



株式会社トレジャー・ファクトリー
2025年2月期 第1四半期

決算説明資料

2024年7月10日

1 2025年2月期第1四半期 決算概要

2 主要KPIの推移・トピックス

3 業績予想・配当予想

4 中期経営計画

5 サステナビリティへの取り組み

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

1. 2025年2月期第1四半期 決算概要

決算サマリー

- 四半期会計期間としては初の連結売上100億円超を達成
- 連結経常利益は前年同期比30%の増加、連結EBITDAは同32%の増加と、大幅に伸長
- 第1四半期の実績をふまえ、本資料発表と同時に中間及び通期の業績予想と中間配当予想を上方修正

2025年2月期 第1四半期（連結）

連結売上高

連結経常利益

連結EBITDA

2024年2月期1Q	2025年2月期1Q	2024年2月期1Q	2025年2月期1Q	2024年2月期1Q	2025年2月期1Q
82億円	→ 103億円	10.4億円	→ 13.6億円	11.3億円	→ 15.0億円
YoY+24.9%		YoY+30.9%		YoY+32.5%	

POINTS

- ・インバウンド需要の拡大や、継続する物価高に伴う中古品・リユース品へのニーズの高まりなどを背景に、
単体既存店売上高は前年同期比8.1%増
- ・新規出店は想定通りに進捗し、第1四半期で**グループ合計6店出店完了**（年間計画30店）
- ・リユース事業を行うカインドオル、ピックアップジャパンなどグループ会社も堅調に推移し、利益貢献

損益計算書概要（連結）

- 売上高は前年同期比24%増の103億円、経常利益は同30%増の13億6千万円と、第1四半期会計期間で過去最高益を達成、経常利益率は前年同期から0.6pt伸びて13.2%
- 通期業績予想に対し、売上高は25.4%の進捗、経常利益は36.6%の進捗と順調に推移

(単位：百万円)	2024/2期	2025/2期	前年同期比較		業績予想	
	1Q実績	1Q実績	増減額	前年同期比	通期予想 (2024年4月発表)	進捗率
売上高	8,259	10,320	2,060	124.9%	40,562	25.4%
売上総利益	5,175	6,282	1,107	121.4%	-	-
売上総利益率	62.7%	60.9%	▲1.8pt	-	-	-
販売費及び一般管理費	4,142	4,933	790	119.1%	-	-
営業利益	1,032	1,349	317	130.7%	3,712	36.4%
経常利益	1,042	1,364	321	130.9%	3,733	36.6%
経常利益率	12.6%	13.2%	0.6pt	-	9.2%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	673	923	249	137.0%	2,466	37.4%
1株当たり当期純利益	28.94円	39.41円	10.47円	-	105.35円	37.4%

POINTS

- 売上総利益率の主な低下要因
 - ・ インバウンド売上好調により原価率の高い高額品の販売が伸びた影響で約0.9pt低下
 - ・ 前期にM&Aしたゴルフユース業態の影響で約0.5pt低下
 - ・ 仕入に係る送料の一部の計上先を、販管費から売上原価に変更したことにより、約0.2pt低下

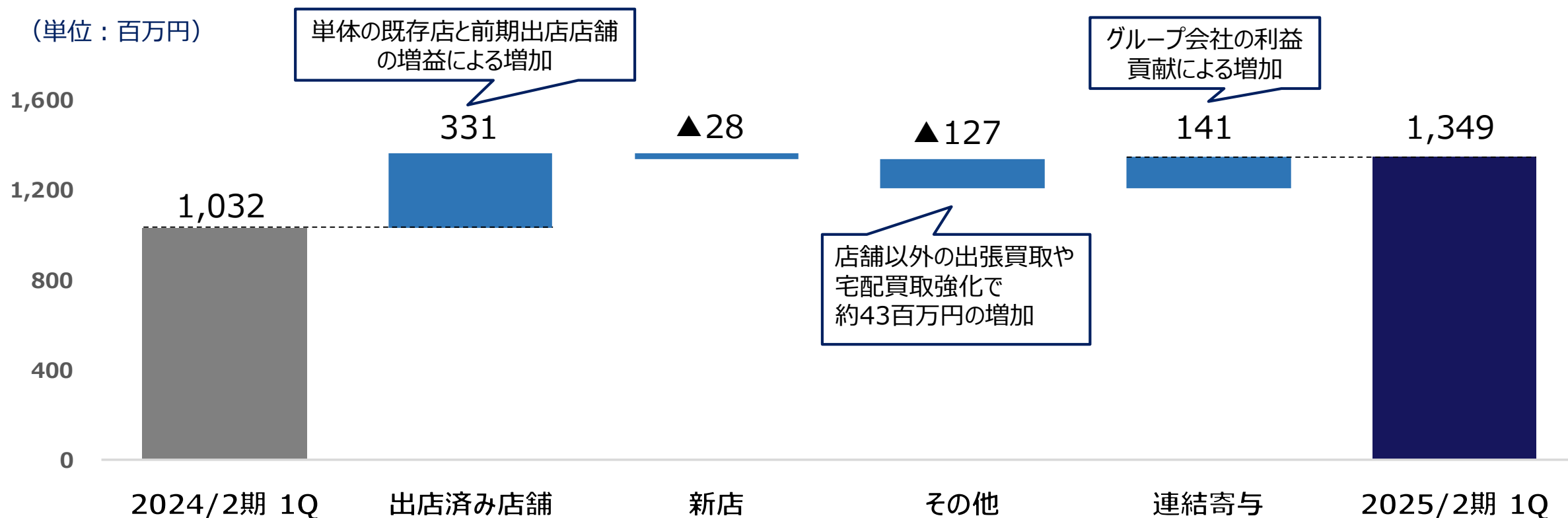
(単位：百万円)

EBITDA			EBITDAマージン		
2024/2期 1Q	2025/2期 1Q	前期比	2024/2期 1Q	2025/2期 1Q	増減率
1,133	1,501	132.5%	13.7%	14.5%	0.8pt

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（営業費用） + のれん償却費

営業利益増減要因分析（連結）

- 出店済み店舗の成長により3億3千万円の増益
- 連結子会社の増収により1億4千万円の増益
- それらの結果、営業利益は前期比30%超の増加



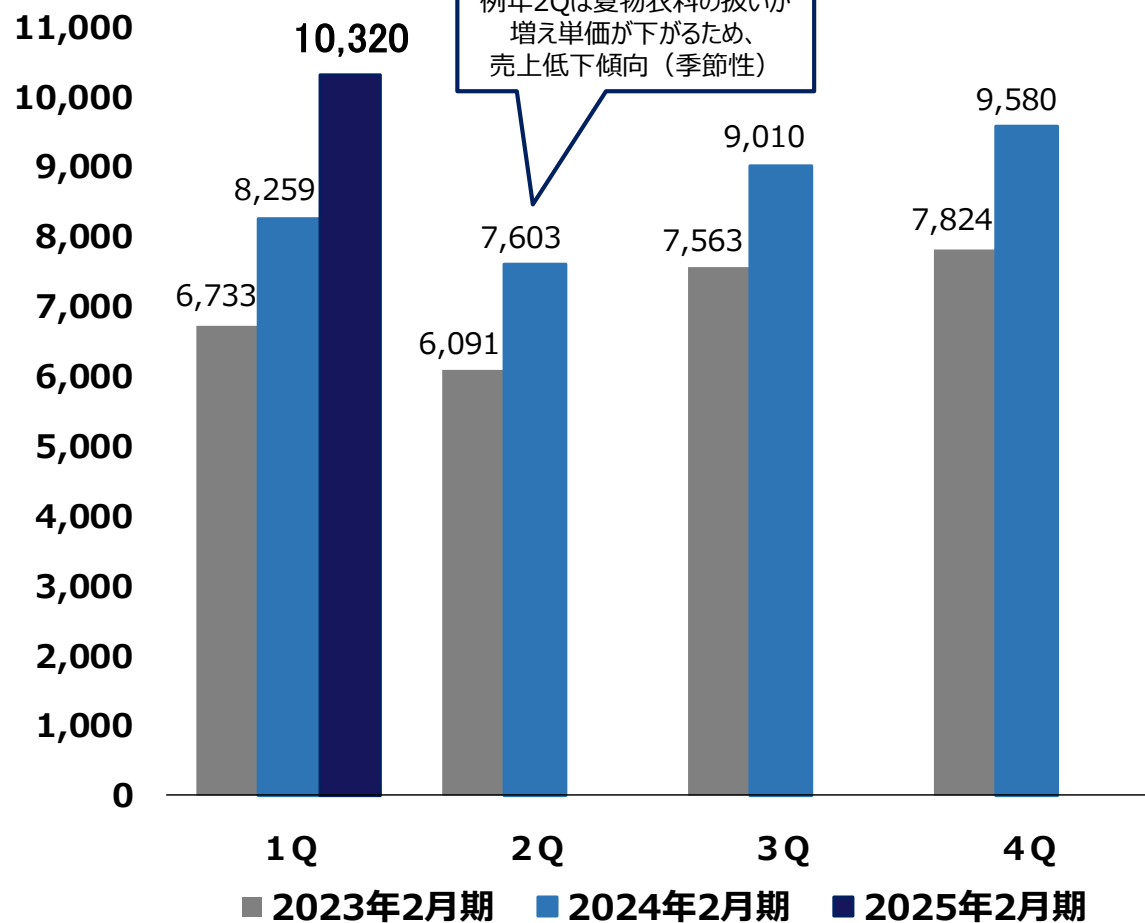
※「出店済み店舗」「新店」「その他」は単体の実績

四半期業績の推移（連結）

- 売上・営業利益ともに前年同期から大幅に伸長
- 第1四半期会計期間では、営業利益は前年同期比30%以上伸長し約13億5千万円、営業利益率は13.1%で着地
- 2022年2月期3Q以降、11四半期連続で会計期間の営業利益が過去最高を更新

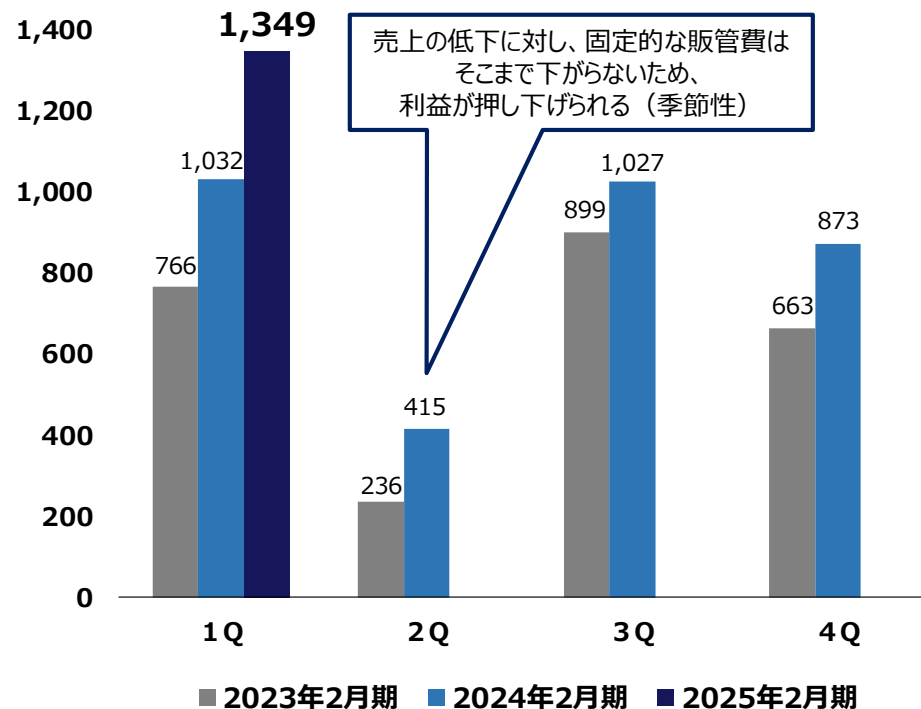
売上高

(単位：百万円)



(単位：百万円)

営業利益



営業利益率

	1Q	2Q	3Q	4Q
2025年2月期	13.1%	-	-	-
2024年2月期	12.5%	5.5%	11.4%	9.1%
2023年2月期	11.4%	3.9%	11.9%	8.5%

商品別仕入・事業別商品別販売実績（連結）

- 販売は前期比124%、仕入は同119%と好調に推移
- 主力の衣料の高い伸びに加えて、ブランドバックなどの服飾雑貨や、電化製品、ホビーなども堅調
- 当期は在庫回転率の改善に対する取り組みを推進、その結果、1Qは販売伸び率が仕入伸び率を上回った

(単位：百万円)

■リユース事業 商品別仕入実績			
仕入	集計	構成比	前年同期比
品目			
生活雑貨	210	4.9%	116.7%
衣料	1,775	41.6%	115.7%
服飾雑貨※1	1,184	27.7%	124.6%
電化製品	335	7.8%	104.4%
家具	79	1.9%	97.5%
ホビー用品※2	438	10.3%	149.0%
その他※3	246	5.8%	110.3%
総計	4,271	100.0%	119.1%

※1 「服飾雑貨」の内訳は、バッグ、財布、腕時計などが含まれております。

※2 「ホビー用品」の内訳は、スポーツ・アウトドア用品、おもちゃ、楽器などが含まれております。

※3 仕入実績の「その他」には、仕入副費が含まれております。

■リユース事業 商品別販売実績			
販売	売上高	構成比	前年同期比
品目			
生活雑貨	567	5.7%	126.0%
衣料	4,717	47.1%	123.7%
服飾雑貨※1	2,297	22.9%	128.6%
電化製品	1,011	10.1%	116.6%
家具	367	3.7%	107.9%
ホビー用品※2	931	9.3%	154.7%
その他※4	124	1.2%	65.3%
総計	10,017	100.0%	124.5%

※4 販売実績の「その他」には、その他商品の売上が含まれております。なお、前期までは引越関連の売上と台湾事業の売上も含めておりましたが、当期から、引越関連売上はリユース事業セグメントから除外したこと、台湾事業の売上は、各品目に振り分けたことから、「その他」売上が大きく減少しております。

POINTS

- 前期は1Qから仕入の伸びが強く、仕入の伸び率が販売の伸び率を大きく超えていたが、当期は商品化スピードの向上などに取り組み、在庫回転が改善傾向
- 衣料は、物価高などを背景に、リユースファッション需要が伸びて販売23.7%増
- ブランド品などの服飾雑貨は、拡大するインバウンド需要を取り込み販売28.6%増
- ホビー用品は、前期にゴルフリユース業態をM&Aしたことによる影響に加え、アウトドア用品などの需要が伸びて販売54.7%増

KPIの推移

- 単体既存店の売上は、好調だった前期からさらに8.1%伸長
- 高額品を扱う業態を中心にインバウンド売上が寄与、連結免税売上の比率が連結売上の10.1%（前年同期6.0%）となった
免税販売はブランド品などの高単価で原価率の高い販売が多く、売上増加に寄与、一方で売上総利益率には低下の影響

		2024/2期 1 Q	2025/2期 1 Q
単体既存店	売上高前期比	111.7%	108.1%
	売上総利益率	66.5%	65.5%
新規出店数	第1四半期	6店	6店
仕入	連結 仕入高前期比	134.0%	119.1%
	単体 仕入高前期比	133.5%	109.2%
EC	連結 EC比率	12.7%	13.3%
	単体 EC比率	10.2%	11.0%

POINTS

【単体既存店】

- ・ 売上総利益率の低下要因
 - ・ 免税販売の伸びにより、ブランド品などにおいて、原価率の高い高単価商材の販売が特に好調だった影響で約0.5pt低下
 - ・ 仕入に係る送料の一部の計上先を、販管費から売上原価に変更した影響で約0.3pt低下

【EC】

- ・ 出品作業効率化によりEC販売額は増加しているものの、店頭販売も伸びているためEC比率は概ね横ばいとなっている

販売費および一般管理費の推移（連結）

- 販管費は全体で前年同期比19%増加
- 販管費率は、販管費の増加を売上の増加で吸収し、前年同期から2.4pt下がり47.8%で着地

(単位：百万円)	2024年2月期 1Q	2025年2月期 1Q	前年同期比
人件費	2,037 (24.7%)	2,424 (23.5%)	119.0% (▲1.2pt)
賃借料	865 (10.5%)	1,022 (9.9%)	118.2% (▲0.6pt)
減価償却費	96 (1.2%)	139 (1.4%)	144.8% (0.2pt)
水道光熱費	89 (1.1%)	110 (1.1%)	122.9% (0.0pt)
広告宣伝費	105 (1.3%)	143 (1.4%)	135.6% (0.1pt)
求人広告費	45 (0.6%)	51 (0.5%)	112.5% (▲0.1pt)
消耗品費	108 (1.3%)	117 (1.1%)	107.9% (▲0.2pt)
のれん償却	4 (0.1%)	11 (0.1%)	285.2% (0.0pt)
その他	790 (9.6%)	912 (8.8%)	115.5% (▲0.8pt)
販管費合計	4,142 (50.2%)	4,933 (47.8%)	119.1% (▲2.4pt)

POINTS

- ・ 新規出店増加などにより、減価償却費が増加
- ・ オンラインのドレスレンタル事業やEC販売が好調に推移し、売上に連動する広告宣伝費が増加
- ・ 新規出店の増加により消耗品費が増加
- ・ 「その他」の増加の主な内容
 - ・ キャッシュレス決済増加に伴う決済手数料が25百万円増加
 - ・ 修繕費が20百万円増加
 - ・ 人員増により旅費交通費12百万円増加
 - ・ 租税公課が10百万円増加

※（ ）内は対売上高比率

貸借対照表概要（連結）

- 第1四半期時点でROE10.5%、ROIC6.4%と堅調に推移
- 在庫回転率の改善に対する取り組みを推進、商品は前期末から302百万円増加（前期比4.4%増）となった

(単位：百万円)	2024年2月期末	2025年2月期 第1四半期末	増減
流動資産	11,464 (64.7%)	12,404 (66.0%)	939 1.3pt
うち商品	6,899 (38.9%)	7,201 (38.3%)	302 ▲0.6pt
固定資産	6,264 (35.3%)	6,381 (34.0%)	117 ▲1.3pt
総資産	17,728	18,786	1,057
流動負債	6,426 (36.3%)	6,910 (36.8%)	483 0.5pt
固定負債	2,775 (15.7%)	2,776 (14.8%)	0 ▲0.9pt
純資産	8,526 (48.1%)	9,099 (48.4%)	572 0.3pt
自己資本比率	47.8%	48.1%	0.3pt

ROE	
2024/2 1Q	2025/2 1Q
9.7%	10.5%

ROIC	
2024/2 1Q	2025/2 1Q
6.1%	6.4%

ROA	
2024/2 1Q	2025/2 1Q
4.5%	5.1%

※ROIC = (営業利益 × (1 - 実効税率))
÷ (自己資本 + 有利子負債)

* 自己資本 = 株主資本 + その他の包括利益累計額

グループ会社の業績

- リユース事業を行うカインドオル、ピックアップジャパンなどが前期から引き続き堅調に推移



カインドオル

都心店を中心に海外観光客の増加や円安効果によるインバウンド売上の更なる拡大により、売上は前期比36%増の約14億円と大幅増収増益。



ピックアップジャパン

衣料、貴金属、家具などが堅調。既存店の売上増と2023年12月の新規出店などにより、売上は前期比18%増の7億円となり、増収増益。



GKファクトリー

事業成長・直営出店強化に向け、2024年2月にグループ子会社のアクオ株式会社（ゴルフキング業態など直営10店）を吸収合併。
合併により第1四半期の売上は2.6億円（営業利益はまだ少額）



タイ法人

販売、買取ともに堅調に推移し、増収増益。
2023年12月に直営店を1店出店し、現在4店体制。当期中の更なる新規出店も検討。



台湾法人

1号店を2022年12月にオープン、2号店を2024年1月にオープン。
2店体制での営業体制の整備と収益基盤の構築に取り組む。



トレファクテクノロジーズ

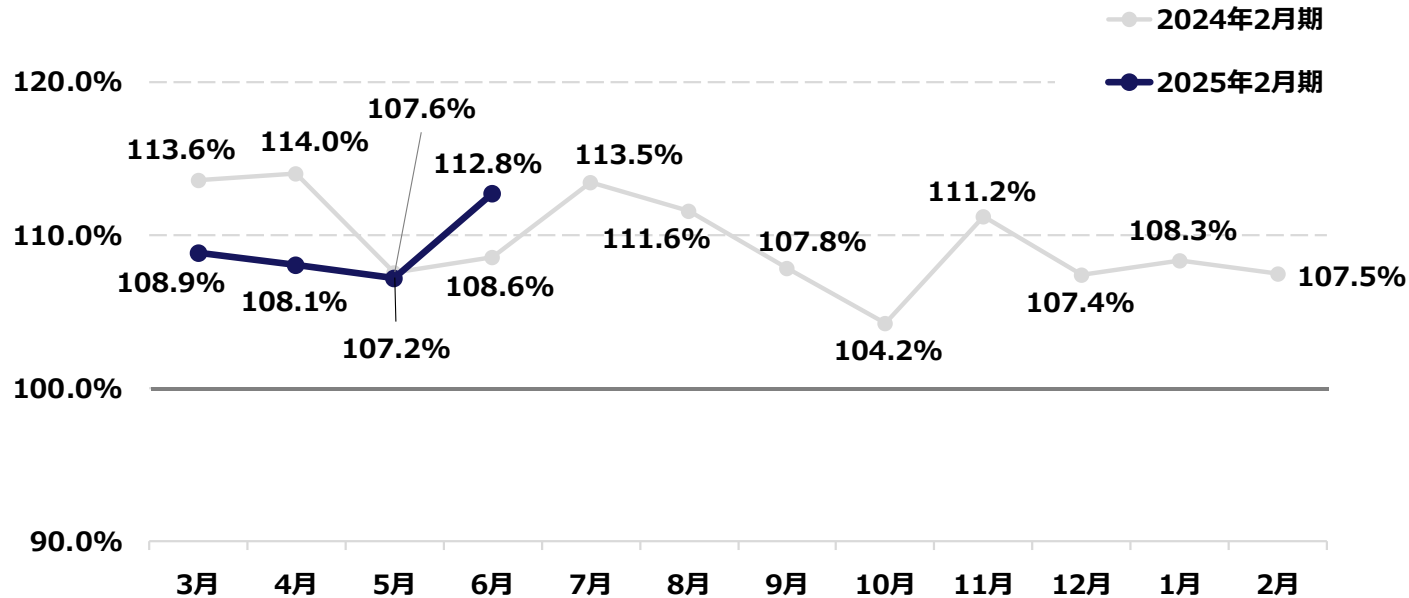
グループ内のシステム、ECサイト、アプリなどの開発を担いつつ、外部のシステム開発案件も受注。

2. 主要KPIの推移・トピックス

KPIの進捗 – 既存店（単体）

- 単体既存店の販売件数は前年同期比2.5%増加
- 物価高を受けて全般的に販売価格が上昇していることに加え、インバウンド売上の回復もあり単価は5.4%上昇
- 2021年9月から2024年6月まで、34か月連続で前年同月比100%超えを達成

単体既存店売上の前年同月比推移



単体既存店の通期販売実績

	前年同期比
売上高	108.1%
販売件数	102.5%
1件あたり販売単価	105.4%

KPIの進捗 – 新規出店（連結）


- 年間30店の出店計画に対し、第1四半期終了時点で6店の出店と1店の移転が完了
（前期第1四半期の新規出店数：6店）
- 第2四半期（6-8月）では、出店5店の見込み、上半期終了時点で出店11店の完了見込み
- 本資料発表時点では、当期の出店予定としては新店20店（FC1店含む）が固まっており、他候補も適宜検討中

【2025年2月期第1四半期 出店6店+移転1店 業態別・地域別内訳】


【業態別】  総合業態 出店2店+移転1店  スタイル業態 3店  ユーズレット業態 出店1店

【地域別】 関東 5店 関西 1店




 滋賀草津店（滋賀県）
3月30日オープン



 平和台店（東京都）
5月25日オープン



 平井店（東京都）
4月26日オープン

KPIの進捗 – チャネル別仕入

- 出店による広告効果や店舗数増によるドミナント形成、各種メディア露出もあり、店頭買取は好調に推移
- 宅配買取は、1月に拠点を拡張移転し、引き続き堅調に増加
- 連結仕入の増加分19%のうち、前期にM&Aしたゴルフユース業態の増加分だけで4.3%の寄与

① 連結仕入

2024年2月期1Q → 2025年2月期1Q
19.1%増

② 店頭買取（単体）

2024年2月期1Q → 2025年2月期1Q
10.5%増

③ 宅配買取（単体）

2024年2月期1Q → 2025年2月期1Q
9.2%増

④ 出張買取（単体）

2024年2月期1Q → 2025年2月期1Q
5.3%増

3. 業績予想・配当予想

2025年2月期 業績予想の修正について

- 中間業績予想・通期業績予想ともに上方修正
- 修正により、中間の経常利益は前期比22%増、通期の経常利益は前期比20%増に増額

(単位：百万円)	中間予想					通期予想				
	修正予想	前回予想 (4月発表)	修正予想 対前回予想 増減率	前期 上半期実績	修正予想 前年同期比	修正予想	前回予想 (4月発表)	修正予想 対前回予想 増減率	前期 通期実績	修正予想 前期比
売上高	19,810	19,169	3.3%	15,862	124.9%	41,862	40,562	3.2%	34,454	121.5%
営業利益	1,785	1,533	16.4%	1,448	123.2%	4,041	3,712	8.9%	3,348	120.7%
営業利益率	9.0%	8.0%	—	9.1%	—	9.7%	9.2%	—	9.7%	—
経常利益	1,803	1,543	16.9%	1,468	122.8%	4,069	3,733	9.0%	3,390	120.0%
経常利益率	9.1%	8.0%	—	9.3%	—	9.7%	9.2%	—	9.8%	—
親会社に帰属する 四半期/当期純利益	1,165	1,057	10.2%	932	124.9%	2,723	2,466	10.4%	2,241	121.5%
四半期/ 当期純利益率	5.9%	5.5%	—	5.9%	—	6.5%	6.1%	—	6.5%	—
1株当たり四半期/ 当期純利益(円)	49.73	45.15	—	39.97	—	116.23	105.35	—	95.94	—
1株当たり配当金(円)	18.00	16.00	—	12.00	—	34.00	32.00	—	28.00	—
配当性向	—	—	—	—	—	29.3%	30.4%	—	29.2%	—

配当予想の修正について

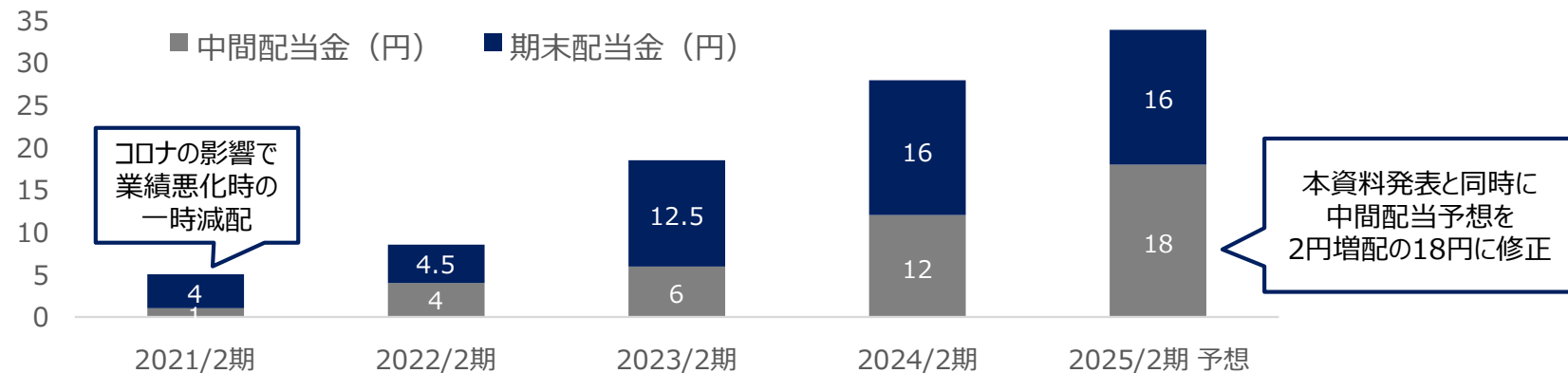
- 業績予想の上方修正を受け、中間配当予想を2円増配
- 修正の結果、年間配当予想は修正前の32円から2円増配の34円、配当性向予想は29.3%
- 期末配当予想に関しては、今後の業績動向により、適宜修正を検討する

■ **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。

■ 配当予想

	修正後	修正前
中間配当予想/株	18円	16円
期末配当予想/株	16円	16円
年間配当予想/株	34円	32円

■ 1株あたり配当金推移



2025年2月期 業績予想の前提詳細 (1/2)

- 修正後の業績予想では、1Q決算を織り込み、2Q及び3Q以降の売上、売上総利益を上方修正、販管費も一部増額修正

■ 売上

単体既存店 期間ごとに修正 (修正前：年間通して前期比103%)

- ・ 第2四半期 (6-8月)：前期比108%に上方修正
- ・ 下半期：前期比104%に上方修正

■ 売上総利益率

連結 通期59.8% (修正前：通期60.3%、前期実績：60.6%)

- ・ 第2四半期累計：60.2%、下半期：59.5% (前期 第2四半期累計：62.0%、下半期：59.3%)
- ・ 売上総利益率 前期実績に対する低下要因
 - ・ 前期までは仕入にかかる送料の一部を販管費に含めていたが、当期からは売上原価に含めることに変更
影響度：約0.2~0.3pt
 - ・ 前期にM&Aし、前期4Qから連結PLに取り込んだゴルフユース業態 (売上総利益率30%台後半) が、当期は期首からPLに入る
影響度：約0.5pt

■ 販管費率

連結 通期50.2%（修正前：通期51.2%、前期実績：50.9%）

- ・ 給与はベースアップと定期昇給により約7.0%のベースアップに修正（期首計画では年間約6%）、これにより給与が約60百万円増額修正
- ・ 出張買取やオークションの拠点となるセンターの拡張移転などにより、約65百万円増加修正
- ・ 1Qの実績を踏まえて、その他の販管費の一部を増額修正

■ 設備投資・減価償却費

連結投資額 約14億4千万円（修正前：約13億円、前期実績：11億円）

連結減価償却費 約6億5千万円（修正前：約6億3千万円、前期実績：5億3千万円）

- ・ センターの拡張移転などへの投資により、投資額は約140百万円増加の見込み
- ・ センターの拡張移転などに伴う旧センターの減価償却費の前倒し計上により、減価償却費は約20百万円増加の見込み

リユース 事業

■ 国内リユース

- ・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（2024年2月末アプリ会員数210万人）
- ・インフレも背景にした販売単価の上昇
- ・ブランドコレクトやカインドオールといったハイブランド業態を中心にしたインバウンド売上の継続的な拡大

■ 海外リユース

- ・タイ（現在4店）及び台湾（現在2店）で、それぞれ年間1～2店ペースで出店を継続
- ・新たな海外地域への出店も検討

■ 新規出店

- ・連結 新規出店数：30店（直前期実績26店）
（業態別内訳） 総合 8店前後、スタイル 10店前後、その他 各1～2店ずつ計10店前後、海外 2店前後
- ・一都三県、北関東、関西、愛知、福岡への継続的な出店とその他新規地域への出店

■ 店舗以外の買取強化

- ・新規出店用の在庫確保に向けて、宅配買取や出張買取を15～20%増やす

■ オークション事業

- ・関東、関西を拠点に出品数・流通量の拡大を目指す、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、引越件数の拡大と買取拡大を目指す

■ レンタル事業

- ・拠点を拡張し、ドレスレンタルに加え、ブラックフォーマルなどを伸ばし、売上・利益の拡大を目指す

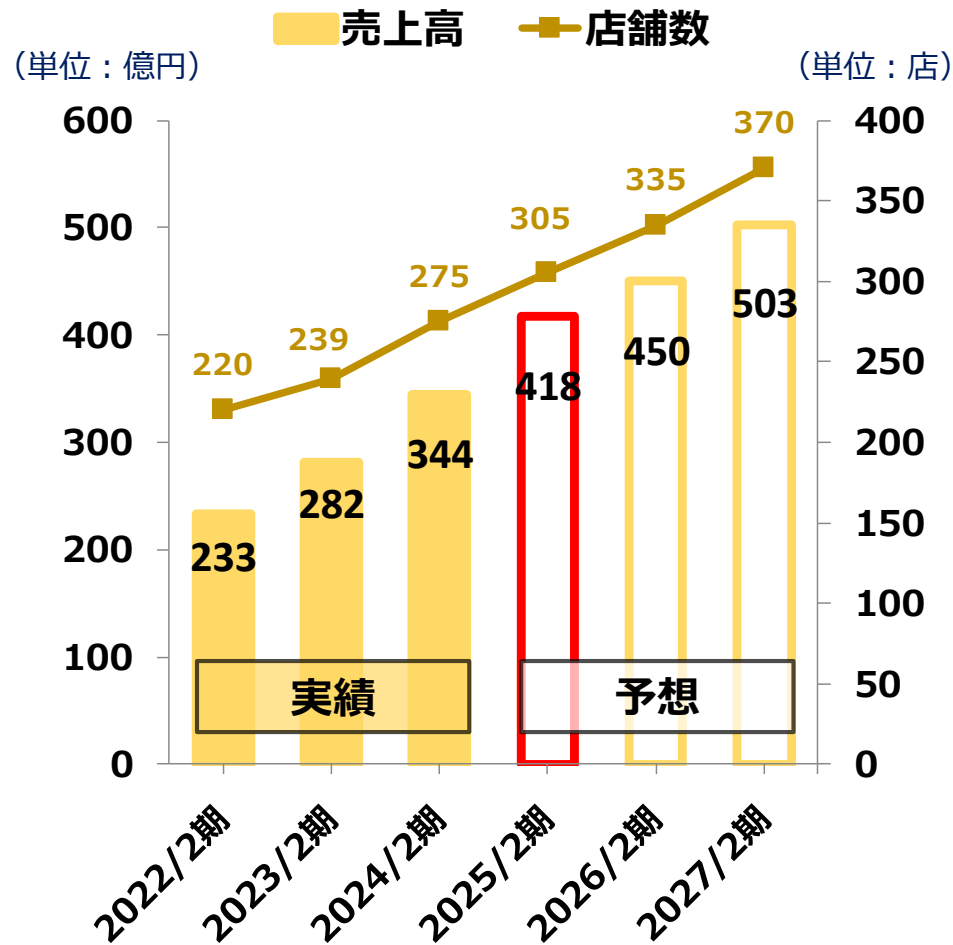
リユース 周辺事業

4. 中期経営計画

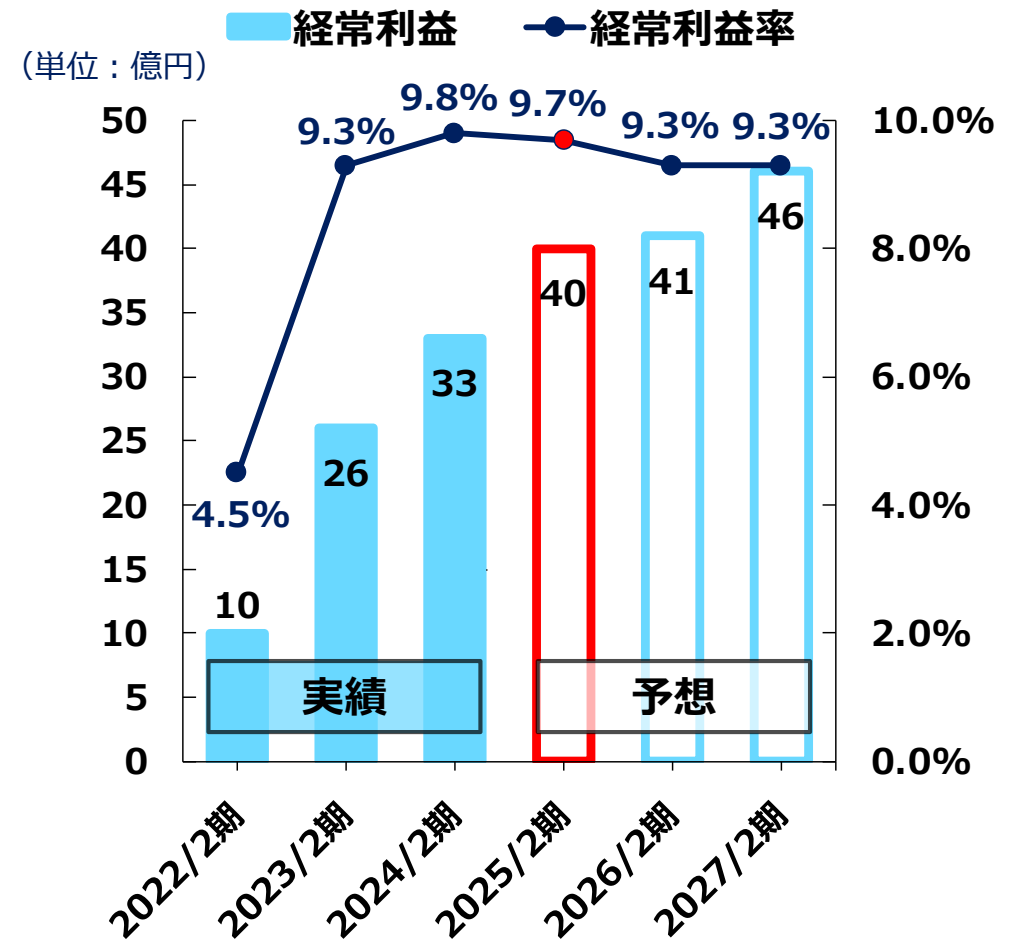
中期損益計画サマリー

- 直近3期において、売上は連続で前期比20%以上の増加、経常利益率は連続で上昇し10%に迫る高成長
- 今回の業績予想の修正では、2025年2月期のみ修正、2026年2月期、2027年2月期は据え置き
- 2026年2月期以降に関しては、今後の業績の動向に応じて、適宜修正を検討する

売上高・店舗数の推移



経常利益・経常利益率の推移



直近の成長の主な要因

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の約10%の成長という形で結実し、持続的な成長につながっている

外的要因

- ① 2022年3月（2023年2月期期首）にコロナ規制が全面解除され外出需要が高まり、アパレル需要が回復
- ② 2022年春先から始まった物価高を背景に、リユース、中古品が全面的に注目されている
- ③ 2022年10月（2023年2月期）から海外からの入国規制緩和によりインバウンド需要が回復、円安を背景にインバウンド売上（免税売上）が伸長

内的要因（当社施策による要因）

- ① 取り扱いアイテムの拡大
 - ・ スポーツアウトドア、楽器などホビーの拡大
- ② 高単価品の拡大
 - ・ ラグジュアリー品をはじめ各ジャンルで高単価品を拡大
- ③ 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

中期経営計画達成に向けた経営方針

方針 1

リユース事業の成長

- ①リアル買取・販売拠点かつEC販売の拠点となる店舗を年間30～40店のペースで関東、関西、中部、九州などを中心に新店舗を出店し、リユースのネットワークを拡大する。
- ②グループのリユース会社の収益改善により、連結への継続的な利益貢献を実現する。

方針 2

新規事業への投資

- ①関東と関西にて、物流拠点を拡張し、BtoBオークション事業を本格展開する。
- ②買取と引越をセットで行う当社独自の買取引越事業を、提携引越会社との連携に加え、自社で引越部門を持ち引越サービスを提供することで、成長を加速させる。
- ③成長著しいレンタル事業に継続投資し、新たな事業の柱とする。

方針 3

海外市場での成長

- ①タイ事業においては、事業体制の整備を進め、多店舗展開を進める。
- ②台湾事業においては、リユース事業のモデル構築と単年度黒字を目指す。

方針 4

M&Aによる成長

専門性の補完や地域の補完など当社とシナジーを発揮できるリユース企業などのM&Aを今後も積極的に実行する。

方針 5

DX投資による成長

自社システム部門及びシステム子会社の開発力を活用し、AIなどを使った業務効率化や査定効率化、デジタル投資による新たな買取機会、販売機会の創出等によりグループ収益を伸ばしていく。

中期損益計画の修正（2025年2月期～2027年2月期）

- 本資料発表時点で2025年2月期は上方修正し、2026年2月期、2027年2月期は据え置き
- 2027年2月期の売上高は503億円、経常利益で46億円を見込む

(単位：億円)		2025/2期		2026/2期	2027/2期	3年間の 年平均成長率 (CAGR)
	2024/2期 実績	4月開示予想	修正予想	4月開示予想	4月開示予想	4月開示予想
売上高	344	405	418	450	503	13.5%
経常利益	33.9	37.3	40.6	41.9	46.7	11.3%
経常利益率	9.8%	9.2%	9.7%	9.3%	9.3%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	22.4	24.6	27.2	27.6	30.8	11.2%
年間出店数	26	30	30	30-35	35-40	-

計画の前提及び留意事項

- ・M&Aについては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通り確保できない場合には、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・配当・配当性向の見通し

- 本資料発表時点で2025年2月期は上方修正し、2026年2月期、2027年2月期は据え置き

	2025/2期		2026/2期	2027/2期
	修正前	修正後	4月開示予想	4月開示予想
1株当たり 当期純利益 (円)	105.3	116.2	118.1	131.7
配当見通し 1株当たり配当金 (円) (配当性向)	32.0 (30.4%)	34.0 (29.3%)	36.0 (30.5%)	40.0 (30.4%)

※1株当たり当期純利益は、今後の新株予約権行使の行使状況や自己株取得に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 2025年2月期～2027年2月期

- 本資料発表時点で株主還元計画の2025年2月期の配当総額見通しのみ変更

● 資金計画

- ・ 営業CF予測 年間18～22億円で推移する見通し
- ・ 銀行借入 3年で累計約25億円純増
- ・ 3年で累計約80～90億円の資金を確保

● 投資計画

- ・ 新規出店投資 年間16～21億円
- ・ 3年で累計50～60億円の投資見通し（新店にかかる店舗設備や敷金などへの投資）

● 株主還元計画

- ・ 配当予想に基づく期別の配当総額見通し
 - 2025年2月期 約7億8千万円
 - 2026年2月期 約8億4千万円
 - 2027年2月期 約9億4千万円
 - 3年累計 約26億円
- ・ 自己株取得については、株価と手元資金の動向に応じて、適時実施

5. サステナビリティへの取り組み

サステナビリティ基本方針

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）

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

Governance ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化

サステナビリティデータ

※毎年5月にデータ更新を実施

Environment 環境への取り組み

		単位	2022年	2023年	2024年
CO2排出量	Scope1	t-CO2	154	184	235
	Scope2		5,398	5,399	5,484
	計		5,552	5,583	5,719

※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	2022年	2023年	2024年
CO2排出量原単位 (売上高百万円当たり)		t-CO2/百万円	0.308	0.253	0.217

		単位	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
リユース事業によるCO2排出削減貢献量	家電4品目	t	13,060	14,658	17,719
	衣料品		15,636	19,163	22,134
	家具		2,976	3,091	3,114
	主要カテゴリ小計		31,672	36,912	42,967

※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品目および家具は環境省『平成22年度 使用済製品等リユース促進研究会報告書』より算出。

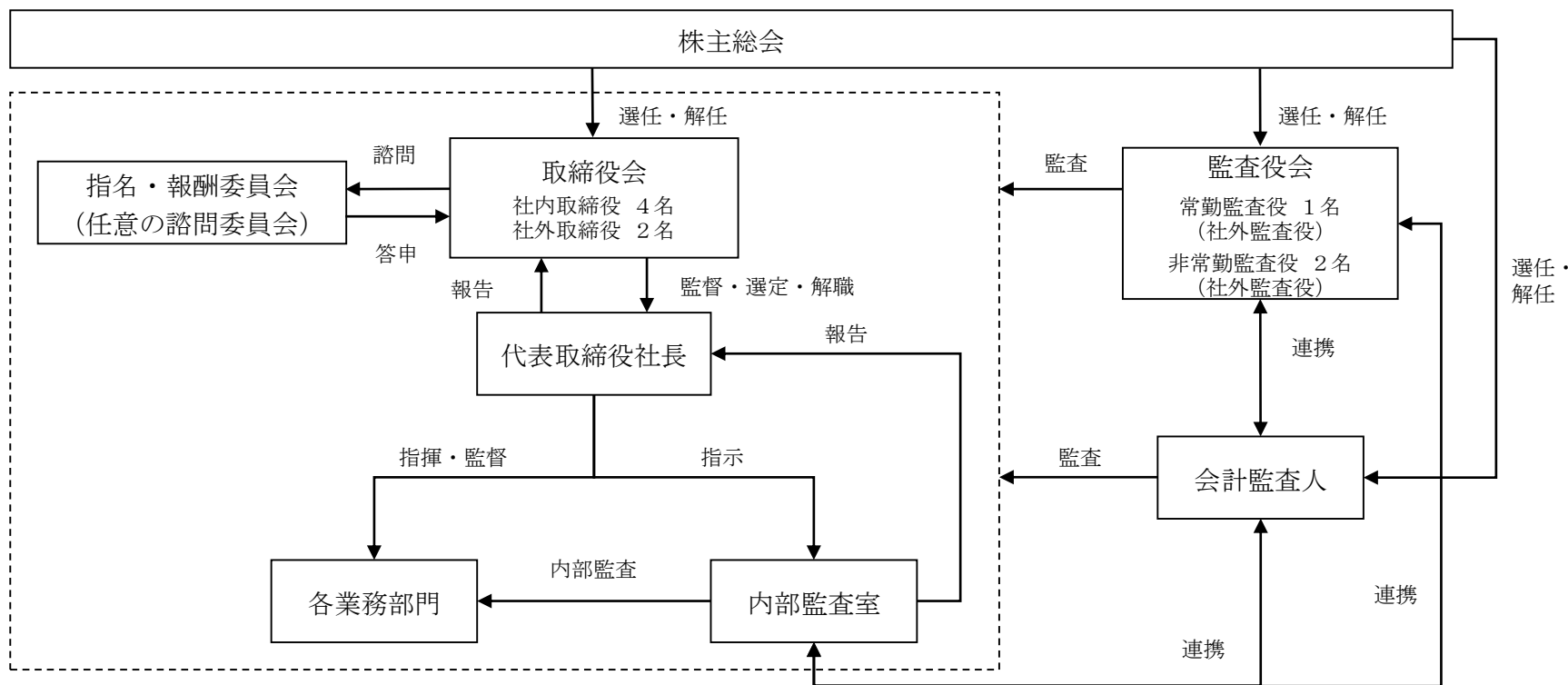
※注2:衣料品は環境省『3R見える化ツール』より算出。

Social 社会への取り組み

		単位	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
新卒採用数	人		61	89	115
中途採用数			62	41	113
採用数計			123	130	228
社員数	人		690	776	902
パート・アルバイト数			1,679	2,083	2,403
従業員数計			2,369	2,859	3,305
女性社員数	人		97	128	155
女性パート・アルバイト数			1,061	1,274	1,452
女性従業員数計			1,158	1,402	1,607
女性社員比率	—		14.1%	16.5%	17.2%
女性パート・アルバイト比率	—		63.2%	61.2%	60.4%
女性従業員比率	—		48.9%	49.0%	48.6%
社内研修回数	回		128	167	175
有給取得率	—		61.6%	66.6%	65.9%
育休取得人数	—		27	24	22

企業統治体制の概要

当社は、株主・投資家をはじめとする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するために、企業経営・財務・会計・法律及び内部統制等に知見を有する取締役や監査役を選任し、以下のとおりのガバナンス体制を採用しております。



POINTS

取締役会の任意の諮問機関として、指名・報酬委員会を設置し、取締役の指名及び報酬等に関する手続きの公正性・透明性・客観性を強化するため、同委員会にて、取締役の指名・報酬にかかる事項の審議を行い、取締役会に対して、適宜助言・提言を行っております。

Governance ガバナンスへの取り組み

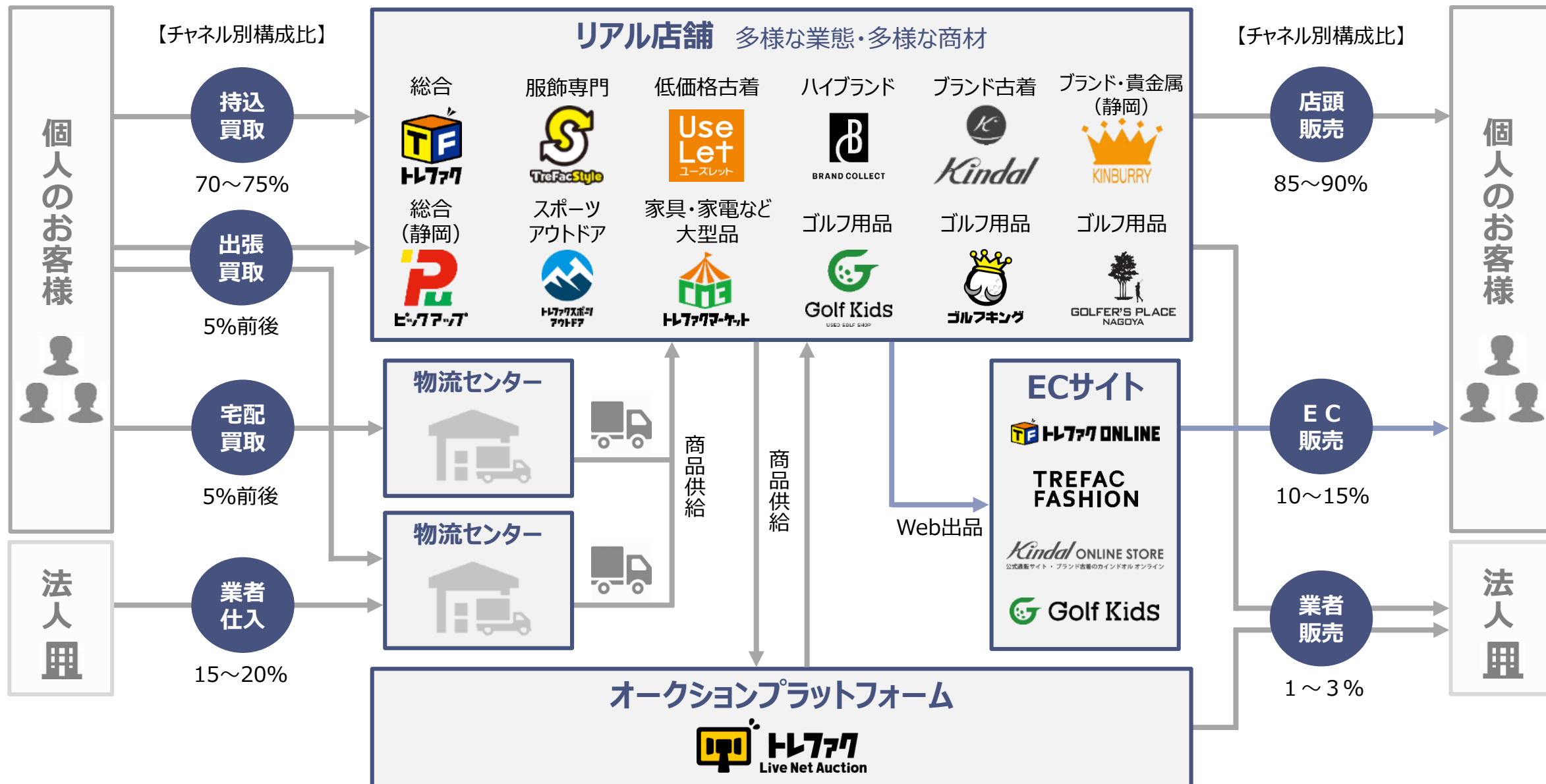
		単位	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期
社内取締役	男	人	4	4	4
社外取締役	男	人	1	1	1
	女		1	1	1
社外取締役比率		—	33.3%	33.3%	33.3%
女性取締役比率		—	16.7%	16.7%	16.7%
社外監査役	男	人	3	3	3

※毎年5月にデータ更新を実施

1. ビジネスモデルと当社の強み

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



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

多様な業態による多店舗展開

- 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**
- 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**
- 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**

センターと店舗を拠点とする物流ネットワークの構築

- 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
- 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**

多チャンネル・多ジャンルの仕入

- 店頭、出張、宅配、法人仕入、引越買取、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**

システム開発力とデータ分析力

- 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、迅速に改善する体制を構築**
- 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

「マルチブランド」業態展開	コンセプト・取扱商品	主な出店立地・店舗展開
基幹ブランド	 トレファク	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
	 TreFacStyle	幅広いファッションアイテムを取り扱う ユーズドアパレルルショップ
専門ブランド	 トレファクスポーツ アウトドア	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
	 Use Let <small>ユースレット</small>	お手頃商品を集めた古着アウトレットショップ
	 BRAND COLLECT	ハイブランドやジュエリーなど高価格帯に寄せた 「ラグジュアリーブランド」リユースショップ
	 トレファク マーケット	当社最大級の家具・インテリア・家電の品揃え 郊外大型リユースショップ
グループ会社	 Kindal	ドメスティックブランド・インポートブランドなどの ブランド古着専門ショップ
	  Golf Kids ゴルフキング	ゴルフ用品、ゴルフウェアなどを扱う 専門リユースショップ
	 ピコアール	静岡県地盤の総合リユースショップ
	 KINJURRY	静岡県地盤のブランド・貴金属専門リユースショップ
		<ul style="list-style-type: none"> ・主要道路沿いのロードサイド ・ショッピングセンター内
		<ul style="list-style-type: none"> ・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
		<ul style="list-style-type: none"> ・主要道路沿いのロードサイド
		<ul style="list-style-type: none"> ・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
		<ul style="list-style-type: none"> ・都内中心部（表参道・原宿） ・インバウンド客も多いエリア
		<ul style="list-style-type: none"> ・関東郊外 ・主要道路沿いのロードサイド
		<ul style="list-style-type: none"> ・関東、関西の都市エリア ・ファッション感度の高い地域
		<ul style="list-style-type: none"> ・主要道路沿いのロードサイド ・ショッピングセンター内
		<ul style="list-style-type: none"> ・主要道路沿いのロードサイド
		<ul style="list-style-type: none"> ・主要道路沿いのロードサイド

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

① 査定データ ② 在庫管理 ③ 価格管理 ④ 顧客管理 ⑤ 真贋情報 ⑥ 業績管理

✓ 買取・販売価格
のコントロール

✓ 売れ筋・死に
筋の把握

✓ 過度な値引の
防止

✓ 年代別などの
セグメント分析

✓ 偽造品の
流通防止

✓ 店舗の目標
管理支援

✓ バイヤーの
査定支援

✓ 滞留在庫の
把握と掃き出し

✓ タイムリーな
値下げの実施

✓ マーケティング
への活用

✓ バイヤーの
育成支援

✓ 他店との経営
指標共有



各店舗の売買・在庫
・経営の状況を
リアルタイムに共有

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

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

● 資本効率に関する現状認識と今後の目指す方向

現状認識

- ・株主資本コスト：概ね7.5%
- ・ROE：2024年2月期29.4%→ROEは株主資本コストを大きく超えて推移
(参考) ROEの分解 2024年2月期
当期純利益率6.5% × 総資産回転率2.13 × 財務レバレッジ 2.13
- ・WACC：概ね6.5%
- ・ROIC：2024年2月期18.6%→ROICはWACCを大きく超えて推移

今後の目指す方向

当社では、年間30～40店前後の新規出店を行い、事業成長を目指していくが、新店及び既存店の収益性を高めていくことで、当期純利益率と総資産回転率及び投資対収益の指標であるROICの維持・上昇を目指す

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

● 株価に関する現状認識と今後の目指す方向

現状認識

- ・PER：足元では15～16倍で推移
- ・PBR：足元では4倍前後で推移

今後の目指す方向

- 事業面
収益率（経常利益率など）の上昇と一定水準の成長率（売上高成長率）の維持、営業キャッシュフローの持続的拡大を実現することで、株式市場からの評価を高めていく
- IR
自社の競争優位性と成長性を分かりやすく描き、継続的に株主及び投資家にお伝えしていく
英文開示の日本語との同時開示（サマリー版から着手）に取り組む

3 . 会社概要と当社の歩み

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
社員数	1,034名（正社員のみ、2024年5月末現在）
決算期	2月
創立	1995年5月25日
本社所在地	東京都千代田区神田練塀町3番地
資本金	906百万円（2024年5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
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



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。

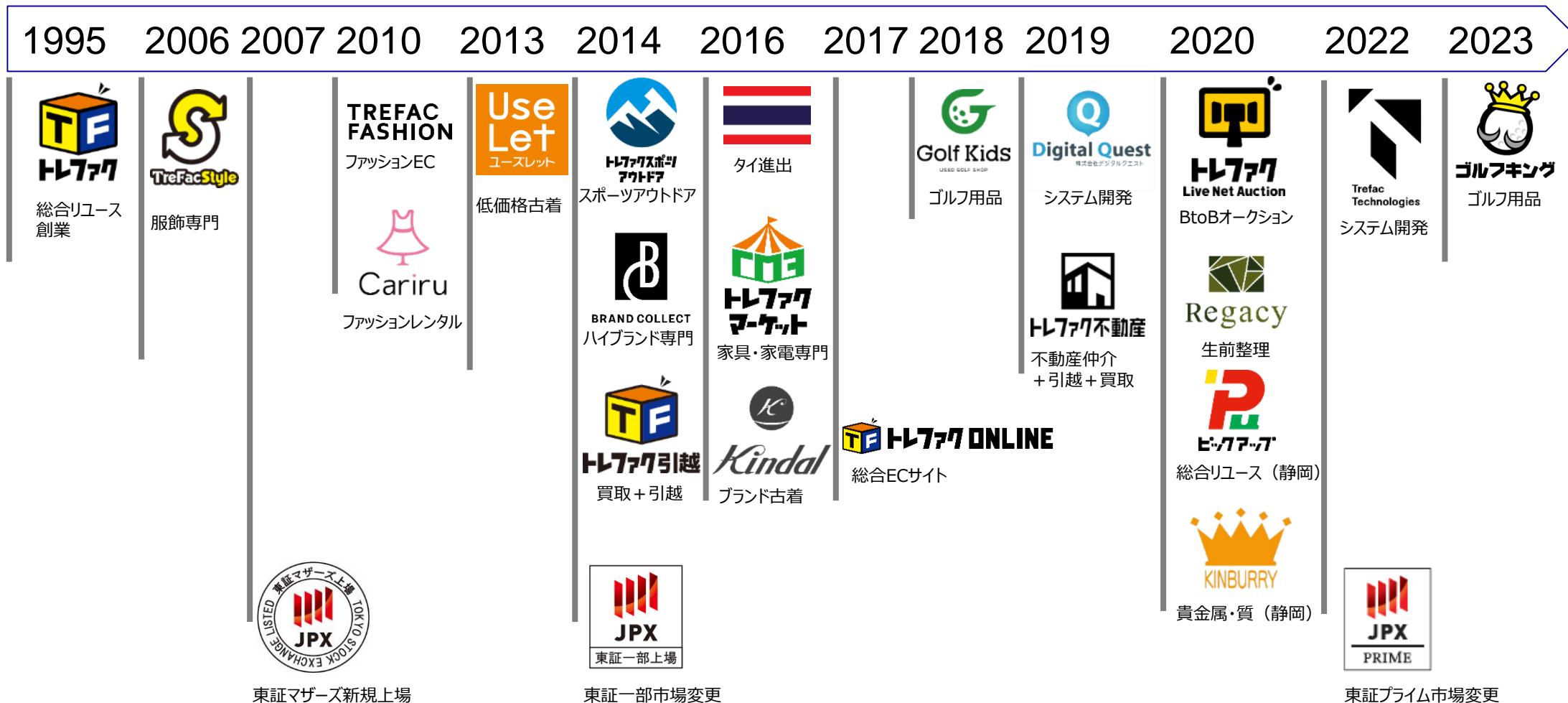
沿革（1/2）1995年～2014年

- 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
- 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 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。
- 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
- 2016年 3月 タイ王国に海外現地法人Treasure Factory (Thailand) Co., Ltd.を設立

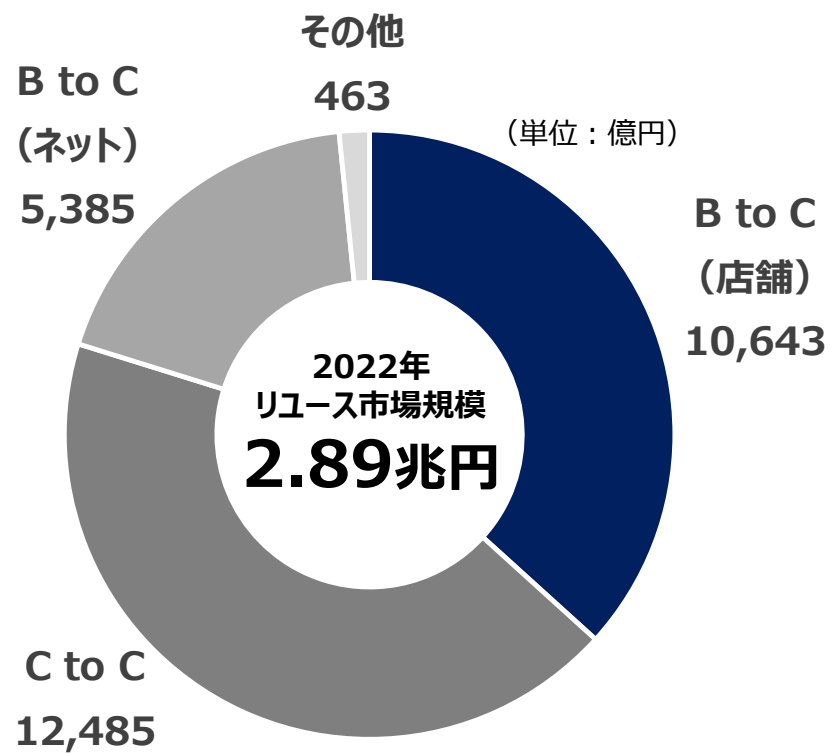
沿革 (2/2) 2016年～2023年

- 2016年 5月 中部エリアに初進出、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 東京都千代田区神田に本社を移転
- 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
- 8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
- 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

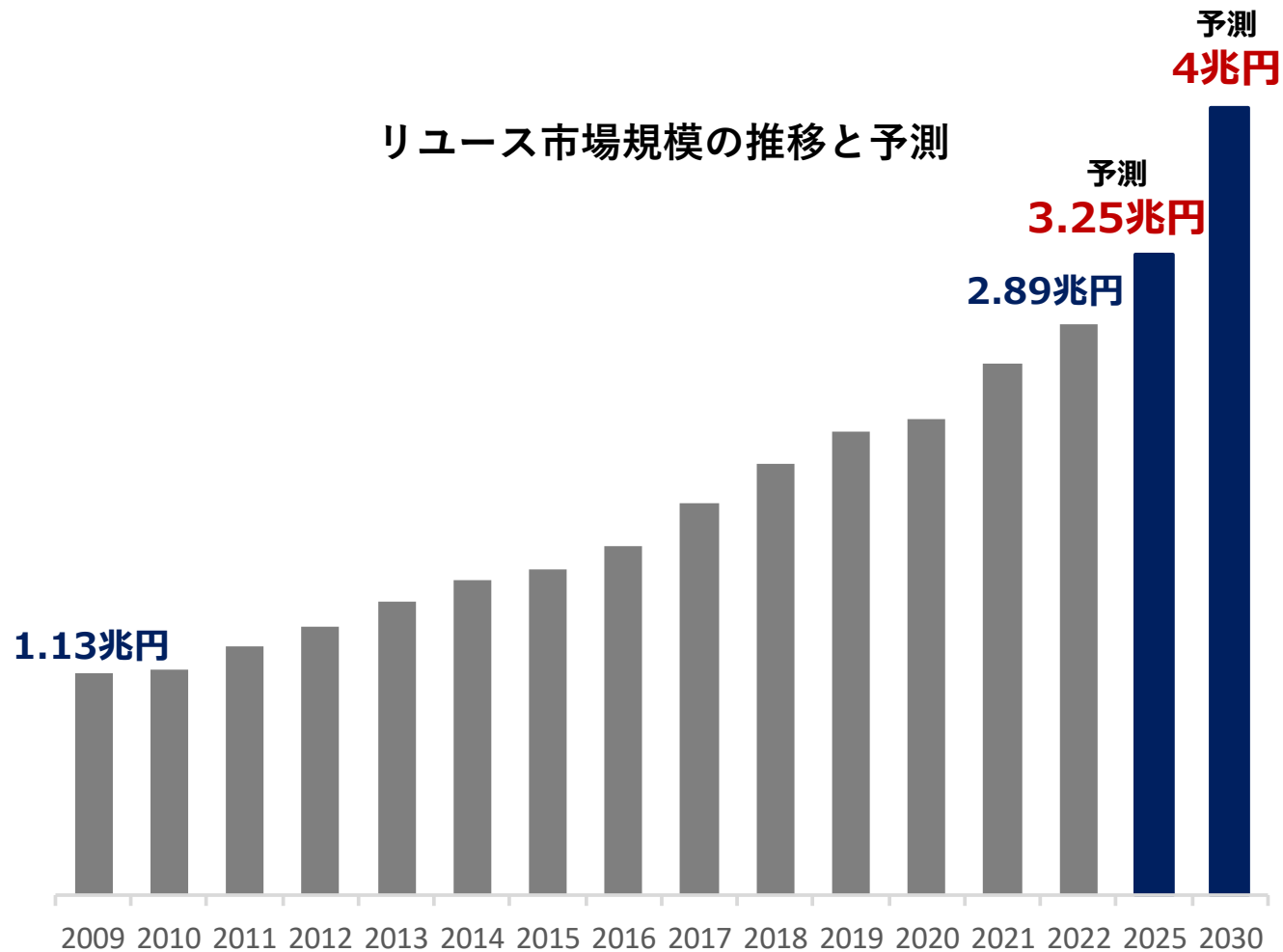
リユース事業を中核に、顧客ニーズに応えながら 新たなサービスを着実に展開、当社独自の事業基盤を構築



リユース市場の動向



リユース市場規模の推移と予測

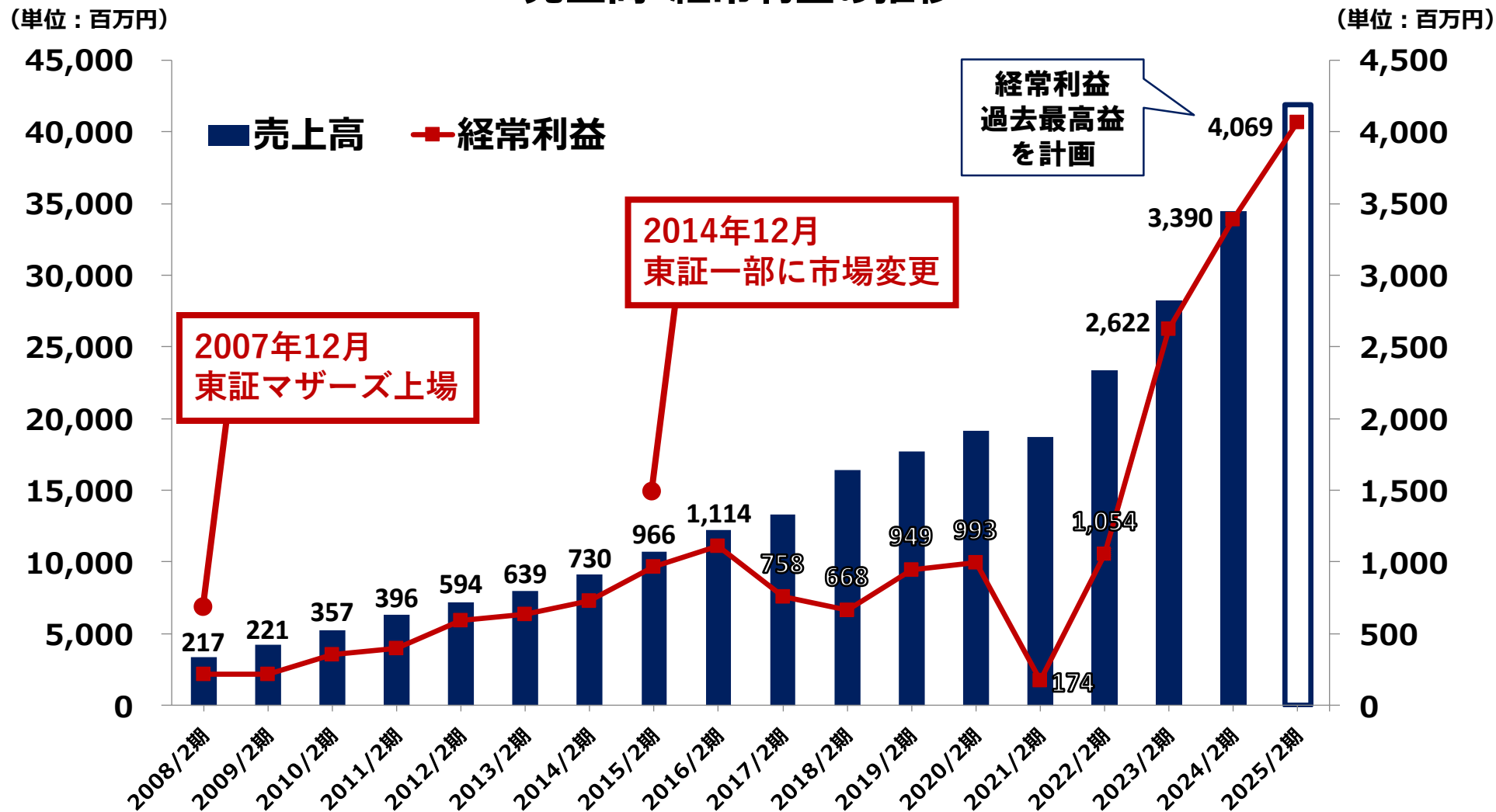


出所：リサイクル通信『リユース市場データブック2023』

売上と経常利益の推移と予想

- 2024年2月期は過去最高益を更新
- 継続的な成長を果たし、2025年2月期も最高益更新を計画

売上高・経常利益の推移



※2017年2月期から連結決算に移行

実店舗 12業態 — ECサイトも展開 —

総合リユース



トレファク

トレジャーファクトリー



ピックアップ

ピックアップ (子会社)

服飾専門リユース



TreFacStyle

トレファクスタイル

低価格帯



ユーズレット

ハイブランド



BRAND COLLECT

ブランドコレクト

高価格帯
ブランド古着



カインドオル
(子会社)

ブランド・貴金属



キンバリー
(子会社)

専門リユース

スポーツアウトドア



トレファクスポーツ
アウトドア

トレファクスポーツアウトドア

家具・家電など
郊外型大型リユース



トレファク
マーケット

トレファクマーケット



Golf Kids

ゴルフキッズ
(子会社)

ゴルフ用品



ゴルフキング

ゴルフキング
(子会社)



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

ゴルファーズプレイス
(子会社)

サービス

引越+買取サービス



不動産買取・仲介



BtoBネットオークション



終活・生前整理サービス













ドレスレンタル



グループ店舗数

グループ店舗数 285店（うち直営251店）

2024年7月末日時点

都道府県	 トレファク	 TreFacStyle	 トレファクアウトドア	 BRAND COLLECT	 Use Let ユースレット	 トレファクマーケット	 Kindal	 ピタパタ	 Golf Kids	 ゴルフキング	都道府県・都市別合計	
関東	東京都	15	37	2	7	4	-	18	-	3	-	86店舗
	神奈川県	11	13	1	-	2	-	-	-	1	-	28店舗
	埼玉県	19	9	3	-	4	1	-	-	-	-	36店舗
	千葉県	11	9	2	-	-	1	-	-	-	-	23店舗
	栃木県	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2店舗
	群馬県	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	4店舗
	茨城県	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3店舗
中部	静岡県	-	-	-	-	-	-	-	13	-	-	13店舗
	愛知県	4	5	-	-	-	-	2	-	1	9	21店舗
北陸	新潟県	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1店舗
近畿	三重県	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1店舗
関西	滋賀県	1	-	-	-	-	-	1	-	2	-	4店舗
	和歌山県	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1店舗
	京都府	1	-	-	-	-	-	3	-	1	-	5店舗
	大阪府	9	11	-	-	-	-	10	-	5	-	35店舗
	兵庫県	2	2	-	-	-	-	3	1	1	-	9店舗
九州	福岡県	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3店舗
東北	福島県	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4店舗
タイ	バンコク	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4店舗
台湾	台湾	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2店舗
業態別合計		93店舗	87店舗	8店舗	7店舗	10店舗	2店舗	39店舗	14店舗	15店舗	10店舗	285店舗

商品ジャンル毎に、新品の販売店に劣らない売り場を構築





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



服飾専門リユース業態 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
ユーズドアパレル業態





ブランド専門業態 ブランドコレクト

ハイブランドを取り揃えたりユース業態
都心向けコンパクトショップとして展開



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
扱う古着のアウトレット業態





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扱う業態



郊外型大型リユース専門業態

トレファクマーケット

電化製品・家具を中心に扱い郊外に展開する大型店舗のリユース業態





ブランド古着専門業態

Kindal カインドオル

ブランド古着に特化したリユースショップ、
大阪、東京の都心を中心に店舗展開

2016年9月に子会社化



中目黒店（直営）



ゴルフ専門業態

Golf Kids **ゴルフキッズ**
USED GOLF SHOP

ゴルフ用品を専門に扱うリユースショップ、
首都圏、関西を中心に展開

2018年3月に子会社化



足立店（直営）

PUP 総合リユース業態
ピックアップ

静岡県に展開する家電・家具・ブランド品・衣類・レジャー・工具などを扱う総合リユースショップ



浜松宮竹店（直営）

KINBERRY ブランド・貴金属専門業態
キンバリー

静岡県に展開する金・プラチナ・ブランド品・時計・金券などを扱うブランド・貴金属専門リユースショップ



浜松高林店（直営）

※ピックアップとキンバリーは2020年10月に子会社化



ゴルフ用品を専門に扱うリユースショップ
愛知県名古屋市を中心に展開

2023年10月にM&Aによる取得



春日井店（直営）

BtoBライブネットオークション



家具、家電など一般家庭用品全般を扱う

オンラインベースのリユース企業間BtoBネットオークション

- 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
- 取引アイテムは、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い
- 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



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

リユース一体型 引越サービス



「引越 + 買取 + 処分」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うため、不用品処分の手間を減らし、引越料金から買取金額を差し引くことで費用も抑えられるサービス
- 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



トレファク引越 4つのメリット

- 1 買取・引越の見積りを同時に行います。
- 2 引越額から買取額分を値引きします。
- 3 買取できない物も処分します。
- 4 買取・処分品は引越直前まで使えます。

家まるごと買取サービス



不動産売買から不用品買取・家財整理・お引越しまで
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
というご要望からできたサービス
- 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、
引越・不用品の買取・処分など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できる

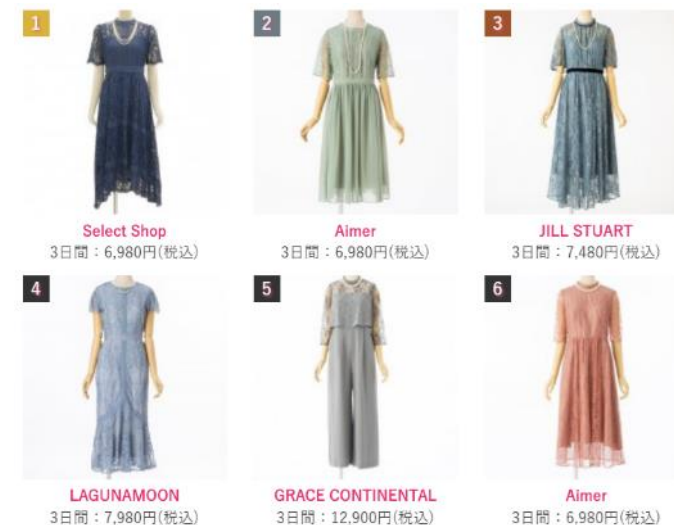


ドレスレンタル



冠婚葬祭で着用する、フォーマルファッション・ ブラック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・アクセサリー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い
- 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



タイ現地法人

Treasure Factory(Thailand) Co., LTD

スクンビット39店 (2016年7月オープン)



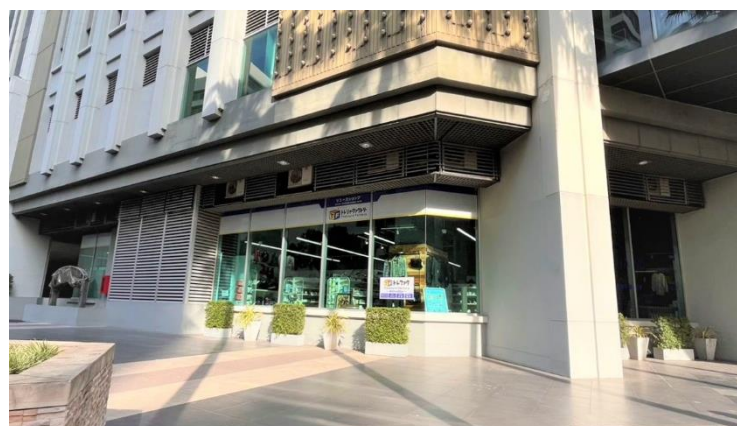
プラカノン店 (2017年11月オープン)



オンヌット比°-プ°ル°ク店 (2019年7月オープン)



ラマ9店 (2023年12月オープン)



台湾現地法人

台灣寶物工廠股份有限公司

新莊幸福店 (2022年12月オープン)



桃園春日店 (2024年1月オープン)



株主優待『トレジャーチケット』

1単元（100株）以上保有の株主様を対象に、2種類のクーポン券を贈呈

- ①お買物割引クーポン
- ②買取金額アップクーポン

①お買物割引クーポン

- 1単元（100株）から4単元（400株）未満保有の株主様は、1,000円分の割引クーポン券
- 4単元（400株）以上保有の株主様は、2,000円分の割引クーポン券



②買取アップクーポン

- 単元数に関わらず、買取金額一律20%Upのクーポン券



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>