



**TREASURE FACTORY**

株式会社トレジャー・ファクトリー

# 決算説明会

2027年2月期第2四半期累計（2026年3月～2026年8月）

2026年10月14日

# 決算サマリー

1

2Q累計売上高・営業利益  
YoY15%超の成長

- 売上高**258**億円（YoY**115.3**%）、営業利益**23**億円（YoY**121.5**%）
- 2Q単独で減益を見込んでいたものの、想定以上の伸びを見せ**2Q単独で増益**の着地

2

単体既存店売上高が  
60ヶ月連続前年同月超え

- 2Q累計でYoY**105.2**%（販売件数 同**103.6**%、販売単価 同**101.6**%）
- 2021年9月から当決算期まで**60ヶ月連続**で単体既存店売上高が前年同月超え
- 8月は店舗回遊施策が奏功し、ハードルが高かった前年を超えて着地

3

売上総利益率の  
上昇トレンドが継続

- 連結売上総利益率**60.2**%（YoY+**0.2**pt）、単体既存店は同**65.9**%（YoY+**1.0**pt）
- 前期3Qの買取クーポン施策変更を機に上昇に転じ、そのトレンドが続いている

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、2Q累計で**19**店舗出店
- 2Q終了時点で年間目標出店数を超える**37**店舗の出店が確定

## 目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. 質疑応答

トレジャーファクトリー 八女店



連結 | 損益計算書 - PL



好調な販売と粗利率の上昇が相まって売上総利益が増加、一方で販管費は計画どおり着地し、大幅な営業増益を実現

| (百万円)               | 2026年2月期<br>2Q累計実績 | 2027年2月期<br>2Q累計実績 | 前年同期比較  |        | 業績予想比<br>(2026年7月9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    | 2Q累計予想                      | 達成率    |                                                  |
| 売上高                 | 22,453             | 25,891             | +3,437  | +15.3% | 25,567                      | 101.3% | 前年同期比：2Q累計の単体既存店成長率105.2%<br>：前期出店32店+当期出店19店の貢献 |
| 売上総利益               | 13,464             | 15,591             | +2,126  | +15.8% | -                           | -      |                                                  |
| 売上総利益率              | 60.0%              | 60.2%              | +0.2pt  | -      | -                           | -      | 単体既存店が65.9%（YoY+1.0pt）と大きく上昇                     |
| 販売費及び一般管理費          | 11,545             | 13,260             | +1,714  | +14.9% | -                           | -      |                                                  |
| 営業利益                | 1,919              | 2,330              | +411    | +21.5% | 2,154                       | 108.2% |                                                  |
| 営業利益率               | 8.5%               | 9.0%               | +0.5pt  | -      | 8.4%                        | -      |                                                  |
| 経常利益                | 1,960              | 2,322              | +362    | +18.5% | 2,157                       | 107.7% |                                                  |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 1,238              | 1,497              | +259    | +21.0% | 1,388                       | 107.9% |                                                  |
| 1株当たり当期純利益          | 52.84円             | 63.89円             | +11.05円 | +20.9% | 59.21円                      | 107.9% |                                                  |

連結 | 貸借対照表 - BS



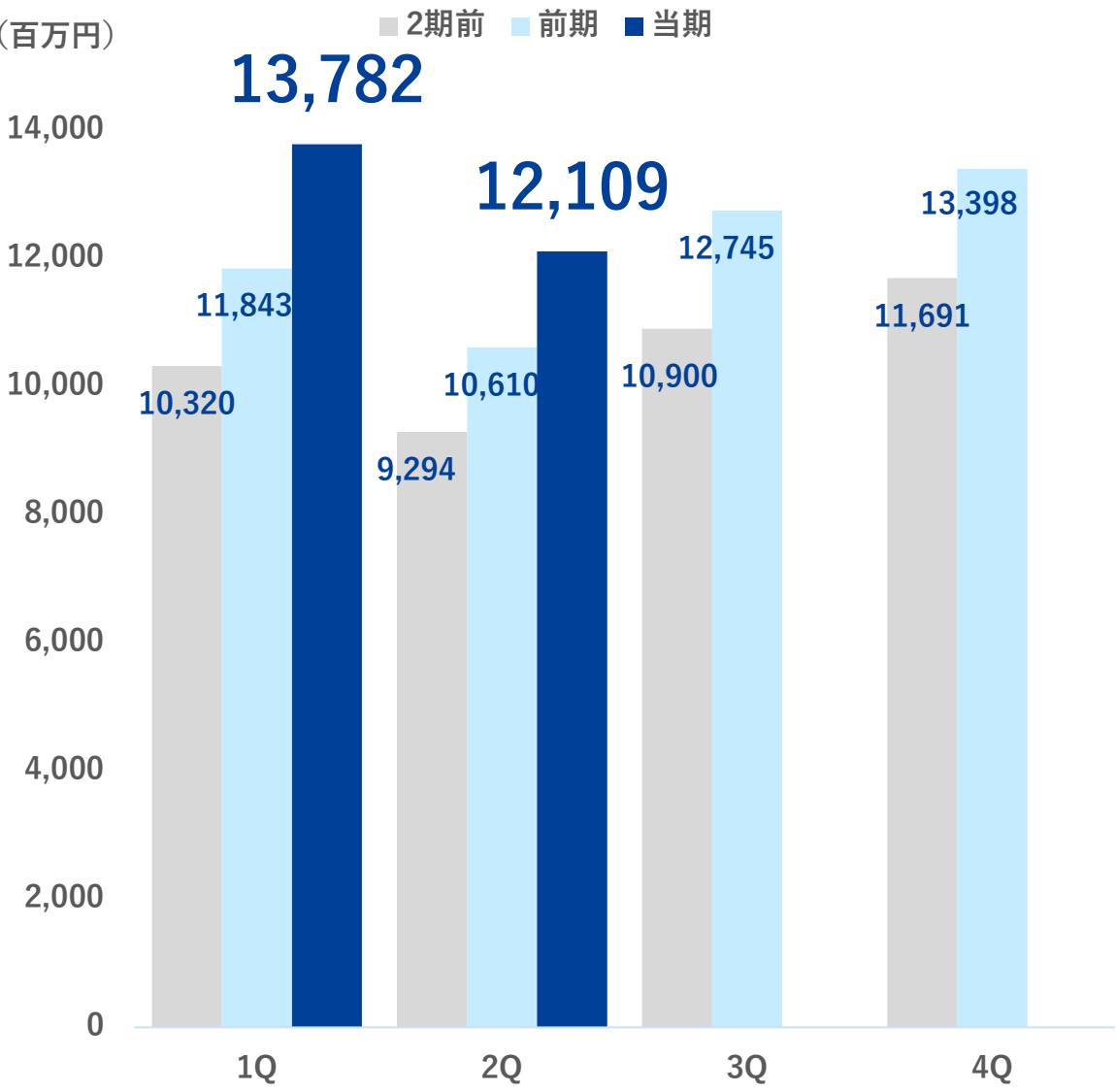
2Qの好調な販売と同様に仕入も好調、在庫は3Q以降の販売に繋げていく

| (百万円、%は構成比) |                    |                    |                    |                                         |
|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------------------------------------|
|             | 2026年2月期末          | 2027年2月期2Q末        | 増減                 | 増減要因                                    |
| 流動資産        | 16,827<br>(66.0%)  | 17,666<br>(65.2%)  | +839<br>(▲0.8pt)   |                                         |
| うち現預金       | 5,014<br>(19.7%)   | 4,418<br>(16.3%)   | ▲596<br>(▲3.4pt)   | 仕入好調により現預金が減少<br>繁忙期である秋冬で在庫の現金化を図る     |
| うち商品        | 9,091<br>(35.7%)   | 10,408<br>(38.4%)  | +1,317<br>(+2.7pt) | 仕入好調により在庫増加<br>3Q以降の新店用商材や季節商材の確保を進めている |
| 固定資産        | 8,652<br>(34.0%)   | 9,420<br>(34.8%)   | +767<br>(+0.8pt)   |                                         |
| 資産合計        | 25,479<br>(100.0%) | 27,086<br>(100.0%) | +1,606             |                                         |
| 流動負債        | 9,745<br>(38.2%)   | 9,898<br>(36.5%)   | +152<br>(▲1.7pt)   |                                         |
| 固定負債        | 2,833<br>(11.1%)   | 3,226<br>(11.9%)   | +392<br>(+0.8pt)   |                                         |
| 純資産         | 12,900<br>(50.6%)  | 13,962<br>(51.5%)  | +1,061<br>(+0.9pt) |                                         |
| 負債・純資産合計    | 25,479<br>(100.0%) | 27,086<br>(100.0%) | +1,606             |                                         |
| 自己資本比率      | 50.0%              | 50.8%              | +0.8pt             |                                         |

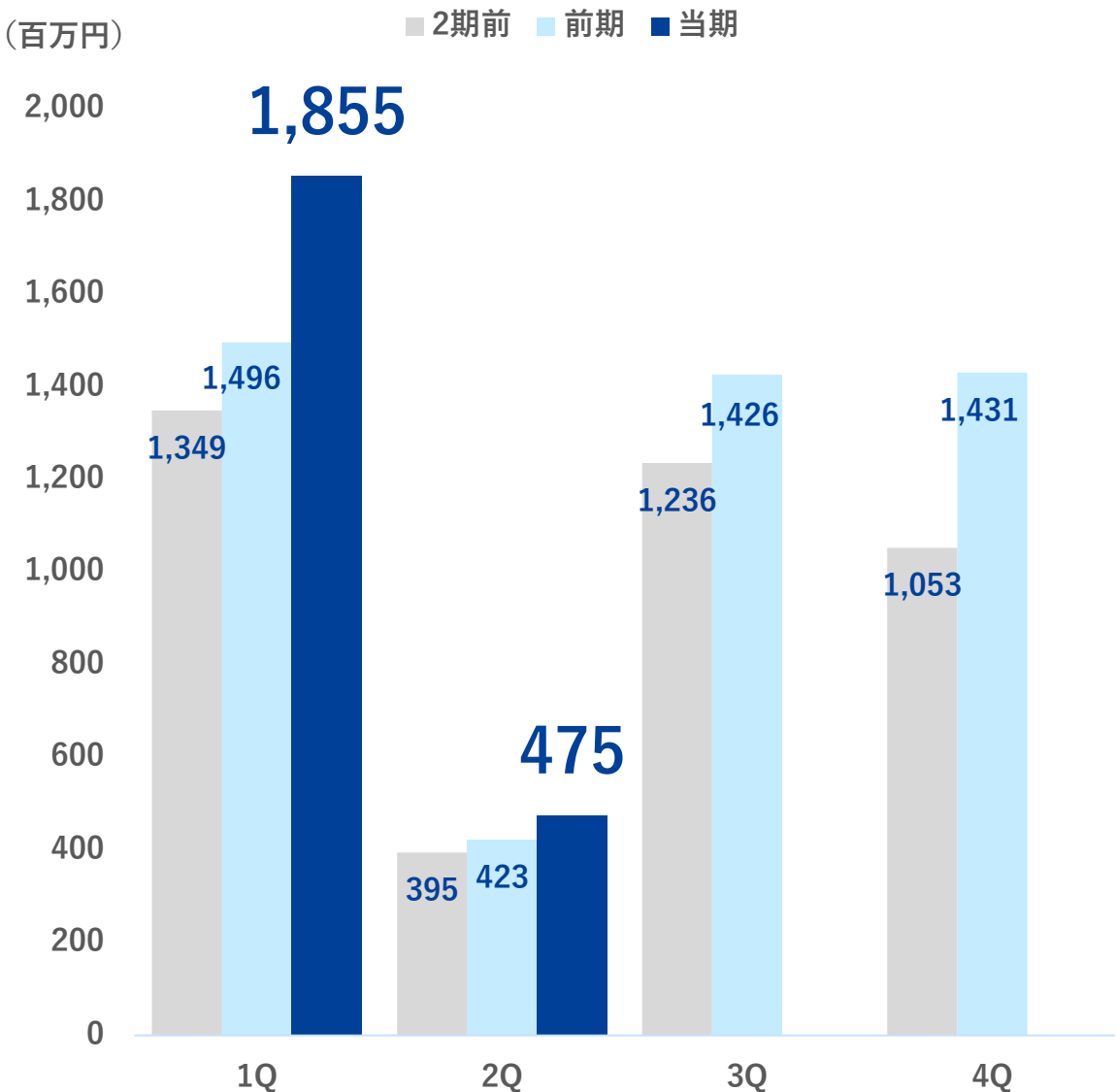
連結 | 四半期業績



売上高



営業利益



売上総利益の大幅増加により営業利益が2Q累計でYoY+21.5%の成長

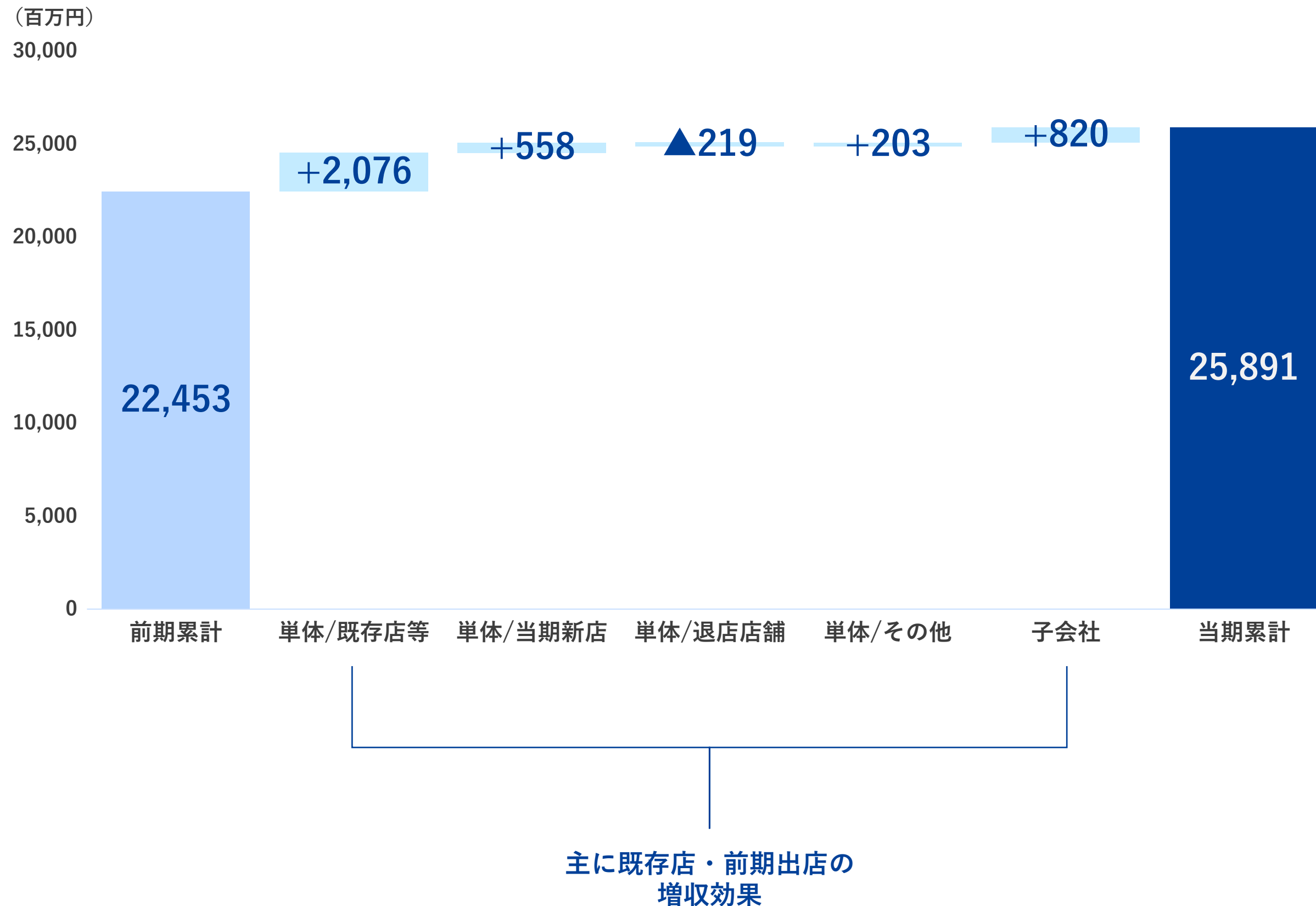
- 好調な販売と粗利率の上昇が相まって売上総利益が増加
- 販管費は計画どおり着地し、大幅な営業増益を実現

2Q（6-8月）は増収増益で着地

- 前期2Q（6-8月）は創業30周年記念施策等で業績好調
- 8月は前期の周年施策を契機とした顧客基盤の拡大と、ドミナント出店が相乗効果を生み、前期の反動減を吸収
- 結果として、当期2Q（6-8月）は売上・営業利益ともにYoY+10%以上の成長

| (百万円) | 四半期            |                |        | 2Q累計             |                  |        |
|-------|----------------|----------------|--------|------------------|------------------|--------|
|       | 2026年2月期<br>2Q | 2027年2月期<br>2Q | 前年同期比較 | 2026年2月期<br>2Q累計 | 2027年2月期<br>2Q累計 | 前年同期比較 |
| 売上高   | 10,610         | 12,109         | +14.1% | 22,453           | 25,891           | +15.3% |
| 営業利益  | 423            | 475            | +12.5% | 1,919            | 2,330            | +21.5% |
| 営業利益率 | 4.0%           | 3.9%           | ▲0.1pt | 8.5%             | 9.0%             | +0.5pt |

## 連結 | 売上高 - 増減分析



## 主に既存店・前期出店の増収効果が売上成長を牽引

- 単体既存店が特に好調に推移
- 既存店・前期出店の増収効果は約**28億円**

※単体既存店2,076百万円+子会社820百万円の合算  
※子会社は新店等も含むため概算値

## 免税販売も依然として増加中

- 免税売上比率は2Q累計で**11.1%** (YoY+0.8pt)
- 免税リファンド方式への変更を控え、今後は鈍化していく見通し

## 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    |        |        |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       | 2Q累計   | 構成比    | 前年同期比  | 2Q累計   | 構成比    | 前年同期比  |
| 生活雑貨  | 569    | 4.9%   | 114.0% | 1,312  | 5.2%   | 110.9% |
| 衣料    | 4,700  | 41.1%  | 114.3% | 11,949 | 47.4%  | 114.5% |
| 服飾雑貨  | 3,416  | 29.9%  | 117.9% | 5,945  | 23.6%  | 118.5% |
| 電化製品  | 790    | 6.9%   | 104.4% | 2,432  | 9.6%   | 112.5% |
| 家具    | 161    | 1.4%   | 101.9% | 719    | 2.8%   | 102.0% |
| ホビー用品 | 1,149  | 10.2%  | 109.7% | 2,512  | 10.0%  | 120.5% |
| その他   | 640    | 5.6%   | 127.5% | 349    | 1.4%   | 126.0% |
| 総計    | 11,429 | 100.0% | 114.6% | 25,221 | 100.0% | 115.4% |

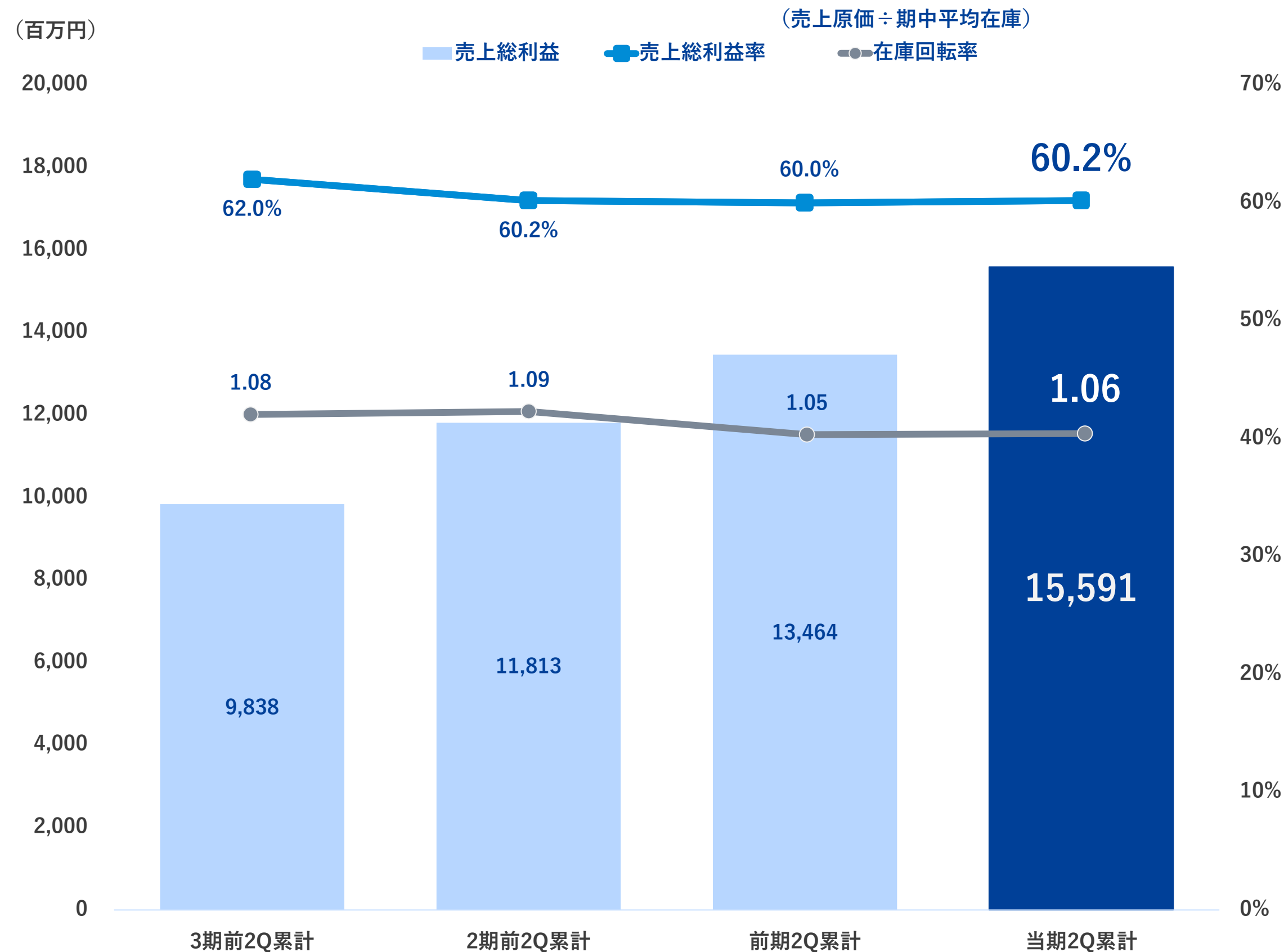
買取と販売がともに堅調に推移

- 特に衣料、服飾雑貨、ホビー用品が成長を牽引
- 衣料は夏物商材の割引を抑制しつつ、天候に合わせた秋物商材への移行により引き続き成長
- ホビー用品は新業態「トレファクアニメラボ」の出店や買取施策などが奏功し買取・販売ともに伸長

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



## 売上総利益率がYoY+0.2pt

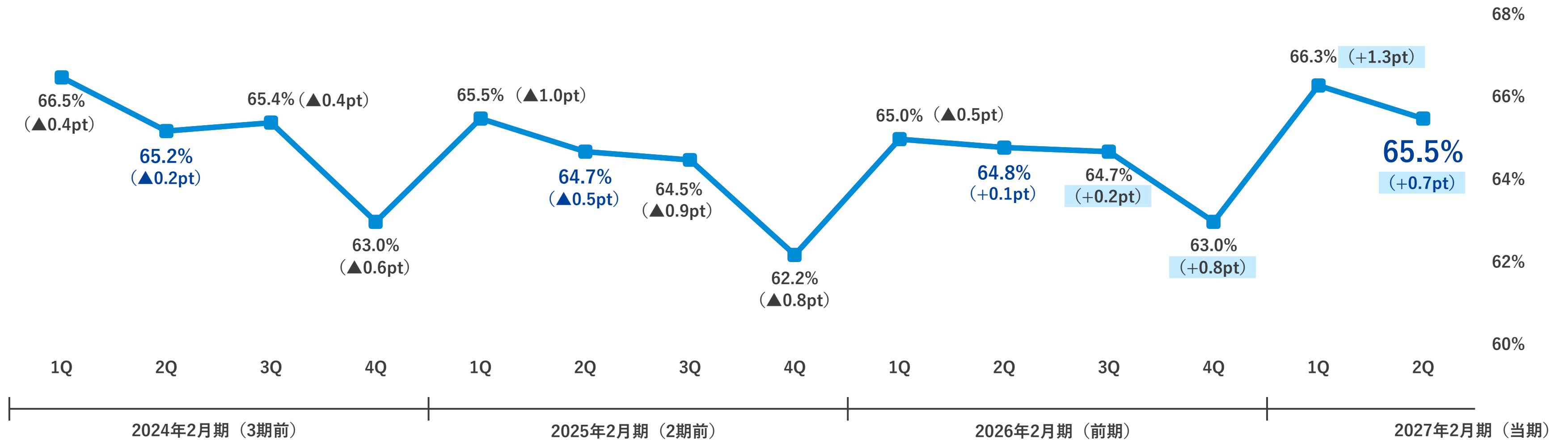
- 前期3Qからの買取クーポン施策の変更に伴う値入の改善により、在庫回転率を維持しながら売上総利益率の上昇を実現
- 一巡する2027年2月期3Qまで同様に推移する見通し
- 上記の影響が表れる単体既存店の売上総利益率は65.9% (YoY+1.0pt) と上昇
- 高単価・低売上総利益率の商材の販売が堅調に推移するなど、ミックス要因により売上総利益率のYoYは+0.2ptに留まる

## 単体 | 既存店売上総利益率 - 直近4期推移

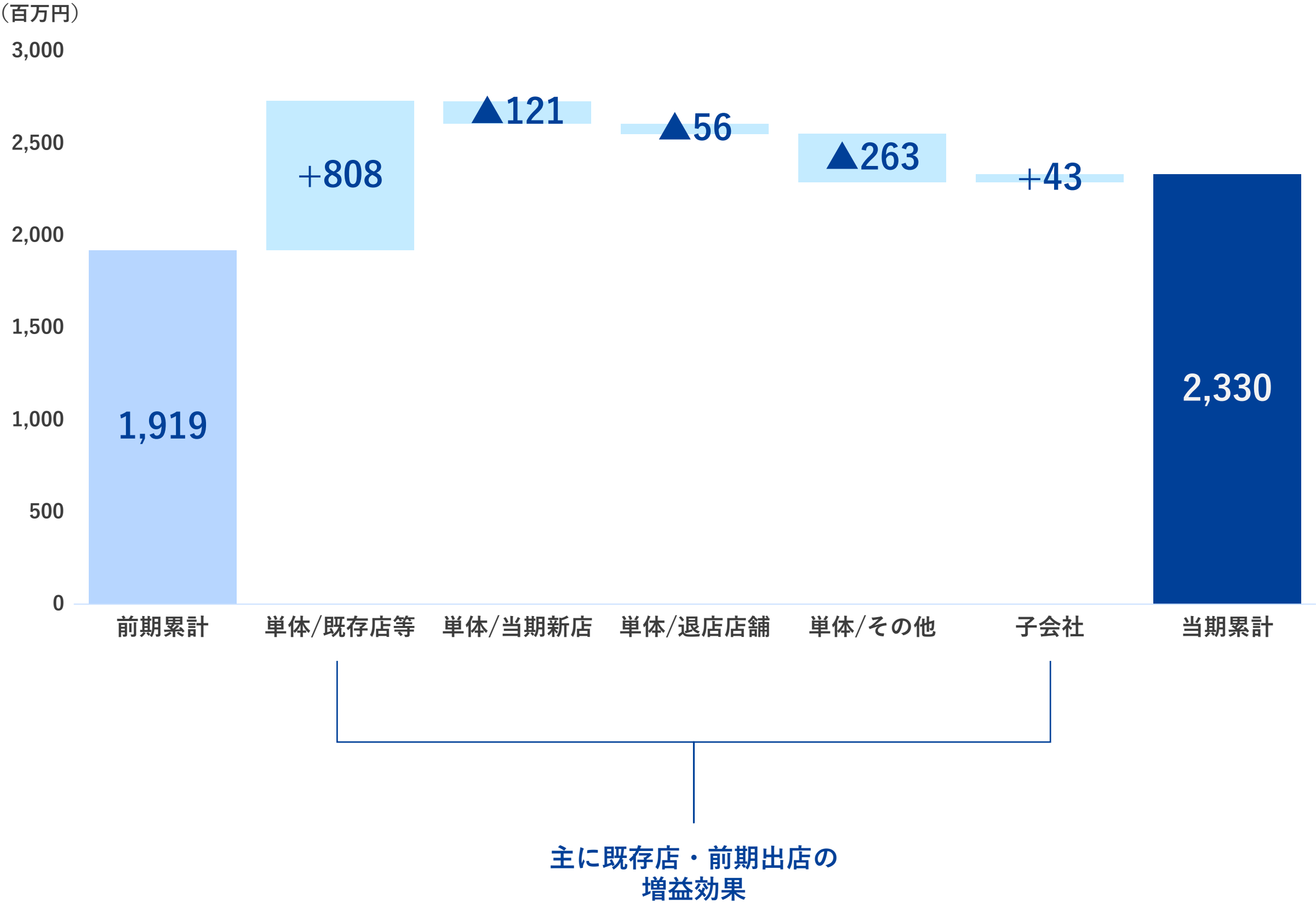


前期3Qからの買取クーポン施策の変更等による値入の改善により、単体既存店の粗利率が上昇トレンドに反転

( ) 内は前年同期比



連結 | 営業利益 - 増減分析



既存店・前期出店の利益成長が継続中

- 単体既存店が特に好調に推移
- 既存店・前期出店の増益効果は約**8.5億円**

※単体既存店808百万円+子会社43百万円の合算  
※子会社は新店等も含むため概算値

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 (事業拡大に伴う固定費の増加) **▲69百万円**
- ECや買取強化のための広告宣伝費の増加 (販売高・仕入高の増加に伴う変動費の増加) **▲58百万円**
- いずれも店頭以外の買取・販売に必要な変動費・固定費であり、仕入の増加につながっている (上半期合計で宅配買取がYoY+22.2%、出張買取が同+20.5%)

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



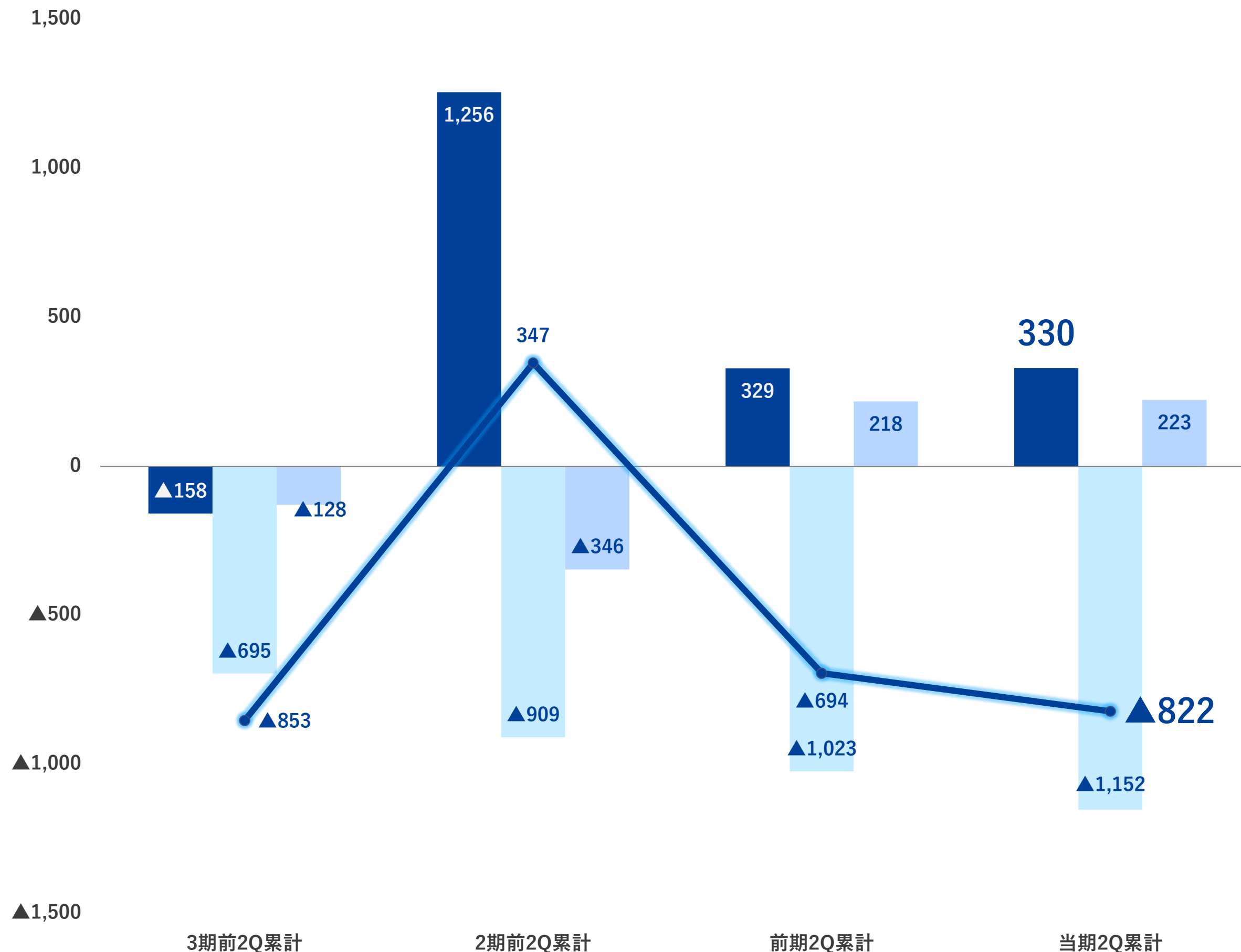
大幅増収に対して販管費は計画どおり推移し、販管費率は0.2pt低下

| (百万円、%は売上高比率) | 2026年2月期<br>2Q累計  | 2027年2月期<br>2Q累計  | 前年同期比              | 増減要因                                                   |
|---------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------------------------------------------|
| 人件費           | 5,793<br>(25.8%)  | 6,596<br>(25.5%)  | 113.9%<br>(▲0.3pt) | 2026年4月に新入社員144名が入社<br>人的資本への成長投資を続けているが売上成長により吸収できている |
| 賃借料           | 2,409<br>(10.7%)  | 2,723<br>(10.5%)  | 113.0%<br>(▲0.2pt) | 新規出店                                                   |
| 支払手数料         | 770<br>(3.4%)     | 930<br>(3.6%)     | 120.6%<br>(+0.2pt) | 新規出店<br>EC販売とキャッシュレス決済の増加                              |
| 広告宣伝費         | 308<br>(1.4%)     | 390<br>(1.5%)     | 126.5%<br>(+0.1pt) | 主にECとレンタル事業の販売高の増加<br>店舗以外の仕入チャネルの仕入高増加                |
| 減価償却費         | 315<br>(1.4%)     | 373<br>(1.4%)     | 118.5%<br>—        | 新規出店                                                   |
| 運送費           | 262<br>(1.2%)     | 324<br>(1.3%)     | 123.5%<br>(+0.1pt) | 新規出店                                                   |
| 消耗品費          | 289<br>(1.3%)     | 315<br>(1.2%)     | 109.1%<br>(▲0.1pt) | 新規出店                                                   |
| 水道光熱費         | 340<br>(1.5%)     | 369<br>(1.4%)     | 108.6%<br>(▲0.1pt) | 新規出店                                                   |
| その他           | 1,054<br>(4.7%)   | 1,236<br>(4.8%)   | 117.3%<br>(+0.1pt) | 新規出店など<br>(求人広告費、修繕費などが含まれる)                           |
| 販管費合計         | 11,545<br>(51.4%) | 13,260<br>(51.2%) | 114.9%<br>(▲0.2pt) |                                                        |

# 連結 | キャッシュフロー - 直近4期推移

(百万円)  
1,500

営業CF 投資CF 財務CF フリーCF



## 営業CFは横ばい

- 前期は、買取クーポン施策の変更に伴う一過性の在庫増加により、営業CFがYoYで減少
- 当期は前期のような特殊要因はなかったものの、新店用在庫や季節商材の確保など仕入好調の影響もあり営業CFは横ばい
- 下半期は在庫を販売に繋げて、営業CFを創出していく

## フリーCFの減少要因

- 順調な新規出店に伴う設備投資の増加

## 補足

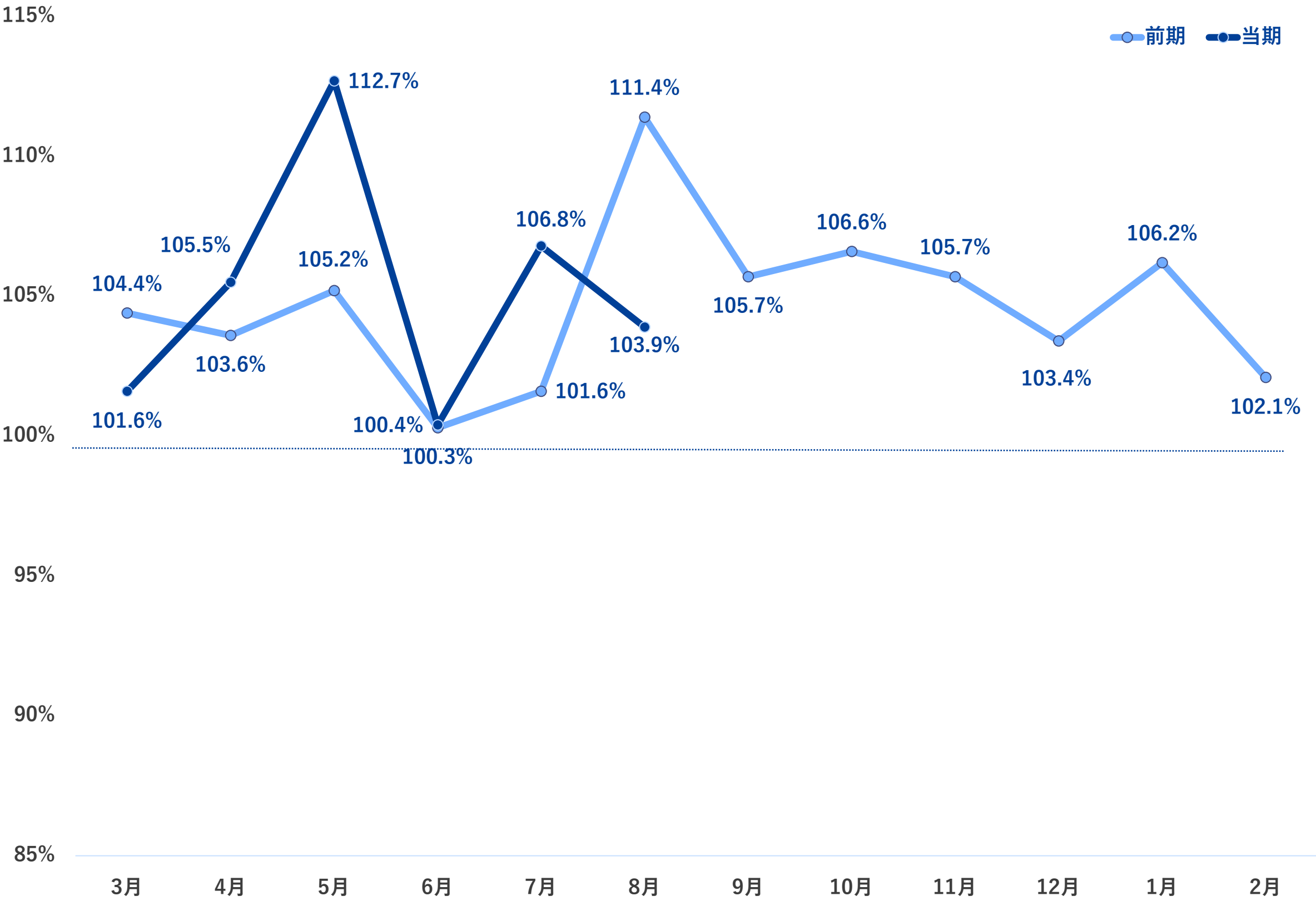
- フリーCF … 営業CF・投資CFの合計

KPIの推移 | サマリー



|    |                                   |                                                                                               |                     |
|----|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| 単体 | 既存店 - 売上高前年同期比<br>需要の基調・事業の成長性の指標 | 2Q累計：105.2%<br>6月は計画前提（YoY102%）を下回ったものの、7-8月は上回り、依然として堅調に推移                                   | 前期2Q：104.3%（+0.9pt） |
| 単体 | 既存店 - 売上総利益率<br>事業の収益性の指標         | 2Q累計：65.9%<br>※9ページは連結、10ページおよび本項は単体の数値<br>買取クーポン施策の変更に伴う値入の改善などにより、大幅に上昇<br>（当期3Qまでで改善効果は一巡） | 前期2Q：64.9%（+1.0pt）  |
| 連結 | EC比率<br>販売機会の最適化の指標               | 2Q累計：16.0%<br>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<br>総合業態における出品数の増加施策が寄与し、店頭販売を上回る成長率を実現        | 前期2Q：14.4%（+1.6pt）  |
| 連結 | 仕入高前年同期比<br>売上・出店余力の先行指標          | 2Q累計：114.6%<br>単体では店頭買取YoY+11.1%、宅配買取YoY+22.2%、出張買取YoY+20.5%<br>3Q以降に向けて、新店用商材や季節商材の確保を進めている  | 前期2Q：121.8%（▲7.2pt） |
| 連結 | 当期新規出店数<br>増収増益の先行指標              | 2Q累計：19店<br>2Q終了時点で年間出店目標30～35店舗を超える37店舗の出店が確定<br>3Q以降も各業態・各地域での出店を予定                         | 前期2Q：18店（+1店）       |

KPIの推移 | （単体）既存店 - 売上高前年同期比



60ヶ月連続で前年同月超えを達成

- 2Q累計はYoY105%と計画前提（YoY102%）を上回る
- 土日祝日数は6月が前年比▲1日、7-8月は前年と同様
- 6月は夏物需要が5月に一部先行した影響や梅雨などの影響により販売件数が伸びなかったものの、販売単価でカバーし前年同月を超えた
- 8月は店舗回遊施策が奏功し販売件数が増加、ハードルが高かった前年を超えた
- 通期では、業績予想の前提水準に平準化していく見通し

|                 | 2Q      | 2Q累計    |
|-----------------|---------|---------|
| 売上高<br>(前年同期比)  | 103.7 % | 105.2 % |
| 販売件数<br>(前年同期比) | 101.5 % | 103.6 % |
| 販売単価<br>(前年同期比) | 102.2 % | 101.6 % |

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<br>確定分   | 4Q<br>確定分  | 通期          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------|------------|-------------|------------|-------------|
|    | トレジャーファクトリー        | +2店  | +3店        | +3店         | +3店        | +11店        |
|    | トレファクスタイル          | +7店  | +1店<br>▲1店 | +5店<br>▲2店  | +1店        | +14店<br>▲3店 |
|    | トレファク<br>スポーツアウトドア | —    | +1店        | +1店         | —          | +2店         |
|    | ユーズレット             | —    | —          | —           | +1店        | +1店         |
|   | ブランドコレクト           | —    | —          | —<br>▲1店    | +1店        | +1店<br>▲1店  |
|  | トレファク楽器            | —    | —          | —           | +1店        | +1店         |
|  | トレファクアニメラボ         | —    | +1店        | —           | +1店        | +2店         |
|  | カインドオル             | +1店  | +1店        | +1店         | —<br>▲1店   | +3店<br>▲1店  |
|  | ピックアップ             | +1店  | —          | —           | —          | +1店         |
|  | タイ法人               | +1店  | —          | +1店         | +1店        | +3店         |
| 合計                                                                                  |                    | +12店 | +7店<br>▲1店 | +11店<br>▲3店 | +9店<br>▲1店 | +39店<br>▲5店 |

年間出店目標数を達成

- 出店目標30～35店舗に対し、37店舗の出店および2店舗の移転が確定（移転：トレファクスタイル2店舗）
- 新業態「トレファク楽器」、「トレファクアニメラボ」は2店舗目の出店が決定
- 来期の出店予定も順次決まっていく見通し

退店理由

- 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

- 出店数および退店数には、店舗移転に伴うものを含む
- 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

# 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

売上高は2Q累計でYoY+14.3%の39.1億円となり、引き続き増収増益

インバウンド売上の伸び率が落ち着きつつあるが、古着需要の強さにより計画を超過して推移

※8月28日に開示いたしました個人情報漏洩事故につきまして、多大なご心配とご迷惑をおかけしましたことを深くお詫びいたします。

なお、業績への影響は表れておらず、対象のECにつきましても当該開示以前から変わらず推移しております。



## ピックアップジャパン

静岡県地盤のリユース業態

貴金属の売上増加などの影響で、売上高は2Q累計でYoY+7.8%の15.5億円となり、増収増益

4月に新規出店を行い、立ち上がりから堅調に推移



## 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2Q累計でYoY+19.0%となった  
前期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

新規出店やその準備等により、2Q累計で売上高は増収、営業利益は減益となった

10月3日に7店舗目を出店、当期中にもう1店舗の出店が確定しており出店加速フェーズに移行



## 台湾法人

台北近郊を中心に展開するリユース業態

2Q累計は赤字で着地、通期での利益貢献を目指す

4店舗目の出店に向けて準備中、年間複数店舗の出店を目指していく

※アメリカ法人は2027年春に1号店オープン予定

## 目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. 質疑応答



2027年2月期

業績予想



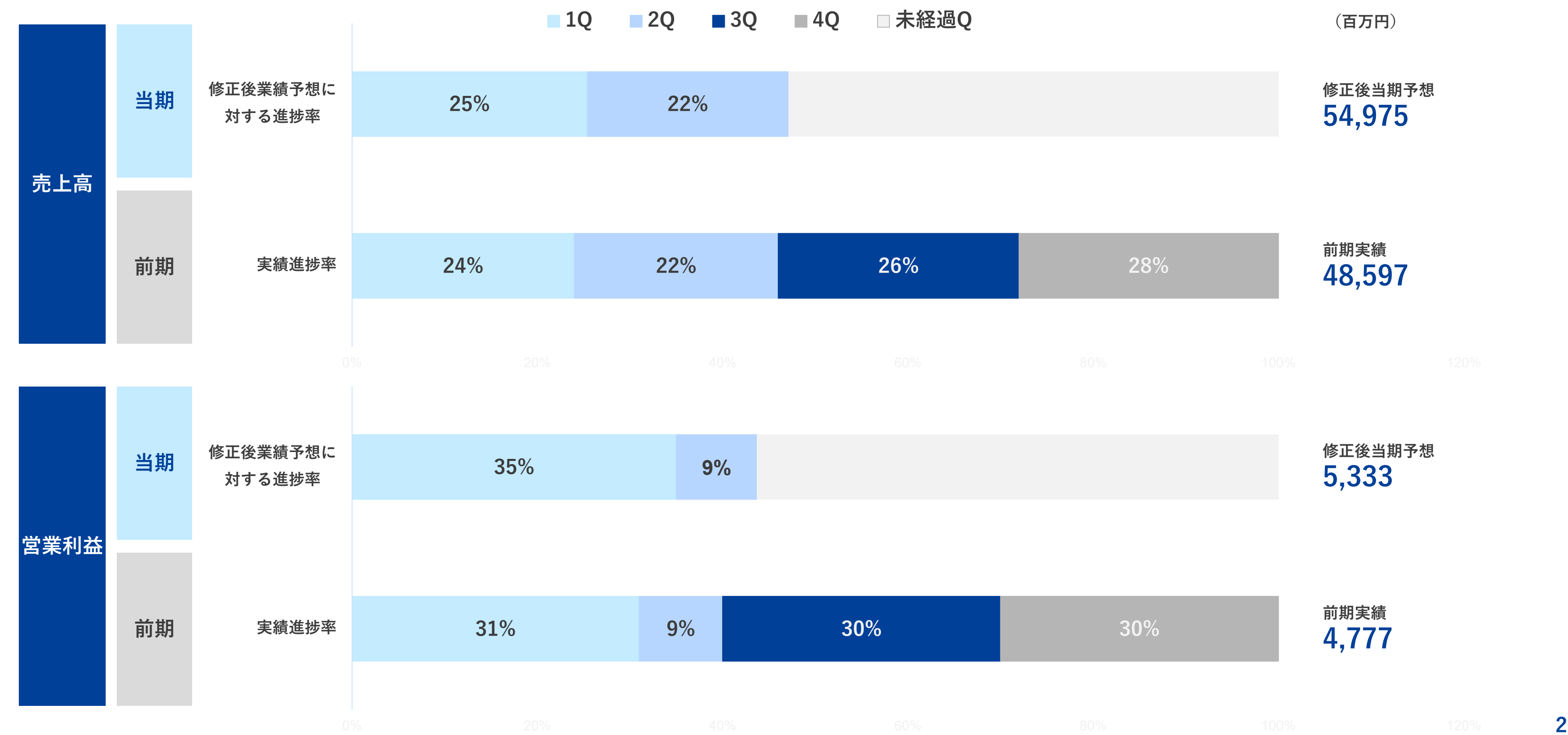
1Qに上方修正した通期予想は据え置き、修正後の計画に対し順調に進捗

| (百万円)                   | 通期予想          |                                  |                      | 前回予想比                            |                      |                                  |
|-------------------------|---------------|----------------------------------|----------------------|----------------------------------|----------------------|----------------------------------|
|                         | 2026/2期<br>実績 | 2027/2期<br>修正予想<br>(2026年7月9日発表) | 修正予想<br>対前年実績<br>増減率 | 2027/2期<br>前回予想<br>(2026年4月9日発表) | 修正予想<br>対前回予想<br>増減率 | 前提 / 補足                          |
| 売上高                     | 48,597        | 54,975                           | +13.1%               | 54,304                           | +1.2%                | 下半期の単体既存店売上高の前提をYoY102%から103%へ変更 |
| 売上総利益                   | 28,731        | 32,823                           | +14.2%               | 32,361                           | +1.4%                | 売上総利益率（連結）は59.7%に設定              |
| 営業利益                    | 4,777         | 5,333                            | +11.6%               | 5,065                            | +5.3%                | 販管費比率（連結）は50.0%に設定               |
| 営業利益率                   | 9.8%          | 9.7%                             | ▲0.1pt               | 9.3%                             | +0.4pt               |                                  |
| 親会社株主に帰属する<br>四半期/当期純利益 | 3,171         | 3,551                            | +12.0%               | 3,395                            | +4.6%                |                                  |
| 四半期/当期純利益率              | 6.5%          | 6.5%                             | —                    | 6.3%                             | +0.2pt               |                                  |
| 1株当たり<br>四半期/当期純利益      | 135.29円       | 151.49円                          | +12.0%               | 144.83円                          | +4.6%                |                                  |
| 1株当たり配当金                | 40.00円        | 46.00円                           | +15.0%               | 44.00円                           | +4.5%                |                                  |
| 配当性向                    | 29.6%         | 30.4%                            | +0.8pt               | 30.4%                            | —                    |                                  |

通期目標に対する進捗率



売上高は前期並み、2Q単独で減益見通しだった営業利益は予想に反し増益で着地（前期は通期実績に対する進捗率）

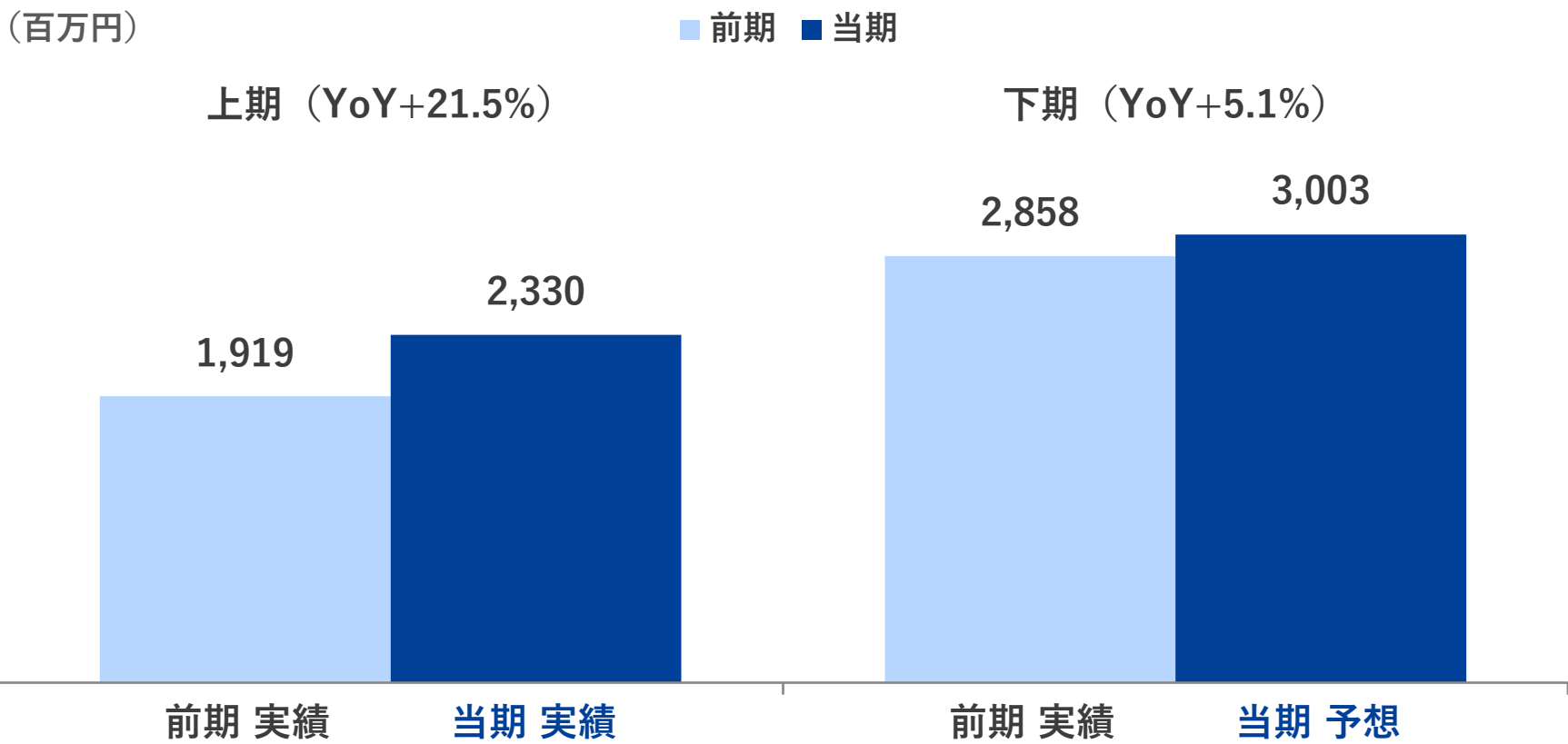


# 2027年2月期 下半期の見通し



上期は予想を上回って着地  
下期は値入改善効果の一巡と費用の集中を見込み、通期予想は据え置く

営業利益の推移



下期予想

| (百万円) | 前期実績   | 当期予想   | 前年比    |
|-------|--------|--------|--------|
| 売上高   | 26,144 | 29,084 | +11.2% |
| 営業利益  | 2,858  | 3,003  | +5.1%  |
| 営業利益率 | 10.9%  | 10.3%  | ▲0.6pt |

※下期予想 = 2026年7月9日発表の通期予想 - 上期実績

## 値入改善効果の一巡

- 前期3Qに実施した買取クーポン施策の変更による値入の改善は、当期3Qから前年と同じ条件になる

## 物流拠点の移転と出店の集中

- 物流センターの移転や出張買取の新拠点の開設などに伴う費用が発生する
- 新規出店は11～12月に集中する

## 単体既存店売上高はYoY103%

- 7月に下期の前提を102%から103%へ引き上げた上期の実績は105.2%。天候による振れも考慮する

配当予想



配当予想

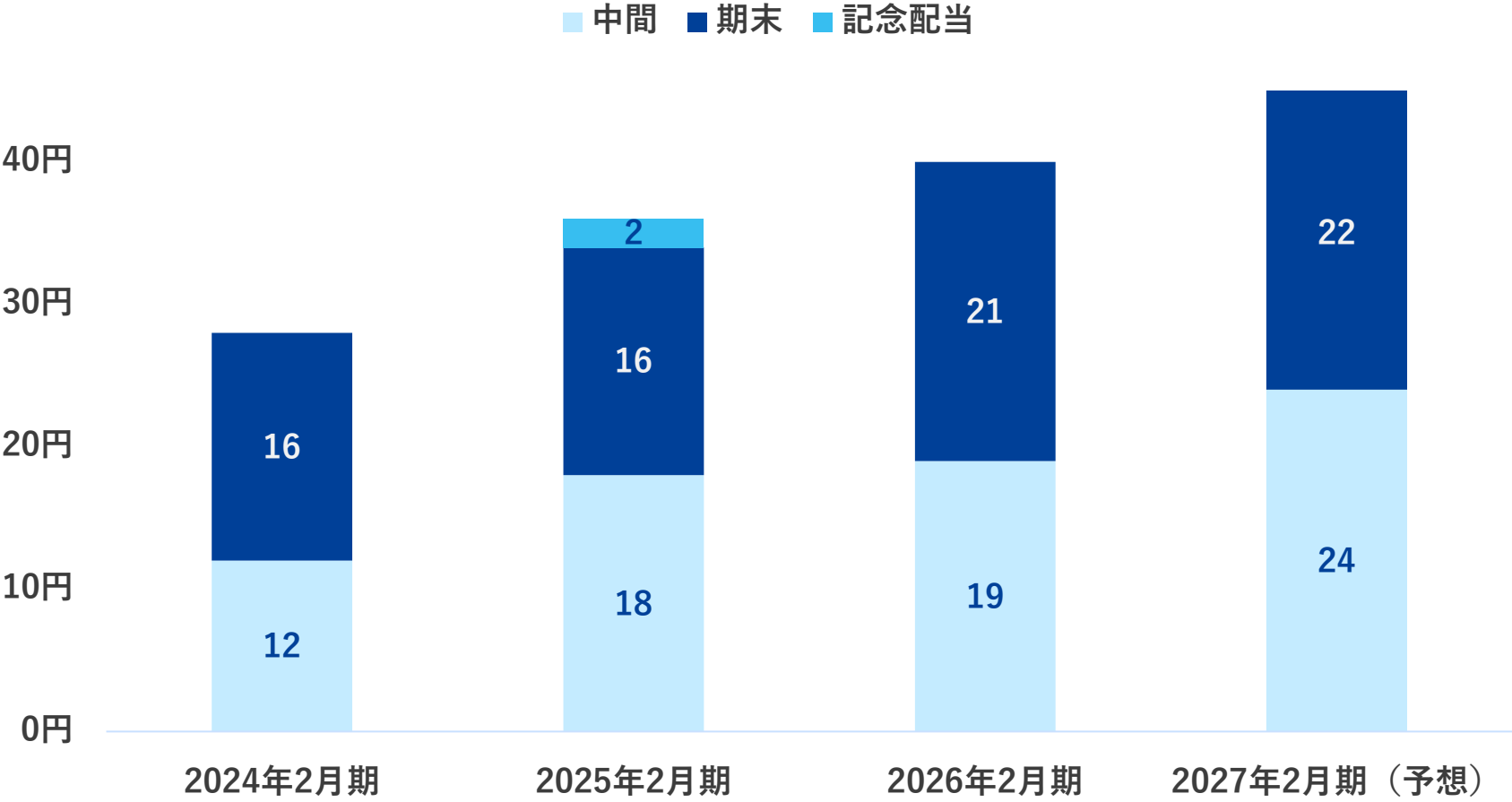
(1株当たり)

|      | 2026/2期     | 2027/2期<br>修正予想<br>(2026年7月9日発表) | 前年比    | 2027/2期<br>前回予想<br>(2026年4月9日発表) | 修正予想<br>対前回予想比 |
|------|-------------|----------------------------------|--------|----------------------------------|----------------|
| 中間   | (実績)<br>19円 | 24円                              | +5円    | 22円                              | +2円            |
| 期末   | 21円         | 22円                              | +1円    | 22円                              | —              |
| 年間合計 | 40円         | 46円                              | +6円    | 44円                              | +2円            |
| 配当性向 | 29.6%       | ※30.4%                           | +0.8pt | 30.4%                            | —              |

※修正後の業績予想を基準として算出

直近4期の推移

(分割調整後)



2027年2月期は6円の増配を計画

- 中間配当24円（前期比+5円）を実施、期末配当22円は据え置き
- 期末配当は下半期の動向を踏まえ改めて見直しを検討

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8月末アプリ会員数約315万人）
- 自社EC・自社オークション・自社海外拠点など多様な販路を活用した売上の最大化
- 専門業態の立ち上げを通じて特定の商材の専門性を深化させ、顧客の裾野を広げるとともに、ノウハウを既存事業に還元し、全体の底上げを図る

### 海外

- タイ（現在7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
- アメリカ法人は2027年春に1号店オープン予定

### 新規出店

- グループで年間30～35店舗を目標とする（前期実績32店舗）  
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
- 佐賀県に初進出

### 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
- 上半期では、宅配買取がYoY+22.2%、出張買取が同+20.5%

## 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

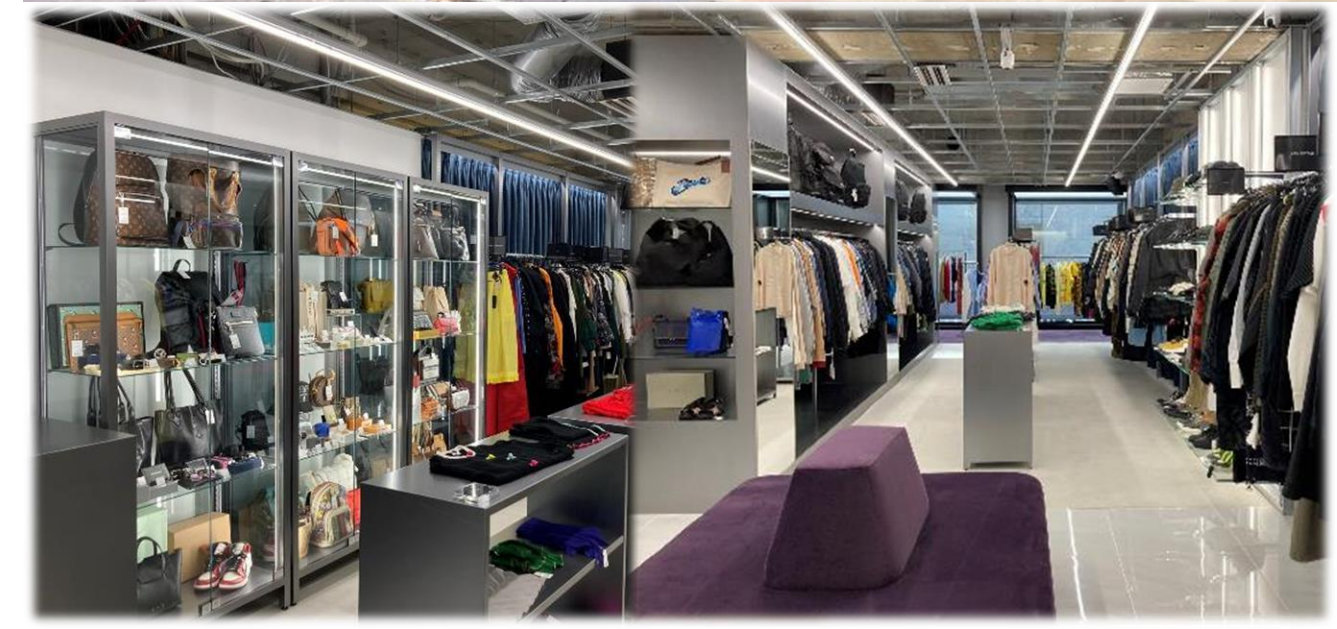
- 拠点拡張と商材拡張（ドレス・ブラックフォーマル）により、売上・利益を拡大
- 無人レンタルドレスサービスの事業譲受により、店舗とWEBの両面で成長を促進

※不動産事業（トレファク不動産）は2026年8月にサービスを停止

継続的に利益を創出していたものの、事業ポートフォリオ最適化の観点で他の領域に経営資源を投じていく

## 目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. 質疑応答



# 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

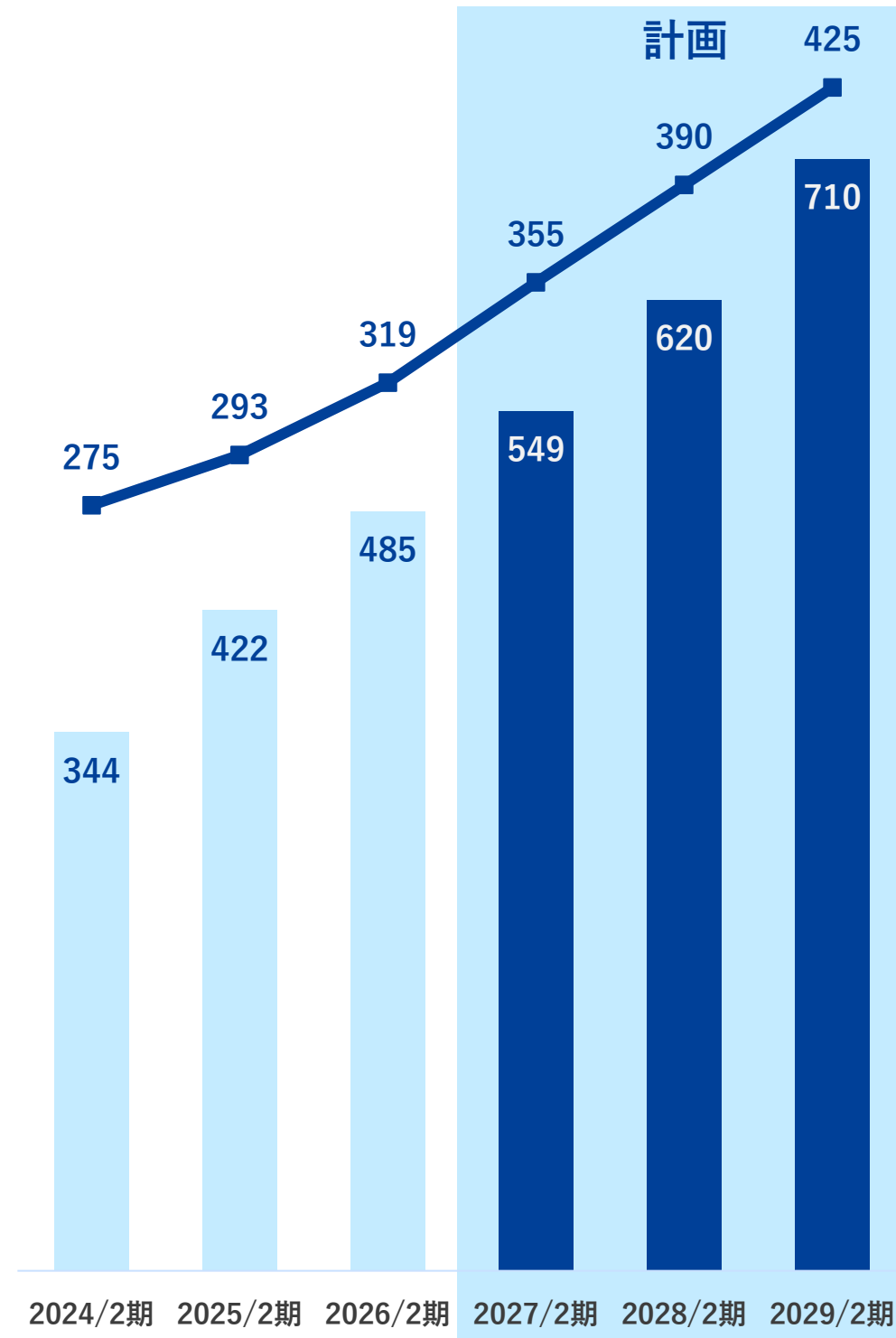
自社システム部門及びシステムグループ会社の開発力を活用し、ITやAIを使った業務効率化とイノベーションを起こし、新たなビジネス機会の創出等によりグループ収益を伸ばす。

# 中期経営計画サマリー

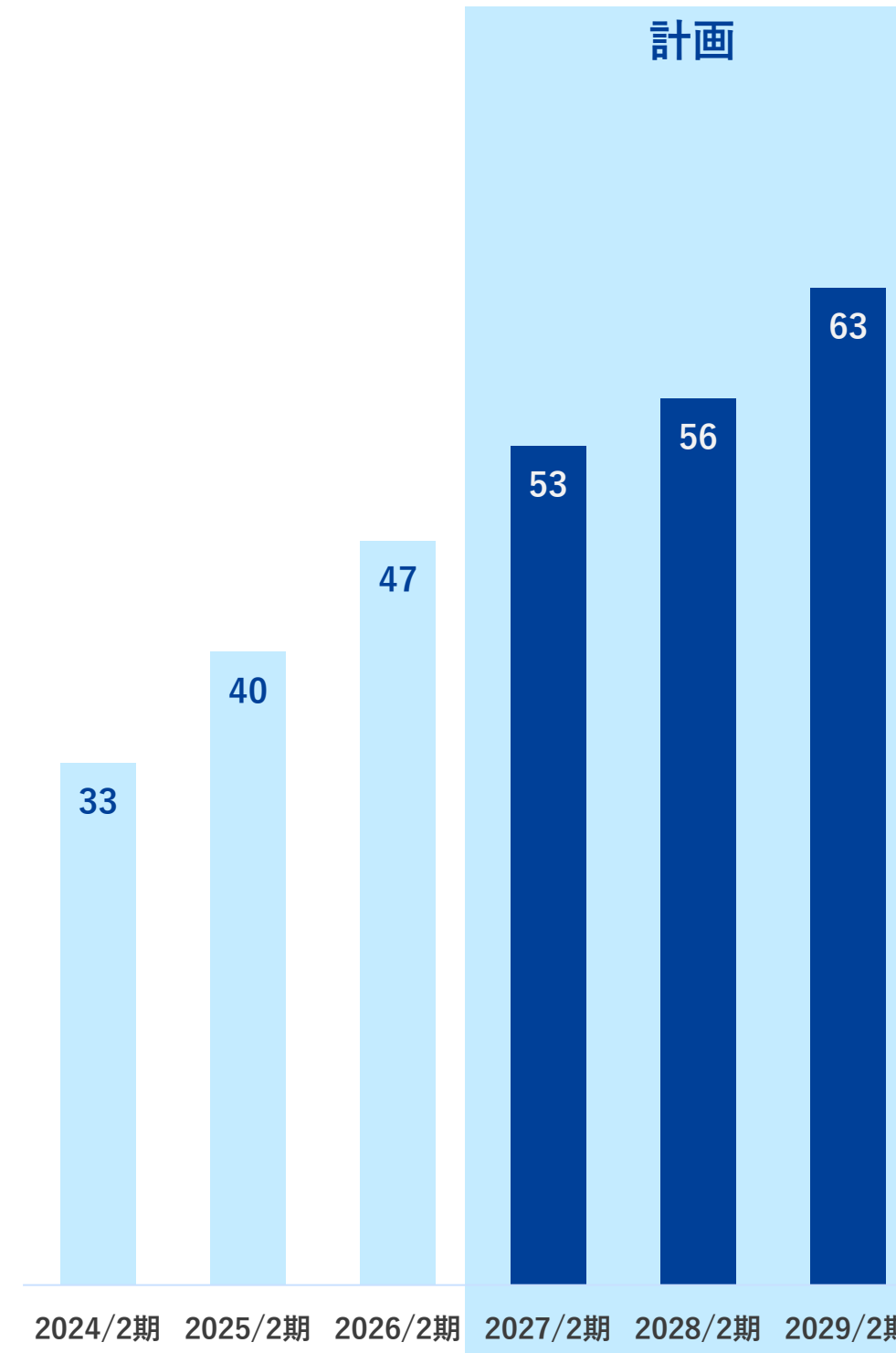


## 売上高・店舗数

■売上高(億円)  
■店舗数(店)



## 営業利益



## 中期経営計画を刷新

- 1Qの業績予想修正では、2027年2月期のみ修正  
2028年2月期・2029年2月期は4月に更新予定
- 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

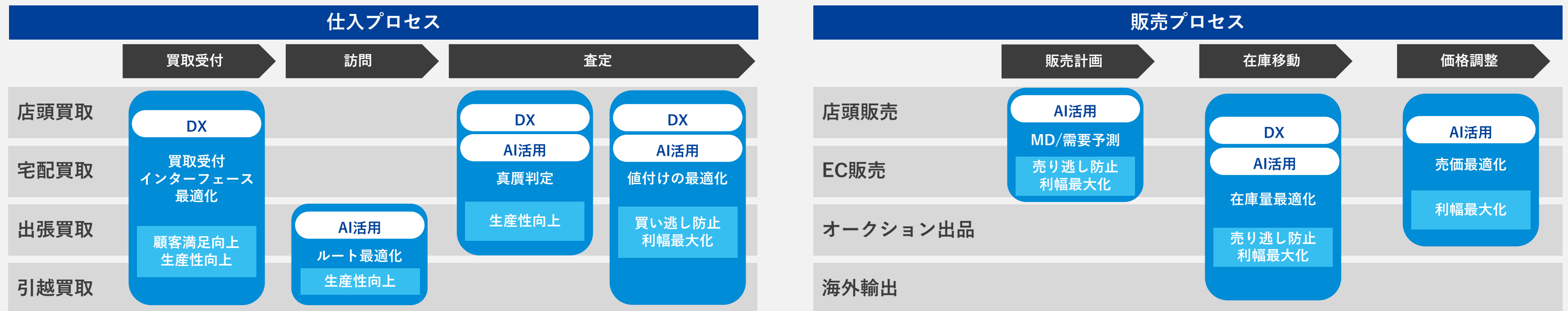
## 計画最終年度（2029年2月期）

- 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



2026年3月  
2026年3月～  
2026年7月～

専門組織「**査定DX・真贋室**」を設置  
グループ各社のテクノロジー組織を横断した**AIプロジェクト**をスタート  
1つ目のプロジェクトである「査定における入力・検索作業の効率化」のトライアル運用をスタート  
**査定業務の70～80%の時短効果実現**を目指す

中期経営計画期間中の  
損益インパクトイメージ

人件費・外注費の増加  
(投資フェーズ)

売上総利益の増加  
(販売機会の最大化/値引きロス最小化/在庫回転率の上昇)

営業利益の増加  
(査定効率化/労働生産性の向上)

中期経営計画・配当の見通し（2027年2月期～2029年2月期）



|                     | 2026年<br>2月期 | 2027年<br>2月期 | 2028年<br>2月期 | 2029年<br>2月期 | CAGR<br>(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        | 549億円        | 620億円        | 710億円        | 13.55%           |
| 営業利益                | 47.7億円       | 53.3億円       | 56.8億円       | 63.8億円       | 10.18%           |
| 営業利益率               | 9.8%         | 9.7%         | 9.2%         | 9.0%         | —                |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 31.7億円       | 35.5億円       | 38.3億円       | 42.9億円       | 10.61%           |
| 1株当たり<br>当期純利益      | 135.3円       | 151.5円       | 163.4円       | 183.2円       | 10.63%           |
| 1株当たり<br>配当金        | 40.0円        | 46.0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

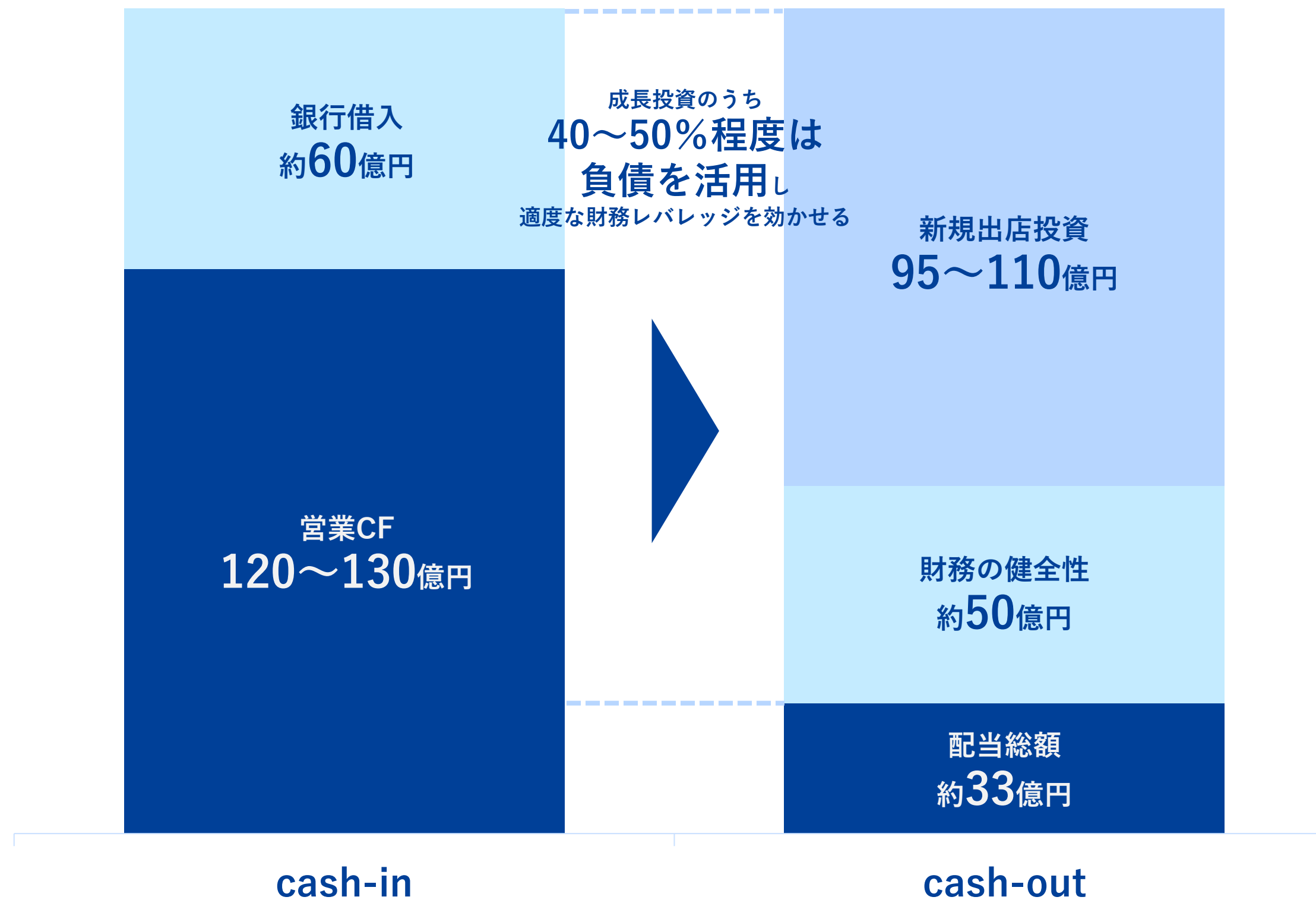
配当性向

- 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
- 成長投資やM&Aと並ぶ資本の投下先として自己株式の取得を位置付け、株価が割安水準にある際は機動的に実施していく
- ③ + ④ + ⑤ : 約**170～190**億円

# 持続的成長のコアエンジン＝高収益・高効率な店舗モデル＋持続的な新規出店



## 高収益店舗モデル

### 定量的な実績

- ・ 初期投資額の平均値は約50～60百万円、投資回収の基準は**48ヶ月**
- ・ オープン後**3～6ヶ月**で単月黒字化
- ・ オープン後24ヶ月程度で成熟期に入り、その後も**長期間成長を持続**  
(既存店は60ヶ月連続で前年同月比を超える売上成長)

### 店長の収益性・効率性に対する高い視座

- ・ 店長の最重要KPIを営業利益として裁量権を付与し、個店の競争力を磨き込む文化
- ・ 在庫に関するキャッシュフローを店舗の業績ダッシュボードで可視化  
**現場レベルでROIC向上に取り組んでいる**

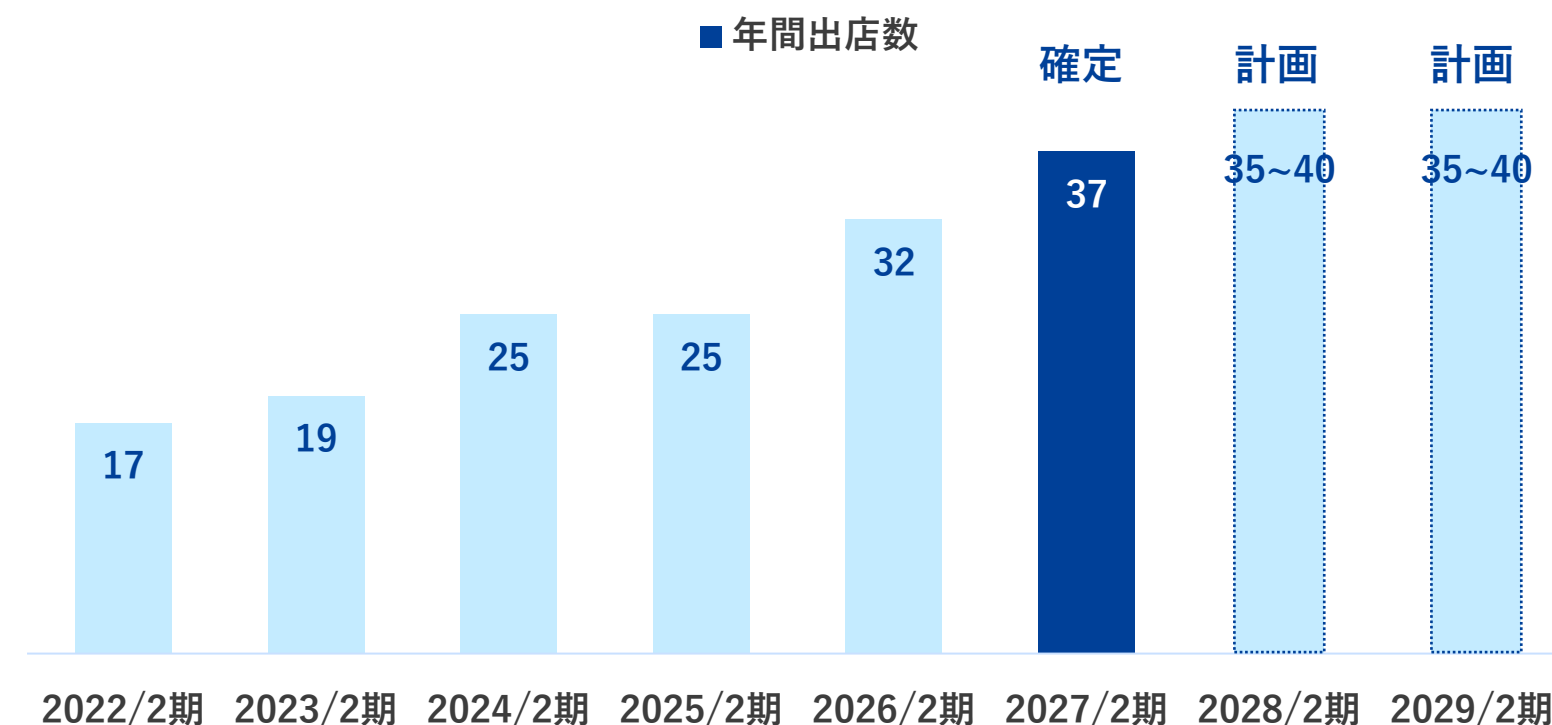
### データ活用文化に基づく「売り切る力」

- ・ 在庫の売買データを活用し、適正な値付けと緻密な在庫コントロールを行う組織能力
- ・ 業界内でも高水準の粗利率を実現

## 持続的な新規出店

### 安定的な新規出店

- ・ 「人材」と「リユース在庫」というリソース制約を前提とした安定的な出店ペース  
(既存店舗数の約10%が出店目標の目安)
- ・ 都心店と地方店のバランスを取りつつ、出店数と収益性を両立



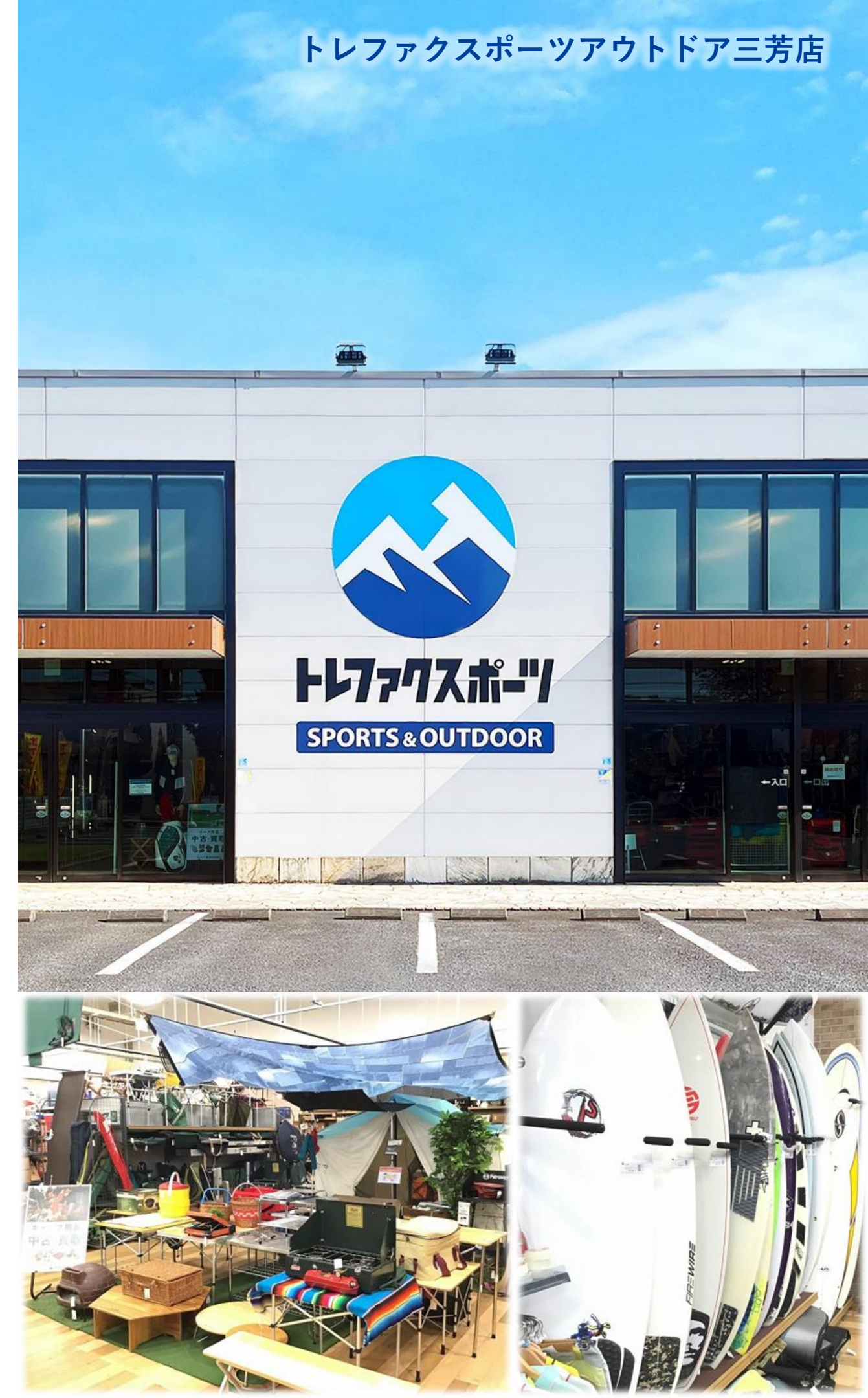
### 豊富な出店余地

- ・ 10以上の多様な業態を展開し、立地・物件に応じた柔軟な出店を実現
- ・ 同業他社が国内で約1,000店舗規模の中、同程度以上の出店余地があると認識

## 目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. 質疑応答

トレファクスポーツアウトドア三芳店





**TREASURE FACTORY**

# 株式会社トレジャー・ファクトリー 質疑応答

2026年10月14日



**TREASURE FACTORY**

株式会社トレジャー・ファクトリー

# 決算説明会

2027年2月期第2四半期累計（2026年3月～2026年8月）

2026年10月14日