

2021年8月期 決算説明資料

2021年10月14日

バリュエンスホールディングス株式会社
(東証マザーズ：9270)

Valuence

目次

1. 会社概要
 2. 業績
 3. 第4四半期トピックス
 4. 2022年8月期の重点戦略
 5. 2022年8月期の見通し
 6. サステナビリティ
- Appendix

Valuence

会社概要



らしく、生きる。

Valuence

Value 価値 × Intelligence 知識・知見
Experience 体験・経験

これまで培ってきた知見を活かし、私たちのあらゆる事業活動を通じて、
私たちに関わる方、一人ひとりの人生を変えるような価値ある体験を提供する

Mission

らしく、生きる。

Vision

Valuable Experience
人生を変える価値を

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	東京都港区港南一丁目
創業	2011年12月
資本金	1,144百万円（2021年8月末）
従業員数	873名（2021年8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 （2021年8月現在）

※9月1日付で、バリュエンスジャパンがバリュエンスアート&アンティークスを吸収合併し、本資料開示日現在において連結子会社数は10社となっております。

グループ事業ブランド

買 取



不 動 産



オークション



小 売

ALLU

アプリ

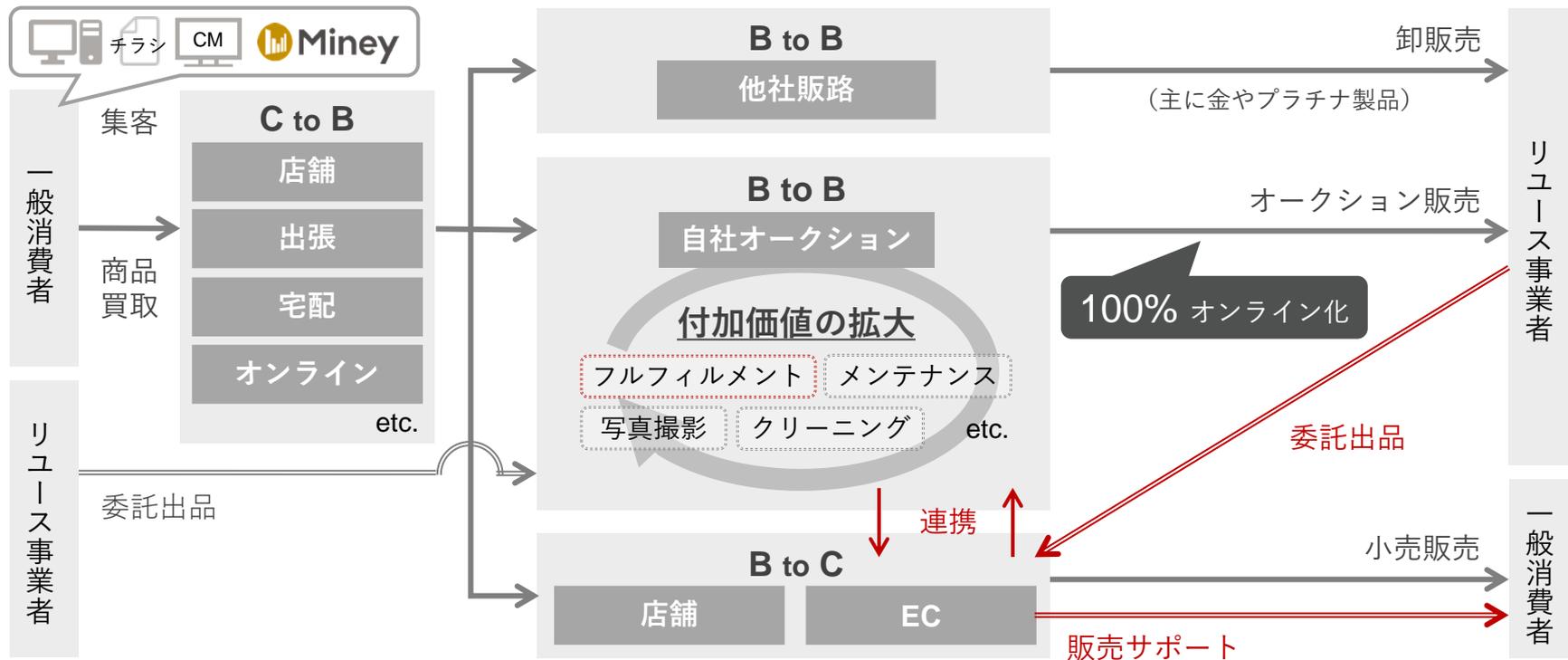


ビジネスモデル

—— 自社仕入商品（自社在庫）
—— 委託商品（他社在庫）
赤色：現在準備中

仕入／委託

販売／販売サポート



業績



2021年8月期 通期サマリー

- 新型コロナウイルスの影響長期化、度重なる緊急事態宣言の再発令があったものの、売上高は前年同期比38.4%増に
- オークションにおける海外販売比率の増加や地金比率の低下などにより、売上総利益率は前年同期よりも1.8pts改善
- 営業利益は下期にかけて拡大、前年同期比85.2%増の11億円で着地

GMV

532億円

(前年同期比+41.7%)

売上高

525億円

(前年同期比+38.4%)

売上総利益率

26.4%

(前年同期比+1.8pts)

営業利益

11億円

(前年同期比+85.2%)

2021年8月期 第4四半期（6月-8月） トピックス

- 買 取**
- ✓ 仕入は直前四半期並みを維持
 - ✓ 6月・7月はCM残存効果等もあり好調に推移するも、新型コロナウイルス感染者数増加や天候の影響により8月に苦戦
 - ✓ 海外出店を加速。期末店舗数は**国内125店舗、海外21店舗**に
-
- 販 売**
- ✓ SBA※1における海外落札が引き続き好調に推移。小売販売も好調。3Qに続き連結売上高が**過去最高を更新**
 - ✓ SBAのパートナー会員数が順調に拡大、**前四半期末から172社増加し1,239社**（国内938社／海外301社）に ※2
 - ✓ ダイヤモンドオークションを6月・8月に**オンライン開催**
-

※1 SBA...STAR BUYERS AUCTION（次ページ以降同じ）

※2 海外パートナー数について、3Q決算説明資料までは仮登録社数を含めて集計していたため、本登録社数のみの集計に修正しております。なお、仮登録はパートナーが自身でサイトより登録するものであり、諸手続きを経て本登録へと移行します。

2021年8月期 業績

- ✓ 度重なる緊急事態宣言の影響を受けたものの、増収増益を達成
- ✓ 積極投資も継続

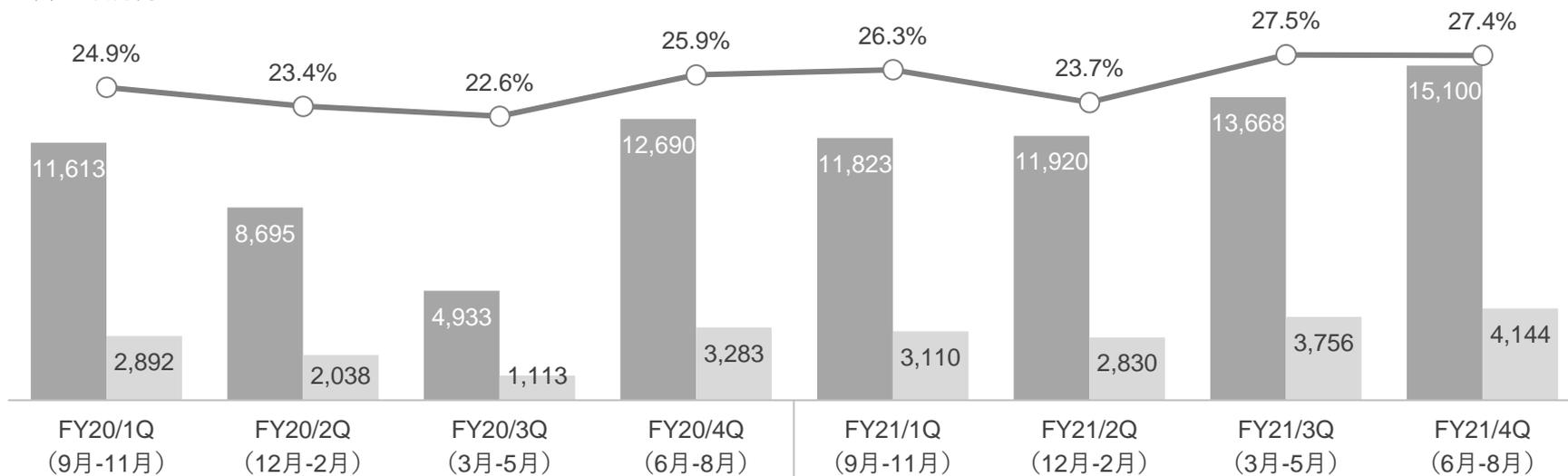
単位：百万円

	FY20	FY21	増減率
売上高	37,932	52,512	+38.4%
売上総利益	9,327	13,841	+48.4%
売上総利益率	24.6%	26.4%	+1.8pts
販売費及び一般管理費	8,695	12,672	+45.7%
営業利益	631	1,169	+85.2%
経常利益	622	976	+57.1%
経常利益率	1.6%	1.9%	+0.3pts
親会社株主に帰属する当期純利益	305	725	+137.2%

売上高・売上総利益率

単位：百万円

■ 売上高 ■ 売上総利益 ○ 売上総利益率

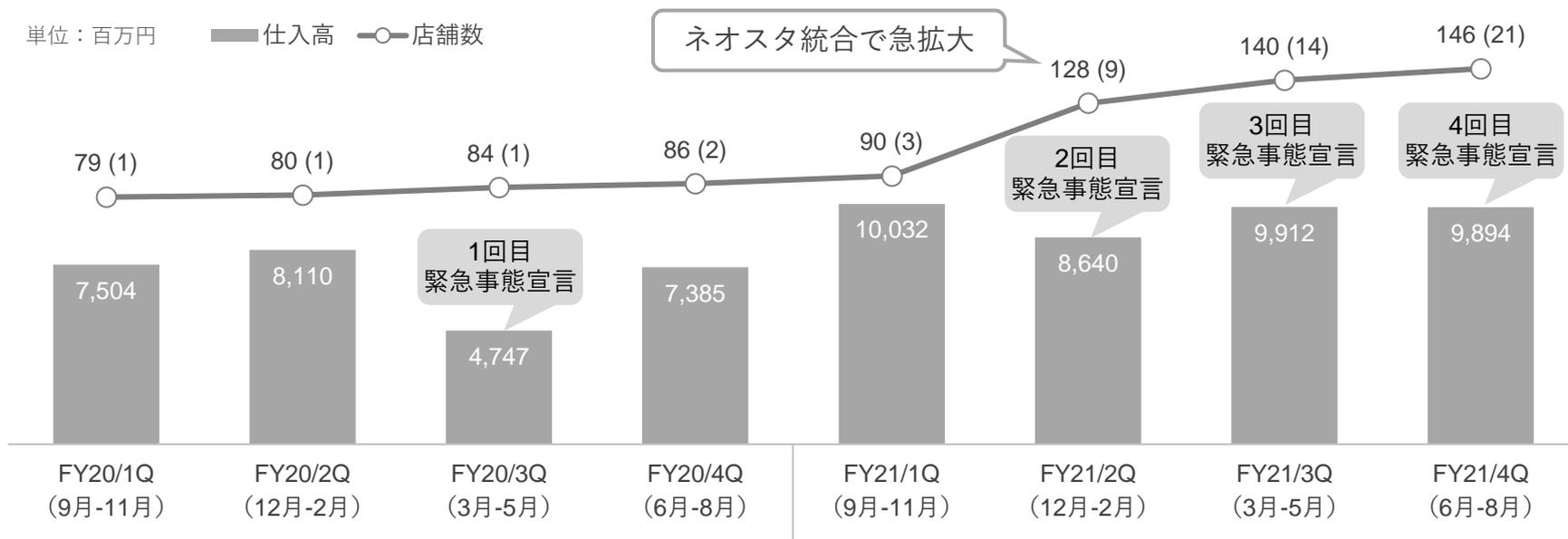


- ✓ 卸売が拡大
- ✓ 期首在庫の減少により売上高減少
- ✓ コロナ影響により落ち込み
- ✓ SBAが好調、オンライン化効果で売上総利益率改善
- ✓ 地金売上が拡大
- ✓ 地金相場の落ち着きに伴い地金売上が減少
- ✓ 時計の買取強化も相場変化により売上総利益率が低下
- ✓ 適正価格での買取実施により売上総利益率が大幅改善
- ✓ 売上高が過去最高を更新
- ✓ 売上総利益率は引き続き高水準を維持

仕入高・店舗数

単位：百万円

■ 仕入高 ○ 店舗数

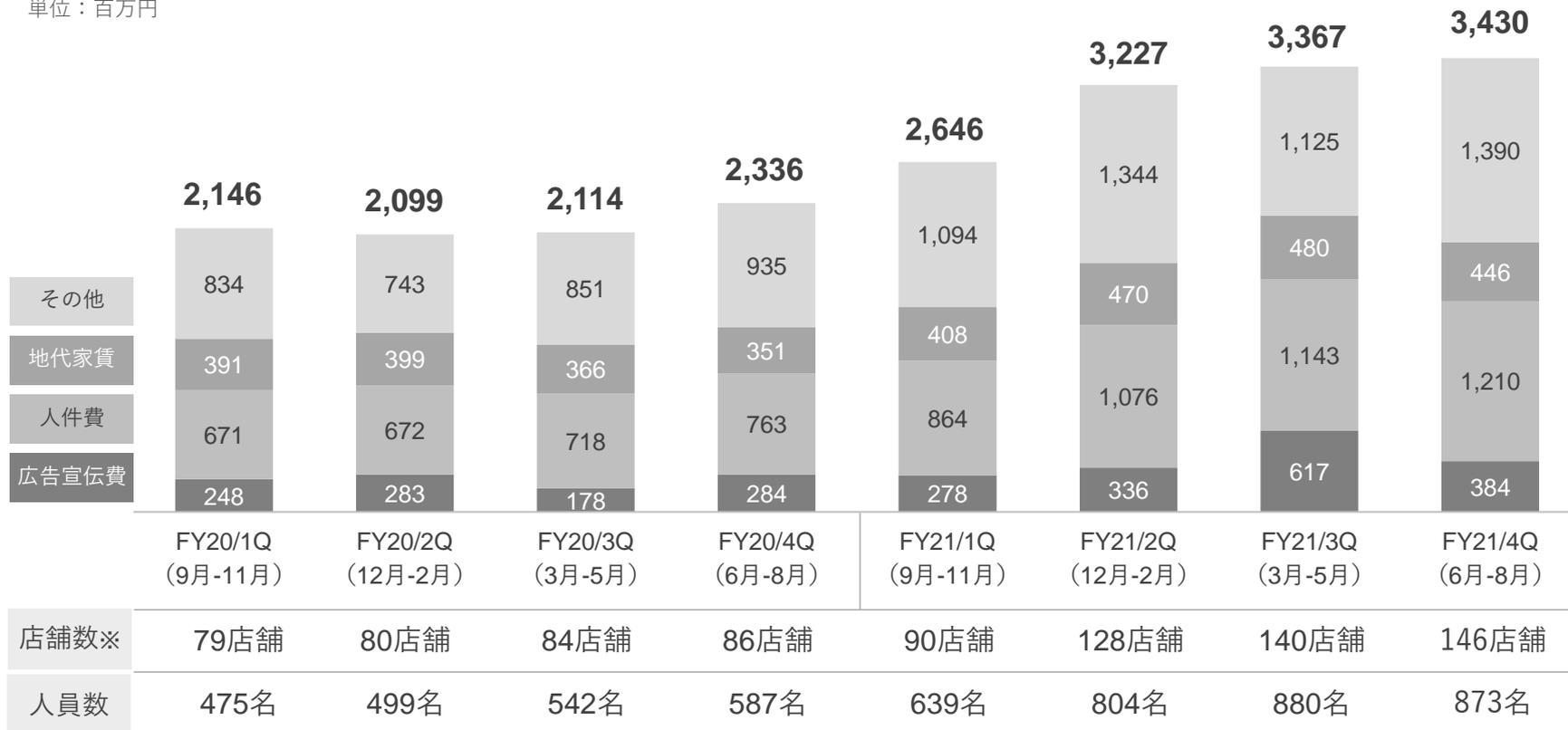


- ✓ 店舗休業により仕入高が大幅減
- ✓ 全店通常営業に戻る
- ✓ キャンペーン効果もあり徐々にコロナ前水準まで回復
- ✓ 成約率の向上等により、仕入高が増加
- ✓ 緊急事態宣言下においても健闘
- ✓ 地金相場の落ち着きにより地金仕入縮小
- ✓ 店舗休業の影響を受けたものの、テレビCMの効果もあり徐々に回復
- ✓ 変異株の流行や天候の影響もあり、8月に仕入が減少

※ 店舗数のうち () は海外店舗数。

販管費推移

単位：百万円



※ 店舗数には海外店舗も含む。

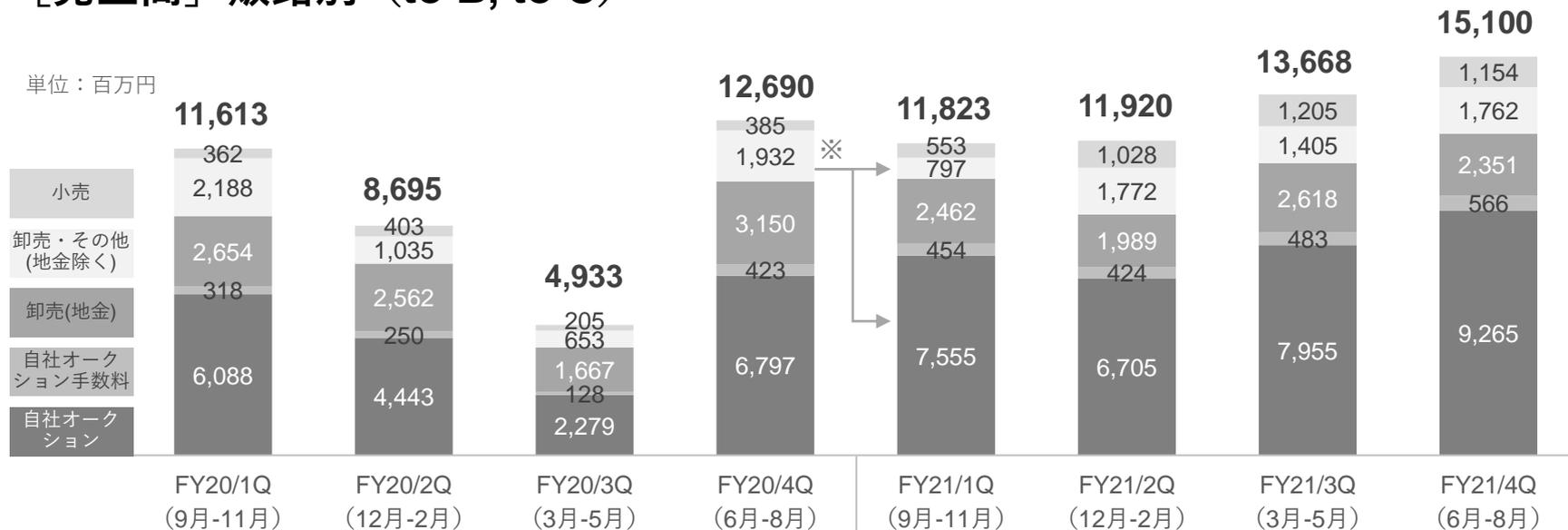
バランスシート の概況

単位：百万円

	FY20	FY21	増 減	
流動資産	11,260	13,409	+ 2,149	運転資金及び仕入資金確保のため、 手元現金増
現金及び預金	6,276	8,270	+ 1,993	
商品	4,011	3,921	▲90	8月の仕入減少により、商品が減少
その他	972	1,218	+ 245	
固定資産	4,118	5,317	+ 1,198	買取店舗増加や倉庫移転に伴う建物 及び構築物（純額）の増加、繰延税 金資産の増加、南葛SCの株式取得 による関係会社株式の増加等による
総資産	15,378	18,727	+ 3,348	
負債	8,642	11,457	+ 2,814	
有利子負債	6,956	8,848	+ 1,891	仕入資金の確保等、事業拡大のため 短期借入金を増加
その他	1,686	2,609	+ 922	
純資産	6,735	7,270	+ 534	利益剰余金の増加等による
負債・純資産合計	15,378	18,727	+ 3,348	

[売上高] 販路別 (to B, to C)

単位：百万円



✓ 台風影響によるオークション売上鈍化を卸売でカバー

✓ SBAをオンライン化、慣らしたため出品点数を抑制

✓ 仕入回復に伴い各販路で売上高増加

✓ SBAが引き続き好調
 ✓ 相場の落ち着きに伴い地金売上が減少
 ✓ ECの好調により小売が増加

✓ 相場下落商品の利益確保と今後の戦略を踏まえ小売を増加
 ✓ 倉庫移転に備えた在庫軽減のため卸売増加

✓ 海外販売好調により自社オークションが伸長
 ✓ 小売販売が順調に推移

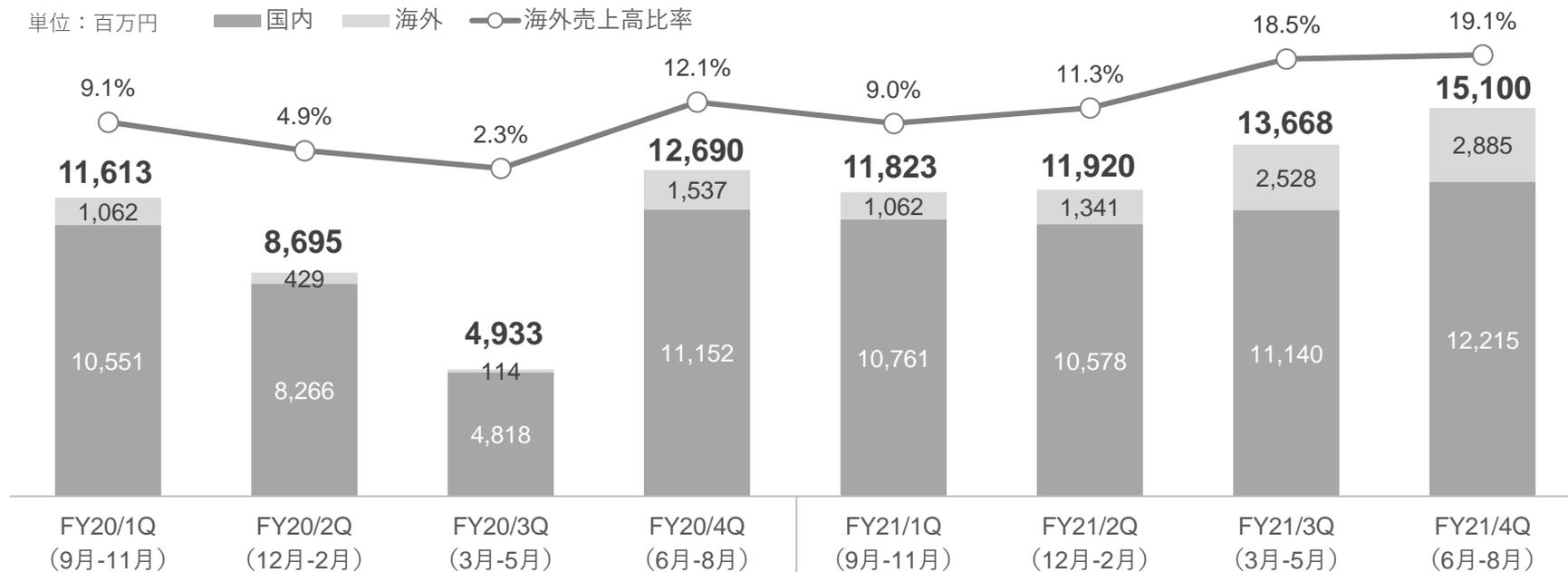
✓ 香港オークションの開催もあり自社オークションが伸長
 ✓ 小売が順調に推移

※ FY21/1Qより、SBAにおける海外売上を「卸売・その他（地金除く）」→「自社オークション」に変更。

[売上高] 販路別 (国内, 海外)

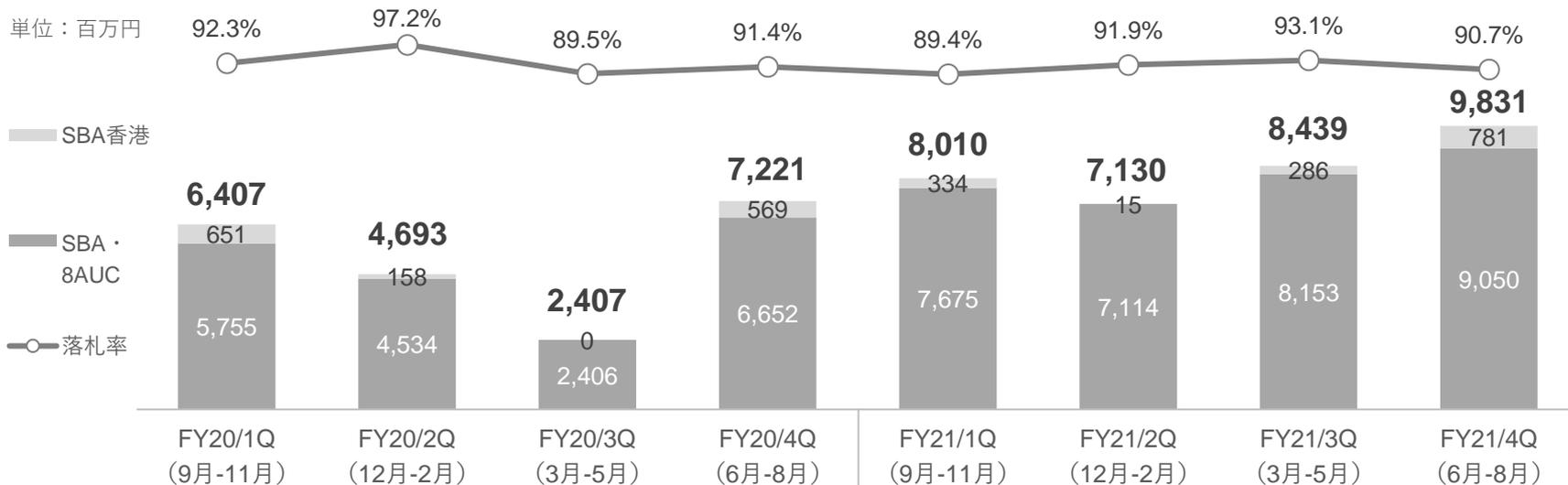
単位：百万円

■ 国内 ■ 海外 ○ 海外売上高比率



- ✓ SBA香港を9月、11月に開催
- ✓ SBA香港の開催なし
- ✓ SBA香港の開催なし
- ✓ SBA香港を7,8月に開催
- ✓ SBA香港を11月に開催
- ✓ SBA香港は未開催ながらSBAでの海外販売が好調に増加
- ✓ SBA香港オンライン開催もあり、海外売上高比率が急伸
- ✓ コロナ影響により売上高減少
- ✓ パートナーの需要強く急伸
- ✓ 国内売上は堅調に推移
- ✓ SBA香港は未開催ながらSBAでの海外販売が好調に増加
- ✓ SBA香港オンライン開催もあり、海外売上高比率が急伸
- ✓ SBA香港を6,8月に開催
- ✓ SBAにおける海外販売も好調に推移

[売上高] オークション実績

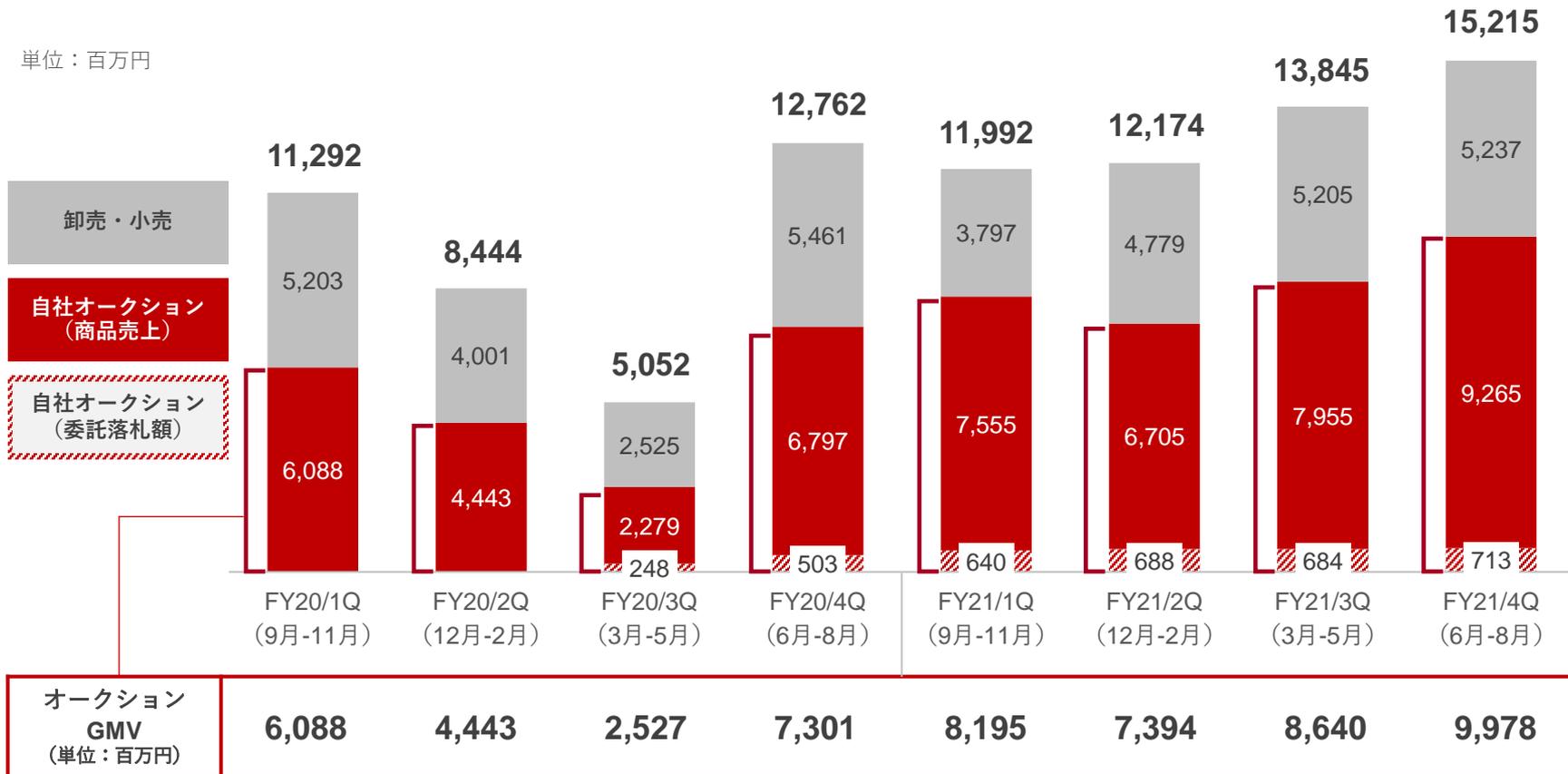


国内	SBA	月1回	月1回	月1回	月1回	10月から月2回	月2回 (1月は1回)	月2回 (3月は1回)	月2回
	8AUC ※1	月1回	月1回	中止	6月：中止 7月：1回 8月：非開催	月1回 (11月非開催)	月1回 (1月非開催)	月1回	月1回
海外	SBA 香港	9月、11月	-	-	7月、8月	11月	-	4月	6月、8月

※ 8AUC...THE EIGHT AUCTION (次ページ以降同じ)

[GMV] GMV推移

単位：百万円

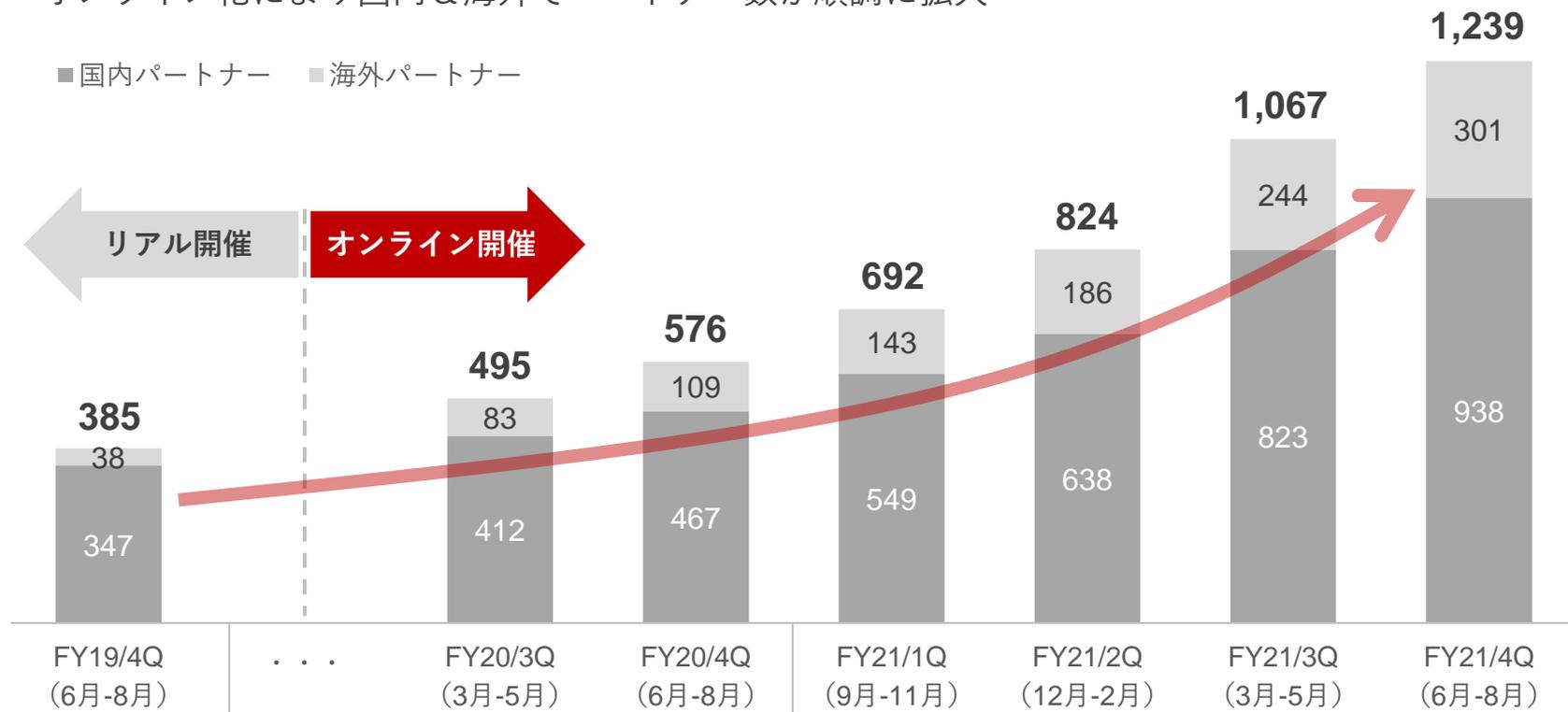


第4四半期 トピックス



SBAパートナー会員数は大きく伸長

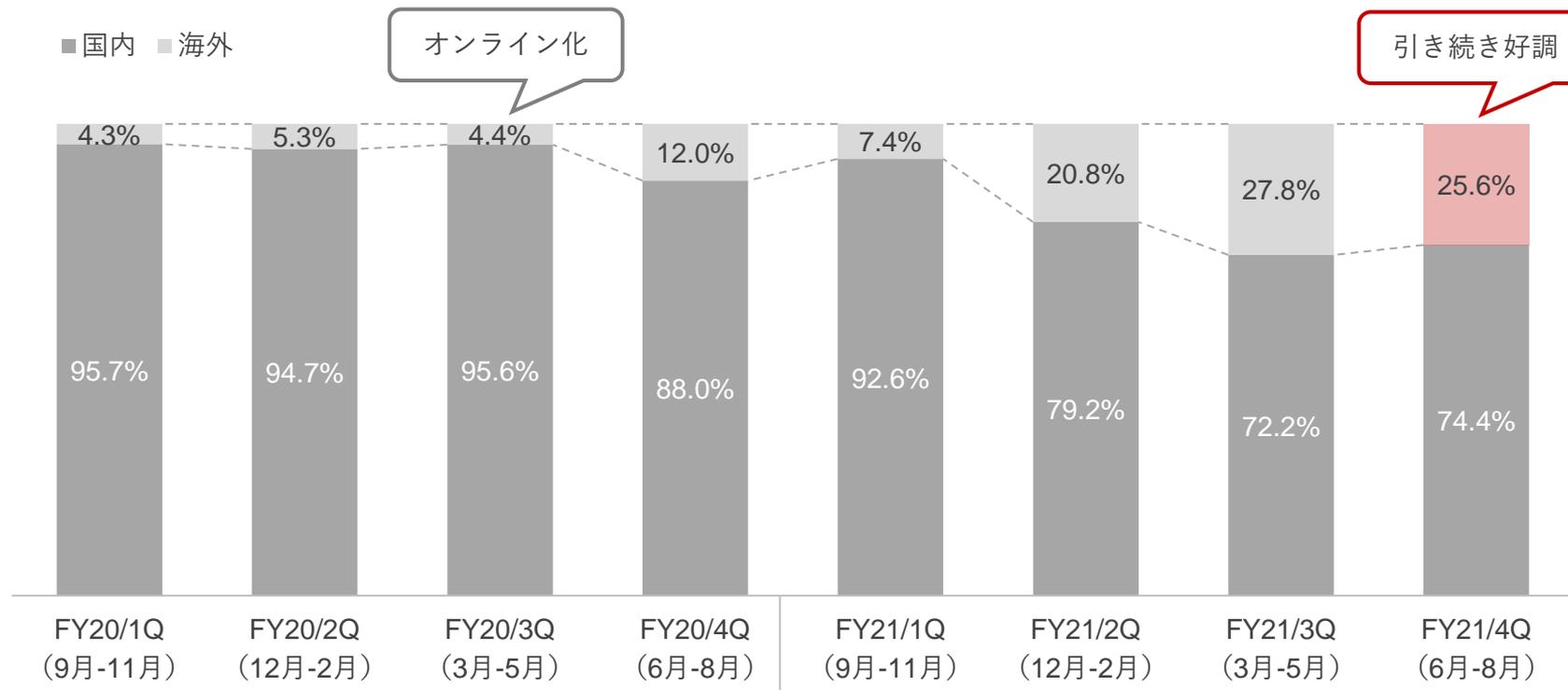
✓ オンライン化により国内&海外でパートナー数が順調に拡大



※ 海外パートナー数について、3Q決算説明資料までは仮登録社数を含めて集計していたため、本登録社数のみの集計に修正しております。なお、仮登録はパートナーが自身でサイトより登録するものであり、諸手続きを経て本登録へと移行します。

SBA落札額の国内／海外比率

✓ 海外からの落札は引き続き好調に推移



オークション開催状況

- ✓ SBAと8AUCは予定どおり安定開催
- ✓ SBA香港はオンライン開催を継続

		9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
国内 開催	SBA	1	2	2	2	1 ※1	2	1 ※2	2	2	2回	2回	2回
	8AUC	1	1	—	1	— ※1	1	1	1	1	1回	1回	1回
海外 開催	SBA 香港			1				オンライン化	1		1回		1回

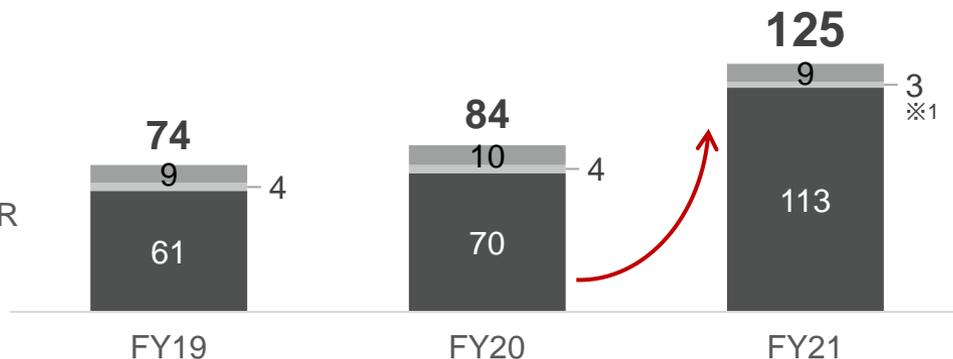
※1 年末年始の休業のためSBAは1回開催、8AUCは開催なし。

※2 倉庫移転のため1回開催。

買取店舗展開

国内

- 古美術八光堂
- BRAND CONCIER
- なんぼや

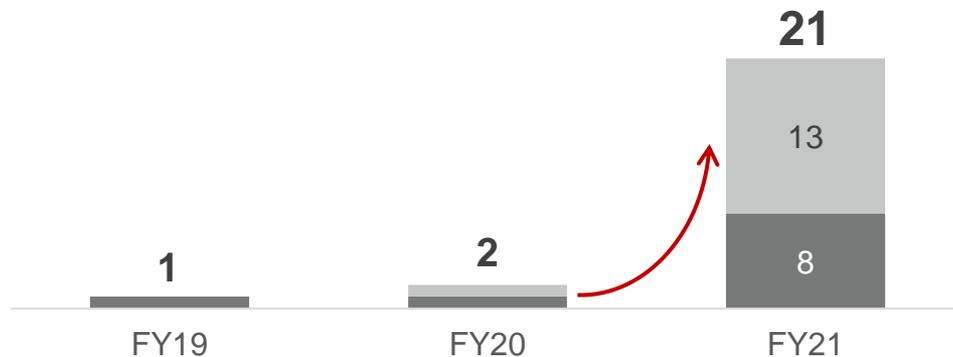


※1 BRAND CONCIER1店舗をなんぼやに屋号変更 ※2 28店舗のうち1店舗は2021/6に退店

- M&Aにより買取専門店28店舗※2を取得、なんぼやにブランド統合
- 新規出店も推進し、国内店舗数が急拡大

海外

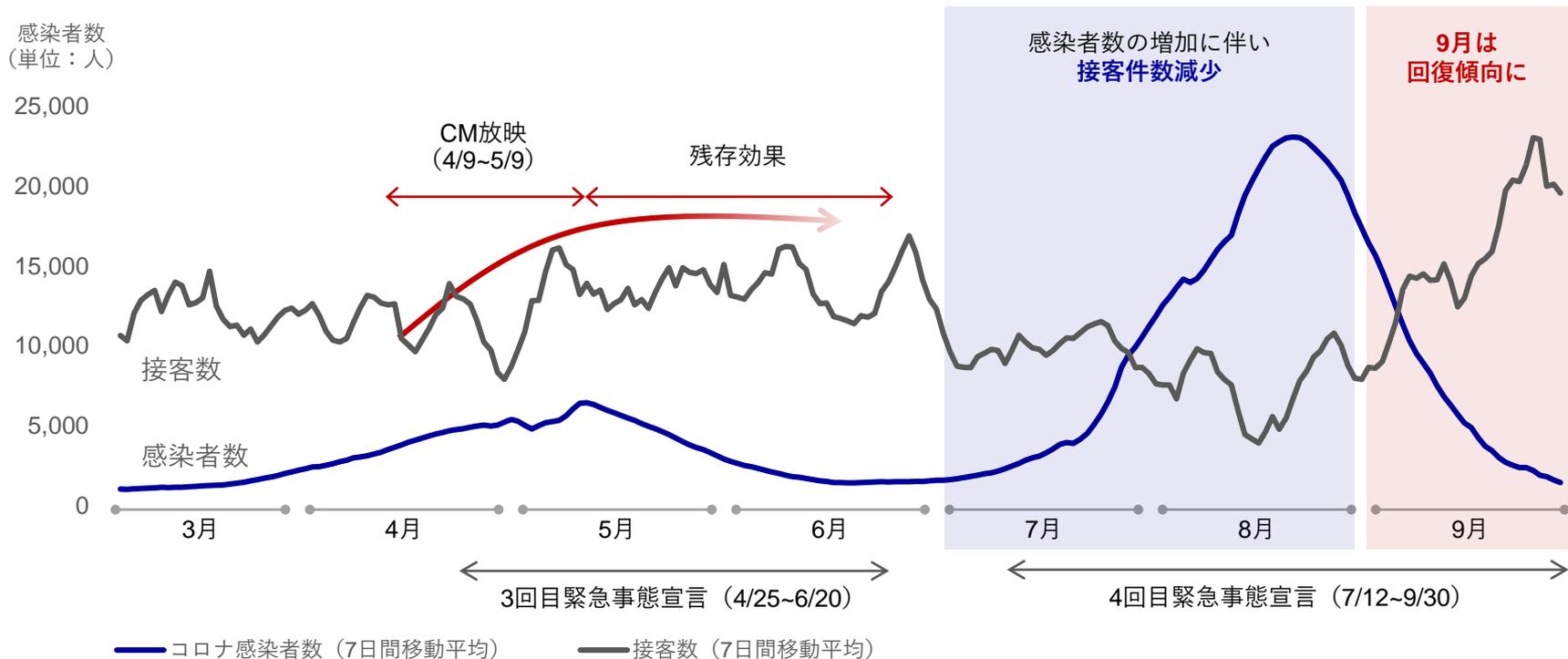
- パートナー店舗
- 直営店舗



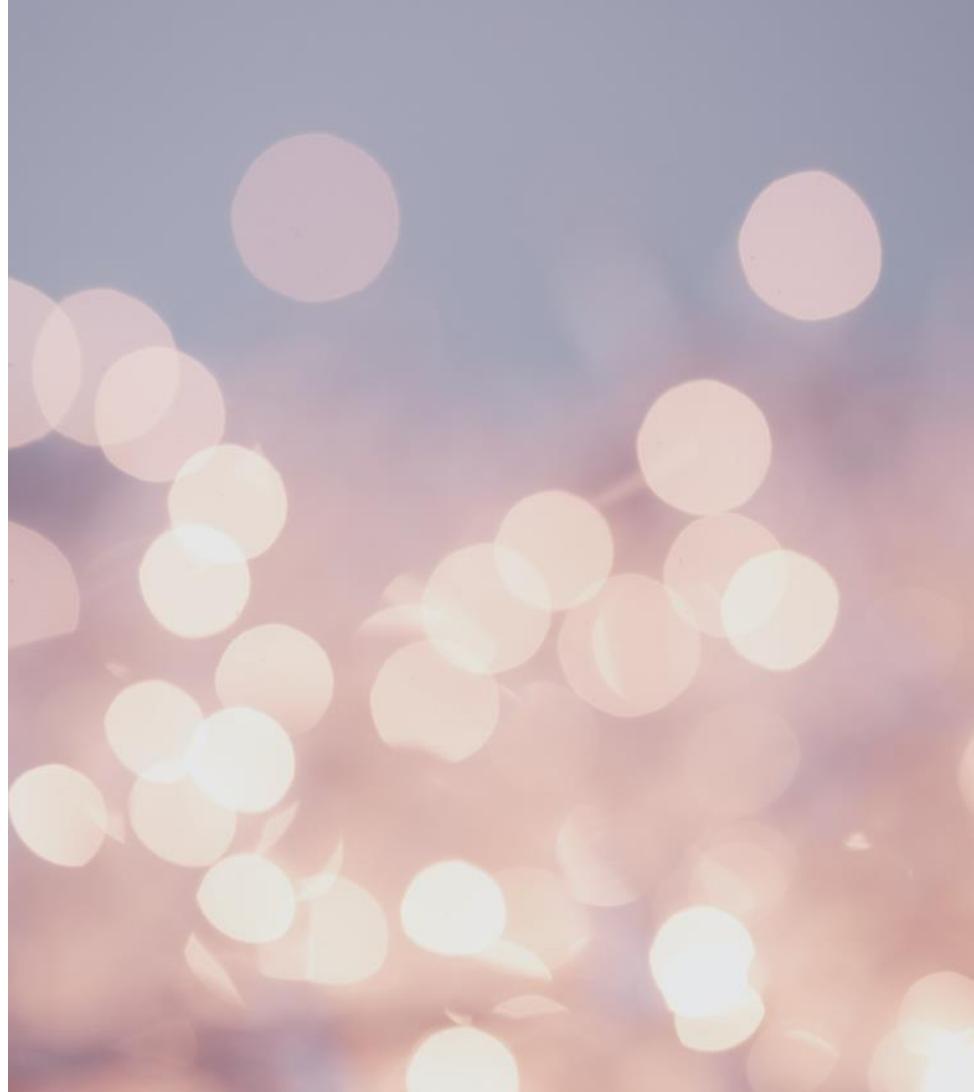
- パートナーとの協業店舗を中心に積極展開
- FY21/8末時点で14の国と地域に展開

(参考) 感染者数及び接客数の推移

- ✓ 感染者数の増加に伴い7月、8月に接客数が減少
- ✓ 感染者数の落ち着きに伴い9月は回復傾向に



2022年8月期の 重点戦略



2022年8月期の重点戦略

Quality

量的投資から質的投資への転換

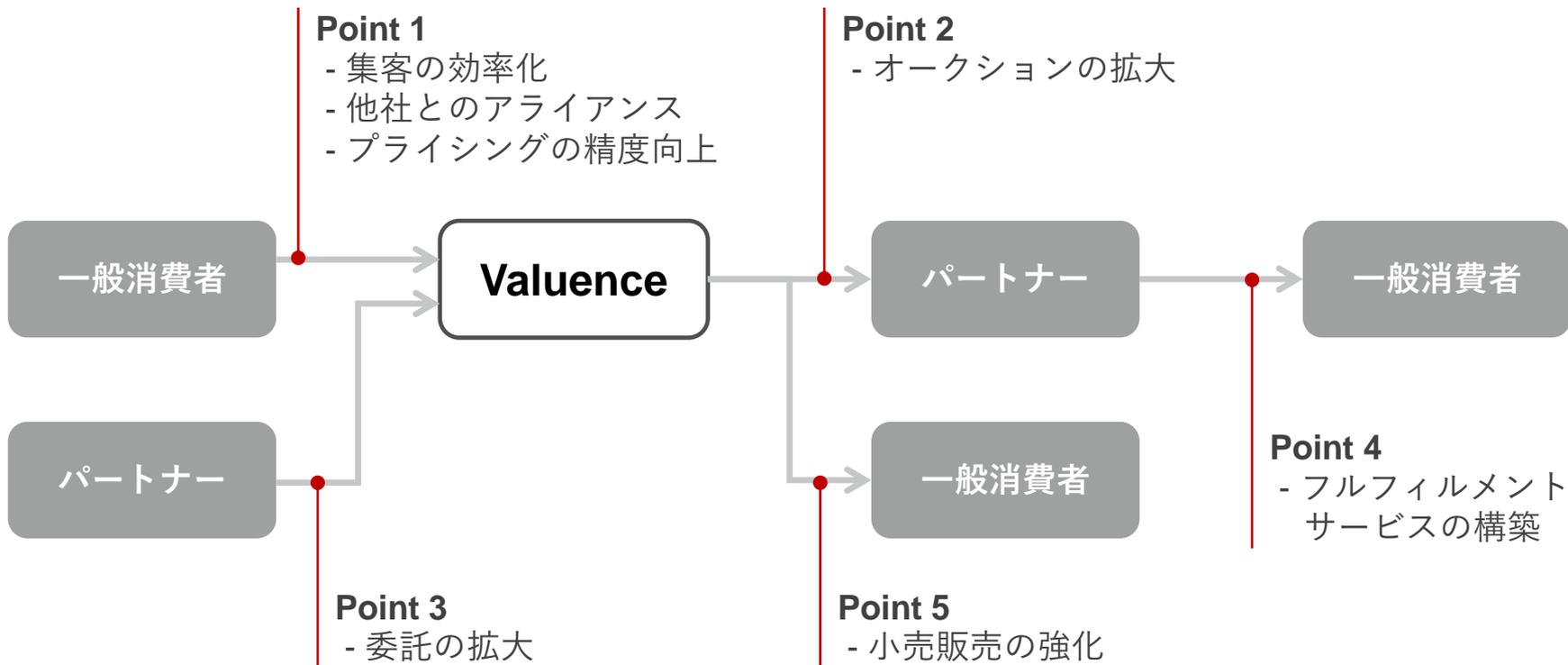
Recurring

顧客とのエンゲージメントを強化し、
フロー型からストック型へ、そしてリカーリング型へ

Global

買取・販売の両面でグローバル展開を加速

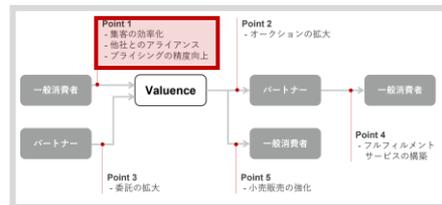
- ✓ DX化を中心にビジネスモデルを効率化し、利益率の向上を目指す



Quality

Point 1 集客の効率化

✓ マスマーケティングとWEBマーケティングの組み合わせにより集客を効率化



CMによる
認知拡大

×

検索エンジンによるWEB集客

=

効率的に
来店客数を増加

- 50～60代女性をメインターゲットにCM放映
- 顕在顧客に加え、非認知層・潜在顧客にもアプローチ

- 指名検索による検索表示の効率化
- 店舗CV数の増加



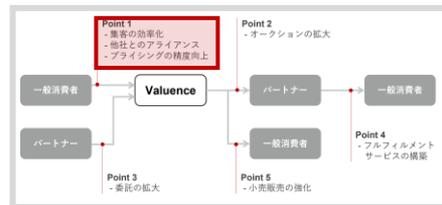
中長期的には
CPAの抑制に貢献



Quality

Point 1 他社とのアライアンス

- ✓ 百貨店をはじめとした他社とのアライアンスを推進
- ✓ 査定部分を当社が担う買取版OEMにより仕入を拡大



たんぽぽ

(国内外直営)



NANBOYA

(海外パートナー店舗)



商品はすべて
バリュエンスが買取

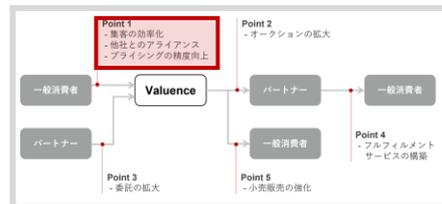
New

他社ブランド
(アライアンス先)



商品はすべて
バリュエンスが買取

- ✓ AI査定を活用により売上総利益率を安定化

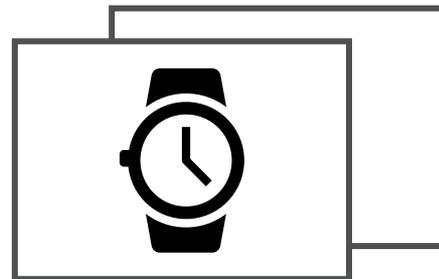


コンシェルジュによる真贋判定



- 真贋の確認はAIよりも肉眼の方が精度が高いため、コンシェルジュが対応

AIによる買取価格の自動算出



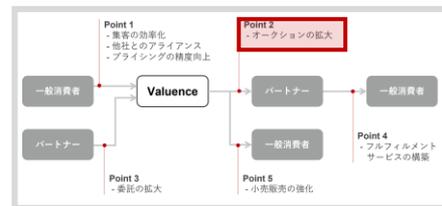
写真撮影

今期中に
システム開発 &
稼働予定

- 商品情報の入力と買取価格の算出にAIを活用
- 人的ミスを排除し、適正価格でのプライシングを徹底

査定能力を標準化し売上総利益率の安定化に貢献

- ✓ 開催数を11月から大幅増加し、パートナー（買い手&売り手）の利便性を向上



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1	2	3	4	5	6
			入札開始	入札開始	入札開始	入札開始
7	8	9	10	11	12	13
	入札締め	入札開始	入札開始	入札開始	入札開始	入札開始
		入札締め	入札開始	入札開始	入札開始	入札開始
			入札締め	入札開始	入札開始	入札開始
				入札締め	入札開始	入札開始
14	15	16	17	18	19	20
	入札締め	入札開始	入札開始	入札開始	入札開始	入札開始
		入札締め	入札開始	入札開始	入札開始	入札開始
			入札締め	入札開始	入札開始	入札開始
				入札締め	入札開始	入札開始
21	22	23	24	25	26	27

- 毎週火曜日～金曜日に締め日を設定し、オークション開催
- 締め日の6日前から下見 & 入札可能

パートナーのメリット

【買い手】

- 毎日いつでも入札可能なため、参加しやすい
- 出品数がならされるため、1商品当たりの下見にかける時間を増やせる

【売り手】

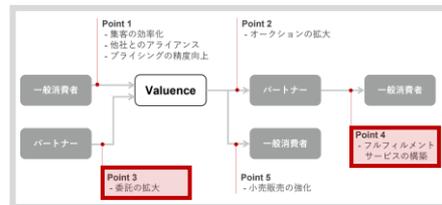
- 出品機会が増加し、販売が効率化

バリュエンスのメリット

- 相場変動リスクの低減
- 業務集中日の解消による人員・スペースの効率化

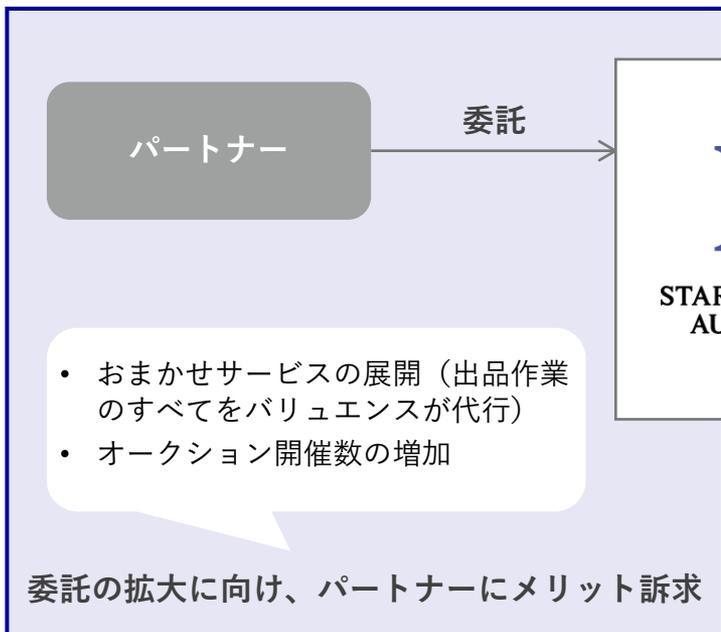
Point 3 フルフィルメントサービスの構築

Point 4 委託の拡大

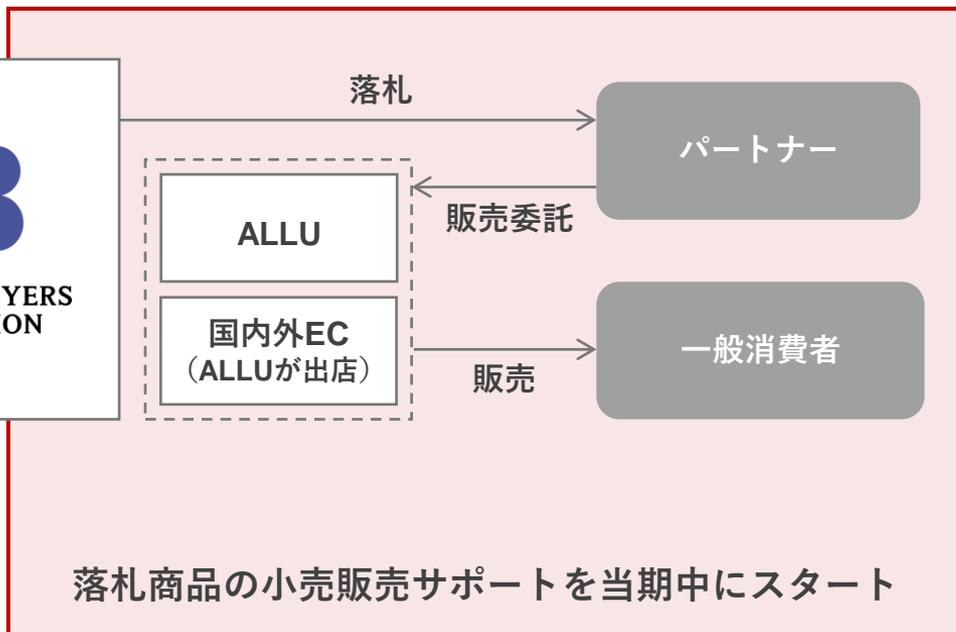


✓ パートナーへの提供価値を拡大することで、収益拡大

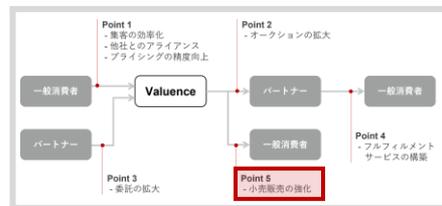
委託の拡大



フルフィルメントサービスの構築



- ✓ AIを活用し、より利益率の高い販路に商品を振り分け、売上総利益率を向上
- ✓ 将来のフルフィルメントサービス展開に向け、販売力を強化



AIを活用し、商品特性や過去の売買履歴から最適な販路を選定

今期稼働予定

ALLU販売の増加

Auction

パートナー

ALLU
店舗

一般消費者

ALLU
EC

一般消費者

etc.

パートナー

ALLUの販売力を強化

- 売上総利益率の向上
- フルフィルメントサービス展開（ALLUでの販売委託）の布石

Recurring 顧客とのエンゲージメント強化

- ✓ 顧客との関係性を長期的なものとしLTVを向上させることで、リカーリング型のビジネスへと転換

一度買い取ったら終わり



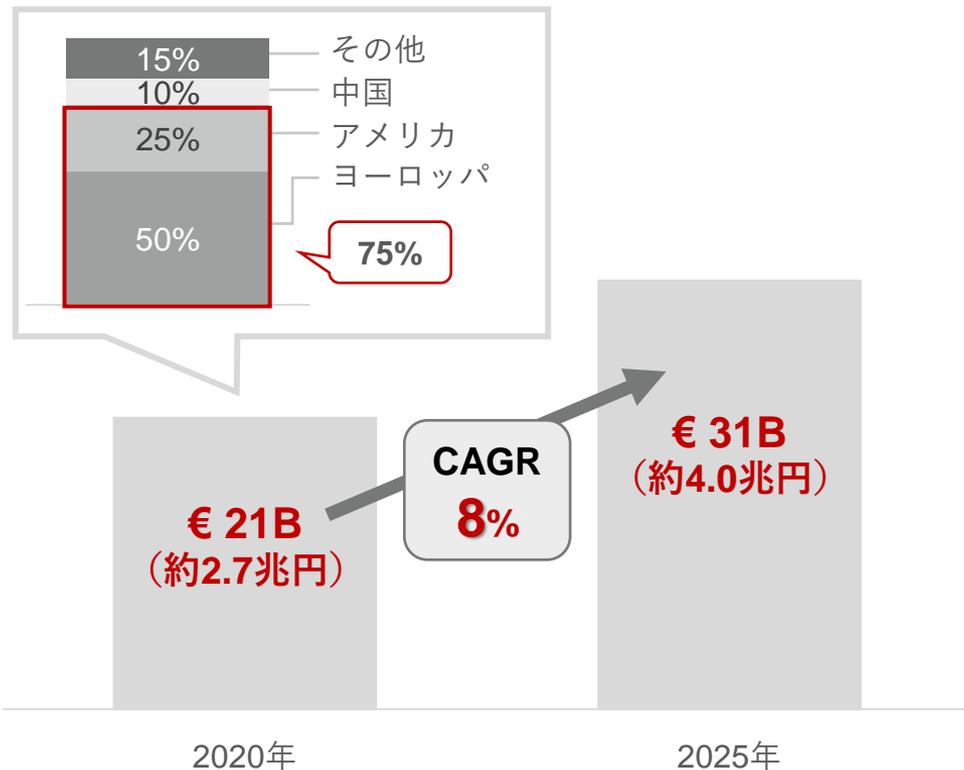
転換

長期的な関係性の中で繰り返し収益が生まれる



エンゲージメント強化のための取組を推進

- コミュニケーション強化
 - グループ内送客強化
 - 時計修理などtoC向けサービス拡大
 - 取扱いジャンル拡大
- etc.



中古ラグジュアリー品の グローバル市場を牽引するのは欧米

- 中古ラグジュアリー品のグローバル市場は2025年にかけて**CAGR8%**で成長
- 2020年のグローバル市場は**75%**を欧米が占める

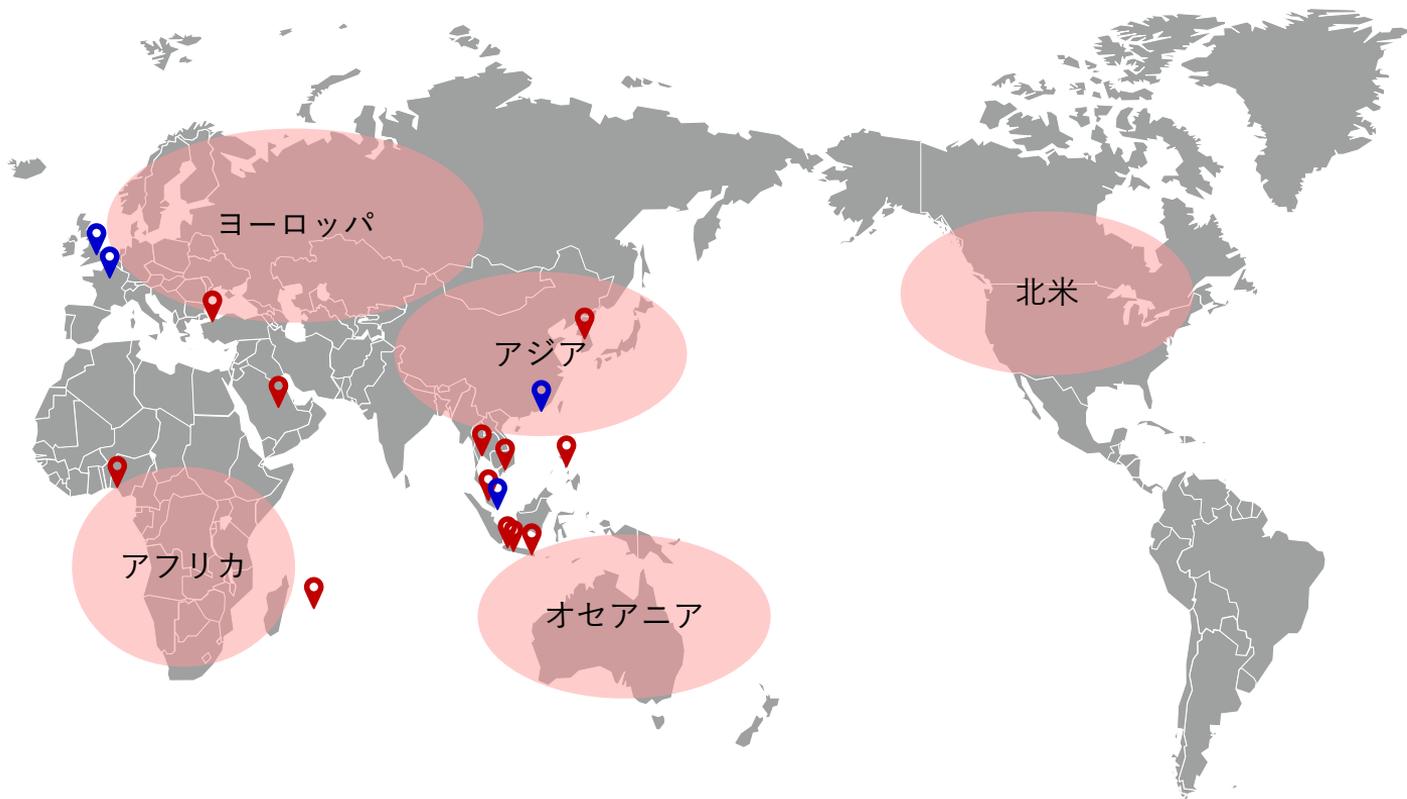
市場のより大きな海外へ

※1 対象商品は時計、ジュエリー

※2 Boston Consulting Group “The Secondhand Opportunity in Hard Luxury” より当社作成

買取・販売の両面で海外展開を加速①

- ✓ パートナーとの協業店舗を中心に、買取店舗の出店を加速
- ✓ SBAのグローバル展開加速のため海外パートナーの開拓を推進



買取店舗

14か国に21店舗を展開

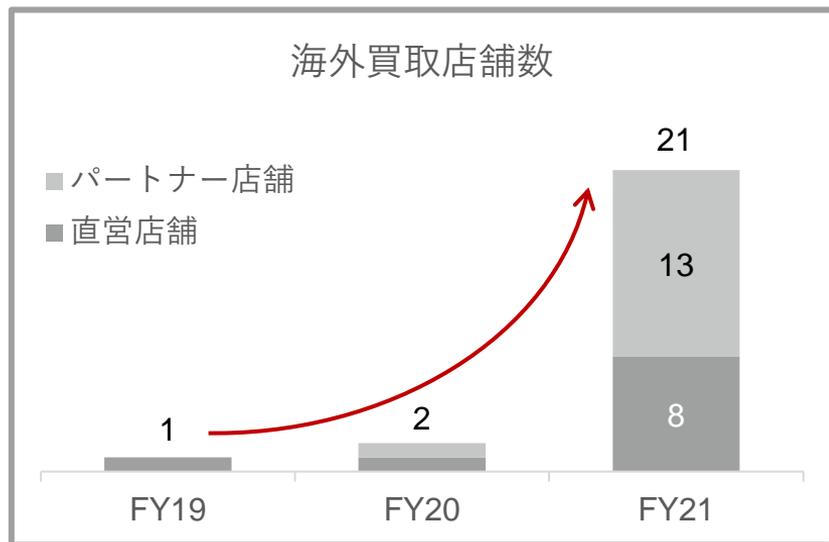
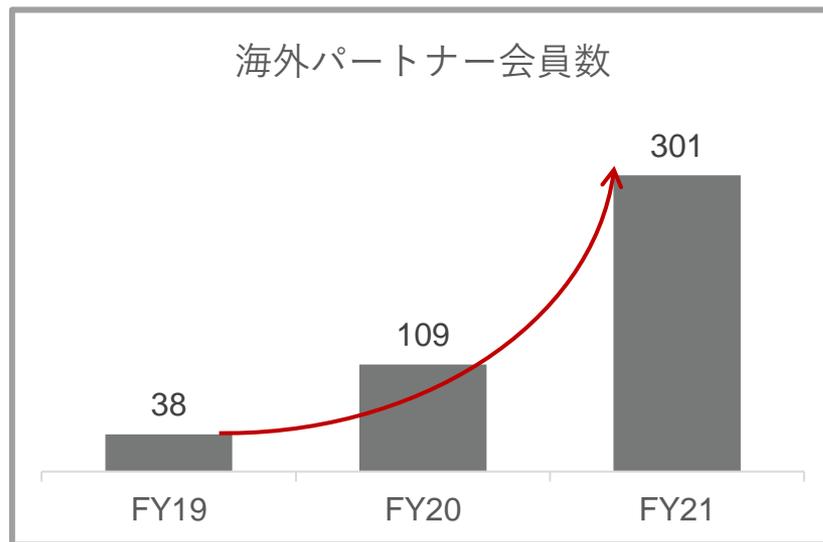
- 📍 直営 7店舗
- 📍 協業 14店舗

SBAパートナー

📍 26か国に301社を開拓
※日本を除く

買取・販売の両面で海外展開を加速②

- ✓ 計画を上回るスピードで拡大
- ✓ 海外買取店舗数については、中計目標を引き上げ

中計目標： 30店舗**100**店舗中計目標： 500社

toC向け販売のグローバル展開強化

- ✓ C to B to Bのビジネスモデルを武器に、海外においてもto C展開を加速

CtoBtoBのプラットフォームを有するプレイヤーは同業ではまだ存在しない

C to B to Bモデルの世界展開

現状のモデルをベースにtoC展開をグローバルに拡大

The RealReal、Vestiaire Collectiveなどが今後競合となる可能性

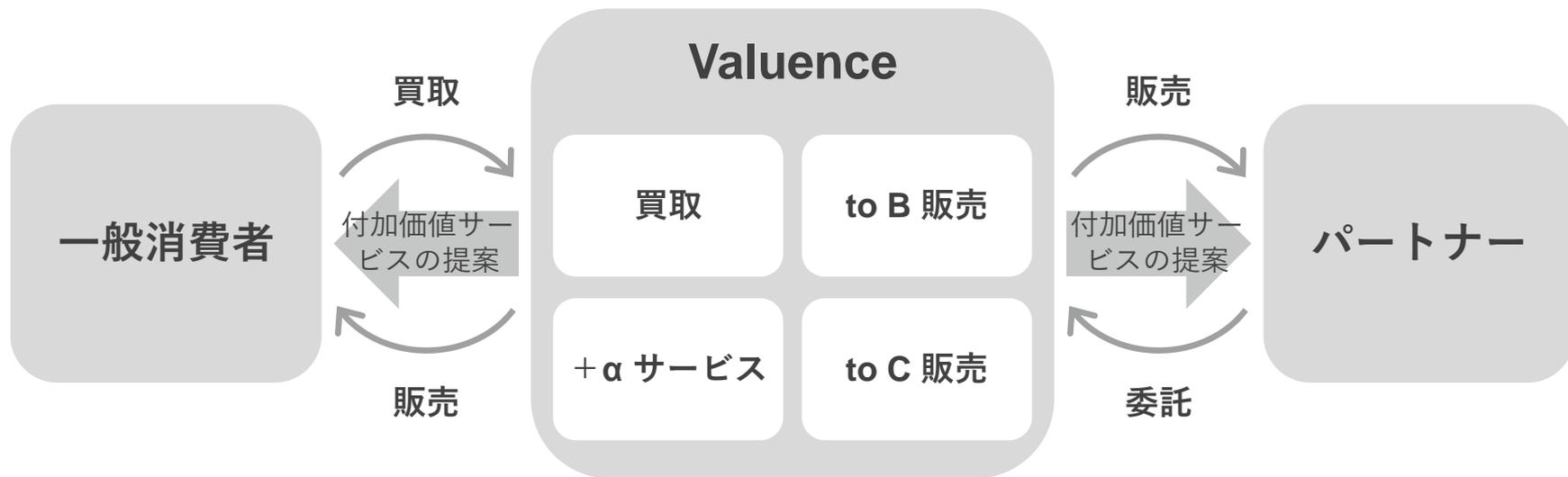
C to B to B & C

国内でビジネスモデルを確立

← ~FY21 国内で培ったC to B to Bモデルを海外へと広げることで成長 →

← FY22~ グローバルでのC to B to Bモデル拡大に加え、to C強化により更なる成長を目指す →

Global Reuse Platformer



中計 VG1000 の達成に向けて

KPIの進捗

	2020/8期	2021/8期	2025/8期
GMV（総取扱高）	375億円	532億円	1,200億円
オークション委託比率	3.5%	8.0%	50%
海外売上高比率	8.3%	14.9%	20%
海外パートナー数	135社	301社	500社超
買取店舗数（国内外）	86店舗	146店舗	270店舗

2022年8月期 見通し



2022年8月期 見通しの前提

- ✓ **CM放映**を実施（9/3～9/26放映済）、下期にもマス広告も含めたプロモーションを展開予定
- ✓ フルフィルメントサービス構築や査定・販路選定へのAI活用など、ビジネスモデル効率化のための**システム開発を推進**
- ✓ 海外出店はパートナーとの協業店舗を中心に**20～30店舗**を出店予定
- ✓ オークションの**開催数を増加**
 - SBA：11月から開催数大幅増加（締め日の設定を4回/週に）
 - SBA香港（ダイヤモンド）：四半期に1回を予定
 - 8AUC：毎月開催
- ✓ DX化の推進及び販路選定の最適化（toC向け販売強化）により**売上総利益率が向上**

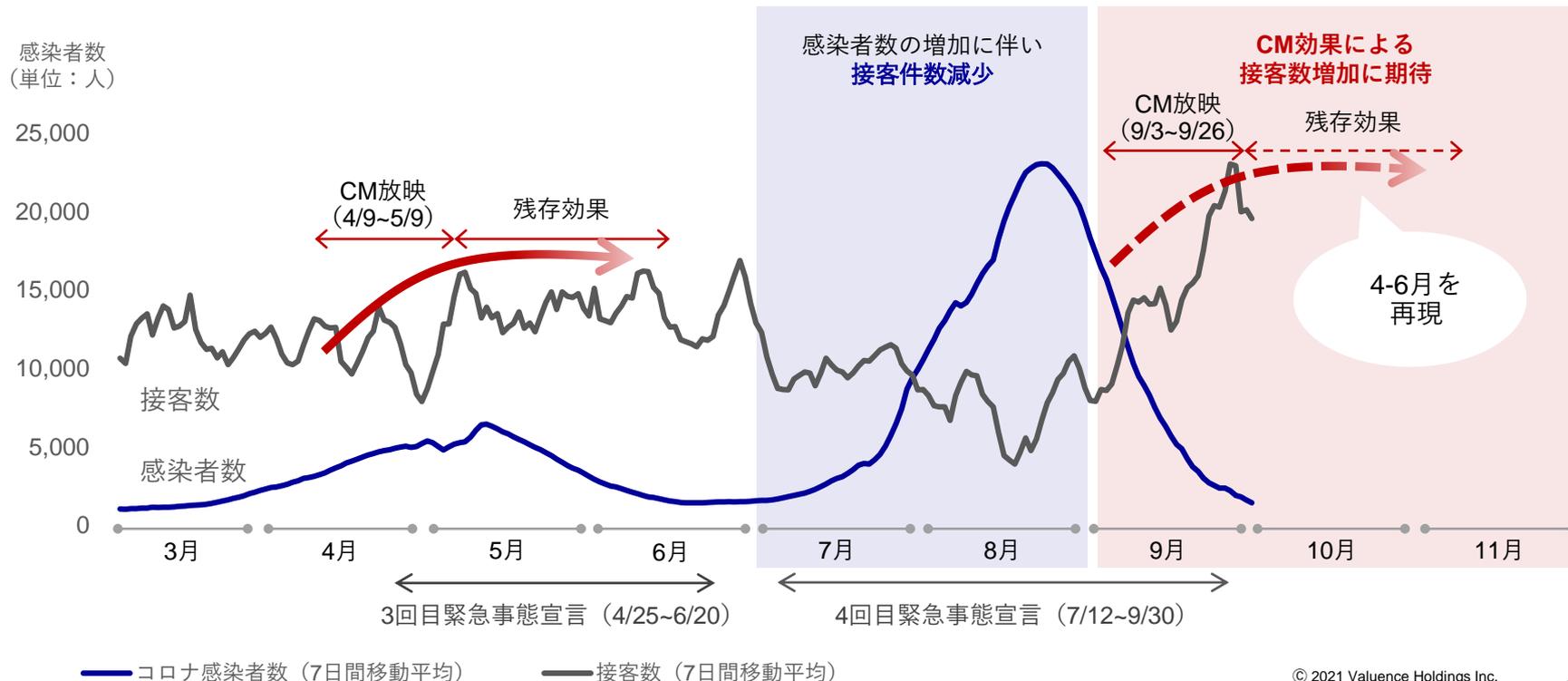
2022年8月期 業績見通し

単位：百万円

	FY20	FY21	FY22 見通し	増減率 (FY21-FY22)
売上高	37,932	52,512	64,300	+22.4%
売上総利益	9,327	13,841	18,600	+34.4%
売上総利益率	24.6%	26.4%	28.9%	+2.5pts
販売費及び一般管理費	8,695	12,672	16,800	+32.6%
営業利益	631	1,169	1,800	+54.0%
経常利益	622	976	1,700	+74.0%
経常利益率	1.6%	1.9%	2.6%	+0.7pts
親会社株主に帰属する当期純利益	305	725	920	+26.9%

(参考) 感染者数及び接客数の推移

- ✓ 感染者数の増加に伴い7月、8月に接客数が減少
- ✓ 感染者数の落ち着きに伴い9月は回復傾向に。CM効果の継続にも期待



2022年8月期 配当予想

基本方針

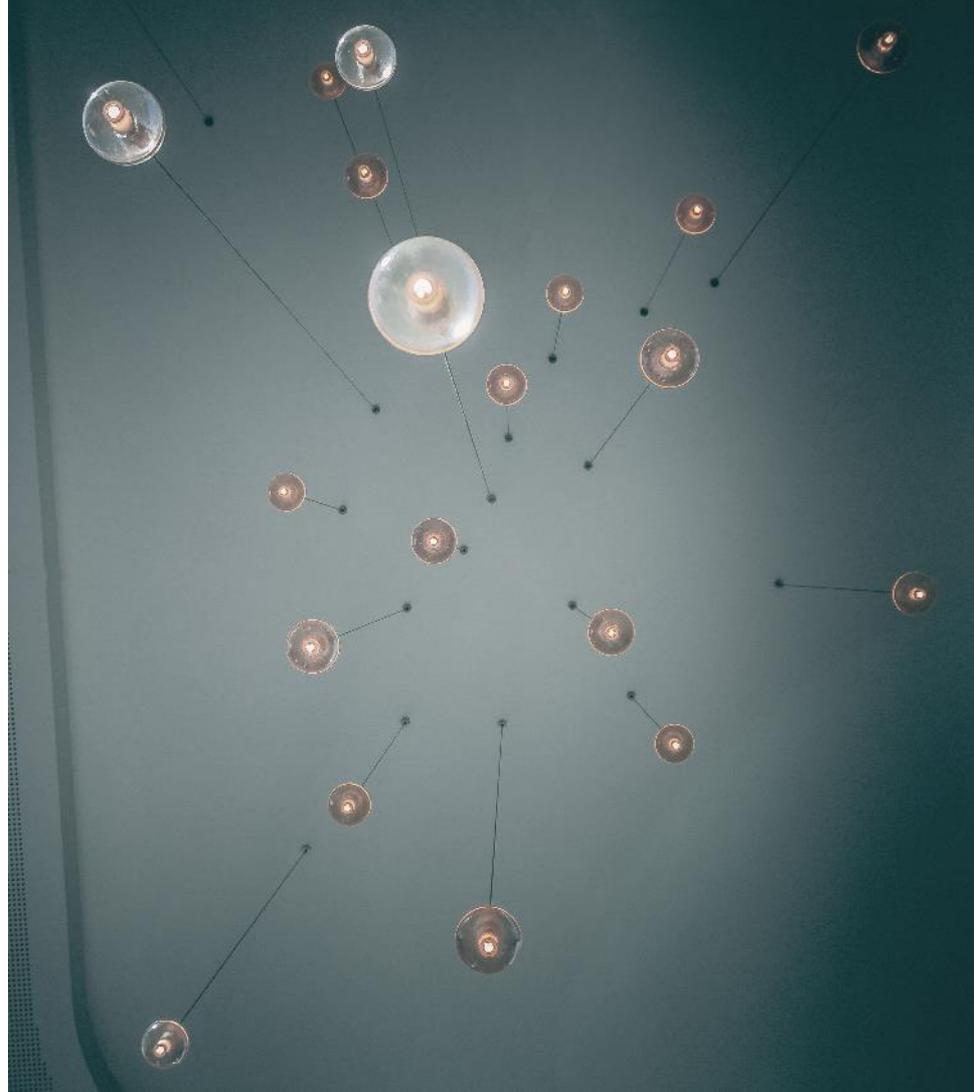
長期継続的な企業価値向上が株主の利益への貢献であるとの認識のもと、事業計画に基づく再投資に意を用いつつ、株主に対して安定的な配当を実施していく。

連結配当性向の目標：原則として**30%以上**

	FY21	FY22 (計画)
1株当たり期末配当	25.00円※	25.00円
配当性向	45.6%	35.8%
当期純利益	725百万円	920百万円

※予定であり、2021/10/28付の取締役会で決定いたします。

サステナビリティ



サステナビリティへのコミットメントを発表

サステナビリティへ向けたコミットメントを取締役会で決議、具体的な目標を設定

E:
Planet

FY2030までに、バリューチェーン全体におけるカーボンニュートラルを目指す※1

S:
People

FY2025までに、従業員エンゲージメントスコアを4.2に向上させる※2

G:
Transparency

FY2030までに、当社の取締役会構成員の女性比率30%を達成する

※1 バリューチェーン全体での温室効果ガス排出量は、自社からの排出（Scope1、Scope2）に加え、事業活動に関わる間接的な排出（Scope3）を対象とする

※2 外部エンゲージメントサーベイ「会社満足度」「仕事満足度」「上司満足度」「職場満足度」における各スコア平均値（1～5段階評価）

2021年8月期スコア：3.3

企業方針とESGデータを開示

企業方針を公開

関係法令、国際ルールおよびその精神を順守するバリューエンスの考え方と責任を社会に表明するため下記の方針を制定・更新し公開

- ✓ 人権方針
- ✓ ダイバーシティポリシー
- ✓ コーポレートガバナンスコード
- ✓ 社外役員の独立性判断基準
- ✓ 内部統制システムの基本方針
- ✓ コンプライアンスポリシー
- ✓ 情報セキュリティポリシー

ESGデータを開示

GHGプロトコルに基づいた温室効果ガス排出量、従業員男女比率など、当社グループの各種ESGに関するデータを開示

Scope 1 : **261t** 国内店舗・オフィスで使用する空調や営業車などによる温室効果ガス排出量

Scope 2 : **871t** 国内店舗・オフィスで使用する電力などによる温室効果ガス排出量

※GHGプロトコル：温室効果ガス排出量を算出するための国際基準

※計算期間：2019年9月～2020年8月

※詳細は当社サイトSustainabilityページ内「ESGデータ」をご覧ください



▲ ESGデータ

国内業界初、環境フットプリント削減貢献量を測定



新たな製品を作るには大きな環境負荷がかかりますが、新品ではなくリユース品を手にとることは、製品の環境フットプリント*1の削減につながります。

当社グループは、特定したマテリアリティの中で最重要としている「取扱製品のフットプリント」に関し、国内業界で初めてLCA *2 の手法を活用し、事業活動における二酸化炭素排出量、水使用量、エネルギー使用量、PM2.5排出量の削減貢献量を測定しました。

その結果、2020年度は**3,471,433t相当の二酸化炭素の削減に貢献**したことが可視化されました。

今後は本ツールを自社サービスと連携させ、更なるブランドリユースの普及促進を図ってまいります。

*1：環境フットプリント：個人や団体、企業などが生活・活動していく上で排出される温室効果ガスなどの環境インパクト

*2：LCA（ライフサイクルアセスメント：Life Cycle Assessment）：ある製品・サービスのライフサイクル全体（資源採取—原料生産—製品生産—流通・消費—廃棄・リサイクル）又はその特定段階における環境負荷を定量的に評価する手法

トピックス

MAGOギャラリーの世界展開を開始

ガーナに集まる電子廃棄物を使用した作品を制作する美術家・長坂真護氏。長坂氏と連携し、ガーナの現状と課題を伝え、アートで得た収益の一部をガーナで暮らす人々の教育・文化等へと還元するため、香港を皮切りに世界各国のバリュエンスグループ拠点へのギャラリー展開をスタート。



MAGO Gallery Hong Kong

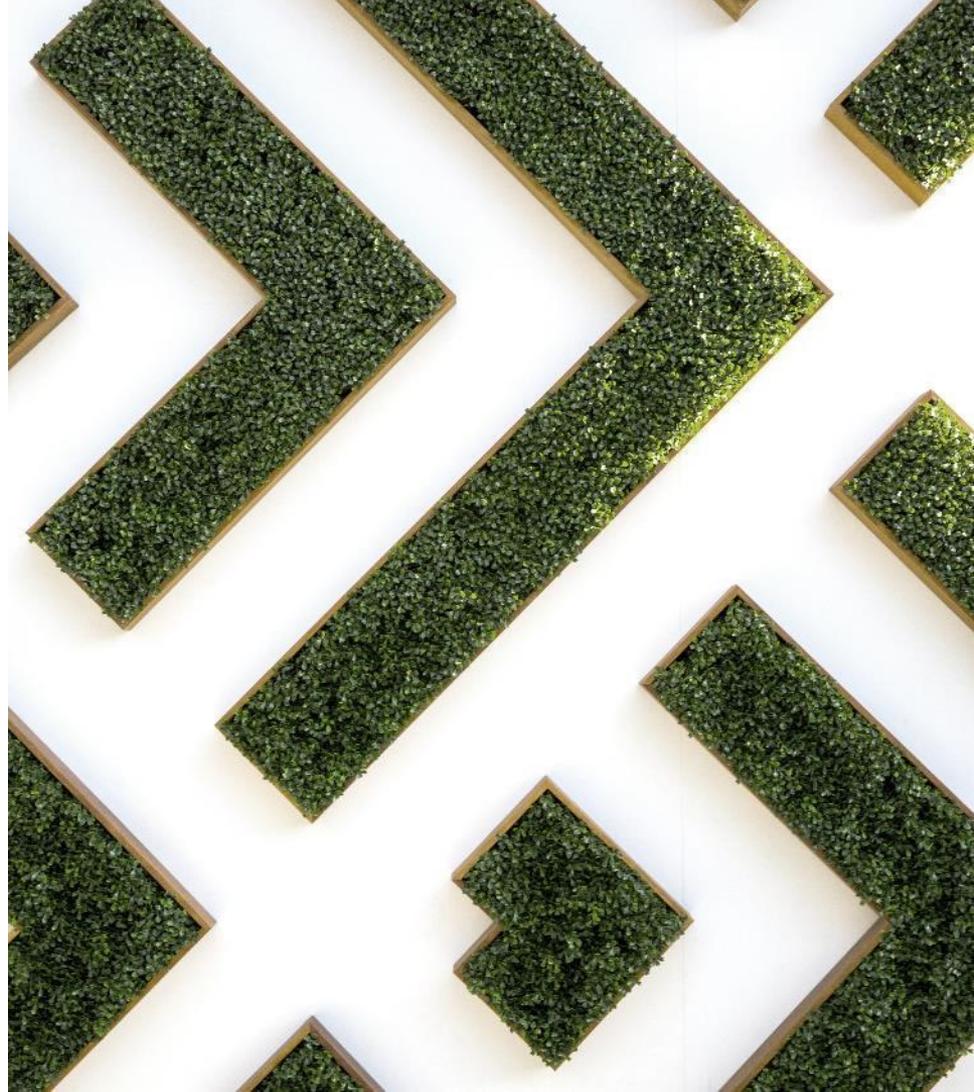
南葛SCの株式を取得

世界で愛される『キャプテン翼』の原作者 高橋陽一氏が代表を務めるサッカークラブ「南葛SC」。同チームの成長をサポートするだけでなく、当社の強みも掛け合わせて共に成長し、スポーツを通して子供たちに「夢」と「希望」を与えるため、2021年7月に南葛SCへ出資。



©高橋陽一 / 集英社

Appendix



事業紹介

買取

モノの価値をつなぎ、人生への新たな投資を。

◆ なんぼや／BRAND CONCIER ◆

- ✓ ブランド品等の買取専門店
- ✓ 「なんぼや」は国内外に100店舗以上を、「BRAND CONCIER」は国内百貨店を中心に展開
- ✓ 出張買取、宅配買取、オンライン買取にも対応

なんぼや BRAND REUSE
NANBOYA



BRAND CONCIER



◆ 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

古美術
八光堂



事業紹介

オークション

業界のハブとなる、世界一のオークションを目指して。

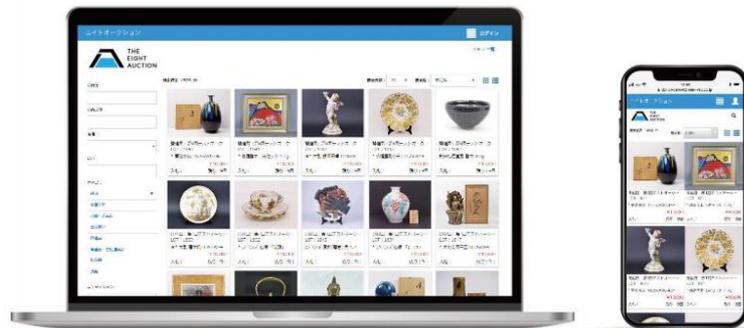
◆ STAR BUYERS AUCTION ◆

- ✓ ブランド品等のtoB向けオークション
- ✓ 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
- ✓ ダイヤモンドオークションを香港にて開催（4月にオンライン化）



◆ THE EIGHT AUCTION ◆

- ✓ 骨董・美術品のtoB向けオークション
- ✓ 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

小売

お客様の新しい出会いをつくる、BtoC販売事業。

◆ ALLU ◆

- ✓ 銀座・心斎橋の2店舗とECサイトを展開
- ✓ 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



事業紹介

アプリ運営

もっと便利に、賢く、自由に、モノの管理、運用を。

◆ Miney ◆

- ✓ モノの価値を見える化する資産管理アプリ
- ✓ スマホで撮影するだけでAIが自動で査定（※1）
- ✓ 所持品を資産と捉え、売却・運用を考えるきっかけに



<https://miney.jp/>

ダウンロードは
こちらから！

売れどきアラート

Miney

Mineyはあなたの持ち物をスマホで撮影するだけで、AIが資産価値を見える化し、売れどきを教えてくれるアプリです。

ベストな売れどきを教えてくれる「売れどきアラート」アプリ

動画でわかる Miney

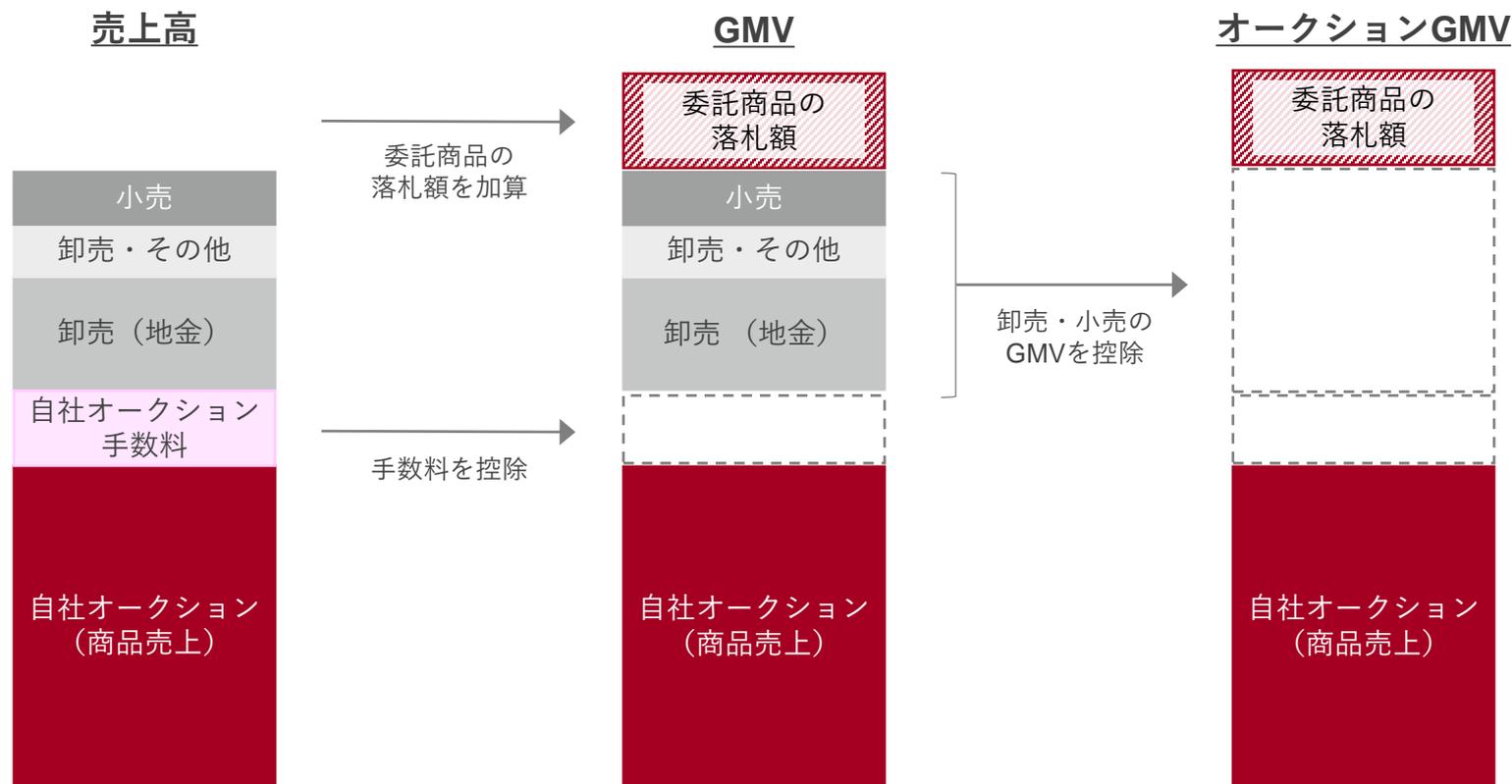
今すぐかんたん無料登録！

登録料・利用料 無料

品名	現在価格	変動
プラチナ ダイアモンドネックレス	¥123,456	先週比 -2%
プレスレット ワッチ イエローゴールド	¥123,456	先週比 +10%
ハンドバッグ クラッチバッグ	¥123,456	先週比 -2%
ピンクゴールド 18K ダイアモンド	¥123,456	先週比 -2%

※1 AI査定対応ジャンルは「時計」「不動産」のみ

[GMV] 売上高とGMVの関係



※「卸売・その他」「小売」には一部手数料売上が含まれる。GMV算出に当たってはこれらも控除。

- 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「2021年8月期第 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 IR・ESG室
TEL：03-4580-9983 / Mail：contactus@valuence.inc

Valuence