

2026年8月期 第3四半期決算説明資料

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)

2026年7月10日

	03
2026年8月期 第3四半期 業績	

	18
2026年8月期 第3四半期 ハイライト	

	23
Appendix	

2026年8月期 第3四半期 業績

2026年8月期 第3四半期（累計）サマリー

営業利益は前年同期比4.1倍の52億円と 過去最高を更新

- オークション委託落札額は前年同期比32.7%増の199億円と好調に拡大し、オークション委託比率は44.3%まで伸長。
GMVは同28.0%増の966億円
- 好調な仕入を背景に潤沢な在庫を確保できていたことに加え、これまでの小売への投資成果により、国内店舗及びECの売上高が好調に拡大。小売売上高は同47.2%増の197億円まで拡大。
また、引き続き地金相場が堅調に推移したこともあり、売上高は同26.7%増の799億円
- 売上総利益率重視の仕入継続に加え、小売売上高比率の伸長等により売上総利益率は同1.6pts増の26.9%
- 買取店舗の新規出店等、今後の事業拡大を見据えた積極的な人材採用の継続やブランド認知の拡大のための施策等の投資を実行しつつ、効率を重視した事業運営は継続。
営業利益は同4.1倍の52億円

GMV

966 億円

〔オークション
委託落札額 **199** 億円〕

前年同期比
+28.0%

売上高

799 億円

前年同期比
+26.7%

売上総利益率

26.9 %

前年同期比
+1.6pts

営業利益

52 億円

前年同期比
4.1倍

2026年8月期 第3四半期 業績

- ・仕入が好調に拡大し、潤沢な在庫を確保した状態を維持できていることから、FY26/3Qの売上高は前年同期比25.7%増の279億円
- ・売上総利益率重視の仕入は引き続き継続。FY26/3Qでは、季節性からオークション売上高が拡大したことや地金・時計等の相場が若干軟調に推移したこと等から売上総利益率は同1.6pts増の26.5%。効率重視の事業運営の継続のもと、中長期的な成長を見据えた投資を実行した結果、営業利益は同2.9倍の17億円
- ・なお、FY26/4Qでは来期に向けた投資等を積極的に実施する方針であることから、通期業績予想については変更なし

単位：百万円

	FY25/3Q	FY26/3Q	増減率	FY25/3Q (累計)	FY26/3Q (累計)	増減率	FY26計画 (4/10公表)	達成率
売上高	22,267	27,984	+25.7%	63,098	79,955	+26.7%	106,000	75.4%
売上原価	16,727	20,577	+23.0%	47,114	58,452	+24.1%	78,050	74.9%
売上総利益	5,540	7,407	+33.7%	15,984	21,502	+34.5%	27,950	76.9%
売上総利益率	24.9%	26.5%	+1.6pts	25.3%	26.9%	+1.6pts	26.4%	－
販売費及び一般管理費	4,953	5,688	+14.8%	14,699	16,228	+10.4%	22,450	72.3%
営業利益	586	1,719	2.9倍	1,285	5,274	4.1倍	5,500	95.9%
営業利益率	2.6%	6.1%	+3.5pts	2.0%	6.6%	+4.6pts	5.2%	－
経常利益	554	1,675	3.0倍	1,224	5,130	4.2倍	5,260	97.5%
経常利益率	2.5%	6.0%	+3.5pts	1.9%	6.4%	+4.5pts	5.0%	－
親会社株主に帰属する 当期（四半期）純利益	249	1,062	4.3倍	532	3,314	6.2倍	3,000	110.5%

※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）



買取

- ・ **売上総利益率重視の仕入に加え、効率性を重視した店舗運営を継続。** 国内は1店舗当たりの仕入高が増加したことに加え、アライアンスによる仕入も伸長。海外は東南アジアを中心に好調に拡大。
仕入高は前年同期比33.5%増の225億円※1
- ・ 1店舗当たりの効率性と出店エリアを厳選した出店戦略に基づき、**収益性を重視した出店を加速。**
FY26/3Qでは国内店舗を3店舗、海外は直営店舗3店舗、パートナー店舗4店舗を出店。
FY26/3Q末の店舗数は**国内141店舗**※2、**海外58店舗**



販売

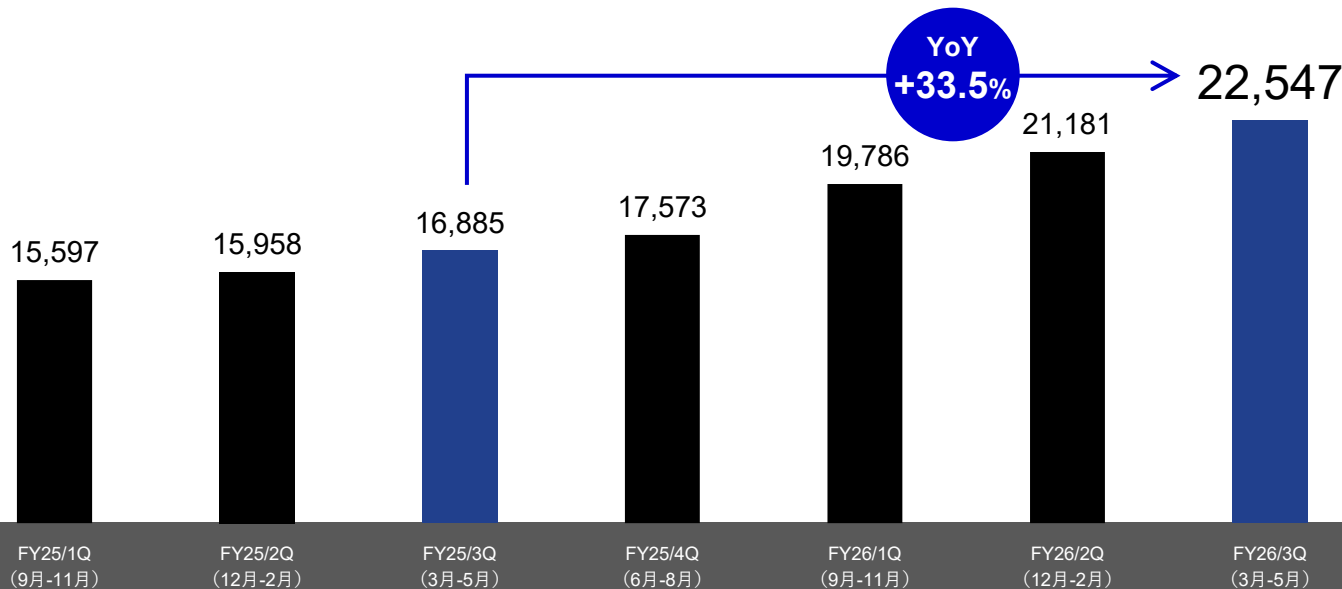
- ・ 仕入が引き続き好調に推移し、潤沢な在庫を確保できていたことから、季節性や商品特性に応じて適切な販路を選定して販売。小売ハイシーズンは落ち着いたものの、小売販売力の向上等により**小売売上高は前年同期比57.0%増の65億円と好調に拡大。** 売上高は同25.7%増の279億円
- ・ 好調な小売への在庫振り向けの継続により、自社オークション売上高は前年同期比で減少したものの、委託拡大により**オークション委託落札額は同44.9%増の75億円。** この結果、自社オークションGMVは同11.7%増の163億円となり、**自社オークション手数料売上高も同12.1%増の10億円**
- ・ FY26/2Qと比べると季節性により小売販売が落ち着き、オークションの売上高が伸長したことや、地金・時計等の相場が若干軟調に推移したこと等により、**売上総利益率は同1.6pts増の26.5%（直前四半期比では0.6pts減）**

仕入高・店舗数

- ・売上総利益率重視の仕入及び効率性を重視した店舗運営を継続。新規出店についても順調に進捗し、時計・バック中心に仕入好調
- ・アライアンス及び海外における仕入も好調に推移し、仕入高は前年同期比33.5%増の225億円（直前四半期比6.4%増）

単位：百万円

仕入高 ※1



国内買取店舗数※2

139店舗

138店舗

138店舗

139店舗

141店舗

139店舗

141店舗

海外買取店舗数

45店舗

46店舗

46店舗

49店舗

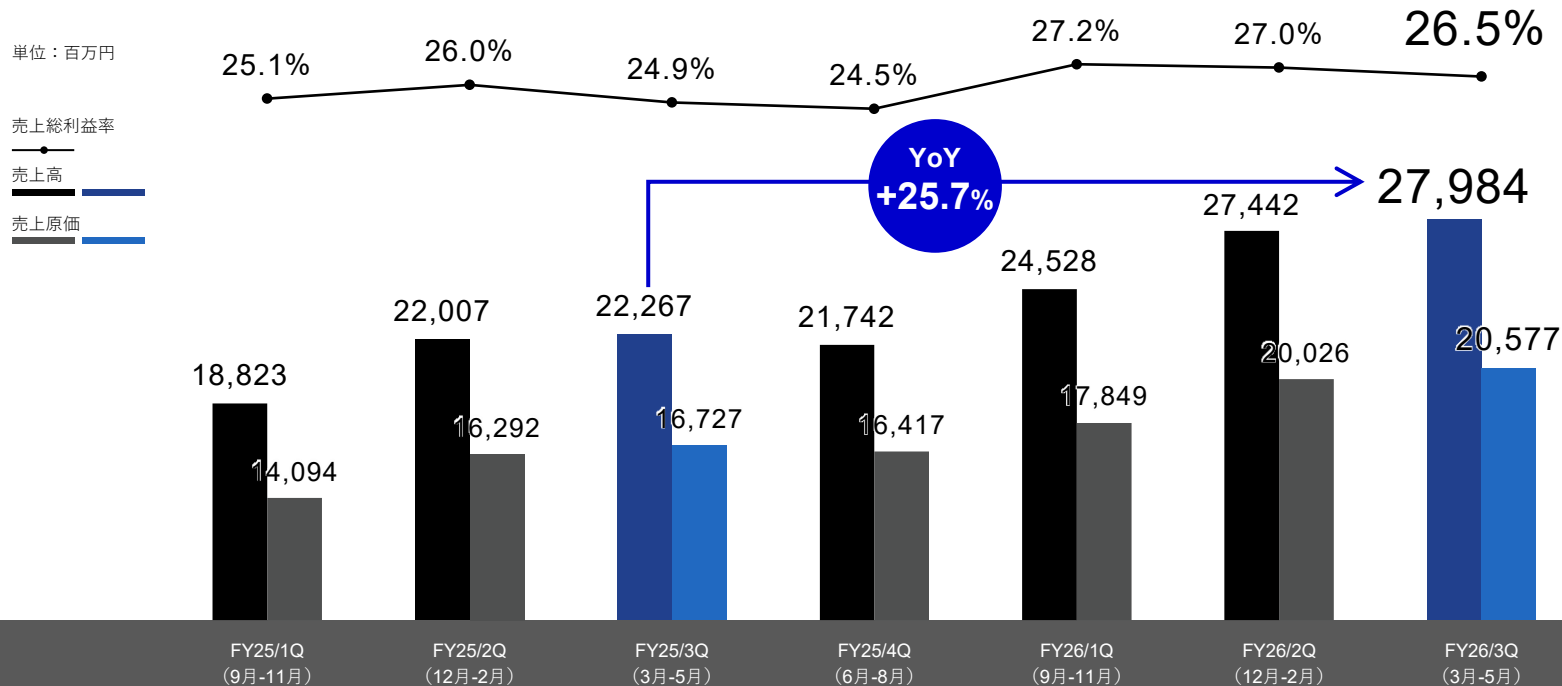
53店舗

53店舗

58店舗

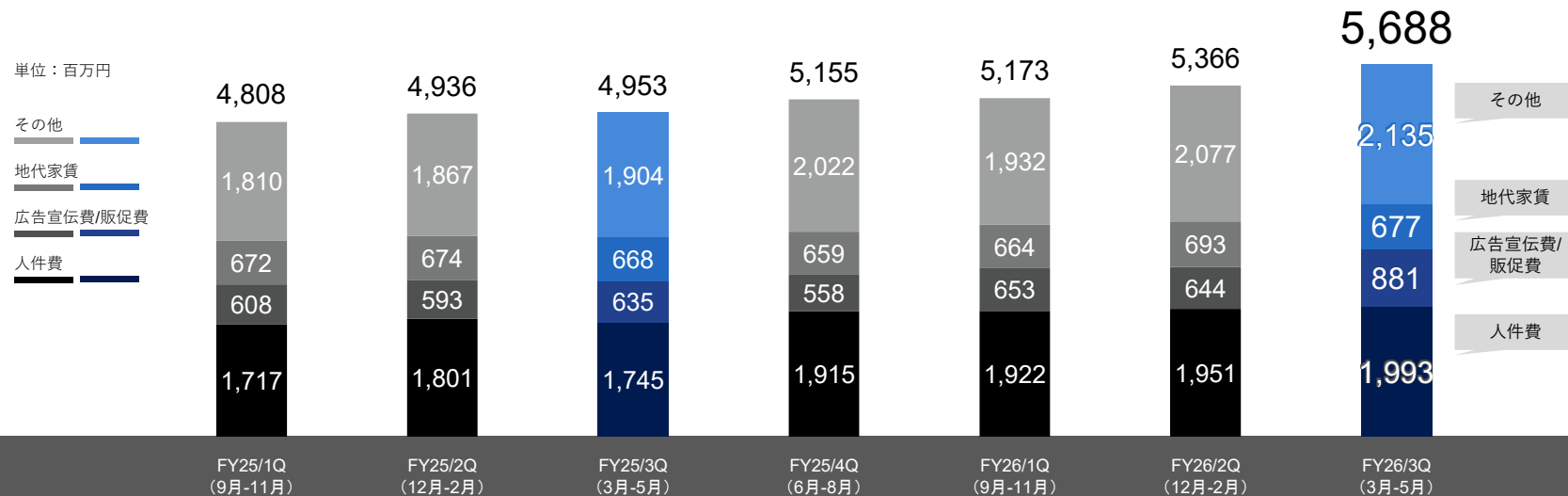
売上高・売上総利益率

- 仕入が好調に推移したことによる潤沢な在庫状況を背景に、季節性に応じた適切な販路への在庫振り向けを実施。FY26/3Qの売上高は、前年同期比25.7%増の279億円
- 売上総利益率重視の仕入は継続。前年同期と比べて小売売上高比率が上昇したことにより、売上総利益率は同1.6pts増の26.5%



販売費及び一般管理費

- 今後の事業拡大を見据えた積極的な人材採用等をはじめとする投資は継続。また、FY26/3QはテレビCMをはじめとするブランド認知の拡大施策を実施したことで広告宣伝費が伸長
- 効率重視の事業運営は継続し、来期の更なる事業拡大に向け先行投資も実施した結果、販売費及び一般管理費は同14.8%増の56億円



国内買取店舗数※1	139店舗	138店舗	138店舗	139店舗	141店舗	139店舗	141店舗
海外買取店舗数	45店舗	46店舗	46店舗	49店舗	53店舗	53店舗	58店舗
小売店舗数	5店舗	5店舗	5店舗	5店舗	5店舗	5店舗	5店舗
人員数※2	1,061名	1,074名	1,117名	1,124名	1,121名	1,133名	1,183名

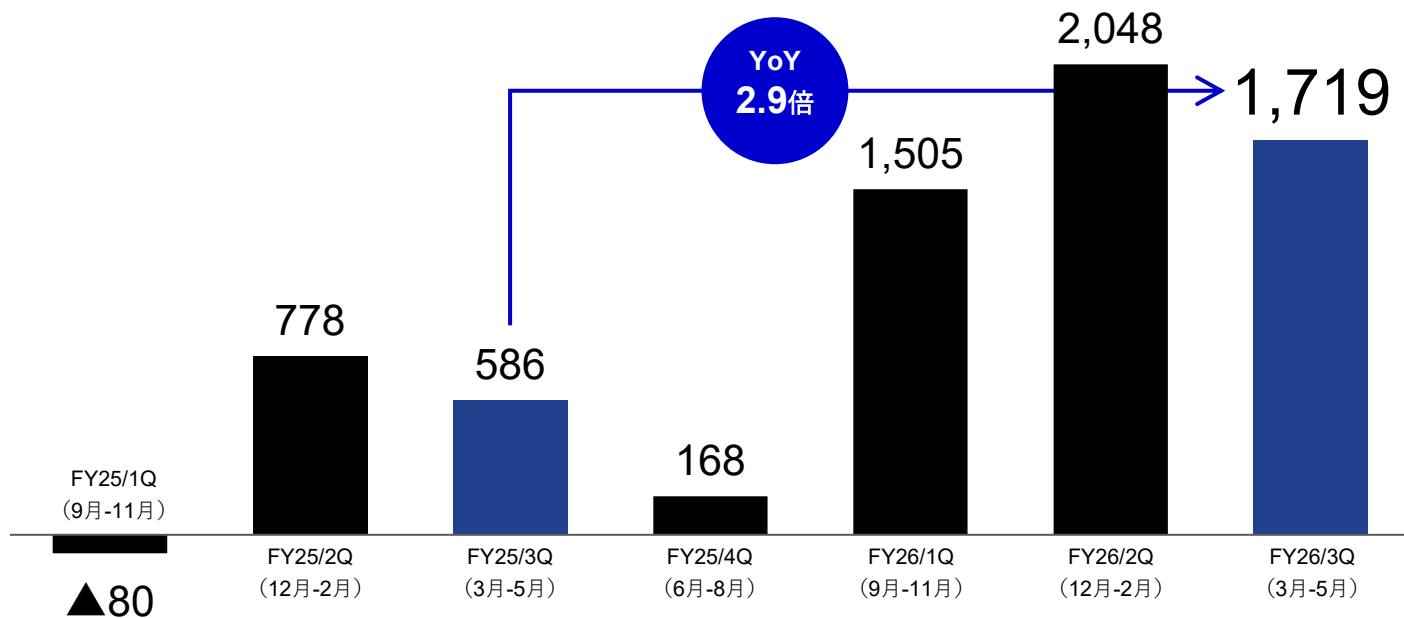
※1 協業店舗数は除く。
 ※2 人員数は連結、正社員のみ。

営業利益

- 計画を上回る仕入を確保できたことや潤沢な在庫状況等を背景に、売上高は好調に拡大。今後の事業拡大を見据えた積極的な人材採用の継続や認知拡大のための施策等の投資を実行しつつ、効率を重視した事業運営は継続。この結果、営業利益は前年同期比2.9倍の17億円

単位：百万円

営業利益



バランスシートの概況

単位：百万円

	FY25末	FY26/3Q末	増減
流動資産	20,043	27,926	+7,883
現金及び預金	5,304	6,913	+1,608
商品	10,405	15,815	+5,409
その他	4,332	5,197	+865
固定資産	10,894	11,000	+105
総資産	30,938	38,927	+7,988
負債	23,262	28,146	+4,884
有利子負債 (リース債務含む)	18,502	21,731	+3,229
短期	8,475	7,827	▲647
長期 (1年内返済予定の長期借入金・社債含む)	10,027	13,904	+3,877
その他	4,759	6,414	+1,654
純資産	7,676	10,780	+3,104
負債・純資産合計	30,938	38,927	+7,988

- ・在庫回転期間は61日
- ・FY26/3Qも販売及び仕入好調。引き続き在庫は潤沢
- ・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車両販売は順調

<商品（ブランド品・貴金属等）>

FY25末：98億円
→ FY26/1Q末：119億円 → FY26/2Q末：131億円
→ FY26/3Q末：152億円

- ・小売拡大に伴う売掛金の増加等

- ・買取店舗出店及び自社商品の増加や委託商品の増加に対応すべく物流倉庫の増床を実施したことに伴う増加等

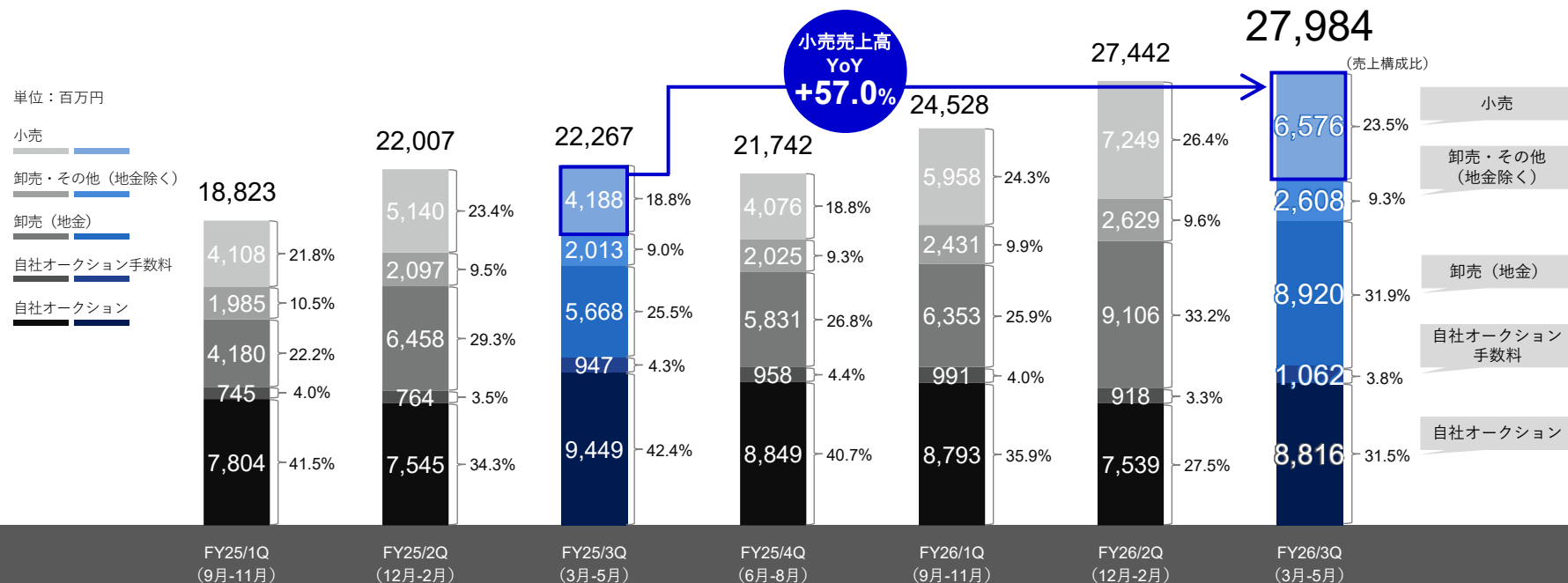
- ・仕入資金調達及び手元流動性確保による借入金の増加

- ・未払法人税及び賞与引当金の計上等

- ・親会社株主に帰属する当期純利益の計上及び配当金支払等

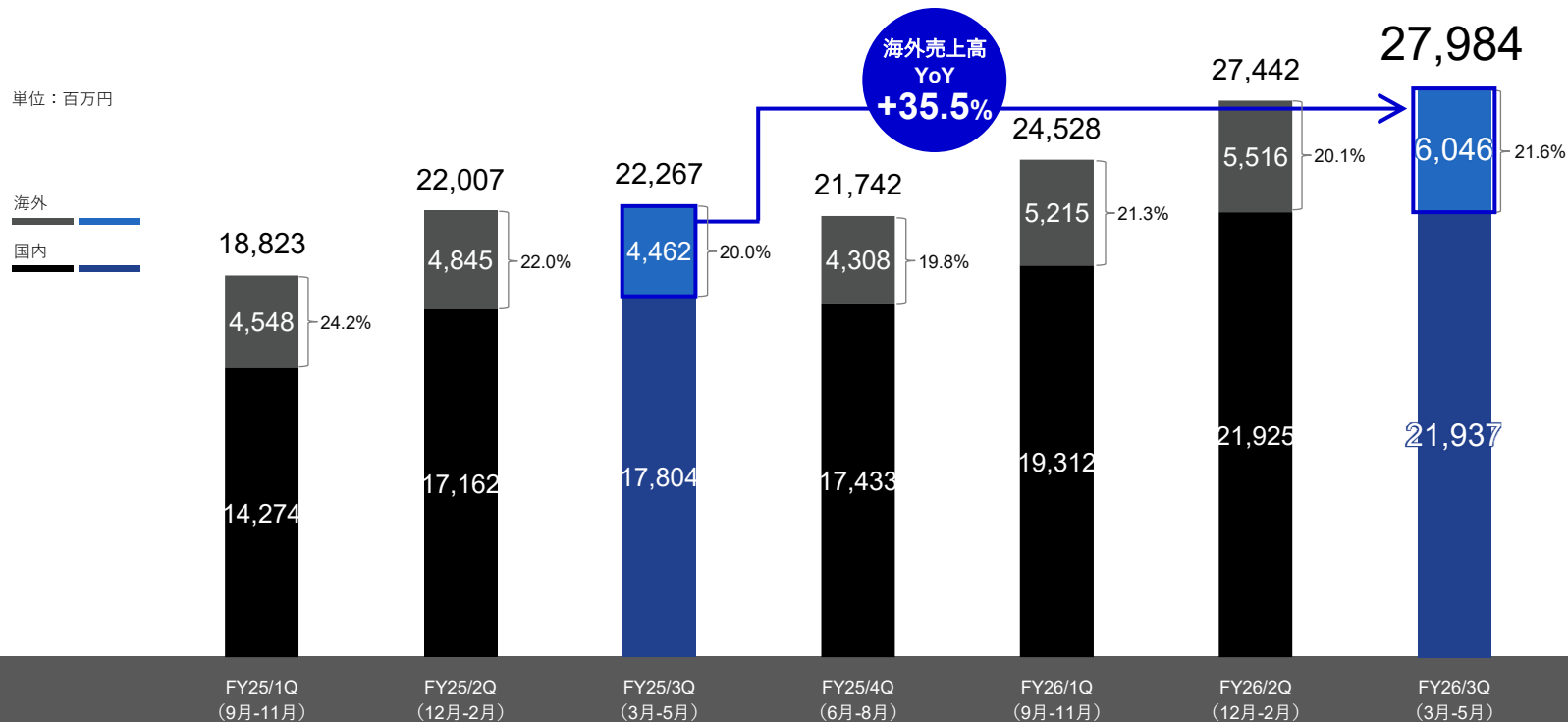
売上高：販路別（toB／toC）

- ・季節性や販売状況等を鑑み、商品特性に応じて適切な販路を選択した結果、自社オークション売上高は前年同期比6.7%減の88億円。計画以上に小売販売も好調に推移したことから小売売上高は同57.0%増の65億円
- ・自社オークション売上高は前年同期比減少も、自社オークション委託落札額は同44.9%増と好調に拡大したことに加え、オークション会員費・参加費の増加もあり、自社オークション手数料売上高は同12.1%増の10億円



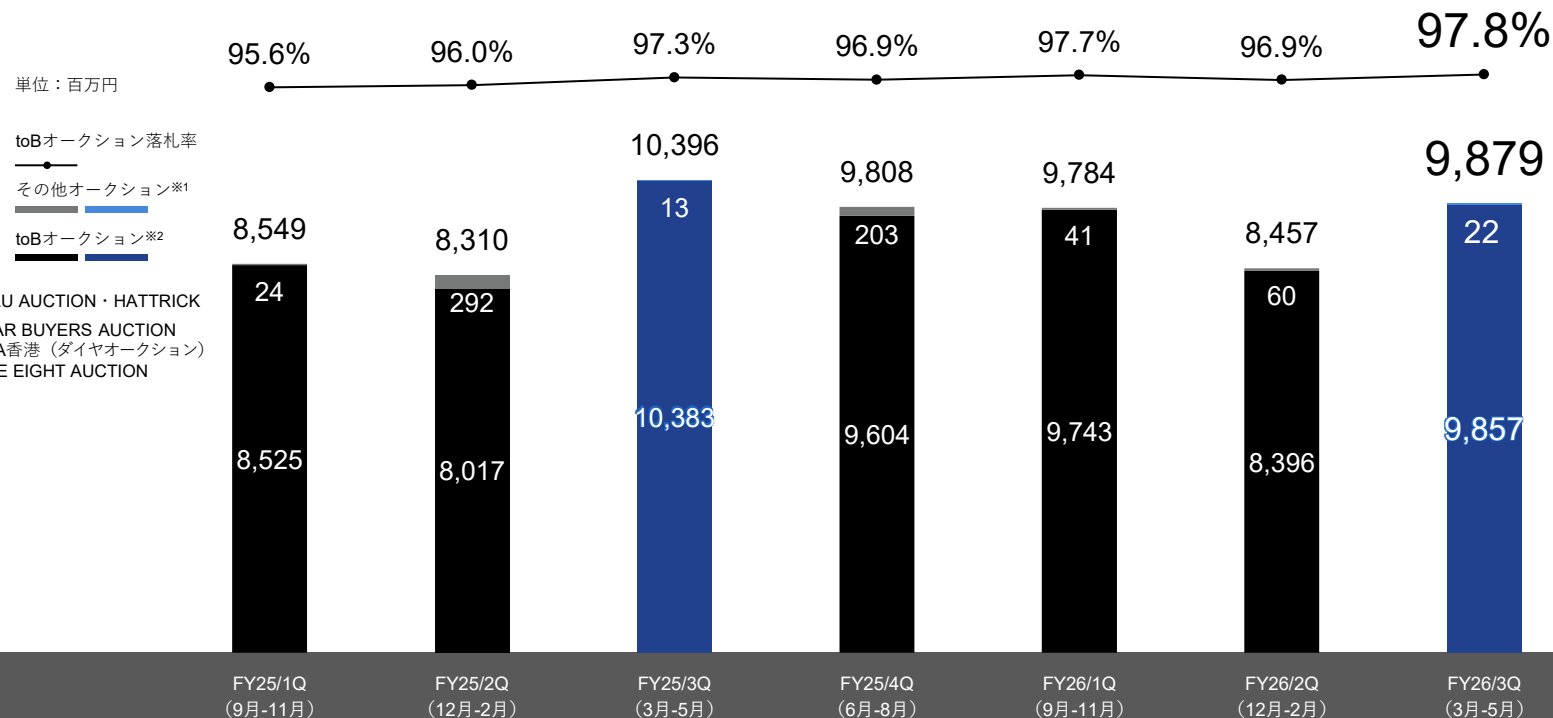
売上高：販路別（国内／海外）

- 国内顧客向けの小売売上高や卸売（地金）売上高の伸長により、国内売上高は前年同期比23.2%増の219億円
- インバウンド顧客向けの小売売上高は好調に拡大。オークションにおけるパートナーの購買意欲も高く、海外売上高は同35.5%増の60億円



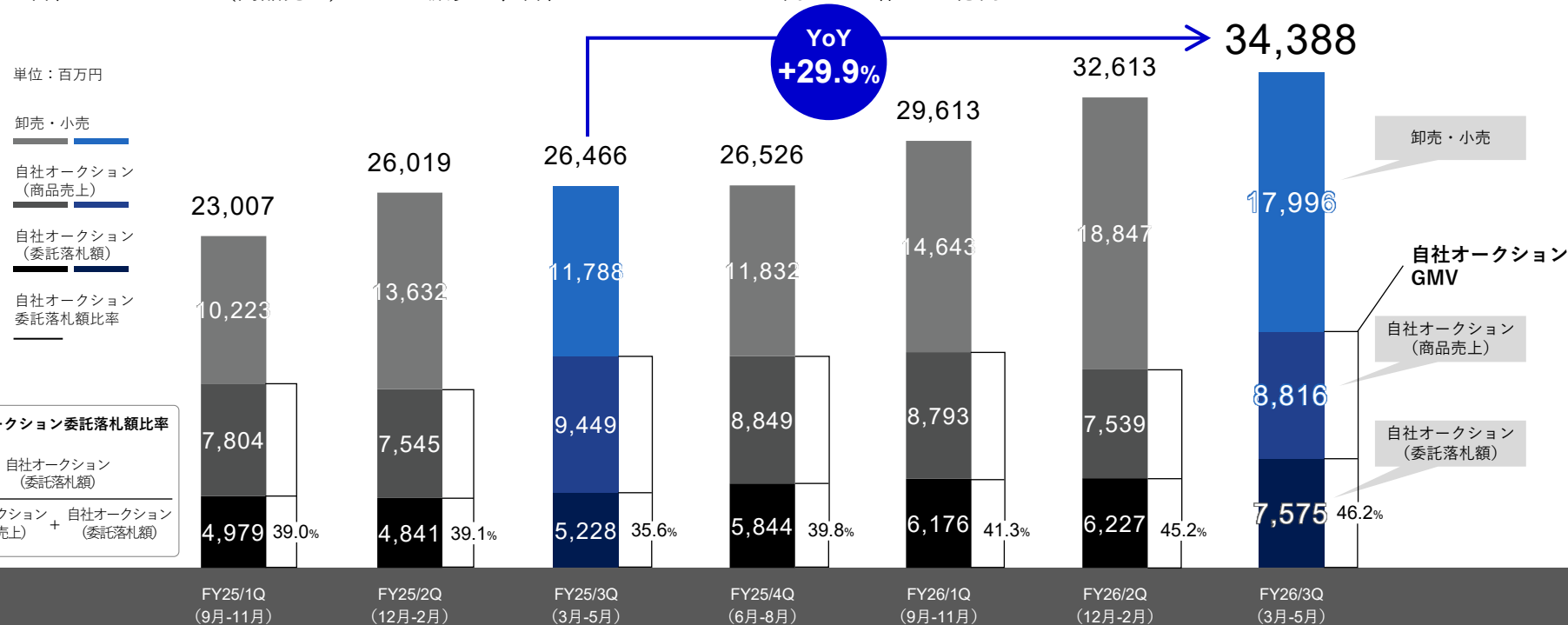
売上高：オークション実績

- ・季節性や販売状況等を鑑み、商品特性に応じて適切な販路選択を継続。パートナーの需要に応じた出品は引き続き実現できており、売上総利益率重視の仕入も継続していることから、toBオークション落札率は97.8%と引き続き高水準を維持



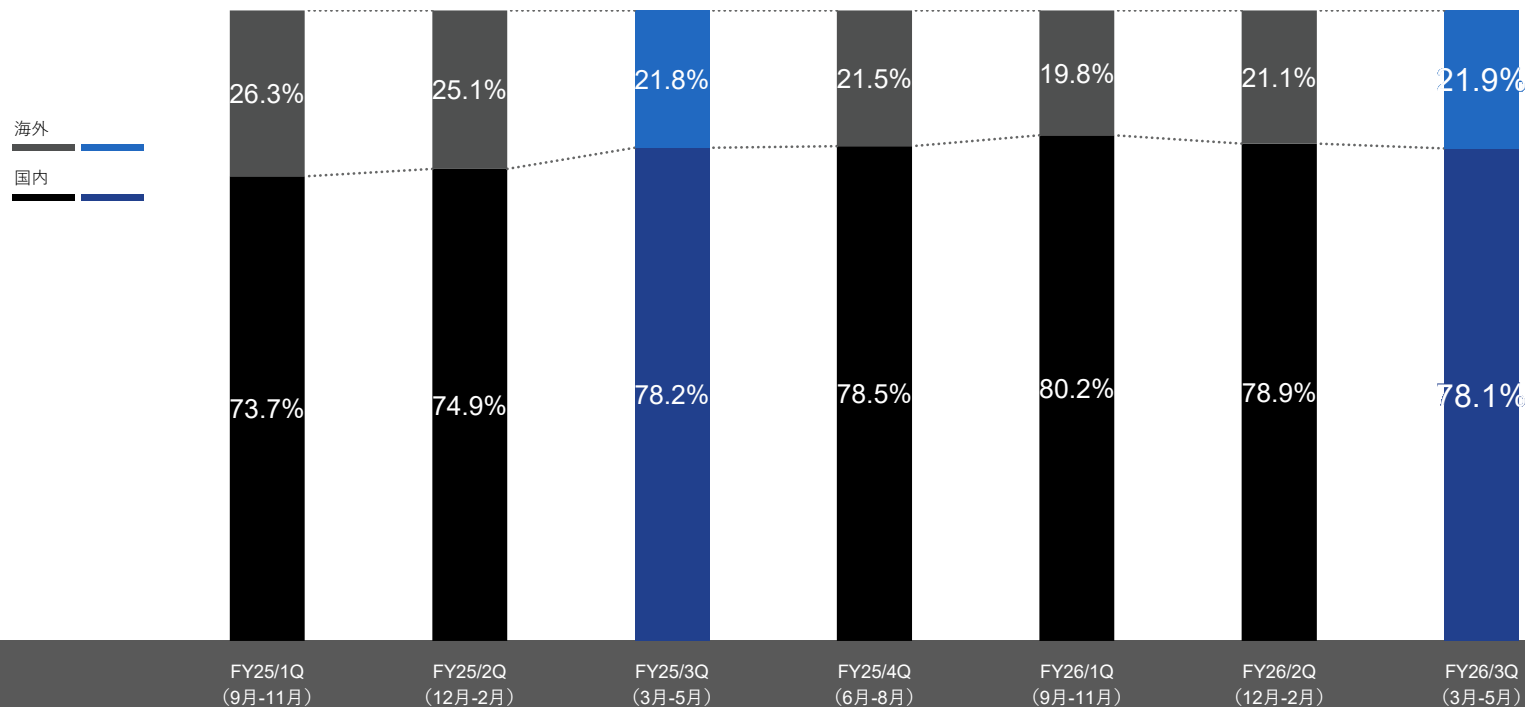
GMV推移

- ・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29.9%増の343億円
- ・委託落札額は同44.9%増の75億円と好調に拡大し過去最高を更新、委託落札額比率も46.2%まで伸長。小売の販売が好調であったこともあり、自社オークション（商品売上）GMVは減少も、自社オークションGMVは同11.7%増の163億円



STAR BUYERS AUCTION (SBA) 落札額の国内／海外比率

- 海外パートナーの需要が回復し旺盛なものの、国内パートナーも引き続き需要が高いことから、海外比率は21.9%



買取店舗展開

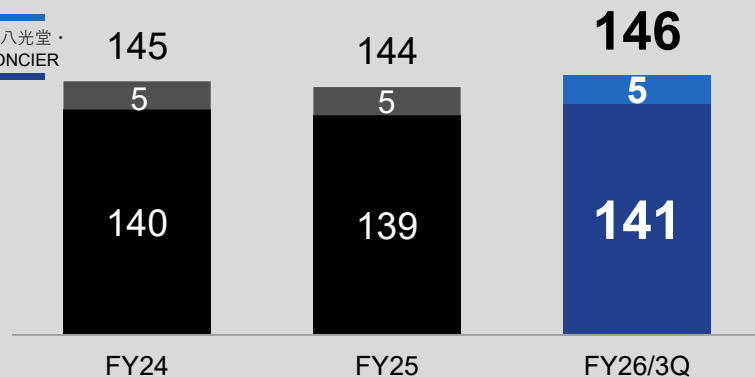
- ・国内は1店舗当たりの効率を重視した店舗展開を継続。FY26/3Qに国内は3店舗出店しており、上期4店舗の出店に対して出店ペースを加速。FY26上期でスクラップ・アンド・ビルドがほぼ完了していることから、国内店舗数はFY25末比で純増
- ・海外は従前から出店を加速している東南アジア4店舗（直営1店舗、パートナー3店舗）の出店に加えて、フランスに直営店舗を2店舗、イタリアにパートナー店舗を1店舗出店し、FY26/3Q合計で7店舗出店。引き続きパートナー店舗を中心に出店拡大予定

Japan

国内

協業店舗

なんぼや・八光堂・
BRAND CONCIER



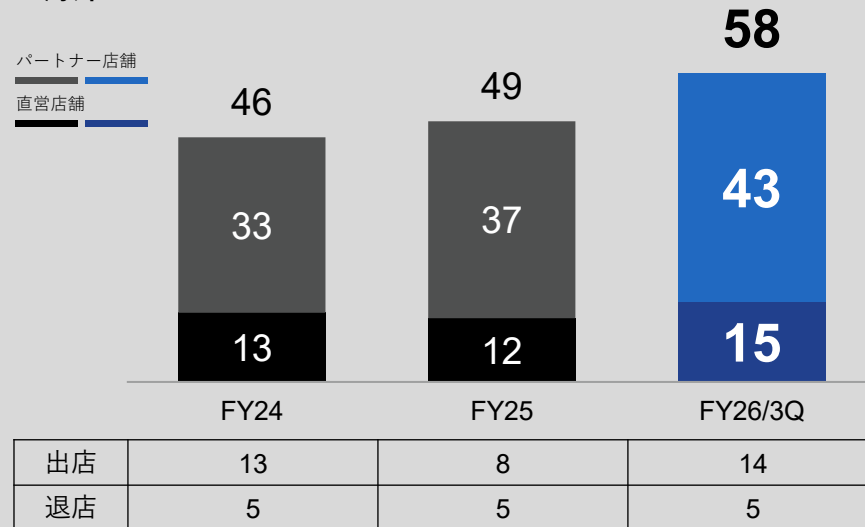
※出店数・退店数は協業店舗を除く。

Global

海外

パートナー店舗

直営店舗

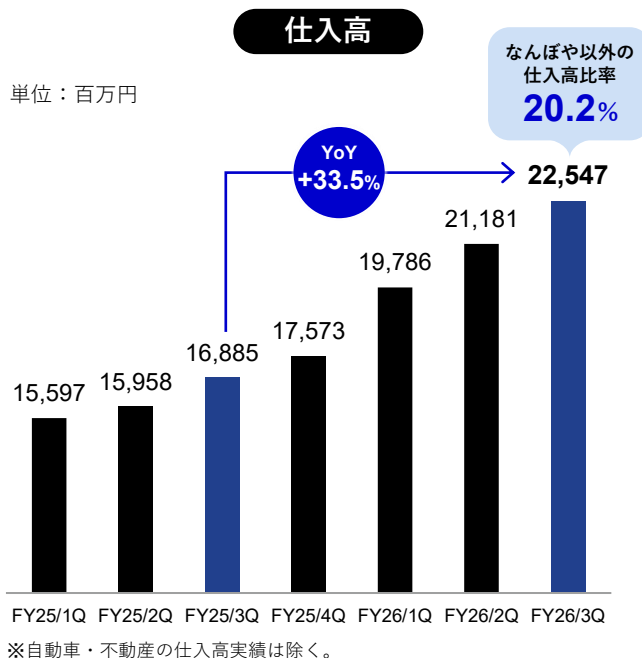




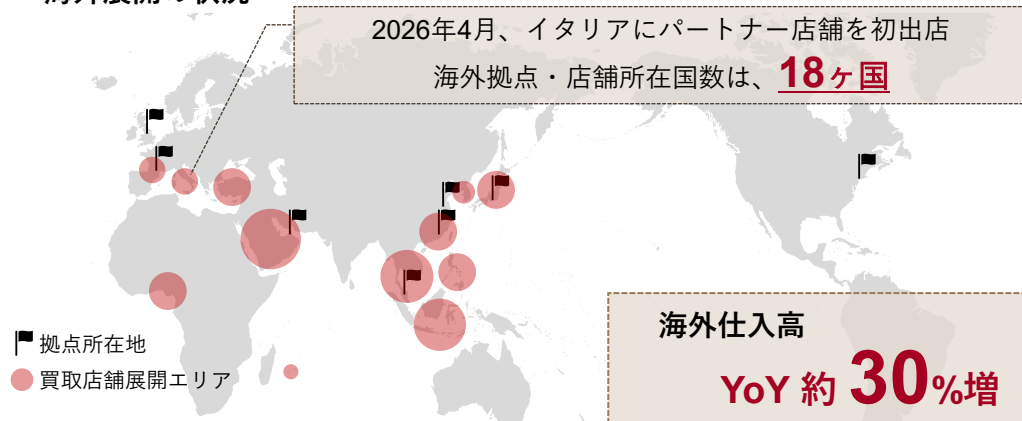
2026年8月期 第3四半期 ハイライト

仕入戦略の進捗

- ・国内は効率的な店舗運営やリピーター施策等を継続。出店基準に基づいたエリアを厳選した出店により、1店舗当たりの仕入高拡大を実現
- ・海外は好調なエリアでの出店加速に加え出店エリアも拡張し、拠点・店舗所在国数は18ヶ国まで拡大
- ・他業種とのアライアンスによる仕入高も好調に推移。FY26/3Q累計のなんぼや以外の仕入高比率は19.3%と、中期経営計画目標の25%に向けて順調に拡大



<海外展開の状況>



<アライアンスの状況>

- ✓ FY26/3Qも仕入高は引き続き好調に拡大
- ✓ 地方銀行との顧客紹介契約も多数締結しており、首都圏以外の商圈も拡大中

アライアンス仕入高

YoY 約 **2倍**
提携社数 約 **70社**

今後の仕入成長に向けた施策 ～認知拡大施策～

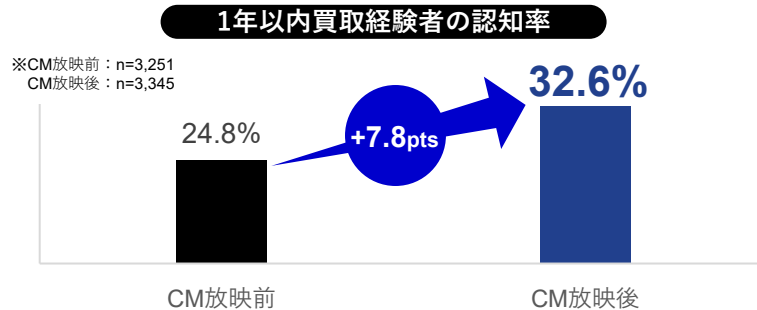
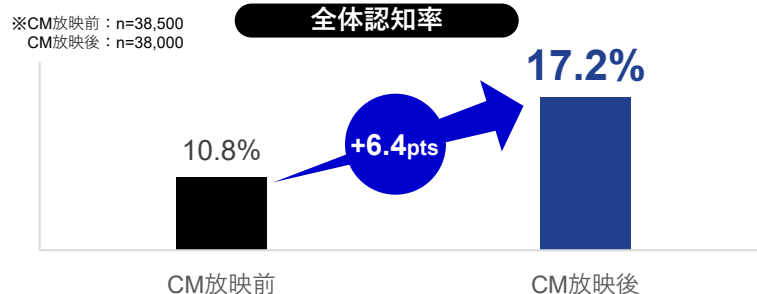
- ・ 更なる仕入成長を目指し、テレビCMの他SNS等を活用した「なんぼや」の認知拡大による新規顧客層へのリーチ拡大
- ・ 来期の仕入拡大に向けて4Qにも広告宣伝費を投下予定。テレビCM・SNS等の認知拡大施策を継続的に行うことで更なる認知拡大を企画

<テレビCMの放映>



- ✓ 5月に実施したテレビCMによる認知拡大効果を継続するため、8月にもテレビCMを再度実施
- ✓ テレビCMのみでなく、SNS広告をはじめ複数媒体での広告展開により中長期的な相乗効果を図ることで、新規顧客の獲得による将来的なりピーターの増加及び買取拡大を目指す

<効果測定結果>

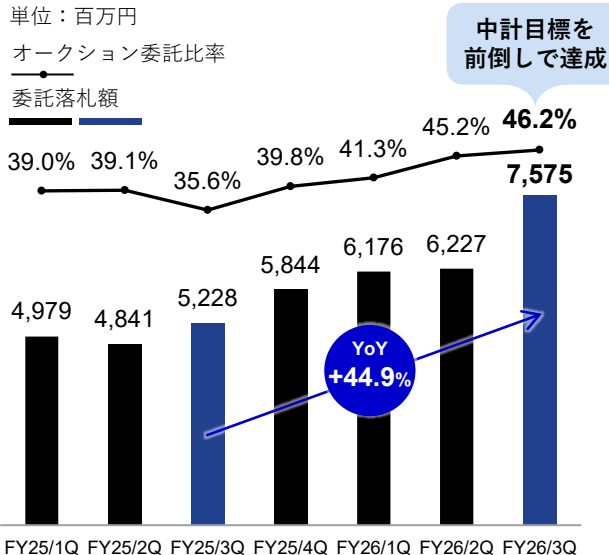


※株式会社インテージ：インターネット調査（実施期間：2026年5月1日～5月20日）

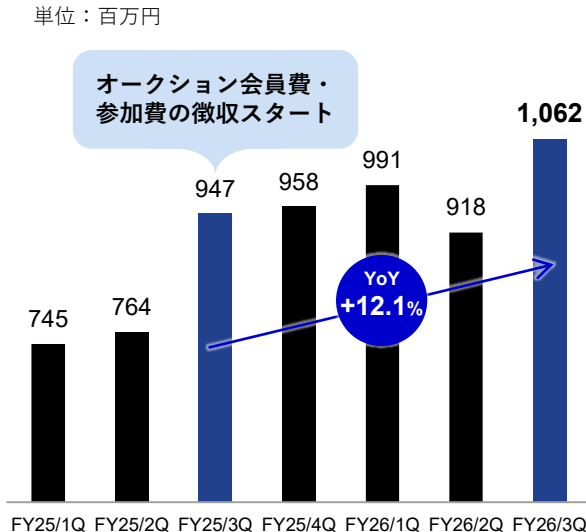
オークション事業の進捗

- ・オークションプラットフォーム戦略が奏功し、高く売れるオークションとしてSTAR BUYERS AUCTIONの業界認知が高いことから、委託落札額は過去最高を更新。FY26/3Q累計のオークション委託比率は44.3%と、中期経営計画目標の40%を前倒しで達成
- ・委託拡大に加え、オークション会員費・参加費の徴収により手数料収入の拡大が継続しており、収益性改善にも貢献
- ・個人向けオークションであるALLU Auctionも、2026年7月に第8回大会を開催予定

委託落札額



オークション手数料売上高



ALLU Auction第8回大会開催



- ✓ 2026年7月26日に第8回大会を開催予定
- ✓ 希少な時計を中心に過去最多の約150点をラインナップ。回を重ねるごとに参加者数が拡大中
- ✓ 委託出品数も増加。2025年7月に開催された第7回大会では委託商品出品数が過去最多を記録するなど、高級時計専門オークションとしての認知度も向上

小売事業の進捗

- 小売ハイシーズンは落ち着いたものの、シームレス出品等の小売プラットフォーム戦略の奏功や小売販売力の向上等により、小売への商品振り向けを強化していることで、小売売上高は引き続き好調
- FY26/3Q累計の小売売上高比率は24.7%と、中期経営計画目標の25%に到達するペースで進捗

小売売上高・ 小売売上高比率

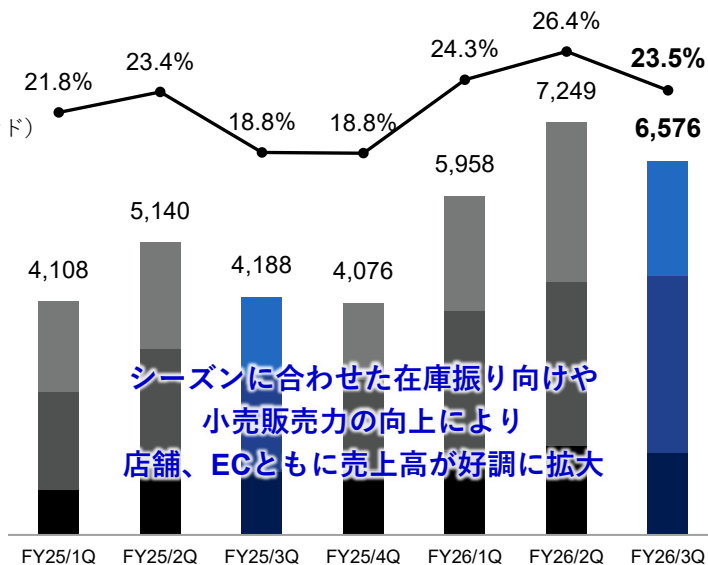
単位：百万円

小売売上高比率

EC売上高

店舗（インバウンド）
売上高

店舗（国内顧客）
売上高



<大阪での「オリジナル・バーキン」展示会の開催>



- ✓ 2025年11月・2026年1月に東京（ALLU OMOTESANDO）で開催した展示会が好評だったことから、8月に大阪（ALLU SHINSAIBASHI ANNEX）でも展示会を実施。店舗の立地や特性を活かすことにより、ALLUの認知拡大と共に小売売上高の拡大も企図
- ✓ 展示会開催により、仕入・販売両面での集客に寄与。「オリジナル・バーキン」きっかけでの新規顧客開拓を目指す

Appendix



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	1,457百万円（2026年5月末）
従業員数	1,183名（2026年5月末） ※連結、正社員のみ
事業内容	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 （2026年5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



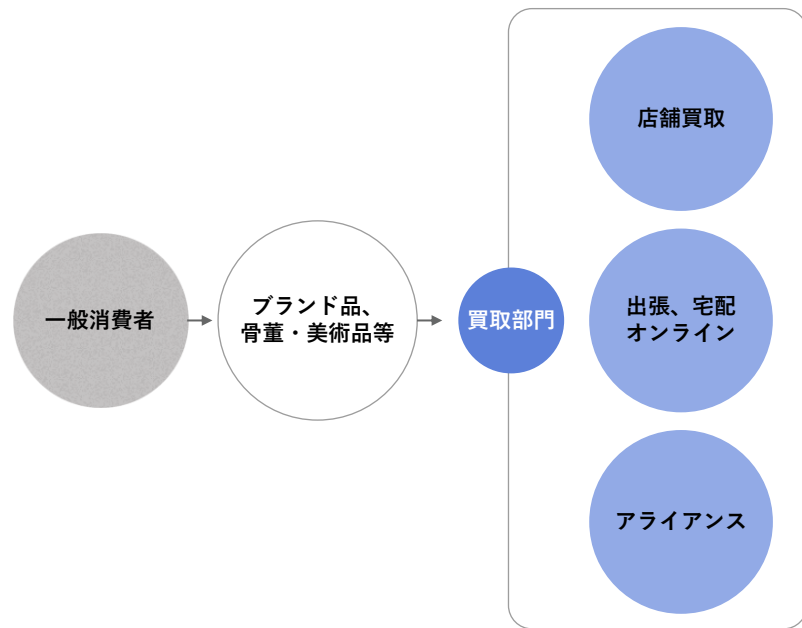
リペア



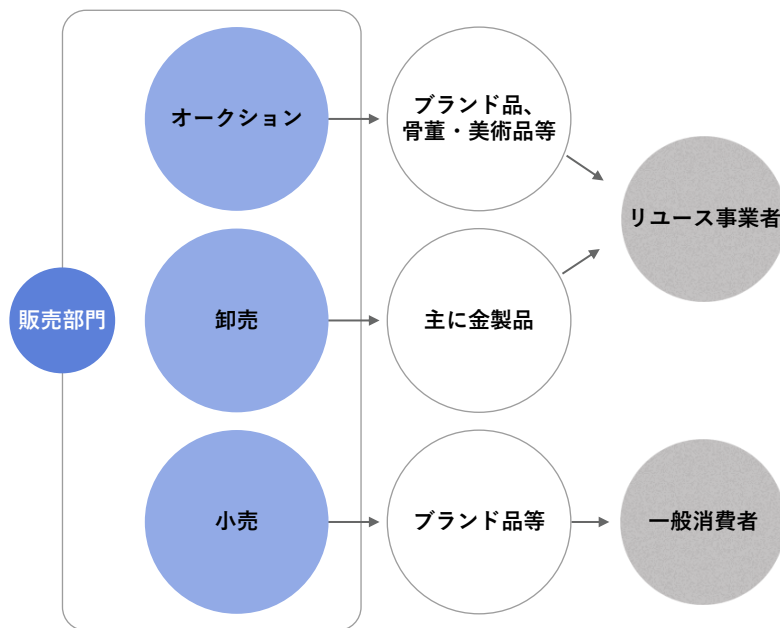
主なビジネスモデル

- ・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

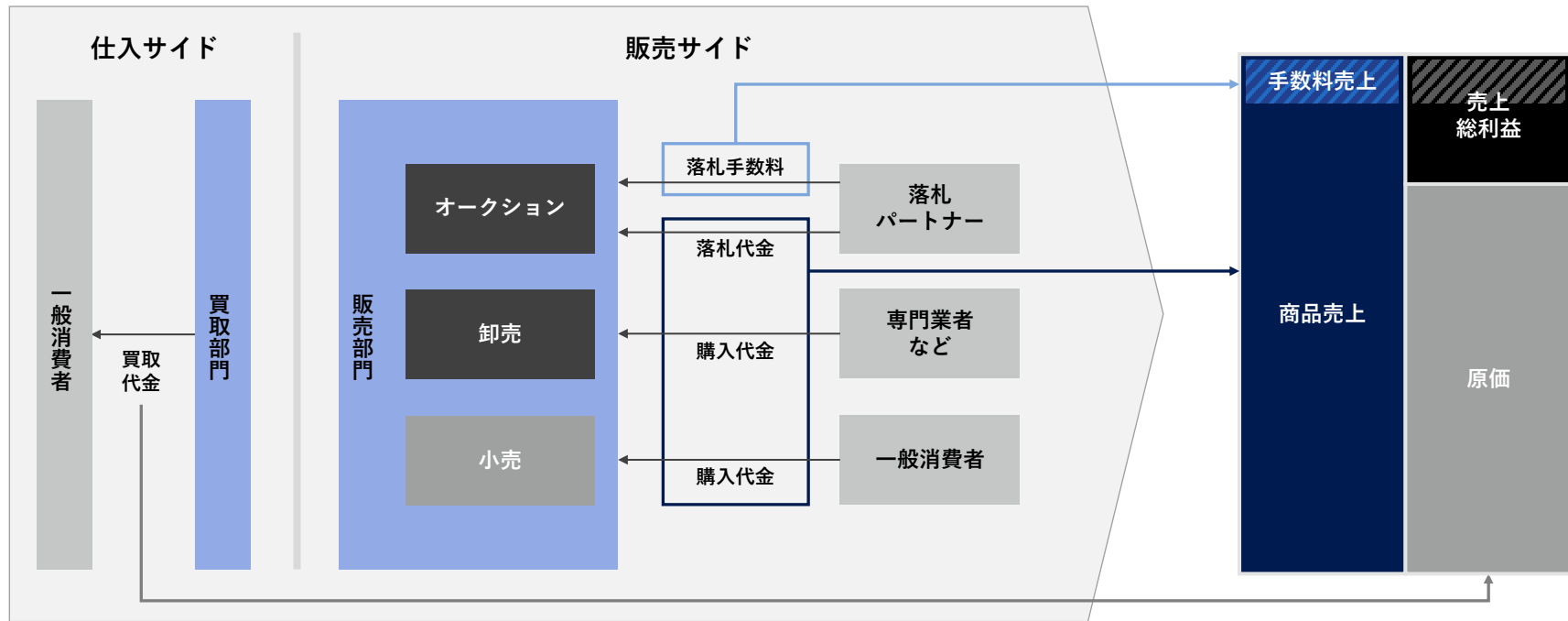


販売サイド



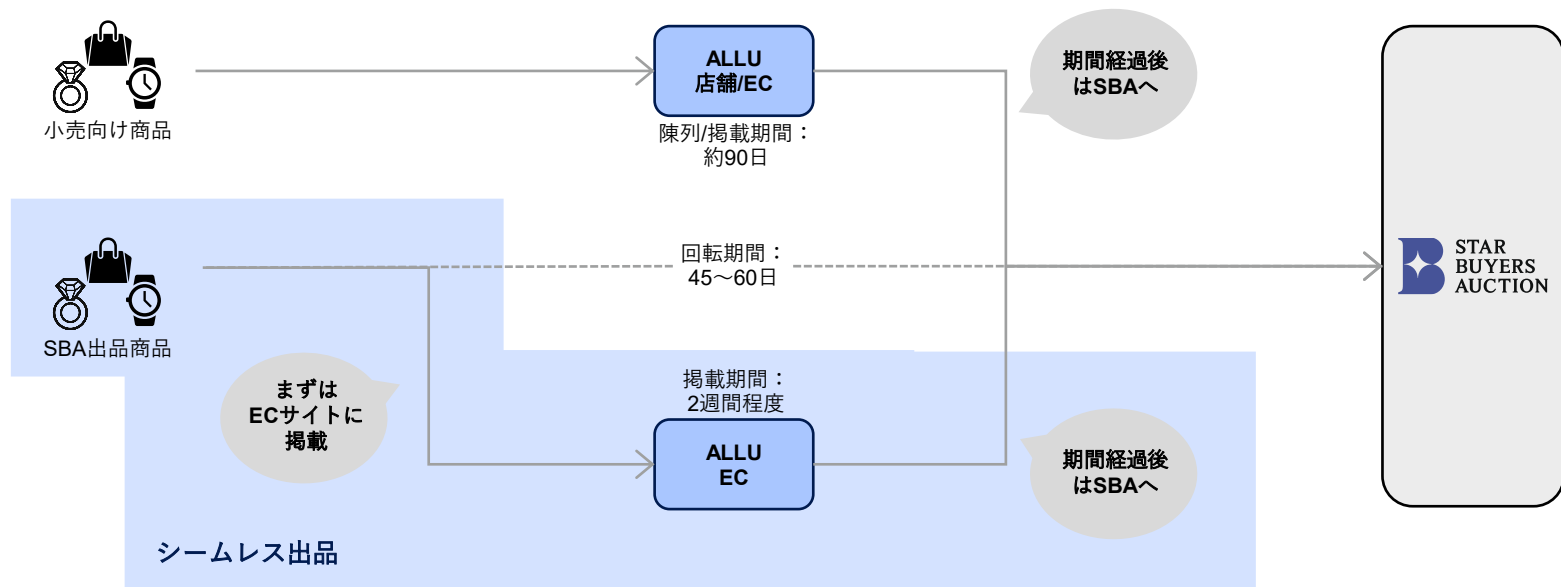
収益構造

- 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



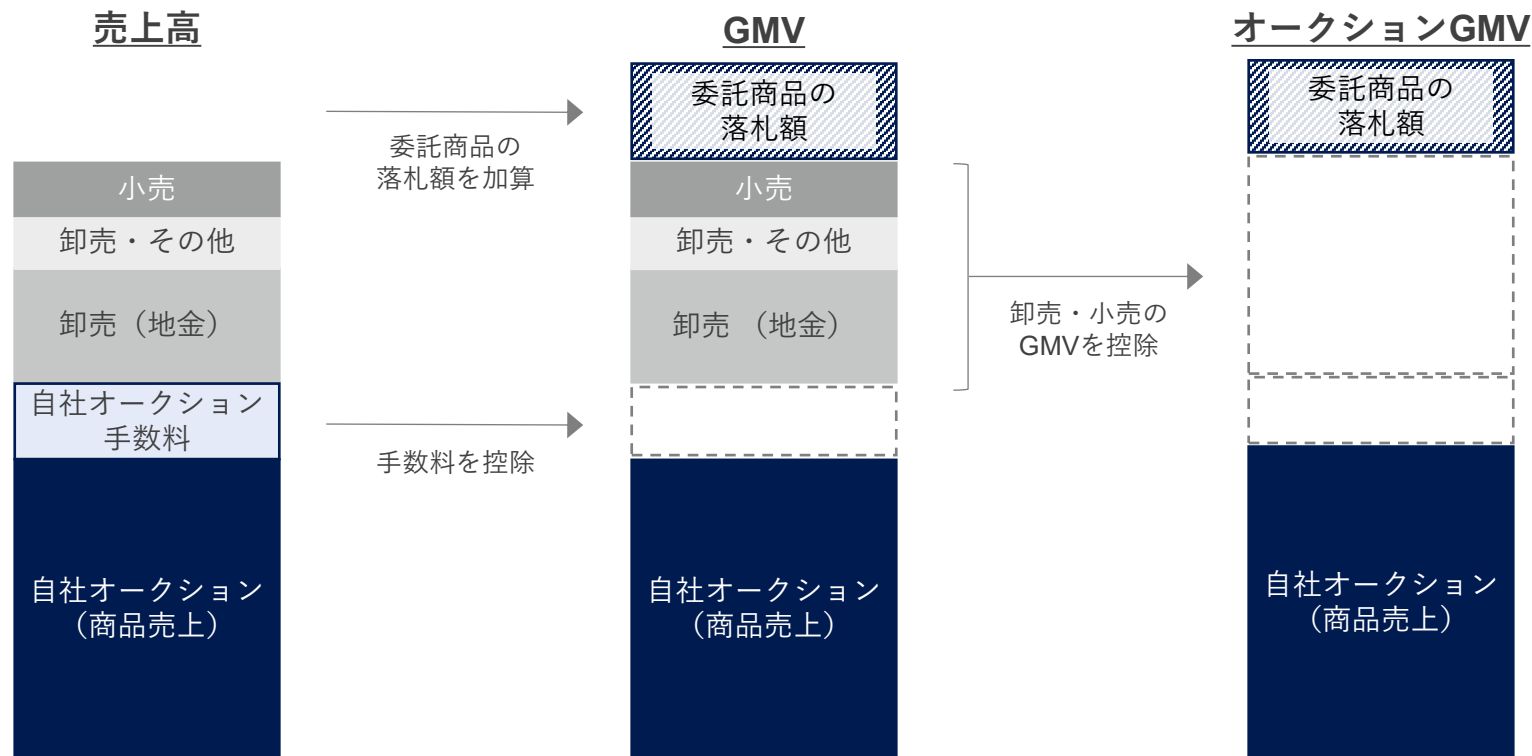
シームレス出品

- 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〉



なんぼや
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 **ハチ道**

- ・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〉



- ・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



- ・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



- ・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

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

修理工房 なんぼふ

- ・全国の買取専門店・販売店にて時計・バッグ・靴の修理受付を展開
- ・個人のみならず法人からの修理依頼にも対応
- ・特に時計修理は業界最大規模の設備を有し、熟練の時計技師が多数在籍
- ・買取商品の修理・メンテナンスにより商品価値を最大化、オークション及び小売プラットフォームの魅力度向上に貢献

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



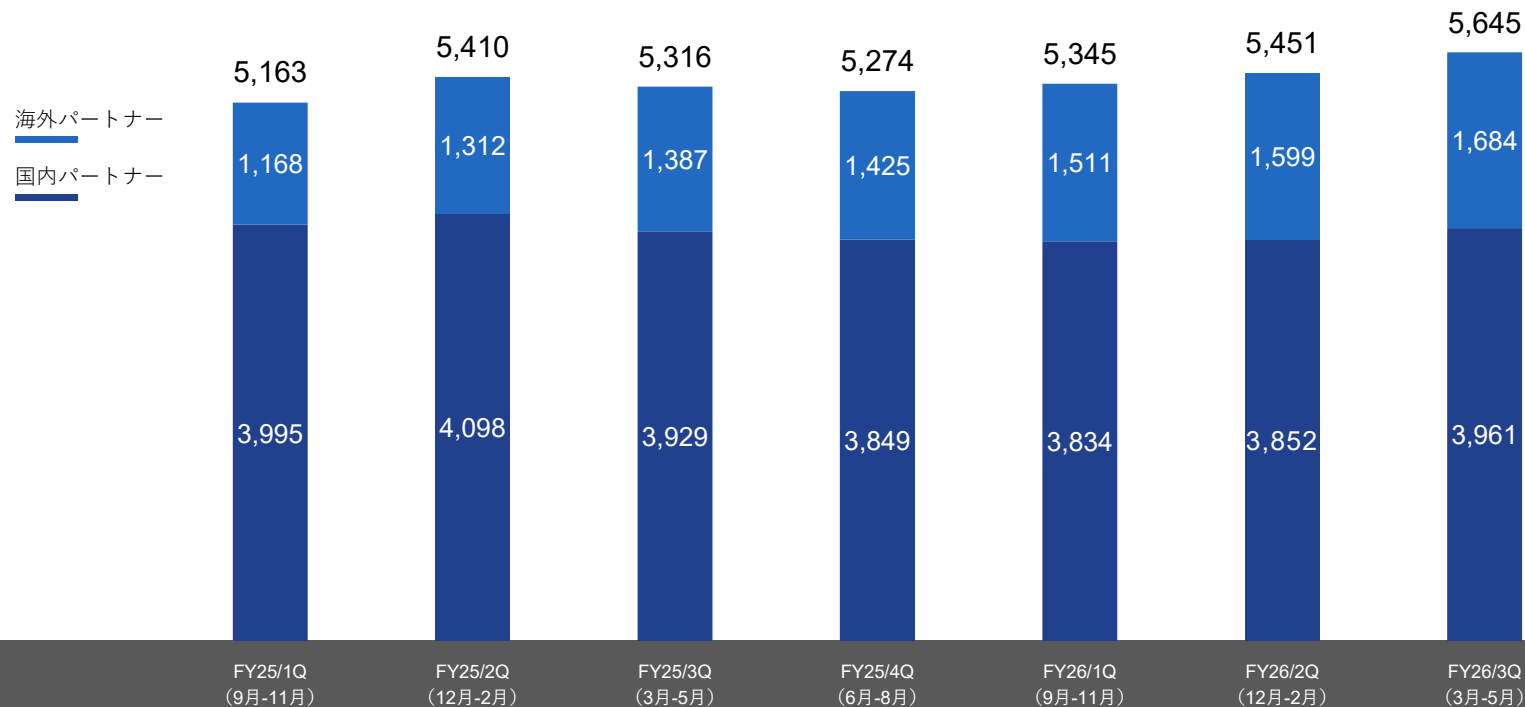
業績推移

FY24-FY26 年度別連結業績推移

	FY24					FY25					FY26				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高 (百万円)	19,689	19,738	21,959	20,080	81,468	18,823	22,007	22,267	21,742	84,841	24,528	27,442	27,984	—	79,955
売上原価 (百万円)	15,262	15,323	16,356	15,001	61,944	14,094	16,292	16,727	16,417	63,532	17,849	20,026	20,577	—	58,452
売上総利益 (百万円)	4,426	4,415	5,602	5,079	19,523	4,728	5,715	5,540	5,324	21,308	6,679	7,415	7,407	—	21,502
売上総利益率	22.5%	22.4%	25.5%	25.3%	24.0%	25.1%	26.0%	24.9%	24.5%	25.1%	27.2%	27.0%	26.5%	—	26.9%
販売費及び一般管理費 (百万円)	4,862	5,031	5,173	4,883	19,950	4,808	4,936	4,953	5,155	19,854	5,173	5,366	5,688	—	16,228
営業利益又は営業損失 (百万円)	▲436	▲616	429	195	▲426	▲80	778	586	168	1,453	1,505	2,048	1,719	—	5,274
営業利益率	—	—	2.0%	1.0%	—	—	3.5%	2.6%	0.8%	1.7%	6.1%	7.5%	6.1%	—	6.6%
経常利益又は経常損失 (百万円)	▲474	▲686	405	▲9	▲764	▲170	840	554	91	1,315	1,448	2,006	1,675	—	5,130
当期純利益又は当期純損失 (百万円)	▲404	▲493	237	▲1,049	▲1,709	▲260	544	249	149	681	953	1,298	1,062	—	3,314
人員数※1	1,046	1,039	1,077	1,074	1,074	1,061	1,074	1,117	1,124	1,124	1,121	1,133	1,183	—	1,183
国内買取店舗数※2	135	135	138	140	140	139	138	138	139	139	141	139	141	—	141
海外買取店舗数	38	44	44	46	46	45	46	46	49	49	53	53	58	—	58

STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

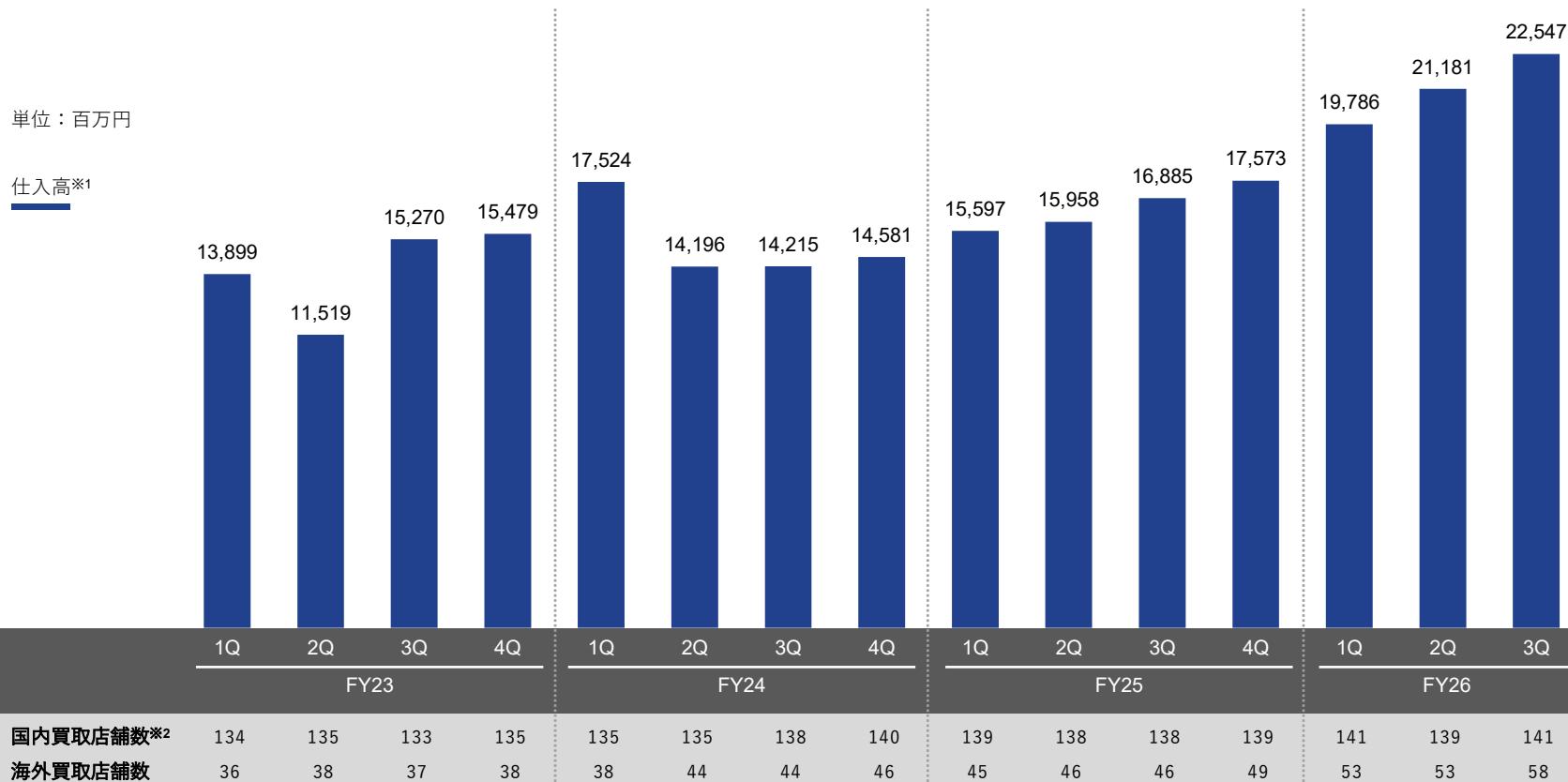
- FY25/3Qからのオークション会員費導入により休眠会員が退会し国内パートナー会員数は減少していたものの、FY26/2Qから増加傾向。
海外パートナーの新規獲得も継続し、会員数合計は5,645社



仕入高・店舗数（四半期推移）

単位：百万円

仕入高※1



国内買取店舗数※2

134 135 133 135 135 135 138 140 139 138 138 139 141 139 141

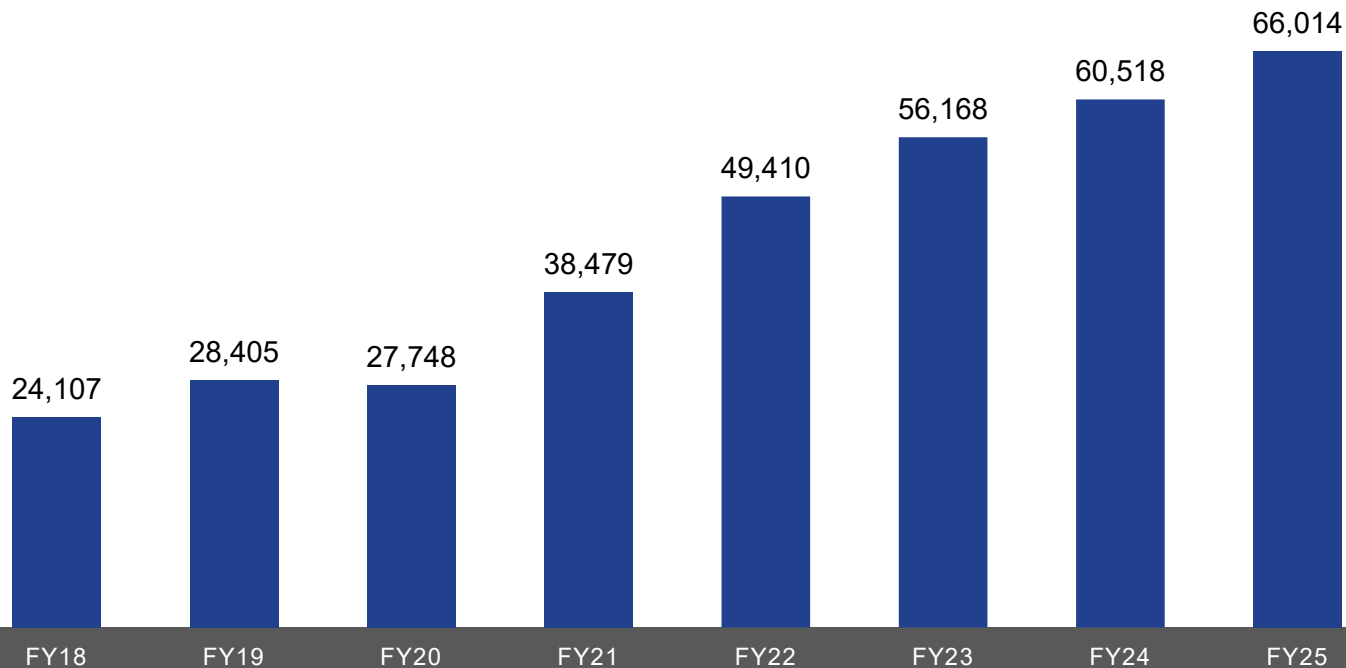
海外買取店舗数

36 38 37 38 38 44 44 46 45 46 46 49 53 53 58

仕入高・店舗数（通期）

単位：百万円

仕入高※1



国内買取店舗数※2

63

74

84

125

130

135

140

139

海外買取店舗数

-

1

2

21

34

38

46

49

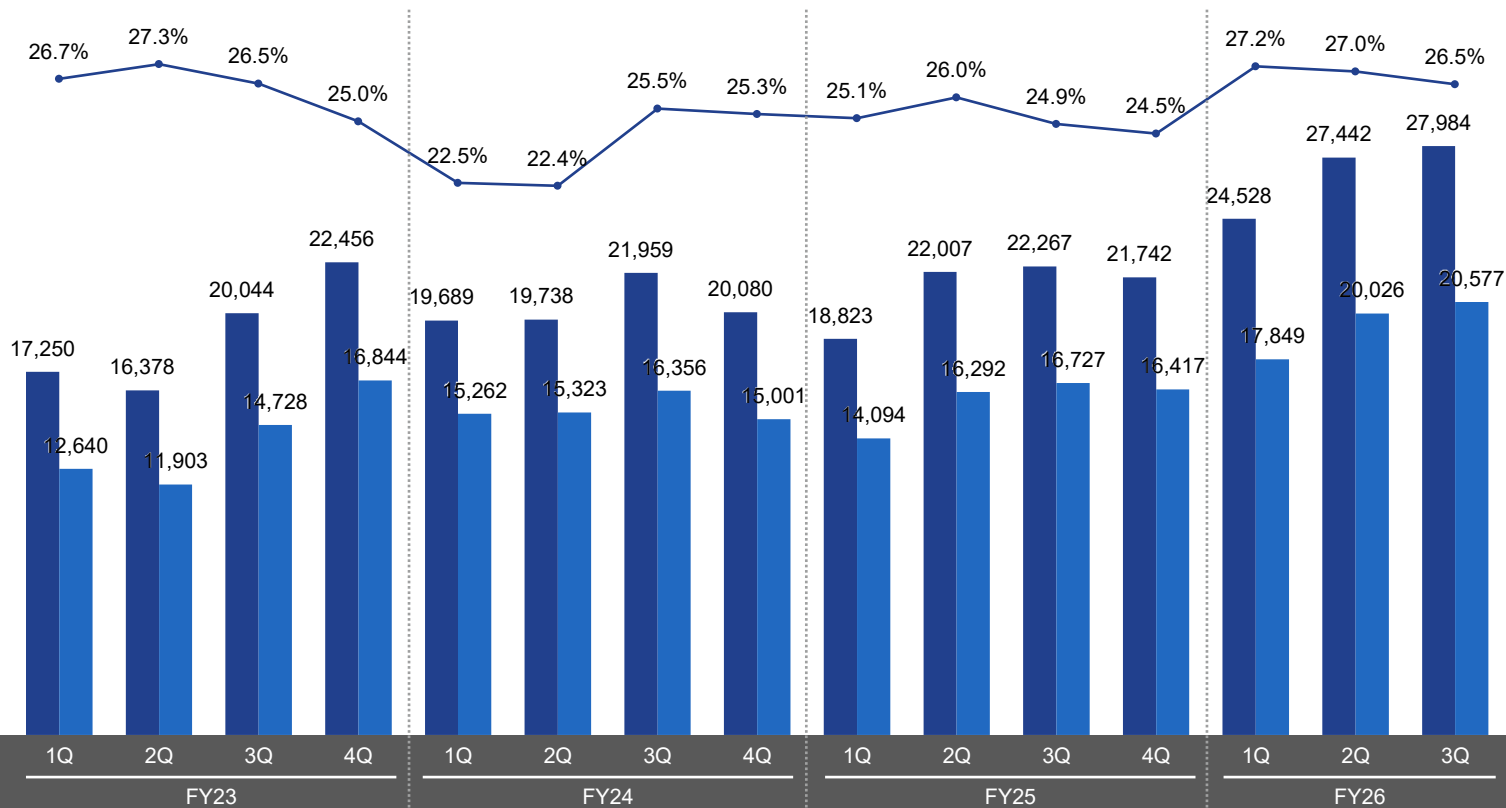
売上高・売上総利益率（四半期推移）

単位：百万円

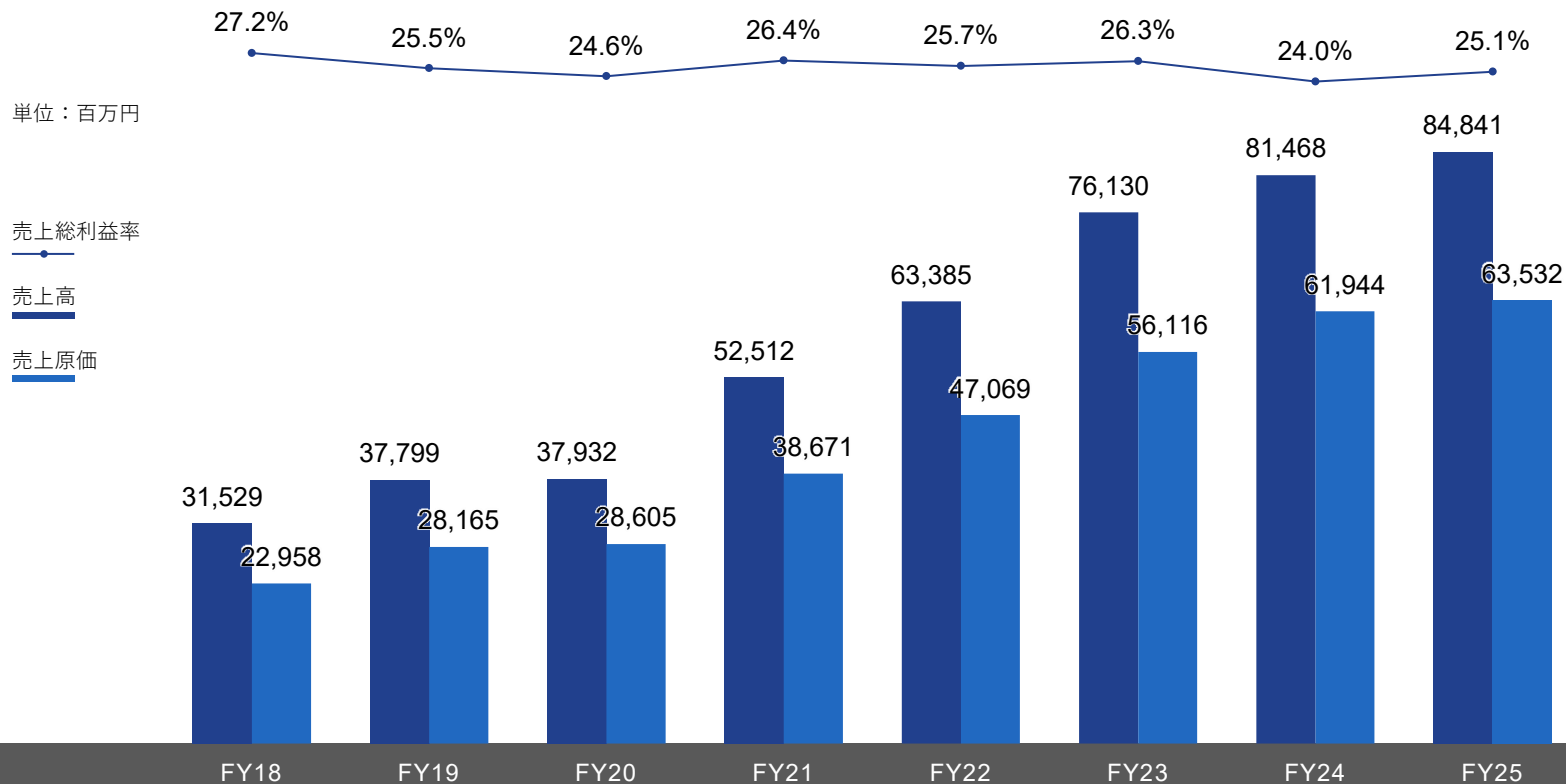
売上総利益率

売上高

売上原価



売上高・売上総利益率（通期）



売上高：販路別（toB／toC）（四半期推移）

単位：百万円

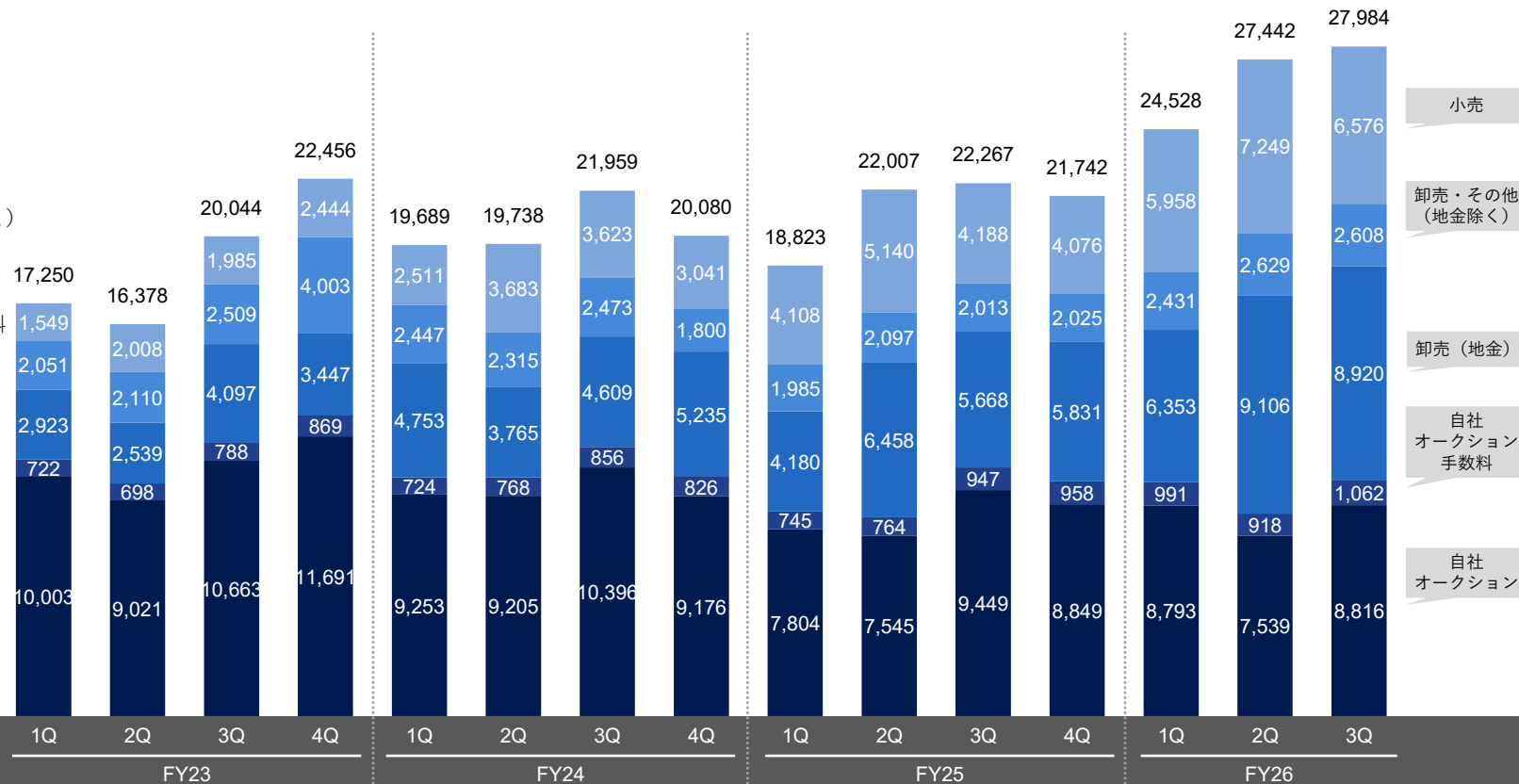
小売

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



売上高：販路別（toB／toC）（通期）

単位：百万円

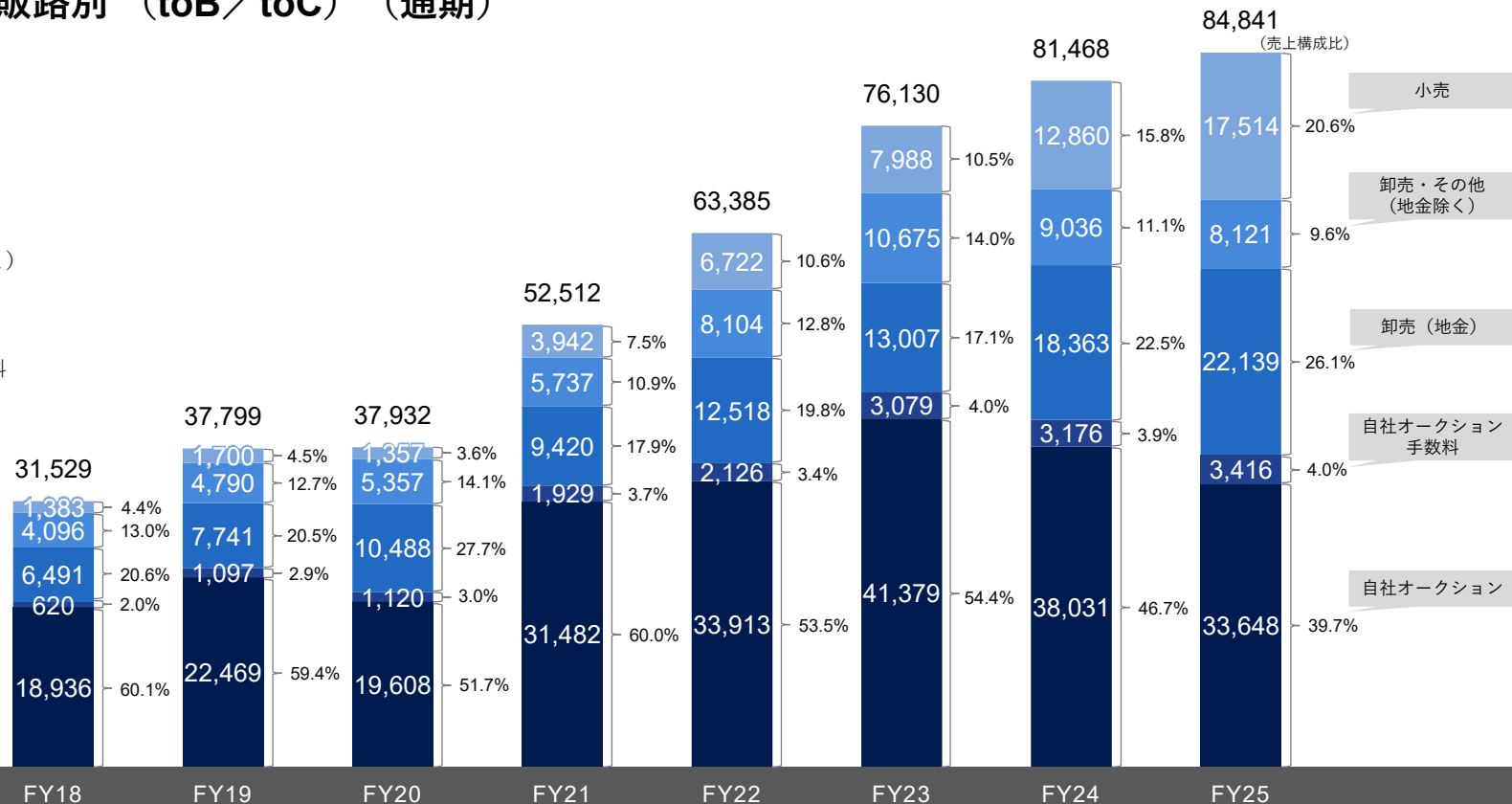
小売

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



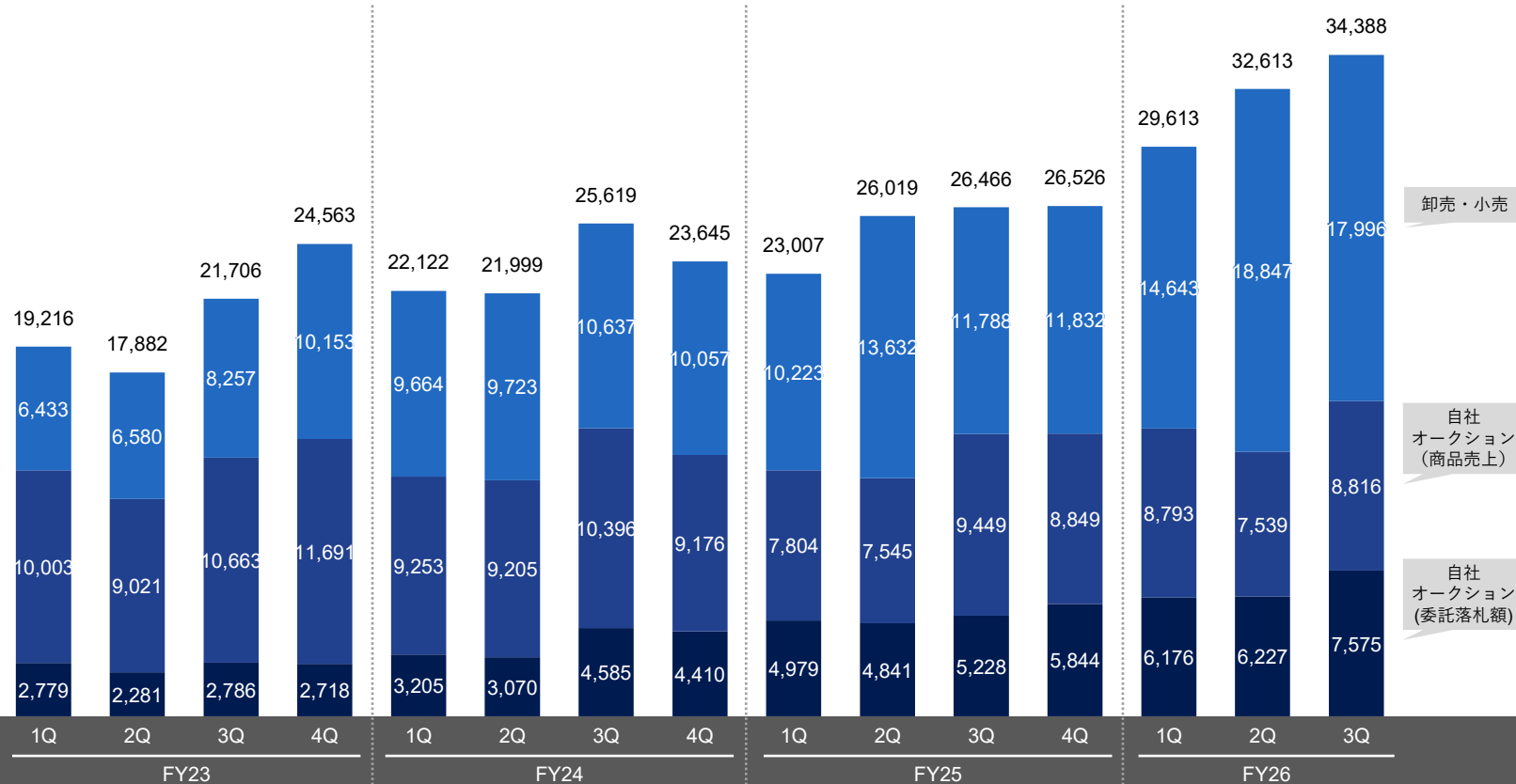
GMV（四半期推移）

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)



GMV（通期）

単位：百万円

卸売・小売

自社オークション
（商品売上）

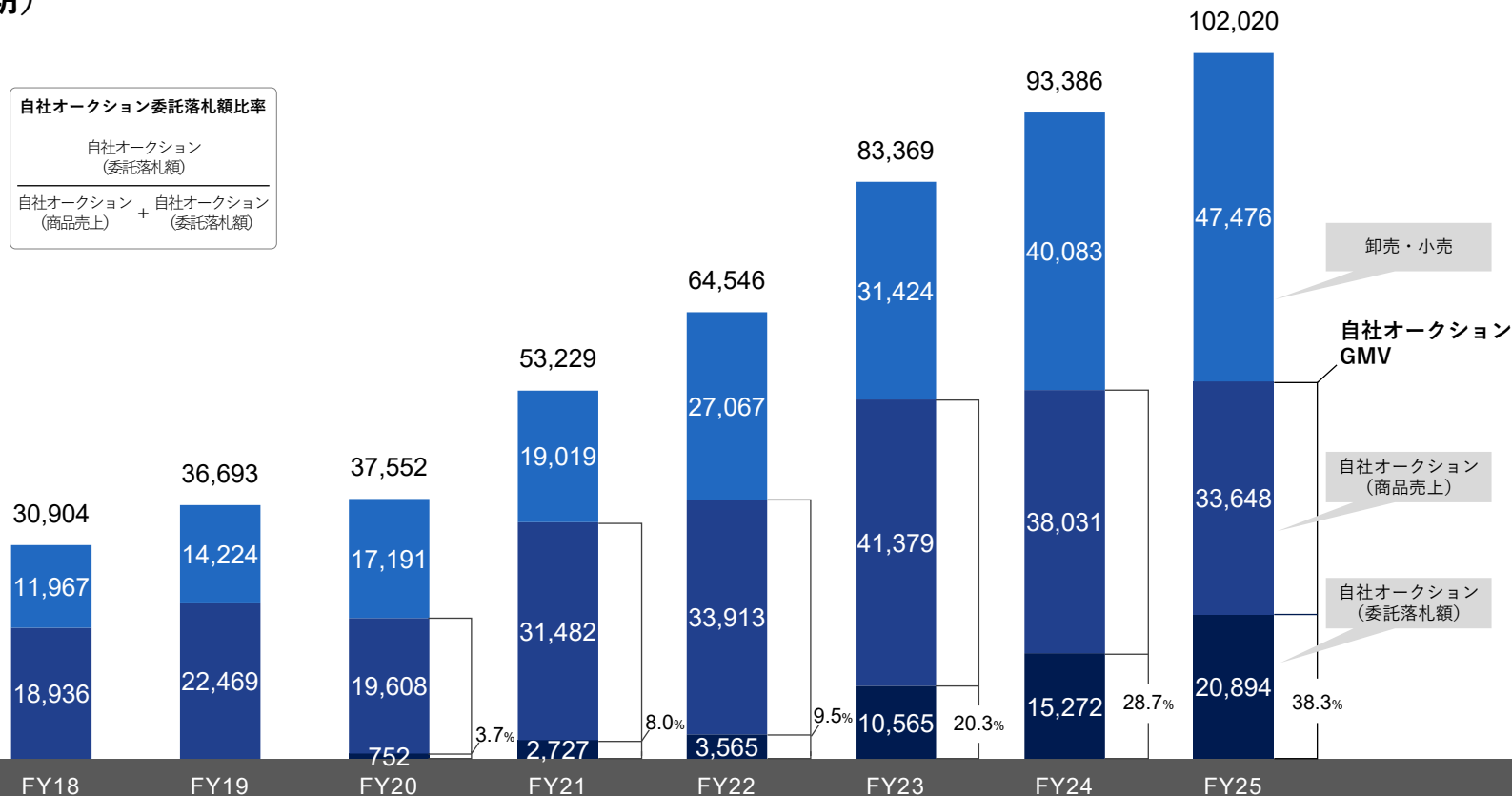
自社オークション
（委託落札額）

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。
- ・本資料は「2026年8月期 第3四半期決算短信」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