株式会社コメ兵ホールディングス(2780)

2025年5月15日(木)開催

2025年3月期 通期決算説明会 質疑応答(要約/補足)

【2025年3月期 通期の実績等について】

Q1:第4四半期でさらに売上総利益率が低下した要因は何か？

A1:例年第4四半期は、在庫期間が長い商品、薄利の商品を対象に、積極的に在庫の入れ替えを行います。個人買取が好調で、年間を通じて多くなったそれらの在庫を法人販売に向け、売上総利益率が低下しました。法人販売を積んで、売上総利益額を積み増す狙いもありましたので、売上総利益率の低下につながりました。

Q2:販管費の伸びが大きいですが、コストコントロールは考えないのか？

A2:足元は売上総利益率が不安定ではありますが、短期的な視点でなく中期経営計画の達成に向けて、積極的な投資も行っております。売上高や個人買取のための広告宣伝費等のコストコントロールを行います。引き続き、出店や採用は行い、将来のためにシェア拡大を目指していきます。

Q3:今期に従業員数が500名増加した背景を詳細に教えてほしい。

A3:新卒採用と中途採用を積極的に行い、300名ほど採用しました。それに加えて、グループ会社化に伴う人員増加もあります。

Q4:日本人のハイブランド商品に対する購買意欲、購買状況は？

A4:円安によりブランドの定価が上がり、中古品の販売価格も高騰しております。今のサステナビリティが重視されている時代に長く使えるモノを選ぶ方、リセールを考慮して購入される方も多いです。当社グループでは、ビンテージや年式の古い商品を扱う店舗も出店し、リユースでよいものをお届けできる機会を増やしていきたいと考えております。

【2026年3月期以降の見通しについて】

Q5: 売上総利益率が下がり止まらないが、今期の売上総利益率の前提を、上期と下期に分けて教えてほしい。また、売上総利益率が改善するとしたら、どのような理由か？

A5: 毎期第4四半期は在庫の入れ替えを行っていますが、2025年3月期はこれまで以上に売上総利益率が低下しました。多かった在庫の入れ替えを進め、2026年3月期に向けた在庫の入れ替えは順調にできております。為替動向、商品相場動向が読みにくい状況の中、小売比率を伸ばし、法人販売を利用して在庫回転を高め、売上総利益率の回復を目指します。上期は少し弱めで見ておりますが、6月に心齋橋、9月に横浜へKOMEHYOの旗艦店を出店しますので、下期は徐々に売上総利益率を伸ばしていきたいと考えております。

Q6: 法人取引の割合が増加傾向の中、今後の利益率改善において最も重要と考えていることは何か？

A6: 個人買取と小売を伸ばすことが一番重要だと考えております。小売に向かない品物を買取りする機会もありますので、その場合は法人販売に向けます。小売と法人販売の2つの出口チャネルがあることが、当社グループの強みなので、積極的に活用していきます。

Q7: 法人仕入が売上総利益率に影響したとのことだが、今後も法人仕入は継続するのか？

A7: 法人仕入は今後も継続していきたいと考えております。小売で人気のある商品は、個人買取で待っているだけでは、お持ち込みいただけないことがあります。法人仕入をうまく活用して、店頭在庫の豊富さ・品揃えを充実させていきます。

Q8: 今期の注力ポイントとして、ECの在庫連携・越境ECを強化するとのことだが、EC事業の方向性、具体的な施策を教えてほしい。

A8: EC強化につきまして、オンラインをカタログのように見て店舗で実際に手に取っていただく「お取り寄せ」や他社モールに出店することを継続していきます。リユース商品なので、店舗に取り寄せ、コンタクトセンターで声を通じて安心してお買い物できる環境を整えて、積極的に伸ばしていきたいと考えております。

(IR・広報部の吉田より補足)

グループで在庫連携ができれば、より多くの商品を各社が接点となって、お客様にご提供できます。接点の増加だけでなく、魅力的なサイトが自社にできるということです。このビジネスのECは、掲載商品点数が非常に重要なので、グループ全体で在庫連携ができれば、ECの成長に寄与すると見込んでおります。

Q9:インバウンド需要はどの程度想定しているか。

A9:為替動向にもよりますが、今までのような大幅な増加は見込んでおりません。少し弱くなると考えております。ただし、6月に心斎橋、9月には横浜に、KOMEHYOの旗艦店を出店させます。そのため、今期を大きく下回る想定もしておりません。インバウンドのお客様にもお買い物を楽しんでいただきたいと考えております。

【出店計画について】

Q10:買取専門店の出店目標は？出店余力はあるのか？

A10:出店余力はまだあると思います。出店場所の獲得競争は激しいものがあり、4社、5社がバッティングする状況もあります。これからは出店の可能性が少なることを想定し、買取専門店の出店計画数を20店舗にしました。一方で、オープンする旗艦店でも買取りを見込んでおりますので、積極的に個人買取を強化していきます。

Q11:この数年で出店した買取専門店の店舗当たりの買取実績は、当初の見込み通りか。競合も増えていると思うが、出店の精度は特に落ちていないか？

A11:ここ数年は、買取専門店の出店に注力し、1店舗1年間で1億円の個人買取をするという目標を設定しております。中には達成できない店舗も数店舗ありましたので、それらは閉店して、効率性を高めました。出店は計画通りに進捗しております。

Q12:旗艦店は出店コストが先行的にかかると思うが、出店後どのぐらいの期間で黒字化できるのか？

A12:KOMEHYOではメンバーズカードで顧客管理をしているため、見込みのあるエリアには出店していきたいと思います。3年程度で投資回収できると見込んで出店しています。

Q13:心斎橋や横浜の旗艦店は、渋谷と同程度の売上規模か？また、旗艦店の出店余力はどのぐらいと考えているか？

A13今期に出店する旗艦店の規模は、「KOMEHYO SHIBUYA」と同程度で、売上高は年20-25億円程度を目指しております。年に1店舗のペースで旗艦店を、お客様が多いエリアに出店していきたいと考えております。買取専門店を出店して、リユースがなじんでいるエリアに、旗艦店を継続的に出店していきたいと思います。

【M&Aについて】

Q14:2028年3月期の計画には、M&Aも含まれているか、それともオーガニックでの成長か？
目標数字は今後の状況次第でローリングするのか？

A14:2028年3月期までの業績予想は、新たなM&Aの数値は含めず、オーガニックでの成長により達成を目指します。毎年5月にローリングして、中期経営計画の目標数値をお示ししています。

Q15:M&Aによるシナジーとしてどんな効果が期待できるのか？

A15:25年3月期にグループ会社化した4社は、うまくいっています。小売は、新しいブランドで「Rodeo Drive」がグループに入りました。アールエスとアールケイエンタープライズは法人向けオークションを開催しています。自社オークションが拡大したことで、他社オークションへの出品を切り替えて、支払手数料を抑制し、販管費を抑えることができます。グループ内で連携を強化し、より大きなシナジー効果を発揮できるように取り組みます。

【市場区分について】

Q16:プライム市場への区分変更は検討しているか？

A16:現時点でお話しできることはありませんが、引き続き検討を継続していきます。

以上