

会社名 株式会社トレジャー・ファクトリー  
代表者名 代表取締役社長 野坂 英吾  
(コード番号：3093 東証プライム)  
問合せ先 取締役管理統括 小林 英治  
(TEL. 03-3880-8822)

## 2025年2月期 通期決算 質疑応答集 (2025/4/11更新)

この質疑応答集は、2025年4月9日に発表した2025年2月期 通期決算に対する投資家の皆様からの問い合わせとその回答の抜粋をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っています。

### Q | 現時点で概ね見えている新規出店数のイメージについて教えてください。

前期の下半期から新規出店の準備は順調に進んでいる。

2026年2月期はグループ全体で30~35店の出店を予定しているが、現時点で、新店の候補物件は順調に決まってきたため下限の30店については達成できる見通しは高いと考えている。

### Q | 業界によってはインバウンドの鈍化等も聞こえてきますが、インバウンド販売好調の持続性はどのようにお考えですか？

当社においては、引き続きインバウンドは好調であり、鈍化はしていない。足元で円高が進行しているが、その影響も大きくない。コロナ禍のような訪日観光客の大幅減少が無い限り、インバウンドは堅調に推移すると考えている。

### Q | 現在の在庫水準は十分なのか、継続的な出店を考えるとさらなる積み増しが必要なのでしょうか？また、仕入チャンネルについて、宅配買取と出張買取の伸びの要因はどのように考えていますか？何か御社の取組みはあったのでしょうか？

現在の在庫水準は適正であり、販売の増加に合わせて必要な在庫は確保できている。

今後の新規出店に向けては、在庫の積み上げは必要であるが、そのために前期はセンターの拡張を行う等、先行投資をしてきた。すでに先行投資の効果は現れており、仕入は好調に推移している。

### Q | 今期予想で販管費率が増加する理由は何ですか？

販管費率の増加は、売上総利益率の上昇とセットで考えている。

新規出店のうち、総合業態（トレファク）とトレファクスタイルが大半を占める予定だが、両業態の構成比が高まることにより、連結での商品ミックスが変化し、売上総利益率が上昇し、販管費率が増加すると見込んでいる。

両業態は、グループの中でも比較的売上総利益率が高く販管費率も高い収益構造となっており、その2業態の店舗数が相対的に増えることにより、上記のような利益率の変化を見込んでいる。

**Q | 上半期の営業利益率が低下する要因を教えてください。**

2025年2月期は、第1四半期が非常に好調で、第1四半期決算発表時に通期予想を上方修正した。第2四半期はYoY減益となったが、上半期トータルでは非常に良い結果であった。

2026年2月期の上半期は、特に大きな収益の低下要因となるものは見込んでいないが、非常に好調であった前期に比べると、結果的にやや保守的な見通しとなっている。

**Q | 中期経営計画の前提となるリユース市場の見通し、御社のシェア、インバウンド比率の前提など教えてください。また経常利益率は9%後半での推移となっていますが、もう一段の利益率改善は期待できませんでしょうか？**

リユース市場の見通しは、引き続き需要が拡大傾向であり、2025年の市場予測は3.25兆円である。

当社の事業に関連する市場規模は推計していないが、当社のシェアはまだまだ少ないと認識しており、収益性を維持しながら成長することで、リユース需要の拡大に合わせてシェアを獲得していく方針である。

インバウンド比率についての前提は置いていないが、現時点で大幅な変動は見込んでいない。

経常利益率は、出店ペースを大幅に落とせば出店費用が下がるため改善できるが、収益性と成長性を両立させていくことを目指しているため、9%後半の見通しとしている。

**Q | 2026年2月期の業績予想の前提について教えてください。**

既存店成長率は102%で設定している。

近年のトレンドに対しては保守的に見えるかもしれないが、外部環境が先行き不透明であることや、42ヶ月連続で既存店売上高が前期を上回る成長を続けているため、ハードルが上がっていることを踏まえた設定である。

ただし、先行して仕入・買取面を強化するなど、上振れさせていく準備はできているので、しっかりと結果につなげていく。

売上総利益率は59.9%で設定している。

2025年2月期の59.1%よりも0.8ptの改善を見込んでいる。その反面、販管費率も2025年2月期の49.5%から0.9pt上昇する見通しである。

新規出店の構成として、トレファク業態とトレファクスタイル業態の出店が中心となるため、高単価商材を扱うブランドコレクト・カインドオルの構成比が下がっていく。その結果、商品ミックスが変化し、売上総利益率が上昇し、販管費率が増加すると見込んでいる。

販管費については、従来どおり、事業拡大に伴う変動費の増加・賃上げ等による固定費の増加は見込んでいるが、特に大きな増減は見込んでいない。