

平成25年2月期第3四半期

決算説明資料

平成25年1月11日 東証マザーズ | 証券コード：3093



株式会社
トレジャー・ファクトリー

「喜び」「発見」「感動」を提供するリユースショップ



目 次

●平成25年2月期第3四半期 決算概要 P 2

●当期の取組みと業績予想 P 1 0

● 補足資料 P 2 1

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25年2月期第3四半期 決算概要

損益計算書概要

サマリー

売上高5,879百万円（前年同期比12%増）、経常利益510百万円（同12%増）、四半期純利益287百万円（同28%増）
前年同期に比べ、営業利益率が0.3%上昇

（単位：千円）

	平成24年2月期 第3四半期	平成25年2月期 第3四半期	前年同期比 (前年同期差異)	平成24年2月期
売上高	5,242,409	5,879,933	112.2%	7,205,498
差引売上総利益	3,427,080	3,921,563	114.4%	4,677,397
(差引売上総利益率)	65.4%	66.7%	1.3%	64.9%
販管費	2,995,366	3,419,279	114.2%	4,106,916
(販管费率)	57.1%	58.2%	1.1%	57.0%
営業利益	431,714	502,284	116.3%	570,480
(営業利益率)	8.2%	8.5%	0.3%	7.9%
経常利益	454,552	510,616	112.3%	594,750
(経常利益率)	8.7%	8.7%	0.0%	8.3%
四半期純利益	224,633	287,775	128.1%	295,544
(四半期純利益率)	4.3%	4.9%	0.6%	4.1%

POINTS

売上高は前年同期比12.2%の増収。既存店は前年同期比2.1%の増収。

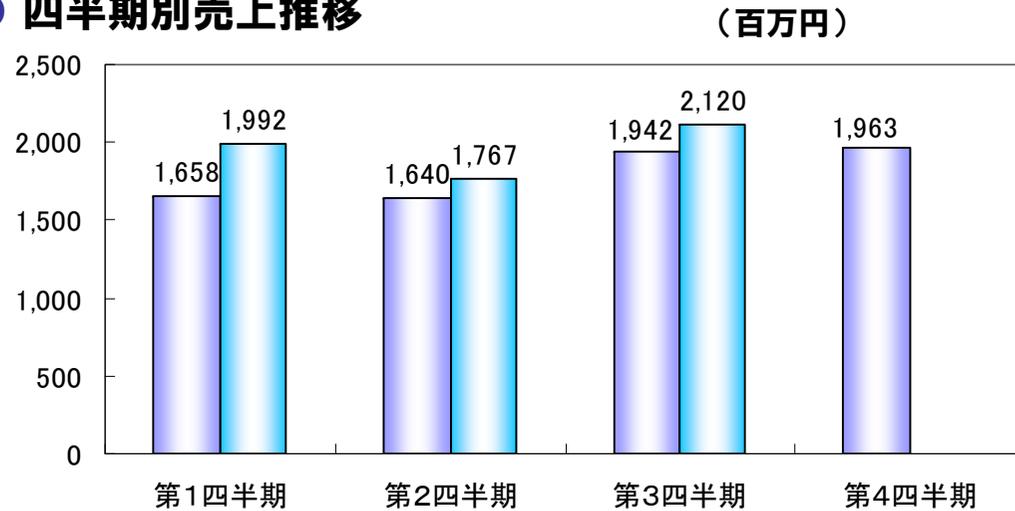
売上総利益率は66.7%となり、前年同期に対し1.0%上昇。利益率の改善に加え、返品調整引当金戻入額などの影響により差引売上総利益率は前年同期比1.3%上昇し、66.7%となった。

販管费率が前年同期に対し1.1%上昇。

経常利益率は8.7%となり前年同期と変わらぬ水準となった。

四半期業績の推移

● 四半期別売上推移

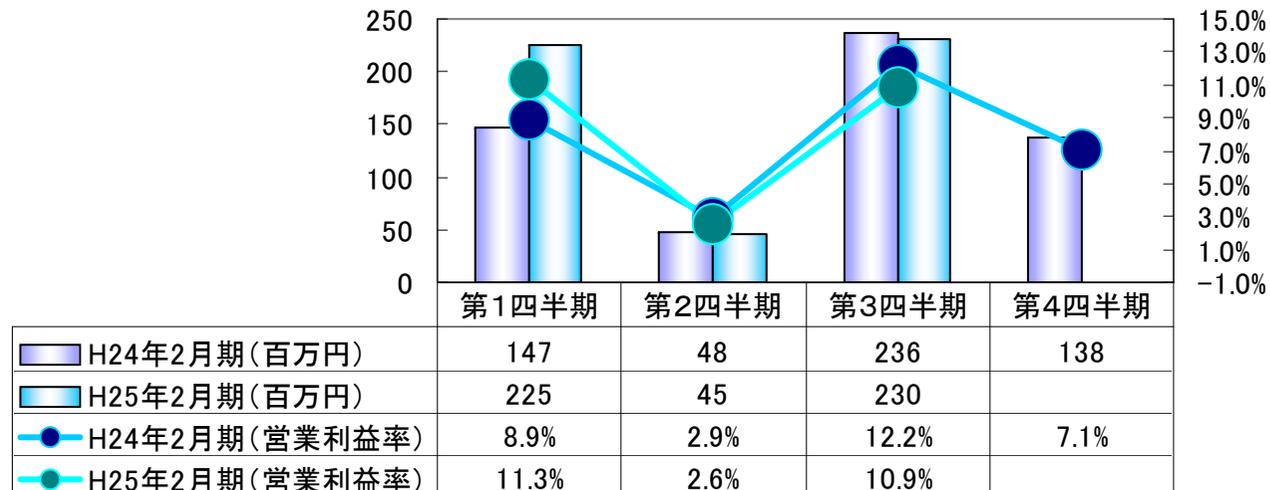


POINTS

当期第3四半期の売上高は2,120百万円、営業利益は230百万円、営業利益率10.9%となった。

● 四半期別営業利益推移

■ H24年2月期(百万円) ■ H25年2月期(百万円) ● H24年2月期(営業利益率) ● H25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	仕入高	構成比	前年同期比
生活雑貨	194,278	8.8%	96.1%
衣料・服飾雑貨	1,334,945	60.6%	131.4%
電化製品	370,150	16.8%	84.6%
家具	114,906	5.2%	89.1%
ホビー用品	107,482	4.9%	108.1%
その他	82,021	3.7%	155.5%
総計	2,203,784	100.0%	113.8%

POINTS

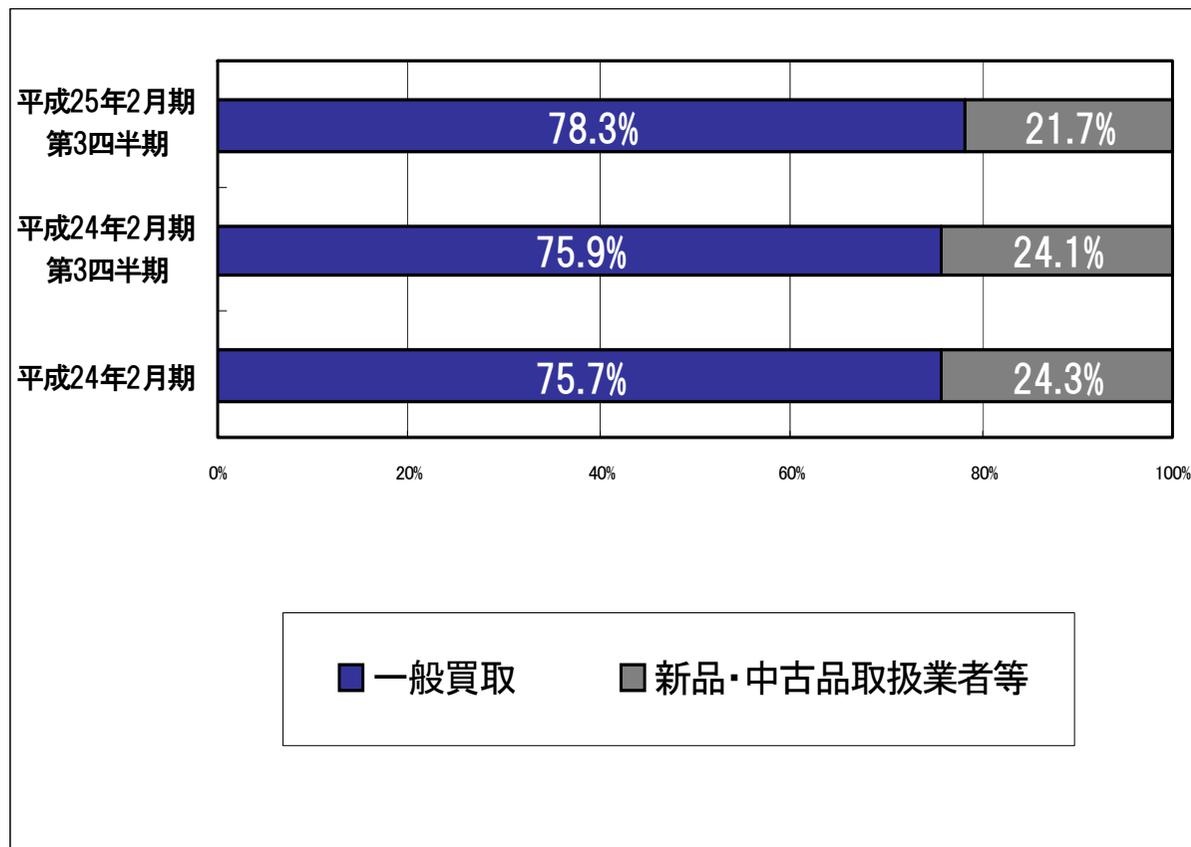
衣料・服飾雑貨の売上が前年同期比25.8%増、ホビー用品の売上が同12.0%増となった。

● 事業別商品別販売実績（単位：千円）

事業	品目	売上高	構成比	前年同期比
直営事業	生活雑貨	585,806	10.0%	94.6%
	衣料・服飾雑貨	3,365,061	57.2%	125.8%
	電化製品	1,069,495	18.2%	93.3%
	家具	463,278	7.9%	99.0%
	ホビー用品	320,662	5.5%	112.0%
	その他	22,876	0.3%	106.7%
	小計	5,827,181	99.1%	111.7%
FC事業		18,154	0.3%	152.3%
その他事業		34,597	0.6%	240.6%
合計		5,879,933	100.0%	112.2%

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78.3%
となった。

既存店の状況

● 既存店の状況 前年同期対比

区分	既存店実績
売上高 前年同期比	102.1%
売上総利益 前年同期比	102.7%
売上総利益率 (前年同期差)	66.5% 0.5%
営業利益 前年同期比	104.0%
営業利益率 (前年同期差)	21.6% 0.4%
買取件数 前年同期比	101.7%
販売件数 前年同期比	104.8%
1件あたり販売単価(円) (前年同期差額 円)	2,734 -74

POINTS

既存店は売上高が2.1%増。

売上総利益率は66.5%となり、前年同期に対し0.5%上昇。

営業利益率は前年同期に対し、0.4%上昇し、21.6%となった。

既存店の買取件数は前年同期に対し1.7%増加、販売件数は前年同期に対し4.8%増加。

販売単価が74円低下し、2,734円となった。

販売費及び一般管理費の推移

(単位:千円)

	平成24年2月期 第3四半期	平成25年2月期 第3四半期	前年同期比 (前年同期差異)
人件費	1,496,988	1,664,284	111.2%
(対売上高比率)	28.6%	28.3%	-0.3%
賃借料	685,894	787,449	114.8%
(対売上高比率)	13.1%	13.4%	0.3%
減価償却費	96,333	102,138	106.0%
(対売上高比率)	1.8%	1.7%	-0.1%
水道光熱費	104,953	138,336	131.8%
(対売上高比率)	2.0%	2.4%	0.4%
広告宣伝費	57,970	66,014	113.9%
(対売上高比率)	1.1%	1.1%	0.0%
その他	553,225	661,055	119.5%
対売上高比率	10.6%	11.2%	0.6%
販管費合計	2,995,366	3,419,279	114.2%
対売上高比率	57.1%	58.2%	1.1%

POINTS

販管費率は58.2%、前年同期比1.1%上昇。

電気料金上昇による水道光熱費の増加や新規出店による出店費用の増加から、販売費及び一般管理費比率が上昇した。

貸借対照表概要

(単位:千円)

	平成24年2月期末	平成25年2月期 第3四半期末	前期末増減額
流動資産	1,902,803	1,929,077	26,274
(構成比)	58.0%	55.3%	—
固定資産	1,378,810	1,556,245	177,435
(構成比)	42.0%	44.7%	—
総資産	3,281,613	3,485,322	203,709
流動負債	1,153,153	1,103,471	-49,681
(構成比)	35.1%	31.7%	—
固定負債	406,294	407,793	1,499
(構成比)	12.4%	11.7%	—
負債合計	1,559,447	1,511,265	-48,181
(構成比)	47.5%	43.4%	—
純資産	1,722,166	1,974,056	251,890
自己資本比率	52.5%	56.6%	—

POINTS

自己資本比率は56.6%
(前事業年度末比4.1%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203,709千円増加し3,485,322千円となった。商品の増加250,067千円、敷金及び保証金の増加95,243千円、現金及び預金の減少228,448千円が主な要因。

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48,181千円減少し、1,511,265千円となった。短期借入金の増加144,000千円、未払法人税等の減少160,791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251,890千円増加し、1,974,056千円となった。四半期純利益287,775千円の計上が主な要因。

当期の取組みと業績予想

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

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)

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3四半期 累計期間 (3-11月)
前期	66.9%	64.9%	66.2%	66.0%
当期	67.2%	66.0%	66.1%	66.5%

第3四半期累計期間の売上利益率は0.5%改善

◆上半期は、原価率の高い業者仕入の抑制や値下げ販売の抑制により利益率が改善した。

◆第3四半期は、前年同期と同水準であった。

新規出店進捗 総合リユース業態 トレジャーファクトリー

H24年8月に大和店オープン

神奈川県10店舗目の出店



H24年9月に秦野店オープン

直営60店舗目の出店



上半期に1店、下半期に1店出店
店舗数が少なかった神奈川県に2店を出店

新規出店進捗 服飾専門 トレジャーファクトリースタイル

H24年8月に下北沢店オープン

古着の街 下北沢に出店



H24年10月に川口店オープン

トレジャーファクトリースタイル最大規模



H24年12月に厚木店オープン

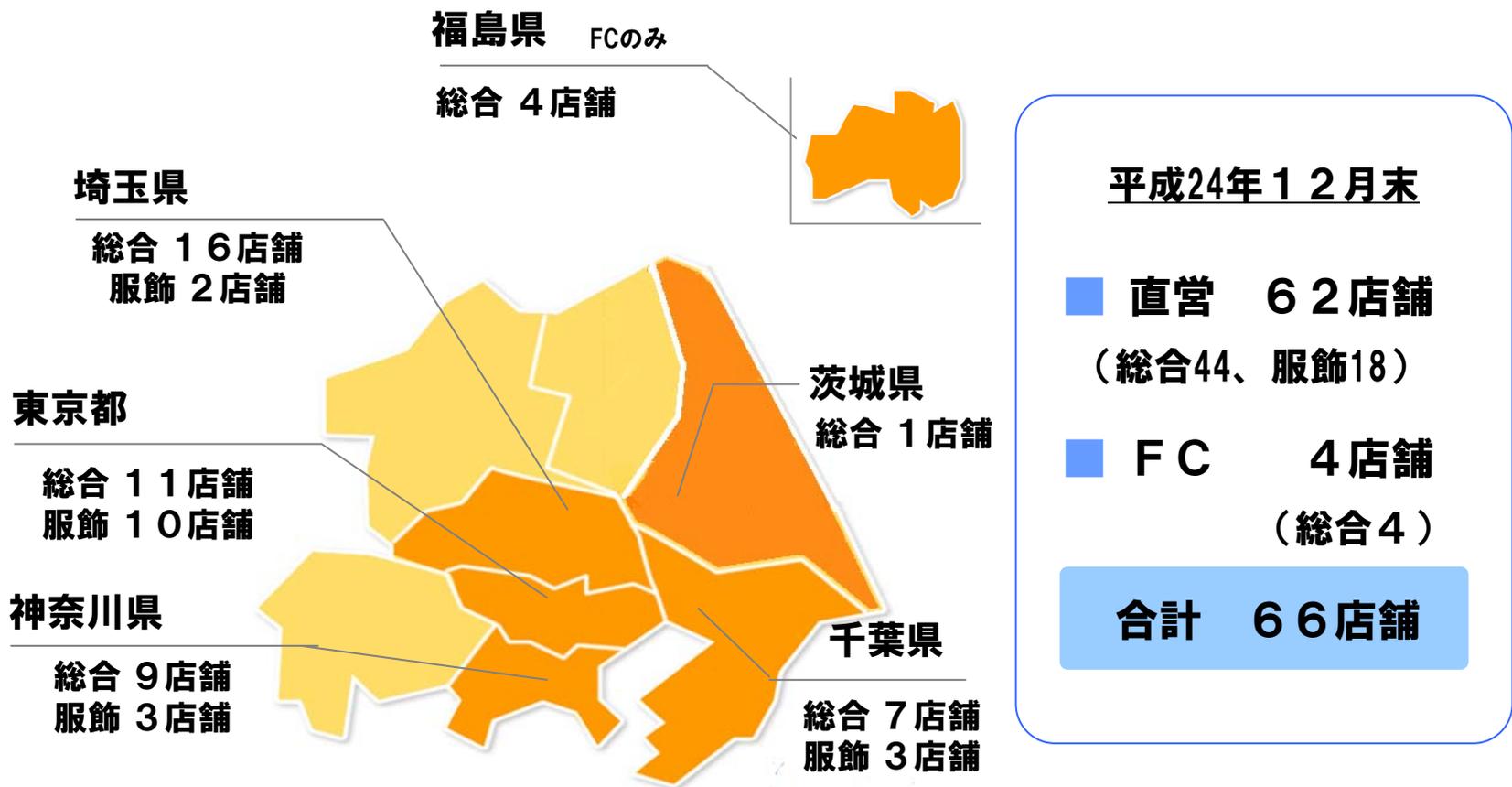
フロア別の商品構成



服飾専門リユース業態を12月までに5店出店

店舗ネットワーク

当期12月までに直営7店、FC1店 計8店を出店
24年12月末現在 直営店62店、FC4店の66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」

今後の出店戦略 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」

- 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



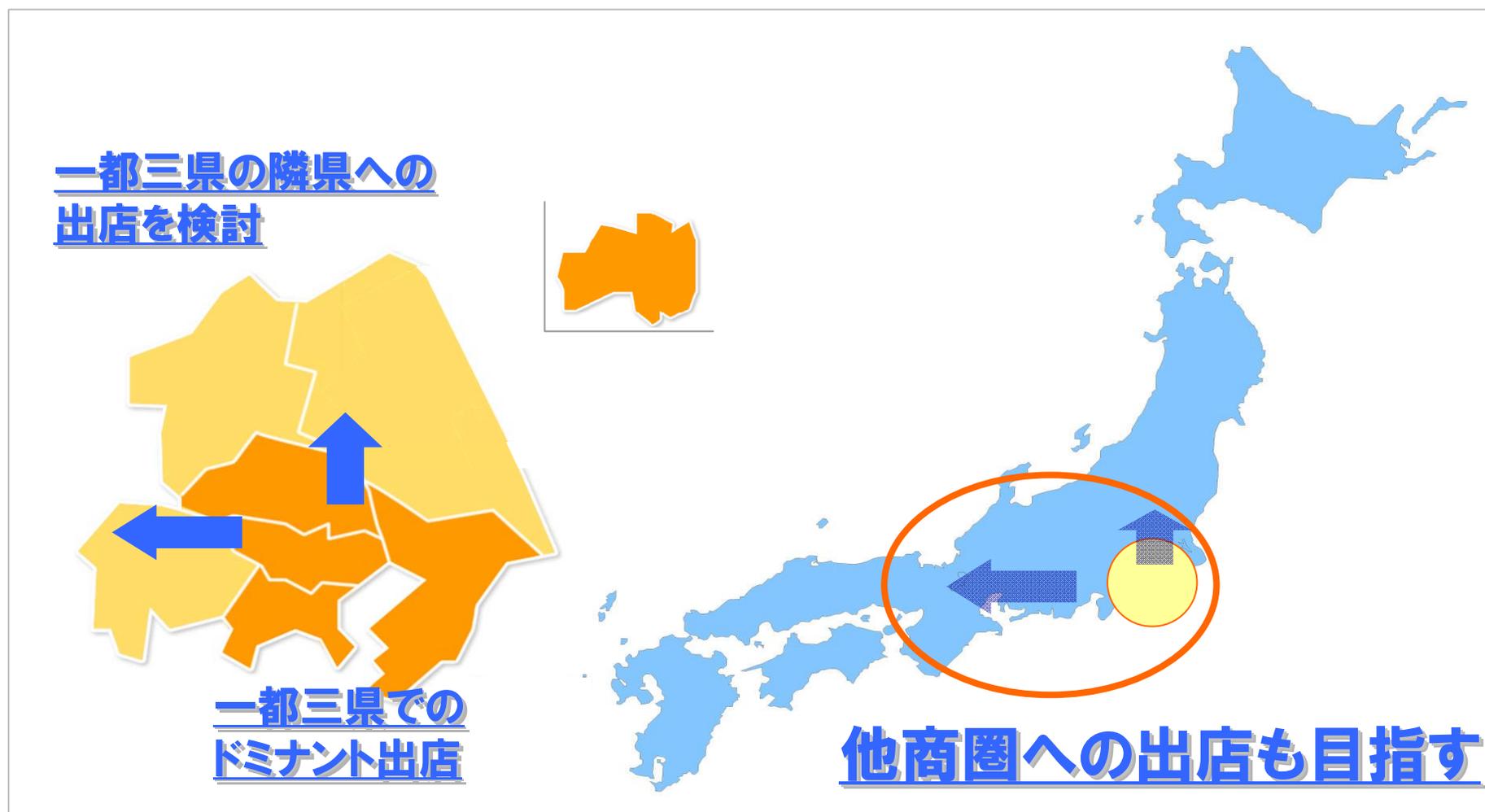
服飾専門リユース業態

「トレジャーファクトリースタイル」

- 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

今後の出店エリア

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



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25年2月期 第3四半期実績	前年同期比	平成25年2月期 通期予想	前期比	平成24年2月期 実績
売上高(百万円)	5,879	112.2%	8,231	114.2%	7,205
営業利益(百万円)	502	116.3%	611	107.1%	570
(営業利益率)	8.5%	—	7.4%	—	7.9%
経常利益(百万円)	510	112.3%	617	103.7%	594
(経常利益率)	8.7%	—	7.5%	—	8.3%
当期純利益(百万円)	287	128.1%	339	114.7%	295
(当期純利益率)	4.9%	—	4.1%	—	4.1%
1株あたり当期純利益(円)	104.92	—	123.50	—	108.58

株主還元について～配当予想

POINTS

**H24年2月期の期末配当は5円増配し15円で実施
H25年2月期の期末配当は2円増配し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 実績	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%	13.8%

※H22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。

株主優待について

株主優待制度を導入しています

オリジナルクオカード1,000円、プレゼント抽選券 など
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24年2月期 オリジナルクオカード】



【平成25年2月期 プレゼント抽選の商品内容】

当期は3等の商品を図書カードからクオカードに変更し、本数を5本増やし25本に、1等から3等までの当選本数は合計40本としました。

1等 JCBギフトカード3万円
抽選で5名



2等 ジェフグルメカード1万円
抽選で10名



3等 クオカード3千円
抽選で25名



補足資料

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
従業員数	320名（パートタイマー等は含まれておりません） （平成24年11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	363,893千円
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

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
- 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

店舗業態の紹介①



総合リユース業態

「**トレジャーファクトリー**」

直営
44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

店舗業態の紹介②



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
18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

ビジネスモデル



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

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 links for 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 is a search bar and a login section. The main banner features the text 'パーティーアイテムは全部Cariruで' (Party items are all Cariru) and lists items like dresses, blouses, shoes, bags, accessories, and jewelry. There are several promotional banners, including one for a '往復送料0円' (round-trip shipping cost 0 yen) campaign and another for a '新規会員登録(無料)で500円分のポイントプレゼント!' (New member registration (free) with 500 yen worth of points!). The bottom section displays a grid of rental items with their names and prices:

商品名	価格 (税込)
アンテプリマ	5日間 4,100円
アンテプリマ	5日間 3,800円
Milly	5日間 10,800円
クリスチャンルブタン	5日間 6,000円
ミュウミュウ	5日間 5,900円
アレクサンドル・マタリ	5日間 3,100円
フェンディ	5日間 3,500円

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

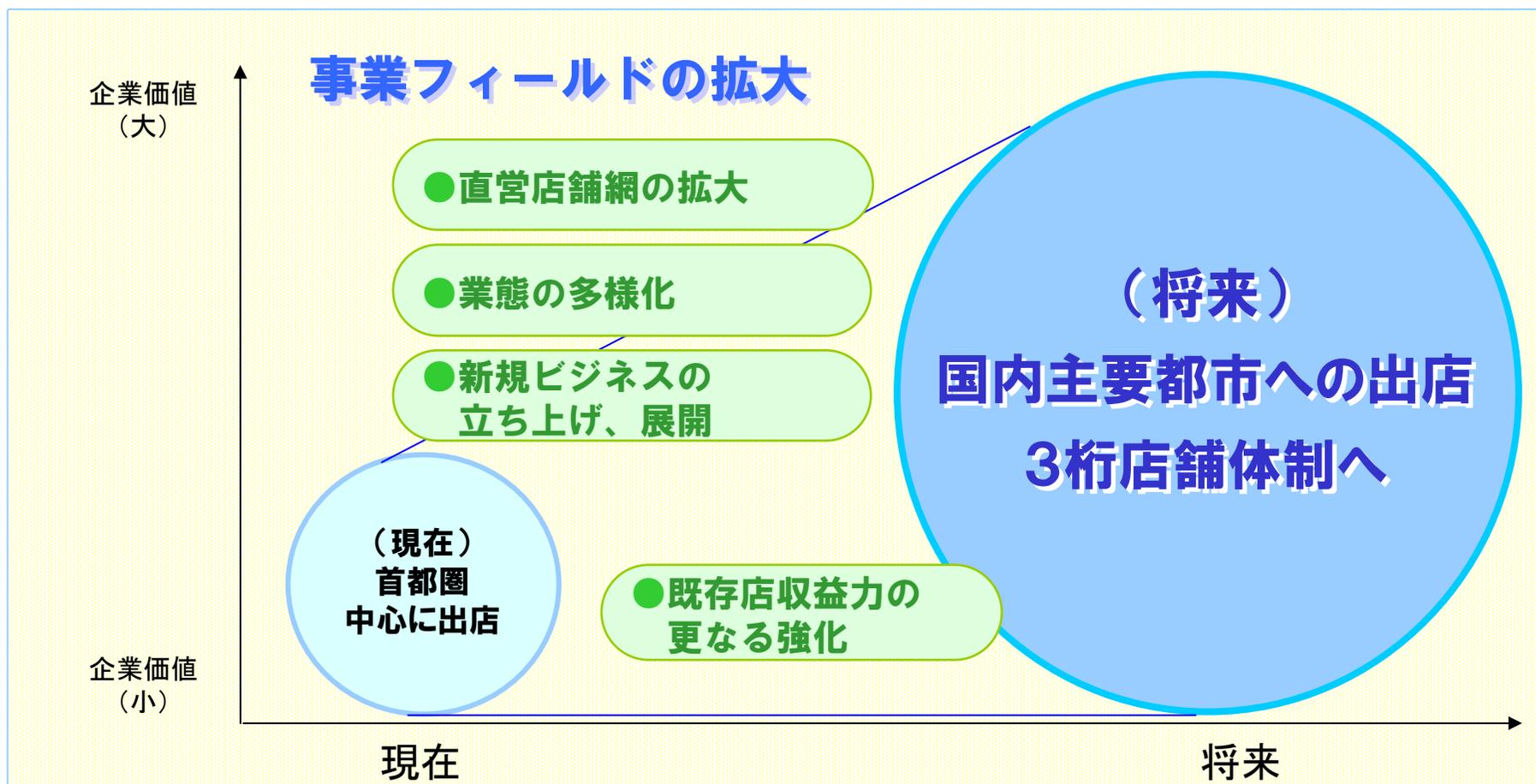
3

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



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

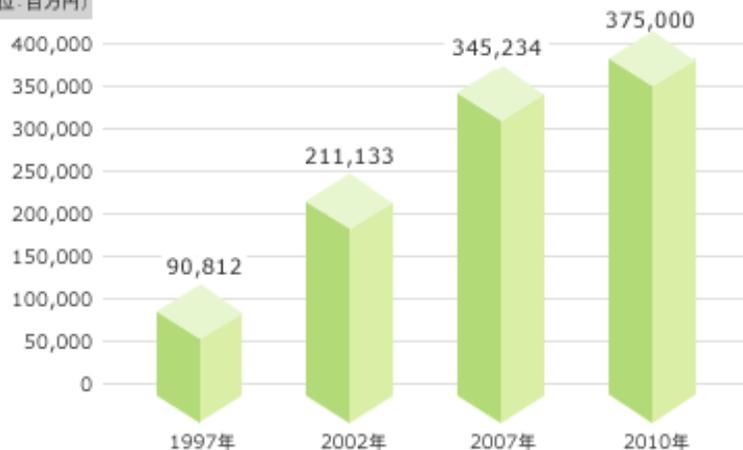
市場規模は、年々拡大

- 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

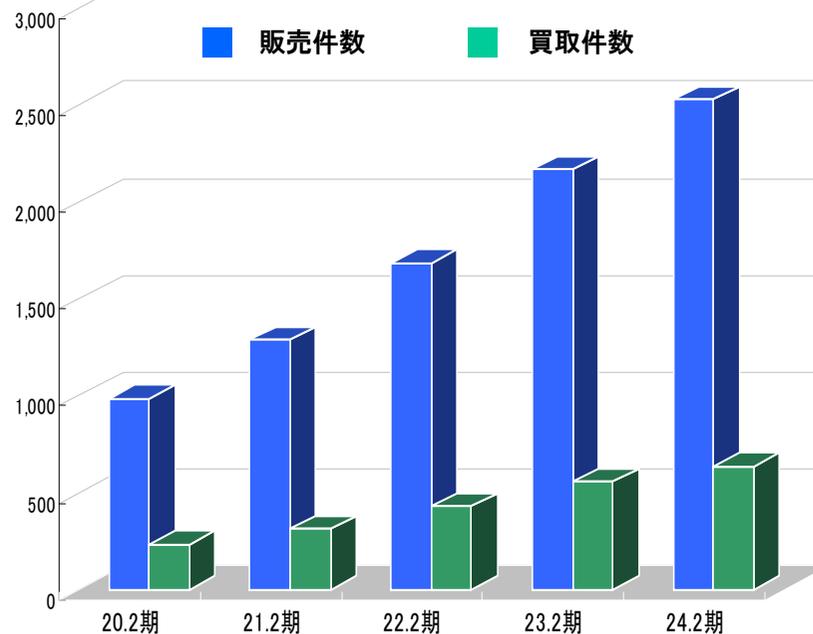
当社の買取件数は5期で**2.7倍**

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**

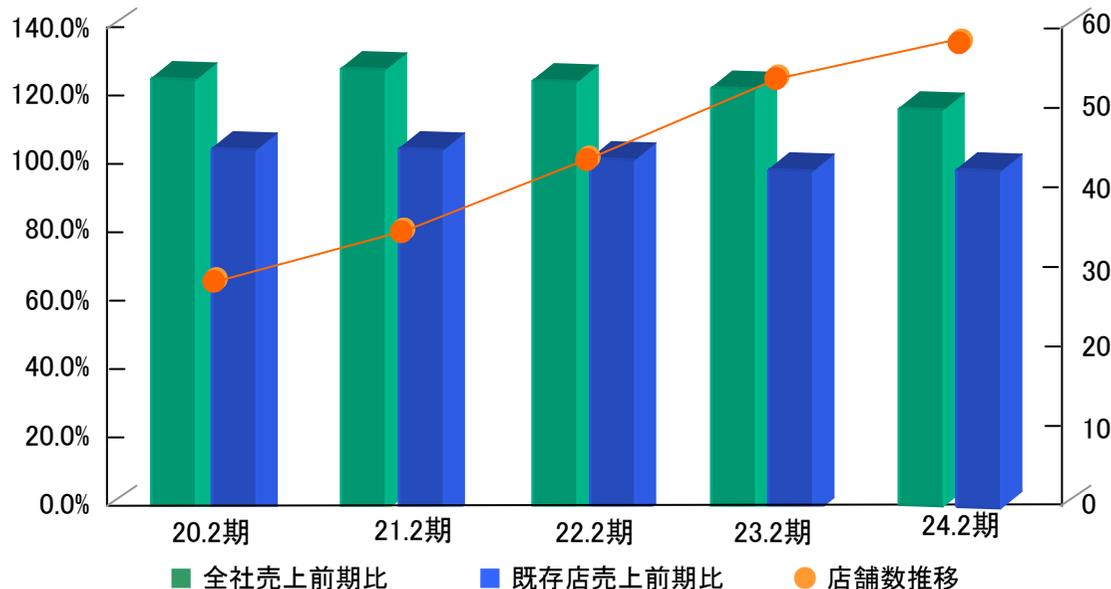
店舗が年齢を重ねても収益が低下しづらい事業モデル

**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

わずかな費用をプラスするだけで、**2年間** 安心してお使いいただけます!

従来の保証期間 **6ヶ月** → **18ヶ月** さらに保証期間を延長!
← 最長2年 →

対象家電は「こちら!」

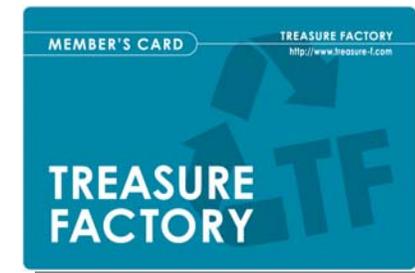
- テレビ
- 冷蔵庫
- 洗濯機
- エアコン

長期保証
ステッカーが目印です。

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





「喜び」「発見」「感動」を提供するリユースショップ

トレジャー・ファクトリー

平成25年2月期第3四半期 決算説明資料

完

お問い合わせ

E-Mail : tfir@treasure-f.com

TEL : 03-3880-8822

会社案内サイト（会社情報・IR情報）

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