



TREASURE FACTORY

株式会社トレジャー・ファクトリー

決算説明資料

2027年2月期第2四半期累計（2026年3月～2026年8月）

2026年10月14日

決算サマリー

1

2Q累計売上高・営業利益
YoY15%超の成長

- 売上高**258**億円（YoY**115.3**%）、営業利益**23**億円（YoY**121.5**%）
- 2Q単独で減益を見込んでいたものの、想定以上の伸びを見せ**2Q単独で増益**の着地

2

単体既存店売上高が
60ヶ月連続前年同月超え

- 2Q累計でYoY**105.2**%（販売件数 同**103.6**%、販売単価 同**101.6**%）
- 2021年9月から当決算期まで**60ヶ月連続**で単体既存店売上高が前年同月超え
- 8月は店舗回遊施策が奏功し、ハードルが高かった前年を超えて着地

3

売上総利益率の
上昇トレンドが継続

- 連結売上総利益率**60.2**%（YoY+**0.2**pt）、単体既存店は同**65.9**%（YoY+**1.0**pt）
- 前期3Qの買取クーポン施策変更を機に上昇に転じ、そのトレンドが続いている

4

新規出店が順調に進捗

- 通期累計の新規出店目標30～35店舗のところ、2Q累計で**19**店舗出店
- 2Q終了時点で年間目標出店数を超える**37**店舗の出店が確定

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



好調な販売と粗利率の上昇が相まって売上総利益が増加、一方で販管費は計画どおり着地し、大幅な営業増益を実現

(百万円)	2026年2月期 2Q累計実績	2027年2月期 2Q累計実績	前年同期比較		業績予想比 (2026年7月9日発表 修正予想)		前期との増減／業績予想との差異要因
			増減額	増減率	2Q累計予想	達成率	
売上高	22,453	25,891	+3,437	+15.3%	25,567	101.3%	前年同期比：2Q累計の単体既存店成長率105.2% ：前期出店32店+当期出店19店の貢献
売上総利益	13,464	15,591	+2,126	+15.8%	-	-	
売上総利益率	60.0%	60.2%	+0.2pt	-	-	-	単体既存店が65.9%（YoY+1.0pt）と大きく上昇
販売費及び一般管理費	11,545	13,260	+1,714	+14.9%	-	-	
営業利益	1,919	2,330	+411	+21.5%	2,154	108.2%	
営業利益率	8.5%	9.0%	+0.5pt	-	8.4%	-	
経常利益	1,960	2,322	+362	+18.5%	2,157	107.7%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,238	1,497	+259	+21.0%	1,388	107.9%	
1株当たり当期純利益	52.84円	63.89円	+11.05円	+20.9%	59.21円	107.9%	

連結 | 貸借対照表 - BS



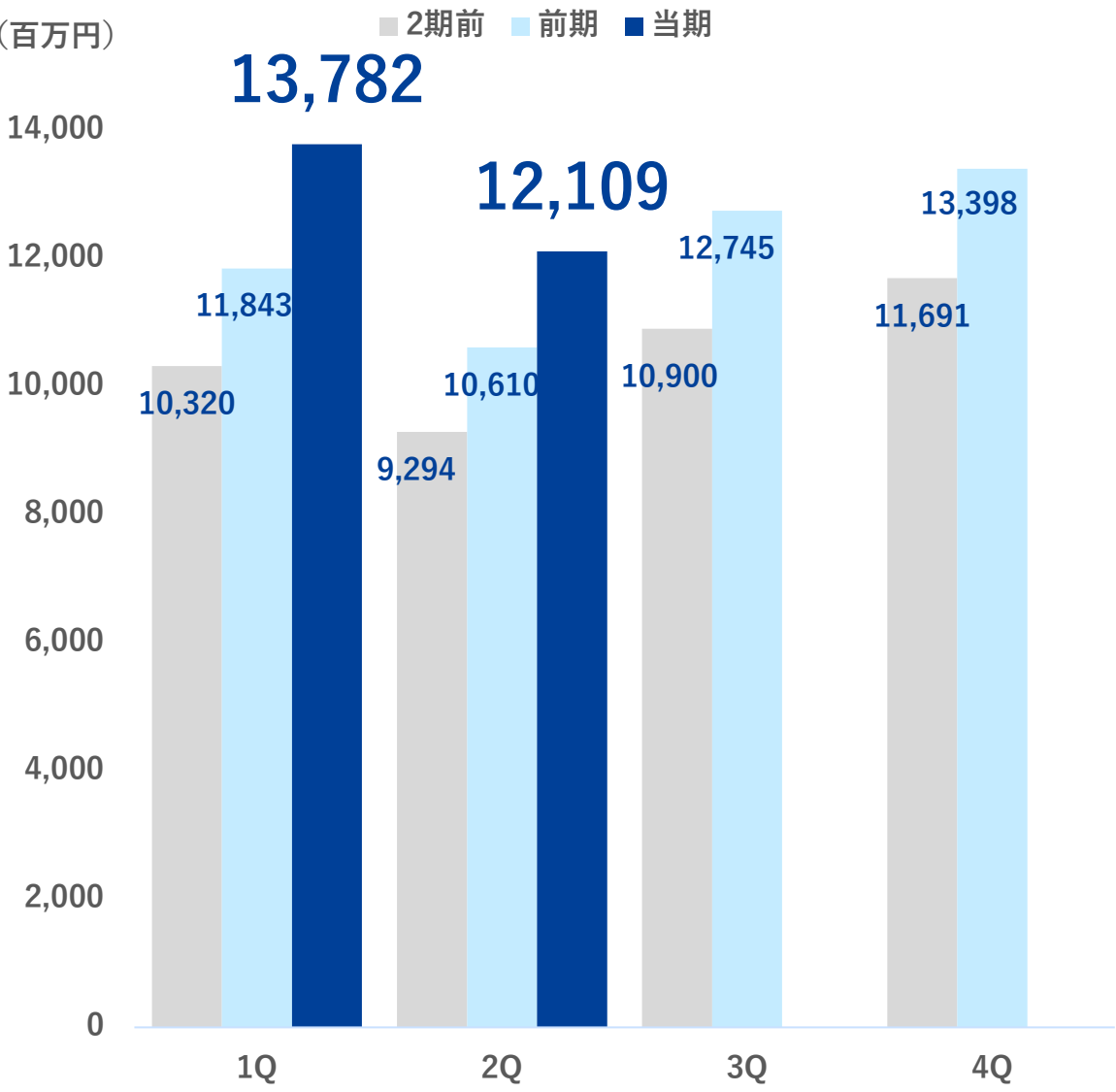
2Qの好調な販売と同様に仕入も好調、在庫は3Q以降の販売に繋げていく

(百万円、%は構成比)				
	2026年2月期末	2027年2月期2Q末	増減	増減要因
流動資産	16,827 (66.0%)	17,666 (65.2%)	+839 (▲0.8pt)	
うち現預金	5,014 (19.7%)	4,418 (16.3%)	▲596 (▲3.4pt)	仕入好調により現預金が減少 繁忙期である秋冬で在庫の現金化を図る
うち商品	9,091 (35.7%)	10,408 (38.4%)	+1,317 (+2.7pt)	仕入好調により在庫増加 3Q以降の新店用商材や季節商材の確保を進めている
固定資産	8,652 (34.0%)	9,420 (34.8%)	+767 (+0.8pt)	
資産合計	25,479 (100.0%)	27,086 (100.0%)	+1,606	
流動負債	9,745 (38.2%)	9,898 (36.5%)	+152 (▲1.7pt)	
固定負債	2,833 (11.1%)	3,226 (11.9%)	+392 (+0.8pt)	
純資産	12,900 (50.6%)	13,962 (51.5%)	+1,061 (+0.9pt)	
負債・純資産合計	25,479 (100.0%)	27,086 (100.0%)	+1,606	
自己資本比率	50.0%	50.8%	+0.8pt	

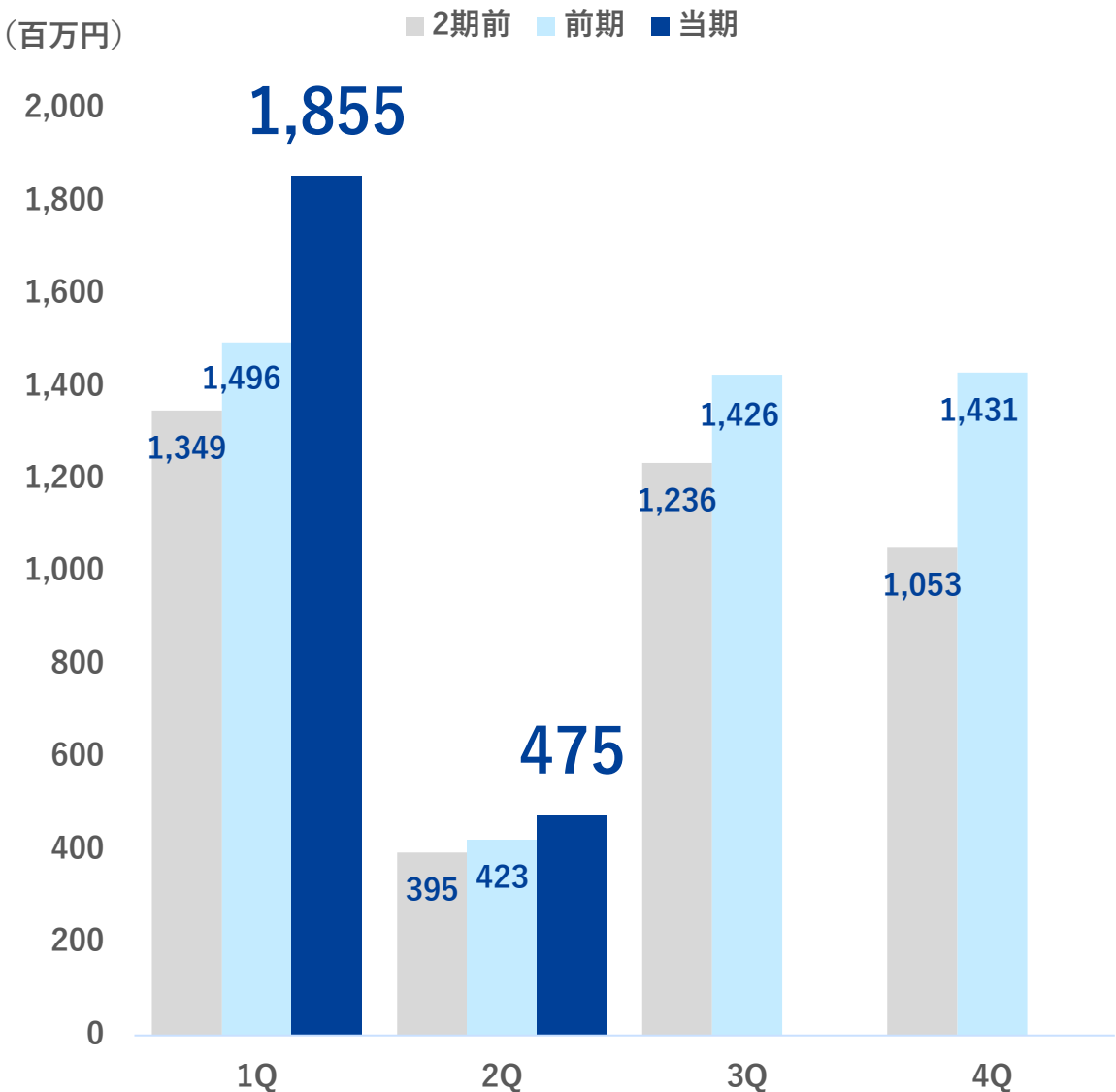
連結 | 四半期業績



売上高



営業利益



売上総利益の大幅増加により営業利益が2Q累計でYoY+21.5%の成長

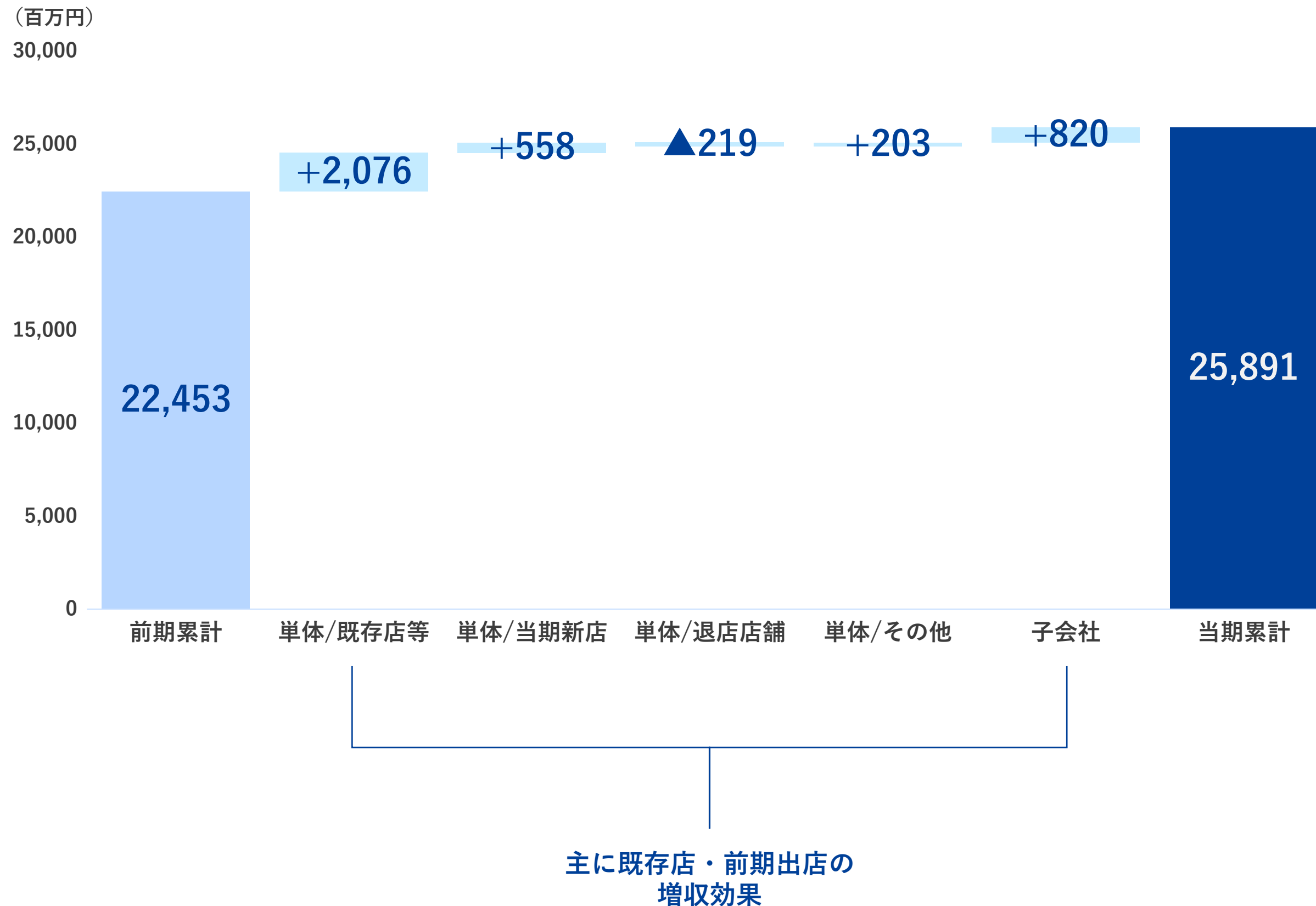
- 好調な販売と粗利率の上昇が相まって売上総利益が増加
- 販管費は計画どおり着地し、大幅な営業増益を実現

2Q（6-8月）は増収増益で着地

- 前期2Q（6-8月）は創業30周年記念施策等で業績好調
- 8月は前期の周年施策を契機とした顧客基盤の拡大と、ドミナント出店が相乗効果を生み、前期の反動減を吸収
- 結果として、当期2Q（6-8月）は売上・営業利益ともにYoY+10%以上の成長

(百万円)	四半期			2Q累計		
	2026年2月期 2Q	2027年2月期 2Q	前年同期比較	2026年2月期 2Q累計	2027年2月期 2Q累計	前年同期比較
売上高	10,610	12,109	+14.1%	22,453	25,891	+15.3%
営業利益	423	475	+12.5%	1,919	2,330	+21.5%
営業利益率	4.0%	3.9%	▲0.1pt	8.5%	9.0%	+0.5pt

連結 | 売上高 - 増減分析



主に既存店・前期出店の増収効果が売上成長を牽引

- 単体既存店が特に好調に推移
- 既存店・前期出店の増収効果は約**28億円**

※単体既存店2,076百万円+子会社820百万円の合算
※子会社は新店等も含むため概算値

免税販売も依然として増加中

- 免税売上比率は2Q累計で**11.1%** (YoY+0.8pt)
- 免税リファンド方式への変更を控え、今後は鈍化していく見通し

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累計	構成比	前年同期比	2Q累計	構成比	前年同期比
生活雑貨	569	4.9%	114.0%	1,312	5.2%	110.9%
衣料	4,700	41.1%	114.3%	11,949	47.4%	114.5%
服飾雑貨	3,416	29.9%	117.9%	5,945	23.6%	118.5%
電化製品	790	6.9%	104.4%	2,432	9.6%	112.5%
家具	161	1.4%	101.9%	719	2.8%	102.0%
ホビー用品	1,149	10.2%	109.7%	2,512	10.0%	120.5%
その他	640	5.6%	127.5%	349	1.4%	126.0%
総計	11,429	100.0%	114.6%	25,221	100.0%	115.4%

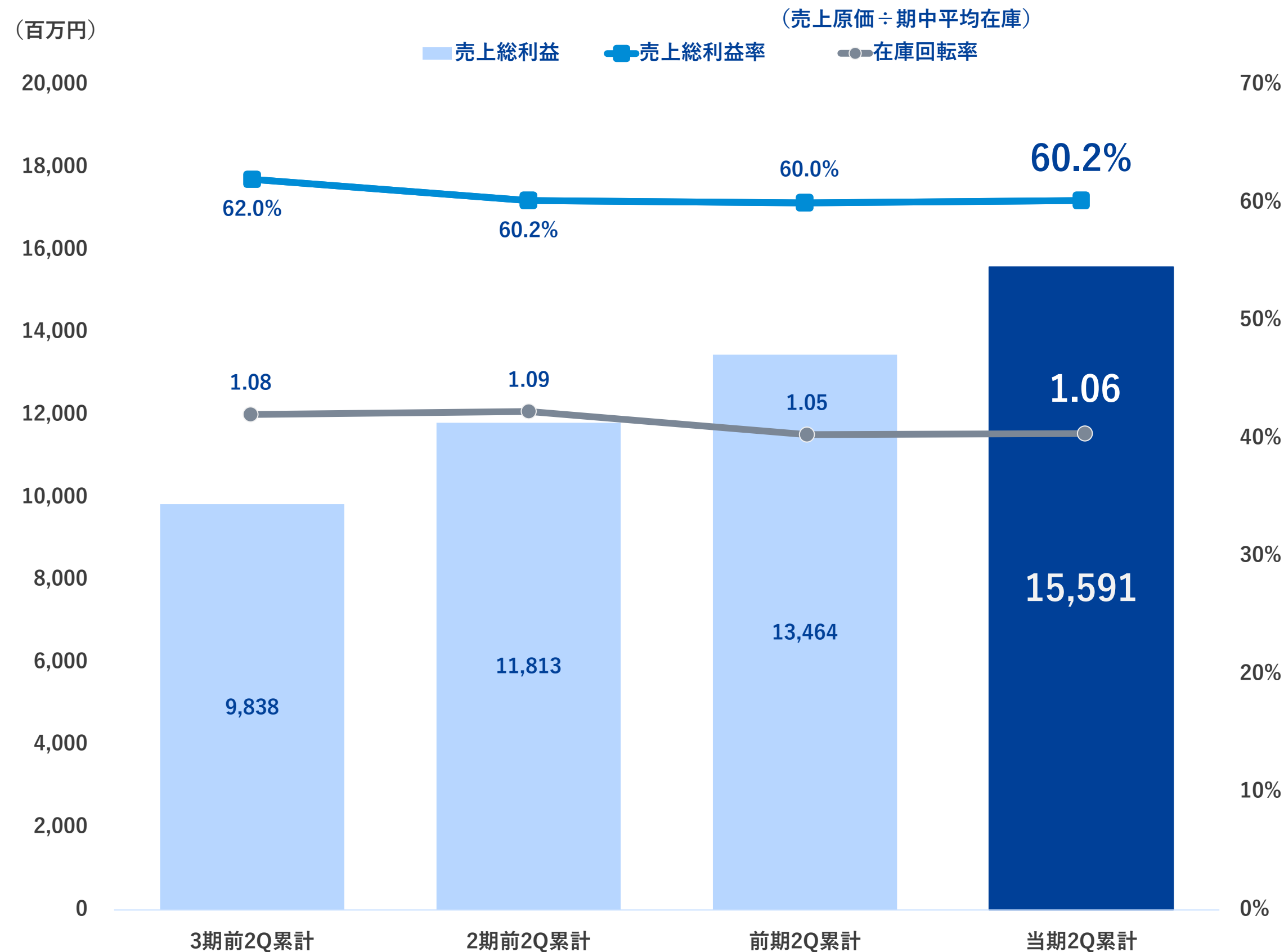
買取と販売がともに堅調に推移

- 特に衣料、服飾雑貨、ホビー用品が成長を牽引
- 衣料は夏物商材の割引を抑制しつつ、天候に合わせた秋物商材への移行により引き続き成長
- ホビー用品は新業態「トレファクアニメラボ」の出店や買取施策などが奏功し買取・販売ともに伸長

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/売上総利益率/在庫回転率 - 直近4期推移



売上総利益率がYoY+0.2pt

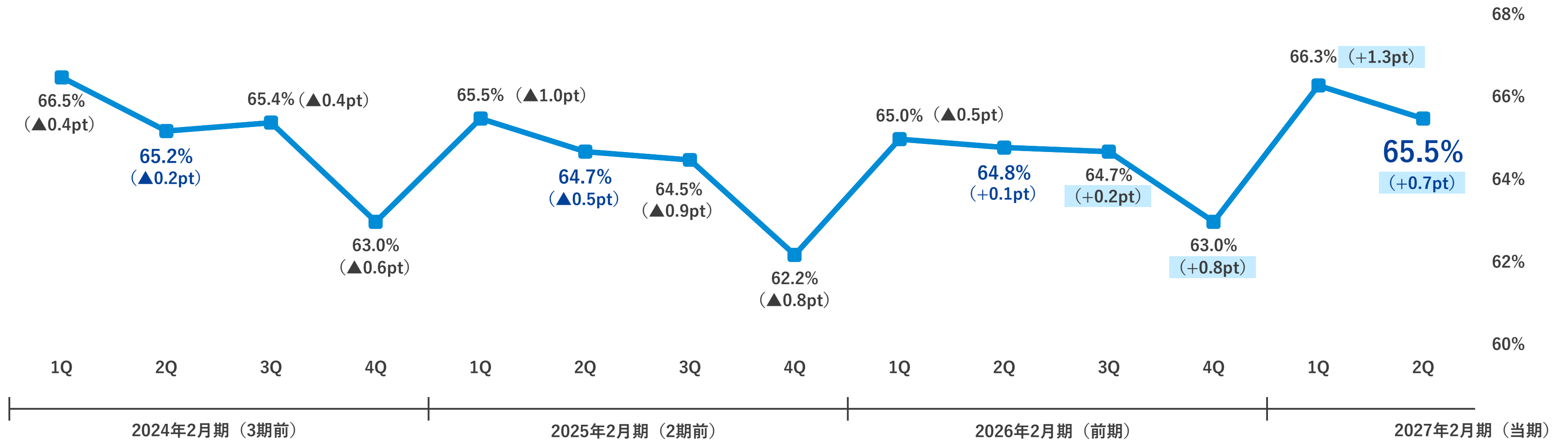
- 前期3Qからの買取クーポン施策の変更に伴う値入の改善により、在庫回転率を維持しながら売上総利益率の上昇を実現
- 一巡する2027年2月期3Qまで同様に推移する見通し
- 上記の影響が表れる単体既存店の売上総利益率は65.9% (YoY+1.0pt) と上昇
- 高単価・低売上総利益率の商材の販売が堅調に推移するなど、ミックス要因により売上総利益率のYoYは+0.2ptに留まる

単体 | 既存店売上総利益率 - 直近4期推移

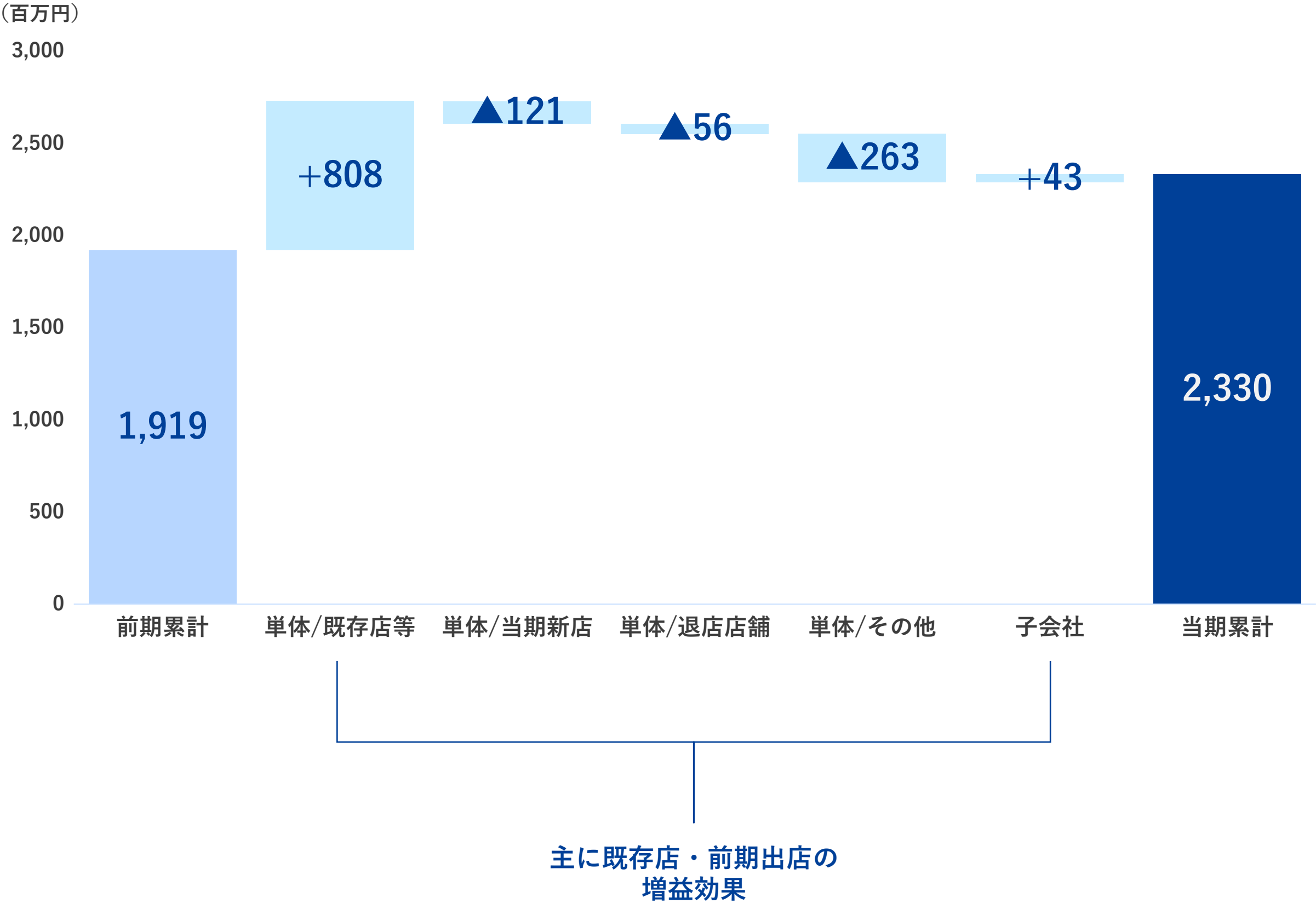


前期3Qからの買取クーポン施策の変更等による値入の改善により、単体既存店の粗利率が上昇トレンドに反転

() 内は前年同期比



連結 | 営業利益 - 増減分析



既存店・前期出店の利益成長が継続中

- 単体既存店が特に好調に推移
- 既存店・前期出店の増益効果は約**8.5億円**

※単体既存店808百万円+子会社43百万円の合算
※子会社は新店等も含むため概算値

単体/その他 の主な内訳

- 店頭買取以外の買取チャネルの人員増加 (事業拡大に伴う固定費の増加) **▲69百万円**
- ECや買取強化のための広告宣伝費の増加 (販売高・仕入高の増加に伴う変動費の増加) **▲58百万円**
- いずれも店頭以外の買取・販売に必要な変動費・固定費であり、仕入の増加につながっている (上半期合計で宅配買取がYoY+22.2%、出張買取が同+20.5%)

補足

- 単体/既存店等 … 既存店・前期出店の合計

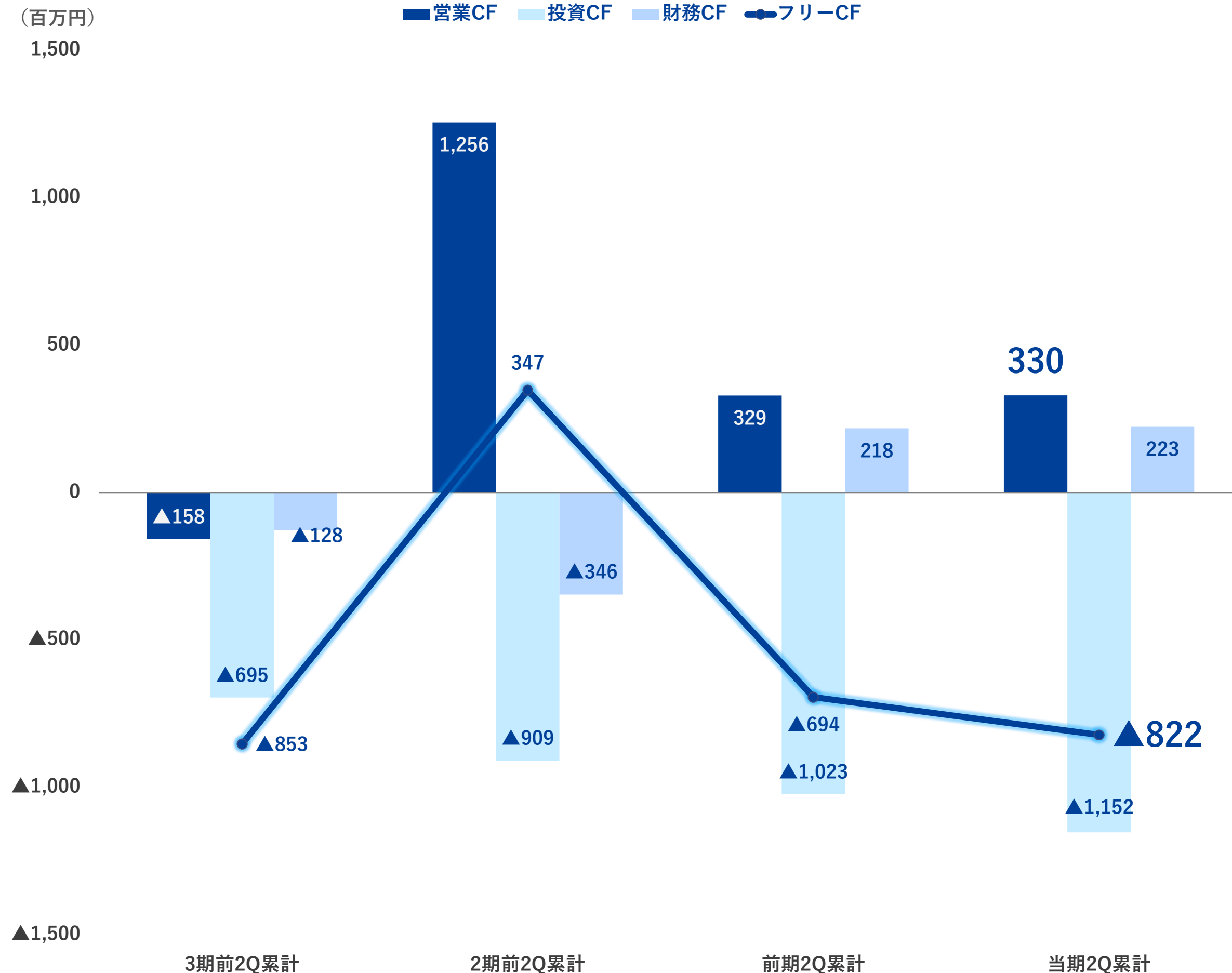
連結 | 販管費 - 内訳



大幅増収に対して販管費は計画どおり推移し、販管費率は0.2pt低下

(百万円、%は売上高比率)	2026年2月期 2Q累計	2027年2月期 2Q累計	前年同期比	増減要因
人件費	5,793 (25.8%)	6,596 (25.5%)	113.9% (▲0.3pt)	2026年4月に新入社員144名が入社 人的資本への成長投資を続けているが売上成長により吸収できている
賃借料	2,409 (10.7%)	2,723 (10.5%)	113.0% (▲0.2pt)	新規出店
支払手数料	770 (3.4%)	930 (3.6%)	120.6% (+0.2pt)	新規出店 EC販売とキャッシュレス決済の増加
広告宣伝費	308 (1.4%)	390 (1.5%)	126.5% (+0.1pt)	主にECとレンタル事業の販売高の増加 店舗以外の仕入チャネルの仕入高増加
減価償却費	315 (1.4%)	373 (1.4%)	118.5% —	新規出店
運送費	262 (1.2%)	324 (1.3%)	123.5% (+0.1pt)	新規出店
消耗品費	289 (1.3%)	315 (1.2%)	109.1% (▲0.1pt)	新規出店
水道光熱費	340 (1.5%)	369 (1.4%)	108.6% (▲0.1pt)	新規出店
その他	1,054 (4.7%)	1,236 (4.8%)	117.3% (+0.1pt)	新規出店など (求人広告費、修繕費などが含まれる)
販管費合計	11,545 (51.4%)	13,260 (51.2%)	114.9% (▲0.2pt)	

連結 | キャッシュフロー - 直近4期推移



営業CFは横ばい

- 前期は、買取クーポン施策の変更に伴う一過性の在庫増加により、営業CFがYoYで減少
- 当期は前期のような特殊要因はなかったものの、新店用在庫や季節商材の確保など仕入好調の影響もあり営業CFは横ばい
- 下半期は在庫を販売に繋げて、営業CFを創出していく

フリーCFの減少要因

- 順調な新規出店に伴う設備投資の増加

補足

- フリーCF … 営業CF・投資CFの合計

KPIの推移 | サマリー



単体

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

2Q累計：105.2%

前期2Q：104.3%（+0.9pt）

6月は計画前提（YoY102%）を下回ったものの、7-8月は上回り、依然として堅調に推移

単体

既存店 - 売上総利益率

事業の収益性の指標

2Q累計：65.9%

前期2Q：64.9%（+1.0pt）

※9ページは連結、10ページおよび本項は単体の数値

買取クーポン施策の変更に伴う値入の改善などにより、大幅に上昇
（当期3Qまでで改善効果は一巡）

連結

EC比率

販売機会の最適化の指標

2Q累計：16.0%

前期2Q：14.4%（+1.6pt）

季節の推移・天候等の来店動向の変化に柔軟に対応し、ECが堅調に推移
総合業態における出品数の増加施策が寄与し、店頭販売を上回る成長率を実現

連結

仕入高前年同期比

売上・出店余力の先行指標

2Q累計：114.6%

前期2Q：121.8%（▲7.2pt）

単体では店頭買取YoY+11.1%、宅配買取YoY+22.2%、出張買取YoY+20.5%
3Q以降に向けて、新店用商材や季節商材の確保を進めている

連結

当期新規出店数

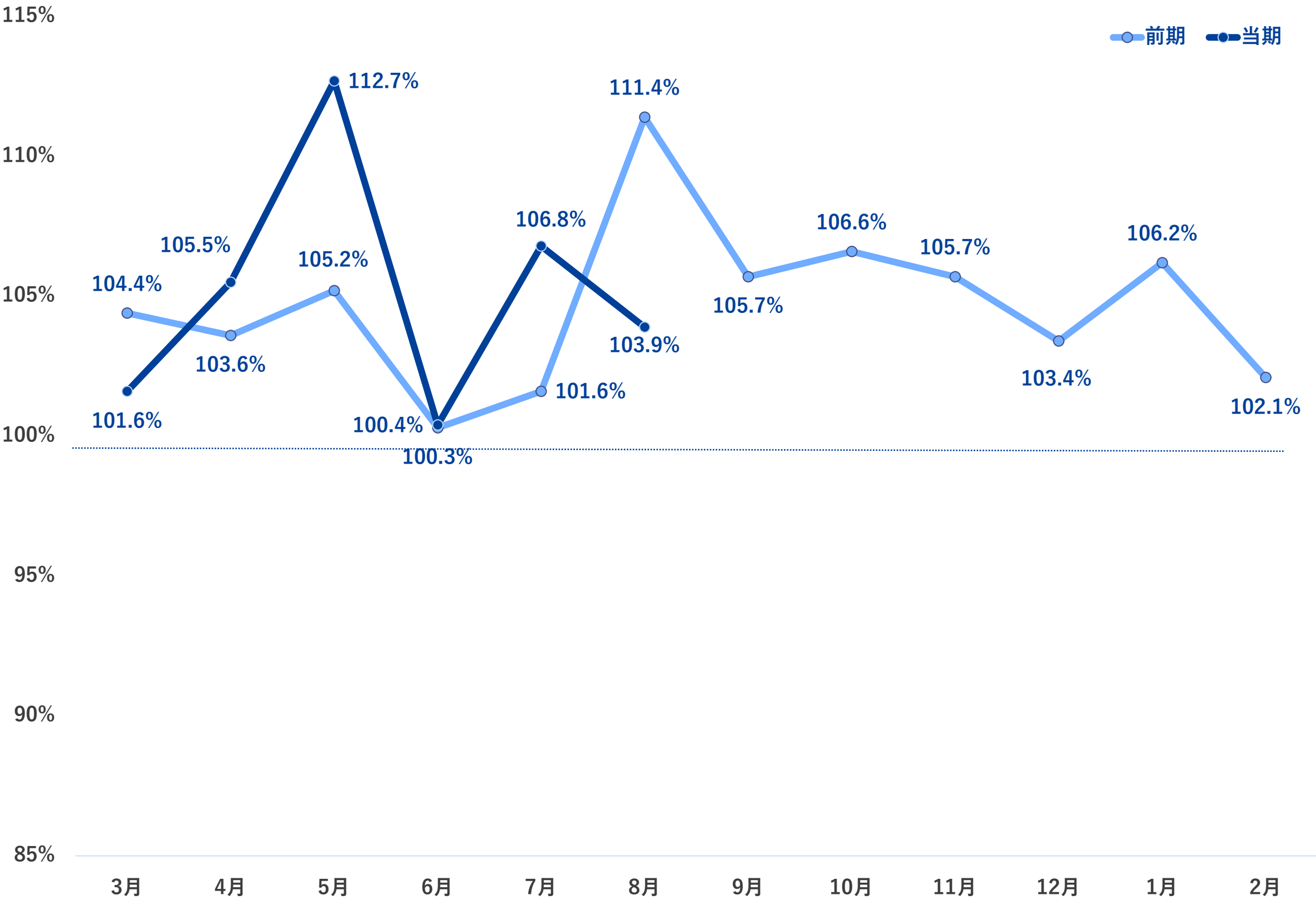
増収増益の先行指標

2Q累計：19店

前期2Q：18店（+1店）

2Q終了時点で年間出店目標30～35店舗を超える37店舗の出店が確定
3Q以降も各業態・各地域での出店を予定

KPIの推移 | （単体）既存店 - 売上高前年同期比



60ヶ月連続で前年同月超えを達成

- 2Q累計はYoY105%と計画前提（YoY102%）を上回る
- 土日祝日数は6月が前年比▲1日、7-8月は前年と同様
- 6月は夏物需要が5月に一部先行した影響や梅雨などの影響により販売件数が伸びなかったものの、販売単価でカバーし前年同月を超えた
- 8月は店舗回遊施策が奏功し販売件数が増加、ハードルが高かった前年を超えた
- 通期では、業績予想の前提水準に平準化していく見通し

	2Q	2Q累計
売上高 (前年同期比)	103.7 %	105.2 %
販売件数 (前年同期比)	101.5 %	103.6 %
販売単価 (前年同期比)	102.2 %	101.6 %

KPIの推移 | （連結）新規出店の進捗状況（確定分/▲は退店）



業態		1Q	2Q	3Q 確定分	4Q 確定分	通期
	トレジャーファクトリー	+2店	+3店	+3店	+3店	+11店
	トレファクスタイル	+7店	+1店 ▲1店	+5店 ▲2店	+1店	+14店 ▲3店
	トレファク スポーツアウトドア	—	+1店	+1店	—	+2店
	ユーズレット	—	—	—	+1店	+1店
	ブランドコレクト	—	—	— ▲1店	+1店	+1店 ▲1店
	トレファク楽器	—	—	—	+1店	+1店
	トレファクアニメラボ	—	+1店	—	+1店	+2店
	カインドオル	+1店	+1店	+1店	— ▲1店	+3店 ▲1店
	ピックアップ	+1店	—	—	—	+1店
	タイ法人	+1店	—	+1店	+1店	+3店
合計		+12店	+7店 ▲1店	+11店 ▲3店	+9店 ▲1店	+39店 ▲5店

年間出店目標数を達成

- 出店目標30～35店舗に対し、37店舗の出店および2店舗の移転が確定（移転：トレファクスタイル2店舗）
- 新業態「トレファク楽器」、「トレファクアニメラボ」は2店舗目の出店が決定
- 来期の出店予定も順次決まっていく見通し

退店理由

- いずれも貸主都合による契約終了や定期借家契約の期間満了が理由
- 業績好調店の退店のため、長年培ってきた顧客基盤を活かすべく近隣地域への再出店を図っていく

補足

- 出店数および退店数には、店舗移転に伴うものを含む
- 海外法人は決算期（12月～翌11月）が3か月ずれているが、連結の決算期（3月～翌2月）に合わせて出退店や移転を記載している
- FC店の出退店や移転は除く
- 最新の店舗網の状況はスライド46のとおり

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

売上高は2Q累計でYoY+14.3%の39.1億円となり、引き続き増収増益

インバウンド売上の伸び率が落ち着きつつあるが、古着需要の強さにより計画を超過して推移

※8月28日に開示いたしました個人情報漏洩事故につきまして、多大なご心配とご迷惑をおかけしましたことを深くお詫びいたします。

なお、業績への影響は表れておらず、対象のECにつきましても当該開示以前から変わらず推移しております。



ピックアップジャパン

静岡県地盤のリユース業態

貴金属の売上増加などの影響で、売上高は2Q累計でYoY+7.8%の15.5億円となり、増収増益

4月に新規出店を行い、立ち上がりから堅調に推移



GKファクトリー

ゴルフ用品専門リユース業態

買取、販売ともに好調に推移し、売上高は2Q累計でYoY+19.0%となった

前期11月に東京と愛知にそれぞれ出店（練馬店・長久手店）



タイ法人

バンコクを中心に展開する総合リユース業態

新規出店やその準備等により、2Q累計で売上高は増収、営業利益は減益となった

10月3日に7店舗目を出店、当期中にもう1店舗の出店が確定しており出店加速フェーズに移行



台湾法人

台北近郊を中心に展開するリユース業態

2Q累計は赤字で着地、通期での利益貢献を目指す

4店舗目の出店に向けて準備中、年間複数店舗の出店を目指していく

※アメリカ法人は2027年春に1号店オープン予定

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



2027年2月期

業績予想



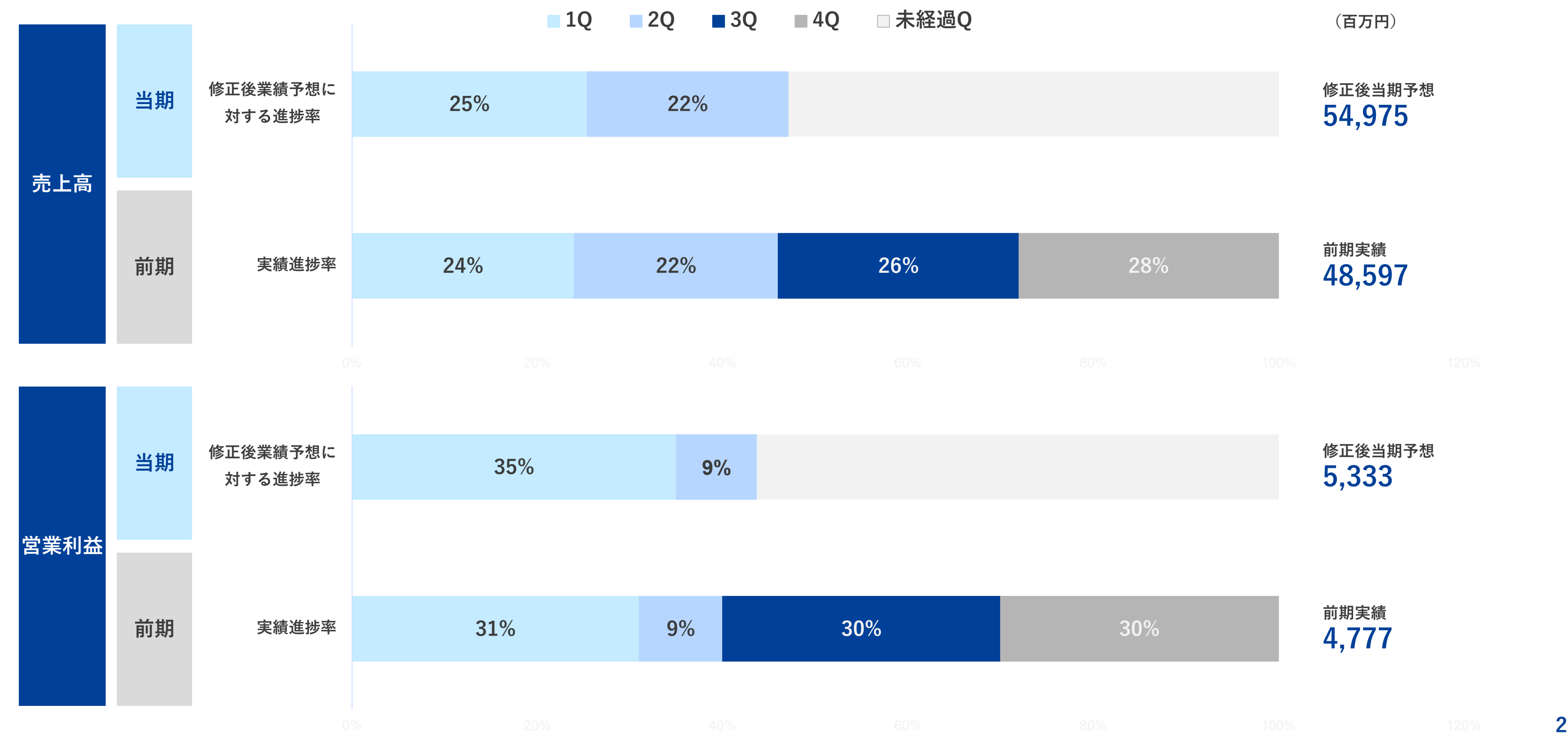
1Qに上方修正した通期予想は据え置き、修正後の計画に対し順調に進捗

	通期予想			前回予想比		
	2026/2期 実績	2027/2期 修正予想 (2026年7月9日発表)	修正予想 対前年実績 増減率	2027/2期 前回予想 (2026年4月9日発表)	修正予想 対前回予想 増減率	前提 / 補足
売上高	48,597	54,975	+13.1%	54,304	+1.2%	下半期の単体既存店売上高の前提をYoY102%から103%へ変更
売上総利益	28,731	32,823	+14.2%	32,361	+1.4%	売上総利益率（連結）は59.7%に設定
営業利益	4,777	5,333	+11.6%	5,065	+5.3%	販管費比率（連結）は50.0%に設定
営業利益率	9.8%	9.7%	▲0.1pt	9.3%	+0.4pt	
親会社株主に帰属する 四半期/当期純利益	3,171	3,551	+12.0%	3,395	+4.6%	
四半期/当期純利益率	6.5%	6.5%	—	6.3%	+0.2pt	
1株当たり 四半期/当期純利益	135.29円	151.49円	+12.0%	144.83円	+4.6%	
1株当たり配当金	40.00円	46.00円	+15.0%	44.00円	+4.5%	
配当性向	29.6%	30.4%	+0.8pt	30.4%	—	

通期目標に対する進捗率



売上高は前期並み、2Q単独で減益見通しだった営業利益は予想に反し増益で着地（前期は通期実績に対する進捗率）

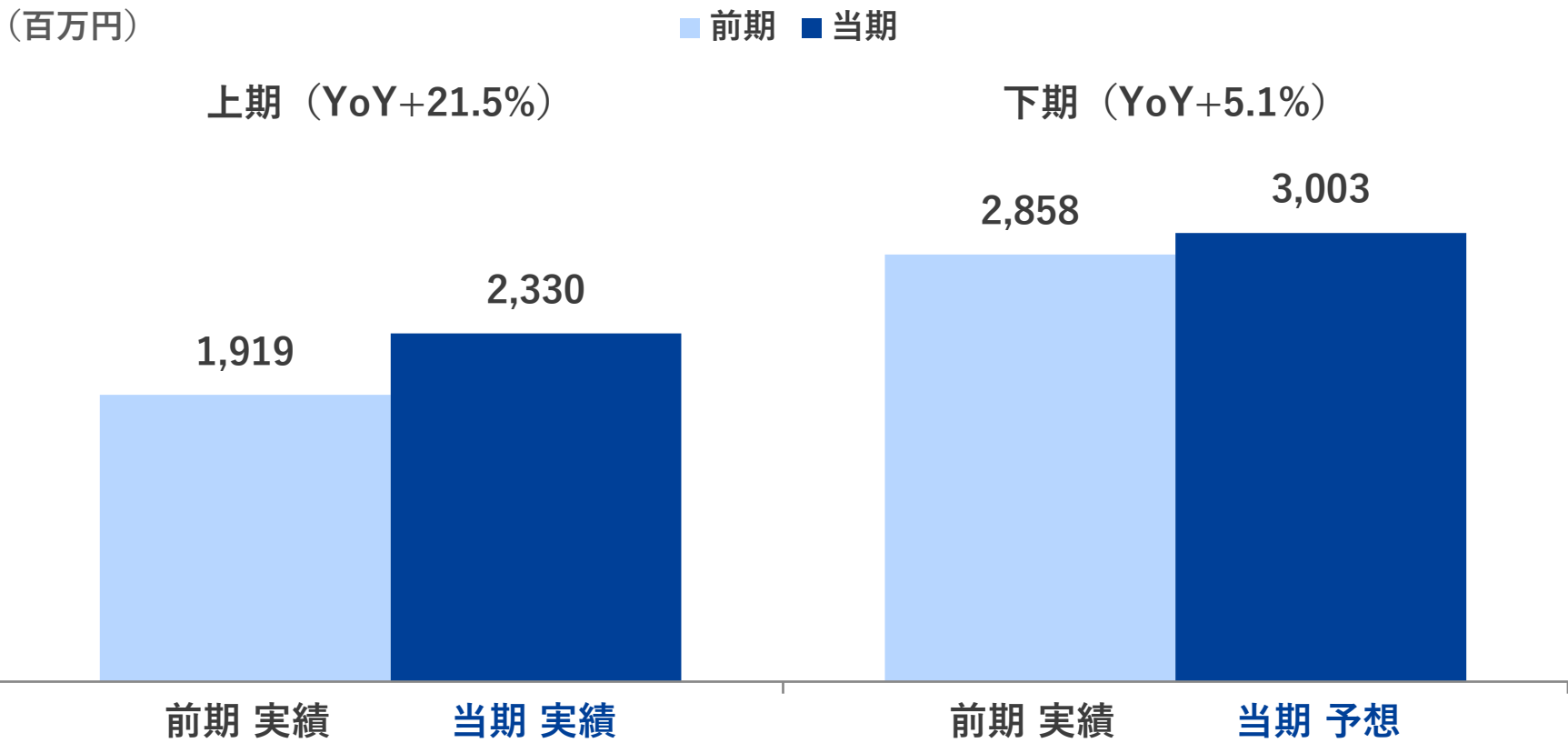


2027年2月期 下半期の見通し



上期は予想を上回って着地
下期は値入改善効果の一巡と費用の集中を見込み、通期予想は据え置く

営業利益の推移



下期予想

(百万円)	前期実績	当期予想	前年比
売上高	26,144	29,084	+11.2%
営業利益	2,858	3,003	+5.1%
営業利益率	10.9%	10.3%	▲0.6pt

※下期予想 = 2026年7月9日発表の通期予想 - 上期実績

値入改善効果の一巡

- 前期3Qに実施した買取クーポン施策の変更による値入の改善は、当期3Qから前年と同じ条件になる

物流拠点の移転と出店の集中

- 物流センターの移転や出張買取の新拠点の開設などに伴う費用が発生する
- 新規出店は11～12月に集中する

単体既存店売上高はYoY103%

- 7月に下期の前提を102%から103%へ引き上げた上期の実績は105.2%。天候による振れも考慮する

配当予想



配当予想

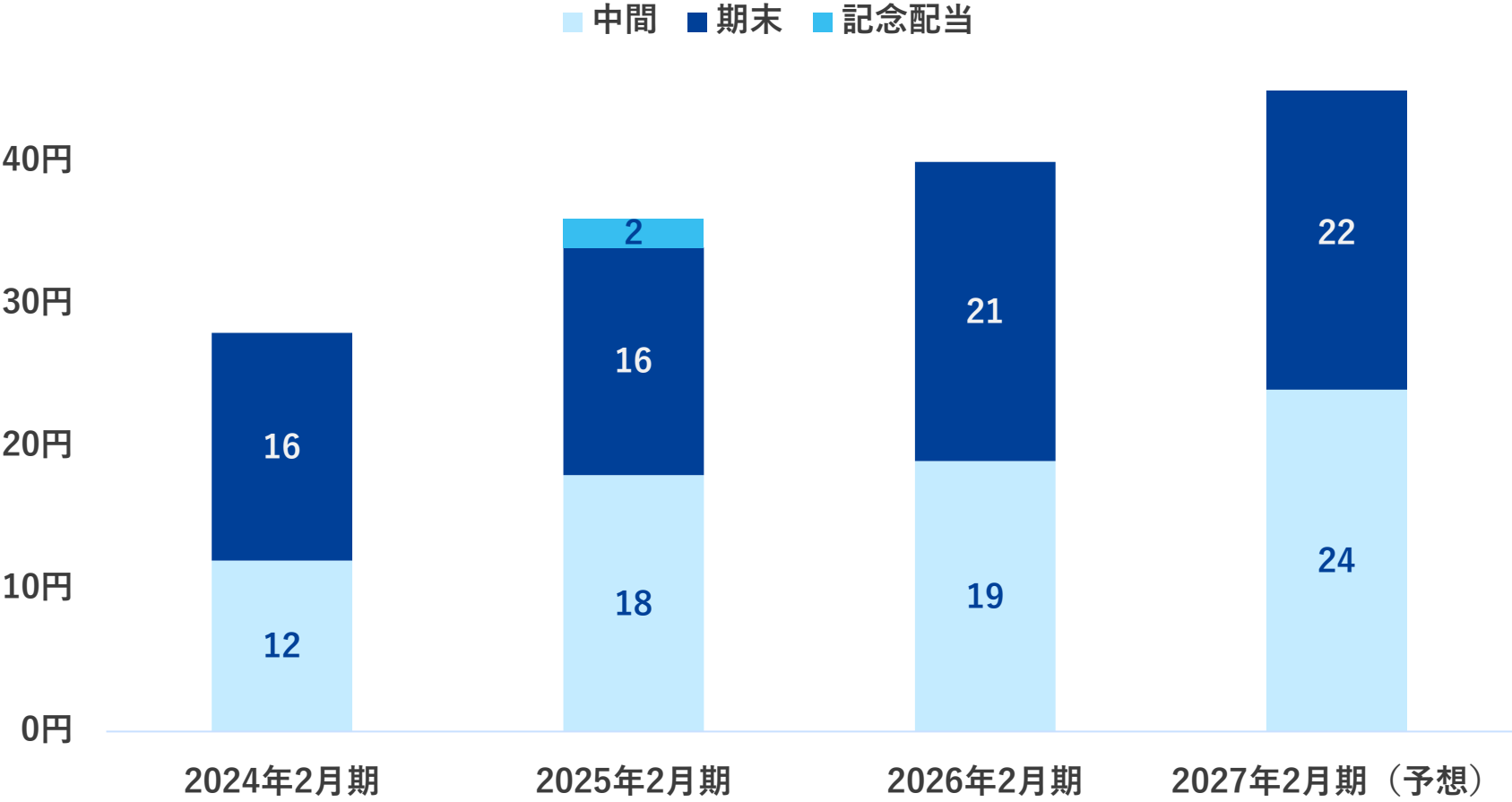
(1株当たり)

	2026/2期	2027/2期 修正予想 (2026年7月9日発表)	前年比	2027/2期 前回予想 (2026年4月9日発表)	修正予想 対前回予想比
中間	(実績) 19円	24円	+5円	22円	+2円
期末	21円	22円	+1円	22円	—
年間合計	40円	46円	+6円	44円	+2円
配当性向	29.6%	※30.4%	+0.8pt	30.4%	—

※修正後の業績予想を基準として算出

直近4期の推移

(分割調整後)



2027年2月期は6円の増配を計画

- 中間配当24円（前期比+5円）を実施、期末配当22円は据え置き
- 期末配当は下半期の動向を踏まえ改めて見直しを検討

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

2027年2月期の取り組み



リユース事業



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（2026年8月末アプリ会員数約315万人）
- 自社EC・自社オークション・自社海外拠点など多様な販路を活用した売上の最大化
- 専門業態の立ち上げを通じて特定の商材の専門性を深化させ、顧客の裾野を広げるとともに、ノウハウを既存事業に還元し、全体の底上げを図る

海外

- タイ（現在7店）・台湾（現在3店）それぞれで年間1～2店ペースで出店を継続
- アメリカ法人は2027年春に1号店オープン予定

新規出店

- グループで年間30～35店舗を目標とする（前期実績32店舗）
既存地域（東北・北関東・一都三県・東海・関西・中国・九州） + 新規地域
- 佐賀県に初進出

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5～15%程度増やす
- 上半期では、宅配買取がYoY+22.2%、出張買取が同+20.5%

リユース周辺事業



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

- 拠点拡張と商材拡張（ドレス・ブラックフォーマル）により、売上・利益を拡大
- 無人レンタルドレスサービスの事業譲受により、店舗とWEBの両面で成長を促進

※不動産事業（トレファク不動産）は2026年8月にサービスを停止

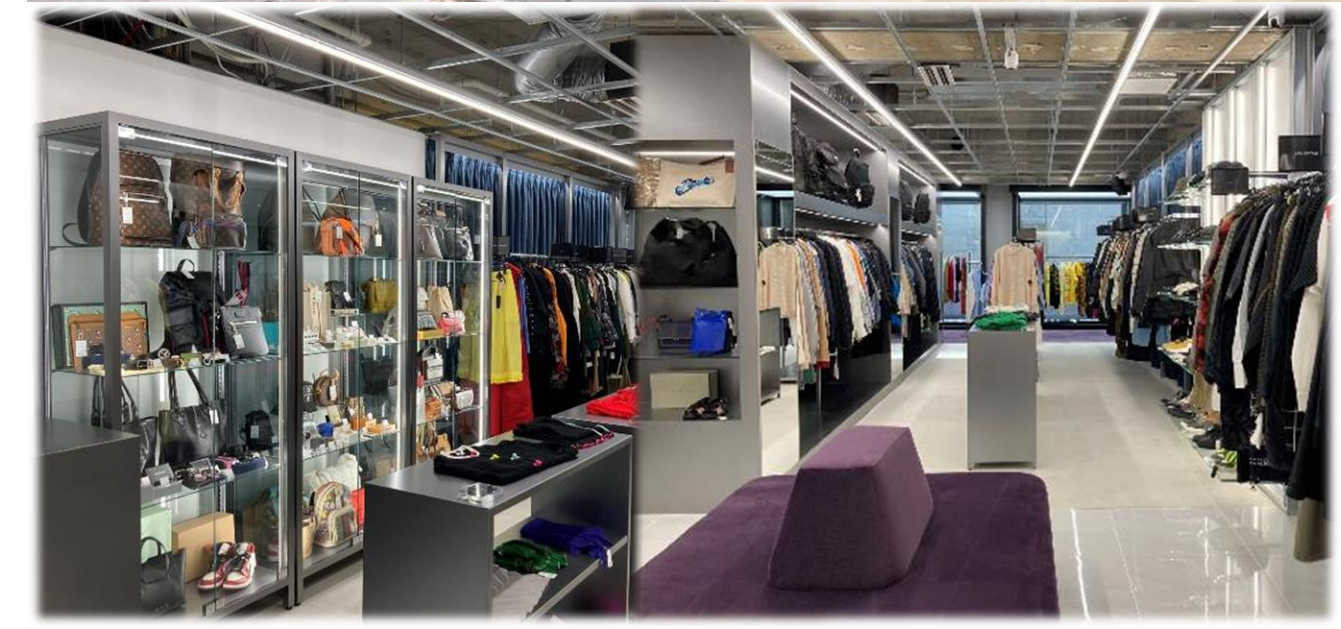
継続的に利益を創出していたものの、事業ポートフォリオ最適化の観点で他の領域に経営資源を投じていく

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



中期経営計画達成に向けた経営方針



1

リユース事業の成長

リアルの買取・販売拠点かつEC販売の拠点ともなる店舗を、連結で年間30～40店のペースで出店し、当社グループのリユースのネットワークを拡大する。

2

新規事業への投資

コアとなるリユース事業に加えて、リユース事業と相乗効果や補完関係のあるリユース周辺事業や、経営理念に沿ったその他の事業に継続的に投資を行い、成長基盤の拡大を図る。

3

海外市場での成長

各地域の状況に応じ、体制の整備と収益改善を進め、新規出店を進める。
タイ、台湾、アメリカに続く新規地域への進出を行う。

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を積極的に実行し、成長を加速する。

5

DX投資による成長

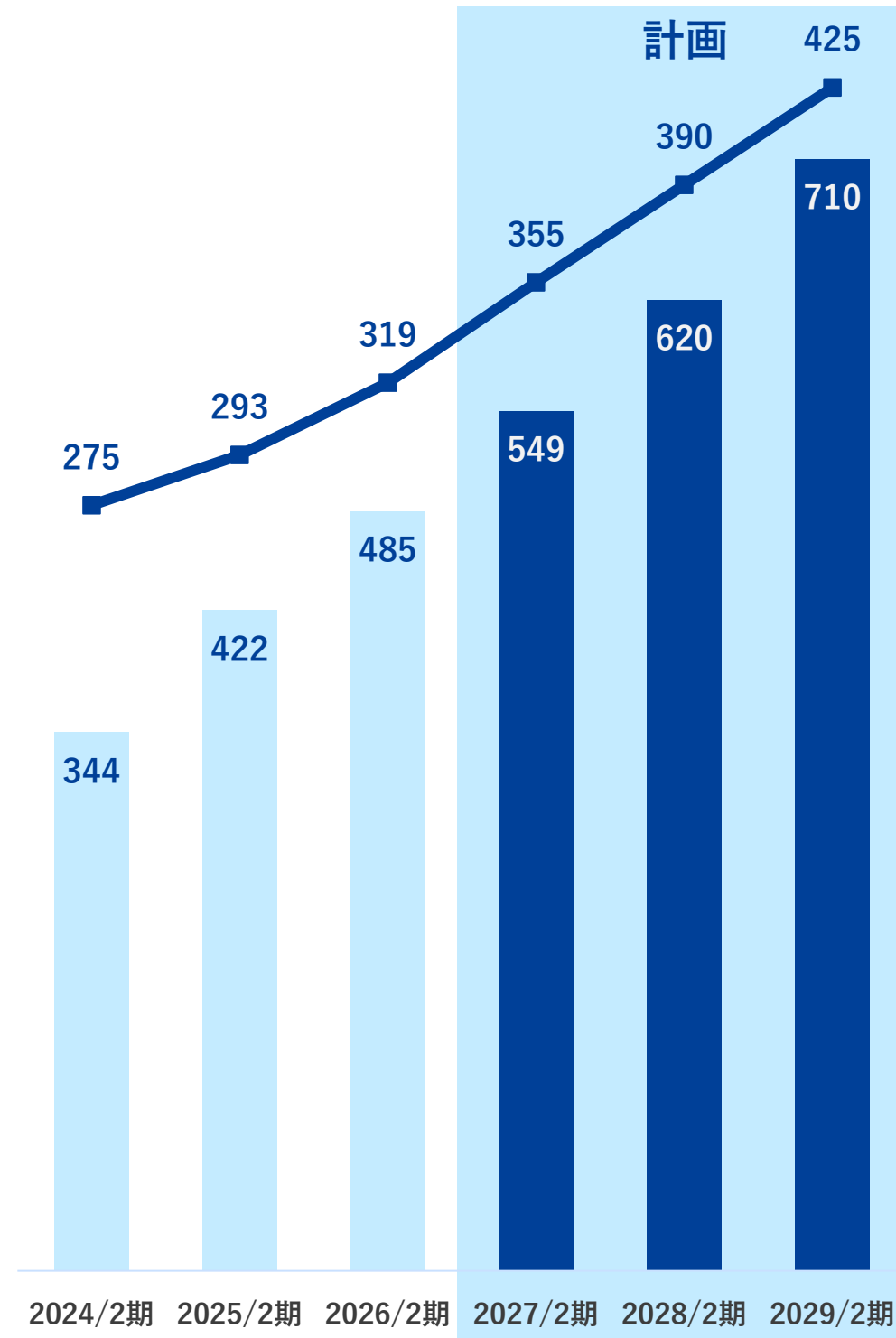
自社システム部門及びシステムグループ会社の開発力を活用し、ITやAIを使った業務効率化とイノベーションを起こし、新たなビジネス機会の創出等によりグループ収益を伸ばす。

中期経営計画サマリー

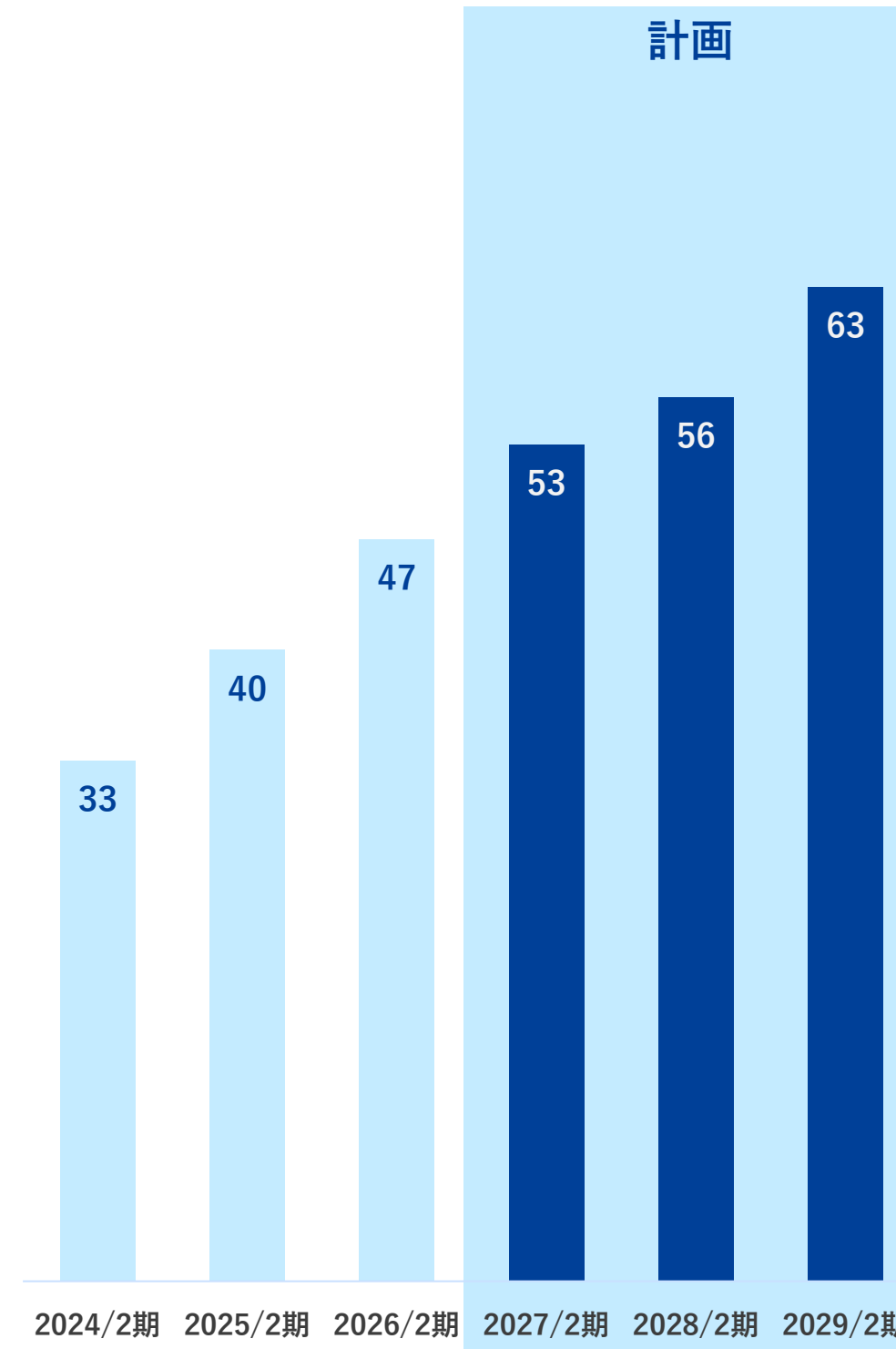


売上高・店舗数

■売上高(億円)
■店舗数(店)



営業利益



中期経営計画を刷新

- 1Qの業績予想修正では、2027年2月期のみ修正
2028年2月期・2029年2月期は4月に更新予定
- 今後も業績に応じて適宜見直しを検討

持続的な利益成長と高い効率性を維持

- 持続的な利益成長と投資を継続
- 成長投資と株主還元のバランスを取りながら、
高水準のROEを維持していく

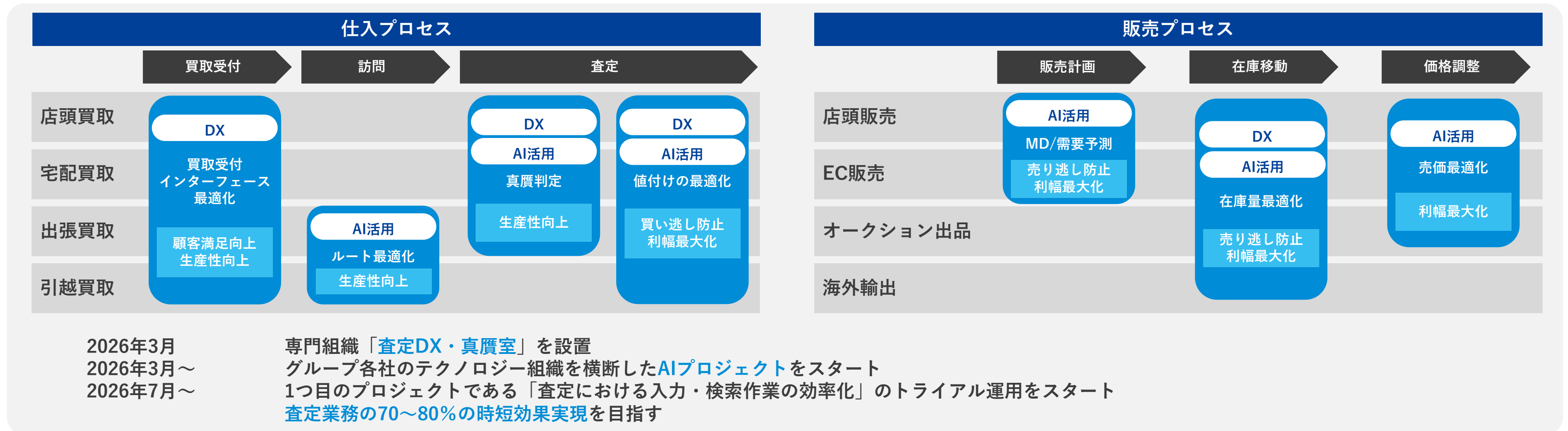
計画最終年度（2029年2月期）

- 売上高：**710**億円、営業利益：**63**億円を見込む

AI活用・DX投資について



仕入から販売までの各プロセスにおいて、AI活用とDXを通じて付加価値の創出を加速させる



中期経営計画期間中の
損益インパクトイメージ

人件費・外注費の増加
(投資フェーズ)

売上総利益の増加
(販売機会の最大化/値引きロス最小化/在庫回転率の上昇)

営業利益の増加
(査定効率化/労働生産性の向上)



中期経営計画・配当の見通し（2027年2月期～2029年2月期）

	2026年 2月期	2027年 2月期	2028年 2月期	2029年 2月期	CAGR (年平均成長率)
年間出店数	32店	30～35店	35～40店	35～40店	—
売上高	485億円	549億円	620億円	710億円	13.55%
営業利益	47.7億円	53.3億円	56.8億円	63.8億円	10.18%
営業利益率	9.8%	9.7%	9.2%	9.0%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	31.7億円	35.5億円	38.3億円	42.9億円	10.61%
1株当たり 当期純利益	135.3円	151.5円	163.4円	183.2円	10.63%
1株当たり 配当金	40.0円	46.0円	49.0円	55.0円	—
配当性向	29.6%	30.4%	30.0%	30.0%	—

計画最終年度（2029年2月期）

- 売上高：710億円、営業利益：63億円を見込む

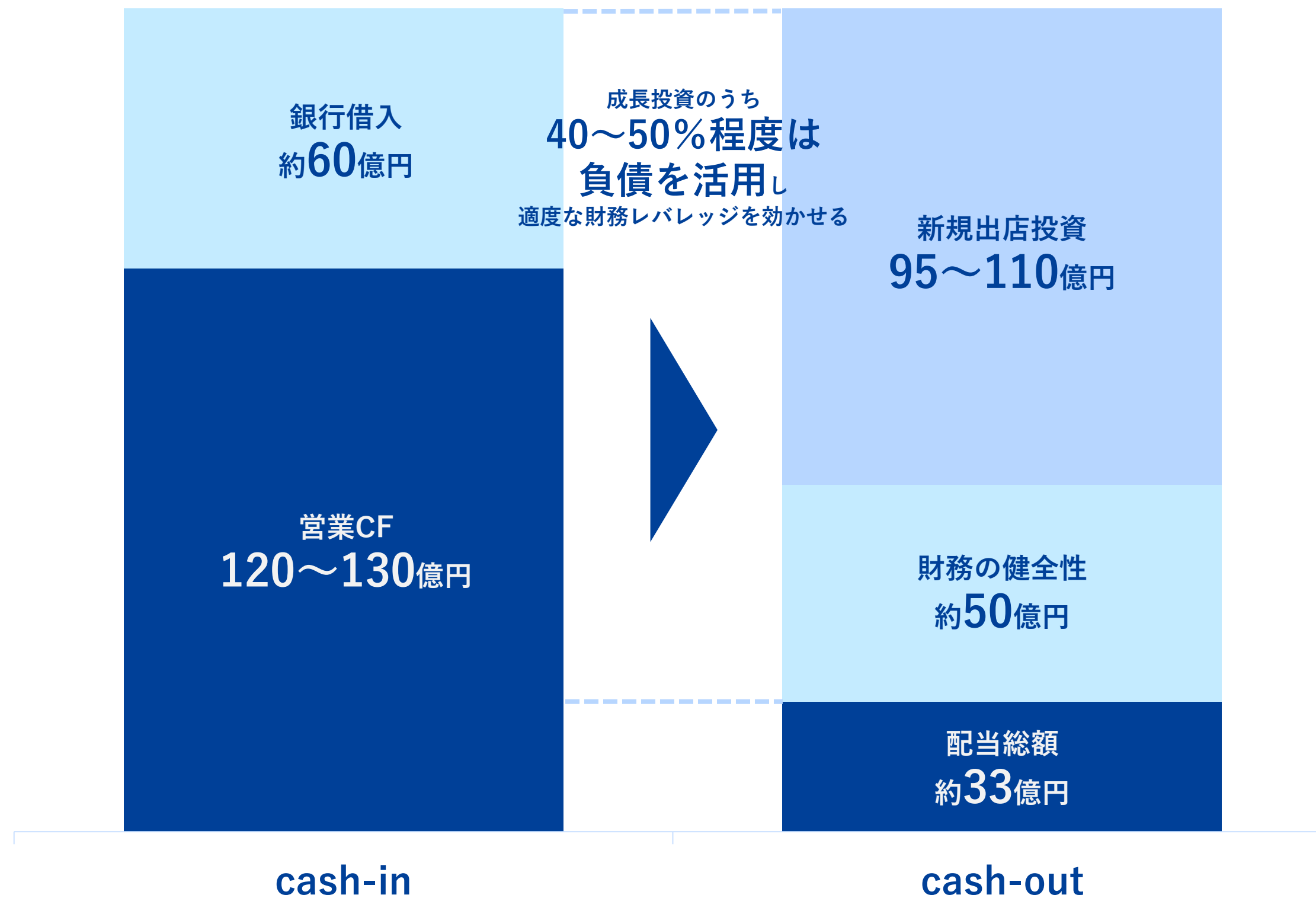
配当性向

- 目標：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、今後の新株予約権の行使状況や自己株取得の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・投資配分計画 2027年2月期～2029年2月期 | 3年累計



資金計画 (cash-in)

- ①営業CF予測 : 約34～52億円/年
: 約**120～130**億円/3年累計
- ②銀行借入 : 約**60**億円
- ① + ② : 約**180～190**億円

投資配分計画 (cash-out)

- ③新規出店投資 : 約35～40億円/年
: 約**95～110**億円/3年累計
- 新店の店舗設備、敷金、在庫等への投資
- ④財務の健全性 : 約**50**億円/3年累計
- 有利子負債の返済や財務基盤の強化など
- ⑤配当総額 : 約**33**億円/3年累計
- 成長投資やM&Aと並ぶ資本の投下先として自己株式の取得を位置付け、株価が割安水準にある際は機動的に実施していく
- ③ + ④ + ⑤ : 約**170～190**億円

持続的成長のコアエンジン＝高収益・高効率な店舗モデル＋持続的な新規出店



高収益店舗モデル

定量的な実績

- ・ 初期投資額の平均値は約50～60百万円、投資回収の基準は**48ヶ月**
- ・ オープン後**3～6ヶ月**で単月黒字化
- ・ オープン後24ヶ月程度で成熟期に入り、その後も**長期間成長を持続**
(既存店は60ヶ月連続で前年同月比を超える売上成長)

店長の収益性・効率性に対する高い視座

- ・ 店長の最重要KPIを営業利益として裁量権を付与し、個店の競争力を磨き込む文化
- ・ 在庫に関するキャッシュフローを店舗の業績ダッシュボードで可視化
現場レベルでROIC向上に取り組んでいる

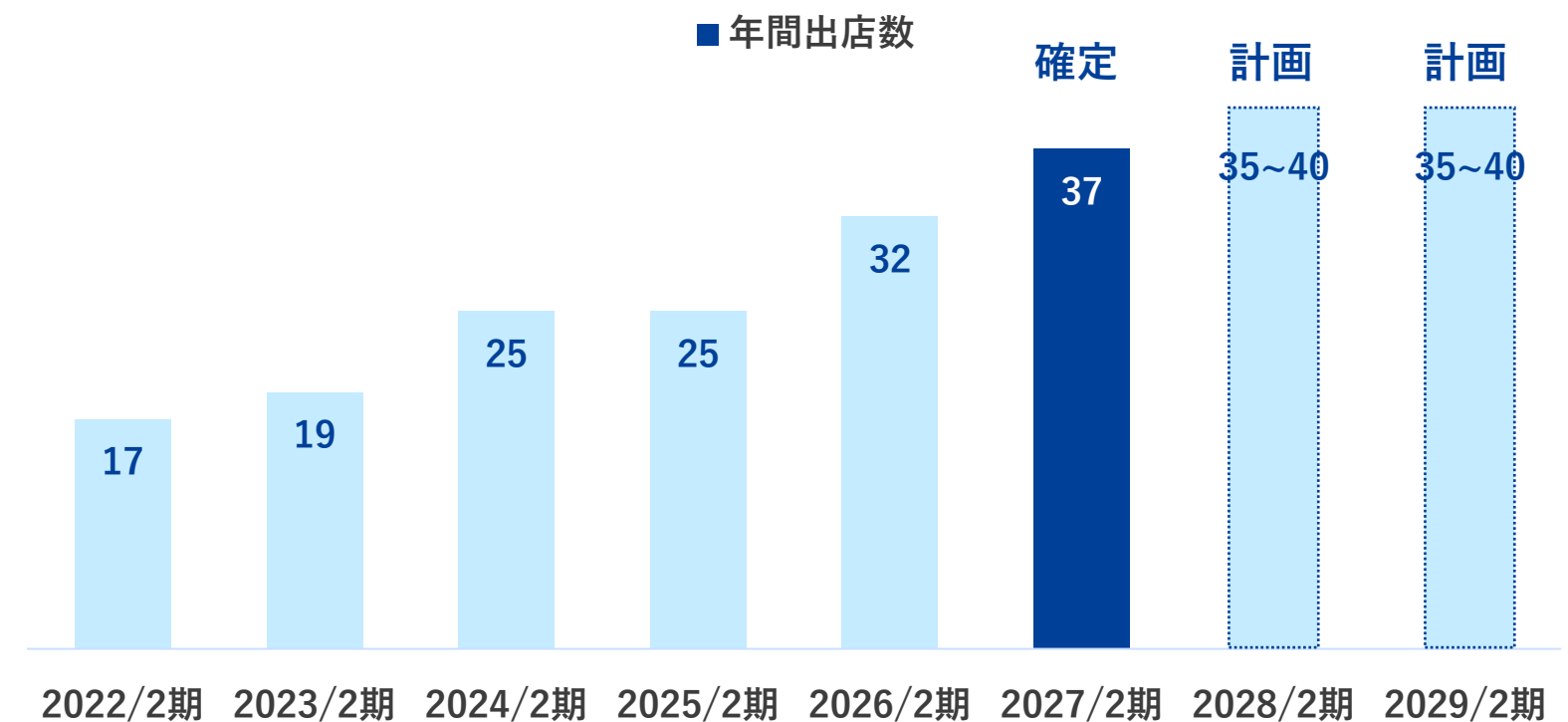
データ活用文化に基づく「売り切る力」

- ・ 在庫の売買データを活用し、適正な値付けと緻密な在庫コントロールを行う組織能力
- ・ 業界内でも高水準の粗利率を実現

持続的な新規出店

安定的な新規出店

- ・ 「人材」と「リユース在庫」というリソース制約を前提とした安定的な出店ペース
(既存店舗数の約10%が出店目標の目安)
- ・ 都心店と地方店のバランスを取りつつ、出店数と収益性を両立



豊富な出店余地

- ・ 10以上の多様な業態を展開し、立地・物件に応じた柔軟な出店を実現
- ・ 同業他社が国内で約1,000店舗規模の中、同程度以上の出店余地があると認識

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（富士山清掃活動）

※毎年5月にデータ更新

		単位	2024	2025	2026
CO2排出量	Scope1	t-CO2	235	273	311
	Scope2	t-CO2	5,484	6,705	7,291
	合計	t-CO2	5,719	6,978	7,602
CO2排出量原単位	売上高百万円当たり	t-CO2/百万円	0.217	0.222	0.214

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	2024/2期	2025/2期	2026/2期
リユース事業によるCO2排出量減貢献量	家電4品目	t	17,719	18,058	20,195
	衣料品	t	22,134	24,746	27,881
	家具	t	3,114	3,038	3,062
	主要カテゴリ小計	t	42,967	45,842	51,138

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

	2024/2期	2025/2期	2026/2期
新卒採用数	115人	107人	132人
中途採用数	113人	126人	119人
採用数合計	228人	233人	251人
社員数	902人	1,009人	1,168人
パート・アルバイト数	2,403人	2,953人	3,136人
従業員数合計	3,305人	3,962人	4,304人
女性社員数	155人	184人	225人
女性パート・アルバイト数	1,452人	1,725人	1,861人
女性従業員数合計	1,607人	1,909人	2,086人
女性社員比率	17.2%	18.2%	19.3%
女性パート・アルバイト比率	60.4%	58.4%	59.3%
女性従業員数比率	48.6%	48.2%	48.5%
社内研修回数	175回	176回	228回
有給取得率	65.9%	64.0%	64.2%
育休取得人数	22人	23人	30人

Governance - ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化

		2024/2期	2025/2期	2026/2期
社内取締役	男	4人	4人	3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%	40.0%
女性取締役比率		16.7%	16.7%	20.0%
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

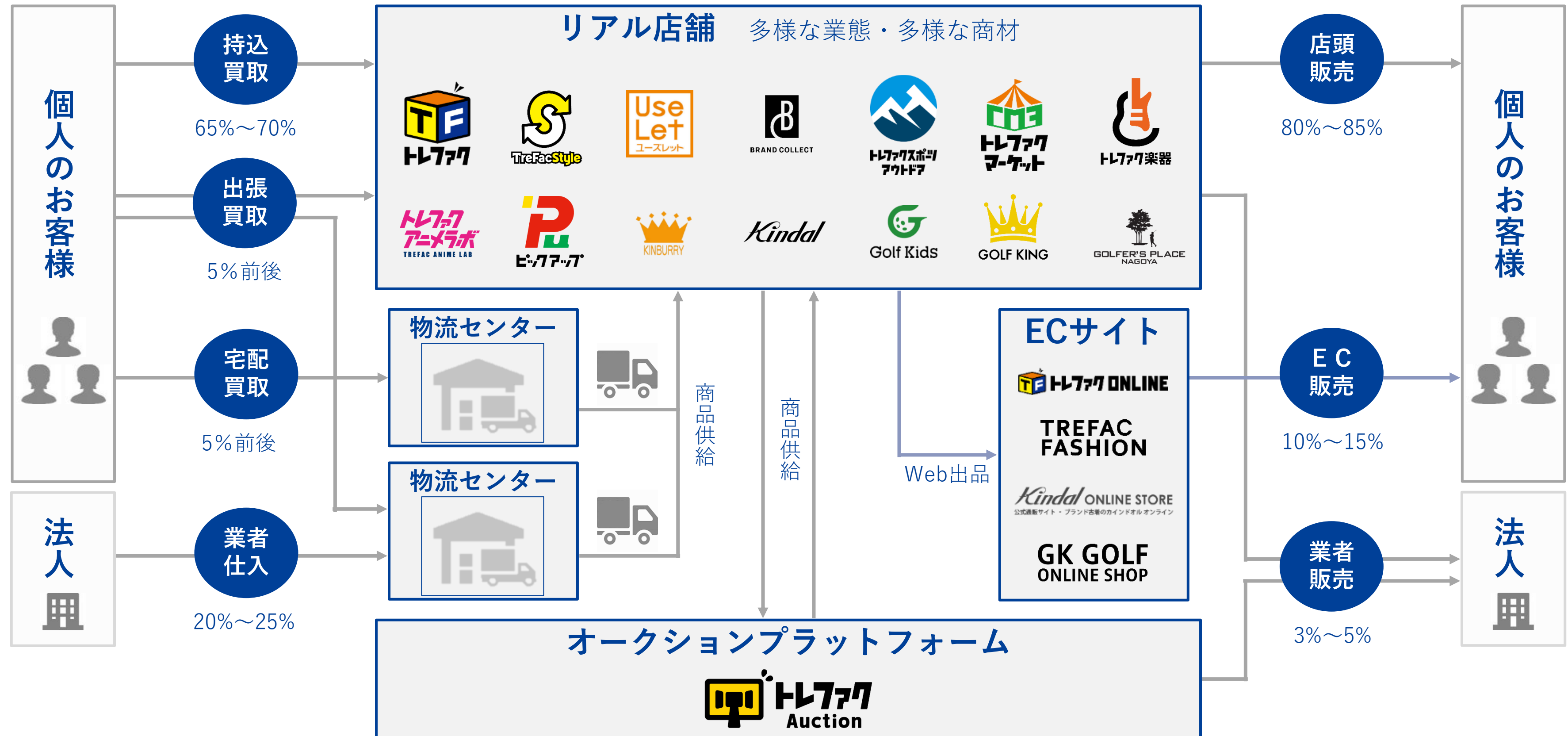
ブランドコレクト表参道1号店



ビジネスモデル

多チャネル・多ジャンルの仕入

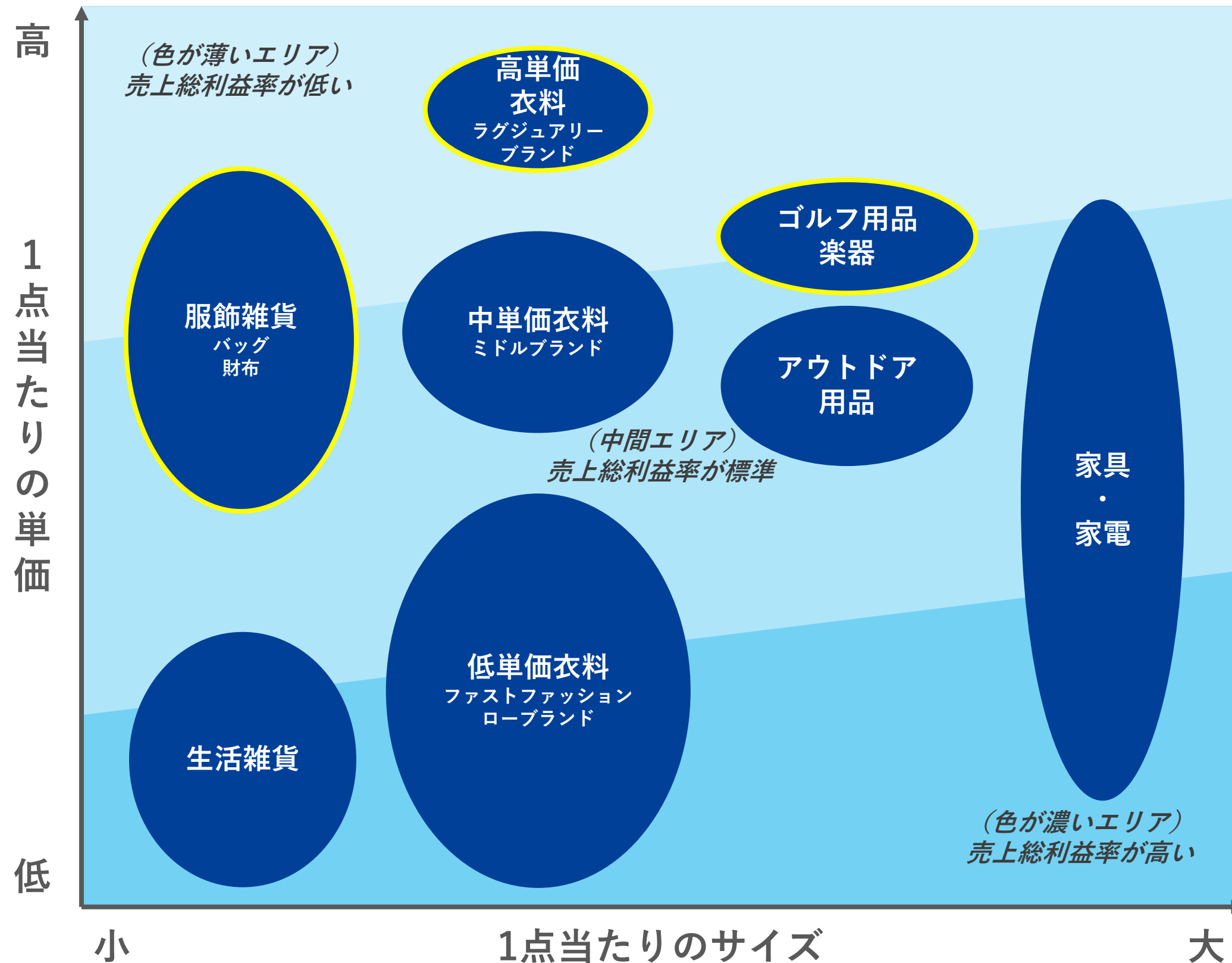
多様な業態による多店舗展開



損益構造と商品ミックスの関係

円の大きさ：当社の取扱い構成比（イメージ）

黄枠は近年構成比が高まっている商材



リユース品の原価の特徴

- 単価が高い商材
 - 資産性があるため、相場（市場価格）が形成される
 - 複数チャネルで比較され、価格が競り上がる傾向あり
- 単価が低い商材
 - 査定価格よりも、まとめて引き取りへのニーズが強い
 - 原価は低いですが、効率的に取扱量を増やし収益貢献
- サイズが小さい商材
 - 取り扱い効率が高く、固定費が相対的に低くなる
 - 低い固定費に起因して販管費率改善に寄与
- サイズが大きい商材
 - 取り扱い効率が低く、固定費が相対的に高くなる
 - 高い固定費に起因して販管費負担が重くなる傾向

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することで、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



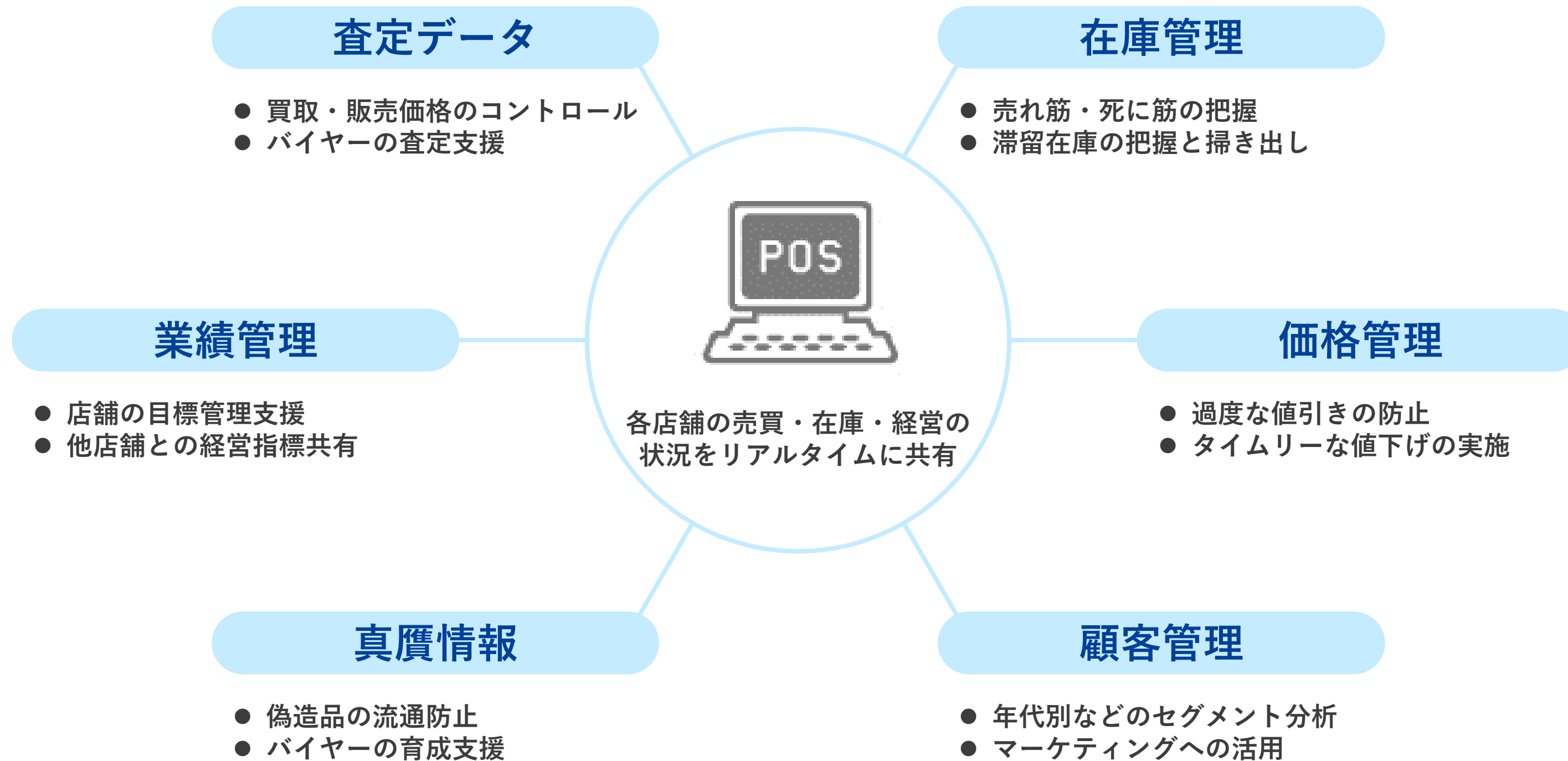
	業態	コンセプト・取扱商品	主な出店立地・店舗展開
基幹業態		幅広いジャンルのリユース品を取り扱う総合リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
		幅広いファッションアイテムを取り扱うファッションリユースショップ	駅近徒歩10分以内のエリア 主要駅付近のエリア ショッピングセンター内
専門業態		スポーツ用品・アウトドア用品を取り扱う専門リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド
		お手頃商品を集めた古着アウトレットショップ	首都圏駅近 商店街沿いなど人通りの多いエリア 郊外エリア
		ハイブランド・ジュエリーなどの高価格帯に寄せたハイブランドリユースショップ	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
		多様な楽器を取り扱う専門リユースショップ	音楽文化が根付いた都心部エリア
		アニメ・キャラグッズ専門リユースショップ	サブカルチャー消費が活発なエリア
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、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い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	：	4.6%程度
ROE	：	27.4%（2026年2月期）
WACC	：	4.1%程度
ROIC	：	18.3%（2026年2月期）

- ROEは株主資本コストを大きく超えて推移
（ROE 27.4% = 当期純利益率 6.5% × 総資産回転率 2.10 × 財務レバレッジ 2.00）
- 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
- 成長投資やM&Aと並ぶ資本の投下先として自己株式の取得を位置付け、株価が割安水準にある際は機動的に実施し、資本効率を維持していく

株価

現状（2026年8月末時点）

PER	：	12～15倍	（8月末にかけては13～14倍程度で推移）
PBR	：	3.5倍前後	

今後の目指す方向性

- セクターの中で相対的に高い収益性と成長性の維持（利益率、年成長率）
- 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
本社所在地	東京都千代田区外神田4丁目14番地1号
代表者	代表取締役社長 野坂 英吾
創立	1995年 5月 25日
従業員数	1,292名（正社員のみ、2026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、 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
資本金	906百万円（2026年8月末現在）
決算期	2月
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
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
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	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



BRAND COLLECT



東証一部上場

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	東海エリアに初進出、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	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
	7月	東京都千代田区神田に本社を移転
2017年	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
	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灣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



Golf Kids
USED GOLF SHOP



トレファク不動産



トレファク
Auction



ピファファ



KINBURY



Regacy



Trefac
Technologies



JPX
PRIME



沿革

- 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
- 2025年

1月

東京都千代田区外神田に本社を移転
- 1月

コーポレートロゴを刷新
- 3月

中国エリアに初進出、岡山県岡山市に「トレジャーファクトリー岡山平井店」を開店
- 7月

東北エリアに直営店初進出、宮城県仙台市に「トレファクスタイル仙台卸町店」を開店
- 7月

多様な楽器を取り扱う新業態「トレファク楽器」を開始、東京都武蔵野市に1号店を開店
- 9月

米国に海外現地法人Treasure Factory USA Inc.を設立
- 11月

エンプティ株式会社の株式を取得し、「Empty Dressy」事業を譲受
- 12月

台湾・台北市に海外初となるスタイル業態「トレファクスタイル台北公館店」を開店
- 2026年

2月

Cariruがロゴを刷新
- 4月

2025年11月に事業譲受した「Empty Dressy」を「Smart Cariru」に刷新
- 6月

アニメ・キャラグッズを取り扱う新業態「トレファクアニメラボ」を開始、東京都立川市に1号店を開店
- 8月

トレファク不動産サービスを停止

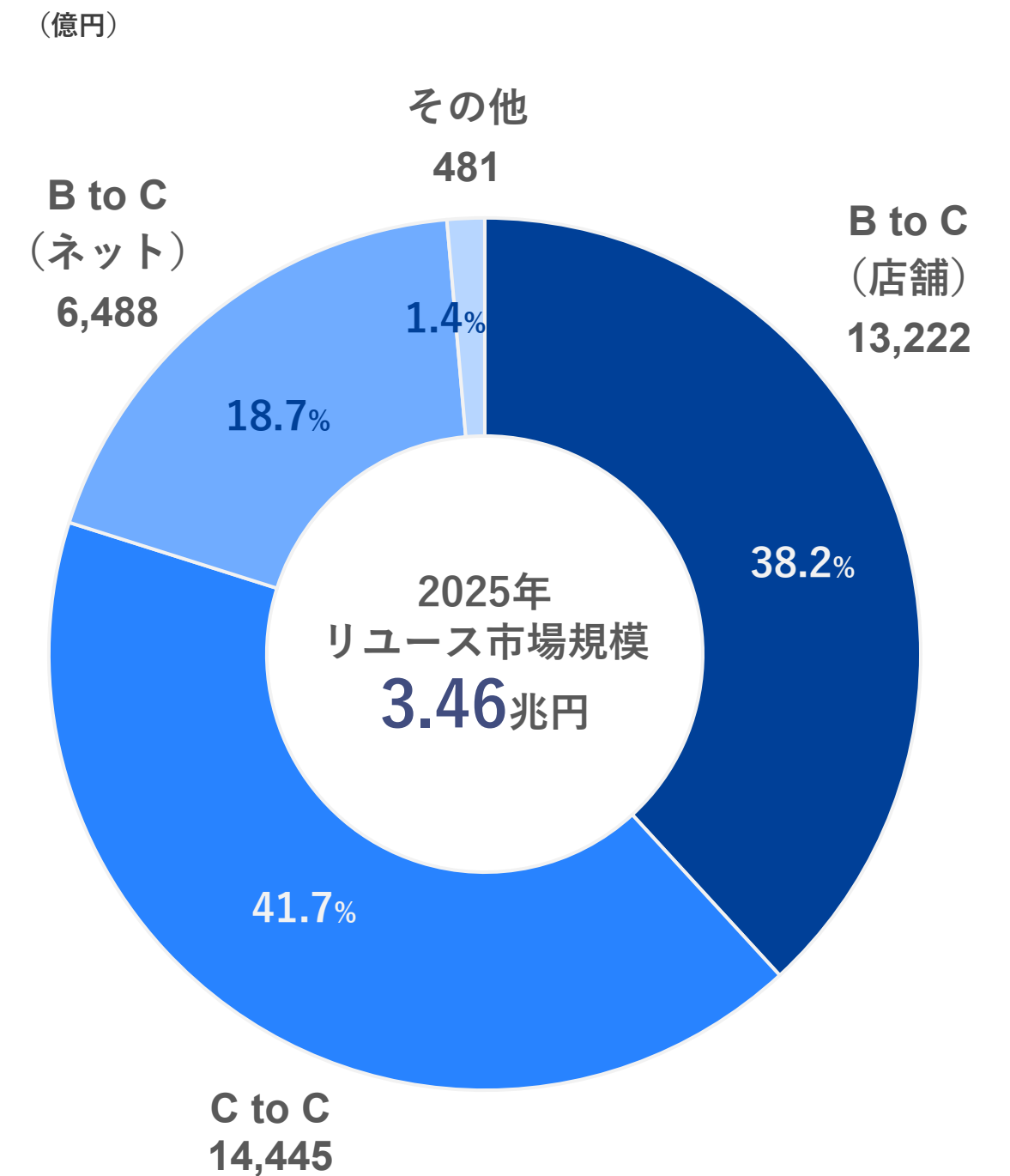


リユース市場の動向

リユース市場全体の売上高推移

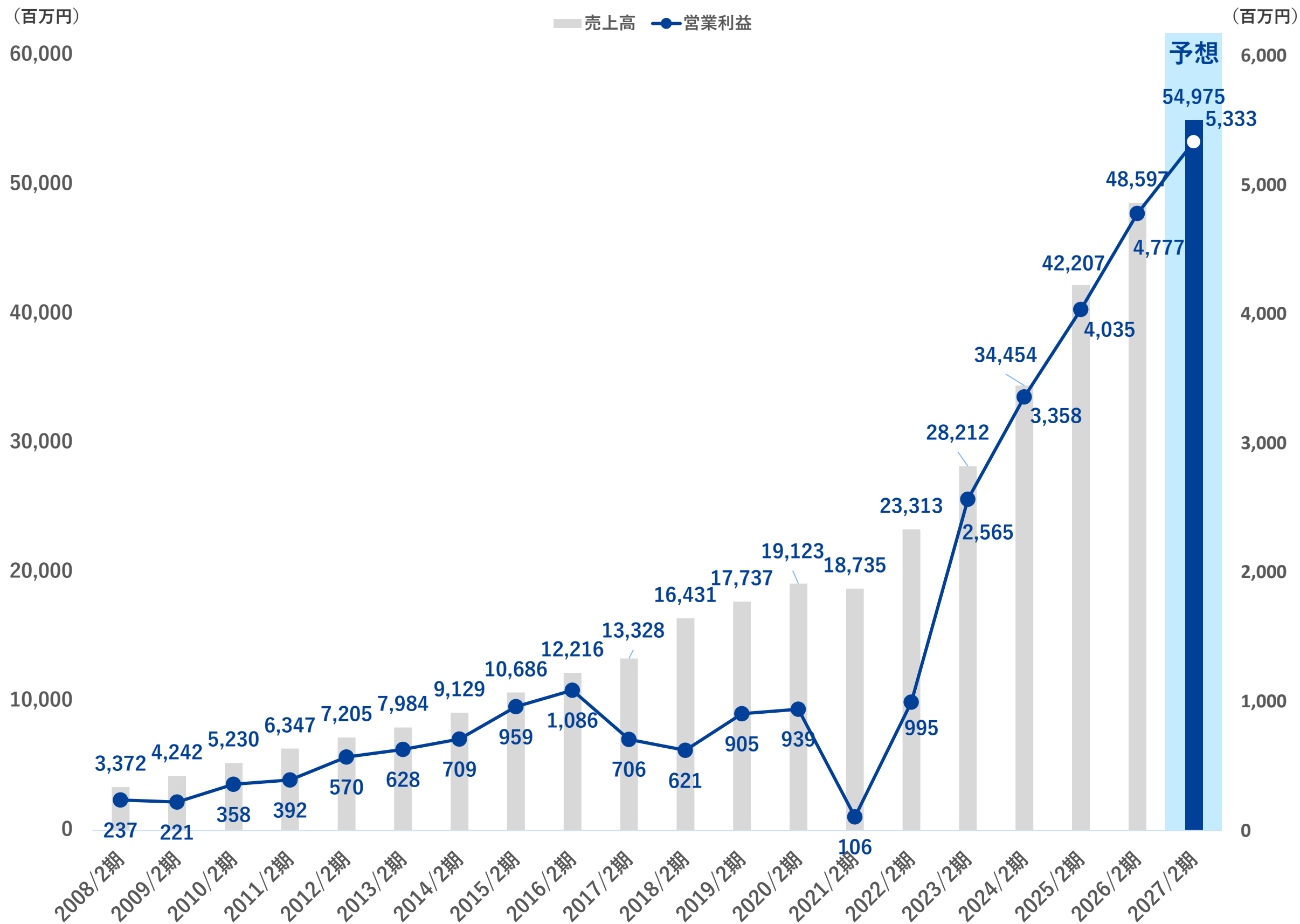


リユース市場全体の業態構成比



※出所：リユース経済新聞『データで見るリユース市場（最新版）』

売上と営業利益の推移



営業利益の推移

- 2026年2月期は過去最高益を更新
- 2027年2月期も最高益更新5,333百万円を計画
(2026年7月9日に通期予想を上方修正)

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

337店（うち直営306店）

※2026年8月末日時点

都道府県														都道府県・ 都市別合計
東北	宮城県	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
	福島県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
関東	茨城県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
	栃木県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
	群馬県	6	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7店舗
	埼玉県	20	10	3	—	5	1	—	—	—	—	—	—	39店舗
	千葉県	10	10	2	—	—	1	—	—	—	—	—	—	23店舗
	東京都	15	45	2	9	5	—	1	1	17	—	3	1	99店舗
	神奈川県	12	15	1	—	3	—	—	—	—	—	—	—	31店舗
北陸	新潟県	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
東海	静岡県	—	—	—	—	—	—	—	—	1	14	—	—	15店舗
	愛知県	7	8	3	—	—	—	—	—	3	—	1	8	30店舗
	三重県	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1店舗
関西	滋賀県	2	—	—	—	—	—	—	—	1	—	2	—	5店舗
	京都府	1	—	—	—	—	—	—	—	2	—	1	—	4店舗
	大阪府	9	12	—	—	—	—	—	—	11	—	5	—	37店舗
	兵庫県	3	3	—	—	—	—	—	—	3	1	1	—	11店舗
	奈良県	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
	和歌山県	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
中国	岡山県	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1店舗
	広島県	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
九州	福岡県	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5店舗
	佐賀県	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1店舗
タイ	バンコク	6	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6店舗
台湾	台湾	2	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
業態別合計		112店舗	108店舗	11店舗	9店舗	13店舗	2店舗	1店舗	1店舗	42店舗	15店舗	13店舗	10店舗	337店舗

単体 | 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

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



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



単体 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



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



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



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

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・家具を中心に扱う大型店舗のリユース業態
郊外に展開

単体・子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



楽器リユース業態

トレファク楽器

多様な楽器を専門に取り扱うリユース業態



アニメ・キャラグッズリユース業態

トレファクアニメラボ

アニメ・キャラグッズを専門に取り扱うリユース業態



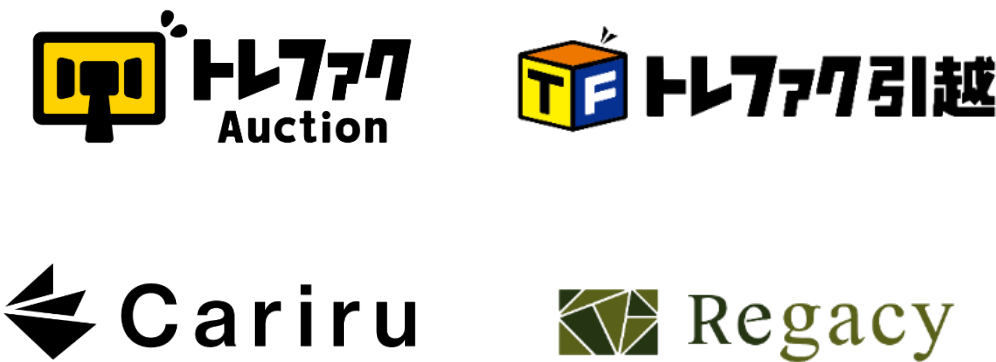
単体・子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



ブランド古着リユース業態
カインドオル



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



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



※2018年3月に子会社化



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



※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

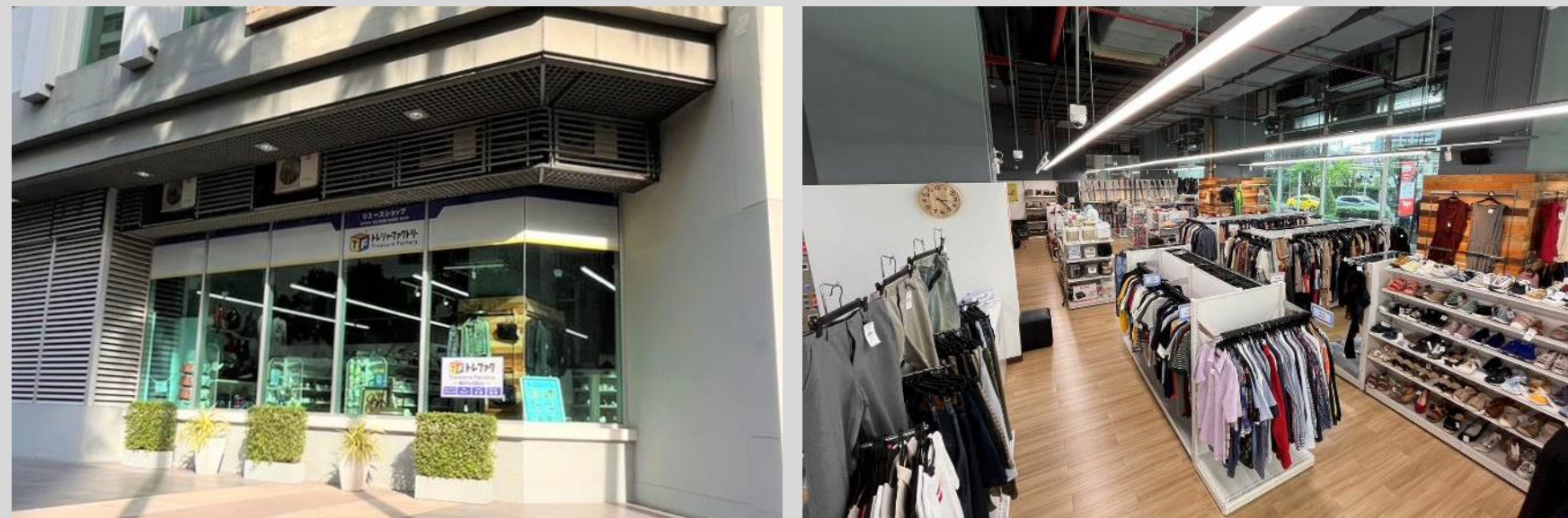
家具・家電・衣類・小物・ブランド品など幅広く取り扱う総合リユース業態
バンコクを中心に展開



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
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
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オークション
トレファクオークション



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オークション

- 2020年3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

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

単体 | サービス概要



リユース事業



リユース周辺事業

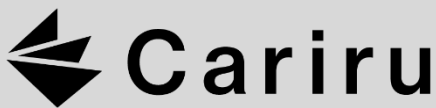


ドレス・礼服・喪服レンタル

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・アクセサリー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



日頃のご支援に対する感謝と当社のリユース体験を通じて事業への理解を深めていただくことを目的として、毎年2月末日時点で1単元（100株）以上保有の株主様へ、公式アプリにて2種類の電子クーポンを贈呈

※株主優待の取得方法は、株主様宛に別途送付する案内状をご参照ください

ポイント

- 1単元（100株）以上4単元（400株）未満保有： 1,000ポイント
- 4単元（400株）以上保有： 2,000ポイント

買取金額アップクーポン

- 1単元（100株）以上保有： 20%アップクーポン
（保有単元数に関わらず一律で配布）



※画像は開発中のデモ画面であり、実際のアプリの表示とは異なる場合がございます

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>