

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8月18日

Index

03
会社概要

8
当社の強みと
競争環境

12
中期経営計画及び
その進捗

23
2026年8月期
第3四半期 業績

26
配当予想について

© Valuence Holdings Inc.

会社概要



© Valuence Holdings Inc.

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	嵜本 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	1,457百万円（2026年5月末）
従業員数	1,183名（2026年5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 （2026年5月末現在）

グループ事業ブランド

買取（国内）

なんぼや BRAND REUSE NANBOYA / BRAND CONCIER / 古美術 八光堂

買取（海外）

ALLU

オークション

STAR BUYERS AUCTION / THE EIGHT AUCTION / HATTRICK / ALLU AUCTION

小売

ALLU

自動車

Valuence AUTOMOTIVE

不動産

なんぼや不動産

リペア

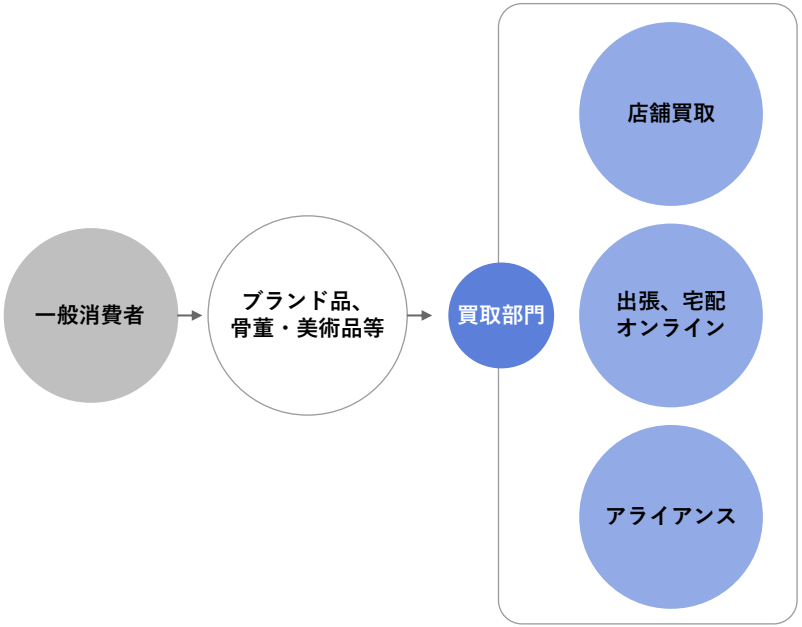
修理工房 なんぼや

© Valuence Holdings Inc.

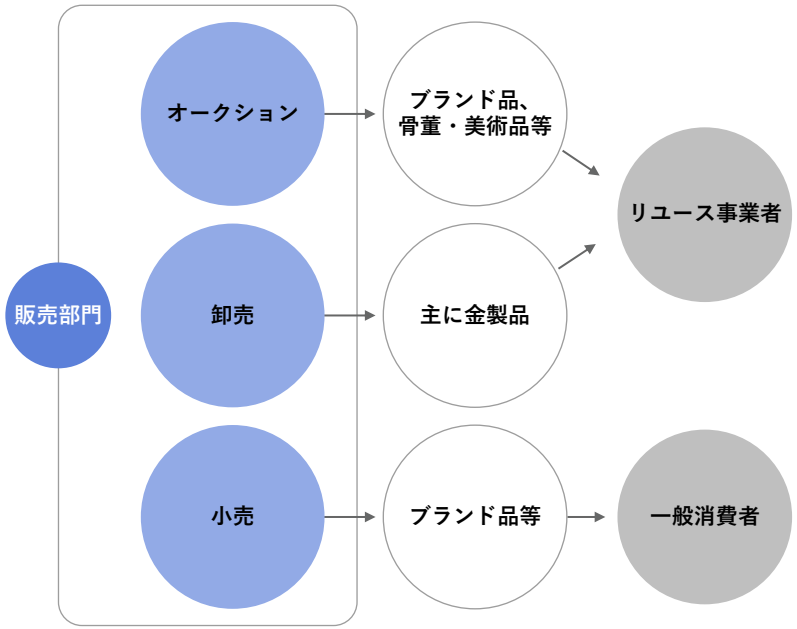
主なビジネスモデル

- 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



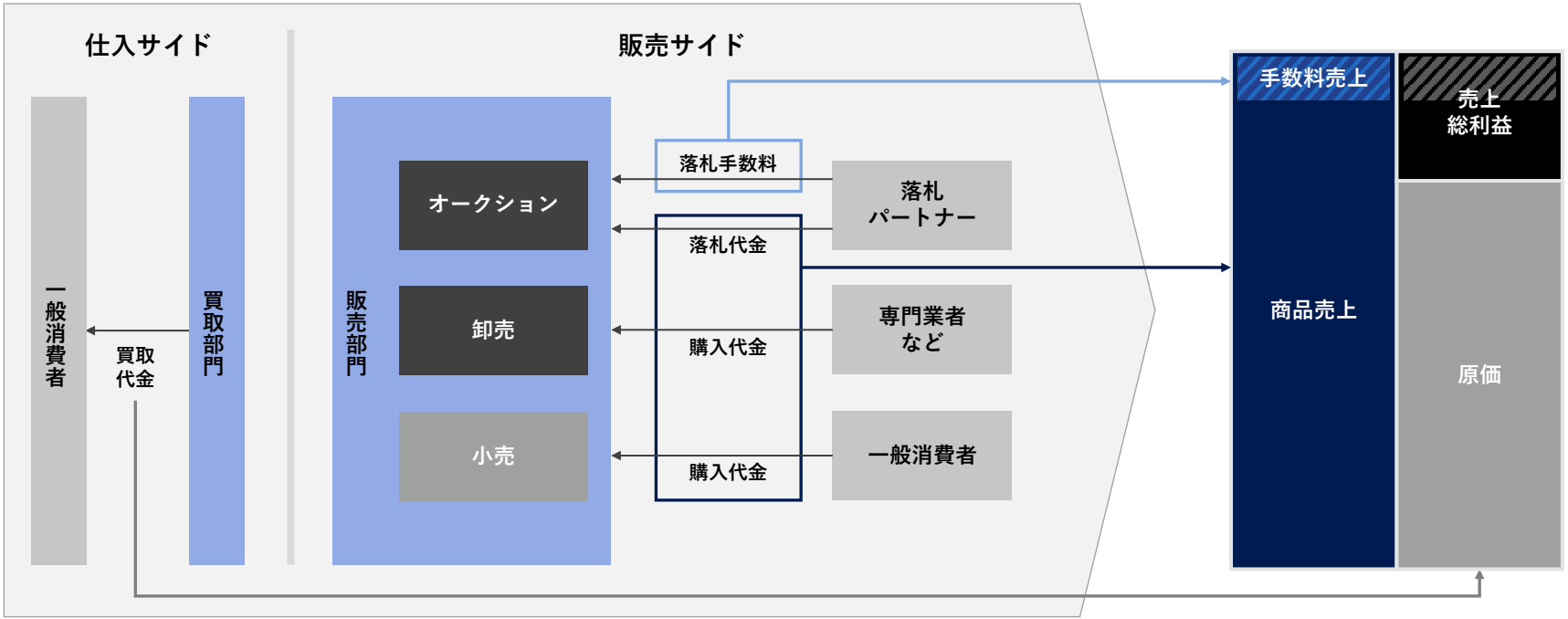
販売サイド



© Valuence Holdings Inc.

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



© Valuence Holdings Inc.

事業紹介／サービス紹介

仕入サイド

なんぼや BRAND REUSE NANBOYA / BRAND CONCIER

- ブランド品等の買取専門店
- 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
- 遺品整理、生前整理等にも対応

ALLU

- 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

アライアンス

- 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

販売サイド

オークション

STAR BUYERS AUCTION

- 業界最大級のブランド品等のtoBオークション
- オンラインにて開催し国内外から多くのパートナーが参加

THE EIGHT AUCTION

- 骨董・美術品のtoBオークション

ALLU AUCTION

- 高級時計を中心としたtoCリアルオークション

小売

ALLU

- 東京・大阪に5店舗を展開
- 越境ECを含む自社ECサイト、出店するEC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CtoCサービスも展開

修理工房 なんぼや

- 個人・法人からの時計・バッグ・靴の修理依頼に対応
- 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

その他

Valuence AUTOMOTIVE

- 新車・中古車の販売、買取、自社工場での整備サービスを展開
- 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

なんぼや不動産

- 不動産仲介サービスを展開
- 「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

© Valuence Holdings Inc.



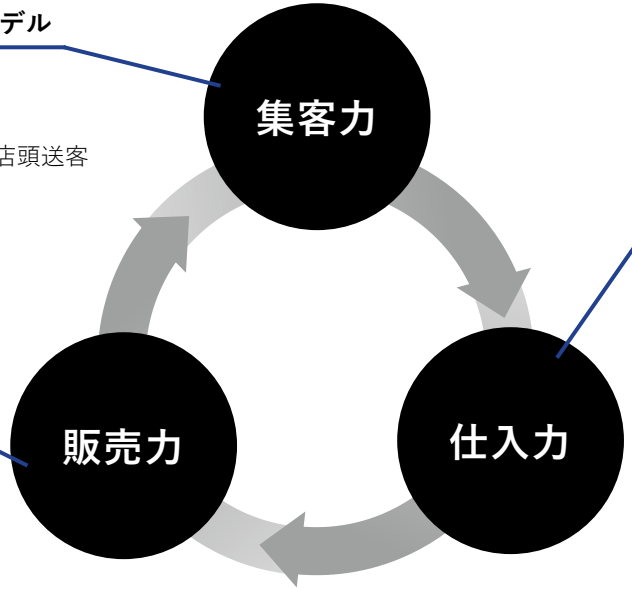
当社の強みと競争環境

© Valuence Holdings Inc.

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



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

オークションプラットフォーム

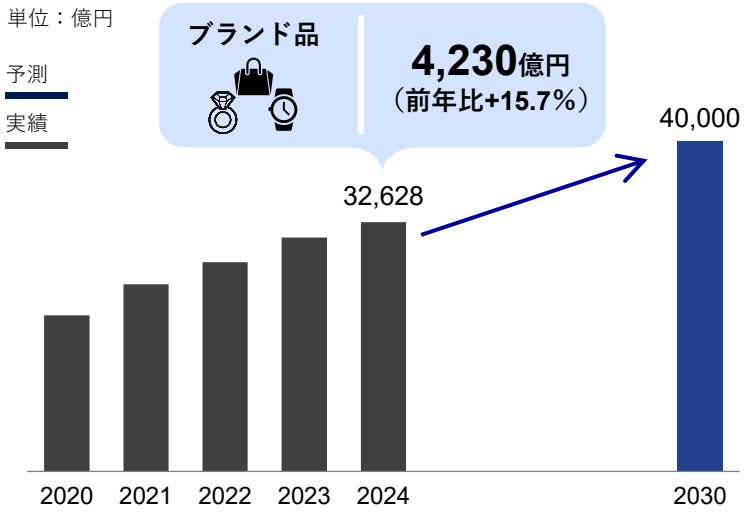
- 自社で買取した商品を安定的に事業者向けオークションで販売
- 全世界への販売が可能なオンラインプラットフォームを構築

© Valuence Holdings Inc.

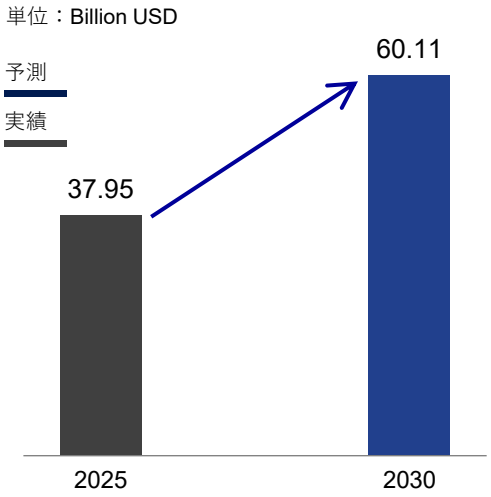
市場環境

- 国内においてはフリマアプリの拡大等によりリユースが浸透、ESG・サステナブル消費のグローバルトレンドも追い風になり市場は拡大が継続
- 海外においても高い成長が見込まれる
- 日本のリユース品は「Used in Japan」として世界的に人気であり、当社は自社オークションやECサイト等を通じて国内のみならず海外にも広く販売することでリユースプラットフォーマーとしての地位を確立

国内リユース市場規模



海外リユース市場規模



出所）国内：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）
海外：The Business Research Company, *Luxury Resale Global Market Report 2026*

© Valuence Holdings Inc.

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小売にも注力、ビジネスモデルの強化・転換を図る

	買取	オークション	小売
競合状況	• 国内においては、大小さまざまな買取事業者が乱立 • 買取競争は年々激化	• コロナ以降のオンライン化によって参入が増加傾向	• 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
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**

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

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

© Valuence Holdings Inc.

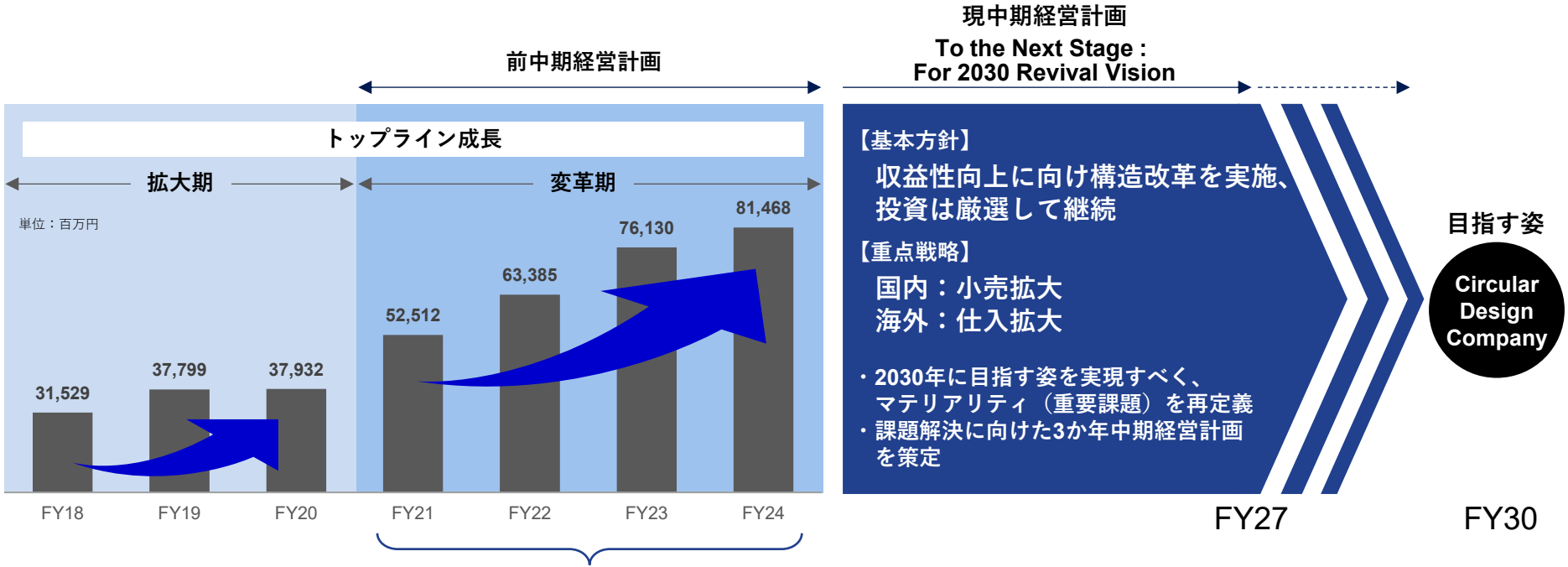


中期経営計画及びその進捗

© Valuence Holdings Inc.

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



M&A、システム投資、グローバル投資等、事業拡大を見据えた投資、
人材確保、非財務への投資を積極的に実施

© Valuence Holdings Inc.

中期経営計画6つの基本戦略

戦略1（仕入）
持続的成長への仕入基盤強化・仕入ネットワークの拡大

- マーケティング手法の多様化及び顧客のリピーター化
- 効率的な店舗仕入の実現及び仕入ネットワークの拡大
- 海外仕入の拡大

戦略2（オークション）
プラットフォーム強化で圧倒的No.1を目指す

- SBA※1開催回数・時間の見直しにより、海外パートナーの参加拡大
- SaaS型機能拡充による委託GMVの拡大
- フルフィルメントサービスによる小売委託の拡大

戦略3（小売）
toBの強みを活かし、競争優位性を築く

重点戦略

- シームレス出品による小売販売機会の創出
- 他社との差別化を図った国内店舗展開
- マーケティング（SEO・リスティング）強化によるEC販売力向上

戦略5（領域拡大）
ワンストップで顧客課題解決・LTV向上

- TWISTED事業の強化
- 不動産仲介の拡大
- リペア事業の強化

戦略4（海外）
コスト効率を活かした買取市場拡大・富裕層市場での確実な販売成長

重点戦略

- 店舗投資コストや人件費の低い地域での効率的な買取市場拡大
- SBA※1海外パートナーの開拓継続
- 富裕層市場での確実な販売成長機会の模索

バリュエンスグループの持続的成長を支える取組

戦略6 事業とサステナビリティの更なる統合

- 気候変動への取組（カーボンニュートラル実現に向けた取組）
- 人的資本の取組
- 取締役会の実効性向上・サステナビリティ経営体制の強化
- スポーツ事業推進によるコミュニティ活性化

テクノロジーを駆使し、各戦略を下支え

- 顧客情報連携・基盤システムの機能拡充・強化
- オークションプラットフォームの利便性向上・機能拡充
- 小売ECとALLU Fashion Market※2の連動・機能拡充
- 海外EC強化

等

※1 SBA：STAR BUYERS AUCTION（次ページ以降同じ）　※2 2025年3月にALLU online storeに統合済み

© Valuence Holdings Inc.

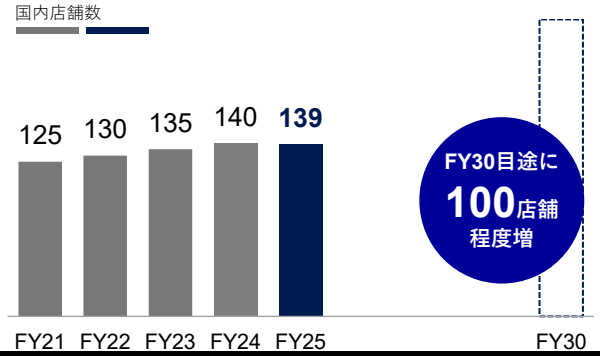
戦略１．仕入

- 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

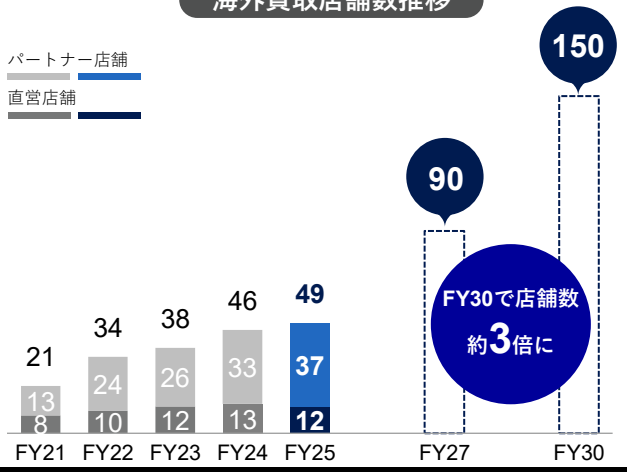
他業種（金融機関等）からの顧客紹介

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

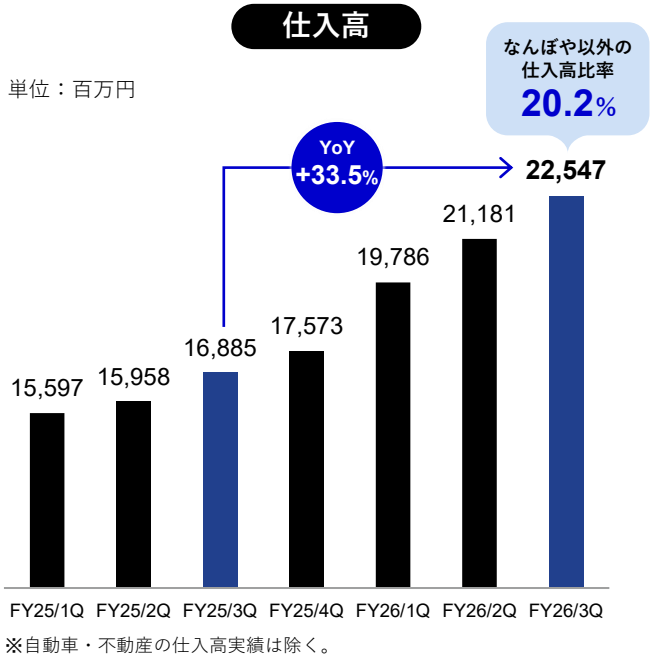
海外買取店舗数推移



© Valuence Holdings Inc.

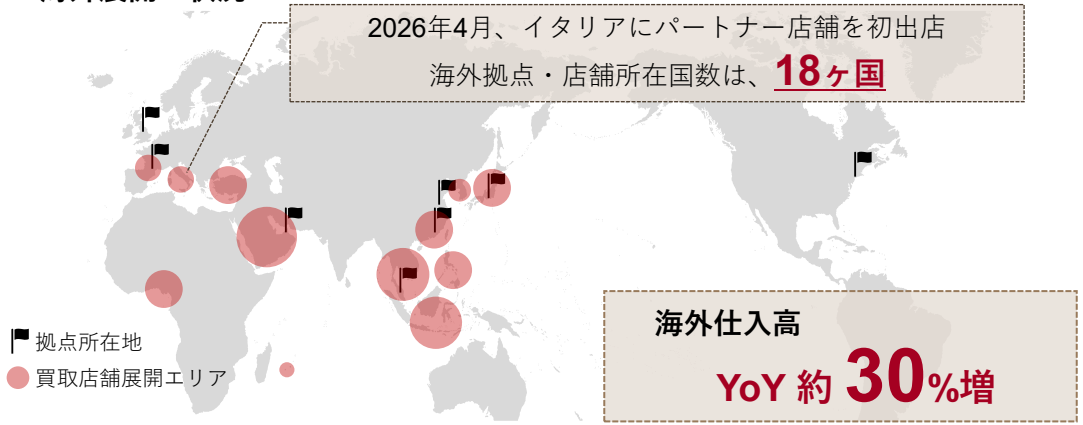
仕入戦略の進捗

- 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
- 海外は好調なエリアでの出店加速に加え出店エリアも拡張し、拠点・店舗所在国数は18ヶ国まで拡大
- 他業種とのアライアンスによる仕入高も好調に推移。 FY26/3Q累計のなんぼや以外の仕入高比率は19.3%と、中期経営計画目標の25%に向けて順調に拡大



※自動車・不動産の仕入高実績は除く。

＜海外展開の状況＞



＜アライアンスの状況＞

- ✓ FY26/3Qも仕入高は引き続き好調に拡大
- ✓ 地方銀行との顧客紹介契約も多数締結しており、首都圏以外の商圏も拡大中

アライアンス仕入高
YoY 約 2倍

提携社数
約 70社

© Valuence Holdings Inc.

今後の仕入成長に向けた施策 ～認知拡大施策～

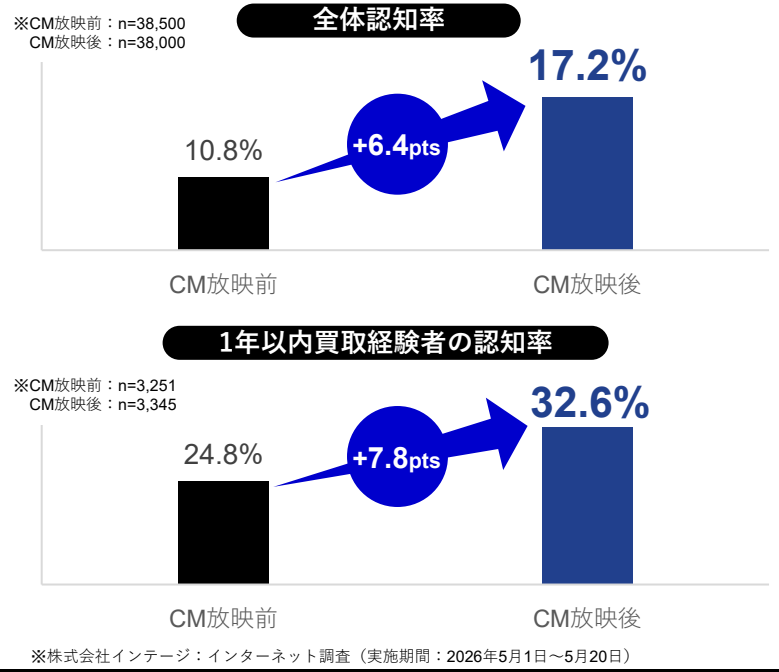
- 更なる仕入成長を目指し、テレビCMの他SNS等を活用した「なんぼや」の認知拡大による新規顧客層へのリーチ拡大
- 来期の仕入拡大に向けて4Qにも広告宣伝費を投下。テレビCM・SNS等の認知拡大施策を継続的に行うことで更なる認知拡大を企図

＜テレビCMの放映＞



- ✓ 5月に実施したテレビCMによる認知拡大効果を継続するため、8月7日～16日、21日～30日にもテレビCMを再度実施
- ✓ テレビCMのみでなく、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ことで、新規顧客の獲得による将来的なリピーターの増加及び買取拡大を目指す

＜効果測定結果＞



※株式会社インテージ：インターネット調査（実施期間：2026年5月1日～5月20日）

© Valuence Holdings Inc.

戦略２．オークション

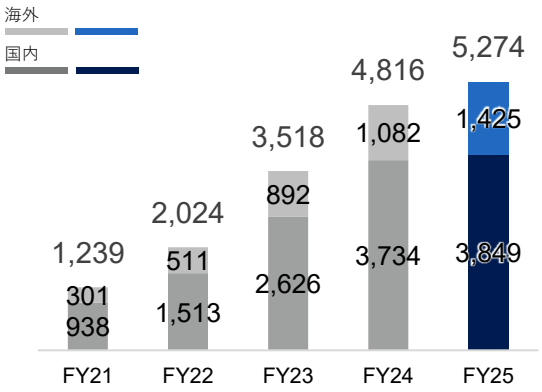
- 当社最大の強みである、オークションプラットフォームの機能拡充を継続
- グローバル視点でより参加しやすいオークションを目指し、自社仕入の多寡によらないオークションGMV拡大策として、委託拡大に注力

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



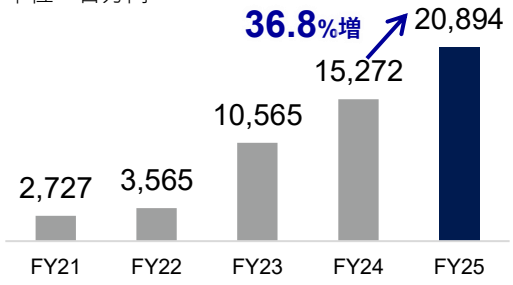
オークション委託

- ✓ 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

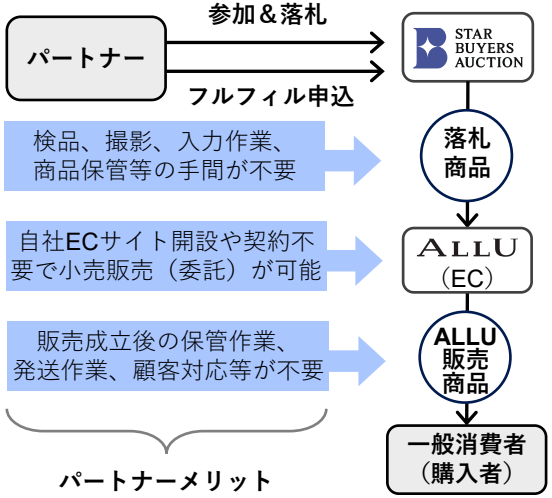
オークション委託GMV

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

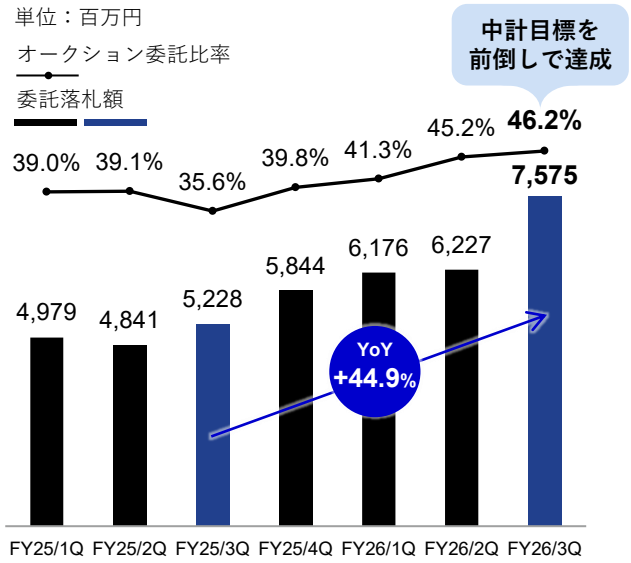


© Valuence Holdings Inc.

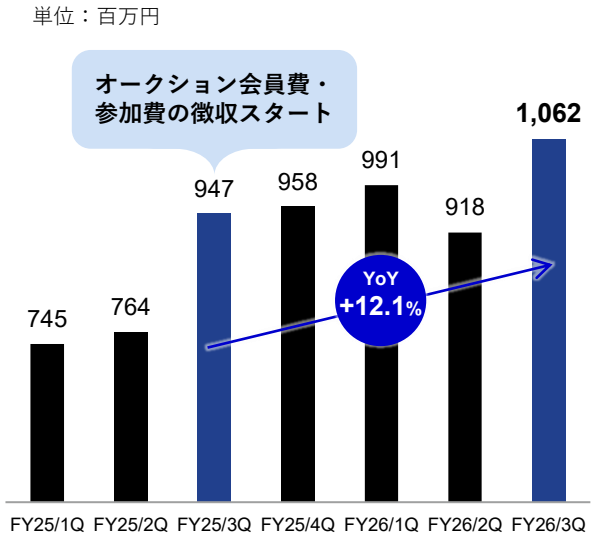
オークション事業の進捗

- オークションプラットフォーム戦略が奏功し、高く売れるオークションとしてSTAR BUYERS AUCTIONの業界認知が高いことから、委託落札額は過去最高を更新。FY26/3Q累計のオークション委託比率は44.3%と、中期経営計画目標の40%を前倒しで達成
- 委託拡大に加え、オークション会員費・参加費の徴収により手数料収入の拡大が継続しており、収益性改善にも貢献
- 個人向けオークションであるALLU Auctionも、2026年7月に第8回大会を開催予定

委託落札額



オークション手数料売上高



ALLU Auction第8回大会開催



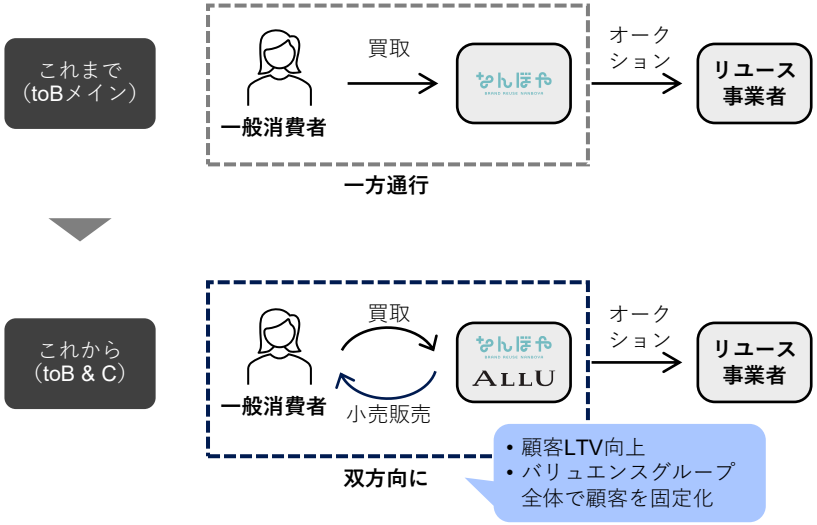
- ✓ 2026年7月26日に第8回大会を開催予定
- ✓ 希少な時計を中心に過去最多の約150点をラインナップ。回を重ねるごとに参加者数が拡大中
- ✓ 委託出品数も増加。2025年7月に開催された第7回大会では委託商品出品数が過去最多を記録するなど、高級時計専門オークションとしての認知度も向上

© Valuence Holdings Inc.

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）

ALLU店舗

- 銀座、心斎橋（2店舗）、表参道、新宿の5店舗を展開
- 従来のリユース店舗とは一線を画すラグジュアリー×サステナブルな店舗づくりにより国内富裕者層にアプローチ
- 定期的な商品入替えやリプライシング等をはじめ、商品ラインナップも他社と差別化を図ることでブランディングも徹底

ALLU online store

- ECサイトから店舗への商品取り寄せ、店舗購入客（インバウンド含む）へのECサイト利用促進など、店舗とECサイトの相乗効果により小売拡大
- シームレス出品による商品掲載数増加により、SEOによる集客の効果も発揮
- モノを所有しながら出品・販売が可能なCtoC機能も実装

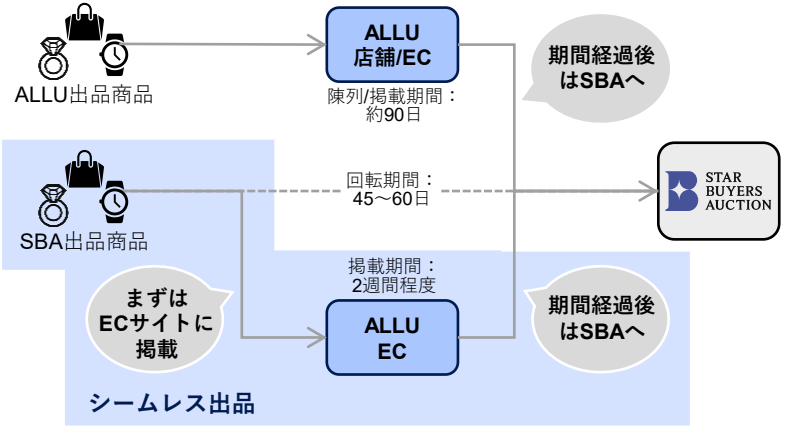
© Valuence Holdings Inc.

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

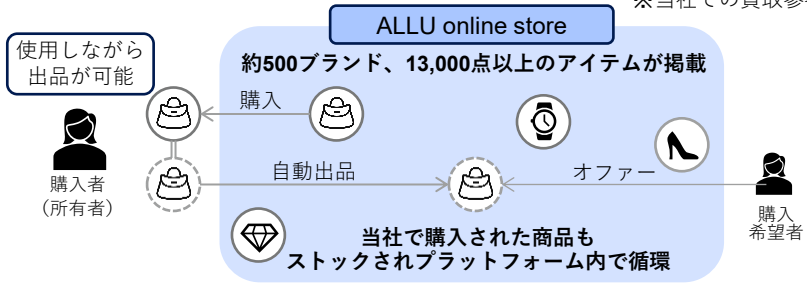
- オークション出品までのリードタイムを活用し小売拡大
- EC掲載点数が増加し、SEOにも好影響
- ALLUに優先的に商品を振り向けることで、小売拡大のみならずSBAにおける委託受入キャパシティ確保の効果も企図



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



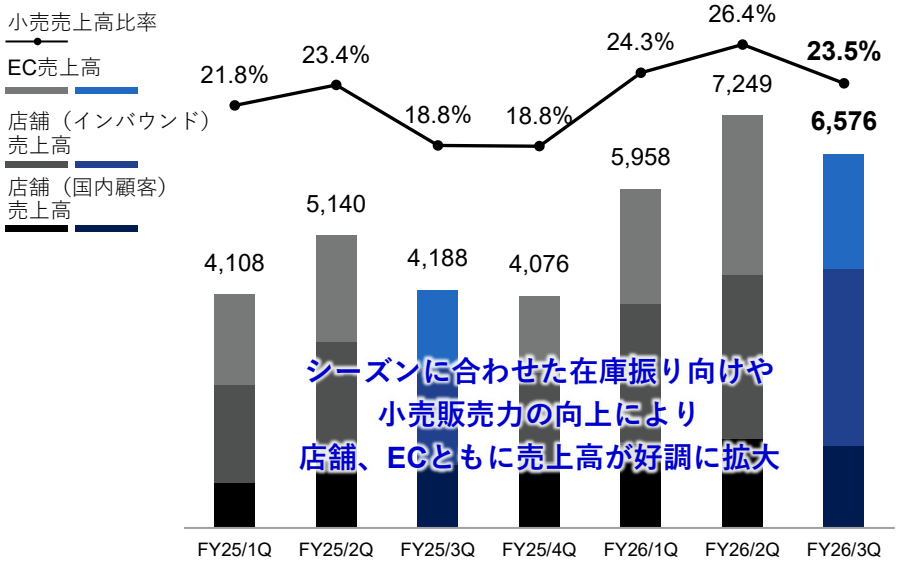
© Valuence Holdings Inc.

小売事業の進捗

- 小売ハイシーズンは落ち着いたものの、シームレス出品等の小売プラットフォーム戦略の奏功や小売販売力の向上等により、小売への商品振り向けを強化していることで、小売売上高は引き続き好調
- FY26/3Q累計の小売売上高比率は24.7%と、中期経営計画目標の25%に到達するペースで進捗

小売売上高・小売売上高比率

単位：百万円



シーズンに合わせた在庫振り向けや小売販売力の向上により店舗、ECともに売上高が好調に拡大

＜大阪での「オリジナル・バーキン」展示会の開催＞



- ✓ 2025年11月・2026年1月に東京（ALLU OMOTESANDO）で開催した展示会が好評だったことから、8月21日～23日に大阪（ALLU SHINSAIBASHI ANNEX）でも展示会を実施。店舗の立地や　特性を活かすことにより、ALLUの認知拡大と共に小売売上高の　拡大も企図
- ✓ 展示会開催により、仕入・販売両面での集客に寄与。「オリジナル・バーキン」きっかけでの新規顧客開拓を目指す

© Valuence Holdings Inc.



2026年8月期 第3四半期 業績

© Valuence Holdings Inc.

2026年8月期 第3四半期（累計）サマリー

営業利益は前年同期比4.1倍の52億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32.7%増の199億円と好調に拡大し、オークション委託比率は44.3%まで伸長。
  GMVは同28.0%増の966億円
- 好調な仕入を背景に潤沢な在庫を確保できていたことに加え、これまでの小売への投資成果により、国内店舗及びECの売上高が好調に拡大。小売売上高は同47.2%増の197億円まで拡大。
  また、引き続き地金相場が堅調に推移したこともあり、売上高は同26.7%増の799億円
- 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により売上総利益率は同1.6pts増の26.9%
- 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の継続やブランド認知の拡大のための施策等の投資を実行しつつ、効率を重視した事業運営は継続。
  営業利益は同4.1倍の52億円

GMV

966億円

（オークション委託落札額 199億円）

前年同期比
+28.0%

売上高

799億円

前年同期比
+26.7%

売上総利益率

26.9%

前年同期比
+1.6pts

営業利益

52億円

前年同期比
4.1倍

© Valuence Holdings Inc.

2026年8月期 第3四半期 業績

- 仕入が好調に拡大し、潤沢な在庫を確保した状態を維持できていることから、FY26/3Qの売上高は前年同期比25.7%増の279億円
- 売上総利益率重視の仕入は引き続き継続。FY26/3Qでは、季節性からオークション売上高が拡大したことや地金・時計等の相場が若干軟調に推移したこと等から売上総利益率は同1.6pts増の26.5%。効率重視の事業運営の継続のもと、中長期的な成長を見据えた投資を実行した結果、営業利益は同2.9倍の17億円
- なお、FY26/4Qでは来期に向けた投資等を積極的に実施する方針であることから、通期業績予想については変更なし

単位：百万円	FY25/3Q	FY26/3Q	増減率	FY25/3Q（累計）	FY26/3Q（累計）	増減率	FY26計画（4/10公表）	達成率
売上高	22,267	**27,984**	+25.7%	63,098	**79,955**	+26.7%	106,000	75.4%
売上原価	16,727	**20,577**	+23.0%	47,114	**58,452**	+24.1%	78,050	74.9%
売上総利益	5,540	**7,407**	+33.7%	15,984	**21,502**	+34.5%	27,950	76.9%
売上総利益率	24.9%	**26.5%**	+1.6pts	25.3%	**26.9%**	+1.6pts	26.4%	－
販売費及び一般管理費	4,953	**5,688**	+14.8%	14,699	**16,228**	+10.4%	22,450	72.3%
営業利益	586	**1,719**	2.9倍	1,285	**5,274**	4.1倍	5,500	95.9%
営業利益率	2.6%	**6.1%**	+3.5pts	2.0%	**6.6%**	+4.6pts	5.2%	－
経常利益	554	**1,675**	3.0倍	1,224	**5,130**	4.2倍	5,260	97.5%
経常利益率	2.5%	**6.0%**	+3.5pts	1.9%	**6.4%**	+4.5pts	5.0%	－
親会社株主に帰属する当期（四半期）純利益	249	**1,062**	4.3倍	532	**3,314**	6.2倍	3,000	110.5%

※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）

© Valuence Holdings Inc.



配当予想について

© Valuence Holdings Inc.

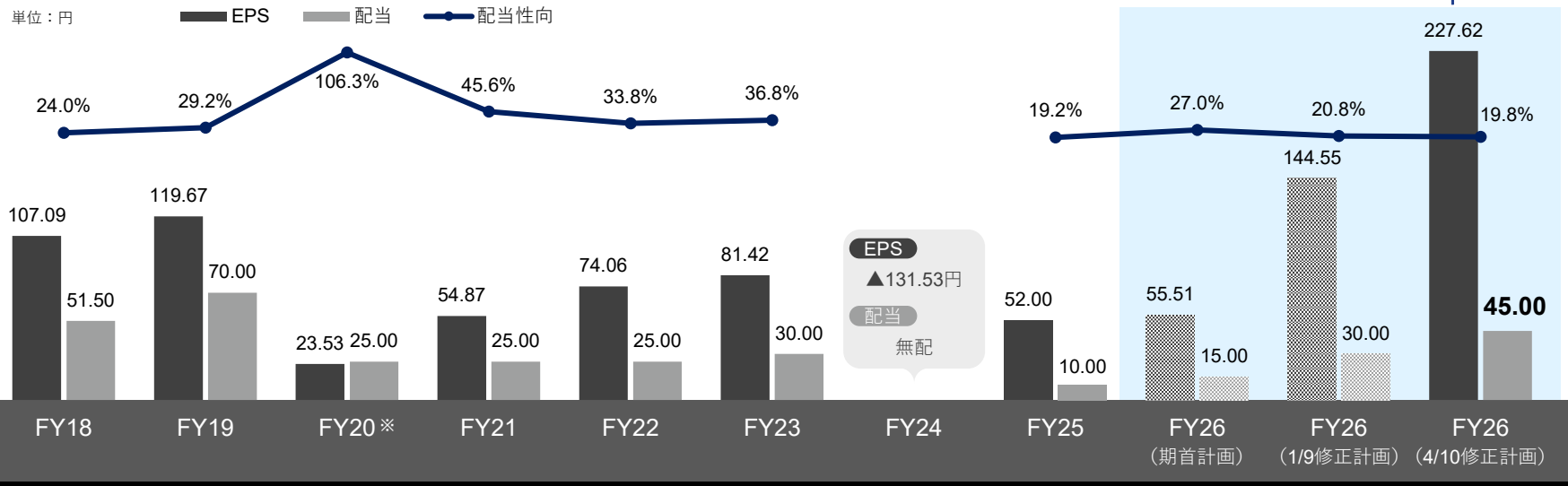
配当予想について

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）



※ 2019年9月1日付で、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。

© Valuence Holdings Inc.

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