

# 2022年8月期 第2四半期 決算説明資料

2022年4月14日

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)

**Valuence**

## 目次

業績

第2四半期トピックス

第3四半期以降の取組

通期計画の見通し

市場規模と海外展開

サステナビリティ

株主還元施策

Appendix

The logo for Valuence, featuring the word "Valuence" in a bold, white, sans-serif font against a black background.

# 業績



## 2022年8月期 第2四半期（累計） サマリー

- 売上高261億円（前年同期比10.0%増）、営業利益2.1億円（前年同期比220.5%増）と増収増益
- より幅広い層への訴求のため、新たなイメージキャラクターに「関ジャニ∞（エイト）」を起用
- 下期の小売強化施策のために在庫を確保

GMV

263億円

（前年同期比+8.8%）

売上高

261億円

（前年同期比+10.0%）

売上総利益率

26.5%

（前年同期比+1.5pts）

営業利益

2.1億円

（前年同期比+220.5%）

## 2022年8月期 第2四半期（12月-2月） トピックス

---

- ✓ 天候等の影響により1月に伸び悩むも**2月以降回復**し、1Qに引き続き仕入高は過去最高を更新

### 買 取

- ✓ 関ジャニ∞起用キャンペーンを実施
- ✓ アメリカ、ドバイなど市場規模の大きい国へ初出店し、買取店舗は国内128店舗、海外22店舗に

- ✓ 下期からの小売強化施策に向けて、1Qに引き続き戦略的に**小売在庫を確保**したため、売上高が一時的に減少

### 販 売

- ✓ SBA(※)の開催数を11月より大幅増加したものの、パートナーの参加が分散。1月から改善を進め、3月より大きくリニューアル
- ✓ 小売強化施策の1つである「ALLU表参道店」を2月に出店

---

※ SBA...STAR BUYERS AUCTION（次ページ以降同じ）

## 2022年8月期 第2四半期 業績

✓ 前年比で売上高は増加したものの、小売在庫確保により期首計画からの進捗に遅れ

単位：百万円

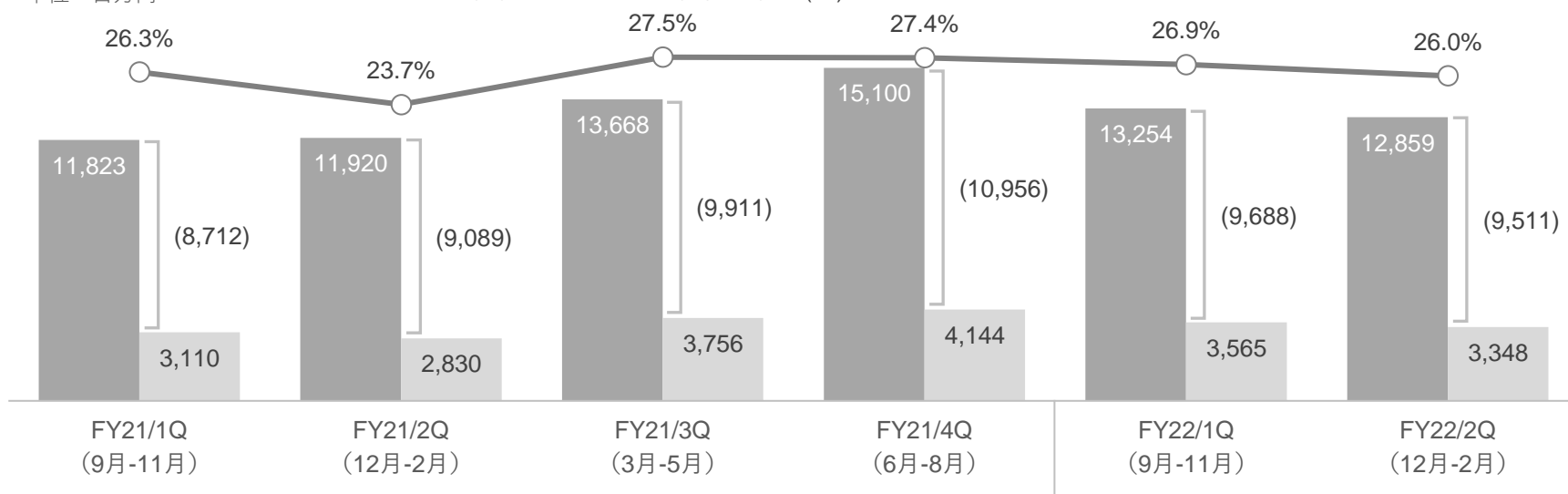
	FY21 2Q累計	FY22 2Q累計	増減率	FY22 期首計画	進捗率
売上高	23,743	<b>26,113</b>	+10.0%	64,300	40.6%
売上総利益	5,940	<b>6,914</b>	+16.4%	18,600	37.2%
売上総利益率	25.0%	<b>26.5%</b>	+1.5pts	28.9%	-
販売費及び一般管理費	5,874	<b>6,700</b>	+14.1%	16,800	39.9%
営業利益	66	<b>213</b>	+220.5%	1,800	11.9%
経常利益	36	<b>182</b>	+402.7%	1,700	10.8%
経常利益率	0.2%	<b>0.7%</b>	+0.5pts	2.6%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲123	▲ <b>47</b>	-	920	-

※ FY22/1Qより「収益認識に関する会計基準」等を適用した結果、従来の方法に比べて、FY22/2Q累計の売上高が181百万円、営業利益、経常利益及び税金等調整前四半期純利益が18百万円それぞれ減少しております。

# 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 ( ) 売上原価



✓ 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

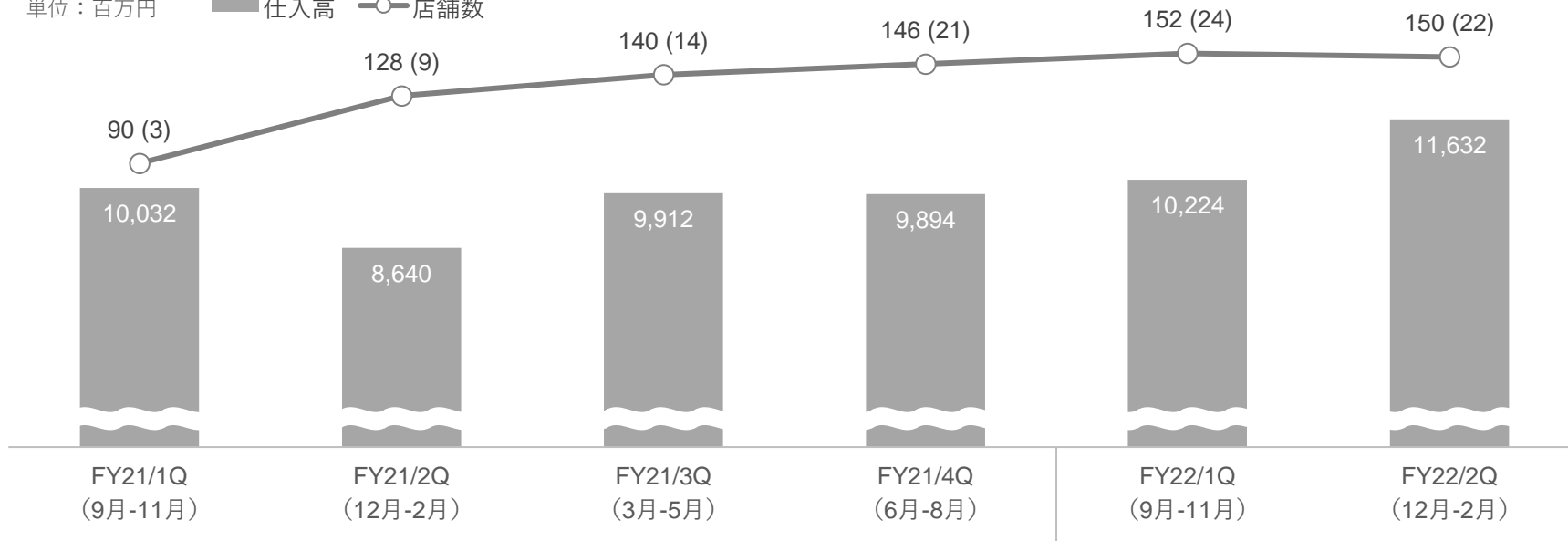
✓ 期首在庫不足及び小売在庫確保により、売上高が減少  
✓ 8AUC(※)、SBA香港の開催数が少なかったこと等により売上総利益率が低下

✓ 小売在庫確保により売上高が減少  
✓ SBA参加パートナー分散、地金・時計の販売構成が増えたことにより売上総利益率が減少

# 仕入高・店舗数

単位：百万円

■ 仕入高 ○ 店舗数



✓ 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

✓ 9月中旬までは低調だったものの以降は回復

✓ 天候等の影響により1月に伸び悩んだものの、2月以降は好調に推移し、過去最高を更新

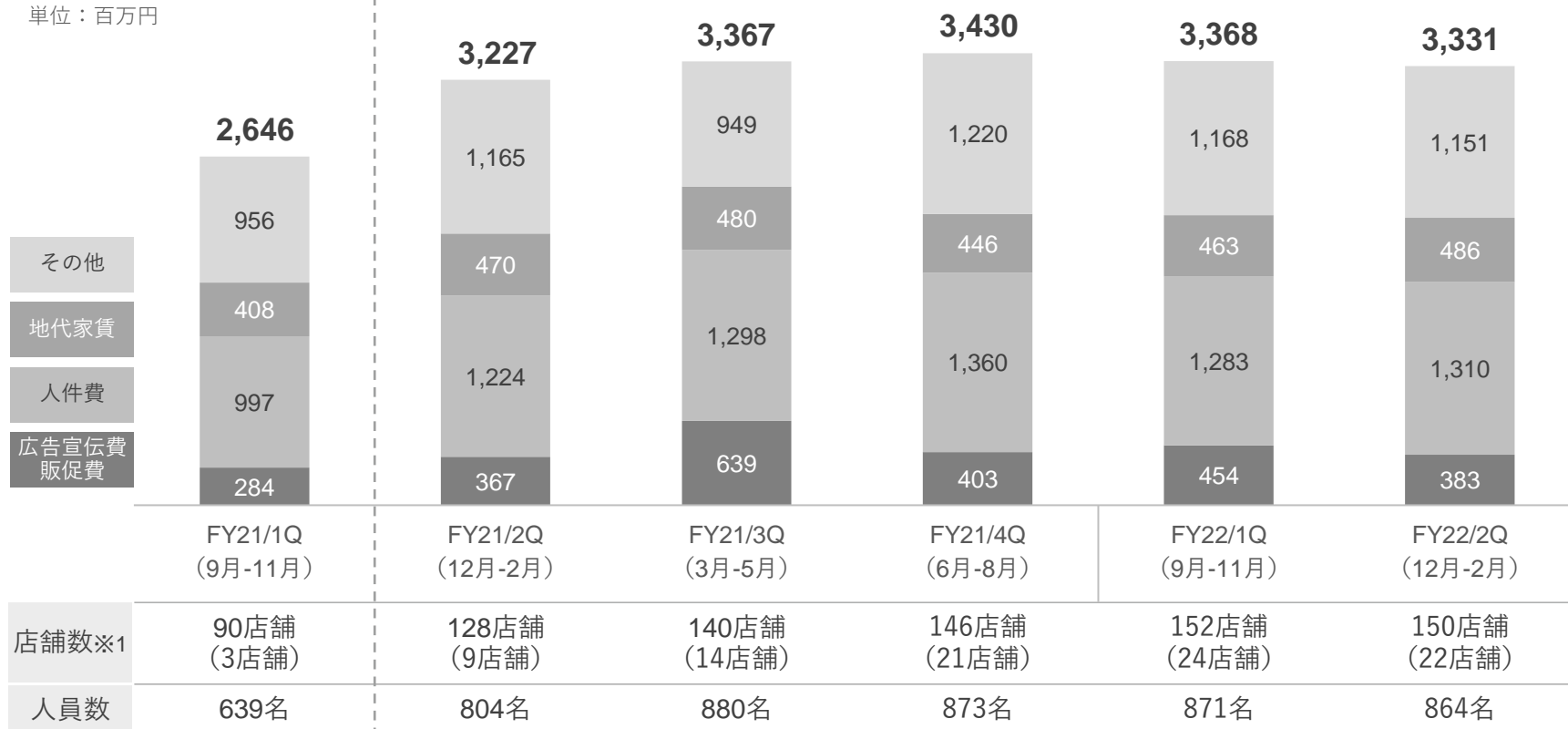
※店舗数には海外店舗も含む。( )はそのうちの海外店舗数。



# 販管費推移

単位：百万円

ネオスタ統合（PL連結）



※1 店舗数には海外店舗も含む。()はそのうちの海外店舗数。

※2 FY22/1Qより販管費の組替を変更。FY21実績についても同様に組替を実施。

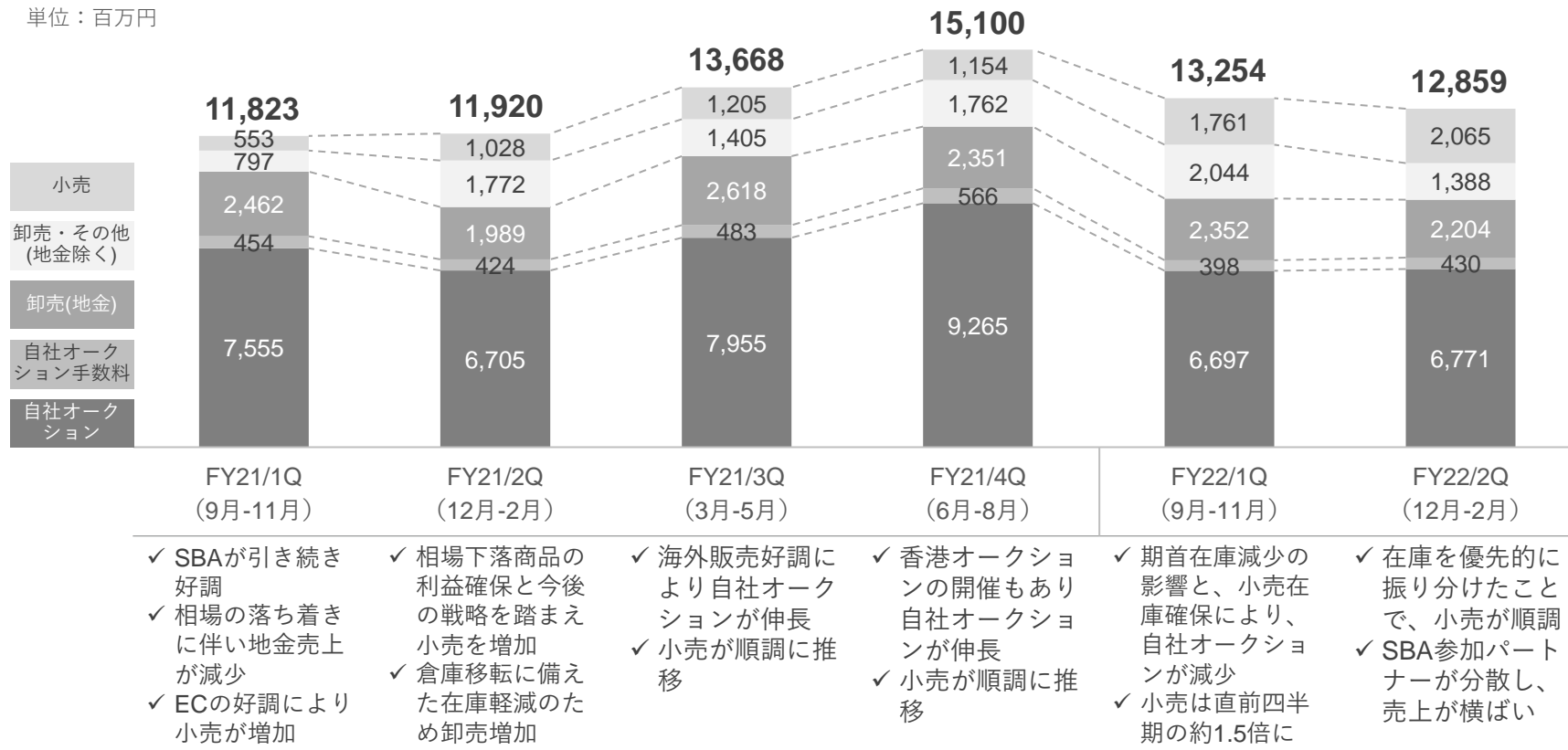
# バランスシート の概況

単位：百万円

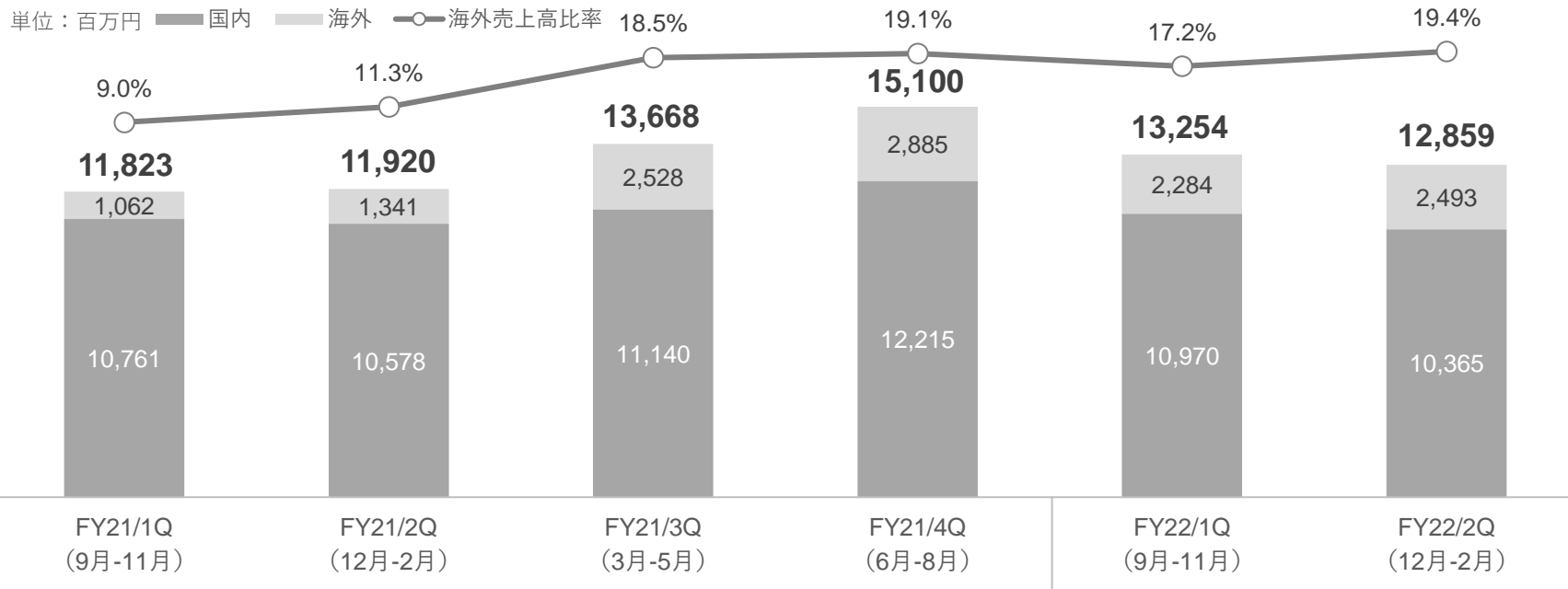
	FY21	FY22/2Q	増 減	
流動資産	13,409	<b>15,028</b>	+1,618	
現金及び預金	8,270	<b>6,182</b>	▲2,088	商品の調達や配当金の支払いにより、手元現金が減少
商品	3,921	<b>6,639</b>	+2,718	仕入拡大と戦略的な小売在庫確保により、商品が増加
その他	1,218	<b>2,206</b>	+988	
固定資産	5,317	<b>5,906</b>	+588	新規出店等に伴う有形固定資産の取得による
総資産	18,727	<b>20,934</b>	+2,206	
負債	11,457	<b>13,812</b>	+2,355	
有利子負債	8,848	<b>11,401</b>	+2,553	仕入資金の確保等により短期借入金が増加
その他	2,609	<b>2,410</b>	▲198	
純資産	7,270	<b>7,121</b>	▲148	配当金の支払や収益認識基準の適用に伴う利益剰余金の減少による
負債・純資産合計	18,727	<b>20,934</b>	+2,206	

# [売上高] 販路別 (toB, toC)

単位：百万円



# [売上高] 販路別（国内、海外）



✓ SBA香港を11月に開催  
 ✓ 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

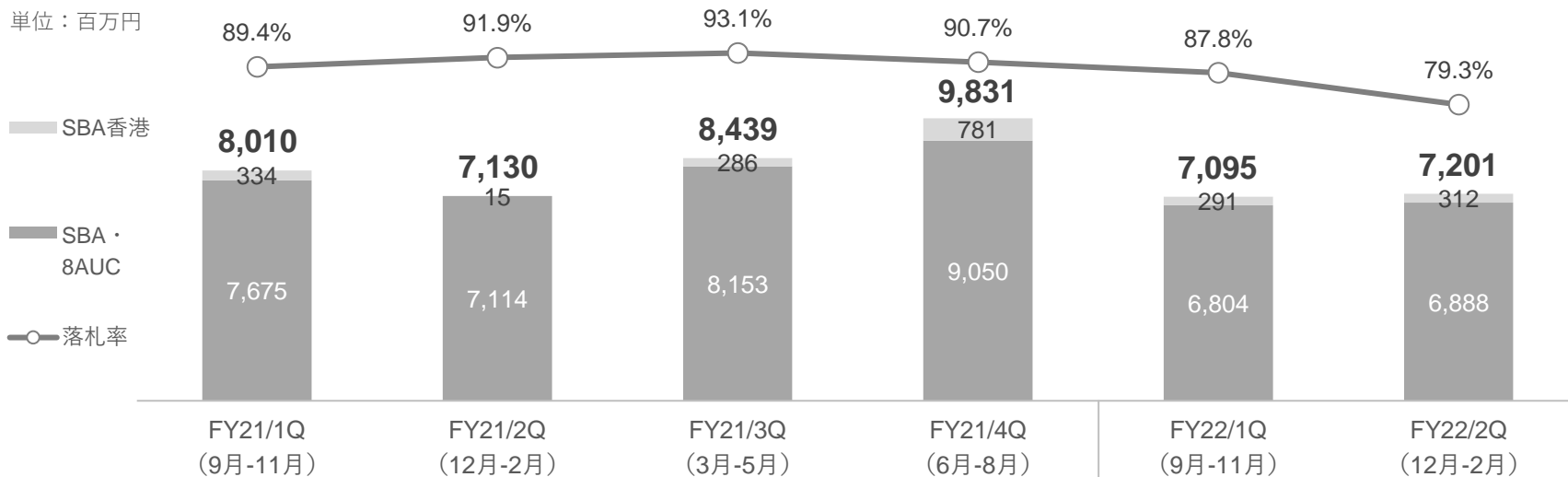
✓ SBA香港を6,8月に開催  
 ✓ SBAにおける海外販売も好調に推移

✓ SBA売上の減少により、総売上に対する海外売上高比率が微減

✓ 円安の影響や海外落札が多い時計の販売構成の高まりにより、海外売上高比率が増加

# [売上高] オークション実績

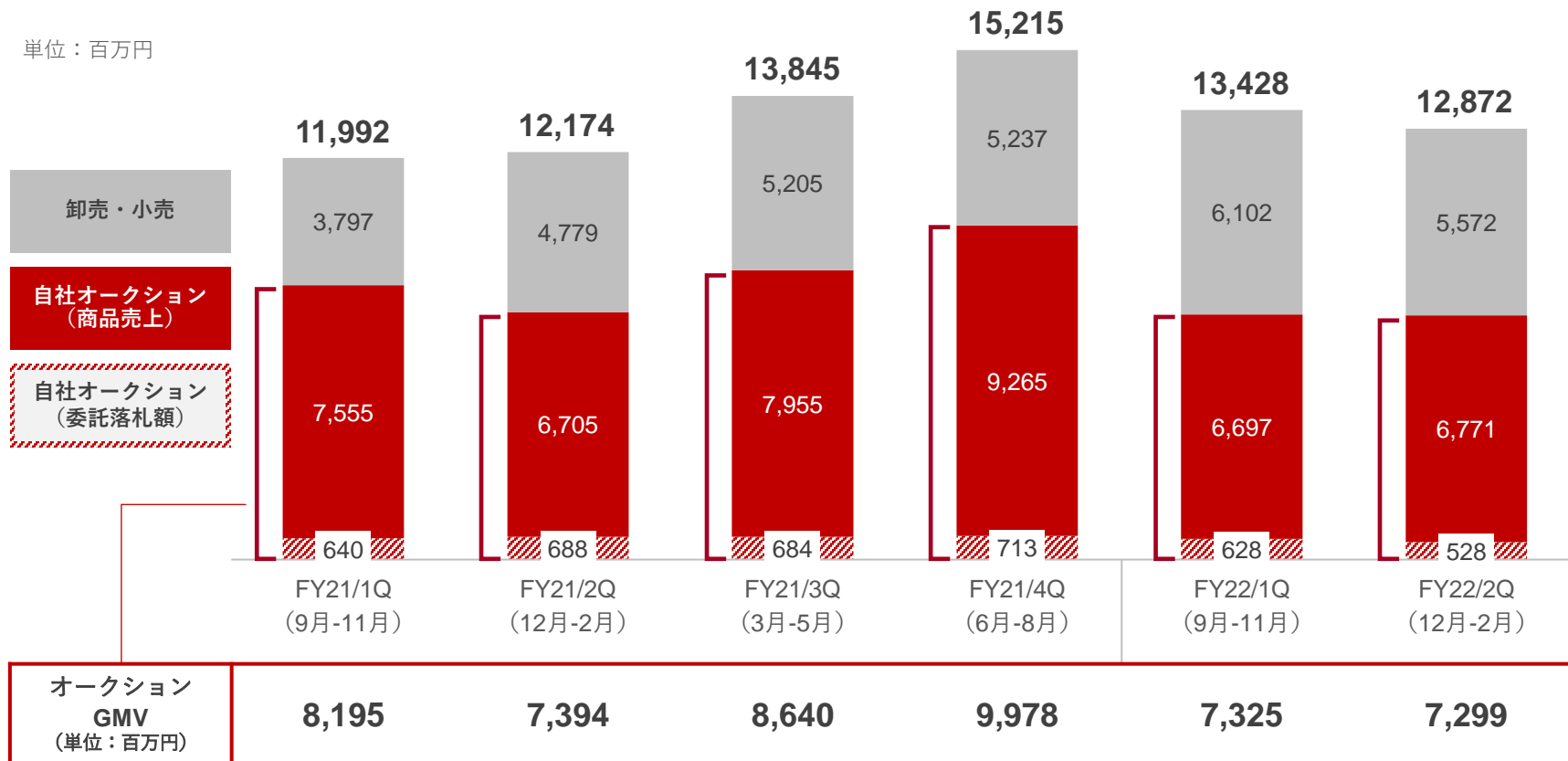
単位：百万円



国内	SBA	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	月2回 11月から毎日	毎日
	8AUC	9月、10月	12月、2月	月1回	月1回	10月、11月	月1回
海外	SBA 香港	11月	-	4月	6月、8月	11月	2月

# [GMV] GMV推移

単位：百万円



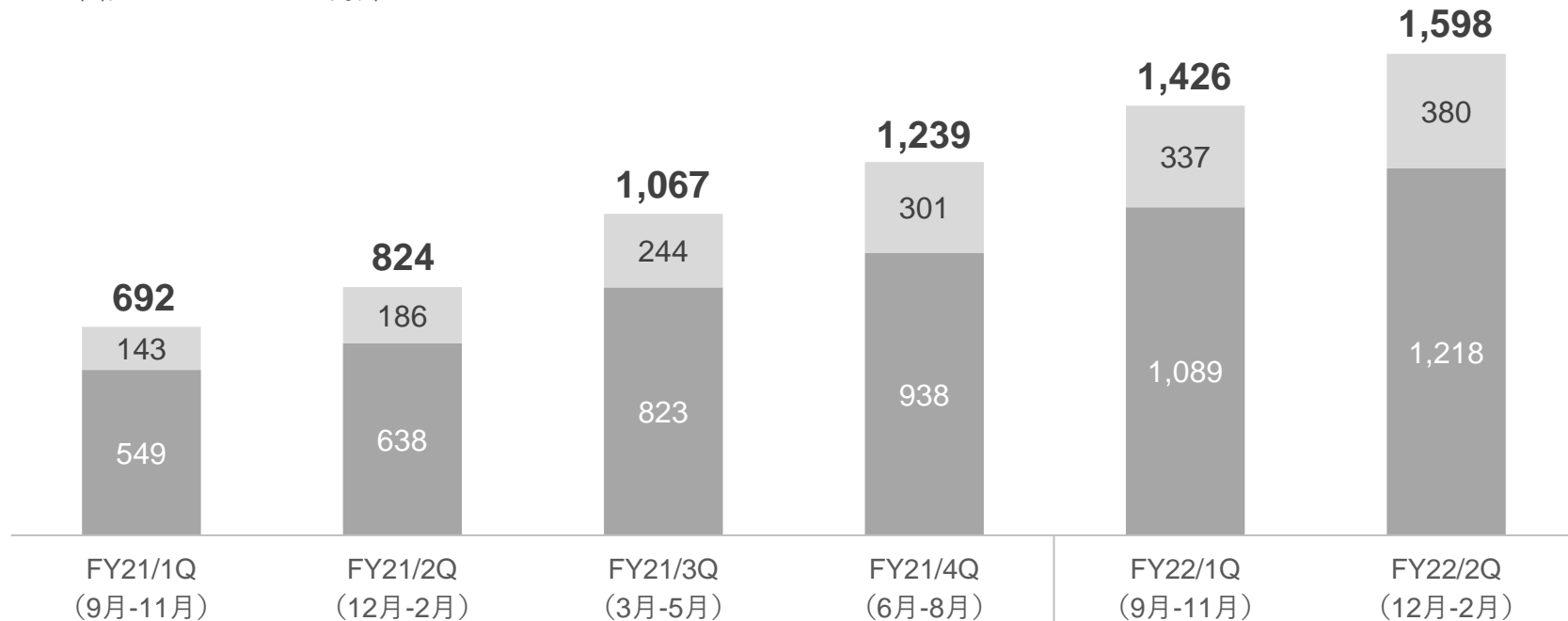
# 第2四半期 トピックス



# SBAパートナー会員数

✓ 国内、海外ともに引き続き順調に拡大

■ 国内パートナー ■ 海外パートナー

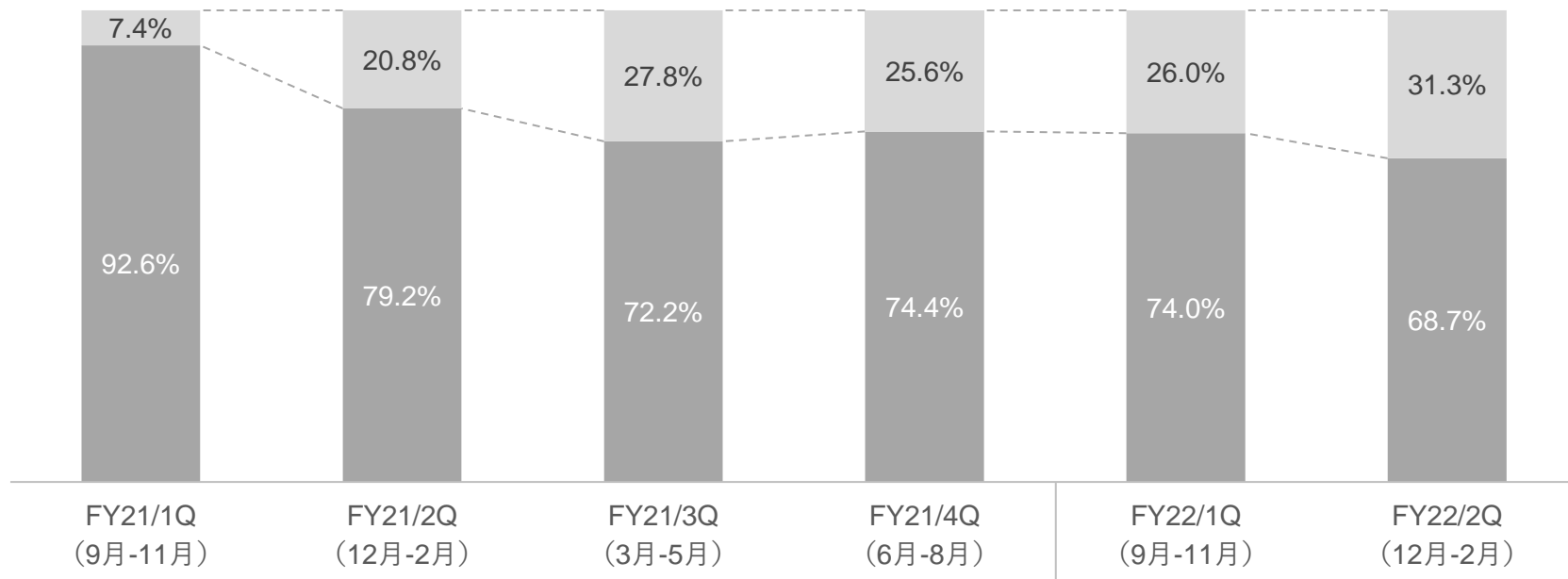




## SBA落札額の国内／海外比率

✓ 円安の影響、海外落札の多い時計の販売構成が上がったことにより海外落札比率が大きく増加

■ 国内 ■ 海外



## SBA開催方法の改善

- ✓ 11月よりSBA開催回数を増加するもパートナーの負担増により参加が分散。入札数が減少したことで落札率、落札額が低下
- ✓ 1月から改善を進め、3月より大きなリニューアルを実施

### 【変更前】

- ・各ジャンルに週4回締め日を設定
- ・ジャンルによって異なる締め時間

日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
		14:59締め アパレル	14:59締め アパレル	14:59締め アパレル	14:59締め アパレル	
		15:59締め ジュエリー	15:59締め ジュエリー	15:59締め ジュエリー	15:59締め ジュエリー	
		16:59締め バッグ	16:59締め バッグ	16:59締め バッグ	16:59締め バッグ	
		17:59締め 時計	17:59締め 時計	17:59締め 時計	17:59締め 時計	
7	8	9	10	11	12	13

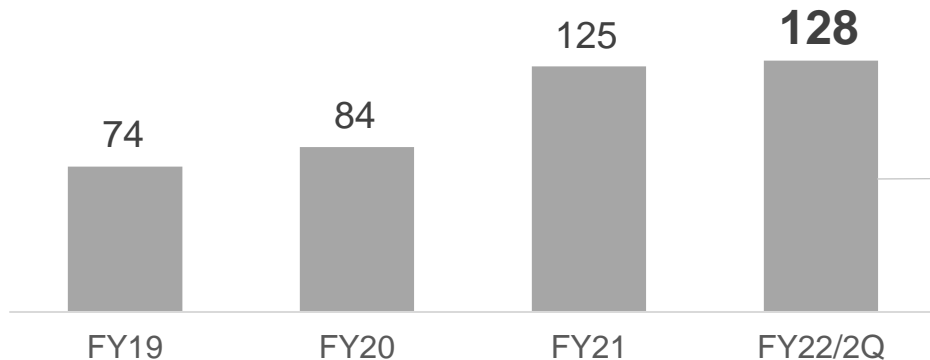
### 【変更後】

- ・ジャンルごとに曜日を分けて、締め日を週1回に設定
- ・全ジャンルを同じ締め時間に統一

日	月	火	水	木	金	土
	1	2	3	4	5	6
		13:59締め アパレル	13:59締め ジュエリー	13:59締め バッグ	13:59締め 時計	
7	8	9	10	11	12	13

# 買取店舗展開

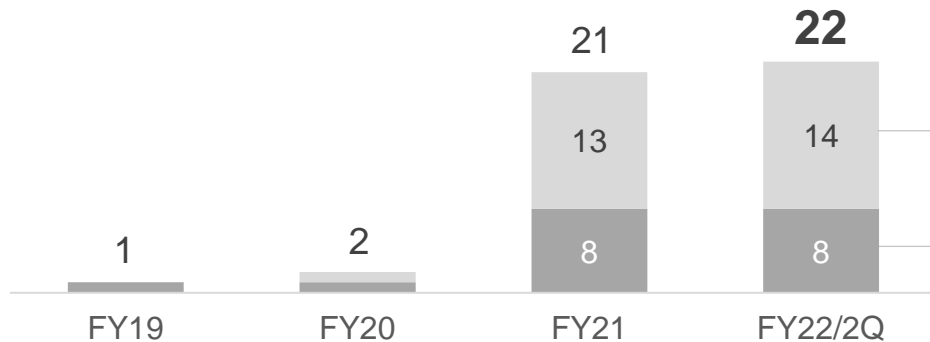
国内



- FY22は新規出店を抑え、既存店舗の効率化を図っていく

海外

■ パートナー店舗  
■ 直営店舗



- ドバイなどに新規出店
- コロナ影響で稼働率が低い国からの退店を実施

- ニューヨークに初出店
- フランス2号店が軌道に乗ったことから、契約満了に伴い1号店を退店

# ALLU表参道店オープン

✓ 2022/2/5（土）、「ALLU」の旗艦店となる表参道店をオープン



ファッション感度の高い層が多い表参道にオープン。顧客とのエンゲージメント強化のため、販売だけでなく買取も実施



地下1階：エルメスフロア  
バーキンやケリーをはじめとする、エルメスの商品を多数取り揃え



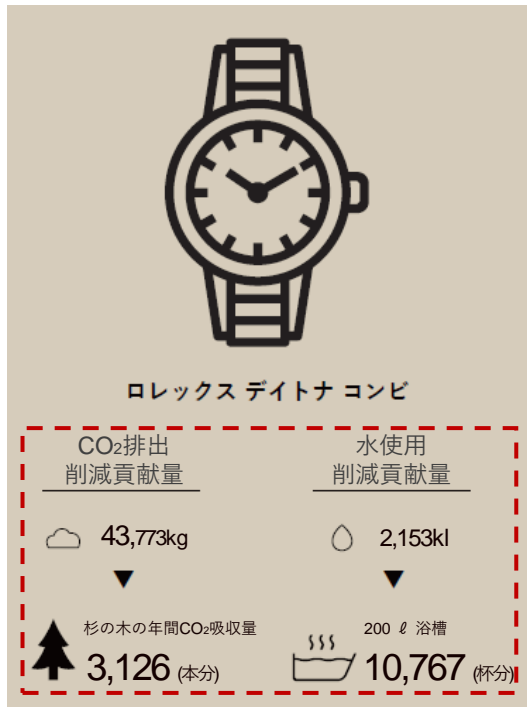
3階：ラウンジ  
イベントスペースも兼ねており、インフルエンサーとコラボレーションしたイベント等を開催

# ALLUでの新たな取組

- ✓ ALLUで販売する商品の環境負荷削減貢献量を見える化し、商品タグに表示



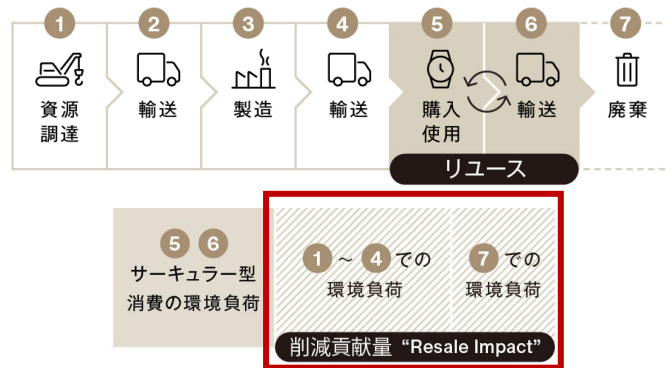
商品タグイメージ



削減貢献量の換算例

当社の「環境負荷削減貢献量“Resale Impact”」は、商品がリユースされることで削減されると推定される、二酸化炭素や水などの環境負荷を示したものです。  
 リニア型消費の資源調達から廃棄までの工程で発生する環境負荷と、サーキュラー型消費の環境負荷との差分をResale Impactとして算出しております。

## <環境負荷削減貢献量の範囲>



※詳しくは当社サイト (<https://www.valuence.inc/sustainability/>) をご覧ください

# 海外展開の強化

✓ 海外での買取強化を目指し、市場規模の大きい国に買取店舗を初出店



# 第3四半期以降の 取組



## 関ジャニ∞を起用したテレビCMの放映

- ✓ 2022/4/14～5/8の期間で、テレビCMを全国放映。GWに合わせて展開し集客効果を最大化

モノとココロでつながる未来へ。

たんぽぽ

2022/1/20より、関ジャニ∞（エイト）をイメージキャラクターとして起用

“モノとココロでつながる未来へ。”をキャッチフレーズに、プロモーションを展開

お客さまの大切な資産の価値をデザインする“バリューデザイナー”として、お客さまの人生をより豊かにし、地球や未来にもやさしい提案・取組を一層強化しながら、持続可能な社会の実現を目指していく



# toC向けビジネスの拡大

- ✓ 第3四半期以降、toC向けビジネスを更に強化していく

## なんぼや銀座本店（3月）



- なんぼや銀座本店を鳩居堂ビル地下1階にリニューアルオープン
- バリュエンスグループ随一の買取金額を誇る旗艦店として、より洗練された空間にリニューアル

## VALON BY VALUENCE（5月予定）



- プレミアム会員向けのラウンジを銀座にオープン予定
- 上質な空間を演出し、バリュエンスグループ顧客への特別なサービス提供により、顧客ロイヤリティの更なる向上を狙う

## ALLU AUCTION（夏予定）



- toC向けオークションの開催を夏に予定（以降、年4回開催予定）
- 一般消費者に向けた高級時計オークションとして、価値ある一点ものと出会える場や体験価値を提供

## ECの海外展開

- ✓ 4月よりECでの販売をアメリカで開始予定
- ✓ 買取だけではなく販売も現地で行うことで、CtoBtoBモデル拡大に加え、toC販売強化により更なる成長を目指す

ALLU SHOP NEW ARRIVALS DESIGNERS ALL FOR YOU SELL TO US 🔍 🌐 🛒



# 通期計画の見通し



## 通期計画の見通し

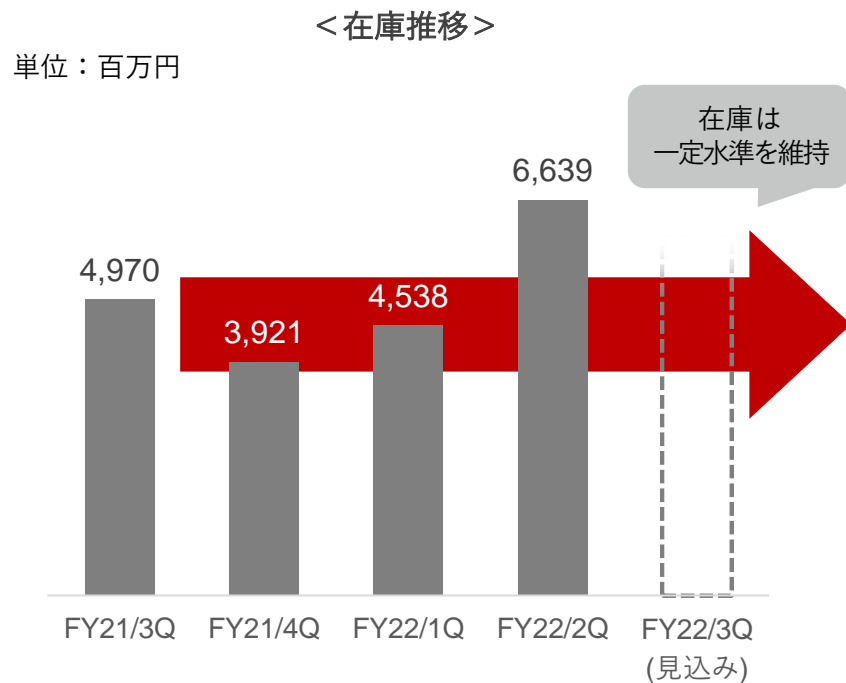
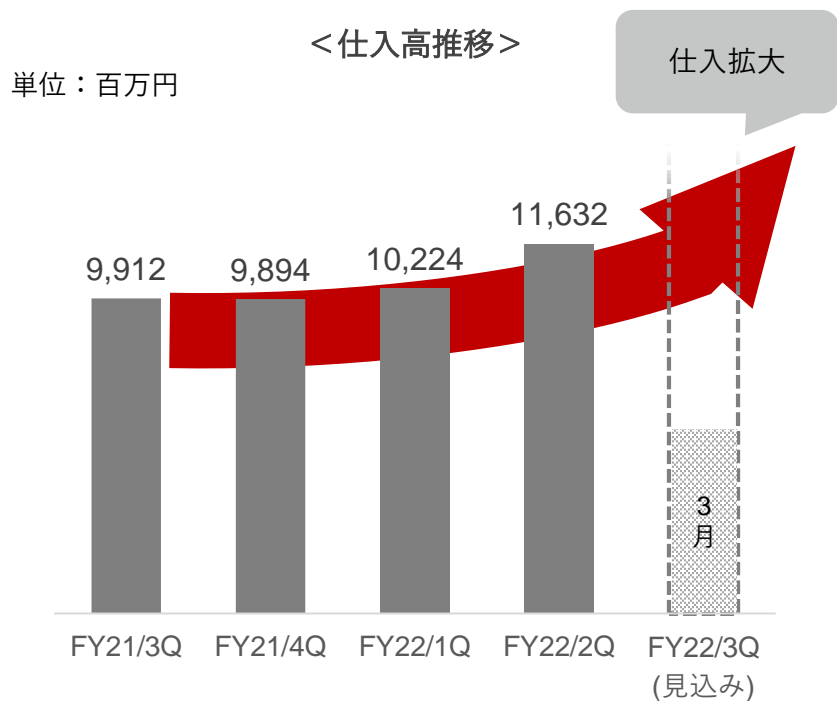
- ✓ 仕入商品の構成やSBAの開催方法変更等により売上総利益率が低下。状況を鑑み、売上総利益を変更
- ✓ 販売費及び一般管理費の調整により、**営業利益は期首計画を据え置き**

単位：百万円

	FY22 期首計画	FY22 見通し	FY22 期首計画比	(参考) FY21実績	(参考) FY21実績比
売上高	64,300	64,300	-	52,512	+22.4%
<b>売上総利益</b>	<b>18,600</b>	<b>16,300</b>	<b>▲12.4%</b>	13,841	+17.8%
<b>売上総利益率</b>	<b>28.9%</b>	<b>25.3%</b>	<b>▲3.6pts</b>	26.4%	<b>▲1.1pts</b>
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>16,800</b>	<b>14,500</b>	<b>▲13.7%</b>	12,672	+14.4%
営業利益	1,800	1,800	-	1,169	+54.0%
経常利益	1,700	1,700	-	976	+74.2%
経常利益率	2.6%	2.6%	-	1.9%	+0.8pts
親会社株主に帰属する 当期純利益	920	920	-	725	+26.9%

## 仕入高と在庫の推移

- ✓ 1Qと2Qの仕入額は過去最高を更新中。下期の小売強化施策に向けて戦略的に在庫を確保し66億円まで拡大
- ✓ 3月は過去最高の仕入額を達成。4月からのテレビCM放映により更なる仕入の拡大を目指す



# 2022年8月期 上期実績と下期予算

単位：百万円

	FY22上期 実績 (9-2月)	FY22下期 予算 (3-8月)	下期増減	下期増減率
売上高	26,113	38,187	+12,074	+46.2%
売上原価	19,199	28,801	+9,602	+50.0%
売上総利益	6,914	9,386	+2,472	+35.8%
売上総利益率	26.5%	24.6%	-	▲1.9pts
販売費及び一般管理費	6,700	7,800	+1,100	+16.4%
人件費	2,593	2,800	+207	+8.0%
地代家賃	949	1,000	+51	+5.4%
広告宣伝費・販促費	837	1,300	+463	+55.3%
その他	2,319	2,700	+381	+16.4%
営業利益	213	1,587	+1,374	+645.1%

## 下期での売上拡大を見込む

- 上期に在庫を確保
- テレビCMの放映
- 外出しやすい気候
- コロナによる業績影響は軽微見込み

## 売上総利益率は低下見込み

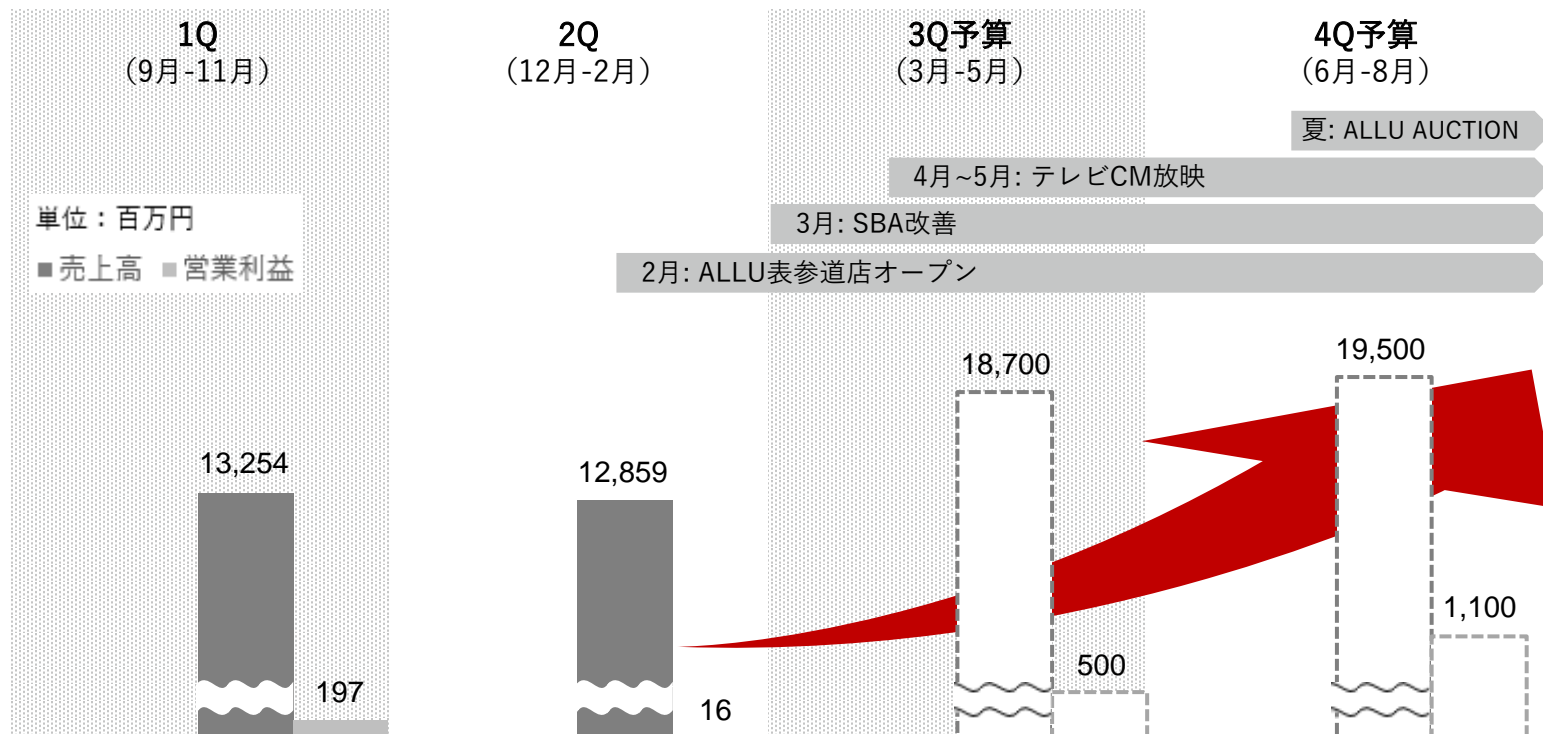
- 仕入構成の内、地金と時計が増加

## 営業利益は期首計画を維持

- 販管費を調整

# 計画達成に向けた見通し

- ✓ 各種施策により下期に加速、計画達成を目指す



# 市場規模と海外展開



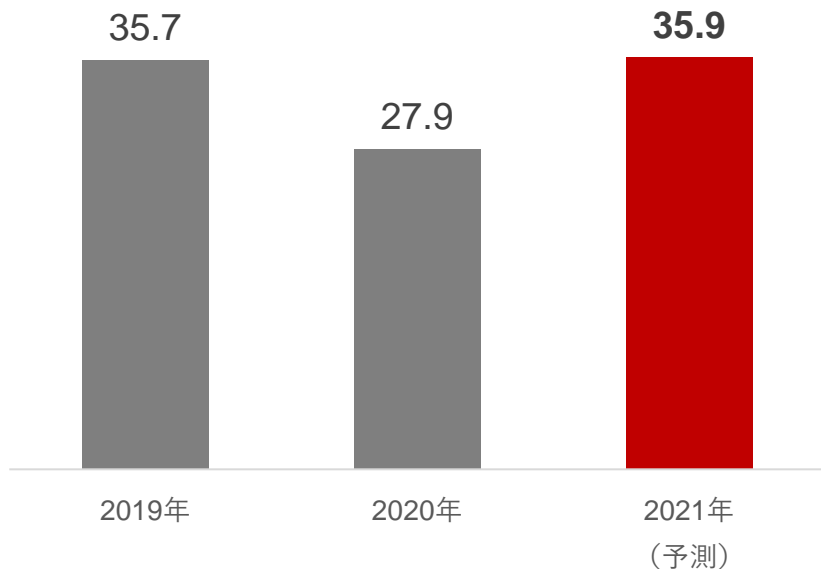


# 新品市場規模

✓ 2020年は海外・国内ともにコロナ影響を受けて落ち込み。回復のスピードに差

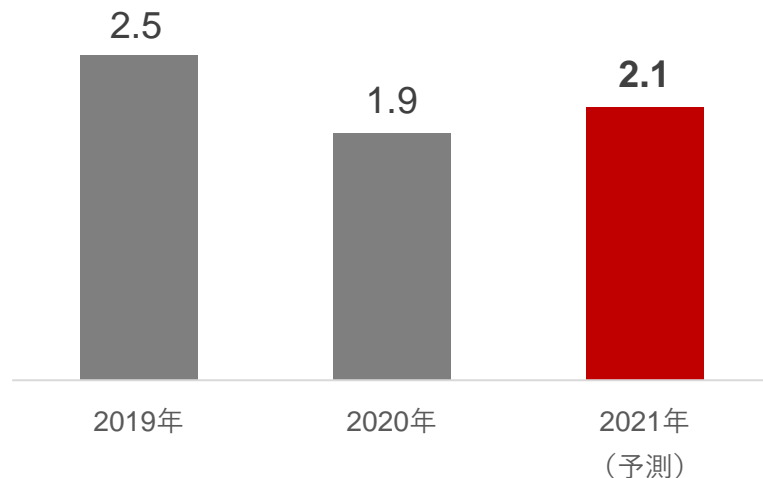
単位：兆円

<海外：新品市場規模>



単位：兆円

<国内：新品市場規模>



※1 対象商品は個人用高級品（時計、ジュエリー、アクセサリ、アパレル、美容）

※2 Bain & Company “Luxury Goods Worldwide Market Study (2021)”より当社作成

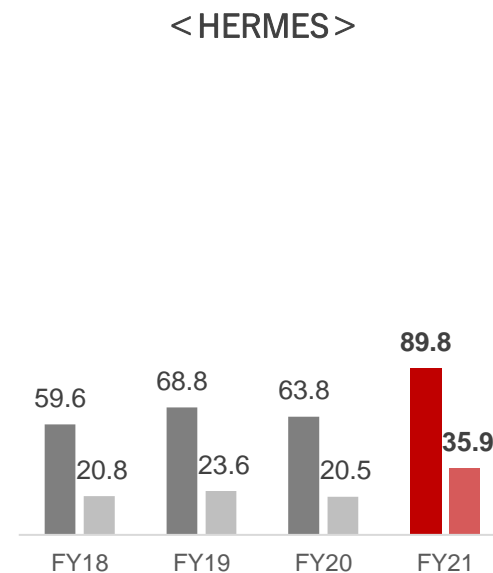
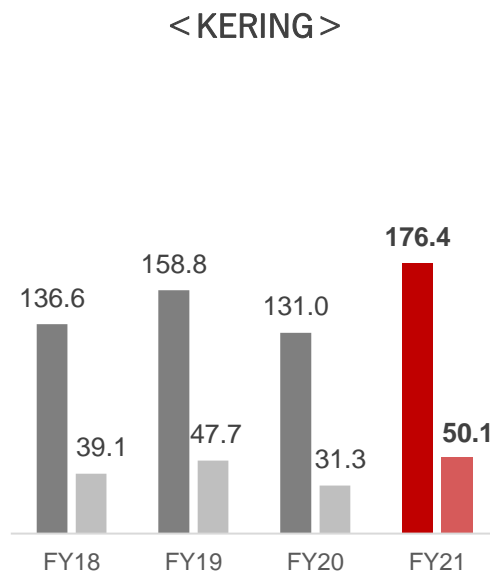
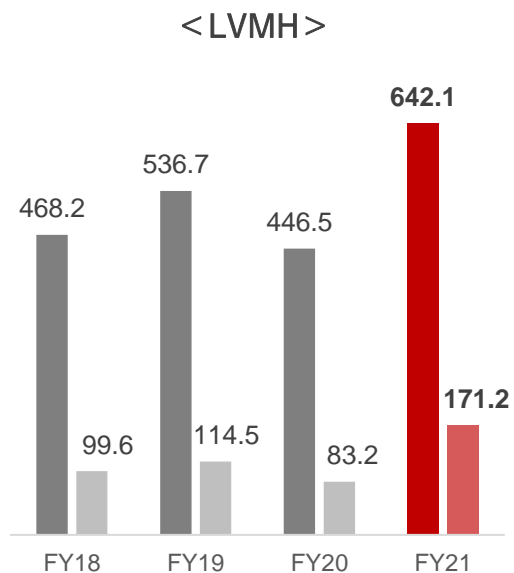
※1 対象商品は国内インポートブランド（主要15アイテム分野）

※2 矢野経済研究所 “国内インポートブランド市場に関する調査 (2021)”より当社作成

# ラグジュアリーブランドの業績

✓ ラグジュアリーブランドの業績はFY21にコロナ前を上回って回復

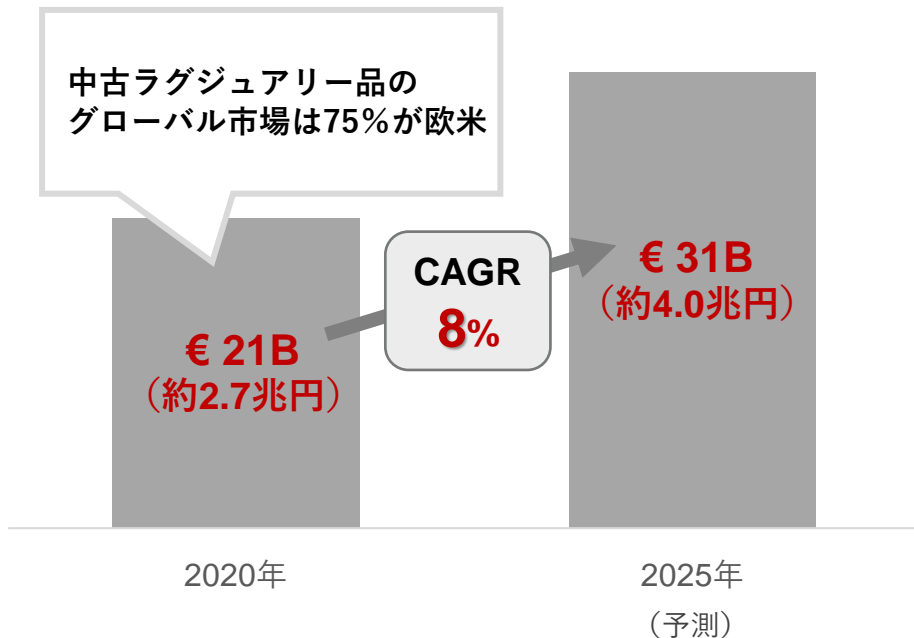
単位：億ユーロ ■ 売上高 ■ 営業利益



※ 各社決算資料より当社作成

# 中古市場規模と海外展開

<海外：中古市場規模>



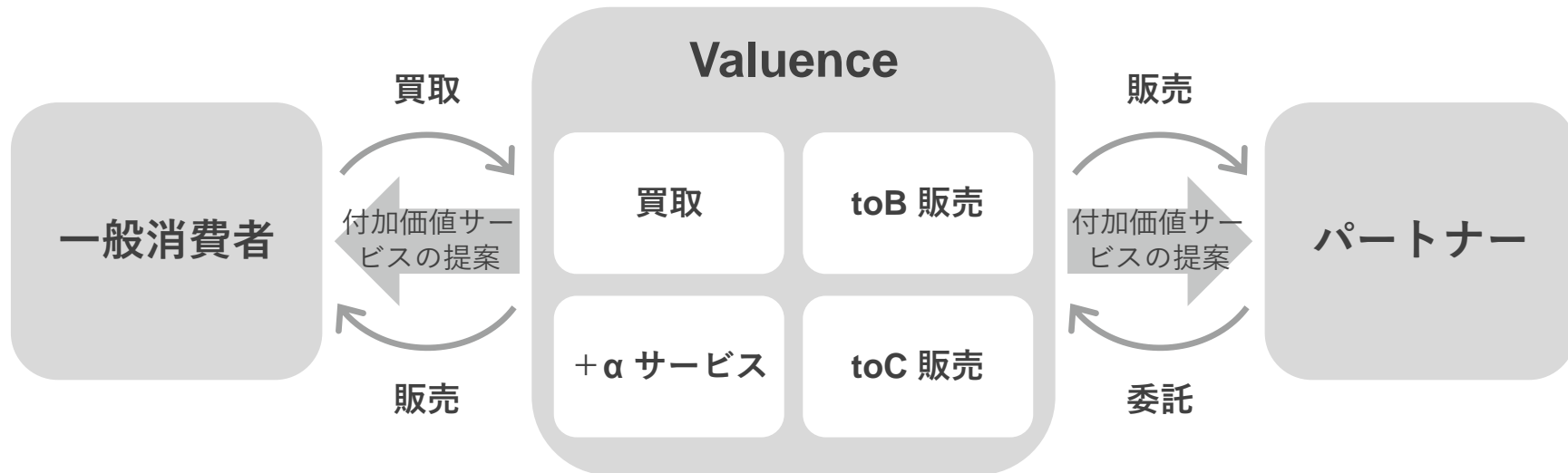
中古ラグジュアリー品の  
グローバル市場は今後も成長見込み

市場の大きい海外へ展開  
中期経営計画の達成を目指す

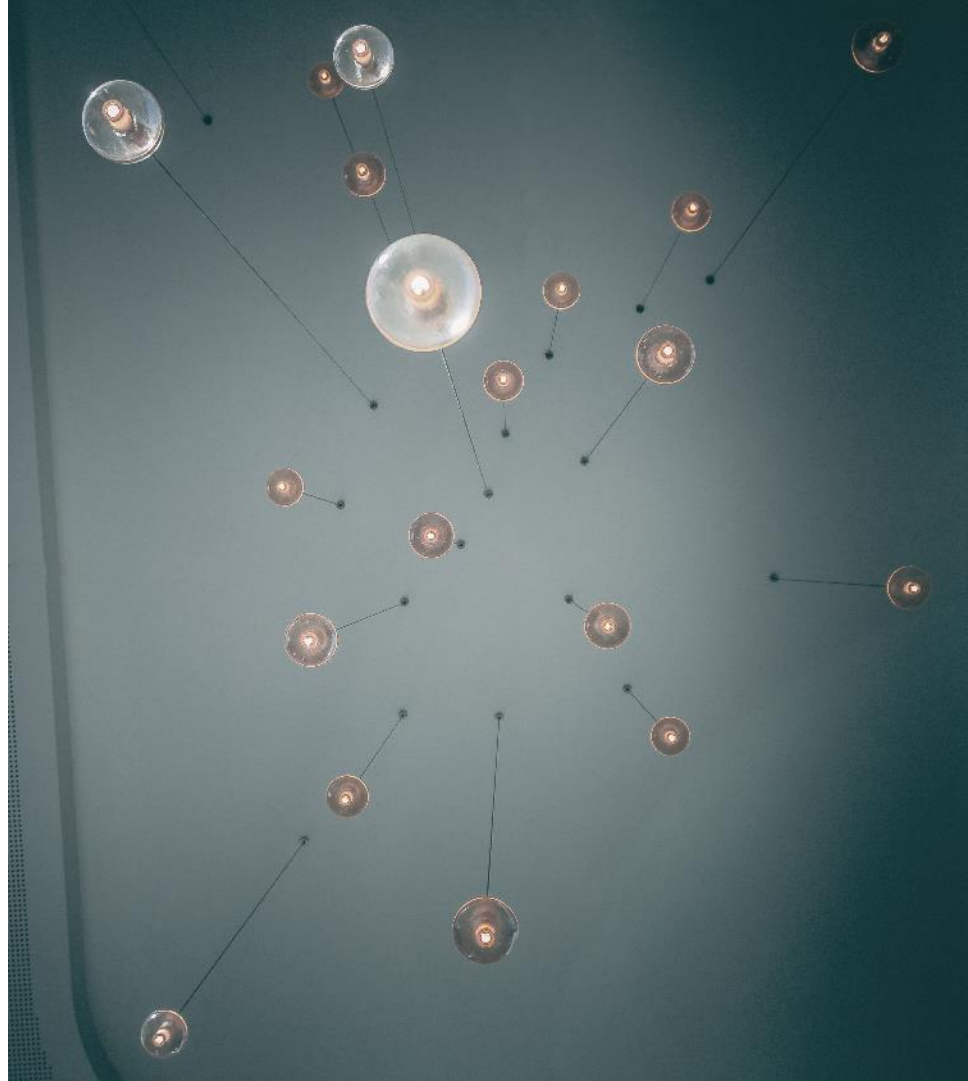
※1 対象商品は時計、ジュエリー

※2 Boston Consulting Group “The Secondhand Opportunity in Hard Luxury (2020)”より当社作成

# Global Reuse Platformer



# サステナビリティ



## 2021年度 Resale Impact\*1



当社独自のLCA\*2ツール「Valuence Resale Impact Calculator」を用いて、2021年度の当社グループが販売したラグジュアリー商品における環境フットプリント\*3削減貢献量を算出。

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可視化しました。

なお、**4,315,484t**の二酸化炭素削減貢献量は約3億8百万本分の杉が年間に吸収する二酸化炭素量に相当します。

今後更なるリユースの促進による製品フットプリントの削減に貢献していきます。

\*1：Resale Impact：「Valuence Resale Impact Calculator」を用いて算出された再販商品の環境フットプリント削減貢献量

\*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

\*3：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

# トピックス

健康経営優良法人2022  
(大規模法人部門) に認定



地域の健康課題に即した取組や健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を経済産業省が顕彰する制度です。

当社の健康経営や働き方改革が評価され、健康経営優良法人2022（大規模法人部門）に認定されました。

「SDGs推進サポートローン」  
より調達

みずほ銀行の提供する「SDGs推進サポートローン」は、SDGsに取り組んでいる、または今後取り組む企業を対象に、資金調達サポートと同時にその取組をサポートするものです。

今回の借入により、事業を通じて、今後更に本格化するサステナビリティへの取組を加速させる足がかりとしていきます。

「ジャパンサステナブル  
ファッションアライアンス」に加盟

ファッション・繊維企業が加盟し、経済産業省、環境省、消費者庁がパブリックパートナーとして参加する、サステナブルなファッション産業への移行を推進する国内団体です。

同団体への加盟を通じて、国内外におけるサーキュラーエコノミーへの移行に貢献していきます。

# トピックス

## 「南葛SC」のメインパートナーに就任



©高橋陽一 / 集英社

2022年シーズンより関東2部リーグから1部リーグへと戦いの舞台を移した南葛SCは、日本代表として活躍した選手をチームに迎えその勢いを強めております。ユニフォームの胸スペースには、メインパートナーに就任した当社のロゴが掲出されています。今後も新しいクラブ経営という目線で南葛SCと連携し、より一層の南葛SCの成長や活躍を応援していきます。

## 「MAGO Gallery New York」をオープン



Photo by Naoki Fukuda

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、バリュエンスグループの海外拠点でギャラリー展開を始めております。香港、パリに続き、3つ目となるギャラリーを4月にニューヨークへオープンしました。



# 株主還元施策



## 自己株式の取得

- ✓ 資本効率の改善と経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行のため、自己株式の取得を決議

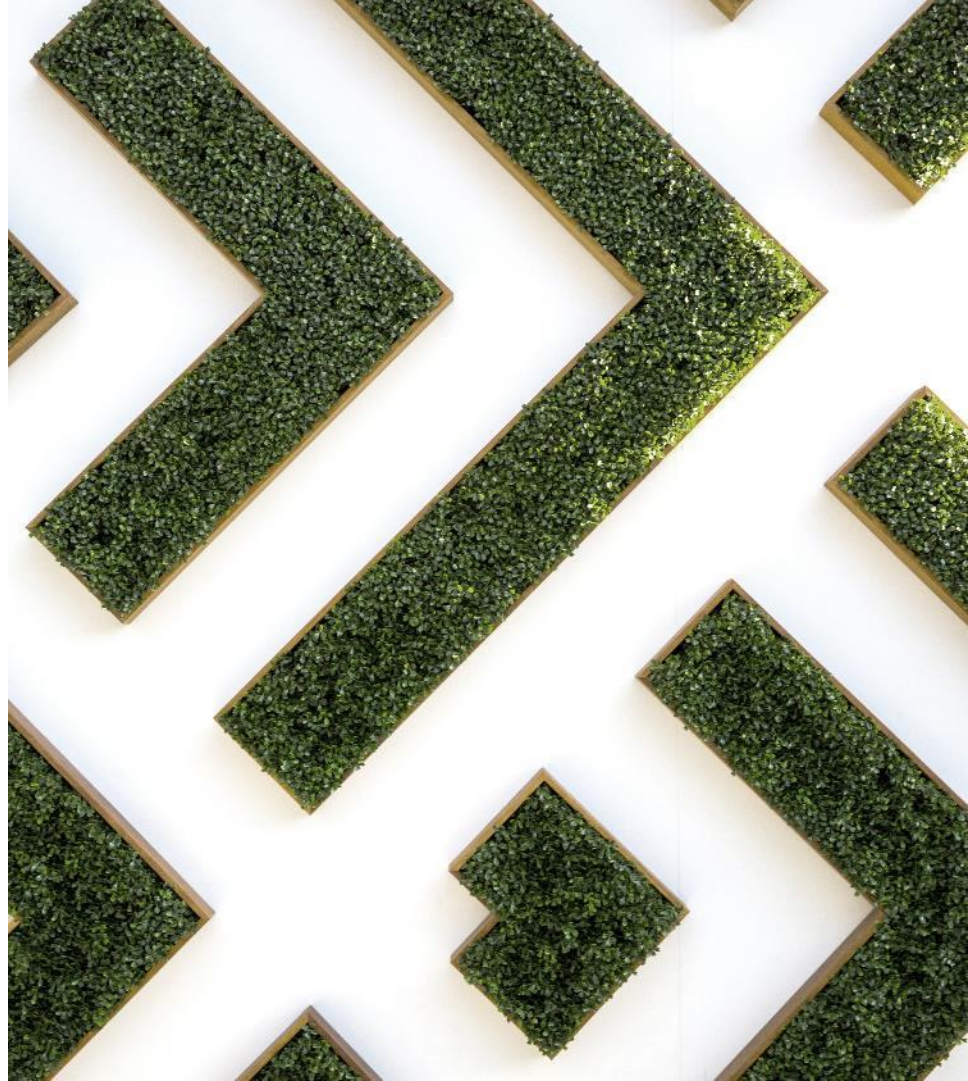
取得し得る株式の総数 : 350,000株 (上限)  
※発行済株式総数 (自己株式を除く) に対する割合 2.66%

株式の取得価額の総額 : 500,000,000円 (上限)

取得の方法 : 東京証券取引所における市場買付け

取得期間 : 2022年4月15日～2022年8月24日

# Appendix



# 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	1,146百万円（2022年2月末）
従業員数	864名（2022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10社 持分法適用関連会社1社 （2022年2月現在）

## 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

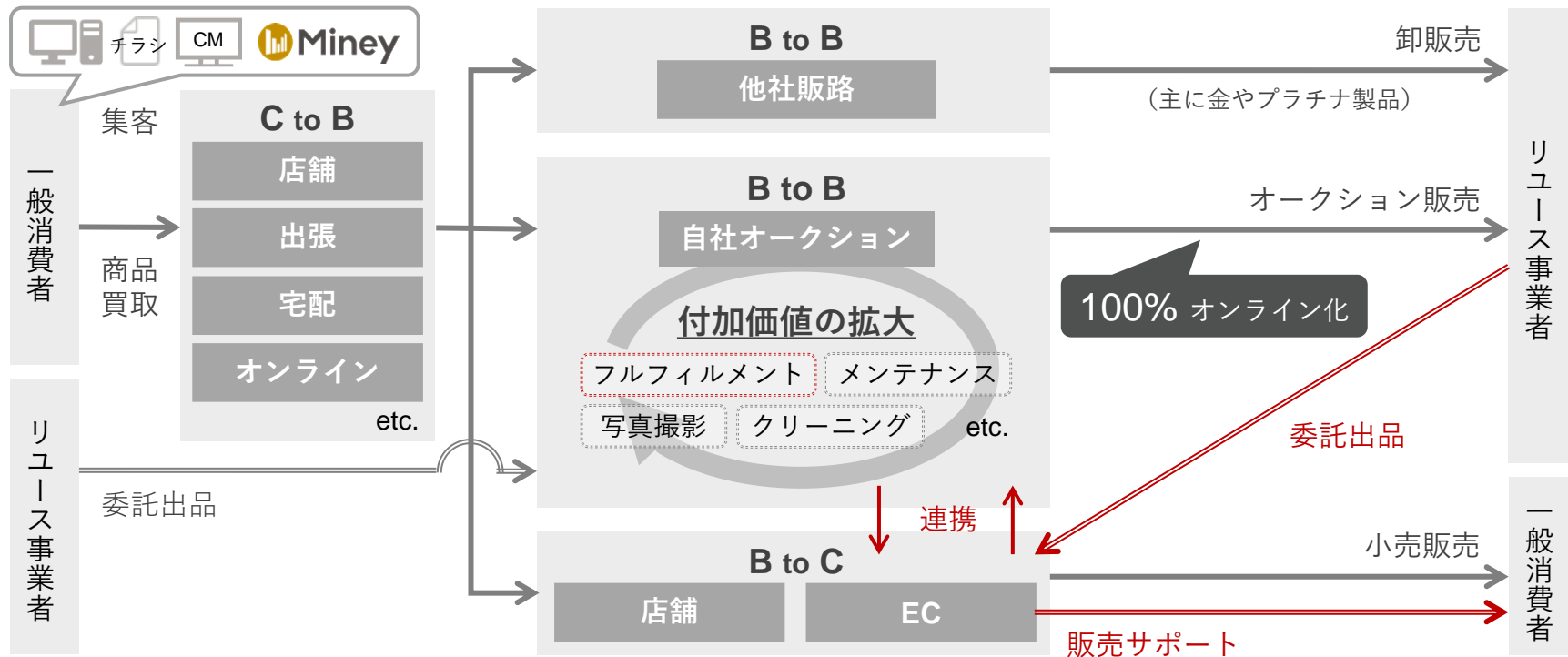


# ビジネスモデル

—— 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



# 事業紹介/サービス紹介

## 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/サービス紹介

## 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。

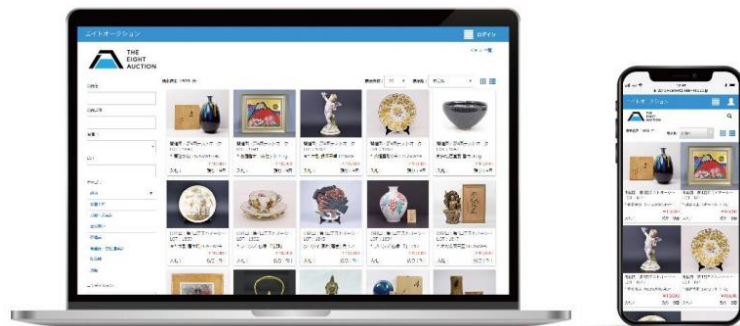
### ◆ STAR BUYERS AUCTION ◆

- ✓ 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/サービス紹介

## 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・表参道の3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/サービス紹介

## 資産管理アプリ

もっと便利に、賢く、自由に、モノの管理、運用を。

### ◆ Miney ◆

- ✓ モノの価値が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。

ベストな売りどきを教えてくれる「売れどきアラート」アプリ

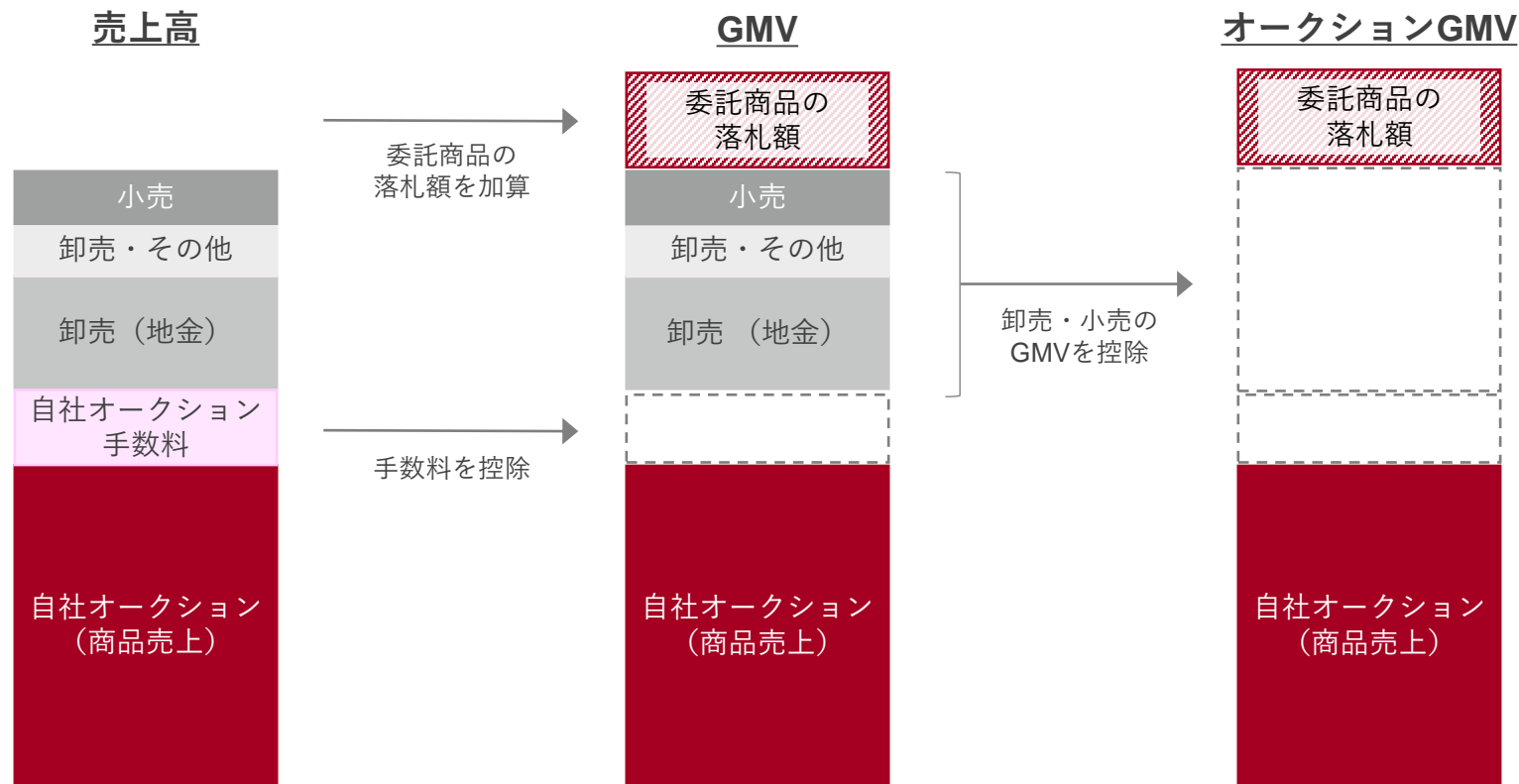
動画でわかる Miney

今すぐかんたん無料登録！

登録料・利用料 無料

※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「2022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・ESG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**