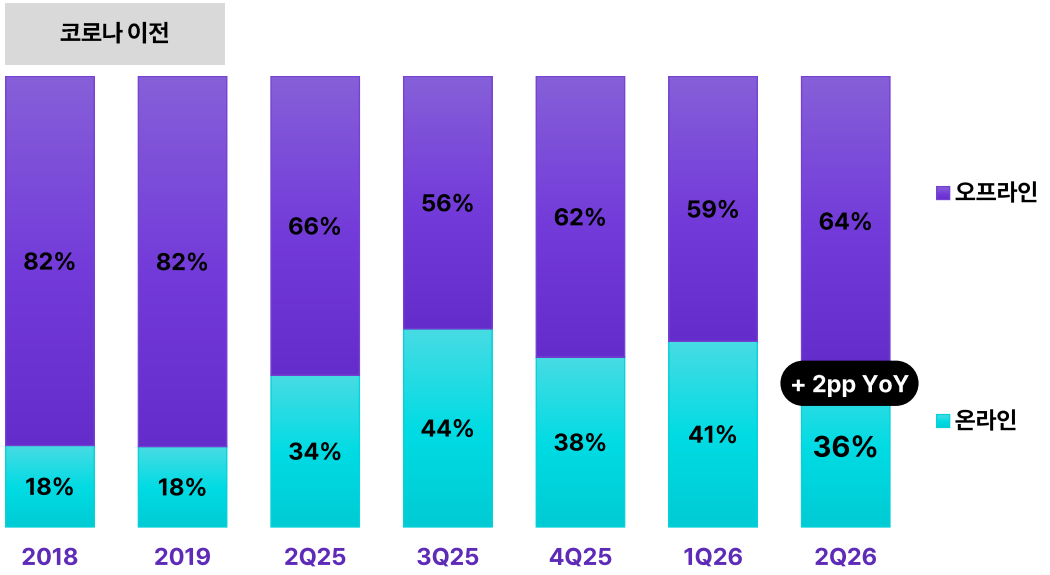
2018 ~ 2026년 2분기, %



(자료: 하나투어)

수탁금(GMV) 기준 온/오프라인 비중

2018 ~ 2026년 2분기, %



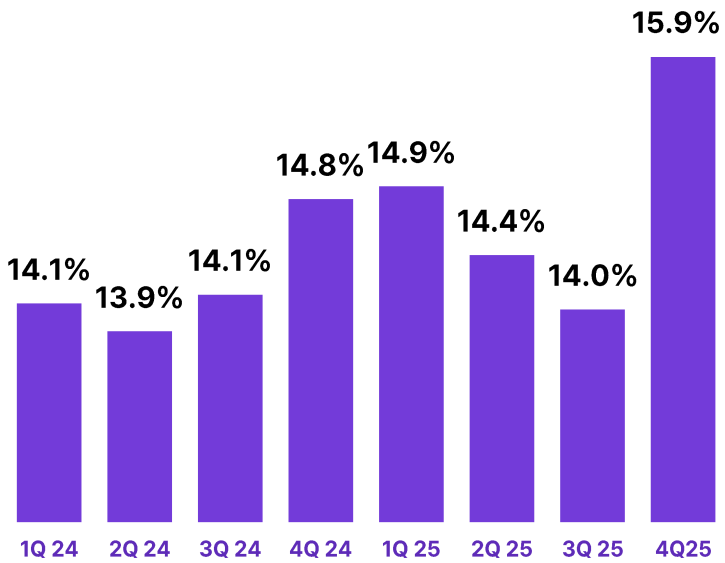
(자료: 하나투어)

시장 점유율

코로나 이후 국내 출국자 점유율 회복세 지속중인 가운데 상장여행사 대비 매출 및 영업이익 점유율은 역대 최고 수준을 경신.

하나투어 국내 출국자 점유율

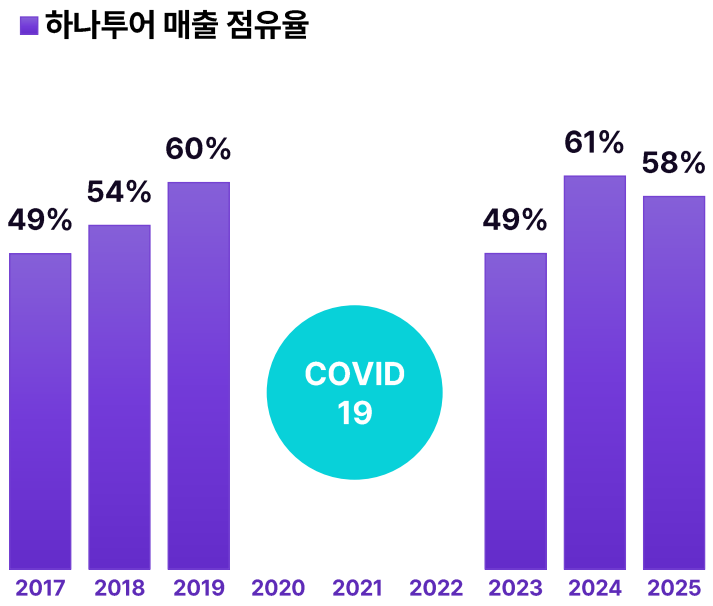
24년 1분기~25년 4분기, %



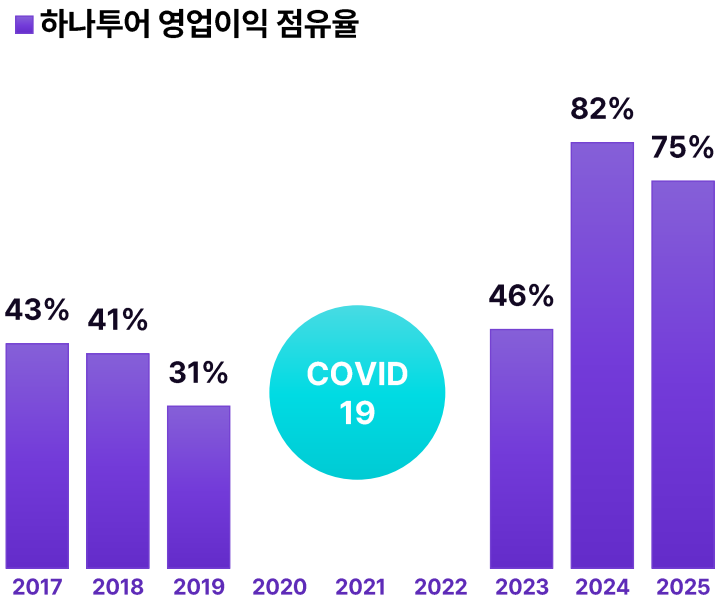
(자료: 하나투어, 법무부)

하나투어 매출 및 영업이익 점유율

국내 상장여행사 대비 하나투어 매출 및 영업이익 비중, 2017-2025, %



(자료: 하나투어, 기업공시)



(상장여행사 : 모두투어, 노랑풍선, 참좋은여행)

V. 별첨

중기 주주환원 정책

- 2025년 4월, 당사는 2025~2027년 중기 주주환원 계획(연결 당기순이익의 ±50% 환원)을 승인
- 배당성향은 연결 당기순이익의 30~40%이상으로 설정함으로써 기존 방향성을 유지
- 자사주 매입·소각 비중은 약 10~20%이상으로 설정해 배당 중심 환원에서 다변화·유연성 확보
- 기존 보유했던 3.4% 자사주는 2025년 4월 전량 소각되었으며 총주주환원율과는 별개로 진행

주주환원 목표: 연결 당기순이익의 ±50% (2025–2027)

하나투어 중기 주주환원 정책(FY2025–2027)



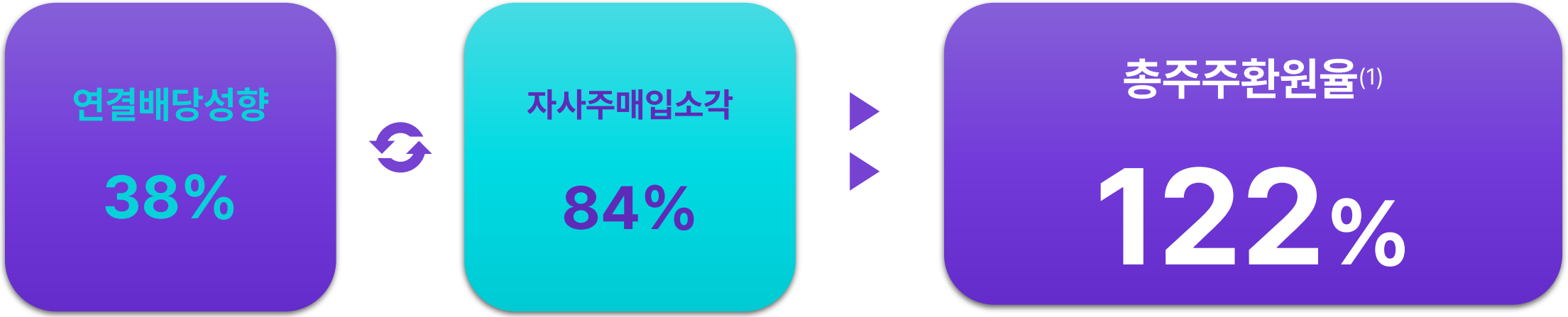
(1) $\text{총주주환원율} = \frac{(\text{배당총액} + \text{자사주매입소각})}{\text{연결당기순이익}} \times 100$

2025년 주주환원

- 2025년 12월, 이사회 결의를 통해 2025년 결산 현금배당과 자기주식 취득을 결정
- 현금배당은 주당 1,200원씩 총 180억원을 배당, 2025년 연결당기순이익의 약 38%, 지배주주순이익의 약 57%에 해당
- 자기주식 취득 총액은 396.5억원 규모, 2025년 연결당기순이익의 약 84%에 해당. 취득 완료 후 2026년 연내 전량 소각 예정
- 현금배당과 자기주식 취득 총액을 합산 총액은 약 577억원으로 2025년 연결당기순이익 대비 122%에 해당

2025년 주주환원

현금배당 및 자사주 매입소각



- 주당 1,200원
- 배당 총액: 180.5억원
- 지배주주순이익 기준 배당성향: 56%

- 자기주식 취득 총액: 396.5억원
- 연결당기순이익 기준: 84%
- 2026년 전량 소각예정

(1) 총주주환원율 = $\frac{(\text{배당총액} + \text{자사주매입소각})}{\text{연결당기순이익}} \times 100$

이사회 및 지분구조

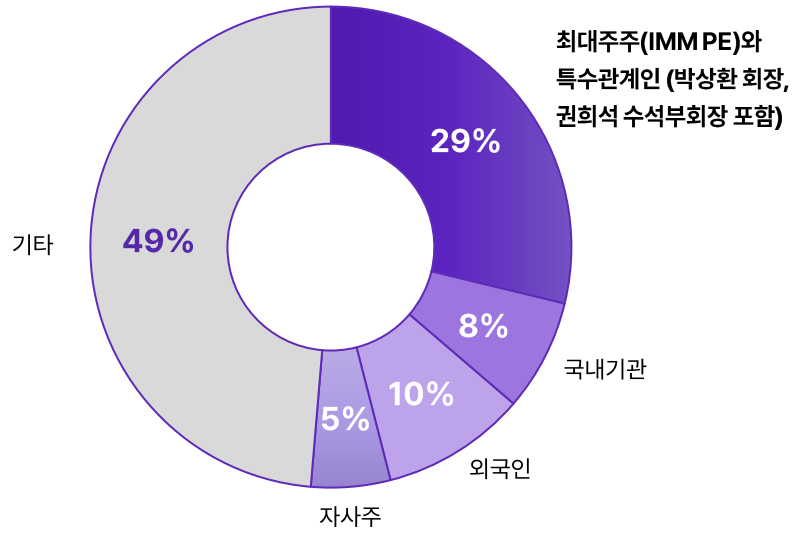
하나투어 이사회

사내이사 2인, 독립이사 4인, 기타비상무이사 2인

구분	성명	경력
사내이사	박상환	하나투어 회장
	권희석	하나투어 수석부회장
사외이사	최원석	서울시립대학교 정경대학 세무학과 교수
	박종욱	KT㈜ 경영기획부문 사장
	유혜련	태성회계법인
	장인환	법무법인 바른 상임 고문
기타비상무이사	김영호	IMM홀딩스㈜ 사장
	박찬우	IMM크레딧앤솔루션㈜ 사장

지분구조

2026년 2분기 기준, %



이사회내 위원회

감사위원회, ESG 위원회, 독립이사후보추천 위원회, 보상위원회

감사위원회	ESG 위원회	독립이사후보추천 위원회	보상위원회
최원석 박종욱 유혜련 장인환	박종욱 장인환 유혜련	박상환 김영호 최원석 장인환	김영호 장인환 유혜련

자회사 현황

연결대상 종속법인

2026년 2분기 기준 총 21개 (국내 7개, 해외 14개), %

국내 (7)

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)하나투어리스트	여행알선서비스	30

해외 (14)

회사명	지역	지분율(%)
HANATOUR EUROPE LTD	영국, 런던	70
HANATOUR JAPAN CO,.LTD (주)유아이관광버스 (100%) (주)아레그록스 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
HANATOUR SERVICES NEPAL PVT. LTD.	네팔, 카트만두	100

연결 재무상태표

(단위 : 억원)

	2024	2025	2026 1Q	2026 2Q
자산				
유동자산	**4,804**	**4,682**	**4,734**	**3,948**
현금및현금성자산	1,057	817	931	1,054
단기금융상품	1,632	1,967	1,748	1,329
매출채권	627	722	663	631
기타채권	179	92	106	77
금융리스채권	9	8	10	8
재고자산	701	462	284	224
선급금	471	462	834	454
기타유동자산	43	47	48	54
기타금융자산	79	100	101	110
당기법인세자산	5	6	7	6
비유동자산	**1,884**	**1,893**	**1,966**	**1,973**
기타채권	12	10	11	11
금융리스채권	5	0	0	0
기타자산	6	5	4	3
기타금융자산	127	100	123	125
투자부동산	8	7	22	22
유형자산	124	120	112	114
무형자산	91	94	91	89
사용권자산	906	910	917	924
당기손익-공정가치측정금융자산	22	12	12	2
기타포괄손익-공정가치측정금융자산	11	11	11	10
관계기업투자자산	0	15	53	53
이연법인세자산	573	607	610	619
자산총계	**6,688**	**6,575**	**6,700**	**5,921**

	2024	2025	2026 1Q	2026 2Q
부채				
유동부채	**3,831**	**3,775**	**3,995**	**3,165**
매입채무	844	671	1,127	863
기타채무	472	500	409	381
당기법인세부채	9	20	4	8
관광수탁금	1,971	1,990	1,660	1,303
선수금	158	168	163	158
단기차입금	42	4	5	5
유동성장기부채	18	6	7	7
리스부채	167	171	171	193
충당부채	11	80	104	102
기타금융부채	26	26	210	28
기타부채	114	138	137	118
비유동부채	**1,051**	**1,129**	**1,119**	**1,094**
장기종업원급여채무	8	12	12	13
장기차입금	37	14	13	11
리스부채	962	900	914	897
충당부채	4	156	132	133
기타금융부채	1	1	1	1
기타부채	40	47	47	39
부채총계	**4,883**	**4,904**	**5,114**	**4,259**
자본				
지배기업소유주지분	**1,749**	**1,475**	**1,374**	**1,427**
자본금	80	80	80	80
기타불입자본	(71)	35	(117)	(91)
기타자본구성요소	37	35	48	55
이익잉여금(결손금)	1,703	1,326	1,363	1,383
비지배주주지분	**57**	**196**	**212**	**235**
자본총계	**1,805**	**1,671**	**1,586**	**1,662**
부채 및 자본총계	**6,688**	**6,575**	**6,700**	**5,921**

별도 재무상태표

(단위 : 억원)

	2024	2025	2026 1Q	2026 2Q
자산				
유동자산	**3,840**	**3,590**	**3,686**	**2,801**
현금및현금성자산	588	322	430	466
단기금융상품	1,431	1,729	1,529	1,130
매출채권	457	514	484	416
기타채권	189	104	132	87
금융리스채권	19	15	15	11
재고자산	697	454	281	220
선급금	399	362	724	369
기타유동자산	27	29	30	34
기타금융자산	28	55	53	62
당기법인세자산	5	5	7	5
비유동자산	**1,088**	**1,060**	**1,097**	**1,144**
기타채권	25	17	16	15
금융리스채권	12	0	0	0
기타자산	2	4	3	2
기타금융자산	41	16	17	18
유형자산	15	15	22	28
무형자산	50	58	57	57
사용권자산	89	69	62	86
당기손익-공정가치측정금융자산	22	12	12	2
기타포괄손익-공정가치측정금융자산	10	10	10	10
종속기업투자자산	289	323	323	338
관계기업투자자산	1	15	53	53
이연법인세자산	532	520	520	533
자산총계	**4,927**	**4,650**	**4,782**	**3,945**

	2024	2025	2026 1Q	2026 2Q
부채				
유동부채	**3,258**	**3,219**	**3,557**	**2,688**
매입채무	737	580	1,070	772
기타채무	299	338	331	288
관광수탁금	1,880	1,899	1,559	1,204
선수금	156	167	162	156
리스부채	71	63	59	85
충당부채	10	44	68	73
기타부채	82	105	105	88
기타금융부채	23	23	204	23
비유동부채	**35**	**188**	**165**	**155**
장기종업원급여채무	6	11	11	11
리스부채	27	13	14	11
충당부채	1	153	129	130
기타금융부채	1	1	1	1
기타채무	0	10	10	2
부채총계	**3,293**	**3,406**	**3,722**	**2,844**
자본				
자본금	80	80	80	80
기타불입자본	(205)	(99)	(262)	(262)
기타자본구성요소	(0)	(0)	(0)	(0)
이익잉여금	1,760	1,263	1,243	1,284
자본총계	**1,634**	**1,243**	**1,061**	**1,101**
부채 및 자본총계	**4,927**	**4,650**	**4,782**	**3,945**

연결 손익계산서

(단위 : 억원)

	1Q 24	2Q 24	3Q 24	4Q 24	FY 24	1Q 25	2Q 25	3Q 25	4Q 25	FY 25	1Q 26	2Q 26
영업수익	**1,833**	**1,317**	**1,594**	**1,422**	**6,166**	**1,685**	**1,199**	**1,233**	**1,752**	**5,869**	**1,748**	**1,154**
여행알선수익 (항공권판매수수료수익 포함)	929	723	771	817	3,239	802	755	671	1,017	3,245	873	683
재화판매수익 (전세기 등 판매 총액)	612	300	521	290	1,723	551	126	211	377	1,264	485	151
호텔운영수익	52	53	66	63	234	66	67	78	79	290	68	56
버스용역매출	46	49	36	52	183	49	54	38	57	199	45	45
기타수익	195	192	199	201	787	217	197	235	222	871	277	220
영업비용	**1,617**	**1,280**	**1,474**	**1,286**	**5,657**	**1,562**	**1,103**	**1,150**	**1,478**	**5,293**	**1,581**	**1,100**
인건비	340	280	314	319	1,254	331	334	310	349	1,324	345	324
여행비지급수수료	272	244	236	250	1,003	275	253	220	304	1,053	317	255
기타지급수수료	171	158	171	186	686	182	164	184	196	725	189	146
마케팅비	66	79	78	92	315	74	76	79	90	320	80	61
감가상각비	68	68	70	70	276	71	57	59	58	246	63	62
원재료및상품매입액	620	298	520	290	1,729	547	127	210	374	1,258	485	148
대손상각비	(3)	55	0	(15)	37	(10)	(10)	(3)	(1)	(25)	8	3
기타	82	98	83	95	358	92	101	91	107	391	94	100
영업이익	**216**	**37**	**120**	**136**	**509**	**123**	**97**	**83**	**274**	**576**	**168**	**54**
영업외수익	55	123	38	97	313	55	88	35	95	273	122	35
영업외비용	19	32	13	66	130	24	50	19	274	367	27	19
법인세비용차감전이익	**252**	**128**	**145**	**167**	**693**	**153**	**135**	**99**	**96**	**483**	**262**	**70**
법인세비용	11	2	9	(18)	4	12	25	6	(39)	3	9	(0)
당기순이익	**242**	**126**	**136**	**487**	**991**	**144**	**111**	**92**	**134**	**481**	**253**	**71**
지배지분순이익	214	86	114	401	815	119	83	77	40	319	228	49
비지배지분순이익	28	40	22	86	176	25	29	15	94	162	25	21

*'중단영업손익'은 별도 항목으로 구분 표시하지 않고 있습니다.

별도 손익계산서

(단위 : 억원)

	1Q 24	2Q 24	3Q 24	4Q 24	FY 24	1Q 25	2Q 25	3Q 25	4Q 25	FY 25	1Q 26	2Q 26
영업수익	**1,578**	**1,066**	**1,346**	**1,148**	**5,138**	**1,422**	**940**	**997**	**1,450**	**4,808**	**1,478**	**908**
여행알선수익	827	624	683	703	2,837	705	655	592	900	2,852	768	584
재화판매수익(전세기 등 판매 총액)*	606	296	518	289	1,710	548	125	209	374	1,257	477	149
항공권판매수수료수익	9	10	9	12	39	9	14	10	11	44	15	9
기타수익	136	136	136	144	551	160	146	186	165	656	218	165
영업비용	**1,432**	**1,079**	**1,285**	**1,089**	**4,886**	**1,363**	**895**	**942**	**1,277**	**4,478**	**1,369**	**900**
인건비	224	165	198	201	788	206	215	191	226	838	215	201
여행비지급수수료	297	269	264	275	1,105	302	276	240	332	1,150	344	275
기타지급수수료	165	152	161	176	654	172	152	171	185	679	182	144
마케팅비	58	71	69	83	281	66	70	72	83	291	73	58
감가상각비	39	38	39	38	154	38	24	26	26	114	29	28
원재료및상품매입액	614	295	517	289	1,715	545	126	209	371	1,251	478	147
대손상각비	(1)	41	(4)	(18)	18	(11)	(15)	(8)	9	(24)	2	(2)
기타	37	48	40	45	170	45	48	43	44	180	45	48
영업이익	**146**	**(13)**	**61**	**58**	**252**	**59**	**45**	**54**	**173**	**331**	**109**	**8**
영업외수익	76	53	34	249	413	67	48	25	31	171	68	31
영업외비용	10	11	0	55	75	10	33	5	227	275	10	8
법인세비용차감전이익	**212**	**29**	**95**	**253**	**589**	**116**	**60**	**74**	**(23)**	**227**	**166**	**31**
법인세비용	8	(5)	7	(21)	(12)	5	16	3	4	28	6	(10)
당기순이익	**204**	**35**	**88**	**274**	**601**	**111**	**43**	**71**	**(27)**	**199**	**161**	**41**

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


하나투어