

各 位

2026 年 10 月 28 日

会社名 株式会社トレジャー・ファクトリー
代表者名 代表取締役社長 野坂 英吾
(コード番号：3093 東証プライム)
問い合わせ先 執行役員経営企画室長 金坂 剛嗣
(TEL. 03-3880-8822)

2027 年 2 月期 第 2 四半期決算 質疑応答集 (2026/10/28 更新)

この質疑応答集は、2026 年 10 月 14 日に発表した 2027 年 2 月期第 2 四半期決算に対する想定される質問及び投資家の皆様からの問い合わせとその回答の抜粋をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っています。

Q | 第 2 四半期（6～8 月）は減益を予想していましたが、増益で着地した要因は何ですか。

第 1 四半期決算の時点では、夏物需要の第 1 四半期への前倒しと、前年 8 月の創業 30 周年記念施策の反動を見込み、第 2 四半期（6～8 月）は減益を予想していました。

実際には、6 月は伸びが鈍化したものの、7 月以降は既存店が回復しました。8 月も、前年の周年施策をきっかけに広がった顧客基盤とドミナント出店の相乗効果で、店舗回遊施策が好調でした。前年の高い水準を上回り、第 2 四半期は売上高・営業利益ともに前年同期比 10%以上の成長となりました（営業利益は前年同期比+12.5%）。

Q | 上半期の業績が好調な中、通期業績予想と配当予想を据え置いた理由は何ですか。

上半期の営業利益は 2,330 百万円（前年同期比+21.5%）と計画を上回りましたが、下半期（前年同期比+5.1%の予想）には、次の 3 点を織り込んでいるため上方修正は行いませんでした。

①前期第 3 四半期に実施した買取クーポン施策の変更による値入改善効果が一巡し、前年と同じ条件になること

②物流センターの移転や出張買取の新拠点の開設に伴う費用が発生すること

③新規出店が 11～12 月に集中し、一時的な開店費用がかさむこと

配当については、中間配当を前期比 5 円増配の 24 円といたしました。期末配当予想 22 円（年間 46 円、前期比 6 円増配）は据え置いています。下半期の業績動向を踏まえて改めて見直しを検討します。当面の配当性向の目標は 30%以上としており、今後も業績に応じて継続的に配当を行ってまいります。

現在の予想を確実に達成しつつ、先行投資を行う取り組みの成果を早期に発揮していきたいと考えています。

Q | 単体既存店売上高の伸び率が第 1 四半期累計から鈍化した背景と、今後の見通しを教えてください。

第 1 四半期累計の前年同期比 106.6%に対し、第 2 四半期累計は同 105.2%（第 2 四半期単独では同 103.7%）となりました。6 月は夏物需要の 5 月への先行や梅雨の影響で前年同月比 100.4%と伸びが鈍化しましたが、7 月は同 106.8%、8 月は同 103.9%と回復しました。

第 2 四半期累計の 105.2%は、期初の計画前提（前年同期比 102%）を大きく上回る推移です。下半期は前年同期比 103%を前提としていますが、足元の集客動向や買取の勢いは力強く推移しています。中長期的には、前年比 2～3%程度の成長をベースとして見込んでいます。

既存店の成長を持続させるため、Google マップの口コミ評価の向上などによる来店促進や、自社アプリを活用した施策・クーポン配信を通じて、新規顧客とリピーターの獲得に取り組んでいます。また、店舗在庫を自社 EC でも併売し、販売機会の最大化を図っています。

Q | 買取クーポン施策の変更による影響と、連結の売上総利益率の上昇が小幅にとどまった理由を教えてください。

買取クーポン施策の変更後に一部の業態で見られた高単価商材の持ち込みの減少は回復に向かっており、単体の店頭買取は前年同期比+11.1%と好調に推移しています。施策の変更により値入が改善し、在庫回転率を維持しながら、単体既存店の売上総利益率は 65.9%（前年同期比+1.0pt）と大きく上昇しました。

一方で、連結では、高単価で売上総利益率が相対的に低い商材の販売が堅調に推移したミックス要因により、売上総利益率は 60.2%（前年同期比+0.2pt）にとどまりました。例えば、バッグ・財布・腕時計などの服飾雑貨の販売高は、前年同期比+18.5%と全体（同+15.4%）を上回って伸びています。

値入の改善効果は当期第 3 四半期で一巡するため、同四半期までは同様の傾向で推移する見通しです。

Q | 第 2 四半期末に在庫が増加し、現預金が減少していますが、在庫の滞留リスクはありませんか。また、営業キャッシュフローが横ばいとなった理由を教えてください。

前期は、8 月末の買取クーポン施策の変更に伴う駆け込み需要が発生し、一過性の買取増加が見られました。当期はこうした一過性の要因はなかったものの、前年同期と同様に買取需要が高く、前年同期と同程度の在庫の積み増しとなりました。

在庫回転に問題はなく、良質な在庫を仕入れできています。秋冬向けの季節商材や新店用の在庫を計画的に確保した結果と捉えています。

結果として、営業キャッシュフローは前年同期と同水準となりましたが、第 3 四半期以降に在庫を販売につなげていくための計画的な推移であり、下半期は営業キャッシュフローを創出していく見通しです。なお、フリーキャッシュフローの減少は、順調な新規出店に伴う設備投資の増加によるものです。

Q | 子会社での個人情報漏えいについて、経営としてどのように受け止め、再発防止に取り組んでいますか。

株主の皆様、お客様に多大なご心配とご迷惑をおかけし、深くお詫び申し上げます。本件はグループ全体のガバナンスの問題として重く受け止めています。

フィッシングメールによって EC サイトで利用している EC プラットフォームのスタッフアカウントの認証情報を取得されたことによる不正アクセスが直接の原因ですが、二段階認証などの認証管理やアカウントの権限管理が不十分だったことが、それを許してしまっていました。社内調査で原因と影響範囲を特定し、個人情報保護委員会への確報の提出（10 月 6 日）を経て、10 月 13 日に第三報として公表しました。

本件を受けて、グループ内で使用している約 1,000 件の IT ツールについて、9 月にアカウント管理・権限・認証の状況を棚卸しし、高リスクと判定したものからは是正を進めています。今後も棚卸しを定期的に実施します。また、10 月からはグループ横断の「情報セキュリティ連絡協議会」を四半期に一度開催し、各社の情報セキュリティリスクの早期検出や課題解決を行っていきます。協議会の活動は経営陣が確認し、重要な事項は取締役会に報告して対策を検討する体制としました。

AI エージェントの普及によってサイバーセキュリティリスクが飛躍的に高まっているため、リスク対策を継続的にアップデートしてまいります。なお、専用お問い合わせ窓口の運営などの対応費用が発生していますが、連結業績への影響は軽微であり、通期の連結業績予想に変更はありません。

Q | 新規出店の確定数が年間目標を上回った背景と、出店の拡大に伴うリスクへの対応を教えてください。

第 2 四半期終了時点で、年間目標（30～35 店舗）を上回る 37 店舗の出店が確定しています。店舗開発部門の増員と、業態の多様化によって出店対象となる地域や物件が増えていることにより、目標数を超えることができました。

出店においては、引き続き「物件・在庫・人材」の確保が制約になります。在庫については、宅配買取・出張買取などへの投資を進め、店頭買取以上に伸ばすことができます。人材については、新卒・中途を合わせて年間 200 名以上を採用できています。

出店ペースを急激に加速させると、人材育成や新店用の在庫供給が追いつかず、全体の収益性を下げるリスクがあります。そのため、投資回収期間 48 カ月以内などの基準で店舗ごとの収益性を管理しながら、既存店舗数の 10%程度の出店を継続していく方針です。

また、近年は賃料相場の上昇や建て替え需要による貸主都合の退店も発生していますが、契約条件や近隣の賃料相場からリスクを洗い出し、移転候補物件を探すなどの対策を講じています。一定数の退店は織り込んで出店計画を立てています。

Q | 人的資本への投資を積極的に行っていますが、人件費の増加が利益率を押し下げる懸念はありませんか。

2026 年 4 月に新入社員 144 名が入社するなど、人的資本への投資を続けていますが、上半期の人件費の伸び（前年同期比+13.9%）は売上高の伸び（同+15.3%）の範囲内に収まっています。その結果、売上高に対する人件費の比率は前年同期比で 0.3pt 低下しました。

今後も、付加価値の増加と、AI 活用などを通じた生産性の向上によって、人件費の増加を吸収してまいります。

Q | 査定への AI 活用のトライアルを開始したとのことですが、手応えはいかがですか。

「査定 DX・真贋室」を立ち上げ、まずは「査定における入力・検索作業の効率化」のトライアルを開始しました。AI を活用することで査定業務の 70～80%の時短効果の実現を目指しており、足元では入力工数の削減において確かな手応えを感じています。

作業を効率化することで、これまで以上に売場づくりや店舗での人材育成、査定時の接客に注力できます。査定額の根拠の説明や、リピートにつながる声掛けなどを行うことで、仕入の強化を図ってまいります。

全店に実装されれば、労働生産性と顧客満足度の双方の飛躍的な向上が見込めると考えています。

Q | 今期新たに开店したトレファクアニメラボの手応えと、今後の展開を教えてください。

トレファクアニメラボは、アニメ・キャラクターグッズを取り扱う新業態として、2026 年 6 月に東京都立川市に 1 号店を开店しました。当業態の开店や買取施策などが奏功し、第 2 四半期累計のホビー用品は、仕入高が前年同期比+9.7%、販売高が同+20.5%と買取・販売ともに伸長しており、確かな手応えを感じています。第 4 四半期には 2 店舗目の开店が決定しています。

今後も、トレファクアニメラボのような専門業態の展開を通じて特定商材の専門性を深め、顧客の裾野を広げるとともに、そこで蓄積したノウハウを既存事業にも還元することで、グループ全体の底上げを図ってまいります。

Q | 米国事業はビザの取得が難しく、店舗拡大には困難が伴う印象がありますが、人材面の対策はどのように考えていますか。

米国事業は、立ち上げは日本から幹部人材を派遣していますが、事業運営は現地で採用する人材で行っていきます。日本から人材を派遣すると、ビザと駐在コストの面でデメリットが大きいと考えています。

2027 年春に 1 号店をオープンする予定で、すでに採用の準備も進めており、運営の中核となる人材候補の応募も来ています。店舗物件の確保に想定以上に時間がかかりましたが、この 1 年で店舗の運営マニュアルや教育プログラムの整備を進めており、早期の立ち上げに向けて見通しが立ってきています。