

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2021年12月23日

バリュエンスホールディングス株式会社
(東証マザーズ：9270)

Valuence


目次

1. 会社概要
2. ビジネスモデルと事業の強み
3. 市場動向
4. 中期経営計画 VG1000
5. リスク情報
6. サステナビリティ

Valuence

会社概要

らしく、
生きる。

A woman in a white shirt and red pants is running outdoors at sunset. Her hair is flying, and the background is a bright, hazy sky with trees in the distance.

Valuence

Value 価値 × Intelligence 知識・知見
Experience 体験・経験

これまで培ってきた知見を活かし、私たちのあらゆる事業活動を通じて、
私たちに関わる方々、一人ひとりの人生を変えるような価値ある体験を提供する

Mission

らしく、生きる。

Vision

Valuable Experience
人生を変える価値を

会社概要

会社名	バリュエンスホールディングス株式会社
代表者	寄本 晋輔
本店所在地	東京都港区港南一丁目
創業	2011年12月
資本金	1,144百万円（2021年8月末）
従業員数	873名（2021年8月末） ※連結、正社員のみ
セグメント	ブランド品、骨董・美術品等リユース事業
関係会社	連結子会社10社 持分法適用関連会社1社

グループ事業ブランド

買 取



不 動 産



オークション



小 売

ALLU

アプリ



事業/サービス紹介

買取

モノの価値をつなぎ、人生への新たな投資を。

◆ なんぼや／BRAND CONCIER ◆

- ✓ ブランド品等の買取専門店
- ✓ 「なんぼや」は国内外に100店舗以上を、「BRAND CONCIER」は国内百貨店を中心に展開
- ✓ 出張買取、宅配買取、オンライン買取にも対応

なんぼや BRAND REUSE
NANBOYA



BRAND CONCIER



◆ 古美術八光堂 ◆

- ✓ 骨董・美術品等の買取専門店
- ✓ 骨董専門の鑑定士が出張買取を中心に対応
- ✓ 遺品整理、生前整理等にも対応

古美術
八光堂



事業/サービス紹介

オークション

業界のハブとなる、世界一のオークションを目指して。

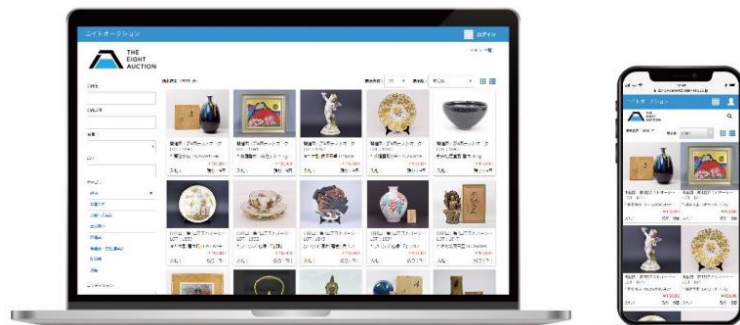
◆ STAR BUYERS AUCTION ◆

- ✓ ブランド品等のtoB向けオークション
- ✓ 2020年3月にオンライン化し、世界各国からのパートナーが参加
- ✓ ダイヤモンドに特化したオークションをオンラインにて開催



◆ THE EIGHT AUCTION ◆

- ✓ 骨董・美術品のtoB向けオークション
- ✓ 骨董・美術業界ではリアルが主流のなか、2020年7月にオンライン化



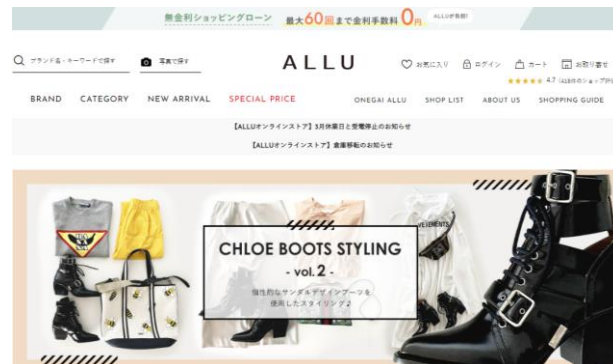
事業/サービス紹介

小売

お客様の新しい出会いをつくる、BtoC販売事業。

◆ ALLU ◆

- ✓ 銀座・心斎橋の2店舗とECサイトを展開
- ✓ 自社ECサイト、連携するECショッピングモールで国内外に広く販売
- ✓ ALLU店頭への取寄やライブ販売など、リアルとネットのシームレスなサービスが好調



事業/サービス紹介

資産管理アプリ

もっと便利に、賢く、自由に、モノの管理、運用を。

◆ Miney ◆

- ✓ モノの価値が見える化する資産管理アプリ
- ✓ スマホで撮影するだけでAIが自動で査定（※1）
- ✓ 所持品を資産と捉え、売却・運用を考えるきっかけに



<https://miney.jp/>

ダウンロードは
こちらから！

売れどきアラート

Miney

Mineyはあなたの持ち物をスマホで撮影するだけで、AIが資産価値を見える化し、売れどきを教えてくれるアプリです。

ベストな売れどきを教えてくれる「売れどきアラート」アプリ

動画でわかる Miney

今すぐかんたん無料登録！

登録料・利用料 無料

品名	価格	売却状況
シュルゲーバッグクロコ	¥123,456	売却中
プラチナダイヤモンドネックレス	¥123,456	売却済 -2%
プレスレットウォッチイエローゴールド	¥123,456	売却済 +10%
ハンドバッグ ツァセルチーム付き	¥123,456	売却済 -2%
ピンクゴールド310ダイヤモン	¥123,456	売却済

※1 AI査定対応ジャンルは「時計」「不動産」のみ

ビジネスモデルと 事業の強み

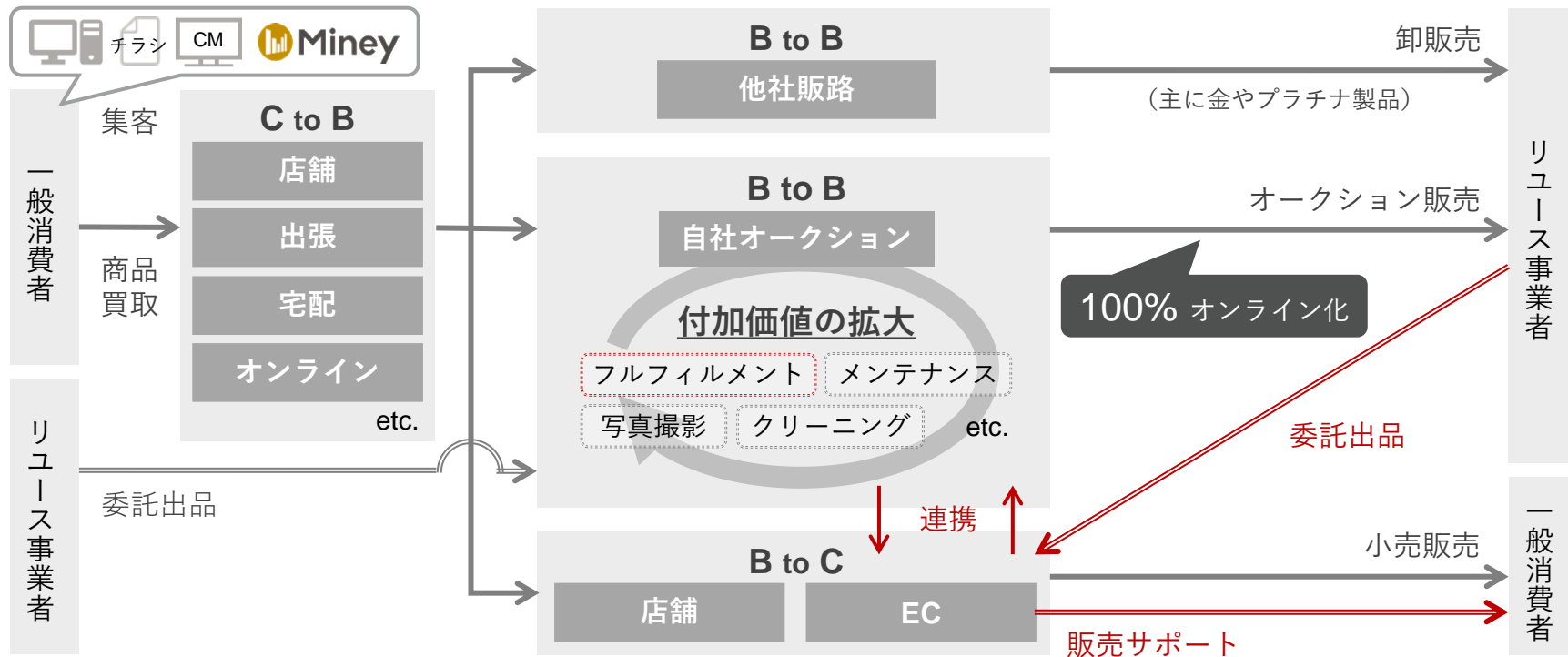


ビジネスモデル

—— 自社仕入商品（自社在庫）
—— 委託商品（他社在庫）
赤色：現在準備中

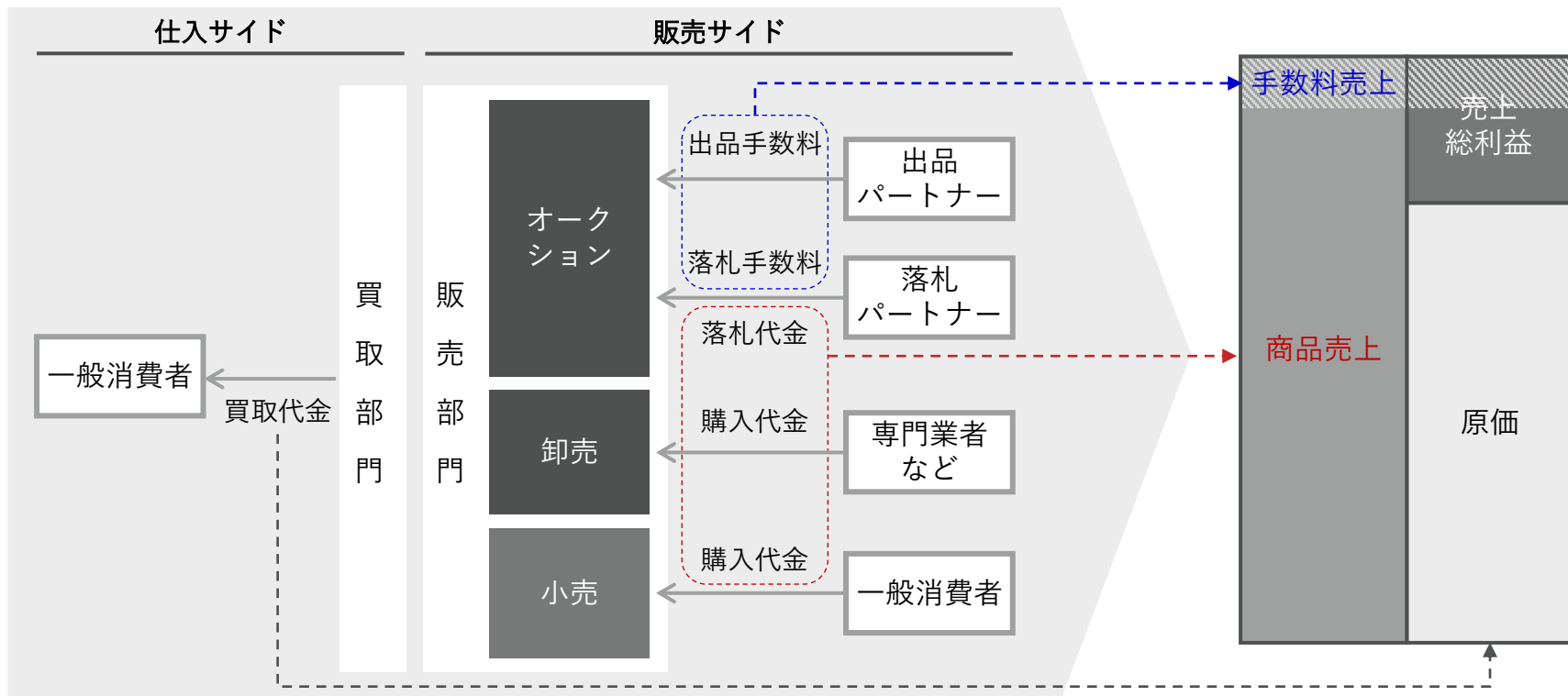
仕入／委託

販売／販売サポート



収益構造

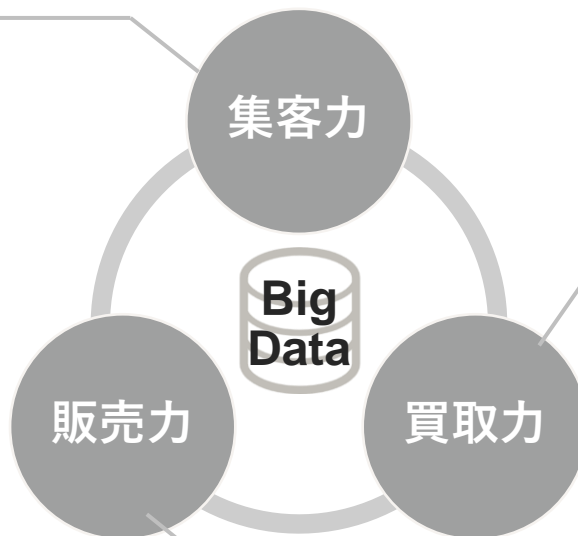
オークションをはじめとした自社仕入商品による商品売上を中心に、売上・利益を形成



バリュエンスグループの強み

独自のO2O（Online to Offline）モデル

- WEBマーケティングの内製化
- SNS・アプリの活用
- カスタマーサポートセンターによる店頭送客
- 全国の買取拠点網



コンシェルジュの接遇と本部サポート体制

- 従来のイメージを払拭する店舗デザイン
- コンシェルジュの接遇力
- 業界最大級のデータベースとリアルタイム本部サポート体制による高精度プライシング

オークションプラットフォーム

- 自社で買取した商品を安定的に事業者向けオークションで販売
- 全世界への販売が可能なオンラインプラットフォームを構築

Online

WEBマーケティング



競合との陣取り合戦を制する



UI×UXの最適化

情報の充実度を上げる



自社運営により
スピードUP&クオリティ維持

LINEで査定



写真を撮って送るだけで査定価格がわかる



Mineyで査定

登録商品の過去から現在までの価格推移がわかる



事前の価格提示で来店のハードルを下げる



来店者の90%がオンライン経由



Offline

全国に買取専門店を展開

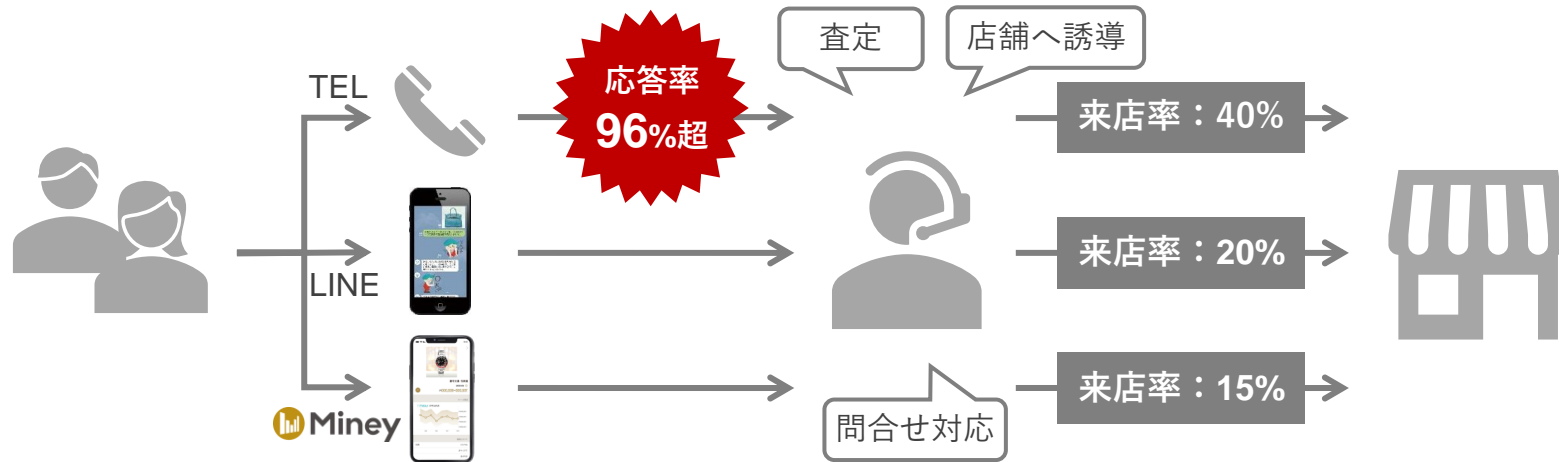
- 顧客の利便性の追求
- 駅近など好立地への出店
- 平均20分/人で高額商材でも即現金化



グループ合計
125店舗



※2021/8末時点、海外店舗除く



LINEで査定

＼ 月間査定額は約28億円 ＼
月間査定件数 約16,000件

電話で査定

＼ 電話応答率は驚異の96%超 ＼
月間査定件数 約4,000件

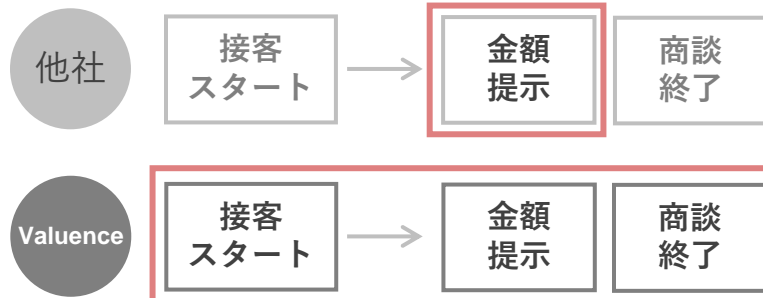
洗練された店舗、サービス

- 洗練された店舗、サービス
- 商談接客ブースは全店個室でプライバシーに配慮
- ドリンクサービスなどのおもてなし



コミュニケーション重視の接客

ここだけを重要視しがち



入店から退店まですべてのコミュニケーションを重視 = **リユース体験の提供**

▶ 「価格を高く」から「価値を高く」へ

高単価 & 高成約率を実現

店舗のどこからでも
最新データを参照可能

買取店舗



データベースと
本部サポート体制を
活用しお客様と商談

店舗からの相談に
リアルタイムで対応

精度の高い値付けを実現

業界最大級の販売価格データベース



国内外の最新の販売データを収集・蓄積

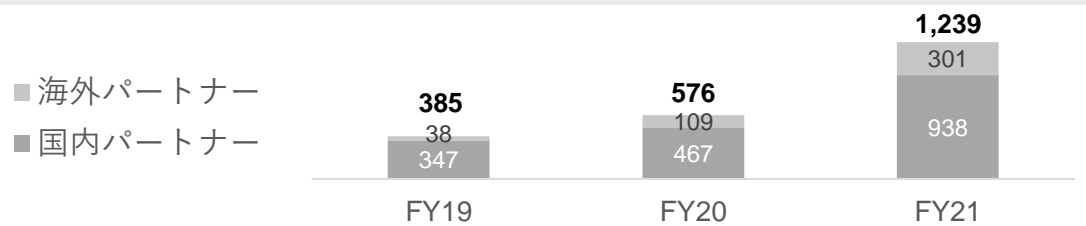
本部サポート体制



知識・経験豊富な
コンシェルジュ（鑑定
士）出身者からなる
専門部隊が遠隔でサ
ポート

海外含む遠隔地からの参加が可能

▶ パートナー数が拡大



入札数が増加し
価格が上がりやすい
環境を構築

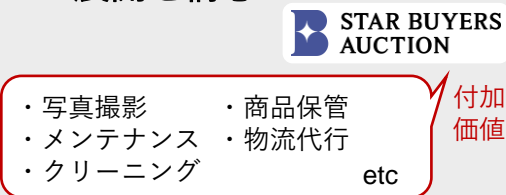
出品量の拡大が可能

▶ 委託販売をスタート



マネタイズポイント増設が可能

▶ フルフィルメントサービスの展開を構想

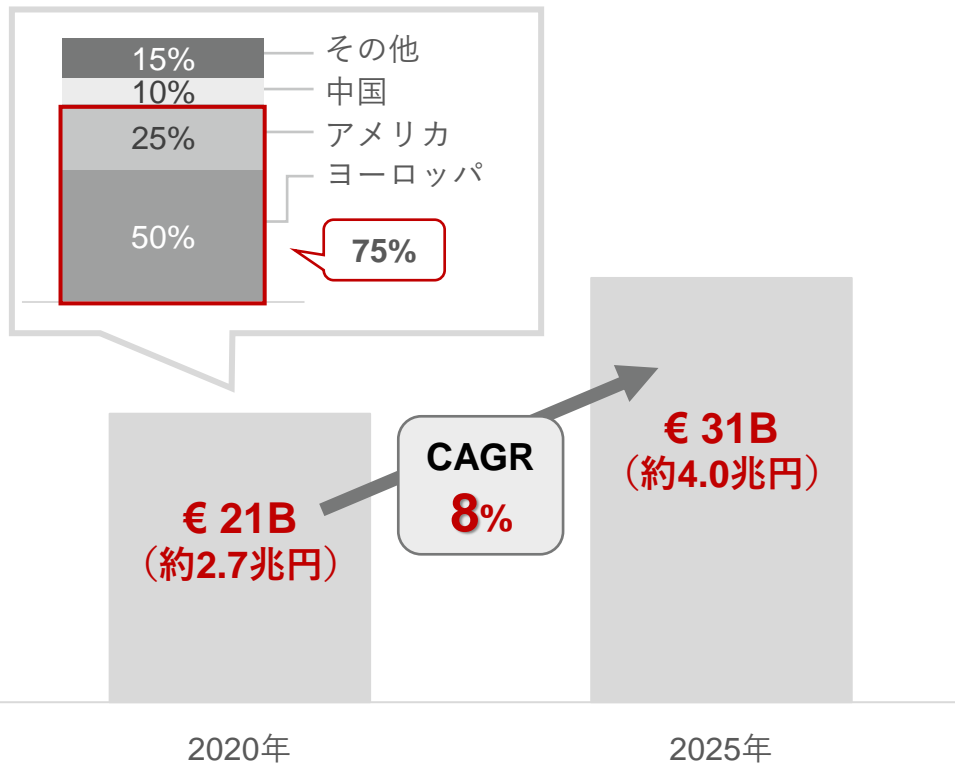


手数料収入が増加し
収益性の向上に貢献

市場動向



市場規模



中古ラグジュアリー品の グローバル市場を牽引するのは欧米

- 中古ラグジュアリー品のグローバル市場は2025年にかけて**CAGR8%**で成長
- 2020年のグローバル市場は**75%**を欧米が占める

市場のより大きな海外へ

※1 対象商品は時計、ジュエリー

※2 Boston Consulting Group “The Secondhand Opportunity in Hard Luxury” より当社作成

競合環境

CtoBtoBのビジネスモデルは優位性が高く、部分的競合はあるものの
ビジネスモデル全体としては現状大きな競合はないものと認識

買取サイド

競合：

一般消費者から買取を行うリユース事業者

- ✓ 多くのリユース事業者はCtoBtoCのモデルをとるので、買取面での競合は多数
- ✓ 品揃え補完のために事業者からの仕入も行うため、当社の販売先でもある（フレネミーの関係）

販売サイド

競合：

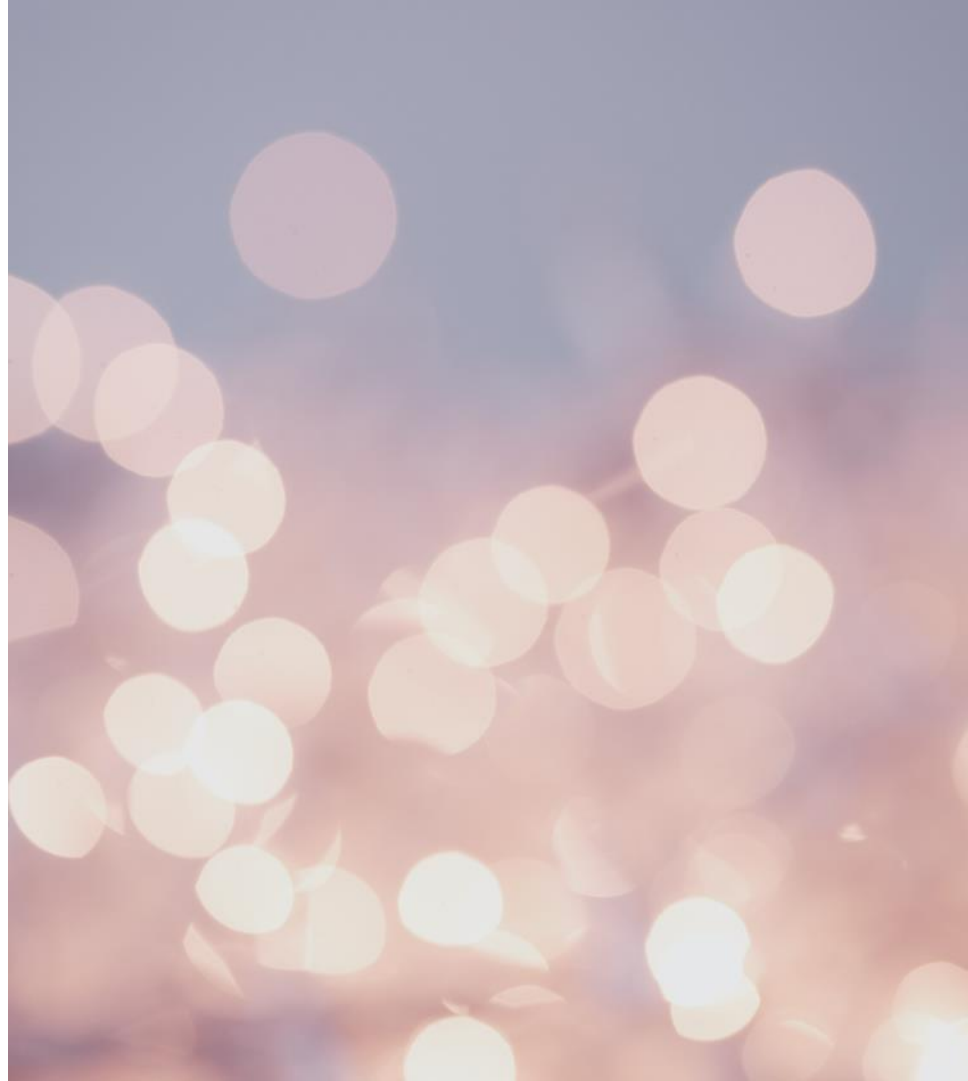
オークション運営を行うリユース事業者

- ✓ 当社規模でグローバルに展開するプラットフォームは現状まだない
- ✓ リユース事業者の多くはtoC販売がメインだが、当社はtoB販売をメインにtoC販売も展開するモデルを採用

2021/8期 - 2025/8期

中期経営計画

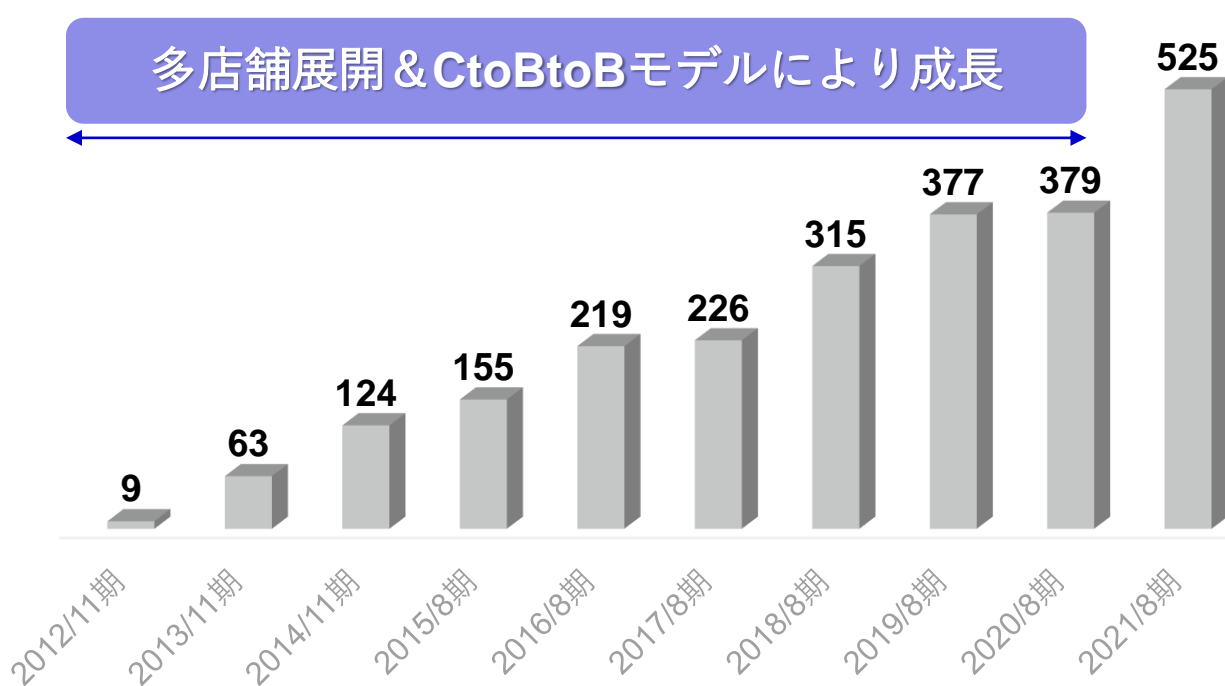
VG1000



売上高推移

プラットフォーム戦略
による成長

多店舗展開 & CtoBtoBモデルにより成長



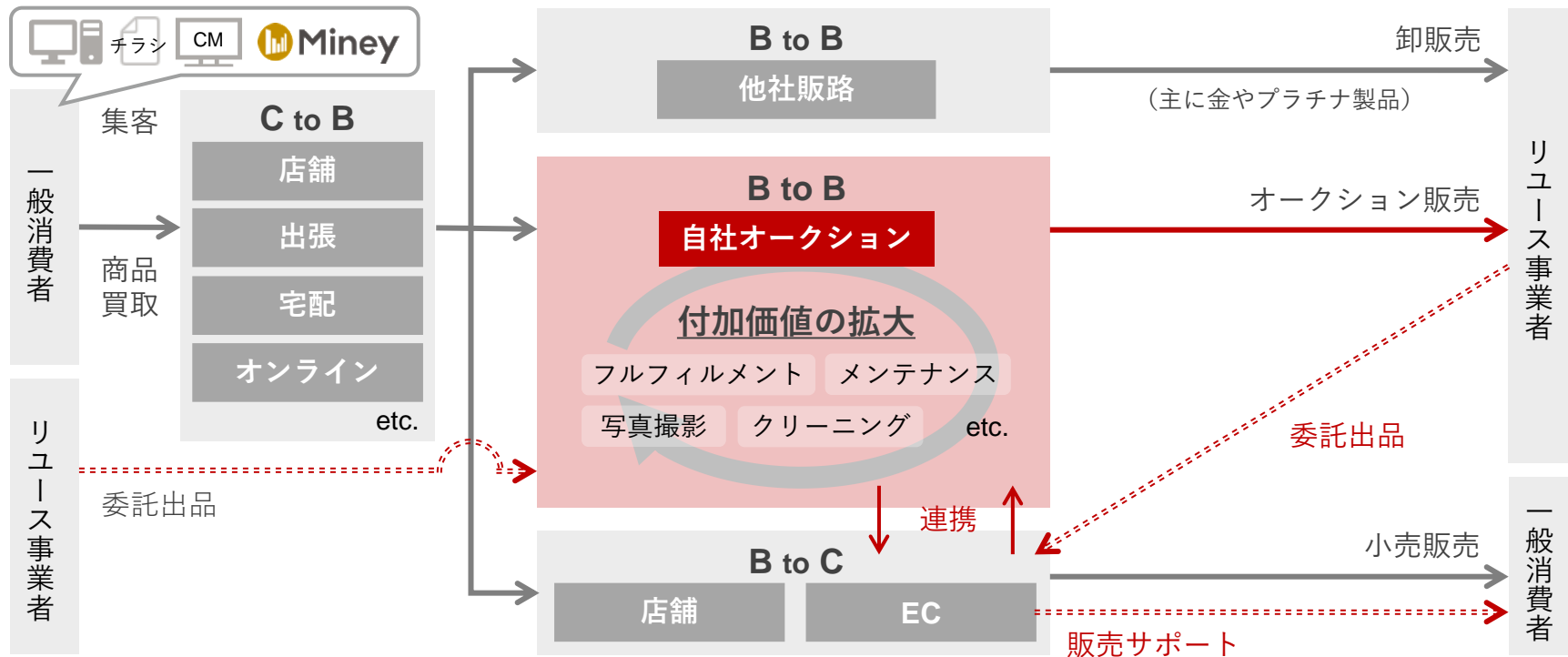
単位：億円

ビジネスモデルの深化

—— 自社仕入商品（自社在庫）
- - - - - 委託商品（他社在庫）

仕入／委託

販売／販売サポート



Global Reuse Platformer

戦略

Global

買取・委託拠点の展開
海外パートナーの開拓

DX

プラットフォーム構築に向けたオンライン化推進

Big Data

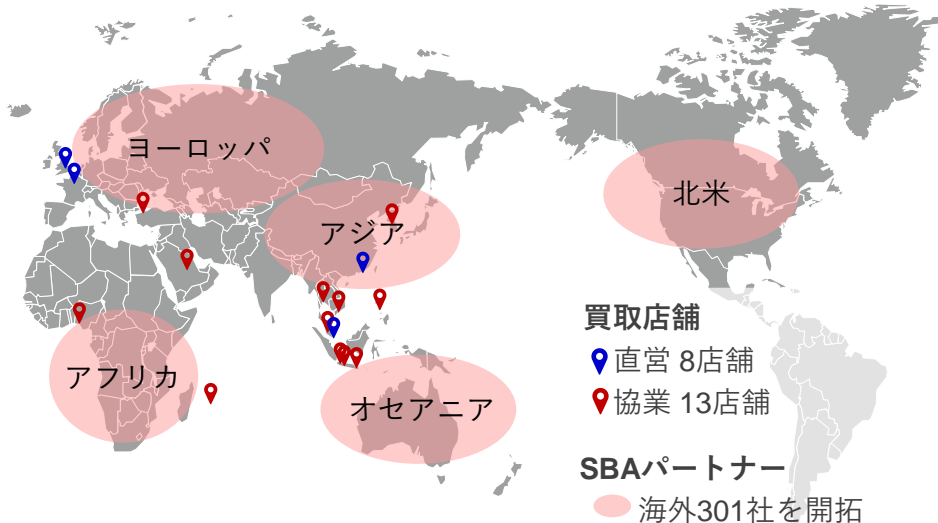
取引データの活用

Marketing

マーケティングのカバー領域の拡大

パートナー開拓及び買取の拠点を世界中に展開し、グローバル展開の基盤を強化

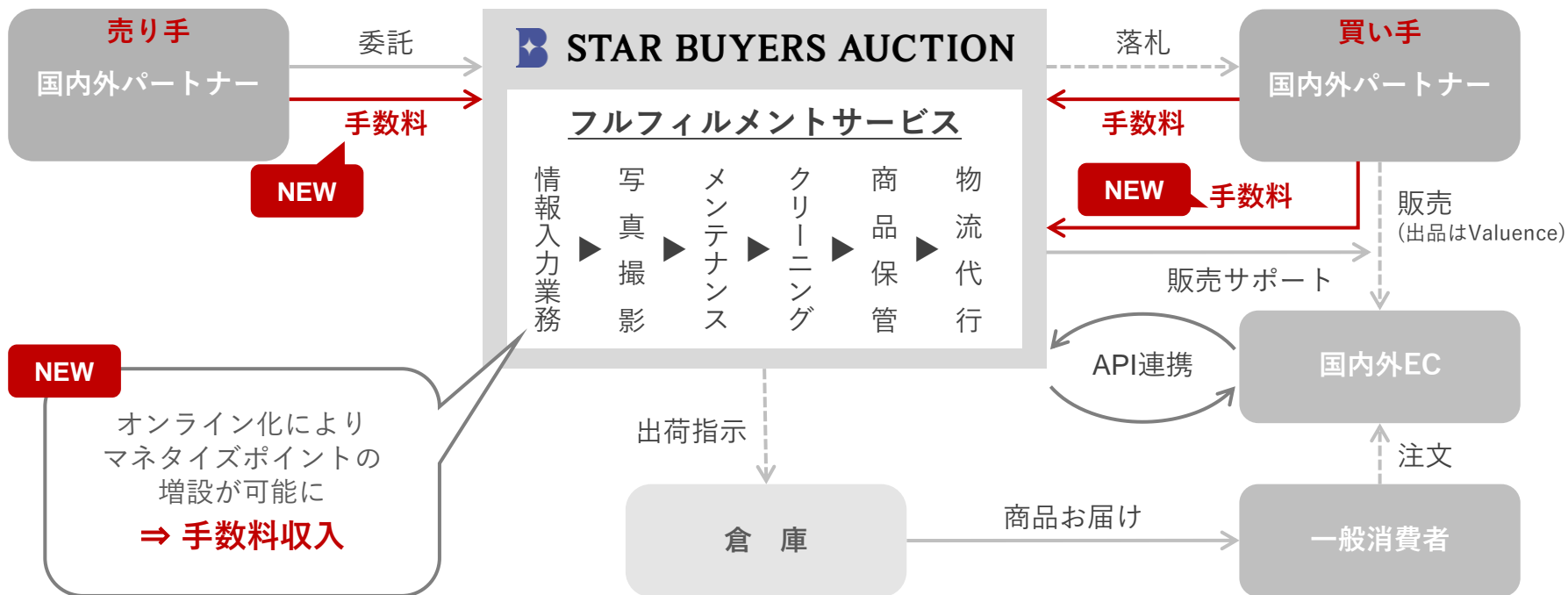
	2020/8期	2021/8期	2025/8期
海外パートナーの拡大	約130社	301社	500社超
海外買取店舗の拡大	2店舗	21店舗	100店舗



各拠点の役割

- ① 各地域でのパートナー開拓
 - ✓ SBA参加パートナー開拓
 - ✓ SBA委託出品サポート
- ② 各地域のニーズに合わせた買取
 - ✓ 直営店による買取
 - ✓ 現地パートナーとの買取協業

パートナーの「買い」から「売り」までを担う仕組み（＝プラットフォーム）の構築

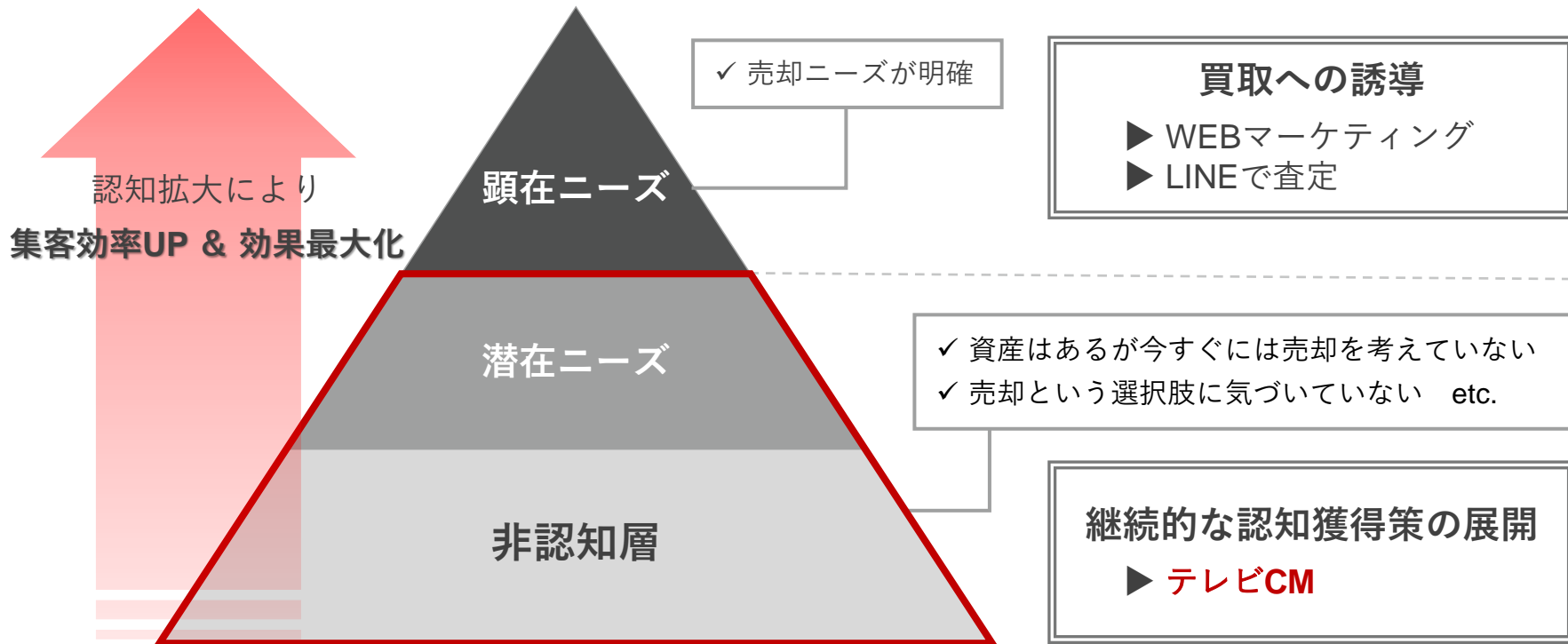


グローバルな視野で、適正価格で売買ができる仕組みを構築



適正な価格での購入・委託が可能

マスマーケティングも活用し、全方位的なアプローチを展開



GMVの拡大に向けて

中計戦略に基づく各種取組の推進によりGMVを拡大

GMV拡大

自社仕入商品の販売拡大

&

委託商品の取扱拡大

仕入の拡大

- 国内外店舗網の拡大
- マスマーケティング活用による集客拡大・効率化

オークションプラットフォームの強化

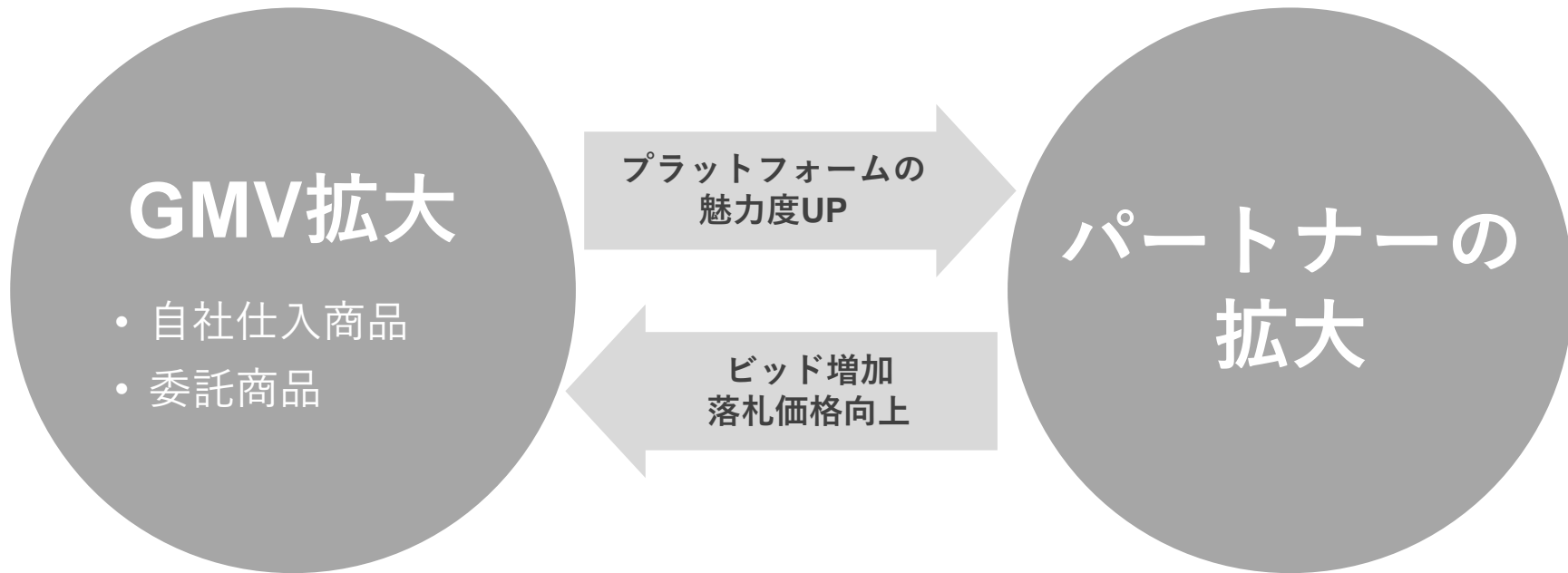
- DX化推進による機能向上
- フルフィルメントサービスの展開
- 国内外パートナーの拡大

取引データの活用

- グローバル展開により、より広く売買データを収集

GMV拡大の好循環

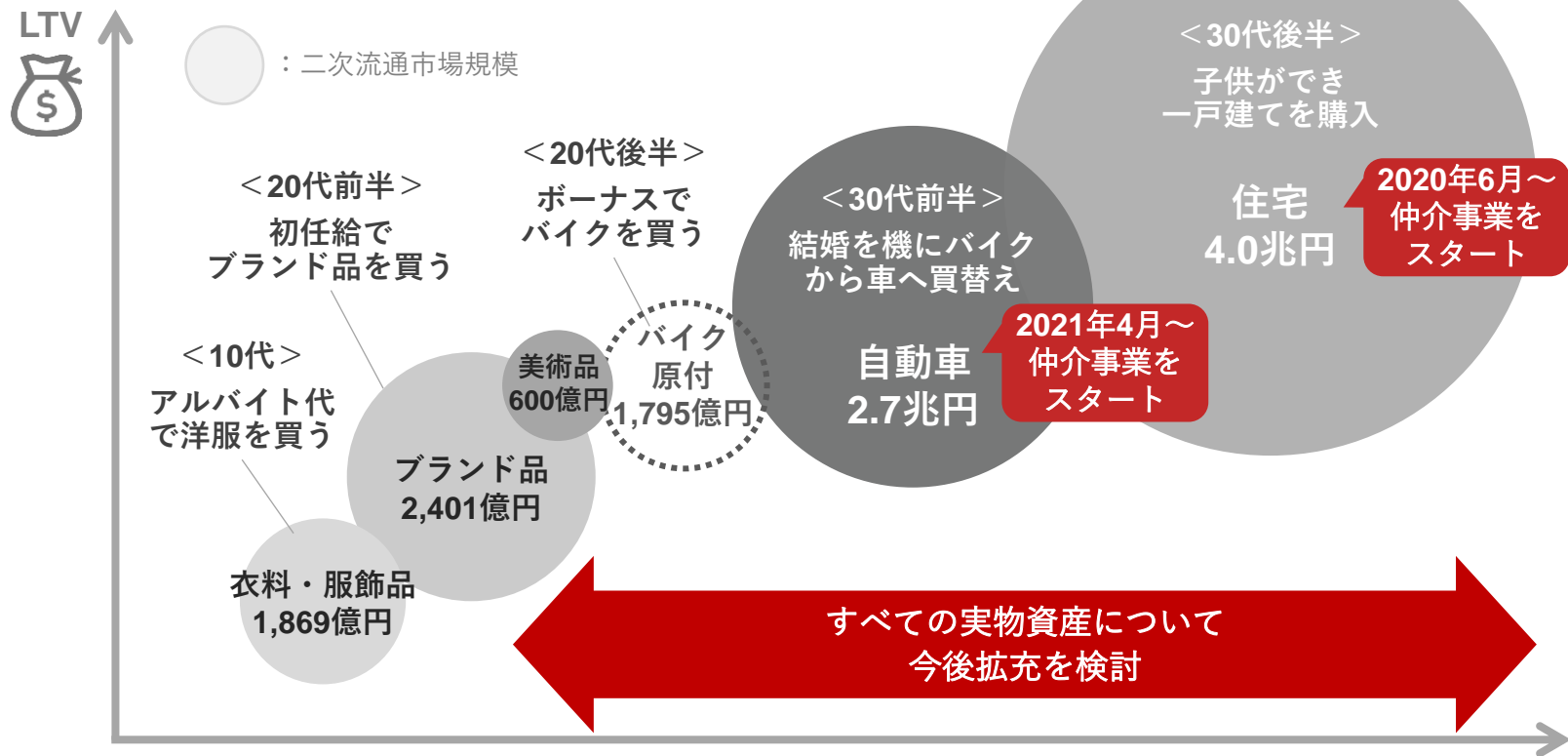
リカーリング型ビジネスへの転換



目標とする数値 <主要KPI>

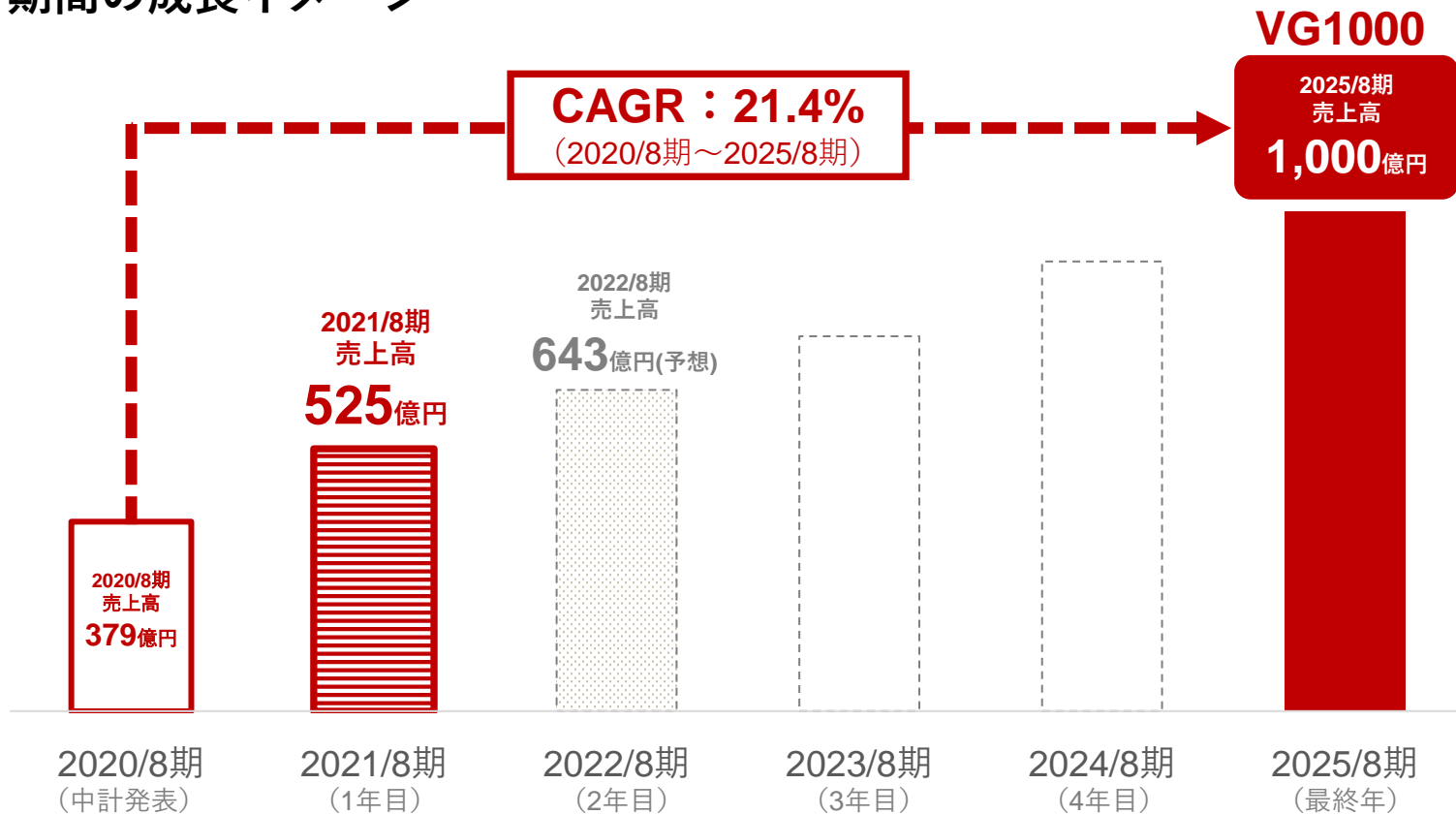
	2020/8期	2021/8期 (中計1年目)	2025/8期 (中計目標)
GMV (総取扱高)	375億円	532億円	1,200億円
オークション委託比率	3.5%	8.0%	50%
海外売上高比率	8.3%	14.9%	20%
海外パートナー数	135社	301社	500社超
買取店舗数 (国内外)	86店舗	146店舗	270店舗

ジャンル拡大による事業機会の最大化



市場規模 出典) 衣料・服飾品、ブランド品、バイク・原付: リフォーム産業通信社「中古市場データブック (2018年)」 / 美術品: 一般社団法人アート東京「日本のアート産業に関する市場調査2016」※市場全体の流通規模 / 自動車: 矢野経済研究所「2017中古車総覧プレスリリース」 / 住宅: 国土交通省「住生活基本計画 (全国計画) 概算」

中計期間の成長イメージ



目標とする数値 <各種指標>

		2021/8期 期初計画	2021/8期 (中計1年目)	2025/8期 (中計目標)
成長性指標	営業利益成長率	(25億円)	(11億円)	2021/8期~ CAGR 30% ※
収益性指標	ROE	23.7%	10.5%	25.0%
株主還元指標	配当性向	30%以上	45.6%	30%以上

※中期経営計画公表時点である2021/8期の期初計画（営業利益：25億円）を起点とする。

粗利率の考え方

- ✓ 委託販売の拡大
- ✓ フルフィルメントサービスの導入
- ▶ マネタイズポイントを増設し、手数料ビジネスを拡大することで粗利率向上

販管費の考え方

- ✓ 認知拡大による将来的な広告宣伝費の効率化
- ✓ DX化推進による固定費増加の抑制
- ▶ 成長投資を継続しつつ、ビジネスの効率化により販管費率を抑制

株主還元の方

基本方針

長期継続的な企業価値向上が株主の利益への貢献であるとの認識のもと、事業計画に基づく再投資に意を用いつつ、株主に対して安定的な配当を実施していく。

	中計期間において (2021/8期～2025/8期)	2021/8期 実績	2022/8期 計画
配当性向	原則 30%以上 を目標とする	45.6% (1株当たり25円)	35.8% (1株当たり25円)

上記に加え、機動的な自己株式の取得も実施していく。

リスク情報



認識するリスクと対応策①

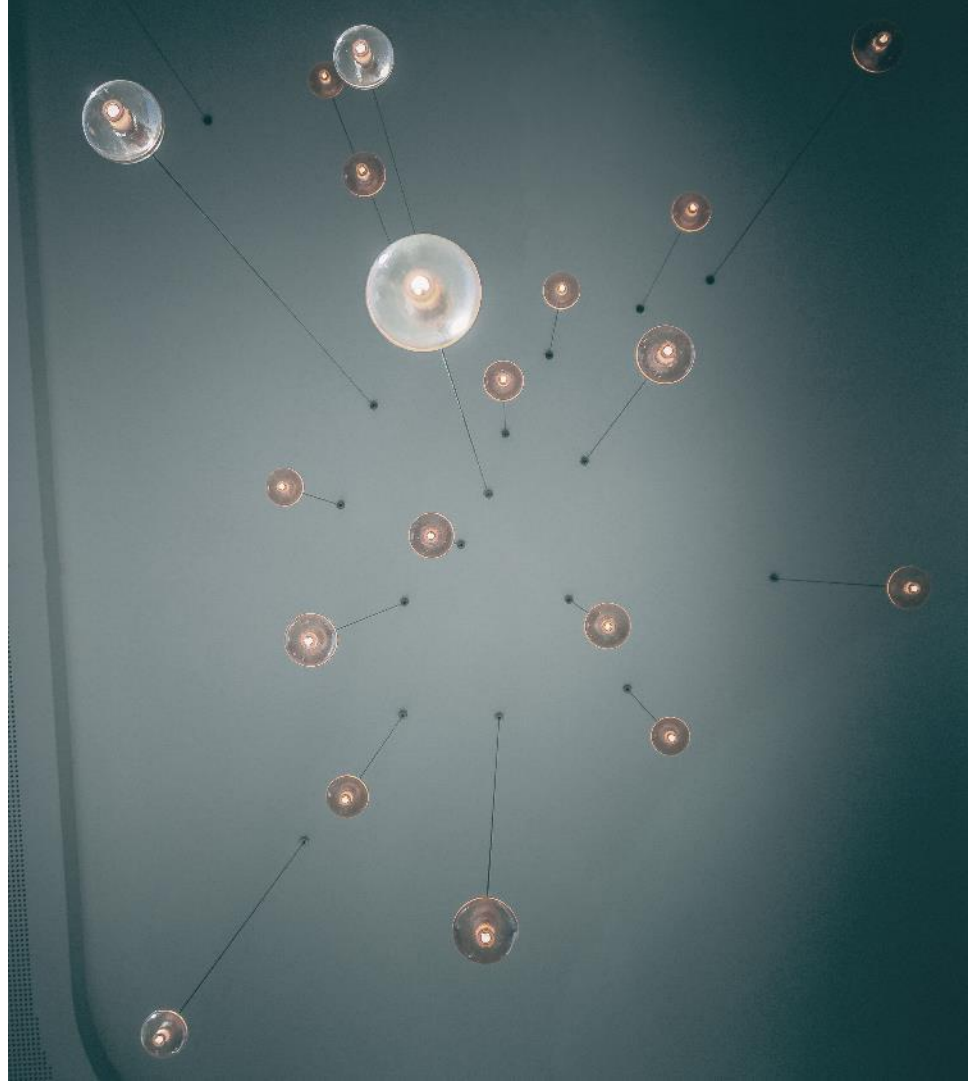
主要なリスク	顕在化の可能性 /時期	顕在化した 場合の 影響度	リスク対応策
<p>リユース品の仕入れについて</p> <p>仕入れは収益確保における基盤となっておりますが、新品と異なり、顧客の売却希望数（持込数）に依存するため、仕入量の調節が難しい環境にあります。外部環境の変化等によって、安定的なリユース品の確保が困難となった場合、当社グループの業績は影響を受ける可能性があります。</p>	中 /中長期	大	インターネット上でのSEO対策に加え、マス広告の展開や、LINEの活用などにより、買取店舗への誘導を図るとともに、宅配・出張・オンラインと買取サービスを拡充しております。このほか、資産管理アプリ「Miney」を活用し、顧客の囲い込みや潜在顧客の発掘を推し進めております。
<p>仕入担当者について</p> <p>商品の真贋チェックを行い、適正な買取価格の提示ができるコンシェルジュの存在が欠かせません。コンシェルジュの人員確保が計画どおり進まない場合、仕入活動及び出店計画が制約を受け、当社グループの業績は影響を受ける可能性があります。</p>	中 /中長期	中	中途採用による人員確保に加え、近年は新卒採用にも注力しております。加えて、教育研修の充実や定期的なフォローアップにより、コンシェルジュの育成、離職率の低減に努めております。
<p>コピー商品・盗品の買取リスクについて</p> <p>一般消費者から商品を仕入れるという特性上、常にコピー商品・盗品の買取リスクを含んでおります。コピー商品・盗品の買取による仕入ロスや当該トラブルの発生に起因する信頼低下により、当社グループの業績は影響を受ける可能性があります。</p>	中 /常時	中	日頃からコンシェルジュの能力向上に努めるとともに、販売前にも再度入念な真贋チェックをうことで、コピー商品の販売防止に努めております。盗品については、警察当局とも密に連携を図る等、盗品流通を阻止すべく体制を整えております。

認識するリスクと対応策②

主要なリスク	顕在化の可能性 /時期	顕在化した 場合の 影響度	リスク対応策
<p>外部環境の変化に伴う売上変動について</p> <p>当社グループの主な取扱商品であるブランド品等には、流行変化や相場変動により価値下落がもたらされるもの、販売動向が大きく左右されるものが存在しております。そのため、為替・株式市況等の乱高下、景況感の急激な変化等により、当社グループの業績は影響を受ける可能性があります。</p>	中 /中長期	中	ジャンルの多様化を図っており、特定の商品に依存しない安定した販売体制を構築しております。また、販売先パートナーも多岐にわたり、海外を含め多様な販路を確保することでリスク分散に努めております。
<p>自然災害等による影響について</p> <p>自然災害等の発生によって商品買取をはじめとした営業活動に支障をきたす可能性があります。特に新型コロナウイルス感染症拡大下においては、店舗休業の発生等、その影響は大きく、当社グループの業績は影響を受ける可能性があります。</p>	中 /短～中期	大	販売については、自社開催のオークションをオンライン化し、国内外への安定的な販売体制を構築しております。買取については、顧客と従業員の安全の確保を大前提として感染拡大に留意した体制で営業を行っており、出張・宅配・オンラインによる買取も強化しております。

有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

サステナビリティ



サステナビリティの考え方

E

環境

S

社会

G

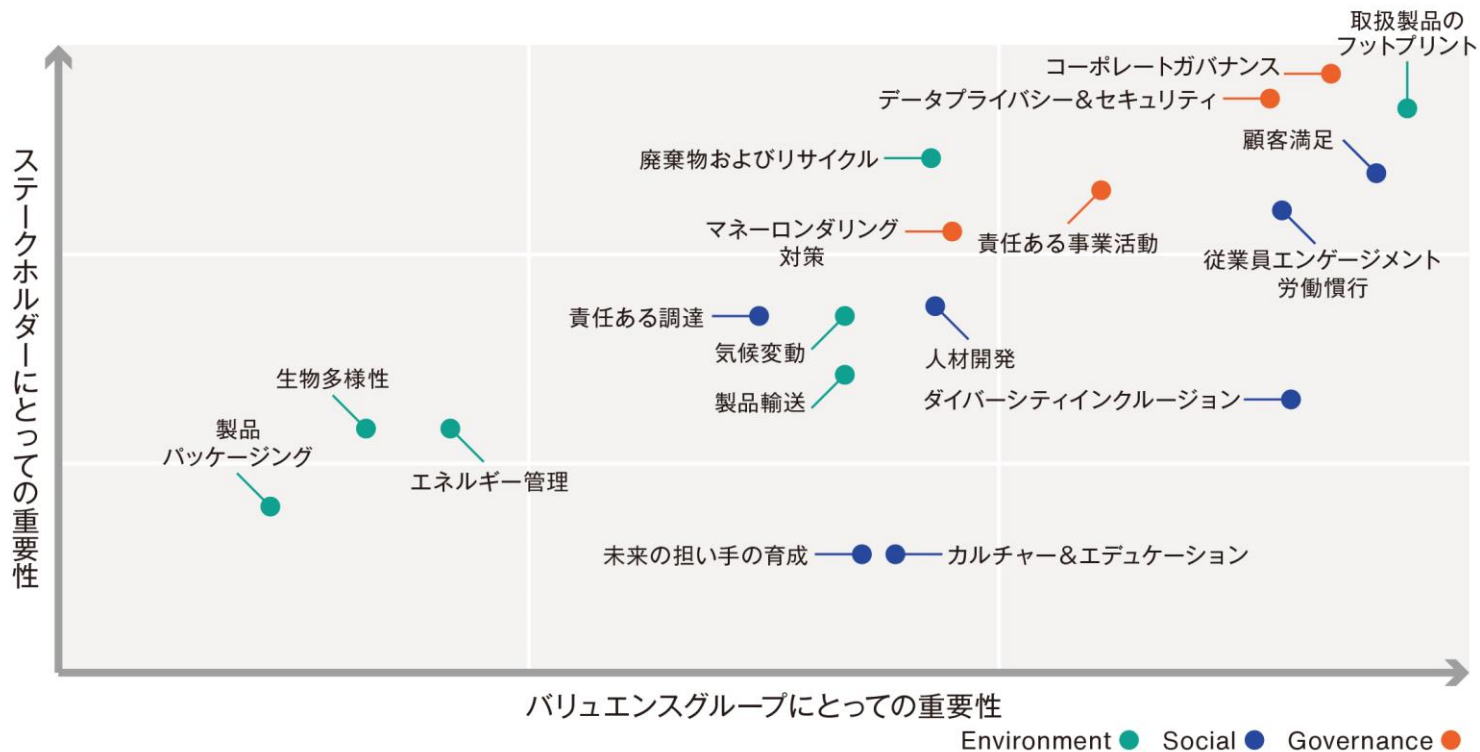
ガバナンス

基本方針

「リユース」は循環型社会における主要な取組の一つであり、当社の中核をなすリユース事業をグローバルに展開していくことが、持続可能な社会の実現につながると考えております。さらに、ESG課題に積極的に取り組むことで、すべてのステークホルダーが当社の企業理念である「らしく、生きる。」ことができる世界を実現し、ひいては当社グループの企業価値の最大化を目指していきます。

サステナビリティへの取組

事業特性やステークホルダーからの期待を踏まえ、18のESG課題を特定



事業活動として取り組むテーマ

循環型経済の促進による
持続可能な世界への貢献



Planet

- 取扱製品のフットプリント把握
- 廃棄物削減とリサイクルの促進
- 気候変動への取組の実施

公平でインクルーシブな
社会を推進



People

- 顧客満足度向上
- 従業員エンゲージメントの向上
- ダイバーシティ&インクルージョン促進
- 人材開発の促進
- 責任ある調達の実施
- カルチャー&エデュケーション
(文化&教養の促進)
- 未来の担い手の育成

より透明性が高く、
安心・信頼される企業



Transparency

- コーポレートガバナンスの強化
- データプライバシー&セキュリティーの強化
- マネーロンダリング対策の実施
- 責任ある事業活動の促進

地球 / 世界

ステークホルダー

● 従業員

● お客様

● 取引先

● 投資家

● 未来世代

● 地域社会

らしく、生きる。

サステナビリティへのコミットメントを発表

サステナビリティへ向けたコミットメントを取締役会で決議、具体的な目標を設定

E:
Planet

FY2030までに、バリューチェーン全体におけるカーボンニュートラルを目指す※1

S:
People

FY2025までに、従業員エンゲージメントスコアを4.2に向上させる※2

G:
Transparency

FY2030までに、当社の取締役会構成員の女性比率30%を達成する

※1 バリューチェーン全体での温室効果ガス排出量は、自社からの排出（Scope1、Scope2）に加え、事業活動に関わる間接的な排出（Scope3）を対象とする

※2 外部エンゲージメントサーベイ「会社満足度」「仕事満足度」「上司満足度」「職場満足度」における各スコア平均値（1～5段階評価）

2021年8月期スコア：3.3

サステナビリティへの具体的な取組

サステナビリティ推進のための基盤づくりやバリューエンス独自の取組を展開

環境フットプリント*1削減貢献量を測定

国内業界で初めてLCA*2の手法を活用し、事業活動における二酸化炭素排出量、水使用量、エネルギー使用量、PM2.5排出量の削減貢献量を測定

<FY20削減貢献量>



二酸化炭素排出削減貢献量

3,471,433t



水使用
削減貢献量

176,184,241m³



エネルギー使用
削減貢献量

14,304,486GJ



PM2.5排出
削減貢献量

1,478,022t

企業方針を公開

関係法令、国際ルールおよびその精神を順守するバリューエンスの考え方や責任を社会に表明するため、人権方針など各種方針を制定・更新し公開

ESGデータを開示

GHGプロトコル*3に基づいた温室効果ガス排出量、従業員男女比率など、当社グループの各種ESGに関するデータを開示

*1 環境フットプリント：個人や団体、企業などが生活・活動していく上で排出される温室効果ガスなどの環境インパクト

*2 LCA（ライフサイクルアセスメント：Life Cycle Assessment）：ある製品・サービスのライフサイクル全体（資源採取—原料生産—製品生産—流通・消費—廃棄・リサイクル）又はその特定段階における環境負荷を定量的に評価する手法

*3 GHGプロトコル：温室効果ガス排出量を算出するための国際基準

取締役の体制

女性取締役を選任するとともにESG推進体制を強化



氏名	寄本 晋輔	六車 進	佐藤 慎一郎	高見 健多	富山 浩樹	田久保 善彦	夫馬 賢治	蒲地 正英	後藤 高志	大村 恵実
地位	代表取締役	取締役	取締役	常勤 監査等委員	取締役	取締役	取締役	監査等委員	監査等委員	監査等委員
社内/社外	社内	社内	社内	社内	社外	社外	社外	社外	社外	社外
独立性					独立	独立		独立	独立	独立
性別	男性	男性	男性	男性	男性	男性	男性	男性	男性	女性
スキル	企業経営	◆	◆		◆	◆				
	財務・会計			◆	◆			◆		
	法務・リスク管理								◆	◆
	人事	◆		◆		◆				
	国際ビジネス		◆				◆			◆
	サステナビリティ	◆		◆		◆	◆			◆

※特に期待する項目に◆をつけております。

- 当資料は、当社の事業内容及び業績を説明するために作成したものであり、当社が発行する有価証券の購入・売却等、投資を勧誘するものではありません。
- 当資料は、当社が現時点で入手可能な情報と、合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績や実施策は、世界情勢の動きなどさまざまなリスクや不確定な要素などの要因により、変更が生じる可能性があります。
- 今後の当資料のアップデートは、本決算発表の10月頃を目途として開示する予定です。

【IRに関するお問い合わせ先】

バリュエンスホールディングス株式会社 IR・ESG室
TEL：03-4580-9983 / Mail：contactus@valuence.inc

The logo for Valuence, featuring the word "Valuence" in a bold, white, sans-serif font against a black background.