

平成25年2月期第2四半期

決算説明資料

平成24年10月12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2四半期 決算概要 P 2

● 当期の取組みと業績予想 P 1 1

● 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2四半期 決算概要

損益計算書概要

サマリー

売上高3,759百万円（前年同期比13%増）、**経常利益276百万円**
 （同**27%増**）、**四半期純利益154百万円**（同**68%増**）
 前年同期に比べ、**営業利益率が1.3%上昇**

（単位：千円）

	平成24年2月期 第2四半期	平成25年2月期 第2四半期	前年同期比 (前年同期差異)	平成24年2月期
売上高	3,299,649	3,759,822	113.9%	7,205,498
差引売上総利益	2,139,043	2,509,101	117.3%	4,677,397
(差引売上総利益率)	64.8%	66.7%	1.9%	64.9%
販管費	1,943,549	2,237,560	115.1%	4,106,916
(販管費率)	58.9%	59.5%	0.6%	57.0%
営業利益	195,494	271,540	138.9%	570,480
(営業利益率)	5.9%	7.2%	1.3%	7.9%
経常利益	216,333	276,798	127.9%	594,750
(経常利益率)	6.6%	7.4%	0.8%	8.3%
四半期純利益	91,617	154,360	168.5%	295,544
(四半期純利益率)	2.8%	4.1%	1.3%	4.1%

POINTS

売上高は前年同期比13.9%の増収。既存店は東日本大震災の影響で売上が低下した前年からの反動もあり、売上高が前年同期比4.6%増となった。

売上総利益率は66.8%となり、前年同期に対し1.4%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1.9%上昇し、66.7%となった。

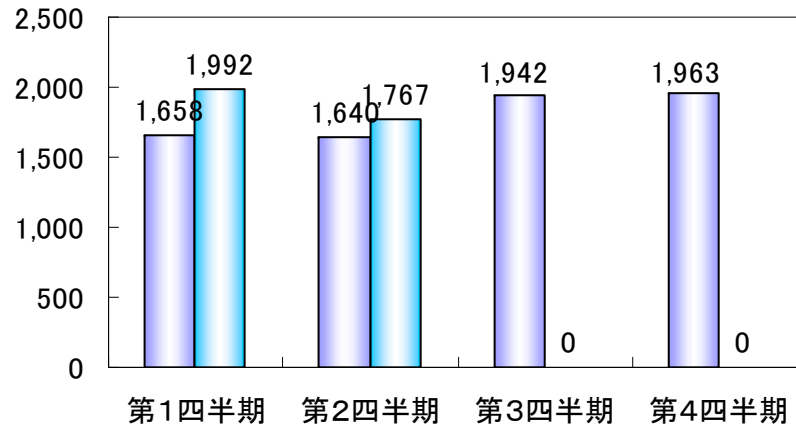
販管費率が前年同期に対し0.6%上昇。

経常利益率は7.4%となり、前年同期に対し0.8%上昇。

四半期業績の推移

● 四半期別売上推移

(百万円)



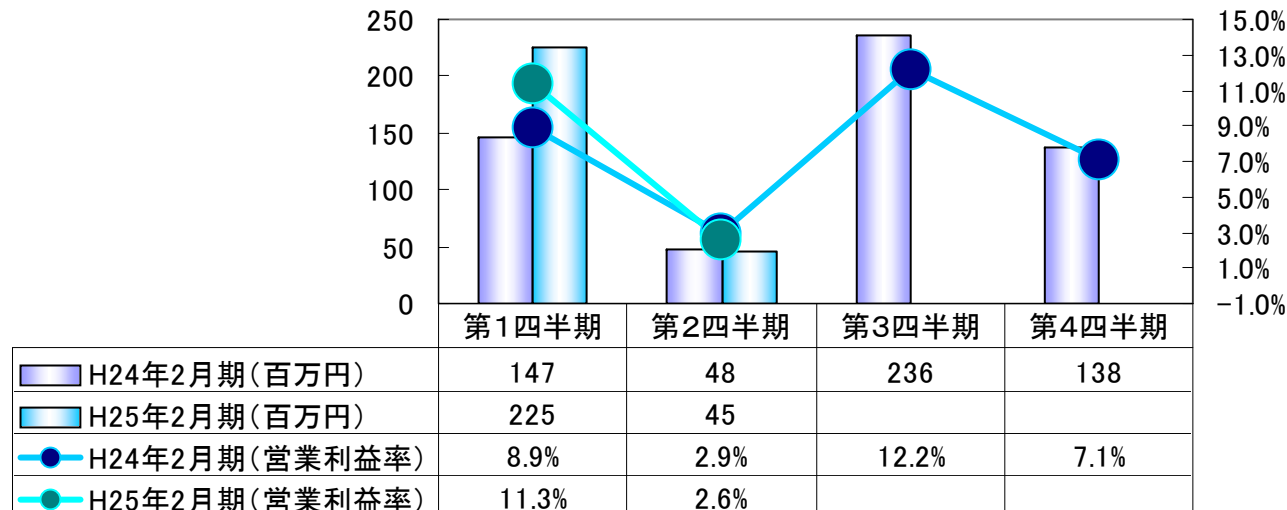
□ H24年2月期 □ H25年2月期

POINTS

当期第2四半期の売上高は1,767百万円、営業利益は45百万円、営業利益率2.6%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	集計	構成比	前年同期比
生活雑貨	127,968	9.4%	93.4%
衣料・服飾雑貨	809,969	59.4%	138.9%
電化製品	230,003	16.9%	75.6%
家具	73,432	5.4%	83.2%
ホビー用品	70,017	5.1%	107.1%
その他	52,472	3.8%	152.3%
総計	1,363,863	100.0%	112.5%

POINTS

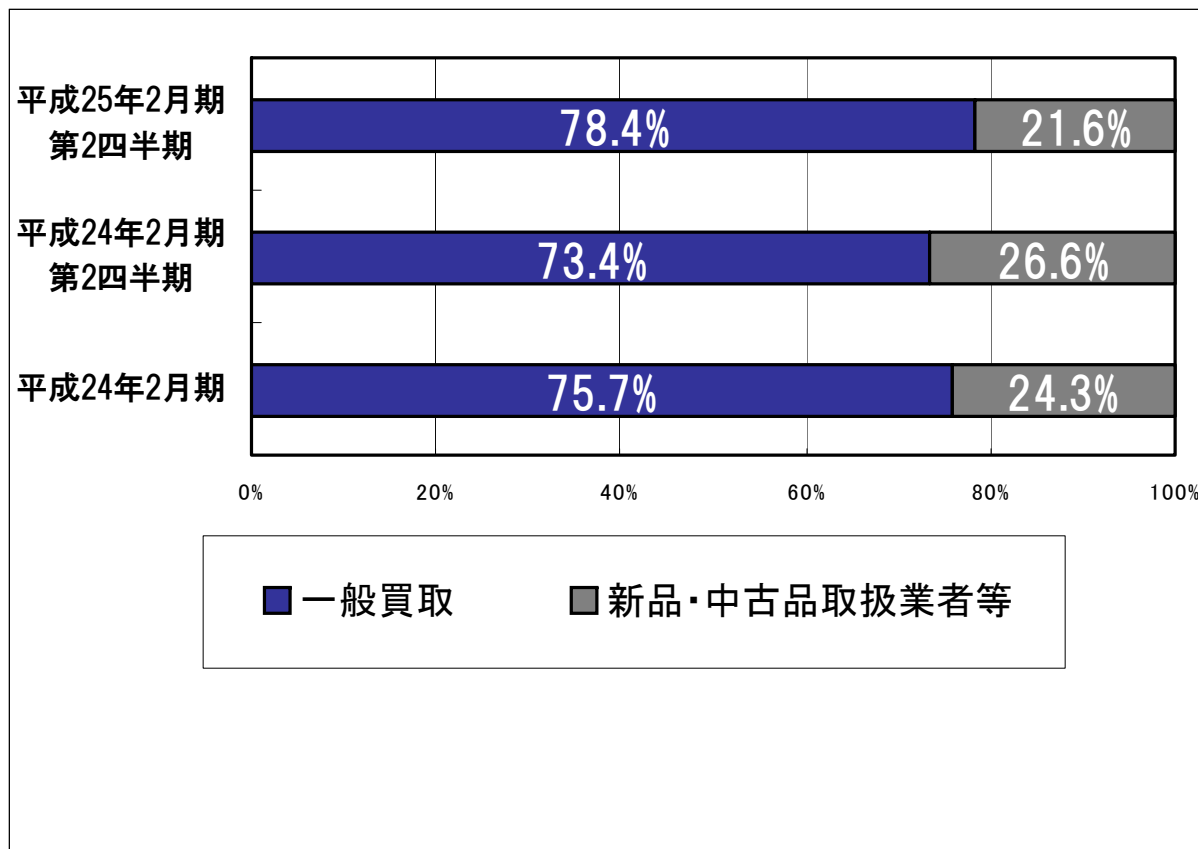
衣料・服飾雑貨の売上が前年同期比34.3%増、ホビー用品の売上が同11.3%増となった。

● 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	389,581	10.4%	93.6%
	衣料・服飾雑貨	2,060,667	54.8%	134.3%
	電化製品	734,946	19.5%	90.4%
	家具	316,152	8.4%	99.9%
	ホビー用品	209,890	5.6%	111.3%
	その他	15,826	0.4%	109.8%
	小計	3,727,064	99.1%	113.5%
FC事業		14,274	0.4%	161.1%
その他事業		18,482	0.5%	252.4%
合計		3,759,822	100.0%	113.9%

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78.4%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	104.6%
売上総利益 前年同期比	105.7%
売上総利益率 (前年同期差)	66.6% 0.6%
営業利益 前年同期比	110.8%
営業利益率 (前年同期差)	20.8% 1.2%
買取件数 前年同期比	108.4%
販売件数 前年同期比	109.4%
1件あたり販売単価(円) (前年同期差額 円)	2,683 -123

POINTS

既存店は売上高が4.6%増。

売上総利益率は66.6%となり、
前年同期に対し0.6%上昇。

営業利益率は前年同期に対し、
1.2%上昇し、20.8%となった。

既存店の買取件数は前年同期
に対し8.4%増加、販売件数は前
年同期に対し9.4%増加。

販売単価が123円低下し、2,683
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2四半期	平成25年2月期 第2四半期	前年同期比 (前年同期差異)
人件費	982,140	1,103,296	112.3%
(対売上高比率)	29.8%	29.3%	-0.5%
賃借料	447,924	511,569	114.2%
(対売上高比率)	13.6%	13.6%	0.0%
減価償却費	62,236	64,117	103.0%
(対売上高比率)	1.9%	1.7%	-0.2%
水道光熱費	66,019	87,557	132.6%
(対売上高比率)	2.0%	2.3%	0.3%
広告宣伝費	34,750	41,124	118.3%
(対売上高比率)	1.1%	1.1%	0.0%
その他	350,478	429,894	122.7%
対売上高比率	10.6%	11.4%	0.8%
販管費合計	1,943,549	2,237,560	115.1%
対売上高比率	58.9%	59.5%	0.6%

POINTS

販管費率は59.5%、前年同期比0.6%上昇。

前年同期の費用抑制の反動による水道光熱費等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2四半期末	前期末増減額
流動資産	1,902,803	1,764,806	-137,996
(構成比)	58.0%	54.2%	—
固定資産	1,378,810	1,494,044	115,234
(構成比)	42.0%	45.8%	—
総資産	3,281,613	3,258,851	-22,761
流動負債	1,153,153	1,058,825	-94,327
(構成比)	35.1%	32.5%	—
固定負債	406,294	359,384	-46,909
(構成比)	12.4%	11.0%	—
負債合計	1,559,447	1,418,210	-141,236
(構成比)	47.5%	43.5%	—
純資産	1,722,166	1,840,641	118,475
自己資本比率	52.5%	56.5%	—

POINTS

自己資本比率は56.5%
(前事業年度末比4.0%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22,761千円減少し、3,258,851千円となった。商品の増加118,595千円、現金及び預金の減少238,396千円が主な要因。

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141,236千円減少し、1,418,210千円となった。未払法人税等の減少84,427千円、長期借入金の減少63,044千円が主な要因。

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118,475千円増加し、1,840,641千円となった。四半期純利益154,360千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24年2月期 第2四半期	平成25年2月期 第2四半期	前年同期 増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	149,259	7,828	-141,431
投資活動によるキャッシュ・フロー	-93,337	-147,600	-54,262
財務活動によるキャッシュ・フロー	11,983	-98,624	-110,608
現金及び現金同等物の増減額	67,906	-238,396	—
現金及び現金同等物の期末残高	553,438	550,107	-3,331
	平成24年2月期 第2四半期	平成25年2月期 第2四半期	前年同期 増減額
設備投資額	47,666	93,615	45,949

POINTS

当第2四半期会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238,396円減少し、550,107千円となった。

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 +276,563千円
 減価償却費 +67,990千円
 法人税等の支払額 -204,874千円
 たな卸資産の増加額 -120,331千円

(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
 -73,347千円
 敷金及び保証金の差入による支出
 -64,720千円

(財務活動によるキャッシュ・フロー)
 長期借入金の返済による支出 -81,347千円

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2四半期 累計期間 (3－8月)
前期	66.9%	64.9%	66.0%
当期	67.2%	66.0%	66.6%

第2四半期累計期間の売上利益率は0.6%改善

(主な要因)

- ◆原価率の高い業者仕入を抑えた。
- ◆値下げ販売を抑制し、仕入時に設定した売価での販売にこだわった。

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店舗を出店

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3月に八千代店オープン

駅隣接の大型ショッピングモール内に出店



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5月に仙川店オープン

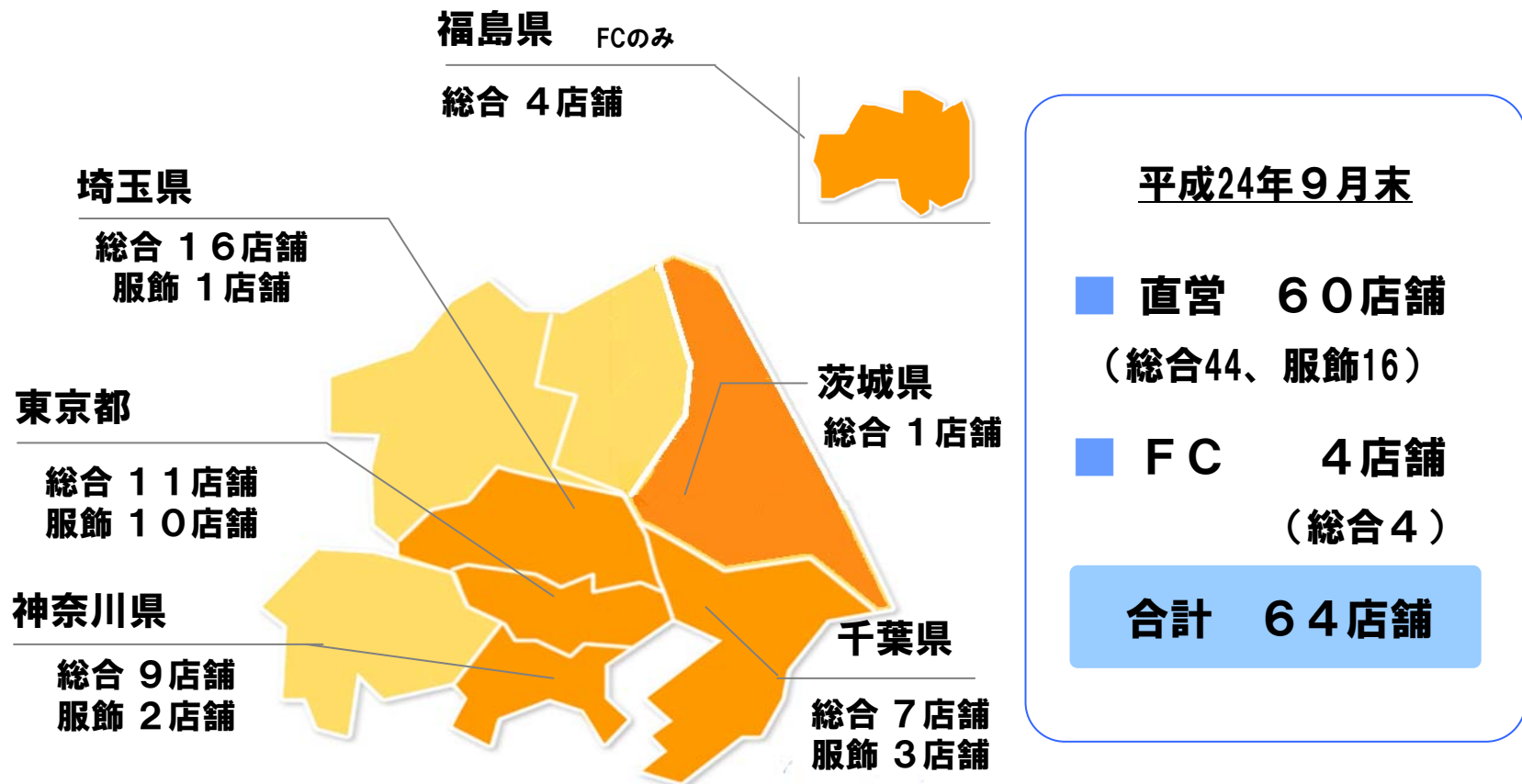
1号店、2号店を隣接出店



上半期に服飾専門リユース業態を
3店を出店

店舗ネットワーク

24年9月末現在 直営店60店、FC4店の64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」

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



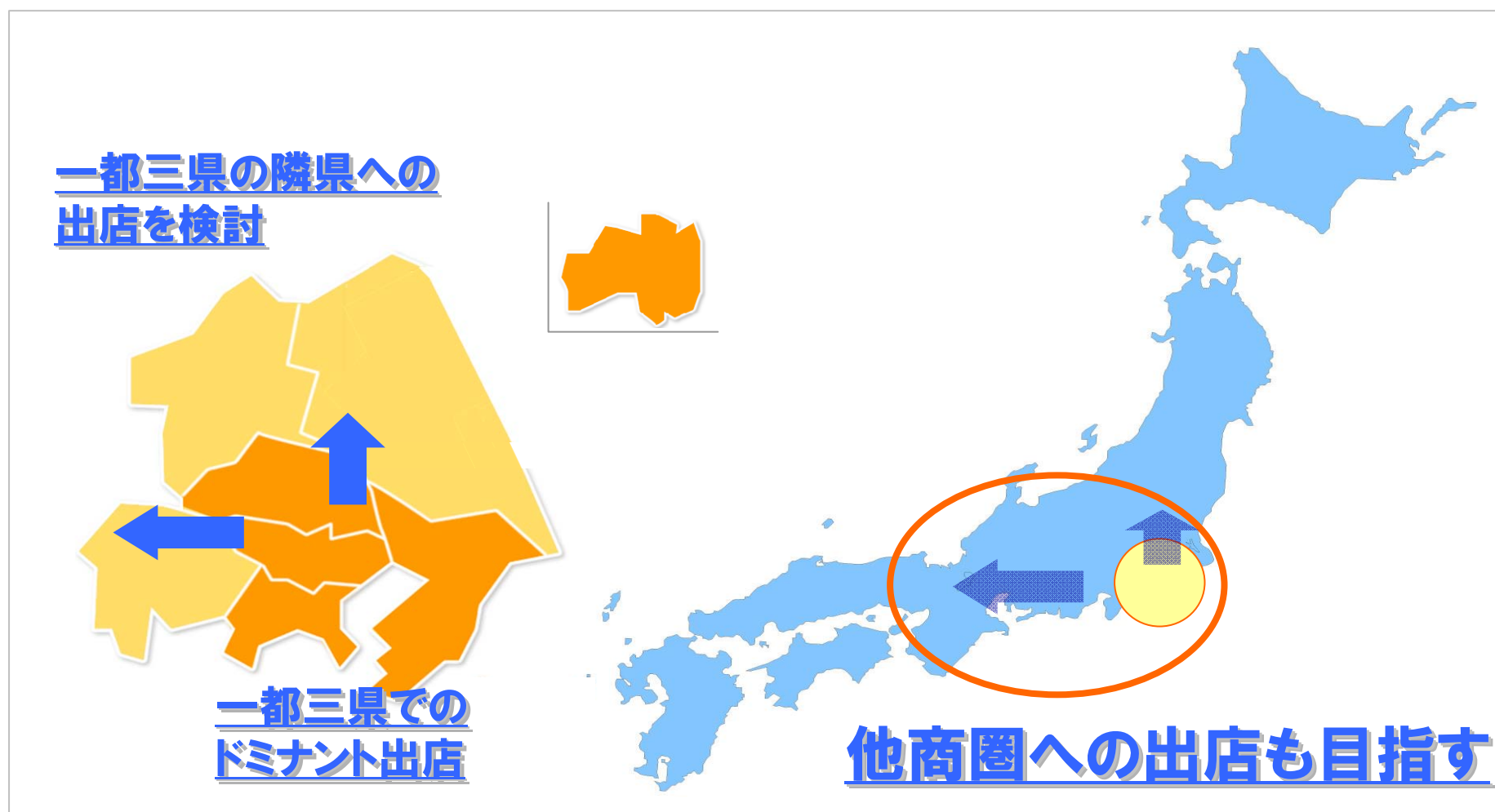
服飾専門リユース業態

「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24年2月期 実績	平成25年2月期 通期予想	前期比	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 第2四半期 累計期間実績	予想比
売上高(百万円)	7,205	8,231	114.2%	3,805	3,759	98.8%
営業利益(百万円)	570	611	107.1%	268	271	101.3%
(営業利益率)	7.9%	7.4%	—	7.0%	7.2%	—
経常利益(百万円)	594	617	103.7%	272	276	101.8%
(経常利益率)	8.3%	7.5%	—	7.1%	7.4%	—
当期純利益(百万円)	295	339	114.7%	158	154	97.7%
(当期純利益率)	4.1%	4.1%	—	4.2%	4.1%	—
1株あたり当期純利益(円)	108.58	123.50	—	57.70	56.36	—

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円を実施
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。

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	314名（パートタイマー等は含まれておりません） （平成24年8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
16店舗



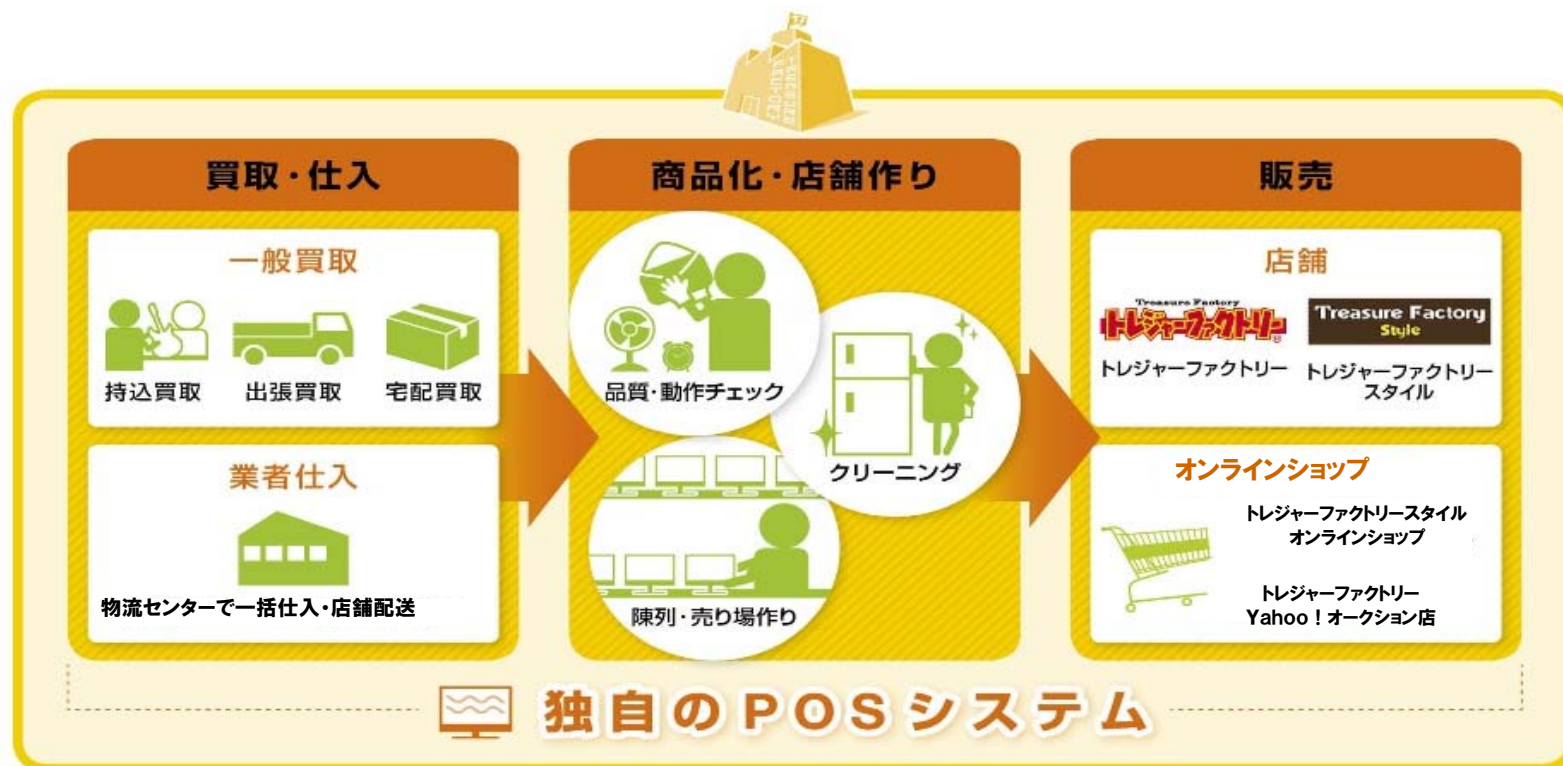
取扱商品

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

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

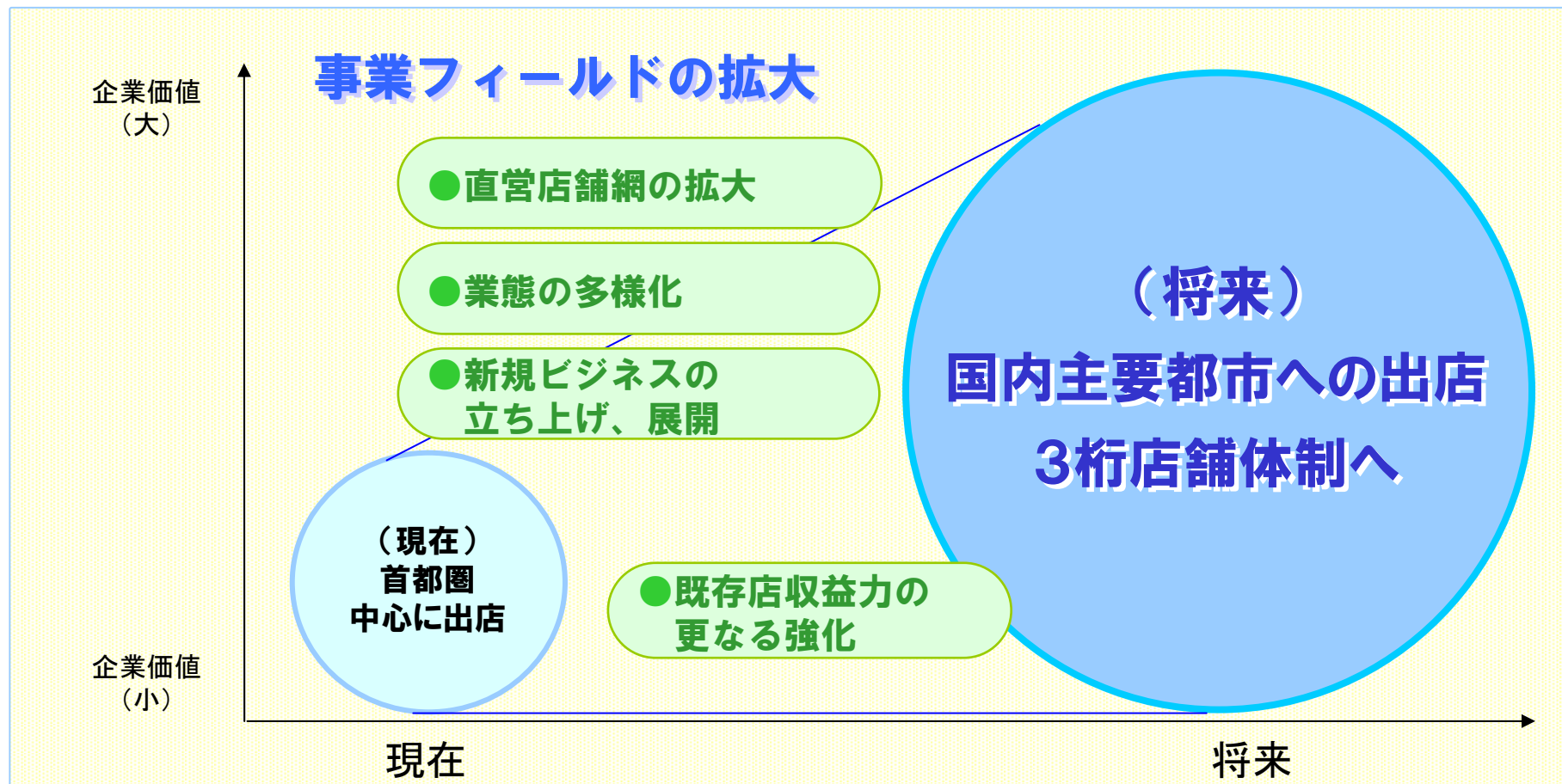
3

リユース市場におけるプレーヤーの増加と淘汰

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

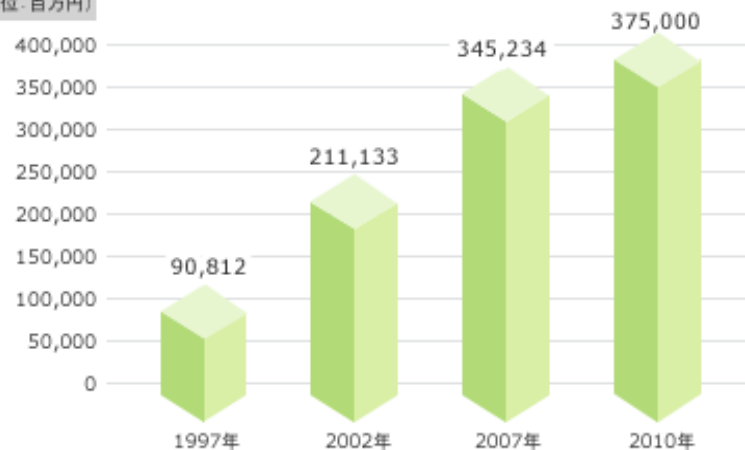
市場規模は、年々拡大

- 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

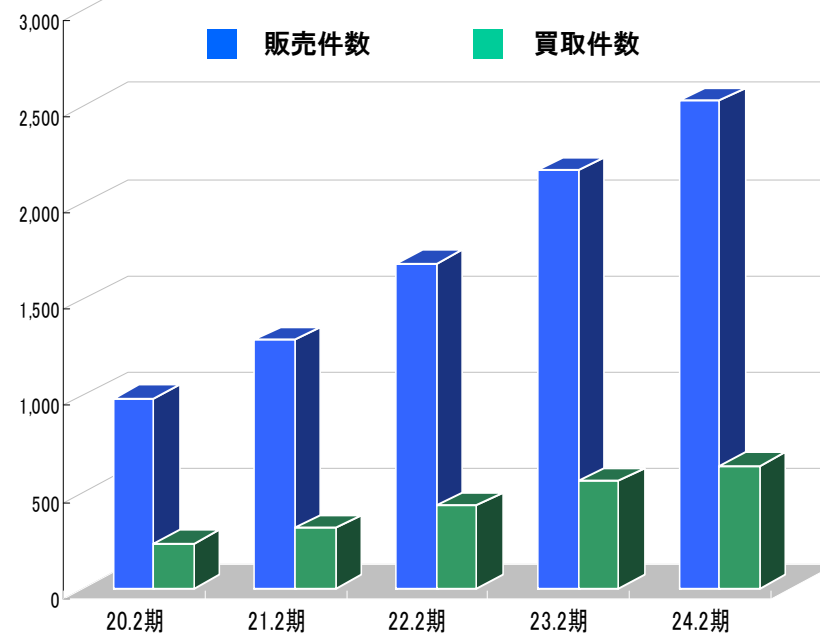
当社の買取件数は5期で**2.7倍**

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

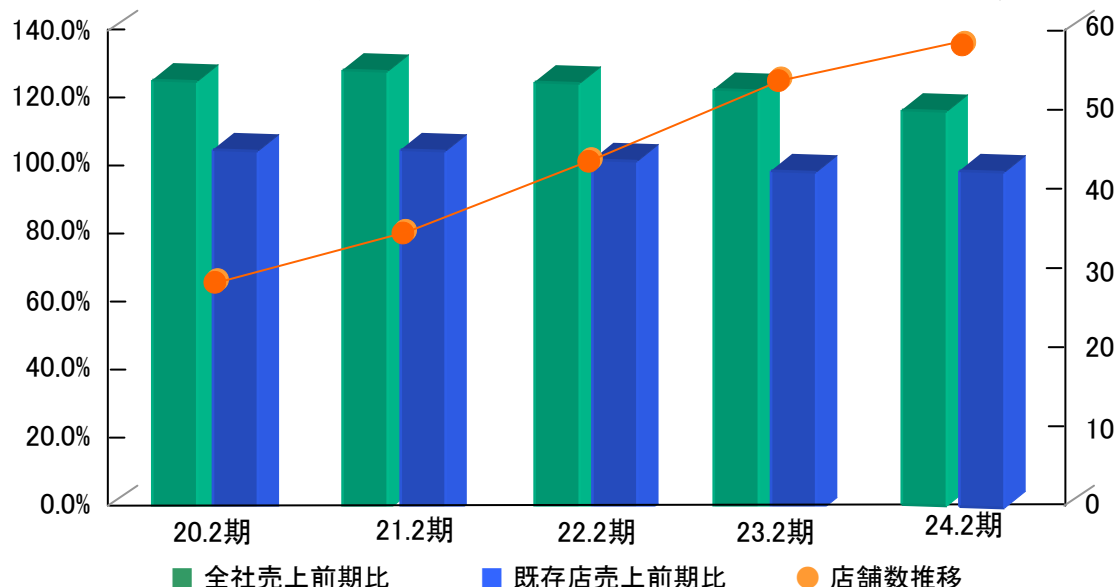
店舗が年齢を重ねても収益が低下しづらい事業モデル

**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



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 interface. At the top, there's a navigation bar with links like 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 this is a search bar and a login section. The main banner features a collection of fashion items including dresses, bags, and shoes, with the text 'パーティーアイテムは全部Cariruで' (Party items are all from Cariru). To the right, there's a promotional banner for a campaign ending on 12/31, offering free shipping for orders over 5,000 yen. Below the main banner, there's a section titled 'お客様の声' (Customer Voice) and 'Cariru Selection 2011' featuring new items. At the bottom, there's a grid of featured items for rent, each with a name and price:

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

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単位(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24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1万円分

3等 抽選で20名に贈呈

図書カード3千円分



「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2四半期 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>