

2025年8月期 決算説明資料

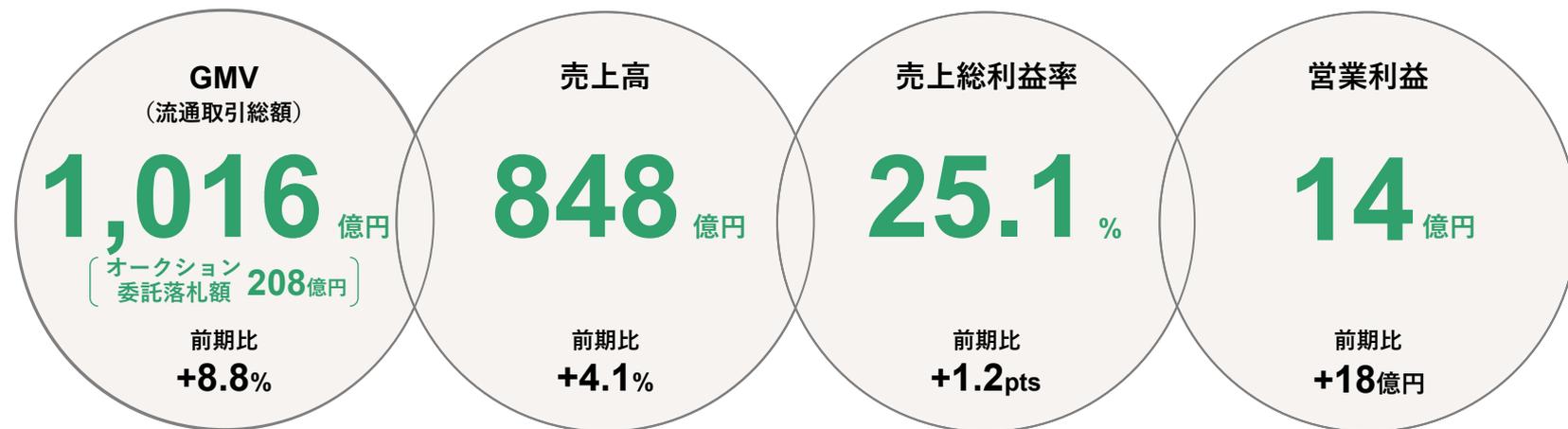
バリュエンスホールディングス株式会社
(東証グロース市場：9270)

2025年10月10日

2025年8月期 業績	3	2025年8月期 第4四半期 ハイライト	15	2026年8月期 重点戦略	20
2026年8月期 業績見通し	32	株主還元	35	Appendix	37

2025年8月期 業績

2025年8月期 サマリー



GMVは1,000億円を突破、営業利益は前期比18億円増の14億円

- オークション委託落札額は引き続き好調、前期比36.8%増の208億円と過去最高。小売売上高及び卸売（地金）売上高伸長等もあり、GMVは同8.8%増の1,016億円
- 小売5店舗の稼働やシームレス出品の安定稼働、小売販売力の向上により小売売上高は過去最高を更新。また、卸売（地金）売上高もアライアンスによる仕入拡大や好調な相場環境を背景に伸長。STAR BUYERS AUCTION（以下、「SBA」という。）における会員費及び参加費の導入や委託落札額の伸長により自社オークション手数料売上高も拡大。2025年4月より米国関税措置の影響は一部受けたものの、売上高は同4.1%増の848億円。1年を通じて売上総利益率重視の仕入も継続し、売上総利益率は同1.2pts増の25.1%
- 期首より効率を重視した事業運営を継続。FY25/4QではFY26に計画していた投資を先行して実施。販売費及び一般管理費は同0.5%減、営業利益は同18億円増の14億円

2025年8月期 業績

- FY25/4Qではシームレス出品の期間延長や在庫確保等、FY26に向けた施策を実行。売上高は前年同期比8.3%増の217億円
- 売上総利益率重視の仕入は継続。FY25/4Q前半は米国関税措置の影響が残るも回復基調、売上総利益率の低い在庫の売却も進めたため、売上総利益率は同0.8pts減の24.5%
- 最適なリソース配分により効率重視の構造改革を継続。FY26に計画していた投資を一部先行して実施し、販売費及び一般管理費は同5.6%増の51億円

単位：百万円

	FY24/4Q	FY25/4Q	増減率	FY24	FY25	増減率
売上高	20,080	21,742	+8.3%	81,468	84,841	+4.1%
売上原価	15,001	16,417	+9.4%	61,944	63,532	+2.6%
売上総利益	5,079	5,324	+4.8%	19,523	21,308	+9.1%
売上総利益率	25.3%	24.5%	▲0.8pts	24.0%	25.1%	+1.2pts
販売費及び一般管理費	4,883	5,155	+5.6%	19,950	19,854	▲0.5%
営業利益又は営業損失	195	168	▲13.8%	▲426	1,453	-
営業利益率	1.0%	0.8%	▲0.2pts	-	1.7%	-
経常利益又は経常損失	▲9	91	-	▲764	1,315	-
経常利益率	-	0.4%	-	-	1.6%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益又は当期純損失	▲1,049	149	-	▲1,709	681	-

※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4四半期（6月－8月）トピックス



買取

Purchases

- ・ **売上総利益率重視の仕入を継続**、地金相場の上昇もあり **なんぼやにおける仕入高も伸長**。仕入高は前年同期比20.5%増の175億円※1
- ・ 株式会社三越伊勢丹との取組である「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も引き続き好調**に推移し、仕入拡大に貢献
- ・ 国内・海外ともにスクラップアンドビルドを進めながら1店舗当たりの効率化に注力。FY25末の店舗数は **国内139店舗※2、海外49店舗**

※1 自動車の仕入高実績は除く。

※2 協業店舗は除く。



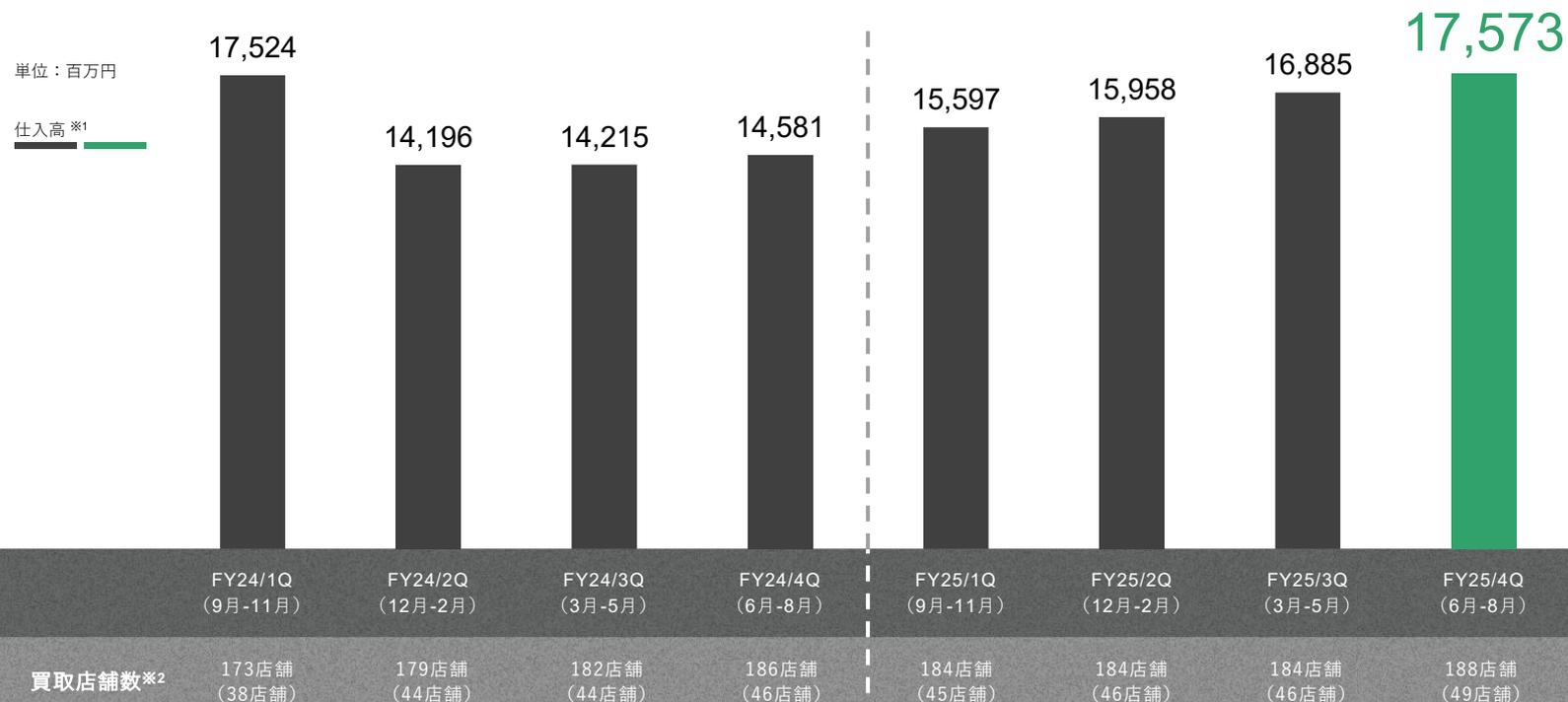
販売

Sales

- ・ FY26に向け在庫確保は行いながらも、小売における販売力の向上等もあり小売売上高は堅調に推移。また、アライアンスによる仕入や地金相場の上昇に伴い卸売（地金）売上高も好調に推移。**売上高は前年同期比8.3%増の217億円**
- ・ **委託落札額は前年同期比32.5%増の58億円と過去最高**。委託拡大及びSBAにおける会員費及び参加費の導入により、**自社オークション手数料売上高は同16.0%増の9億円**
- ・ 売上総利益率重視の仕入は継続も、米国関税措置の影響や売上総利益率の低い在庫の売却を進めたため、売上総利益率は同0.8pts減の24.5%

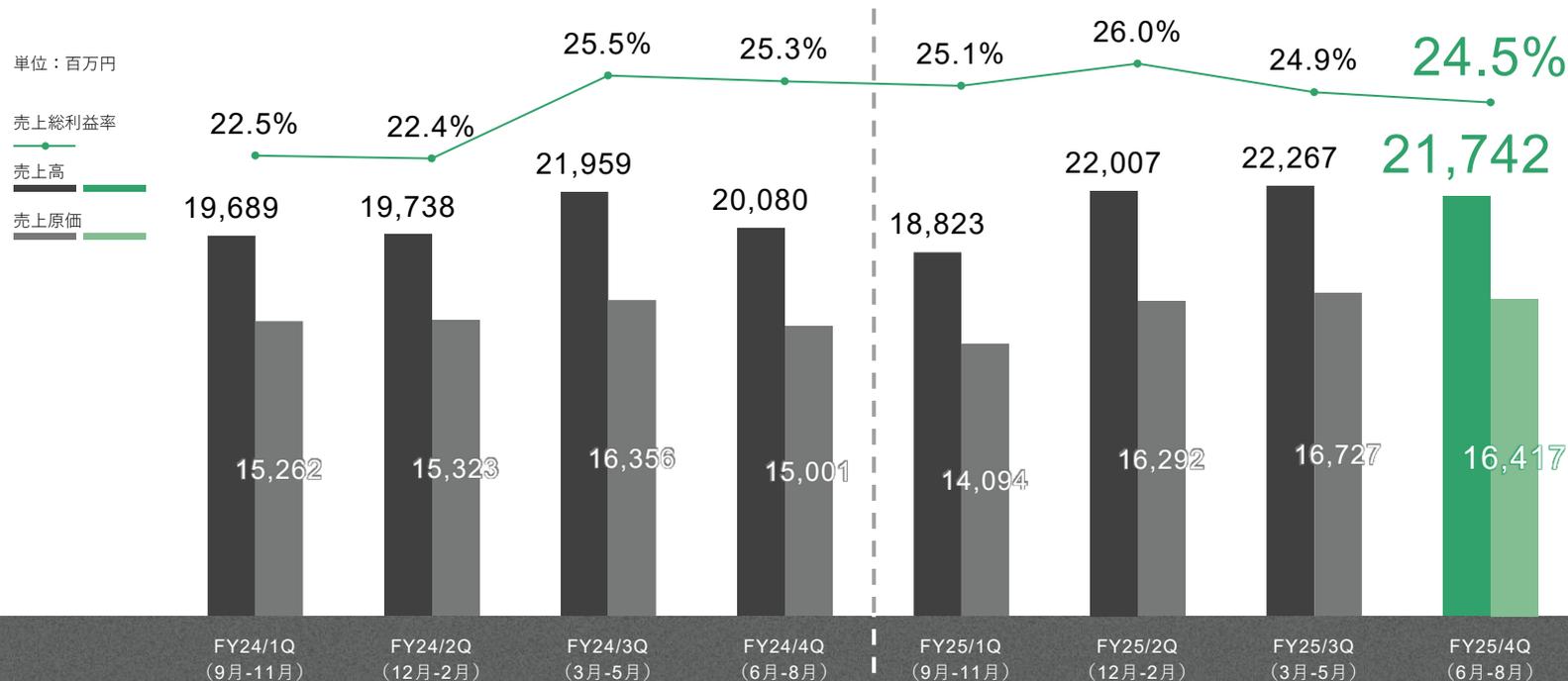
仕入高・店舗数

- ・売上総利益率重視の仕入を継続し、1店舗当たりの効率も重視。地金相場の上昇もあり、なんぼやでの仕入も好調に拡大
- ・アライアンスによる仕入も引き続き好調に推移し、仕入高は前年同期比20.5%増の175億円（直前四半期比4.1%増）



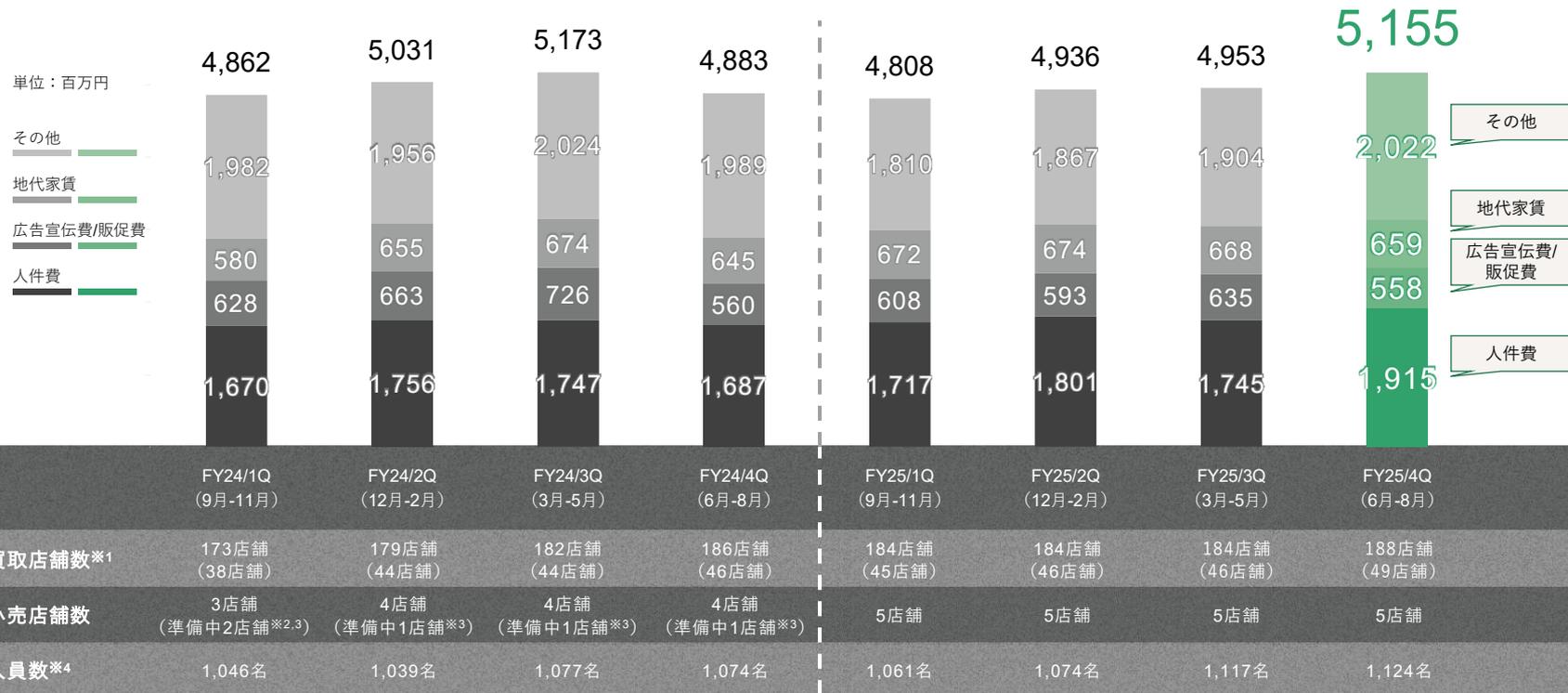
売上高・売上総利益率

- FY26に向け在庫確保やシームレス出品の期間延長等、前向きな各種施策を実行。自社オークション売上高は減少も、小売販売力の向上等により小売売上高は堅調。また、アライアンスによる仕入や地金相場の上昇に伴い卸売（地金）売上高は好調に推移。売上高は前年同期比8.3%増の217億円
- FY25/4Q前半は米国関税措置の影響が残るも回復基調、売上総利益率の低い在庫の売却も実施。売上総利益率重視の仕入は継続したものの、売上総利益率は同0.8pts減の24.5%



販売費及び一般管理費

- 新店出店に伴う人員増や昇給・賞与等による人件費増加、システム開発や物流拠点の統合等に伴う償却費の増加に加え、FY26に計画していた投資を一部先行して実施。一方、効率重視のWEBマーケティングを継続したことにより広告宣伝費は横ばい。販売費及び一般管理費は前年同期比5.6%増の51億円

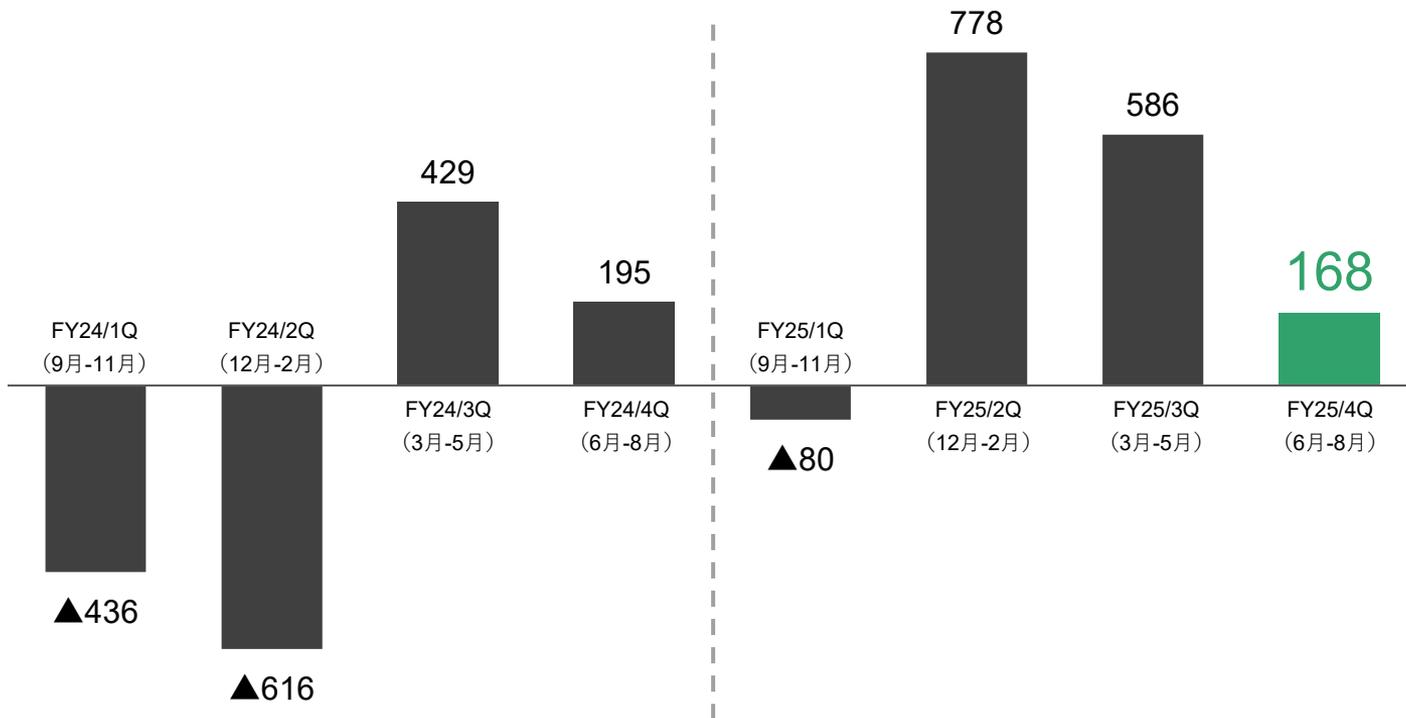


営業利益

- 売上総利益率重視の仕入や効率重視の事業運営等は継続。外部環境の変化等は特段ない状況下において、FY26に向けシームレス出品の期間を延長したほか、一部在庫確保やFY26に計画していた投資を先行して実施。営業利益は前年同期比13.8%減の1.6億円

単位：百万円

営業利益

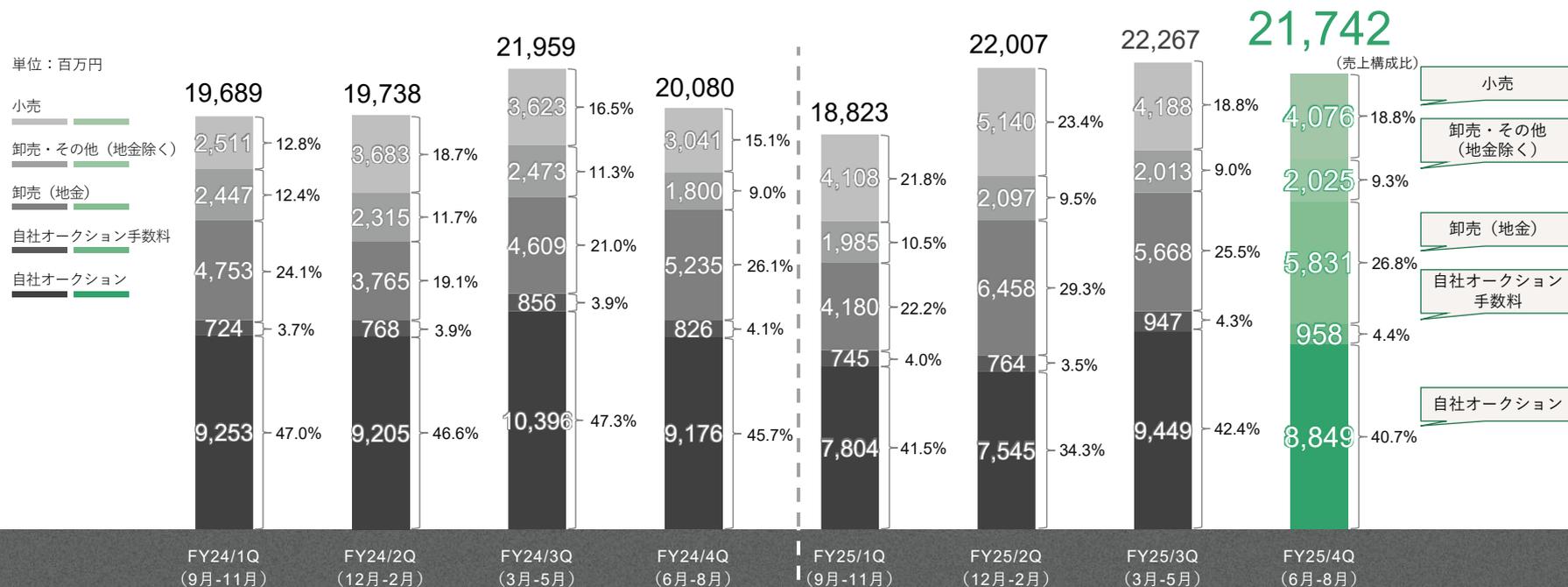


バランスシートの概況

単位：百万円	FY24末	FY25末	増減	
流動資産	17,600	20,043	+2,442	
現金及び預金	6,916	5,304	▲1,611	
商品	7,110	10,405	+3,295	<ul style="list-style-type: none"> ・在庫回転期間は50日 ・FY25/4Qは仕入好調。FY26に向け在庫確保、売上総利益率重視の仕入により在庫状態は健全 ・自動車事業においてTWISTED車両仕入による商品（自動車）も増加
その他	3,573	4,332	+759	<ul style="list-style-type: none"> <商品（自動車を除く）> FY24末：68億円 → FY25/1Q末：84億円 → FY25/2Q末：82億円 → FY25/3Q末：84億円 → FY25末：98億円
固定資産	9,047	10,894	+1,847	<ul style="list-style-type: none"> ・未収消費税の増加等
総資産	26,648	30,938	+4,289	
負債	19,792	23,262	+3,469	<ul style="list-style-type: none"> ・ALLU SHINJUKU出店に伴う有形固定資産の増加、自動車販売・整備拠点の新設に伴う固定資産の増加、「オリジナル・パーキン」の取得による増加等
有利子負債 （リース債務含む）	16,468	18,502	+2,034	<ul style="list-style-type: none"> ・仕入資金調達等による借入金の増加
短期	7,721	9,198	+1,477	
長期	8,746	9,304	+557	<ul style="list-style-type: none"> ・既存有形固定資産に対する原状回復費用の再見積もりによる資産除去債務の増加、賞与引当金・未払法人税の計上等
その他	3,324	4,759	+1,435	
純資産	6,855	7,676	+820	<ul style="list-style-type: none"> ・親会社株主に帰属する当期純利益の計上等
負債・純資産合計	26,648	30,938	+4,289	

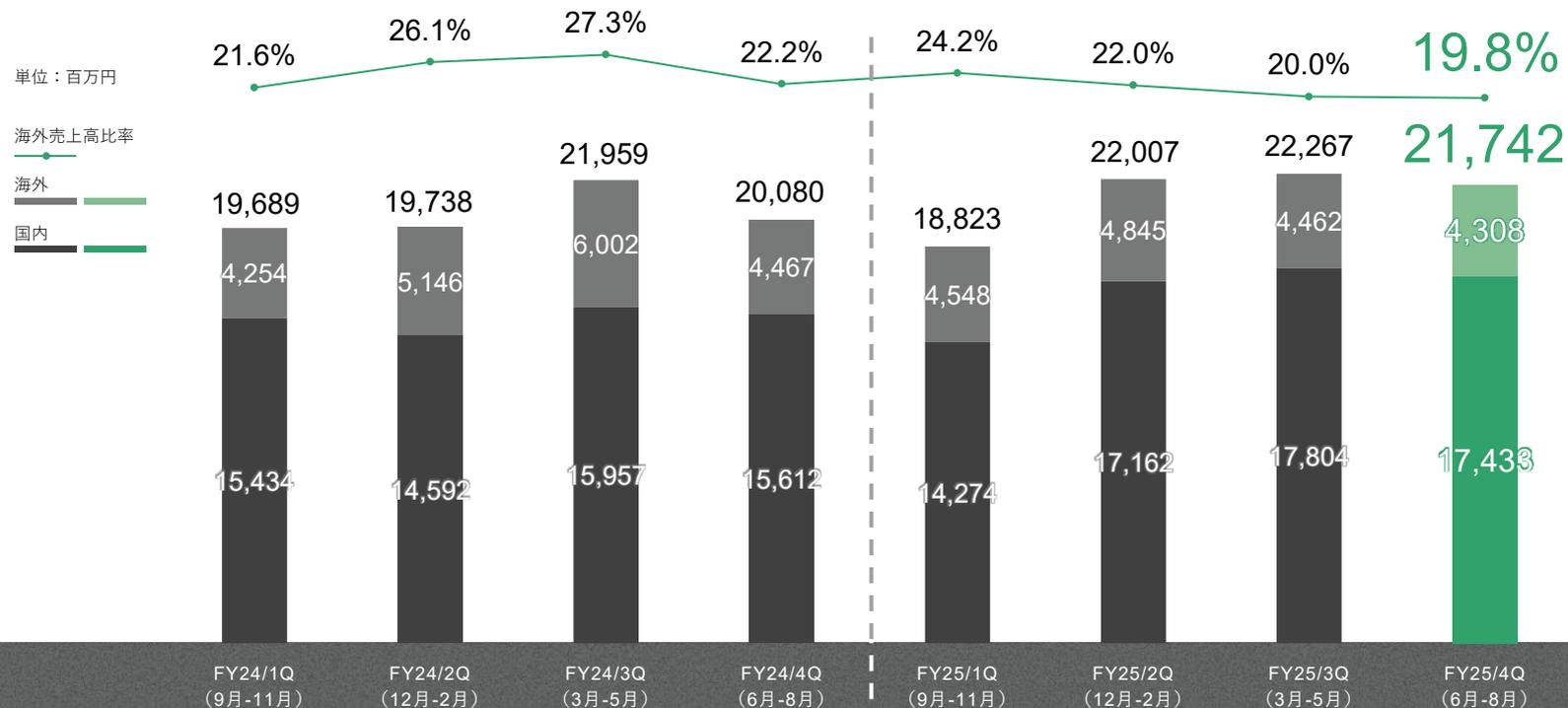
売上高：販路別（toB/toC）

- FY26に向けシームレス出品の期間延長や在庫の確保を行ったため、自社オークション売上高は前年同期比3.6%減の88億円。
SBAにおけるオークション委託落札額が過去最高を更新したことや会員費及び参加費の導入により、自社オークション手数料売上高は同16.0%増の9億円
- FY26に向け在庫確保を行いながらも、販売力の向上・シームレス出品の貢献等により小売売上高は同34.0%増の40億円



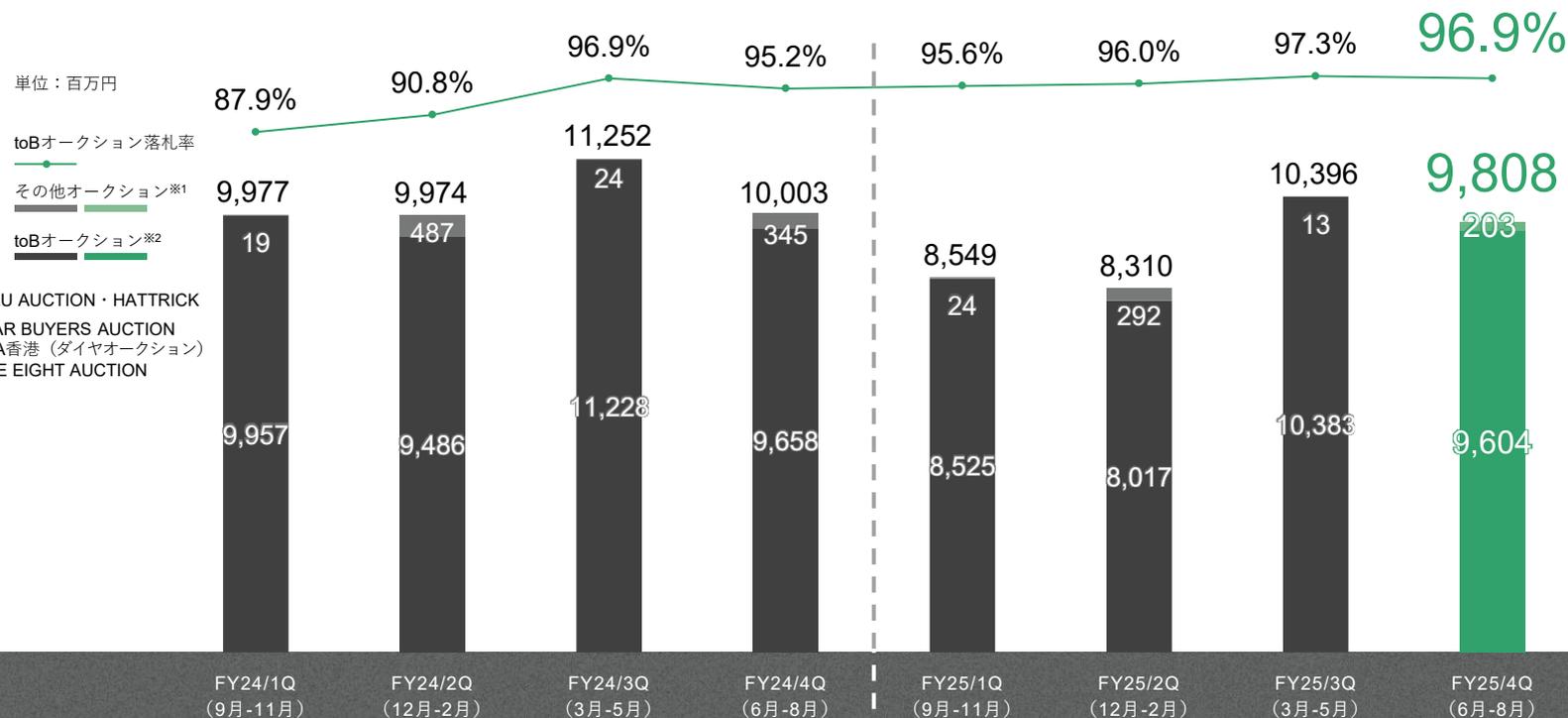
売上高：販路別（国内／海外）

- 小売売上高や卸売（地金）売上高の伸長により、国内売上高は前年同期比11.7%増の174億円
- 米国関税措置の影響から回復基調にはあるものの、海外売上高比率は19.8%



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96.9%と引き続き高水準を維持



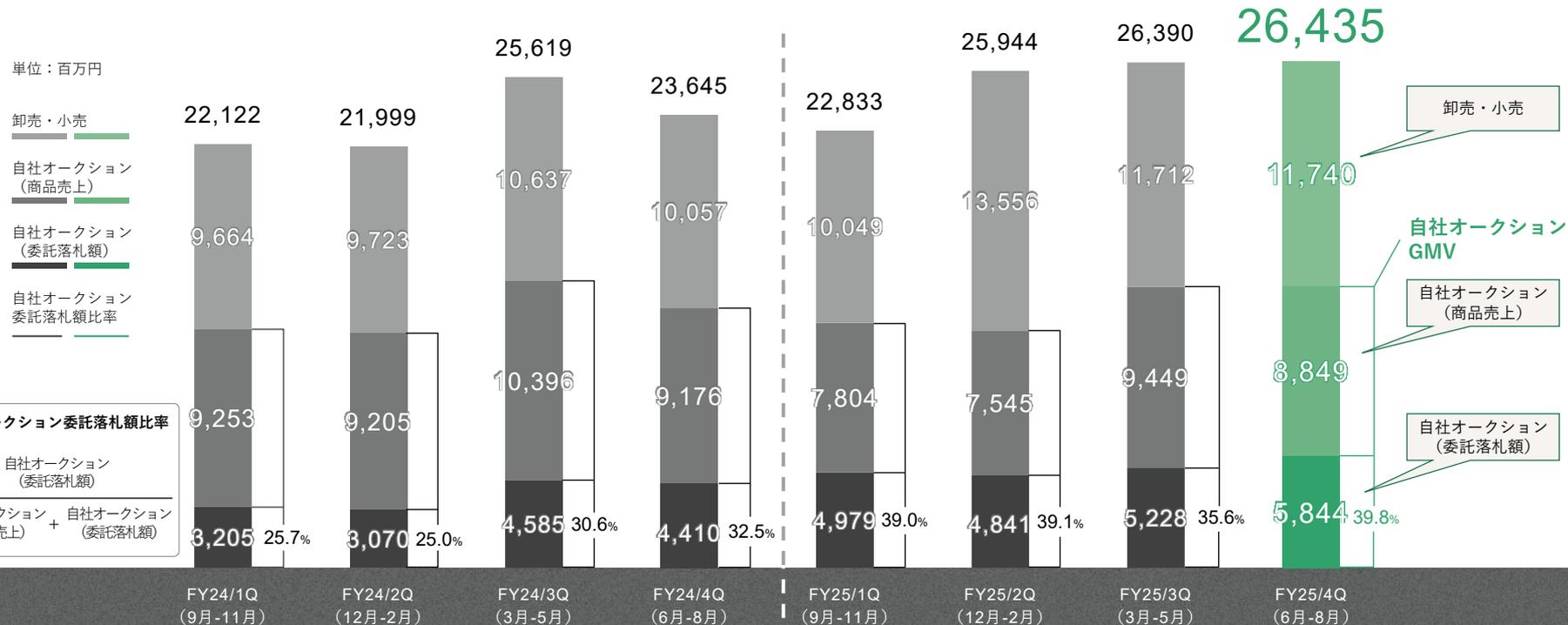
※ FY25/1QよりALLU AUCTION及びHATTRICKの実績も「その他オークション」として開示。
 また、SBA、SBA香港、THE EIGHT AUCTIONを「toBオークション」として組替。FY24実績についても同様に組替。



2025年8月期 第4四半期 ハイライト

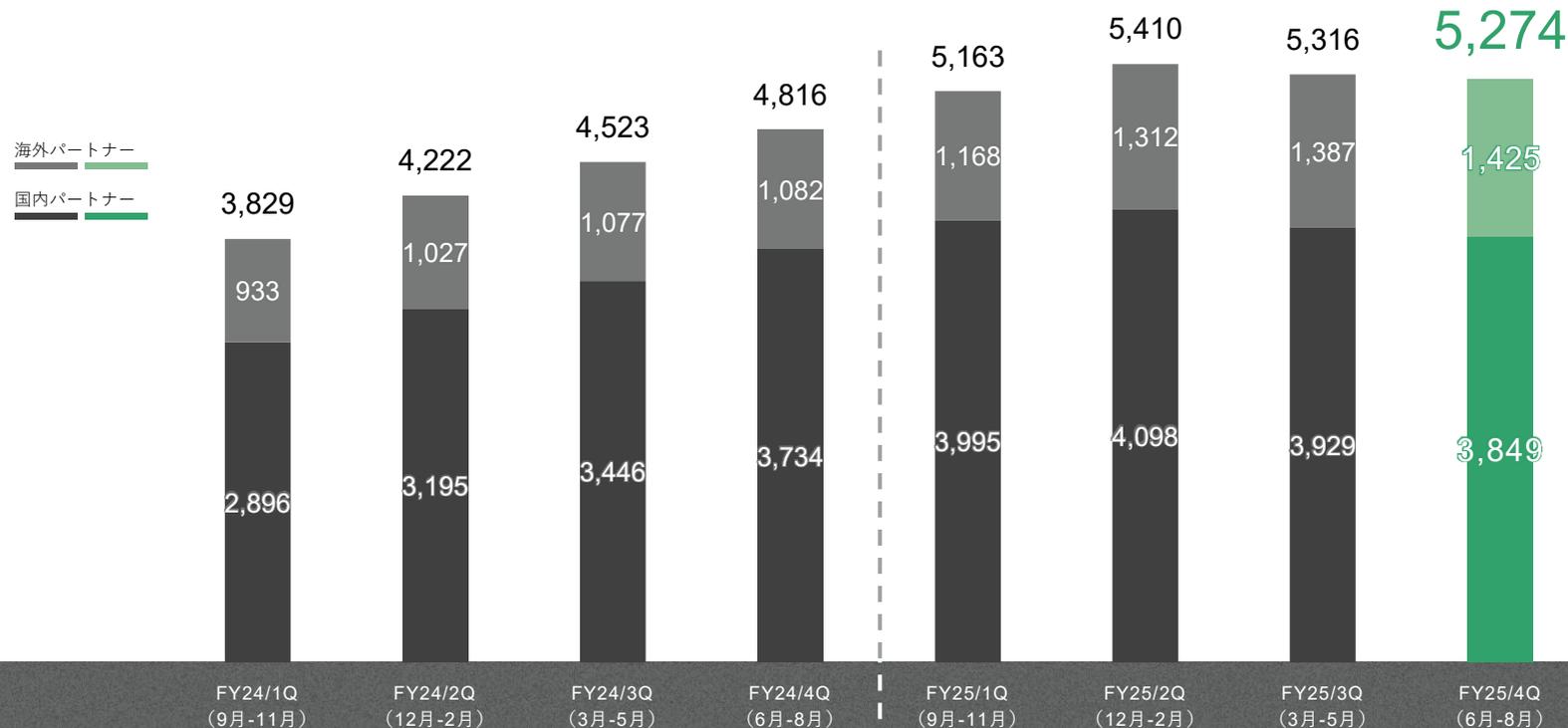
GMV推移

- 小売売上高及び卸売（地金）売上高が伸長し、GMVは前年同期比11.8%増の264億円
- FY26に向けシームレス出品の期間延長等を実施したことにより、自社オークション（商品売上）GMVは同3.6%減の88億円。
一方、委託落札額は同32.5%増の58億円、委託落札額比率も39.8%と好調に拡大し過去最高を更新。自社オークションGMVは同8.1%増の146億円



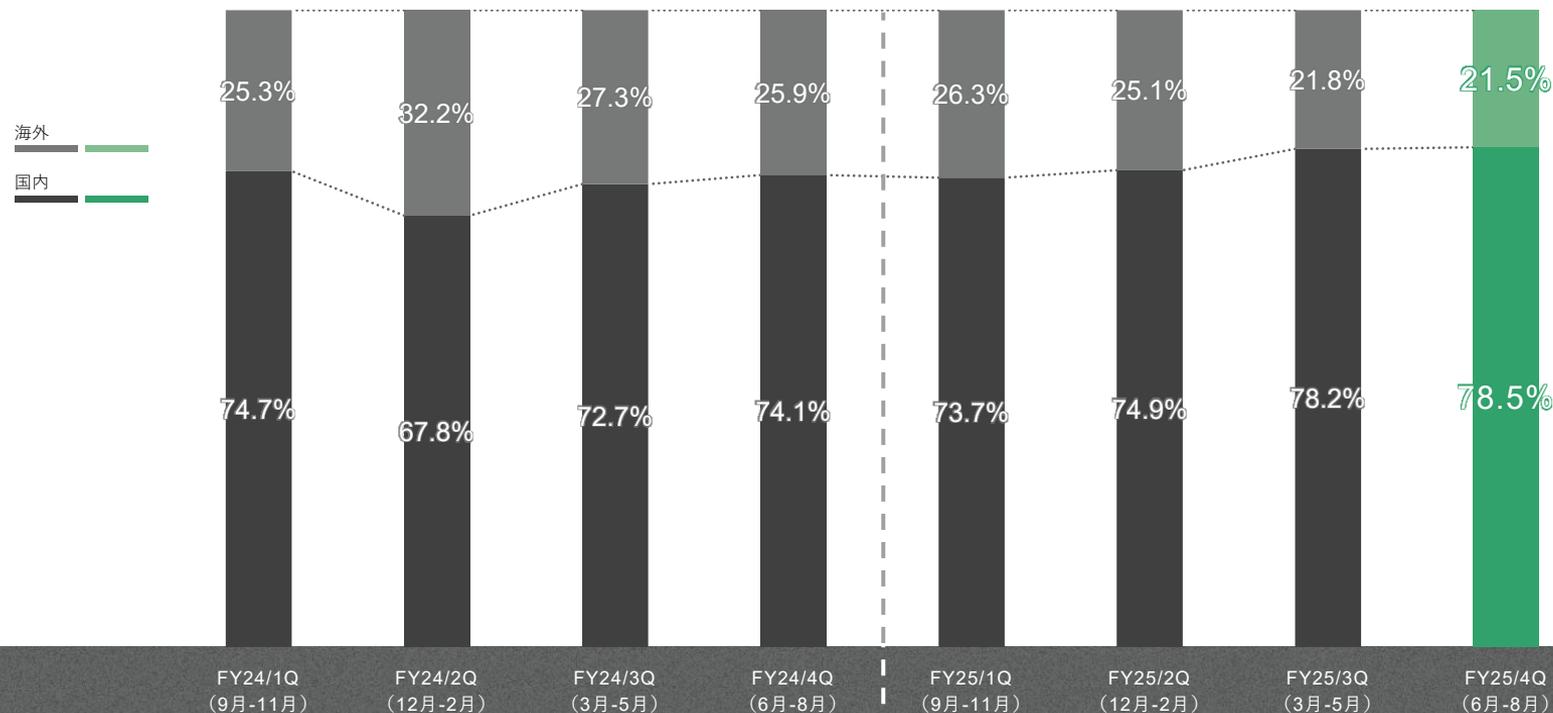
STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

- オークション会員費導入により国内パートナー会員数が減少したものの、休眠会員の退会によるものであり大きな影響は無し



STAR BUYERS AUCTION (SBA) 落札額の国内／海外比率

- 海外落札比率は21.5%と直前四半期比横這い。2025年8月に米国関税措置の内容が確定した後は海外パートナーの需要も回復傾向

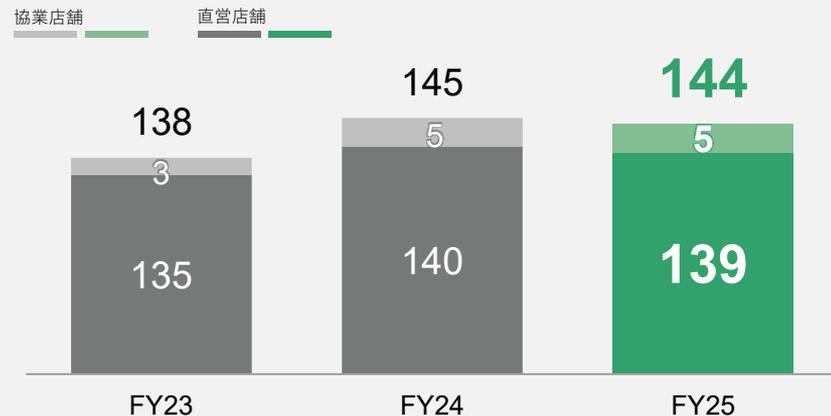


買取店舗展開

- 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。店舗出店基準を見直し出退店を進めた結果、店舗数は前期末比1店舗減で着地。FY26は10店舗弱の出店を予定（FY26上期で4店舗の出店確定）
- 海外はスクラップアンドビルドを進めながら、パートナー店舗を中心に出店。特に東南アジアにおいて展開拡大。FY26もパートナー店舗を中心に中東・アジア圏において10店舗超の出店を計画

Japan

国内

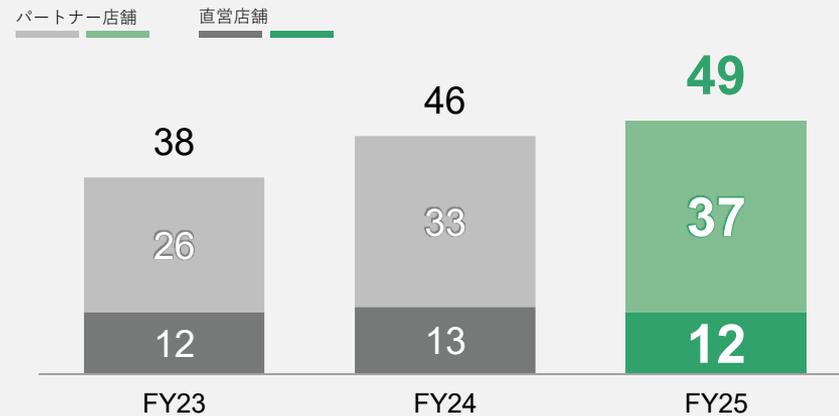


	FY23	FY24	FY25
出店	10	5	4
退店	5	0	5

※出店数・退店数は直営店舗のみ。

Global

海外



	FY23	FY24	FY25
出店	10	13	8
退店	6	5	5

2026年8月期 重点战略

事業戦略とKPI

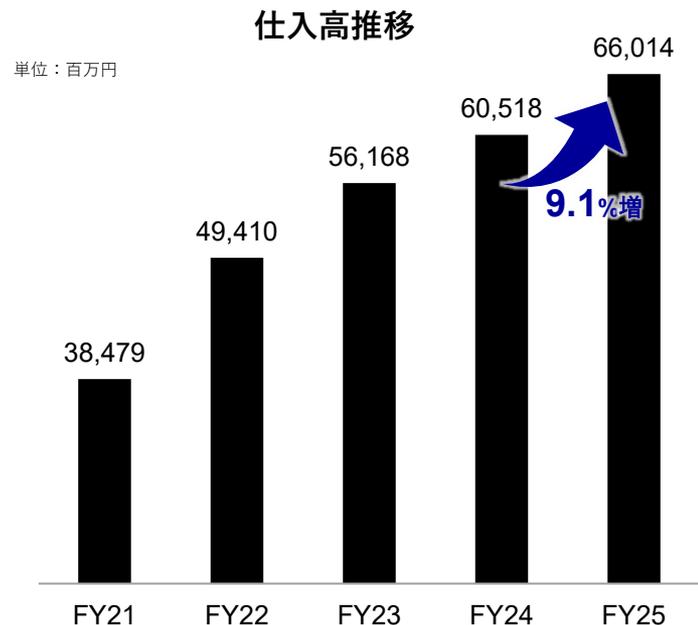
重点テーマ/マテリアリティ	中期経営計画の重点戦略	KPI	FY25実績	FY27目標
人生の選択肢が広がる価値提供 <ul style="list-style-type: none"> □ 持続可能な消費の促進 □ 人生の選択肢が広がる商品とサービスの提供 □ 顧客のファン化と長期的な顧客関係 	仕入 持続的成長への仕入基盤強化・仕入ネットワークの拡大 <ul style="list-style-type: none"> □ マーケティング手法の多様化及び顧客のリピーター化 □ 効率的な店舗仕入の実現及び仕入ネットワークの拡大 □ 海外仕入の拡大 	なんぼや以外（海外含む）の仕入高比率	18.4%	25%以上
	オークション プラットフォーム強化で圧倒的No.1を目指す <ul style="list-style-type: none"> □ SBA開催回数・時間の見直しにより、海外パートナーの参加拡大 □ SaaS型新機能拡充による委託GMVの拡大 □ フルフィルメントサービスによる小売委託の拡大 	リピーター比率※	49.3%	50%以上
モノと思いが循環するグローバル経済圏 <ul style="list-style-type: none"> □ 革新的・創造的なマーケットのデザイン □ データプライバシーとサイバーセキュリティ □ コミュニティとの共存共栄 □ 責任あるマーケティングと消費者意識 	小売 toBの強みを活かし、競争優位性を築く <ul style="list-style-type: none"> □ シームレス出品による小売販売機会の創出 □ 他社との差別化を図った国内店舗展開 □ マーケティング（SEO・リスティング）強化によるEC販売力向上 	リペアサービス提供件数	約4.5万件	5万件以上
	海外 コスト効率を活かした買取市場拡大・富裕層市場での確実な販売成長 <ul style="list-style-type: none"> □ 店舗投資コストや人件費の低い地域での効率的な買取市場拡大 □ SBA海外パートナーの開拓継続 □ 富裕層市場での確実な販売成長機会の模索 	オークション委託比率	38.3%	40%以上
	領域拡大 ワンストップで顧客課題解決・LTV向上 <ul style="list-style-type: none"> □ リペア事業の強化 □ 不動産仲介の拡大 □ TWISTED事業の強化 	小売売上高比率	20.6%	25%以上
		海外仕入高成長率	—	CAGR 25%以上
		海外パートナー数増加率	31.7%	年率 10%以上

※ リピーター比率 = 2回目以降成立顧客UU数 ÷ 成立顧客UU数

仕入戦略

- FY25において出店基準に応じた店舗出退店を概ね終了。効率的な店舗運営やリピーター施策等を継続し、収益性を重視しつつ出店を加速
- 店舗仕入以外の仕入ネットワークの強化を図ることで、グループ全体で恒常的な仕入高成長を目指す

売上総利益率重視の仕入方針は継続、店舗拡大に加え
アライアンス等の店舗に依存しない仕入の拡大にも注力



仕入高成長率
目標

FY26 ~10%増

- ✓ 新規出店は**効率重視の方針**を継続
- ✓ なんぼや以外（海外含む）の仕入高成長率は**20%以上**を目指す
- ✓ アライアンス仕入に引き続き注力

アライアンス仕入

- ✓ 金融機関など他業種との提携により当社がリーチできない顧客からの買取が可能
- ✓ 2025年9月から新たに三井住友信託銀行株式会社との提携を開始。引き続き社数拡大に注力

提携社数

60社超

買取店舗展開

- 出店戦略に大きな変更はなく、効率重視の店舗展開を継続

世界14か国に188店舗を展開

ヨーロッパ

2店舗

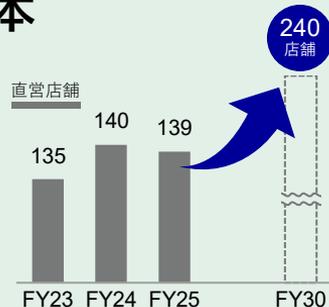
中東
8店舗

アフリカ
2店舗

アジア
37店舗

日本
139店舗

日本



- 直営店を毎年5店舗程度出店
- 直営店出店以外の方法でも店舗拡大
- ▶ FY26は10店舗弱の直営店出店を予定

<社員独立制度及びパートナー制度の開始>

国内の当社出店基準に満たない小規模の既存店舗や新規店舗を独立意欲のある社員やパートナーに譲渡、店舗経営を社外に一任する制度

- ▶ 第1号案件がFY26上期よりスタート予定

海外



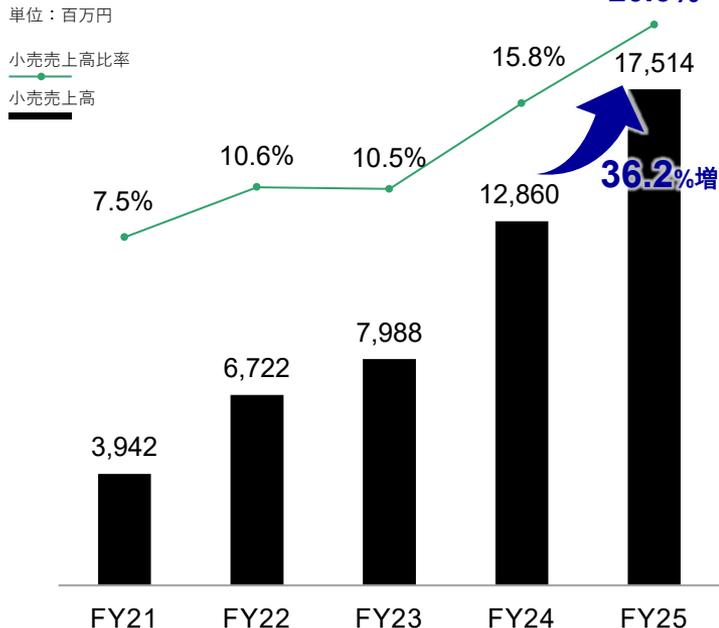
- パートナー店舗を中心に東南アジア・中東に注力
- ▶ FY26はパートナー店舗を中心に10店舗超の出店を予定

- ✓ 出店基準・店舗維持基準に満たない店舗も「なんぼや」の認知拡大や収益源として活用
- ✓ 社外リソースの活用
- ✓ 優秀な社員の社外流出を防ぐ

小売戦略

- toB販売の強みを活かした、小売拡大戦略の推進を継続
- 店舗においては国内顧客向け売上高の拡大、越境ECの立ち上げによりECによる海外顧客向け売上高拡大も計画

小売売上高推移



越境ECローンチによりグローバルでの小売拡大にも注力

小売売上高
比率目標

FY26 **22%**程度

- ✓ 新規出店は行わず**国内5店舗体制**を継続。国内顧客向け1to1施策等による売上高拡大を目指す
- ✓ FY26上期に越境ECをローンチ予定。**海外拠点からの送客やインバウンド顧客の固定化**により海外顧客を囲い込み
- ✓ **シームレス出品やSBAパートナーからの委託出品**によりALLU online storeのサイト価値向上を企図、更なる取扱い拡大を目指す

越境ECの立ち上げ

- ✓ eBay等海外ECの売上高増加を受け、自社EC立ち上げにより業務効率化等による収益性向上を図るとともに、更なる認知拡大・売上高成長を企図
- ✓ 小規模事業者への販売等、SBAに参加しない事業者向けのプラットフォームとしても強化

全世界から購入可能、
海外拠点所在エリアで特に営業注力

- ・アメリカ
- ・フランス
- ・UAE
- ・香港
- ・シンガポール



オークション戦略

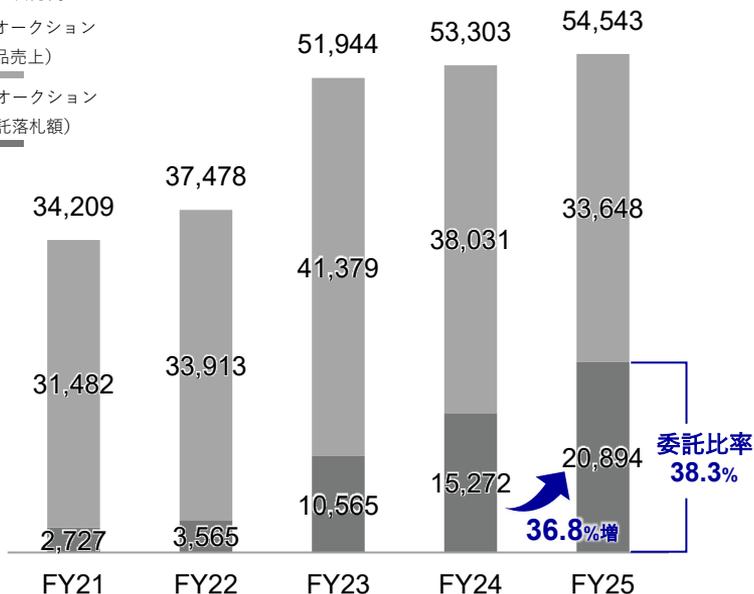
- ・ 当社最大の強みであるオークションプラットフォームの機能拡充を継続

オークションGMV推移

単位：百万円

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)



委託拡大に引き続き注力、小売とのバランスをとりつつ プラットフォームとしての魅力を向上

委託比率目標

FY26 **40%以上**

- ✓ 委託は順調に拡大中。引き続き**オークションの取扱高を拡大**することでプラットフォームとしての魅力を担保
- ✓ パートナー向けに新たな決済手法の導入を行う等、パートナーのキャッシュフロー改善に資するサービス導入による利便性向上を図るとともに落札額拡大も企図
- ✓ 委託拡大に加え、オークション会員費・参加費徴収の寄与により**手数料収入を拡大**（海外パートナーからの会員費徴収は2026年3月からスタート予定）

オークション手数料推移

単位：百万円



新規事業戦略

- 自動車、不動産をはじめとするブランド品以外の事業領域拡大への取組にも引き続き注力
- 時計修理のノウハウを活かし、取扱品目を拡充させながらオークション、ALLUとの相乗効果によるリペア事業も拡大中

リペア

- ✓ 時計修理に加えFY24からはバッグ修理のサービスも展開中
- ✓ 約50名体制のリペア専門チームを有し、高精度・高品質なリペアをtoB・toCともに提供。SBAやALLUでの販売額にも貢献
- ✓ FY25のリペア件数は約4.5万件（前期比12%増）と拡大中



不動産

- ✓ 実物資産の取扱いをワンストップで行うことにより顧客のLTV向上を企図
- ✓ 不動産仲介事業は黒字転換
- ✓ なんぼや来店顧客の即金ニーズに応えるべく、買取販売も一部スタート



自動車

- ✓ 2025年9月にショールーム併設の認証整備工場を神奈川県横浜市にオープン
- ✓ 国内唯一の「TWISTED」実車展示を行うショールームを備え、実際の車両や整備の様子を間近でご覧いただける貴重な空間を提供
- ✓ 国が定める整備・人員・技術基準を満たした認証整備工場として、スーパーカーなど、高度な知識と技術を要する車両の整備・メンテナンス体制を大幅に拡充（リフト数が3台→7台へと約2倍の作業スペースを確保）。整備能力向上による自動車事業拡大も企図



< TWISTED >

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。国内においてはパリュエンスジャパンが独占販売を行う。

サステナビリティとKPI

重点テーマ/マテリアリティ

Value Designの源泉となる文化と人材力

- 労働安全衛生と従業員のウェルビーイング
- 人材獲得・定着・人材開発
- DEIB

地球・社会にとって誠実な事業運営

- ガバナンス・コンプライアンス・ビジネス倫理
- 人権尊重
- 気候変動対策
- ステークホルダー・エンゲージメント
- 廃棄物管理
- 水資源管理
- 生物多様性

中期経営計画の重点戦略

サステナビリティ

事業とサステナビリティの更なる統合

- 気候変動への取組
(カーボンニュートラル実現に向けた取組)
- 人的資本の取組
- 取締役会の実効性向上・サステナビリティ経営体制の強化
- スポーツ事業推進によるコミュニティ活性化

KPI

	FY25 実績	FY27 目標	FY30 目標
エンゲージメントスコア	3.7	4.0	4.2
DEIB：女性取締役比率	18.2%	—	30%
DEIB：女性管理職比率	14.6%	25%	30%
DEIB：男性育休取得率	100%	80%	100%
DEIB：男女賃金格差	72.8%	80%	85%
CGコード ※プライム基準	—	—	全項目 コンプライ
再生可能エネルギー 電力比率	2026年1月 開示予定	50%	100%
GHG排出量削減率 (スコープ1、2)	—	50%	90%
GHG排出量 (スコープ1、2、3)	—	—	カーボン ニュートラル

サステナビリティの取組

- モノや思いをつなぐ新たな循環型経済圏を作ることで企業価値を向上
- 人的資本への取組や気候変動への取組も継続

人的資本レポート



- ✓ 「人的資本レポート2025～バリュエンスグループの、人が輝く組織と文化づくり～」をコーポレートサイトにて公開し、当社グループにおける人と組織、企業文化づくりに関する考え方と取組を紹介
- ✓ 当社グループの理念にマッチする人材獲得のため採用活動に利用していく

アップサイクル事業



- ✓ スポーツチームのユニフォーム等を製造元と連携しバッグやアパレルに再生、自社運営のスポーツ・エンタメオークション「HATTRICK」にて販売する事業をFY25より開始
- ✓ 環境負荷の削減、脱炭素につながる取組として環境省の「デコ活」にも採択
- ✓ FY26より新ブランドを立ち上げ、アップサイクル事業を拡大予定

Valuence INFINITIES

- ✓ ダンス文化の普及、選手育成への貢献、Dリーグへの参画を通じた企業認知向上等を目的にプロダンスチームを運営
- ✓ 24-25 SEASONは全体3位を獲得。2025年10月25日開幕の25-26 SEASONでの優勝を目指す



Resale Impact

- ✓ 環境負荷削減貢献量を数値として可視化する当社独自の取組
- ✓ 商品タグへの表示など事業への導入によりサステナビリティについて考えるきっかけづくりを推進



取締役会の実効性向上・サステナビリティ経営体制の強化

・役員構成の半数を社外取締役としガバナンスを強化

						社外取締役				
										
氏名	寄本 晋輔	六車 進	佐藤 慎一郎	富田 光俊	高見 健多	夫馬 賢治	平原 依文	蒲地 正英	後藤 高志	小林 美奈
地位	代表取締役	取締役	取締役	取締役	常勤 監査等委員	取締役	取締役	監査等委員	監査等委員	監査等委員
属性	社内/社外	社内	社内	社内	社内	社外	社外	社外	社外	社外
	独立性						独立	独立	独立	独立
	性別	男性	男性	男性	男性	男性	女性	男性	男性	女性
経験・ 知見・ 専門性 等	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	◆		◆		◆	◆			◆
	テクノロジー				◆					
	マーケティング	◆			◆					

※ 2025年11月26日開催の第14回定時株主総会最終後の体制（予定）。社外取締役 富山浩樹氏、大村恵実氏は任期満了により退任、社外取締役 小林美奈氏は新任。

マテリアリティに基づく指標と目標及び進捗状況

重点テーマ	マテリアリティ	KPI	FY25 実績	FY27 目標	FY30 目標
人生の選択肢が広がる 価値提供	<ul style="list-style-type: none"> □ 持続可能な消費の促進 □ 人生の選択肢が広がる商品とサービスの提供 □ 顧客のファン化と長期的な顧客関係 	なんぼや以外（海外含む）の仕入高比率	18.4%	25%以上	↗
		リピーター比率※1	49.3%	50%以上	↗
		リペアサービス提供件数	約4.5万件	5万件以上	↗
モノと思いが循環する グローバル経済圏	<ul style="list-style-type: none"> □ 革新的・創造的なマーケットのデザイン □ データプライバシーとサイバーセキュリティ □ コミュニティとの共存共栄 □ 責任あるマーケティングと消費者意識 	オークション委託比率	38.3%	40%以上	↗
		小売売上高比率	20.6%	25%以上	↗
		海外仕入高成長率	—	CAGR 25%以上	↗
Value Designの 源泉となる 文化と人材力	<ul style="list-style-type: none"> □ 労働安全衛生と従業員のウェルビーイング □ 人材獲得・定着・人材開発 □ DEIB 	エンゲージメントスコア	3.7	4.0	4.2
		DEIB：女性取締役比率	18.2%	—	30%
		DEIB：女性管理職比率	14.6%	25%	30%
		DEIB：男性育休取得率	100%	80%	100%
		DEIB：男女賃金格差	72.8%	80%	85%
地球・社会にとって 誠実な事業運営	<ul style="list-style-type: none"> □ ガバナンス・コンプライアンス・ビジネス倫理 □ 人権尊重 □ 気候変動対策 □ ステークホルダー・エンゲージメント □ 廃棄物管理 □ 水資源管理 □ 生物多様性 	CGコード ※プライム基準	—	—	全項目コンプライ
		再生可能エネルギー電力比率	2026年1月 開示予定	50%	100%
		GHG排出量削減率（スコープ1、2）	—	50%	90%
		GHG排出量（スコープ1、2、3）	—	—	カーボン ニュートラル

※1 リピーター比率 = 2回目以降成立顧客UU数 ÷ 成立顧客UU数

※2 この他の指標はコーポレートサイト（<https://www.valuence.inc/sustainability/>）をご参照ください。

「オリジナル・バーキン」落札

- ・フランス・パリで開催されたサザビーズのオークションにおいてジェーン・バーキン氏が実際に使用した「オリジナル・バーキン」を14.7億円※（手数料込み・為替換算ベース）で落札
- ・世界的な文化遺産を保有・保全し、展示等を通じて社会に広く公開していくことで「文化の守り手」としての責任を果たし、当社が掲げる「循環」や「持続可能な豊かさ」といった価値観を発信

<落札の目的>

□ 認知度向上、集客拡大

- ✓ テレビやWEB記事など国内約500件の露出を獲得、国内広告換算価値は約7億円
 - ▶メディア露出をきっかけに、新規顧客の獲得にも繋がっており当社がリーチしたい顧客層への認知拡大・利益貢献も企図
- ✓ 展示会等の開催により企業認知拡大にも活用予定
- ✓ 一般公開の際には落札時のメディア露出以上の露出獲得が期待でき、更なる事業貢献が見込まれる

□ 非財務的価値の向上

- ✓ 販売目的ではなく“サーキュラーデザイン”の象徴として保有することでブランドイメージの醸成に貢献
- ✓ ジェーン・バーキン氏が体現してきた“自由”や“自立した美しさ”を女性の活躍や多様性を応援する企業として発信



※落札手数料等諸費用も含め、非償却資産として固定資産に計上。

国内のみならず海外のメディアにも多数掲載

CNN :

<https://edition.cnn.com/2025/08/01/style/japan-birkin-valence-auction-hnk-intl/>

New York Post :

<https://nypost.com/2025/08/01/lifestyle/mystery-10m-birkin-buyer-sick-to-my-stomach-over-pricey-splurge/>

Khaleej Times :

<https://www.khaleejtimes.com/lifestyle/birkin-bag-buyer-interview>



<今後の予定>

- 11月 メディア及び一般向け公開
- 12月 サザビーズにて展示（アブダビ・NY）

2026年8月期 業績見通し

2026年8月期 業績見通し前提

中期経営計画の基本方針に則り、営業利益成長率30%以上を目指す

外部環境

- 時計やバッグ相場は足元推移が継続する前提
- 米国関税措置の影響についても下期にかけて収束すると仮定
- 為替相場変動の影響は限定的と仮定

仕入

- 国内仕入は、効率化重視を継続しつつ新規出店は10店舗弱を計画
- アライアンスや社員独立制度及びパートナー制度の設立等による直営店舗以外の仕入拡大も企図
- 海外はアジア・中東地域での仕入拡大に引き続き注力
- 売上総利益率重視の仕入は継続

販売

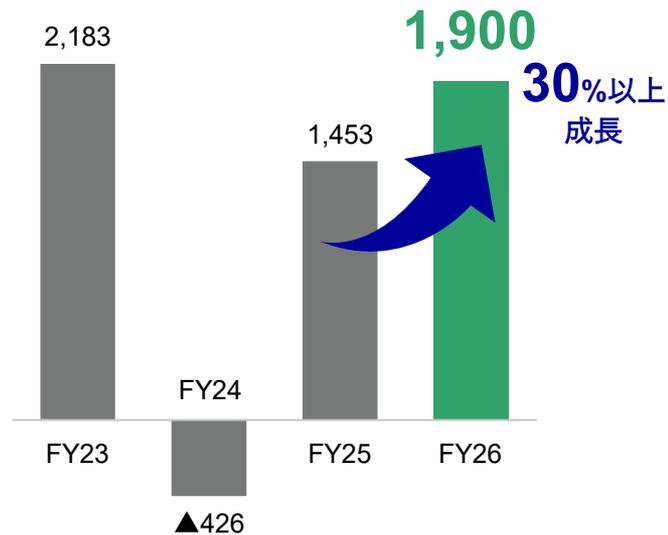
- オークション委託拡大や会員費・参加費によるオークションの収益性向上
- toBの強みを活かした小売販売への取組（シームレス出品）により、現状の在庫回転期間を維持したまま小売売上高拡大を継続
- 越境ECの立ち上げにより、海外ECでの小売売上高拡大も計画

コスト

- 新卒採用を含む新規買取店舗出店に伴う人員拡充等を計画。重点事業である小売及び海外への投資や効率重視のマーケティングは継続。新規顧客獲得に向けた認知施策の展開を模索

— 営業利益推移 —

単位：百万円



2026年8月期 業績見通し

単位：百万円

	FY24 (実績)	FY25 (実績)	FY26 (計画)	増減額	増減率
売上高	81,468	84,841	93,500	+8,658	+10.2%
売上原価	61,944	63,532	69,650	+6,117	+9.6%
売上総利益	19,523	21,308	23,850	+2,541	+11.9%
売上総利益率	24.0%	25.1%	25.5%	-	+0.4pts
販売費及び一般管理費	19,950	19,854	21,950	+2,095	+10.6%
営業利益又は営業損失	▲426	1,453	1,900	+446	+30.7%
営業利益率	-	1.7%	2.0%	-	+0.3pts
経常利益又は経常損失	▲764	1,315	1,670	+354	+26.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益又は当期純損失	▲1,709	681	730	+48	+7.0%



株主還元

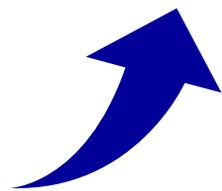
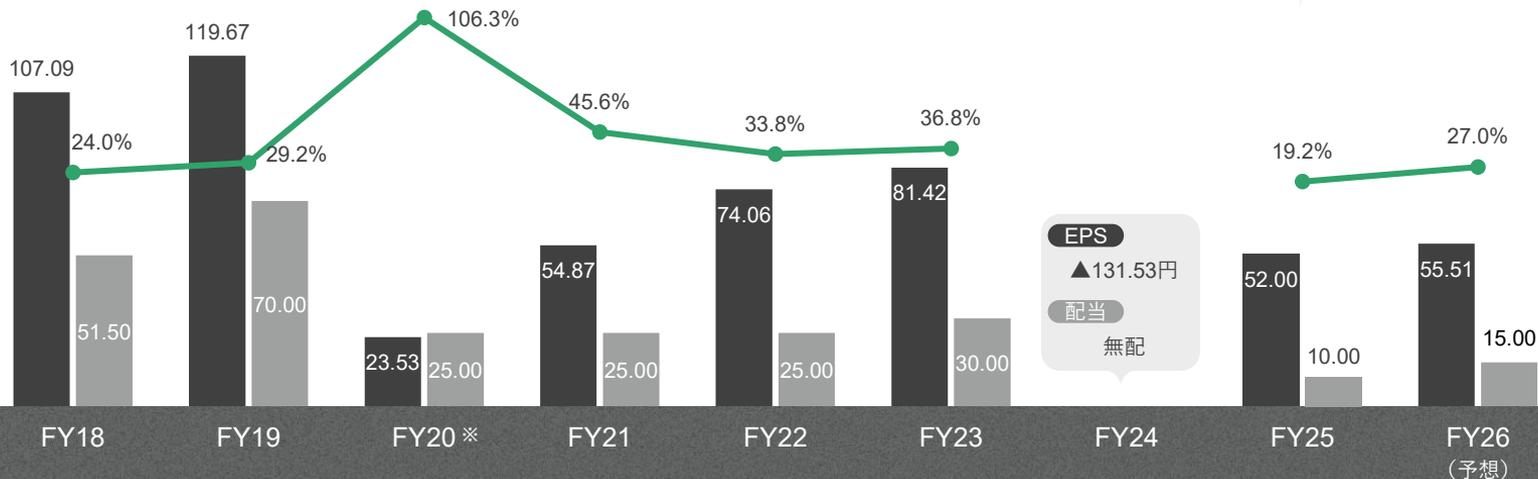
株主還元

配当方針

当社は、中長期的かつ持続的な企業価値向上を目指し、株主に対する利益還元に努めることを重要な経営課題として位置づけております。また、将来の成長を見据えた戦略的な投資資金需要等を勘案したうえで、株主に対して安定的な配当を実施していくことを基本方針としております。今後も財務健全性を確保しつつ、企業価値向上に資する様々な投資等により資本効率の向上を図ってまいります。

2026年8月期の期末配当：
1株当たり **15**円（予想）

単位：円 ■ EPS ■ 配当 ● 配当性向



Appendix



マテリアリティ

・当社グループが取り組むべき4つの重点テーマと目指す姿を設定

重点テーマ	目指す姿	マテリアリティ	関連する基本戦略
人生の選択肢が広がる価値提供	人々が「大切なことにフォーカスして生きていける」未来をつくるためには、一人ひとりが自分にとっての豊かな生き方について追求する必要があります。バリュエンスは、お客様の人生で起こるさまざまな選択や場面に寄り添い、豊かさを育み、人生における選択肢が広がる商品・サービスを提供することを目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ① 持続可能な消費の促進 ② 人生の選択肢が広がる商品とサービスの提供 ⑤ 顧客のファン化と長期的な顧客関係 	<p>仕入：持続的成長への仕入基盤強化・仕入ネットワークの拡大 オークション：プラットフォーム強化で圧倒的No.1を目指す 小売：toBの強みを活かし、競争優位性を築く 海外：コスト効率を活かした買取市場拡大・富裕層市場での確実な販売成長 領域拡大：ワンストップで顧客課題解決・LTV向上 事業とサステナビリティの更なる統合</p>
モノと思いが循環するグローバル経済圏	世界中の人々が「大切なことにフォーカス」できるようになる結果、人と地球がともに豊かになりつづけ、世界の幸せにつながると考えています。バリュエンスは、すべての人が安心して利用できるマーケットプレイスのもと、コミュニティとの共存共栄を通じて、実物資産の循環と心の豊かさが波及するグローバル経済圏を構築し、拡大させることを目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ③ 革新的・創造的なマーケットのデザイン ⑦ データプライバシーとサイバーセキュリティ ⑩ コミュニティとの共存共栄 ⑬ 責任あるマーケティングと消費者意識 	<p>仕入：持続的成長への仕入基盤強化・仕入ネットワークの拡大 オークション：プラットフォーム強化で圧倒的No.1を目指す 小売：toBの強みを活かし、競争優位性を築く 海外：コスト効率を活かした買取市場拡大・富裕層市場での確実な販売成長 領域拡大：ワンストップで顧客課題解決・LTV向上 事業とサステナビリティの更なる統合</p>
Value Designの源泉となる文化と人材力	従業員一人ひとりが、夢やキャリアを追求し、可能性を広げていくアクションを模索し続けることが、バリュエンスに関わるすべての人が大切なことにフォーカスするためのValue Designの起点となります。バリュエンスは、従業員一人ひとりが心身ともに健康で、個性や才能を発揮できるような応援やサポートと、全員が居場所を感じられる文化の醸成を目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ⑧ 労働安全衛生と従業員のウェルビーイング ⑨ 人材獲得・定着・人材開発 ⑭ DEIB 	<p>事業とサステナビリティの更なる統合</p>
地球・社会にとって誠実な事業運営	私たちが中長期にわたり循環をデザインするためには、豊かな地球環境や社会のもと、強靱なガバナンス体制を構築し持続的に企業を成長させることが必要不可欠です。バリュエンスは、地球環境、社会を含むステークホルダーと誠実に向き合いながら、倫理的かつ公正な判断のもとで事業を運営することを目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ④ ガバナンス・コンプライアンス・ビジネス倫理 ⑥ 人権尊重 ⑪ 気候変動対策 ⑫ ステークホルダー・エンゲージメント ⑮ 廃棄物管理 ⑯ 水資源管理 ⑰ 生物多様性 	<p>領域拡大：ワンストップで顧客課題解決・LTV向上 事業とサステナビリティの更なる統合</p>

マテリアリティ・マトリックス

<p style="writing-mode: vertical-rl;">地球・社会への影響度</p> <p>重大</p>		<p>⑩ コミュニティとの共存共栄</p>	<p>① 持続可能な消費の促進 ② 人生の選択肢が広がる商品とサービスの提供 ③ 革新的・創造的なマーケットのデザイン ④ ガバナンス・コンプライアンス・ビジネス倫理 ⑤ 顧客のファン化と長期的な顧客関係</p>
<p>大</p>		<p>⑪ 気候変動対策 ⑫ ステークホルダー・エンゲージメント ⑬ 責任あるマーケティングと消費者意識 ⑭ DEIB</p>	<p>⑥ 人権尊重 ⑦ データプライバシーとサイバーセキュリティ ⑧ 労働安全衛生と従業員のウェルビーイング</p>
<p>中</p>	<p>⑰ 生物多様性</p>	<p>⑮ 廃棄物管理 ⑯ 水資源管理</p>	<p>⑨ 人材獲得・定着・人材開発</p>
	<p>中</p>	<p>大</p>	<p>重大</p>
	<p>事業への影響度</p>		

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	梶本 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	1,373百万円（2025年8月末）
従業員数	1,124名（2025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 （2025年8月末現在）

グループ事業ブランド

買取（国内）



買取（海外）



オークション



小売



自動車



不動産



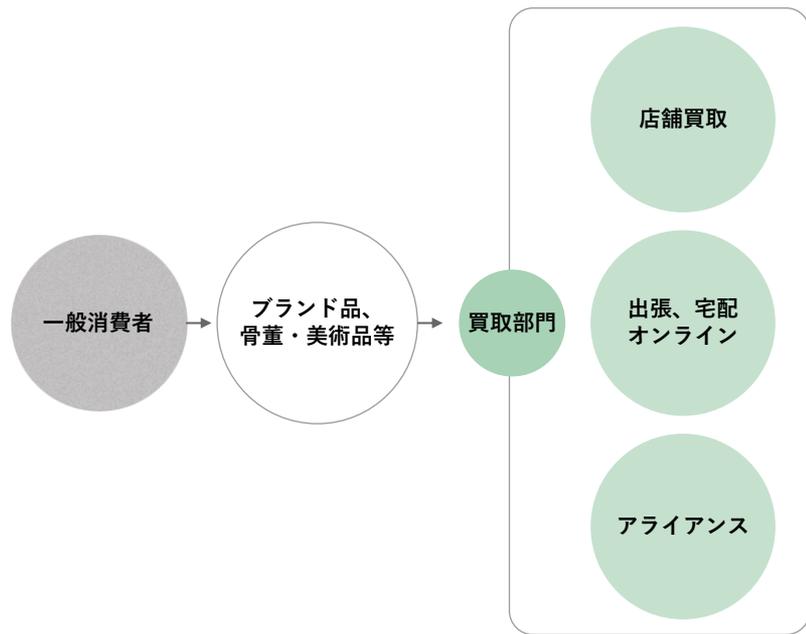
リペア



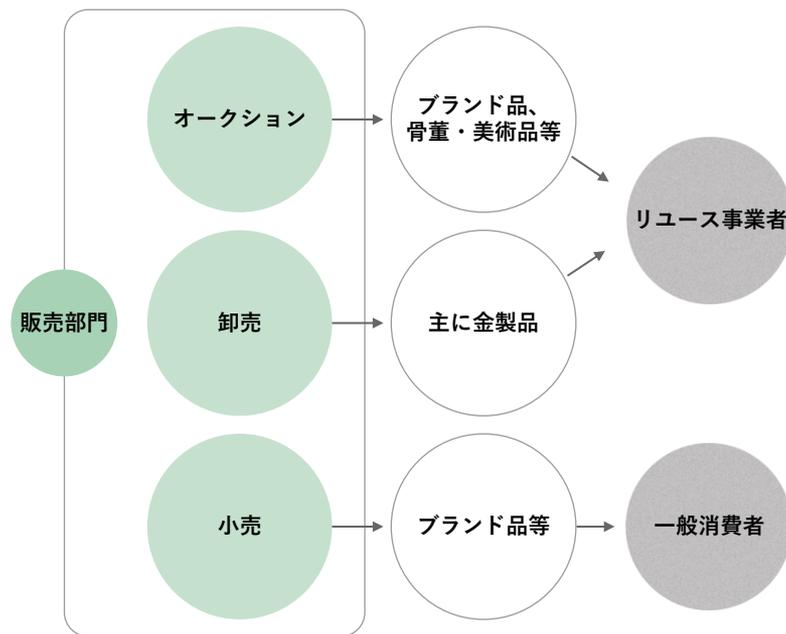
主なビジネスモデル

- 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

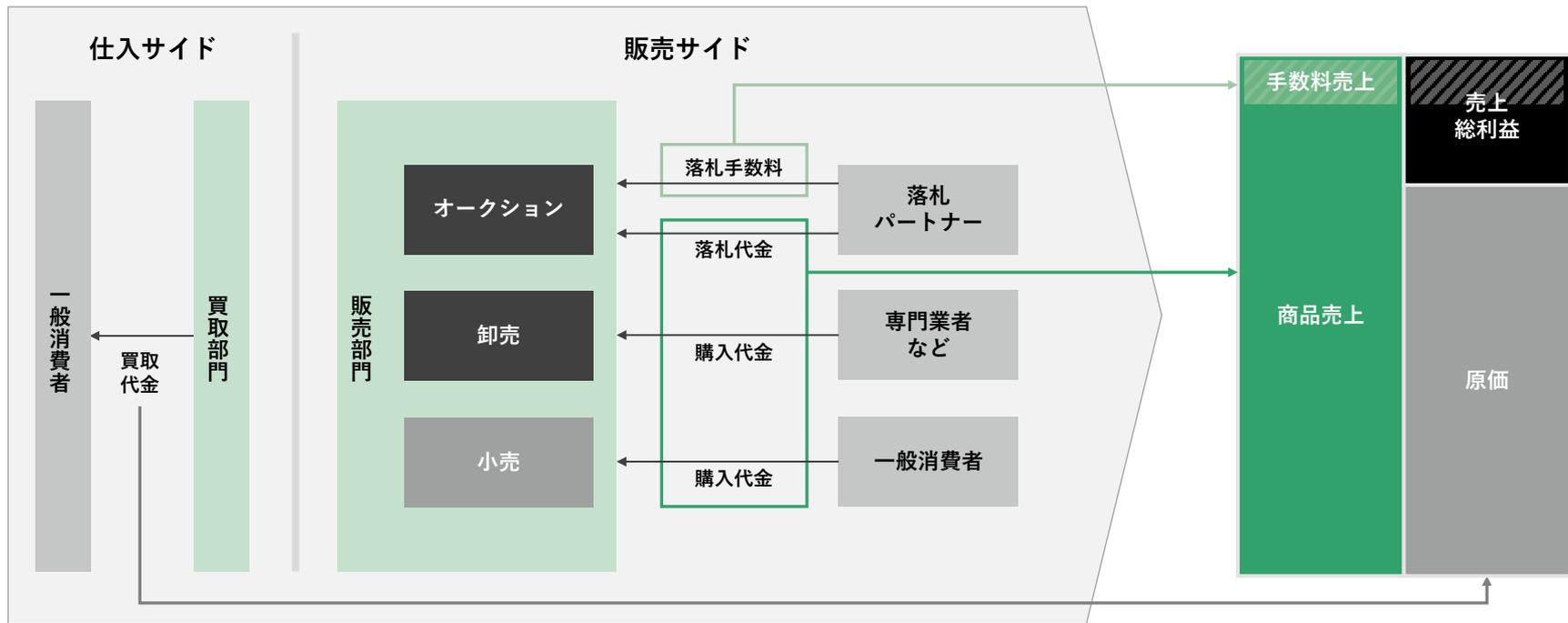


販売サイド



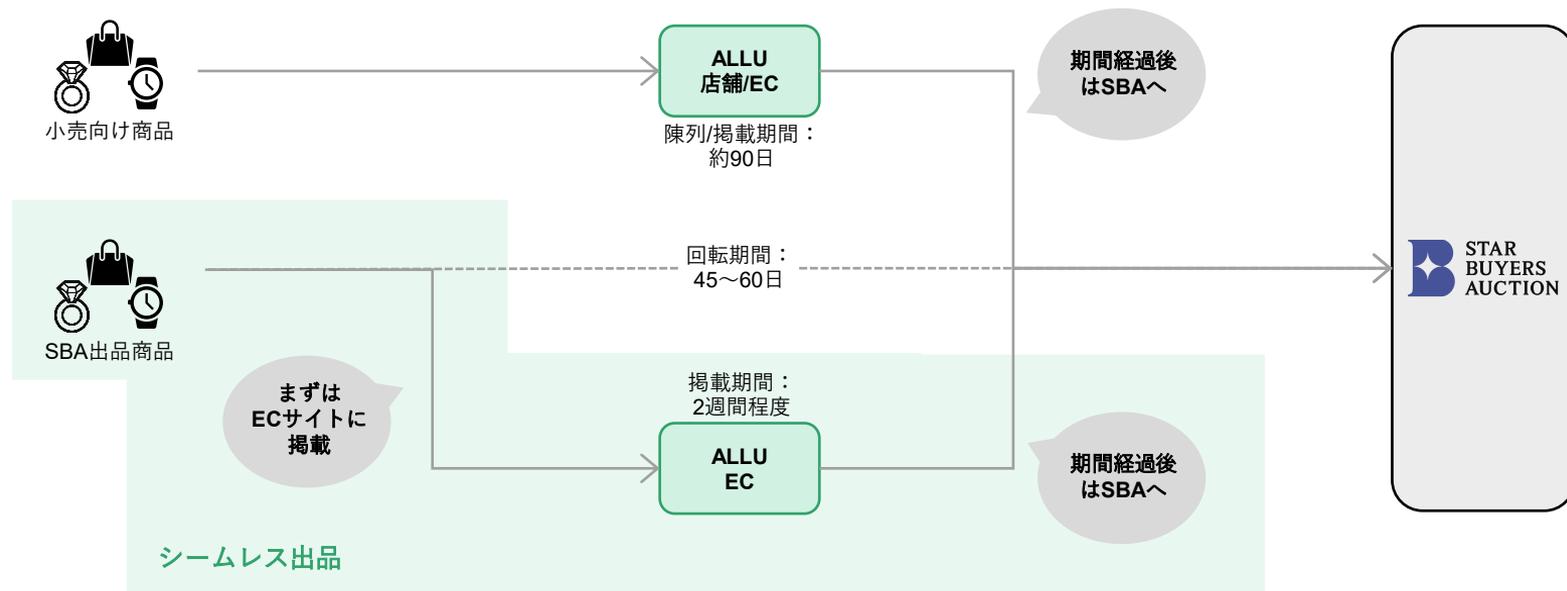
収益構造

- 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



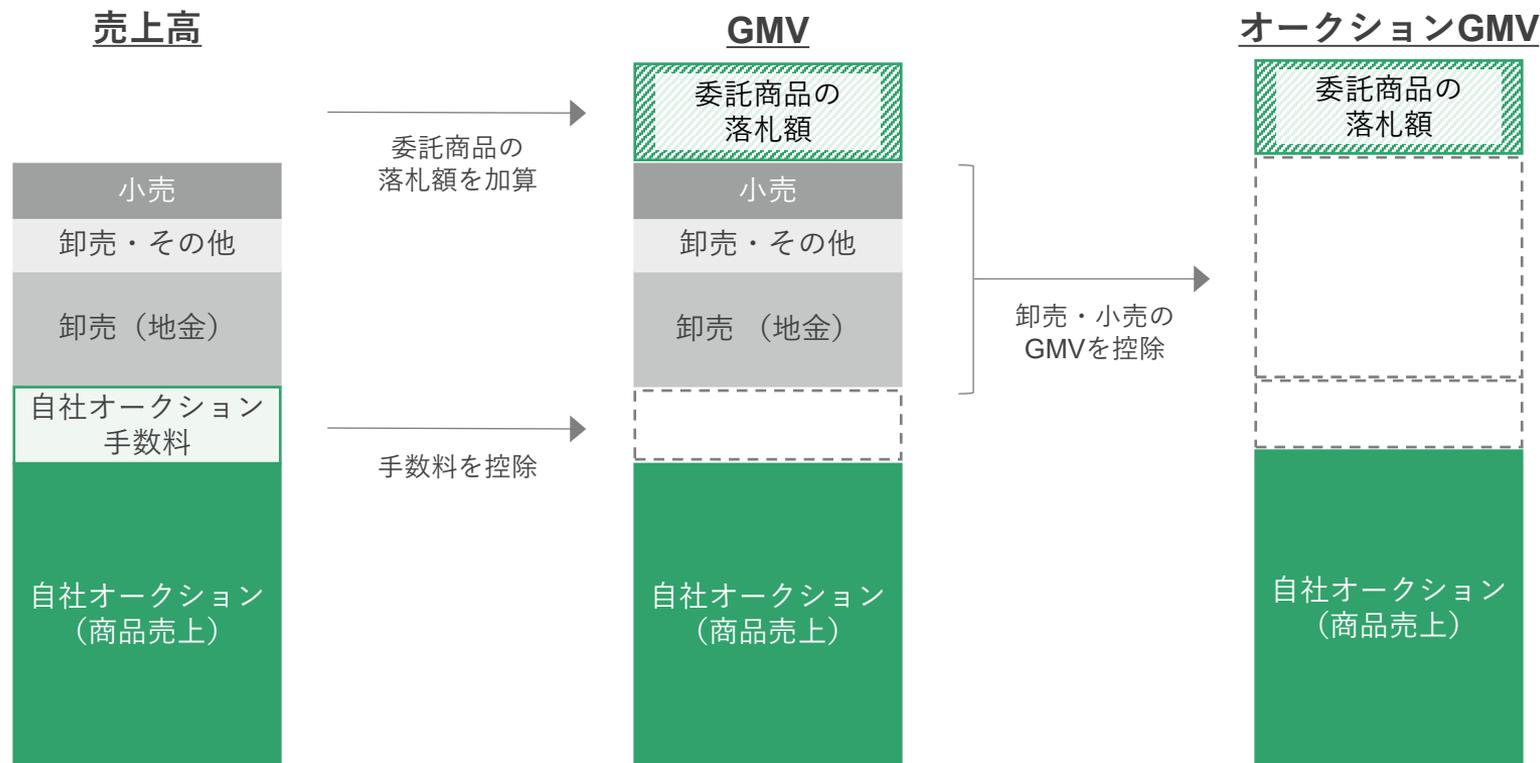
シームレス出品

- ・在庫回転期間を長期化することなく、小売販売機会を拡大することが可能



- ▶ オークション出品までのリードタイムを活用し小売売上高拡大
- ▶ EC掲載点数が増加し、SEOにも好影響
- ▶ ALLUに優先的に商品を振り向けることで、小売売上高拡大のみならずSBAにおける委託受入キャパシティ確保の効果も企図

売上高とGMVの関係



※「卸売・その他」「小売」売上高には一部手数料売上を含むため、GMV算出に当たってはこれらも控除。

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130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、金融機関等とも提携

事業紹介／サービス紹介 〈オークション〉



STAR BUYERS
AUCTION

The background of this panel is a close-up of a Rolex Explorer watch with a dark dial and metal bracelet. The dial features the text 'EXPLORER SUPERLATIVE CHRONOMETER OFFICIALLY CERTIFIED'.

- ・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

The background of this panel is an abstract, textured artwork with various shades of blue, green, and brown, resembling a painting or a collage.

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



ALLU
AUCTION

The background of this panel is a close-up of a Rolex Daytona watch with a dark dial and metal bracelet. The dial features the text 'ROLEX OYSTER PERPETUAL CHRONOMETER OFFICIALLY CERTIFIED'.

- ・高級時計を中心としたtoCリアル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

事業紹介／サービス紹介 〈小売〉

ALLU

- ・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
- ・モノを所有しながら出品・販売が可能な、モノの循環を促すCtoCサービスも展開。
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
- ・JAGUAR LAND ROVER LIMITED社のDEFENDER車両等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

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	通期
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	22,007	22,267	21,742	84,841
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	16,292	16,727	16,417	63,532
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	5,715	5,540	5,324	21,308
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%	26.0%	24.9%	24.5%	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	4,936	4,953	5,155	19,854
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	778	586	168	1,453
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	840	554	91	1,315
当期純利益又は当期純損失 (百万円)	133	25	481	409	1,050	▲404	▲493	237	▲1,049	▲1,709	▲260	544	249	149	681
人員数 ^{※1}	925	964	1,033	1,041	1,041	1,046	1,039	1,077	1,074	1,074	1,061	1,074	1,117	1,124	1,124
国内買取店舗数 ^{※2}	134	135	133	135	135	135	135	138	140	140	139	138	138	139	139
海外買取店舗数	36	38	37	38	38	38	44	44	46	46	45	46	46	49	49

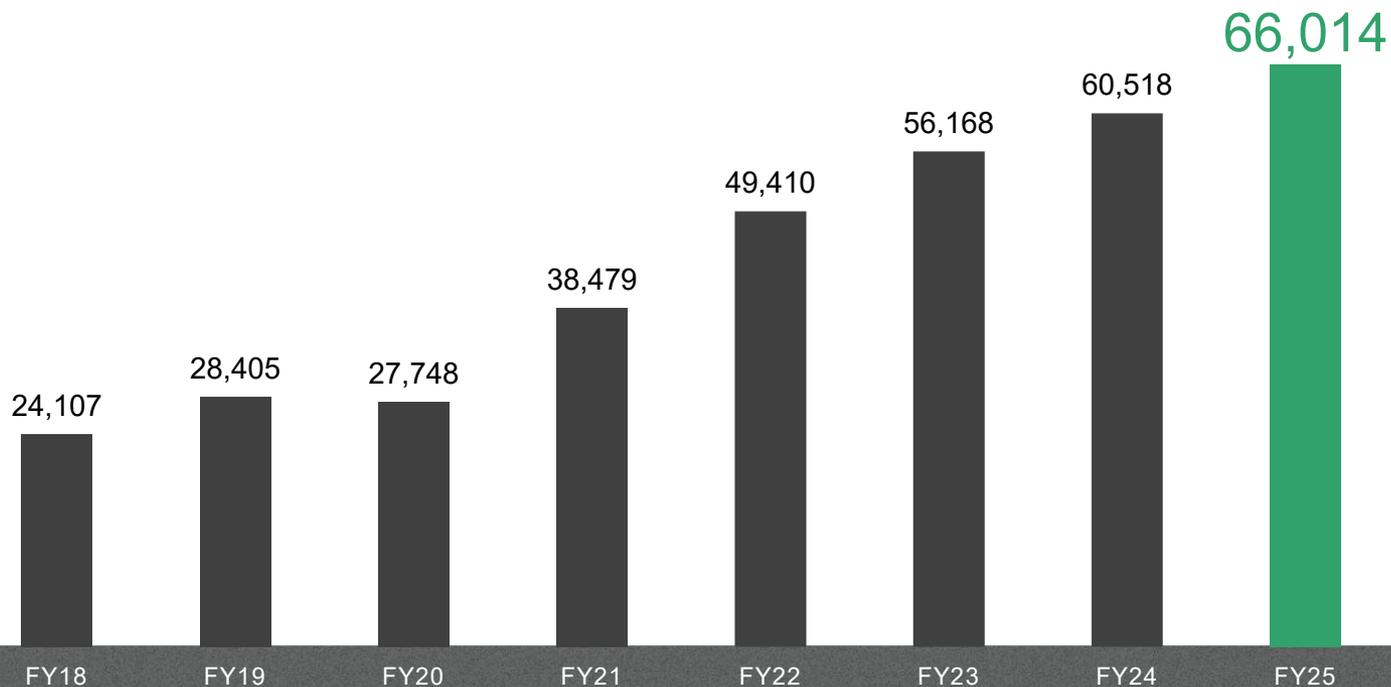
※1 人員数は連結、正社員のみ。

※2 国内協業店舗数は除く。

仕入高・店舗数

単位：百万円

仕入高※1



買取店舗数※2

63店舗
(一)

75店舗
(1店舗)

86店舗
(2店舗)

146店舗
(21店舗)

164店舗
(34店舗)

173店舗
(38店舗)

186店舗
(46店舗)

188店舗
(49店舗)

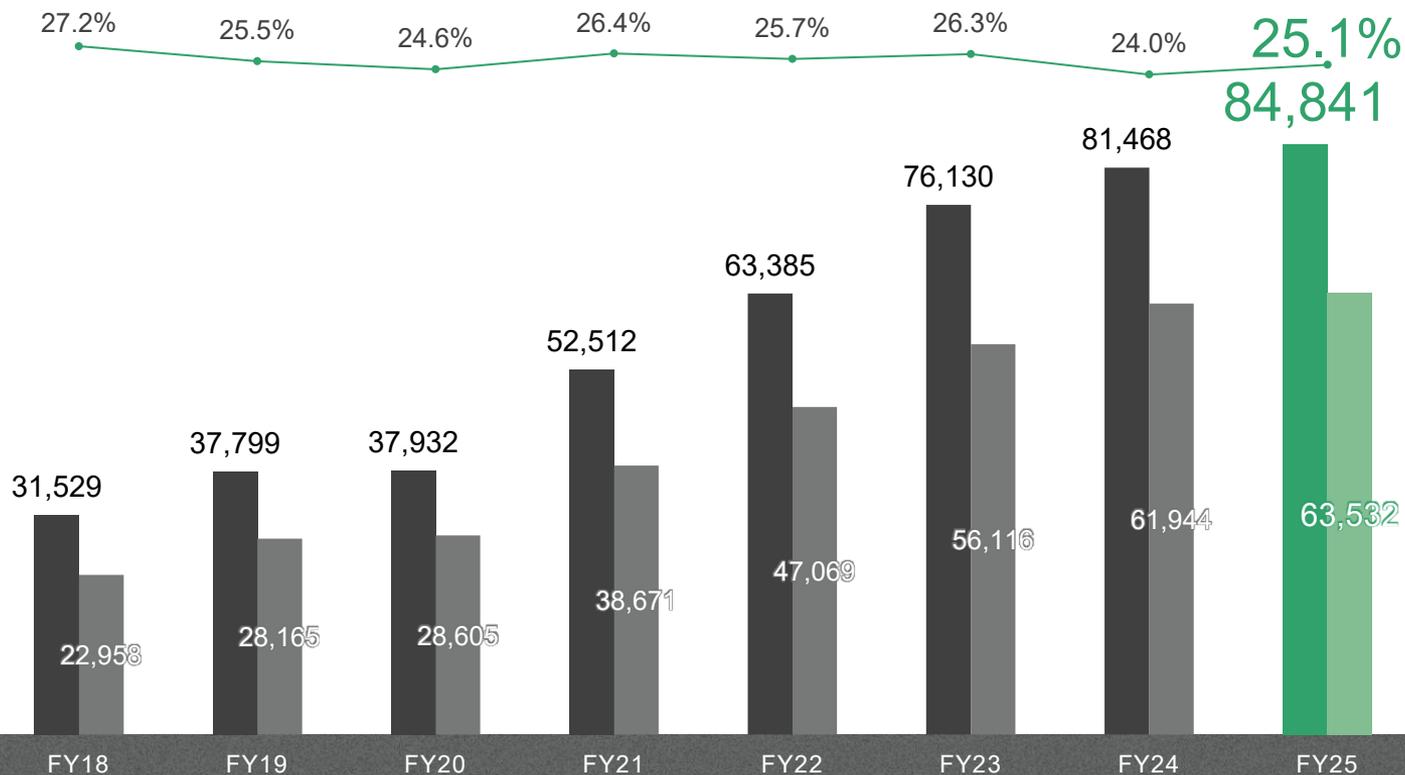
売上高・売上総利益率

単位：百万円

売上総利益率

売上高

売上原価



売上高：販路別（toB／toC）

単位：百万円

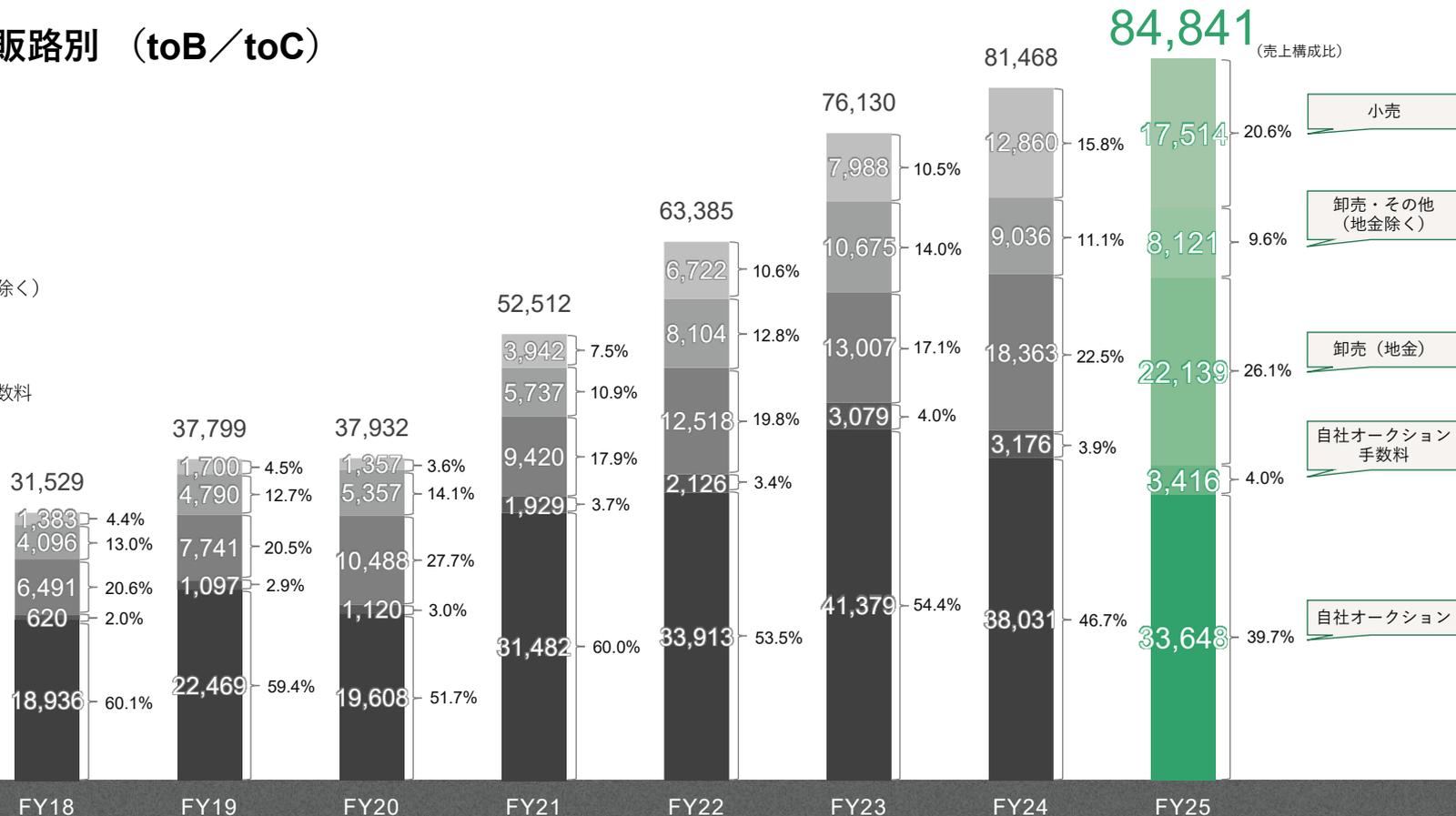
小売

卸売・その他（地金除く）

卸売（地金）

自社オークション手数料

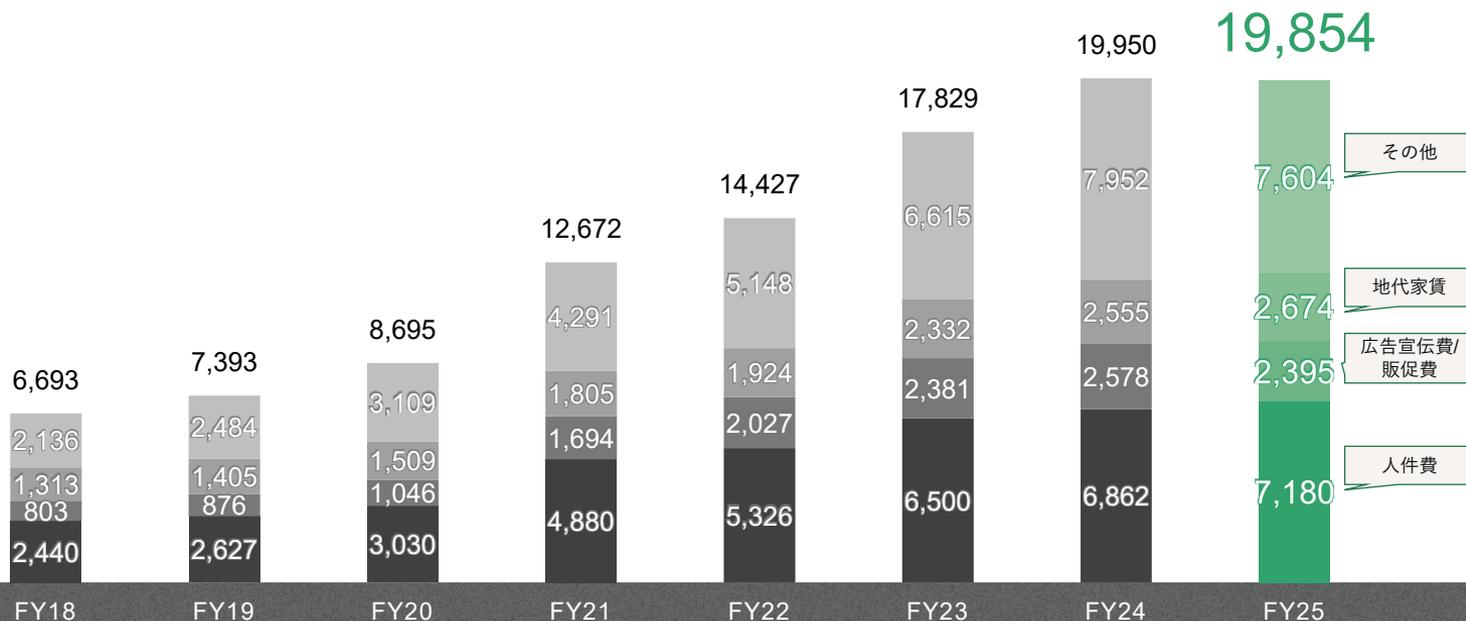
自社オークション



販売費及び一般管理費

単位：百万円

その他
 地代家賃
 広告宣伝費/販促費
 人件費



買取店舗数※1	63店舗 (-)	75店舗 (1店舗)	86店舗 (2店舗)	146店舗 (21店舗)	164店舗 (34店舗)	173店舗 (38店舗)	186店舗 (46店舗)	188店舗 (49店舗)
小売店舗数	1店舗	2店舗	2店舗	2店舗	3店舗	3店舗	4店舗 (準備中1店舗※2)	5店舗
人員数※3	421名	471名	587名	873名	896名	1,041名	1,074名	1,124名

※1 買取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。

※2 2024年10月オープン：ALLU SHINJUKU ※3 人員数は連結、正社員のみ。

※4 FY22に販売費及び一般管理費の内訳について一部組替したため、FY18-21についても同組替にて内訳を再計算しております。

GMV推移

単位：百万円

卸売・小売

自社オークション
(商品売上)

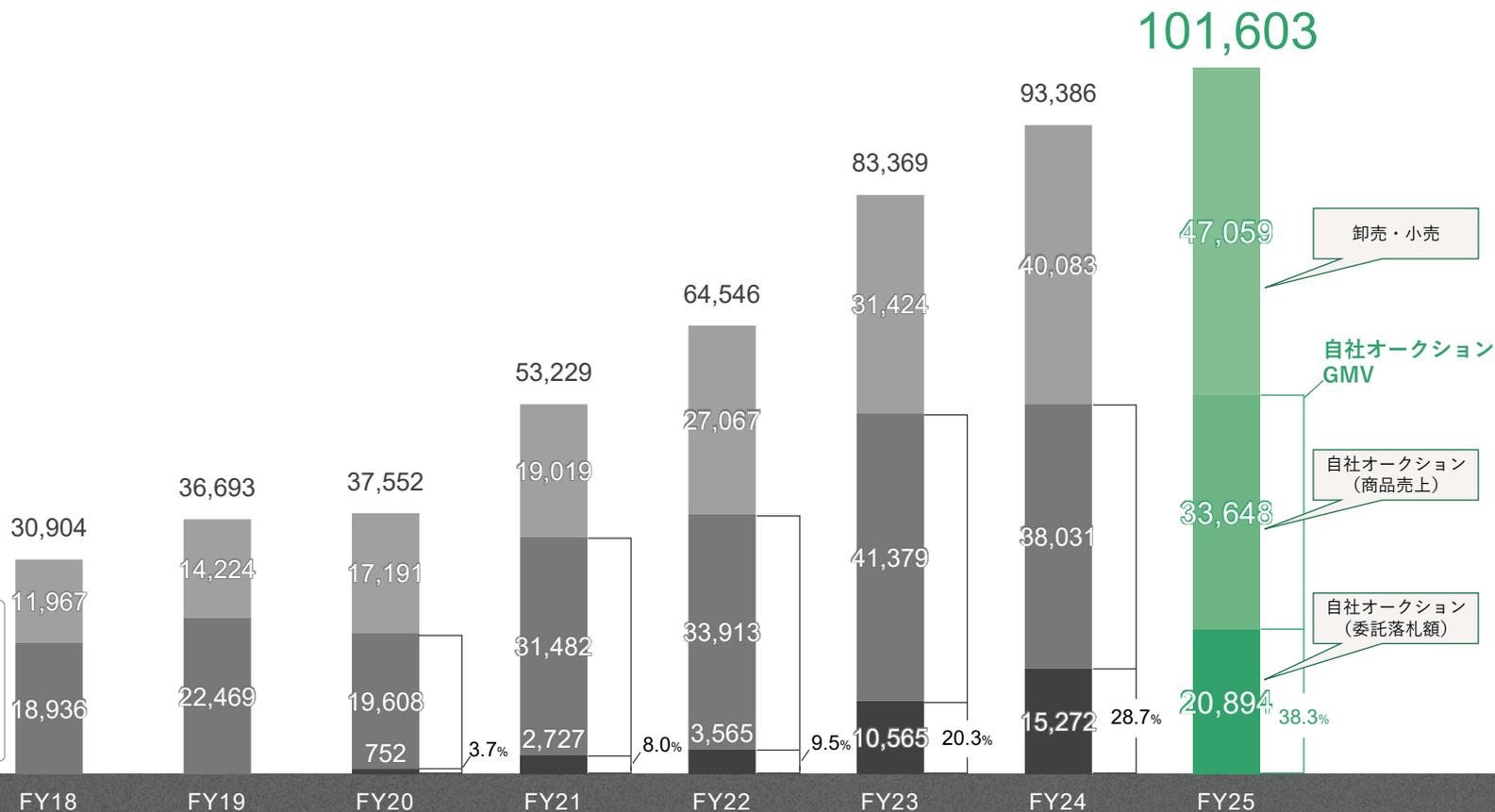
自社オークション
(委託落札額)

自社オークション
委託落札額比率

自社オークション委託落札額比率

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)



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 決算短信」に準拠し作成しております。

【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