株式会社コメ兵ホールディングス（2780）
2026年11月13日（金）開催
2027年3月期 第2四半期（中間期）決算説明会 質疑応答（要約）

【2027年3月期 第2四半期（中間期）実績・事業環境について】

Q1:在庫回転率が3.7回転へと改善しているが、足元の在庫の質についてどのように評価しているか。

A1:足元の在庫は鮮度が高く、非常に良好な状態であると認識しております。
第2四半期終了時点で滞留傾向にあった在庫については、店頭での値下げ販売を実施したほか、それでも動きが鈍い商品は店頭から引き下げて法人販売やオークション等へ出品し、早期の在庫回転を図りました。

こうした在庫適正化を進めた結果、現在は非常に質の高い在庫ポートフォリオを維持しています。

Q2：個人買取額が前年同期比で好調に推移しているが、好調の要因と今後の持続性についてどう見ているか。

A2：上期の個人買取額は600億円と、過去最高水準の実績を達成いたしました。
好調の要因は大きく2点ございます。

第一に、数年前より推進している「お客様の生活動線に近い立地への新規出店」という方針の下、新規出店が順調に立ち上がっている点です。
第二に、既存店においても営業年数を重ねるごとに地域での認知と信頼が高まり、常連のお客様やリピーターが増加したことで、各エリアで安心して品物をご売却いただける環境が整ってきている点が挙げられます。

Q3:金・為替相場の乱高下や、時計・バッグの一部商材における相場軟調・調整局面が続いているが、業績への影響と足元の対策を教えてほしい。

A3:相場の変動は当社のビジネスにおいて常に付きまとうものですが、店頭やオークションでの売買実績データベースを元に相場の潮目の変化をいち早く捉え、適正な買取価格及び販売価格の管理を徹底しております。
また、すでに買い取った在庫につきましては、相場が買取価格を下回るリスクが高まる前に、店頭での値下げや法人オークション等を機動的に活用して、早期に回転・現金化を進めております。薄利となる場合もございますが、小売とオークションの双方を適切に組み合わせることで、相場変動リスクを抑制しております。

Q4:11月1日からの免税制度変更にあたり、駆け込み需要はいつ頃から発生したか。また、その後の反動減は想定の範囲内か、あるいは長引きそうか教えてほしい。

A4:駆け込み需要の具体的な数値の開示は差し控えますが、10月の月末にかけては通常よりも売上がやや伸長したという認識でございます。

11月1日以降の反動減につきましては、制度変更直後の1日・2日辺りは通常より低い水準の日がございましたが、その後は徐々に回復傾向にあります。まだ半月程度の経過であり先行きに不透明な部分は残るものの、当初想定していたほどの大きな反動減には至っておりません。
国内のお客様・インバウンドのお客様の双方にご満足いただける在庫が十分に揃っておりますので、引き続き店頭販売を強化し、仮に反動減が生じた場合でも十分にカバーしてまいります。

【今後の成長施策・競争優位性・コスト管理について】

Q5:KOMEHYO名古屋本店本館1Fのリニューアルと、ヴィンテージ専門店新規出店の狙いを教えてほしい。

A5:まず、KOMEHYO名古屋本店本館1Fにつきましては、当社の顔である旗艦店でありながら前回のリニューアルから10年以上が経過し、老朽化が見られました。今回の改装では、外装・内装の刷新や什器・店内動線・回遊性の見直しを行い、現在のトレンドに合わせた接客・展示方法へとアップデートすることで来店客の満足度向上を図ります。また、交通量の多い立地特性を活かし、新規のお客様が入りやすいファサードへ刷新することで、新規顧客の囲い込みも狙っております。

次に、ヴィンテージ専門店の新規出店につきましては、既存店の実績からも国内外を問わず、現行品としては販売されていない年式の古い商品に対するニーズがここ数年非常に高まっております。買取の持ち込みも順調に増加しているため、仕入れた商品を小売でしっかりと販売し、新たなファン層の獲得を目指します。国内のお客様はもちろん、海外のお客様にもご利用いただきやすい価格帯や品揃えを整え、年式の古い商品でも安心してお買い物いただける店づくりを進めてまいります。

Q6:同業他社の買取専門店の出店が加速しているが、競合激化の中で当社が選ばれ続ける差別化要因は何か。

A6:買取サービスにおいてお客様に選ばれる要因は、「買取価格の提示」「商品知識」「接客対応(接遇)」の3点にあると考えております。価格面では、オークションや小売の相場データベースに基づき、現在提示できる適正な金額でしっかりと買い取る姿勢を貫いております。
さらに、何度もリピートしてご利用いただく上では、お客様が大切にしてこられた品物を安心してお持ち込み・ご売却いただける「人による接客力」が極めて重要です。持ち込みの多いブランドバッグ等においては、真贋鑑定にAIを活用して査定クオリティを担保しつつ、人でしかできない丁寧な接客・接遇に時間をかけることでお客様に安心感をご提供し、リピーターを増やしていくことが他社との大きな差別化につながっております。

Q7:社員数や店舗数の伸び率と比較して、販売管理費の伸び率が高い状況が続いているが、その背景を教えてほしい。

A7:販売管理費には固定費用と変動費用がございますが、変動的な部分につきましては売上高や売上総利益と連動させて管理を行っております。足元では、既存店の増収増益基調が非常に力強く推移しているため、既存店への人員充当をはじめとする人材面の投資を積極的に実施しております。

このように、販管費を社員数や店舗数の伸びと単純に比例させるのではなく、売上・粗利の伸びの中でコントロールしている関係上、連動性に一時的な差異が生じるタイミングがございます。原則としては、事業成長に向けた投資を実行しつつ、売上や粗利額の伸びに即した適正な経費管理を継続してまいります。

【海外戦略について】

Q8:米国への出店リリースがあったが、出店を決定した背景と現地における勝算・展望について教えてほしい。

A8:米国・NYでは約1年前に現地オフィスを開設し、買取業務のみを先行してスタートいたしました。その結果、買取額は前年比約2倍と非常に好調に推移し、ECでの販売も徐々に拡大しております。
米国は家賃や人件費が非常に高い市場であるため出店タイミングを慎重に検討してまいりましたが、当社は「現地で買い取り、現地で商品化し、現地で販売する」という地産地消モデルを基本としており、日本からの商品供給に頼らず現地でどれだけ仕入れられるかが成長の原動力となります。約1年間の実績を通じて、店舗を構えて実際の接客を通じた安心のリユース体験をお届けする準備が整ったと判断し、今回の出店に至りました。競合も多くファッショントレンド感度の高いSOHO地区への出店となりますが、しっかりとしたスタートダッシュを切り、今後も注力すべき重要市場である米国展開の大きな一歩としてまいります。

Q9:海外の出店進捗率が96.7%と非常に順調に推移しているが、今後の出店ペースを前倒しする考えはあるか。

A9:目標ペースを上回る順調な進捗となっておりますが、単に店舗数を増やすのではなく、お客様に当社のサービスや店舗体験を十分にご満足いただけるだけの「人材教育」を伴った出店が重要であると考えております。そのため、今後も各エリアの成長フェーズに合わせた店舗展開を継続してまいります。
海外展開の基本方針は「ローカライズ」であり、日本からスタッフを派遣するだけでなく、現地で採用したスタッフに当社のビジネスや誠実な商売の姿勢をしっかりと習得してもらい、運営体制を整えた上で出店を進めていく方針です。欧米市場への進出も含め、着実にグローバル展開を強化してまいります。

【下期の業績見通し・事業シナジーについて 】

Q10:今期計画において、上期は前年の好調を維持する一方、下期が減益となる要因について改めて教えてほしい。

A10:期初予算の策定段階において、前年に発生したような「金地金価格の急騰に伴う特需」を織り込んでいないことが主な要因です。足元でも金地金の買取は前年ほどの水準にはなく減少傾向にあります。

また、免税制度の変更に伴うインバウンド需要の先行き不透明感も考慮し、下期計画はやや慎重に策定しております。一方で、全体の個人買取や良質な在庫は順調に積み上がっておりますので、こうした要因を跳ね返して通期計画を確実に達成できるよう、着実に準備を進めております。

Q11：BtoBオークションの出来高が前年同期比で好調に推移しているが、当社へのシナジー効果はどのように表れているか具体的に教えてほしい。

A11：当社は4つのBtoBオークションを運営しており、会員企業数は約7,000社まで拡大しております。自社で買い取った過剰在庫を流通・回転させるチャネルとしての役割に加え、現在は「他社様からの出品」が非常に増加していることが出来高伸長の牽引役となっております。
具体的なシナジー効果としては、第一に、BtoBオークションのプラットフォームにおける他社間取引の拡大に伴い売買手数料収入が増加し、当社全体の収益性向上に寄与している点です。
第二に、自社在庫の早期回転・現金化チャネルとして機能している点、そして第三に、同業他社と連携して国内リユース市場全体の拡大を図りつつ、当社自身の仕入チャネルとしても活用できている点です。

このように「売る機能」と「仕入れる機能」の両輪で同業他社にも広く活用されるプラットフォームへと成長し、大きな相乗効果を生み出しております。

以　上