

KOMEHYO

2015年3月期 第2四半期決算説明会資料

株式会社コメ兵

2014年11月12日

証券コード: 2780 (東証Ⅱ部、名証Ⅱ部)

目次

KOMEHYO

1	企業情報	P3
2	上半期取り組み実績、決算概要	P12
3	下半期計画、中期業績予想	P28
4	参考資料	P37

【注記】

本資料に掲載されている株式会社コメ兵の現在の計画、見通し、戦略、確信等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要素を含んでおります。

これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社コメ兵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下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。



会社概要、グループの状況等

企業情報

会社概要 (2014年9月30日)

KOMEHYO

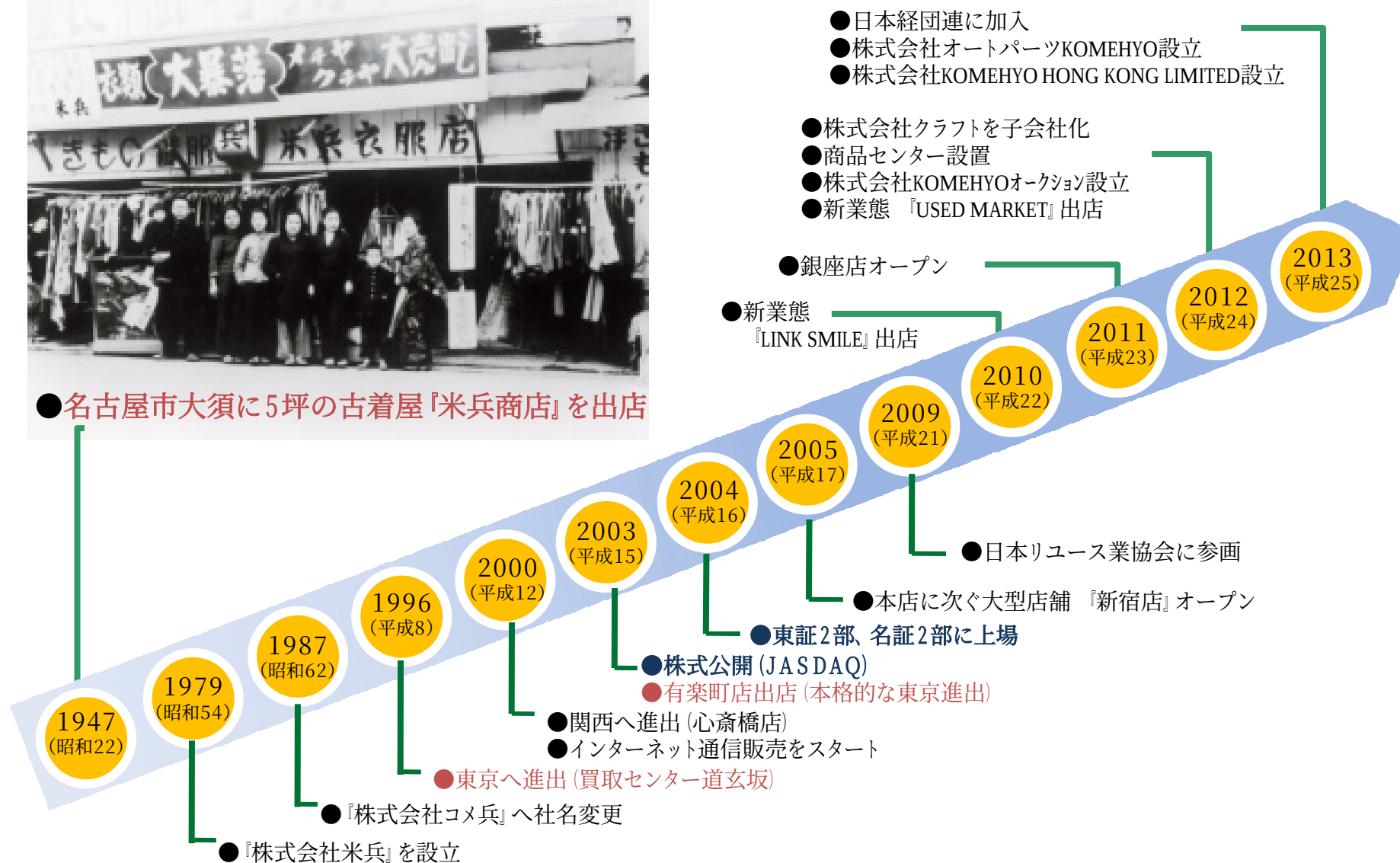
社名	株式会社 コメ兵
代表取締役	代表取締役会長 石原 司郎 代表取締役社長 石原 卓児
従業員数	416名
本社	名古屋市中区大須3-25-31
設立	1979年 (昭和54年)
資本金	1,803百万円
決算期	3月
事業内容	中古品及び新品の宝石・貴金属、時計、バッグ、衣料、 きもの、カメラ、楽器等の仕入・販売及び不動産賃貸
社訓	安定・成長・誠実・協調
経営理念	・お客様の豊かな暮らしづくりを応援します。 ・公正で明るく生きがいのある職場をつくります。 ・変化に対応し挑戦し続ける社会人を育てます。 ・誠実と信念を持って社会に貢献し、永遠の成長と発展を目指します。
企業理念	「リレーユースを核としてお客様に満足と感動を提供する」

沿革

KOMEHYO



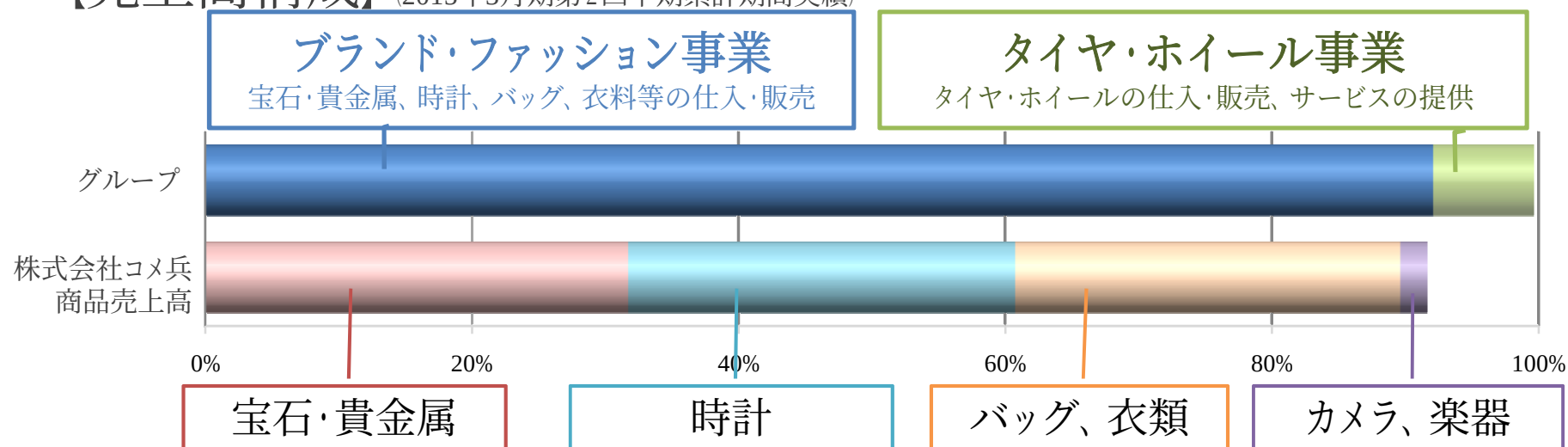
●名古屋市大須に5坪の古着屋『米兵商店』を出店



グループの状況

KOMEHYO

【売上高構成】 (2015年3月期第2四半期累計期間実績)



【子会社】

社名	株式会社KOMEHYO オークション	KOMEHYO HONG KONG LIMITED	株式会社クラフト	株式会社 オートパーツKOMEHYO
設立 資本金	2012年6月 20百万円	2013年6月 40万香港ドル	1980年4月 72百万円	2013年5月 30百万円
事業内容	中古品取扱事業者向けオークションに関する企画・運営・管理等	海外における 宝石・貴金属、時計、 バッグ等の仕入・販売	乗用車用タイヤ、アルミ ホイール及び 自動車用品、 部品の販売サービス	自動車部品の輸入及び 販売・買取り

コメ兵ビジネスモデル

KOMEHYO

ポイント(買取・仕入れ)

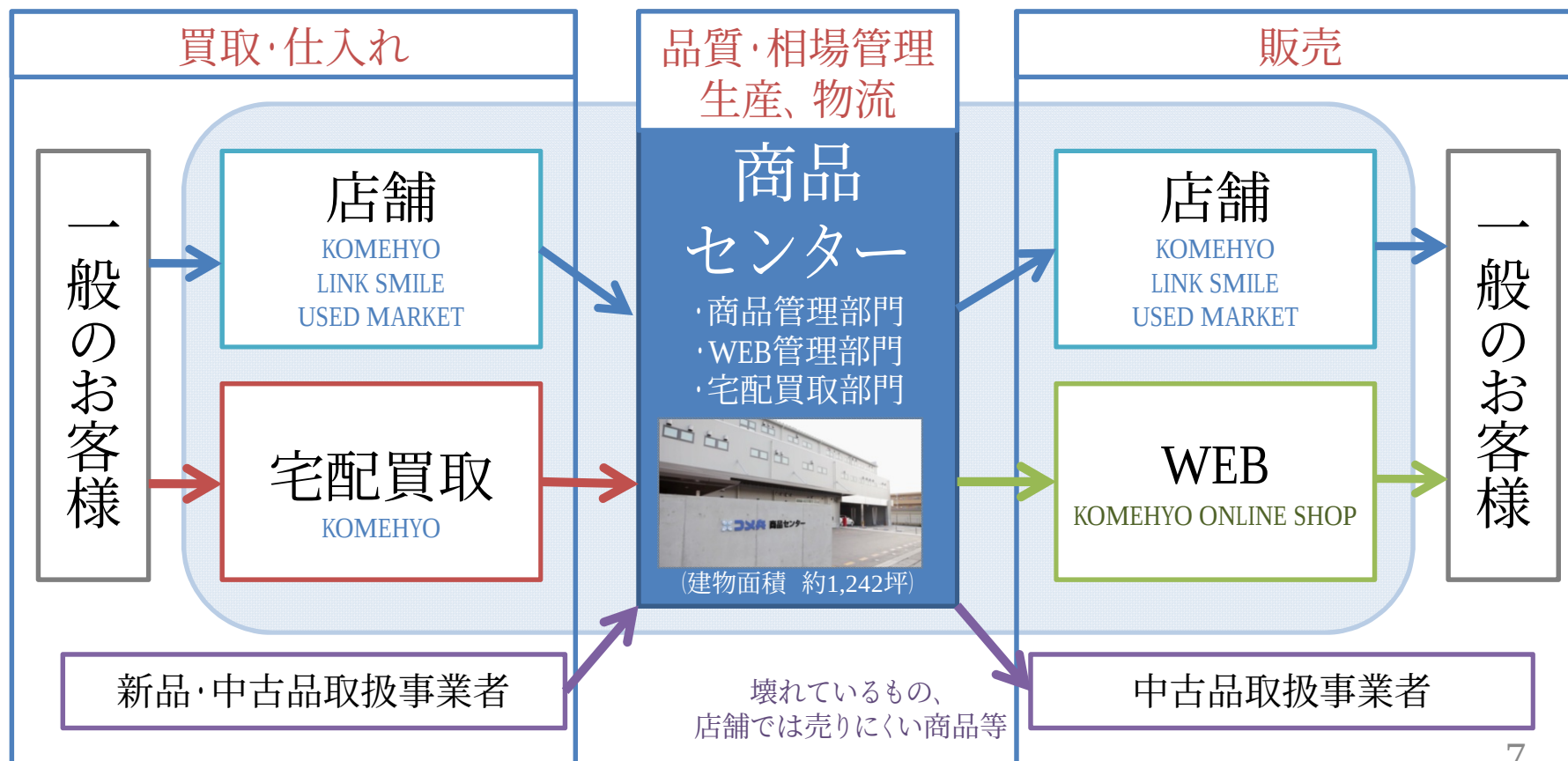
- ①仕入れは生命線！仕入・買取に着眼した「プロモーション」「チャンネル」の積極展開
- ②整備されたバイヤー育成、バイヤーサポート体制
- ③158.9億円の一般のお客様からの買取(2014年3月期実績)
- ④お客様満足度向上のための新品仕入

ポイント(商品センター)

- ①徹底した真贋・商品状態確認
- ②相場管理
- ③メンテナンスの実施
- ④商品化スピード・コスト管理
- ⑤安定、適切な店舗への商品供給

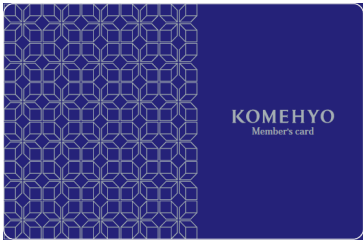
ポイント(販売)

- ①展開しやすい3つの店舗スタイル
- ②洗練された店舗デザイン・ディスプレイ
- ③良質な商品を幅広く(ラインナップ、価格)提供
- ④アフターサービス、保証の充実
- ⑤中古品取扱事業者への販売チャネル拡充



ビジネスを支える機能・強み

KOMEHYO

店舗形態	「KOMEHYO」「LINK SMILE」「USED MARKET」の3形態 古着屋からスタートし、時代とともに取扱品目を変え、 今では「ブランド品・高額品」のKOMEHYOというイメージが定着 低・中価格帯の衣料品の販売強化を目的に「LINK SMILE」「USED MARKET」の 2形態スタート		
店舗数	全国に計33店舗(2014年10月末現在)		
オムニチャネル	「店舗」「オンラインショップ」等のチャネル融合に積極的に取り組み、 店舗におけるWEB商品の取り寄せ販売は年々拡大傾向にある（当資料20ページ参照）		
メンバーズカード	顧客リレーション構築により、来店頻度、購入・買取金額が向上（当資料19ページ参照）		
	【概要】	お買い上げの場合	買取の場合
	ポイント 付与	お買い上げ金額 200円＝1ポイント	買取金額 100円＝2ポイント
	ポイント 還元	お買い上げ時に 1ポイント＝1円	買取成立時に 2ポイント＝1円として キャッシュバック
			
市場占有率	リユース「ブランド宝飾・時計」部門売上ランキングにおいては業界NO.1 (出所:リサイクル通信 中古ビジネスデータブック2014)		
中古品取扱事業者との 売買チャネル	子会社が展開する「オークション」「海外への販売、海外からの仕入れ」を活用することにより、スピード感のある売買活動が可能		

店舗形態①

KOMEHYO

宝石・貴金属、時計、バッグを中心とする販売・買取店

KOMEHYO

21
店舗



2店舗

大型総合リユースストア

名古屋本店 約2,024坪、
関東の旗艦店 新宿店 約829
坪の総店舗面積にて
宝石・貴金属、時計、バッグ、
衣料、きもの、カメラ、楽器を幅
広く取り扱う。
名古屋本店では数百円～1千
万円を超える商品が約8万点
展示されている。

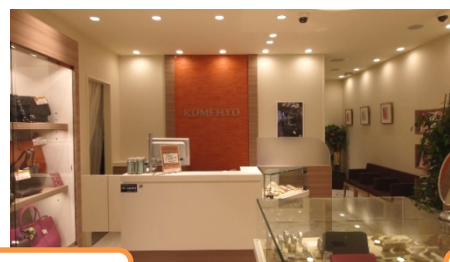


5店舗

中型店

宝石・時計・バッグ・衣料の買
取、販売強化を目的とした店
舗。

約100～300坪の店舗スタイル
で大規模主要都市へ出店。宝
石・時計・バッグ・衣料の中・高
価格帯を中心に販売。



10店舗

小型店

宝石・時計・バッグ・衣料の買
取強化を主な目的とし、販売
機能も併せ持つ店舗。

約20～30坪の店舗スタイルで
主要都市へ出店。販売におい
てはWEBを活用した「取り寄せ
販売」を強化。



4店舗

買取センター

宝石・時計・バッグ・衣料の買
取専門店。

同商圈における当社の出店状
況、買取需要見込み、物件状
況などを勘案し出店が検討さ
れる店舗。

店舗形態②

KOMEHYO

低・中価格帯の衣料を中心とする販売・買取店

 **LINKSMILE**
by KOMEHYO

8
店舗



「女性にうれしい古着屋さん」をコンセプトにレディース中古衣料の販売・買取を目的とした店舗。販売商品は2,000～5,000円の衣料品が中心。現在は愛知県のみで8店舗展開。

店舗形態③

KOMEHYO

低価格帯の衣料を中心とする販売・買取店

USED MARKET

by KOMEHYO

4
店舗



商品コンディション、作られた年式により低価格となっている衣料・ブランドバッグを中心に扱う。衣料には色札がついており、定期的に値下がりする仕組みで販売。



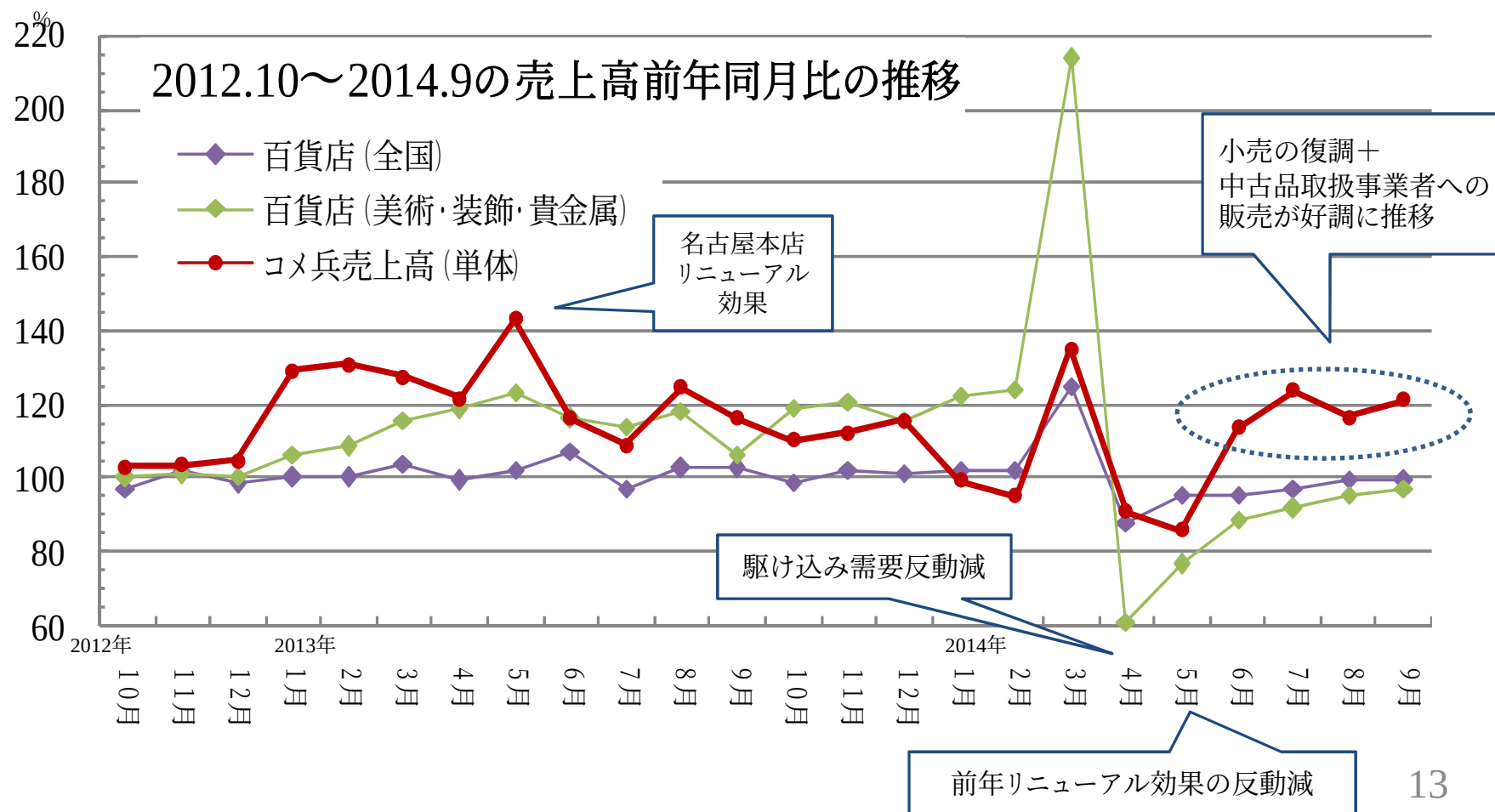
外部環境、取り組み内容、業績の状況等

上半期取り組み実績、決算概要

外部環境①

KOMEHYO

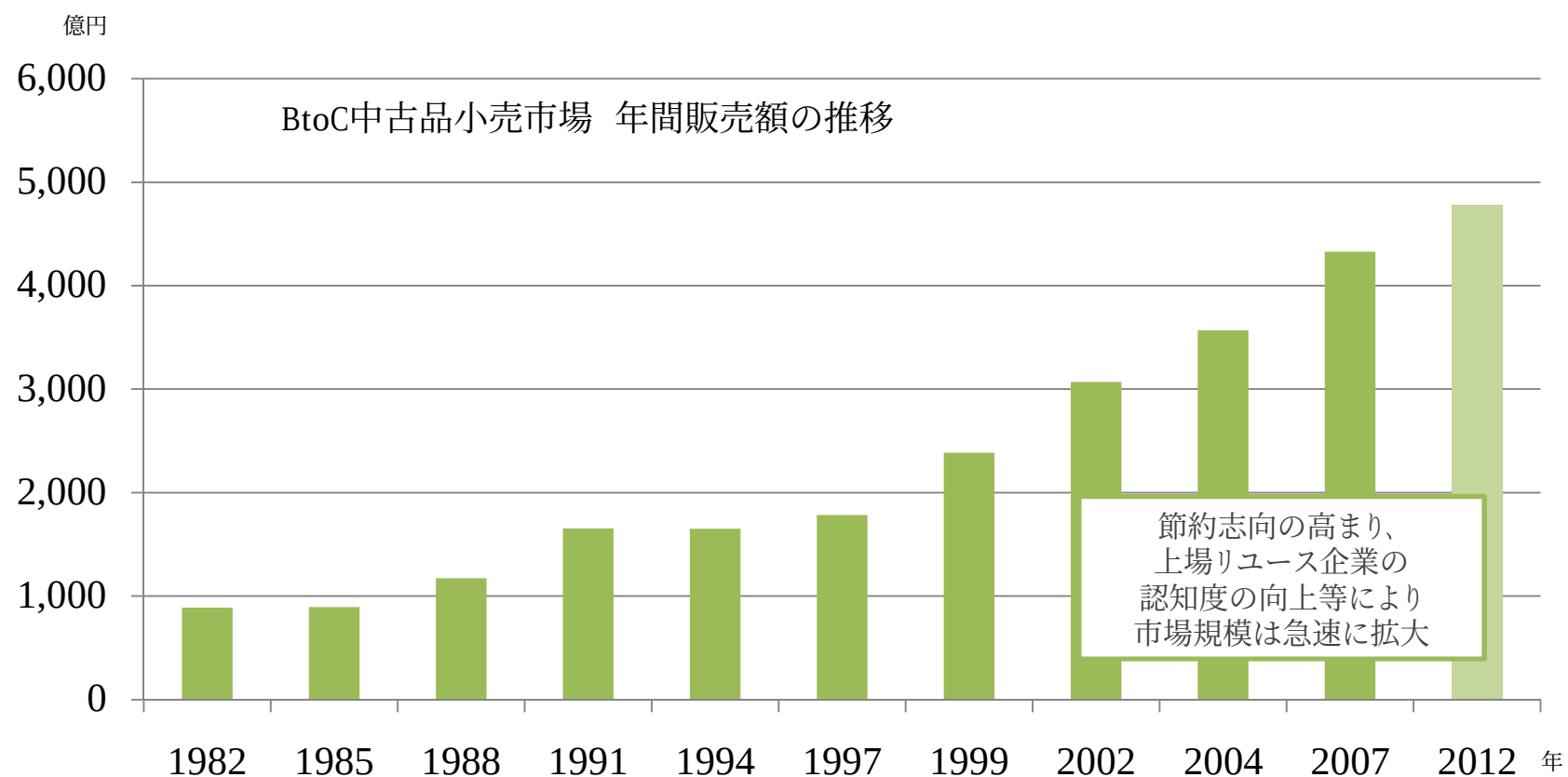
駆け込み需要の反動減、6月以降復調



外部環境②

KOMEHYO

BtoCリユース市場は拡大基調を維持



出所

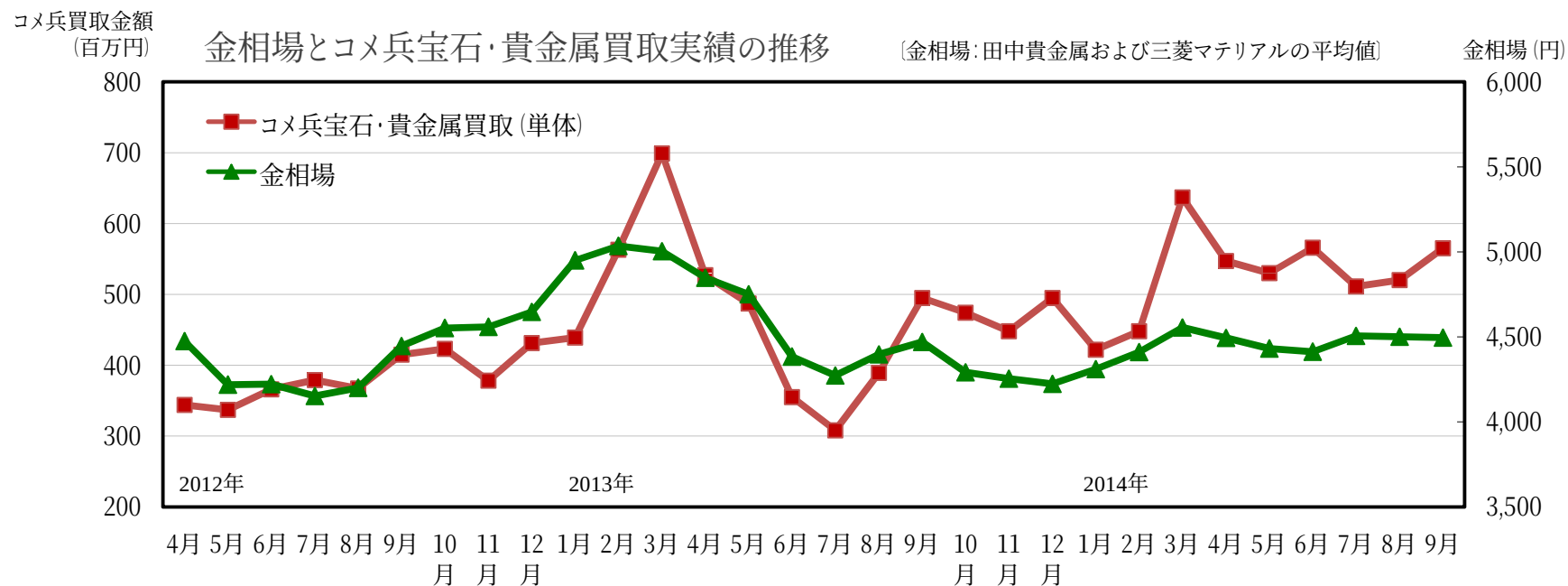
1997～2007年 経済産業省「商業統計」中古品小売業（骨董品含む）

2012年 環境省「リユース品の流通状況・市場規模調査の実施概要（途中報告）」より（自動車、バイク、原付バイク、書籍を除く）

外部環境③

KOMEHYO

ダイヤモンド相場高騰に伴い、買取が好調に推移



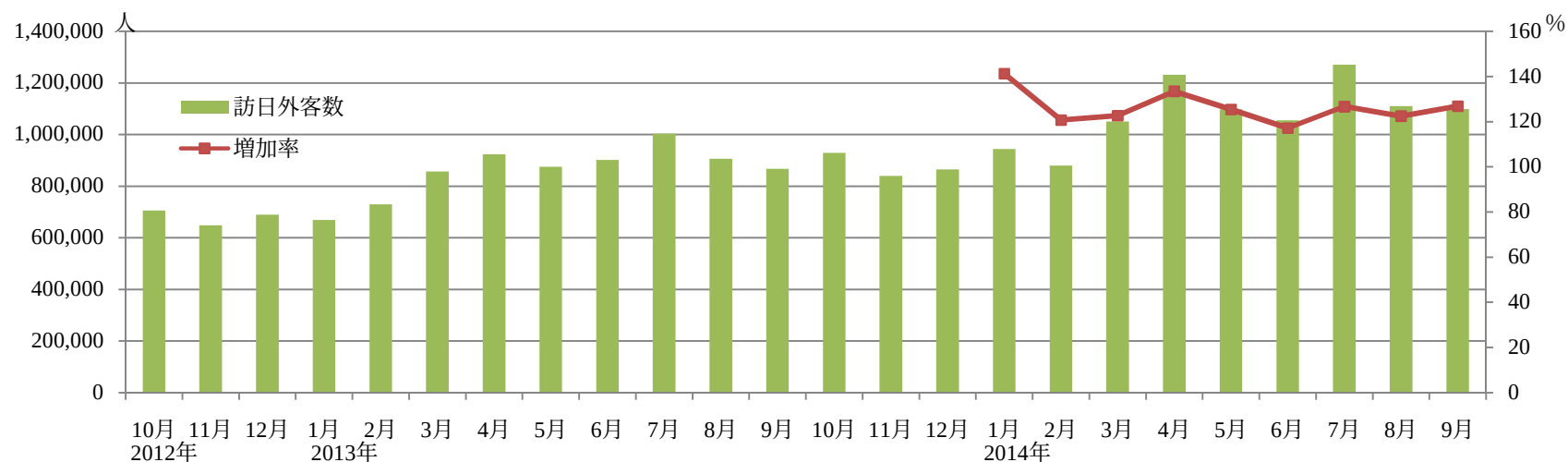
金相場と当社の宝石・貴金属買取額には相関性があり、売上高にも影響します。
特に、マスコミに取り上げられることで増加する傾向。
当期上半期は、海外需要の急増でダイヤモンドの買取相場が上昇し、
宝石・貴金属の買取が好調に推移。

※コメ兵のダイヤモンドの買取相場: 前年同期比約130% (2014年10月現在)

外部環境④

KOMEHYO

訪日外客数

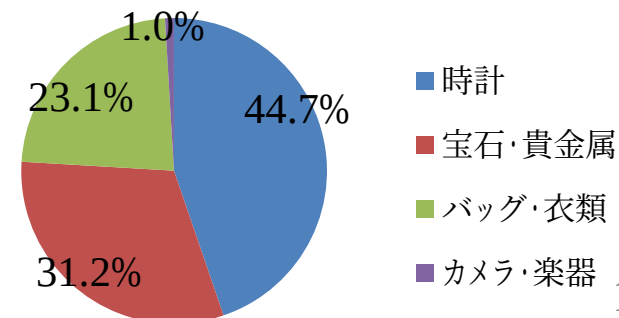


第2四半期累計免税売上高 2,326百万円 (前年同期比115.2%)

《2Q累国別免税売上高ランキング》

国別	2Q累免税売上高 (百万円)	構成比 (%)	前年同期比 (%)
中国	1,077	46.3	108.2
タイ	346	14.9	85.9
フィリピン	151	6.5	154.5

《2Q累商品別免税売上高構成比》



当第2四半期の主な取組み①

KOMEHYO

個人買取仕入 (前年同期比) : 客数107%、買取額113%

- 新店 (36期・37期出店の計7店舗2Q累) 6.3億円の買取額
- 既存店 (36期・37期出店店舗除く2Q累) 前年同期比106.3% (+4.6億円)
- バイヤー育成担当部署設置
 - 21名のバイヤーデビュー、複合化を推進し
バイヤー総数249名、複合バイヤー総数74名体制へ
 - 買取ノウハウをバイヤー教育用に製本・動画化

(バイヤー教育テキスト)



中古品取扱事業者への販売強化

- 国内オークション、海外BtoB等販売チャネル活用
- 海外需要の高まり、円安傾向も追い風に

当第2四半期の主な取組み②

KOMEHYO

オークション

「株式会社KOMEHYOオークション」は以下2つの
中古品取扱事業者間でのオークションを開催・運営しています。
①レストランオークション: 宝石・貴金属、時計、ブランドバッグのオークション、
月に1度(3日間) オークション業者と共同開催
②アパレルオークション: 衣料品関連のオークション、月に1度(1日) 開催

- レストランオークション (宝石・貴金属、時計、ブランドバッグ)
 - 開催日を 月2日→月3日へ
 - 上半期: 約6万点出品、72億円の出来高 (前年同期比142.4%)
 - 9月は単月で16.5億円と過去最高の出来高を記録
- アパレルオークション (衣料)
 - 約1.5万点出品、94百万円の出来高 (前年同期比249.7%)
- 会員企業数 約400社

海外展開

- ジュエリーフェア、海外オークション参加
- BtoB事業の拡大

当第2四半期の主な取組み③

KOMEHYO

KOMEHYOメンバーズカード会員

メンバーズカードは2013年5月に「宅配買取顧客」「オンラインショップ会員」「店頭入会会員」の統合を行い、顧客の一元管理が可能となりました。

- ・ 総会員数 428,560名 (前期末比114.0%)
- ・ 新規会員数 52,532名

新規出店 第2四半期は2店舗の実績



KOMEHYO渋谷公園通り店 (約159坪の中型店) 5月30日OPEN

- ・ 宝石・貴金属、時計、ブランドバッグ、衣料の販売・買取
- ・ 立地特性に合わせ、ファッション性の高い品揃え

KOMEHYOあべの店 (約35坪の小型店) 8月8日OPEN

- ・ 宝石・貴金属、時計、ブランドバッグの販売・買取、衣料の買取
- ・ 大阪4店舗目、関西7店舗目の出店



USED MARKET 大須店 (約75坪) 10月11日OPEN

当第2四半期の主な取組み④

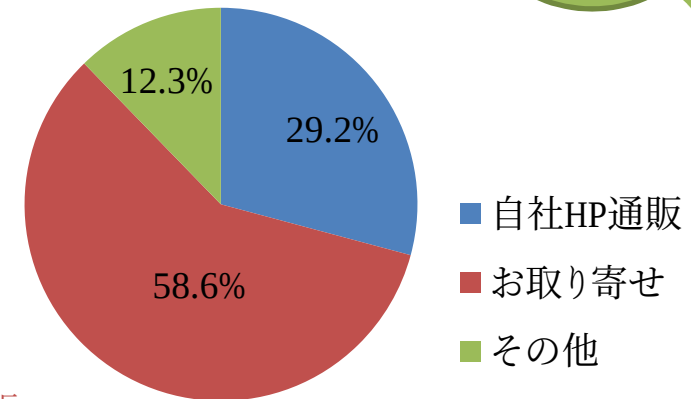
KOMEHYO

オンライン掲載商品売上高 約27億円

前期比
106%

- 取寄せ販売の強化
 - － 販売点数 前年同期比133%
 - － 売上高 前年同期比108%
- 衣料品販売の強化
 - － 販売点数 前年同期比150%
 - － 売上高 前年同期比127%
- アプリの開発
- Google認定ショップ参加
 - － ある程度の規模を有し、配送の遅延がないことや
カスタマーサービスがしっかりしている点が評価項目

販売経路別オンライン売上高の割合



自社HP通販:

komehyo.jpページ内で注文・決済が行われたもの

お取り寄せ: 方法は2通り

①WEB内にてお客様自身が取り寄せ店舗を指定する

②店舗スタッフがお客様の要望に合った商品を提案・取寄せ

その他:

楽天市場店、Yahoo! 店等他社サイトにより注文・決済が行われたもの

当第2四半期の主な取組み⑤

KOMEHYO

【タイヤ・ホイール事業】 中古品の拡大

中古タイヤ・ホイール買取・販売強化

中古品販売セット数 4,494点 (前期比198.3%)

中古品販売売上高 109百万円 (前期比148.6%)

中古車販売:2台予約

【CRAFT中川店 中古車販売ガレージ新設】



セグメント別売上高、営業利益

KOMEHYO

ブランド・ファッション事業：チャネル強化により売上規模拡大
タイヤ・ホイール事業：通期での業績寄与

(単位:百万円)		2013/3月期 2Q累計	2014/3月期 2Q累計	2015/3月期 2Q累計	前期比
ブランド・ ファッション	売上高	13,598	16,609	17,967	108.2%
	営業利益	448	1,220	1,001	82.0%
	営業利益率	3.3%	7.4%	5.6%	▲1.8pt
タイヤ・ ホイール	売上高	1,514	1,527	1,476	96.7%
	営業利益	33	▲77	▲85	—
	営業利益率	2.2%	—	—	—
その他	売上高	21	71	72	102.0%
	営業利益	15	12	18	141.7%
	営業利益率	71.6%	18.1%	25.2%	7.1pt
合計	売上高	15,134	18,188	19,495	107.2%
	営業利益	497	1,156	934	80.8%
	営業利益率	3.3%	6.4%	4.8%	▲1.6pt

■ブランド・ファッション
比較的売上高総利益率が低位な中古品事業者への販売強化、SALE時の高額品の値引販売、積極的な広告宣伝活動等により増収減益

■タイヤ・ホイール
中古品強化を図ったものの消費増税の反動減により、減収減益

※合計にはその他調整額も加味しております。

損益計算書概要

KOMEHYO

前期比、計画比共 増収減益

〔単位:百万円〕	連 結				
	13/3期 2Q	14/3期 2Q	15/3期 2Q	前期比	計画比
売上高	15,134	18,188	19,495	107.2%	102.6%
売上総利益	4,677	5,723	5,924	103.5%	99.7%
販売管理費	4,179	4,566	4,989	109.3%	102.2%
営業利益	497	1,156	934	80.8%	88.2%
経常利益	490	1,152	954	82.8%	90.1%
当期純利益	277	705	596	84.6%	96.2%

〔単位:百万円〕	単 体				
	13/3期 2Q	14/3期 2Q	15/3期 2Q	前期比	計画比
売上高	13,572	16,469	17,817	108.2%	103.0%
売上総利益	4,116	5,019	5,251	104.6%	99.8%
販売管理費	3,664	3,832	4,333	113.1%	101.7%
営業利益	452	1,186	917	77.3%	91.8%
経常利益	447	1,193	948	79.4%	94.8%
当期純利益	250	724	593	81.9%	98.9%

販売費および一般管理費

KOMEHYO

出店、販促施策強化により 前年同期比 (連結) 422百万円増加

連結 (単位:百万円)	14/3期 2Q	15/3期 2Q	増加額	増加率
販売費	746	874	+128	117.2%
人件費	2,158	2,367	+208	109.7%
うち、給料手当	952	1,079	+127	113.4%
一般管理費	1,661	1,747	+85	105.2%
うち、地代家賃	760	817	+57	107.6%
販売費および一般管理費	4,566	4,989	+422	109.3%

単体 (単位:百万円)	14/3期 2Q	15/3期 2Q	増加額	増加率
販売費	677	878	+201	129.7%
うち、広告宣伝費	217	261	+43	120.2%
うち、販売促進費	69	106	+36	153.3%
うち、販売手数料	22	106	+83	468.7%
人件費	1,831	2,042	+210	111.5%
一般管理費	1,323	1,412	+89	106.7%
販売費および一般管理費	3,832	4,333	+500	113.1%

■販売費

- ・販売促進強化のため
広告宣伝費、及び、
販売促進費増加
- ・中古品取扱事業者に販売する
際に発生する販売手数料が
増加

■人件費

前期、今期の出店計画に伴う
人員補強により給料手当が増加

■一般管理費

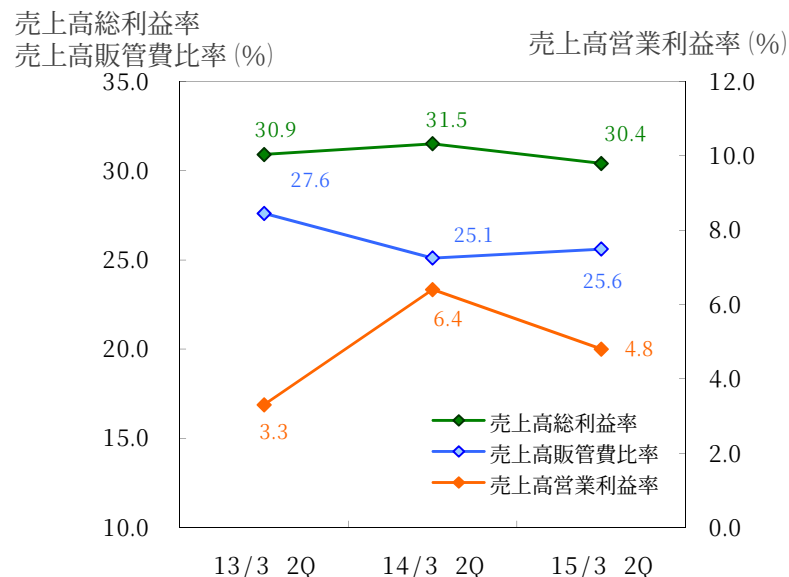
前期、今期の出店計画に伴う
地代家賃が増加

利益率の推移

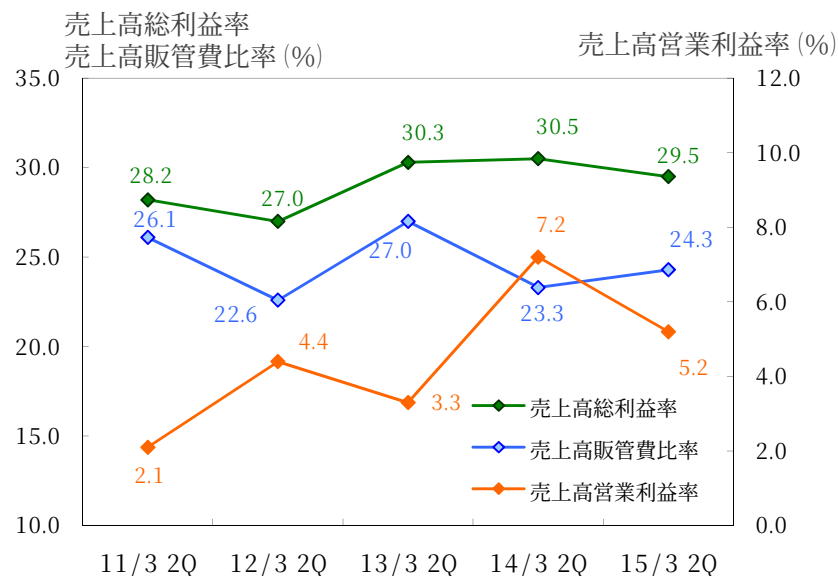
KOMEHYO

売上高総利益率 (単体) ▲1.0pt

連結



単体



■売上高総利益率

- ・比較的売上高総利益率の低位な中古品事業者への売上高比率が向上
- ・小売強化のSALE時に高額品の値下げを実施

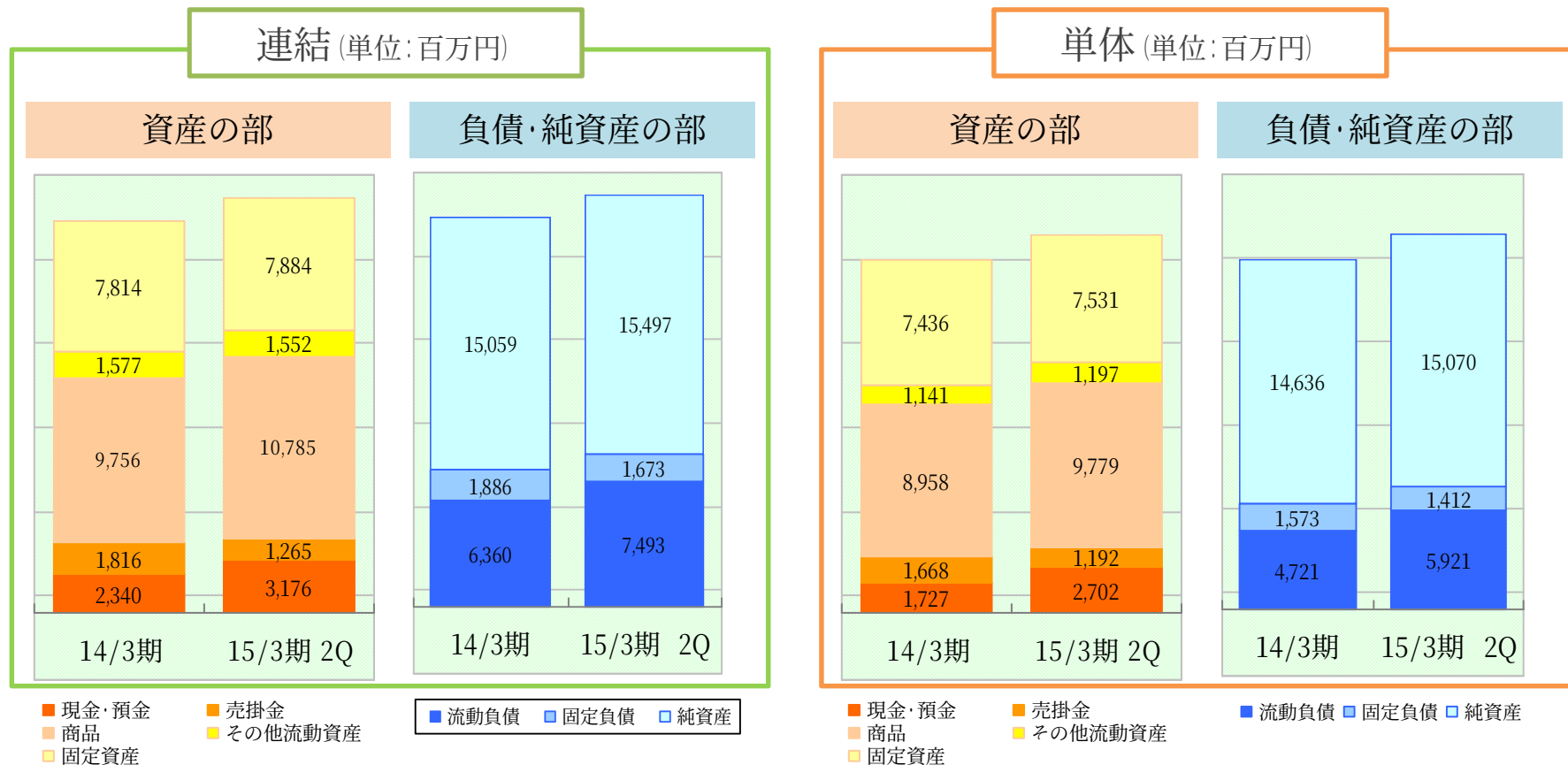
■売上高販管費比率

積極的な出店展開を可能とするため、先行して積極的に人員確保を行っており
販売費および一般管理費の増加率 (連結: 109.3%) が売上高の増加率 (連結: 107.2%) を上回る

貸借対照表概要

KOMEHYO

年末年始商戦に向け たな卸資産1,028百万円増加

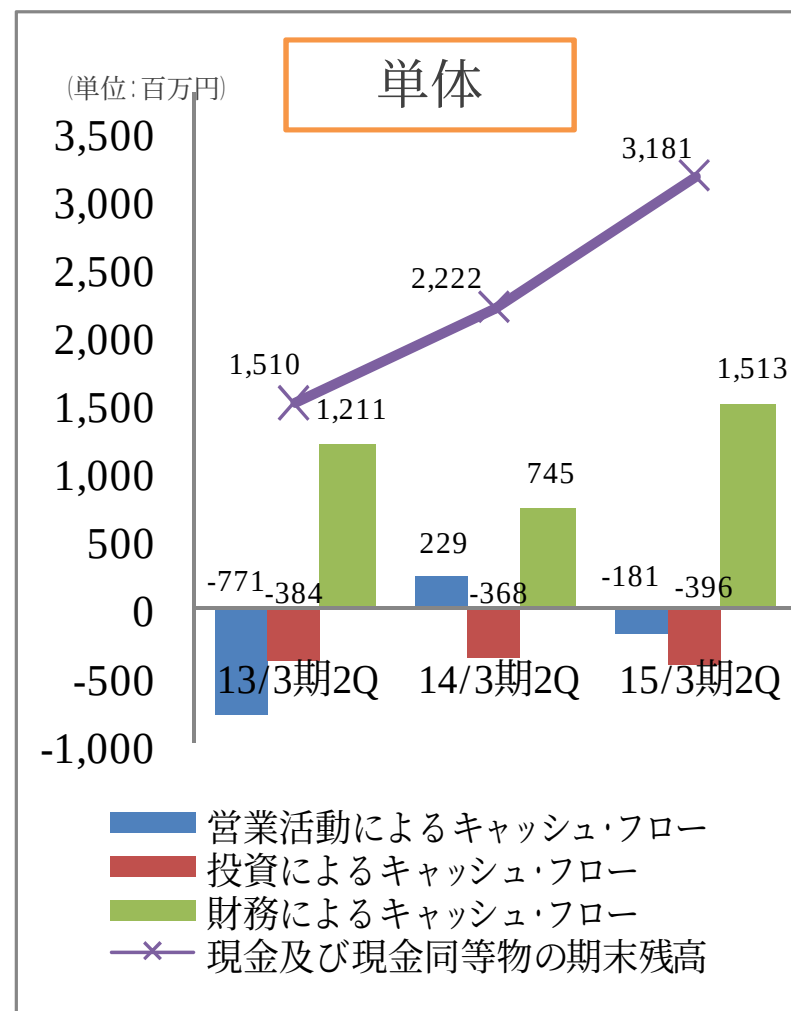
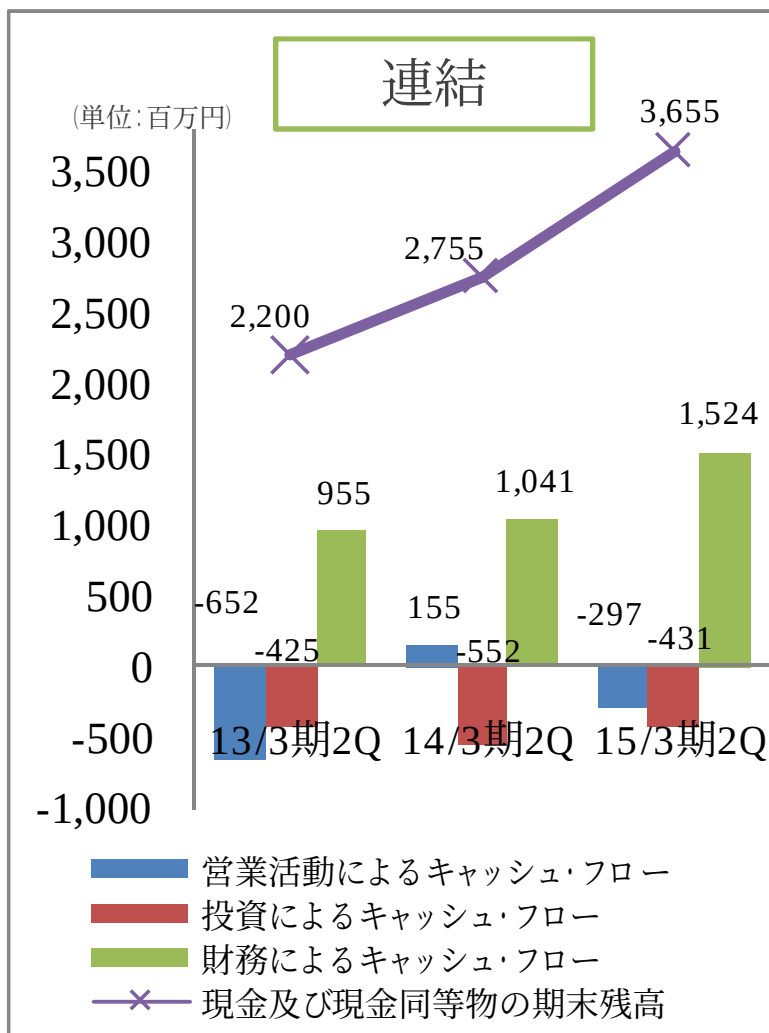


- ・年末年始商戦に向けた在庫確保のため、たな卸資産 1,028百万円増加
- ・買取強化、商品仕入れのための資金調達により、短期借入金2,000百万円増加

キャッシュ・フロー計算書

KOMEHYO

2店出店、2店リニューアル等により営業CFマイナス





下半期取り組み課題、方針への取組状況等

下半期計画、中期業績予想

第37期 下半期取り組み課題

KOMEHYO

ブランド・ファッション事業

小売	・既存店の成長 (年末・年始セール、免税販売強化) ・新宿店、銀座店営業日数増加 (定休日月2回→月1回へ)
出店	KOMEHYO、by KOMEHYO (LINK SMILE等) 積極出店 ※10/11 USED MARKET大須店OPEN
買取	・バイヤー精度向上 (スピード・成約率の向上) ・複合バイヤー (複数の商材に精通したバイヤー) 育成促進 ・宅配買取における他社との業務提携強化
WEB	・掲載商品点数の増加 ・アプリの活用
オークション	出来高の安定成長
海外	宝石・時計のB2Bの拡大
販売促進	KOMEHYOメンバーズカード会員増加

タイヤ・ホイール事業

小売	新規顧客取り込みにより、スノータイヤシーズンにおける業績確保
新事業	中古車販売拡充

通期業績予想

KOMEHYO

連結	(単位:百万円)	下半期 目標	前年 同期比	通期 計画	前期比
	売上高	22,504	102.2%	42,000	104.4%
	売上総利益	7,375	106.8%	13,300	105.3%
	販売費及び一般管理費	5,210	103.0%	10,200	105.9%
	営業利益	2,165	117.5%	3,100	103.3%
	経常利益	2,145	116.9%	3,100	103.7%
	当期純利益	1,303	115.4%	1,900	103.6%

単体	(単位:百万円)	下半期 目標	前年 同期比	通期 計画	前期比
	売上高	19,482	104.1%	37,300	106.0%
	売上総利益	6,268	109.7%	11,520	107.3%
	販売費及び一般管理費	4,386	103.8%	8,720	108.2%
	営業利益	1,882	126.5%	2,800	104.7%
	経常利益	1,841	124.5%	2,790	104.4%
	当期純利益	1,096	120.1%	1,690	103.2%

■売上高

- ・年末年始商戦、スノータイヤシーズンの販促活動に注力
- ・生命線である買取の強化
- ・出店による買取・販売の補強

■売上総利益

戦略的な価格設定(販売・買取)により、売上高総利益率の改善を図る。

基本方針への取組状況①

KOMEHYO

ブランド・ファッション事業

基本方針	施策	取組み状況
店舗運営力の強化	メンバーズカード会員の確保・エスカレーション	会員確保も行え、エスカレーション施策も好実績を残すことができているが、更なるカード会員への施策は更に精度を高めていく。
	積極出店	今期計画13店に対し現状3店の実績。下半期も積極的に取り組む。
	店舗ステージアップ	物件が出てきた段階で検討する施策。
	免税販売強化	外国人スタッフの積極採用。販促サービス・言語教育実施。重要継続課題として取り組む。
商品管理機能の強化	価格・量の適正化	コントロール体制を強化。中期的にシステムの見直しを見据え進める。
	チャネル開発	オークション、海外での売買体制の強化。その他チャネル開発にも取り組む方針。
	生産性向上	上半期はコストを維持しながら生産量増加。
ITの強化	WEB強化	WEB掲載商品量の増加、衣料WEB店スタート アプリ活用がスタートするので、更なる強化を図る。
	ITシステムの見直し	KOMEHYO ONLINE SHOP、クラフトのクラウド化実施。グループ内システムの情報の洗い出しを実施。長期課題として取り組む施策。
人財育成の強化	バイヤー育成	育成担当部署設置。今後バイヤー教育の質・スピード向上を図る。
	女性活用	女性がリーダーのプロジェクト発足。女性が活躍できる環境整備に取り組む。
	リーダー教育	上位階級に向けた研修開始。従来、若手、中堅、リーダーそれぞれに必要な教育カリキュラムを検討していく。

基本方針への取組状況②

KOMEHYO

タイヤ・ホイール事業

基本方針	施策	取組み状況
既存店の強化	プロショップとして接客レベル向上	若手社員教育システム定着
	関東エリア認知度向上	相模原店、大宮バイパス店 順調に売上高増加
中古品強化	全店での買取、下取り強化	中古品販売セット数 前期比198.3%
	中古品の業者仕入ルートの拡大	専門部署設置 中古品仕入の下支えが行える体制を構築
WEB強化	商品点数の増加、 タイムリーな相場管理	システム整備を実施、稼働状況も良好
商品開発	オリジナル商品の販売	オリジナルホイール「AXEL ARDI (アクセル アルディ)」 取扱スタート、売上高拡大を狙う
新事業	中古車販売	最大10台展示できるガレージ新設 カスタマイズカー2014年8月販売スタート

中期基本目標

KOMEHYO

ブランド・リユース事業の業界シェア拡大

(単 体)		2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期
売上高		373億円	390億円	420億円
営業利益		2,800百万円	2,880百万円	3,050百万円
営業利益率		7.5%	7.4%	7.3%
出店目標		13店舗	20店舗	- 店舗
店舗 形態	KOMEHYO (小型、買取センター)	7店舗	10店舗	- 店舗
	by KOMEHYO ・LINK SMILE ・USED MARKET	6店舗	10店舗	- 店舗

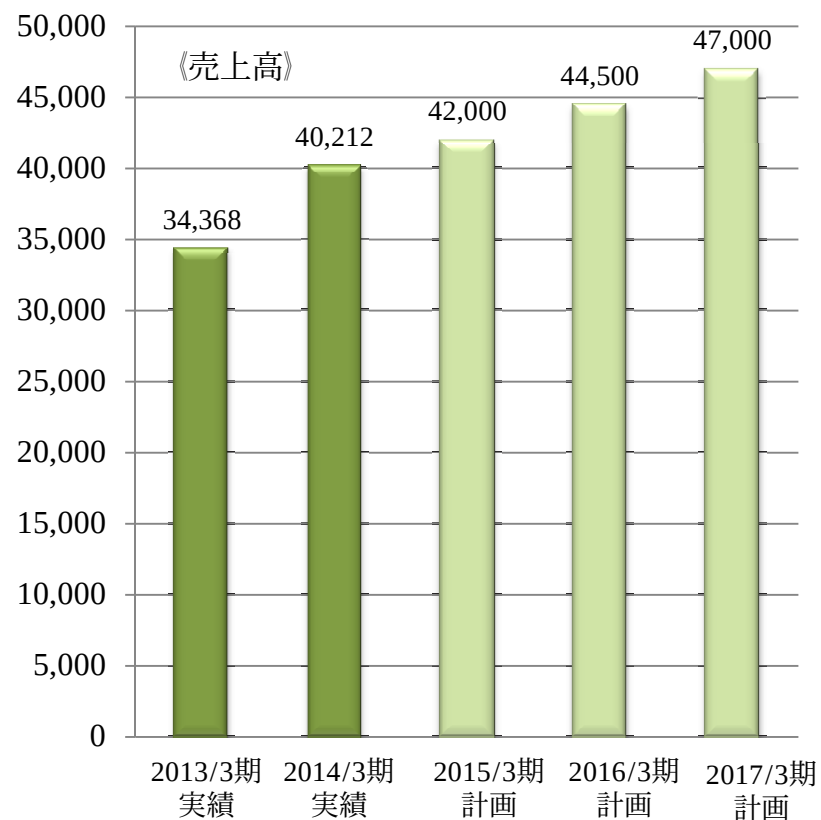
売上高計画

KOMEHYO

売上高 (連結) 470億円 (単体) 420億円

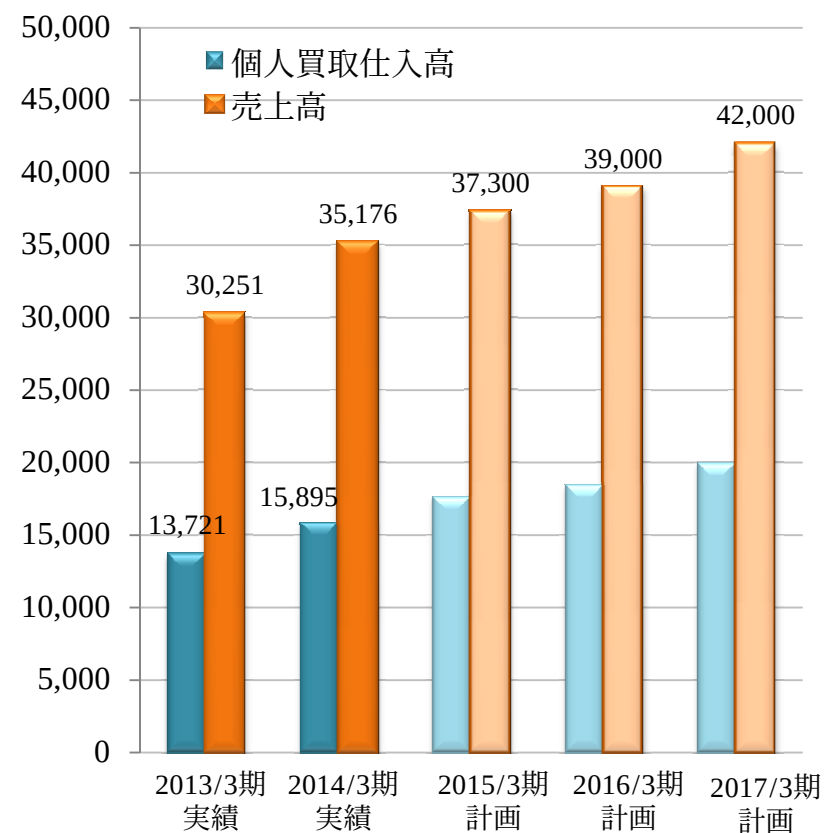
連結

[単位] 百万円



単体

[単位] 百万円

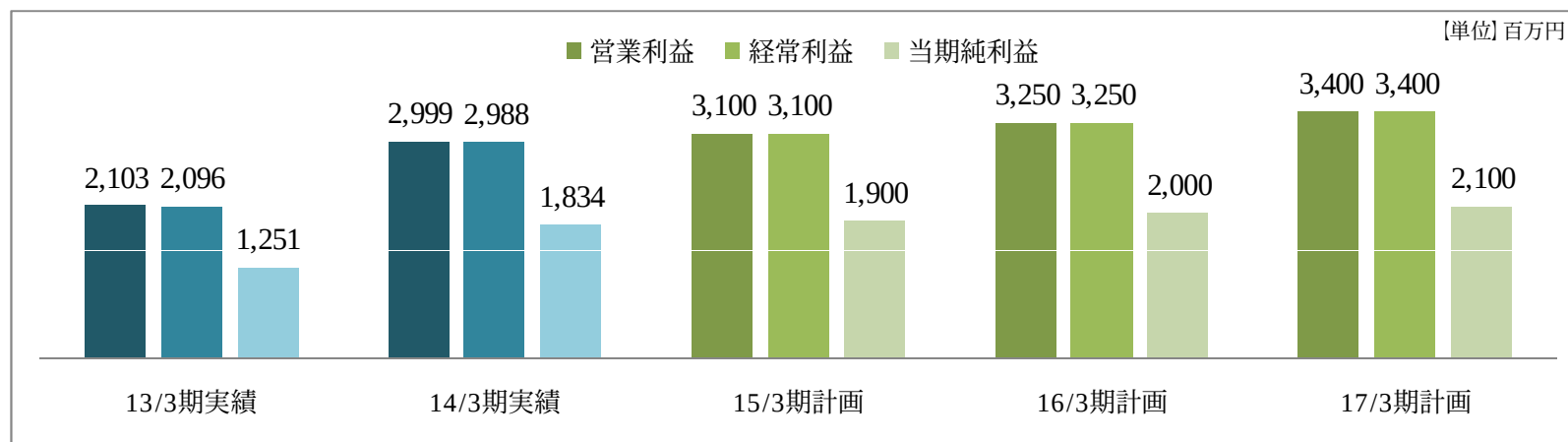


利益計画

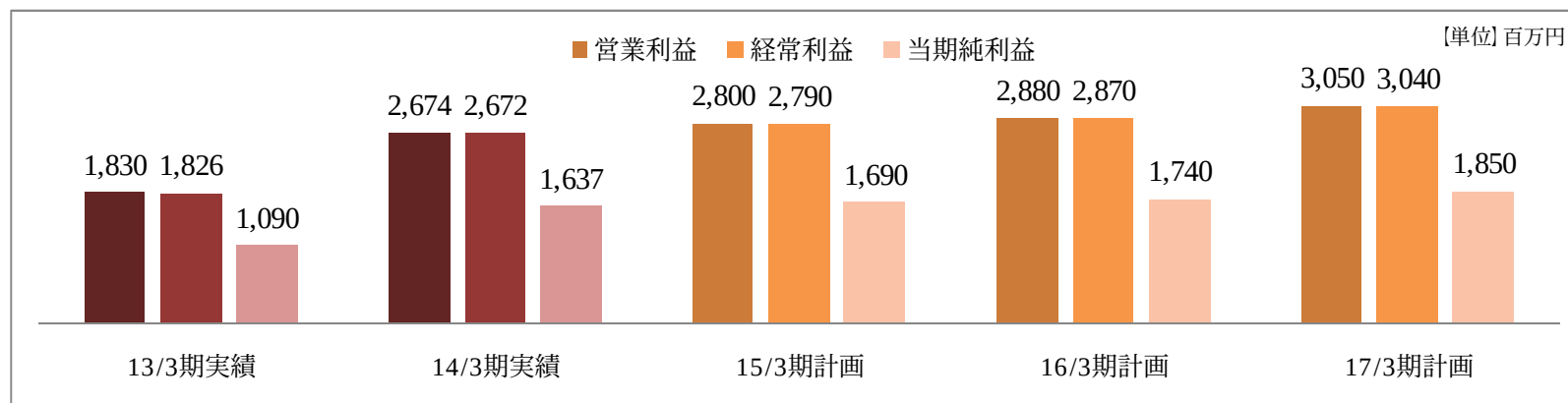
KOMEHYO

売上高増加により、安定的な増益を目指す

連結



単体



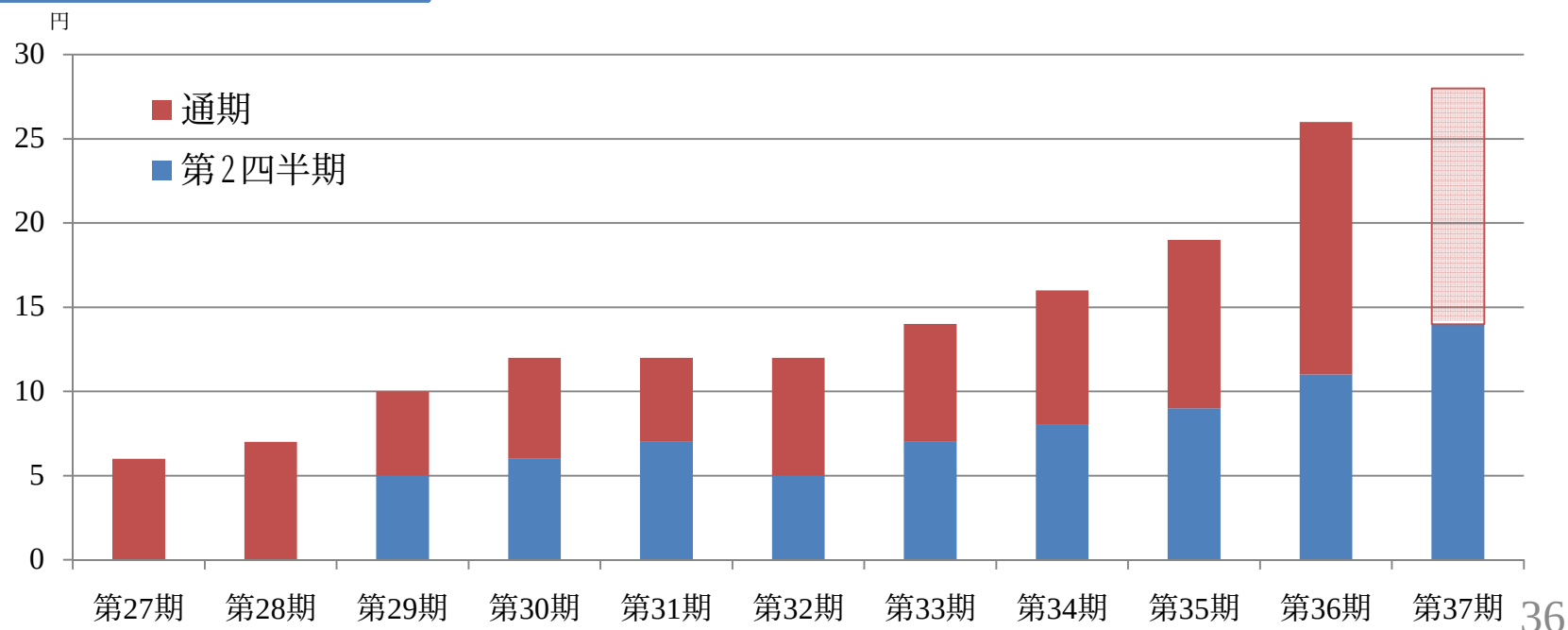
株主還元

KOMEHYO

配当政策

当社は、株主様に対する利益還元を経営戦略上の重要政策として認識しており、将来の事業展開と経営体質強化のために必要な内部留保を確保しつつ、収益やキャッシュ・フローの状況に応じて、株主の皆様に対する適切かつ安定的な配当を実施していくことを基本方針としております。

配当の状況



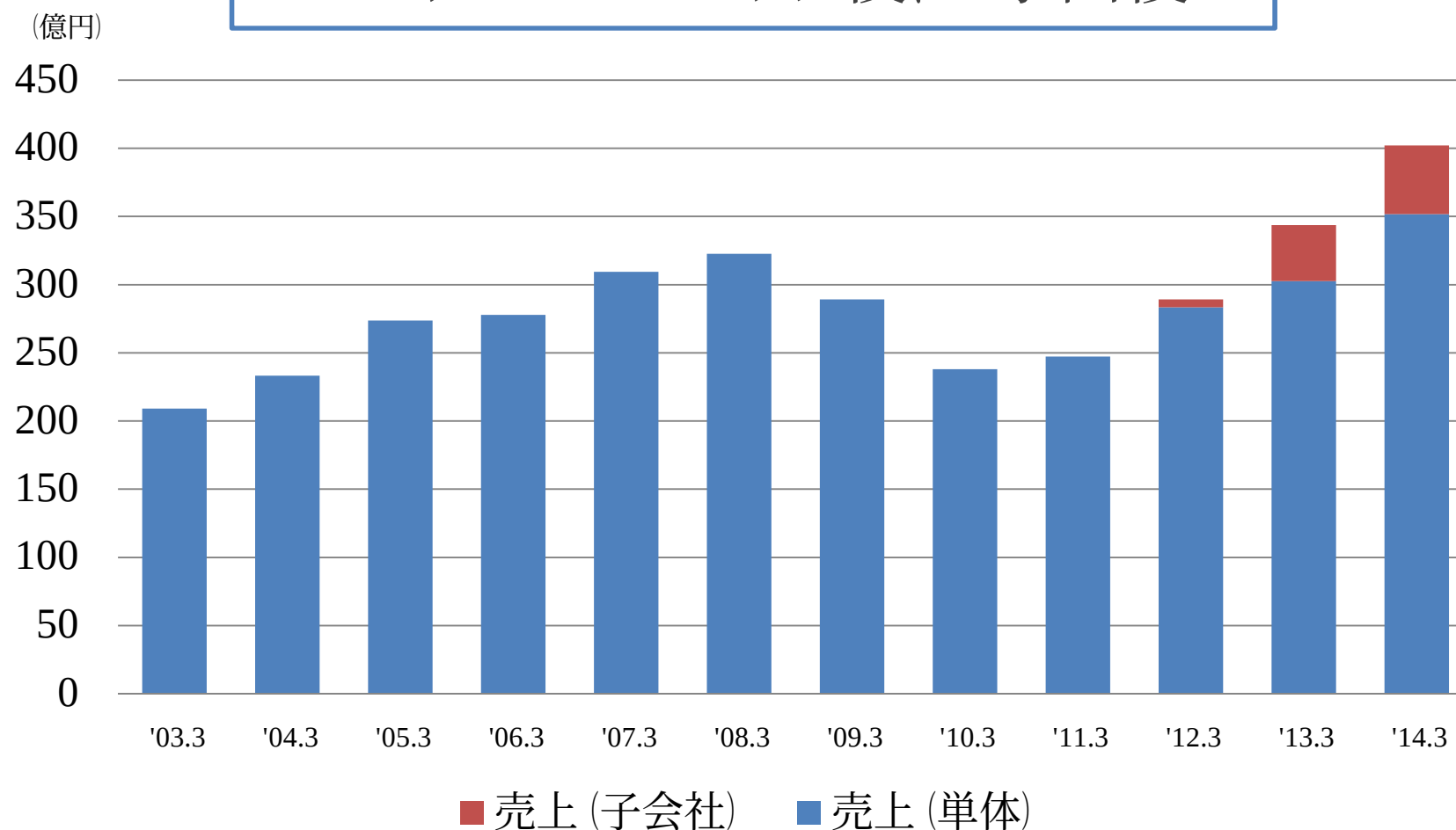


參考資料

直近12年間売上高の推移

KOMEHYO

- ・2012年3月期より連結決算
- ・リーマンショック後、V字回復



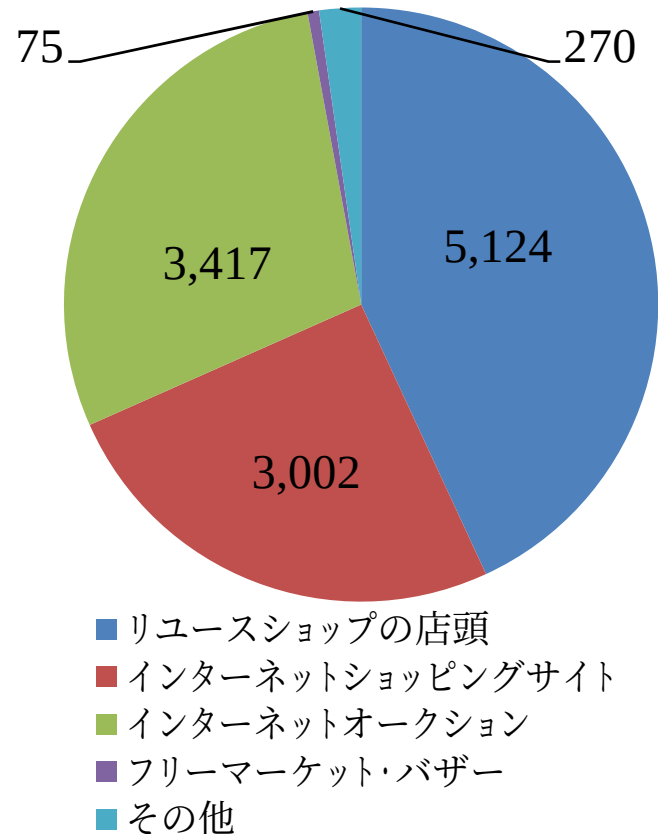
購入先別リユース市場規模、BtoC中古売上ランキング

KOMEHYO

消費者向けリユース市場規模は1.2兆円 (CtoCリユースを含む)

(出所:環境省「リユース品の流通状況・市場規模調査の実施概要(途中報告)」、「自動車」「バイク、原付バイク」除く)

購入先別リユース市場規模
(単位:億円)



2014 BtoC中古売上ランキング

順位	会社名	店舗数	中古売上高 (億円)
3位	コメ兵	30	255.9

2014 BtoC中古売上 (宝飾・ブランド品部門) ランキング

順位	会社名	宝飾・ブランド品売上高 (億円)
1位	コメ兵	252.6

2014 BtoC中古売上 (古着・服飾雑貨部門) ランキング

順位	会社名	古着・服飾雑貨売上高 (億円)
6位	コメ兵	36.1

(出所:2014年7月25日発行 リサイクル通信)

リユース業協会、環境保全活動

KOMEHYO

日本リユース業協会

「リユース」ならびに「リユース業」の社会的認知度向上および良質なリユース事業者の育成を通じ、わが国におけるリユース業界の透明性の高い健全な発展を図ることを目的として2009年4月設立。当社は設立時より参加。

環境保全・社会貢献活動

リユース (リレーユース)	当社独自の考え方『リレーユース』のもと、自らその中継地点の役割を果たすことで、社会貢献に寄与しています。
リサイクル	自社では販売できない衣類等を、業務提携をした協力会社を通じて、工業製品や再生繊維としてリサイクルするほか、古着として海外へ輸出しています。
環境保全活動	日本リユース業協会主催で環境保全活動の一環として実施される富士山清掃に取り組んでいます。
障害者 スポーツ支援	愛知県を拠点として活動する車椅子バスケットボールクラブチームの企業スポンサーとして、活動全般を応援しています。
中古衣料袋詰め イベント売上金の 寄付・協賛	本店で月に1度開催している「袋詰め衣料販売」の売上金全額を寄付・協賛する取り組みを行っています。

店舗MAP

KOMEHYO

[中部]

KOMEHYO 名古屋本店
(本館・きもの館・カメラ楽器館・買取センター大須)
KOMEHYO 名駅サンロード店
KOMEHYO 豊田店
LINK SMILE 鎌倉台店
LINK SMILE 日進竹の山店
LINK SMILE 植田山店
LINK SMILE ウイングタウン岡崎店
LINK SMILE 栄スカイル店
LINK SMILE イオンモール名古屋みなと店
LINK SMILE ラグーナ蒲郡店
LINK SMILE ヨシヅヤ名古屋名西店
USED MARKET 守山四軒家店
USED MARKET 稲沢店
USED MARKET 長野店
USED MARKET 大須店



[関東]

KOMEHYO 新宿店
KOMEHYO 銀座店
KOMEHYO 渋谷公園通り店
KOMEHYO 青山店
KOMEHYO 町田店
KOMEHYO 大宮東口店
KOMEHYO 柏東口店
KOMEHYO 買取センター渋谷
KOMEHYO 買取センター吉祥寺
KOMEHYO 買取センター原宿
KOMEHYO 買取センター横浜西口

[関西]

KOMEHYO 京都新京極店
KOMEHYO 心斎橋店
KOMEHYO ホワイティうめだ店
KOMEHYO なんばウォーク店
KOMEHYO あべの店
KOMEHYO 神戸三宮店
KOMEHYO 広島本通店

KOMEHYO

IRに関するお問い合わせ先

株式会社コメ兵
経営企画部

担当者: 鳥田 (トリタ)、興津 (オキツ)

TEL 052-249-5366