

株式会社コメ兵ホールディングス(2780)

2025年11月14日(金)開催

2026年3月期 第2四半期(中間期)決算説明会 質疑応答(要約)

【2026年3月期 第2四半期(中間期)の実績等について】

Q1:売上総利益率の低下要因と今後の見通しは？

A1:売上総利益率低下の主な要因は、インバウンドの低迷により小売が弱含んだため、在庫の流動化を優先し、売上総利益の取りづらい法人販売を強化したことです。また、金地金や時計など、低利益率な商品の販売構成比が高かったことも全体的な利益率を押し下げました。

この状況に対し、現在は好調な個人買取を背景に、鮮度の高い在庫を潤沢に確保できているため、売れ行きの良い10月から12月にかけて小売を強化し、売上総利益の回復を目指します。

また、時計やバッグなどの主要商材についても、売上総利益が取りづらい薄利の商品構成を抑えるなど、商品MDを最適化し、利益率の回復に取り組んでいます。

Q2:為替変動や相場下落(特に時計・バッグ)が売上総利益率に与える影響と、それに対する具体的な対応策は？

A2:時計やバッグは非常に競争が激しい商材のため、売上総利益が取りづらいという課題があります。特に、これまではインバウンドのお客様を中心に高額品の商品が人気でしたが、その状況が変化したことで、MD構成を見直す運びとなりました。

具体的な対策として、薄利な商品の構成を抑え、利益の取りやすい商品構成に注力する一方で、国内外のお客様にご購入いただける商品構成にシフトし、利益率回復を目指します。

Q3:在庫の中身は良好とのことだが、顧客のニーズに合った在庫になっているのか？

A3:高額品の購入低迷に対応するため、在庫構成を戦略的に変更しています。以前中心だった超高額品のボリュームを絞り込み、ニーズが増えている利益率の取りやすい商品を買取強化によって増やしました。この結果、国内外の幅広い顧客ニーズに合う良好な在庫バランスへ改善したため、引き続き下期の販売強化につなげていきたいと考えています。

Q4:販管費の伸びが大きい中、コストコントロールの考え方を教えてほしい。

A4:売上総利益率低下による収益性悪化の中でも、中長期計画の実行に向けた投資として、販管費は計画通り積極的に継続しています。コストコントロールについては、営業に関わる中長期に響く投資は積極的にを行い、無駄な投資は削減していくというメリハリをつけた判断を行っています。

Q5:積極的な採用の背景と、その後の見通しは？

A5:積極的な採用は、出店計画に合わせた採用・教育計画に基づき実施しています。背景には、当社の強みである目利き教育を含め、規模の大きい店舗で活躍する多数の人材を確保する必要があることが挙げられます。今後も計画に合わせた採用を実行していく方針です。

Q6:第2四半期の商品相場と今後の見通しは？

A6:第2四半期の商品相場は、大きく上がっている、または下がっている状況ではなく、横ばいもしくは軟調に推移しました。そのような状況において、適正価格でメリハリをつけた買取や販売を行っています。相場が上がりづらい状況ではありますが、12月の年末年始商戦に向けた在庫の確保はできており、買取や在庫の入替は順調に進捗していると判断しています。

【業績修正(下方修正)に関して】

Q7:11月7日に業績予想の修正を発表したが、その主な修正理由は何か？

A7:主な修正理由は、以下2つです。

- ・売上総利益率が伸び悩み、収益性が低下したこと
- ・販管費を計画的かつ積極的に使っているため、営業利益以下の段階利益で減益となったこと

下期は収益性を改善し、計画通りの数字を捉えていきたい考えです。

Q8:通期業績予想は据え置いているが、下期の具体的な計画達成の根拠と確度はどの程度あるか？

A8:通期業績予想は、年間予算の中でも非常にハードルが高い下期の目標を据え置いたことで、この高い目標に挑戦していく方針です。

下期の計画達成の根拠として、当社は現状、様々な状況が回復しつつあると捉えています。

上期に小売が低迷した主な要因は、インバウンドの低下と、これまで支持が高かった商品のMD構成に店頭在庫が偏っていたことにありました。これに対し、時間をかけてMDの見直しを行い、鮮度の高い、今の相場に合った商品が店頭に並ぶようになったことで、平均単価の回復が見込めると考えています。

Q9:営業利益率の低下が続いているが、今後の中期的な改善シナリオや目標はあるか？

A9:中長期的には、収益強化(個人のお客様からの買取を増やし、小売の比率を上げて、売上総利益改善に直結させること)とコスト管理(無駄な経費を見直し、コストコントロールを行うこと)を進めています。

一方で、中長期的な成長目標を達成するために、積極的な投資を継続する方針です。買取と小売の強化に注力し、成長への投資を続けながら、営業利益率を着実に、かつ持続的に回復させていくことを目指します。

【2026年3月期第3四半期以降の見通しについて】

Q10: 法人取引の割合が増加傾向にあるが、今後も法人仕入は継続するのか、またその目的は何か？

A10: 販売強化を目的に、今後も計画的に法人仕入を継続する方針です。個人買取で商品を確認しつつも、特に店頭で注文や予約が入る人気商品は、個人のお客様からの持ち込みを待つだけでは仕入れが難しい場合があります。そのため、法人仕入を活用し、人気商品をピンポイントで買い集めることで、お客様に早く商品をお届けし、店頭の品ぞろえを豊富にすることができています。

Q11: 下期の免税売上は、どの程度と見込んでいるか？

A11: 足元では、国慶節や円安の影響で、中国またはアメリカのお客様を中心に免税売上が積極的に伸びています。上期の品ぞろえ強化により在庫状態は良好であるため、それらを追い風に引き続き伸ばしていきたいと考えています。

【出店計画について】

Q12: 買取専門店の出店計画数(目標)と、現在の出店余地についてどのように考えているか？

A12: 買取専門店は、計画通りに積極的に出店ができていると判断しています。現在は、路面店よりも集客力のあるショッピングセンターや百貨店といった、お客様が安心して行ける場所を重視しています。国内には依然出店できる余地が十分にあると考えるため、今後も積極的に継続してまいります。

Q13: 旗艦店の出店計画(エリア、時期、ペース)と、出店余力はどの程度あるか？また、旗艦店の黒字化までにかかる期間(投資回収期間)はどの程度を見込んでいるか？

A13: 旗艦店の出店については、都心部を中心に進めていますが、依然出できていないエリアも多い状況です。年に1店舗程度、大都市の大きなエリアに出店していくことを目標としており、同時に買取専門店で顧客が多いエリアも検討対象です。

なお、旗艦店の投資回収期間は、概ね3年程度を目安に見込んでいます。

Q14: 買取専門店の店舗当たりの買取実績の進捗と、出店の精度(効率性)は保たれているか？

A14: 買取専門店は、1店舗当たり年間で約1億円の買取を目標として出店しています。出店精度については、計画を上回る店舗もあれば、未達の店舗もあり、計画に届かない場合は店舗移転や退店を行い、他の場所で再挑戦しています。これにより、エリアごとの顧客の支持を得られる店舗づくりを目指しています。

Q15: フィリピンへの進出に関して、具体的な事業計画はあるか？また、その他の海外への進出計画で、現時点で確定していることはあるか？

A15:フィリピン進出については、まずは買取サービスからスタートし、買取量が確保できれば小売店舗を出店する、「地産地消」を段階的に進める予定です。具体的な数値目標は未定ですが、同国は免税売上で常に上位を占めており、チャンスがあると判断しています。

また、他の国々については、10月よりアメリカ・ニューヨークで個人買取をスタートしました。計画よりも順調に推移しているため、引き続き積極的に買取を推進していきます。

【M&Aについて】

Q16:今後のM&A戦略(特に検討する相手先の基準)について教えてほしい。

A16:M&Aの検討先については、以下の基準を指標としています。

- ・ビジネスが近い同業で、当社と形態が近いサービスをしている会社
- ・当社グループにはないスキルや能力を持ち、成長スピードを加速できる会社
- ・共に成長でき、リユースに対する想いや志が同じ熱量で持てる会社

単なる数字の上乗せではなく、長く一緒にやっている仲間を探し、M&Aを進めていく方針です。

Q17:M&Aによる具体的なシナジー効果、特にグループ会社化に伴う販管費抑制や事業強化の取り組みは？

A17:M&Aによるシナジー効果は、計画または期待以上に出ていると判断しています。例えば、前期グループ化したオークション運営会社2社を含め、計4つのオークション体制を運営しておりますが、結果として在庫の流動性を高めるチャンネルが強化されました。これにより、人材や情報の共有を含むシナジー効果を発揮しています。また、ECに強い会社がグループ化したことで、当社の潤沢な在庫を活用した成長性や、同社が持つノウハウの吸収によるブランド品ECの強化に貢献しています。

以上