



2019年8月期 決算説明資料

2019年10月15日
株式会社SOU
(東証マザーズ：9270)

目次

■ 会社概要	02
■ 2019年8月期 業績について	06
■ 2019年8月期 トピックス	16
■ 2020年8月期 業績目標	21
■ 2020年8月期以降の成長戦略	23
■ Appendix	40



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

会社概要

会社名	株式会社SOU
代表者	寄本 晋輔
本店所在地	東京都港区港南1丁目
創業	2011年12月
資本金	1,027百万円（2019年8月末）
従業員数	471名（2019年8月末）※連結，正社員のみ
事業内容	ブランド品・貴金属・骨董品等の買取及び販売
セグメント	ブランド品、骨董・美術品等リユース事業（単一）
連結子会社	株式会社古美術八光堂，STAR BUYERS LIMITED

グループ事業ブランド

買取



オークション (toB)



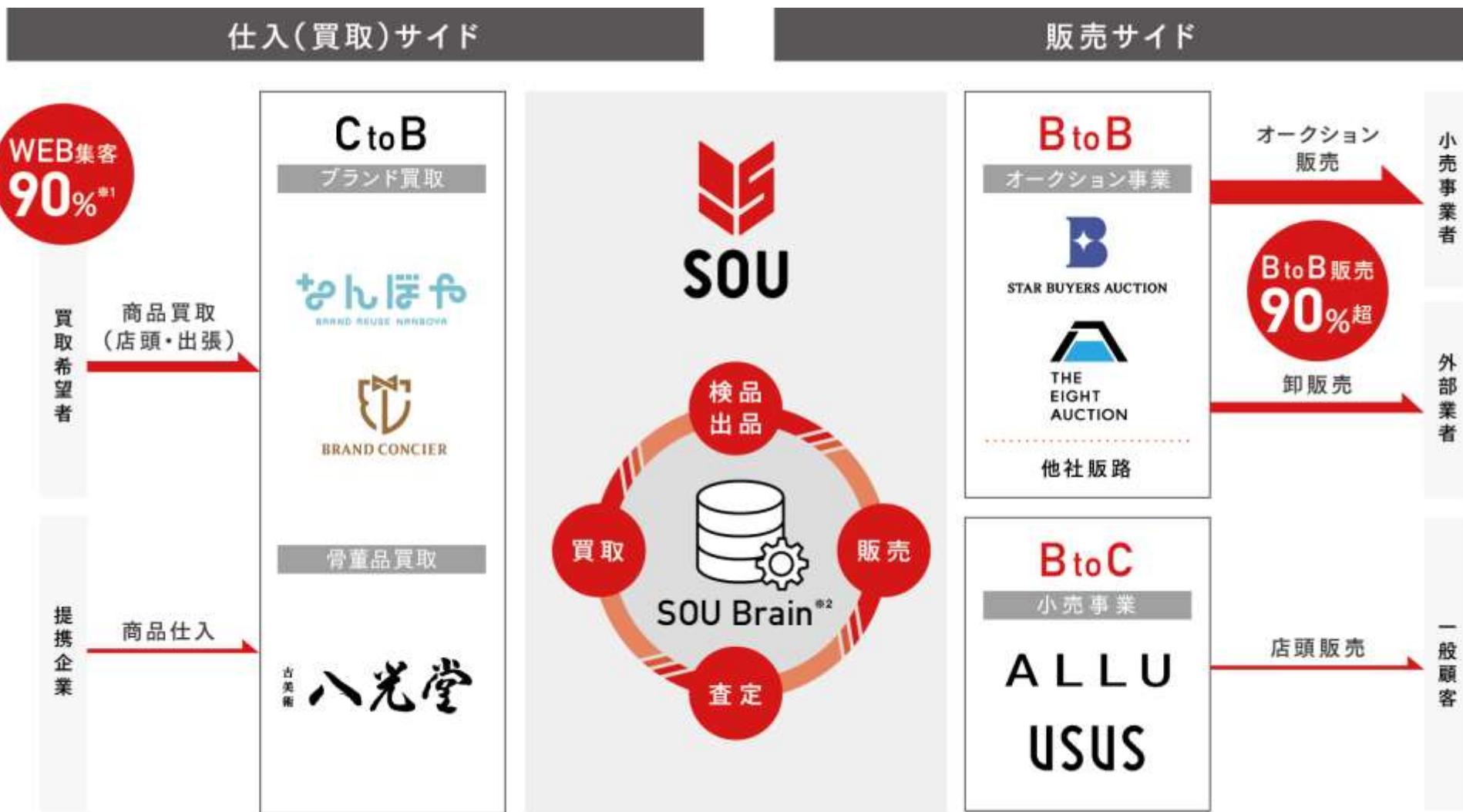
小売 (toC)



アプリ



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

2019年8月期 業績について



2019年8月期 業績のポイント

3期連続 増収増益を達成

売上・利益ともに業績見通しに対しても上振れで着地

売上高
19.9%増

海外売上高
17.9%増

営業利益
19.4%増

在庫回転期間
61.4日

ROE
23.4%

■ 売上について

- ✓ 売上高は前年同期比 +19.9% (業績見通し +6.0%)
- ✓ 国内・海外販路 および to B・to C販路のいずれにおいても前年同期比 +20%前後の増収を達成

■ 利益について

- ✓ 売上総利益率は円高によるオークション落札額の低下や社内オペレーションの変更、金相場高騰による地金取扱い量の増加等に伴い前年同期比 1.7pts の低下するも、売上総利益は前年同期比 +12.4%
- ✓ 一方、販売費及び一般管理費の効率的な使用により、営業利益率は前年同期並みを維持

2019年8月期 業績

(単位：百万円)

	2018/8期	2019/8期	増減率
売上高	31,529	37,799	+19.9%
売上総利益	8,570	9,633	+12.4%
売上総利益率	27.2%	25.5%	▲1.7pts
販売費及び一般管理費	6,693	7,393	+10.5%
営業利益	1,876	2,240	+19.4%
経常利益	1,806	2,262	+25.3%
経常利益率	5.7%	6.0%	+0.3pts
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,242	1,458	+17.4%

2019/8期 見通し	達成率
35,650	106.0%
9,600	100.4%
26.9%	—
7,400	99.9%
2,200	101.8%
2,130	106.2%
6.0%	—
1,450	100.6%

2019年8月期 財務概要

(単位：百万円)

	2018/8期	2019/8期	差 異
流動資産	8,615	9,874	+1,258
現預金	3,650	4,103	+452
棚卸資産	4,610	4,865	+255
その他	354	904	+550
固定資産	3,642	4,237	+595
総資産	12,258	14,111	+1,853
負債	6,461	7,416	+955
有利子負債	4,722	5,435	+713
その他	1,739	1,981	+241
純資産	5,796	6,695	+899
負債・純資産 合計	12,258	14,111	+1,853

買取店舗の新規出店に伴う仕入れ量増加のため

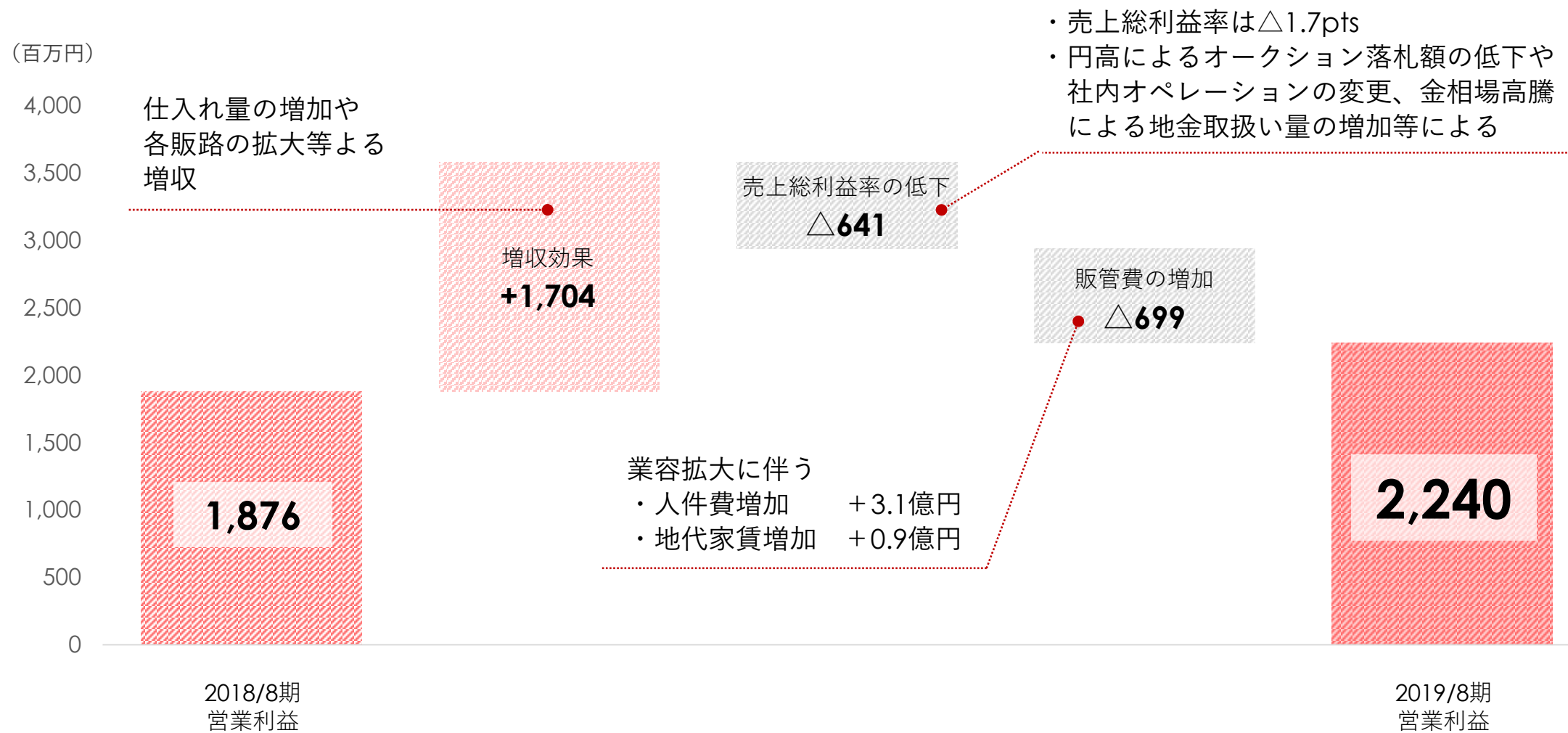
仕入れ増加により商品が増加
在庫回転日数は61.4日と高水準
(2018/8期：63.9日)

買取店舗や小売り店舗の新規出店、
香港法人Star Buyers Limited のオ
フィス拡張移転等に伴う建物及び
構築物（順額）等の増加による

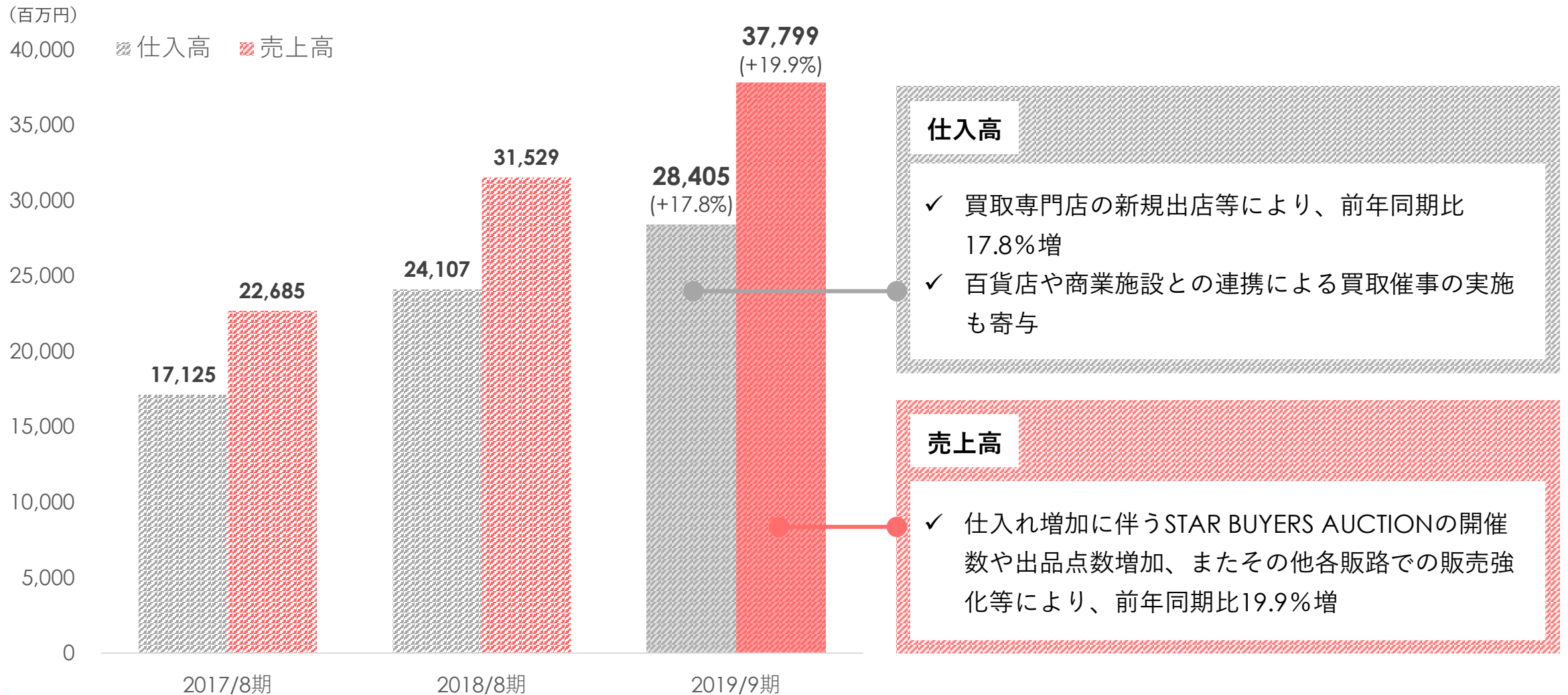
事業拡大等に伴う運転資金確保に
向けた短期借入金調達

自己株式の取得及び処分に伴い資
本剰余金及び自己株式は減少する
も、利益剰余金の増加により株主
資本増加

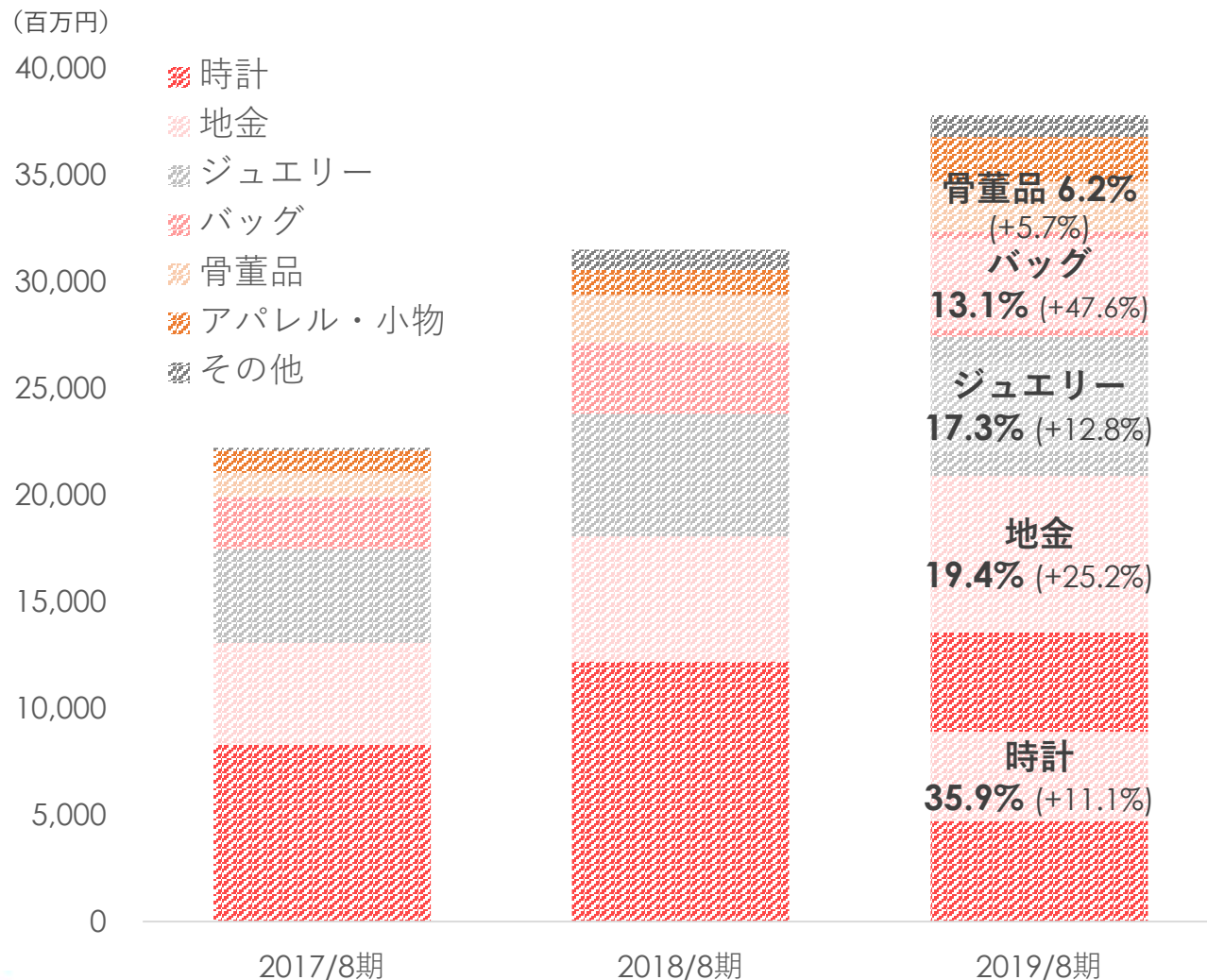
営業利益の増減



仕入高・売上高



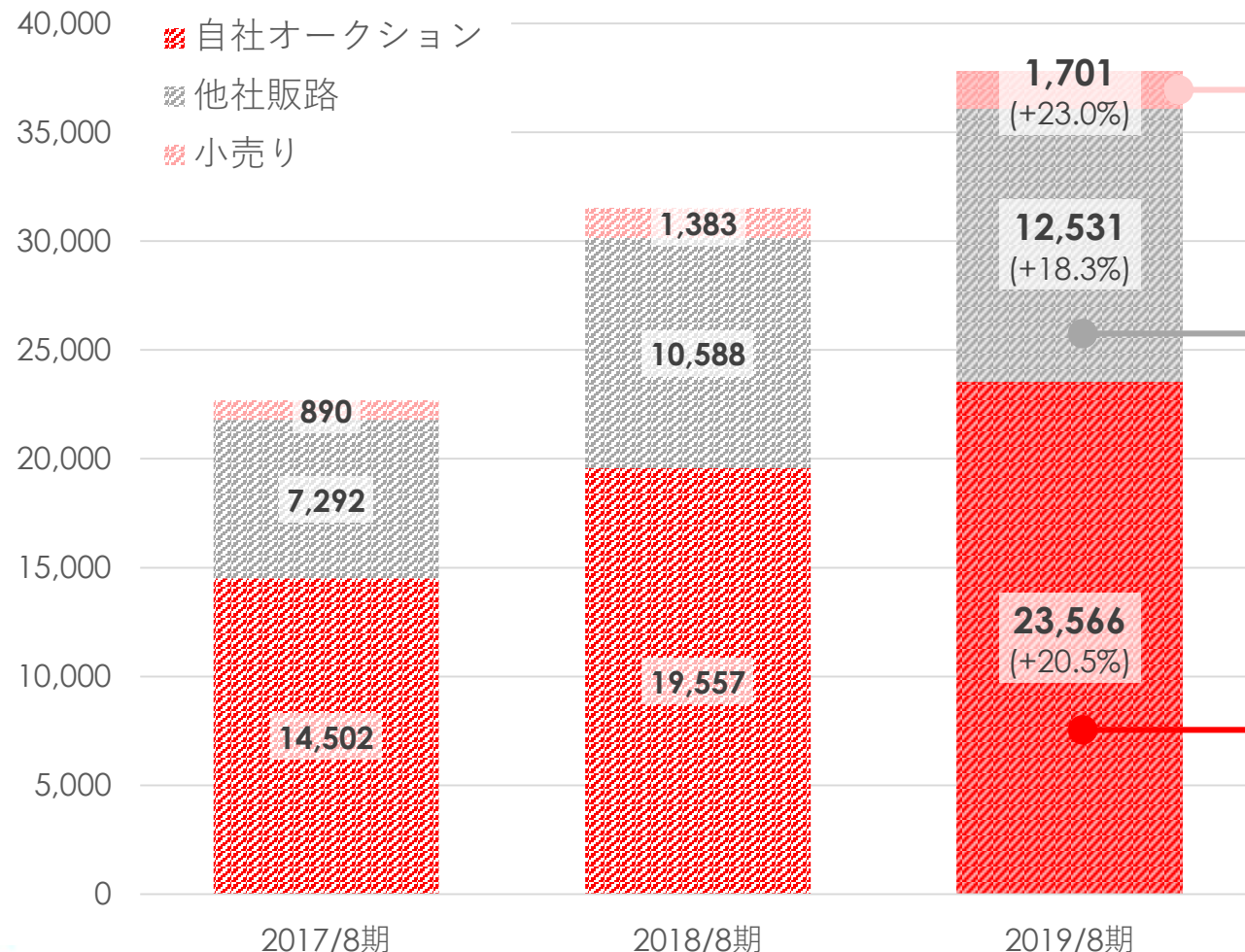
ジャンル別売上高比率



- ✓ 注力する時計・ジュエリーといった高単価商材はいずれも前年同期比10%以上
- ✓ 金相場の高騰による貴金属類の買取量増加に伴い地金売上は前年同期比25.2%
- ✓ 買取専門店の新規出店や金相場高騰等による買取機会の増加に伴い、バッグやアパレル類の取扱い額（量）も副次的に増加

販路別売上高 (to B, to C)

(百万円)



小売り

- ✓ ALLU 心齋橋店、ECサイト usus のオープン等により、前年同期比23.0%増

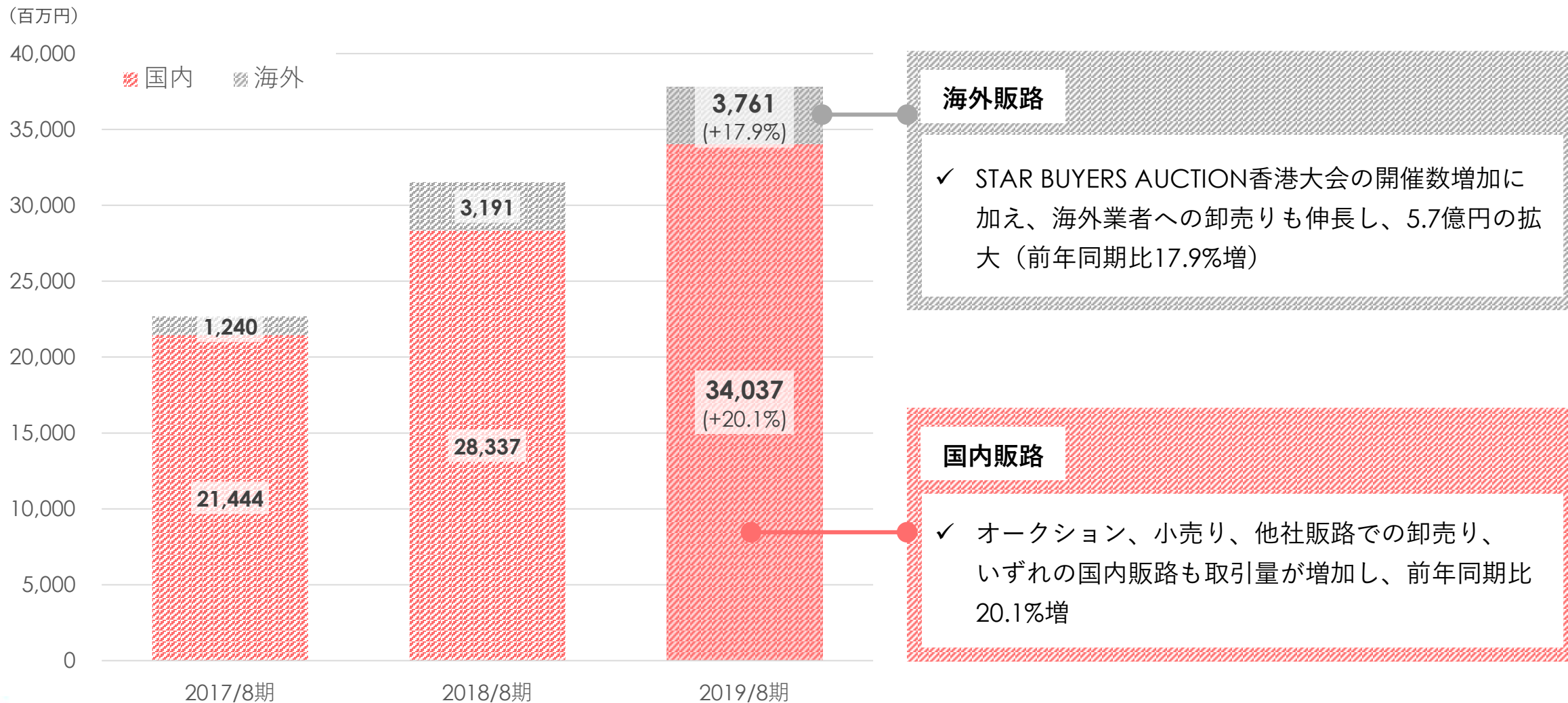
他社販路

- ✓ 2Qの販売促進や地金相場の上昇に伴う地金買取増加も影響し、前年同期比18.3%増

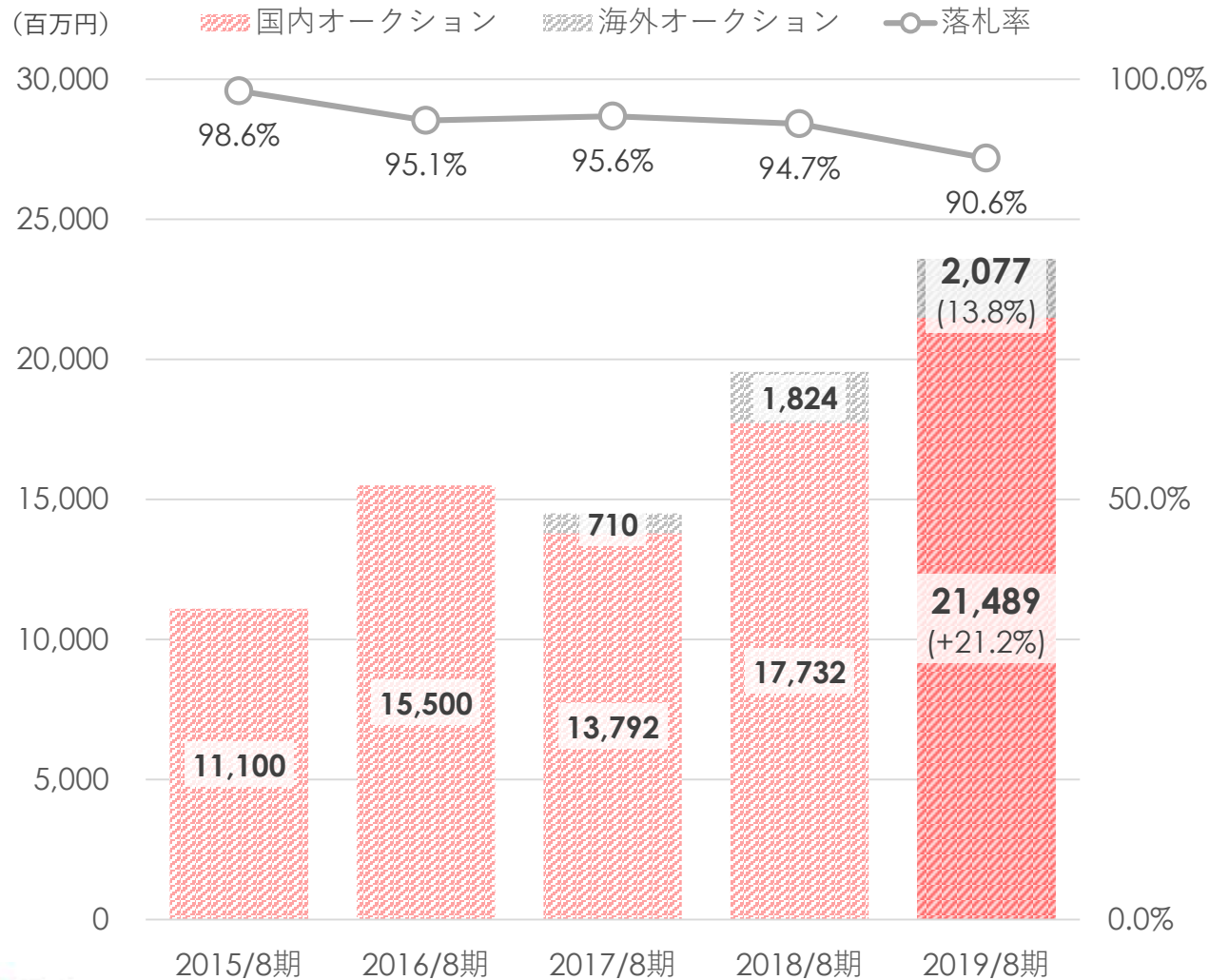
自社オークション

- ✓ STAR BUYERS AUCTION 国内大会・香港大会の開催数増加により、前年同期比20.5%増
- ✓ THE EIGHT AUCTIONの通期開催により、2018/8期に他社販路にて販売していた骨董品・美術品が自社オークション売上に

販路別売上高（国内, 海外）



オークション実績推移



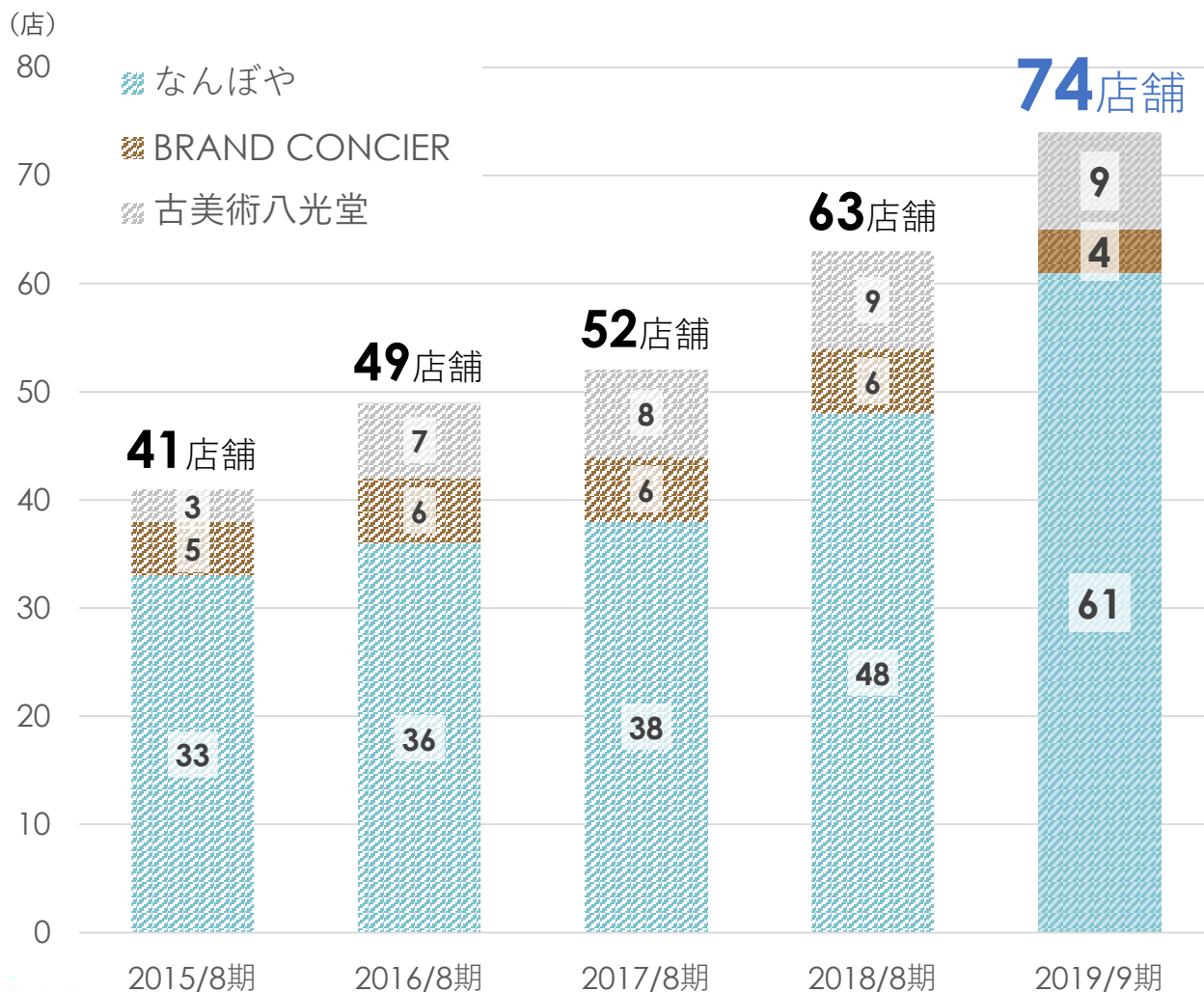
オークション開催回数

	2018/8期	2019/8期
STAR BUYERS AUCTION (国内・リアル)	48回	48回
STAR BUYERS AUCTION (国内・オンライン入札)	—	12回
STAR BUYERS AUCTION (香港)	4回	7回
THE EIGHT AUCTION	2回	24回

- ✓ 開催数の増加等により、国内・海外ともにオークション売上高は増加
- ✓ 落札率はオンライン入札オークションのスタートの影響により低下するも、90.6%と高水準。リアル大会のみの落札率は94.8%と前年同期並み

2019年8月期 トピックス





- ✓ なんぼや
 - 商業施設を中心に12店舗を新規出店するとともに、4店舗の移転を実施
 - ✓ BRAND CONCIER
 - 松坂屋へ1店舗新規出店
 - 契約満了に伴い、買取ブランド全体の集客効率化を狙った「なんぼや」へブランド変更等のため、3店舗の退店を実施
 - ✓ 古美術八光堂
 - 古美術八光堂としては初の百貨店進出となる大丸へ1店舗出店
- ⇒ 2019/8期末に国内70店舗超の計画を達成
- ✓ 海外
 - STAR BUYERS LIMITED オフィスにて、7月より香港での買取りをスタート

□ STAR BUYERS AUCTION (ブランド品類) / 国内

- 仕入れ量の増加に伴い、2018年9月よりオンライン入札オークションを実施
- 毎月11日～14日：
リアルオークション
- 毎月23日：
オンライン入札オークション



□ THE EIGHT AUCTION (骨董品・美術品)

- 2018年8月よりスタートした骨董・美術品のオークション本格開催（毎月8,9日 計2日間）



□ STAR BUYERS AUCTION (ダイヤほか) / 香港

- ダイヤモンド大会：計4回 実施
(2018年9月, 11月, 2019年2月, 6月)
- 時計大会：計2回 実施 (2018年11月, 2019年2月)
- ジュエリー大会：計1回 実施 (2019年6月 テスト実施)
- 2019年4月、海外販路拡大等に向け、香港法人 Star Buyers Ltd. をオークション会場併設の新オフィスに拡張移転

□ ALLU, usus (小売り)

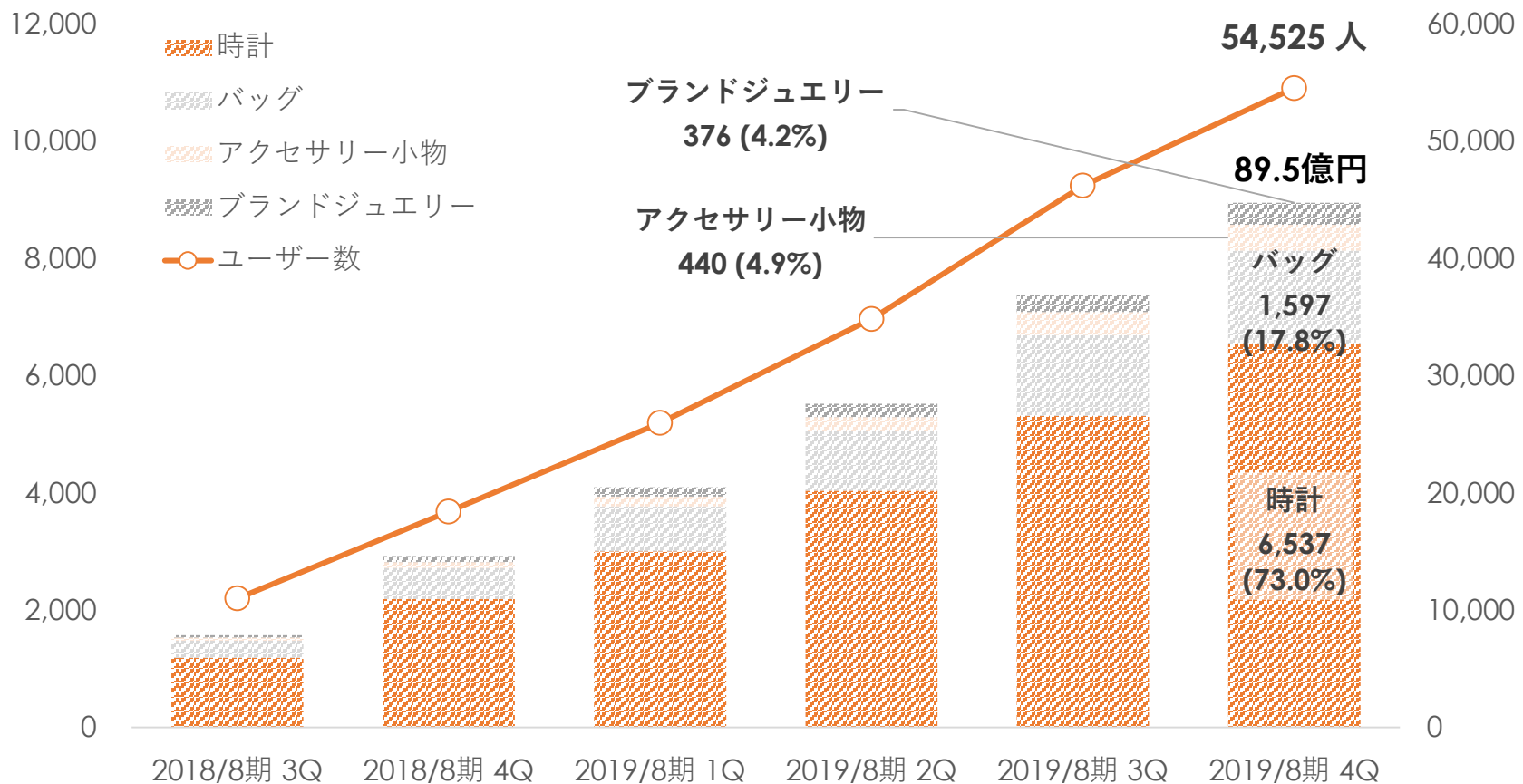
- 2019年9月、ALLU心齋橋店をオープンし、東京・銀座に加え大阪・心齋橋エリアでの顧客増を図る
- 2019年1月にはECサイト ALLU リニューアルと usus のリリースを同時に行い、一般消費者との接点を拡大
- ECにおいては同時出品システムを採用し運用の効率化も併せて実施

資産管理アプリ「miney」の動向

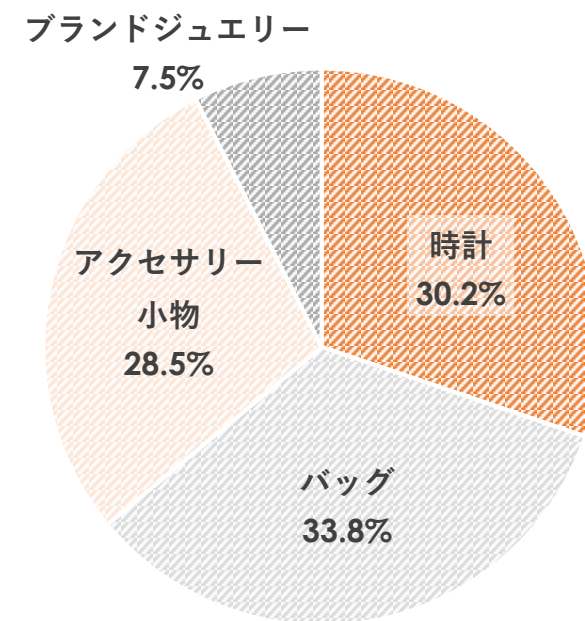
ユーザー数と登録資産額の推移

(登録資産額：百万円)

(ユーザー数：人)



登録商品数
約57,000点



□ 譲渡制限付株式報酬としての自己株式の処分

当社グループの取締役、従業員に対し、株価上昇・企業価値向上へのモチベーションをより一層高めることを目的に、譲渡制限付株式報酬として自己株式を割り当てることを決定。

※2019年3月6日に取得した自己株式179,000株のうち、2019年8月1日に170,170株を上記により処分予定。

割当対象者	譲渡制限付株式の種類	譲渡制限期間
当社取締役	譲渡制限付株式Ⅰ	2019年8月1日～ 2021年10月31日
当社子会社の取締役		
当社グループの幹部従業員	譲渡制限付株式Ⅱ	2019年8月1日～ 2021年7月31日
当社グループの従業員		

□ 持株会社体制移行の検討を開始

より一層の経営の効率化や市場環境の変化への柔軟な対応のため、また、各社の責任と権限を明確化しそれぞれが自立した経営を行うことでグループ全体のさらなる成長を目指すため、持株会社体制への移行の検討を開始。

※2019年9月10日「会社分割による持株会社体制への移行準備及び子会社（分割準備会社）の設立に関するお知らせ」を開示

2020年8月期 業績目標



2020年8月期 業績目標

(単位：百万円)

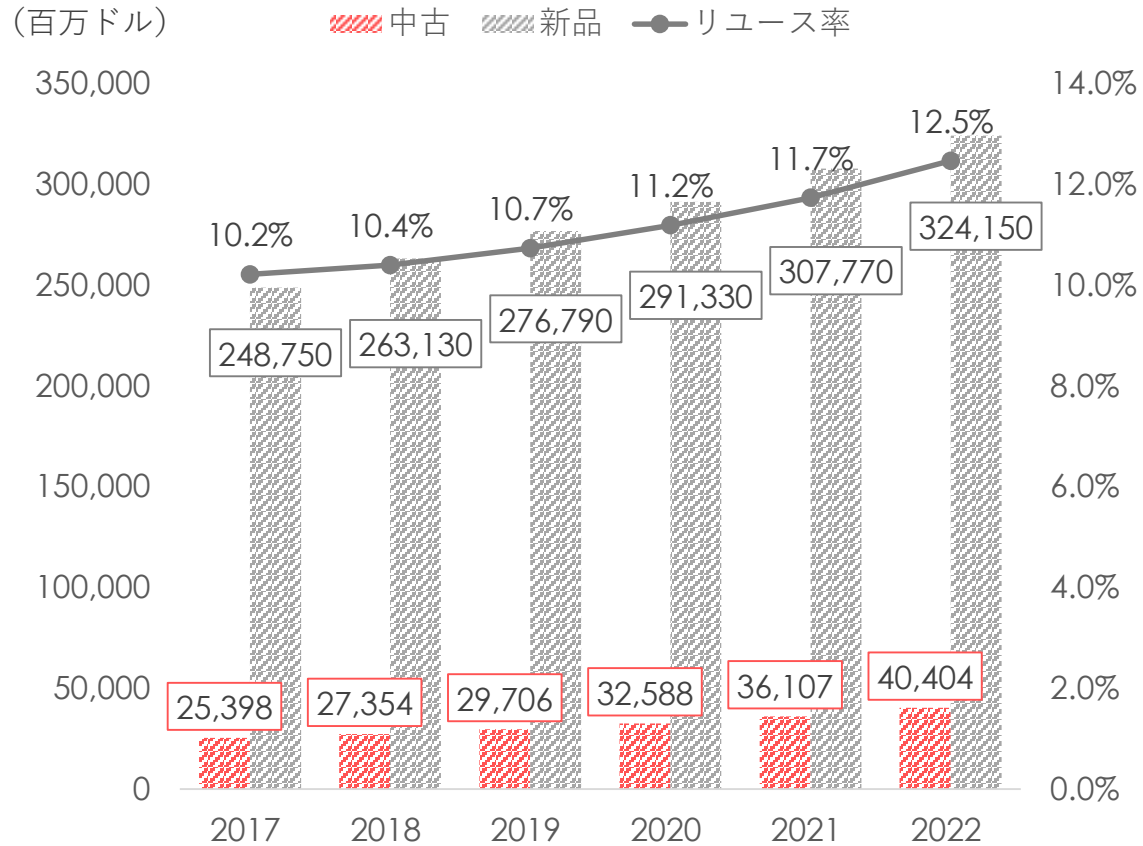
	2018/8期 実績	2019/8期 実績	2020/8期 目標	差異	
				増減額	増減率
売上高	31,529	37,799	43,700	+5,900	+15.6%
売上総利益	8,570	9,633	11,450	+1,816	+18.9%
売上総利益率	27.2%	25.5%	26.2%	+0.7pt	—
販売費及び一般管理費	6,693	7,393	8,800	+1,406	+19.0%
営業利益	1,876	2,240	2,650	+409	+18.3%
経常利益	1,806	2,262	2,600	+337	+14.9%
経常利益率	5.7%	6.0%	5.9%	▲0.1pt	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,242	1,458	1,650	+191	13.1%

2020年8月期以降の成長戦略

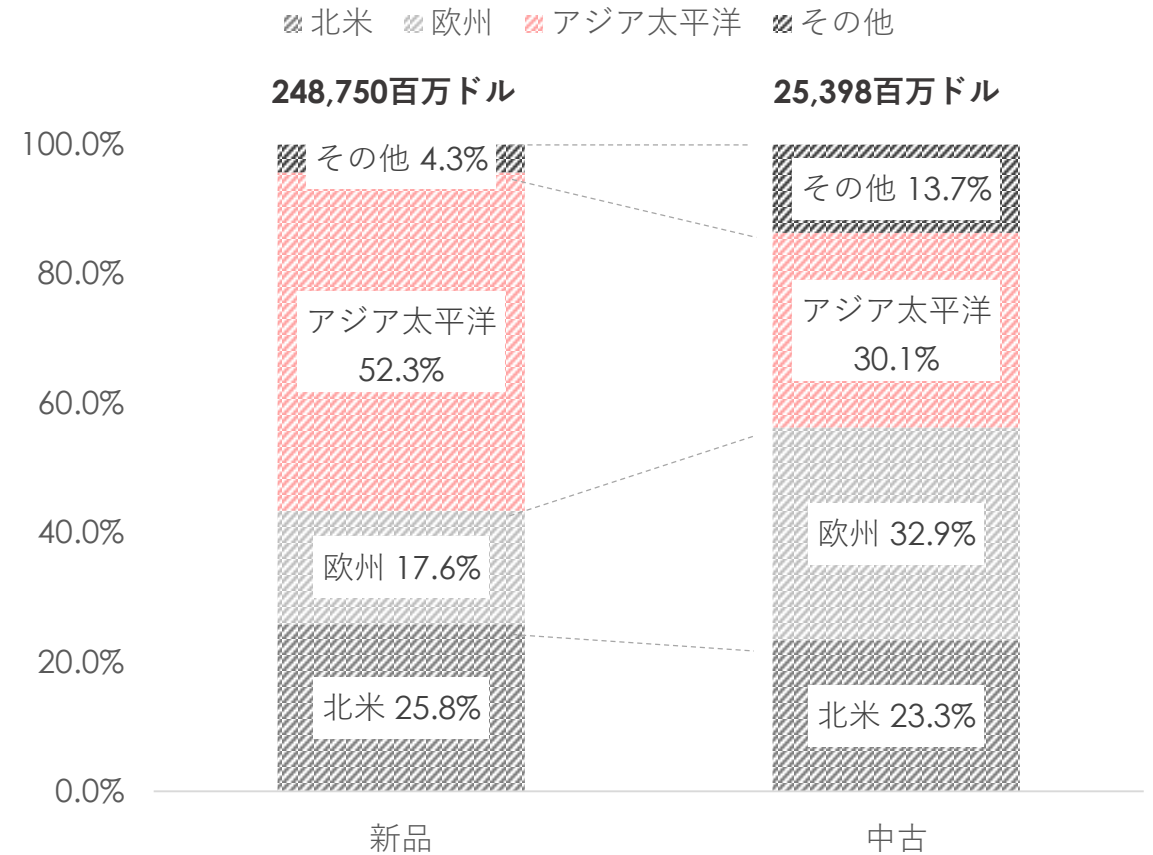


世界のラグジュアリー品市場規模

□ ラグジュアリー品新品・中古市場・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)

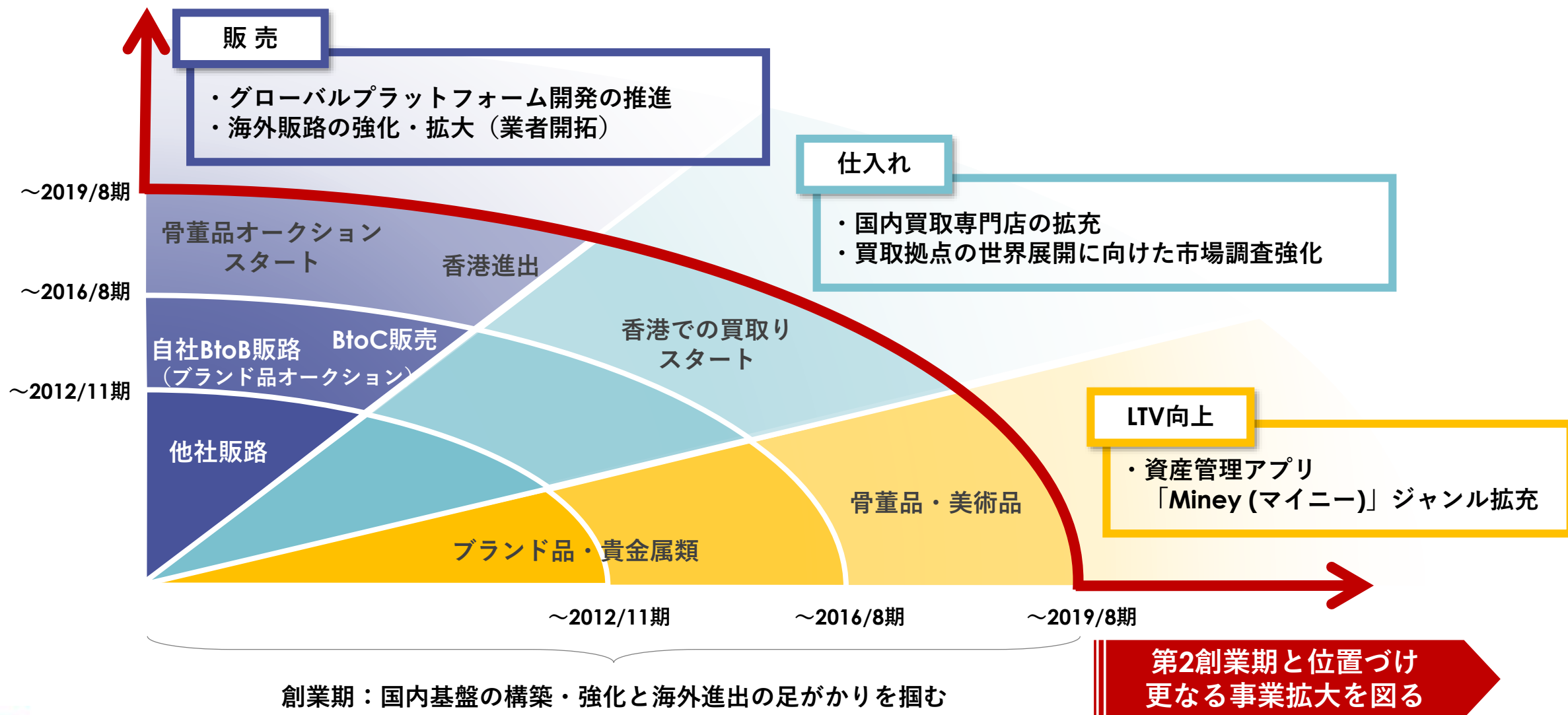


* 新品：Luxury Apparels, Jewelry, Premium watches, Luxury Accessories (eyewear, bonnet, handbags, cravet etc.)

* 中古：Luxury Apparels, Jewelry, Watches, Bags, Accessories, Footwear

* 出所：新品) Daedal Research / 中古) Kay Dee Market Insights

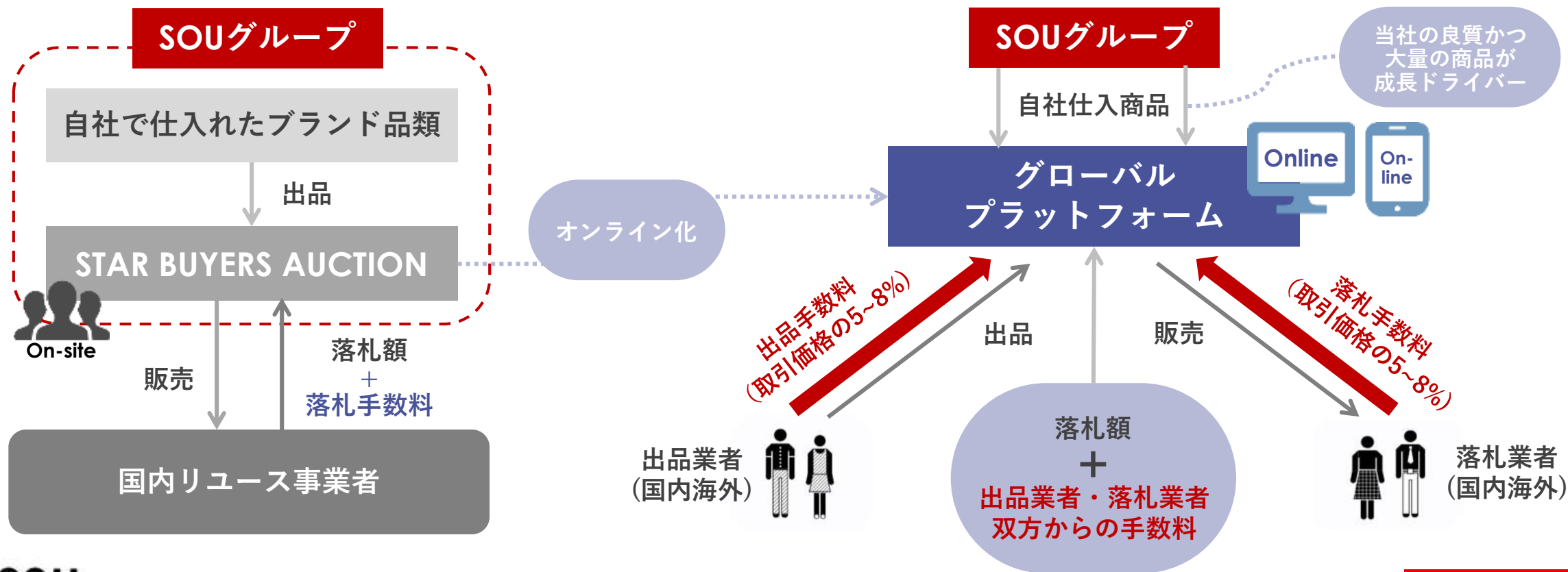
SOUグループ 第2創業期の事業展開



国内 STAR BUYERS AUCTION を“世界的なグローバルプラットフォーム”へ

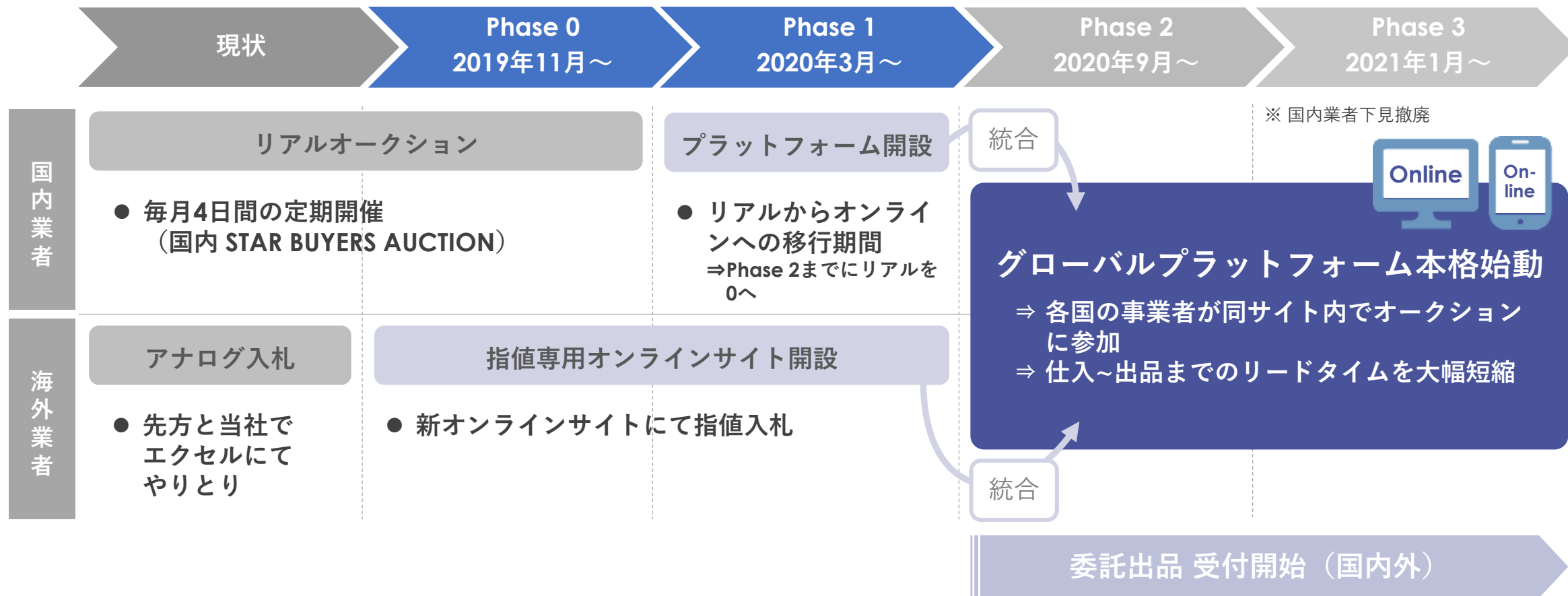
現状

開発後

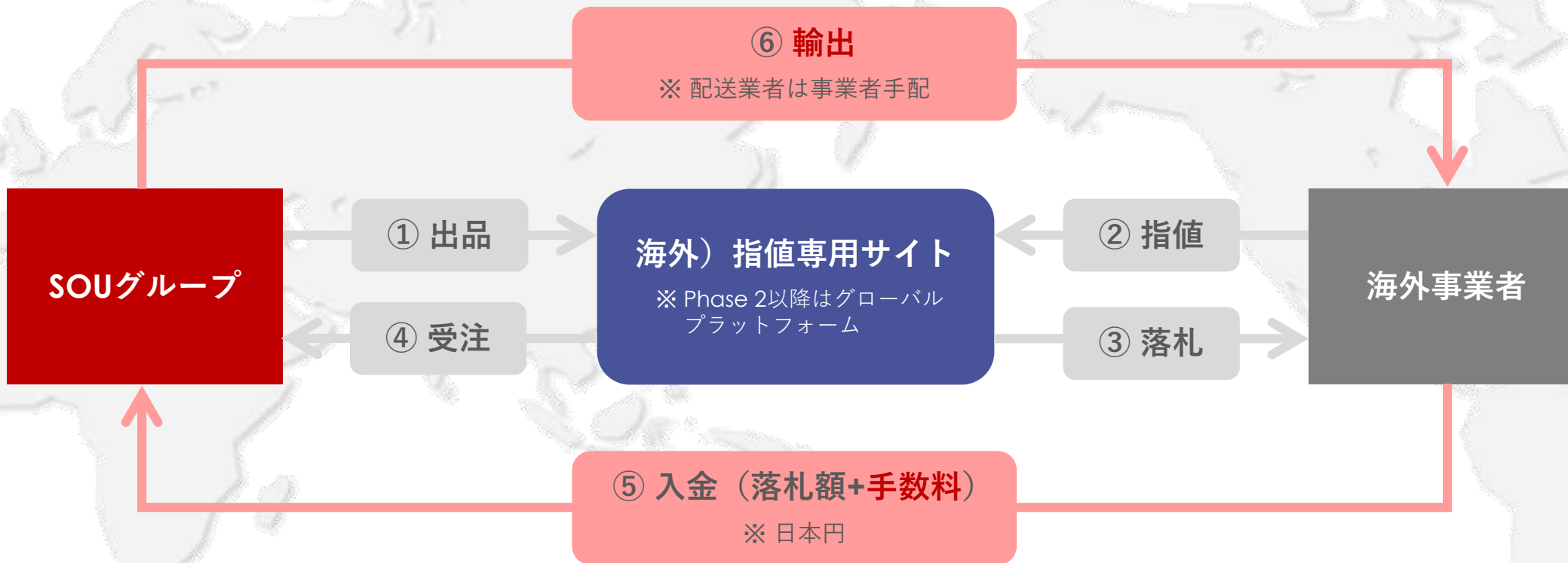


グローバルプラットフォーム開発の推進

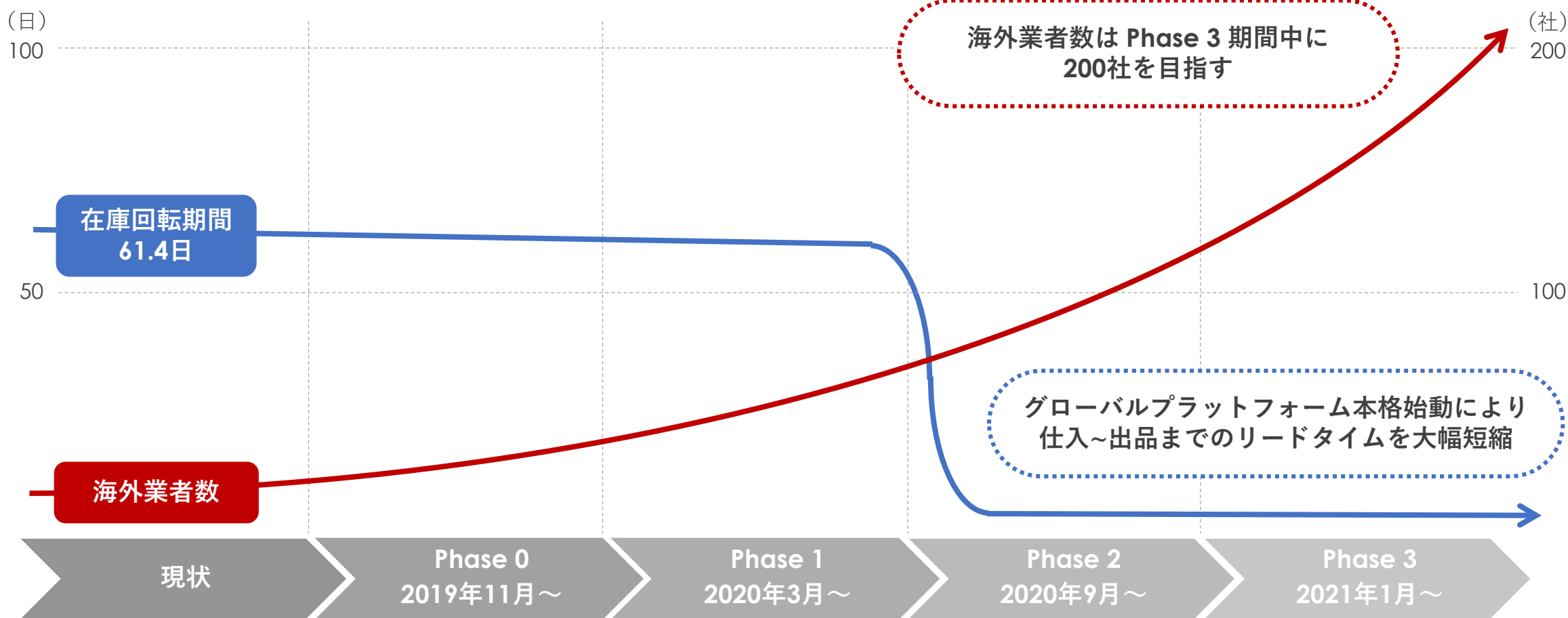
□ システム開発と“リアルからオンラインへの移行”を平行して実施



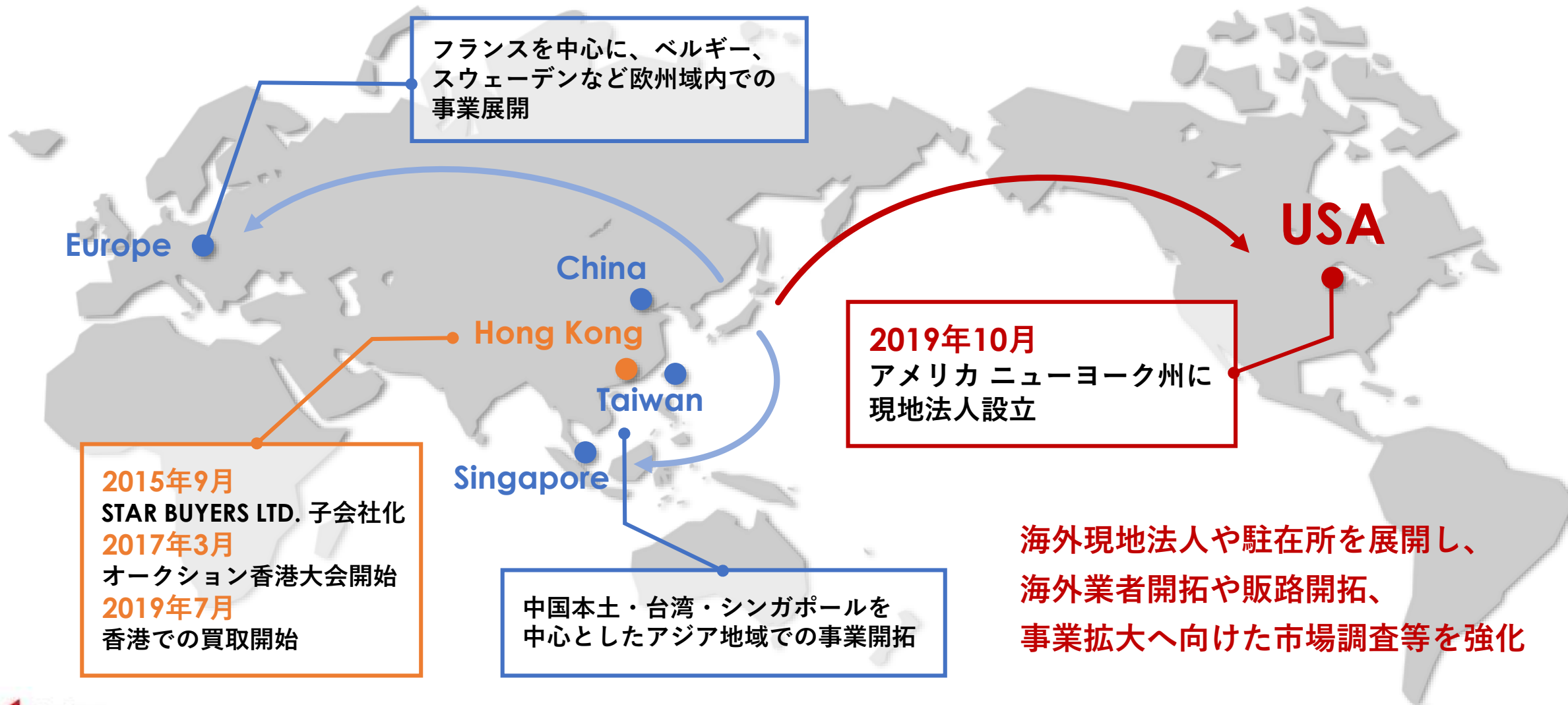
□ 海外輸出イメージ (Phase 1まで)



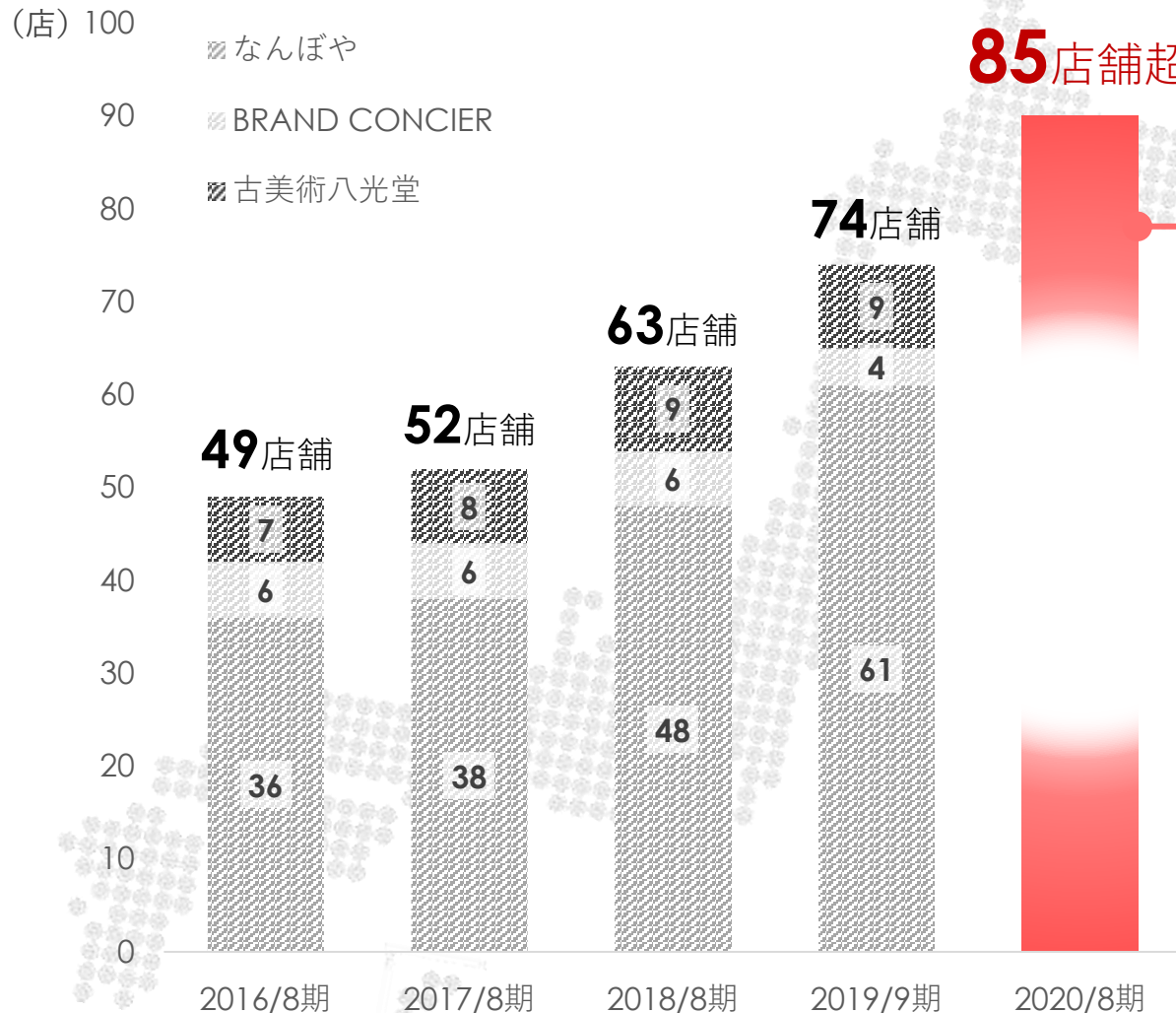
在庫回転期間・海外業者数 イメージ



海外販路の強化・拡大



海外現地法人や駐在所を展開し、
海外業者開拓や販路開拓、
事業拡大へ向けた市場調査等を強化



- 国内百貨店・商業施設等を中心に11店舗以上の新規出店（純増）を計画
- 新規出店は「なんぼや」をメインに広告宣伝効果（集客）の最大化を図る

— TOPIC：買取+実物資産の管理・運用を提案 —
なんぼやの新形態「なんぼや+Minney」
2019年12月 東急プラザ渋谷に出店決定



買取拠点の世界展開に向けた市場調査強化



アジア、欧州も視野に

Europe

China

Hong Kong

Taiwan

Singapore

USA

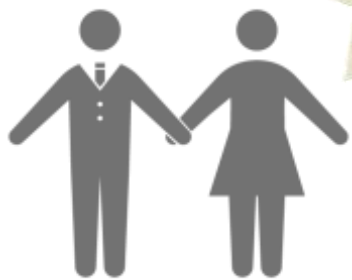
2019年10月
アメリカ ニューヨーク州に
現地法人設立

2015年9月
STAR BUYERS LTD. 子会社化
2017年3月
オークション香港大会開始
2019年7月
香港での買取開始

“現地オフィス 兼 買取拠点” を世界各国へ展開、市場調査と仕入れ強化を実施

LTV向上

人生の中で手にする“実物資産”はブランド品だけではない



手放す“実物資産”もブランド品だけではない



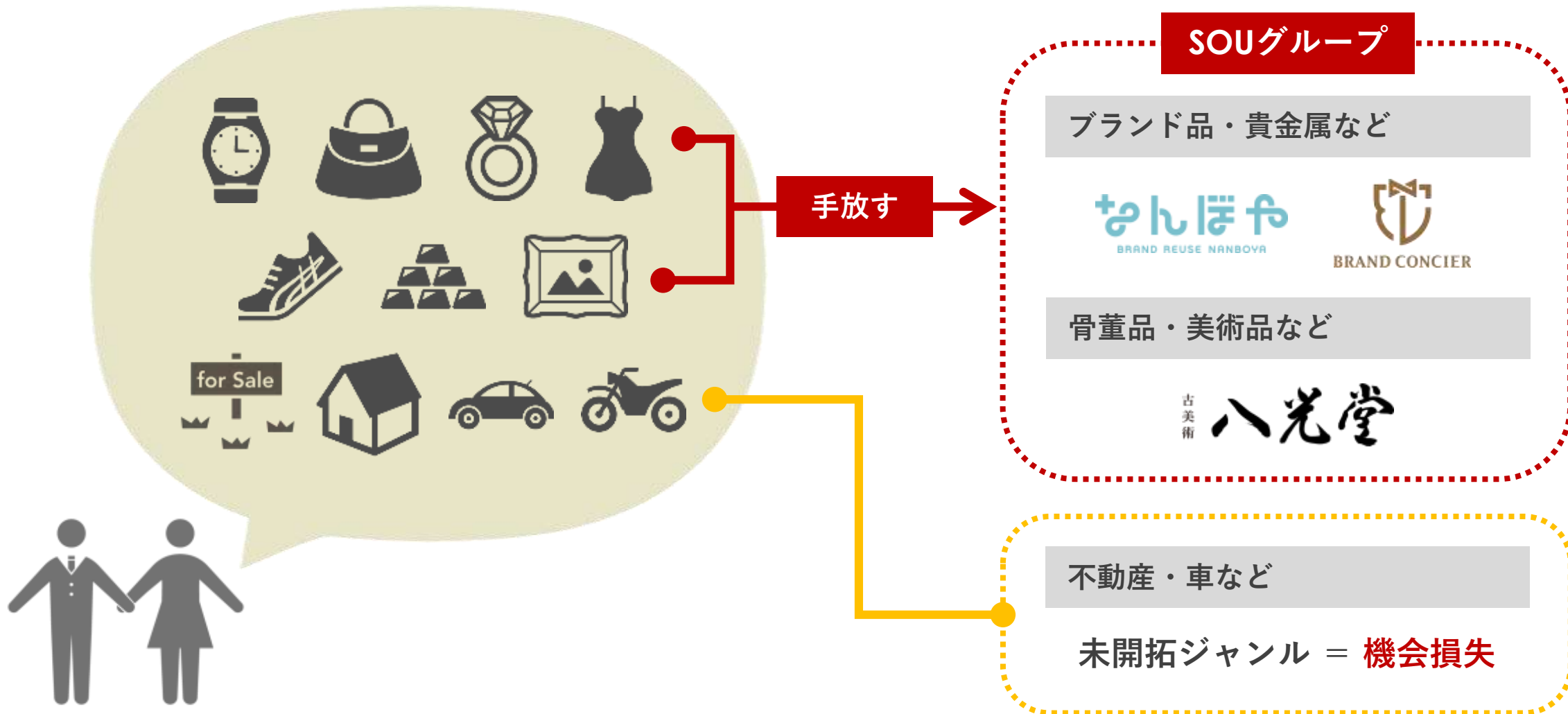
手放す

- ✓ リユースショップ？
- ✓ フリマアプリ？
- ✓ ネットオークション？
- ✓ 税理士に相談？
- ✓ 不動産業者？
- ✓ 中古車業者？
- ✓ 整理業者？ ... etc

一括で相談できる先が無い

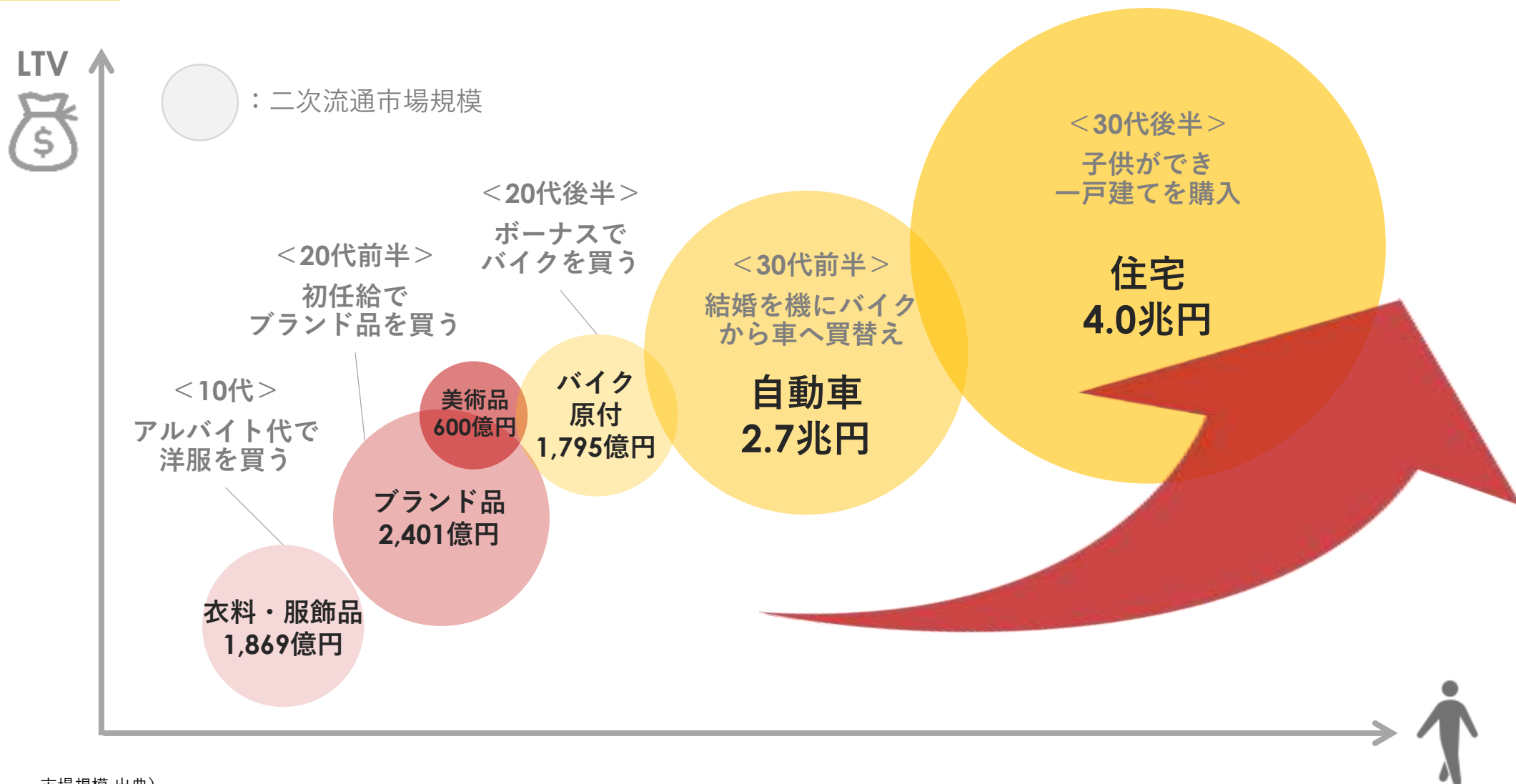
LTV向上

手放す“実物資産”もブランド品だけではない



LTV向上

取扱い品目拡充によりライフタイムバリューを高める



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」

取組み：Miney ジャンル拡充（2019年10月）

□ 絵画、骨董・美術品

- 現在価値が把握しにくい「絵画」「骨董・美術品」のジャンルを追加
- 続や生前整理、遺品整理等の参考にもなり、価値がわからないことによる廃棄などを防ぐ



絵画



現代アート



美術品



骨董品



掛軸



中国美術

□ 不動産

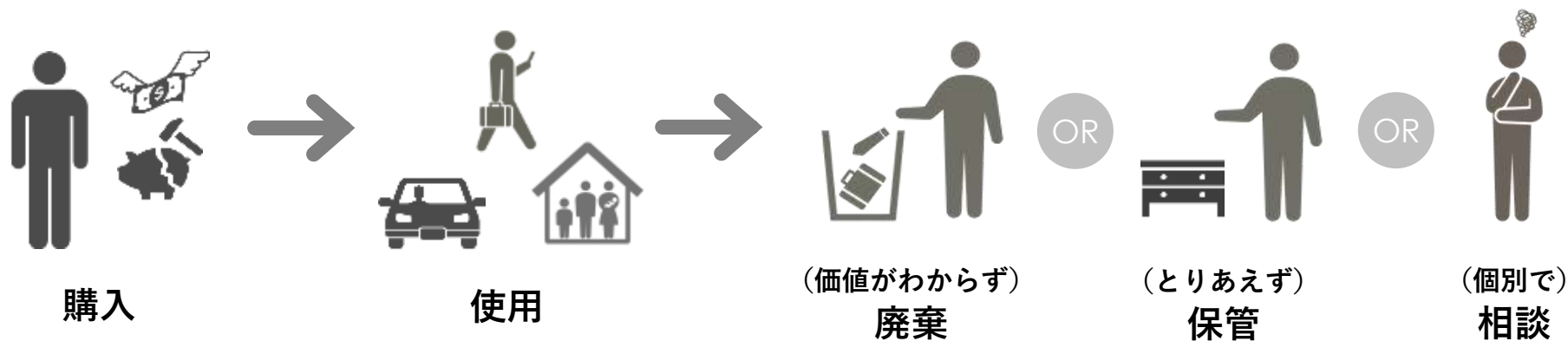
- 実物資産の代表格である「不動産」ジャンルを追加
- 日本全国の土地、戸建て、マンションに対応し、住所を入力するだけで現在価値の把握が可能に



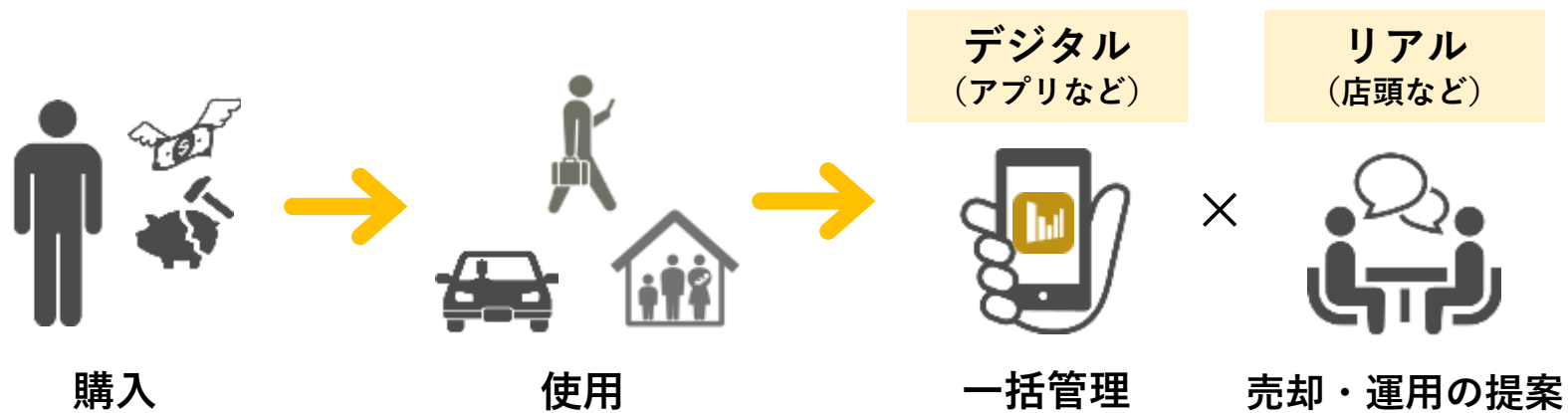
Mineyの戦略的投入

□ 実物資産をデジタル上で“一括管理”するサービス展開

【これまで】



【これから】



目指す姿

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。

Appendix

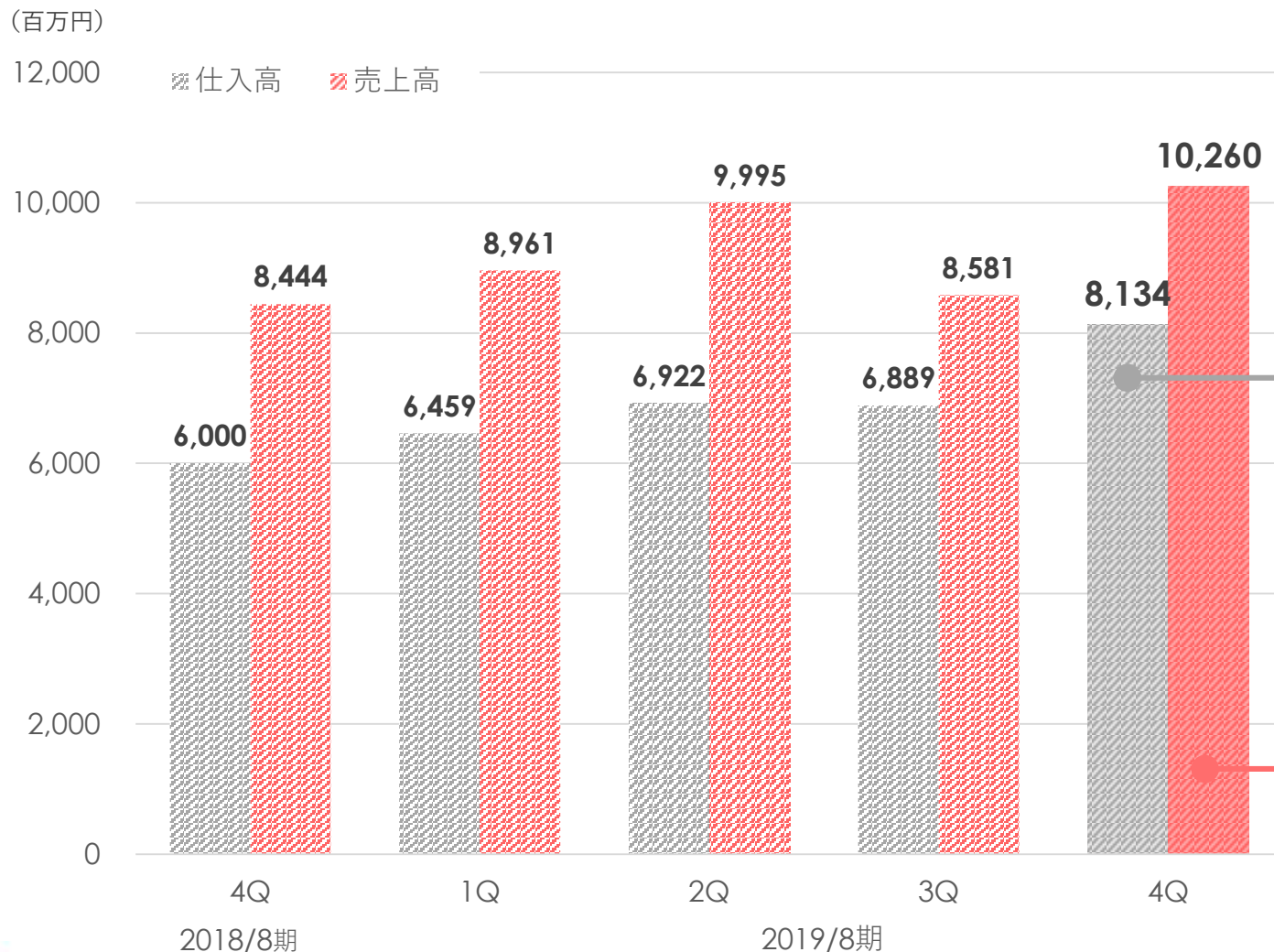
- 2019年8月期 4Q 決算概要
- ビジネスモデル（詳細）と当社の特徴
- 事業ブランド紹介

2019年8月期 業績 / 四半期別推移

(単位：百万円)

	2018/8期	2019/8期			
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	8,444	8,961	9,995	8,581	10,260
売上総利益	2,137	2,441	2,735	2,256	2,559
売上総利益率	25.3%	27.2%	23.8%	26.3%	24.9%
販売費及び一般管理費	1,719	1,821	1,843	1,871	1,856
営業利益	418	620	532	384	703
経常利益	409	627	522	378	725
経常利益率	4.9%	7.0%	5.2%	4.5%	7.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	284	422	348	245	443

仕入高・売上高 / 四半期



仕入高

- ✓ 3Qに出店した新規買取店舗が寄与し始めたことに加え、地金価格高騰に伴い地金の持込、買取が増加したことにより、3Qから大きく増加し、QoQ 18.1%、YoY 35.6%の増加

売上高

- ✓ 香港にてダイヤモンドオークションを1回、ジュエリーオークション（テスト）を1回開催したことにより、QoQで19.6%増加
- ✓ 仕入れの増加に伴い、YoYでは21.5%増

販路別売上高 (to B, to C) / 四半期

(百万円)

12,000

10,000

8,000

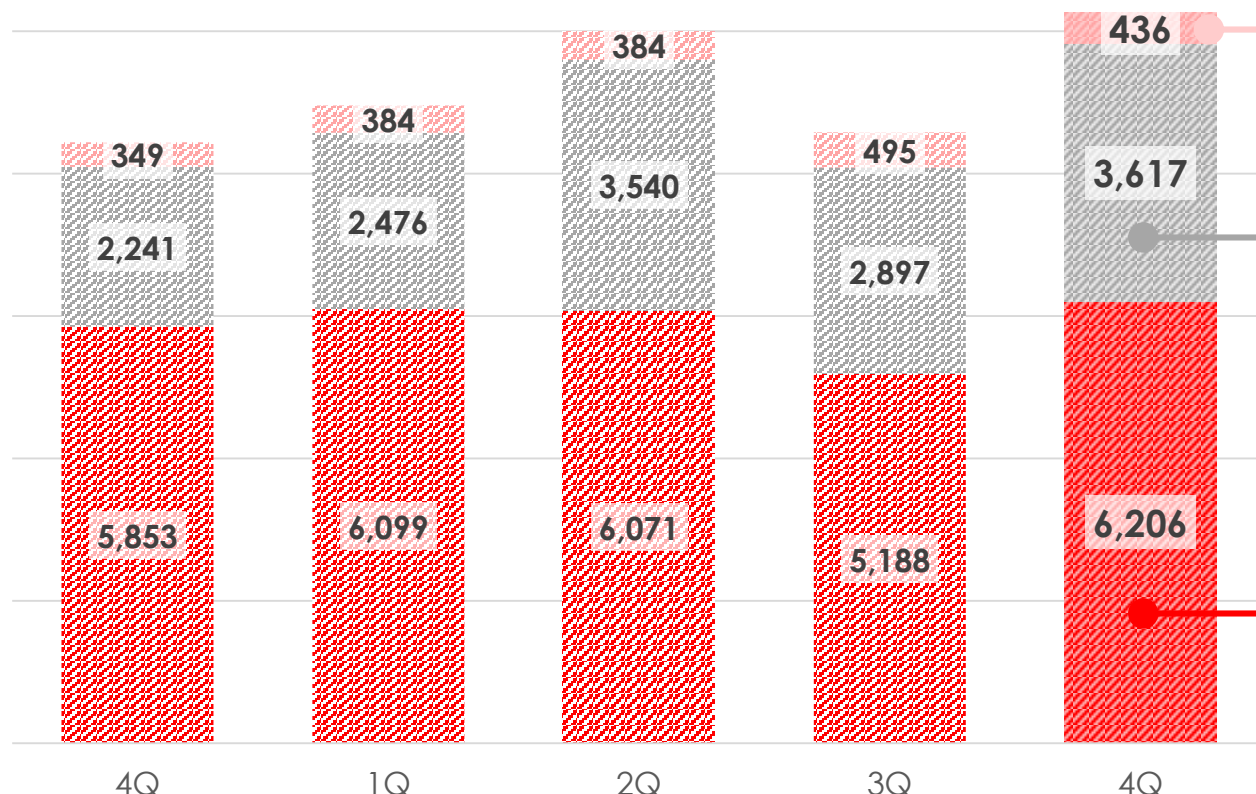
6,000

4,000

2,000

0

■ 自社オークション ■ 他社販路 ■ 小売り



小売り

✓ 3Qからは減少したものの、ALLU、USUSの寄与により堅調を維持

他社販路

✓ 金相場の高騰に伴い、地金の買取、販売が増加した影響により、3Qから増加

自社オークション

✓ 香港にてダイヤモンドオークションを1回、ジュエリーオークション(テスト)を1回開催したことにより、3Qから大きく増加

2018/8期

2019/8期

販路別売上高（国内, 海外）／ 四半期

(百万円)

12,000

■ 国内 ■ 海外

10,000

8,000

6,000

4,000

2,000

0

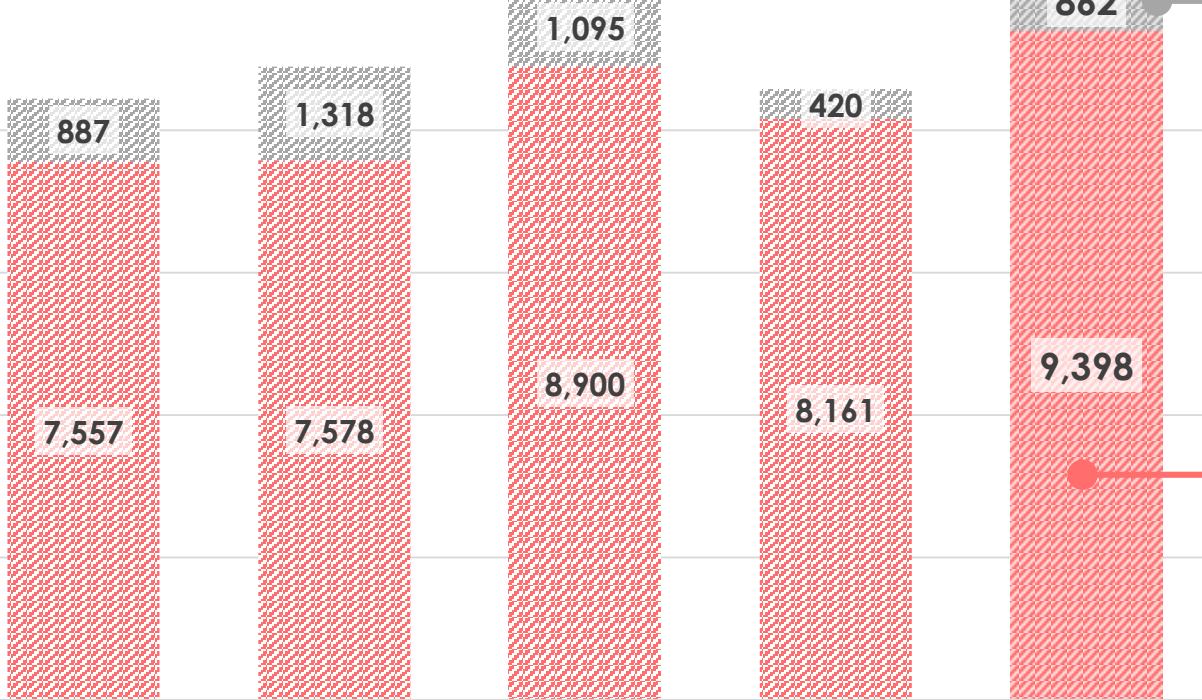
4Q
2018/8期

1Q

2Q

3Q

4Q
2019/8期



海外販路

- ✓ 香港にてダイヤモンドオークションを1回、ジュエリーオークション（テスト）を1回開催したことにより、3Qから増加

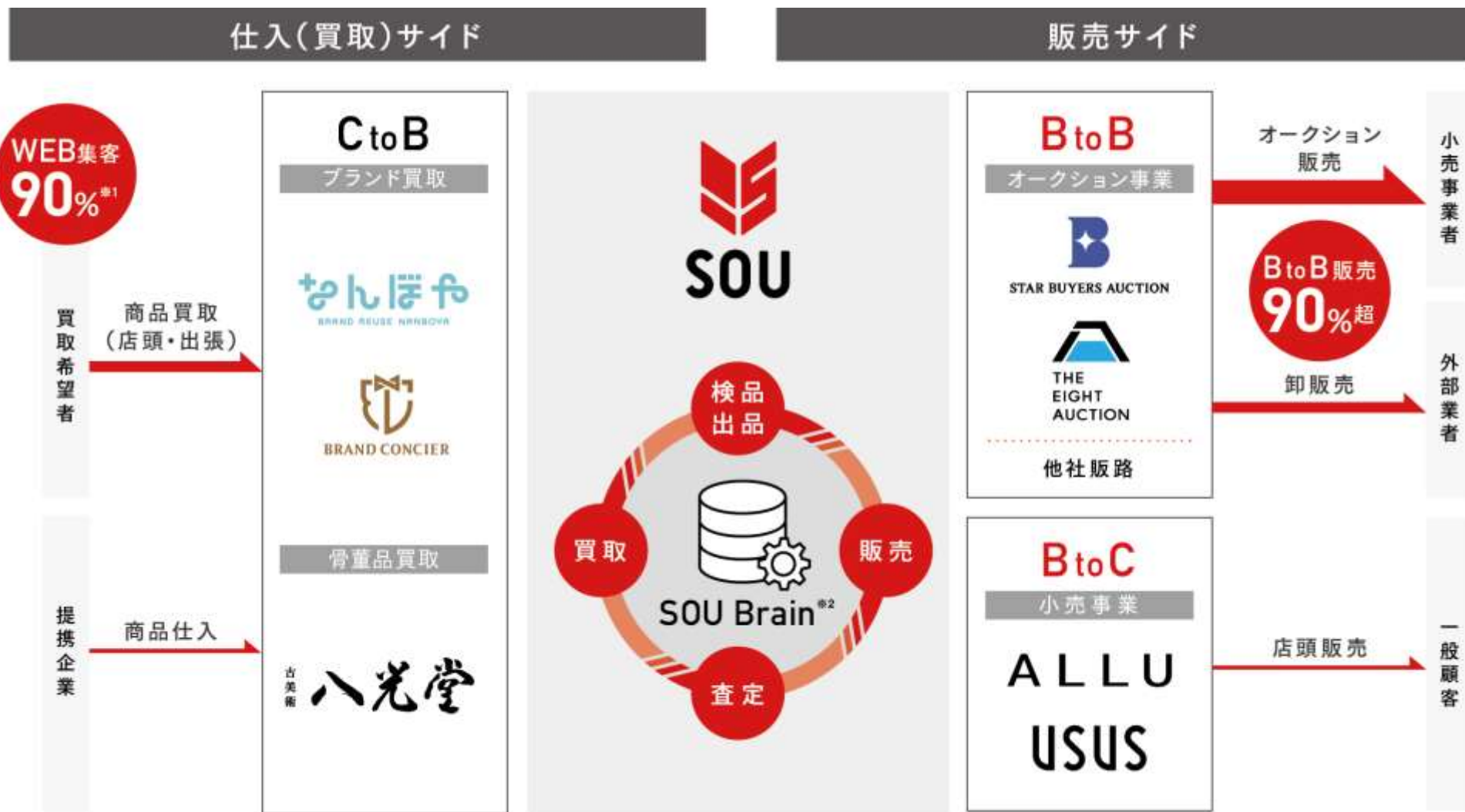
国内販路

- ✓ STAR BUYERS AUCTION国内大会において出品数が増加したことにより、各Qから増加
- ✓ 金相場の高騰に伴い、地金の買取、販売が増加したことも影響

Appendix

- 2019年8月期 4Q 決算概要
- ビジネスモデル（詳細）と当社の特徴
- 事業ブランド紹介

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

□ 当社のO2Oモデル

Online

来店客の90%はオンライン経由

Offline

SEO/リスティング広告

- WEB集客は自社で運営し、機動的に対応
- 広告宣伝費は売上高の約**2.2%**に留まる

※2019/8期 実績



LINEで査定

- 来店前に大まかな買取査定価格を提示
- 「LINEで査定」利用者の約20%が実際に来店（全来店顧客の約1割）

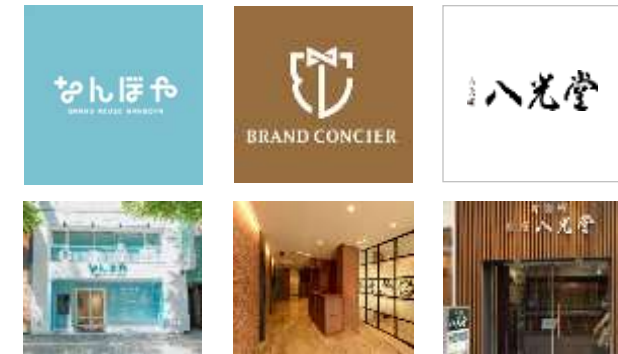
※2019/8期 実績



90%

74店舗の買取拠点（2019年8月末現在）

- 大都市圏、駅前を中心に立地
- 高額商材仕入れの重要な玄関口
- 買取拠点は当社成長への原動力

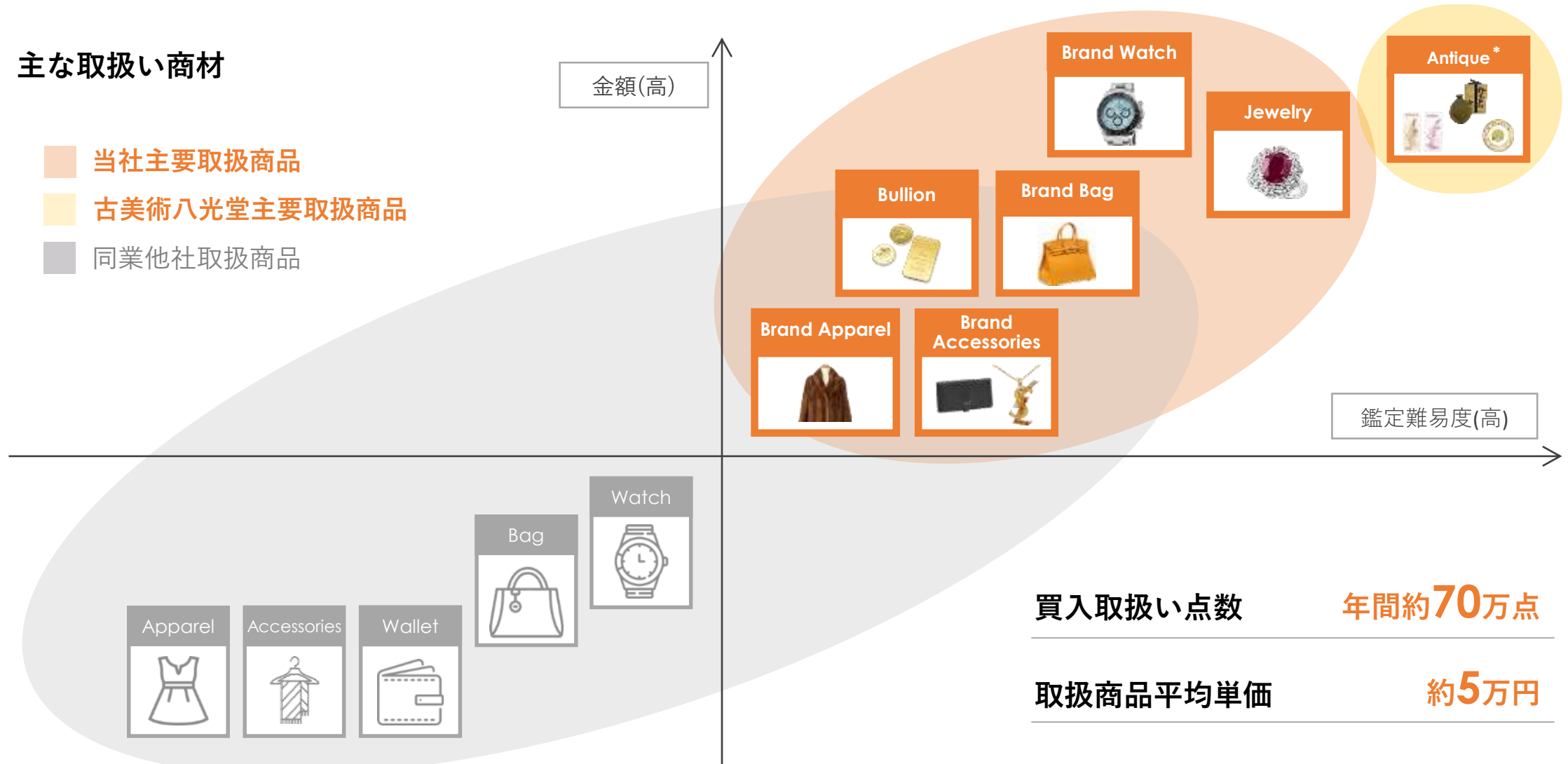


仕入力
(買取力)

鑑定難易度が高い高級品を主体とした取扱い

□ 主な取扱い商材

- 当社主要取扱商品
- 古美術八光堂主要取扱商品
- 同業他社取扱商品



買入取扱い点数

年間約**70**万点

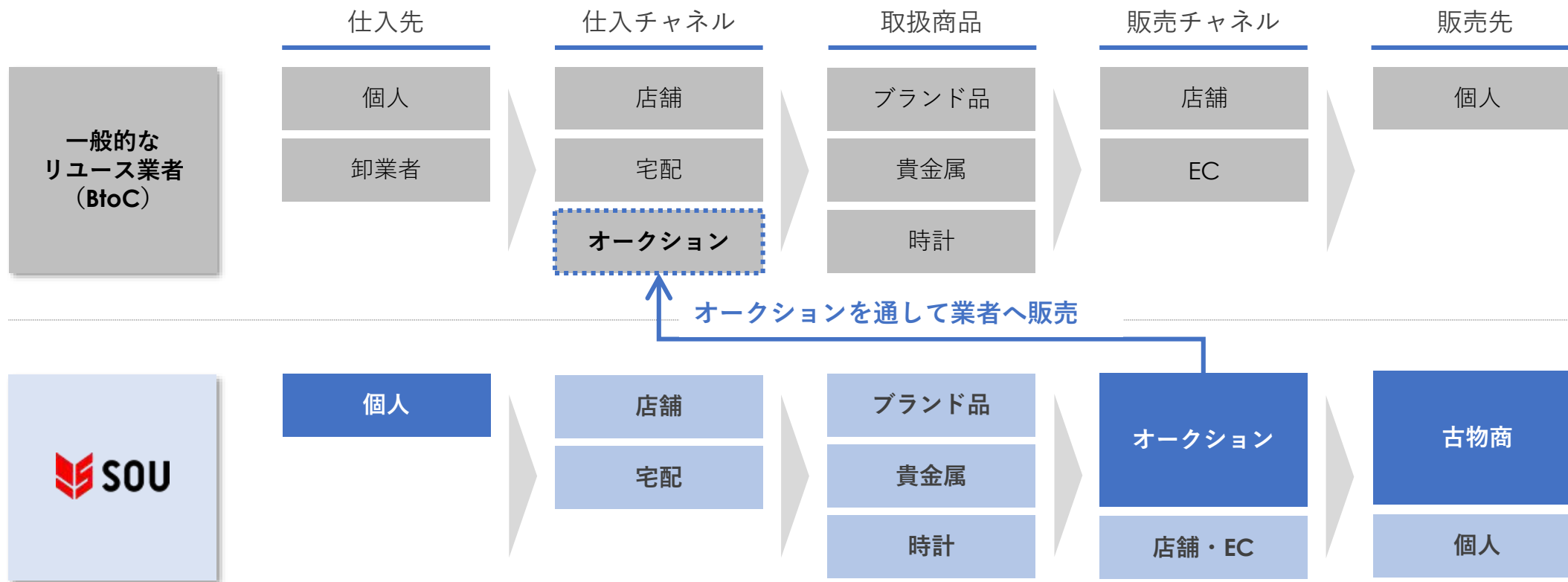
取扱商品平均単価

約**5**万円

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）

⇒ 買い手が業者のため、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



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%

Appendix

- 2019年8月期 4Q 決算概要
- ビジネスモデル（詳細）と当社の特徴
- 事業ブランド紹介

□ LINEで査定

- 2015年3月、当時業界初のLINEビジネスコネクトを使用したサービスとして開始
- 写真を撮影し「なんぼや」のLINEアカウントへ送ると、数分後に大凡の査定結果が届く
- 月間査定件数：約10,000件 / 月間査定金額：約19.5億円 / サービス利用からの来店：約20%

STEP
1商品写真を撮影
してください。STEP
2「なんぼや」のLINE
アカウントへ画像を
送ってください。STEP
3査定結果が送られて
きます。

ブランド品・貴金属等の買取り

□ なんぼや

- 当社買取事業の旗艦ブランドとして国内に61店舗展開する買取専門店（2019年8月末現在）
- サロンのような店舗デザインと、お客様とモノとの出会いから別れのストーリーを聞く独自の接客スタイルで高い顧客満足度を誇る



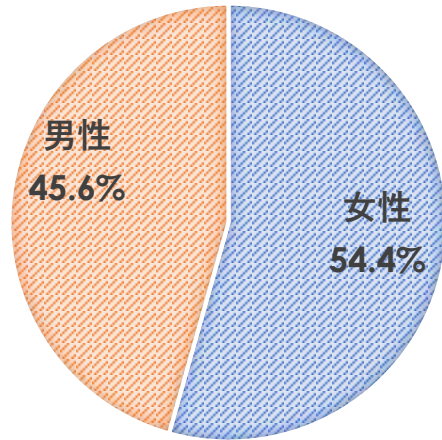
□ BRAND CONCIER (ブランド コンシェル)

- [なんぼや]の姉妹ブランド関東圏を中心に国内の百貨店等に展開
- 業界初 予約可能な買取専門店として、電話・メールなどでの事前予約により、待ち時間の無いスムーズなご案内が可能

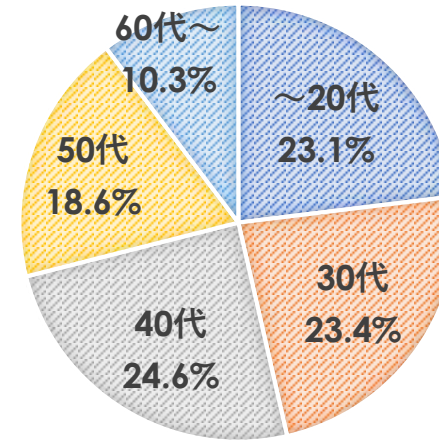


なんぼや・BRAND CONCIER 利用状況

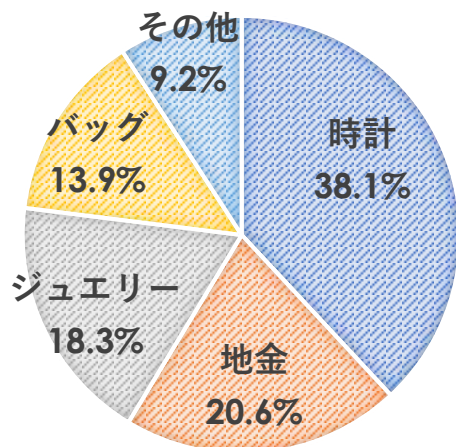
男女別利用者比率



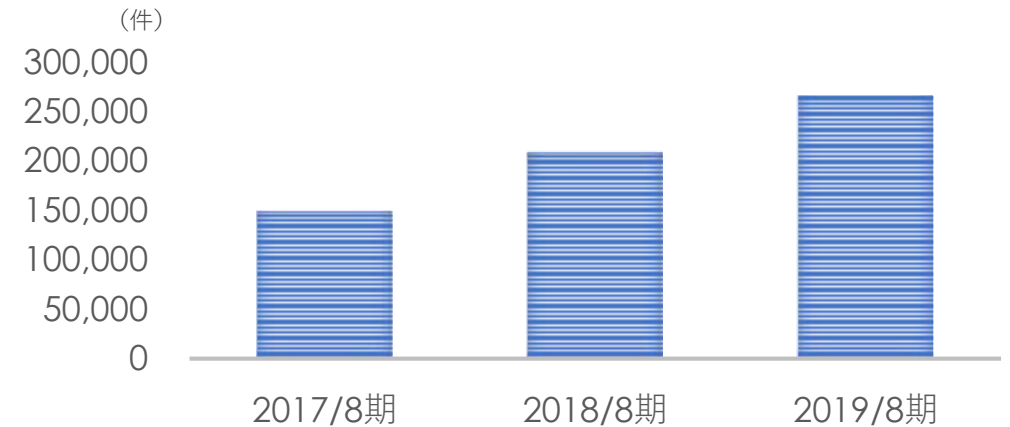
年代別利用者比率



ジャンル別売上比率



利用者数の推移



* いずれも2019/8期実績（一部2017/8期実績）

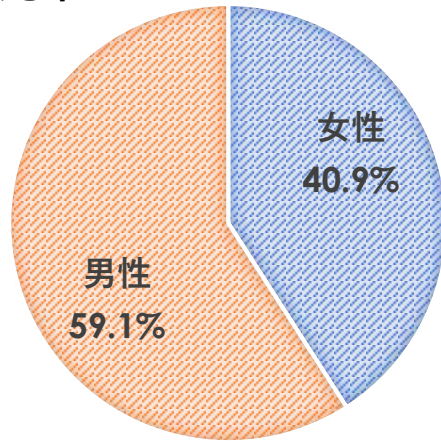
□ 古美術八光堂

- 2017年2月に子会社化
- 骨董品、古美術品、現代美術品に特化した買取専門店
- 骨董専門の鑑定士 約40名が在籍し、遺品整理、生前整理等、出張買取を中心に対応
- 税理士法人を通じた相続案件への対応も行い顧客獲得を図ると共に、催事場での関連セミナー等も積極的に実施

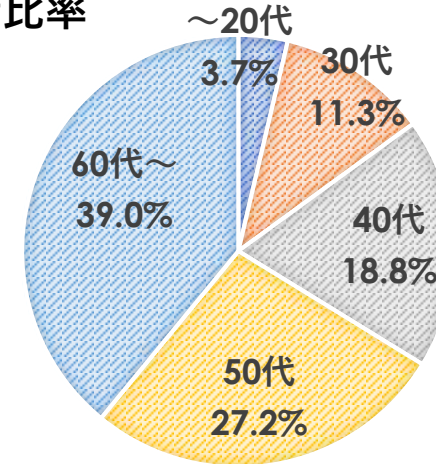


古美術八光堂 利用状況

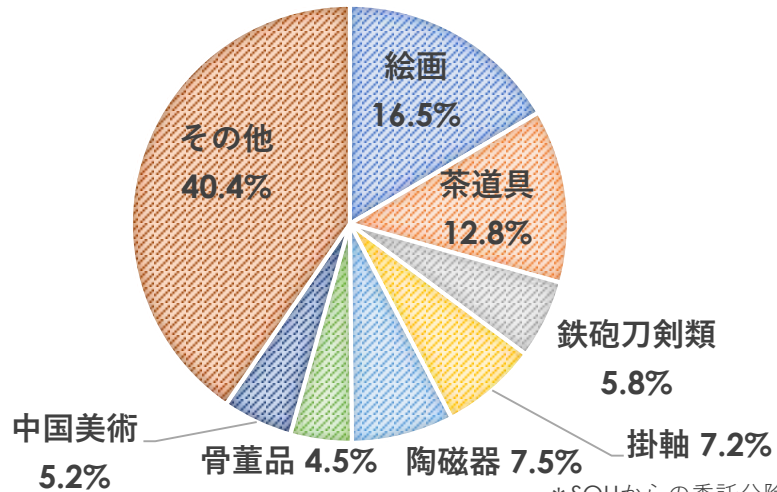
男女別利用者比率



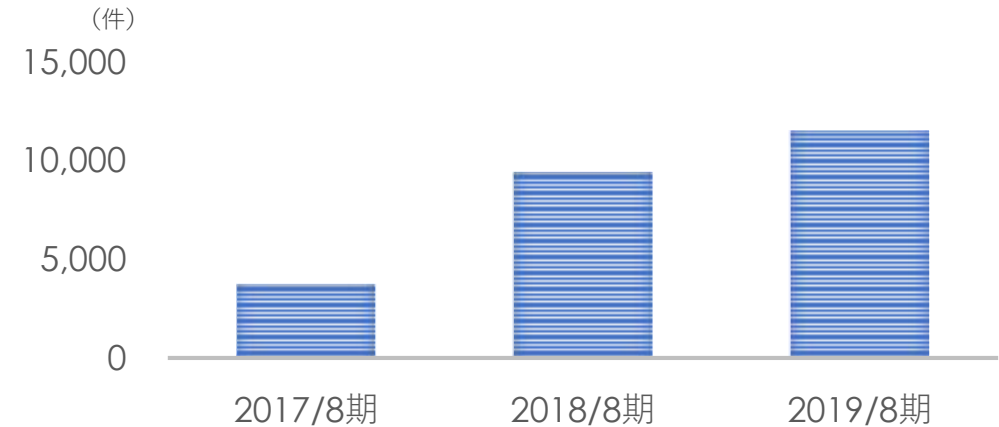
年代別利用者比率



ジャンル別売上比率



利用者数の推移



□ STAR BUYERS AUCTION（スターバイヤーズオークション）

【国内】

- 2013年12月にスタートしたブランド品、宝飾品等の業者向けオークション
- 毎月3.0万点以上（5日間合計）を出品し、その出来高は18億円／月を誇る
- リアルオークション
毎月11日：アパレル，12日：時計，13日：ジュエリー，14日：バッグ
オンライン入札オークション
毎月23日：全ジャンル

【海外】

- 2017年3月よりダイヤモンドをメイン商材とした香港大会を開始
- 年4回 開催するリアルオークション
- 2019年2月からは専用会場を香港・尖沙咀（チムサーチョイ）に設け、より一層の規模拡大を図る



□ THE EIGHT AUCTION (エイトオークション)

- 古美術八光堂の自社販路として2018年8月にスタート
- 全国での出張買取、また店頭買取にて自社で集めた骨董品・美術品等を業者向けに販売するリアルオークション
- 偶数月 8日：骨董品, 9日：茶道具 / 奇数月 8日：絵画, 9日：書画



□ ALLU (アリュール)

- 2016年10月 東京・銀座に旗艦店を、2018年9月には大阪・心斎橋へ2店舗目オープン
- アンティーク、ヴィンテージ商品をメインにラインナップ
- ECサイトも運営し、越境ECショッピングアプリ「豌豆公主 (ワンドウ)」へも出店



□ USUS (ウズウズ)

- 2019年1月にスタートした自社新ECサイト
- ラグジュアリーからストリートまで、ジャンルやスタイルにとらわれないボーダレスなアーカイブファッションオンラインストア



□ miney (マイニー)

- 2017年10月にリリースした資産管理アプリ
- 商品の現在価値のほか、過去から現在までの価格推移や登録商品の資産総額の確認が可能
- 登録商品数約5.7万点、登録資産総額約89億円に到達
(2019年8月末時点)
- 対象ジャンル：
時計、ブランドジュエリー、バッグ、ブランド小物（財布など）



アイテムの写真を撮影



最短1分（※1）でアイテムの
価値がわかる



過去から現在の
価格推移が分かる



持ち物の
総額も見れる！



プッシュ通知で
"売り時"をお知らせ



いつでもキャッシュに！



- 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、売上高の商品別比率、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 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SOU 社長室 広報IR課

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