



TREASURE FACTORY

株式会社トレジャー・ファクトリー

決算説明資料

2026年2月期 第2四半期累計（2025年3月～2025年8月）

2025年10月9日

決算サマリー

1

2Q累計売上高・営業利益
YoY+10%超の成長

- ・ 売上高**224**億円（YoY**114.5**%）、営業利益**19**億円（YoY**110.0**%）
- ・ 2Q累計で**売上高・営業利益ともに過去最高**を更新

2

単体既存店売上高が
48ヶ月連続前年同月超え

- ・ 既存店の成長率は計画を超えて推移、2Q累計でYoY**104.3**%
- ・ 2021年9月から当決算期まで**48ヶ月連続**で単体既存店売上高が前年同月超え

3

単体既存店売上高
販売件数・販売単価が増加

- ・ 販売件数はYoY**104.8**%、販売単価は同**99.6**%
- ・ 不安定な外部環境のなか、創業30周年記念施策をはじめとした各種施策が奏功

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**18**店舗出店
- ・ 2Q終了時点で年間目標出店数の達成が確定

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

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



連結 | 損益計算書 - PL



売上高・営業利益ともにYoY+10%超の増収増益で着地、下半期も同様の成長を見込む

(百万円)	2025年2月期	2026年2月期	前年同期比較		業績予想比		前期との増減／業績予想との差異要因
	2Q累計実績	2Q累計実績	増減額	増減率	2Q累計予想	達成率	
売上高	19,614	22,453	+2,838	+14.5%	21,528	104.3%	前年同期比：2Q累計の単体既存店成長率104.3% ：前期出店24店+当期出店18店の貢献
売上総利益	11,813	13,464	+1,650	+14.0%	-	-	
売上総利益率	60.2%	60.0%	▲0.2pt	-	-	-	カインドオール好調により高額品の売上構成比が増えた影響 ▲0.2pt
販売費及び一般管理費	10,068	11,545	+1,476	+14.7%	-	-	
営業利益	1,745	1,919	+173	+10.0%	1,830	104.9%	
営業利益率	8.9%	8.5%	▲0.4pt	-	8.5%	-	
経常利益	1,757	1,960	+202	+11.5%	1,839	106.6%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,144	1,238	+93	+8.2%	1,195	103.6%	
1株当たり当期純利益	48.86円	52.84円	+3.98円	+8.1%	51.00円	104.2%	

連結 | 貸借対照表 - BS



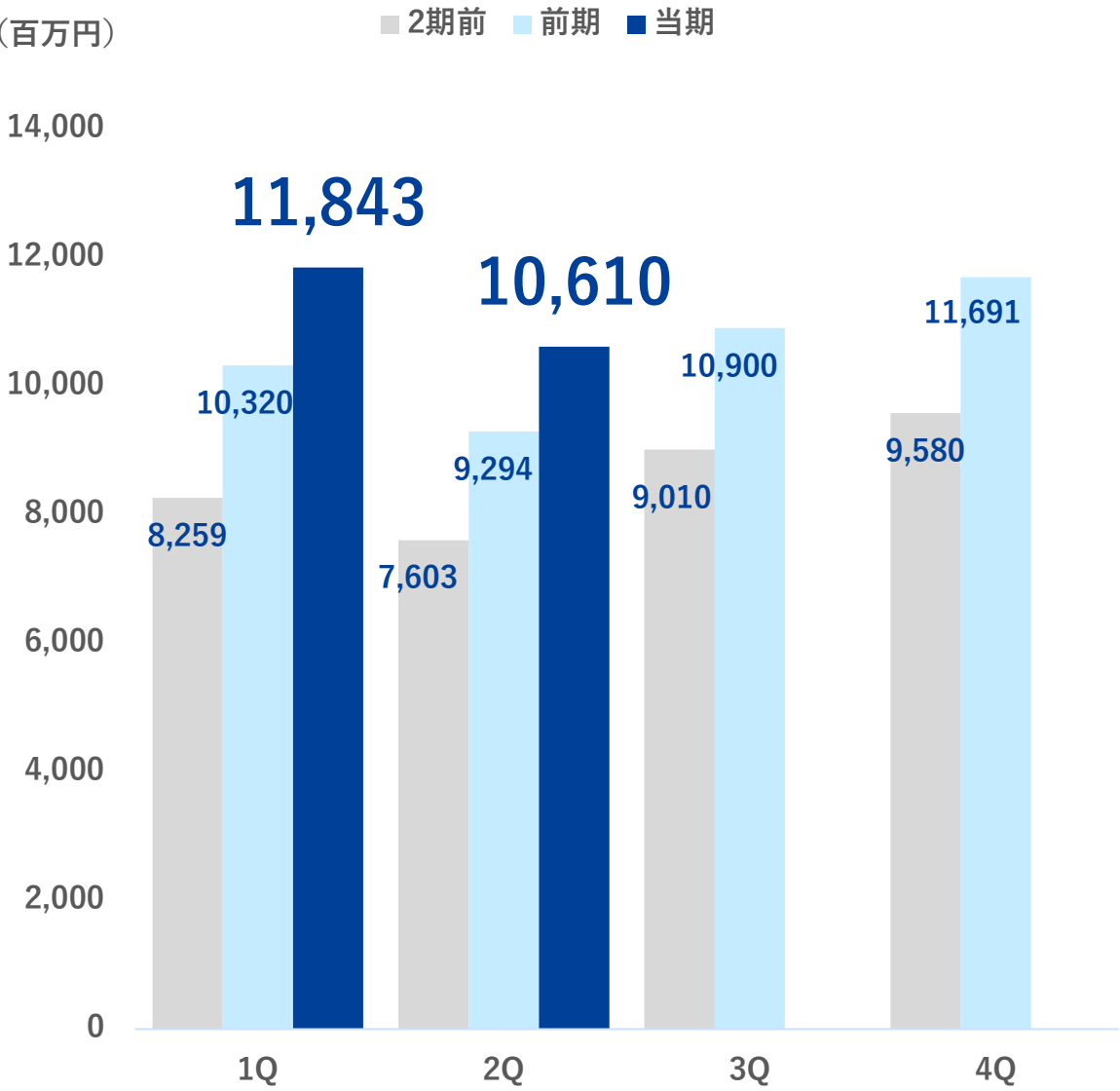
一過性の要因で在庫が増加しているが、下半期の販売需要に対しては適正な水準

(百万円、%は構成比)				
	2025年2月期末	2026年2月期2Q末	増減	増減要因
流動資産	13,274 (63.7%)	14,115 (63.3%)	+841 (▲0.4pt)	創業30周年記念キャンペーン等の各種施策による増加 買取ポイント制度変更に係るクーポンの駆け込み利用による増加 (どちらも当四半期に限る一過性の要因)
うち商品	7,922 (38.0%)	9,117 (40.9%)	+1,195 (+2.9pt)	
固定資産	7,555 (36.3%)	8,185 (36.7%)	+629 (+0.4pt)	
資産合計	20,830 (100.0%)	22,301 (100.0%)	+1,471	
流動負債	7,826 (37.6%)	8,133 (36.5%)	+306 (▲1.1pt)	一過性の要因で増加した在庫については、借入ではなく手元資金で対応 (結果として、流動負債の構成比は増加せず減少)
固定負債	2,500 (12.0%)	2,803 (12.6%)	+303 (+0.6pt)	
純資産	10,502 (50.4%)	11,364 (51.0%)	+861 (+0.6pt)	
負債・純資産合計	20,830 (100.0%)	22,301 (100.0%)	+1,471	
自己資本比率	50.0%	50.4%	+0.4pt	

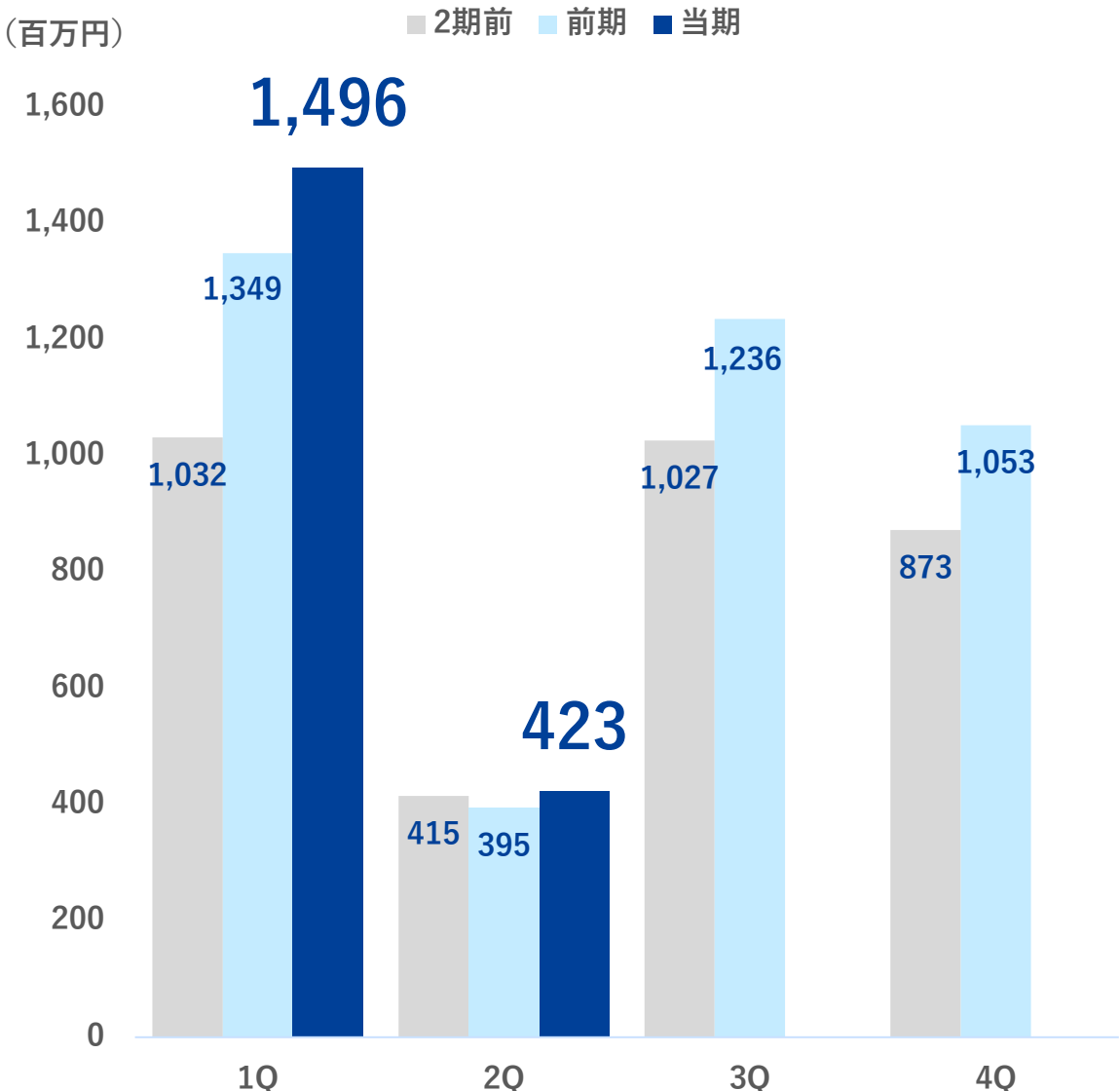
連結 | 四半期業績



売上高



営業利益

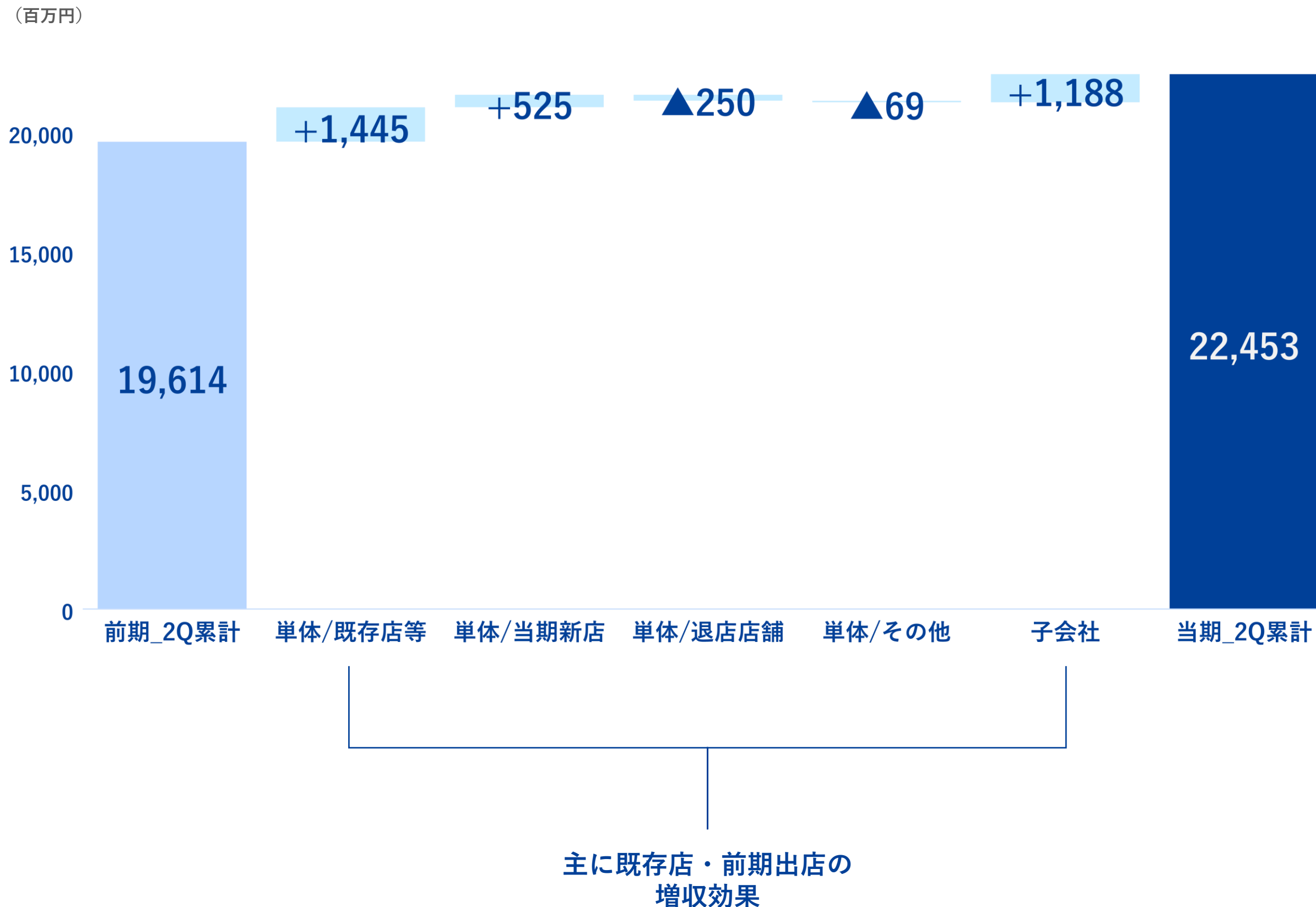


2Q（6-8月）は増収増益で着地

- 前期はセンター拡張移転等の先行投資によりYoY減益となったが、当期は一過性の費用増加は無く、増益で着地
- 商品ミックスの変化による売上総利益率の低下、および新規出店が上半期にやや偏重したことによる販管費比率の微増により、営業利益率は低下

	四半期			2Q累計		
	2025年2月期 2Q	2026年2月期 2Q	前年同期比較	2025年2月期 2Q累計	2026年2月期 2Q累計	前年同期比較
売上高	9,294	10,610	+14.2%	19,614	22,453	+14.5%
営業利益	395	423	+6.9%	1,745	1,919	+10.0%
営業利益率	4.3%	4.0%	▲0.3pt	8.9%	8.5%	▲0.4pt

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

- 増収効果は2Q累計で+2,633百万円（単体/子会社合算）
- 子会社ではカインドオルが特に好調に推移

免税販売も依然として増加中

- 免税売上比率は2Q累計で10.3%（YoY+0.6pt）

好調な新規新店で退店のマイナスを吸収

- 物件の建て替え等の貸主都合により、前期4Qに2店舗、当期1Qに1店舗をやむなく退店
- 新規出店が好調に推移しており、退店による減収影響を吸収できている

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	499	5.0%	122.6%	1,183	5.4%	105.8%
衣料	4,112	41.2%	124.0%	10,436	47.7%	119.5%
服飾雑貨	2,897	29.1%	122.7%	5,015	23.0%	114.4%
電化製品	757	7.6%	117.2%	2,161	9.9%	102.7%
家具	158	1.6%	105.3%	705	3.2%	100.4%
ホビー用品	1,047	10.5%	125.1%	2,085	9.5%	113.0%
その他	502	5.0%	105.9%	277	1.3%	121.5%
総計	9,975	100.0%	121.8%	21,864	100.0%	114.4%

仕入高と販売高のバランス

- 創業30周年記念キャンペーン等の各種施策により仕入は好調、主力の衣料や服飾雑貨などを中心に販売も堅調
- 季節商材や新店在庫の確保のため意図的に仕入を増加させており、増加ペースは販売の先行指標として適正水準

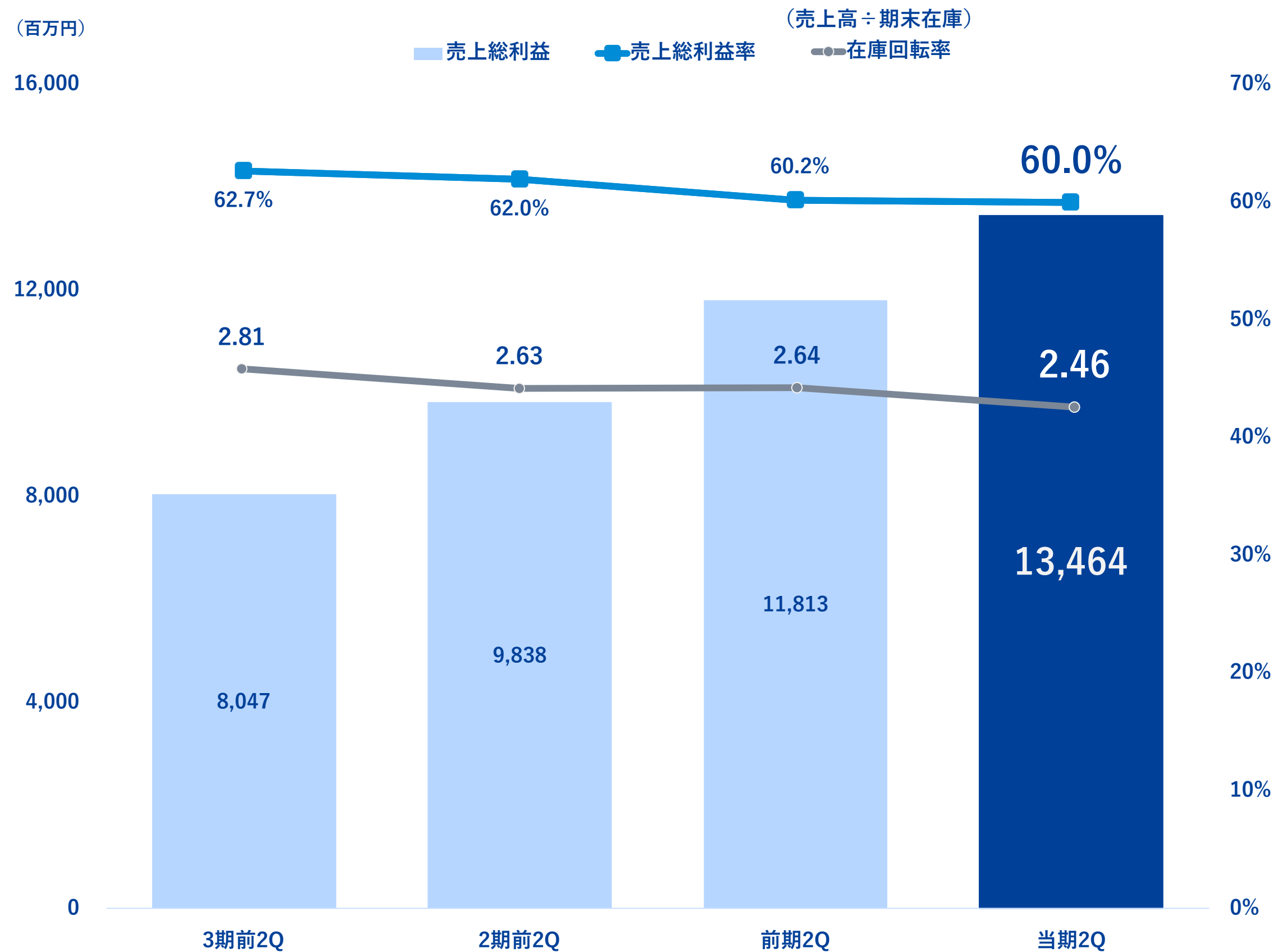
買取ポイント制度変更について

- 景品表示法の運用基準変更への対応のため、7月から買取ポイント制度の変更を実施
- 制度変更に伴う8月末の買取クーポン使用期日に向けて、駆け込み需要により各カテゴリーの仕入が増加（3Qの買取需要の一部が2Qに前倒しされた）
- 足元では、駆け込み需要の反動で一時的な買取減少も見られるが、新たな買取促進施策で回復の見込みは立っている

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



売上伸長により売上総利益額が増加

- 売上総利益率は商品ミックスの変化に伴い変動しているものの、金額ベースでは順当に増加

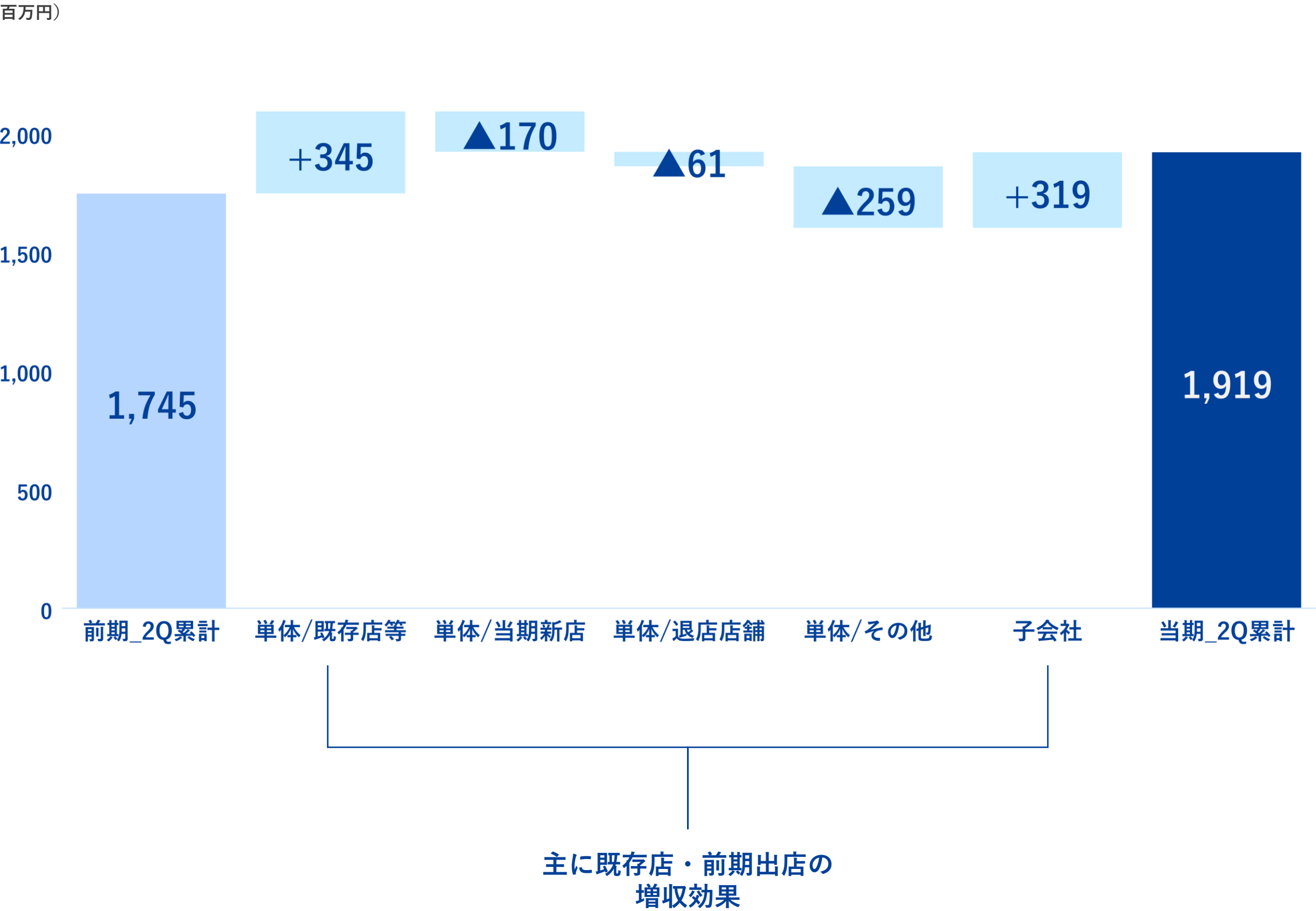
売上総利益率は概ね横ばい

- カインドオール好調による商品ミックスの変化 ▲0.2pt

在庫回転率の低下要因

- 創業30周年記念キャンペーン等の各種施策による在庫増
- 買取ポイント制度変更に係るクーポンの駆け込み利用による在庫増
- いずれも当四半期に限る一過性の要因

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

- 増益効果は2Q累計で+664百万円（単体/子会社合算）
- 商品ミックスの変化による売上総利益率の低下、および新規出店が上半期にやや偏重したことによる販管費比率の微増により、営業利益率は低下
- 退店した3店舗の前年同期の営業利益分 ▲61百万円

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 ▲78百万円
（事業拡大に伴う固定費の増加）
- 3Q以降の新規出店の先行コスト ▲20百万円
（事業拡大に伴う固定費の増加）
- ECや買取強化のための広告宣伝費の増加 ▲17百万円
（販売高・仕入高の増加に伴う変動費の増加）

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



継続的な成長に向けて、固定費の増加は計画どおり

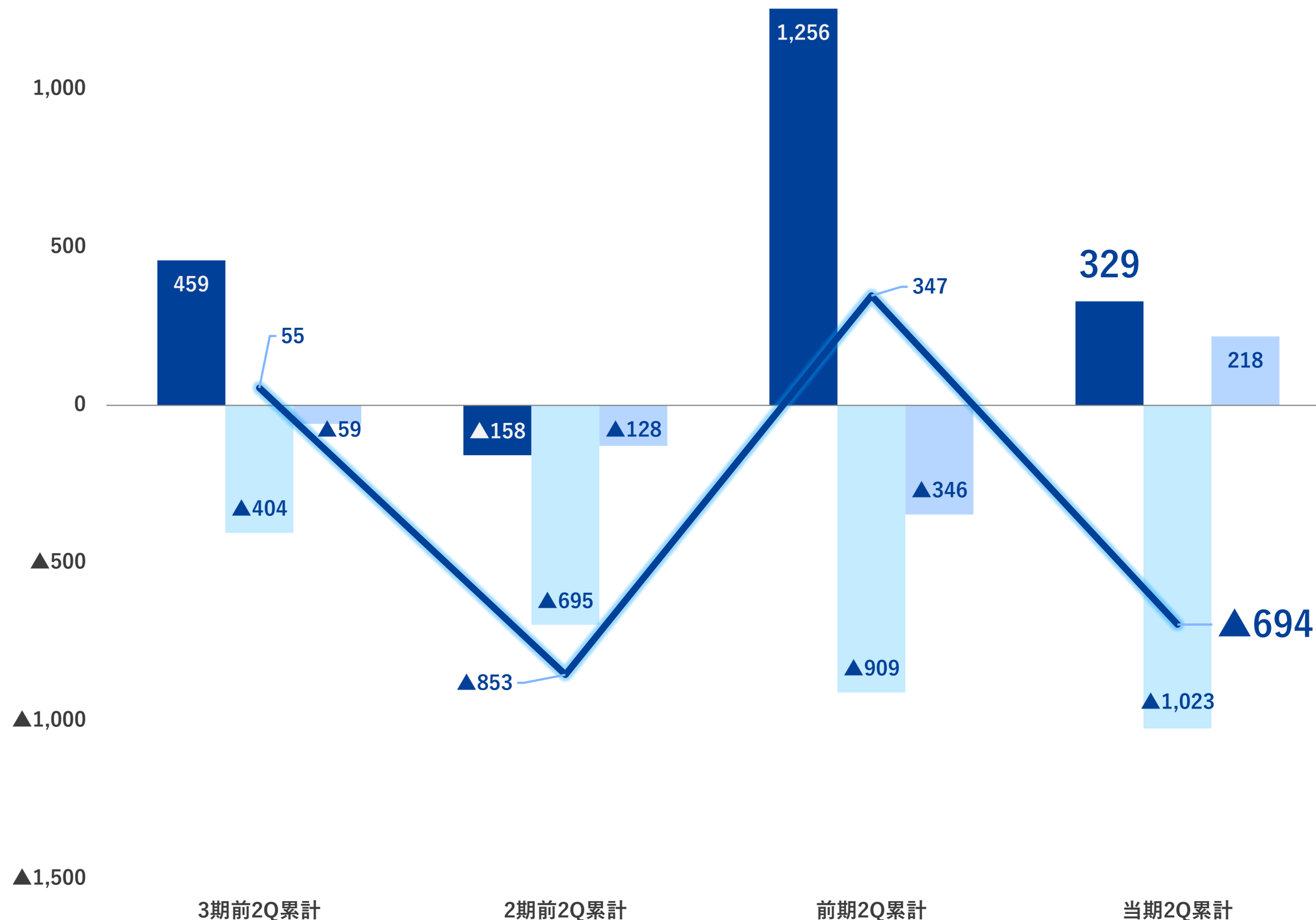
(百万円、%は売上高比率)	2025年2月期 2Q累計	2026年2月期 2Q累計	前年同期比	増減要因
人件費	4,984 (25.4%)	5,793 (25.8%)	116.2% (+0.4pt)	4月に新入社員132名が入社 6月に約5%のベースアップ
賃借料	2,089 (10.7%)	2,409 (10.7%)	115.3% —	新規出店・前期4Qに本社移転
減価償却費	292 (1.5%)	315 (1.4%)	107.7% (▲0.1pt)	新規出店・前期4Qに本社移転
水道光熱費	283 (1.4%)	340 (1.5%)	120.3% (+0.1pt)	新規出店・前期4Qに本社移転
広告宣伝費	250 (1.3%)	308 (1.4%)	123.0% (+0.1pt)	主にECとレンタル事業の販売高の増加 店舗以外の仕入チャネルの仕入高の増加
求人広告費	93 (0.5%)	97 (0.4%)	104.5% (▲0.1pt)	
消耗品費	240 (1.2%)	289 (1.3%)	120.3% (+0.1pt)	新規出店
のれん償却費	23 (0.1%)	23 (0.1%)	100.0% —	
その他	1,809 (9.2%)	1,966 (8.8%)	108.7% (▲0.4pt)	前期は上半期にセンター拡張関連費用を計上
販管費合計	10,068 (51.3%)	11,545 (51.4%)	114.7% (+0.1pt)	

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は一過性の在庫増加により減少

- 前期は、全社的に在庫回転率の向上をテーマとして掲げ、営業CFが大幅増加していた
- 当期は、一過性の在庫増加により営業CFがYoYで減少
- 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

- 営業CFの減少（上記のとおり）
- 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

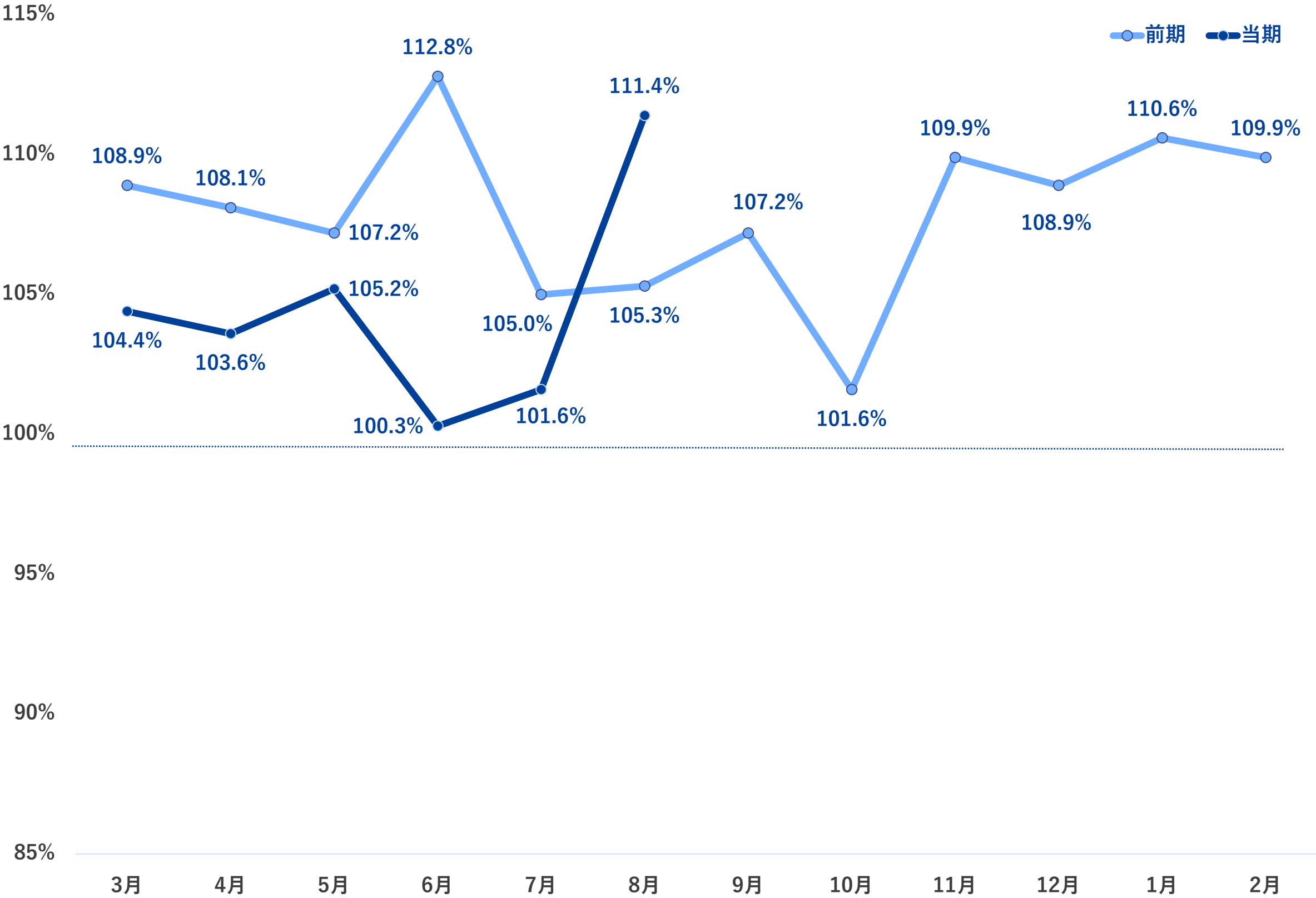
KPIの推移 | サマリー



単体	既存店 - 売上高前年同期比 需要の基調・事業の成長性の指標	2Q累計：104.3% 6月～7月は計画前提（YoY102%）を下回ったものの、8月は大幅に上回り、依然として堅調に推移	前期2Q：107.9%（▲3.6pt）
単体	既存店 - 売上総利益率 事業の収益性の指標	2Q累計：64.9% ※9ページは連結、本項は単体の数値 単体では低単価商材の販売が好調、商品ミックスの変化による粗利率低下も鈍化傾向	前期2Q：65.1%（▲0.2pt）
連結	EC比率 販売機会の最適化の指標	2Q累計：14.4% 店頭販売の増加に合わせてEC販売も増加中	前期2Q：13.7%（+0.7pt）
連結	仕入高前年同期比 売上・出店余力の先行指標	2Q累計：121.8% 店頭買取YoY+20.8%、宅配買取YoY+3.2%、出張買取YoY+17.9%（いずれも単体） 創業30周年記念キャンペーン等の各種施策や買取ポイント制度変更に係るクーポンの駆け込み利用により店頭買取は大幅増加、3Q以降に向けて、季節商材の確保を進めている	前期2Q：119.3%（+2.5pt）
連結	当期新規出店数 増収増益の先行指標	2Q累計：18店 年間出店目標30-35店舗に対し、順調に進捗 3Q以降も3業態複合店をはじめ、各業態で出店を予定	前期2Q：11店（+7店）

KPIの推移 |

(単体) 既存店 - 売上高前年同期比



48ヶ月連続で前年同月超え達成

- 6月～7月は計画前提（YoY102%）を下回ったものの、8月は大幅に上回り、依然として堅調に推移
- 6月は前年ハードルが非常に高いことや、休日日数が1日少ないことなどが影響し、やや鈍化
- 8月は天候が良く、創業30周年記念キャンペーンの開始などが影響し、好調に推移
- 創業30周年記念キャンペーンを始めとした各種施策などにより、販売件数は増加
- 低単価商材の販売促進、及び6月・7月のインバウンドの一時的な鈍化などにより、販売単価は低下

	2Q	2Q累計
売上高 (前期比)	104.2 %	104.3 %
販売件数 (前期比)	106.1 %	104.8 %
販売単価 (前期比)	98.2 %	99.6 %

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 確定分	4Q 確定分	通期 確定分
	トレジャーファクトリー	+5店 ▲1店	+4店	+2店 ▲1店	—	+11店 ▲2店
	トレファクスタイル	+2店	+3店	+4店	+1店	+10店
	トレファク スポーツアウトドア	—	—	+1店	—	+1店
	ユーズレット	—	+1店	+1店	—	+2店
	ブランドコレクト	—	+1店	—	+1店	+2店
	トレファク楽器	—	+1店	—	—	+1店
	カインドオル	+1店	—	—	—	+1店
	ゴルフキング	—	—	+2店	—	+2店
	台湾法人	—	—	—	+1店	+1店
合計		+8店 ▲1店	+10店	+10店 ▲1店	+3店	+31店 ▲2店

年間出店目標数の達成が確定

- 今期の出店目標である30～35店に向けて順調に進捗
31店舗は確定
- 3Q～4Qの出店は現時点で13店が確定
- 人材と在庫の確保状況を踏まえ、来期以降の出店も順次
決まっていく見通し

1Qと3Qの退店理由

- 共に業績好調店であったが、貸主都合による賃貸借契約
終了により退店

補足

- 海外法人は決算期（12月～翌11月）が3か月ズレているが、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
- 最新の店舗網の状況はスライド45のとおり

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

インバウンド向けの施策強化が奏功し、都心店を中心にインバウンド売上がさらに拡大
売上高はYoY+30.2%の34.3億円となり、大幅増収増益



ピックアップジャパン

静岡県地盤のリユース業態

衣類・貴金属などの売上増加や2023年12月の新規出店などの影響で、既存店売上は堅調に推移
売上高はYoY+3.9%の14.4億円となり、増収増益



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YoY+10.1%となった
当期中に2店舗の新規出店を予定



タイ法人

バンコクを中心に展開する総合リユース業態

各店舗で業績が向上、売上高はYoY+38.3%と増収増益
6店舗目の出店に向けて新規物件を調査中



台湾法人

台北近郊を中心に展開するリユース業態

業態モデルの転換により2Q累計の営業利益が黒字で着地、単年度黒字化達成を目指す
当期中に3店舗目の出店を予定

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

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

トレファクスタイル横浜都筑店



2026年2月期

業績予想



2026年2月期は売上高462億円（YoY＋9.6%）、経常利益44億円（同＋8.8%）を計画

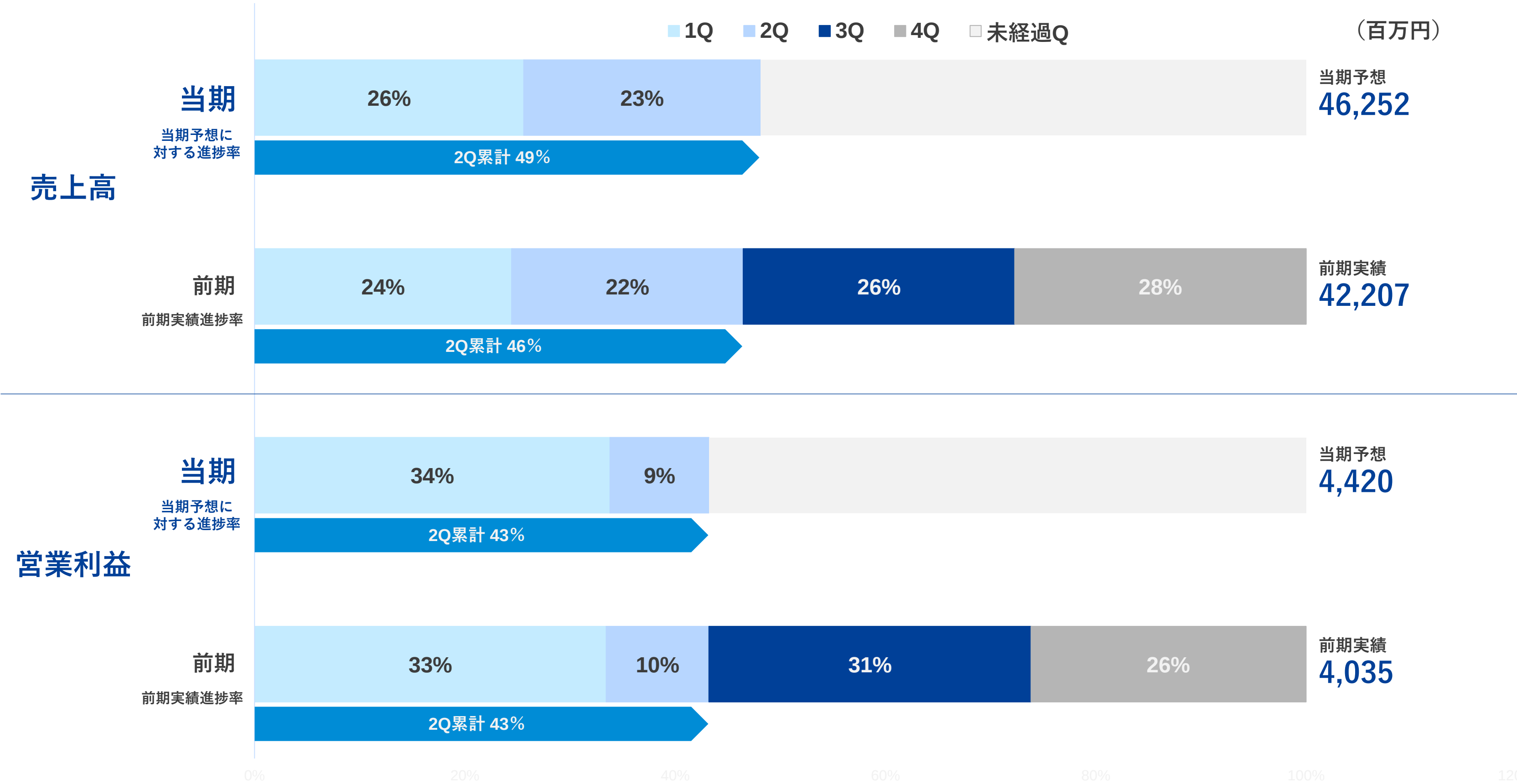
※2025年4月9日の開示から変更なし

	通期予想		増減	前提 / 補足
	2025/2期 実績	2026/2期 予想		
売上高	42,207	46,252	＋9.6%	外部環境の不透明な見通しを前提として、既存店売上成長率（単体）をYoY102%に設定
営業利益	4,035	4,420	＋9.5%	売上総利益率（連結）は59.9%に設定 販管費比率（連結）は50.4%に設定
営業利益率	9.6%	9.6%	—	
経常利益	4,082	4,441	＋8.8%	
経常利益率	9.7%	9.6%	▲0.1pt	
親会社株主に帰属する四半期/当期純利益	2,709	3,008	＋11.0%	
四半期/当期純利益率	6.4%	6.5%	—	
1株当たり 四半期/当期純利益	115.63円	128.37円	＋11.0%	
1株当たり配当金	36.00円	39.00円	＋8.3%	
配当性向	31.1%	30.4%	—	

通期目標に対する進捗率



売上高・営業利益ともに、前期と同様の進捗率で推移（前期は通期実績に対する進捗率）



配当予想



配当予想

(1株当たり)

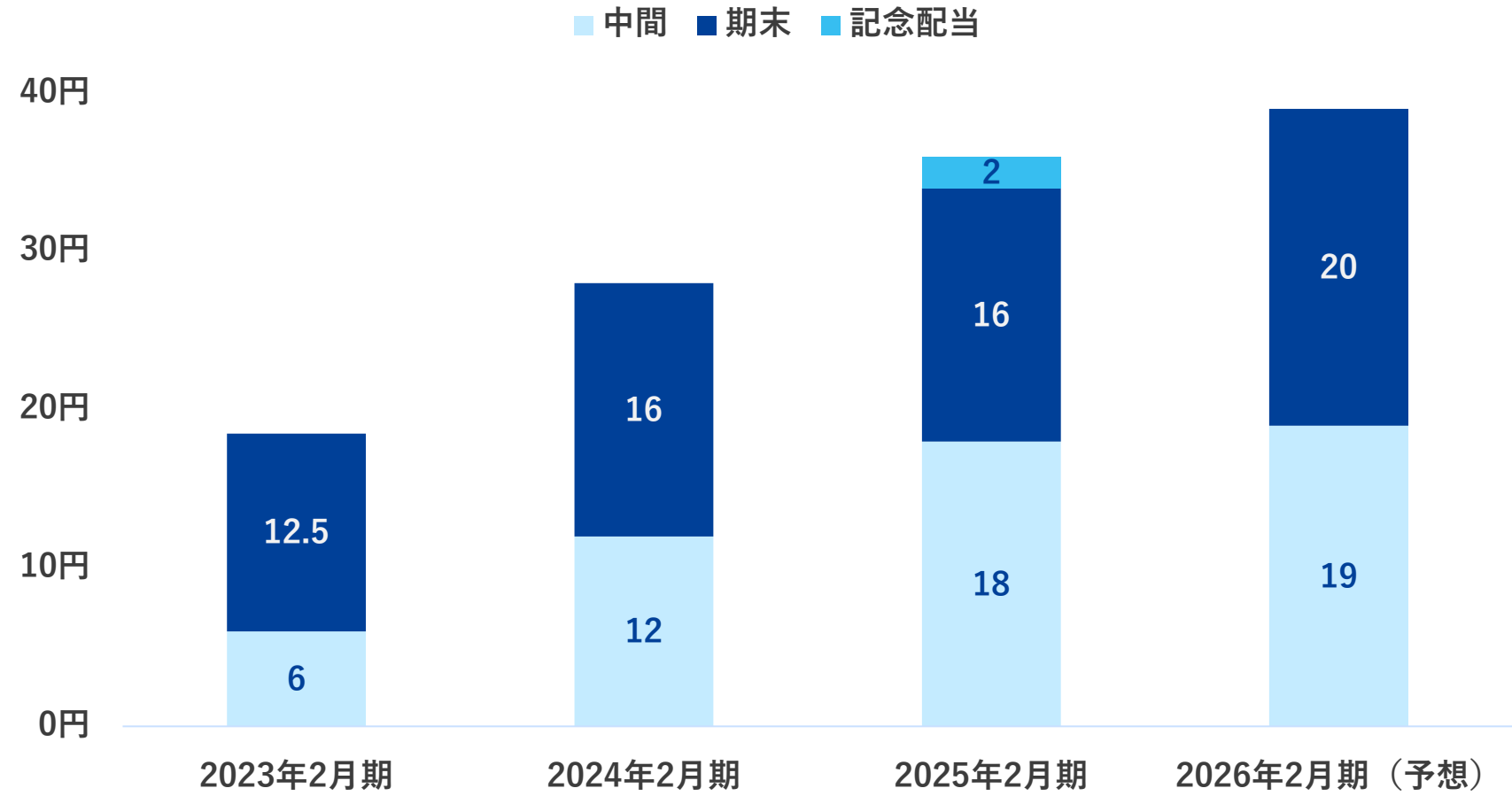
	2025/2期	2026/2期	前年比
中間	(実績) 18 円	19 円	+ 1 円
期末	16 円	20 円	+ 4 円
創業30周年記念	2 円	—	—
年間合計	36 円	39 円	+ 3 円
配当性向	31.1 %	30.4 %	▲ 0.7 pt

2026年2月期は3円の増配予定

- 2025年2月期は創業30周年記念配当を実施
- 記念配当を含んだ配当額から3円の増配予定
(記念配当を除くと5円の増配)
- 配当予想は今後の業績動向に応じて適宜見直しを検討

直近4期の推移

(分割調整後)



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

2026年2月期の取り組み | アメリカ進出について（8/13発表）



タイ・台湾に続く新たな海外進出先としてアメリカを選定

3か年の中期計画にとどまらず、10年単位での長期的な成長を見据えた種まきとして海外展開を行っていく

2017/2期

2018/2期

2019/2期

2020/2期

2021/2期

2022/2期

2023/2期

2024/2期

2025/2期

2026/2期
(当期)

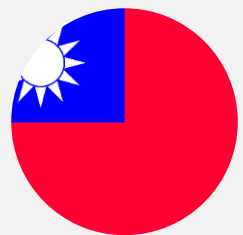
2027/2期



タイ

2016年7月 1号店オープン

コロナ禍により減速

6期目でタイ事業として
単年度黒字を達成8期目でタイ事業として
累積黒字を達成現在5店舗体制
確立した収益モデルで
多店舗化を推進していくフェーズ

台湾

2022年12月 1号店オープン

現在2店舗体制
実質3期目で台湾事業として単年度黒字達成の見込み
タイ同様、利益を創出しながら多店舗化を図るフェーズ

アメリカ

来期の上半期に1号店オープンを目指す
先行2地域のノウハウを活かし、早期の多店舗化を図るその他
地域長期的に海外事業の構成比を高めていくため
新地域への進出準備も進めていく

2026年2月期の取り組み | 台湾のスタイル業態での出店



台湾3号店として海外初となるスタイル業態（ファッション専門）での出店を計画
各地域のニーズを分析し、適切な業態展開で海外事業の拡大を図る

複数業態の展開

台湾のニーズを鑑み、ファッション専門業態の展開を決断

- ・ファッションアイテムの売買ニーズが高い
- ・小規模な物件が多く、ファッション専門業態の出店に向いている

新店の立ち上がりスピードを速め、多店舗展開を推進する



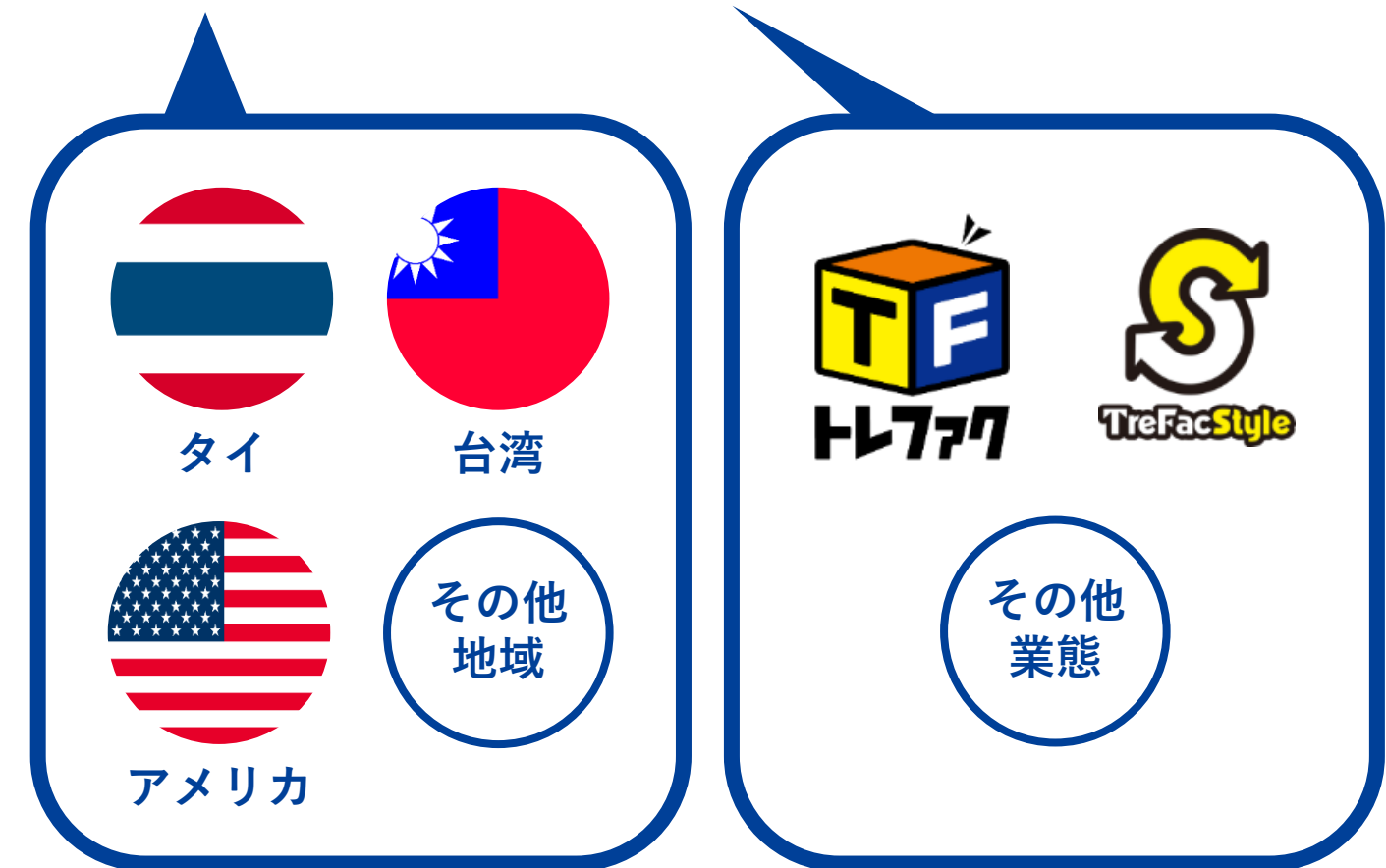
既存業態（総合業態）



新業態（ファッション専門業態）

他地域への展開

複数地域 × 複数業態 = 海外事業拡大



台湾を皮切りに、他の海外地域においても複数業態の展開を目指す

2026年2月期の取り組み | M&Aについて（10/9発表）



レンタル事業の収益拡大シナリオとして、無人店舗型のドレスレンタルサービス「Empty Dressy」を譲受
無人店舗のモデル設計・運用ノウハウを早期に構築し、リユース事業における新業態を開発していく

レンタル事業の成長イメージ



無人店舗型

事業モデルを磨き込み、
多店舗化・多商材化を図っていく



EC型

商材を拡張して事業拡大を図っていく
(ドレス・ブラックフォーマル・その他)

本件M&A

リユース事業での無人店舗開発

多様なリユース業態 × 無人店舗 = 新業態



無人店舗モデルを転用し、リユース事業での新業態開発を進める

2026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（2025年2月末アプリ会員数248万人）
- インフレも背景にした販売単価の上昇
- ハイブランド業態（ブランドコレクト・カインドオル）を中心にしたインバウンド売上の拡大

海外

- タイ（現在5店）・台湾（現在2店）それぞれで年間1～2店ペースで出店を継続
- **新たな海外地域としてアメリカを選定、来期2027年2月期上半期中の出店を目指す**

新規出店

- グループで年間30～35店を目標とする（前期実績24店）
既存地域（一都三県・北関東・関西・愛知・福岡） + 新規地域

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

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**

目次

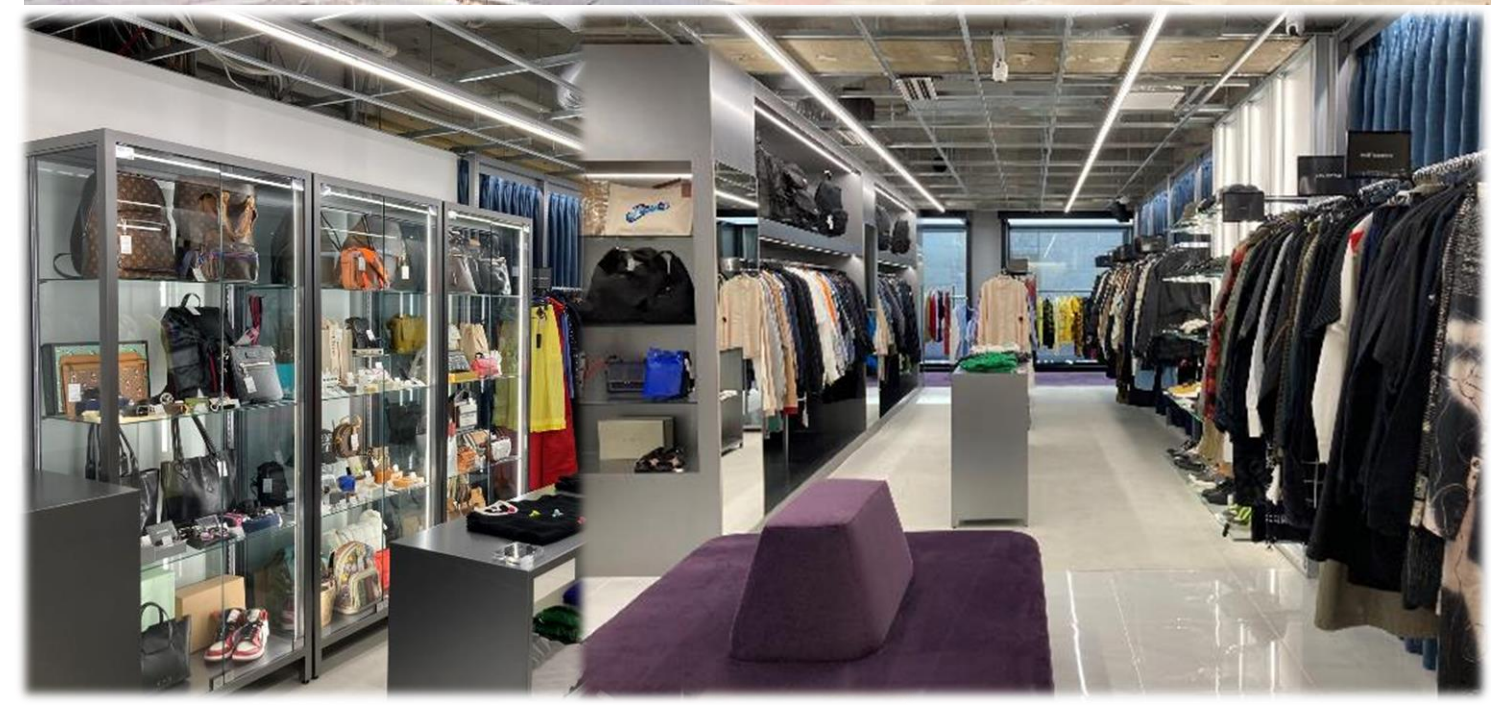
1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

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



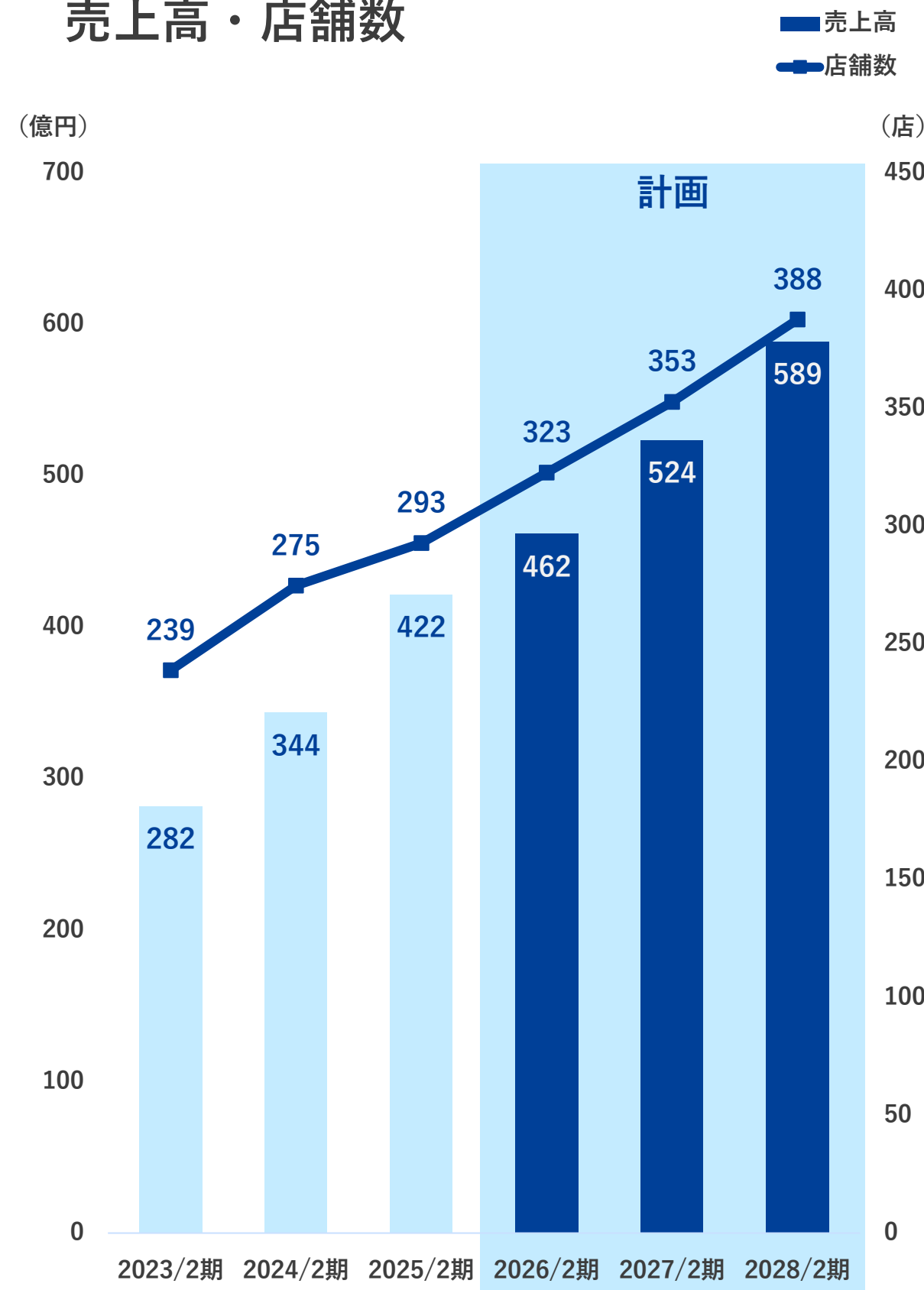
カインドオル銀座店



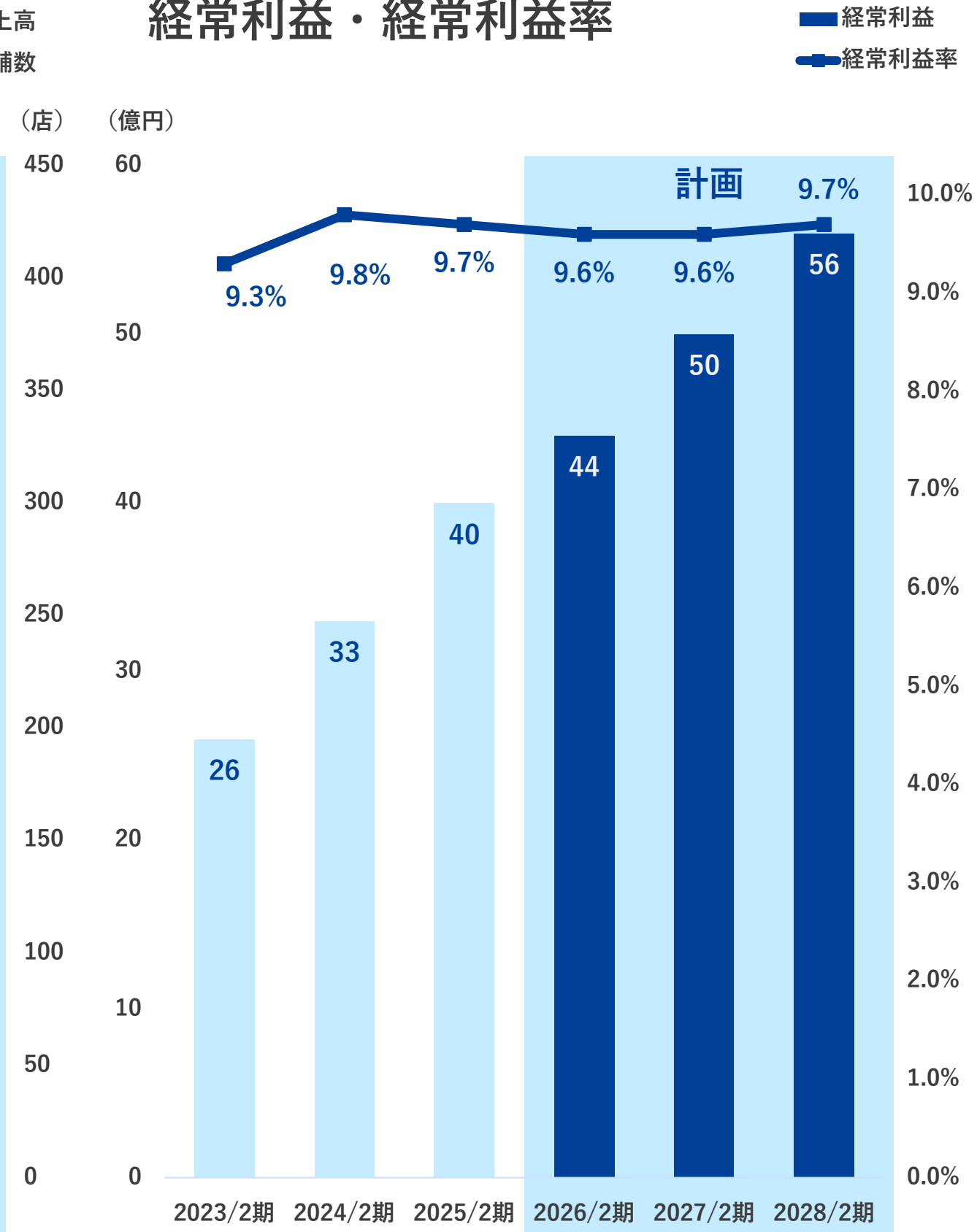
中期経営計画サマリー



売上高・店舗数



経常利益・経常利益率



中期経営計画を刷新

- ローリング方式により毎年4月に更新
- 今後も業績に応じて適宜見直しを検討

直近3期連続で売上高YoY20%以上

- 経常利益率は10%に迫る水準で推移

計画最終年度（2028年2月期）

- 売上高：589億円、経常利益：56億円を見込む

近年の成長要因



外的要因

物価高に伴うリユース品の需要増加

インバウンド需要

サステナビリティへの関心の高まり

内的要因（当社施策）

取り扱いカテゴリーの拡大

スポーツ・アウトドア・楽器などホビーカテゴリーの取り扱いを拡大

高単価商材の拡大

ラグジュアリーブランドをはじめ、各ジャンルにおいて高単価商材の取り扱いを拡大

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



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
既存店売上高が**48か月連続で前年同月越え**という形で結実し、持続的な成長につながっている

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・ECともに買取・販売の拠点となっている店舗を、連結で年間 30～40店のペースで、関東/関西/東海/九州などを中心に出店し、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、相乗効果・補完関係のあるリユース周辺事業や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

タイ/台湾事業は、事業体制の整備と収益改善を進めながら、新規出店を行う。
2025年8月13日にアメリカ進出を発表。

※4地域目の進出に向けても準備を進行する

4

M&Aによる成長

相乗効果・補完関係のあるM&Aを積極的に実行し、成長を加速する。
2025年10月9日にM&A（Empty Dressy事業の譲受）を発表。

5

DX投資による成長

グループ全体のシステム開発力を活用し、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により、収益を伸ばす。

中期経営計画・配当の見通し（2026年2月期～2028年2月期）



	2025年 2月期	2026年 2月期	2027年 2月期	2028年 2月期	CAGR (年平均成長率)
年間出店数	26店	30～35店	30～35店	35～40店	—
売上高	422億円	462億円	524億円	589億円	11.76%
経常利益	40.8億円	44.4億円	50.5億円	56.9億円	11.73%
経常利益率	9.7%	9.6%	9.6%	9.7%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	27.0億円	30.0億円	34.2億円	38.5億円	12.56%
1株当たり 当期純利益	115.6円	128.3円	146.1円	164.6円	12.50%
1株当たり 配当金	36.0円	39.0円	44.0円	50.0円	—
配当性向	31.1%	30.4%	30.1%	30.4%	—

※2025年4月9日の開示から変更なし

計画最終年度（2028年2月期）

- 売上高：589億円、経常利益：56億円を見込む

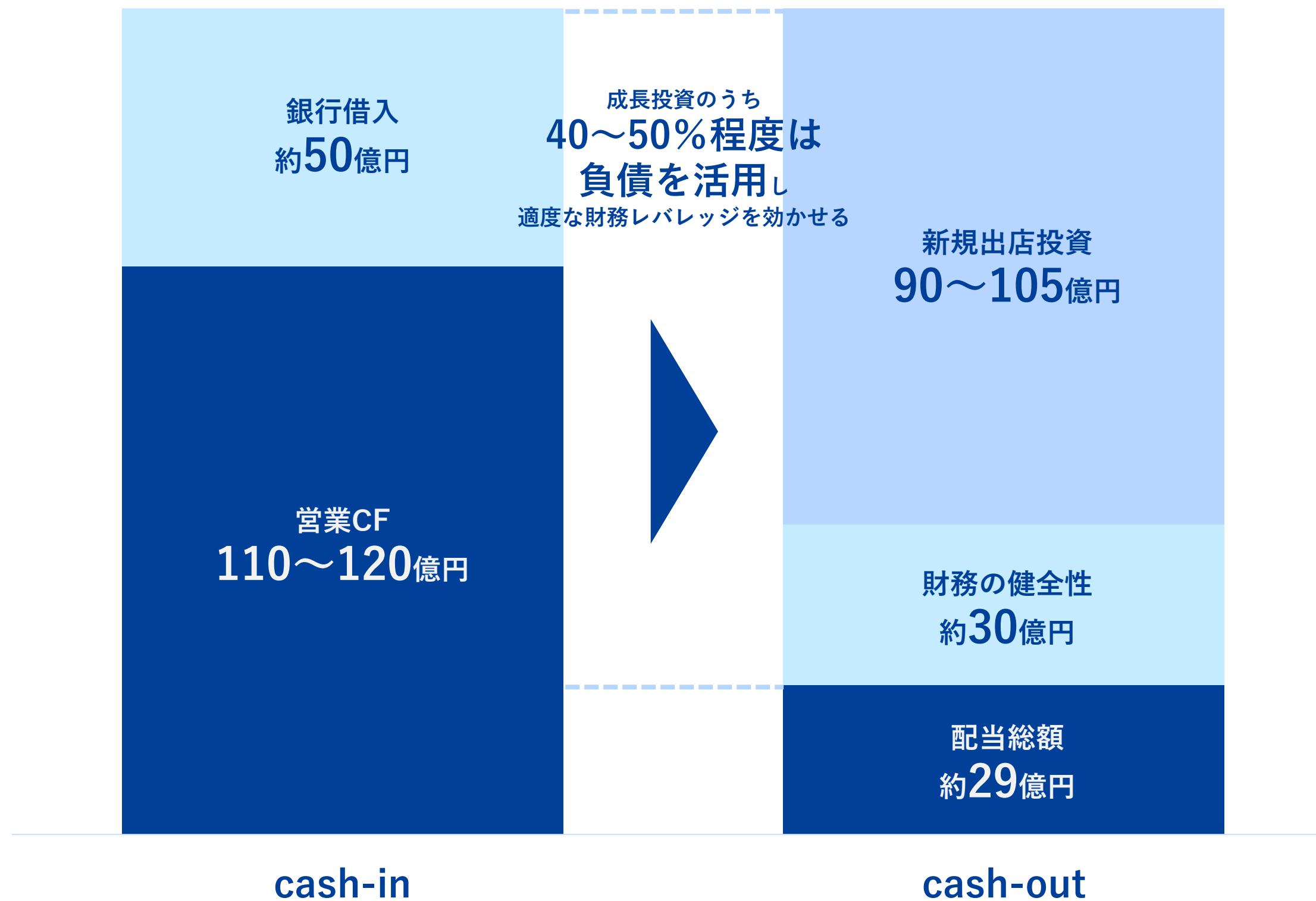
配当性向

- 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 2026年2月期～2028年2月期 | 3年累計



資金計画 (cash-in)

- ①営業CF予測 : 約33～40億円/年
: 約**110～120**億円/3年累計
- ②銀行借入 : 約**50**億円
- ① + ② : 約**160～170**億円

投資配分計画 (cash-out)

- ③新規出店投資 : 約30～35億円/年
: 約**90～105**億円/3年累計
- 新店の店舗設備や敷金等への投資
- ④財務の健全性 : 約**30**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**29**億/3年累計
- 自己株式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予定
- ③ + ④ + ⑤ : 約**150～165**億円

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

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



サステナビリティ基本方針・基礎データ



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）

※毎年5月にデータ更新

単位			2023	2024	2025
CO2排出量	Scope1	t-CO2	184	235	273
	Scope2	t-CO2	5,399	5,484	6,705
	合計	t-CO2	5,583	5,719	6,705
CO2排出量原単位	売上高百万円当たり	t-CO2/百万円	0.253	0.217	0.222

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	2023/2期	2024/2期	2025/2期
リユース事業による CO2排出量減貢献量	家電4品目	t	14,658	17,719	18,058
	衣料品	t	19,163	22,134	24,746
	家具	t	3,091	3,114	3,038
	主要カテゴリ小計	t	36,912	42,967	45,842

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品目及び家具は環境省「平成22年度 使用済製品等リユース促進研究会報告書」から算出。
注2：衣料品は環境省「3R見える化ツール」から算出。

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

	2023/2期	2024/2期	2025/2期
新卒採用数	89人	115人	107人
中途採用数	41人	113人	126人
採用数合計	130人	228人	233人
社員数	776人	902人	1,009人
パート・アルバイト数	2,083人	2,403人	2,953人
従業員数合計	2,859人	3,305人	3,962人
女性社員数	128人	155人	184人
女性パート・アルバイト数	1,274人	1,452人	1,725人
女性従業員数合計	1,402人	1,607人	1,909人
女性社員比率	16.5%	17.2%	18.2%
女性パート・アルバイト比率	61.2%	60.4%	58.4%
女性従業員数比率	49.0%	48.6%	48.2%
社内研修回数	167回	175回	176回
有給取得率	66.6%	65.9%	64.0%
育休取得人数	24人	22人	23人

Governance - ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化

		2023/2期	2024/2期	2025/2期
社内取締役	男	4人	4人	4人
社外取締役	男	1人	1人	1人
	女	1人	1人	1人
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	3人	3人	3人

目次

1. 決算概要
2. 業績予想・配当予想
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ

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

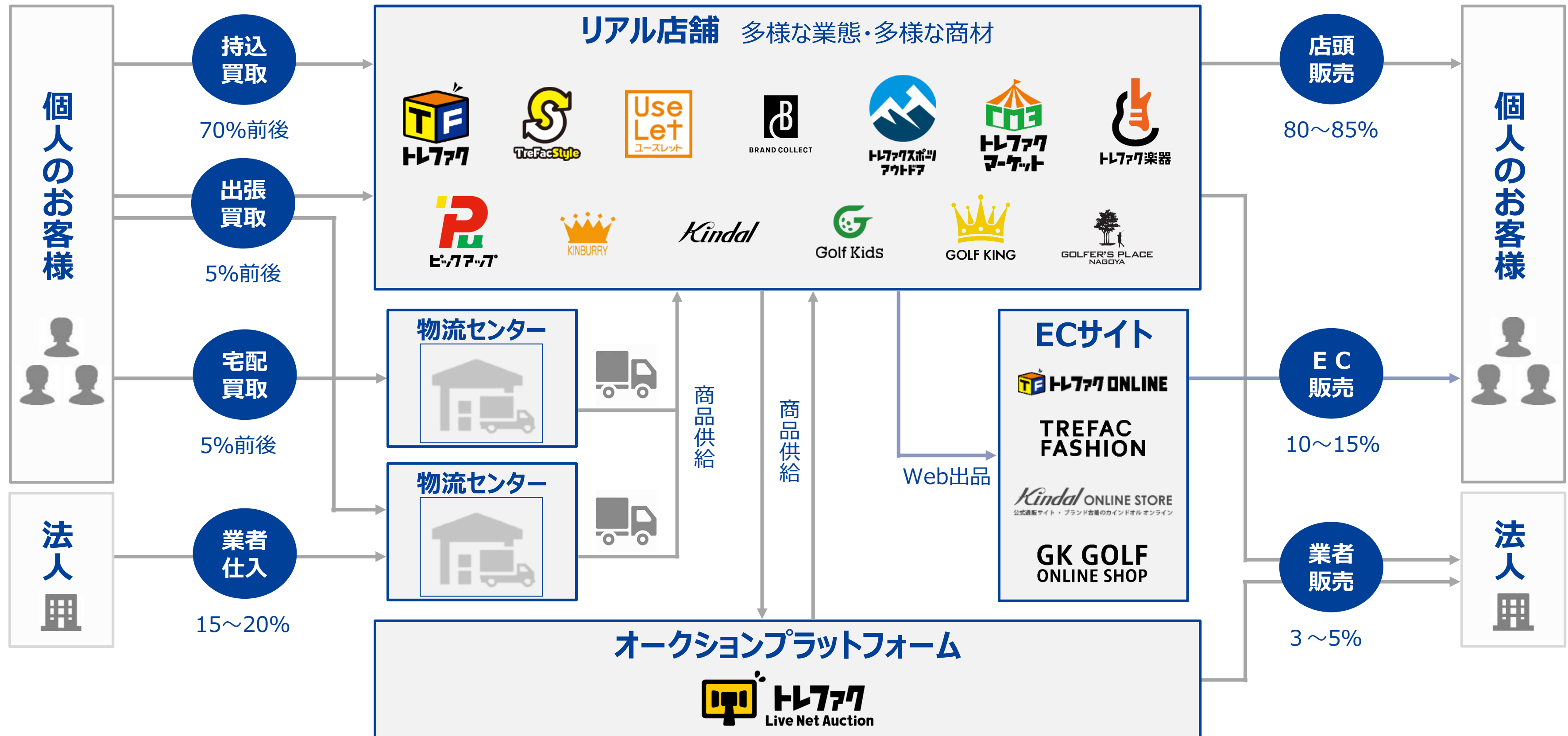
ブランドコレクト表参道1号店



ビジネスモデル

多チャンネル・多ジャンルの仕入

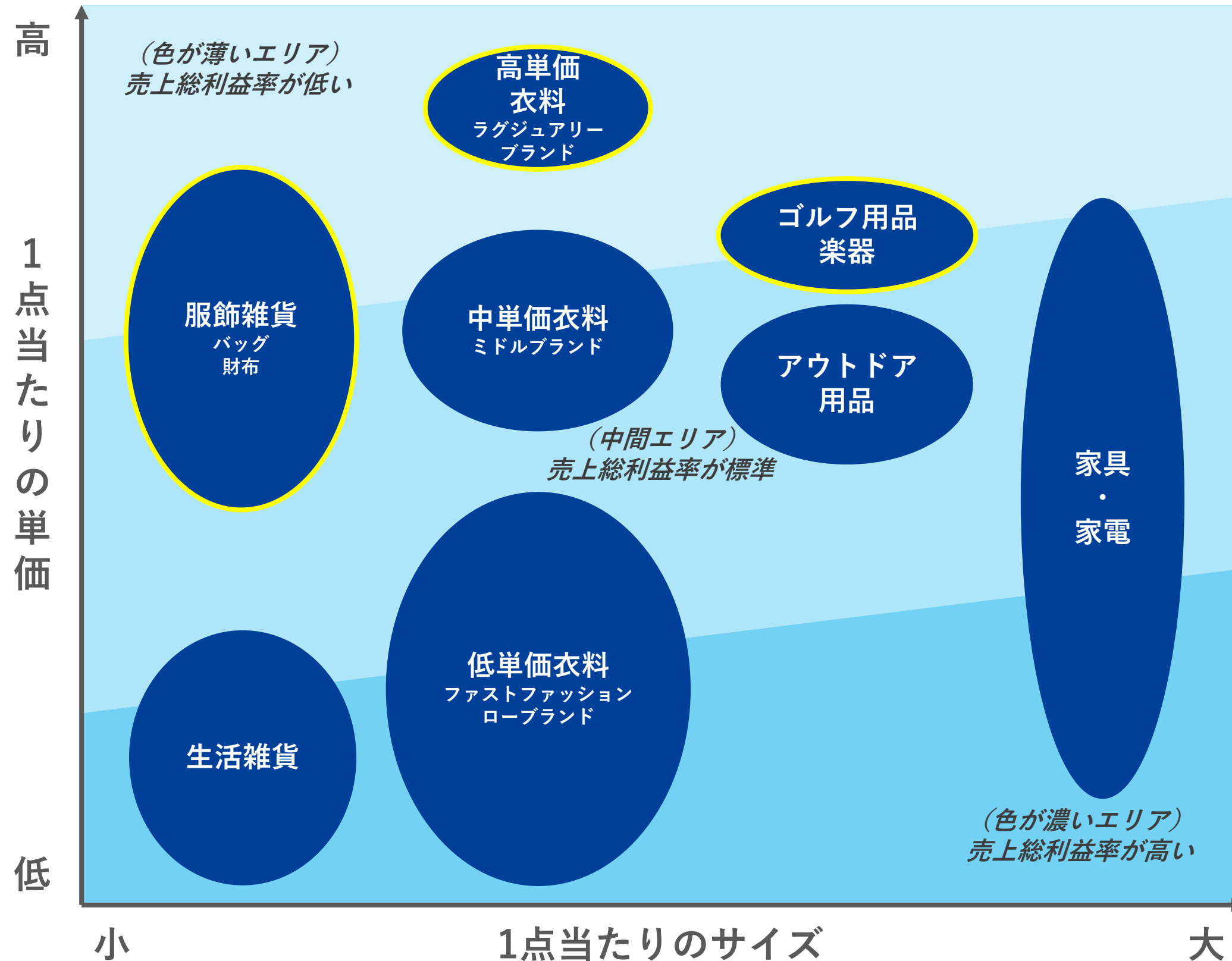
多様な業態による多店舗展開



損益構造と商品ミックスの関係

円の大きさ：当社の取扱い構成比（イメージ）

黄枠は近年構成比が高まっている商材



リユース品の原価の特徴

- 単価が高い商材
 - 資産性があるため、相場（市場価格）が形成される
 - 複数チャンネルで比較され、価格が競り上がる傾向あり
- 単価が低い商材
 - 査定価格よりも、まとめて引き取りへのニーズが強い
 - 原価は低い、効率的に取扱量を増やし収益貢献
- サイズが小さい商材
 - 取り扱い効率がよく、固定費が相対的に低くなる
 - 低い固定費に起因して販管費率改善に寄与
- サイズが大きい商材
 - 取り扱い効率が低く、固定費が相対的に高くなる
 - 高い固定費に起因して販管費負担が重くなる傾向

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

1

多様な業態による多店舗展開

- ① 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が可能
- ② 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
- ③ 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

2

多チャネル・多ジャンルの仕入

- ① 店頭買取、出張買取、宅配買取、引越買取、法人仕入、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

3

物流ネットワークの構築

- ① 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
- ② 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

4

システム開発力とデータ分析力

- ① 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することで、迅速に改善する体制を構築
- ② 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



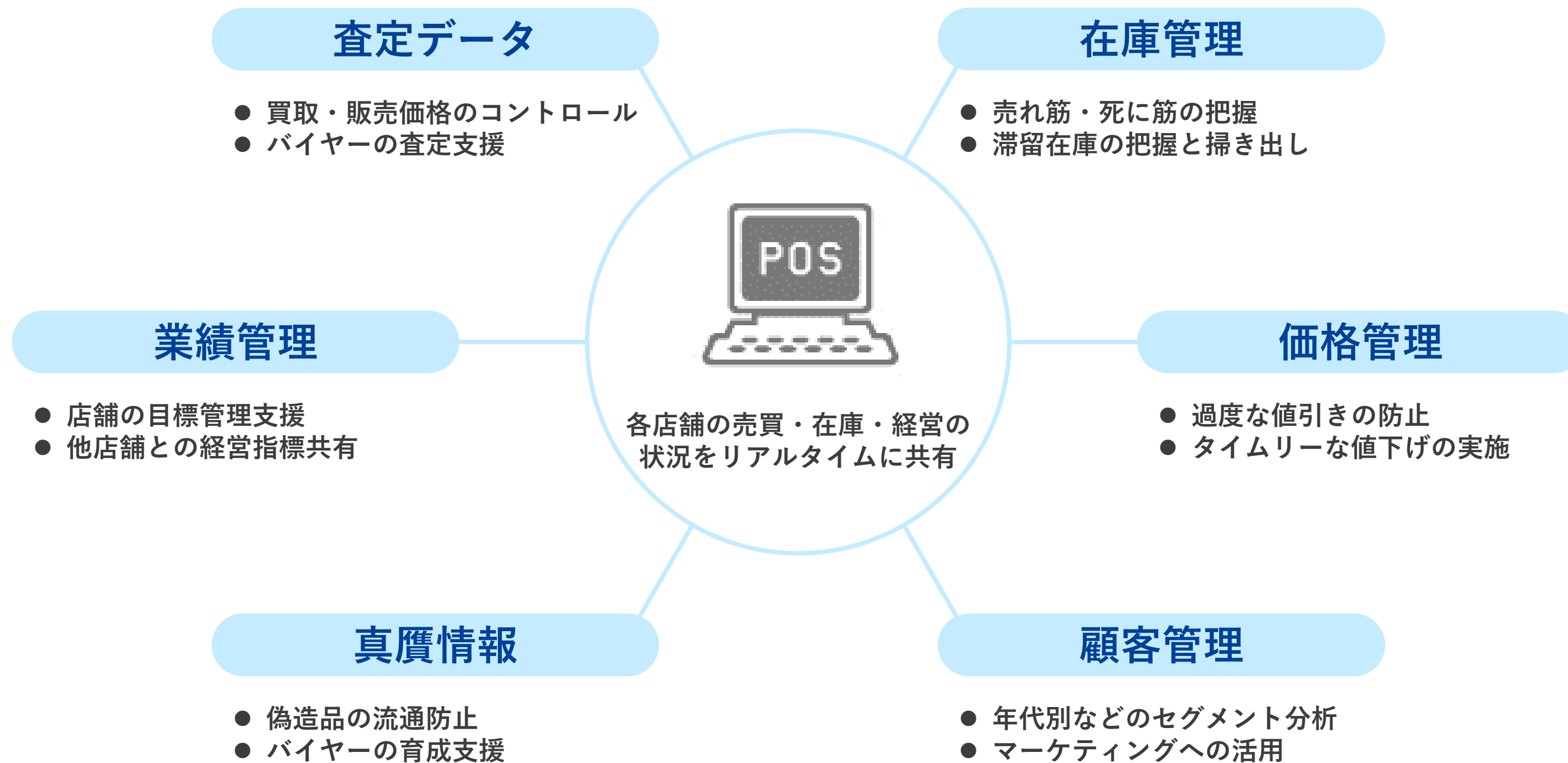
	業態	コンセプト・取扱商品	主な出店立地・店舗展開
基幹ブランド		幅広いジャンルのリユース品を取り扱う総合リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
		幅広いファッションアイテムを取り扱うファッションリユースショップ	駅近徒歩10分以内のエリア 主要駅付近のエリア ショッピングセンター内
専門ブランド		スポーツ用品・アウトドア用品を取り扱う専門リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド
		お手頃商品を集めた古着アウトレットショップ	首都圏駅近 商店街沿いなど人通りの多いエリア 郊外エリア
		ハイブランド・ジュエリーなどの高価格帯に寄せたハイブランドリユースショップ	都内中心部（表参道・原宿） インバウンド客も多いエリア
		当社最大級の家具・インテリア・家電を取り揃えた大型家具・家電リユースショップ	関東郊外 主要道路沿いのロードサイド
		多様な楽器を取り扱う専門リユースショップ	音楽文化が根付いた都心部エリア
グループ会社		ドメスティックブランド・インポートブランドなどを取り扱うブランド古着リユースショップ	関東、関西の都市エリア ファッション感度の高い地域
	  	ゴルフ用品・ゴルフウェアなどを取り扱う専門リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
	 	静岡県地盤の総合リユースショップ、ブランド・貴金属リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド

システム開発力とデータ分析力



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て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



資本効率と株価の方向性



資本効率

現状

株主資本コスト	：	6.3%程度
ROE	：	28.7%（2025年2月期）
WACC	：	5.5%程度
ROIC	：	18.7%（2025年2月期）

- ROEは株主資本コストを大きく超えて推移
（ROE 28.7% = 当期純利益率 6.4% × 総資産回転率 2.19 × 財務レバレッジ 2.04）
- ROICはWACCを大きく超えて推移

今後の目指す方向性

- 年間30-40店前後の新規出店を行い、事業成長を目指す
- 新店及び既存店の収益性を高め、当期純利益率と総資産回転率の維持・上昇を目指す
- 新店及び既存店の収益性を高め、投資対収益の指標であるROICの維持・上昇を目指す

株価

現状

PER	：	14～17倍
PBR	：	4倍前後

今後の目指す方向性

- 収益率（経常利益率など）の上昇と一定水準の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し、株式市場からの評価を高めていく
- 自社の競争優位性と成長性を明確にし、株主及び投資家への継続的な発信を行う
- 日英同時開示に取り組む

会社概要



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
本社所在地	東京都千代田区外神田4丁目14番地1号
創立	1995年 5月 25日
従業員数	1,141名（2025年8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
資本金	906百万円（2025年8月末現在）
決算期	2月
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。
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。
社名の由来	（宝物の工場）「価値の生産工場」 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

沿革

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
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
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	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
	5月	東海エリアに初進出、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	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
	7月	東京都千代田区神田に本社を移転



沿革

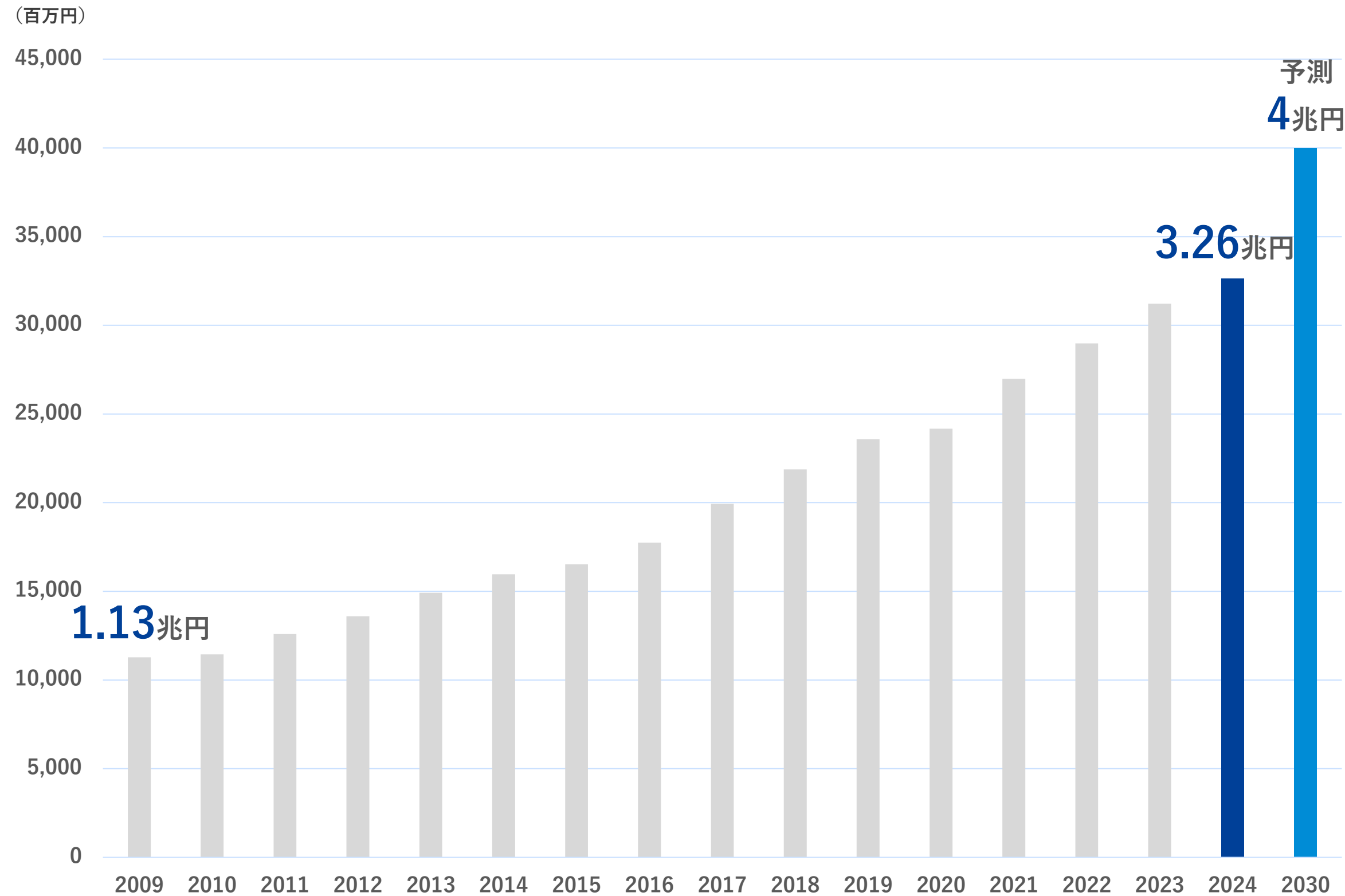
2016年	9月	電化製品・家具を中心に扱う大型店舗の新業態「トレファクマーケット」を開始、千葉県千葉市に1号店を開店
	9月	株式会社カインドオルの株式を取得し、子会社化
2017年	10月	総合リユースオンラインショップ「トレファクONLINE」をオープン
2018年	3月	株式会社ゴルフキッズ（現 株式会社GKファクトリー）の株式を取得し、子会社化
2019年	1月	株式会社デジタルクエストの株式を取得し、子会社化
	10月	不動産事業「トレファク不動産」を開始
2020年	2月	株式会社STANDING OVATIONの株式を取得し、資本業務提携を締結
	3月	オークション事業「トレフ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
2025年	1月	東京都千代田区外神田に本社を移転
	1月	コーポレートロゴを刷新
	3月	中国エリアに初進出、岡山県岡山市に「トレジャーファクトリー岡山平井店」を開店
	7月	東北エリアに直営店初進出、宮城県仙台市に「トレファクスタイル仙台卸町店」を開店



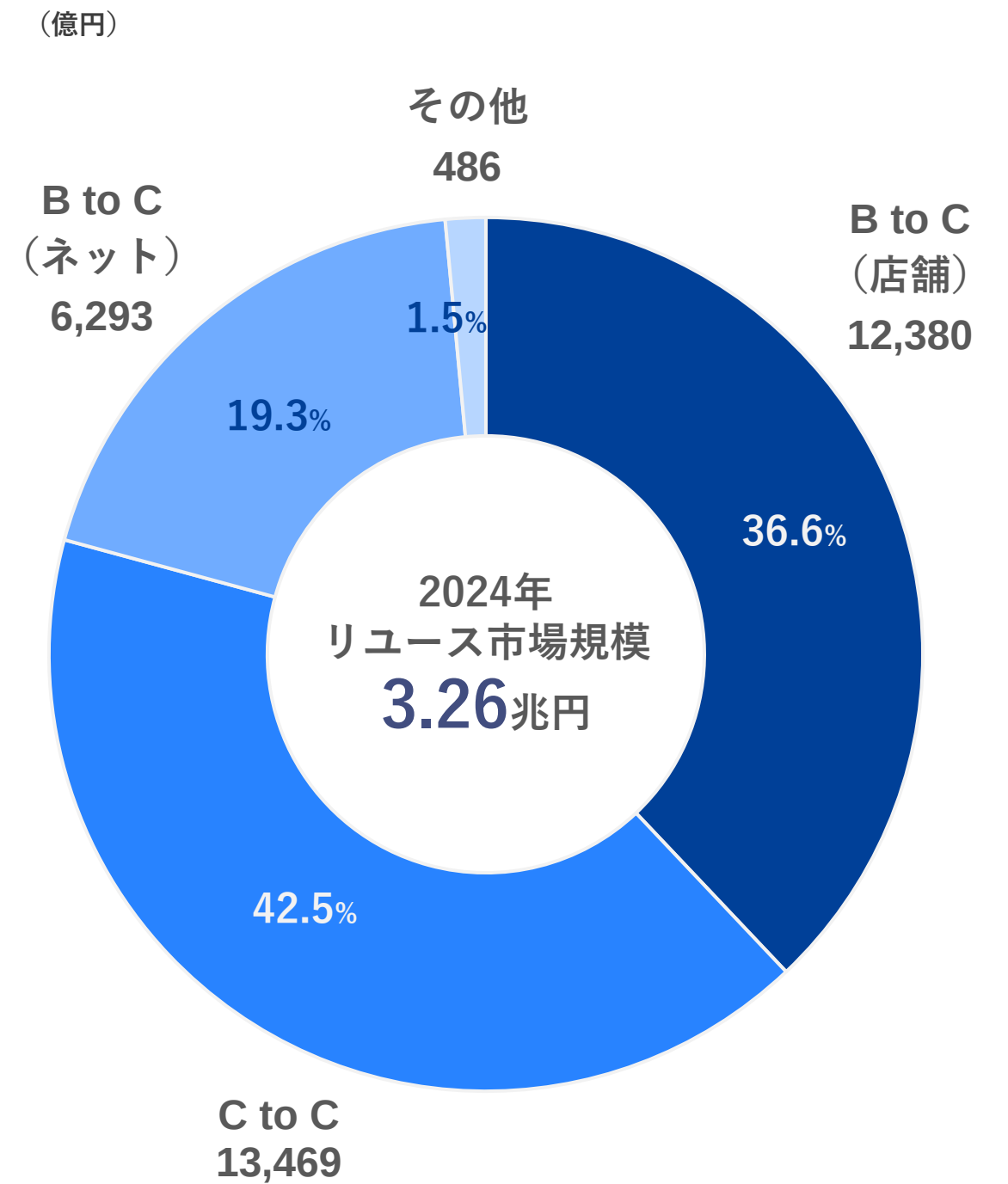
リユース市場の動向



リユース市場全体の売上高推移

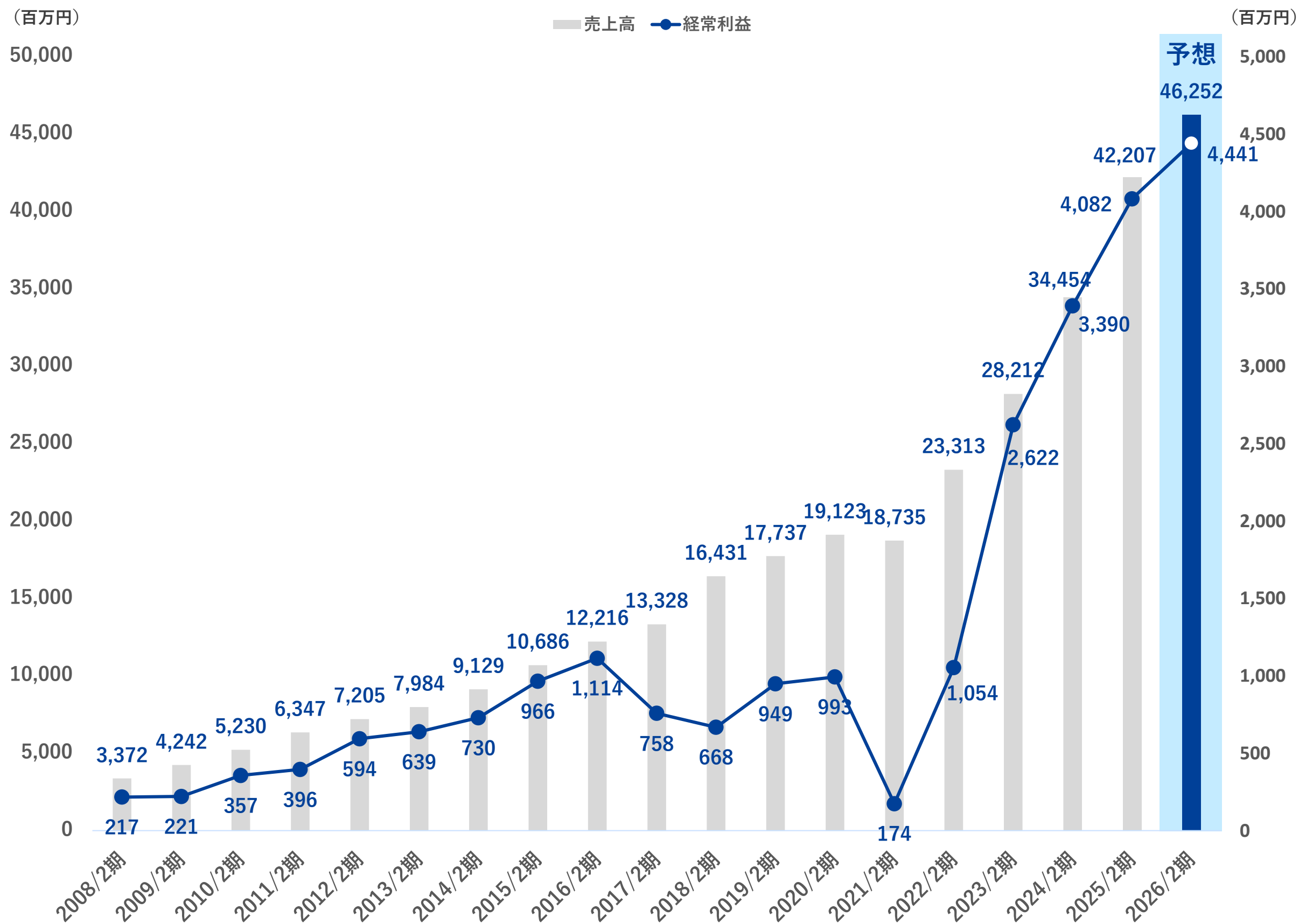


リユース市場全体の業態構成比



※出所：リユース経済新聞『リユース業界の市場規模推計2025（2024年版）』

売上と経常利益の推移



経常利益の推移

- 2025年2月期は過去最高益を更新
- 2026年2月期も最高益更新4,441百万円を計画

上場の歩み

- 2007年12月 : 東証マザーズ上場
- 2014年12月 : 東証一部に市場変更
- 2022年4月 : 東証プライムに市場再編

グループの店舗数

314店（うち直営282店）

※2025年10月末日時点



都道府県													都道府県・ 都市別合計
関東	東京都	15	43	2	8	4	—	1	16	—	3	—	92店舗
	神奈川県	12	13	1	—	3	—	—	—	—	—	—	29店舗
	埼玉県	20	9	3	—	5	1	—	—	—	—	—	38店舗
	千葉県	10	10	2	—	—	1	—	—	—	—	—	23店舗
	栃木県	2	—	—	—	—	—	—	—	—	1	—	3店舗
	群馬県	6	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7店舗
	茨城県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
東海	静岡県	—	—	—	—	—	—	—	1	13	—	—	14店舗
	愛知県	6	6	1	—	—	—	—	3	—	1	8	25店舗
	三重県	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1店舗
東北	宮城県	—	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2店舗
	福島県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4店舗
北陸	新潟県	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
関西	滋賀県	2	—	—	—	—	—	—	1	—	2	—	5店舗
	和歌山県	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
	京都府	1	—	—	—	—	—	—	2	—	1	—	4店舗
	大阪府	9	12	—	—	—	—	—	12	—	5	—	38店舗
	兵庫県	2	3	—	—	—	—	—	2	1	1	—	9店舗
中国	岡山県	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1店舗
	広島県	—	—	—	—	—	—	—	1	—	—	—	1店舗
九州	福岡県	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5店舗
タイ	バンコク	5	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5店舗
台湾	台湾	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2店舗
業態別合計		106店舗	99店舗	9店舗	8店舗	12店舗	2店舗	1店舗	40店舗	14店舗	14店舗	9店舗	314店舗

単体 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



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



ファッションリユース業態

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ファッションリユース業態



単体 | 店舗業態



リユース事業



トレファクスポーツ
アウトドア



トレファク
マーケット



トレファク楽器

Kindal



ピ・ア・ア・ア



KINBURY



Golf Kids



GOLF KING



GOLFER'S PLACE
NAGOYA

リユース周辺事業



トレファク
Live Net Auction



トレファク引越



トレファク不動産



Cariru



Regacy

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取り扱う古着のアウトレット業態



ハイブランドリユース業態

ブランドコレクト



BRAND COLLECT

ブランド品・ジュエリーなどを専門に取り扱うハイブランドリユース業態
都心向けコンパクトショップとして展開



単体 | 店舗業態



リユース事業



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インタースポーツなどのスポーツ用品を専門に取り扱うリユース業態



リユース周辺事業



大型家具・家電リユース業態

トレファクマーケット

電化製品・家具を中心に扱う大型店舗のリユース業態
郊外に展開

子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



楽器リユース業態

トレファク楽器

多様な楽器を専門に取り扱うリユース業態



ブランド古着リユース業態

カインドオル

ブランド古着に特化したリユース業態
大阪、東京の都心を中心に展開



※2016年9月に子会社化

子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



総合リユース業態

ピックアップ

家電・家具・衣類・ブランド品・レジャー・工具など幅広く取り扱う総合リユース業態
静岡県に展開



※2020年10月に子会社化

ブランド・貴金属リユース業態

キンバリー

金・プラチナ・ブランド品・時計・金券などを取り扱うブランド・貴金属リユース業態
静岡県に展開



※2020年10月に子会社化

子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



ゴルフリユース業態 ゴルフキッズ

ゴルフ用品を専門に取り扱うリユース業態
首都圏、関西を中心に展開



※2018年3月に子会社化



ゴルフリユース業態 ゴルフキング

ゴルフ用品を専門に取り扱うリユース業態
愛知県名古屋市を中心に展開



※2023年10月に子会社化



子会社 | 店舗業態



リユース事業



リユース周辺事業



総合リユース業態（タイ現地法人）

Treasure Factory Thailand

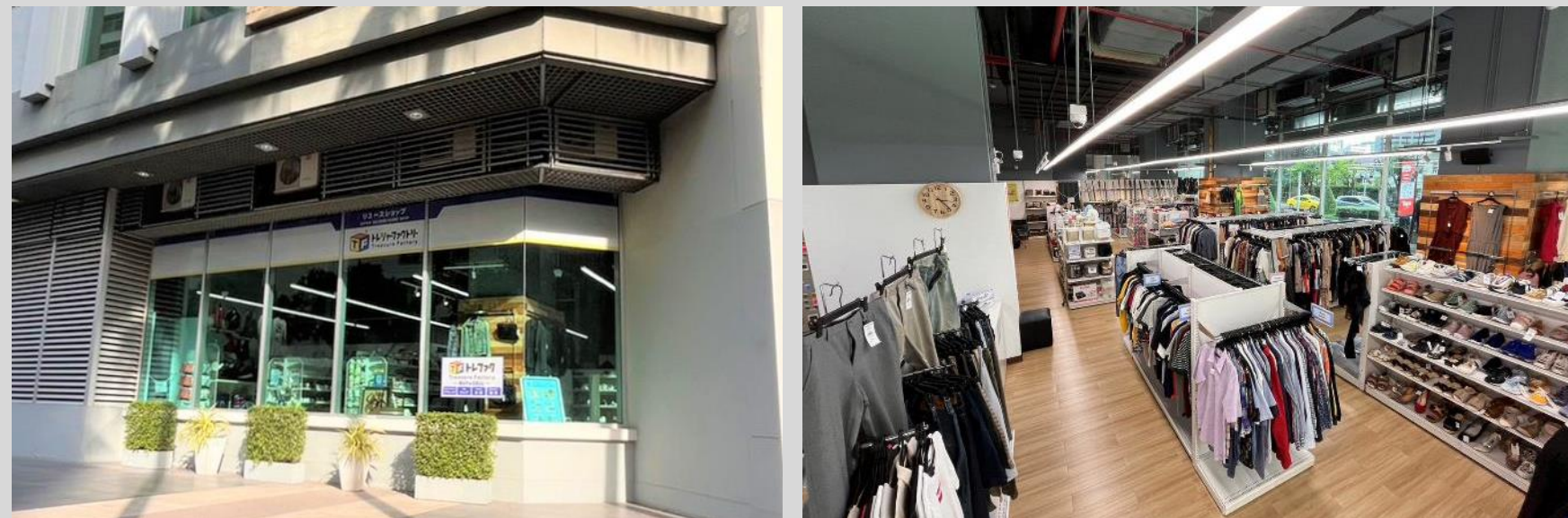
家具・家電・衣類・小物・ブランド品など幅広く取り扱う総合リユース業態
バンコクを中心に展開



総合リユース業態（台湾現地法人）

台灣寶物工廠股份有限公司

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
台北近郊を中心に展開



単体 | サービス概要



リユース事業



リユース周辺事業



BtoBライブネットオークション
トレファク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取り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
- 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う
- 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

250円 1,000円 10,000円

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

単体 | サービス概要



リユース事業



リユース周辺事業



引越+買取サービス

トレファク引越



「引越+買取」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い、不用品処分の手間を減らす
- 引越料金から買取金額を差し引くことで費用が抑えられる
- 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

不動産買取・仲介サービス

トレファク不動産



不動産売買から不用品買取・家財整理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始動したサービス
- 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、不用品の買取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可能

単体 | サービス概要



リユース事業



リユース周辺事業



ドレス・礼服・喪服レンタル
Cariru



冠婚葬祭で着用する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う
- 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



株主優待



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買取金額アップクーポン

- 保有単元数に関わらず、買取金額一律20%UPのクーポン券

ご優待品01

お買物割引クーポン券

店頭販売 / オンライン販売
専用クーポン



1,000円割引

有効期限 2026年5月31日まで

注意事項

(ア) 福島県内の店舗（FC店）ではご利用できません。
(イ) 当社の株主様以外のご利用はできません。
(ウ) 本券は1回のお買物で複数枚でのご利用はできません。1枚につき1回限り有効です。
(エ) 税込販売額が券面の割引額以上の場合のみご利用いただけます。
例：税込販売額990円の場合は本券のご利用はできません。
(オ) トレボ（当社のポイントサービス）との併用は可能ですが、他の割引クーポン・キャンペーンとの併用はできません。なおトレボ併用時の新規付与ポイントは、本券での割引後の金額から、お持ちのトレボを使用した残りのお支払金額に対して発生します。
(カ) 本券は、現金との引き換えはできません。
(キ) 本券を盗難、紛失されても再発行はいたしません。
(ク) 店頭でのご利用の場合、本券と引き換えに割引を受けることができます。
(ケ) 返品時は割引適用後の金額のご返金となります。

オンライン販売サイトについて

トレファク
ONLINE ▼



TREFA
FASHION ▼



こちらのサイトにて本券を
ご利用いただくことができます。
※ご利用方法は、併せて裏面をご覧ください。

ご優待品01

お買物割引クーポン券

店頭販売 / オンライン販売
専用クーポン



2,000円割引

有効期限 2026年5月31日まで

注意事項

(ア) 福島県内の店舗（FC店）ではご利用できません。
(イ) 当社の株主様以外のご利用はできません。
(ウ) 本券は1回のお買物で複数枚でのご利用はできません。1枚につき1回限り有効です。
(エ) 税込販売額が券面の割引額以上の場合のみご利用いただけます。
例：税込販売額1,990円の場合は本券のご利用はできません。
(オ) トレボ（当社のポイントサービス）との併用は可能ですが、他の割引クーポン・キャンペーンとの併用はできません。なおトレボ併用時の新規付与ポイントは、本券での割引後の金額から、お持ちのトレボを使用した残りのお支払金額に対して発生します。
(カ) 本券は、現金との引き換えはできません。
(キ) 本券を盗難、紛失されても再発行はいたしません。
(ク) 店頭でのご利用の場合、本券と引き換えに割引を受けることができます。
(ケ) 返品時は割引適用後の金額のご返金となります。

オンライン販売サイトについて

トレファク
ONLINE ▼



TREFA
FASHION ▼



こちらのサイトにて本券を
ご利用いただくことができます。
※ご利用方法は、併せて裏面をご覧ください。

ご優待品02

買取金額アップクーポン券

店頭買取 / 宅配買取
専用クーポン

管理番号 801

20%UP

買取金額

有効期限 2026年5月31日まで

店頭買取のご利用について

☒ 店頭買取ご利用時にスタッフに本券をお渡しください。

店頭買取とは

・店頭にて査定を行う買取サービスです。 **ご利用可能**

・その場で現金にてお支払いいたします。 **店舗はこちら▶**



注意事項

※本券は1枚につき1回限り有効です。
※他のクーポン券・キャンペーンとの併用はできません。
※ブランドコレクト、ユーズレットではご利用できません。
※福島県内の店舗（FC店）ではご利用できません。
※一部、買取を行っていない店舗がございます。
※取り扱い商品については、お気軽にお近くの店舗へお問い合わせください。

<買取金額UP対象外のお品物>

・お酒・貴金属は買取金額UPの対象外です。お酒・貴金属とその他のお品物を一緒に
お持ちいただいた場合は、お酒・貴金属以外のお品物のみ買取金額が上がります。

宅配買取のご利用にしましては裏面をご確認ください👉

免責事項

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>