



株式会社トレジャー・ファクトリー  
2024年2月期 第2四半期

# 決算説明資料

---

2023年10月11日

**1 2024年2月期第2四半期 決算概要**

**2 主要KPIの推移・トピックス**

**3 業績予想・配当予想**

**4 中期経営計画**

**5 ESG / SDGsの取り組み**

参考資料

**1 ビジネスモデルと当社の強み**

**2 会社概要と当社の歩み**

# 1. 2024年2月期第2四半期 決算概要

---

# 決算サマリー

- 主力の衣料の好調に加え、家電やインバウンドの伸びから高額品なども堅調に推移し、連結売上は前年同期に続き当期も20%超の成長を達成
- 連結経常利益は前年同期から1.4倍の14.6億円、経常利益率は1.3pt上昇して9.3%
- 第2四半期の堅調な業績推移を受け、本資料発表と同時に通期業績予想および期末配当予想を上方修正

## 2024年2月期 上半期（連結）

### 連結売上高

2023年2月期	2024年2月期
128億円	→ 158億円
YoY+23.7%	

### 連結経常利益

2023年2月期	2024年2月期
10.3億円	→ 14.6億円
YoY+42.3%	

### 連結EBITDA

2023年2月期	2024年2月期
11.6億円	→ 16.5億円
YoY+42.4%	

### POINTS

- ・利益率の改善により、第2四半期終了時点で**ROE13.2%**、**ROIC8.8%**
- ・前期から続く物価高による節約志向を背景にしたリユースへのニーズを取り込み、販売件数と1件単価ともに伸ばし、  
**単体既存店売上は前年同期比11.5%増**
- ・新規出店は想定通りに進捗し、第2四半期で**グループ合計12店出店完了**（年間計画25店前後）
- ・リユース事業を行うカインドオル、ピックアップジャパンなど**グループ会社も堅調に推移し、利益貢献**

# 損益計算書概要（連結）

- 単体既存店が前年同期に続き10%超の成長となり、グループ会社の売上好調も加わり、連結売上は前年同期比23%増
- 連結経常利益は前年同期比42%増の14億6千万円、7月に上方修正した中間予想を上回って着地

(単位：百万円)

	2023/2期	2024/2期	前年同期比較		業績予想	
	2Q実績	2Q実績	増減額	前年同期比	直近2Q予想	達成率
売上高	12,825	<b>15,862</b>	3,037	123.7%	<b>15,729</b>	<b>100.9%</b>
差引売上総利益	8,047	<b>9,838</b>	1,790	122.3%	-	-
差引売上総利益率	62.7%	<b>62.0%</b>	▲0.7pt	-	-	-
販売費及び一般管理費	7,045	<b>8,389</b>	1,344	119.1%	-	-
営業利益	1,002	<b>1,448</b>	446	144.5%	<b>1,387</b>	<b>104.4%</b>
経常利益	1,032	<b>1,468</b>	436	142.3%	<b>1,398</b>	<b>105.0%</b>
経常利益率	8.0%	<b>9.3%</b>	1.3pt	-	<b>8.9%</b>	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	665	<b>932</b>	267	140.2%	<b>909</b>	<b>102.6%</b>
1株当たり当期純利益	29.90円	<b>39.97円</b>	10.07円	-	<b>39.13円</b>	<b>102.1%</b>

(単位：百万円)

EBITDA		
2023/2期 2Q	2024/2期 2Q	前期比
1,162	<b>1,655</b>	142.4%

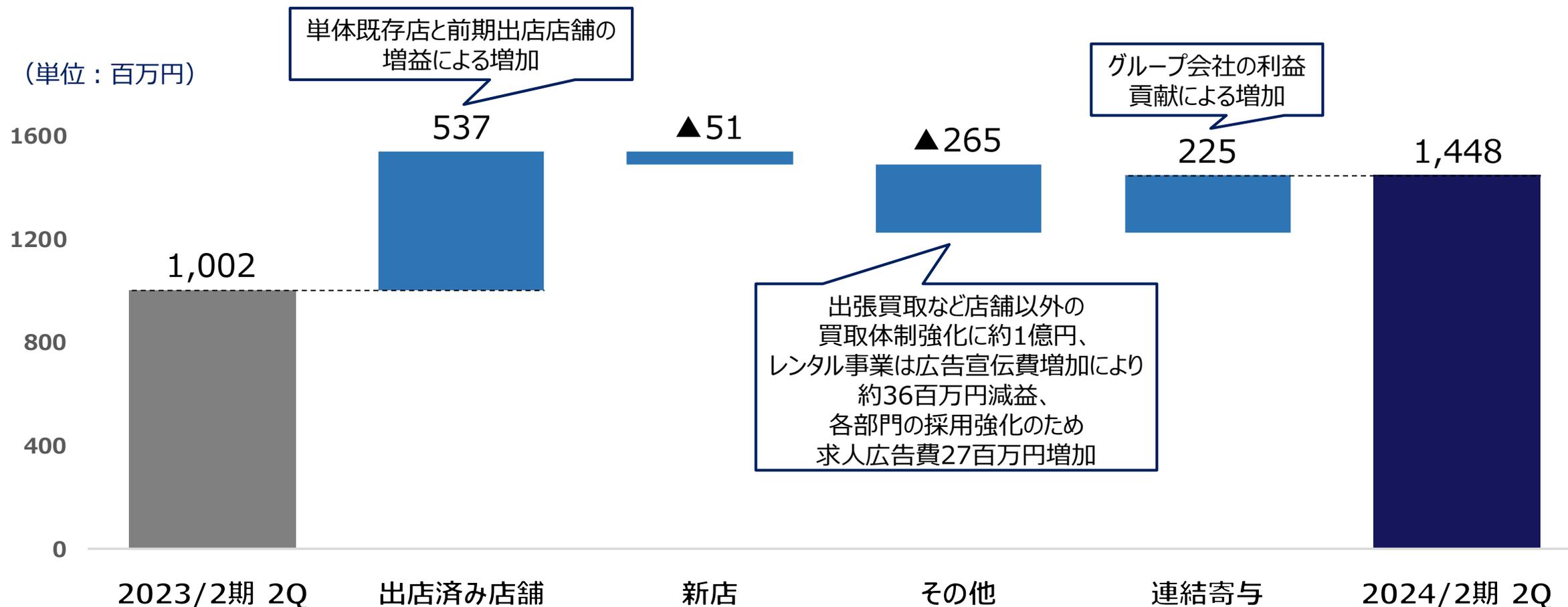
EBITDAマージン		
2023/2期 2Q	2024/2期 2Q	増減率
9.1%	<b>10.4%</b>	1.3pt

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（営業費用） + のれん償却費

※2023年3月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行ったため、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算定しています。

# 営業利益増減要因分析（連結）

- 出店済み店舗の成長により5億3千万円の増益
- 連結子会社の増収により2億2千万円の増益
- 出張買取など店舗以外の買取体制強化のための投資を実行、これらの投資は今後の買取・売上増に貢献していく
- それらの結果、営業利益は前年同期比44%の増加



※「出店済み店舗」「新店」「その他」は単体の実績

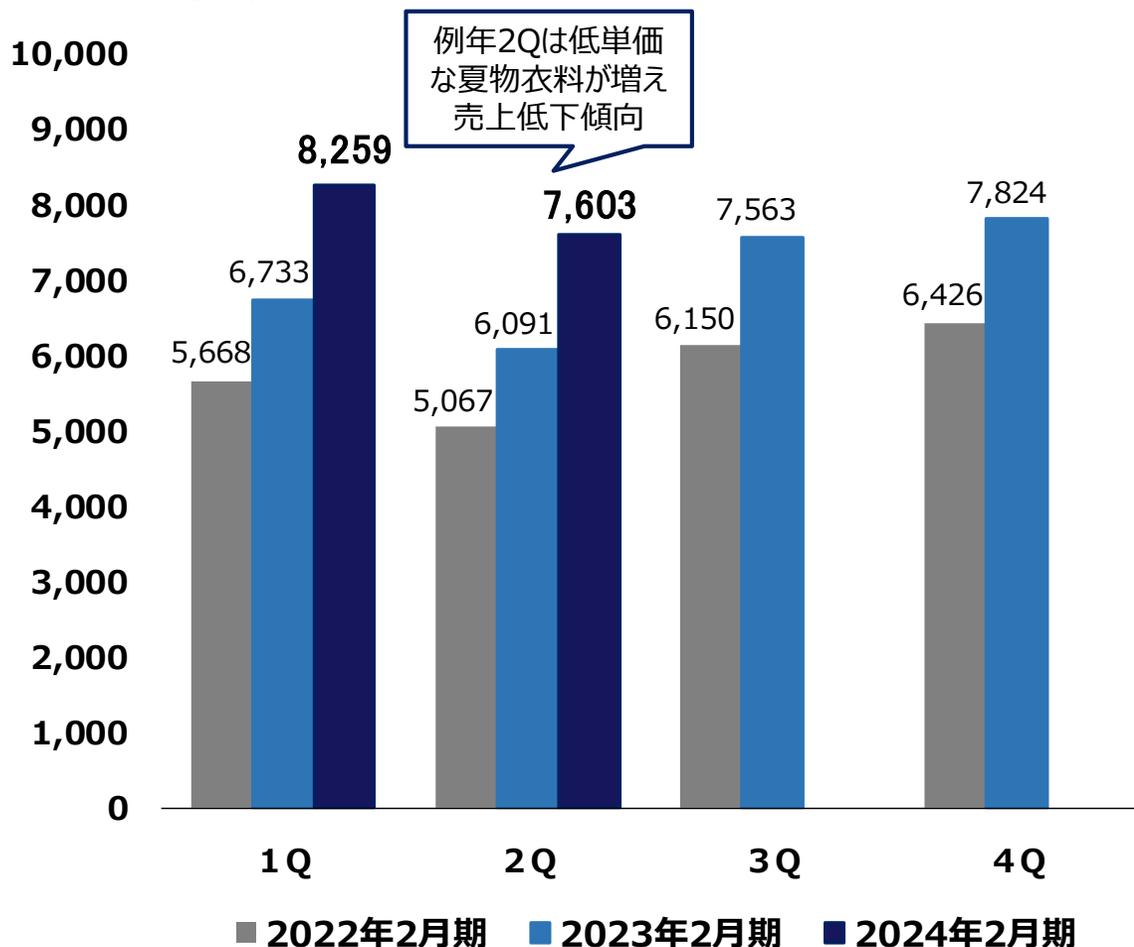
# 四半期業績の推移（連結）

- 1Qに引き続き、売上・営業利益ともに前年同期から大幅に伸長
- 営業利益は2Q会計期間で前年同期比76%増と大幅に伸長
- 2022年2月期3Q以降、8四半期連続で会計期間の営業利益が過去最高を更新

## 売上高

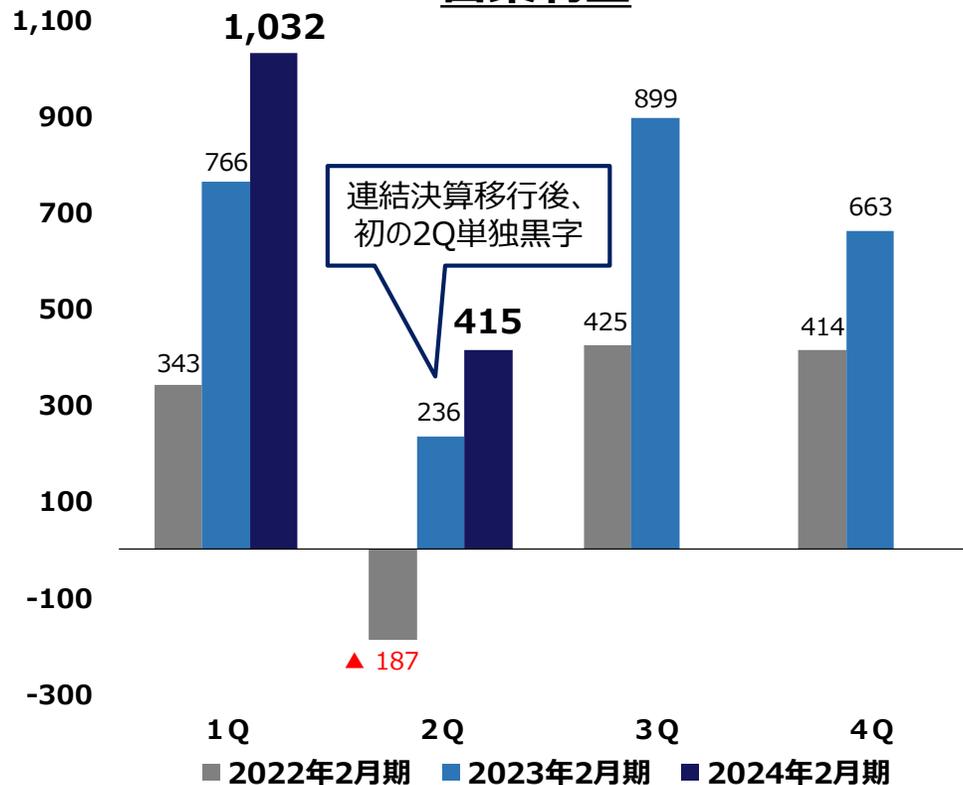
(単位：百万円)

(単位：百万円)



## 営業利益

(単位：百万円)



## 営業利益率

	1Q	2Q	3Q	4Q
2024年2月期	12.5%	5.5%	-	-
2023年2月期	11.4%	3.9%	11.9%	8.5%
2022年2月期	6.1%	▲3.7%	6.9%	6.5%

## 商品別仕入・事業別商品別販売実績（連結）

- 販売は前年同期比124%、仕入は同132%と好調に推移
- 主力の衣料の高い伸びに加えて、ブランドバックなどの服飾雑貨や、電化製品、ホビーなども堅調

(単位：千円)

仕入	■リユース事業 商品別仕入実績		
	品目	集計	前年同期比
生活雑貨	344,518	5.0%	118.4%
衣料	2,906,614	42.3%	140.3%
服飾雑貨※1	1,878,528	27.4%	128.6%
電化製品	602,678	8.8%	124.2%
家具	152,399	2.2%	103.0%
ホビー用品※2	552,048	8.0%	128.4%
その他※3	429,588	6.3%	139.4%
<b>総計</b>	<b>6,866,378</b>	<b>100.0%</b>	<b>132.2%</b>

販売	■リユース事業 商品別販売実績		
	品目	売上高	前年同期比
生活雑貨	911,637	5.9%	102.5%
衣料	7,062,433	45.6%	130.5%
服飾雑貨※1	3,477,879	22.4%	126.9%
電化製品	1,831,099	11.8%	116.5%
家具	655,870	4.2%	107.6%
ホビー用品※2	1,196,536	7.7%	118.7%
その他※4	364,777	2.4%	147.2%
<b>総計</b>	<b>15,500,234</b>	<b>100.0%</b>	<b>124.2%</b>

※1 「服飾雑貨」の内訳は、バッグ、財布、腕時計などが含まれております。

※2 「ホビー用品」の内訳は、スポーツ・アウトドア用品、おもちゃ、楽器などが含まれております。

※3 仕入実績の「その他」には、仕入副費が含まれております。

※4 販売実績の「その他」には、その他商品と引越関連の売上が含まれております。

### POINTS

#### 【販売動向】

- ・衣料は、酷暑が続いたことによる夏物衣類の需要継続に加え、夏季休暇の外出需要を取り込み30.5%増
- ・電化製品は、夏物家電の需要を取り込み16.5%増
- ・ホビー用品は、コロナ禍以降継続的に伸長し18.7%増

## KPIの推移

- 単体既存店の売上は、9%成長した前年同期に対し、さらに10%を超える伸び
- 高額品を扱う業態を中心にインバウンド売上が回復し、免税売上の比率が連結売上の約6%となった
- 仕入は単体・連結ともに30%前後の増加、下半期に向けて堅調に商材を確保
- 店頭販売が大きく伸びる中でも、EC販売額も伸ばしEC比率は概ね横ばい

		2023/2期2Q	2024/2期2Q
単体既存店	売上高前期比	109.2%	<b>111.5%</b>
	売上総利益率	66.6%	<b>65.9%</b>
新規出店数	上半期	7店	<b>12店</b>
仕入	連結 仕入高前期比	119.9%	<b>132.2%</b>
	単体 仕入高前期比	118.0%	<b>129.5%</b>
EC	連結 EC比率	13.4%	<b>12.9%</b>
	単体 EC比率	10.1%	<b>10.2%</b>

### POINTS

【単体既存店】

✓売上総利益率の低下要因：

ブランド品やトレカなどのホビーアイテムにおいて、原価率の高い高単価商材の販売が特に好調だった。

また、前年同期は新品家電の供給が細り、中古家電の売値や利益率も高くなっていたが、当期は通常の売値・利益率に戻った。

【EC】

出品作業効率化によりEC販売額は増加しているものの、店頭販売も伸びているためEC比率は概ね横ばいとなっている。

## 販売費および一般管理費の推移（連結）

- 販管費は全体で約19%の増加
- 新規出店が前年同期の7店から12店に増加したことで消耗品費や器具備品費などが増加
- 販管費の増加を売上増で吸収し、販管費率は5.4pt低下した前年同期からさらに2.0pt下がり52.9%

(単位：千円)	2023年2月期 2Q	2024年2月期 2Q	前年同期比
人件費	3,604,915 (28.1%)	4,187,235 (26.4%)	116.2% (▲1.7pt)
賃借料	1,545,978 (12.1%)	1,757,984 (11.1%)	113.7% (▲1.0pt)
減価償却費	151,457 (1.2%)	198,321 (1.3%)	130.9% (0.1pt)
水道光熱費	208,726 (1.6%)	227,031 (1.4%)	108.8% (▲0.2pt)
広告宣伝費	127,837 (1.0%)	205,966 (1.3%)	161.1% (0.3pt)
求人広告費	53,190 (0.4%)	87,627 (0.6%)	164.7% (0.2pt)
消耗品費	131,530 (1.0%)	202,944 (1.3%)	154.3% (0.3pt)
のれん償却	8,348 (0.1%)	8,348 (0.1%)	100.0% (0.0pt)
その他	1,213,285 (9.5%)	1,514,378 (9.5%)	124.8% (0.0pt)
<b>販管費合計</b>	<b>7,045,269</b> <b>(54.9%)</b>	<b>8,389,839</b> <b>(52.9%)</b>	<b>119.1%</b> <b>(▲2.0pt)</b>

※（ ）内は対売上高比率

### **POINTS**

・オンラインのドレスレンタル事業やEC販売が好調に推移し、売上に連動する広告宣伝費が増加

・採用強化につき求人広告費が増加

・新規店舗の増加や備品単価の上昇から消耗品費が増加

・「その他」の増加の主な内容  
 – 送料の値上げ等により送料費が52百万円増加  
 – キャッシュレス決済増加に伴う決済手数料が47百万円増加  
 – 新規出店増加等により器具備品費が40百万円増加

# 貸借対照表概要（連結）

- 第2四半期終了時点でROE13.2%、ROIC8.8%と堅調に推移

(単位：百万円)

	2023年2月期末	2024年2月期末 第2四半期	増減
流動資産	9,697	9,781	84
	(66.2%)	(64.4%)	▲1.8pt
うち商品	5,087	6,025	938
	(34.7%)	(39.7%)	5.0pt
固定資産	4,962	5,414	452
	(33.8%)	(35.6%)	1.8pt
総資産	14,659	15,195	536
流動負債	5,563	5,467	-96
	(37.9%)	(36.0%)	▲1.9pt
固定負債	2,279	2,195	-83
	(15.5%)	(14.5%)	▲1.0pt
純資産	6,815	7,532	716
	(46.4%)	(49.6%)	3.2pt
自己資本比率	46.1%	48.9%	2.8pt

ROE	
2023/2 2Q	2024/2 2Q
13.2%	<b>13.2%</b>

ROIC	
2023/2 2Q	2024/2 2Q
7.4%	<b>8.8%</b>

ROA	
2023/2 2Q	2024/2 2Q
5.4%	<b>6.2%</b>

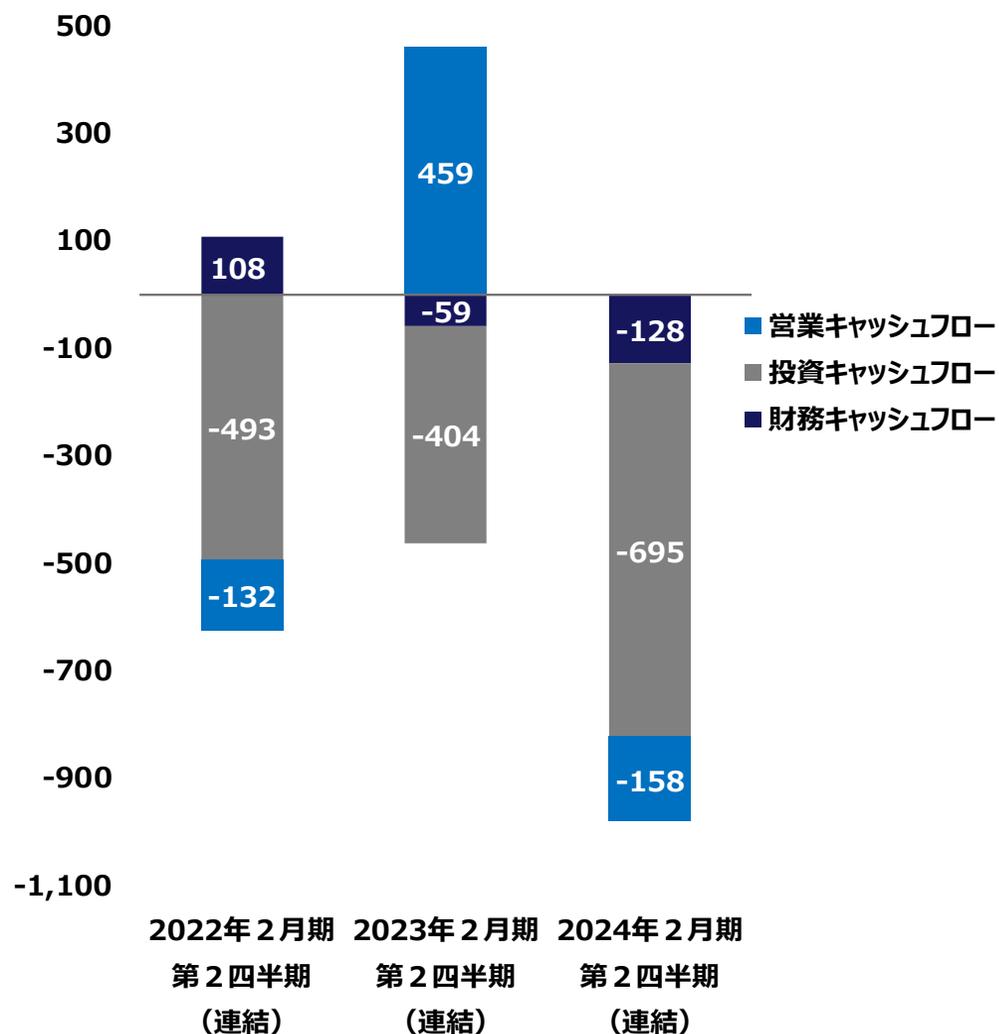
※ROIC = (営業利益 × (1 - 実効税率))  
 ÷ (自己資本 + 有利子負債)

\* 自己資本 = 株主資本 + その他の包括利益累計額

# キャッシュフロー（連結）

- 利益は大幅に増加するも、順調な新規出店を背景にした在庫増加や法人税の支払の増加により営業キャッシュフローはマイナス
- 新規出店が好調に推移し、投資額は増加

(単位：百万円)



## POINTS

主な増減要因

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

税金等調整前当期純利益 +1,468,161千円

棚卸資産の増減額 -945,020千円

法人税等の支払額 -665,218千円

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

有形固定資産の取得による支出 -460,361千円

敷金及び保証金の差入による支出 -160,090千円

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

短期借入金の純増減額 +295,929千円

長期借入れによる収入 +310,000千円

長期借入金の返済による支出 -465,599千円

配当金の支払額 -289,399千円

(単位：千円)

	2022/2期 第2四半期	2023/2期 第2四半期	2024/2期 第2四半期
現金及び現金同等物の増減額	△ 512,956	9,671	△ 976,169
設備投資額	297,852	365,016	524,779
減価償却費	153,342	172,466	237,187
棚卸資産の増減額 (△はキャッシュ減)	△ 414,663	△ 565,919	△ 945,020
<b>キャッシュフロー合計</b>	<b>△ 517,418</b>	<b>△ 4,374</b>	<b>△ 981,995</b>
インタレスト・カバレッジ・レシオ	-21.1	74.9	-23.6

# グループ会社の業績

- 前期から引き続きグループ会社の業績は堅調に推移



カインドオル

都心店を中心にした海外観光客の増加や円安効果によるインバウンド売上の回復により、売上は前年同期比50%増の19億円となり、大幅増収増益。8月までに直営2店出店。



ピックアップジャパン

売場改善などにより衣料、生活家電などが堅調。既存店の売上増により売上は前年同期比5%増の12億円となり、増収増益。下半期に新規出店を計画。



GKファクトリー

直営店（東京都足立区）は堅調に推移、親会社とゴルフ用品の査定連携直営の新規出店に向け、人員体制の整備などを進める。



タイ法人

1号店を2022年8月に増床し、売り場面積が倍増、現在3店体制販売、買取ともに堅調に推移し、増収増益。下半期に新規出店を計画。



台湾法人

1号店を2022年12月中旬に、新北市にオープン  
1号店の営業体制の整備と収益基盤の構築に取り組む。



Trefac  
Technologies

トレファクテクノロジーズ

グループ内のシステム、ECサイト、アプリなどの開発を担いつつ、外部のシステム開発案件も受注。

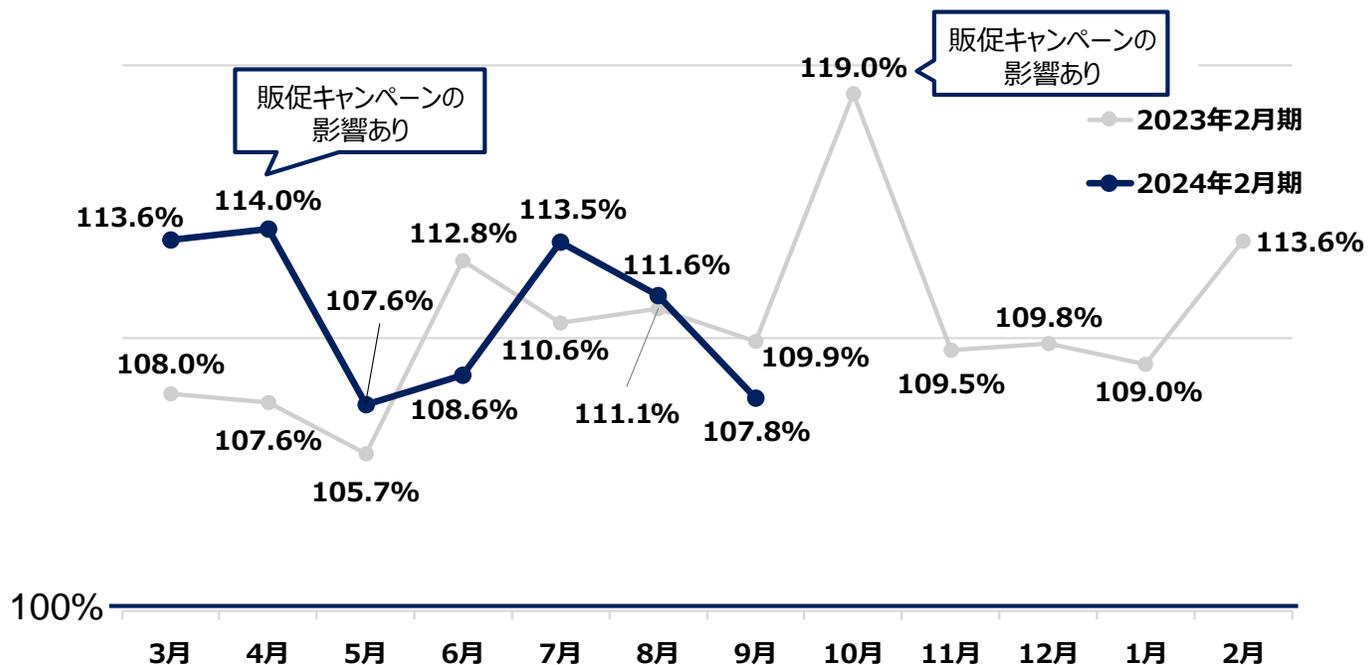
## **2. 主要KPIの推移・トピックス**

---

# KPIの進捗 – 既存店（単体）

- 販売件数・販売単価ともに上昇し、単体既存店売上は前年同期比約11%増
- 引き続きリユースニーズは高く推移し、件数は7.5%伸びた前年同期からさらに6%上昇
- 物価高を受けて全般的に売値が上昇していることに加え、インバウンド売上の回復もあり単価は5.1%上昇
- 2021年9月から足元の9月まで、25か月連続で前年同月比100%超えを達成

### 単体既存店売上の前年同月比推移



### 単体既存店の2Q累計販売実績

	前年同期比
売上高	111.5%
販売件数	106.0%
1件あたり販売単価	105.1%

## KPIの進捗 – 新規出店（連結）

- 年間25店前後の出店計画に対し、第2四半期終了時点で12店の出店と1店の移転が完了
- 本資料発表時点では、下半期では出店12店が固まっており、当期の年間出店予定としては新店24店・移転1店の見込み

### 2024年2月期上半期出店12店+移転1店の業態別・地域別内訳

- 【業態別】
-  総合業態 出店2店+移転1店
  -  スタイル業態 6店
  -  スポーツアウトドア業態 1店
  -  ユーズレット業態 1店
  -  カインドオール業態 2店

- 【地域別】
- 関東 6店
  - 関西 4店
  - 中部 1店
  - 九州 1店



 府中甲州街道店（東京都）  
6月6日オープン



 ハローパーク周船寺店（福岡県）  
6月24日オープン



 江坂店（大阪府）  
7月21日オープン

## KPIの進捗 – チャネル別仕入

- 連結仕入は20%成長した前年同期から、さらに30%超の伸びと堅調
- 出店による広告効果や7月の大型のメディア露出もあり、店頭買取は好調に推移

### ① 連結仕入

2023年2月期上半期 → 2024年2月期上半期  
**32.2%**増

### ② 店頭買取（単体）

2023年2月期上半期 → 2024年2月期上半期  
**28.0%**増

### ③ 宅配買取（単体）

2023年2月期上半期 → 2024年2月期上半期  
**29.9%**増

### ④ 出張買取（単体）

2023年2月期上半期 → 2024年2月期上半期  
**23.3%**増

# アクオ社の株式取得（子会社化）概要

- 10月下旬に名古屋を地盤にゴルフ専門リユース業態を直営で10店展開するアクオ株式会社の株式取得（子会社化）
- アクオのゴルフ業態とグループ会社のゴルフキッズ業態とで、それぞれのノウハウや強みを共有し、グループ全体でゴルフ用品の買取・売上の向上を進めていく

## 対象会社概要

会社名	株式会社アクオ
本社	愛知県清須市西枇杷島町古城2-3-2
代表者	森 慎太郎
事業内容	ゴルフ関連用品販売買取事業 インターネットサービス事業
設立	2004年12月

## M&A概要

概要	株式会社アクオの完全子会社化
スキーム	対象会社の株式取得（現金対価）
M&A完了日	2023年10月20日
連結開始日	24.2期 3QにBS連結、4QにPL連結予定

## 事業特徴



- ・**ゴルフキング業態の展開（9店舗）**  
ゴルフクラブ等の店頭買取と店頭・WEB販売（中古品）  
メーカー仕入れ商品の店頭販売（新品）
- ・**GOLFER'S PLACE業態の展開（1店舗）**  
フィッティング・カスタム商品の販売  
地クラブ・高単価商材の販売
- ・**ゴルフアパレルの買取販売事業「ココゴルフ」の展開（ECのみ）**  
ネットや業者から中古ウェアを買い取り、インショップやECで販売

## 連結PL貢献

進行期業績推移を踏まえた来期の業績貢献見通し

- ・売上高 10億円
- ・営業利益 7～8千万円

今後、業績改善に向けた取り組みを進めることで、売上、利益の更なる成長を目指していく。

## 3. 業績予想・配当予想

---

# 2024年2月期 通期業績予想について

- 本資料発表時に、通期業績予想及び期末配当予想を上方修正
- 修正後の通期業績予想では、売上を修正前予想から6%上方修正、前期比で19%成長とし、経常利益を修正前予想から10%上方修正、前期比で21%成長とした

(単位：百万円)

	通期予想				
	修正予想	修正前予想 (4月発表)	修正予想 対修正前予想 増減率	前期実績	修正予想 対前期実績 増減率
売上高	33,586	31,560	6.4%	28,212	19.0%
営業利益	3,147	2,857	10.2%	2,565	22.7%
営業利益率	9.4%	9.1%	—	9.1%	—
経常利益	3,176	2,874	10.5%	2,622	21.1%
経常利益率	9.5%	9.1%	—	9.3%	—
親会社に帰属する 当期純利益	2,015	1,868	7.9%	1,710	17.8%
当期純利益率	6.0%	5.9%	—	6.1%	—
1株当たり 当期純利益 (円)	86.25	80.74	—	76.31	—
1株当たり配当金 (円)	25.00	23.00	—	18.50	—
配当性向	29.0%	28.5%	—	24.2%	—

※2023年3月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行ったため、1株当たり当期純利益及び1株当たり配当金は、当該分割の影響を加味した金額を記載しています。

## 通期業績予想の前提・補足

### ・単体既存店の前提

✓売上：3Q（9－11月）は均して前期比4%増に、4Q（12－2月）は前期比1%増に上方修正

※9月の単体既存店実績は前期比7.8%増と堅調であるものの、3Qは前年10月の単体既存店実績が同19%増と高いことを考慮し、4Qは前年12月、1月は単体既存店が約10%増、2月は14%増と高水準であることを考慮し、単体既存店の成長見通しを上述の通り設定

※期首予想では、下半期は前期並みの前提

✓売上総利益率：3Q（9－11月）は、上半期までの実績も踏まえ前期比0.2%低下に修正、4Qは前期並みで設定

※期首予想では、下半期は前期並みの前提

### ・主な費用の追加内容（今回の修正で追加した費用）

✓9月からの従業員給与のベースアップ：約30百万円追加

✓宅配買取の拠点の拡張移転費用：約30百万円追加

✓M&A関連費用：約40百万円追加

・M&Aによりグループ入りするアクオ社の連結PLへの寄与は4Qからを予定しているが、影響は軽微

## 配当予想の修正について

- 通期業績予想の上方修正を受け、期末配当予想も修正前から2円増配し13円に上方修正する
- 修正の結果、年間配当予想は前期から実質6.5円増配の25円、配当性向予想は29.0%となる

■ **利益配分に関する基本方針** 株主還元と内部留保の充実による財務基盤の強化のバランスを勘案して、業績に応じ継続的に配当を行う。当面の**配当性向目標は30%以上**とする。

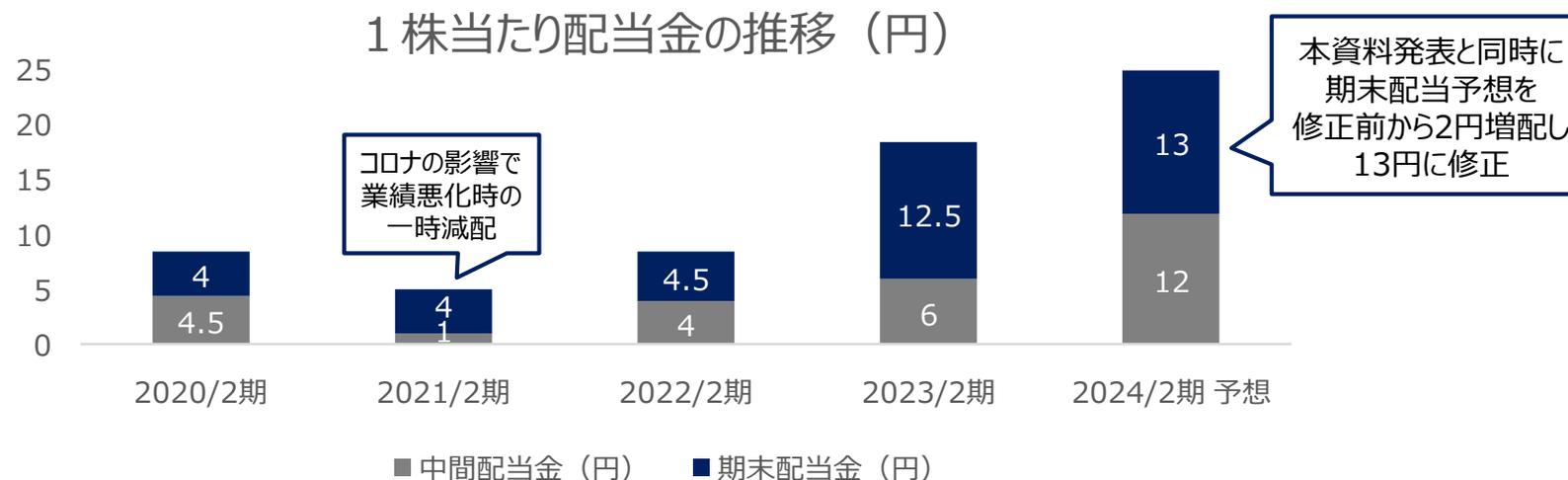
### ■ 配当予想

#### 中間配当予想

7月に上方修正し、1株当たり配当金は前期から**6円増配の12円**で実施

#### 期末配当予想

本資料発表と同時に上方修正し、1株当たり配当金は前期から**0.5円増配の13円**  
この結果、1株当たり年間配当予想は**25円（配当性向29.0%）**



※2023年3月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行ったため、1株当たり配当金は、当該分割の影響を加味した金額を記載しています。

## 4. 中期経営計画

---

# 中期経営計画達成に向けた経営方針

## 方針 1

### リユース事業の成長

- ①リアル買取・販売拠点かつEC販売の拠点となる店舗を年間25～35店のペースで関東、関西、中部、九州などを中心に新店を出店し、リユースのネットワークを拡大する。
- ②グループのリユース会社の収益改善により、連結への継続的な利益貢献を実現する。

## 方針 2

### 新規事業への投資

- ①関東と関西にて、物流拠点を拡張し、BtoBオークション事業を本格展開する。
- ②買取と引越をセットで行う当社独自の買取引越事業を、提携引越会社との連携に加え、自社で引越部門を持ち引越サービスを提供することで、成長を加速させる。
- ③成長著しいレンタル事業に継続投資し、新たな事業の柱とする。

## 方針 3

### 海外市場での成長

- ①タイ事業は2021年11月期での単年度黒字化を経て、今後は確固たる利益体制の構築と新規店舗の出店を進める。
- ②新たに進出した台湾において、早期に1号店を出店し、リユース事業のモデル構築と単年度黒字を目指す。

## 方針 4

### M&Aによる成長

当社と補完関係があるリユース企業や引越運営企業などグループ内でシナジーが発揮できる企業のM&Aを積極的に実行する。

## 方針 5

### DX投資による成長

自社システム部門及びシステム子会社の開発力を活用し、AIなどを使った業務効率化や査定効率化、デジタル投資による新たな買取機会、販売機会の創出等によりグループ収益を伸ばしていく。

## 中期損益計画（2024年2月期～2026年2月期）

- 2024年2月期は本資料発表と同日で上方修正
- 2025年2月期および2026年2月期については、本資料発表時点では2023年4月発表から修正なし

(単位：億円)	2023/2期 実績	2024/2期	2025/2期	2026/2期	3年間の 年平均成長率 (CAGR)
売上高	282	335	354	393	11.7%
経常利益	26.2	31.7	32.5	36.7	11.9%
経常利益率	9.3%	9.5%	9.2%	9.3%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	17.1	20.1	21.5	24.3	12.4%
年間出店数	20	25-30	25-30	30-35	-

### POINTS

・2024/2期：  
P20に記載の通り

・2025/2期及び  
2026/2期：  
単体既存店の売上と  
売上総利益率は  
直前期から横ばいの  
前提で作成

### 計画の前提及び留意事項

- ・M&Aについては不確定要素が高いため、M&Aによる収益拡大やM&Aの仲介手数料等の費用は見込んでおりません。
- ・新規出店の物件が想定通り確保できない場合には、計画に影響が出る可能性があります。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大のような不測の事態により計画に大きな影響が出る可能性があります。
- ・中期経営計画は適宜見直しを行う可能性があります。

## ● 資本政策

- ・新株予約権行使による増資：2023年3月から2024年5月までに最大で約190百万円調達 自己株処分36万株
- ・自己株式の取得：配当と自己株式取得を合わせた総合的な還元を重視し、株価と手元資金の動向に応じて、適時実施
- ・保有する自己株式は、新株予約権行使に対する自己株式処分やM&A実施の対価としての活用を検討し、そのような活用が見込めない場合は、消却を適時実施

## ● 配当方針と配当性向目標

- ・株主還元と内部留保の充実による財務基盤の強化のバランスを勘案して、業績に応じ継続的に配当を行う
- ・配当性向目標30%以上
- ・配当の見通し：当期純利益の継続的な成長に伴い、連動して配当を増額していく計画とする

## 1株当たり当期純利益・配当・配当性向の見通し

- 2024年2月期は本資料発表と同日で上方修正
- 2025年2月期および2026年2月期については、本資料発表時点では2023年4月発表から修正なし

	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
親会社株主に帰属する 当期純利益（億円）	20.1	21.5	24.3
1株当たり 当期純利益（円）	86.25	92.80	104.91
配当見通し 1株当たり配当金（円）	25.0	25.0	30.0
配当性向	29.0%	26.9%	28.6%

※1株当たり当期純利益は、今後の新株予約権行使の行使状況や自己株取得に実施動向によっても変動を受けます。

※配当見通しは、業績の状況等により変更となる可能性があります

## 資金計画 2024年2月期～2026年2月期

### ● 資金計画

- ・営業CF予測 年間1,700～2,000百万円で推移する見通し
- ・銀行借入 3年で累計約500～600百万円純増
- ・3年で累計約6,000百万円の資金を確保

### ● 投資計画

- ・新規出店投資 年間1,000～1,300百万円
- ・3年で累計約3,300～3,400百万円の投資見通し（新店にかかる店舗設備や敷金などへの投資）

### ● 株主還元計画

- ・配当予想に基づく期別の配当総額見通し
  - 2024年2月期 約500百万円
  - 2025年2月期 約600百万円
  - 2026年2月期 約700百万円
- 3年累計 約1,800百万円
- ・自己株取得については、株価と手元資金の動向に応じて、適時実施

## 5. ESG/SDGsの取り組み

---

## ESG取り組み方針

当社グループは、ESGの3つの観点に立った事業活動を推進し、核となるリユース事業を通じた循環型社会構築への貢献、社会との共生と新たな価値の提供を目指し、お客様・従業員・取引先・株主等の多様なステークホルダーの期待に応える信頼性の高い経営を実現します。

### Environment 環境

- リユース事業によるCO<sub>2</sub>削減
- LED照明の活用
- 環境保全活動（本社クリーン活動、富士山清掃活動）

### Social 社会

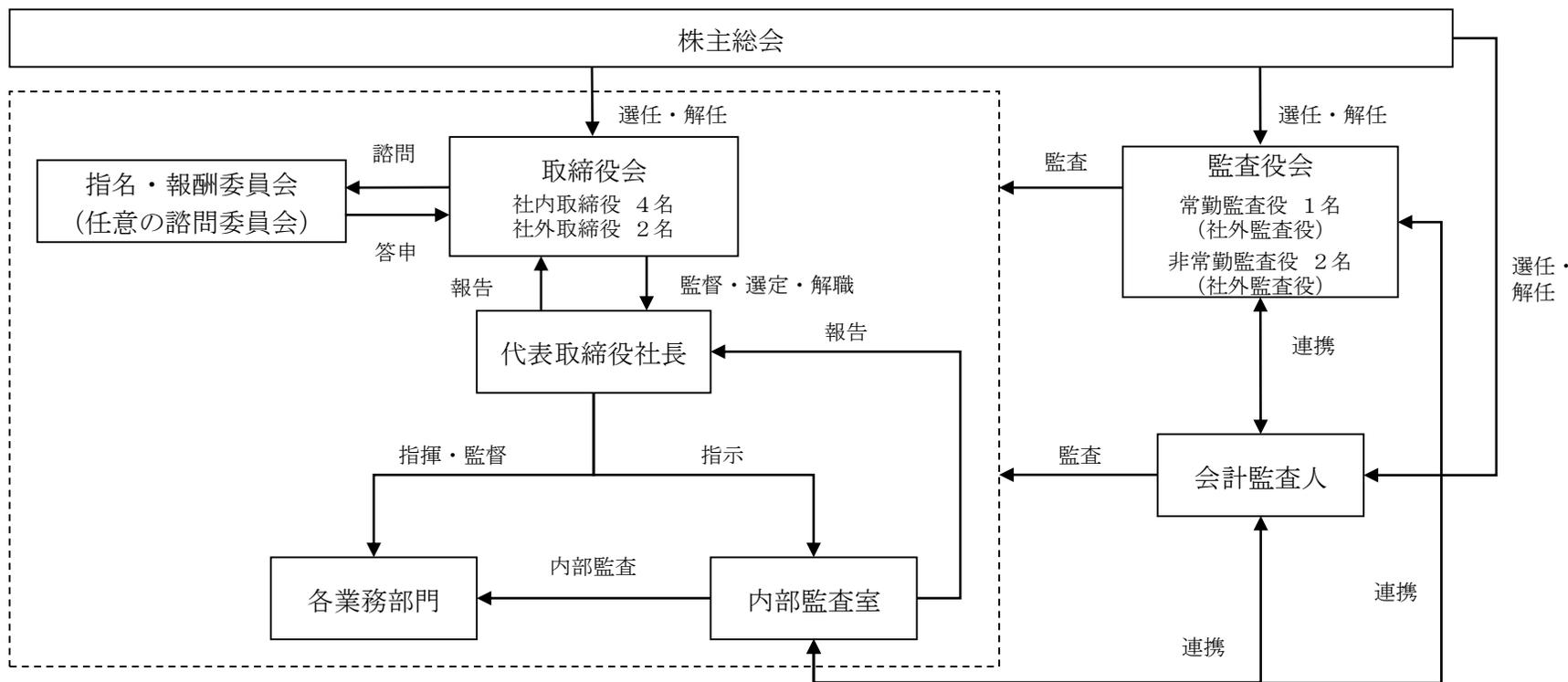
- 従業員の成長支援
- 障がい者雇用促進
- 時短勤務制度の充実
- 新規事業による社会課題へのアプローチ
- スタートアップ企業に出資
- 若手経営者の育成

### Governance ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化

## 企業統治体制の概要

当社は、株主・投資家をはじめとする多様なステークホルダーの期待に応える信頼性の高い経営を実現するために、企業経営・財務・会計・法律及び内部統制等に知見を有する取締役や監査役を選任し、以下のとおりのガバナンス体制を採用しております。



### POINTS

取締役会の任意の諮問機関として、指名・報酬委員会を設置し、取締役の指名及び報酬等に関する手続きの公正性・透明性・客観性を強化するため、同委員会にて、取締役の指名・報酬にかかる事項の審議を行い、取締役会に対して、適宜助言・提言を行っております。

#### Governance ガバナンスへの取り組み

		単位	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
社内取締役	男	人	4	4	4
	女				
社外取締役	男	人	1	1	1
	女		1	1	1
社外取締役比率		—	33.3%	33.3%	33.3%
女性取締役比率		—	16.7%	16.7%	16.7%
社外監査役	男	人	3	3	3

※毎年5月にデータ更新予定

※毎年5月にデータ更新予定

## Environment 環境への取り組み

		単位	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
CO2排出量	Scope1	t-CO2	155	154	184
	Scope2		4,990	5,398	5,399
	計		5,145	5,552	5,583

※注1:Scope1はガソリン由来のCO2排出量を表し、Scope2は電力由来のCO2排出量を表す。

※注2:Scope1は社内で購入している燃料費データと各期間内のガソリン価格の平均値からガソリン使用量を推定し、排出係数を掛け合わせて算出。  
Scope2は電力消費量に排出係数(環境省が示す代替値)を掛け合わせたロケーションベースで算出。

※注3:Scope2は消費電力量が算出可能であった176箇所分のデータを元に算出。

		単位	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
CO2排出量原単位 (売上高百万円当たり)		t-CO2/百万円	0.329	0.308	0.253

		単位	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
リユース事業によるCO2排出削減貢献量	家電4品目	t	14,933	13,060	14,658
	衣料品		13,168	15,636	19,163
	家具		2,838	2,976	3,091
	主要カテゴリ小計		30,939	31,672	36,912

※注1:家電4品目は洗濯機、冷蔵庫、テレビ、エアコンを表し、家電4品目および家具は環境省『平成22年度 使用済製品等リユース促進研究会報告書』より算出。

※注2:衣料品は環境省『3R見える化ツール』より算出。

## Social 社会への取り組み

		単位	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
新卒採用数	人	41	61	89	
中途採用数		32	62	41	
採用数計		73	123	130	
社員数	人	618	690	776	
パート・アルバイト数		1,543	1,679	2,083	
従業員数計		2,161	2,369	2,859	
女性社員数	人	81	97	128	
女性パート・アルバイト数		986	1,061	1,274	
女性従業員数計		1,067	1,158	1,402	
女性社員比率	—	13.1%	14.1%	16.5%	
女性パート・アルバイト比率	—	63.9%	63.2%	61.2%	
女性従業員比率	—	49.4%	48.9%	49.0%	
社内研修回数	回	89	128	167	
有給取得率	—	64.7%	61.6%	66.6%	
育休取得人数	—	21	27	24	

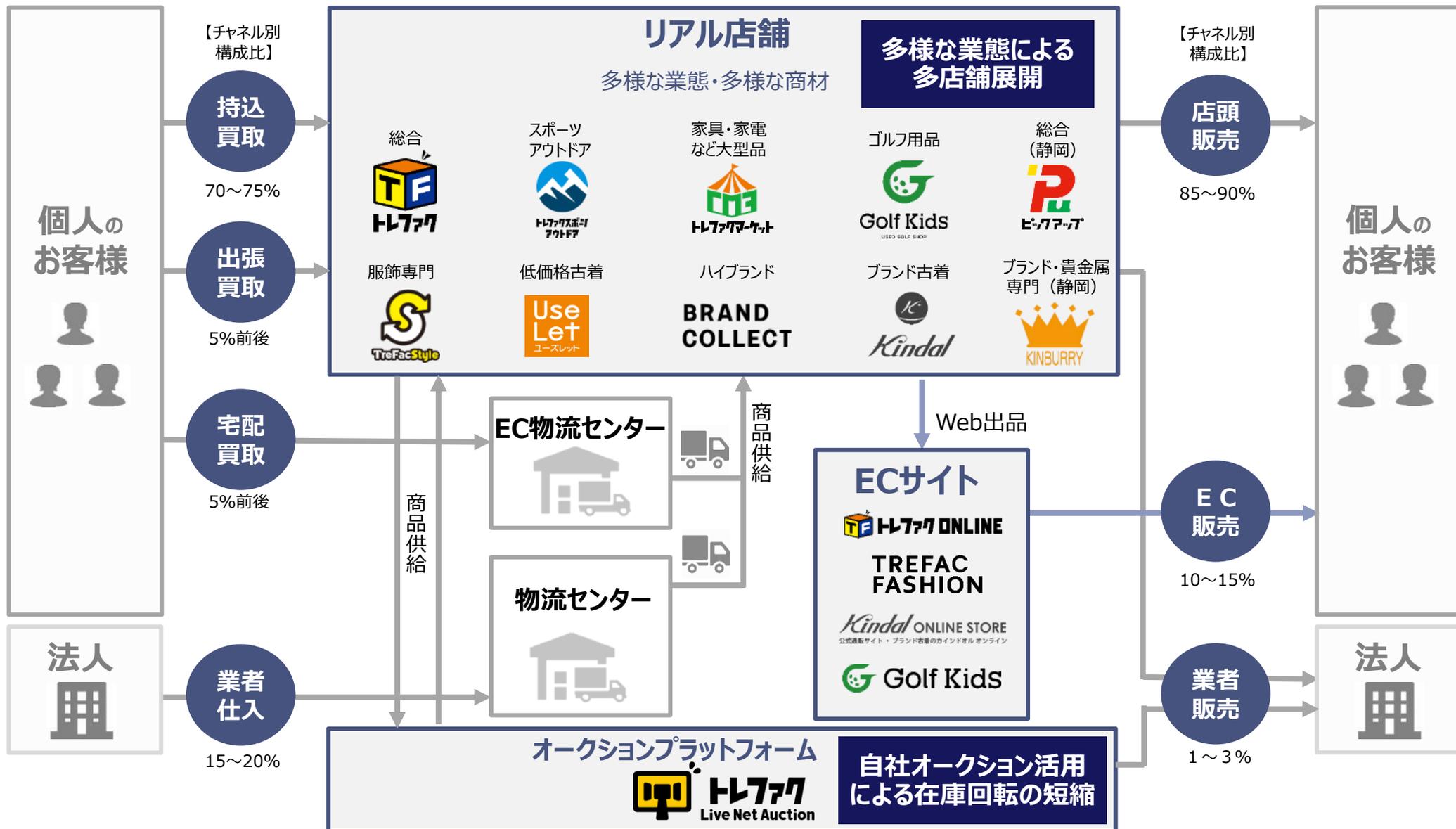
# 1. ビジネスモデルと当社の強み

---

マルチチャネル：リユースビジネスの肝「仕入」を拡充

マルチブランド：多様な商材を「適材適所」で販売

多チャネル・多ジャンル  
の仕入



## 当社の競争優位性

当社独自のビジネスモデルを持つことで競争優位を築き、システム開発力をベースに常にビジネスモデルとサービスを改善し続けることで持続的な競争優位を維持

### 多様な業態による多店舗展開

- ・多様な業態を持つことで、様々な店舗立地への出店が可能となる多店舗出店体制を構築
- ・各業態の扱いジャンルが異なることでグループ内での近接出店が可能

### 自社オークション活用による在庫回転の短縮

- ・自社オークションの活用により、一般小売で売りづらい物や滞留在庫を早期にキャッシュ化
- ・オークションチャンネルを持つことで買取できるアイテムの幅がさらに広がり、買取も増加

### 多チャンネル・多ジャンルの仕入

- ・店頭、出張、宅配、法人仕入、引越買取、オークション仕入により年間約120万件、約1,000万点の買取実績（いずれも前年比20%増の成長）
- ・総合リユースとしてシステムを活用することでオールジャンルの買取が可能

### システム開発力とデータ分析力

- ・自社でシステム開発部門とシステム開発子会社を持ち、システム、アプリ、ECの開発は自社開発し、迅速に改善
- ・データがリアルタイムに更新され、全拠点でデータを共有、データ分析に基づくPDCAを高回転で回す仕組みを構築

# 強み1 「マルチブランド」戦略による販売力

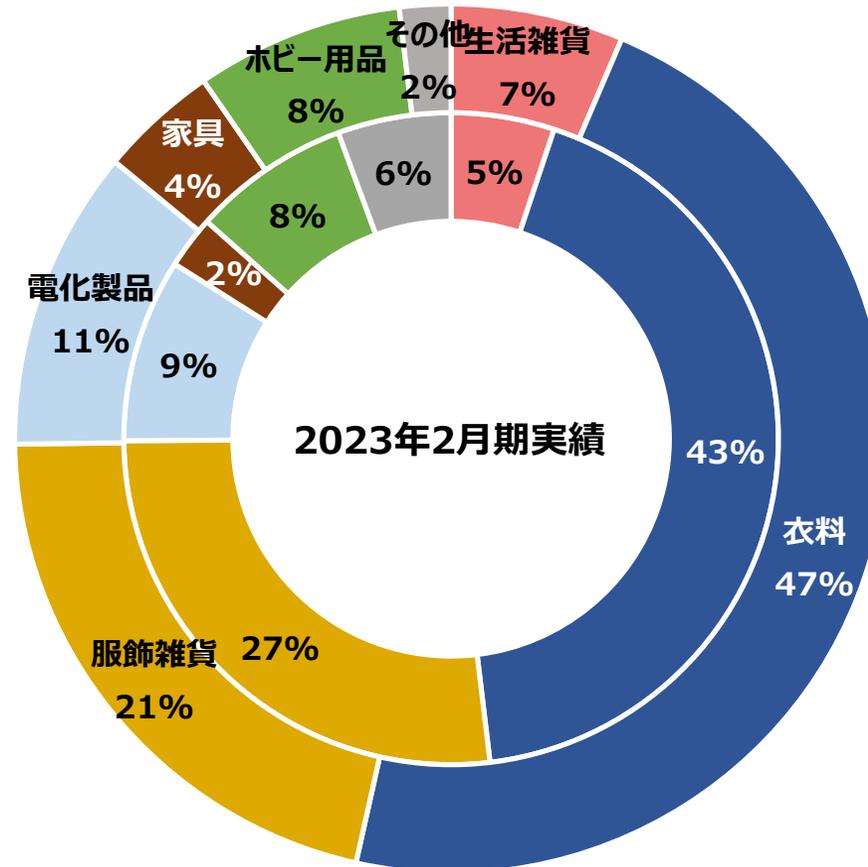
商品ジャンル毎に、新品の販売店に劣らない売り場を構築



## 強み1 「マルチブランド」戦略による販売力

仕入・販売ともに多様な商品ポートフォリオを押えており売上高が安定的に成長

販売(外枠)・仕入(内枠)の構成比



# 強み1 補足 「マルチブランド」の業態展開

「マルチブランド」業態展開	コンセプト・取扱商品	主な出店立地・店舗展開
基幹ブランド	 <p>幅広いジャンルのリユース品を取り扱う 総合リユースショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要道路沿いのロードサイド</li> <li>・ショッピングセンター内</li> </ul>
	 <p>幅広いファッションアイテムを取り扱う ユーズドアパレルショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・駅近徒歩10分以内のエリア</li> <li>・主要駅付近のエリア</li> <li>・ショッピングセンター内</li> </ul>
専門ブランド	 <p>スポーツ用品・アウトドア用品を取り扱う、 専門リユースショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要道路沿いのロードサイド</li> </ul>
	 <p>お手頃商品を集めた古着アウトレットショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏駅近</li> <li>・商店街沿いなど人通りの多いエリア</li> <li>・郊外エリア</li> </ul>
	<p>BRAND COLLECT</p> <p>ハイブランドやジュエリーなど高価格帯に寄せた 「ラグジュアリーブランド」リユースショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都内中心部（表参道・原宿）</li> <li>・インバウンド客も多いエリア</li> </ul>
	 <p>当社最大級の家具・インテリア・家電の品揃え 郊外大型リユースショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関東郊外</li> <li>・主要道路沿いのロードサイド</li> </ul>
グループ会社	 <p>ドメスティックブランド・インポートブランドなどの ブランド古着専門ショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関東、関西の都市エリア</li> <li>・ファッション感度の高い地域</li> </ul>
	 <p>ゴルフ用品、ゴルフウェアなどを扱う 専門リユースショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要道路沿いのロードサイド</li> <li>・ショッピングセンター内</li> </ul>
	 <p>静岡県地盤の総合リユースショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要道路沿いのロードサイド</li> </ul>
	 <p>静岡県地盤のブランド・貴金属専門リユースショップ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要道路沿いのロードサイド</li> </ul>

## 強み2 「マルチチャネル」での仕入力

仕入網の「マルチチャネル」化により、顧客利便性を向上し、リユースビジネスの肝である仕入を安定的に増加  
販売網が広い強みを活かし、多様な商材を仕入可能

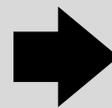
仕入チャネル・取引形態	取扱商品	主な特徴・顧客利便性
対面取引 店頭持込	オールジャンル	まとめて持込、現金化できる利便性 リアルでの対面取引による安心感
出張買取 引越買取	家電・家具など 大型品中心	首都圏広域に物流体制を整備 大型品の買取スキームは大手随一
非対面取引 宅配買取	衣料品などファッ ションアイテム	全国から郵送で買取 Amazonなどネット通販大手と提携
法人取引 法人仕入	未使用の家具・家 電・雑貨類、滞留 在庫の一括仕入等	専門の仕入部門と物流網により 店頭在庫を安定的に補完

## 強み2 「マルチチャネル」での仕入力

大型商材も安定的に仕入・販売  
家具・生活家電の扱いは業界トップクラス



- ・出張買取体制の整備
- ・商材物流網の整備



各店舗で十分な  
家電、家具の在庫を展示

### 強み3 創業来磨き続ける商品管理ノウハウ

一品モノのリユースビジネスは商品管理のノウハウが肝要  
創業当初から磨き続ける単品管理ノウハウを活かし、  
POSシステムを独自開発し機能拡充、店舗経営の基盤として活用

① 査定データ    ② 在庫管理    ③ 価格管理    ④ 顧客管理    ⑤ 真贋情報    ⑥ 業績管理

✓ 買取・販売価格  
のコントロール

✓ 売れ筋・死に  
筋の把握

✓ 過度な値引の  
防止

✓ 年代別などの  
セグメント分析

✓ 偽造品の  
流通防止

✓ 店舗の目標  
管理支援

✓ バイヤーの  
査定支援

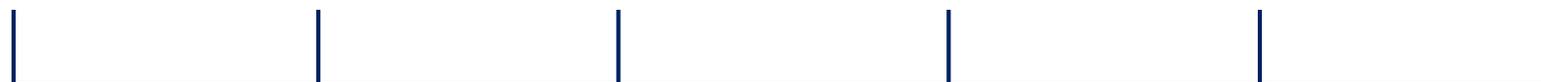
✓ 滞留在庫の  
把握と掃き出し

✓ タイムリーな  
値下げの実施

✓ マーケティング  
への活用

✓ バイヤーの  
育成支援

✓ 他店との経営  
指標共有



各店舗の売買・在庫  
・経営の状況を  
リアルタイムに共有

## 2 . 会社概要と当社の歩み

---

会社名	株式会社トレジャー・ファクトリー
代表者	代表取締役社長 野坂 英吾
社員数	905名（正社員のみ、2023年8月末現在）
決算期	2月
創立	1995年5月25日
本社所在地	東京都千代田区神田練塀町3番地
資本金	906百万円（2023年8月末現在）
事業内容	リユースショップの運営、リユース品のインターネット販売・買取 ECドレスレンタル事業「Cariru」の運営 トレファク引越の運営、トレファク不動産の運営、オークションの運営
経営理念	トレジャーファクトリーは人々に喜び・発見・感動を提供します。
社名の由来	<b>（宝物の工場）「価値の再生工場」</b> そこでしか買えない一品モノを豊富に取り揃え、 お客様は、不用品を売るのも買うのもワンストップ、 買う喜びと売る喜び、他にない一品モノの商品を発見する楽しさを提供する



## ミッションステートメント

『世の中の新たな当たり前を創り出す』

- ・世の中をいまより良くするために  
創意工夫をし、新しい価値を生み出す。
- ・新しい価値を積み重ね、  
世の中の新たな当たり前を創造する。

## ビジョン

トレジャーファクトリーグループだからこそ  
生み出せる新しい価値を積み重ね、  
世の中に必要とされ続ける企業グループへ

そして、創意工夫と挑戦を通じて、  
300年、成長し続ける組織を目指します。

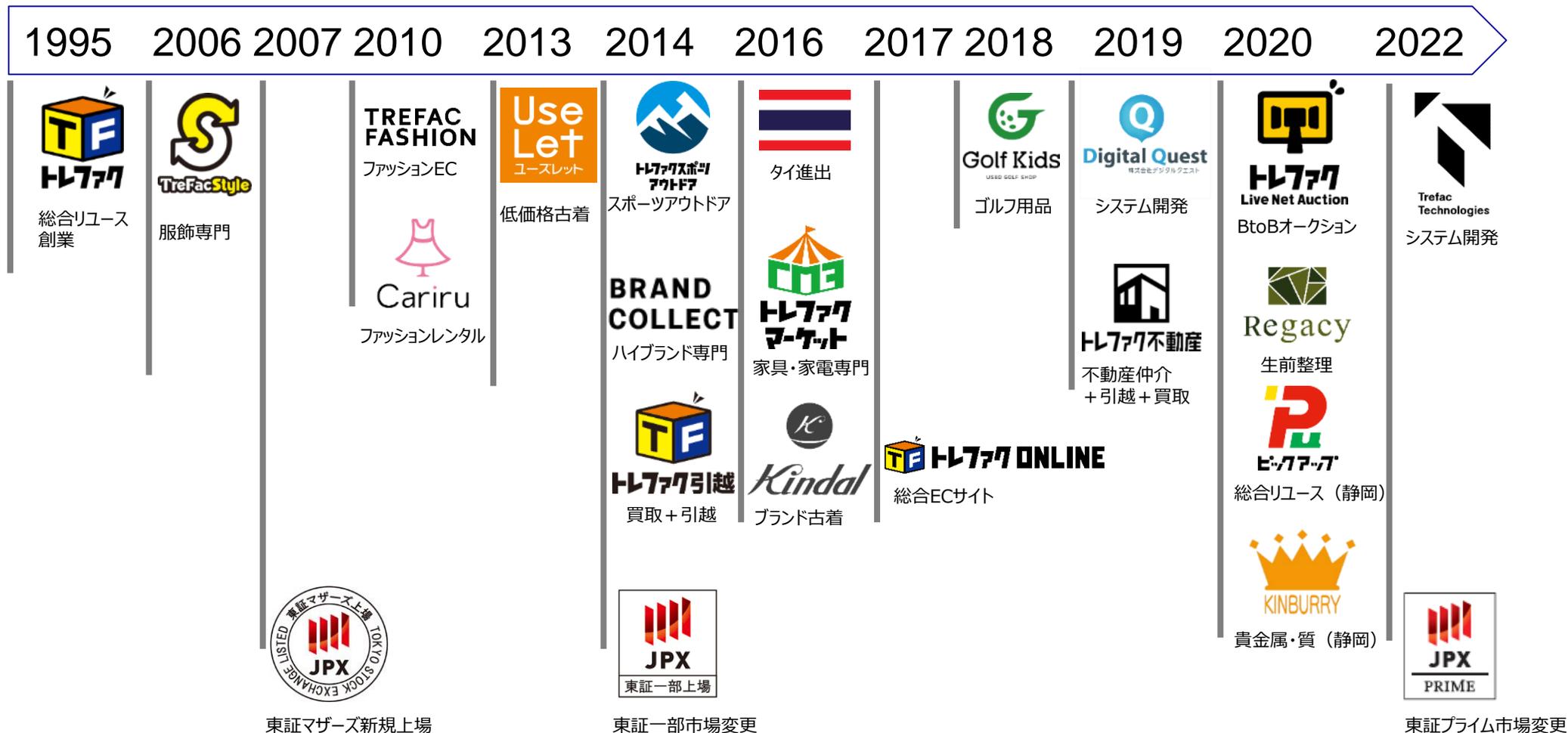
## 沿革（1/2）1995年～2014年

- 1995年 5月 神奈川県横浜市に有限会社トレジャー・ファクトリーを設立
- 10月 東京都足立区舎人に当社第1号店となる総合リサイクルショップ「トレジャーファクトリー足立本店」を開店
- 1998年11月 埼玉県に初進出、埼玉県草加市に「トレジャーファクトリー草加店」を開店
- 1999年12月 資本金を1,000万円に増資し、株式会社に組織変更
- 2000年 9月 東京都足立区入谷に物流センターを開設
- 2002年 5月 東京都足立区竹の塚に本社を移転
- 2003年 3月 神奈川県に初進出、神奈川県横浜市に「トレジャーファクトリー鶴見店」を開店
- 2004年 7月 F C 事業を開始。福島県いわき市に F C 1 号店「トレジャーファクトリーいわき鹿島店」を開店
- 2006年 1月 千葉県に初進出。千葉県千葉市に「トレジャーファクトリー 若葉みつわ台店」を開店。
- 10月 衣料・服飾雑貨専門の新業態「トレファクスタイル」を開始、千葉県千葉市に1号店を開店
- 2007年12月 東京証券取引所マザーズに株式を上場
- 2008年 2月 東京都足立区梅島に本社を移転
- 2010年 2月 「トレジャーファクトリースタイル」オンラインショップをオープン
- 10月 事業譲受により取得したブランドバッグ・ファッションレンタル事業「Cariru」を開始
- 2013年 5月 関西エリアに初進出、兵庫県神戸市に「トレジャーファクトリー神戸新長田店」を開店
- 11月 幅広いファッション商品を低価格で提供する新業態「ユーズレット」を開始、埼玉県久喜市に1号店を開店
- 2014年 9月 スポーツアウトドア専門の新業態「トレファクスポーツ」を開始、神奈川県横浜市に1号店を開店
- 9月 引越事業「トレファク引越」を開始
- 10月 事業譲受により取得したブランド古着専門業態「ブランドコレクト」を開始
- 12月 東京証券取引所マザーズから東京証券取引所市場第一部に市場変更

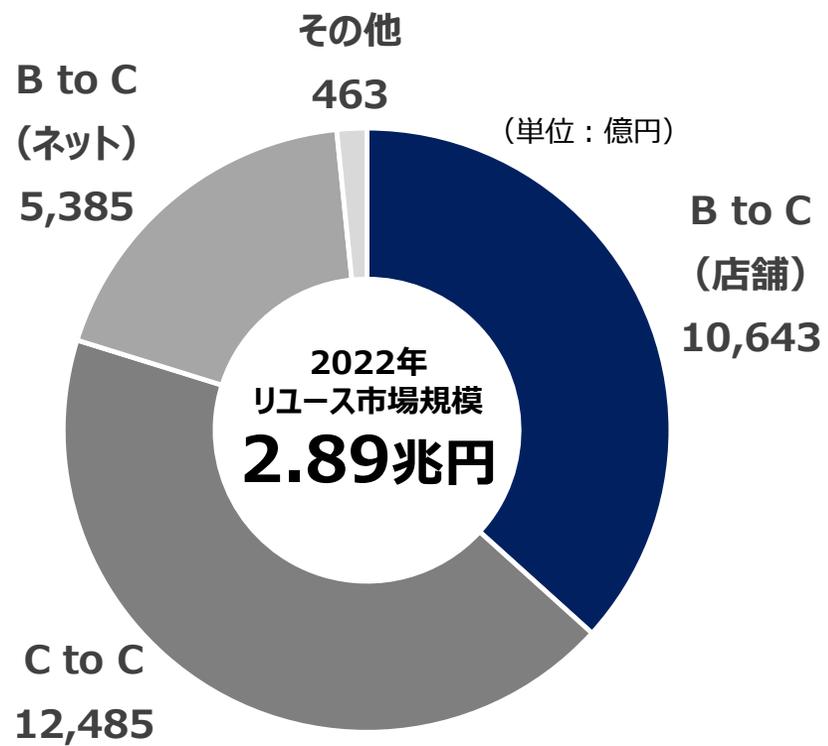
## 沿革（2/2）2016年～2023年

- 2016年 3月 タイ王国に海外現地法人Treasure Factory (Thailand) Co., Ltd.を設立
- 5月 中部エリアに初進出、愛知県名古屋市に「トレジャーファクトリー徳重店」を開店
- 7月 九州エリアに初進出、福岡県春日市に「トレジャーファクトリー福岡春日店」を開店
- 7月 東京都千代田区神田に本社を移転
- 7月 タイ・バンコクに海外 1 号店となる「トレジャーファクトリースクンビット39店」を開店
- 8月 電化製品・家具を中心に扱う大型店舗の新業態「トレファクマーケット」を開始、千葉県千葉市に 1 号店を開店
- 9月 株式会社カインドオルの株式を取得し、子会社化
- 2017年10月 総合リユースオンラインショップ「トレファクONLINE」をオープン
- 2018年 3月 株式会社ゴルフキッズ（現 株式会社GKファクトリー）の株式を取得し、子会社化
- 2019年 1月 株式会社デジタルクエストの株式を取得し、子会社化
- 10月 不動産事業「トレファク不動産」を開始
- 2020年 2月 株式会社STANDING OVATIONの株式を取得し、資本業務提携を締結
- 3月 オークション事業「トレファクライブネットオークション」を開始
- 10月 株式会社ピックアップジャパンの株式を取得し、子会社化
- 11月 終活・生前整理事業「Regacy」を開始
- 2021年 4月 台湾に海外現地法人台湾寶物工廠股份有限公司を設立
- 2022年 2月 株式会社デジタルクエストを分割し、株式会社トレファクテクノロジーズを設立
- 2月 株式会社デジタルクエストの株式を売却
- 4月 東京証券取引所市場第一部から東京証券取引所プライム市場に市場変更
- 12月 台湾・新北市に台湾 1 号店となる「トレジャーファクトリー新莊幸福店」を開店

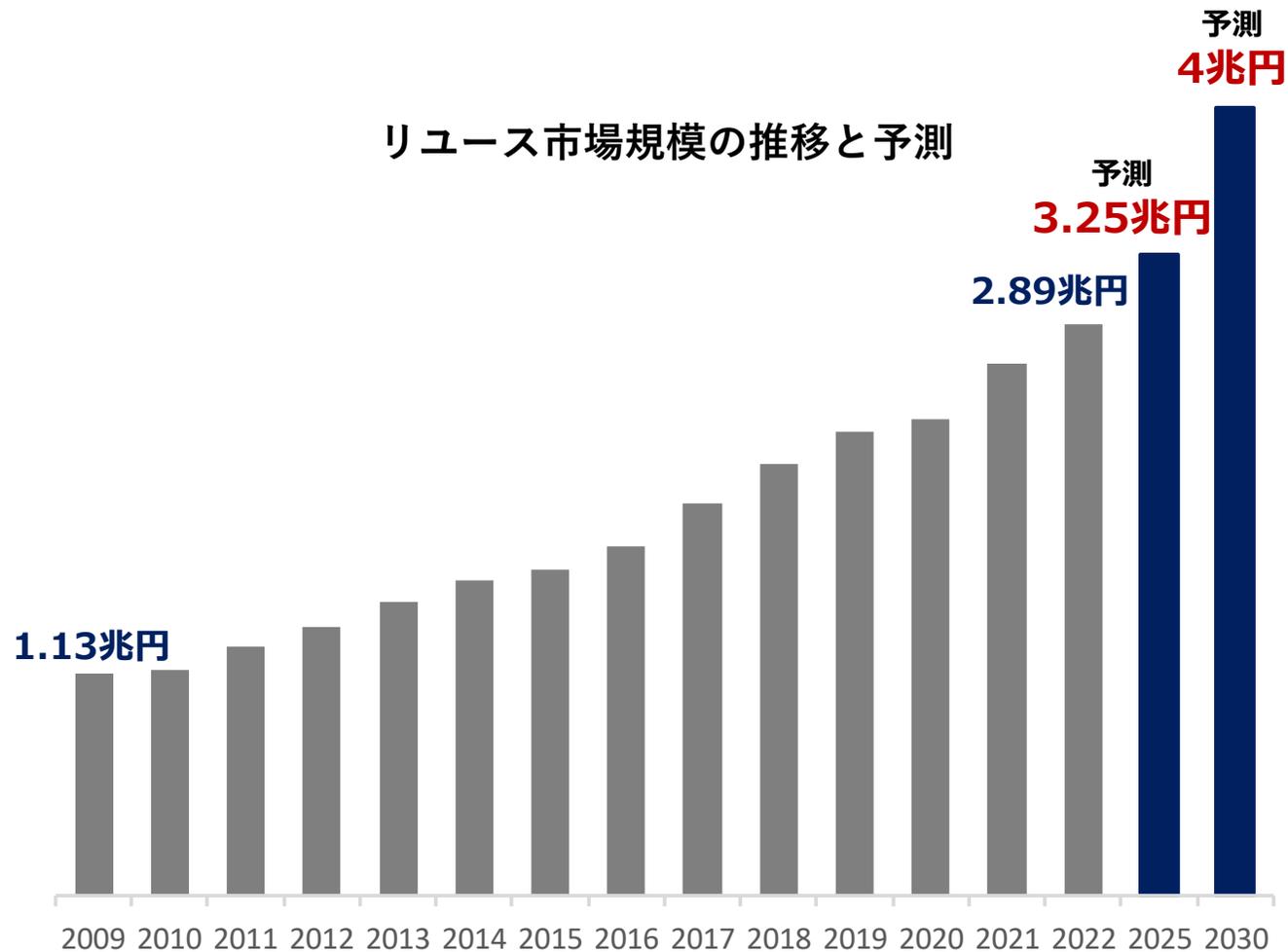
## リユース事業を中核に、顧客ニーズに応えながら 新たなサービスを着実に展開、当社独自の事業基盤を構築



# リユース市場の動向

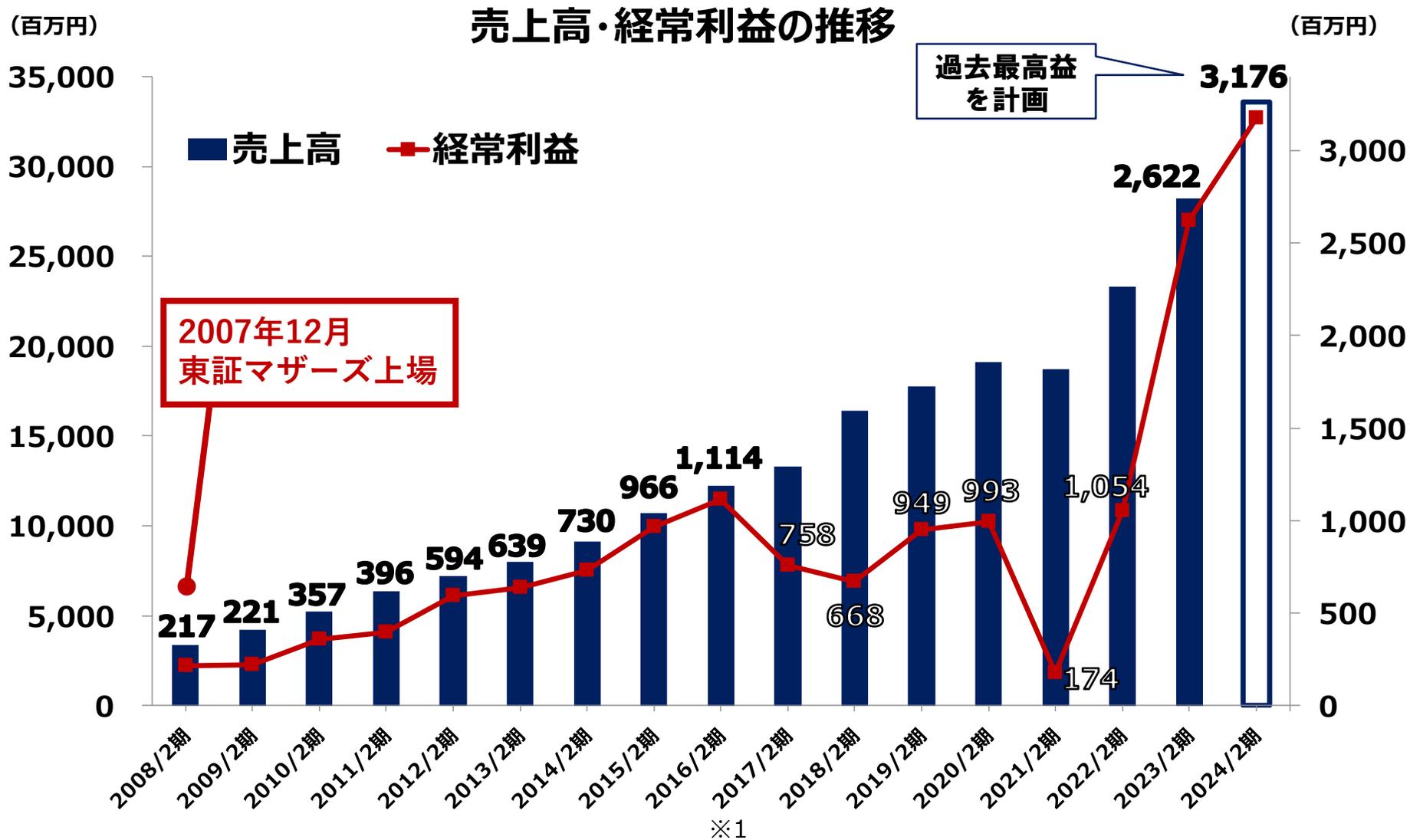


## リユース市場規模の推移と予測



出所：リサイクル通信『リユース市場データブック2023』

## 継続的な成長を果たし、2024年2月期に最高益更新を計画



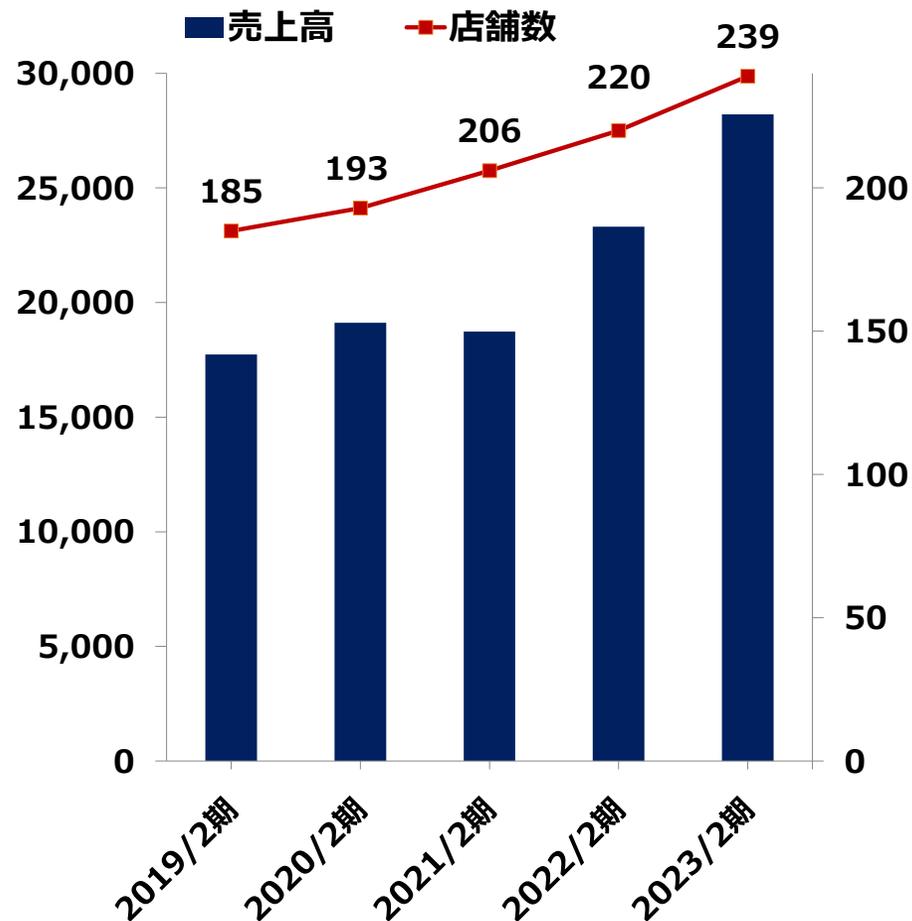
※1 2017年2月期から連結決算に移行

# 直近の5期の連結業績推移

M&A等の新規投資後に経営改善を進め、2019年2月期から増収増益路線へ、  
2021年2月期はコロナ禍により一時的に減収減益となるも2022年2月期はV字回復

売上高・店舗数の推移

(単位：百万円)

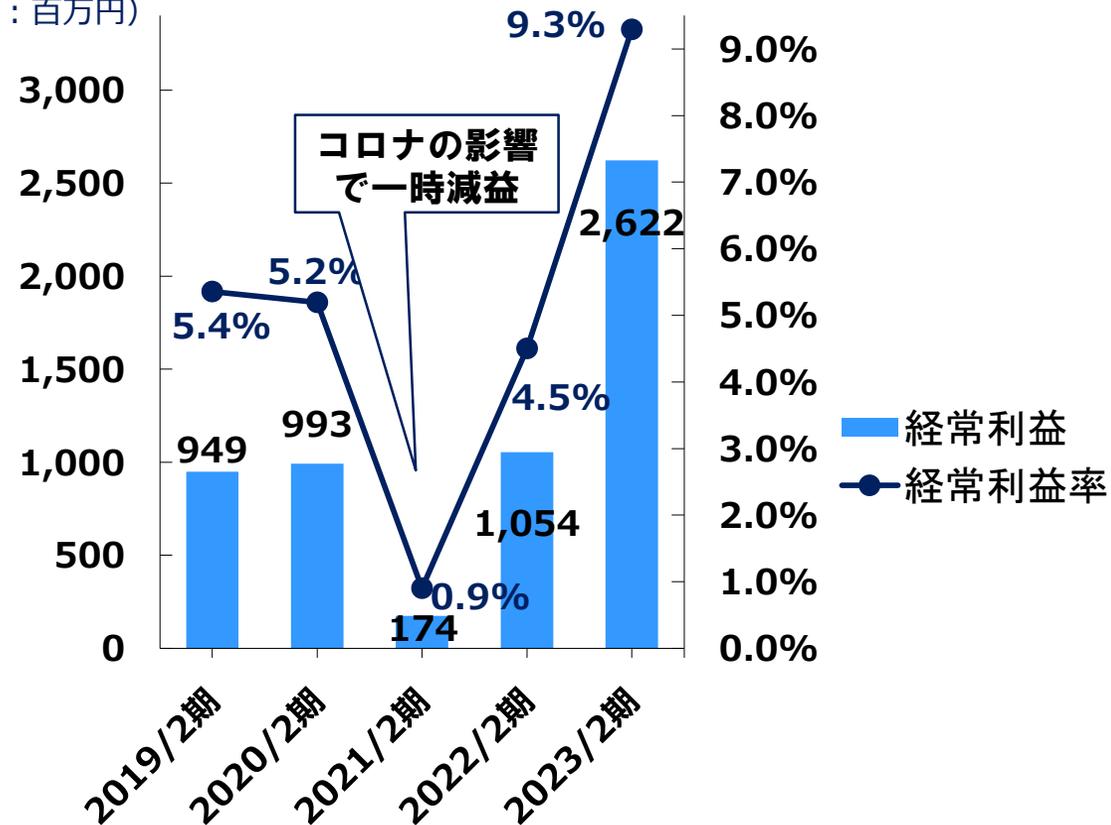


ROEの推移

2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期
13.8%	11.6%	▲3.0%	15.6%	29.8%

経常利益・経常利益率の推移

(単位：百万円)



## 実店舗 10業態 — ECサイトも展開 —

### 総合リユース



トレジャーファクトリー

### 専門リユース

スポーツ  
アウトドア



トレファクスポーツ  
アウトドア

家具・家電など  
郊外型大型リユース



トレファク  
マーケット

トレファクマーケット

ゴルフ用品



Golf Kids

ゴルフキッズ  
(子会社)

総合リユース  
(静岡で展開)



ピックアップ

(子会社)

### 服飾専門リユース



TreFacStyle

トレファクスタイル

低価格帯



ユーズレット

ハイブランド

BRAND  
COLLECT

ブランドコレクト

高価格帯

ブランド古着



Kindal

カインドオル  
(子会社)

ブランド・貴金属



KINBURY

キンバリー  
(子会社)

## サービス

BtoBネットオークション



引越+買取サービス



トレファク引越

家まるごと買取サービス



トレファク不動産

終活・生前整理サービス



Regacy

ECドレスレンタル



# グループ店舗数

## グループ店舗数 253店（うち直営220店）

2023年10月末日時点

都道府県	 Trefac	 TrefacStyle	 TrefacPro	 UseLet	BRAND COLLECT	 TrefacMarket	 Kindal	 Golf Kids	 P	都道府県・都市別合計	
関東	東京都	15	34	2	3	6	—	18	3	—	81店舗
	神奈川県	10	12	1	2	—	—	—	1	—	26店舗
	埼玉県	17	8	3	4	—	—	—	—	—	32店舗
	千葉県	11	9	2	—	—	1	—	—	—	23店舗
	栃木県	1	—	—	—	—	—	—	1	—	2店舗
	群馬県	1	1	—	—	—	—	—	—	—	2店舗
	茨城県	2	—	—	—	—	—	—	—	—	2店舗
中部	静岡県	—	—	—	—	—	—	—	—	12	12店舗
	愛知県	4	3	—	—	—	—	2	1	—	10店舗
北陸	新潟県	—	—	—	—	—	—	1	—	—	1店舗
関西	滋賀県	—	—	—	—	—	—	1	2	—	3店舗
	和歌山県	—	—	—	—	—	—	1	—	—	1店舗
	京都府	1	—	—	—	—	—	3	1	—	5店舗
	大阪府	9	10	—	—	—	—	9	5	—	33店舗
	兵庫県	2	2	—	—	—	—	3	1	1	9店舗
九州	福岡県	3	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
東北	福島県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
タイ	バンコク	3	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
台湾	台湾	1	—	—	—	—	—	—	—	—	1店舗
業態別合計		84店舗	79店舗	8店舗	9店舗	6店舗	1店舗	38店舗	15店舗	13店舗	253店舗



## 総合リユース業態 トレジャーファクトリー

家具、家電、衣類、小物、ブランド品など  
幅広く取り扱う総合リユース業態



## 服飾専門リユース業態 トレファクスタイル

幅広いファッションアイテムを取り扱う  
ユーズドアパレル業態



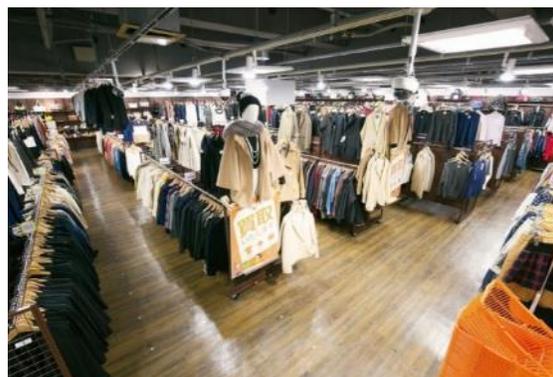
BRAND COLLECT ブランド専門業態  
ブランドコレクト

ハイブランドを取り揃えたりユース業態  
都心向けコンパクトショップとして展開



古着アウトレット業態  
ユーズレット

幅広いファッション品を低価格で  
扱う古着のアウトレット業態





## スポーツアウトドア業態

# トレファクスポーツアウトドア

アウトドアグッズやウィンタースポーツなどのスポーツ用品を専門に扱う業態



## 郊外型大型リユース専門業態

# トレファクマーケット

電化製品・家具を中心に扱い  
郊外に展開する大型店舗のリユース業態





## ブランド古着専門業態

# Kindal カインドオル

ブランド古着に特化したリユースショップ、  
大阪、東京の都心を中心に店舗展開

2016年9月に子会社化



中目黒店（直営）



## ゴルフ専門業態

# Golf Kids ゴルフキッズ

USED GOLF SHOP

ゴルフ用品を専門に扱うリユースショップ、  
首都圏、関西を中心に展開

2018年3月に子会社化



足立店（直営）

**PUP** 総合リユース業態  
**ピックアップ**  
ピックアップ

静岡県に展開する家電・家具・ブランド品・衣類・レジャー・工具などを扱う総合リユースショップ



浜松宮竹店（直営）

**KINBERRY** ブランド・貴金属専門業態  
**キンバリー**

静岡県に展開する金・プラチナ・ブランド品・時計・金券などを扱うブランド・貴金属専門リユースショップ



浜松高林店（直営）

※ピックアップとキンバリーは2020年10月に子会社化

## BtoBライブネットオークション



大型の家具・家電を中心に扱う

リユース企業間のBtoBネットオークション

- 2020年4月 開始
- リユース事業者向けのオークションプラットフォームをオンラインで運営
- 取引アイテムは、大型の家電・家具を中心に一般家庭向け商材を幅広く取り扱い
- ブランド専門オークションも開催
- 多様な事業者がリアルタイムで売買

## 【オークション画面 商品詳細】

出品番号:300 商品ID:5282658

商品名	エリックバック チーク材アフェア デンマーク製
商品説明	幅広3/10 (小キズ・ハダシ有)
商品種別	ブランド家具・家電
個数	1個
サイズ	W 450 D 480 H 775

落札価格  
**7,500円**

## 【オークション画面 商品一覧】

カテゴリから選ぶ

生活家電 家具 ブランド家具 家電 小物・雑貨 AV機器 テレビ スポーツアウトドア ブランド品 ファッション

表示件数 100件

画像	商品名	価格
	UNICO 3人掛けソファ オットマン付 ナチュラルメッシュ系 ALBERO	30,250円
	Leatherworld カウンソファアフェア リーダーレザー 101126	41,500円
	Oak Village 3人掛けソファアフェア ナイズオイル仕上げ	64,000円
	HALO 3人掛けソファアフェア ホワイト系 ファブリック	40,000円
	karimoku 3人掛けソファ chitano レザー	4,750円

リユース一体型 引越サービス



引越と同時に買取・不用品回収を一括で行う今までにない引越サービス

- 2014年9月 開始
- 引越と買取を同時に行うため、不用品処分の手間を減らし、引越料金から買取金額を差し引くことで費用も抑えられるサービス
- 全国の50社を超える認定引越会社と提携
- 顧客紹介提携会社は約200社



## トレファク引越 4つのメリット

- 1 買取・引越の見積りを同時に行います。
- 2 引越額から買取額分を値引きします。
- 3 買取できない物も処分します。
- 4 買取・処分品は引越直前まで使えます。

## 家まるごと買取サービス



## 住居の売却、引越、家庭用品の買取を ワンストップで提供

- 2019年10月 開始
- 不用品買取だけでなく、不動産の買取も行ってほしいというご要望からできたサービス
- トレファクのサービスシナジーにより、不動産売却に加え、引越・不用品の買取・処分などもワンストップで対応が可能
- 提携企業とのサービス連携により、当社を窓口にも不動産の解体やリフォーム、老人ホーム紹介に至るまでをご案内できる



## ECドレスレンタル



## ファッションレンタルサイトを展開 ドレスを中心にネットでレンタル

- 2010年10月 開始
- 結婚式や晴れの日に着るパーティードレスを中心に、  
バッグ・シューズ・アクセサリ  
などをレンタルするサービス
- マタニティドレスや入学式・卒業式に着るスーツ、ゆか  
たなど、着用機会の少ないアイテムも取り扱い
- 2021年4月ブラックフォーマル専門レンタルサイトを  
オープン



タイ現地法人

Treasure Factory(Thailand) Co., LTD

スクンビット39店 (2016年7月オープン)



プラカノン店 (2017年11月オープン)



ワットビートルパーク店 (2019年7月オープン)



台湾現地法人

台灣寶物工廠股份有限公司

新莊幸福店 (2022年12月オープン)



## 株主優待制度

### ① お買い物割引クーポン1,000円分

※4単元（400株）以上保有の株主様は2,000円分

### ② 買取アップクーポン

をセットにした「トレジャーチケット」を1単元（100株）以上保有の株主様に進呈

※上記は2023年2月10日公表の「株主優待制度の一部変更に関するお知らせ」記載の変更後の株主優待内容となります。

#### ①お買物割引クーポン

1単元保有の場合  
1,000円割引券



#### ②買取アップクーポン



当該資料は当社の会社内容を説明するために作成されたものであり、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。

また、資料の内容は資料作成時に弊社が判断したものであり、その情報の正確性を保証するものではありません。投資を行う際は、投資家ご自身の判断で行っていただきますようお願いいたします。

<本資料に関するお問い合わせ先>

E-Mail : [tfir@treasure-f.com](mailto:tfir@treasure-f.com)

会社案内サイト  
(会社情報・IR情報)

<http://www.treasurefactory.co.jp>