

2025年8月期 第1四半期決算説明資料

バリュエンスホールディングス株式会社
(東証グロース市場：9270)

2025年1月10日

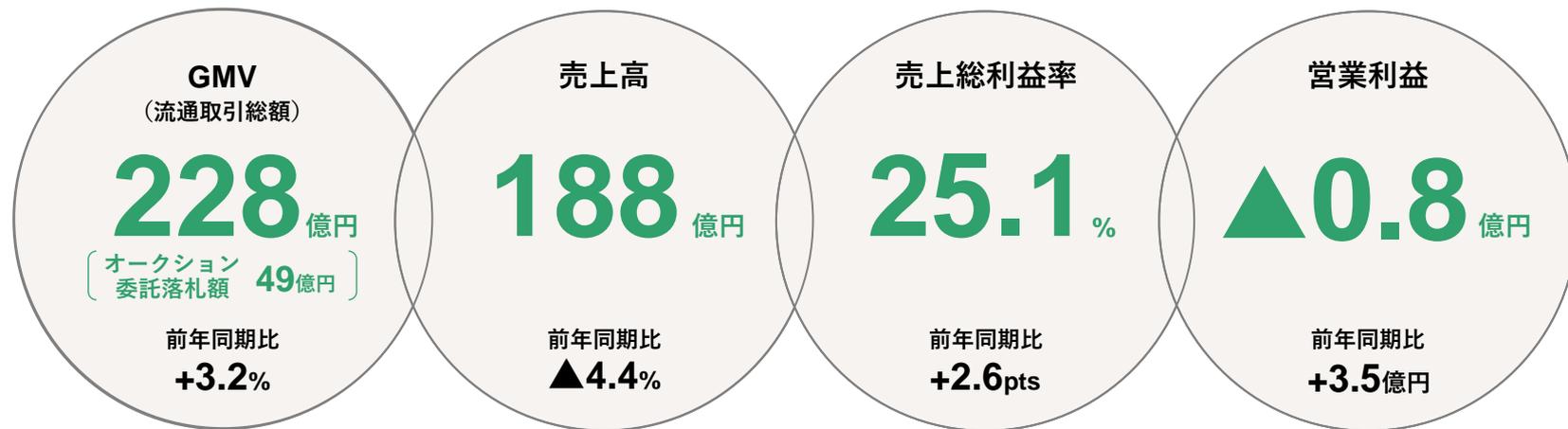
03
**2025年8月期
第1四半期業績**

15
**2025年8月期
第1四半期ハイライト**

24
Appendix

2025年8月期 第1四半期 業績

2025年8月期 第1四半期サマリー



売上総利益率重視の仕入を継続、売上総利益率改善

- ・ オークション委託落札額が好調に増加し、前年同期比55.4%増の49億円と過去最高を更新。GMVは同3.2%増の228億円
- ・ 2024年8月の為替相場や時計相場等の下落影響による仕入高減少及び2024年10月末にオープンしたALLU SHINJUKUに向けた在庫確保により、売上高は同4.4%減の188億円。一方、シームレス出品の本格稼働等により小売売上高比率は21.8%まで拡大し、小売売上高は同63.6%増の41億円と過去最高
- ・ 時計やバッグ等の相場は軟調に推移したものの、売上総利益率重視の仕入を引き続き継続したことにより、売上総利益率は同2.6pts増の25.1%
- ・ WEBマーケティングをはじめ効率を重視した事業運営を継続、販売費及び一般管理費は同1.1%減。営業利益は▲0.8億円と同3.5億円増

2025年8月期 第1四半期 業績

- 2024年8月の相場下落影響による仕入高減少及び2024年10月末にオープンしたALLU SHINJUKUに向けた在庫確保により、売上原価は前年同期比7.7%減。一方、売上総利益率重視の仕入を継続したことで、売上総利益率は同2.6pts増の25.1%を確保
- 最適なリソース配分により効率重視の構造改革を継続、販売費及び一般管理費は同1.1%減の48億円。この結果、FY25/1Qの営業利益は▲0.8億円

単位：百万円	FY24/1Q	FY25/1Q	増減率	FY25計画	達成率
売上高	19,689	18,823	▲4.4%	84,000	22.4%
売上原価	15,262	14,094	▲7.7%	62,400	22.6%
売上総利益	4,426	4,728	+6.8%	21,600	21.9%
売上総利益率	22.5%	25.1%	+2.6pts	25.7%	—
販売費及び一般管理費	4,862	4,808	▲1.1%	21,000	22.9%
営業利益又は営業損失	▲436	▲80	—	600	—
営業利益率	—	—	—	0.7%	—
経常利益又は経常損失	▲474	▲170	—	430	—
経常利益率	—	—	—	0.5%	—
親会社株主に帰属する 当期（四半期）純利益 又は当期（四半期）純損失	▲404	▲260	—	50	—

※金額は百万円未満切り捨て、%は小数第2位を四捨五入で記載（次ページ以降同じ）

2025年8月期 第1四半期（9月－11月）トピックス



買取

Purchases

- ・ 売上総利益率重視の仕入を継続したことに加え、バッグの相場が軟調に推移したこと等により、仕入高は前年同期比11.0%減の155億円※1
- ・ 株式会社三越伊勢丹との「i'm green」や金融機関、他業種等との提携数拡大により、**アライアンスによる仕入が引き続き好調に推移。海外仕入も順調に拡大**
- ・ 1店舗当たりの効率を重視した国内店舗展開、海外はスクラップアンドビルドを進め、FY25/1Q末の店舗数は**国内139店舗**※2、**海外45店舗**

※1 自動車の仕入高実績は除く。

※2 協業店舗は除く。



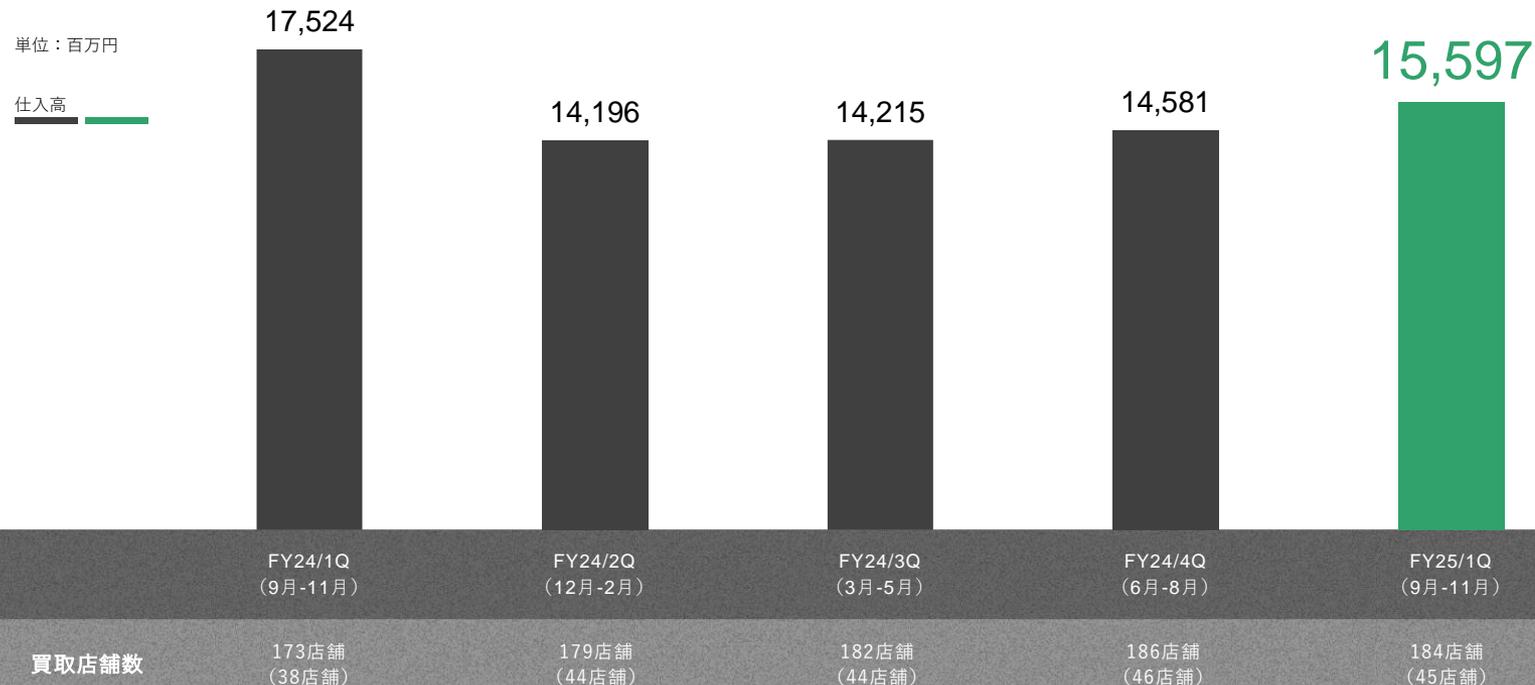
販売

Sales

- ・ 2024年8月の相場下落影響による仕入高減少及び**2024年10月末にオープンしたALLU SHINJUKUに向けた在庫確保**により、売上高は前年同期比4.4%減の188億円
- ・ 特にバッグの相場軟調が継続している影響は受けるも、売上総利益率重視の仕入を継続した結果、**売上総利益率は25.1%**
- ・ **委託は引き続き好調**。自社オークション商品売上高は前年同期比で減少も、委託拡大により自社オークションGMVは127億円と前年同期比2.6%増。オークション委託落札額は49億円、**オークションに占める委託落札額の割合は39.0%まで拡大し、過去最高を更新**

仕入高・店舗数

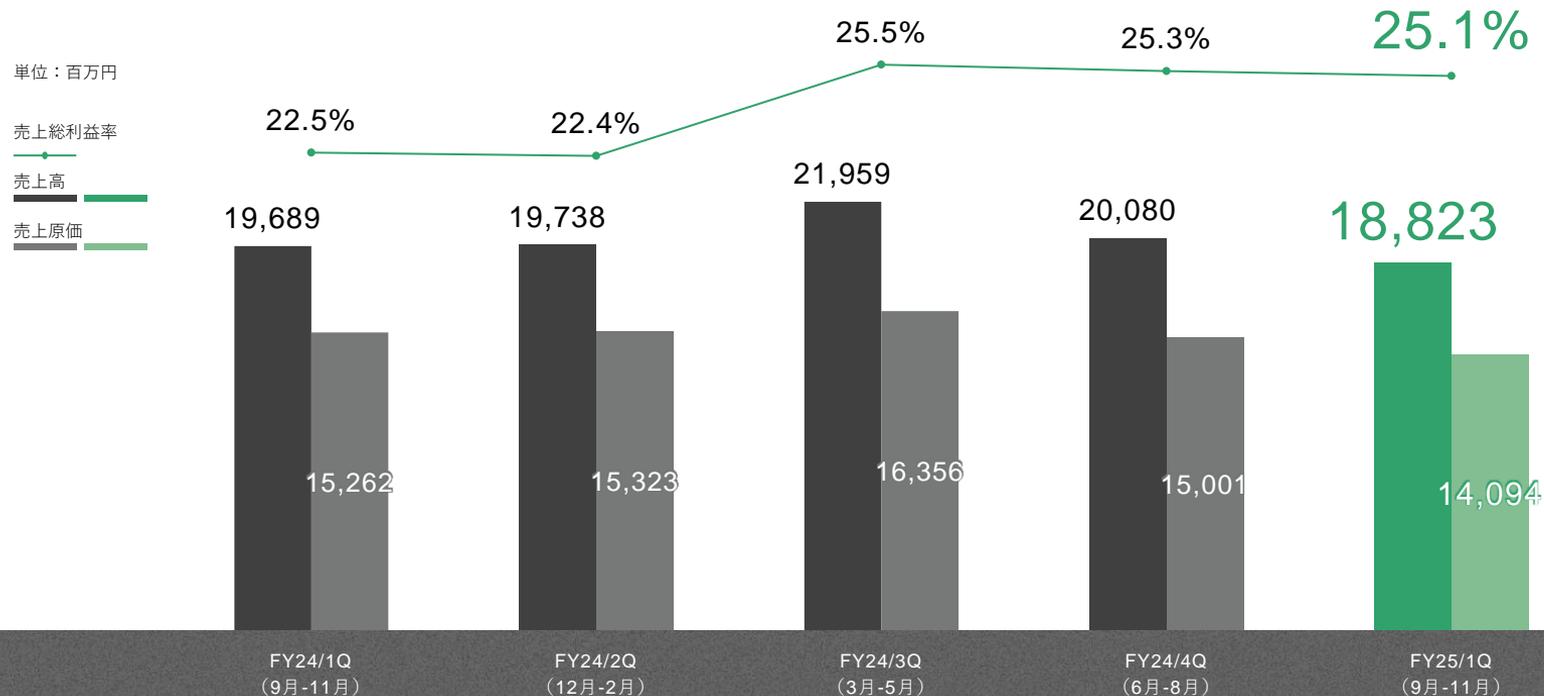
- 売上総利益率重視の仕入を継続していることで、仕入高は前年同期比11.0%減の155億円
- 海外及びアライアンスによる仕入は引き続き好調に推移。バッグの相場軟調は継続も、仕入高は直前四半期比7.0%増



※1 自動車の仕入高実績は除く。
※2 店舗数には海外店舗も含む。
()はそのうちの海外店舗数。
国内協業店舗数は除く。

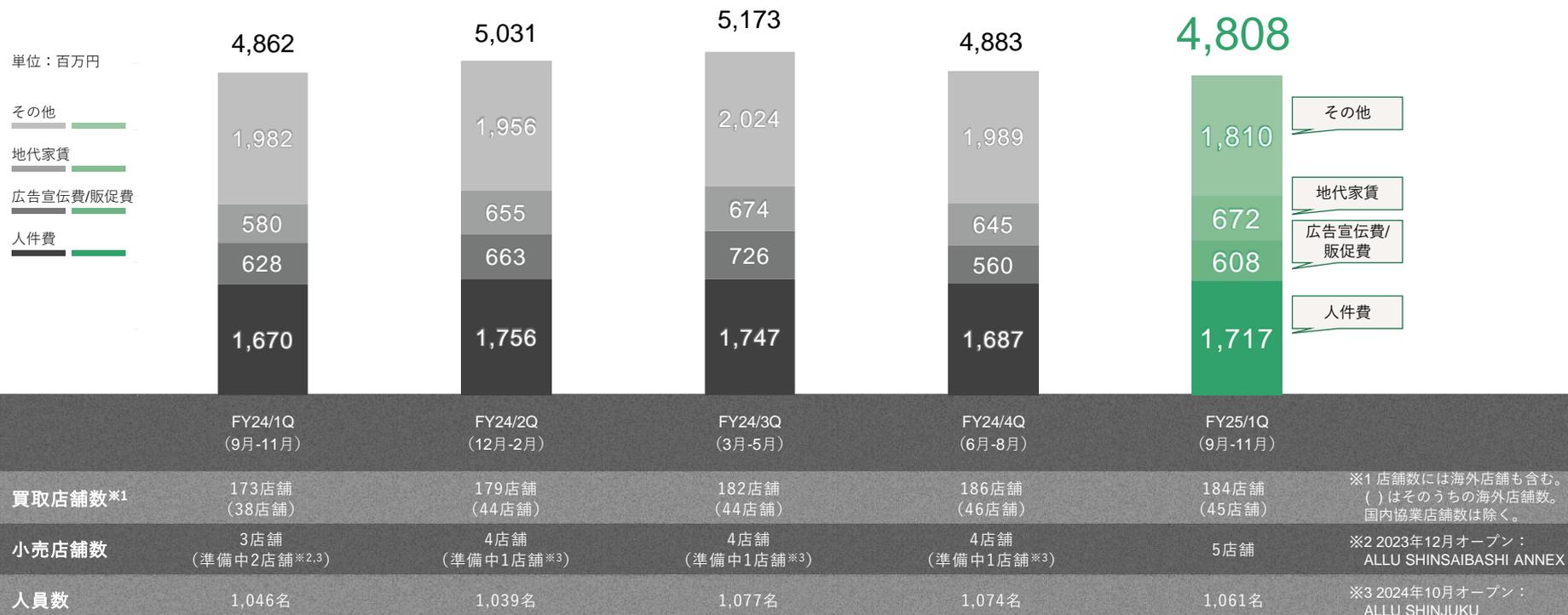
売上高・売上総利益率

- 2024年8月の相場下落影響による仕入高減少及び2024年10月末にオープンしたALLU SHINJUKUに向けた在庫確保の結果、売上高は前年同期比4.4%減の188億円
- バッグの相場軟調継続の影響は一部受けつつも、売上総利益率重視の仕入を継続したことで、売上総利益率は直前四半期比横ばいの25.1%



販売費及び一般管理費

- ALLU SHINJUKU出店に伴う地代家賃や償却費等の増加の一方、WEBマーケティングをはじめ効率重視の事業運営を継続したこと等により、販売費及び一般管理費は前年同期比1.1%減の48億円で着地。直前四半期比でも1.5%減と抑制

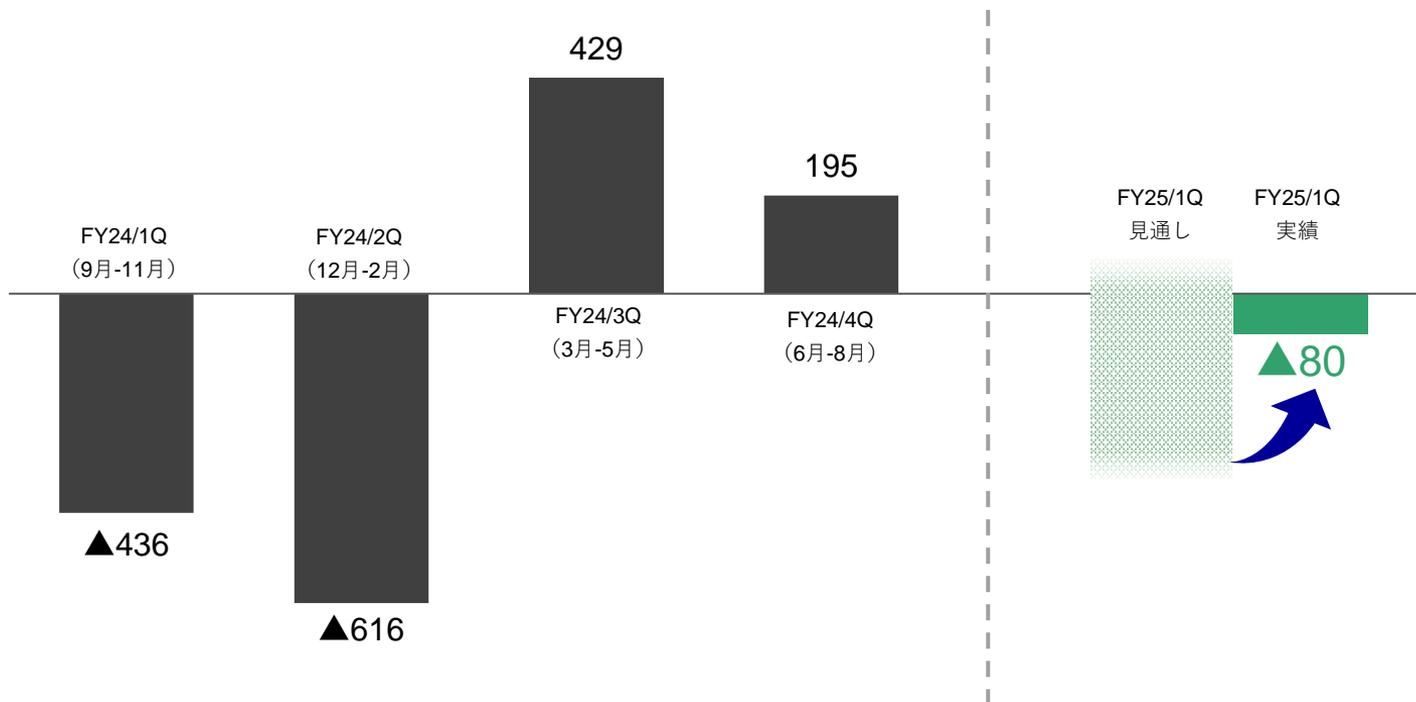


営業利益

- 売上総利益率重視の仕入継続や効率重視の事業運営等、構造改革を進めた結果、営業利益は前年同期比3.5億円増の▲0.8億円
- また、2024年8月の相場下落等の影響を受けたものの、FY25/1Q後半からは回復基調にあり、2024年10月のFY25業績計画公表時のFY25/1Q見通しを上回る水準で着地

単位：百万円

営業利益



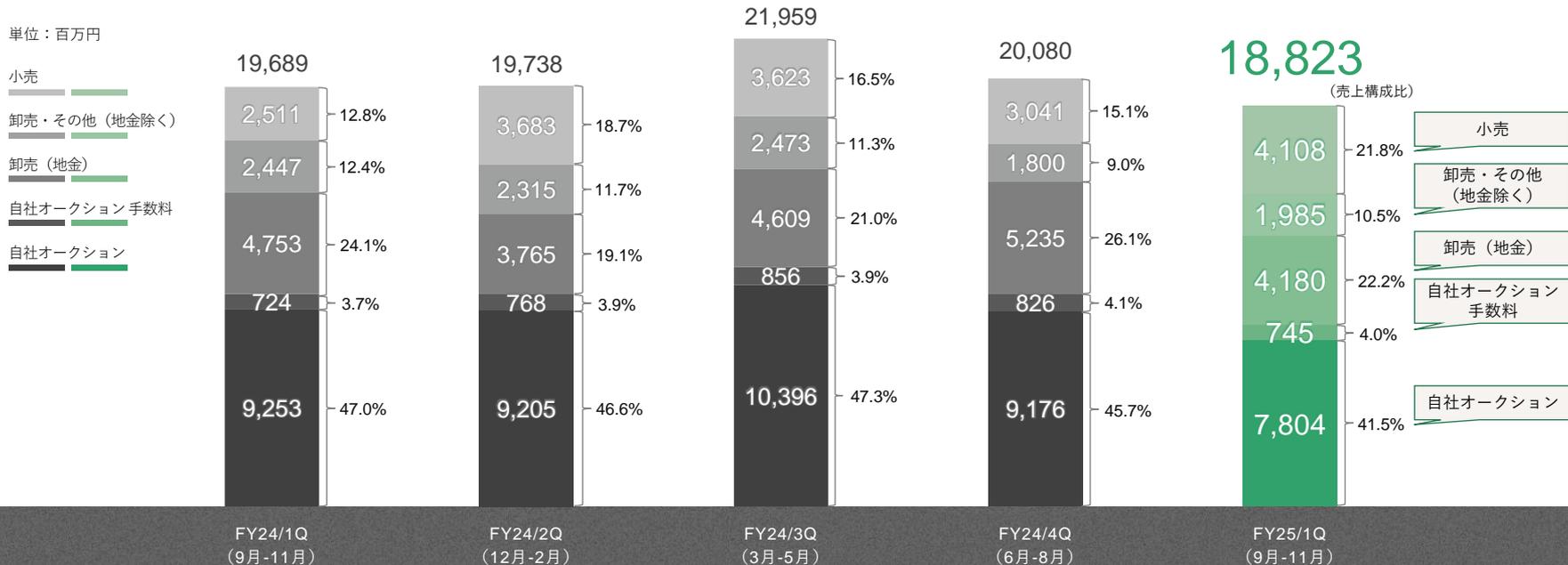
バランスシートの概況

単位：百万円

	FY24末	FY25/1Q末	増減	
流動資産	17,600	20,020	+2,420	
現金及び預金	6,916	6,375	▲541	
商品	7,110	8,870	+1,759	・在庫回転期間は52日 ・FY25/2Qの小売ハイシーズンに向けた小売在庫確保等による増加 ＜商品（自動車を除く）＞ FY24末：68億円 → FY25/1Q末：84億円
その他	3,573	4,775	+1,201	
固定資産	9,047	9,377	+330	・売掛債権の増加（地金）及び未収消費税の増加等
総資産	26,648	29,398	+2,750	
負債	19,792	22,767	+2,974	
有利子負債 （リース債務含む）	16,468	19,189	+2,721	・ALLU SHINJUKU出店に伴う有形固定資産の増加、システム開発に伴う無形固定資産の増加等
短期	7,721	10,725	+3,003	
長期	8,746	8,464	▲282	・仕入資金調達等による短期借入金増加
その他	3,324	3,577	+253	
純資産	6,855	6,631	▲224	・親会社株主に帰属する四半期純損失の計上
負債・純資産合計	26,648	29,398	+2,750	

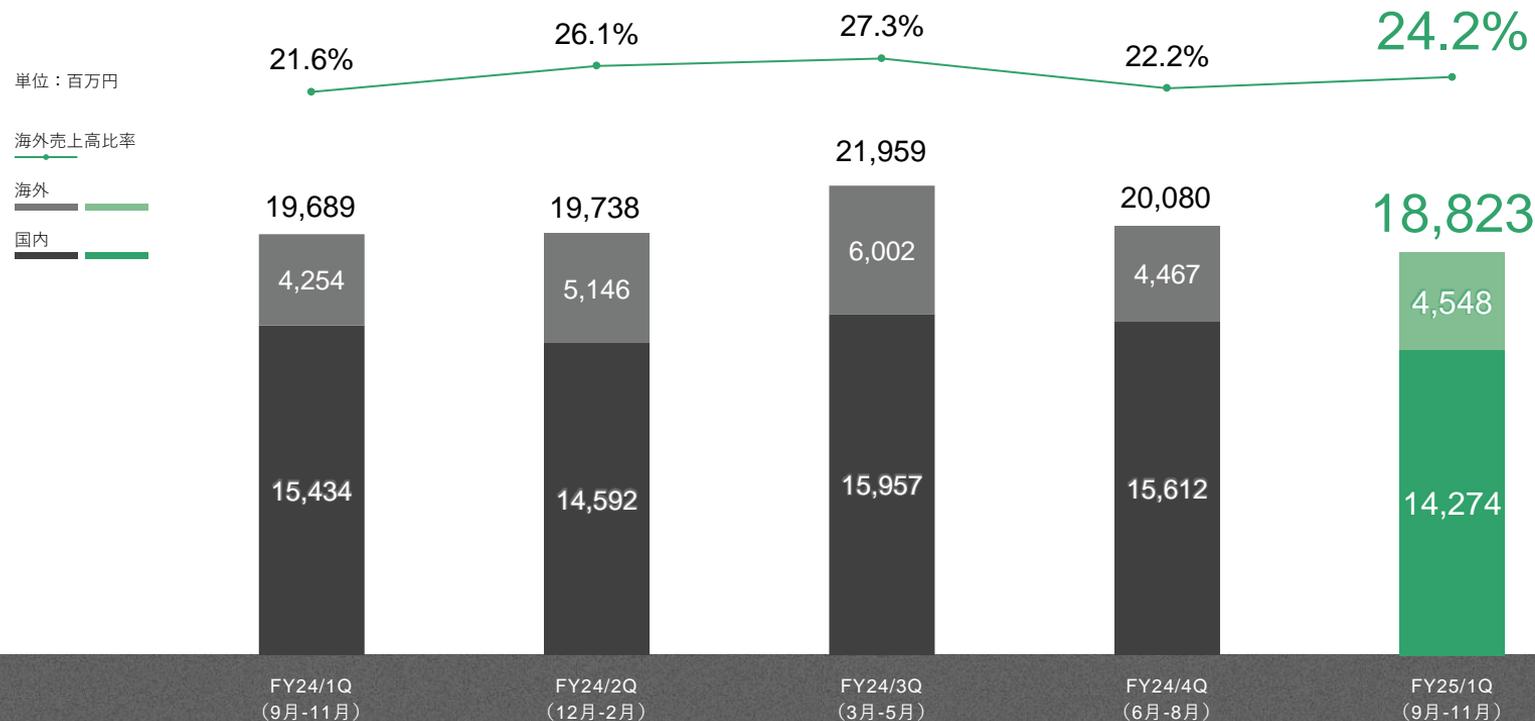
売上高：販路別（toB／toC）

- 2024年8月の相場下落影響による仕入高等減少の結果、期初自社オークション向けの在庫が不足していたことや、2024年10月末にオープンしたALLU SHINJUKUに向け在庫確保を行ったこと等により、自社オークション売上高は前年同期比15.7%減の78億円
- 一方、オークション委託落札額が好調に拡大し、自社オークション手数料は同2.9%増の7億円
- また、ALLU SHINJUKUオープンによる売上貢献やシームレス出品も順調に推移したことで、小売店舗・EC共に拡大。小売売上高は同63.6%増の41億円



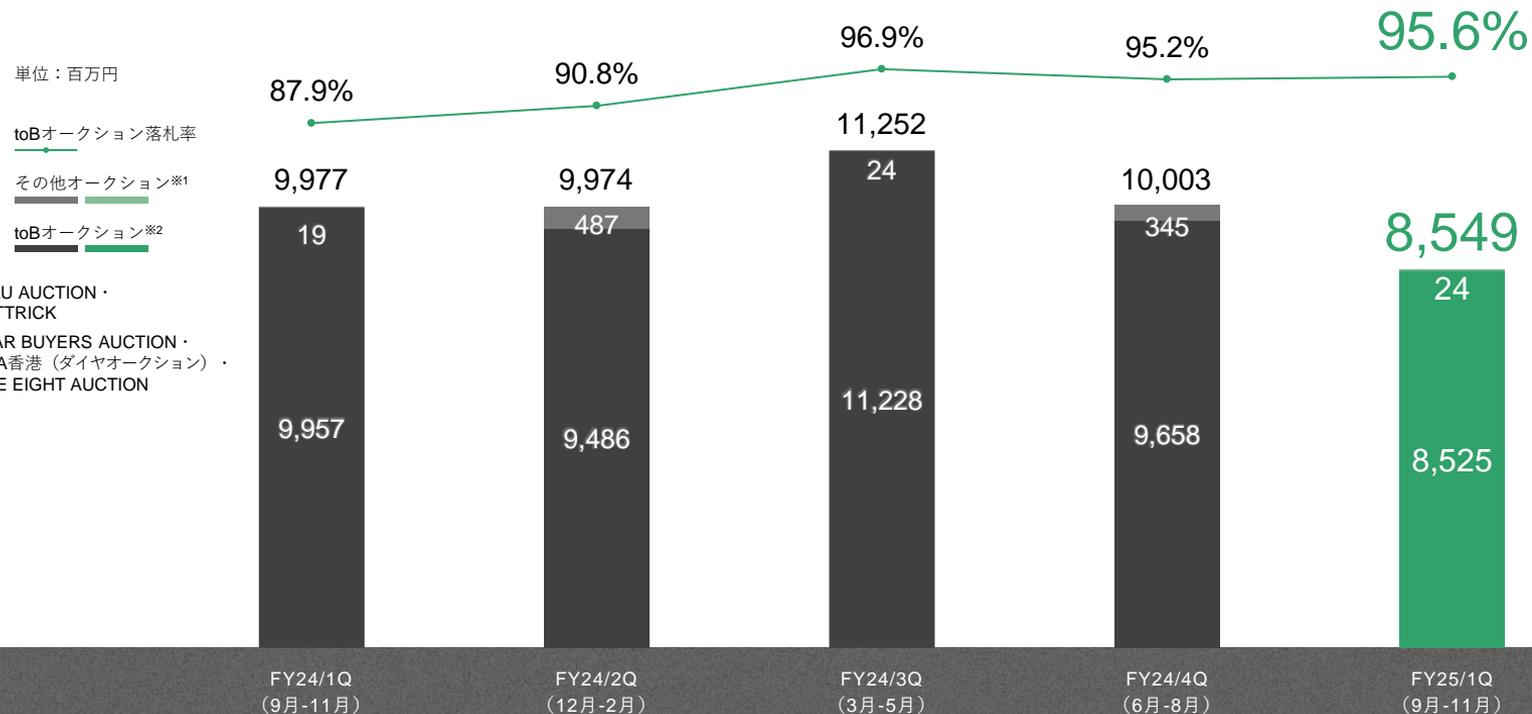
売上高：販路別（国内／海外）

- インバウンド需要が引き続き好調に推移し、海外売上高比率は前年同期比2.6pts増の24.2%



売上高：オークション実績

- ・売上総利益率重視の仕入継続により、toBオークション落札率は95.6%と引き続き高水準を維持

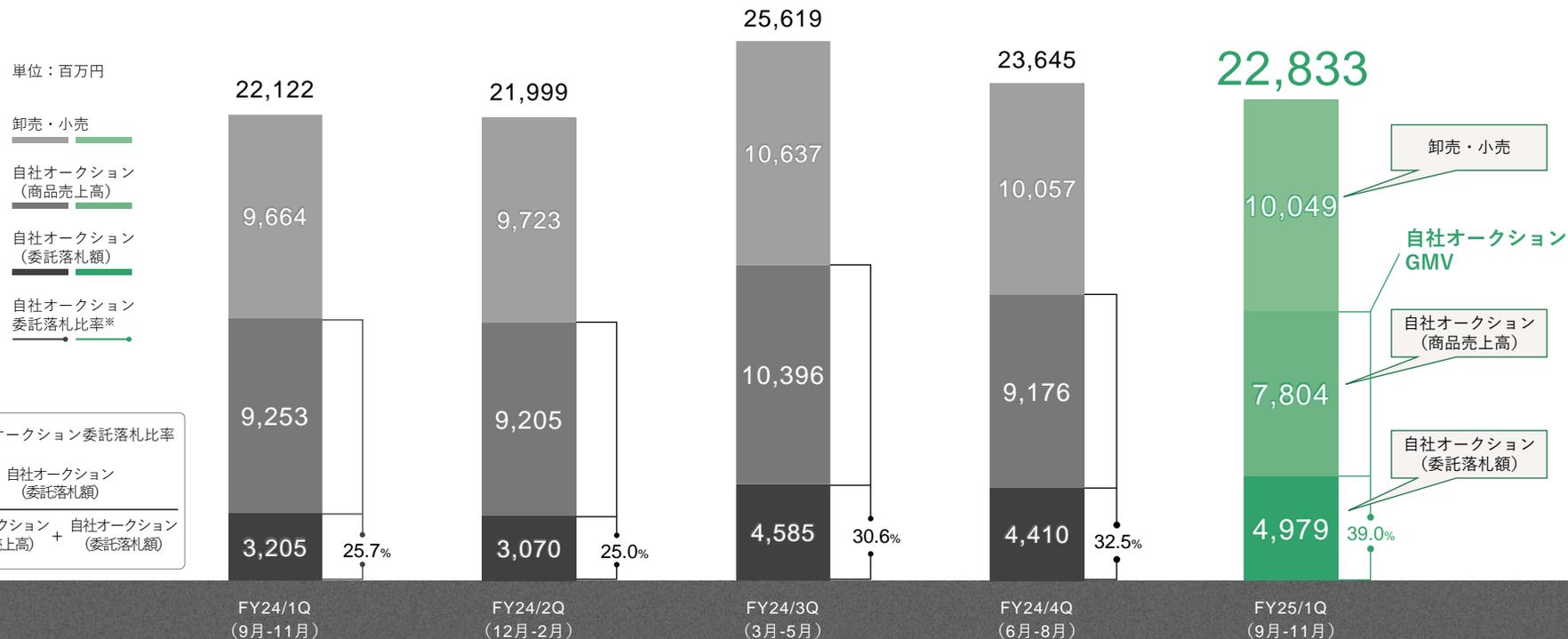




2025年8月期 第1四半期ハイライト

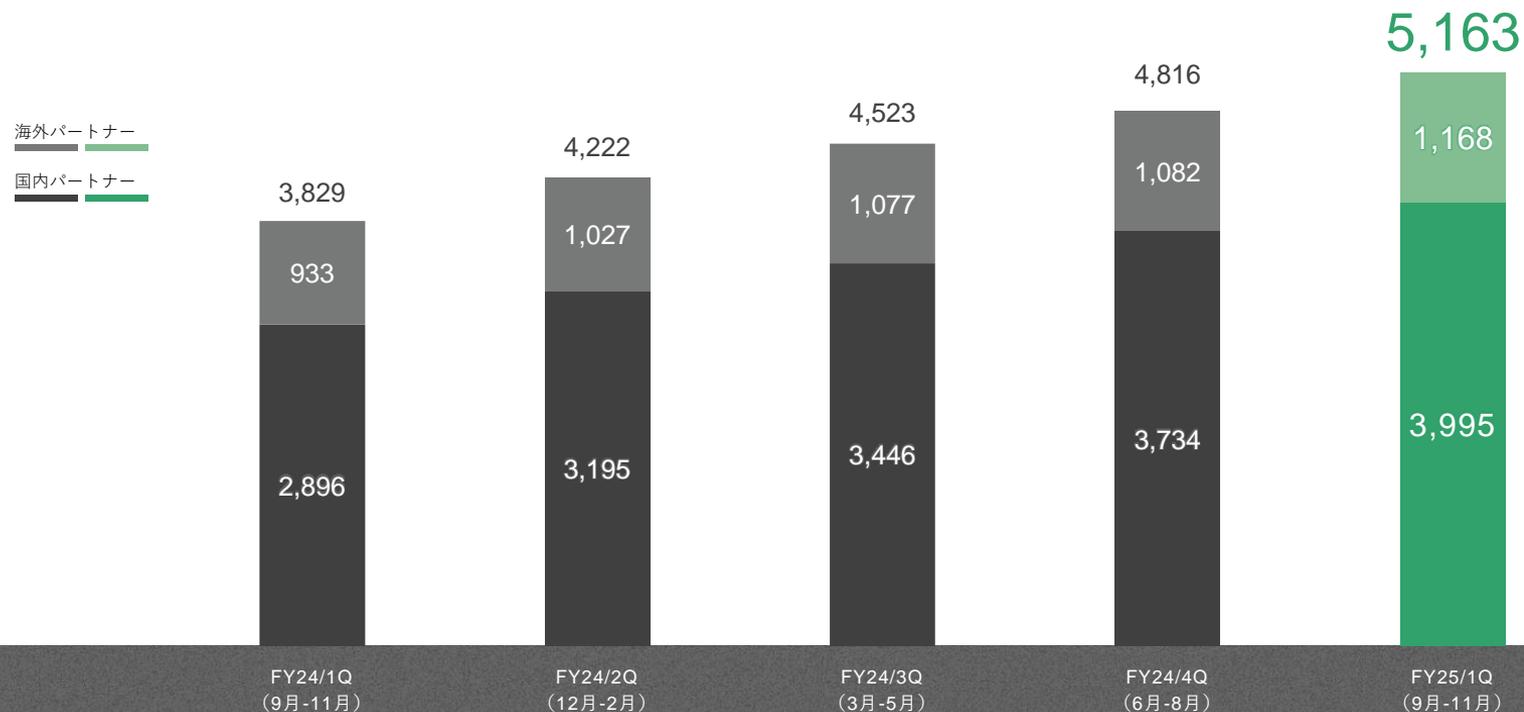
GMV推移

- 自社オークションGMVは前年同期比2.6%増の127億円
- 相場影響や小売在庫確保に伴い自社オークション商品売上高は減少も、委託落札額は同55.4%増の49億円と過去最高を更新。委託落札比率も39.0%と中期経営計画目標である40%に届く水準まで拡大



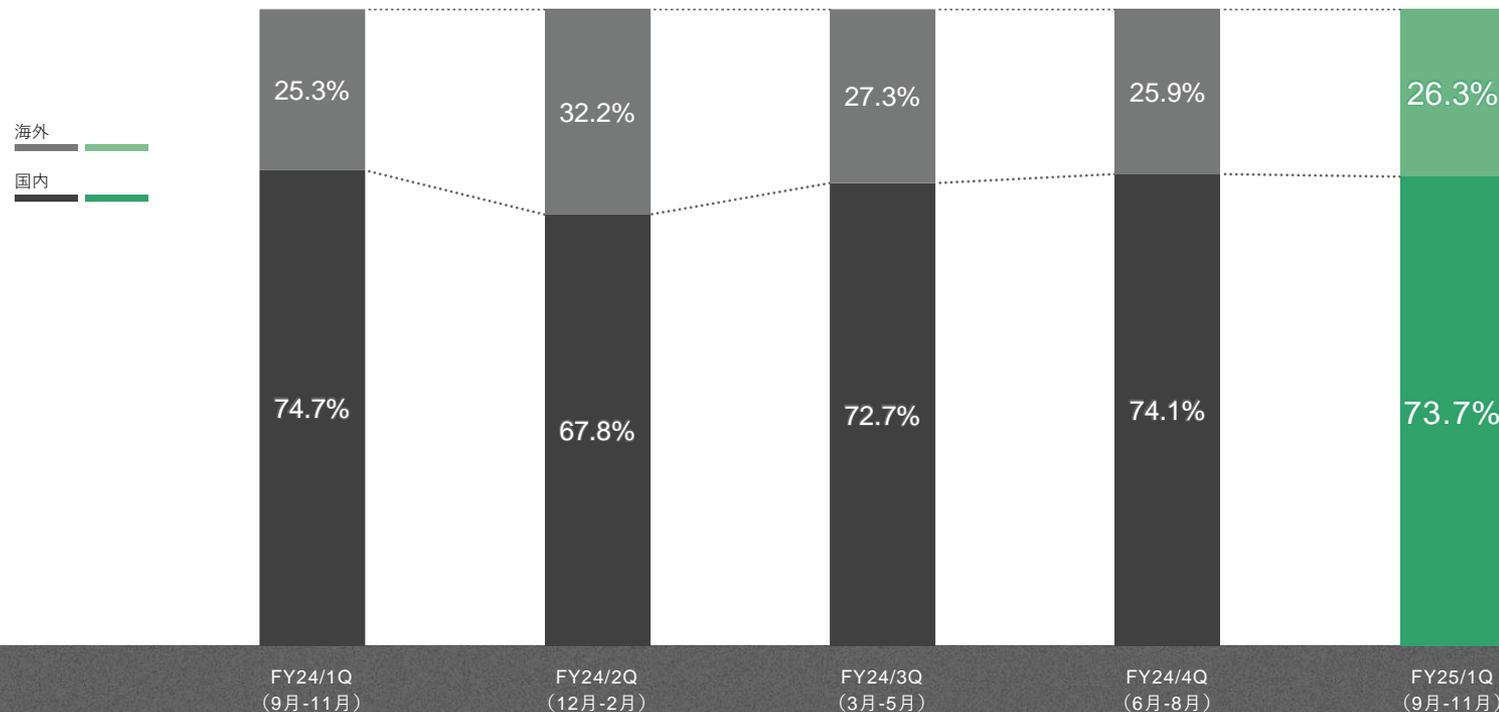
STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

- パートナー会員数は好調に増加。国内外合計のパートナー会員数は5,000社超に成長



STAR BUYERS AUCTION (SBA) 落札額の国内／海外比率

- 円安基調継続により海外落札比率は26.3%と安定して推移

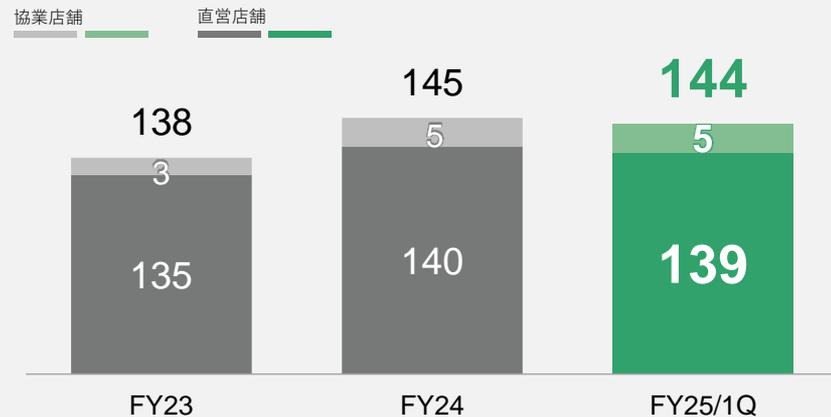


買取店舗展開

- ・国内は1店舗当たりの効率を重視し、エリアを厳選した出店戦略に転換
- ・海外はスクラップアンドビルドを進め、FY25/1Qはフランスに直営1店舗・カタールにパートナー1店舗出店も、イギリス3店舗（内、直営2店舗）の退店を実施。中期経営計画に沿って店舗出店コスト及び人件費が低いアジアや中東地域への出店を加速

Japan

国内

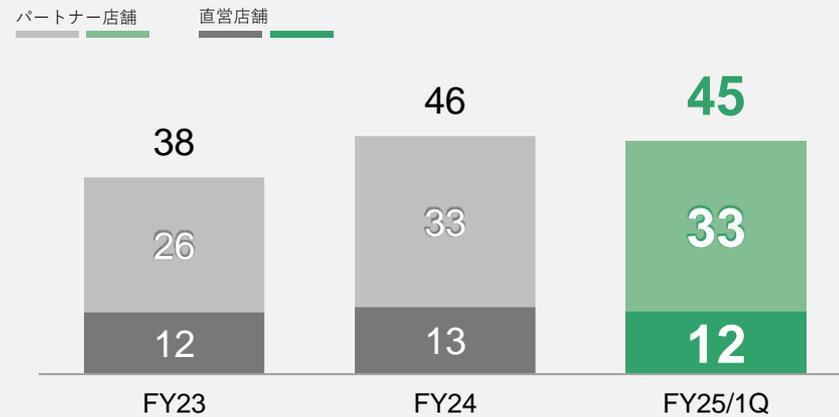


	FY23	FY24	FY25/1Q
出店	10	5	0
退店	5	0	1

※出店数・退店数は直営店舗のみ

Global

海外



	FY23	FY24	FY25/1Q
出店	10	13	2
退店	6	5	3

仕入戦略の状況

- ・国内新規出店に依らない仕入拡大施策として、国内店舗仕入以外の仕入ネットワークの強化を推進
- ・海外は特にパートナー店舗出店によるアジア・中東地域での仕入拡大に注力
- ・国内は他業種とのアライアンス拡大に努め、当社がリーチできていない顧客からの買取を強化中

〈なんぼや以外の仕入高〉
※海外含む

前年同期比

46.8%増

他業種とのアライアンスや海外仕入など、国内店舗出店に依らない仕入ネットワークも強化。競争環境の激しい国内での店舗仕入拡大を目指すと共に、当社独自の仕入ネットワークによる仕入拡大戦略を推進中。

〈名古屋銀行と顧客紹介契約を締結〉
2024年12月25日公表



名古屋銀行のお客さまが抱える多様な課題に対し、当社グループが展開するリユース事業でのノウハウを活かし、生前整理から相続資産の整理に至るまで幅広く支援。ブランド品や骨董品等に加え、車や不動産まで多岐にわたる実物資産のお悩みを総合的にサポート。

〈アライアンス契約社数〉

金融機関（銀行・証券会社）や百貨店、
税理士法人やその他企業

約 50 社

他業種とのアライアンスを拡大中。当社がリーチできていない超富裕者層や買取店舗を利用しない顧客層から、買取ニーズをはじめ、実物資産に係る課題解決を支援。

※2024年11月末現在

小売戦略の状況

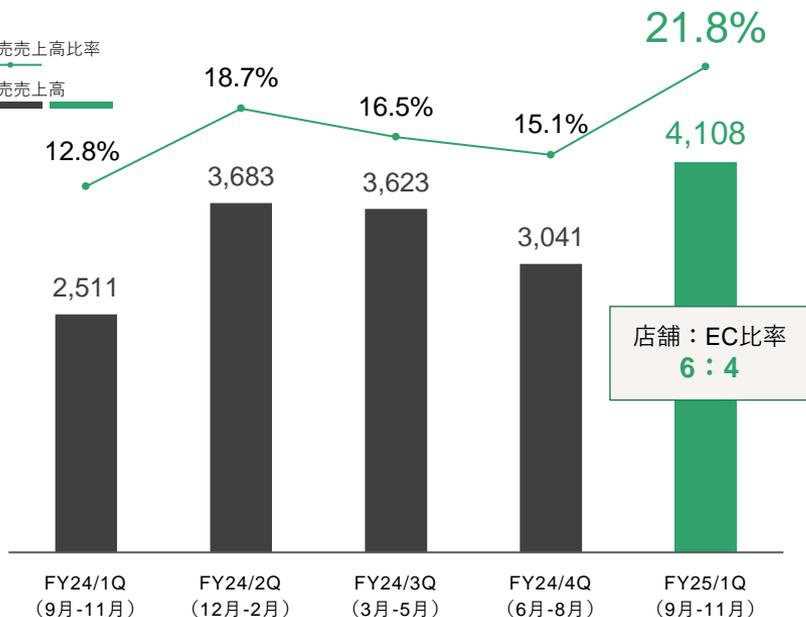
- 小売店舗は国内に5店舗（銀座・表参道・新宿・心斎橋2店舗）を展開
- シームレス出品も好調に推移し、EC売上高は好調に拡大。小売売上高比率は21.8%まで伸長

<小売売上高推移>

単位：百万円

小売売上高比率

小売売上高



ALLU SHINJUKU

- 2024年10月26日に5店舗目の小売店舗を新宿三丁目にオープン
- 国内富裕者層やインバウンド顧客の来店・購入を企図



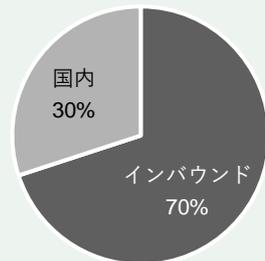
シームレス出品

- SBA※出品前にALLU ECサイトへ一定期間、商品を掲載する施策
- SBA出品までのリードタイムを活用することで、在庫回転期間を長期化することなく、小売販売機会の拡大・販売率向上を図る
- シームレス出品が功を奏し、EC売上高が好調に拡大

※ STAR BUYERS AUCTION

インバウンド比率

- 店舗売上の内、約7割がインバウンド顧客
- 国別では中国、アメリカ、台湾が上位



ALLU AUCTION（toCオークション）第6回大会を開催

- ・ 個人向けに開催する高級時計のオークションの第6回大会を2025年1月19日（日）に開催予定
- ・ インバウンド需要の増加もあり、第5回大会の来場者数は過去最高人数を記録

詳細はこちら



6th Auction | January 19, 2025

Resale ImpactのFY24実績を算出

・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算出



※FY23より算定対象とする販路をSBA、ALLU、卸売（地金）へ変更

環境負荷削減貢献量“Resale Impact”とは？

商品をリユースすることによる、二酸化炭素や水などの環境負荷の削減貢献量。
バリュエンスが独自に開発した「Valuence Resale Impact Calculator」を用いて算出。



リユースすることで、資源調達～輸送、廃棄における環境負荷回避に貢献

※ リユースの普及により新たに製品が生産されないと仮定

Appendix





会社概要

Corporate Profile

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	東京都港区南青山五丁目
設立	2011年12月
資本金	1,295百万円（2024年11月末）
従業員数	1,061名（2024年11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11社／持分法適用関連会社1社 （2024年11月末現在）

グループ事業ブランド

買取



オークション



小売



自動車



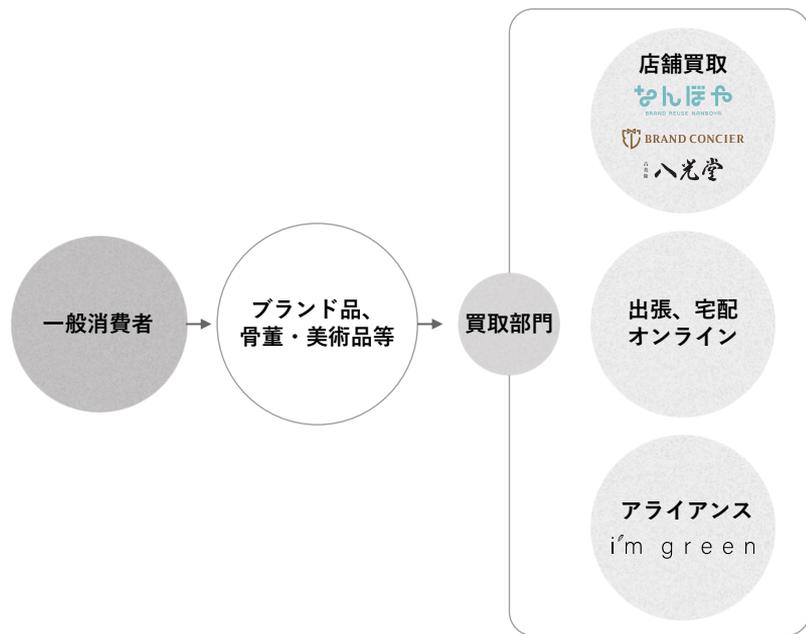
不動産



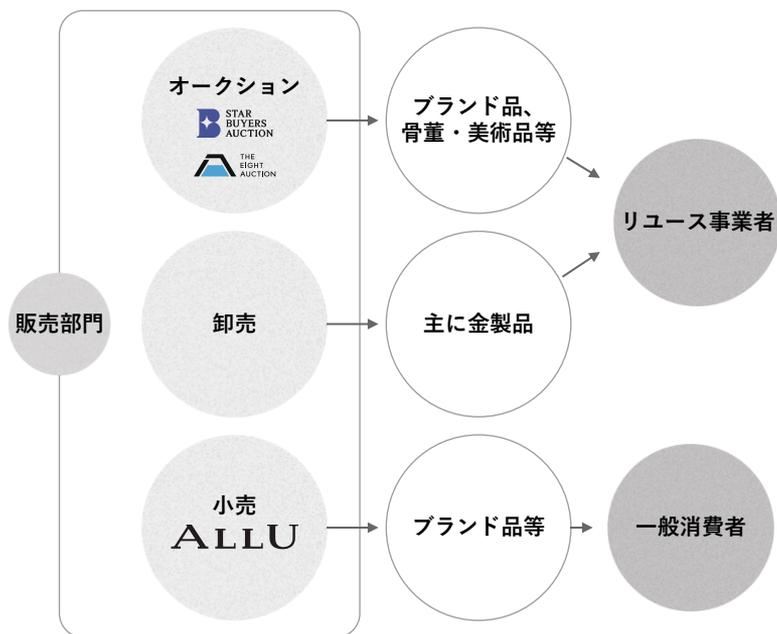
主なビジネスモデル

- ブランド品等の買取・販売を中心にビジネス展開

仕入サイド

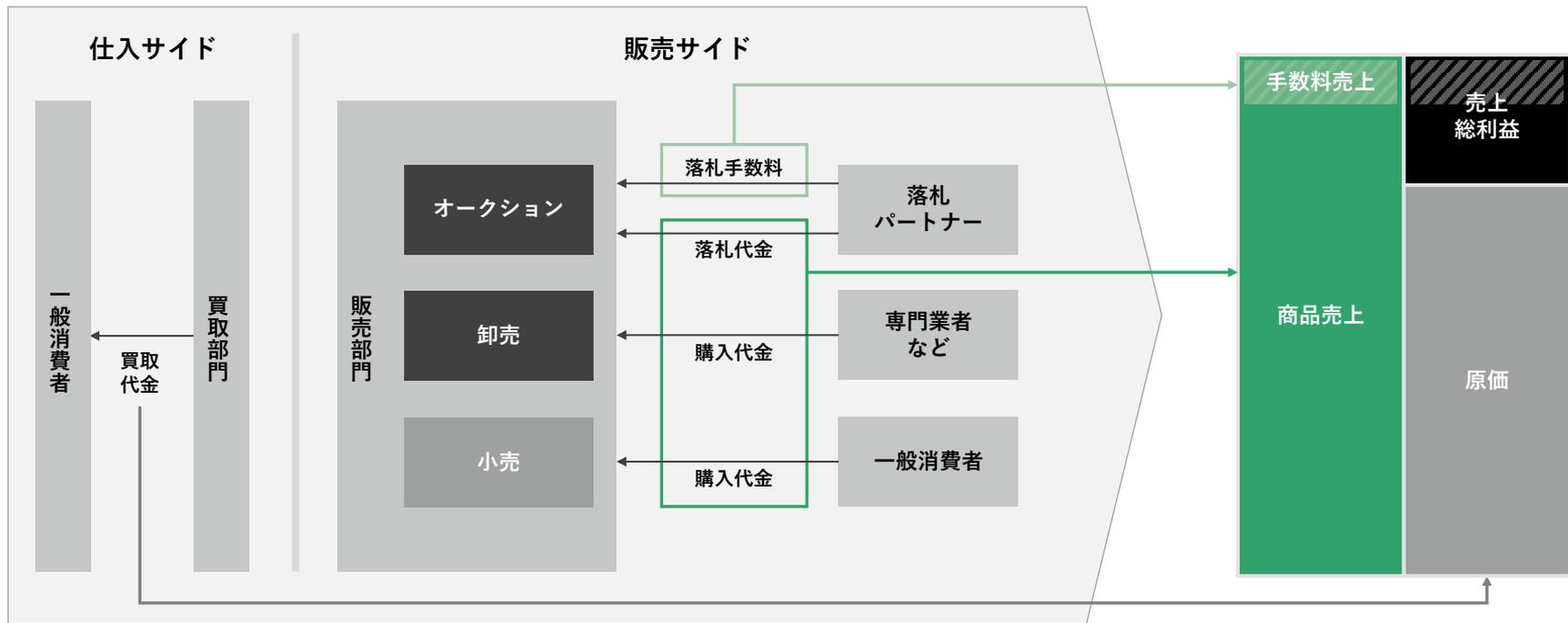


販売サイド



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



※2022年4月より、オークション出品手数料を無料化

事業紹介／サービス紹介 〈買取〉



なんぼふ
BRAND REUSE NANBOYA

BRAND CONCIER

- ・ブランド品等の買取専門店
- ・国内に100店舗以上を展開
- ・出張、宅配、オンライン買取にも対応



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



ALLU
(海外)

- ・海外では「ALLU」屋号でブランド品等の買取を実施
- ・直営店のみならず、パートナー店舗※も、世界各地で出店拡大中

※パートナー店舗：現地企業と提携して営む買取専門店



アライアンス

- ・自社店舗ではなく、他社との協業による買取形態
- ・株式会社三越伊勢丹との「i'm green」のほか、金融機関等との連携も開始

事業紹介／サービス紹介 〈オークション〉



STAR BUYERS AUCTION

- ・ブランド品等のtoB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もオンラインにて開催



THE EIGHT AUCTION

- ・骨董・美術品のtoB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



ALLU AUCTION

- ・toCオークションとして2023年1月に初回開催。半期に1回程度のペースで開催中
- ・高級時計のジャンルにてスタート、将来的にジャンル拡充を検討

事業紹介／サービス紹介 〈小売〉



ALLU

(小売店舗／EC)

- ・銀座、表参道、新宿、心斎橋に2店舗の、合計5店舗を展開
- ・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



ALLU

FASHION MARKET

- ・モノを所有しながら出品・販売が可能な、モノの循環を促進するプラットフォーム
- ・真贋鑑定や適正価格でのマッチング等を当社が 担うことで顧客が安心して利用できる環境を整備

事業紹介／サービス紹介 〈不動産／自動車〉

なんぼや不動産

- ・2020年6月より不動産仲介サービスをスタート
- ・「なんぼや」や「ALLU」からの送客など、既存リソースを活用して集客
- ・ライフステージに寄り添うことで、顧客のLTVを向上

Valuence AUTOMOTIVE

- ・国内外の新車・中古車の販売、買取に加え、自社工場での整備サービスも展開。特に高級輸入車の整備に強みを持つ
- ・購入前相談から、メンテナンス、売却時の乗換までトータルサポート
- ・JAGUAR LAND ROVER LIMITED社のDEFENDER車両を独自に修復及びカスタマイズした車両「TWISTED」を国内独占販売

業績推移・時計相場トレンド

FY23-FY25 年度別連結業績推移

	FY23					FY24					FY25				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高 (百万円)	17,250	16,378	20,044	22,456	76,130	19,689	19,738	21,959	20,080	81,468	18,823	—	—	—	18,823
売上原価 (百万円)	12,640	11,903	14,728	16,844	56,116	15,262	15,323	16,356	15,001	61,944	14,094	—	—	—	14,094
売上総利益 (百万円)	4,609	4,474	5,316	5,612	20,013	4,426	4,415	5,602	5,079	19,523	4,728	—	—	—	4,728
売上総利益率	26.7%	27.3%	26.5%	25.0%	26.3%	22.5%	22.4%	25.5%	25.3%	24.0%	25.1%	—	—	—	25.1%
販売費及び一般管理費 (百万円)	4,325	4,253	4,481	4,769	17,829	4,862	5,031	5,173	4,883	19,950	4,808	—	—	—	4,808
営業利益又は営業損失 (百万円)	283	221	834	843	2,183	▲436	▲616	429	195	▲426	▲80	—	—	—	▲80
経常利益又は経常損失 (百万円)	259	226	753	795	2,034	▲474	▲686	405	▲9	▲764	▲170	—	—	—	▲170
当期純利益又は純損失 (百万円)	133	25	481	409	1,050	▲404	▲493	237	▲1,049	▲1,709	▲260	—	—	—	▲260
従業員数	925	964	1,033	1,041	1,041	1,046	1,039	1,077	1,074	1,074	1,061	—	—	—	1,061
国内買取店舗数※	134	135	133	135	135	135	135	138	140	140	139	—	—	—	139
海外買取店舗数	36	38	37	38	38	38	44	44	46	46	45	—	—	—	45

※ 国内協業店舗数は除く。

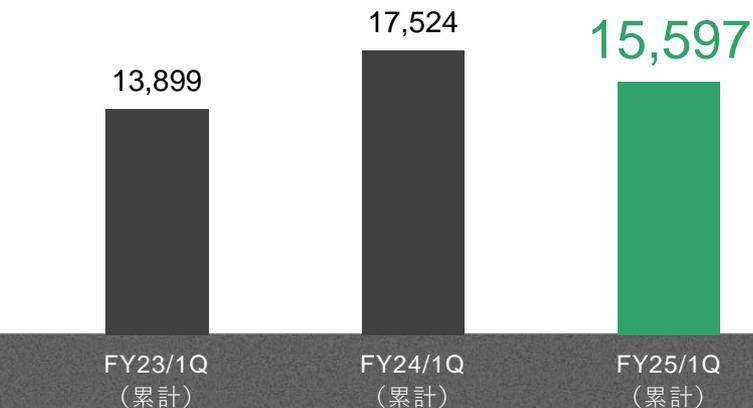
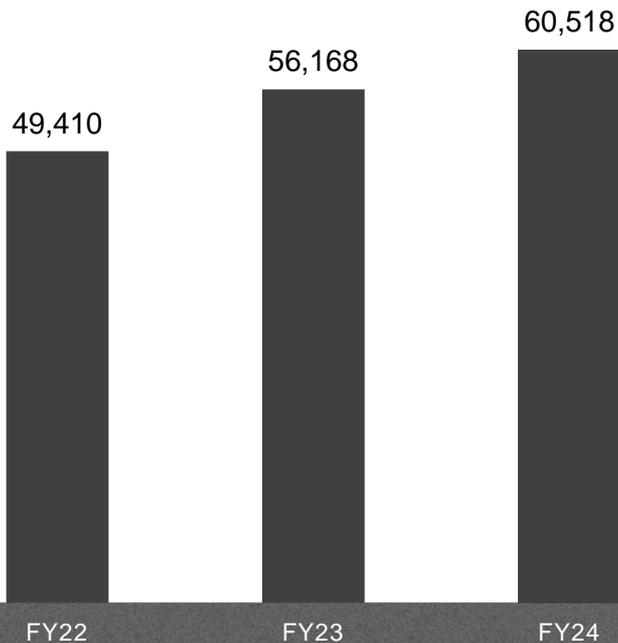
仕入高・店舗数

< 通期 >

< 1Q累計 >

単位：百万円

仕入高※1



買取店舗数※2

164店舗
(34店舗)

173店舗
(38店舗)

186店舗
(46店舗)

170店舗
(36店舗)

173店舗
(38店舗)

184店舗
(45店舗)

売上高・売上総利益率

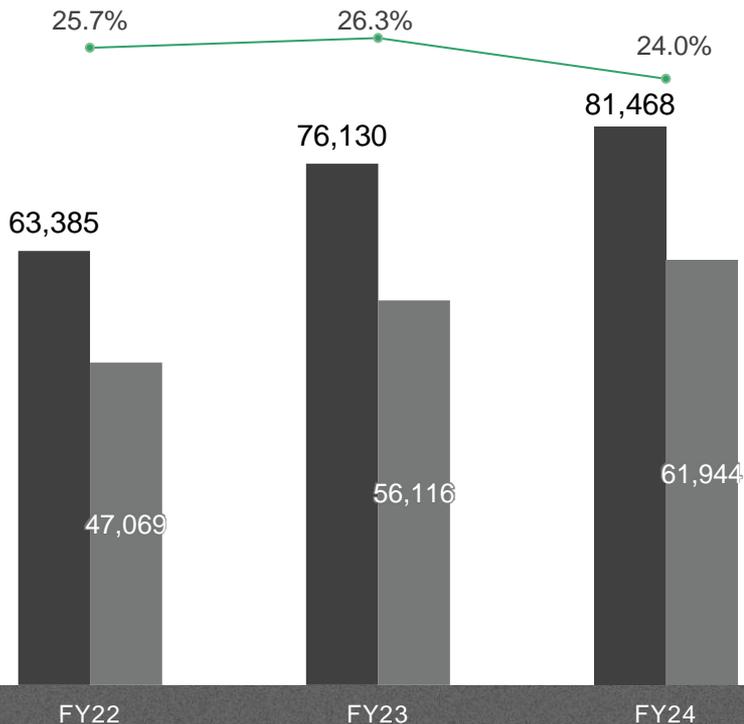
< 通期 >

単位：百万円

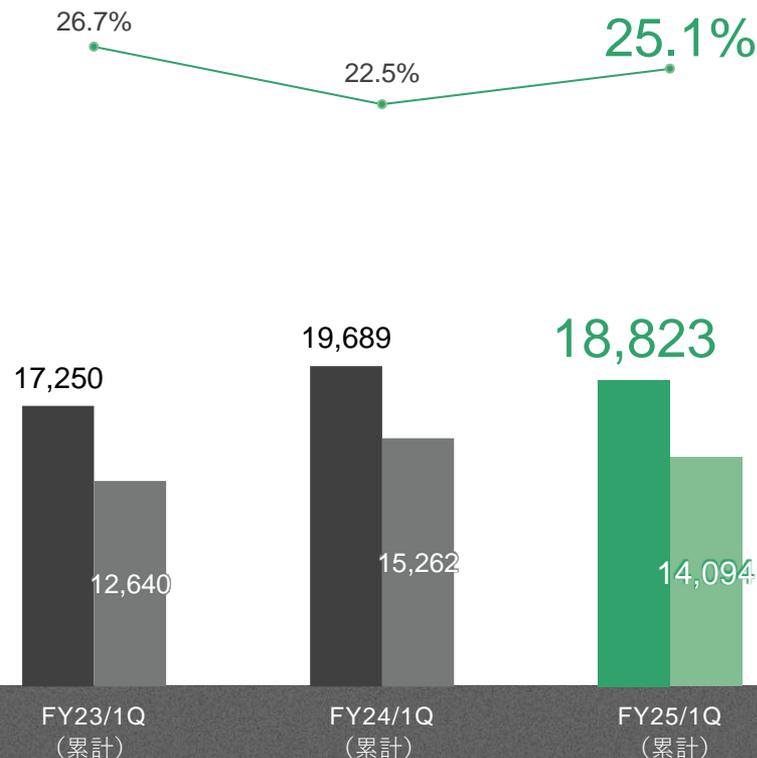
売上総利益率

売上高

売上原価



< 1Q累計 >



売上高：販路別（toB／toC）

< 通期 >

単位：百万円

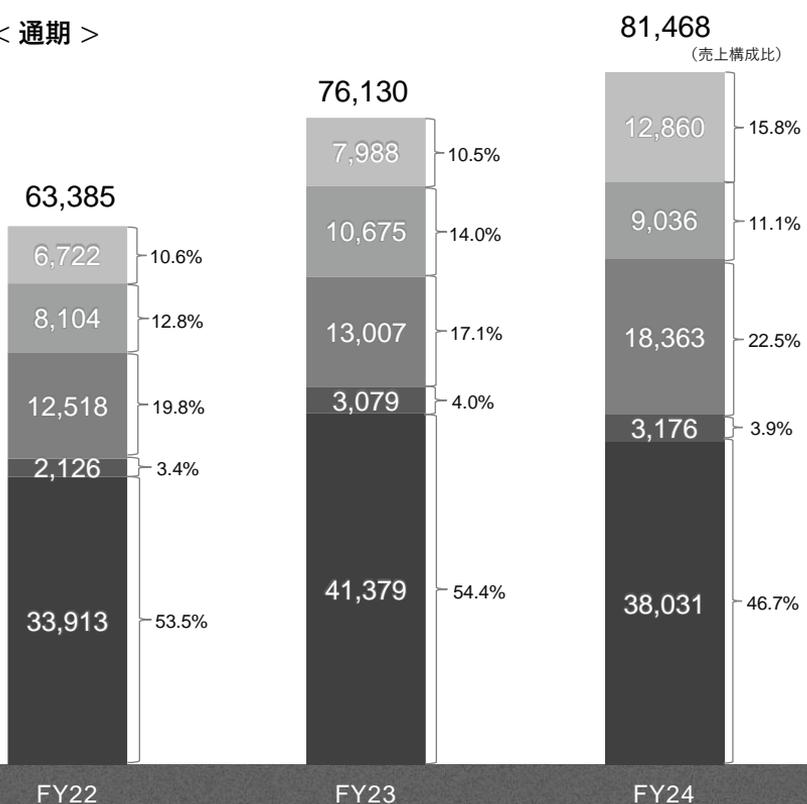
小売

卸売・その他
(地金除く)

卸売（地金）

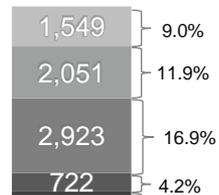
自社オークション
手数料

自社オークション



< 1Q累計 >

17,250

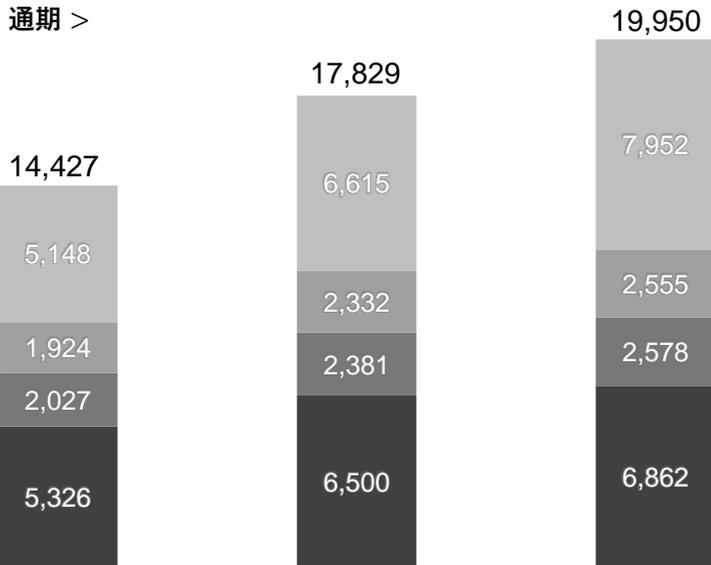


販売費及び一般管理費

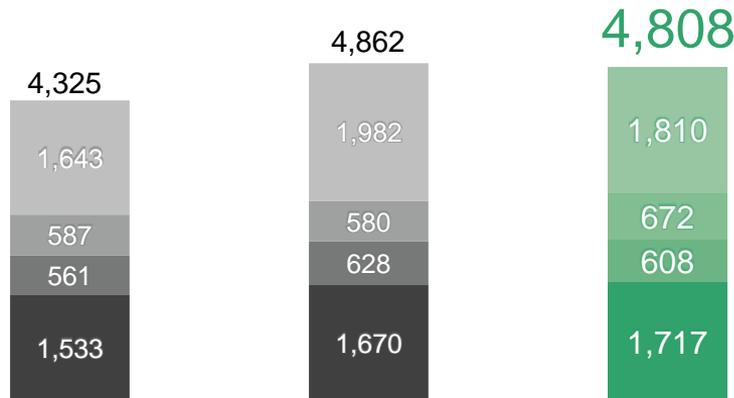
< 通期 >

単位：百万円

その他
地代家賃
広告宣伝費/販促費
人件費



< 1Q累計 >



FY22

FY23

FY24

FY23/1Q

FY24/1Q

FY25/1Q

(累計)

(累計)

(累計)

買取店舗数※1

164店舗
(34店舗)

173店舗
(38店舗)

186店舗
(46店舗)

170店舗
(36店舗)

173店舗
(38店舗)

184店舗
(45店舗)

小売店舗数

3店舗

3店舗

4店舗
(準備中1店舗※3)

3店舗

3店舗
(準備中2店舗※2,3)

5店舗

人員数

896名

1,041名

1,074名

925名

1,046名

1,061名

GMV推移

< 通期 >

単位：百万円

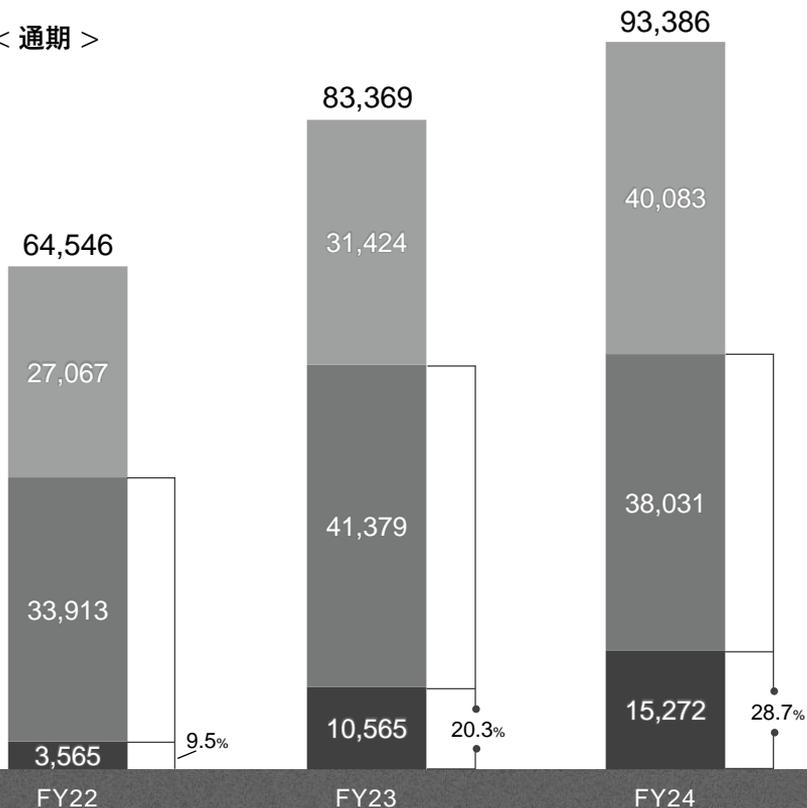
卸売・小売

自社オークション
(商品売上)

自社オークション
(委託落札額)

自社オークション
委託落札比率※1

→ ●

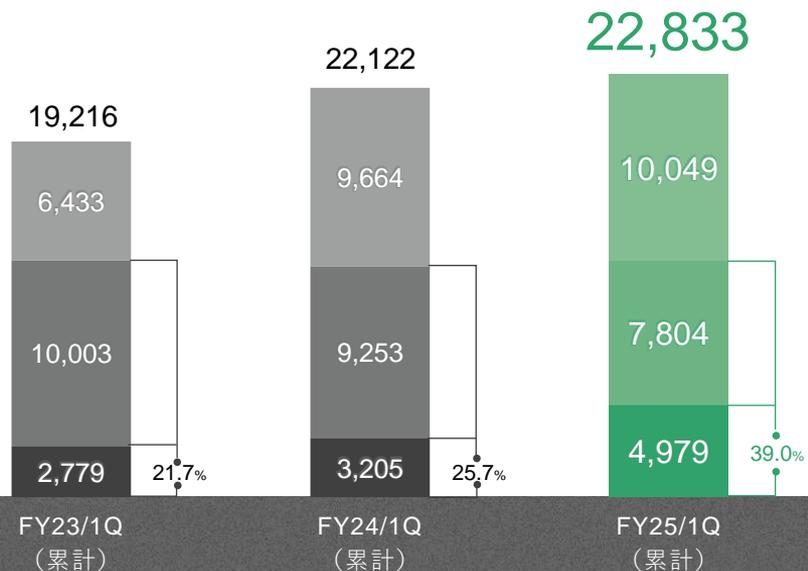


< 1Q累計 >

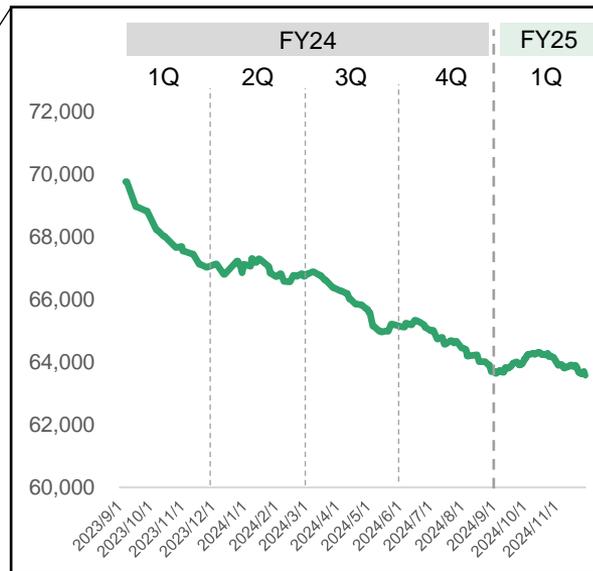
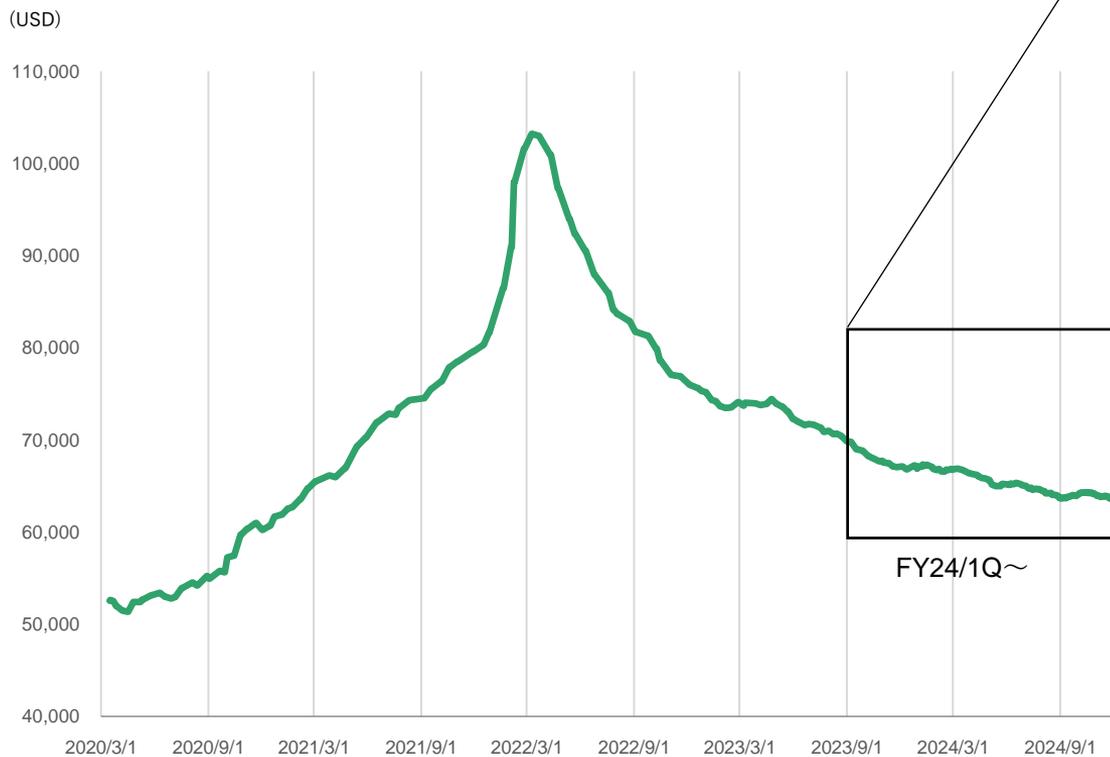
※1 自社オークション 委託落札比率

自社オークション
(委託落札額)

自社オークション (商品売上) + 自社オークション (委託落札額)



時計相場トレンド



出所)
取引額の上位 10 の高級時計ブランドから選ばれた 60 の時計で構成されたWatchCharts (<https://watchcharts.com/watches>) が公表する数値より当社作成。

Resale Impactの事業展開強化

- ・「リユースすること＝地球環境にもやさしいこと」として、リユースの新たなきっかけを生み出すねらい

ALLUでの取組

店舗の商品タグや、ECサイトにてResale Impact を表示



商品タグの例

ECサイトの例

なんぼやでの取組

「なんぼや」のリユースによるResale Impactを可視化し、各店舗紹介ページに公開

なんぼや銀座本店の掲載例

<https://nanboya.com/shop/tokyo/ginza-brandshop/>



Valuence

Circular Design Company

- ・本資料における売上高の販路別内訳、オークション実績の内訳、GMV推移については参考数値であり、監査法人の監査を受けておりません。
- ・業績予想などは、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。
- ・当資料は「2025年8月期第1四半期 決算短信」に準拠し作成しています。

【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 経営企画部 IR課

TEL : 03-4580-9983 / Mail : contactus@valuence.inc