

IR BOOK

THE INVESTOR OF RELATIONS FY24

2025.02.28

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)	4Q/FY24	4Q/FY23	YoY	3Q/FY24	QoQ
매출액	7,892	5,950	32.6%	8,165	-3.3%
매출원가	3,079	1,379	123.3%	1,976	55.8%
매출액 대비 %	39.0%	23.2%		24.2%	
매출총이익	4,813	4,571	5.3%	6,189	-22.2%
%	61.0%	76.8%		75.8%	
판매비와관리비	5,401	3,821	41.4%	5,408	-0.1%
기타영업손익	2,682	15	17780.0%	90	2880.0%
영업이익	2,093	806	159.7%	871	140.3%
%	26.5%	13.5%		10.7%	
법인세비용차감전순이익	1,788	708	152.5%	840	112.9%
당기순이익	5,869	929	531.8%	745	687.8%
%	74.4%	15.6%		9.1%	
주당순이익 (엔)	113	18	527.8%	14	707.1%
발행주식총수(#)	51,746,348	50,288,626		51,746,348	

연결 기준(백만 원)	4Q/FY24	4Q/FY23	YoY	3Q/FY24	QoQ
매출액	72,112	53,622	34.5%	74,610	-3.3%
매출원가	28,134	12,425	126.4%	18,056	55.8%
매출총이익	43,978	41,197	6.8%	56,553	-22.2%
판매비와관리비	49,353	34,437	43.3%	49,415	-0.1%
기타영업손익	25,168	131	19112.2%	818	2976.8%
영업이익	19,647	7,264	170.5%	7,956	146.9%
법인세비용차감전순이익	16,778	6,383	162.9%	7,673	118.7%
당기순이익	55,086	8,373	557.9%	6,805	709.5%
주당순이익 (원)	1,065	165	545.5%	132	706.8%
평균 환율	9.3855	8.9227		9.1377	

FY24	FY23	YoY
34,027	16,268	109.2%
9,480	3,825	147.8%
27.9%	23.5%	
24,547	12,443	97.3%
72.1%	76.5%	
22,267	11,558	92.7%
2,963	1,490	98.9%
5,243	2,375	120.8%
15.4%	14.6%	
4,846	2,230	117.3%
8,515	2,218	283.9%
25.0%	13.6%	
165	44	275.0%
51,746,348	50,288,623	

FY24	FY23	YoY
308,580	149,965	105.8%
85,970	35,258	143.8%
222,611	114,707	94.1%
201,936	106,542	89.5%
26,871	13,732	95.7%
47,546	21,897	117.1%
43,944	20,553	113.8%
77,219	20,450	277.6%
1,492	408	265.7%
9,0688	9,2183	

■ 매출액

4Q/FY24 79억엔(QoQ -3.3%)

FY24 340억엔(YoY +109.2%)

- 엔데믹에 따른 보복 여행 수요가 엔저와 맞물리며 전년비 매출 상승
- 중국인 방일 패키지 관광객의 본격적인 회복으로 중국 매출 확대가 주된 매출 상승 요인

■ 매출총이익

4Q/FY24 48억엔(QoQ -22.2%)

FY24 245억엔(YoY +97.3%)

- 재고자산평가손실^(주1) 11억엔이 매출원가에 인식됨에 따라 4Q/FY24 매출총이익 감소
- 4Q/FY24 재고자산평가손실 제거 시 FY24 매출총이익 254억엔, 매출총이익률 74.5%

■ 판매비

4Q/FY24 54억엔(QoQ -0.1%)

FY24 223억엔(YoY +92.7%)

- 매출 상승에 따라 여행사 수수료 전년비 120% 증가

■ 기타영업손익

4Q/FY24 27억엔(QoQ +2,880.0%)

FY24 30억엔(YoY +98.9%)

- 팬데믹 기간^(주2) 반영된 65억엔의 유형자산손상차손 중 약 26억엔 환입

■ 영업이익 및 영업이익률

4Q/FY24 21억엔(QoQ +140.3%), 26.5%

FY24 52억엔(YoY +120.8%), 15.4%

- 재고자산평가손실^(주1) 인식에도 불구하고 유형자산손상차손 환입으로 인해 창사 이래 최고 영업이익률 기록

■ 순이익 및 순이익률

4Q/FY24 59억엔(QoQ +687.8%), 74.4%

FY24 85억엔(YoY +283.9%), 25.0%

- 일시적 차이에 대한 세금 효과를 반영해 이연법인세자산 37억엔 계상

(주1) 상품평가손실 인식 방법을 보수적으로 변경함에 따라 게르마늄 관련 제품이 주로 인식되었습니다.

(주2) 팬데믹 기간: FY20 ~ FY21

요약 재무상태표(JPY)

연결 기준(백만 엔)		FY22말	FY23말	FY24말
자산				
유동자산		8,828	11,519	14,040
	현금및현금성자산	3,916	4,490	7,461
	단기금융상품	122	56	416
	재고자산	3,517	4,459	3,369
	기타	1,272	2,570	2,794
비유동자산		18,607	18,217	23,215
	유형자산	15,978	15,736	14,597
	이연법인세자산	-	-	3,650
	기타	2,629	2,481	4,968
자산총계		27,435	29,736	37,256
부채				
유동부채		4,903	5,542	4,501
	매입채무	228	627	652
	단기차입금	1,808	1,503	-
	리스부채	1,651	1,540	1,453
	기타	1,216	1,872	2,396
비유동부채		15,630	14,982	13,712
	장기차입금	683	863	1,040
	리스부채	13,995	13,185	11,783
	순확정급여부채	517	574	552
	기타	952	934	337
부채총계		20,533	20,523	19,890
자본				
지배기업소유주지분		7,208	9,649	19,043
	자본금	7,482	100	100
	자본잉여금	7,419	7,419	8,140
	기타자본항목	304	4,908	5,175
	이익잉여금(결손금)	(7,715)	(2,736)	5,814
	기타포괄손익누계액	(282)	(43)	(187)
비지배기업		(306)	(436)	-
자본총계		6,902	9,213	19,043

■ 현금및현금성자산

FY24말 75억엔(YoY +66%)

- 안정적인 재무구조 유지

■ 재고자산

FY24말 34억엔(YoY -24.4%)

- 번들 판매 강화, 타임 커머스 효과로 감소

■ 이연법인세자산

FY24말 37억엔(YoY -)

- 실적 개선에 따른 일시적인 세무상 차이를 해소하고 그에 따른 세금 효과가 법인세수익에 반영

■ 리스부채

FY24말

유동 리스부채 15억엔(YoY -5.6%)

비유동 리스부채 118억엔(YoY -10.6%)

■ 자본금 및 자본잉여금

FY24말 자본금 1억엔

- 세제혜택 등의 목적으로 2.5억엔 무상감자 시행

FY24말 자본잉여금 81억엔

- 2.5억엔 무상감자에 기인한 증가

■ 이익잉여금

FY24말 약 58억엔

- 지속적인 당기순이익 증가에 따른 이익잉여금으로 전환

요약 재무상태표(KRW)

연결 기준(백만 원)		FY22말	FY23말	FY24말
자산				
유동자산		85,396	102,033	135,044
	현금및현금성자산	37,885	39,773	71,765
	단기금융상품	1,183	500	4,000
	재고자산	34,020	39,499	32,405
	기타	12,309	22,261	26,874
비유동자산		179,997	161,360	223,288
	유형자산	130,156	115,240	140,400
	기타	49,841	46,120	82,888
자산총계		265,393	263,394	358,331
부채				
유동부채		47,427	49,086	43,292
	매입채무	2,208	5,551	6,268
	단기차입금	11,763	16,581	0
	리스부채	15,969	13,636	13,971
	기타	29,250	29,899	23,053
비유동부채		151,202	132,702	131,885
	장기차입금	5,001	5,084	10,003
	리스부채	135,385	116,784	113,332
	순확정급여부채	5,000	5,080	5,309
	기타	10,818	10,838	3,241
부채총계		198,629	181,788	175,177
자본				
지배기업소유주지분		69,723	85,467	183,155
	자본금	72,375	886	962
	자본잉여금	71,770	65,716	78,294
	기타자본항목	2,938	43,474	49,776
	이익잉여금(결손금)	(74,631)	(24,232)	55,978
	기타포괄손익누계액	(2,729)	(377)	55,918
	비지배기업	(2,959)	(3,862)	-
자본총계		66,764	81,605	183,155
<i>적용환율(기말환율)</i>		<i>9.6736</i>	<i>8.8576</i>	<i>9.6182</i>

국가별 매출

연결 기준(백만 엔)	4Q/FY24	4Q/FY23	YoY	3Q/FY24	QoQ	FY24	FY23	YoY
중국	4,614	2,222	107.7%	5,108	-9.7%	20,825	3,774	451.8%
매출액 대비 %	59.4%	37.3%		62.6%		61.2%	23.2%	
한국	2,400	2,999	-20.0%	2,419	-0.8%	10,344	10,119	2.2%
%	30.9%	50.4%		29.6%		30.4%	62.2%	
대만	241	234	3.1%	243	-0.8%	987	716	37.9%
%	3.1%	3.9%		3.0%		2.9%	4.4%	
태국	404	399	1.2%	246	64.2%	987	976	1.1%
%	5.2%	6.7%		3.0%		2.9%	6.0%	
기타	233	96	142.1%	149	56.4%	885	700	26.5%
%	1.3%	1.6%		1.8%		2.6%	4.3%	
매출액	7,892	5,950	32.6%	8,165	-3.3%	34,027	16,268	109.2%

■ 중국

4Q/FY24 46억엔(QoQ -9.7%)

FY24 208억엔(YoY +452.2%)

- 대도시 중심 항공^(주1) 및 크루즈 증편에 따라 중국인 패키지 관광객의 본격적인 회복으로 입점 트랙픽 증가
- 일본 정부의 지방 도시 관광 활성화^(주2) 및 올 봄 예정인 '중국인 비자 발급 요건 완화^(주3)' 조치 발표 등으로 추가 매출 성장 기대

■ 한국

4Q/FY24 24억엔(QoQ -0.8%)

FY24 103억엔(YoY +2.2%)

- 근거리 여행 선호도 및 엔저 현상 지속으로 일본 패키지 여행 수요 견조
- 그러나, 엔화 환율 상승 및 베트남, 유럽, 중국에 대한 여행 선호도가 올라가며 수요 둔화 불가피

■ 대만 및 태국

<대만>

4Q/FY24 2.4억엔(QoQ -0.8%)

FY24 9.9억엔(YoY +38.0%)

<태국>

4Q/FY24 4억엔(QoQ +64.2%)

FY24 9.9억엔(YoY +1.2%)

- 직항 노선이 있는 지역(홋카이도, 도쿄, 오사카)을 중심으로 입점 트랙픽 대거 상승
- 오이타, 오키나와, 센다이 등 신규 항공편 증가 중으로 추가 매출 성장 기대

■ 기타

4Q/FY24 2.3억엔(QoQ +56.4%)

FY24 8.9억엔(YoY +26.5%)

(주1) 회복률 24.04~25.03 : 61%~76% | 25.03~10 : 91% (제공:일본 국토교통성)

(주2) 2025년 일본 관광청 전체 예산 530억엔 중 88%가 지방 관광 활성화에 투입 예정(제공 : 일본 관광청)

(주3) 단계 : 관광비자 체재가능일수가 15일에서 30일로 확대 | 개인 - 취득 후 3개월 이내 입국 요건 철폐, 과거 3년 안에 2회 방일 요건을 5년(코로나 기간 제외)으로 기간 확장 등 (제공 : 일본 외무성)

점포별 매출 구성비

별도 기준(%)	4Q/FY24	4Q/FY23	YoY	3Q/FY24	QoQ	FY24	FY23	YoY
동일본지역	40.3%	33.4%	129.8%	33.4%	16.3%	35.6%	41.5%	179.0%
홋카이도	15.8%	9.3%		9.3%		11.0%	7.0%	
신주쿠	10.2%	10.4%		10.4%		11.6%	17.1%	
후지노에키	6.9%	6.6%		6.6%		6.6%	6.9%	
기타	7.5%	7.0%		7.0%		6.4%	10.5%	
서일본지역	25.4%	30.1%	49.5%	30.1%	-18.8%	28.3%	23.4%	132.7%
DOTON PLAZA오사카	25.4%	29.6%		29.6%		27.9%	20.8%	
기타	-%	0.5%		0.5%		0.4%	2.6%	
규슈제1지역	16.5%	15.5%	-14.5%	15.5%	2.2%	16.4%	12.6%	14.3%
JTC 후쿠오카	13.7%	11.8%		11.8%		12.9%	7.8%	
생활광장 쓰시마	2.5%	3.3%		3.3%		3.1%	2.2%	
기타	0.4%	0.3%		0.3%		0.3%	2.6%	
규슈제2지역	17.8%	21.0%	416.0%	21.0%	-18.7%	19.7%	22.4%	434.0%
라쿠이치 후쿠오카	5.7%	7.1%		7.1%		6.4%	5.1%	
라쿠이치 오키나와	4.9%	4.4%		4.4%		3.8%	2.7%	
오무라	3.3%	5.5%		5.5%		5.8%	5.3%	
기타	3.9%	4.1%		4.1%		3.7%	9.3%	
TOTAL	100.0%	100.0%		100.0%		100.0%	100.0%	

■ 동일본

4Q/FY24 QoQ +16.3%

FY24 YoY +179%

- 대도시 관광 선호도가 높은 중화권 패키지 관광객의 본격적인 회복으로 직전분기比, 전년比 매출 증가

■ 서일본

4Q/FY24 QoQ -18.8%

FY24 YoY +132.7%

- 오사카 도톤보리 소재 대형 복합 쇼핑몰 DOTON PLAZA 오사카를 중심으로 패키지 및 개별, 로컬 관광객 입점 트래픽이 상승하며 전년比 매출 증가

■ 규슈제1지역(항공 이용객 중심)

4Q/FY24 QoQ +2.2%

FY24 YoY +14.3%

- 후쿠오카가 근거리 여행지로써 방문 도시 상위권에 랭킹^(주1)하며 입점 트래픽 상승으로 매출 증가

■ 규슈제2지역(크루즈 이용객 중심)

4Q/FY24 QoQ -18.7%

FY24 YoY +434.0%

- 후쿠오카, 오키나와, 나가사키(오무라)를 중심으로 중국발 크루즈 기항편수 증가로 입점 트래픽이 상승하며 전년比 매출 증가

(주1) 후쿠오카 공항의 여객수는 도쿄 하네다, 나리타 공항, 오사카 간사이 공항에 이어 일본 내 4위(제공:일본 국토교통성)

PB·NB 매출 구성비

별도 기준(%)	4Q/FY24	4Q/FY23	YoY	3Q/FY24	QoQ	FY24	FY23	YoY
NB 제품	31.6%	26.9%	104.1%	31.4%	-2.5%	31.6%	29.8%	122.5%
식품	4.7%	7.0%		4.4%		4.5%	9.5%	
화장품	5.9%	3.9%		5.6%		5.4%	3.9%	
생활용품	4.5%	4.7%		5.1%		5.0%	4.8%	
건강·미용	2.3%	2.8%		2.1%		2.4%	2.7%	
전자제품	2.6%	1.0%		2.9%		2.8%	1.0%	
시계·귀금속·패션	9.9%	6.8%		9.8%		10.0%	6.9%	
민예품·기호품	1.8%	0.9%		1.5%		1.5%	1.0%	
PB 제품	68.4%	73.1%	62.8%	68.6%	-3.5%	68.4%	70.2%	104.2%
식품	58.7%	61.0%		58.4%		57.7%	57.8%	
화장품	7.8%	10.2%		7.8%		8.3%	10.6%	
생활용품	1.4%	1.0%		1.8%		1.8%	1.0%	
건강·미용	0.4%	0.9%		0.6%		0.6%	0.8%	
TOTAL	100.0%	100.0%		100.0%		100.0%	100.0%	

■ NB

4Q/FY24 QoQ -2.5%

FY24 YoY +122.5%

- 전자제품 및 주류, 시계·패션 잡화류 중심으로 매출 상승

■ PB

4Q/FY24 QoQ -3.5%

FY24 YoY +104.2%

- 건강지향적 소비 트렌드 확산으로 고수익성·高부가가치 제품 PB^(주1) 건기식 라인의 매출 호조
- 스테디셀러(낮또균, 보행왕, NMN 등) 중심으로 두드러진 매출 상승



(주1) JTC의 자체 브랜드, 대표 제품은 위 이미지 참고

판매비와 관리비

연결 기준(백만 엔)	4Q/FY24	4Q/FY23	YoY	3Q/FY24	QoQ	FY24	FY23	YoY
매출액	7,892	5,950	32.6%	8,165	-3.3%	34,027	16,268	109.2%
판매비와 관리비	5,401	3,821	41.4%	5,408	-0.1%	22,267	11,558	92.7%
매출액 대비 %	68.4%	64.2%		66.2%		65.4%	71.0%	
급여 및 상여	513	334	53.6%	523	-1.9%	1,998	1,171	70.6%
%	6.5%	5.6%		6.4%		5.9%	7.2%	
판매촉진비(여행사수수료)	4,138	2,972	39.2%	4,105	0.8%	17,174	7,816	119.7%
%	52.4%	49.9%		50.3%		50.5%	48.0%	
감가상각비	386	229	68.6%	320	20.6%	1,332	1,220	9.2%
%	4.9%	3.8%		3.9%		3.9%	7.5%	
지급수수료(카드사)	116	94	23.4%	111	4.5%	473	340	39.1%
%	1.5%	1.6%		1.4%		1.4%	2.1%	
기타	248	192	29.2%	344	-27.9%	1,290	1,010	27.7%
%	3.1%	3.2%		4.2%		3.8%	6.2%	

■ 급여 및 상여

4Q/FY24 약 5억엔 QoQ -1.9%

FY24 약 20억엔 YoY +70.6%

- 판매직원 중심의 채용 인원 증원(주1). 일본 내 임금 인상 기조, 실적 호조에 따른 상여금 지급에 따른 증가

■ 판매촉진비(여행사 수수료)

4Q/FY24 약 41억엔 QoQ +0.8%

FY24 약 172억엔 YoY +119.7%

- PB제품 매출 상승에 따른 여행사 수수료 증가

■ 감가상각비

4Q/FY24 약 4억엔 QoQ +20.6%

FY24 약 13억엔 YoY +9.2%

- 부동산 및 차량운반구(관광버스 등) 취득에 따른 증가

■ 지급수수료(카드사)

4Q/FY24 약 1억엔 QoQ +4.5%

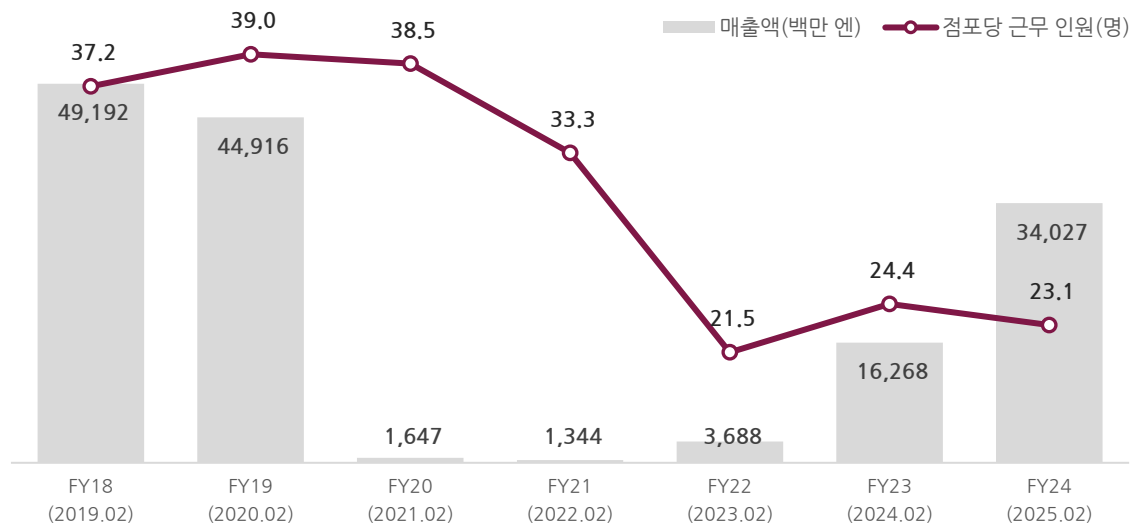
FY24 약 5억엔 YoY +39.1%

- 카드 결제액 증가에 따른 상승

(주1) 임직원 수
FY23말(24.02) 341명
FY24말(25.02) 462명

점포 수 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



■ 임직원(명)

FY24말 462명 YoY +35.5%

■ 보유·운영 점포

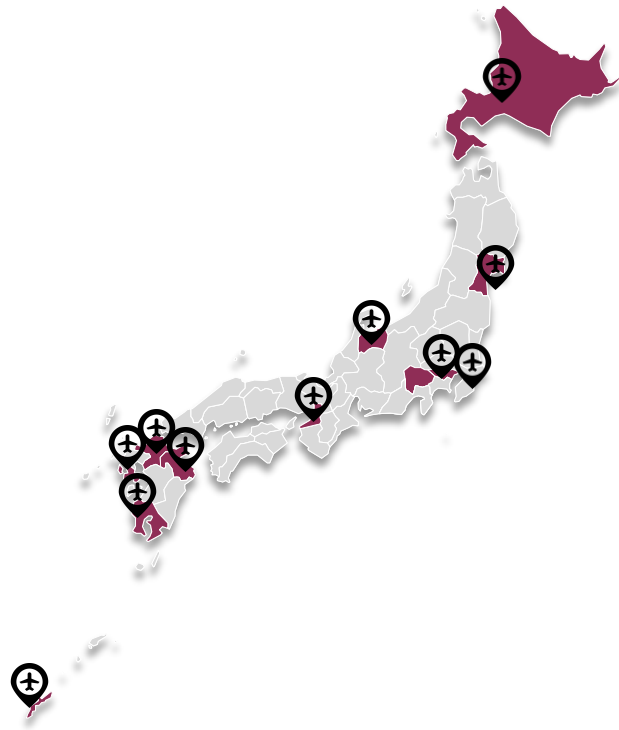
FY24말 22개 보유·20개 운영
- FY25 3곳의 신규 출점 계획중

■ 점포당 근무 인원

FY24말 23.1명 전년대비 -1.3명 감소
효율적인 인력 운영 체계 정립

(주1) 점포당 근무 인원 = 임직원(명) / 운영점포(개)

점포 목록



규슈(12)

JTC 후쿠오카



라쿠이치 후쿠오카



KOO SKIN 베틀



JTC 쓰시마



생활광장 쓰시마



JTC 오무라



생활광장 가고시마



라쿠이치 오키나와



드럭요시요시 나가사키



생활광장 이시가키지마



JTC 오키나와



드럭요시요시 미야코지마



홋카이도 · 도호쿠(2)

JTC 센다이



JTC 홋카이도



도쿄 · 추부(5)

AKA JEWELRY 신주쿠



JTC 신주쿠



KOO SKIN 신바시



후지노에키



코한



간사이 · 호쿠리쿠(3)

DOTON PLAZA 오사카



JTC 오사카



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
*2003-2024 방일중국인 누적(6,050만명), 중국 전체 인구(14억) 대비 4.2%

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, 올 봄 시행 예정)
- 단체관광객 대상 운영 중인 면세사업자에게 유리한 시장 환경 조성
- 방일중국인 관광객 외 한국, 대만, 태국 관광객 또한 증가 예상

일본 면세 업계 1위

1

- 콜옵션을 보유한 2대주주 어필마캐피탈매니저스코리아, 면세사업 생태계 내 경쟁력 강화 및 신성장 동력 발굴을 위한 볼트온(Bolt-on) M&A 추진 선언

2

- 코로나 팬데믹 기간 일부 경쟁업체는 점포 폐쇄한 반면, 당사는 16개 점포 유지
- 최적의 출점 부지 모색에 상당 시간(1년 전후)이 소요되는 경쟁사들과 달리, 어려운 환경 하에 전개한 점포 유지 전략을 통해 신속한 비즈니스 재개 가능한 경쟁력 완비

3

- 동종 업계 대비 균형 잡힌 다국적 고객 기반
JTC - 중국 61%, 한국 30%, 대만 및 동남아시아·FIT 9% *FY24 기준
A사 - 중국 ~100% | K사 - 대만 ~100% *당사 추정

4

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

Company Profile

JTC는 1993년에 설립된 일본 기반의 텍스프리샵 운영사
현재 일본 11개 도도부현에서 22개 점포 전개중
주요 고객층은 중국, 한국, 대만, 동남아시아의 단체관광객

About Us

설립	1993
본사	도쿄 신주쿠, 후쿠오카
대표이사	구 철모 대표이사 회장, 야마모토 대표이사 사장
주주 구성	구 철모(40.3%) Affirma Capital (29.2%) 주식회사 KU(2.8%) 특수관계인(0.6%) 기타투자자(27.1%) *24.02월말 기준
매출액	약 492억엔(FY18, 별도) 약 449억엔(FY19, 별도) 약 340억엔(FY24, 연결)
사업의 내용	방일 외국인 단체관광객을 대상으로 텍스프리샵 운영중

주요 통계

점포 수

22개



파트너 여행사

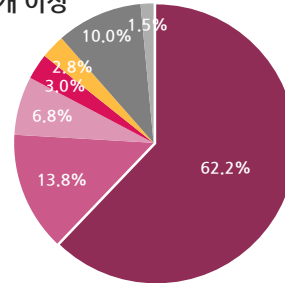
1,270+사

취급 품목수

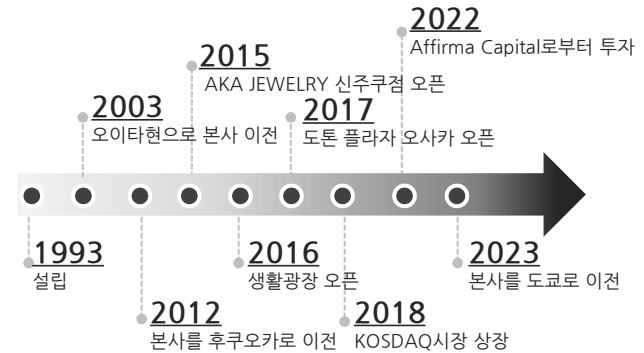
20,000개 이상

제품별 매출 구성(FY24)

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



주요 연혁



점포 브랜드 소개

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

History

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

① 1993 : 설립

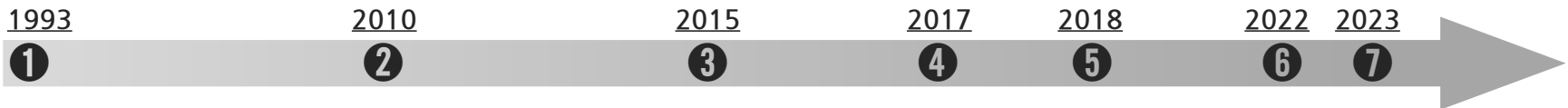
- 일본 대학에서 관광학을 전공한 창업자는 소비세 면세 면허를 취득하고 오이타현 벳푸시에 첫 매장 오픈

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

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
41	점포수(개)	61,392

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

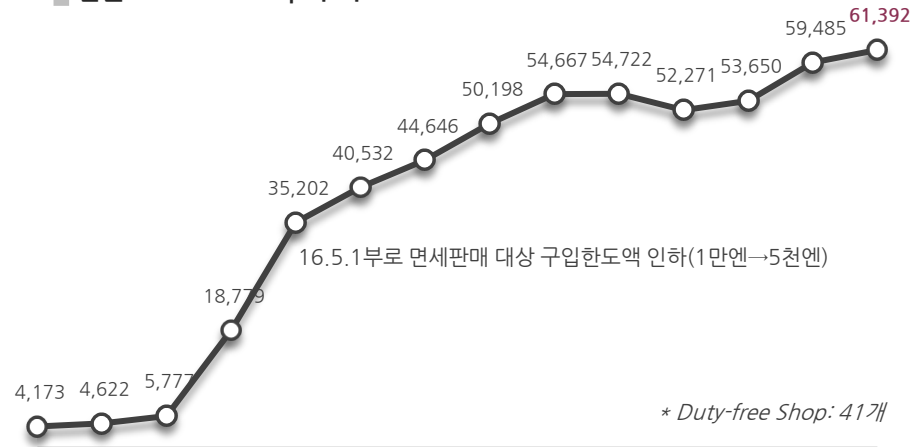
📌 한국의 경우, 전국 면세점에서 구매한 물품 전국 출국장에서 수령 가능

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

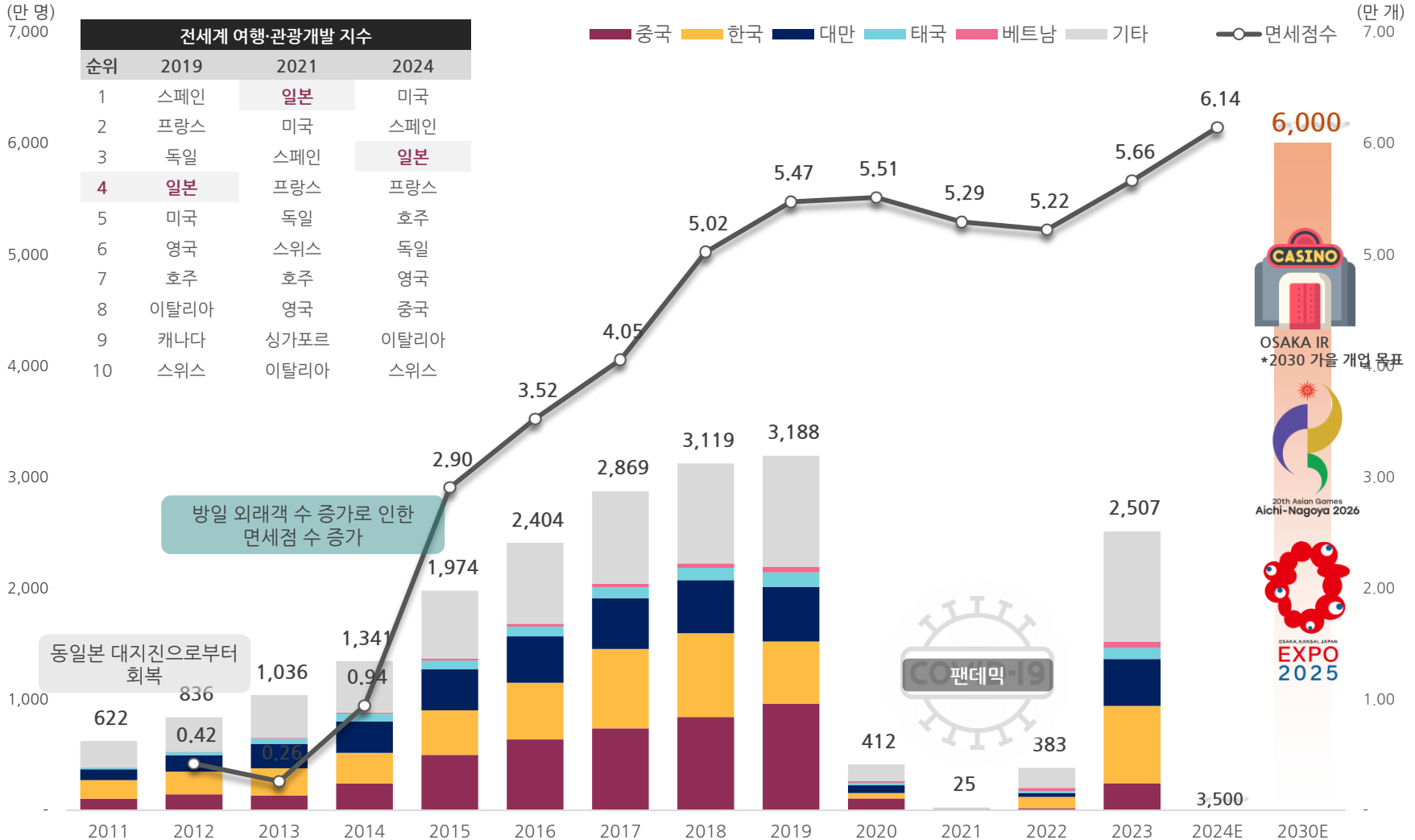


- 여행사와 함께 전국 주요 여행상품 개발 및 출점
- 매출 극대화 전략에 따른 다양한 복수 점포 브랜드 전개
- 패키지 여행객 입점 편의를 고려, 여행 동선에 위치한 최적화된 출점
- 수수료를 충분히 커버할 수 있는 경쟁력 높은 高마진 PB상품 개발
- 경쟁력 있는 MD구성 (PB·NB)
- POS 정보를 이용한 대량 적정 발주
- 여행사들의 설립기부터 함께 성장·조성된 파트너십 구축
- 전세버스·숙소 섭외 등 다양한 편의 지원
- 여행사 판촉을 위한 긴밀한 연계
- 모국어 대응 및 판매
- 매뉴얼화 된 점포 운영
- 예약 입점을 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 2030 관광 비전을 새롭게 수립해 관광 산업 활성화 도모

주요 결의 내용

인바운드 회복

방일외래객

2024년 3,700만명 기록(사상 최고)

2030년 6,000만명 목표

방일외래객 소비액

2024년 8.1조엔(사상 최고)

2030년 15조엔 목표

방일외래객 재방문객

2024년 방일외래객의 약 60%(2,200만명) 추정

2030년 3,600만명 전망

지방 모객 촉진

지방 공항 중심 신규 취항 증편

· 하네다/나리타, 간사이 등 주요 공항을 중심으로 연료 부족분 확보(150편/주)

· 지방 공항 취항 확대에 필요한 지원 이행

e.g. 디지털 기술 활용에 따른 원활한 출입국 절차 이행

국립공원의 세계적 수준화

· 2031년까지 전국 35곳 국립공원을 독창성 있는 공원으로 조성

스포츠 투어리즘 촉진

· 2025년 세계 육상 선수권 대회, 2026년 아시안 게임, 월드 마스터즈 게임즈 2027 이벤트를 앞두고 외국인 대응, 교통의 공백지 해소 등 서비스 창출 등 스포츠 투어리즘 촉진 도모

기타

오버투어리즘 대책

· 전국 20개 모델 지역에 6개 지역 신규 추가. 전국 각지에 참고가 될만한 지침을 연내 정리

고부가가치화 시범관광지 지원

· 11개의 시범 지역을 선정해 지원금 약 190억엔을 통해 고부가가치 관광 콘텐츠 조성

프리클리어런스(사전 입국심사제) 인증

· 2025년부터 일본국 출입국 심사를 출발 공항에서 본격 실시

세관·입국관리소 공동 키오스크 도입

· 2025년부터 입국 수속 시간 단축을 도모하기 위해 여권 등 신고 정보를 동시 제공하는 '공동 키오스크' 설치

*하네다·나리타·간사이 공항에서 수시 운용 개시

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
 가장 규모가 큰 방일 중국인 단체관광객 대상 시장은 당사와 A사가 양분 * K사는 대만 단체 특화 업체

			A사	K사	L사	E사	H사
매출액(억엔)	FY18	491.9	-	-	470.6	-	25.6
	FY19	449.2	-	-	426.9	-	15.3
	FY20	16.5	-	-	60.4	-	-
	FY23	162.7	-	-	150.3	-	-
점포(개)	FY18말	25	26	7	39	16	1
	FY19말	23	23	9	32	17	1
	FY20말	16	12	9	12	16	-
	현재	22	20	8	6	-	-
국적별 매출구성 (FY24)	중국	~60%	~100%	-	~100%	철수 또는 비즈니스 모델 변경	
	한국	~31%	-	-	-		
	태국	~5%	-	-	-		
	대만	~3%	-	~100%	-		
	기타	~1%	-	-	-		
비고	• 중국, 한국, 대만 등 단체관광객 주 타깃		• 주로 중국인 단체관광객 타깃 • 면세사업 외 버스리스 사업, 호텔 사업 등 영위중	• 주로 대만 관광객 타깃	• 도교증권거래소 스탠다드시장 상장사 • 주로 개별관광객 타깃 • 리테일(방일관광객 대상) 사업 외 무역, 기프트전문 판매사업, 에셋 서비스 사업 영위중	• 2023년 10월, 부도	• 2021년, 사업 철수

감사합니다.