

# 2026年8月期 第2四半期決算説明資料

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4月10日

---

03

---

**2026年8月期  
第2四半期 業績サマリー  
及び業績予想の修正**

---

28

---

**サステナビリティ**

---

08

---

**2026年8月期  
第2四半期 業績**

---

31

---

**配当予想の修正**

---

20

---

**中期経営計画の進捗状況  
と今後の取組**

---

33

---

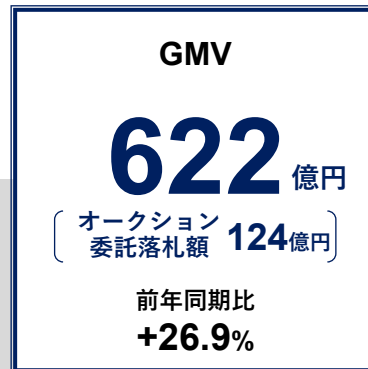
**Appendix**

# 2026年8月期 第2四半期 業績サマリー 及び業績予想の修正

## 2026年8月期 第2四半期（累計）サマリー

### 営業利益は前年同期比5.1倍の35億円と過去最高を更新

- オークション委託落札額は前年同期比26.3%増の124億円と好調に拡大。小売売上高及び卸売（地金）売上高の伸長もあり、GMVは同26.9%増の622億円
- 2Qの小売ハイシーズンに向け潤沢な在庫を確保できていたことから、国内店舗及びECの売上高が好調に拡大。小売売上高は同42.8%増の132億円まで拡大し、小売売上高比率も25.4%まで伸長。また、引き続き地金相場が好調に推移したこともあり、売上高は同27.3%増の519億円
- 売上総利益率重視の仕入継続に加え、小売売上高比率の伸長等、これまでの投資の成果が顕在化。各商品ジャンルの相場も安定推移したこともあり、売上総利益率は同1.5pts増の27.1%
- 買取店舗の新規出店等今後の事業拡大を見据えた積極的な人材採用等の投資は継続も、効率を重視した事業運営は継続。営業利益は同5.1倍の35億円



## 2026年8月期 第2四半期 業績

- 2Qの小売ハイシーズンに向け潤沢な在庫を確保できていたことに加え、仕入も好調に推移しFY26/2Qの売上高は前年同期比24.7%増の274億円
- 売上総利益率重視の仕入は引き続き継続。小売売上高比率の伸長等、これまでの投資の成果や収益性改善施策による効果が顕在化。各商品ジャンルの相場も引き続き安定推移したこともあり、売上総利益率は同1.1pts増の27.0%とFY26/1Qからほぼ横ばい
- 効率重視の事業運営は継続しつつ、中長期的な成長を見据えた投資にも着手。これらの結果、営業利益は同2.6倍の20億円

| 単位：百万円              | FY25/2Q | FY26/2Q       | 増減率     | FY25/2Q<br>(累計) | FY26/2Q<br>(累計) | 増減率     |
|---------------------|---------|---------------|---------|-----------------|-----------------|---------|
| 売上高                 | 22,007  | <b>27,442</b> | +24.7%  | 40,831          | <b>51,970</b>   | +27.3%  |
| 売上原価                | 16,292  | <b>20,026</b> | +22.9%  | 30,387          | <b>37,875</b>   | +24.6%  |
| 売上総利益               | 5,715   | <b>7,415</b>  | +29.8%  | 10,444          | <b>14,094</b>   | +35.0%  |
| 売上総利益率              | 26.0%   | <b>27.0%</b>  | +1.1pts | 25.6%           | <b>27.1%</b>    | +1.5pts |
| 販売費及び一般管理費          | 4,936   | <b>5,366</b>  | +8.7%   | 9,745           | <b>10,540</b>   | +8.2%   |
| 営業利益                | 778     | <b>2,048</b>  | 2.6倍    | 698             | <b>3,554</b>    | 5.1倍    |
| 営業利益率               | 3.5%    | <b>7.5%</b>   | +3.9pts | 1.7%            | <b>6.8%</b>     | +5.1pts |
| 経常利益                | 840     | <b>2,006</b>  | 2.4倍    | 669             | <b>3,454</b>    | 5.2倍    |
| 経常利益率               | 3.8%    | <b>7.3%</b>   | +3.5pts | 1.6%            | <b>6.6%</b>     | +5.0pts |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 544     | <b>1,298</b>  | 2.4倍    | 283             | <b>2,252</b>    | 7.9倍    |

※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）

# バランスシートの概況

単位：百万円

|                          | FY25末  | FY26/2Q末 | 増減     |
|--------------------------|--------|----------|--------|
| 流動資産                     | 20,043 | 27,950   | +7,906 |
| 現金及び預金                   | 5,304  | 7,915    | +2,610 |
| 商品                       | 10,405 | 13,635   | +3,229 |
| その他                      | 4,332  | 6,399    | +2,066 |
| 固定資産                     | 10,894 | 10,944   | +50    |
| 総資産                      | 30,938 | 38,894   | +7,956 |
| 負債                       | 23,262 | 29,191   | +5,929 |
| 有利子負債<br>(リース債務含む)       | 18,502 | 23,654   | +5,152 |
| 短期                       | 8,475  | 10,831   | +2,356 |
| 長期<br>(一年以内返済長期借入金・社債含む) | 10,027 | 12,823   | +2,796 |
| その他                      | 4,759  | 5,536    | +776   |
| 純資産                      | 7,676  | 9,703    | +2,027 |
| 負債・純資産合計                 | 30,938 | 38,894   | +7,956 |

- ・在庫回転期間は57日
- ・FY26/2Qは小売販売好調も、仕入拡大により引き続き在庫は潤沢
- ・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、TWISTED車両販売は順調

<商品（自動車を除く）>  
 FY25末：98億円  
 → FY26/1Q末：119億円 → FY26/2Q末：131億円

- ・未収消費税及び小売拡大に伴う売掛金の増加等

- ・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

- ・仕入資金調達及び手元流動性確保による借入金の増加

- ・賞与引当金及び未払法人税の計上等

- ・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

## 業績予想の修正

- FY26上期実績、足元の業績進捗及びマーケット環境が不安定な状況等を踏まえ、以下のとおり通期の業績予想を再修正
- 地金相場上昇の外部環境の影響は一定程度寄与しているものの、売上総利益率重視の仕入や効率重視の店舗運営、海外での買取店舗展開による仕入強化等、当社の着実な仕入活動に加え、販売面においてはオークション及び小売双方でのプラットフォーム戦略が奏功。2026年1月に公表した修正計画から更に引き上げ、売上高1,060億円、営業利益55億円と業績予想の上方修正を実施

単位：百万円

|                     | FY25   | FY26<br>(前回修正計画) | FY26<br>(今回修正計画) | 増減率<br>(FY25対比) | 増減率<br>(前回修正計画対比) |
|---------------------|--------|------------------|------------------|-----------------|-------------------|
| 売上高                 | 84,841 | 99,000           | <b>106,000</b>   | +24.9%          | +7.1%             |
| 売上原価                | 63,532 | 73,450           | <b>78,050</b>    | +22.9%          | +6.3%             |
| 売上総利益               | 21,308 | 25,550           | <b>27,950</b>    | +31.2%          | +9.4%             |
| 売上総利益率              | 25.1%  | 25.8%            | <b>26.4%</b>     | +1.3pts         | +0.6pts           |
| 販売費及び一般管理費          | 19,854 | 21,550           | <b>22,450</b>    | +13.1%          | +4.2%             |
| 営業利益                | 1,453  | 4,000            | <b>5,500</b>     | 3.8倍            | +37.5%            |
| 営業利益率               | 1.7%   | 4.0%             | <b>5.2%</b>      | +3.5pts         | +1.1pts           |
| 経常利益                | 1,315  | 3,700            | <b>5,260</b>     | 4.0倍            | +42.2%            |
| 経常利益率               | 1.6%   | 3.7%             | <b>5.0%</b>      | +3.4pts         | +1.2pts           |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 681    | 1,900            | <b>3,000</b>     | 4.4倍            | +57.9%            |

- 仕入好調な背景や5月にTVCMをはじめとする認知拡大施策による集客増加等を考慮
- 下期は小売販売は落ち着き、オークション売上高が伸長することも考慮し、売上総利益率は設定

### 【来期成長に向けた追加投資】

- なんぼや各店舗の一斉修繕
- なんぼや認知拡大施策の追加実施（8月頃）
- 「オリジナル・パーキン」の大阪での展示会によるALLU認知拡大施策
- リペア事業への追加投資
- 採用の加速、人材への投資等

追加投資実施も営業利益率は5%台まで伸長

大きな特別損失の計上予定なし



# 2026年8月期 第2四半期 業績



### 買取

- ・ **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1店舗当たりの仕入高及びアライアンスによる仕入が伸長。海外は東南アジアを中心に仕入が好調に拡大。仕入高は前年同期比32.7%増の211億円※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。**FY26は出店戦略に基づき収益性を重視した出店を加速。** FY26/2Qでは国内店舗を2店舗、海外はパートナー店舗2店舗を出店。FY26/2Q末の店舗数は**国内139店舗**※2、**海外53店舗**



### 販売

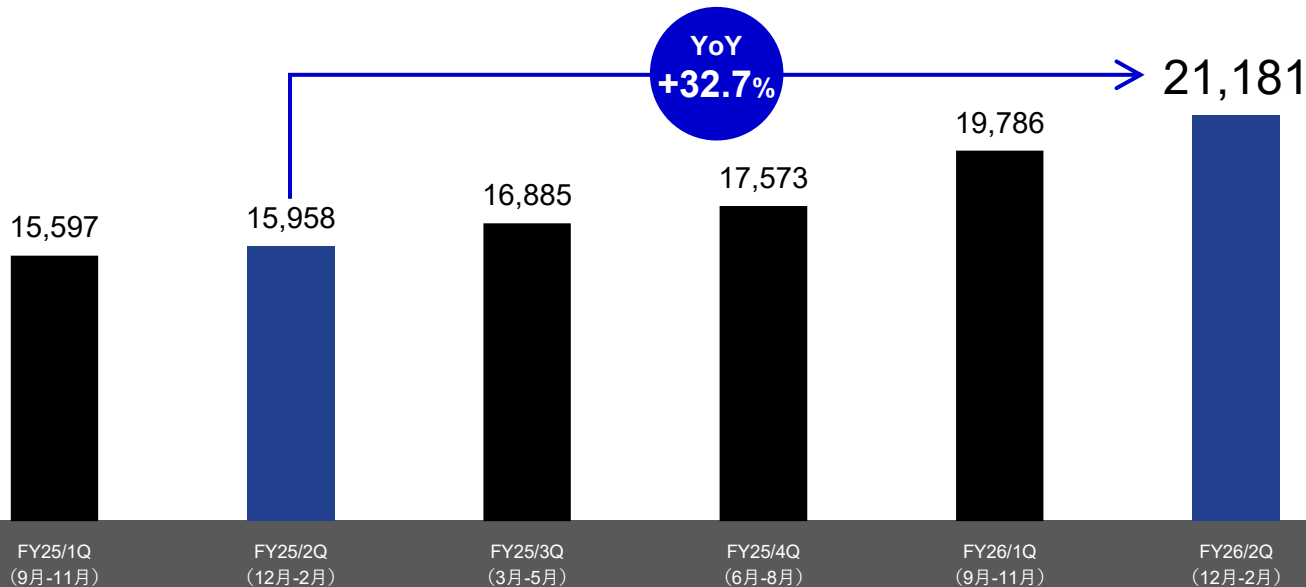
- ・ 2Qの小売ハイシーズンに向け潤沢な在庫を確保できていたことに加え、仕入も好調に推移したことから、国内店舗及びECの売上高が好調に拡大。**小売売上高は前年同期比41.0%増の72億円と過去最高を更新。** 売上高は同24.7%増の274億円
- ・ オークション閑散期であるにも関わらず、**オークション委託落札額は同28.6%増の62億円。** 委託拡大及びSBA※3における会員費及び参加費の徴収により、**自社オークション手数料売上高は同20.1%増の9.1億円**
- ・ 売上総利益率が比較的低い卸売（地金）売上高比率も拡大したものの、**小売売上高比率が26.4%まで上昇**したことに加え、売上総利益率重視の仕入を継続していることや、商品相場も安定していたことにより、**売上総利益率は同1.1pts増の27.0%**

## 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。店舗数の増加はないものの、1店舗当たりの仕入高が好調に拡大
- 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仕入が好調に推移。例年2Qは季節要因等により仕入が落ち込む傾向にあるものの、FY26/2Qは計画以上の仕入を確保
- 国内なんぼや店舗の仕入のみならず、アライアンス及び海外における仕入も大きく牽引し、仕入高は前年同期比32.7%増の211億円（直前四半期比7.1%増）

単位：百万円

仕入高※1



国内買取店舗数※2

139店舗

138店舗

138店舗

139店舗

141店舗

139店舗

海外買取店舗数

45店舗

46店舗

46店舗

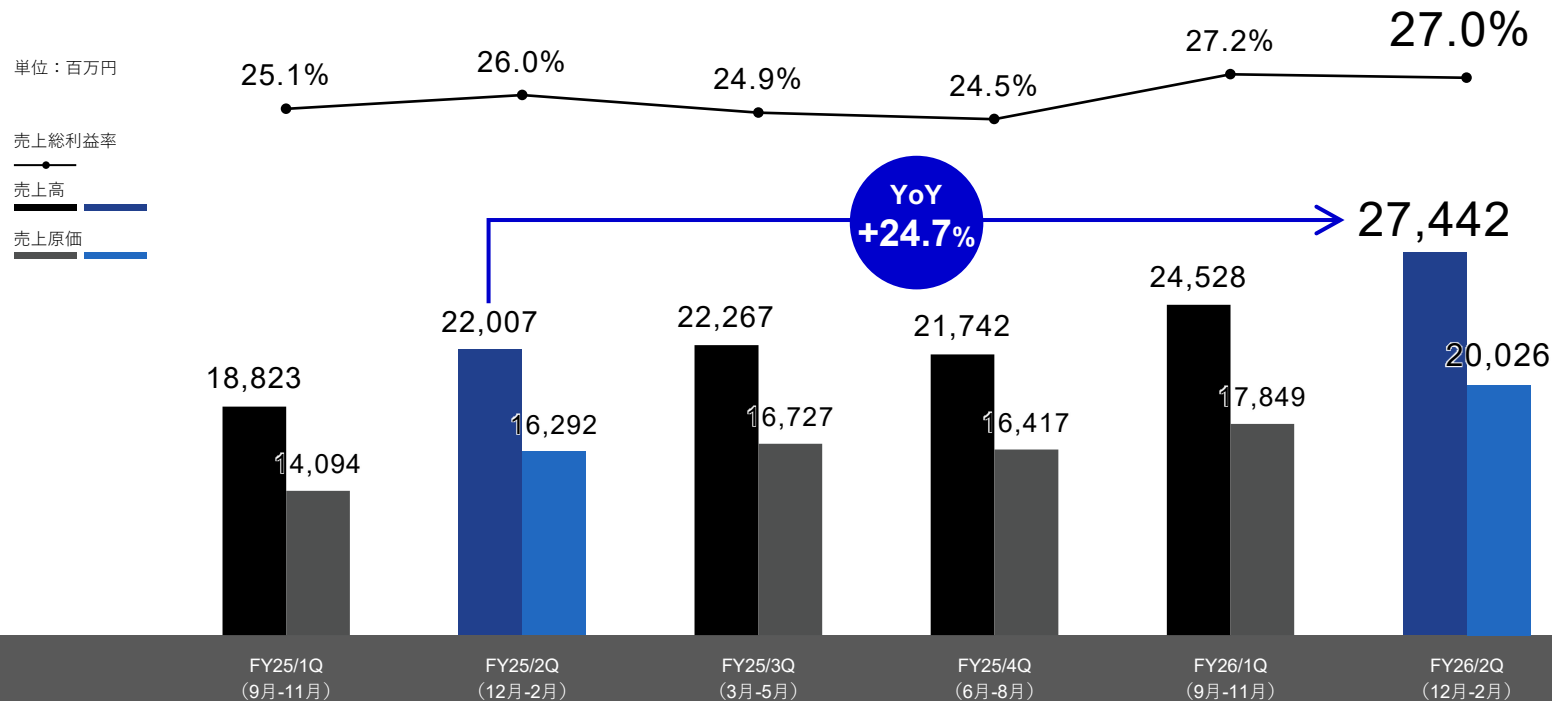
49店舗

53店舗

53店舗

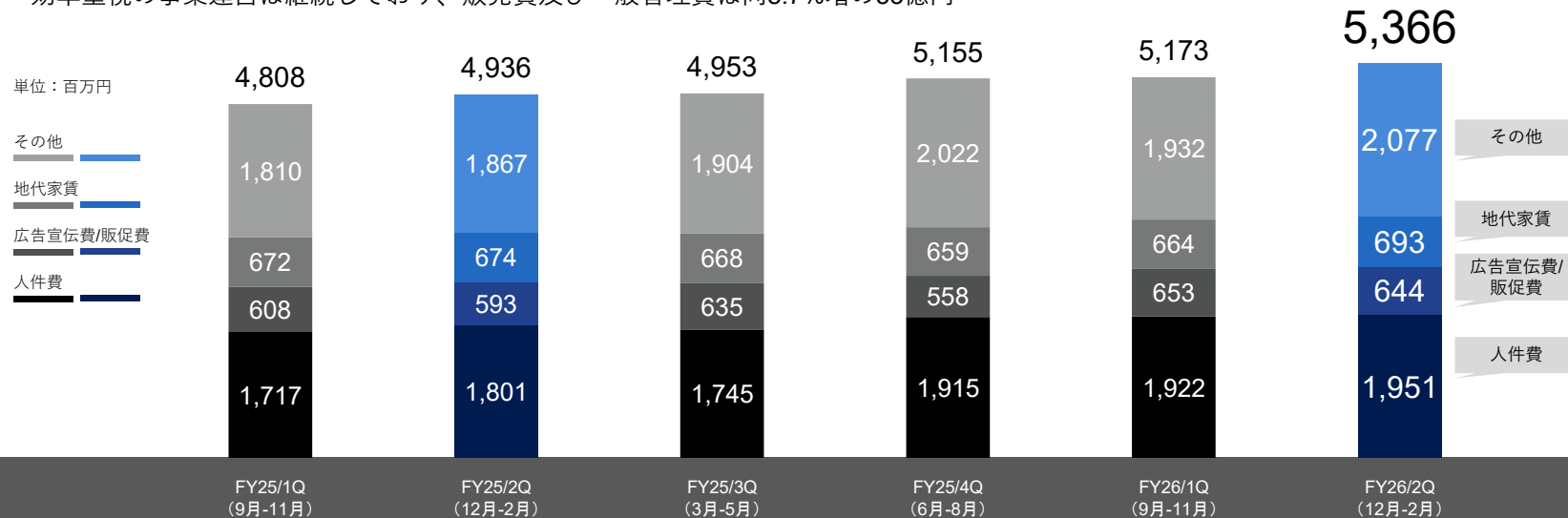
## 売上高・売上総利益率

- 2Qの小売ハイシーズンに向け潤沢な在庫を確保できていたことに加え、仕入も好調に推移したことから、小売へ積極的に在庫を振り向けることができ、FY26/2Qの売上高は前年同期比24.7%増の274億円
- 売上総利益率重視の仕入継続や小売売上高比率の上昇等により、売上総利益率は同1.1pts増の27.0%



## 販売費及び一般管理費

- 今後の事業拡大を見据えた積極的な人材採用等をはじめとする必要な投資は継続。また、売上高拡大に伴う販売手数料等が伸長。WEBマーケティングは最大限効率を高めて継続し、2026年1月にも「オリジナル・バーキン」を活用した集客施策を実施
- 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8.7%増の53億円

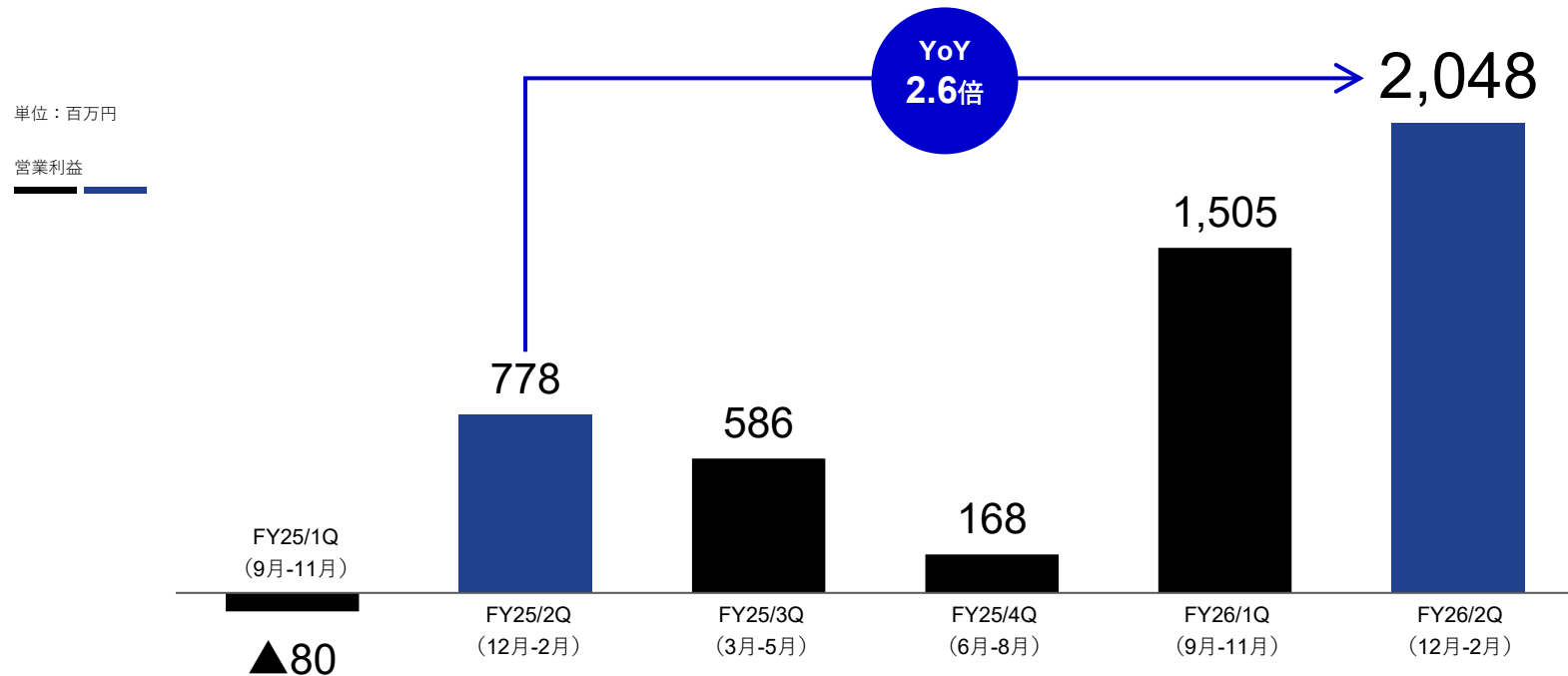


|           |        |        |        |        |        |        |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 国内買取店舗数※1 | 139店舗  | 138店舗  | 138店舗  | 139店舗  | 141店舗  | 139店舗  |
| 海外買取店舗数   | 45店舗   | 46店舗   | 46店舗   | 49店舗   | 53店舗   | 53店舗   |
| 小売店舗数     | 5店舗    | 5店舗    | 5店舗    | 5店舗    | 5店舗    | 5店舗    |
| 人員数※2     | 1,061名 | 1,074名 | 1,117名 | 1,124名 | 1,121名 | 1,133名 |

※1 協業店舗数は除く。  
 ※2 人員数は連結、正社員のみ。

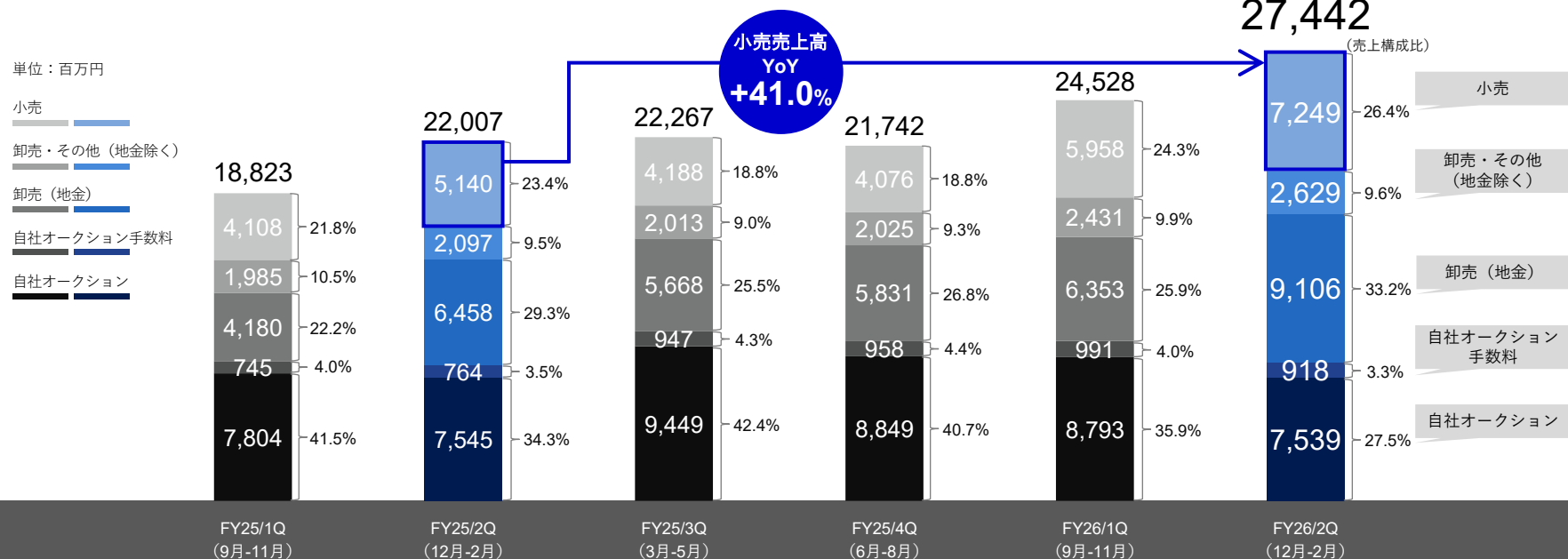
## 営業利益

- 2Qの小売ハイシーズンに向け潤沢な在庫を確保できていたことに加え、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により、営業利益は前年同期比2.6倍の20億円と過去最高を更新



## 売上高：販路別（toB/toC）

- オークション閑散期であることも踏まえ、小売への積極的な在庫振り向けの結果、自社オークション売上高は前年同期比ほぼ横ばいの75億円。各商品相場は安定推移しており、売上総利益率は高水準を維持
- 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、自社オークション売上高はほぼ横ばいも自社オークション手数料売上高は同20.1%増の9.1億円
- 小売ハイシーズンである2Qに潤沢な在庫を確保できていたことや好調な仕入を背景に、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41.0%増の72億円と過去最高

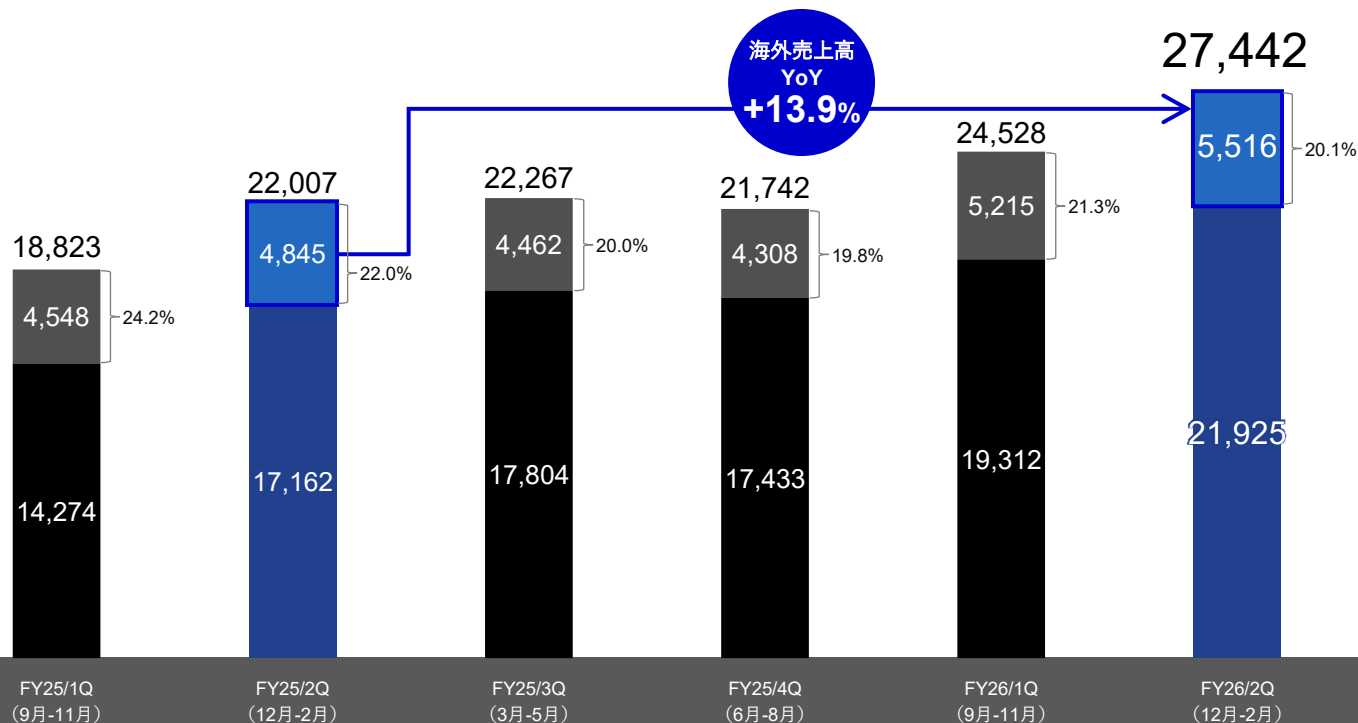


## 売上高：販路別（国内／海外）

- 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27.8%増の219億円
- インバウンド顧客向けの小売売上高は好調に拡大。オークションは閑散期であったものの、海外売上高は同13.9%増の55億円

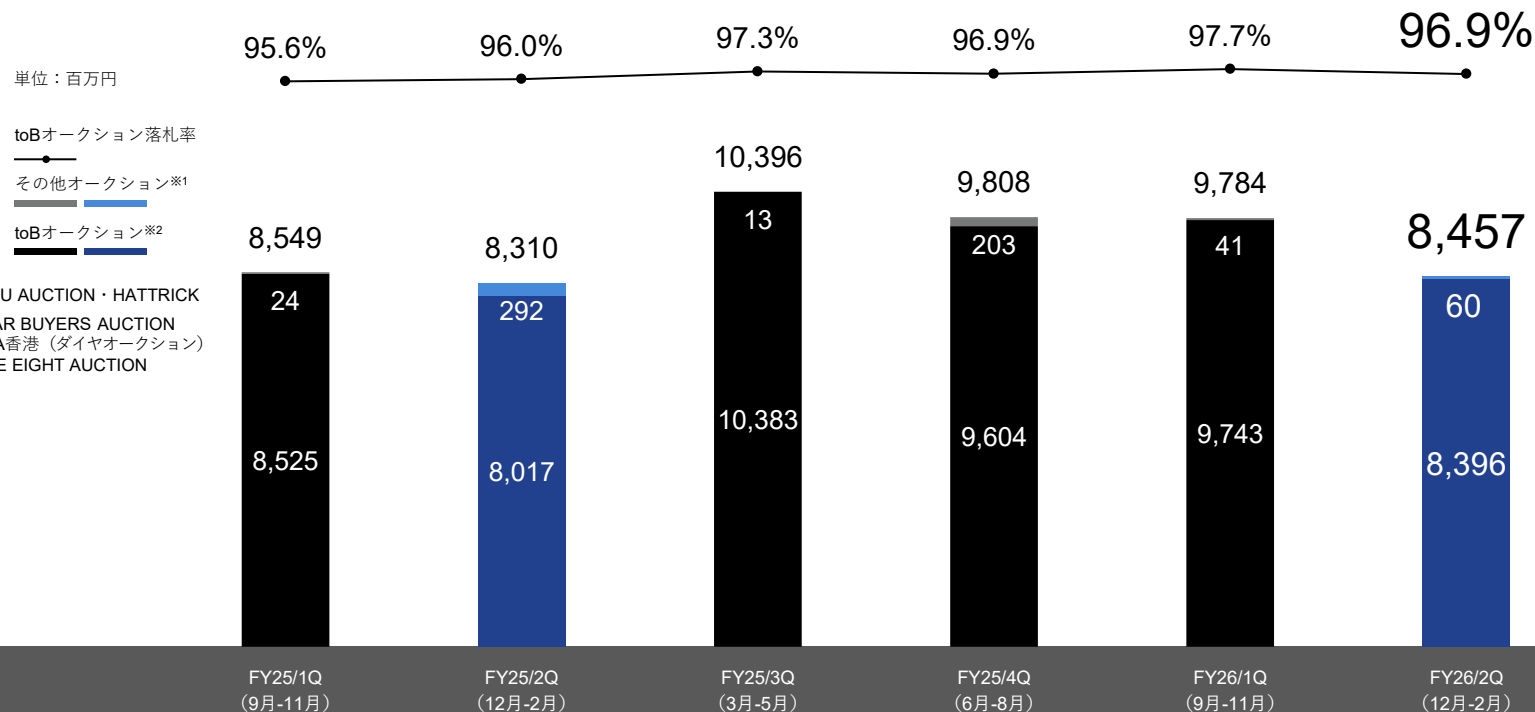
単位：百万円

海外  
国内



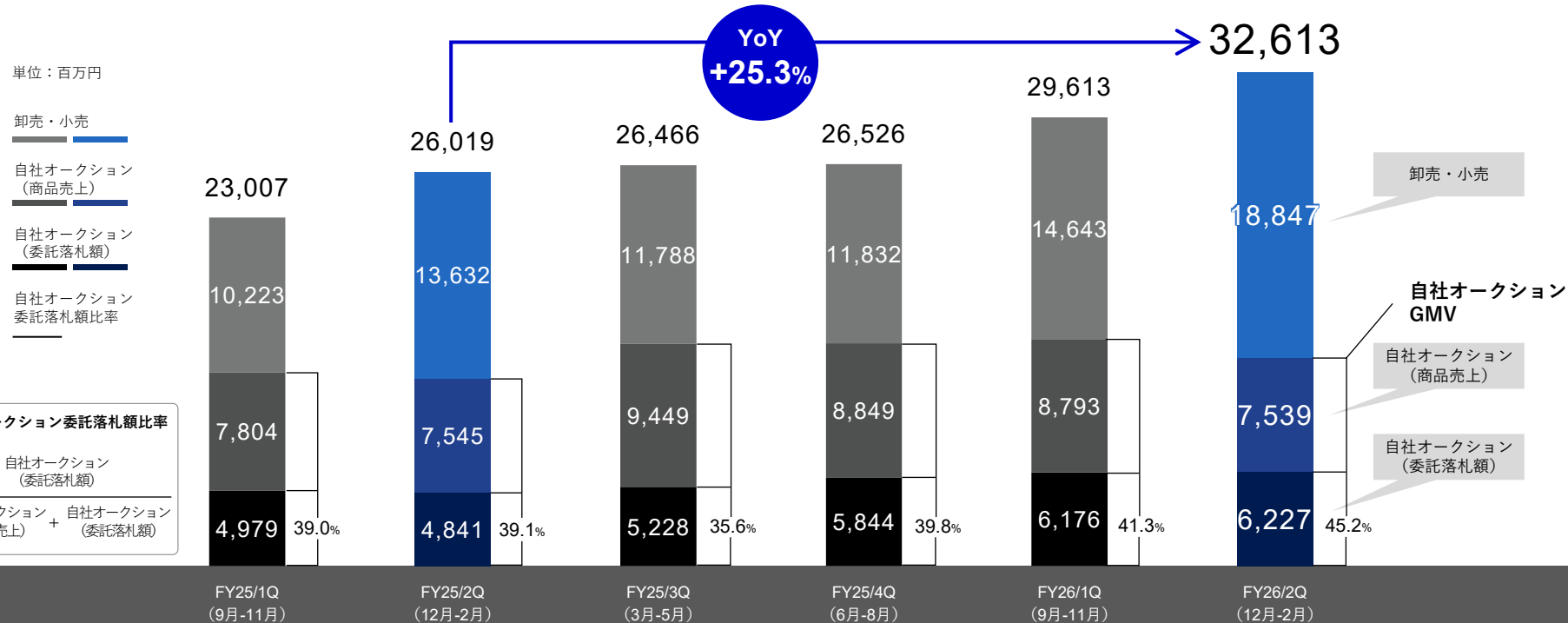
## 売上高：オークション実績

- オークション閑散期であることから、積極的に小売へ在庫を振り向け。パートナーの需要に応じた出品は引き続き実現できており、売上総利益率重視の仕入も継続していることから、toBオークション落札率は96.9%と引き続き高水準を維持



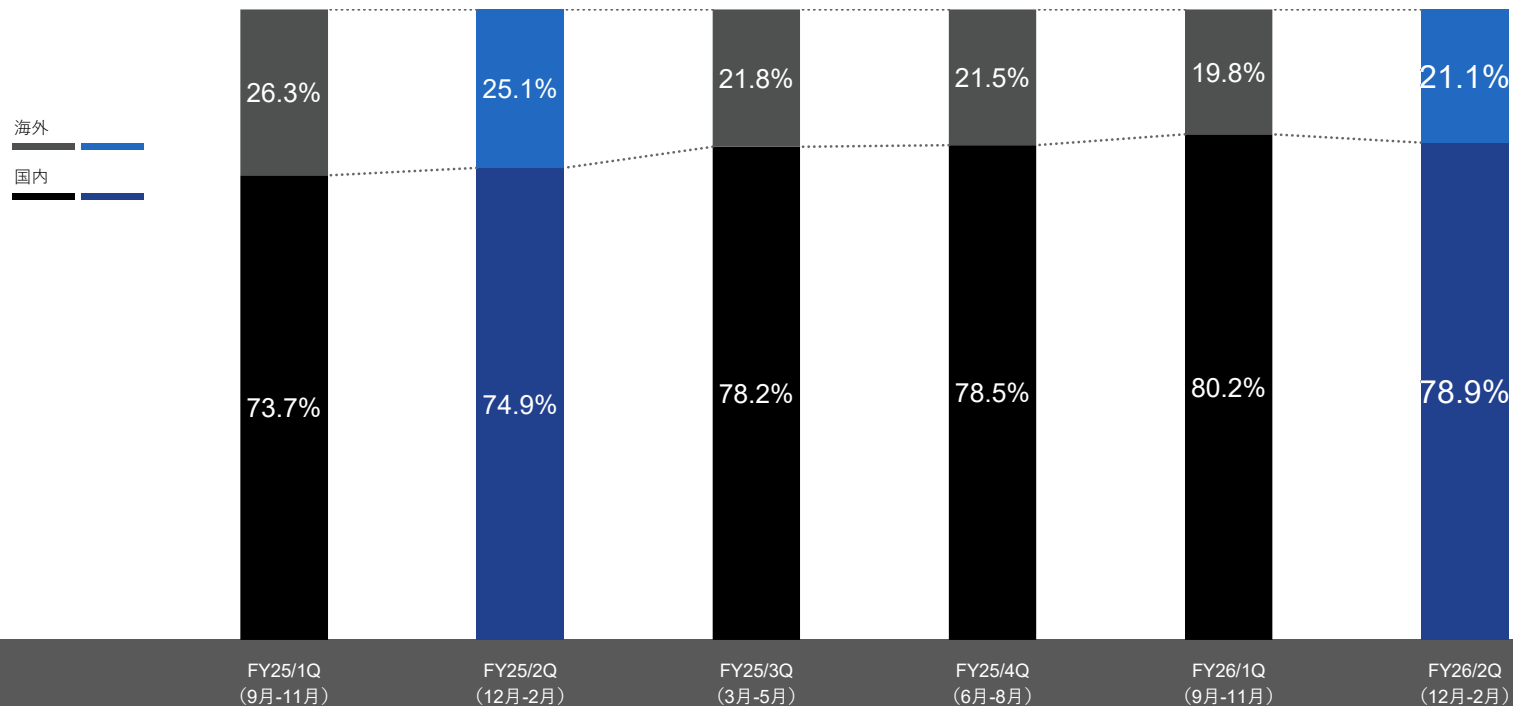
# GMV推移

- 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25.3%増の326億円と過去最高
- 委託落札額は同28.6%増の62億円と好調に拡大、委託落札額比率も45.2%と中期経営計画目標の40%を前倒しで達成。小売への積極的な自社在庫振り向けにより、自社オークション（商品売上）GMVはほぼ横ばいも、自社オークションGMVは同11.1%増の137億円



## 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。海外比率は21.1%

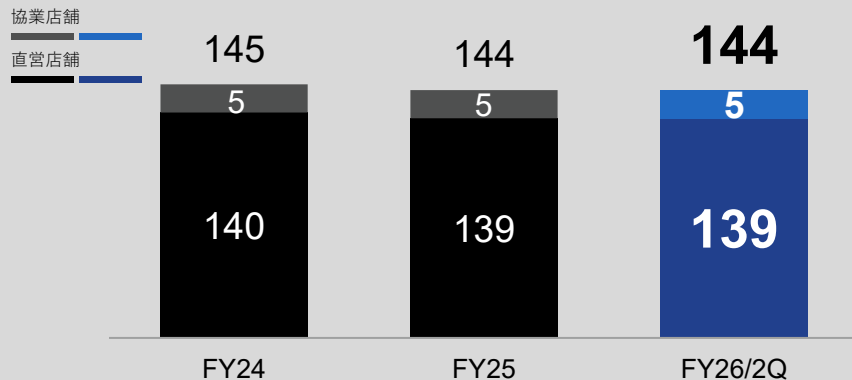


## 買取店舗展開

- 国内は1店舗当たりの効率を重視。店舗数は不変も、1店舗当たりの仕入高は順調に拡大。FY26/2Qでスクラップ・アンド・ビルドは完了。下期以降出店を加速
- 海外は東南アジア中心にパートナー店舗を2店舗出店。下期には仕入が好調に拡大しているエリアへの直営店出店や東南アジア中心にパートナー店舗の出店を複数予定

### Japan

国内

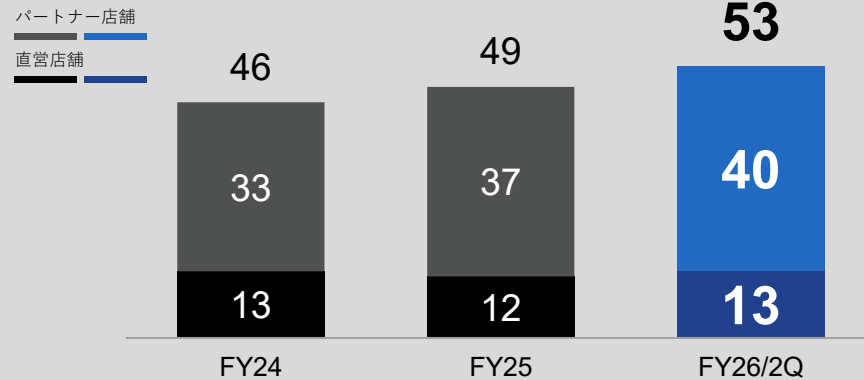


|    | FY24 | FY25 | FY26/2Q |
|----|------|------|---------|
| 出店 | 5    | 4    | 4       |
| 退店 | 0    | 5    | 4       |

※出店数・退店数は直営店舗のみ。

### Global

海外



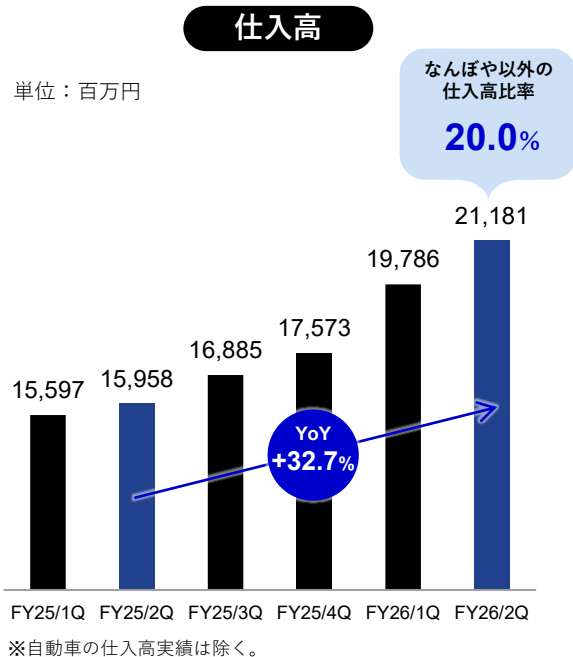
|    | FY24 | FY25 | FY26/2Q |
|----|------|------|---------|
| 出店 | 13   | 8    | 7       |
| 退店 | 5    | 5    | 3       |



# 中期経営計画の進捗状況と今後の取組

# 仕入戦略の進捗

- 国内は効率的な店舗運営やリピーター施策等を継続。出店基準に基づいたエリアを厳選した出店により、1店舗当たりの仕入高拡大を実現。また、アライアンスや海外における仕入高も著しく成長しており、なんぼや以外の仕入高比率もFY26/2Qで20.0%と順調に拡大
- 下期以降は効率性を重視した店舗運営を継続しつつ、国内外共に新規出店を加速。アライアンスによる仕入拡大に向け、提携先の開拓も継続



## <国内出店舗>



2025年12月オープン  
草加ヴァリエ店  
(埼玉県草加市)



2026年2月オープン  
調布駅前店  
(東京都調布市)

### 今後の出店予定

2026年3月：戸塚  
2026年4月：名古屋  
2026年5月：中央林間

## <海外出店舗>

- 2026年1月：タイ (パートナー店舗)
- 2026年2月：トルコ (パートナー店舗)

### 今後の出店予定

2026年4月：  
フランス (直営店舗)  
イタリア (パートナー店舗)

## <アライアンス>

- ✓ FY26/2Qも引き続き好調に推移
- ✓ 地方銀行など複数の金融機関との新規提携も獲得中

### アライアンス仕入高

YoY 約 **30%**増

### 提携社数

約 **70**社

## <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 **50%**増

# オークション事業の進捗

- 高く売れるオークションとしてSBAの業界認知が引き続き高い状態を維持できており、オークションプラットフォーム戦略が好調
- 委託落札額の拡大により、自社商品については状況に応じて適切な販路を選択して販売できる体制を確立しつつ、オークションの魅力も担保。委託拡大に加え、オークション会員費・参加費の徴収（FY25/3Qから本格化）により手数料収入の拡大が継続、収益性改善に貢献
- 個人向けのALLU Auctionについても、回を重ねるごとに参加者数は拡大。希少な時計中心に100点程度ラインナップし、2026年7月に第8回大会を開催予定

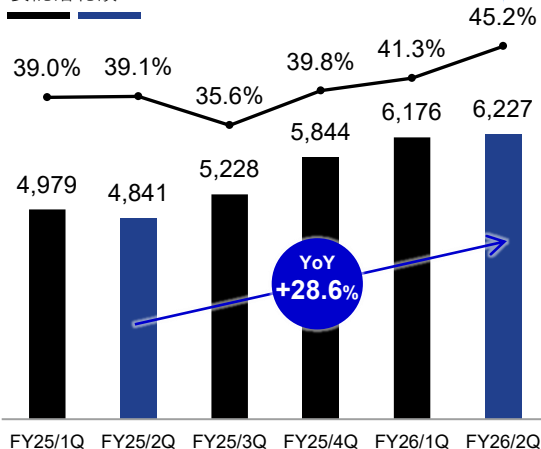
## 委託落札額

単位：百万円

オークション委託比率

委託落札額

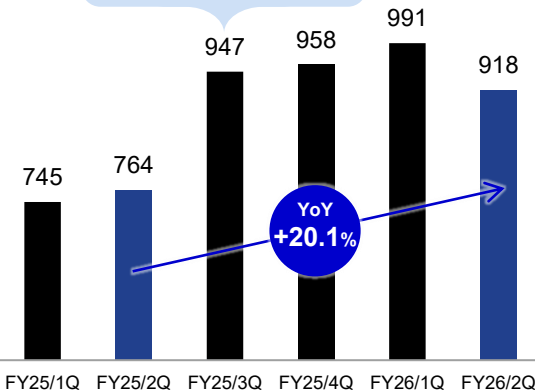
中計目標を前倒して達成



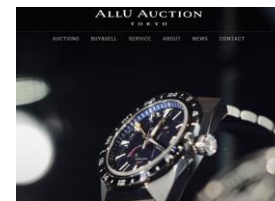
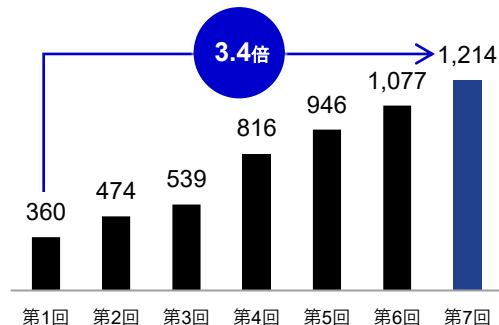
## オークション手数料売上高

単位：百万円

オークション会員費・参加費の徴収スタート



## ALLU Auction参加者

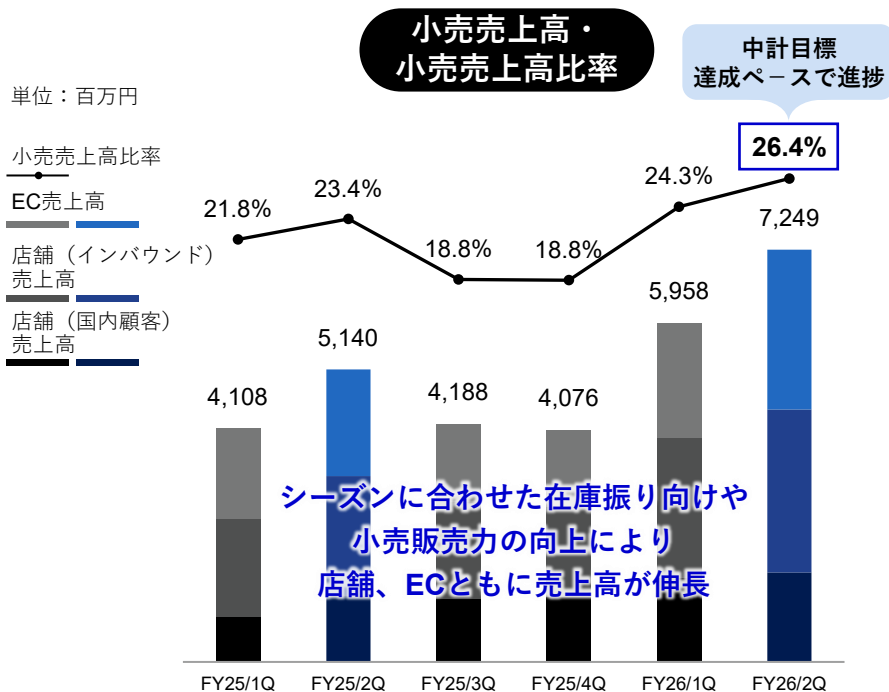


次回開催予定：

第8回大会  
2026年7月26日

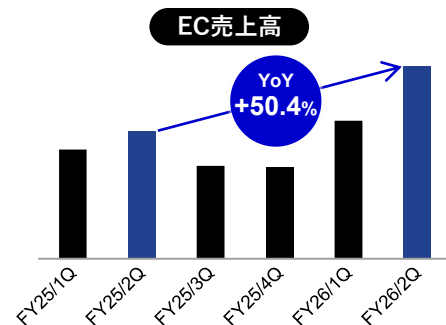
## 小売事業の進捗

- ・潤沢な在庫状況も背景に、シーズンに合わせた在庫振り向けを実現。また、シームレス出品等の小売プラットフォーム戦略が軌道に乗り始めていることや店舗特性に合わせた商品選定等により小売販売力も向上
- ・FY26/2Qで小売売上高比率は26.4%と中期経営計画目標の25%に到達



## 小売販売力強化を継続するとともに、小売プラットフォーム戦略により更なる小売売上高拡大へ

- ✓ 良質な在庫が潤沢であったことや、「オリジナル・バーキン」による集客効果もあり、店舗販売が好調に推移  
(下期も認知施策を予定)
- ✓ 潤沢な在庫やシームレス出品の取組により国内ECに加え、FY26/1Qにローンチした越境ECも好調に推移
- ✓ 中国からの顧客の来店数は減少の一方で購入率は上昇しており、インバウンド売上高は引き続き堅調に推移



## リペア事業の進捗

- ・ 事業領域拡大戦略の1つとしてリペア事業に注力、リペア件数は順調に増加しており顧客との接点拡大に寄与
- ・ 個人のみならず法人からの修理依頼にも対応。自社商品の修理も行っておりオークションや小売における商品の価値向上に貢献
- ・ FY26上期のリペア件数は約2.5万件と、中期経営計画の目標である年間5万件に到達するペースで進捗

### リペア事業への注力により顧客接点を拡大するとともに、商品の価値向上にも貢献

- ✓ Circular Design Companyとして、買取・販売のみならず「修理しながら大切に長く使い続ける」選択肢を顧客に提供
- ✓ 自社商品についても修理・メンテナンスを行い商品価値を高めることで、より高値での販売が可能に
- ✓ なんぼや・ALLUでの修理受付も順調に拡大中。より多くのお客様にご利用いただけるようブランド買取サービスとして広く知られている「なんぼや」での修理受付可能店舗を拡大しており、「修理工房なんぼや」としてサービスを展開

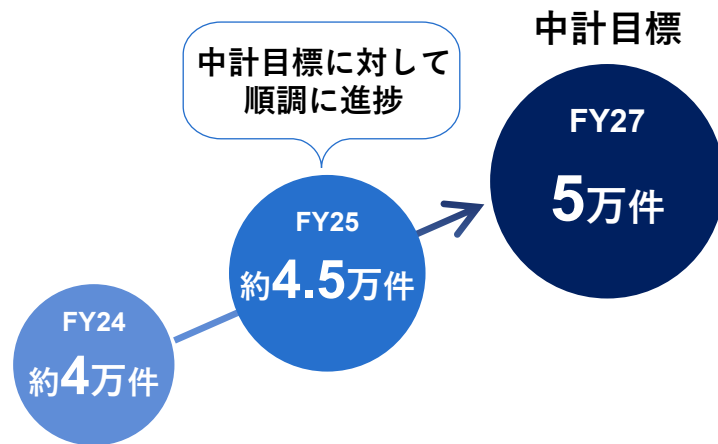
<新サービス名称>



<時計修理の様子>



<バッグ修理の様子>



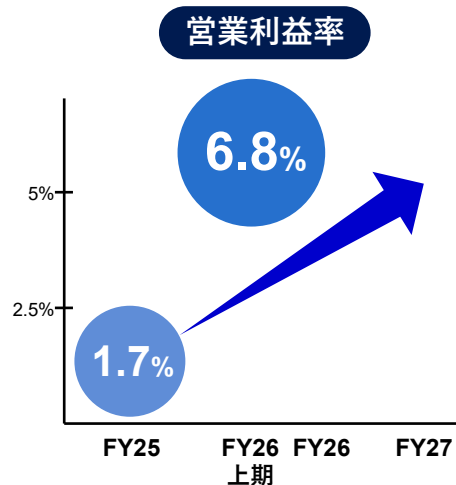
リペア件数は順調に増加、  
買取や販売との相互送客により  
顧客のLTV向上を図る

## 中期経営計画の進捗

中期経営計画は前倒しで目標達成するなど順調に進捗  
各重点戦略を継続し、FY27以降も持続的な成長を目指す

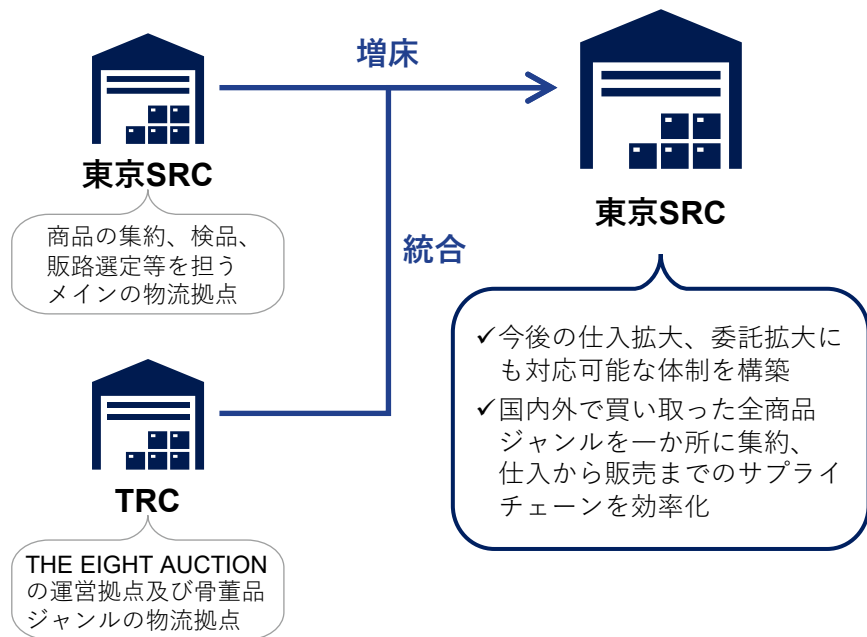
| 中期経営計画の重点戦略                                      | KPI                    | FY25   | FY26<br>上期    | FY27<br>目標    |
|--|------------------------|--------|---------------|---------------|
| <b>仕入</b><br>持続的成長への仕入基盤強化・<br>仕入ネットワークの拡大       | なんぼや以外（海外含む）<br>の仕入高比率 | 18.4%  | 18.8%         | 25%以上         |
| <b>オークション</b><br>プラットフォーム強化で<br>圧倒的No.1を目指す      | リピーター比率※1              | 49.3%  | 51.8%         | 50%以上         |
| <b>小売</b><br>toBの強みを活かし、<br>競争優位性を築く             | 海外パートナー数増加率            | 31.7%  | 12.2%         | 年率<br>10%以上   |
| <b>海外</b><br>コスト効率を活かした買取市場拡大・<br>富裕層市場での確実な販売成長 | オークション委託比率             | 38.3%  | 43.2%         | 40%以上         |
| <b>領域拡大</b><br>ワンストップで顧客課題解決・<br>LTV向上           | 小売売上高比率                | 20.6%  | 25.4%         | 25%以上         |
|  | 海外仕入高成長率※2             | 12.2%  | CAGR<br>23.6% | CAGR<br>25%以上 |
|  | リペアサービス<br>提供件数        | 約4.5万件 | 約2.5万件        | 5万件以上         |

これまでの投資の成果が顕在化  
各戦略における施策が奏功、  
収益性が大きく改善



## 今後の仕入成長に向けた施策 ～物流拠点の統合～

- 仕入拡大に加え、委託も好調に拡大していることから、今後の更なる事業成長のため鮫洲の物流倉庫（東京SRC）のキャパシティを拡大
- 主にTHE EIGHT AUCTIONの運営拠点としての機能を担っていた流通センターの物流倉庫（TRC）を東京SRCに統合し効率化も図る



## 物流機能のみならず、価格コントロールや商品の価値向上などリユースプラットフォームの基盤を担う機能も有する

### 買取査定の本部としての機能：

- ✓ 経験豊富なスペシャリストが国内外買取店舗からの問い合わせ（真贋や査定金額の確認等）にオンラインで対応
- ✓ 最新の販売動向等を踏まえ買取価格をコントロール



### 商品の価値向上を担う機能：

- ✓ 時計やバッグのリペア事業を展開。自社商品の修理・メンテナンスも実施しており、プラットフォームの価値向上に貢献
- ✓ 特に時計においては熟練の時計技師が多数在籍、その人数と設備規模は業界最大級



## 今後の仕入成長に向けた施策 ～認知拡大施策～

- 今後の仕入成長には「なんぼや」の認知度向上も不可欠と考え、FY26期首より計画していたテレビCMの全国放映をFY26/3Qに実施
- 当社強みの1つであるリピーターを拡大すべく、認知拡大施策を通じて新規顧客層の開拓を進め、来店客数の増加を図りリピーターを育てることで、更なる仕入成長を目指す
- 一時的な来店客数増加ではなく、中長期的な来店客数の増加に繋げるべく、テレビCMの他SNS等を活用した様々なマーケティング施策を計画。今後の仕入成長を見据え、広告宣伝費を投下

### ゴールデンウィークに合わせてテレビCMを全国の店舗所在エリアで放映、SNS等を活用した様々な広告も展開

- ✓ 非常に高い知名度を誇る人気タレント明石家さんま氏をイメージキャラクターに起用
- ✓ 例年仕入が拡大するゴールデンウィークにテレビCMを実施することで集客効果を最大化  
(放映予定期間：2026年5月4日～2026年5月17日)
- ✓ テレビCMを皮切りにSNS広告をはじめ複数媒体での広告展開により中長期的な相乗効果を図る
- ✓ 認知拡大施策を通じて新規顧客の獲得を図り、将来的なりピーターの増加及び買取拡大を目指す





# サステナビリティ

## サステナビリティに関する取組

- 2021年より、リユース事業を通じた環境負荷削減への貢献を定量的に示す指標「Resale Impact（リセールインパクト）」を開示
- 国内外の製品・サービスによる削減貢献量に関するガイドライン整備の動向を踏まえ、Resale Impactの算定方法を見直し
- これによりリユース事業の環境価値を定量的に訴求し、循環型ビジネスとしての差別化を強化

### FY25のResale Impact※1



#### ALLU商品タグ※2



#### ALLU EC



- ✓ ALLU店舗の商品タグやECサイトの商品説明等を通じて、消費者の環境貢献意識を醸成
- ✓ 新たな算定方法の詳細については、当社サステナビリティページ（<https://www.valuence.inc/sustainability/resale-impact/>）をご覧ください

※1 ブランドリセールによる製品の再流通及び製品寿命の延長を通じた、新たな資源採取・製造に伴う環境負荷の抑制効果を評価（東京大学先端科学技術研究センター教授 醍醐 市朗氏によるピアレビューを実施）

※2 旧算定方法にて表示

## サステナビリティに関する取組

- ・ 外部機関による格付の取得や表彰・認定など、サステナビリティに関する各種取組が対外的に評価
- ・ 中期経営計画における重要KPIの1つである従業員エンゲージメントスコアは着実に向上

### Carbon Disclosure Project (CDP)



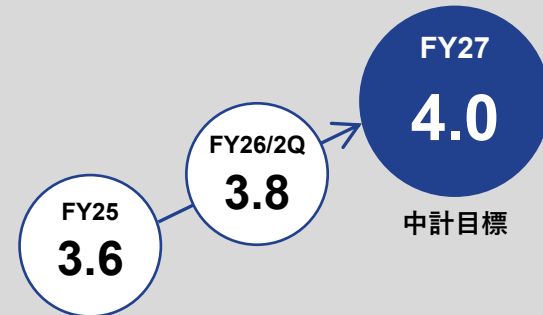
国際的な環境格付機関でもある非営利団体 CDPによる2025年度の調査において、「気候変動」分野で「マネジメントレベル」として位置づけられる「**B**」スコアを獲得

### 人的資本経営品質



企業の人的資本経営の取組を多角的に評価し、優れた企業を表彰する「人的資本調査」において、3年連続で「**人的資本経営品質シルバー**」に認定

### 従業員エンゲージメント



FY26/2Qの従業員エンゲージメントスコアは3.8に。働きがい・働きやすさの向上に資する様々な施策を推進し、中期経営計画目標達成に向け着実にスコアが向上

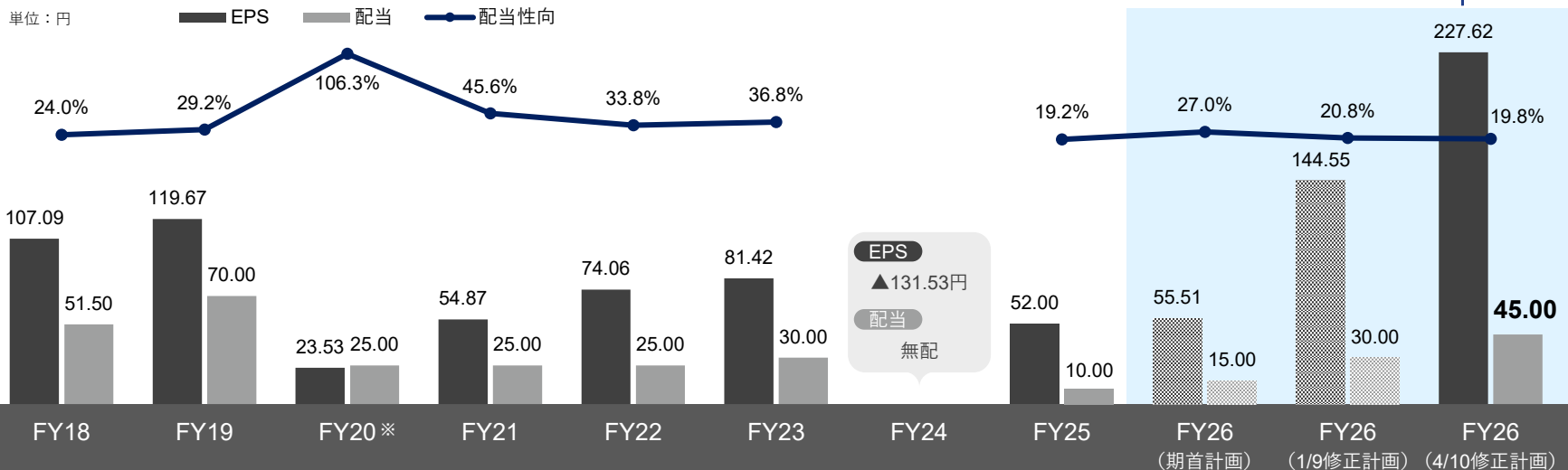
# 配当予想の修正

# 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。

2026年8月期の期末配当：  
1株当たり30円 ⇒ **45円**（予想）



# 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   | 1,456百万円（2026年2月末）                   |
| 従業員数  | 1,133名（2026年2月末）<br>※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<br>(2026年2月末現在) |

## グループ事業ブランド

### 買取（国内）



BRAND CONCIER



### 買取（海外）

ALLU

### オークション



ALLU  
AUCTION

### 小売

ALLU

### 自動車

Valuence  
AUTOMOTIVE

### 不動産



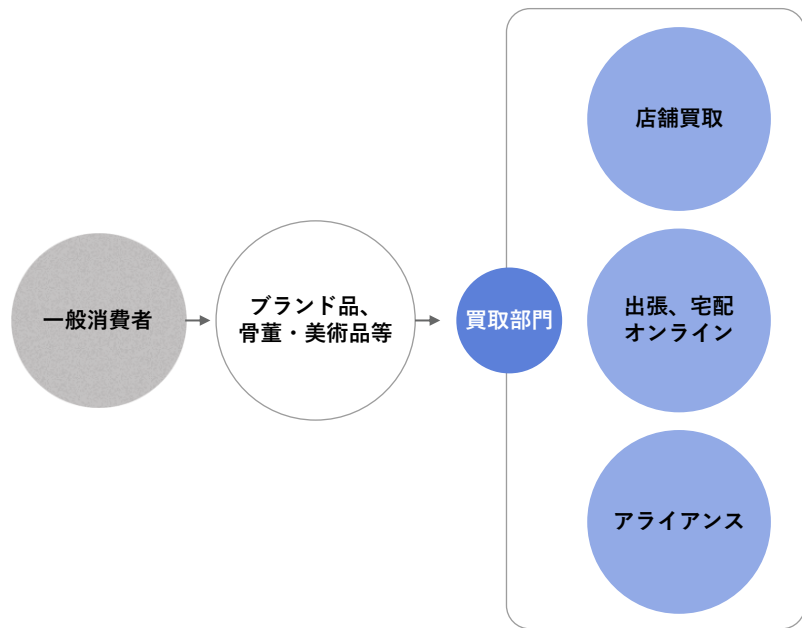
### リペア



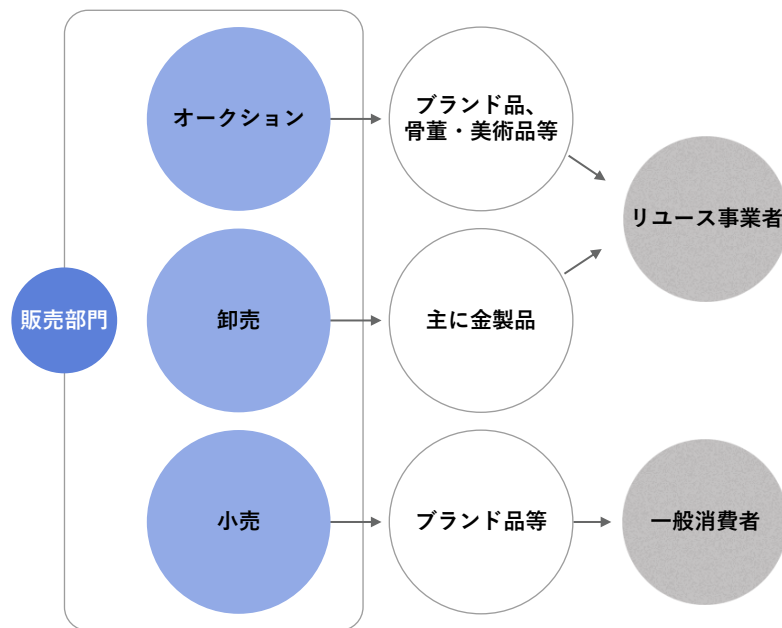
# 主なビジネスモデル

- 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

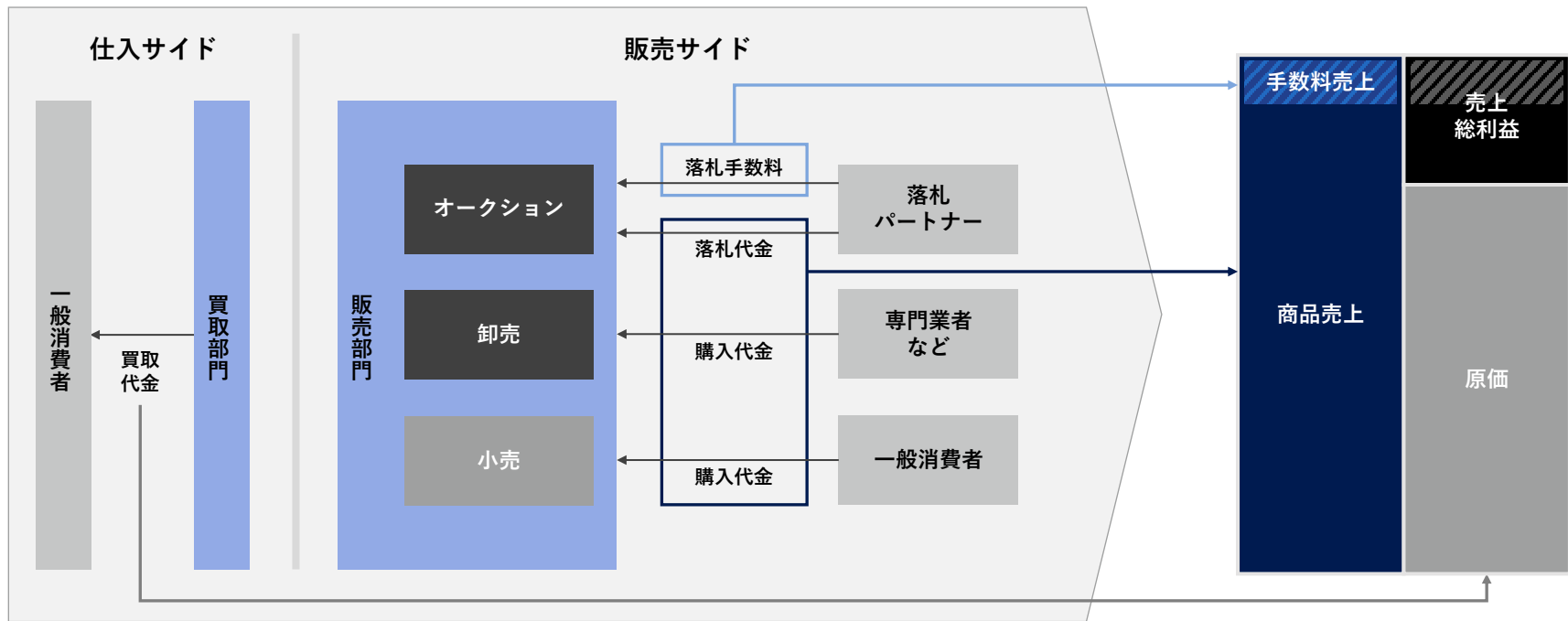


## 販売サイド



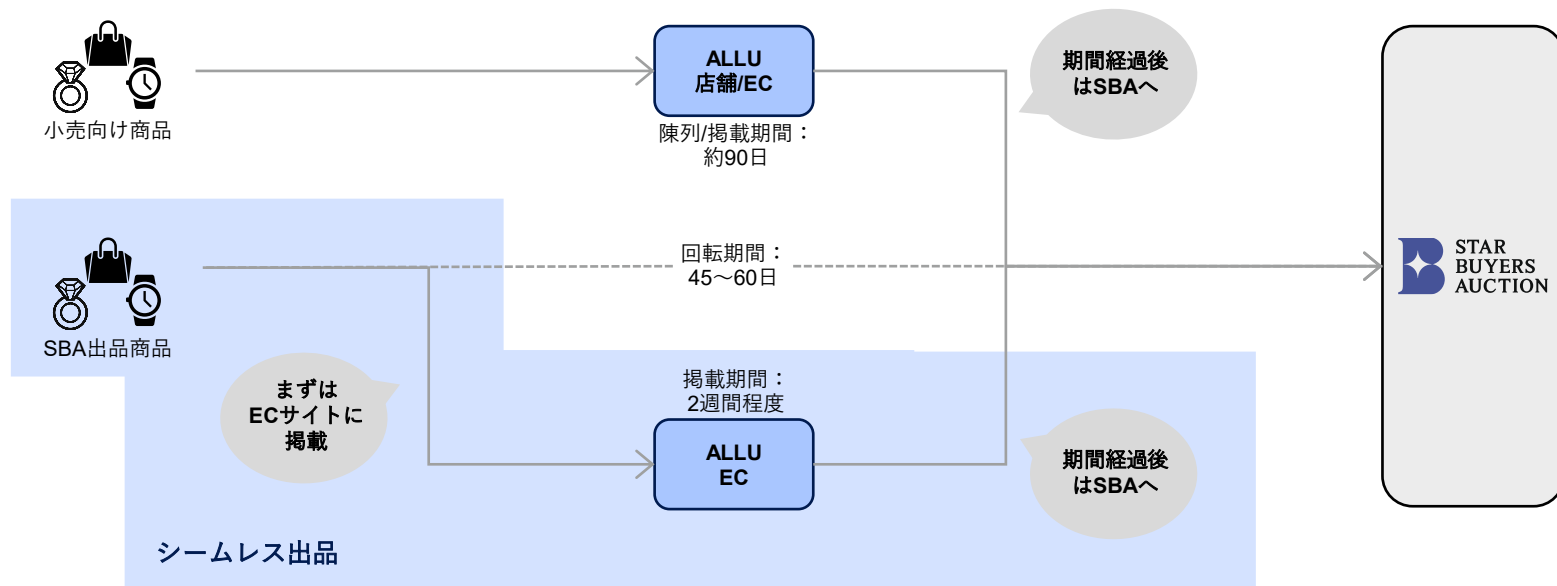
# 収益構造

- 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



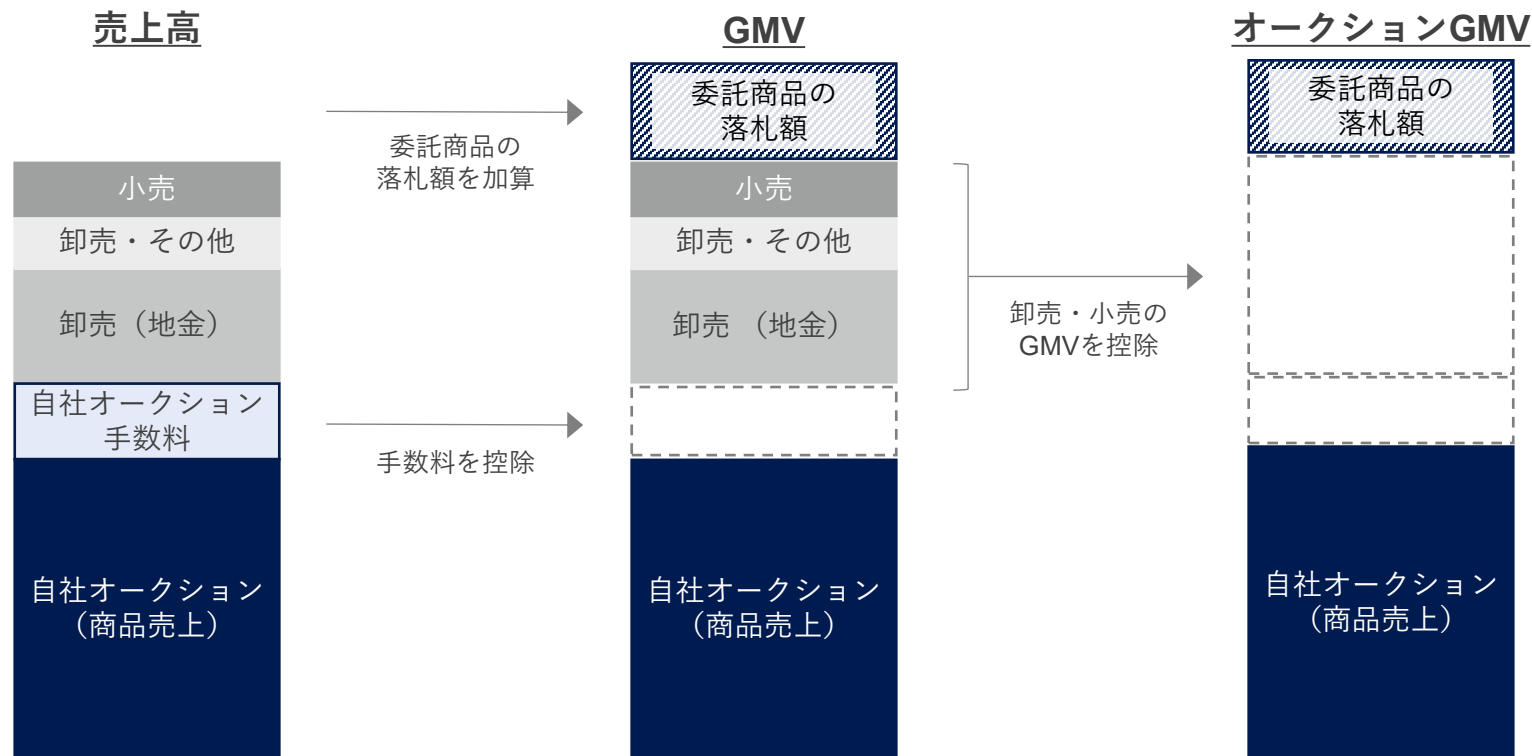
## シームレス出品

- 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〉



なんぼふ  
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  
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、金融機関等とも提携

## 事業紹介／サービス紹介 〈オークション〉



**STAR BUYERS  
AUCTION**

The background of this slide is a close-up of a Rolex Explorer watch with a dark dial and metal bracelet. The dial features the text 'EXPLORER SUPERLATIVE CHRONOMETER OFFICIALLY CERTIFIED'.

- ・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**

The background of this slide is an abstract, textured artwork with various shades of blue, green, and brown, resembling a painting or a collage.

- ・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**

The background of this slide is a close-up of a Rolex Daytona watch with a black dial and metal bracelet. The dial features the text 'ROLEX OYSTER PERPETUAL CHRONOMETER OFFICIALLY CERTIFIED'.

- ・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

# 修理工房 たんぽぽ

- ・全国の買取専門店・販売店にて時計・バッグ・靴の修理受付を展開
- ・個人のみならず法人からの修理依頼にも対応
- ・特に時計修理は業界最大規模の設備を有し、熟練の時計技師が多数在籍
- ・買取商品の修理・メンテナンスにより商品価値を最大化、オークション及び小売プラットフォームの魅力度向上に貢献

## 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



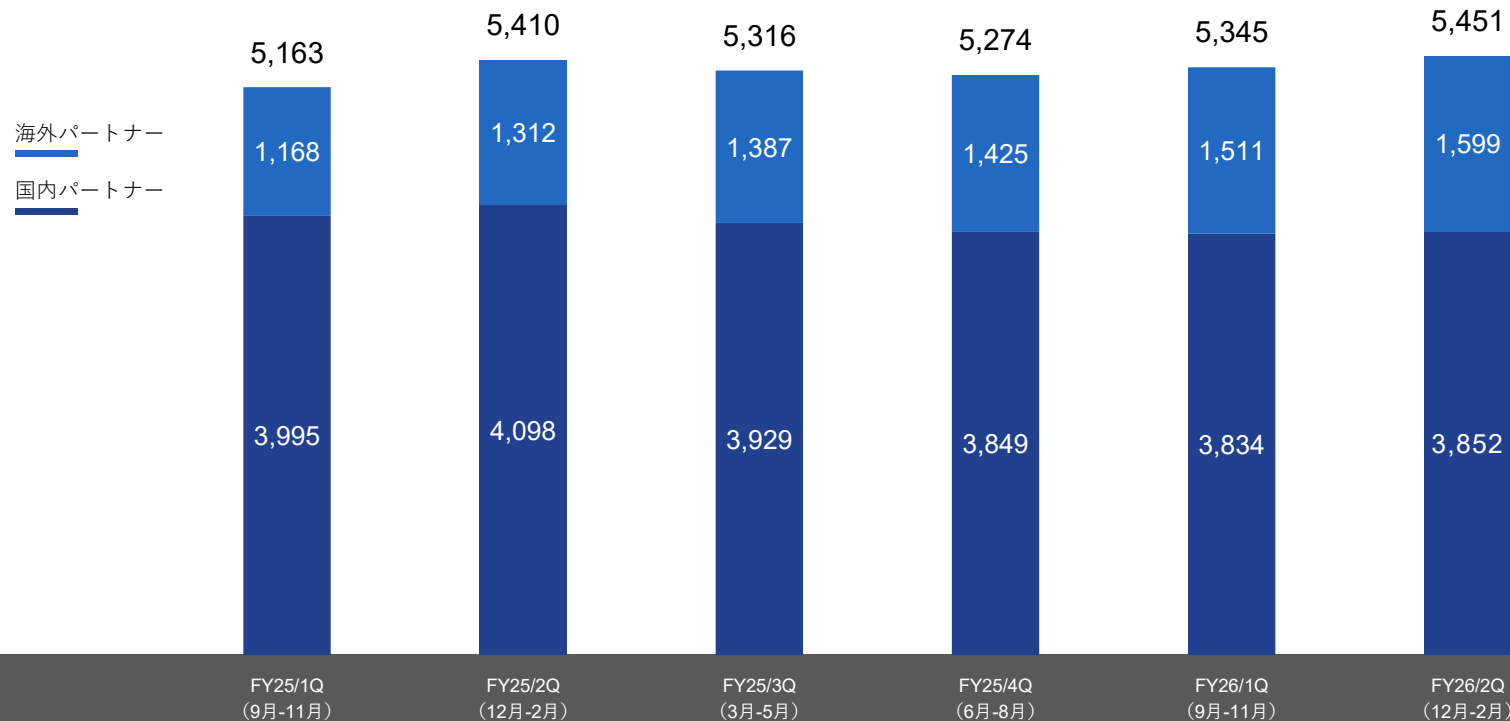
# 業績推移

## 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<br>(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 | 27,442 | -  | -  | 51,970 |
| 売上原価<br>(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 | 20,026 | -  | -  | 37,875 |
| 売上総利益<br>(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  | 7,415  | -  | -  | 14,094 |
| 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%  | 27.0%  | -  | -  | 27.1%  |
| 販売費及び一般管理費<br>(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  | 5,366  | -  | -  | 10,540 |
| 営業利益又は営業損失<br>(百万円)   | ▲436   | ▲616   | 429    | 195    | ▲426   | ▲80    | 778    | 586    | 168    | 1,453  | 1,505  | 2,048  | -  | -  | 3,554  |
| 営業利益率                 | -      | -      | 2.0%   | 1.0%   | -      | -      | 3.5%   | 2.6%   | 0.8%   | 1.7%   | 6.1%   | 7.5%   | -  | -  | 6.8%   |
| 経常利益又は経常損失<br>(百万円)   | ▲474   | ▲686   | 405    | ▲9     | ▲764   | ▲170   | 840    | 554    | 91     | 1,315  | 1,448  | 2,006  | -  | -  | 3,454  |
| 当期純利益又は当期純損失<br>(百万円) | ▲404   | ▲493   | 237    | ▲1,049 | ▲1,709 | ▲260   | 544    | 249    | 149    | 681    | 953    | 1,298  | -  | -  | 2,252  |
| 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  | 1,133  | -  | -  | 1,133  |
| 国内買取店舗数※2             | 135    | 135    | 138    | 140    | 140    | 139    | 138    | 138    | 139    | 139    | 141    | 139    | -  | -  | 139    |
| 海外買取店舗数               | 38     | 44     | 44     | 46     | 46     | 45     | 46     | 46     | 49     | 49     | 53     | 53     | -  | -  | 53     |

## STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

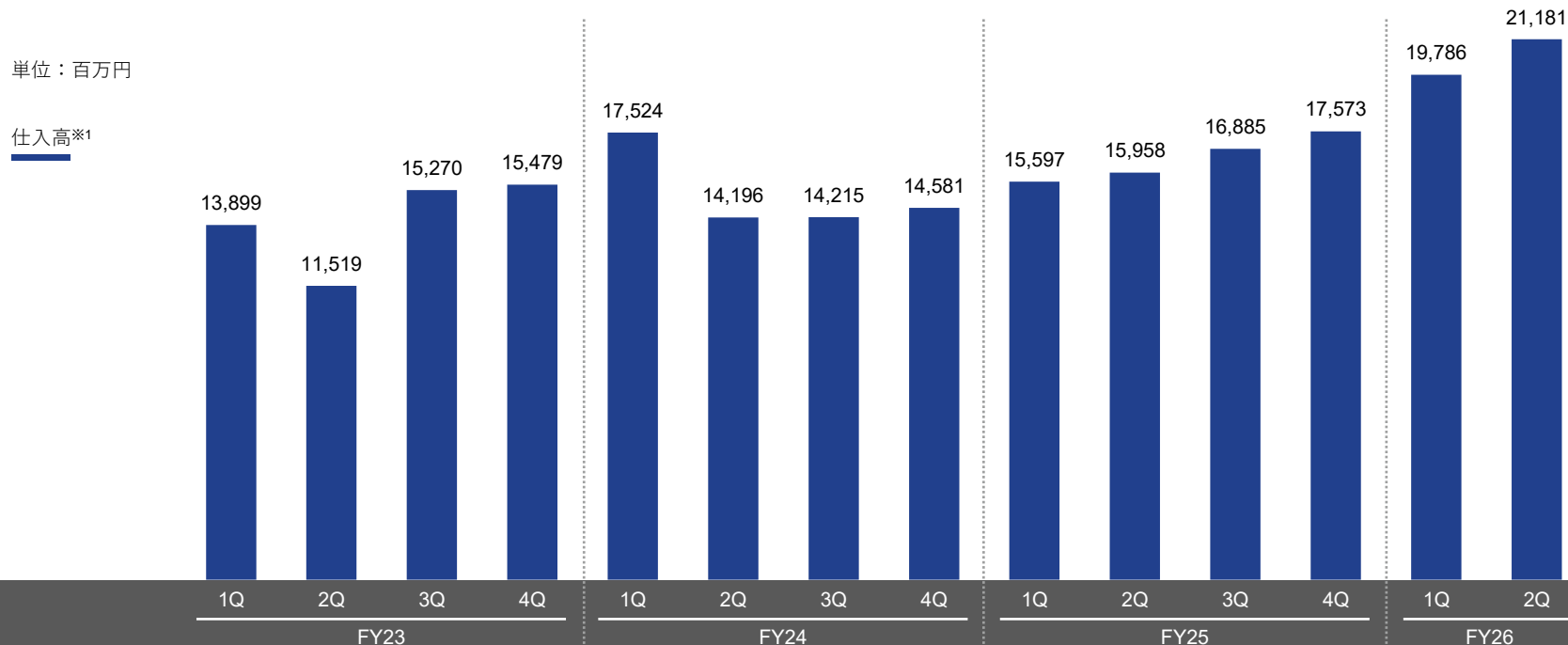
- FY25/3Qからのオークション会員費導入により休眠会員が退会し国内パートナー会員数は減少していたものの、FY26/2Qには増加傾向に。  
海外パートナーの新規獲得は継続し、会員数合計は5,451社



# 仕入高・店舗数（四半期推移）

単位：百万円

仕入高※1



国内買取店舗数※2

134 135 133 135

135 135 138 140

139 138 138 139

141 139

海外買取店舗数

36 38 37 38

38 44 44 46

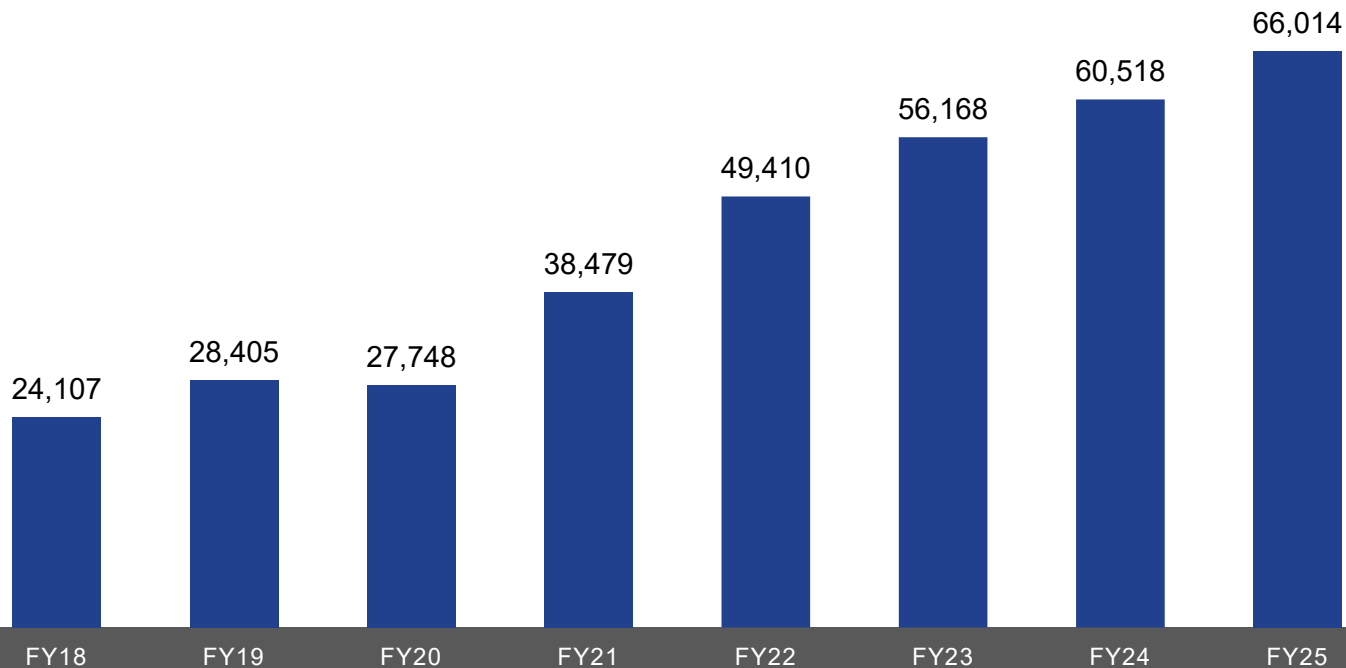
45 46 46 49

53 53

## 仕入高・店舗数（通期）

単位：百万円

仕入高※1



国内買取店舗数※2

63

74

84

125

130

135

140

139

海外買取店舗数

-

1

2

21

34

38

46

49

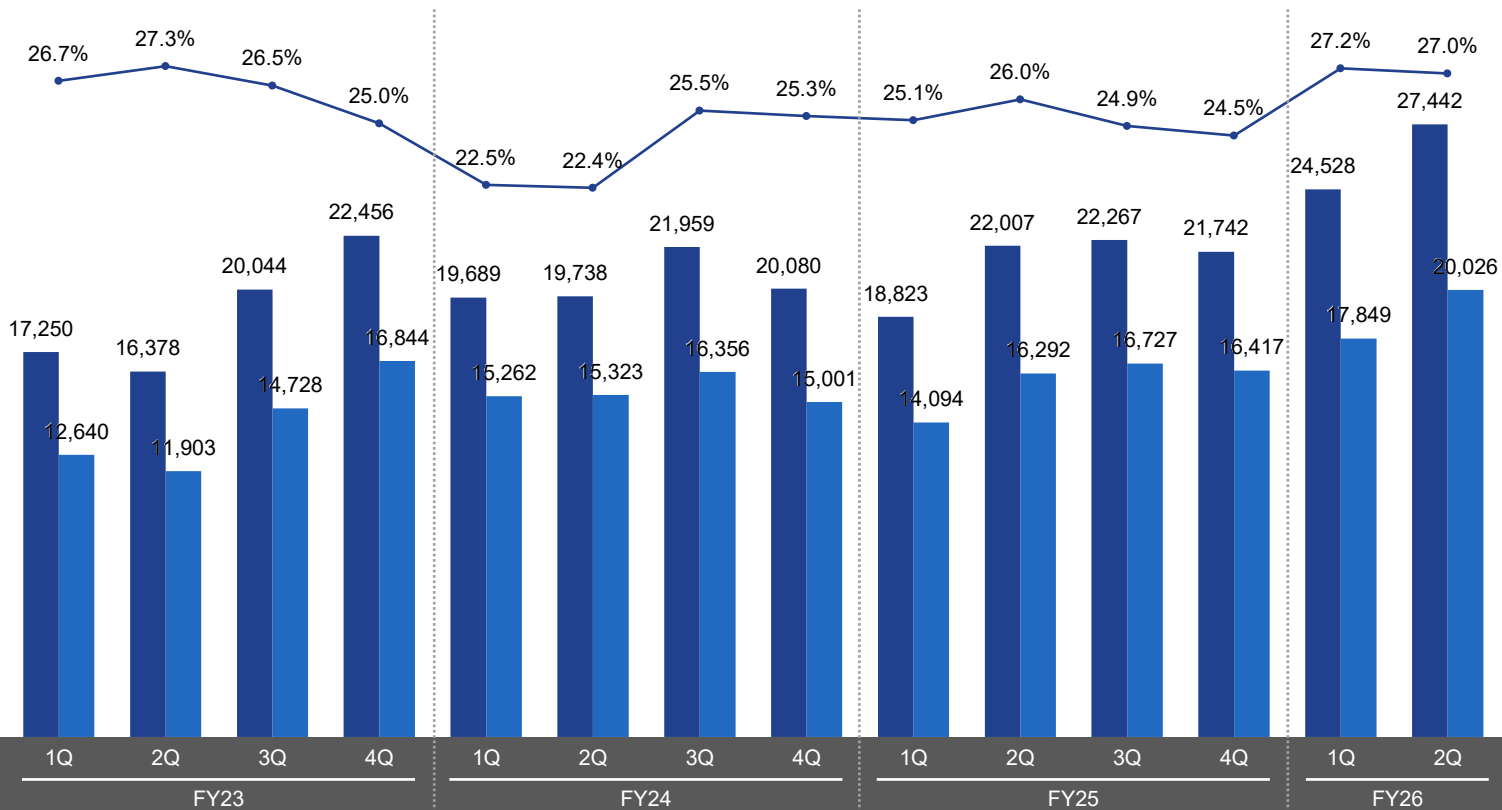
# 売上高・売上総利益率（四半期推移）

単位：百万円

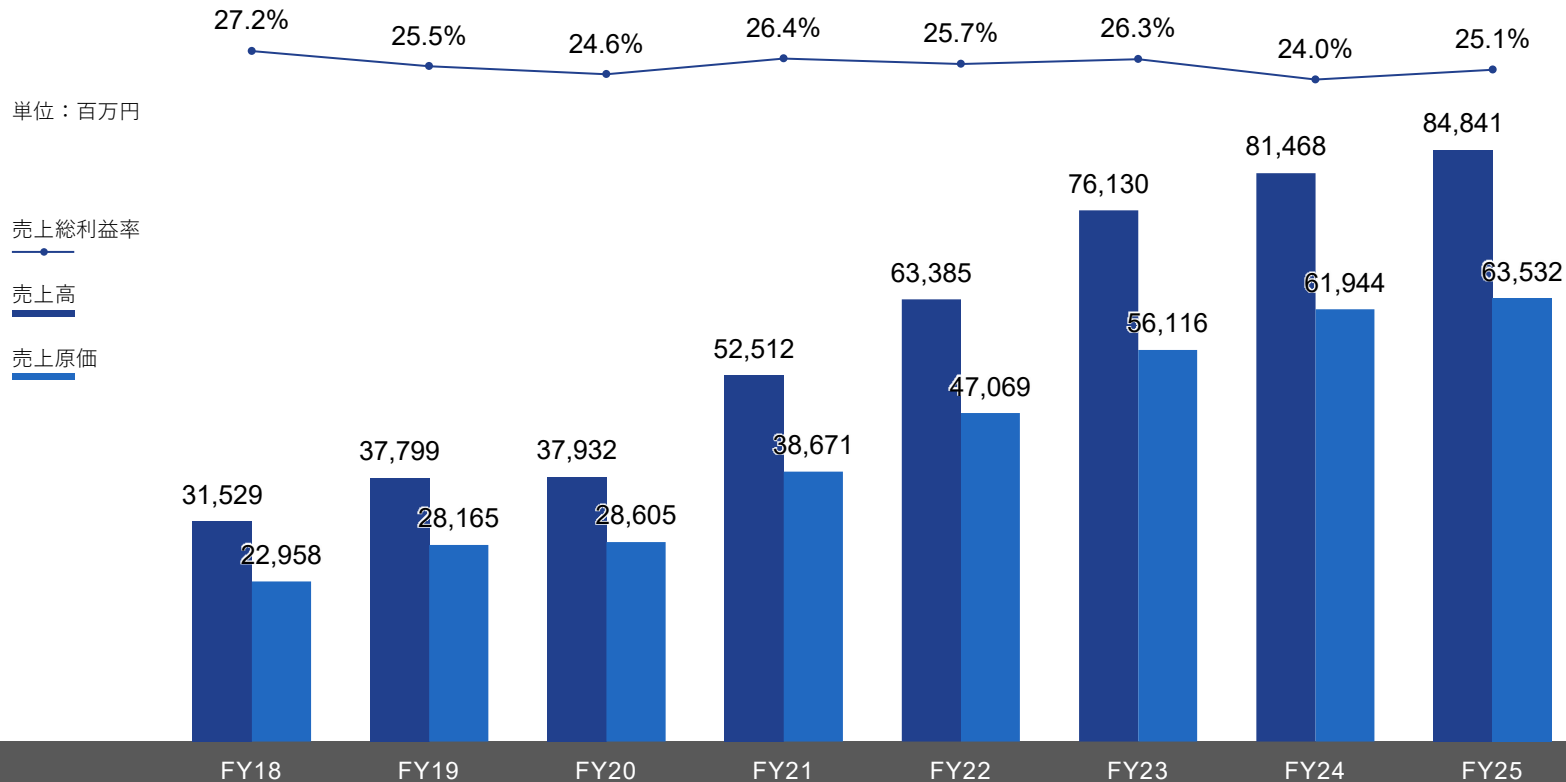
売上総利益率

売上高

売上原価



## 売上高・売上総利益率（通期）



# 売上高：販路別（toB/toC）（四半期推移）

単位：百万円

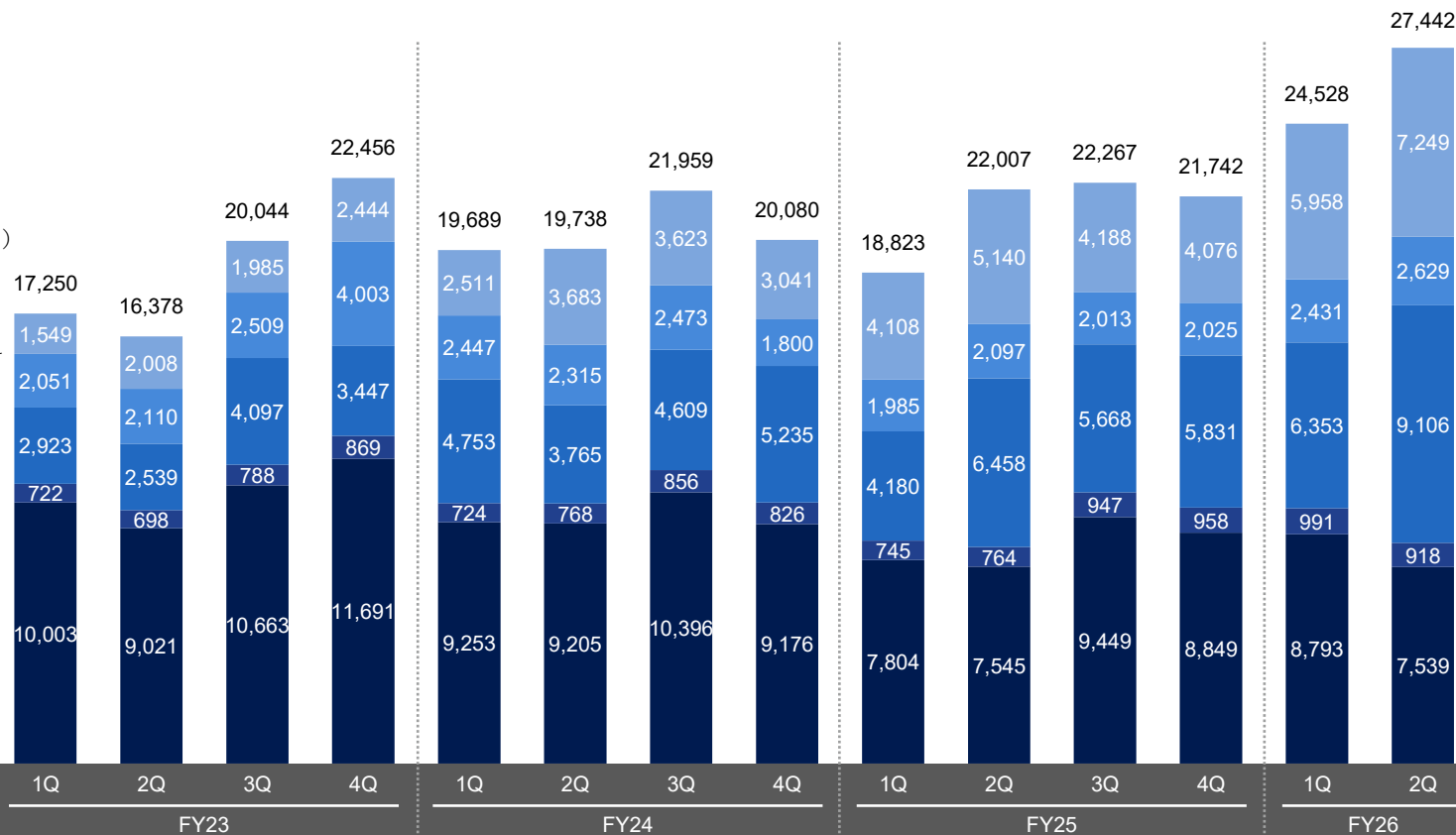
小売

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

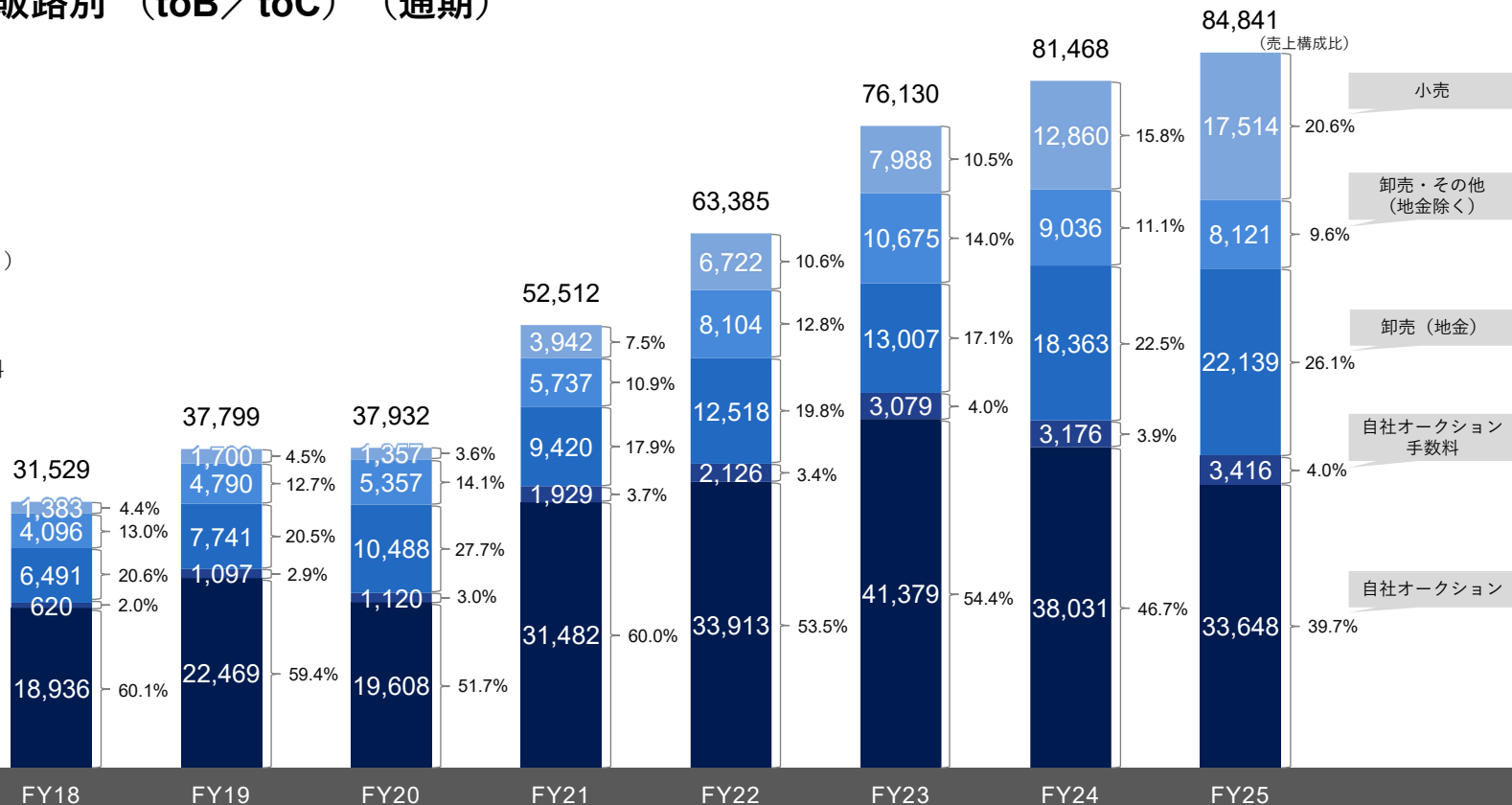
小売

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



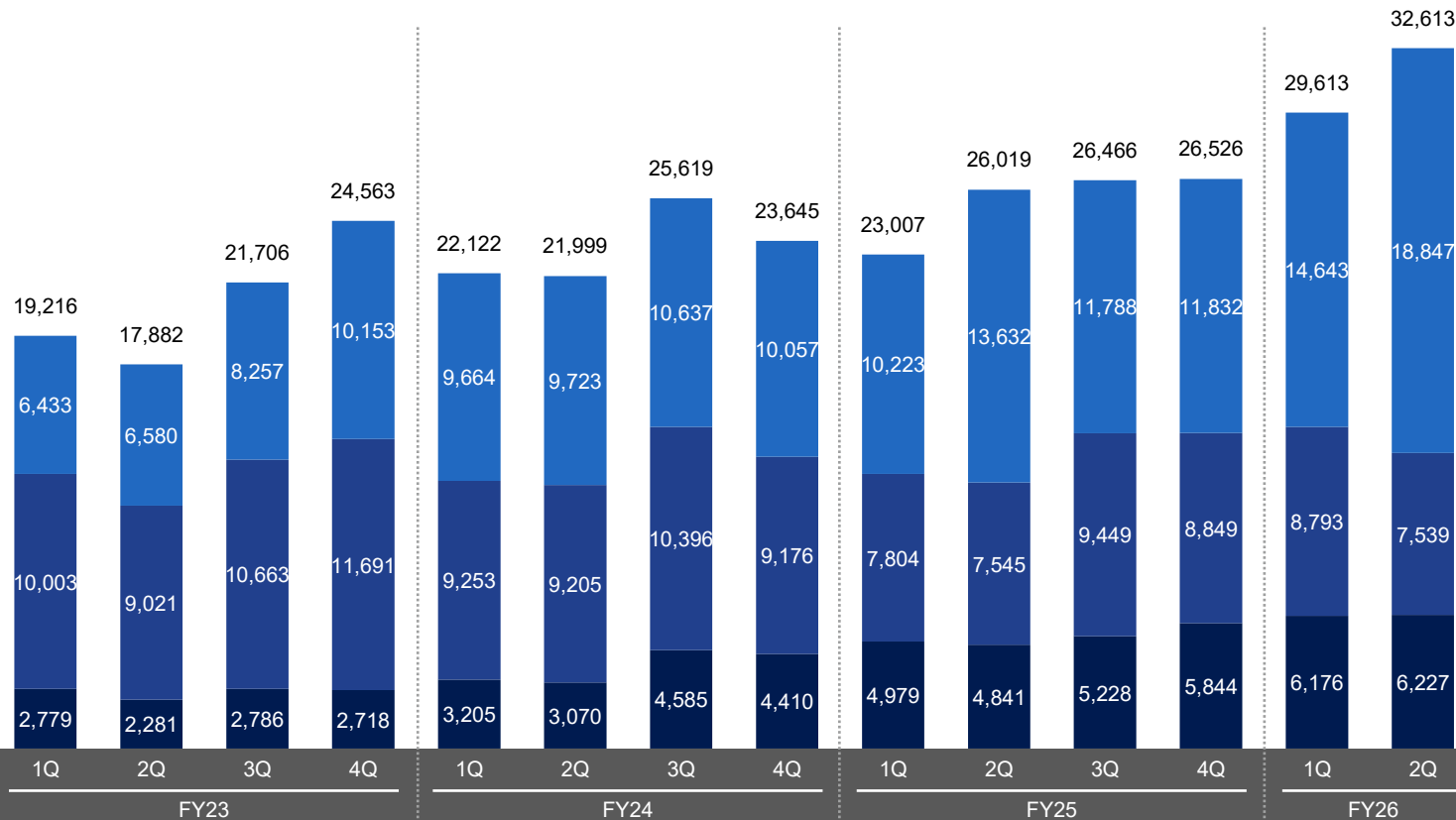
# GMV（四半期推移）

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)



# GMV (通期)

単位：百万円

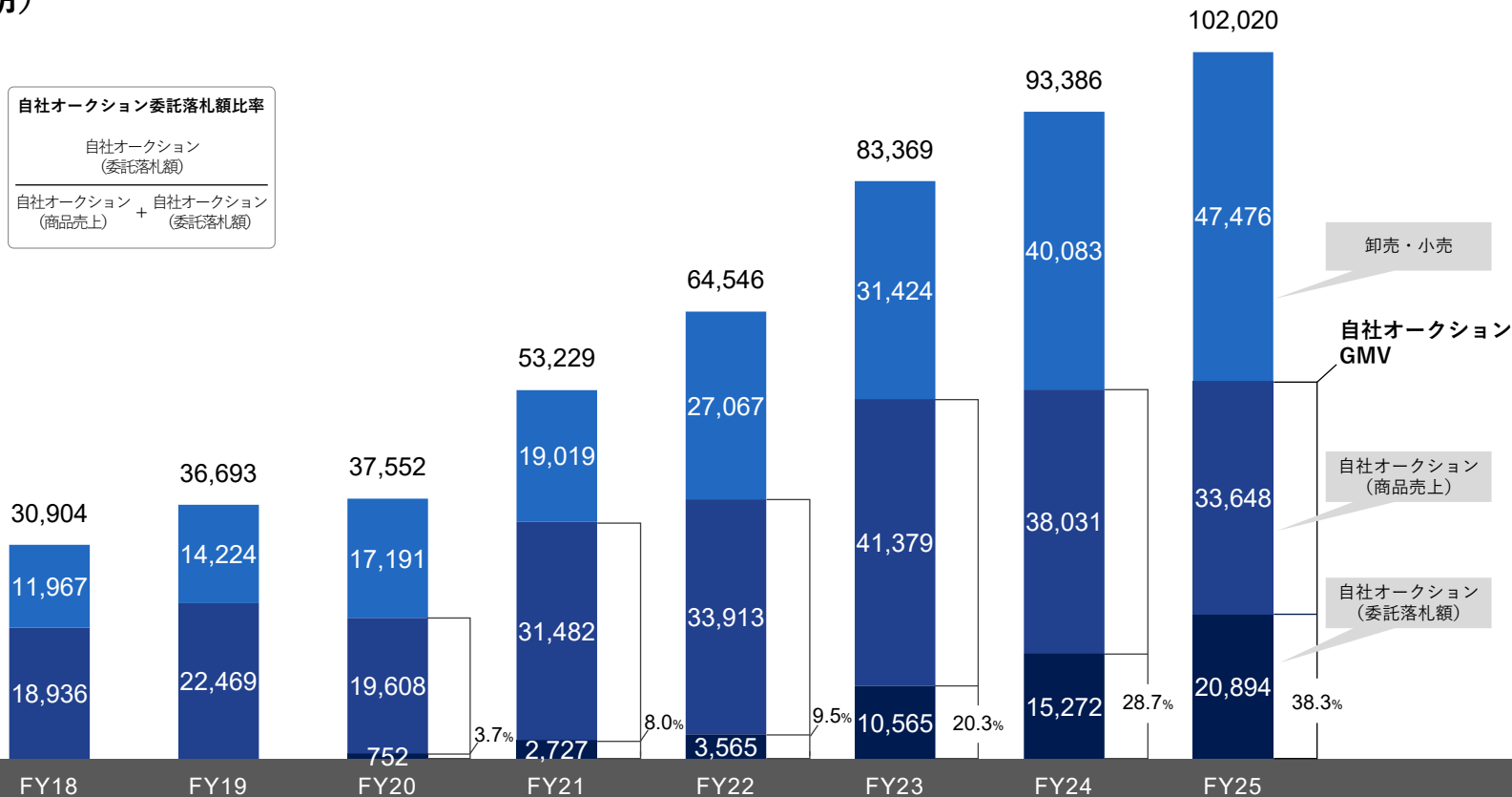
卸売・小売

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

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



# 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。
- ・本資料は「2026年8月期 第2四半期（中間期）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](mailto:contactus@valuence.inc)