

2014年3月期

KOMEHYO

第2四半期 決算説明会資料

2013年11月13日

証券コード: 2780(東証二部、名証二部)



目次

・2014年3月期 第2四半期 決算報告	P 3
・営業の状況について	P 12
・2014年3月期計画及び下期の取組み	P 18
・中期計画	P 21
・会社概要・ビジネスモデル	P 28

注記

【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。

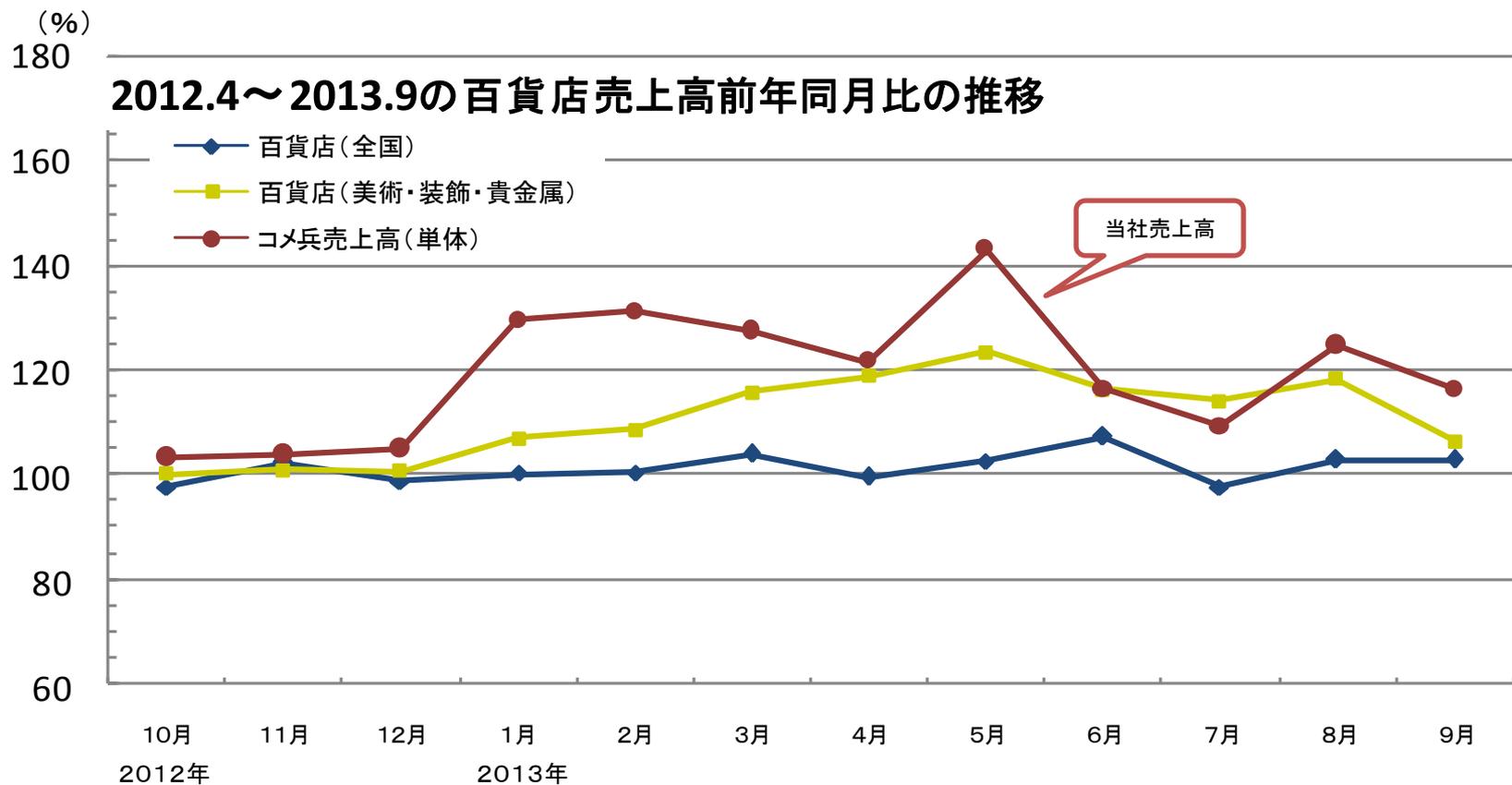
また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、皆様ご自身のご判断において行われますようお願い申し上げます。

2014年3月期 第2四半期 決算報告



外部環境① 百貨店売上高

2012年10月～2013年9月
2013年1月以降、高額商材の売上がきわめて好調に推移

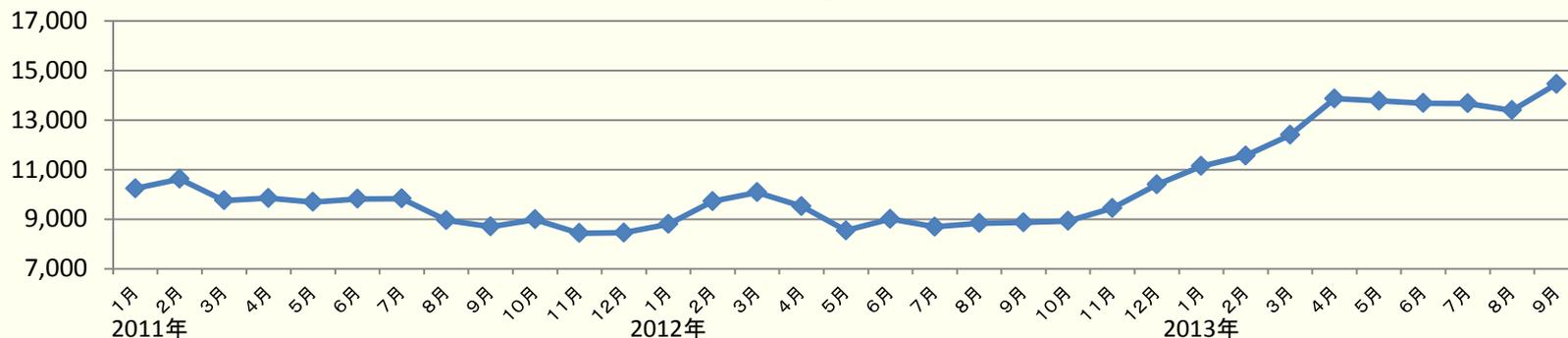


〔日本百貨店協会〕

外部環境② 日経平均株価

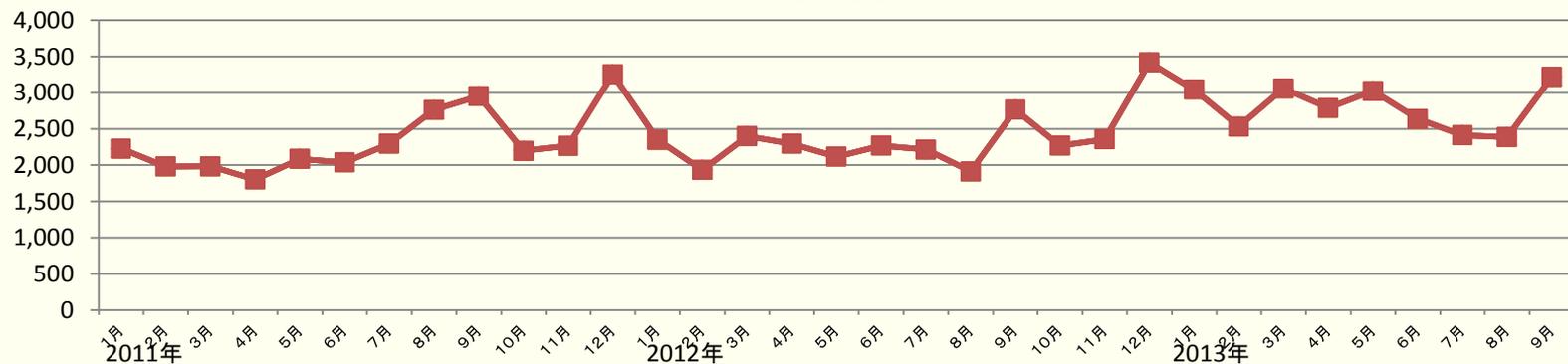
日経平均株価の上昇にともない売上高も増加傾向

日経平均株価



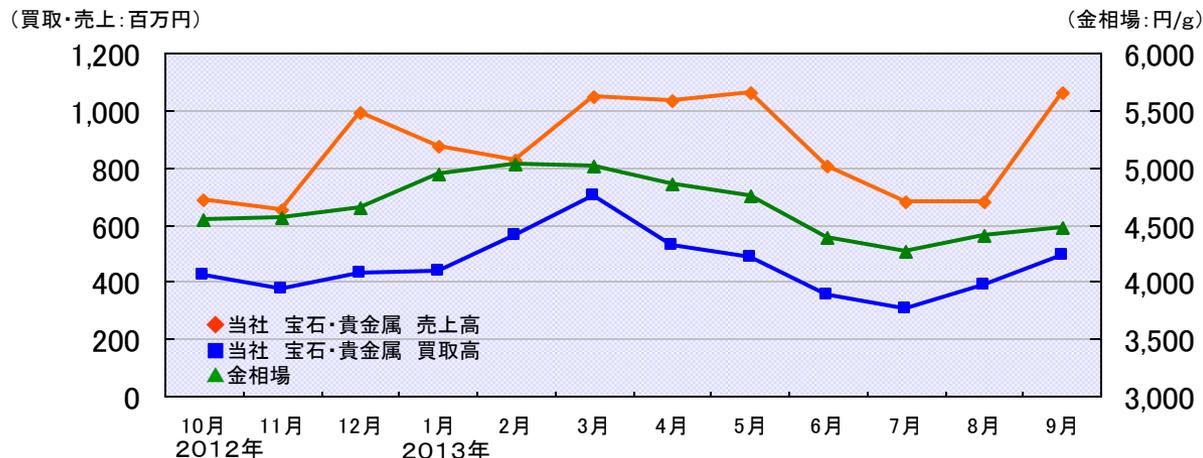
コメ兵 月次売上高

(百万円)



外部環境③ 金相場、訪日外客数

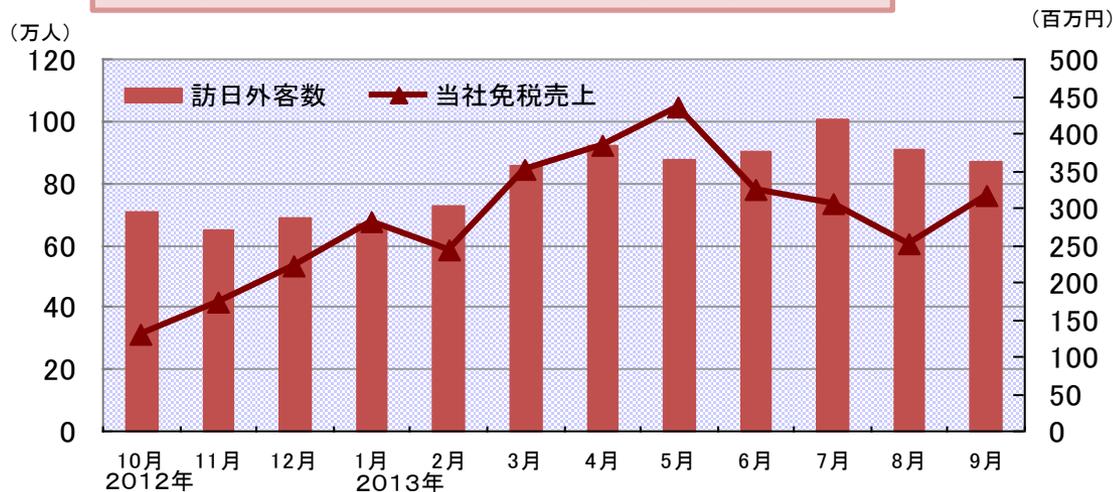
金相場と当社「宝石・貴金属」買取額・販売額の推移



金相場と当社の宝石・貴金属買取額には相関性があり、売上高にも関係する。特に、マスコミに取り上げられることで増加する傾向がある。

※金相場は、貴金属素材大手2社の金平均小売価格より算出

訪日外客数と当社免税売上高の推移



訪日外客数の増加により、当社免税売上高も増加。第2四半期までの6ヶ月間の実績は前年対比 243%

	【構成比】	【前年同期比】
1位 中国	49%	239%
2位 タイ	20%	356%
3位 台湾	5%	289%

〔訪日外客数:日本政府観光局(JNTO)〕

損益計算書概要

売上・利益とも好調に推移

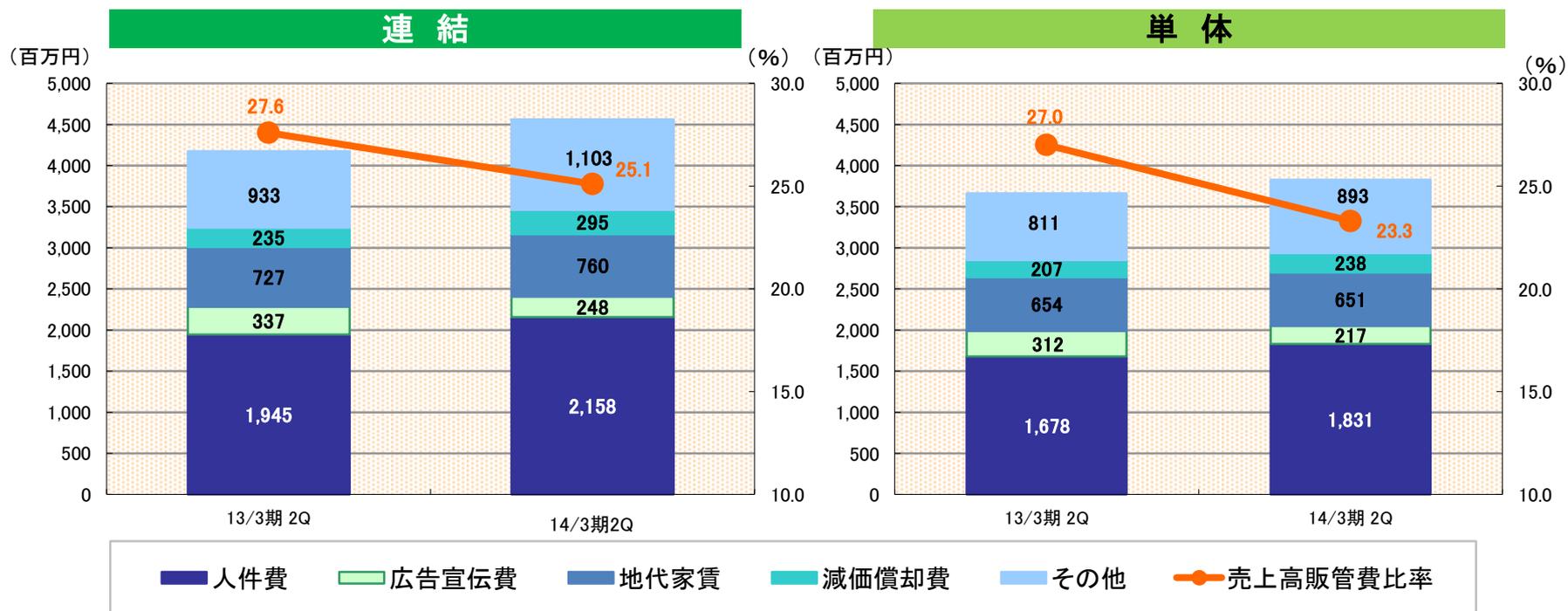
〔単位:百万円〕	連結			
	12/3期 2Q	13/3期 2Q	14/3期 2Q	前期比
売上高	—	15,134	18,188	120.2%
売上総利益	—	4,677	5,723	122.4%
販売管理費	—	4,179	4,566	109.3%
営業利益	—	497	1,156	232.3%
経常利益	—	490	1,152	234.9%
当期純利益	—	277	705	254.4%

〔単位:百万円〕	単体			
	12/3期 2Q	13/3期 2Q	14/3期 2Q	前期比
売上高	13,935	13,572	16,469	121.3%
売上総利益	3,767	4,116	5,019	121.9%
販売管理費	3,148	3,664	3,832	104.6%
営業利益	619	452	1,186	262.4%
経常利益	619	447	1,193	266.8%
当期純利益	334	250	724	289.0%

第2四半期累計売上高・利益過去最高

販売費及び一般管理費の推移

(連結)売上高販管費率 2.5ポイント低下

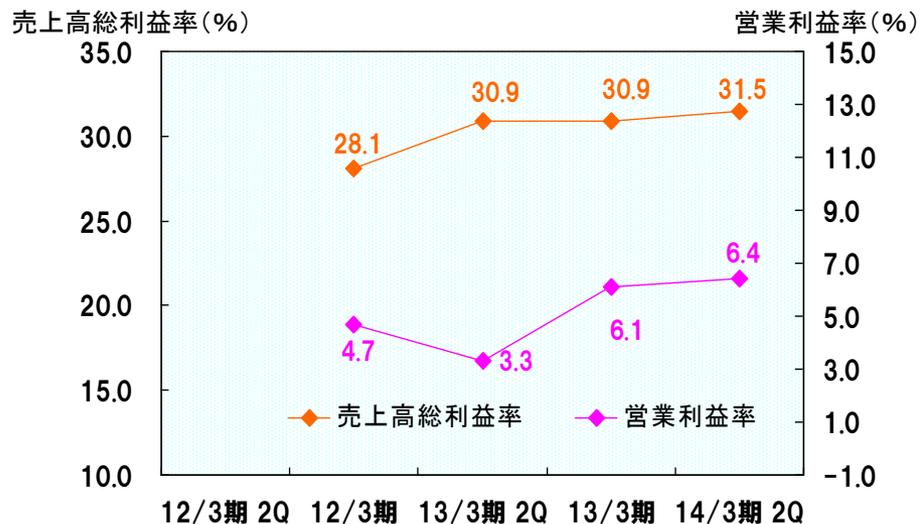


新規出店等にともない人件費等の増加があるものの、売上高の増加率に比較し、販売管理費の増加率が小さかったため、売上高販管費比率は連結で2.5ポイント低下。

利益率の推移

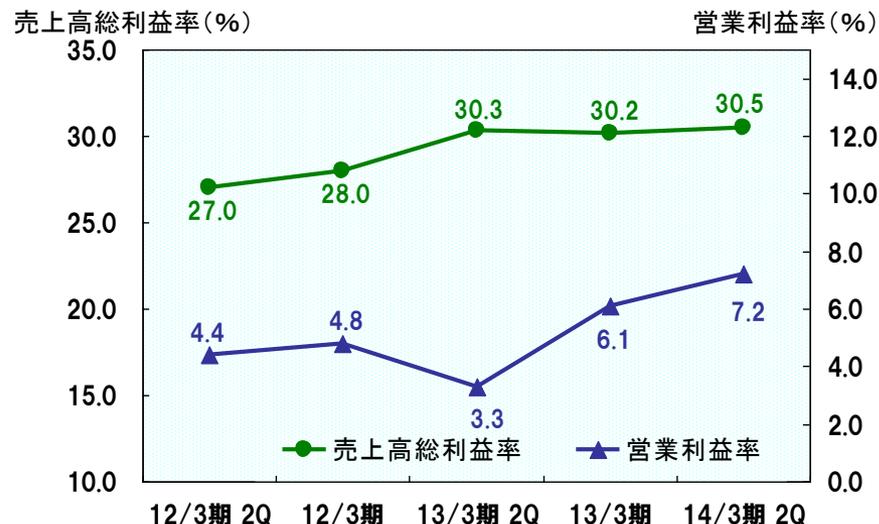
(連結)売上高総利益率0.6ポイント、営業利益率0.3ポイント向上

連結



※2012年1月より連結会計

単体



【売上高総利益率】

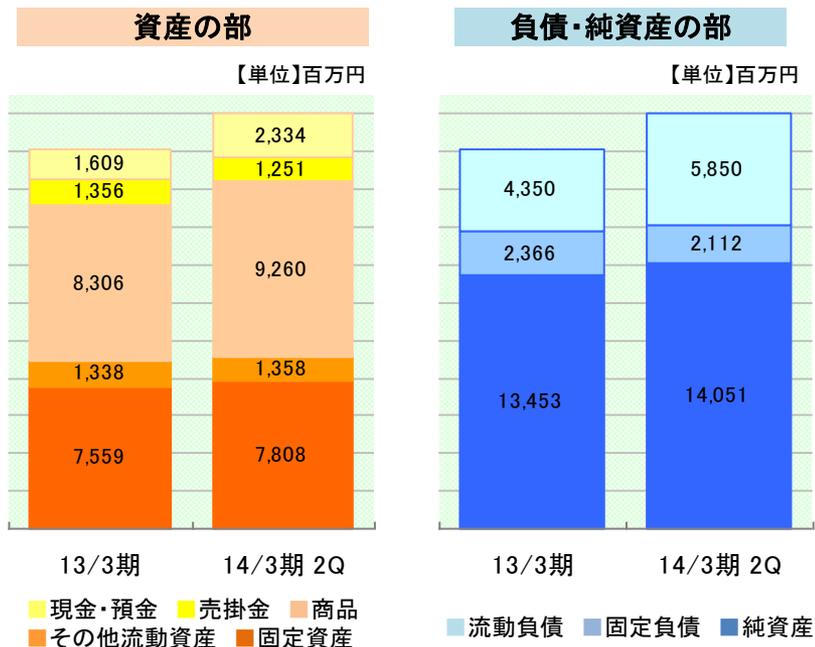
個人買取仕入の好調に伴い、売上における中古品比率が増加、また、店頭およびオンラインショップの好調等により、連結で0.6ポイント向上。

【営業利益率】

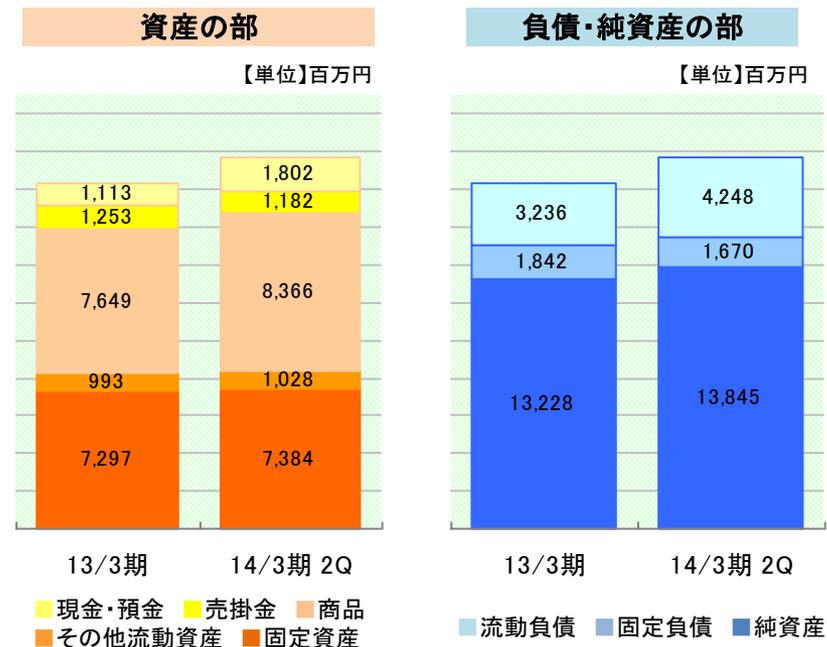
売上高増加、売上高総利益率改善、販売管理費抑制等により連結で0.3ポイント向上。

貸借対照表

連結



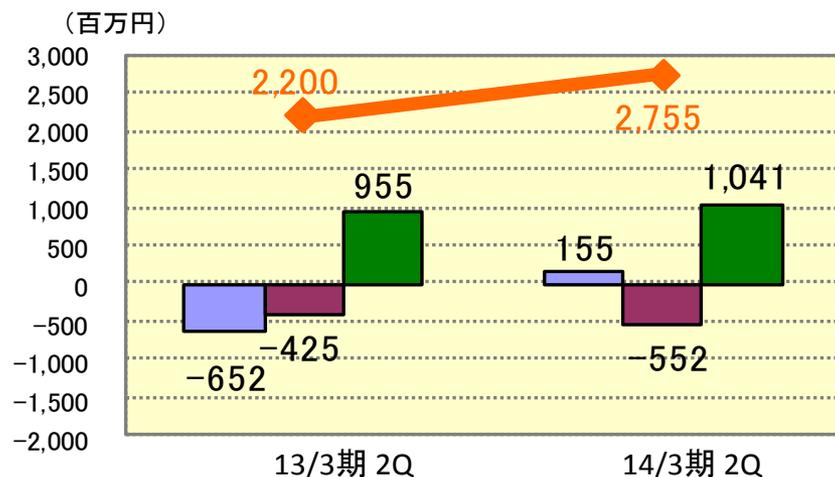
単体



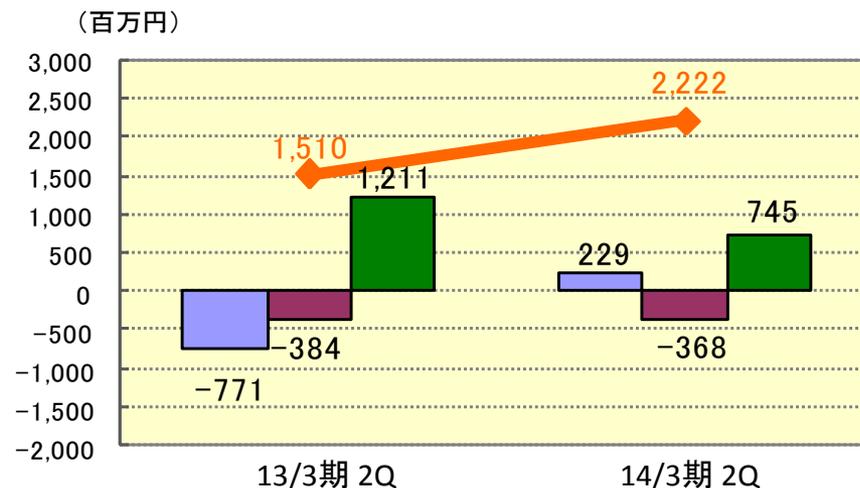
商品 : 出店、冬季繁忙期に向けての在庫の確保等により連結で954百万円の増加
流動負債 : 短期借入金増加等により、連結で1,500百万円の増加

キャッシュ・フロー計算書

連結



単体



■ 営業C・F
 ■ 投資C・F
 ■ 財務C・F
 — 現金及び現金同等物の期末残高

営業活動C・F・・・四半期純利益、減価償却費の増加、売上債権の減少等により連結で+155百万円

投資活動C・F・・・有形及び無形固定資産の取得等により連結で△552百万円

財務活動C・F・・・短期借入金の増加等により連結で+1,041百万円

営業の状況について



セグメント別業績

主力のブランド・ファッション事業が業績を牽引

(単位:百万円)		2013/3月期2Q	2014/3月期2Q	前期比
ブランド・ファッション	売上高	13,598	16,609	122.1%
	営業利益	448	1,220	272.2%
	営業利益率	3.3%	7.4%	+4.1pt
タイヤ・ホイール	売上高	1,514	1,527	100.9%
	営業利益	33	▲77	—
	営業利益率	2.2%	—	—
その他	売上高	21	71	328.9%
	営業利益	15	12	83.3%
	営業利益率	71.6%	18.1%	▲53.5pt
合計	売上高	15,134	18,188	120.2%
	営業利益	497	1,156	232.3%
	営業利益率	3.3%	6.4%	+3.1pt

2014年3月期 上半期の取組み

ブランド・ファッション事業	新規出店	・コメ兵 3店舗(名駅サンロード店、柏東口店、町田店)
	既存店の成長	・メンバーズカードの統合 ・名古屋本店(本館) 全館リニューアル完成 ・ホームページの多言語対応(英語・中国語)
	買取強化	・宅配買取における他社との業務提携(セレクトスクエア、ベルメゾン)
	商品センターの強化	・組織変更による生産性の強化
	ネット販売強化	・店舗間のネット取り寄せ販売の強化 ・「コメ兵オンラインストア楽天市場店」、「コメ兵オンラインストアYahoo店」のオープン
	オークション事業の強化	・アパレルオークション開始
	海外事業	・子会社「KOMEHYO HONG KONG LIMITED」を設立 ・NET JAPAN－PARK AUCTION LIMITED との業務資本提携
	人材教育	・複合バイヤー(複数の商材に精通したバイヤー)の育成の推進
	その他	・インナーキャンペーンの実施
タイヤ・ホイール事業	新規出店	・関東圏へ2店舗出店(大宮バイパス店、相模原店)
	中古品の強化	・取扱店舗の拡大(1店舗 ⇒ 4店舗) ・ヤフオク出品数の増加

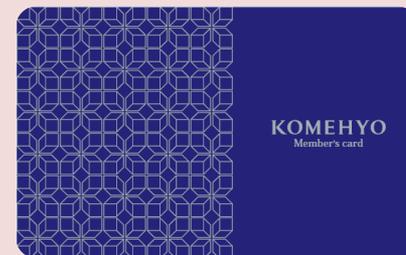
取組みの主なポイント①

★中古商材の買取を 主な目的とした 小型店3店舗の出店★



★コメ兵メンバーズカード(ポイントシステム)の統合★

これまで、「コメ兵実店舗(販売・買取)」、「コメ兵オンラインストア」、「LINK SMILE」、「USED MARKET」それぞれで設けられていたポイントシステムを統合。
お客様の利便性を高めるとともに、O2Oマーケティングの強化等を図る。



★名古屋本店(本館) 全館リニューアル完成★

本館は、7フロア、総売場面積6412㎡の大型店舗。4月26日リニューアルオープン。改装においては再利用できる什器をリメイク・リユースし、「高いデザイン性」と「リユースの精神」を両立した売場。20のテーマに分け従来のリユースショップができなかったファッションの多様性を表現。



取組みの主なポイント②

★宅配買取の強化(業務提携)★

ゆうパック買取に続き、ファッション通販サイトのセレクトスクエア、千趣会(ベルメゾン)と業務提携を開始。

ベルメゾンのネット会員数は約905万人。会員向け買取サービスを通して宅配買取の拡大を図っていく。



★商品センター 組織変更による生産性の向上★

これまで主に商材毎で編成されていた組織を、機能別(商品グループ、生産グループ、宅配買取グループ)に再編成。各グループの役割・使命を明確にすることで、生産体制の効率化をはかり生産力を強化。9月累計での実績は、前年同期比において、人件費を増加させることなく出荷量は108%となった。

★ネット販売の強化★

○20の推進、既存のサイト(コメ兵オンラインストア、楽天市場(宝石、時計、バッグ、衣料))に加え、『コメ兵オンラインストア楽天市場店』、『コメ兵オンラインストアYahoo店』をオープン。



取組みの主なポイント③

★海外進出、事業の強化★

今後の海外での事業展開に向けて、6月に香港に子会社を設立。
現地に拠点を設けることで、海外における需要や商品ニーズを把握しやすくなる。

8月には、香港においてダイヤモンドオークションを開催・運営している「NET JAPAN-PARK AUCTION LIMITED」と業務資本提携。
業者向けオークションを通して事業の拡大を図る。



★人材育成★

- ・バイヤー（個人買取担当者）の育成
 - ⇒ 小型店出店に不可欠な複合バイヤーを効果的・効率的に育成するシステム作り
 - ⇒ 既存バイヤーの更なるスキルアップを目的とした強化カリキュラムの制定と実施



2014年3月期計画及び下期の取組み



2014年3月期 業績計画

連結	(単位:百万円)	前期実績	期首計画値	前期比	修正計画値	前期比
	売上高	34,368	36,745	106.9%	38,000	110.6%
	売上総利益	10,634	11,473	107.9%	—	—
	販売費及び一般管理費	8,531	9,184	107.7%	—	—
	営業利益	2,103	2,289	108.8%	2,600	123.6%
	経常利益	2,096	2,279	108.7%	2,600	124.0%
	当期純利益	1,251	1,344	107.4%	1,550	123.9%

単体	(単位:百万円)	前期実績	期首計画値	前期比	修正計画値	前期比
	売上高	30,251	31,800	105.1	33,200	109.7%
	売上総利益	9,129	9,700	106.3	—	—
	販売費及び一般管理費	7,298	7,700	105.5	—	—
	営業利益	1,830	2,000	109.3	—	—
	経常利益	1,826	1,990	109.0	2,300	125.9%
	当期純利益	1,090	1,160	106.4	1,370	125.6%

下期の課題と取組み

ブランド・ファッション事業

- 新規出店の推進
 - ⇒ コメ兵京都新京極店・・・大阪、神戸に次ぐ関西圏への出店
- 既存店の成長
 - ⇒ 新宿店 ファサード、衣料売場リニューアル(11月)
 - ⇒ 年末・期末セール
 - ⇒ 免税売上強化(対応力の強化、商品構成の研究)
- 買取の強化
 - ⇒ バイヤーのスキルアップ(知識、査定技術、接客力)による成約率、リピート率の向上
 - ⇒ 宅配買取システムの改善による利用者の利便性向上と運営業務の効率化
- ネット販売の強化
 - ⇒ 新規チャネルの開拓
 - ⇒ ネット取寄せ販売増加に向けての研究・対策の実施
- オークション事業の拡大
 - ⇒ 営業活動による会員数増加、キャンペーン実施による出品数UP
- 香港におけるB to B事業の促進
 - ⇒オークション、フェアへの出店に加え、顧客への営業・販売活動を実施



タイヤ・ホイール事業

- スタッドレスシーズンに向けての営業施策の早期化
 - ⇒ 特に関東に今期オープンした店舗において、新たな顧客の取込みの機会を確実にとらえる

中期計画

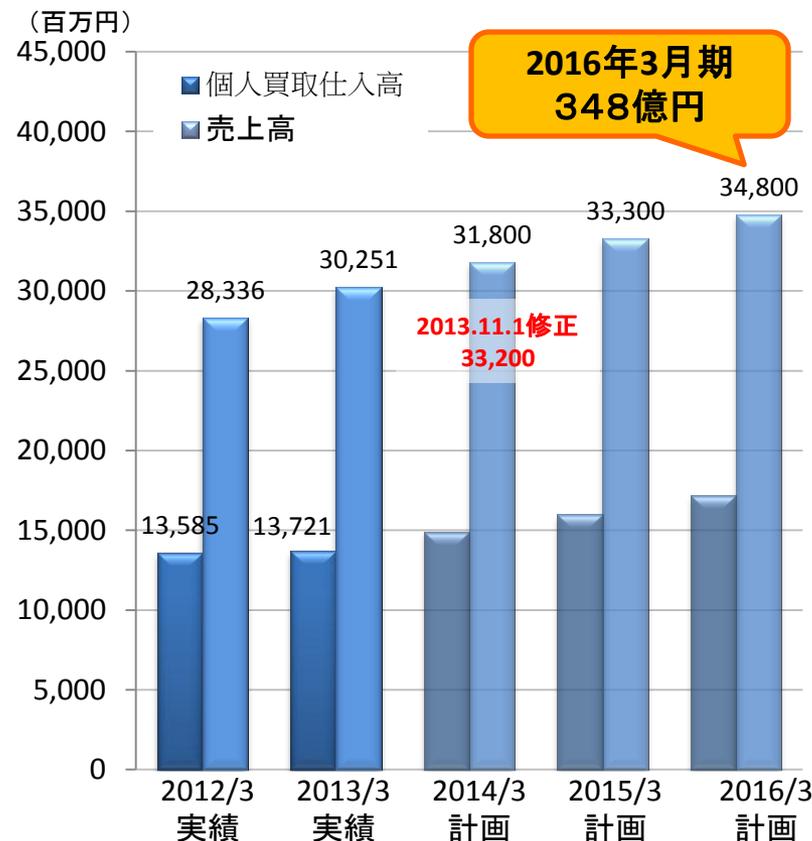


中期売上高計画

中期経営方針 『他社と一線を画したコメ兵企業ブランドの確立・進化』



連結



単体

中期利益計画

連結



単体



コメ兵グループの課題と取組み

コメ兵グループの 課題と取組み

積極的な出店によるシェアの拡大

既存店の継続的かつ安定的成長

WEB事業の拡大

新規事業の検討と挑戦

海外事業の推進

グループ内の シナジー効果

中古品取扱い強化

WEBの強化

コメ兵(単体) 中期基本目標

積極的な出店によるシェアの拡大

(単体)		2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期
売上高		318億円	333億円	348億円
営業利益		2,000百万円	2,150百万円	2,300百万円
営業利益率		6.3%	6.5%	6.6%
出店目標		14店舗	14店舗	14店舗
店舗形態	KOMEHYO ・リユースデパート ・リユースセレクトストア ・買取センター	4店舗	4店舗	4店舗
	by KOMEHYO ・LINK SMILE ・USED MARKET	10店舗	10店舗	10店舗

※2014年3月期の計画値は修正前の数値です

コメ兵の課題と取組み

既存店の継続的かつ安定的成長

- ・顧客満足度のさらなる向上を目指した、営業センス(接客力)の向上
- ・営業管理(店舗オペレーション)のレベルアップ
- ・店舗の特性を生かした効果的な販売促進活動

WEB事業の拡大

- ・O2Oの強化
- ・商品掲載点数の向上
- ・チャンネル拡大(ショッピングモール・専門サイト)
- ・WEBマーケティング強化

新規事業の検討と挑戦

- ・社内プロジェクト、業務提携、M&A等による新たな事業への挑戦
- ・他業種、他社との共同事業によって、新たな顧客開拓とビジネスチャンスの創造

海外事業の推進

- ・BtoB、BtoCビジネスの事業計画の企画・実行
現在はBtoB中心に進めているが、将来的には当社の強みやノウハウを生かし、一般消費者向けの事業展開も目指していく

ご清聴ありがとうございました

【質疑応答】

【問い合わせ先】

株式会社コメ兵 経営企画部

TEL:052-249-5366 FAX:052-249-3455

E-mail: ir@komehyo.co.jp

会社概要・ビジネスモデル



会社概要

社名	株式会社コメ兵
本社	名古屋市中区大須3-25-31
設立	1979年(昭和54)年
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
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
資本金	1,803百万円
従業員数	341名(2013年3月末)
売上高	302億円(2013年3月期)
連結子会社	株式会社クラフト 株式会社KOMEHYOオークション 株式会社オートパーツKOMEHYO KOMEHYO HONG KONG LIMITED



KOMEHYO <http://www.komehyo.co.jp>

中部

KOMEHYO 名古屋本店
(本館・ぎもの館・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 ヨシツヤ名古屋名西店
USED MARKET 守山四軒家店
USED MARKET 長野店
USED MARKET 稲沢店

関東

KOMEHYO 新宿店
KOMEHYO 銀座店
KOMEHYO 青山店
KOMEHYO 町田店
KOMEHYO 大宮東口店
KOMEHYO 柏東口店
買取センター 渋谷
買取センター 原宿
買取センター 吉祥寺
買取センター 横浜西口

関西

KOMEHYO 心斎橋店
KOMEHYO 神戸三宮店
KOMEHYO ホワイティうめだ店
KOMEHYO なんばウォーク店



コメ兵グループ 会社概要 (子会社① ブランド・ファッション事業)

社名 株式会社KOMEHYOオークション
本社 名古屋市中区大須3-25-31
設立 2012年(平成24)年 6月
事業内容 業者向けオークションに関する企画・運営・管理等
代表取締役 代表取締役社長 沢田登志雄
資本金 20百万円



業者向けオークションの様子

ブランドバッグ、宝石、時計など、豊富な品揃えで、店頭小売で即戦力となる商品をラインナップ。出品される商品は、模造品を排除するため商材毎の担当者が全ての商品を検品し、盤石のチェック体制で確かな商品を提供。出品点数は約8000点、1回の取引高は約8億円。

社名 KOMEHYO HONG KONG LIMITED
所在地 Central, H.K. (香港)
設立 2013年(平成25)年 6月
事業内容 宝石・貴金属、時計、バッグ等の仕入および販売
代表取締役 代表取締役社長 沢田登志雄
資本金 40万香港ドル



ジュエリー・時計フェアの様子(香港)

業者向けオークションやジュエリーショーへの出展を通して、宝石・貴金属、時計等の販売・仕入を行う。

社名	株式会社クラフト
本社	名古屋市中川区広川町1-1-2
設立	1980年(昭和55)年
事業内容	新品及び中古品の乗用車用タイヤ、アルミホイール、 自動車用品及び部品の販売、取付サービス
代表取締役	代表取締役社長 瀬古正
資本金	72百万円
従業員数	78名(2013年3月末)
売上高	3,929百万円(2013年3月期)
店舗数	16店舗(愛知県7店舗、岐阜県3店舗、三重県2店舗 静岡県1店舗、神奈川県2店舗、埼玉県1店舗)



カー用品の中でも特にこだわりをもつ方が多いタイヤ・ホイールに特化。国産、輸入一流メーカーの商品を幅広く取りそろえる他、オリジナル商品やオーダー品も扱う。
技術・知識・経験を持って、商品選びからフィッティング、バランス調整、取り付けまで一貫した対応が可能。

社名	株式会社オートパーツKOMEHYO
本社	名古屋市中区大須2-19-36
設立	2013年(平成25)年5月
事業内容	自動車用部品及び用品の企画販売
代表取締役	代表取締役社長 瀬古正
資本金	30百万円



高品質で低価格なアジアメーカーのタイヤ・ホイールを中心に扱い、販売店へのPB商品の企画・提案も行う。

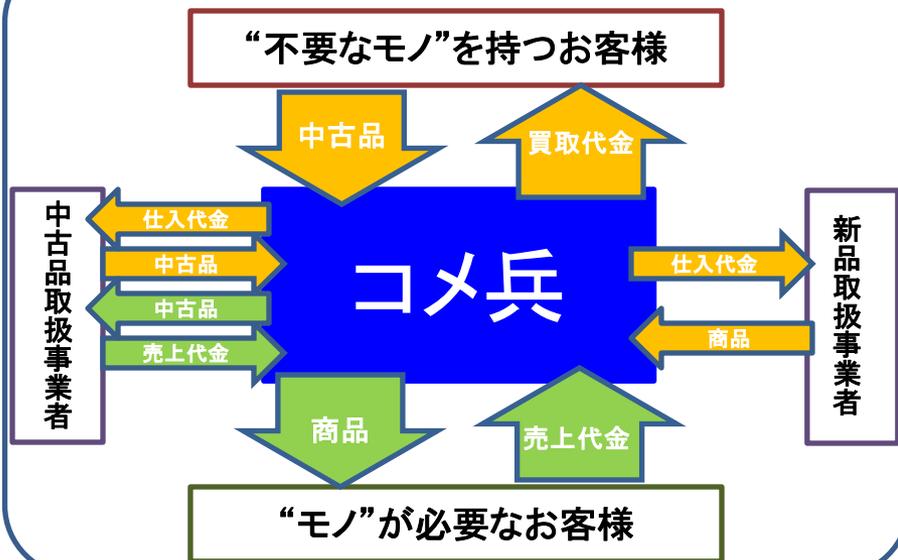
コメ兵 ビジネスモデル

事業領域

“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。

“リレーユース”とは、『モノは人から人へと伝承(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』というコメ兵独自の概念です。

リレーユースを基本とする事業の流れ



適正な価格設定

『高く買えばモノが集まり、安く売れば人が集まる』

【適正な**買取**価格】

- ・「いくらで売れるか？」を反映した価格設定
- ・相場観察(内部・外部)を基にした、継続的な相場表の更新と社内システムによる情報共有

【適正な**販売**価格】

- ・POSシステムによる在庫量、在庫滞留期間管理
- ・定期的な売価の見直し実施

コメ兵：仕入から販売の流れ①

それぞれの工程において、コメ兵独自の特徴や強みがあります

仕入

商品化

出荷

販売



コメ兵：仕入から販売の流れ②

仕入

商品化

出荷

販売

【個人買取】(買取センター、宅配買取)

★中古品仕入全体の約65%(総額137億円)※2013.3期実績

- ・明るい雰囲気の良い待合室、・プライバシーに配慮した査定カウンター
- ・他社との業務提供による宅配買取の拡大

【バイヤー】

★バイヤーの数は300名以上

- ・専門性・技術力・接客力を備えたプロフェッショナル
- ・個人買取の場面のみならず、商品管理部門においても重要な役割を担う
- ・独自の育成プログラムにより、効率的かつ効果的なバイヤー育成システムを構築

【適正な買取価格】

- ・独自の買取相場表やWEBサポート体制構築でメリハリのある買取(ニーズの高いものはより高く)を実現

【豊富な仕入ルート】

- ・中古品取扱事業者、新品取扱事業者からの仕入も行うことにより幅広く数多い品揃えを実現

買取センター



← 明るく居心地の良い待合スペース

→ プライバシーに配慮した買取ブース



コメ兵：仕入から販売の流れ③

仕入

商品化

出荷

販売



商品センター

品質管理機能

生産管理機能

物流管理機能

相場管理機能

- ・必要に応じたメンテナンス・修理を施し、付加価値の高い上質な中古品を提供
- ・資源を集約することで、量産体制を可能にする
- ・在庫状況やトレンドを勘案し、新品商品(新作等)を補充し品揃えを充実
- ・店舗単位での売れ筋を把握し、効率的・効果的な商品供給を行う
- ・全社的な視点で、内部・外部の情報を収集し、適切な販売価格・買取価格をコントロール

コメ兵：仕入から販売の流れ④

仕入

商品化

出荷

販売

【店舗】用途に合わせた3つの店舗スタイル

KOMEHYO 総合型ブランドリユースショップ

Reuse Style Collection
LINKSMILE 中古レディース衣料中心の小型店
by KOMEHYO

USED MARKET 低価格ブランドバッグ・衣料の小型店
by KOMEHYO

リユースショップのイメージを覆す、洗練された店舗デザインやディスプレイでゆっくりお買い物を楽しめる空間を演出

【商品】

- ・豊富な質の高い中古商品＋新品で幅広い品揃え
- ・幅広い価格帯で様々なお客様のニーズに対応

【WEB】

- ・掲載点数約3万点 売上高45億円（総売上高の約15%）
- ・自社サイト「KOMEHYOオンラインストア」を中心に楽天市場 Yahooショッピングにも出店
- ・店舗取寄せ機能を活用したO2Oの推進

【業者向け販売チャネル】

- ・コメ兵バイヤーズサイト、業者向けオークション



「洗練されたデザイン」、
「豊富な品ぞろえ」で
ゆっくりとお買物を
楽しんでいただける
“リユース”のイメージを
覆す売場



コメ兵：店舗スタイルとその効果

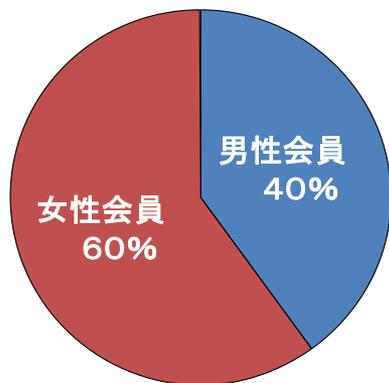
商圈・物件のスタイルに合わせた複数の店舗スタイル

店舗スタイル		戦略	新規出店	既存店の成長
KOMEHYO	リユースデパート (名古屋・新宿)	売場面積500坪以上の大型総合リユースストア。リユースセレクトストアの業績・顧客拡大によるリユースデパートへの移転拡張を目指す	より効率の高い店舗スタイルで出店する 商圈や物件の条件に合わせて	店舗スタイルや地域特性等に合わせた品揃えや販促活動を行うことで、着実な成長を実現
	リユースセレクトストア (銀座・青山・大宮東口・町田 柏東口・名駅サンロード・ 心齋橋・うめだ・なんば)	小型～中型のブランド系リユースストア。宝石・時計・バッグ・衣料の買取、販売強化を目的とし、主要都市への計画的出店を行う		
	買取センター (渋谷・原宿・吉祥寺・横浜)	宝石・時計・バッグ・衣料の買取強化を目的とし、販売、買取、在庫等のバランスを勘案し買取単独店舗の出店に臨機応変に取り組む		
by KOMEHYO	LINK SMILE	「近くで、おしゃれを、気軽に」をコンセプトにした“女性にやさしい古着屋さん”として、低単価なレディース中古衣料を主とした店舗。今後はSC内出店を中心に店舗数拡大を目指す		
	USED MARKET	「いろいろ、お手頃、ワクワク」をコンセプトに、これまで取扱が少なかった低ランク(商品のコンディション、年式の古さ等)のブランドバッグ、低価格衣料を中心に取り扱う。お客様にはよりお安く商品をお求めいただき、当社は小売販路の幅を広げることとする		

コメ兵ポイントカード

【概要】	お買上げの場合	買取の場合
ポイント付与	お買上げ金額 200円=1P	買取金額 100円=2P
ポイント還元	お買上げ時に 1P=1円 100ポイント単位で 利用可能	買取成約時に 2P=1円として キャッシュバック ※1000ポイント単位で 利用可能

2013年3月末
会員数
約23万人



日本リユース業協会

「リユース」並びに「リユース業」の社会的認知度向上等により、リユース業界の透明性の高い健全な発展を目的とした「日本リユース業協会」に、設立当初より参画。他リユース業者と協力し、リユース業界のさらなる発展に努めています。



《2009年4月 設立》



日本リユース業協会
Japan Reuse Affairs Association

【正会員企業】

株式会社アップガレージ	東京山喜株式会社
株式会社Kurokawa	株式会社トレジャー・ファクトリー
株式会社ゲオ	ネットオフ株式会社
株式会社小牧	株式会社ハードオフコーポレーション
株式会社コメ兵	株式会社パシフィックネット
株式会社ゴルフ・ドウ	ブックオフコーポレーション株式会社
株式会社ゴルフパートナー	株式会社ブランドオフ
株式会社タックルベリー	

(2013.5)

1947年	古着屋『米兵商店』(5坪)を出店	2011年1月	「コメ兵有楽町店」を移転・増床、「コメ兵銀座店」オープン
1970年	現在の本館(本社)の地にコメ兵パート1(本店)を移転	2011年4月	営業体制強化を目的とした営業組織変更
1977年	コメ兵パート2(現きもの館)をオープン	2012年1月	株式会社クラフトを子会社化
1979年5月	株式会社米兵を設立	2012年2月	「商品センター」稼働開始
1987年9月	株式会社コメ兵へ社名変更	2012年6月	株式会社KOMEHYOオークション設立
1995年11月	コメ兵パート1(本店)を増床、新築オープン	2012年9月	「レストランオークション名古屋by KOMEHYO」スタート
1996年3月	関東初進出となる「買取センター道玄坂」出店	2013年2月	日本経団連に加入
2000年4月	関西初進出となる「コメ兵心齋橋店」出店	2013年4月	名古屋本店 リニューアルオープン
2000年5月	全国への販売力強化を目的としてインターネットによる通信販売を開始	2013年5月	株式会社オートパーツKOMEHYO設立
2003年9月	JASDAQに株式公開	2013年6月	KOMEHYO HONG KONG LIMITED設立
2004年3月	関東初の販売・買取店舗「コメ兵有楽町店」出店		
2004年12月	東証二部、名証二部へ上場		
2005年11月	本館に次ぐ大型店舗「コメ兵新宿店」出店		
2009年4月	日本リユース業協会に参画		
2010年2月	レディース中古衣料の「LINK SMILE鎌倉台店」出店		