



株式会社ニューヨークジョーエクスチェンジ 株式取得に関する補足資料

2025年5月15日

株式会社ヤマノホールディングス
(証券コード：7571)

ビジネス成長モデル

○ 事業承継型M&Aによる企業価値向上

独自ノウハウ等で国内外経済を支えつつも、事業承継に課題がある 中小企業のM&Aを積極的に実施し、事業ポートフォリオの最適化を推進

○ ライフスタイル領域で価値創造

ライフスタイル関連を事業ドメインとし、取り巻く環境変化に対応するため、顧客ニーズの選択と商品・サービスの分散により、価値を創造し続ける

○ 対象会社の強みを活かすM&A

中小企業の課題である管理体制・業務効率・ガバナンス・資金調達等に対し、当社の知的資産を活かして解決、対象会社は営業に専念し強みを最大限に発揮し成長

新規領域への挑戦 = 新たな収益基盤創出

2-1 本件株式取得のサマリ



株式会社ニューヨークジョーエクスチェンジの株式取得（6/1予定）

当社グループは中期経営計画において、「事業承継型M&A」と「オーガニック成長」の両軸で事業拡大を推進。本件は、リユース市場の展開強化のみならず、両社のブランドシナジーにより、顧客からの信頼と共感の向上、顧客層の拡大、そして新たな価値創造により進化し成長します。

リユース市場の展開強化に加え、ブランドシナジーで成長



2-2 会社概要



古着業界で強力なブランド力を誇り、古着の聖地・下北沢をはじめ、吉祥寺・渋谷を含む3店舗で高い知名度を確立。

会社名 (株) ニューヨークジョーエクスチェンジ

本社所在地 東京都世田谷区北沢三丁目26番4号

設立 2012年4月11日

代表者 代表取締役 乾 宗宏

資本金 5,000千円

従業員数 35名 (社員17名、アルバイト18名)

事業内容 古着の売買業

店舗数 3店舗 (下北沢、吉祥寺、渋谷)

URL <http://newyorkjoeexchange.com/>

直近業績 売上高4億92百万円 (2024年11月期)

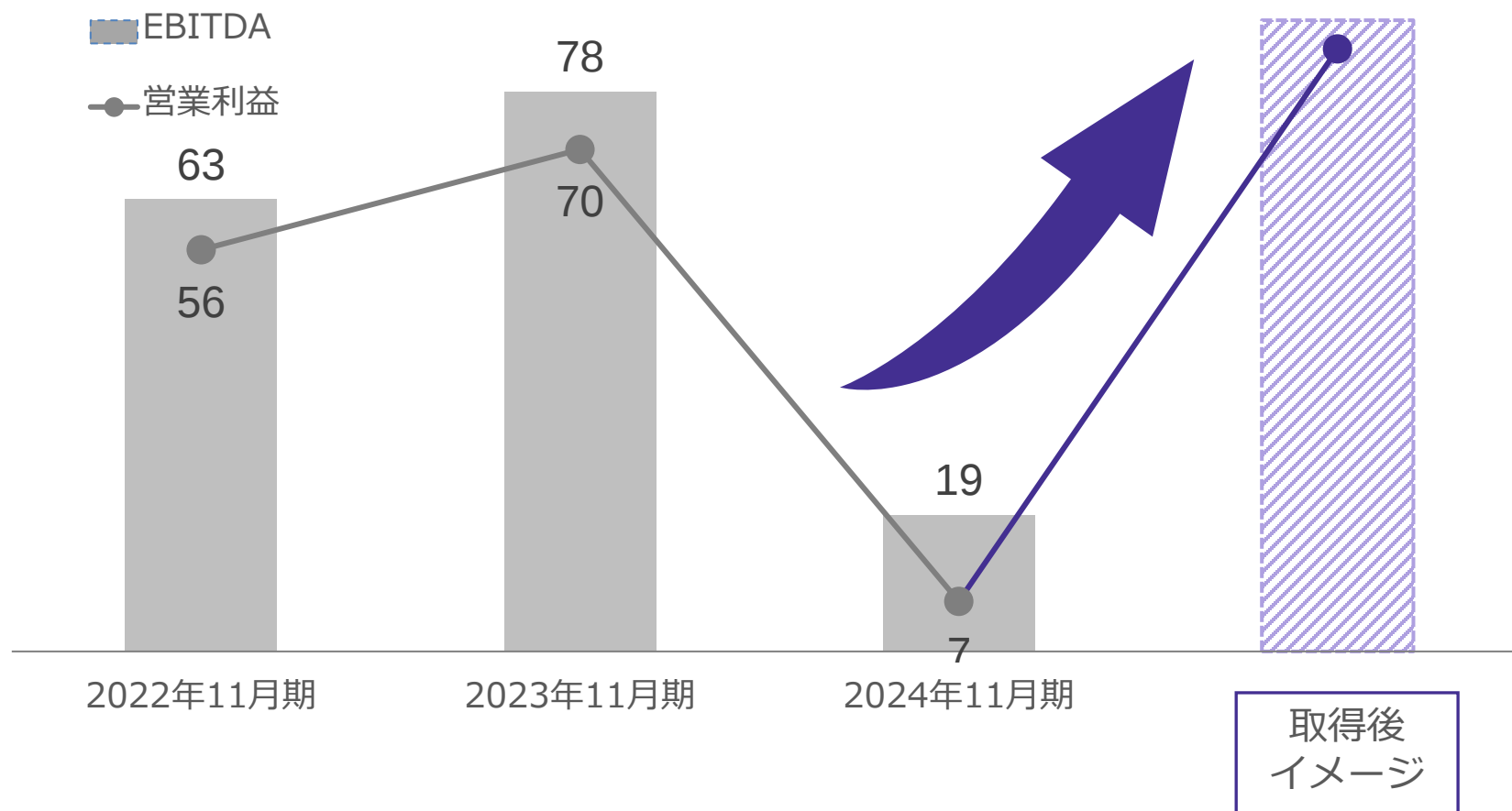


2-3 会社概要



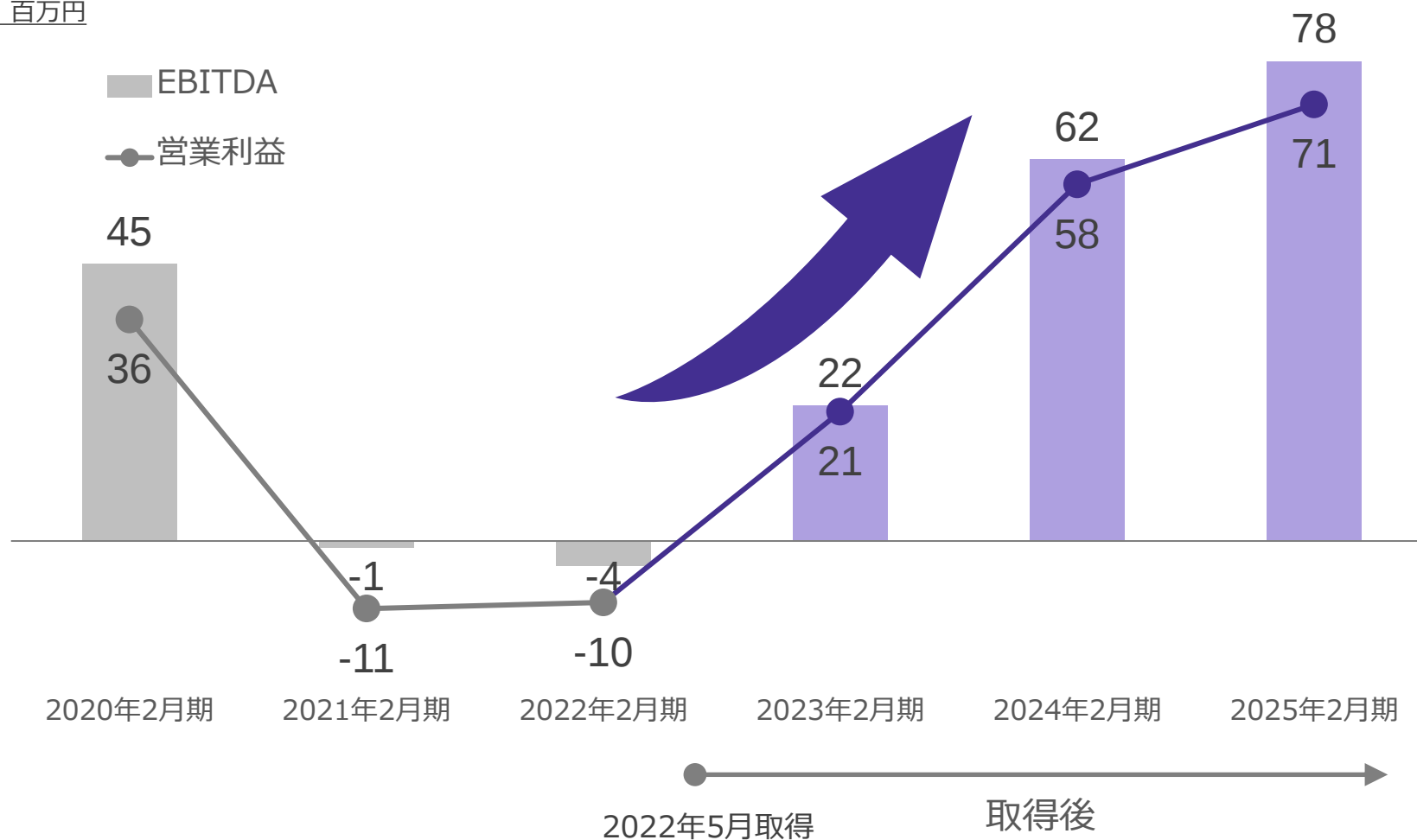
直近3か年のEBITDA・営業利益と取得後イメージ

単位：百万円



2022年5月グループ入りした東京ガイドンス(株)（教育事業）
取得前3か年と取得後3か年のEBITDA・営業利益推移

単位：百万円



2-5 特徴



■ SNSを積極的に活用し、感度の高い若年層ニーズを捉えながら、革新的な空間・顧客体験を通じて先進的なブランドを構築

ユニークな店舗デザイン
による空間体験



下北沢の店舗は元銭湯を改良。
ビンテージ家具や拘り照明で、
トキ、イミ消費等体験価値を演出

専門スタッフによる
コーディネート提案



単に販売するだけでなく、品揃えと
専門スタッフの洗練されたコーデ
ィネート提案で、顧客満足度が向上。

商品交換可能な独自の
「トレード方式」を導入



買取査定後、交換での清算を
希望する場合、査定額の60%
相当分の店内商品と交換可能

顧客接点を意識した取り組みで、ブランドロイヤルティを向上

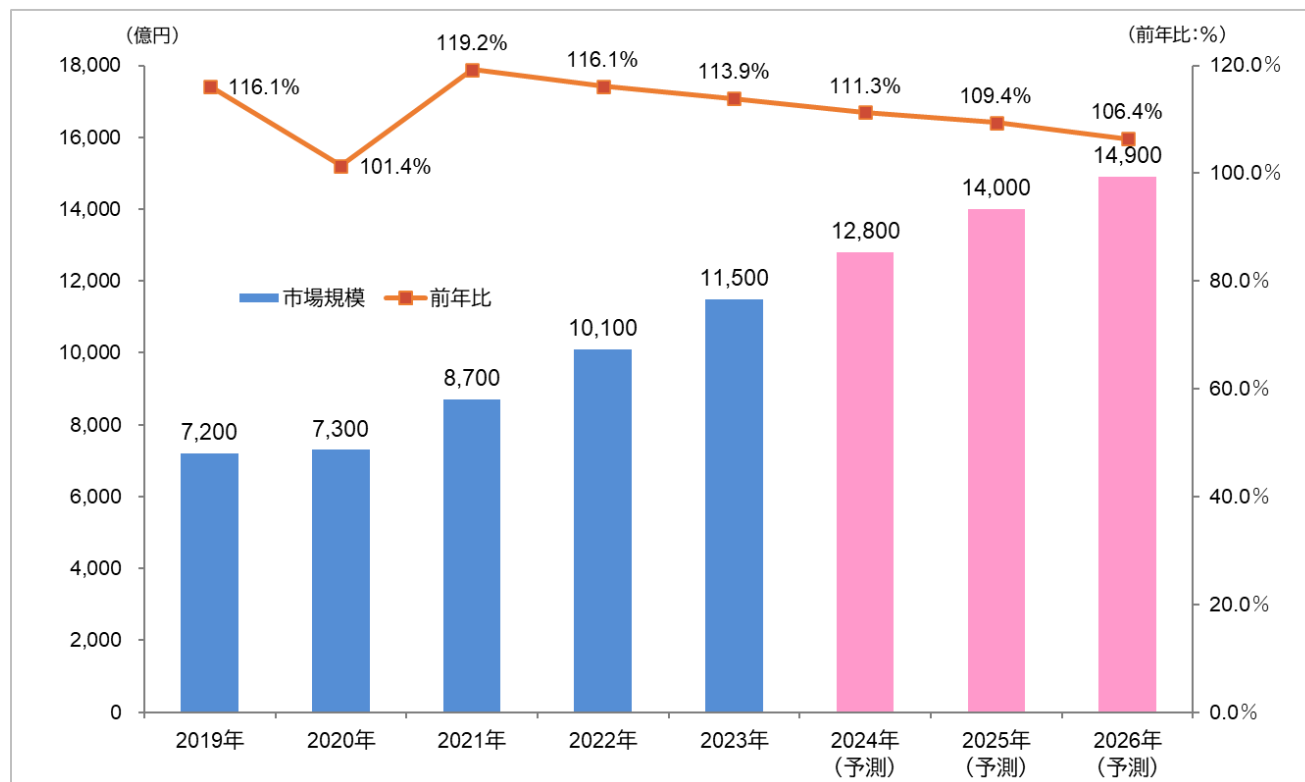
2-6 事業環境



矢野経済研究所の調査によると、今後のファッションリユース市場は拡大していく見通しとしている。さらに、環境省はサステナブルファッションを推進しており、更なる市場の成長が見込まれる。

成長続くファッションリユース市場

ファッションリユース(中古)市場規模推移・予測



出典: (株)矢野経済研究所「ファッションリユース市場に関する調査(2024年)」(2024年8月1日発表)

注: アパレル衣類(メンズ、レディース、ベビー・子供服)やアパレル雑貨類(バッグ、革小物、靴、ネクタイなど)、宝石・貴金属類、時計、きもの・呉服、その他(アウトドア類、インポートブランド類)などを対象とし、小売金額ベースで算出した。CtoC取引における仲介事業者等の販売手数料は含まない。

環境省の広報資料の一部



- リユース事業は、当社グループが注力するライフスタイル領域における重要な事業であり、持続的な成長を支える事業基盤の一つと期待する



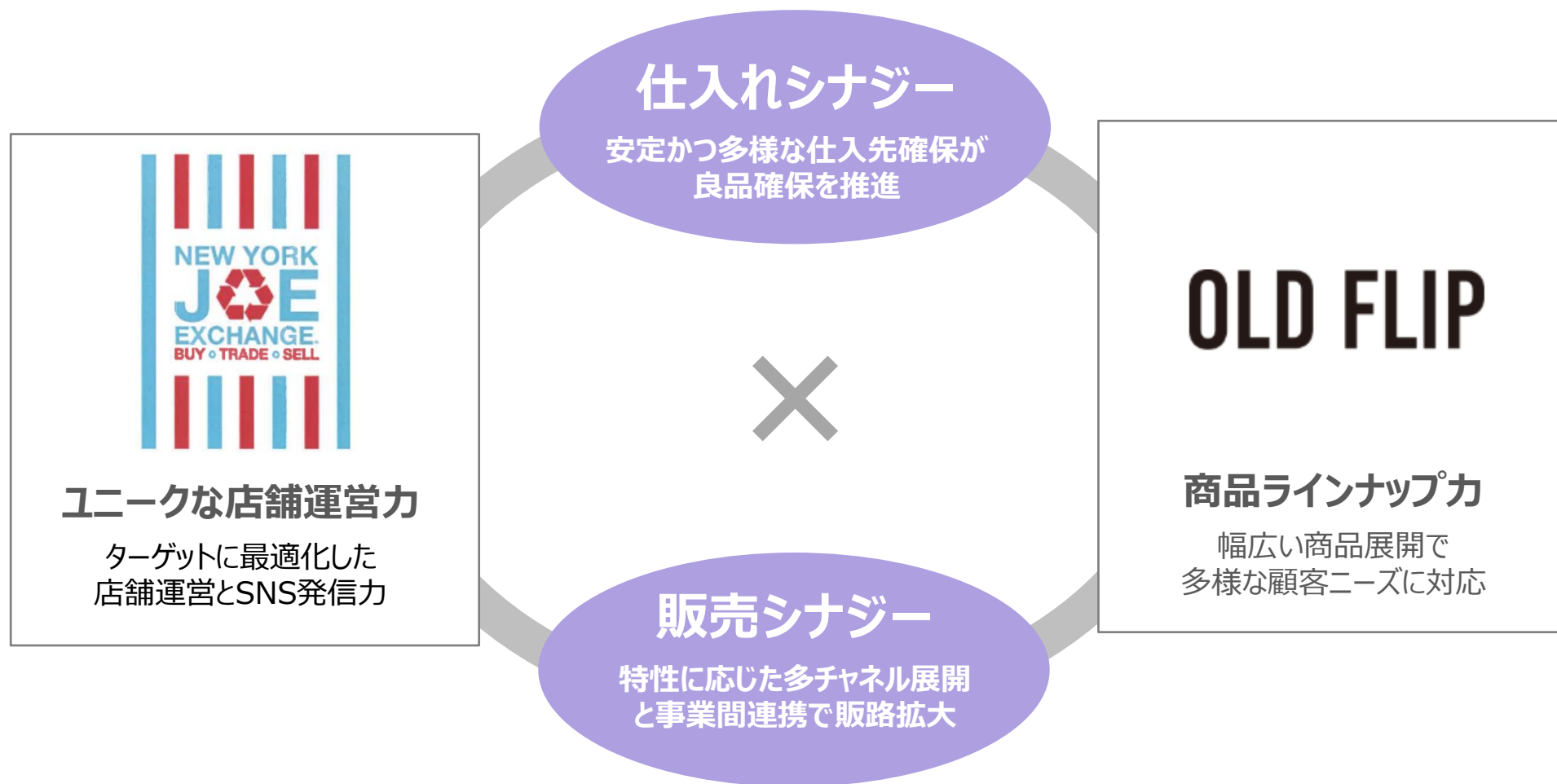
ライフスタイル領域で 価値創造を追求

モノ消費から、コト消費、そしてイミ、トキ消費等へ消費者の価値観や行動が変容する中、顧客ニーズの選択と商品・サービスの分散をはかり、価値創造を続けていく。

3 戦略的意義② ～OLDFLIPとのシナジー効果～



- 2022年にジョインした(株)OLDFLIPとの仕入・販売シナジー等を推進
今後のリユース市場の成長を見据え、当社のポジショニングを強化



3 戦略的意義③ ～ブランドシナジーで進化し成長～



全社的なシナジーを追求するとともに、両社のブランド価値を互いに高めるブランドシナジーで、信頼・共感の向上と顧客基盤の拡大に繋げる



信頼・共感の向上 顧客基盤の拡大

- ・両社のブランド力を高め合い、ブランドシナジーを創出し成長を加速



全社的シナジー の追求

- ・SNSで高い発信力等の経営ノウハウで連携
- ・店舗運営面・新規顧客開拓の可能性等を追求



事業間シナジー 最大化

- ・OLDFLIPとの仕入・販売シナジーの推進
- ・成長が見込まれるリユース市場の展開強化

経営基盤 整備

- ・PMI実施
- ・YHCグループ経営管理ノウハウ
- ・会議体設計

豊かさや彩ある
ライフスタイルを
創造し続けます



本資料は、今後の経営ビジョンに関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料に記載された意見や予測などは、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。