



平成23年2月期 第3四半期

決算説明資料

平成23年1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23年2月期 第3四半期決算概要	P 2
■ 当期の取組と業績見通し	P 12
■ 今後の成長戦略と株主還元	P 22
補足資料	P 29

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>

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23年2月期 第3四半期決算概要

平成23年2月期 第3四半期 損益計算書概要

サマリー

売上高4,638百万円（前年同期比20%増）、経常利益286百万円（同4.3%減）、
四半期純利益157百万円（同7.4%増）
第3四半期会計期間は、8店舗の新規出店を行い、売上は前年同期比20%の成長、
四半期純利益7.4%の増益となった

（単位：千円）

	平成22年2月期 第3四半期	平成23年2月期 第3四半期	前年同期比	平成22年2月期
売上高	3,850,260	4,638,550	120.5%	5,230,786
売上総利益	2,528,372	3,008,232	119.0%	3,402,675
（売上総利益率）	65.7%	64.9%	—	65.1%
販管費	2,228,235	2,724,795	122.3%	3,044,171
（販管费率）	57.9%	58.7%	—	58.2%
営業利益	300,136	283,437	94.4%	358,504
（営業利益率）	7.8%	6.1%	—	6.9%
経常利益	299,282	286,346	95.7%	357,551
（経常利益率）	7.8%	6.2%	—	6.8%
四半期（当期） 純利益	147,121	157,944	107.4%	176,004
（四半期純利益率/ 当期純利益率）	3.8%	3.4%	—	3.4%

POINTS

売上高は前年同期比20.5%の増収。

新店売上及び前期出店店舗の増収効果に加え、既存店は前年同期比0.5%増収。

売上総利益率は64.9%となり、前年同期に対し0.8%低下。既存店も前年同期比1%低下。

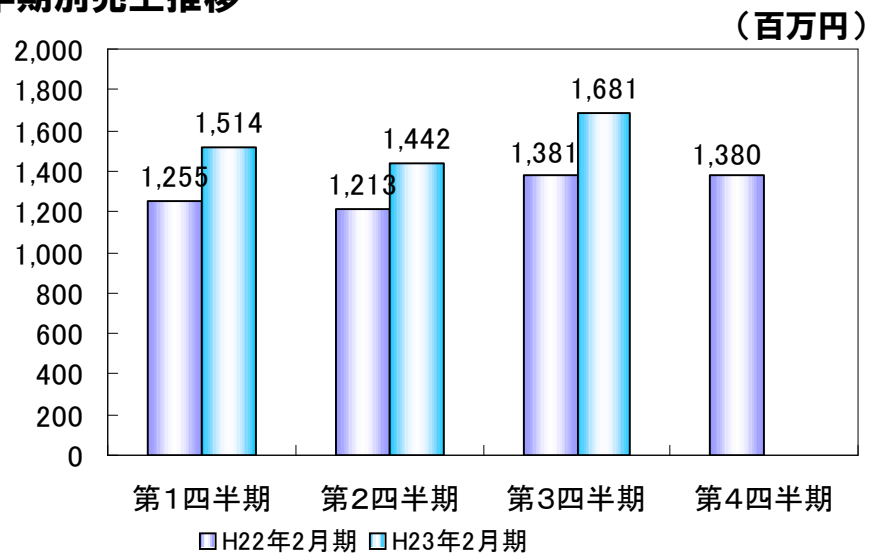
販管费率は前年同期比0.8%増加。

経常利益は286千円となり、前年同期比4.3%の減益。

四半期純利益は157千円となり、前年同期比7.4%の増益。

四半期業績の推移

● 四半期別売上推移

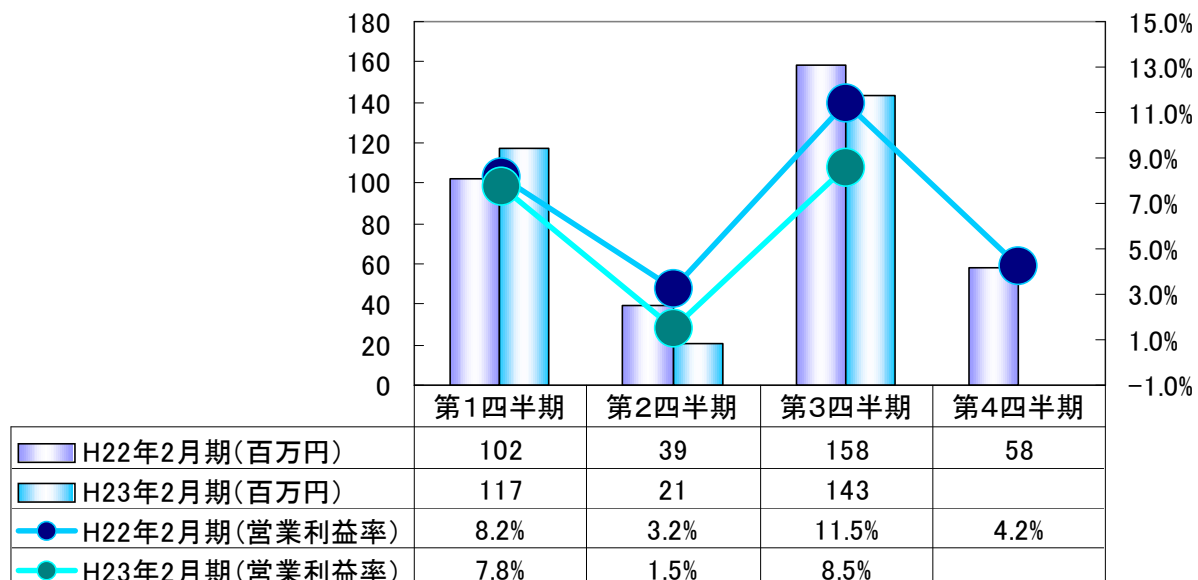


POINTS

当期第2四半期の売上高は1681百万円、営業利益は143百万円、営業利益率8.5%となった。

● 四半期別営業利益推移

■ H22年2月期(百万円) ■ H23年2月期(百万円) ● H22年2月期(営業利益率) ● H23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）

品目	仕入高	構成比	前年同期比
生活雑貨	203,124	11.6%	129.4%
衣料・服飾雑貨	830,220	47.5%	140.1%
電化製品	427,955	24.5%	103.9%
家具	118,506	6.8%	106.6%
ホビー用品	110,847	6.3%	120.1%
その他	55,730	3.3%	99.5%
合計	1,746,384	100.0%	122.9%

POINTS

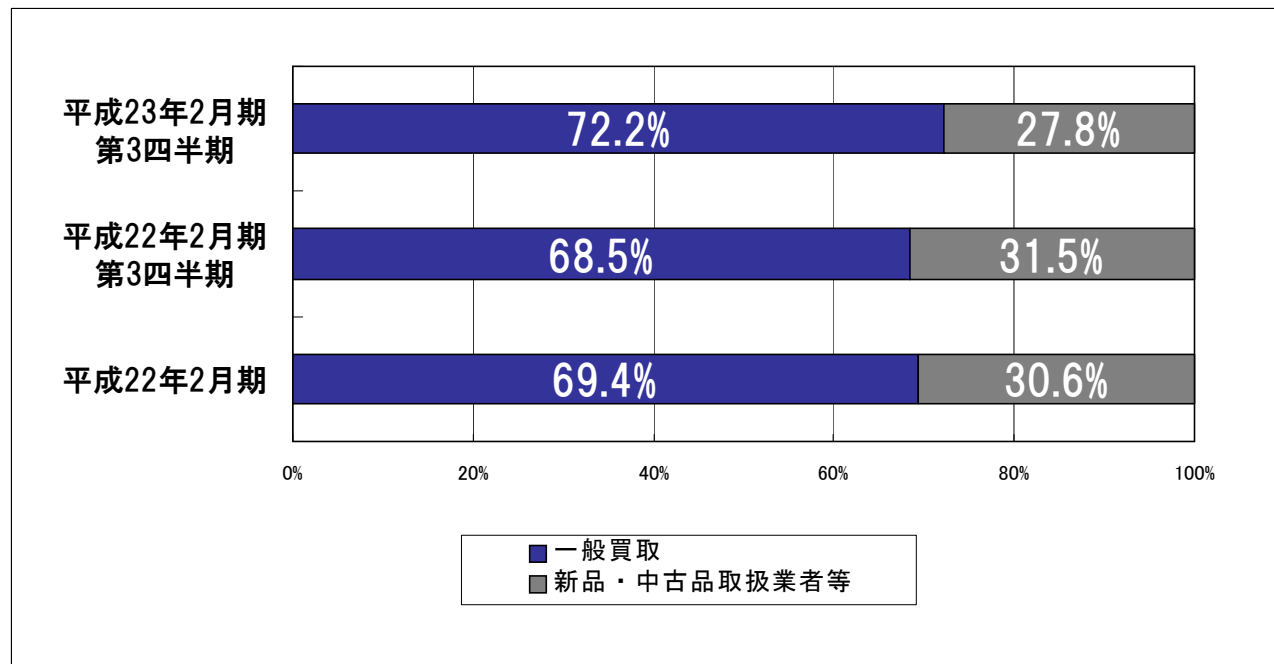
服飾専門リユース業態の店舗数拡大も寄与し、衣料・服飾雑貨が前年同期比38.8%の増収。

● 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	584,181	12.6%	112.6%
	衣料・服飾雑貨	2,128,028	45.9%	138.8%
	電化製品	1,146,223	24.7%	106.4%
	家具	453,642	9.8%	109.7%
	ホビー用品	294,810	6.4%	109.1%
	その他	22,672	0.4%	169.8%
	小計	4,629,556	99.8%	121.0%
FC事業		8,993	0.2%	38.7%
合計		4,638,550	100.0%	120.5%

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72.2%、新品・中古品取扱業者等の構成比が27.8%となった。店舗数増加にともない、持込買取を中心に一般買取が伸張した。

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	100.5%	270.5%	—

● 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%	276.9%	—
売上総利益率	65.4%	65.7%	62.8%
前年同期差	-1.0%	1.5%	—

● 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	94.3%	— (※)	—
営業利益率	21.3%	18.4%	-17.1%
前年同期差	-1.4%	— (※)	—

(※)前期の営業利益が赤字であるため、表示しておりません。

POINTS

既存店は、売上高は前年同期比0.5%の増収となった。売上総利益率は65.4%となり、前年同期に対し1%低下。営業利益率は前年同期に対し、1.4%低下。

売上総利益率は、衣料服飾雑貨などの値下げにより第2四半期に大きく悪化が見られたが、第3四半期では回復傾向が見られた。

前期出店店舗は売上総利益率が65.7%、営業利益率が18.4%と堅調に推移した。

既存店の状況

既存店：前々期以前出店店舗

(単位：千円)

	平成22年2月期 第3四半期	平成23年2月期 第3四半期	前年同期比
既存店の買取件数(件)	291,833	306,445	105.0%
既存店の一般買取額(千円)	866,057	927,163	107.1%
既存店の一般買取単価(円)	2,968	3,026	—
既存店の販売件数(件)	1,142,871	1,197,774	104.8%
既存店の売上高(千円)	3,473,424	3,490,368	100.5%
既存店の販売単価(円)	3,039	2,914	—

POINTS

既存店の買取件数は前年同期比5%増加、販売件数は同4.8%増加と堅調に推移。

既存店の売上高は前年同期比0.5%の増収、販売単価は下落。

販売費及び一般管理費の推移

(単位:千円)

	平成22年2月期 第3四半期	平成23年2月期 第3四半期	前年同期比	平成22年2月期
人件費	1,107,711	1,294,436	116.9%	1,491,000
対売上高比率	28.8%	27.9%	—	28.5%
賃借料	463,090	598,506	129.2%	644,727
対売上高比率	12.0%	12.9%	—	12.3%
広告宣伝費	71,100	72,480	101.9%	100,872
対売上高比率	1.8%	1.6%	—	1.9%
その他	586,333	759,371	129.5%	807,570
対売上高比率	15.2%	16.4%	—	15.4%
販管費合計	2,228,235	2,724,795	122.3%	3,044,171
対売上高比率	57.9%	58.7%	—	58.2%

POINTS

販管費率は58.7%、前年同期比0.8%増加。

新規出店が前倒しになった(第3四半期会計期間で4店舗出店した)ことによる出店費用増加などにより販管費が増加した。

貸借対照表概要

(単位:千円)

	平成22年2月期末	平成23年2月期 第3四半期末	前期末増減額
流動資産	1,290,232	1,404,667	114,434
(構成比)	55.5%	53.6%	—
固定資産	1,036,211	1,214,984	178,772
(構成比)	44.5%	46.4%	—
総資産	2,326,444	2,619,652	293,207
流動負債	956,201	916,515	-39,686
(構成比)	41.1%	35.0%	—
固定負債	356,792	313,034	-43,757
(構成比)	15.3%	11.9%	—
負債合計	1,312,994	1,229,550	-83,444
(構成比)	56.4%	46.9%	—
純資産	1,013,450	1,390,102	376,652
自己資本比率	43.6%	53.1%	—

POINTS

自己資本比率は53.1%に改善

当第3四半期会計期間末における資産合計は、商品が113,460千円増加したこと及び、敷金及び保証金が増加したこと等により、前事業年度末と比較して293,207千円増加し、2,619,652千円となった。

当第3四半期会計期間末における負債合計は、未払法人税等が減少したこと等により、前事業年度末と比較して83,444千円減少し、1,229,550千円となった。

当第3四半期会計期間末における純資産合計は、第2四半期会計期間の新株式発行による資本金の増加121,493千円、資本準備金の増加121,493千円及び、四半期純利益により利益剰余金が増加したこと等により、前事業年度末と比較して376,652千円増加し、1,390,102千円となった。

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22年2月期 第3四半期	平成23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	132,971	6,982	-125,988
投資活動によるキャッシュ・フロー	-207,380	-294,984	-87,603
財務活動によるキャッシュ・フロー	181,046	258,906	77,859
現金及び現金同等物の増減額	106,637	-29,095	—
現金及び現金同等物の期末残高	362,316	433,802	71,486

	平成22年2月期 第3四半期	平成23年2月期 第3四半期	前年同期 増減額
設備投資額	142,233	145,189	2,956
減価償却費	63,913	86,736	22,823

POINTS

当第3四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29,095千円減少し、433,802千円となった。

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 +286,346千円
 減価償却費 +87,473千円
 法人税等の支払額 -191,410千円
 たな卸資産の増加額 -116,121千円

(投資活動によるキャッシュ・フロー)
 有形固定資産の取得による支出
 -162,916千円
 敷金及び保証金の差入による支出
 -78,079千円

(財務活動によるキャッシュ・フロー)
 株式発行による収入 +242,106千円
 長期借入金の返済による支出 -163,741千円
 短期借入金の純増額 106,000千円
 長期借入れによる収入 +100,000千円
 配当金の支払額 -24,209千円

当期の取組と業績見通し

平成23年2月期 業績予想

POINTS

通期業績は売上高は前期比23%増の64億円、経常利益は同5.2%増の3.76億円を計画、新規出店10店を計画。第4四半期は2店舗の新規出店を予定。

	平成23年2月期 第3四半期	前年同期比	平成23年2月期 通期予想	前期比	平成22年2月期 実績
売上高(百万円)	4,638	120.5%	6,481	123.9%	5,230
営業利益(百万円)	283	94.4%	377	105.2%	358
(営業利益率)	6.1%	—	5.8%	—	6.9%
経常利益(百万円)	286	95.7%	376	105.2%	357
(経常利益率)	6.2%	—	5.8%	—	6.8%
四半期(当期)純利益(百万円)	157	107.4%	177	100.6%	176
(四半期(当期)純利益率)	3.4%	—	2.7%	—	3.4%
1株あたり四半期(当期) 純利益(円)	60.89	—	67.42	—	14,628.06

※平成22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。

当期の取り組み

具体的な取組項目

既存店の
継続的強化

総合リユース業態の
新規出店
5～6店舗を計画

服飾専門リユース業態の
新規出店
3～4店舗を計画

販売ポイントサービス「トレポ」活用によるリユース事業強化

他社提携やインターネット活用による買取強化

リユースショップポータルサイト「うるハピ」の展開強化

新規事業への取組み(ブランドレンタル事業を10月スタート)

財務

H22年6月、7月に公募増資等により242百万円を調達

➤当期の新規出店投資に充当、あわせて財務基盤を強化

全社的 テーマ

多店舗展開モデルの確実な推進

➤着実な店舗展開による収益基盤の拡大

➤一店舗、一店舗を確実に育て、利益を積み重ねていく

既存店の継続的強化

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)	通期
前期	66.7%	65.7%	66.8%	66.4%	65.9%
当期	66.6%	63.7%	65.9%	65.4%	—
前年同期比	▲0.1%	▲2.0%	▲0.9%	▲1.0%	—

既存店は第2四半期(6－8月)に売上利益率が前年同期比2.0%低下したが、第2四半期に実施した衣料などの値引販売の減少等により、第3四半期(9－11月)は前年同期比0.9%の低下に留まり回復傾向が見られた。

既存店の継続的強化

下半期スタートの9月は、記録的な猛暑の影響から秋冬物衣料等の販売に苦戦し、既存店売上は前年同月比マイナスとなった。

気温が下がった9月後半からは販売、買取とも大幅な改善がみられ、既存店は10月は前年同月比**106.2%**(全社ベース126.9%)、11月は同**104.7%**(全社ベース126.9%)、12月は同**100.7%**(全社ベース121.9%)と堅調に推移した。

第3四半期以降の取り組み

➤市場価格をふまえ一点一点の品物の評価を適正に行い、想定した利益率で売り切るという基本を徹底

➤当期5月に全店導入したポイントカード会員へのメルマガ配信などのマーケティング機能を使い、効率的な販売促進を実施

当期の新規出店 11月現在 8店舗の出店が完了

総合リユース業態のトレジャーファクトリー4店舗、服飾専門リユース業態のトレジャーファクトリースタイル4店舗の出店を完了



H22年11月オープン 習志野店

習志野店では総合リユース業態のロゴを一新し、トレファクブランドの一層の浸透を図ります



(高円寺1号店)



H22年11月オープン高円寺2号店



H22年11月オープン 調布店

高円寺1号店の
近隣に2号店を
オープン

調布駅前に半地下
店舗をオープン

1ヶ月に3店舗オープン！

他社との提携による買取強化(出張買取)

【大京アステージとの取組】



マンション管理会社の大京アステージと提携し、マンションイベントとして「出張買取フェア」を共同開催し、同社が管理するマンションの居住者に対し、当社の出張買取サービスを提供。
大京アステージにとっては、管理マンションの居住者に対するサービス向上となり、当社は優良顧客から買取が増加する相乗効果を生み出している。

[具体的なサービスの流れ]

大京アステージ
が管理している
マンションで出
張買取フェアを
開催



マンション居住者
買取希望品を準備

出張買取サービスを提供



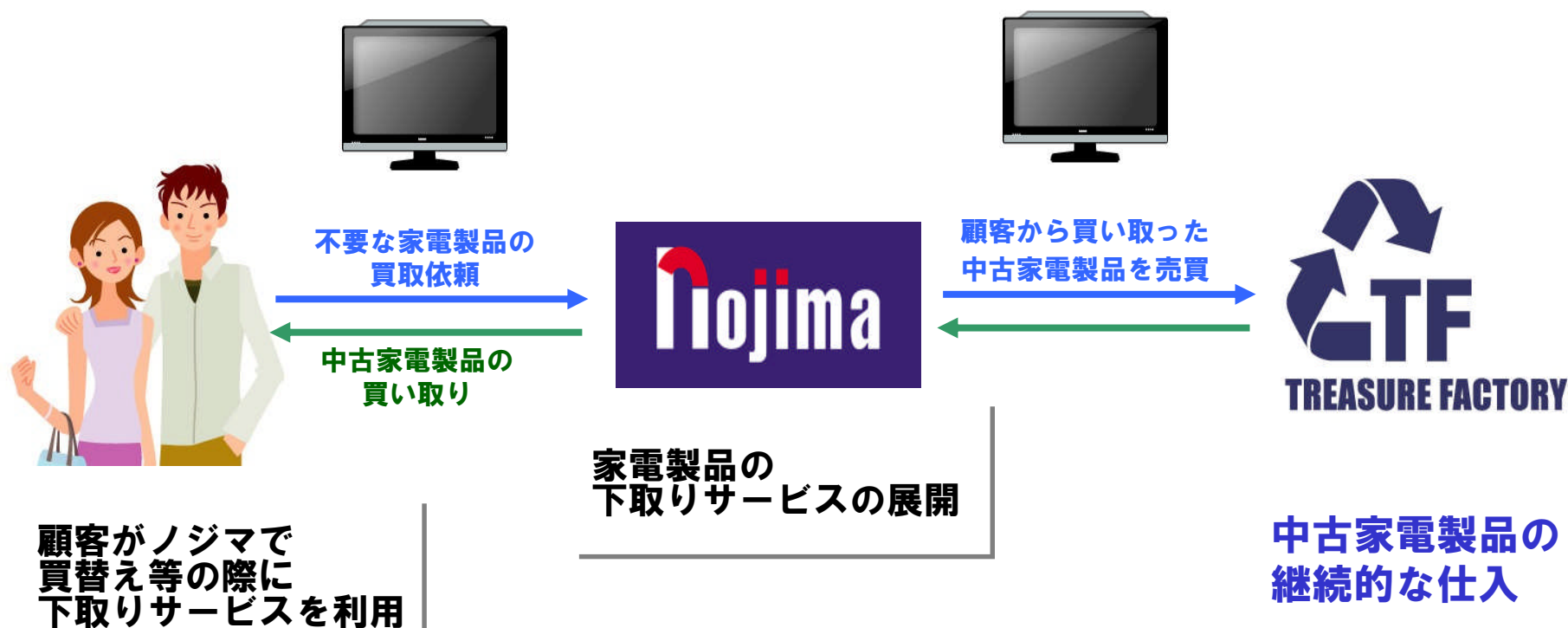
出張買取の
継続強化

他社との提携による買取強化(家電製品の買取)

【ノジマとの取組】

前期6月にスタートしたノジマとの共同の家電製品の下取りサービスは、ノジマの実験店舗にてサービスを実施。対象商品の拡充などにより、当社が買い取る商品数も徐々に増え、中古家電仕入の強化につながっている。

[具体的なサービスの流れ]

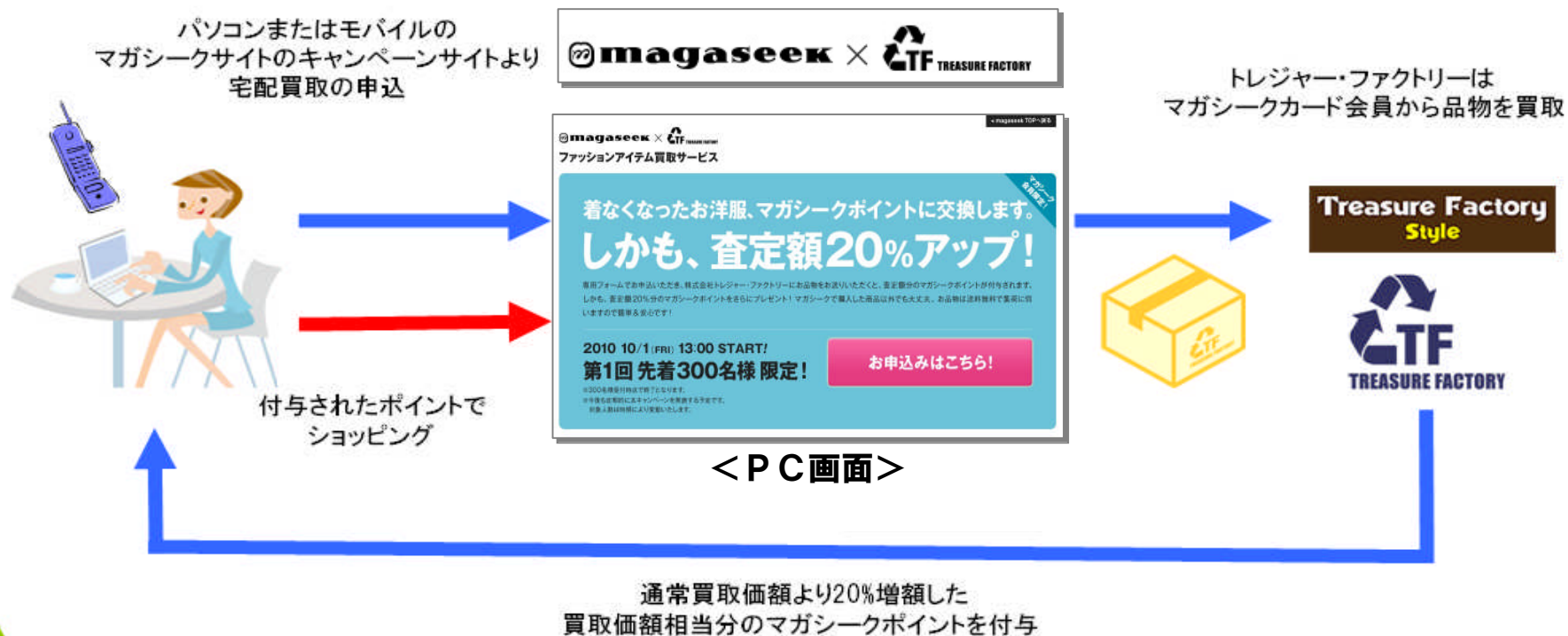


他社との提携による買取強化(ファッションアイテムの買取)

【マガシークとの取組】

前期8月にスタートしたマガシークとの共同のファッションアイテムの下取りサービスは、当期は規模を拡大し、10月からスタート。マガシークのファッション感度の高い顧客からの買取を増やし、良質なリユース品の一般買取増加につながっている。

Web上でファッションアイテムの下取りを実現：365日24時間受付の下取りサービス



新規事業 ブランド品レンタル事業を開始

ブランドバッグ・アクセサリーのオンラインレンタルサービスサイト「Cariru」に係る事業を株式会社Cariru から、平成22年10月1日に譲り受け、サービスを開始



ブランドバッグ・アクセサリーレンタル

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



Cariru(カリル)は、女性のハッピーとキレイを応援するブランドレンタル人気ナンバー1サイトです

Cariru(カリル)とは

■高いお金を払ってブランドバッグを買う、というイメージを変えたのがCariruのサービスです。女性のハッピーとキレイを応援するブランドレンタル人気ナンバー1サイトとして、今まで100本以上のテレビや雑誌に取り上げられ、「ブランド品レンタル」という新たな分野を確立。

Cariruのサービス

- 入会金・月会費:0円、面倒なシステム一切なし
- インターネットでお申し込み→ご自宅まで宅配便でお届け。ご返却も宅配便で、という“Door to Door”の簡単、便利なサービス。

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譲り受けることにより、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、更なる成長を目指してまいります。

今後の成長戦略と株主還元

業績の推移

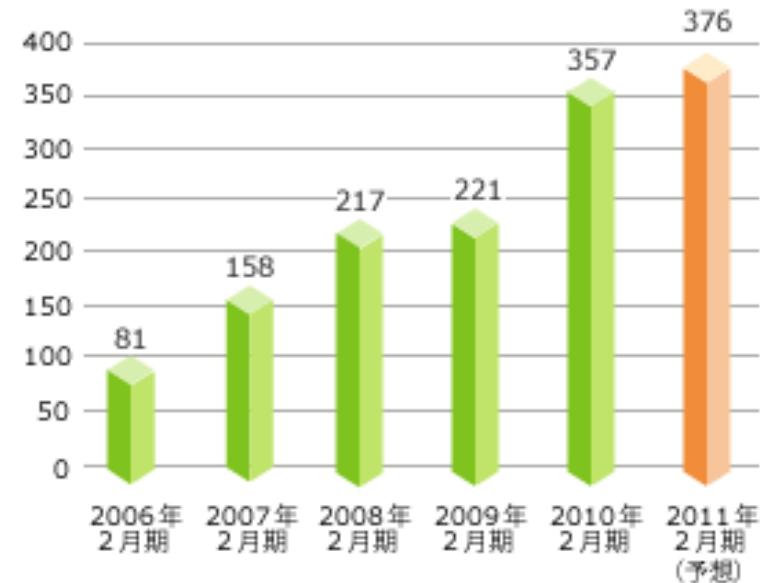
売上高の推移

(単位:百万円)



経常利益の推移

(単位:百万円)



過去3期の平均
売上高成長率124%

過去3期の平均
経常利益成長率133%

収益性

売上高
経常利益率

6.8%
(2010年2月期)

資本
効率

自己資本
当期純利益率

18.9%
(2010年2月期)

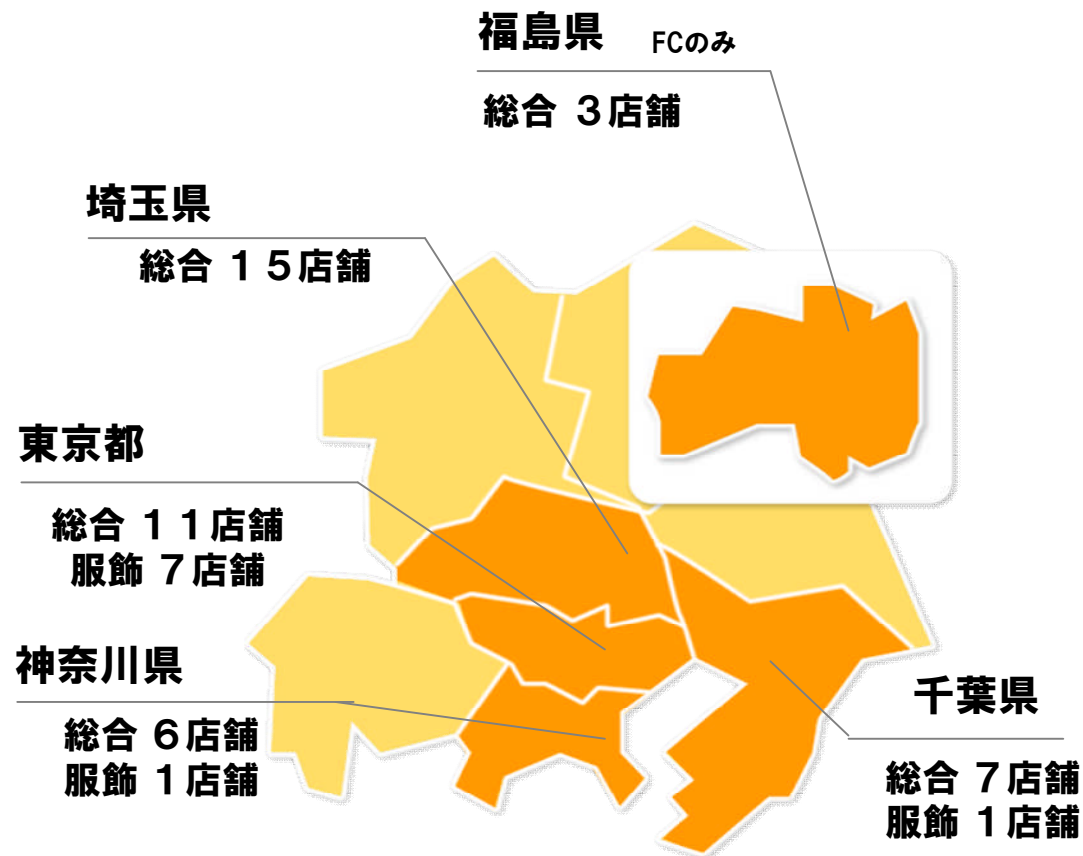
安全性

自己資本比率

53.1%
(2010年11月末)

店舗ネットワーク 首都圏を中心にドミナント出店

前期9店(FC1店含む)の出店に引き続き、当期は10店(直営)の出店を予定。当期11月末時点で51店舗体制。



平成22年11月現在

■ 直営 48店舗
(総合39、服飾9)

■ FC 3店舗
(総合3)

合計 51店舗

※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」

中期的な成長戦略

直営店舗網の拡大を事業の軸に、首都圏での店舗網の更なる拡大及びその他地域への店舗展開を推進し、継続的な事業成長を実現

リユースショップ
ビジネスモデルの
継続強化

既存店の売り場作り、買取・販売サービスなどの
継続的な改善・向上を図り、お客様に選ばれる
地域一番店を作り上げる

リユースショップの
年間二桁出店の
継続

総合リユース業態と服飾専門リユース業態を
組み合わせ、直営店の継続的な年間二桁出店
を実現

新規業態・新規
事業の開発

既存業態・既存事業と相乗効果のある新規業態・
新規事業の開発

中期的な出店戦略

出店エリアを徐々に拡大し、年間二桁出店を継続

1都3県へのドミナント出店

+

他地域への出店

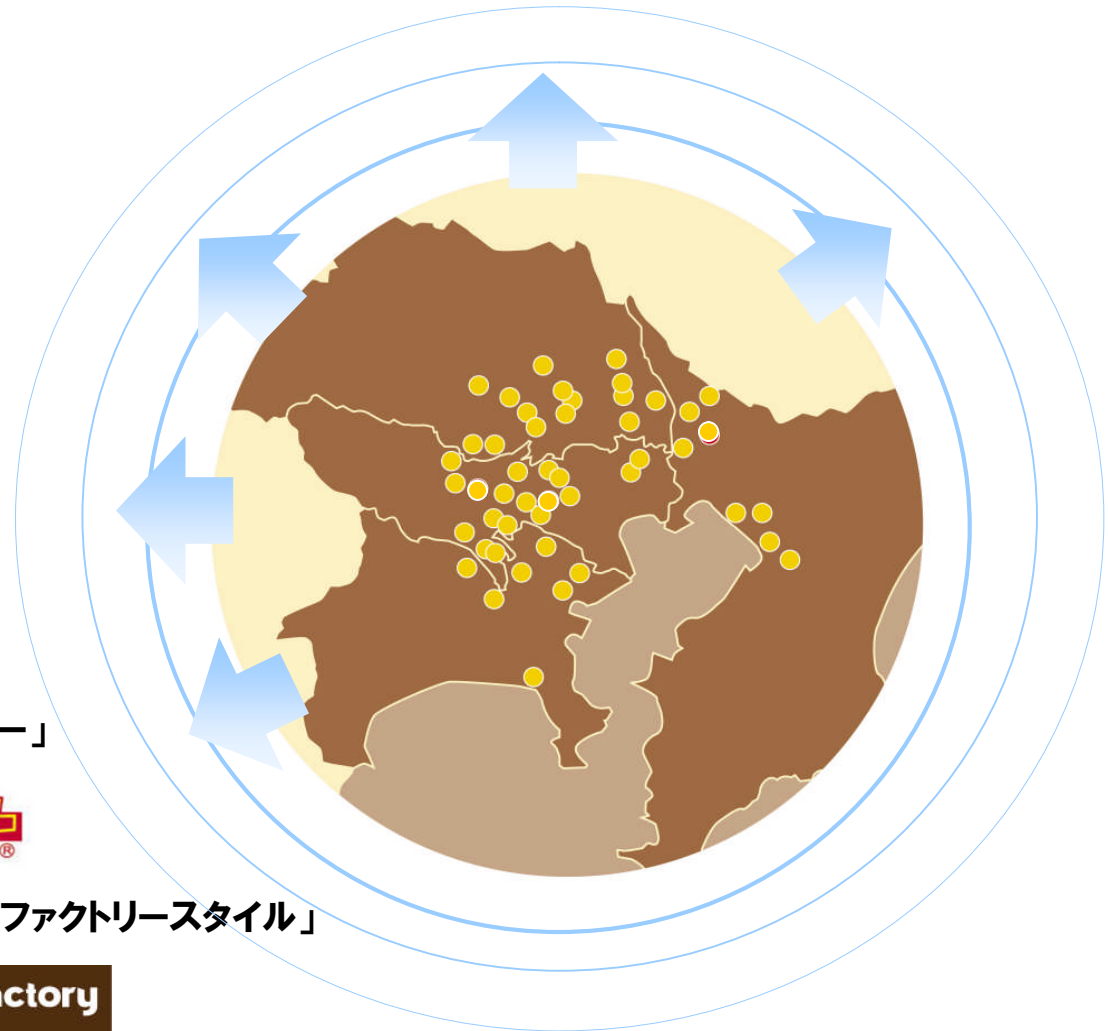
複数業態を組み合わせた
直営店の出店

・総合リユース業態「トレジャーファクトリー」



・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」

Treasure Factory
Style



株主還元について

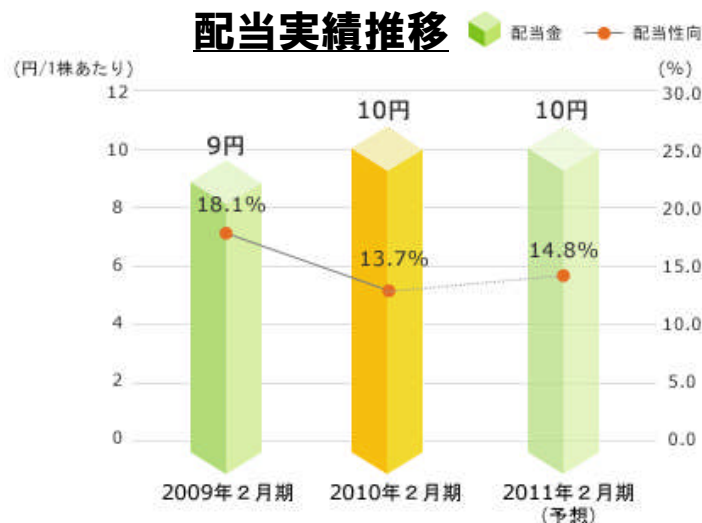
利益配分に関する基本方針

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23年2月期の配当

平成23年2月期の配当につきましては、
1株当たり10円の期末配当を予定しております

※業績の推移により適宜配当金額は見直しを行います。



※当社は2010年(平成22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。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

当社株式を保有の株主様に対し、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」を進呈いたします。

【平成22年2月期 オリジナルクオカード】



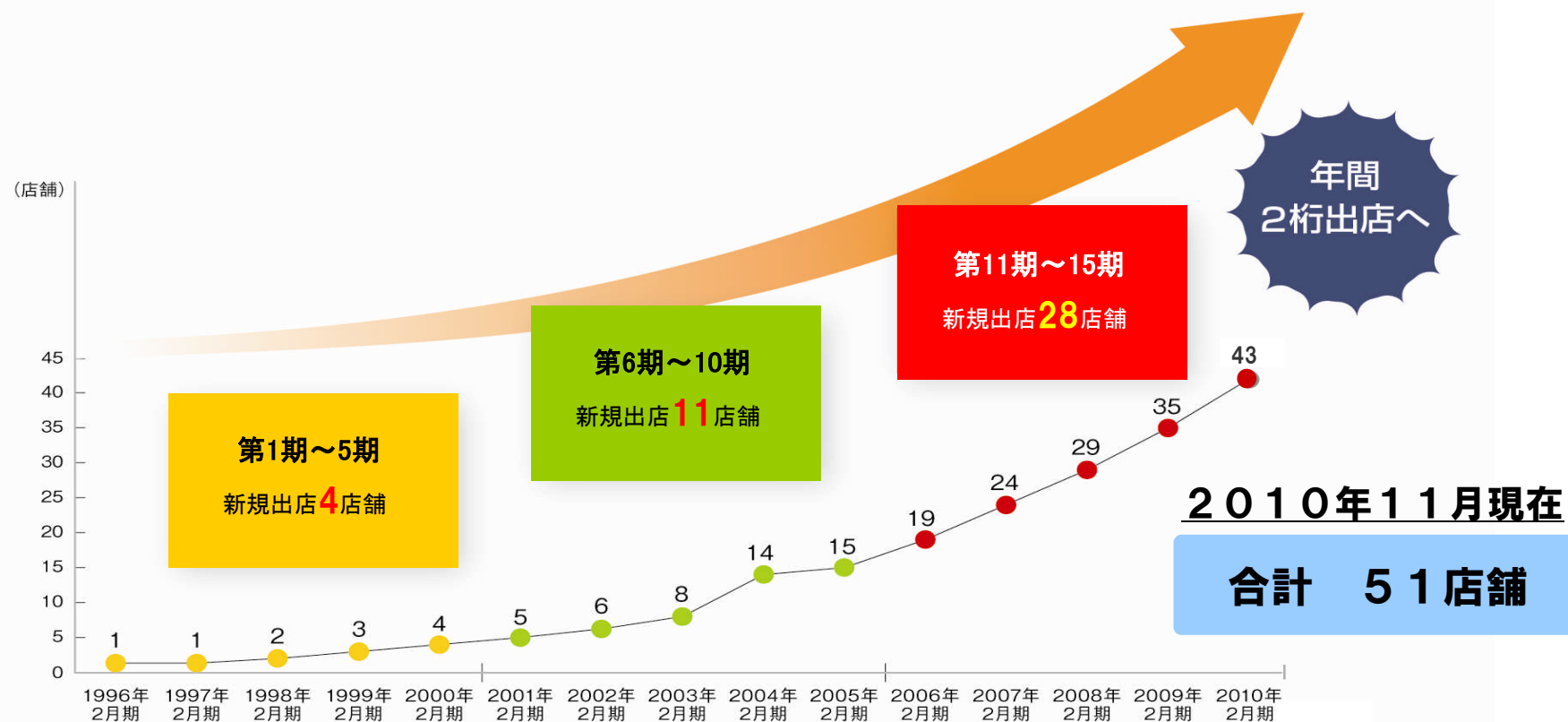
※平成22年3月1日付で普通株式1株につき200株の割合をもって株式の分割を行っておりますが、株主様に贈呈されるクオカードの金額に変更はありません。

将来目標

長期
目標

徳川幕府を超える300年続く会社を目標に、持続的に成長し、
世界規模でリサイクルビジネスを展開する

■期間別の店舗出店数の推移



補足資料

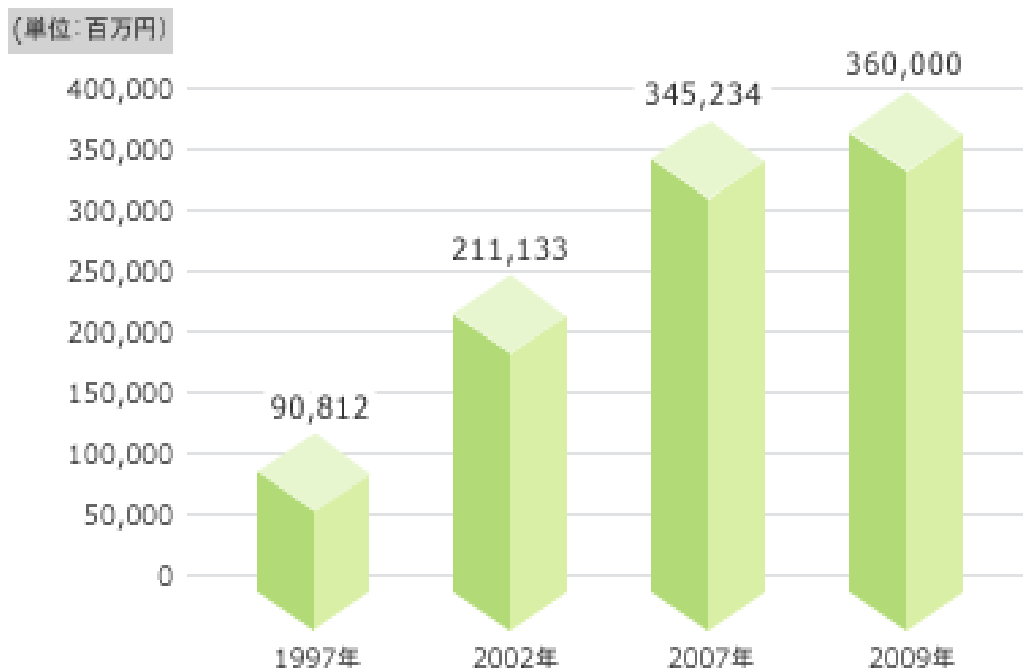
事業環境～拡大を続ける中古品マーケット～

中古品小売業界は、エコをキーワードにした環境意識の高まりに加え、景気動向が厳しくなる中で、より良いものを安く購入したいという消費者ニーズの強まりから、その市場規模は引き続き、拡大が予想される。

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、骨董品除く)
※2009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

推定市場規模：3,600億円



※経済産業省「商業統計」より作成

成長の原動力3つの側面

- ①質の良い中古品の供給量の厚みが増加
- ②当社を初めとした中古品販売ビジネスの進化
- ③節約志向や環境意識の強まりといった消費者意識の変化

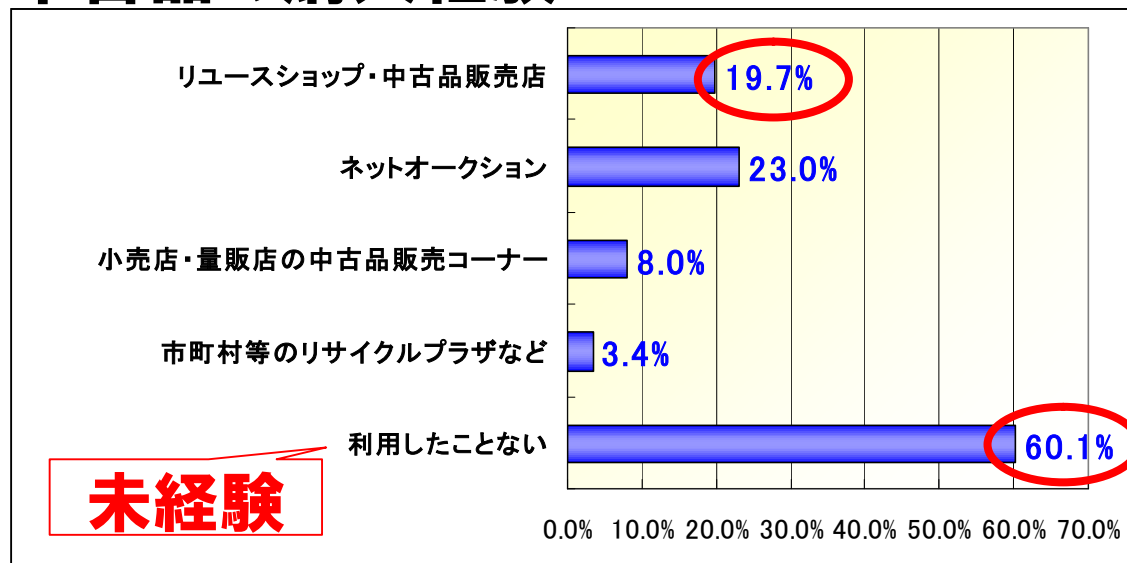


家電や衣料品などを中心
に今後も成長

*日本経済新聞2009年4月10日より抜粋

消費者のリユースサービスの利用状況

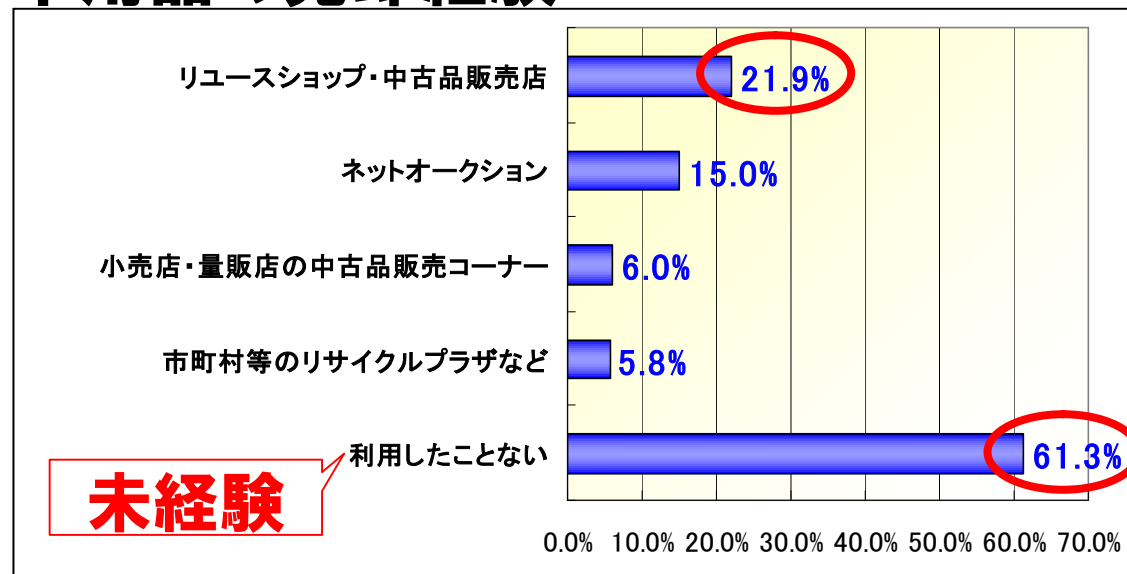
中古品の購入経験



リユースサービスを利用したことがない消費者が約60%

リユースの潜在市場は大きく、リユース市場は今後伸びていくことが予想される

不用品の売却経験



*環境省消費者アンケートより作成

トレジャー・ファクトリー 会社概要

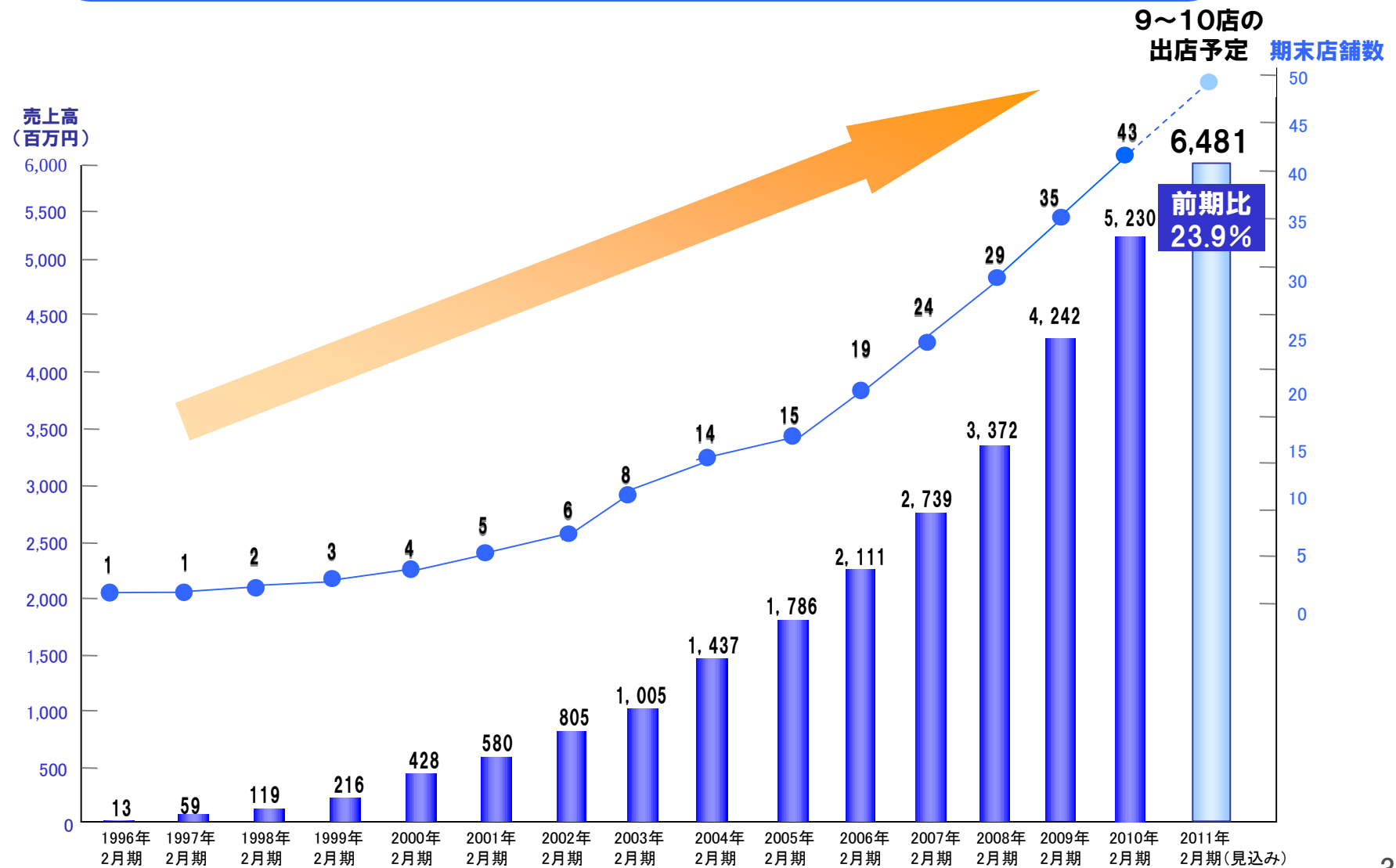
会 社 名	株式会社トレジャー・ファクトリー
代 表 者	代表取締役社長 野坂 英吾
従 業 員 数	245名（パートタイマー等は含まれておりません） （平成22年11月末現在）
決 算 月	2月
創 立	平成7年5月25日（1995年5月25日）
本 社 所 在 地	東京都足立区梅島三丁目32番6号
資 本 金	360,193千円
発 行 済 株 式 数	2,721,800株
事業内容	リユースショップの運営、 リユース品のインターネット販売・買取 ブランドバッグ・アクセサリーのオンラインレンタル事業 「Cariru」の運営
経営理念	トレジャーファクトリーは人々に喜び・発見・感動を提供します。
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 F C事業を開始
福島県いわき市にF C 1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 オンラインブランドバッグ& アクセサリーレンタル「Cariru」を開始

トレジャー・ファクトリーの売上高推移と店舗数推移

創業以来15期連続増収を達成



事業内容 店舗業態の紹介①

直営
39店舗
(FC3店舗)



総合リユース業態「トレジャーファクトリー」



幅広いジャンルのリユース品を取扱っており、
1つの店舗で様々な商品をワンストップで売り買いすることができます

総合リユース業態 【トレジャーファクトリー】

1つの店舗で幅広いジャンルのリユース品を扱うことにより、年代や性別、商品ニーズや趣味嗜好を問わず、幅広い層のお客様にご利用いただいています。お客様に様々な商品をワンストップで売り買いできる利便性と多くのジャンルの中からお気に入りの一品モノを探すワクワクドキドキ感を提供しています。

【取扱商品】

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



事業内容 店舗業態の紹介②

直営
9店舗

Treasure Factory
Style

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」



衣料・服飾雑貨を専門に、国内外のブランド品等を手頃な価格で提供する
古着のセレクトショップです

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】

ユーズドのウェアなど国内外・ブランドを問わずファッションの視点で取り揃えた新感覚のセレクトショップです。見るだけでも楽しく、訪れるたびに発見のある衣料・服飾雑貨専門のショップとして、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しています。

【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



店舗紹介 【当期の新規出店店舗(抜粋)】



H22年4月オープン 幕張店



H22年6月オープン 大船店



H22年8月オープン 松戸店



H22年8月オープン 川崎店



H22年10月オープン 三鷹店

ビジネスモデルの強化



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

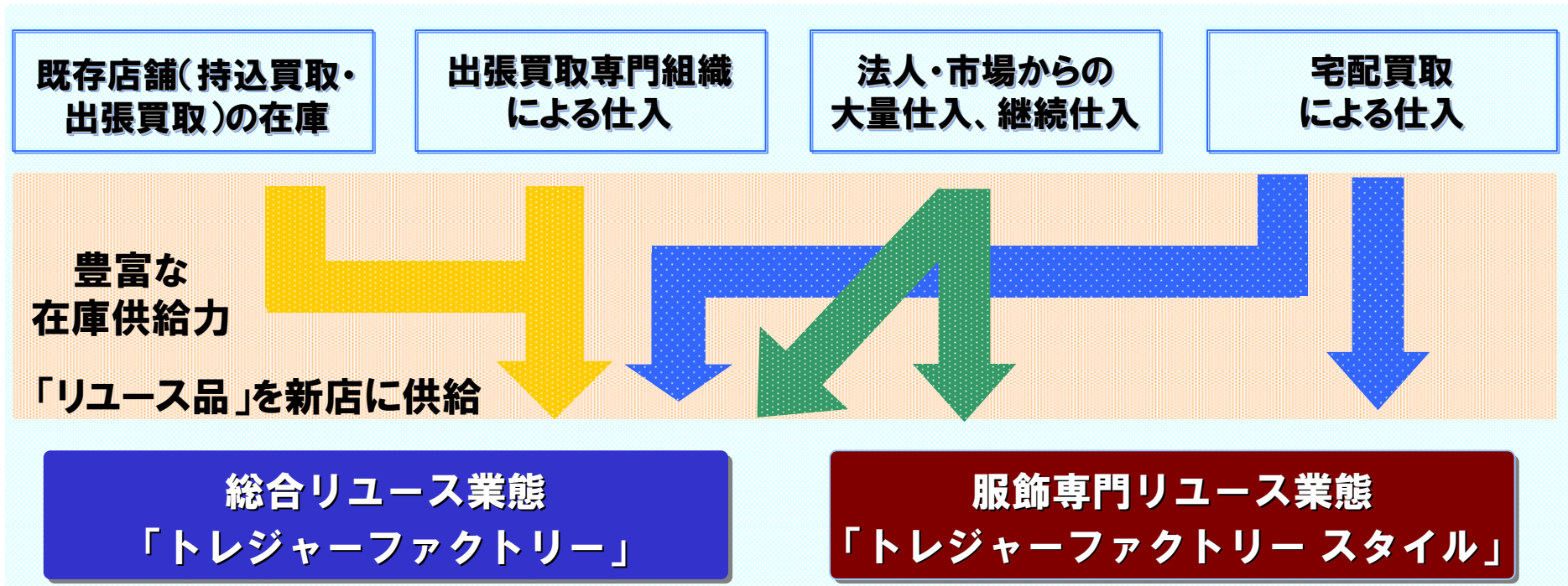
2つの店舗業態とWebチャネル
を組み合わせた販売力

- 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
売買取情報の蓄積と在庫期間の
適正管理を実現



当社の強み

1 多店舗展開を支える豊富な在庫供給力



新規出店成功のポイント

- 出店時に魅力ある「一品モノ」をスピーディーに集める
- 活きた売り場が魅力ある「一品モノ」を呼ぶ好循環を生む

当社の強み

2 高い売り場構成力



きれいで見やすく、安心して利用できるお店

- 様々なカテゴリーの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

当社の強み

3 独自開発のPOSシステム

～10年を超える開発を重ねた独自ノウハウの詰まったPOSシステム～

POSデータから日々の結果を
「トレナビ」にてリアルタイムに共有

※「トレナビ」…イントラネット

店舗の状況をリアルタイムに可視化

店舗スタッフがリアルタイムに現状把握、
顧客ニーズの変化に即時対応

膨大な売買データを基にした
買取査定支援システム

総合リサイクルショップならではの多種多様な
品物の査定を行う店舗スタッフを支援

店舗スタッフの使い勝手向上を
目指したシステム

システム連動による商品値札の自動発行

買取商品のPOS登録の省力化 etc

POSシステム＋分析ノウハウで他社と差別化

当社の強み

4 様々な形態・規模に対応可能な店舗パッケージの確立

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

- 郊外ロードサイドへの出店が中心
- 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

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

- 都心駅前出店が中心
- 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
- 今後、多様な出店形態を試しながら、出店可能物件を拡大していく

新規出店の最近の状況

- 当社店舗の集客力が評価され、出店候補地が増加傾向
- **新店オープンノウハウの蓄積**による出店準備期間の短縮

当社の強み

5 ワクワクドキドキを提供するスタッフ

世界にひとつしかないモノとの出会いの場面を演出するのはスタッフです。



たくさんの商品をご用意して
宝物に出会えるよう心がけています

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
ストアマネージャー

樋口 瑛美（平成20年入社）

毎日、毎週ご来店いただいても、毎回新鮮な感動を体験していただきたい。
その思いからディスプレイチェンジを頻繁に行ったり、売り場を定期的に変更
しています。トレジャーファクトリースタイルは、流行のアイテムから定番
のものまで幅広く、数多くの商品が集まります。いつも明るく元気に、お客様が
お気に入りの品と出会えるチャンスをご提供していきたいと思っています。

店舗は地域や規模によって、特色が大きく変わります。商品の集まり方も
違いますし、それによって売り方も変えていく必要があります。その地域なら
ではのコーナーを作り、人気コーナーとなったときは大きな喜びを感じます。
小道具を使っのディスプレイや手書きPOPを作成するなど常にお客様へ
ワクワク感を提供できるように心がけています。

地域色を活かしたコーナーや
ディスプレイで盛り上げています

総合リユースショップ トレジャーファクトリー
ストアマネージャー

松田 敏志（平成16年入社）



完