



株式会社トレジャー・ファクトリー

決算説明資料

2025年2月期 第2四半期累計 (2024年3月～2024年8月)

2024年10月10日

第2四半期サマリー

1

2Q累計売上高・営業利益
YoY+20%超の成長

- 既存店の成長率が高水準を継続、2Q累計はYoY**107.9%**
- 在庫効率の改善により営業CFが大幅に増加し、利益額以上に**利益の質が良化**

2

営業キャッシュフローの
大幅改善

- 2Q累計の営業CF **1,256**百万円 (YoY + **1,414**百万円) と過去最高を記録
- 在庫効率の改善を全社的なテーマとして掲げ、各店舗での施策が結実

3

単体既存店売上高が
36ヶ月連続
前年同月超え

- 2021年9月から当四半期まで**36ヶ月連続**で単体既存店売上高が前年同月超え

4

出店加速への先行投資

- 新店用在庫を潤沢に確保するためのセンター拡張移転を実施
- 採用市場での競争力をより一層上げるために**7%のベースアップ**を実施

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み



連結 | 損益計算書 - PL



2Q累計は売上高・営業利益ともにYoY+20%超の成長、下半期も同様の成長率を見込む

(百万円)	前期	当期	前年同期比		業績予想比		前年同期との増減／業績予想との差異要因
	2Q累計	2Q累計	増減額	増減率	2Q累計予想	達成率	
売上高	15,862	19,614	+3,751	+23.7%	19,810	99.0%	前年同期比：2Q累計の既存店成長率107.9% ：前期出店26店+当期出店11店+前期M&Aの貢献 業績予想比：当期の新規出店の時期ズレ ▲121百万円
売上総利益	9,838	11,813	+1,975	+20.1%	-	-	
売上総利益率	62.0%	60.2%	▲1.8pt	-	-	-	インバウンドで高額品の売上構成比が増えた影響 ▲1.1pt 前期M&Aのゴルフリユース業態の影響 ▲0.5pt 会計処理変更の影響（仕入送料の一部を販管費から原価へ） ▲0.2pt
販売費及び一般管理費	8,389	10,068	+1,678	+20.0%	-	-	
営業利益	1,448	1,745	+296	+20.5%	1,785	97.8%	業績予想比：当期の新規出店の時期ズレ▲46百万円
営業利益率	9.1%	8.9%	▲0.2pt	-	-	-	
経常利益	1,468	1,757	+289	+19.7%	1,803	97.5%	
親会社株主に帰属する 中間純利益	932	1,144	+212	+22.8%	1,165	98.3%	
1株当たり中間純利益	39.97円	48.86円	+8.89円	+22.2%	49.73円	98.3%	

連結 | 貸借対照表 - BS



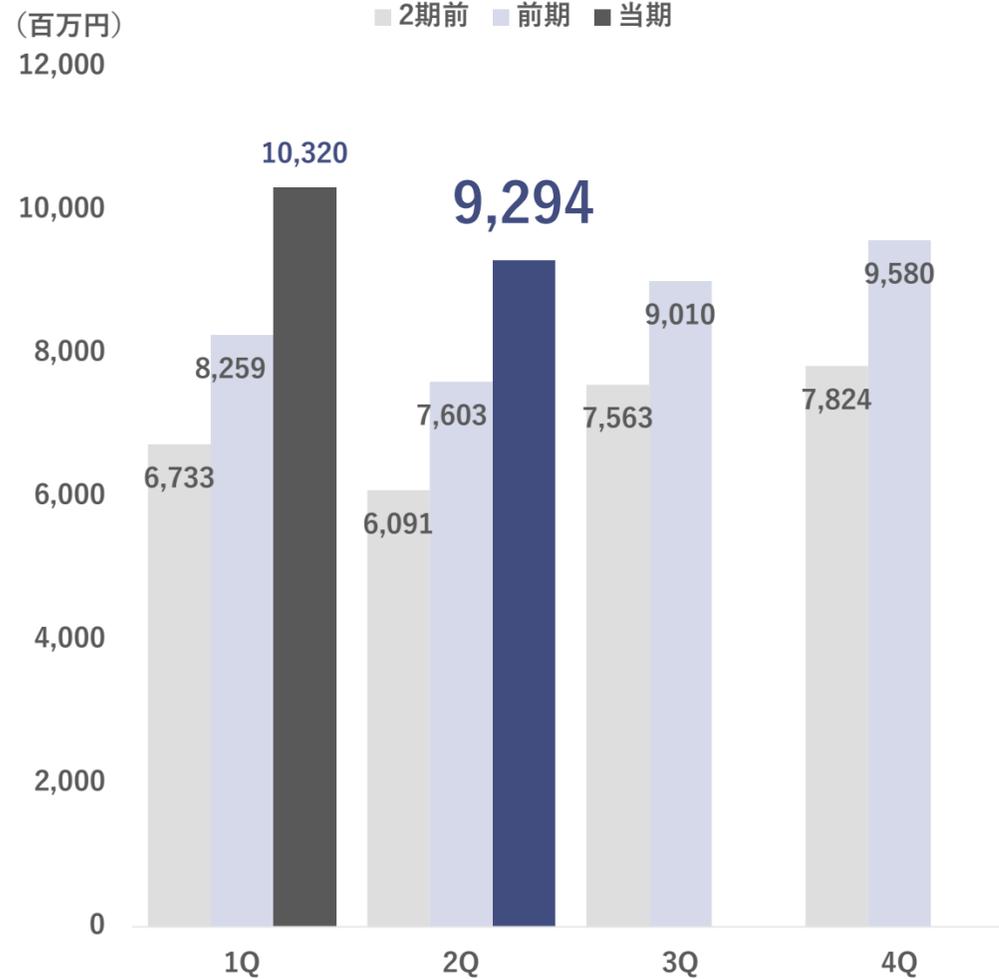
全社的なテーマとして在庫効率の改善を掲げ、各店舗において実行した結果、売上成長に対して在庫増加の抑制に成功

(百万円、%は構成比)				
	前期末	当期2Q末	増減	増減要因
流動資産	11,464 (64.7%)	12,072 (63.7%)	+608 (▲1.0pt)	
うち商品	6,899 (38.9%)	7,433 (39.2%)	+534 (+0.3pt)	仕入と販売のバランス改善により、売上高成長率に比べて緩やかに在庫が増加 (前年同期は2期前に比べ構成比が+5.0pt)
固定資産	6,264 (35.3%)	6,893 (36.3%)	+629 (+1.0pt)	
資産合計	17,728 (100.0%)	18,966 (100.0%)	+1,237	
流動負債	6,426 (36.3%)	7,024 (37.0%)	+597 (+0.7pt)	
固定負債	2,775 (15.7%)	2,590 (13.7%)	▲184 (▲2.0pt)	
純資産	8,526 (48.1%)	9,351 (49.3%)	+825 (+1.2pt)	
負債・純資産合計	17,728 (100.0%)	18,966 (100.0%)	+1,237	
自己資本比率	47.8%	48.9%	+1.1pt	

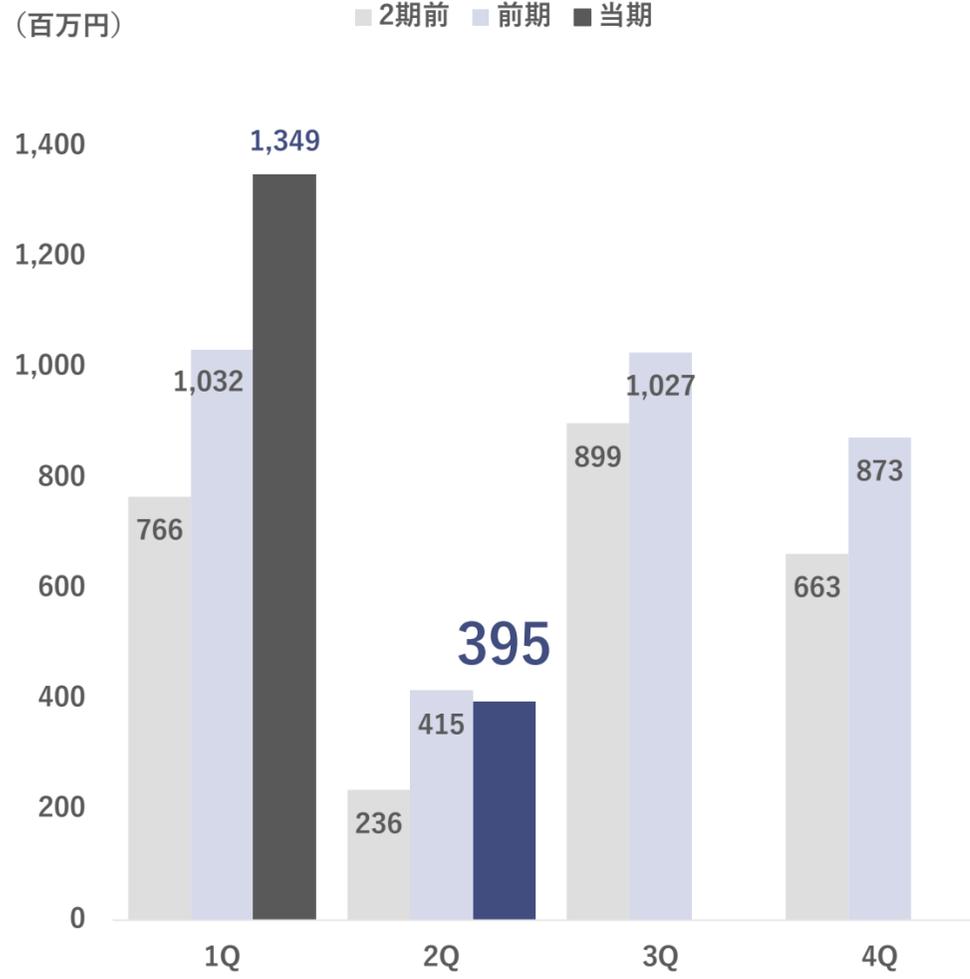


連結 | 四半期業績

売上高



営業利益



2Q累計では売上・営業利益ともにYoY+20%超の成長

- 既存店の成長率は高水準を継続
- 出店加速に向けた先行投資を行うも2Q累計では大幅な増収増益
- 営業CFが大幅に増加し、利益額以上に利益の質が良化
(12ページ参照)

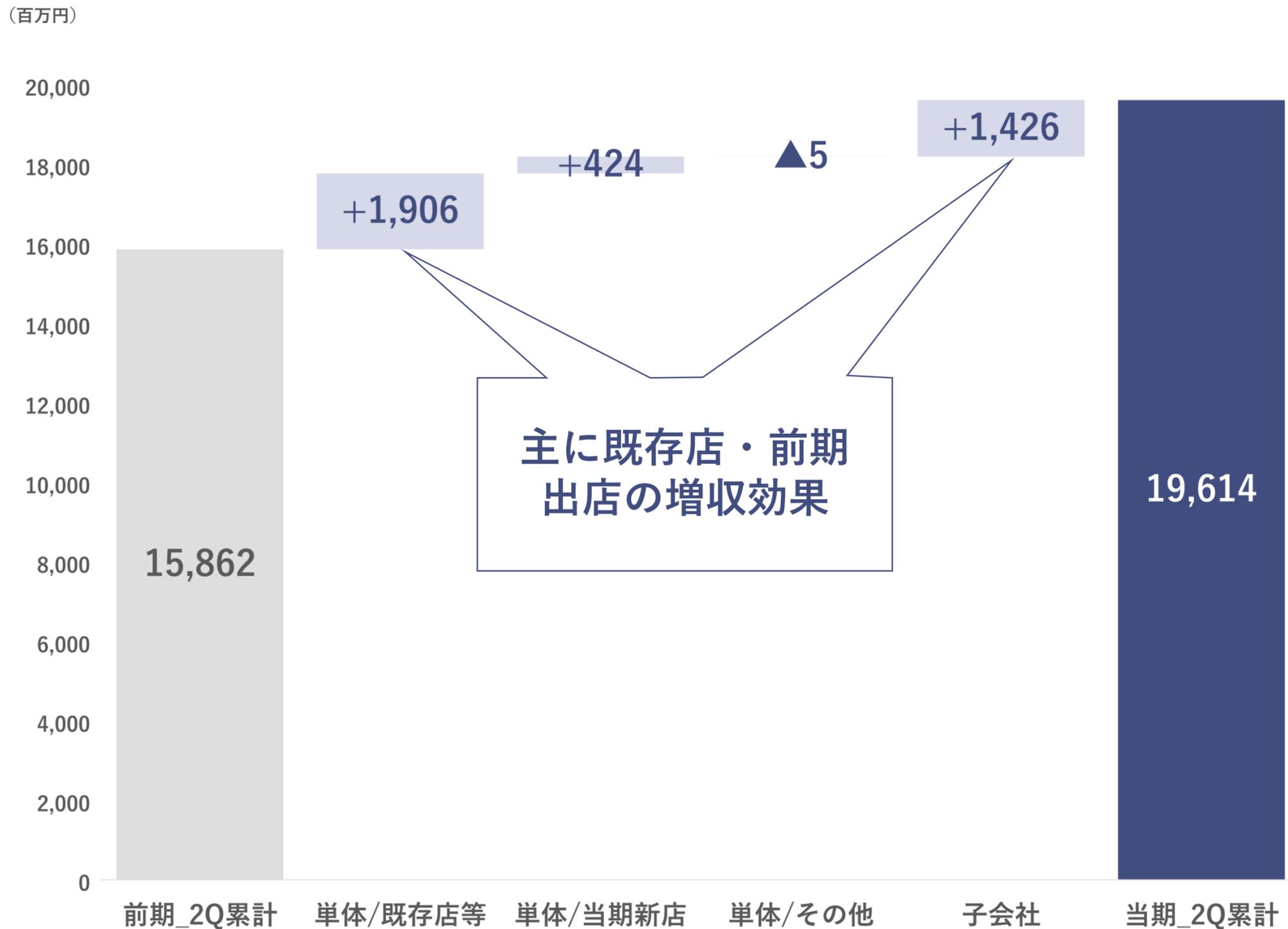
2Qは先行投資等によりYoY減益

- 新店用在庫の確保を目的としたセンター拡張移転に伴うコスト増
- 人材確保を目的としたベースアップに伴うコスト増
- ドレスレンタル事業で競合の広告投資増加の影響により減益

(百万円)	四半期			2Q累計		
	前期2Q	当期2Q	前年同期比	前期	当期	前年同期比
売上高	7,603	9,294	22.2%	15,862	19,614	23.7%
営業利益	415	395	▲4.8%	1,448	1,745	20.5%
営業利益率	5.5%	4.3%	▲1.2pt	9.1%	8.9%	▲0.2pt



連結 | 売上高 - 増減分析



既存店等の増収効果が売上成長を牽引

- 増収効果は上半期だけで+3,000百万円超 (単体/子会社合算)

当期新店の立ち上がりも総じて順調

- 期首計画よりも出店の時期ズレが生じているが、出店済店舗の業績は概ね計画どおり推移

補足

- 単体/既存店等 ... 既存店・前期出店の合計



連結 | 仕入・販売高 - カテゴリー別

(百万円)	仕入高			販売高		
	2Q実績	構成比	前年同期比	2Q実績	構成比	前年同期比
生活雑貨	407	5.0%	118.3%	1,118	5.8%	122.7%
衣料	3,315	40.5%	114.1%	8,734	45.7%	123.7%
服飾雑貨	2,361	28.8%	125.7%	4,385	22.9%	126.1%
電化製品	646	7.9%	107.3%	2,104	11.0%	114.9%
家具	150	1.8%	98.7%	702	3.7%	107.2%
ホビー用品	837	10.2%	151.6%	1,845	9.7%	154.3%
その他	474	5.8%	110.5%	228	1.2%	62.6%
総計	8,192	100.0%	119.3%	19,119	100.0%	123.3%

衣料、服飾雑貨、ホビーが特に好調

- 底堅いリユース需要により主力の衣料が堅調に推移
- 依然としてインバウンド需要が継続し、ブランドバッグ・腕時計等の服飾雑貨が好調
- スポーツ・アウトドア・楽器等の好調に加え、前期M&Aのゴルフリユース業態の影響でホビー用品が大幅に増加

原価率は上がり、販管費比率が下がる

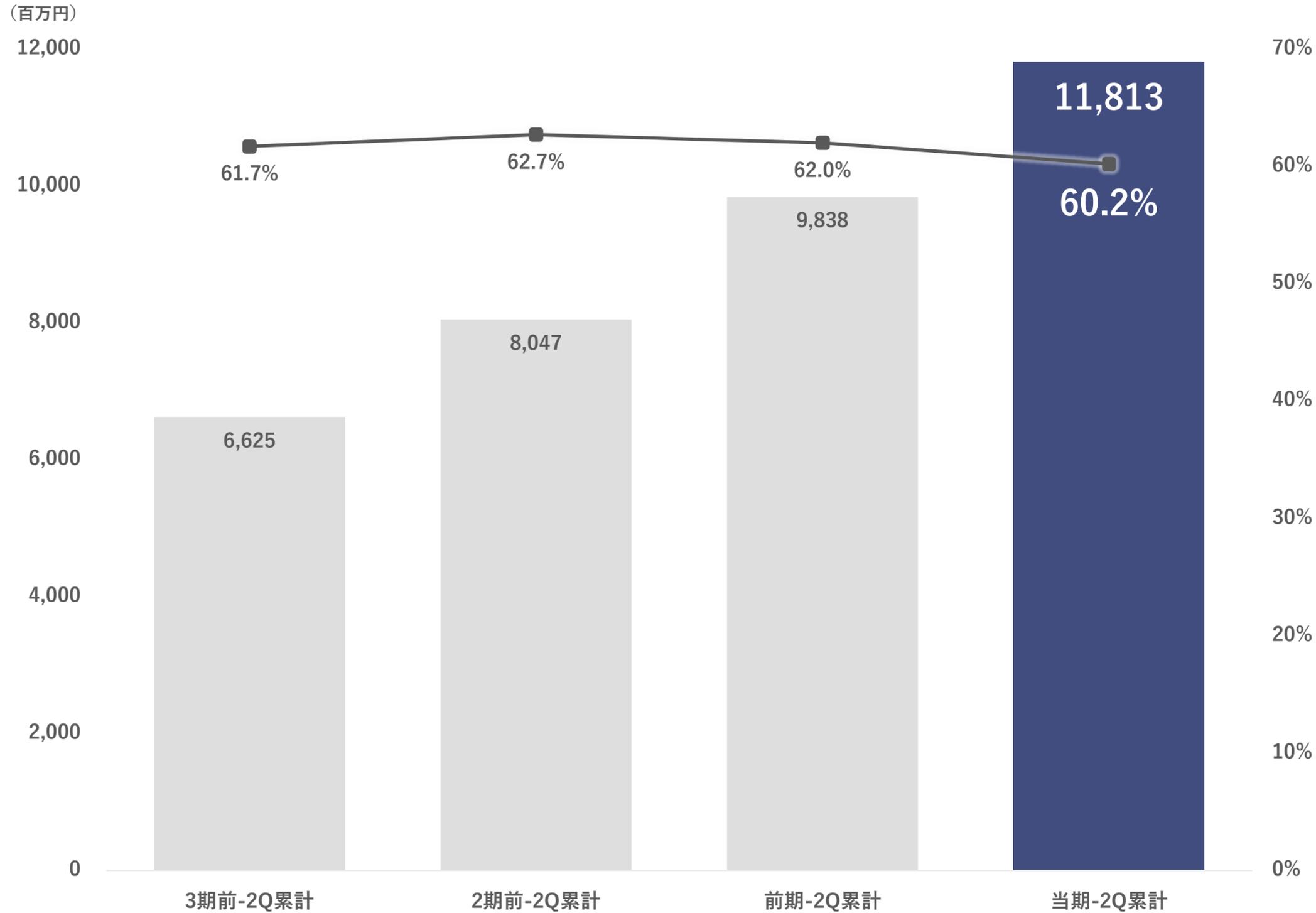
- 好調な商品カテゴリーのうち、特に服飾雑貨とホビー用品は1点単価が比較的高く、売り場効率が高い特徴がある
- 原価率は高い一方で、販管費比率が下がる傾向があり、それが当期のPLの結果に表れている
(売上総利益率が低下し、販管費比率が下がる)

補足

- 服飾雑貨 … バッグ・財布・腕時計等
- ホビー用品 … スポーツ・アウトドア用品・おもちゃ・楽器等
- 仕入高「その他」 … 仕入副費を含む



連結 | 売上総利益 - 直近4期推移



売上成長に合わせて売上総利益も増加

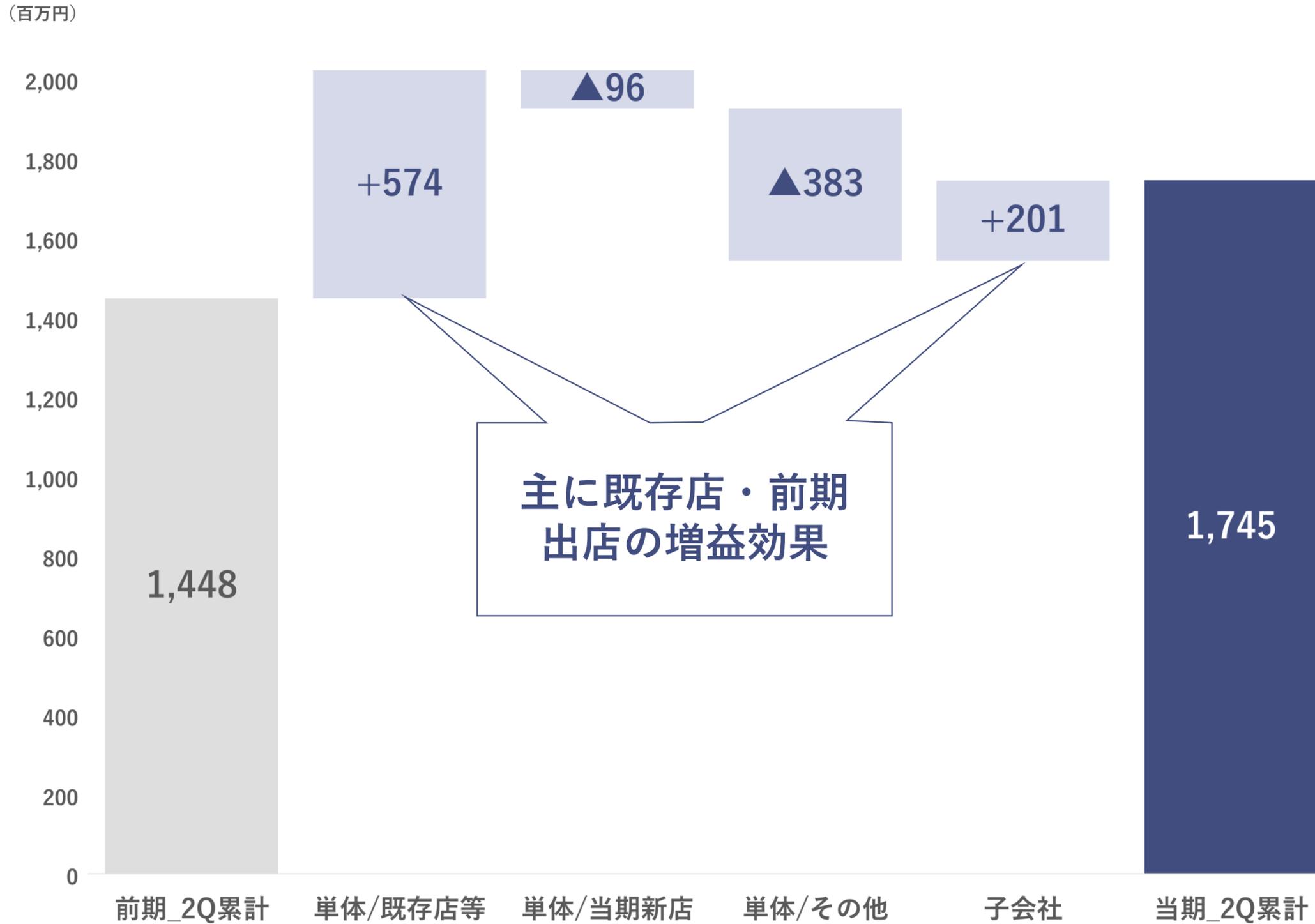
- 商品カテゴリー別の販売構成比の変化に伴い、売上総利益率の変動が生じているものの、金額ベースでは順当に成長
- インバウンドで高額品の売上が増加し、売上総利益も増加 (免税売上比率は**9.7%**、YoY+3.7pt)

売上総利益率はYoY▲1.8%

- インバウンドで高額品の売上構成比が増えた影響 ▲1.1pt
- 前期M&Aのゴルフユース業態の影響 ▲0.5pt
- 会計処理変更の影響 (仕入送料の一部を販管費から原価へ) ▲0.2pt



連結 | 営業利益 - 増減分析



既存店等の増収により底堅い増益を実現

- 既存店等の増益は上半期だけで+775百万円 (単体/子会社合算)

単体/その他の内訳

- 店頭買取以外の買取チャネルの人員増加 ▲78百万円
- ECや買取強化のための広告宣伝費の増加 ▲27百万円
- センター拡張移転に伴うコスト増加 ▲33百万円
- レンタル事業のYoY減益 ▲30百万円

補足

- 単体/既存店等 … 既存店・前期出店の合計
- 前期2月に、宅配買取のセンター拡張移転を実施
- 当期7~8月に、出張買取/オークション事業/レンタル事業のセンター拡張移転を実施



連結 | 販管費 - 内訳

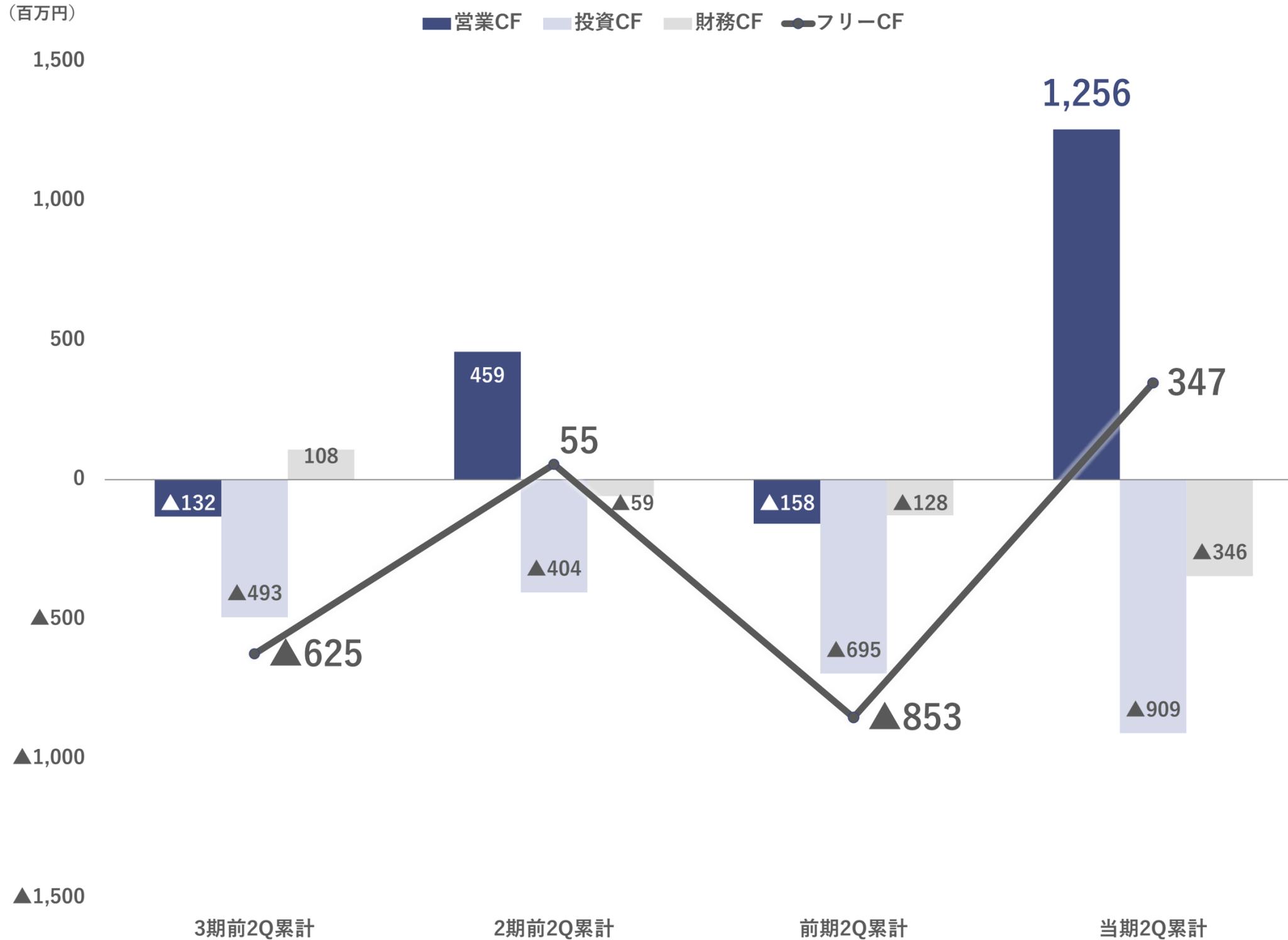
売上高販管費比率はYoY▲1.6pt、主に固定費が増加したものの売上増加で十分に吸収

(百万円、%は売上高比率)

	前期2Q累計	当期2Q累計	前年同期比	増減要因
人件費	4,187 (26.4%)	4,984 (25.4%)	119.0% (▲1.0pt)	6月に正社員を対象として7%のベースアップを実施
賃借料	1,757 (11.1%)	2,089 (10.7%)	118.9% (▲0.4pt)	新規出店・センター拡張移転
減価償却費	198 (1.3%)	292 (1.5%)	147.6% (+0.2pt)	新規出店・センター拡張移転
水道光熱費	227 (1.4%)	283 (1.4%)	124.8% —	新規出店・センター拡張移転
広告宣伝費	205 (1.3%)	250 (1.3%)	121.8% —	ECとレンタル事業の販売増加・顧客獲得コストの増加
求人広告費	87 (0.6%)	93 (0.5%)	106.2% (▲0.1pt)	
消耗品費	202 (1.3%)	240 (1.2%)	118.5% (▲0.1pt)	新規出店・センター拡張移転
のれん償却費	8 (0.1%)	23 (0.1%)	285.2% —	前期M&A
その他	1,514 (9.5%)	1,809 (9.2%)	119.5% (▲0.3pt)	センター拡張移転（修繕費・器具備品費） キャッシュレス決済の増加（決済手数料）
販管費合計	8,389 (52.9%)	10,068 (51.3%)	120.0% (▲1.6pt)	



連結 | キャッシュフロー - 直近4期推移



営業CFは2Q累計でYoY+1,414百万円

- 前期は販売の好調さを大きく上回る買取需要があり、一時的に仕入偏重になったが、当期は前期の反省を踏まえ、全社的に在庫回転率の向上をテーマとして掲げ、各店舗での施策が結実

先行投資を行いつつ、FCFも大幅増加

- 例年以上に今後に向けた設備投資（センター拡張移転、出店・移転等）を行いながらも、フリーCFはYoY+1,200百万円と大幅増加

補足

- FCF（フリーキャッシュフロー） … 営業CF・投資CFの合計

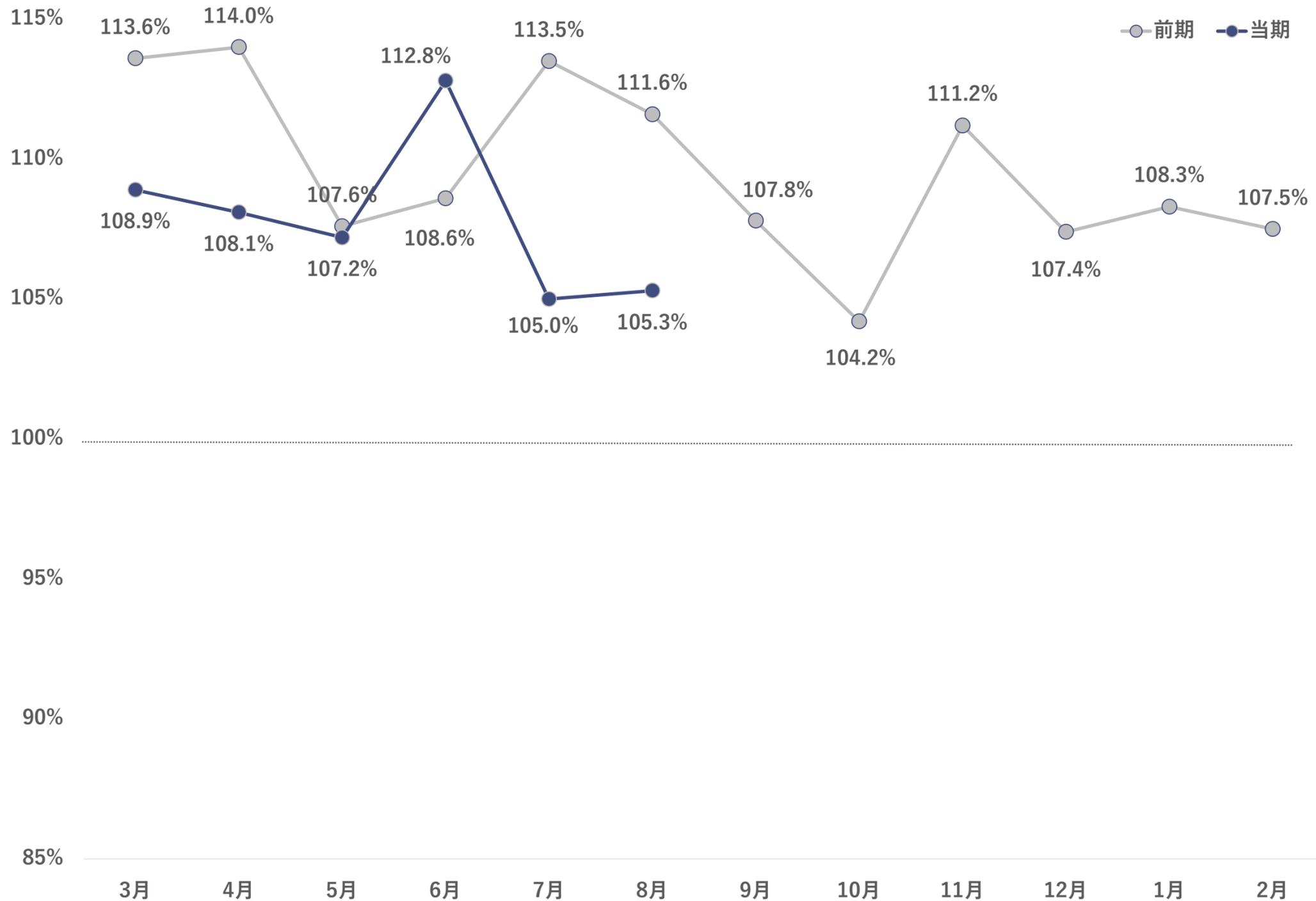


KPIの推移 - サマリー

<p>単体</p> <p>既存店 - 売上高前年同期比 需要の基調・事業の成長性の指標</p>	<p>2Q累計：107.9%</p> <p>販売件数・販売単価ともに引き続き上昇</p>	<p>前年同期：111.5% (▲3.6pt)</p>
<p>単体</p> <p>既存店 - 売上総利益率 事業の収益性の指標</p>	<p>2Q累計：65.1%</p> <p>商品ミックスの変化により▲0.6pt低下（免税販売を中心に原価率の高い高単価商材の販売が増加） 会計処理変更により▲0.3pt低下（仕入送料の一部を販管費から原価に変更） ※9ページは連結、上記は単体の数値</p>	<p>前年同期：65.9% (▲0.8pt)</p>
<p>連結</p> <p>EC比率 新規チャンネルへの対応状況の指標</p>	<p>2Q累計：13.7%</p> <p>ブランド品やホビー用品などの高単価商材の取り扱い増加、EC出品の体制整備による出品効率向上により、EC比率が上昇</p>	<p>前年同期：12.9% (+0.8pt)</p>
<p>連結</p> <p>仕入高前年同期比 売上・出店余力の先行指標</p>	<p>2Q累計：119.3%</p> <p>店頭買取YoY +9.1%、宅配買取YoY +12.8%、出張買取YoY +11.2%（いずれも単体）とそれぞれ増加 特に宅配買取と出張買取は、センター拡張移転によって今後の伸び代を広げている</p>	<p>前年同期：132.2% (▲12.9pt)</p>
<p>連結</p> <p>当期新規出店数 増収増益の先行指標</p>	<p>2Q累計：11店</p> <p>物件・在庫・人材のうち、適切な物件の確保が想定どおり進まず、出店数は当初計画を下回った</p>	<p>前年同期：12店 (▲1店)</p>



KPIの推移 | (単体) 既存店 - 売上高前年同期比



36ヶ月連続で前年同月超え達成

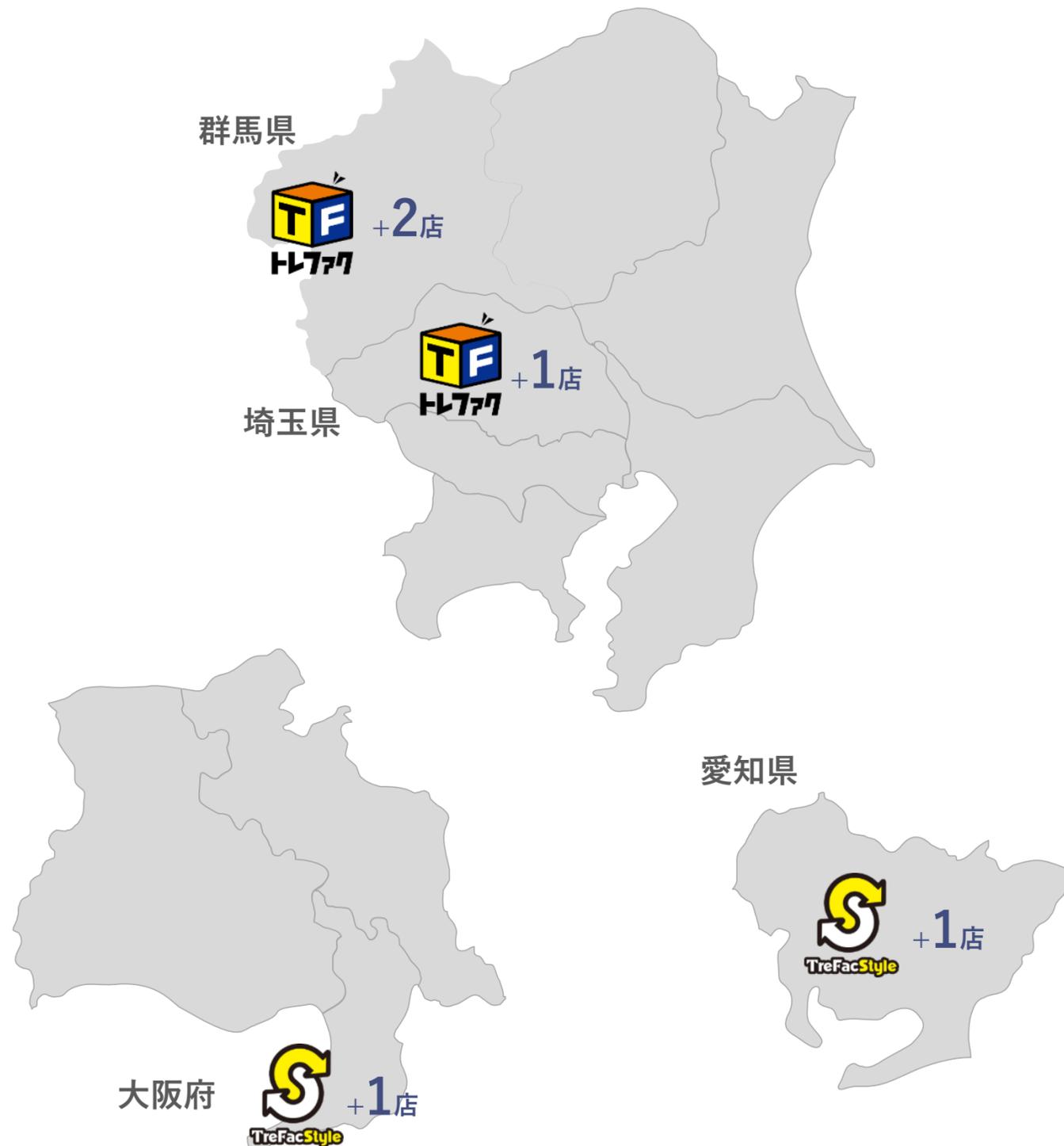
- 販売件数・販売単価ともに上昇

	2Q	2Q累計
売上高 前年同期比	107.7%	107.9%
販売件数 前年同期比	104.1%	103.3%
1件当たり販売単価 前年同期比	103.5%	104.5%



KPIの推移 | (連結) 当期新規出店数

2Q (6~8月) の新規出店



通期の新規出店 - 確定分 (▲は退店)

業態	1Q	2Q	3Q 予定	4Q 予定	通期 予定
トレジャーファクトリー	+2店	+3店	+2店	+2店	+9店
トレファクスタイル	+3店	+2店	+1店	+2店	+8店
トレファクスポーツ	—	—	+1店	—	+1店
ユーズレット	+1店	—	+1店	—	+2店
カインドオル	—	—	+1店	—	+1店
タイ	—	—	—	+1店	+1店
その他業態	—	—	—	— ▲1店	+0店 ▲1店
合計	+6店	+5店	+6店	+5店 ▲1店	+22店 ▲1店

※トレジャーファクトリーで移転1店 (実施済)、カインドオルで統合移転1店 (実施予定)
 ※その他業態の退店：ゴルフリユース業態 (4Q予定)
 ※FC店の移転は記載していません。



グループ会社の状況



カインドオル
ブランド古着に特化したリユース業態

海外観光客の増加や円安の影響で、都心店を中心にインバウンド売上がさらに拡大
2Q累計の売上高はYoY+**36%**の26億円となり、大幅増収増益



ピックアップジャパン
静岡県地盤のリユース業態

既存店の売上増加や2023年12月の新規出店などの影響で、家具・衣類・貴金属などが堅調に推移
2Q累計の売上高はYoY+**17%**の13億円となり、増収増益



GKファクトリー
ゴルフ用品専門リユース業態

2024年2月にグループ子会社のアクオ株式会社を吸収合併し、2Q累計の売上高は5.1億円となった
人員体制整備と収益力改善に取り組む



タイ法人
バンコクを中心に展開する総合リユース業態

販売・買取ともに堅調に推移し増収増益
2024年12月に直営店の新規出店を予定、合計で5店舗体制となる



台湾法人
台北近郊を中心に展開する総合リユース業態

2024年1月に2号店をオープン
2店舗体制で営業体制の整備と収益基盤の構築に取り組む

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み





当期業績予想

今後に向けた成長投資も実施しつつ、売上・利益とも20%以上の成長率を維持

※2024年7月10日発表分から変更なし

(百万円)	2Q累計			通期			前提 / 補足
	前期実績	当期実績	増減	前期実績	当期予想	増減	
売上高	15,862	19,614	+23.7%	34,454	41,862	+21.5%	下半期の既存店売上成長率（単体）はYoY104%に設定
営業利益	1,448	1,745	+20.5%	3,348	4,041	+20.7%	下半期の売上総利益率（連結）は59.5%に設定 下半期の販管費比率（連結）は49.3%に設定
営業利益率	9.1%	8.9%	▲0.2pt	9.7%	9.7%	—	
経常利益	1,468	1,757	+19.7%	3,390	4,069	+20.0%	
経常利益率	9.3%	9.0%	▲0.3pt	9.8%	9.7%	▲0.1pt	
親会社株主に帰属する 当期純利益	932	1,144	+22.8%	2,241	2,723	+21.5%	
当期純利益率	5.9%	5.8%	▲0.1pt	6.5%	6.5%	—	
1株当たり当期純利益	39.97円	48.86円	+22.2%	95.94円	116.23円	+21.1%	
1株当たり配当金	12.00円	18.00円	+50.0%	28.00円	34.00円	+21.4%	
配当性向	—	—	—	29.2%	29.3%	+0.1pt	



当期配当予想

※2024年7月10日発表分から変更なし

配当予想

(1株当たり)

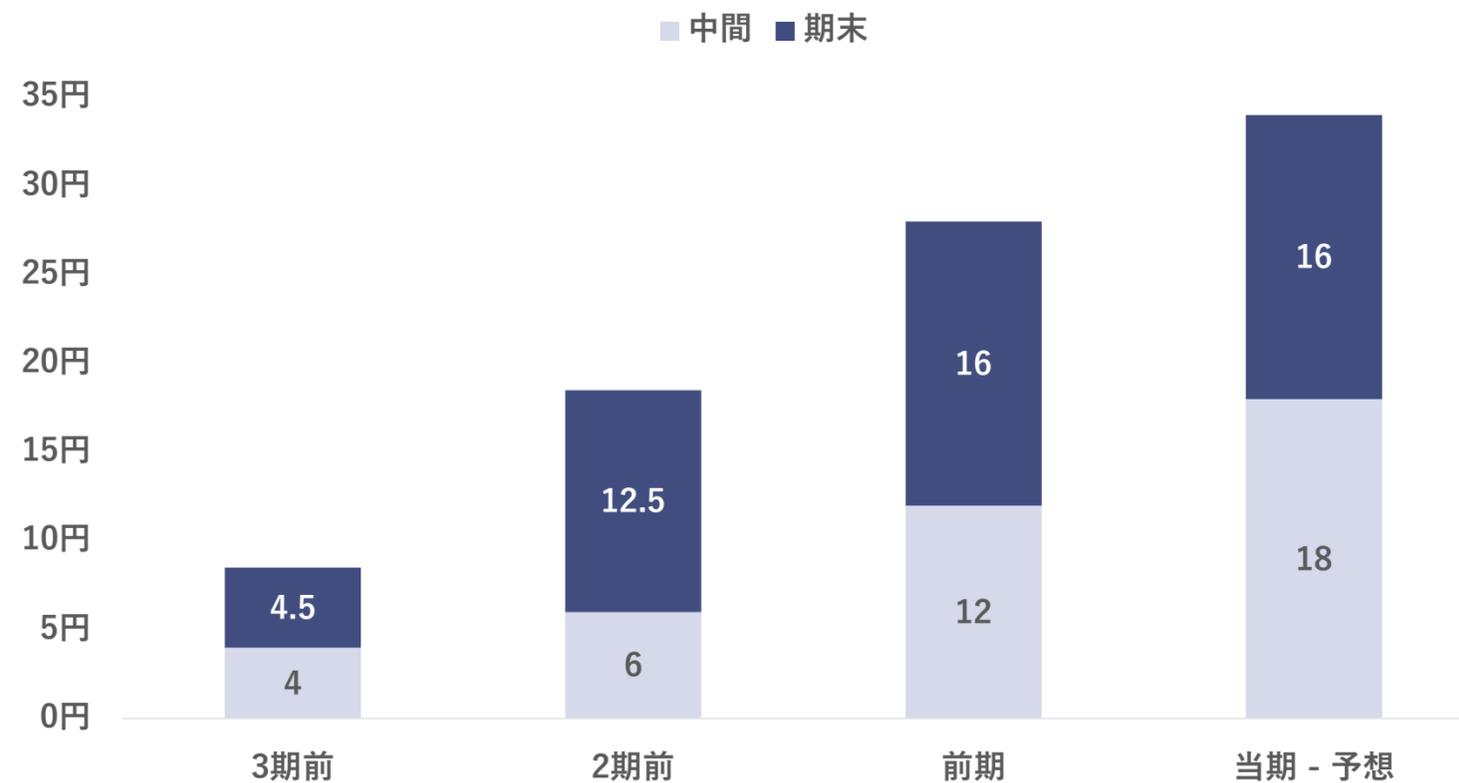
	前期実績	当期予想	前年比
中間	12 円	18 円	+ 6 円
期末	16 円	16 円	—
年間	28 円	34 円	+ 6 円
配当性向	29.2 %	29.3 %	

中間配当は前年同期から6円増配

- 期末配当予想は今後の業績動向に応じて適宜見直しを検討予定

直近4期の推移

(分割調整後)



補足 (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



当期の取り組み

リユース事業



トレファクスポーツ
アウトドア



トレファク
マーケット

Kindal



ピ・ファクトリー



KINBURY



Golf Kids



ゴルフキング



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

国内

- アプリ会員の獲得などの継続的な取り組みによる買取・販売件数増加
(2024年2月末アプリ会員数210万人)
- インフレも背景にした販売単価の上昇
- ハイブランド業態（ブランドコレクト・カインドオール）を中心にしたインバウンド売上の拡大

海外

- タイ（現在4店）・台湾（現在2店）においてそれぞれ年間1～2店ペースで出店を継続
- 新たな海外地域への出店も検討

新規出店

- グループで年間30店を目標とする（前期実績26店）
既存地域（一都三県・北関東・関西・愛知・福岡） + 新規地域

店舗以外の買取強化

- 新規出店用の在庫確保に向けて宅配買取・出張買取を15～20%増やす

リユース周辺事業



Live Net Auction



トレファク引越



トレファク不動産



Cariru



Regacy

オークション事業

- 関東・関西を拠点に出品数・流通量を拡大（自社店舗からの出品も拡大）

引越事業

- 提携引越業者による引越と自社引越を効果的に組み合わせ、引越件数と買取件数を拡大

レンタル事業

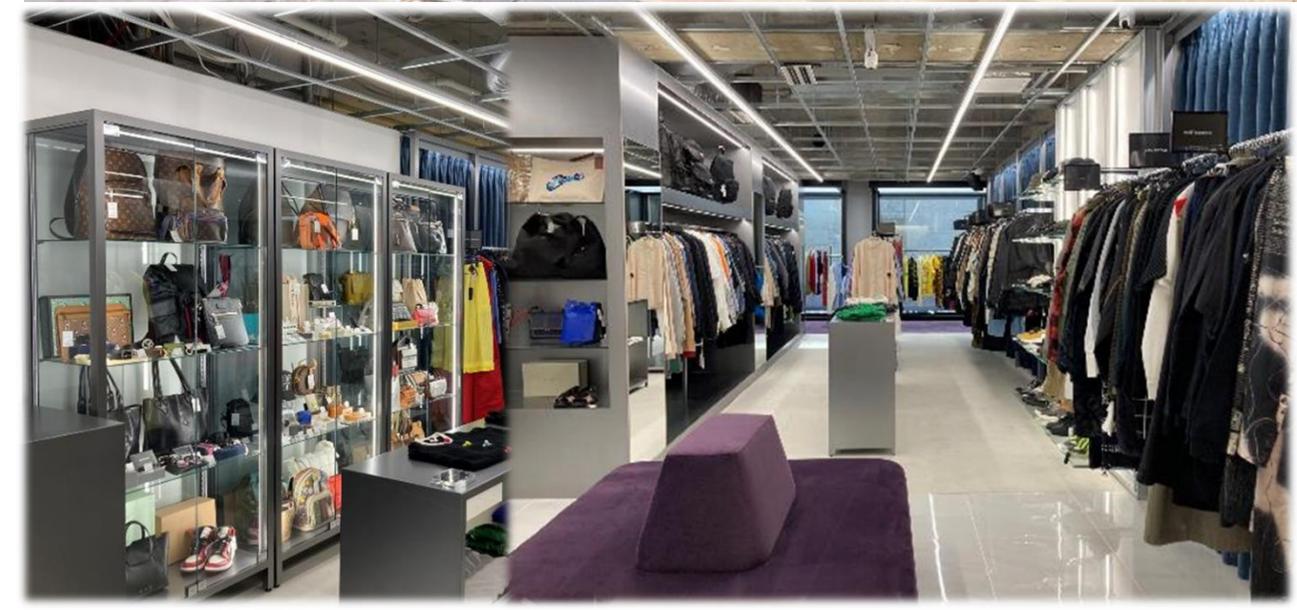
- 拠点の拡張と商材の拡張（ドレス・ブラックフォーマル）により、売上・利益を拡大

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

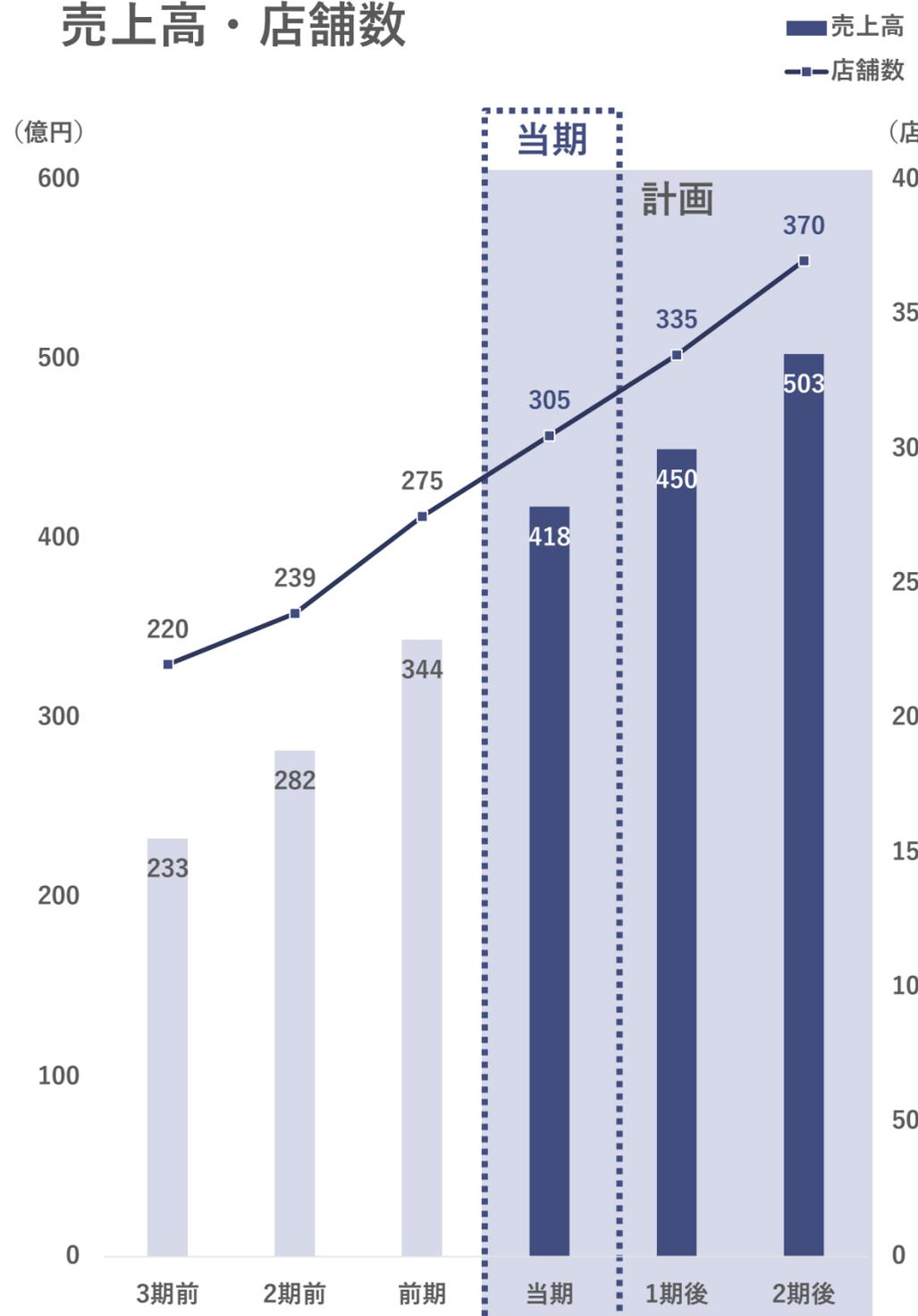
- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み



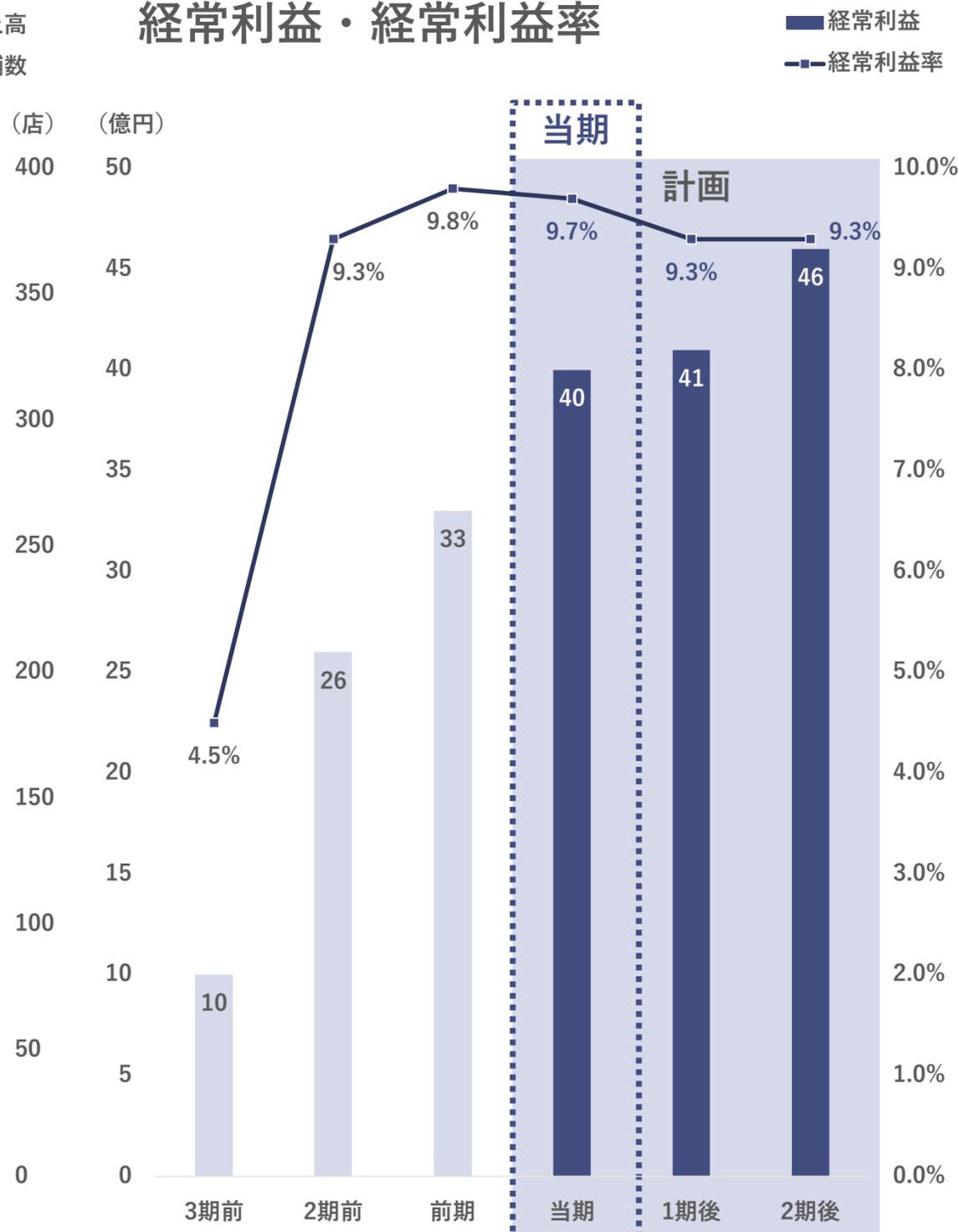


中期損益計画サマリー

売上高・店舗数



経常利益・経常利益率



直近3期連続で売上高YoY20%以上

- 経常利益率は10%に迫る水準

計画最終年度 (2027年2月期)

- 売上高：**503**億円、経常利益：**46**億円を見込む

補足

- 中期計画はローリング方式により毎年4月に更新
- 当期の予想値は、本年7月に発表した業績予想修正に置き換え済み
一方1期後・2期後(26/2期・27/2期)は期首計画のまま据え置き
- 今後も業績に応じて適宜見直しを検討予定

近年の成長要因

外的要因

物価高に伴うリユース品の需要増加

インバウンド需要

サステナビリティへの関心の高まり

内的要因（当社施策）

取り扱いカテゴリーの拡大

スポーツ・アウトドア・楽器などホビーカテゴリーの取り扱いを拡大

高単価商材の拡大

ラグジュアリーブランドをはじめ、各ジャンルにおいて高単価商材の取り扱いを拡大

ECチャネルの強化

コロナ禍を契機にEC販売のオペレーションを整備し、店頭とECの併売体制を確立

外的要因を追い風に、コロナ禍の時期から継続して取り組んできた内部施策の成果が
既存店売上高YoY約10%成長という形で結実し、持続的な成長につながっている





中期経営計画達成に向けた経営方針

1

リユース事業の成長

- ① リアルの買取・販売拠点かつEC販売の拠点となる店舗を年間30~40店のペースで関東・関西・中部・九州などを中心に出店し、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

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

3

海外市場での成長

- ① 通期黒字化したタイ事業においては、多店舗展開を進める
- ② 台湾事業においては、リユース事業のモデル構築と単年度黒字を目指す

4

M&Aによる成長

専門性の補完・地域の補完など、シナジーを発揮できるリユース企業などのM&Aを今後も積極的に実行する

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・配当の見通し（2025年2月期～2027年2月期）

	前期実績 (2024/2期)	2024年7月発表 当期 (2025/2期)	来期 (2026/2期)	2期後 (2027/2期)	CAGR (年平均成長率)
年間出店数	26店	30店	30～35店	35～40店	—
売上高	344億円	418億円	450億円	503億円	13.5%
経常利益	33.9億円	40.6億円	41.9億円	46.7億円	11.3%
経常利益率	9.8%	9.7%	9.3%	9.3%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	22.4億円	27.2億円	27.6億円	30.8億円	11.2%
1株当たり当期純利益	95.9円	116.2円	118.1円	131.7円	11.2%
1株当たり配当金	28.0円	34.0円	36.0円	40.0円	—
配当性向	29.2%	29.3%	30.5%	30.4%	—

計画最終年度（2027年2月期）

- 売上高：**503**億円、経常利益：**46**億円を見込む

配当性向目標は30%以上

留意事項

- 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どおり確保できない場合は、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。
- 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。

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み





サステナビリティ基本方針・基礎データ

当社グループは、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、そして多様性を持つ組織による持続的成長を目指し、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CO2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)

		単位	2022	2023	2024
CO2排出量	Scope1	t-CO2	154	184	235
	Scope2	t-CO2	5,398	5,399	5,484
	合計	t-CO2	5,552	5,583	5,719
CO2排出量原単位	売上高百万円当たり	t-CO2/百万円	0.308	0.253	0.217

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は消費電力量が取得できなかった一部の拠点を除いて算出。

		単位	2022/2期	2023/2期	2024/2期
リユース事業によるCO2排出量減貢献量	家電4品目	t	13,060	14,658	17,719
	衣料品	t	15,636	19,163	22,134
	家具	t	2,976	3,091	3,114
	主要カテゴリ小計	t	31,672	36,912	42,967

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品目及び家具は環境省「平成22年度 使用済製品等リユース促進研究会報告書」から算出。

注2：衣料品は環境省「3R見える化ツール」から算出。

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

	2022/2期	2023/2期	2024/2期
新卒採用数	61人	89人	115人
中途採用数	62人	41人	113人
採用数合計	123人	130人	228人
社員数	690人	776人	902人
パート・アルバイト数	1,679人	2,083人	2,403人
従業員数合計	2,369人	2,859人	3,305人
女性社員数	97人	128人	155人
女性パート・アルバイト数	1,061人	1,274人	1,452人
女性従業員数合計	1,158人	1,402人	1,607人
女性社員比率	14.1%	16.5%	17.2%
女性パート・アルバイト比率	63.2%	61.2%	60.4%
女性従業員数比率	48.9%	49.0%	48.6%
社内研修回数	128回	167回	175回
有給取得率	61.6%	66.6%	65.9%
育休取得人数	27人	24人	22人

Governance - ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化

		2022/2期	2023/2期	2024/2期
社内取締役	男	4人	4人	4人
社外取締役	男	1人	1人	1人
	女	1人	1人	1人
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	3人	3人	3人

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み

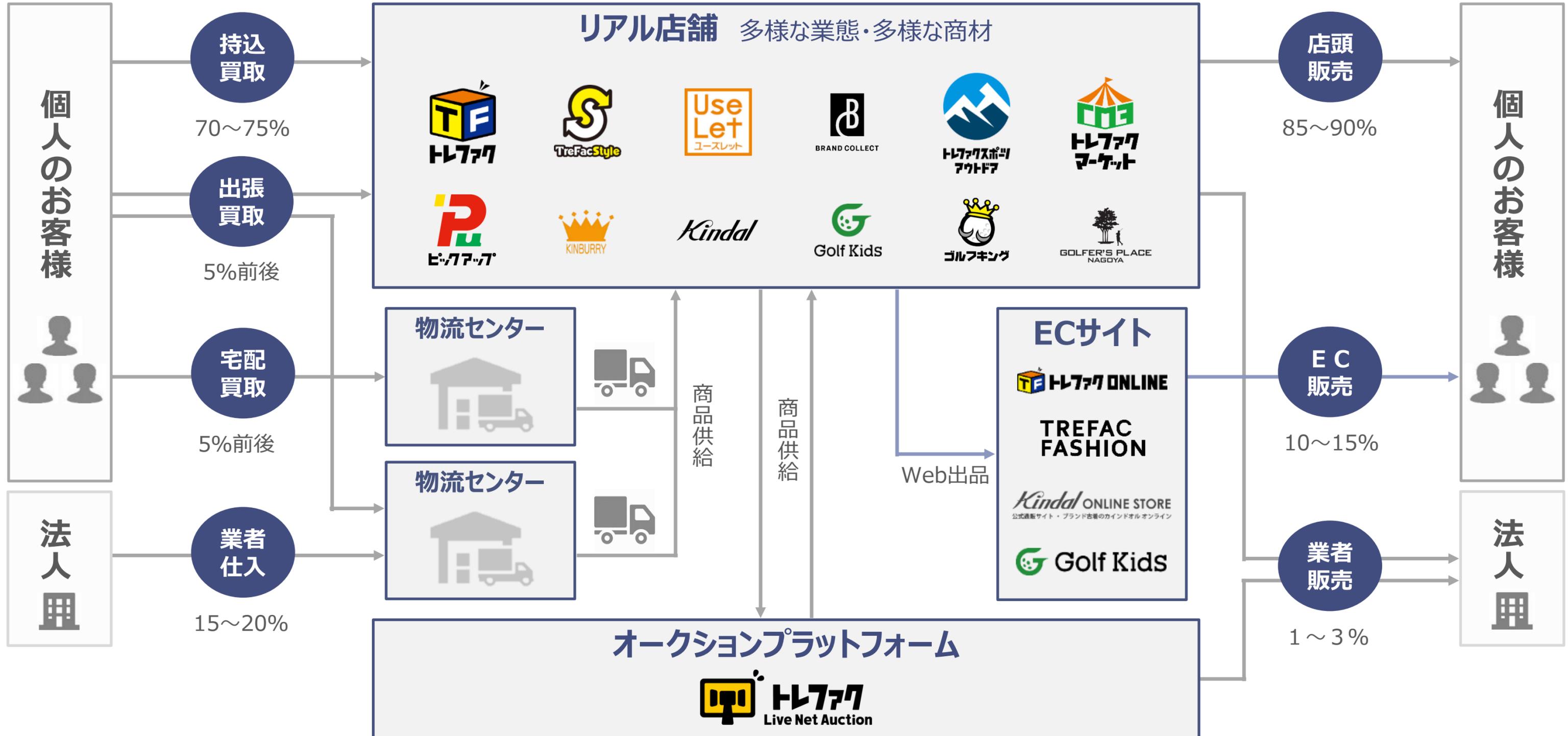




ビジネスモデル

多チャンネル・多ジャンルの仕入

多様な業態による多店舗展開





当社の成長を支える競争優位性

総合リユースと専門リユースの10を超える業態を展開することで、取り扱う商材の種類や価格帯を常に拡大し、持続的な成長を実現
販路として店頭に加えて、自社ECや自社オークションを強化し、売り切る力を高めている

1

多様な業態による多店舗展開

- ① 多様な業態を持つことで、顧客の多様なニーズに応えることができ、査定ノウハウも業態横断的に共有が可能
- ② 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
- ③ 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

2

多チャネル・多ジャンルの仕入

- ① 店頭買取、出張買取、宅配買取、引越買取、法人仕入、オークション仕入など、多様な仕入チャネルを持つことで多種多様なジャンルの仕入が可能

3

物流ネットワークの構築

- ① 関東と関西に複数の物流センターを構え、トラックのネットワークを持つことで、出張買取や法人仕入などの大型品や大量の仕入が可能
- ② センターに常時在庫をストックすることで、既存店の業績に影響を与えることなく、新店への在庫供給が可能

4

システム開発力とデータ分析力

- ① 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の開発は自社で実施、迅速に改善する体制を構築
- ② 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



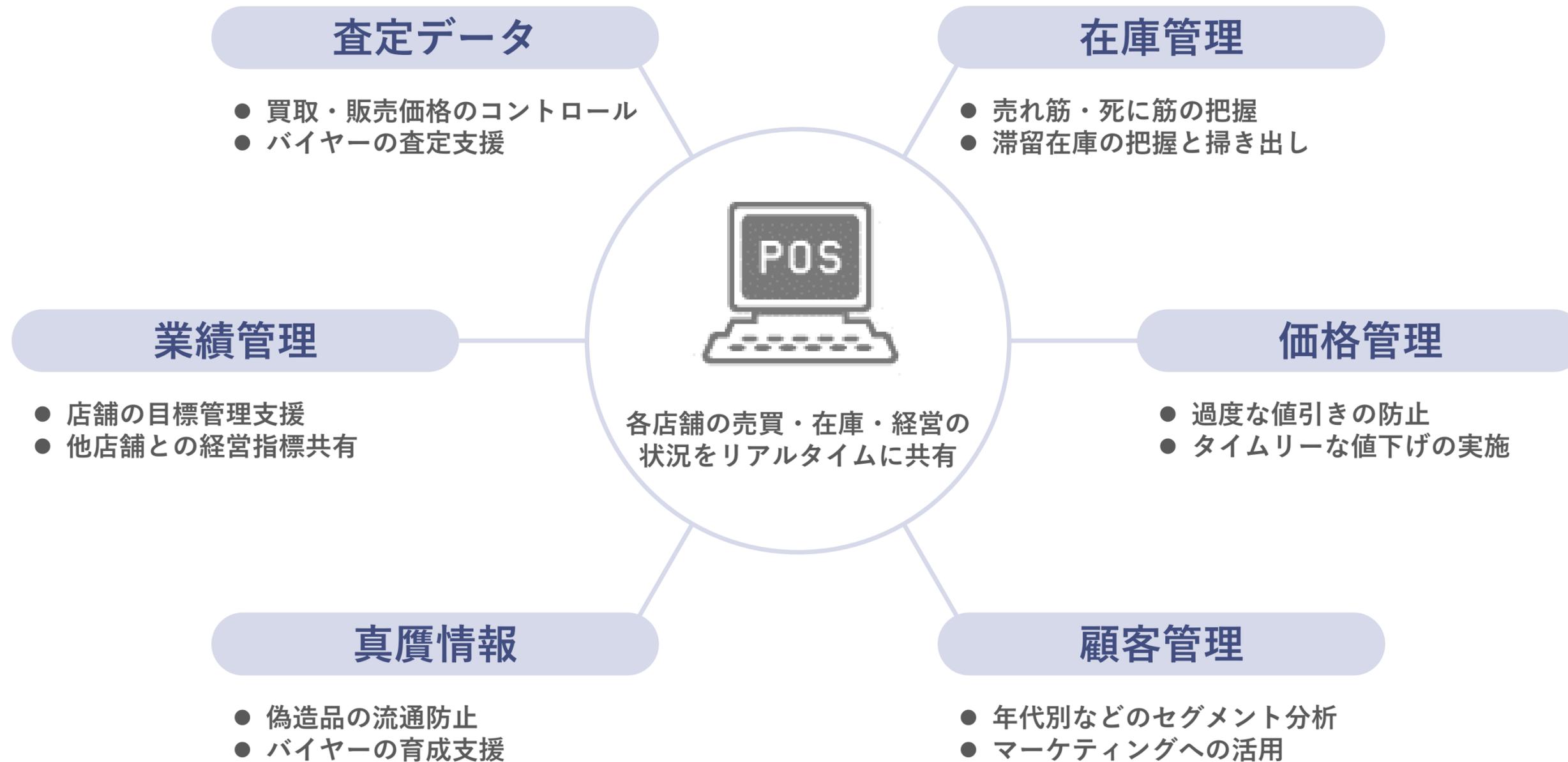
多様な業態による多店舗展開

	業態	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		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	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
		幅広いファッションアイテムを取り扱うファッションリユースショップ	駅近徒歩10分以内のエリア 主要駅付近のエリア ショッピングセンター内
専門ブランド		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	主要道路沿いのロードサイド
		お手頃商品を集めた古着アウトレットショップ	首都圏駅近 商店街沿いなど人通りの多いエリア 郊外エリア
		ハイブランド・ジュエリーなどの高価格帯に寄せたハイブランドリユースショップ	都内中心部（表参道・原宿） インバウンド客も多いエリア
		当社最大級の家具・インテリア・家電を取り揃えた大型家具・家電リユースショップ	関東郊外 主要道路沿いのロードサイド
グループ会社		ドメスティックブランド・インポートブランドなどを取り扱うブランド古着リユースショップ	関東、関西の都市エリア ファッション感度の高い地域
	  	ゴルフ用品・ゴルフウェアなどを取り扱う専門リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
		静岡県地盤の総合リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド
		静岡県地盤のブランド・貴金属リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド

システム開発力とデータ分析力

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て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





資本効率と株価の方向性

資本効率

現状

株主資本コスト	: 7.5%程度
ROE	: 29.4% (2024年2月期)
WACC	: 6.5%程度
ROIC	: 18.6% (2024年2月期)

- ROEは株主資本コストを大きく超えて推移
(ROE 29.4% = 当期純利益率 6.5% × 総資産回転率 2.13 × 財務レバレッジ 2.13)
- ROICはWACCを大きく超えて推移

今後の目指す方向性

- 年間30-40店前後の新規出店を行い、事業成長を目指す
- 新店及び既存店の収益性を高め、当期純利益率と総資産回転率の維持・上昇を目指す
- 新店及び既存店の収益性を高め、投資対収益の指標であるROICの維持・上昇を目指す

株価

現状

PER	: 15-16倍
PBR	: 4倍前後

今後の目指す方向性

- 収益率（経常利益率など）の上昇と一定水準の売上高成長率の維持
- 営業キャッシュフローの持続的拡大を実現し、株式市場からの評価を高めていく
- 自社の競争優位性と成長性を明確にし、株主及び投資家への継続的な発信を行う
- 日英同時開示に取り組む



会社概要

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	1,021名（正社員のみ、2024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（2024年8月末現在）
事業内容	リユース事業の運営、オークションの運営 トレファク引越の運営、トレファク不動産の運営 終活・生前整理サービス「Regacy」の運営、ECドレスレンタル事業「Cariru」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。
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。
社名の由来	（宝物の工場）「価値の生産工場」 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

沿革



- 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 FC事業を開始。福島県いわき市にFC1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



- 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
 9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
- 2023年 10月 アクオ株式会社の株式を取得し、子会社化
- 2024年 2月 株式会社GKファクトリーがアクオ株式会社を吸収合併



Golf Kids



トレジャー不動産



KINBURI



Trefac Technologies



JPX PRIME

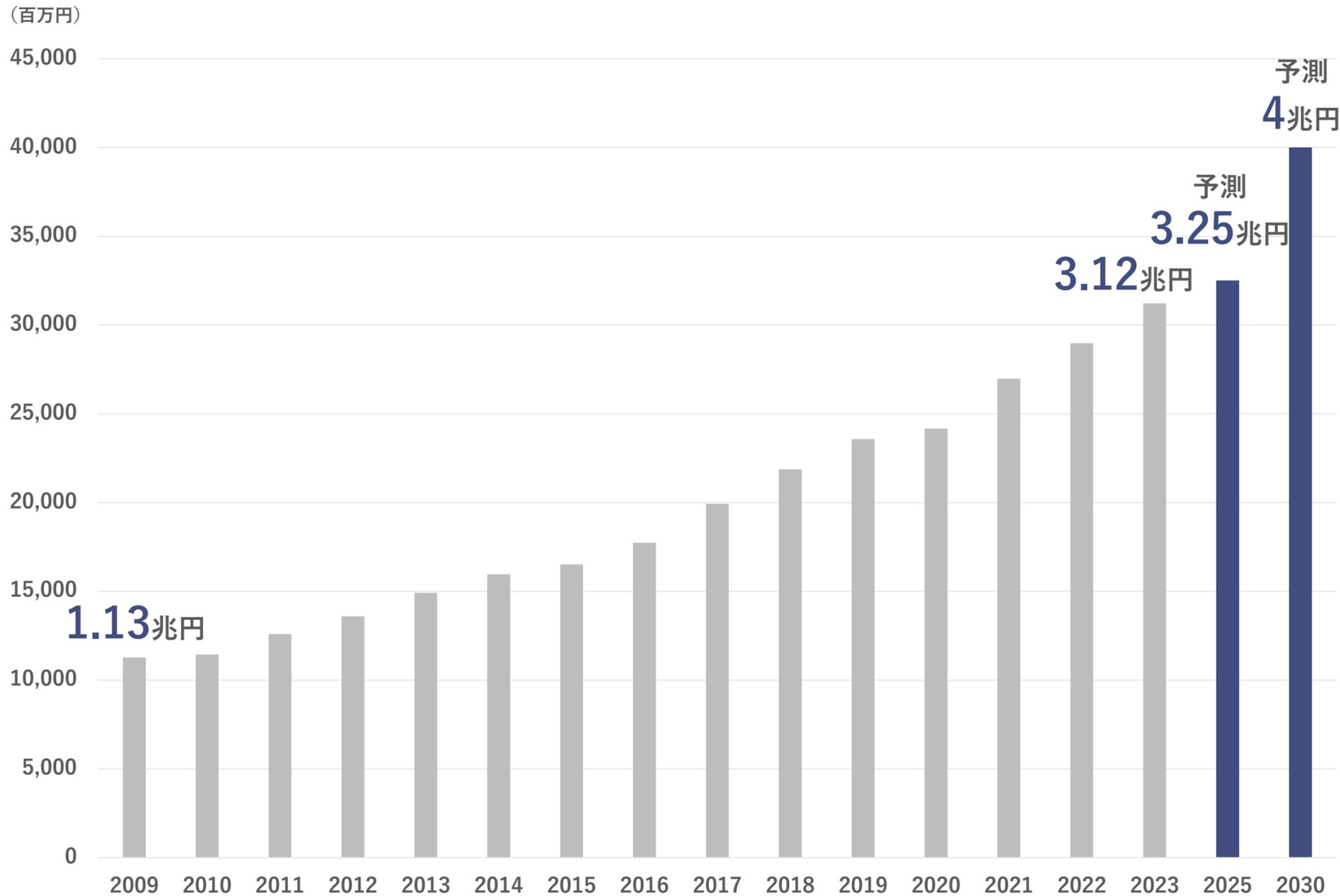


ゴルフキング

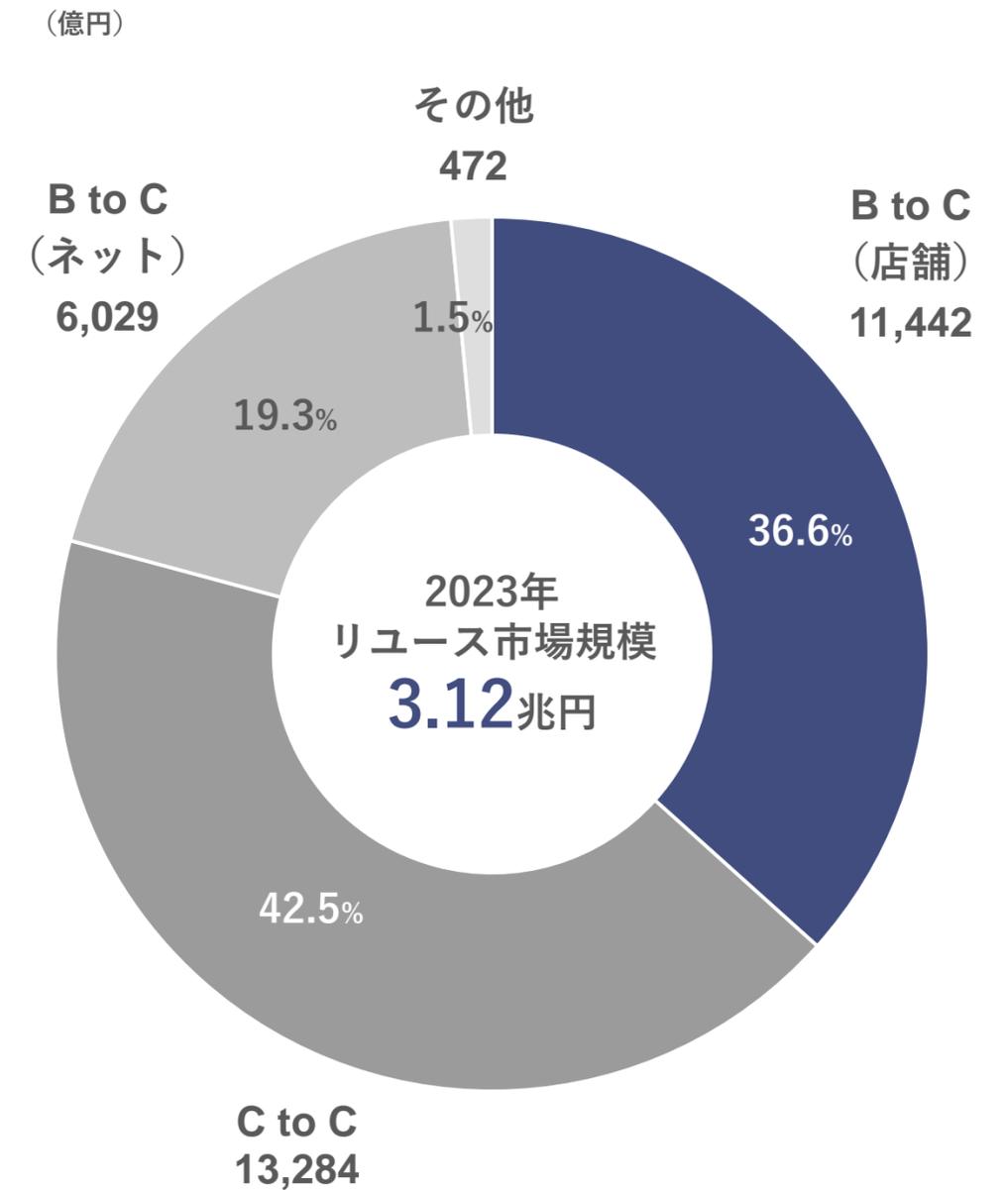


リユース市場の動向

リユース市場全体の売上高推移



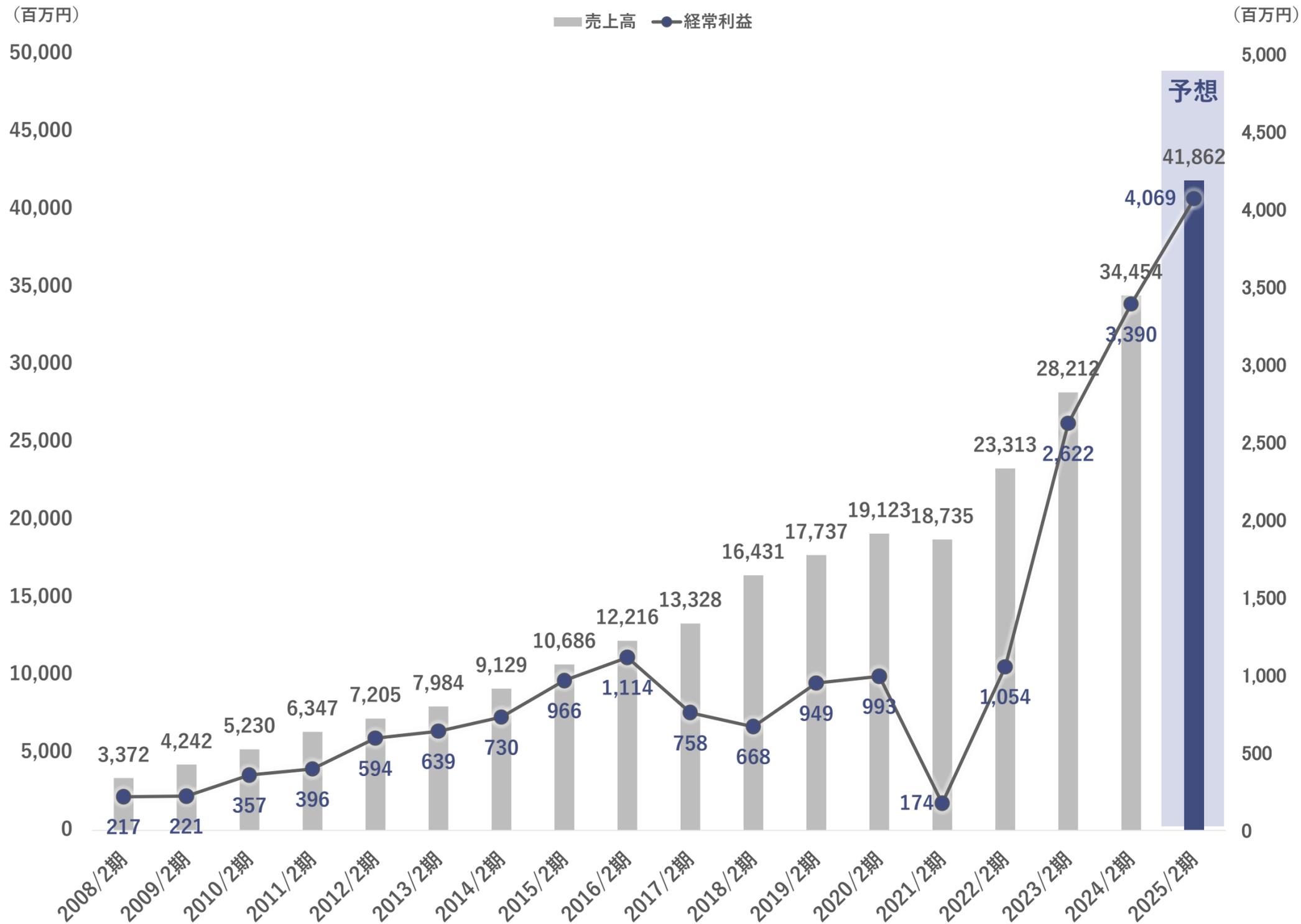
リユース市場全体の業態構成比



※出所：リユース経済新聞『リユース業界の市場規模推計2024（2023年版）』



売上と経常利益の推移



経常利益の推移

- 2024年2月期は過去最高益を更新
- 2025年2月期も最高益更新4,069百万円を計画

上場の歩み

- 2007年12月 : 東証マザーズ上場
- 2014年12月 : 東証一部に市場変更
- 2022年4月 : 東証プライムに市場再編

グループの店舗数



グループ店舗数 289店（うち直営257店）

※2024年10月末日時点

都道府県												都道府県・ 都市別合計
関東	東京都	16	38	2	7	4	—	17	—	3	—	87店舗
	神奈川県	11	13	1	—	3	—	—	—	—	—	28店舗
	埼玉県	20	9	3	—	4	1	—	—	—	—	37店舗
	千葉県	11	9	2	—	—	1	—	—	—	—	23店舗
	栃木県	1	—	—	—	—	—	—	—	1	—	2店舗
	群馬県	3	1	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
	茨城県	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
中部	静岡県	—	—	—	—	—	—	—	13	—	—	13店舗
	愛知県	4	5	1	—	—	—	3	—	1	9	23店舗
北陸	新潟県	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
近畿	三重県	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1店舗
関西	滋賀県	1	—	—	—	—	—	1	—	2	—	4店舗
	和歌山県	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
	京都府	1	—	—	—	—	—	3	—	1	—	5店舗
	大阪府	9	11	—	—	—	—	10	—	5	—	35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	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
台湾	台湾	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2店舗
業態別合計		95店舗	88店舗	9店舗	7店舗	11店舗	2店舗	39店舗	14店舗	14店舗	10店舗	289店舗



単体 | 店舗業態

リユース事業



トレファクスポーツ
アウトドア



トレファク
マーケット

Kindal



トレファク



KINBURY



Golf Kids



ゴルフキング



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

リユース周辺事業



トレファク
Live Net Auction



トレファク引越



トレファク不動産



Cariru



Regacy

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



トレファク

ファッションリユース業態

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ファッションリユース業態



TreFacStyle





単体 | 店舗業態

リユース事業



トレファクスポーツ
アウトドア



トレファク
マーケット

Kindal



ピ・ファクト



KINBURY



Golf Kids



ゴルフキング



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

リユース周辺事業



Live Net Auction



トレファク引越



トレファク不動産



Cariru



Regacy

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取り扱う古着のアウトレット業態



ハイブランドリユース業態 ブランドコレクト



BRAND COLLECT

ブランド品・ジュエリーなどを専門に取り扱うハイブランドリユース業態
都心向けコンパクトショップとして展開





単体 | 店舗業態

リユース事業



トレファクスポーツ
アウトドア



トレファク
マーケット

Kindal



ピ・ファ・ファ



KINBURY



Golf Kids



ゴルフキング



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

リユース周辺事業



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



トレファクスポーツ
アウトドア

アウトドアグッズやウインタースポーツなどのスポーツ用品を専門に取り扱うリユース業態

大型家具・家電リユース業態

トレファクマーケット



電化製品・家具を中心に取り扱う大型店舗のリユース業態
郊外に展開





子会社 | 店舗業態

リユース事業



トレファクスポーツ
アウトドア



トレファク
マーケット

Kindal



ピ・ファクトリー



KINBERRY



Golf Kids



ゴルフキング



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

リユース周辺事業



Live Net Auction



トレファク引越



トレファク不動産



Cariru



Regacy

ブランド古着リユース業態
カインドオル

Kindal

ブランド古着に特化したリユース業態
大阪、東京の都心を中心に展開



※2016年9月に子会社化



子会社 | 店舗業態

リユース事業



リユース周辺事業



総合リユース業態 ピックアップ



家電・家具・衣類・ブランド品・レジャー・工具など幅広く取り扱う総合リユース業態
静岡県に展開



※2020年10月に子会社化

ブランド・貴金属リユース業態 キンバリー



金・プラチナ・ブランド品・時計・金券などを取り扱うブランド・貴金属リユース業態
静岡県に展開



※2020年10月に子会社化



子会社 | 店舗業態

リユース事業



トレファクスポーツ
アウトドア



Kindal



ピファファ



Golf Kids



ゴルフキング



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

リユース周辺事業



ゴルフリユース業態 ゴルフキッズ

ゴルフ用品を専門に取り扱うリユース業態
首都圏、関西を中心に展開



ゴルフリユース業態 ゴルフキング

ゴルフ用品を専門に取り扱うリユース業態
愛知県名古屋市を中心に展開



※2018年3月に子会社化



※2023年10月に子会社化



子会社 | 店舗業態

リユース事業



リユース周辺事業



総合リユース業態（タイ現地法人）

Treasure Factory Thailand



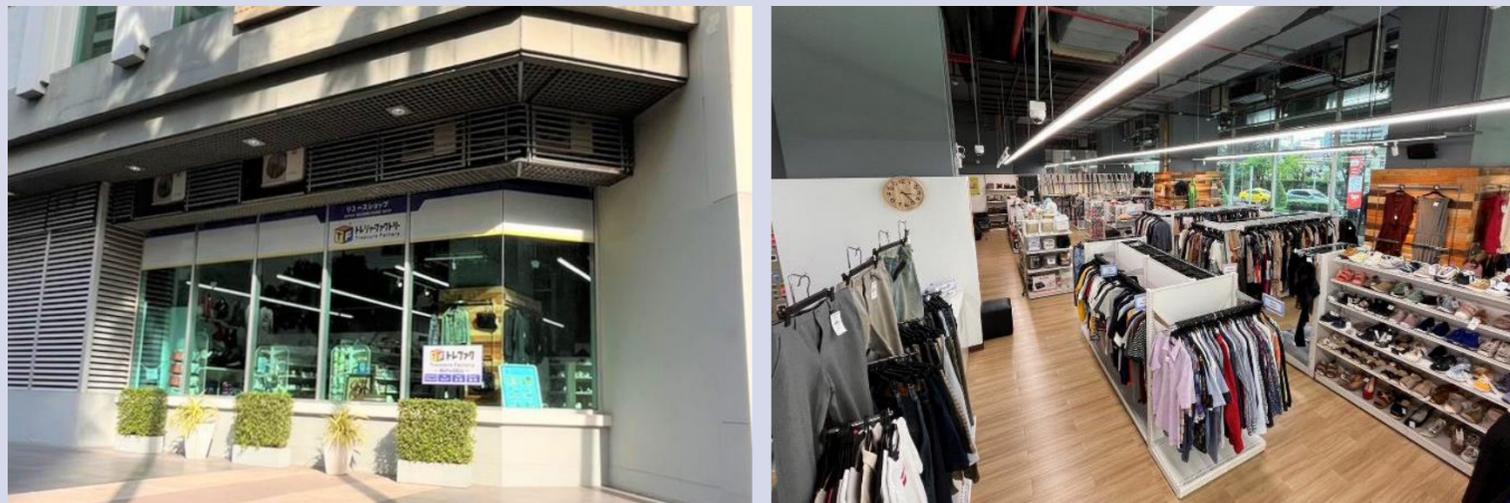
家具・家電・衣類・小物・ブランド品など幅広く取り扱う総合リユース業態
バンコクを中心に展開

総合リユース業態（台湾現地法人）

台灣寶物工廠股份有限公司



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
台北近郊を中心に展開





単体 | サービス概要

リユース事業



リユース周辺事業



BtoBライブネットオークション

トレファクライブネットオークション



家具・家電など一般家庭用品全般を取り扱うオンラインベースのリユース企業間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
- 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う
- 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

トップ > オークション会場 > オークション

レーンA 商品ID: 5505530 出品番号: 90/320

DANIEL ライディングビューロー

現在価格 **12,750円**

総額 12,750円

数量 1個
入札件数 11件

250円 1,000円 10,000円

商品説明	【商品外装】3/10 【備考】キズ・ヨゴレあり 【コメント】テーブル押さえが片方出てきません
数量	1個
商品種別	ブランド家具 家電
サイズ	W 850 / D 430 / H 1,075



単体 | サービス概要

リユース事業



リユース周辺事業



引越+買取サービス トレファク引越



「引越+買取」をワンストップで提供し、荷物も価格も軽くする、これまでにないお得な引越サービス

- 2014年9月 開始
- 引越と買取を同時に行い、不用品処分の手間を減らす
- 引越料金から買取金額を差し引くことで費用が抑えられる
- 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

不動産買取・仲介サービス トレファク不動産



不動産売買から不用品買取・家財整理までサポートする便利な不動産サービス

- 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始動したサービス
- 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、不用品の買取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可能



単体 | サービス概要

リユース事業



リユース周辺事業



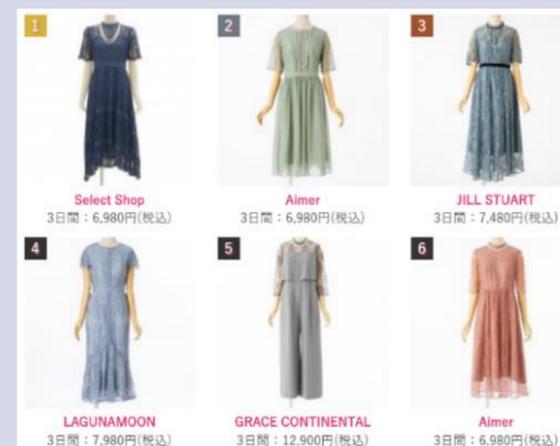
ドレス・礼服・喪服レンタル

Cariru



冠婚葬祭で着用するフォーマルファッションのECレンタルサービス

- 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う
- 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





株主優待

1単元（100株）以上保有の株主様を対象に、2種類のクーポン券を贈呈

- ①お買物割引クーポン
- ②買取金額アップクーポン

①お買物割引クーポン

- 1単元（100株）から4単元（400株）未満保有の株主様は、1,000円分の割引クーポン券
- 4単元（400株）以上保有の株主様は、2,000円分の割引クーポン券

②買取金額アップクーポン

- 保有単元数に関わらず、買取金額一律20%UPのクーポン券



免責事項

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

会社案内サイト

(会社情報・IR情報) <http://www.treasurefactory.co.jp>