

各 位

2026 年 7 月 31 日

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)
問い合わせ先 執行役員経営企画室長 金坂 剛嗣
(TEL. 03-3880-8822)

2027 年 2 月期 第 1 四半期決算 質疑応答集 (2026/7/31 更新)

この質疑応答集は、2026 年 7 月 9 日に発表した 2027 年 2 月期第 1 四半期決算に対する想定される質問及び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 | 第 1 四半期の業績が好調だった要因と、通期業績予想を上方修正した背景を教えてください。

売上・売上総利益がいずれも想定を上回った一方、販売費及び一般管理費は計画通りに推移したことが増益の主な要因です。需要面では、物価上昇を背景とした節約志向の高まりによりリユース需要が拡大していることに加え、5 月は気温上昇等の天候要因により、第 2 四半期に見込んでいた夏物商材（衣料品など）の需要が前倒しで発現し、非常に好調に推移しました。加えて、生活家電につきましては、2027 年に実施される省エネ法に基づく新基準適用（いわゆる 2027 年問題）を背景に、エアコンを中心とした買い替え需要が例年より早い時期から発現しております。通期業績予想の上方修正につきましては、第 1 四半期の好調な実績分を上乗せしたことに加え、4 月・5 月の販売件数の伸び等を踏まえ、下半期の単体既存店売上高の成長率前提を前年同期比 102%から 103%へ引き上げたことなどを反映しております。第 1 四半期の需要の力強さを勘案し、通期での達成が十分に可能であると判断いたしました。

Q | 第 1 四半期が好調だった一方で、第 2 四半期単体では減益を見込んでいる理由は何ですか。

5 月に需要の先食いがあった反動に加え、天候不順も重なったことで 6 月の売上が苦戦したことが挙げられます。また、前年の 8 月は創業 30 周年記念キャンペーンの実施や、買取クーポンの利用期限（2025 年 8 月 31 日）を前にした駆け込み需要が発生しており、前年比較のハードルが非常に高くなっているため、第 2 四半期単体では減益を見込んでおります。

Q | 売上総利益率が改善している主な要因と、今後の見通しを教えてください。

主な要因は、前期第 3 四半期から実施している買取クーポン施策の変更です。最大 50%アップから上限 20%へ引き下げをいたしました。このプラスの影響は当期の第 3 四半期末頃まで一巡するまで継続し、第 4 四半期以降は前年並みに落ち着くと想定しております。

Q | 買取クーポンの制度変更は、商品の仕入れにどのような影響を与えていますか。

クーポン見直しの影響により、ファッション専門の「トレファクスタイル」など一部の業態において、高単価なアパレルやブランド品が集まりにくくなる傾向が見られます。一方で「総合業態」や「スポーツ・アウトドア」業態への悪影響はほとんど出でおらず、全体の仕入高としては前年同期比 15.7%増加しており順調に推移しています。なお、高単価商材は売場の魅力に直結するため、公式アプリを活用した買取強化キャンペーンなどの施策を進めております。

Q | 出張買取や宅配買取など店舗以外の仕入れチャネルの状況はいかがですか。

出張買取は現在人員などの投資を強化しており、順調に仕入れが伸びています。宅配買取につきましても、SNS での認知向上などにより申し込みが増加しております。第 1 四半期の実績として出張買取が前年同期比+28.0%、宅配買取が同+16.8%と大きく伸びております。これらの店舗以外のチャネルで獲得した商材は、年間 30～35 店舗の新規出店に向けた在庫供給の重要な源泉として引き続き強化してまいります。

Q | EC 販売の動向について教えてください。

EC 比率は上昇傾向にあり、第 1 四半期の実績で 15.5%（前年同期比+1.7pt）となりました。各店舗における EC 出品数の目標を引き上げるなどオペレーションを強化しております。当社では実店舗の在庫を EC に出品し併売を行っております。これにより販売機会の最大化を図るだけでなく、悪天候で実店舗への来店が伸び悩む時期においても、店舗が EC 出品を強化することで、売上を確保できる体制が構築されております。

Q | 国内の新規出店の進捗状況と、今後のエリア戦略について教えてください。

通期で 30～35 店舗の出店目標に対し、第 1 四半期で 12 店舗を出店し、当期はすでに 27 店舗の出店が確定しているなど順調に進捗しております。今後は、地方へのドミナント出店に加え、早期に収益化が見込める都心店舗もバランスよく織り交ぜて出店していく方針です。

Q | リユース市場における他社（買取専門店や出張買取業者など）との差別化や強みは何ですか。

当社は生活雑貨、衣料品、家具、家電など「お客様の多様な不用品を何でも一括で買い取れる点」が大きな強みです。これを支えているのが、関東・関西に構える物流センターと自社の物流ネットワークであり、大型品や大量の仕入れに対応できる高い参入障壁となっています。また、買い取った商品を、総合店舗や専門業態、EC など最適なチャネルで販売し利益を最大化する仕組みにより、高い収益性を確保しております。