

# Q1 FY24 Financial Results

2024年8月期 第1四半期決算説明資料

January 12, 2024

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)

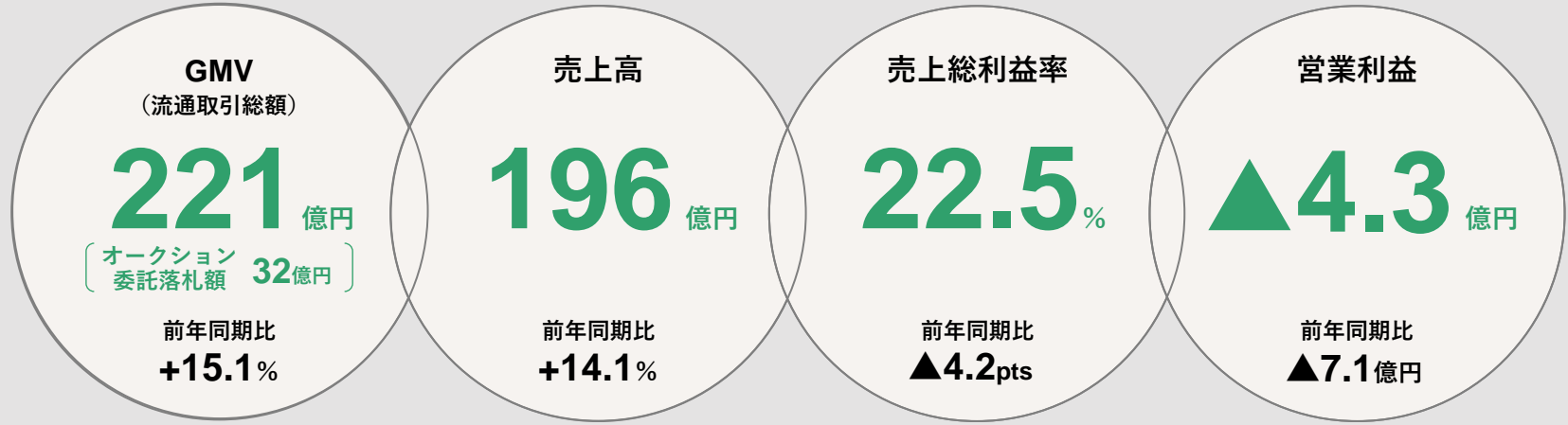
---

	03	16	26
<b>Financial Results</b> 業績	<b>Highlights for Q1 FY24</b> 第1四半期ハイライト	<b>Appendix</b>	

# Financial Results

業績

## 2024年8月期 第1四半期 サマリー



### 仕入高は前年同期比26.1%増の175億円と過去最高を更新

- ・オークションにおけるSaaS型新機能も委託拡大に貢献し、オークション委託落札額は前年同期比15.3%増の32億円、オークション委託比率（自社オークションGMVに占める比率）は同4.0pts増の25.7%と過去最高を記録
- ・2023年9月のオークションの開催回数を4回から3回に減らした影響はあるも、地金売上高の増加に加え、引き続きインバウンド需要が旺盛で小売売上高も前年同期比で伸長したこと等により、売上高は同14.1%増の196億円と着地
- ・海外パートナー中心に自社オークションの競り上がりが前年同期比で弱かったことや、地金相場の高水準継続、時計相場やダイヤモンド相場が軟調で推移したことに加え、小売強化施策の立ち上げが計画比で遅れたこと等により、売上総利益率は同4.2pts減の22.5%（詳細はP.9ご参照）
- ・人員拡充やマーケティング等の成長投資に引き続き注力しつつ、効率化も進めたため販管費は計画比で減少するも営業利益は▲4億円

## 2024年8月期 第1四半期 業績

- ・オークションの開催回数を減らした一方で、地金売上高の増加や小売売上高が伸長したことにより、売上高は前年同期比14.1%増の196億円
- ・自社オークションの競り上がりが通常より弱かったこと、相場等の外部環境影響等に加え、期初からの小売強化施策の立ち上がりが計画よりも遅れたこと等により、売上総利益率は前年同期比4.2pts減の22.5%
- ・小売強化施策や海外をはじめとしたマーケティング等の成長投資に引き続き注力し、販管費は前年同期比12.4%増の48億円

単位：百万円	FY23/1Q	FY24/1Q	増減率	FY24 上期計画	達成率
売上高	17,250	19,689	+14.1%	40,870	48.2%
売上原価	12,640	15,262	+20.7%	29,920	51.0%
売上総利益	4,609	4,426	▲4.0%	10,950	40.4%
売上総利益率	26.7%	22.5%	▲4.2pts	26.8%	-
販売費及び一般管理費	4,325	4,862	+12.4%	10,280	47.3%
営業利益又は営業損失	283	▲436	-	670	-
営業利益率	1.6%	-	-	1.6%	-
経常利益又は経常損失	259	▲474	-	490	-
経常利益率	1.5%	-	-	1.2%	-
親会社株主に帰属する 当期（四半期）純利益又は純損失	133	▲404	-	200	-

※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）

## 2024年8月期 第1四半期（9月-11月）トピックス



### 買取

Purchases

- FY23下期からの金相場上昇がFY24/1Qも継続したこと等により、**仕入高は前年同期比26.1%増の175億円と過去最高**を更新
- 三越伊勢丹との「i'm green」や金融機関等とのアライアンスによる仕入も引き続き好調に推移
- 海外2店舗を新規出店するも退店2店舗により、FY24/1Q末の店舗数は**国内135店舗、海外38店舗**なお、FY24も出店は下期偏重となる計画



### 販売

Sales

- STAR BUYERS AUCTION（SBA）、SBA香港※の開催回数を減らした影響は受けるも、地金及び小売売上高が増加し、**売上高は前年同期比14.1%増の196億円**
- 自社オークション売上高は減少も、SaaS型新機能の貢献もあり**委託は引き続き好調、オークション手数料売上高は横這い**
- 小売強化施策のため、期初から戦略的に小売への在庫振り向けを強化、小売立ち上がりは計画比で遅れているものの、小売売上高は前年同期比**62.1%増の25億円**

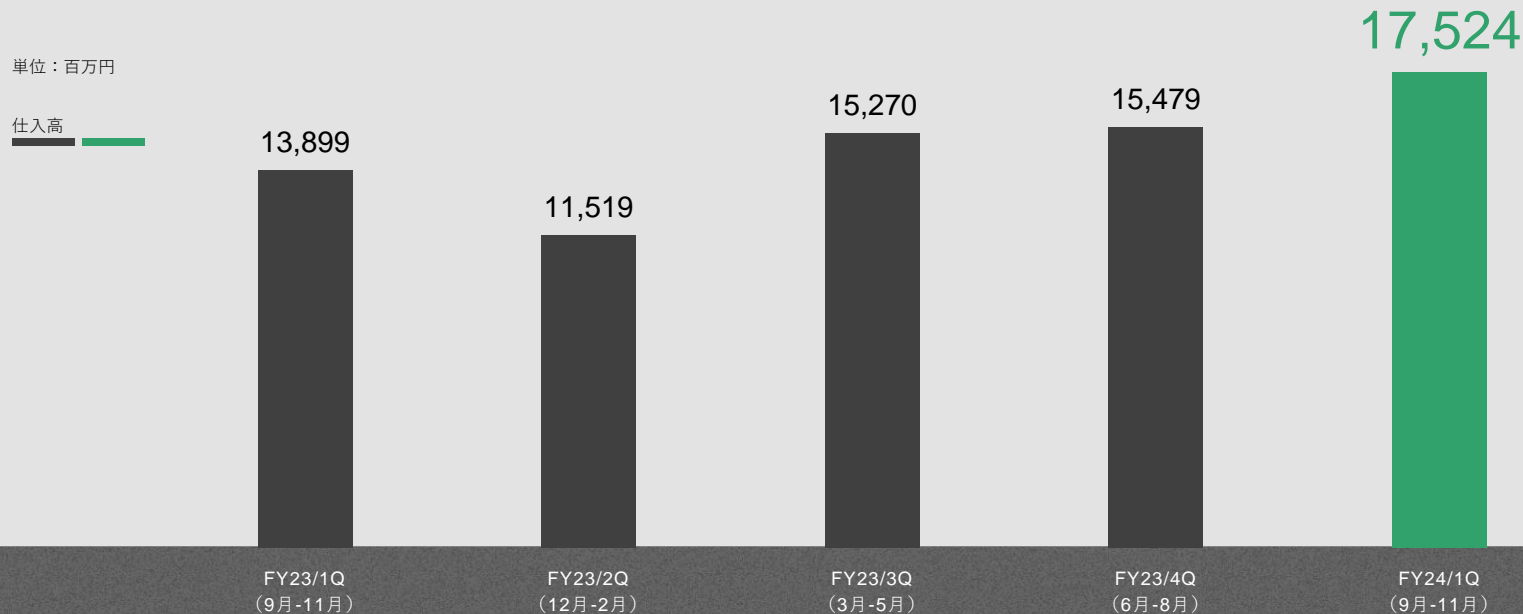
※香港にて四半期に1回開催しているダイヤモンドオークション

## 仕入高・店舗数

- ・地金相場が好調であったことに加え、アライアンスの取組が好調に拡大したこと等により、仕入高は前年同期比26.1%増の175億円と過去最高を更新

単位：百万円

仕入高



買取店舗数

170店舗  
(36店舗)

173店舗  
(38店舗)

170店舗  
(37店舗)

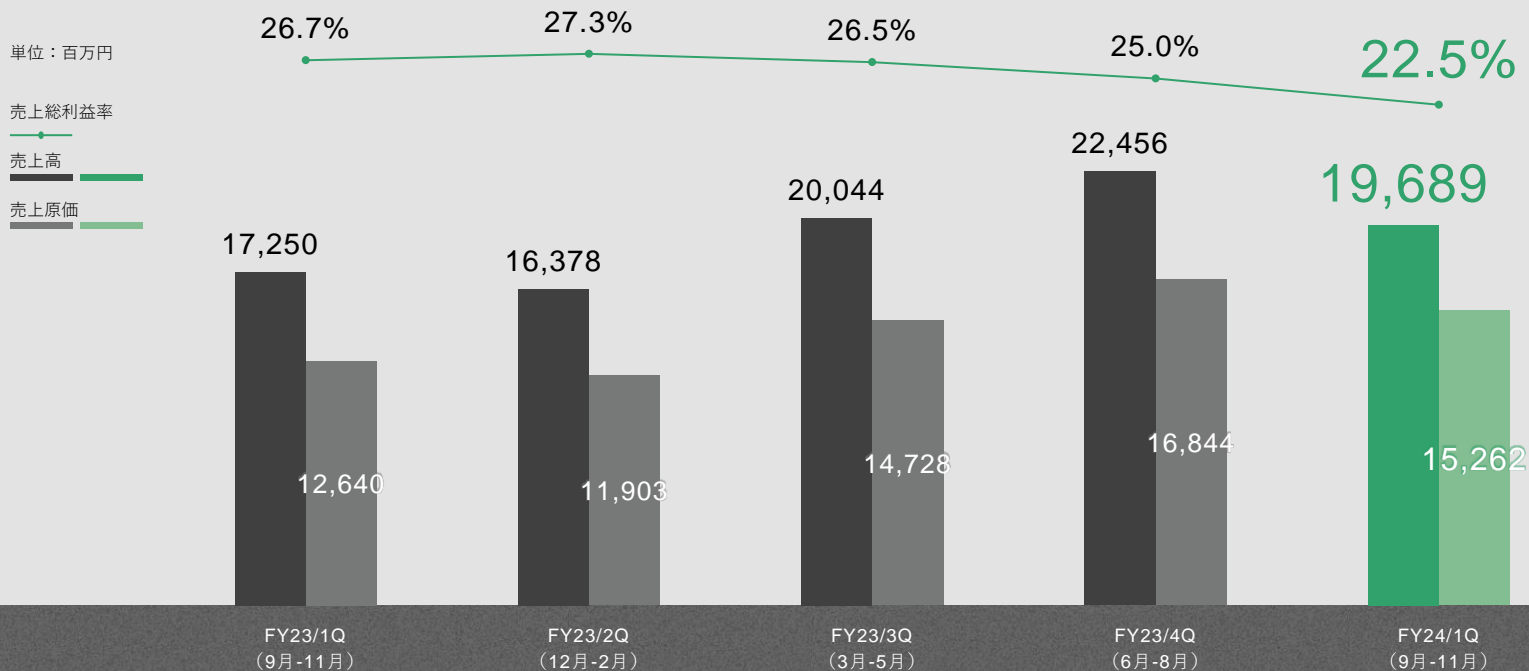
173店舗  
(38店舗)

173店舗  
(38店舗)

※1 FY23/3QからPL連結した米自動車の仕入高実績は除く。  
※2 店舗数には海外店舗も含む。  
( )はそのうちの海外店舗数。

## 売上高・売上総利益率

- ・オークションの開催回数を減らしたため自社オークション売上高は前年同期比7.5%減となるも、地金売上高の増加に加え小売売上高も堅調に推移したこと等により、売上高は同14.1%増の196億円で着地
- ・売上総利益率は同4.2pts減の22.5%（詳細要因についてはP.9ご参照）





# 売上総利益への影響要因

## ① 販路別要因

### STAR BUYERS AUCTION (SBA)

- アメリカを中心とした海外パートナーによるオークションでの競り上がりが前年同期比で弱かったため、想定価格よりも競り上がりせず売上総利益率が悪化
- 2Q以降の小売店舗出店等に向けて、通常はSBAに回す商品も重点的に小売在庫として確保したことも起因

### SBA香港（ダイヤオークション）

- ダイヤモンドについては相場軟調で推移したため、1Qについては四半期に1回のSBA香港の開催を休会

### 小売

- インバウンド需要旺盛も、オークション・小売の同時出品やEC出品数の増加などは計画比未達で立ち上がり遅れ

## ② ジャンル別要因

### 地金

- 地金相場が1万円/gを超える高い水準で推移したことから、売上総利益率の低い卸売（地金）売上高が増加

### 時計

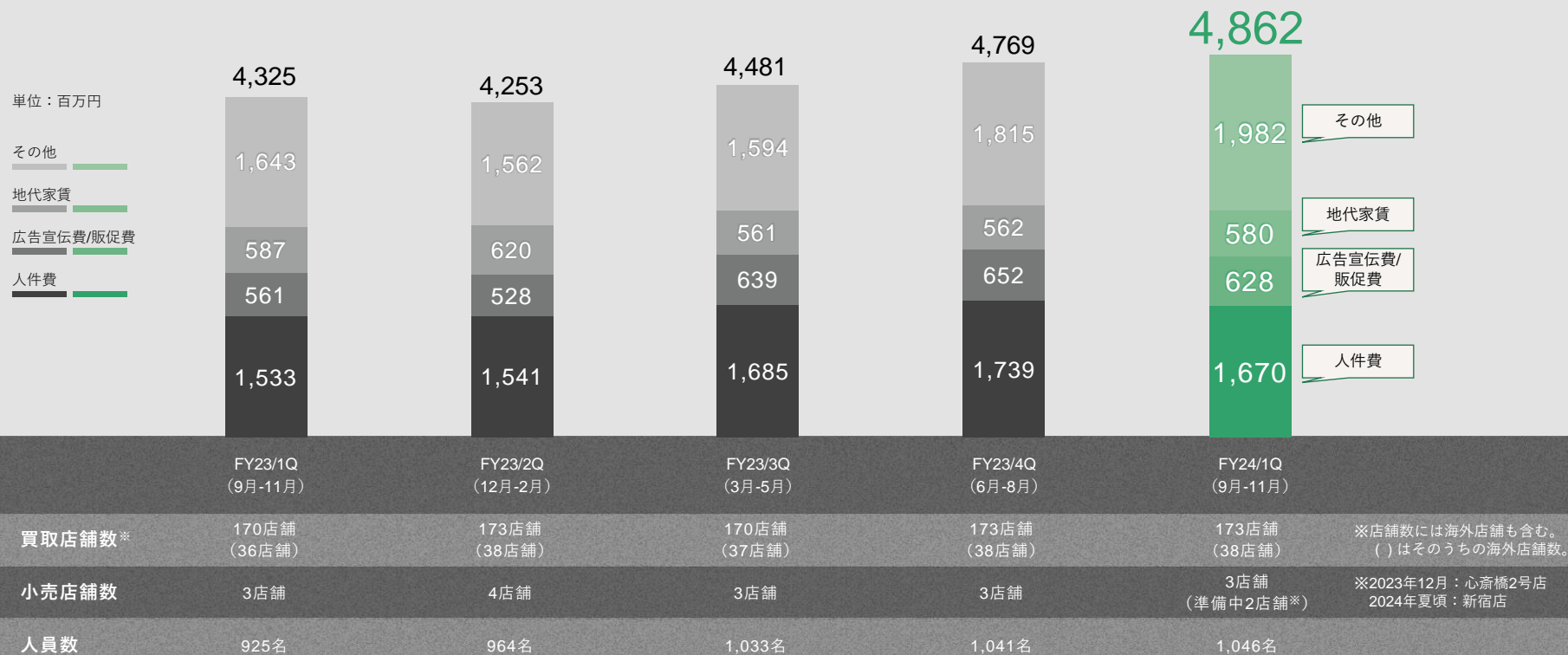
- 時計相場は引き続き軟調であり、売上高総利益率の大幅な改善はなし
- 特に1Q前半はアメリカのオークションパートナーの在庫が豊富にあったことから需要が弱く、SBAでの価格競り上がりもなし（足元回復基調）

### バッグ

- インバウンド需要を見越して、同業他社も仕入を強化しており、仕入の競争環境は引き続き厳しい

# 販売費及び一般管理費

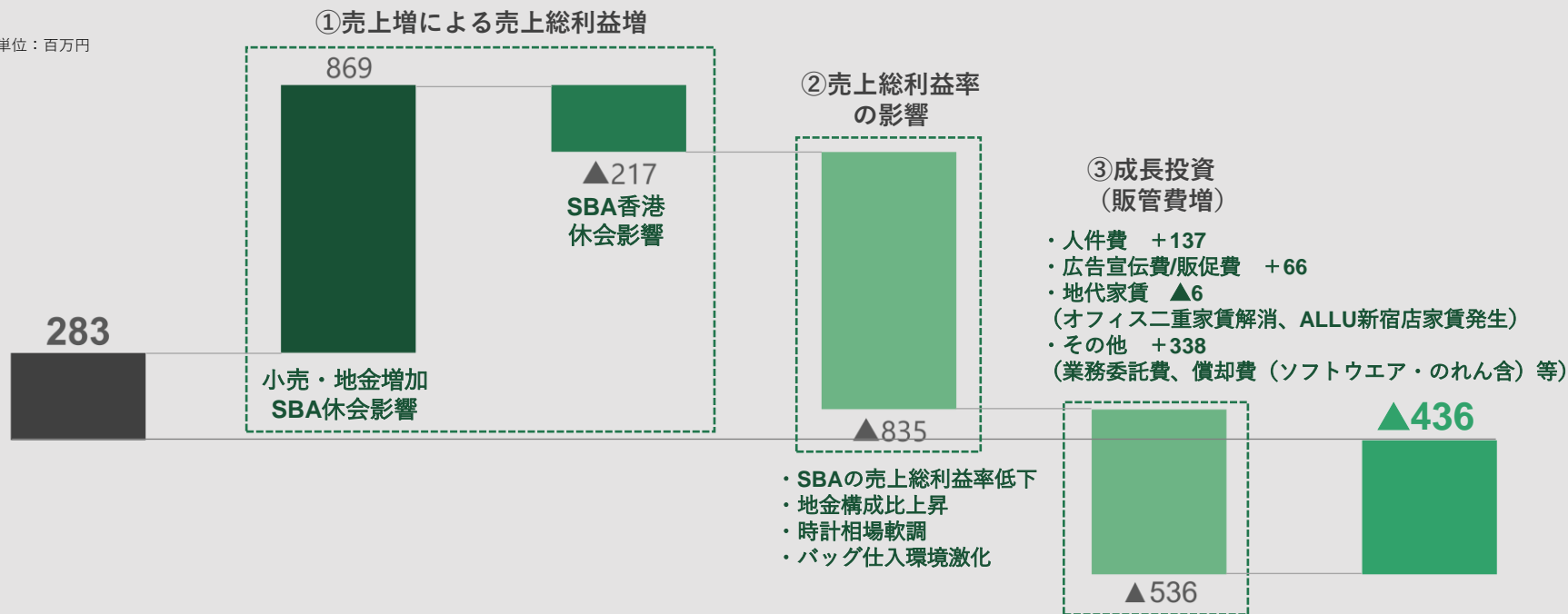
・ 人員拡充やマーケティング等に引き続き注力により、販管費は48億円で着地



# 営業利益増減

・ 売上伸長も、売上総利益の影響及び成長投資の結果、営業利益は▲4億円

単位：百万円



FY23/1Q  
(9月-11月)

FY24/1Q  
(9月-11月)

# バランスシートの概況

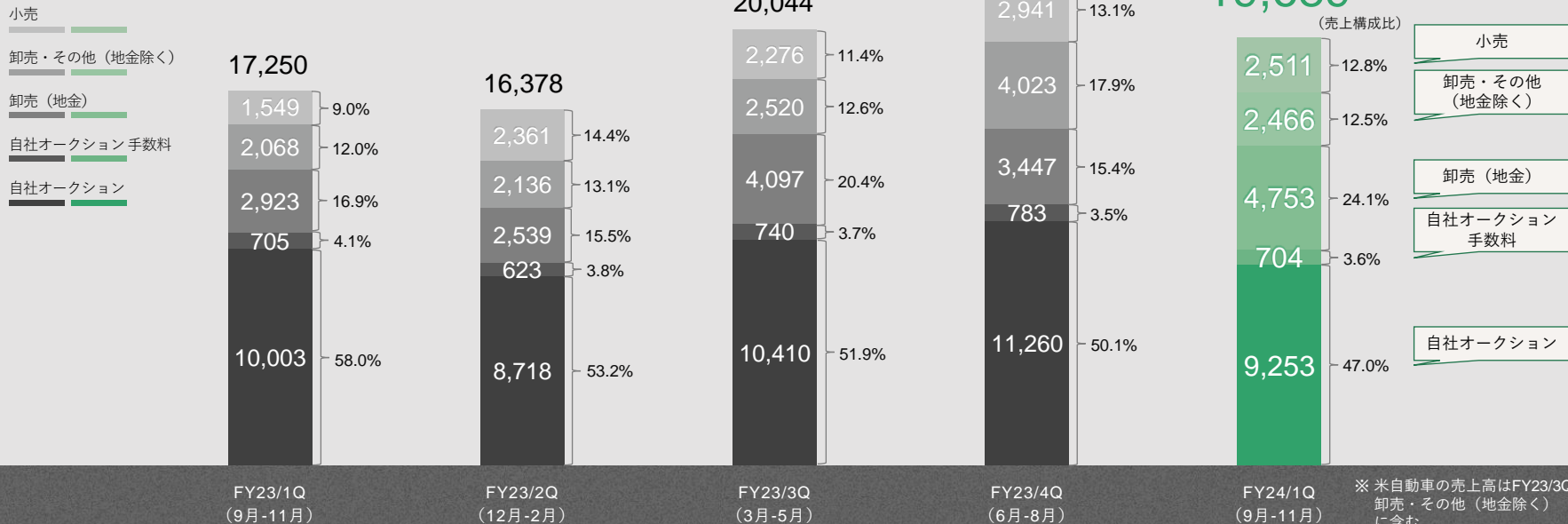
単位：百万円

	FY23末	FY24/1Q末	増減	
流動資産	19,227	21,111	+1,884	
現金及び預金	8,336	7,032	▲1,303	仕入拡大及び2Qの年末年始商戦、新店出店に向けた小売在庫確保による増加、在庫回転期間は64日 (株式会社米自動車分商品：約3億円)
商品	7,633	10,106	+2,473	
その他	3,257	3,972	+714	2024年夏頃オープン予定のALLU新宿店の敷金保証金の増加やシステム開発に伴う無形固定資産の増加等による増加
固定資産	8,448	9,280	+832	
総資産	27,675	30,391	+2,716	
負債	18,841	22,370	+3,529	仕入資金調達による短期借入金が増加
有利子負債※	15,260	18,644	+3,384	賞与引当金の計上等による増加
その他	3,580	3,725	+144	
純資産	8,834	8,021	▲812	親会社株主に帰属する四半期純損失の計上及び、配当金の支払いがあったことなどによる
負債・純資産合計	27,675	30,391	+2,716	※リース債務含む

## 売上高：販路別（toB／toC）

- ・期首在庫量を考慮し2023年9月のSBAを1回休会・ダイヤモンド相場状況を鑑み四半期に1回開催のSBA香港を休会したことに加え、戦略的に小売へ在庫を振り向けたこと等により、自社オークション売上高は前年同期比7.5%減の92億円
- ・自社オークション売上高は減少も、オークション委託が好調に推移したため、自社オークション手数料は前年同期比横ばい
- ・地金相場が1万円/gを超える高い水準で推移したことから、卸売（地金）の売上高は前年同期比62.6%増の47億円

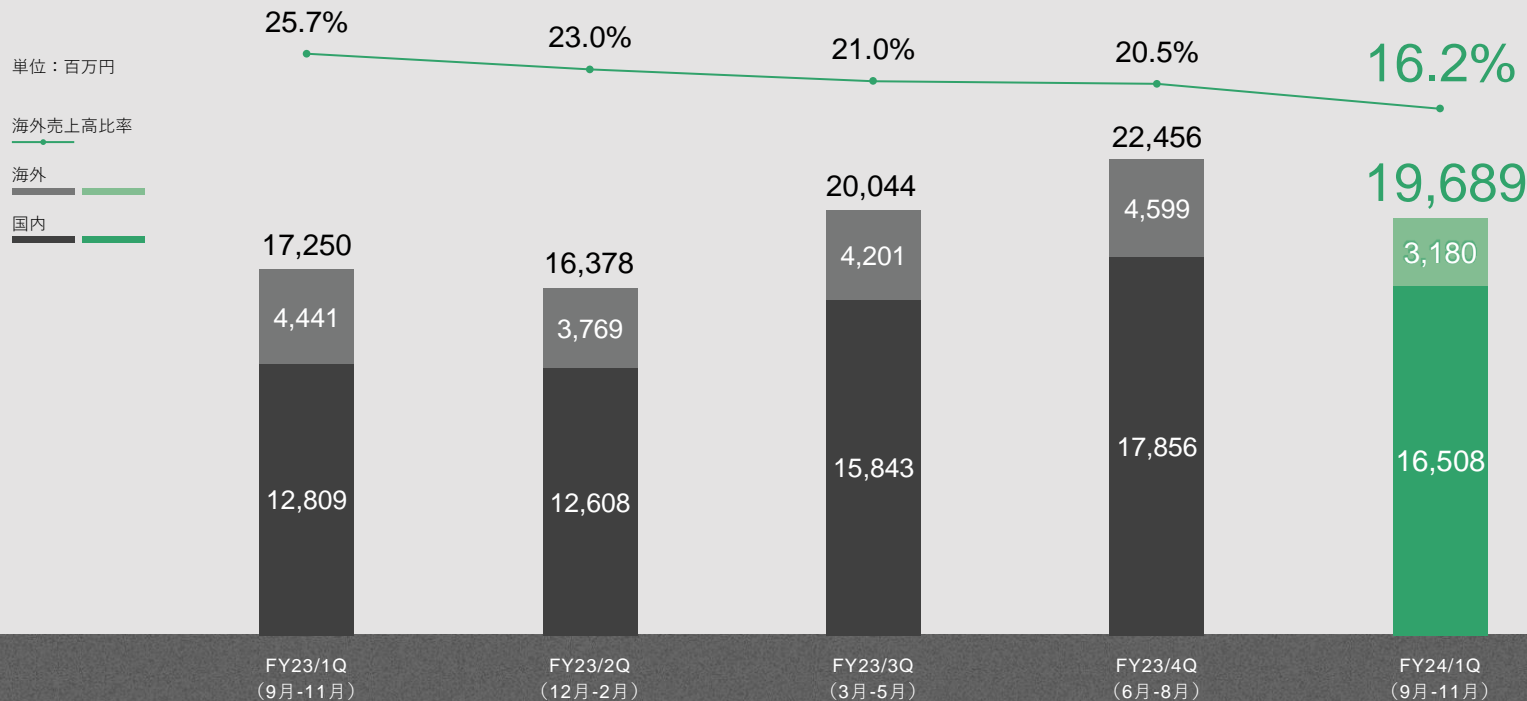
単位：百万円



※ 米自動車の売上高はFY23/3Qより卸売・その他（地金除く）に含む。

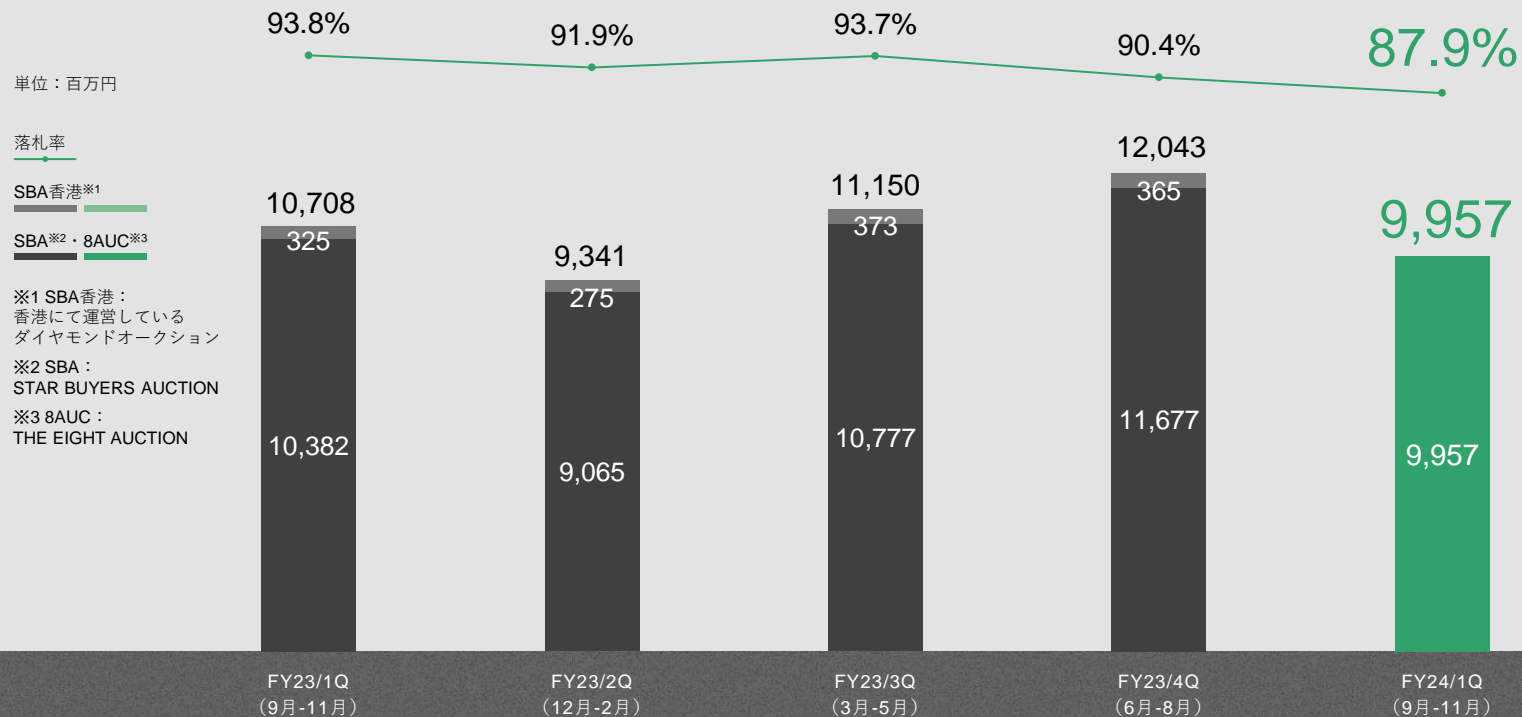
## 売上高：販路別（国内／海外）

- ・円安基調にもかかわらず時計相場軟調が継続している影響で、アメリカを中心に海外パートナーの買い意欲が落ち込み、オークション全体の競り上がりが弱かったこと等により、海外売上高は前年同期比28.4%減の31億円



## 売上高：toBオークション実績

- ・ダイヤモンド相場状況を鑑み、四半期に1回開催しているSBA香港（香港にて運営しているダイヤモンドオークション）を休会
- ・小売強化施策のため、戦略的に在庫をSBAではなく小売に振り向けたことも影響し、オークション売上高及び落札率が減少





# Highlights for Q1 FY24

第1四半期ハイライト



# GMV推移

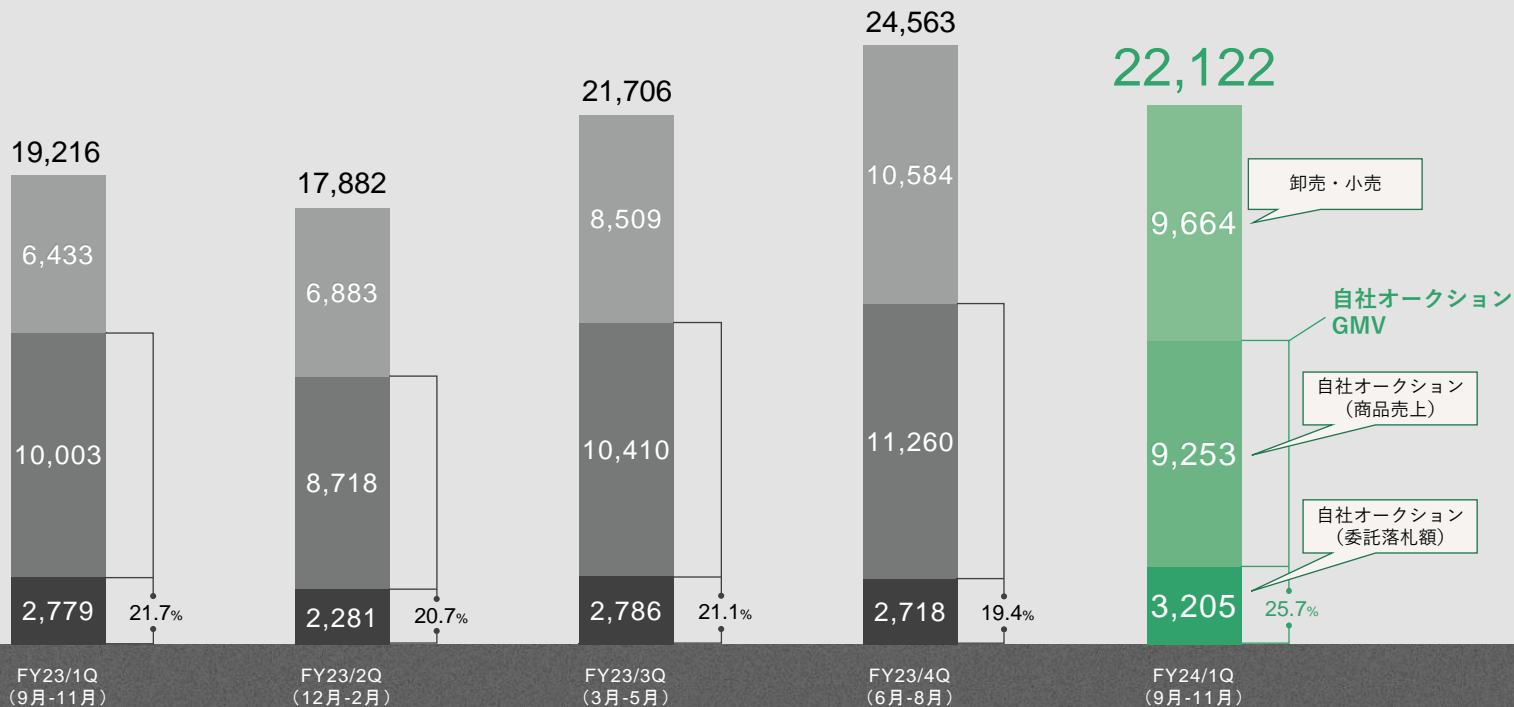
- ・ GMVは前年同期比15.1%増の221億円、自社オークションGMVは同比2.5%減の124億円
- ・ 自社オークションGMVに占める委託落札額は32億円、自社オークション委託落札比率は25.7%と過去最高を更新

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  
 委託落札比率\*

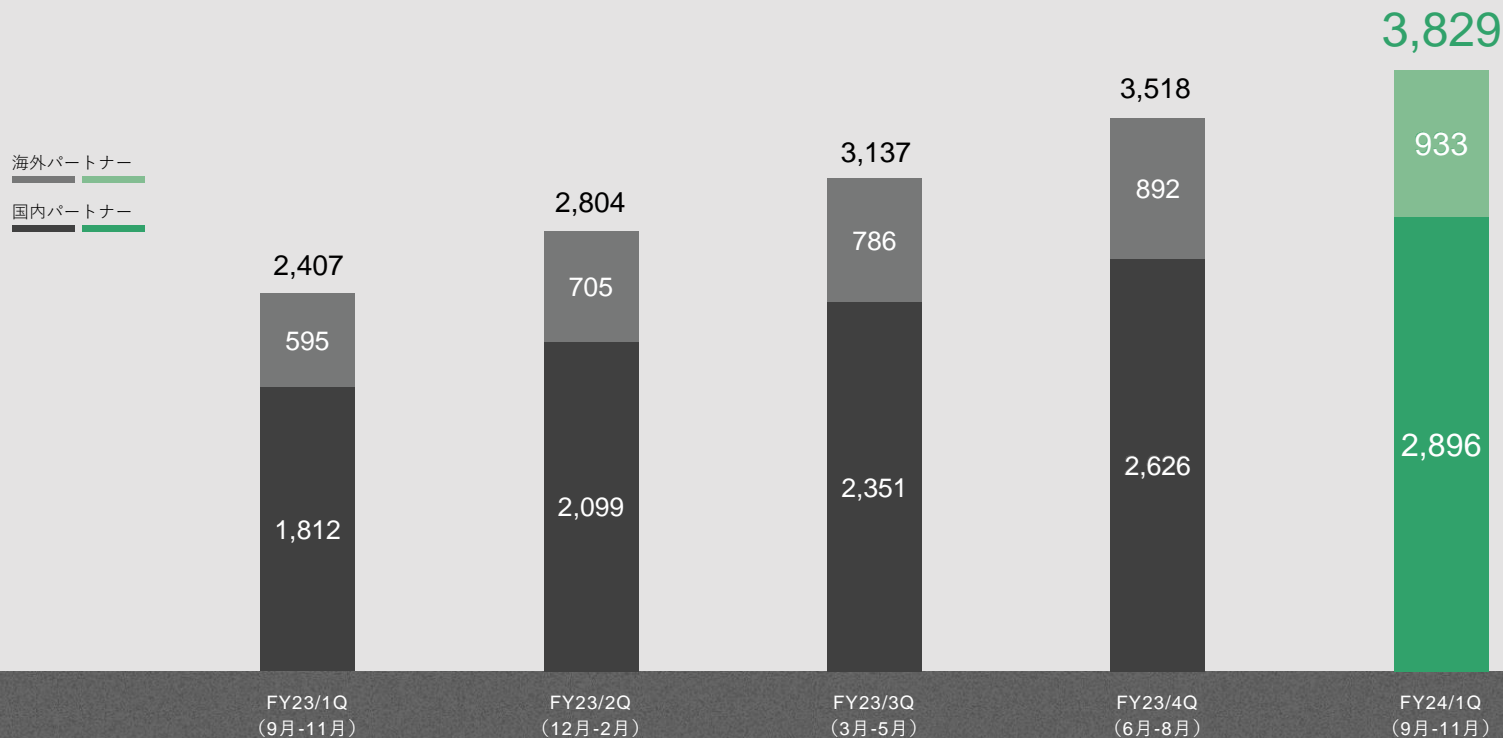
※自社オークション 委託落札比率  

$$\frac{\text{自社オークション (委託落札額)}}{\text{自社オークション (商品売上)} + \text{自社オークション (委託落札額)}}$$



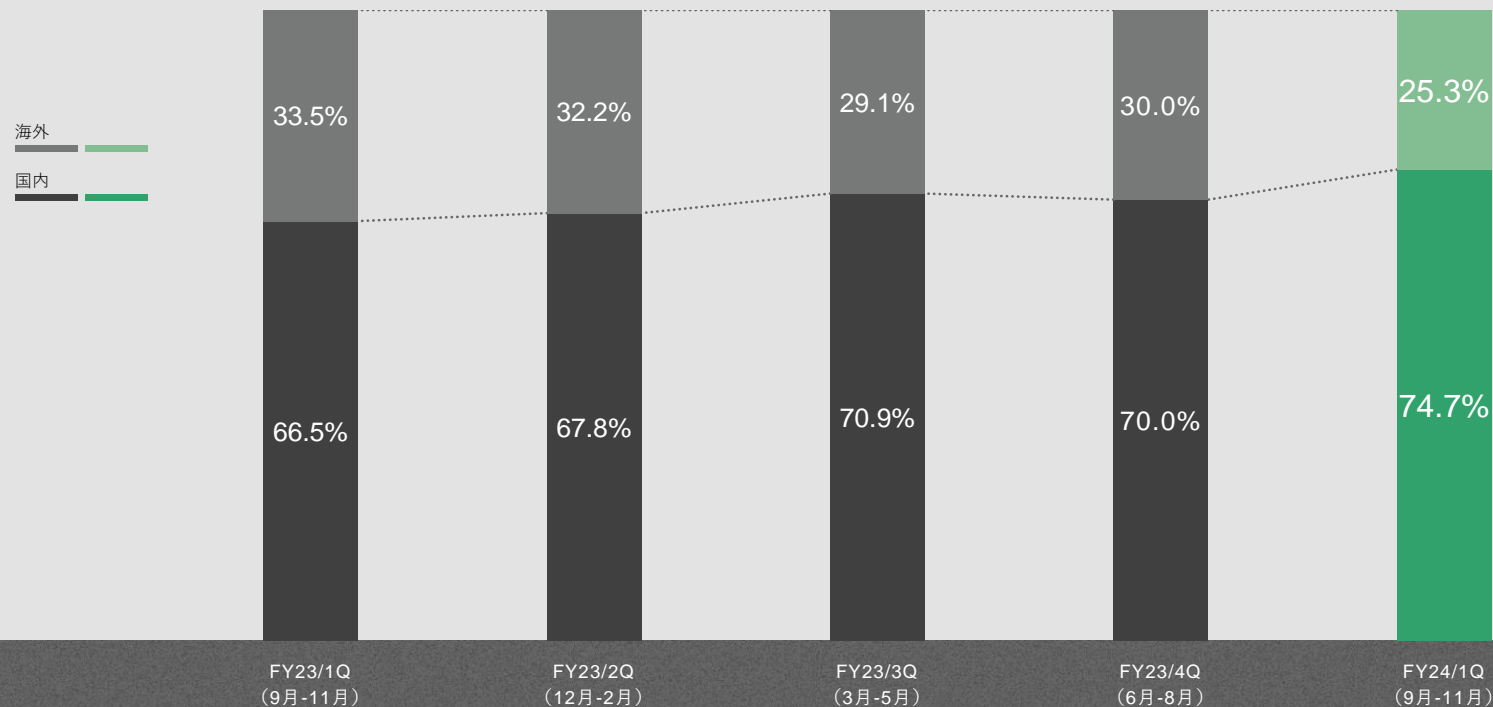
# STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

・国内外ともに好調に拡大、海外パートナー数の中計目標1,000社に対しても順調に進捗



## STAR BUYERS AUCTION (SBA) 落札額の国内／海外比率

- ・インバウンド需要から国内パートナーの買い意欲が引き続き旺盛であることや、海外パートナーの競り上がりが弱かったことからSBA落札額の国内比率は74.7%で着地

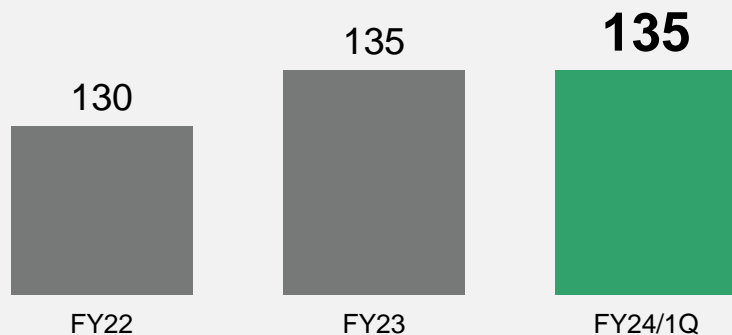


## 買取店舗展開

- ・国内は今期も10-15店舗の新規出店を予定。2Qで1店舗出店予定も、例年下期に出店が集中し今期も同様の計画
- ・海外はシンガポールにおいてパートナー店舗2店舗を出店も、退店2店舗により計38店舗で着地。2Qではパートナー店舗3店舗を出店予定

### Japan

国内



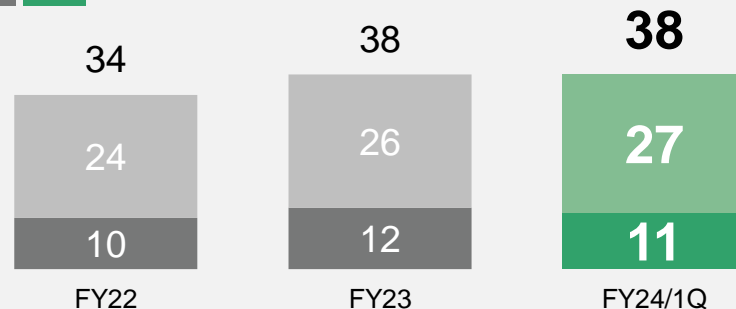
出店	5	10	0
退店	0	5	0

### Global

海外

パートナー店舗

直営店舗



出店	17	10	2
退店	4	6	2

## FY24の取り組み ～ SBAの委託拡大 ～

- ・従来の委託商品の取り扱いに加え、パートナー企業が市場主となるSBAのSaaS型新機能を2023年3月から提供開始
- ・オークションGMV増加に加え、手数料売上が増えることにより売上総利益率の改善にも寄与

### <委託イメージ>



### <SBAにおける手数料体系>

	自社商品	委託商品	SaaS型新機能
買い手から	落札手数料（落札金額に対し一定の料率）		
売り手から	なし ※出品手数料/1商品が別途かかります		

### <SaaS型新機能>

SBAサイト内でパートナー企業が市場主となってオークションを開催できるサービス

<パートナー企業にとってのメリット>

- ✓ ノウハウ不要、参加事業者開拓不要で自社名義オークションを持てる
- ✓ 海外も含む全てのSBAパートナーに対して販売が可能

FY24/1Q末現在、1社が利用中  
(3社が利用準備中)  
今後も更なる拡大を目指す

## FY24の取り組み ～ 小売の強化施策 ～

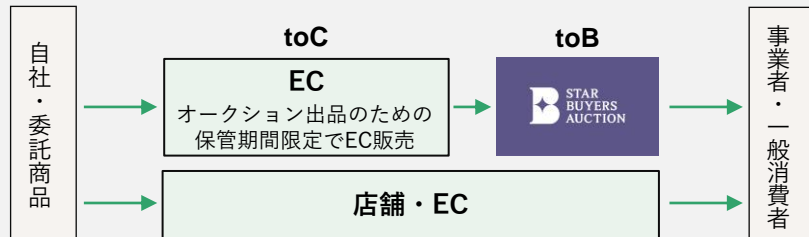
- ・日本国内で確立したCtoBtoBモデルの海外展開に加え、CtoBtoCモデルへの取組強化を開始
- ・国内小売店舗の出店とグローバルECの構築により、国内のみならず海外での小売強化も企図
- ・小売での販売力を強化することで、売上総利益率の改善及びフルフィルメントサービスにおける小売委託拡大も狙う

### 店舗（国内）

- ✓ FY24/1Q末現在で東京2店舗（銀座・表参道）と大阪1店舗（心齋橋）を出店
- ✓ 2023年12月に心齋橋2号店をオープン、FY24下期に新宿店を出店予定
- ✓ 国内店舗の出店は計画どおりに進捗

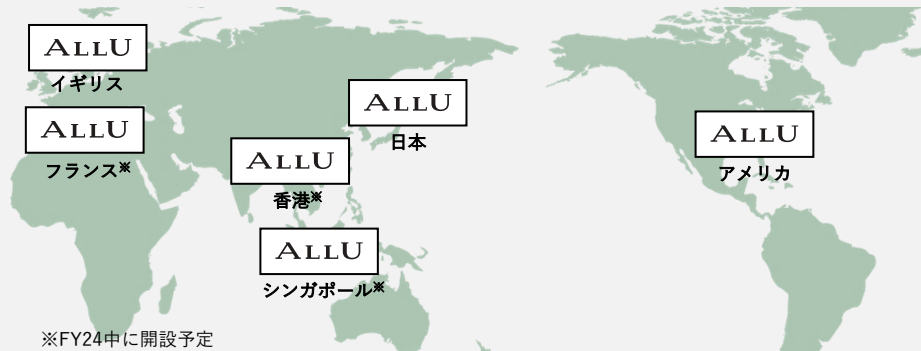
### toB・toC同時出品

- ✓ オークション販売までのリードタイムを活用したEC販売により、効率的な小売販売の拡大・売上総利益率の向上を狙う
- ✓ 同時出品量は計画比で未達であり、立ち上がりは現状遅れ



### グローバルEC（国内・海外）

- ✓ 国内に加え海外各地域のECサイトを立ち上げ、将来的には在庫連携することで、当社が保有する商品を世界中どこからでも購入することが可能に
- ✓ 小売のWEBマーケティングにも注力し、販売拡大を目指す
- ✓ 国内ECサイトへの商品掲載数増加を計画もFY24/1Qは立ち上げ遅れ
- ✓ 海外ECサイトの立ち上げは計画どおりも、eBay等の他海外ECプラットフォームに比べALLU ECサイト認知度向上が課題



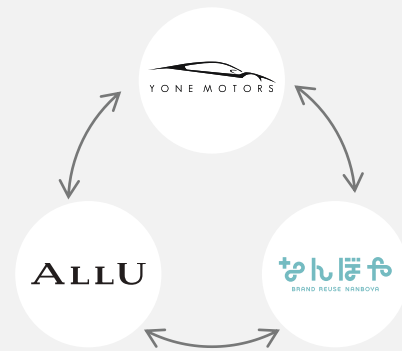
## FY24の取り組み ～「ALLU心齋橋 ANNEX」の新規出店～

- ・ブランド品だけでなく自動車の取り扱いも行う初の複合店として、心齋橋2店舗目を2023年12月22日に新規オープン
- ・ブランド品と自動車の親和性の高さにより、顧客のLTV向上を企図



### <なんぼや・ALLUとの相互送客>

- ✓ なんぼや・ALLU利用顧客に対し自動車サービスの紹介・提案に注力、徐々に実績が拡大中
- ✓ 整備や乗り換えなどの定期的な接点により、ブランド品等既存領域も含め、顧客と長期的な関係を構築していく狙い



# Resale ImpactのFY23実績を算出

・二酸化炭素排出量、水使用量、エネルギー使用量、PM2.5排出量の削減貢献量を算出

☁ 二酸化炭素排出削減貢献量

4,828,417 t

💧 水使用削減貢献量

243,472,577 m<sup>3</sup>

⚡ エネルギー使用削減貢献量

19,914,618 GJ

☁ PM2.5排出削減貢献量

2,056,954 t

※FY23より算定対象とする販路をSBA、ALLU、卸売（地金）へ変更

## 環境負荷削減貢献量“Resale Impact”とは？

商品をリユースすることによる、二酸化炭素や水などの環境負荷の削減貢献量。  
バリュエンスが独自に開発した「Valuence Resale Impact Calculator」を用いて算出。



リユースすることで、資源調達～輸送、廃棄における環境負荷回避に貢献

※ リユースの普及により新たに製品が生産されないと仮定



# Resale Impactの事業展開強化

- ・「リユースすること＝地球環境にもやさしいこと」として、リユースの新たなきっかけを生み出すねらい

## ALLUでの取組

店舗の商品タグや、ECサイトにてResale Impact を表示



商品タグの例

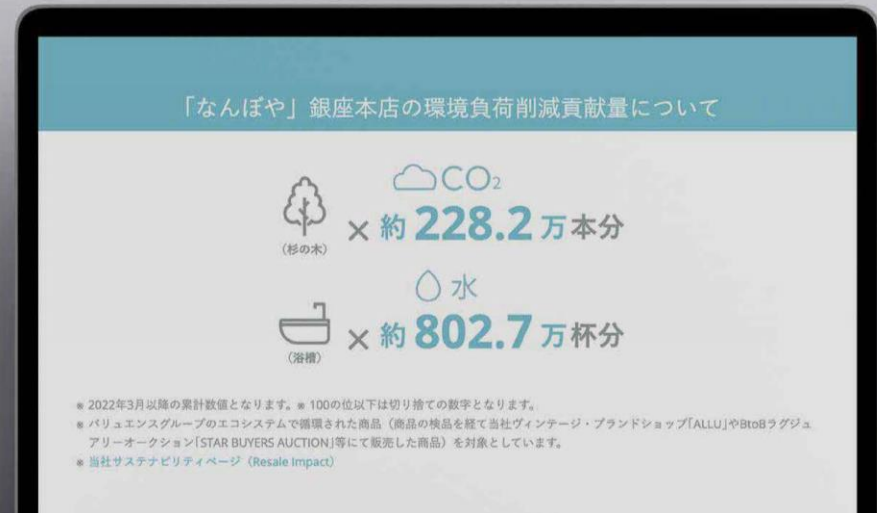
ECサイトの例

## なんぼやでの取組

「なんぼや」のリユースによるResale Impactを可視化し、各店舗紹介ページに公開

なんぼや銀座本店の掲載例

<https://nanboya.com/shop/tokyo/ginza-brandshop/>



※ 2022年3月以降の累計数値となります。※ 100の位以下は切り捨ての数字となります。  
 ※ パリュエンスグループのエコシステムで循環された商品（商品の映品を経て当社ヴィンテージ・ブランドショップ「ALLU」やBittoラグジュアリーオークション「STAR BUYERS AUCTION」等にて販売した商品）を対象としています。  
 ※ 当社サステナビリティページ（Resale Impact）

# Appendix



# 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	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	1,219百万円（2023年11月末）
従業員数	1,046名（2023年11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11社／持分法適用関連会社1社 （2023年11月末現在）

## グループ事業ブランド

### 買取



### オークション



### 小売



### 自動車



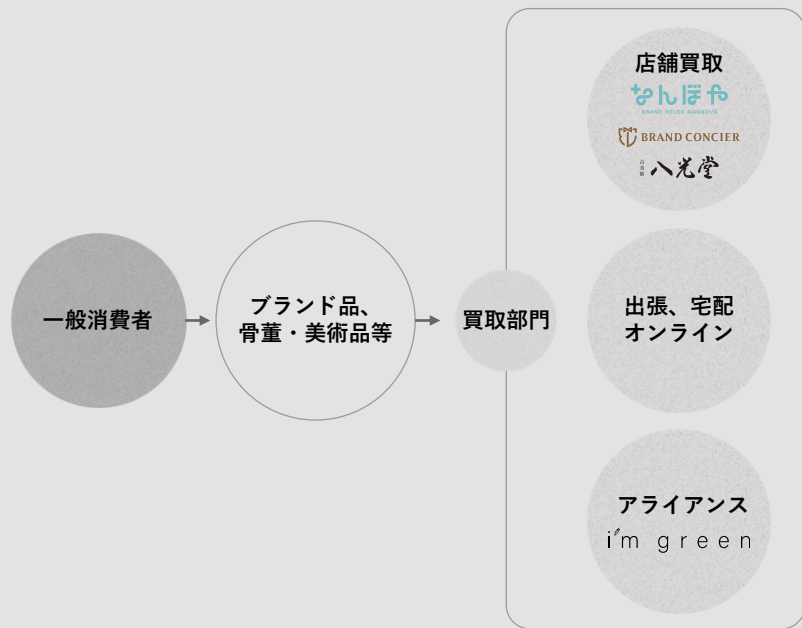
### 不動産



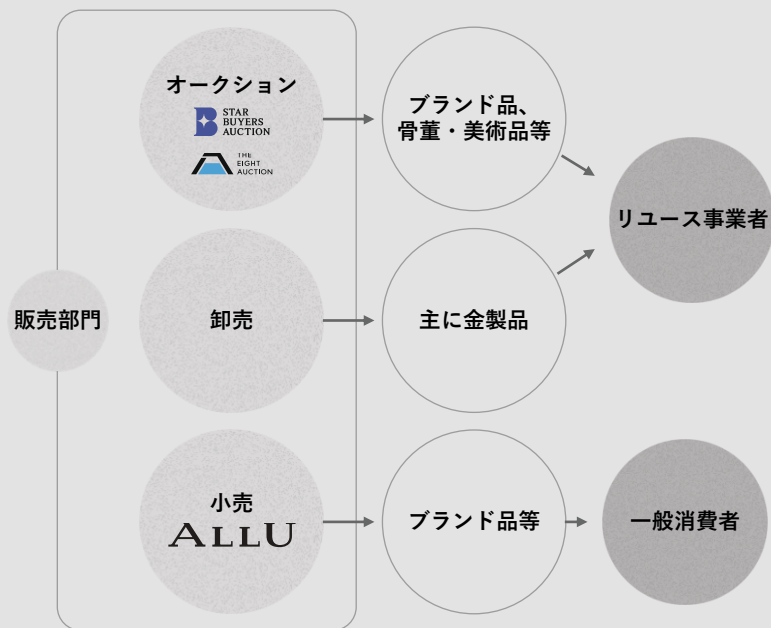
# 主なビジネスモデル

・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

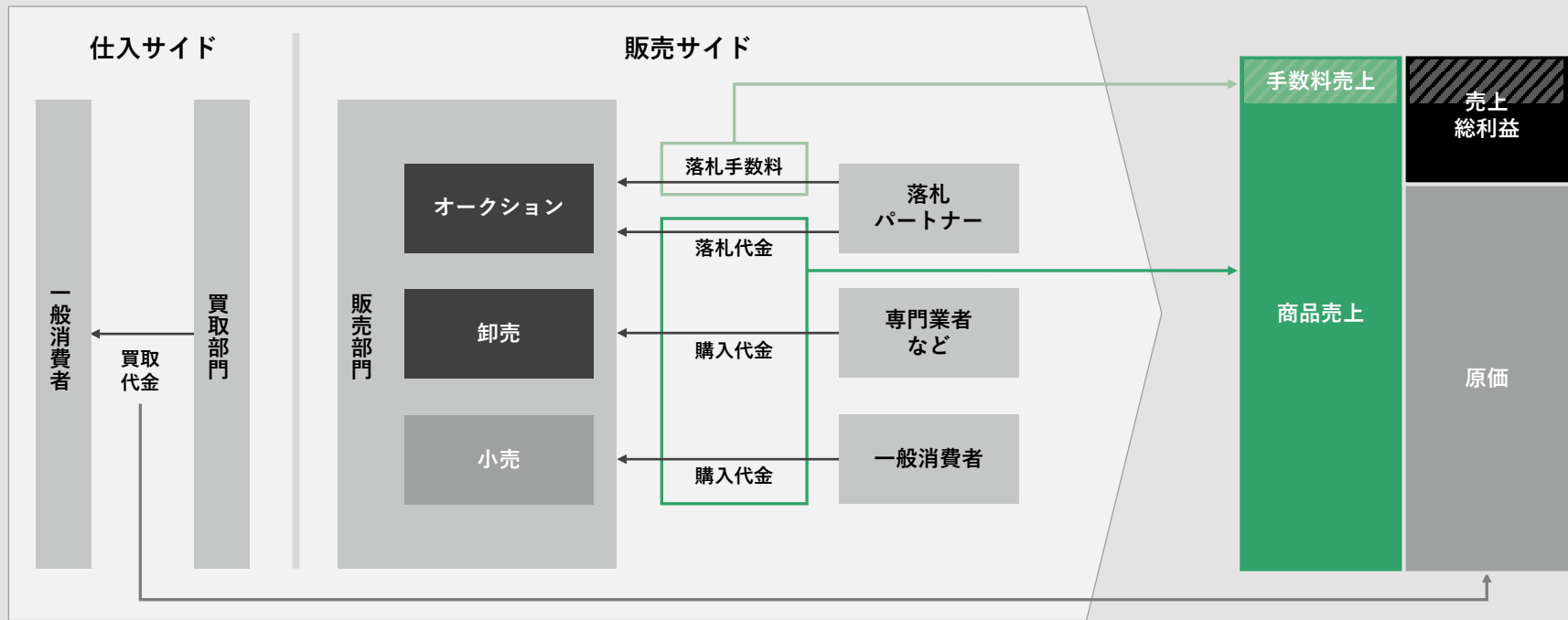


## 販売サイド



# 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



※2022年4月より、オークション出品手数料を無料化

## 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「なんぼや」を国内に100店舗以上展開
- ・出張、宅配、オンライン買取にも対応
- ・「BRAND CONCIER」は国内百貨店を中心に展開



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、金融機関との連携も開始

## 事業紹介／サービス紹介 〈オークション〉



**STAR BUYERS AUCTION**

- ・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、世界各国からのパートナーが参加
- ・ダイヤモンドに特化したオークションをオンラインにて開催



**THE EIGHT AUCTION**

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

## 事業紹介／サービス紹介 〈小売〉



# ALLU

(小売店舗／EC)

- ・銀座店、表参道店、心齋橋店、心齋橋ANNEXの4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
- ・ALLU店頭への取寄やライブ販売など、リアルとネットのシームレスなサービスが好調



# ALLU AUCTION

- ・toCオークションとして2023年1月に初回開催。四半期に1回のペースで開催中
- ・高級時計のジャンルにてスタート、将来的にジャンル拡充を検討



## 事業紹介／サービス紹介 〈自動車〉



# なんぼや不動産



不動産や美術品、  
ブランド品といった大事な  
資産の売却窓口は  
ひとつにしたい



ライフスタイルや  
ライフステージの変化に  
適した住環境を  
考えたい



家の資産価値が  
いづらか知りたい



遺産相続で残された  
家族が揉めないよう、  
生前整理をして  
おきたい



自分の資産整理で  
家族に負担を  
かけたくない

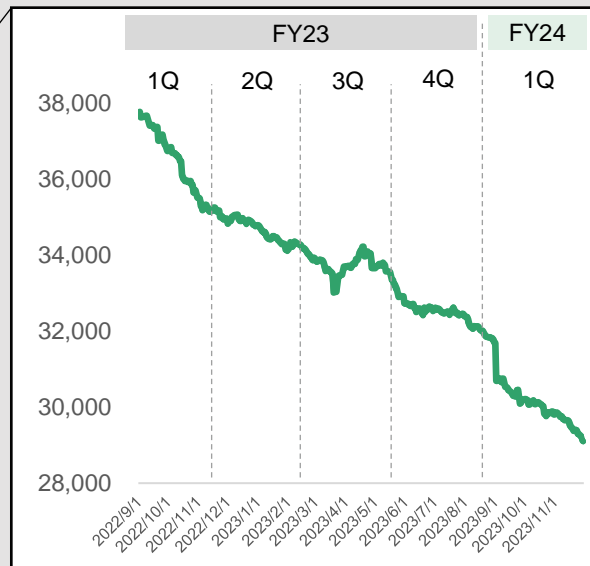
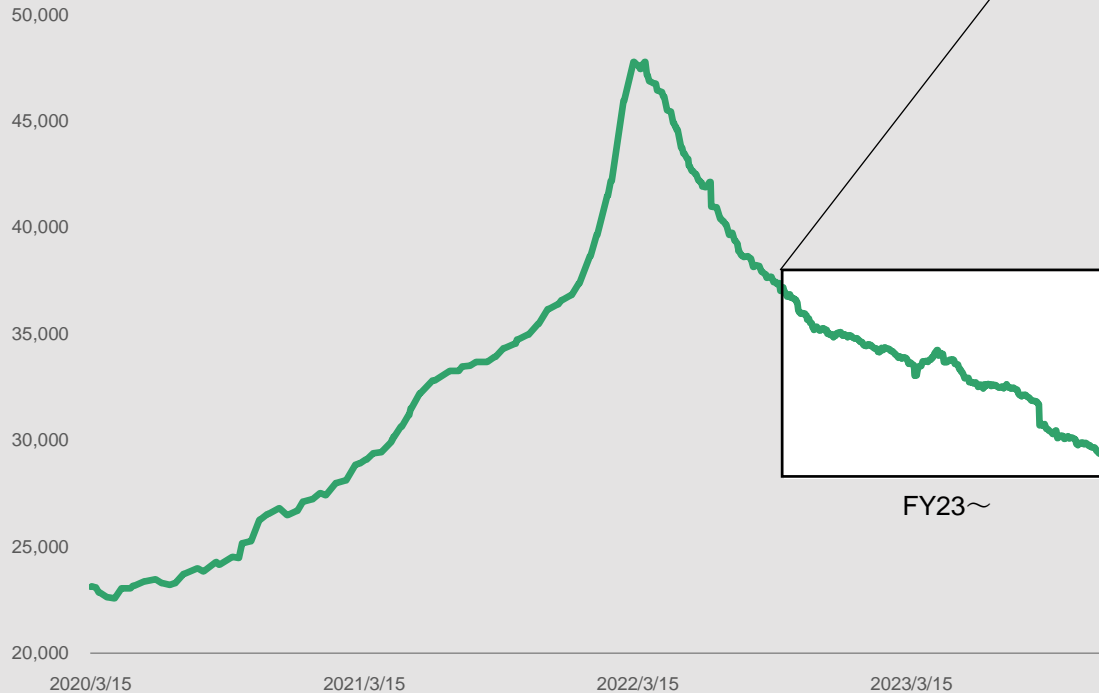
- ・ 2020年6月より不動産仲介サービスをスタート
- ・ 「なんぼや」や「ALLU」からの送客など、既存リソースを活用して集客
- ・ ライフステージに寄り添うことで、顧客のLTVを向上

## FY22-FY24 年度別連結業績推移

	FY22					FY23					FY24				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高 (百万円)	13,254	12,859	18,285	18,986	63,385	17,250	16,378	20,044	22,456	76,130	19,689	-	-	-	19,689
売上原価 (百万円)	9,688	9,511	13,693	14,176	47,069	12,640	11,903	14,728	16,844	56,116	15,262	-	-	-	15,262
売上総利益 (百万円)	3,565	3,348	4,591	4,810	16,316	4,609	4,474	5,316	5,612	20,013	4,426	-	-	-	4,426
販売費及び一般管理費 (百万円)	3,368	3,331	3,871	3,855	14,427	4,325	4,253	4,481	4,769	17,829	4,862	-	-	-	4,862
営業利益 (百万円)	197	16	720	954	1,888	283	221	834	843	2,183	▲436	-	-	-	▲436
経常利益 (百万円)	169	13	696	911	1,791	259	226	753	795	2,034	▲474	-	-	-	▲474
当期純利益 (百万円)	45	▲93	415	601	969	133	25	481	409	1,050	▲404	-	-	-	▲404
従業員数	871	864	904	896	896	925	964	1,033	1,041	1,041	1,046	-	-	-	1,046
国内買取店舗数	128	128	130	130	130	134	135	133	135	135	135	-	-	-	135
海外買取店舗数	24	22	23	34	34	36	38	37	38	38	38	-	-	-	38

# 時計相場トレンド

単位：USD



FY23~

出所)  
取引額の上位 10 の高級時計ブランドから選ばれた 60 の時計で  
構成されたWatchCharts (<https://watchcharts.com/watches>) が  
公表する数値より当社作成。

# 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「2024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】**

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](mailto:contactus@valuence.inc)