



2019年8月期 第2四半期 決算説明資料

2019年4月15日
株式会社SOU

目次

会社概要	03
2019年8月期2Q累計実績及び通期見通し	07
2019年8月期の主たる進捗	18
中期的経営戦略 ～更なる成長に向けて	23
Appendix	

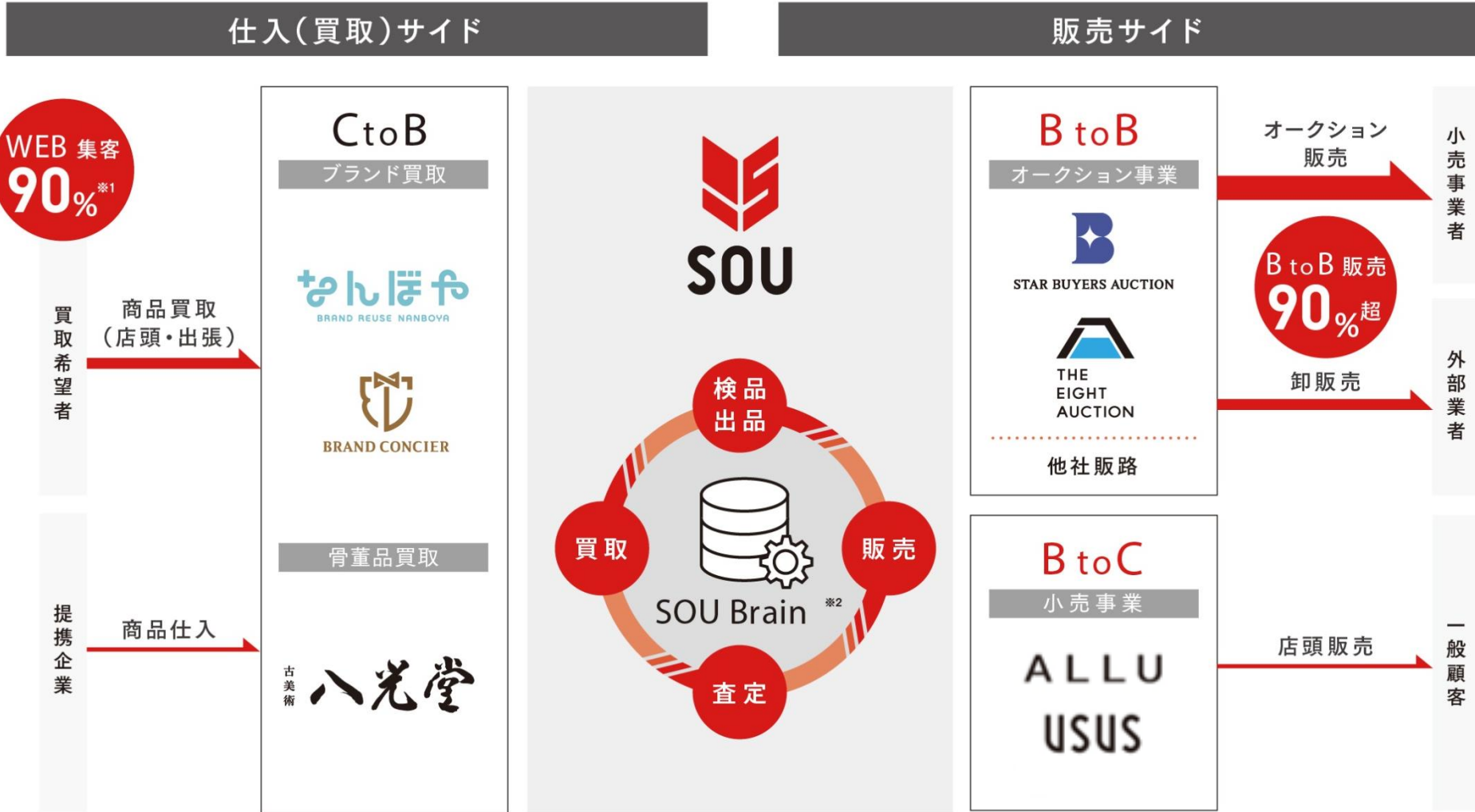


会社紹介



デジタルとリアルを融合し、
新たな視点からサービスを提供する
ブランド品、骨董・美術品の
ラグジュアリーリユースカンパニー

ビジネスモデル



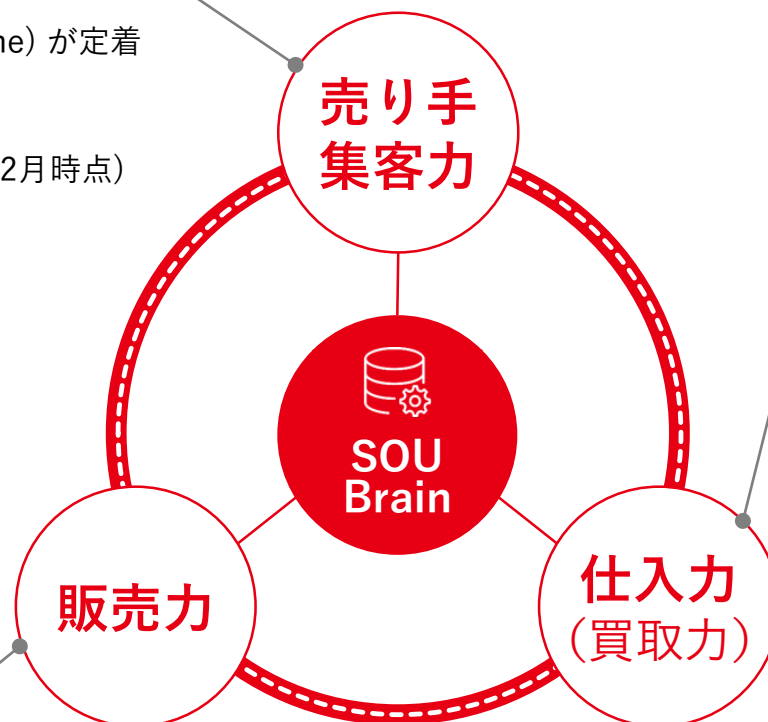
※1 アンケートに基づく数値

※2 SOU Brain = 自社システム/データベースの名称

SOUの3つのチカラ

買取版O2Oの定着

- Web集客による買取版O2O (Online to Offline) が定着
- 来店客の **90%** はオンライン経由
- 充実した全国の買取拠点網 (63店舗/2019年2月時点)



高額商品中心の取扱い

- 取扱商品単価：約 **5万円**
- 買入取扱点数：年 **50万点**
- 中でも、鑑定難易度が高く利益の高い商材に注力
- データベースと本部サポート体制による高精度なプライシングを実現

安定的かつ強力な販路

- 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
- 適切な買取値付けにより、平均 **2.0ヶ月** で仕入商品を現金化

2019年8月期2Q累計実績及び通期見通し



2019年8月期 第2四半期決算のポイント

一時的要因により減益も、大幅増収と成長基調継続



■ 売上について

- ✓ 買取店舗拡大などに伴う仕入れ増により、売上の拡大基調は継続
- ✓ 特に、海外オークションの開催数増（3→5回）により、海外売上が全社売上の増加を牽引

■ 損益について

- ✓ 12月・1月の円高による影響などにより、売上総利益率は前年同期比で 3.2pt低下
- ✓ M&A関連費用（M&A案件は結果的に合意書を解除）や自社株TOBに関わる一時費用が発生
- ✓ 最終利益 11.2pt低下は、前期 税効果の影響により税負担が軽減されていたことによる

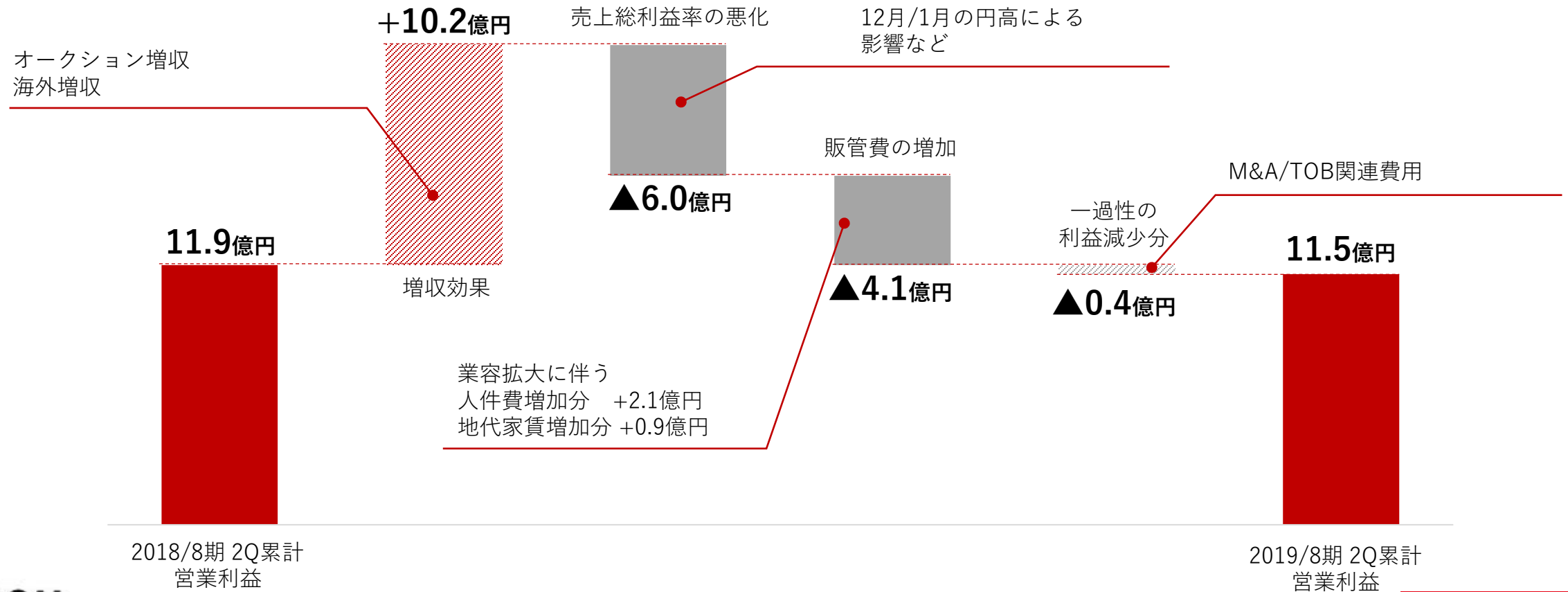
P/L概況

(単位：百万円)

	2018/8期 2Q累計	2019/8期 2Q累計	2019/8期 見通し	前年同期比	計画進捗率
売上高	15,390	18,956	35,650	+23.2%	53.2%
売上総利益	4,401	4,817	9,600	+9.4%	50.2%
売上比	28.6%	25.4%	26.9%	▲3.2pt	-
営業利益	1,191	1,152	2,200	▲3.3%	52.4%
売上比	7.7%	6.1%	6.2%	▲1.6pt	-
経常利益	1,174	1,149	2,130	▲2.1%	54.0%
売上比	7.6%	6.1%	6.0%	▲1.5pt	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	867	770	1,450	▲11.2%	53.1%
売上比	5.6%	4.1%	4.1%	▲1.5pt	-

営業利益の前年同期比較（増減要因）

- 国内外オークション開催回数増に伴う増収効果により、売上総利益率の低下や業容拡大に伴う販管費増といった影響を吸収
- 実質営業増益ながら、為替の影響や販管費の一時費用の発生から約40百万円の営業減益



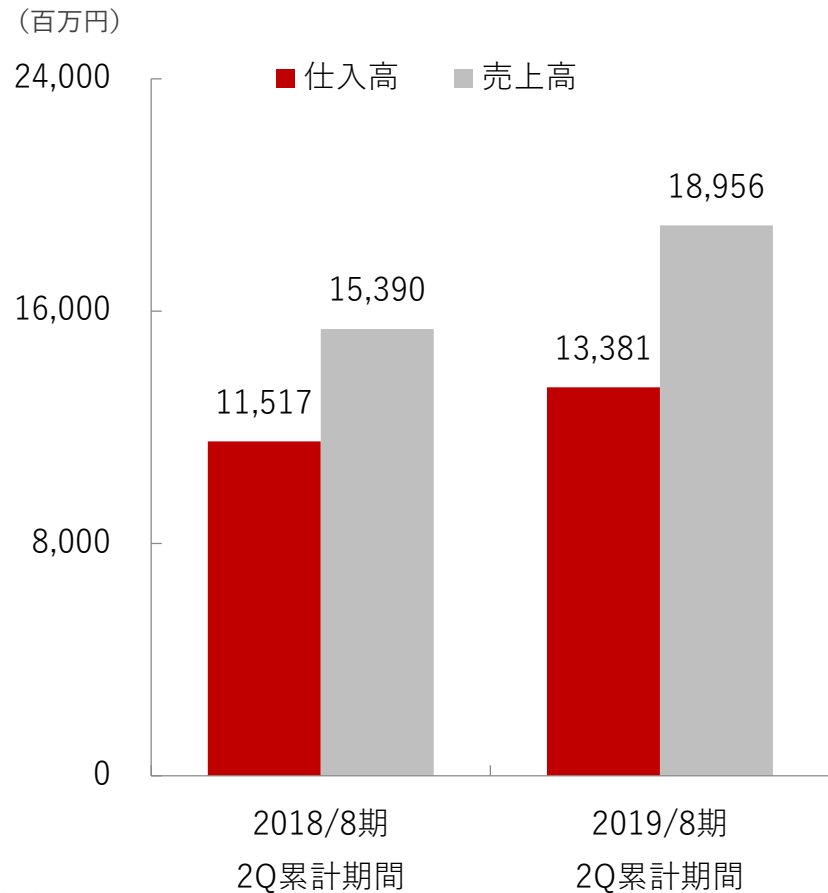
P/L概況（四半期推移）

（単位：百万円）

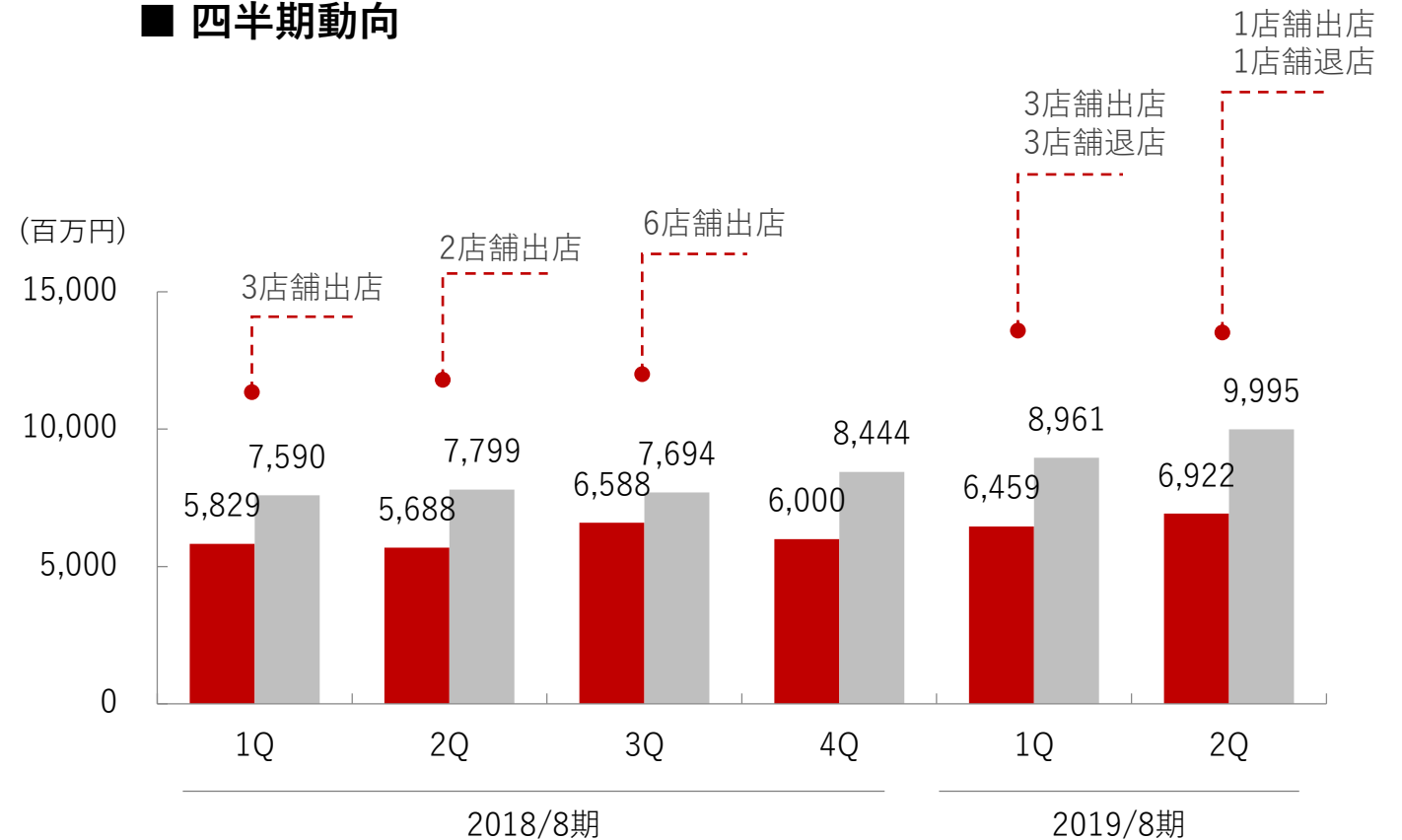
	2018/8期				2019/8期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	7,590	7,799	7,694	8,444	8,961	9,995
売上総利益	2,215	2,186	2,030	2,137	2,441	2,375
売上比	29.2%	28.0%	26.4%	25.3%	27.2%	23.8%
販売費及び一般管理費	1,616	1,594	1,763	1,719	1,821	1,843
営業利益	598	592	267	418	620	532
売上比	7.9%	7.6%	3.5%	5.0%	6.9%	5.3%
経常利益	601	572	221	409	627	522
売上比	7.9%	7.3%	2.9%	4.9%	7.0%	5.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	391	475	90	284	422	348
売上比	5.2%	6.1%	1.2%	3.4%	4.7%	3.5%

仕入高の概況

- 新規買取店舗の寄与により、仕入高は対前年同期で16.2%の増加
- 四半期仕入高は、2Qで約70億円近くまで拡大し、過去最高を更新。買取店舗の稼働率改善が進捗



■ 四半期動向



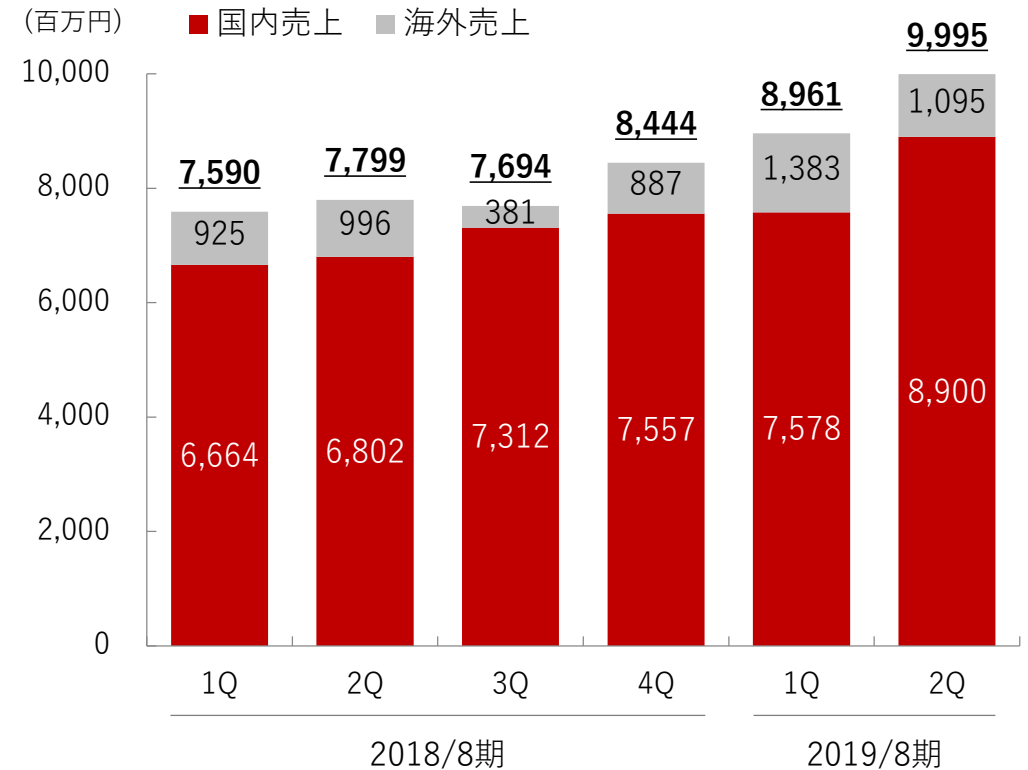
販路別売上高(国内・海外)の概況

- 仕入高の増加に伴い、国内・海外ともに増収基調を継続
- 特に海外売上高については、国内を上回る伸びを実現。海外顧客の獲得に手応え

(単位：百万円)

	2018/8期 2Q累計	2019/8期 2Q累計	前年同期比
国内売上	13,467	16,478	+22.4%
売上比	87.5%	86.9%	▲0.6pt
海外売上	1,922	2,478	+28.9%
売上比	12.5%	13.1%	+0.6pt

■ 四半期動向



販路別売上高(toB、toC)の概況

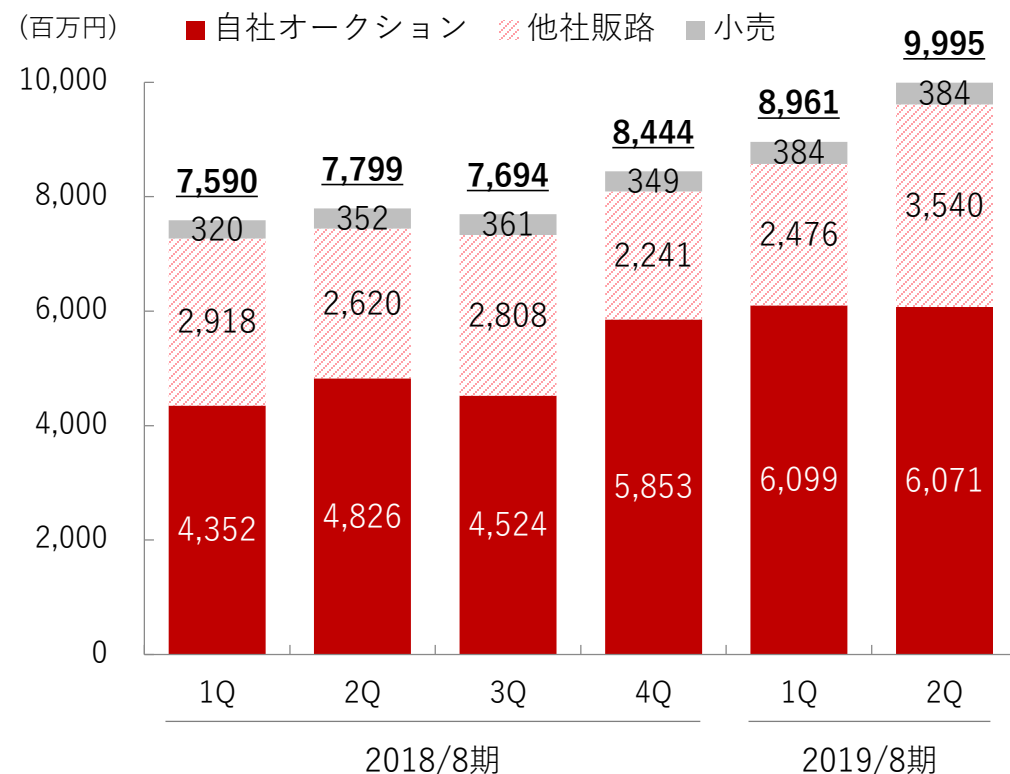
- 自社オークション売上高は、オークション開催回数の増加を背景に32.6%増収と成長を牽引
- BtoCとなる小売売上高も、オンラインチャンネルの拡大により、2桁増収を達成

(単位：百万円)

	2018/8期 2Q累計	2019/8期 2Q累計	前年同期比
自社オークション	9,178	12,171	+32.6%
売上比	59.6%	64.2%	+4.6pt
他社販路	5,538	6,016	+8.6%
売上比	36.0%	31.7%	▲4.3pt
小売	673	768	+14.2%
売上比	4.4%	4.1%	▲0.3pt
オークション開催回数	27回	47回	+74.1%
SBA(国内リアル)	24回	24回	
SBA(国内オンライン)	—	6回	
SBA(香港)	3回	5回	
THE EIGHT AUCTION	—	12回	

主として小規模
オークションの
開催が増加

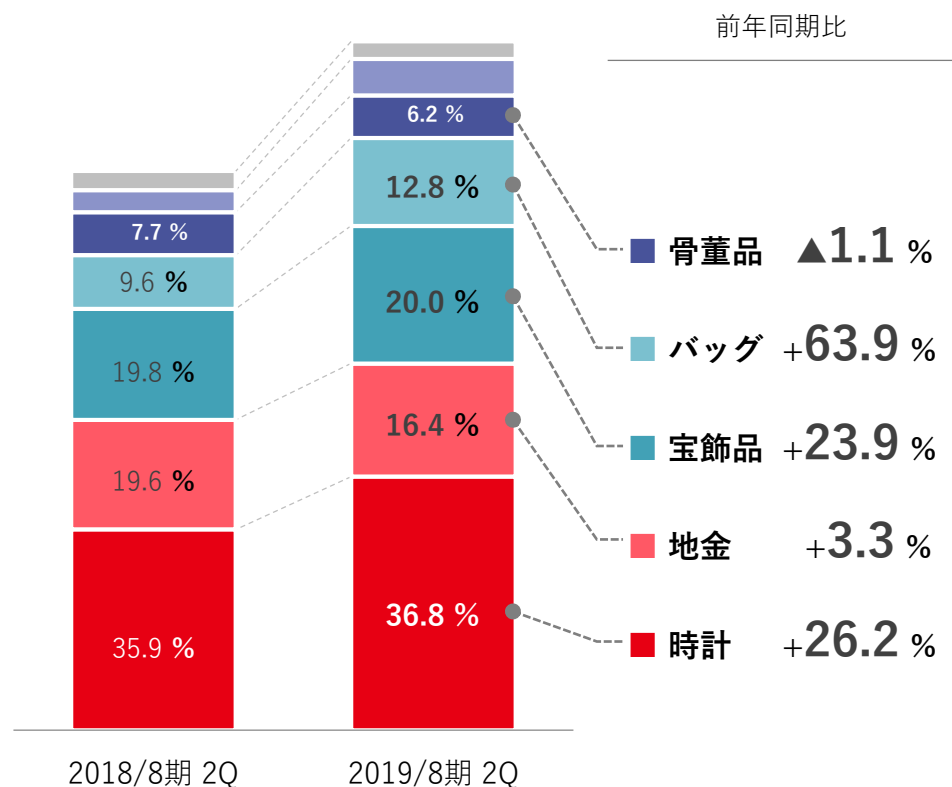
■ 四半期動向



取扱商品・国内外オークションの概況

- 取扱商品では仕入増に伴い、バッグ、アパレル・小物が急伸。ただし、取扱商品の中核は引続き時計・宝飾品
- オークションでは国内外とも対前年同期で30%増収を達成。オンラインの開始により落札比率は8.2pt低下するも回復の兆し

■ 売上高に占める取扱商品の割合



■ オークション動向

(単位：百万円)

	売上高		前年同期比
	2018/8期 2Q	2019/8期 2Q	
国内オークション	8,001	10,597	+32.4%
構成比	87.2%	87.1%	▲0.1pt
海外オークション	1,177	1,574	+33.7%
構成比	12.8%	12.9%	+0.1pt
計	9,178	12,171	+32.6%
落札比率	97.3%	89.1%	▲8.2pt
(リアルオークション)	(97.3%)	(94.7%)	(▲2.6pt)

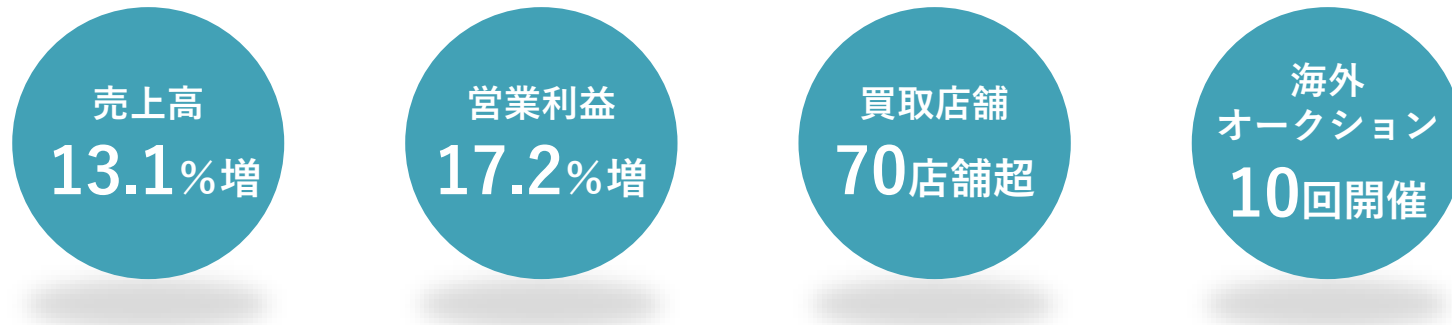
バランスシートの概況

- オークション回数増加に伴い、手元流動性をより潤沢に設定
- ただし、在庫に関しては前期末に意図的に高めの水準に引き上げた影響の反動から減少

	2018/8期末	2019/8期 2Q末	前年末差	(単位：百万円)
流動資産	8,615	10,930	+2,315	
現金及び預金	3,650	5,695	+2,044	2月末に実施した海外オークションなどの影響
売掛金	131	1,220	+1,088	
商品	4,606	3,859	▲747	オークション増への準備で意図的に高めていた在庫水準が通常レベルに回帰
その他	226	155	▲70	
固定資産	3,642	3,870	+227	
総資産	12,258	14,800	+2,542	
負債	6,461	8,545	+2,084	現預金と両建てで拡大。オークション増に伴い、手持ち流動性の引上げに対応
有利子負債	4,722	6,540	+1,818	
その他	1,739	2,005	+265	自己資本比率は42.3%
純資産	5,796	6,255	+458	
負債純資産合計	12,258	14,800	+2,542	

2019年8月期通期見通し

進捗順調で計画は据置き。現時点では保守的想定的位置づけ



■ 売上について

- ✓ 下期では、買取店舗10店舗超の新規出店および一部既存店舗の移転を予定
- ✓ オークション開催回数は、国内外ともに上期と同回数を見込む

■ 損益について

- ✓ 下期は、上期の円高の影響一巡などから、売上総利益では利益率向上を想定。ただし、不確定要素を考慮して営業利益段階では計画値は据え置き

2019年8月期の主たる進捗



販売 toB：オークション事業強化

STAR BUYERS AUCTION

■ 国内

オンライン入札オークション追加開催

仕入れ量の増加に伴い、2018年9月より開始

リアルオークション 4日間

11日：アパレル・小物 12日：時計
13日：ブランドジュエリー 14日：バッグ



オンライン入札オークション

23日：全ジャンル



■ 海外

香港オークション 5回開催

ダイヤモンド 3回 (9, 11, 2月) / 時計 2回 (11, 2月)

時計大会 本格稼働



THE EIGHT AUCTION

■ 国内

古美術八光堂 自社オークション本格化

他社販路での販売 ⇒ 自社販路へ

将来的な利益率の向上を目指す

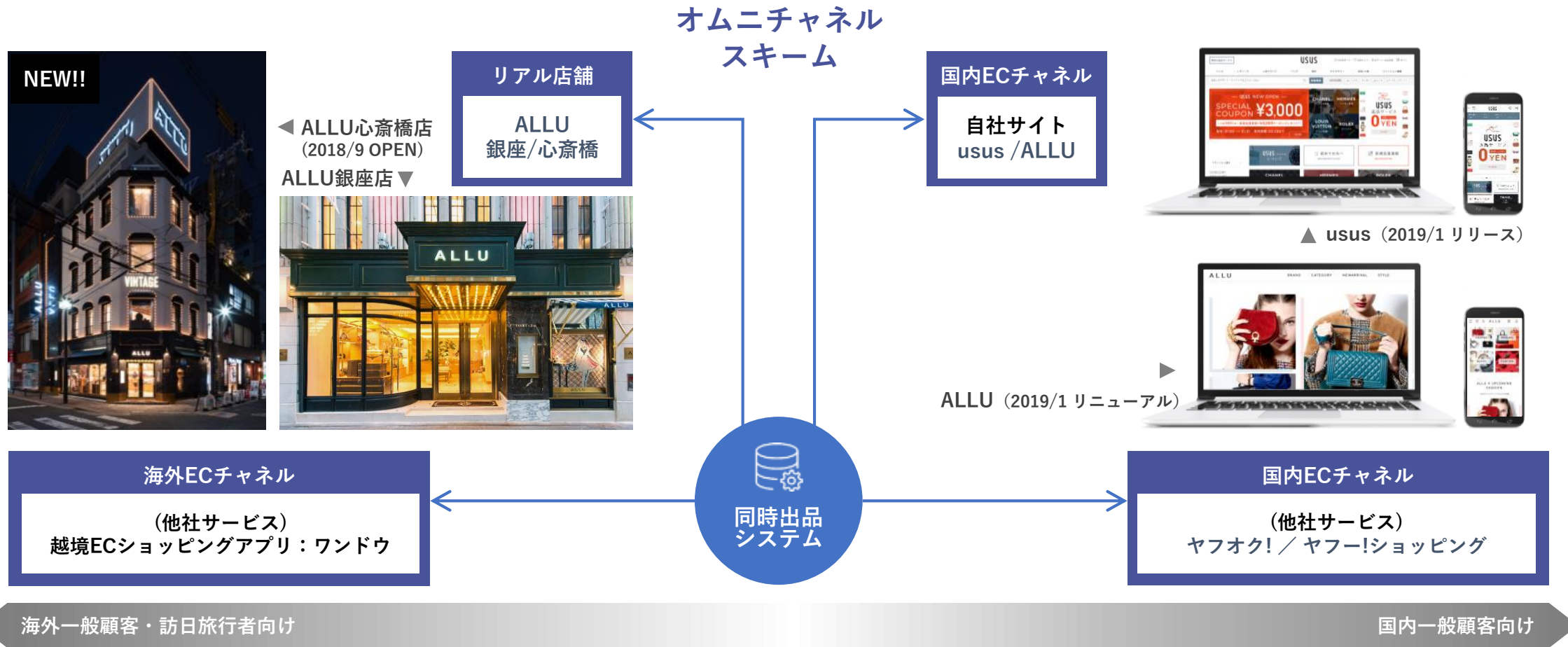
リアルオークション 2日間

偶数月 8日：骨董品 9日：茶道具
奇数月 8日：絵画 9日：書画



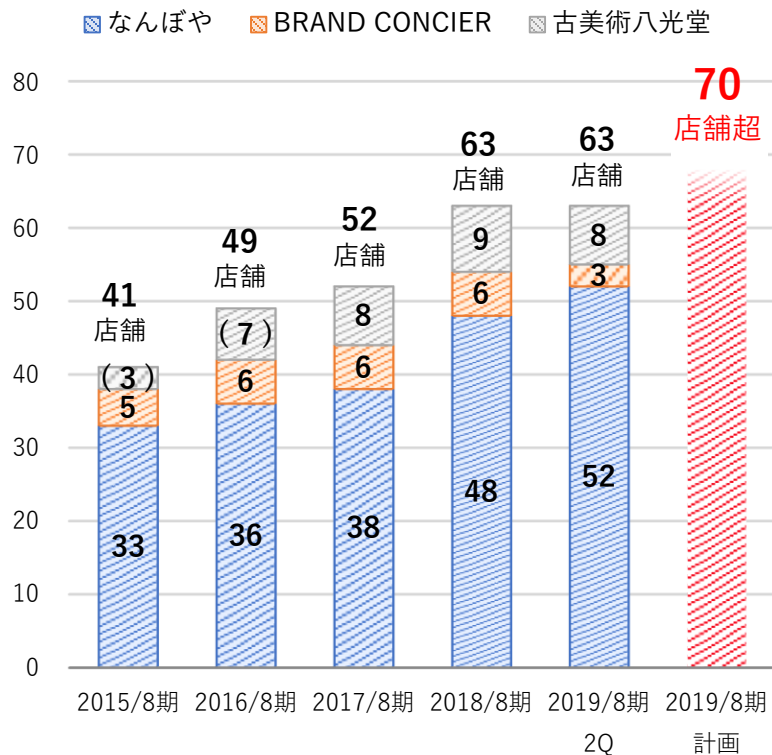
販売 toC：オムニチャネル化の推進

- 多様なチャネルを連携させて一般消費者との接点を拡大



買取 買取専門店「なんぼや」移転・新規出店

■ 買取店舗数の推移



※古美術八光堂は2017年2月に子会社化

※2019/8期 2Qにおいて、BRAND CONCIER 3店舗（難波店、大宮店、池袋店）、古美術八光堂1店舗（銀座店）は契約満了をもって退店（BRAND CONCIER 難波店は なんぼやNAMBAなんなん店にブランド変更の上移転）

■ 2019/8期 2Q 出店店舗



■ 2019/8期 3Q以降 新規出店 ※予定含む

- ・ 2019年3月1日
 - ：なんぼや 錦糸町店
 - ：なんぼや 調布パルコ店
 - ：なんぼや 新橋店
- ・ 2019年3月8日
 - ：なんぼや 府中ル・シーニュ店
- ・ 2019年3月14日
 - ：なんぼや 天満橋京阪シティモール店※移転
- ・ 2019年3月20日
 - ：なんぼや 浦和CORSO店
- ・ 2019年3月22日
 - ：なんぼや 藤沢ODAKYU湘南GATE店※移転
- ・ 2019年4月15日(予定)
 - ：なんぼや 東急プラザ赤坂店
 - ：古美術八光堂 大丸梅田店
- ・ 2019年4月(予定)
 - ：なんぼや 新宿西口店 ……など

その他 トピックス

■ 株式会社ユー・エム・イーの株式取得に向けた検討の進捗

2018年9月27日付の「株式取得に関する基本合意書締結のお知らせ」で開示した株式会社ユー・エム・イーの子会社化検討については、条件面等で最終合意に至らず、子会社化を中止

■ 公開買付けによる自己株式の取得を実施

当社主要株主のSFプロパティマネジメント合同会社^{※1}より保有当社株式の売却意向を受け、株主間の平等性及び取引の透明性の観点から公開買付けを実施。自己株式として取得

本公開買付の概要 及び 結果		
概 要	買付予定数	21万5千株
	公開買付価格	5,600円
	応募株式総数	17万9千株
	買付け等の期間	2019年1月15日～2月12日
	決済の開始日	2019年3月6日
結 果	応募株式総数	17万9千株
	取得株式総数	17万9千株
	取得金額	約10億円

自己株式の処分方針

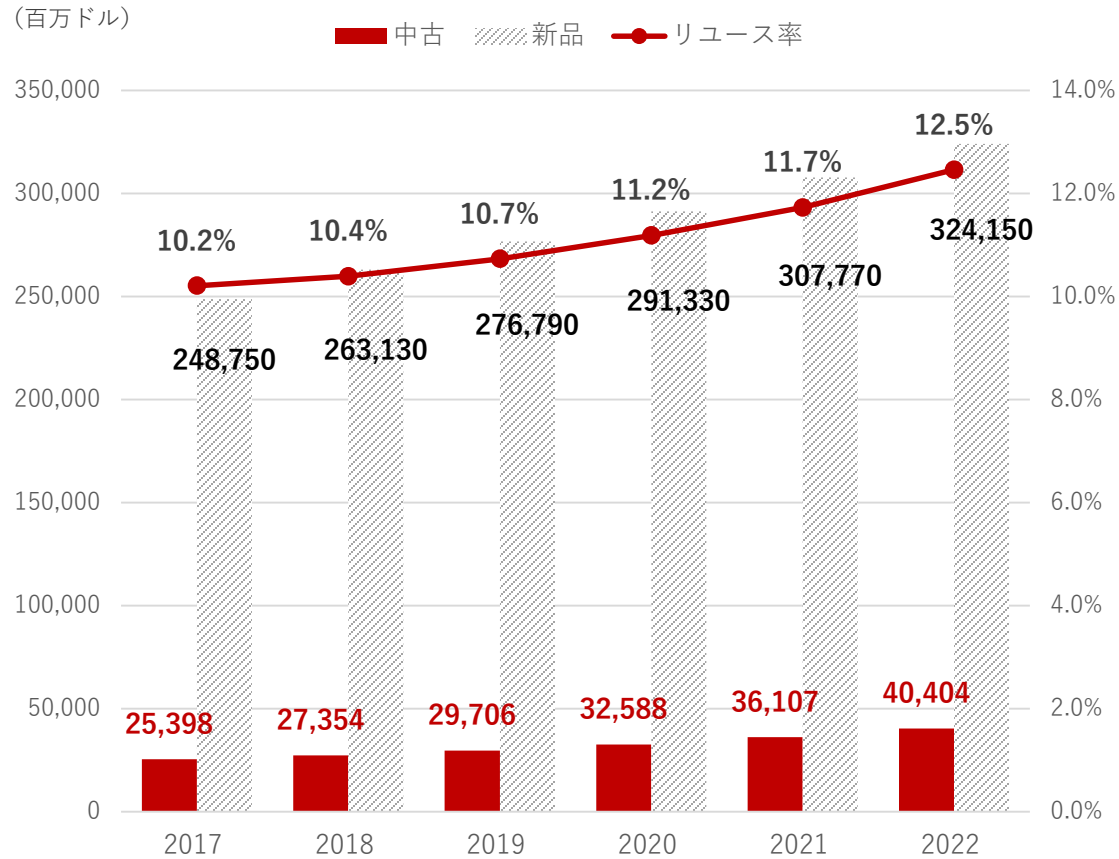
- ✓ 自己株式は消却せずに金庫株として保有
- ✓ 当社従業員向けインセンティブ、M&A等を通じた外部成長戦略などへの活用も検討

中期的経営戦略 ～更なる成長に向けて

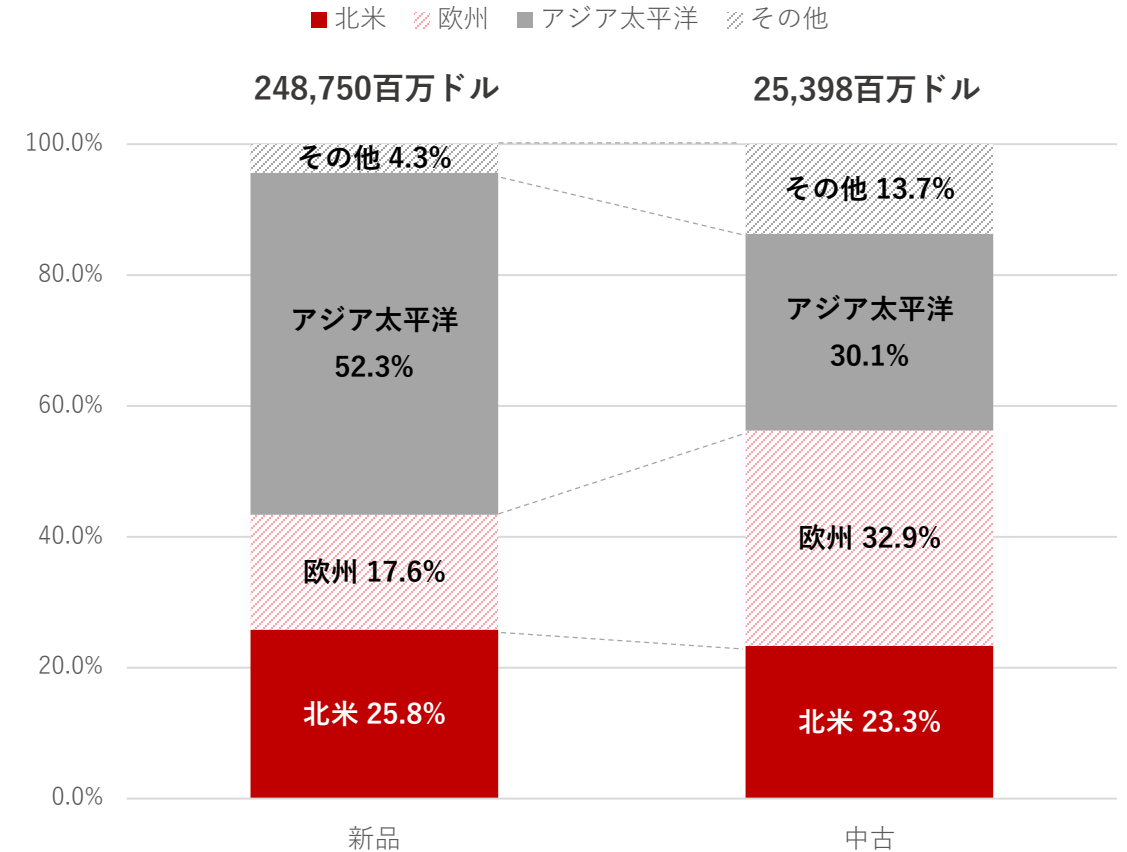


世界のラグジュアリー品市場規模

■ 世界のラグジュアリー新品及び中古市場とリユース率の推定



■ 地域別新品及び中古ラグジュアリー市場規模 (2017)



* 新品：Luxury Apparels, Jewelry, Premium watches, Luxury Accessories (eyewear, bonnet, handbags, cravet etc.)
 * 中古：Luxury Apparels, Jewelry, Watches, Bags, Accessories, Footwear
 出所：(新品) Daedal Research / (中古) Kay Dee Market Insights

世界の中古ラグジュアリー品市場規模（上位10か国）

（単位：百万ドル）

国名	2018		2023		増減	CAGR
		占有率		占有率		
米国	5,997.4	21.9%	9,676.8	21.2%	4,069.4	10.0%
日本	2,061.4	7.5%	3,539.0	7.7%	1,635.4	11.4%
中国	1,710.2	6.3%	3,367.7	7.4%	1,831.1	14.5%
イギリス	2,010.7	7.4%	3,316.0	7.3%	1,444.3	10.5%
フランス	1,665.9	6.1%	2,716.9	5.9%	1,162.7	10.3%
ドイツ	1,537.1	5.6%	2,480.1	5.4%	1,042.9	10.0%
インド	1,259.0	4.6%	2,315.3	5.1%	1,168.6	13.0%
イタリア	1,297.5	4.7%	1,839.1	4.0%	594.1	7.2%
スペイン	1,161.7	4.2%	1,802.9	3.9%	708.3	9.2%
メキシコ	826.8	3.0%	1,505.3	3.3%	750.8	12.7%

グローバルでも
市場成長ピッチ
は高い

日米欧中の市場は
2018年で
170億ドル超

今後5年で
日米欧中市場は
300億ドル程度
まで拡大

さらなる成長へ向けた取組①

Luxury Data 収集の強化

● 買取拠点の拡充

- 国内：63店舗から2019/8期は70店舗超へ（主要都市・商業施設内を中心に出店／以降はM&Aも検討）
- 海外：香港を皮切りに、各国での買取（仕入れ）実施を検討
⇒ **一般消費者の顧客データ、趣味・嗜好データの取得**

● 海外販売の強化

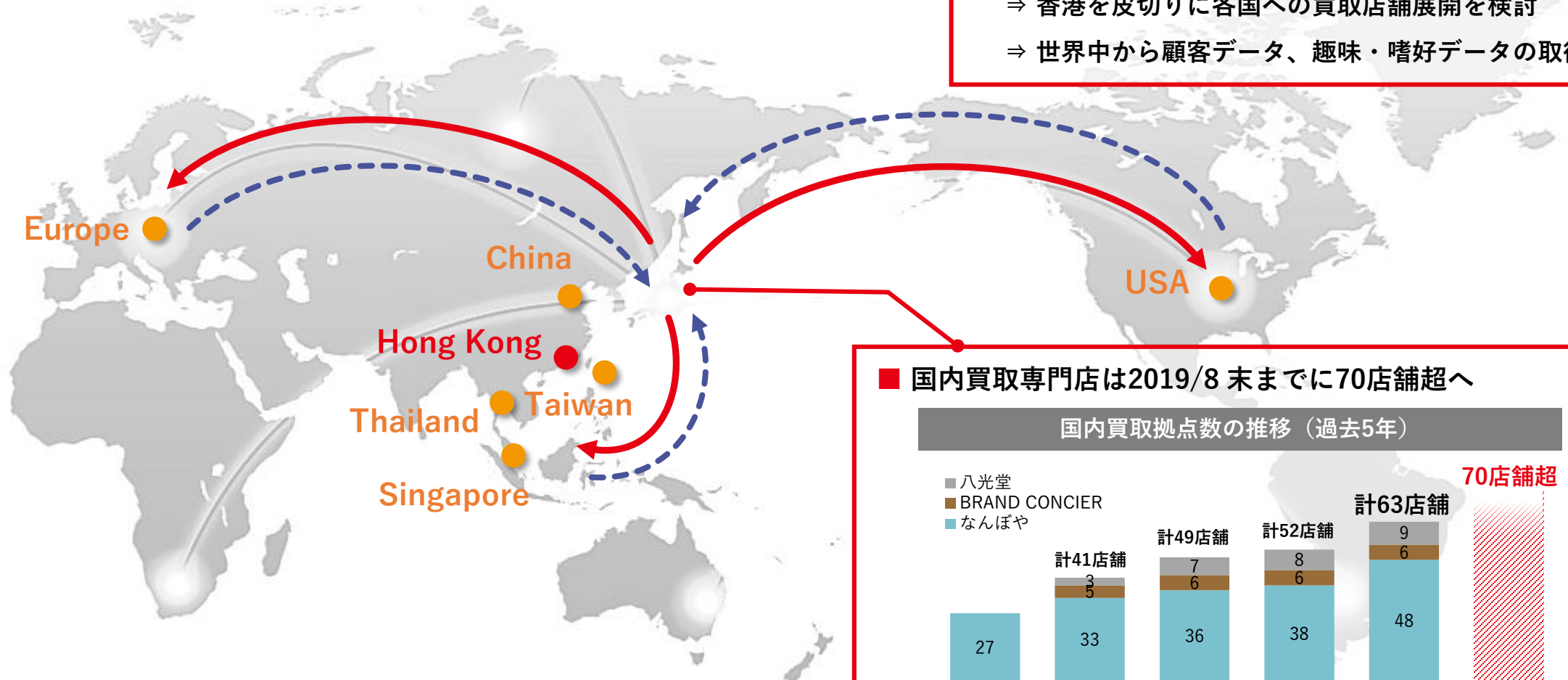
- 卸売：香港をはじめ、諸外国でのリユース商材販売を強化（卸売）
- オークション：各国への効率的な販売を目指し、オンライン化を推進
⇒ **世界各国の相場データの取得**

Data
収集強化

国内・海外での買取拠点の拡大

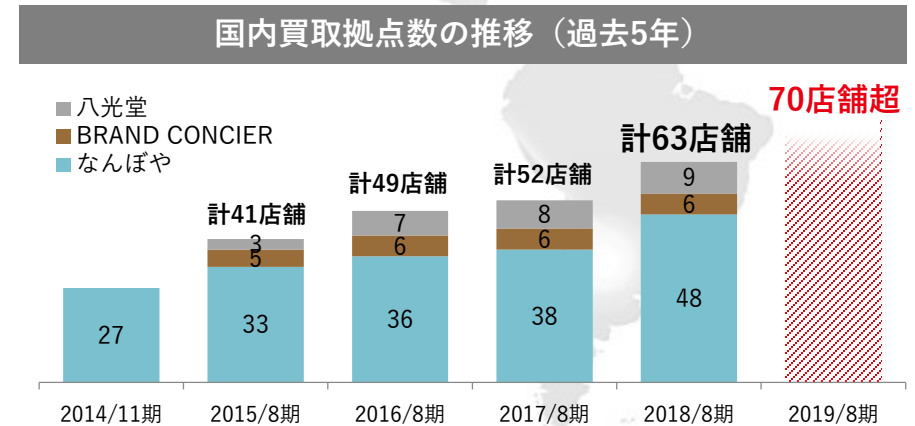
■ 海外での買取拠点展開・運営

- ⇒ 香港を皮切りに各国への買取店舗展開を検討
- ⇒ 世界中から顧客データ、趣味・嗜好データの取得



→ 買取拠点の拡大
- - - データ

■ 国内買取専門店は2019/8 末までに70店舗超へ



※ 2015/8期より決算期変更 ※ 古美術八光堂は2017年2月に子会社化

Data
収集強化

海外販路の強化・拡大

Checked in Japan の
良質なリユース品を世界へ



■ リアルオークション（日本・香港）から オンラインオークションへ



⇒ 世界各国での販売による世界相場の把握へ

さらなる成長へ向けた取組②

Personal Wealth Management の推進

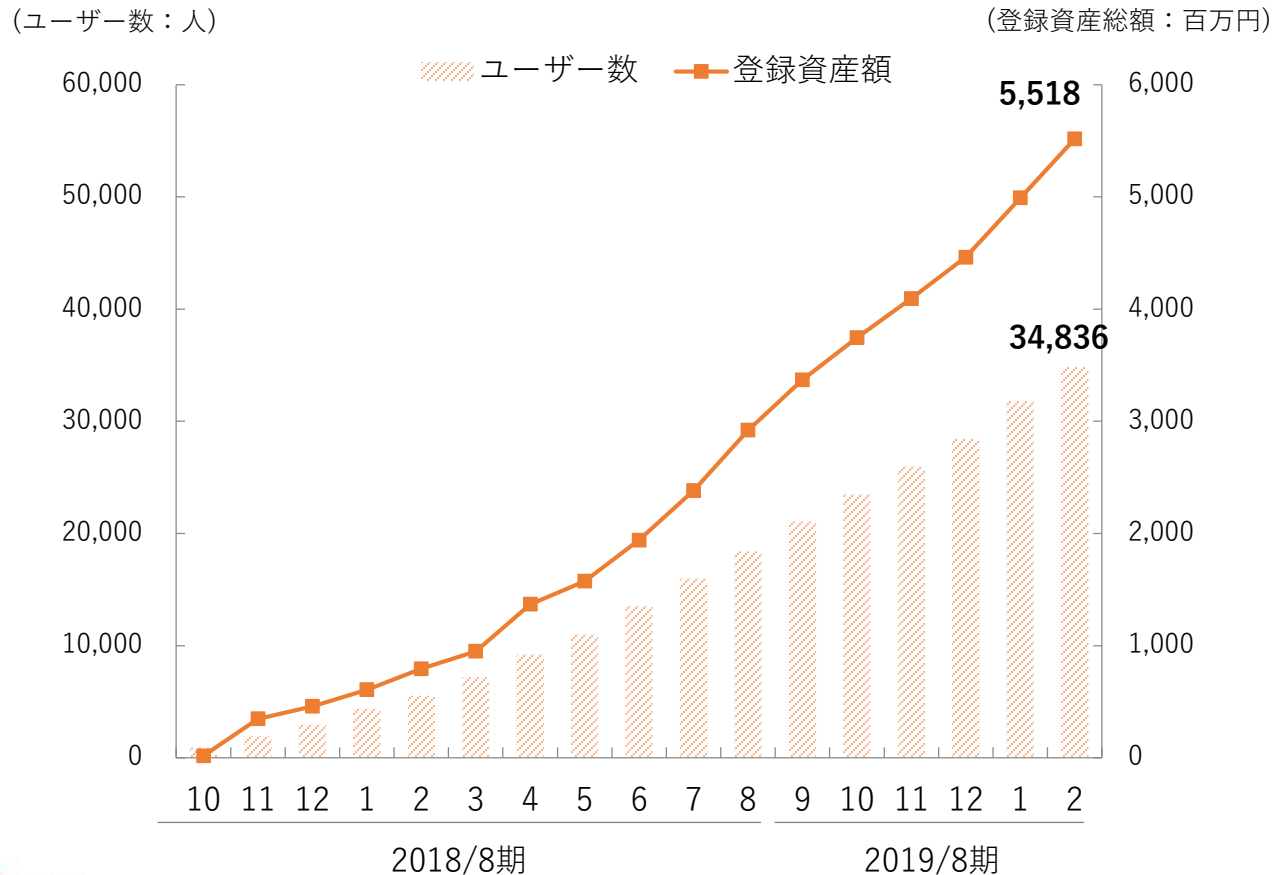
- 資産管理アプリの機能向上

- 時計、バッグ、ブランドジュエリーから、骨董品、不動産、自動車等へのジャンル拡大を検討
 - 異業種企業との業務提携や、他サービスとのサービス連携も選択肢として積極的に検討
- ⇒ 各国で収集した Luxury Data も反映させ、あらゆる資産の管理・運用を促す

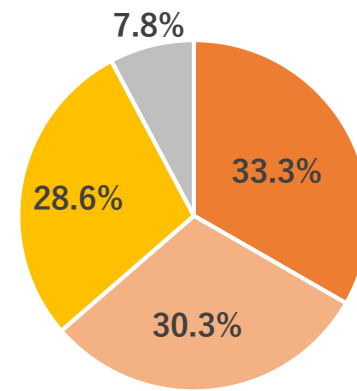
PWMの
推進

資産管理アプリ「miney」の動向

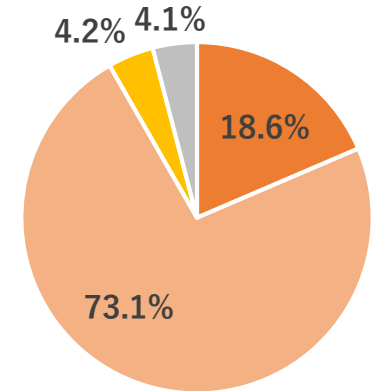
- 2019/8期の「miney」は、ノープロモーションながら登録資産総額およびユーザー数ともに、月平均約10%で成長
- 登録商品数約3.7万点、登録資産総額約55億円に到達し、登録資産総額の内、約5%程度が実際の買取へ



登録商品数
約3.7万点



登録資産額
約55億円



■ バック ■ 時計 ■ アクセサリ・小物 ■ その他

■ アンドロイド版 リリース

2018年12月：miney アンドロイド版 リリース
⇒さらなる利用者数・資産登録額の確保を目指す

■ ジャンル拡充へ向けた取組

現状の時計・バッグ・ブランドジュエリー等に加え、
骨董品分野の拡充に向けて準備中



(iOS版/Android版)



資産管理アプリ「miney」による「モノ」の資産化

「miney」により「モノは消耗品から資産へ」

【これまで】
モノ = 消耗品



買う



使う



捨てる

OR



取っておく

いつか使うかもしれない...

【これから】
モノ = 資産



買う



使う



「資産」に変える



『miney』により
「コスト」から『資産』へ

将来はその一部
がリユース市場へ

目指す姿

経営ミッション

世界中の“価値”をオープンにし、
ライフスタイルをスマートにする。

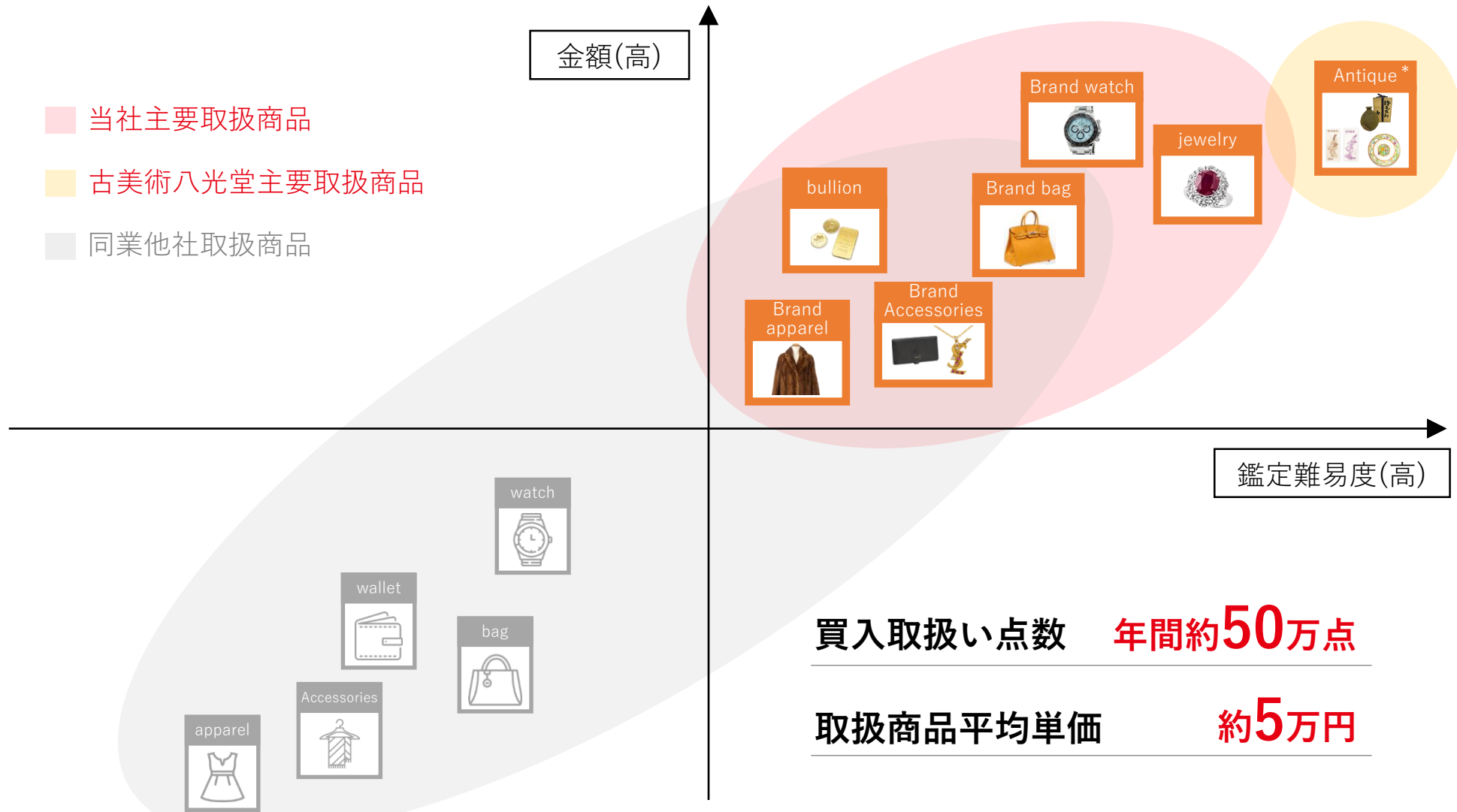
経営ビジョン

ラグジュアリーリユースカンパニーから
グローバルラグジュアリーデータカンパニーへ

Appendix



鑑定難易度が高い高級品を主体とした取扱い



*：骨董品・古美術品については子会社古美術八光堂で展開（骨董品美術品の鑑定能力増強のために2017年に子会社化）

業界におけるポジション

リユース売上上位10社

順位	会社名	リユース売上 (億円)	全社売上 (億円)
1	ゲオHD	994.2	2992.6
2	ブックオフグループHD	787.8	800.5
3	大黒屋 (※チケット)	446.0	446.0
4	コメ兵	390.0	455.0
5	SOU	315.3	315.3
6	甲南チケット	249.9	249.9
7	大黒屋HD	201.0	205.0
8	バイク王&カンパニー	175.4	182.5
9	エーツー	170.2	224.0
10	ハードオフコーポレーション	169.4	185.2

ブランド宝飾品売上上位10社

順位	会社名	ブランド宝飾品 売上 (億円)	売上比率
1	コメ兵	335.4	86.0%
2	SOU	271.8	86.2%
3	大黒屋HD	201.0	100.0%
4	HAPPYPRICE	126.2	100.0%
5	エコリングHD	125.3	87.5%
6	おお蔵	106.7	100.0%
7	ブランドオフ	99.2	97.0%
8	アールケイエンタープライズ	98.3	95.0%
9	K-GOLDインターナショナル	85.0	100.0%
10	ギャラリーレア	73.8	94.0%

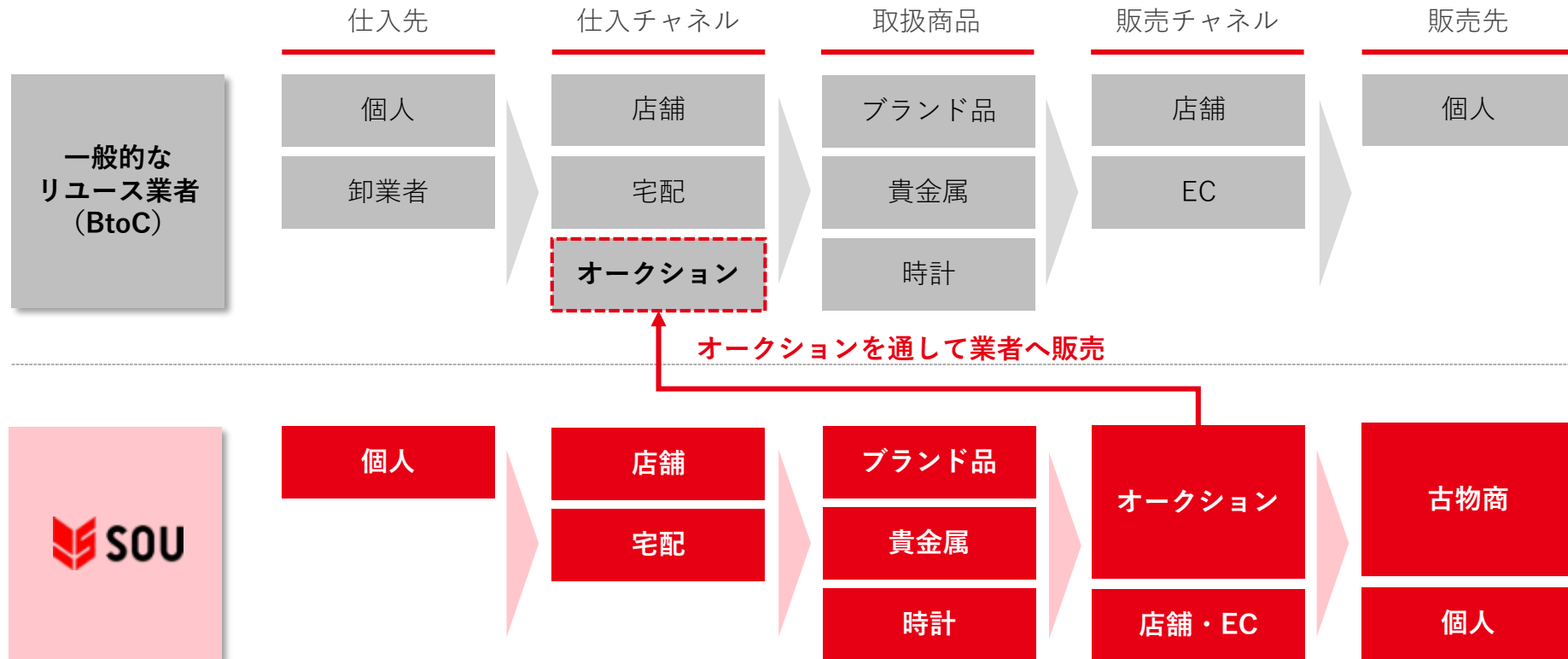
出所：株式会社リフォーム産業新聞社「リサイクル通信」第455号、第456号

- 会社設立より7年で売上はリユース業界トップクラスに成長
- 日本でのSOUのビジネスの仕組みとポジショニングが盤石となり、今後は海外展開を加速させるフェーズに

同業他社への商材供給モデル

同業他社に対し「商材を供給」(C to B to Bモデル)

- 買い手は業者なため、一定の需要量が安定的に存在
- 多様な商材の大量販売により、適正市場価格の把握が可能





- 本資料における2015/8期、2016/8期に関する数字情報、また売上高の販路別内訳およびオークション実績の内訳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、実際の業績はさまざまなリスクや不確定な要素などの要因により、異なる可能性があります。
- 当資料は「2019年8月期 第2四半期 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】

株式会社S O U 社長室 広報IR課

TEL : 03-4580-9983 / Mail : contact@ai-sou.co.jp