

# 2026年3月期第2四半期 決算説明会

K O M E H Y O  
H O L D I N G S

2025年11月14日(金)

株式会社コメ兵ホールディングス

証券コード：2780（東証スタンダード・名証メイン）

©Komehyo Holdings Co.,Ltd. 2

株式会社コメ兵ホールディングス、代表取締役社長の石原  
でございます。

それではこれより、2026年3月期 第2四半期決算について、説明します。

## 2026年3月期 第2四半期 決算説明概要

1

### 前年同期比で増収減益。売上高は過去最高を達成する一方、収益性の改善に課題が残る

- ・売上高：好調な買取を背景に、計画以上で推移
- ・売上総利益：小売比率が低下し法人販売比率が高まったことで、計画を下回る
- ・販管費：継続的な出店やそれに伴う人材採用・育成の強化、販売に付随する費用の増加により、大幅に増加
- ・営業利益：売上総利益の積み上げ以上に販管費が上回ったため、減益
- ・経常利益：支払利息及び為替差損等の営業外費用が計画よりも大幅に増加したことで、減益

2

### 国内外で積極的な出店を継続

【第2四半期3か月間の国内出店】

買取専門店：KOMEHYO 3店舗

買取併設販売店：KOMEHYO YOKOHAMA / BRAND OFF 新宿店

【第2四半期3か月間の海外出店】

買取専門店：2店舗（タイ/マレーシア）、販売店：1店舗（タイ）

3

### 小売強化に向けた出店への投資で利益確保に努め、持続的な成長への土台を固める

- ・2025年8月1日、マレーシアで海外初となる買取専門店を、同年8月27日には、タイで初の買取専門店をオープン
- ・2025年9月12日、KOMEHYO YOKOHAMAをオープン。今年2店舗目となる旗艦店の出店により、小売強化を加速
- ・J、フロント リテイリングとコメ兵の合併会社「JFR&KOMEHYO PARTNERS」は、9月までに4店舗をオープン

積極的に国内外で出店し、順調にシェアを拡大

同時に、外部環境や相場変動に対応しながら利益体質の改善に取り組む

まず、今回の決算説明の概要について、お話しします。

1つめ、2026年3月期第2四半期の実績は、前年同期比で増収減益でした。

売上高は好調な買取を背景に、計画以上に推移する一方で、収益性の改善に課題が残りました。

詳細は後ほどご説明します。

2つめ、国内外の出店は順調に進捗しております。

3つめ、販売店と買取専門店への投資により利益確保に努め、持続的な成長につながる土台固めを行っております。

今期は、外部環境に対応しながら、積極的に国内外での出店を継続し、利益体質の改善を最優先課題として取り組み、増収増益を目指してまいります。

## 目次

1. 当社のビジネスモデルと中期経営計画	P.4
2. 業績修正と下期見通し	P.13
3. 2026年3月期 第2四半期累計 連結業績	P.16
4. 2026年3月期 第2四半期累計 セグメント概況	P.31
5. Appendix	P.39

こちらが本日お話しする予定の主な内容です。

本日は、1～4までをご説明します。

## 1. 当社のビジネスモデルと中期経営計画

まずはじめに「当社のビジネスモデルと中期経営計画」です。



リユースから、リレーユースへ。その「価値」をつないでいく。

## Vision

リレーユースを  
「思想」から  
「文化」にする。

## Mission

つくる人に敬意をもち、  
つなぐ人に感謝し、  
手にする人に感動を  
提供することで、  
循環型社会の共感を  
創っていきます。

## Value

聴くことで受けとめる  
話すことを大切にする  
自ら動く  
変えることを恐れない



「モノは人から人へ伝承（リレー）され、有効に活用（ユース）されてこそ、その使命を全うする」という私たち独自の概念です。

当社グループは、ただ単に「モノを提供」するのではなく、お客さまに「価値を提案」し、お客さまと価値を共創していく役割を担っています。つくる人の想いや、「誰かのために」とモノをつなぐ人の想いを大切に、次に使う人を「笑顔に」「幸せに」「豊かに」する。そんな想いと取り組みがあたりまえな社会をグループ全体で実現していきます。

[https://komehyohds.com/mission\\_vision\\_value/](https://komehyohds.com/mission_vision_value/)

当社グループは、つくる人に敬意をもち、つなぐ人に感謝し、手にする人に感動を提供することで、循環型社会の共感を創っていきます。を「Mission」とし、リレーユースを「思想」から「文化」にする。をわれわれが目指す「Vision」として掲げております。

## カンパニーハイライト(連結/2025年3月末時点)

「KOMEHYO」「BRAND OFF」「Rodeo Drive」等を国内外に展開するリユース業界のトップランナー



創業

1947年

年間売上高

158,994百万円(4期連続成長)

年間個人買取額

78,834百万円



従業員数

1,895名 内)ブランド・ファッション事業の鑑定士 901名

人材定着率

93.4%



国内店舗数

273店舗

内)販売店10 買取専門店209 買取併設販売店54

海外店舗数

28店舗

(5カ国/地域)

市場シェア※

ブランド・  
宝飾品分野

1位

グループ会社数

19社

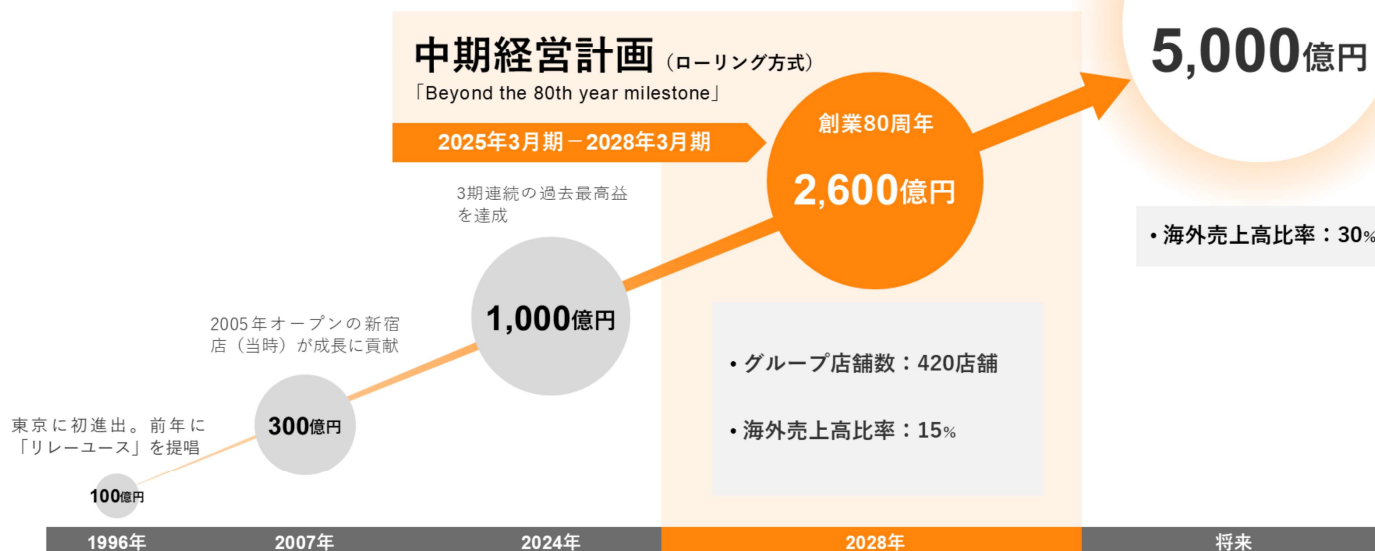
※「リユース市場データブック2025」リフォーム産業新聞社 2025年10月発行

©Komehyo Holdings Co.,Ltd. 7

こちらのページでは、当社グループのイメージをつかんで  
いただけるよう、前期末時点での指標を並べております。

## 中期経営計画の位置づけ

ブランドリユース売上高世界No.1企業（売上高5,000億円）を見据え、中計の最終年度である創業80周年に売上高2,600億円を目指す



2025年5月14日に発表した中期経営計画はご覧のとおりです。

中期経営計画の最終年度は、創業80周年にあたる2028年3月期に定め、売上高2600億円、海外売上高比率15%、グループ店舗数420店舗を目指してまいります。

## 中期経営計画 基本方針

事業環境と競争優位性を踏まえた方針の下、事業成長と社会価値向上を図る

### 1 事業成長の継続

ブランド・  
ファッション  
事業  
(BF)

マルチブランドによる国内外でのシェア拡大

各ビジネス特性を踏まえた施策の実行  
① 売買ビジネス（国内・海外）  
② 流通関与ビジネス  
③ 市場成長関与ビジネス

相場対応力の強化

M & A戦略



タイヤ・  
ホイール事業  
(TW)

安定的な増収増益

グループ力を活かした成長

エリア戦略



### 2 サステナビリティ経営の深化

カーボンニュートラル社会への貢献

人材への積極投資

グループガバナンスの強化



### 3 資本コストを意識した経営の推進

資本コストを上回る  
ROEやROICの継続

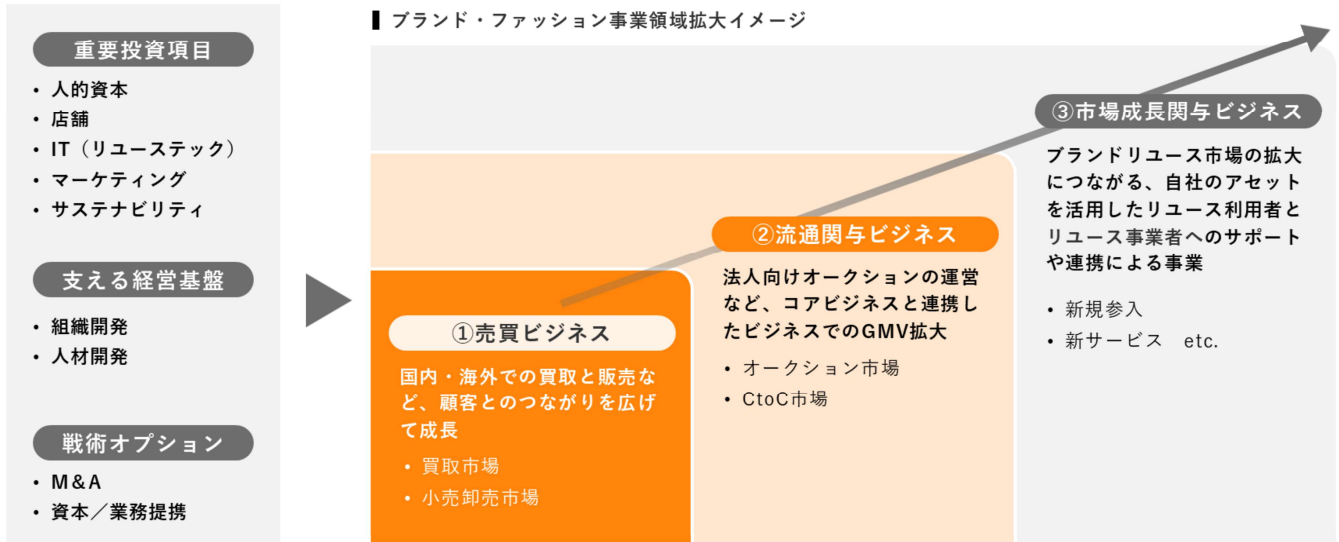


中期経営計画の基本方針は

- ・事業成長の実現
- ・サステナビリティ経営の深化
- ・資本コストを意識した経営の推進 の3つです。

## 中期経営計画 事業成長のための考え方（BF事業）

市場動向や競争優位性を踏まえ、重要投資項目、支える経営基盤、戦術オプションを設定。主力のブランド・ファッション事業について、①売買、②流通関与、③市場成長関与の3ビジネスを定義し、グローバルで売上高やGMV拡大を目指す



重要投資項目、支える経営基盤、戦術オプションを設定し、主力のブランド・ファッション事業について

①売買、

②流通関与、

③市場成長関与

の3つのビジネスにより、グローバルで売上高やGMV拡大、企業価値の向上を目指します。

## 競争優位性を踏まえた中期経営計画の展開

創業以来、一貫してリユースに取り組んできた当社グループは、人材・チャネル・シェアを源泉に競争優位性を確立。中期経営計画は、事業環境と競争優位性を踏まえたものとし、成長を不断に追求していく



※「リユース市場データブック2025」リフォーム産業新聞社 2025年10月発行

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 11

そして、当社グループの競争優位性は、人材、商品の年間流通量、ブランドリユース市場でのシェアと考えております。

中期経営計画は、事業環境とこれらの競争優位性を踏まえ、事業成長と企業価値の向上を追求しています。

## 中期経営計画 定量目標（2025年3月期-2028年3月期）

2026年3月期は、2025年3月期の負ののれん発生益を除いた親会社株主に帰属する当期純利益に対し、増益で事業成長を目指す  
最終年度の2028年3月期には、売上高2,600億円・営業利益130億円を達成する

(百万円)	← 中期経営計画 →				
	'24年3月期 (実績)	'25年3月期 (実績)	'26年3月期 (計画) ※1	'27年3月期 (計画) ※2	創業80周年 '28年3月期 (計画) ※2
売上高	119,459	158,994	201,600	230,000	260,000
営業利益	7,452	6,176	7,470	10,300	13,000
営業利益率	6.2%	3.9%	3.7%	4.5%	5.0%
経常利益	7,479	6,046	6,740		
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,025	4,777	3,980		
ROE	19.2%	15.6%	12%以上		15%以上
自己資本比率	44.4%	37.0%	35%目安		35%目安
EPS (円)	458.7円	435.9円	362.9円		
配当性向	19.2%	23.9%	29.2%		20%程度

※1 2025年11月7日業績予想を修正。事業環境の変化等を精査し、修正の必要が生じた場合は速やかに開示予定 ※2 2026年5月に修正予定

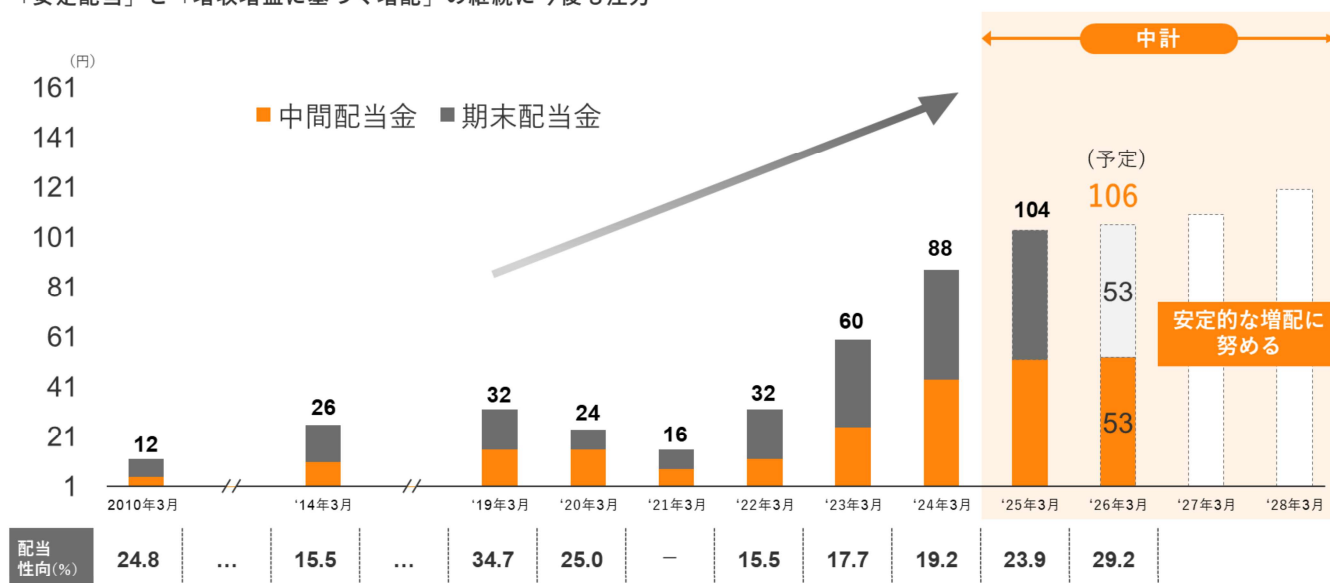
©Komehyo Holdings Co., Ltd. 12

2028年3月期までの数値目標はご覧のとおりです。

今期の通期計画を11月上旬に修正しました。  
詳細は後ほどご説明します。

## 配当予想

年間配当予想は、前期から2円増配の106円を予定  
「安定配当」と「増収増益に基づく増配」の継続に今後も注力



配当予想についてです。

今回の業績予想の修正に伴う配当予想の修正はございません。

2026年3月期は、中間配当金53円、期末配当金53円、2円増配の年間配当金106円を予定しております。

配当性向20%を目安に、「安定配当」と「増収増益に基づく増配」が継続できるよう注力してまいります。



## 2. 業績修正と下期見通し

次に、「業績修正と下期見通し」につきまして、ご説明します。

## 2026年3月期 通期業績の予想を修正

2025年11月7日、第2四半期連結業績予想数値の修正を開示

通期業績予想数値については、今後の経済情勢や市場動向等の不透明性から、現時点で下期予想は据え置きとする  
ただし、事業環境の変化等を精査し、修正の必要が生じた場合は速やかにお知らせするものとする

	(百万円)	連結 売上高	連結営業利益 (率)	連結経常利益 (率)	親株主に帰属する 当期純利益 (率)	1株当たり 当期純利益(円)
2026年3月期	前回発表予想	200,000	8,000 (4.0%)	7,400 (3.7%)	4,600 (2.3%)	419.74
	今回修正予想	201,600	7,470 (3.7%)	6,730 (3.3%)	3,980 (2.0%)	362.95
	増減額	1,600	△530	△670	△620	—
	増減率	0.8%	△6.6%	△9.1%	△13.5%	—

	(百万円)	連結 売上高	連結営業利益 (率)	連結経常利益 (率)	親株主に帰属する 当期純利益 (率)
下期のみ	2025年3月期	89,547	3,049 (3.4%)	2,976 (3.3%)	2,815 (3.1%)
	2026年3月期	105,953	5,710 (5.4%)	5,394 (5.1%)	3,302 (3.1%)
	増減額	16,406	2,660	2,417	486
	増減率	18.3%	87.2%	81.2%	17.3%

※ 2025年5月14日公表の業績予想を修正。詳細は2025年11月7日公表の「業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 15

先日、2026年3月期 通期業績の目標を修正しました。










2026年3月期中間期は、小売比率が低下したこと、売上総利益率の低い商材・商品の販売構成比が高まったことなどから、各段階利益が当初計画を達成することができませんでした。

今回の通期予想は、中間期の実績のみを反映し、下期予想は据え置いております。

2026年3月期 通期は、  
売上高 2016億円、  
営業利益 74億7千万円、  
経常利益 67億3千万円、  
親会社株主に帰属する当期純利益は39億8千万円 を目指します。

## ブランド・ファッション事業 2026年3月期下期の想定

商品相場や為替相場等の外部環境を踏まえ、下期業績は売上高以下の各項目で、前年同期実績を上回る結果を目指す

主力商材の相場動向予測		下期の見込み	前年同期比 イメージ
 JEWELRY   WATCH   BAG   FASHION	国内の金小売価格は高値で安定。ブランドジュエリーも定価改定と金小売価格の高騰により上昇傾向で推移する見込み。ダイヤモンドの相場は、基本的に横ばい傾向となるものの、色石の高品質アイテムはニーズが高く、色石の相場は高値で推移する見込み。	売上高	<ul style="list-style-type: none"> <li>・潤沢な在庫及び堅調な仕入れを背景に、売上高は順調に推移</li> <li>・免税売上を中心に小売が伸長</li> <li>・利益率の低い在庫は、法人販売で早期に回転</li> </ul> 
	FRBの利下げや日銀の利上げ、米中貿易摩擦による為替変動による為替リスクはあるものの、年末商戦に向けた需要増加のため、12月中旬までは、相場が高止まりする見込み。例年、年末と3月末は、相場が軟調に推移する傾向あり。	売上総利益率	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利益率の高い個人買取及び免税売上を含めた小売を強化</li> <li>・在庫入れ替えが順調に進み、在庫期間が短縮され、値入率は改善</li> </ul> 
	2Qは一部アイテムで徐々に相場が上昇したが、年末商戦に向けて、人気アイテムや定番アイテムを中心に上昇する見込み。年末商戦序盤で小売りが弱い場合は、一気に相場が変動する可能性あり。	販管費率	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出店に伴う人材採用・育成等、成長に向けた投資は継続</li> <li>・抑制可能な販管費は抑えていく方針</li> </ul> 
	中国市場の冷え込みによりラグジュアリーブランド全体で低迷傾向。法人オークションでの良品の出品数が減少するため、一部商品の相場は上がる見込み。より手の届きやすい価格帯ブランドへ移行する可能性あり。	営業利益	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人買取及び小売の強化で利益額を積み上げ、適切な経費コントロールにより、営業利益を確保</li> </ul> 
		仕入	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メリハリある買取価格や在庫評価の見直しなどの対応</li> <li>・買取専門店の出店により、個人買取は引き続き堅調</li> <li>・金小売価格の高値安定により、金地金の買取は継続</li> </ul> 

ブランド・ファッション事業の下期の想定は、ご覧のとおりです。

主力商材の相場動向予測を踏まえ、・売上高は、潤沢な在庫と堅調な仕入れにより、順調に推移する想定です。

売上総利益率は、利益率の高い個人買取と小売りを強化することで改善させていきます。

足元では、在庫の入れ替えが進み、在庫期間が短縮し、値入率は改善傾向にあります。

販管費は、成長に向けた投資は継続しつつ、抑制可能な経費は抑えていく方針です。

以上より、営業利益も含め、前年同期実績を上回る結果を目指してまいります。

### **3. 2026年3月期 第2四半期累計 連結業績**

16

それでは、2026年3月期 第2四半期累計の連結業績についてお話しします。

## 2026年3月期 第2四半期累計決算 ハイライト

## 2026.3-2Q累計

個人買取額（連結）

45,028百万円

前年同期比 124.9%

連結売上高

95,646百万円

前年同期比 137.7%

連結営業利益

1,759百万円

前年同期比 56.3%

連結経常利益

1,335百万円

前年同期比 43.5%

親会社株主に帰属する  
中間純利益

677百万円

前年同期比 34.5%

## 連結売上高の内訳

小売比率

43.1%

前年同期比  
△6.7pt

海外比率

13.9%

前年同期比  
+0.3pt

国内免税比率

13.1%

前年同期比  
△4.0pt

## 店舗数

国内店舗

287店舗

販売店 10

買取専門店 218

買取販売併設店 59

海外店舗

31店舗（5カ国／地域）

販売店 8

買取専門店 2

買取併設販売店 21

当第2四半期累計 決算ハイライトはご覧のとおりです。

連結で個人買取額と売上高は、過去最高でした。  
順に詳細をご説明します。

## 2026年3月期 第2四半期3か月の評価

2025年3月期のアールケイエンタープライズ他3社のグループ会社化や、金小売価格の高騰により金地金等の個人買取・法人販売が増加し、売上高が大幅伸長。一方、小売比率低下により売上総利益率及び営業利益率は低下傾向。

	評 価	実 績	
売上高 ★★★★	免税売上の鈍化により小売比率は低下したものの、旗艦店出店等により小売及び法人販売とも好調に推移	前年同期比137.8%	<ul style="list-style-type: none"><li>小売比率：43.4%（前年同期比：△6.4pt）</li><li>免税売上の前年同期比：111.5%</li><li>前期のグループ会社化や販売店舗の出店効果で増収</li><li>売上総利益率の低い金地金の法人販売も増加</li></ul>
売上総利益率 ★★☆☆	売上総利益率は低下したものの、売上総利益は過去最高	前年同期比△1.7pt	<ul style="list-style-type: none"><li>売上総利益率：19.9%</li><li>1Qから継続して、在庫の入れ替えを実施</li><li>免税売上が計画を下回り、小売比率が低下した結果、売上総利益率も低下</li><li>法人向けオークションの出来高は四半期で最高</li></ul>
販管费率 ★★★★	成長投資により、販管費が大幅に増加するも売上高販管费率は前年並みで推移	前年同期比△0.8pt	<ul style="list-style-type: none"><li>売上高販管费率：18.1%</li><li>出店に伴う人材採用・育成等、成長に向けた投資を継続</li><li>売上に伴う付随費用も増加</li></ul>
営業利益 ★★☆☆	売上総利益の積み上げ以上に、販管費が増加し、減益	前年同期比88.5%	<ul style="list-style-type: none"><li>営業利益率：1.8%（前年同期比：△1.0pt）</li><li>ブランド・ファッション事業は、前年同期比86.0%</li><li>タイヤ・ホイール事業は、前年同期比66.6%</li></ul>
仕 入 ★★★★	買取専門店の出店好調により、個人買取が好調に推移	個人買取 前年同期比125.9% 四半期で過去最高	<ul style="list-style-type: none"><li>買取専門店の新規出店は順調</li><li>国内の金小売価格の高騰により、金地金の買取は好調</li><li>時計・バッグ・ファッションの高額品の相場は、1Q同様に比較的低調で横ばいで推移</li><li>商品相場を考慮し、メリハリをつけた買取価格を徹底</li></ul>

当第2四半期3か月間の評価と実績です。

第2四半期は、前期に行った4社のグループ会社化のほか、金地金等の個人買取や法人販売が大幅に伸長しました。免税売上高は、第1四半期に比べて持ち直したものの、前年同期比では小売比率が低下し、売上総利益率、営業利益率ともに低下しました。

## 連結損益計算書

売上高は過去最高を記録

売上総利益率の低下と販管費増加により、営業利益以下の段階利益は減益

(百万円)	2026.3-1Q	前年同期比	2026.3-2Q	前年同期比	2026.3-2Q 累計	前年同期比	計画進捗率※
売上高	46,120	137.7%	49,526	137.8%	95,646	137.7%	47.4%
売上総利益	9,841	114.7%	9,847	126.8%	19,689	120.4%	—
売上総利益率	21.3%	△4.3pt	19.9%	△1.7pt	20.6%	△2.9pt	—
販売費及び一般管理費	8,958	139.1%	8,972	132.4%	17,930	135.6%	—
営業利益	883	41.3%	875	88.5%	1,759	56.3%	23.6%
営業利益率	1.9%	△4.5pt	1.8%	△1.0pt	1.8%	△2.7pt	—
経常利益	652	29.8%	683	77.4%	1,335	43.5%	19.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	353	25.0%	323	59.0%	677	34.5%	17.0%

※2025年11月7日開示の「業績予想の修正に関するお知らせ」2026年3月期通期計画に対する進捗率

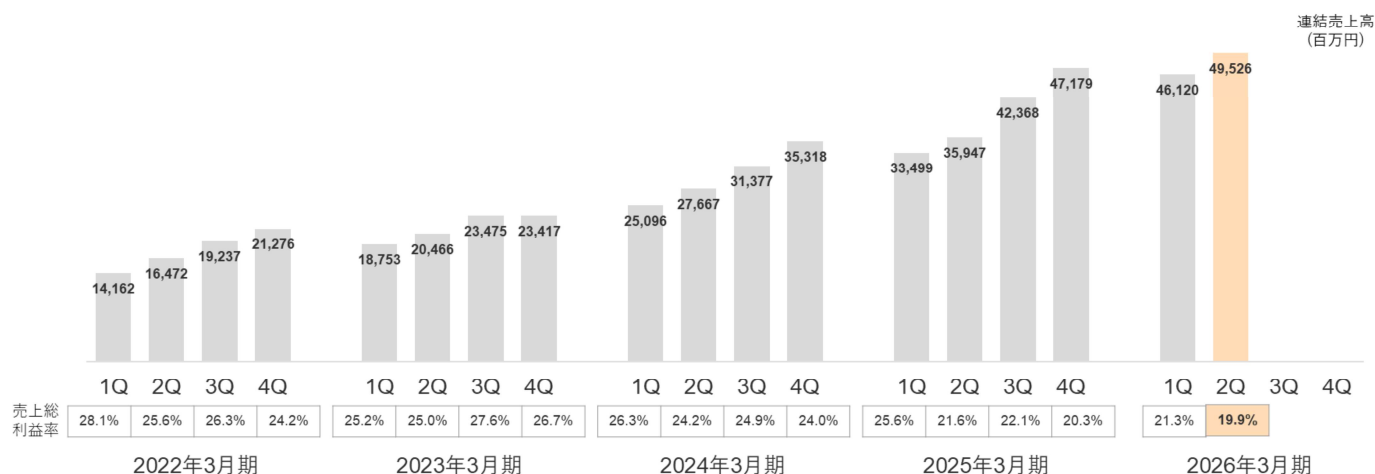
©Komehyo Holdings Co., Ltd. 20

連結損益計算書の状況です。

当第2四半期累計では、売上高は過去最高でしたが、売上総利益率の低下と販管費の大幅な増加により、営業利益以下の段階利益は減益となりました。

## 連結売上高と売上総利益率の推移

好調な個人買取を背景に、売上高は増加。一方で、売上総利益率は前年同期比で1.7pt低下



### 売上総利益率変動の内部要因

- ・商材構成比により変化（ファッション＞宝石・貴金属＞バッグ＞時計）※
- ・個人買取と法人仕入の構成比により変化（個人買取＞法人仕入）※
- ・小売と法人販売の構成比により変化（小売＞法人販売）※

※( )内は、一般的に利益率の高い順をしており、当期の実績変動の要因を示すものではない。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 21

連結売上高と売上総利益率の推移です。

当第2四半期は、金小売価格の上昇により、金地金の個人買取も好調に推移しました。

金地金は素材として法人販売に向けることが多いため、利益率の低い商品です。

そのため、増収には寄与たものの、売上総利益率は前年同期比で1.7ポイント低下しました。

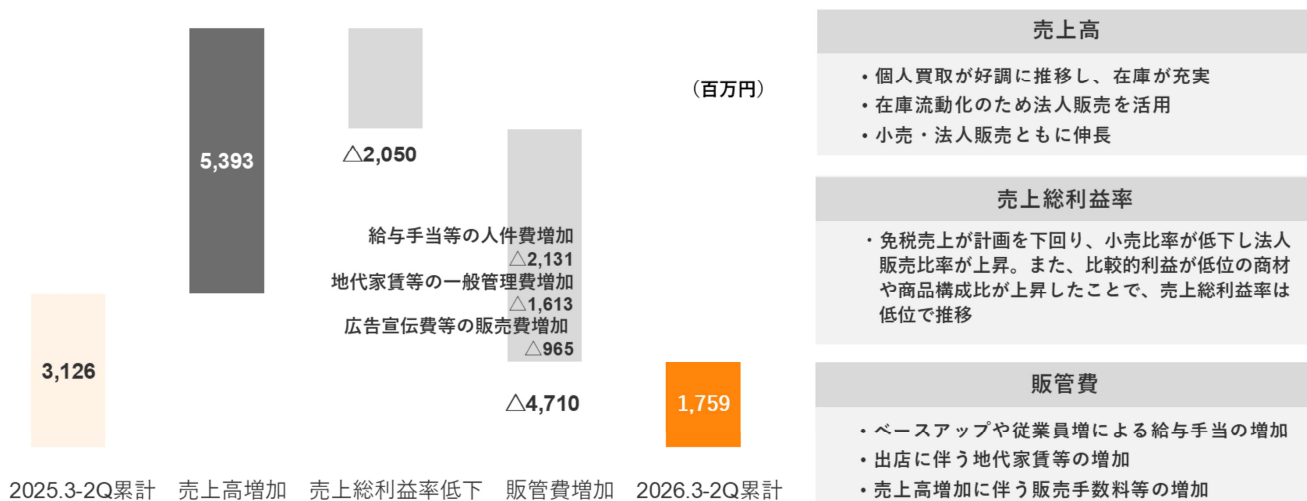


## 連結営業利益の分析

在庫が充実したことで、売上高は小売・法人販売ともに増加

一方で、小売比率が低下し法人販売比率が高まったことや比較的利益が低位の商材・商品構成比が高まったことで、売上総利益率は低位で推移

売上総利益率が低位になったこと及び成長投資の継続による販管費の増加により、営業利益は減益



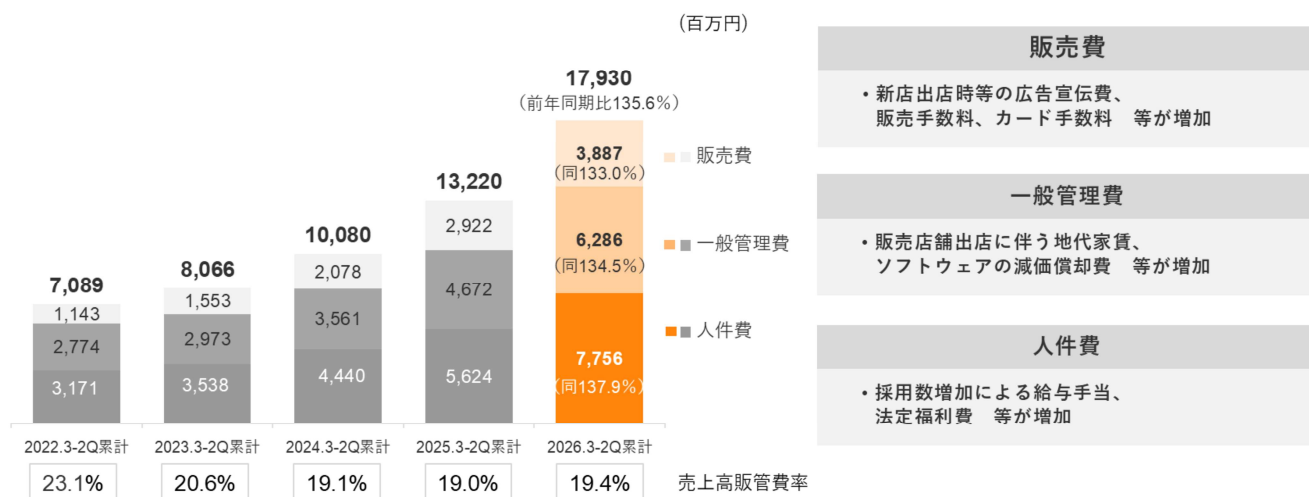
連結営業利益の分析です。

小売と法人販売が好調だったため、売上高は大幅に増加しました。

一方、売上総利益率が低位になったこと、成長投資による販管費が増加したことにより、営業利益は減益となりました。

## 販売費及び一般管理費の推移

継続的な新規出店とそれに伴う人材の採用・育成を強化したことで、販管費が大幅に増加



販売費及び一般管理費の推移です。

前期に行った4社のグループ会社化や新規出店とそれに伴う人材の採用・育成を強化したことで、販売費及び一般管理費は大幅に増加しました。

## 営業外損益／特別損益

支払利息及び為替差損等の営業外費用増加、減損損失の増加により、経常利益以下の利益は低下

(百万円)

	支払利息 262		
	持分法による		
	投資損失 60		
	為替差損 135		
	開店前店舗賃料 1	固定資産除却損 33	
	その他 40	賃貸借契約解約損 7	
		減損損失 89	
	営業外費用 499	特別損失 129	
営業外収益 75		特別利益 0	
受取利息 14		固定資産売却益 0	
受取配当金 18			
受取手数料 1			
受取保険金 3			
その他 37			

営業外損益、特別損益です。

支払利息及び為替差損等の営業外費用の増加により、経常利益以下の利益は低下しました。

そのうち、為替差損の増加については、資金管理上の一時的な評価差額が主な要因です。

## 連結貸借対照表の概況

個人買取の好調に加え、事業規模拡大や小売強化を目的に法人仕入を行い、潤沢な在庫を確保  
売上高拡大の原資となり、成長に直結する棚卸資産が大幅に増加

(百万円)	2025年3月	2025年9月	増減
流動資産	68,457	75,518	7,061
現金及び預金	15,535	18,611	3,076
棚卸資産	39,994	44,387	4,393
その他	12,927	12,519	△407
固定資産	20,168	21,585	1,417
総資産	88,625	97,104	8,478
負債	55,426	64,302	8,875
有利子負債	47,395	54,729	7,334
その他	8,031	9,572	1,541
純資産	33,199	32,802	△397
負債・純資産合計	88,625	97,104	8,478

- ・当社グループの棚卸資産は流動性が高く、先行投資した鮮度の高い潤沢な在庫は競争優位性になる
- ・現金及び預金+棚卸資産>有利子負債でリスクは限定的

### 棚卸資産

個人買取の好調、法人仕入の実施により、  
売上高の原資となる棚卸資産が順調に増加

### 有利子負債

棚卸資産の増加を短期及び長期借入金で賄う

### 純資産

為替換算調整勘定の変動及び剰余金の配当のため減少

貸借対照表の概況です。

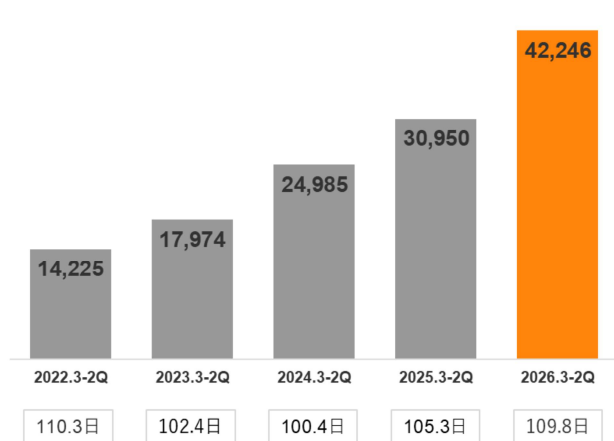
当中間期も売上高拡大の原資となり、成長に直結する棚卸資産が順調に増加しております。

当社グループの棚卸資産は流動性が高く、先行投資した鮮度の高い潤沢な在庫は競争優位性になります。

## BF事業 | 在庫回転

2025年3月期のアールケイエンタープライズ他3社のグループ会社化等により、棚卸資産が大きく増加（うち棚卸評価損は低位で推移<sup>※1</sup>）。小売強化を目的として、小売店舗向けに一時的な在庫積み増しを実施した結果、在庫回転率が低下したものの、第3四半期以降は改善の余地あり。

棚卸資産(百万円)

在庫回転期間<sup>※2</sup>

	2022.3-2Q 累計	2023.3-2Q 累計	2024.3-2Q 累計	2025.3-2Q 累計	2026.3-2Q 累計
売上 総利益率	26.3%	24.5%	24.8%	23.1%	20.2%
在庫 回転率	3.3回転	3.6回転	3.6回転	3.5回転	3.3回転
交叉比率 ※3	86.8%	88.2%	89.3%	80.9%	66.7%

※1 影響は軽微であるため、表上から削除

※2 棚卸資産/売上原価

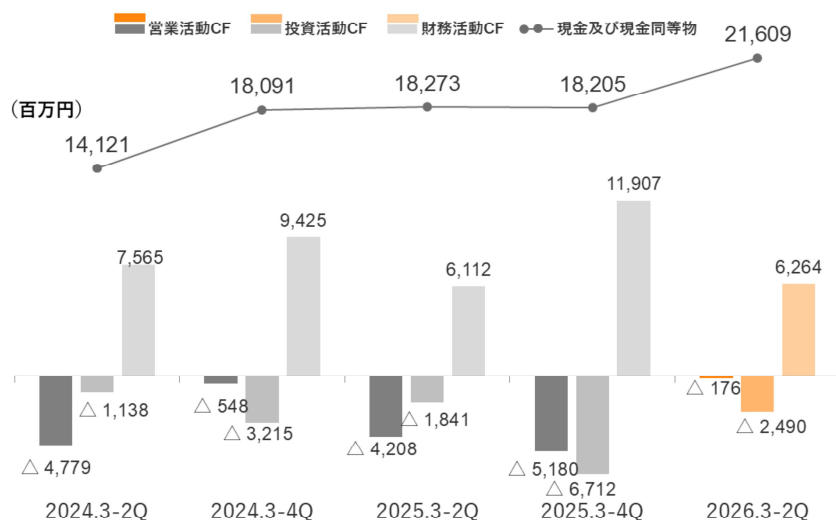
※3 グループ内で重視する指標で、売上総利益率×在庫回転率で算出

ブランド・ファッション事業の在庫回転です。

前期のグループ会社化等により、棚卸資産が大きく増加しましたが、棚卸評価損は低位で推移しております。  
これまでご説明した理由で、売上総利益率が低下した上、小売に向く商品を店頭在庫として積み増したため、在庫回転率が低下し、その結果交叉比率も低下しました。  
なお、利益率の低い在庫は計画通りに処分できました。

## 連結キャッシュフロー

事業規模拡大や新規出店により棚卸資産の増加、法人税の増加等により、営業活動CFは資金支出  
個人買取を強化するための借入金増加等により、財務活動CFは資金収入



### 営業活動CF

- ・「棚卸資産」
- ・「法人税等の支払額」等が増加

### 投資活動CF

- ・店舗出店等に伴う「有形及び無形固定資産の取得による支出」等が増加

### 財務活動CF

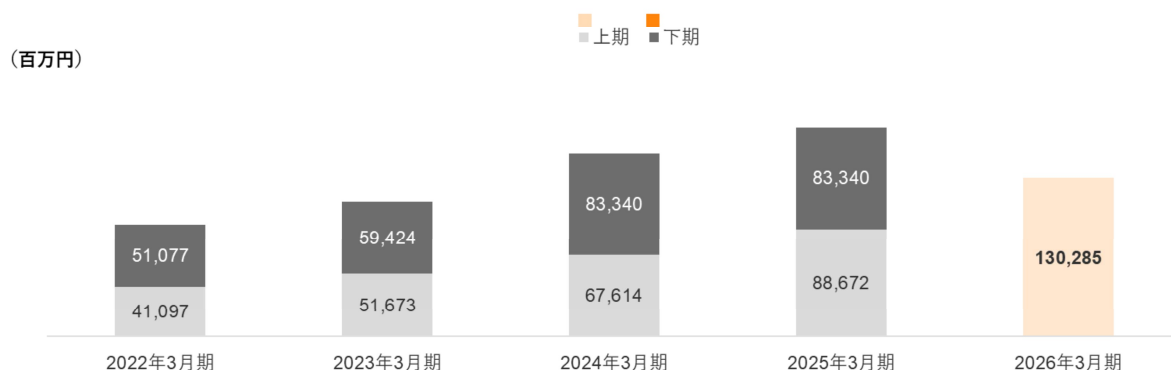
- ・個人買取額を賄うための「短期借入金の純増加額」が増加

キャッシュ・フローの状況です。

新規出店等に備えた棚卸資産の増加、法人税の支払額の増加等により、営業活動CFは資金支出となりました。  
一番の繁忙期である年末・年始商戦に向けて、潤沢に在庫を確保することができております。  
また、個人買取が好調に推移し、借入金が増加したことにより、財務活動CFは資金収入となりました。

## 連結総流通量(GMV)の推移

当社のビジネス規模を示すGMV※が、リレーユースの推進を示す指標。前年同期比146.9%と過去最高GMVの成長は、事業の成長と中長期の収益性向上につながる



※GMVは、連結売上高をベースにグループ会社のオークションでの売上高や出来高、検品事業の出来高や手数料売上高等を加算減算して簡便的に算出しております

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 28

連結総流通量の推移はご覧のとおりです。

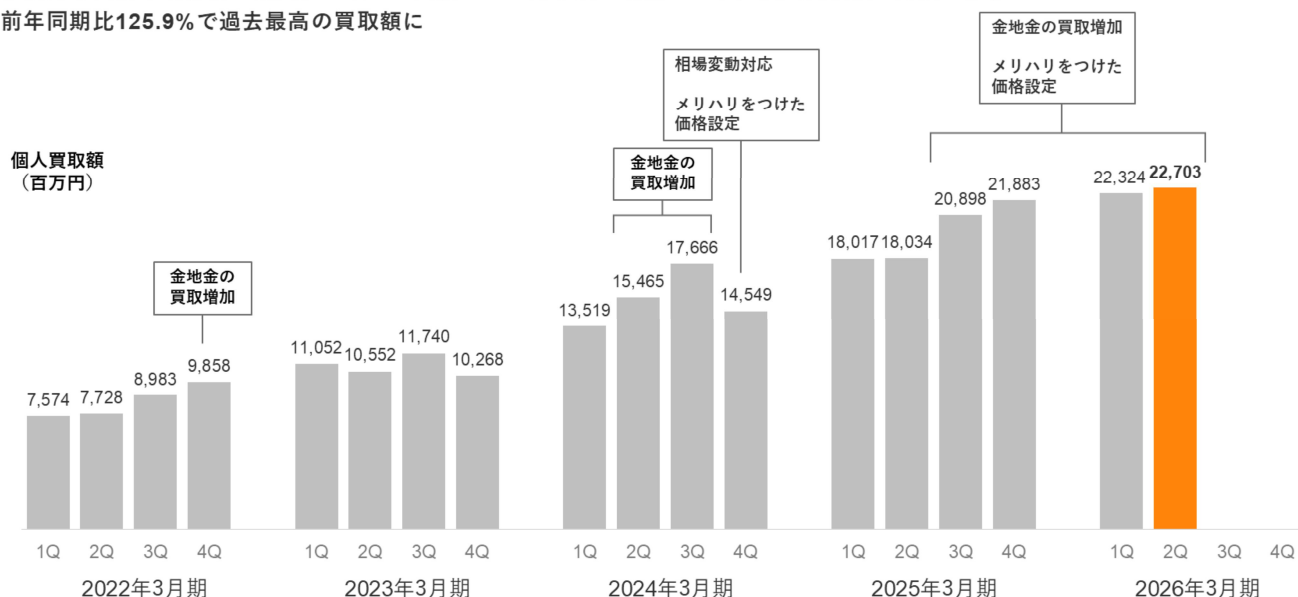
上期は前年同期比146.9%と大幅に増加し、過去最高となりました。

前期に、法人オークションを主催する2つの会社をグループ化したことも要因の一つです。

GMVの成長は、事業の成長と中長期の収益性向上につながります。

## 個人買取額（グループ合計）の推移

継続的な出店や既存店の成長、金地金の高騰による持ち込み増加により、個人買取額は好調に推移  
前年同期比125.9%で過去最高の買取額に



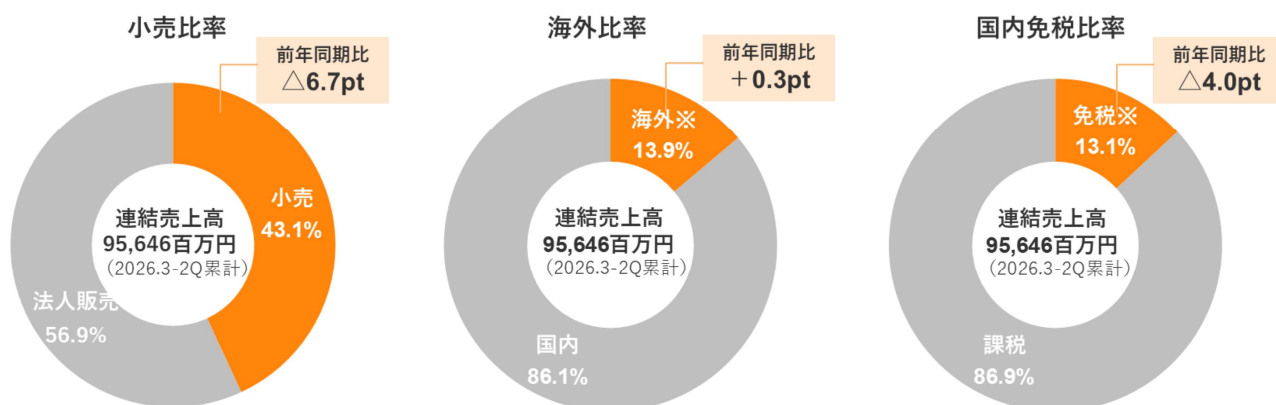
個人買取額の推移です。

金小売価格の高騰により、金地金の買い取りが好調でした。  
また、商品相場に連動したメリハリをつけた買取を継続しながら、買取専門店の新規出店やプロモーション強化、キャンペーンによる既存店の強化を図りました。  
その結果、前年同期比125.9%で過去最高の個人買取額となりました。



## 連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

【小売】金地金や時計・バッグで利益率の低い在庫を法人販売に向けたことにより、小売比率は前年同期比6.7pt低下  
一方で、積極的に小売強化に取り組んだことで、第2四半期の小売比率は第1四半期対比で0.6pt上昇  
【海外】香港やシンガポール、マレーシアへの出店やアメリカでのビジネス拡大により、海外売上高は順調に拡大  
【免税】中国のお客さまを中心に販売額が減少し、国内免税比率は想定を下回り4.0pt低下



※「法人販売」にはオークション手数料を含む

※「海外」に国内の免税販売等は含まない  
※海外比率を(海外グループ会社売上高+海外輸出売上高)/連結売上高で算出

※ 国内免税売上高/連結売上高で算出

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 30

連結売上高の内訳です。

小売比率は、金地金や時計・バッグで利益率の低い在庫を法人販売に向けたことにより、前年同期比6.7pt低下しました。

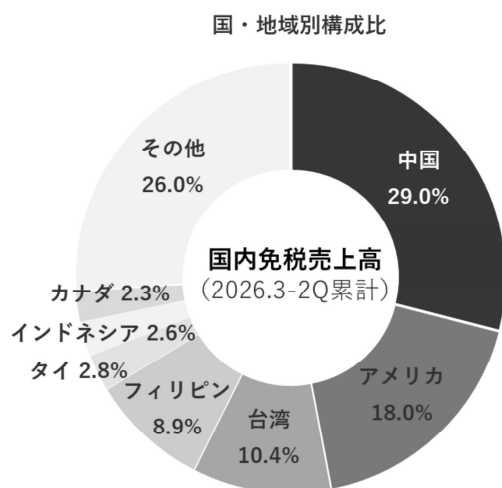
一方で、積極的に小売強化に取り組んだことで、第2四半期の小売比率は第1四半期対比で0.6pt上昇しました。

海外比率は、香港を中心に順調に拡大し、例年並みで推移しました。

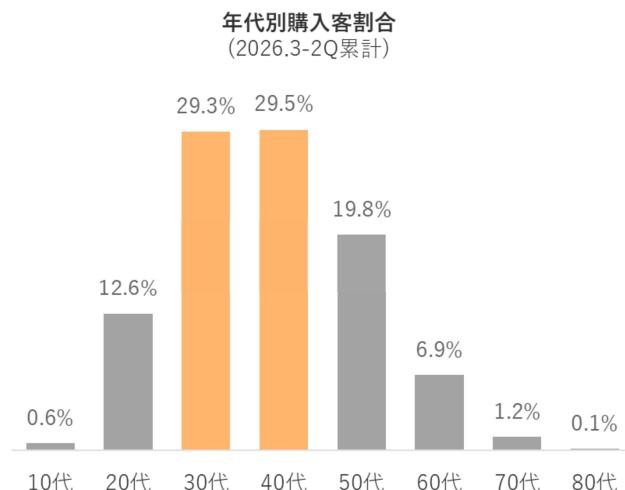
国内免税比率は、円高進行や中国経済の影響により、訪日観光客の客数・客単価ともに低下したため、前年同期比で4pt低下しました。

## 会社概要 国内免税(連結)の内訳

国・地域別構成比は、KOMEHYO SHIBUYA、KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHIの出店効果等により、アメリカのお客さま構成比が前年同期比+5.1pt上昇。中国のお客さま構成比は第1四半期より+5.3pt上昇。日本国内のお客さま層より若く、30代～40代がボリュームゾーン



※パスポートの発行国・地域より集計



©Komehyo Holdings Co., Ltd. 31

国内免税(連結)の内訳はご覧のとおりです。

外部環境の変化やKOMEHYO SHIBUYA、KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHIの出店効果により、アメリカからのお客さまは前年同期比で5.1pt上昇しています。また、第1四半期で大きく減少していた中国のお客さま構成比は、第1四半期比で5.3pt上昇しました。

なお、日本国内のお客さま層より若く、30代～40代がボリュームゾーンになっております。

## **4. 2026年3月期 第2四半期累計 セグメント概況**

31

続いて、セグメント概況です。

## 2026年3月期 第2四半期累計 セグメント別 サマリー

## ブランド・ファッション事業（BF事業）※

個人買取額

44,906 百万円

前年同期比  
124.8%

売上高

93,001 百万円

前年同期比  
138.3%

営業利益

1,515 百万円

前年同期比  
51.2%

## タイヤ・ホイール事業（TW事業）

売上高

2,625 百万円

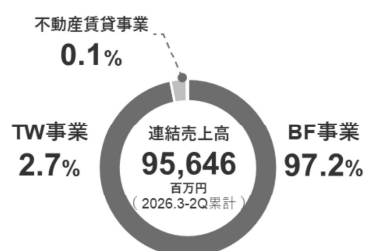
前年同期比  
119.7%

営業利益

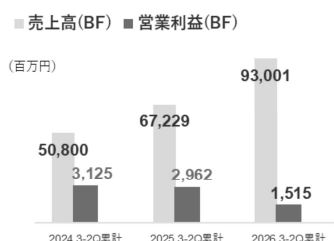
61 百万円

前年同期比  
206.3%

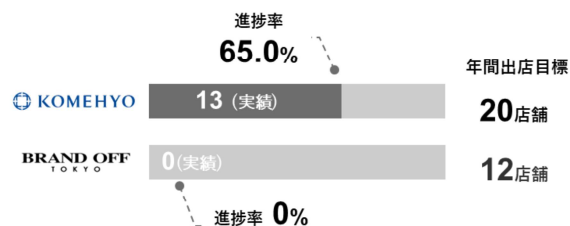
## ■ 売上高構成比



## ■ BF事業 業績推移



## ■ BF事業 買取専門店の出店実績



※為替換算等の影響により、月次売上高との差異あり

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 33

セグメント別の決算サマリーはご覧のとおりです。

ブランド・ファッション事業は増収減益、タイヤホイール事業は増収増益となりました。

## 2026年3月期 第2四半期累計 セグメント別 決算概況

【ブランド・ファッション事業】

好調な買取を背景に売上高は伸長するも、小売比率低下による売上総利益率低下と販管費増加により増収減益

【タイヤ・ホイール事業】

戦略的な在庫調整と販売強化により、利益率の高い夏用タイヤ及び自社企画ホイールが好調に推移し、増収増益

(百万円)		2026.3-1Q	前年同期比	2026.3-2Q	前年同期比	2026.3-2Q 累計※	前年同期比
ブランド・ ファッション	売上高	44,751	138.2%	48,250	138.4%	93,001	138.3%
	営業利益	779	37.0%	736	86.0%	1,515	51.2%
	営業利益率	1.7%	△4.8pt	1.5%	△1.0pt	1.6%	△2.8pt
タイヤ・ ホイール	売上高	1,359	122.3%	1,266	116.9%	2,625	119.7%
	営業利益	38	-	22	66.6%	61	206.3%
	営業利益率	2.9%	-	1.8%	△1.3pt	2.3%	△1.0pt
不動産賃貸	売上高	91	110.8%	91	97.9%	182	104.0%
	営業利益	31	114.0%	30	99.4%	61	116.2%
	営業利益率	34.1%	+0.9pt	33.7%	+0.5pt	33.9%	+0.7pt

※ 調整額：売上高△163百万円、営業利益120百万円

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 34

セグメント別の決算概況です。

ブランド・ファッション事業の売上高は930億100万円、営業利益は15億1500万円、  
 タイヤ・ホイール事業の売上高は26億2500万円、営業利益は6100万円、  
 不動産賃貸事業の売上高は1億8200万円、営業利益は6100万円 となりました。

ブランド・ファッション事業は、個人買取好調を背景に売上高は伸長しましたが、小売比率低下による売上総利益の低下と販管費増加により、増収減益となりました。

タイヤ・ホイール事業は、利益率の高い夏タイヤの販売が好調に推移し、増収増益となりました。

## 店舗展開 | グループ全店318店舗（2025年9月現在）

8月には、マレーシアとタイで初の買取専門店がオープンし、9月には、旗艦店となるKOMEHYO YOKOHAMAがオープン。  
第2四半期累計で、グループで21店舗（第2四半期では8店舗）を出店。

	ブランド・ファッション事業						タイヤ・ホイール事業	
	KOMEHYO	BRAND OFF TOKYO	Rodeo Drive	Shellman Since 1971	WORM	SELBY.	Craft	U-ICHIBAN
旗 艦 店	8 (1)	3	1	1				
販 売 店	2			6	2			
買取併設販売店	21	6 (1)	4			2	11	2
買取専門店	173 (3)	7	3					
FC買取専門店		35						
海 外	10 (3)	20	1					
合 計	214	71	9	7	2	2	11	2



KOMEHYO 名古屋本店



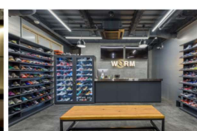
BRAND OFF 金沢本店



Rodeo Drive 横浜関内店



Shellman 銀座店



WORM OSAKA



SELBY 御徒町店



Craft 中川店

※（ ）は、2025年3月期第2四半期での増減数

グループの店舗数は、318店舗となりました。

第2四半期3か月では、9月にオープンした旗艦店の  
KOMEHYO YOKOHAMAをはじめ、国内外に8店舗を  
出店しました。

## 経路別仕入・販売の状況※ KOMEHYO

【個人買取比率・商材構成比】国内の金小売価格高騰等により個人買取は好調に推移。事業規模拡大や小売強化を目的に法人仕入を行い、個人買取比率は前年同期比5pt低下。商材構成比は、利益率が低い時計と金地金の伸長が顕著（金地金は宝石全体の6割）  
 【小売比率】旗艦店の出店等により小売の回復が見られたものの、それを上回る規模で、在庫流動化を目的とした法人販売が大幅に増加。その結果、小売比率は想定よりも低位で推移



ブランド・ファッション事業の中核事業である、コメ兵の経路別仕入・販売の状況です。

・個人買取比率・商材別構成比については、既存店の成長や買取専門店の積極的な出店、国内の金小売価格の高騰を背景に、個人買取額は過去最高の水準となりました。一方で、事業規模の拡大や小売強化を目的とした法人仕入も継続したため、前年同期比で5ポイント低下しました。なお、個人買取の商材別構成比は、利益率の低位な時計と金地金が伸長しています。

・小売比率は、前年同期比で7ポイント低下しました。旗艦店の出店等により、小売は回復が見られたものの、在庫流動化を目的とした法人販売が大幅に増加しました。



## BF事業 | 個人買取及び小売強化の状況

9月に旗艦店「KOMEHYO YOKOHAMA」を出店。既存の首都圏店舗では、リーチできなかった地域のお客さまの取り込みを狙う第3四半期以降も、個人買取及び小売強化につながる出店・拠点拡大を継続。

### ■ 旗艦店「KOMEHYO YOKOHAMA」オープン（9月12日）



#### 特徴

- ・ 30～50代の国内の地域のお客さまがターゲット。潜在需要が旺盛な重点エリアでリユースブランドの第一想起を狙う
- ・ 横浜駅地下の好立地に展開。横浜にちなみ、「寄港地」が内外装のテーマ。ラグジュアリーな空間でブランドバッグ、ジュエリーを中心に5,000点以上を扱う

#### 実績

- ・ 初年度の年間売上高目標25億円に対して、概ね計画通りに進捗

### ■ 第3四半期以降の出店・拠点拡大※

3 Q	10.1	・ 買取拠点	アメリカで個人買取を開始
			前期開設したニューヨーク市内のオフィスで、個人買取を開始。同月中に、ECサイトも立ち上げ、買取りと小売りを同時展開。今後は実績と市場動向を分析しながら、出店も検討。
	10.2	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF Yuen Lung YOHO MALL 店」（香港）
	10.3	・ 販売店	「KOMEHYO LOT10」（マレーシア）
	11.6	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF 龍湖上海閘行天街店」（中国上海）
	11.28	・ 販売店	「KOMEHYO VINTAGE TOKYO atelier」
4 Q	12月中旬	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF CITYLINK 南港店」（台湾）
	12月下旬	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF Tsim Sha Tsui iSQUARE 店」（香港）
	2月	・ 会社設立	フィリピンに子会社を設立 当グループ8番目の海外拠点。急成長する現地の富裕層をメインターゲットとする。2027年夏以降の小売開始を目指し、先行して個人仕入を進める予定
	2月初旬 3月下旬	・ 買取併設販売店 ・ 買取併設販売店	「BRAND OFF 台中 中友百貨店」（台湾） 「KOMEHYO 福岡天神大名（仮称）」 契約面積：447㎡ 年間売上高12億円を目標とし、九州エリアでの認知拡大を目指す

※ 表内の出店ほか、KOMEHYOでは年間20店舗の買取専門店（直営）、BRAND OFFでは年間12店舗の買取専門店（FC）の出店を計画。また、J. フロントリテイリング株式会社と株式会社コメ兵の合併会社「株式会社JFR&KOMEHYO PARTNERS」（持分法適用会社）による買取専門店の年内に7店舗、4年間で23店舗を出店予定。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 37

個人買取及び小売強化の状況です。

シェア拡大及び利益確保に向けて個人買取及び小売を強化し、国内外で積極的に出店しています。

9月12日には、KOMEHYOの旗艦店を横浜駅西口にオープンしました。

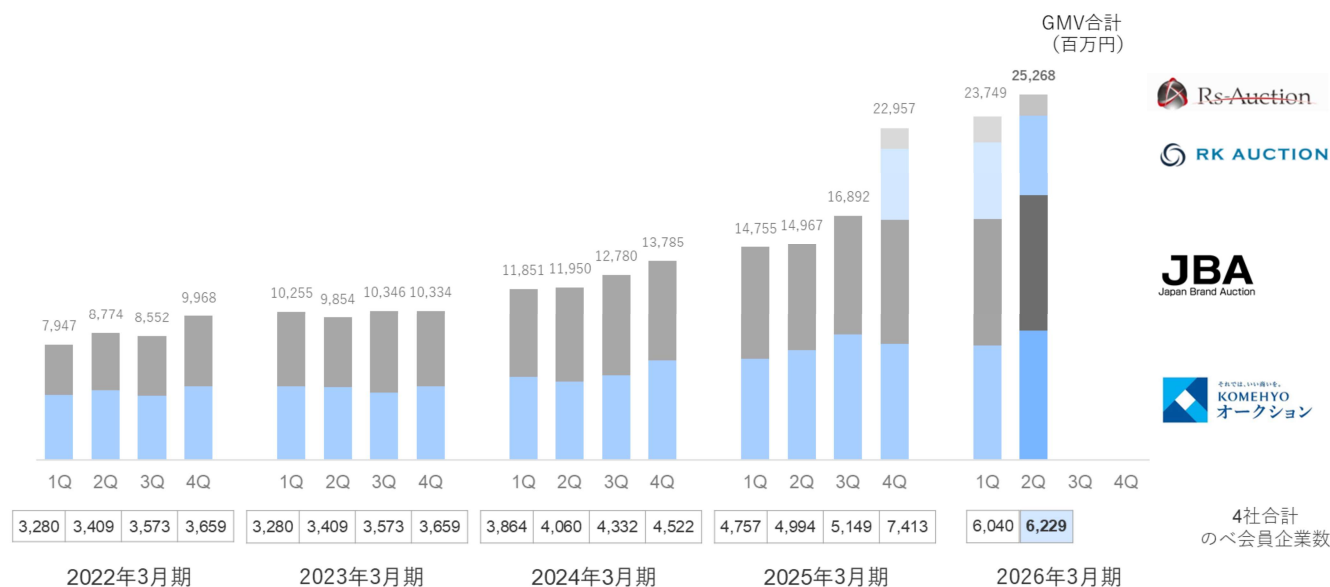
初年度の年間売上目標25億円に対して、販売は、概ね計画通りに進捗しています。

また、第3四半期以降も10月からアメリカで個人買取を開始したり、香港、マレーシア、中国、台湾で買取販売併設店をオープンするなど、海外の出店、拠点拡大も継続しております。



## BF事業 | オークションGMV(出来高)の成長

相場変動に伴う法人間での売却ニーズ増加により、オークションGMVは四半期で過去最高を記録



オークションの出来高の推移はご覧のとおりです。

前期グループ会社化した2つのオークション運営会社を合わせて、現在4つの法人オークションを運営しております。相場変動に伴う法人間での売却ニーズが高まり、出来高は四半期で過去最高を記録しました。この勢いを維持し、オークション市場でのリーダーシップを強化してまいります。

## TW事業 | 事業の概況

新品の在庫確保が難しい中でも、戦略的に在庫確保や販売強化を徹底したため売上高は大きく伸長（特に夏タイヤの販売及び自社企画ホイールの海外販売が牽引）。これにより、販管費増加分を吸収し、大幅な増益を達成。



### 企画・開発



- ・ 国内外での販売好調と高利益率商品の牽引  
国内売上高が前年同期比108%と堅調に推移する中、海外売上高は同254%と大幅拡大。  
特に利益率の高いホイール・ブラッドレーシリーズの販売数が増加
- ・ 海外市場での販売網を順調に拡大  
海外売上高比率向上に向け、北米を中心としたSNSマーケティングを強化。ブランディングやマーケティング強化より、販売代理店数は、ASEANや欧米など16か国・16法人と順調に拡大。



### 新品の仕入れ・販売

#### 中古の買取



- ・ 戦略的に新品在庫を確保  
在庫の安定供給と販売の最大化を実現するため、仕入拡大および主要メーカーとの関係強化を推進。これにより、早期に商品確保
- ・ 販促強化で、中古品仕入れも好調  
新車装着時の良質な純正タイヤ・ホイールを下取り。加えて、個人買取額も販促効果で好調に推移。中古品仕入れは、前年同期比132%と好調に推移。
- ・ 高利益商品の販売好調  
新規向けのイベント開催等による販促強化。販売計画に沿った強化ブランドの販売が順調に進捗。特に実需が高く、高利益率である夏タイヤの売上高は前年同期比120%と大幅増加を達成し、全体の利益率向上に貢献



### オートパーツ ジャパン

#### 新品WEB販売

#### 中古の買取

#### 中古の販売



- ・ 主要仕入先好調と新規取引先の拡大  
中古品の安定的な販売のため、主要な事業者との法人取引を拡大し、前年同期比150%と大幅伸長し、売上拡大につながる仕入ができています。
- ・ WEB販売は、在庫が確保できたことにより、前年同期比で新品が124%、中古が103%で推移
- ・ メルカリで、中古ホイールの販売を開始する等、ECモールへの出品を強化

※ 実績は、2026年3月期第2四半期累計

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 39

タイヤ・ホイール事業の概況です。

戦略的に在庫確保や販売強化を徹底し、売上高・利益を大きく伸長させました。

特に、夏タイヤの販売と自社企画ホイールの海外販売が大きく貢献しています。

## 免責事項

本資料の情報は、現在入手可能な情報から株式会社コメ兵ホールディングスの経営者の判断に基づいて作成されております。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみに全面的に依拠することはお控えくださいますようお願いいたします。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。  
投資に関する決定は、皆様ご自身のご判断において行われますようお願い申し上げます。

### お問い合わせ先

コメ兵ホールディングス 財務企画部 IRG

TEL : 052-249-5366

Email : [ir@komehyo.co.jp](mailto:ir@komehyo.co.jp)

本資料は株式会社コメ兵ホールディングスを作成したものであり、内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。法律で認められた範囲を超えた利用（複写及び無断転載等）はご遠慮ください。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 40

以上で、ご説明を終了いたします。  
ご清聴いただき、誠にありがとうございます。