



TREASURE FACTORY

株式会社トレジャー・ファクトリー

決算説明資料

2026年2月期 (2025年3月～2026年2月)

2026年4月9日

決算サマリー

1

当期累計売上高・営業利益
YoY+15%超の成長

- 売上高**485**億円 (YoY**115.1**%)、営業利益**47**億円 (YoY**118.4**%)
- 当期累計で**売上高・営業利益ともに過去最高**を更新

2

単体既存店売上高が
54ヶ月連続前年同月超え

- 当期累計でYoY**104.6**% (販売件数 同**104.8**%、販売単価 同**99.8**%)
- 2021年9月から当決算期まで**54ヶ月連続**で単体既存店売上高が前年同月超え

3

売上総利益率が上昇
(単体既存店)

- 単体既存店の売上総利益率が**64.3**%、YoYで+**0.4**pt上昇
- 下半期は63.8% (YoY+**0.8**pt) と大幅上昇

4

新規出店が順調に進捗

- 通期累計の新規出店目標30-35店舗のところ、当期累計で**32**店舗出店
- 既に進行期の出店も複数店舗が確定

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み



連結 | 損益計算書 - PL



売上高・営業利益ともにYoY+15%超の増収増益、2月に上方修正した業績予想を超えて着地

(百万円)	2025年2月期 通期実績	2026年2月期 通期実績	前期比較		業績予想比 (2026年2月18日発表 修正予想)		前期との増減／業績予想との差異要因
			増減額	増減率	通期予想	達成率	
売上高	42,207	48,597	+6,390	+15.1%	48,352	100.5%	前期比：通期累計の単体既存店成長率104.6% ：前期出店24店+当期出店32店の貢献
売上総利益	24,924	28,731	+3,806	+15.3%	-	-	
売上総利益率	59.1%	59.1%	-	-	-	-	単体での低単価商材の需要増加/買取クーポン廃止：+0.4pt カインドオール好調による高額品の売上構成比増加：▲0.4pt
販売費及び一般管理費	20,889	23,953	+3,064	+14.7%	-	-	
営業利益	4,035	4,777	+742	+18.4%	4,694	101.8%	
営業利益率	9.6%	9.8%	+0.2pt	-	9.7%	-	
経常利益	4,082	4,857	+774	+19.0%	4,775	101.7%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,709	3,171	+461	+17.0%	3,141	101.0%	
1株当たり当期純利益	115.63円	135.29円	+19.66円	+17.0%	129.01円	104.9%	

連結 | 貸借対照表 - BS



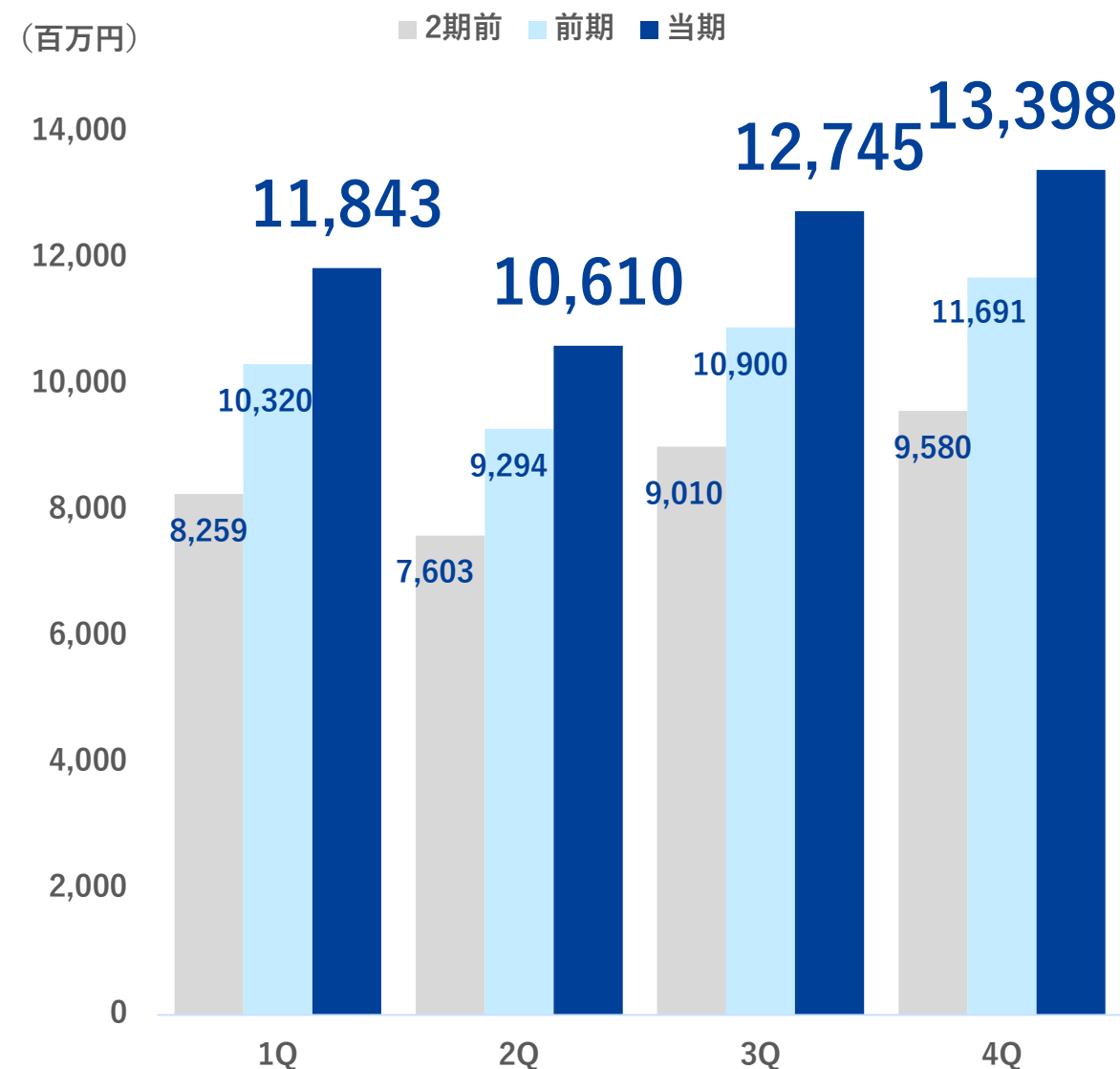
在庫効率は高水準をキープ、資本効率を維持しながらキャッシュ創出力をさらに高めるための投資を進める

(百万円、%は構成比)				
	2025年2月期末	2026年2月期末	増減	増減要因
流動資産	13,274 (63.7%)	16,827 (66.0%)	+3,552 (+2.3pt)	
うち現預金	3,014 (14.5%)	5,014 (19.7%)	+1,999 (+5.2pt)	フリーキャッシュフローの順調な増加により現預金水準が上昇 今後の成長投資と株主還元に戻していく
うち商品	7,922 (38.0%)	9,091 (35.7%)	+1,168 (▲2.3pt)	在庫消化が進み構成比は低下 仕入好調のため在庫不足の懸念はなし
固定資産	7,555 (36.3%)	8,652 (34.0%)	+1,096 (▲2.3pt)	
資産合計	20,830 (100.0%)	25,479 (100.0%)	+4,649	
流動負債	7,826 (37.6%)	9,745 (38.2%)	+1,918 (+0.6pt)	
固定負債	2,500 (12.0%)	2,833 (11.1%)	+332 (▲0.9pt)	
純資産	10,502 (50.4%)	12,900 (50.6%)	+2,397 (+0.2pt)	
負債・純資産合計	20,830 (100.0%)	25,479 (100.0%)	+4,649	
自己資本比率	50.0%	50.0%	-	

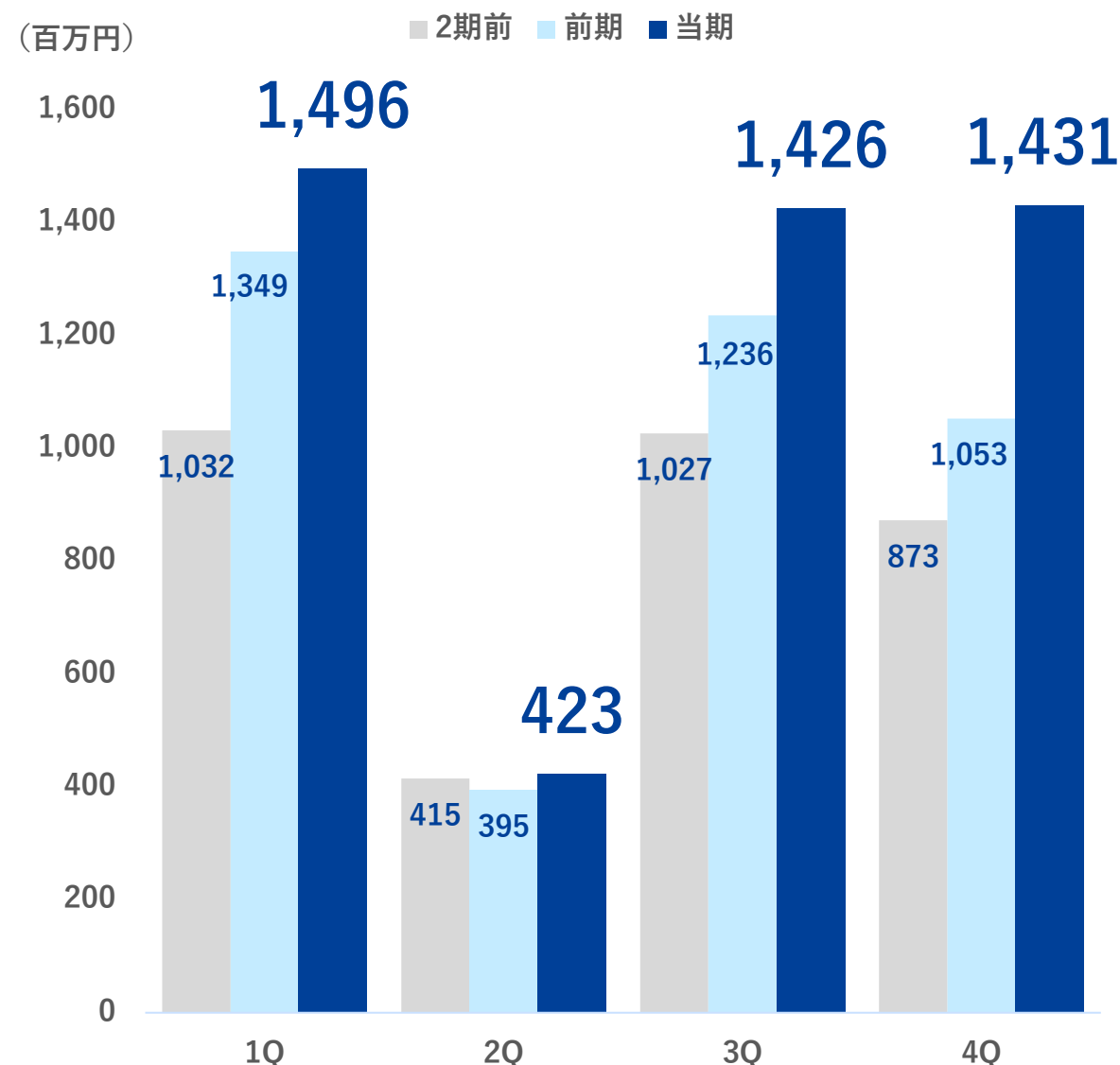
連結 | 四半期業績



売上高



営業利益

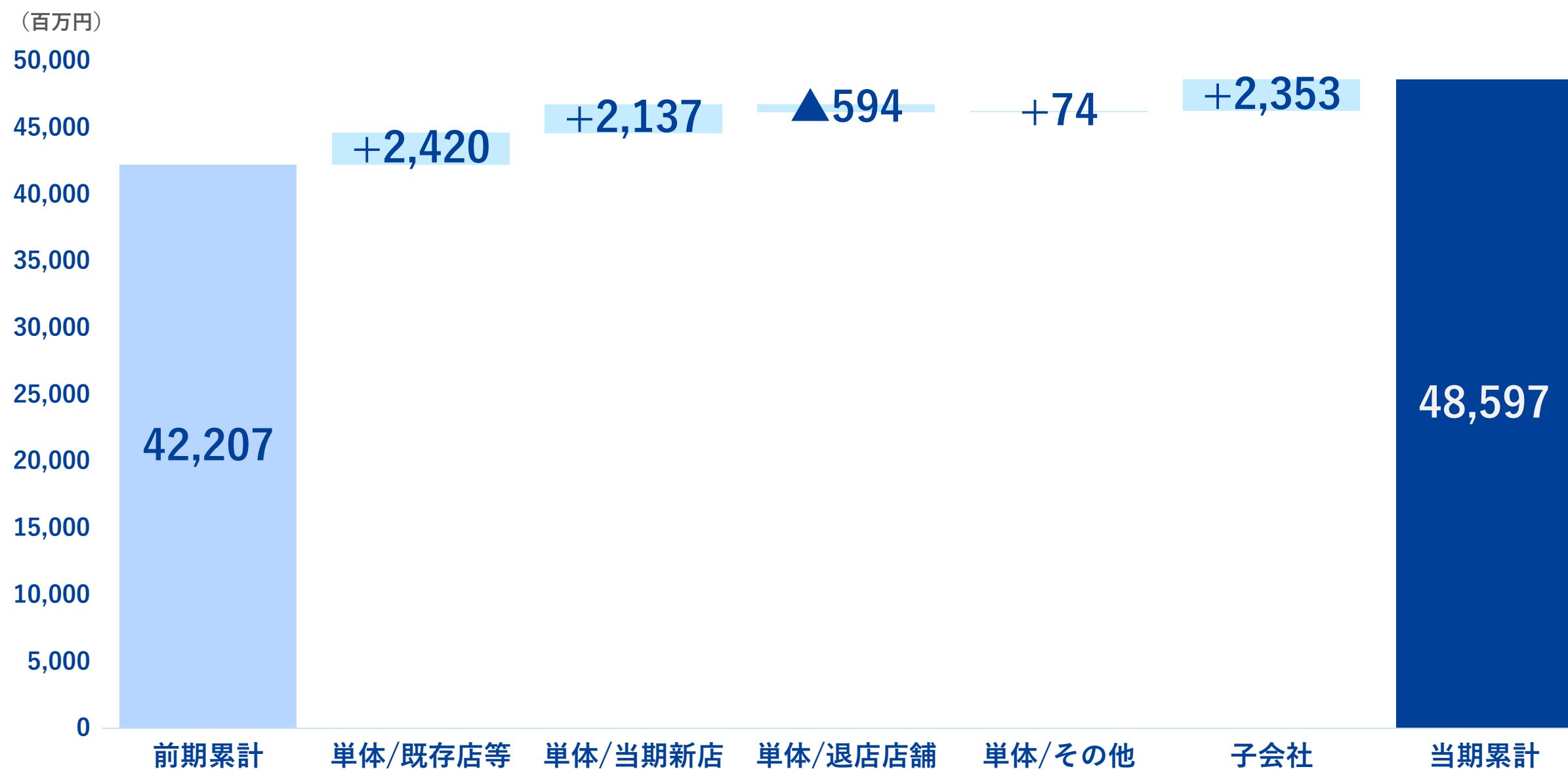


4Qは売上総利益率の改善によって
営業利益がYoY+35%の成長

- 単体とカインドオルが増収増益を牽引し、その他のグループ各社も好調に推移
- 冬物在庫の適切な価格コントロールにより、過度な値下げをせずに在庫消化が進み、売上と売上総利益を確保
- 出店が上半期に偏重したことで、下半期には多くの新店が利益貢献

(百万円)	四半期			累計		
	2025年2月期 4Q	2026年2月期 4Q	前年同期比較	2025年2月期 通期累計	2026年2月期 通期累計	前期比較
売上高	11,691	13,398	+14.6%	42,207	48,597	+15.1%
営業利益	1,053	1,431	+35.9%	4,035	4,777	+18.4%
営業利益率	9.0%	10.7%	+1.7pt	9.6%	9.8%	+0.2pt

連結 | 売上高 - 増減分析



主に既存店・前期出店の増収効果

主に既存店・前期出店の増収効果が売上成長を牽引

- 増収額は通期累計で**+6,390**百万円
- グループ会社ではカインドオルが**+1,710**百万円と特に好調に推移

免税販売も依然として増加中

- 免税売上比率は通期累計で**10.7%** (YoY+0.8pt)
- 訪日中国人減少の中、4Q単独でも**10.9%** (YoY+0.6pt)

好調な新規出店で退店のマイナスを吸収

- 物件の建て替え等の貸主都合及び定期借家契約の満了により、1Qに1店舗、3Qに1店舗、4Qに2店舗をやむなく退店
- 新規出店が好調に推移しており、退店による減収影響を吸収できている

補足

- 単体/既存店等 … 既存店・前期出店の合計

連結 | 仕入・販売高 - カテゴリー別



(百万円)	仕入高			販売高		
	通期累計	構成比	前期比	通期累計	構成比	前期比
生活雑貨	966	4.6%	117.7%	2,458	5.2%	106.6%
衣料	8,799	42.4%	112.4%	23,662	49.9%	117.6%
服飾雑貨	5,944	28.7%	120.9%	10,932	23.1%	121.1%
電化製品	1,562	7.5%	113.9%	4,115	8.7%	101.9%
家具	313	1.5%	101.6%	1,367	2.9%	98.2%
ホビー用品	2,130	10.4%	123.1%	4,281	9.0%	114.1%
その他	1,017	4.9%	103.6%	596	1.2%	113.5%
総計	20,734	100.0%	115.5%	47,415	100.0%	115.2%

仕入高と販売高のバランスが回復

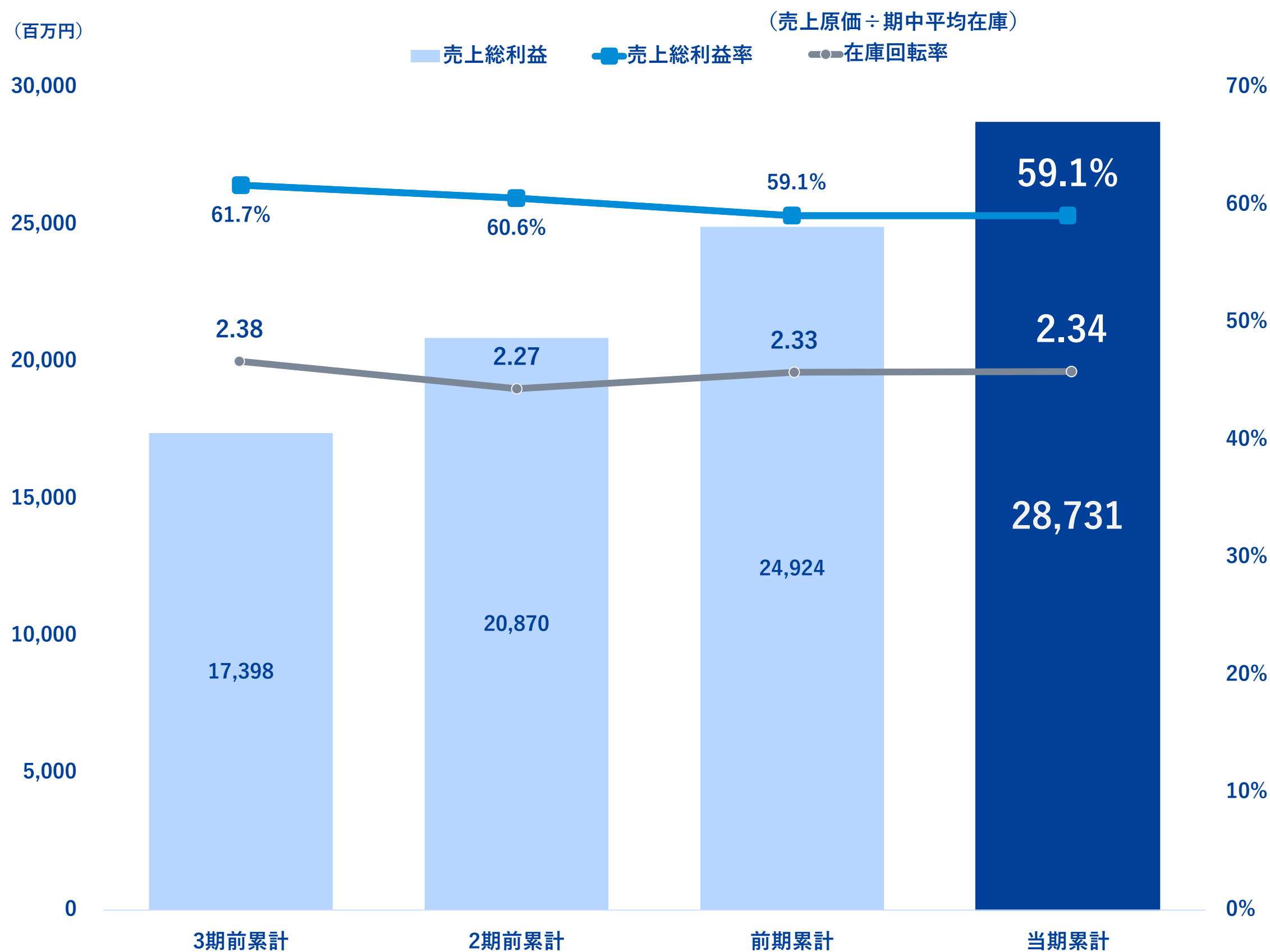
- 販売と買取がともに堅調に推移
- 2Qは30周年キャンペーンや買取アップクーポン廃止等の一過性の要因で仕入偏重となったが（3Qの需要の一部が前倒しされた）3Q以降は平準化されている

補足

- 服飾雑貨 … バッグ・財布・腕時計等
- ホビー用品 … スポーツ・アウトドア用品
おもちゃ・楽器等
- 仕入高「その他」… 仕入副費を含む



連結 | 売上総利益/売上総利益率/在庫回転率 - 直近4期推移



売上伸長により売上総利益額が増加

- 売上総利益率は商品ミックスの変化に伴い変動しているものの、金額ベースでは順当に増加

単体既存店の粗利率は4QでYoY+1.0pt

- 3Qからの買取クーポン施策の変更と売価コントロールの精度向上により、回転率を維持しながら粗利率の上昇を実現
- 一巡する2027年2月期3Qまで同様に推移する見通し

連結 | 営業利益 - 増減分析



主に既存店・前期出店の増収効果

既存店・前期出店の利益成長が継続中

- 増益額は通期累計で+742百万円
- グループ会社ではカインドオルが+443百万円と特に好調に推移
- 退店した4店舗の前期の営業利益分 ▲157百万円

下期で新店区分の収益貢献が進展

- 上期に新規出店が偏重し費用が先行したが、下期で収益貢献が見られ、赤字幅が縮小

(新店区分の営業利益)
 1Q累計 ▲69百万円
 2Q累計 ▲170百万円 (2Q期間損益 ▲101百万円)
 3Q累計 ▲200百万円 (3Q期間損益 ▲30百万円)
 通期累計 ▲115百万円 (4Q期間損益 +85百万円)

単体/その他の主な内訳

- 店頭買取以外の買取チャネルの人員増加 ▲156百万円 (事業拡大に伴う固定費の増加)
- ECや買取強化のための広告宣伝費の増加 ▲41百万円 (販売高・仕入高の増加に伴う変動費の増加)
- 店頭以外の買取・販売の強化につながっている

補足

- 単体/既存店等 … 既存店・前期出店の合計

連結 | 販管費 - 内訳

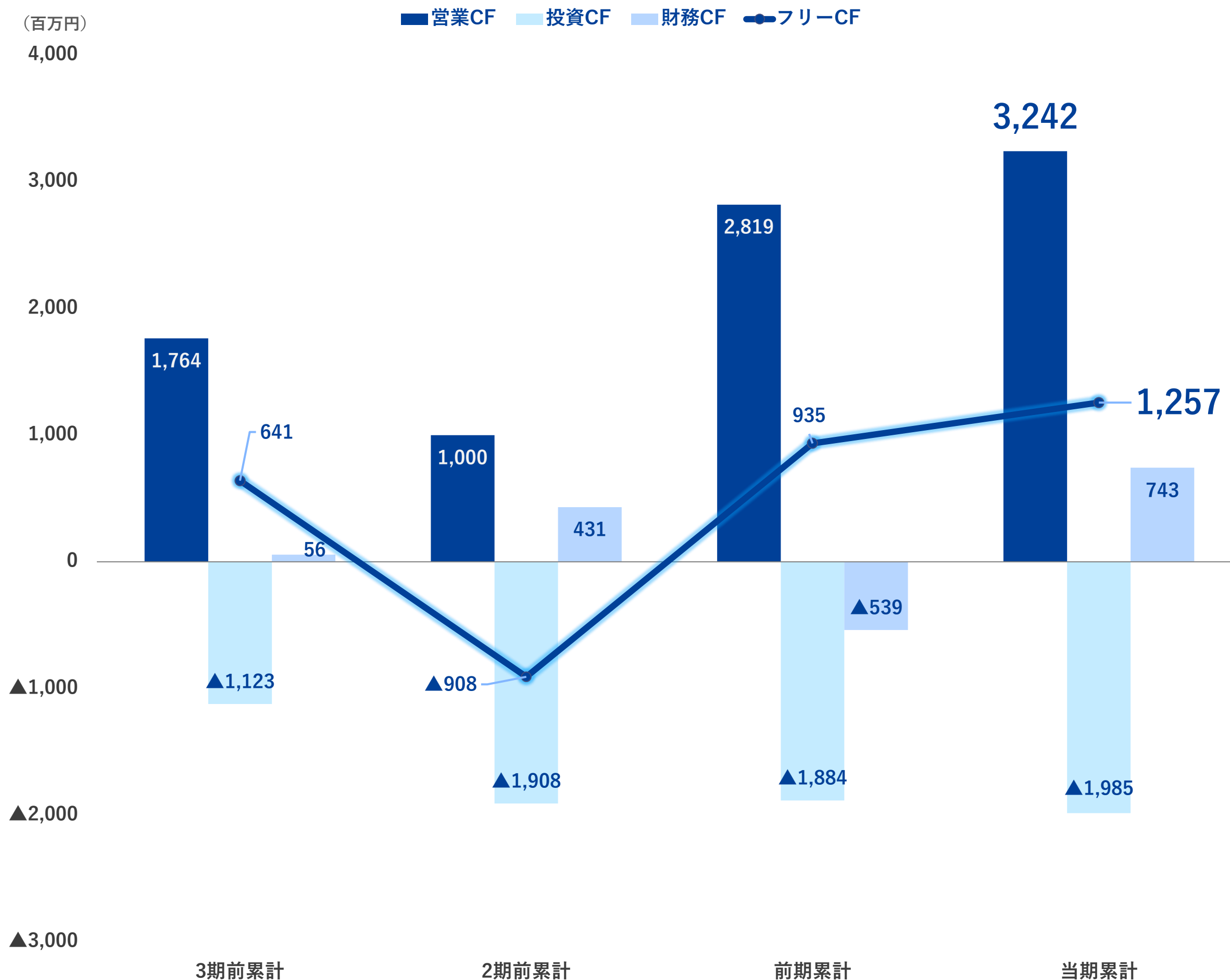


継続的な成長に向けて、固定費の増加は計画どおり

(百万円、%は売上高比率)	2025年2月期 通期累計	2026年2月期 通期累計	前期比	増減要因
人件費	10,277 (24.4%)	11,902 (24.5%)	115.8% (+0.1pt)	2025年4月に新入社員132名が入社 同年6月に約5%のベースアップ
賃借料	4,385 (10.4%)	4,976 (10.2%)	113.5% (▲0.2pt)	新規出店
減価償却費	632 (1.5%)	689 (1.4%)	109.1% (▲0.1pt)	新規出店
水道光熱費	596 (1.4%)	665 (1.4%)	111.5% —	新規出店
広告宣伝費	559 (1.3%)	691 (1.4%)	123.6% (+0.1pt)	主にECとレンタル事業の販売高の増加 店舗以外の仕入チャンネルの仕入高の増加
求人広告費	152 (0.4%)	171 (0.4%)	112.1% —	
消耗品費	504 (1.2%)	562 (1.2%)	111.6% —	新規出店
のれん償却費	47 (0.1%)	50 (0.1%)	106.7% —	
その他	3,733 (8.8%)	4,243 (8.7%)	113.7% (▲0.1pt)	前期は上半期にセンター拡張関連費用を計上
販管費合計	20,889 (49.5%)	23,953 (49.3%)	114.7% (▲0.2pt)	



連結 | キャッシュフロー - 直近4期推移



営業CFは通期累計でYoY+423百万円

- 前期は在庫回転率の向上をテーマに営業CFが増加したが、2期前の反動による上積みもあった状況
- 当期は、2Qに一過性の在庫増加があったものの、3Q以降の力強い販売需要と冬物在庫の価格コントロールが成功し、当期単独の実力値として営業CFが増加

先行投資を行いながらフリーCFも増加

- 当期はM&Aを行ったが、規模が小さいため投資CFへの影響は軽微
- 先行投資として、人材投資・在庫投資（営業CFマイナス）と店舗/物流投資・AI/DX投資（投資CFマイナス）等を継続しつつ、フリーCFの増加を図っていく

補足

- フリーCF … 営業CF・投資CFの合計

KPIの推移 | サマリー



単体

既存店 - 売上高前期比
 需要の基調・事業の成長性の指標

当期累計：**104.6%**

前期累計：107.9% (▲3.3pt)

12月～2月はいずれも計画前提 (YoY102%) を上回り、依然として堅調に推移

単体

既存店 - 売上総利益率
 事業の収益性の指標

当期累計：**64.3%**

前期累計：63.9% (+0.4pt)

※9ページは連結、本項は単体の数値

低単価商材の販売好調や買取クーポンの廃止などにより、下半期の売上総利益率がYoY+0.8pt改善、当期累計でもYoY+0.4pt改善

連結

EC比率
 販売機会の最適化の指標

当期累計：**15.7%**

前期累計：14.5% (+1.2pt)

季節の推移・天候等の来店動向の変化に柔軟に対応し、ECが堅調に推移 (下期はYoY+1.6pt)

連結

仕入高前期比
 売上・出店余力の先行指標

当期累計：**115.5%**

前期累計：121.2% (▲5.7pt)

店頭買取YoY+12.5%、宅配買取YoY+6.4%、出張買取YoY+8.1% (いずれも単体)

2Qに特殊要因で増えたものの3Q以降では平準化されており、当期累計では在庫確保は順調

連結

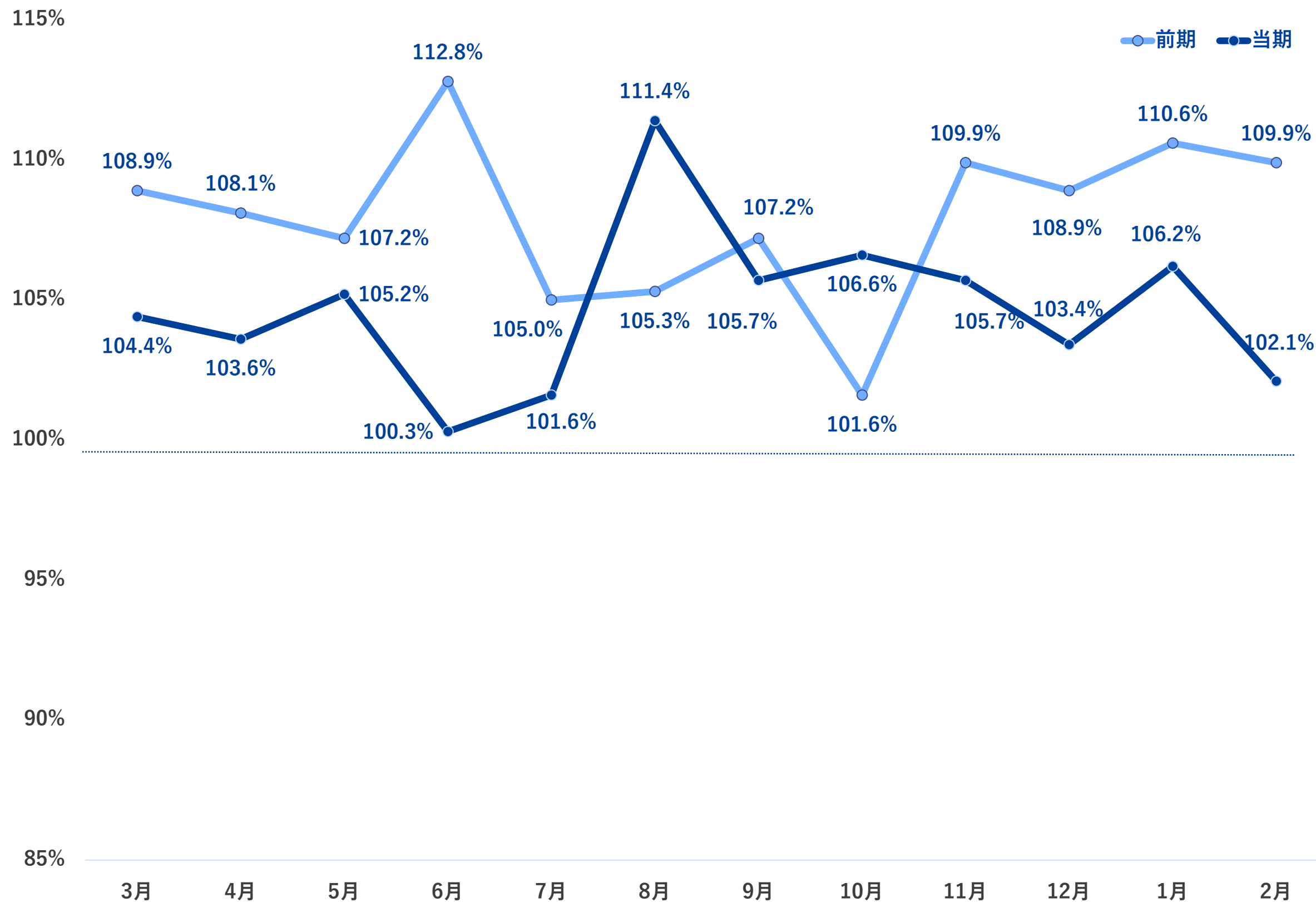
当期新規出店数
 増収増益の先行指標

当期累計：**32**店

前期累計：24店 (+8店)

年間出店目標30-35店舗に対し、目標を達成して着地
 進行期の出店も順調に進捗中

KPIの推移 | (単体) 既存店 - 売上高前年同期比












54ヶ月連続で前年同月超え達成

- 12月～2月はいずれも前年ハードルが高かったものの、計画前提 (YoY102%) を上回り、依然として堅調に推移
- インフレ下でのリユース品への需要拡大と低単価商材の販売促進により件数は増加、単価は概ね横ばい

	4Q	通期累計
売上高 (前期比)	103.9%	104.6%
販売件数 (前期比)	103.8%	104.8%
販売単価 (前期比)	100.1%	99.8%

KPIの推移 | (連結) 新規出店の進捗状況 (確定分/▲は退店)



業態	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
 トレジャーファクトリー	+5店 ▲1店	+4店	+2店 ▲1店	—	+11店 ▲2店
 トレファクスタイル	+2店	+3店	+4店	+1店 ▲1店	+10店 ▲1店
 トレファク スポーツアウトドア	—	—	+1店	—	+1店
 ユーズレット	—	+1店	+1店	—	+2店
 ブランドコレクト	—	+1店	—	+1店	+2店
 トレファク楽器	—	+1店	—	—	+1店
 カインドオル	+1店	—	—	+1店 ▲1店	+2店 ▲1店
 ゴルフキング	—	—	+2店	—	+2店
 台湾法人	—	—	—	+1店	+1店
合計	+8店 ▲1店	+10店	+10店 ▲1店	+4店 ▲2店	+32店 ▲4店

年間出店目標数を達成

- 出店目標30～35店に対し、32店舗出店で着地
- 進行期の出店も順調に進捗中

退店の理由

- いずれも貸主都合による契約終了や定期借家契約の期間満了が理由
- 業績好調店の退店のため、長年培ってきた顧客基盤を活かすべく近隣地域への再出店を図っていく

補足

- 海外法人は決算期（12月～翌11月）が3か月ずれているが、連結の決算期（3月～翌2月）に合わせて出退店や移転を記載している
- FC店の出退店や移転は除く
- 最新の店舗網の状況はスライド44のとおり

グループ会社の状況



カインドオル

ブランド古着に特化したリユース業態

都心店を中心にインバウンド売上が引き続き拡大
売上高はYoY+28.3%の77.5億円となり、大幅増収増益



ピックアップジャパン

静岡県地盤のリユース業態

衣類・貴金属などの売上増加や2023年12月の新規出店などの影響で、既存店売上は堅調に推移
売上高はYoY+8.8%の30.4億円となり、増収増益



GKファクトリー

ゴルフ用品専門リユース業態

買取、販売ともに好調に推移し、売上高はYoY+9.2%となった
11月に東京と愛知にそれぞれ出店（練馬店・長久手店）



タイ法人

バンコクを中心に展開する総合リユース業態

各店舗で業績が向上、売上高はYoY+38.5%と増収増益
進行期に6店舗目の出店を予定、創出した利益と事業モデルを今後の海外展開に活かしていく



台湾法人

台北近郊を中心に展開するリユース業態

業態モデルを転換し、2025年12月には海外初のスタイル業態にて3号店を出店
ブレークイーブン一歩手前で着地した当期から、2027年2月期は利益貢献を目指す

※アメリカ法人は2027年2月期に1号店オープンに向けて準備中

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み



2027年2月期 業績予想



2027年2月期は売上高543億円（YoY+11.7%）、営業利益50億円（同+6.0%）を計画

	通期予想		増減	前提 / 補足
	2026/2期 実績	2027/2期 予想		
売上高	48,597	54,304	+11.7%	外部環境の不透明な見通しを前提とし、既存店売上成長率（単体）をYoY102%に設定
売上総利益	28,731	32,361	+12.6%	売上総利益率（連結）は59.6%に設定
営業利益	4,777	5,065	+6.0%	販管費比率（連結）は50.3%に設定
営業利益率	9.8%	9.3%	▲0.5pt	
親会社株主に帰属する四半期/当期純利益	3,171	3,395	+7.1%	
四半期/当期純利益率	6.5%	6.3%	▲0.2pt	
1株当たり 四半期/当期純利益	135.29円	144.83円	+7.1%	
1株当たり配当金	40.00円	44.00円	+10.0%	
配当性向	29.6%	30.4%	+0.8pt	

※ 原油の供給制約による当社業績への影響は、生活防衛意識の高まりによるリユース品の購入ニーズ拡大 / インフレによる買取（換金）ニーズ拡大 / 販管費の上昇等が想定されるが、いずれも計画に織り込み済

配当予想



配当予想

(1株当たり)

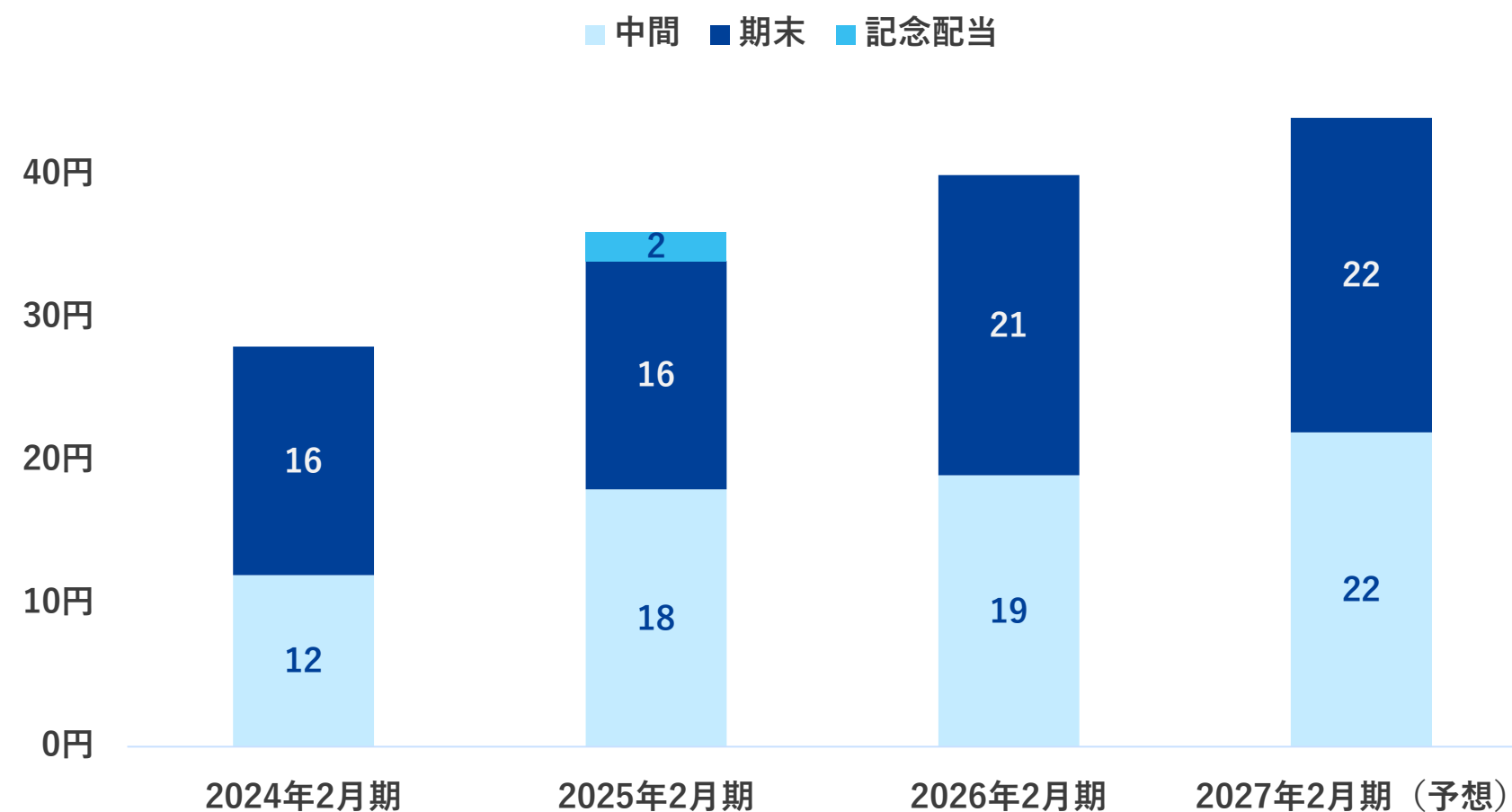
	2026/2期	2027/2期	前年比
中間	(実績) 19 円	22 円	+ 3 円
期末	21 円	22 円	+ 1 円
年間合計	40 円	44 円	+ 4 円
配当性向	29.6 %	30.4 %	+ 0.8 pt

2027年2月期は4円の増配を計画

- 配当予想は今後の業績動向に応じて適宜見直しを検討

直近4期の推移

(分割調整後)



補足 (利益配分に関する基本方針)

- 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
- 当面の配当性向目標は30%以上とする

2027年2月期の取り組み



リユース事業



国内

- アプリ会員の獲得などの継続的な取り組みによる買取・販売件数増加（2026年2月末アプリ会員数約291万人）
- インフレも背景にした販売単価の上昇
- ハイブランド業態（ブランドコレクト・カインドオール）を中心にしたインバウンド売上の拡大
- アニメグッズを専門に取り扱う新業態「トレファクアニメラボ」の始動

海外

- タイ（現在5店）・台湾（現在3店）それぞれで年間1～2店ペースで出店を継続
- アメリカ1号店の2027年2月期中の出店を目指す

新規出店

- グループで年間30～35店を目標とする（前期実績32店）
既存地域（東北・北関東・一都三県・東海・関西・中国・九州） + 新規地域

店舗以外の買取強化

- 新規出店用の在庫確保に向けて宅配買取・出張買取を5～15%程度増やす

リユース周辺事業



オークション事業

- 関東・関西を拠点に出品数・流通量を拡大（自社店舗からの出品も拡大）

引越事業

- 提携引越業者による引越と自社引越を効果的に組み合わせ、引越件数と買取件数を拡大

レンタル事業

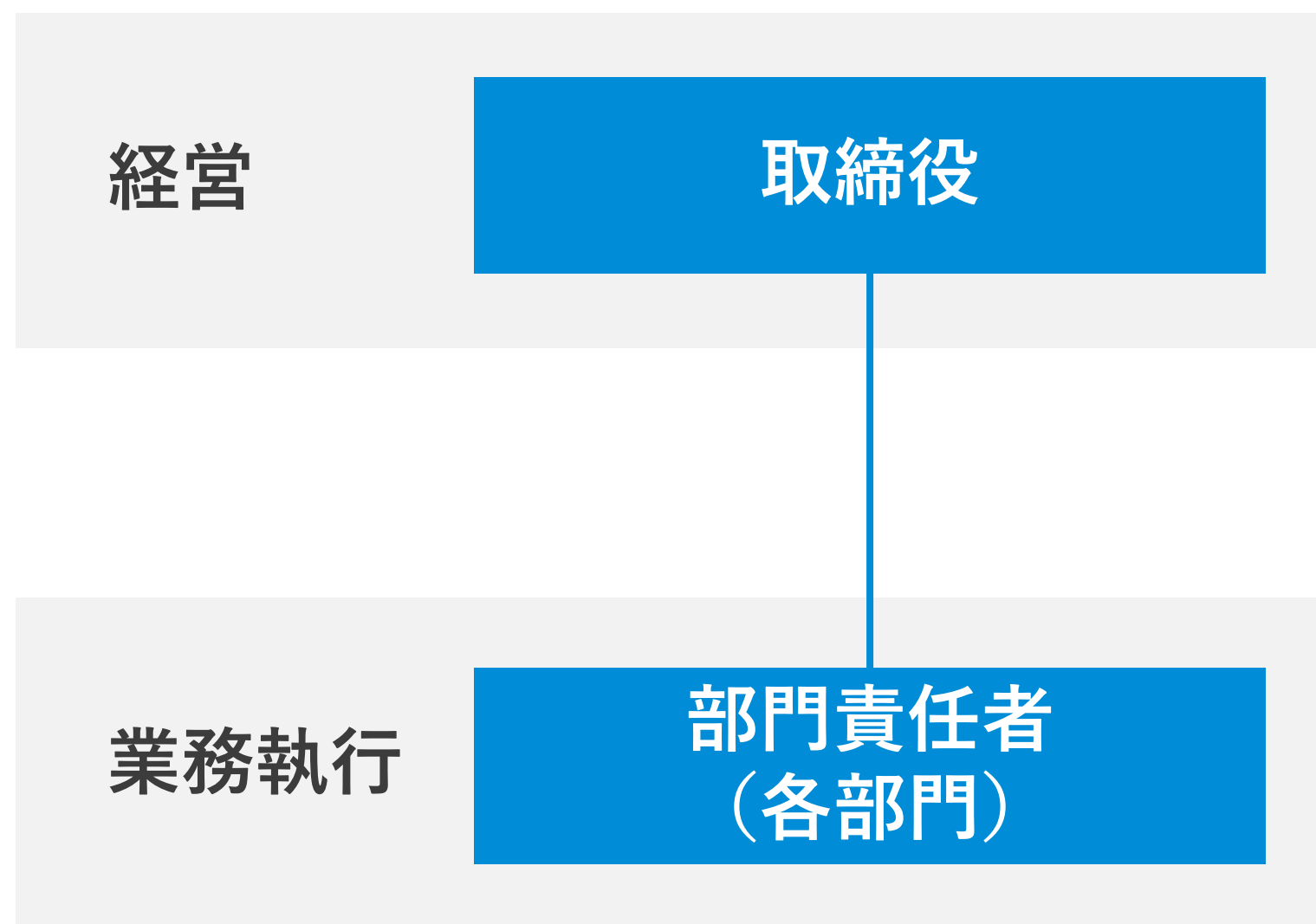
- 拠点拡張と商材拡張（ドレス・ブラックフォーマル）により、売上・利益を拡大
- 無人レンタルドレスサービスの事業譲受により、店舗とWEBの両面で成長を促進

執行役員制度の導入について



経営陣の厚みを増すことで、規模拡大と成長加速を両立させ、次世代経営メンバーの経営参画を図っていく

前期までの体制



執行役員制度の導入後

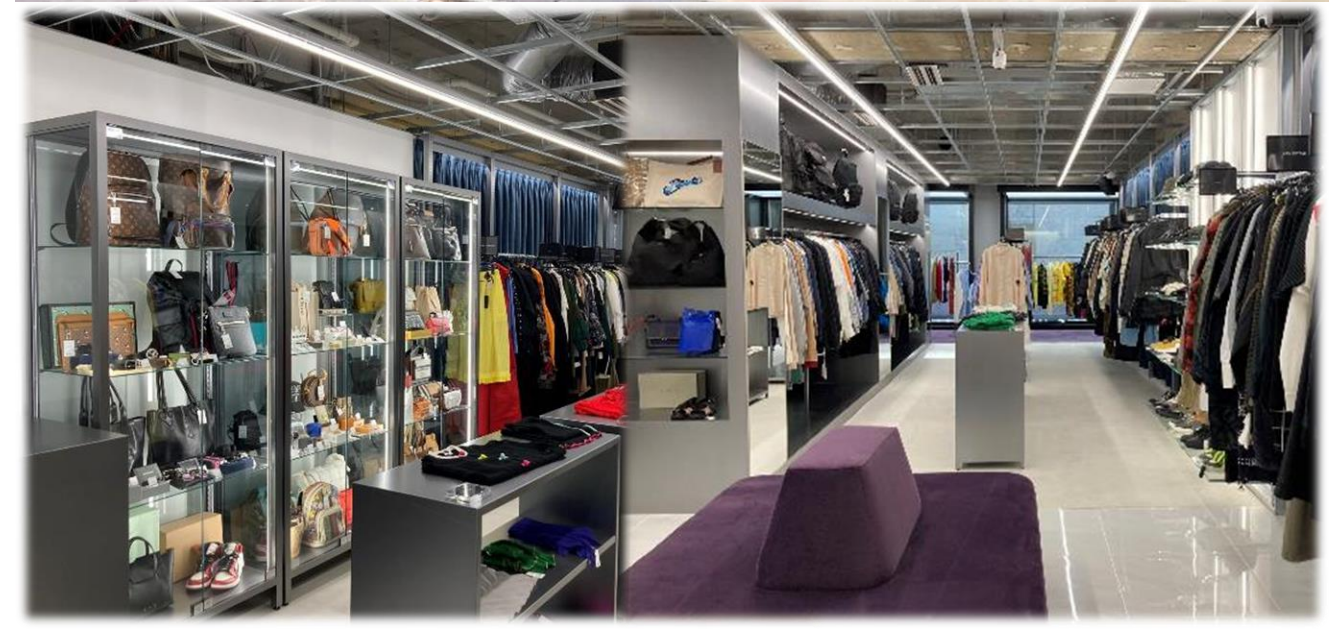


目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み



中期経営計画達成に向けた経営方針



1

リユース事業の成長

リアルの買取・販売拠点かつEC販売の拠点ともなる店舗を、連結で年間30~40店のペースで出店し、当社グループのリユースのネットワークを拡大する。

2

新規事業への投資

コアとなるリユース事業に加えて、リユース事業と相乗効果や補完関係のあるリユース周辺事業や、経営理念に沿ったその他の事業に継続的に投資を行い、成長基盤の拡大を図る。

3

海外市場での成長

各地域の状況に応じ、体制の整備と収益改善を進め、新規出店を進める。
タイ、台湾、アメリカに続く新規地域への進出を行う。

4

M&Aによる成長

当社と補完関係があるリユース企業やグループ内でシナジーが発揮できる企業のM&Aを積極的に実行し、成長を加速する。

5

DX投資による成長

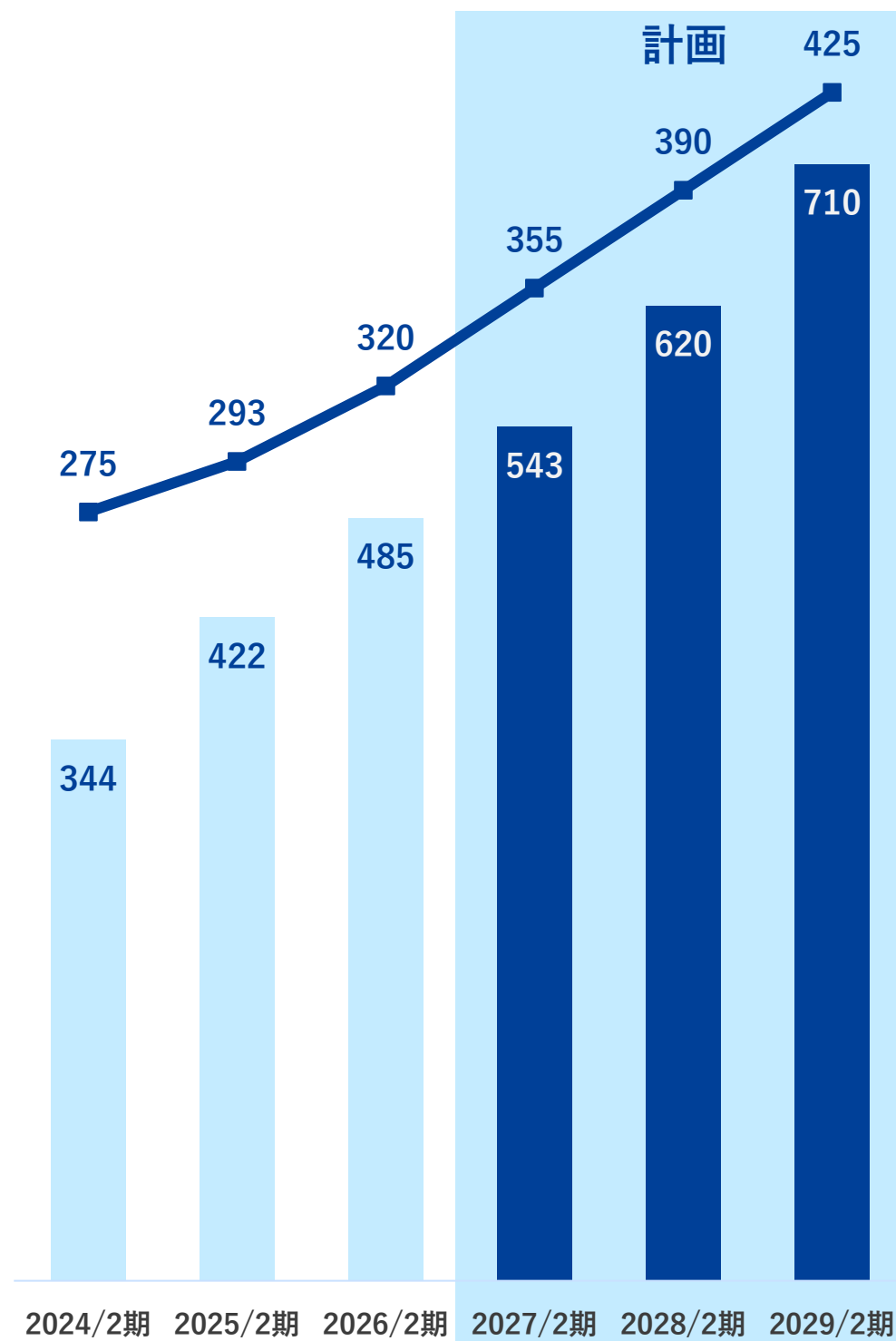
自社システム部門及びシステムグループ会社の開発力を活用し、ITやAIを使った業務効率化とイノベーションを起こし、新たなビジネス機会の創出等によりグループ収益を伸ばす。

中期経営計画サマリー

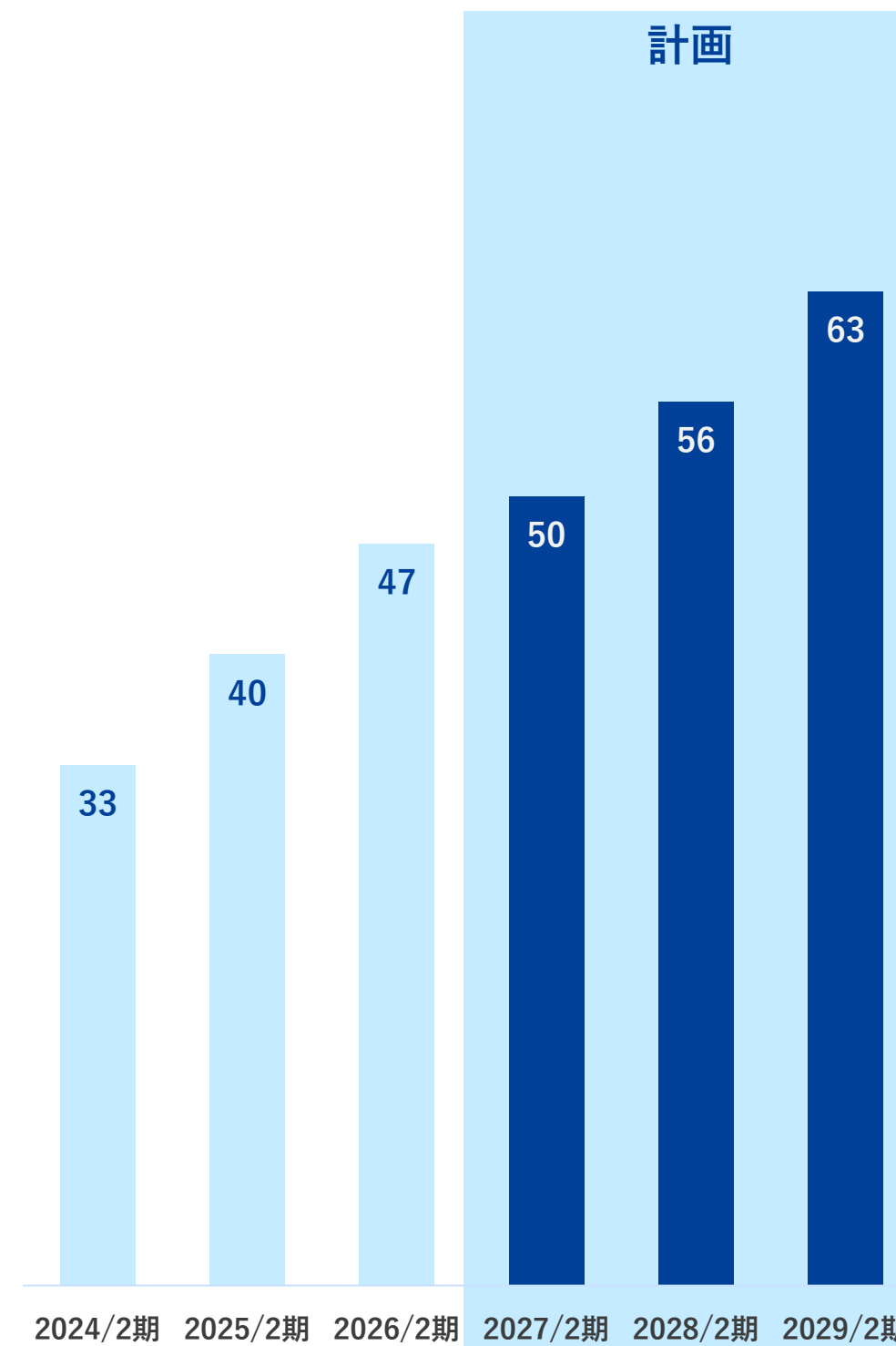


売上高・店舗数

■売上高(億円)
■店舗数(店)



営業利益



中期経営計画を刷新

- ・ ローリング方式により毎年4月に更新
- ・ 今後も業績に応じて適宜見直しを検討

持続的な利益成長と高い効率性を維持

- ・ 持続的な利益成長と投資を継続
- ・ 成長投資と株主還元のバランスを取りながら、高水準のROEを維持していく

計画最終年度（2029年2月期）

- ・ 売上高：**710**億円、営業利益：**63**億円を見込む

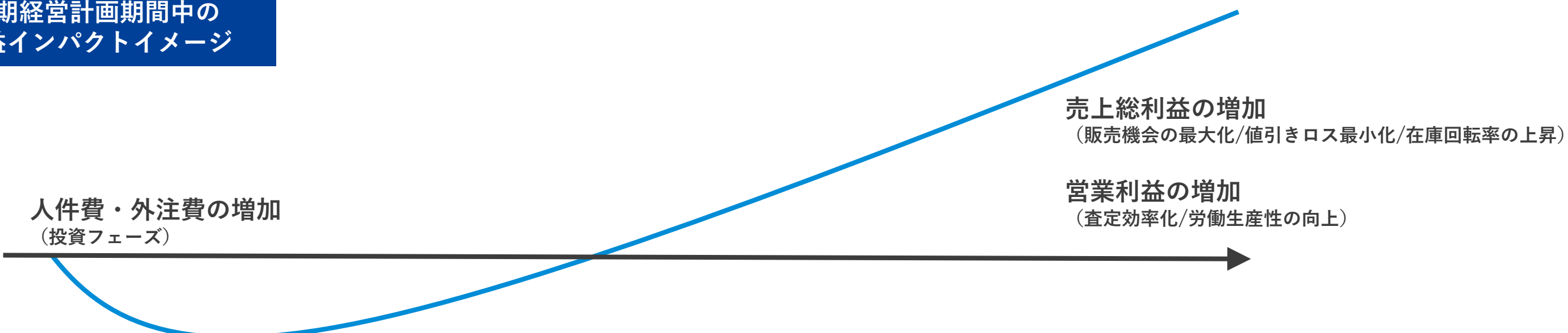
AI活用・DX投資について



仕入から販売までの各プロセスにおいて、AI活用とDXを通じて付加価値の創出を加速させる



中期経営計画期間中の
損益インパクトイメージ



中期経営計画・配当の見通し（2027年2月期～2029年2月期）



	2026年 2月期	2027年 2月期	2028年 2月期	2029年 2月期	CAGR (年平均成長率)
年間出店数	32店	30～35店	35～40店	35～40店	—
売上高	485億円	543億円	620億円	710億円	13.55%
営業利益	47.7億円	50.6億円	56.8億円	63.8億円	10.18%
営業利益率	9.8%	9.3%	9.2%	9.0%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	31.7億円	33.9億円	38.3億円	42.9億円	10.61%
1株当たり 当期純利益	135.2円	144.8円	163.4円	183.2円	10.66%
1株当たり 配当金	40.0円	44.0円	49.0円	55.0円	—
配当性向	29.6%	30.4%	30.0%	30.0%	—

計画最終年度（2029年2月期）

- 売上高：**710**億円、営業利益：**63**億円を見込む

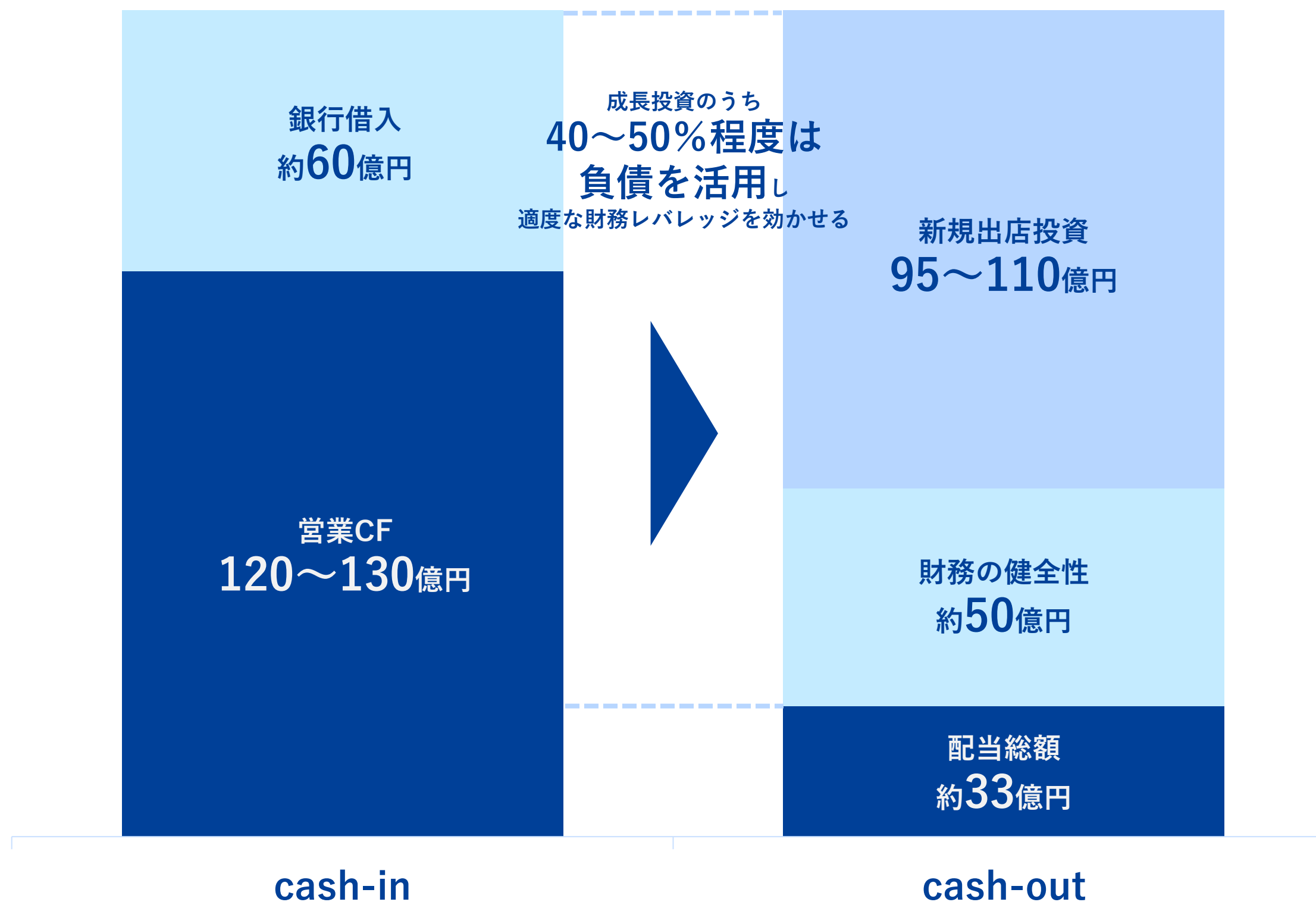
配当性向

- 目標：**30%**以上

留意事項

- 不確定要素が高いため、M&Aによる収益拡大やM&Aの仲介手数料等の費用は見込んでおりません。
- 新規出店の物件が想定どおり確保できない場合は、計画に影響が出る可能性があります。
- 新型コロナウイルス感染症拡大のような不測の事態により計画に大きな影響が出る可能性があります。
- 中期経営計画は適宜見直しを行う可能性があります。
- 1株当たり当期純利益は、今後の新株予約権の行使状況や自己株取得の実施動向によっても変動を受けます。
- 配当見通しは、業績の状況等により変更となる可能性があります。

資金・投資配分計画 2027年2月期～2029年2月期 | 3年累計



資金計画 (cash-in)

- ①営業CF予測 : 約34～52億円/年
: 約**120～130**億円/3年累計
- ②銀行借入 : 約**60**億円
- ① + ② : 約**180～190**億円

投資配分計画 (cash-out)

- ③新規出店投資 : 約35～40億円/年
: 約**95～110**億円/3年累計
- 新店の店舗設備、敷金、在庫等への投資
- ④財務の健全性 : 約**50**億円/3年累計
- 有利子負債の返済や財務基盤の強化など
- ⑤配当総額 : 約**33**億円/3年累計
- 自己株式取得については株価と手元資金の動向に応じて適時実施予定
- ③ + ④ + ⑤ : 約**170～190**億円

近年の成長要因



外的要因

物価高に伴うリユース品の需要増加

インバウンド需要

サステナビリティへの関心の高まり

内的要因（当社施策）

取り扱いカテゴリーの拡大

スポーツ・アウトドア・楽器などホビーカテゴリーの取り扱いを拡大

高単価商材の拡大

ラグジュアリーブランドをはじめ、各ジャンルにおいて高単価商材の取り扱いを拡大

ECチャネルの強化

コロナ禍を契機にEC販売のオペレーションを整備し、店頭とECの併売体制を確立



外的要因を追い風に、コロナ禍の時期から継続して取り組んできた内部施策の成果が
既存店売上高が**54か月連続で前年同月越え**という形で結実し、持続的な成長につながっている

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み



サステナビリティ基本方針・基礎データ



当社グループは、核となるリユース事業を通じた循環型社会構築への貢献、社会との共生と新たな価値の提供、そして多様性を持つ組織による持続的成長を目指し、お客様・従業員・取引先・株主等の多様なステークホルダーの期待に応える信頼性の高い経営を実現します。

Environment - 環境

- リユース事業によるCO2削減
- LED照明の活用
- 環境保全活動
(本社クリーン活動、富士山清掃活動)

※毎年5月にデータ更新

		単位	2023	2024	2025
CO2排出量	Scope1	t-CO2	184	235	273
	Scope2	t-CO2	5,399	5,484	6,705
	合計	t-CO2	5,583	5,719	6,978
CO2排出量原単位	売上高百万円当たり	t-CO2/百万円	0.253	0.217	0.222

注1：Scope1はガソリン由来のCO2排出量を表し、Scope2は電力由来のCO2排出量を表す。

注2：Scope1は社内で購入している燃料費データと各期間内のガソリン価格の平均値からガソリン使用量を推定し、排出係数を掛け合わせて算出。

Scope2は電力消費量に排出係数（環境省が示す代替値）を掛け合わせたロケーションベースで算出。

注3：Scope2は消費電力量が取得できなかった一部の拠点を除いて算出。

		単位	2023/2期	2024/2期	2025/2期
リユース事業によるCO2排出量減貢献量	家電4品目	t	14,658	17,719	18,058
	衣料品	t	19,163	22,134	24,746
	家具	t	3,091	3,114	3,038
	主要カテゴリ小計	t	36,912	42,967	45,842

注1：家電4品目は洗濯機、冷蔵庫、テレビ、エアコンを表し、家電4品目及び家具は環境省「平成22年度 使用済製品等リユース促進研究会報告書」から算出。

注2：衣料品は環境省「3R見える化ツール」から算出。

Social - 社会

- 従業員の成長支援
- 障がい者雇用促進
- 時短勤務制度の充実
- 新規事業による社会課題へのアプローチ
- スタートアップ企業に出資
- 若手経営者の育成

	2023/2期	2024/2期	2025/2期
新卒採用数	89人	115人	107人
中途採用数	41人	113人	126人
採用数合計	130人	228人	233人
社員数	776人	902人	1,009人
パート・アルバイト数	2,083人	2,403人	2,953人
従業員数合計	2,859人	3,305人	3,962人
女性社員数	128人	155人	184人
女性パート・アルバイト数	1,274人	1,452人	1,725人
女性従業員数合計	1,402人	1,607人	1,909人
女性社員比率	16.5%	17.2%	18.2%
女性パート・アルバイト比率	61.2%	60.4%	58.4%
女性従業員数比率	49.0%	48.6%	48.2%
社内研修回数	167回	175回	176回
有給取得率	66.6%	65.9%	64.0%
育休取得人数	24人	22人	23人

Governance - ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化

		2023/2期	2024/2期	2025/2期
社内取締役	男	4人	4人	4人
社外取締役	男	1人	1人	1人
	女	1人	1人	1人
社外取締役比率		33.3%	33.3%	33.3%
女性取締役比率		16.7%	16.7%	16.7%
社外監査役	男	3人	3人	3人

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

参考資料

- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み

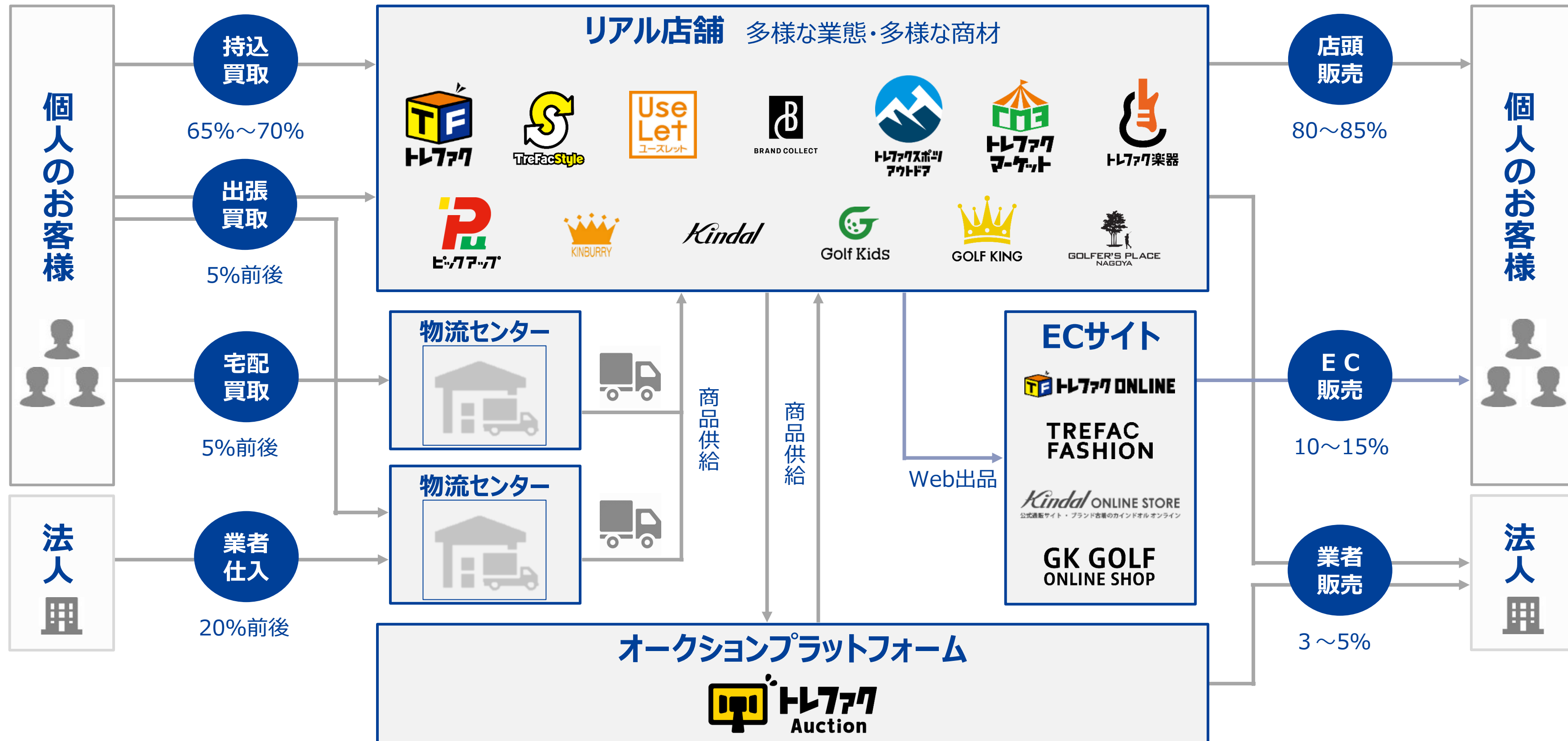


ビジネスモデル



多チャンネル・多ジャンルの仕入

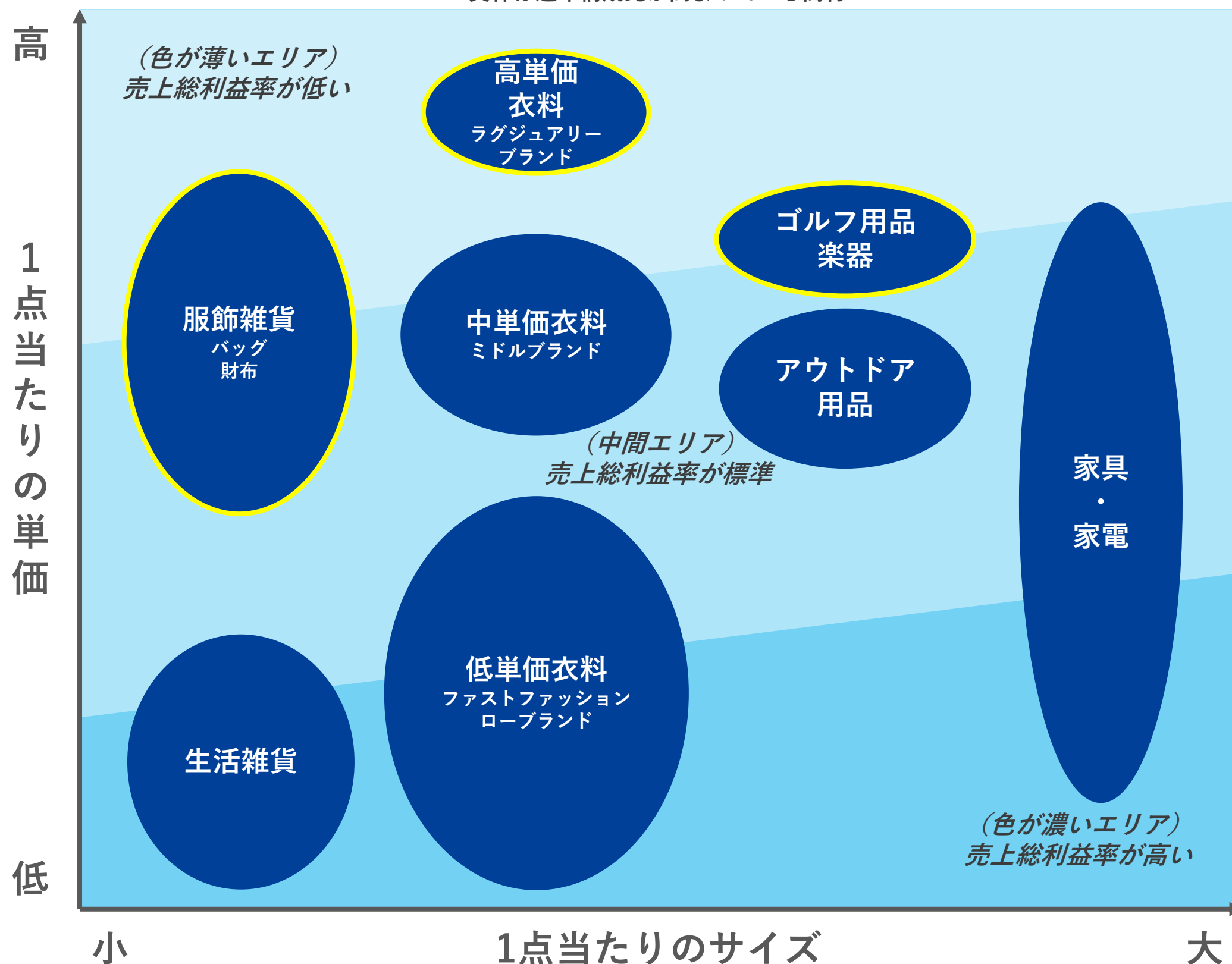
多様な業態による多店舗展開



損益構造と商品ミックスの関係

円の大きさ：当社の取扱い構成比（イメージ）

黄枠は近年構成比が高まっている商材



リユース品の原価の特徴

- 単価が高い商材
 - 資産性があるため、相場（市場価格）が形成される
 - 複数チャンネルで比較され、価格が競り上がる傾向あり
- 単価が低い商材
 - 査定価格よりも、まとめて引き取りへのニーズが強い
 - 原価は低いが、効率的に取扱量を増やし収益貢献
- サイズが小さい商材
 - 取り扱い効率が高く、固定費が相対的に低くなる
 - 低い固定費に起因して販管费率改善に寄与
- サイズが大きい商材
 - 取り扱い効率が低く、固定費が相対的に高くなる
 - 高い固定費に起因して販管費負担が重くなる傾向

当社の成長を支える競争優位性



総合リユースと専門リユースの10を超える業態を展開することで、取り扱う商材の種類や価格帯を常に拡大し、持続的な成長を実現
販路として店頭に加えて、自社ECや自社オークションを強化し、売り切る力を高めている

1

多様な業態による多店舗展開

- ① 多様な業態を持つことで、顧客の多様なニーズに応えることができ、査定ノウハウも業態横断的に共有が可能
- ② 多様な業態を持つことで、様々な店舗立地への出店が可能
- ③ 各業態の扱いジャンルが異なることでグループ内での近接出店が可能

2

多チャネル・多ジャンルの仕入

- ① 店頭買取、出張買取、宅配買取、引越買取、法人仕入、オークション仕入など、多様な仕入チャネルを持つことで多種多様なジャンルの仕入が可能

3

物流ネットワークの構築

- ① 関東と関西に複数の物流センターを構え、トラックのネットワークを持つことで、出張買取や法人仕入などの大型品や大量の仕入が可能
- ② センターに常時在庫をストックすることで、既存店の業績に影響を与えることなく、新店への在庫供給が可能














4

システム開発力とデータ分析力

- ① 自社でシステム開発部門とシステム開発子会社を持ち、システム、アプリ、ECの開発は自社で実施することで、迅速に改善する体制を構築
- ② データがリアルタイムに更新され、全拠点でデータを共有、データ分析に基づくPDCAを高回転で回す仕組みを構築

多様な業態による多店舗展開

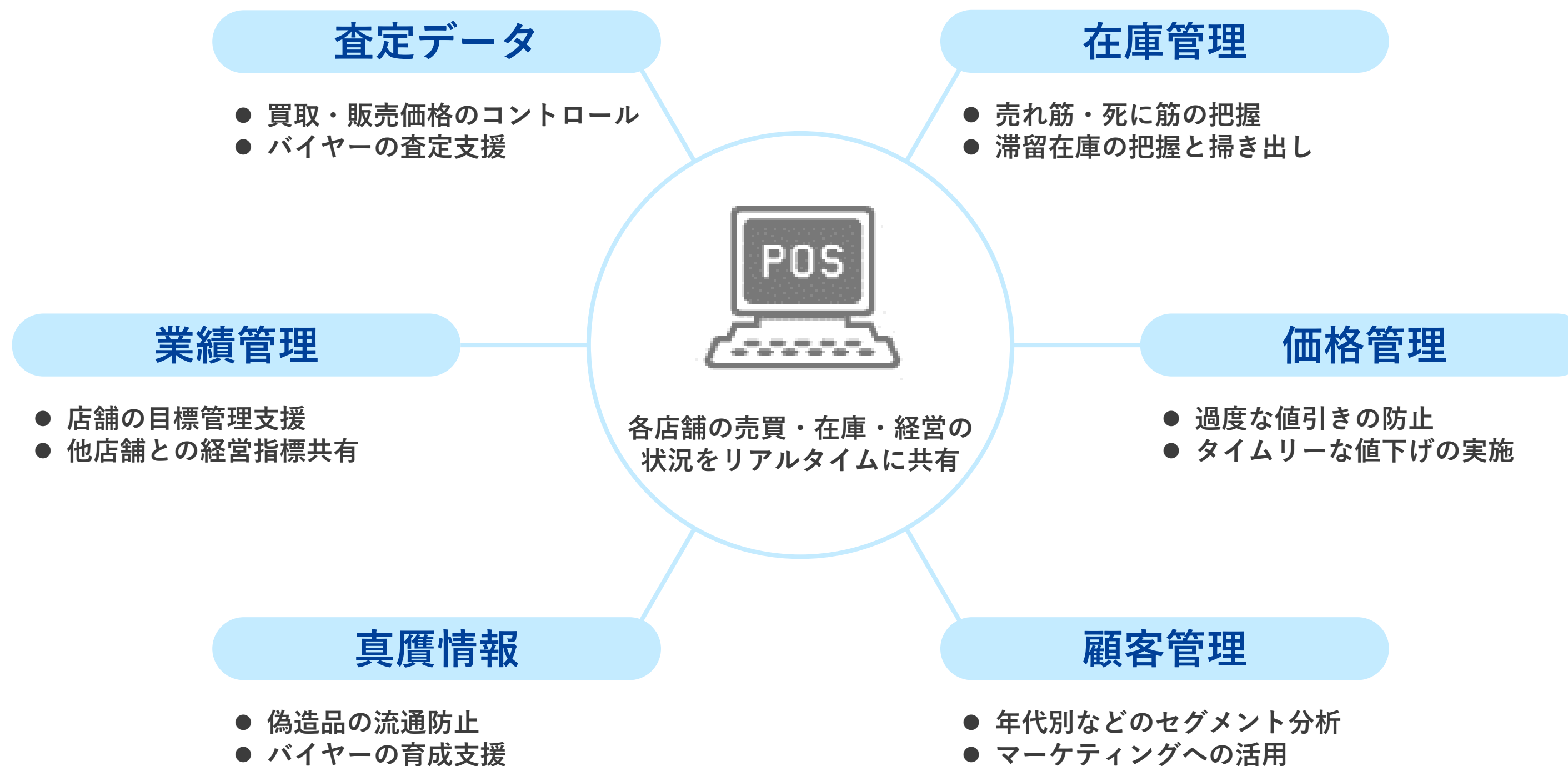


	業態	コンセプト・取扱商品	主な出店立地・店舗展開
基幹業態		幅広いジャンルのリユース品を取り扱う総合リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
		幅広いファッションアイテムを取り扱うファッションリユースショップ	駅近徒歩10分以内のエリア 主要駅付近のエリア ショッピングセンター内
専門業態		スポーツ用品・アウトドア用品を取り扱う専門リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド
		お手頃商品を集めた古着アウトレットショップ	首都圏駅近 商店街沿いなど人通りの多いエリア 郊外エリア
		ハイブランド・ジュエリーなどの高価格帯に寄せたハイブランドリユースショップ	都内中心部（表参道・原宿） インバウンド客も多いエリア
		当社最大級の家具・インテリア・家電を取り揃えた大型家具・家電リユースショップ	関東郊外 主要道路沿いのロードサイド
		多様な楽器を取り扱う専門リユースショップ	音楽文化が根付いた都心部エリア
グループ会社		ドメスティックブランド・インポートブランドなどを取り扱うブランド古着リユースショップ	関東、関西の都市エリア ファッション感度の高い地域
	  	ゴルフ用品・ゴルフウェアなどを取り扱う専門リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
	 	静岡県地盤の総合リユースショップ、ブランド・貴金属リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド

システム開発力とデータ分析力

一品モノのリユースビジネスは商品管理のノウハウが肝要

創業当初から磨き続けてる単品管理ノウハウを活かし、POSシステムを独自開発し機能拡充、店舗経営の基盤として活用



資本効率と株価の方向性



資本効率

現状

株主資本コスト	：	4.6%程度
ROE	：	27.4% (2026年2月期)
WACC	：	4.1%程度
ROIC	：	18.3% (2026年2月期)

- ROEは株主資本コストを大きく超えて推移
($ROE\ 27.4\% = \text{当期純利益率}\ 6.5\% \times \text{総資産回転率}\ 2.10 \times \text{財務レバレッジ}\ 2.00$)
- ROICはWACCを大きく超えて推移

今後の目指す方向性

- 年間30-40店前後の新規出店を行い、事業成長を目指す
- 新店及び既存店の収益性を高め、当期純利益率と総資産回転率の維持・上昇を目指す
- 新店及び既存店の収益性を高め、投資対収益の指標であるROICの維持・上昇を目指す

株価

現状

PER	：	13~18倍
PBR	：	3.5倍前後 (2026年2月末現在)

今後の目指す方向性

- セクターの中で相対的に高い収益性と成長性の維持 (利益率、年成長率)
- 営業キャッシュフローの持続的拡大を実現し、株式市場からの評価を高めていく
- 自社の競争優位性と成長性を明確にし、株主及び投資家への継続的な発信を行う
- 日英同時開示に取り組む

会社概要



会社名	株式会社トレジャー・ファクトリー
本社所在地	東京都千代田区外神田4丁目14番地1号
代表者	代表取締役社長 野坂 英吾
創立	1995年 5月 25日
従業員数	1,168名（正社員のみ、2026年2月末現在）
事業内容	リユース事業の運営、オークションの運営 トレファク引越の運営、トレファク不動産の運営 終活・生前整理サービス「Regacy」の運営、ECドレスレンタル事業「Cariru」の運営
資本金	906百万円（2026年2月末現在）
決算期	2月

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。

ミッションステートメント 『世の中の新たな当たり前を創り出す』
 ・世の中をいまより良くするために創意工夫をし、新しい価値を生み出す。
 ・新しい価値を積み重ね、世の中の新たな当たり前を創造する。

ビジョン トレジャーファクトリーグループだからこそ生み出せる新しい価値を積み重ね、世の中に必要とされ続ける企業グループへ
 そして、創意工夫と挑戦を通じて、300年、成長し続ける組織を目指します。

社名の由来 （宝物の工場）「価値の生産工場」
 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
- 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
- 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
- 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 10月 衣料・服飾雑貨専門の新業態「トレファクスタイル」を開始、千葉県千葉市に1号店を開店
- 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
- 10月 事業譲受により取得したブランドバッグ・ファッションレンタル事業「Cariru」を開始
- 2013年 5月 関西エリアに初進出、兵庫県神戸市に「トレジャーファクトリー神戸新長田店」を開店
- 11月 幅広いファッション商品を低価格で提供する新業態「ユーズレット」を開始、埼玉県久喜市に1号店を開店
- 2014年 9月 スポーツアウトドア専門の新業態「トレファクスポーツ」を開始、神奈川県横浜市に1号店を開店
- 9月 引越事業「トレファク引越」を開始
- 10月 事業譲受により取得したブランド古着専門業態「ブランドコレクト」を開始
- 12月 東京証券取引所マザーズから東京証券取引所市場第一部に市場変更



沿革



- 2016年 3月 タイ王国に海外現地法人Treasure Factory (Thailand) Co., Ltd.を設立
 5月 東海エリアに初進出、愛知県名古屋市に「トレジャーファクトリー徳重店」を開店
 7月 九州エリアに初進出、福岡県春日市に「トレジャーファクトリー福岡春日店」を開店
 7月 タイ・バンコクに海外1号店となる「トレジャーファクトリースクンビット39店」を開店
 7月 東京都千代田区神田に本社を移転
 9月 電化製品・家具を中心に扱う大型店舗の新業態「トレファクマーケット」を開始、千葉県千葉市に1号店を開店
 9月 株式会社カインドオルの株式を取得し、子会社化
- 2017年 10月 総合リユースオンラインショップ「トレファクONLINE」をオープン
- 2018年 3月 株式会社ゴルフキッズ（現株式会社GKファクトリー）の株式を取得し、子会社化
- 2019年 1月 株式会社デジタルクエストの株式を取得し、子会社化
 10月 不動産事業「トレファク不動産」を開始
- 2020年 2月 株式会社STANDING OVATIONの株式を取得し、資本業務提携を締結
 3月 オークション事業「トレファクライブネットオークション」を開始
 10月 株式会社ピックアップジャパンの株式を取得し、子会社化
 11月 終活・生前整理事業「Regacy」を開始
- 2021年 4月 台湾に海外現地法人台湾寶物工廠股份有限公司を設立
- 2022年 2月 株式会社デジタルクエストを分割し、株式会社トレファクテクノロジーズを設立
 2月 株式会社デジタルクエストの株式を売却
 4月 東京証券取引所市場第一部から東京証券取引所プライム市場に市場変更
 12月 台湾・新北市に台湾1号店となる「トレジャーファクトリー新莊幸福店」を開店
- 2023年 10月 アクオ株式会社の株式を取得し、子会社化



沿革

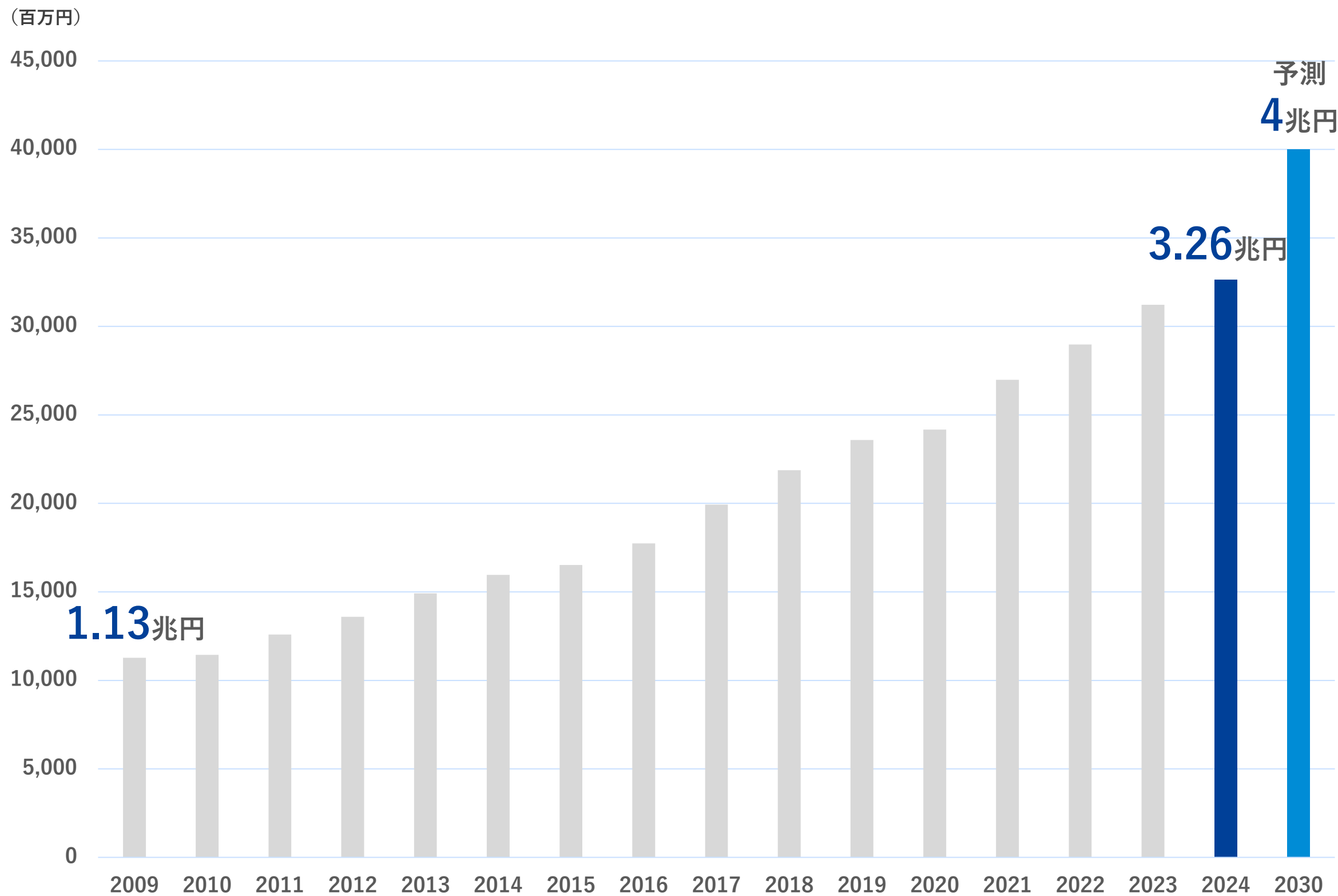
- 2024年 2月 株式会社GKファクトリーがアクオ株式会社を吸収合併
- 2025年 1月 東京都千代田区外神田に本社を移転
- 1月 コーポレートロゴを刷新
- 3月 中国エリアに初進出、岡山県岡山市に「トレジャーファクトリー岡山平井店」を開店
- 7月 東北エリアに直営店初進出、宮城県仙台市に「トレファクスタイル仙台卸町店」を開店
- 7月 多様な楽器を取り扱う新業態「トレファク楽器」を開始、東京都武蔵野市に1号店を開店
- 9月 米国に海外現地法人Treasure Factory USA Inc.を設立
- 11月 エンプティ株式会社の株式を取得し、「Empty Dressy」事業を譲受
- 12月 台湾・台北市に海外初となるスタイル業態「トレファクスタイル台北公館店」を開店



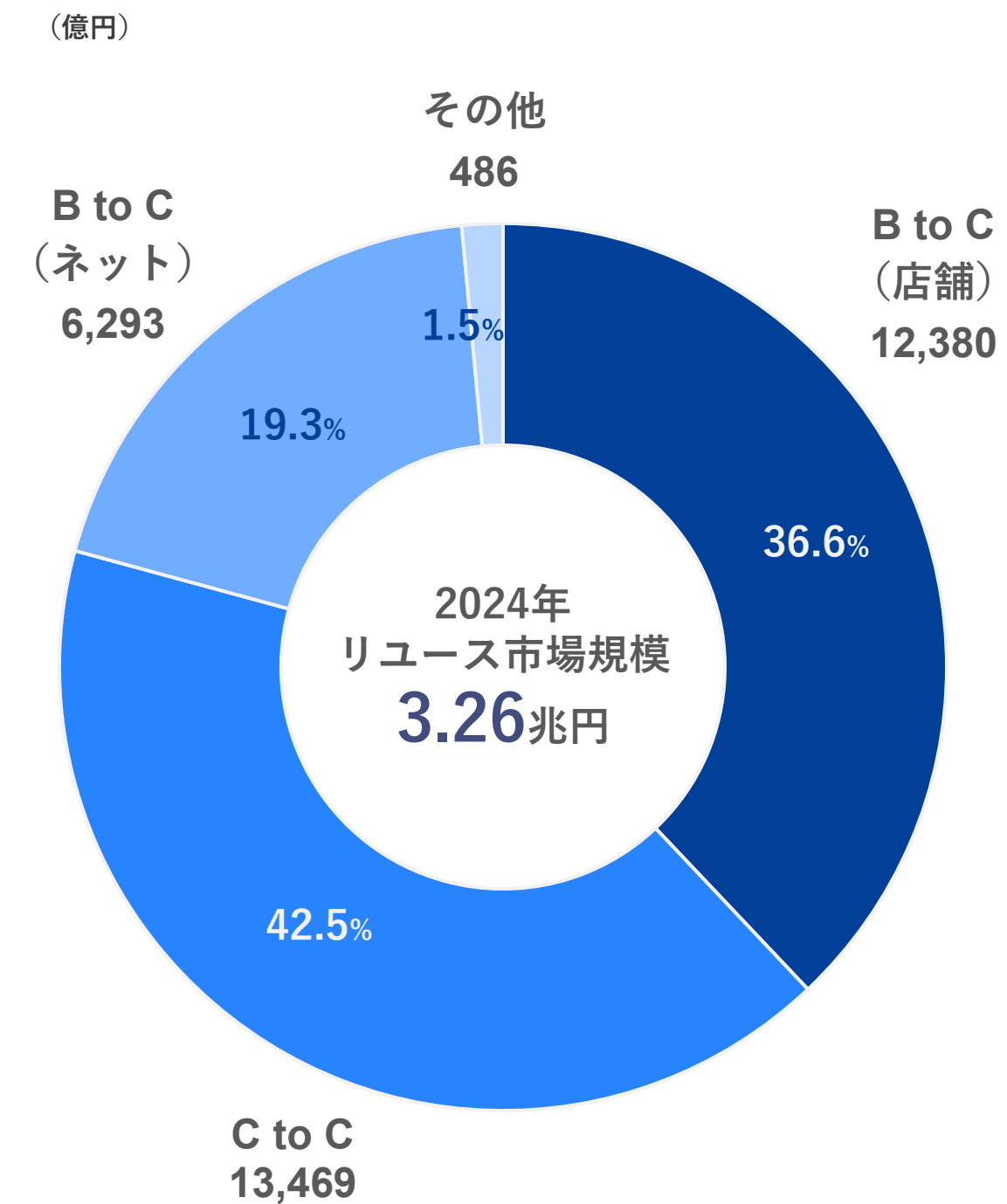
リユース市場の動向



リユース市場全体の売上高推移

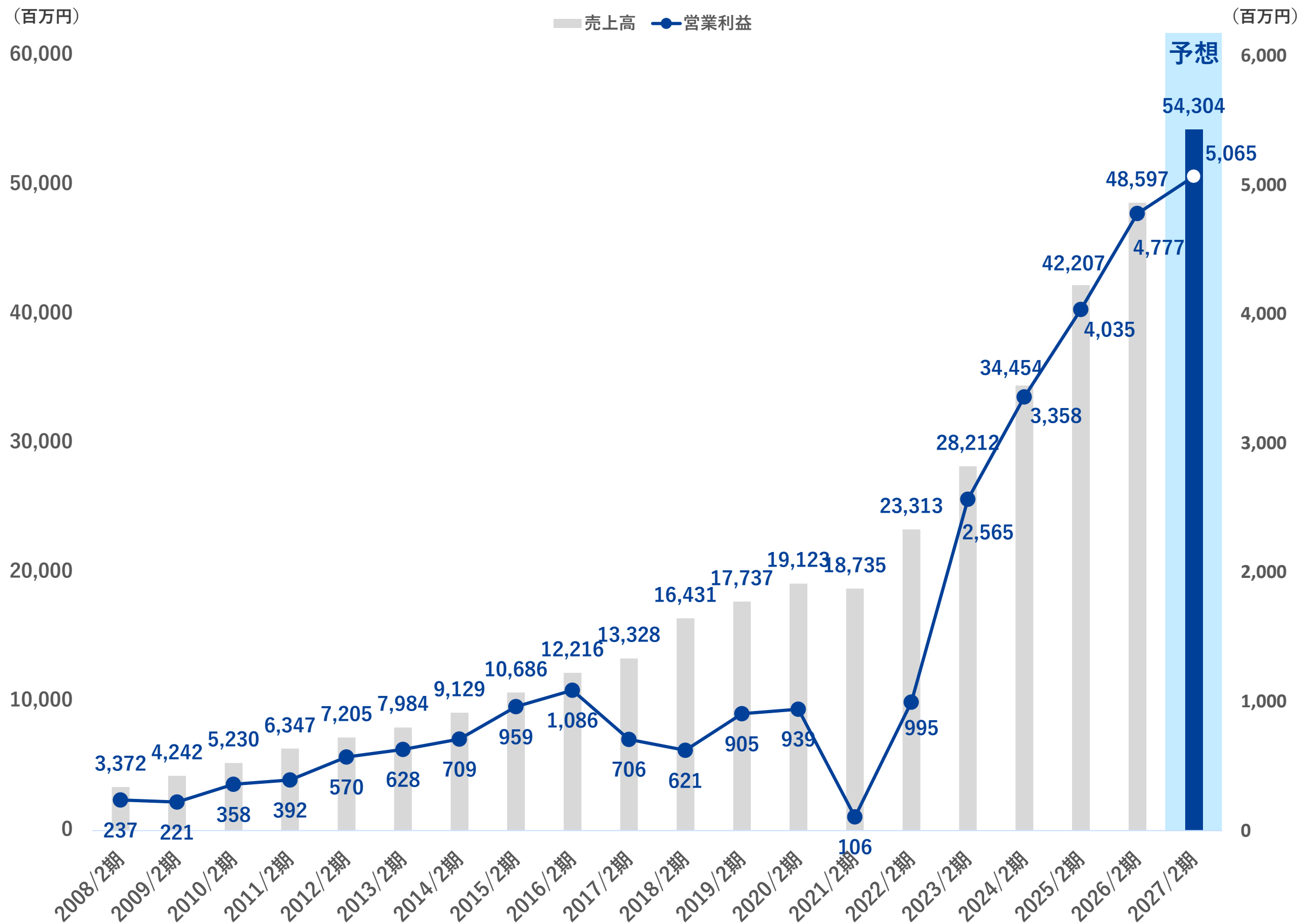


リユース市場全体の業態構成比



※出所：リユース経済新聞『リユース業界の市場規模推計2025（2024年版）』

売上と営業利益の推移



営業利益の推移

- 2026年2月期は過去最高益を更新
- 2027年2月期も最高益更新5,065百万円を計画












上場の歩み

- 2007年12月 : 東証マザーズ上場
- 2014年12月 : 東証一部に市場変更
- 2022年4月 : 東証プライムに市場再編

グループの店舗数 328店（うち直営297店）

※2026年4月末日時点



都道府県												都道府県・ 都市別合計	
関東	東京都	15	46	2	9	5	—	1	17	—	3	1	99店舗
	神奈川県	12	14	1	—	3	—	—	—	—	—	—	30店舗
	埼玉県	20	9	3	—	5	1	—	—	—	—	—	38店舗
	千葉県	9	9	2	—	—	1	—	—	—	—	—	21店舗
	栃木県	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
	群馬県	6	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7店舗
	茨城県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
東海	静岡県	—	—	—	—	—	—	—	1	14	—	—	15店舗
	愛知県	7	8	2	—	—	—	—	3	—	1	9	30店舗
	三重県	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1店舗
東北	宮城県	—	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
	福島県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
北陸	新潟県	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
関西	滋賀県	2	—	—	—	—	—	—	1	—	2	—	5店舗
	和歌山県	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
	京都府	1	—	—	—	—	—	—	2	—	1	—	4店舗
	大阪府	9	12	—	—	—	—	—	11	—	5	—	37店舗
	兵庫県	2	3	—	—	—	—	—	3	1	1	—	10店舗
中国	岡山県	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1店舗
	広島県	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
九州	福岡県	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5店舗
タイ	バンコク	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5店舗
台湾	台湾	2	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
業態別合計		107店舗	106店舗	10店舗	9店舗	13店舗	2店舗	1店舗	41店舗	15店舗	13店舗	11店舗	328店舗

単体 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



総合リユース業態

トレジャーファクトリー

家具・家電・衣類・小物・ブランド品など幅広く取り扱う総合リユース業態



ファッションリユース業態

トレファクスタイル

幅広いファッションアイテムを取り扱うファッションリユース業態



単体 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



古着アウトレット業態 ユーズレット



幅広いファッション品を低価格で取り扱う古着のアウトレット業態



ハイブランドリユース業態 ブランドコレクト



ブランド品・ジュエリーなどを専門に取り扱うハイブランドリユース業態
都心向けコンパクトショップとして展開



単体 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



スポーツアウトドア業態

トレファクスポーツアウトドア



アウトドアグッズやウィンタースポーツなどのスポーツ用品を専門に取り扱うリユース業態

大型家具・家電リユース業態

トレファクマーケット



電化製品・家具を中心に取り扱う大型店舗のリユース業態
郊外に展開



単体・子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



楽器リユース業態

トレファク楽器

多様な楽器を専門に取り扱うリユース業態



トレファク楽器

ブランド古着リユース業態

カインドオル

ブランド古着に特化したリユース業態
大阪、東京の都心を中心に展開



※2016年9月に子会社化

子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



総合リユース業態 ピックアップ



家電・家具・衣類・ブランド品・レジャー・工具など幅広く取り扱う総合リユース業態
静岡県に展開



※2020年10月に子会社化

ブランド・貴金属リユース業態 キンバリー



金・プラチナ・ブランド品・時計・金券などを取り扱うブランド・貴金属リユース業態
静岡県に展開



※2020年10月に子会社化

子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



ゴルフリユース業態 ゴルフキッズ

ゴルフ用品を専門に取り扱うリユース業態
首都圏、関西を中心に展開



※2018年3月に子会社化



ゴルフリユース業態 ゴルフキング

ゴルフ用品を専門に取り扱うリユース業態
愛知県名古屋市を中心に展開



※2023年10月に子会社化



子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



総合リユース業態（タイ現地法人）

Treasure Factory Thailand



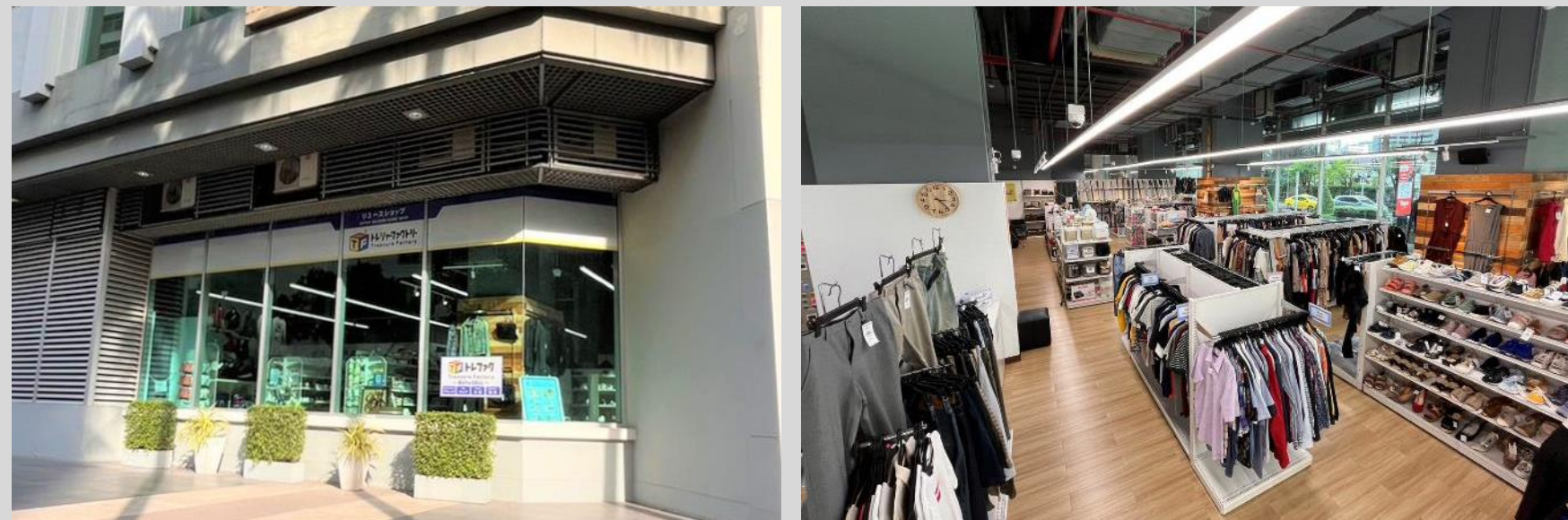
家具・家電・衣類・小物・ブランド品など幅広く取り扱う総合リユース業態
バンコクを中心に展開

総合リユース業態（台湾現地法人）

台灣寶物工廠股份有限公司



家具・家電・衣類・小物・ブランド品など幅広く取り扱う総合リユース業態
幅広いファッションアイテムを取り扱うファッションリユース業態
台北近郊を中心に展開



単体 | サービス概要



リユース事業



リユース周辺事業



BtoBオークション

トレファクオークション



家具・家電など一般家庭用品全般を取り扱うオンラインベースのリユース企業間BtoBオークション

- 2020年4月 開始
- リユース事業者向けのオークションプラットフォームをオンラインで運営
- 大型の家電・家具を中心に一般家庭向け商材を幅広く取り扱う
- ブランド専門オークションも開催
- 多様な事業者がリアルタイムで売買

トップ > オークション会場 > オークション

レーンA 商品ID: 5505530 出品番号: 90/320
DANIEL ライディングビューロー

現在価格 **12,750円**
 総額 12,750円

数量 1個
 入札件数 11件

250円 1,000円 10,000円

商品説明	【商品外装】3/10 【備考】キズ・ヨゴレあり 【コメント】テーブル押さえが片方出てきません
数量	1個
商品種別	ブランド家具 家電
サイズ	W 850 / D 430 / H 1,075

単体 | サービス概要



リユース事業



リユース周辺事業



引越+買取サービス トレファク引越



「引越+買取」をワンストップで提供し、荷物も価格も軽くする、これまでにないお得な引越サービス

- 2014年9月 開始
- 引越と買取を同時に行い、不用品処分の手間を減らす
- 引越料金から買取金額を差し引くことで費用が抑えられる
- 全国の50社を超える認定引越会社と提携
- 顧客紹介提携会社は約200社

不動産買取・仲介サービス トレファク不動産



不動産売買から不用品買取・家財整理までサポートする便利な不動産サービス

- 2019年10月 開始
- 不用品買取だけでなく、不動産の買取も行ってほしいというご要望から始動したサービス
- トレファクのサービスシナジーにより、不動産売却に加え、不用品の買取もワンストップで対応が可能
- 提携企業とのサービス連携により、当社を窓口不動産の解体やリフォーム、老人ホーム紹介に至るまでをご案内可能

単体 | サービス概要



リユース事業



リユース周辺事業



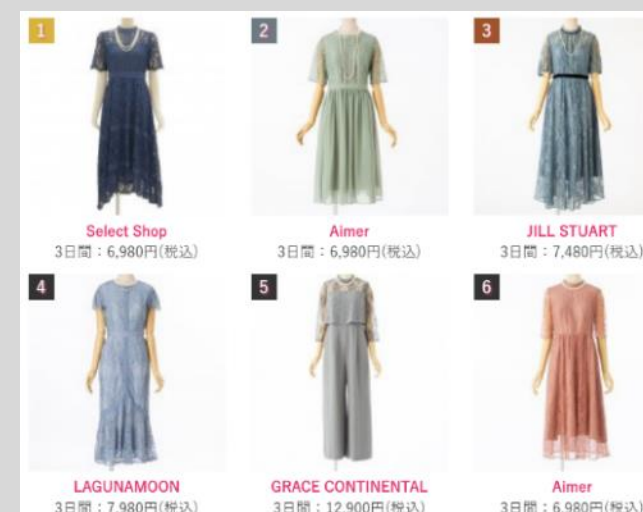
ドレス・礼服・喪服レンタル

Cariru



冠婚葬祭で着用するフォーマルファッションのECレンタルサービス

- 2010年10月 開始
- 結婚式や晴れの日に着るパーティードレスを中心に、バッグ・シューズ・アクセサリなどをレンタルするサービス
- マタニティドレスや入学式・卒業式に着るスーツ・ゆかたなど、着用機会の少ないアイテムも取り扱う
- 2021年4月ブラックフォーマル専門レンタルサイトをオープン



株主優待



日頃のご支援に対する感謝と当社のリユース体験を通じて事業への理解を深めていただくことを目的として、毎年2月末日時点で1単元（100株）以上保有の株主様へ、公式アプリにて2種類の電子クーポンを贈呈

※株主優待の取得方法は、株主様宛に別途送付する案内状をご参照ください

ポイント

- 1単元（100株）以上4単元（400株）未満保有 : 1,000ポイント
- 4単元（400株）以上保有 : 2,000ポイント

買取金額アップクーポン

- 1単元（100株）以上保有 : 20%アップクーポン
(保有単元数に関わらず一律で配布)



※画像は開発中のデモ画面であり、実際のアプリの表示とは異なる場合がございます

免責事項

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。

<本資料に関するお問い合わせ先>

E-Mail : tfir@treasure-f.com

会社案内サイト

(会社情報・IR情報) <http://www.treasurefactory.co.jp>