

# 個人投資家向けIRセミナー

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3月2日

03	11	19
会社概要	事業の強み	市場動向及び 競争環境
23	33	35
中期経営計画 (FY25 – FY27)	2026年8月期 第1四半期 業績	業績予想・ 配当予想の修正

# 会社概要



# 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

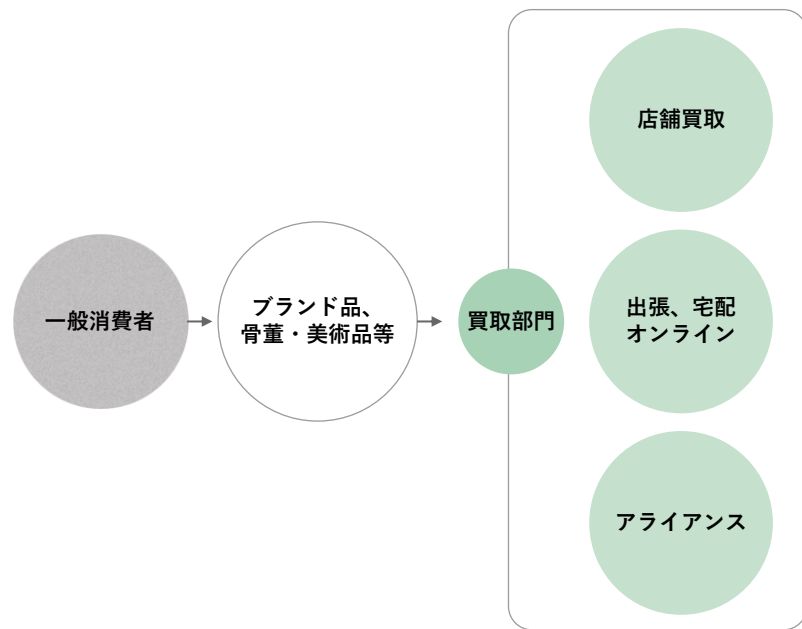


※旧サービス名：ALLU REPAIR  
（2026年3月11日より名称変更予定）

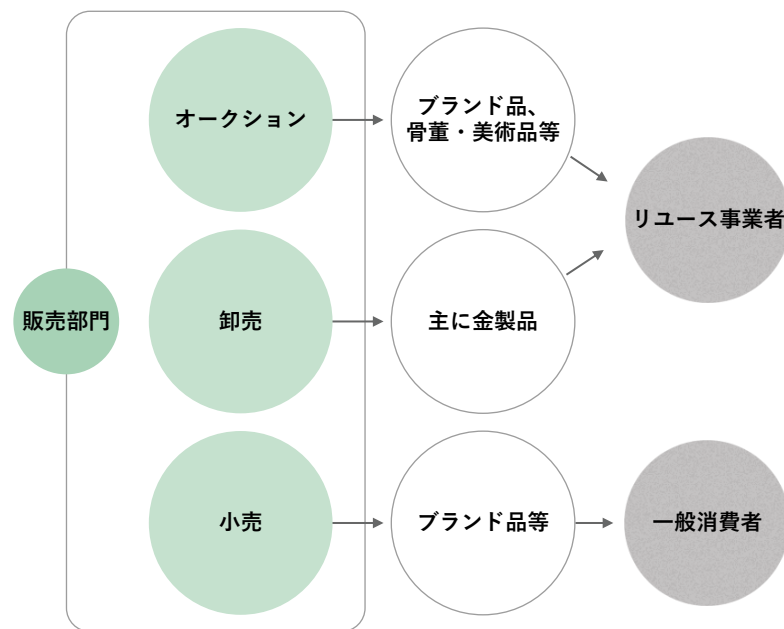
# 主なビジネスモデル

- 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



## 事業紹介／サービス紹介 〈買取〉



※詳細はこちら

nanboya  
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



※詳細はこちら

古美術  
ハ光堂

- ・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**

- ・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



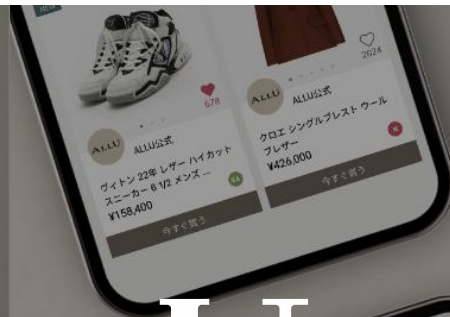
※詳細はこちら

## 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



※詳細はこちら



※詳細はこちら

# 修理工房 たんぽぽ

※旧サービス名：ALLU REPAIR（2026年3月11日より名称変更予定）

- ・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〉



※詳細はこちら

# 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



※詳細はこちら

# 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



# 事業の強み

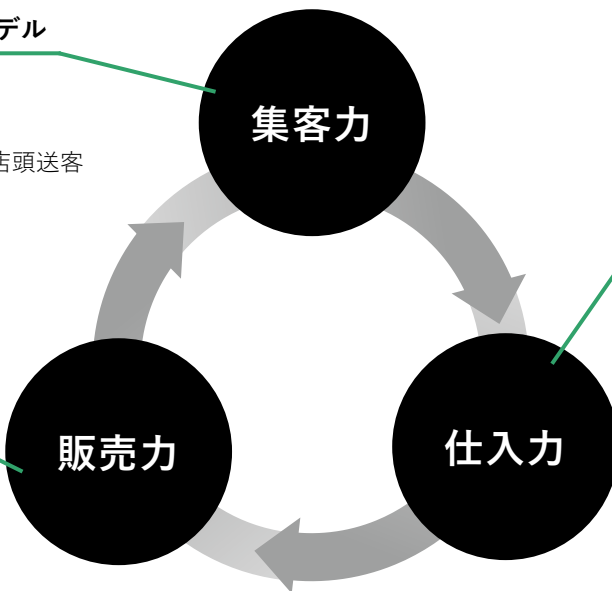
# 中核的な強み

## 独自のO to O (Online to Offline) モデル

- WEBマーケティングの内製化
- SNS・アプリの活用
- カスタマーサポートセンターによる店頭送客
- 全国の買取拠点網

## オークションプラットフォーム

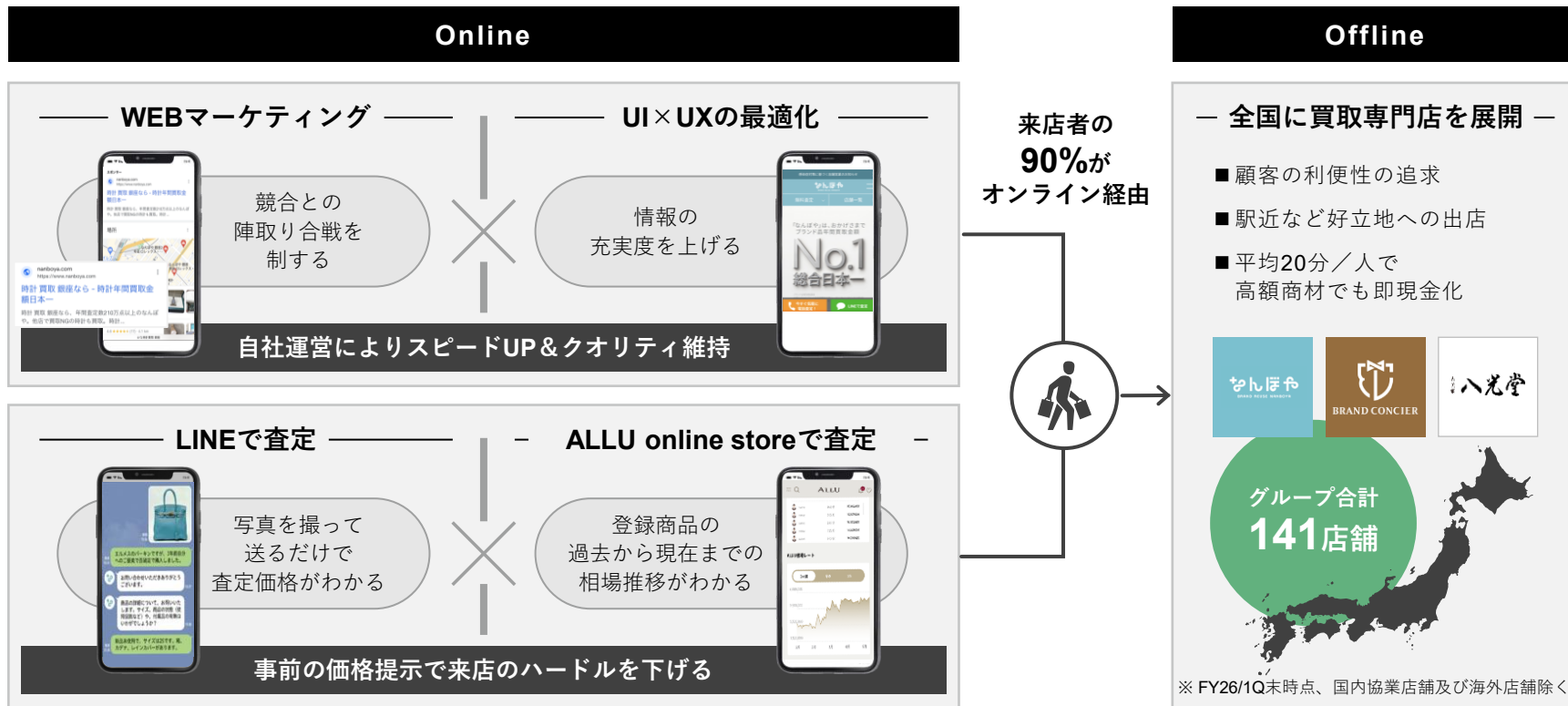
- 自社で買取した商品を安定的に事業者向けオークションで販売
- 全世界への販売が可能なオンラインプラットフォームを構築



## 買取スタッフの接遇と本部サポート体制

- 従来のイメージを払拭する店舗デザイン
- 買取スタッフの接遇力
- 業界最大級のデータベースとリアルタイム本部サポート体制による高精度プライシング

# 集客力／独自のO to O（Online to Offline）モデル



# 仕入力／接客を重視した買取スタイル

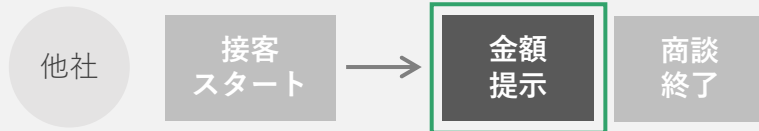
## 洗練された店舗、サービス

- 商談接客ブースは全店個室でプライバシーに配慮
- ドリンクサービスなどのおもてなし



## コミュニケーション重視の接客

ここだけを重要視しがち

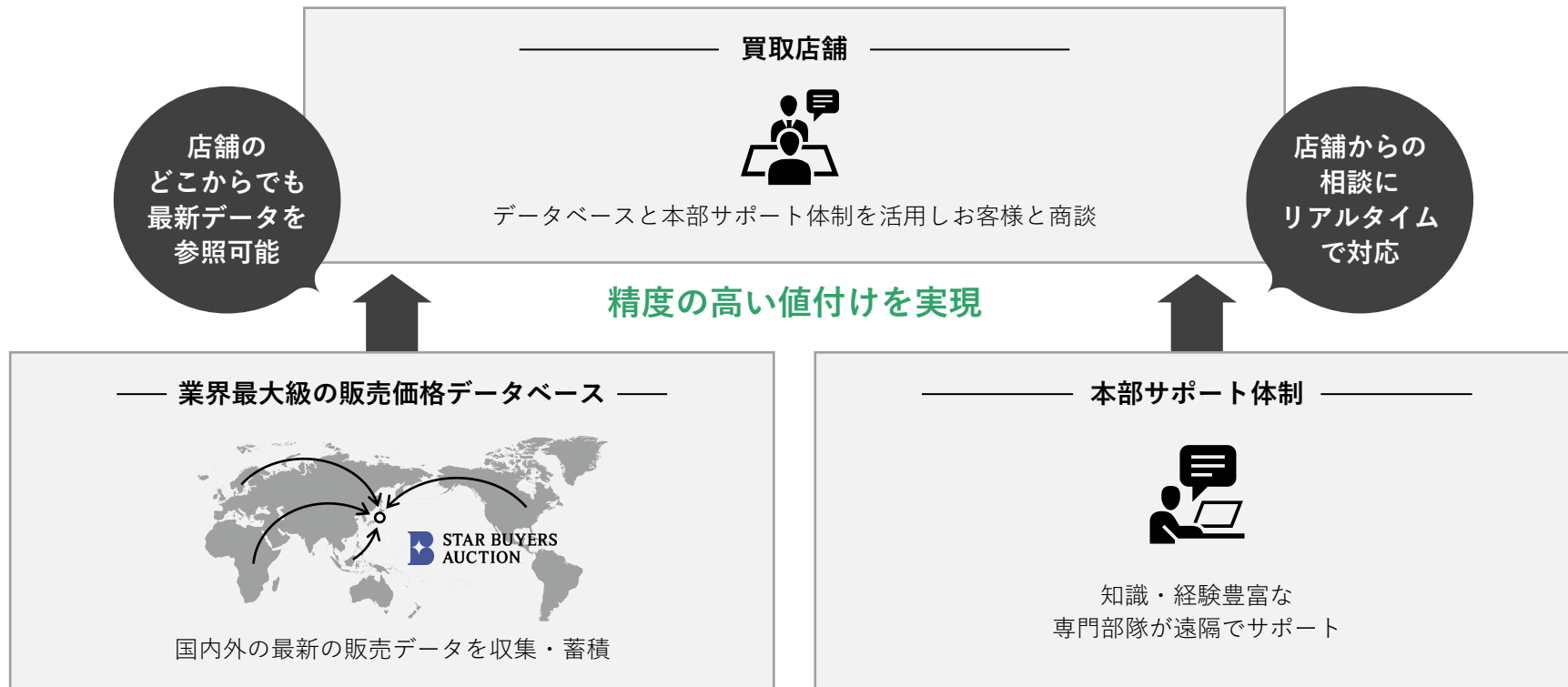


入店から退店まですべてのコミュニケーションを重視 = リユース体験の提供

▶ 「価格を高く」から「価値を高く」へ

高単価 & 高成約率 を実現

# 仕入力／高精度プライシングの仕組み

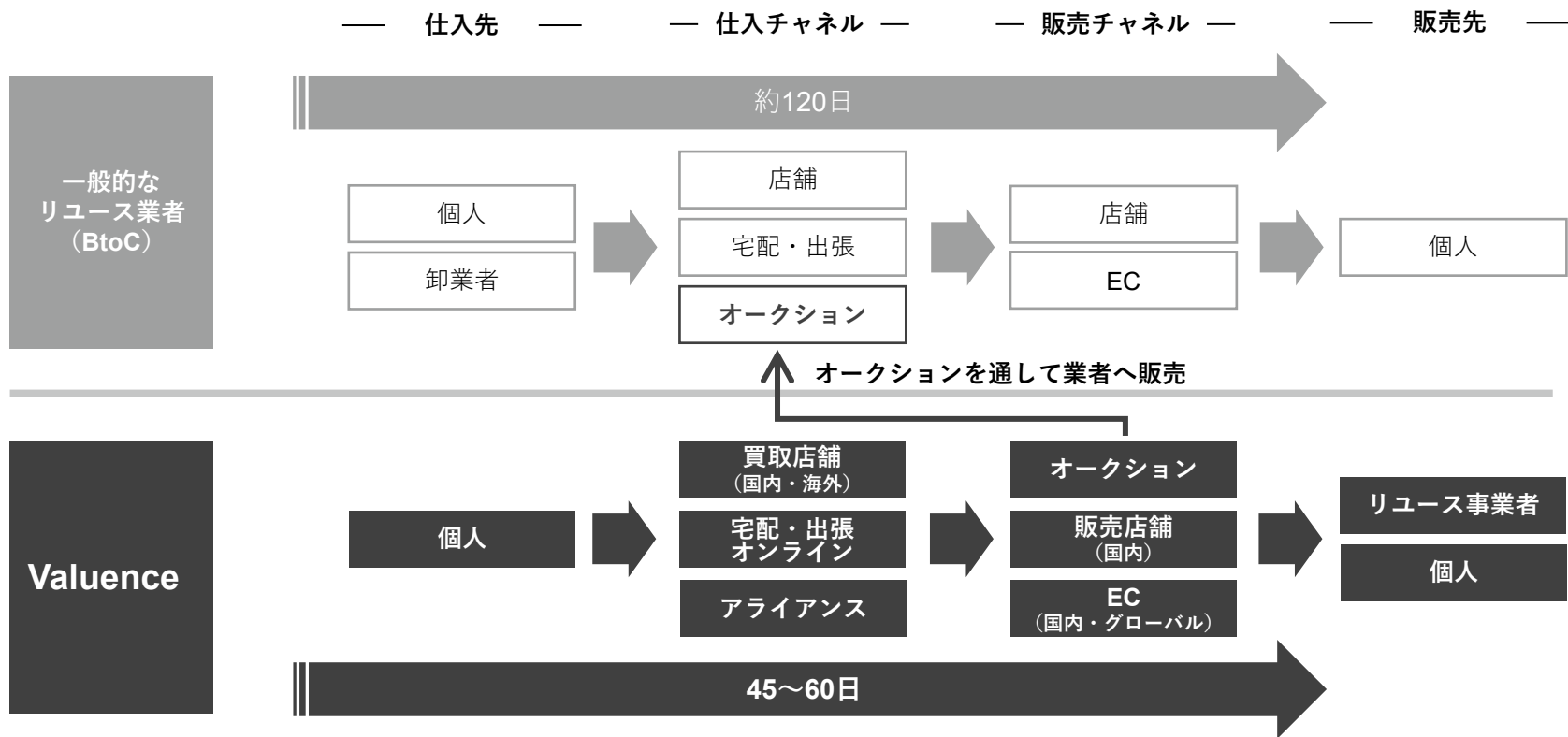


# 販売力／業界のハブとなるオークションプラットフォーム



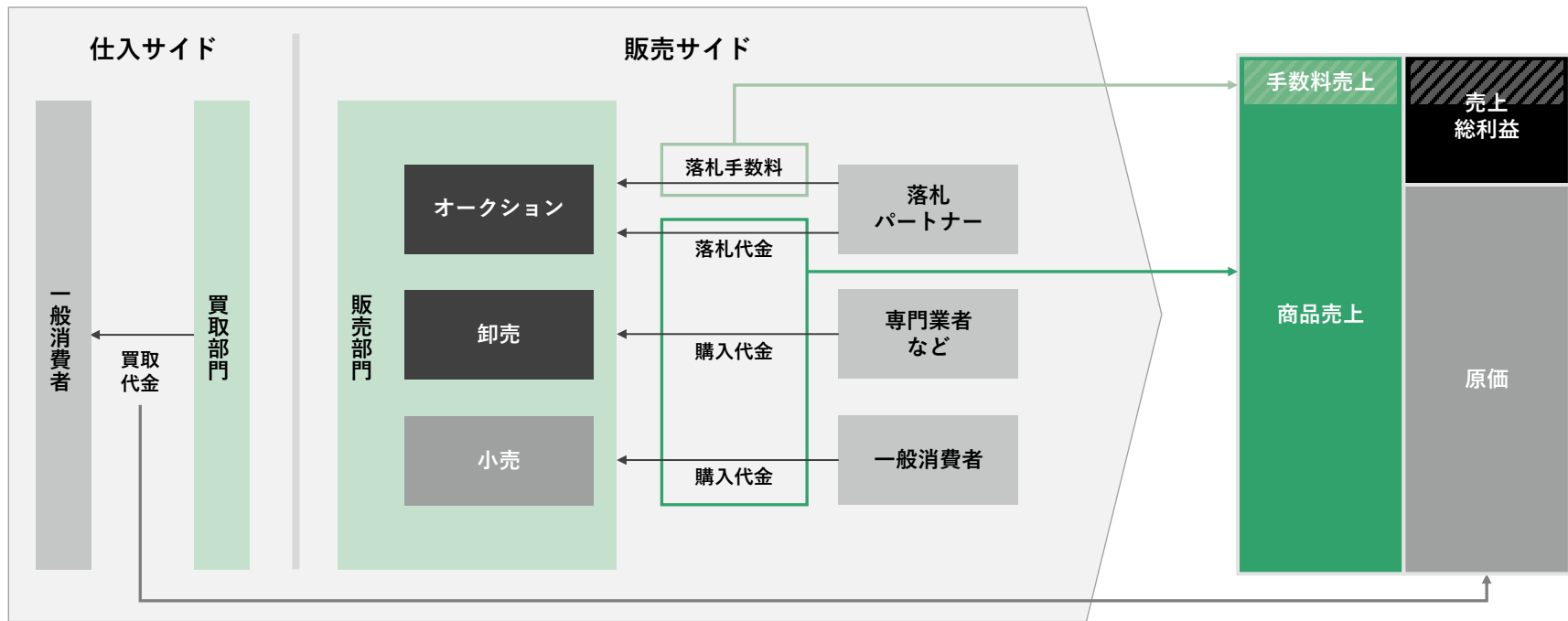
良質な商品、充実したサポート体制でパートナーに価値を提供

# 販売力／オークションプラットフォームでの同業他社への販売



# 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

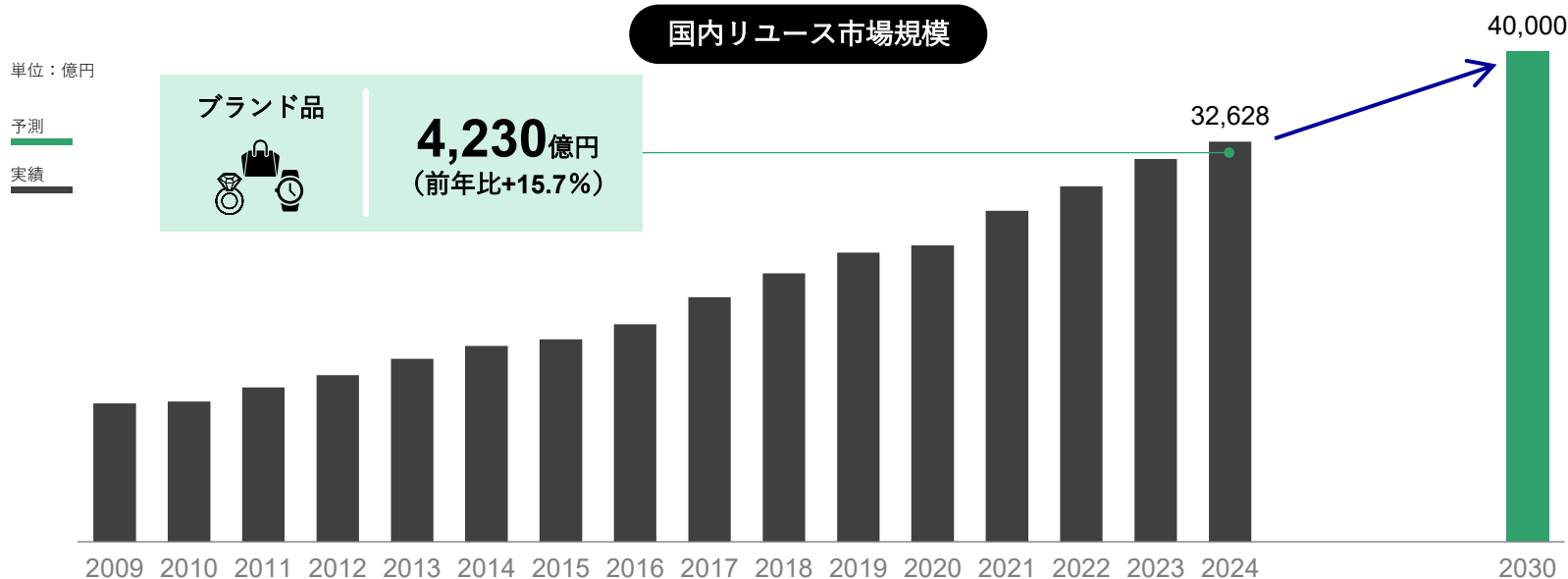




# 市場動向及び競争環境

## 当社を取り巻く環境 ～国内～

- 2024年の国内リユース市場規模は前年比4.5%増の3兆2,628億円、うちブランド品は同15.7%増の4,230億円
- 今後も拡大が想定され、2030年には4兆円に達すると見込まれている



※1 出所) 株式会社リフォーム産業新聞社「リユース業界の市場規模推計2025 (2024年版)」(2025年9月)

※2 住宅・自動車を除く、toC市場規模

※3 このほか当社取扱領域に関連する市場規模は、中古自動車：4.8兆円(2024年)、不動産：12兆円(2018年)

出所) 株式会社リクルート「中古車購入実態調査 2024」

国土交通省「住生活基本計画(全国計画)概要」※既存住宅流通及びリフォームの市場規模

## 当社を取り巻く環境 ～海外～

- 2023年の世界ラグジュアリーリユース市場規模は5.4兆円を超え、2030年には7.5兆円に達すると見込まれている

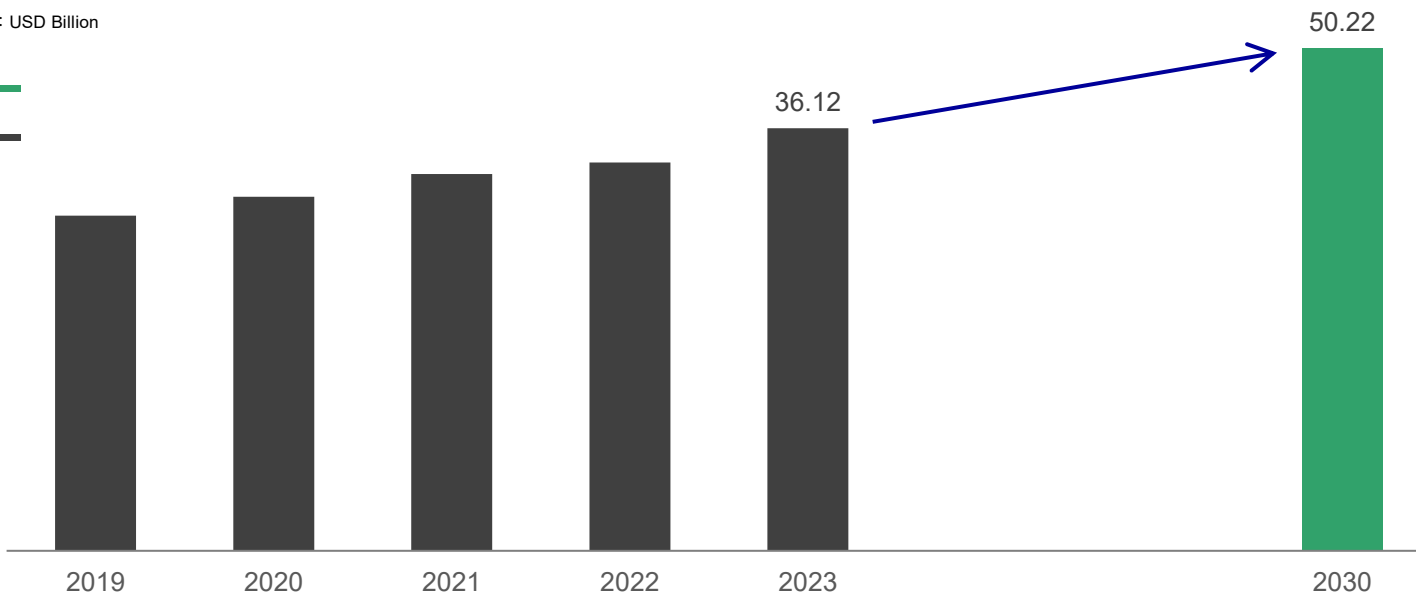
※為替レートは1ドル150円で計算

### 世界ラグジュアリーリユース市場規模

単位：USD Billion

予測

実績



※1 出所) BlueWeave Consulting

※2 高級ブランドの時計、バッグ、ジュエリー、衣類、アクセサリ等が対象

## 外部環境及び当社の強み

- 国内においては当社ビジネスモデルの模倣が増加、コモディティ化が進んでる状況。更なる優位性獲得のため、国内で培ったノウハウを活かした海外展開を進めるとともにtoBモデルの強みを活かして小売にも注力、ビジネスモデルの強化・転換を図る

競争  
状況

### 買取

- 国内においては、さまざまな買取事業者が乱立
- 買取競争は年々激化

### オークション

- コロナ以降のオンライン化によって参入が増加傾向

### 小売

- 当社はCtoBtoBモデル特化により成長を実現、CtoBtoCモデルへの参入は後発と認識

当社ビジネスモデル  
(CtoBtoB)の国内での  
模倣が増加  
⇒コモディティ化が進行


強み

- コミュニケーション重視の接遇
- 従来のリユースイメージを覆す洗練された店舗づくり
- 販売データベース活用、本部サポート体制による高精度の値付け
- アライアンスや海外等、国内直営店舗以外の仕入も強化

- 国内外において最大級のオークション
- 豊富な商品ラインナップを誇り、おまかせ出品（委託）など多様なサービスを実装したプラットフォーム
- 海外パートナーも多数参加する相場の良いオークションとして業界認知拡大中

- ハイブランドと遜色ないラグジュアリーな店舗づくり
- 直近で強化に舵を切っており、ノウハウを蓄積している段階
- toBモデルの強みを活かした小売販売を行い競争優位性の獲得を目指す

一定の買取力及び  
オークションでの優位性を  
最大限活用して小売を強化  
模倣困難なビジネスモデル構築



# 中期経営計画（FY25 – FY27） ～ To the Next Stage : For 2030 Revival Vision

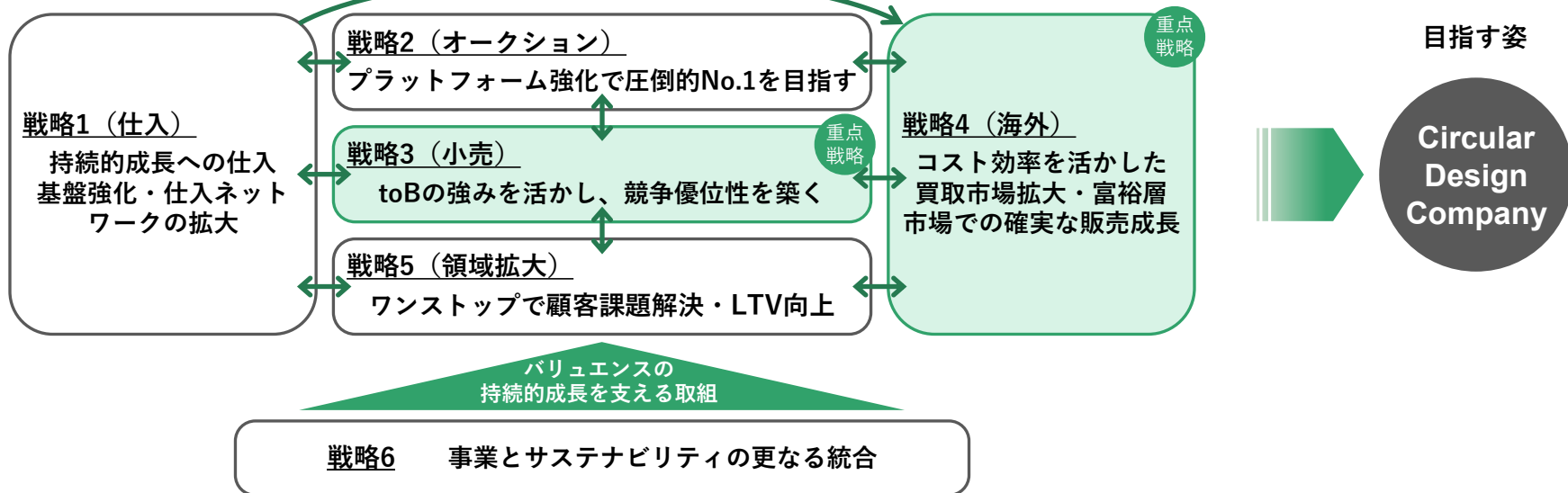
# 中期経営計画「To the Next Stage : For 2030 Revival Vision」 (2024年10月公表)

・ 2030年に目指す姿「Circular Design Company」実現のため、3か年（FY25～FY27）の中期経営計画を定め、事業を推進

FY25 → FY27 → FY30

新中期経営計画「To the Next Stage : For 2030 Revival Vision」

【基本方針】収益性向上に向け構造改革を実施、投資は厳選して継続



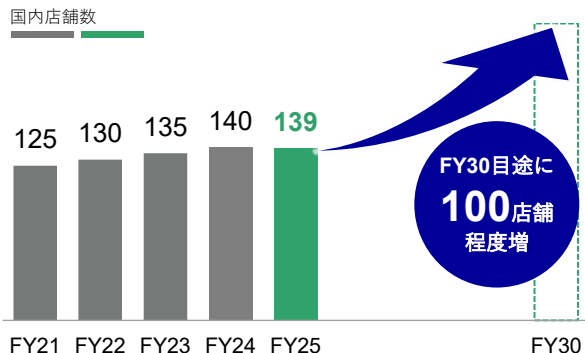
# 戦略1. 仕入

- これまでの積極的な出店やM&Aにより拡大した店舗網を基盤に、効率的な店舗運営やリピーター施策等に注力
- 店舗仕入以外の仕入ネットワークの強化を図ることで、買取競争激化に抗い国内仕入成長を目指す
- 海外は店舗投資コストや人件費が低いアジア・中東地域等、特にGDP成長率が高い地域を中心とした展開による仕入拡大を狙う

## 国内買取店舗展開

- ✓ 直営店については店舗繁閑に応じたリソース配分等により、1店舗当たりの効率を重視
- ✓ 店舗のスクラップアンドビルドが完了し、1店舗当たりの仕入高が拡大
- ✓ FY26以降、新規出店を加速

### 国内買取店舗数推移



## 店舗仕入以外の仕入拡大

- ✓ 買取店舗の新規出店に依らない仕入拡大施策として、特にアライアンスに注力
- ✓ リソース配分の最適化による効率化を企図し、出張・宅配・オンラインによる買取も強化

KPI：なんぼや以外の仕入高比率（海外含む）

FY27 **25%以上**

### アライアンスによる仕入

#### 三越伊勢丹との取組「i'm green」

- FY25末時点で5店舗を展開
- 催事開催等を実施しながら全国展開へ

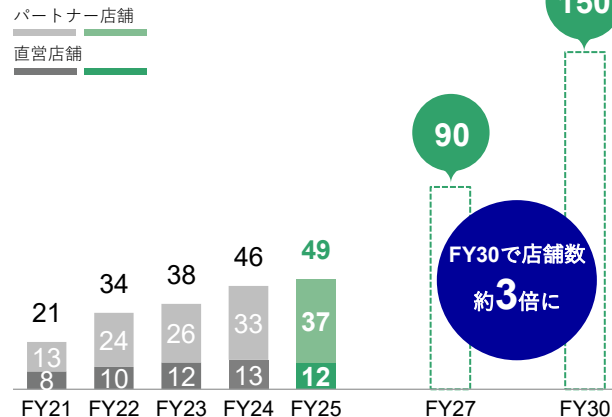
#### 他業種（金融機関等）からの顧客紹介

当社としてリーチできていない超富裕者層や買取店舗を利用しない層から買取可能

## 海外買取店舗展開

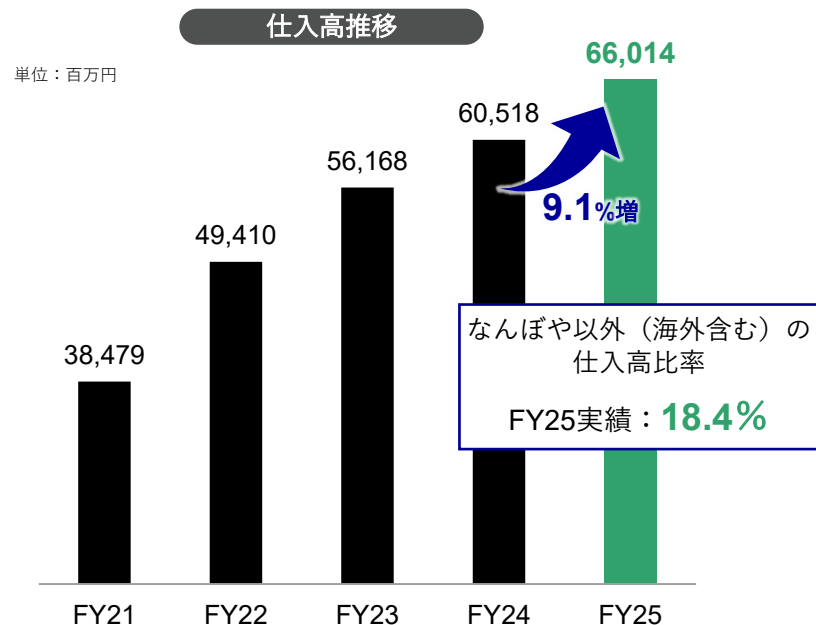
- ✓ パートナーによる店舗出店を加速することで、当社投資コストをかけず効率的な店舗網拡大を推進

### 海外買取店舗数推移



## 仕入戦略の状況

- FY25において出店基準に応じた店舗出退店を概ね完了。効率的な店舗運営やリピーター施策等を継続し、収益性を重視しつつ出店を加速
- 店舗仕入以外の仕入ネットワークの強化を図ることで、グループ全体で恒常的な仕入高成長を目指す
- 提携社数の更なる拡大や既存提携先との密な連携により、アライアンス仕入拡大に引き続き注力
- FY26/1Qの仕入高は前年同期比26.9%増の19,786百万円と、FY26の仕入高成長率目標に対して好調に推移



売上総利益率重視の仕入方針は継続、店舗拡大に加え  
アライアンス等の店舗に依存しない仕入の拡大にも注力

仕入高成長率  
目標

FY26 ~10%増

- ✓ 新規出店は**効率重視の方針**を継続、FY26では**10店舗程度**の出店を計画
- ✓ なんぼや以外（海外含む）の仕入高成長率は**20%以上**を目指す
- ✓ i'm greenや金融機関など他業種とのアライアンスによる仕入拡大にも引き続き注力

### アライアンス仕入

- ✓ 金融機関など他業種との提携により当社がリーチできないお客さまからの買取も実現
- ✓ **2023年11月より、みずほ証券株式会社とも顧客紹介契約を締結済み。**  
引き続き社数拡大に注力

提携社数

60社超

## 戦略2. オークション

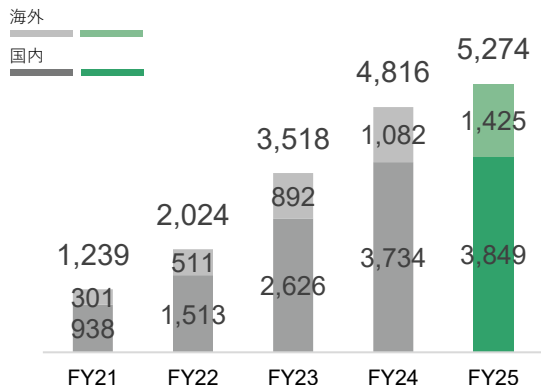
- 当社最大の強みである、オークションプラットフォームの機能拡充を継続
- グローバル視点でより参加しやすいオークションを目指し、自社仕入の多寡によらないオークションGMV拡大策として、委託拡大に注力

### toBプラットフォーム強化

#### STAR BUYERS AUCTION (SBA)

- ✓ SBAパートナーは国内外共に順調に拡大
- ✓ 付随サービスを拡充し、付加価値向上及び他社オークションとの差別化を図る

#### SBAパートナー数



#### オークション委託

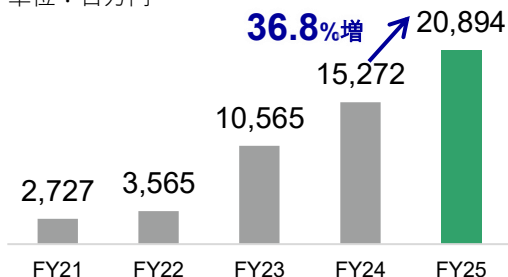
- ✓ SaaS型機能の提供が委託GMV拡大に貢献、利用企業の獲得に引き続き注力

KPI: オークション委託比率

FY27 **40%以上**

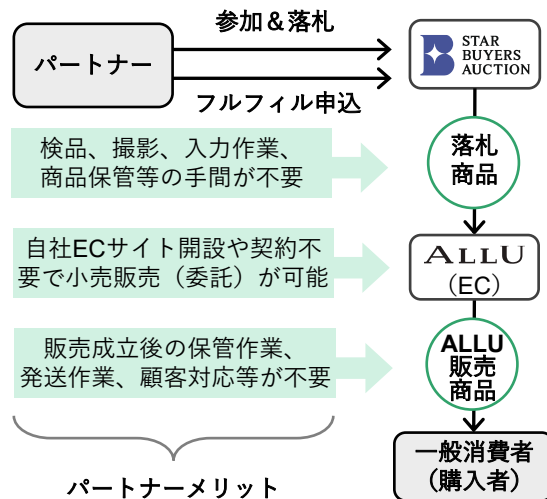
#### オークション委託GMV

単位: 百万円



#### フルフィルメントサービス

- ✓ パートナーの利便性を高めるとともに、小売商材の確保に貢献。EC掲載数増加によりECサイトの価値向上も企図
- ✓ 手数料収入拡大により収益性向上に寄与



# オークション戦略の状況

・オークションプラットフォームの機能強化により、オークションGMV及び手数料収入の拡大を継続

## オークション委託落札額の拡大

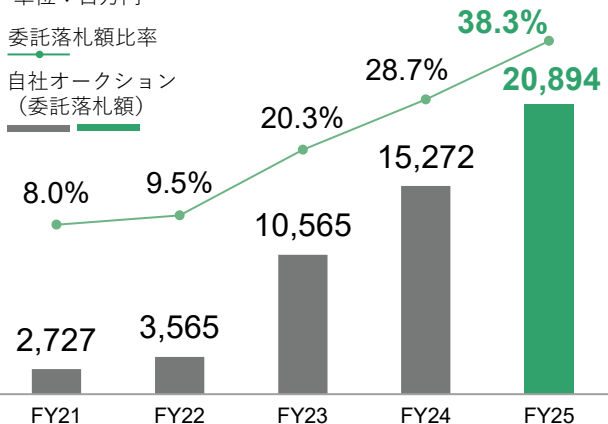
- ✓ 委託は順調に拡大中。引き続き **オークションの取扱高を拡大**することでプラットフォームとしての魅力を担保
- ✓ FY26/1Qのオークション委託落札額比率は41.3%と、**中期経営計画目標の40%に到達**

### 自社オークション（委託落札額・比率）推移

単位：百万円

委託落札額比率

自社オークション  
（委託落札額）



## 手数料収入の拡大

- ✓ FY25下期よりオークションの会員費・参加費の徴収を開始
- ✓ オークションGMVの拡大に加え、手数料収入の拡大も好調

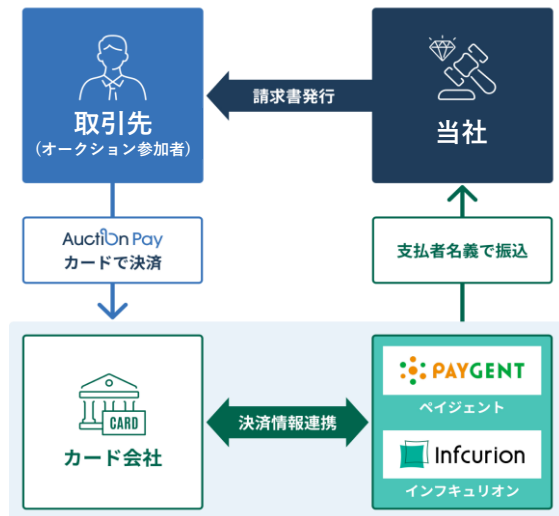
### オークション手数料推移

単位：百万円



## 「Auction Pay」の提供開始

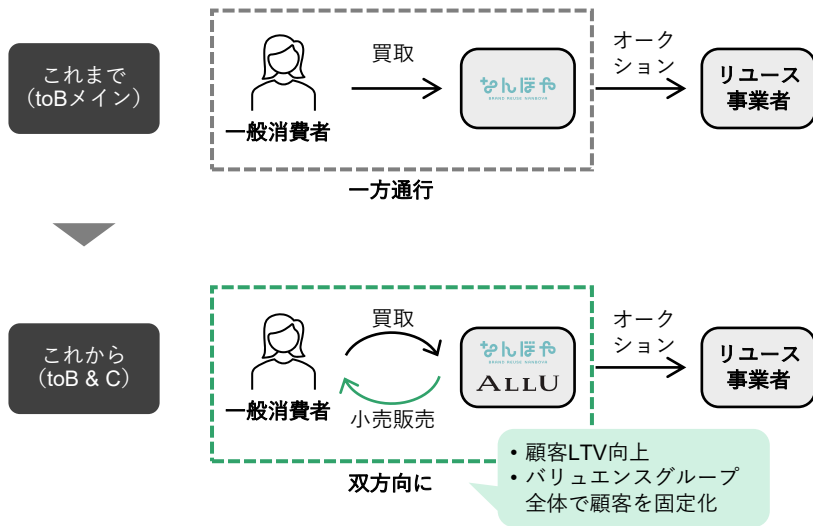
- ✓ 落札商品代金を請求書カード払いできる新たな決済サービスの提供を開始
- ✓ パートナーのキャッシュフロー改善に資するサービス導入による利便性向上を図るとともに落札額拡大も企図



# 戦略3. 小売

- 小売強化により一般消費者との接点を拡大、小売販売と買取の循環を企図
- toB販売の強みを活かした、小売拡大戦略を推進

顧客、特に富裕者層との接点を拡大し、  
小売販売⇔買取の循環を実現



KPI：小売売上高比率

FY27 **25%以上**

SBAを中心としたtoB販売の強みを活かしつつ、ALLUへ優先的に商品  
を供給することで、在庫回転期間を悪化させることなく、小売での  
販売機会の最大化に取り組む（シームレス出品）

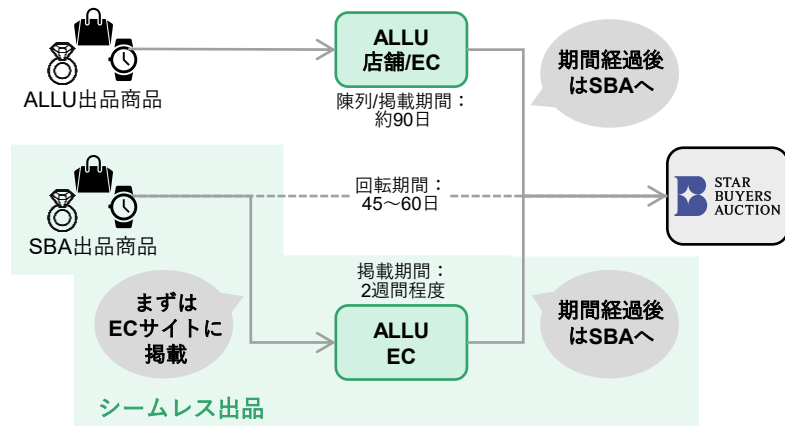


## 戦略3. 小売

- ・在庫回転期間を長期化することなく、シームレス出品により小売販売機会を拡大。販売率向上を企図
- ・小売販売の拡大を図るとともに、販売後もALLU online store上で商品がストックされる仕組みにより更なるモノの循環を目指す
- ・越境ECローンチにより、海外拠点からの送客やインバウンド顧客の固定化で海外顧客を囲い込み

### シームレス出品

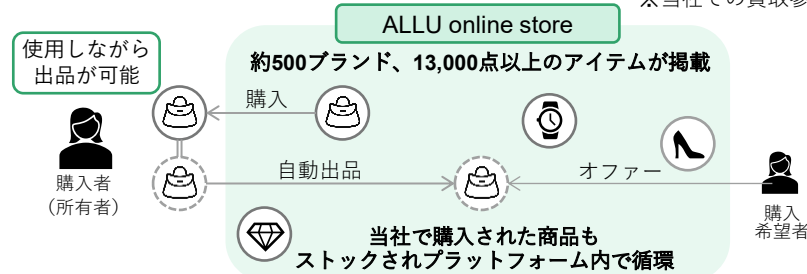
- オークション出品までのリードタイムを活用し小売拡大
- EC掲載点数が増加し、SEOにも好影響
- ALLUに優先的に商品を振り向けることで、小売拡大のみならずSBAにおける委託受入キャパシティ確保の効果も企図



### ALLU online store

- EC販売機能とCtoC機能をよりシームレスに提供
- 購入と同時に商品が自動出品され、プラットフォーム内で循環。店舗購入商品の自動出品も可能
- 当社での査定履歴・売却履歴の一元管理や、所有資産の現在価格\*の算定、当社への売却依頼など、買取面の機能も追加

\*当社での買取参考価格



### 越境EC「ALLU Global Online Store」の立ち上げ

- 全世界から購入可能な越境ECをローンチ、海外拠点所在エリアで特に営業注力



## 小売戦略の状況

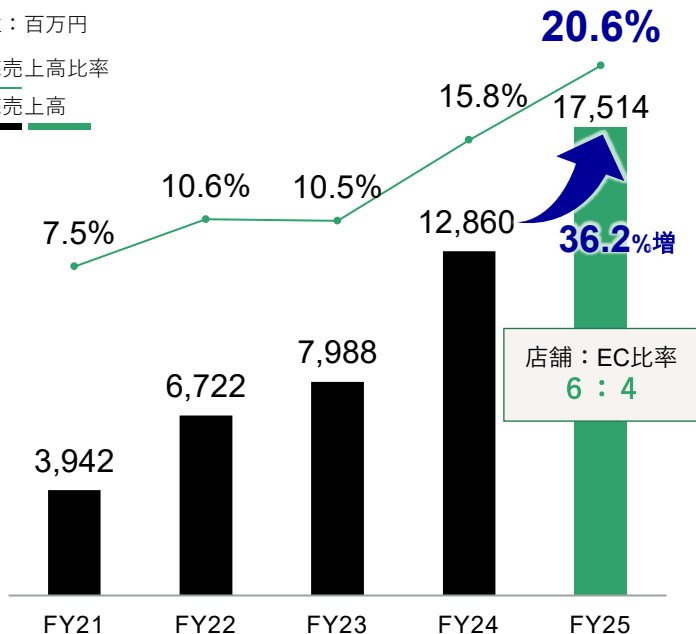
- toB販売の強みを活かした、小売拡大戦略の推進を継続
- 店舗においては国内顧客向け売上高の拡大、越境ECの立ち上げにより海外顧客向けEC売上高拡大も計画
- FY26/1Q時点での小売売上高比率は24.3%と、中期経営計画目標の25%に対し順調に拡大

### 小売売上高推移

単位：百万円

小売売上高比率

小売売上高



### 小売店舗

- ✓ 国内で5店舗を展開



- ✓ 新規出店は行わず**国内5店舗体制**を継続。国内顧客向け1to1施策等による売上高拡大を目指す
- ✓ 越境ECローンチにより、**海外拠点からの送客**や**インバウンド顧客の固定化**で海外顧客を囲い込み
- ✓ **シームレス出品**や**SBAパートナーからの委託出品**により、ALLU online storeのサイト価値向上を企図、更なる取扱い拡大を目指す

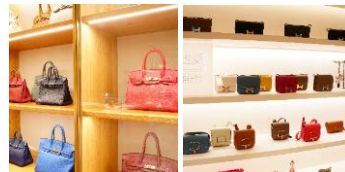
### オリジナル・バーキン落札

- ✓ 2025年7月に、ジェーン・バーキン氏が使用した「オリジナル・バーキン」を落札
- ✓ 2025年11月と2026年1月にALLU OMOTESANDOで展示会を実施



### 表参道店リニューアル

- ✓ 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



# ALLU AUCTION (toCオークション) 第8回大会を開催

- 個人向けに開催する高級時計のオークションの第8回大会を2026年7月26日（日）に開催予定
- SNSをきっかけに、日本国内のみならずアメリカ・アラブ・香港・中国など世界各国からの参加も増加中

詳細はこちら

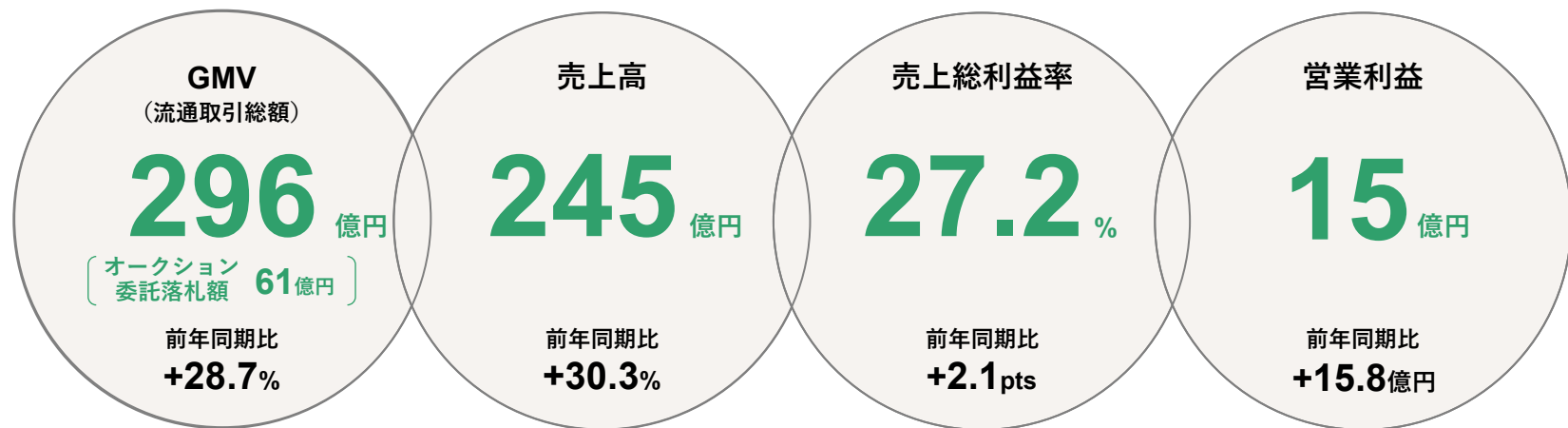


8th Auction | July 26, 2026



# 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

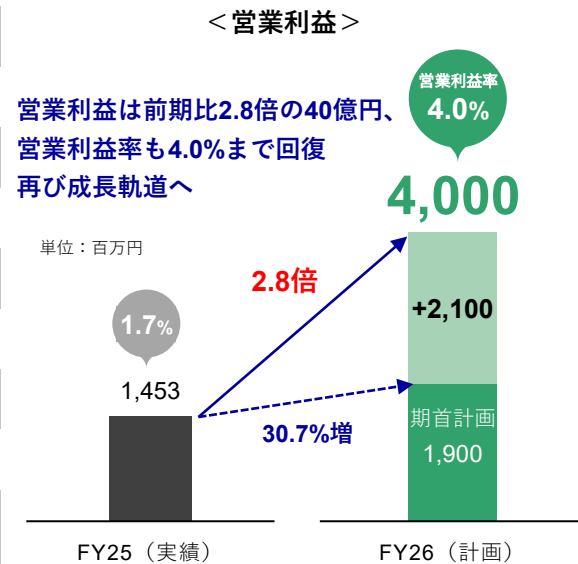
- ・オークション委託落札額は引き続き好調に拡大し、前年同期比24.0%増の61億円と過去最高。小売売上高及び卸売（地金）売上高の伸長等もあり、GMVは同28.7%増の296億円
- ・期首の潤沢な在庫や好調な仕入を背景に各販路における販売も好調に推移し、売上高は同30.3%増の245億円と伸長。特にシームレス出品の期間延長等によるEC売上高拡大に加え、店舗においてはインバウンド需要も旺盛ながら、各施策により国内顧客向け売上高も大きく伸長し、小売売上高は過去最高を更新。また、委託落札額の好調な拡大やFY25/3Qより開始したSTAR BUYERS AUCTION（以下、「SBA」という。）にお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

# 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

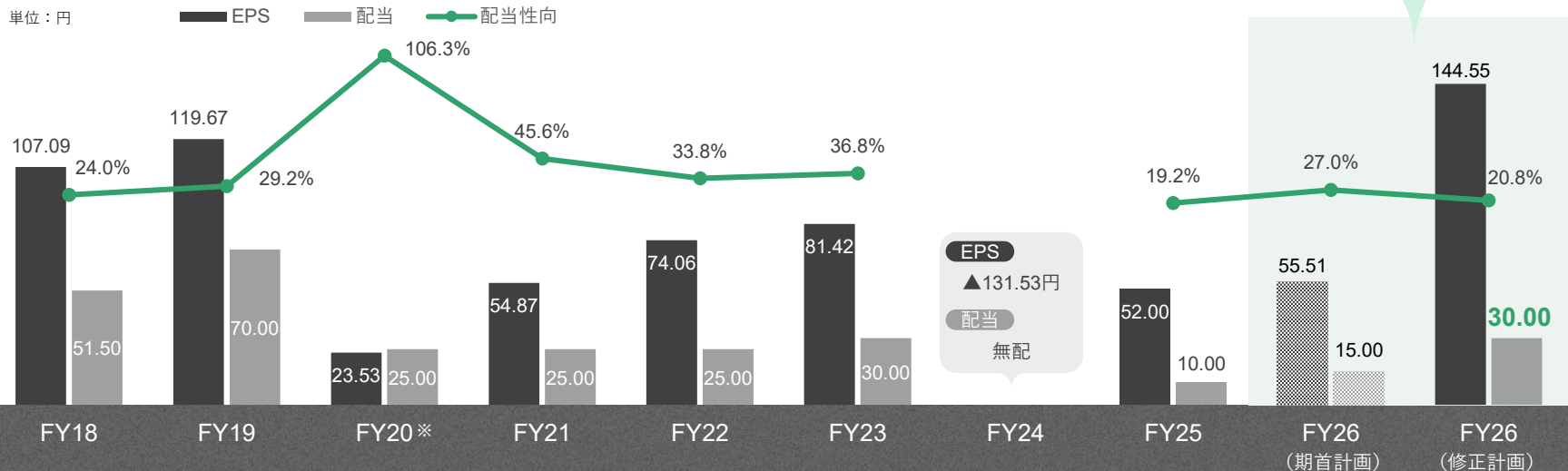


# 配当予想の修正

## 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。

2026年8月期の期末配当：  
1株当たり15円 ⇒ **30**円（予想）



# Valuence

Circular Design Company

- 当資料は、当社の事業内容及び業績を説明するために作成したものであり、当社が発行する有価証券の購入・売却等、投資を勧誘するものではありません。
- 当資料は、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。

【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)