

2026年8月期 第1四半期決算説明資料

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)

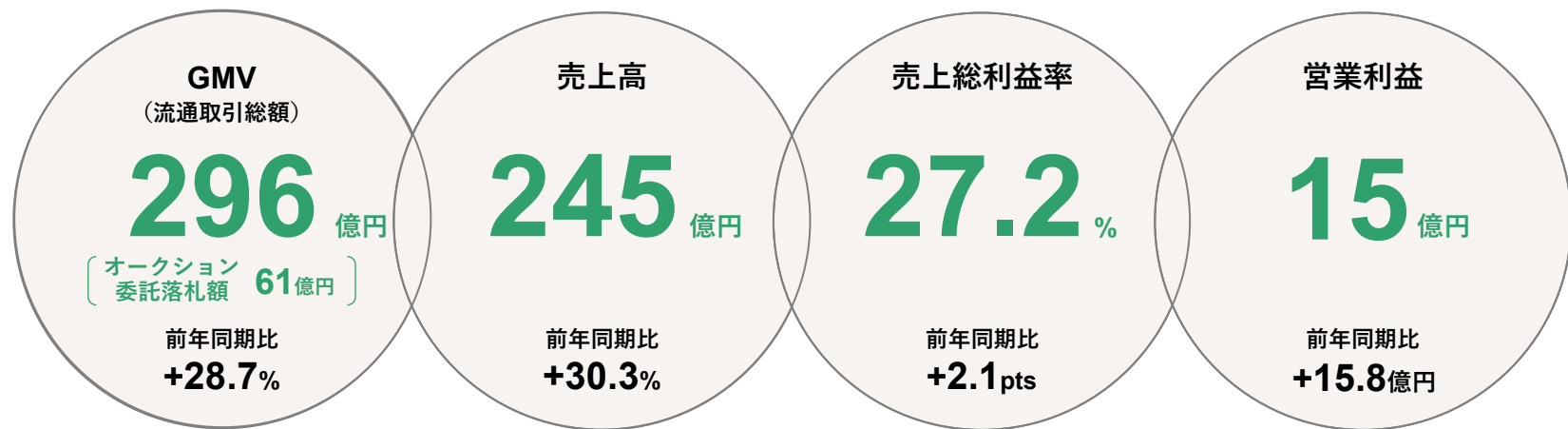
2026年1月9日

03	15	25
2026年8月期 第1四半期 業績	2026年8月期 第1四半期 ハイライト	業績予想・ 配当予想の修正
28		
Appendix		

A modern, minimalist interior space with several dark wooden tables and black chairs. The background is a large wall with a horizontal, layered, stone-like texture. The room is dimly lit, with a bright light source from the left creating a strong contrast and highlighting the texture of the wall. The ceiling is dark with recessed lighting.

2026年8月期 第1四半期 業績

2026年8月期 第1四半期サマリー



売上高は前年同期比30.3%増の245億円、営業利益は15億円と過去最高

- ・オークション委託落札額は引き続き好調に拡大し、前年同期比24.0%増の61億円と過去最高。小売売上高及び卸売（地金）売上高の伸長等もあり、GMVは同28.7%増の296億円
- ・期首の潤沢な在庫や好調な仕入を背景に各販路における販売も好調に推移し、売上高は同30.3%増の245億円と伸長。特にシームレス出品の期間延長等によるEC売上高拡大に加え、店舗においてはインバウンド需要も旺盛ながら、各施策により国内顧客向け売上高も大きく伸長し、小売売上高は過去最高を更新。また、委託落札額の好調な拡大やFY25/3Qより開始したSTAR BUYERS AUCTION（以下、「SBA」という。）における会員費及び参加費の徴収も寄与し、自社オークション手数料売上高も好調に推移。売上総利益率重視の仕入継続に加え、収益性向上も寄与し、売上総利益率は同2.1pts増の27.2%
- ・買取店舗の新規出店に伴う人員数の増加及び昇給等による人件費の増加や、「オリジナル・バーキン」を活用した集客施策の実施による広告宣伝費/販促費の増加はあったものの、効率を重視した事業運営は継続。営業利益は同15.8億円増の15億円

2026年8月期 第1四半期 業績

- ・ FY25/4Qにおいてシームレス出品の期間延長や在庫確保等を実施したことが奏功し、FY26/1Qの売上高は前年同期比30.3%増の245億円
- ・ 売上総利益率重視の仕入継続に加え、これまで戦略的に投資してきた成果が着実に顕在化しつつあり、自社オークション手数料や小売売上高の拡大により収益性も向上し、売上総利益率は同2.1pts増の27.2%
- ・ 効率重視の事業運営を継続しており、構造改革も概ね計画通り進捗。販売費及び一般管理費は同7.6%増の51億円

単位：百万円

	FY25/1Q	FY26/1Q	増減率	FY26 期首計画	達成率
売上高	18,823	24,528	+30.3%	93,500	26.2%
売上原価	14,094	17,849	+26.6%	69,650	25.6%
売上総利益	4,728	6,679	+41.2%	23,850	28.0%
売上総利益率	25.1%	27.2%	+2.1pts	25.5%	—
販売費及び一般管理費	4,808	5,173	+7.6%	21,950	23.6%
営業利益又は営業損失	▲80	1,505	—	1,900	79.3%
営業利益率	—	6.1%	—	2.0%	—
経常利益又は経常損失	▲170	1,448	—	1,670	86.7%
経常利益率	—	5.9%	—	1.8%	—
親会社株主に帰属する 当期（四半期）純利益 又は当期（四半期）純損失	▲260	953	—	730	130.6%

※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）

2026年8月期 第1四半期（9月－11月）トピックス



買 取

Purchases

- ・ **売上総利益率重視の仕入に加え、効率性を重視した店舗運営を継続**。国内は店舗における仕入と海外は東南アジアにおける仕入が特に牽引し、仕入高は前年同期比26.9%増の197億円※1
- ・ FY25において国内の出店基準の見直しを行い、1店舗当たりの効率性と出店エリアを厳選した出店戦略に変更するとともに、**FY26は収益性を重視しつつ出店を加速**。
FY26/1Qでは国内店舗を2店舗、海外は直営店舗1店舗、パートナー店舗4店舗を出店。FY26/1Q末の店舗数は**国内141店舗※2、海外53店舗**

※1 自動車の仕入高実績は除く。

※2 協業店舗は除く。



販 売

Sales

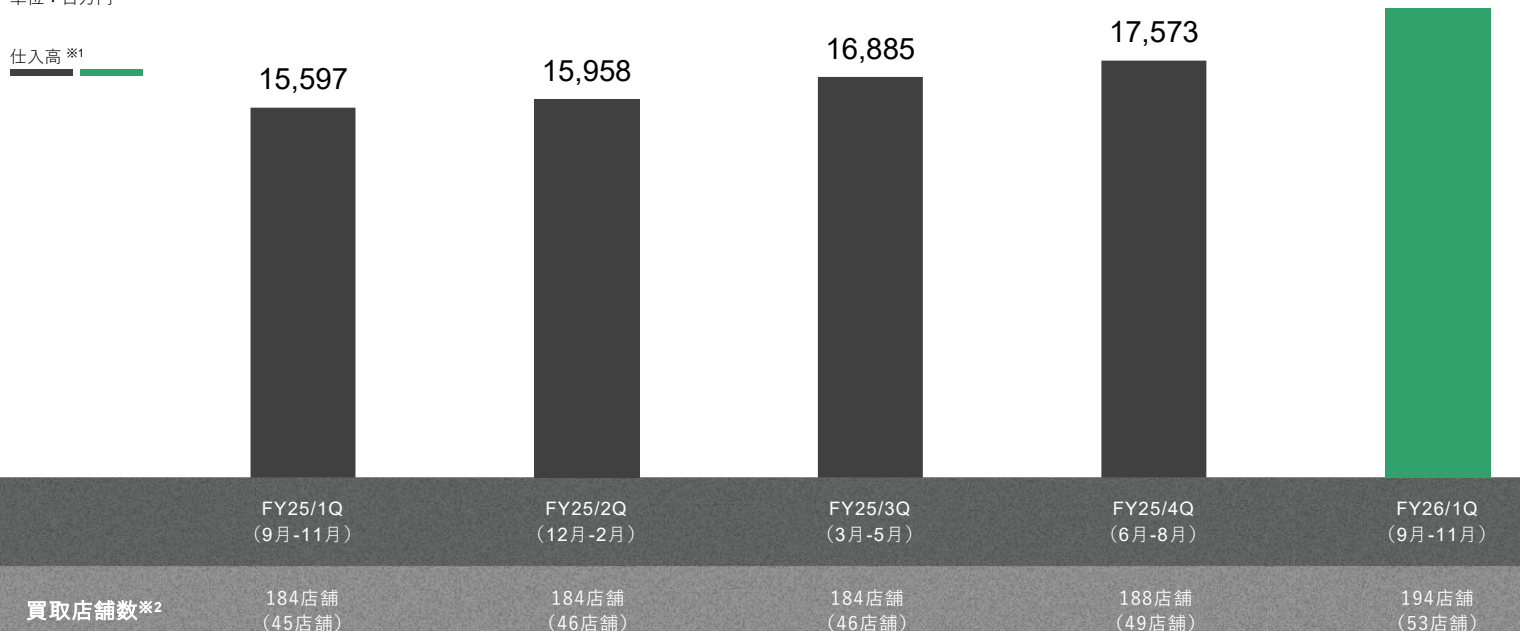
- ・ 期首在庫が潤沢であったことや好調な仕入により、各販路の売上高が好調に拡大。また、シームレス出品の期間延長等によるEC売上高拡大に加え小売店舗の売上高も伸長し、小売売上高は59億円と過去最高を更新。
売上高は前年同期比30.3%増の245億円
- ・ **オークション委託落札額は同24.0%増の61億円と過去最高**。委託拡大及びSBAにおける会員費及び参加費の徴収により、**自社オークション手数料売上高は同33.0%増の9.9億円**
- ・ 売上総利益率重視の仕入を継続したことや、小売売上高比率の上昇、SBA会員費・参加費の徴収及び委託落札額の伸長による自社オークション手数料売上高の増加により、**売上総利益率は同2.1pts増の27.2%**

仕入高・店舗数

- ・売上総利益率重視の仕入及び効率性を重視した店舗運営を継続
- ・地金相場の上昇といった外部環境の影響が一定程度寄与したものの、地金以外の各ジャンルにおいても計画以上の仕入を確保
- ・国内なんばや店舗の仕入及び海外における仕入が大きく牽引し、仕入高は前年同期比26.9%増の197億円（直前四半期比12.6%増）

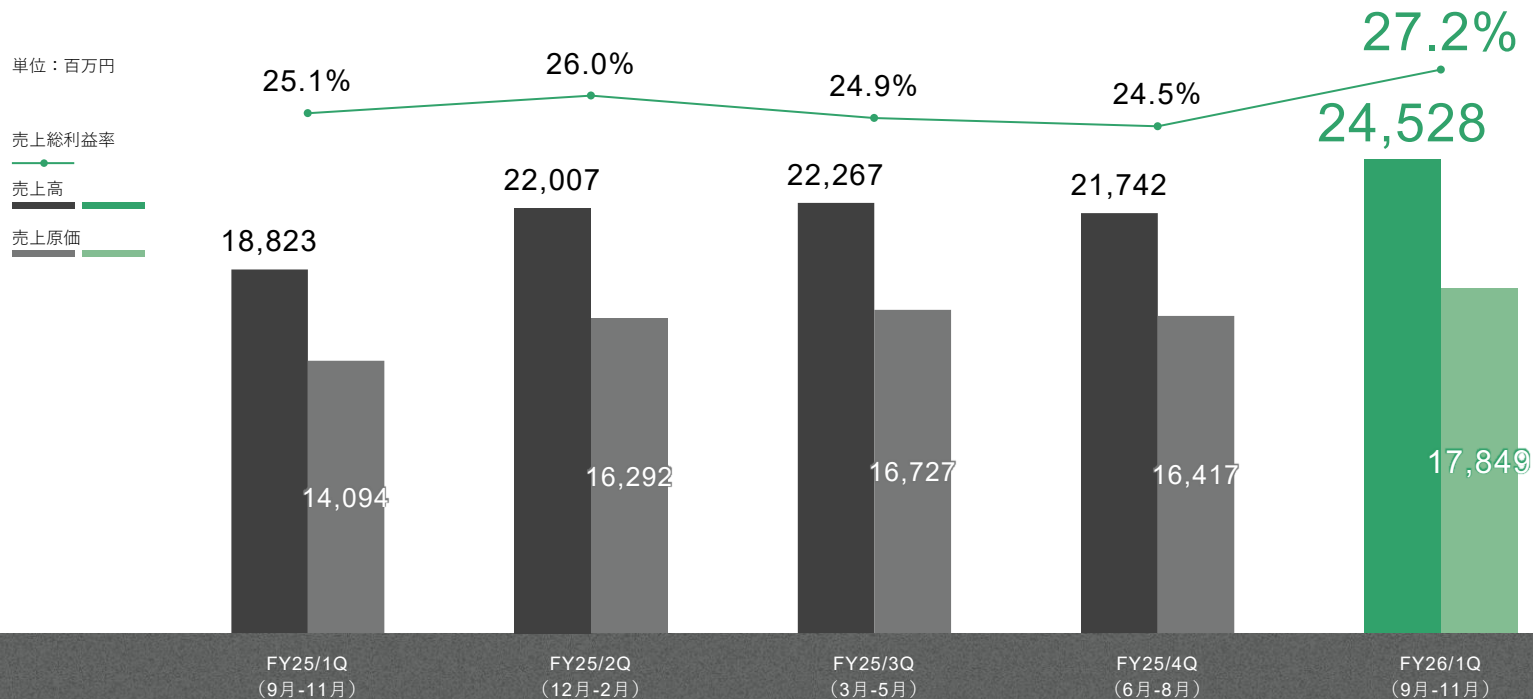
単位：百万円

仕入高 ※1



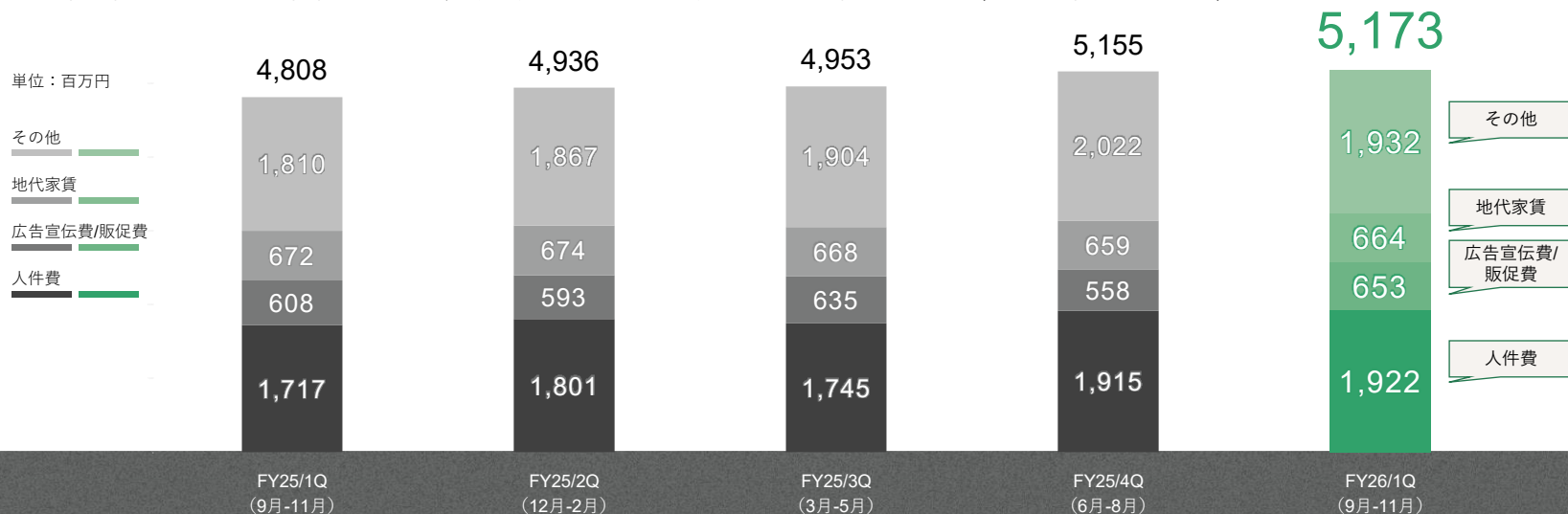
売上高・売上総利益率

- 期首より潤沢な在庫を確保していたことに加え、良好な仕入環境のもと最適な販路選定を行い販売を進めた結果、売上高は前年同期比30.3%増の245億円。なお、FY26/1Q後半では2Qの小売ハイシーズンに向けた在庫確保も実施
- 売上総利益率重視の仕入継続や小売売上高比率の上昇、自社オークション手数料売上高の拡大により、売上総利益率は同2.1pts増の27.2%



販売費及び一般管理費

- ・買取店舗の新規出店に伴う人員数の増加や昇給等により人件費は前年同期比12.0%増の19億円。また、効率重視のWEBマーケティングは継続したものの、「オリジナル・パーキン」を活用した集客施策の実施により、広告宣伝費/販促費も同7.3%増の6.5億円
- ・効率重視の事業運営は継続しており、販売費及び一般管理費は同7.6%増の51億円（直前四半期比横ばい）



買取店舗数※1

184店舗
(45店舗)

184店舗
(46店舗)

184店舗
(46店舗)

188店舗
(49店舗)

194店舗
(53店舗)

小売店舗数

5店舗

5店舗

5店舗

5店舗

5店舗

人員数※2

1,061名

1,074名

1,117名

1,124名

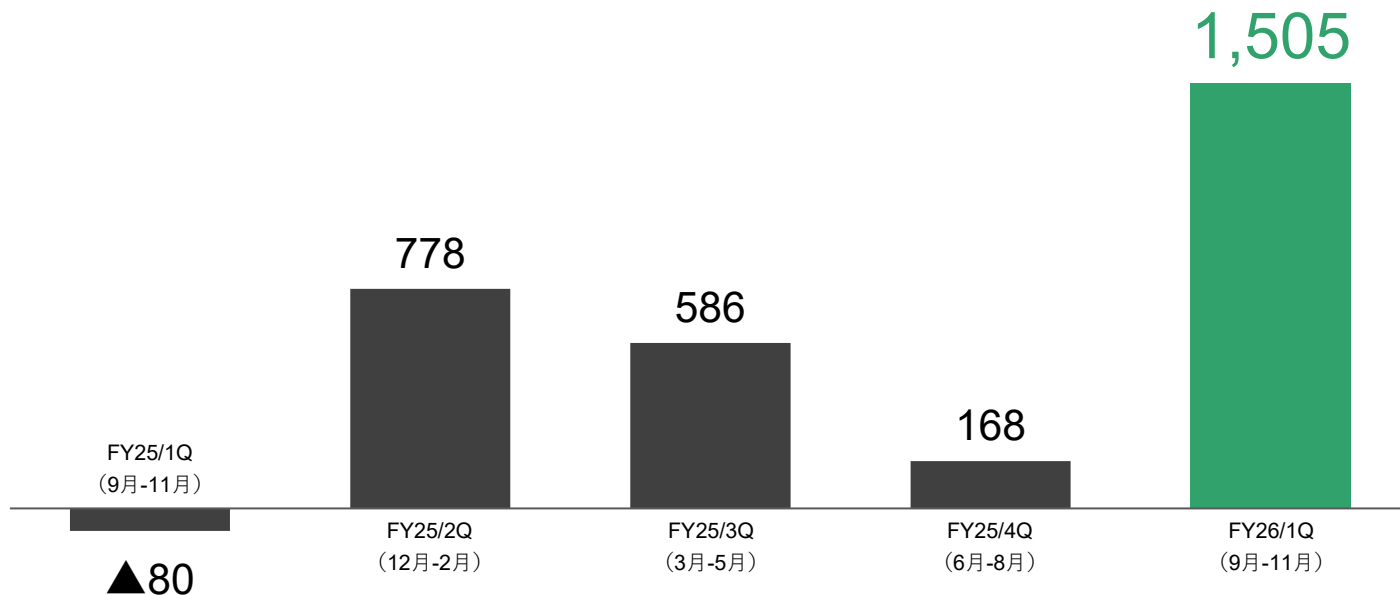
1,121名

営業利益

- 期首より潤沢な在庫を確保していたことに加え、売上総利益率重視の仕入を継続しながらも、計画を上回る仕入を確保できたこと等を背景に、売上高、売上総利益率共に好調に推移。これまでの事業運営の積み重ねや投資の成果が着実に顕在化しており、営業利益は前年同期比15.8億円増の15億円と過去最高を更新

単位：百万円

営業利益



バランスシートの概況

単位：百万円	FY25末	FY26/1Q末	増減	
流動資産	20,043	23,934	+3,891	
現金及び預金	5,304	5,900	+595	
商品	10,405	12,430	+2,024	・在庫回転期間は58日 ・FY26/1Qは引き続き仕入好調。FY26/2Qに向け小売在庫中心に確保 ・売上総利益率重視の仕入により在庫状態は健全 ・自動車事業においてはTWISTED車両販売開始により商品（自動車）は減少 <商品（自動車を除く）> FY25末：98億円 → FY26/1Q末：119億円
その他	4,332	5,602	+1,270	
固定資産	10,894	11,020	+125	・未収消費税及び小売拡大に伴う売掛金の増加等
総資産	30,938	34,954	+4,016	
負債	23,262	26,423	+3,161	・買取店舗出店及び自社商品の増加や委託商品の増加に対応すべく物流倉庫の増床を実施したことに伴う増加等
有利子負債 (リース債務含む)	18,502	20,956	+2,454	
短期	9,198	10,860	+1,661	・仕入資金調達による借入金の増加
長期	9,304	10,096	+792	
その他	4,759	5,466	+706	・賞与引当金及び未払法人税の計上等
純資産	7,676	8,531	+855	・親会社株主に帰属する当期純利益の計上及び配当金支払等
負債・純資産合計	30,938	34,954	+4,016	

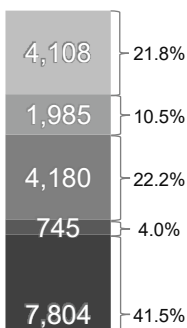
売上高：販路別（toB／toC）

- ・期首潤沢な在庫を確保していたことに加え、仕入も好調に推移した結果、自社オークション売上高は前年同期比12.7%増の87億円。FY26/2Qの小売ハイシーズンに向けFY26/1Q後半では一部在庫を小売へ戦略的に振り向け、直前四半期比では0.6%減
- ・自社オークション委託落札額が過去最高を更新したことや会員費及び参加費の徴収により、自社オークション手数料売上高は同33.0%増の9.9億円
- ・シームレス出品の期間延長等によるEC売上高拡大に加え、小売店舗においてはインバウンド需要も旺盛ながら、国内顧客向け売上高も大きく伸長。小売売上高は同45.0%増の59億円

単位：百万円

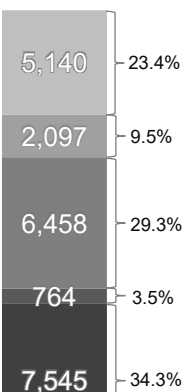
小売
卸売・その他（地金除く）
卸売（地金）
自社オークション手数料
自社オークション

18,823



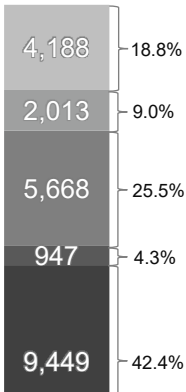
FY25/1Q
(9月-11月)

22,007



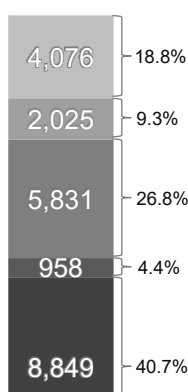
FY25/2Q
(12月-2月)

22,267



FY25/3Q
(3月-5月)

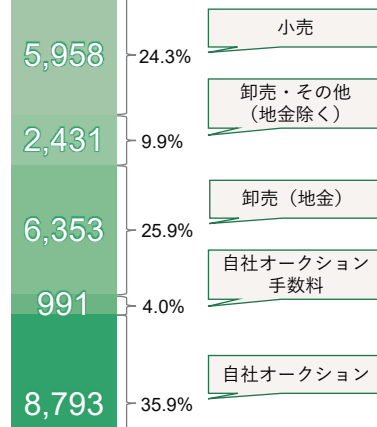
21,742



FY25/4Q
(6月-8月)

24,528

(売上構成比)



FY26/1Q
(9月-11月)

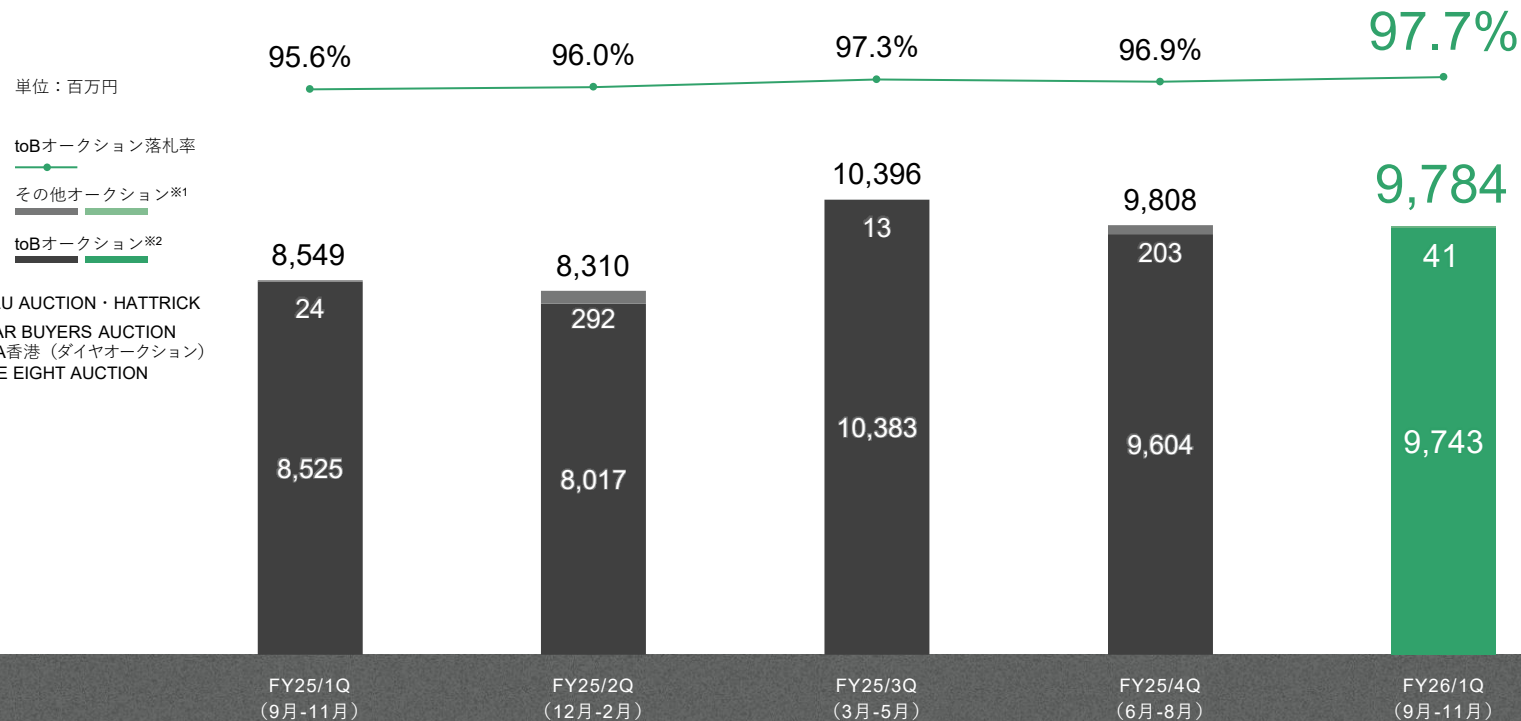
売上高：販路別（国内／海外）

- 国内顧客向けの小売売上高や卸売（地金）売上高の伸長により、国内売上高は前年同期比35.3%増の193億円
- インバウンド顧客向けの小売売上高は堅調。一方、オークションにおける海外パートナーの需要は米国関税措置の影響から回復基調にはあるものの、FY26/1Q後半においては小売に在庫の振り向けを強化したこともあり、海外売上高比率は21.3%



売上高：オークション実績

- ・潤沢な在庫状況と好調な仕入を背景に、パートナーの需要に応じた出品を実現。toBオークション落札率は97.7%と引き続き高水準を維持





2026年8月期 第1四半期 ハイライト

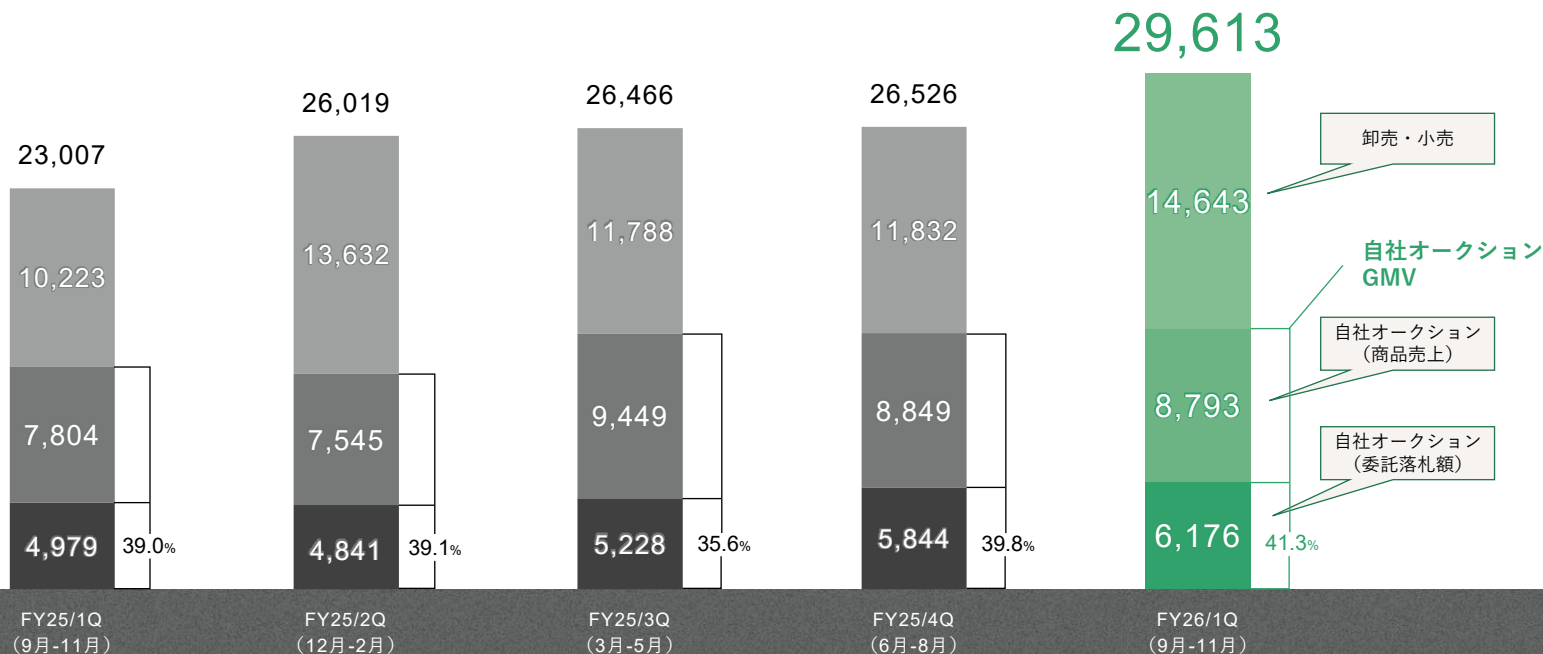
GMV推移

- ・小売売上高及び卸売（地金）売上高が伸長し、**GMVは前年同期比28.7%増の296億円と過去最高**
- ・自社オークション（商品売上）**GMVは同12.7%増の87億円**。また、委託落札額は同**24.0%増の61億円**と好調に拡大し過去最高を更新、委託落札額比率も**41.3%**と中期経営計画目標の40%に到達。自社オークション**GMVは同17.1%増の149億円**

単位：百万円

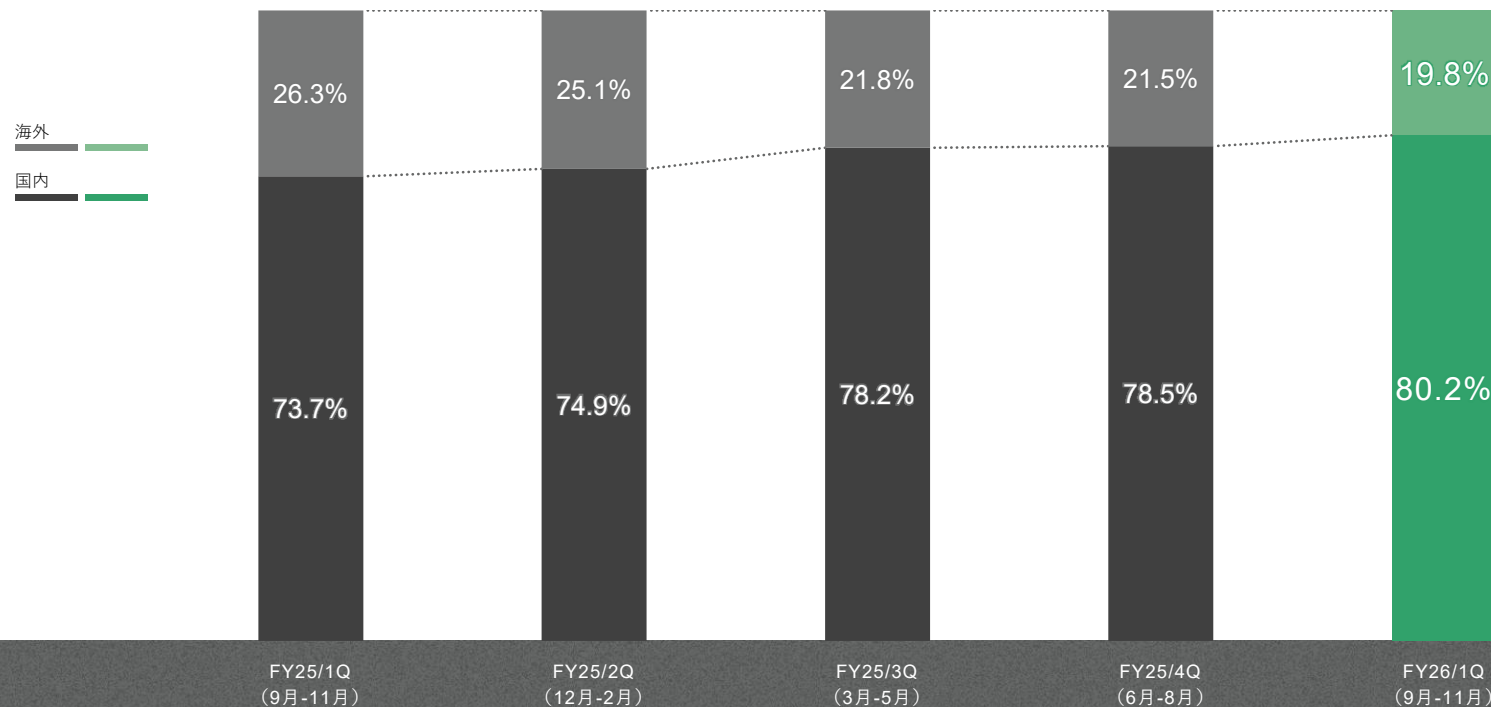
卸売・小売
 自社オークション
 (商品売上)
 自社オークション
 (委託落札額)
 自社オークション
 委託落札額比率

自社オークション委託落札額比率
 自社オークション
 (委託落札額)
 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)



STAR BUYERS AUCTION (SBA) 落札額の国内／海外比率

- 2025年8月に米国関税措置の内容が確定した後は、海外パートナーの需要は回復傾向。一方で、FY26/1Q後半は一部在庫を小売に戦略的に振り向けたことから、オークションに出品した商品の特性上、海外パートナーの需要が一時的に低調に推移したことにより、海外比率は19.8%



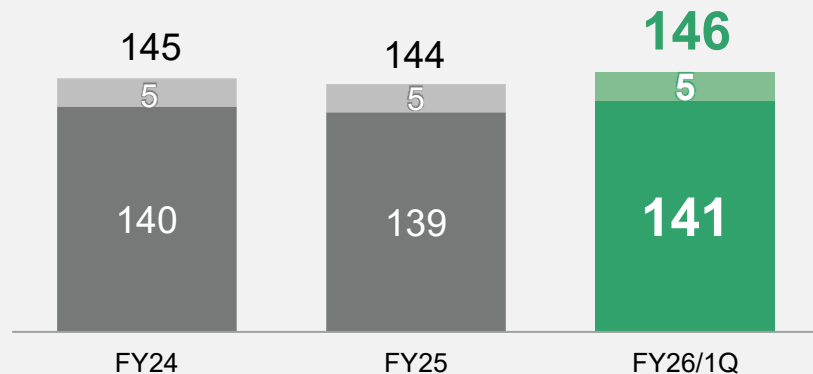
買取店舗展開

- ・国内は1店舗当たりの効率を重視し、エリアを厳選した出店戦略を継続。FY26の出店計画（10店舗程度の直営店舗）に対し、順調に進捗
- ・海外は仕入拡大が順調なシンガポールに直営店舗を1店舗出店したほか、東南アジア中心にパートナー店舗を4店舗出店。
海外においても、FY26の出店計画に対し好調に進捗

Japan

国内

協業店舗 直営店舗



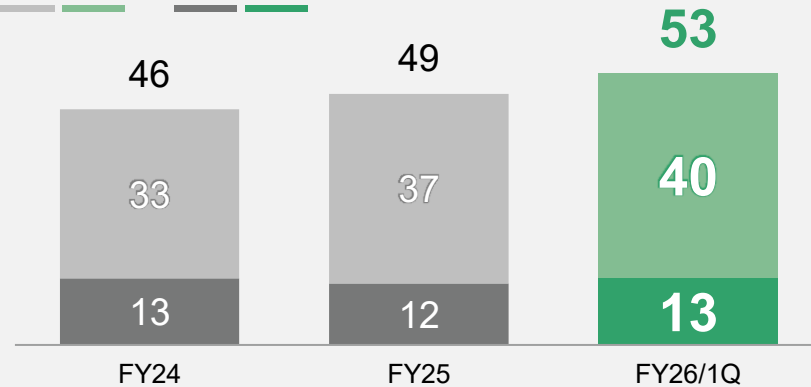
出店	5	4	2
退店	0	5	0

※出店数・退店数は直営店舗のみ。

Global

海外

パートナー店舗 直営店舗



出店	13	8	5
退店	5	5	1

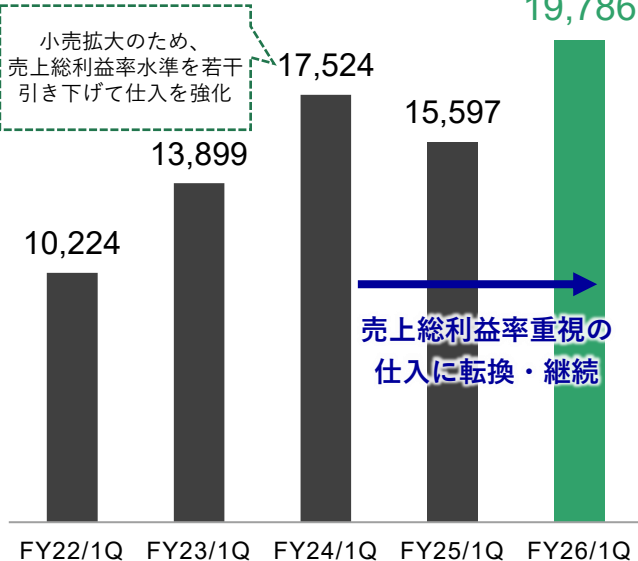
仕入戦略の状況

- ・国内は効率的な店舗運営やリピーター施策等を継続し、出店基準に基づいたエリアの厳選等、収益性を重視しつつ出店を加速
- ・海外はパートナー店舗を中心に東南アジア・中東に注力した出店戦略を継続。特に東南アジアにおける仕入が好調に推移

仕入高推移

単位：百万円

仕入高 ※



※自動車の仕入高実績は除く

<国内出店店舗>



2025年9月オープン
マークイズ葛飾かなまち店
(東京都葛飾区)



2025年10月オープン
イオンモール仙台上杉店
(宮城県仙台市青葉区)



2025年12月オープン
草加ヴァリエ店
(埼玉県草加市)

<海外出店店舗>



2025年9月オープン
ALLU Jurong (シンガポール)

■ 直営店舗

- ・2025年9月：シンガポール

■ パートナー店舗

- ・2025年9月：ベトナム
- ・2025年11月：インドネシア (3店舗)

<アライアンス>

- ✓ FY26/1Qにおいては前年同期のような大口案件はなかったものの、安定した持ち込みを確保
- ✓ 2025年12月に、きづきアセット株式会社と顧客紹介契約を締結。金融機関のみならず、シナジーを見込むことができる企業との提携も拡大中

提携社数

60社超

<海外仕入>

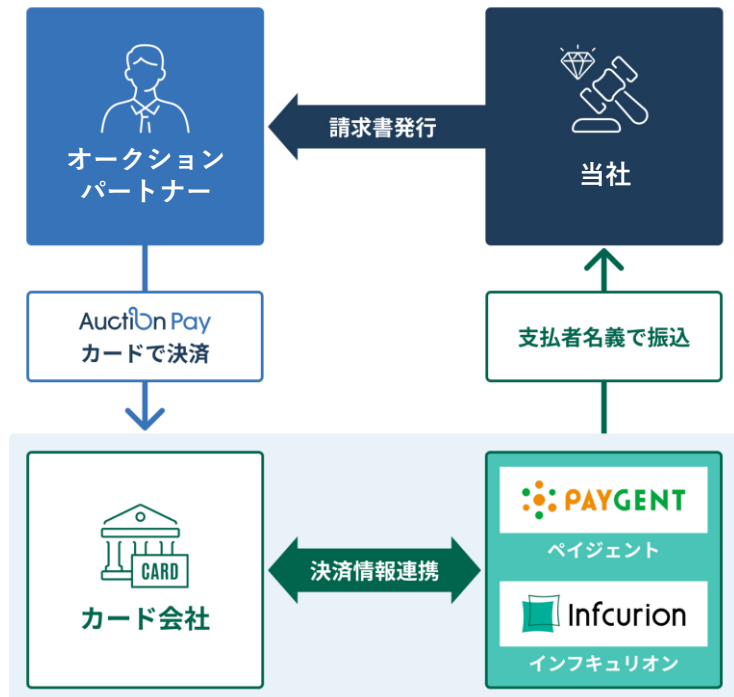
- ✓ シンガポールをはじめ、東南アジアを中心に好調に推移

海外仕入高

YoY 約30%増

「Auction Pay」の提供開始

- 2025年10月より、BtoBオークション業界初の「請求書カード払い」の提供を開始
- パートナーのキャッシュフロー改善に資するサービス導入による利便性向上を企図
- 今後も世界でも唯一無二のオークションプラットフォームとしての機能強化を図り、更なるオークションの落札額拡大を狙う



■ 新たなBtoB決済サービス「Auction Pay」の概要

- 株式会社ペイジェント及び三菱UFJニコス株式会社の提供する「BizPay請求書カード払い」、株式会社インフキュリオン及び三井住友カード株式会社の提供する請求書支払いプラットフォーム「Winvoice」においてそれぞれと業務提携。SBAにおいて落札商品の代金を請求書カード払いできる新サービス
- リユース業界のBtoBオークション取引における買手企業の資金繰り課題（商品落札後の早期支払い～商品販売までの資金負担）を解決

■ 「Auction Pay」の主な特徴

<パートナー側メリット>

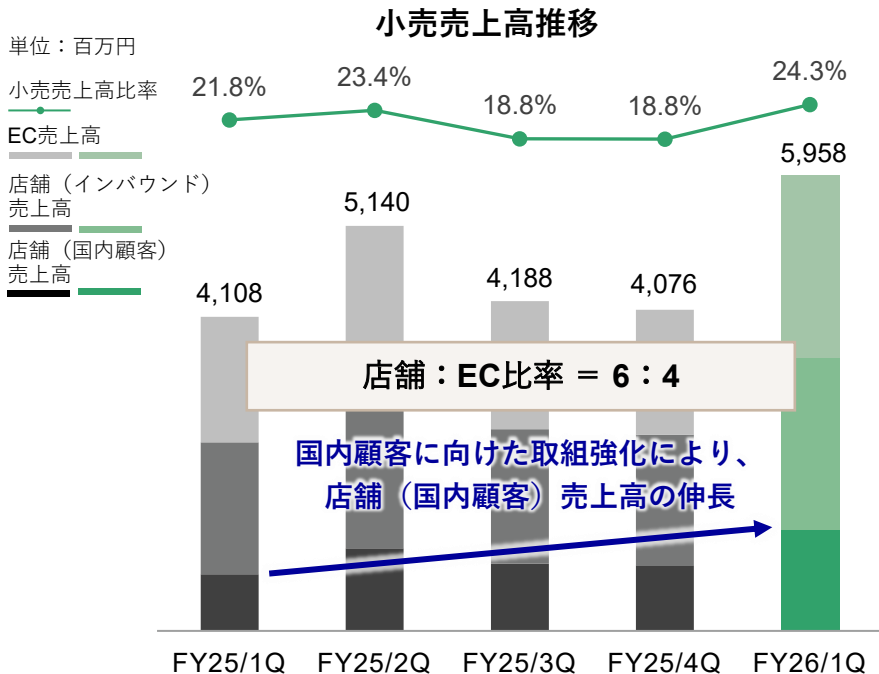
- ① クレジットカード決済にすることにより、支払期日の延長が可能
- ② 振込手続や現金管理に係る手間の削減や、振込ミス等のヒューマンエラーの防止により、業務効率改善と正確性向上に寄与
- ③ クレジットカード利用により、カード会社のポイントを貯めることも可能

<当社側メリット>

- ① パートナーの資金繰り改善により、仕入予算枠が拡大され1大会当たりの1企業による落札額拡大を期待
- ② クレジットカード決済に係る手数料負担がないため、収益性は悪化せず
- ③ 落札額拡大によるオークション手数料売上高の増加も企図
- ④ 役務提供前でも請求書があればクレジットカード決済が可能となるスキームを「Auction Pay」にて初めて実現

小売戦略の状況

- FY26も国内5店舗体制を継続。インバウンド向けのみならず国内顧客向けの1to1施策等も強化しており、国内顧客向け売上高拡大も目指す
- シームレス出品やSBAパートナーからの委託出品等も強化し、ALLU online storeのサイト価値向上により、更なる取扱い拡大を目指す

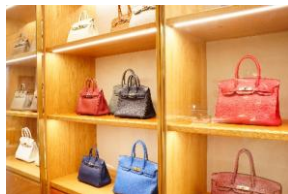


<オリジナル・バーキン展示会の開催>



- ✓ ALLU OMOTESANDOにて、2025年7月に落札した「オリジナル・バーキン」の期間限定展示会を2025年11月に実施
- ✓ 想定以上の反響により2回目の展示会も2026年1月21日～2026年1月25日で開催予定

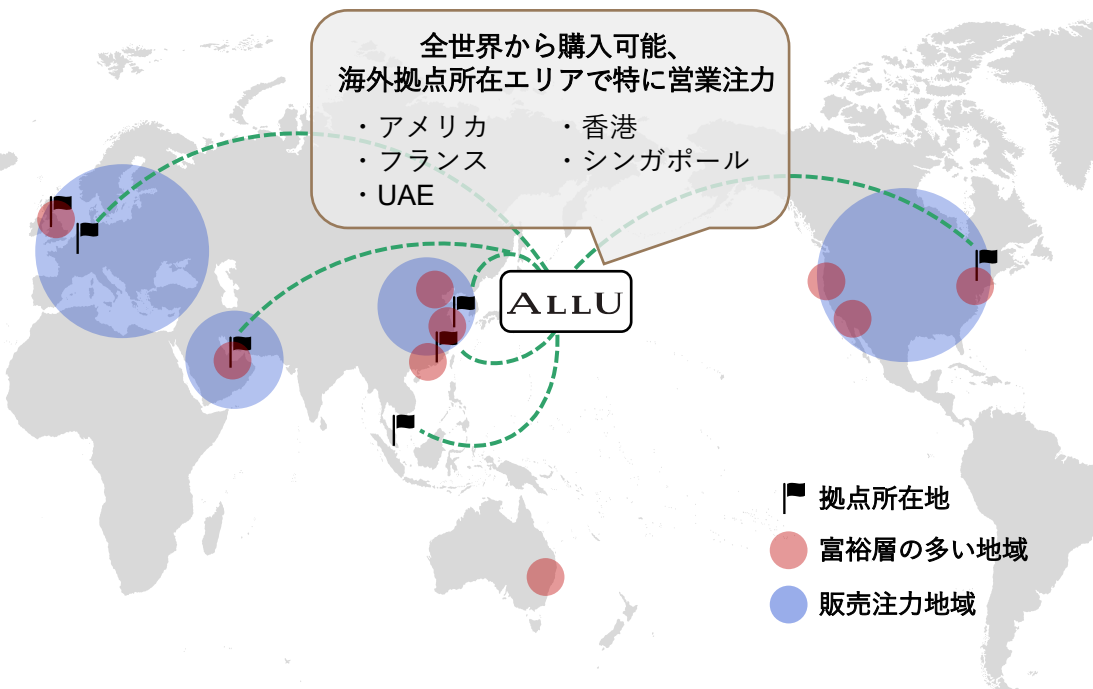
<ALLU OMOTESANDO リニューアル>



- ✓ 「オリジナル・バーキン」の展示会に合わせ、ALLU OMOTESANDOをエルメス専門店としてリニューアルオープン
- ✓ 展示会との相乗効果により、リニューアル後の店舗売上高が大幅に増加。当社グループのターゲット顧客へのアプローチにも大幅に寄与
- ✓ ALLU OMOTESANDOを中心にエルメス商品の販売をより強化することにより、なんばやでの仕入拡大という好循環も企図。自社仕入商品のみではなく委託商品の販売拡大にも寄与

「ALLU Global Online Store」のローンチ

- 2025年11月より、越境ECサービス「ALLU Global Online Store」の提供を開始
- 海外拠点からの送客や国内小売店舗に来店したインバウンド顧客の固定化による海外顧客の囲い込みも企図

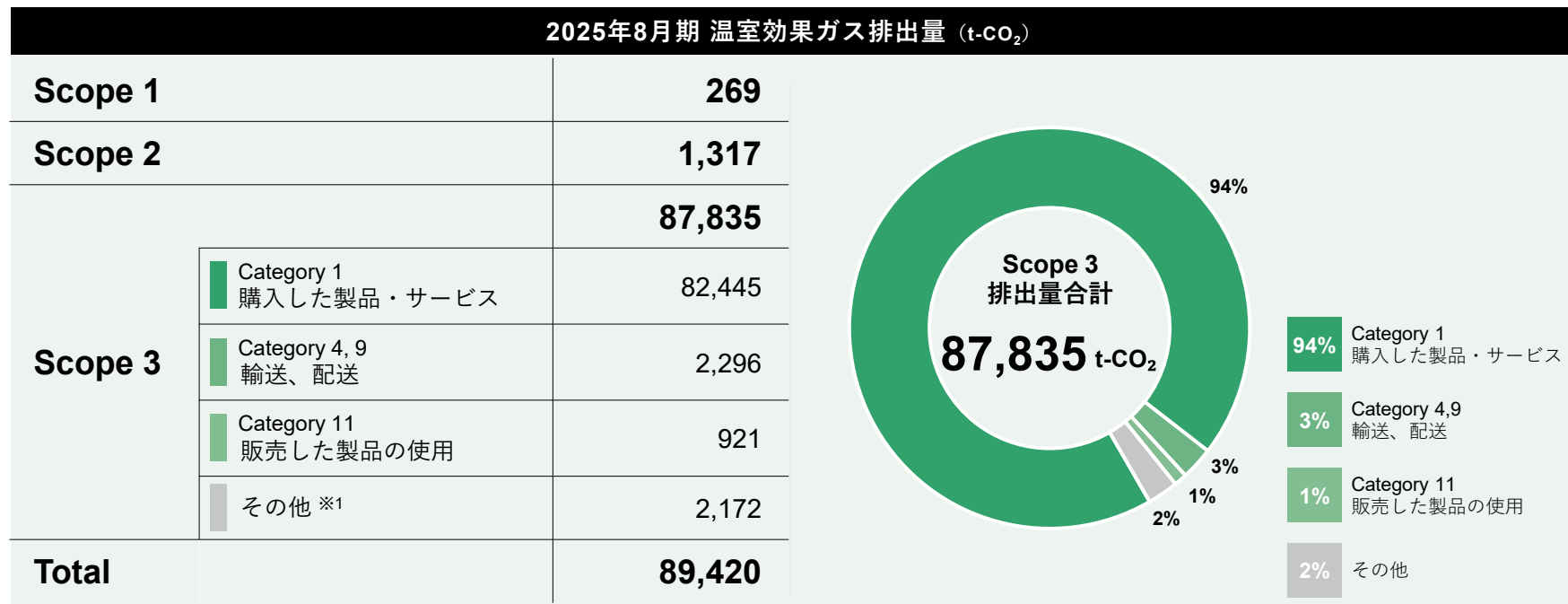


■ ALLU Global Online Storeの主な特徴

- ① ALLU online storeと商品が連携されるため、当社グループで販売している全ての商品が全世界から常に購入が可能
- ② 関税の先払いにも対応し、購入時に輸入関税と送料を含めた金額の確認が可能。商品到着後の追加費用やトラブルの発生を防止
- ③ 各国の主要な決済方法（クレジットカード、電子マネー等）に対応しており、自国通貨での購入が可能

- ✓ eBay等、海外ECの売上高増加を受け、自社ECを立ち上げることで業務効率化等による収益性向上を図るとともに、更なる認知拡大・売上高成長を企図
- ✓ 小規模事業者への販売等、SBAに参加しない事業者向けのプラットフォームとしても強化

2025年8月期における温室効果ガス排出量を算定



※1 その他に含まれる項目：Category 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 14, 15

※2 温室効果ガス排出量は小数点以下を四捨五入して記載

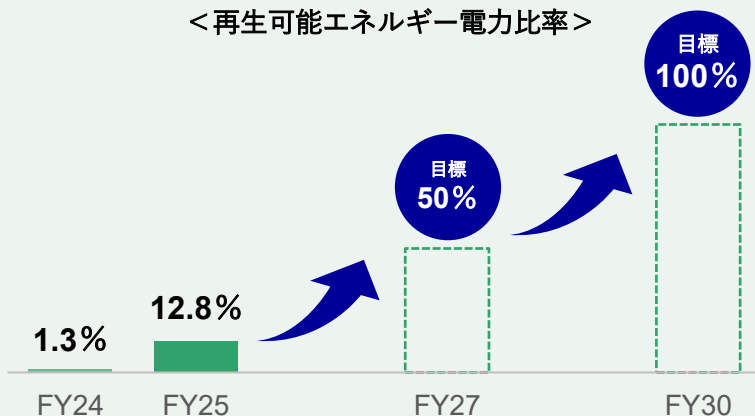
※3 詳細は当社HP「ESGデータ」をご参照ください (<https://www.valuence.inc/sustainability/data/>)

環境関連指標に関する主な取組

再生可能エネルギーの導入

- 本社オフィス及び国内の買取・販売店舗32店舗（直接電気契約）において、使用電力を再生可能エネルギーへ切り替え完了
- ALLU SHINJUKU、自動車整備工場の新設に伴う電力使用量の増加があったものの、FY25の再生可能エネルギー電力比率は12.8%まで進捗
- 今後も電力使用量の削減と入居施設への再生可能エネルギー導入を継続的に働きかけ、FY30までに再生可能エネルギー電力比率100%を目指す

<再生可能エネルギー電力比率>



プラスチック緩衝材の分別・リサイクル体制を構築

- 川上産業株式会社との連携により、当社物流倉庫内で使用された気泡緩衝材の汚れをチェックし、再利用可能な資材を分別
- 回収資材は気泡緩衝材として再資源化・再商品化。
当社グループのプラスチック梱包材におけるリサイクル素材使用比率は65%（FY25実績）



※回収した気泡緩衝材



※資材分別基準を示す施設内掲示

水使用量の把握

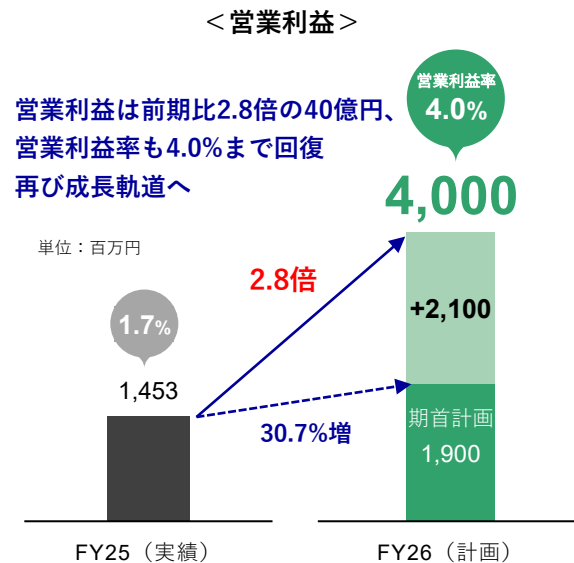
- 当社グループの事業活動における水使用量は61,709^m（FY25実績）
- 環境負荷の定量的な把握に向けた基盤を整備

業績予想・配当予想の修正

業績予想の修正

- ・ FY26/1Qの実績及び足元の進捗を踏まえ以下のとおり通期の業績予想を修正。ただし、下期は相場動向等を保守的に見積もり、期首計画を据え置き
- ・ 地金相場上昇の外部環境の影響は一定程度寄与したものの、売上総利益率重視の仕入や効率重視の店舗運営等、当社の着実な仕入活動及び事業運営の積み重ねに加え、販売面においてはこれまで実施してきた投資の成果が着実に顕在化しつつある状況。特にオークション手数料売上高や小売売上高の拡大による収益性の向上も寄与していることから、売上高990億円、営業利益40億円と大幅な業績予想の上方修正を実施

単位：百万円	FY25 (実績)	FY26 (期首計画)	FY26 (修正計画)	増減率 (FY25実績比)	増減率 (期首計画比)
売上高	84,841	93,500	99,000	+16.7%	+5.9%
売上原価	63,532	69,650	73,450	+15.6%	+5.5%
売上総利益	21,308	23,850	25,550	+19.9%	+7.1%
売上総利益率	25.1%	25.5%	25.8%	+0.7pts	+0.3pts
販売費及び一般管理費	19,854	21,950	21,550	+8.5%	▲1.8%
営業利益	1,453	1,900	4,000	2.8倍	2.1倍
営業利益率	1.7%	2.0%	4.0%	+2.3pts	+2.0pts
経常利益	1,315	1,670	3,700	2.8倍	2.2倍
親会社株主に帰属する 当期純利益	681	730	1,900	2.8倍	2.6倍

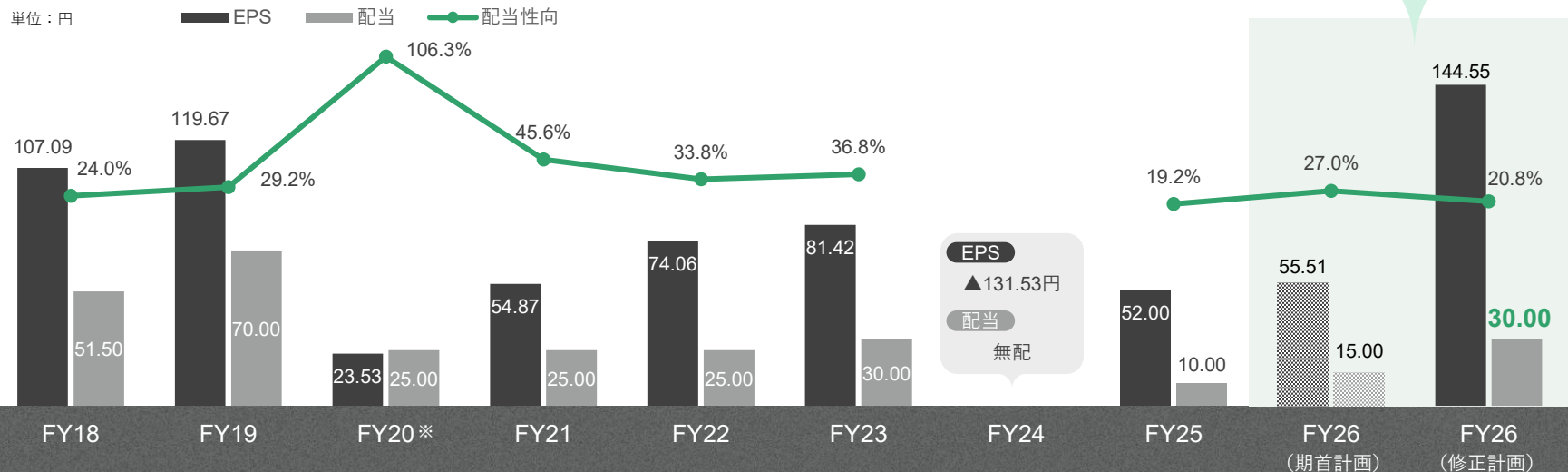


配当予想の修正

配当方針

当社は、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に努めることを重要な経営課題として位置づけております。また、将来の成長を見据えた戦略的な資金需要等を勘案したうえで、株主に対して安定的な配当を実施していくことを基本方針としております。今後も財務健全性を確保しつつ、企業価値向上に資する様々な投資等により資本効率の向上を図ってまいります。

単位：円



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	1,373百万円（2025年11月末）
従業員数	1,121名（2025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10社／持分法適用関連会社1社 （2025年11月末現在）

グループ事業ブランド

買取（国内）



買取（海外）



オークション



小売



自動車



不動産



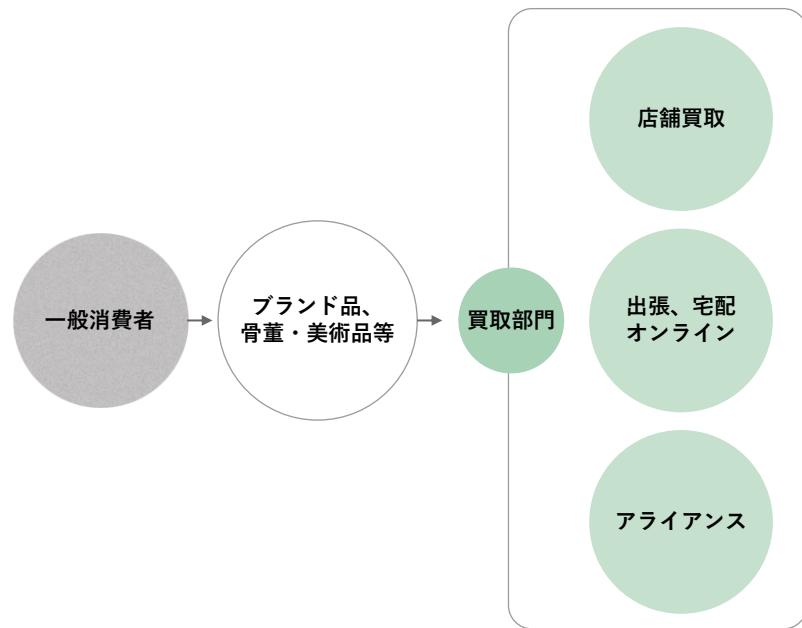
リペア



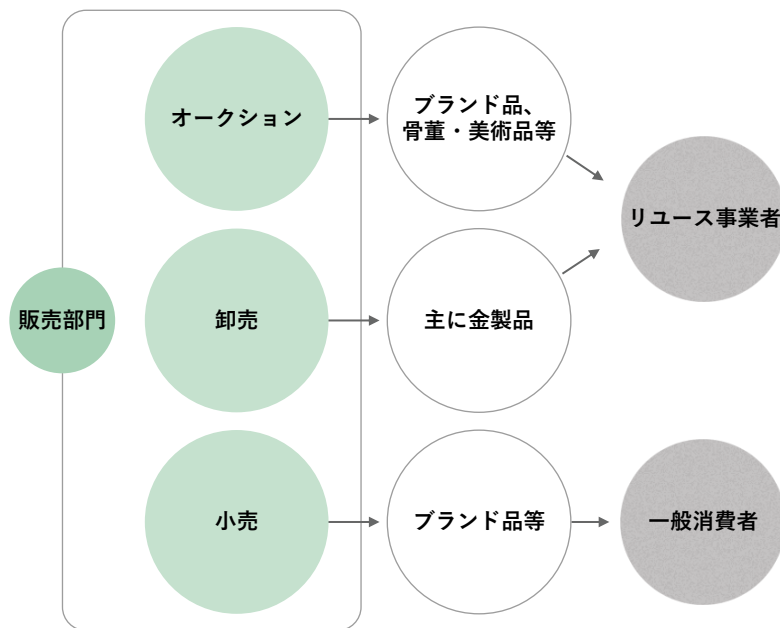
主なビジネスモデル

- 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

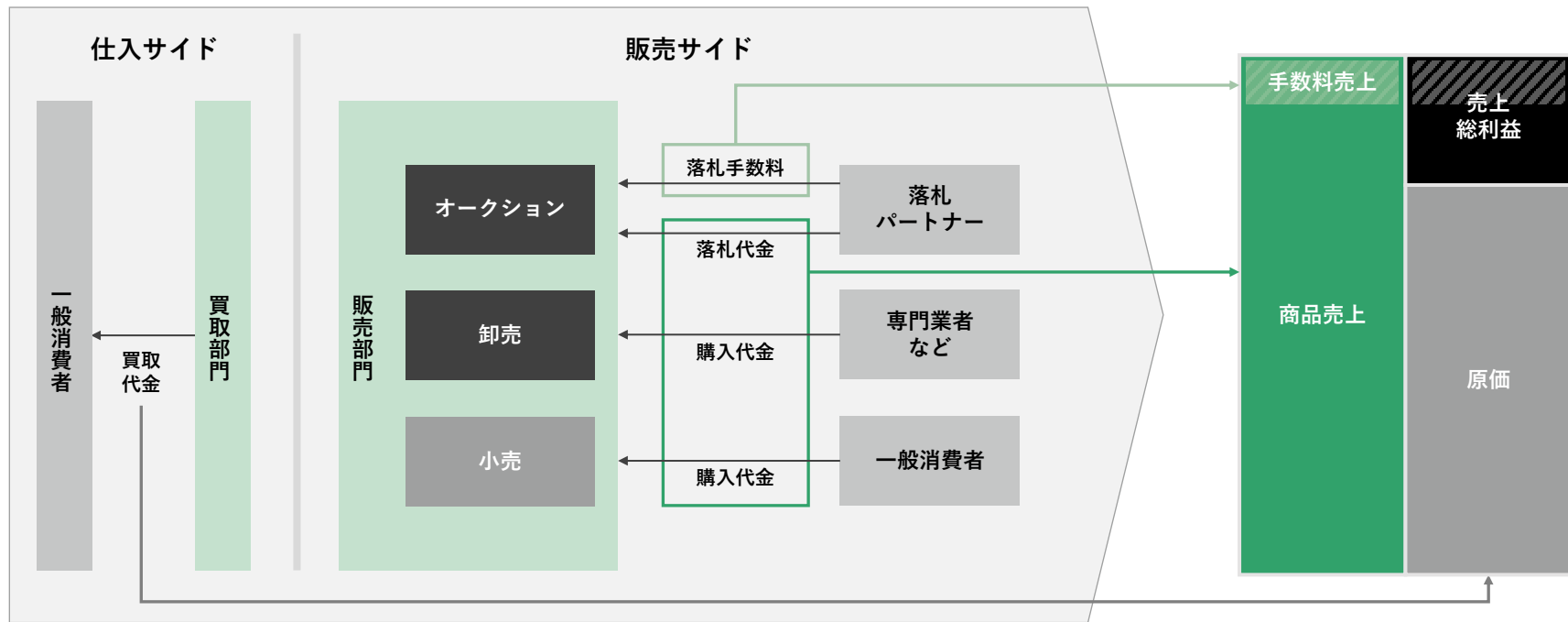


販売サイド



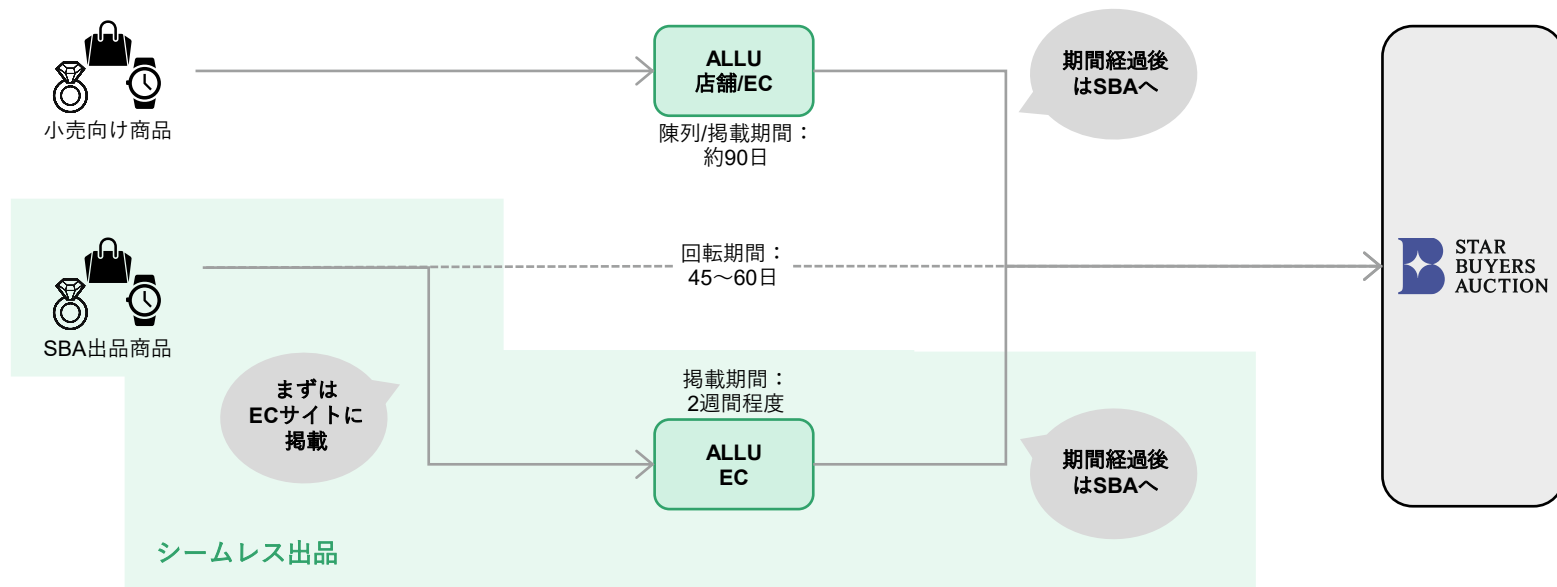
収益構造

- 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



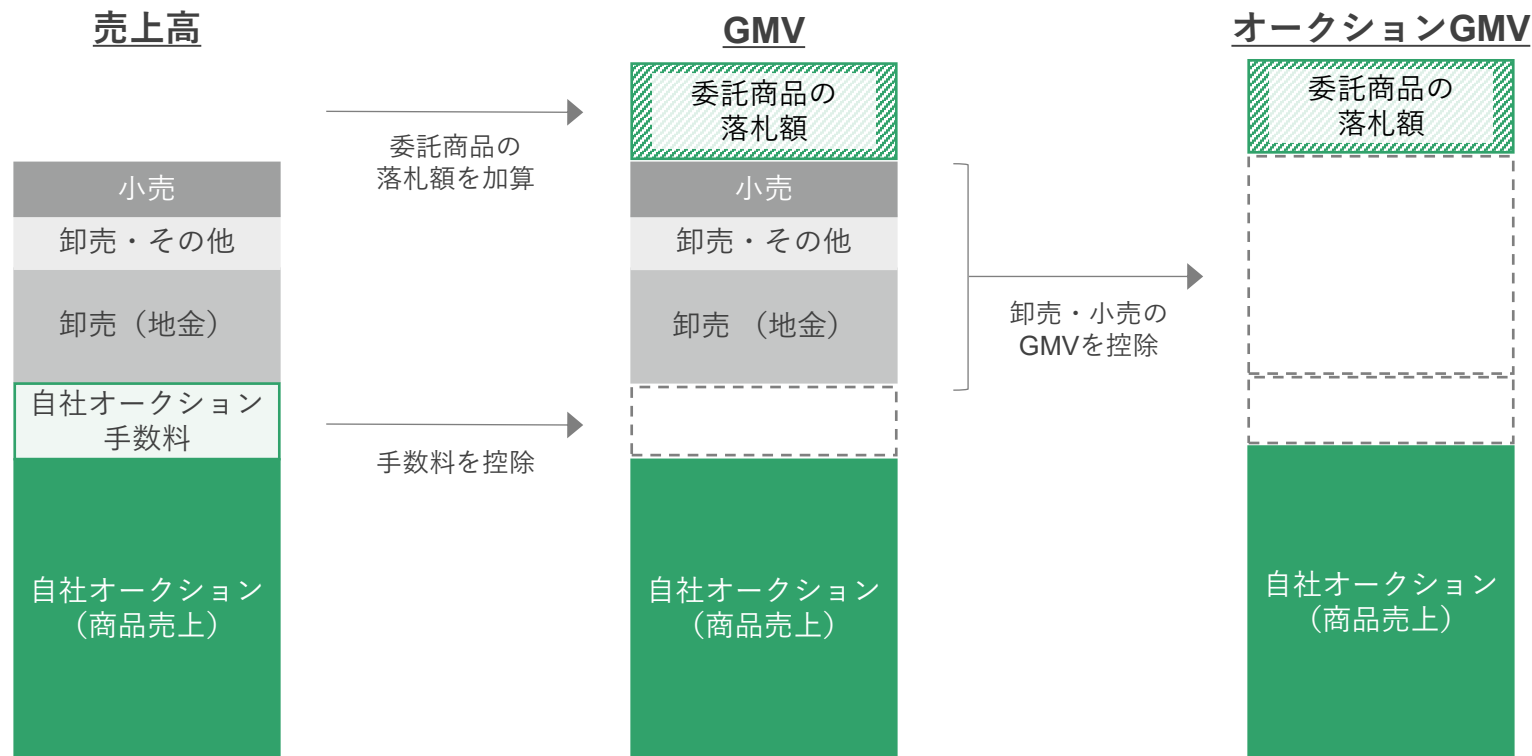
シームレス出品

- ・在庫回転期間を長期化することなく、小売販売機会を拡大することが可能



- ▶ オークション出品までのリードタイムを活用し小売売上高拡大
- ▶ EC掲載点数が増加し、SEOにも好影響
- ▶ ALLUに優先的に商品を振り向けることで、小売売上高拡大のみならずSBAにおける委託受入キャパシティ確保の効果も企図

売上高とGMVの関係



※「卸売・その他」「小売」売上高には一部手数料売上を含むため、GMV算出に当たってはこれらも控除。

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
- ・国内に130店舗以上を展開
- ・出張、宅配、オンライン買取にも対応



古美術
ハチ道堂

- ・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、金融機関等とも提携

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も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オークションが主流のなか、2020年7月にオンライン化



ALLU AUCTION

- ・高級時計を中心としたtoCリアルオークションとして2023年1月に初回開催

事業紹介／サービス紹介 〈小売〉

ALLU

- ・銀座、表参道、新宿、心斎橋に2店舗の合計5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
- ・モノを所有しながら出品・販売が可能な、モノの循環を促すCtoCサービスも展開。
真贋鑑定や適正価格でのマッチング等を当社が担うことで顧客が安心して利用できる環境を整備

事業紹介／サービス紹介 〈不動産／自動車〉

なんぼや不動産

- ・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

Valuence AUTOMOTIVE

- ・国内外の新車・中古車の販売、買取に加え、自社工場での整備サービスも展開。特に高級輸入車の整備に強みを持つ
- ・JAGUAR LAND ROVER LIMITED社のDEFENDER車両等を独自に修復及びカスタマイズした車両「TWISTED」を国内独占販売



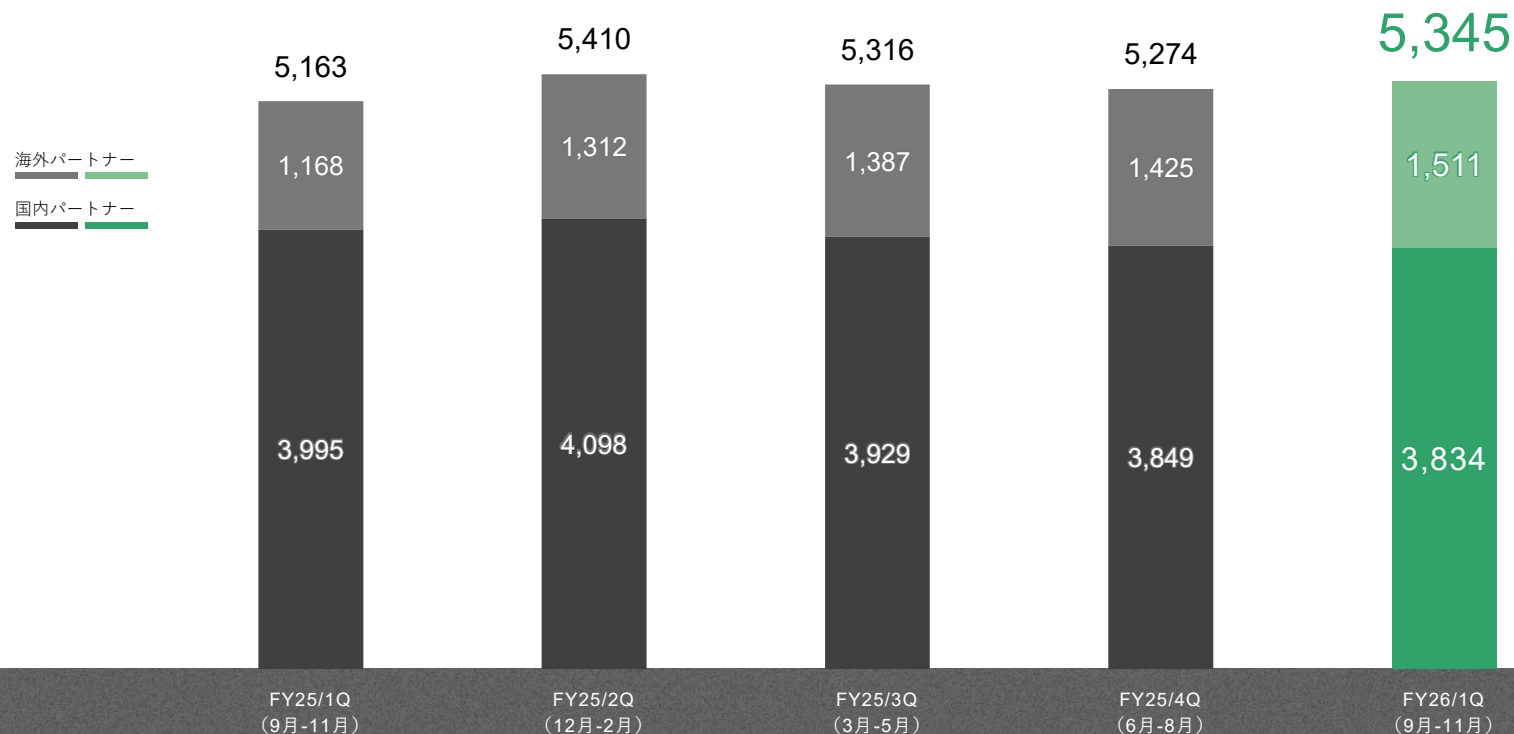
業績推移

FY24-FY26 年度別連結業績推移

	FY24					FY25					FY26				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高 (百万円)	19,689	19,738	21,959	20,080	81,468	18,823	22,007	22,267	21,742	84,841	24,528	—	—	—	24,528
売上原価 (百万円)	15,262	15,323	16,356	15,001	61,944	14,094	16,292	16,727	16,417	63,532	17,849	—	—	—	17,849
売上総利益 (百万円)	4,426	4,415	5,602	5,079	19,523	4,728	5,715	5,540	5,324	21,308	6,679	—	—	—	6,679
売上総利益率	22.5%	22.4%	25.5%	25.3%	24.0%	25.1%	26.0%	24.9%	24.5%	25.1%	27.2%	—	—	—	27.2%
販売費及び一般管理費 (百万円)	4,862	5,031	5,173	4,883	19,950	4,808	4,936	4,953	5,155	19,854	5,173	—	—	—	5,173
営業利益又は営業損失 (百万円)	▲436	▲616	429	195	▲426	▲80	778	586	168	1,453	1,505	—	—	—	1,505
経常利益又は経常損失 (百万円)	▲474	▲686	405	▲9	▲764	▲170	840	554	91	1,315	1,448	—	—	—	1,448
当期純利益又は当期純損失 (百万円)	▲404	▲493	237	▲1,049	▲1,709	▲260	544	249	149	681	953	—	—	—	953
人員数※1	1,046	1,039	1,077	1,074	1,074	1,061	1,074	1,117	1,124	1,124	1,121	—	—	—	1,121
国内買取店舗数※2	135	135	138	140	140	139	138	138	139	139	141	—	—	—	141
海外買取店舗数	38	44	44	46	46	45	46	46	49	49	53	—	—	—	53

STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

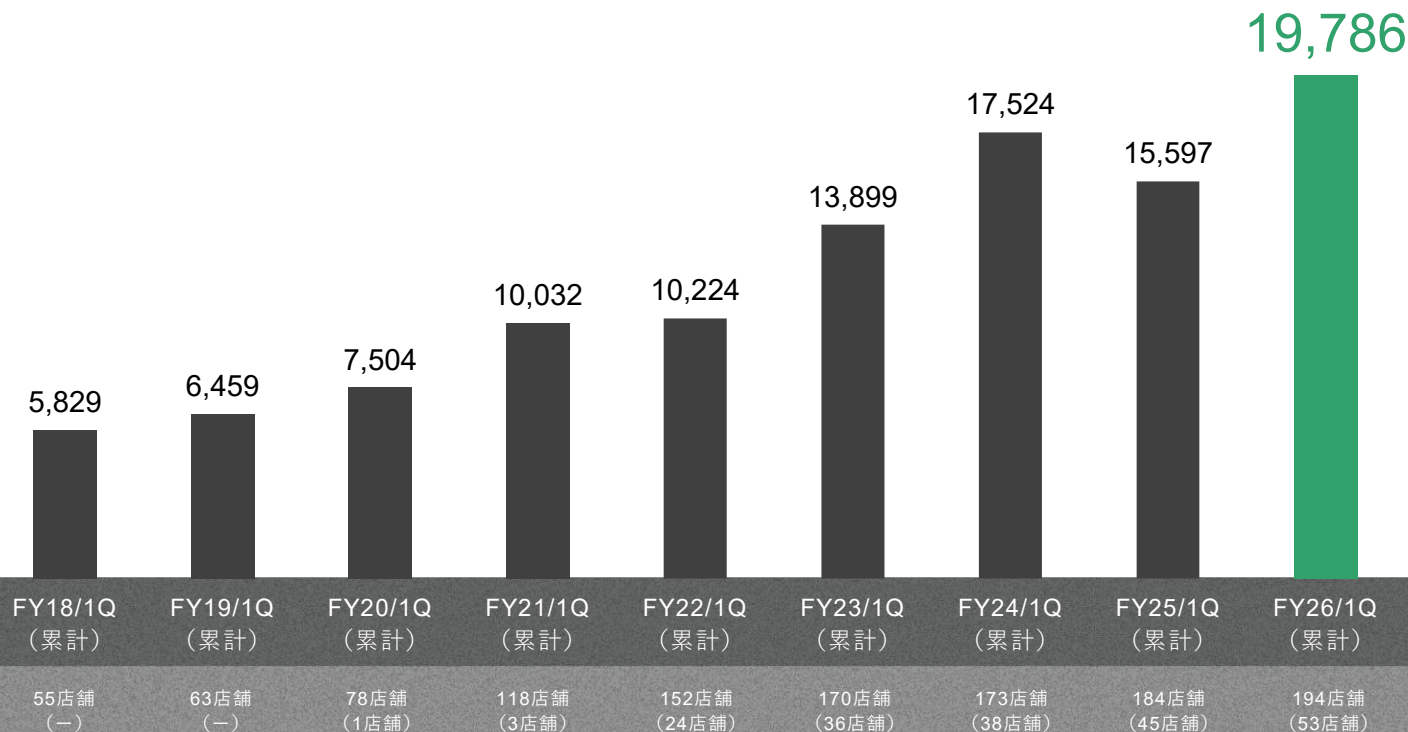
- FY25/3Qからのオークション会員費導入により休眠会員が退会し国内パートナー会員数は減少していたものの、FY26/1Qでは直前四半期比ほぼ横ばい。海外パートナーの新規獲得は継続し、会員数合計は5,345社



仕入高・店舗数（1Q累計）

単位：百万円

仕入高※1



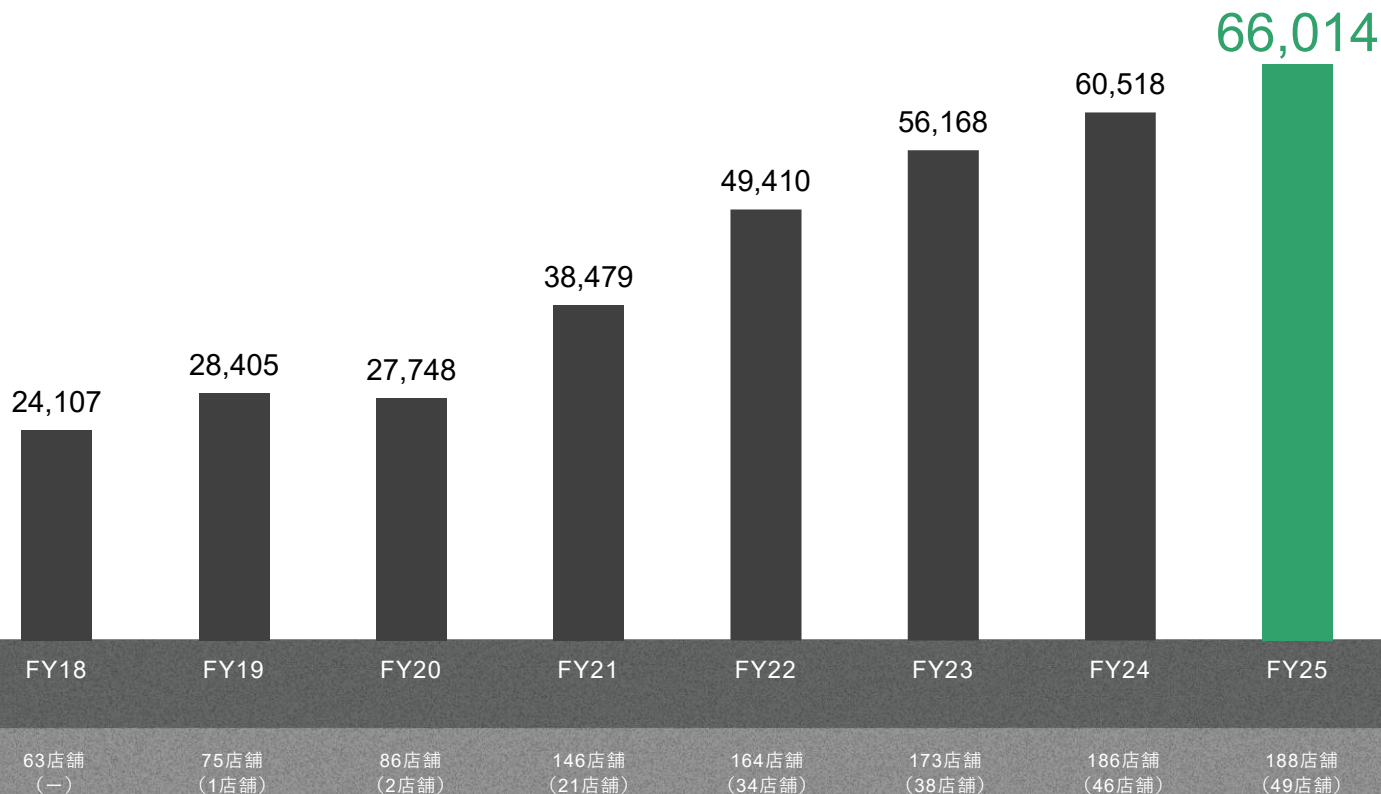
買取店舗数※2

55店舗 (一)	63店舗 (一)	78店舗 (1店舗)	118店舗 (3店舗)	152店舗 (24店舗)	170店舗 (36店舗)	173店舗 (38店舗)	184店舗 (45店舗)	194店舗 (53店舗)
-------------	-------------	---------------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

仕入高・店舗数（通期）

単位：百万円

仕入高※1



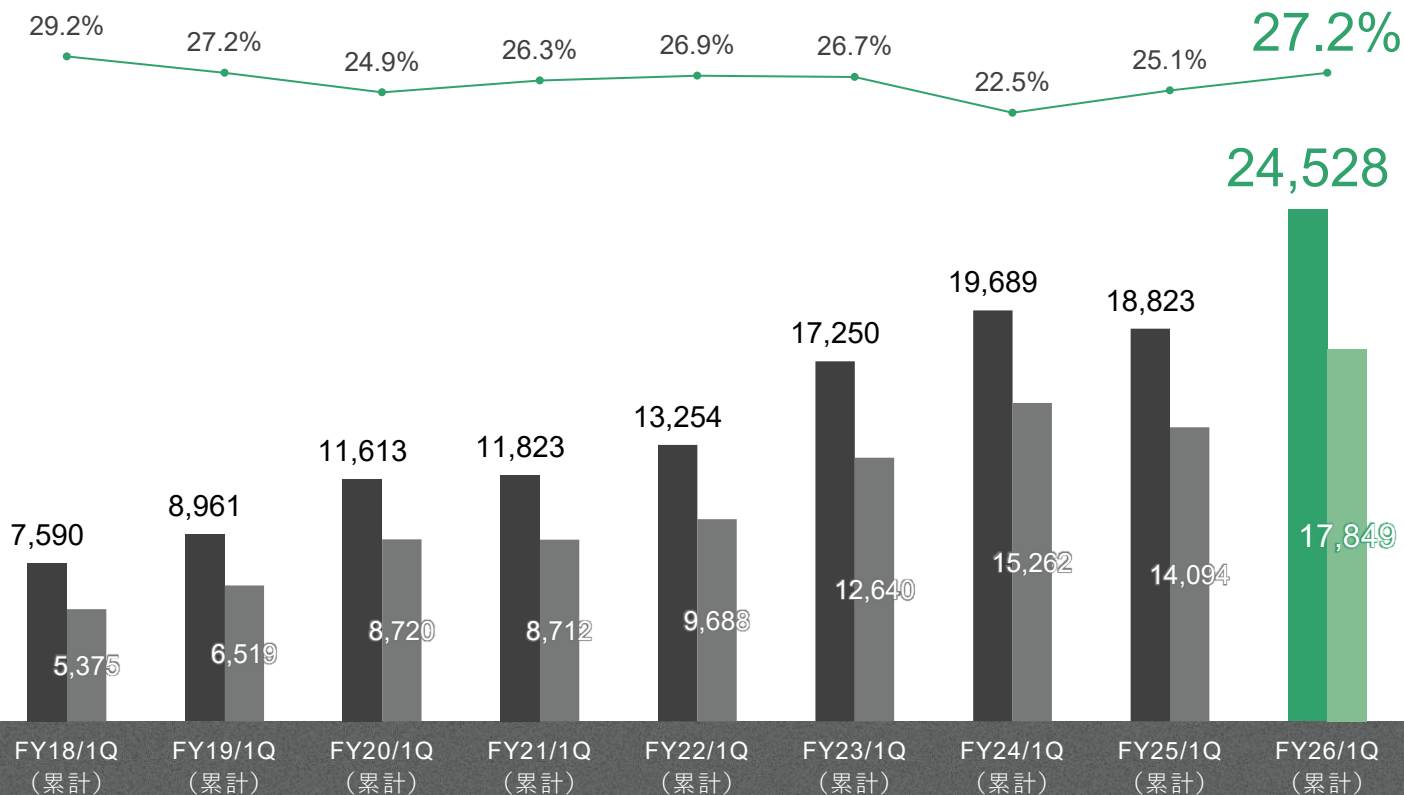
売上高・売上総利益率（1Q累計）

単位：百万円

売上総利益率

売上高

売上原価



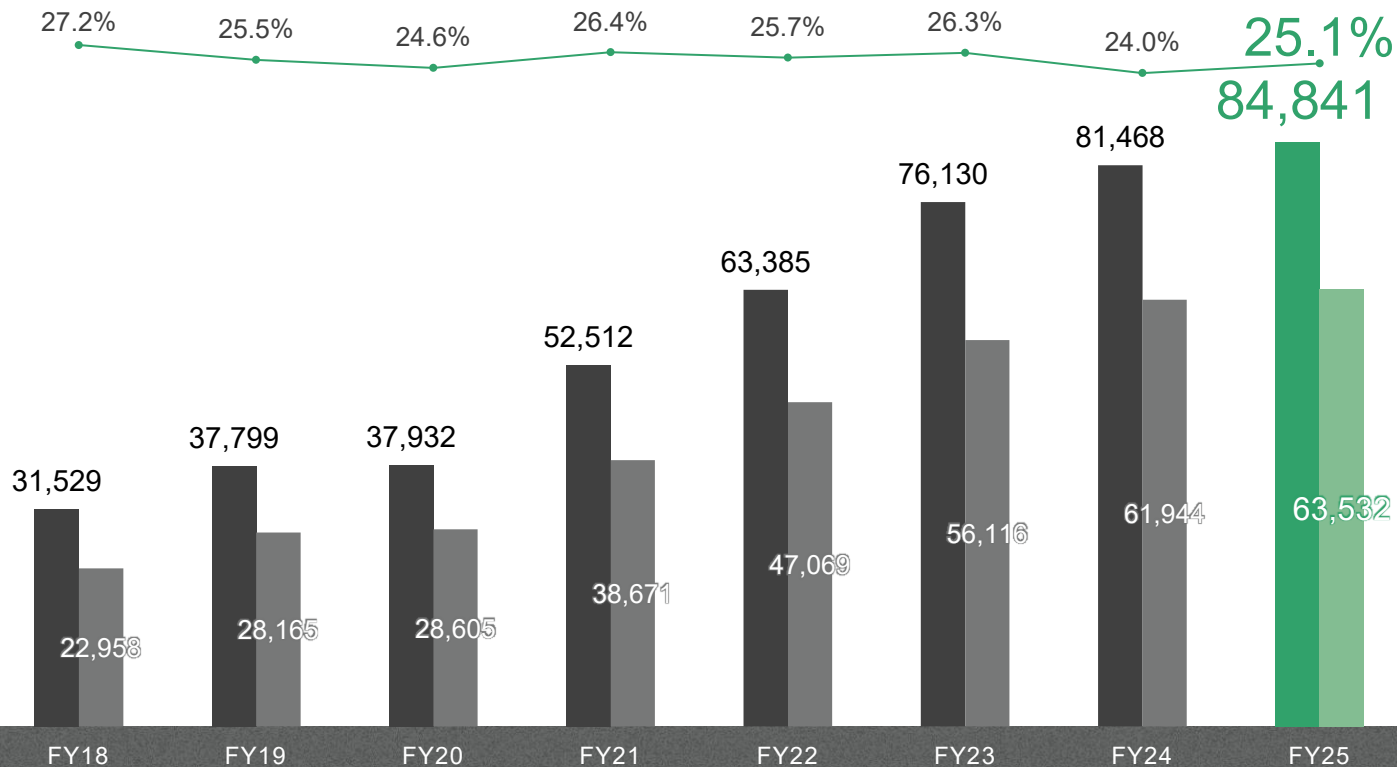
売上高・売上総利益率（通期）

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）（1Q累計）

単位：百万円

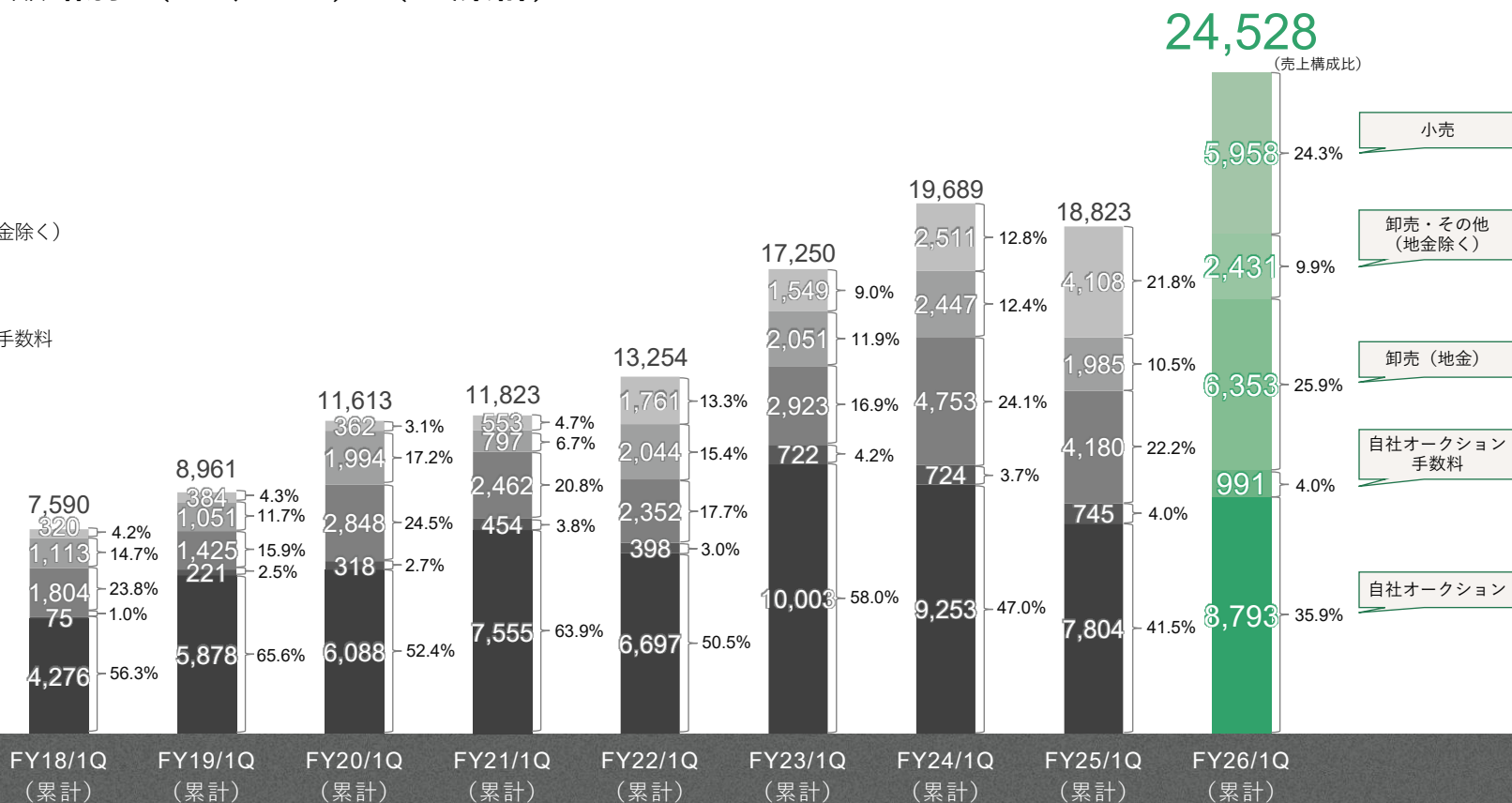
小売

卸売・その他（地金除く）

卸売（地金）

自社オークション手数料

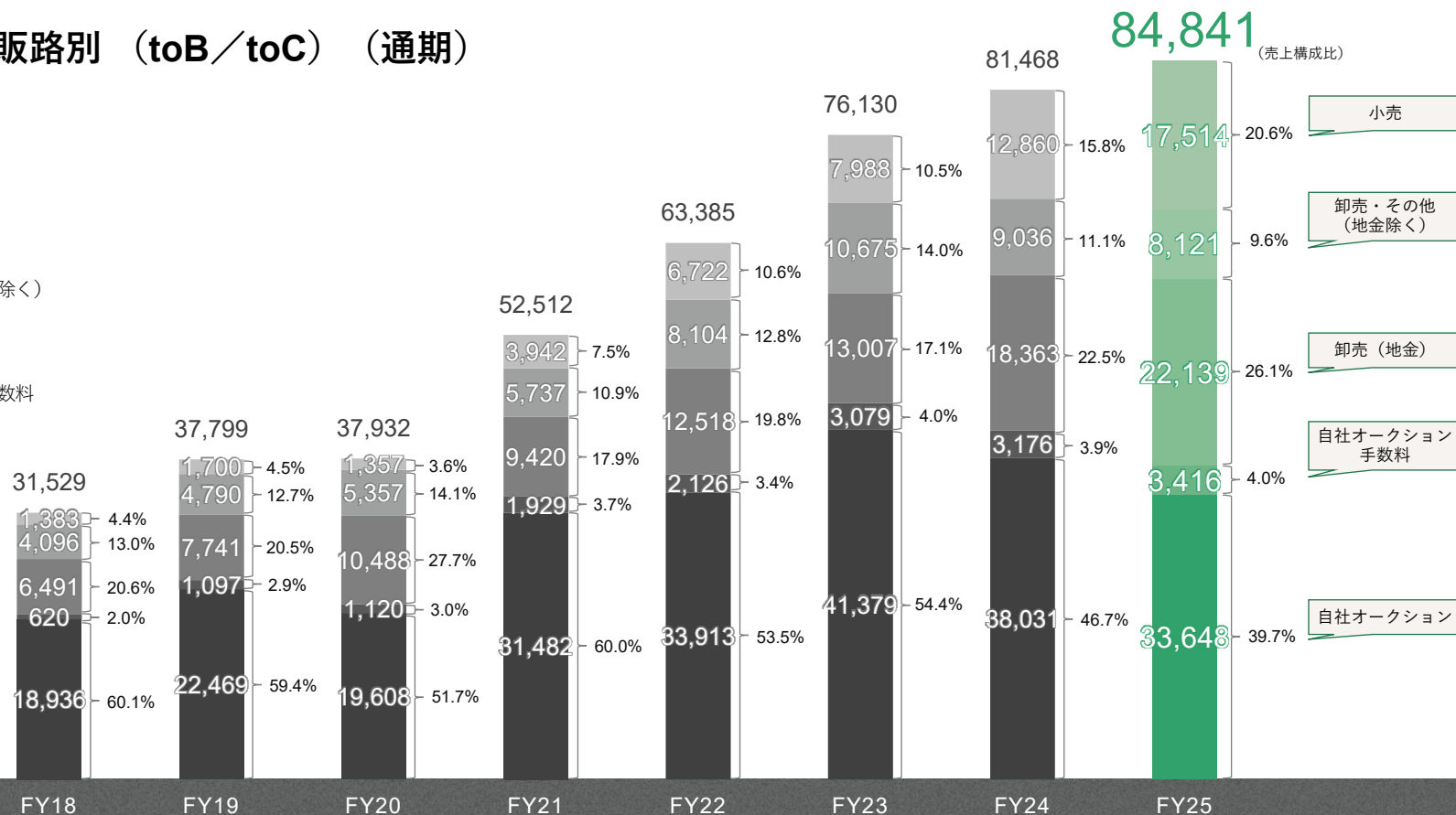
自社オークション



売上高：販路別（toB／toC）（通期）

単位：百万円

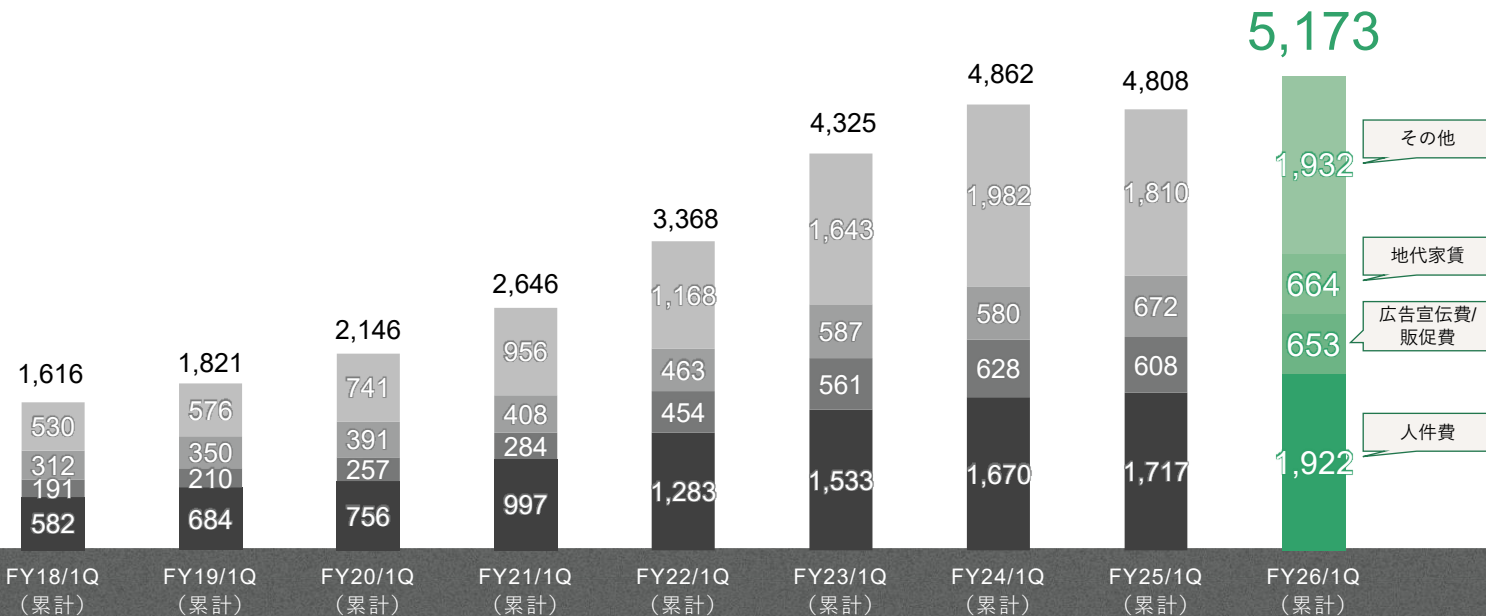
小売
卸売・その他（地金除く）
卸売（地金）
自社オークション手数料
自社オークション



販売費及び一般管理費（1Q累計）

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※1

55店舗 (一) 63店舗 (一) 78店舗 (1店舗) 118店舗 (3店舗) 152店舗 (24店舗) 170店舗 (36店舗) 173店舗 (38店舗) 184店舗 (45店舗) 194店舗 (53店舗)

小売店舗数

1店舗 2店舗 2店舗 2店舗 2店舗 3店舗 3店舗 (準備中2店舗※2) 5店舗 5店舗

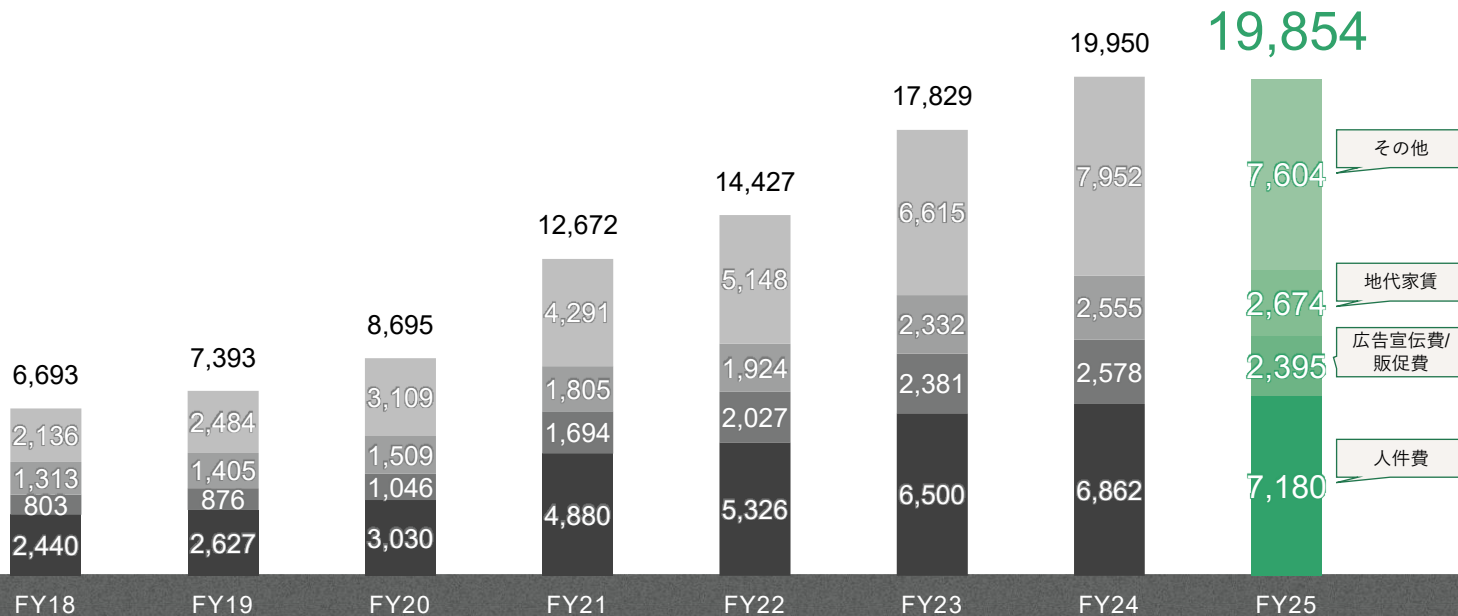
人員数※3

327名 424名 475名 742名 871名 925名 1,046名 1,061名 1,121名

販売費及び一般管理費（通期）

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※1

FY18 63店舗 (一)
FY19 75店舗 (1店舗)
FY20 86店舗 (2店舗)
FY21 146店舗 (21店舗)
FY22 164店舗 (34店舗)
FY23 173店舗 (38店舗)
FY24 186店舗 (46店舗)
FY25 188店舗 (49店舗)

小売店舗数

FY18 1店舗
FY19 2店舗
FY20 2店舗
FY21 2店舗
FY22 3店舗
FY23 3店舗
FY24 4店舗 (準備中1店舗※2)
FY25 5店舗

人員数※3

FY18 421名
FY19 471名
FY20 587名
FY21 873名
FY22 896名
FY23 1,041名
FY24 1,074名
FY25 1,124名

GMV推移（1Q累計）

単位：百万円

卸売・小売

自社オークション
（商品売上）

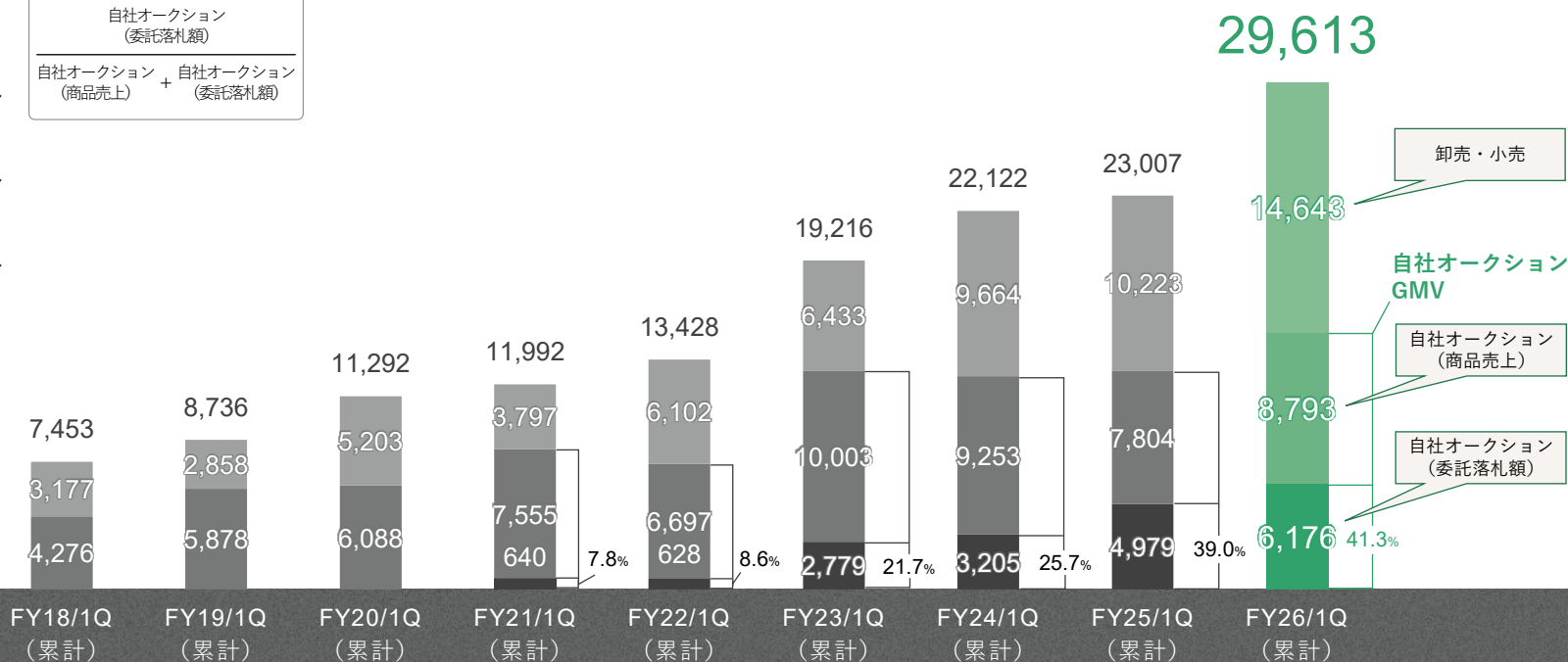
自社オークション
（委託落札額）

自社オークション
委託落札額比率

自社オークション委託落札額比率

自社オークション
（委託落札額）

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）



GMV推移（通期）

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
委託落札額比率

自社オークション委託落札額比率

自社オークション
（委託落札額）

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）

30,904

11,967

18,936

FY18

36,693

14,224

22,469

FY19

37,552

17,191

19,608

FY20

53,229

19,019

31,482

2,727

FY21

64,546

27,067

33,913

3,565

FY22

83,369

31,424

41,379

10,565

FY23

93,386

40,083

38,031

15,272

FY24

102,020

47,476

33,648

20,894

FY25

卸売・小売

自社オークション
GMV

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）

3.7%

8.0%

9.5%

20.3%

28.7%

38.3%

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「2026年8月期 第1四半期決算短信」に準拠し作成しております。

【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