

# 월간 실적보고

## 2015.06

### Summary of 2015 Jun

#### 1. 해외 총 송객인원 (패키지+티켓) **24.6%** 성장

- 패키지 **12.7%** / 티켓 **48.8%** YOY 성장

패키지 **9개월 연속 2자리수 YOY 성장률** (인원 **7.7**만명)

티켓 **11개월 연속 2자리수 YOY 성장률** (인원 **5.1**만명)

#### 2. 일본 **70%** / 유럽 **16.1%**

- 일본 역대 **6월 중 최고 실적** (최대 송객인원 / 최고 YOY 성장률)
- 유럽 **23개월 연속 2자리수 YOY 성장률**

### 6월 : 아쉽지만 예상보다 양호한 실적

6월 패키지과 티켓 합산 성장률 24.6%, 송출인원 12.8만명으로, 올해 다른달과 마찬가지로 전년 동월 기록을 2자리수 성장률로 갱신하는 모습을 보였습니다. 6월은 급확산된 MERS 공포로 인해 실적급락의 우려가 있었습니다. 그러나, 연간실적에 큰 악영향을 미치는 상황까지 악화되지 않을 것으로 회사는 예상했고, 실제 6월 3째주부터 순예약이 MERS 공포 확산 이전 수준으로 점차 회복되었습니다. 결국, MERS 이전의 기대실적에는 못미쳤지만, 공포감 만큼 MERS 여파가 강하지는 않았던 한달이었습니다.

패키지는 12.7%의 YOY 성장률과 송출인원 7.7만으로, 역대 가장 좋은 6월 실적을 달성했습니다.

티켓 역시 성장률 48.8%, 송출인원 5만으로, 역대 6월 중 최고의 성과를 거두었으며, 15년 내 3번째로 높은 성장률과 송출인원을 기록했습니다.

### 10개월 연속 2자리수 성장률

(단위 : 명, %)

	패키지	티켓	총 송객인원
2015	77,715	50,852	128,567
2014	68,970	34,177	103,147
YOY	12.7%	48.8%	24.6%

총송객 YoY : 15년 4월 49.5% → 5월 54.6% → 6월 24.6%

패키지 YoY : 15년 4월 46.7% → 5월 49.3% → 6월 12.7%

티켓 YoY : 15년 4월 56.4% → 5월 66.0% → 6월 48.8%

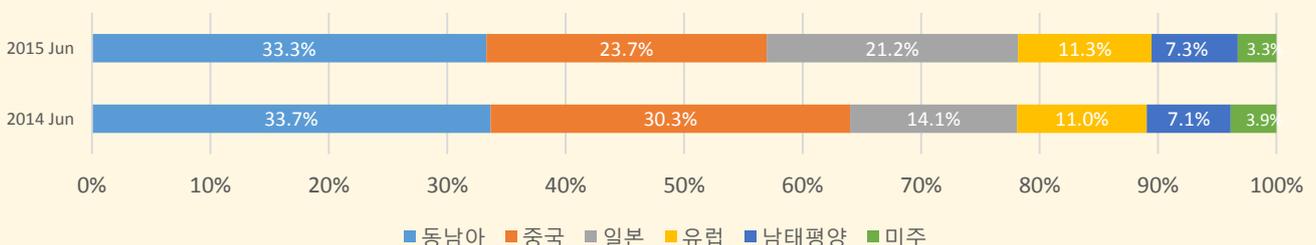
### 일본 70% ↑ 유럽 16.1% ↑

6월 해외 지역별 인원 성장률은 전년대비 일본 70%, 유럽 16.1%, 남태평양 15.9%이며, 지역별 인원 비중은 동남아 33.3%, 중국 23.7%, 일본 21.2% 입니다.

일본 지역은 전년동월 대비 70% 성장하였습니다. 4달 연속 100% 넘는 성장률은 기록하지 못했지만, 역대 6월 최대 성장률과 송객인원으로 여전히 회사의 성장을 주도하고 있습니다. 이번달 인원비중도 21% 이상을 기록하며 15년 지속적인 불륨성장의 밑바탕이 되고 있습니다.

유럽 지역의 성장률은 16.1%로 23개월 연속 2자리수 성장을 기록했습니다. 2010년 이후 2자리수 성장을 약 2년동안 지속한 지역은 유럽이 유일하며, 이는 여행시장 성숙에 따른 구조적인 변화와 성장에 기인한다고 보입니다. 인원비중은 11.3%로 2개월 연속 10% 이상을 기록하며, MERS 공포감 속에서도 꾸준하게 성장을 이어갔습니다.

### 인원 비중



**예약률 증감 (PKG)**

(단위 : 명, %)

	7월	8월	9월
<b>2015년</b>	<b>69,967</b>	<b>50,014</b>	<b>24,405</b>
<b>2014년</b>	<b>59,866</b>	<b>39,974</b>	<b>21,311</b>
<b>증감률</b>	<b>16.9%</b>	<b>25.1%</b>	<b>14.5%</b>
<b>2014년 마감</b>	86,108	94,970	81,193

\* 2015.6.30 기준 국내 포함 모객 현황

3분기의 예약률은 5월 말 기준 50%를 상회하며 시작하였으나, MERS 이슈의 영향으로 예약률이 감소하였습니다. 그러나, 6월 3째주부터 MERS 관련 이슈가 진정세로 돌아서며 일일순예약이 증가하는 모습을 보였습니다. 이와 더불어 그 동안의 유사 이슈들에 대한 경험에 비추어 본다면, 취소자와 사태관망 중인 잠재고객은 7월 중순 이후의 예약으로 돌아올 수 있을 것으로 예상됩니다.