

Q2 FY2023 Financial Results

2023年8月期 第2四半期決算説明資料

April 14, 2023

03	08	20
Corporate Profile 会社概要	Financial Results 業績	Highlights for Q2 FY23 第2四半期ハイライト
27	31	38
Initiatives during Q3 and Beyond 第3四半期以降の取組	Full-year Forecast 通期業績見通し	Appendix

Corporate Profile

会社概要

Valuence
Circular Design Company

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 ※2023年2月に港区港南1丁目より本社移転
設立	2011年12月
資本金	1,219百万円（2023年2月末）
従業員数	964名（2023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10社／持分法適用関連会社1社 （2023年2月末現在）

グループ事業ブランド

買取



BRAND CONCIER

オークション



不動産



小売



自動車



アプリ



Purpose
パーパス

私たちの存在意義

Circular Design for the Earth and Us

Mission

ミッション

私たちの使命

大切なことにフォーカスして
生きる人を増やす

Circular Design Company 2030年に目指す姿

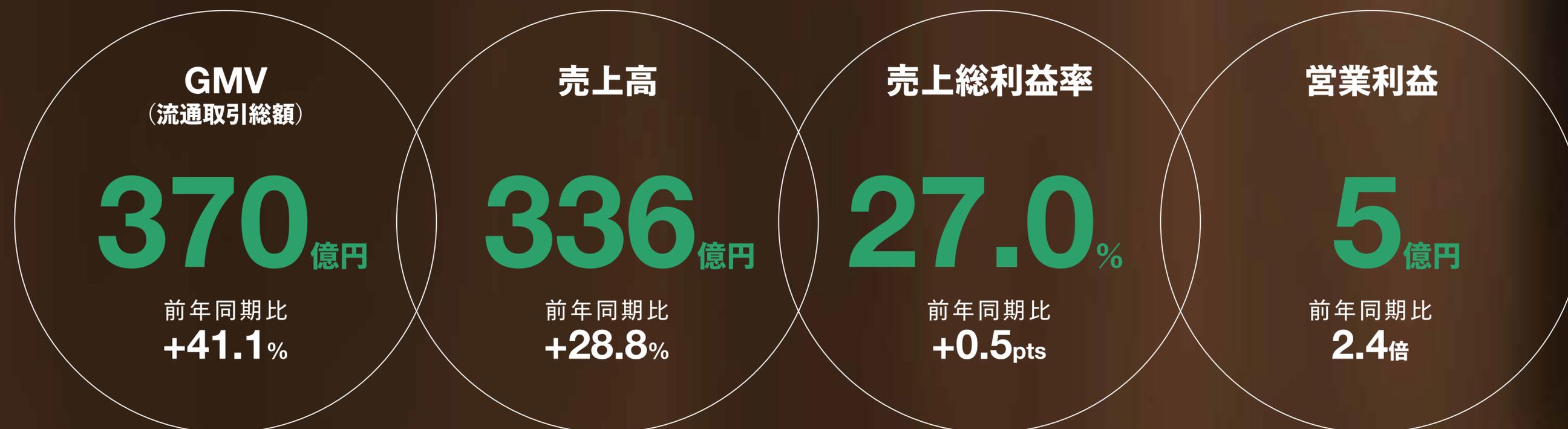


顧客やパートナーに対して様々な選択肢を提供することで、
当社が保有するモノだけではなく、顧客やパートナーが保有するモノの循環を促進し、
新たな収益機会を創出する

Financial Results

業績

2023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2.4倍と伸長

- ・相場変動時の戦略的販路選択に加え、小売が好調に推移し、売上総利益率は27.0% (前年同期比+0.5pts)
- ・時計相場の下降トレンドが継続し、特に時計仕入は苦戦。一方、オークション委託比率は21.3% (前年同期比+13.4pts) と好調に拡大。また、小売施策が功を奏し、GMV、売上高ともに好調に推移
- ・人員拡充、オフィス移転の一時費用発生等を吸収し、営業利益は5億円

2023年8月期 第2四半期 業績

- ・1Qでプールした小売在庫を戦略的に活用し、FY23/2Q(12月-2月)の売上総利益率は27.3%と向上
- ・オフィス移転の一時費用発生等も吸収し、FY23/2Q(12月-2月)の営業利益は、前年同期比13.6倍の2億円

単位：百万円	FY22/2Q	FY23/2Q	増減率	FY22/2Q (累計)	FY23/2Q (累計)	増減率 (累計)	FY23 期首計画	達成率
売上高	12,859	16,378	+27.4%	26,113	33,629	+28.8%	78,500	42.8%
売上総利益	3,348	4,474	+33.7%	6,914	9,084	+31.4%	21,400	42.5%
売上総利益率	26.0%	27.3%	+1.3pts	26.5%	27.0%	+0.5pts	27.3%	-
販売費及び一般管理費	3,331	4,253	+27.7%	6,700	8,579	+28.0%	18,900	45.4%
営業利益	16	221	13.6倍	213	505	2.4倍	2,500	20.2%
営業利益率	0.1%	1.4%	+1.3pts	0.8%	1.5%	+0.7pts	3.2%	-
経営利益	13	226	16.9倍	182	485	2.7倍	2,350	20.6%
経営利益率	0.1%	1.4%	+1.3pts	0.7%	1.4%	+0.7pts	3.0%	-
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	▲93	25	-	▲47	159	-	1,300	12.2%

※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)

2023年8月期 第2四半期(12月-2月) トピックス

買取

Purchases

- ・時計相場は1Q以降も下降トレンドが継続
- ・上記を受け、時計仕入は苦戦した一方、その他のジャンル仕入は好調に推移し、仕入高は前年同期比横ばいで着地
- ・店舗数は**国内135店舗**、**海外38店舗**と計画どおりに出店

販売

Sales

- ・「ALLU心齋橋店」オープンや「ALLU AUCTION」開催といった小売施策により、**小売売上が増加**、**売上総利益率も向上**
- ・インバウンド回復への期待から、引き続きオークションの国内販売比率が上昇
- ・自社オークションにおける**委託が好調に推移**

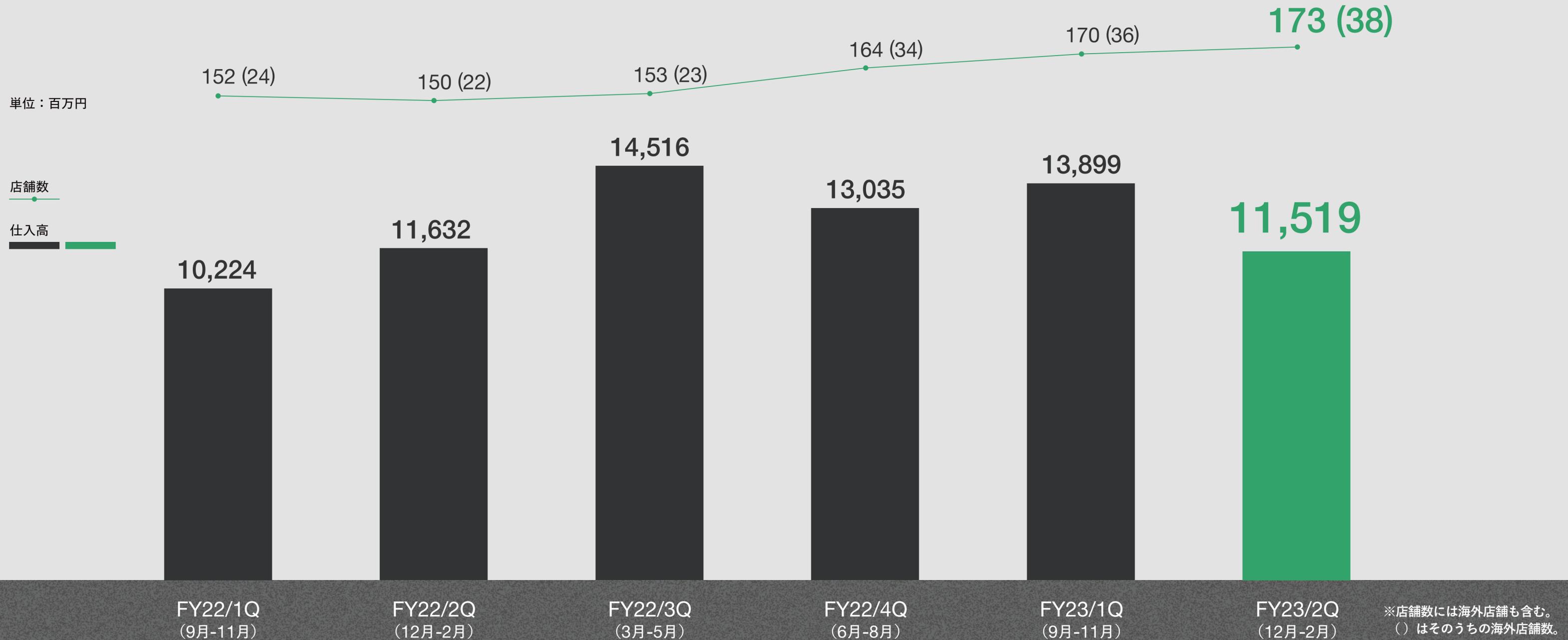
売上高・売上総利益率

- ・2Qの売上高は前年同期比27.4%増の163億円
- ・仕入は厳しい状況下、戦略的に確保した1Qの在庫を小売中心に販売し、売上総利益率は同1.3pts上昇の27.3%



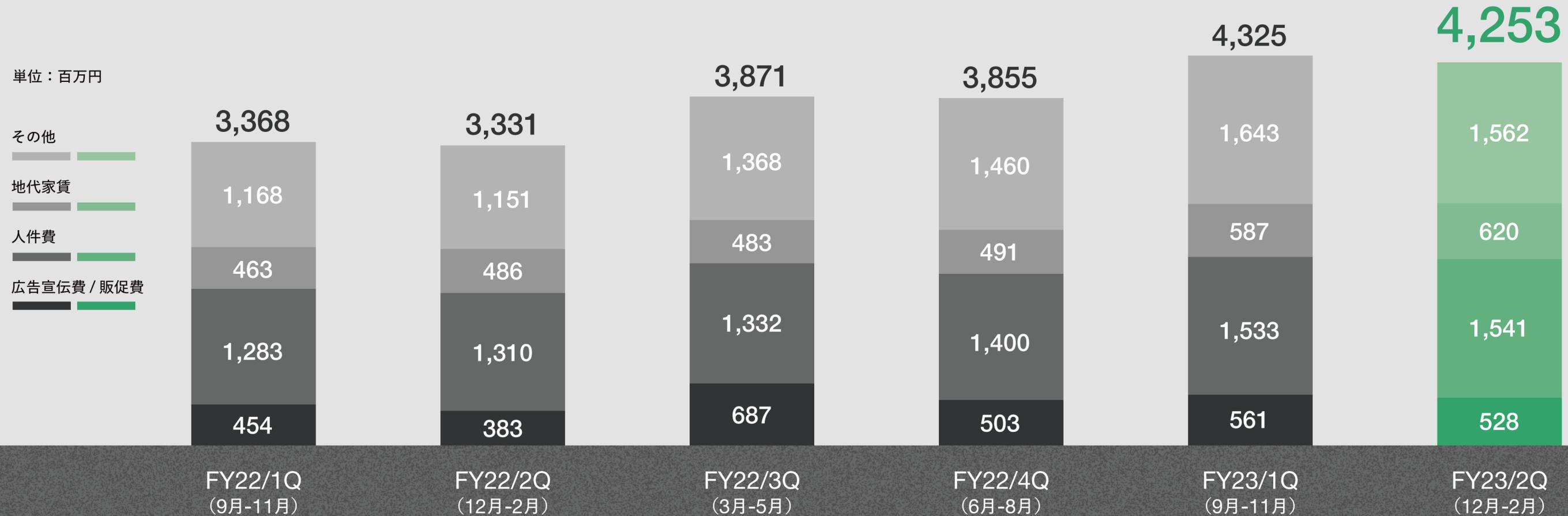
仕入高・店舗数

- ・2Qの季節性に加え、時計相場が1Qよりさらに悪化し、仕入高はQoQで17.1%減の115億円(前年同期比横ばい)
- ・買取店舗出店については計画どおり進捗



販売費及び一般管理費

- ・人員拡充、オフィス移転の一時費用の発生等により、人件費・地代家賃等増加
- ・一方、広告宣伝費等をコントロールすることで、2Qの販管費は42億円で着地



店舗数※

FY22/1Q (9月-11月)	152 店舗 (24 店舗)	FY22/2Q (12月-2月)	150 店舗 (22 店舗)	FY22/3Q (3月-5月)	153 店舗 (23 店舗)	FY22/4Q (6月-8月)	164 店舗 (34 店舗)	FY23/1Q (9月-11月)	170 店舗 (36 店舗)	FY23/2Q (12月-2月)	173 店舗 (38 店舗)
------------------	-------------------	------------------	-------------------	-----------------	-------------------	-----------------	-------------------	------------------	-------------------	------------------	-------------------

※店舗数には海外店舗も含む。
() はそのうちの海外店舗数。

人員数

FY22/1Q (9月-11月)	871 名	FY22/2Q (12月-2月)	864 名	FY22/3Q (3月-5月)	904 名	FY22/4Q (6月-8月)	896 名	FY23/1Q (9月-11月)	925 名	FY23/2Q (12月-2月)	964 名
------------------	-------	------------------	-------	-----------------	-------	-----------------	-------	------------------	-------	------------------	-------

バランスシートの概況

単位：百万円

	FY22末	FY23/2Q末	増減
流動資産	16,804	18,446	+1,642
現金及び預金	7,807	8,587	+780
商品	6,329	7,628	+1,299
その他	2,667	2,229	▲437
固定資産	6,445	8,657	+2,211
総資産	23,249	27,103	+3,854
負債	15,395	19,181	+3,785
有利子負債	12,515	15,215	+2,699
その他	2,880	3,966	+1,085
純資産	7,853	7,922	+68
負債・純資産	23,249	27,103	+3,854

1Qの仕入拡大に加え、2023年2月末に子会社化した株式会社米自動車のBS連結による増加

販売店舗の新規出店・本社移転等に伴う有形固定資産の取得や、株式会社米自動車の子会社化に伴うのれんの増加等により増加

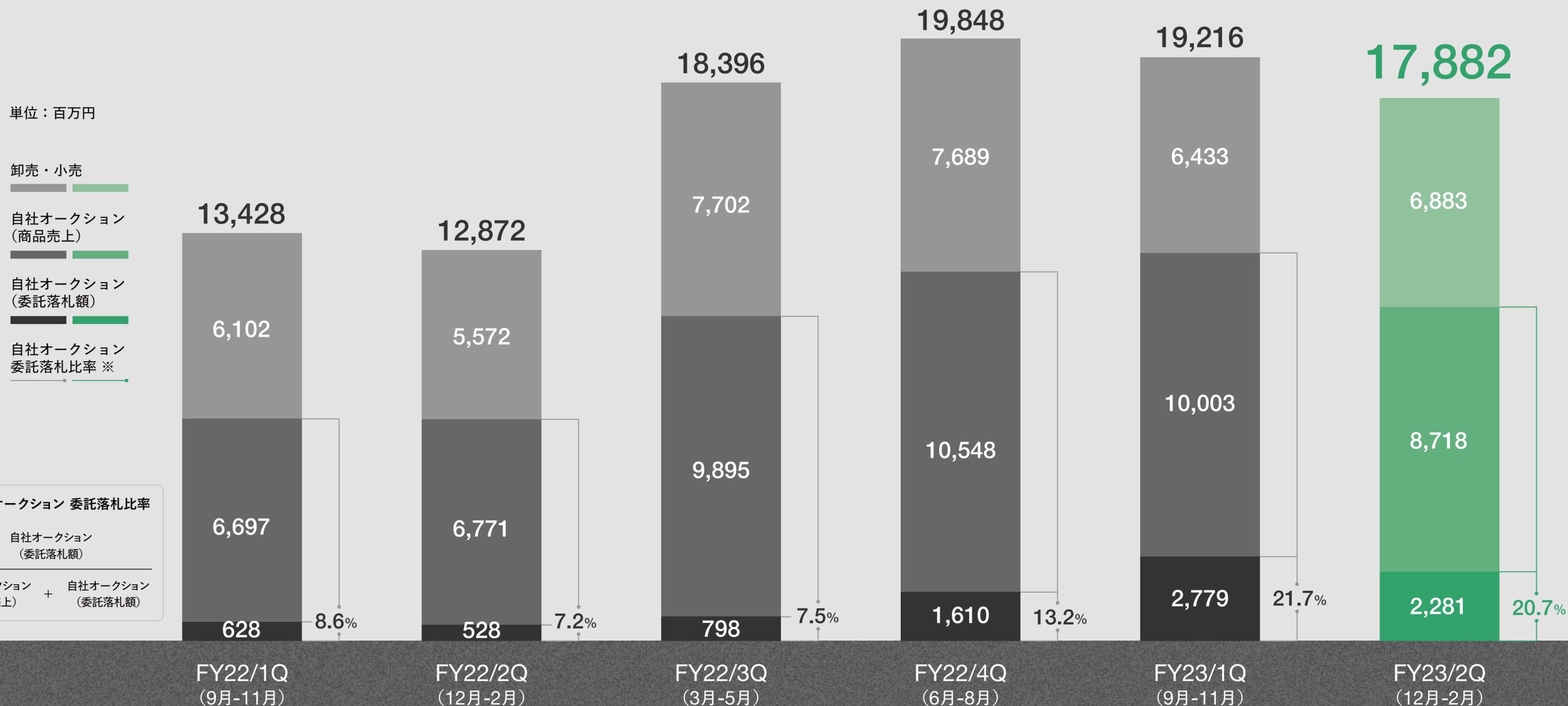
仕入資金や設備投資、M&Aなどの事業拡大に向けた資金確保のため長期借入金が増加

本社移転に伴う未払金や新オフィスに係わる資産除去債務の計上等により増加

親会社株主に帰属する四半期純利益の計上があった一方、配当金の支払いがあったことなどによる

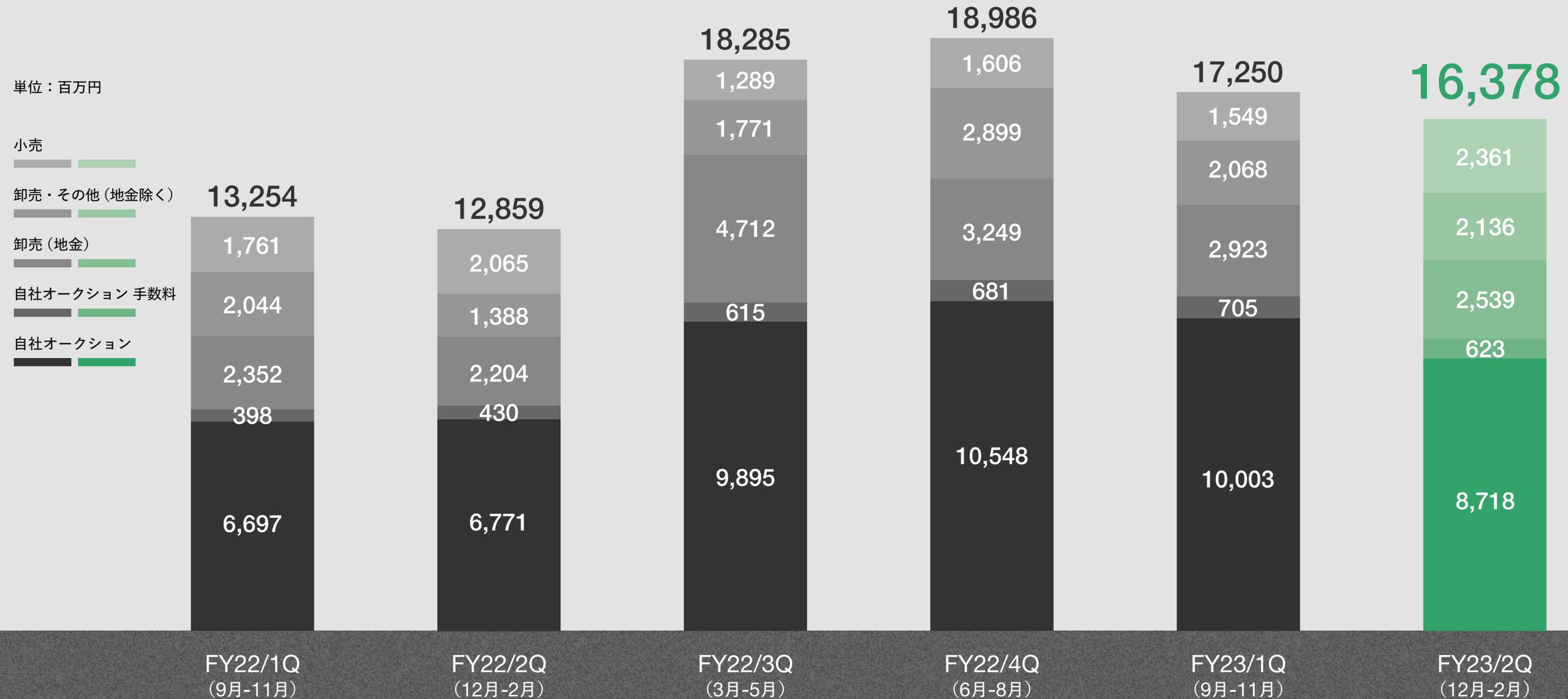
GMV推移

- ・オークションプラットフォームのブランド認知拡大や、委託手数料の無料化継続により、委託落札額は前年同期比4.3倍の22億円と好調に推移
- ・自社オークションに占める委託比率は同13.5pts上昇の20.7%



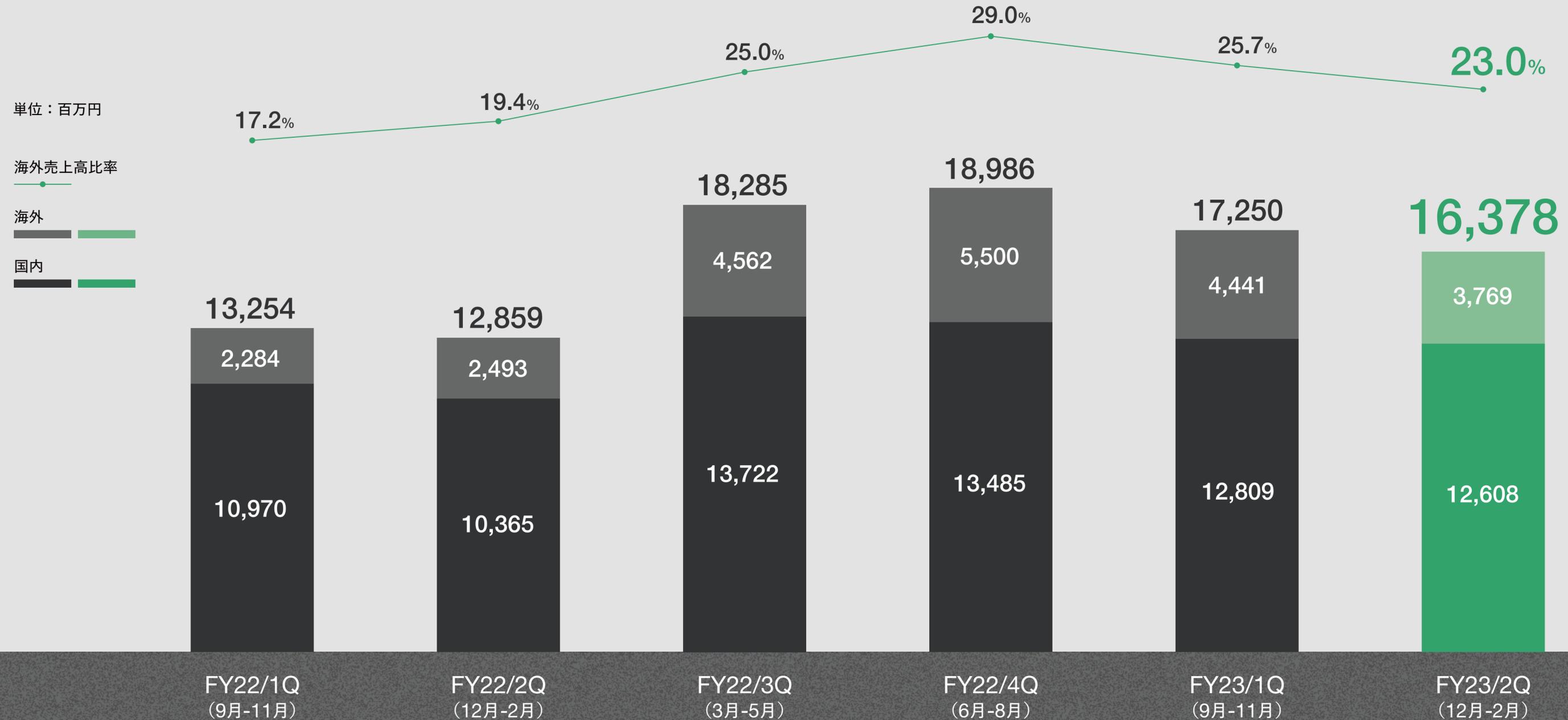
売上高：販路別（toB／toC）

- ・「ALLU心齋橋店」オープンや「ALLU AUCTION」の開催により、小売売上高は前年同期比14.3%増の23億円
- ・自社オークションにおける委託が好調に推移し、自社オークション手数料は同44.9%増の6億円



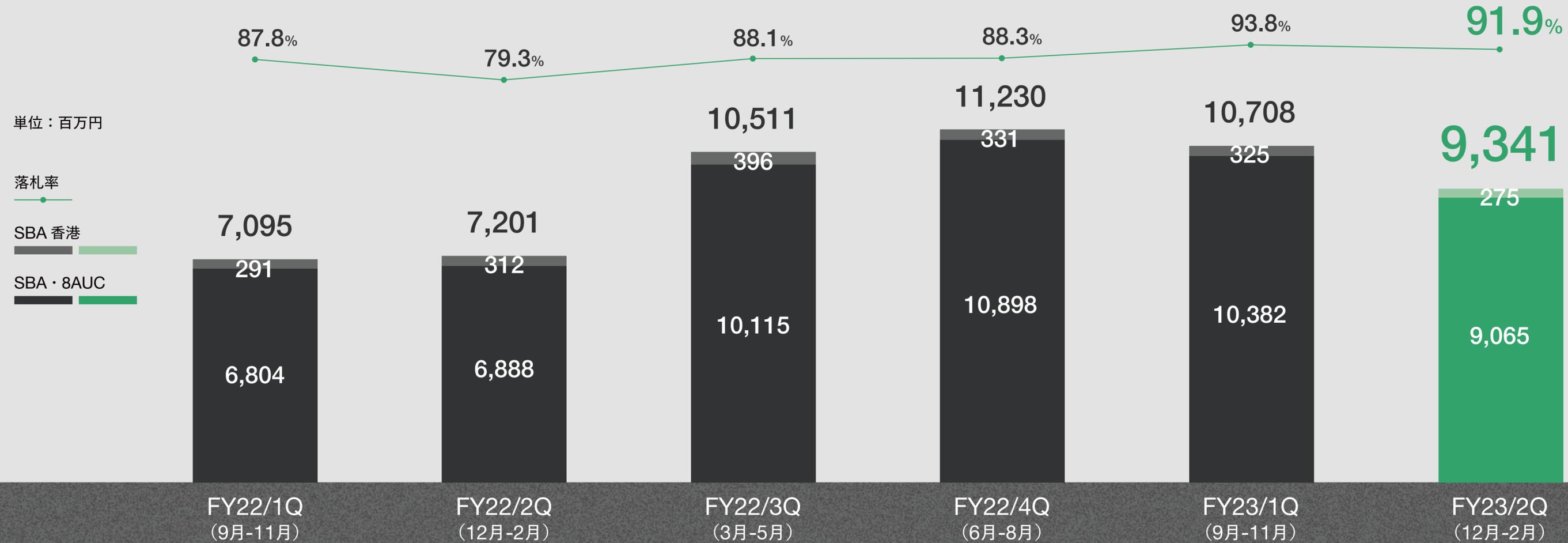
売上高：販路別（国内／海外）

- ・インバウンド回復により小売売上が増加し、国内売上高は前年同期比21.6%増の126億円
- ・国内売上高比率が高まるも、海外売上高比率も23.0%と高水準で推移



売上高：toBオークション実績

・オークションの月4回開催が定着、落札率も90%超と高水準を維持



地域	オークション形式	FY22/1Q (9月-11月)	FY22/2Q (12月-2月)	FY22/3Q (3月-5月)	FY22/4Q (6月-8月)	FY23/1Q (9月-11月)	FY23/2Q (12月-2月)
国内	SBA※1	月2回 11月から毎日	毎日	月4回	月4回	月4回	月4回
	8AUC※2	10月、11月	月1回	月1回	月1回	月1回	月1回
海外	SBA 香港	11月	2月	5月	8月	11月	1月

※1 SBA : STAR BUYERS AUCTION (次ページ以降同じ)
 ※2 8AUC : THE EIGHT AUCTION (次ページ以降同じ)



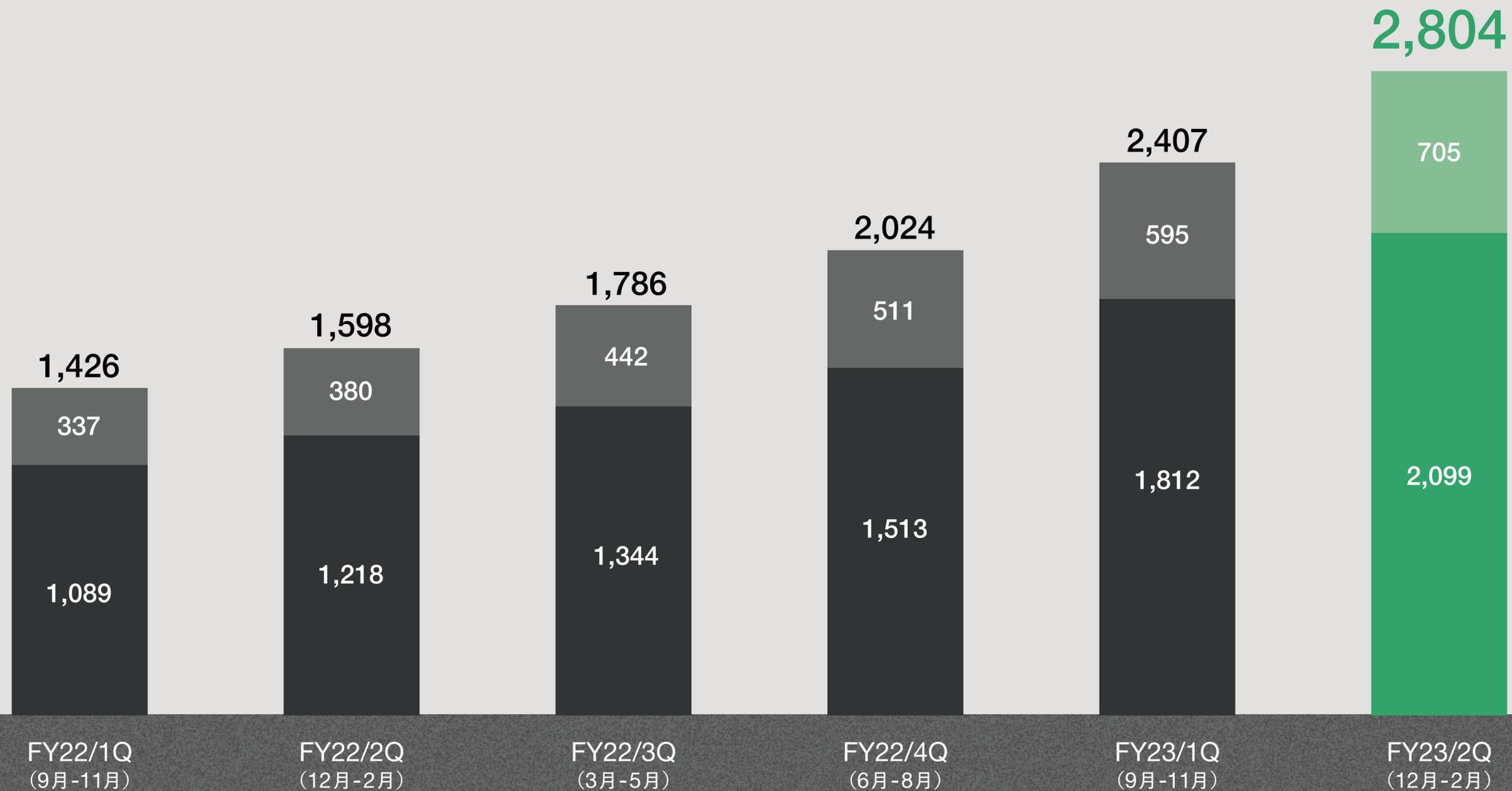
Highlights for Q2 FY23

第2四半期ハイライト

SBAパートナー会員数

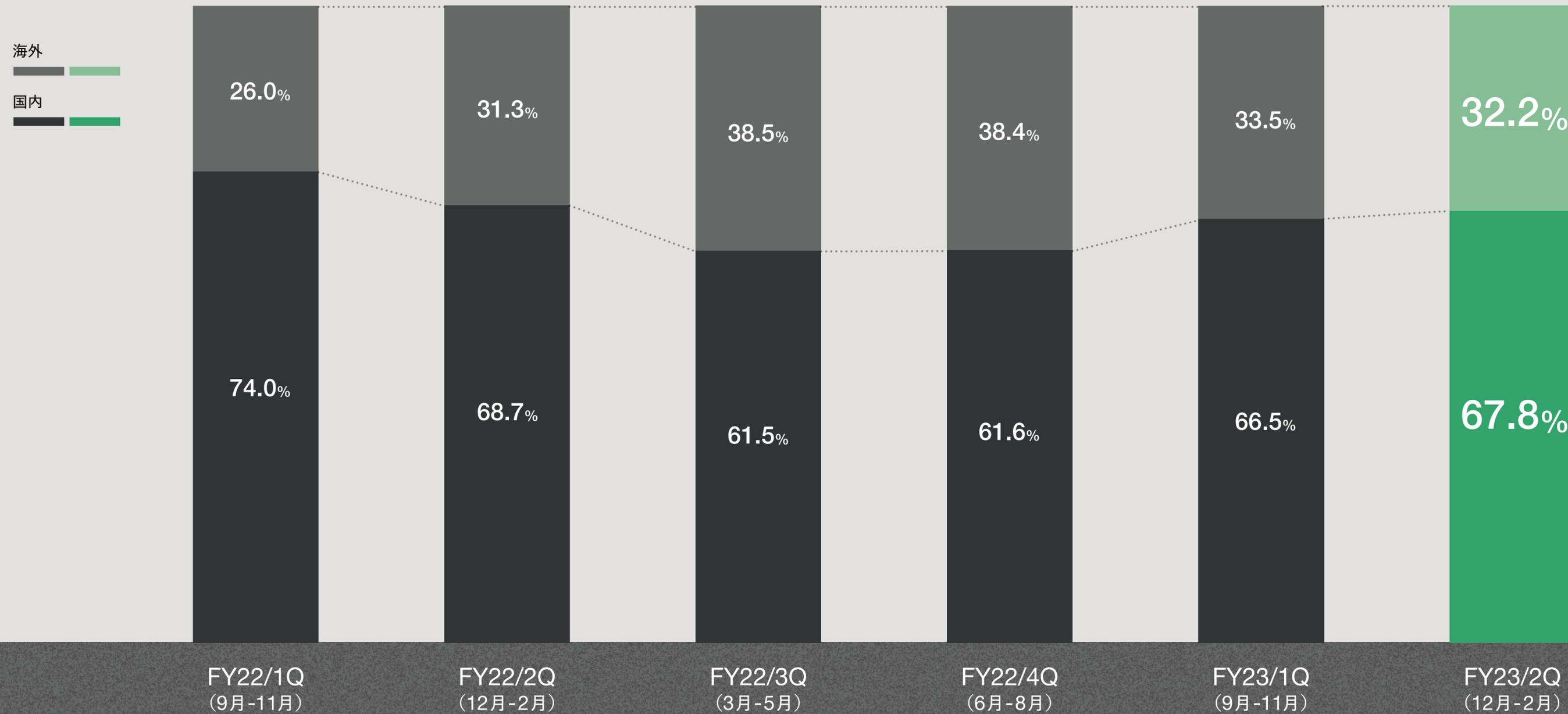
・国内外ともに順調に拡大しており、国内パートナーは2,000社を突破

海外パートナー
国内パートナー



SBA落札額の国内／海外比率

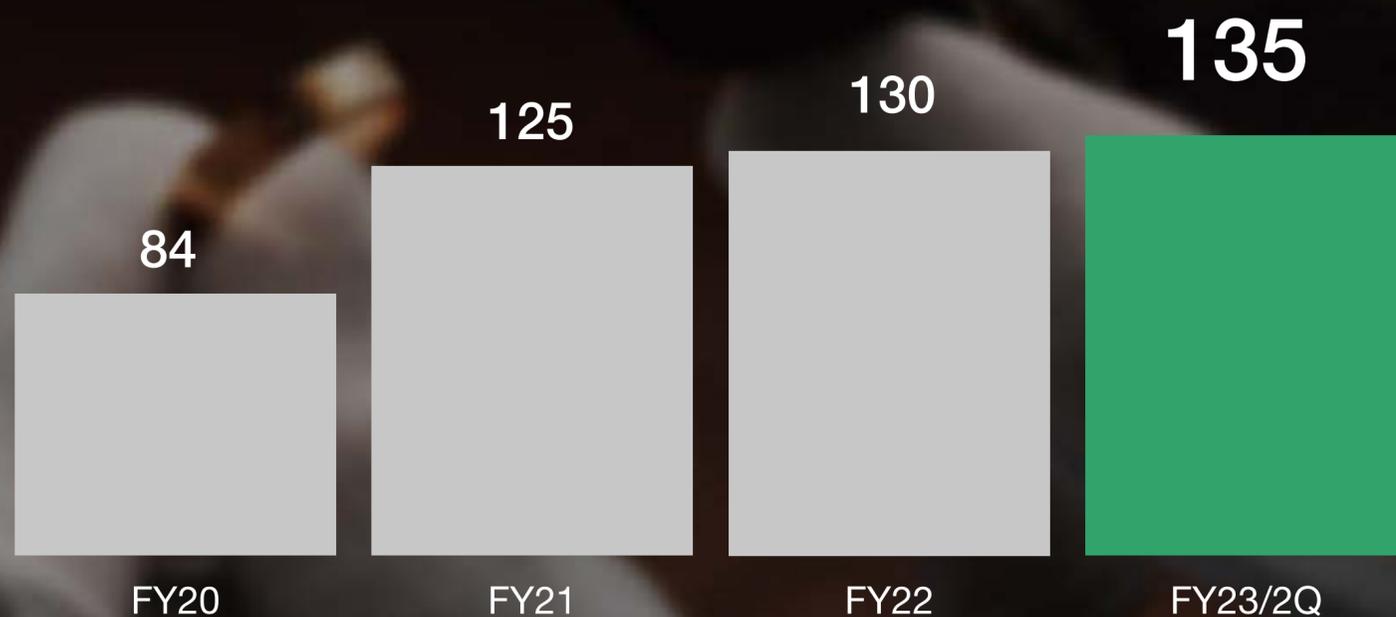
・インバウンド回復を見越した国内パートナーの積極的な落札により、国内比率が引き続き上昇



買取店舗展開

- ・2Qは国内1店舗、海外2店舗を新規出店
- ・2023年4月7日に「ららテラス武蔵小杉店」をオープン、5月に埼玉県川口市にも出店予定

Japan 国内



新規出店
[12月] アミュプラザ おおいた店

Global 海外



新規出店
[12月] Tampines店 (シンガポール)
[1月] ISETAN KLCC店 (マレーシア)

中期経営計画「VG1000 ver2.0」主要KPIの進捗

・各KPIは中期経営計画最終年度の目標に対し、計画どおり順調に推移

	FY25 (最終年度)	FY21 (中計1年目)	FY22 (中計2年目)	FY23 / 2Q (累計)
売上高	1,000 億円	525 億円	633 億円	336 億円
国内店舗数	170 店舗	125 店舗	130 店舗	135 店舗
海外店舗数	100 店舗	21 店舗	34 店舗	38 店舗
海外パートナー数	1,000 社	301 社	511 社	705 社
海外売上高比率	30%	14.9%	23.4%	24.4%

ALLU AUCTIONの開催

- ・初めてのtoCオークション「ALLU AUCTION」を2023年1月28日に開催
- ・2023年5月6日に第2回の開催を予定

詳細・会員登録はこちら
<https://www.allu-auction.com/>



※ご参加いただく場合、事前の会員登録及び参加申込が必要となります。詳細は公式サイトをご確認ください。



M&Aの完了

- ・2023年2月28日に「株式会社米自動車」の完全子会社化が完了
- ・2Q末にBS連結を実施、3QよりPL連結を予定

M&Aの目的

既存事業とのシナジー効果

自動車の買取・販売・整備をフックに、
ブランド品の買取・販売等の既存サービスに送客

自動車事業の強化

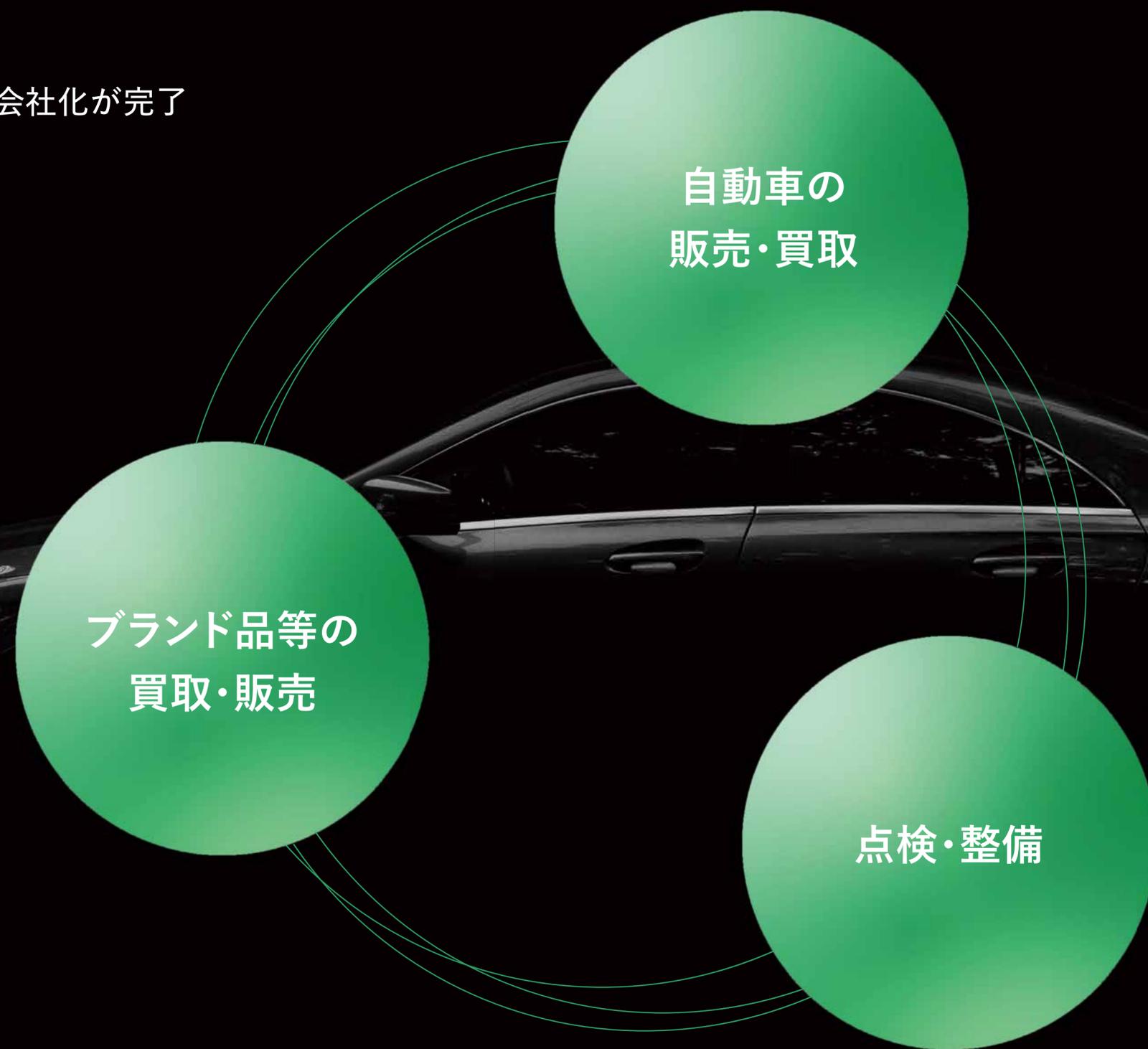
米自動車の持つ販売網の活用による
販売力強化に加え、買取面での競争力も強化

リカーリング型ビジネスへの寄与

点検・整備により顧客とのつながりを維持

循環型社会への貢献

整備しながら長く大切に乘っていただき、
さらに、次に必要な人へつなぐ

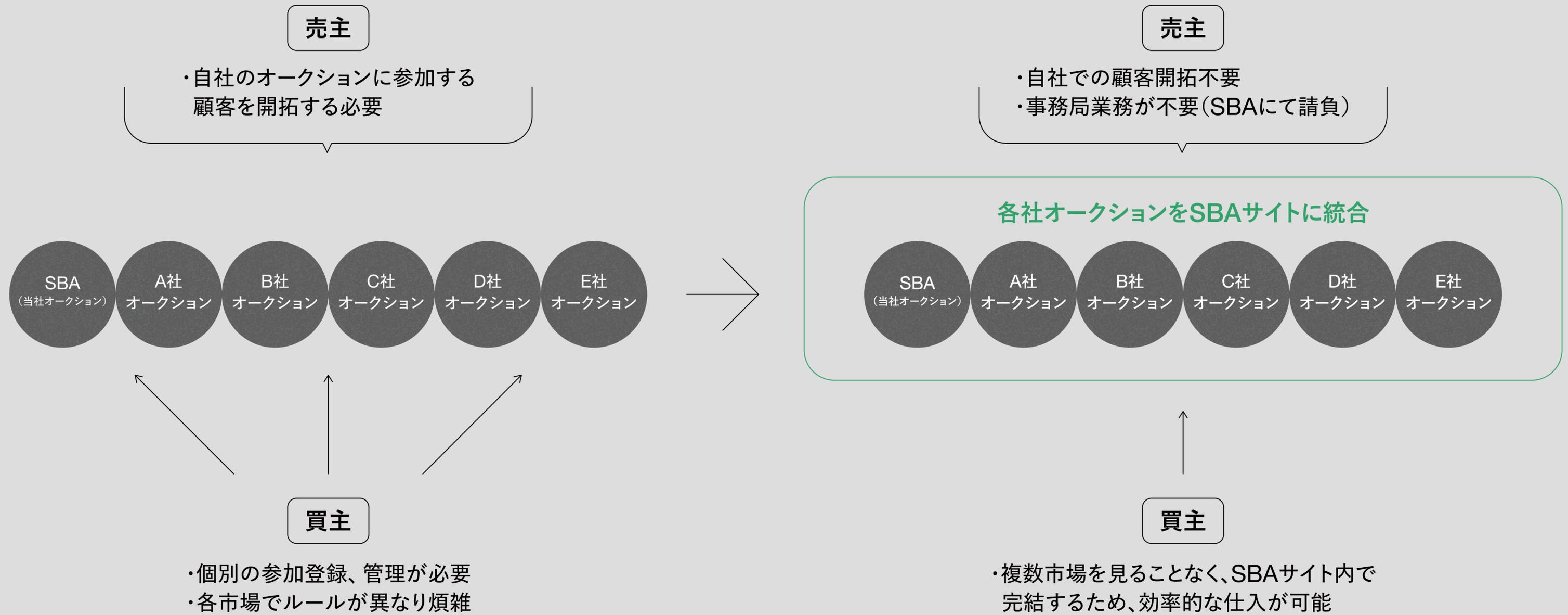


Initiatives during Q3 and Beyond

第3四半期以降の取組

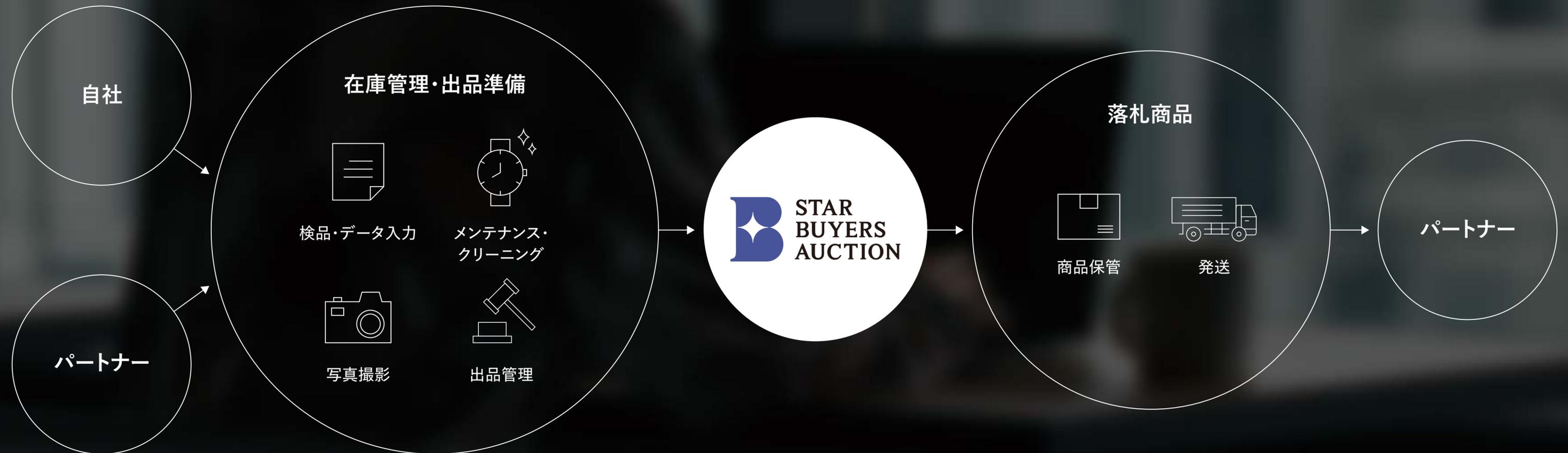
SBAでのコラボオークション機能の提供開始

- ・パートナー企業が市場主となってオークション開催ができる、コラボオークション機能の提供を2023年3月から開始
- ・市場主となるパートナー企業は自社で買主を集めることなく、SBAパートナーに向けた販売が可能に



フルフィルメントサービスの開始① -現状-

・仕入れた商品をパートナーに販売するだけの一方的な関係値であり、継続的な関係性が構築出来ていなかった



フルフィルメントサービスの開始② -2023年5月以降-

- ・2023年5月にフルフィルメントサービスを新たに開始予定
- ・パートナーの利便性を向上することでプラットフォームの価値を高め、エンゲージメント強化を図る



Full-year Forecast

通期業績見通し

通期業績見通し（概要）

- ・下期業績見通しを以下に基づき精査

通期営業利益25億円計画は変更せず

外部環境の前提

- ・ 時計：相場は下げ止まり回復傾向にあるものの、急激な回復は織り込まず
- ・ 金：大きな相場のボラティリティーは想定せず

仕入

- ・ 例年季節要因やブランドの新製品発表等のタイミングでもあり、仕入は下期に伸長する傾向
- ・ 上記を踏まえ、FY23/3Q・4QはFY22/3Q並みの145億円レベルの仕入(米自動車除く)を前提

トップライン

- ・ 仕入計画及び売上総利益率の見通しより設定
- ・ インバウンドによる回復は考慮せず
- ・ オークション委託比率の向上等見込まれるも、不採算店舗の閉店等も考慮

損益

① 売上総利益率

FY23/2Q（12月-2月）実績は27.3%。下期も同水準を確保できる見込み

② 販売費及び一般管理費

- ・ TVCMによるマーケティング施策に代わり、Webマーケティングによる効率的な集客施策を重視、広告宣伝費を見直し
- ・ 新規出店は期初計画どおり対応も、不採算店舗の閉店を実施し、期初計画より地代家賃、人件費等を削減

③ 特別損益

FY23/3Qでオフィス移転に係わる特別損益を計上予定

通期業績見通し①

・前述前提条件による通期業績見通しは以下のとおり

単位：百万円	FY22 実績	FY23 期首計画	FY23 見通し	FY22 実績比
売上高	63,385	78,500	75,000	+18.3%
売上総利益	16,316	21,400	20,400	+25.0%
売上総利益率	25.7%	27.3%	27.2%	+1.5pts
販売費及び一般管理費	14,427	18,900	17,900	+24.1%
営業利益	1,888	2,500	2,500	+32.4%
経常利益	1,791	2,350	2,350	+31.2%
特別利益	-	-	95	-
特別損失	108	-	205	+89.7%
税金等調整前当期純利益	1,683	2,350	2,240	+33.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	969	1,300	1,240	+27.9%

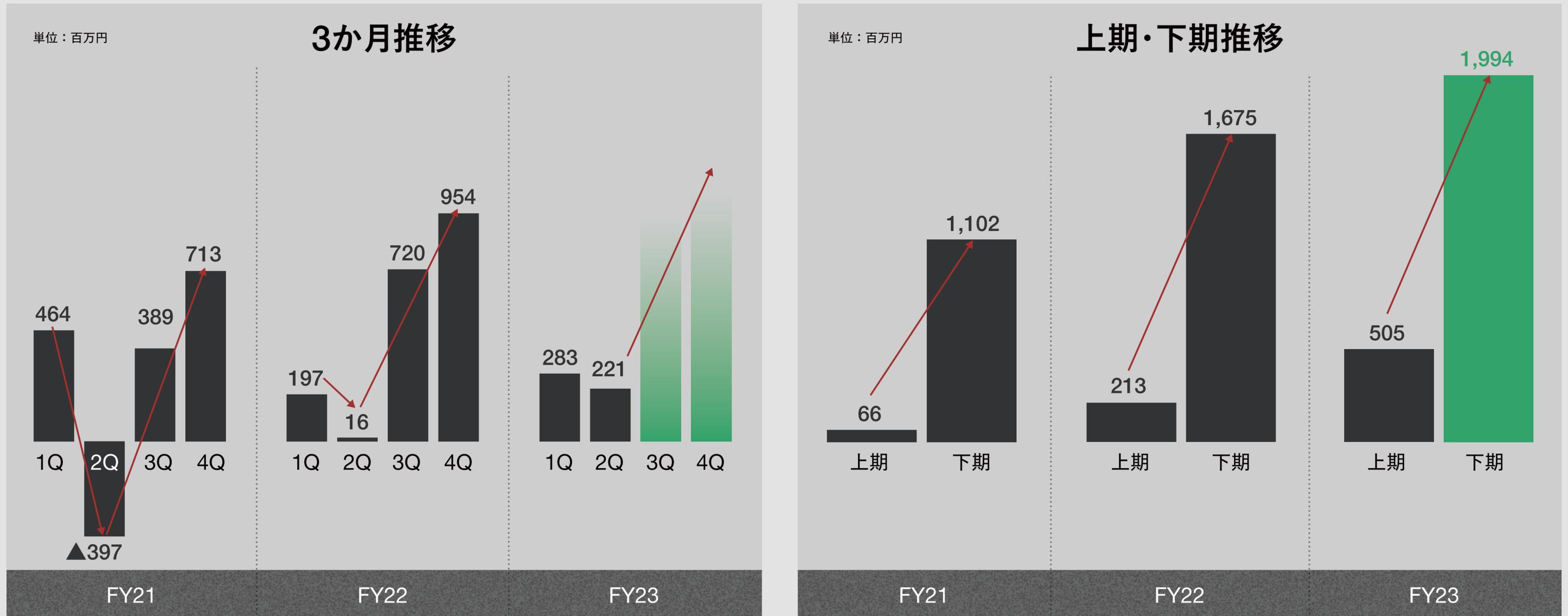
通期業績見通し②

・下期業績見通しは以下のとおり

単位：百万円	FY23 上期実績(9-2月)	FY23 下期見通し(3-8月)	対上期実績	増減率	
売上高	33,629	41,370	+7,741	+23.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・仕入計画及び売上総利益率の見通しより設定 ・当社オークションのパートナー仕入が活況かつ委託比率の向上 ・インバウンド回復考慮せず
売上総利益	9,084	11,315	+2,231	+24.6%	
売上総利益率	27.0%	27.3%	-	-	
販売費及び一般管理費	8,579	9,320	+741	+8.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・買取店舗閉店により、期初想定よりも店舗維持に係る地代家賃、人件費等は減少も、人員拡充は継続 ・テレビCM以外のマーケティング施策により広告宣伝費を見直し ・のれん償却費等が増加
営業利益	505	1,994	+1,488	3.9倍	
経常利益	485	1,864	+1,379	3.8倍	
特別利益	-	95	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・上期は不採算店舗の閉店により減損損失を計上 ・下期はオフィス移転に係わる特別損益が発生見込み
特別損失	150	54	-	-	
税金等調整前当期純利益	334	1,905	+1,570	5.7倍	
親会社株主に帰属する 当期純利益	159	1,080	+921	6.8倍	

営業利益推移

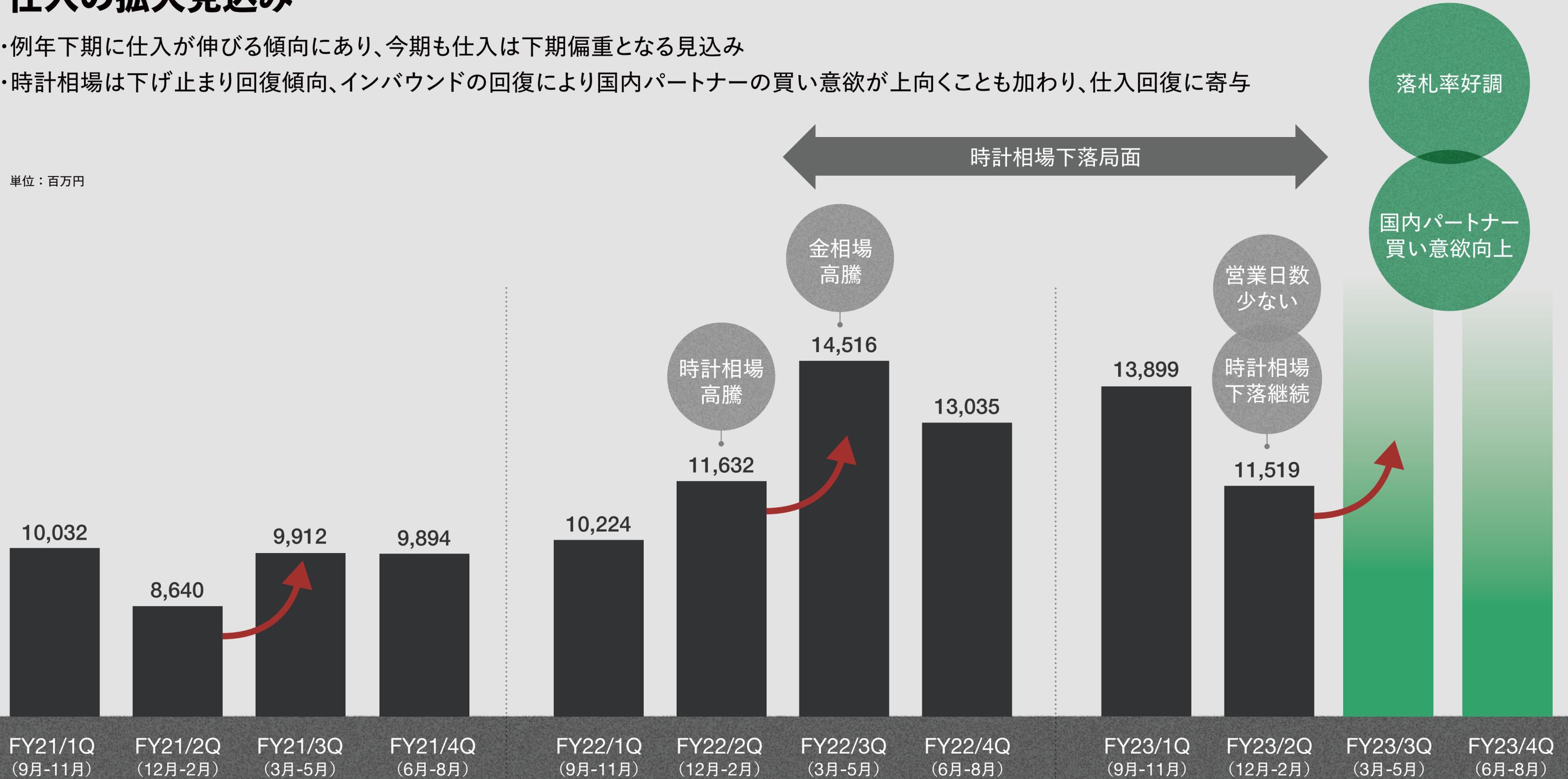
- ・特に2Qは営業日数や天候の影響等もあり当社仕入は減少、3Q以降で増加見込み。
- また、当社オークションの各パートナーは、クリスマス・年末に向け夏頃から仕入を行うため、当社業績は下期偏重となる傾向



仕入の拡大見込み

- ・例年下期に仕入が伸びる傾向にあり、今期も仕入は下期偏重となる見込み
- ・時計相場は下げ止まり回復傾向、インバウンドの回復により国内パートナーの買い意欲が上向くことも加わり、仕入回復に寄与

単位：百万円



配当予想

- ・期末配当予想は、2022年10月14日公表の1株当たり30円を据え置き

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。

連結配当性向の目標

原則として **30** %以上

1株当たり期末配当

FY23 (計画)

30.00 円

FY22 (実績)

25.00 円

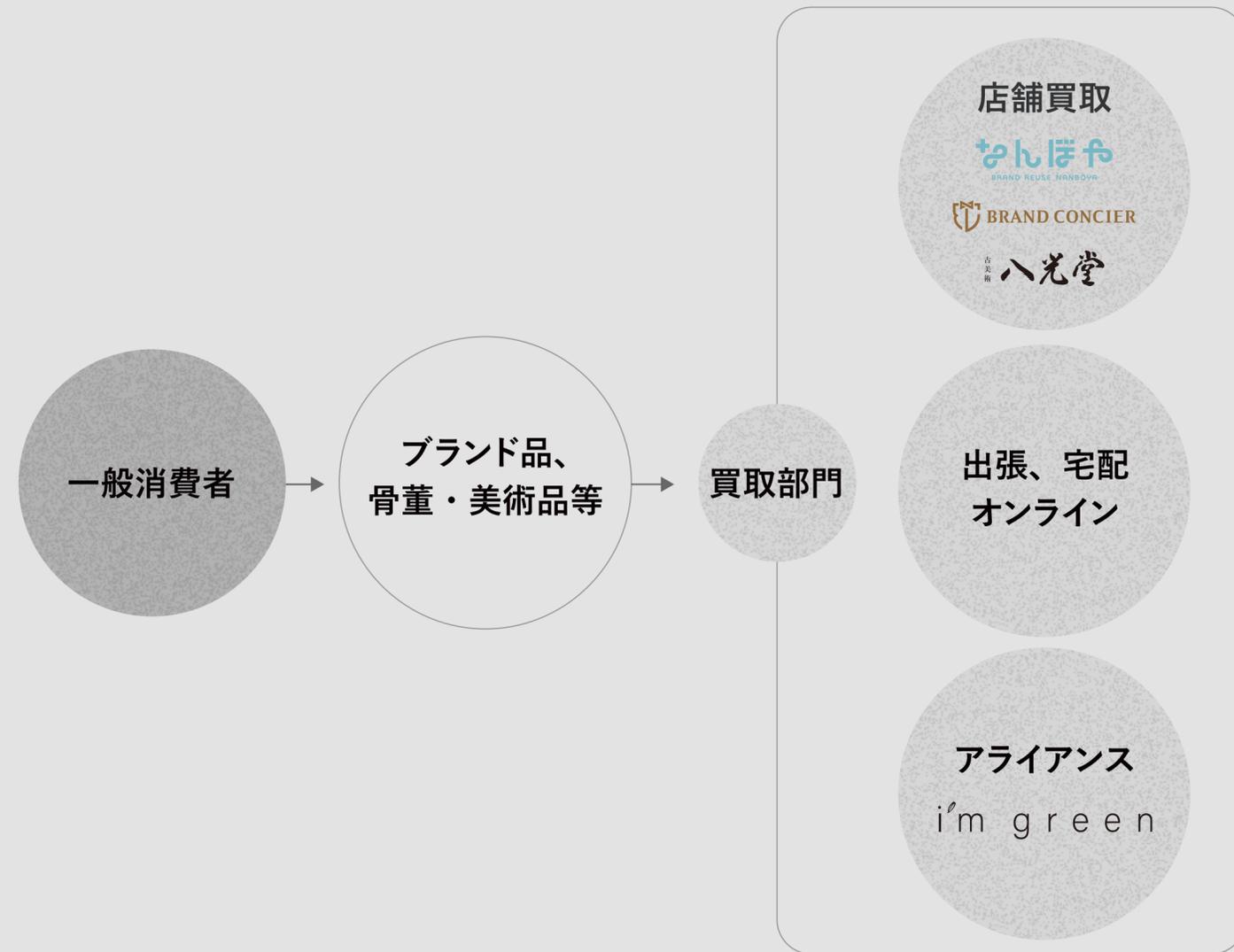
Appendix



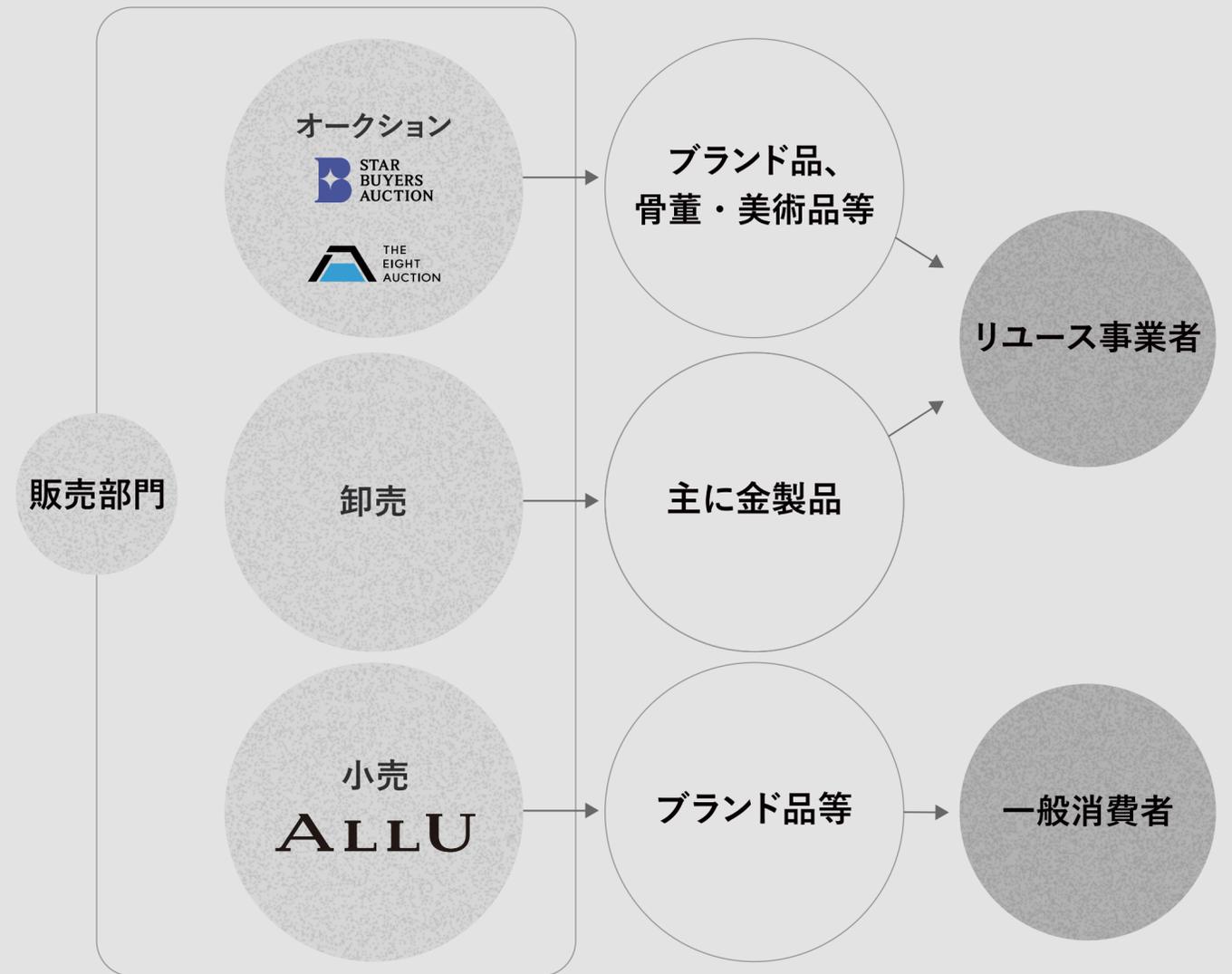
事業・サービス

・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

仕入サイド



販売サイド



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「なんぼや」を国内に100店舗以上展開
- ・出張、宅配、オンライン買取にも対応
- ・「BRAND CONCIER」は国内百貨店を中心に展開

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

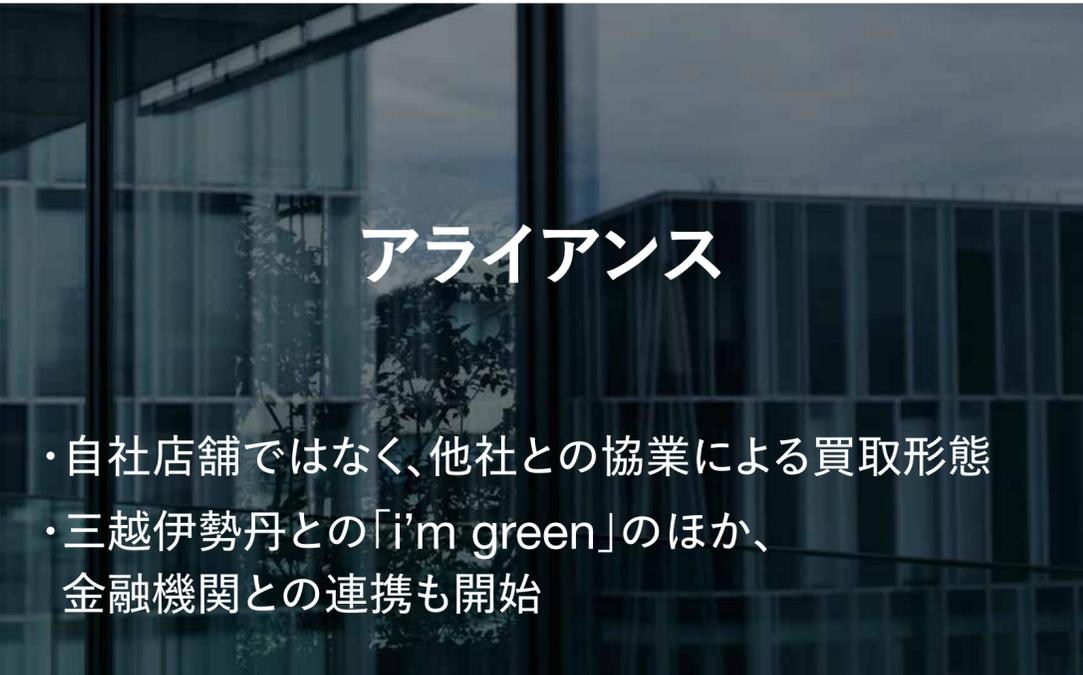


ALLU

(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
- ・三越伊勢丹との「i'm green」のほか、金融機関との連携も開始

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、世界各国からのパートナーが参加
- ・ダイヤモンドに特化したオークションを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

事業紹介／サービス紹介 〈小売〉

ALLU

(小売店舗／EC)

- ・銀座店、アメリカ村店、表参道店に続き、4店舗目となる心斎橋店を2022年12月にオープン
- ・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

ALLU AUCTION

- ・toCオークションとして2023年1月に初回開催。以降は四半期に1回の開催を予定
- ・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 〈自動車〉

なんぼや
BRAND REUSE NANBOYA

- ・ブランド品等の買取に加えて、2021年4月より車買取サービスを開始
- ・米自動車とのシナジー効果により取り扱い拡大を目指す

YONE MOTORS

- ・2023年2月に株式会社米自動車をM&Aし、バリュエンスグループ傘下へ
- ・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
- ・購入前相談から、メンテナンス、売却時の乗換までトータルサポート

なんぼや不動産



不動産や美術品、
ブランド品といった大事な
資産の売却窓口は
ひとつにしたい



ライフスタイルや
ライフステージの変化に
適した住環境を
考えたい



家の資産価値が
いくら知りたい



遺産相続で残された
家族が揉めないよう、
生前整理をして
おきたい



自分の資産整理で
家族に負担を
かけたくない

- ・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

FY21-FY23 年度別連結業績推移

	FY21					FY22					FY23				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
売上高 (百万円)	11,823	11,920	13,668	15,100	52,512	13,254	12,859	18,285	18,986	63,385	17,250	16,378	-	-	33,629
売上総利益 (百万円)	3,110	2,830	3,756	4,144	13,841	3,565	3,348	4,591	4,810	16,316	4,609	4,474	-	-	9,084
販売費及び一般管理費 (百万円)	2,646	3,227	3,367	3,430	12,672	3,368	3,331	3,871	3,855	14,427	4,325	4,253	-	-	8,579
営業利益 (百万円)	464	▲397	389	713	1,169	197	16	720	954	1,888	283	221	-	-	505
経常利益 (百万円)	450	▲414	221	718	976	169	13	696	911	1,791	259	226	-	-	485
当期純利益 (百万円)	217	▲341	583	265	725	45	▲93	415	601	969	133	25	-	-	159
従業員数	742	804	880	873	873	871	864	904	896	896	925	964	-	-	964
国内買取店舗数	87	119	126	125	125	128	128	130	130	130	134	135	-	-	135
海外買取店舗数	3	9	14	21	21	24	22	23	34	34	36	38	-	-	38



Sustainability

サステナビリティ

事業活動として取り組むテーマ

E: Planet

循環型経済の促進による
持続可能な世界への貢献

- ・取扱製品のフットプリント把握
- ・廃棄物削減とリサイクルの促進
- ・気候変動への取組の実施

S: People

公平でインクルーシブな
社会を推進

- ・顧客満足度向上
- ・従業員エンゲージメントの向上
- ・ダイバーシティ&インクルージョン促進
- ・人材開発の促進
- ・責任ある調達の実施
- ・カルチャー&エデュケーション
(文化&教養の促進)
- ・未来の担い手の育成

G: Transparency

より透明性が高く、
安心・信頼される企業

- ・コーポレートガバナンスの強化
- ・データプライバシー&セキュリティの強化
- ・マネーロンダリング対策の実施
- ・責任ある事業活動の促進

Earth / World

ステークホルダー

従業員

お客様

取引先

投資家

未来世代

地域社会

サステナビリティへのコミットメント

- ・持続可能な社会への貢献と当社の持続的な成長を目指し、E(Planet)、S(People)、G(Transparency)について具体的な目標を設定

E: Planet

FY30までに

Carbon Neutral

カーボンニュートラル

S: People

FY25までに
従業員エンゲージメントスコア

4.2

G: Transparency

FY30までに
取締役会女性比率

30%

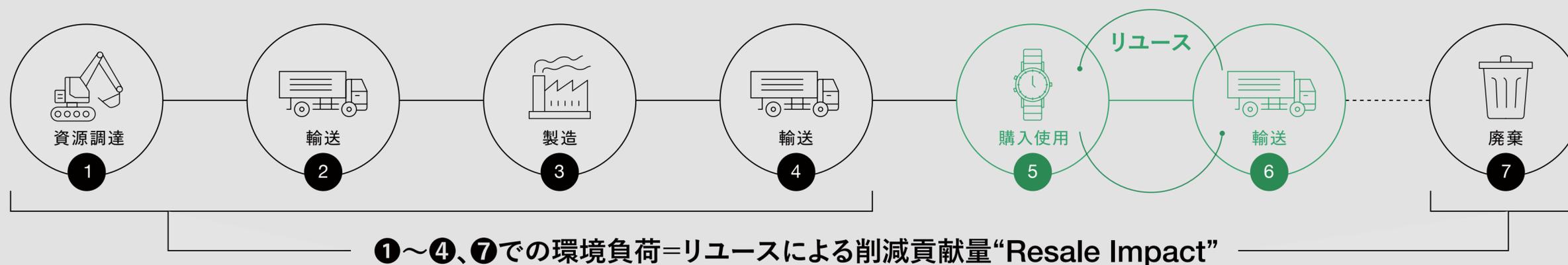
FY22のResale Impactを算出、公開

・二酸化炭素排出量、水使用量、エネルギー使用量、PM2.5排出量の削減貢献量を算出



環境負荷削減貢献量“Resale Impact”とは？

商品をリユースすることによる、二酸化炭素や水などの環境負荷の削減貢献量。
バリュエンスが独自に開発した「Valuence Resale Impact Calculator」を用いて算出。



リユースすることで、資源調達～輸送、廃棄における環境負荷削減に貢献

※リユースの普及により新たに製品が生産されないと仮定

Resale Impactの事業展開強化

・「リユースすること＝地球環境にもやさしいこと」として、リユースの新たなきっかけを生み出すねらい

ALLUでの取組

店舗の商品タグや、ECサイトにてResale Impact を表示



商品タグの例

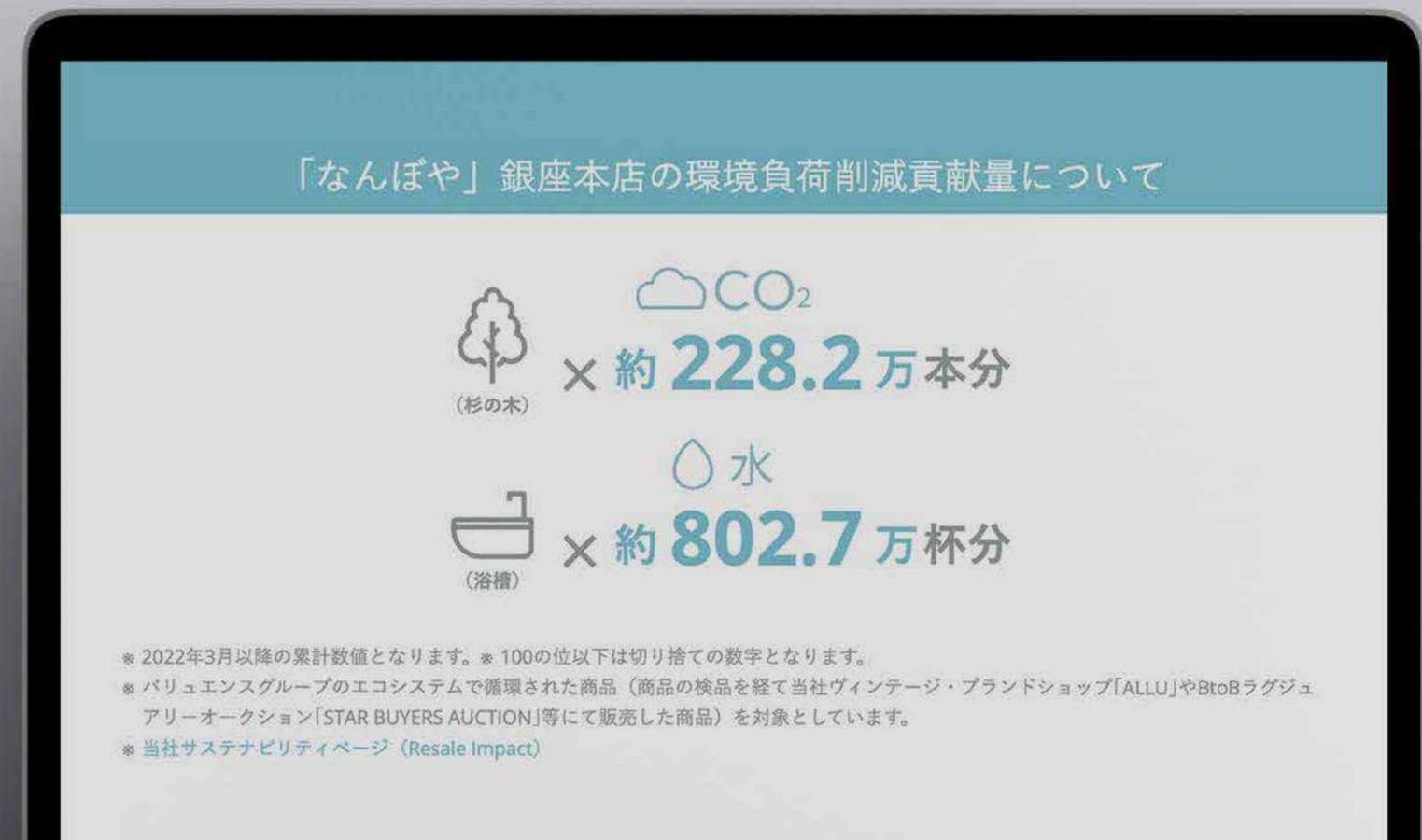
ECサイトの例

なんぼやでの取組

「なんぼや」のリユースによるResale Impactを可視化し、各店舗紹介ページに公開

なんぼや銀座本店の掲載例

<https://nanboya.com/shop/tokyo/ginza-brandshop/>





Market Trends

市場動向

国内リユース市場規模

- ・2021年の国内リユース市場規模は前年比11.7%増の2兆6,988億円
- ・2025年にはその市場規模は3兆5,000億円に到達すると見込まれている

国内：リユース市場規模

単位：億円

予想

実績

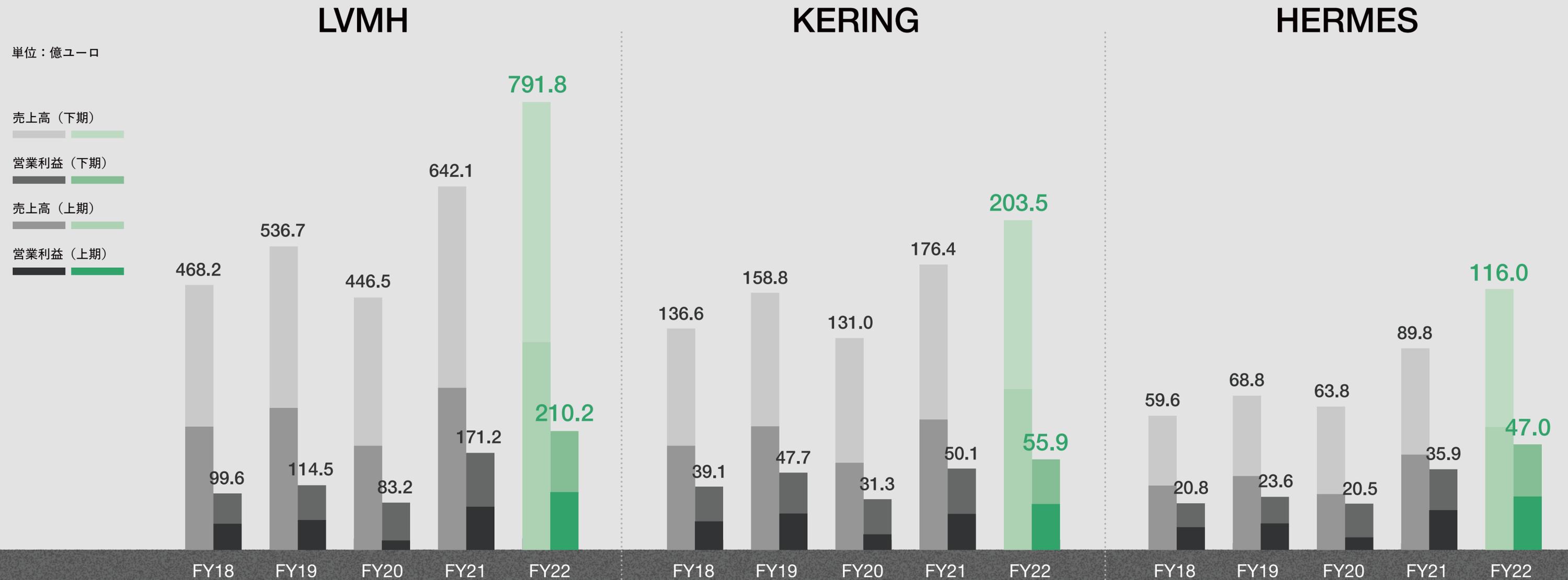


※1 出典：「リユース市場データブック 2022」リサイクル通信

※2 住宅・自動車を除く、C向け市場規模

ラグジュアリーブランドの業績

・各大手ラグジュアリーブランドの業績はコロナ前を大きく上回って回復



※各社決算資料より当社作成

中古市場規模と海外展開

海外：中古市場規模

中古ラグジュアリー品の
グローバル市場は

75%が欧米

CAGR
8%

€21B
(約2.7兆円)

2020年

€31B
(約4.0兆円)

2025年
(予測)

中古ラグジュアリー品の
グローバル市場は
今後も成長見込み

市場の大きい海外へ展開
中期経営計画の
達成を目指す

※1 対象商品は時計、ジュエリー

※2 Boston Consulting Group “The Secondhand Opportunity in Hard Luxury (2020)” 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「2023年8月期 第2四半期決算短信」に準拠し作成しています。

【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