

2025年8月期 第2四半期決算説明資料

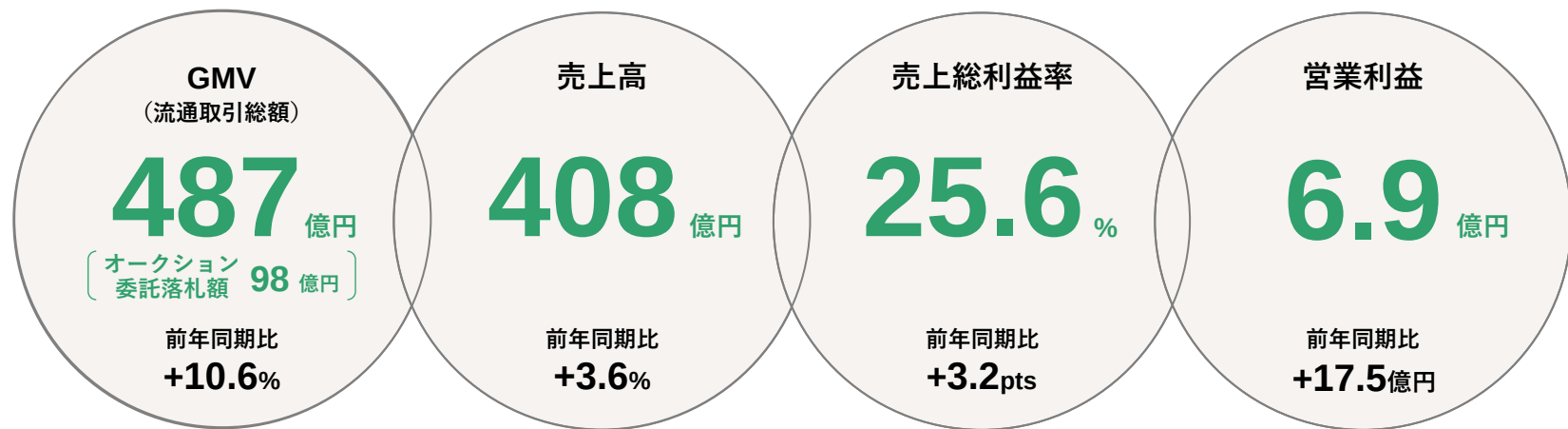
バリュエンスホールディングス株式会社
(東証グロース市場：9270)

2025年4月11日

03	15	22
2025年8月期 第2四半期 業績	2025年8月期 第2四半期 ハイライト	2025年8月期 第3四半期以降の取組
27	29	
業績予想の修正	Appendix	

2025年8月期 第2四半期 業績

2025年8月期 第2四半期（累計）サマリー



売上総利益率改善継続、営業利益は前年同期比17.5億円増の6.9億円

- ・ オークション委託落札額は引き続き好調、前年同期比56.5%増の98億円。小売売上高伸長によりGMVは同10.6%増の487億円と上期過去最高
- ・ FY25/1Qで戦略的に確保した小売向け在庫により、小売売上高比率は22.7%、小売売上高は同49.3%増の92億円と過去最高を更新。店舗売上高拡大に加え、シームレス出品によるEC売上高も好調。アライアンスによる仕入拡大や地金相場上昇により卸売（地金）売上高も拡大。売上高は同3.6%増の408億円
- ・ 売上総利益率重視の仕入を引き続き継続したことに加え、時計・バッグの相場が堅調に推移したこと等により売上総利益率は同3.2pts増の25.6%
- ・ WEBマーケティングをはじめ効率を重視した事業運営を継続。構造改革が順調に進捗しており、販売費及び一般管理費は同1.5%減
- ・ 営業利益は同17.5億円増の6.9億円と黒字転換

2025年8月期 第2四半期 業績

- ・ FY25/1Qからの戦略どおり2Qの小売ハイシーズンに合わせ在庫を振り向けた結果、小売売上高が過去最高を更新。また、アライアンスによる仕入拡大や地金相場の上昇等もあり、売上高は前年同期比11.5%増の220億円
- ・ 売上総利益率重視の仕入を継続したことや相場が堅調に推移したこと等により、売上総利益率は同3.6pts増の26.0%まで回復
- ・ 最適ナリソース配分により効率重視の構造改革を継続、販売費及び一般管理費は同1.9%減の49億円。この結果、FY25/2Qの営業利益は7.7億円と2Qとしては過去最高を更新

単位：百万円

	FY24/2Q	FY25/2Q	増減率	FY24/2Q (累計)	FY25/2Q (累計)	増減率
売上高	19,738	22,007	+11.5%	39,427	40,831	+3.6%
売上原価	15,323	16,292	+6.3%	30,586	30,387	▲0.7%
売上総利益	4,415	5,715	+29.5%	8,841	10,444	+18.1%
売上総利益率	22.4%	26.0%	+3.6pts	22.4%	25.6%	+3.2pts
販売費及び一般管理費	5,031	4,936	▲1.9%	9,893	9,745	▲1.5%
営業利益又は営業損失	▲616	778	-	▲1,052	698	-
営業利益率	-	3.5%	-	-	1.7%	-
経常利益又は経常損失	▲686	840	-	▲1,160	669	-
経常利益率	-	3.8%	-	-	1.6%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益又は四半期純損失	▲493	544	-	▲897	283	-

※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）

2025年8月期 第2四半期（12月－2月）トピックス



買 取

Purchases

- ・ 売上総利益率重視の仕入を継続しながらも、なんぼやにおける仕入高も伸長し、仕入高は前年同期比12.4%増の159億円※1
- ・ 株式会社三越伊勢丹との取組である「i'm green」や金融機関、他業種等との提携数拡大により、アライアンスによる仕入も引き続き好調に推移し、仕入拡大に貢献
- ・ 国内・海外ともにスクラップアンドビルドを進めながら1店舗当たりの効率化に注力。FY25/2Q末の店舗数は国内138店舗※2、海外46店舗

※1 自動車の仕入高実績は除く。

※2 協業店舗は除く。



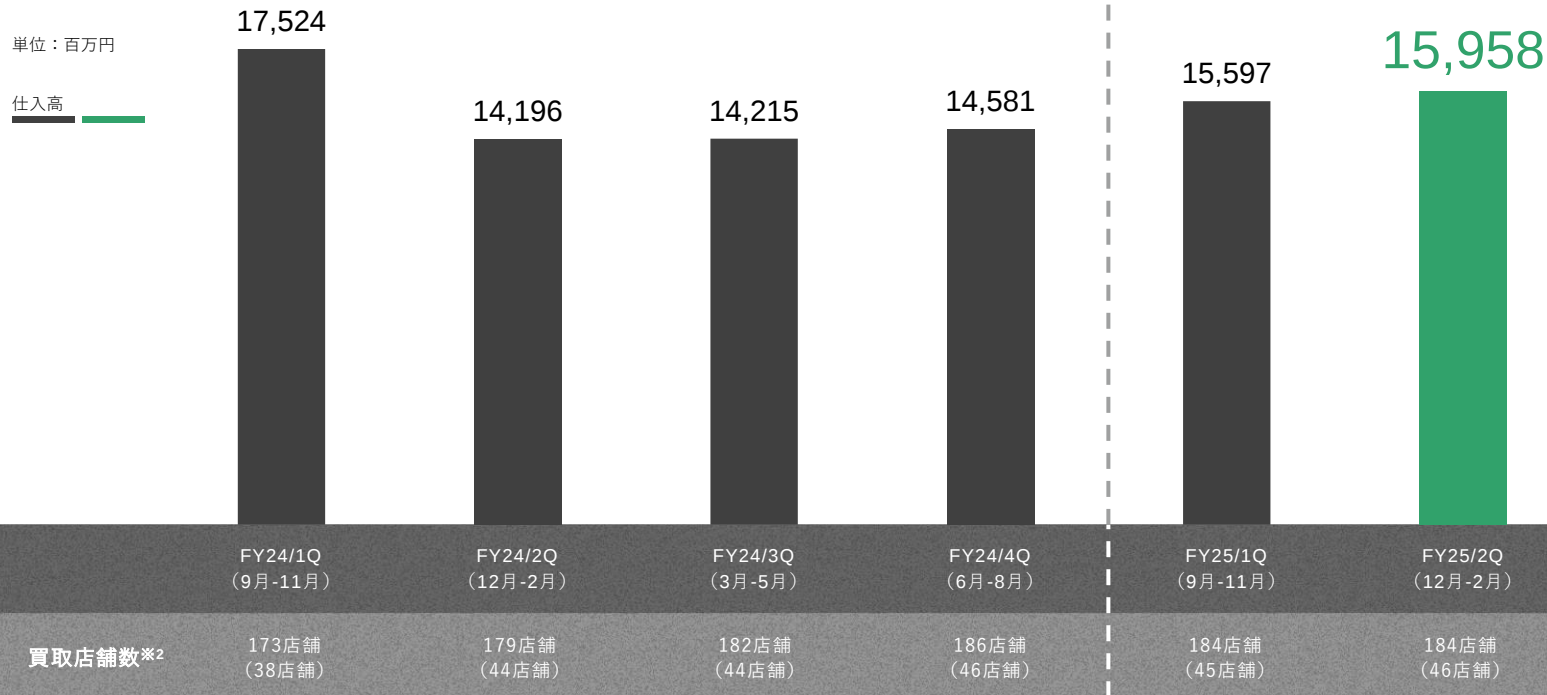
販 売

Sales

- ・ 小売ハイシーズンに向けFY25/1Qに戦略的に在庫確保を行ったことが奏功し小売売上高が伸長、アライアンスの貢献による卸売（地金）売上高の増加もあり、売上高は前年同期比11.5%増の220億円
- ・ 売上総利益率重視の仕入の継続に加え、時計・バッグの相場が堅調に推移したこともあり、売上総利益率は前年同期比3.6pts改善し26.0%
- ・ 自社オークション商品売上高は小売への在庫振り向け等により減少も、委託による出品量確保によりプラットフォームとしての魅力を維持。委託落札額は前年同期比57.7%増の48億円、オークションに占める委託落札額の割合は同14.1pts増の39.1%

仕入高・店舗数

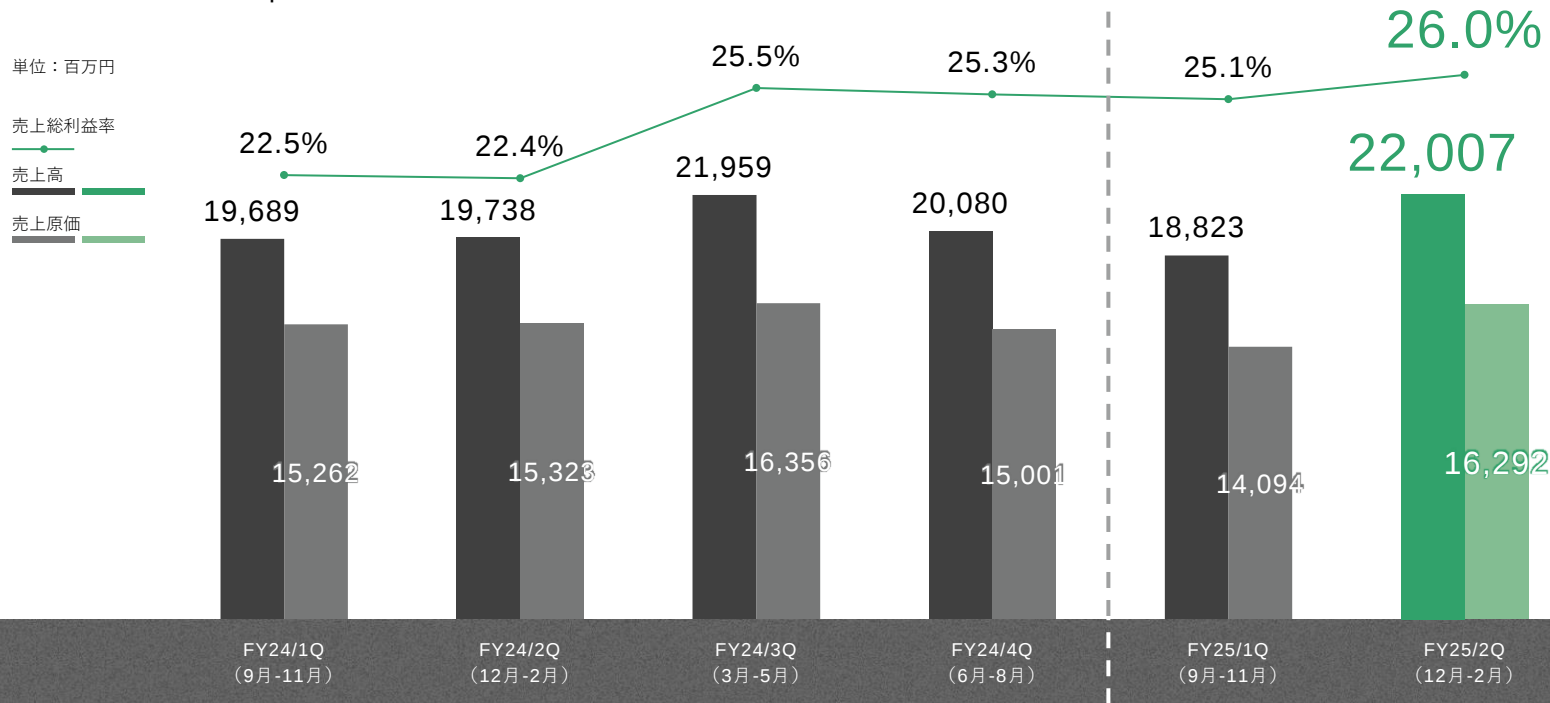
- ・売上総利益率重視の仕入を継続。1店舗あたりの効率も重視することで、なんぼやでの仕入も伸長
- ・アライアンスによる仕入も引き続き好調に推移し、仕入高は前年同期比12.4%増の159億円（直前四半期比2.3%増）



※1 自動車の仕入高実績は除く。
※2 買取店舗数には海外店舗も含む。
() はそのうちの海外店舗数。
国内協業店舗数は除く。

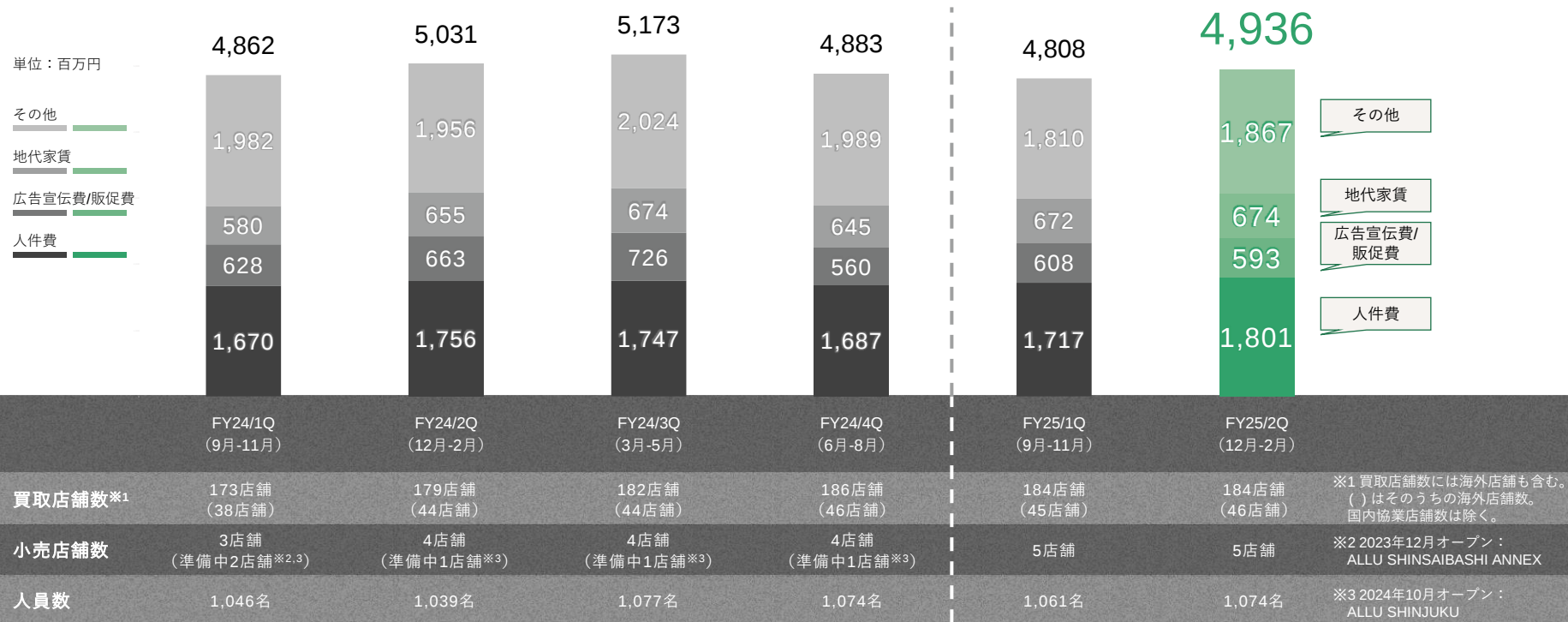
売上高・売上総利益率

- 小売店舗5店舗の稼働に加え、シームレス出品等によるEC売上高拡大も寄与。アライアンスによる仕入や地金相場の上昇に伴い卸売（地金）売上高も拡大。売上高は前年同期比11.5%増の220億円
- 売上総利益率重視の仕入を継続したことに加え、時計・バッグ相場が堅調に推移したこと等により、売上総利益率は同3.6pts増の26.0%。直前四半期比でも0.8pts改善



販売費及び一般管理費

- ALLU SHINJUKU出店に伴う地代家賃や売上好調による手数料、システム開発に伴う償却費の増加等の一方、効率重視のWEBマーケティングを継続したことによる広告宣伝費等の減少により、販売費及び一般管理費は前年同期比1.9%減の49億円

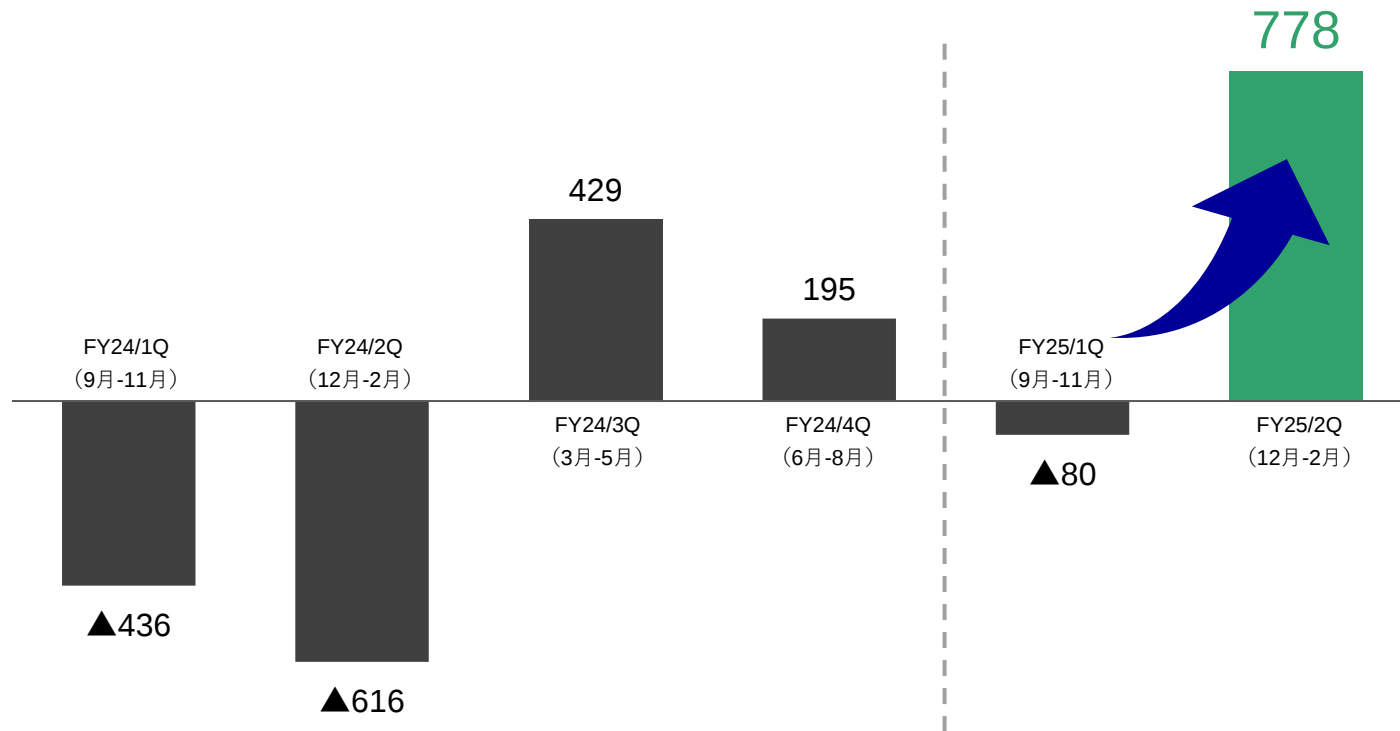


営業利益

- 売上総利益率重視の仕入継続や効率重視の事業運営等、構造改革を進めた結果、営業利益は前年同期比13.9億円増の7.7億円
- 2024年10月公表の通期営業利益予想6億円を上期で達成（通期業績予想の修正についてはP.27ご参照）

単位：百万円

営業利益



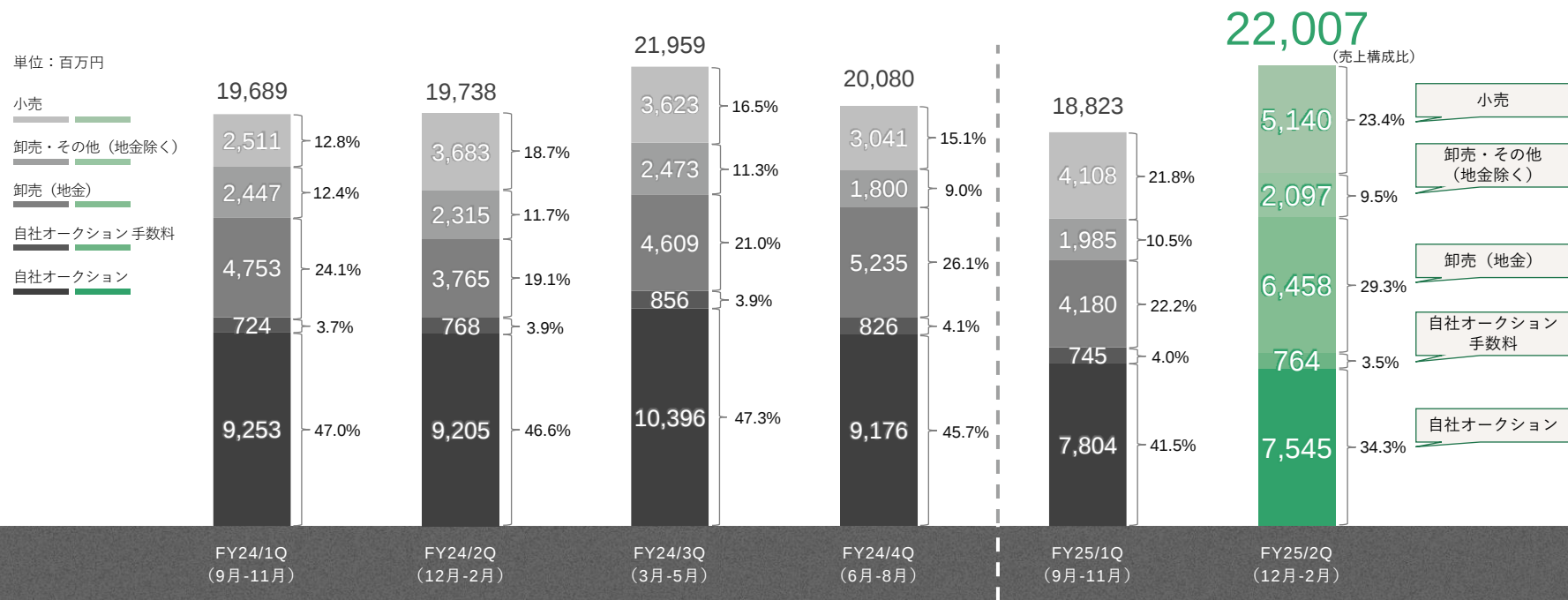
バランスシートの概況

単位：百万円

	FY24末	FY25/2Q末	増減	
流動資産	17,600	19,476	+1,875	
現金及び預金	6,916	7,380	+463	
商品	7,110	8,760	+1,650	・在庫回転期間は47日 ・FY25/2Qは小売ハイシーズンでもあり、FY25/1Qに確保した在庫は小売販売を実施 ・一方、自動車事業においてTWISTED車両仕入による商品（自動車）は増加 ＜商品（自動車を除く）＞ FY24末：68億円 → FY25/1Q末：84億円 →FY25/2Q末：82億円
その他	3,573	3,335	▲237	
固定資産	9,047	9,404	+356	・消費税還付による未収消費税の減少等
総資産	26,648	28,880	+2,232	
負債	19,792	21,554	+1,762	
有利子負債 (リース債務含む)	16,468	17,890	+1,422	・ALLU SHINJUKU出店に伴う有形固定資産の増加、システム開発に伴う無形固定資産の増加等
短期	7,721	9,591	+1,870	
長期	8,746	8,298	▲448	・仕入資金調達等による短期借入金増加
その他	3,324	3,664	+339	
純資産	6,855	7,326	+470	・親会社株主に帰属する四半期純利益の計上
負債・純資産合計	26,648	28,880	+2,232	

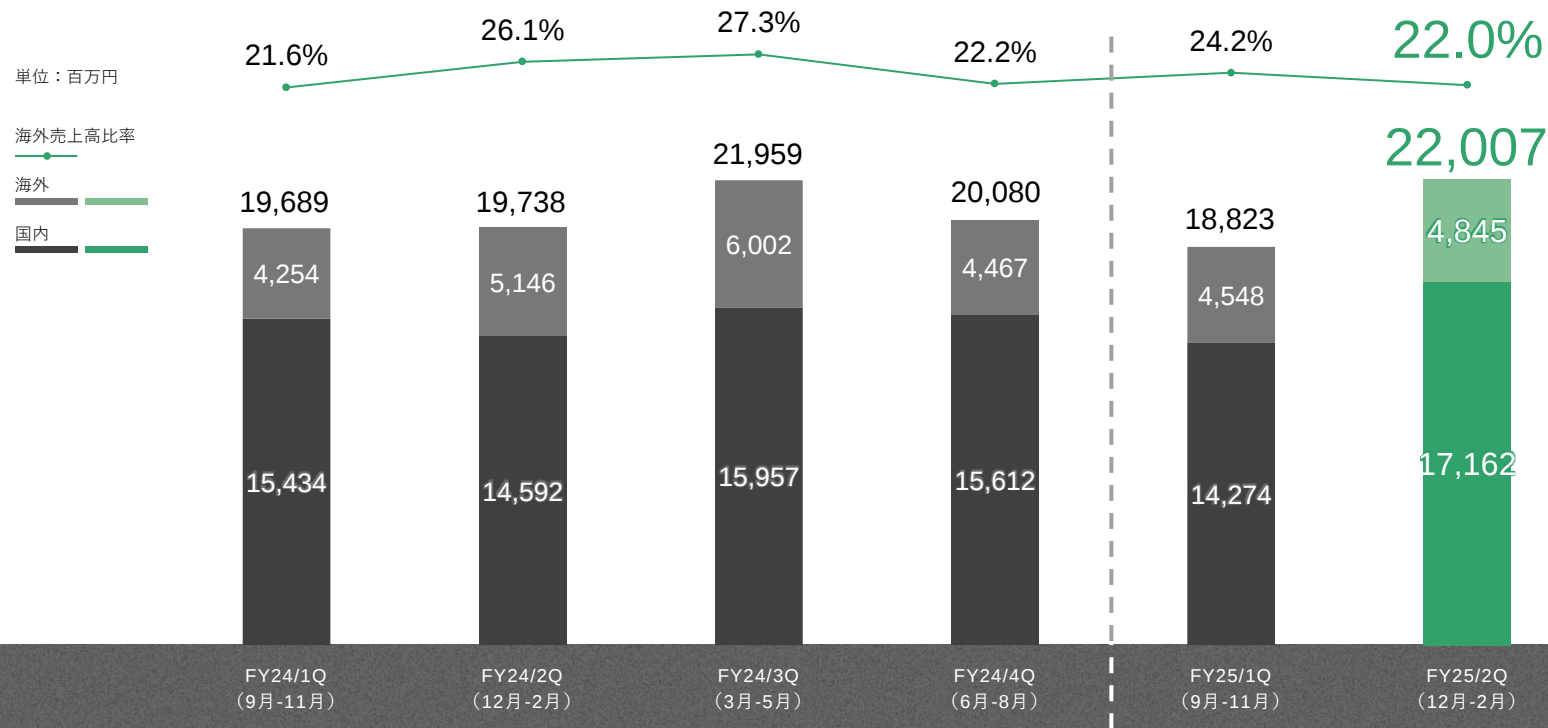
売上高：販路別（toB／toC）

- ・委託商品により自社オークションの魅力は担保しつつ、小売の販売状況や季節性を勘案しながら自社在庫振り向けを調整。自社オークション売上高は前年同期比18.0%減の75億円
- ・小売店舗5店舗の稼働に加え、シームレス出品等によるEC売上高も好調に推移。小売売上高は同39.6%増の51億円と過去最高
- ・アライアンスによる仕入拡大や地金相場上昇もあり、卸売（地金）売上高は同71.5%増の64億円



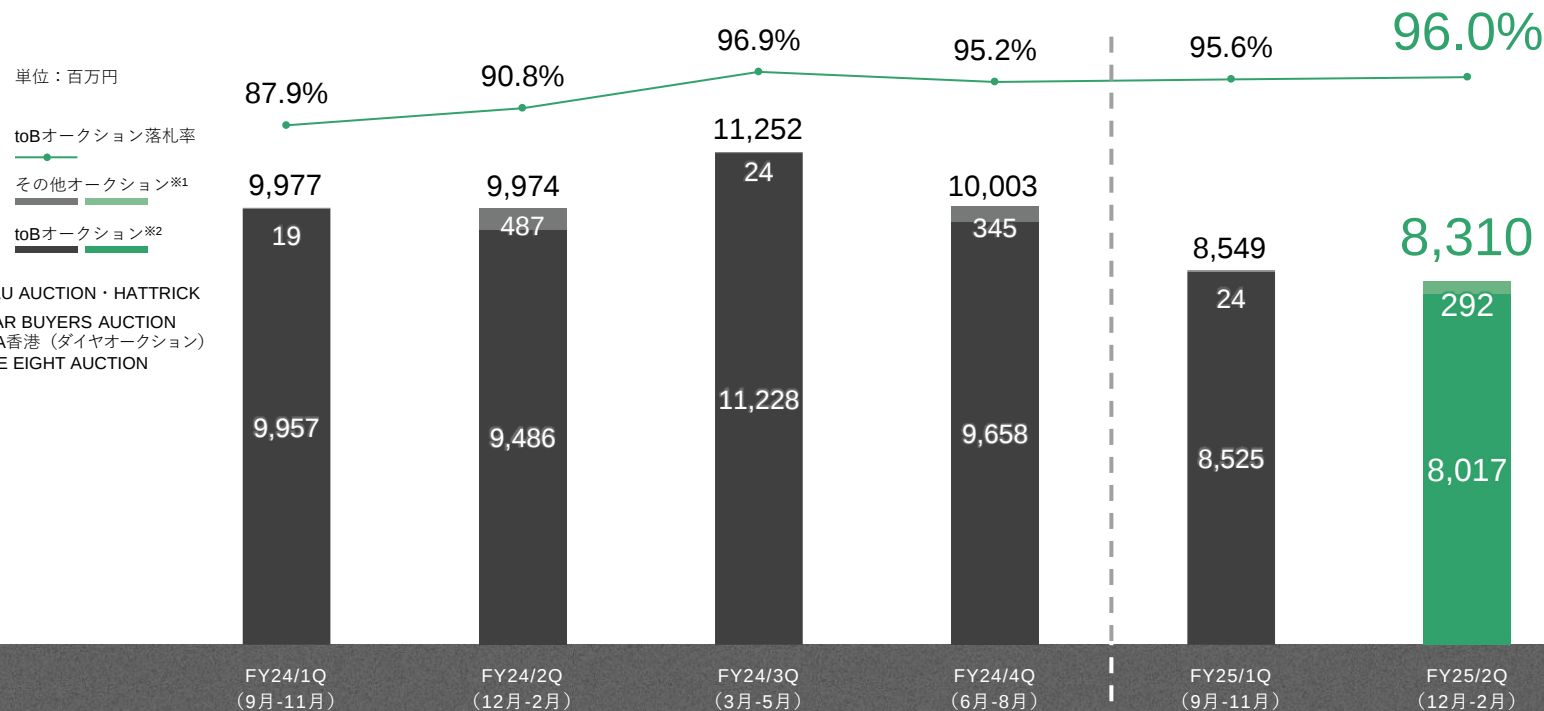
売上高：販路別（国内／海外）

- 小売のハイシーズンであったことや地金売上高の伸長により、国内売上高は前年同期比17.6%増の171億円
- インバウンド顧客向け売上高は堅調。一方、引き続き海外パートナーの需要は旺盛も自社オークションへの在庫振り向け量の調整により海外売上高比率は22.0%



売上高：オークション実績

- 売上総利益率重視の仕入継続により、toBオークション落札率は96.0%と引き続き高水準を維持

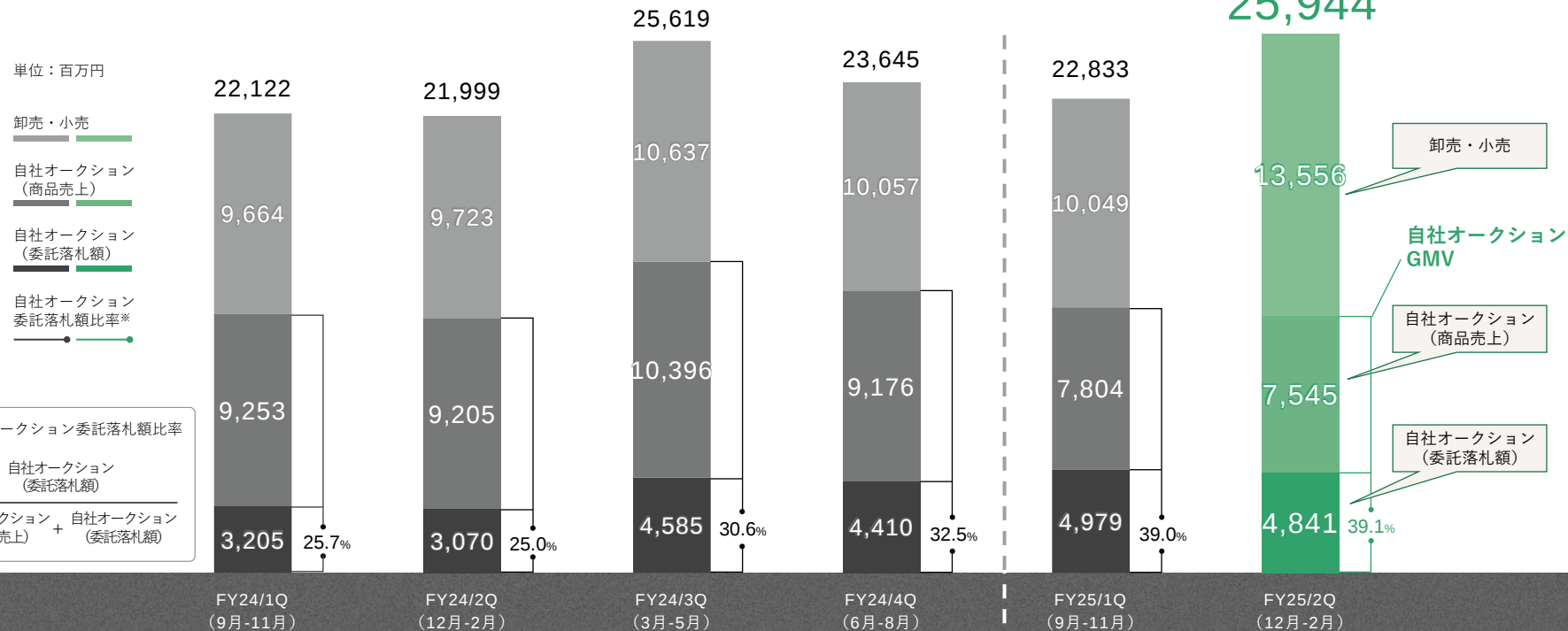




2025年8月期 第2四半期 ハイライト

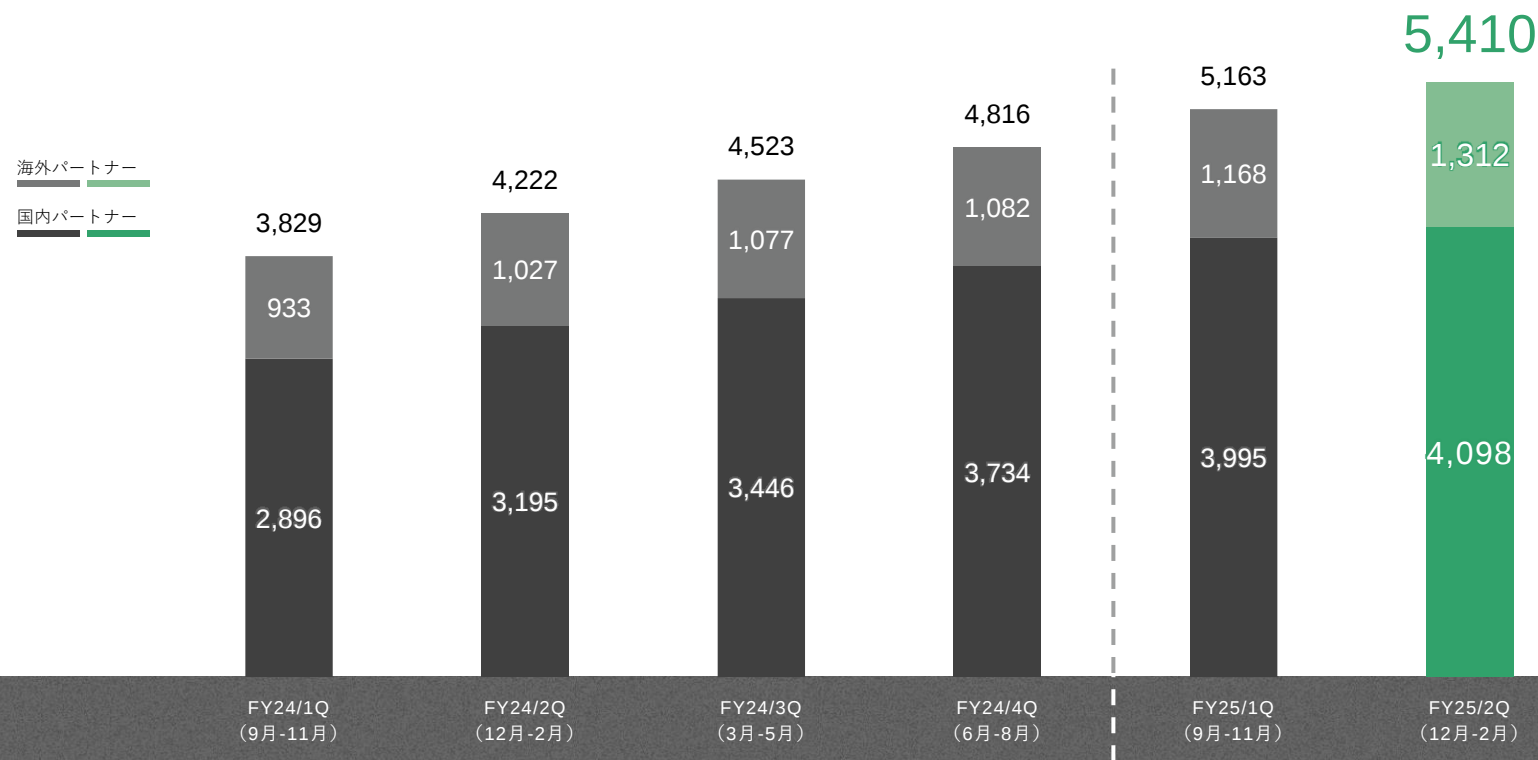
GMV推移

- ・ 小売売上高、卸売（地金）売上高が伸長しGMVは前年同期比**17.9%増**の**259億円**と過去最高を更新
- ・ 委託落札額は前年同期比**57.7%増**の**48億円**、委託落札比率も**39.1%**と堅調。自社在庫は小売に振り向けたため自社オークション商品売上高は減少も、自社オークションGMVは前年同期比**0.9%増**の**123億円**



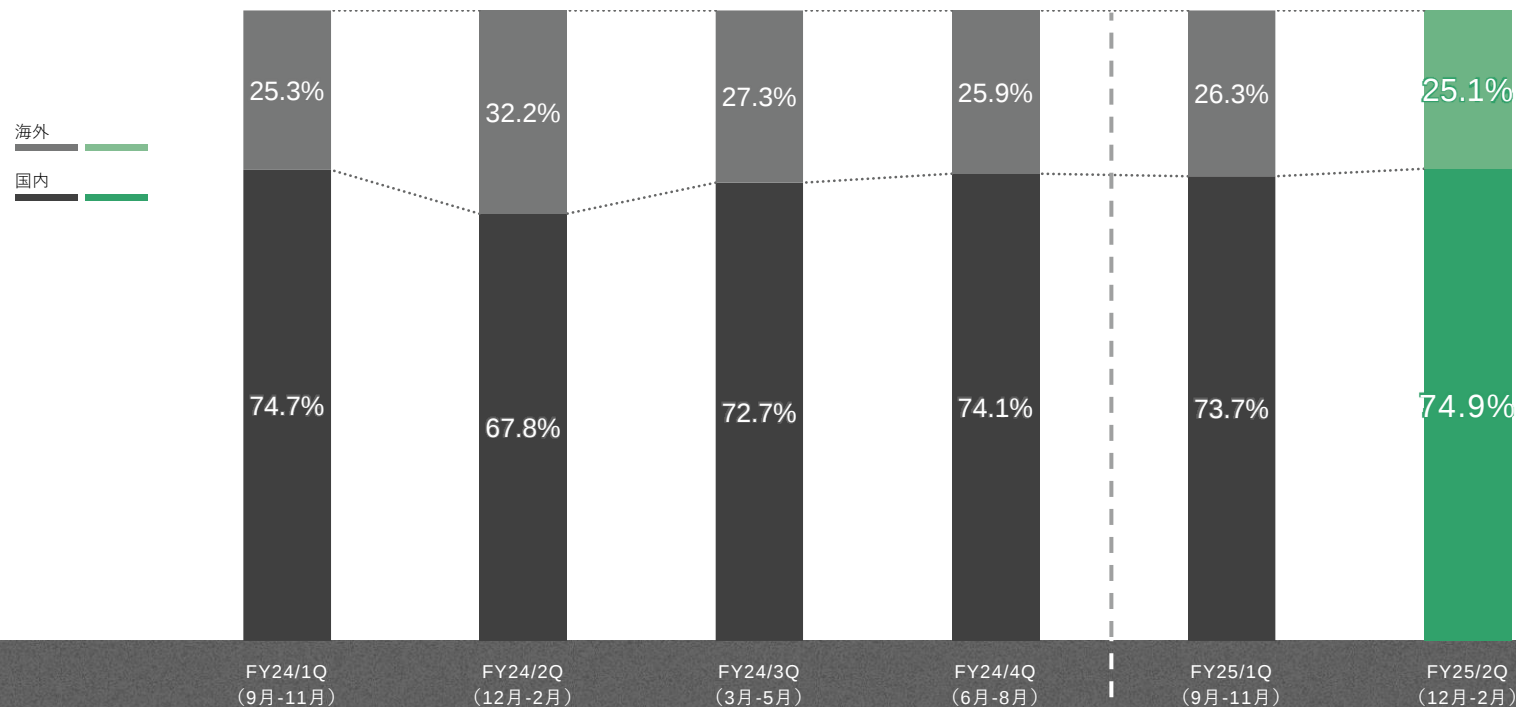
STAR BUYERS AUCTION (SBA) パートナー会員数

- 国内外合計のパートナー会員数は5,400社超と好調に増加



STAR BUYERS AUCTION (SBA) 落札額の国内／海外比率

- 自社商品及び委託商品共に特に単価の高い時計の出品が少なく、海外パートナーの落札額としては減少
- 海外パートナーの需要に変化はなく、海外落札比率は25.1%と安定して推移



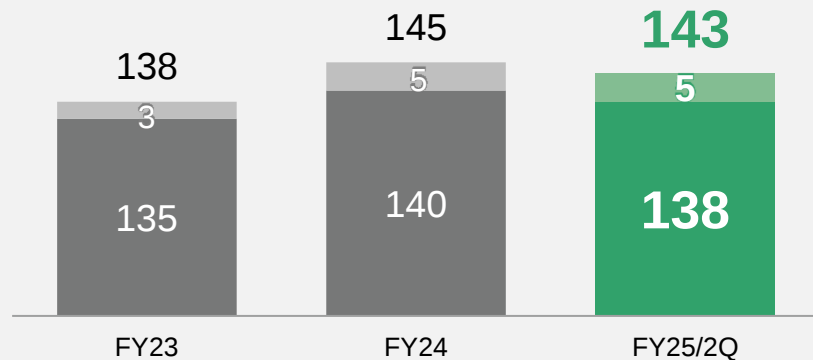
買取店舗展開

- 国内は1店舗当たりの効率を重視し、エリアを厳選した出店戦略に転換
- 海外はスクラップアンドビルドを進めながら、パートナー店舗を中心に出店。FY25/2Qはインドネシアに2店舗、タイに1店舗を出店

Japan

国内

協業店舗 直営店舗



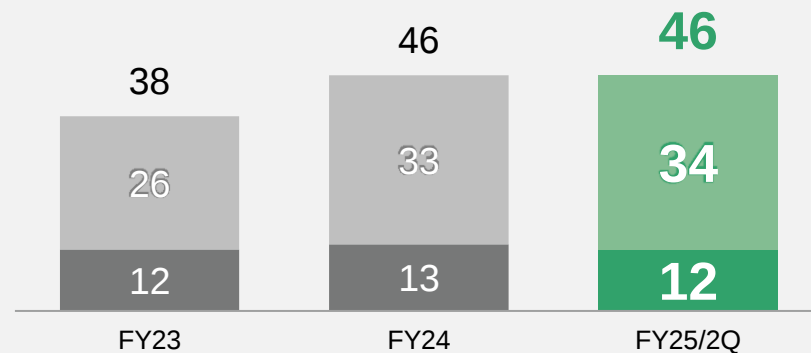
出店	10	5	0
退店	5	0	2

※出店数・退店数は直営店舗のみ

Global

海外

パートナー店舗 直営店舗



出店	10	13	5
退店	6	5	5

仕入戦略の状況

- ・国内新規出店に依らない仕入拡大施策として、なんぼや以外の仕入ネットワークの強化を推進
- ・他業種とのアライアンス拡大に注力、当社がリーチできていない顧客からの買取を強化。FY25/3Qには新たに株式会社SBI証券と顧客紹介契約を締結
- ・海外は退店も実施しながら特にパートナー店舗出店によるアジア・中東地域での仕入拡大に注力

なんぼや以外の仕入高
※海外含む

前年同期比
(2Q累計)

48.8%増

国内店舗出店に依らない
仕入ネットワーク強化による
仕入拡大戦略を推進中

SBI証券と顧客紹介契約を締結

2025年4月11日

Valuence
Circular Design Company

×

SBI GROUP SBI証券

当社グループが展開するリユース事業でのノウハウを活かし、SBI証券のお客様が所有するブランド品や骨董品等に加え、車や不動産まで多岐にわたる実物資産のお悩みを総合的にサポート

<アライアンス>

- 金融機関や百貨店、税理士法人やその他企業約50社と紹介契約を締結。提携社数増加に向け活動継続
- 株式会社三越伊勢丹との「i'm green」は常設店舗5店舗に加え、催事開催などにより取組を推進

<海外>

- アジア・中東地域にて出店を加速。FY25/2Qはインドネシア、タイにパートナー店舗をオープン
- スクラップアンドビルドにより効率的な店舗展開を継続

小売戦略の状況

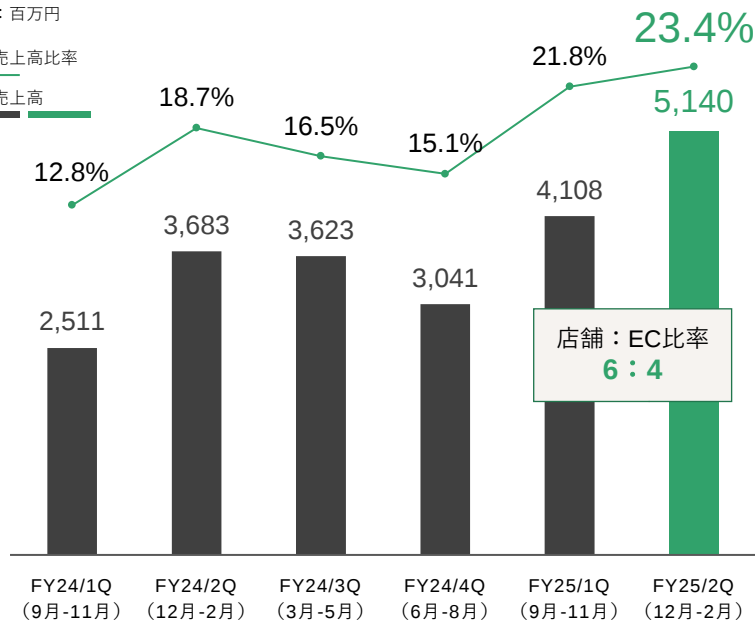
- ・ FY25/2Qの小売売上高は前年同期比39.6%増の51億円と過去最高を更新。小売売上高比率も23.4%まで伸長
- ・ 小売店舗は国内5店舗（銀座・表参道・新宿・心斎橋2店舗）が稼働し、国内向け及びインバウンド向け双方で売上拡大
- ・ シームレス出品も好調に推移し、EC売上高比率は約4割

<小売売上高推移>

単位：百万円

小売売上高比率

小売売上高



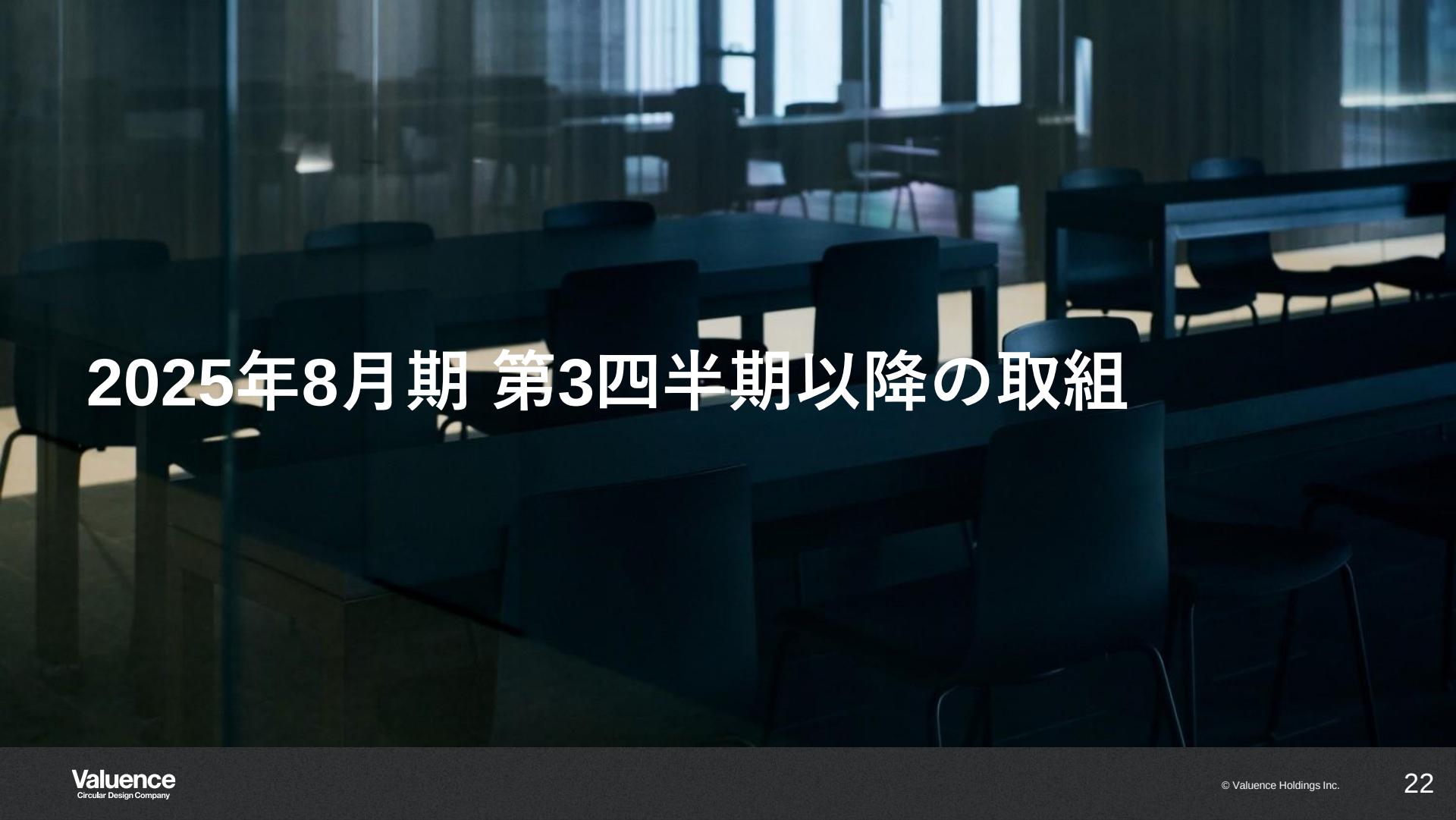
<ALLU店舗の状況>



- 戦略的にFY25/1Qで確保した商品を小売ハイシーズンである2Qに販売、ALLU SHINJUKUのオープンもあり店舗売上高が拡大
- 店舗売上高の6〜7割をインバウンドが占める。国内顧客はLINEによる1to1等でリピーター化を促進

<ALLU ECの状況>

- SBA出品予定の全商品を1週間限定でECサイトに掲載するシームレス出品が好調。今後掲載期間の延長等も検討
- 在庫回転期間を維持しながらも小売売上高の拡大に貢献
- EC掲載点数の増加により、SEO効果を最大化



2025年8月期 第3四半期以降の取組

第3四半期以降の出店予定

- ・国内はエリアを厳選した出店戦略を継続。年間5店舗程度の出店については計画どおり進捗
- ・海外は引き続きアジア・中東エリアに注力し出店を加速

FY25/2Q時点店舗展開状況

ヨーロッパ
2店舗

中東
7店舗

アフリカ
2店舗

アジア
35店舗

日本
138店舗

4店舗のなんぼや新規出店を予定

※ FY25/2Q末時点予定

水戸（茨城）

池袋（東京）

金町（東京）

仙台（宮城）

FY25

5月

6月

FY26

9月

toCサービスの強化

- ALLU ECサイトの機能と購入後に使用しながらCtoCで自動出品が可能なALLU Fashion Marketの機能を統合
- 当社での保有資産の査定及び売却履歴の閲覧、ALLUでの購入商品や保有資産の現在価格※の算定機能なども有した統合的なtoCプラットフォームをリリース
- toCサービスの強化により買取と販売の循環を促進し、顧客のLTV向上を目指す



App Store



Google Play

ALLU EC

- 自社運営の小売販売サイト
- フルフィルメントサービスでお預かりした委託商品も販売
- 掲載商品の店頭取り寄せも可能



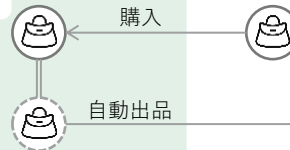
ALLU Fashion Market

- ALLU購入商品をはじめとした所有商品を使用しながら売却可能なサステナブルプラットフォーム
- 購入された後も当社プラットフォーム上に商品が自動でストックされる
- 真贋鑑定や適正価格でのマッチング等を当社が担い、安心の取引環境を提供

統合

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

使用しながら
出品が可能

ALLU online store

約500ブランド、13,000点以上の
アイテムが掲載

オファー

当社で購入された商品も
ストックされプラット
フォーム内で循環

STAR BUYERS AUCTION機能強化に向けた取組

- オークションプラットフォームの機能拡充、付加価値向上を継続的に図るため、会費・参加費を導入。また、出品手数料も引き上げ

	変更前	変更後
会費	—	月会費：10,000円
参加費	—	1,000円～10,000円 ※カテゴリ別、落札金額の総額 により変動
出品手数料 (商品当たり)	500円	1,000円
落札手数料	5%	5%
委託手数料	—	—

- FY25/3Qより、会費・参加費の導入、出品手数料の見直しを実施
- 検品や写真撮影の項目を増加することで、商品の品質を担保、オンラインでも実物の下見と同水準で商品を確認いただける体制を構築
- 委託による高品質な商品を集めるべく、委託手数料なしは継続



魅力的なオークションプラットフォーム
提供のため、今後も恒常的な機能拡充、
サービス向上を図る

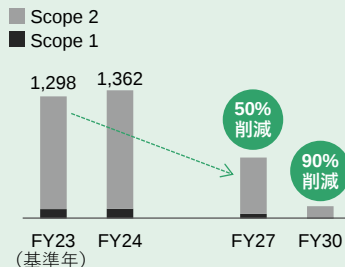
※海外パートナーの月会費は9月からスタート予定

サステナビリティに関する取組

・中期経営計画の目標達成、ひいてはFY30のCircular Design Companyの実現に向け、サステナビリティに関する取組を推進

FY24における温室効果ガス排出量を算定

<Scope 1、2排出量>

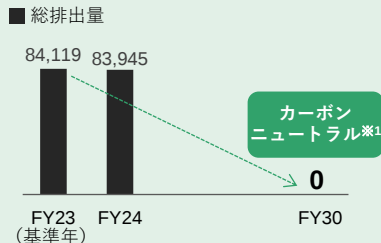


- 国内外新規店舗オープン等により、前期比4.9%増

<削減に向けた今後の取組>

店舗やオフィスにおける
再生可能エネルギー電力の導入や、
社用車の低炭素車両への切替

<温室効果ガス総排出量>



- 輸送や資本財による排出量が減少したこと等により前期比0.2%減

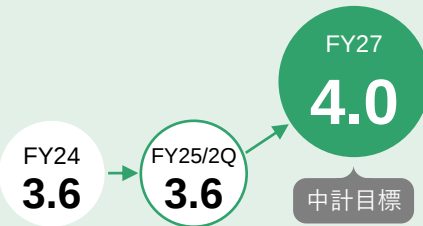
<削減に向けた今後の取組>

梱包材の軽量化や
低炭素な輸送手段への転換

※1 削減努力を進めたうえで残存する排出量については、SBTイニシアティブに準拠した方法でオフセットを行う
※2 詳細は当社HP「ESGデータ」をご参照ください (<https://www.valuence.inc/sustainability/data/>)

従業員エンゲージメントスコア

- FY25/2Qは3.6を維持
- スコア上昇に向け、働きがい・働きやすさの向上に資する様々な施策を推進



健康経営優良法人

- 2021年以降継続して認定取得
- 上位法人が認定される「ホワイト500」取得を目指す



人的資本経営品質

- 2年連続「シルバー」受賞
- 206社の企業・団体の中から、20社が選定



業績予想の修正

業績予想の修正

- ・上期実績及び足元状況を踏まえ通期計画を見直し、通期営業利益は13億円を計画

単位：百万円

	FY24 (実績)	FY25 (期首計画)	FY25 (修正計画)	修正差額
売上高	81,468	84,000	84,200	+200
売上原価	61,944	62,400	62,700	+300
売上総利益	19,523	21,600	21,500	▲100
売上総利益率	24.0%	25.7%	25.5%	▲0.2pts
販売費及び一般管理費	19,950	21,000	20,200	▲800
営業利益又は営業損失	▲426	600	1,300	+700
経常利益又は経常損失	▲764	430	1,150	+720
親会社株主に帰属する 当期純利益又は当期純損失	▲1,709	50	400	+350

■外部環境

- ・下期も大きな改善は見込まず、保守的に見通し
- ・2025年4月2日に米国のトランプ大統領が掲げた一連の関税措置による影響が不透明であり、保守的に考慮

■下期見通し（米国大統領令による影響なし）



- ・オークションは期首計画どおり。会費導入による収益性改善も見込む
- ・小売は期首計画を上回るペースで進捗
- ・最適ナリソース配分による効率化が奏功しコスト抑制、下期以降も継続



- ・来期に向けた施策も検討。足元状況を踏まえ、シームレス出品によるEC掲載期間延長等の実施可能性
- ・自動車（TWISTED）販売開始が来期にずれ込む見込み

Appendix



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2月末）
従業員数	1,074名（2025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11社／持分法適用関連会社1社 （2025年2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



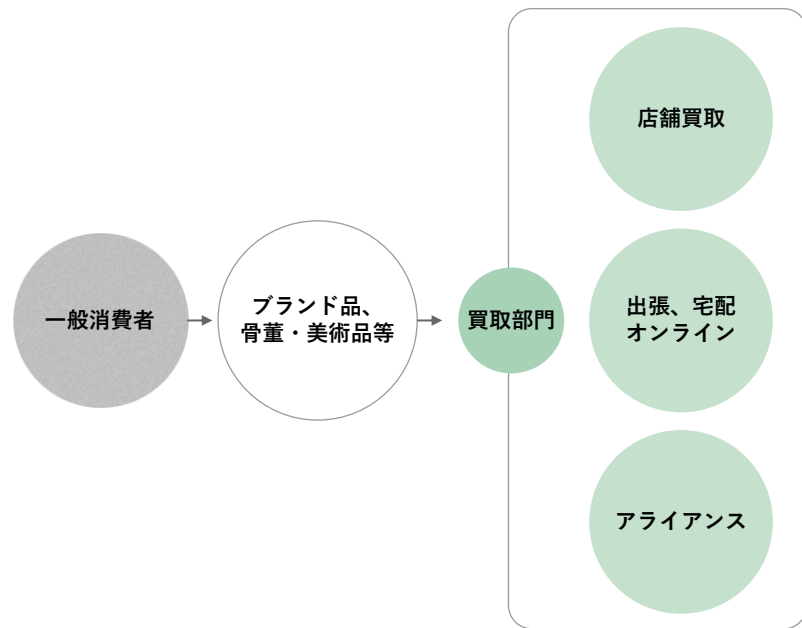
不動産



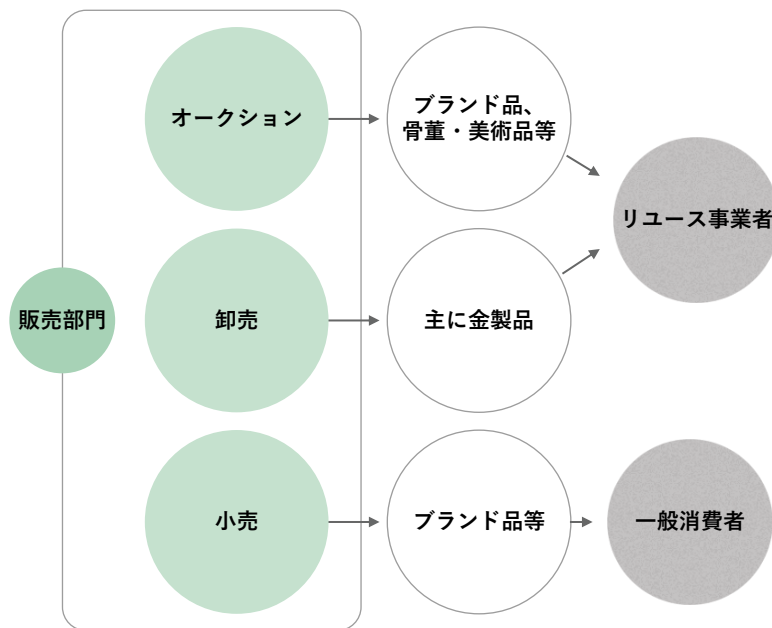
主なビジネスモデル

- 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

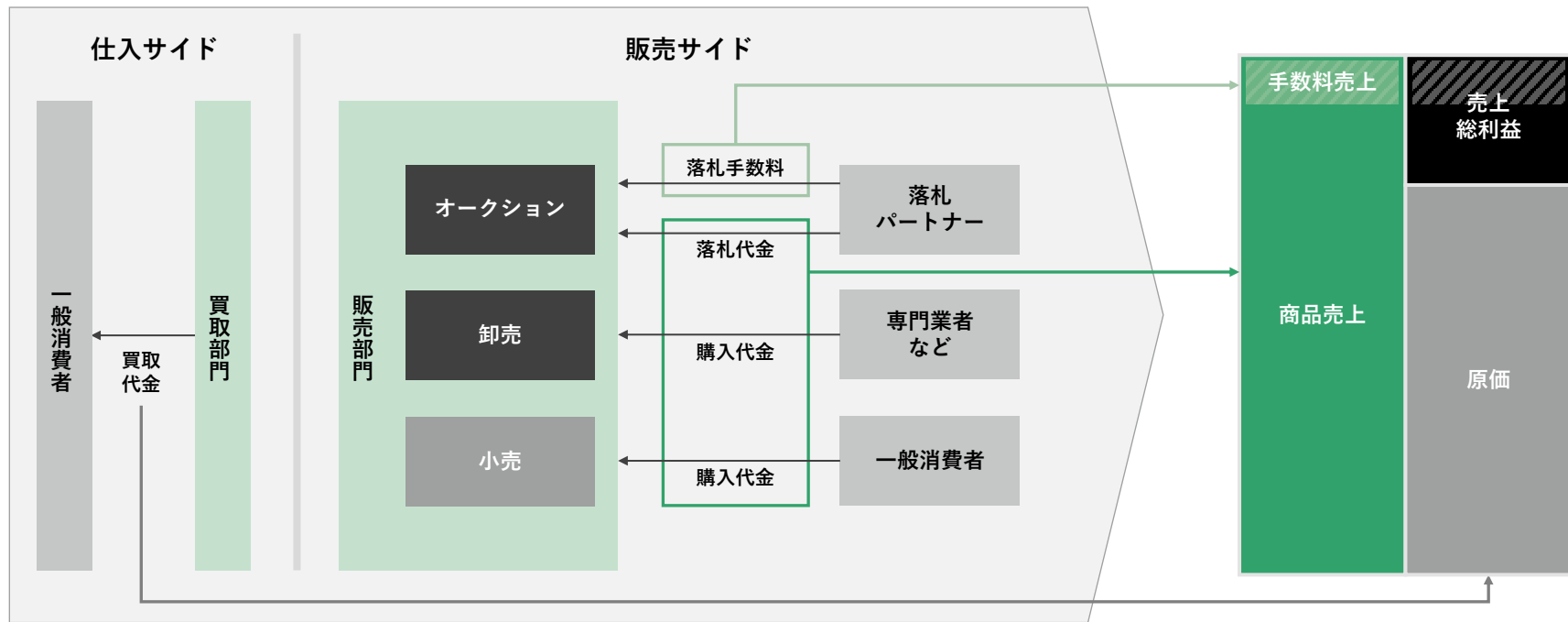


販売サイド



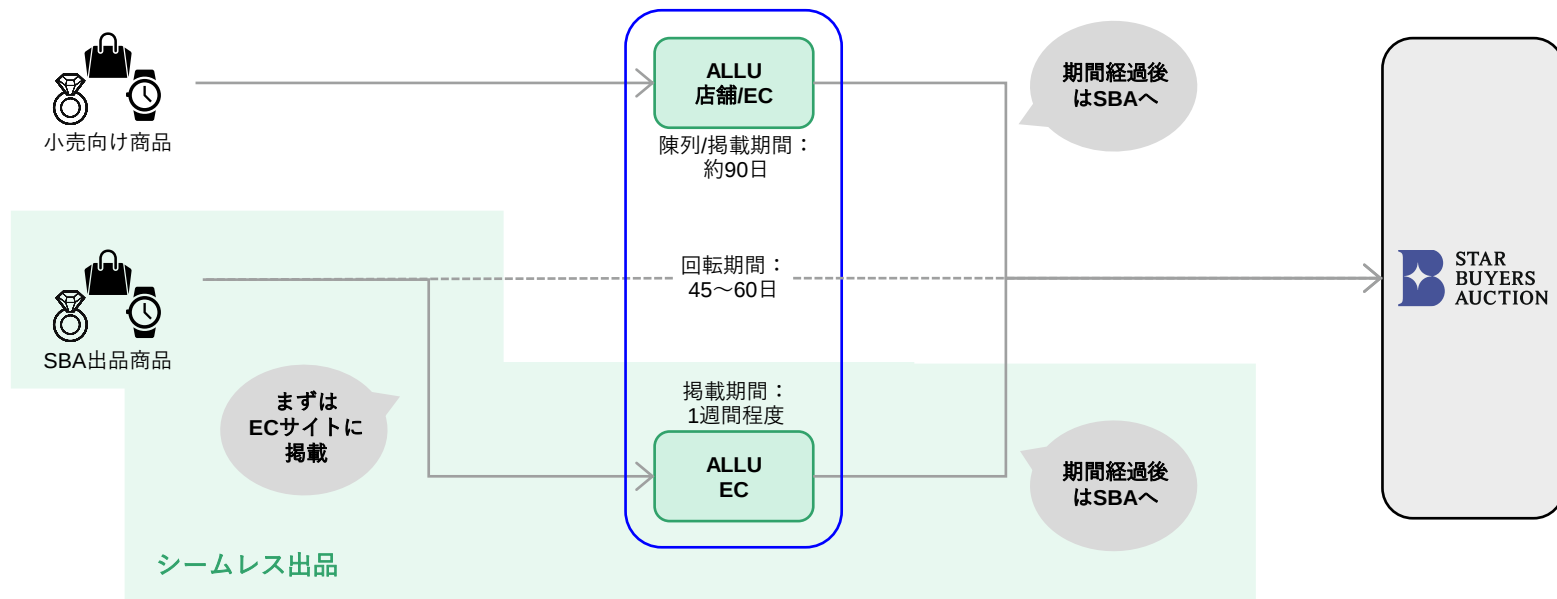
収益構造

- 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



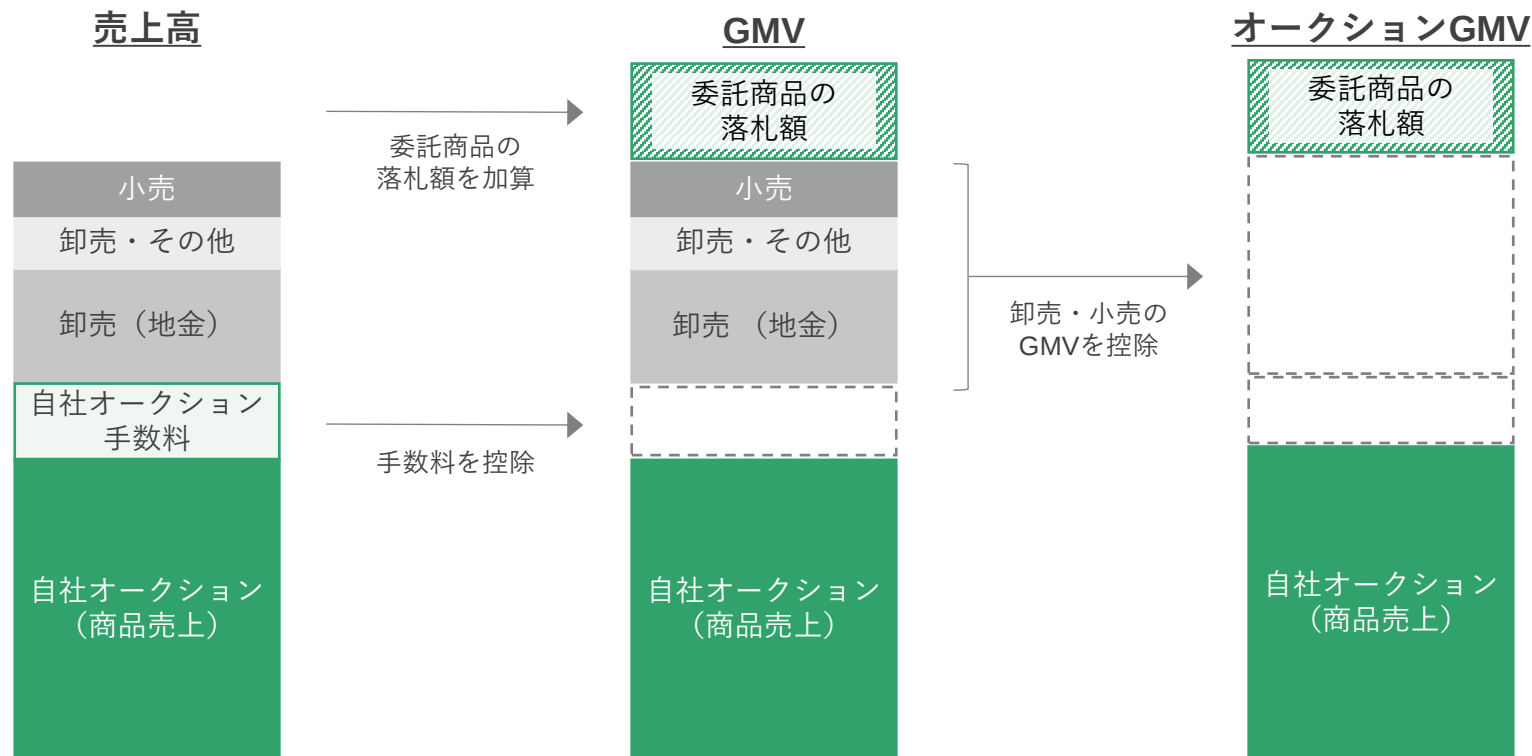
シームレス出品

- ・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〉



なんぼや
BRAND REUSE NANBOYA

BRAND CONCIER

- ・ブランド品等の買取専門店
- ・国内に100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 **ハチ道**

- ・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、金融機関等とも連携

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が主流のなか、2020年7月にオンライン化



ALLU AUCTION

- ・toCリアルオークションとして2023年1月に初回開催。半期に1回程度のペースで開催中
- ・高級時計のジャンルにてスタート、将来的にジャンル拡充を検討

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

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

- ・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
- ・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



業績推移・時計相場トレンド

FY23-FY25 年度別連結業績推移

	FY23					FY24					FY25				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高 (百万円)	17,250	16,378	20,044	22,456	76,130	19,689	19,738	21,959	20,080	81,468	18,823	22,007	—	—	40,831
売上原価 (百万円)	12,640	11,903	14,728	16,844	56,116	15,262	15,323	16,356	15,001	61,944	14,094	16,292	—	—	30,387
売上総利益 (百万円)	4,609	4,474	5,316	5,612	20,013	4,426	4,415	5,602	5,079	19,523	4,728	5,715	—	—	10,444
売上総利益率	26.7%	27.3%	26.5%	25.0%	26.3%	22.5%	22.4%	25.5%	25.3%	24.0%	25.1%	26.0%	—	—	25.6%
販売費及び一般管理費 (百万円)	4,325	4,253	4,481	4,769	17,829	4,862	5,031	5,173	4,883	19,950	4,808	4,936	—	—	9,745
営業利益又は営業損失 (百万円)	283	221	834	843	2,183	▲436	▲616	429	195	▲426	▲80	778	—	—	698
経常利益又は経常損失 (百万円)	259	226	753	795	2,034	▲474	▲686	405	▲9	▲764	▲170	840	—	—	669
当期純利益又は当期純損失 (百万円)	133	25	481	409	1,050	▲404	▲493	237	▲1,049	▲1,709	▲260	544	—	—	283
従業員数	925	964	1,033	1,041	1,041	1,046	1,039	1,077	1,074	1,074	1,061	1,074	—	—	1,074
国内買取店舗数※	134	135	133	135	135	135	135	138	140	140	139	138	—	—	138
海外買取店舗数	36	38	37	38	38	38	44	44	46	46	45	46	—	—	46

※ 国内協業店舗数は除く。

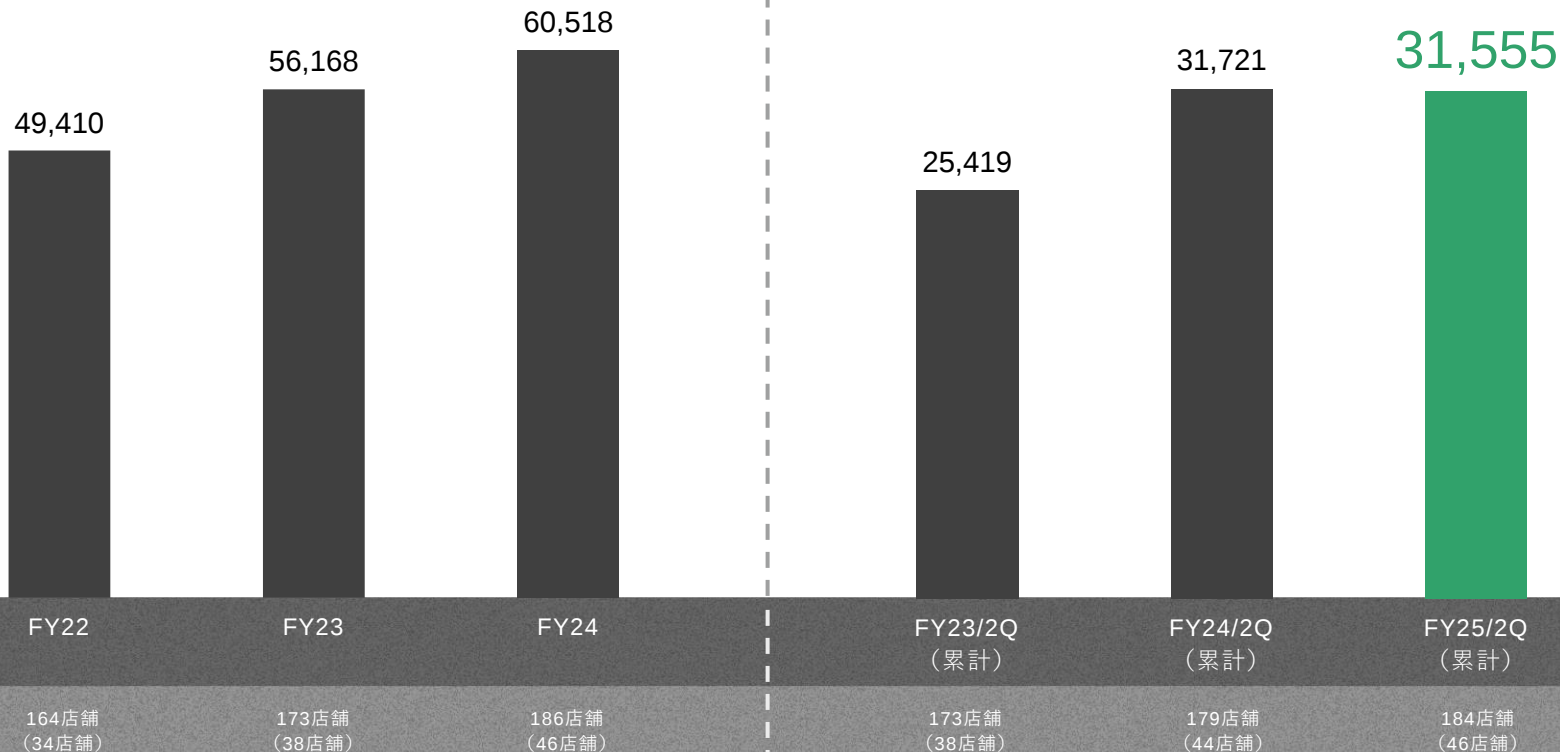
仕入高・店舗数

< 通期 >

< 2Q累計 >

単位：百万円

仕入高※1



売上高・売上総利益率

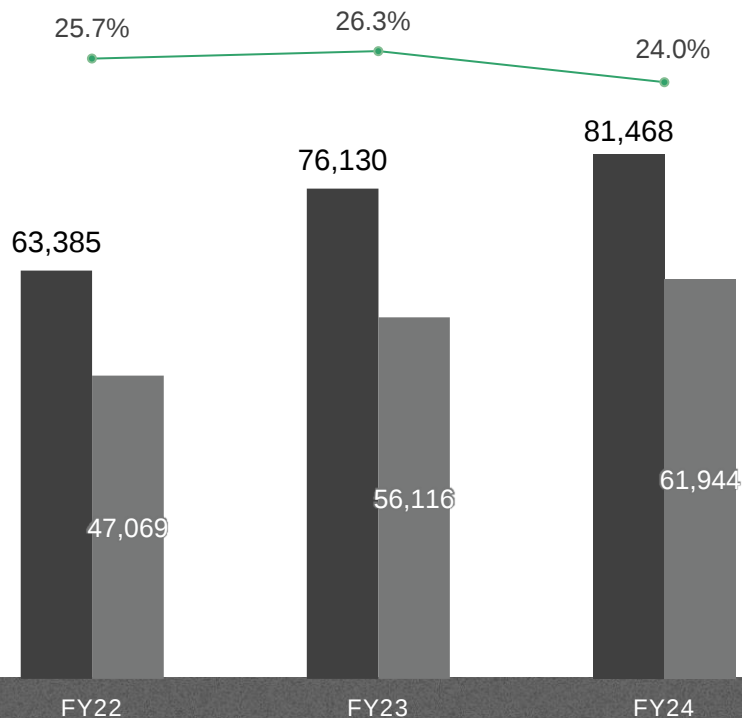
< 通期 >

単位：百万円

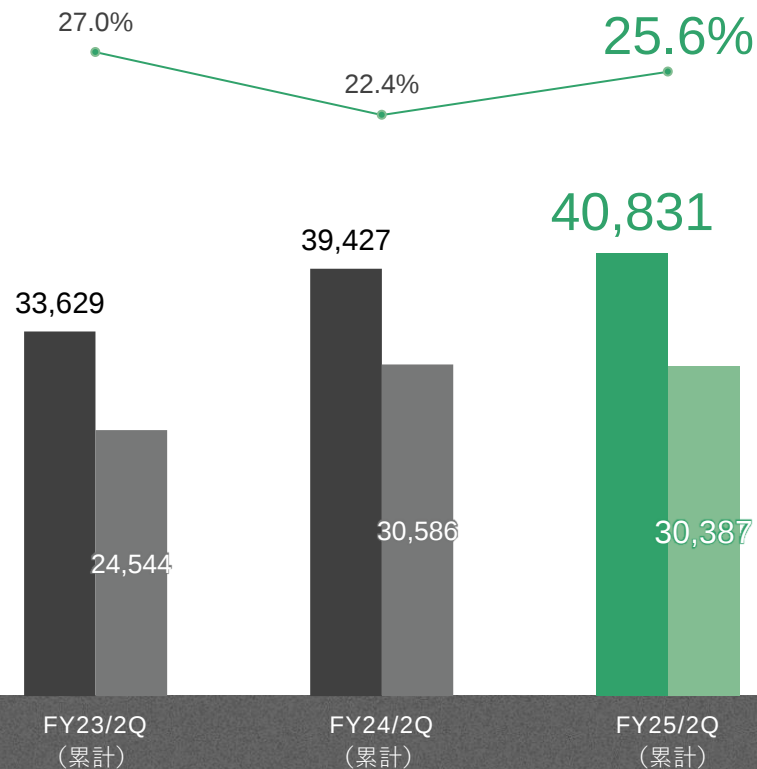
売上総利益率

売上高

売上原価



< 2Q累計 >



売上高：販路別（toB／toC）

< 通期 >

単位：百万円

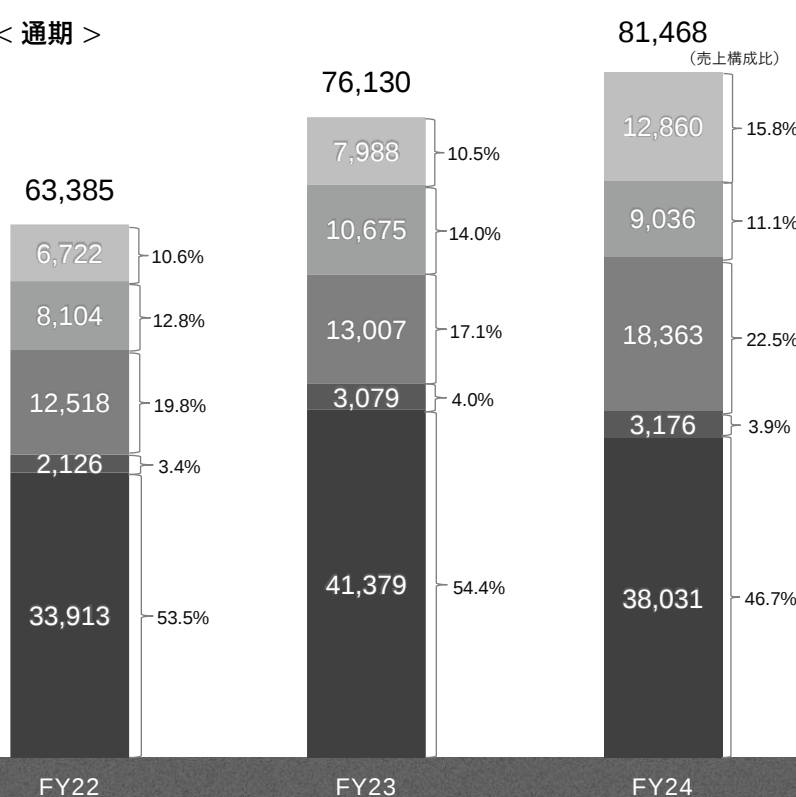
小売

卸売・その他
（地金除く）

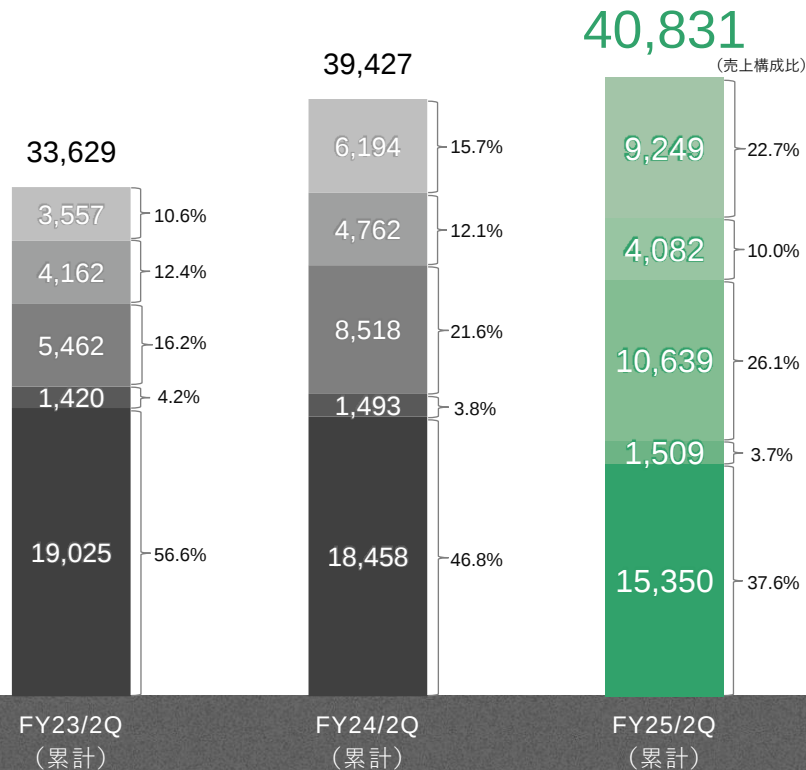
卸売（地金）

自社オークション
手数料

自社オークション



< 2Q累計 >

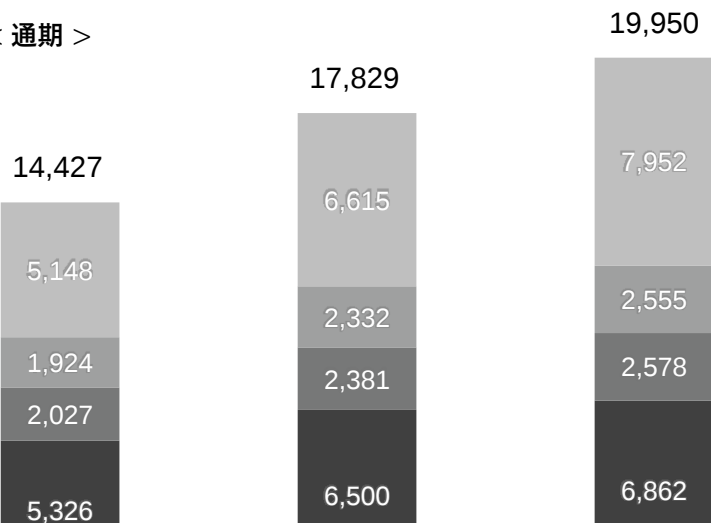


販売費及び一般管理費

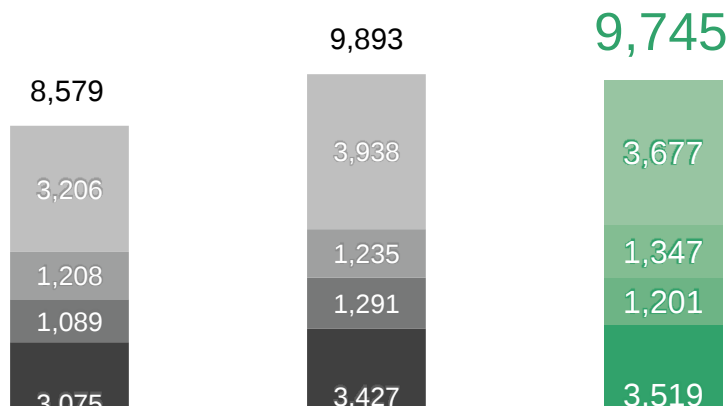
< 通期 >

単位：百万円

その他
地代家賃
広告宣伝費/販促費
人件費



< 2Q累計 >



FY22

FY23

FY24

FY23/2Q
(累計)

FY24/2Q
(累計)

FY25/2Q
(累計)

買取店舗数※1

164店舗
(34店舗)

173店舗
(38店舗)

186店舗
(46店舗)

173店舗
(38店舗)

179店舗
(44店舗)

184店舗
(46店舗)

小売店舗数

3店舗

3店舗

4店舗
(準備中1店舗※2)

4店舗

4店舗
(準備中1店舗※2)

5店舗

人員数

896名

1,041名

1,074名

964名

1,039名

1,074名

GMV推移

< 通期 >

単位：百万円

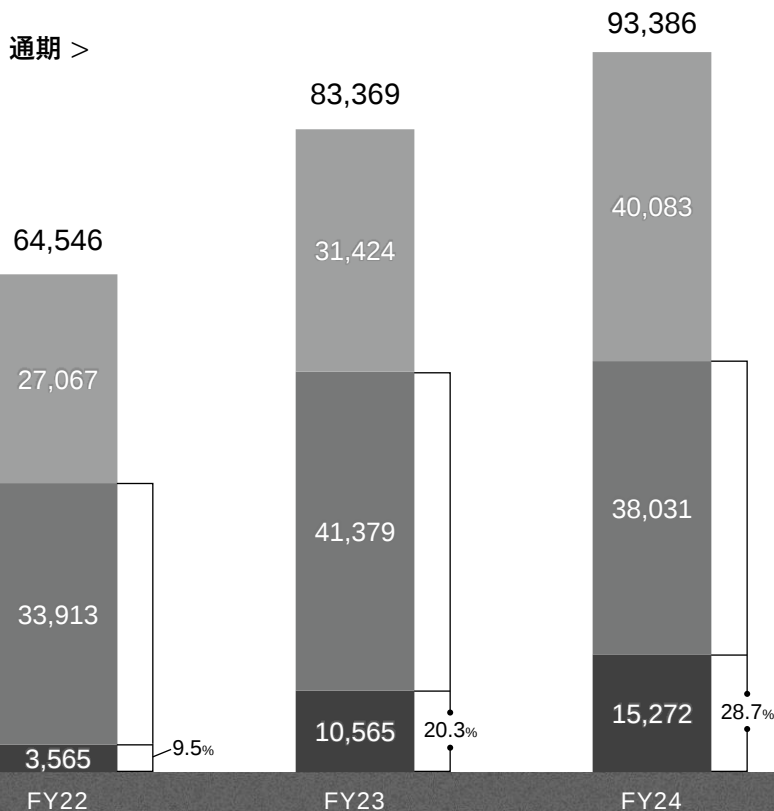
卸売・小売

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※1

→

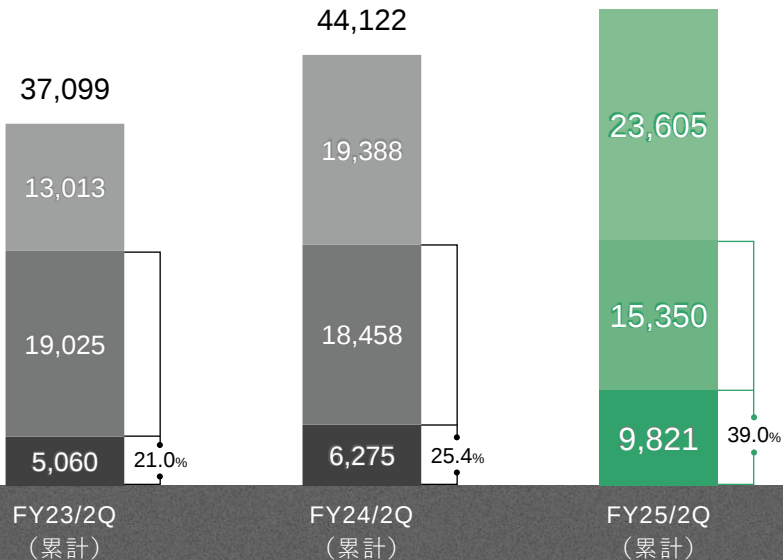


< 2Q累計 >

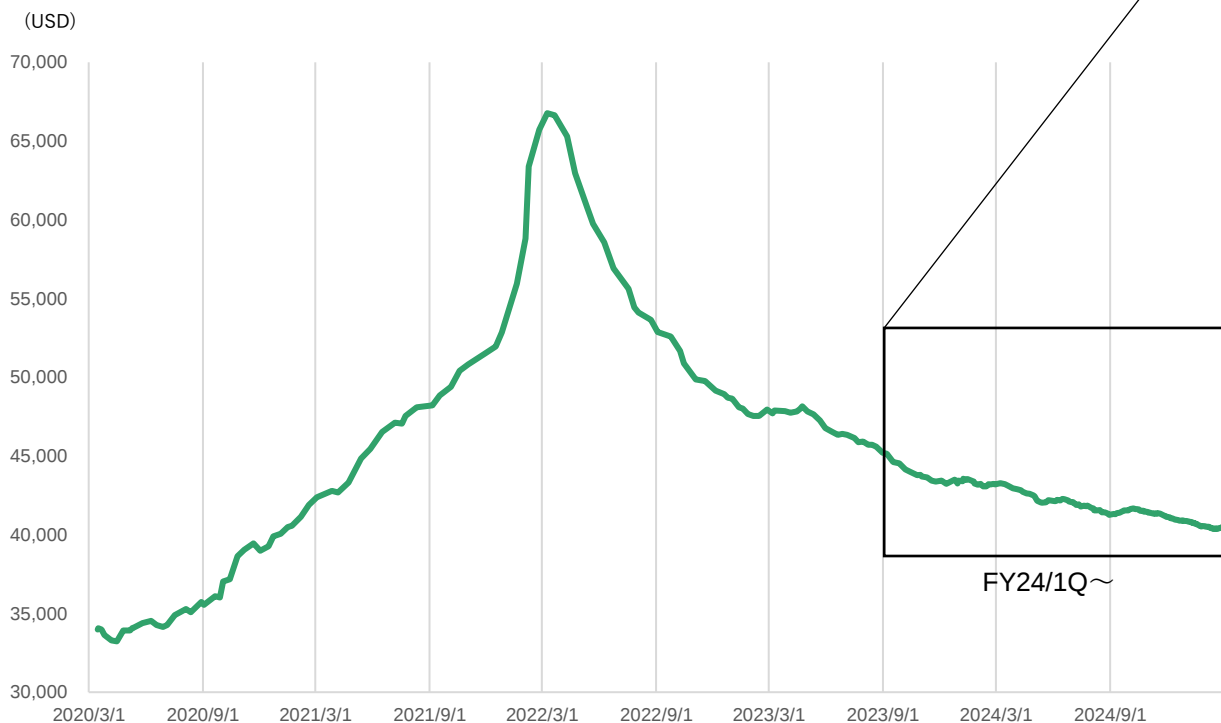
※1 自社オークション委託落札額比率

自社オークション
(委託落札額)

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)



時計相場トレンド



出所)
取引額の上位 10 の高級時計ブランドから選ばれた 60 の時計で
構成されたWatchCharts (<https://watchcharts.com/watches>) が
公表する数値より当社作成。

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。
- ・当資料は「2025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