

事業概要と 今後の成長戦略について

2021年4月23日

バリュエンスホールディングス株式会社
(東証マザーズ：9270)

Valuence

目次


1. 会社概要
2. ビジネスモデルと強み
3. 中期経営計画 VG1000

Appendix

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

会社概要

らしく、
生きる。

A woman with long dark hair, wearing a white long-sleeved shirt and red pants, is captured in a dynamic pose, running or jumping. Her hair is blowing in the wind. The background is a bright, hazy sunset or sunrise over a line of green trees. The overall mood is energetic and positive.

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、
私たちに関わる方々、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	1,142百万円（2021年2月末）
従業員数	804名（2021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
連結子会社	11社（2021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 (to B)



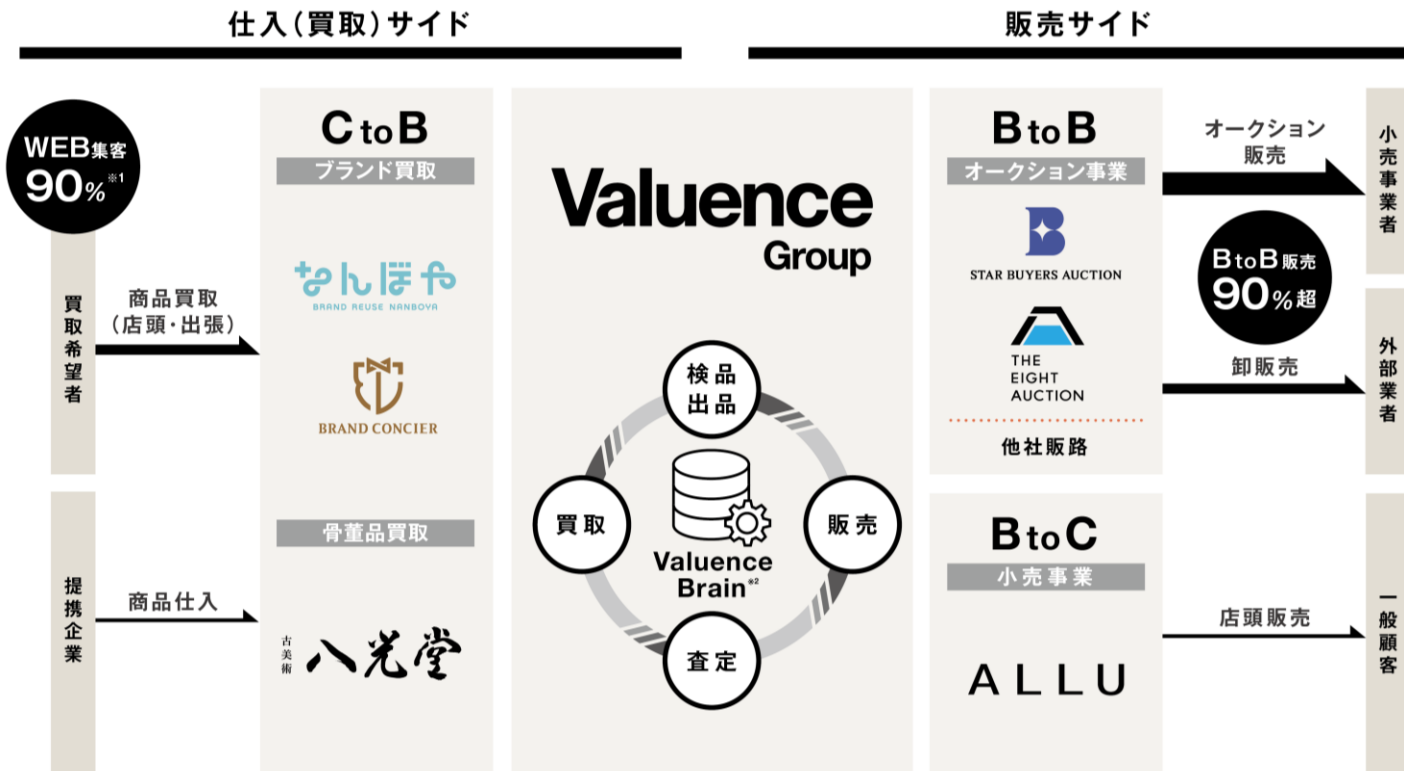
小 売 (to C)

ALLU

ア プ リ



ビジネスモデル



※1 アンケートに基づく数値

※2 Valence Brain = 自社システム/データベースの名称

事業紹介

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

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。

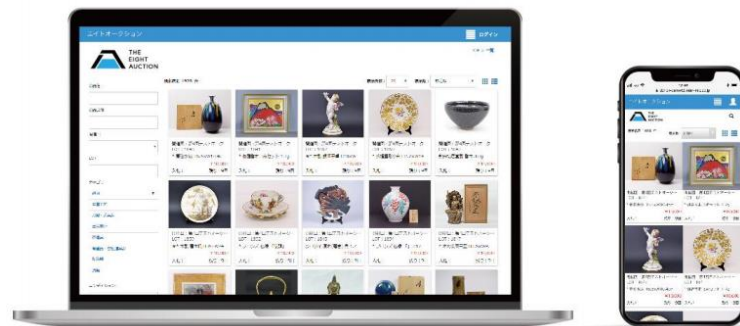
◆ STAR BUYERS AUCTION ◆

- ✓ 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
- ✓ ダイヤモンドオークションを香港にて開催（4月にオンライン化）



◆ 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



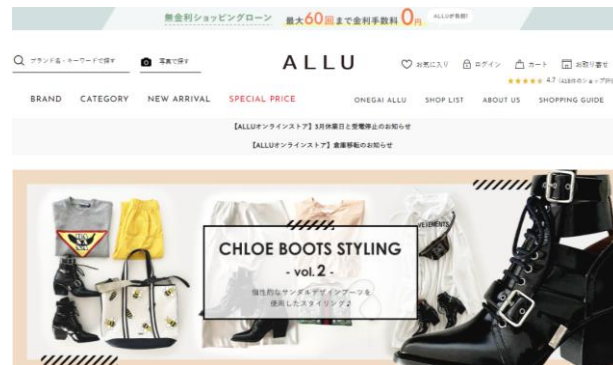
事業紹介

小売

お客様の新しい出会いをつくる、BtoC販売事業。

◆ ALLU ◆

- ✓ 銀座・心斎橋の2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

アプリ運営

もっと便利に、賢く、自由に、モノの管理、運用を。

◆ Miney ◆

- ✓ モノの価値を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

ダウンロード数

11万件超

査定金額

毎月約3.5億円(※2)



<https://miney.jp/>

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。

ベストな売れ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**

資産総額 ¥123,456,789

品名	価格	変動
ジュエルケースバッグクロコ	¥123,456	先週比 -2%
プラチナダイヤモンドネックレス	¥123,456	先週比 +10%
プレジレントウォッチイエローゴールド	¥123,456	先週比 +10%
ハンドバッグ ツァセルチャーム付き	¥123,456	先週比 -2%
ピンクゴールド18金ダイヤモンド	¥123,456	先週比 -2%

売却履歴

¥5,515 - ¥7,745 万円

売却履歴

売却履歴

ダウンロードはこちらから！

※1 AI査定対応ジャンルは「時計」「不動産」のみ

※2 不動産除く

創業、そして事業拡大へ



- ガンバ大阪に入団
⇒2003年に戦力外通告

- 父の経営するリユースショップに入社
- ブランドリユースに目を付け、2007年に買取店舗1号店をオープン

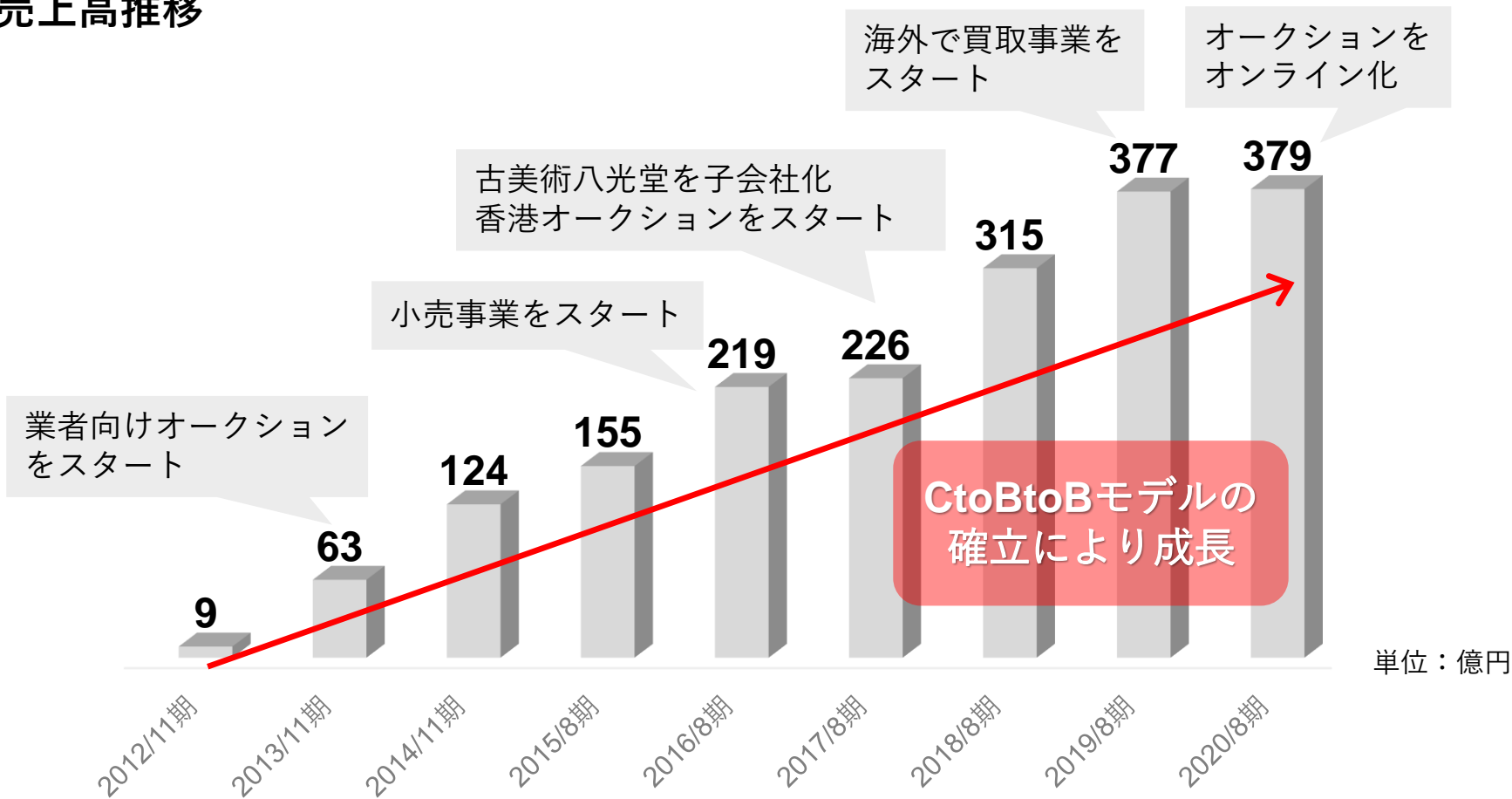
- **2011年 SOU（現当社）設立**

- 買取専門店、業者向けオークションの運営で事業拡大

- **2018年 東証マザーズ上場**

- **2020年 バリュエンスホールディングスに社名変更**
- **中期経営計画VG1000を発表**

売上高推移



役員体制

役員構成の過半数を独立社外取締役とし、ガバナンス体制を強化



代表取締役社長
壽本 晋輔

元Jリーガー。引退後、リサイクル業に従事するなかブランドリユースに着目、事業を展開。2011年に当社設立、代表に就任。



取締役
六車 進

ソニー、アマゾンジャパンなどを経て2018年に当社入社。買取・販売の両事業を統括し、事業拡大、グローバル化を推進。



取締役
佐藤 慎一郎

大和総研、デジタルガレージなどを経て2020年に当社入社。経営管理統括部門の責任者として、ガバナンス強化、企業価値向上を推進。



取締役
富山 浩樹

サツドラホールディングスをはじめとする事業会社各社の代表を務める。2020年より社外取締役として当社経営に参画。

独立社外



取締役
田久保 善彦

長年にわたりグロービス経営大学院大学教授を務めるほか、事業会社の社外取締役を務める。2020年より社外取締役として当社経営に参画。

独立社外

役員体制



取締役
蒲地 正英

独立社外 監査等委員

公認会計士、税理士として豊富な経験と知識を有し、上場会社等の社外取締役・社外監査役を務める。2016年より社外取締役として当社経営に参画。2019年に監査等委員に就任。



取締役
高見 健多

監査等委員

監査法人や事業会社の経営企画部門を経て、内部監査室長として当社入社。内部監査部門を統括。2020年より常勤の監査等委員に就任。



取締役
濱田 清仁

独立社外 監査等委員

公認会計士として企業会計に関する豊富な知見を有し、上場会社等の社外取締役・社外監査役を務める。2016年に当社の社外監査役に就任。2019年に社外取締役（監査等委員）に就任。



取締役
後藤 高志

独立社外 監査等委員

弁護士として法令に関する豊富な専門知識と経験を有し、上場会社等の社外取締役・社外監査役を務める。2017年に当社の社外監査役に就任。2019年に社外取締役（監査等委員）に就任。

ビジネスモデルと 強み



ビジネスモデル

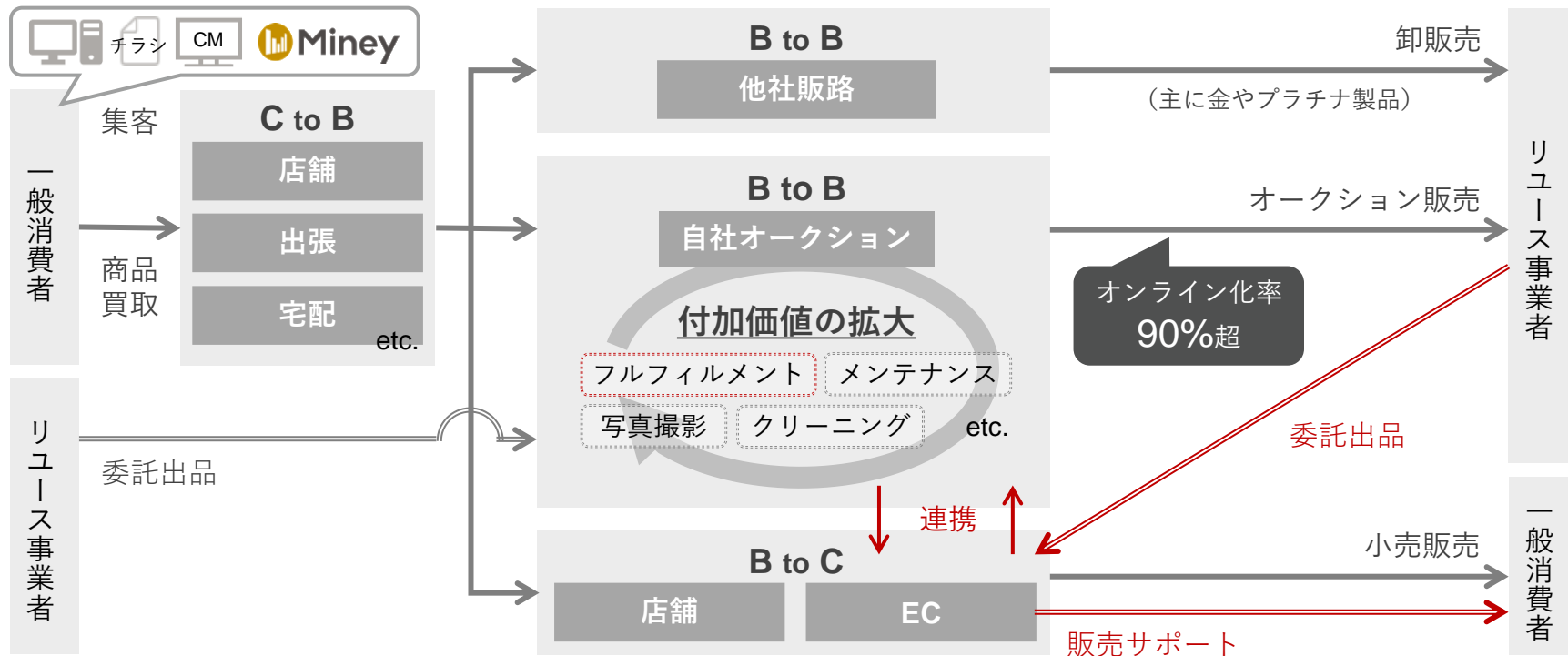
—— 自社仕入商品（自社在庫）

赤色：現在準備中

==== 委託商品（他社在庫）

仕入／委託

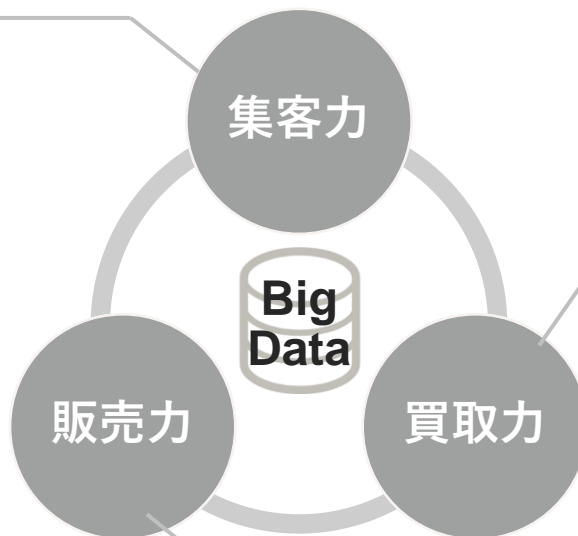
販売／販売サポート



バリュエンスグループの強み

独自のO2O（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



コンシェルジュ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
- コンシェルジュの接遇力
- 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
- 適切なプライシングにより、平均60日で仕入商品を現金化

Online

WEBマーケティング



競合との陣取り合戦を制する

UI×UXの最適化

情報の充実度を上げる



自社運営により
スピードUP&クオリティ維持

LINEで査定



写真を撮って送るだけで査定価格がわかる

Mineyで査定



登録商品の過去から現在までの価格推移がわかる

事前の価格提示で来店のハードルを下げる



Offline

来店者の90%がオンライン経由



全国に買取専門店を展開

- 顧客の利便性の追求
- 駅近など好立地への出店
- 平均20分/人で高額商材でも即現金化

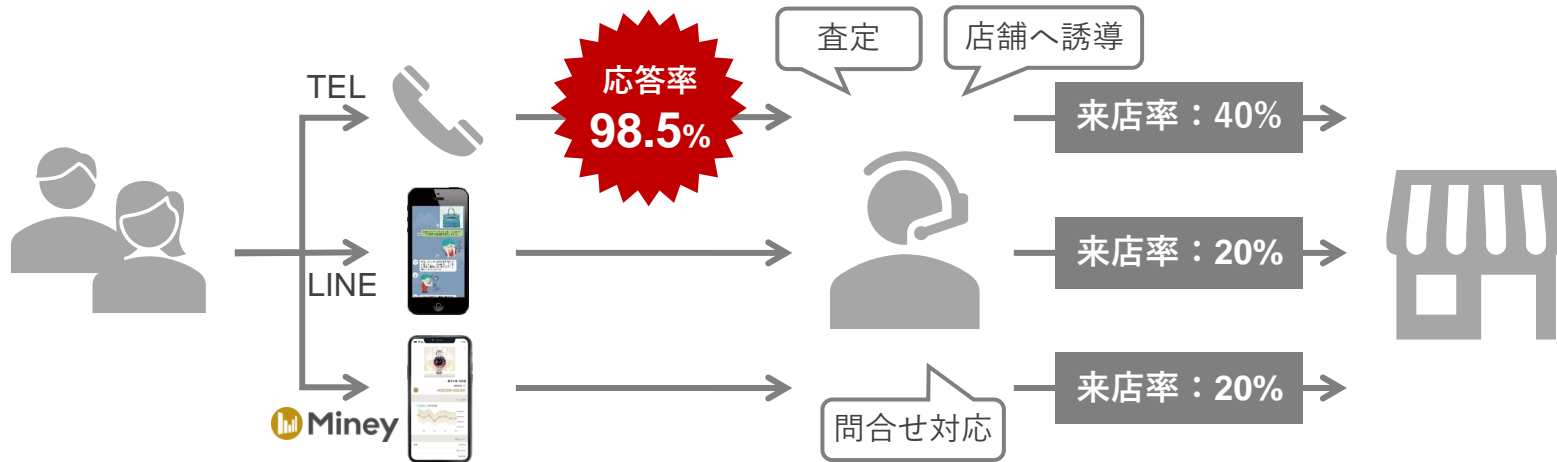


グループ合計
119店舗



※2021/2末時点、海外店舗除く

質の高いカスタマーサポートセンターの存在



LINEで査定

＼ 月間査定額は約20億円 ＼
月間査定件数 13,000～14,000件

電話で査定

＼ 電話応答率は驚異の98.5% ＼
月間査定件数 12,000件

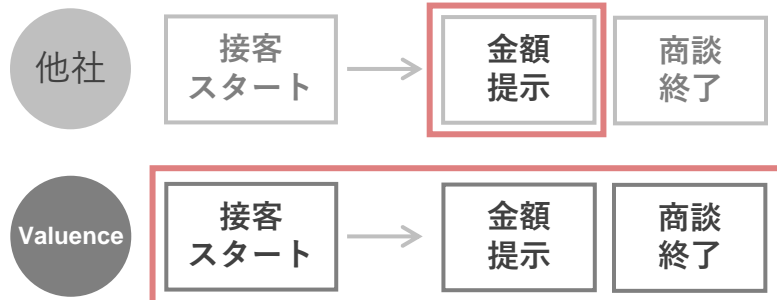
洗練された店舗、サービス

- 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

店舗のどこからでも
最新データを参照可能

買取店舗



データベースと
本部サポート体制を
活用しお客様と商談

店舗からの相談に
リアルタイムで対応

精度の高い値付けを実現

業界最大級の販売価格データベース



国内外の最新の販売データを収集・蓄積

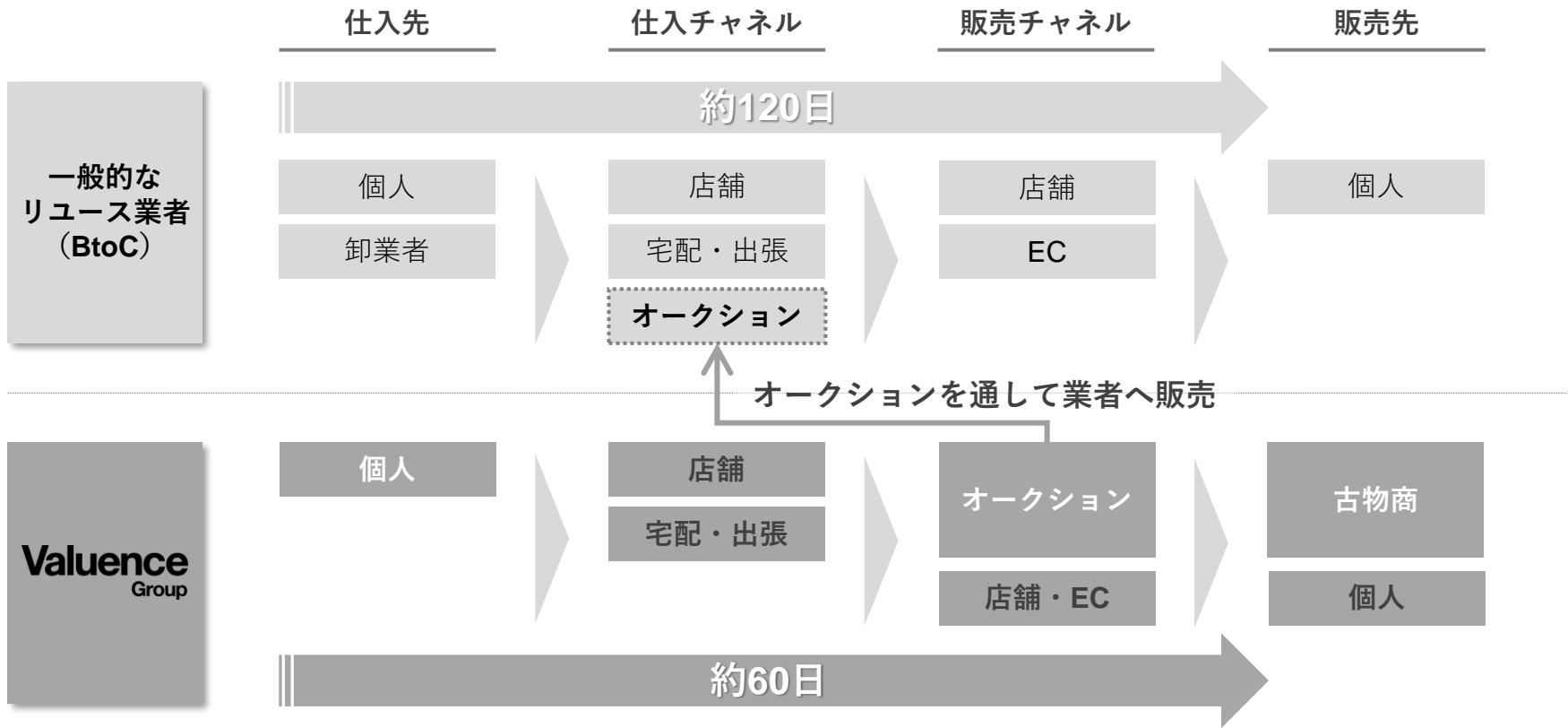
本部サポート体制



知識・経験豊富な
コンシェルジュ（鑑定
士）出身者からなる
専門部隊が遠隔でサ
ポート

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（CtoBtoBモデル）



オフライン開催（～2020/3）

- ・ 遠隔地からは参加が困難
- ・ 競りの技術も必要
- ・ 出品量に制限がある



オンライン開催（2020/3～）

- ・ 期間中はいつでもどこからでも参加可能
- ・ 公平性を担保
- ・ 出品量拡大が可能になり委託販売もスタート

	yen	USDドル
開始価格	240,000	2,904
現在価格	414,000	5,009.39
あなたの入札額	0	0

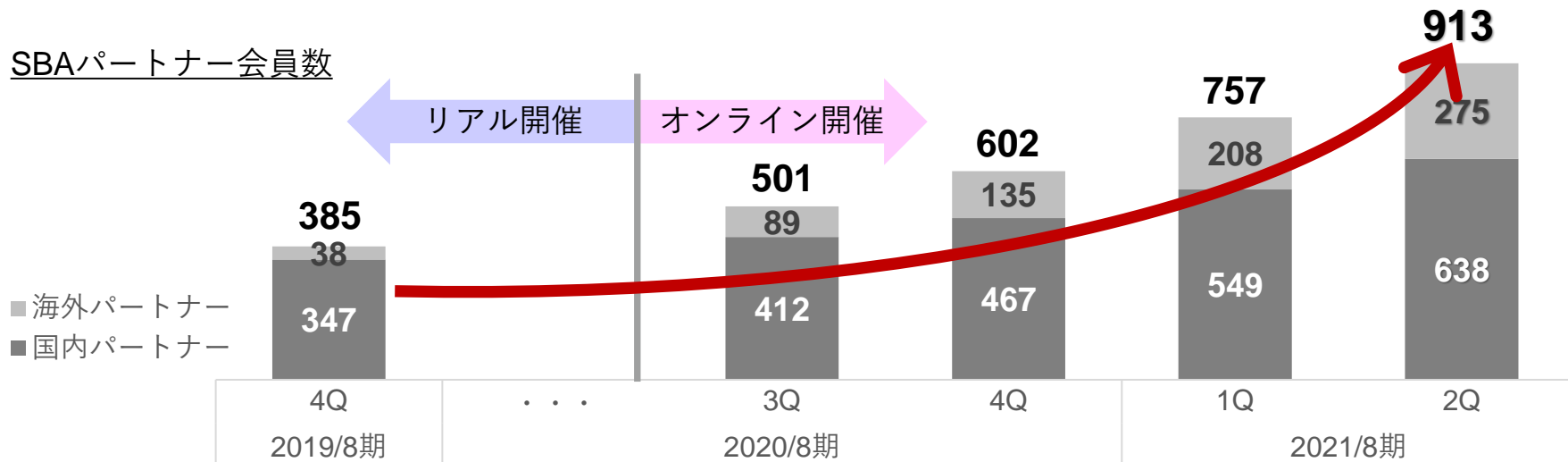
終了日時 2021/01/19 18:00

商品詳細	商品状態
式カテゴリー	時計
式カテゴリー	ケース状態
式カテゴリー	AB
メーカー	ベルト・バックル
	AB

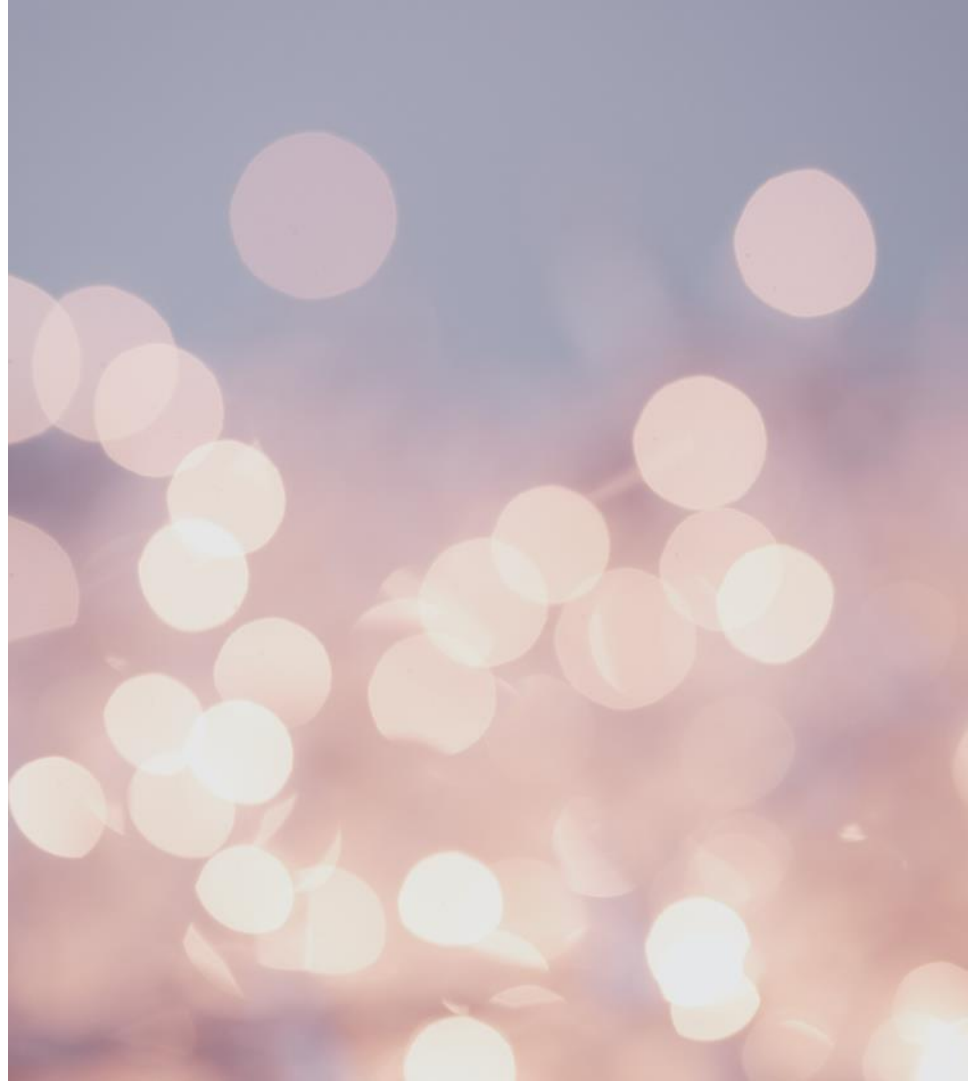
- ✓ 海外パートナーの参加が増加
- ✓ 国内パートナーの参加が増加
- ✓ オンライン化で入札しやすい環境に

入札数が増え
価格が上がりやすく

SBAパートナー会員数

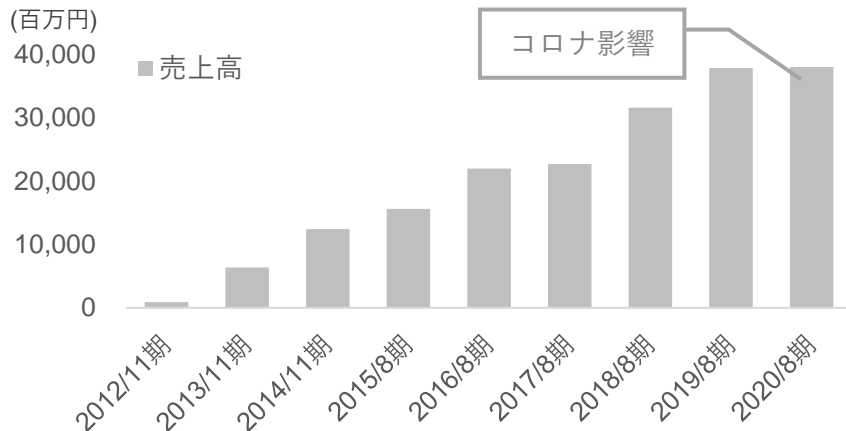
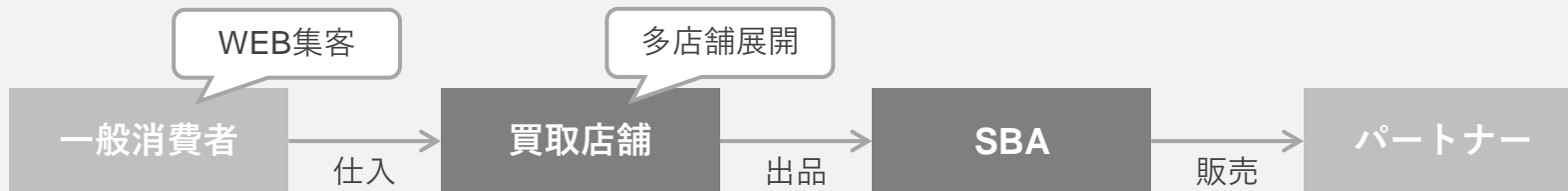


中期経営計画 VG1000



これまでの成長の軌跡（2020年までの振り返り）

独自のCtoBtoBモデルの確立により成長



<主要KPI>

	2012/11期	2020/8期
店舗数	12店舗	84店舗
売上高	9億円	379億円

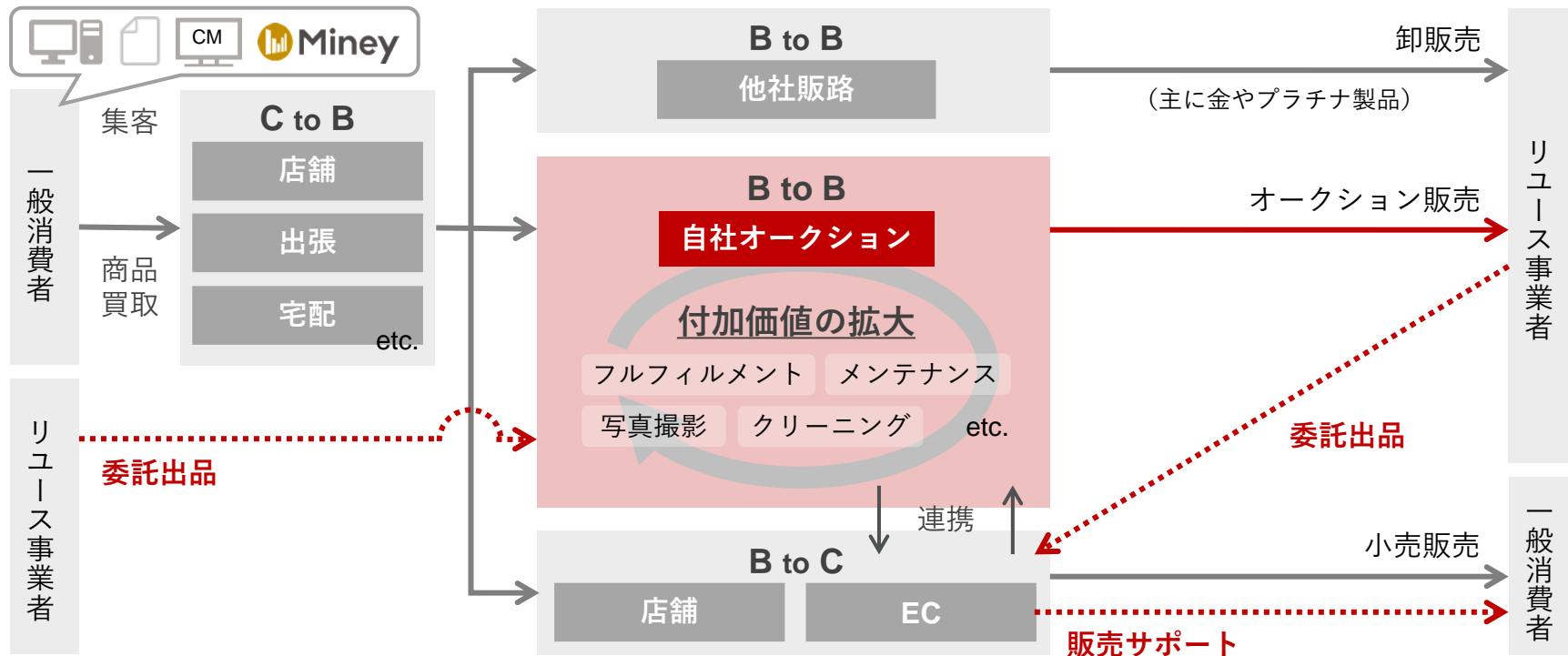
CAGR : 59.5%

ビジネスモデルの深化

—— 自社仕入商品（自社在庫）
..... 委託商品（他社在庫）

仕入／委託

販売／販売サポート



Global Reuse Platformer

戦略

Global

買取・委託拠点の展開
海外パートナーの開拓

DX

プラットフォーム構築に向けたオンライン化推進

Big Data

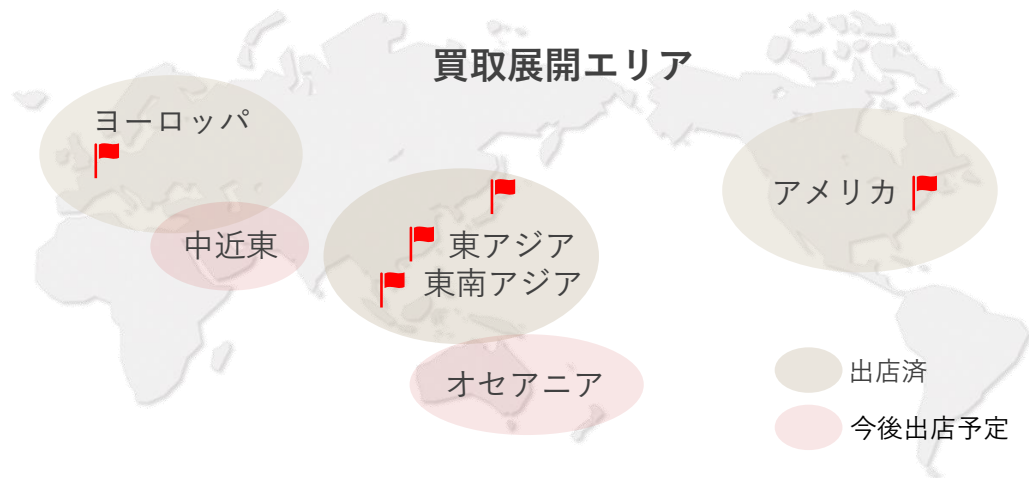
取引データの活用

Marketing

マーケティングのカバー領域の拡大

パートナー開拓及び買取の拠点を世界中に展開し、グローバル展開の基盤を強化

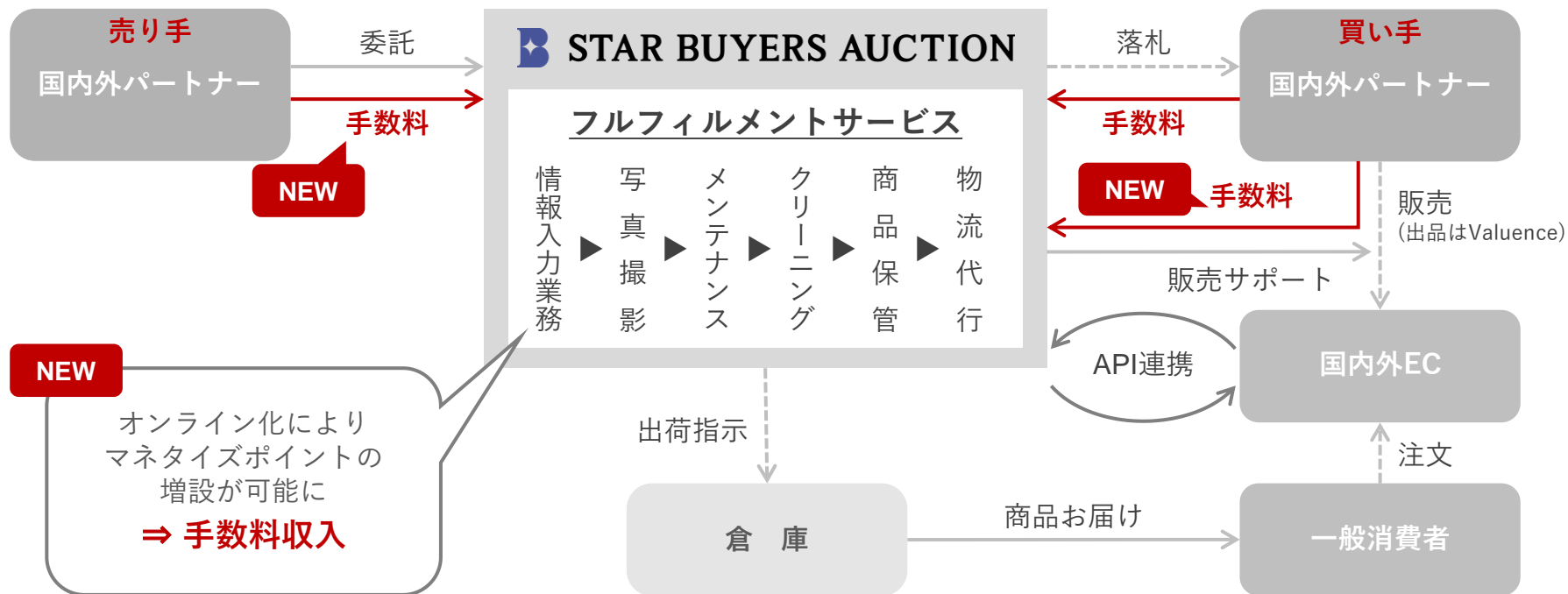
	2020/8期	2025/8期
海外パートナーの拡大	約130社	500社超
海外買取店舗の拡大	2店舗 (香港・インドネシア)	30店舗



各拠点の役割

- ① 各地域でのパートナー開拓
 - ✓ SBA参加パートナー開拓
 - ✓ SBA委託出品サポート
- ② 各地域のニーズに合わせた買取
 - ✓ 直営店による買取
 - ✓ 現地パートナーとの買取協業

パートナーの「買い」から「売り」までを担う仕組み（＝プラットフォーム）の構築

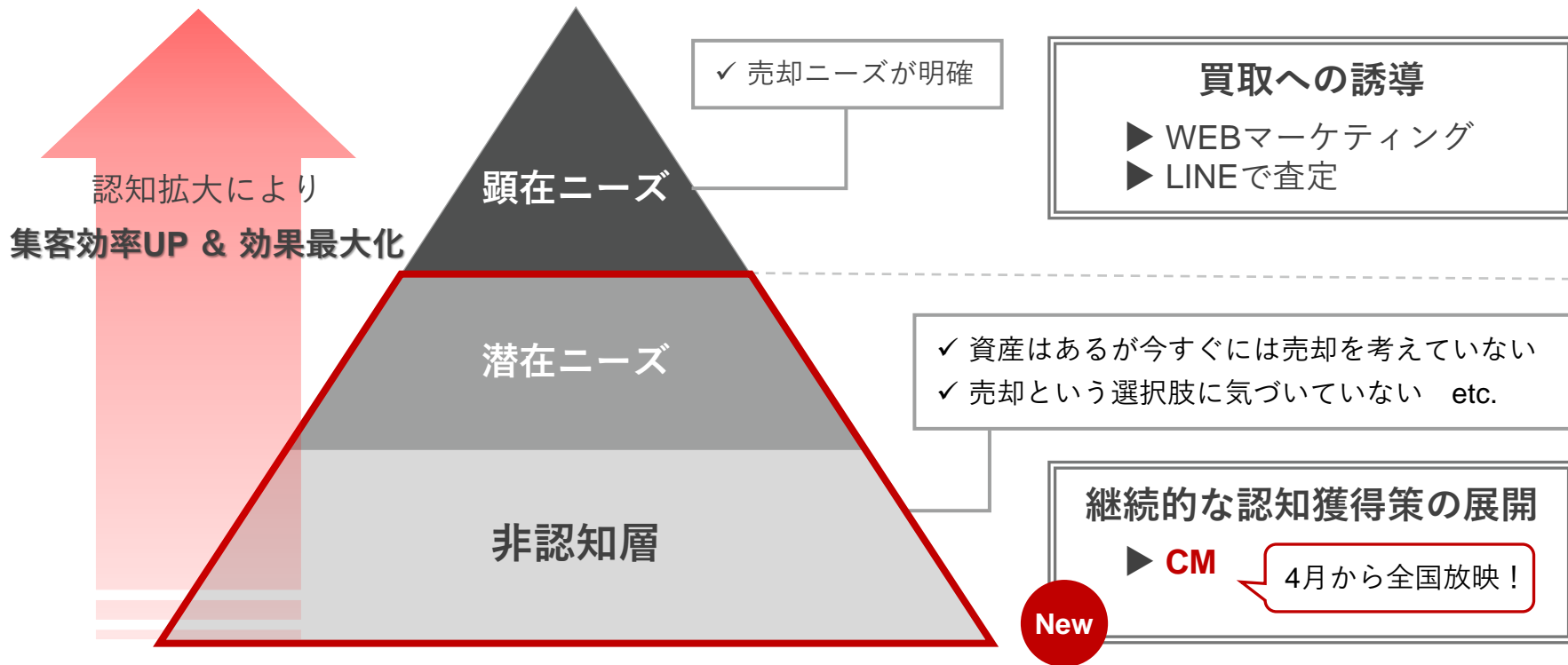


グローバルな視野で、適正価格で売買ができる仕組みを構築



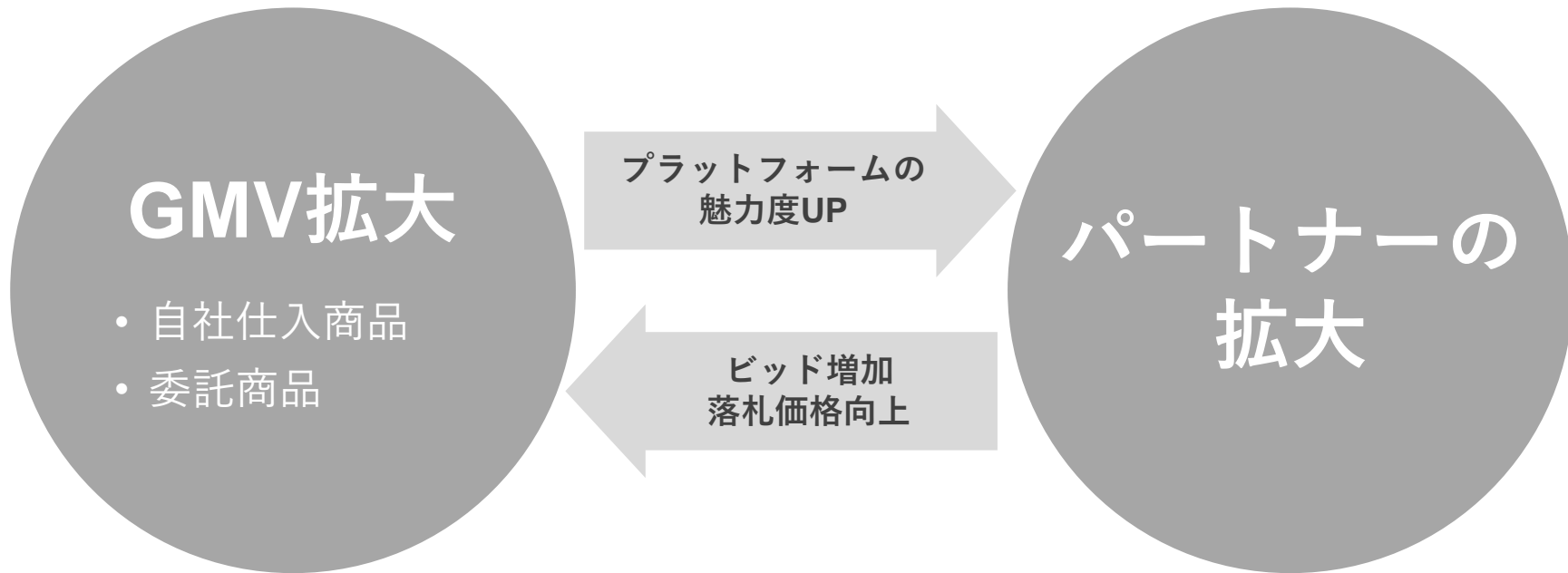
適正な価格での購入・委託が可能

マスマーケティングも活用し、全方位的なアプローチを展開



GMV拡大の好循環

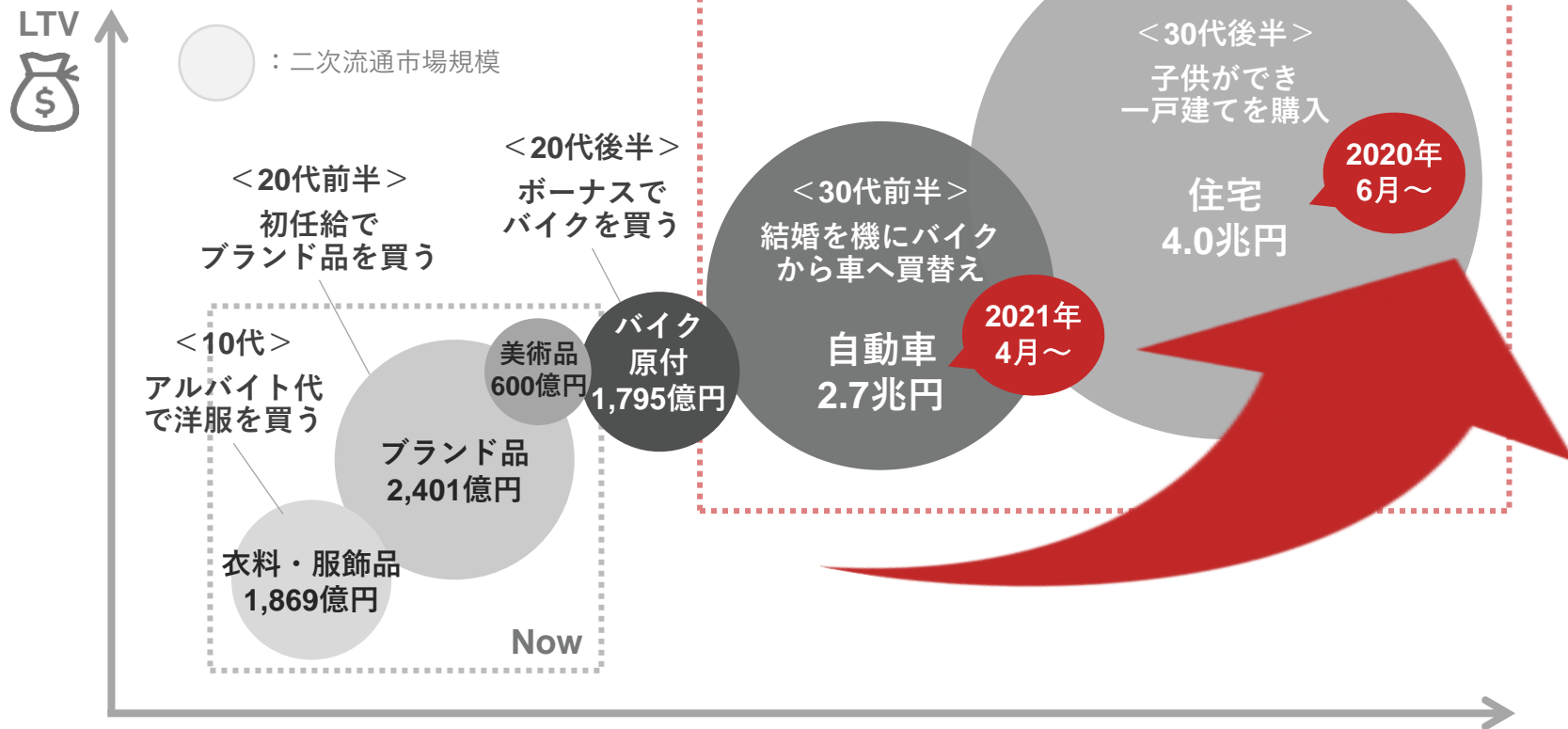
リカーリング型ビジネスへの転換



目標とする数値 <主要KPI>

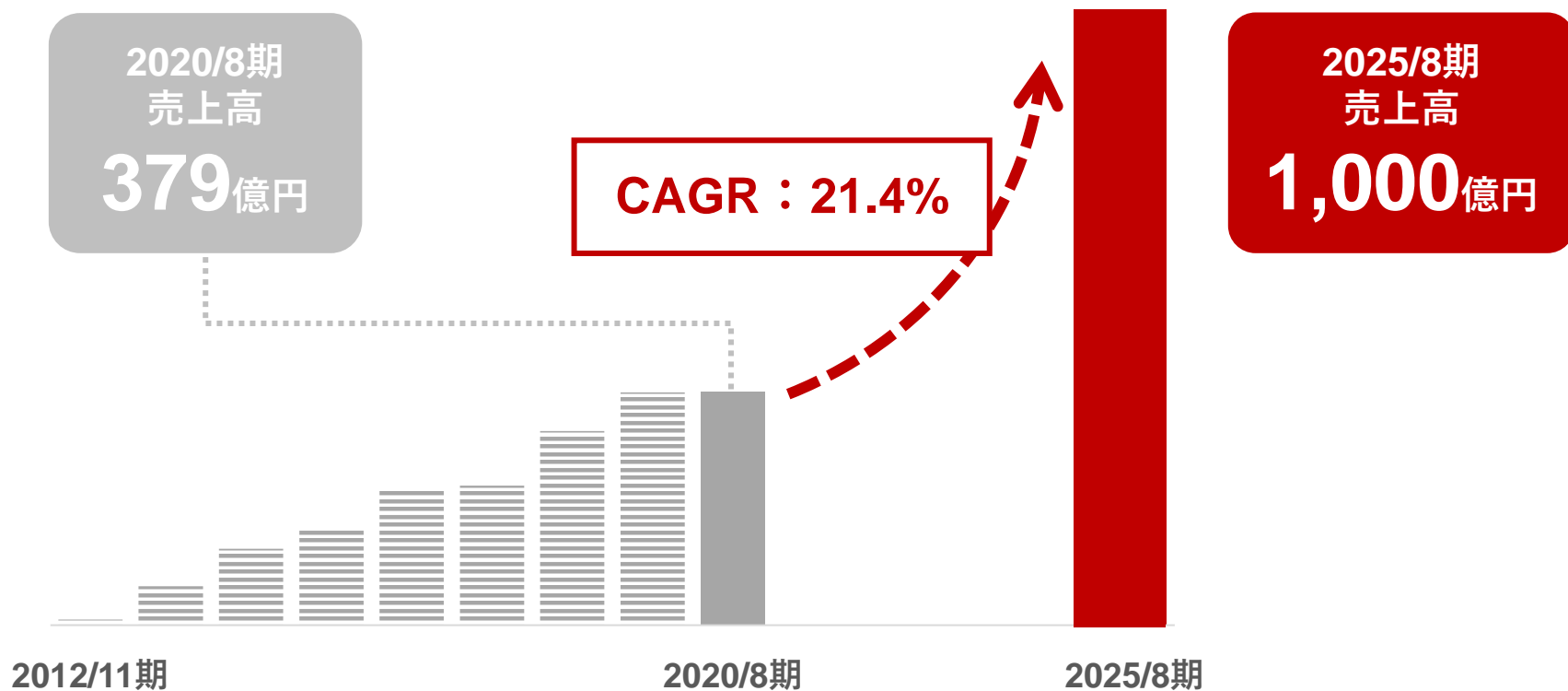
	2020/8期	2025/8期
GMV（総取扱高）	375億円	1,200億円
オークション委託比率	3.5%	50%
海外売上高比率	8.3%	20%
買取店舗数（国内外）	86店舗	200店舗

ジャンル拡大による事業機会の最大化



市場規模 出典) 衣料・服飾品、ブランド品、バイク・原付: リフォーム産業通信社「中古市場データブック (2018年)」 / 美術品: 一般社団法人アート東京「日本のアート産業に関する市場調査2016」※市場全体の流通規模 / 自動車: 矢野経済研究所「2017中古車総覧プレスリリース」 / 住宅: 国土交通省「住生活基本計画 (全国計画) 概算」

中計期間の成長イメージ



目標とする数値 <各種指標>

		2021/8期	2025/8期
成長性指標	営業利益成長率	(25億円)	2021/8期～ CAGR 30%
収益性指標	ROE	23.7%	25.0%
株主還元指標	配当性向	30%以上	30%以上

粗利率の考え方

- ✓ 委託販売の拡大
- ✓ フルフィルメントサービスの導入
- ▶ マネタイズポイントを増設し、手数料ビジネスを拡大することで粗利率向上

販管費の考え方

- ✓ 認知拡大による将来的な広告宣伝費の効率化
- ✓ DX化推進による固定費増加の抑制
- ▶ 成長投資を継続しつつ、ビジネスの効率化により販管費率を抑制

株主還元の方考え方

基本方針

長期継続的な企業価値向上が株主の利益への貢献であるとの認識のもと、事業計画に基づく再投資に意を用いつつ、株主に対して安定的な配当を実施していく。

	2020/8期	中計期間において (2021/8期～2025/8期)
配当性向	原則25%以上を目標とする	原則 30%以上 を目標とする

上記に加え、機動的な自己株式の取得も実施していく。

Valuence