

Q2 FY24 Financial Results

2024年8月期 第2四半期決算説明資料

April 12, 2024

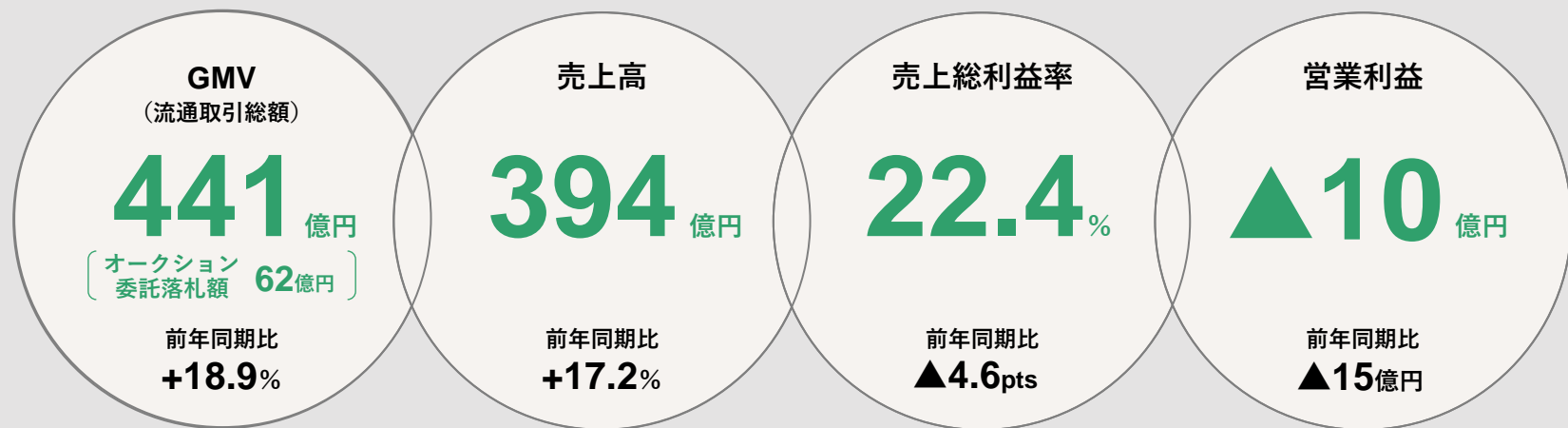
パリュエンスホールディングス株式会社
(東証グロース市場：9270)

<hr/>	03	<hr/>	14	<hr/>	23
Financial Results 業績		Highlights for Q2 FY24 第2四半期ハイライト		Initiatives during Q3 and Beyond 第3四半期以降の取り組み	
<hr/>	28	<hr/>	33		
Revision to Financial Results Forecast 業績予想の修正		Appendix			

Financial Results

業績

2024年8月期 第2四半期（累計）サマリー



時計をはじめとした各商品（地金を除く）の相場は引き続き軟調
外部環境は1Qから大きく変化なし

- ・ ALLU心斎橋ANNEXのオープンやインバウンド需要等により小売売上高は伸長、地金相場高水準継続により地金売上高も増加し、売上高は前年同期比17.2%増の394億円
- ・ 小売売上高構成比は上昇したものの、仕入競争環境の激化に伴い仕入単価が上昇していることや高価格帯商品の販売等により通常より小売の売上総利益率は低下、また地金売上高構成比の上昇もあり、売上総利益率は前年同期比4.6pts減の22.4%
- ・ WEBマーケティングの強化などの先行投資は継続も、人員配置の見直しや買取店舗の効率化等を開始し、計画対比で販管費3.8億円抑制も営業利益は▲10億円

2024年8月期 第2四半期 業績

- 小売及び地金の売上高が伸長しFY24/2Q（12月-2月）の売上高は前年同期比20.5%増の197億円。SBA香港※開催や海外パートナーの需要は回復するも、仕入単価の上昇や小売において特に高価格帯商品の販売が多かったことなどにより、売上総利益率は同5.0pts減の22.4%
- ALLU新宿店（仮称）の地代家賃発生やWEBマーケティングの強化などの先行投資による費用は発生も、人員配置の見直しや買取店舗の効率化などを開始。FY24/2Q（12月-2月）の販売費及び一般管理費は前年同期比18.3%増の5,031百万円。これらの結果、616百万円の営業損失で着地

※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

単位：百万円	FY23/2Q	FY24/2Q	増減率	FY23/2Q (累計)	FY24/2Q (累計)	増減率
売上高	16,378	19,738	+20.5%	33,629	39,427	+17.2%
売上原価	11,903	15,323	+28.7%	24,544	30,586	+24.6%
売上総利益	4,474	4,415	▲1.3%	9,084	8,841	▲2.7%
売上総利益率	27.3%	22.4%	▲5.0pts	27.0%	22.4%	▲4.6pts
販売費及び一般管理費	4,253	5,031	+18.3%	8,579	9,893	+15.3%
営業利益又は営業損失	221	▲616	-	505	▲1,052	-
営業利益率	1.4%	-	-	1.5%	-	-
経常利益又は経常損失	226	▲686	-	485	▲1,160	-
経常利益率	1.4%	-	-	1.4%	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益又は四半期純損失	25	▲493	-	159	▲897	-

※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2四半期（12月-2月）トピックス



買取

Purchases

- ・ 季節要因により仕入が伸びにくい環境下、小売向け商材の確保と地金相場好調推移に伴い、**仕入高は前年同期比23.2%増の141億円**。なお、バッグ中心に引き続き仕入競争環境は厳しく仕入単価は上昇傾向
- ・ 金融機関等との提携数も拡大し、三越伊勢丹との「i'm green」中心にアライアンスによる仕入も引き続き好調に推移
- ・ 新規出店は海外6店舗、FY24/2Q末の店舗数は**国内135店舗、海外44店舗**



販売

Sales

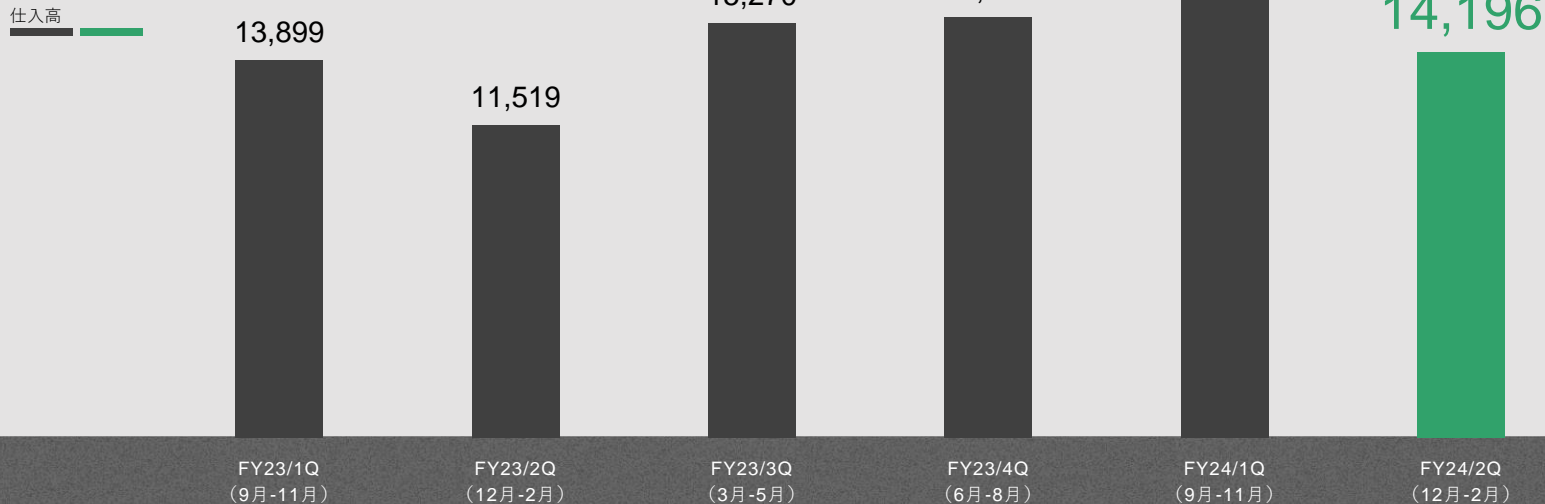
- ・ FY24/1Qに開催を見送ったSBA香港※、ALLU AUCTIONは計画どおり開催。インバウンド需要や新規出店等に伴い小売拡大、また地金売上高増加により、**売上高は前年同期比20.5%増の197億円**
- ・ **委託は引き続き好調**、オークションGMVに占める委託の割合は25.8%。SaaS型新機能が委託好調に貢献しており、利用企業の獲得も順調（2月、3月に1社ずつ増）
- ・ SBA海外パートナーが引き続き順調に増加、中計目標の1,000社を達成

※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

- 地金の増加や小売向け商材の仕入強化等により、仕入高は前年同期比23.2%増の141億円
- 季節要因による店頭買取減少に加え、金相場の安定（FY24/1Q対比）に伴う持ち込み減少により、仕入高はQoQで19.0%減

単位：百万円



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)

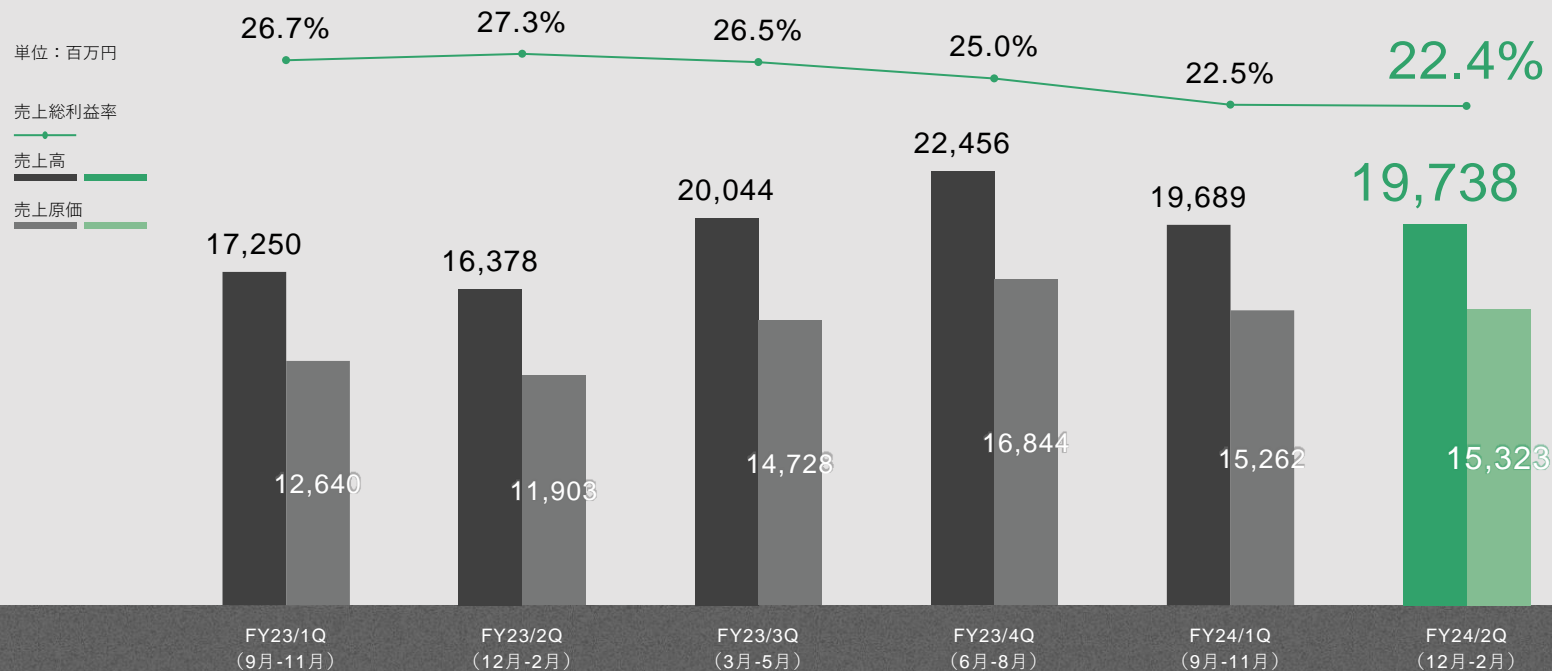
173店舗
(38店舗)

179店舗
(44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。

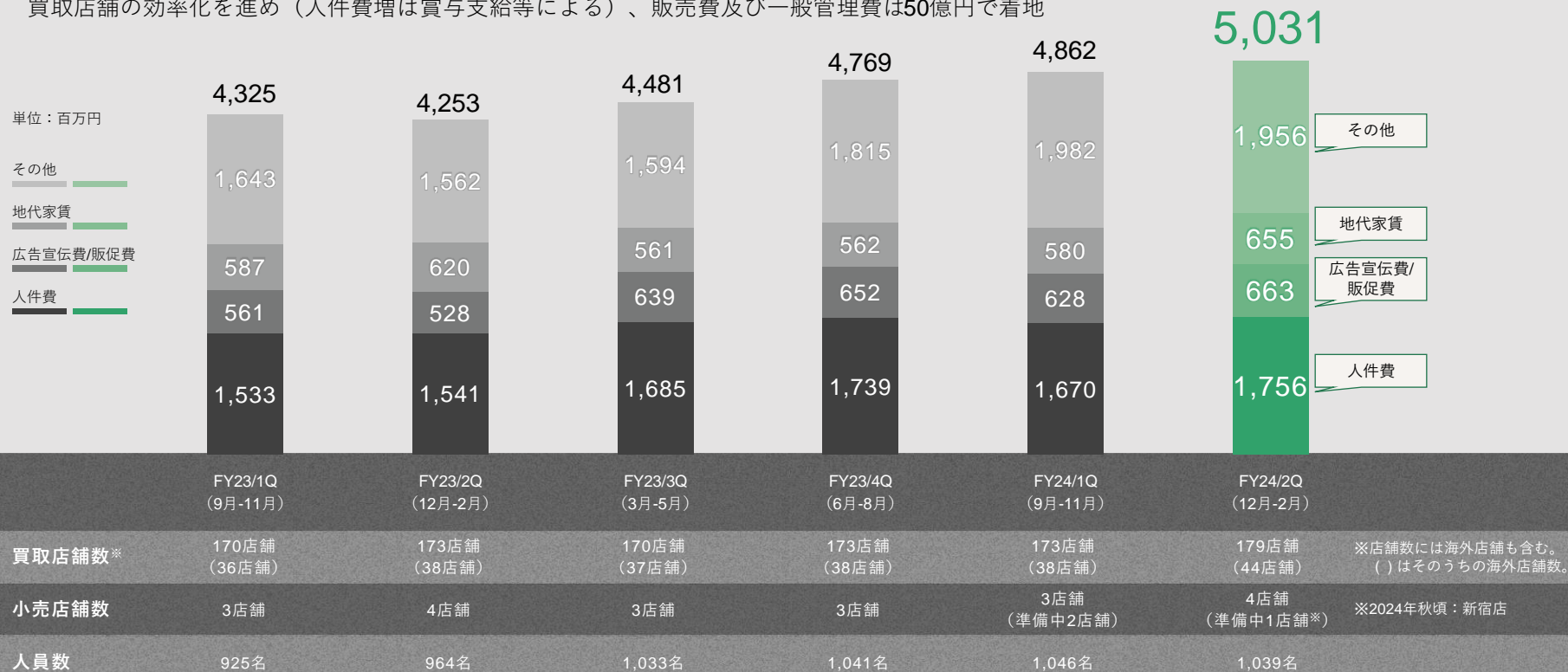
売上高・売上総利益率

- 新店出店やインバウンド需要等による小売売上高の増加、相場高水準継続による地金売上高の増加等により、売上高は前年同期比20.5%増の197億円
- 小売売上高構成比は上昇も、高価格帯商品中心に販売が進んだことや小売施策のために買取強化していたこと等により小売の売上総利益率が低下、また地金の構成比が上昇したことなどから、売上総利益率は前年同期比5.0pts減の22.4%



販売費及び一般管理費

- ALLU新宿店（仮称）の地代家賃発生や小売・海外も含むWEBマーケティングの強化などの先行投資による費用が増加、人員配置の見直しや買取店舗の効率化を進め（人件費増は賞与支給等による）、販売費及び一般管理費は50億円で着地



バランスシートの概況

単位：百万円

	FY23末	FY24/2Q末	増減
流動資産	19,227	21,628	+2,400
現金及び預金	8,336	7,370	▲965
商品	7,633	9,264	+1,630
その他	3,257	4,993	+1,735
固定資産	8,448	9,841	+1,393
総資産	27,675	31,469	+3,794
負債	18,841	23,770	+4,929
有利子負債*	15,260	20,259	+4,998
短期	12,069	10,914	▲1,155
長期	3,191	9,344	+6,153
その他	3,580	3,511	▲69
純資産	8,834	7,699	▲1,135
負債・純資産合計	27,675	31,469	+3,794

- ・仕入拡大及び小売在庫確保による増加、在庫回転期間は50日
（株式会社米自動車分商品：約4億円）
- ・クリスマス・年末商戦・春節等で確保していた小売在庫を販売、FY24/1Q末からは減少
＜商品（株式会社米自動車分除く）＞
1Q末：98億円 → 2Q末：88億円（QoQ10億円減）

主に未収消費税の増加等による

ALLU新宿店（仮称）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

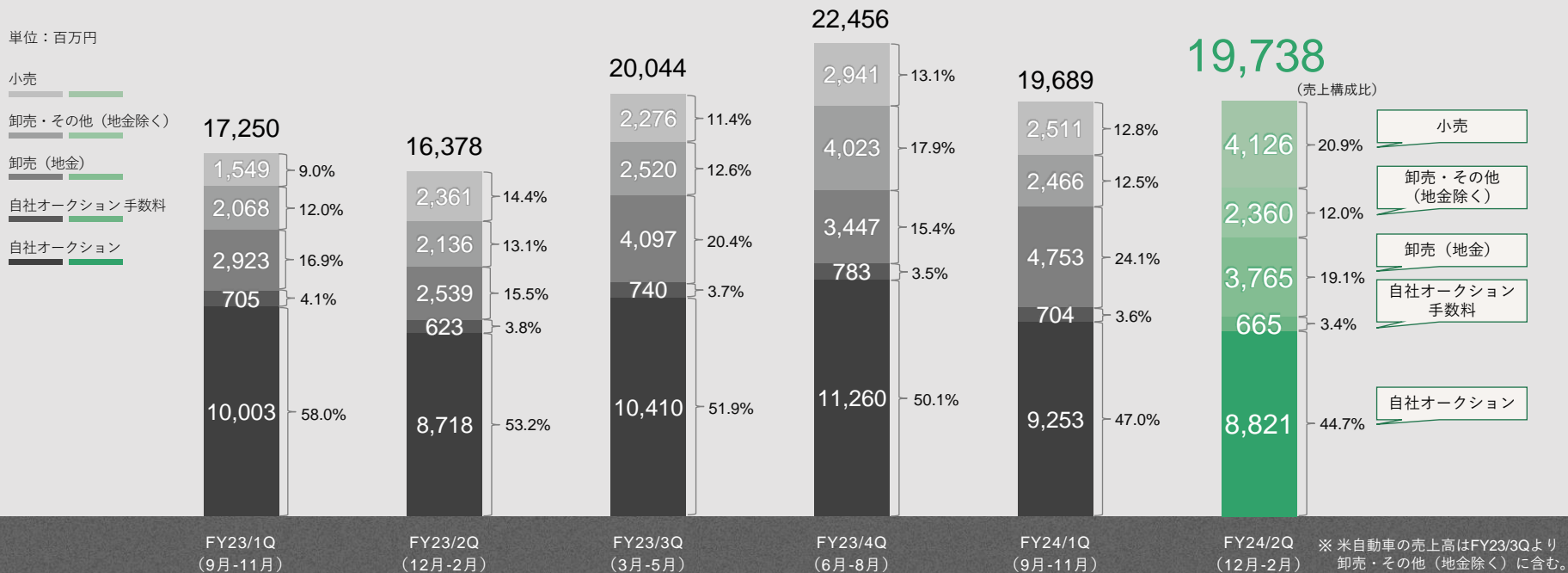
- ・仕入資金調達等による長期借入金増加
- ・短期から長期へ資金調達を切り替え、長期比率を高め、資金調達及びキャッシュフローを安定化

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

※リース債務含む

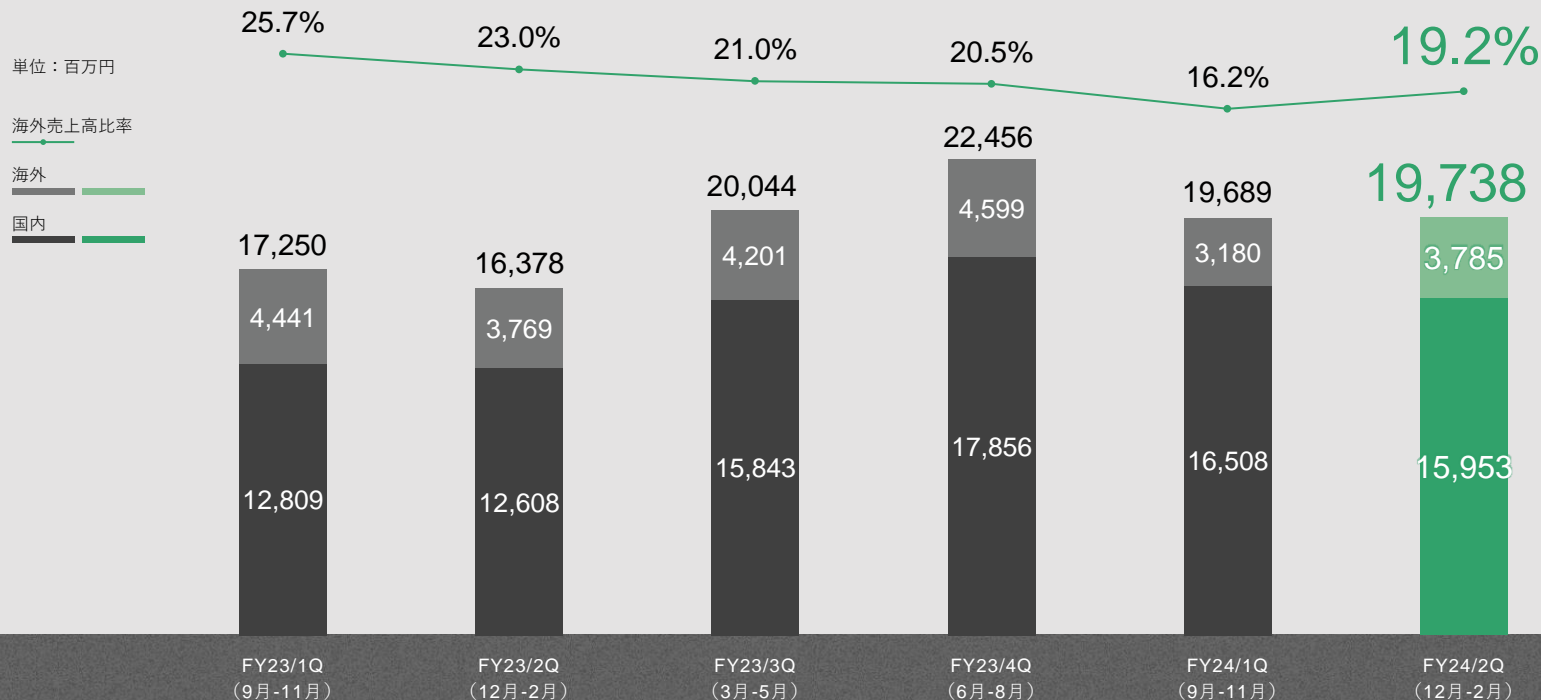
売上高：販路別（toB/toC）

- 海外パートナーの需要回復も、例年2Qはオークション売上が鈍化する時期かつ在庫を小売で販売したため、自社オークション売上高は88億円
- 小売のハイシーズンに合わせ小売在庫の販売を増加、新規出店やインバウンド需要等により、小売売上高は前年同期比74.7%増の41億円
- 地金相場が引き続き高水準であったことから、卸売（地金）の売上高は前年同期比48.3%増の37億円



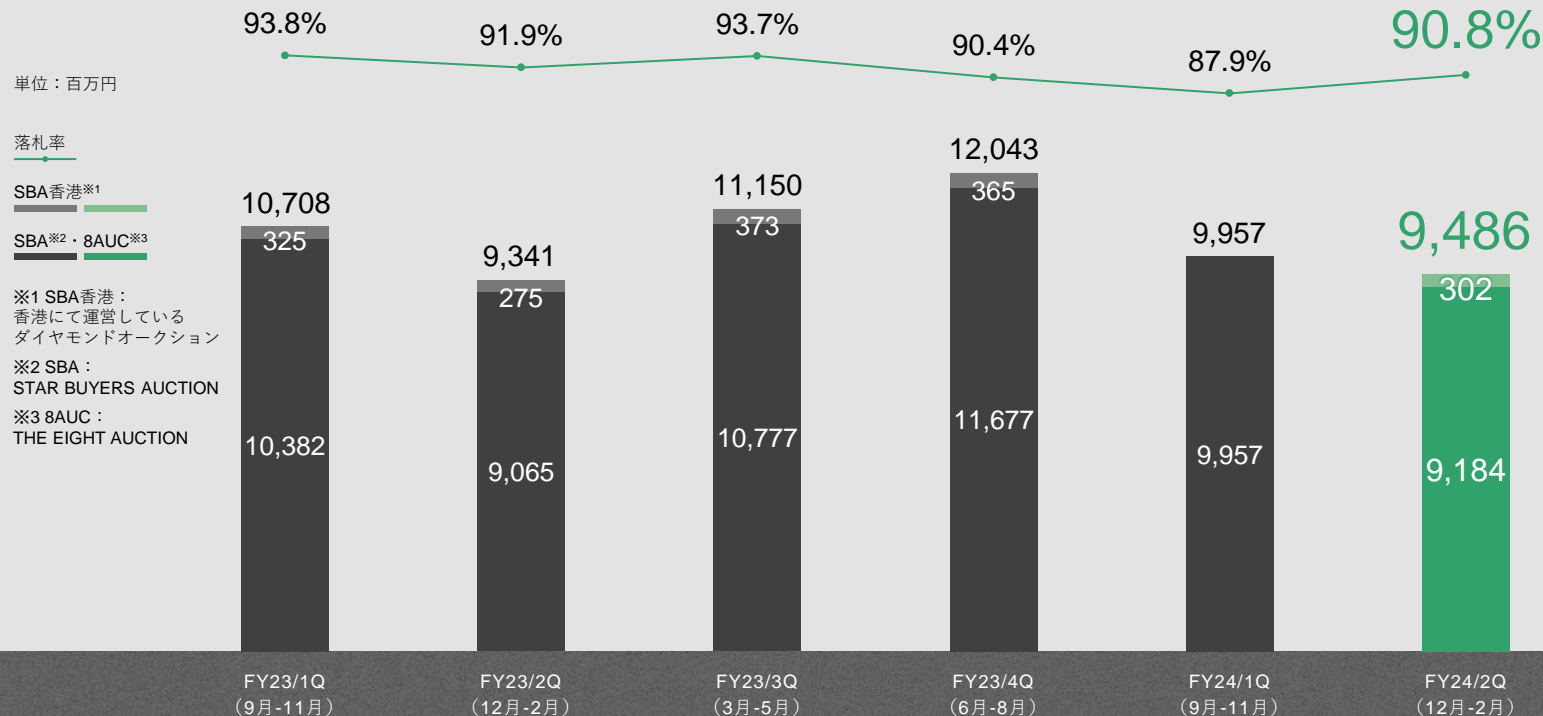
売上高：販路別（国内／海外）

- FY24/1Qに落ち込んでいたアメリカを中心とする海外パートナーの需要回復に伴い、海外売上高比率はQoQ3.0pts増の19.2%



売上高：toBオークション実績

- FY24/1Qに開催を見送った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）を計画どおり開催
- 海外パートナーの買い意欲回復もあり落札率は90.8%





Highlights for Q2 FY24

第2四半期ハイライト

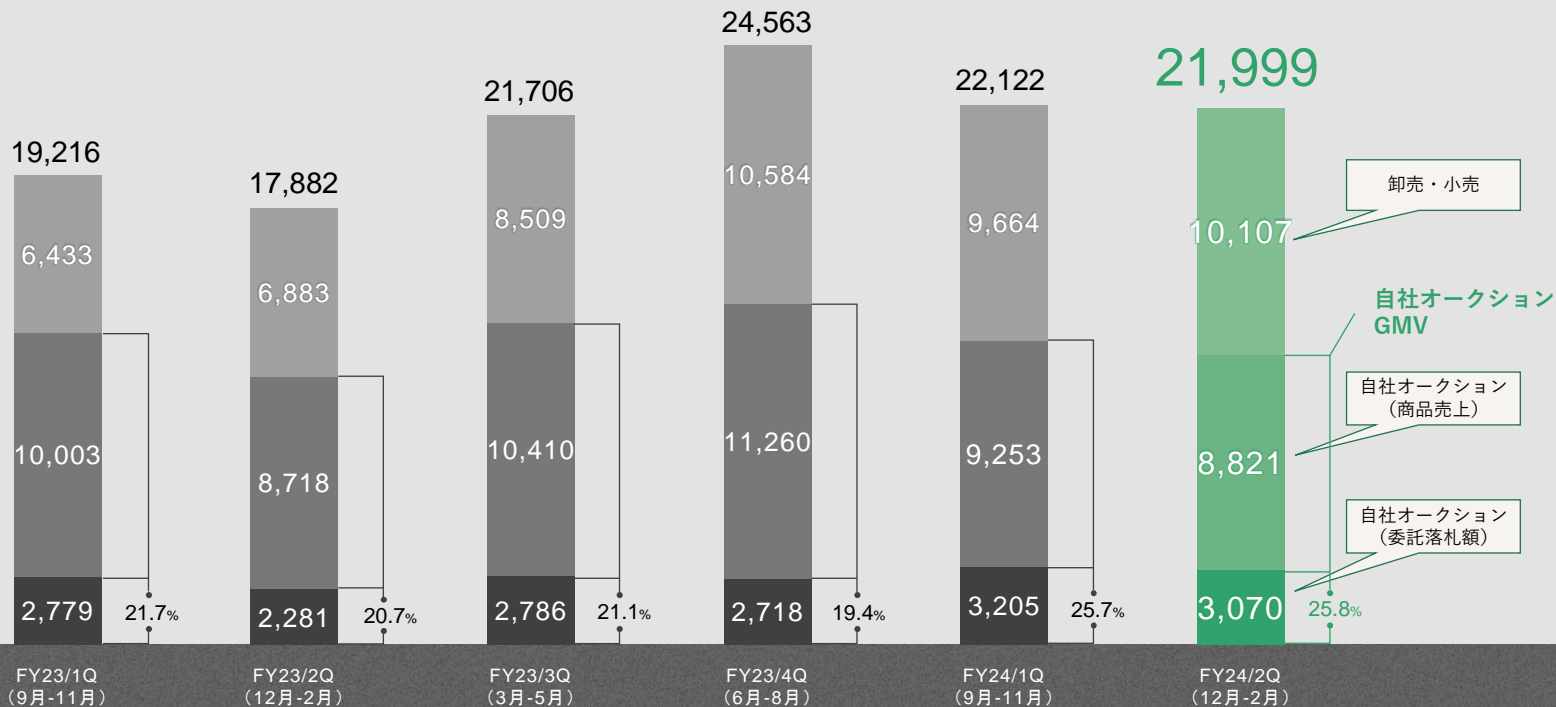
GMV推移

- GMVは前年同期比23.0%増の219億円、自社オークションGMVは委託伸長により同8.1%増の118億円
- 委託落札額は30億円、自社オークションGMVに占める委託落札比率は25.8%と高水準

単位：百万円

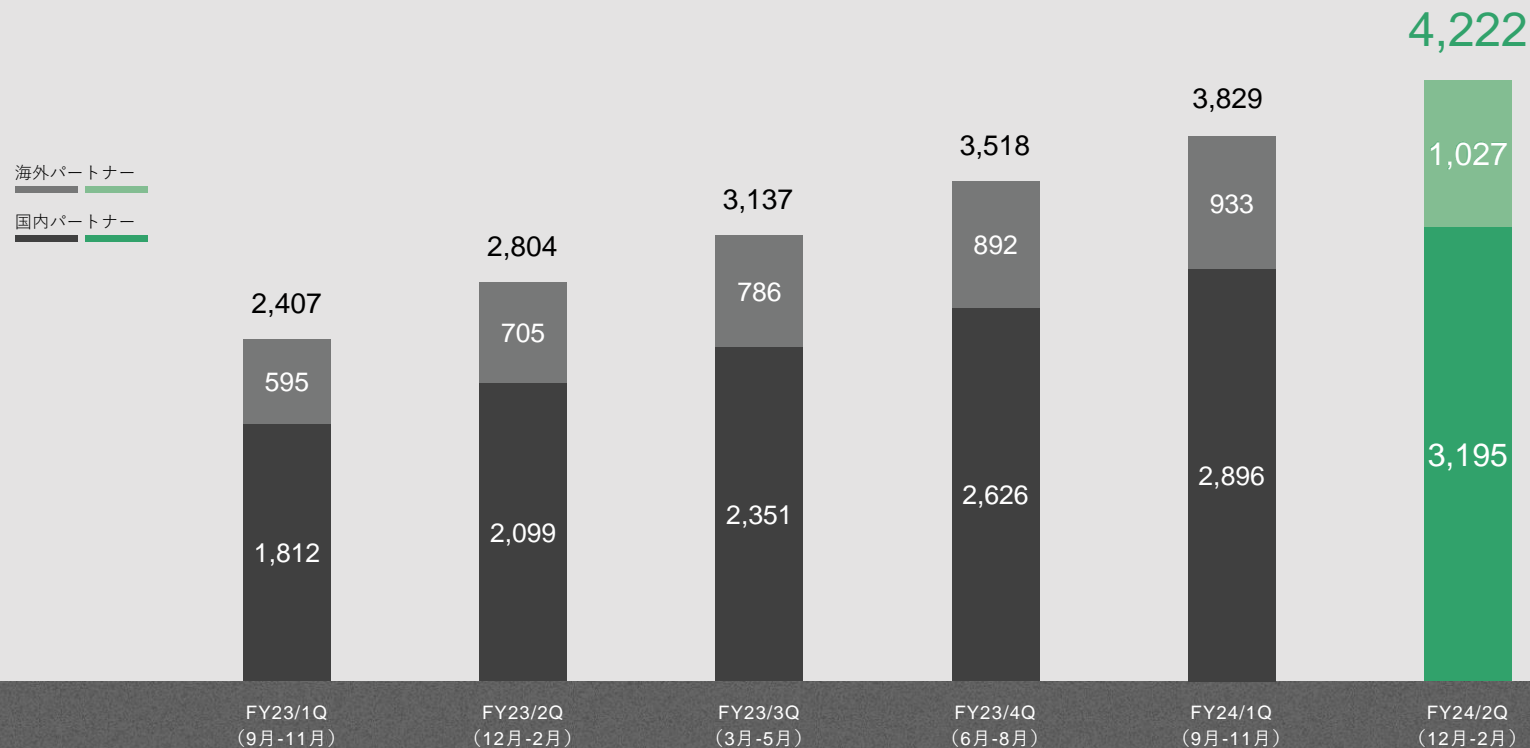
卸売・小売
 自社オークション
 (商品売上)
 自社オークション
 (委託落札額)
 自社オークション
 委託落札比率*

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



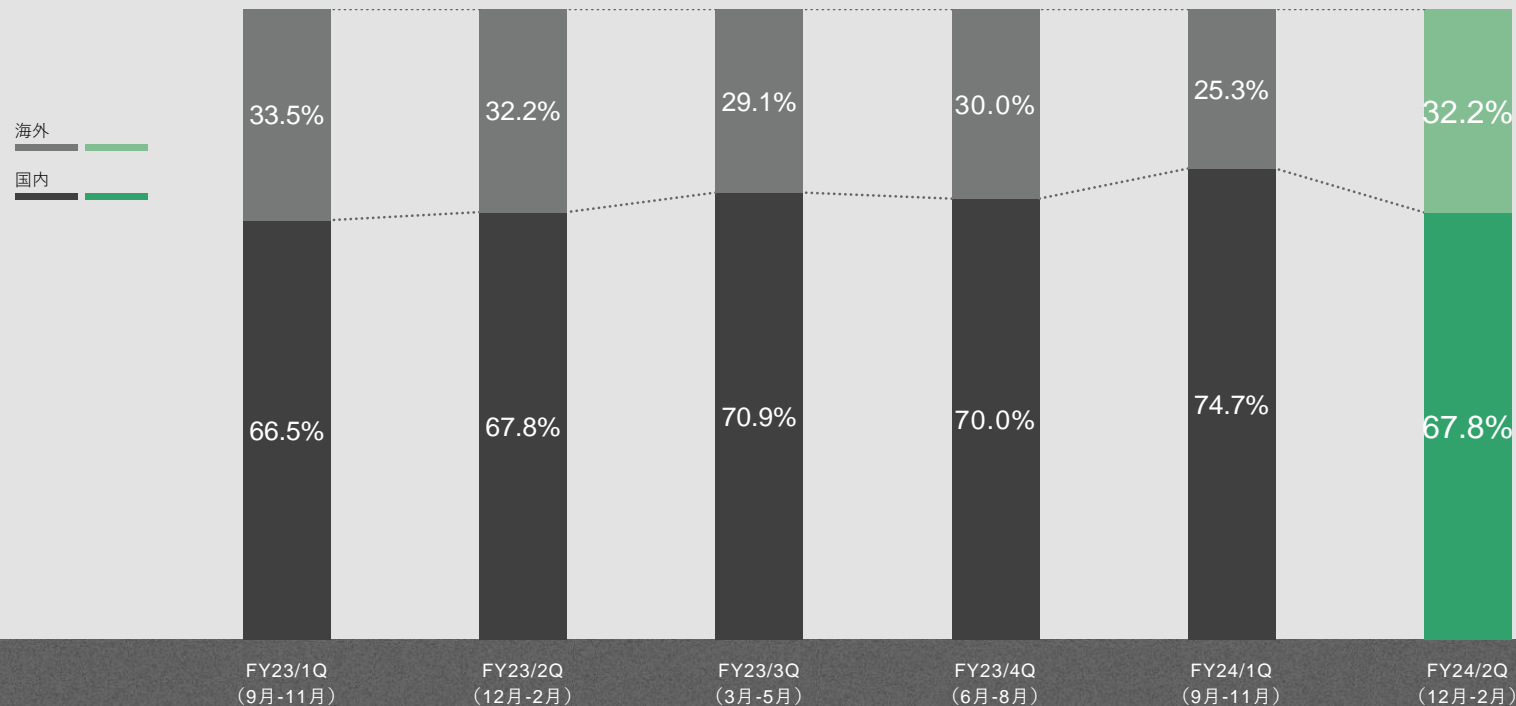
STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

- 国内外ともに好調に拡大、合計4,000社を超過するペースで増加
- 海外パートナー数は中計目標の1,000社を達成



STAR BUYERS AUCTION (SBA) 落札額の国内／海外比率

- 海外パートナーの買い意欲回復により、SBA落札額の海外比率が前年同期と同水準の32.2%にまで回復

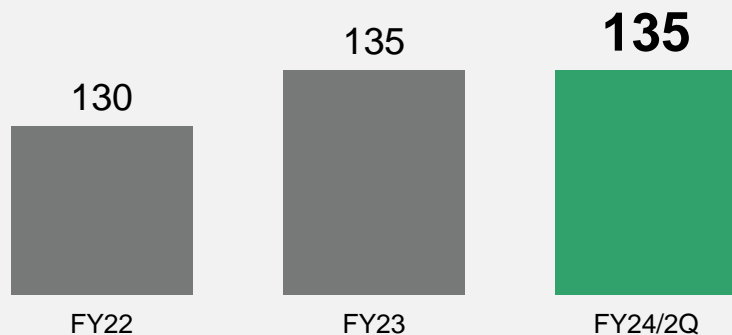


買取店舗展開

- 国内は下期に5店舗を出店予定
- 海外は東南アジアにおいてパートナー店舗を中心に出店を加速

Japan

国内



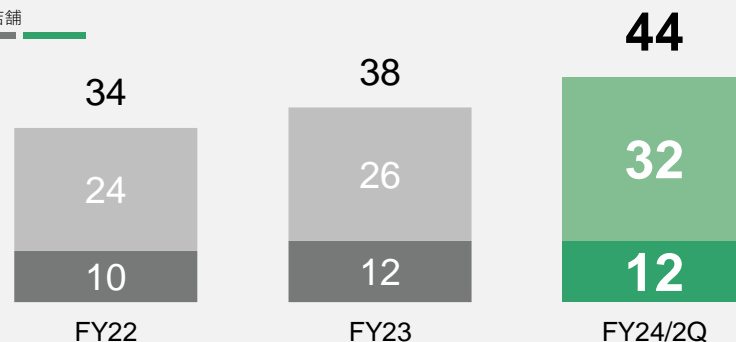
出店	5	10	0
退店	0	5	0

Global

海外

パートナー店舗

直営店舗



出店	17	10	8
退店	4	6	2

ダイヤモンドオークション・toCオークションの開催

- ・ FY24/1Qには開催を見送ったダイヤモンドオークション及びALLU AUCTIONをFY24/2Qは計画どおり開催

STAR BUYERS AUCTION 香港（ダイヤモンドオークション）

- ・ 香港にて開催するダイヤモンドに特化したオークション。香港、中国、イスラエル、インドなどの事業者が多く参加
- ・ ダイヤモンドの相場軟調は継続も、2Qは計画どおり開催、3Q以降も例年どおり四半期に1回開催予定

ALLU AUCTION（toCオークション）

- ・ 個人向けに開催する高級時計のオークション。一部SBAパートナーも参加。将来的にはジャンル拡充も検討
- ・ 次回は4Qに開催予定

<https://www.allu-auction.com/>





Sustainability

サステナビリティ

「人的資本調査2023」において「人的資本経営品質2023 [シルバー]」に選定

- 233社の企業・団体の中から、「人的資本経営品質2023 [シルバー]」に選定された19社のうちの1社に
- 今後も企業価値向上のための本質的な人的資本経営の取組を積極的に進めるとともに、人的資本に関わる情報を透明性高く開示し、また事業活動を通じた持続可能な社会の実現を目指す



人的資本経営品質 2023

< 人的資本調査2023 >

アンケート回答企業の中から、特に優れた人的資本経営及び情報開示の取組を行っていると思われる企業を「人的資本リーダーズ2023」並びに「人的資本経営品質2023」として表彰

主催：一般社団法人HRテクノロジーコンソーシアム、HR総研（ProFuture株式会社）、MS&ADインターリスク総研株式会社

調査実施期間：2023年9月25日～2023年12月15日

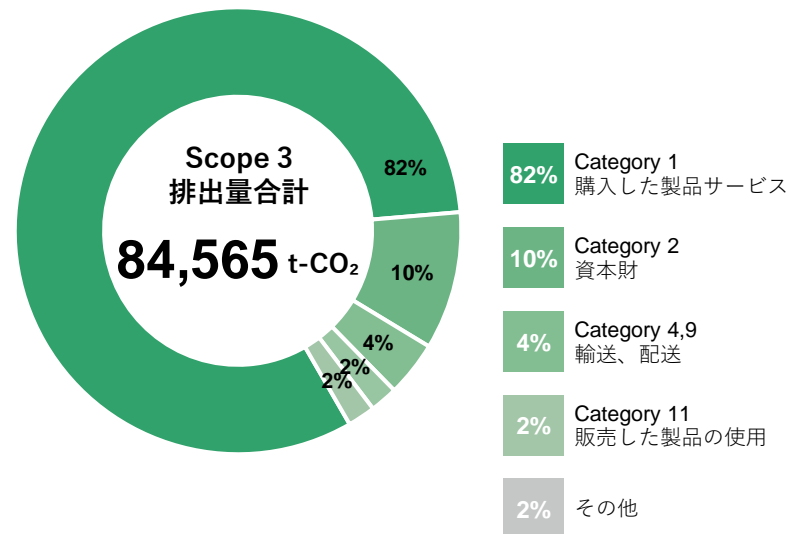
期限内回答数：233社

2023年8月期における温室効果ガス排出量を算定

- グループ全社の脱炭素推進に向けて、2023年8月期より算定対象範囲を海外子会社も含むグループ連結へ拡大
※詳細は当社HP「ESGデータ」を参照ください (<https://www.valuence.inc/sustainability/data/>)

2023年8月期 温室効果ガス排出量 (t-CO₂)

Scope 1		101
Scope 2		1,197
		84,565
Scope 3	Category 1 購入した製品・サービス	70,094
	Category 2 資本財	8,215
	Category 4, 9 輸送、配送	3,216
	Category 11 販売した製品の使用 ※1	1,401
	その他 ※2	1,639
Total		85,863



※1 2023年8月期の算定範囲拡大に伴い、株式会社米自動車が会計年度期間中に販売した中古自動車の使用に伴う排出量を算定

※2 その他に含まれる項目：Category 3, 5, 6, 7, 12, 13, 14 (Category 8, 10, 15は該当なし)

Initiatives during Q3 and Beyond

第3四半期以降の取り組み

国内外仕入方針

- ・ 今期の国内出店計画については見直しを実施、1店舗当たりの仕入効率化に更に注力する方針
- ・ 海外については基本戦略不変、特にアジア圏においてパートナー店舗中心に店舗数拡大予定

Japan

国内

- 今期は年間5店舗の出店予定
- リピーター顧客の獲得、店舗の効率化に注力
- アライアンス強化

Global

海外

- パートナー店舗を中心に展開、特にアジアにて出店加速
- WEBマーケティングにより新規顧客の獲得に注力

海外強化

- ・ 国内で培ったノウハウを活かしSEOに注力
- ・ パートナー店舗を中心とした出店継続

CRM強化

- ・ 既存顧客への1to1マーケティングにより再来店獲得（リピーター化）

アライアンス強化

- ・ 三越伊勢丹との取組「i'm green」の展開
- ・ 金融機関等との提携による顧客紹介獲得

国内新規出店とWEBマーケティング

- ・ 国内年間10-15店舗の新規出店
- ・ 創業以来の強みであるSEOに注力

出店計画は状況に応じて都度見直し

基本戦略として継続

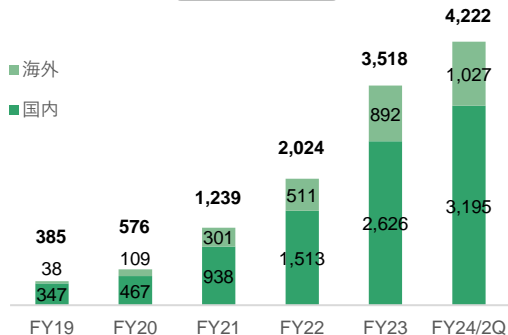
オークションの状況

- SBAパートナーは4,000社を超え、世界でも唯一無二のオークションに引き続き成長中
- 自社仕入商品のみならずパートナー企業の商品も扱うプラットフォームとして機能拡充にも注力、利用企業は継続拡大中

SBAパートナーの状況

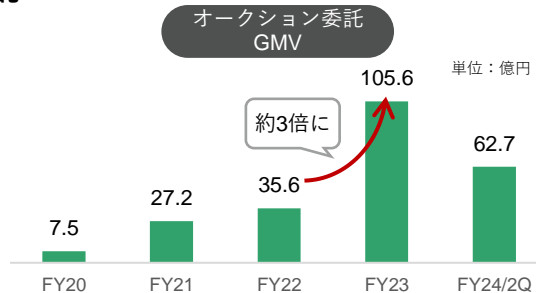
- パートナー数の拡大が継続、海外パートナー数は中計目標の1,000社を達成
- FY24/1Qに落ち込んでいた海外パートナーの需要は回復

SBAパートナー数



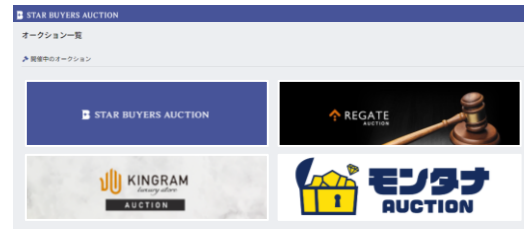
委託

- オークションのオンライン化に伴い、2020年4月よりスタート
- 徐々に取扱いが拡大、FY24/2Q時点でオークション委託比率は25.8%
- 今期、委託GMVは2割成長を目指す



SaaS型新機能

- 利用企業はいずれも買取専門店を運営、販売チャネルの一つとして活用
- 2024年2月に1社、3月に更に1社利用開始、現在合計3社が利用中



オークション委託GMV拡大に貢献

小売施策の状況

- 小売強化策推進も、EC中心に計画対比で立ち上がりが遅れていることも踏まえ、下期は季節性も考慮し自社オークションでの販売に注力
- ALLU新宿店（仮称）オープンやグローバルECの完全立ち上げが来期になるため慎重に準備を進める

ALLU心齋橋ANNEX

- 2023年12月22日に初の複合店としてオープン
- 店頭展示の高級輸入車を初成約



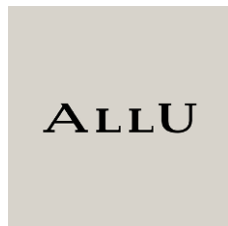
EC／グローバルEC

- 国内ECは売上拡大も計画対比で立ち上がり遅れ。人員配置やオペレーション見直しにより早期立ち上げを目指す
- グローバルECはUSA、UKが開設済み。このほか今期はシンガポールに開設完了予定



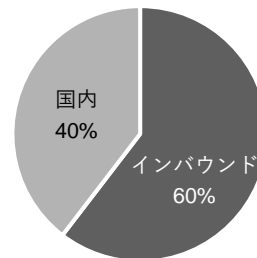
ALLU新宿店（仮称）

- 地上3階、地下1階の大型店舗を新宿3丁目の交差点隣接地にオープン予定
- 内装・外装工事に想定よりも時間を要し、オープン時期が来期にずれ込む見通し



インバウンドの状況

- 店舗売上の約6割がインバウンド
- 国別では中国、台湾、アメリカなど
- 特に、銀座店、心齋橋店はインバウンド比率が高い傾向



株式会社米自動車が「TWISTED JAPAN」の国内独占販売をスタート

- 2024年3月16日～19日開催の展示試乗会を皮切りに、日本国内における「TWISTED JAPAN」の取り扱いをスタート
- 展示試乗会終了後は株式会社米自動車の麻布ショールーム及びWEBサイトで受注及び相談等を受付
- 契約成立から納車まで一定期間を要するため、業績貢献は来期以降の見込み



< TWISTED JAPAN >

- JAGUAR LAND ROVER LIMITED社のDEFENDERを独自に修復・カスタマイズするTwisted Group Limited社が日本国内で展開するブランド
- 日本国内において株式会社米自動車が独占販売を行う

Revision to Financial Results Forecast

業績予想の修正

下期見通しの前提

- 2024年8月期上期業績結果を踏まえ、下期は売上総利益率重視の仕入・販売戦略を展開
- 売上総利益率重視により仕入額の成長は鈍化するものの、自社オークション販売を中心とし在庫入替を進め、在庫良化・売上総利益率改善による早期黒字回復を目指す

外部環境

- 時計相場、ダイヤモンド相場：軟調が継続する前提とし、回復は見込まず
- 金相場：急騰、急落はない前提
- 仕入競争環境は現状程度継続

仕入

- FY24国内出店は期首年間10~15店舗の計画から、5店舗に見直し、既存店舗の効率化による仕入拡大を企図
- リピーター施策注力等による売上総利益率重視の仕入及び外部競争環境を考慮

トップライン

- 小売立ち上げ状況を考慮し、期初より小売向けに確保していた在庫を一部自社オークションでの販売に切り替え
- 3Q以降の仕入商品については、オークションの売上が伸長する時期でもあり、自社オークションでの販売に注力

売上総利益率

- SBA香港を計画どおり下期に2回開催、オークションにおけるパートナー需要も回復傾向
- 売上総利益率重視の仕入により改善も、これまで小売用に仕入れた在庫を自社オークションにて販売し在庫の入替を進めるため、小売販売時対比で売上総利益率の低下を見込む
- バッグ中心に仕入競争環境の激化継続に伴う仕入単価上昇を考慮

販売費及び一般管理費

- 人員配置の見直しや買取店舗出店戦略の見直し等を行い、各事業において効率化を重視したリソース配分を行う

特別損失

- 過去からの投資に対する固定資産の減損の可能性も考慮し、最大見積もり額を計画に見込む

業績予想の修正①

- ・ 下期見通しの前提に基づき、下期修正計画を以下のとおり策定

単位：百万円

	下期期首計画	下期修正計画	増減
売上高	49,250	41,942	▲7,308
売上原価	36,050	31,813	▲4,237
売上総利益	13,200	10,128	▲3,072
売上総利益率	26.8%	24.1%	▲2.7pts
販売費及び一般管理費	11,020	10,276	▲744
営業利益又は営業損失	2,180	▲147	▲2,327
経常利益又は経常損失	2,080	▲259	▲2,339
特別損失	-	850	+850
税金等調整前四半期純利益 又は四半期純損失	2,080	▲1,110	▲3,190
親会社株主に帰属する 四半期純利益又は四半期純損失	1,400	▲1,062	▲2,462

- ・ 売上総利益率重視の仕入に転換するため、仕入額減少の影響が若干出ることを考慮
- ・ 外部競争環境も踏まえ、前期下期並み程度の仕入見通し（150億円/Q）より設定

- ・ 下期は、オークションの売上が上昇する時期であり、自社オークションでの販売に注力
- ・ 期初より小売向けに確保していた在庫も一部自社オークションでの販売に切り替え

- ・ 売上総利益率重視の仕入により改善も、小売用在庫を自社オークションにて販売し在庫の入替を進めるため、小売販売時対比で売上総利益率の低下を見込む
- ・ バッグ中心に仕入競争環境の激化継続に伴う仕入単価上昇も考慮

- ・ 買取店舗出店戦略の見直しにより、今期出店を10店舗から5店舗に
- ・ ALLU新宿店のオープンが来期となり、償却費や変動費の発生等が期ずれ
- ・ 人員配置の見直し等も行い、各事業において効率化を重視したリソース配分を行う

- ・ 過去からの投資に対する固定資産の減損可能性も考慮し、最大見積もり額を計画に見込む

業績予想の修正②

- 外部環境に大きな変化がないことを前提に、小売ECの立ち上げ状況やALLU新宿店（仮称）のオープン予定時期変更等を考慮し、小売向けに確保してきた在庫を一部自社オークションでの販売に切り替え、下期の仕入商品についても自社オークションでの販売に注力する等、販売戦略の一部見直しを実施、売上総利益率の改善を重視
- これまでの積極的な成長投資を見直し、各事業において効率化を重視したリソース配分を実施する等により販売費及び一般管理費を抑制。早期の営業利益黒字回復を目指す

単位：百万円

	上期実績	下期修正計画	通期修正計画
売上高	39,427	41,942	81,370
売上原価	30,586	31,813	62,400
売上総利益	8,841	10,128	18,970
売上総利益率	22.4%	24.1%	23.3%
販売費及び一般管理費	9,893	10,276	20,170
営業利益又は営業損失	▲1,052	▲147	▲1,200
経常利益又は経常損失	▲1,160	▲259	▲1,420
特別損失	10	850	860
税金等調整前当期（四半期）純利益又は純損失	▲1,169	▲1,110	▲2,280
親会社株主に帰属する当期（四半期）純利益又は純損失	▲897	▲1,062	▲1,960

配当予想

基本方針

- ・ 中長期的かつ持続的な企業価値向上を目指し、株主に対する利益還元を努めることを重要な経営課題として位置づけ
- ・ 将来の成長を見据えた戦略的な投資資金需要等を勘案した上で、株主に対して安定的な配当を実施していく

配当性向

原則として

30%以上

2024年8月期の期末配当は1株当たり35円としておりましたが、4月12日付「2024年8月期第2四半期連結累計期間の業績予想値と実績値の差異及び通期連結業績予想の修正、並びに配当予想の修正（無配）に関するお知らせ」にてご案内のとおり、2024年8月期通期の業績予想の修正を踏まえ、誠に遺憾ながら無配の予定とさせていただきます。

なお、基本方針に変更はございません。

株主の皆様には深くお詫び申し上げますとともに、可能な限り早期の復配に努めてまいりますので、今後ともご支援を賜りますようお願い申し上げます。

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	1,295百万円（2024年2月末）
従業員数	1,039名（2024年2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 （2024年2月末現在）

グループ事業ブランド

買取



オークション



小売

ALLU

ALLU
AUCTION

ALLU
FASHION MARKET

自動車



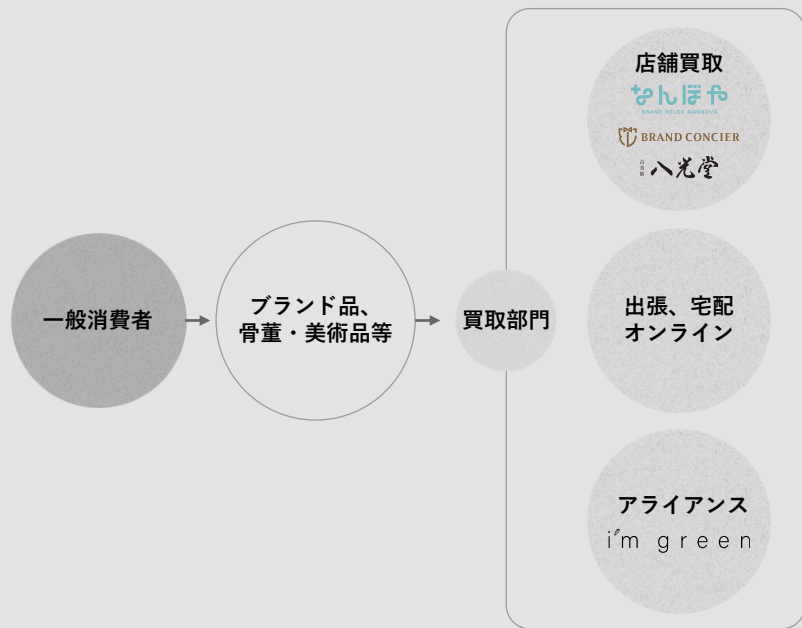
不動産



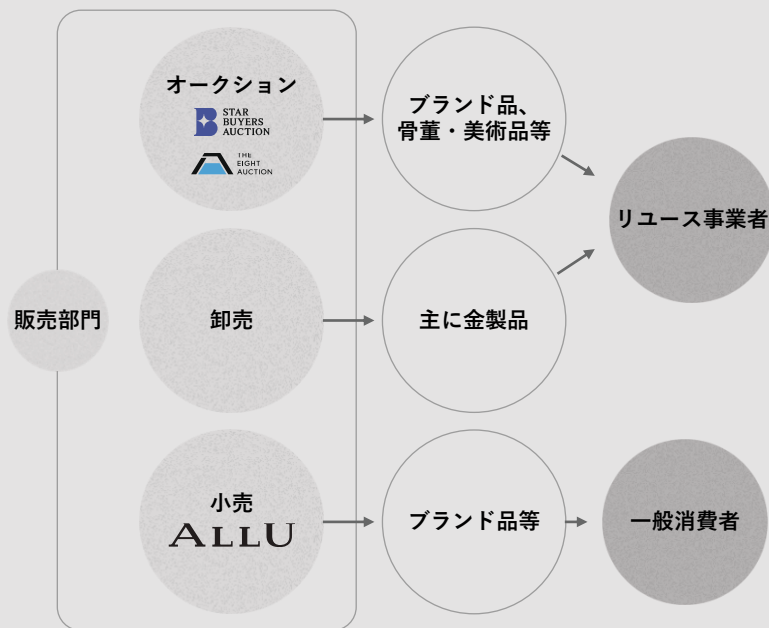
主なビジネスモデル

・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

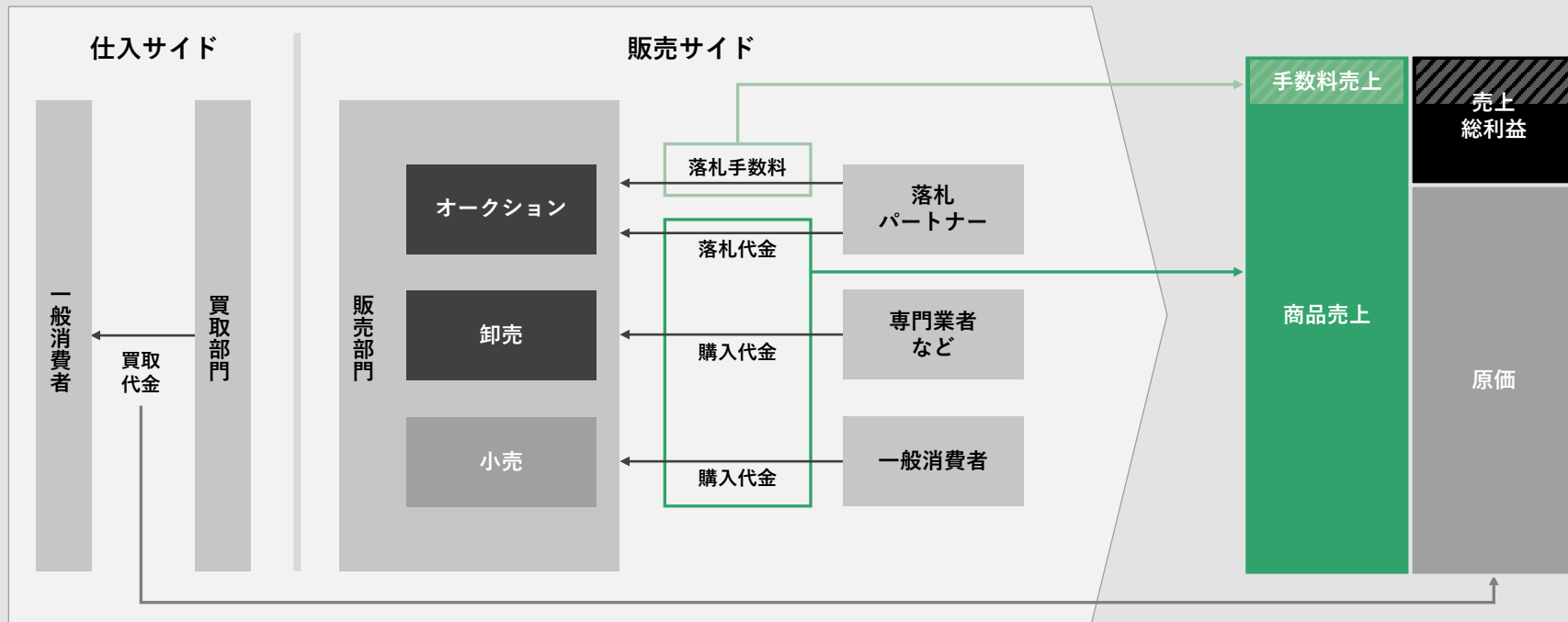


販売サイド



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
いくらか知りたい



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

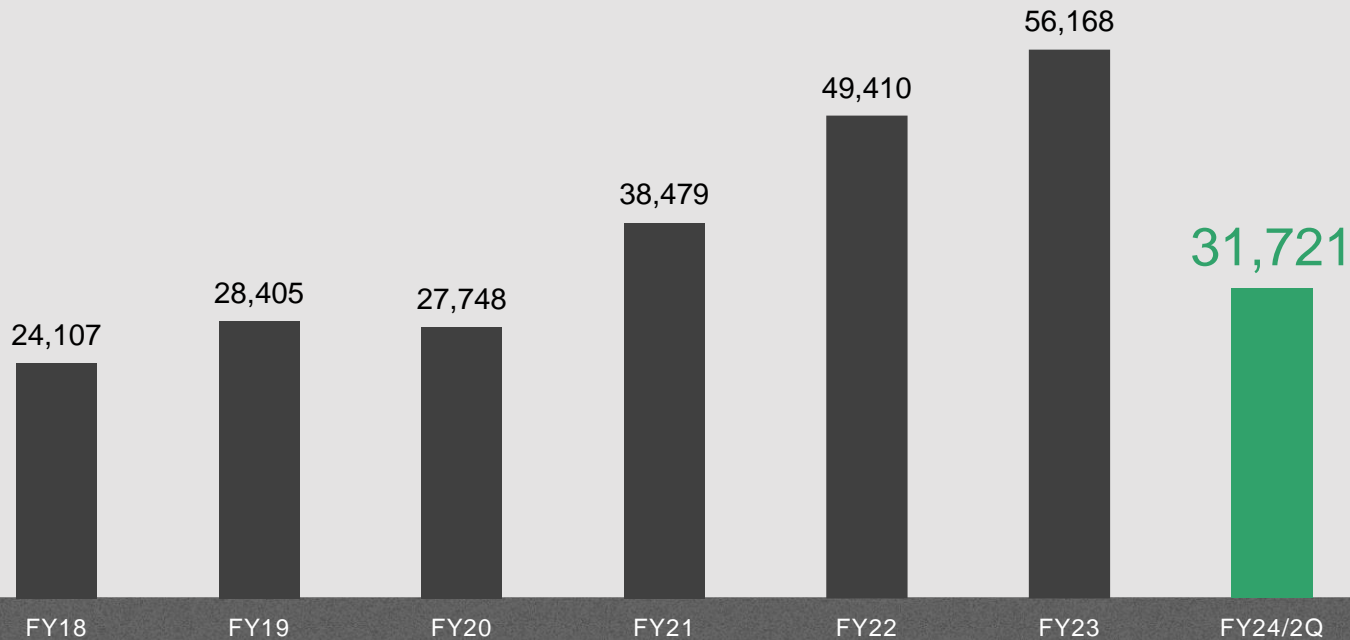
FY22-FY24 年度別連結業績推移

	FY22					FY23					FY24				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	2Q累計
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	19,738	-	-	39,427
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	15,323	-	-	30,586
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	4,415	-	-	8,841
売上総利益率	26.9%	26.0%	25.1%	25.3%	25.7%	26.7%	27.3%	26.5%	25.0%	26.3%	22.5%	22.4%	-	-	22.4%
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	5,031	-	-	9,893
営業利益 (百万円)	197	16	720	954	1,888	283	221	834	843	2,183	▲436	▲616	-	-	▲1,052
経常利益 (百万円)	169	13	696	911	1,791	259	226	753	795	2,034	▲474	▲686	-	-	▲1,160
当期純利益 (百万円)	45	▲93	415	601	969	133	25	481	409	1,050	▲404	▲493	-	-	▲897
従業員数	871	864	904	896	896	925	964	1,033	1,041	1,041	1,046	1,039	-	-	1,039
国内買取店舗数	128	128	130	130	130	134	135	133	135	135	135	135	-	-	135
海外買取店舗数	24	22	23	34	34	36	38	37	38	38	38	44	-	-	44

仕入高・店舗数

単位：百万円

仕入高



買取店舗数

63店舗
(一)

75店舗
(1店舗)

86店舗
(2店舗)

146店舗
(21店舗)

164店舗
(34店舗)

173店舗
(38店舗)

179店舗
(44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。

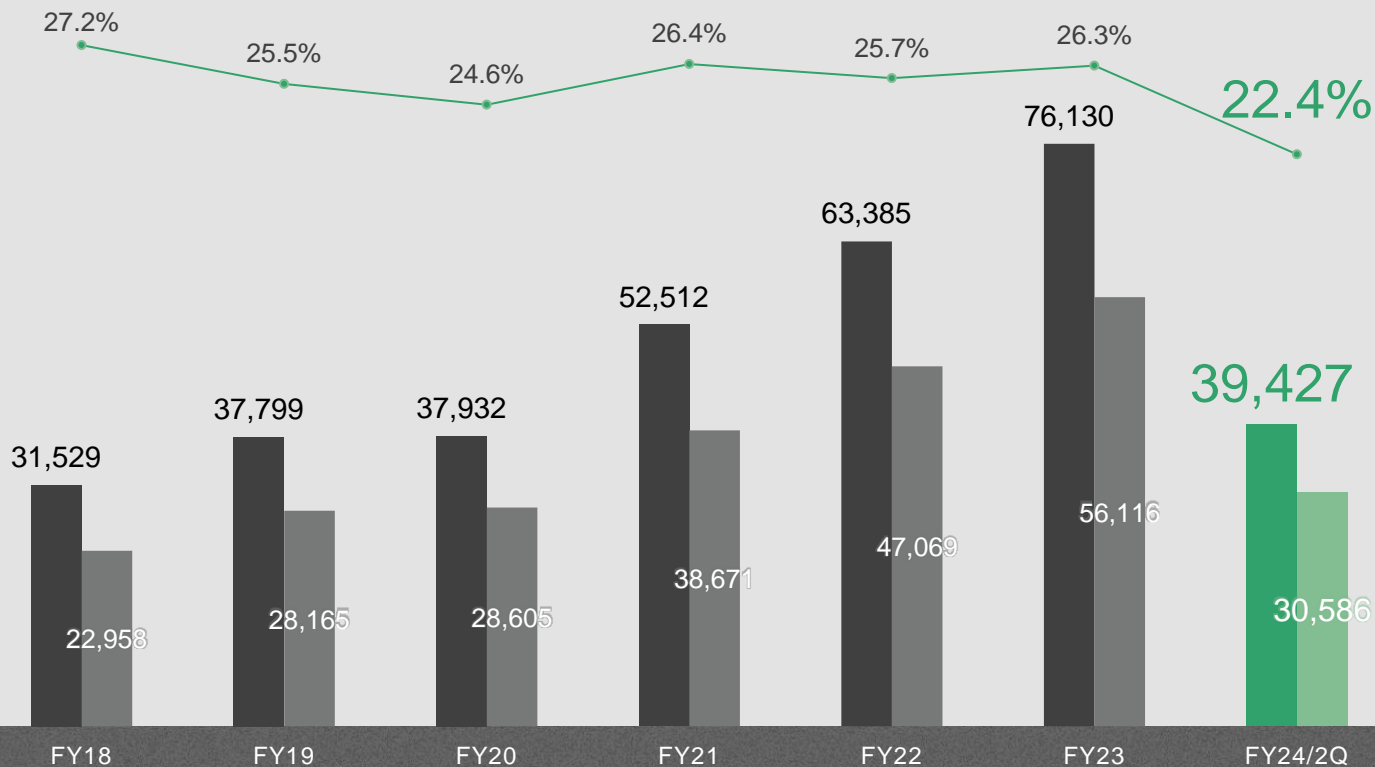
売上高・売上総利益率

単位：百万円

売上総利益率

売上高

売上原価



売上高：販路別（toB/toC）

単位：百万円

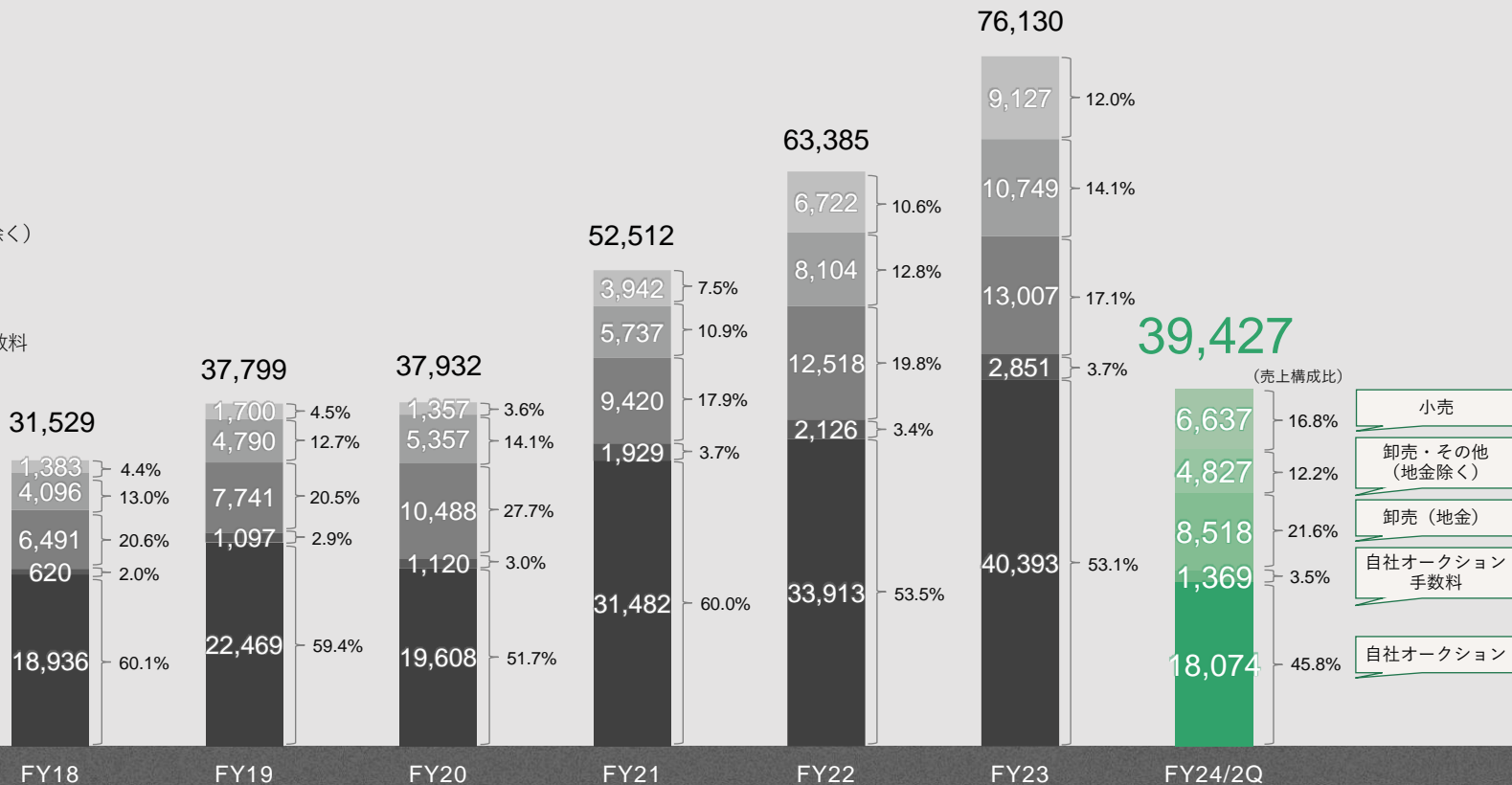
小売

卸売・その他（地金除く）

卸売（地金）

自社オークション手数料

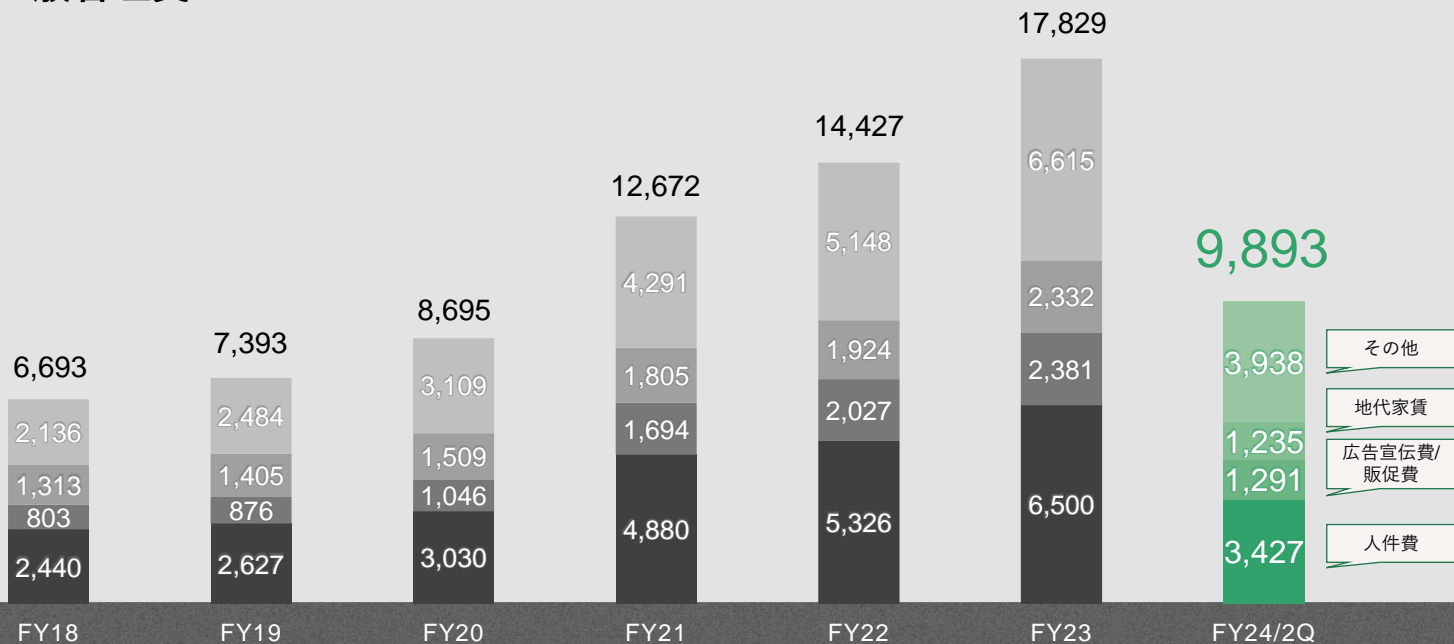
自社オークション



販売費及び一般管理費

単位：百万円

その他
 地代家賃
 広告宣伝費/販促費
 人件費



買取店舗数※	63店舗 (一)	75店舗 (1店舗)	86店舗 (2店舗)	146店舗 (21店舗)	164店舗 (34店舗)	173店舗 (38店舗)	179店舗 (44店舗)	※店舗数には海外店舗も含む。 ()はそのうちの海外店舗数。
小売店舗数	1店舗	2店舗	2店舗	2店舗	3店舗	3店舗	4店舗 (準備中1店舗※)	※2024年秋頃：新宿店
人員数	421名	471名	587名	873名	896名	1,041名	1,039名	

※FY22に販管費及び一般管理費の内訳について一部組替したため、FY18-21についても同組替にて内訳を再計算しております。

GMV推移

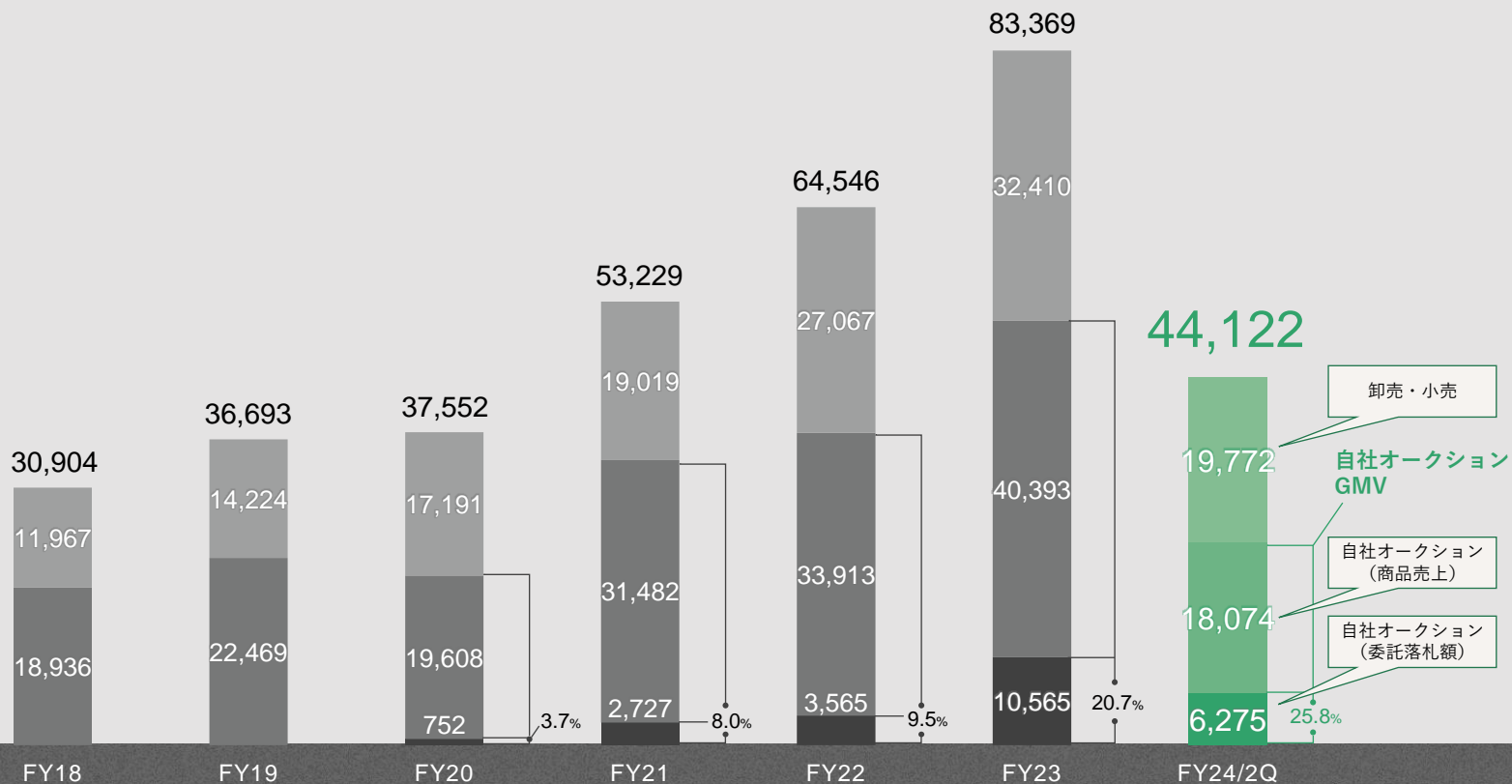
単位：百万円

卸売・小売

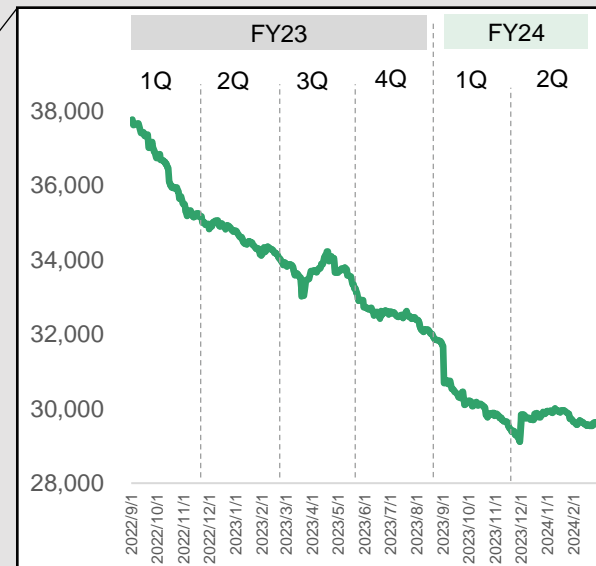
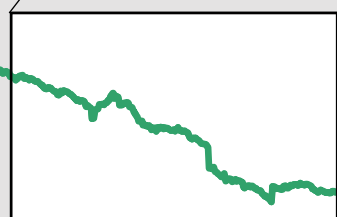
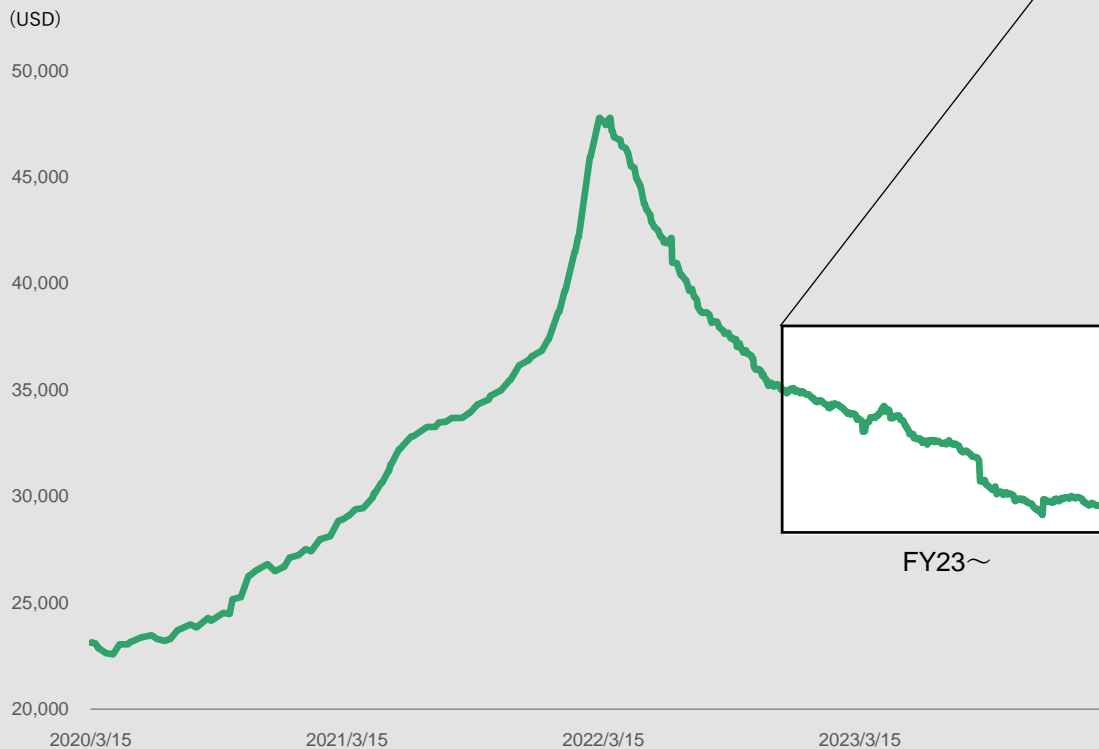
自社オークション
(商品売上)

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*



時計相場トレンド



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】

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