

하나투어 IR 발표자료

2023년 6월



내용

I. 하나투어

1. 회사소개
2. 하나투어의 강점 및 경쟁우위
3. 역사
4. 지배구조
5. 자회사 현황
6. 영업실적
 - 1) 연간
 - 2) 분기영업실적
7. 시장 회복 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. 세부 전략
 - 1) 패키지 상품 경쟁력 강화
 - A. 여행을 여행답게 (하나팩 2.0)
 - B. 새롭고 차별화된 경험(하나 Original)
 - C. 소규모 & 맞춤형 여행 (우리끼리 & ZEUSworld)
 - D. 안전한 여행 (Safety & Joy)
 - 2) 결합상품을 통한 FIT 시장 공략
 - A. 하나투어 결합상품
 - 3) 온라인 채널 경쟁력 강화
 - A. 모바일 App 전면 개편
 - B. 하나투어만의 여행 콘텐츠
 - 4) 브랜드 리노베이션

IV. 별첨

1. 재무제표

1. 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



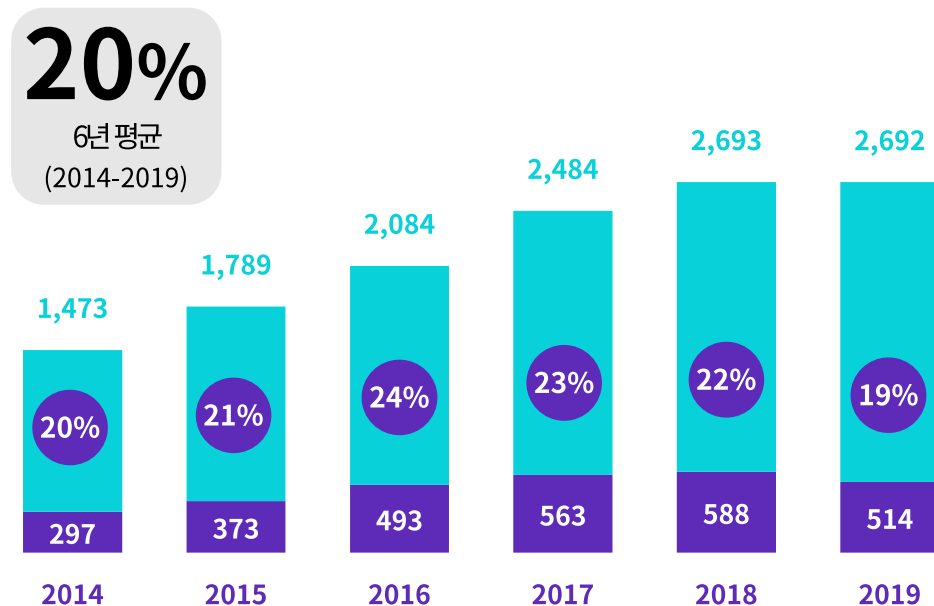
명실상부 대한민국 1등 아웃바운드 여행사

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

하나투어 국내 출국자 점유율

2014-2019, %, 만명

■ 하나투어 ■ 전체 출국자 ● 하나투어 점유율

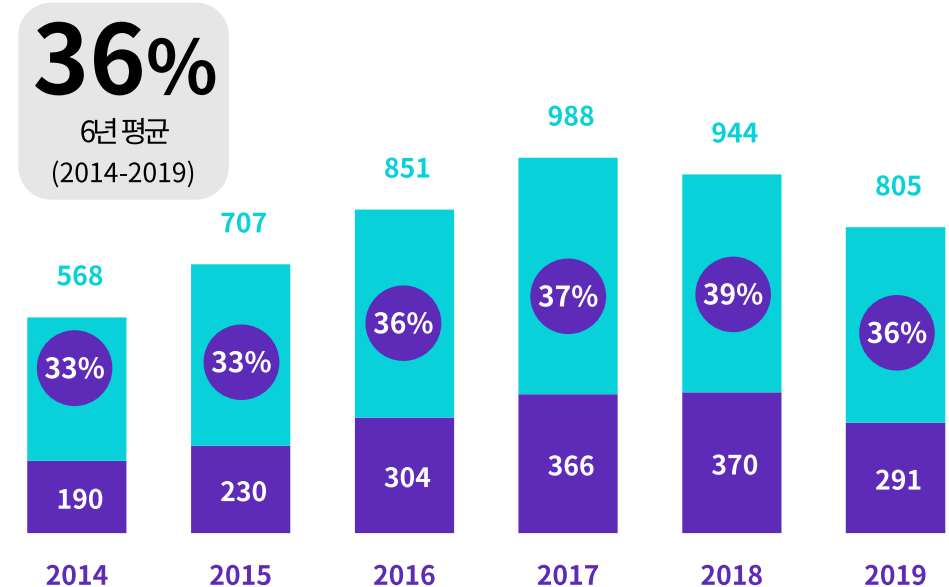


(자료: 법무부, 하나투어)

하나투어 국내 패키지 시장 여객 점유율

2014-2019, %, 만명

■ 하나투어 ■ 전체 패키지 여객 ● 하나투어 점유율



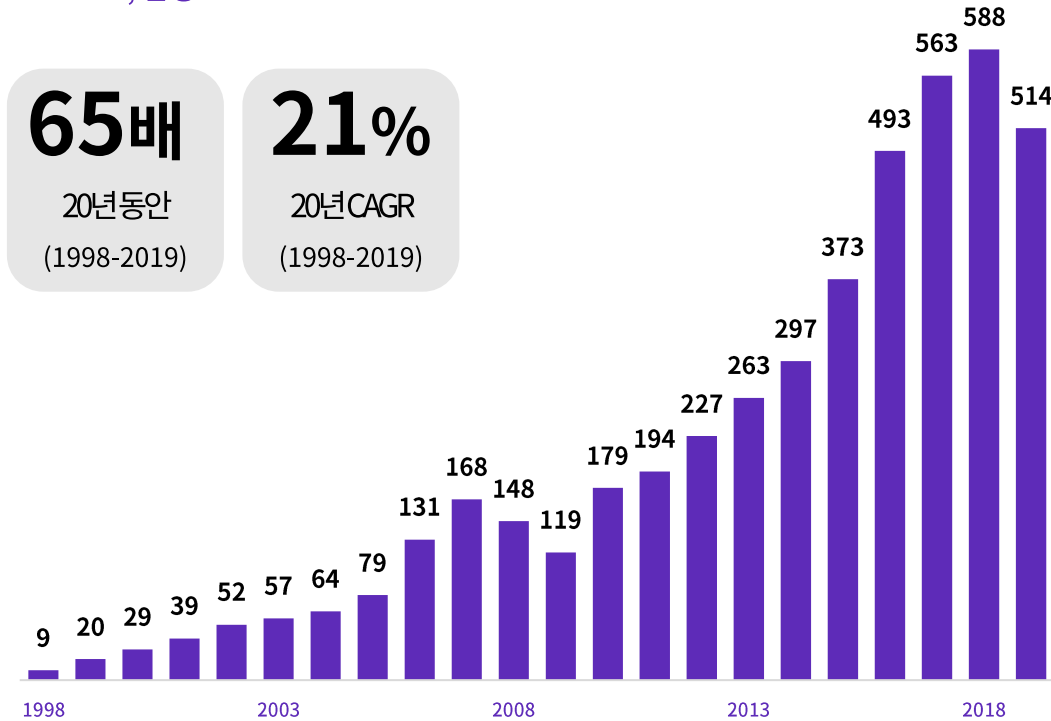
(자료: KATA, 하나투어)

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



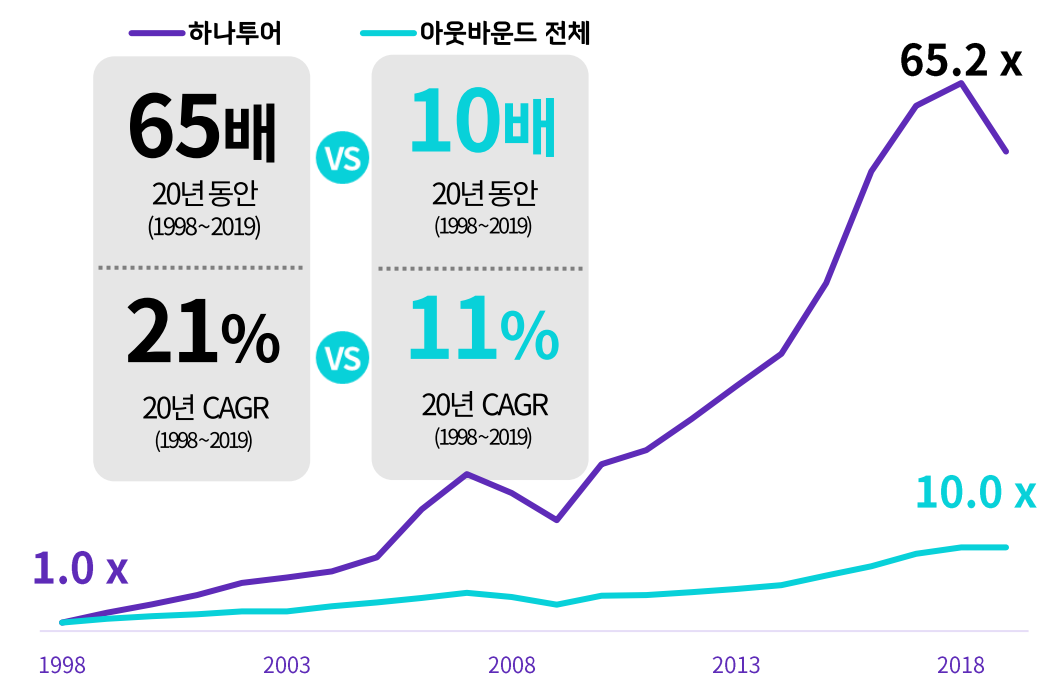
65배
20년동안
(1998-2019)

21%
20년 CAGR
(1998-2019)

(자료: 하나투어)

하나투어 vs 아웃바운드 전체 성장 비교

1998-2019, 배수



65배
20년동안
(1998~2019)

21%
20년 CAGR
(1998~2019)

10배
20년동안
(1998~2019)

11%
20년 CAGR
(1998~2019)

(자료: 법무부, 하나투어)

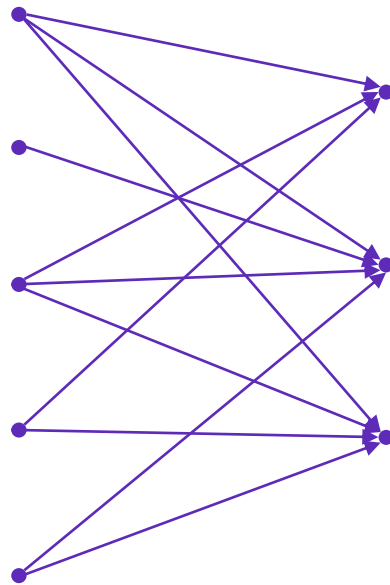
하나투어의 강점 및 경쟁우위

- 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**
8개의 해외 자회사, 261개의 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)
여행산업부분 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 설립
(국진여행사)



1993

1999

첫번째 해외지사 설립(방콕)

여행업 최초로 증시상장(코스닥)



2000

2006

런던증권거래소 상장 (DR)

코스피 이전상장



2011

2017

하나투어 재팬 상장 (동경거래소)



IMM PE
최대주주로서 경영참여



2019

하나투어 여객자수 트렌드

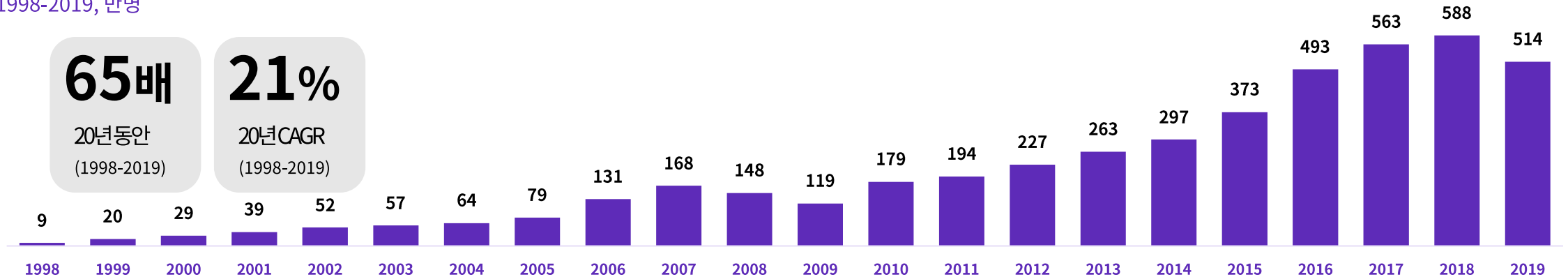
1998-2019, 만명

65배

20년동안
(1998-2019)

21%

20년 CAGR
(1998-2019)





이사회 및 지분구조

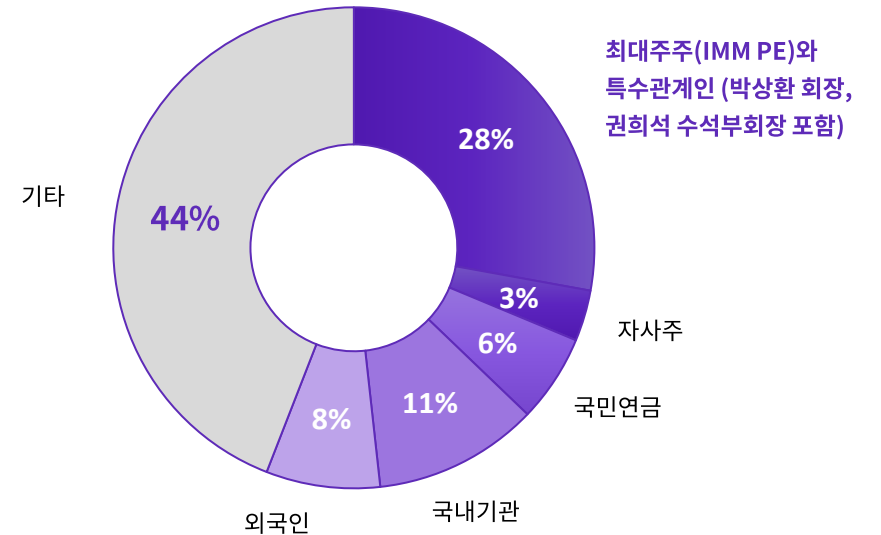
하나투어 이사회

사내이사 4인, 사외이사 4인, 기타비상무이사 3인

구분	성명	경력
사내이사	박상환	하나투어 회장
	권희석	하나투어 수석부회장
	송미선	하나투어 대표이사 사장
	류창호	하나투어 공급본부 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

지분구조

2022년 말 기준, %



이사회내 위원회

감사위원회, ESG 위원회, 사외이사후보추천 위원회, 보상위원회

감사위원회	ESG 위원회	사외이사후보추천 위원회	보상위원회
김문현 한상만 유혜련 장인환	송미선 한상만 유혜련	박상환 김영호 김문현 장인환	김영호 장인환 유혜련



자회사 현황

연결대상 종속법인

2023년 1분기 기준 총 19개 (국내 9개, 해외 10개), %

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 (10)		
회사명	지역	지분율(%)
HANATOUR EUROPE LTD	영국, 런던	70
HANATOUR JAPAN CO.,LTD (주)유아이관광버스 (100%) (주)아레그룩스 TM 호텔 메니지먼트 (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 SERVICE (M) SDN BHD	말레이시아, 사바주	100
HANATOUR VIETNAM COMPANY LIMITED	베트남, 호치민	85

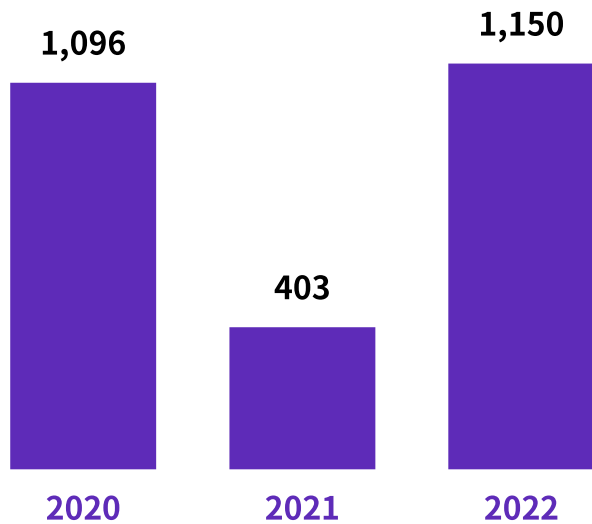
연간 영업실적

- 2022년 연간 매출(영업수익)은 전년 대비 186% 증가한 1,150억원으로 코로나 이후 최고치를 기록
- 영업이익(손실)과 당기순이익(손실)은 전년 대비 각각 21%, 8% 증가(감소)한 -1,012억원, -646억원으로 코로나 이후 최저치를 시현
- 하반기부터 해외 관광 재개가 본격화 됨에 따라 외형 성장 및 영업손실 축소

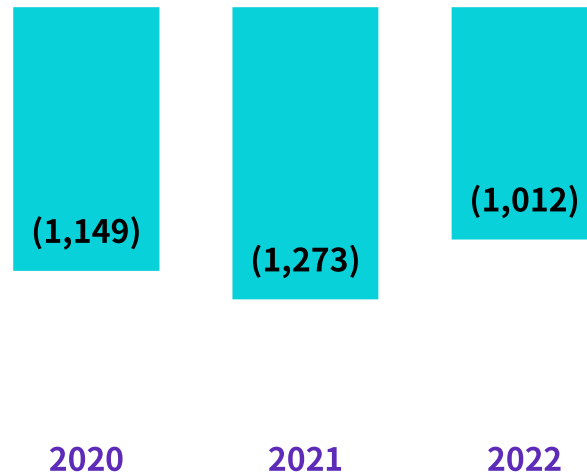
연간 실적

2020년 - 2022년, 억원

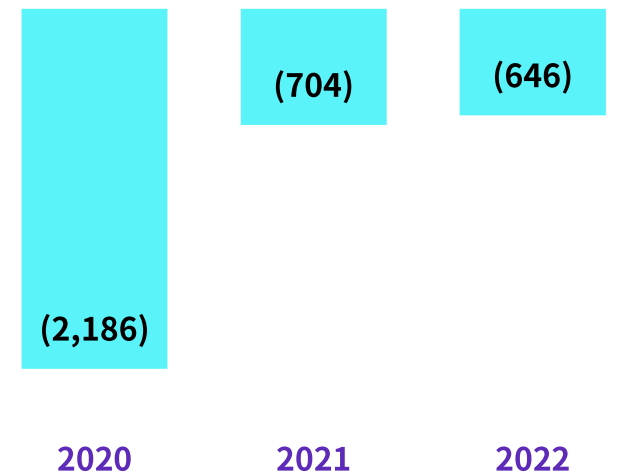
■ 매출(영업수익)



■ 영업이익(손실)



■ 당기순이익(손실)



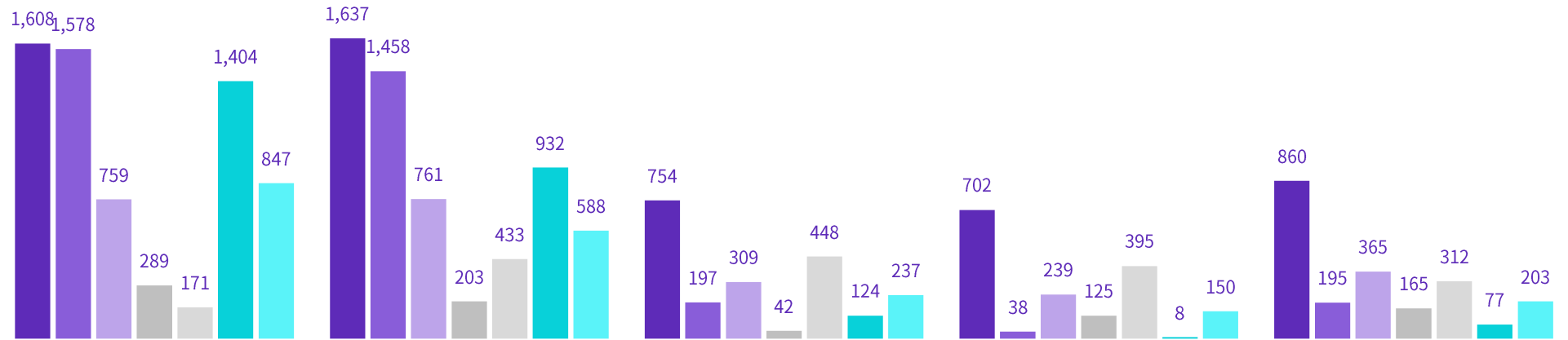
(IFRS 1115호 & 중단사업손익 반영)

연간 영업비용

영업비용 상세

2018 - 2022, 억원

■ 인건비
 ■ 여행비지급수수료
 ■ 기타지급수수료
 ■ 마케팅비
 ■ 감가상각비
 ■ 원재료 및 상품 매입액
 ■ 기타



(단위 : 억원)	2018		2019		2020		2021		2022	
	비용	매출액 대비 (%)	비용	매출액 대비 (%)	비용	매출액 대비 (%)	비용	매출액 대비 (%)	비용	매출액 대비 (%)
인건비	1,608	23%	1,637	27%	754	69%	702	174%	860	174%
지급수수료	2,337	33%	2,219	36%	506	46%	278	69%	560	69%
여행비지급수수료	1,578	23%	1,458	24%	197	18%	38	10%	195	10%
기타지급수수료	759	11%	761	12%	309	28%	239	59%	365	59%
마케팅비	289	4%	203	3%	42	4%	125	31%	165	31%
감가상각비	171	2%	433	7%	448	41%	395	98%	312	98%
원재료 및 상품 매입액	1,404	20%	932	15%	124	11%	8	2%	77	2%
기타	847	12%	588	10%	237	22%	150	37%	203	37%
합계	6,655	95%	6,013	98%	2,111	193%	1,656	411%	2,177	411%

(대손상각비 제외, IFRS 1115호 & 중단사업손익 반영)

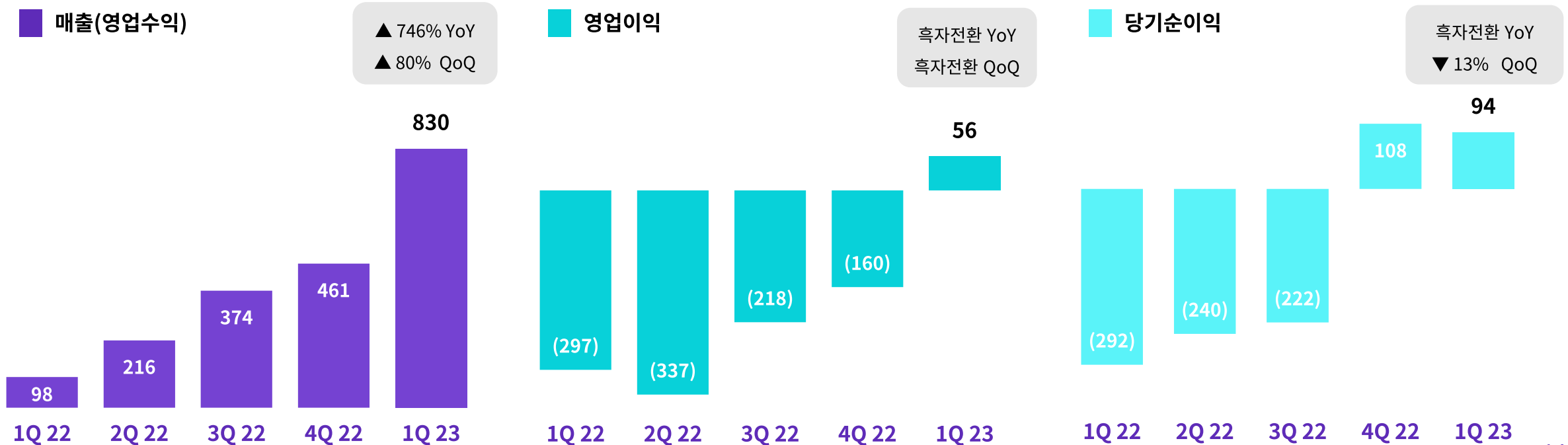


분기 영업실적

- 1분기 매출(영업수익)은 전년 동기 대비 746%, 전분기 대비 80% 증가한 830억원으로 코로나 팬데믹(20년 2분기) 이후 분기 최고 매출을 경신
- 영업이익은 56억원으로 19년 3분기 이후 약 3년 6개월만에 분기 흑자전환 성공. 19년 2분기 이후 분기 최대실적 달성
 - » 1) 작년 4분기부터 본격 시작된 해외여행 활성화, 2) 1분기 성수기 효과로 인한 송출객수 증가 및 평균 여행단가 상승, 3) 비용구조 효율화를 통한 영업비용 감소, 4) 온라인 채널 판매 비중 확대에 의한 수익성 개선이 주요
- 영업외이익은 39억원으로 이자이익, 채무면제이익(선수금 소멸시효만료), 환율효과 등으로 구성

분기 영업실적

2022년 1분기 - 2023년 1분기, 억원

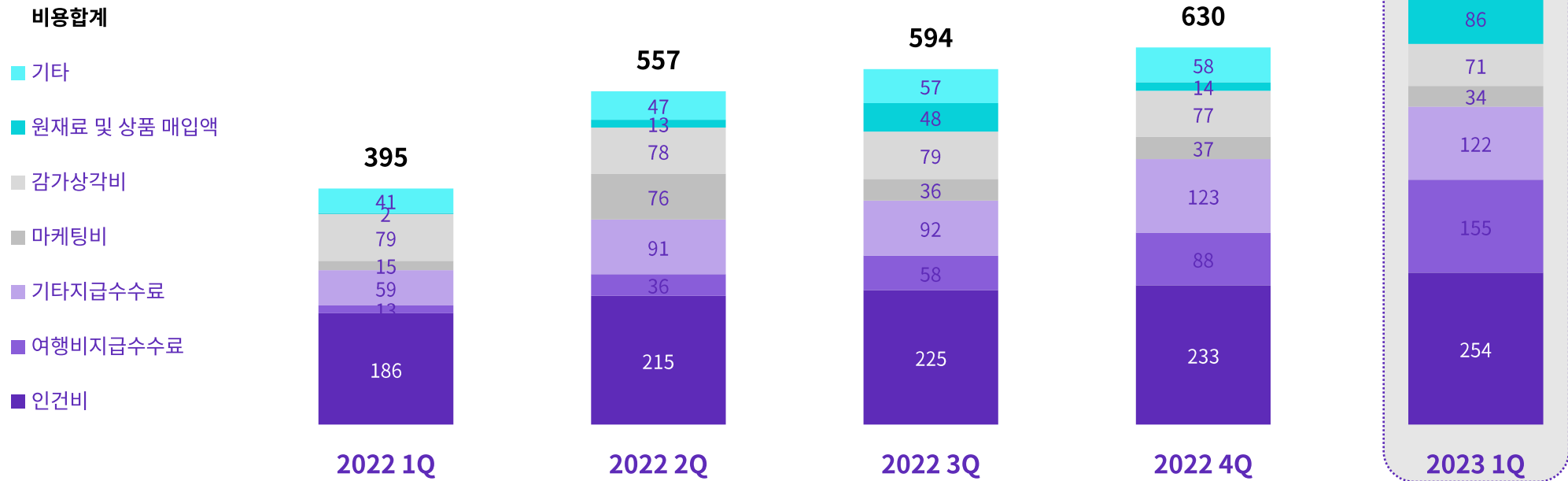


분기 영업비용

- 1분기 전체 영업비용은 전분기 대비 24% 증가한 784억원. 영업실적 호조에 따른 매출 변동비 증가가 주된 이유.
- 여행비지급수수료는 패키지 여행객 증가에 따라 전분기 대비 76% 증가한 155억원 기록.
 - » 온라인 패키지 판매비중 확대로 GMV대비 수수료율은 전분기와 유사한 5.6% 수준을 유지.
- 원재료 및 상품 매입액은 1분기 명절(설날) 성수기에 따른 항공권 및 호텔 등의 사입 물량 확대로 전분기 대비 500% 증가한 86억원 기록
- 인건비는 정기 급여인상에 따른 자연증가 및 주요자회사들(하나투어리스트, 유아이버스-일본)의 인력 증가에 따라 전분기 대비 9% 증가한 254억원을 기록

영업비용 상세 (대손상각비 제외)

2022년 1분기 - 2023년 1분기, 억원

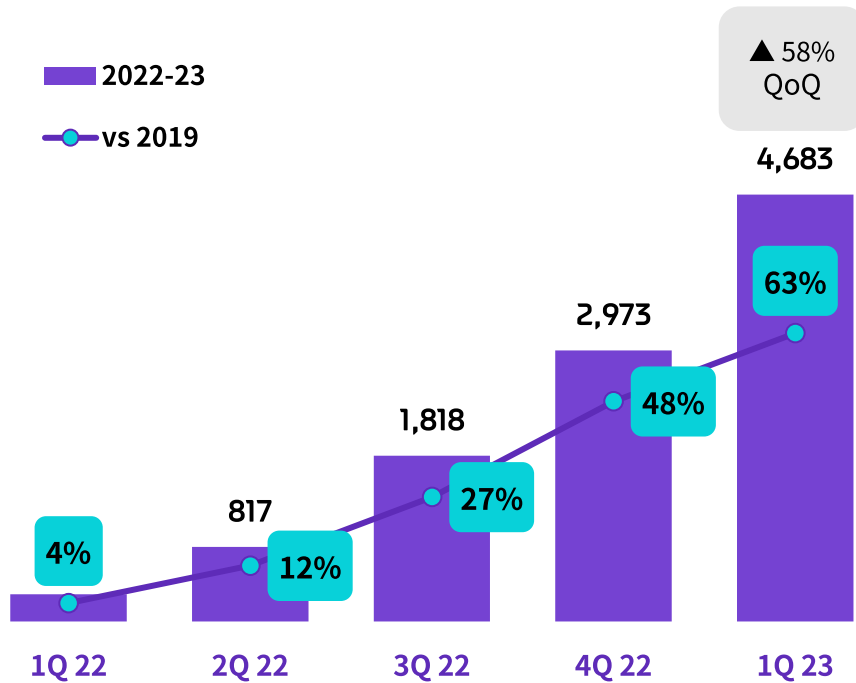


분기 출국자 동향

- 해외여행 활성화로 인한 관광목적의 출국수요 증가가 전체 출국자수 성장을 견인
- 1분기 대한민국 전체 출국자수는 전분기 대비 58% 증가, 코로나 이전인 2019년 동기 대비 63% 수준까지 회복
- 1분기 당사 전체 송출객 수는 전분기 대비 85% 증가, 코로나 이전인 2019년 동기 대비 37% 수준까지 회복

대한민국 출국자수 트렌드 (vs 2019년)

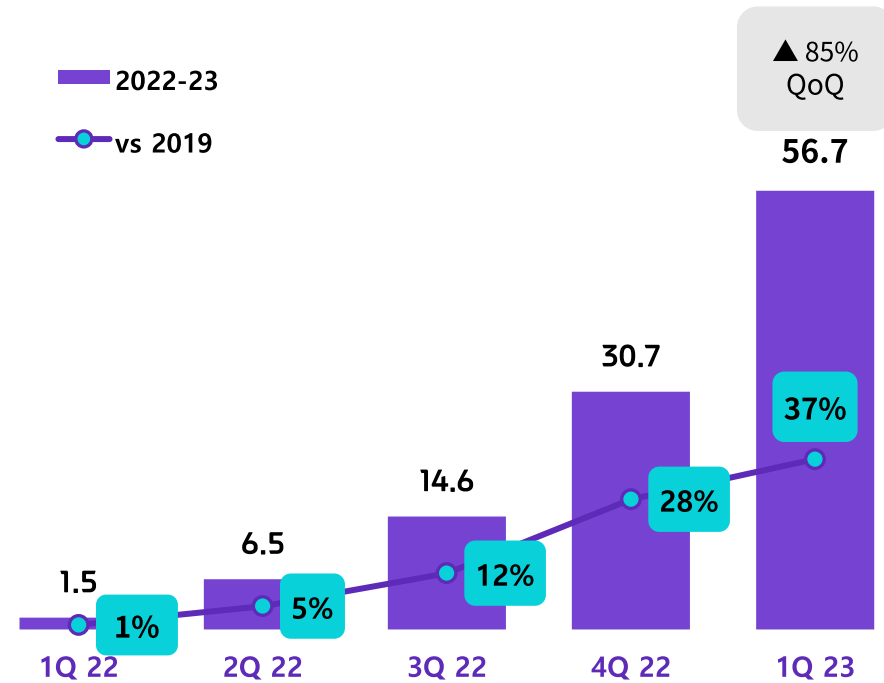
2022년 1분기 ~ 2023년 1분기, 만명(승무원 제외), %



(자료: 법무부)

2022년 하나투어 전체 송출객 트렌드 (vs 2019년)

2022년 1분기 ~ 2023년 1분기, 만명, %



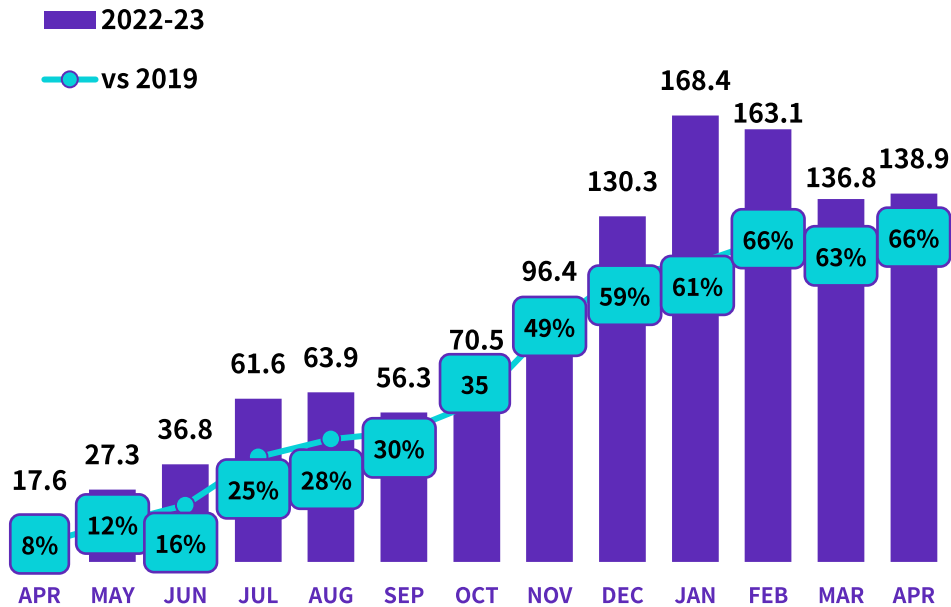
(자료: 하나투어)

월간 출국자 동향

- 2023년 4월 대한민국 전체 출국자수는 2019년 동월 대비 66% 수준까지 회복
- 2023년 5월 하나투어 패키지 송출객수는 2019년 동월 대비 38% 수준까지 회복 (전체 기준 46%)

대한민국 출국자수 트렌드 (vs 2019년)

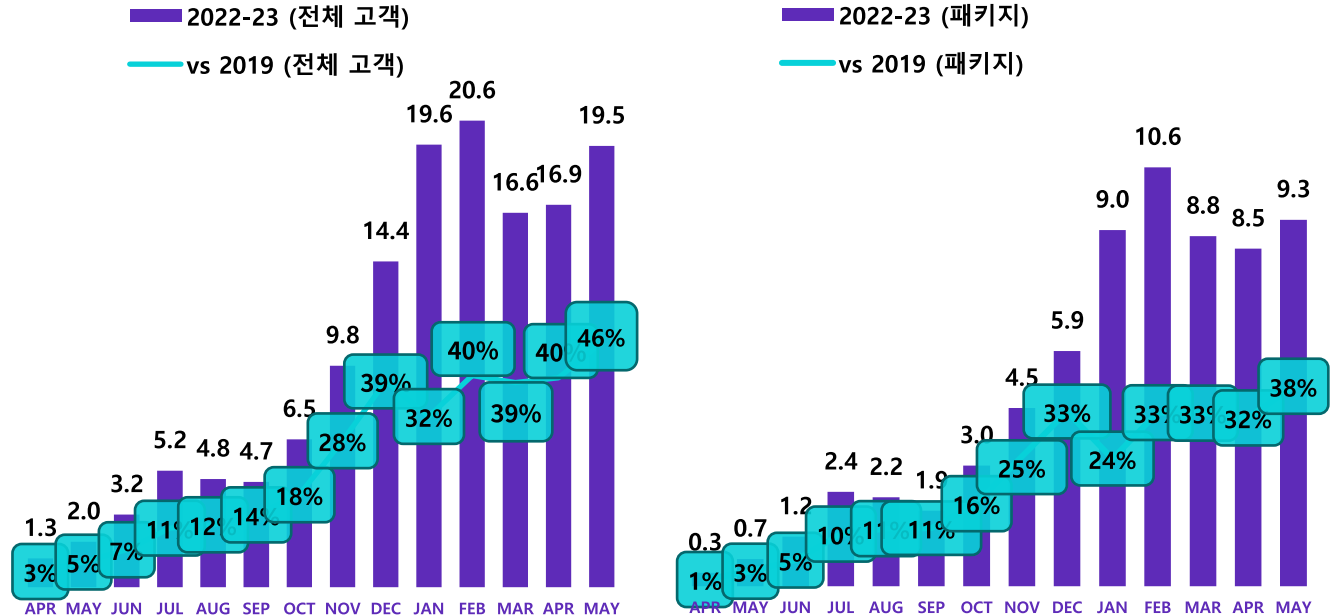
2022년 4월 ~ 2023년 4월, 만명(승무원 제외), %



(자료: 법무부)

하나투어 송출객 트렌드 (vs 2019년)

2022년 4월 ~ 2023년 5월, 만명, %



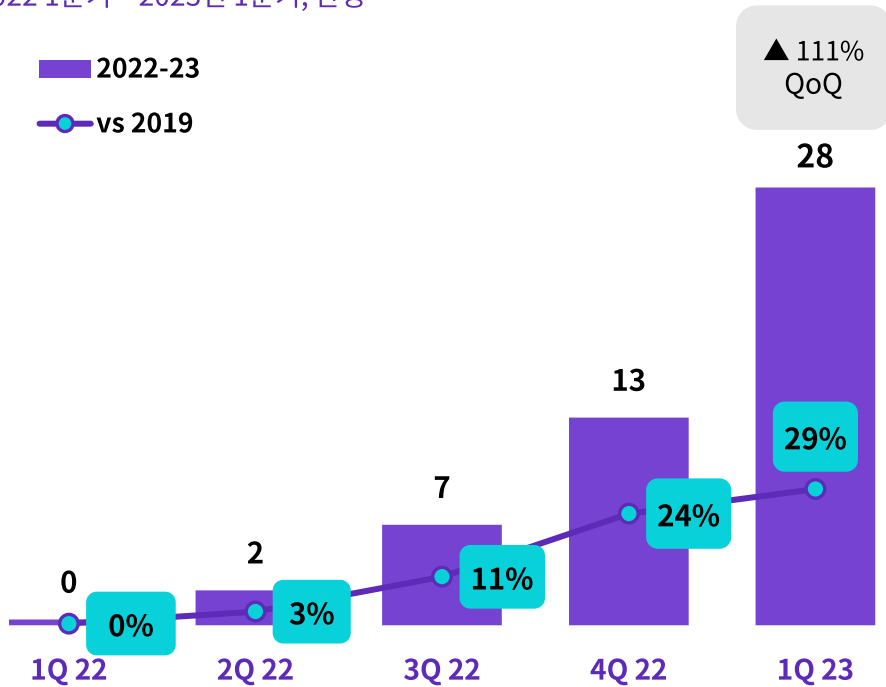
(자료: 하나투어)

패키지 송출객 및 수탁금(GMV)

- 1분기 패키지 송출객은 전분기 대비 111% 증가, 코로나 이전인 2019년 동기 대비 29% 수준까지 회복
 - » 4분기부터 본격 재개된 해외여행 활성화 및 1분기 성수기 효과가 반영되며 전분기 대비 크게 증가
- 1분기 패키지 수탁금은 전분기 대비 94% 증가, 코로나 이전인 2019년 동기 대비 48% 수준까지 회복
 - » 중고가 패키지 판매 호조 및 패키지 원가 상승으로 인해 수탁금 회복률이 송출객 대비 높은 회복세를 시현

패키지 송출객

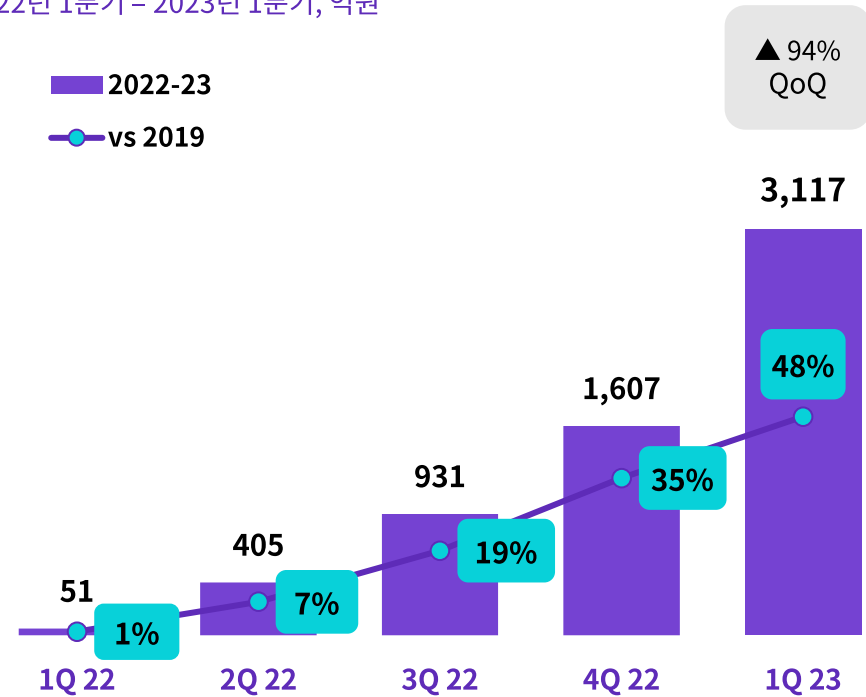
2022 1분기 - 2023년 1분기, 만명



(자료: 하나투어)

패키지 수탁금(GMV)

2022년 1분기 - 2023년 1분기, 억원



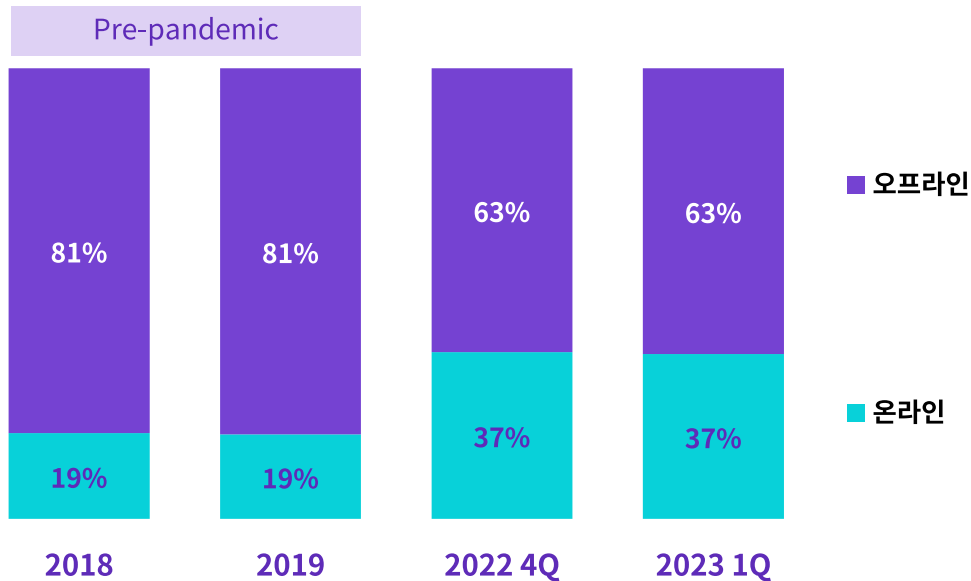
(자료: 하나투어)

패키지 온/오프라인 채널별 비중

- 온라인 채널 역량 강화로 코로나 이전 대비 온라인 판매 비중이 크게 증가
- 23년 1분기 패키지 온/오프라인 채널별 비중은 고객수 기준 37:63, 수탁금(GMV)기준 35:65를 기록
- 코로나 이전 (2018년, 2019년) 온/오프라인 채널별 비중은 고객수와 수탁금 모두 약 20:80 수준

고객수 기준 온/오프라인 비중

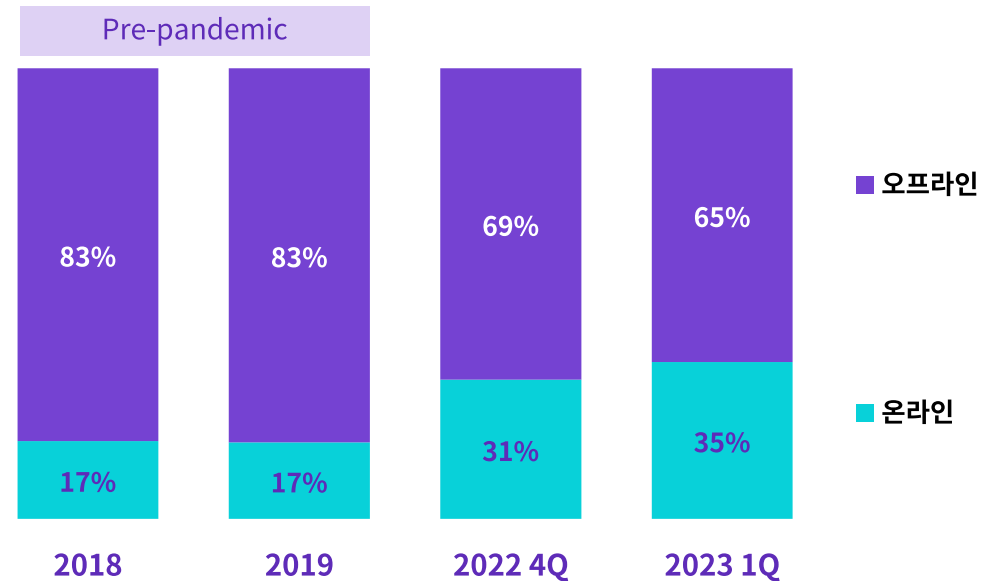
2018년 ~ 2023년 1분기, %



(자료: 하나투어)

수탁금(GMV) 기준 온/오프라인 비중

2018년 ~ 2023년 1분기, %



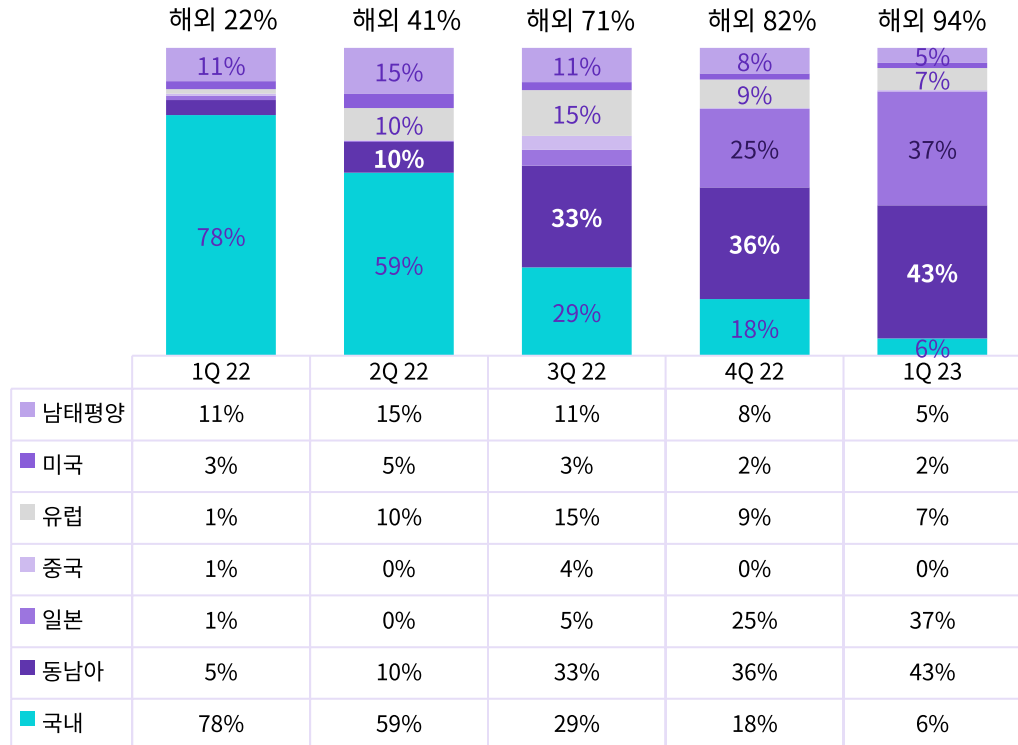
(자료: 하나투어)

패키지 지역별 비중

- 23년 1분기 고객수 기준 해외 패키지 비중은 94%로 전분기 82%대비 증가, 동남아와 일본이 각각 43%, 37%를 차지하며 근거리 위주 관광 수요가 전체 송출객수 성장을 견인
- 수탁금(GMV) 기준 해외 패키지 비중은 98%, 전체 지역별로는 동남아가 39%로 1위를 차지, 이어서 일본과 유럽이 각각 28%, 20%를 기록

패키지 지역별 비중 (인원)

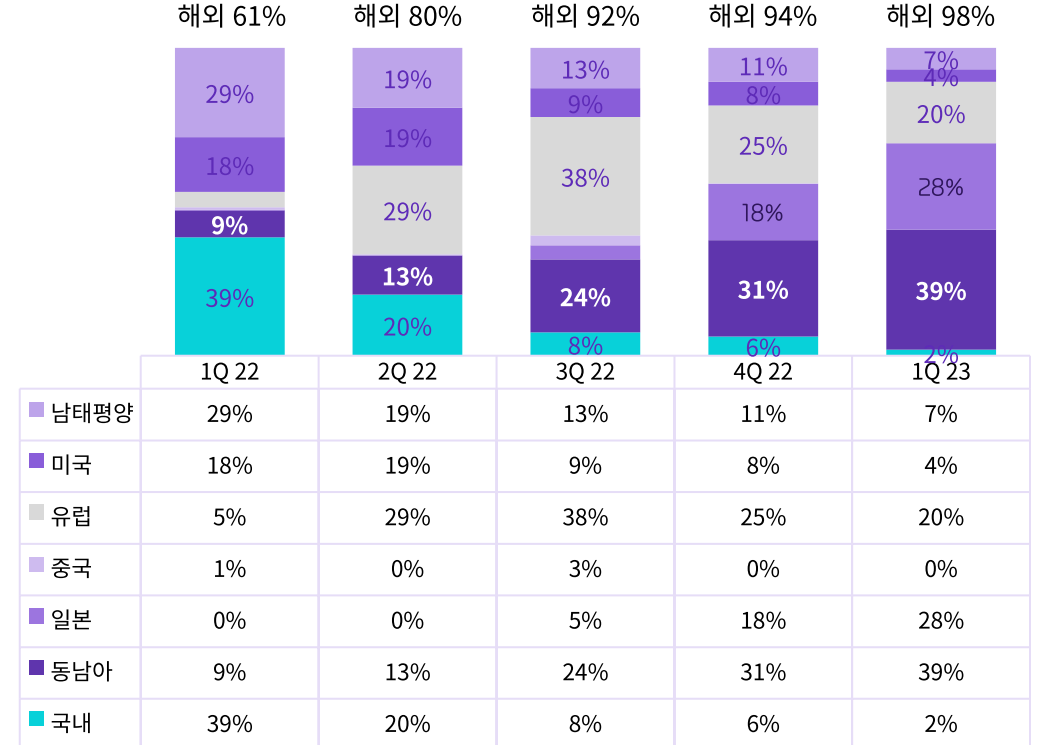
2022년 ~ 2023년 1분기, %



(자료: 하나투어)

패키지 지역별 비중 (총매출)

2022년 ~ 2023년 1분기, %



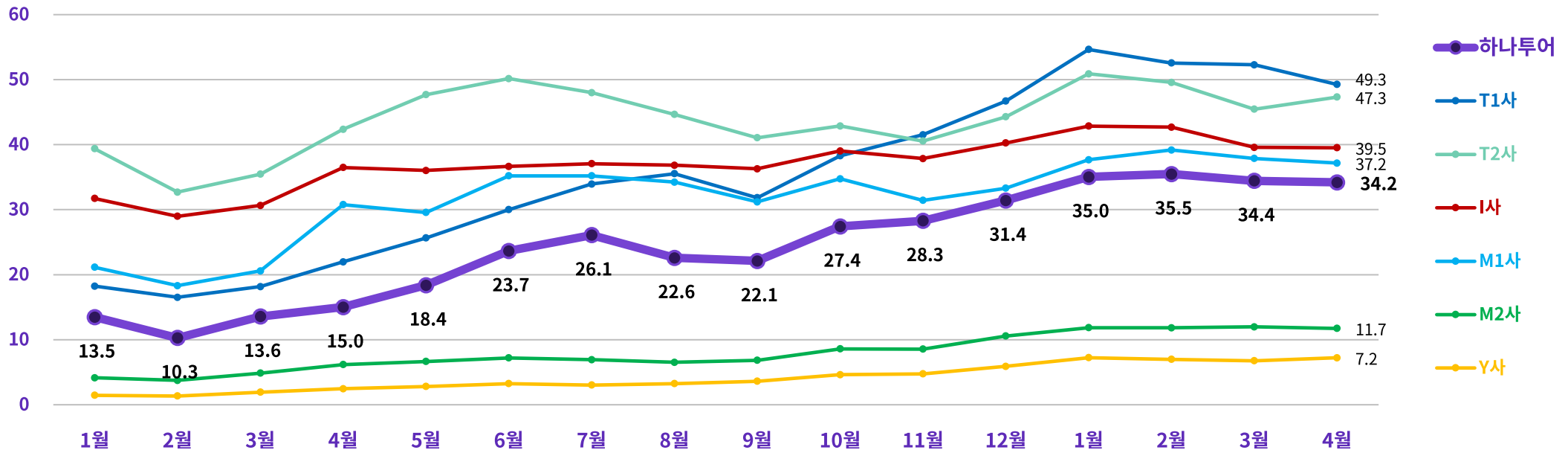
(자료: 하나투어)

하나투어 모바일 앱 이용자 현황

- 1분기 평균 하나투어 모바일 앱 월간사용자수(MAU)는 35만으로 전년 동기대비 182%, 전분기 대비 21% 증가
- 1분기 종합여행사 카테고리 MAU 5위를 기록 (모바일 인덱스 기준). 업황 회복에 따라 3, 4위 업체와의 격차를 축소하는 추세.
 - » 1) 여행수요 회복에 따른 모바일 앱 이용자수 증가, 2) 자체 앱 개발을 통한 앱의 편의성과 사용성 개선, 그리고 3) 하나투어만의 각종 여행 관련 콘텐츠 보강이 주요
- 상반기내 런칭 예정인 ‘로컬채팅(가제)’출시로 향후 지속적인 이용자수 증가를 전망

하나투어 모바일 앱 MAU 트렌드

2022년 1월 ~ 2023년 4월, 모바일인덱스 종합여행사 카테고리, 만명



(자료: 모바일인덱스)

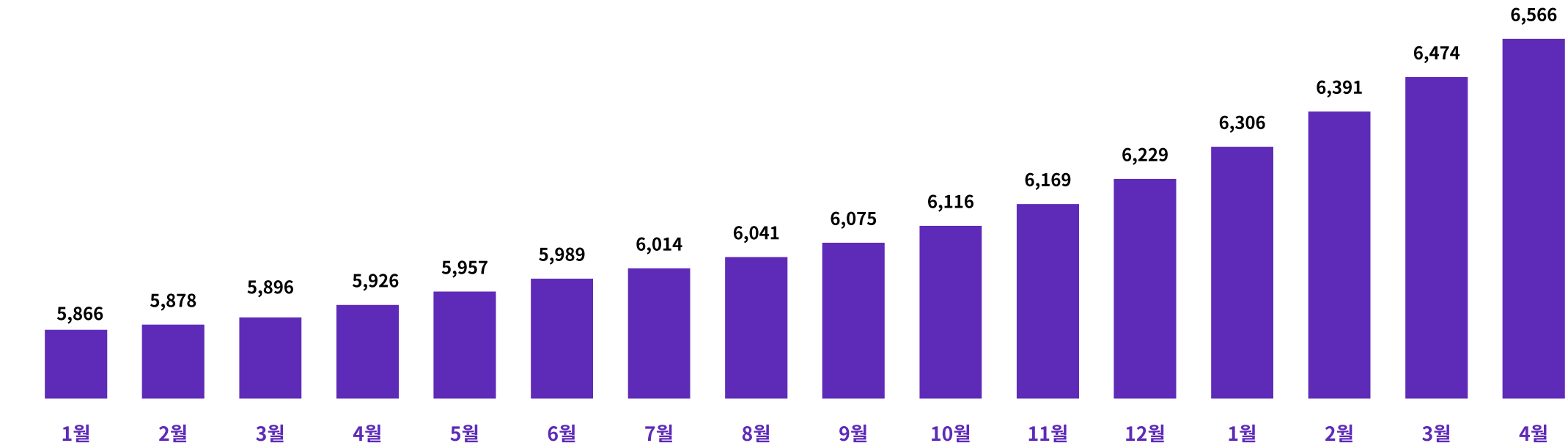
하나투어 온라인 총 회원수 현황

- 하나투어 온라인 총 회원수는 2023년 4월 현재 657만명 수준까지 도달하여 최고치를 경신 (2022년 연초 대비 12% 증가)

하나투어 온라인 회원수 트렌드

2022년 1월 ~ 2023년 4월, 천명

■ 하나투어 온라인 회원수



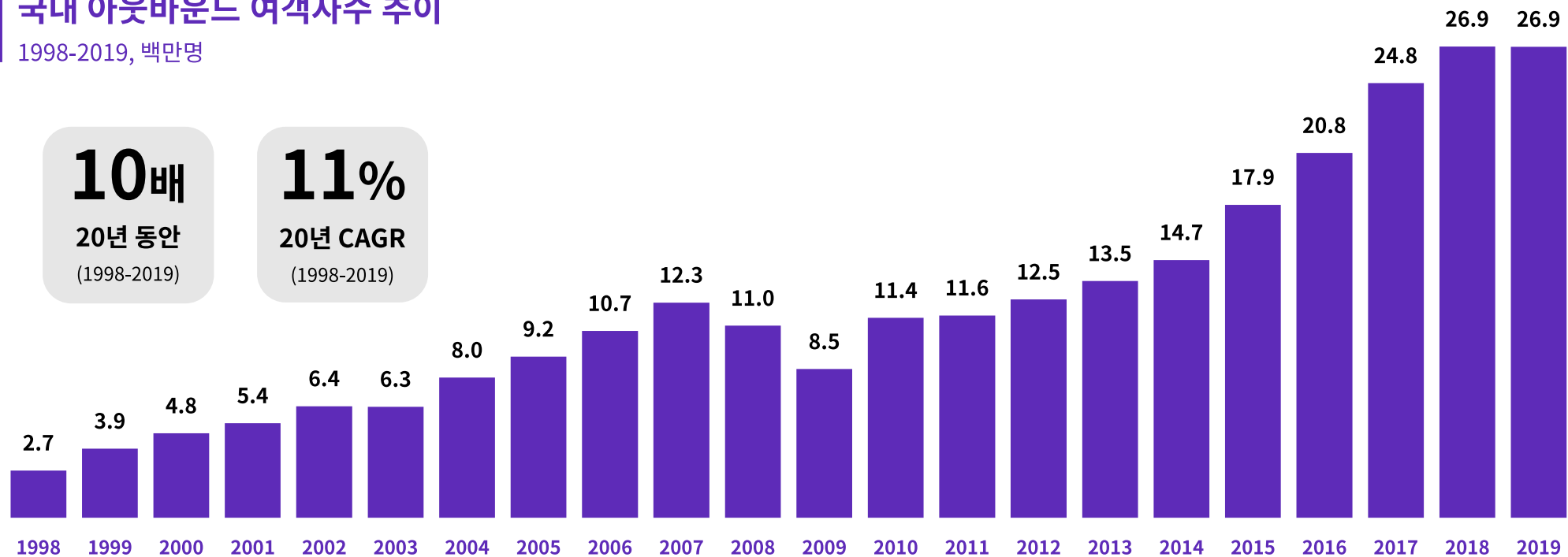
(자료: 하나투어)

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



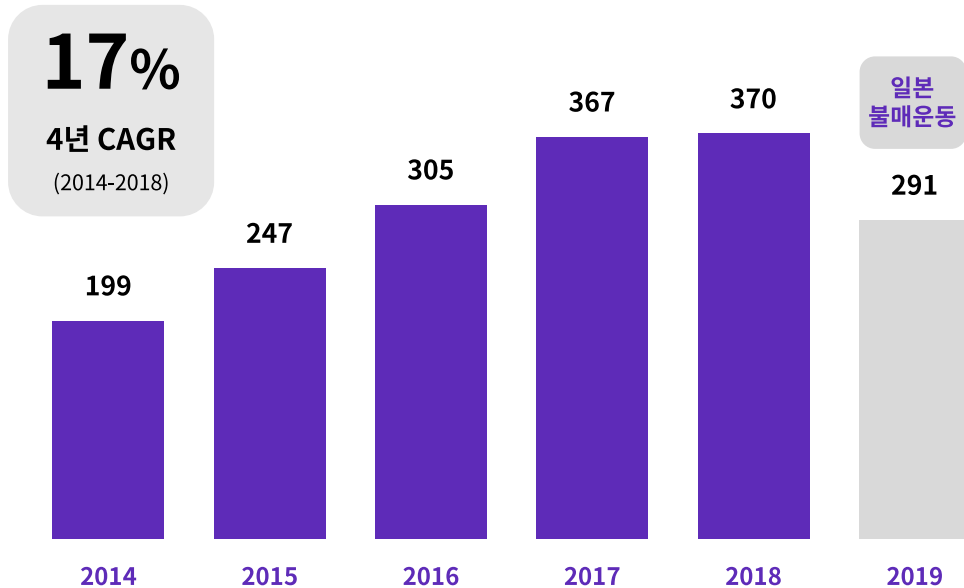
(자료: 법무부)

지속적으로 성장하는 패키지 여행시장

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

하나투어 패키지 여객 추이

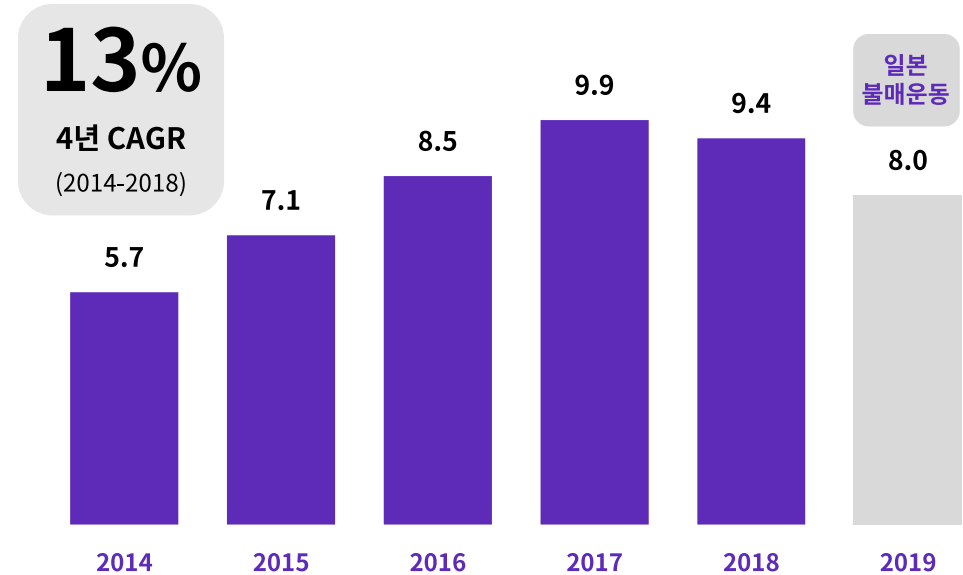
2014-2019, 만명



(자료: 하나투어)

국내 패키지 시장 여객자 추이

2014-2019, 백만명



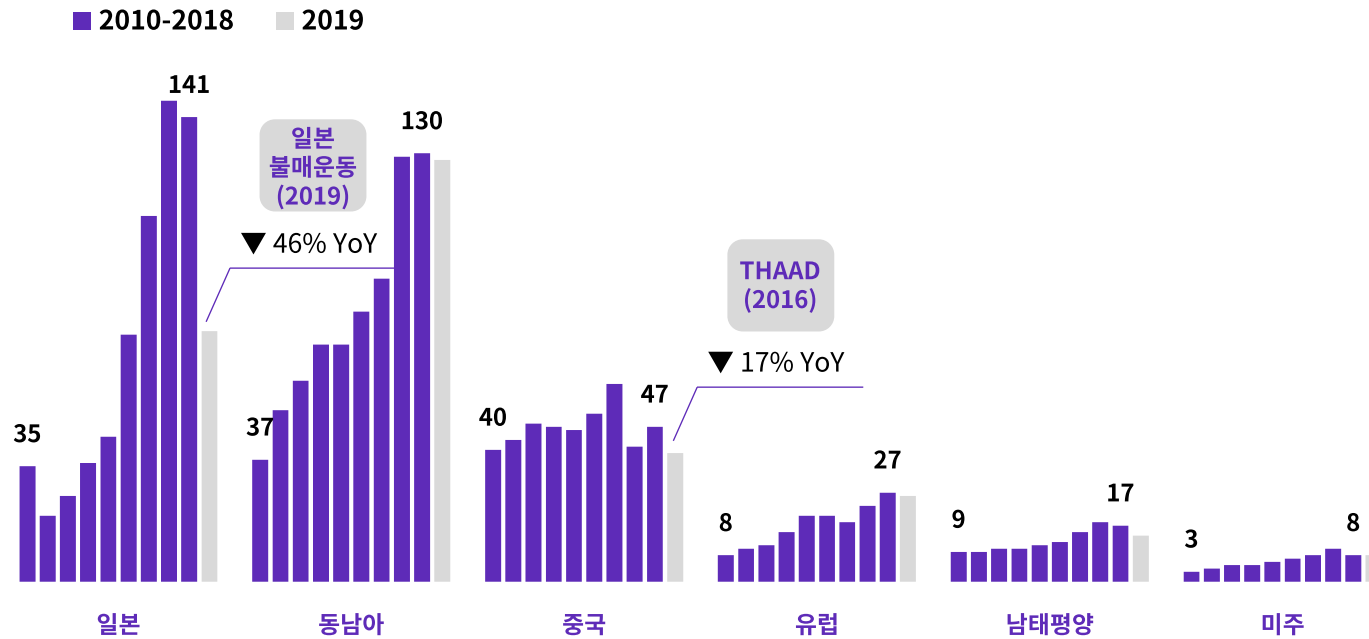
(자료: KATA, 하나투어)

2019년은 정치적 외부변수가 크게 작용

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

하나투어 패키지 고객 지역별 추이

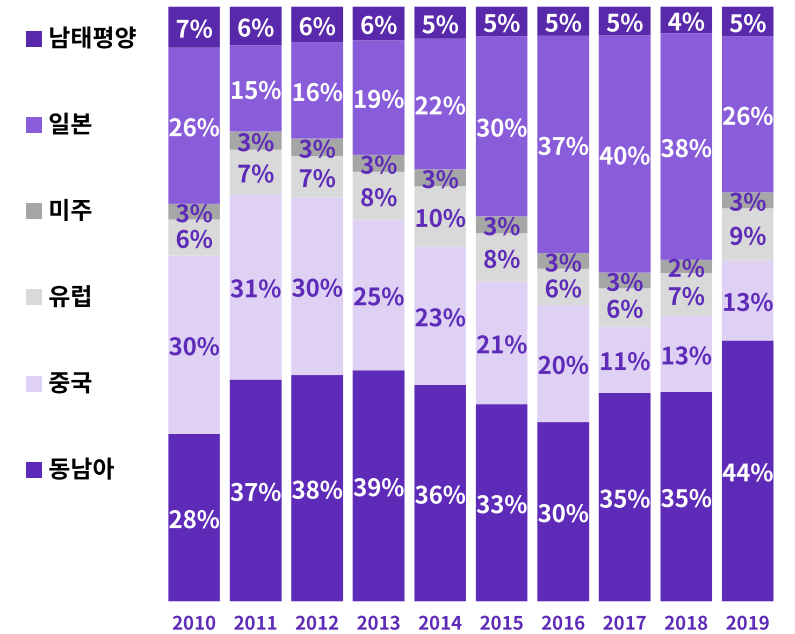
2010-2019, 만명



(자료: 하나투어)

하나투어 패키지 고객 지역별 비중

2010-2019, %



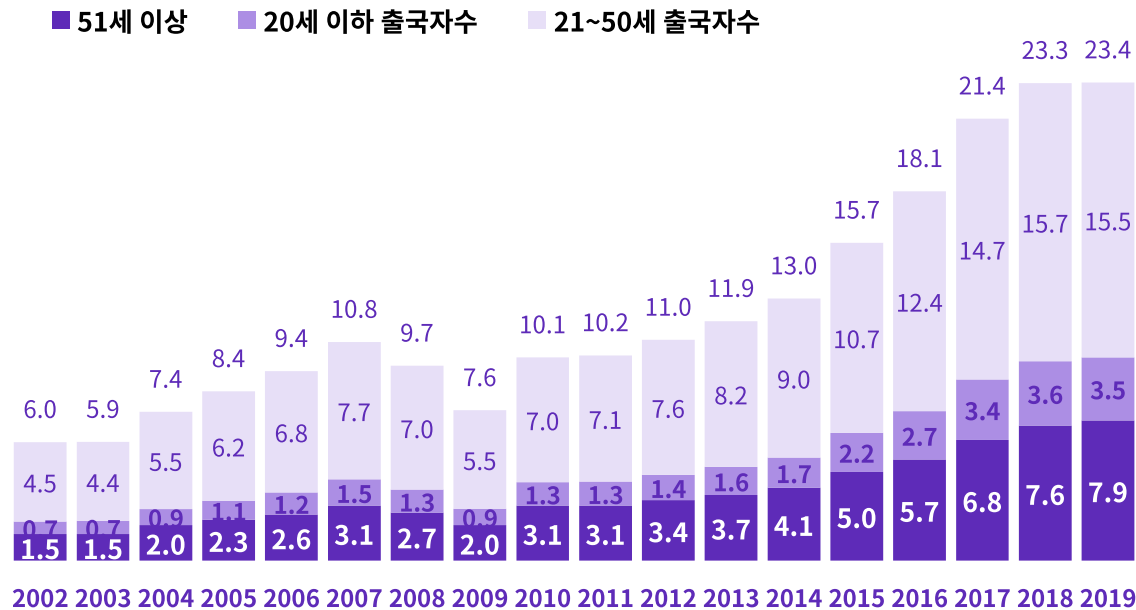
(자료: 하나투어)

패키지 여객의 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



'10-'19
CAGR
전체합계
+9.8%

+9.2%

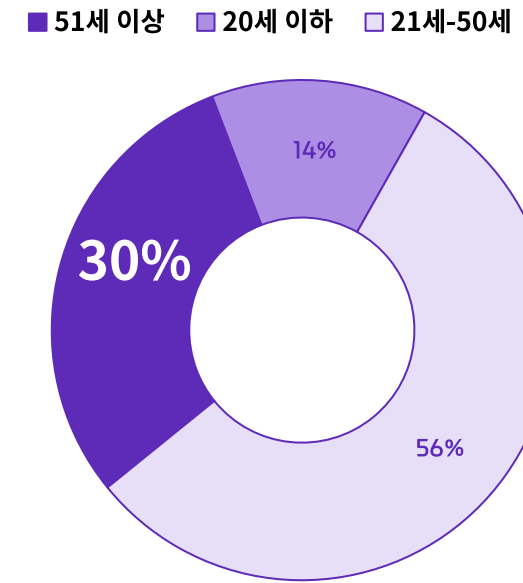
+11.6%

+11.0%

(자료: 법무부)

연령대별 출국자 비중

2002-2019, 승무원 제외, %



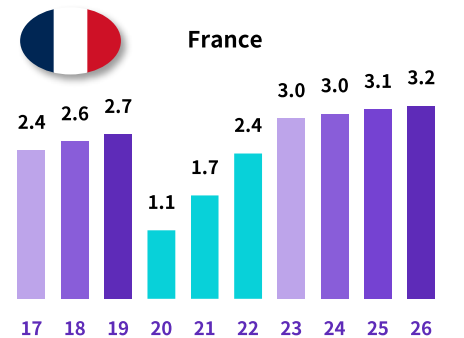
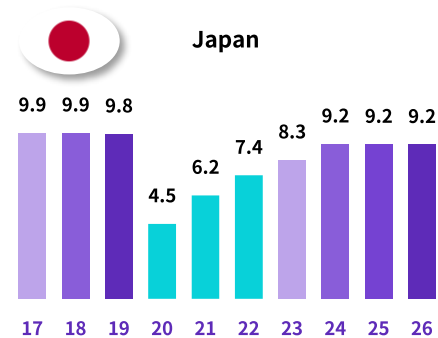
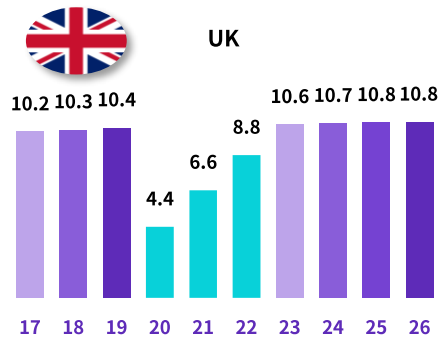
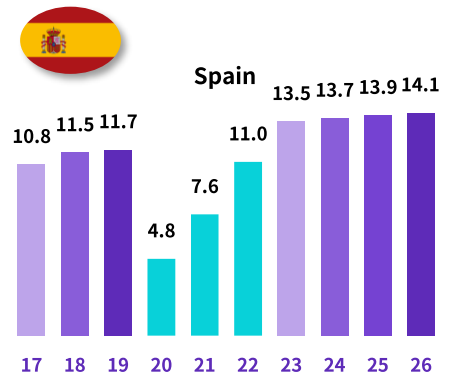
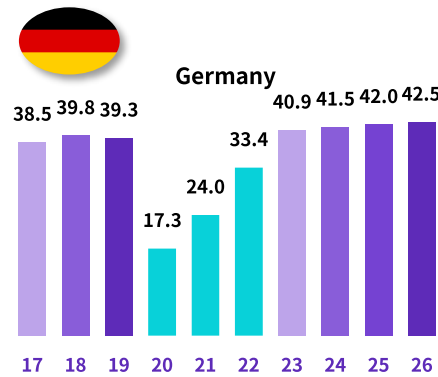
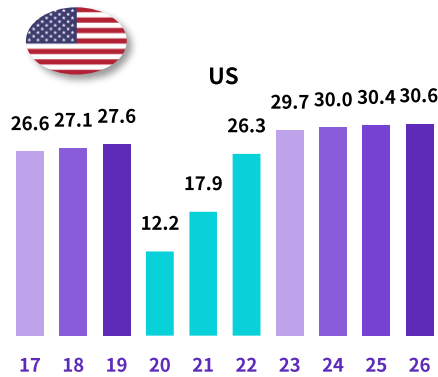
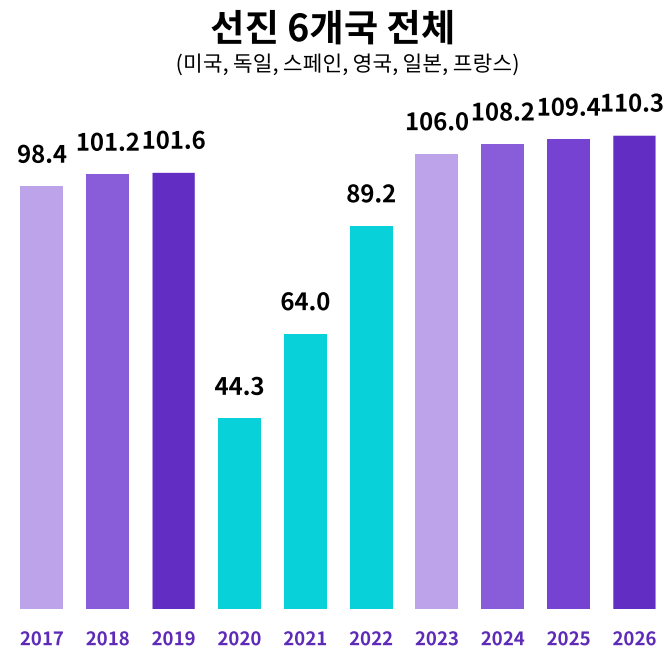
(자료: 법무부)

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



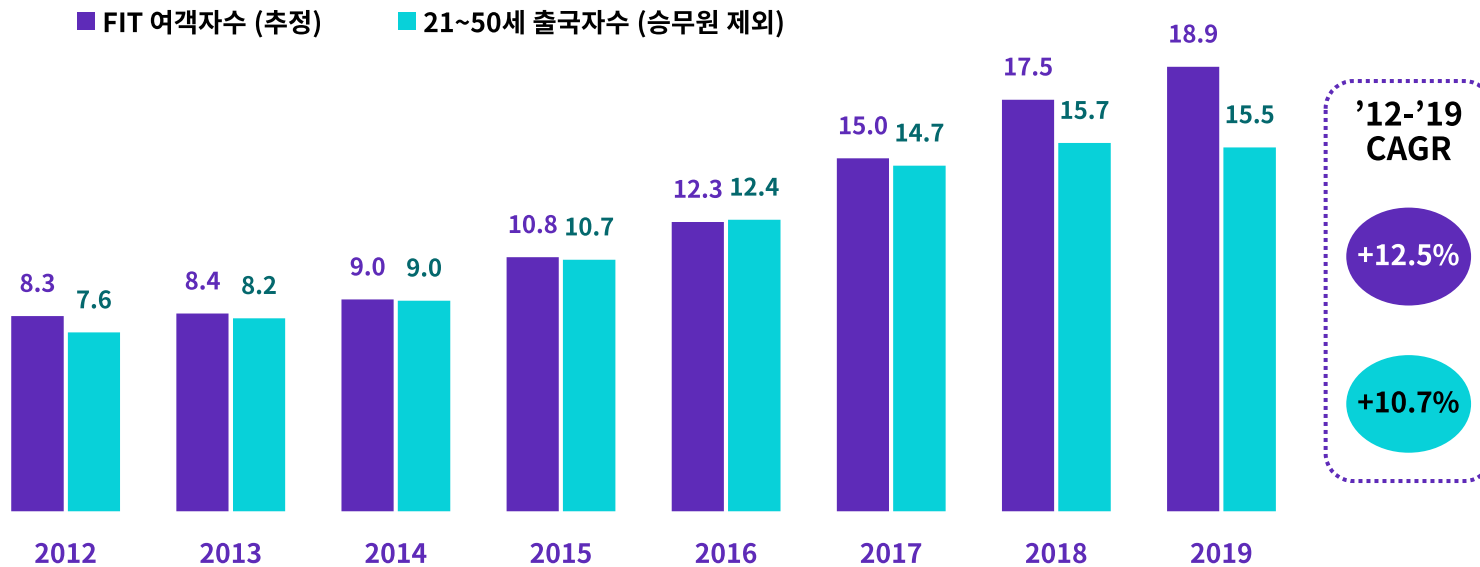
(자료: Statista)

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



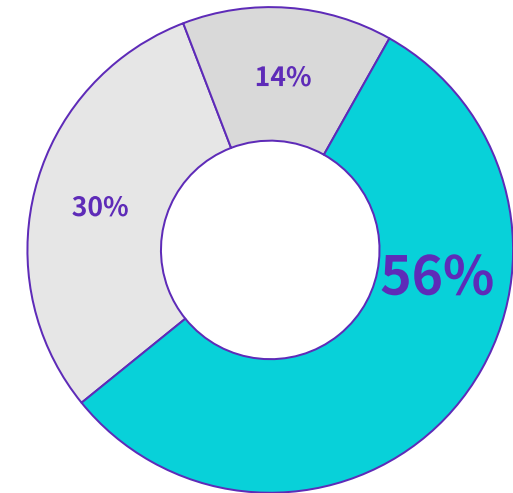
(자료: 법무부, KATA)

※ 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

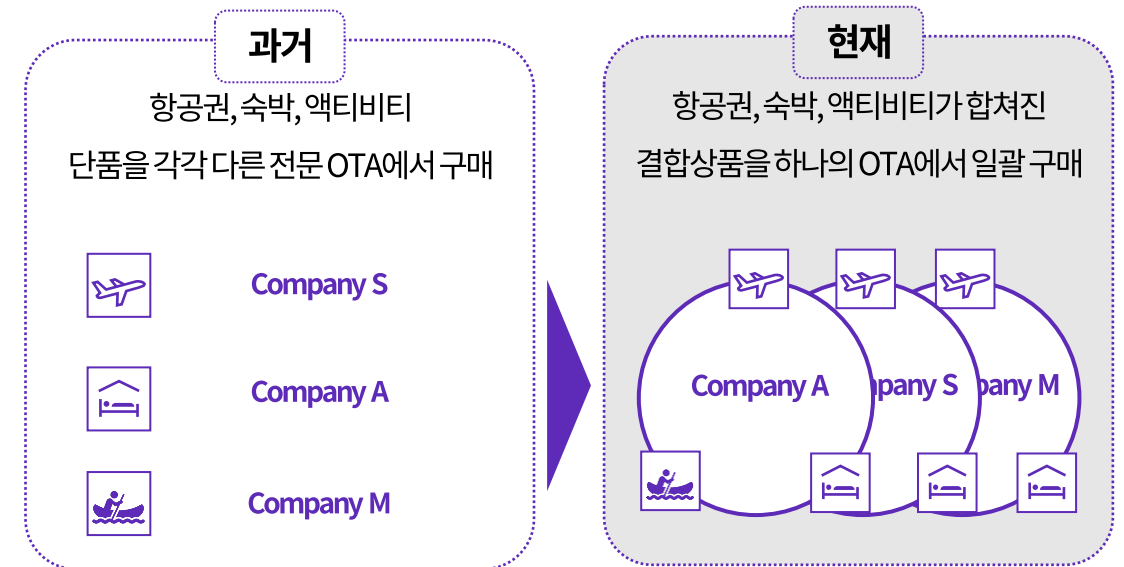
OTA의 취급 상품 확대

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

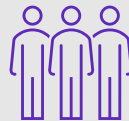
2 가치 소비



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

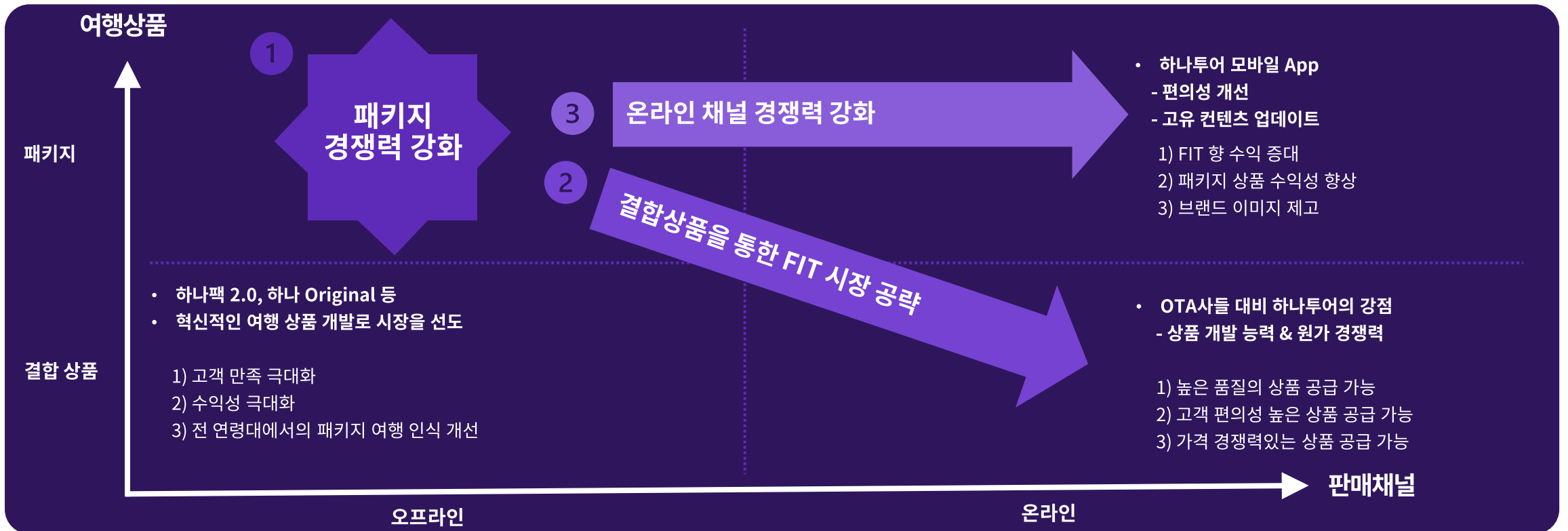
1) 패키지 상품 경쟁력 강화

2) 결합상품을 통한 FIT 시장 공략

3) 온라인 채널 경쟁력 강화

하나투어 전략적 방향성 3가지

상품 & 채널

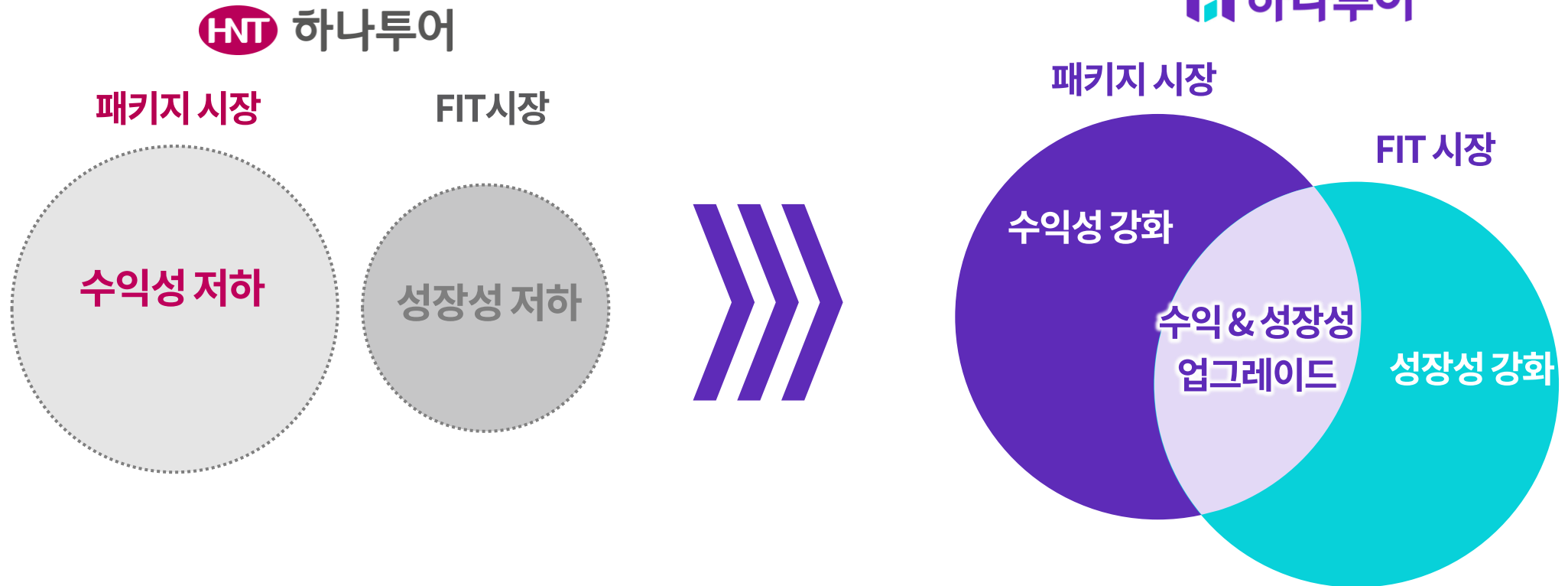


새로운 하나투어의 모습

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

하나팩 2.0 - 상품 등급 구분

프리미엄, 스탠다드, 세이브

	프리미엄	스탠다드	세이브
단체 쇼핑	X	X	O
선택관광	X	O	O
추가경비 <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 - 시내 중심 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



코끼리와 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



소규모, 맞춤형 럭셔리 여행상품 강화 (우리끼리 & ZEUSworld)

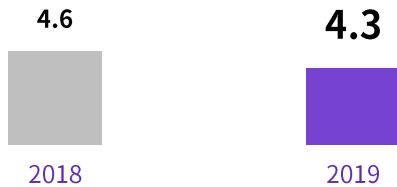
- 소규모 커뮤니티 여행을 원하는 고객을 위한 우리끼리,
- 최상급 맞춤형 럭셔리 여행을 추구하는 고객을 위한 ZEUSworld 출시

우리끼리 - 소규모 커뮤니티 여행

우리끼리 상품

평균 여행 동반자수 감소 추세를 반영하여
4명이면 출발 가능한 '우리끼리' 패키지 출시

평균 여행 동반자수 감소 추세-2018 vs 2019



우리끼리 패키지 상품 유형

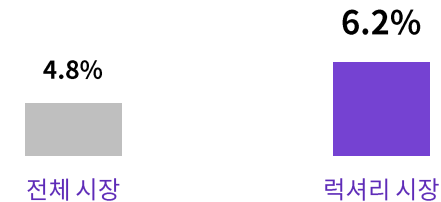


ZEUSworld - 1%를 위한 최상급 맞춤형 럭셔리 여행

ZEUSworld 상품

럭셔리 관광 시장 성장에 따라 상위 1%를 겨냥한
최상급 맞춤형 여행 패키지 'ZEUSworld' 출시

'15~'25년 관광시장 성장률 비교-전체 시장 vs 럭셔리 시장



ZEUSworld 패키지 특징

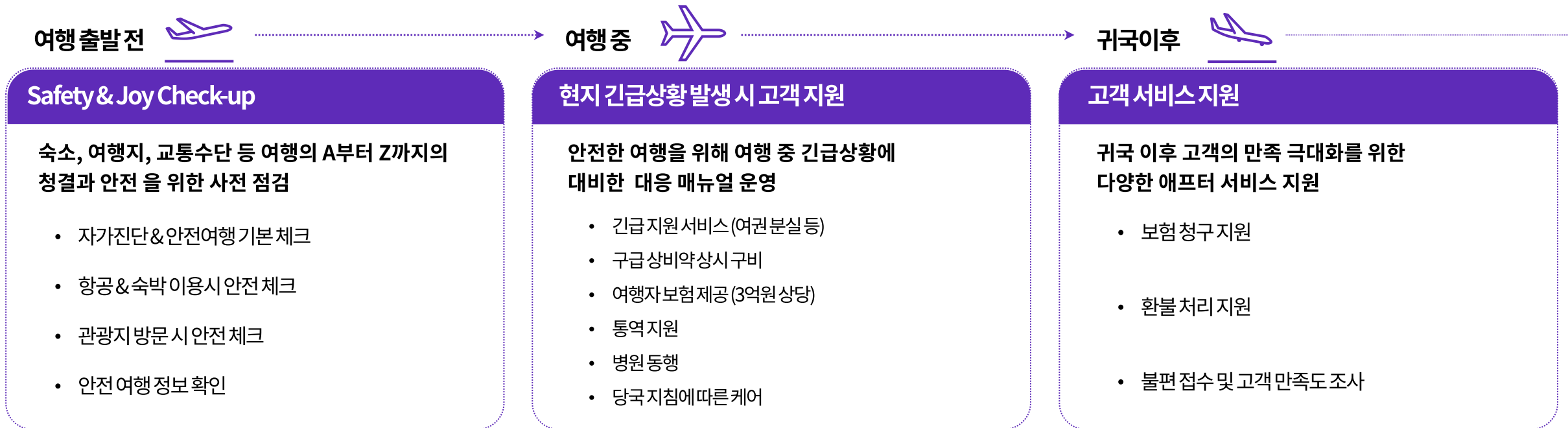


하나투어가 제공하는 안전한 여행 (Safety & Joy)

- 여행객들의 안전을 보증, 보장하는 하나투어만의 시스템을 업계 최초로 구축

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

Safety & Joy 구성



하나투어만의 결합상품

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

하나투어 모바일 App 전면 업그레이드

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

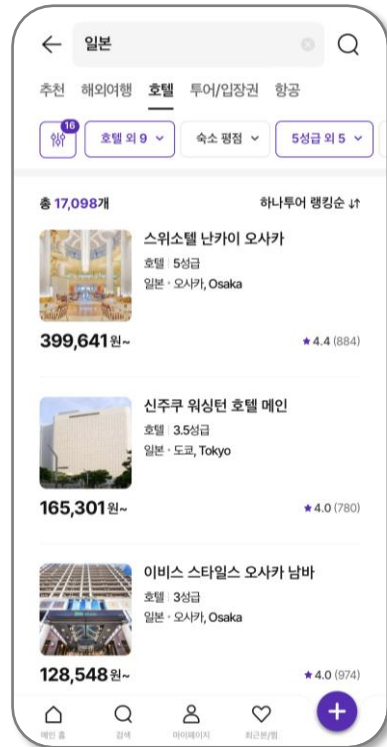
하나투어 모바일 App 전면 업그레이드

5가지 주요 업데이트 내용

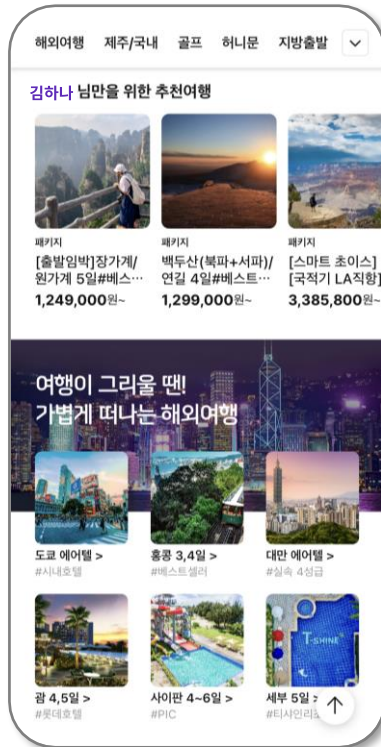
직관적 인터페이스



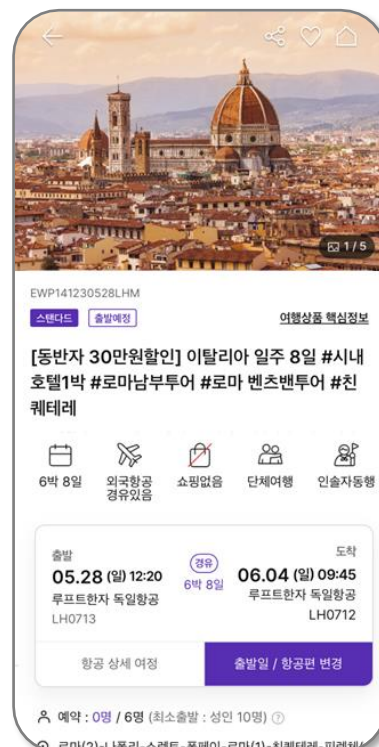
편리한 상품 검색



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

로컬채팅

(가제)

*23년 상반기 중 런칭 예정

- 여행객을 위한 지역 기반 채팅 기능

플레이스

- 여행지에 대한 방대한 정보 라이브러리 제공

플래너

- 직관적이고 편리한 인터페이스의 여행 플래너

하나 라이브

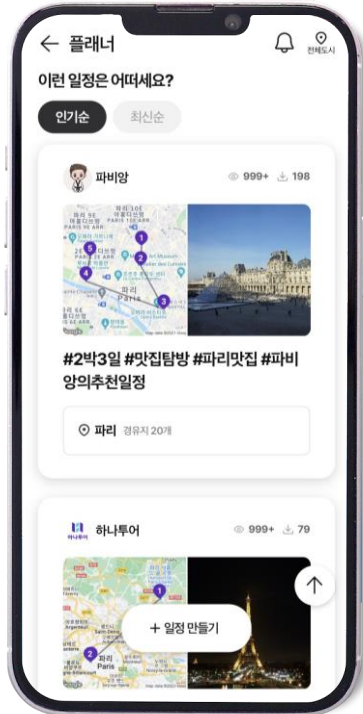
- 온라인 라이브 커머스

플래너

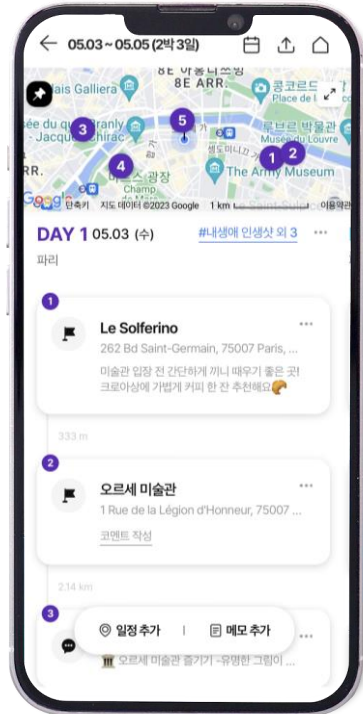
플래너

- 직관적이고 편리한 인터페이스를 갖춘 나만의 여행 플래너
- 체크인 일정, 비행 일정 등 다양한 요소를 고려하여 사용자가 직접 손쉽게 여행 플랜을 세울 수 있도록 기능 제공
- 자신의 여행 플랜을 다른 유저들과 손쉽게 공유할 수 있음
- 개별 유저들의 여행 플랜, 여행 선호도에 기반하여 개별 맞춤형 상품 추천이 가능해짐

풍성한 여행 플랜 라이브러리



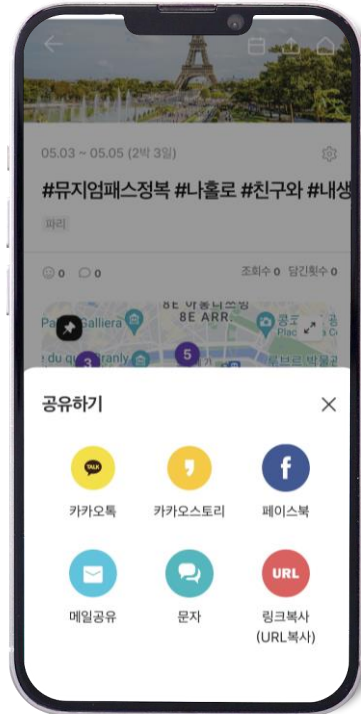
쉽고 직관적인 인터페이스



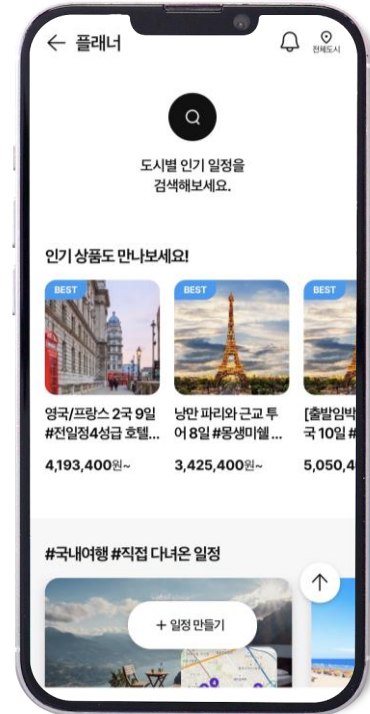
플랜 리뷰 및 평가 가능



쉽고 간편한 여행 플랜 공유



여행 플랜 맞춤 상품 추천



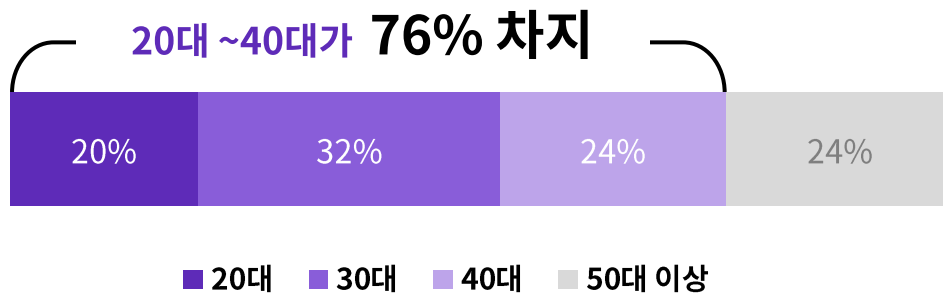
플래너 이용자의 76%는 젊은 고객층으로 구성, 이용자의 20%는 구매로 연결됨을 확인

- 플래너 이용자의 대다수는 20대에서 40대사이로 구성된 젊은 고객층으로 구성 (76%)
- 플래너 기능을 적극적으로 사용함으로써 증가된 사용자 참여는 실제 상품 구매로 이어짐을 확인 (20%)

플래너를 통해 여행플랜을 생성한 이용자의 76%는 MZ세대를 포함한 젊은 고객층으로 구성

플래너를 사용하여 여행 플랜을 생성한 이용자의 연령대별 분포도

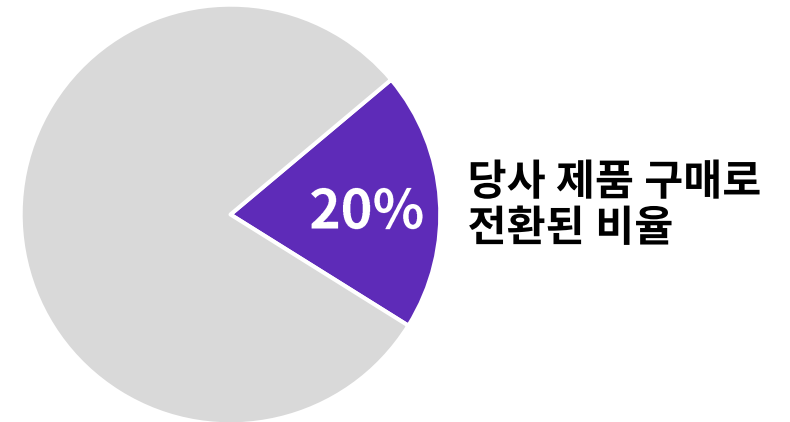
여행 플랜을 생성한 전체 이용자



플래너를 통해 여행플랜을 생성한 이용자의 20%가 실제 상품 구매로 연결

플래너를 사용하여 여행 플랜을 작성한 이용자의 구매 전환율

여행 플랜을 생성한 전체 이용자



플레이스

플레이스

- 풍부한 해외 현지 여행정보 라이브러리
- 고객의 관심 지역, 여행 계획이 있는 도시의 간단한 일반 정보, 대표 관광지, 추천 여행 스케줄 확인 가능
- 항공권, 숙소, 현지 투어 검색 및 하나투어가 제안하는 패키지 상품 정보 등 제공

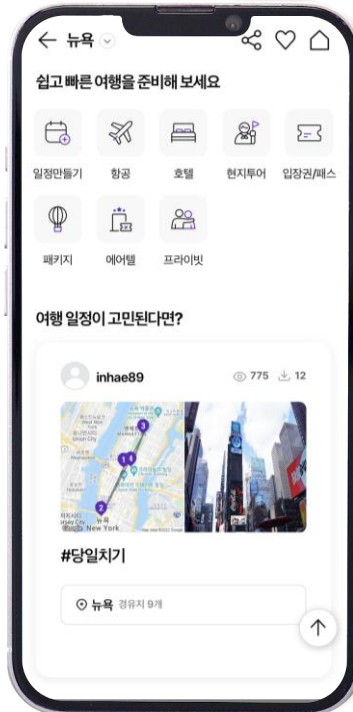
직관적인 인터페이스



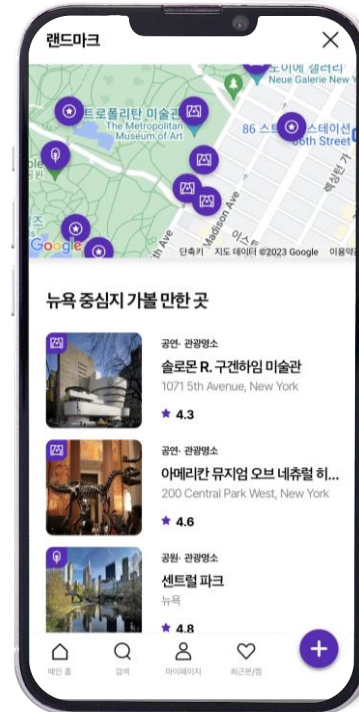
풍부하고 다양한 최신 현지 정보



쉽고 편리한 관련 상품 구매



현지 어트랙션 추천 기능



숙박 관련 스마트 큐레이션



하나 라이브

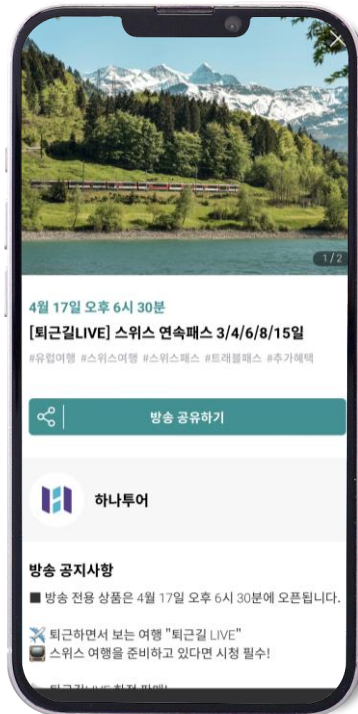
하나 라이브

- 온라인 라이브 커머스
- 온라인 전용 라이브 프로모션을 통한 특가상품 판매
- 랜드사, 인플루언서들과의 콜라보레이션을 통한 라이브 커머스 전용 상품 공급

높은 접근성의
라이브 커머스 페이지



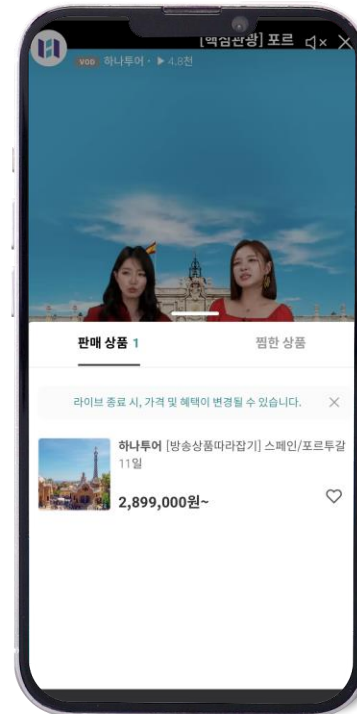
쉽고 간편한 라이브 방송
스케줄 공유



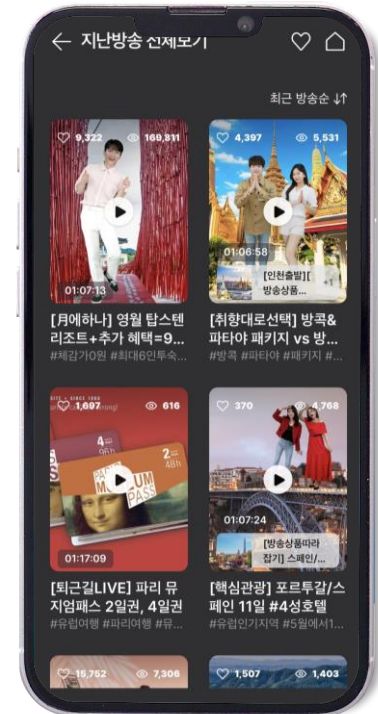
실시간 양방향
커뮤니케이션



라이브 커머스 전용
특별 상품 판매



지난 방송 다시보기 기능





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



하나투어 리브랜딩 전략

CI 변경 & 마케팅



새로운 브랜드 슬로건

“꿈꾸는 대로, 펼쳐치다”



IV. 별첨



재무상태표

(단위 : 억원)

연결

	2021	2022	2023 1Q
유동자산	1,662	2,705	3,016
비유동자산	2,644	1,849	1,946
자산총계	4,306	4,554	4,962
유동부채	1,725	2,328	2,530
비유동부채	2,003	1,230	1,354
부채총계	3,728	3,557	3,884
자본금	70	80	80
기타불입자본	299	1,329	1,329
기타자본구성요소	19	26	23
이익잉여금	465	-203	-122
비지배주주지분	-276	-236	-231
자본총계	578	997	1078
부채 및 자본총계	4,306	4,554	4,962

별도

	2021	2022	2023 1Q
유동자산	862	2025	2,317
비유동자산	1,286	1,158	1,239
자산총계	2,148	3,183	3,556
유동부채	921	1,625	1,815
비유동부채	22	59	166
부채총계	943	1,683	1,981
자본금	70	80	80
기타불입자본	165	1,195	1,195
기타자본구성요소	-0.09	-0.9	-0.9
이익잉여금	971	225	301
자본총계	1,205	1,500	1,576
부채 및 자본총계	2,148	3,183	3,556

손익계산서

(단위: 억원)

연결

	1Q 21	2Q 21	3Q 21	4Q 21	FY 21	1Q 22	2Q 22	3Q 22	4Q 22	FY 22	1Q 23	FY 23
영업수익	70	89	115	129	403	98	216	374	461	1,150	830	830
영업비용	487	328	380	481	1,676	395	553	592	621	2,162	774	774
영업이익	-417	-239	-265	-352	-1,273	-297	-337	-218	-160	-1,012	56	56
영업외수익	23	38	785	287	1,132	20	154	40	253	466	53	53
영업외비용	34	215	38	325	612	14	63	37	29	143	14	14
법인세비용차감전이익	-428	-417	481	-390	-753	-291	-246	-216	64	-689	95	95
법인세비용	0	4	1	-52	-48	2	-5	6	-44	-41	2	2
당기순이익	-432	-423	494	-343	-704	-292	-240	-222	108	-646	94	94
지배지분순이익	-380	-393	503	-170	-440	-265	-283	-209	88	-668	80	80
비지배지분순이익	-53	-30	-9	-173	-265	-27	42	-13	20	22	15	15

별도

	1Q 21	2Q 21	3Q 21	4Q 21	FY 21	1Q 22	2Q 22	3Q 22	4Q 22	FY 22	1Q 23	FY 23
영업수익	20	28	23	37	108	26	100	233	304	663	654	654
영업비용	343	194	235	311	1,083	265	409	438	456	1,568	619	619
영업이익	-323	-166	-212	-275	-975	-239	-309	-205	-152	-905	36	36
영업외수익	15	33	773	26	847	26	15	34	249	324	52	52
영업외비용	15	64	47	180	307	4	41	7	144	196	12	12
법인세비용차감전이익	-323	-197	513	-428	-435	-216	-335	-178	-47	-777	75	75
법인세비용	-1	1	0	-48	-48	0	-2	0	-29	-31	0	0
당기순이익	-323	-198	513	-380	-387	-216	-333	-178	-18	-746	75	75



하나투어