

IR BOOK

THE INVESTOR OF RELATIONS 2Q/FY25

2025.08.31

Disclaimer

본 자료는 주식회사 JTC (이하 “회사”)와 관련하여 기관투자자와 일반투자자들을 대상으로 실시하는 Presentation 자료로서 정보제공을 목적으로 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포가 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 자료의 열람은 위의 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며 제한 사항에 대한 위반은 ‘자본시장과 금융투자업에 관한 법률’에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.

또한, 본 자료의 활용으로 인해 발생하거나 발생할 수 있는 모든 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원과 주주, 자문역 및 기타 이해관계인들은 과실 및 기타의 모든 경우를 포함하여 당사의 책임이 없음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 일체의 사항을 포함하는 것 (별도 예측정보”임을 표기하지 않았더라도)으로 회사 및 산업의 향후 예상되는 변화 및 재무의 예상 실적을 의미하는 것입니다.

위 “예측정보”는 여러 변수에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

본 자료는 주식의 매입 또는 매도 등 매매의 권유를 구성하지 아니하며, 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없으며 어떠한 경우에도 민형사상의 분쟁 및 다툼에 있어서 증거자료로 사용될 수 없음을 알려드립니다.

주식 매입 또는 매도 등 매매와 관련된 모든 투자 결정은 오직 금융감독원 전자공시시스템을 통해 제출한 신고서를 통해 제공되는 정보만을 바탕으로 내려져야 합니다.

요약 손익계산서(JPY, KRW)

연결 기준(백만 엔)	2Q/FY25	2Q/FY24	YoY	1Q/FY25	QoQ
매출액	7,876	8,704	-9.5%	10,048	-21.6%
매출원가	1,968	2,214	-11.1%	2,364	-16.8%
매출액 대비 %	25.0%	25.4%		23.5%	
매출총이익	5,908	6,491	-9.0%	7,684	-23.1%
%	75.0%	74.6%		76.5%	
판매비와관리비	5,712	5,466	4.5%	6,560	-12.9%
기타영업손익	4	1	300.0%	44	-90.9%
영업이익	200	1,029	-80.6%	1,169	-82.9%
%	2.5%	11.8%		11.6%	
법인세비용차감전순이익	261	972	-73.1%	1,183	-77.9%
당기순이익	89	798	-88.8%	837	-89.4%
%	1.1%	9.2%		8.3%	
주당순이익 (엔)	2	16	-87.5%	16	-87.5%
발행주식총수(#)	51,746,348	51,746,348		51,746,348	

연결 기준(백만 원)	1Q/FY25	1Q/FY24	YoY	4Q/FY24	QoQ
매출액	74,098	77,634	-4.6%	98,570	-24.8%
매출원가	18,516	19,744	-6.2%	23,194	-20.2%
매출총이익	55,581	57,890	-4.0%	75,376	-26.3%
판매비와관리비	53,742	48,713	10.3%	64,346	-16.5%
기타영업손익	41	1	4000.0%	435	-90.6%
영업이익	1,881	9,179	-79.5%	11,465	-83.6%
법인세비용차감전순이익	2,454	8,670	-71.7%	11,605	-78.9%
당기순이익	839	7,119	-88.2%	8,209	-89.8%
주당순이익 (원)	19	143	-86.7%	157	-87.9%
평균 환율	9.4082	8.919		9.8095	

1H/FY25	1H/FY24	YoY
17,924	17,970	-0.3%
4,333	4,425	-2.1%
24.2%	24.6%	
13,592	13,545	0.3%
75.8%	75.4%	
12,272	11,458	7.1%
49	196	-75.0%
1,369	2,279	-39.9%
7.6%	12.7%	
1,444	2,218	-34.9%
926	1,901	-51.3%
5.2%	10.6%	
18	37	-51.4%
51,746,348	51,746,348	

FY24	FY23	YoY
172,202	159,669	7.8%
41,624	39,316	5.9%
130,579	120,353	8.5%
117,898	101,811	15.8%
468	1,706	-72.6%
13,149	20,248	-35.1%
13,871	19,711	-29.6%
8,896	16,890	-47.3%
173	326	-46.9%
9.6072	8.8854	

■ 매출액

2Q/FY25 79억엔(YoY -9.5%, QoQ -21.6%)

- 대지진 발생설과 기록적인 폭염, 전승절 80주년을 앞둔 중국 내 반일 정서 확산의 영향으로 인해 단체여행 심리가 크게 위축
- 7호 태풍, 러시아 캅카스반도 앞바다 발생한 M8 규모의 지진에 의해 크루즈 전용 점포 입점 취소

■ 매출총이익

2Q/FY25 59억엔(YoY -9.0%, QoQ -23.1%)

- 재고 판매의 활성화에 따라 상품 매입이 감소해 총이익률 소폭 상승

■ 판관비

2Q/FY25 57억엔(YoY +4.5%, QoQ -12.9%)

- 점포 인력 증원과 출점 비용 증가, F/W 시즌 대비 버스 투자 비용 지출로 인해 인건비와 감가상각비 비중이 각각 전년 대비 1.0%p, 2.2%p 확대
- 여행사 수수료 지출이 늘어나면서 판촉비(여행사 수수료) 비중도 3.9%p 증가

■ 기타영업손익

2Q/FY25 4백만엔(YoY +300.0%, QoQ -90.9%)

■ 영업이익 및 영업이익률

2Q/FY25 2억엔(YoY -80.6%, QoQ -82.9%)

- 대지진 우려로 매출이 감소한 가운데, 신규 점포 투자와 인력 증원, 고정자산세 납부 등의 판관비 증가로 인해 전기 대비 영업이익 및 영업이익률 하락

■ 순이익 및 순이익률

2Q/FY25 89백만엔(YoY -88.8%, QoQ -89.4%)

- 법인세비용 약 1.7억엔 반영

요약 재무상태표(JPY)

연결 기준(백만 엔)	FY23말	FY24말	2Q/FY25말
자산			
유동자산	11,519	14,040	14,389
현금및현금성자산	4,490	7,461	6,572
단기금융상품	56	416	423
재고자산	4,459	3,369	3,512
기타	2,570	2,794	3,882
비유동자산	18,217	23,215	23,207
유형자산	15,736	14,597	14,947
이연법인세자산	-	3,650	3,172
기타	2,481	4,968	5,088
자산총계	29,736	37,256	37,596
부채			
유동부채	5,542	4,501	4,236
매입채무	627	652	629
단기차입금	1,503	307	285
리스부채	1,540	1,453	1,137
기타	1,872	2,396	2,185
비유동부채	14,982	13,712	13,504
장기차입금	863	1,040	898
리스부채	13,185	11,783	12,109
순확정급여부채	574	552	134
기타	934	337	363
부채총계	20,523	19,890	17,740
자본			
지배기업소유주지분	9,649	19,043	19,856
자본금	100	100	100
자본잉여금	7,419	8,140	8,140
기타자본항목	4,908	5,175	5,182
이익잉여금(결손금)	(2,736)	5,814	6,669
기타포괄손익누계액	(43)	(187)	(236)
비지배기업	(436)	-	-
자본총계	9,213	19,043	19,856

IFRS 기준
결산월 : 2월

■ 현금및현금성자산

2Q/FY25말 66억엔(전기말比 2.5%)
- 계속해서 안정적인 현금흐름 창출

■ 재고자산

2Q/FY25말 35억엔(전기말比 +4.2%)
- 재고 효율성을 위해 적정 재고량 유지 노력

■ 리스부채

2Q/FY25말
유동 리스부채 11억엔(전기말比 -21.7%)
비유동 리스부채 121억엔(전기말比 +2.8%)

■ 자본금 및 자본잉여금

2Q/FY25말
자본금 1억엔
자본잉여금 81억엔

■ 이익잉여금

2Q/FY25말 약 67억엔(QoQ +14.7%)
- 반기 누적 당기순이익 증가로 인한 이익잉여금 증대

요약 재무상태표(KRW)

연결 기준(백만 원)		FY23말	FY24말	1Q/FY25말
자산				
유동자산		102,033	135,044	135,945
	현금및현금성자산	39,773	71,765	62,092
	단기금융상품	500	4,000	4,000
	재고자산	39,499	32,405	33,179
	기타	22,261	26,874	36,674
비유동자산		161,360	223,288	219,258
	유형자산	115,240	140,400	141,220
	기타	46,120	82,888	78,038
자산총계		263,394	358,331	355,204
부채				
유동부채		49,086	43,292	40,024
	매입채무	5,551	6,268	5,943
	단기차입금	16,581	2,953	2,690
	리스부채	13,636	13,971	10,745
	기타	29,899	23,053	20,646
비유동부채		132,702	131,885	127,586
	장기차입금	5,084	10,003	8,484
	리스부채	116,784	113,332	114,406
	순확정급여부채	5,080	5,309	1,269
	기타	10,838	3,241	3,427
부채총계		181,788	175,177	167,610
자본				
지배기업소유주지분		85,467	183,155	187,594
	자본금	886	962	945
	자본잉여금	65,716	78,294	76,908
	기타자본항목	43,474	49,776	48,962
	이익잉여금(결손금)	(24,232)	55,978	63,006
	기타포괄손익누계액	(377)	55,918	(2,228)
비지배기업		(3,862)	-	-
자본총계		81,605	183,155	187,594
		<u>적용환율(기말환율)</u>	<u>8.8576</u>	<u>9.6182</u>
				<u>9.4479</u>

국가별 매출

연결 기준(백만 엔)	2Q/FY25	2Q/FY24	YoY	1Q/FY25	QoQ	1H/FY25	1H/FY24	YoY
중국 	5,822	5,840	-0.3%	6,571	-11.4%	12,385	10,962	13.0%
매출액 대비 %	73.0%	67.1%		65.4%		69.1%	61.0%	
한국 	1,579	2,333	-32.3%	2,562	-38.4%	4,105	5,517	-25.6%
%	19.8%	26.8%		25.5%		22.9%	30.7%	
대만 	255	235	8.6%	301	-15.3%	502	611	-17.9%
%	3.2%	2.7%		3.0%		2.8%	3.4%	
태국 	72	70	3.1%	301	-76.2%	376	323	16.4%
%	0.9%	0.8%		3.0%		2.1%	1.8%	
기타 	247	226	9.3%	311	-20.6%	556	557	-0.3%
%	3.1%	2.6%		3.1%		3.1%	3.1%	
매출액	7,976	8,704	-8.4%	10,048	-20.6%	17,924	17,970	-0.3%

■ 중국

2Q/FY25 58억엔(YoY -0.3%, QoQ -11.4%)

- 대지진 발생 우려로 여행심리 하락
- 전승절을 앞두고 영화 '731' 개봉으로 반일 감정이 고조되면서 여행자들의 단체여행객 모객 난항

■ 한국

2Q/FY25 16억엔(YoY -32.3%, QoQ -38.4%)

- 6월 대통령 선거, 경기 침체, 국제 유가 상승에 따른 항공권 운임 불안정까지 겹치면서 패키지 여행 수요 위축
- 무더위와 대지진 발생 우려, 중국 비자 면제에 따른 수요분산이 더해져 단체여행객 비중 감소

■ 대만 및 태국

<대만>

2Q/FY25 2.6억엔(YoY 8.6%, QoQ -15.3%)

<태국>

2Q/FY25 72백만엔(YoY +3.1%, QoQ -76.2%)

■ 기타

2Q/FY25 2.5억엔(YoY +9.3%, QoQ -20.6%)

지역/점포별 매출 구성비

별도 기준(%)	2Q/FY25	2Q/FY24	YoY	1Q/FY25	QoQ	1H/FY25	1H/FY24	YoY
동일본	29.7%	39.8%	-13.9%	36.6%	-18.8%	18.9%	18.2%	3.7%
신주쿠	9.5%	13.1%		14.0%		6.1%	6.7%	
홋카이도	7.7%	12.3%		6.2%		5.4%	5.0%	
후지노에키	4.9%	6.4%		7.0%		3.1%	3.4%	
KOOSKIN 신바시	4.8%	4.5%		6.7%		2.5%	1.9%	
AKA주얼리 신주쿠	2.1%	2.5%		1.9%		1.3%	0.6%	
기타	0.8%	1.0%		0.7%		0.5%	0.5%	
서일본	20.4%	28.8%	-18.4%	29.7%	-31.4%	13.3%	15.1%	-11.6%
DOTON PLAZA오사카	19.5%	28.5%		29.4%		13.0%	14.8%	
기타	0.8%	0.3%		0.4%		0.3%	0.2%	
규슈제1	9.2%	12.5%	-15.4%	16.0%	-42.8%	5.9%	8.8%	-33.4%
JTC 후쿠오카	5.9%	8.7%		12.3%		3.9%	6.9%	
생활광장 쓰시마	2.8%	3.5%		3.4%		1.7%	1.8%	
기타	0.5%	0.3%		0.3%		0.2%	0.2%	
규슈제2	19.2%	18.9%	17.1%	17.6%	9.3%	10.5%	10.5%	-0.7%
라쿠이치 후쿠오카	7.3%	5.5%		5.8%		3.5%	3.4%	
오무라	5.6%	7.2%		4.4%		3.5%	3.8%	
드럭요시요시 나가사키	3.0%	2.5%		2.2%		1.5%	1.1%	
오키나와점 ^{주1)}	2.1%	0.0%		0.5%		0.6%	0.0%	
기타	1.2%	3.7%		4.7%		1.3%	2.3%	
TOTAL	100.0%	100.0%	-9.5%	100.0%	-21.5%	100.0%	100.0%	-7.8%

■ 동일본

2Q/FY25 YoY -13.9%, QoQ -18.8%

- 무더위, 대지진 발생 우려로 인해 단체 여행 심리가 위축

■ 서일본

2Q/FY25 YoY -18.4%, QoQ -31.4%

- 무더위, 대지진 발생 우려로 인해 단체 여행 심리가 위축

■ 규슈제1지역(항공 이용객 중심)

2Q/FY25 YoY -15.4%, QoQ -42.8%

- 무더위, 대지진 발생 우려로 인해 단체 여행 심리가 위축

■ 규슈제2지역(크루즈 이용객 중심)

2Q/FY25 YoY 17.1%, QoQ +9.3%

- 대지진 발생 우려로 인해 여행 심리가 위축되었으나 이시가키섬, 미야코섬 등 본토에서 멀리 떨어진 섬을 포함한 크루즈 입항 횟수가 전년 比 증가하며 매출 상승

PB·NB 매출 구성비

별도 기준(%)	2Q/FY25	2Q/FY24	YoY	1Q/FY25	QoQ	1H/FY25	1H/FY24	YoY
NB 제품	34.2%	33.2%	-7.2%	32.0%	-16.5%	33.4%	31.7%	4.6%
식품	4.8%	4.4%		4.5%		4.7%	4.6%	
화장품	6.9%	5.5%		6.0%		6.6%	5.2%	
생활용품	4.6%	5.0%		5.4%		4.9%	5.2%	
건강·미용	2.2%	2.3%		1.9%		2.1%	2.6%	
전자제품	3.1%	2.9%		3.3%		3.2%	2.8%	
시계·귀금속·패션	10.6%	11.4%		9.3%		10.1%	10.1%	
민예품·기호품	2.0%	1.7%		1.5%		1.8%	1.3%	
PB 제품	65.8%	66.8%	-11.3%	68.0%	-24.4%	66.6%	68.3%	-3.1%
식품	56.3%	56.0%		58.1%		57.0%	56.9%	
화장품	7.5%	8.3%		7.7%		7.6%	8.8%	
생활용품	1.5%	1.9%		1.8%		1.6%	2.0%	
건강·미용	0.5%	0.6%		0.4%		0.5%	0.6%	
TOTAL	100.0%	100.0%		100.0%		100.0%	100.0%	

■ NB

2Q/FY25 YoY -7.2%, QoQ -16.5%

- 제조업체 브랜드 화장품 및 기념품 중심으로 전년비 매출이 올랐으나 이를 제외한 전반적으로 하락

■ PB

2Q/FY25 YoY -11.3%, QoQ -24.4%

- 역대급 폭염 및 대지진 발생 우려 등으로 여행 심리 위축되며 전체 매출 감소 속에 가족동반 여행객의 증가로 PB 매출 약세
- 그럼에도 불구하고 고수익성·고부가가치 제품인 PB 건강기능식품은 상대적으로 매출 견조



(주1) JTC의 자체 브랜드, 대표 제품은 위 이미지 참고

판매비와 관리비

연결 기준(백만 엔)	2Q/FY25	2Q/FY24	YoY	1Q/FY25	QoQ	1H/FY25	1H/FY24	YoY
매출액	7,876	8,704	-9.5%	10,048	-21.6%	17,924	17,970	-0.3%
판매비와 관리비	5,712	5,462	4.6%	6,560	-12.9%	12,272	11,458	7.1%
매출액 대비 %	72.5%	62.8%		65.3%		68.5%	63.8%	
급여 및 상여	541	511	5.9%	535	1.1%	1,075	958	12.2%
%	6.9%	5.9%		5.3%		6.0%	5.3%	
판매촉진비(여행사수수료)	4,176	4,273	-2.3%	5,132	-18.6%	9,308	8,930	4.2%
%	53.0%	49.1%		51.1%		51.9%	49.7%	
감가상각비	362	210	72.4%	363	-0.3%	726	626	16.0%
%	4.6%	2.4%		3.6%		4.1%	3.5%	
지급수수료(카드사)	125	123	1.6%	139	-10.1%	264	245	7.8%
%	1.6%	1.4%		1.4%		1.5%	1.4%	
기타	508	494	2.8%	391	29.9%	898	703	27.7%
%	6.4%	5.7%		3.9%		5.0%	3.9%	

■ 급여 및 상여

2Q/FY25 5.4억엔 YoY +5.9%, QoQ +1.1%

- 인력 부족 매장 중심의 총원 및 신규매장 오픈을 위한 판매직원 중심의 채용 인원 증원(주1)으로 인건비 상승

■ 판매촉진비(여행사 수수료)

2Q/FY25 42억엔 YoY -2.3%, QoQ -18.6%

- 매출액 감소로 인해 전년比 하락

■ 감가상각비

2Q/FY25 3.6억엔 YoY 72.4%, QoQ -0.3%

- 신규 점포 출점 비용 등이 반영되며 전년比 상승

■ 지급수수료(카드사)

2Q/FY25 1.3억엔 YoY +16%, QoQ -10.1%

(주1) 임직원 수
FY24.2분기말(24.08) 469명
FY25.2분기말(25.08) 503명

점포 운영 효율화 추이

기준	임직원(명)	보유점포(개)	운영점포(개)	점포당 근무 인원(명) ^(주1)
FY18말 (‘19.02말)	929	25	25	37.2
FY19말 (‘20.02말)	898	23	23	39.0
FY20말 (‘21.02말)	154	16	4	38.5
FY21말 (‘22.02말)	133	16	4	33.3
FY22말 (‘23.02말)	172	16	8	21.5
FY23말 (‘24.02말)	341	20	14	24.4
FY24말 (‘25.02말)	462	22	20	23.1
1H/FY25말 (‘25.08말)	503	22	20	25.2

■ 임직원(명)

1H/FY25말 503명

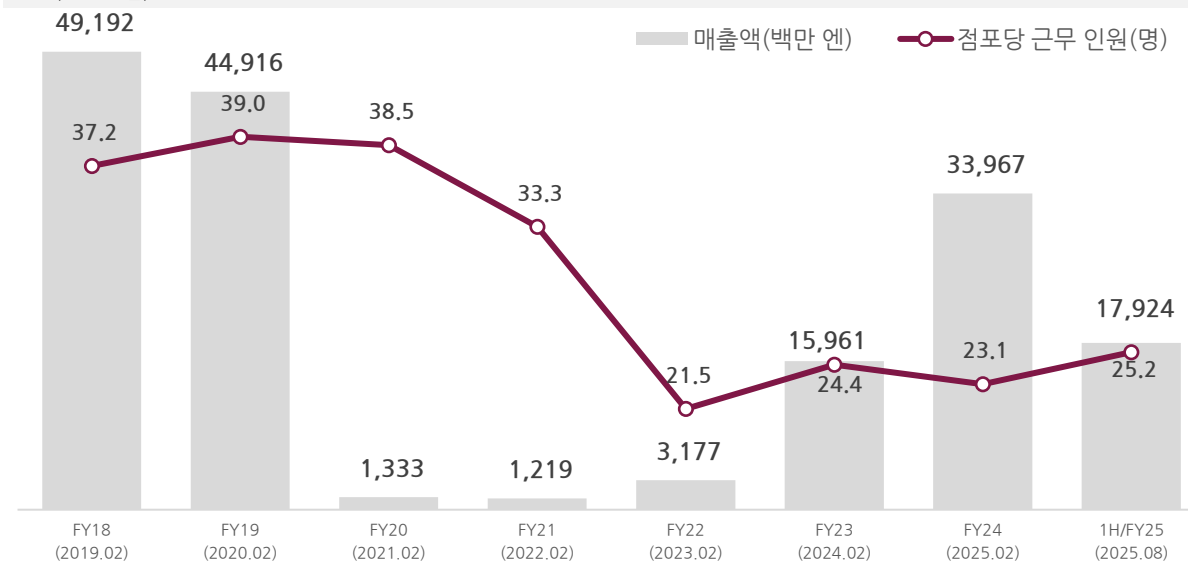
■ 보유·운영 점포

1H/FY25말 22개 보유·20개 운영

■ 점포당 근무 인원

1H/FY25말 25.2명/1점포

- 인력 운영 체계의 효율화를 통해 최적의 인원 배치 실현

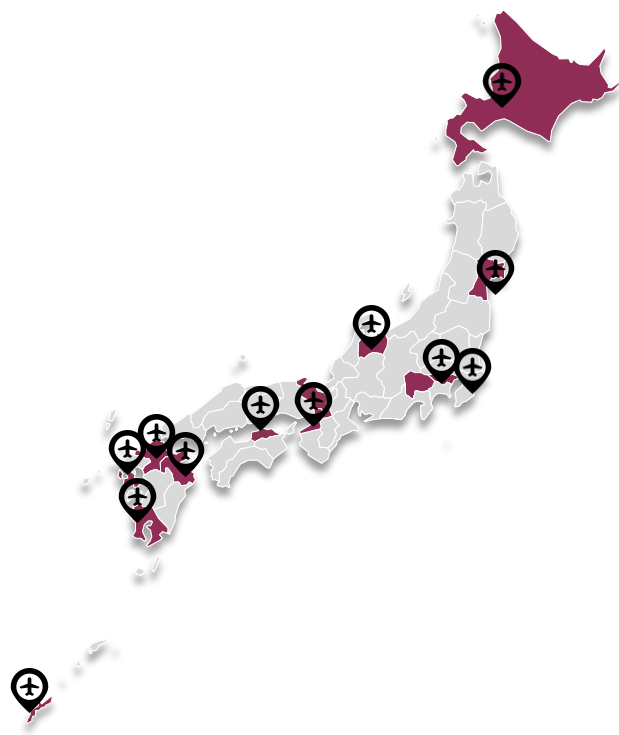


(주1) 점포당 근무 인원 = 임직원(명) / 운영점포(개)

IFRS 연결 기준(단, FY18, FY19는 별도 기준)

결산월 : 2월

점포 현황



규슈(11)

JTC 후쿠오카



라쿠이치 후쿠오카



홋카이도 · 도호쿠(2)

JTC 센다이



JTC 홋카이도



KOO SKIN 벤투



JTC 쓰시마



도쿄 · 츄부(4)

AKA JEWELRY 신주쿠



JTC 신주쿠



생활광장 쓰시마



JTC 오무라



KOO SKIN 신바시



후지노에키



생활광장 가고시마



JTC 오키나와



DOTON PLAZA 오사카



코한



드럭요시요시 나가사키



생활광장 이시가키지마



교차양(교토)



JTC 오사카



드럭요시요시 미야코지마



라쿠이치 다카마쓰



JTC 도야마



미래 성장 잠재력

역대급 방일관광객 수요 기록

1

- 코로나 팬데믹 이전 방일외래객 2015년 약 2,000만명 → 2019년 3,200만명, 연평균 12.7% 성장률 기록
* 2024년 방일외래객 약 3,700만명
- 일본 관광청, 2030년 방일외래객 6천만명 달성 목표

2

- 방일중국인 관광객 증가는 팬데믹 이후 관광 회복의 주요 성장 요인
- 2015년 방일중국인 관광객 500만명 → 2019년 960만명
연평균 17.7% 성장률 기록
*2003-2025.9월 방일중국인 누적(6,797만명), 중국 전체 인구 대비 4.8%

3

- 일본 국토교통성 발표 2025 하계^{주1)} 항공편 108.7%(5,675편/주^{주2)}) 회복
중국 - 1,280편/주 (91.0% 회복^{주2)}) | 한국 - 1,310편/주 (168.5% 회복^{주2)})
대만 - 657편/주 (102.5% 회복^{주2)}) | 태국 - 254편/주(100% 회복^{주2)})

주1) 2025.03.30 ~ 2025.10.25
주2)코로나 팬데믹 이전과 비교, 여객편 기준

4

- 일본 정부, 방일중국인 관광객에 대한 관광 비자의 발급 조건 완화 방침 발표 (단체 - 체재가능일수 15일 → 30일, 시행일 미정)
- 단체관광객 대상 운영 중인 면세사업자에게 유리한 시장 환경 조성
- 방일중국인 관광객 외 한국, 대만, 태국 관광객 또한 증가 예상

일본 면세 업계 1위

1

- 콜옵션 행사를 통해 어필마캐피탈매니저스코리아가 최대 주주가 됨
- 회사는 면세점 생태계 내 경쟁력을 강화하고 새로운 성장 동력을 발굴하기 위해 볼트온 M&A를 추진할 것

2

- 코로나 팬데믹 기간 경쟁업체는 대부분의 점포를 폐쇄한 반면, 당사는 최소한의 폐쇄로 16개 점포 유지
- 최적의 출점 부지 모색에 상당 시간(1년 전후)이 소요되는 경쟁사들과 달리, 어려운 환경 하에서도 주요 거점 점포 전략을 통해 신속한 비즈니스 재개 가능한 경쟁력을 유지

3

- 동종 업계 대비 균형 잡힌 다국적 고객 기반
JTC - 중국 69%, 한국 23%, 대만 및 동남아시아·FIT 7% *1H/FY25 기준
A사 - 중국· 한국 중심 | K사 - 대만 중심 *당사 추정

4

- 1,270개+ 여행사와 전략적 파트너십을 통해 강력한 여행사 네트워크 구축
- 당사는 동종업계 내 최대 매장을 보유한 선도적인 면세점 사업자로서 지속적인 신규 출점을 통해 방일 단체관광 시장 내 Top-tier 입지 공고히 유지할 예정

Company Profile

JTC는 1993년에 설립된 일본 기반의 텍스프리샵 운영사
현재 일본 12개 도도부현에서 23개 점포 전개중
주요 고객층은 중국, 한국, 대만, 동남아시아의 단체관광객

About Us

설립	1993
본사	도쿄 신주쿠, 후쿠오카
대표이사	야마모토 후미야
주주 구성	Affirma Capital (69.5%) 기타투자자(30.5%)
매출액	약 492억엔(FY18, 별도) 약 449억엔(FY19, 별도) 약 340억엔(FY24, 연결) 약 179억엔(1H/FY25, 연결)
사업의 내용	방일 외국인 단체관광객을 대상으로 텍스프리샵 운영중

*25. 10월말 기준

주요 통계

점포 수

23개



파트너 여행사

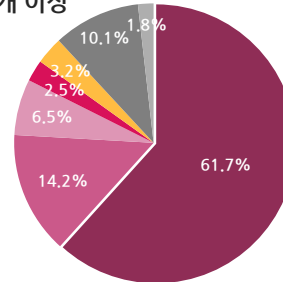
1,270+사

취급 품목수

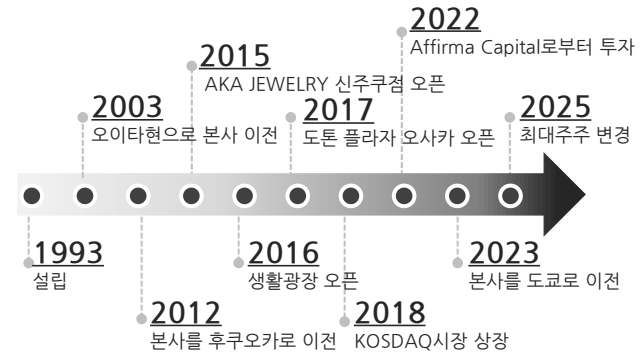
24,000개 이상

제품별 매출 구성(1H/FY25)

- 식품
- 화장품
- 생활용품
- 건강-미용
- 전자제품
- 시계·귀금속·패션
- 민예품·기호품



주요 연혁



점포 브랜드 소개

JTC (9개) • 'JTC' 브랜드의 화장품, 가전제품, 건강 제품, 생활용품, 기타 기념품 판매	AKA JEWELRY (1개) • 2015년 오픈	KOO SKIN (2개) • 화장품, 건강 제품 등 취급 • 오이타현 벳푸시와 도쿄 신바시에 매장 오픈	라쿠이치 (2개) • 홋카이도, 후쿠오카, 오키나와에서 시계, 보석, 고급 전자제품, 건강 제품 판매	생활광장 (3개) • 생필품, 생활용품 등 판매 • 오키나와, 가고시마, 후쿠오카 등 매장 오픈	DOTON PLAZA (1개) • 3개층(약 1,800평)의 대형 쇼핑몰 • 단체 및 개별 관광객 모두 대상	드럭오시요시 (2개) • 나가사키와 오키나와를 방문하는 크루즈 승객 대상	후지노에키/코한/교차양 (3개) • 후지산에 관심이 있는 방문객을 대상으로 야마나시에 오픈 • 일본 전통 다도 체험이 가능한 체험형 점포 '교차양' 오픈
--	--	---	---	---	--	---	---

History

관광 산업의 트렌드에 발맞춰 JTC는 일본 최대 면세점 운영업체 중 하나로 성장

① 1993 : 설립

- 일본 대학에서 관광학을 전공한 창업자는 소비세 면세 면허를 취득하고 오이타현 벳푸시에 첫 매장 오픈

③ 2015 : 신규 매장 및 브랜드 오픈

- 2015년 방일 외국인 관광객 수는 전년도(1,340만 명)의 약 1.5배인 1,970만 명, 2016년에는 2,400만 명으로 증가. JTC는 매장 수를 FY15 14개에서 FY16 20개로 증설
- 동시에 기존의 'JTC', 'AKA JEWELRY', 'KOO SKIN' 외에 '라쿠이치', '생활광장'라는 이름으로 각기 다른 콘셉트의 신규 매장 오픈
- 중국을 비롯한 동아시아 국가의 크루즈 시장이 급속도로 발전함에 따라 JTC는 이러한 고객을 수용할 수 있는 점포 출점

⑤ 2018 : KOSDAQ 시장 상장

- 2018년 4월 6일, 일본 기업으로는 6년 만에 한국거래소 시장(코스닥: 950170)에 상장
- 상장을 통해 기업 지배구조와 사업 조직을 강화하여 관광업계 뿐만 아니라 투자자들의 주목을 받았으며, 자본금이 약 7.7배(49억 엔) 증가



② 2010 - 2012 : 중국 단체 유치로 고객 기반 확대

- 일본 입국 조건이 완화되면서 관광객 수가 크게 증가. 2010년에는 중국, 태국, 싱가포르, 말레이시아에서 일본을 방문한 관광객 수가 사상 최고치를 기록
- JTC는 한국 관광객 뿐만 아니라 다른 나라의 관광객도 유치하기 위한 대책 마련

④ 2017 : 도톤 플라자 오사카점 오픈

- 그동안 일본을 방문하는 중국인 관광객은 단체 관광이 주류를 이루었지만, 두 번째 방문 이후 혼자 일본을 방문하는 관광객이 증가
- 개별 관광객을 유치하기 위해 2017년 4월 오사카에 3층 규모의 대형 시설인 '도톤플라자 오사카점' 오픈

⑥ 2022 : Affirma Capital 투자

- 500억의 유상증자를 통해 자본확충
- 지분율 29.2%의 2대주주

⑦ 2023 : 본사 이전(후쿠오카→도쿄)

- 팬데믹이 종식되고 일본 관광이 회복됨에 따라 JTC는 사람과 정보가 밀집된 일본의 수도 도쿄로 본사를 이전

⑧ 2025 : 최대주주 변경

- 2022년 JTC에 투자했던 사모펀드 운용사 어펠마캐피탈이 JTC의 설립자 구철모 회장의 주식에 대한 콜옵션을 2025년 9월 12일에 행사하여 최대 주주 지위를 확보

일본 면세 제도

편의성 측면에서 Tax-free Shop 시장이 우위

사전면세점 (Duty-free Shop)	VS	사후면세점 (Tax-free Shop)
관세법상 보세장치장 설치 허가(경쟁입찰)를 받은 보세구역 필요 주로 공항에 입점	사업을 영위하려면?	점포 납세지를 관할하는 세무소장의 허가 필요
출국자(일본인, 외국인)	대상자	비거주자
소비세 · 관세 · 담배세 · 주세	면세 대상	소비세(≒부가가치세)
위 세금이 붙은 물품 술, 담배 등	대상 물품	일반물품 및 소모품 가전제품, 귀금속, 화장품 등
출국 절차 후 면세품 인도장에서 물품 수령	물품 수령	즉시
-	구매 한도	5천엔 이상 50만엔 이하
39	점포수(개)	63,278

사후면세점(Tax-free Shop)이 발달한 이유

일본 관세 제도

면세점의 주요 상품인 화장품류·의약품류·귀금속류의 관세율이 5% 이하로 낮음
주류 등에 대해서는 대부분 관세를 부과하지 않음

💡 한국의 경우, 주류·담배는 30~40%. 일반품은 8% 수준으로 관세를 부과함

물품 수령 방식

도쿄 시내 사전면세점에서 구매 시 하네다/나리타 공항에서만 수령 가능

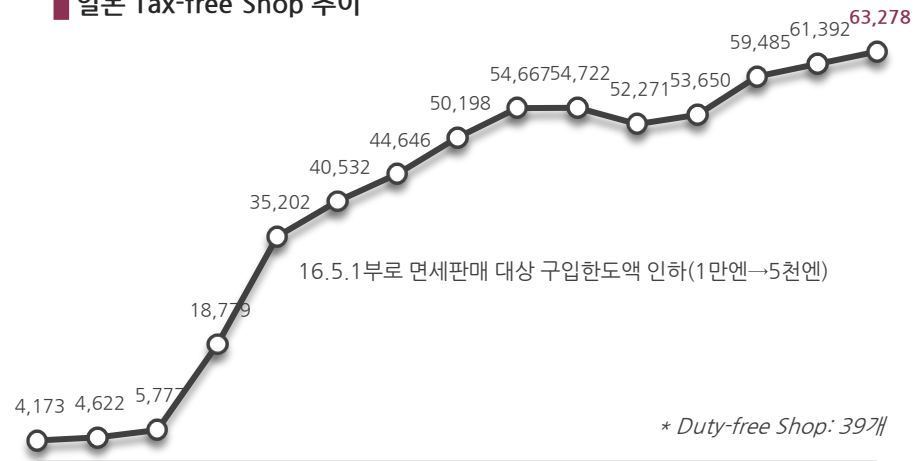
💡 한국의 경우, 전국 면세점에서 구매한 물품 전국 출국장에서 수령 가능

리테일 문화 및 환급 편의성

로드샵, 드럭스토어, 병행수입이 발달하여 사후면세점에서의 상품 선택지가 비교적 넓음
구매 즉시 세금(10%) 환급 가능

💡 한국의 경우, 지정 장소에서 세금 환급

일본 Tax-free Shop 추이



사업모델

30여 년간 쌓아온 신뢰를 기반으로 한 여행사 네트워크와 수수료 경쟁력을 통해 지배적 시장지위 획득 및 유지
패키지 여행 시장에서 높은 진입장벽을 가진 독특한 B2B2C 사업구조
예약 입점에 따른 효율적 인건비 관리, 高마진 PB 제품 경쟁력으로 수익성 확보

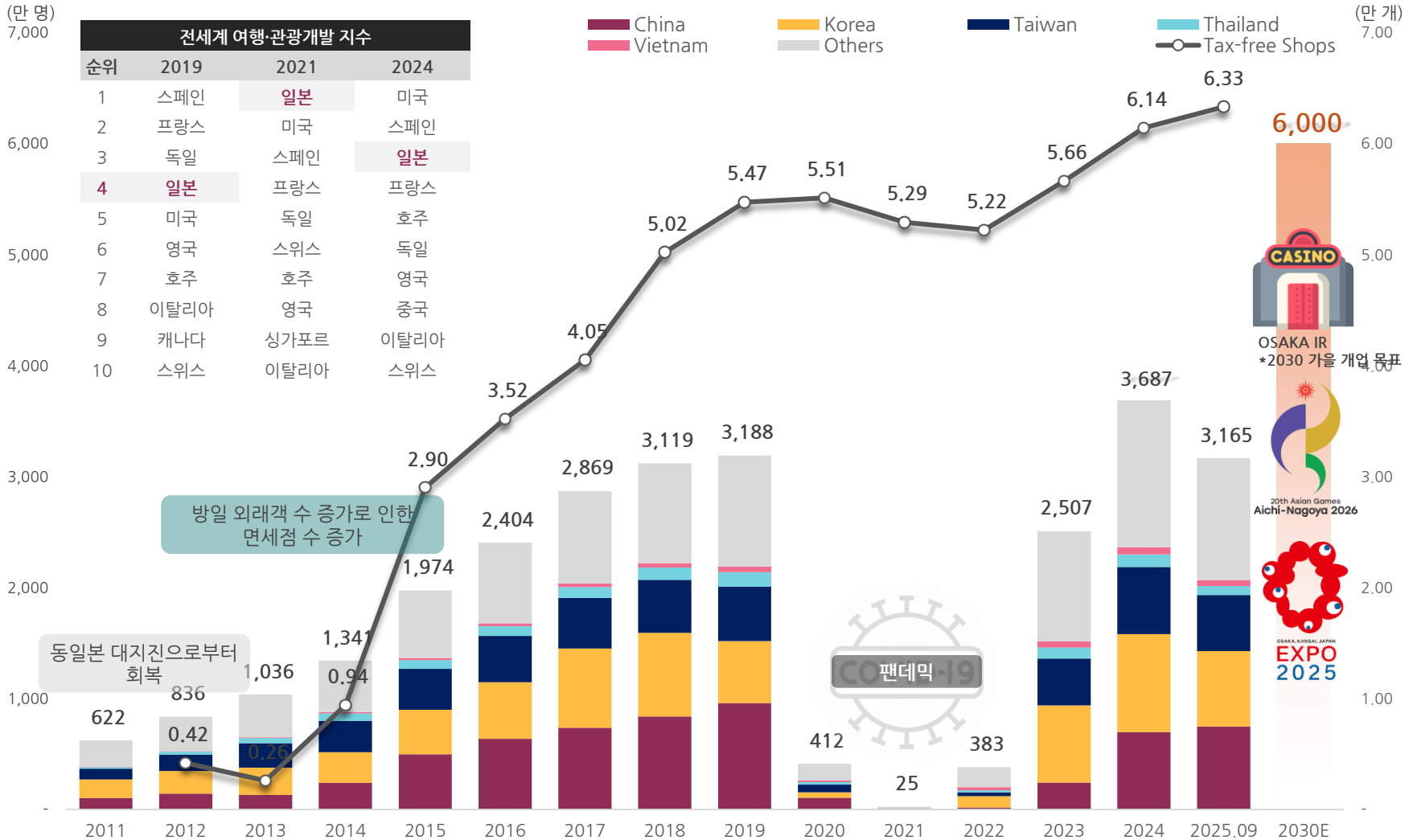


- 여행사와 함께 전국 주요 여행상품 개발 및 출점
- 매출 극대화 전략에 따른 다양한 복수 점포 브랜드 전개
- 패키지 여행객 입점 편의를 고려, 여행 동선에 위치한 최적화된 출점
- 수수료를 충분히 커버할 수 있는 경쟁력 높은 高마진 PB상품 개발
- 경쟁력 있는 MD구성 (PB·NB)
- POS 정보를 이용한 대량 적정 발주
- 여행사들의 설립기부터 함께 성장·조성된 파트너십 구축
- 전세버스·숙소 섭외 등 다양한 편의 지원
- 여행사 판촉을 위한 긴밀한 연계
- 모국어 대응 및 판매
- 매뉴얼화 된 점포 운영
- 예약 입점을 통한 효율적인 점포 운영
- 판매와 동시에 산출되는 정확하고 투명한 수수료
- 재무안전성을 바탕으로 신속한 수수료 지급
- 귀국 후 모국에서 반품 접수 및 유지보수 대응

일본 관광 시장 전망

전세계 여행·관광개발 지수 랭킹 일본 3위, 글로벌 인기 여전

2024년 방일 외래객 수는 사상 최고치 기록, 2025년 4천만 명 이상 예상, 2030년에는 6천만 명을 달성할 것으로 예상



일본 관광 시장 전망

일본 정부는 수립한 2030 관광 비전을 바탕으로 관광 산업 활성화 도모

주요 결의 내용

인바운드 회복(일본 정부의 목표)

방일외래객 2030년 6,000만명 달성

방일외래객 여행 소비액 · 소비단가 여행 소비액 2030년 15조엔, 1인당 소비 단가 25만엔 목표

1인당 지방 숙박일수 2.17박

지방으로의 고객 분산과 수용 기능의 강화

지방의 '고부가가치 인바운드 관광지' 개척 지방에서 14개의 관광지 모델을 선정해 판매·숙박·관광업 종사자·인맥·인프라의 5개 관점에서 지방 유치에 필요한 대치를 실시

지속 가능한 관광 지역 만들기 체제 정비
· 오버투어리즘 대책
- 선구 모델 지역을 총 26 지역을 채택해 과도한 혼잡이나 매너 위반 등의 과제 마련
- 일본판 ESTA(전자도항인증시스템) 도입 검토

기타

공항의 수용 기능 강화를 위한 대책
[나리타 공항]
- 2025년 겨울 시즌 34만회 운용을 목표(현재 30만회)

[간사이 국제공항·고베 공항]
- 간사이 공역에서 신 비행경로의 운용을 개시
- 2030년 전후로 간사이 3공항 전체에서 연간 50만회의 용량을 확보

[후쿠오카 공항]
- 2번째 활주로와 새로운 국제선 여객 터미널(증·개축)의 공용을 개시

[기타]
- 그랜드 핸들링(공항 지상 업무) 개선 및 보안 검사 체제, 항공 연료 확보

오사카·간사이 국제박람회 부흥 관련
- JNTO(일본정부관광국)나 엑스포 공식 사이트에서 여행 상품을 판매. SNS를 통해 해외 홍보 추진
- 오사카·간사이 지역 이외의 지역으로의 유치를 협력으로 추진
- 문화청, '일본박람회 2.0'으로 지방 유치 지원

경쟁 환경

팬데믹 이전까지 방일 단체관광객을 대상으로 한 사후면세점은 JTC 포함 6개 업체가 경쟁
 팬데믹 기간 동안 3개 업체가 시장에서 철수 혹은 비즈니스 모델을 변경하여 현재 당사 포함 3개 업체 경쟁 중
 주요 4개국(중국, 한국, 대만, 태국)을 모두 커버하는 회사는 당사가 유일
 가장 규모가 큰 방일 중국인 단체관광객 대상 시장은 당사와 A사가 양분

			A사	K사	L사	E사	H사
매출액(억엔)	FY18	492	-	-	471	-	27
	FY19	449	-	-	427	-	15
	FY20	165	-	-	60	-	-
	FY24	340	-	-	224	-	-
점포(개)	FY18말	25	26	7	39	16	1
	FY19말	23	23	9	32	17	1
	FY20말	16	12	9	12	16	-
	현재	23	23	9	6	-	-
국적별 매출구성 (1H/FY25)	중국	~69%	N/A	-	~100%	철수 또는 비즈니스 모델 변경	-
	한국	~23%	N/A	-	-		~100%
	태국	~3%	N/A	-	-		-
	대만	~2%	-	~100%	-		-
	기타	~3%	-	-	-		-
비고	• 한국인이 창업한 회사로 설립 초기 한국 단체관광객 대상으로 사업 전개 • 점차 중국, 태국, 대만 단체관광객 대상으로 사업 확장 성공 • 건물내매장임대사업과 소규모버스임대사업운영 • 중국계 기업주가 창업한 가족 소유 사업으로 중국 단체관광객 위주 사업 확장 • 중국과 한국 단체관광객 타깃 중심 • 사후면세점보다 호텔, 건강식품 제조업, 관광버스 사업이 중심 • 대만계 기업주가 창업한 개인 기업으로 대만 단체관광객만을 대상으로 사업 특화 • 일본인이 설립한 소매 업체로, '09년 중국 소매 대기업인 Suning이 인수 • 도쿄증권거래소 스탠다드시장 상장사 • 주로 개별관광객 타깃 • 리테일(방일관광객 대상) 사업 외 무역, 기프트전문 판매사업, 에셋 서비스 사업 영위중 • 재일교포가 창업한 회사로 한국 단체관광객 위주로 사업 확장 • 2023년 10월, 부도 • 한국의 여행사 Top Player가 설립한 회사 • 2021년, 사업 철수						

감사합니다.