



TREASURE FACTORY

株式会社トレジャー・ファクトリー 決算説明資料

2025年2月期 (2024年3月～2025年2月)

2025年4月9日

決算サマリー

1

通期累計売上高・営業利益
YoY+20%超の成長

- 売上高**422**億円（YoY**122.5**%）、営業利益**40**億円（YoY**120.5**%）
- 通期累計で**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
42ヶ月連続
前年同月超え

- 既存店の成長率が高水準を継続、通期累計はYoY**107.9**%
- 2021年9月から当決算期まで**42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**103.6**%、販売単価は同**104.1**%
- 外部環境の追い風と内部施策の成功により、バランスの良い売上成長を実現

4

キャッシュフローの
大幅改善

- 通期累計の営業CF**28**億円（YoY**281.9**%）と過去最高を記録
- 在庫効率の改善を全社的なテーマとして掲げ、各店舗での施策が結実

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+20%超の成長、1Qに上方修正した業績予想を概ね達成して着地

(百万円)	2024年2月期	2025年2月期	前期比較		業績予想比		前期との増減／業績予想との差異要因
	通期実績	通期実績	増減額	増減率	通期予想	達成率	
売上高	34,454	42,207	+7,752	+22.5%	41,862	100.8%	前期比：通期累計の既存店成長率107.9% ：前期出店26店+当期出店24店+前期M&Aの貢献
売上総利益	20,870	24,924	+4,054	+19.4%	-	-	
売上総利益率	60.6%	59.1%	▲1.5pt	-	-	-	インバウンドで高額品の売上構成比が増えた影響 ▲0.7pt 前期M&Aのゴルフリユース業態の影響 ▲0.4pt 会計処理変更の影響（仕入送料の一部を販管費から原価へ） ▲0.2pt
販売費及び一般管理費	17,522	20,889	+3,367	+19.2%	-	-	
営業利益	3,348	4,035	+686	+20.5%	4,041	99.9%	
営業利益率	9.7%	9.6%	▲0.1pt	-	-	-	
経常利益	3,390	4,082	+692	+20.4%	4,069	100.3%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,241	2,709	+467	+20.9%	2,723	99.5%	
1株当たり当期純利益	95.94円	115.63円	+19.69円	+20.5%	116.23円	99.5%	

連結 | 貸借対照表 - BS



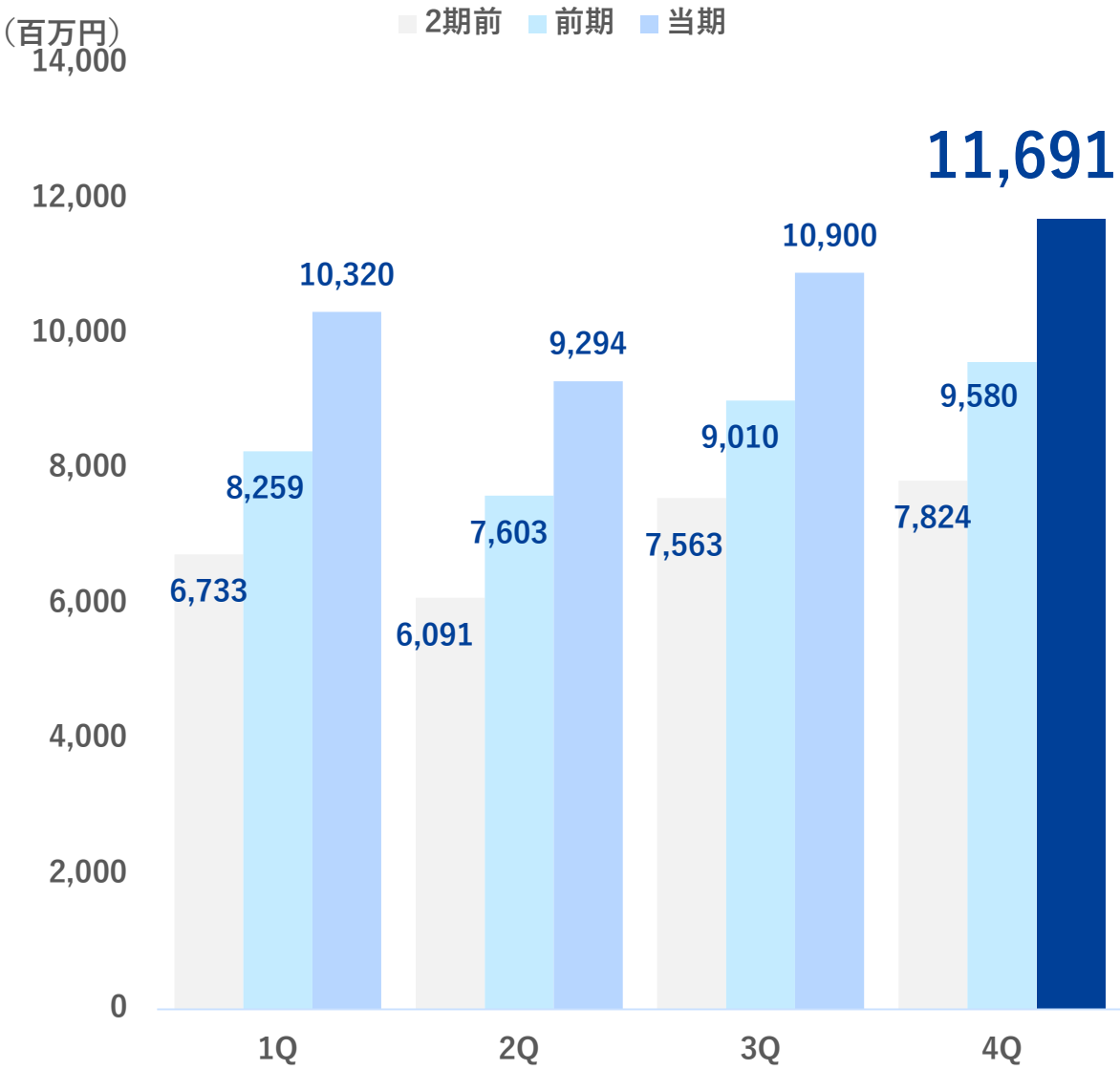
全社的なテーマとして在庫効率の改善を掲げ、各店舗において実行した結果、売上成長に対して在庫増加の抑制に成功

(百万円、%は構成比)				
	2024年2月期末	2025年2月期末	増減	増減要因
流動資産	11,464 (64.7%)	13,274 (63.7%)	+1,810 (▲1.0pt)	仕入と販売のバランス改善により売上高成長率に比べ緩やかに在庫が増加 (前期は昨対比(2期前からの比較)で構成比が+3.3pt)
うち商品	6,899 (38.9%)	7,922 (38.0%)	+1,023 (▲0.9pt)	
固定資産	6,264 (35.3%)	7,555 (36.3%)	+1,291 (+1.0pt)	
資産合計	17,728 (100.0%)	20,830 (100.0%)	+3,101	
流動負債	6,426 (36.3%)	7,826 (37.6%)	+1,399 (+1.3pt)	
固定負債	2,775 (15.7%)	2,500 (12.0%)	▲274 (▲3.7pt)	
純資産	8,526 (48.1%)	10,502 (50.4%)	+1,976 (+2.3pt)	
負債・純資産合計	17,728 (100.0%)	20,830 (100.0%)	+3,101	
自己資本比率	47.8%	50.0%	+2.2pt	

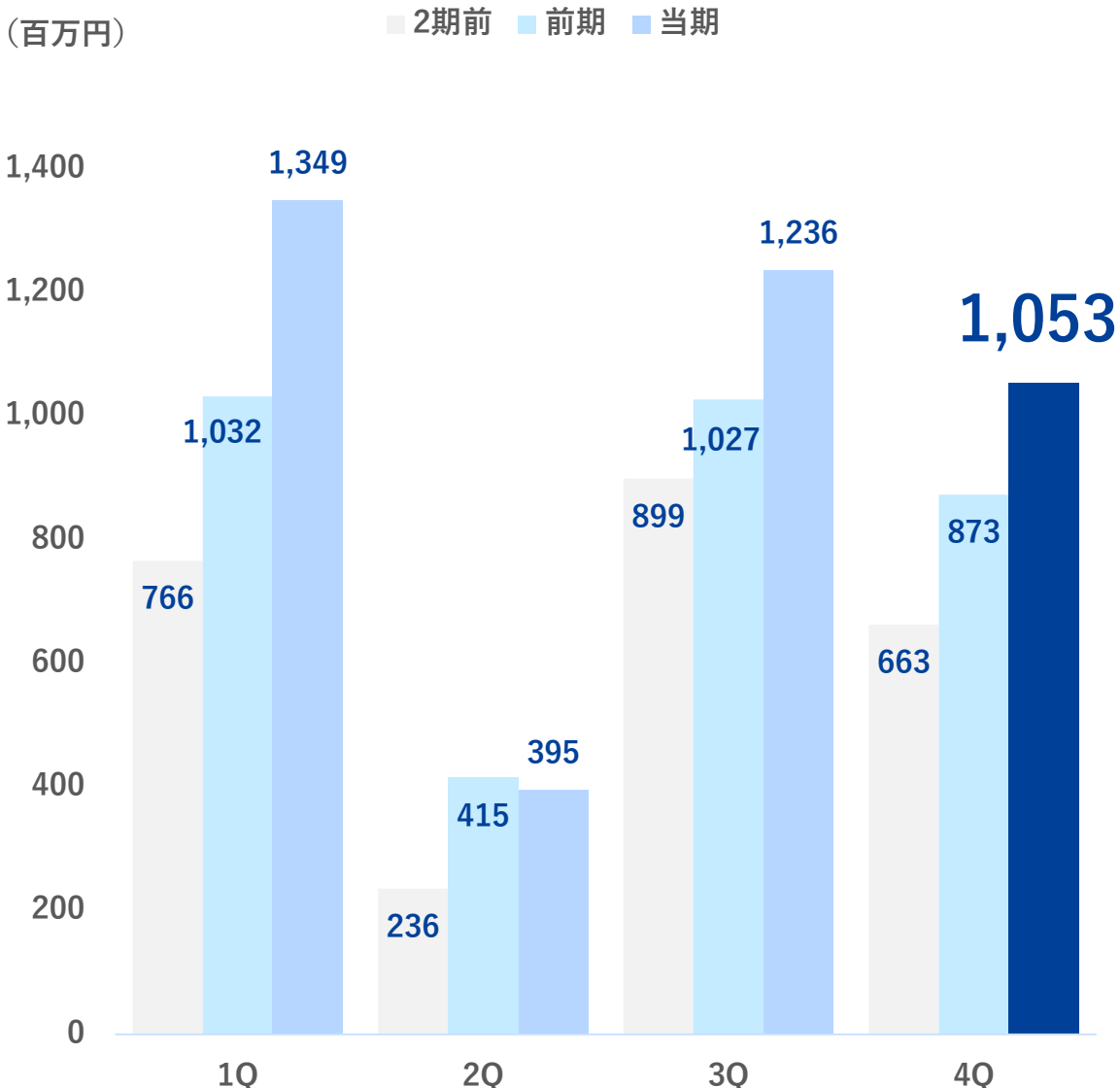
連結 | 四半期業績



売上高



営業利益



通期累計では売上・営業利益ともに
YoY+20%超の成長

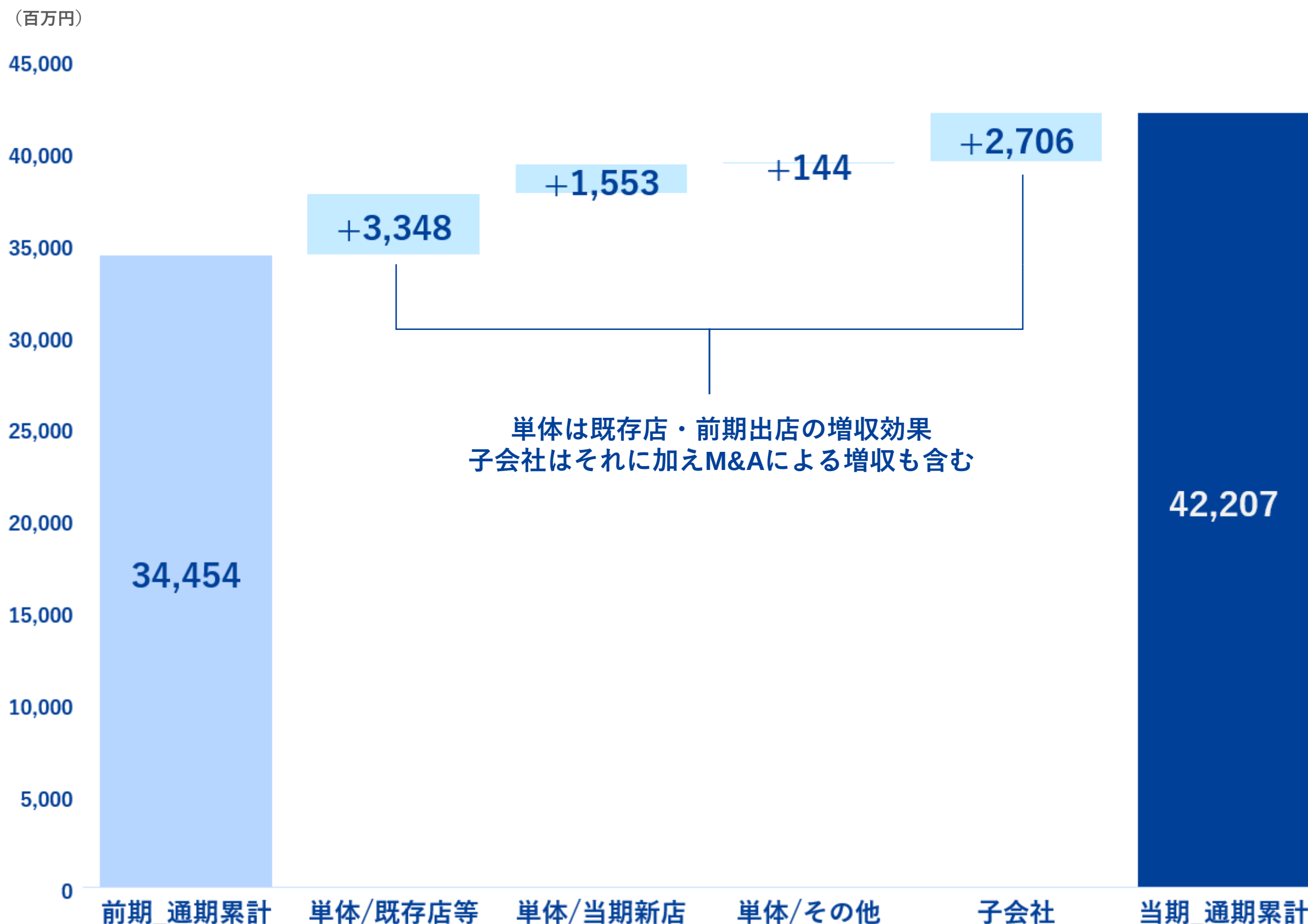
- 既存店の成長率は高水準を継続
- 売上高が前期から約22%伸長し、3Qに続き4Qでも100億円を突破

4Qは営業利益で過去最高を更新

- 2Qはセンター拡張移転などの先行投資によりYoY減益
- 4Qは前年同期から約20%伸長し、10億円を突破

(百万円)	四半期			通期		
	2024年2月期 4Q	2025年2月期 4Q	前期比較	2024年2月期 通期	2025年2月期 通期	前期比較
売上高	9,580	11,691	22.0%	34,454	42,207	22.5%
営業利益	873	1,053	20.7%	3,348	4,035	20.5%
営業利益率	9.1%	9.0%	—	9.7%	9.6%	▲0.1pt

連結 | 売上高 - 増減分析



既存店・前期出店・M&Aの増収効果が
売上成長を牽引

- 増収効果は通期累計で+**6,054**百万円（単体/子会社合算）

当期新店の立ち上がりも総じて順調

- 計画よりも出店数は少なかったが、出店済店舗の業績は概ね計画どおり推移

インバウンドで高額品の売上が増加

- 免税売上比率は**9.9**%、YoY+3.1pt

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		
	通期累計	構成比	前期比	通期累計	構成比	前期比
生活雑貨	821	4.6%	115.6%	2,305	5.6%	120.6%
衣料	7,825	43.6%	119.7%	20,128	48.9%	123.5%
服飾雑貨	4,916	27.4%	125.4%	9,029	21.9%	124.8%
電化製品	1,371	7.6%	110.0%	4,039	9.8%	114.3%
家具	308	1.7%	101.8%	1,392	3.4%	107.5%
ホビー用品	1,731	9.6%	139.3%	3,753	9.1%	142.5%
その他	982	5.5%	114.4%	525	1.3%	69.0%
総計	17,957	100.0%	121.2%	41,172	100.0%	122.3%

衣料、服飾雑貨、ホビーが特に好調

- 底堅いリユース需要により主力の衣料が堅調に推移
- インバウンド需要が継続し、ブランドバッグ等の服飾雑貨が好調
- スポーツ・アウトドア・楽器等の好調に加え、前期M&Aのゴルフリユース業態の影響でホビー用品が大幅に増加

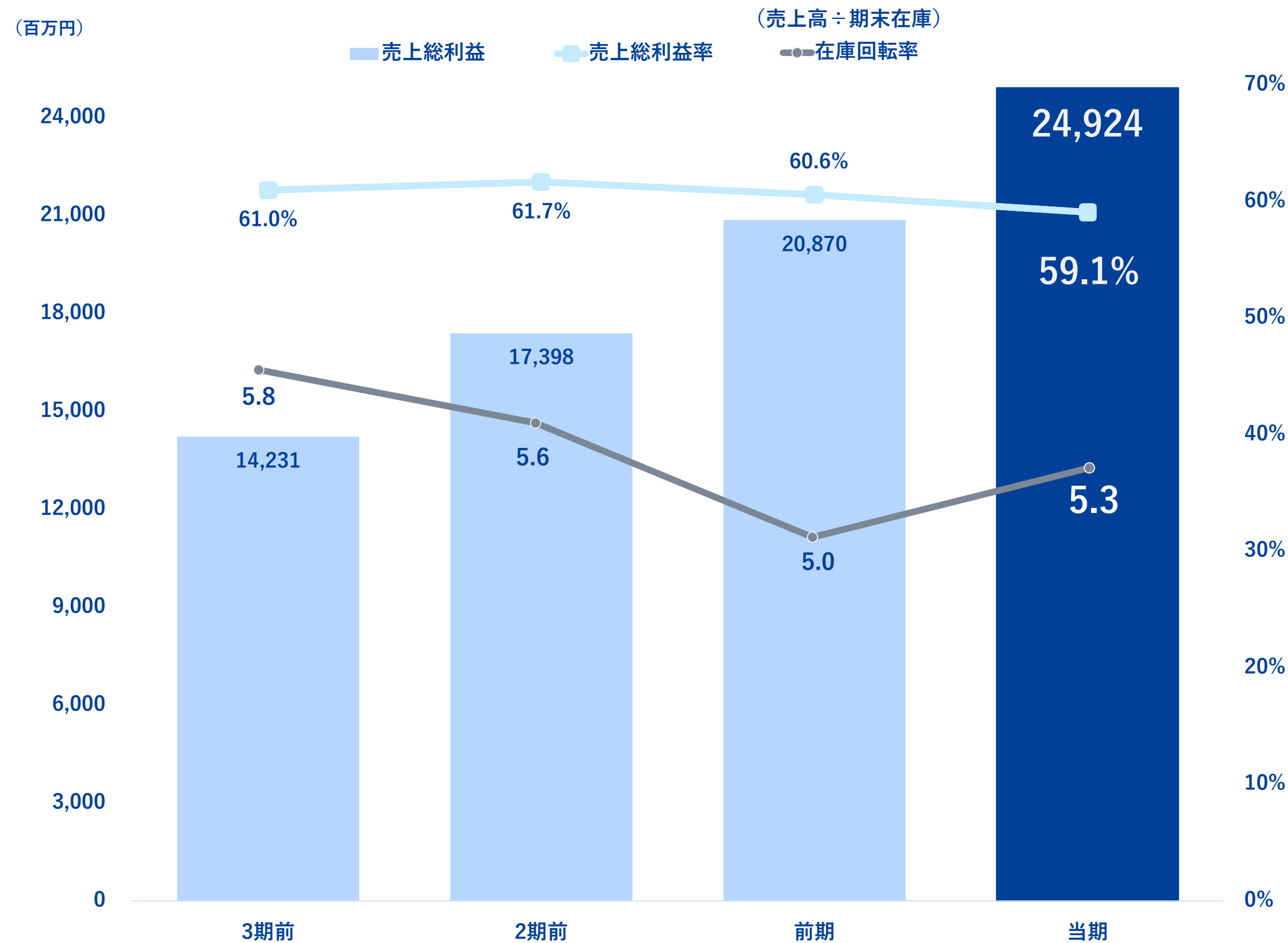
原価率は上がり、販管費比率が下がる

- 好調な商品カテゴリーのうち、特に服飾雑貨とホビー用品は1点単価が比較的高く、売り場効率が高い特徴がある
- 詳細はスライド31のとおり

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



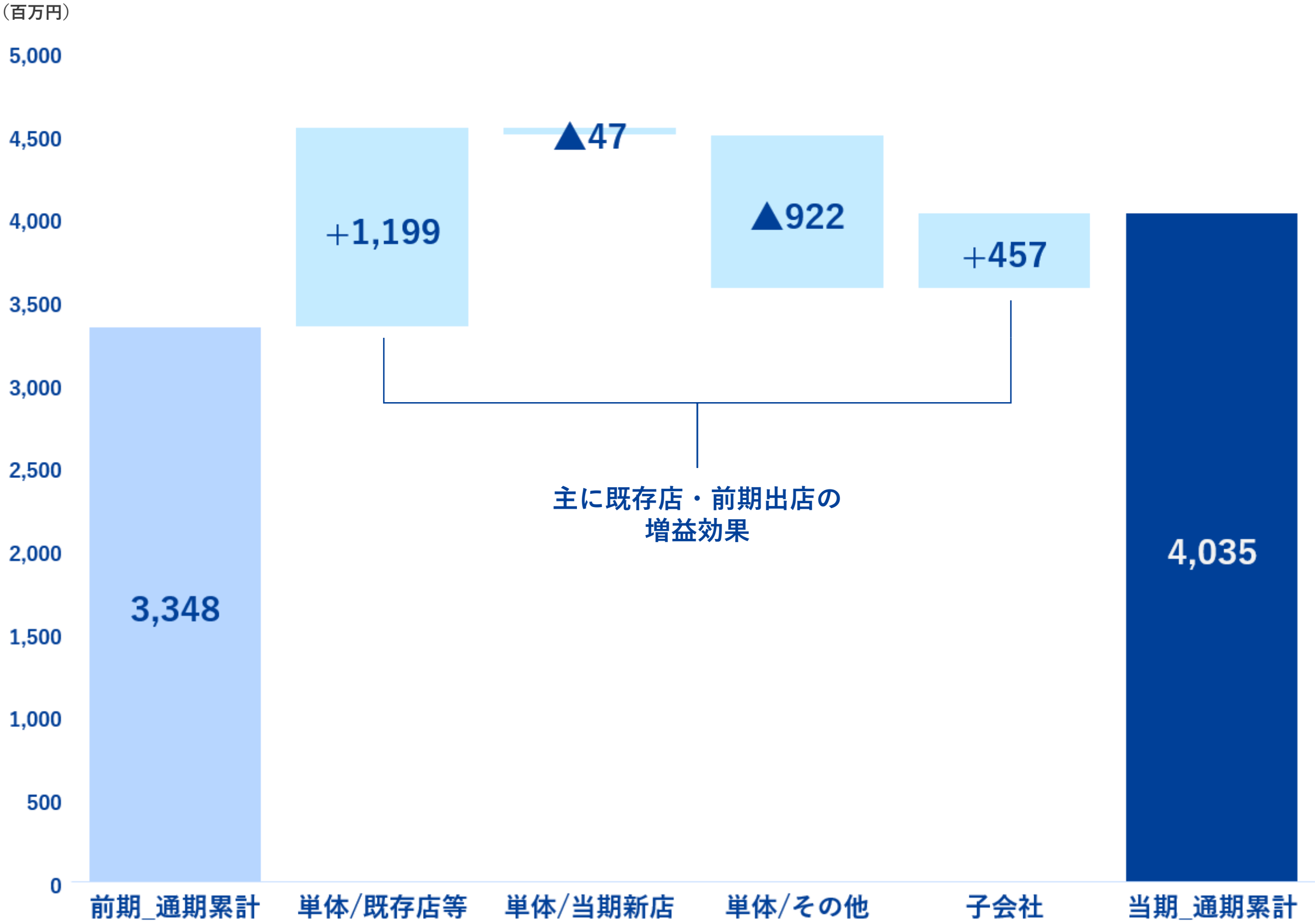
回転率改善により売上総利益額が増加

- 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
- 販売機会を逃さないことを優先し、在庫回転率を高めることにより、売上総利益額を増加させている

売上総利益率の要因分析

- 高額品の売上構成比が増えた影響 ▲0.7pt
- 前期M&Aのゴルフリユース業態の影響 ▲0.4pt
- 会計処理変更の影響（仕入送料の一部を販管費から原価へ） ▲0.2pt

連結 | 営業利益 - 増減分析



既存店等の増収により底堅い増益を実現

- 増益効果は通期累計で+1,656百万円（単体/子会社合算）

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 ▲152百万円
（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 ▲107百万円
（販売高・仕入高の増加に伴う変動費の増加）
- センター拡張移転に伴うコスト増加 ▲33百万円
（一過性の費用）
- レンタル事業のYoY減益 ▲64百万円
- 2026年2月期1Qの新規出店の先行コスト ▲21百万円
（例年生じているが、1Qの出店数が多く、金額が大きいため注記）

補足

- 単体/既存店等 … 既存店・前期出店の合計
- 前期2月に、宅配買取のセンター拡張移転を実施
- 当期7～8月に、出張買取/オークション事業/レンタル事業のセンター拡張移転を実施

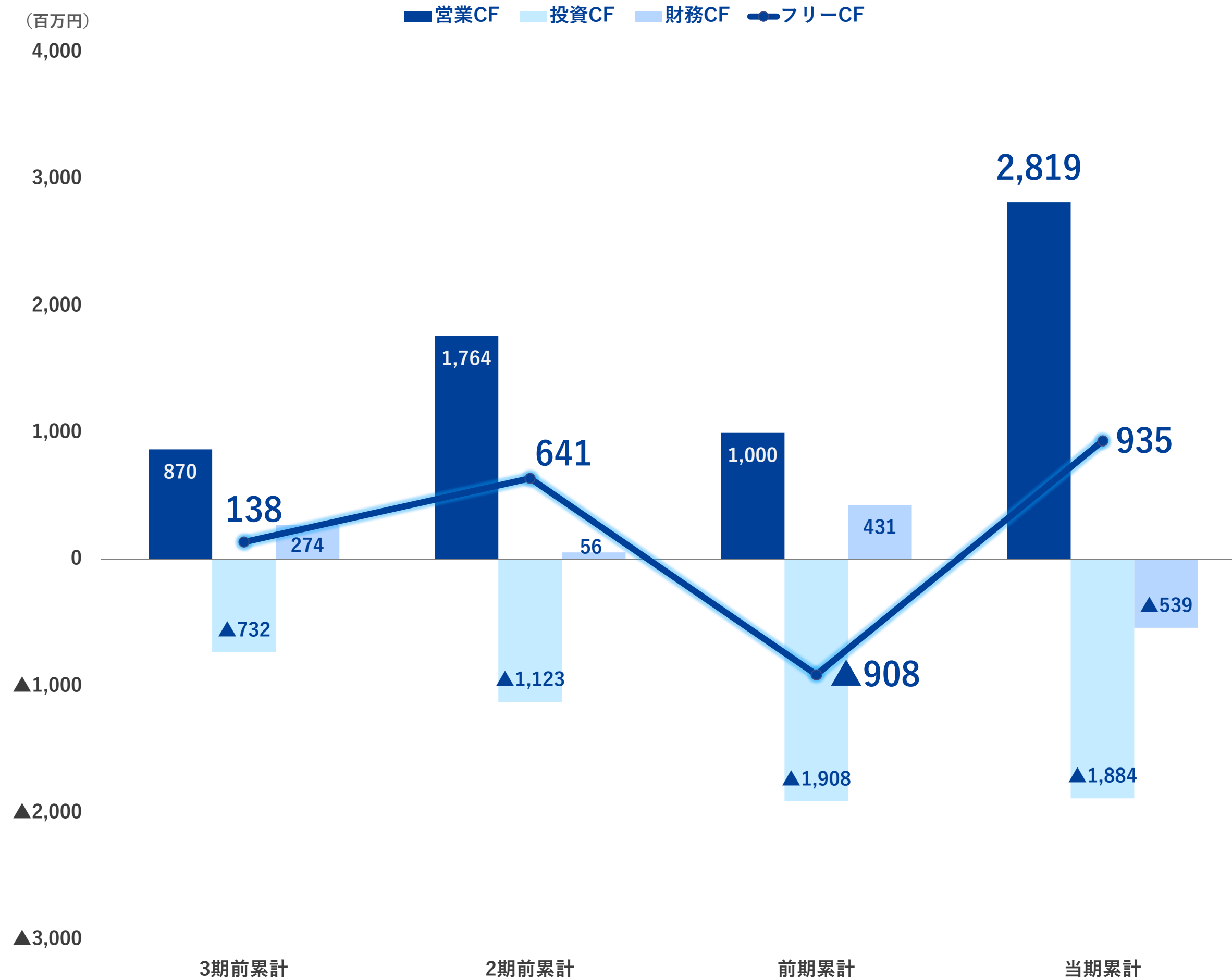
連結 | 販管費 - 内訳



商品ミックスの変化に伴い販売効率が変化し、売上総利益率の変化幅 (YoY▲1.5pt) と販管費率の変化幅 (YoY▲1.4pt) はほぼ同水準に

(百万円、%は売上高比率)				
	2024年2月期	2025年2月期	前期比	増減要因
人件費	8,686 (25.2%)	10,277 (24.4%)	118.3% (▲0.8pt)	6月に正社員を対象として7%のベースアップを実施
賃借料	3,666 (10.6%)	4,385 (10.4%)	119.6% (▲0.2pt)	新規出店・2Qにセンター拡張移転
減価償却費	446 (1.3%)	632 (1.5%)	141.5% (+0.2pt)	新規出店・2Qにセンター拡張移転
水道光熱費	469 (1.4%)	596 (1.4%)	127.1% —	新規出店・2Qにセンター拡張移転
広告宣伝費	422 (1.2%)	559 (1.3%)	132.5% (+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	143 (0.4%)	152 (0.4%)	106.5% —	
消耗品費	434 (1.3%)	504 (1.2%)	116.0% (▲0.1pt)	新規出店・2Qにセンター拡張移転
のれん償却費	24 (0.1%)	47 (0.1%)	194.9% —	前期M&A
その他	3,228 (9.4%)	3,733 (8.8%)	115.7% (▲0.6pt)	2Qにセンター拡張移転 (修繕費・器具备品費) キャッシュレス決済の増加 (決済手数料)
販管費合計	17,522 (50.9%)	20,889 (49.5%)	119.2% (▲1.4pt)	

連結 | キャッシュフロー - 直近4期推移



営業CFは通期累計でYoY+1,819百万円

- 前期は販売の好調さを大きく上回る買取需要があり、一時的に仕入偏重になったが、当期は前期の反省を踏まえ、全社的に在庫回転率の向上をテーマとして掲げ、各店舗での施策が結実

先行投資を行いながらフリーCFも増加

- 外部環境の追い風を捉え、設備投資を積極的に行いながらも、フリーCFはYoY+1,843百万円と大幅増加
- 前期はM&Aの実施により投資CFが大きく変化した但、当期はM&Aを実施せず、既存事業への投資だけで、今後の成長に向けた十分な投資を実行

補足

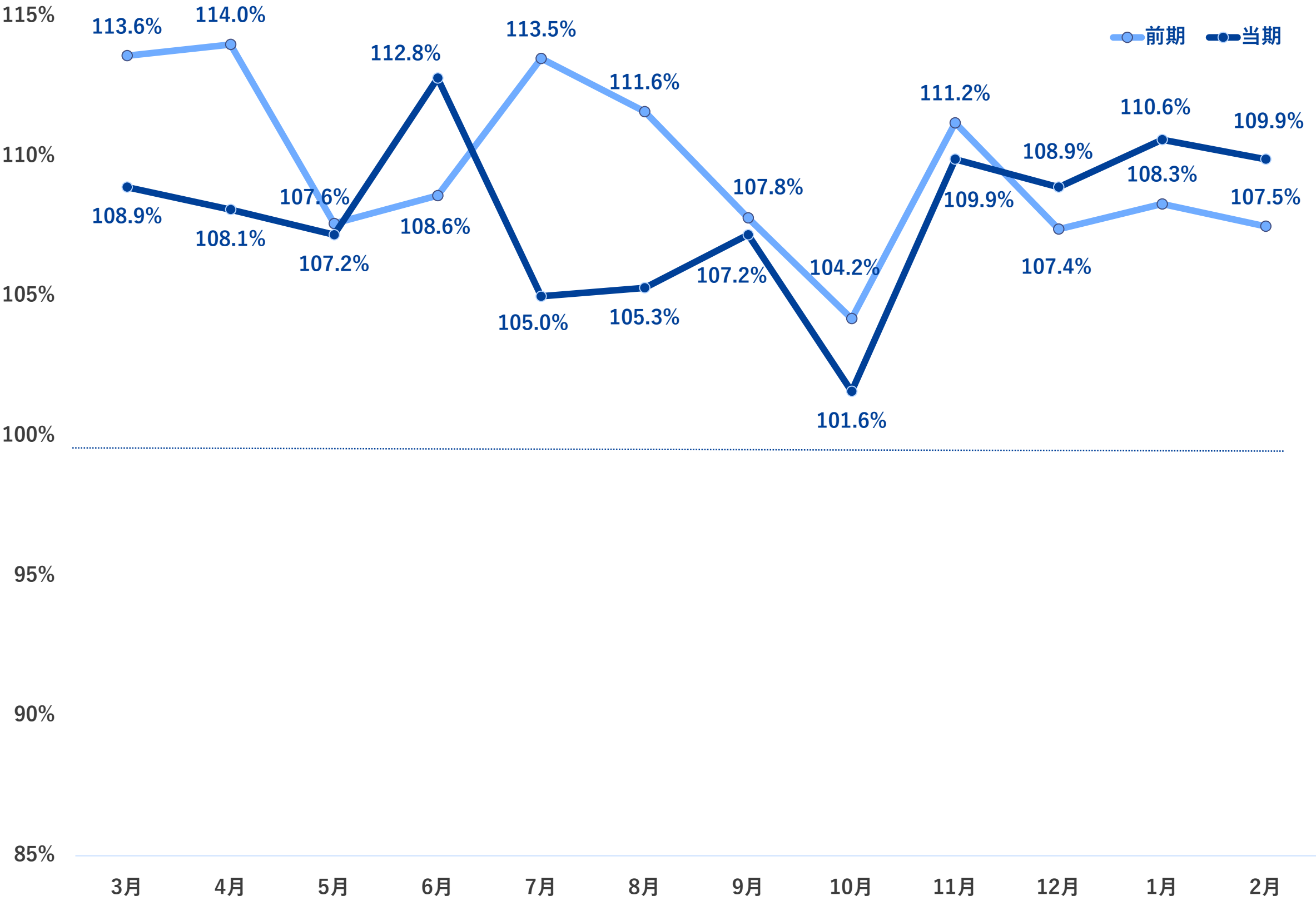
- フリーCF … 営業CF・投資CFの合計

KPIの推移 - サマリー



単体	既存店 - 売上高前期比 需要の基調・事業の成長性の指標	累計：107.9% 販売件数・販売単価ともに引き続き上昇	前期：109.5% (▲1.6pt)
単体	既存店 - 売上総利益率 事業の収益性の指標	累計：64.2% ※9ページは連結、本項は単体の数値 商品ミックスの変化により▲0.4pt低下 (原価率の高い高単価商材の販売が増加) 会計処理変更により▲0.2pt低下 (仕入送料の一部を販管費から原価に変更)	前期：64.8% (▲0.6pt)
連結	EC比率 販売機会の最適化の指標	累計：14.5% ブランド品やホビー用品などの高単価商材の取り扱い増加、EC出品の体制整備による出品効率向上により、EC比率が上昇	前期：13.9% (+0.6pt)
連結	仕入高前期比 売上・出店余力の先行指標	累計：121.2% 店頭買取YoY+11.2%、宅配買取YoY+12.0%、出張買取YoY+36.3% (いずれも単体) やや仕入過剰であった前期に比べ、在庫効率を高めながら適正な水準で成長している	前期：127.6% (▲6.5pt)
連結	当期新規出店数 増収増益の先行指標	累計：24店 小型物件の出店競争が加熱しており、出店数としては前期及び当期計画を下回った より好条件な物件への移転や大型物件への出店を行うことで、出店の数以上に、成長に向けた種まきはできている	前期：26店 (▲2店)

KPIの推移 | （単体）既存店 - 売上高前期比



42ヶ月連続で前年同月超え達成

- 販売件数・販売単価ともに上昇
- 12-2月は前年よりも気温が低く推移し、冬物衣料や暖房家電の販売が好調だった

	4Q	通期
売上高 (前期比)	109.7 %	107.9 %
販売件数 (前期比)	106.1 %	103.6 %
販売単価 (前期比)	103.4 %	104.1 %

KPIの推移 | （連結）2025年2月期 新規出店数



2025年2月期の新規出店（▲は退店）

	業態	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
	トレジャーファクトリー	+2店	+3店	+2店	+2店 ▲2店	+9店 ▲2店
	トレファクスタイル	+3店	+2店	+1店	+3店	+9店
	トレファクスポーツ	—	—	+1店	—	+1店
	ユーズレット	+1店	—	+1店	—	+2店
	カインドオル	—	—	+1店	+1店 移転統合 ▲1店	+2店 ▲1店
	タイ	—	—	—	+1店	+1店
	その他業態	—	—	—	— ▲1店	+0店 ▲1店
	合計	+6店	+5店	+6店	+7店 ▲4店	+24店 ▲4店

出店エリア

関東 14店	 +6店	 +2店
	 +6店	
東海 6店	 +2店	 +1店
	 +1店	<i>Kindal</i> +2店
関西 3店	 +1店	
	 +2店	
タイ 1店	 +1店	

※トレジャーファクトリーで移転1店（1Q）、賃貸借契約満了による退店2店（4Q）、カインドオルで2店を1店に統合移転（4Q）
※その他業態：ゴルフキングで不採算による退店1店（4Q） ※FC店の移転は記載しておりません。

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

海外観光客の増加や円安の影響で、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+33.3%の60億円となり、大幅増収増益
2025年2月期は新店を2店舗出店



ピックアップジャパン

静岡県地盤のリユース業態

既存店の売上増加や前期2023年12月の新規出店などの影響で、衣類・貴金属などが堅調に推移
売上高はYoY+15.1%の28億円となり、増収増益



GKファクトリー

ゴルフ用品専門リユース業態

アクオ株式会社のM&A・吸収合併により、売上高は前期2.7億円に対し、10億円となった
人員体制整備と収益力改善に取り組む



タイ法人

バンコクを中心に展開する総合リユース業態

販売・買取ともに堅調に推移し、売上高はYoY+27.2%増となった
2024年12月に直営店のバンナー店を新規出店、現在5店舗



台湾法人

台北近郊を中心に展開する総合リユース業態

前期2024年1月に2号店をオープン
2店舗体制で営業体制の整備と収益基盤を構築中

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

	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%	—	

配当予想

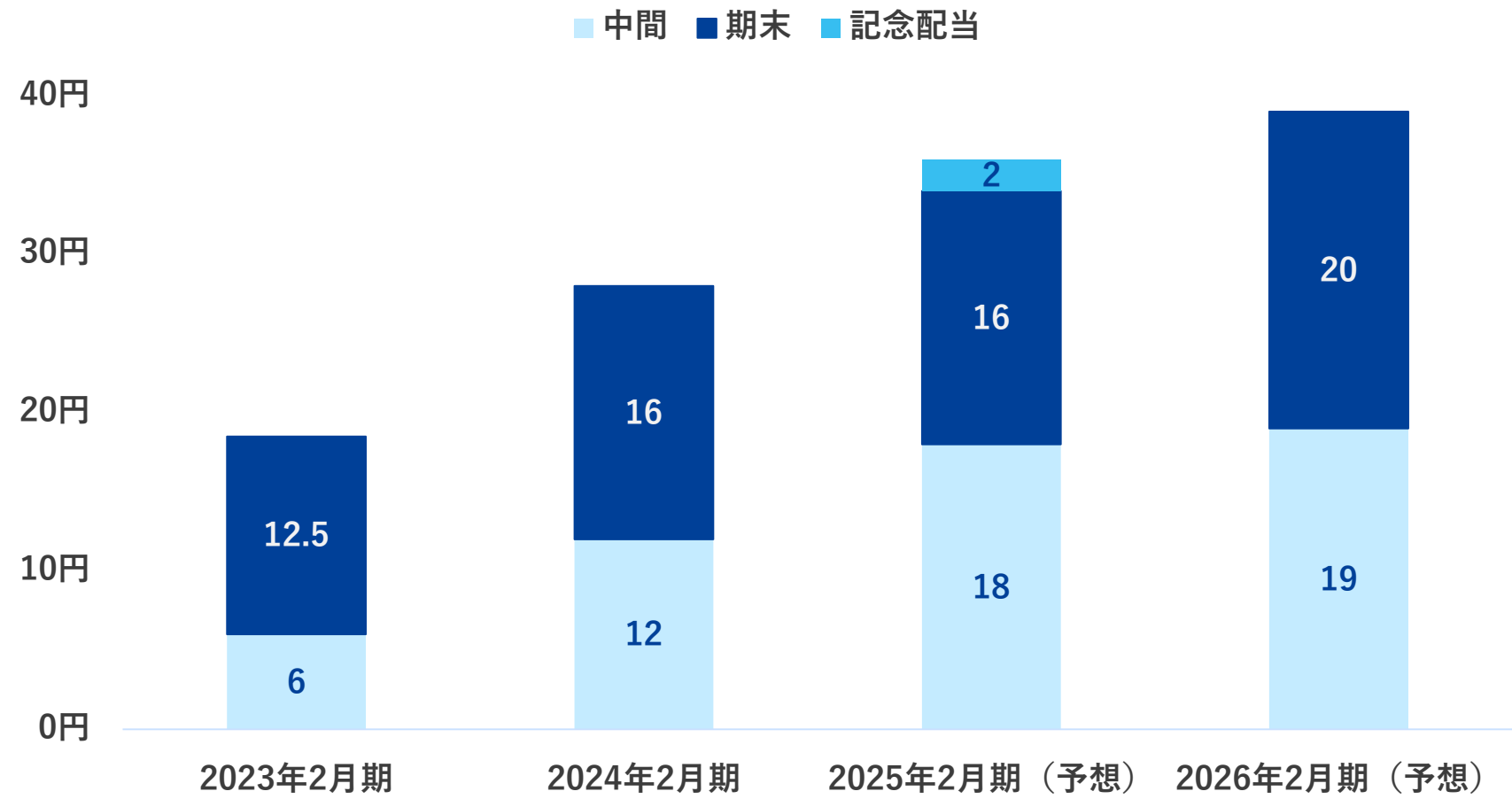
配当予想

(1株当たり)

	2025/2期	2026/2期	前年比
	(実績)		
中間	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

直近4期の推移

(分割調整後)



創業30周年記念配当

- 2025年5月に創業30周年を迎えるにあたり、2025年2月期の期末配当に加え、記念配当を実施予定

2026年2月期は3円の増配予定

- 配当予想は今後の業績動向に応じて適宜見直しを検討

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



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
- 新たな海外地域への出店も検討

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

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

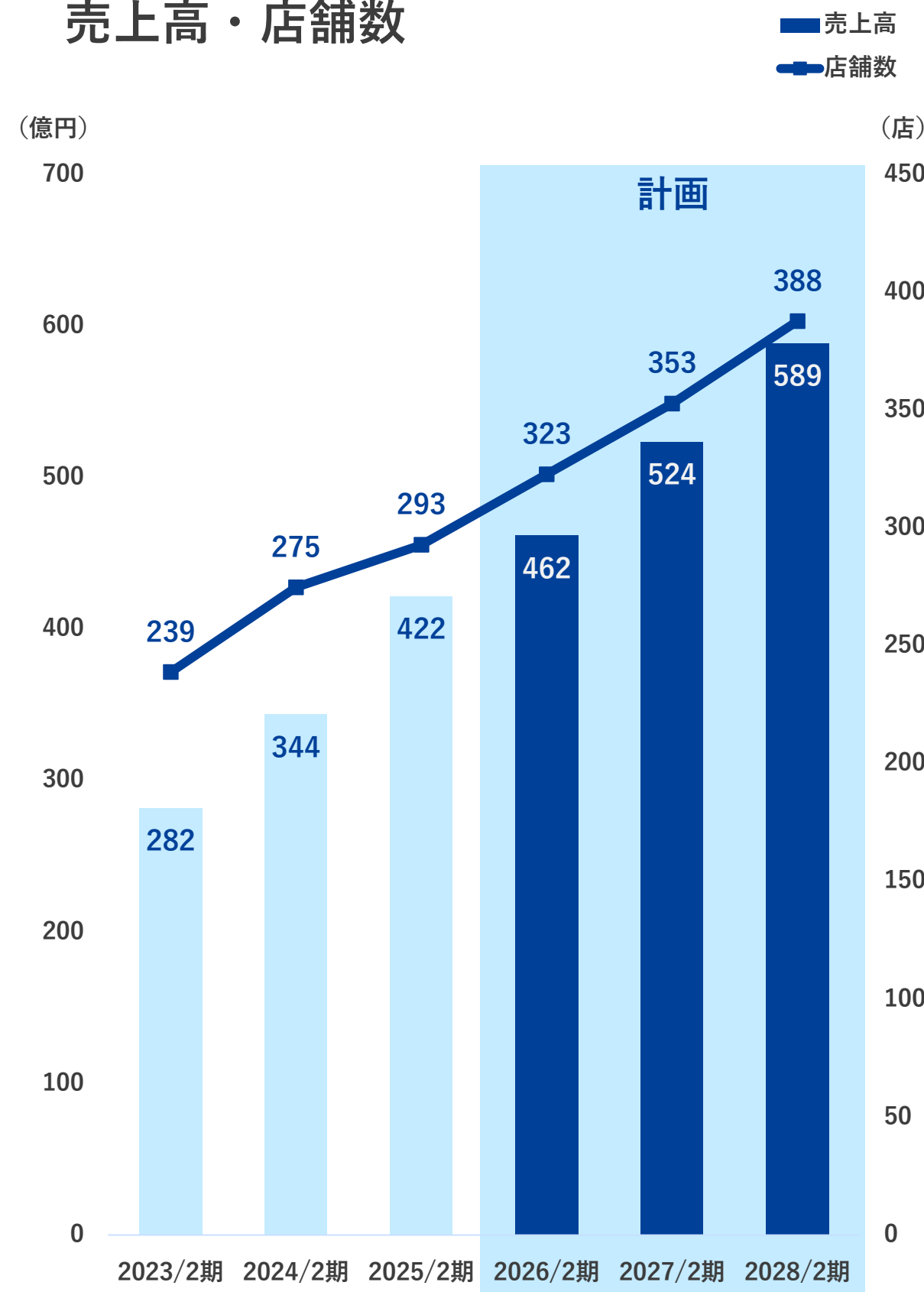
- 1) ビジネスモデルと当社の強み
- 2) 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 3) 会社概要と当社の歩み



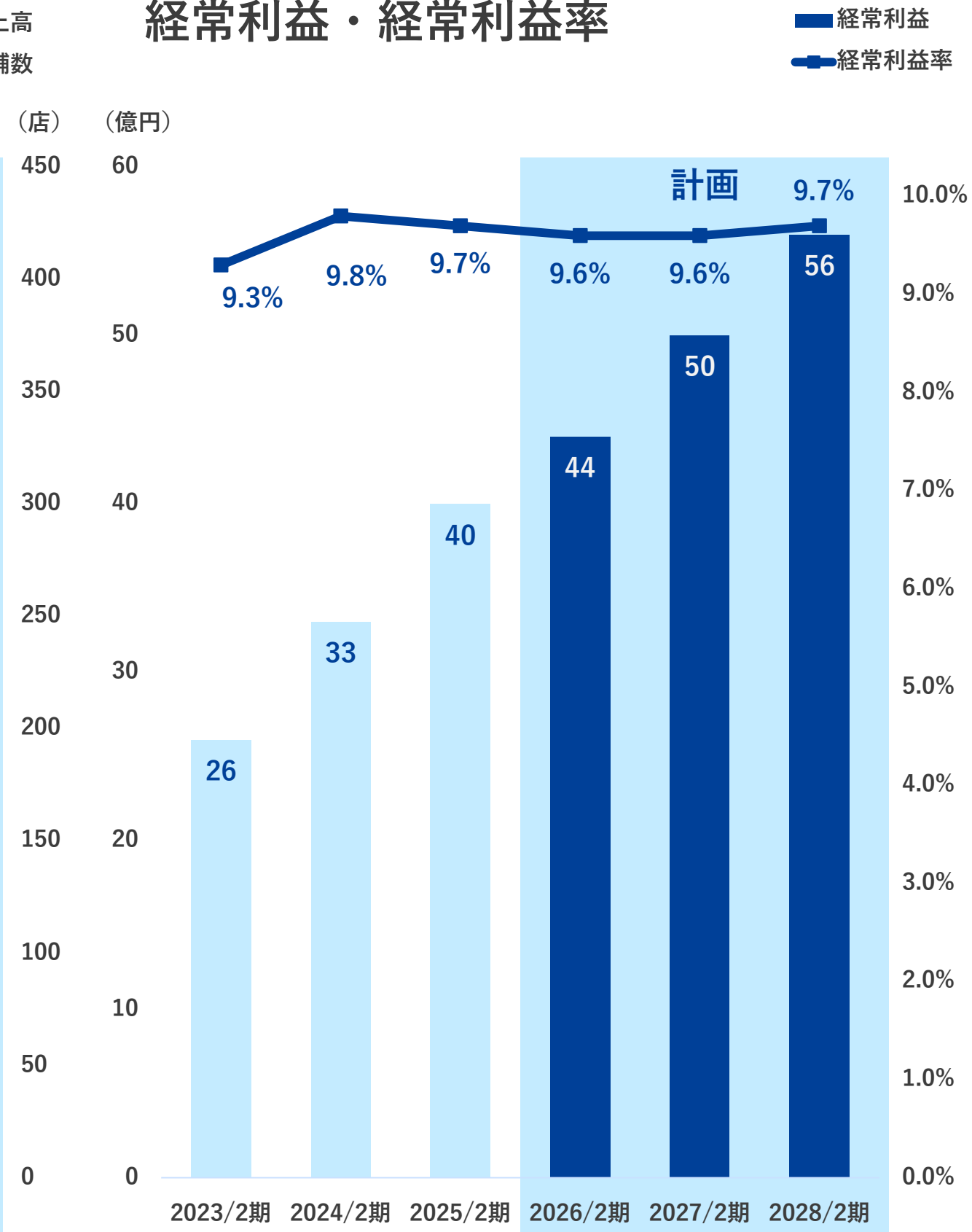
中期経営計画サマリー



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**42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。
また、タイ/台湾に続く新規地域への進出を検討する。

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。

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)
		修正前	修正後	修正前	修正後	新規追加	
年間出店数	26店	30～35店	30～35店	35～40店	30～35店	35～40店	—
売上高	422億円	450億円	462億円	503億円	524億円	589億円	11.76%
経常利益	40.8億円	41.9億円	44.4億円	46.7億円	50.5億円	56.9億円	11.73%
経常利益率	9.7%	9.3%	9.6%	9.3%	9.6%	9.7%	—
親会社株主に 帰属する 当期純利益	27.0億円	27.6億円	30.0億円	30.8億円	34.2億円	38.5億円	12.56%
1株当たり 当期純利益	115.6円	118.1円	128.3円	131.7円	146.1円	164.6円	12.50%
1株当たり 配当金	36.0円	36.0円	39.0円	40.0円	44.0円	50.0円	—
配当性向	31.1%	30.5%	30.4%	30.4%	30.1%	30.4%	—

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

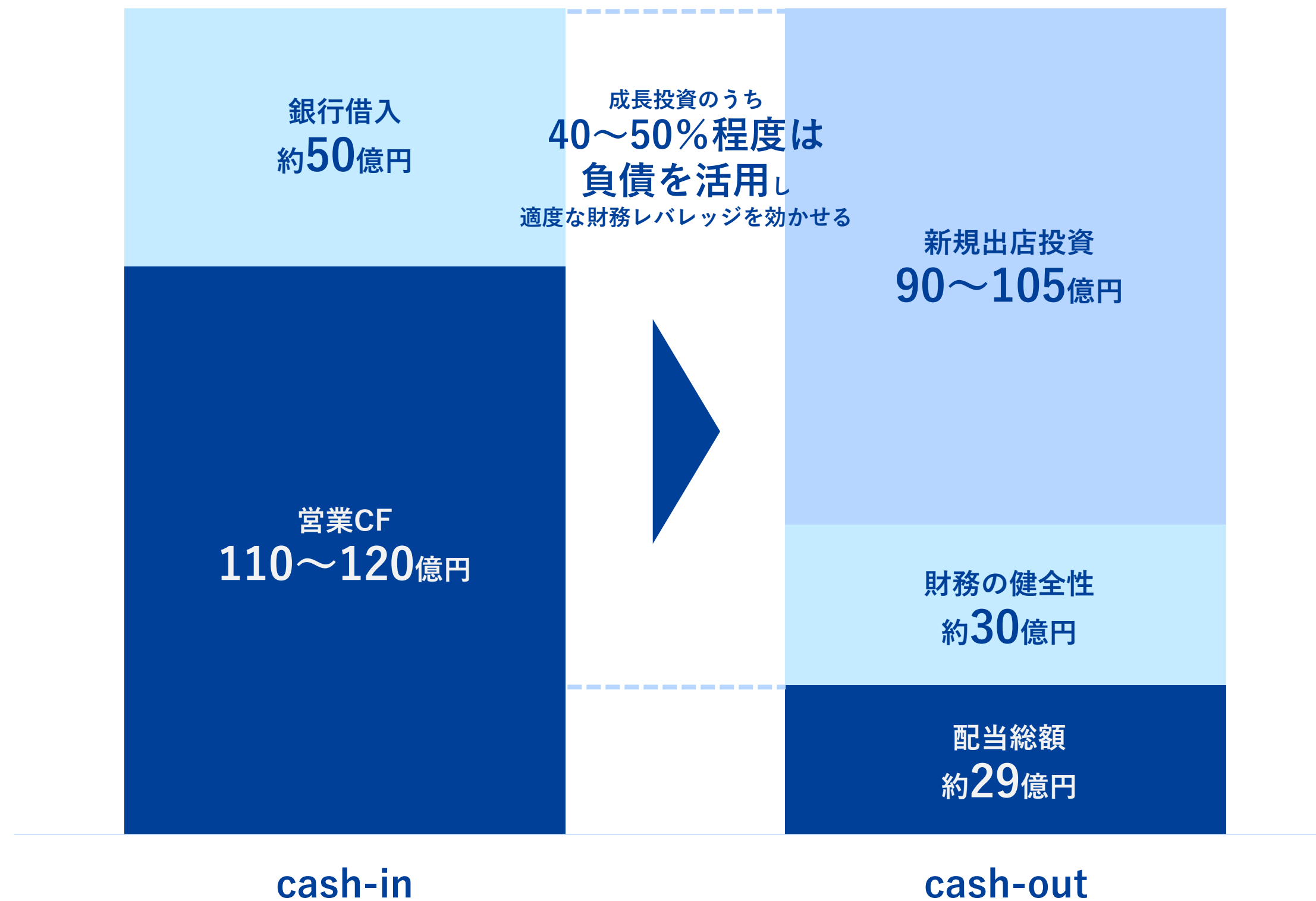
配当性向

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

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	2022/2期	2023/2期	2024/2期
リユース事業によるCO2排出量減貢献量	家電4品目	t	13,060	14,658	17,719
	衣料品	t	15,636	19,163	22,134
	家具	t	2,976	3,091	3,114
	主要カテゴリ小計	t	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

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

Governance - ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化

		2022/2期	2023/2期	2024/2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

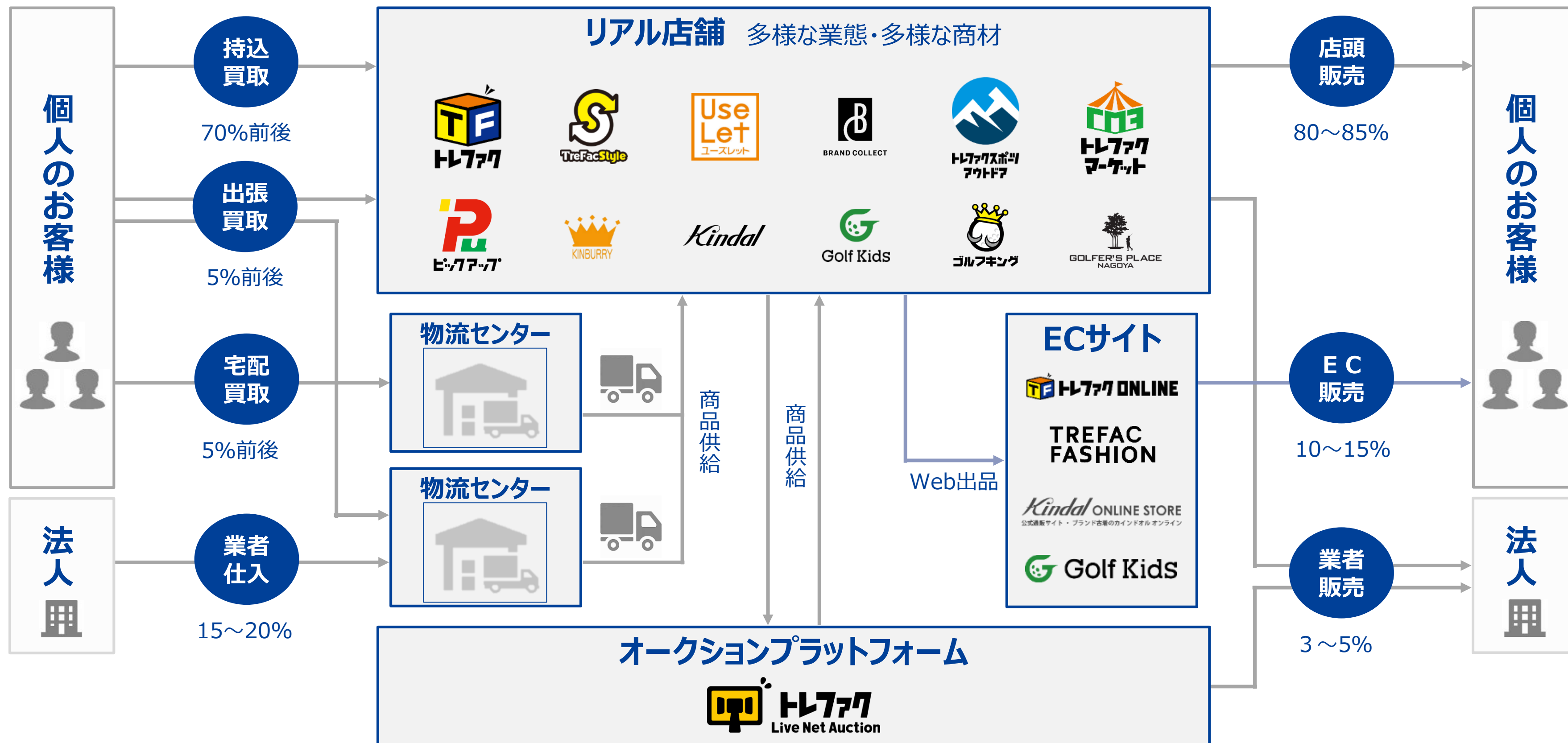
ブランドコレクト表参道1号店



ビジネスモデル

多チャンネル・多ジャンルの仕入

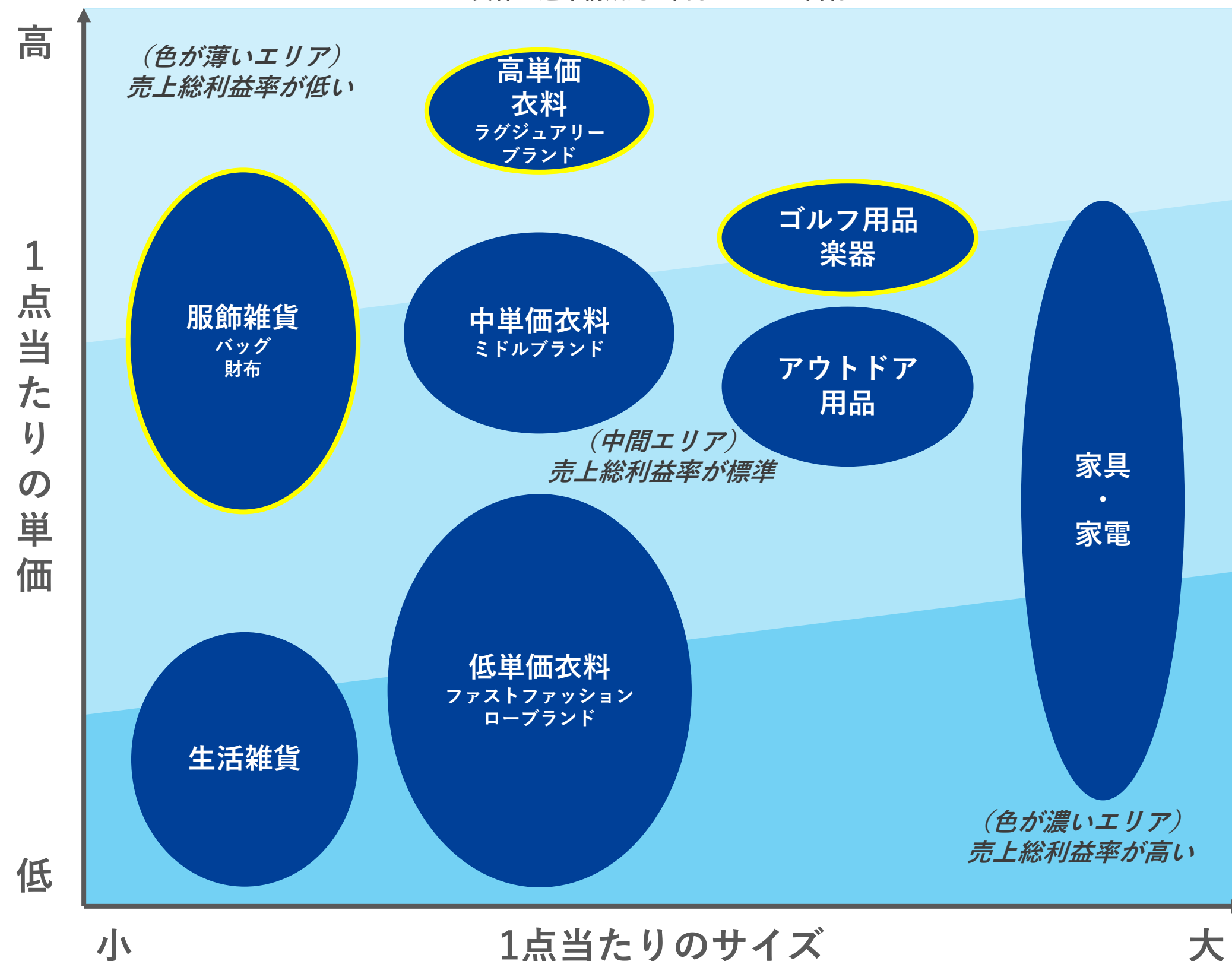
多様な業態による多店舗展開



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、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

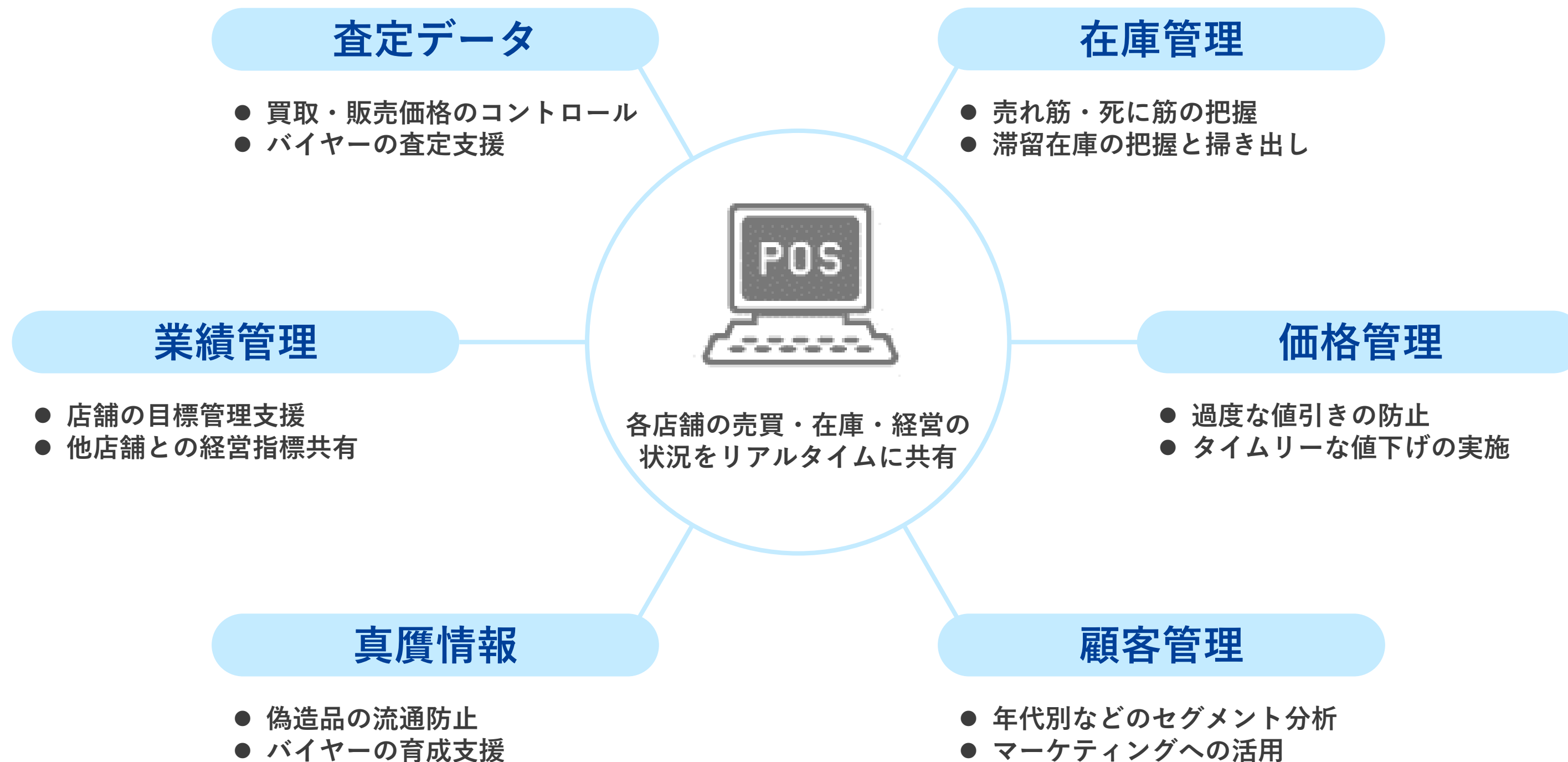


	業態	コンセプト・取扱商品	主な出店立地・店舗展開
基幹ブランド		幅広いジャンルのリユース品を取り扱う総合リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド ショッピングセンター内
		幅広いファッションアイテムを取り扱うファッションリユースショップ	駅近徒歩10分以内のエリア 主要駅付近のエリア ショッピングセンター内
専門ブランド		スポーツ用品・アウトドア用品を取り扱う専門リユースショップ	主要道路沿いのロードサイド
		お手頃商品を集めた古着アウトレットショップ	首都圏駅近 商店街沿いなど人通りの多いエリア 郊外エリア
		ハイブランド・ジュエリーなどの高価格帯に寄せたハイブランドリユースショップ	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
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	主要道路沿いのロードサイド
		静岡県地盤のブランド・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	：	12～20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
社員数	1,009名（正社員のみ、2025年2月末現在）
決算期	2月
創立	1995年 5月 25日
本社所在地	東京都千代田区外神田4丁目14番地1号
資本金	906百万円（2025年2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。
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
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	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	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



沿革

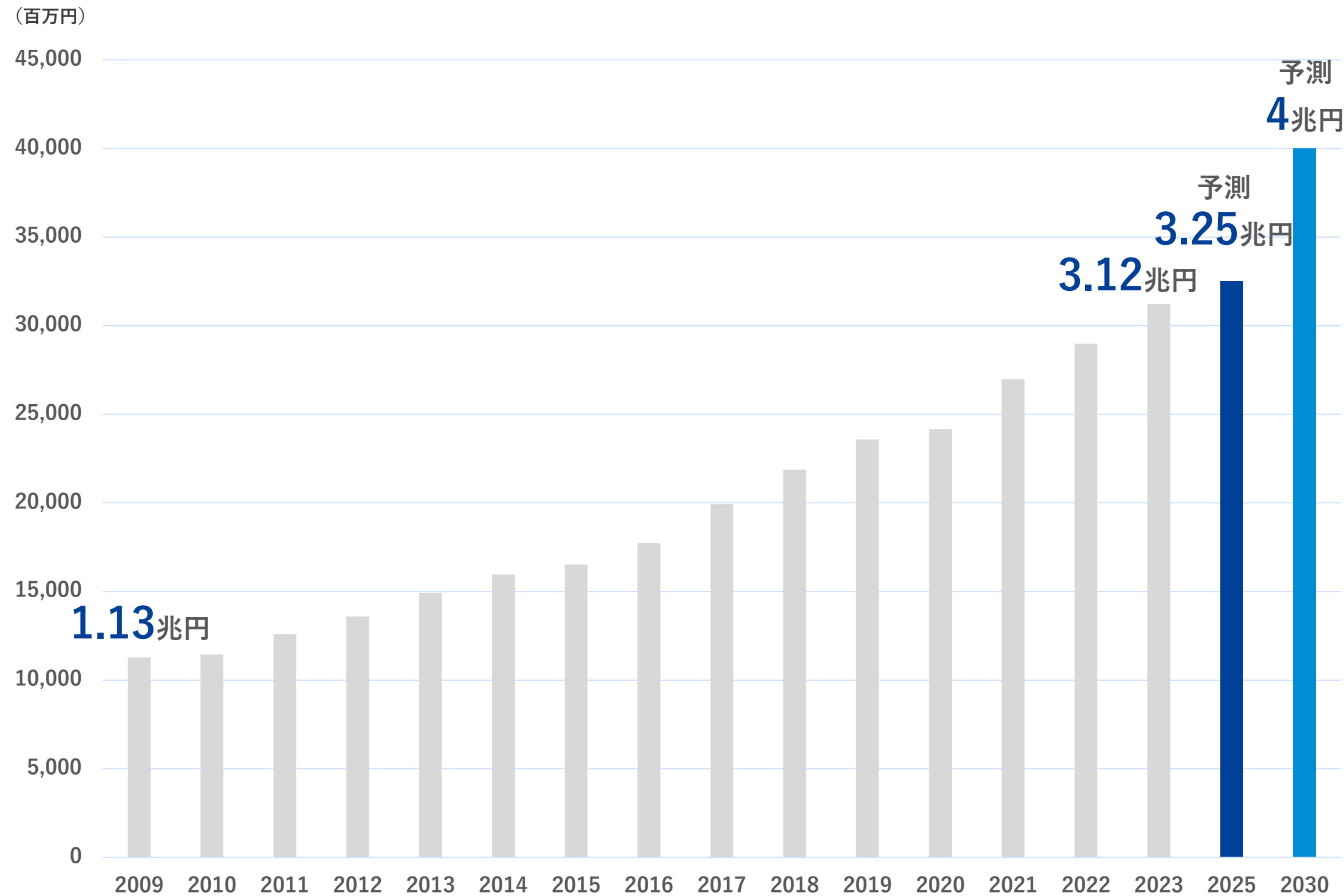
2016年	3月	タイ王国に海外現地法人Treasure Factory (Thailand) Co., Ltd.を設立
	5月	東海エリアに初進出、愛知県名古屋市に「トレジャーファクトリー徳重店」を開店
	7月	九州エリアに初進出、福岡県春日市に「トレジャーファクトリー福岡春日店」を開店
	7月	東京都千代田区神田に本社を移転
	7月	タイ・バンコクに海外1号店となる「トレジャーファクトリースクンビット39店」を開店
	9月	電化製品・家具を中心に扱う大型店舗の新業態「トレファクマーケット」を開始、千葉県千葉市に1号店を開店
	9月	株式会社カインドオルの株式を取得し、子会社化
2017年	10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灣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



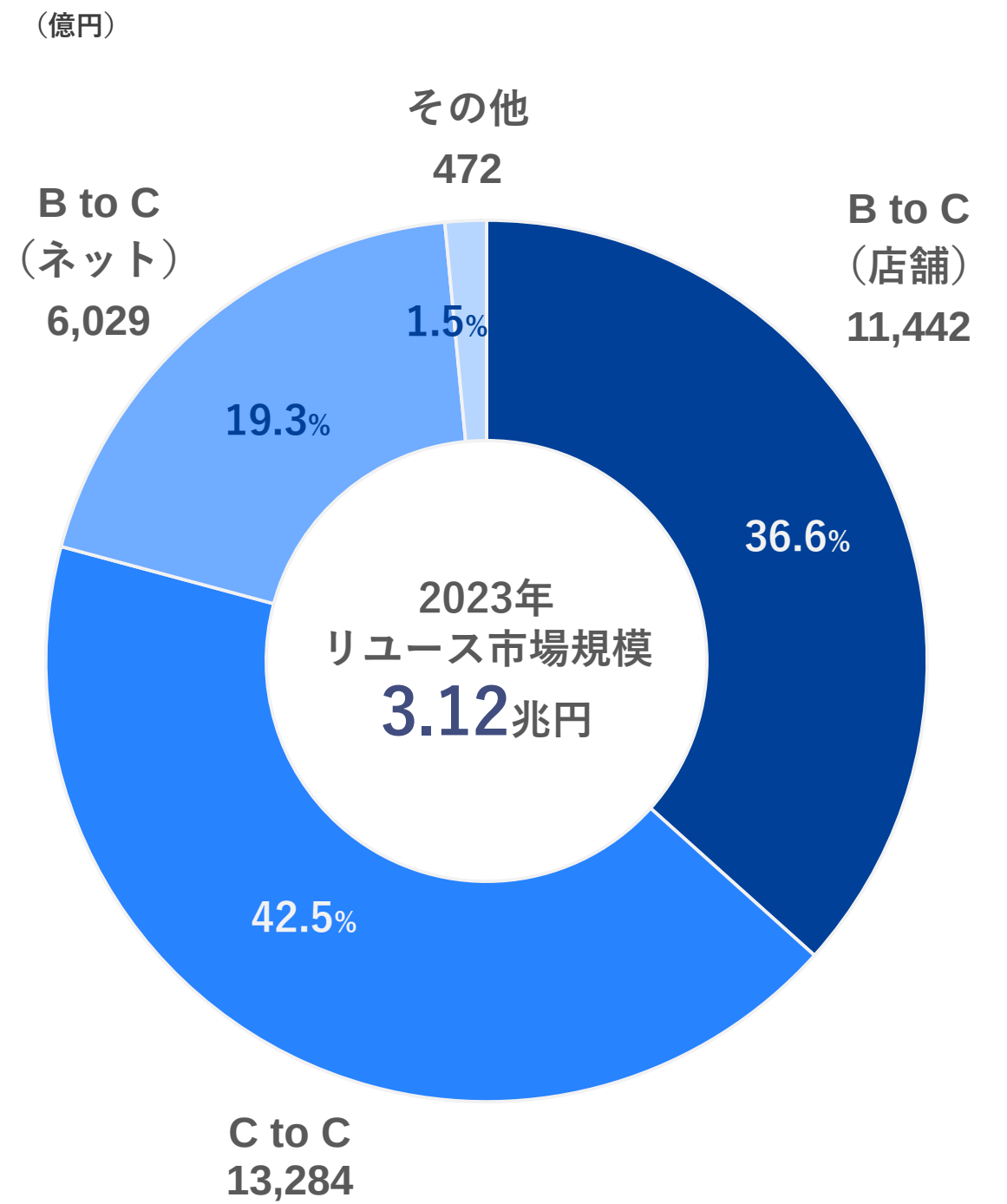
リユース市場の動向



リユース市場全体の売上高推移

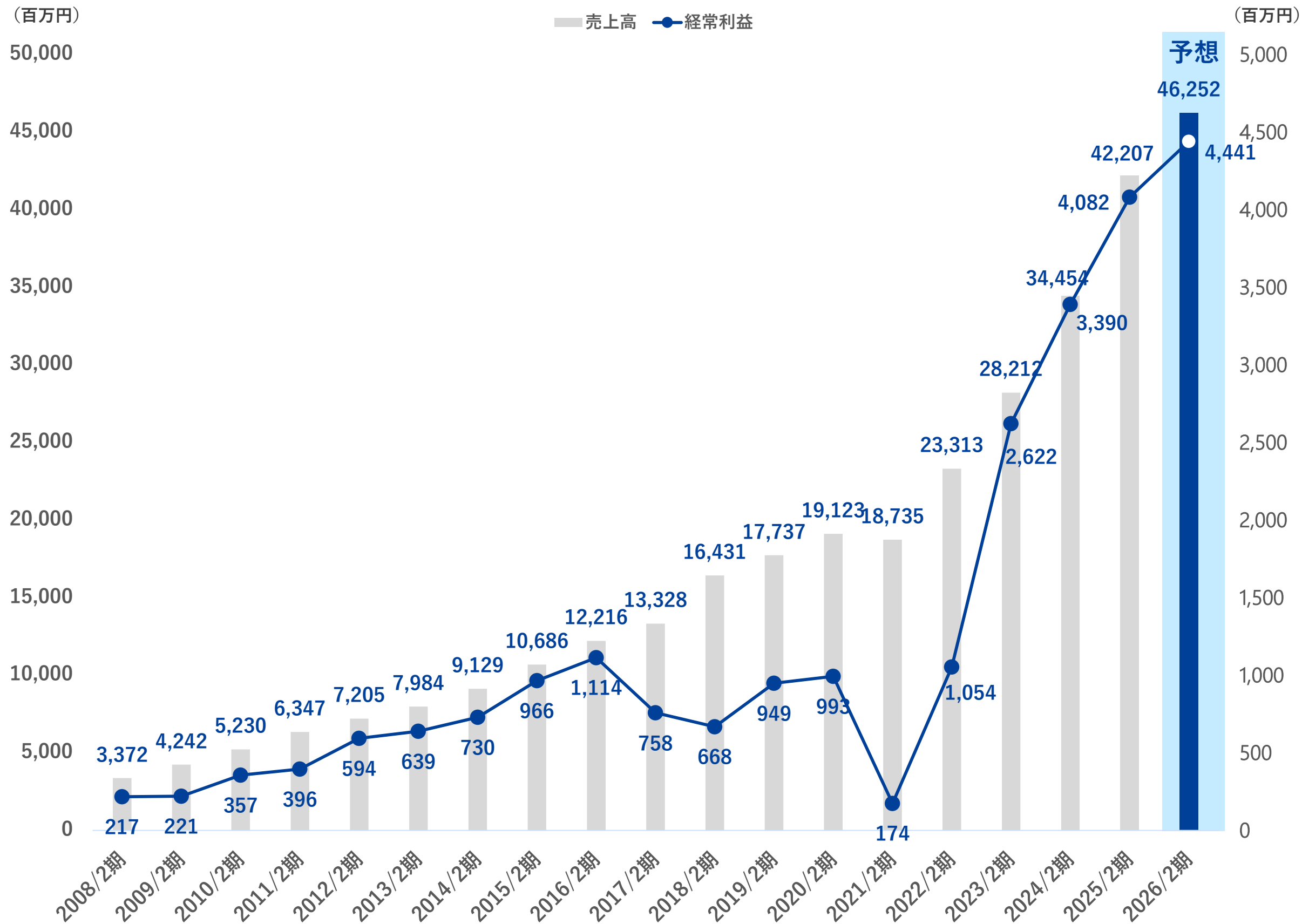


リユース市場全体の業態構成比



※出所：リユース経済新聞『リユース業界の市場規模推計2024（2023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



グループ店舗数 301店（うち直営267店） ※2025年4月末日時点

都道府県												都道府県・ 都市別合計
関東	東京都	15	40	2	7	4	—	17	—	3	—	88店舗
	神奈川県	12	13	1	—	3	—	—	—	—	—	29店舗
	埼玉県	20	9	3	—	4	1	—	—	—	—	37店舗
	千葉県	9	9	2	—	—	1	—	—	—	—	21店舗
	栃木県	1	—	—	—	—	—	—	—	1	—	2店舗
	群馬県	4	1	—	—	—	—	—	—	—	—	5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
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	—	—	—	—	—	3	—	1	—	5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	3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3店舗
東北	福島県	4	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4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		100店舗	93店舗	9店舗	7店舗	11店舗	2店舗	42店舗	14店舗	14店舗	9店舗	301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



リユース周辺事業



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



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



リユース周辺事業



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



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



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

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



※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

3

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 2025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のご利用はできません。1枚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900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、お待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 ▼

TREFACTORY
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 2025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のご利用はできません。1枚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1,900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、お待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 ▼

TREFACTORY
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

20%UP

買取金額

有効期限 2025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。
・その場で現金にてお支払いします。

※買取の目安は、家具・電化製品は製造後10年以内、
食器・贈答品は未使用品となります。

ご利用可能
店舗はこちら▶

※一部、買取を行っていない店舗
がございます。

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。

<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

52

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>