

各 位

2026 年 2 月 4 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

取締役管理統括 小林 英治

(TEL. 03-3880-8822)

2026 年 2 月期第 3 四半期決算 質疑応答集 (2026/2/4 更新)

この質疑応答集は、2026 年 1 月 13 日に発表した 2026 年 2 月期第 3 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 3 四半期（3Q）までの業績進捗と評価を教えてください。

売上高・営業利益ともに前年比で 10%以上の成長を達成し、計画を上回るペースで順調に進捗している。単体の既存店売上高についても、第 3 四半期累計で前年比 104.8%と前年を上回る推移が続いている。非常に底堅い需要があると評価している。営業利益面では、新規出店に伴う一時的なコストや、将来の成長に向けた人的投資（仕入・出張買取部門等）の影響が一部あるものの、概ね計画通りの着地となっている。

Q | 直近の消費トレンドや売れ筋商品に変化はありますか？

インフレや生活防衛意識の高まりを受け、各カテゴリーにおいて比較的単価の安い商材へのニーズが強まっている。カテゴリー別では、衣料・服飾雑貨・ホビー用品が引き続き全体を牽引している。また、今年の秋・冬は近年においては比較的はっきりとした季節の移行であったため、衣料の販売が順調であった。全体として、商品単価は横ばいだが、販売件数の増加が売上成長を支えている状況である。

Q | インバウンド需要の動向と、国別の構成比に変化はありますか？

インバウンド売上は引き続き好調で、第 3 四半期累計の免税売上比率は約 10.7%となっている。国別の内訳については変化が見られ、渡航自粛要請の影響もあり、中国籍の顧客比率が低下する一方で、米国やフィリピン、台湾など他地域の顧客が増加している。中国の減少分は他地域の増加で十分にカバーされ、全体として成長トレンドは継続している。

Q | 粗利率（売上総利益率）が低下傾向にある要因は何ですか？

主な要因は販売ミックスの変化である。連結子会社であるブランド古着リユース業態カインドオルの売上が前年比 30%超と非常に好調に推移しているが、同業態は商材特性上、単体の主要業態よりも粗利率が低い水準にある。この構成比が高まったことが、連結全体の粗利率を押し下げる要因となっている。

一方で、単体の既存店に関しては、第 3 四半期単独で見ると粗利率が前期比で上昇している。粗利率の高い低価格帯商材の販売が好調であるという販売ミックス要因と、高還元率の買取クーポン廃止による値入率の改善が要因である。

Q | 買取（仕入）の状況や在庫水準について教えてください。

現在は販売とのバランスが取れた適正な在庫水準となっている。8月末の高還元買取クーポンの終了による一時的な駆け込み需要による在庫増加は、その後の販売好調により消化された。買取（仕入）については例年並みかそれ以上に順調に推移しており、第4四半期や来期以降の販売や新店用在庫として確保できている。

Q | 今期の出店状況と、来期の出店計画について教えてください。

今期（2026年2月期）の出店については、すでに32店舗の出店が確定しており、目標としている年間30～35店舗は達成している。来期以降についても、全店舗数の10%程度（年間30店舗強）の出店を継続する方針である。

Q | 退店（閉店）が増えている理由は何ですか？

業績不振による撤退ではなく、貸主都合による契約終了や定期借家契約の期間満了によるものである。今後も不動産価格・賃料相場の上昇によるやむを得ない退店が見込まれるが、純増数を確保する水準での新規出店を行い、全体の成長を維持する計画である。

Q | 海外事業（タイ・台湾・アメリカ）の進捗を教えてください。

タイ・台湾ともに事業は順調に推移している。特にタイは第3四半期累計で売上が前年比143.7%と好調である。台湾も既存店2店は通期黒字化しており、利益貢献が始まっている。アメリカについては、1号店の出店準備を進めており、当面は投資フェーズとなるが、タイ・台湾で創出した利益をアメリカへの投資に充てることで事業基盤を構築していく計画である。

Q | 株主還元や自社株買いについての方針を教えてください。

配当性向は30%以上を目標としており、配当額は当期の利益水準に応じて適宜見直しを検討する。自社株買いについては、株価水準やキャッシュフローの状況等を勘案しつつ、必要に応じて検討していくが、創出したキャッシュの投下先としては、資本効率の高い新規出店への投資を優先している。

Q | 次期中期経営計画や来期の見通しについて教えてください。

中期経営計画は毎年4月にローリングによる見直しを行っているが、現時点で大きな変更はない。業績予想の前提となる既存店成長率と新規出店数に関しては、今期の実績を踏まえて見直していく。