JAPAN TOURISM CORPORATION

The heart to give, The heart to share.

IR BOOK(2QFY26)

THE INVESTOR OF RELATIONS

2026.08.31

Disclaimer

본 자료는 주식회사 JTC(이하 "회사")가 기관 및 일반 투자자 대상의 기업설명회(Presentation)를 위해 정보 제공 목적으로 작성한 것이며, 무단 반출, 복사 및 타인에 대한 재배포를 엄격히 금지합니다.

본 자료의 열람은 위 제한 사항 준수에 동의한 것으로 간주되며, 이를 위반할 경우 '자본시장과 금융투자업에 관한 법률' 위반으로 제재를 받을 수 있음을 유의하시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 "예측정보"는 개별 확인 절차를 거치지 않았습니다. 이는 명시적으로 표기되지 않았더라도 과거가 아닌 미래의 사건과 관련된 일체의 사항을 포함하며, 회사 및 산업의 향후 예상되는 변화와 예상 재무 실적을 의미합니다. 이러한 예측정보는 다양한 외부 변수의 영향을 받으며 본질적으로 불확실성을 내포하고 있어, 실제 미래 실적은 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

아울러, 본 자료의 활용과 관련하여 발생할 수 있는 모든 직간접적 손실에 대해 회사, 임직원, 주주, 자문역 및 기타 이해관계자는 어떠한 법적 책임도 지지 않음을 양지하시기 바랍니다. 본 자료는 어떠한 경우에도 주식 매매의 권유를 구성하지 않으며, 투자 결정을 위한 법적 근거나 관련 계약의 기초로 사용될 수 없습니다. 따라서 주식의 매입 또는 매도 등 매매와 관련된 모든 투자 결정은 오직 금융감독원 전자공시시스템(DART)을 통해 제출된 신고서 및 공식 정보를 바탕으로 내려져야 합니다. 또한 본 자료는 민·형사상 분쟁에서 증거 자료로 활용될 수 없음을 알려드립니다.

Company Profile

JTC는 1993년에 설립된 일본 기반의 택스프리샵 운영사
현재 일본 14개 도도부현에서 22개 점포 보유
주요 고객층은 중국, 한국, 대만, 동남아시아의 단체관광객

About Us

설립	1993
본사	일본 도쿄(신주쿠), 후쿠오카
대표이사	야마모토 후미야
주주 구성	Affirma Capital (73.7%) 기타 투자자(26.3%)
매출액	약 492억엔(FY18, 별도) 약 449억엔(FY19, 별도) 약 340억엔(FY24, 연결) 약 318억엔(FY25, 연결) 약 85억엔(2QFY26, 연결)
사업의 내용	방일 외국인 단체관광객을 대상으로 택스프리샵 운영중

주요 통계

보유 점포 수

22개

파트너 여행사

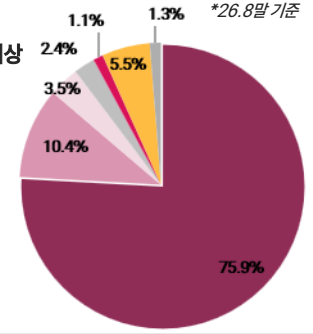
1,270+사

취급 품목수

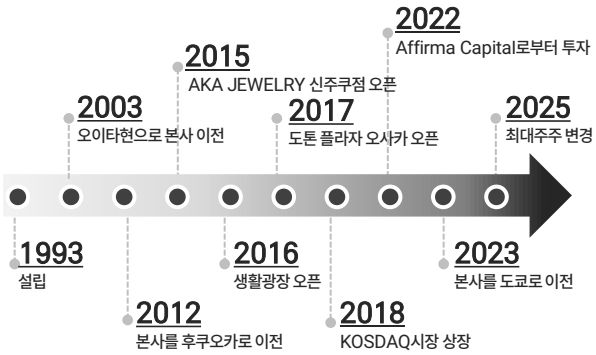
24,000개 이상

제품별 매출 구성(2QFY26)

**26.8말 기준*



주요 연혁



점포 브랜드 소개

JTC (8개)

- 'JTC' 브랜드의 화장품, 가전제품, 건강 제품, 생활용품, 기타 기념품 판매



AKA JEWELRY (1개)

- 2015년 오픈
- 하이엔드 브랜드 포함 주얼리 전문 판매



KOO SKIN (1개)

- 화장품, 건강 제품 등 취급
- 도쿄 신바시에 매장 오픈



라쿠이치 (2개)

- 후쿠오카, 다카마쓰에서 시계, 보석, 고급 전자제품, 건강 제품 판매



생활광장 (3개)

- 생필품, 생활용품 등 판매
- 오키나와, 가고시마, 후쿠오카 등 매장 오픈



DOTON PLAZA (1개)

- 3개층(약1,800평)의 대형 쇼핑몰
- 단체 및 개별 관광객, 로컬 모두 타깃



드럭요시요시 (2개)

- 나가사키와 오키나와를 방문하는 크루즈 승객 대상



후지노에키/코한/교차앙/와사비 (4개)

- 후지산에 관심이 있는 방문객을 대상으로 야마나시에 오픈
- 체험형 점포 '교차앙(다도)', '와사비 뮤지엄' 오픈



Executive Summary

중국 매출 감소에도 2Q/FY26 당기순이익 흑자 유지 – 매출 다변화 실행과 회복 저력이 함께 뒷받침

중국 매출 비중
69.3% → 10.0%
1H/FY25 → 1H/FY26

당기순이익 흑자 유지
1.2억엔(1H/FY26)

Key Investment Points

① 시장 다변화

+39.6% 한국 YoY

대만+12.0%·태국+12.2%, 기타국가 +340.6%
FiT 27.4%도 동반 성장
– 한국, 대만 역대 최고, 태국 코로나19 이후 최대

② 수익성 개선

75.8% → 81.3%

매출총이익률 1H/FY26 YoY. PB비중 78.9%로 확대

③ 재무 체력

312% 유동비율

현금 54억엔 보유

④ 비용 효율화

-43.1% 판관비 YoY

여행사 수수료 및 인건비 축소

⑤ 주주환원

FY26 250억 원 자사주 매입 및 소각완료

1차 150억 매입완료 → 소각완료(26.07.21)
2차 100억 매입완료 → 소각완료(26.09.30)

⑥ 정부 정책 순풍

2.4배 관광예산 증액

2030년 방일객 6천만명 목표, 인프라 투자 지속

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

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

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'이라는 이름으로 각기 다른 콘셉트의 신규 매장 오픈
- 중국을 비롯한 동아시아 국가의 크루즈 시장이 급속도로 발전함에 따라 JTC는 이러한 고객을 수용할 수 있는 점포 출점

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

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



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 사모펀드운용사 어펄마캐피탈은 2025년 9월 12일부로 창립자 구철모 회장의 보유 주식에 대한 콜옵션을 행사하여 최대주주 지위를 확보

사업모델

여행사와의 30여 년 신뢰 네트워크를 기반으로 구축한 독보적 B2B2C 사업 모델
고마진 PB 상품 개발 및 전략적 거점 출점을 통한 구조적인 이익 창출 능력 확보
2026년 면세 제도 개정(Tax-refund) 영향 최소화 및 구조적 유입 전략 확보



- 여행사와 함께 **전국 주요 여행상품 개발 및 출점**
- **매출 극대화 전략에 따른** 다양한 복수 점포 브랜드 전개
- **패키지 여행객 입점 편의**를 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

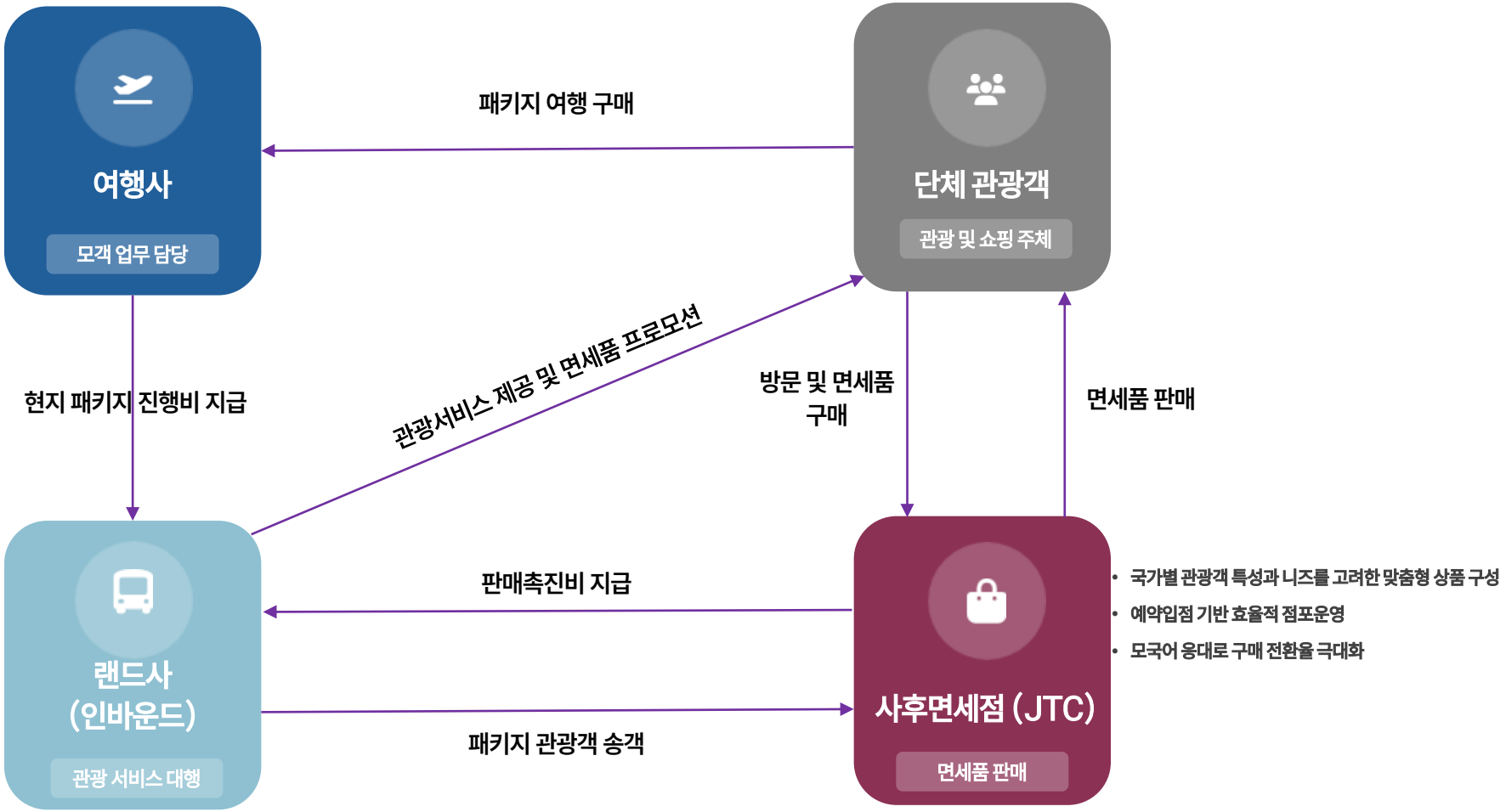
- 모국어 대응 및 판매
- 매뉴얼화 된 점포 운영
- **예약 입점**을 통한 효율적인 점포 운영

- 판매와 동시에 산출되는 정확하고 투명한 수수료
- **재무안전성을 바탕으로 신속한 수수료 지급**

- 귀국 후 모국에서 반품 접수 및 유지보수 대응

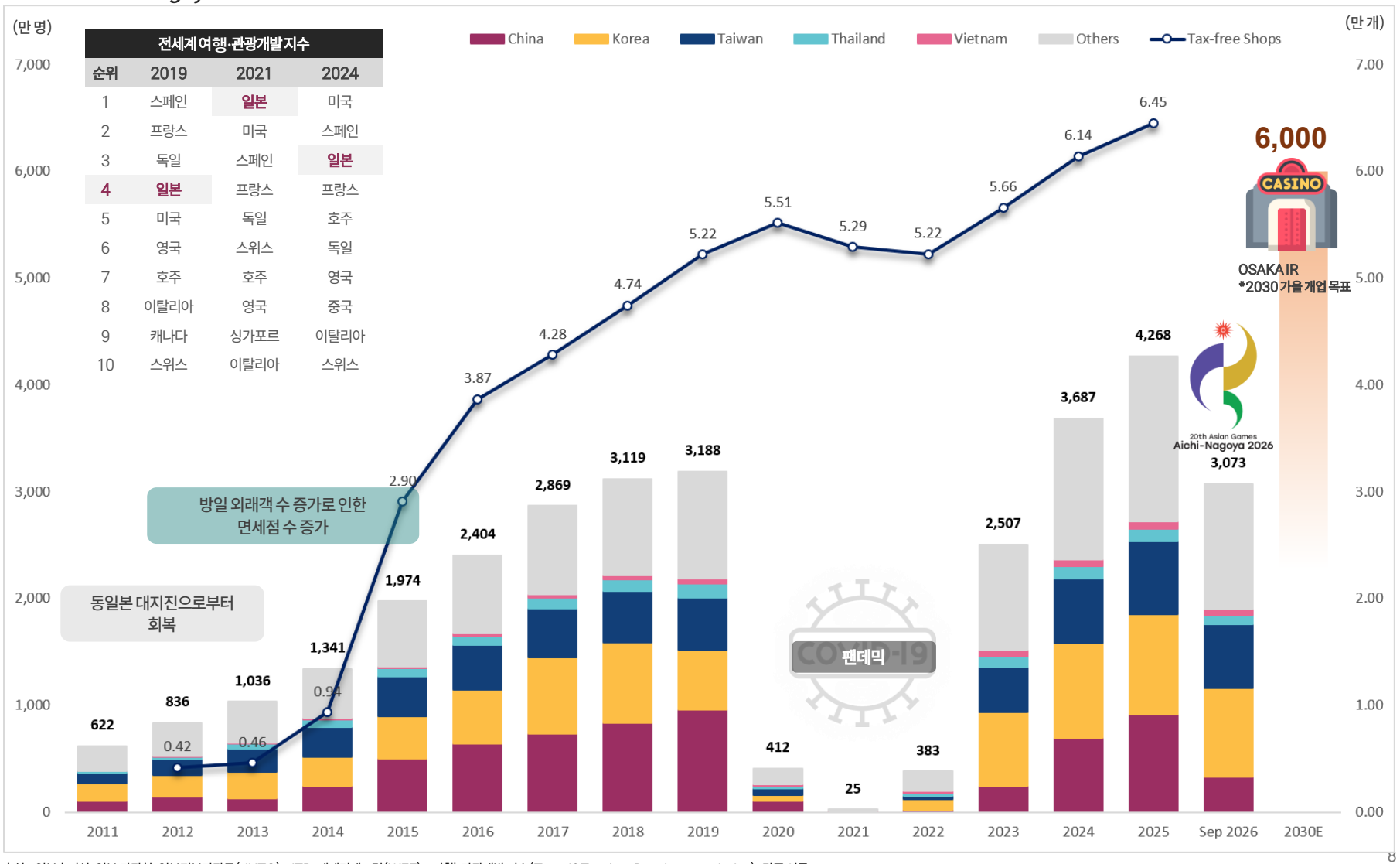
단체관광객 대상 사후 면세점 Business Model

여행객들의 별도 개인 쇼핑이 어려운 패키지 투어 일정상 사후 면세점 쇼핑은 주요 관광 일정의 일부
현지 여행사와의 긴밀한 사업관계를 바탕으로 단체관광객을 모객하는 B2B2C 비즈니스 → 2026 Tax-Refund 전환에도 Business 구조상 영향 제한적



방일 외래객 추이

2025년 방일 외래객 4,268만 명 돌파: 사상 최고 기록 기반의 압도적 시장 지배력 확보
2026 Aichi-Nagoya아시안게임 등 중장기 모멘텀 가시화로 2030년 6천만 명 목표 달성 가시권 진입



전세계 여행·관광개발 지수

순위	2019	2021	2024
1	스페인	일본	미국
2	프랑스	미국	스페인
3	독일	스페인	일본
4	일본	프랑스	프랑스
5	미국	독일	호주
6	영국	스위스	독일
7	호주	호주	영국
8	이탈리아	영국	중국
9	캐나다	싱가포르	이탈리아
10	스위스	이탈리아	스위스

출처 : 일본총리실, 일본 관광청, 일본정부관광국(JNTO), JTB ,세계경제포럼(WEF) - 여행·관광개발 지수(Travel&Tourism Development Index), 각종 언론

국가별 방일객 동향

2025년 11월 다카이치 총리의 대만 유사 관련 발언 이후 중국인 방일객이 급감
한국·대만·태국 등이 빈자리를 메우며 중국 제외 방일객은 2025년 +12.4%, 2026년 상반기 +13.4% 성장

(단위 :만명)

구분	2024	2025	YoY	25.H1	26.H1	YoY
총계	3,687	4,268	15.77%	3,165	3,073	-2.91%
중국	698	910	30.29%	749	334	-55.45%
한국	882	946	7.28%	679	826	+21.62%
대만	604	676	11.90%	504	600	+19.08%
태국	115	123	7.33%	82	84	+2.40%
기타	1,388	1,613	16.24%	1,152	1,230	+6.78%

(단위 :만명)

구분	2024	2025	YoY	25.H1	26.H1	YoY
총계	2,989	3,359	12.37%	2,416	2,739	13.37%
			중국 제외			
한국	882	946	7.28%	679	826	+21.62%
대만	604	676	11.90%	504	600	+19.08%
태국	115	123	7.33%	82	84	+2.40%
기타	1,388	1,613	16.24%	1,152	1,230	+6.78%

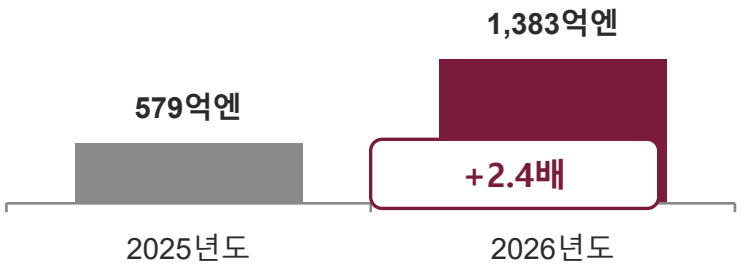
출처 : 일본정부관광국(JNTO)

정치적 이슈로 입국이 급감한 중국을 제외하면 모든 국가에서 관광객이 증가 → 일본은 여전히 매력적인 관광지

일본 정부 관광산업 육성

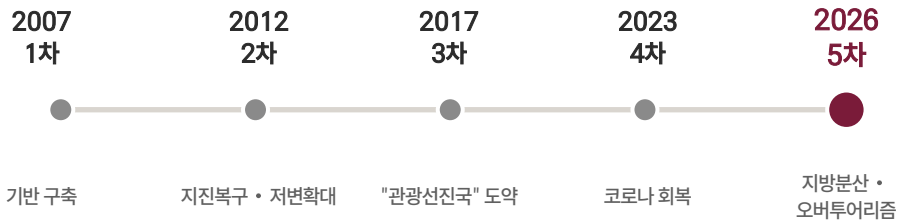
관광을 자동차산업(17.6조엔)에 이은 일본 제2의 수출산업으로 명문화

예산 : 1년 만에 2.4배, 역대 최대



재원 확보 위해 출국세(국제관광여객세) 1,000엔→3,000엔 인상(2026.7 시행)

20년간 한 번도 멈추지 않은 정책 — 위기 때마다 목표 확장



동일본대지진(2011) • 코로나19(2020) 두 번의 위기에도 정책은 중단 없이, 매번 다음 계획에서 목표를 더 확장

공격적 목표 설계

지표	2025 실적	2030 목표	5년 증가율
방일 외국인 수	4,268만 명	6,000만 명	+40.6%
방일 리피터 수	2,761만 명	4,000만 명	+44.9%
방일 소비액	9.5조 엔	15조 엔	+57.9%
소비액 단가	22.9만 엔	25만 엔	+9.2%
지방부 연인원 숙박수	5,873만 인박	1억 3,000만 인박	+121.4%

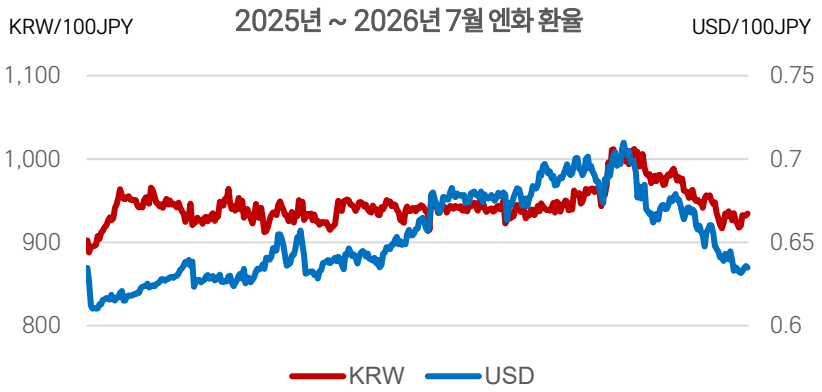
출처 : 관광입국추진기본계획(제5차, 2026.3.27 각의결정), 관광청 예산 발표자료

2026년도 일본 관광 시장 전망

중국 수요 조정에도 불구, 방일 소비시장은 규모·단가 모두 3년 연속 사상최고 경신
엔저 기조가 심화되며 방일 소비단가 상승을 뒷받침

항목	2019	2023	2024년	2025년	2026년(E)	YoY
방일객 수	3,188만명	2,507만명	3,687만명	4,268만 명	4,140만 명	-3.0%
총 소비액	4.81조엔	5.31조엔	8.13조엔	9.45조 엔	9.64조 엔	+2.0%
1인당 소비단가	15.1만엔	21.2만엔	22.0 만엔	22.9만 엔	23.3만 엔	+1.7%

출처 : JTB(Japan Travel Bureau), : 일본정부관광국(JNTO)



정부 주도 관광 인프라 투자 확대, 2030년 목표 달성 뒷받침

40조원
관광 인프라 투자 계획 (~2030년)

- 오사카 유메시마 인공섬(여의도 면적 6배)에 카지노·전시장·호텔 등 건설

나리타 +80%
나리타공항 여객 수용력 확장

- 활주로 신설로 이착륙 34만회 →50만회
- 여객수 2040년 7,500만명(2025대비 +80%)

66조원
리니어 츄오신칸센 건설(~2036년 개통)

- 도쿄~나고야 286km를 40분 연결
- 시속 505km 자기부상열차

정부의 정책 의지에 엔저 환경까지 겹치며 우호적 여건 지속

JTC 점포 현황

홋카이도부터 오키나와까지 일본 14개 도도부현 주요관광권역에 점포 네트워크 구축
주요 관광 거점 및 버스 이동 경로에 점포를 위치시켜, 별도 유인 없이도 안정적 방문객 유입을 구조적으로 확보

- 22개 보유
- 22개 영업중주1)


JTC 후쿠오카점


교차앙
(말차 체험관)


라쿠이치 다카마쓰점


JTC 도야마점


코한점


JTC 쓰시마점



생활광장 쓰시마점


나고야
와사비뮤지엄
(와사비 체험관)


DOTON PLAZA 오사카점

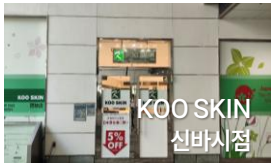


JTC 센다이점



JTC 홋카이도점


JTC 오키나와점


KOO SKIN
신바시점


AKA JEWELRY
신주쿠점


라쿠이치 후쿠오카점



JTC 오무라점


드럭요시요시 미야코점


생활광장 이시가키점


생활광장 가고시마점


드럭요시요시 나카사키점



후지노에키점
(지진 체험관)



JTC 신주쿠점

(주1) 점포 운영 효율성 제고를 위해 일부 점포는 방문수요 등 대내외 상황에 연동하여 탄력적으로 운영 중

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

		JAPAN TOURISM CORPORATION	A사	K사	L사	E사	H사
매출액(억엔)	FY18	492	-	-	471	-	27
	FY19	449	-	-	427	-	15
	FY20	16	-	-	60	-	-
	FY24	340	-	-	224	-	-
	FY25	318	-	-	-	-	-
점포(개)	FY18말	25	26	7	39	16	1
	FY19말	23	23	9	32	17	1
	FY20말	16	12	9	12	16	-
	현재[주1]	22	23[주2]	9	6	-	-
국적별 매출구성 (FY25)	중국	~58%	N/A	-	~100%	-	-
	한국	~31%	N/A	-	-	~100%	~100%
	태국	~3%	N/A	-	-	-	-
	대만	~3%	-	~100%	-	-	-
	기타	~5%	-	-	-	-	-
비고		• 한국인이 창업한 회사로 설립 초기 한국 단체관광객 대상으로 사업 전개 • 점차 중국, 태국, 대만 단체관광객 대상으로 사업 확장 성공 • 건물 내 매장 임대 사업과 소규모 버스 임대 사업 운영	• 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

철수 또는 비즈니스 모델 변경

제공 : 회사 홈페이지, 당사 추정
(주1) 2026년 8월 현재 , (주2) 공항면세점 제외

요약 손익계산서(JPY, KRW)

연결 기준(백만 엔)	2Q/FY26	2Q/FY25	YoY	1Q/FY26	QoQ	1H/FY26	1H/FY25	YoY
매출액	**3,599**	**7,876**	**-54.3%**	**4,902**	**-26.6%**	**8,501**	**17,924**	**-52.6%**
매출원가	677	1,968	-65.6%	916	-26.0%	1,593	4,333	-63.2%
매출액 대비 %	*18.8%*	*25.0%*		*18.7%*		*18.7%*	*24.2%*	
매출총이익	**2,921**	**5,908**	**-50.5%**	**3,987**	**-26.7%**	**6,908**	**13,592**	**-49.2%**
%	*81.2%*	*75.0%*		*81.3%*		*81.3%*	*75.8%*	
판매비와관리비	3,205	5,712	-43.9%	3,778	-15.2%	6,983	12,272	-43.1%
기타영업손익	4	4	-15.2%	19	-80.6%	23	49	-53.0%
영업이익	**(280)**	**200**	**-**	**228**	**-**	**(52)**	**1,369**	**-**
%	*-7.8%*	*2.5%*		*4.6%*		*-0.6%*	*7.6%*	
법인세비용차감전순이익	36	261	-86.1%	126	-71.1%	162	1,444	-88.8%
당기순이익	**18**	**89**	**-80.2%**	**106**	**-83.3%**	**124**	**926**	**-86.7%**
%	*0.5%*	*1.1%*		*2.2%*		*1.5%*	*5.2%*	
주당순이익 (엔)	0	2	-	2	-	2	18	-88.9%
발행주식총수	*48,773,115*	*51,746,348*		*51,746,348*		*48,773,115*	*51,746,348*	

연결 기준(백만 원)	2Q/FY26	2Q/FY25	YoY	1Q/FY26	QoQ	1H/FY26	1H/FY25	YoY
매출액	**33,098**	**74,098**	**-55%**	**45,949**	**-28%**	**78,920**	**172,202**	**-54%**
매출원가	6,228	18,516	-66%	8,582	-27%	14,787	41,624	-64%
매출총이익	**26,870**	**55,581**	**-52%**	**37,367**	**-28%**	**64,134**	**130,579**	**-51%**
판매비와관리비	29,478	53,742	-45%	35,414	-17%	64,831	117,898	-45%
기타영업손익	34	41	-17%	180	-81%	213	468	-55%
영업이익	**(2,574)**	**1,881**	**-**	**2,134**	**-**	**(484)**	**13,149**	**-**
법인세비용차감전순이익	335	2,454	-86%	1,181	-72%	1,508	13,871	-89%
당기순이익	**162**	**839**	**-81%**	**993**	**-84%**	**1,147**	**8,896**	**-87%**
주당순이익 (원)	0	19	-100%	19	-100%	19	173	-89%
평균 환율	*9.1973*	*9.4082*		*9.3726*		*9.2835*	*9.6072*	

IFRS 기준, 결산월 : 2월

■ 매출액

2Q/FY26 36.0억엔(YoY -54.3%, QoQ -26.6%)

- 중국인 단체관광객 공백 지속, 2Q 비수기·날씨 및 유가 급등 등 시장 환경 악화에 따른 방문수요 감소로 전년 동기 대비 -54.3% 감소
- 상반기 누계 85.0억엔(YoY -52.6%). 중국 제외 전 국적 매출 증가(한국 +39.6%, 대만 +12.0%, 태국 +12.2%, 기타국가 +340.6%, FIT +27.4%)

■ 매출총이익

2Q/FY26 29.2억엔(YoY -50.5%, QoQ -26.7%)

- 매출총이익률 81.2%로 전분기(81.3%) 대비 보합, 전년 동기(75.0%) 대비 +6.2%p 개선. PB 비중 78.5%(1H 78.9%) 유지로 높은 마진율 지속

■ 판관비

2Q/FY26 32.1억엔(YoY -43.9%, QoQ -15.2%)

- 전분기 대비 -15.2%, 전년 동기 대비 -43.9% 감소. 점포·인력 운영 효율화로 판촉비 제외 판관비는 상반기 -19.8%, 급여 및 상여 -28.2% 감소
- 수요 회복에 대비한 핵심 채널·파트너십 투자는 유지하되 비용 효율 중심으로 집행

■ 영업이익

2Q/FY26 -2.8억엔(YoY -, QoQ -)

- 매출 다변화 전략에도 불구하고 매출 감소로 2Q 영업손실 2.8억엔 기록. 상반기 누계 영업손실은 0.5억엔 수준으로 제한적이며, 수요 회복 시 개선 여력 확보

■ 당기순이익

2Q/FY26 0.2억엔(YoY -80.2%, QoQ -83.3%)

- 매출 다각화, 비용 효율화 및 유휴자산 매각 등으로 2분기 연속 당기순이익 흑자 유지. 상반기 누계 1.2억엔(YoY -86.7%)

국가별 매출

연결 기준(백만 엔)	2Q/FY26	2Q/FY25	YoY	1Q/FY26	QoQ	1H/FY26	1H/FY25	YoY
중국	590	5,622	-89.5%	246	140.3%	835	12,176	-93.1%
소매매출액 대비 %	*16.7%*	*72.9%*		*5.1%*		*10.0%*	*69.3%*	
한국	2,221	1,543	43.9%	3,427	-35.2%	5,649	4,048	39.6%
%	*63.0%*	*20.0%*		*71.2%*		*67.7%*	*23.0%*	
대만	245	249	-1.4%	317	-22.6%	562	501	12.0%
%	*6.9%*	*3.2%*		*6.6%*		*6.7%*	*2.9%*	
태국	70	81	-13.1%	369	-80.9%	439	392	12.2%
%	*2.0%*	*1.1%*		*7.7%*		*5.3%*	*2.2%*	
기타 국가	165	32	412.5%	241	-31.7%	406	92	340.6%
%	*4.7%*	*0.4%*		*5.0%*		*4.9%*	*0.5%*	
FIT	236	180	31.3%	217	8.5%	453	356	27.4%
%	*6.7%*	*2.3%*		*4.5%*		*5.4%*	*2.0%*	
소매매출 계	3,528	7,707	-54.2%	4,817	-26.8%	8,345	17,566	-52.5%
기타[주1)]	71	169	-58.0%	85	-16.8%	156	358	-56.4%
매출액	*3,599*	*7,876*	*-54.3%*	*4,902*	*-26.6%*	*8,501*	*17,924*	*-52.6%*

IFRS 기준, 결산월 : 2월
(주1) 부동산 임대 및 리스 수익

■ 시장 환경
- 비수기·날씨·유가 급등 등 비우호적 환경으로 2Q 매출 QoQ -26.6%
- 국가 다변화로 상쇄(중국 외 소매 YoY +40.9%)

■ 중국
2Q/FY26 5.9억엔(YoY -89.5%, QoQ +140.3%)
- 3Q/FY25까지는 공격적 영업 활동을 통해 전년 동기 대비 20% 이상 고성장을 달성
- 크루즈 중심 일부 회복으로 QoQ 반등
- 지정학 변수 영향, 정상화 시 반등 가능

■ 한국
2Q/FY26 22.2억엔(YoY +43.9%, QoQ -35.2%)
- 한국 단체관광 수요 확대로 2Q 비중 63.0%(전년 20.0%), 1위 유지
- 1H 56.5억엔(YoY +39.6%), 상반기 역대 최대

■ 대만
2Q/FY26 2.5억엔(YoY -1.4%, QoQ -22.6%)
- 비수기·날씨 영향 소폭 감소, 1H 5.6억엔(YoY +12.0%)
- 상반기 역대 최대, 영업 강화로 성장 유지

■ 태국
2Q/FY26 0.7억엔(YoY -13.1%, QoQ -80.9%)
- 비수기로 QoQ 감소, 1H 4.4억엔은 코로나 이후 최대

■ FIT
2Q/FY26 2.4억엔(YoY +31.3%, QoQ +8.5%)
- FIT 수요 증가세 지속, 1H YoY +27.4%로 고객 기반 확대

■ 기타국가
2Q/FY26 1.7억엔(YoY +412.5%, QoQ -31.7%)
- 1H 4.1억엔(YoY +340.6%), 다변화 성과

지역/점포별 매출 구성비

별도 기준(%)	2Q/FY26	2Q/FY25	YoY	1Q/FY26	QoQ	1H/FY26	1H/FY25	YoY
동일본	**41.5%**	**37.8%**	**-50.2%**	**27.8%**	**8.9%**	**33.6%**	**37.2%**	**-57.2%**
홋카이도점	28.8%	9.8%		15.1%		20.9%	7.8%	26.2%
후지노에키점	4.6%	6.2%		5.6%		5.2%	6.7%	-63.2%
신주쿠점	5.8%	12.1%		5.2%		5.4%	13.2%	-80.5%
센다이점	1.8%	0.8%		1.5%		1.6%	0.7%	10.9%
기타	0.5%	8.9%		0.5%		0.5%	8.8%	-97.4%
서일본	**26.6%**	**26.0%**	**-53.5%**	**28.8%**	**-32.8%**	**27.9%**	**28.1%**	**-53.0%**
DOTON PLAZA오사카점	19.7%	24.9%		21.0%		20.5%	27.4%	-64.6%
WASABI 나고야	2.5%	0.0%		3.0%		2.8%	0.0%	
라쿠이치 다카마쓰점	1.0%	0.0%		2.2%		1.7%	0.0%	
기타	3.3%	1.1%		2.6%		2.9%	0.7%	103.5%
규슈1	**26.2%**	**11.7%**	**1.7%**	**38.1%**	**-49.9%**	**33.1%**	**14.1%**	**10.8%**
JTC 후쿠오카점	13.1%	7.5%		24.3%		19.6%	10.2%	-8.8%
생활광장 쓰시마점	11.4%	3.6%		11.8%		11.6%	3.5%	56.3%
JTC 쓰시마점	1.8%	0.6%		2.0%		1.9%	0.5%	96.1%
규슈2	**5.7%**	**24.5%**	**-89.5%**	**5.3%**	**-21.2%**	**5.4%**	**20.6%**	**-87.5%**
오키나와점	3.2%	2.7%		4.8%		4.1%	1.5%	28.4%
라쿠이치 후쿠오카점	1.4%	9.3%		0.0%		0.6%	7.3%	-96.1%
오무라점	0.8%	7.2%		0.3%		0.5%	5.6%	-95.9%
생활광장 가고시마점	0.0%	0.4%		0.2%		0.1%	0.4%	-85.9%
드럭요시요시 나가사키점	0.2%	3.8%		0.0%		0.1%	2.9%	-98.1%
기타	0.0%	1.2%		0.0%		0.0%	2.9%	-100.0%
TOTAL	100.0%	100.0%	-54.6%	100.0%	-27.1%	100.0%	100.0%	-52.7%

J-GAAP 기준, 결산월 : 2월

■ 동일본
2Q/FY26(YoY -50.2%, QoQ +8.9%)
- 홋카이도점이 한국·태국·대만 채널 중심으로 비중 28.8%(전년 9.8%, 1Q 15.1%)까지 확대, 전분기 대비 반등 견인

■ 서일본
2Q/FY26(YoY -53.5%, QoQ -32.8%)
- 오사카점 비중 19.7%(1Q 21.0%), 신규매장(WASABI 나고야·라쿠이치 다카마쓰) 비중 3.5%로 신규 거점 기여 확대

■ 규슈제1지역
2Q/FY26(YoY +1.7%, QoQ -49.9%)
- 전년 동기 대비 플러스 유지(JTC 후쿠오카점 13.1%, 생활광장 쓰시마점 11.4%), 1H YoY +10.8%

■ 규슈제2지역
2Q/FY26(YoY -89.5%, QoQ -21.2%)
- 중국인 단체관광객 부진 영향, 비중 5.7%(전년 24.5%). 오키나와점은 3.2%(전년 2.7%)로 비중 확대

PB・NB 매출 구성비

별도 기준(%)	2Q/FY26	2Q/FY25	YoY	1Q/FY26	QoQ	1H/FY26	1H/FY25	YoY
PB 제품	**78.5%**	**65.8%**	**-45.9%**	**79.3%**	**-27.8%**	**78.9%**	**67.0%**	**-44.3%**
식품	71.1%	56.3%		71.1%		71.1%	57.3%	
화장품	6.2%	7.5%		7.1%		6.7%	7.6%	
생활용품	0.5%	1.5%		0.4%		0.5%	1.7%	
건강・미용	0.7%	0.5%		0.7%		0.7%	0.4%	
NB 제품	**21.5%**	**34.2%**	**-71.5%**	**20.7%**	**-24.5%**	**21.1%**	**33.0%**	**-69.8%**
식품	4.8%	4.8%		5.6%		5.2%	4.7%	
화장품	4.1%	6.9%		4.4%		4.3%	6.4%	
생활용품	3.0%	4.6%		3.2%		3.1%	5.0%	
건강・미용	1.7%	2.2%		2.0%		1.9%	2.0%	
전자제품	1.1%	3.1%		0.7%		0.9%	3.2%	
시계・귀금속・패션	5.5%	10.6%		3.8%		4.5%	9.9%	
민예품・기호품	1.3%	2.0%		1.0%		1.1%	1.8%	
TOTAL	100.0%	100.0%	-54.6%	100.0%	-27.1%	100.0%	100.0%	-52.7%

J-GAAP 기준, 결산월 : 2월

■ PB

2Q/FY26(YoY -45.9%, QoQ -27.8%)

- 한국·대만·태국 등 비중국 단체관광객 판매 비중이 높은 PB 중심으로 매출 변동성 완화
- PB 비중 78.5%(전년 65.8%)로 확대, 식품 71.1%가 견인하며 고마진 믹스 강화

■ NB

2Q/FY26(YoY -71.5%, QoQ -24.5%)

- PB 확대의 상대적 결과로 비중 21.5%(전년 34.2%) 자연 축소
- 과거 중국 고객 70~80%였던 시계·귀금속·패션 급감(전체 비중 10.6%→5.5%)



* JTC의 자체 브랜드, 대표 제품은 위 이미지 참고

판매비와 관리비

연결 기준(백만 엔)	2Q/FY26	2Q/FY25	YoY	1Q/FY26	QoQ	1H/FY26	1H/FY25	YoY
매출액	**3,599**	**7,876**	**-54.3%**	**4,902**	**-26.6%**	**8,501**	**17,924**	**-52.6%**
판매비와 관리비	3,205	5,712	-43.9%	3,778	-15.2%	6,983	12,272	-43.1%
매출액 대비 %	*89.1%*	*72.5%*		*77.1%*		*82.1%*	*68.5%*	
급여 및 상여	379	541	-29.9%	393	-3.7%	772	1,075	-28.2%
%	*10.5%*	*6.9%*		*8.0%*		*9.1%*	*6.0%*	
판매촉진비 (여행사수수료)	1,982	4,176	-52.5%	2,623	-24.5%	4,605	9,308	-50.5%
%	*55.1%*	*53.0%*		*53.5%*		*54.2%*	*51.9%*	
감가상각비	474	362	30.8%	335	41.5%	809	726	11.4%
%	*13.2%*	*4.6%*		*6.8%*		*9.5%*	*4.0%*	
지급수수료(카드사)	104	125	-16.5%	129	-19.0%	233	264	-11.5%
%	*2.9%*	*1.6%*		*2.6%*		*2.7%*	*1.5%*	
기타	266	508	-47.6%	298	-10.7%	564	898	-37.2%
%	*7.4%*	*6.4%*		*6.1%*		*6.6%*	*5.0%*	

IFRS 기준, 결산월 : 2월

■ 판매비와 관리비(총괄)
2Q/FY26 32.1억엔(YoY -43.9%, QoQ -15.2%)
- 매출 급감(YoY -54.3%) 대비 판관비 감소폭이 작아 매출액 대비 비중 89.1%(1Q 77.1%)로 상승, 영업손익에 부담
- 인건비 절감 지속, 한편 판촉비는 매출 확대를 위한 투자로 매출 대비 투입 확대

■ 급여 및 상여
2Q/FY26 3.8억엔(YoY -29.9%, QoQ -3.7%)
- 구조 효율화 효과로 인건비 감소 지속

■ 판매촉진비(여행사 수수료)
2Q/FY26 19.8억엔(YoY -52.5%, QoQ -24.5%)
- 매출 확대를 위한 판촉 투자로 매출액 대비 비중 55.1%, 전년(53.0%)·1Q(53.5%) 대비 상승

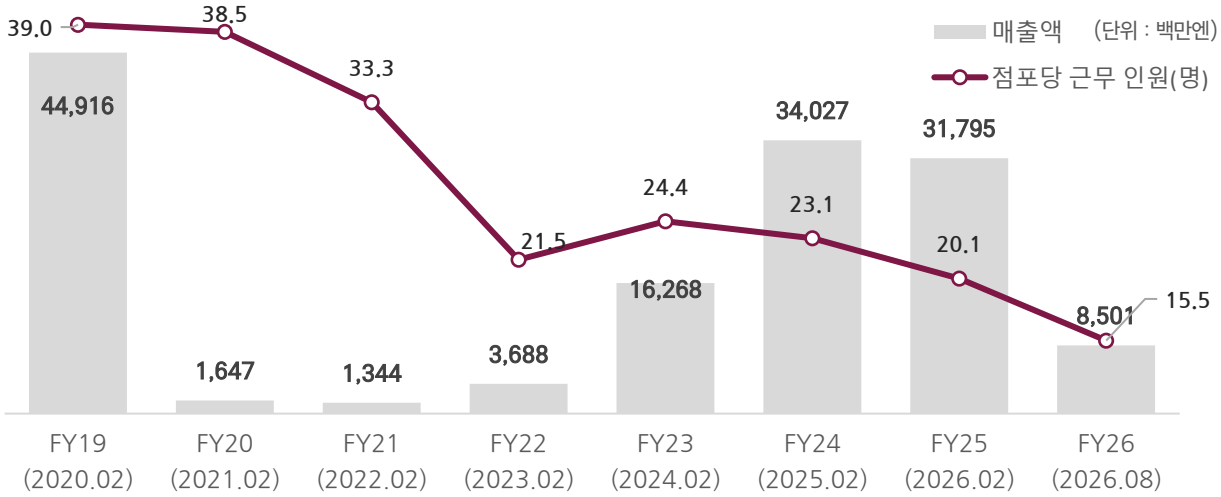
■ 감가상각비
2Q/FY26 4.7억엔(YoY +30.8%, QoQ +41.5%)
- 금액 증가와 매출 감소가 겹치며 매출액 대비 비중 13.2%로 1Q(6.8%) 대비 상승

■ 지급수수료
2Q/FY26 1.0억엔(YoY -16.5%, QoQ -19.0%)
- 금액은 감소했으나 매출액 대비 비중 2.9%로 1Q(2.6%) 대비 소폭 상승

■ 기타
2Q/FY26 2.7억엔(YoY -47.6%, QoQ -10.7%)
- 비용 절감으로 금액은 감소했으나 매출 감소폭이 더 커 매출액 대비 비중 7.4%로 1Q(6.1%) 대비 상승

점포 운영 효율화 추이

기준	임직원(명)	보유점포(개)	운영점포(개)	점포당 근무 인원(명)
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
FY25말 ('26.02말)	442	24	22	20.1
2Q/FY26말 ('26.08말)	340	22	22	15.5



■ 임직원(명)
2Q/FY26말 340명 (FY25말 442명 대비 -102명)
- 인력 효율화로 급여 및 상여 감소(YoY -29.9%)

■ 보유 · 운영 점포(개)
2Q/FY26말 22개 보유 • 22개 운영

■ 점포당 근무 인원(명)
2Q/FY26말 점포당 15.5명
- 단체관광객 일정이 없는 점포는 휴업하거나 인력을 타 매장으로 재배치하는 등 방문수요에 맞춰 인원을 탄력 운용

IFRS 연결 기준(FY18, FY19는 별도 기준)
결산월 : 2월

요약 재무상태표

(단위 : 백만엔)

연결 기준(백만 엔)	FY24말	FY25말	2QFY26말
자산			
유동자산	14,040	13,099	10,747
현금및현금성자산	7,461	7,050	5,368
단기금융상품	416	328	116
재고자산	3,369	3,200	2,927
기타	2,794	2,521	2,336
비유동자산	23,215	22,410	22,728
유형자산	14,597	13,819	14,022
기타비유동금융자산	2,362	2,437	2,402
이연법인세자산	3,650	3,379	3,350
기타	2,605	2,775	2,954
자산총계	**37,256**	**35,509**	**33,475**
부채			
유동부채	4,501	3,480	3,442
리스부채	1,453	1,346	1,536
기타금융부채	1,776	1,318	1,133
단기차입금	308	285	285
기타	965	532	488
비유동부채	13,712	13,252	13,165
리스부채	11,783	11,798	11,841
충당부채	311	379	379
장기차입금	1,040	756	613
기타	578	319	332
부채총계	**18,213**	**16,732**	**16,607**
자본			
지배기업소유주지분	19,043	18,777	16,868
자본금	100	100	100
자본잉여금	8,140	8,140	8,140
기타자본항목	5,175	4,480	2,502
이익잉여금(결손금)	5,814	6,279	6,402
기타포괄손익누계액	(187)	(222)	(276)
비지배기업			
자본총계	**19,043**	**18,777**	**16,868**

(단위 : 백만원)

FY24말	FY25말	2QFY26말
135,044	119,643	92,346
71,765	64,394	46,127
4,000	3,000	1,000
32,405	29,224	25,149
26,873	23,025	20,070
223,288	204,692	195,294
140,400	126,224	120,489
22,721	22,256	20,636
35,110	30,866	28,789
25,057	25,345	25,380
358,331	**324,335**	**287,640**
43,292	31,786	29,576
13,971	12,290	13,196
17,079	12,038	9,739
2,960	2,600	2,446
9,282	4,858	4,194
131,885	121,042	113,123
113,332	107,765	101,745
2,987	3,458	3,257
10,006	6,901	5,269
5,559	2,918	2,852
175,177	**152,829**	**142,699**
183,155	171,506	144,941
962	913	859
78,294	74,351	69,946
49,776	40,923	21,496
55,918	57,348	55,012
(1,795)	(2,029)	(2,372)
183,155	**171,506**	**144,941**

IFRS 기준, 결산월 : 2월

적용환율(기말환율) *9.6182* *9.1338* *8.5927*

■ 현금 및 현금성자산

2QFY26말 53.7억엔(전기말比 -23.9%)

- 자기주식 1·2차 매입 완료에 따른 감소이나, 유동비율 312.2%로 여전히 높은 유동성 유지

■ 재고자산

2QFY26말 29.3억엔(전기말比 -8.5%)

- 매출 변동 국면에서도 재고를 전기말 대비 8.5% 줄여 재고 보유 부담 완화

■ 부채비율

2QFY26말 부채비율 98.5%(전기말比 +9.3%p)

- 자기주식 취득에 따른 자본감소(18,777 → 16,868백만엔)가 주 원인이며, 부채 자체의 증가나 재무 건전성 악화가 아닌 주주 환원 정책의 결과
- 부채총계는 전기말 대비 소폭 감소(16,732백만엔 → 16,607백만엔)

■ 기타자본항목

2QFY26말 25.0억엔(전기말比 -19.8억엔), 자기주식 취득(1·2차 완료) 반영[1)]

■ 이익잉여금

2QFY26말 약 64.0억엔(전기말比 +2.0%)

- 국가 다변화·비용 효율화·유휴자산 매각으로 상반기 순이익 1.2억엔 흑자 유지, 이익잉여금 증가

(주1)
자기주식 취득 현황
- 1차 (완료) : 150억 원 (발행주식총수의 5.8%) /기간 : 2026.01.26~04.06
- 2차 (완료) : 100억 원 (발행주식총수의 4.2%)/ 기간 : 2026.05.07~07.29

자기주식 소각 현황
- 1차 자기주식 취득(150억) 2026.07.21 소각 완료
  2차 자기주식 취득(100억) 2026.09.30 소각 완료

일본 면세 제도(현행)

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 (소모품)
39	점포수(개)	64,499

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**

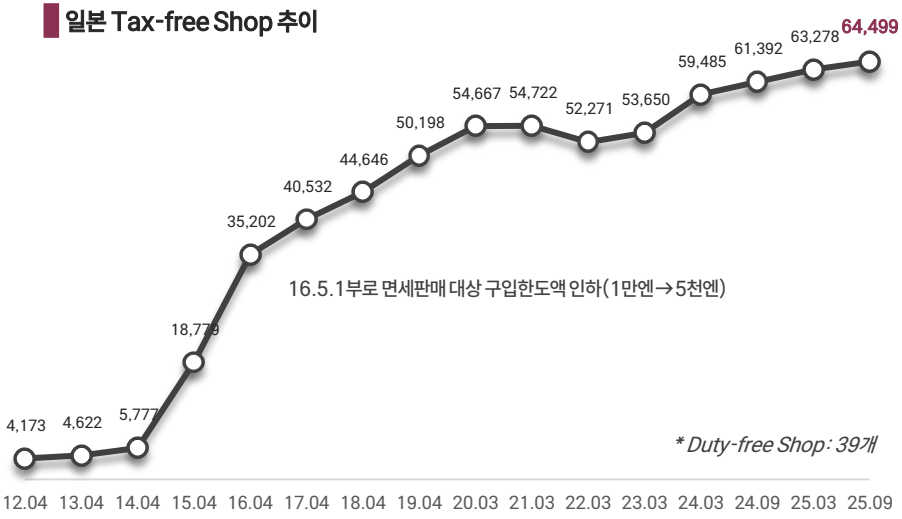
한국의 경우, 전국 면세점에서 구매한 물품 전국 출국장에서 수령 가능

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



출처 : 일본 관광청, 일본 듀티프리협회, 회사 자료
한국 Tax-refund 총 구매 한도: 1인당 국내 체류 기간 동안 총 500만원 이하

일본 면세 제도 개정이 회사에 미치는 영향

당사 사업모델은 '랜드사 인센티브'와 '강력한 송객 네트워크'를 통한 구조화된 구매 고객 유입으로 구성
따라서, 면세 제도의 개정에도 사업 모델과 수익성은 변하지 않을 것으로 예상됨

면세 제도 개정

소비세 제도 변천

2014년	소비세 인상 (5% → 8%)
	면세 대상 확대 (식품, 음료, 화장품)
2016년	면세 대상 최저 금액 하향 (1만엔 → 5천엔)
2019년	소비세 인상 (8% → 10%)
2026년 11월(예정)	Tax-free에서 Tax-refund로 변경 예정 (상한 금액 폐지)

2026년 면세 제도 개정 배경

부정 거래 빈번
구매액 1억엔을 초과한 고액 구매자의 대부분이 납세 없이 출국 (세수 손실로 연결)

세관 검사 한계
현재 세관의 검사가 임의로 이루어지고 있으며 충분한 확인이 어려운 실정

소매점 부담 완화
일반물품과 소모품을 구분해 특수포장 및 본인 확인 절차 등 해소

면세 제도 개정에 따른 영향 분석

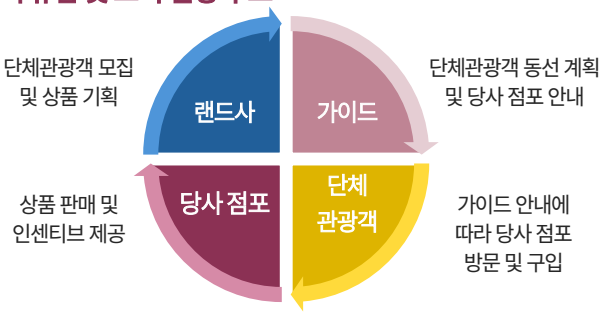
구분	현행 (Before)	개정 (After)
구매 방식	관광객 : 면세가로 즉시 구매 (소비세 0%)	관광객 : 소비세 포함가로 구매 (소비세 10%)
환급 절차	해당 사항 없음	출국 시 환급 (수수료 有)
시장 본질	• 단체 수요 (방일 관광객의 80%가 중국, 한국, 대만) • 랜드사 인센티브 구조 기반	

회사에 미치는 영향

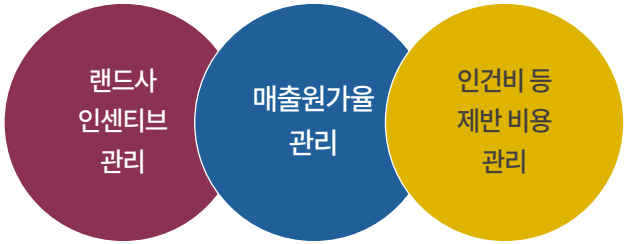
사업 모델 핵심 밸류 체인 및 구조

사업 모델	송객 기반형 유통 플랫폼
핵심 역할	여행 산업 속 단체관광 시장의 핵심 밸류 체인 역할
성공 요인	견고한 송객 네트워크와 매력적 랜드사 인센티브 체계
판매 구조	'면세' 가격 메리트보다 '송객 네트워크를 통한 구조적 유입'으로 운영

단체 관광객 유입 및 소비 결정 구조



실제 수익률 결정 요인

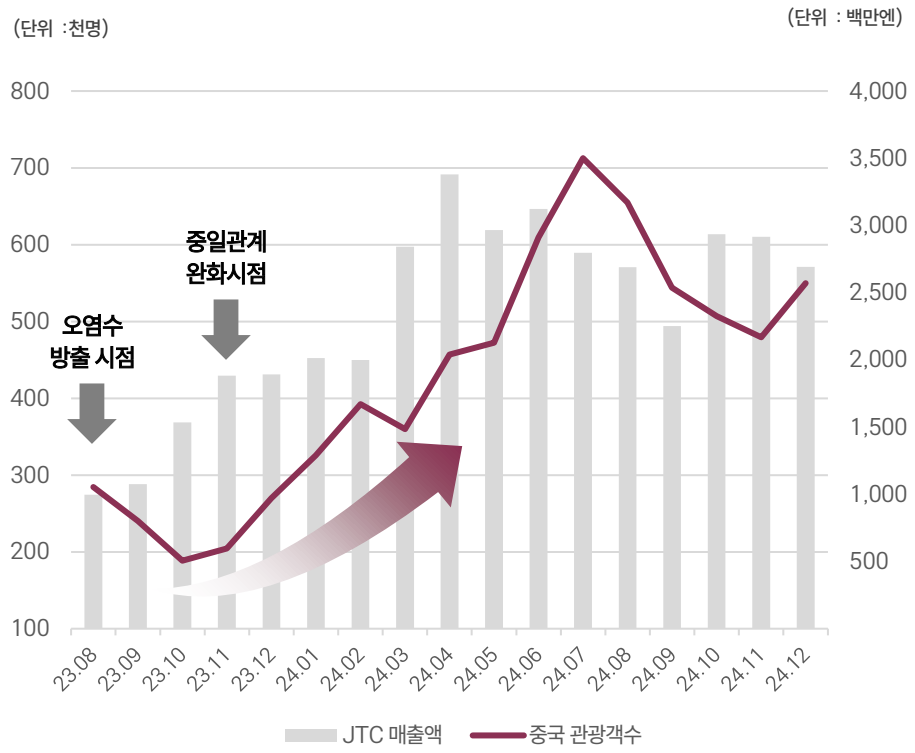


출처 : 일본 재무성, 회사 자료

중일 외교 갈등 완화 : V자 반등의 회복 탄력성

중일 관계 완화 국면 진입과 함께 JTC 매출도 뚜렷한 회복세

일본, 원전 오염수 방류 극복 사례



오염수 방류 후 방일 중국인 감소로 일시적 실적 악화가 있었으나
방일관광객수는 4~5개월 만에 115% 수준으로 회복

중국관광객 수요 여전히 유효

1억6천만명

2025.07.30 인민일보 발표 유효한 일반 여권소지자수

- **중국 전체 인구 14억 449만명의 약 11.4%**

선호도 1위, 정치로 인한 조정

관계 완화시 빠른 회복이 예상

- **갈등전 씨트립·에어비앤비 조사에서 일본 압도적 1위**
- **일본 여행지 매력은 그대로 → 갈등완화시 빠른 회복 전망**

단체관광 중심의 신규 수요 확대

개인비자보다 단체 비자 문턱이 낮은 구조

- **중국 여권 소지자는 방일 시 매번 비자 필요**
- **지정여행사를 통해 신청**
- **일본 여행 일정표, 재직증명서 필요**
- **은행명세서 또는 잔액증명(일정 재정능력 입증필요)**

중일 관계 변화에 따른 내실 경영 강화 및 미래 성장 전략

재무 안정성 및 위기 관리

압도적 유동성
- 유동비율 312%
- 현금 및 현금성 자산 약 54억엔 보유(자사주 취득·소각 후에도 풍부한 유동성 유지)

재무 건전성
- 부채비율 98.5%
- 재고 전기말 대비 8.5% 감축, 이익잉여금 64.0억엔으로 우수한 자본 건전성 유지

단계별 대응책
- 단기: 중화권 파트/아르바이트 고용 중단 등 인건비 절감 및 상품 매입 최소화
- 장기: 점포 운영 유연화, 인원 재검토, 비수익 자산 정리 등

"업계 최고 수준의 재무 체력과 기민한 비용 통제로 불확실성 극복"

시장 다변화 전략

대만 (점유율 확대)
- 공격적인 영업 활동 및 랜드사(여행사) 인센티브 강화
- 대만 관광객 및 랜드사에 특화된 매장/제품 라인업 구축

동남아 (신성장 동력)
- 태국, 베트남, 필리핀, 말레이시아 4개국을 '차세대 관광 수요 허브'로 육성
- 언어 장벽으로 단체 관광 선호가 높아 버스 등 인프라 서비스 제공 용이
- 다국적 직원 Pool 및 현지 인력 채용으로 대응하여 시장 이해도 제고

목표
2026년부터 가시적 매출 성과 창출

"중국 의존도 탈피: 대만·동남아 시장 적극적 확장"

핵심 경쟁력 및 시장 기회

지정학적 리스크 내성
센카쿠·오염수 사태 등 지정학적 이슈를 바탕으로 한 과거 데이터상, 갈등 후 반드시 나타나는 'V자 반등'의 회복 탄력성 입증

구조적 흑자 체질
- 중국인 비중이 16.7%로 급감한 2Q/FY26에도 당기순이익 흑자 달성
-'Non-China'로도 수익 내는 고효율 구조

제도 변화에도 견고한 사업구조
'송객 네트워크(B2B)' 기반 모델 특성상, 2026년 면세 제도 변경(Refund 도입)에도 수익성에 큰 타격 없을 것으로 예상

압도적 재무 체력
약 461억원의 현금 및 현금성 자산 보유로 위기 시 버팀목 역할 및 시장 회복기 투자 재원 확보

"외부 충격을 이겨내는 검증된 기초 체력과 견고한 사업 모델 "

주주가치 제고 및 신규 사업

주주 환원
- 보유 현금을 재원으로 자사주 매입·소각 실행
매입[주1] : 1차 150억원 취득 완료, 2차 100억원 취득완료
소각[주2] : 1차, 2차 소각 완료
- 정관 변경을 통해 분기 배당 등 실시 요건 간소화 추진

소통 강화
애널리스트 대상 NDR 확대 및 자율 공시 등 시장 소통 강화

신규 사업
- 유휴 점포를 활용한 테넌트(임대) 사업 활성화
- 버스 리스 사업 모색
- 면세 생태계 내 경쟁력 강화를 위한 볼트온(Bolt-on) M&A 추진

"주주 환원 강화와 새로운 수익의 기둥 발굴"

(주1) 자기주식 취득 현황
- 1차 (완료) : 150억 원 (발행주식총수의 5.8%) / 기간: 2026.01.26~04.06
- 2차 (완료) : 100억 원(발행주식총수의 4.2%) / 기간: 2026.05.07~07.29

(주2) 1차 취득물량 2026.07.21 소각 완료, 2차 취득물량 2026.09.30 소각 완료

감사합니다.

IR실 서울특별시 강서구 공항대로 164, 6층 (마곡동, 류마타워) | Tel. 02-785-9101 | Fax 02-2661-9103
jtc_ir@groupjtc.com | www.groupjtc.com/korean