



「喜び」「発見」「感動」を提供するリサイクルショップ

株式会社トレジャー・ファクトリー

個人投資家説明会資料

2008 Summer



| | |
|------------------------|------|
| 会社概要 | P.2 |
| 平成20年2月期 業績説明 | P.15 |
| 平成21年2月期 当期の取り組みと業績見通し | P.21 |
| 中期の見通しと株主還元 | P.34 |

会 社 概 要



「喜び」「発見」「感動」を提供するリサイクルショップ

株式会社 トレジャー・ファクトリー



| | |
|-------------|---|
| 会 社 名 | 株式会社トレジャー・ファクトリー |
| 創 立 | 平成7年5月25日(1995年5月25日) |
| 代 表 者 | 代表取締役社長 野坂 英吾 |
| 本 社 所 在 地 | 東京都足立区梅島三丁目32番6号 |
| 従 業 員 数 | 130名(平成20年2月29日現在) (注)上記従業員数にはパートタイマー等は含んでおりません。 |
| 発 行 済 株 式 数 | 11,850株 1単位:1株 (平成20年2月29日現在) |
| 資 本 金 | 231,450千円(平成20年2月29日現在) |
| 決 算 月 | 2月 |
| 事 業 内 容 | <p>リサイクルショップの運営 店舗数:1都4県に30店舗(平成20年4月末現在)</p> <ul style="list-style-type: none">➢総合リサイクルショップ「トレジャーファクトリー」:直営店26店舗、FC2店舗➢服飾専門リサイクルショップ「トレジャーファクトリースタイル」:直営店2店舗 <p>リサイクル品のインターネット販売・買取</p> <p>Webサイトの運営</p> <ul style="list-style-type: none">➢会社案内サイト(http://www.treasurefactory.co.jp/)➢店舗サイト(http://www.treasure-f.com/)➢買取サイト(http://www.treasurekaitori.com/)➢中古・リサイクルショップ検索コミュニティサイト「うるハピ」の運営(http://www.uruhapi.com/) |



- 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。
千葉県千葉市に服飾専門リサイクルショップ「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。

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

社名について

トレジャー・ファクトリー
(宝物の工場)

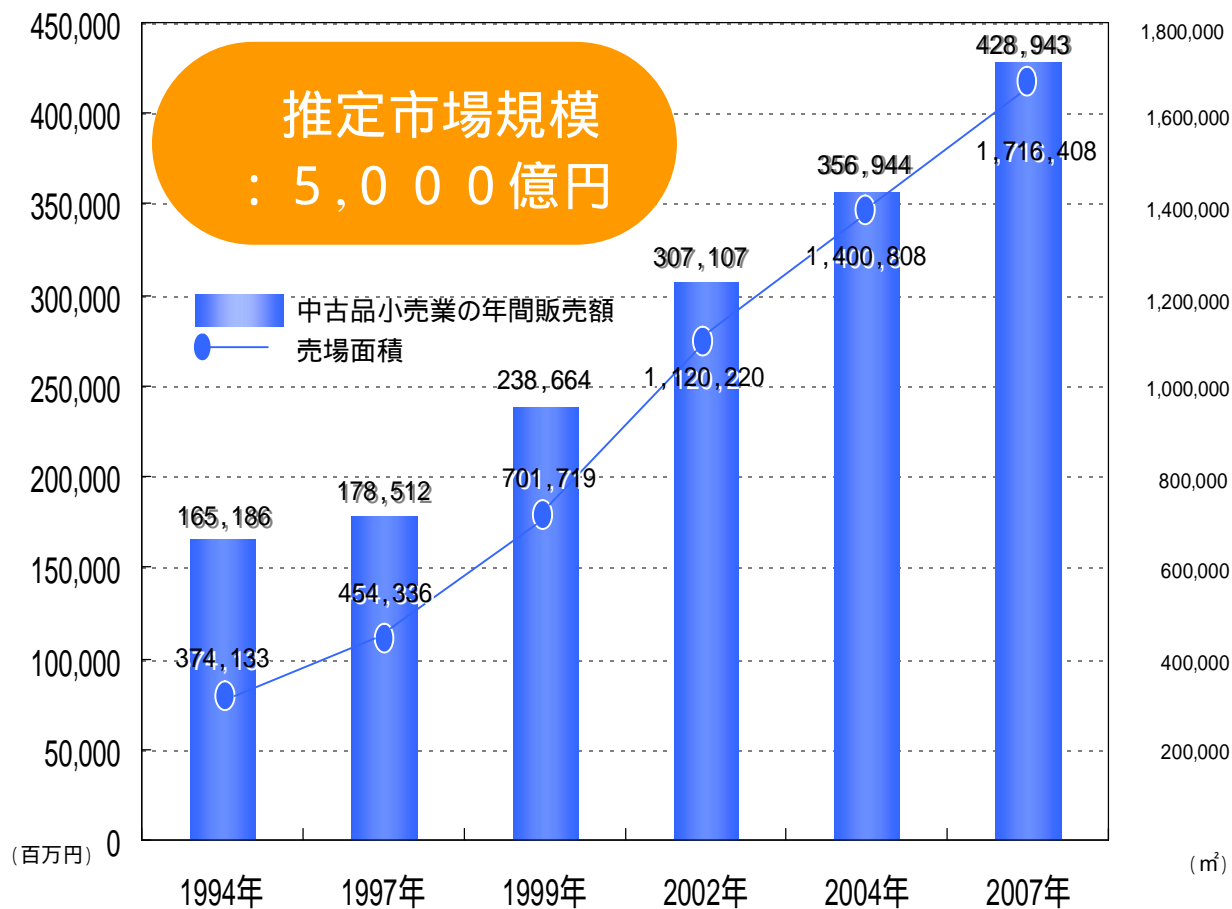
「価値の再生工場」

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

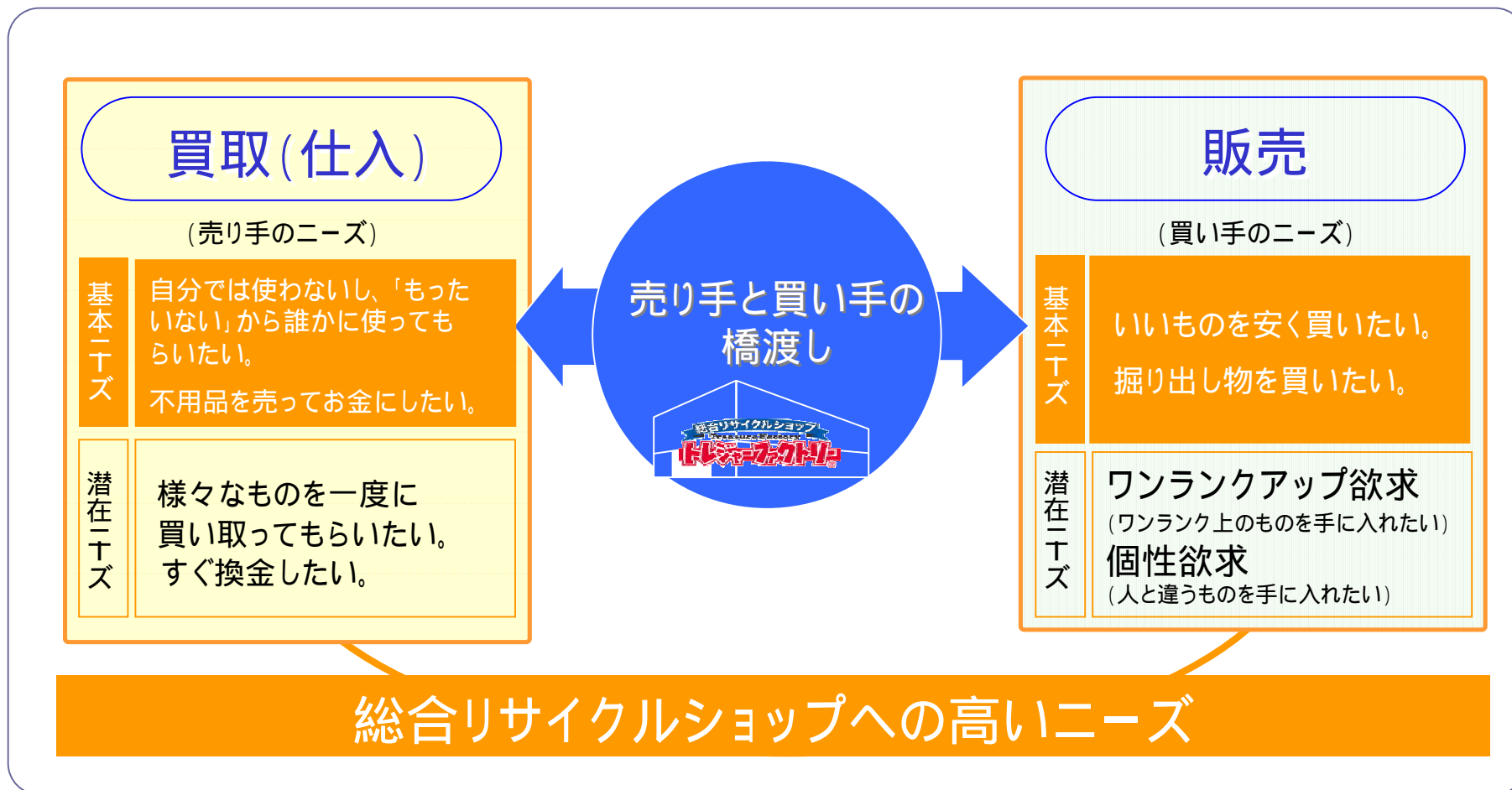
拡大を続ける成長マーケット

中古品小売業の年間販売額と売場面積の推移



* 経済産業省「商業統計」より作成

「もったいない」ニーズで売り手と買い手をつなぐ「橋渡し」



総合リサイクルショップの展開

(平成20年4月末現在)

総合リサイクルショップ
 26店舗（直営）



H19年6月オープン上福岡店



H19年12月オープン川越店



H19年9月オープン 入間店



H20年2月オープン鶴ヶ島店



H19年4月オープン上尾店

服飾専門リサイクルショップの展開

(平成20年4月末現在)

Treasure Factory
Style

トレジャーファクトリースタイル
 2店舗（直営）

H18年10月
 オープン
 フレスポ稲毛店

H18年12月
 オープン
 多摩センター店



取扱商品カテゴリーの紹介

生活雑貨



衣料・服飾雑貨



電化製品



取扱商品カテゴリーの紹介

家具



ホビー用品



「一品モノ」であふれる店内



まさしく「一品モノ」の宝庫



1都4県に事業展開

出店エリア：1都4県に30店舗（直営28店舗、FC2店舗）

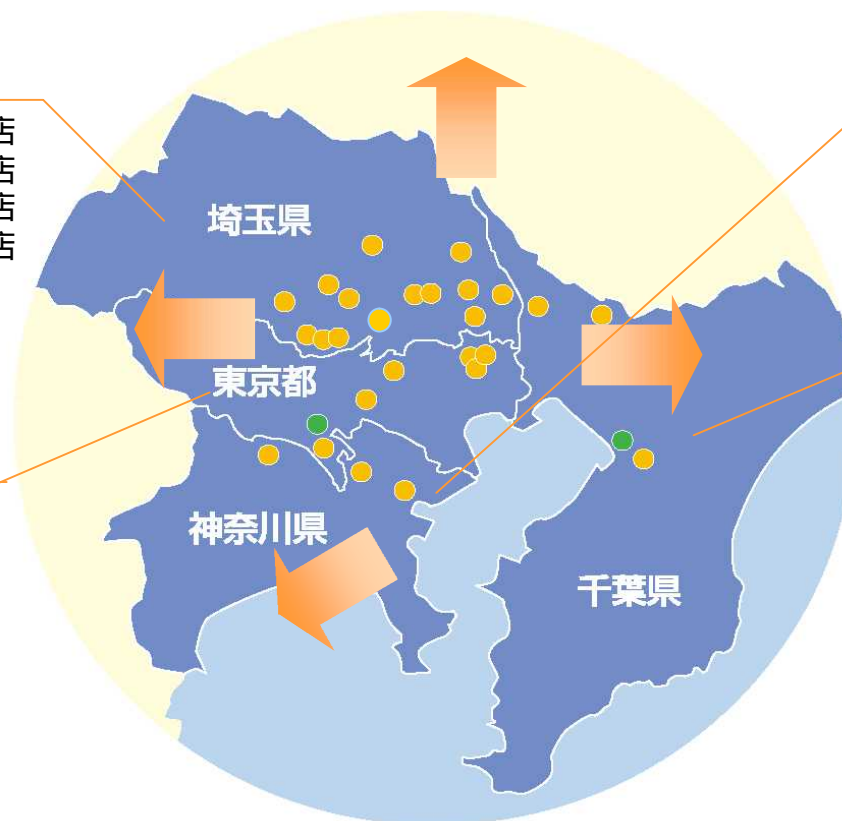
（平成20年4月末現在）

埼玉県 14店舗

草加店 春日部店 所沢店
浦和店 越谷店 吉川店
大宮店 東浦和店 上尾店
上福岡店 入間店 川越店
鶴ヶ島店 鶴瀬店

東京都 7店舗

足立舎人店 西新井店
練馬店 三鷹店
環七加平店 町田店
多摩センター店



神奈川県 3店舗

鶴見店 相模原店
荏田246号店

千葉県 4店舗

若葉みつわ台店
北柏店 流山店
フレスポ稲毛店

このほか、福島県いわき市および福島県郡山市に総合リサイクルショップ「トレジャーファクトリー」のFC店がそれぞれ1店舗あります。

足立本店は平成20年3月1日付で足立舎人店に名称変更をしております。

環境活動の取り組み

トレジャー・ファクトリーは、地球環境と共存共栄するための
さまざまな取り組みを推進してまいります。

Earth Day Tokyo 2008

当社は、株式会社アップガレージ、ネットオフ株式会社及び株式会社パシフィックネットと共に、日本最大の市民環境イベント「Earth Day Tokyo 2008」（2008年4月19日、20日代々木公園にて開催）に協賛し、「Earth Day Tokyo 2008」の共同出店プログラムとして「リサイクルビレッジ」を共催いたしました。

「リサイクルビレッジ」では、上記4社がそれぞれの得意分野をベースに、ブースの出店を行い、リサイクル・リユースの啓蒙活動を行いました。今後も、当社はこのようなイベント活動を通し、リサイクル活動に積極的に参加し、リユース・リサイクル企業の社会的役割と存在意義の周知を行ってまいります。



当社ブースでは、アースデイへの来場者がTシャツを持ち寄り、交換して、リユースをしていくというイベントを実施。多くの方にブースに立ち寄っていただきました。

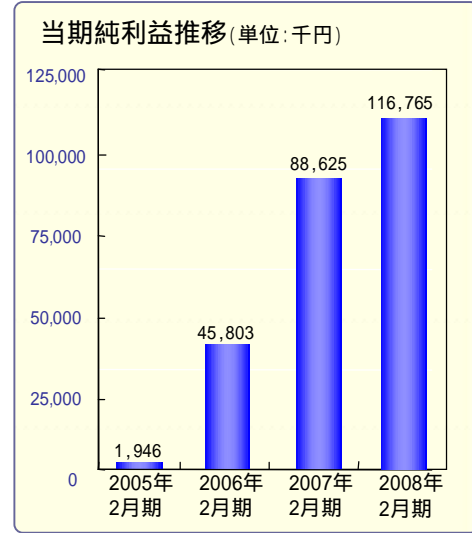
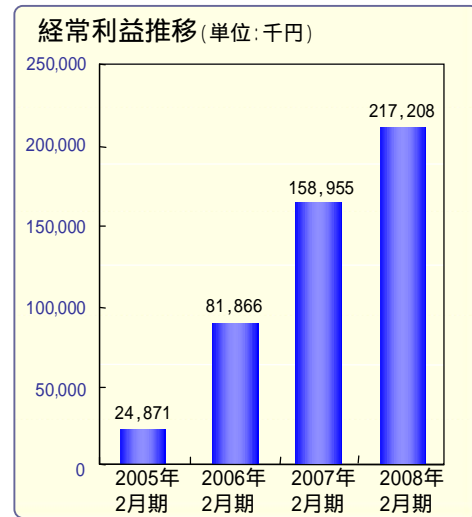
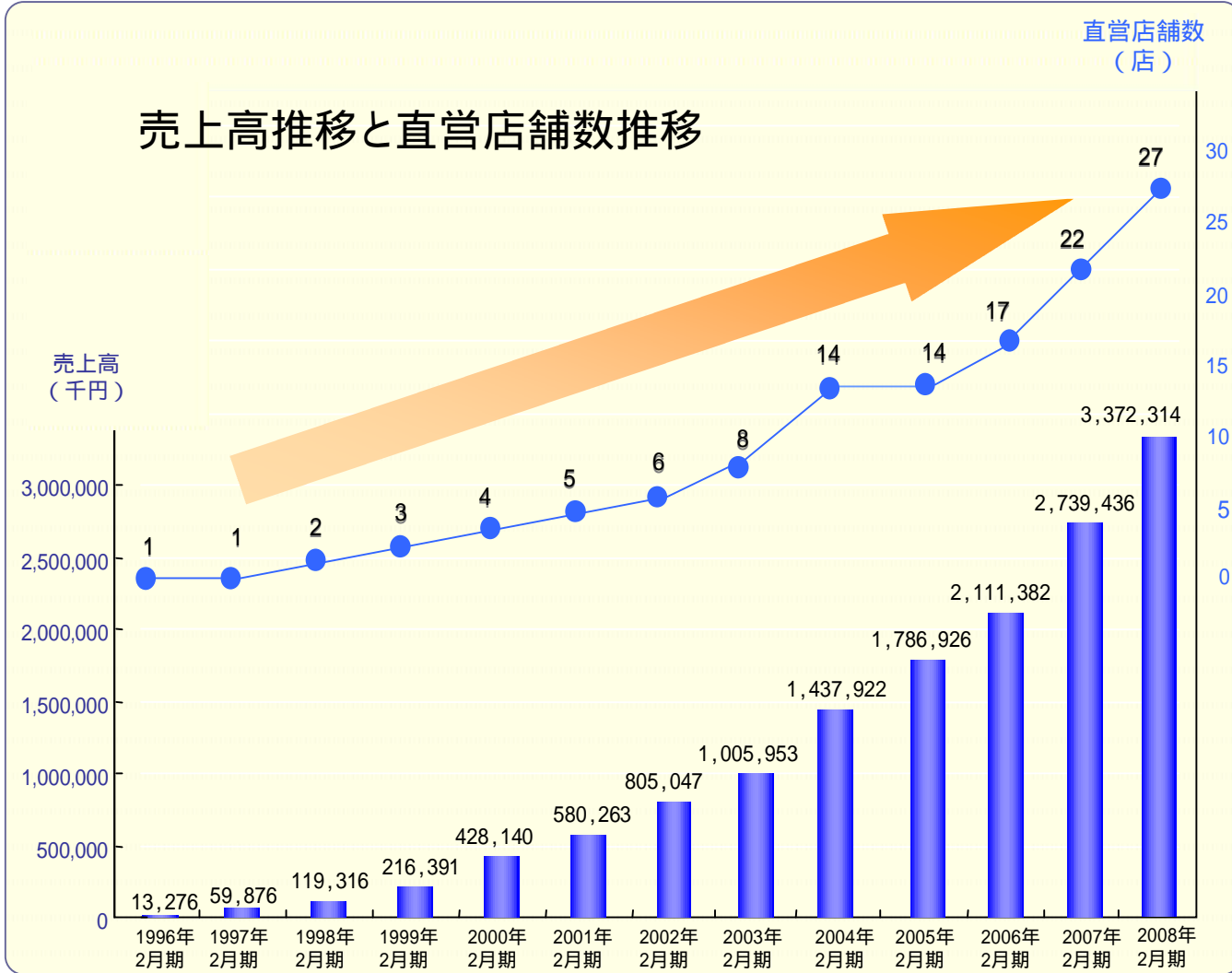
平成20年2月期 業績説明



「喜び」「発見」「感動」を提供するリサイクルショップ

株式会社 トレジャー・ファクトリー

順調に店舗数を伸ばし、創業以来13期連続増収



売上高 前期比 23%増収、経常利益 前期比 36%増益

● 経営成績の推移

| (単位:千円) | 平成18年2月期 | 平成19年2月期 | 平成20年2月期 |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| 売上高 | 2,111,382 | 2,739,436 | 3,372,314 |
| (前期比) | 118.2% | 129.7% | 123.1% |
| 売上総利益 | 1,330,992 | 1,750,396 | 2,182,170 |
| (前期比) | 119.0% | 131.5% | 124.7% |
| (売上総利益率) | 63.0% | 63.9% | 64.7% |
| 営業利益 | 83,261 | 160,018 | 237,914 |
| (前期比) | 335.7% | 192.2% | 148.7% |
| (営業利益率) | 3.9% | 5.8% | 7.0% |
| 経常利益 | 81,866 | 158,955 | 217,208 |
| (前期比) | 329.2% | 194.2% | 136.6% |
| (経常利益率) | 3.9% | 5.8% | 6.4% |
| 当期純利益 | 45,803 | 88,625 | 116,765 |
| (前期比) | 2353.3% | 193.5% | 131.8% |
| (当期純利益率) | 2.2% | 3.2% | 3.5% |

衣料・服飾雑貨カテゴリーの販売が前期比160.5%の伸び

服飾専門リサイクルショップ「トレジャーファクトリースタイル」の収益増加や総合リサイクルショップ業態における衣料・服飾雑貨の取扱いの伸びが寄与

商品別仕入実績 (単位:千円)

| 品目 | 仕入高 | 構成比 | 前期比 |
|---------|-----------|--------|--------|
| 生活雑貨 | 192,717 | 15.2% | 110.2% |
| 衣料・服飾雑貨 | 461,259 | 36.3% | 144.8% |
| 電化製品 | 364,025 | 28.6% | 103.5% |
| 家具 | 128,479 | 10.1% | 92.5% |
| ホビー用品 | 91,960 | 7.2% | 122.6% |
| その他 | 32,785 | 2.6% | 152.7% |
| 合計 | 1,271,227 | 100.0% | 117.7% |

事業別商品別販売実績 (単位:千円)

| 事業 | 品目 | 売上高 | 構成比 | 前期比 |
|------|---------|-----------|--------|--------|
| 直営事業 | 生活雑貨 | 564,380 | 16.8% | 112.5% |
| | 衣料・服飾雑貨 | 1,164,818 | 34.5% | 160.5% |
| | 電化製品 | 916,634 | 27.2% | 113.2% |
| | 家具 | 435,930 | 12.9% | 95.5% |
| | ホビー用品 | 253,230 | 7.5% | 127.6% |
| | その他 | 28,303 | 0.8% | 85.0% |
| | 小計 | 3,363,298 | 99.7% | 123.4% |
| FC事業 | | 9,016 | 0.3% | 64.9% |
| 合計 | | 3,372,314 | 100.0% | 123.1% |

対売上高販管費比率は0.4%低減

● 主な販管費の推移

| （単位：千円） | 平成19年2月期 | 平成20年2月期 |
|---------|-----------|-----------|
| 人件費 | 745,303 | 914,103 |
| 対売上高比率 | 27.2% | 27.1% |
| 賃借料 | 335,654 | 409,523 |
| 対売上高比率 | 12.3% | 12.1% |
| その他 | 509,420 | 620,629 |
| 対売上高比率 | 18.6% | 18.4% |
| 販管費合計 | 1,590,378 | 1,944,256 |
| 対売上高比率 | 58.1% | 57.7% |

売上に対する人件費比率
0.1%低減

売上に対する賃借料比率
0.2%低減

その他の特殊要因

営業外費用で上場関連費用14,299千円、
上場に伴う株式交付費3,229千円が発生。

自己資本比率45.7%、R O E 21.8%

B S 推移

| (単位:千円) | 平成18年2月期 | 平成19年2月期 | 平成20年2月期 |
|------------|----------|-----------|-----------|
| 流動資産 | 395,250 | 524,881 | 907,030 |
| (構成比) | 46.0% | 47.5% | 57.1% |
| 固定資産 | 463,182 | 579,471 | 680,970 |
| (構成比) | 54.0% | 52.5% | 42.9% |
| 流動負債 | 351,024 | 411,600 | 516,972 |
| (構成比) | 40.9% | 37.3% | 32.6% |
| 固定負債 | 269,363 | 349,582 | 344,691 |
| (構成比) | 31.4% | 31.6% | 21.7% |
| 株主資本 | 238,045 | 343,170 | 726,336 |
| (構成比) | 27.7% | 31.1% | 45.7% |
| 総資産 | 858,432 | 1,104,352 | 1,588,000 |
| 自己資本比率 | 27.7% | 31.1% | 45.7% |
| 自己資本当期純利益率 | 21.3% | 30.5% | 21.8% |

キャッシュ・フロー計画書

| (単位:千円) | 平成18年2月期 | 平成19年2月期 | 平成20年2月期 |
|----------------------|----------|----------|----------|
| 営業活動による キャッシュ・フロー | 50,887 | 79,063 | 139,940 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | 82,921 | 178,431 | 193,953 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | 16,378 | 116,592 | 290,513 |
| 現金及び現金同等物の増 減額 | 48,411 | 17,224 | 236,500 |
| 現金及び現金同等物の期 末残高 | 71,039 | 88,263 | 324,764 |

平成21年2月期
当期の取り組みと業績見通し



「喜び」「発見」「感動」を提供するリサイクルショップ

株式会社 トレジャー・ファクトリー

豊富な仕入チャネル

一般買取

持込買取

買取ポイントカードによるリピート顧客の獲得

出張買取

出張専門組織とコールセンターの連動によりより多くの出張案件を獲得

宅配買取

・WEBサイトのリニューアルにより申込件数増加。
 ・食品宅配大手のオイシックス社と提携した宅配買取強化策など。

法人仕入

（新品・中古品取扱業者 古物市場）

- ・当社の事業規模拡大に伴い、事業会社からの不要品の買取依頼が増加。
- ・今後も、当社の総合的な品揃えと事業規模を生かして、多種多様な企業との取り組みを進め、リサイクル品の仕入チャネル拡大を進めていく。

店舗モデルのパッケージ化による多店舗展開



大型店モデル

総合リサイクルショップ
 「トレジャーファクトリー」

中型店モデル

小型店モデル

服飾専門
 リサイクルショップ

Treasure Factory
 Style

「総合リサイクル」ならではの
 「幅広い顧客ターゲット」

×
強力な販売力

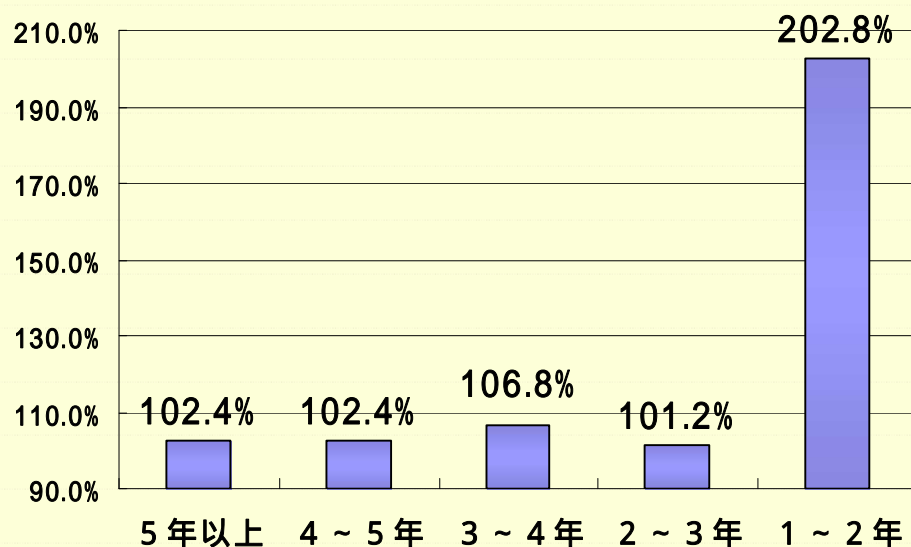
「ふらっと買い」を
 促す仕組み

年代・商品ニーズを問わず、幅広い人が楽しめる品揃え

当社の特徴 伸びる既存店

全ての店舗年齢区分で前年比100%超える

店舗年齢別売上高前年比



| 店舗年齢 | 5年以上 | 4~5年 | 3~4年 | 2~3年 | 1~2年 | 1年未満 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| 店舗数 | 8店舗 | 5店舗 | 1店舗 | 3店舗 | 5店舗 | 5店舗 |
| 売上高前年比 | 102.4% | 102.4% | 106.8% | 101.2% | 202.8% | — |

リサイクルショップ事業の特徴

自店で買取を行い在庫を確保し、それを自店で販売をする。つまり、自店の仕入力がそのまま収益力に直結する。

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

当社の特徴 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



【平成21年2月期業績見通し】
売上高 前期比 17%増収、経常利益 前期比 21%増益

| (単位:百万円) | 平成18年2月期 | 平成19年2月期 | 平成20年2月期 | 平成21年2月期 |
|------------|----------|----------|-----------|-----------|
| 売上高 | 2,111 | 2,739 | 3,372 | 3,957 |
| (前期比) | 118.2% | 129.7% | 123.1% | 117.3% |
| 営業利益 | 83 | 160 | 237 | 267 |
| (前期比) | 335.7% | 192.2% | 148.7% | 112.5% |
| (営業利益率) | 3.9% | 5.8% | 7.0% | 6.8% |
| 経常利益 | 81 | 158 | 217 | 263 |
| (前期比) | 329.2% | 194.2% | 136.6% | 121.2% |
| (経常利益率) | 3.9% | 5.8% | 6.4% | 6.7% |
| 当期純利益 | 45 | 88 | 116 | 142 |
| (前期比) | 2353.3% | 193.5% | 131.8% | 121.7% |
| (当期純利益率) | 2.2% | 3.2% | 3.5% | 3.6% |
| 一株あたり当期純利益 | 9,850.11 | 9,522.90 | 11,807.64 | 11,994.07 |

年間6～7店舗のドミナント出店を計画



2007.4.28 OPEN 上尾店



2007.6.16 OPEN 上福岡店



2007.9.29 OPEN 入間店



2007.12.1 OPEN 川越店



2008.2.23 OPEN 鶴ヶ島店

平成21年2月期の重点施策

取り組み

1

一般買取の強化

～ 持込買取、出張買取、宅配買取の3本柱の強化～

取り組み

2

業務提携による法人仕入の強化

～ 法人仕入の開拓により仕入力を底上げ～

取り組み

3

多店舗ドミナント出店の強化

～ トレジャーファクトリースタイルの多店舗モデル化～



一般買取の強化

～ 持込買取、出張買取、宅配買取の3本柱の強化～

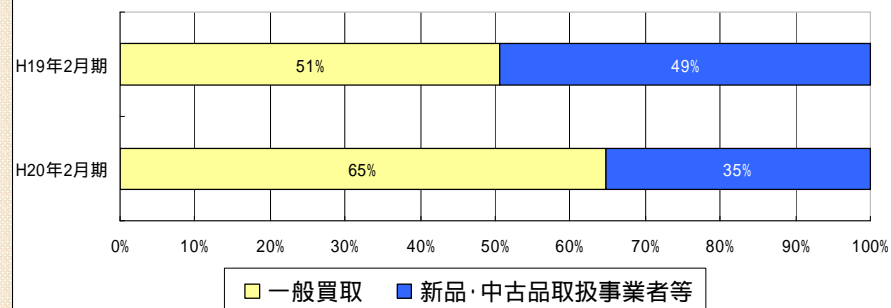
【仕入割合の変化】

一般買取(持込買取、出張買取、宅配買取)の強化により、一般買取比率 前期比14%UP



売上総利益率改善に寄与

一般買取/新品・中古品取扱事業者等の仕入割合

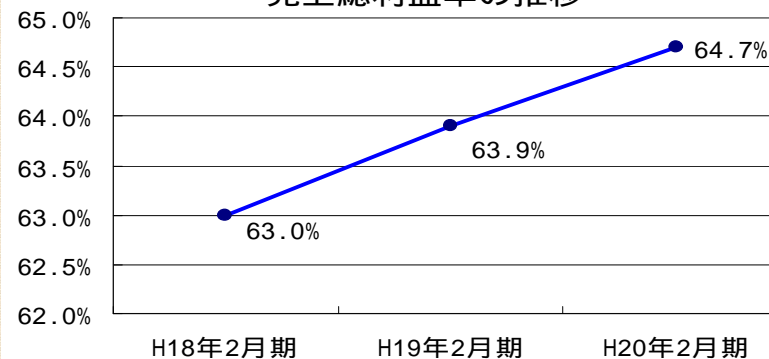


一般買取の重要性

「一品モノ」の確保

売上総利益率の向上

売上総利益率の推移



一般買取の強化



～ 持込買取の強化～

店頭持込買取は一般買取の主力チャネル
新規顧客開拓とリピーター獲得が重要！

チラシ
戦略

買取増加を主眼に置いた
買取アップクーポン付きチラシ



WEB
戦略

WEBサイトでの
買取顧客誘導



ポイント
カード
戦略

買取ポイントカードによる買取顧客の囲い込み。
累積ポイントに応じて買取額最大50%アップの特典を付与。



一般買取の強化



～出張買取の強化～
出張買取専門組織により
新たな出張買取顧客を積極的に開拓！



当社専門スタッフによる一括受付

全出張買取の一括受付により、
効率的なルート設定が可能
専門オペレーターの対応により対応の質を
上げ、顧客満足度を向上

出張買取専門のスタッフが 顧客宅で査定

大量買取案件にも対応可能
1件あたりの出張での獲得仕入額を増加

コールセンター

×

出張買取専門組織

出張買取増加

一般買取の強化



～ 宅配買取の強化～
前期にWEBサイトをリニューアルし、
宅配買取は前期の4倍を超える伸び

宅配買取の特徴 - 顧客は家にいながらにして、不用品の買取が完了。

顧客はWEBサイトから買取申込し、当社提携の配送業者が届けるダンボールに不用品を詰めるだけ。
指定日に配送業者が集配。当社スタッフが査定結果を通知し、買取額のご入金。

他社との提携による宅配買取強化の取り組み【オイシックス社との提携】

有機野菜等の通信販売サイト「Oisix」をご利用のお客様が、トレジャー・ファクトリーの不用品の
宅配買取サービスを利用するスキームを開発。

Oisixからの食品配送時のダンボールを再利用するため、無駄な廃棄物の削減も可能。

[具体的なサービスの流れ]





業務提携による法人仕入の強化 ～ 法人仕入の開拓により仕入力を底上げ～

● 法人仕入(新品・中古品取扱業者 古物市場)の役割

総合リサイクルショップの魅力は
多種多様な商品の品揃え。
一般買取のみでは不足する商品を補完。

店舗に法人仕入商材を追加することで
店頭在庫を増やし、一般買取の呼び込みにつなげる。

● トレジャー・ファクトリーが法人仕入(新品・中古品取扱業者/古物市場)に強い理由

総合リサイクルショップであるがゆえに、多種多様な商品の受入れが可能。

店舗網の大きさからボリュームの大きい大型ロットの仕入にも一社で対応可能。

これまでの当社の法人仕入

古物市場や新品卸業者からの
キズモノや滞留在庫商品の仕入が中心



今後の法人仕入の開拓の方向性

他の事業会社と提携し、
事業から発生する不用品を一括仕入。
例・リース会社のリースアップ商材の一括仕入
(既に取組実績が2件)

引越会社等との提携により、
引越の際の不用品の一括仕入なども検討。



多店舗ドミナント出店の強化 ～トレジャーファクトリースタイルの多店舗モデル化～

平成18年秋に新業態として
「トレジャーファクトリースタイル」を開発。

平成20年2月期 通期で営業。
店舗運営ノウハウを構築。

平成21年2月期から新規出店を本格化



2 業態の相乗効果

「トレジャーファクトリースタイル」で培った
衣料・服飾雑貨の取扱いノウハウを総合
リサイクルショップ「トレジャーファクトリー」
に逆輸入



総合リサイクルショップ
「トレジャーファクトリー」の
衣料・服飾雑貨カテゴリーの
販売も拡大

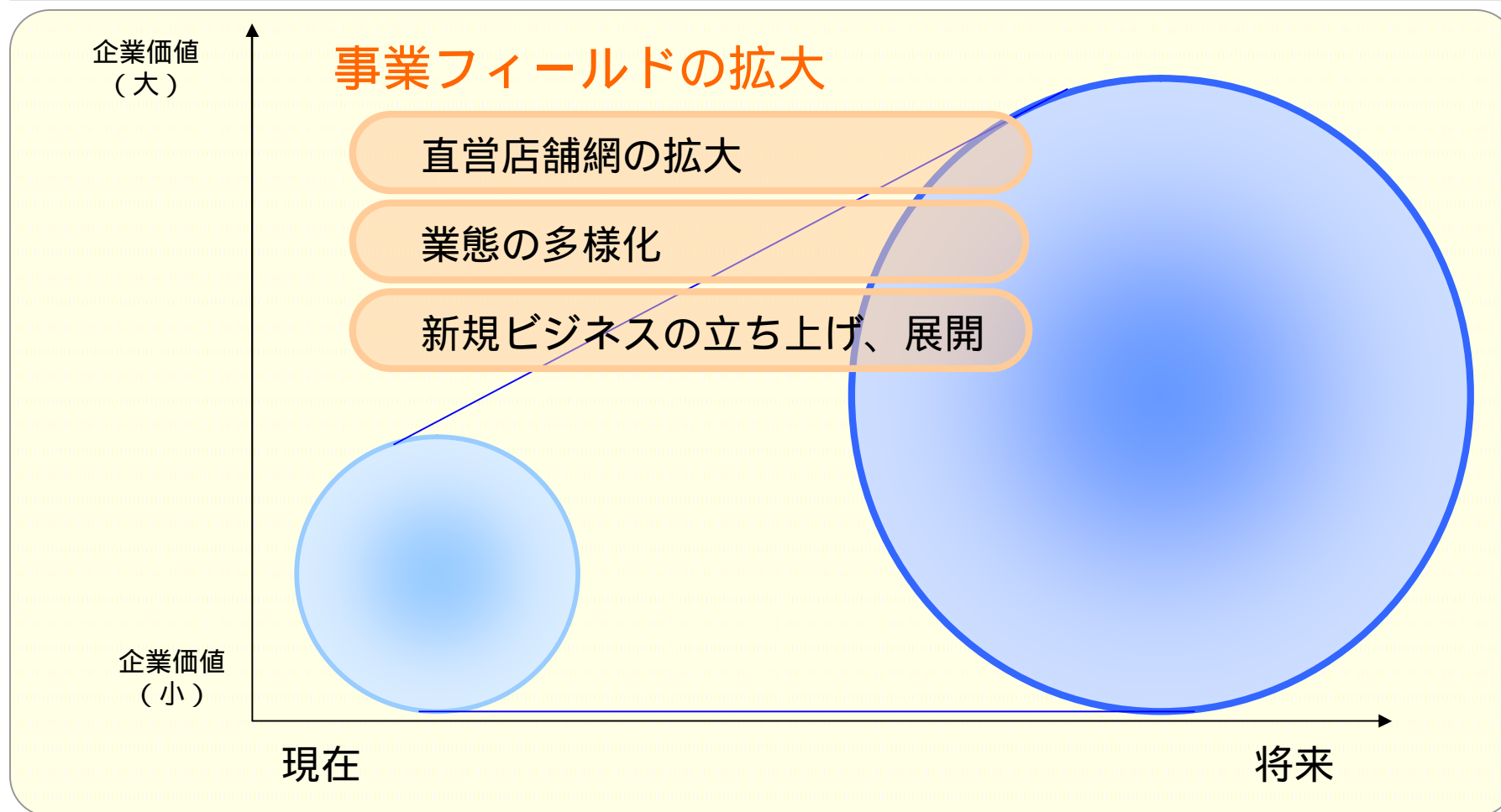
中期の見通しと株主還元



「喜び」「発見」「感動」を提供するリサイクルショップ

株式会社 トレジャー・ファクトリー

事業フィールドの拡大と店舗網の拡大、 業態の多様化により企業価値を高めます。

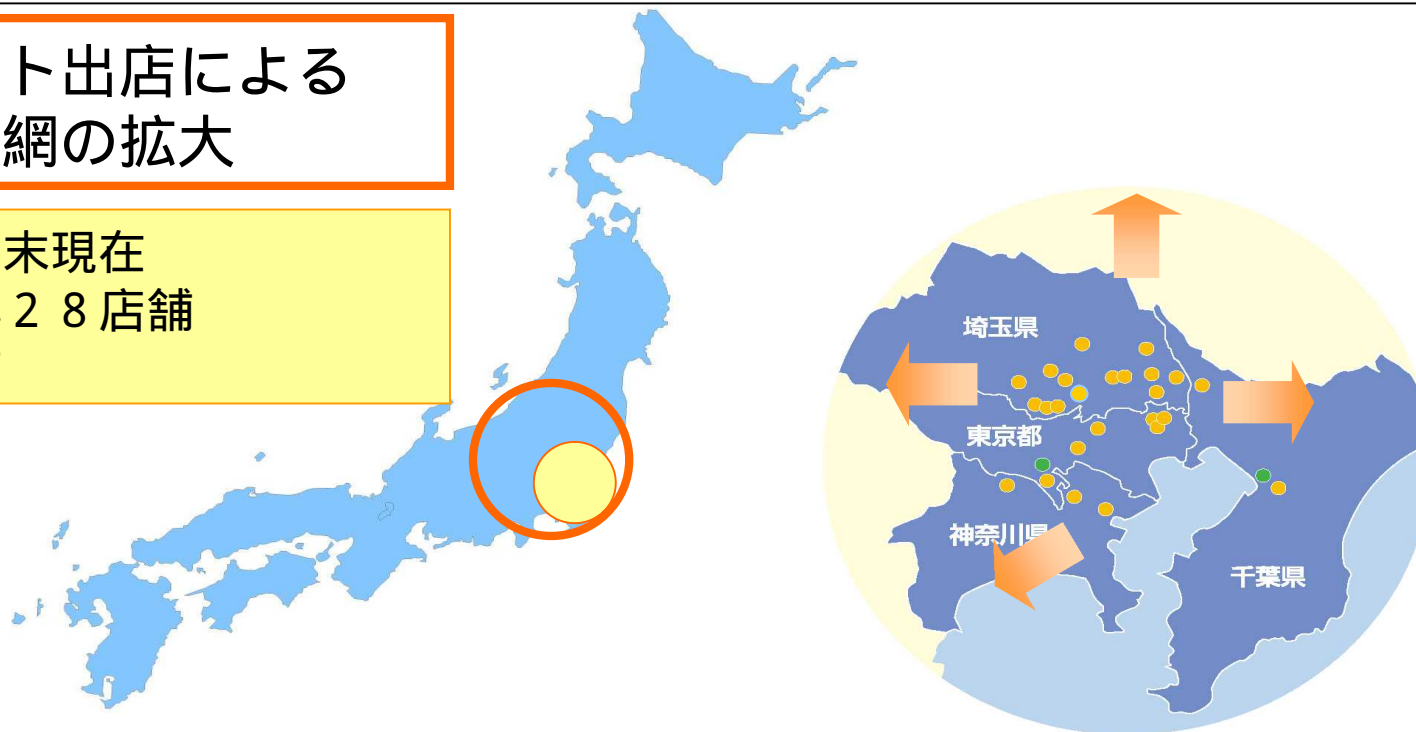




1 都 3 県を中心にドミナント出店により 直営店舗網を拡大していきます。

ドミナント出店による 直営店舗網の拡大

2008年4月末現在
首都圏中心 28店舗
F C 2店舗



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

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、配当政策を決定する方針です。

平成20年2月期 無配

財務基盤の強化及び積極的な事業展開に備えた資金の確保を優先し、無配とする予定です。内部留保資金につきましては、新規店舗開設に伴う設備及び敷金保証金等に充当するなど、将来の利益拡大のために有効に活用していきます。

平成21年2月期 配当予想

事業展開と内部留保等の財務状況を総合的に勘案し、着実な事業成長の支障とならない範囲で株主配当を実施する予定です。

具体的には、1株あたり1,800円の期末配当を予定しています。

業績の推移により適宜配当金額は見直しを行います。

ホームページのご案内

会社案内サイト

<http://www.treasurefactory.co.jp>

当社では、株主の皆様からのご意見・ご質問等をお受けしています。ホームページの「IRお問い合わせ」ページよりお気軽にお寄せください。本紙に関するご意見・ご感想もお待ちしております。



店舗へのアクセス、営業時間などの詳細は、下記ホームページをご覧ください。店舗の新作商品、掘り出しもの情報も随時更新しています。

●店舗サイト

<http://www.treasure-f.com>

●店舗紹介ブログ

<http://www.treasure-f.com/shop/topics>

お問い合わせ

E-Mail : tfir@treasure-f.com

TEL : 03 - 3880 - 8822