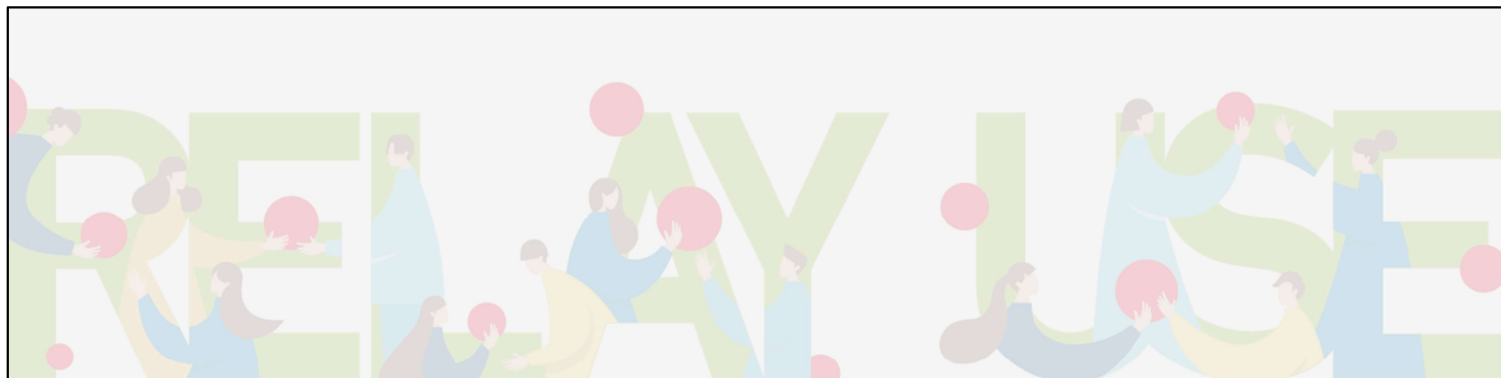




2027年3月期 第1四半期 決算説明会

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

2026年8月13日（木）
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. 1

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。

この度は、2027年3月期第1四半期の決算説明動画をご視聴いただき、
誠にありがとうございます。

これより、第1四半期の業績についてご報告いたします。

リユースから、リレーユースへ。その「価値」をつないでいく。

サーキュラーエコノミーの実現に向け、リレーユースを社会の文化へと醸成し、持続可能な社会の発展に寄与します。

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/

はじめに、私たちの企業理念についてお伝えいたします。

当社グループは、

「リレーユースを『思想』から『文化』にする。」
というVisionを掲げております。

これは、ただ単にモノを右から左へ流すリユースではなく、つくる人の想いや、モノをつなぐ人の想いを大切に、次に使う人へその価値をしっかりと伝承していくという、当社独自の概念です。

このリレーユースを社会の当たり前、つまり『文化』へと醸成することで、持続可能な循環型社会の発展に寄与していく。

これが 当社グループの存在意義であり、すべての事業成長の起点となっております。

2027年3月期 第1四半期 決算サマリー

2027年3月期第1四半期 連結決算

個人買取額（連結） 30,438 百万円 前年同期比 136.5%	連結売上高 65,820 百万円 前年同期比 142.7%	連結営業利益 3,533 百万円 前年同期比 399.8%	連結経常利益 3,334 百万円 前年同期比 511.2%	親会社株主に帰属する 四半期純利益 2,081 百万円 前年同期比 589.0%
連結売上高の内訳		店舗数		
小売比率 46.1 % 前年同期比 +3.3pt	海外比率 16.6 % 前年同期比 +2.6pt	国内免税比率 16.6 % 前年同期比 +3.3pt	グループ全店 347 店舗	
国内店舗			国内店舗	海外店舗
304 店舗			販売店 13 買取専門店 228 買取併設販売店 63	43 店舗 (6カ国／地域) 販売店 13 買取専門店 2 買取併設販売店 28

それでは、当第1四半期の連結サマリーに移ります。

連結売上高は、
前年同期比142.7%の658億2千万円

連結営業利益は、
前年同期比399.8%の35億3300万円と、
大幅な増益を達成いたしました。

また、事業の仕入力を示す個人買取額は、
前年同期比136.5%の304億3800万円と、
四半期ベースで過去最高を更新いたしました。

店舗数は、国内外含め347店舗となり、グローバルで着実にネットワークを拡大しております。

2027年3月期 第1四半期の評価

前期末に掲げた「個人買取の強化」と「小売ファースト」の推進により、四半期として過去最高の個人買取額及び売上高を達成
販管費の増加分を売上総利益の伸びで吸収し、各段階利益は大幅な増益を記録

■ 主要商材の相場動向

評 価		実 績	
 JEWELRY	仕入 ★★★★	個人買取額 前年同期比 136.5%	・ 四半期ベースで過去最高の買取額 ・ 買取専門店・買取併設販売店の新規出店は順調 ・ 買取施策や顧客エンゲージメントの強化が奏功し、既存店が個人買取額全体の成長を牽引 ・ 依然高値圏で推移している金地金やブランド各社の定価改定に加え、円安・株高を背景とした国内外の旺盛な需要が継続
	売上高 ★★★★	前年同期比 142.7%	・ 四半期ベースで過去最高の売上高 ・ 小売比率：46.1%（前年同期比：+3.3pt） ・ 免税売上高の前年同期比：178.0% ・ 好調な買取と前期から持ち越した良質な在庫を活用し、小売・法人販売ともに順調に推移 ・ 前期出店した旗艦店や販売店舗がフルで寄与
	売上総利益率※ ★★★☆☆	前年同期比 +0.6pt※	・ 売上総利益率：21.9% ・ 利益率の高い個人買取品を小売ファーストで供給し、売上総利益率の改善に寄与 ・ 法人販売の利益率は計画を下回ったものの、小売の伸長により売上総利益率は前年同期比+0.6pt改善
	販管費率 ★★★★	前年同期比 △2.9pt (改善)	・ 売上高販管費率：16.5% ・ 買取・販売強化に向けた投資や将来の成長に向けた投資を継続 ・ 大幅な増収に伴うスケールメリットにより販管費率は低下
	営業利益 ★★★★	前年同期比 399.8%	・ 営業利益率：5.4%（前年同期比：+3.5pt） ・ 販管費の増加分を売上総利益の増加が大幅に吸収し、営業利益は大幅に拡大
 WATCH	4月末から5月にかけての為替変動に伴い軟調相場となったものの、6月の円安進行や主要ブランドの定価改定により一部復調		
 BAG	例年はト落傾向となる時期だが、今期はインバウンド好調に伴う在庫不足の影響を受け、5月まで高水準な相場を維持。6月以降は在庫の供給不足が落ち着き、緩やかな下落傾向へ移行したものの、前期と比較して高い相場水準を維持		
 FASHION	国内外で需要が高い商品の相場上昇が買取・販売双方を力強く牽引。その他、人気商品を中心に堅調に推移		

※ 売上総利益率の前年同期比は、当期及び前期それぞれの売上総利益率（小数第2位を四捨五入）の差分として算出

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 4

当第1四半期の総合評価についてです。

複雑な相場環境の中、当社はただ外部環境の恩恵を受けたわけではありません。

前期末に掲げた「個人買取の強化」と「小売ファースト」の推進が、高いレベルで実を結んでおります。

仕入面では、買取専門店等の新規出店が順調に進捗したことに加え、既存店における集客・顧客エンゲージメントの強化が奏功し、既存店が個人買取額全体の成長を強力に牽引いたしました。

販売面においても、前期仕入れた良質な在庫の活用や、前期出店の店舗貢献もあり、売上高は増収を達成いたしました。

さらに、利益率が高く、お客様のエンゲージメントにつながる「小売」での販売を徹底したことで、各段階利益で増益を達成することができました。

外部環境としては、金地金の高値圏での推移、主要ブランドの定価改定、ならびに円安・株高を背景とした国内外の旺盛なリユース需要が見られましたが、それをチャンスと捉え、買取・販売ともにしっかりと結びつけ

られたことが今回の結果につながっております。

ブランド・ファッション事業 2027年3月期 第2四半期の想定

- ・ 好調な個人買取と良質な在庫を背景に、第2四半期も小売主導による売上高の拡大が継続する見通し
- ・ 積極的な成長投資を継続しつつも、相場変動リスクに対しては機動的な法人販売の活用でダウンサイドリスクを軽減し、通期計画の達成を目指す

■ 主要商材の相場予測動向

	ブランドジュエリーや海外需要が下支え 【金・ブランドジュエリー】 地政学リスク等を背景に金相場の変動が懸念されるものの、定価改定や海外需要を背景にブランドジュエリーは堅調に推移する見通し 【ダイヤモンド】 季節的な閑散期にあたるため、相場は軟調に推移する傾向
	定価改定等を背景に、相場は堅調に推移 一部の人気モデルでやや軟調な推移が見られており、急激な円高局面における相場下落リスクや地政学リスク等については、引き続き慎重に注視
	人気モデルを中心に、高値安定を見込む 主要ブランドの定価改定等の影響もあり、人気モデルを中心に市場全体の流通量が限定的であることから、需要の高い商品は高値安定で推移する見通し。一方で、例年通り9月の端境期に向けて全体的には相場が下落基調となる傾向を想定
	高価格帯アイテムやヴィンテージ商品が相場を牽引 一部のブランドの暖やかな高騰は継続する見通しであり、高価格帯アイテムを中心に相場の高止まりが続く見込み。また、ヴィンテージ商品の需要は増加傾向にあり、相場は堅調に推移する見通し

■ 第2四半期の見込み

	実績予測	前年同期比イメージ
仕入	・ 買取専門店等の積極的な出店や既存店の施策により、個人買取は引き続き堅調に推移 ・ 金相場の高値圏推移に伴う金地金の買取に加え、主要ブランドの定価改定等を追い風とした良質な在庫の確保が順調 ・ 下期の需要期を見据え、相場変動リスクを管理しながら在庫確保を推進	
売上高	・ 潤沢な在庫と個人買取を背景に、小売を中心に引き続き堅調に推移する見通し ・ 主要ブランドの定価改定や国内外の旺盛な需要が下支えとなり、高水準の売上規模を維持 ・ 小売への優先供給を軸としつつ、各商材の相場動向や金相場の変動に応じ、法人販売を機動的に活用して売上高の最大化を図る	
売上総利益率	・ 利益率の高い個人買取の強化及び小売への優先配分に注力 ・ 一方で、金相場の変動に伴う金地金の買取増加や商材の相場下落、小売が減速し法人販売の割合が増加した場合、計画を下回る可能性	
販管費率	・ 効率的な店舗運営と適切な経費コントロールにより、成長投資と高い収益性の両立を継続 ・ 中長期的な規模拡大を見据え、人的資本の拡充（採用・育成）やブランディング、プロモーション施策への追加投資を実施 ・ グループ間のDB統合やITインフラへの投資を推進	
営業利益	・ 個人買取及び小売の強化により売上総利益額を積み上げ、適切な経費コントロールの両立で営業利益を着実に確保	

続いて、中核事業のブランド・ファッション事業における「第2四半期の見通しと想定」についてご説明いたします。

仕入・販売の全体感として、第1四半期に過去最高を記録した「好調な個人買取」と、それによって確保した「良質かつ豊富な在庫」を背景に、第2四半期におきましても小売主導による売上高の拡大が継続すると見込んでおります。

主要商材の相場動向については、各ブランドの相次ぐ定価改定などの影響を受け、需要の高い商材を中心に、堅調に推移すると想定しております。

一方で、リユース業界の季節サイクルに伴い、相場が一時的に軟調になる可能性をはじめ、急激な為替変動や地政学リスク等による相場下落のリスクにつきましては、引き続き慎重に注視してまいります。

そのような環境下でも「小売」への優先供給を軸としつつ、自社オークションを筆頭とする「法人販売」を機動的に組み合わせることで、在庫回転を維持しながらダウンサイドリスクを最小限に軽減するオペレーションを敷いております。

積極的な成長投資の手は緩めず、一方で相場コントロールによる利益確保を徹底し、上期、そして通期計画の確実な達成へ向けて、積極的に事業を展開してまいります。

目次

1. 2027年3月期 第1四半期 連結業績	P.7
2. 2027年3月期 第1四半期 セグメント概況	P.17
3. 今後の取り組み	P.28

本日は、こちらのアジェンダに沿ってご説明いたします。

1. 2027年3月期 第1四半期 連結業績

7

はじめに、2027年3月期第1四半期の連結業績の詳細について
ご報告いたします。

連結損益計算書

売上高は前年同期比142.7%と伸長し、四半期ベースで過去最高を更新

売上総利益の大幅な積み上げが販管費の増加分を吸収し、営業利益は前年同期比約4倍へ拡大

(単位：百万円)	2025.3-1Q	2026.3-1Q	2027.3-1Q	増減	前年同期比	計画進捗率※
売上高	33,499	46,120	65,820	19,700	142.7%	26.1%
売上総利益	8,579	9,841	14,382	4,541	146.1%	—
売上総利益率	25.6%	21.3%	21.9%	+0.6pt	—	—
販売費及び一般管理費	6,442	8,958	10,849	1,891	121.1%	—
営業利益	2,137	883	3,533	2,649	399.8%	32.7%
営業利益率	6.4%	1.9%	5.4%	+3.5pt	—	—
経常利益	2,186	652	3,334	2,682	511.2%	34.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,412	353	2,081	1,727	589.0%	35.6%

※ 2026年5月14日開示の2027年3月期通期計画に対する進捗率

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 8

連結損益計算書の状況についてはご覧の通りです。

売上高は、前年同期比142.7%と伸長し、四半期ベースで過去最高を更新いたしました。

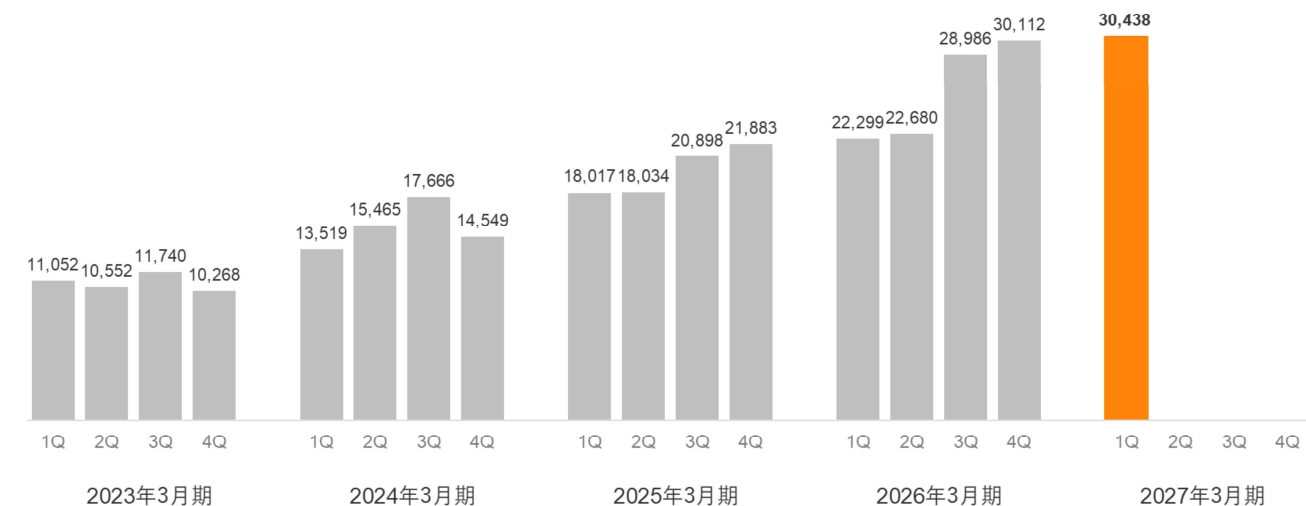
利益率の高い個人買取品を優先的に小売へ供給する「小売ファースト」の徹底により、売上総利益率は、前年から0.6ポイント改善。

成長投資を継続しながらも、大幅な増収に伴うスケールメリットの発揮により、各段階利益で大幅な増益を記録いたしました。

個人買取額（連結）の推移

買取専門店の継続的な出店と既存店の着実な成長により、良質な在庫を豊富に確保
個人買取額は前年同期比136.5%を記録し、過去最高額を更新

（単位：百万円）



※ 個人買取額の経路：店舗買取、出張買取、イベント買取、宅配買取

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 9

当社グループの競争優位性の源泉、かつ事業の原動力である「個人買取額」の推移でございます。

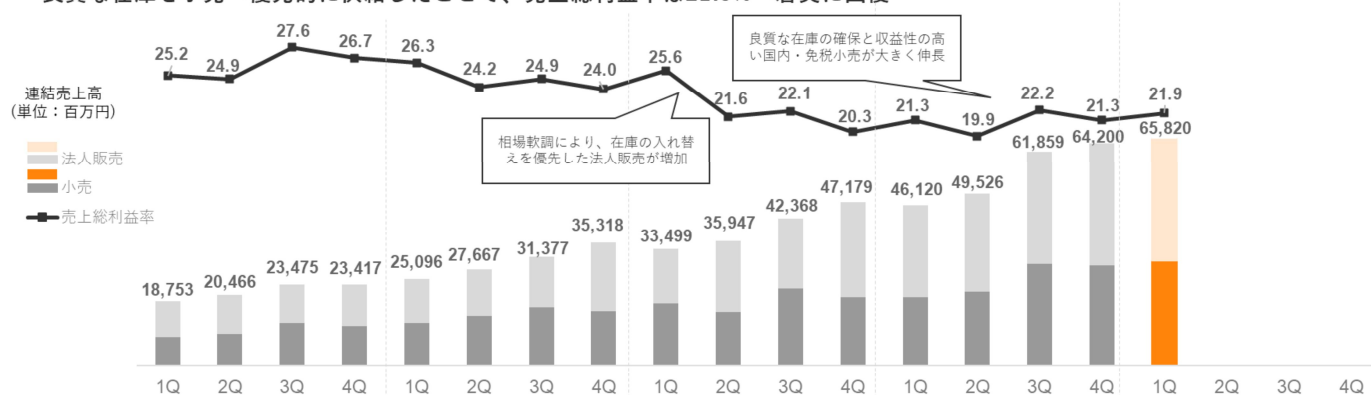
買取専門店等の継続的な新規出店効果に加え、既存店におけるプロモーションの強化や買取キャンペーン、SEO対策といったデジタルマーケティング施策の効果が 既存店全体の買取力を押し上げた結果、四半期ベースで過去最高額を更新いたしました。

お客様から直接、良質な品物を安定的に買い取れる力こそが、当社グループの収益性と競争力の最大の源泉です。

連結売上高と売上総利益率の推移

個人買取の拡大を起点に、小売・法人販売ともに伸長

良質な在庫を小売へ優先的に供給したことで、売上総利益率は21.9%へ着実に回復



	2023年3月期				2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期				2027年3月期			
小売比率※1	43.2%	43.8%	51.7%	47.6%	48.2%	50.8%	53.1%	43.7%	52.8%	42.5%	52.6%	41.9%	42.8%	43.4%	47.3%	45.1%	46.1%			
免税比率※2	5.0%	3.8%	8.8%	9.9%	12.3%	10.4%	16.0%	10.8%	18.4%	14.8%	13.3%	12.6%	13.3%	12.9%	16.4%	15.3%	16.6%			

※1 小売比率は、小売額/連結売上高で算出（小売売上には免税販売額を含む）

※2 免税比率は、国内免税売上高/連結売上高で算出

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 10

連結売上高と売上総利益率の四半期推移でございます。

売上高は、「小売」「法人販売」とともに、前年同期より大きく伸長しております。

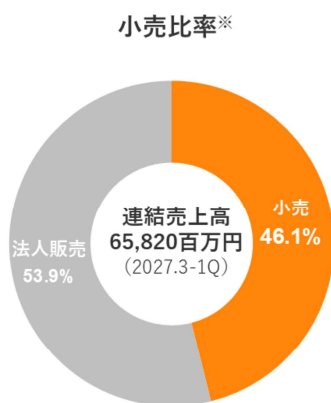
なお、小売の需要を上回る在庫や、相場変動リスクが懸念されるアイテム、またインゴット等の金地金については、当社の誇るマルチな「法人販売チャネル」を活用し、早期に流動化・利益確定を行うことで、在庫鮮度とキャッシュ効率の最大化、および価格下落リスクの徹底的な排除を実現しております。

連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

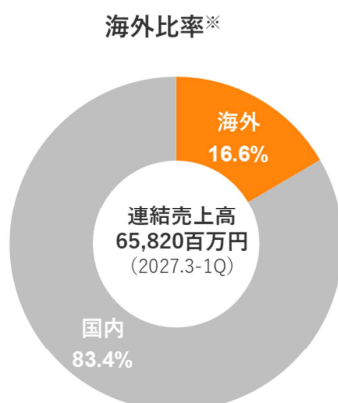
【小売】国内外での出店加速と小売ファーストの在庫供給により、小売販売額は着実に伸長

【海外】アジア圏を中心とした積極的な出店と各エリアでの事業拡大によりブランド認知が向上し、売上高の拡大に寄与

【免税】多様な国・地域からの旺盛なインバウンド需要を確実に捕捉し、国内免税比率は16.6%（前年同期比+3.3pt）へ拡大

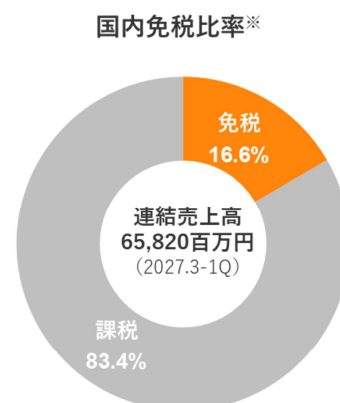


※「法人販売」にはオークション手数料を含む



※「海外」に国内の免税販売等は含まない

※ 海外比率は、(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



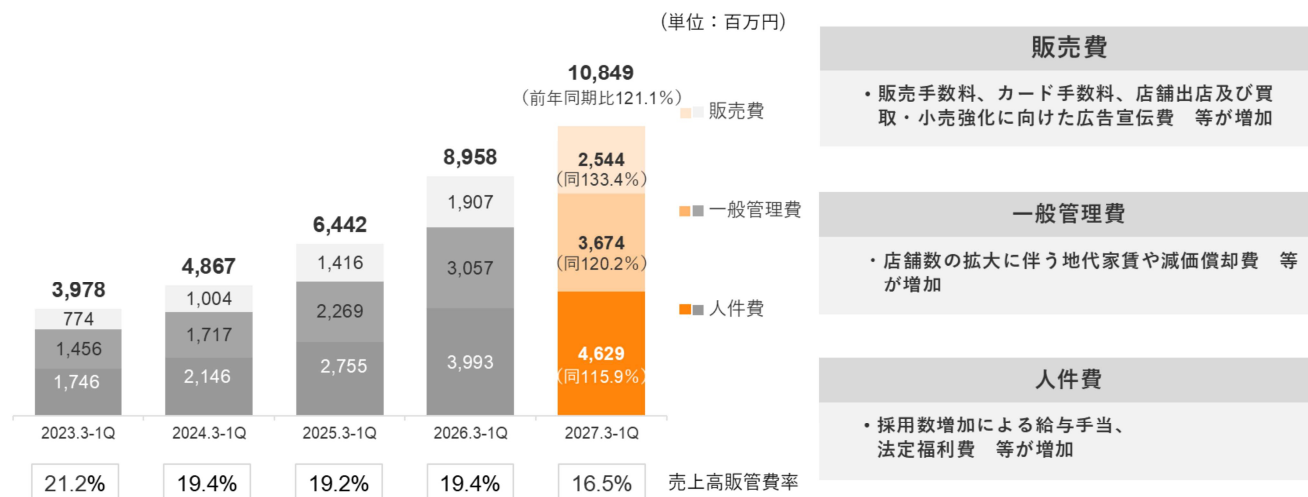
※国内免税比率は、国内免税売上高/連結売上高で算出

売上構成の内訳についてはご覧の通りです。

アジアを中心とした積極的な出店によるブランド認知の向上や、国内外の旺盛な需要を 主要店舗およびEC連携で着実に捉えた結果、「小売比率」に加え、「海外比率」ならびに「国内免税比率」のいずれも拡大を果たす成果につながっております。

販売費及び一般管理費の推移

店舗出店や集客・販売促進への投資を加速したことで、販管費が前年同期比121.1%と伸長
成長投資の継続により販管費全体は増加したものの、事業拡大に伴うスケールメリットにより売上高販管費率は16.5%
(△2.9pt)へ低下



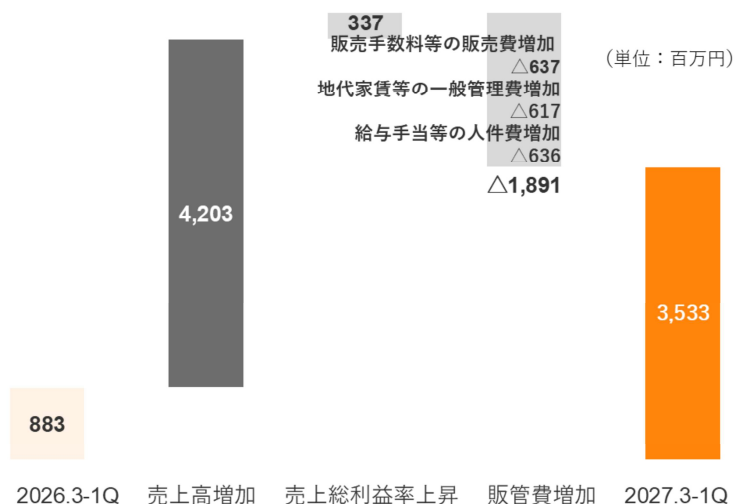
販管費の状況と、その中身についてはご覧の通りです。

中長期の成長に向けた積極投資の手は緩めておりませんが、売上高の拡大に伴うスケールメリットにより、売上高販管費率は前年同期比で2.9ポイント低下いたしました。

効率的な運営と適切なコストマネジメントが機能している実態と評価しております。

連結営業利益の分析

個人買取の強化と小売ファーストの徹底により、売上総利益が拡大
販管費の増加分を売上総利益で吸収し、営業利益は大幅に伸長



売上高

- ・個人買取の強化により、良質な在庫が充実
- ・小売・法人販売ともに伸長

売上総利益率

- ・小売ファーストの徹底により、高利益率の個人買取品を優先供給し、売上総利益率が改善
- ・小売需要を上回る在庫については、法人販売で早期に流動化・利益確定を行い、売上総利益の積み増しに成功

販管費

- ・ベースアップや採用増による給与手当の増加
- ・買取・小売強化に向けた広告宣伝費の増加
- ・出店に伴う地代家賃等の増加
- ・売上高増加に伴う販売手数料等の増加

連結営業利益について、前年同期からの増減要因の分析でございます。

前年の8億8300万円から、当四半期は35億3300万円へと大幅な増益を達成いたしました。

その要因分析ですが、まず、個人買取の好調による大幅な増収効果が利益を42億300万円押し上げました。

一方で、将来の成長に向けた投資として、販管費が合計18億9100万円増加しております。

積極的な投資を実行しつつも、それをはるかに上回る仕入・販売ボリュームの拡大を実現したことで、投資額を吸収した健全な利益成長の構造となっております。

営業外損益／特別損益

成長投資に伴う支払利息等の営業外費用が発生したものの、好調な本業利益により十分に吸収
経常利益は前年同期比511.2%、親会社株主に帰属する四半期純利益は同589.0%と大幅増益を達成し、通期計画に対しても高進
捗で十分な利益を確保

(単位：百万円)



営業外損益および特別損益の概況でございます。

当四半期は、在庫確保や店舗出店に備えた借入により、支払利息を含む営業外費用が2億9000万円発生いたしました。

しかしながら、本業の高い収益力が、成長のための調達コスト等を十分に吸収しております。

連結貸借対照表の概況

積極的な仕入により、将来の売上原資となる棚卸資産が順調に拡大
在庫確保に伴う借入増で有利子負債は増加したものの、現預金と流動性の高い棚卸資産で十分カバーされており
財務健全性を高く維持

(単位：百万円)	2026年3月	2027.3-1Q	増減
流動資産	85,697	91,914	6,217
現金及び預金	19,790	20,224	434
棚卸資産	50,046	54,083	4,036
その他	15,860	17,606	1,746
固定資産	23,483	24,217	733
総資産	109,181	116,132	6,951
負債	71,353	76,670	5,316
有利子負債	59,930	65,180	5,250
その他	11,426	11,489	65
純資産	37,827	39,462	1,635
負債・純資産合計	109,181	116,132	6,951

- ・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+流動性の高い棚卸資産 > 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借入金で賄う

純資産

- ・着実な利益計上により、配当支払い等を吸収し純資産は増加

連結貸借対照表はご覧の通りです。

総資産は1161億3200万円となり、前期末から69億5100万円増加いたしました。

この主な要因は、販売の原資となる「棚卸資産」が前期末より40億3600万円増加し、540億8300万円となったことです。

この潤沢な在庫確保を短期借入金で賄った結果、有利子負債は52億5000万円増加の651億8000万円となりました。

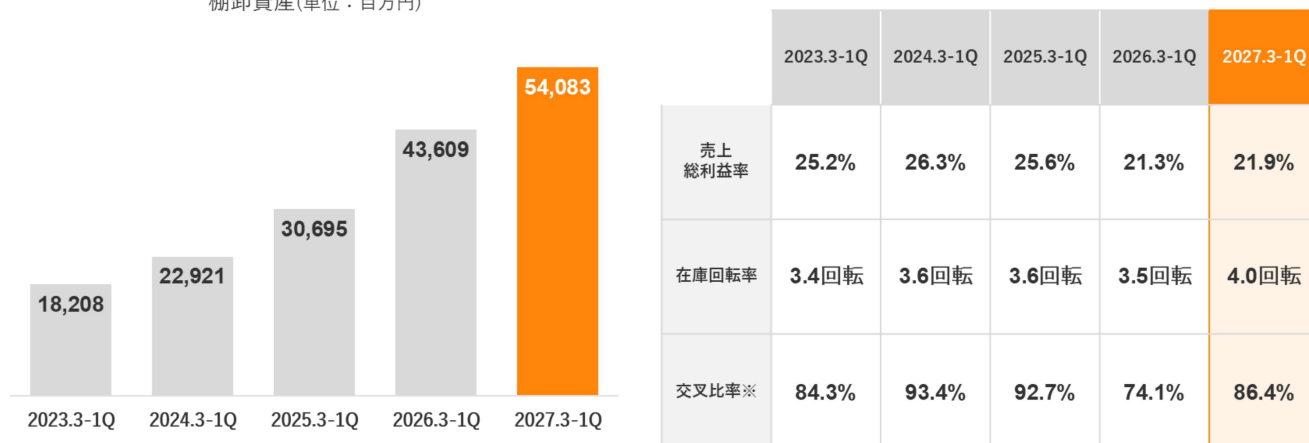
有利子負債の拡大を懸念される声もございますが、当社の棚卸資産は非常に流動性が高く、即座に市場でキャッシュ化が可能です。

こうした棚卸資産と現預金の合計額が有利子負債を大幅に上回って推移していることから、財務の健全性は十分に維持されており、リスクは極めて限定的であると考えております。

在庫回転

小売強化に向けた在庫確保を継続するも、販売好調により在庫回転率は改善
適切な在庫確保を進めつつ、利益率と商品回転の最適化を通じた交叉比率の向上を目指す

棚卸資産(単位：百万円)



※ 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

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 16

在庫の効率性を示す、在庫回転の推移でございます。

小売が好調に推移した結果、在庫回転率は前年の3.5回転から当四半期は4回転へと改善いたしました。

さらに、売上総利益率と在庫回転率を掛け合わせた「交叉比率」は、前年の74.1%から86.4%へと、急回復しております。

市場のニーズに沿った鮮度の高い在庫を適切に確保しつつ、スピーディーに販売へ繋げるという好循環で、理想的な在庫マネジメントが実現できております。

2. 2027年3月期 第1四半期 セグメント概況

17

続いて 第2部、セグメント概況について
ご説明いたします。

2027年3月期 第1四半期 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

30,402 百万円

前年同期比
136.6%

売上高

64,269 百万円

前年同期比
143.6%

営業利益

3,379 百万円

前年同期比
433.6%

タイヤ・ホイール事業（TW事業）

売上高

1,540 百万円

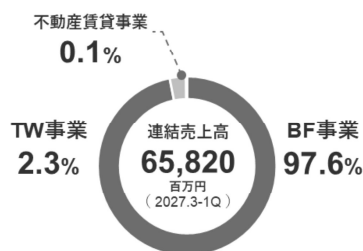
前年同期比
113.4%

営業利益

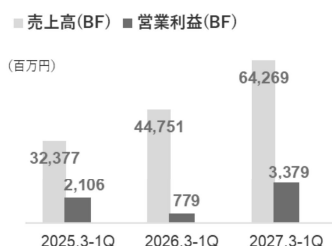
27 百万円

前年同期比
70.4%

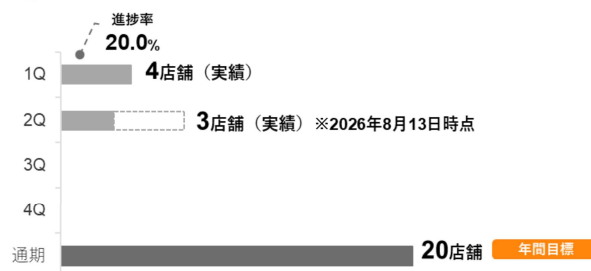
売上高構成比



BF事業 業績推移



BF事業 国内買取専門店の出店実績 KOMEHYO



※ 為替換算等の影響により、月次売上高との差異あり

はじめに、セグメント別のサマリーでございます。

ブランド・ファッション事業の売上高は、前年同期比143.6%の 642億6900万円となり、連結売上高に占める構成比は97.6%でございます。

営業利益は、前年同期比433.6%と、連結全体の収益成長を牽引いたしました。

一方、タイヤ・ホイール事業は増収減益となりました。

2027年3月期 第1四半期 セグメント別 決算概況

ブランド・ファッション事業の売上高は前年同期比143.6%、営業利益は同433.6%となり、大幅な増収増益を達成
 タイヤ・ホイール事業の売上高は前年同期比113.4%と増収を確保した一方で、成長投資等の影響により減益

(単位：百万円)		2025.3-1Q	2026.3-1Q	2027.3-1Q	増減	前年同期比
ブランド・ファッション	売上高	32,377	44,751	64,269	19,518	143.6%
	営業利益	2,106	779	3,379	2,600	433.6%
	営業利益率※2	6.5%	1.7%	5.3%	+3.6pt	-
タイヤ・ホイール	売上高	1,111	1,359	1,540	181	113.4%
	営業利益又は 営業損失(△)	△3	38	27	△11	70.4%
	営業利益率※2	-	2.9%	1.8%	△1.1pt	-
不動産賃貸	売上高	82	91	91	0	100.2%
	営業利益	27	31	30	△1	96.7%
	営業利益率※2	33.2%	34.1%	33.0%	△1.1pt	-

※1 調整額：売上高△81百万円、営業利益96百万円

※2 営業利益率の前年同期比は、当期及び前期それぞれの営業利益率（小数第2位を四捨五入）の差分として算出

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 19

セグメント別の損益数値をまとめた表です。

ブランド・ファッション事業は、大幅な増収増益を達成。

タイヤ・ホイール事業は、増収を確保しつつも、成長投資等の影響により、営業利益率は1.8%の着地となりました。

不動産賃貸事業については、売上高・利益ともに、計画通り安定した推移を継続しております。

BF事業 | コメ兵の経路別仕入・販売実績 KOMEHYO

- ・ 好調な個人買取と前期から繰り越した良質な在庫を、優先的に小売へ供給。顧客との継続的なエンゲージメント構築により、LTVの最大化を推進
- ・ 効率的に法人販売を活用することで相場動向に迅速に対応し、在庫鮮度を維持。さらに、小売供給分を上回る在庫についても機動的に法人販売へ展開したことで、計画を上回る業績推移を達成



©Komehyo Holdings Co., Ltd. 20

ここで、グループの主要会社である「株式会社コメ兵」における、経路別の仕入および販売実績の実態をご報告いたします。

まず、「仕入」については、仕入額全体に占める「個人買取」の構成比が、前年同期から2ポイント上昇し、65%へ拡大いたしました。

買取専門店の出店や既存店の着実な成長により、利益の源泉となる経路を自社主導で着実に拡大できております。

一方の「法人仕入れ」につきましては、構成比35%と微減しておりますが、店舗の魅力向上や豊富な品揃えに寄与しており、適切なバランスでコントロールできております。

続いて、「販売」の実績です。

売上高に占める「小売」の構成比は、前年同期から3ポイント上昇し、40%へ拡大いたしました。

当社が推進する「小売ファースト」の効果が数字となって表れており、グループ全体の売上総利益率の改善を力強く支えております。

一方で、売上の60%を占める「法人販売」につきましては、在庫の滞留

を防ぎ、手元資金を効率的に回収するための強力な販売チャネルとして稼働しております。

さらに、この法人販売において自社オークションを活用することで、オークション事業の活性化にも繋がっております。

全国で買い取った商品は、商品センターに集積され、熟練の鑑定士による厳格な真贋チェックやメンテナンスが行われます。

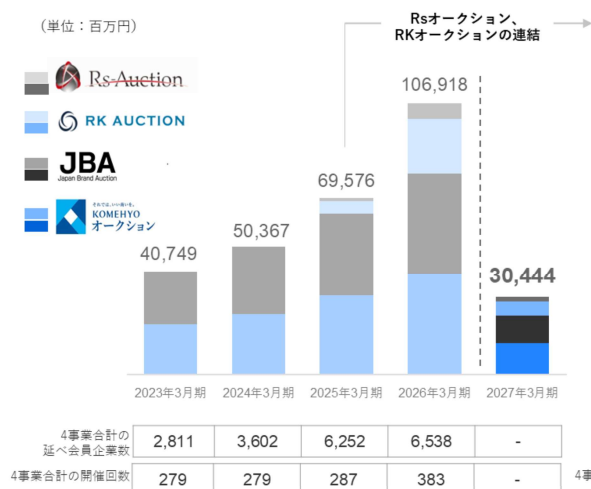
当社グループの強みである「目利き力」を活かすことで在庫リスクを軽減し、最適な資本効率と安全性を実現しております。

BF事業 | オークションGMV(出来高)の推移

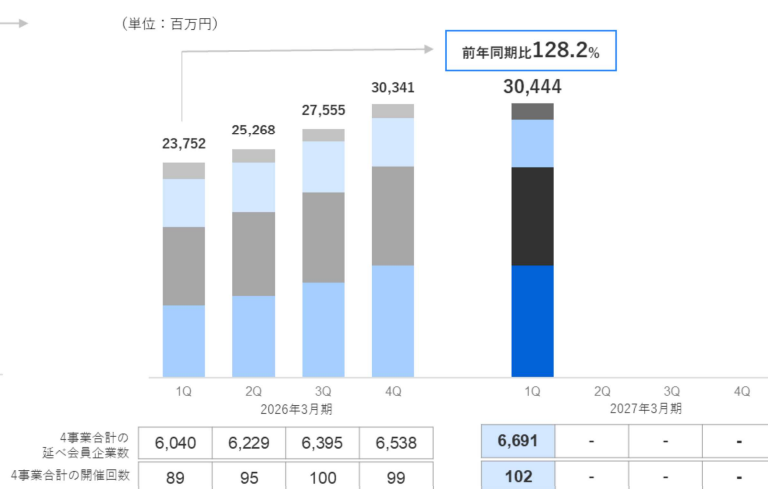
グループの『流通関与ビジネス』の中核を担うBtoBオークション事業

会員基盤の拡充と開催頻度の強化により、4事業合計で前年同期比128.2%と大幅に伸長

■ 通期オークションGMV(出来高)の推移



■ 四半期単位のオークションGMV(出来高)の推移



当社グループのBtoBオークション事業について
ご説明いたします。

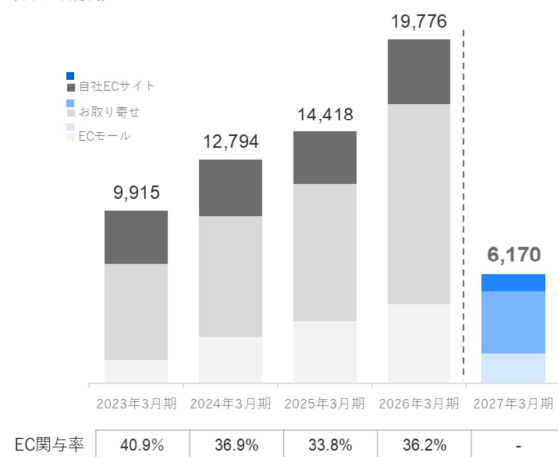
国内最大級のオークション運営ノウハウを誇る当社は、加盟会員企業数の着実な拡大に加え、開催回数を増やし取引機会を創出することにより、当四半期のオークションGMVは前年同期比128.2%と、力強く伸長いたしました。

BF事業 | EC関与売上高^{※1}の推移 KOMEHYO

- ・ EC関与売上高は、前年同期比190.2%と大幅に伸長し、EC関与率^{※2}も安定して推移
国内主要モールの販促最適化及び越境モールの成長により、ECモール売上高が同261.1%と顕著に拡大
- ・ EC掲載数の最大化と、訪日外国人客の事前の商品確認による店舗免税購入（免税取り寄せ 同395.2%）の定着が寄与

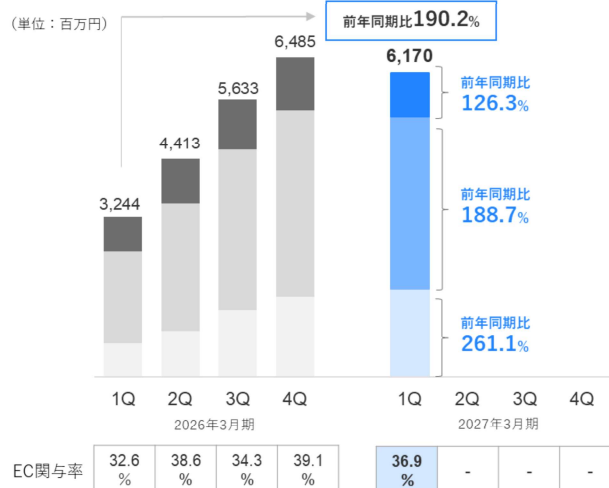
■ 通期EC関与売上高・EC関与率の推移

(単位：百万円)



■ 四半期単位のEC関与売上高・EC関与率の推移

(単位：百万円)



※1 EC関与売上高/小売売上高

※2 自社ECサイトやECモールの売上高と、お客さまが自社ECサイトを經由し店舗で商品を購入した売上高を合計した売上高。当社の強みを活かしたデジタルマーケティング戦略でオフラインとの融合が不可欠

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 22

EC関与売上高の実績です。

当四半期のコメ兵におけるEC関与売上高は、前年同期比190.2%と急拡大を見せました。

特に、国内主要モールでの出品数拡大と在庫連携の自動最適化により、外部モール売上は前年同期比261.1%を記録。

また、インバウンドの旺盛な需要を背景に、EC上で事前確認した商品を実店舗に取り寄せて免税購入される「免税取り寄せ」が、前年同期比395.2%と急伸。

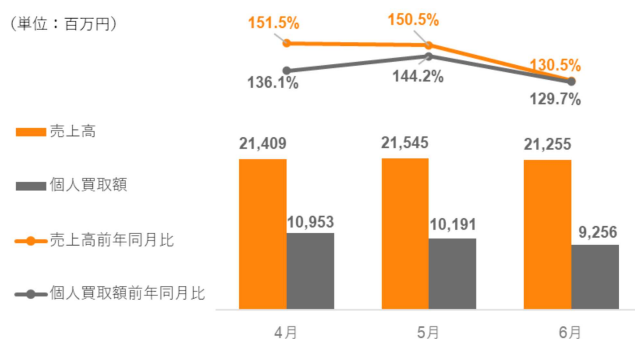
オンラインと実店舗を融合した購買動線の構築が進んでおります。

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 月次振り返り

期初より「個人買取」「小売」に注力し、収益力の改善を図る

■ 第1四半期 月次推移※

(単位：百万円)



	4月	5月	6月	1Q
小売比率	45.3%	45.8%	45.2%	45.4%
免税比率	17.9%	17.3%	15.9%	17.0%
出店数	7	7	3	17

※ ブランド・ファッション事業の月次売上高・個人買取には、海外の事業会社も含む

1Q売上高合計

64,269 百万円
前年同期比 143.6%

1Q個人買取額合計

30,402 百万円
前年同期比 136.6%

- ✓ 買取専門店を中心に、1Q単体で計17店舗出店
- ✓ 新規出店や買取施策等の効果で、4月・5月は単月で個人買取額100億円を記録
- ✓ 前期仕入れた良質な在庫を敢えて今期に持ち越し、積極的に小売で販売
- ✓ 5月以降、宝石や時計相場は軟調になるものの、機動的に法人販売を活用したことで、ダウンサイドリスクを軽減
- ✓ 他商材と比較して、バッグは堅調な相場で推移

当四半期の月次の推移でございます。

個人買取は、新規出店や積極的な施策の効果により、4月・5月は単月で100億円を突破いたしました。

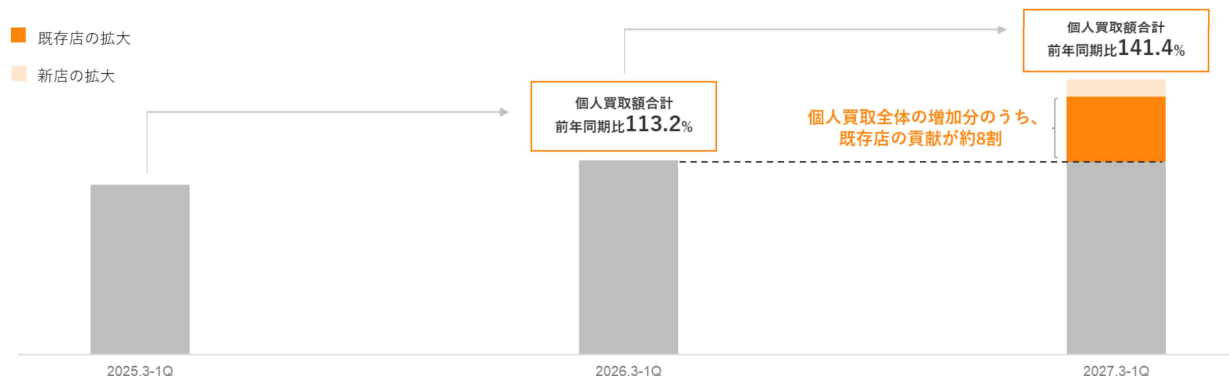
売上高についても、前期から敢えて持ち越した良質な在庫を小売で積極的に展開したことで、大きく伸ばいたしました。

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 ハイライト①（国内）

新規出店に加え、強固な顧客基盤を持つ既存店の買取力強化により、国内での買取シェアを拡大

■ 既存店※の買取力強化 KOMEHYO

- ・ KOMEHYOにおける個人買取額は、前年同期比141.4%と継続して大幅に伸長
- ・ プロモーション強化や買取キャンペーン、SEO対策等のデジタルマーケティング施策が奏功し、旗艦店をはじめとする既存店の底上げが全体成長を強力に牽引
- ・ 出店競争が激化する環境下においても、「新規出店」と「既存店強化」を両輪とし、国内シェアのさらなる拡大を推進



※ 対象：株式会社コメ兵

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 24

国内事業のハイライトです。

当社は新規出店だけでなく、強固な顧客基盤を持つ既存店の買取力強化にも注力し、出店競争が激化する環境下に置いても盤石なシェア拡大を図っています。

コメ兵における個人買取額は、既存店へのデジタルマーケティング施策等の効果により、前年同期比141.1%と大幅な伸びを示し、買取額増加分全体の約8割が既存店の貢献となっております。

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 ハイライト② (国内)

さらに、グループ各社の強みを活かした出店を通じて、多様化する顧客ニーズを捉えた店舗づくりを推進

■ 販売店の出店

① 「BRAND OFF SHIBUYA」 「Rodeo Drive SHIBUYA」 ※の共同出店

「BRAND OFF SHIBUYA」



「Rodeo Drive SHIBUYA」



互いの顧客基盤（免税×国内客）や主要商材（バッグ×時計）を活かし、強力な相乗効果を発揮

- ・ 計画を上回る集客と高い免税比率により、収益拡大に向けた強固な土台を構築
- ・ 動線改善と購買率向上により、豊富な来店客の需要を確実な売上成長へつなげる取り組みの推進を目指す

- ・ 高利益率商品の販売が奏功し、売上・利益ともに計画を大幅に上回って推移
- ・ 5F立地でありながら、EC連動や館内送客により来店を創出

② 旗艦店「セルビー御徒町駅前店」の出店



- ・ 同社初となる旗艦店を出店
- ・ 同エリアへの出店は2店舗目となり、買取客数が約2.5倍に急増
- ・ 好立地を生かし新規・インバウンドや周辺の顧客開拓が順調に進行

※ 「BRAND OFF SHIBUYA」は旗艦店として、「Rodeo Drive SHIBUYA」は買取併設販売店として出店（旗艦店の定義は各社で異なります）

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 25

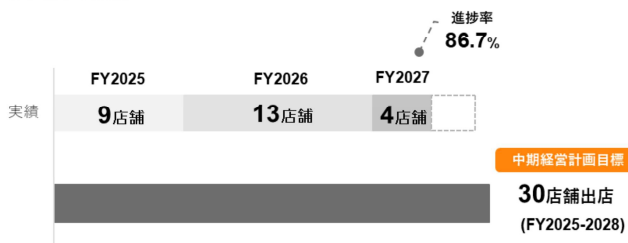
出店実績としては、5月に「BRAND OFF SHIBUYA」と「Rodeo Drive SHIBUYA」が共同出店を果たし、互いの顧客基盤や主要商材を活かした店舗づくりに努めています。

その他、セルビーが同社初となる旗艦店「セルビー御徒町駅前店」を出店し、既存のお客様への提案幅を拡げるとともに、新たなお客様の開拓に注力しております。

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 ハイライト（海外）

ASEAN及びグレートベイエリア（粤港澳大湾区）を中心に、積極的な出店を推進
北米では、今後の成長に向けた事業基盤の構築が着実に進展

■ 出店の進捗



2026.4.15オープン
BRAND OFF Admiralty LAB Concept店（香港）



2026.4.30オープン
BRAND OFF 台中 中友百貨店（台湾）



■ 第1四半期の実績

- 香港を筆頭に、既存店は計画通り推移
各国の成長スピードに応じた出店も順調に進展
- 北米について、個人買取は計画以上で順調に推移し、現地での仕入基盤を確実に確立。また、法人販売で確実に売上を確保しつつ、自社ECも認知拡大に伴い確実に成長
- 前期子会社化した〈iShopShops〉については、マーケティング費用等の販管費を機動的にコントロールし、損失を抑え財務的インパクトを限定的に。今後は、ライバー育成や強固なセラー網構築の着手に加えて、API連携により当社グループが保有する優良在庫を直接ShopShopsのECへ一括掲載する予定。これにより、GMVの飛躍的な成長を目指す

2026.5.1オープン
BRAND OFF Mong kok MOKO店（香港）



2026.5.1オープン
KOMEHYO PLQ MALL（シンガポール）



続いて、海外事業の進捗について
ご説明いたします。

当社は、ASEANや中華圏、北米を中心に積極的に展開しております。

海外の店舗拡大はきわめて順調であり、中期経営計画で掲げております「2025年度から2028年度までに、海外へ30店舗新規出店」という目標に対し、この第1四半期までに計26店舗を出店。
進捗率は、すでに86.7%に達しております。

また、香港をはじめとする既存店は計画通り堅調に推移しており、ブランド認知は現地でも飛躍的に高まっております。

その他、巨大なマーケットである「北米エリア」においても個人買取の実績が当初の計画を上回るペースで 順調に推移しており、法人販売を中心に着実に売上を確保しております。

現地において自社ECの認知拡大も進んでいることから、今後の成長基盤は整いつつあります。

そして、前期に子会社化したiShopShopsについては、マーケティング費用をはじめとする販管費を機動的にコントロールしたことで、損

失額を抑え、財務インパクトをきわめて軽微な範囲に留めております。

今後は、強みであるライバーの育成やセラー網の構築に着手するとともに、当社グループが保有する豊富な在庫データをAPI連携させることで、ShopShopsのECへ一括で掲載するシステム構築を進める予定です。

これにより、当社グループの誇る圧倒的な在庫力とデジタル発信力が融合し、GMVの飛躍的な成長とグローバル市場での収益化を実現してまいります。

TW事業 | 2027年3月期 第1四半期 事業概況



高利益商材への戦略的シフトと自社企画ホイールの販売拡大により、増収を達成
新倉庫・プロモーション等への投資により販管費が伸長するも、営業利益は計画以上で推移

売上高

増収達成

中古仕入高

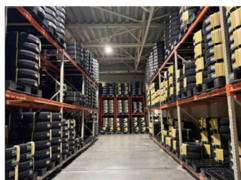
前年同期を下回るも

オペレーション効率化を推進

■ 増収の背景

高利益商材へのシフトと
客単価の上昇

- 市場環境の変化に応じた高利益商材へ戦略的シフト
- 高価格帯商品の販売注力や作業工賃の見直しにより、客単価が上昇

中古部門における
オペレーションの効率化

- 新倉庫での「ささげ（撮影・採寸・原稿化）」及び出品体制の標準化・効率化を推進
- EC/店頭双方での中古品供給力が高まり、売上が確実に拡大



自社企画ホイールの大幅伸長

- 「BRADLEY」シリーズ等の高利益ホイールの販売が国内外で大幅伸長
- 国内売上/輸出売上ともに躍進し、事業全体の成長を強固に牽引

ここからは、タイヤ・ホイール事業の概況について
ご説明いたします。

当四半期の売上高は増収を確保する一方、新倉庫の稼働に伴う初期費用やプロモーションの積極実施といった中長期的な効率化・集客のための成長投資を前倒しで進めた結果、営業利益は減益となりました。

しかしながら、実態としては当初の計画を上回るきわめて堅調なペースで推移しております。

当四半期の増収を支えている要因は、主に2点ございます。

1つ目は、高利益商材への戦略的シフトと客単価の上昇です。

市場の変化に応じた高利益商材への速やかなシフト、さらには高価格帯商品の販売強化や作業工賃の適正化を推進した結果、客単価が着実に上昇し、収益体質が強化されております。

2つ目は、自社企画ホイールの躍進です。

「BRADLEY」シリーズをはじめとする高利益な自社企画ホイールの販売が、日本国内はもとより、海外向けの輸出売上においても大幅に伸長いたしました。

3. 今後の取り組み

続いて 第3部、今後の取り組みについて
ご説明いたします。

2027年3月期 第2四半期の取り組み

- ・第2四半期以降においても「個人買取」と「小売ファースト」を継続しつつ、新規出店および既存店舗の深化により、集客力および収益機会の最大化を図る
- ・海外においてはBtoB流通基盤の整備・拡充を進め、グローバルにおけるプラットフォームの構築を着実に推進

■ 今後の出店・進出予定

7月31日	・ 販売店	「Komehyo Sunway Velocity」(マレーシア)
8月1日	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF 中古精品空間上海新天地店」(上海)
8月12日	・ オークション	「JBA上海オークション」(上海) 開始
8月19日	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF Causeway Bay LAFORET店」(香港)
8月予定	・ 法人設立	「BRAND OFF MACAU LIMITED (仮称)」(マカオ)
10月予定	・ 法人設立	「PT KOMEHYO INDONESIA (仮称)」(インドネシア)
12月予定	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF LUXE VINTAGE」(日本)
今冬予定	・ 旗艦店	「KOMEHYO 名古屋本店 本館1階」全面リニューアル

■ 第2四半期のトピックス

①「KOMEHYO 名古屋本店 本館1階」第一期 改修完了



- ・6月より改修工事を行っていたエリアの一部が、7月末に改修完了
- ・8月中旬より、第二期工事がスタートし、該当エリア以外は通常通り営業を継続しながら、今冬の全面リニューアルを目指す
- ・取扱店数の拡大と館内の回遊性の強化により、お客様の購買体験向上と収益拡大を図る

②「JBA上海オークション」開始(2026.8.12～)



- ・当社グループとして海外初のBtoBオークションを中国・上海で開始
- ・国内最大級(グループ延べ会員数6,600社超)のオークション運営ノウハウと、目利き力の高い専門スタッフや真贋AIによる厳格な日本品質の真贋基準を現地に導入
- ・グループの国際物流網を強みに、良質な商品が集まる取引基盤を構築。中国での流通網強化とグローバル展開を推進

現在進んでおります第2四半期のトピックスと、今後の取り組みについてです。

はじめに「今後の出店・進出予定」については、引き続きアジアを中心に海外での出店を加速してまいります。

さらに、5月に公表しましたが、今後のグローバル戦略における重要なマイルストーンとして、「マカオ」および「インドネシア」への新規進出を予定しております。

国内においては、ヴィンテージ品に特化した店舗を12月にオープンするなど、グループ全体であらゆる需要に応じた事業展開を進めてまいります。

ここからは、「第2四半期のトピックス」について2点お話しさせていただきます。

1つ目、「KOMEHYO 名古屋本店 本館1階」について
現在、全面リニューアルに向けて工事を進めておりますが、7月末に第一期の改修が終了し、改装エリアが先行オープンいたしました。
8月中旬からの第二期工事を経て、今冬のグランドオープンを予定し

ております。

取扱店数のさらなる拡大と回遊性の高いレイアウトへの再進化により、お客様の購買体験を引き上げ、収益の最大化を目指しています。

そして、海外においては8月12日に、「JBA上海オークション」を開始いたしました。

当社グループにとって、海外初となる自社運営のBtoBオークションでございます。

当社グループの強みである「目利き力」や「独自の真贋AI技術」、そしてこれまでBRAND OFFが築いてきたブランドの認知度と信頼力を活かし、上海での流通網強化とグローバル市場におけるシェア拡大を推進してまいります。

このように、第2四半期以降においても攻めの姿勢を維持することで、多くのお客様との接点を増やし、さらなる事業拡大と事業深化を目指してまいります。

ガレージバンク株式会社の株式取得（完全子会社化）について

01 / ディール概要

取得株式数	467,864株（議決権 100.0%）
取得価格	16億円＋アドバイザー費用 概算0.8億円 合計 概算16.8億円
契約締結日	2026年7月16日
株式譲渡実行日	2026年7月29日

02 / ガレージバンク株式会社の概要

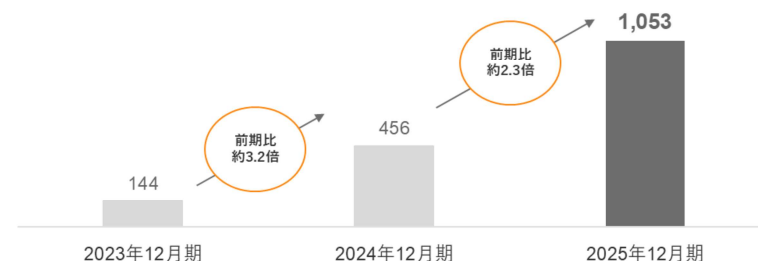
GarageBank

設立	2020年1月22日
資本金	5,000万円
所在地	東京都港区西新橋一丁目7番1号 虎ノ門セントラルビル8階
事業内容	モノ資産の管理・活用アプリ 「cashari / カシャリ」の開発および運営

03 / ガレージバンク株式会社の業績推移

売上高は2年で約7.3倍に急拡大

（単位：百万円）



（単位：百万円）	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期
売上高	144	456	1,053
営業利益※	△145	△286	△206
親会社に帰属する 当期純利益	△144	△295	△242
純資産	189	136	42

※ 営業赤字は事業拡大に伴う先行投資フェーズによるものであり、当社の経営資源を投じることで早期の収益性改善を図る。連結業績への影響は精査中であり、のれん額は確定後開示予定

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 30

最後に、7月に子会社化したガレージバンク株式会社の概要についてご説明いたします。

同社は2020年に設立し、モノ資産の管理・活用アプリ『カシャリ』の開発および運営を行っております。

売上高は、2023年から2025年の2年間で約7.3倍に拡大。

スタートアップとして、システム開発やマーケティングへの投資段階にあるため利益面は赤字ですが、同社が保有するテクノロジーと高い顧客獲得能力は私たちが目指す非連続な成長、および中期経営計画の先にある長期目標「売上高5000億円」の達成に向けて、きわめて重要な意味を持ちます。

「cashari」サービスの概要と期待される効果

04 / 「cashari」サービスについて



自宅にいながらスマホで撮影するだけで、最短30秒で持ち物の価値を可視化
「売却」「リースバック」「寄付」から資金化方法を選択可能

05 / 期待される効果

本件は、中期経営計画の長期目標「売上高5,000億円」達成に向けた戦略投資。当社のバリューチェーンとガレージバンクが有するテクノロジー・顧客基盤を融合し、GMVの非連続な成長を目指す。

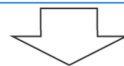
コメ兵ホールディングス

- ・卓越した目利き力
- ・「買取～商品化～販売」までの一気通貫のバリューチェーン
- ・リアルタイム相場DBやリユース人材などの経営資源



ガレージバンク

- ・累計40万DLの実績に基づいた独自技術（画像査定・与信判断）
- ・モノを手放すことなく資金化できる、特許を有したリースバックシステム
- ・市場の変化に素早く適応する機敏なシステム開発・改善力



- 仕入・流通サイクルの活性化
- 「cashari」における査定の高速化と精度向上、取扱アイテムの拡充
- 「モノを手放さずに資金化できる」という、新たな顧客体験の創出
- データ×AIによる「モノの価値の可視化」を通じたGMVの向上

当社が誇る「目利き力」や「一気通貫のバリューチェーン」、そして「豊富な相場データベースやリユース人材」といった最高の経営資源。

ここに、ガレージバンクが持つ「独自の画像査定・与信判断技術」や「特許を有したリースバックシステム」、そして「高度なシステム開発力」といったデジタルの強みを融合させます。

これにより、「モノを手放さずに資金化できる新たな顧客体験の創出」や「当社の資産を活かした『カシャリ』の査定精度向上と、取扱アイテムの拡充」、さらには「当社グループの仕入・流通サイクルの活性化」を実現し、グループ全体のGMV向上に大きく貢献させてまいります。

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

本資料は株式会社コメ兵ホールディングスで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. 32

この第1四半期は、個人買取額・売上高ともに四半期として過去最高を更新し大幅増益を達成するなど、きわめて力強いスタートを切ることができました。

その背景には、「今、お客様のために何ができるか」を常に問い続け、スピード感をもって打つべき対策を打ち続けた現場の地道な積み重ねと、私たちが誇る「リレーユース」の強固なバリューチェーンの仕組みこそが、今回の結果に結びついたと、確信しております。

この第2四半期、そして中期経営計画で掲げた目標の達成、さらにはその先の持続的な成長に向けて推進力をさらに加速させ、積極的な事業展開を続けてまいります。

投資家の皆様のご期待に応え、そして何より、世界中のお客様に選ばれ、愛され続ける企業であるよう、全社一丸となって邁進してまいります。

私からの説明は以上となります。

ご清聴、誠にありがとうございました。