

중·일 관계 영향 및 대응 방안

2025.12.15

Disclaimer

본 자료는 주식회사 JTC (이하 “회사”)와 관련하여 투자자들을 대상으로 제공하는 Presentation 자료로서 정보제공을 목적으로 작성 되었으며 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.

Question	Answer	Page
1 현재 중일 갈등이 회사에 미치는 영향과 향후 전망을 알고 싶어요?	갈등 해소로 관계가 개선된다면, 억눌린 중국인 관광수요가 폭발하여 V자 회복할 것으로 예상하고 있습니다.	4
2 최근에 있었던 중일 분쟁 사례와 회사에 미치는 영향에 대해 설명해 주세요.	이슈에 따른 실적 하락은 언제나 한시적인 영향이었습니다. (코로나 기간을 제외하고 대부분 3~6개월만에 회복, 매출액 증가)	5
3 범위를 넓혀서, 한중일 분쟁 시 방일 관광객 추이는 어땠나요?	지정학적 이슈가 발생하면 관광객이 감소하나, 거시적 관점에서 보면 방일 관광객은 지속적으로 증가해 왔습니다.	6
4 엔데믹 전환 후 아직 중국의 일본여행이 허용되지 않았을 때의 회사 실적을 알려주세요.	한국, 대만, 태국 관광객을 기반으로 흑자 경영을 달성하였고, 현재 약700억원의 풍부한 현금성 자산을 보유하고 있어 안정적인 회사 운영 가능할 것으로 판단합니다.	7
5 현재의 리스크를 극복할 수 있는 회사의 대책은 무엇인가요?	중일 관계 추이를 면밀히 분석하면서 안정적인 재무 상황을 바탕으로 중장기적으로 지속 가능한 회사 성장을 유지하고자 노력할 것입니다.	8
6 매출 감소에 대한 대응책은 무엇인가요?	대만 단체관광객 점유율 확대 및 동남아 시장 진출을 통한 매출 다변화 전략을 준비하고 있습니다.	9
7 코로나 이후 회사 주가에 영향을 주었던 주요 이벤트를 알려주세요.	대내외적 이벤트로 주가 변동성이 나타났으나 갈등 해소를 통한 관계 개선 시 주가는 V자 회복할 것으로 생각합니다.	10
8 주주환원, 주주가치제고 방안에 대해 알고 싶어요.	매출 다변화 및 비용절감을 추진하여 주주환원책을 실시하고, 시장과의 소통을 강화하면서 신성장 동력 발굴에 집중할 계획입니다.	11
9 일본 면세제도 개정이 회사에 어떤 영향을 줄지 알고 싶어요.	강력한 송객 네트워크를 통한 구조화된 고객 유입 사업 모델이므로 면세제도 개정에도 수익성 유지에는 문제 없을 것입니다.	12

'25년 중·일 갈등 현황 및 회사에 미치는 영향

'25년 10~12월 중·일 관계 타임라인

10월 21일 다카이치 사나에 일본 총리 취임

31일 중·일 정상회담 개최

11월 1일 다카이치, 대만 고위 인사와 면담 공개 → 중국 반발

7일 다카이치, “대만 유사시 자위권 발동” 발언

8일 주오사카 중국 총영사, SNS서 “총리 참수” 발언

13일 중국, 가나스기 겐지 주중 일본대사 심야 조치

14일 일본, 우장하오 주일 중국대사 초치

일본 언론 “다카이치, 비핵 3원칙 재검토” 보도

15일 중국, 일본 여행 자제령

16일 중국 교육부, 일본 유학 계획 신중 권고

17일 일본 외무성 국장 방중, 중국 대립 진정 모색

중국의 일본 수입영화 상영 잠정 중단

18일 중국 외교부 아시아 국장, 방중 일본 외무성 국장과 베이징에서 회담,

일본 총리의 ‘대만 유사시 개입’ 발언 즉각 철회 촉구 등 강력 항의

주중 일본대사관, 중국 체류 자국민 상대 “안전 주의” 당부

19일 중국, 일본에 일본산 수산물 수입 중지 통보

12월 1일 일본, 중국항 포토레지스트 수출 중단

7일 중국군 전투기, 공해 상공에서 일본 자위대 전투기에 레이더 조사

11일 중국, 아오모리 지진을 이후로 한 일본 방문 자숙 권고

중·일 갈등이 고조되어 중국의 방일 여행·유학 자제 조치로 이어졌으나, 향후 협상에 따라 양국 관계 개선이 가능할 것으로 판단함.

회사에 미치는 영향 (예상)

**중·일 외교 이슈로 인한 대규모 단체관광 예약 취소 발생,
중국인 관광객 매출 대폭 하락 예상**

**외교 갈등의 영향 기간과 수준 파악을 위해 구체적 시뮬레이션
시행, 대응 방안 모색 및 현금흐름 관리 진행 중**

**한국, 대만 및 동남아 국적향 영업을 강화하는 한편,
중·일 관계 개선 시 V자 회복이 예상되기에
중국 관련 사업 역량을 선제적으로 강화 예정**

**과거 사례에 비추어 갈등 해소 시까지 부정적 영향은 불가피하나,
이후 억눌린 중국인 관광 수요의 V자 회복이 예상됨.**

'23~'24년 중국 반일 이슈 재조명 (일본 원전 오염수 방류 사례)

'23~'24년 원전 오염수 방류 타임라인

- '23년 8월 24일 일본, 원전 오염수 방류 시작
중국, 일본 정부에 강력 항의, 일본 수산물 수입 금지 발표
- 26일 중국인의 일본 화장품 불매 운동 확산, 일본 여행 취소
- 29일 중국인의 반일 감정 격화
주중 일본대사관 부지에 벽돌 투척
후쿠시마 지역 주민 대상 욕설 및 괴롭힘 전화
중국 어선 교신 채널에 악성 댓글·모욕성 메시지 다수 송출



- 24년 1월 과학적 근거를 바탕으로 한 오염수 방류 문제 관련 협의가 온라인을 통해 개시
(23년 11월 중·일 정상회담 합의)

- 24년 9월 중국 외교부, 국제 식품 안전 기준에 부합하는 경우 일본산 수산물 수입을 재개 합의

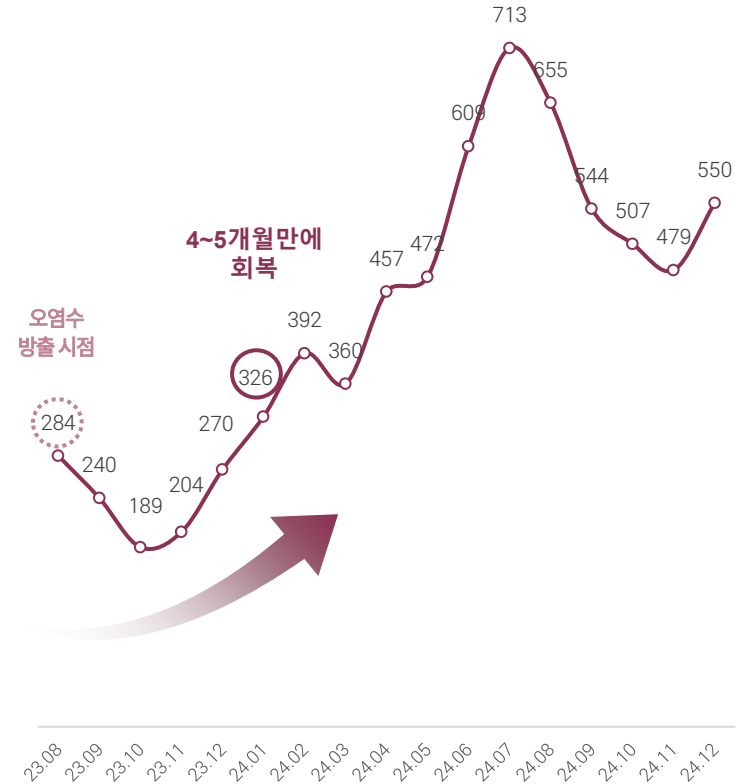
- '25년 11월 5일 중국, 일본 수산물 수입 재개

오염수 방류 직후 일본 수산물 수입 중단과 후쿠시마 지역 주민 괴롭힘 등 중국의 반일 감정이 고조되었으나, 약 2~3개월 내로 정치적 불안은 해소되었고 규제가 단계적 완화되며 중·일 관계는 점차 정상화됨.

원전 오염수 방류에 따른 회사 영향

오염수 방류 후 월별 중국인 방일 관광객 추이

(단위: 천 명)



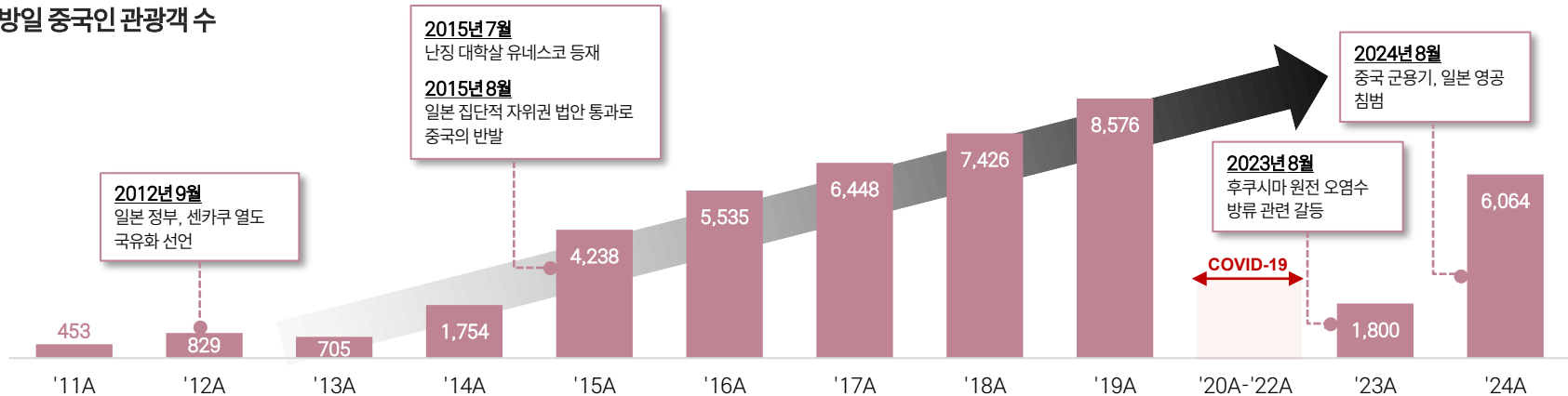
오염수 방류 후 일시적 실적 악화가 있었으나, 방일 관광객 수는 4~5개월 만에 115% 수준으로 회복했으며 회사 매출액도 3개월 만에 2배 수준으로 증가함

동북아 3국 외교 분쟁 및 방일 관광객 수 추이

중국·한국 국가별 방일 관광객 추이

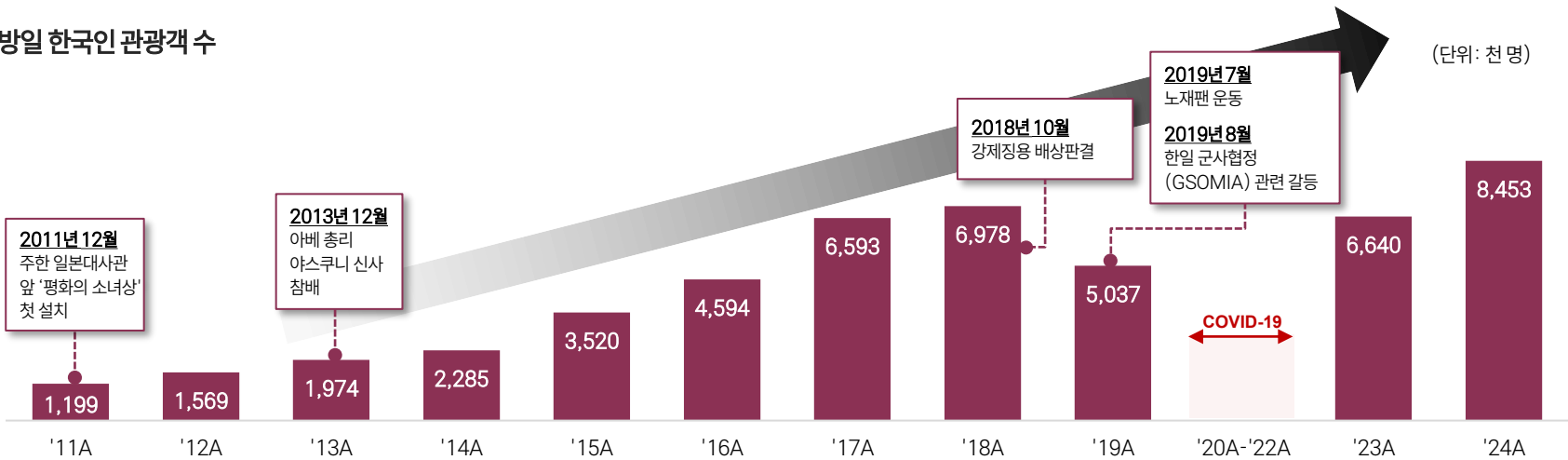
방일 중국인 관광객 수

(단위: 천 명)



방일 한국인 관광객 수

(단위: 천 명)

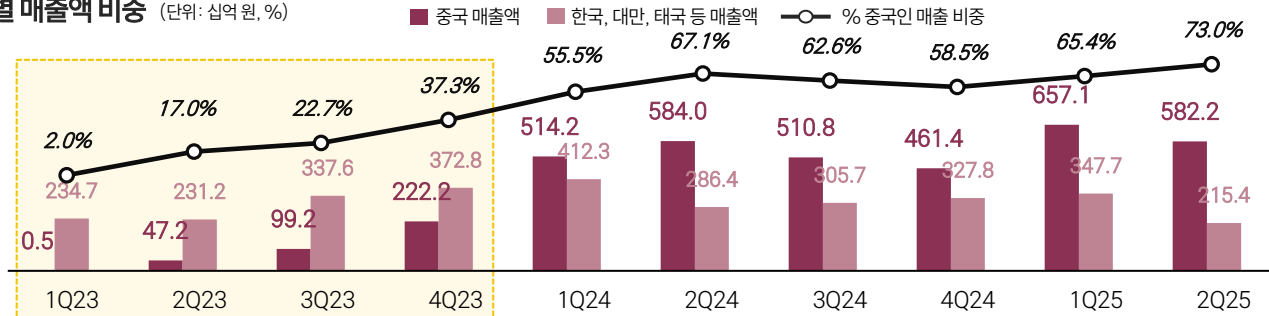


지난 10년 동북아 3국 간 다양한 지정학적 갈등에도 불구하고, 회사는 COVID-19 영향 외에는 안정적인 실적을 보였음.
아베 내각의 우경화 발언 및 법안 개정으로 중·일 관계가 악화되어 일시적 하락은 있었으나, 중국인 방일 관광객 수는 지속적 증가함.

'23년 실적 및 재무구조 분석 (중국인 방일 관광 회복 前)

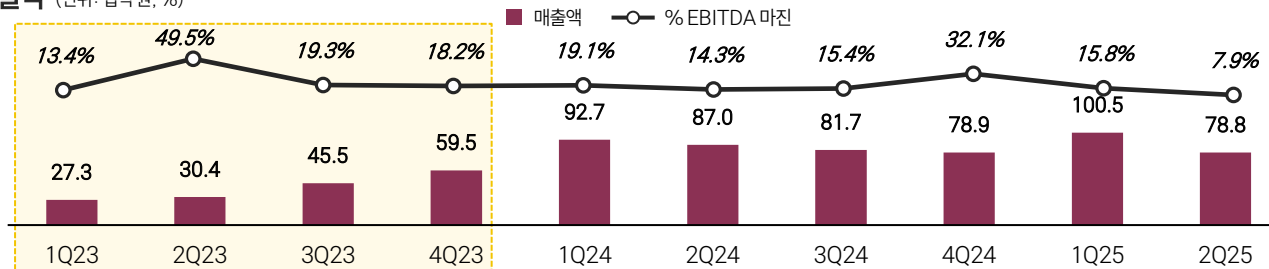
주요 실적 분석

국적별 매출액 비중 (단위: 십억 원, %)



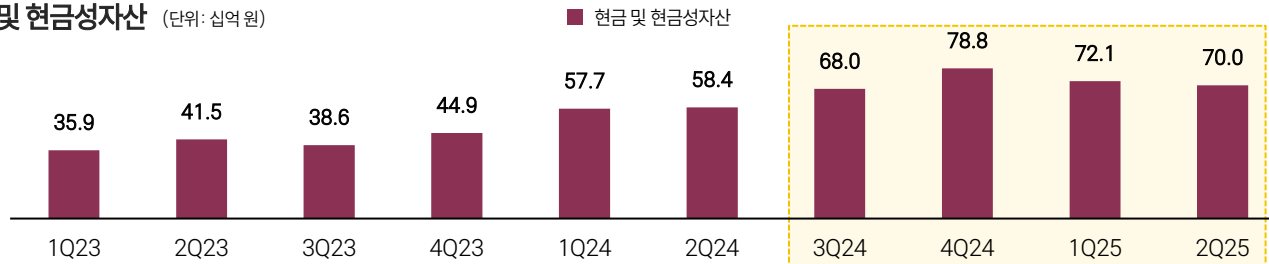
- 중국인의 해외여행이 아직 본격 회복되지 않은 '23년도 기간동안 중국 외 국적의 비중이 압도적으로 높았으며, 적은 중국인 매출 비중으로도 회사 운영에 문제가 없었음

재무 실적 (단위: 십억 원, %)



- 중국 방문객 비중이 20~30% 이하였던 '23년에도 높은 EBITDA 마진을 기록함
- 고정비 지출이 크지 않고 변동비 비중이 높아 안정적으로 운영 가능함

현금 및 현금성자산 (단위: 십억 원)



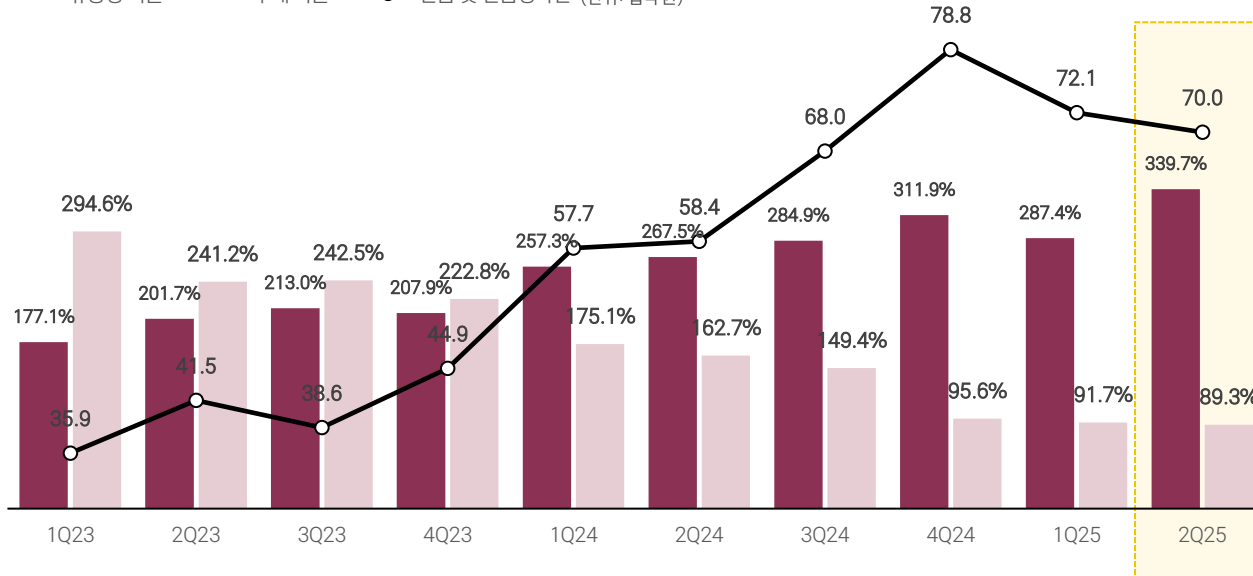
- 회사의 현금성자산은 증가하는 추세이며 약 700억원 수준을 안정적으로 유지 중임
- 향후 배당, 자사주매입, 매장 확장 및 신사업 등 다양한 initiative를 추진할 여력 보유

회사는 '23년 중국인 관광객이 제대로 복귀하지 않았던 시기에도 한국, 대만, 태국 관광객을 기반으로 흑자 운영함.
현재 약 700억원의 현금성자산을 보유한 점을 고려할 때 중·일 갈등에 따른 부정적 영향은 있으나 운영에 큰 지장을 주지 않을 것임.

재무 안정성 및 비상경영대책

재무 안정성

■ 유동성 비율 ■ 부채 비율 —○— 현금 및 현금성자산 (단위: 십억 원)



■ 4~5년 간의 유연한 운영 자금
(현금 및 현금성자산 약 700억 원)

■ 풍부한 유동성
(유동성 비율 340%)

■ 우수한 자본 건전성
(부채 비율 89%)

비상경영대책

단기적으로
▶▶▶

- ① 인건비 절감
- ② 재고 관리
- 중·일 갈등 추이에 따라
- ① 점포 운영 유연화
- ② 중화권 정규직 인력 조정
- ③ 인력 구조조정 검토
- ④ 유사시 자금 확보 가능 (은행 융자)

중화권 파트·아르바이트 고용 잠정 중단, 잔업 중단
점포 간 재고 이동 상품 매입 최소화

점포 유효 활용에 집중 전도금 회수

임시 휴업 점포와 연계해 중화권 정직원 중심 무급 실시

상황을 예의 주시하며 경영 효율 극대화를 위해 희망 퇴직자 모집

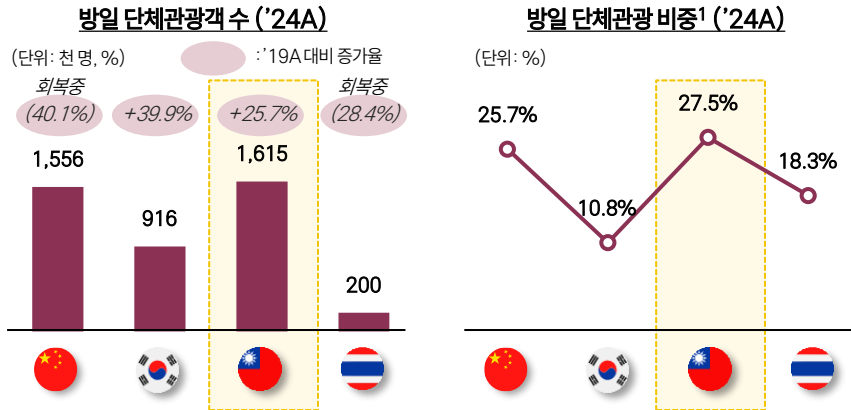
필요시 긴급 자금 편성

재무적 방어력과 기민한 비용 통제를 결합하여 단기적 리스크를 극복하고, 장기적 관점에서 회사의 지속 가능한 성장 궤도를 확고히 유지해 나갈 것.

현재 추진 중인 매출처 다변화 전략

대만 방일 단체관광객 시장 공략

대만 방일 단체관광 시장



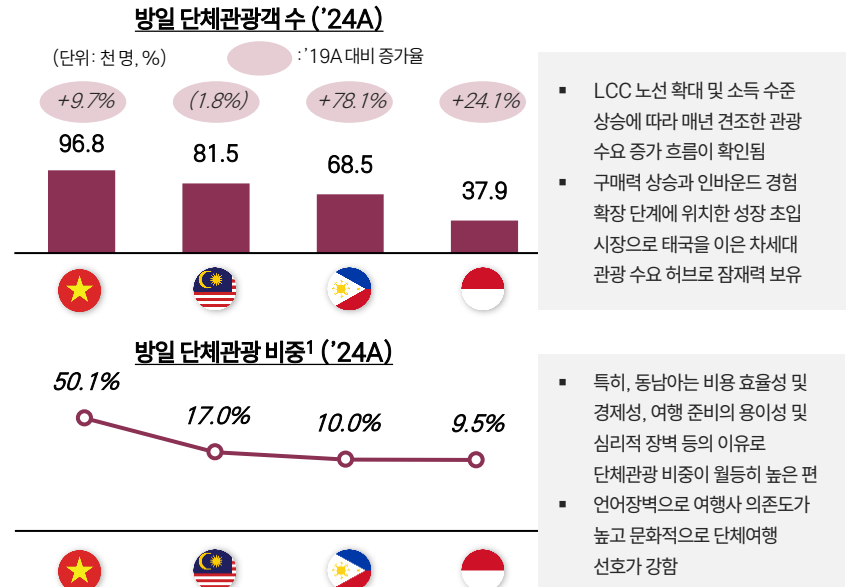
대만 방일 단체관광객 시장 성장 전략

- 1 본격적인 대만 시장점유율 확대를 위해 공격적인 대만 영업활동 진행
- 2 대만 관광객 및 랜드사에 특화된 매장 및 제품 라인업 강화

대만 방일 단체관광객 점유율 확대를 위해 영업 인력 채용 및 교육, 그리고 실적 기반 인센티브 강화를 포함한 Initiative 추진 예정

동남아 방일 단체관광객 시장 공략

동남아 4개국 방일 단체관광 시장



동남아 4개국 진출 전략

- 1 단체관광객 비중이 높아 특화된 인프라² 서비스 제공 용이
- 2 중국어 및 영어 대응 위해 다국적 직원 Pool 활용
- 3 현지 인력 채용 및 역량 내재화 통한 시장 이해도 제고

본격적인 매출 다각화를 위해 동남아 시장 진출을 추진 중이며, 현지 직원 채용, 랜드사 영업 일정 등을 고려 시 '26년도부터 가시적 성과를 예상함.

주가 추이 및 주요 이벤트



방일 한국, 대만, 태국 관광객 흐름은 견고함에도 최근 주가는 코로나 발발 시점보다 하락폭이 컸으며 코로나 시점 주가와 유사한 상황임.
 지난 3년간 발생했던 동북아 외교 분쟁, 자연재해 등은 일시적 이벤트로서 주가 변동성에 영향이 있었으나
 거시적 관점에서 주가는 견고한 실적을 바탕으로 우상향하고 있었음.
 중·일 갈등에 따른 일부 부정적 영향은 불가피하겠지만 과거와 유사하게 향후 V자 회복이 전망됨.

주주가치 제고 전략 (안)

경험적 데이터에 근거한 회사의 예측

- 과거 사례에 비추어 중·일 갈등 해소 시까지 부정적 영향은 불가피하나, 갈등 국면이 장기화되진 않았음
- 중·일 갈등은 역사적으로도 긴장과 회복을 반복했으며 관계 정상화 시 방일 관광 수요가 V자형 회복세를 보임

매출 다변화 및 비용 절감

- 이번 사태로, 일본·대만 관계는 더욱 우호적으로 발전 중이며 한국·일본 관계도 견조한 상황임
- 한국 시장 지배력을 강화하는 한편 비교적 점유율이 저조했던 대만 및 동남아 시장을 적극적으로 공략할 계획임
- 더불어, 중국 관련 비용 항목 및 대규모 투자 지출은 단기적으로 최소화하여 운영할 계획임

주주환원책 및 소통 강화

- 보유 현금성자산을 재원으로 배당 정책 및 자사주 매입·소각 실시 검토 중
- 정관 일부 변경을 통해 이사회 결의에 의한 분기 배당 등 실시 요건 간소화, 자사주 매입·소각 등을 포함한 적극적 주주환원책 시행
- 주주 및 투자자 소통 강화 (애널리스트 대상 NDR 및 커버리지 확대, IR 자료 발간, 자율 공시 등)

신성장 동력 발굴

- 중장기 신성장 동력 발굴 (3~5년 로드맵 구상)
- 유희 점포를 활용한 테넌트 사업 활성화와 버스 리스 등 현재 인프라·인적 자본을 활용한 신사업 모색

면세 제도 개정과 회사에 미치는 영향

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	Tax-free에서 Tax-refund로 변경 예정

2026년 면세 제도 개정 배경

부정 거래 횡행	세관 검사 한계	소매점 부담 완화
구매액 1억엔을 초과한 고객 구매자의 대부분이 납세 없이 출국 (세수 손실로 연결)	현재 세관의 검사가 임의로 이루어지고 있으며 충분한 확인이 어려운 실정	일반물품과 소모품을 구분해 특수포장 및 본인 확인 절차 등 해소

면세 제도 개정에 따른 영향 분석

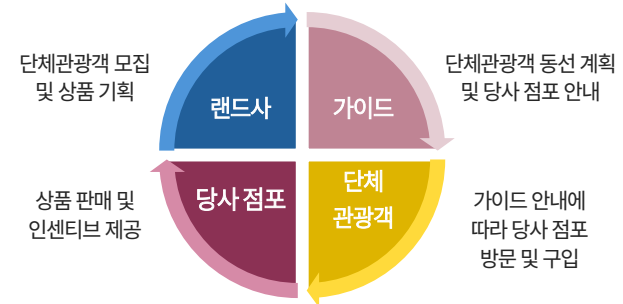
구분	현행 (Before)	개정 (After)
구매 방식	관광객 : 면세가로 즉시 구매 (소비세 0%)	관광객 : 소비세 포함가로 구매 (소비세 10%)
환급 절차	해당 사항 없음	출국 시 환급 (수수료 有)
시장 본질	<ul style="list-style-type: none"> 단체 수요 (방일 관광객의 80%가 중국, 한국, 대만) 랜드사 인센티브 구조 기반 	

회사에 미치는 영향

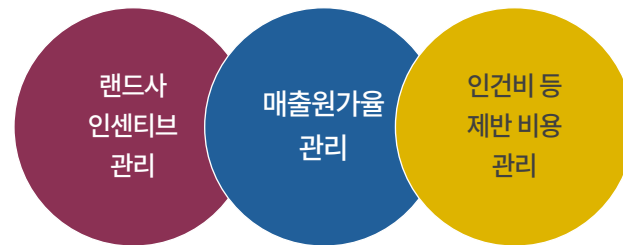
사업 모델 핵심 밸류 체인 및 구조

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 수익을 결정 요인



회사의 사업 모델은 ‘랜드사 인센티브’와 ‘강력한 송객 네트워크’를 통한 구조화된 구매 고객 유입임.
따라서 면세 제도의 개정에도 사업 모델과 수익성은 변하지 않을 것으로 예상됨.

감사합니다.