



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

会社説明資料

平成23年12月8日

東証マザーズ 証券コード：3093



目 次

● 会社概要 P 2

● 当社の特徴 P 1 0

● 業績推移と当期の取組み P 1 7

● 今後の戦略と成長イメージ P 2 5

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。

- 会社概要

- 当社の特徴

- 業績推移と当期の取組み

- 今後の戦略と成長イメージ

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	294名（パートタイマー等は含まれておりません） （平成23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
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

- 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



総合リユース業態 「トレジャーファクトリー」

直営
41店舗
(FC3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



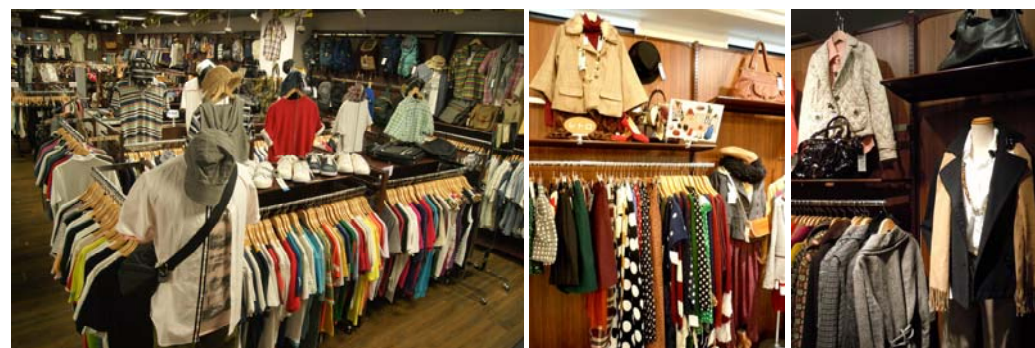
服飾専門リユース業態 「トレジャーファクトリースタイル」

直営
13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



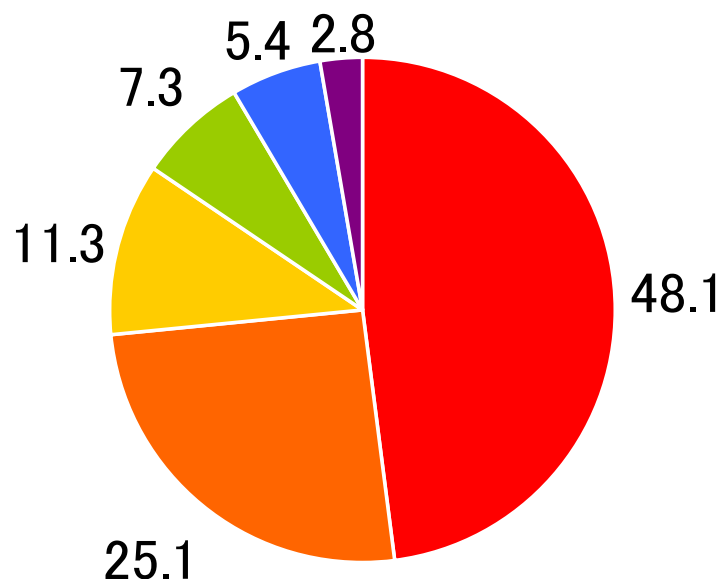
- 見るだけでも楽しく、訪れるたびに発見のある衣料・服飾雑貨専門のユーズドセレクトショップ
- 最新の流行品、手の届かなかった高級品、レアアイテムをお得な価格でご提供

商品総合力により、幅広い顧客層を獲得

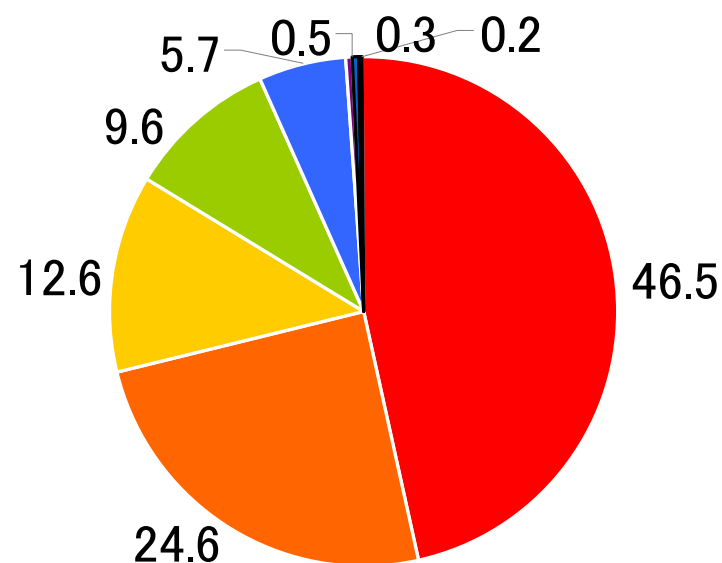
様々な商品を扱っていることから、男性、女性、若年層から年配層まで**幅広いお客様**のご利用がある

商品別取り扱い構成（H24年2月期第2四半期累計期間実績）

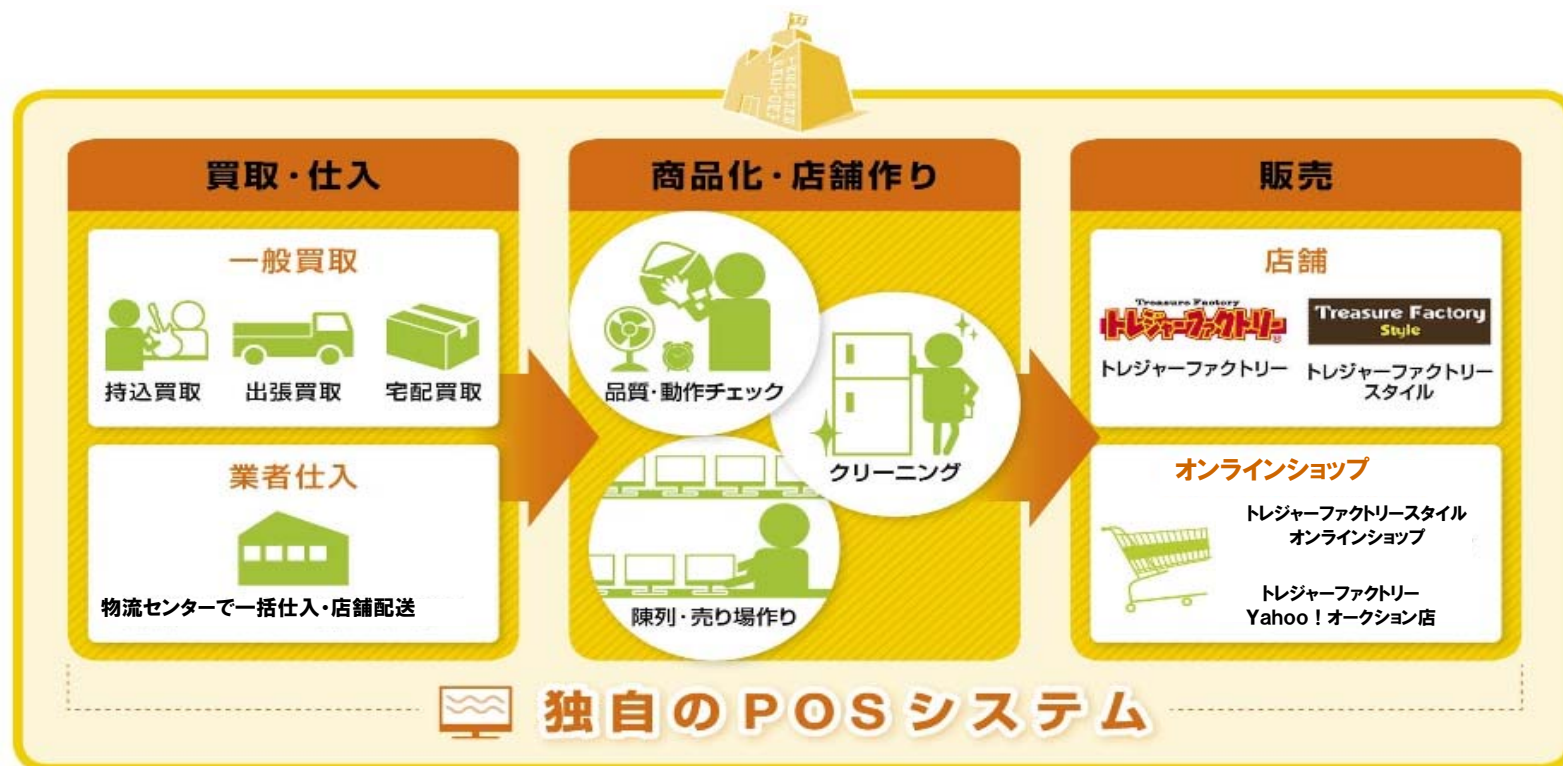
商品別仕入構成比実績(%)



事業別商品別販売構成比実績(%)



■衣料・服飾雑貨 ■電化製品 ■生活雑貨 ■家具 ■ホビー用品 ■その他商品 ■FC事業 ■その他事業



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

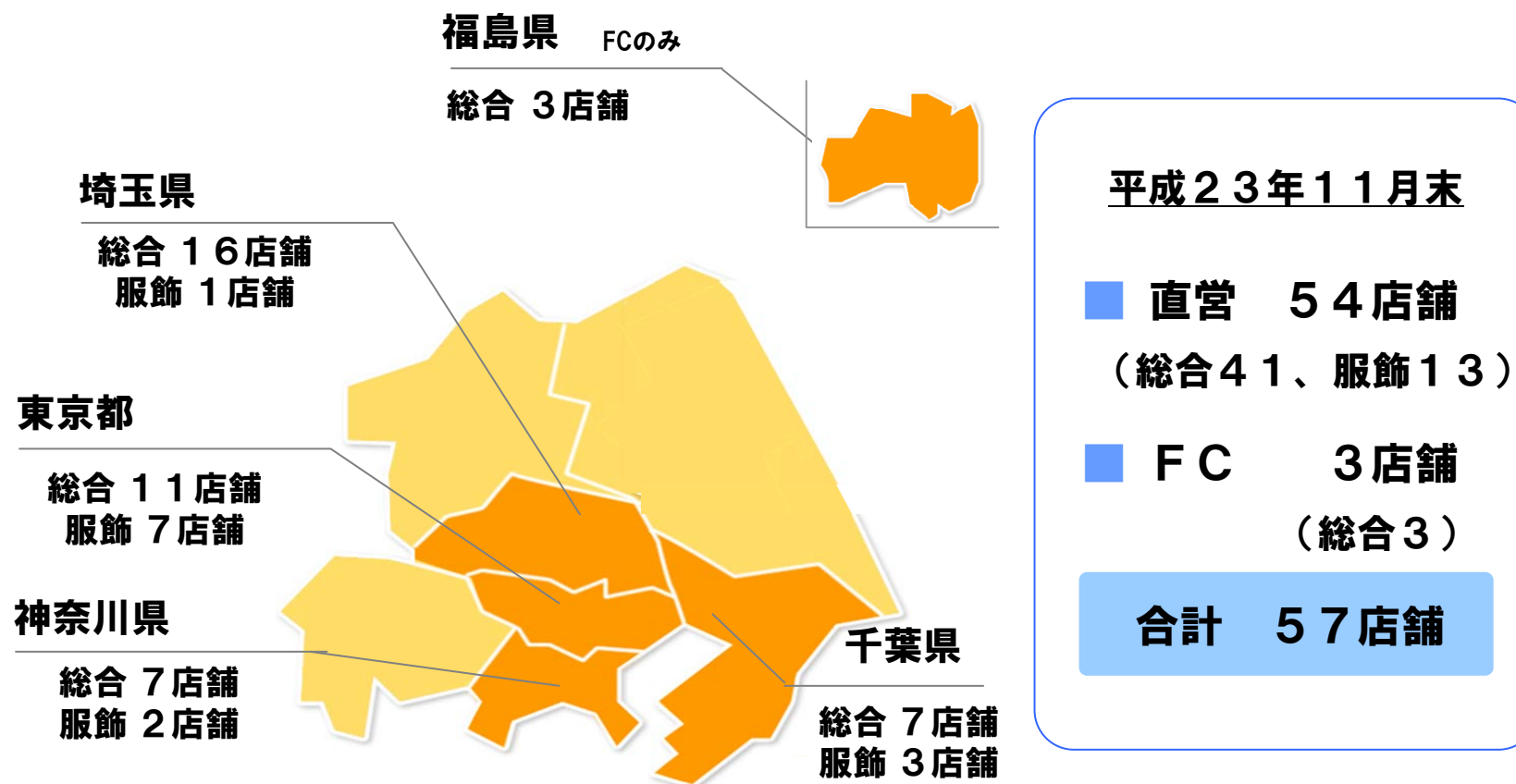
POINT

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

直営店54店、FC3店の57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」

● 会社概要

● 当社の特徴

● 業績推移と当期の取組み

● 今後の戦略と成長イメージ

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

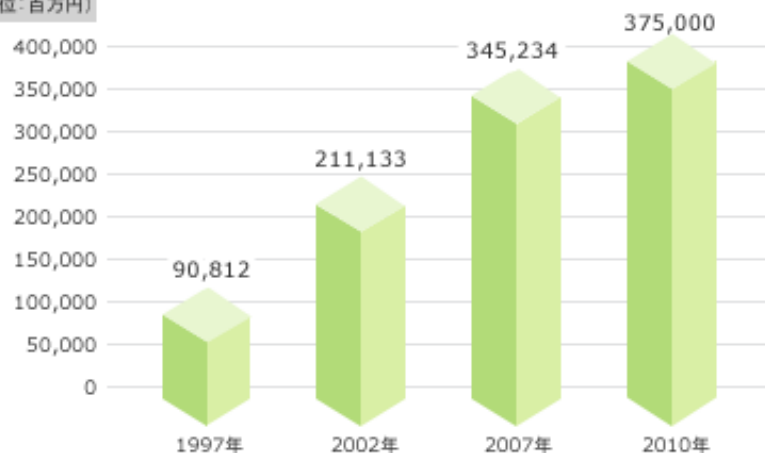
市場規模は、年々拡大

- 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

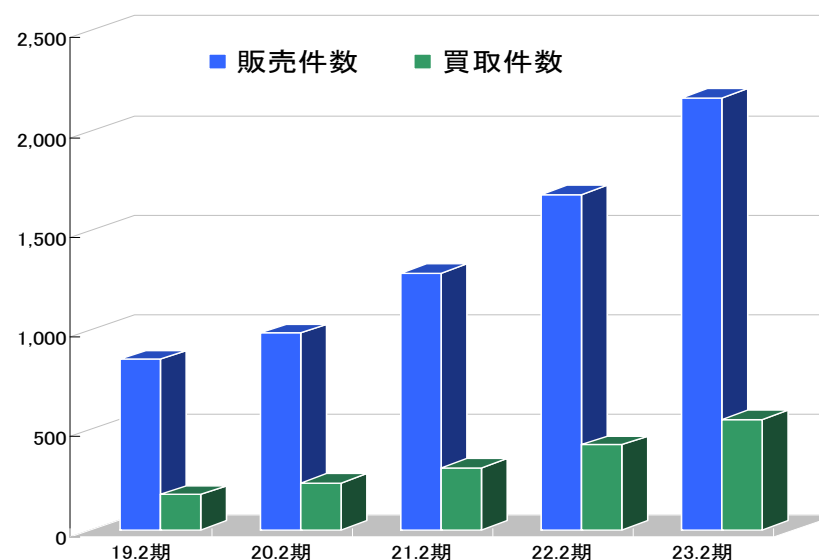
当社の買取件数は5期で**3.1倍**

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

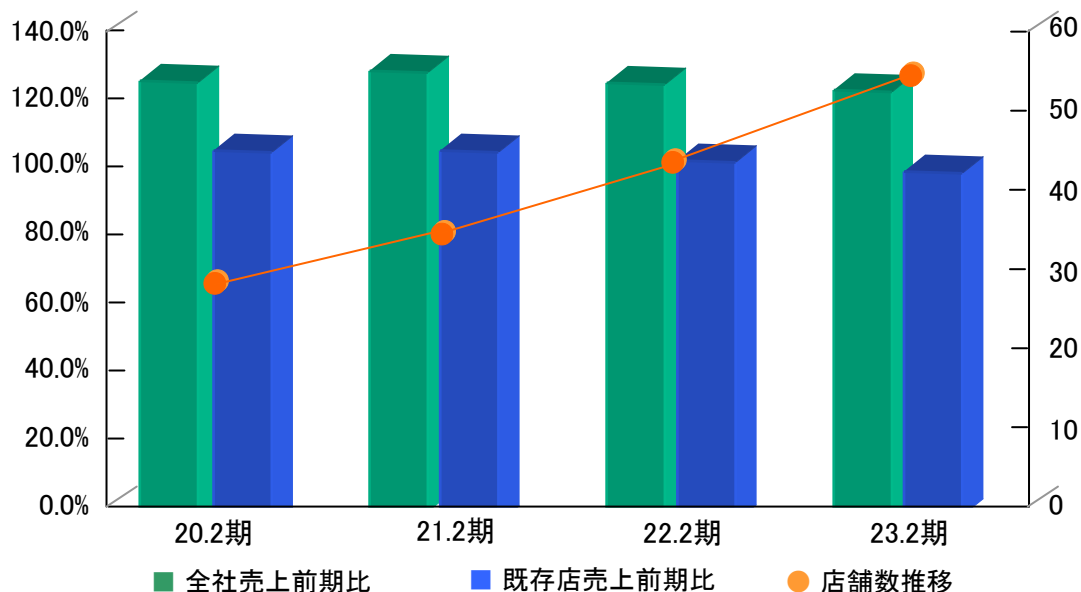
当社の特徴 3

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4期で店舗数が約1.8倍(29店から52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
既存店売上は前期以上を継続的に確保

	20.2期	21.2期	22.2期	23.2期
全社売上前期比	123.1%	125.8%	123.3%	121.4%
既存店売上前期比	102.5%	102.6%	101.1%	100.6%
店舗数推移	29	35	43	52

〔当社の過去4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**(前期・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



● 会社概要

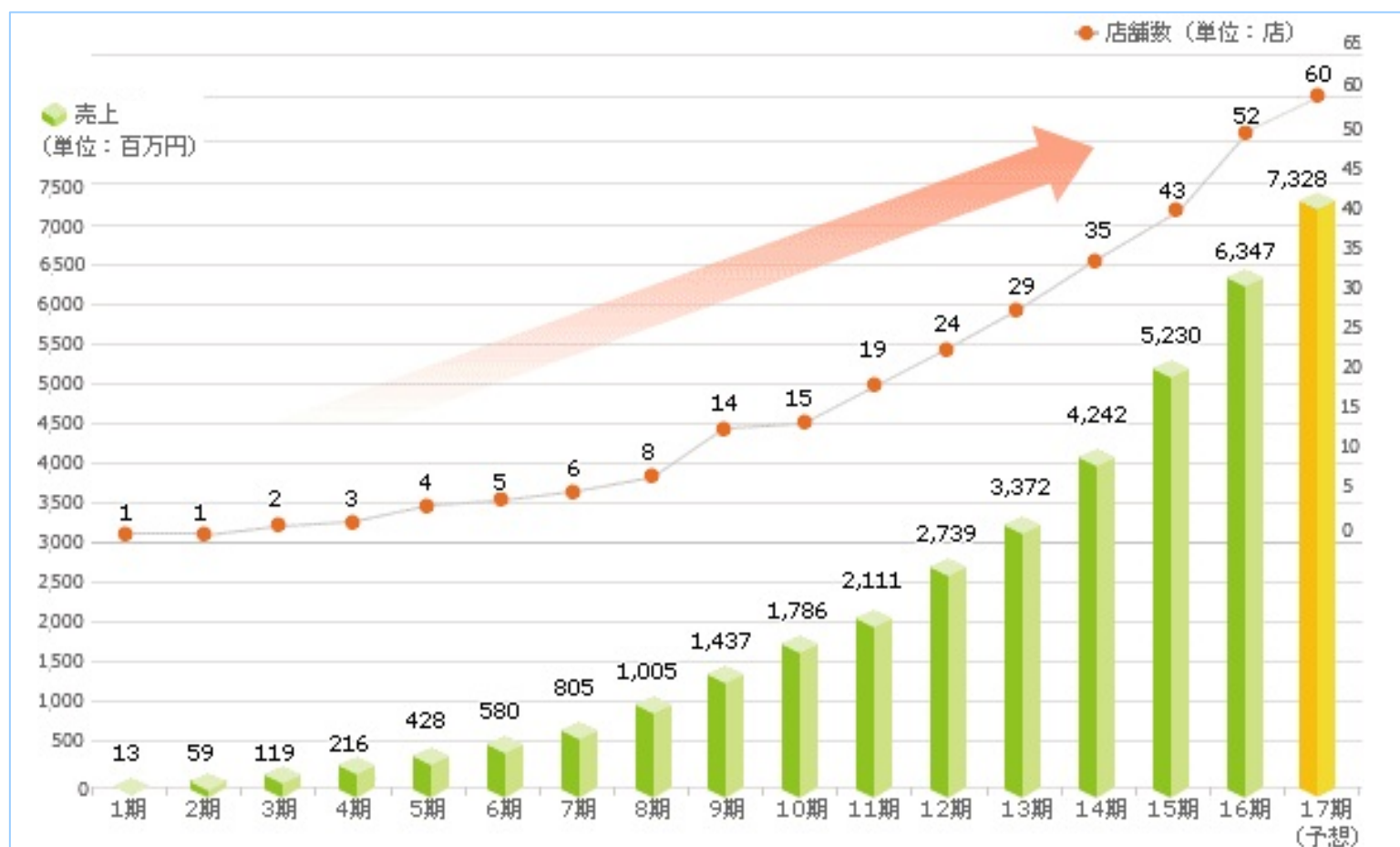
● 当社の特徴

● 業績推移と当期の取組み

● 今後の戦略と成長イメージ

順調に店舗数を伸長し、創業以来17期連続増収

売上高推移と直営店舗数推移



過去3期の平均
売上高成長率123.5%

過去3期の平均
経常利益成長率124.7%

収益性

売上高
経常利益率

6.2%
(H23年2月期)

資本
効率

自己資本
当期純利益率

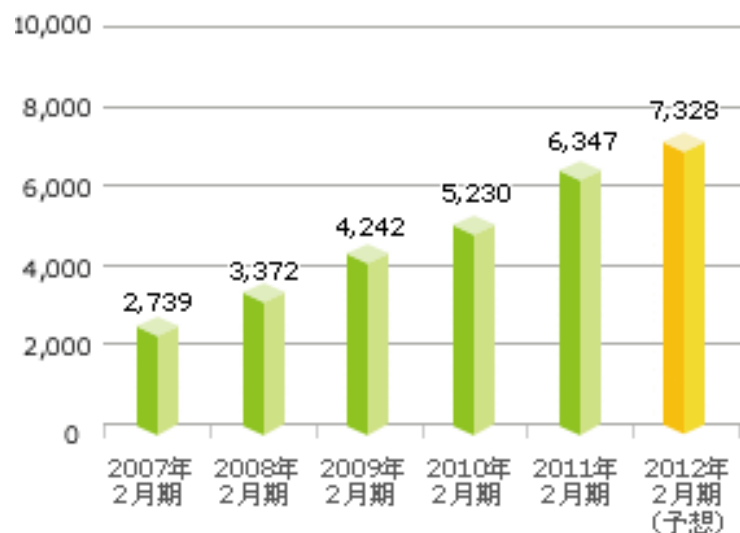
17.8%
(H23年2月期)

安全性

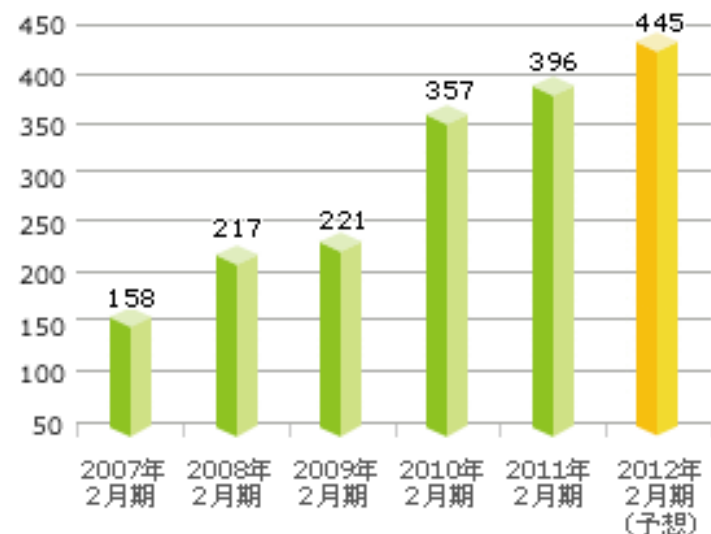
自己資本比率

54.7%
(H23年2月末)

売上高の推移 (単位:百万円)



経常利益の推移 (単位:百万円)



サマリー

**売上高3,299百万円(前年同期比11%増)、
経常利益216百万円(同52%増)、
四半期純利益91百万円(同13%増)
前年同期に比べ、売上総利益率が上昇、広告等の見直しにより
販管費比率が低下し、**大幅増益**を達成**

(単位:千円)	平成23年2月期 第2四半期	平成24年2月期 第2四半期	前年同期比	平成23年2月期
売上高	2,957,221	3,299,649	111.6%	6,347,616
差引売上総利益	1,908,529	2,139,043	112.1%	4,110,788
(差引売上総利益率)	64.5%	64.8%	—	64.8%
販管費	1,768,715	1,943,549	109.9%	3,718,069
(販管费率)	59.8%	58.9%	—	58.6%
営業利益	139,814	195,494	139.8%	392,719
(営業利益率)	4.7%	5.9%	—	6.2%
経常利益	142,059	216,333	152.3%	396,398
(経常利益率)	4.8%	6.6%	—	6.2%
四半期純利益	80,838	91,617	113.3%	219,382
(四半期純利益率)	2.7%	2.8%	—	3.5%

POINTS

売上高は前年同期比11.6%の増収。

既存店は震災の影響から3月は前年同月比約15%減となったが、第2四半期累計期間では2.8%の減収。

売上総利益率は65.4%となり、前年同期に対し0.9%上昇。当期から計上の返品調整引当金繰入額の影響により差引売上総利益率は64.8%となった。販管费率が前年同期に対し0.9%低下。

経常利益率は6.6%となり、前年同期に対し1.8%上昇。

H23年7月にトレジャーファクトリー
横浜長津田店オープン

フィットネスクラブとの複合出店



H23年10月にトレジャーファクトリースタイル
橋本店オープン

橋本駅近くの複合商業施設に出店



H23年11月にトレジャーファクトリースタイル
葛西店オープン

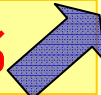
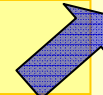
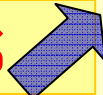
葛西駅の駅前に路面店出店



当期は震災の影響で出店開始が
遅れたものの、11月末までに
5店の出店を完了、
年間8店の出店予定

H24年以降も新規出店を検討中

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	66.6%	63.9%	65.3%
当期	66.9% 	64.7% 	65.8% 

第2四半期累計期間の売上利益率は0.5%改善

(主な要因)

- ◆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した結果、前期第2四半期に比べ衣料品などの値下げ額が縮小
- ◆前期第2四半期（6－8月）は法人仕入による夏物家電の販売が多かったが当期はそれが縮小
- ◆結果として、既存店の売上は震災の影響もあり減収となったが売上総利益率は改善

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

Cariru
ブランドバッグ・アクセサリレンタル

HOME 商品一覧 ブランドから選ぶ サービスのご案内 Cariruとは メディア掲載

新規会員登録(無料) お客様ID パスワード ログイン パスワードをお忘れの方

カートを見る 商品計 0 点 ¥ 0 5,000円以上の方は送料割引!

パーティーアイテムは全部Cariruで
ドレス、ボレロ、シューズ、バッグ、アクセサリ、ふくさ、ストール

お客様の声
お礼状をいただいたら
レンタルした方が
部屋にモノが増えなくて
便利♪

Cariru Selection 2011
ニューアイテム
レンタルスタート

ちょこっと借りても♪
まとめて借りても♪

2011.12/31 までにレンタル注文をされた方は
5,000円以上のレンタルご注文で国内無料配送。
往復送料0円キャンペーン

新規会員登録(無料)で
500円分のポイントプレゼント!

レンタル中の商品が
ご購入できるようになりました!

お支払いの
レンタル料の
全額を割引

使っているアイテムが家に入ったら、
購入することも可能!

アンデプリマ 5日間 4,100円(税込)
アンデプリマ 5日間 3,800円(税込)
Milly 5日間 10,800円(税込)
クリスチャン・ルブタン 5日間 6,000円(税込)
ミュウミュウ 5日間 5,900円(税込)
アレクサンデル・ドゥパリ 5日間 3,100円(税込)
フェンディ 5日間 3,500円(税込)

サマリー

**通期業績予想は売上高は前期比 1 5 % 増の 7 3 億円、
 経常利益は同 1 2 % 増の 4. 4 億円、資産除去債務関係の
 特別損失計上の影響等により当期純利益は同 2. 9 % 減の 2. 1 億円**

	平成23年2月期 実績	平成24年2月期 通期予想	前期比	平成23年2月期 第2四半期 累計期間実績	平成24年2月期 第2四半期 累計期間実績	前年同期比
売上高(百万円)	6,347	7,328	115.4%	2,957	3,299	111.6%
営業利益(百万円)	392	425	108.2%	139	195	139.8%
(営業利益率)	6.2%	5.8%	—	4.7%	5.9%	—
経常利益(百万円)	396	445	112.3%	142	216	152.3%
(経常利益率)	6.2%	6.1%	—	4.8%	6.6%	—
当期純利益(百万円)	219	213	97.1%	80	91	113.3%
(当期純利益率)	3.5%	2.9%	—	2.7%	2.8%	—
1株あたり当期純利益(円)	83.56	78.26	—	31.95	33.66	—

● 会社概要

● 当社の特徴

● 業績推移と当期の取組み

● 今後の戦略と成長イメージ

1

日本全体の景気低迷、成長鈍化

新品市場の成長鈍化

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

**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」

(11月末時点直営41店)

- 1都3県の出店継続
- 北関東、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」

(11月末時点直営13店)

- 服飾関連商品のリユースのニーズが大きく伸びており、
1都3県の出店余地が大きい



総合リユース業態

「トレジャーファクトリー」

業態戦略

総合リユース事業の更なる進化により、
他社の追随を許さない総合リユースショップを目指す

〔当社の総合リユース事業の特徴〕

- ワンストップでまとめて売りたい顧客やまとめて買いたい顧客にニーズに応えることができる。
- 多種多様なモノを扱うため査定スタッフの育成に時間がかかるが、それをシステムサポートでカバー
- 様々な形状、大きさの一品モノを扱うため、手間暇とコストがかかり、利益を安定的に出せる損益モデル構築が必要だが、当社は既にそれを確立

他社との差別化要素であり、参入障壁となっている



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」

業態戦略

ファッションリユースへの追い風を背景に
確立された店舗運営ノウハウにより多店舗展開加速

- 消費者のファッションリユースへの需要が大きく伸びている
- 都心駅前を中心とする好立地の出店候補地が多く出ている
- 総合リユース業態に続いて、多店舗展開が可能な体制が整った

前期から多店舗展開を本格化

- 前期は、川崎店、三鷹店、高円寺2号店、調布店の4店を出店
- 当期(11月末時点)は、船橋店、川越店、橋本店、葛西店の4店の出店を既に完了

顧客戦略

新規顧客獲得とリピートユーザー獲得を 買取、販売の両面で取組む

顧客サービスの継続的改善

リユースショップを利用される
顧客のすそ野は日々拡大しており、
求められるクオリティーも
日々高まっています。



顧客の求めるクオリティーを提供
できる企業が成長していきます。
当社は、常に改善に取り組み、
新しいことにチャンレジし続ける
ことによりそれを実現していきます。



人材力

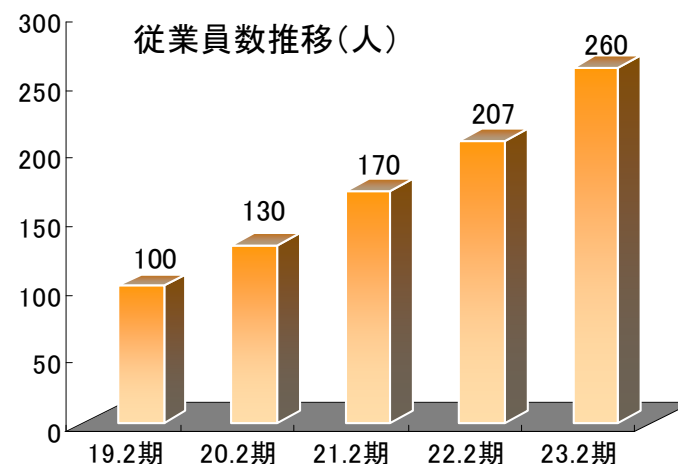
人材力で
顧客支持を得ていく

査定力

接客力

店づくり

店舗運営



提携戦略

店頭買取、出張買取、宅配買取、法人仕入の4つの 仕入形態を活かし、他社提携による新規買取顧客開拓推進

- 総合的にモノを取扱う
 - 50店以上のチェーン店を持つ
- 当社だからこそ提携が可能



優良企業との提携により、
新しい顧客の開拓が可能に

中古家電製品の
仕入強化



ノジマとの取組

家電品を買い換える際に、不要になった
家電品を下取りしてもらえるサービスを提供

出張買取強化



大京アステージとの取組

家に居ながらにして買取を行なってもらえる
サービスを提供

宅配買取強化

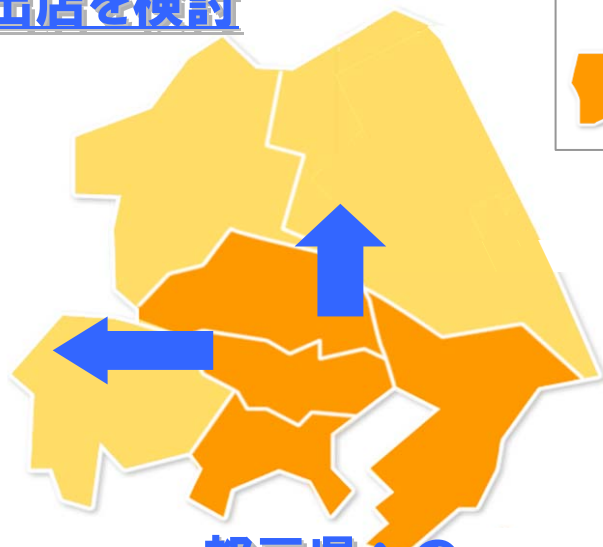


マガシークとの取組

洋服を新しく買う前に、クローゼットの不要
な服を買い取ってもらえるサービスを提供

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

一都三県の隣県への
出店を検討

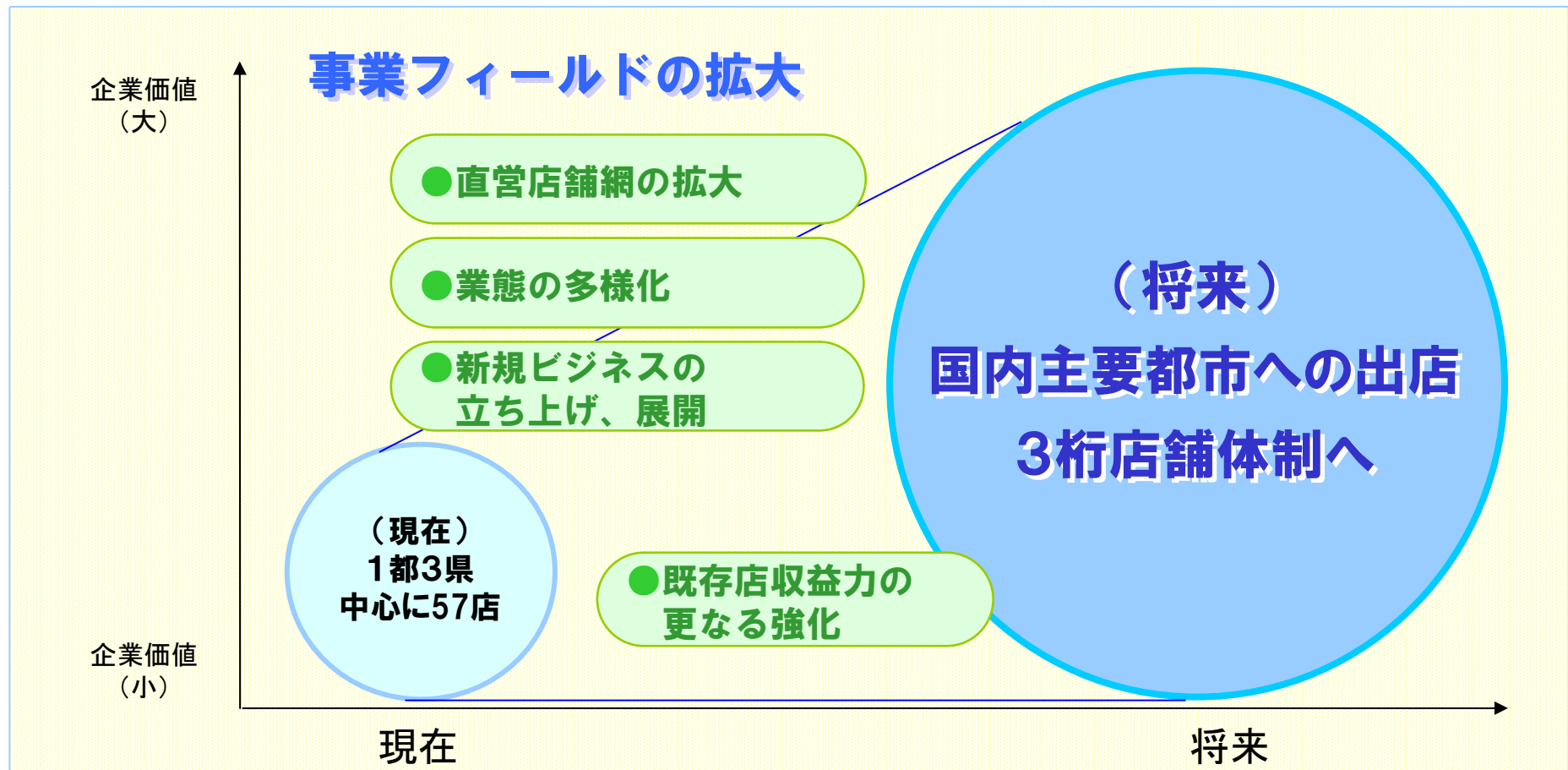


一都三県への
ドミナント出店



他商圏への出店も目指す

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



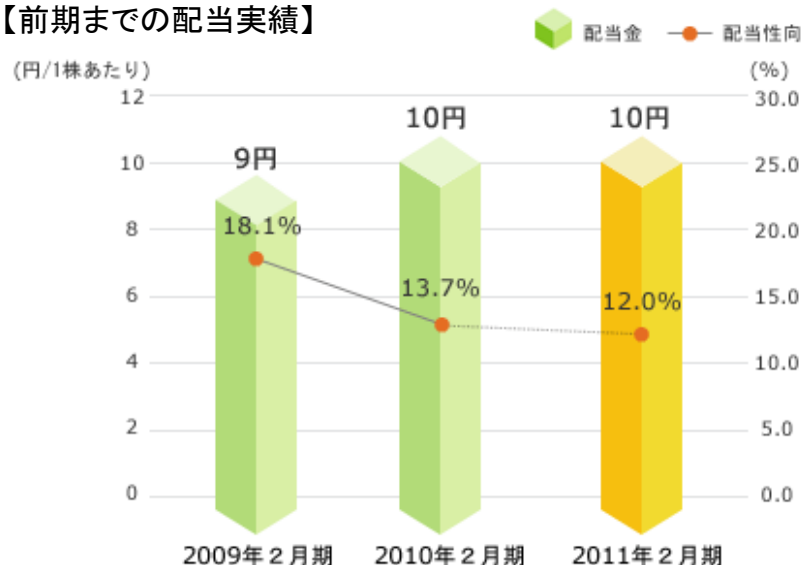
利益配分に関する基本方針

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24年2月期の配当予想

**前期配当を据え置き
1株当たり10円(期末配当)を予定**

【前期までの配当実績】



※2010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、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

- ・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**

【平成23年2月期 オリジナルクオカード】





「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

会社説明資料

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>