

株式会社コメ兵ホールディングス(2780)
2026年5月15日(金)開催
2026年3月期 決算説明会 質疑応答(要約)

【2026年3月期 実績について】

Q1:2026年3月期の売上総利益率改善のドライバーは何か？販路別の改善と小売比率向上の寄与度はどれくらいか？

A1:売上総利益率改善の主因は、小売を強化し、仕入れた商品を店頭およびECなど利益率の高いチャネルへ優先的に振り向けたことにより、小売比率・EC売上が向上した点でございます。販路別の具体的な数値や寄与度は開示しておりませんが、下期にかけて小売の売上総利益率は計画通り推移しており、その水準を維持しつつ販売ボリュームを拡大することで、ミックス改善により売上総利益率が向上する方向でございます。

Q2:今期の販管費計画がやや大きい背景は何か？通常の出店以外で、一時的な費用を予定しているのか？

A2:主に買取専門店を中心とした出店を進めることに加え、それに伴う人材採用を強化する方針であるためでございます。また、現場負担の軽減に向けた人員拡充や、経済情勢を踏まえた従業員のベースアップ等も含め、コスト増を見込んでおります。

Q3:出店拡大以外で、個人買取が前期比132%と大幅に進捗した要因は何か？

A3:既存の買取専門店は店舗年齢の向上とともに地域での信頼が高まり、買取客数・点数が伸びる特性があり、既存店の成長に寄与しております。加えて、出張買取・宅配買取を強化し、常連のお客様へのお声かけに加え、百貨店外商や金融機関等とのアライアンスを通じた紹介によって、新たな顧客接点を拡大できたことも要因でございます。

Q4:既存店売上高の成長が続いているとのことだが、新店が既存店から顧客を奪うカニバリゼーションの影響は出ていないか？

A4:一部は生じ得ますが、近接出店の場合は店舗ごとに商品構成(MD)を変え、エリア特性や顧客属性に合わせた品揃えを行っております。例えば大阪・心斎橋では、人通りの多い新店は国内外の観光客向けに幅広い商品構成とし、既存店は競合の多いエリア特性に合わせてこだわり商品を揃えるなど差別化しているため、カニバリは限定的で、新規顧客獲得や送客につながっていると考えております。

【2027年3月期以降の見通しについて】

Q5:中東情勢等の影響で金相場が乱高下しているが、仕入や販売への影響はあるか？

A5:金相場の高騰は当社にとってプラスの材料でございます。理由は、金製品や金地金の持ち込みが増え、買取全体が押し上げられていること、加えて金高騰のニュースを受け「今が買い時」と捉えるお客様もおり、販売機会の拡大につながっているためでございます。

Q6:今後、円高局面へ推移した場合の在庫リスクと対策はあるか？

A6:円高によりインバウンド需要が弱まるリスクはございます。その場合は、オークション等も活用して販売を行うほか、局面に応じて買取価格・販売価格を相場に合わせて調整し、変動に対応してまいります。ただし、買取価格を一方向的に下げるのではなく、小売・法人販売といった多様なチャネルを活用して相場リスクを吸収し、お客様にご満足いただける買取価格の維持に努めてまいります。

Q7:2029年3月期に「売上高3,100億円」という意欲的な目標を掲げているが、オーガニック成長とインオーガニック成長(M&A)の割合をどう想定しているか？

A7:公表している中期経営計画の数値は、既存事業のオーガニック成長をベースに設定しております。M&Aなどインオーガニック成長は織り込んでおりませんが、期間中もM&Aは検討し、上積みを目指してまいります。

【海外戦略について】

Q8:海外売上高比率30%(2029年3月期目標)の達成に向けて、どのエリアが最大の牽引役となるか？

A8:現状は香港が最大で、次いでタイなどアジアが中心でございます。一方で、目標達成に向けてはアジアに加え米国の伸長が重要であり、ニューヨークでの買取が想定以上に進捗していることから、将来的に特に米国エリアを大きく伸ばしていきたい考えでございます。

Q9:米国での主な競合と、それに対する強みは何か？

A9:競合は複数存在し、立地・品揃え・相場等を調査しておりますが、現時点で当社は米国では買取と、買取品のEC販売が中心であり、規模面ではまだ十分に追いついておりません。その中での強みは、現地で「その場で査定し、金額提示し、合意いただければ速やかにお支払い(振込)」する日本同様の買取モデルを展開できている点でございます。米国では委託販売型が多い中、この即時性・明瞭性が差別化になっていると認識しております。小売については店舗展開は未実施で、EC販売の購入エリア等のデータを分析し、今後の展開に活かしてまいります。

以上