

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

平成24年2月期第3四半期

決算説明資料

平成24年1月13日

東証マザーズ 証券コード:3093

Label Hitts Leading May Alon Label and R. H. at an Market Street





目 次

●平成24年2月期第3四半期 決算概要 P 2

●当期の取組みと業績見通し

P 1 1

●今後の戦略と成長イメージ

P 1 8

● 補足資料

P 2 8

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月期第3四半期 決算概要
- ●当期の取組みと業績見通し
- ●今後の戦略と成長イメージ
- 補足資料

損益計算書概要

売上高5,242百万円(前年同期比13%増)、経常利益454百万円 (同58%増)、四半期純利益224百万円(同42%増) 前年同期に比べ、売上総利益率が上昇、販管費比率が低下し、 大幅増益を達成

(単位:千円)

	平成23年2月期 第3四半期	平成24年2月期 第3四半期	前年同期比	平成23年2月期
売上高	4,638,550	5,242,409	113.0%	6,347,616
差引売上総利益	3,008,232	3,427,080	113.9%	4,110,788
(差引売上総利益率)	64.9%	65.4%	_	64.8%
販管費	2,724,795	2,995,366	109.9%	3,718,069
(販管費率)	58.7%	57.1%	_	58.6%
営業利益	283,437	431,714	152.3%	392,719
(営業利益率)	6.1%	8.2%	_	6.2%
経常利益	286,346	454,552	158.7%	396,398
(経常利益率)	6.2%	8.7%	_	6.2%
四半期純利益	157,944	224,633	142.2%	219,382
(四半期純利益率)	3.4%	4.3%	_	3.5%

POINTS

売上高は前年同期比13.0%の 増収。

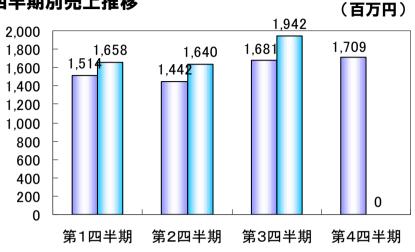
既存店は震災の影響から3月 は前年同月比約15%減となっ たが、第3四半期累計期間で は1.4%の減収。

売上総利益率は65.7%となり、 前年同期に対し0.8%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65.4%となった。 販管費率が前年同期に対し 1.6%低下。

経常利益率は8.7%となり、前年同期に対し2.5%上昇。

四半期業績の推移

● 四半期別売上推移

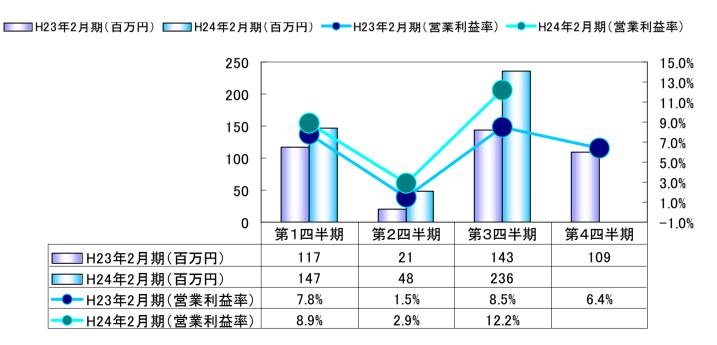


POINTS

当期第3四半期の売上高は1,942 百万円、営業利益は236百万円、 営業利益率12.2%となった。

□H23年2月期 □H24年2月期

● 四半期別営業利益推移



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	前年同期比
生活雑貨	202,221	10.4%	99.6%
衣料•服飾雑貨	1,016,134	52.5%	122.4%
電化製品	437,321	22.6%	102.2%
家具	129,008	6.7%	108.9%
ホビー用品	99,422	5.1%	89.7%
その他	52,752	2.7%	94.7%
総計	1,936,861	100.0%	110.9%

● 事業別商品別販売実績(単位:千円)

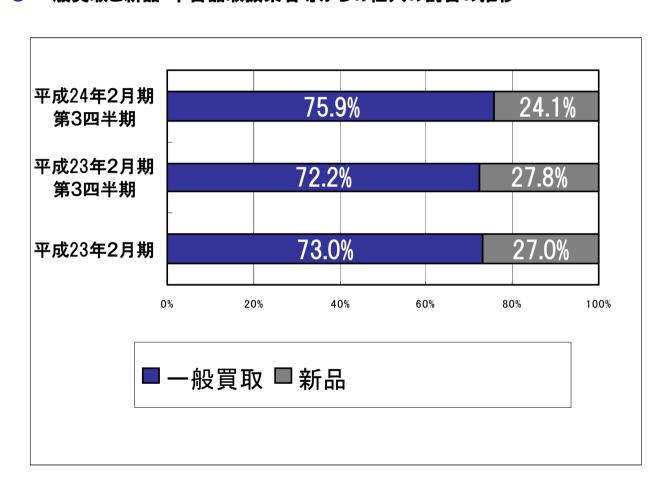
事業	品目	売上高	構成比	前年同期比
	生活雑貨	619,327	11.8%	106.0%
	衣料•服飾雑貨	2,675,006	51.0%	125.7%
	電化製品	1,145,855	21.9%	100.0%
直営事業	家具	468,059	8.9%	103.2%
	ホビ一用品	286,420	5.5%	97.2%
	その他	21,439	0.3%	94.6%
	小計	5,216,109	99.4%	112.7%
	FC事業	11,918	0.3%	132.5%
そ	の他事業	14,381	0.3%	_
	合計	5,242,409	100.0%	113.0%

POINTS

衣料・服飾雑貨の売上が前 年同期比25.7%増、生活雑貨 の売上が同6.0%増となった。

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75.9% となった。

店舗区分別売上・利益 前年同期対比

● 売上高

区分	既存店(前々期以 前出店店舗)	前期出店店舗	当期出店店舗
前年同期比	98.6%	323.6%	_

● 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	当期出店店舗
前年同期比	99.0%	344.2%	_
売上総利益率	65.8%	66.8%	71.1%
前年同期差	0.3%	4.0%	_

● 営業利益

区分	既存店(前々期以前出店店舗)	前期出店店舗	当期出店店舗
前年同期比	101.3%	(<u>*</u>)	_
営業利益率	21.5%	19.6%	-19.2%
前年同期差	0.6%	(%)	_

(※)前年同期の営業利益が赤字であるため、表示しておりません。

既存店の状況

(単位:千円)

	平成23年2月期 第3四半期	平成24年2月期 第3四半期	前年同期比
既存店の買取件数(件)	373,555	378,570	101.3%
既存店の一般買取額(千円)	1,1 23,903	1,154,673	102.7%
既存店の一般買取単価(円)	3,009	3,050	_
既存店の販売件数(件)	1,457,122	1,479,941	101.6%
既存店の売上高(千円)	4,218,265	4,159,998	98.6%
既存店の販売単価(円)	2,895	2,811	

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、売上高が前年同期比1.4%の減収。売上総利益率は65.8%となり、前年同期に対し0.3%上昇。営業利益率は前年同期に対し、0.6%上昇し、21.5%となった。

前期出店店舗は売上総利益率 が66.8%、営業利益率が19.6% となった。

POINTS

3月の震災の影響により、買取件数は前年同期に対し 1.3%上昇(3月単月同22.9% 減)、販売件数は前年同期に対し1.6%上昇(3月単月同 10.6%減)。

販売費及び一般管理費の推移

(単位:千円)

	平成23年2月期 第3四半期	平成24年2月期 第3四半期	前年同期比
人件費	1,294,436	1,496,988	115.6%
(対売上高比率)	27.9%	28.6%	_
賃借料	598,506	685,894	114.6%
(対売上高比率)	12.9%	13.1%	_
減価償却費	86,736	96,333	111.1%
(対売上高比率)	1.9%	1.8%	_
水道光熱費	110,098	104,953	95.3%
(対売上高比率)	2.4%	2.0%	_
広告宣伝費	72,480	57,970	80.0%
(対売上高比率)	1.6%	1.1%	_
その他	562,537	553,225	98.3%
対売上高比率	12.1%	10.6%	_
販管費合計	2,724,795	2,995,366	109.9%
対売上高比率	58.7%	57.1%	_

POINTS

販管費率は57.1%、前年同期 比1.6%低下。

震災後、販管費抑制に取組み、 広告宣伝費、水道光熱費など が前年同期を下回った。

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 第3四半期末	前期末増減額
流動資産	1,424,529	1,772,214	347,684
(構成比)	53.7%	56.1%	_
固定資産	1,227,429	1,388,236	160,806
(構成比)	46.3%	43.9%	_
総資産	2,651,958	3,160,450	508,491
流動負債	926,463	1,077,562	151,098
(構成比)	34.9%	34.1%	_
固定負債	273,956	433,933	159,977
(構成比)	10.3%	13.7%	_
負債合計	1,200,419	1,511,495	311,076
(構成比)	45.3%	47.8%	_
純資産	1,451,539	1,648,954	197,415
自己資本比率	54.7%	52.2%	_

POINTS

当第3四半期会計期間末における資産合計は、前事業年度末と比較して508,491千円増加し、3,160,450千円となった。現金及び預金の増加185,661千円、商品の増加136,800千円が主な要因。

当第3四半期会計期間末における負債 合計は、前事業年度末と比較して 311,076千円増加し、1,511,495千円と なった。資産除去債務の増加157,294 千円、短期借入金の増加141,000千円 が主な要因。

当第3四半期会計期間末における純資産合計は、前事業年度末と比較して197,415千円増加し、1,648,954千円となった。四半期純利益224,633千円の計上が主な要因。

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 第3四半期	平成24年2月期 第3四半期	前年同期 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,982	208,274	201,291
投資活動によるキャッシュ・フロー	-294,984	-1 33,01 7	161,966
財務活動によるキャッシュ・フロー	258,906	110,405	-148,500
現金及び現金同等物の増減額	-29,095	185,661	_
現金及び現金同等物の期末残高	433,802	671,193	237,391
	マポッタケッタ 田田	亚世纪4年2月期	一
	平成23年2月期 第3四半期	平成24年2月期 第3四半期	前年同期 増減額
設備投資額	1 45,1 89	72,482	-72,707

POINTS

当第3四半期累計期間末における現金及び現金同等物の残高は、前事業年度末に比べ185.661千円増加し、671,193千円となった。

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 +414,957千円 減価償却費 +100,607千円 法人税等の支払額 -197,098千円

(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 -70,585千円 敷金及び保証金の差入による支出 -43.601千円

(財務活動によるキャッシュ・フロー) 短期借入れによる収入 +141,000千円

- ●平成24年2月期第3四半期 決算概要
- ●当期の取組みと業績見通し
- ●今後の戦略と成長イメージ
- 補足資料

既存店の収益力強化

売上総利益率改善への継続的な取組み

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

新規出店

年間8店の出店を計画(期首計画10店から修正)

首都圏以外の地域への出店を計画

買取強化の継続的な取組み

マンション管理会社との提携による出張買取の強化

引越し会社との提携による出張買取の強化

家電量販店やインターネット通販企業との提携による買取の強化

新規事業

ブランドバッグ&ファッションレンタル事業「Cariru」の育成

既存店の収益力強化への取組み

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

66.6%

63.9%

66.0%

65. 5%

当期

66. 9%

64. 7%

65. 7%

65. 8%

第3四半期累計期間の売上利益率は0.3%改善

(主な要因)

- ◆第2四半期(6-8月)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(9-11月)は衣料品を中心に買取好調、在庫をシーズン内で販売していくため値下げがやや増加傾向

既存店の収益力強化への取組み

「トレポ」活用したキャンペーン トレジャーラリー



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

このキャンペーンのポイント

- 5つの違うお店で購入または買取の利用をしてもらうスキームにより店舗利用を促進
- キャンペーンに「会員アンケート」を組み合わせ、各店舗の顧客満足も調査し、店舗にフィードバック

新規出店進捗〜11月末まで5店の出店を完了

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



H23年11月にトレジャーファクトリースタイル 葛西店オープン

葛西駅の駅前に路面店出店



H23年10月にトレジャーファクトリースタイル 橋本店オープン

橋本駅近くの複合商業施設に出店



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

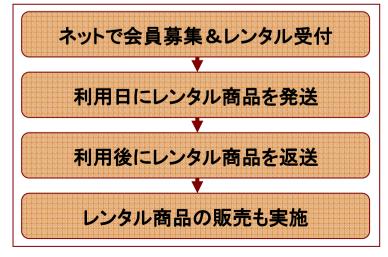


新規事業として、ブランドバッグ&ファッションレンタル事業を 平成22年10月から開始

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/



バッグ、ドレス、靴、アクセサリー、服飾小物などをレンタル



第3四半期までの実績等をふまえ通期業績予想を修正 売上高予想は前期比12%増の71億円、 経常利益予想は同40%増の5.58億円、 当期純利益予想は同27%増の2.79億円

	平成24年2月期 第3四半期実績	前年同期比	平成24年2月期 通期予想	前期比	平成23年2月期 実績
売上高(百万円)	5,242	113.0%	7,149	112.6%	6,347
営業利益(百万円)	431	152.3%	533	135.7%	392
(営業利益率)	8.2%	_	7.5%	—	6.2%
経常利益(百万円)	454	158.7%	558	140.8%	396
(経常利益率)	8.7%		7.8%		6.2%
当期純利益(百万円)	224	142.2%	279	127.2%	219
(当期純利益率)	4.3%	_	3.9%	_	3.5%
1株あたり当期純利益(円)	82.53	_	102.51	_	83.56

[※]平成23年6月15日に公表いたしました平成24年2月期の通期業績予想を修正しております。詳しくは、平成24年1月13日に 公表いたしました「平成24年2月期の通期業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

- ●平成24年2月期第3四半期 決算概要
- ●当期の取組みと業績見通し
- ●今後の戦略と成長イメージ
- 補足資料

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ーヤーの増加と淘汰

チェーン展開企業を中心にリュース市場への参入が増加、同時に淘汰も進む

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」

(11月末時点直営41店)

- ●1都3県の出店継続
- ●北関東、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」

(11月末時点直営13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、
- 1都3県の出店余地が大きい

今後の戦略・成長イメージ 経営戦略



総合リユース業態

「トレジャーファクトリー」

業熊戦略

総合リユース事業の更なる進化により、 他社の追随を許さない総合リユースショップを目指す

〔当社の総合リユース事業の特徴〕

- ■ワンストップでまとめて売りたい顧客やまとめて買いたい顧客にニーズに応えることができる。
- ■多種多様なモノを扱うため査定スタッフの育成に時間がかかるが、それをシステムサポートで カバー
- ■様々な形状、大きさの一品モノを扱うため、手間暇とコストがかかり、利益を安定的に出せる 損益モデル構築が必要だが、当社は既にそれを確立

他社との差別化要素であり、参入障壁となっている

今後の戦略・成長イメージ 経営戦略



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」

業態戦略

ファッションリユースへの追い風を背景に 確立された店舗運営ノウハウにより多店舗展開加速

- 消費者のファッションリユースへの需要が大きく伸びている
- 都心駅前を中心とする好立地の出店候補地が多く出ている
- 総合リユース業態に続いて、多店舗展開が可能な体制が整った

前期から多店舗展開を本格化

- 前期は、川崎店、三鷹店、高円寺2号店、調布店の4店を出店
- 当期(11月末時点)は、船橋店、川越店、橋本店、葛西店の4店の出店を既に完了

顧客戦略

新規顧客獲得とリピートユーザー獲得を 買取、販売の両面で取組む

顧客サービスの継続的改善

リユースショップを利用される 顧客のすそ野は日々拡大しており、 求められるクォリティーも 日々高まっています。



顧客の求めるクォリティーを提供 できる企業が成長していきます。 当社は、常に改善に取り組み、 新しいことにチャンレジンし続ける ことによりそれを実現していきます。



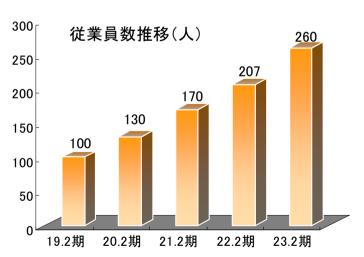
人材力で 顧客支持を得でいく

査定力

接客力

店づくり

店舗運営



提携戦略

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

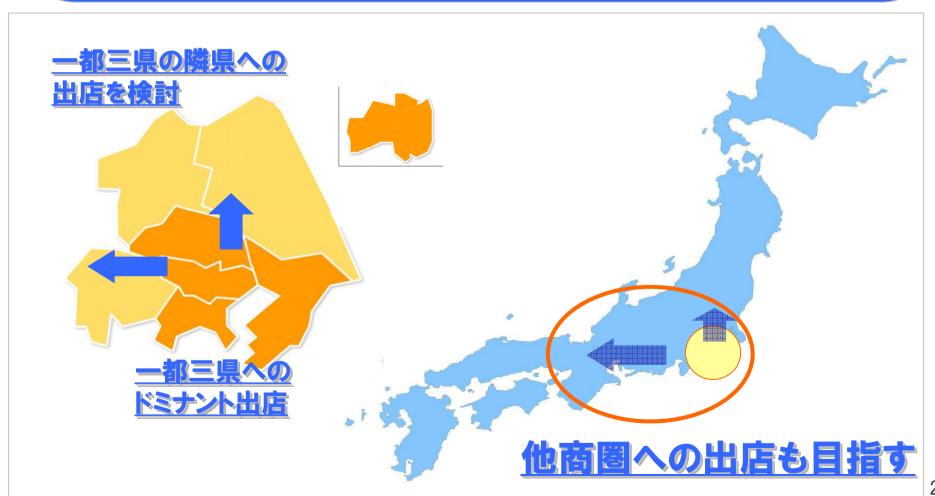


マガシークとの取組

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

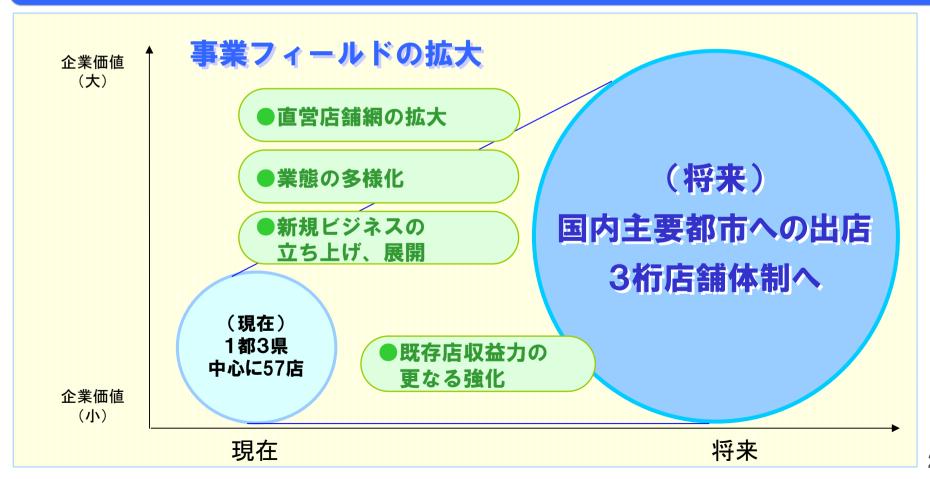
今後の戦略・成長イメージ 中期出店戦略

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



今後の戦略・成長イメージ 中長期成長イメージ

リュースへの社会的ニーズの高まりを背景に、 <u>首都圏での展開から全国展開</u>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



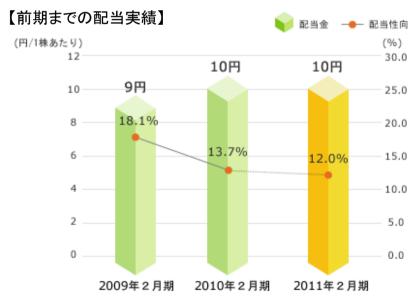
株主還元について

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

平成24年2月期の配当予想

前期配当を据え置き 1株当たり10円(期末配当)を予定



※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。

株主優待

- ・オリジナルクオカード1,000円、
- ・プレゼント抽選券、
- ・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」を進呈

【平成23年2月期 オリジナルクオカード】



- ●平成24年2月期第3四半期 決算概要
- ●当期の取組みと業績見通し
- 今後の戦略と成長イメージ
- 補足資料

会 社 概 要 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 294名 (パートタイマー等は含まれておりません)

(平成23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 360, 193千円

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

会 社 概 要 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

店舗業態の紹介①



総合リュース業態 「トレジャーファクトリー」

直営 41店舗 (FC3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 13店舗



取扱商品

ウェア、時計、バッグ、アクセサリー、 シューズ、アウトドアブランド など





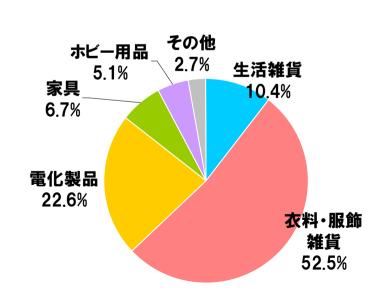


- ●見るだけでも楽しく、訪れるたびに発見のある衣料・服飾雑貨専門のユーズドセレクトショップ
- ●最新の流行品、手の届かなかった高級品、レアアイテムをお得な価格でご提供

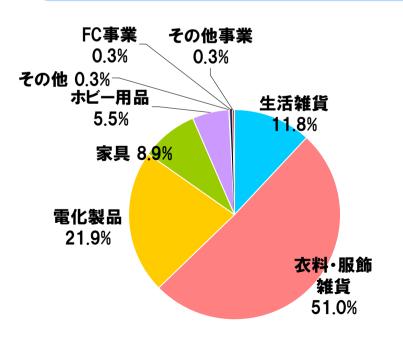
商品総合力により、幅広い顧客層を獲得

様々な商品を扱っていることから、男性、女性、若年層から年配層まで幅広いお客様のご利用がある 商品別取り扱い構成(H24年2月期第3四半期累計期間実績)

商品別仕入構成比実績(%)



事業別商品別販売構成比実績(%)



会社概要一事業内容一

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

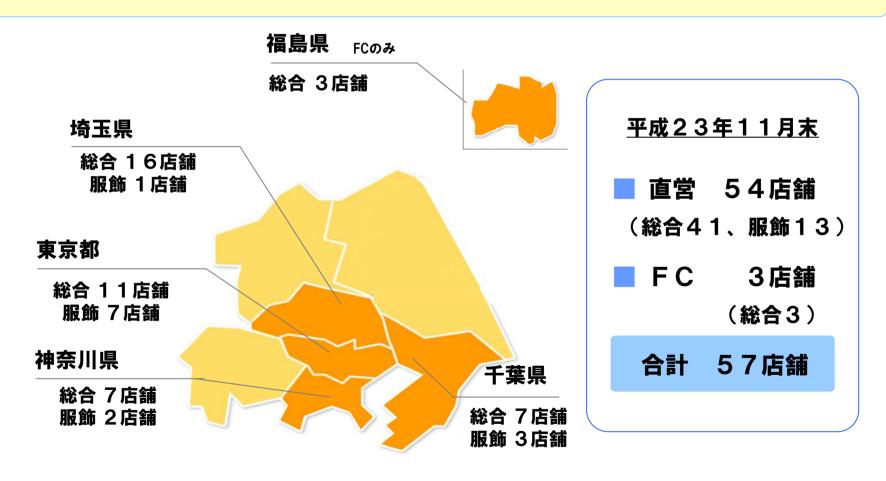
- ●きれいで安心して利用できるお店
- ●一品モノとの出会いを演出する売り場
- ●店舗の数だけ独自の売り場がある 50店あれば50通りのお店がある

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

直営店54店、FC3店の57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」

- 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
- 総合リユース業態と服飾専門リユース業態を軸に 特徴 2 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
- 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

伸び続けているリユース市場のパイオニア的存在

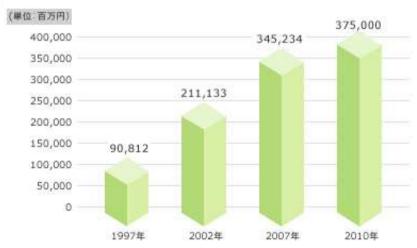
リユース品小売業の年間販売額

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



※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、骨董品除ぐ)

※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

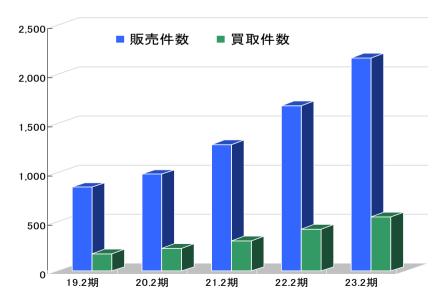
当社の過去5期の買取・販売件数推移

当社の<u>買取件数は5期で3.1倍</u> <u>販売件数は5期で2.5倍</u>

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



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

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4期で店舗数が約1.8倍(29店から52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 既存店売上は前期以上を継続的に確保

	20.2期	21.2期	22.2期	23.2期
全社売上前期比	123.1%	125.8%	123.3%	121.4%
既存店売上前期比	102.5%	102.6%	101.1%	100.6%
店舗数推移	29	35	43	52

〔当社の過去4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

徹底したシステム化による店舗業務の効率化推進

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<mark>約半年で一通りの査定ができるように育成。</mark>

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。 データインプットから値札発行、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(前期・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。

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提供

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 買取りを行う体制を構築

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)

リュ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





「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24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.ip