



平成24年2月期

決算説明資料

株式会社
トレジャー・ファクトリー



東証マザーズ 証券コード：3093

「喜び」「発見」「感動」を提供するリユースショップ



目 次

●平成24年2月期 決算概要 P 2

●TOPICS 2011.3—2012.2 P 1 2

●成長戦略と当期業績予想 P 1 7

● 補足資料 P 2 5

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。

平成24年2月期 決算概要

損益計算書概要

売上高7,205百万円（前期比13%増）、**経常利益594百万円**
サマリー（同**50%増**）、**当期純利益295百万円**（同**34%増**）
 前期に比べ、**経常利益率が2.1%上昇し、過去最高益を達成**

（単位：千円）

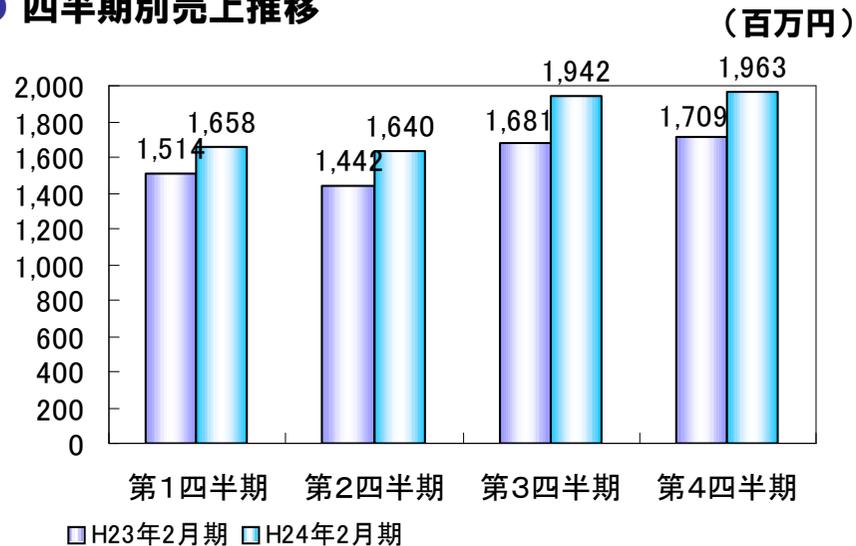
	平成23年2月期	平成24年2月期	前期比	平成24年2月期 業績予想	予想比
売上高	6,347,616	7,205,498	113.5%	7,149,000	100.8%
差引売上総利益	4,110,788	4,677,397	113.8%	—	—
（差引売上総利益率）	64.8%	64.9%	—	—	—
販管費	3,718,069	4,106,916	110.5%	—	—
（販管费率）	58.6%	57.0%	—	—	—
営業利益	392,719	570,480	145.3%	533,000	107.0%
（営業利益率）	6.2%	7.9%	—	7.5%	—
経常利益	396,398	594,750	150.0%	558,000	106.6%
（経常利益率）	6.2%	8.3%	—	7.8%	—
当期純利益	219,382	295,544	134.7%	279,000	105.9%
（当期純利益率）	3.5%	4.1%	—	3.9%	—

POINTS

売上高は前期比13.5%の増収。既存店は震災の影響から3月は前年同月比15.4%減となったが、4月以降の11ヶ月累計では前年同期比0.7%の増収。売上総利益率は65.1%となり、前期に対し0.3%上昇。当期から計上の返品調整引当金繰入額の影響により差引売上総利益率は64.9%となった。販管费率が前期に対し1.6%低下。経常利益率は8.3%となり、前期に対し2.1%上昇。資産除去債務計上に伴う特別損失を39百万円計上。

四半期業績の推移

● 四半期別売上推移

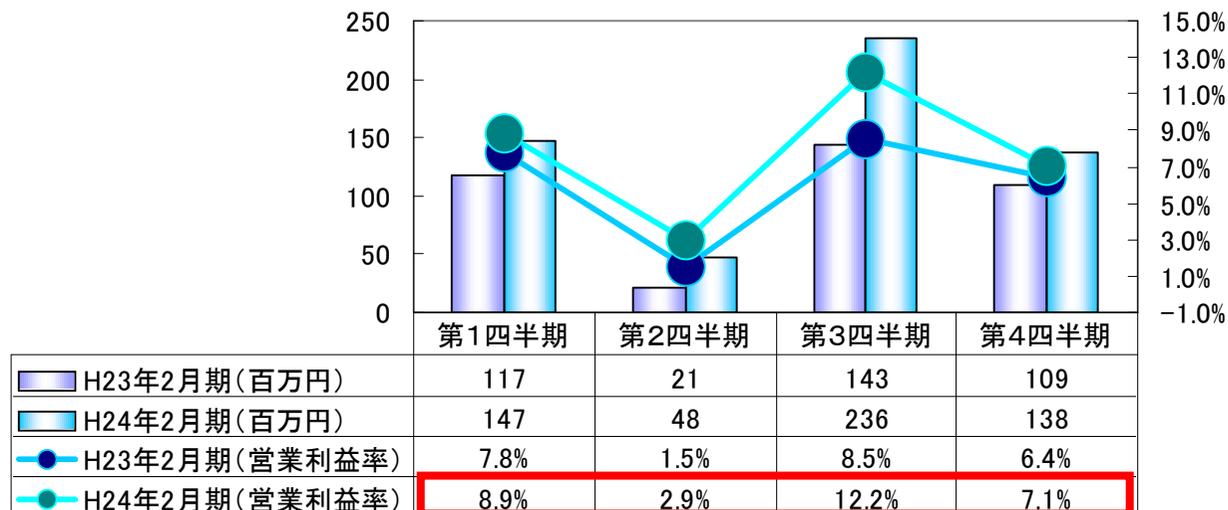


POINTS

当期第4四半期の売上高は1,963百万円、営業利益は138百万円、営業利益率7.1%となった。

● 四半期別営業利益推移

■ H23年2月期(百万円) ■ H24年2月期(百万円) ● H23年2月期(営業利益率) ● H24年2月期(営業利益率)



商品別仕入実績・事業別商品別販売実績

● 商品別仕入実績（単位：千円）

セグメント	集計	構成比	前期比
生活雑貨	262,817	10.0%	98.6%
衣料・服飾雑貨	1,403,101	53.4%	126.6%
電化製品	577,056	22.0%	102.4%
家具	170,510	6.5%	107.4%
ホビー用品	130,847	5.0%	94.1%
その他	82,509	3.1%	118.3%
総計	2,626,842	100.0%	113.9%

POINTS

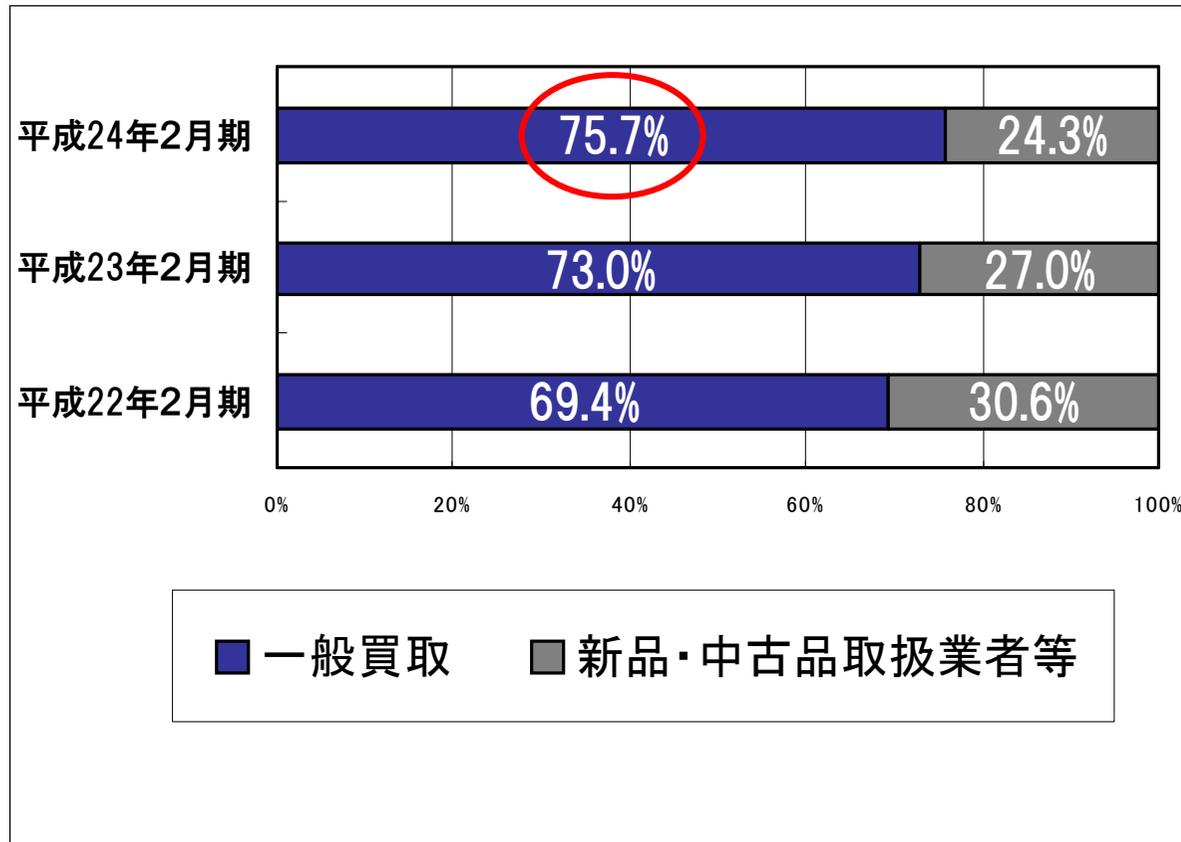
衣料・服飾雑貨の売上が前期比27.6%増、家具の売上が同2.8%増となった。

● 事業別商品別販売実績（単位：千円）

事業	品目	売上高	構成比	前期比
直営事業	生活雑貨	824,380	11.4%	102.7%
	衣料・服飾雑貨	3,796,051	52.7%	127.6%
	電化製品	1,495,789	20.8%	98.0%
	家具	619,640	8.6%	102.8%
	ホビー用品	393,052	5.5%	99.3%
	その他	37,666	0.4%	149.5%
	小計	7,166,580	99.4%	113.3%
FC事業		18,036	0.3%	152.2%
その他事業		20,881	0.3%	268.9%
合計		7,205,498	100.0%	113.5%

仕入経路別仕入実績

● 一般買取と新品・中古品取扱業者等からの仕入の割合の推移



POINTS

一般買取の構成比が75.7%となった。

店舗区分別売上・利益 前期対比

● 売上高

区分	既存店(前々期以前出店店舗)	前期出店店舗
前年同期比	99.4%	239.4%

● 売上総利益

区分	既存店(前々期以前出店店舗)	前期出店店舗
前年同期比	99.1%	250.6%
売上総利益率	65.3%	66.3%
前年同期差	-0.2%	2.9%

● 営業利益

区分	既存店(前々期以前出店店舗)	前期出店店舗
前年同期比	99.2%	(※)
営業利益率	21.2%	20.5%
前年同期差	-0.1%	(※)

(※)前期の営業利益が赤字であるため、表示していません。

POINTS

既存店は、3月に震災の影響により売上が落ち込んだため、売上高が前期比0.6%の減収。

4月以降の11ヶ月累計の売上高では前年同期比0.7%増。

売上総利益率は65.3%となり、前期に対し0.2%低下。営業利益率は前期に対し、0.1%低下し、21.2%となった。

前期出店店舗は売上総利益率が66.3%、営業利益率が20.5%となった。

既存店の状況

(単位:千円)

	平成23年2月期	平成24年2月期	前期比
既存店の買取件数(件)	499,778	504,426	100.9%
既存店の一般買取額(千円)	1,470,433	1,537,165	104.5%
既存店の一般買取単価(円)	2,942	3,047	—
既存店の販売件数(件)	1,944,551	1,995,272	102.6%
既存店の売上高(千円)	5,641,629	5,607,402	99.4%
既存店の販売単価(円)	2,901	2,810	—

POINTS

既存店の買取件数は前期に対し0.9%増加(4月以降11ヶ月累計2.9%増)、販売件数は前期に対し2.6%増加(4月以降11ヶ月累計3.8%増)。

既存店の売上総利益率推移

既存店の売上総利益率推移

	第1四半期 (3-5月)	第2四半期 (6-8月)	第3四半期 (9-11月)	第4四半期 (12-2月)	通期
前期	66.6%	63.9%	66.0%	65.5%	65.5%
当期	66.9%	64.7%	65.7%	64.1%	65.3%
前年同期比	+0.3%	+0.8%	▲0.3%	▲1.4%	▲0.2%

既存店の売上利益率は通期で0.2%低下

(主な要因)

◆第2四半期までは前年同期に比べ値下げや法人仕入の影響が縮小し、売上総利益率が改善

◆第3四半期以降は、衣料品を中心に買取が伸び、衣料品在庫を第4四半期にシーズン内で販売していくため値下げが増加した

販売費及び一般管理費の推移

(単位:千円)

	平成23年2月期	平成24年2月期	前期比
人件費	1,755,467	2,015,853	114.8%
(対売上高比率)	27.7%	28.0%	—
賃借料	816,786	929,502	113.8%
(対売上高比率)	12.9%	12.9%	—
減価償却費	126,008	132,601	105.2%
(対売上高比率)	2.0%	1.8%	—
水道光熱費	148,164	148,183	100.0%
(対売上高比率)	2.3%	2.1%	—
広告宣伝費	95,468	79,760	83.5%
(対売上高比率)	1.5%	1.1%	—
その他	776,174	801,014	103.2%
対売上高比率	12.2%	11.1%	—
販管費合計	3,718,069	4,106,916	110.5%
対売上高比率	58.6%	57.0%	—

POINTS

販管費率は57.0%、前期比1.6%低下。

震災後、全社的に費用抑制に取り組み、広告宣伝費や水道光熱費が計画を下回ったことや新規出店数が前期に比べ減少したことによる出店費用低減などから、販売費及び一般管理費比率が前期比1.6%低下した。

貸借対照表概要

(単位:千円)

	平成23年2月期末	平成24年2月期末	前期末増減額
流動資産	1,424,529	1,902,803	478,273
(構成比)	53.7%	58.0%	—
固定資産	1,227,429	1,378,810	151,380
(構成比)	46.3%	42.0%	—
総資産	2,651,958	3,281,613	629,654
流動負債	926,463	1,153,153	226,690
(構成比)	34.9%	35.1%	—
固定負債	273,956	406,294	132,337
(構成比)	10.3%	12.4%	—
負債合計	1,200,419	1,559,447	359,028
(構成比)	45.3%	47.5%	—
純資産	1,451,539	1,722,166	270,626
自己資本比率	54.7%	52.5%	—
自己資本当期純利益率	17.8%	18.6%	—

POINTS

自己資本当期純利益率は18.6%
(前期比0.8%上昇)

当事業年度における資産合計は、前事業年度末と比較して629,654千円増加し、3,281,613千円となった。現金及び預金の増加302,971千円、商品の増加113,903千円、新規出店に伴う建物の増加95,963千円が主な要因。

当事業年度における負債合計は、前事業年度末と比較して359,028千円増加し、1,559,447千円となった。未払法人税等の増加105,369千円、資産除去債務の増加161,583千円が主な要因。

当事業年度における純資産合計は、前事業年度末と比較して270,626千円増加し、1,722,166千円となった。当期純利益による利益剰余金の増加295,544千円、剰余金の配当による減少27,218千円が主な要因。

キャッシュ・フロー計算書概要及び設備投資額

(単位:千円)

	平成23年2月期	平成24年2月期	前期 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	264,475	500,409	235,934
投資活動によるキャッシュ・フロー	-363,120	-164,990	198,130
財務活動によるキャッシュ・フロー	121,279	-32,447	-153,727
現金及び現金同等物の増減額	22,634	302,971	—
現金及び現金同等物の期末残高	485,532	788,504	302,971
	平成23年2月期	平成24年2月期	前期 増減額
設備投資額	196,618	98,916	-97,701

POINTS

営業CFは前期に235百万円増加し、500百万円となった。

主な増減要因

(営業活動によるキャッシュ・フロー)
 税引前四半期純利益 +555,106千円
 減価償却費 +138,716千円
 法人税等の支払額 -196,940千円
 たな卸資産の増加額 -117,583千円

(投資活動によるキャッシュ・フロー)
 店舗新設に伴う有形固定資産の取得による支出
 -100,600千円
 敷金及び保証金の差入による支出
 -43,609千円

(財務活動によるキャッシュ・フロー)
 長期借入れによる収入 +140,000千円
 長期借入金の返済による支出 -188,163千円



TOPICS

2011.3 – 2012.2

新規出店 総合業態 トレジャーファクトリー 2店出店

H23年7月にトレジャーファクトリー
横浜長津田店オープン

フィットネスクラブとの複合出店



H24年1月にトレジャーファクトリー
牛久店オープン予定

茨城県 初出店



茨城県に総合リユース業態を初出店。
計画の出店数を下回り、年間2店の出店となった。
一都三県での店舗数が40を超えたこともあり、新規物件の確保に苦戦。

新規出店 服飾専門 トレジャーファクトリースタイル4店出店

H23年4月に船橋店オープン

船橋店オープンにより 直営店50店体制



H23年10月に橋本店オープン

橋本駅近くの複合商業施設に出店



H23年7月に川越店オープン

川越の繁華街に出店した半地下店舗



H23年11月に葛西店オープン

葛西駅の駅前に路面店出店



都心駅前的好立地への出店が可能となり多店舗展開が加速

ポイントカードを活用したキャンペーンの実施



キャンペーン内容

開催期間中に5つの店舗で購入、
または買取依頼を行っていただくと、
500トレポをプレゼント!

ポイントサービス「トレポ」活用
による会員に対する
販売・買取の促進

Web媒体と紙媒体を活用し、効率的な広告宣伝を実施。
H23年2月期にリニューアルしたポイントカードサービスを活用した
キャンペーンなどにより当社店舗を利用する顧客拡大を図った。

他社との提携による買取強化

店頭買取、出張買取、宅配買取、法人仕入の4つの
仕入形態を活かし、他社提携による新規買取顧客開拓推進

- 総合的にモノを取扱う
- 50店以上のチェーン店を持つ
当社だからこそ提携が可能



優良企業との提携により、
新しい顧客の開拓が可能に

中古家電製品の
仕入強化



ノジマとの取組

家電品を買い換える際に、不要になった
家電品を下取りしてもらえるサービスを提供

出張買取強化



大京アステージとの取組

家に居ながらにして買取を行なってもらえる
サービスを提供

宅配買取強化



マガシークとの取組

洋服を新しく買う前に、クローゼットの不要
な服を買い取ってもらえるサービスを提供

成長戦略と当期業績予想

経営環境

1

日本全体の成長鈍化

市場の成熟、少子化等の影響

2

リユース市場の継続的な拡大

不要品を捨てるのではなく、再利用する(=リユース)意識が浸透

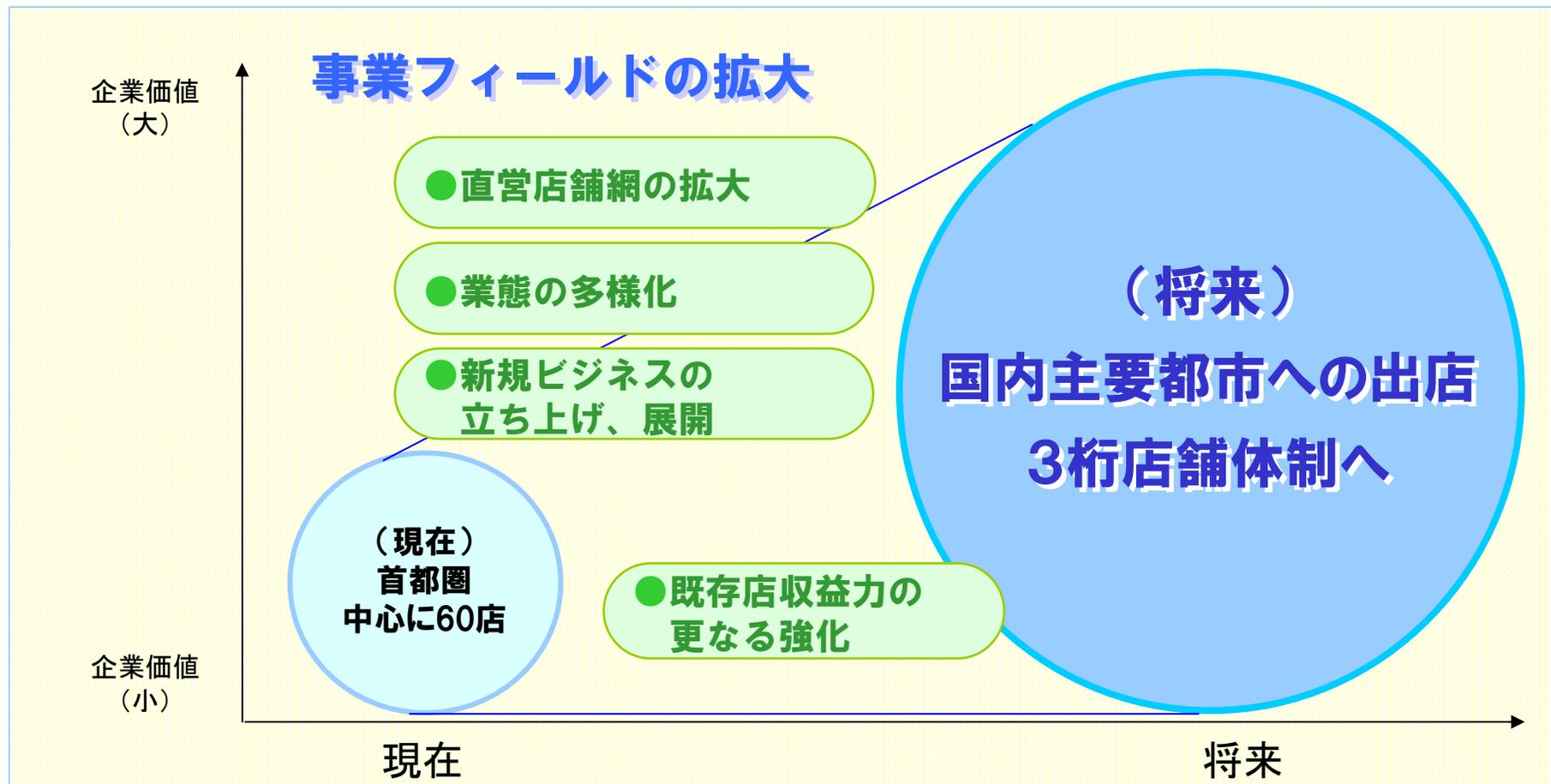
3

リユース市場におけるプレイヤーの増加と淘汰

チェーン展開企業を中心にリユース市場への参入が増加、同時に淘汰も進む

中長期成長イメージ

リユースへの社会的ニーズの高まりを背景に、
首都圏での展開から全国展開へ、そして、
総合リユースカンパニーとしての確固たるポジションを獲得する

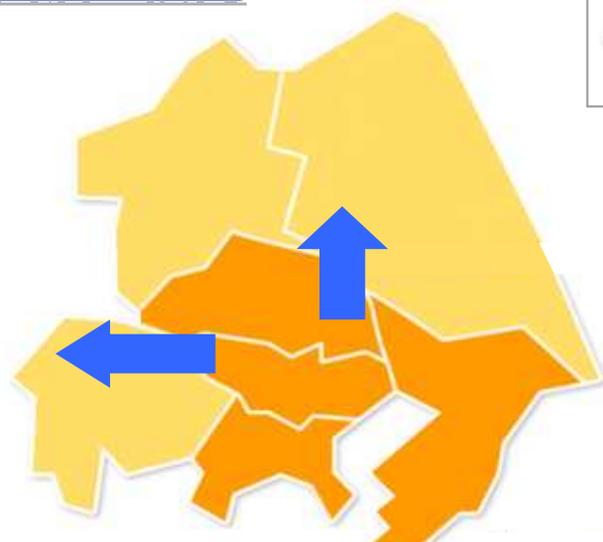


中期出店戦略

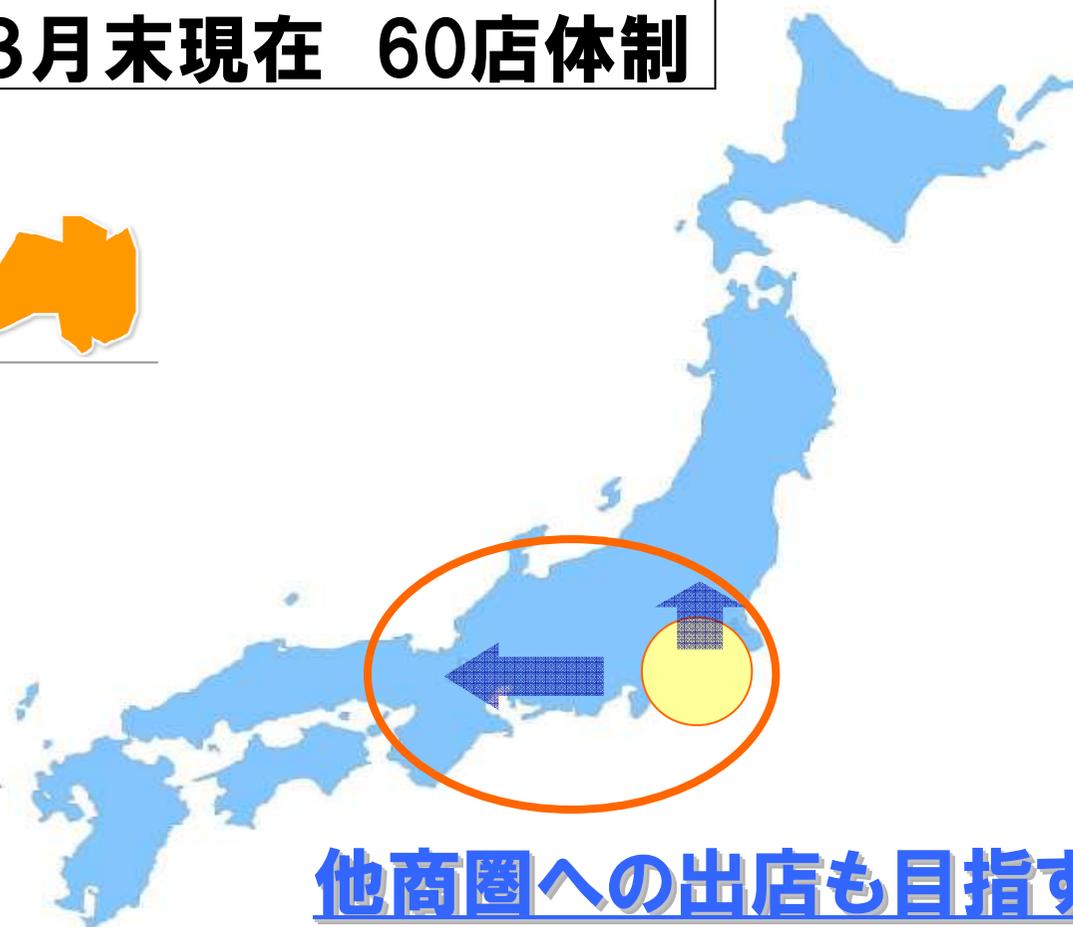
出店エリアを徐々に拡大、北関東や中部、
関西エリアも積極的に検討し、新規エリアでの展開を目指す

H24年3月末現在 60店体制

一都三県の隣県への
出店を検討



一都三県での
ドミナント出店



他商圈への出店も目指す

継続的な2桁出店体制構築へ

成長するリユース市場において、継続的な年間2桁出店と既存店の収益力の継続的強化により、確実な成長を実現する

基本戦略

総合リユース業態と服飾専門リユース業態の
多店舗展開による年間2桁出店を推進



総合リユース業態
「トレジャーファクトリー」

(3月末時点直営42店)

- 首都圏の出店継続
- 中部、関西地区への多店舗展開を目指す



服飾専門リユース業態
「トレジャーファクトリースタイル」

(3月末時点直営14店)

- 服飾関連商品のリユースのニーズが大きく伸びており、首都圏の出店余地が大きい

H25年2月期の取り組み

年間10店前後の新規出店を目指す

- 総合リユース業態:新規出店5店前後を目指す
- 服飾専門リユース業態:新規出店5店前後を目指す

既存店の収益力強化

- 売上総利益率の管理徹底を図る
- 広告宣伝の効率的な実施など、販売費及び一般管理費をコントロールする

ポイントサービスを活用した販売・買取促進の取り組み

他社提携やインターネット活用による買取強化

- 自社サイトでの情報発信とネット広告の取組強化による買取促進
- 大手マンション管理会社との提携による出張買取強化
- 家電量販大手との提携による家電製品の仕入強化
- ファッションECサイトとの提携による宅配買取強化 etc

新規事業への取り組み(ブランド・ファッションレンタル事業をH22年10月開始)

H25年2月期 業績予想

POINTS

**売上高予想は前期比14%増の82億円、
経常利益予想は同3%増の6.17億円、
当期純利益予想は同14%増の3.39億円**

	平成24年2月期 実績	平成25年2月期 第2四半期 累計期間予想	平成25年2月期 通期予想	前期比
売上高(百万円)	7,205	3,761	8,231	114.2%
営業利益(百万円)	570	179	611	107.1%
(営業利益率)	7.9%	4.8%	7.4%	—
経常利益(百万円)	594	183	617	103.7%
(経常利益率)	8.3%	4.9%	7.5%	—
当期純利益(百万円)	295	100	339	114.7%
(当期純利益率)	4.1%	2.7%	4.1%	—
1株あたり当期純利益(円)	108.58	36.62	124.13	—

株主還元について～配当予想

POINTS

**配当方針と業績に鑑み、H24年2月期の期末配当を当初予想の10円から15円に修正
H25年2月期は2円増配し、期末配当17円を計画**

	平成21年2月期 実績	平成22年2月期 実績	平成23年2月期 実績	平成24年2月期 予想	平成25年2月期 予想
1株あたり年間配当金(円)	1,800	2,000	10	15	17
1株あたり年間配当金(円) (※遡及修正後)	9	10	—	—	—
配当性向	18.1%	13.7%	12.0%	13.8%	13.7%

※2010年3月1日付で普通株式1株につき200株の割合をもって株式の分割を行っており、2009年2月期および2010年2月期の配当額は、当該株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の配当額を記載しております。

利益配分に関する基本方針

当社は、株主への利益還元を重要な経営課題と認識しており、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ことを基本方針としております。

補足資料

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
従業員数	284名（パートタイマー等は含まれておりません） （平成24年2月末現在）
決算月	2月
創立	平成7年5月25日（1995年5月25日）
本社所在地	東京都足立区梅島三丁目32番6号
資本金	361,343千円
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 ブランドバッグ&ファッションレンタル事業「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。
社名の由来	（宝物の工場）「価値の再生工場」 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

- 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
- 1995年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 2月 東京都足立区入谷に物流センターを拡張移転
- 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
- 2006年10月 取り扱い品目を衣料・服飾雑貨等に絞った新業態店舗事業を開始
千葉県千葉市にユーズドセレクトショップ「トレジャーファクトリースタイル フレスポ稲毛店」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
- 2010年 10月 ブランドバッグ & ファッションレンタル「Cariru」を開始
- 2012年 1月 茨城県に初進出
茨城県牛久市に「トレジャーファクトリー牛久店」を開店



総合リユース業態 「トレジャーファクトリー」

直営
42店舗
(FC4店舗)

取扱商品

洋服、電化製品、家具、贈答品、ブランド品、
小物、雑貨、スポーツ用品、貴金属 など



きれいで見やすく、安心して利用できるお店づくり

- 様々な一品モノを見やすく陳列
- お客様に常に‘宝探し’のようなワクワク感を提供する陳列



服飾専門リユース業態 「トレジャーファクトリースタイル」

直営
14店舗



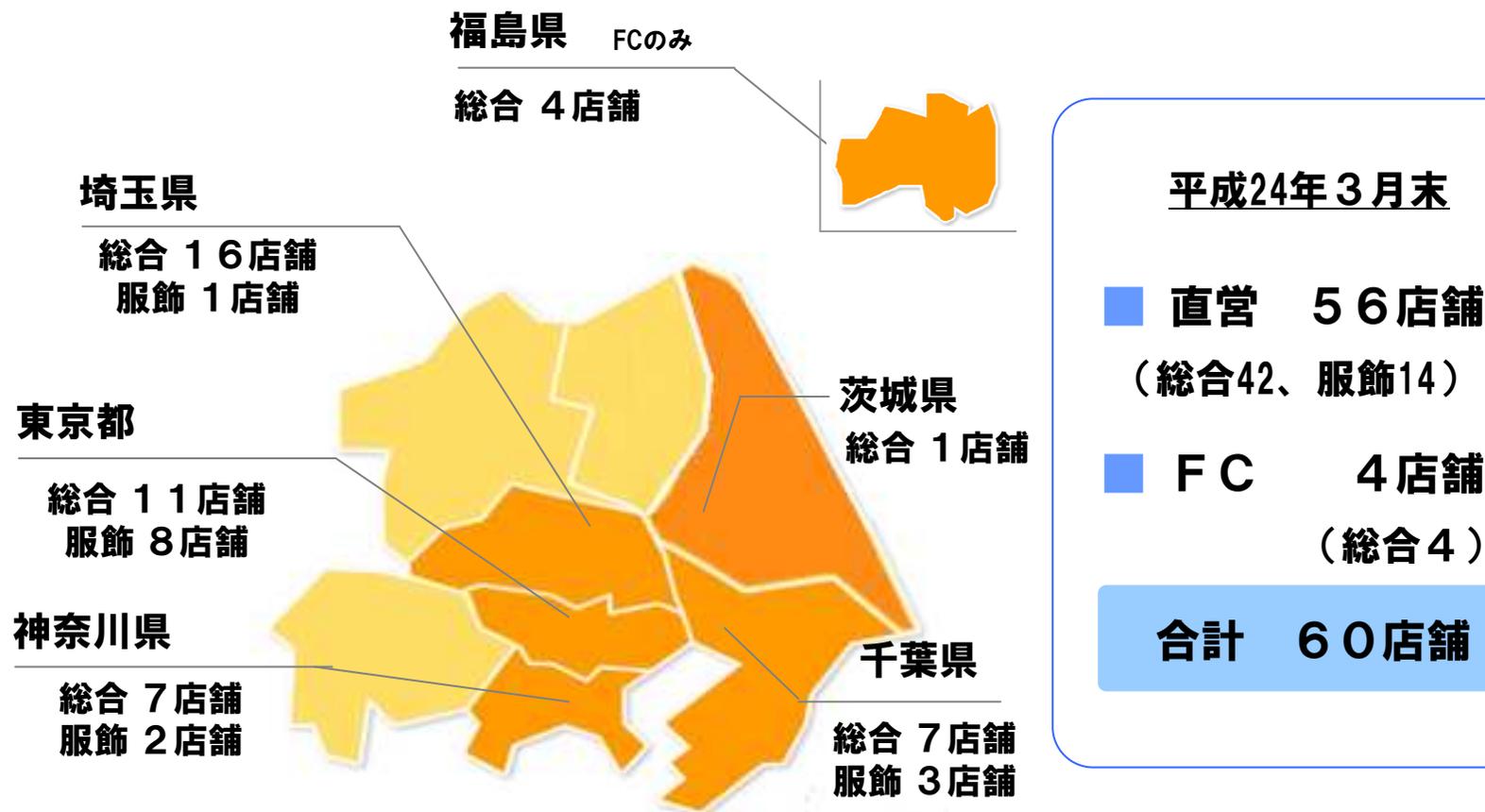
取扱商品

ウェア、時計、バッグ、アクセサリ、
シューズ、アウトドアブランド など

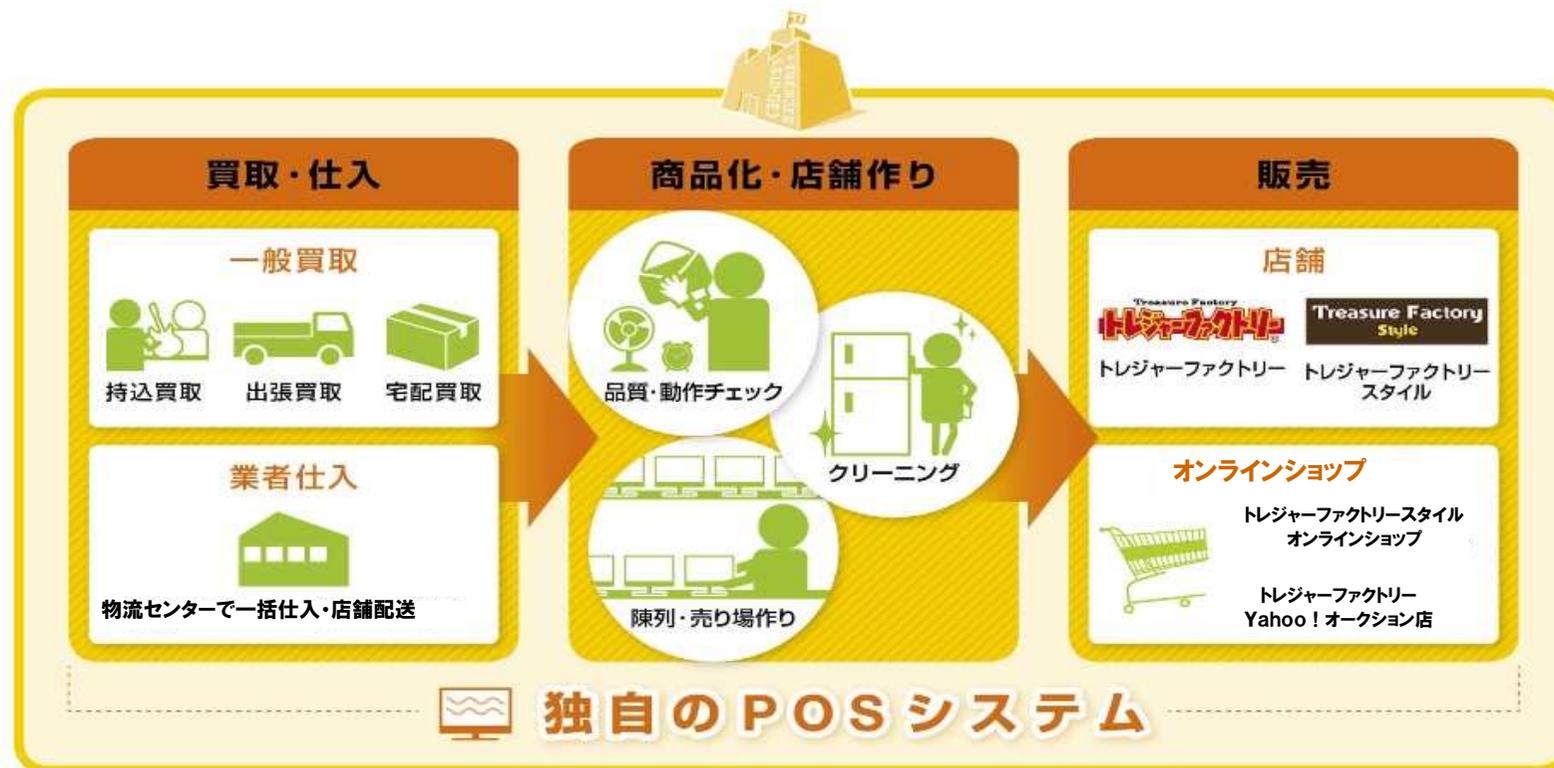


- 見るだけでも楽しく、訪れるたびに発見のある衣料・服飾雑貨専門のユーズドセレクトショップ
- 最新の流行品、手の届かなかった高級品、レアアイテムをお得な価格でご提供

24年3月現在 直営店56店、FC4店の60店体制



※総合:総合リユース業態「トレジャーファクトリー」
服飾:服飾専門リユース業態「トレジャーファクトリースタイル」



POINT

買取・仕入

幅広い品揃えを支える
多様な買取チャネル

- ワンストップで多種多様なモノを
買い取る買取力
- POSシステムをベースにした査定
システムにより査定の平準化を
実現

POINT

商品化・店舗作り

不用となったモノを
宝物にする工場の役割

- きれいで安心して利用できるお店
- 一品モノとの出会いを演出する売り場
- 店舗の数だけ独自の売り場がある
50店あれば50通りのお店がある

POINT

販売

2つの店舗業態とWebチャネル
を組み合わせた販売力

- 常に商品が入れ替わる鮮度の
高い売り場
- POSシステムにより一品一品の
売買情報の蓄積と在庫期間の
適正管理を実現

当社の特徴

特徴 1 **伸び続けているリユース市場のパイオニア的存在**

特徴 2 **総合リユース業態と服飾専門リユース業態を軸に
多店舗出店**

特徴 3 **店舗が年齢を重ねても収益が低下しづらい事業モデル**

特徴 4 **徹底したシステム化による店舗業務の効率化推進**

特徴 5 **お客様満足追求を徹底した
当社ならではの顧客サービスの提供**

リユース品小売業の年間販売額

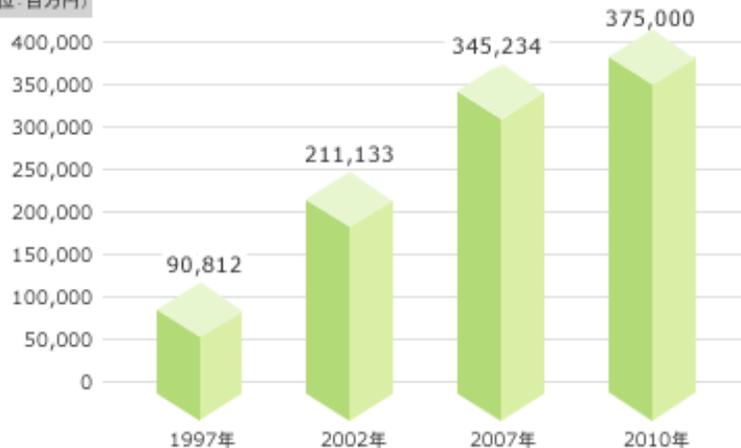
市場規模は、年々拡大

- 消費者の環境意識の高まり
- 景気動向が厳しくなる中、より良いものを安く購入したいというニーズの強まり

推定市場規模: 3,750億円

リユース品小売業の年間販売額

(単位:百万円)



※出典(1997年、2002年、2007年): 経済産業省「商業統計」中古品小売業(自動車、自転車、本、骨董品除く)

※2010年のリユース品の市場規模は日本リユース業協会による協会推計値

当社の過去5期の買取・販売件数推移

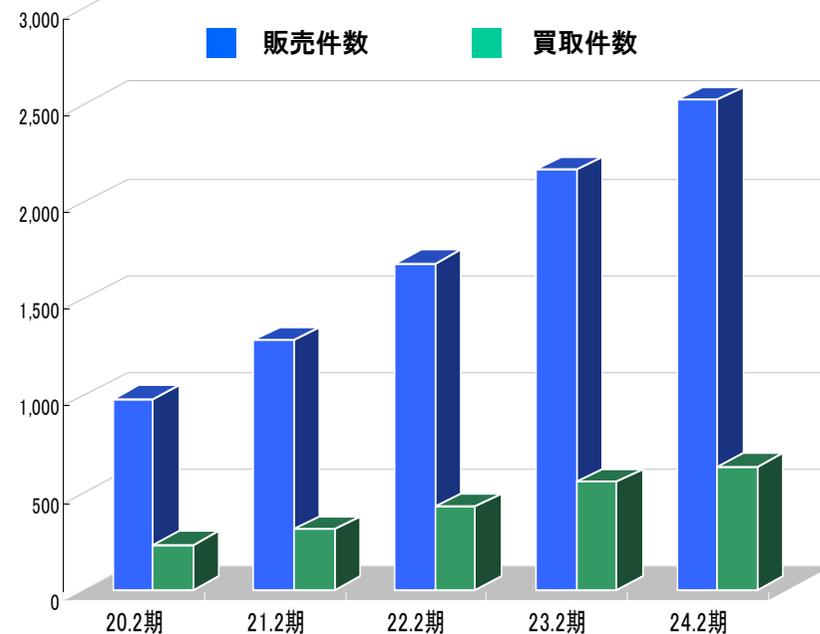
当社の買取件数は5期で**2.7倍**

販売件数は5期で**2.5倍**

当期も引き続き利用者数が大幅増

[当社の過去5期の買取・販売件数推移]

単位: 千件



当社の特徴 2 総合リユース業態と服飾専門リユース業態を軸に多店舗出店

特徴が異なる2つの業態展開により、
多様なエリアへの出店が可能となり、当社で活躍する人材も多様化。
2業態の展開により継続的な年間2桁出店体制が整う。

総合リユース業態



「トレジャーファクトリー」

郊外独立
店舗出店

ショッピング
モール出店

駅前商業
施設出店

- 店舗形態や物件規模（広さ）に応じた商品構成で出店可能→幅広い物件に対応可能
- 会社規模拡大に伴い、500坪近い売り場面積の店舗の出店も可能となった

**物件の形態、規模に応じて商品構成を
変化させることにより幅広い物件に
対応可能**

服飾専門リユース業態



「トレジャーファクトリースタイル」

都心駅前
出店

ショッピング
モール出店

- 都心駅前物件など総合リユース業態では十分な広さが確保できず出店が難しいエリアへの出店が可能

**総合リユース業態では出店しにくい
都心型出店で相乗効果**

当社の特徴 **3**

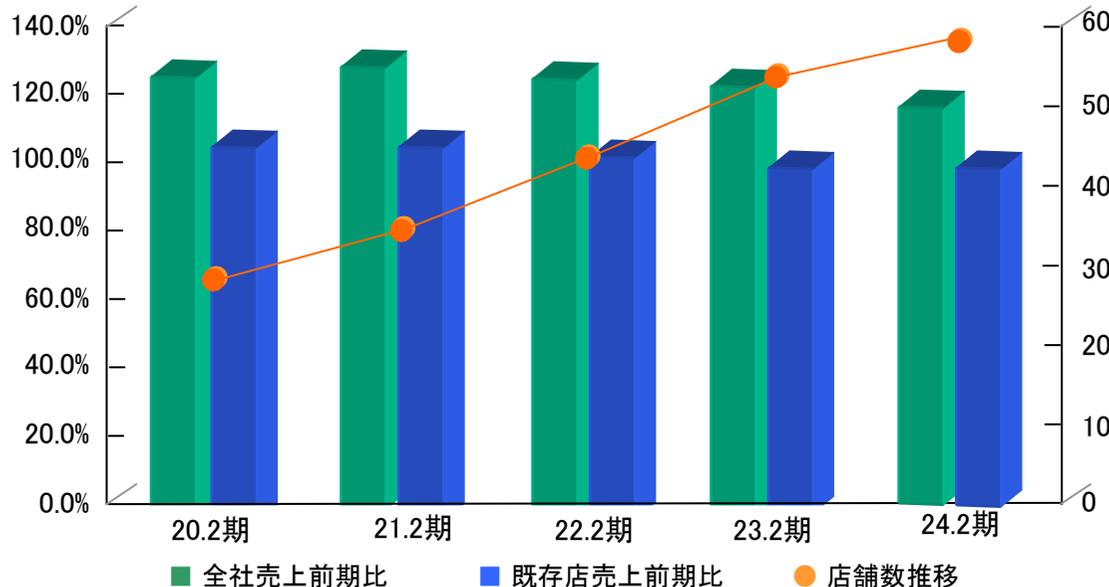
店舗が年齢を重ねても収益が低下しづらい事業モデル

**過去5期で店舗数が2倍(29店から58店に増加)、
新規出店のための在庫確保、人材確保を進めながらも
既存店売上を大きく落とすことなく継続成長を実現**

20.2期	21.2期	22.2期	23.2期	24.2期
123.1%	125.8%	123.3%	121.4%	113.5%
102.5%	102.6%	101.1%	100.6%	※ 99.4%
29	35	43	52	58

※H24年2月期は、震災が発生した3月に前年同月比15.4%の減収となり、通期で前期を下回りましたが、4月以降の11ヶ月累計の売上高では**前年同期比100.7%**

〔当社の過去5期の全社・既存店売上の前期比推移と店舗数推移〕



店舗の成長の流れ

〔店舗オープン〕

- 知名度向上、リピーター獲得

〔買取力アップ〕

- 一品モノが揃うお店になる
- 常に商品が入れ替わる
活きた店舗となる。

- 飽きられない店舗
- 収益力が継続的にアップ

独自開発のPOSシステム(競争力の源泉です)

～創業後まもなく開発に着手。独自開発なので日々使い勝手を改善・向上。



査定支援システムの導入による査定力アップ・教育スピード向上

様々な一品モノを扱うからこそスタッフの査定力が必須。査定支援システム導入によりスタッフを**約半年**で一通りの査定ができるように育成。

システムを活用した業務効率化推進(1店舗あたり2～3万アイテムを扱う)

一品モノであるからこそ外販のPOSシステムでは対応が難しい。
データ入力から値札発行、売価変更などの業務をシステムで効率化。

徹底したデータ分析により高い棚卸資産回転率を達成

当社の**棚卸資産回転率**(商品売上ベース)**9.4回転**と同業他社に比べても高い。
リアルタイムにデータを把握し、それを店舗施策に反映することにより実現。

経営理念でもある「顧客への喜び・発見・感動」の提供を追求

査定

正社員及び経験を積んだパートスタッフのみが
買取を行う体制を構築

買取接客力で差別化し、買取件数の増加、
買取のリピート率向上⇒**買取顧客満足度向上**



保証

電化製品等には6カ月保証を付けて販売、
更に新規に2年長期保証開始(トライアル実施中)

リユース品をお客様に安心して
買っていただくためのサービスの充実



顧客 サービス

買取と販売のどちらでもポイントが付与される
会員カードを導入、ポイントサービスによりお客様にも還元

買取リピート率の向上と販売促進に寄与、
今後も多様な買取促進、販売促進を展開



新規事業 ブランドバッグ & ファッションレンタル事業

新規事業として、ブランドバッグ & ファッションレンタル事業を
平成22年10月から開始

当社の取り扱っているリユース品と商材が重複するブランドバッグ等のレンタル事業を取得し、既存事業とのシナジー効果を発揮しながら、顧客に提供するサービスの拡充を図るとともに、更なる成長を目指す。



URL: <http://www.cariru.jp/>

ネットで会員募集 & レンタル受付

利用日にレンタル商品を発送

利用後にレンタル商品を返送

レンタル商品の販売も実施

バッグ、ドレス、靴、アクセサリ、服飾小物などをレンタル



The screenshot shows the Cariru website homepage. At the top, there's a navigation bar with 'HOME', '商品一覧', 'ブランドから選ぶ', 'サービスのご案内', 'Cariruとは', and 'メディア掲載'. Below the navigation bar, there's a search bar and a login section. The main content area features a large banner with the text 'パーティーアイテムは全部Cariruで' and images of various fashion items like dresses, shoes, and bags. To the right of the banner, there's a promotional box for '2011.12.31' with '往復送料0円' and '新規会員登録(無料)で500円分のポイントプレゼント!'. Below the banner, there's a section titled 'お客様の声' and another titled 'Cariru selection 2011 ニューアイテム レンタルスタート'. At the bottom, there's a grid of featured items with their names and rental prices: アンナポリマ (1日借 4,100円(税込)), アンナポリマ (1日借 3,800円(税込)), Milly (1日借 1,000円(税込)), クリスチャンルブタン (1日借 6,000円(税込)), ミリユリ (1日借 1,800円(税込)), アレクサンデルマキアリ (1日借 1,100円(税込)), and フェンディ (1日借 2,800円(税込)).

株主優待について

株主優待制度を導入しています

①オリジナルクオカード1,000円

②プレゼント抽選券

③買取金額アップクーポン券

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

【平成23年2月期 オリジナルクオカード】



【平成23年2月期 プレゼント抽選の商品内容】

プレゼント抽選券 **トレジャーチケット** 1等から3等までの賞品を抽選でプレゼント！

1等 抽選で5名に贈呈
¥1,000. JCB GIFT CARD 見本 JCBギフトカード3万円分

2等 抽選で10名に贈呈
食事券ジェフグルメカード ¥500. 食事券ジェフグルメカード1万円分

3等 抽選で20名に贈呈
図書カード ¥3000. 図書カード3千円分