



2020年8月期 第1四半期 決算説明資料

2020年1月14日
株式会社SOU
(東証マザーズ：9270)

目次

会社概要

02

2020年8月期 第1四半期 業績

06

2020年8月期 第1四半期 トピックス (2020年8月期以降の成長戦略 進捗状況)

16

Appendix

30

2020年8月期以降の成長戦略 (2019年8月期 決算説明資料より)

ビジネスモデル (詳細) と当社の特徴

事業ブランド紹介



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	1,066百万円（2019年11月末）
従業員数	475名（2019年11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，株式会社SOU Technologies

※2020年3月の持株会社体制への移行へ向け、2019年9月に株式会社SOU分割準備会社（バリュエンスジャパン株式会社）を設立しております。

グループ事業ブランド

買取



オークション (toB)



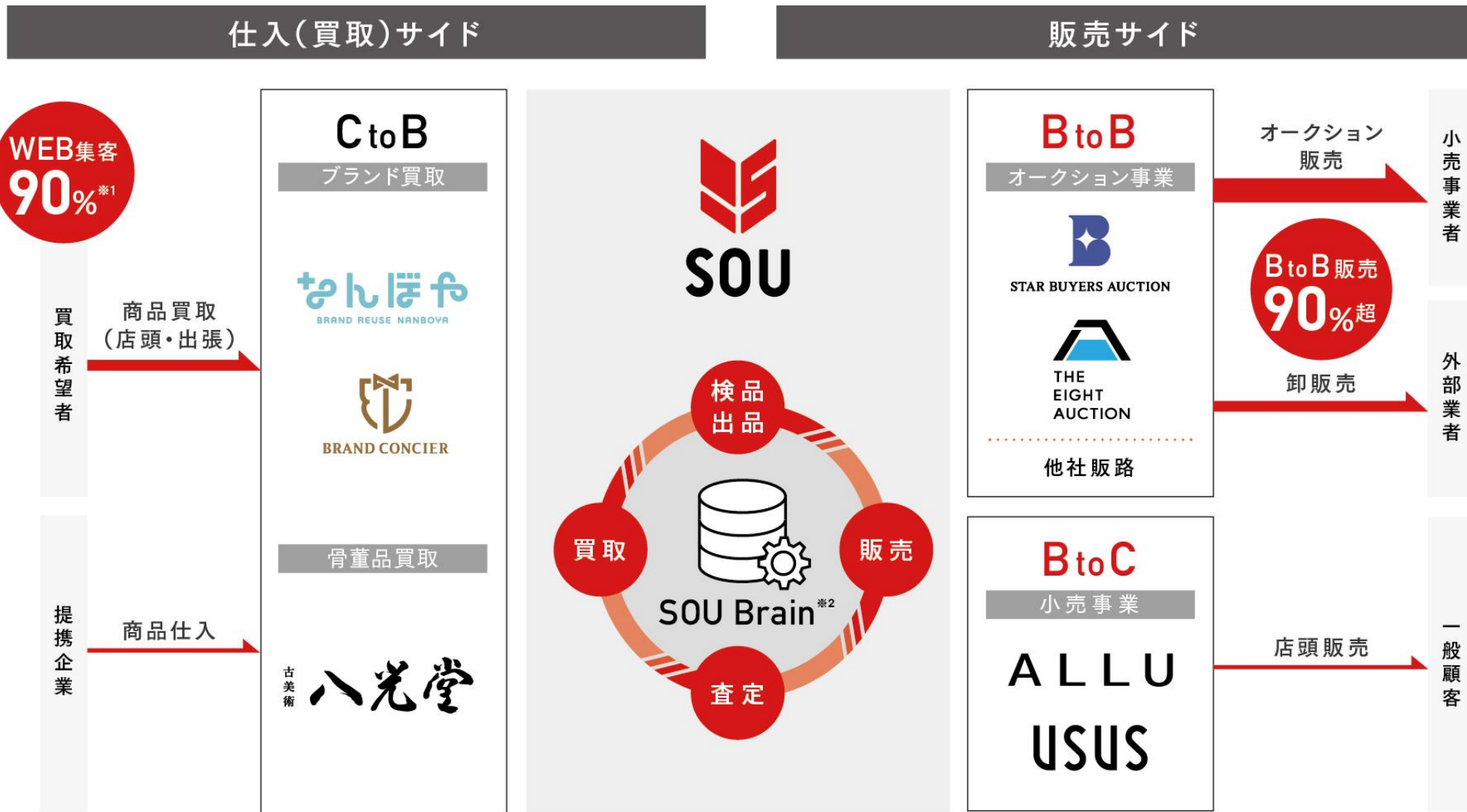
小売 (toC)



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



2020年8月期 第1四半期 業績のポイント

外部環境が厳しいなか 前年同期に対し増収・増益

■ 売上について

- ✓ 売上高は前年同期比+29.6%
- ✓ 地金及び卸販売の増加が大きく影響。国内STAR BUYERS AUCTION（以下、SBA）の拡大も寄与

■ 利益について

- ✓ 地金販売増加の影響や、地金以外についても国内卸販売が進んだこと等により、売上総利益率が低下（▲2.3pts）
- ✓ 売上総利益率の低下があったものの増収分でカバーし、各段階利益で増益

■ 仕入について

- ✓ 消費増税に伴う買替ニーズの低下（新品商品買い控えによる）に加え、台風等の天災の影響により仕入れが伸び悩んだものの、回復基調

2020年8月期 第1四半期 業績

(単位：百万円)

	2019/8期 1Q実績	2020/8期 1Q実績	増減率	2020/8期 見通し	進捗率
売上高	8,961	11,613	+29.6%	43,700	26.6%
売上総利益	2,441	2,892	+18.4%	11,450	25.3%
売上総利益率	27.2%	24.9%	▲2.3pts	26.2%	—
販売費及び一般管理費	1,821	2,146	+17.8%	8,800	24.4%
営業利益	620	746	+20.3%	2,650	28.2%
経常利益	627	724	+15.5%	2,600	27.9%
経常利益率	7.0%	6.2%	▲0.8pts	5.9%	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	422	467	+10.7%	1,650	28.3%

バランスシート of 概況

(単位：百万円)

	2019/8期	2020/8期 1Q	増 減
流動資産	9,874	9,901	+26
現預金	4,103	5,011	+907
棚卸資産	4,865	3,653	▲1,212
その他	904	1,236	+331
固定資産	4,237	4,262	+24
総資産	14,111	14,163	+51
負債	7,416	7,360	▲55
有利子負債	5,435	5,217	▲217
その他	1,981	2,142	+161
純資産	6,695	6,802	+107
負債・純資産 合計	14,111	14,163	+51

商品の販売増加により現金化が進んだため

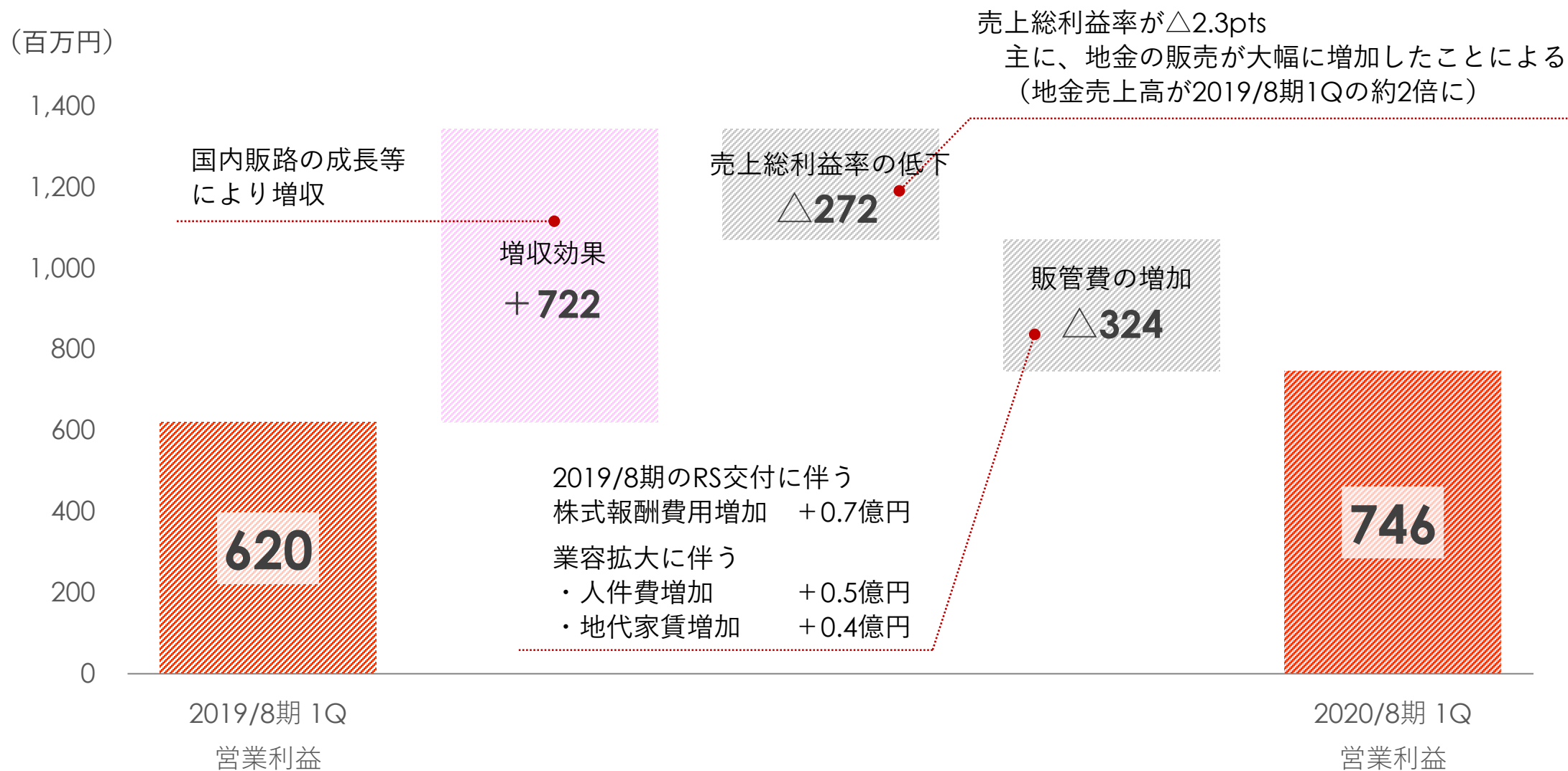
消費増税や天候等の影響により仕入れが伸び悩んだことに加え、一部商品販売を進めたことによる

のれんの減少等があった一方、買取店舗の新規出店に伴い建物及び構築物（純額）及び差入保証金が増加

短期借入金及び長期借入金の返済のため

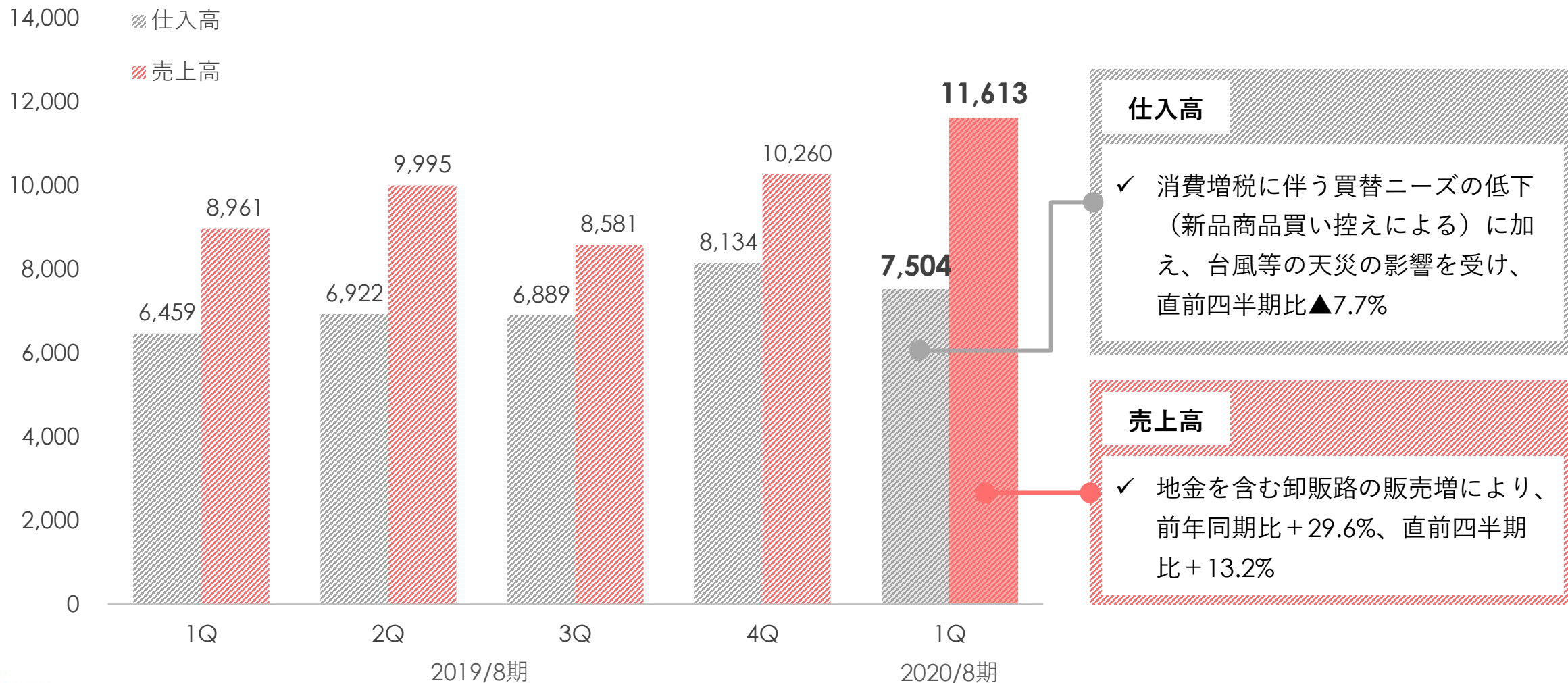
利益剰余金の増加に加え、新株予約権の行使により資本金及び資本準備金が増加

営業利益の増減



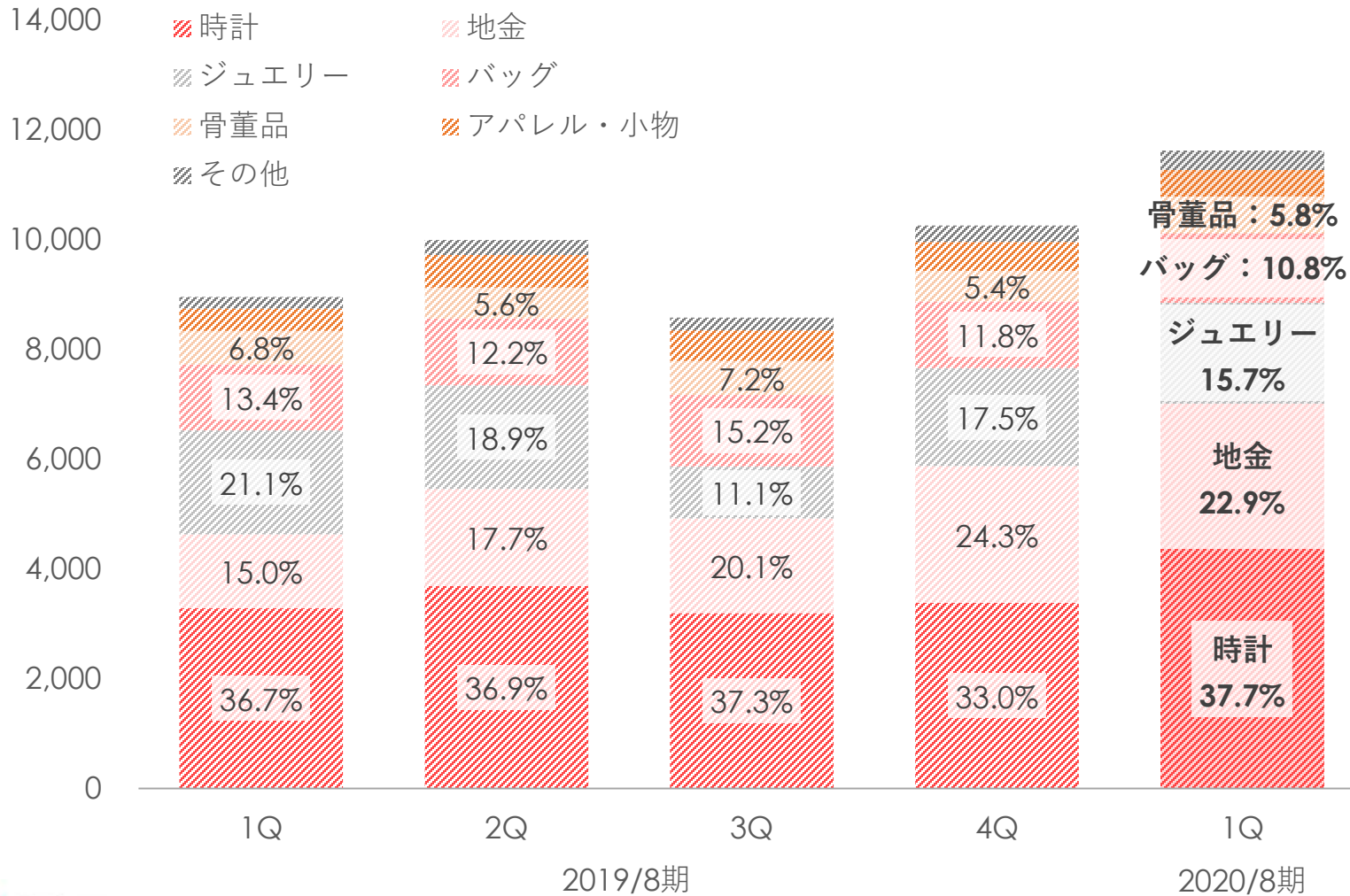
仕入高・売上高

(百万円)



ジャンル別売上高比率

(百万円)



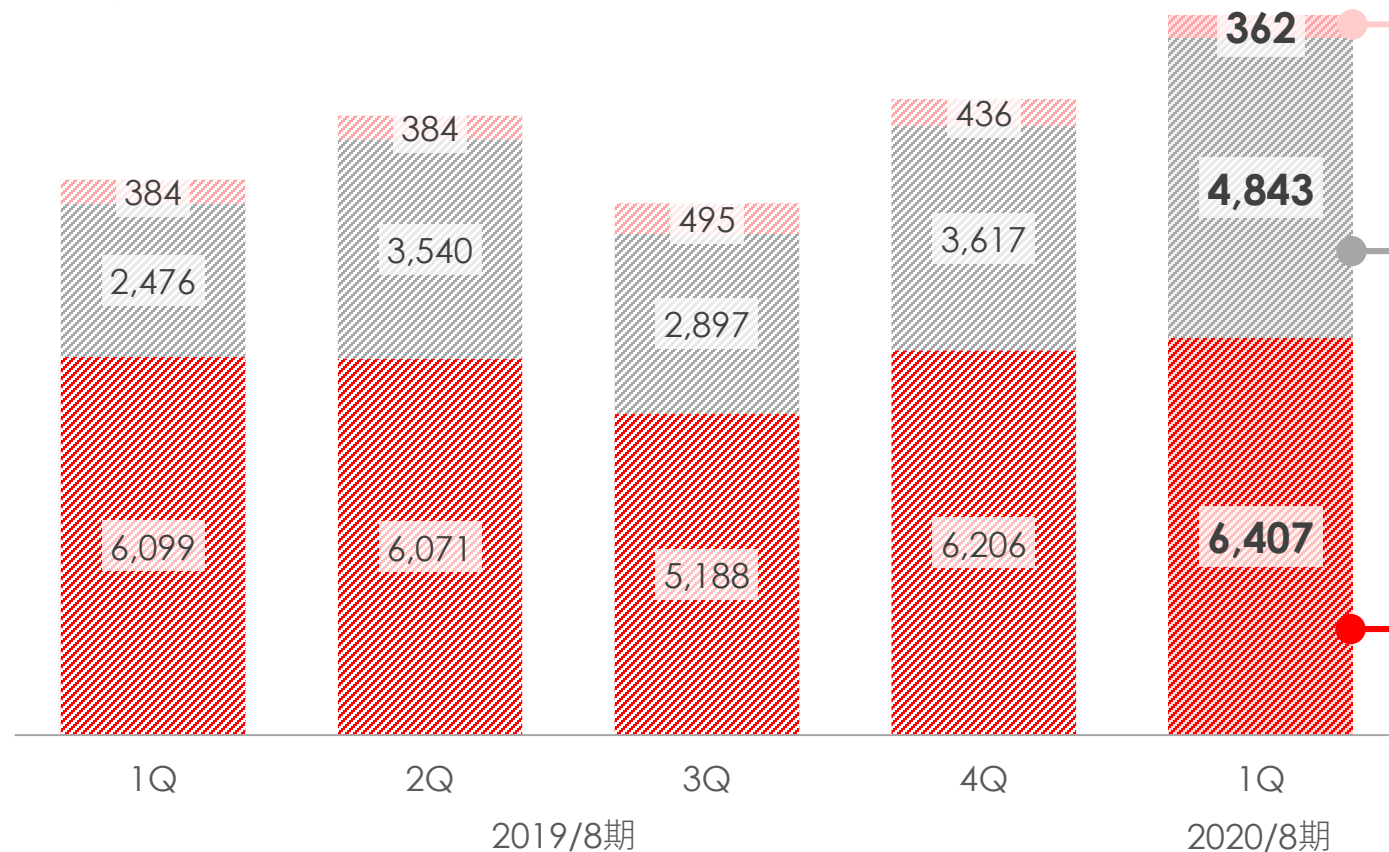
- ✓ 金相場高騰の影響が続き、地金売上が前年同期比 約2倍で着地するも、直前四半期からは動向が落ち着き、売上高比率としては 1.4pts 低下
- ✓ 海外業者等への卸販売増加により、時計ジャンルは売上、比率ともに増加

販路別売上高 (to B, to C)

(百万円)

14,000
12,000
10,000
8,000
6,000
4,000
2,000
0

■ 自社オークション
■ 卸売
■ 小売



小 売

- ✓ 天候、消費増税等の影響もあり、前年同期比、直前四半期比ともに減少

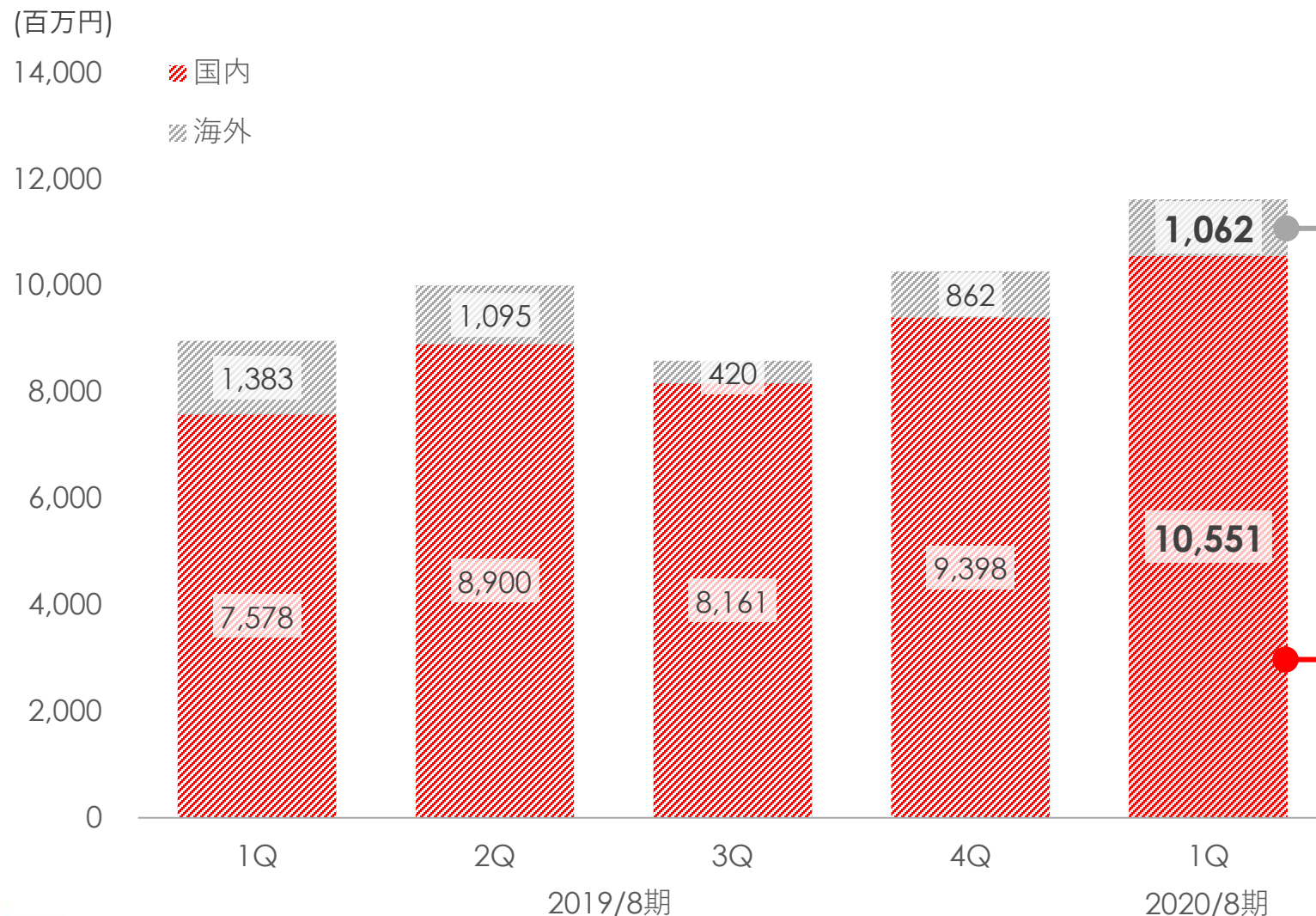
卸 売

- ✓ 地金販売の増加、国内外卸販売の増加により、前年同期比+95.6%、直前四半期比+33.9%
- ✓ 国内SBAにおける海外業者からの入札分の売上高が含まれる

自社オークション

- ✓ 国内オークションの拡大に伴い前年同期比+5.0%、直前四半期比+3.2%

販路別売上高（国内, 海外）



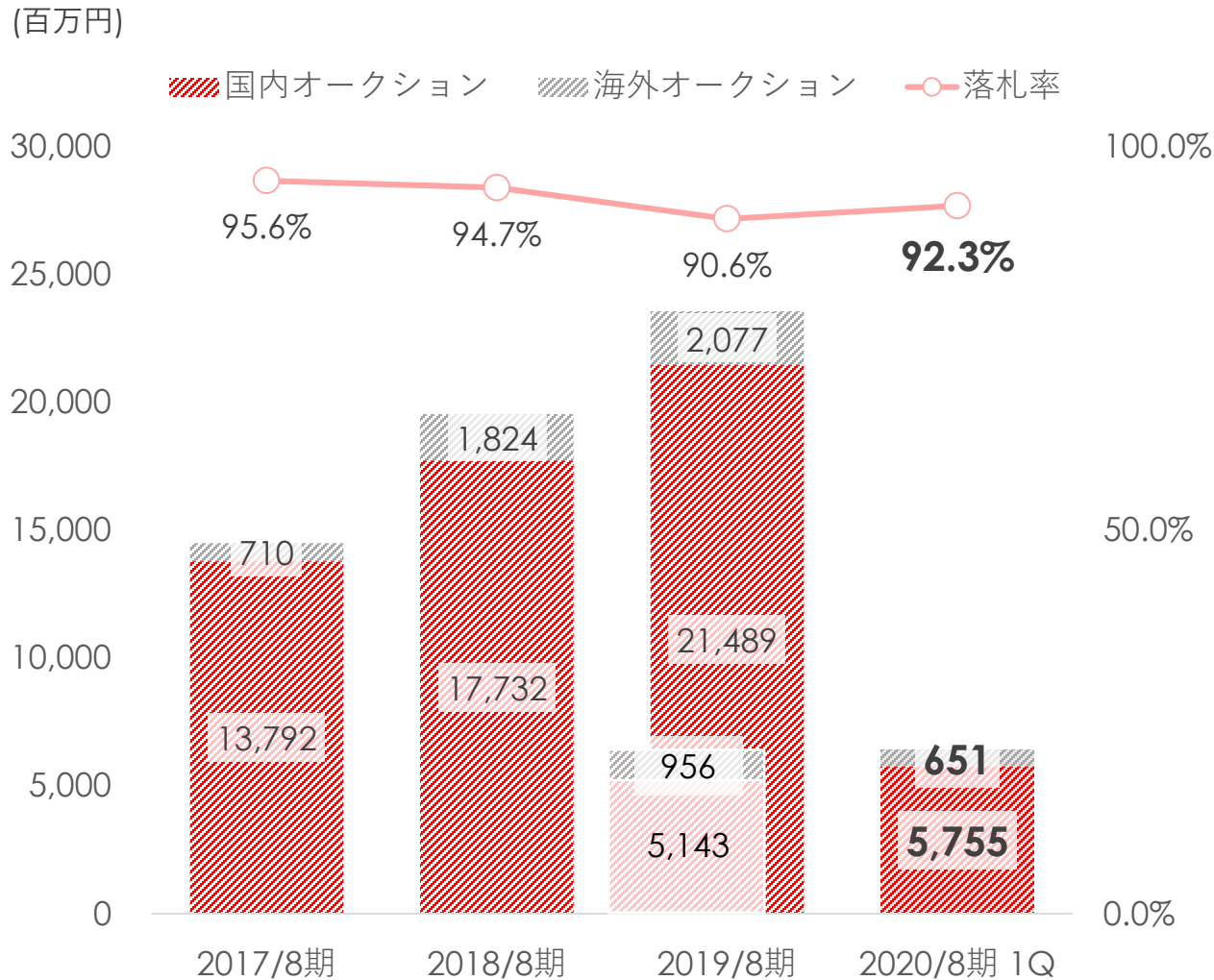
海外

- ✓ 2019/8期1Qに1回開催した香港における時計オークションと比較すると、当四半期に実施したジュエリーオークションの方が取扱高が小さいこと等により、前年同期比▲23.2%（香港オークションの実施回数は次ページ参照）
- ✓ 国内SBAを通じた海外業者への販売は順調に推移

国内

- ✓ 国内オークションの拡大、地金及び卸販路の増加により、前年同期比+39.2%、直前四半期比12.3%

オークション実績推移



国内オークション

- ✓ 国内SBAが順調に拡大したことにより前年同期比 +11.9%
- ✓ 海外業者落札分は約9億
※ 左記には含まれない (海外販路、卸売に計上)
※ 2019/8期は通期で約6億

海外オークション

- ✓ 香港オークション実施回数
2019/8期 1Q：ダイヤ 2回、時計 1回
2019/8期 4Q：ダイヤ 1回、ジュエリー 1回 (テスト)
2020/8期 1Q：ダイヤ 2回、ジュエリー 2回
- ✓ 時計オークションよりジュエリーオークションの取扱高が小さいこと等により、前年同期比▲31.9%

落札率

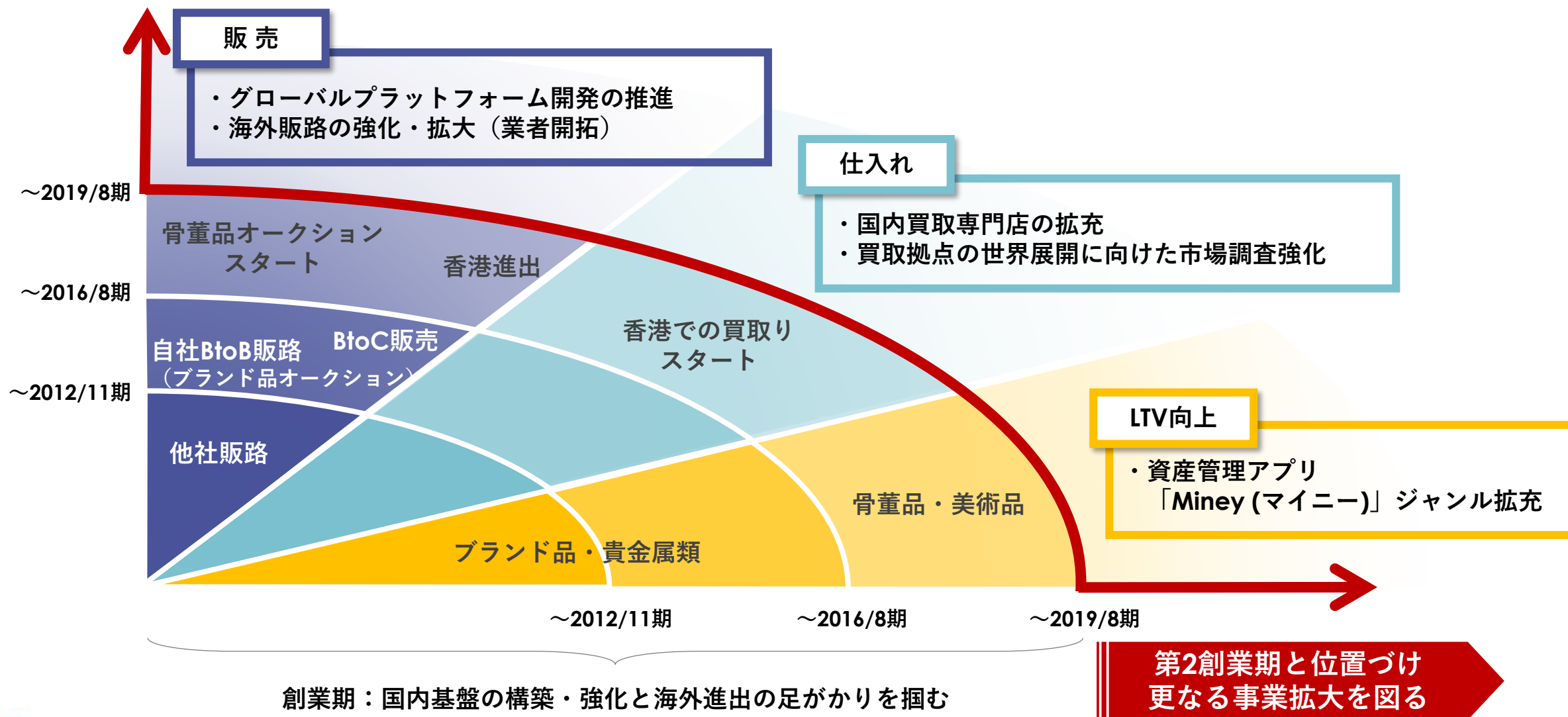
- ✓ 国内SBA、香港SBA、THE EIGHT AUCTION のいずれの自社オークションにおいても落札率が向上

2020年8月期 第1四半期 トピックス (2020年8月期以降の成長戦略 進捗状況)



SOUグループ 第2創業期の事業展開

2019/8期
決算説明資料より



□ 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



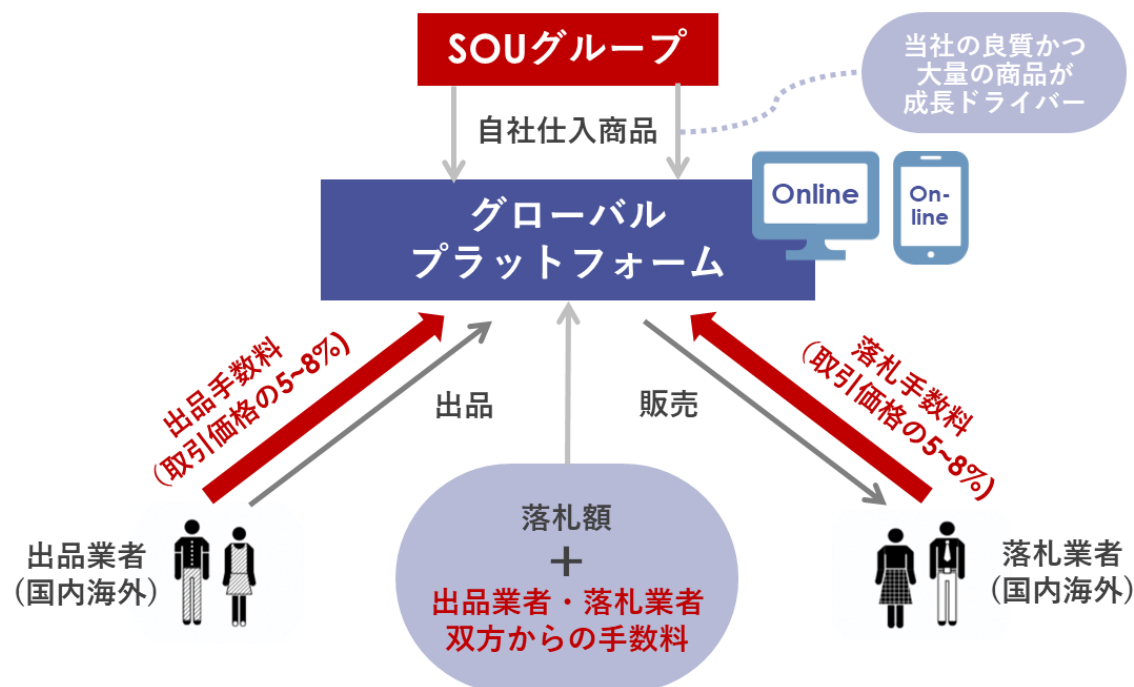
□ STAR BUYERS AUCTION (ブランド品類) / 国内

Phase 0 始動

- 2019年11月より時計とバッグの2ジャンルにおいて海外業社専用の入札サイトをオープン
⇒ オンライン上で海外から国内オークションへの参加が可能に
- アジア、欧米、ヨーロッパなど7か国16業者から総額約10億円の入札を獲得 (11月)
- オークション全体の運営効率化のため、オンライン入札オークション (毎月23日) を2019年11月で終了
⇒ 開催日数減少分は、リアルオークション (毎月11日~14日) や他チャネルにて販売

国内リアルオークションのオンライン化、グローバルプラットフォーム化に向けてオンタイムで進捗 (2020/8期 1Q)

<グローバルプラットフォームイメージ図>



□ STAR BUYERS AUCTION (ダイヤほか) / 香港

- ジュエリー大会の本格開催を開始
- ダイヤモンド大会において他社からの委託出品の受付・販売をスタート
- 開催回数：
ダイヤモンド大会：計2回 実施 (2019年9月, 11月)
ジュエリー大会：計2回 実施 (2019年9月, 11月)



※ オークション開催にあたっては現地スタッフ・参加業者と緊密に連携しており、現時点では香港デモの影響は受けておりません。

□ usus

- 顧客との接点拡大による販売強化のため、総合ショッピングモール「au Wowma!」へ出店、
- 常時約6,000点を出品するECサイト「usus」と在庫連携し、効率的な販売を実施

USUS

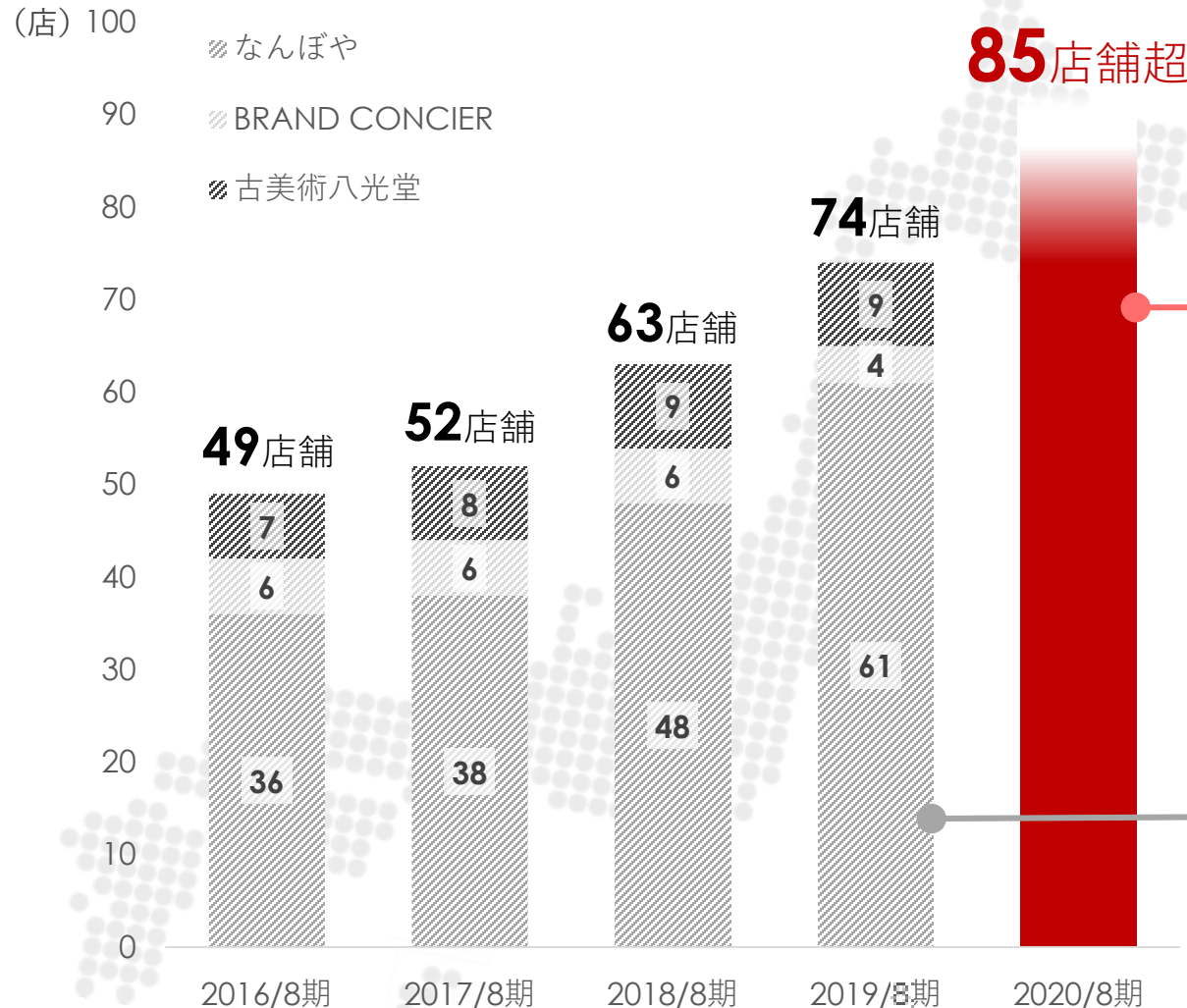
au Wowma!

usus (ウズウス) :

2019年1月にオープンした小売ECサイト。ラグジュアリーブランドに加え、ストリートブランドなど、ジャンルやスタイルにとらわれず広く商品を展開。



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

- 2019年7月～なんぼや 香港での買取をスタート
※ 左記店舗数には含まず

仕入れ/買取

国内買取専門店 移転・新規出店

□ 2020/8期 1Q 出店店舗



2019/9 町田東急ツインズ店
※移転



2019/9 東急プラザ蒲田店



2019/9 ミーツ国分寺店



2019/9 近鉄百貨店草津店



2019/11 名古屋エスカ店

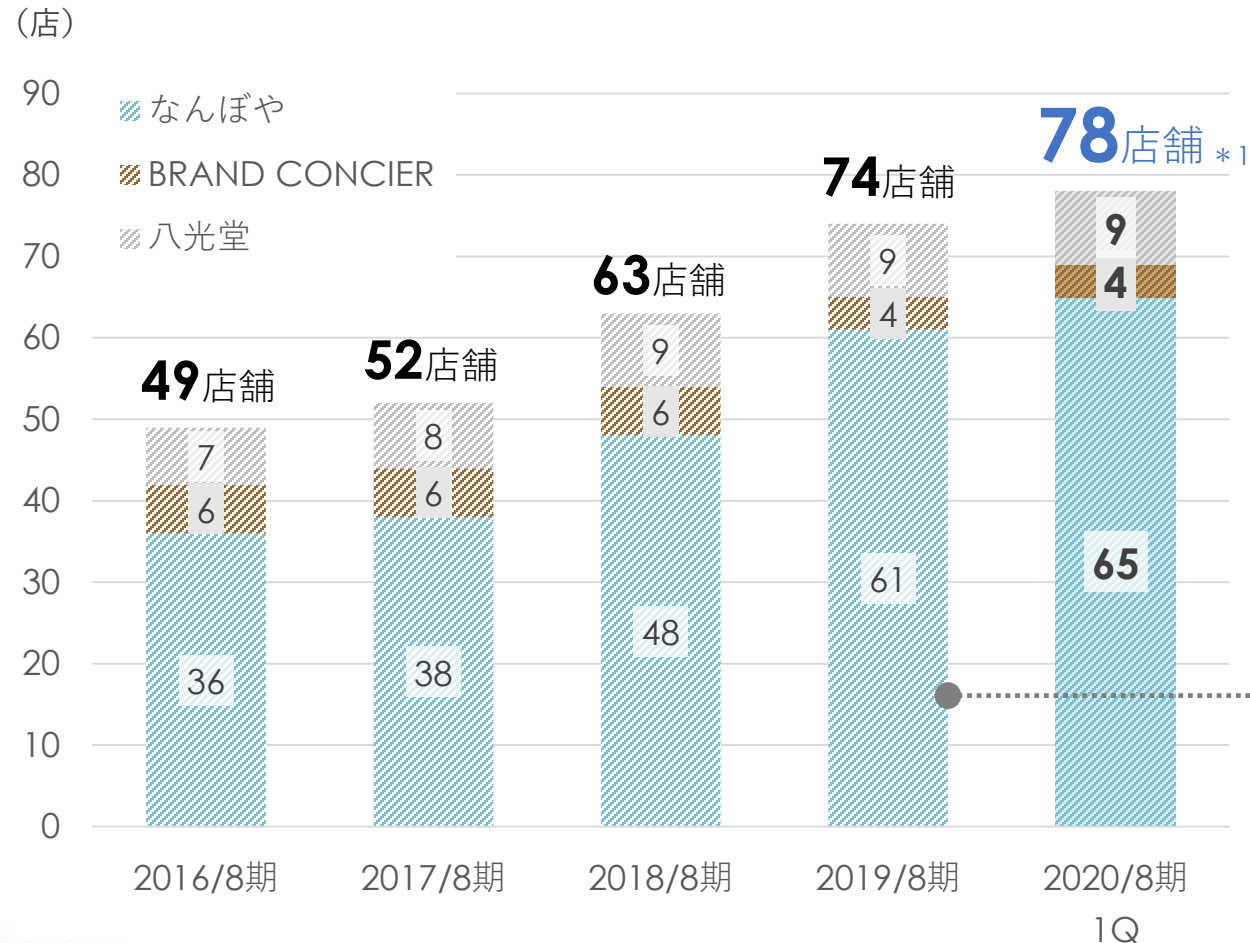


2019/11 新宿アルタ店



2019/11 松坂屋名古屋店

□ 買取店舗の推移



□ 2020/8期 2Q以降

【出店】

- 2019年12月5日
：なんぼや+Miney 東急プラザ渋谷店(*2)
- 2019年12月12日
：なんぼや 神田駅東口店

【退店】

- ~2019年11月30日
：なんぼや 三宮さんプラザ店
- ~2020年1月31日
：なんぼや 藤沢OPA店(*3)

*1 なんぼや 銀座数寄屋橋店、BRAND CONCIER 新宿店の閉店により純増4店舗

*2 なんぼやに実物資産の相談カウンターを併設した店舗。相談カウンターでは「Miney」を用いて顧客の実物資産の管理・運用をサポート。

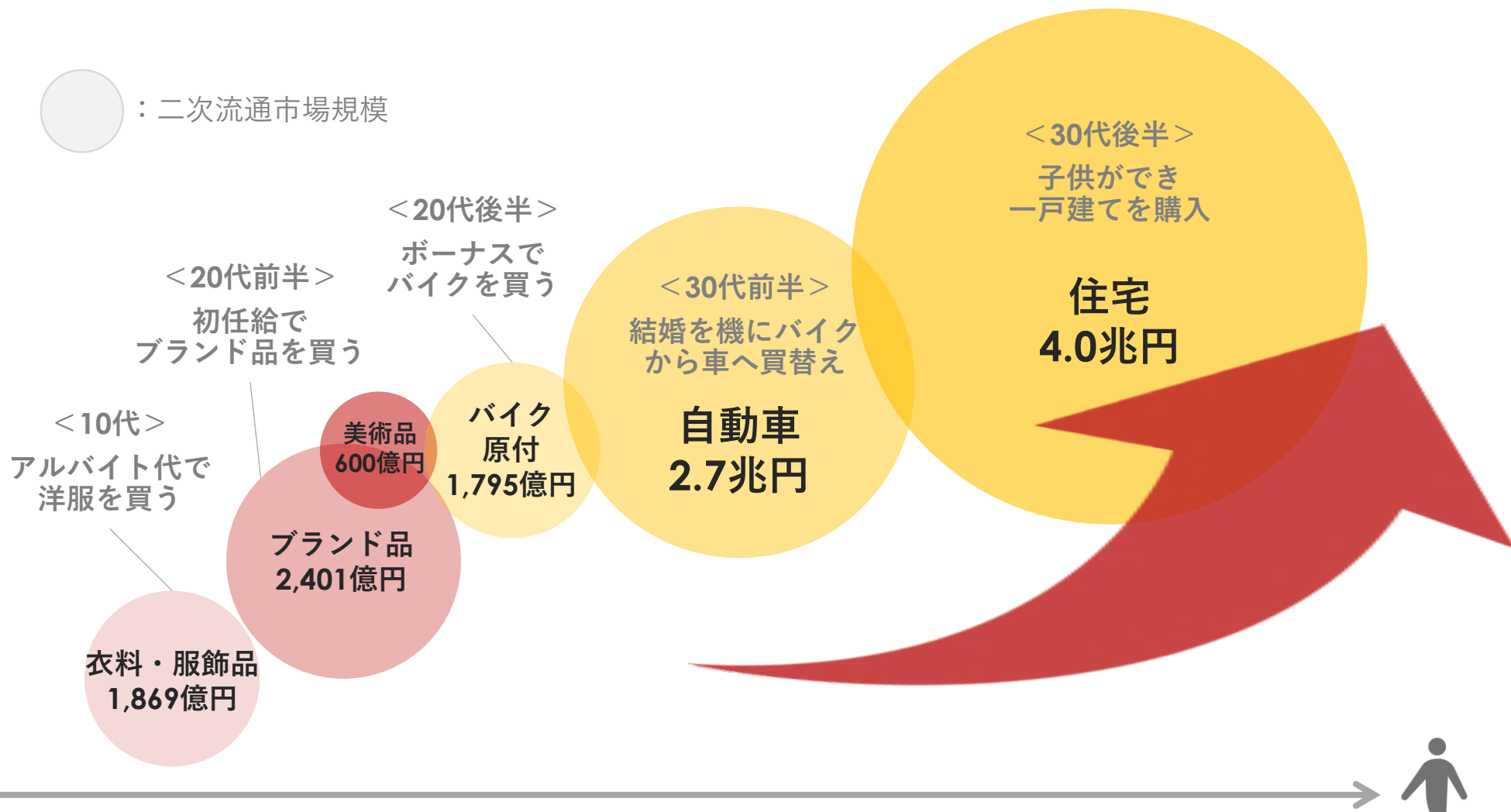
*3 並行稼働を終了し、なんぼや藤沢ODAKYU湘南GATE店へ完全移転。

- 2019年7月～なんぼや 香港での買取スタート
※ 左記店舗数には含まず

取扱い品目拡充によりライフタイムバリューを高める



○ : 二次流通市場規模



市場規模 出典)

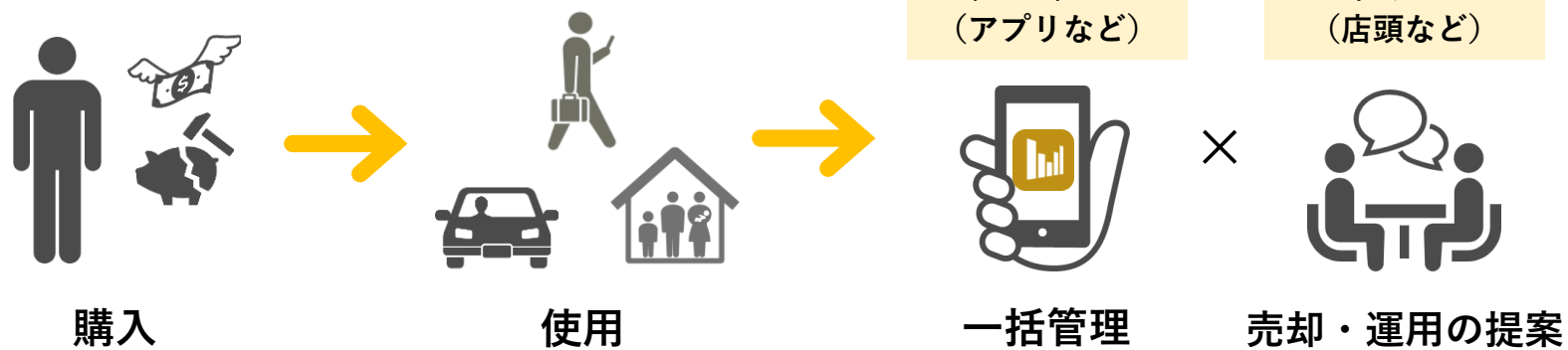
衣料・服飾品、ブランド品、バイク・原付：リフォーム産業通信社「中古市場データブック（2018年）」／美術品：一般社団法人アート東京「日本のアート産業に関する市場調査2016」※市場全体の流通規模／自動車：矢野経済研究所「2017中古車総覧プレスリリース」／住宅：国土交通省「住生活基本計画（全国計画）概算」

□ 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】



□ ジャンル拡充

◆ 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
- ・ 相続や生前整理、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



◆ 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



□ AI自動査定機能（β版）を公開

時計ジャンルにAI査定機能を導入、スマートフォンで撮影するだけで商品情報が自動入力され、約3秒での査定結果表示が可能に

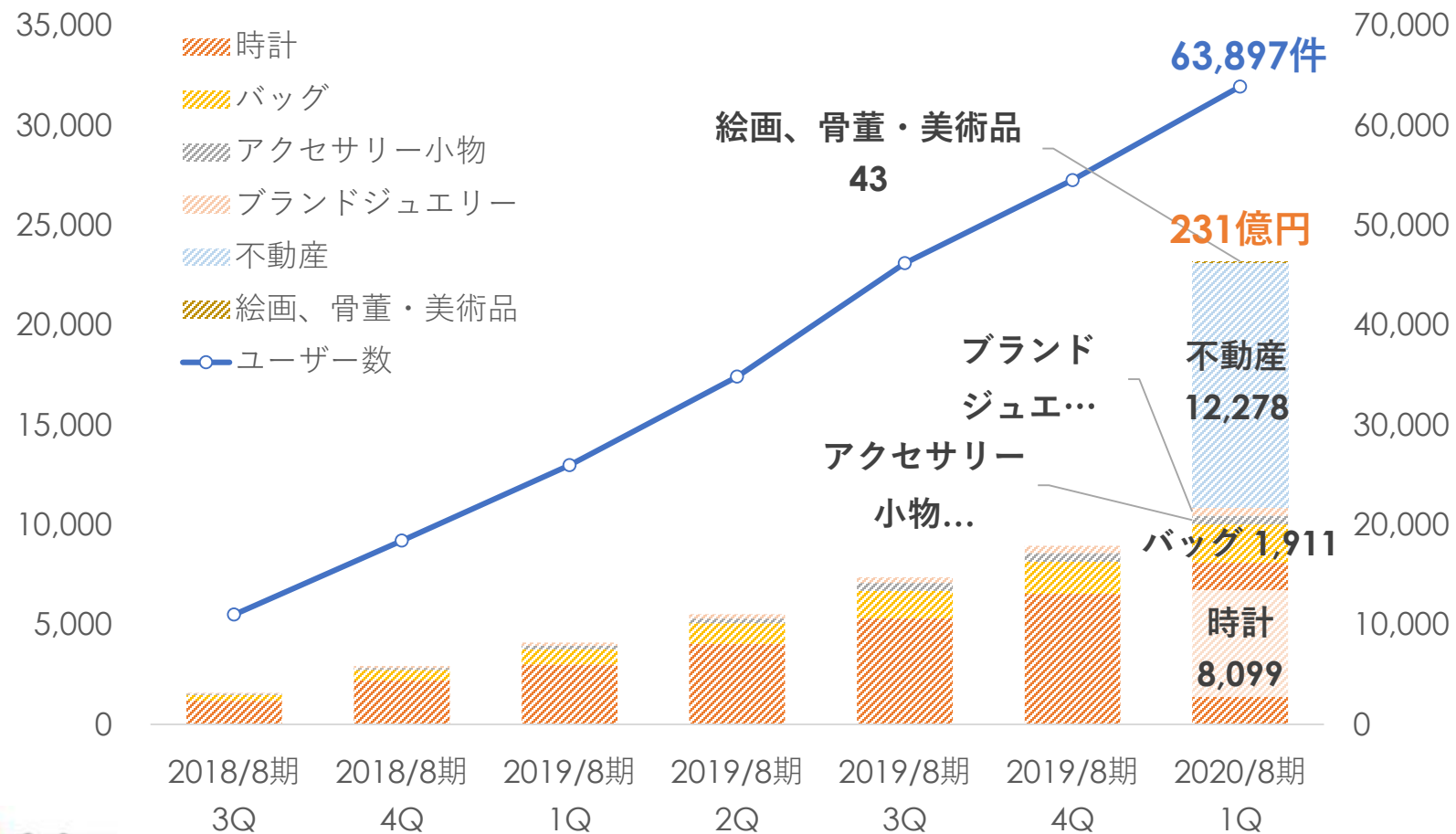
「AI時計査定」の使い方



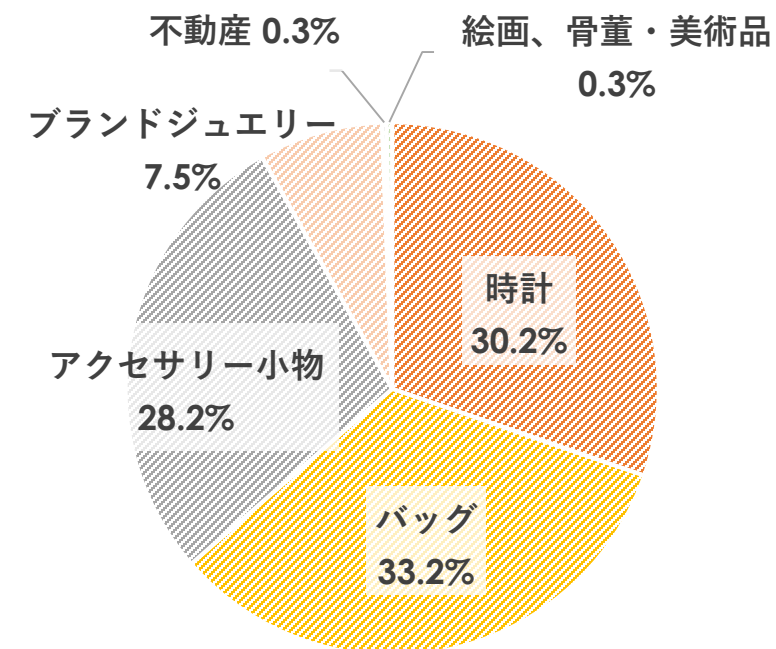
※ 自動査定の対象はロレックスブランドの時計のみ。
時計ジャンルのその他のブランド及びバッグやジュエリーなどのジャンルは従来どおりの運用

ダウンロード数と総査定金額の推移

(総査定金額：百万円)



総査定商品数 約66,000点



□ 株式分割を実施

2019年9月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。

目的：将来的な本則市場への市場変更も見据え、流動性の向上と株主数の増加を図るため。

□ 監査等委員会設置会社への移行を実施

2019年11月22日付で、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へと移行。

目的：取締役会の意思決定の迅速化と機動性向上を図り、監視体制、監督機能の更なる強化を通じて、コーポレート・ガバナンスの一層の充実、実効性を高めるため。

□ 持株会社体制への移行を決定

2020年3月1日付で、持株会社体制へと移行することを決定。

目的：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更なる成長を目指すため。



※2020年3月1日付での体制変更と合わせて各社の社名を変更予定

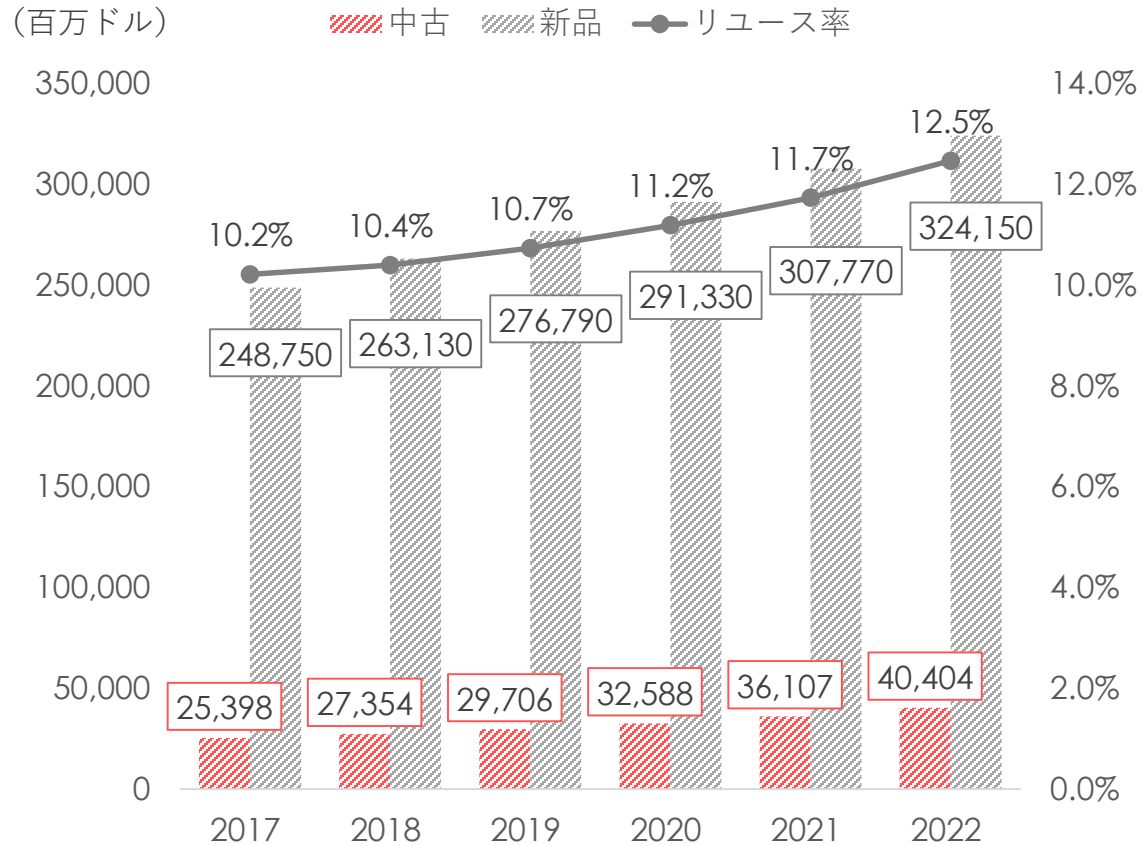
※SOU Technologiesはシステム開発事業のより一層の推進に向け2019年11月に設立、バリュエンスリアルエステートは仲介を中心とした不動産事業開始のため2020年3月に設立、同6月に事業開始予定

Appendix

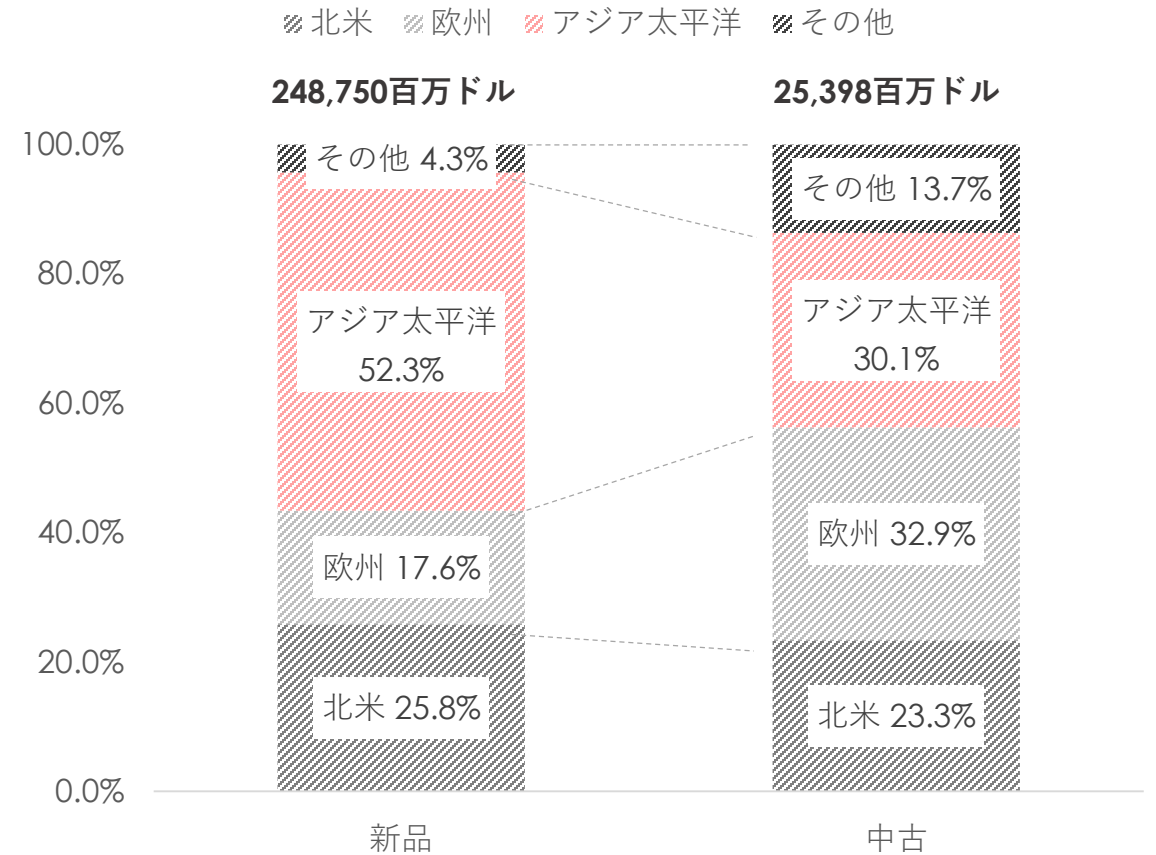
- 2020年8月期以降の成長戦略（2019年8月期 決算説明資料より）
- ビジネスモデル（詳細）と当社の特徴
- 事業ブランド紹介

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)

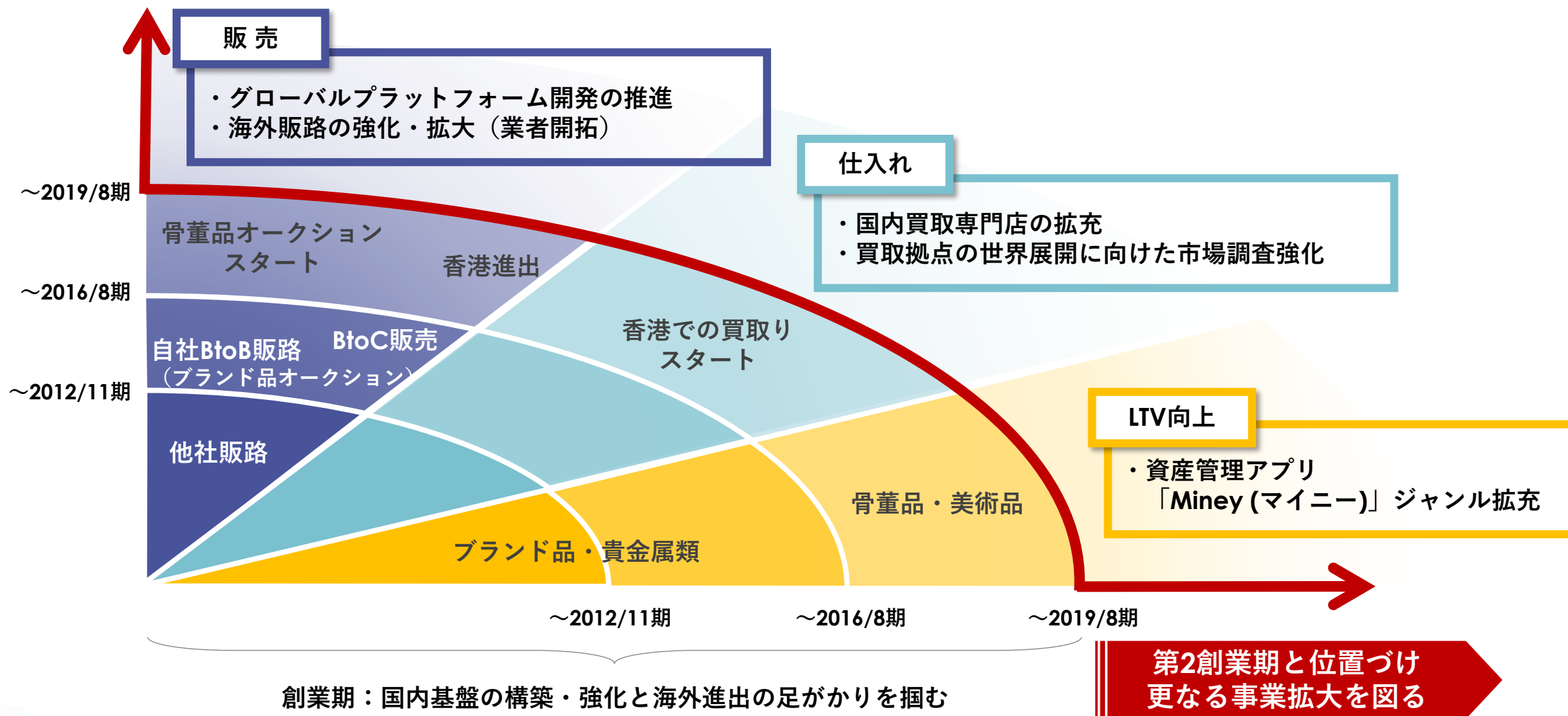


* 新品：Luxury Apparels, Jewelry, Premium watches, Luxury Accessories (eyewear, bonnet, handbags, cravat etc.)

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

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

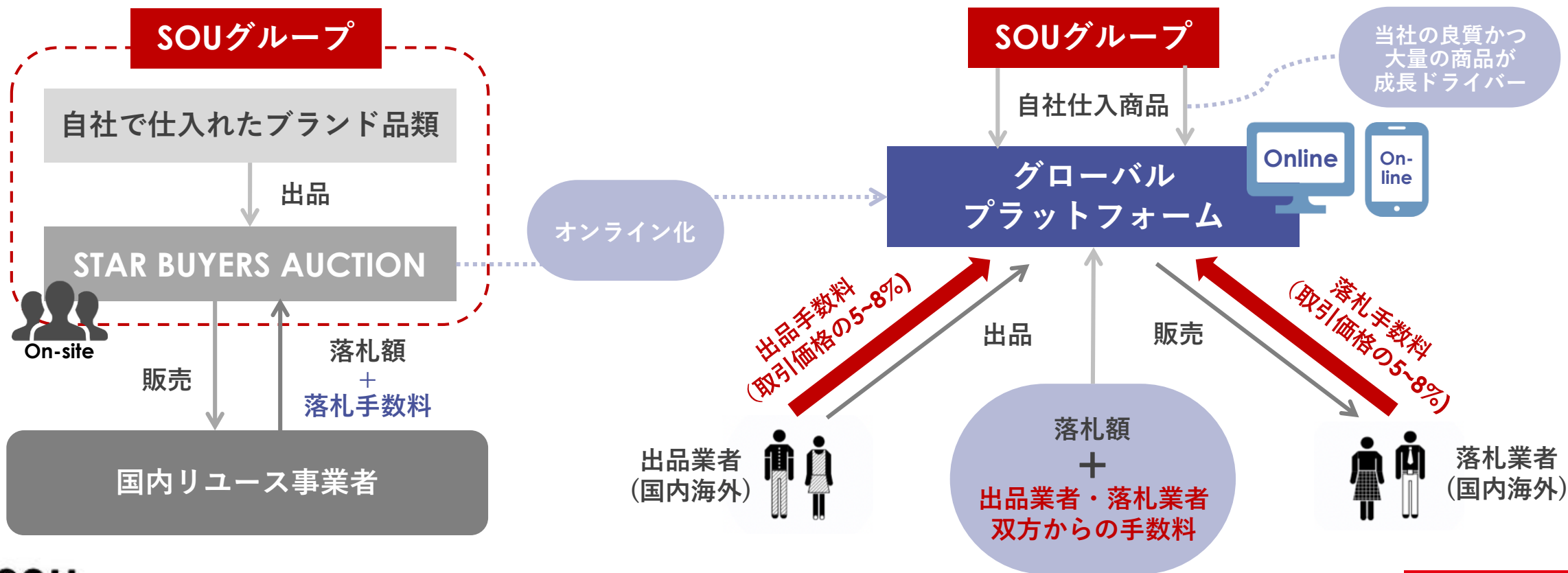
SOUグループ 第2創業期の事業展開



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

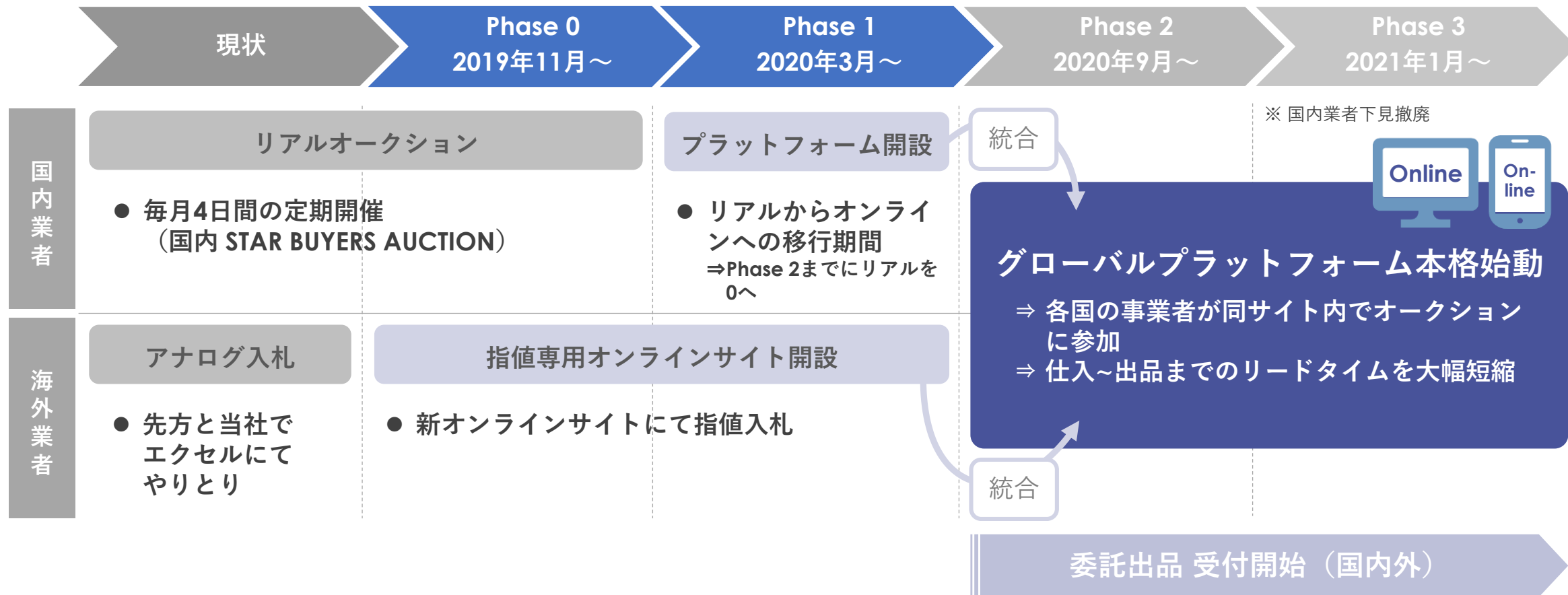
現状

開発後

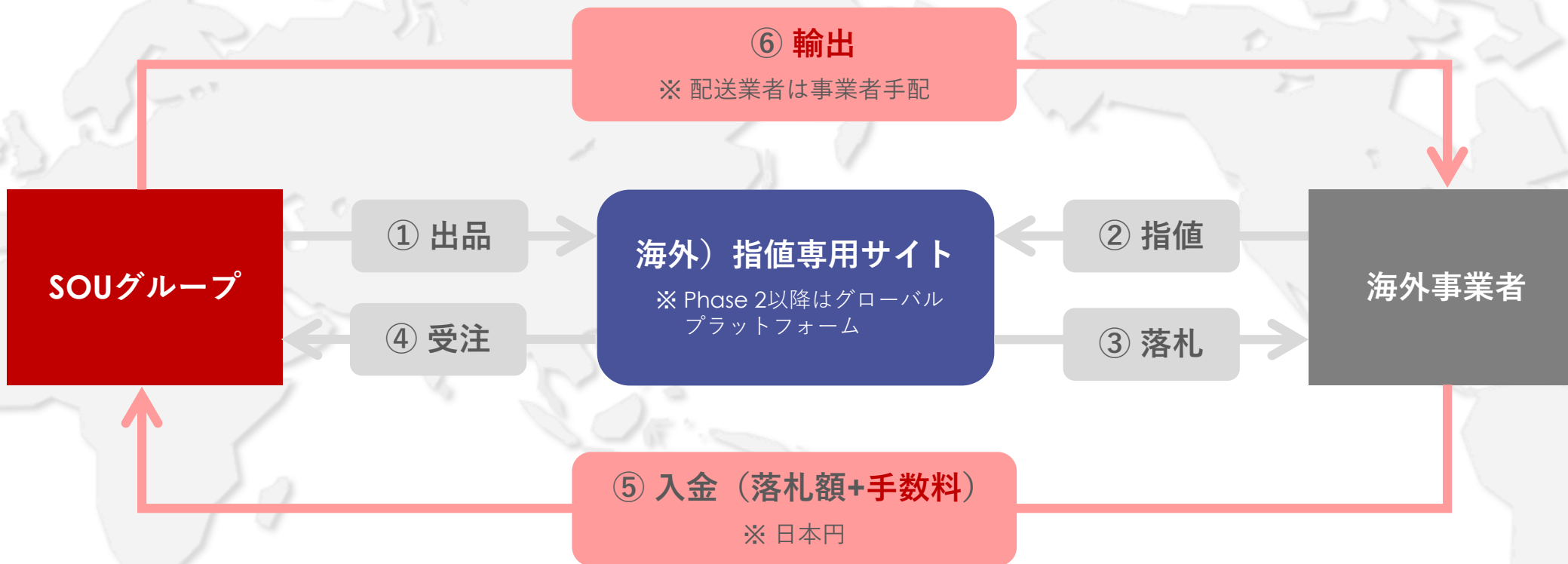


グローバルプラットフォーム開発の推進

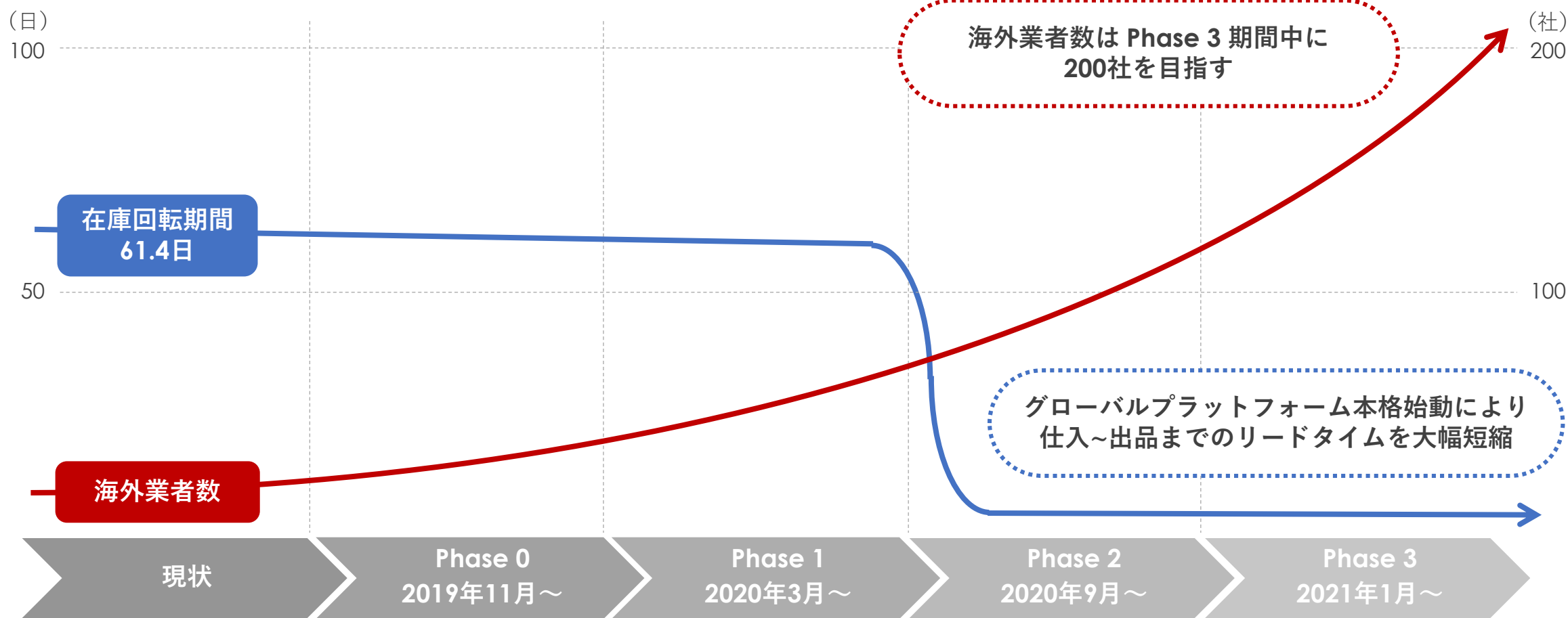
□ システム開発と“リアルからオンラインへの移行”を平行して実施



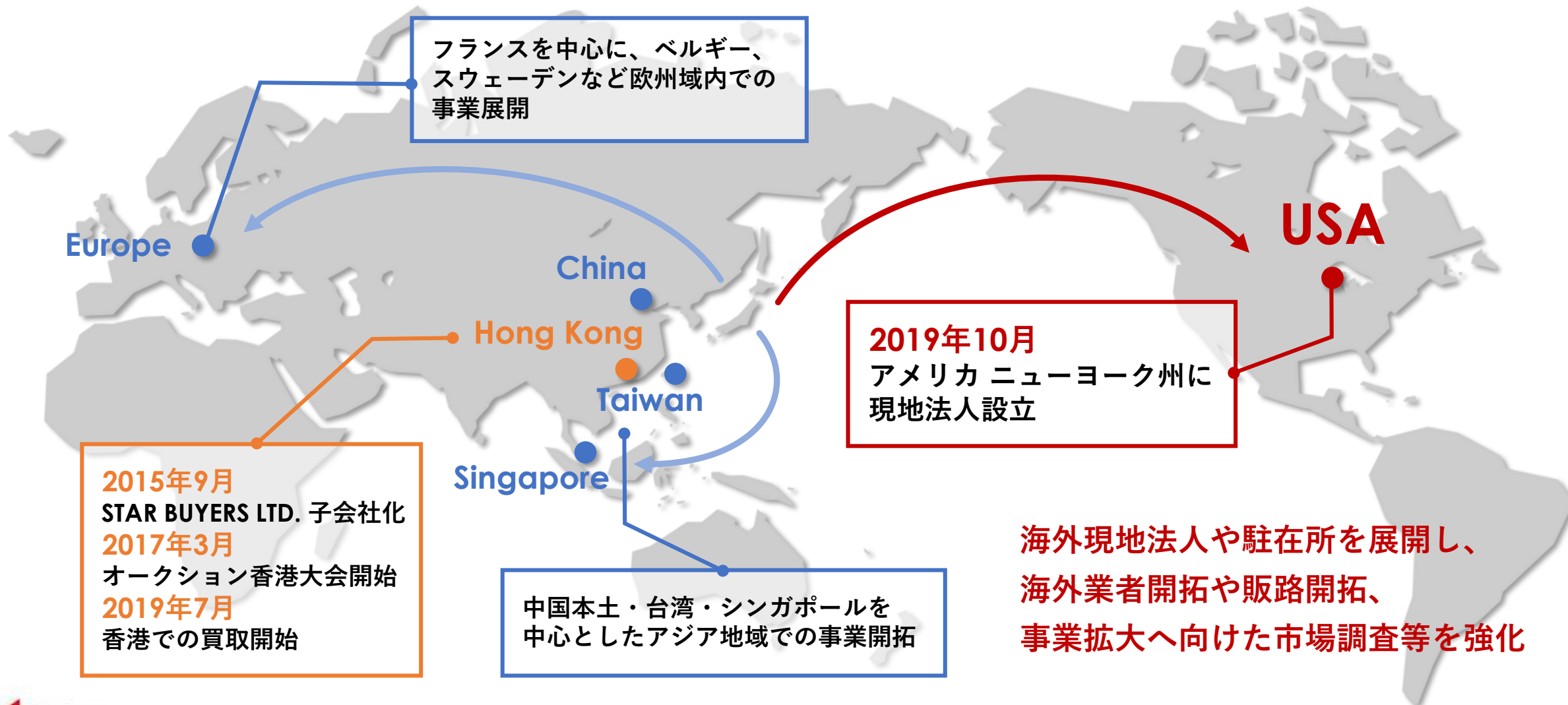
□ 海外輸出イメージ (Phase 1まで)



在庫回転期間・海外業者数 イメージ



海外販路の強化・拡大



フランスを中心に、ベルギー、スウェーデンなど欧州域内での事業展開

Europe

China

Hong Kong

Taiwan

Singapore

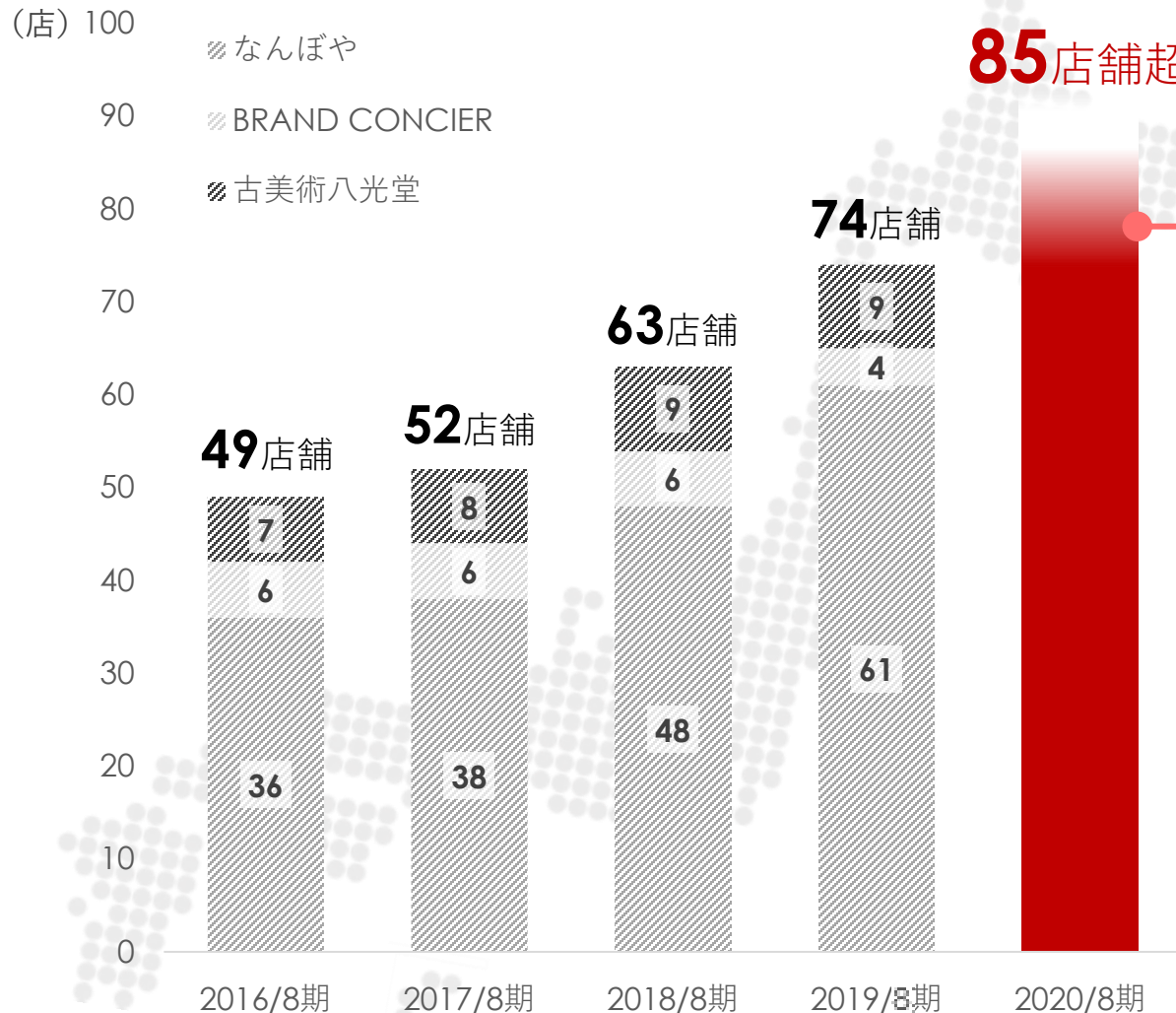
USA

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

中国本土・台湾・シンガポールを
中心としたアジア地域での事業開拓

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



85店舗超

- 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

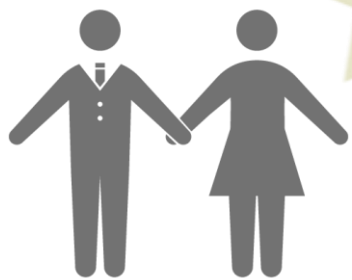
2019年10月
アメリカ ニューヨーク州に
現地法人設立

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”もブランド品ではない



- ✓ 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

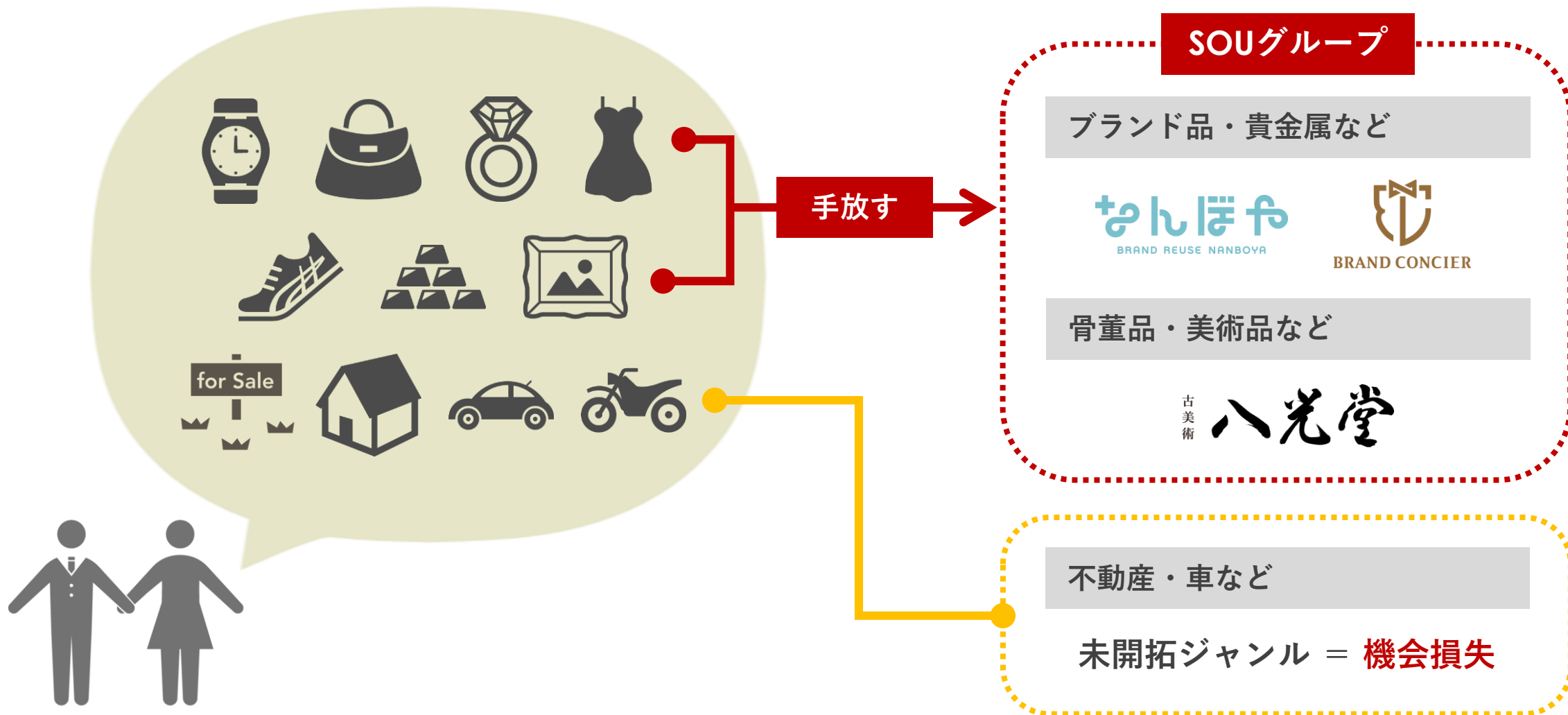


一括で相談できる先が無い

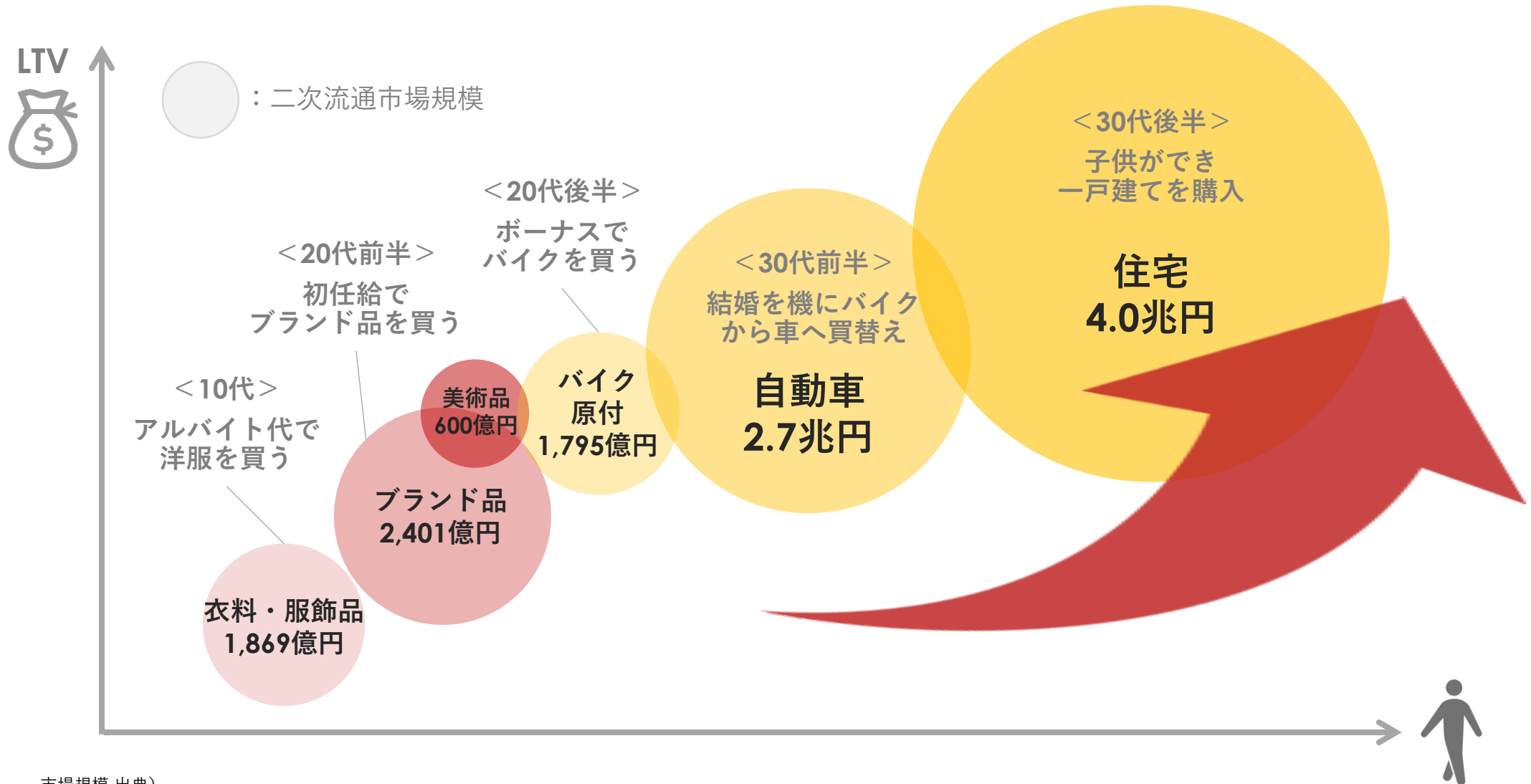
手放す

LTV向上

手放す“実物資産”もブランド品だけではない



取扱い品目拡充によりライフタイムバリューを高める



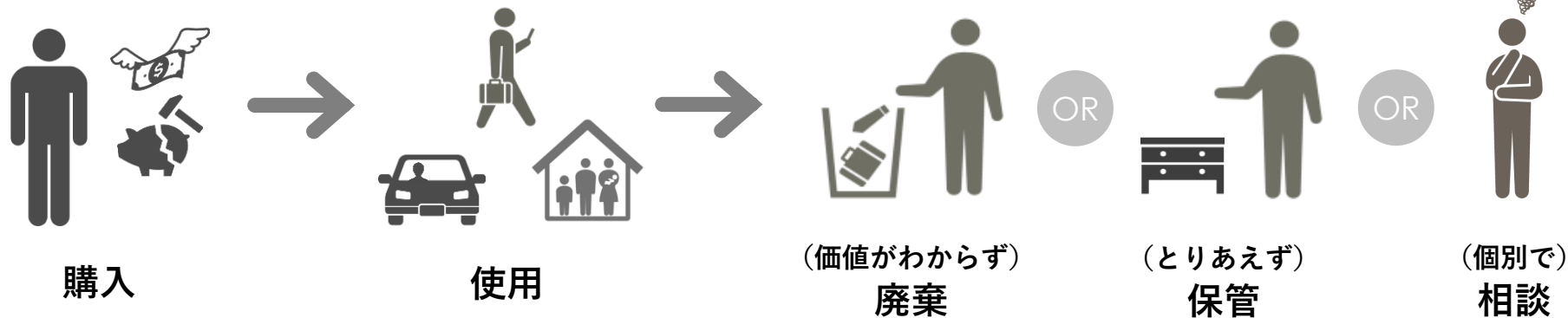
市場規模 出典)

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」

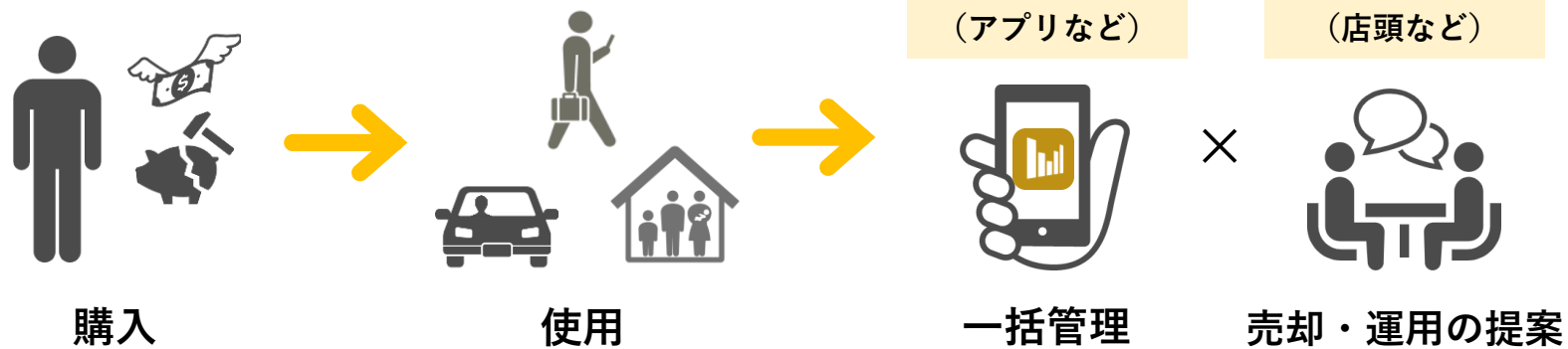
Mineyの戦略的投入

□ 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】



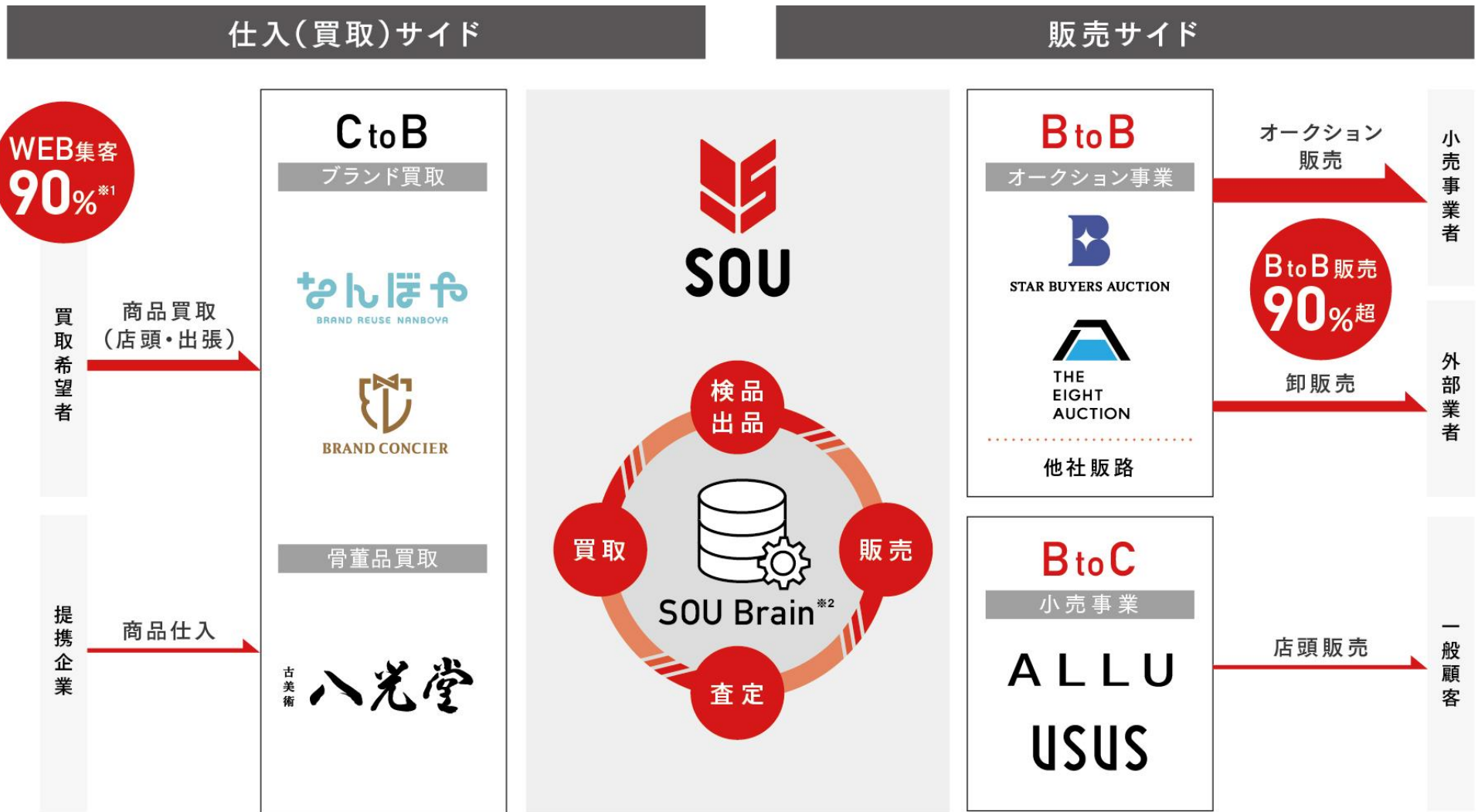
目指す姿

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

- 2020年8月期以降の成長戦略（2019年8月期 決算説明資料より）
- 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**2.1%**に留まる

※2020/8期1Q 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



78店舗の買取拠点（2020/8月期1Q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

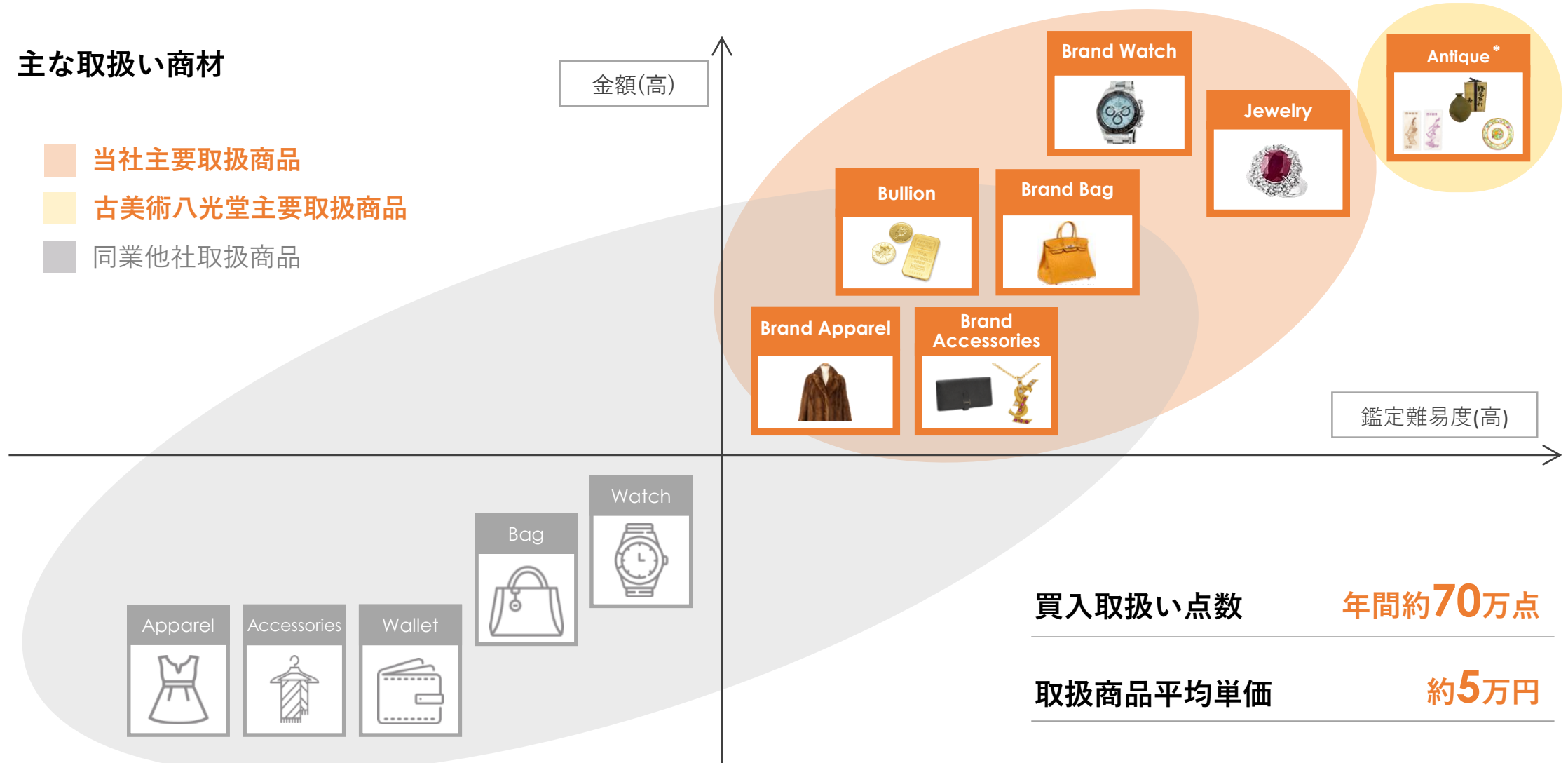


仕入力
(買取力)

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

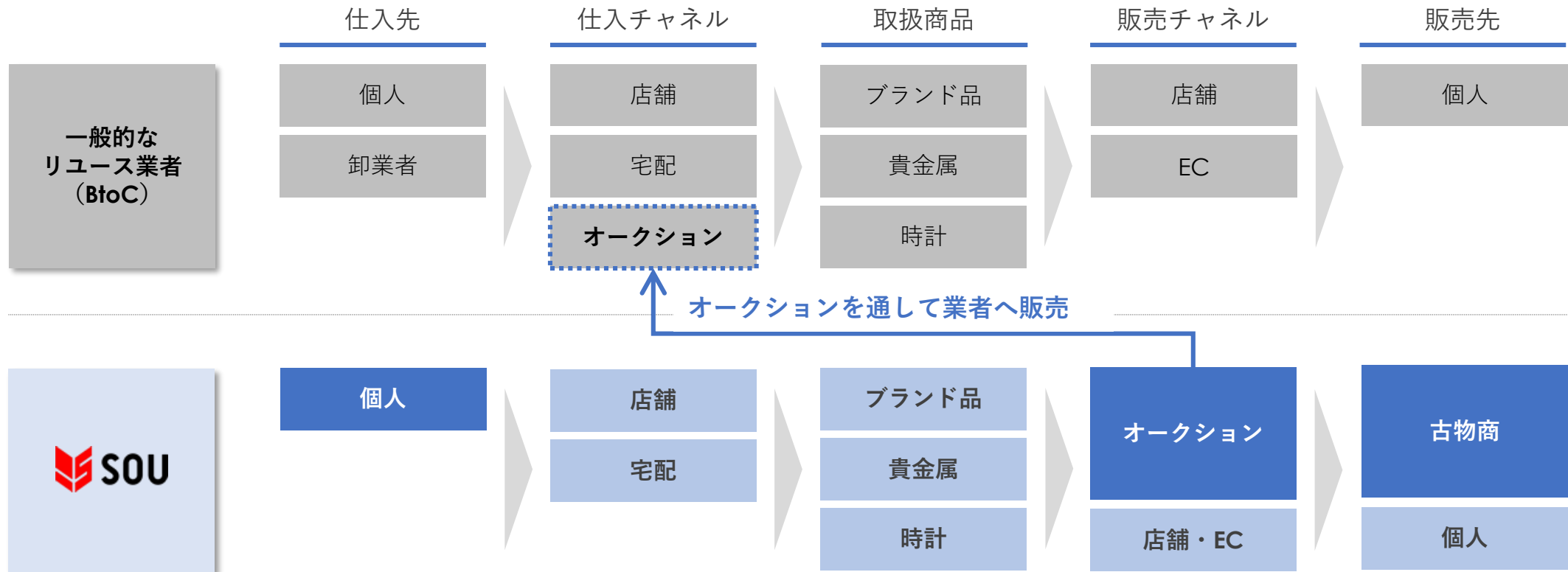
取扱商品平均単価

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

- 2020年8月期以降の成長戦略（2019年8月期 決算説明資料より）
- 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。

□ なんぼや

- 当社買取事業の旗艦ブランドとして国内に65店舗展開する買取専門店（2020/8期1Q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



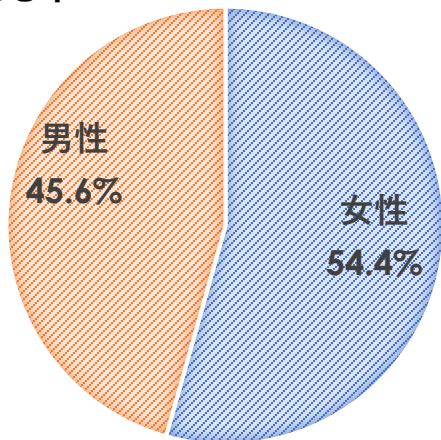
□ BRAND CONCIER（ブランド コンシェル）

- [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

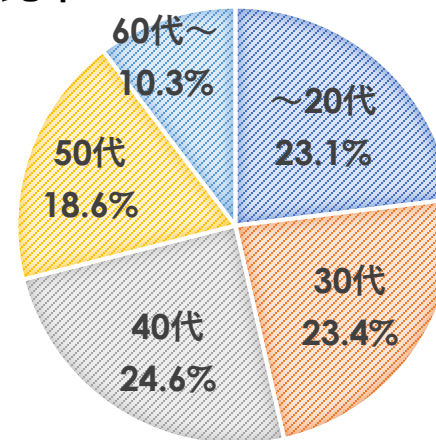


なんぼや・BRAND CONCIER 利用状況

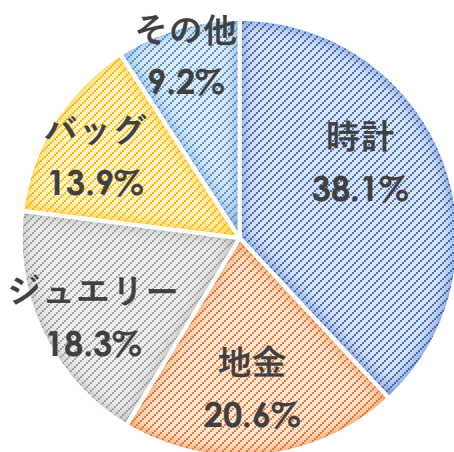
男女別利用者比率



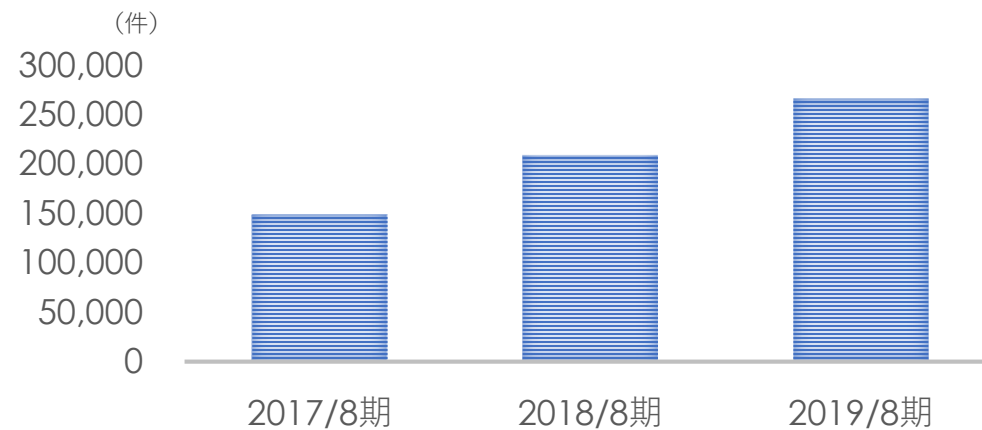
年代別利用者比率



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）

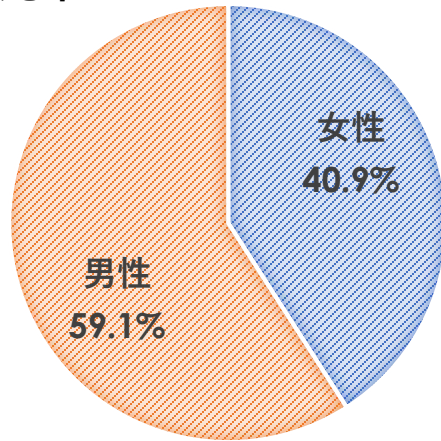
□ 古美術八光堂

- 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

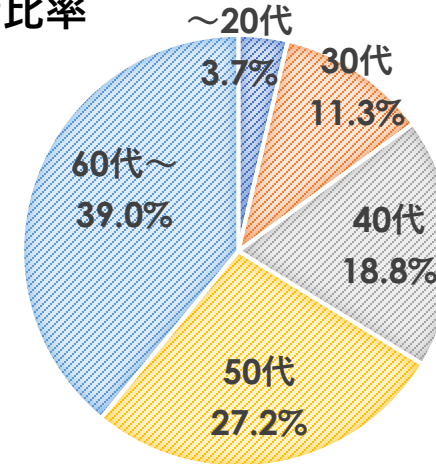


古美術八光堂 利用状況

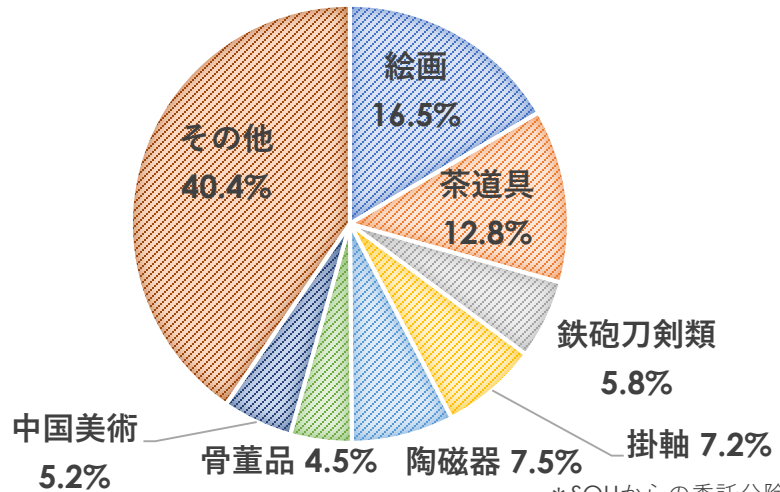
男女別利用者比率



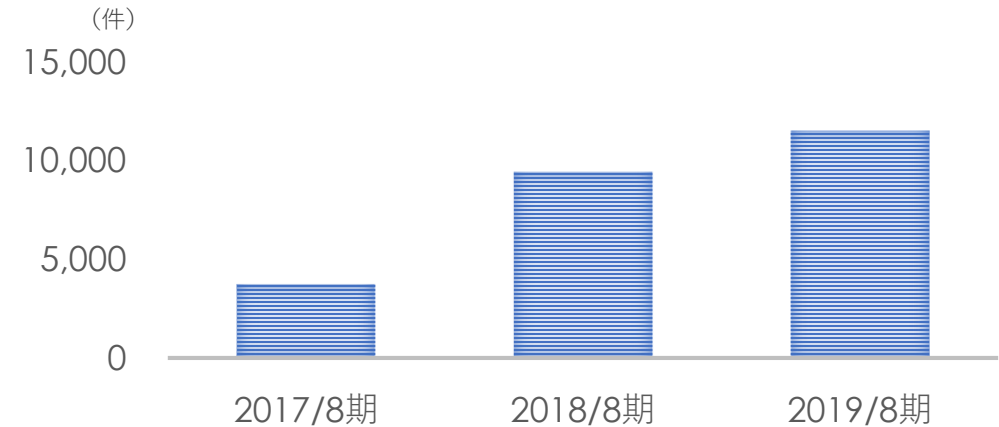
年代別利用者比率



ジャンル別売上比率



利用者数の推移



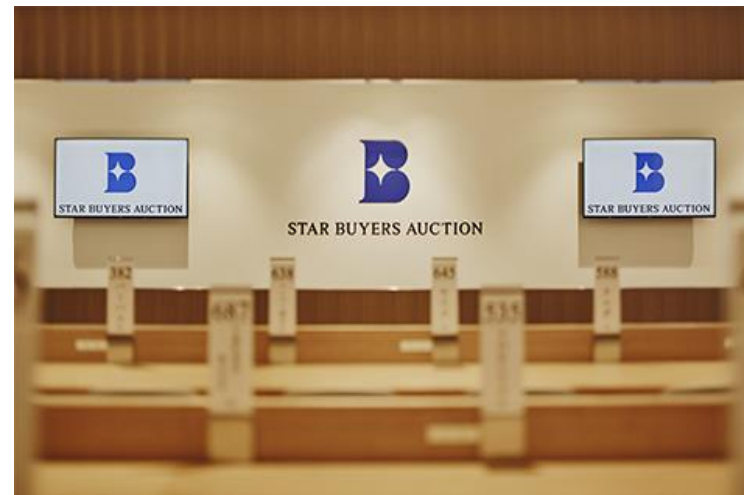
□ STAR BUYERS AUCTION（スターバイヤーズオークション）

【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2.5～3.0万点（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
- ※オークションプラットフォーム化への準備に伴い、2019年11月をもって終了

【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
（現在はダイヤモンド、ジュエリーを対象ジャンルとして実施）
- 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



一般消費者向け販売

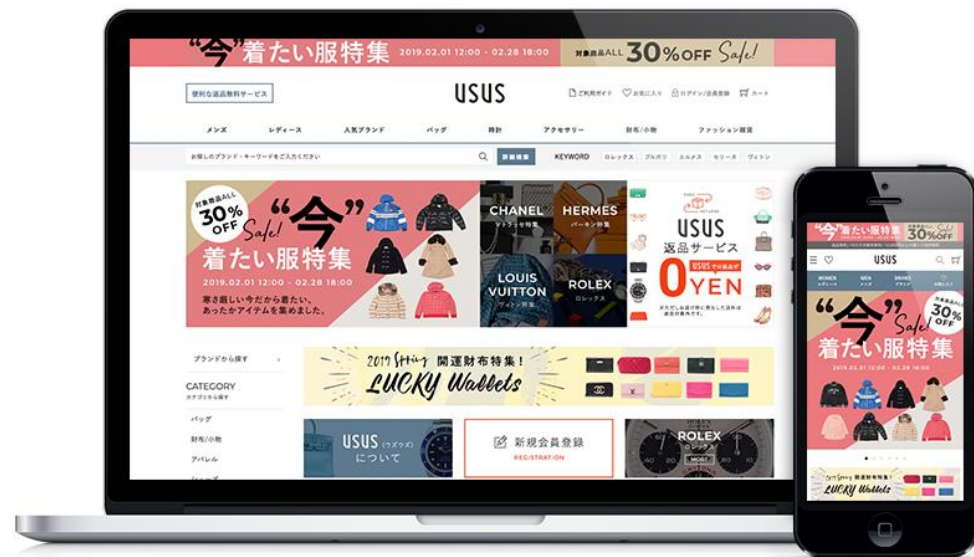
□ ALLU (アリュール)

- 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
- 総査定商品数 約6.6万点、総査定金額 約231億円に到達 (2020/8期1Q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）、不動産、絵画、骨董・美術品

Miney

モノの資産管理を、
すべての人に。

Mineyは、あなたの持ち物をスマホで撮影するだけで、
資産価値を可視化してくれるアプリです。

Download on the App Store

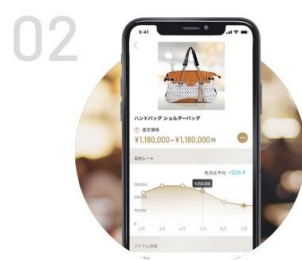
Download on Google play

登録料・利用料
無料



アイテムの写真を
撮影

撮影後、かんたんに商品情報を
入力したら登録ボタンをタップ



最短1分※1で
アイテムの価値が分かる

参考価格が届きます

※1 最長24時間



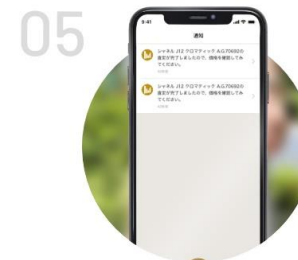
過去から現在の
価格推移が分かる

査定したアイテムの現在の価値が
リアルタイムに分かります



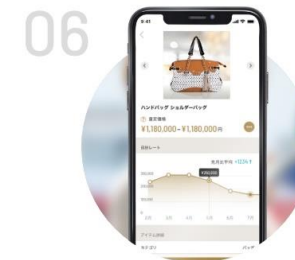
持ち物の
総額も見れる！

登録したアイテムの総額が
一覧で見れます



プッシュ通知で
”売り時”をお知らせ

査定したアイテムの価値が変動すると
プッシュ通知でお知らせします



いつでも
キャッシュに！

売りたい時にクリックひとつで
店頭買取・宅配買取を利用可能

※買取はminey提携の買取業者が行ないます



- 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「2020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】

株式会社SOU IR室

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