



2025年3月期 決算説明資料

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

2025年5月14日（水）
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）

2025年3月期 決算説明概要

1

前期比で増収減益 相場が軟調傾向の中、売上総利益が低下

- ・法人間取引の相場環境は、不安定な状況が継続
- ・法人販売の強化等により、売上高は過去最高の実績
- ・在庫流動性を高め、売上総利益の確保に注力したものの、在庫構成比の変化により売上総利益率が低下
- ・タイヤ・ホイール事業は、増収増益。在庫コントロールが奏功し、冬用タイヤ・自社企画ホイールが好調に推移

2

国内外の出店は順調に進捗

【国内出店】

販売店：KOMEHYO 1店舗

買取専門店：KOMEHYO 36店舗 / BRAND OFF 直営2店舗、FC13店舗

買取併設販売店：KOMEHYO 3店舗 / BRAND OFF 1店舗 / Craft1店舗

【海外出店】

KOMEHYO シンガポール2店舗、タイ1店舗 / BRAND OFF 香港3店舗、台湾1店舗、上海1店舗

3

積極的な投資により、持続的な成長につながる土台固め

- ・RECLO、アールケイエンタープライズ、RODEO DRIVE JAPAN CO. LIMITED、Rs-JAPANの4社のM&Aを実施
- ・J. フロント リテイリング株式会社と合併会社「JFR&KOMEHYO PARTNERS」を設立（持株比率：49%）
- ・心斎橋、横浜にKOMEHYOの旗艦店出店物件を確保。小売強化に向けた販売店舗出店を継続
- ・マレーシア、アメリカに現地法人を設立し、海外拠点を拡大

不安定な相場環境の中でも、国内外で順調にシェアを拡大
2026年3月期は、外部環境や相場変動に対応しながら利益体質を改善し、増収増益を目指す

目次

1. 会社概況	P.4
2. 2025年3月期 連結業績	P.8
3. 2025年3月期 セグメント概況	P.20
4. 中期経営計画の進捗	P.27
5. 2026年3月期の見通しと取組み	P.38
6. Appendix	P.48

1. 会社概況

リユースから、リレーユースへ。その「価値」をつないでいく。

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



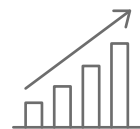
「モノは人から人へ伝承（リレー）され、有効に活用（ユース）されてこそ、その使命を全うする」という私たち独自の概念です。

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。

カンパニーハイライト(連結/2025年3月末時点)

「KOMEHYO」「BRAND OFF」「Rodeo Drive」等を国内外に展開するリユース業界のトップランナー



創業

1947 年

年間売上高

158,994 百万円 (4期連続成長)

年間個人買取額

78,834 百万円



従業員数

1,895 名 内)ブランド・ファッション事業の鑑定士**901**名

人材定着率

93.4%



国内店舗数

273 店舗

内) 販売店**10** 買取専門店**209** 買取併設販売店**54**

海外店舗数

28 店舗

(5カ国/地域)

市場シェア※1

ブランド・
宝飾品分野

1 位

グループ会社数※2

19 社

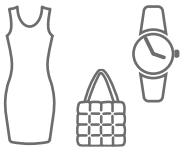
事業一覧

ブランド・ファッション、タイヤ・ホイール、不動産賃貸の3事業を展開。人から人へのモノの伝承・有効活用「リレーユース」を国内外で支える

2025年3月期 連結売上高

158,994

百万円

	売上高比率	事業内容	主要顧客
 ブランド・ファッション事業 (BF事業)	96.1%	個人・リユース取扱事業者から中古品を仕入れ。人気商品の中古品から定番の新品まで幅広い商品を提供	- 個人 - 法人
 タイヤ・ホイール事業 (TW事業)	3.7%	タイヤ、アルミホイール、自動車用品の買取・販売	
 不動産賃貸事業	0.2%	店舗の賃貸管理、グループ間での店舗賃貸	- 法人

海外売上高比率



小売比率



※1「海外」には国内の免税販売等は含まれていない。海外グループ会社売上高の合計値 ※2 オークション手数料を含む

2. 2025年3月期 連結業績

2025年3月期 決算 ハイライト

2025年3月期 連結決算

個人買取額（連結）

78,834百万円

前期比 128.8%

連結売上高

158,994百万円

前期比 133.1%
計画比^{※1} 100.3%

連結営業利益

6,176百万円

前期比 82.9%
計画比^{※1} 102.9%

連結経常利益

6,046百万円

前期比 80.8%
計画比^{※1} 103.2%親会社株主に帰属する
当期純利益

4,777百万円

前期比 95.1%
計画比^{※1} 111.6%

連結売上高の内訳

小売比率

48.5%
前期比
+0.1pt

海外比率

12.6%

国内免税比率

15.4%

出店数

65店舗

- ・販売店 1店舗^{※2}
- ・買取専門店 51店舗
- ・買取併設販売店 13店舗^{※2}

連結総流通量（GMV）

202,109百万円

前期比133.9%

※1 2025年2月13日開示「業績予想修正のお知らせ」の2025年3月期通期計画に対する進捗率

※2 海外含む

連結損益計算書

売上高、売上総利益は過去最高。売上総利益率の低下及び販管費の増加により、営業利益以下は減益

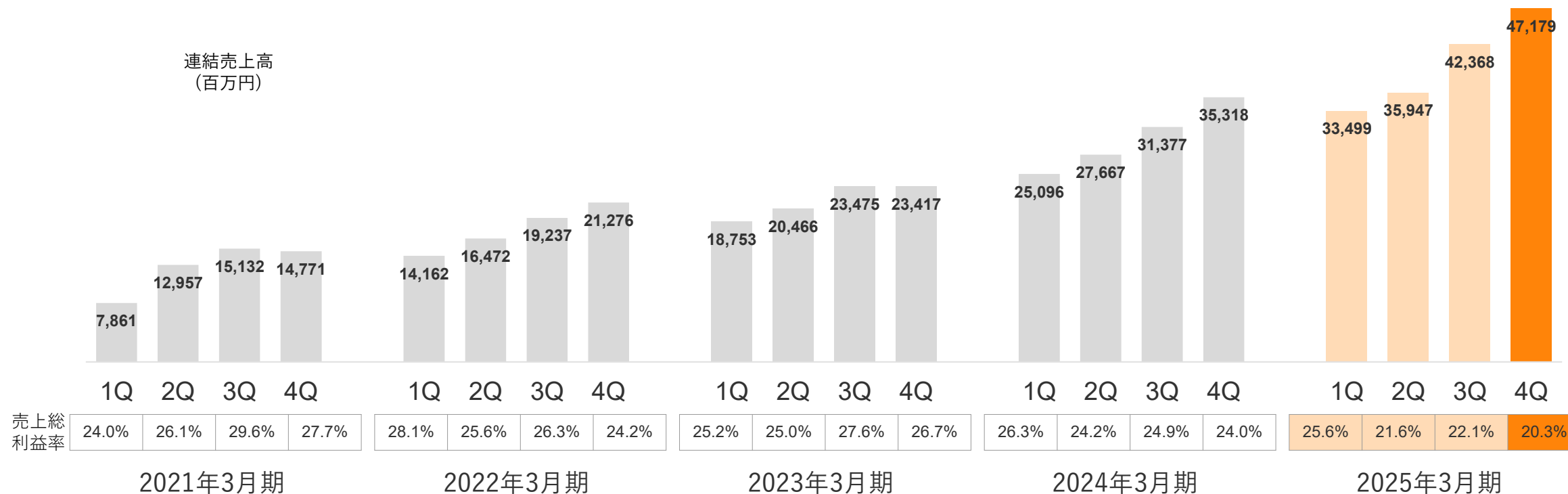
(百万円)	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	増減	前期比	計画比※
売上高	50,723	71,148	86,113	119,459	158,994	39,534	133.1%	100.3%
売上総利益	13,836	18,415	22,542	29,590	35,248	5,658	119.1%	—
売上総利益率	27.3%	25.9%	26.2%	24.8%	22.2%	△2.6pt	—	—
販売費及び一般管理費	13,245	14,700	17,373	22,137	29,072	6,934	131.3%	—
営業利益	590	3,714	5,168	7,452	6,176	△1,276	82.9%	102.9%
営業利益率	1.2%	5.2%	6.0%	6.2%	3.9%	△2.3pt	—	—
経常利益	431	3,772	5,406	7,479	6,046	△1,433	80.8%	103.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△595	2,259	3,706	5,025	4,777	△248	95.1%	111.6%

※2025年2月13日開示「業績予想修正のお知らせ」の2025年3月期通期計画に対する進捗率

連結売上高と売上総利益率の推移

好調に推移する個人買取に加え、国内外のお客さまの販売機会を捉えるため法人仕入を強化

2025年3月期は第2四半期に時計・バッグの相場下降があり、第4四半期まで小売・法人販売とも売上総利益率が低下



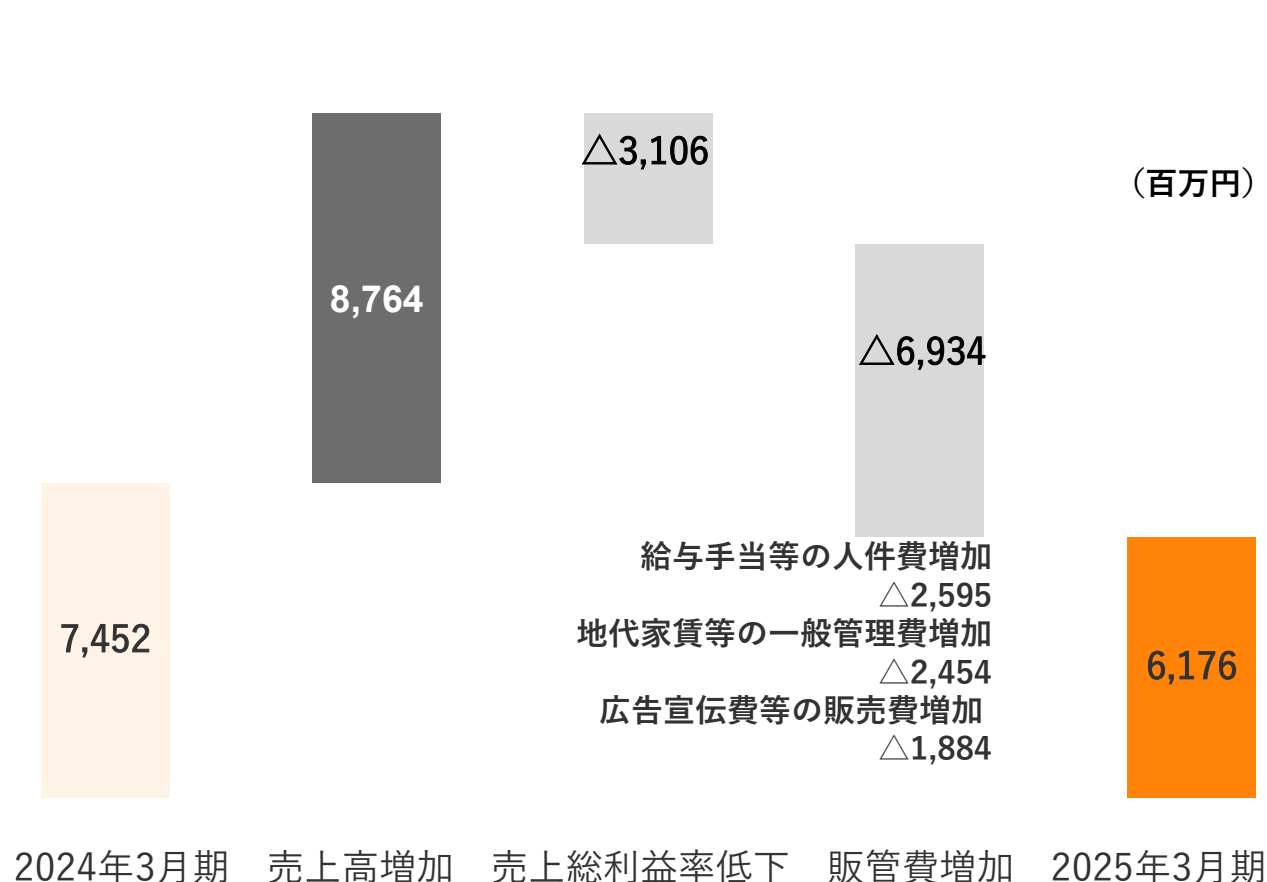
売上総利益率変動の内部要因

- ・ 商材構成比により変化（ファッション＞宝石・貴金属＞バッグ＞時計）
- ・ 個人買取と法人仕入の構成比により変化（個人買取＞法人仕入）
- ・ 小売と法人販売の構成比により変化（小売＞法人販売）

連結営業利益の分析

仕入が好調に推移し、店頭在庫が充実。売上高は小売・法人販売とも大幅に増加。

売上総利益率が低位になったこと及び成長投資による販管費の増加により、営業利益は前期比82.9%と減益



売上高

- ・ 個人買取が好調に推移し、在庫が充実
- ・ 在庫流動化のため法人仕入・法人販売を活用
- ・ 小売・法人販売ともに伸長

売上総利益率

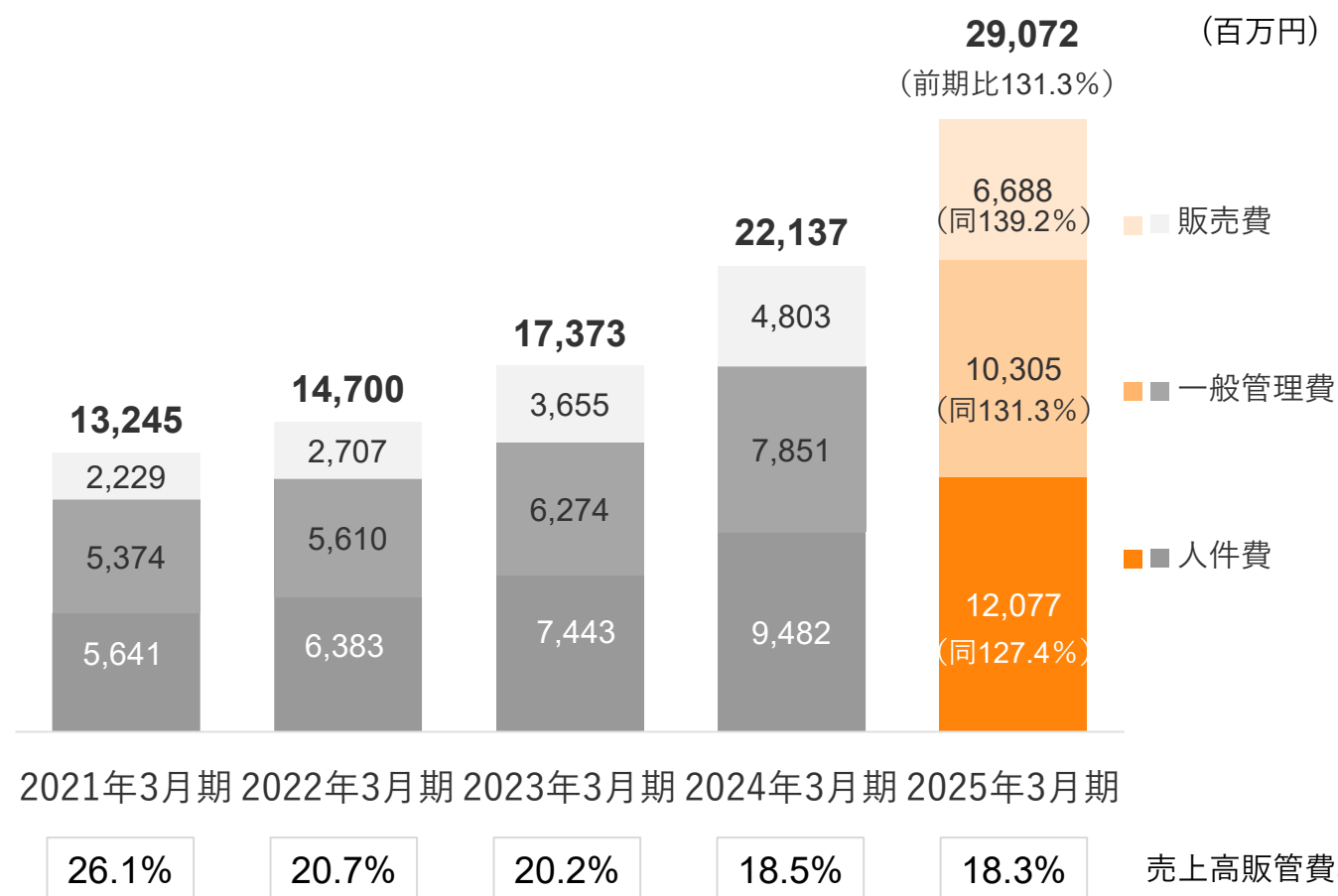
- ・ 相場変動への対応や金地金の買取増加等により、前期比2.6pt低下

販管費

- ・ ベースアップや従業員増による給与手当の増加
- ・ 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

販売費及び一般管理費の推移

4社のグループ会社化、新規出店とそれに伴う人材の採用・育成を強化したことで、販売費及び一般管理費が大幅に増加
売上高伸長により変動費である販売費が増加したものの、売上高販管費率は低下



販売費

- ・新店出店時等の広告宣伝費、販売手数料、カード手数料 等が増加

一般管理費

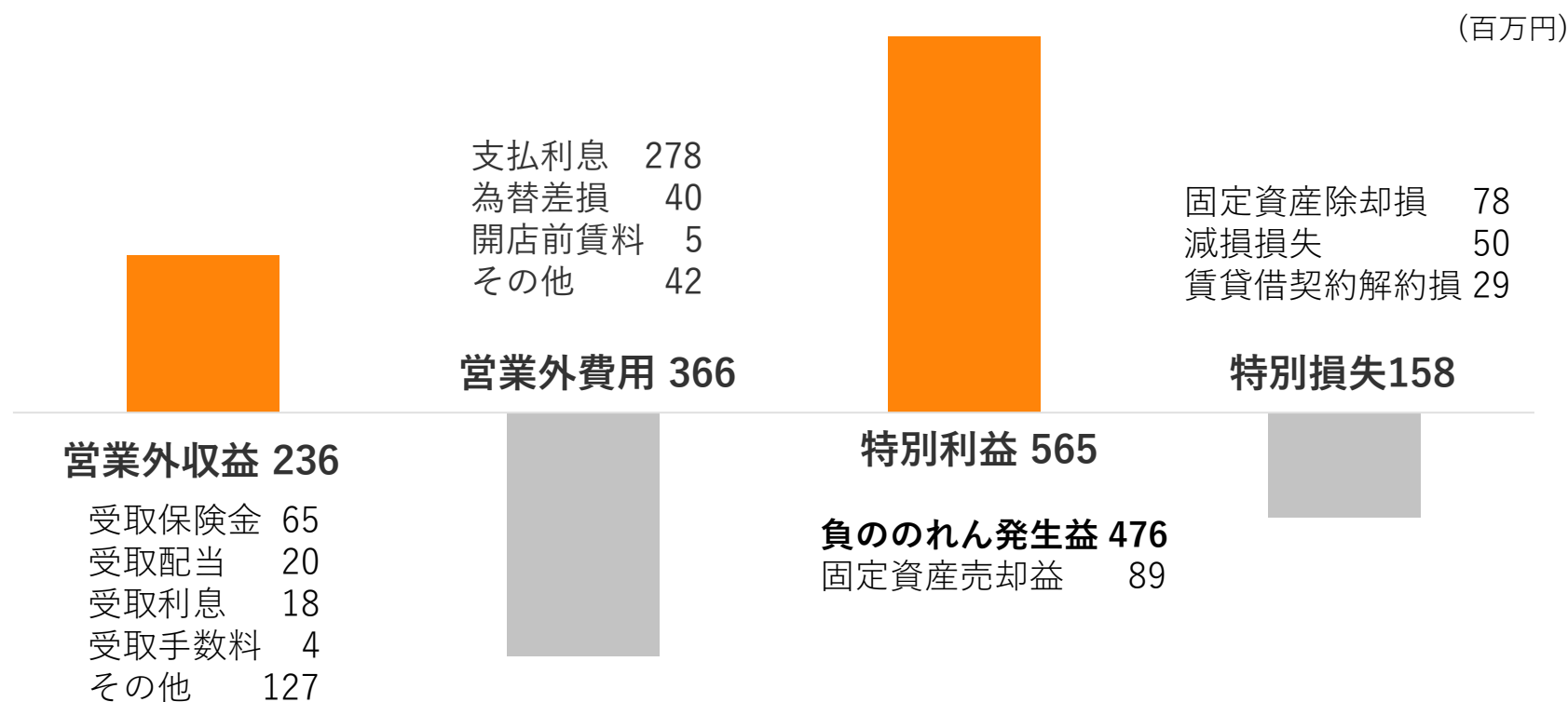
- ・販売店舗出店に伴う地代家賃、ソフトウェアの減価償却費 等が増加

人件費

- ・採用数増加による給与手当、法定福利費 等が増加

営業外損益／特別損益

特別利益で、負ののれん発生益476百万円を計上



連結貸借対照表の概況

アールケイエンタープライズ他3社のグループ会社化等により、棚卸資産、有利子負債が大幅に増加
売上高拡大の原資となり、成長に直結する棚卸資産も順調に増加

(百万円)	2024年3月期末	2025年3月期	増減
流動資産	49,926	68,457	18,530
現金及び預金	15,208	15,535	326
棚卸資産	24,353	39,994	15,641
その他	10,364	12,927	2,562
固定資産	14,112	20,168	6,055
総資産	64,039	88,625	24,586
負債	35,269	55,426	20,157
有利子負債	27,733	47,395	19,661
その他	7,535	8,031	495
純資産	28,770	33,199	4,429
負債・純資産合計	64,039	88,625	24,586

- ・ 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+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、法人仕入強化により、
売上高の原資となる棚卸資産が順調に増加

有利子負債

4社のグループ会社化及び棚卸資産の増加を
短期及び長期借入金で賄う

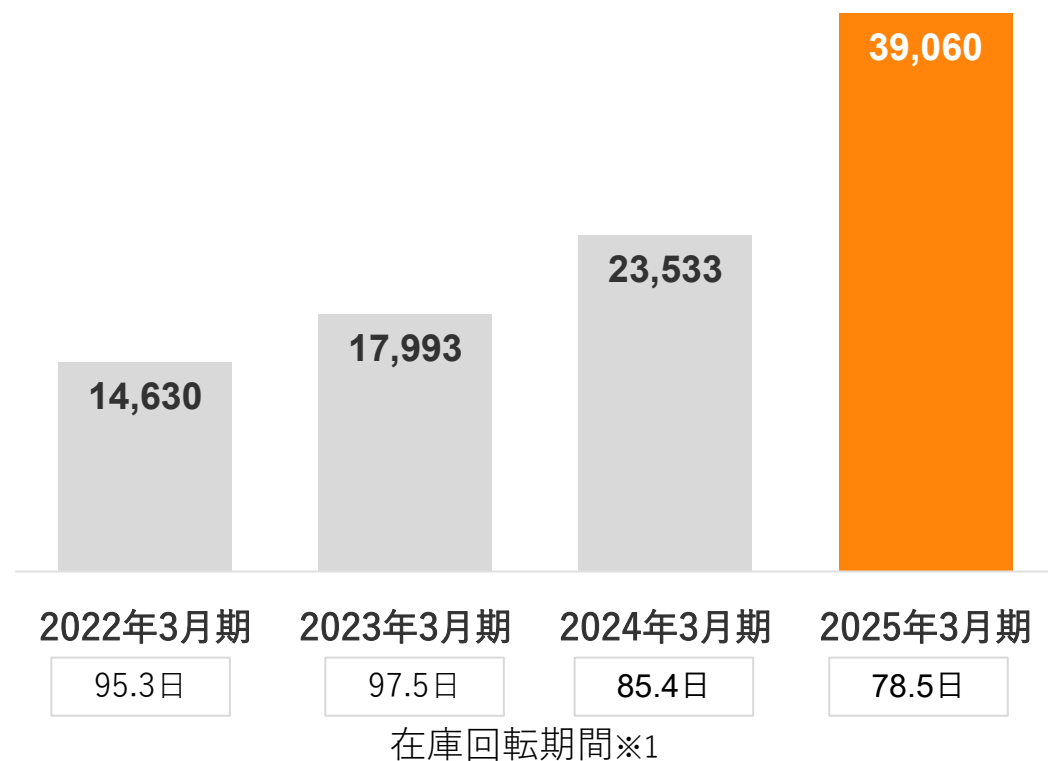
純資産

利益剰余金 等が増加

在庫回転

2024年8月以降、利益率の低い在庫を優先的に法人販売に向け、小売向け商品を法人仕入で補った結果、売上総利益率が低下。
在庫回転率を高めることにより、交叉比率は維持。

棚卸資産(百万円)



	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
売上総利益率	25.3%	25.6%	24.3%	21.6%
在庫回転率	3.8回転	3.7回転	4.3回転	4.7回転
交叉比率※2	96.1%	94.7%	104.5%	101.5%
棚卸資産評価損	59百万円	42百万円	88百万円	140百万円

※1 棚卸資産/売上原価

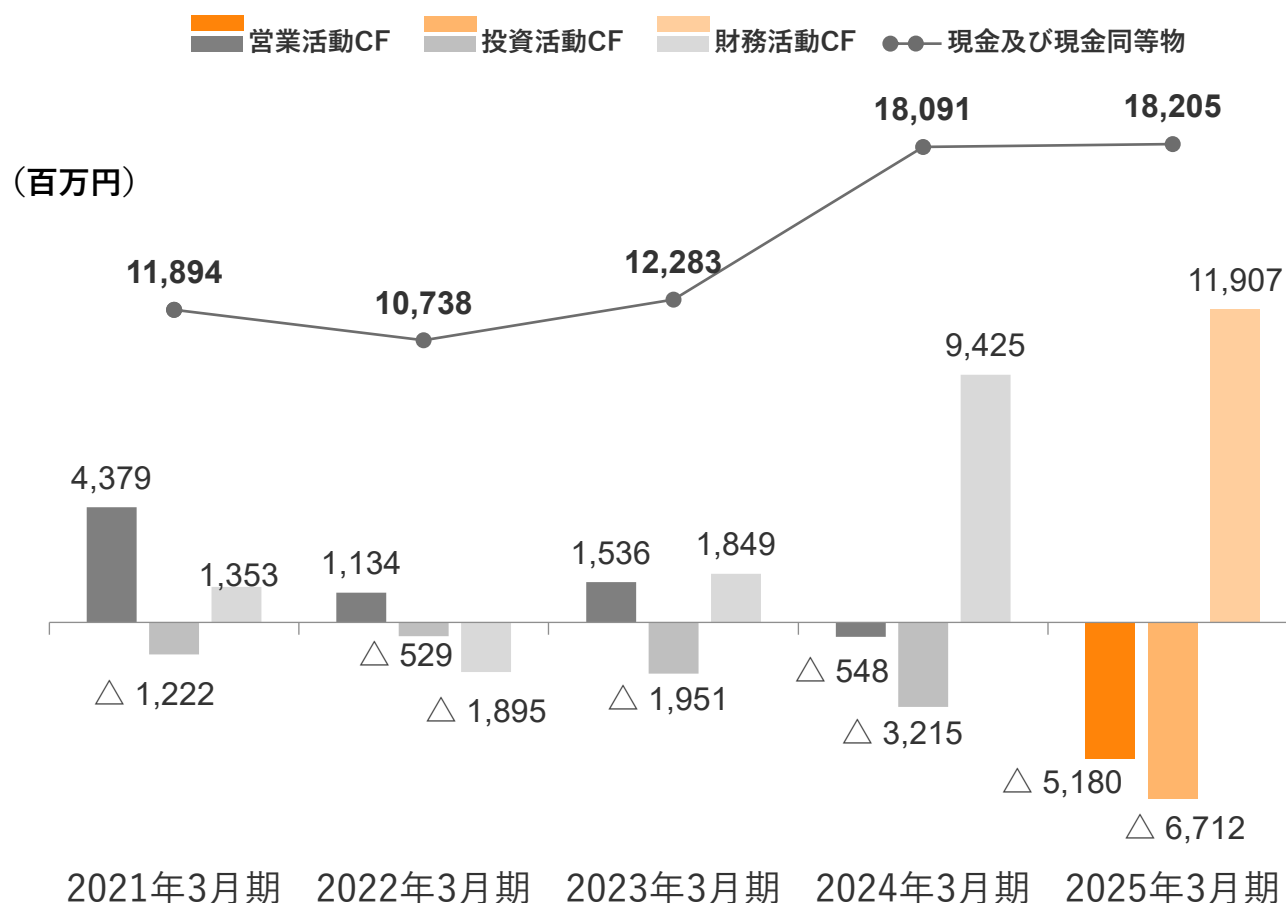
※2 グループ内で重視する指標で、売上総利益率×在庫回転率で算出

連結キャッシュフロー

【営業活動CF】 資金支出：アールケイエンタープライズ他3社のグループ会社化及び個人買取が好調で棚卸資産が増加

【投資活動CF】 大幅な資金支出：グループ会社化による株式の取得により支出が増加

【財務活動CF】 大幅な資金収入：上記の投資を賄うため、短期及び長期借入金が増加



営業活動CF

- ・ 棚卸資産
- ・ 法人税の支払額 等が増加

投資活動CF

グループ会社化による株式の取得、
有形及び無形固定資産の取得 等が増加

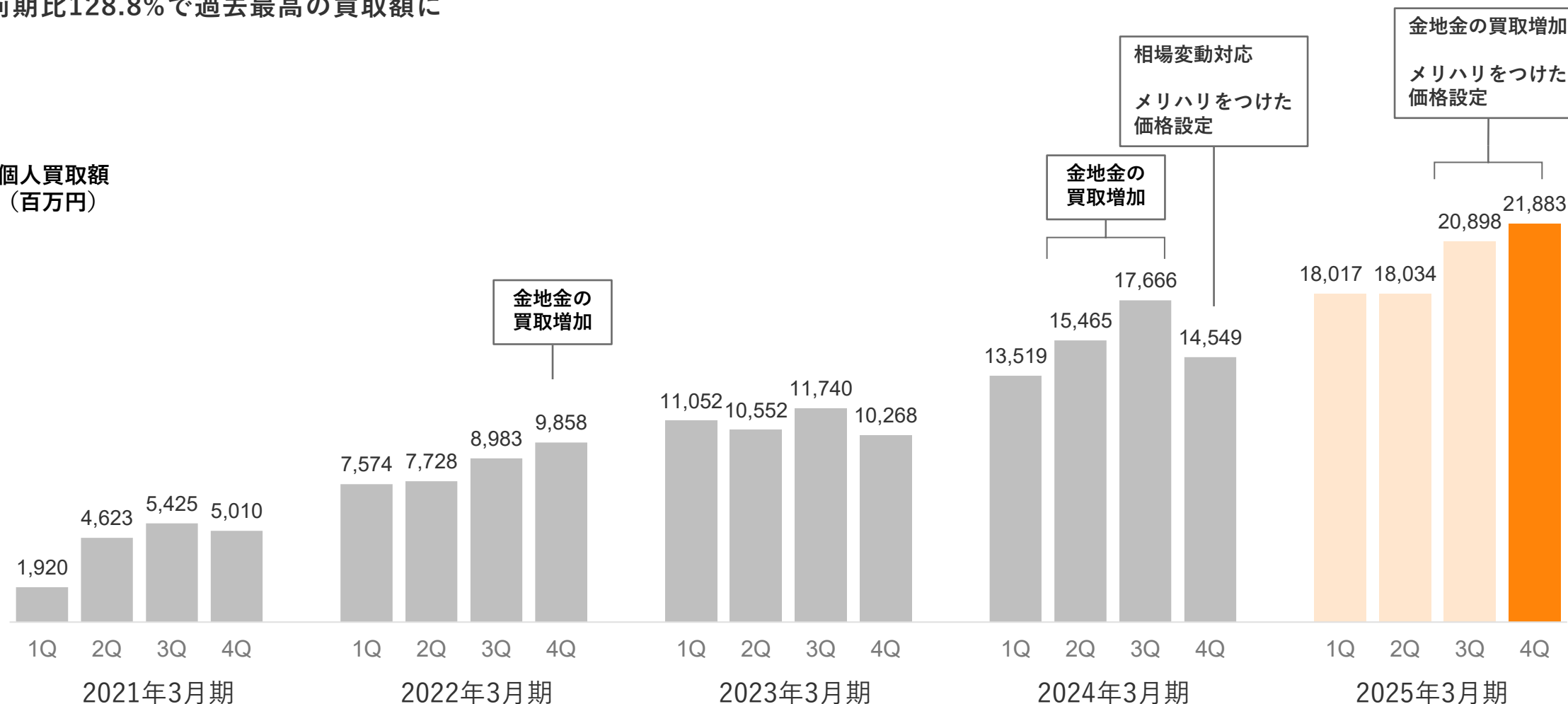
財務活動CF

個人買取、株式の取得のため
短期及び長期借入金 等が大幅増加

個人買取額（グループ合計）の推移

買取専門店の継続的な出店や既存店の成長等により、お客さま数やお客さま一人あたりの買取額が好調に推移
前期比128.8%で過去最高の買取額に

個人買取額
(百万円)



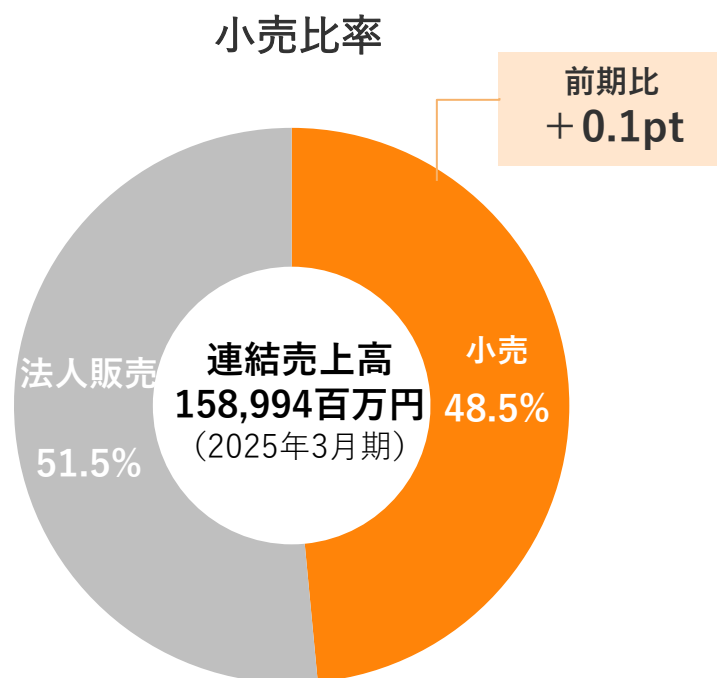
※個人買取額の経路：店舗買取、出張買取、イベント買取、宅配買取

連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

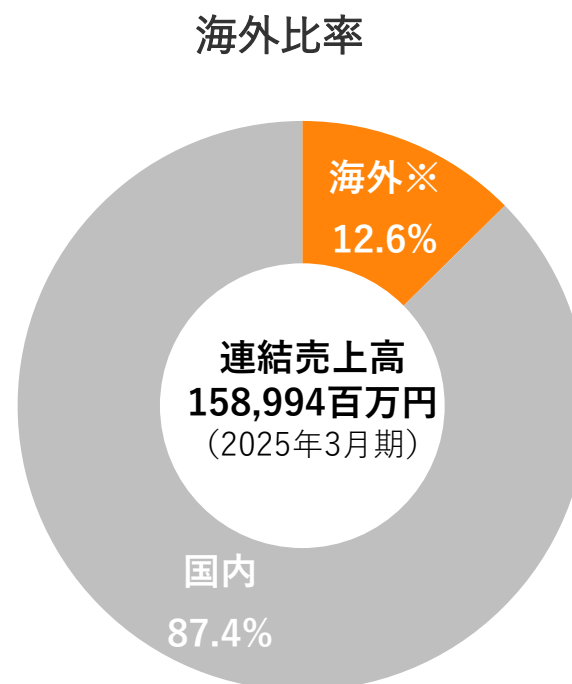
【小売】 販売店舗出店や海外小売りが伸張したことにより、理想的な構成比（小売：法人≒50：50）を維持

【海外】 香港や台湾での出店により、海外売上高が順調に拡大

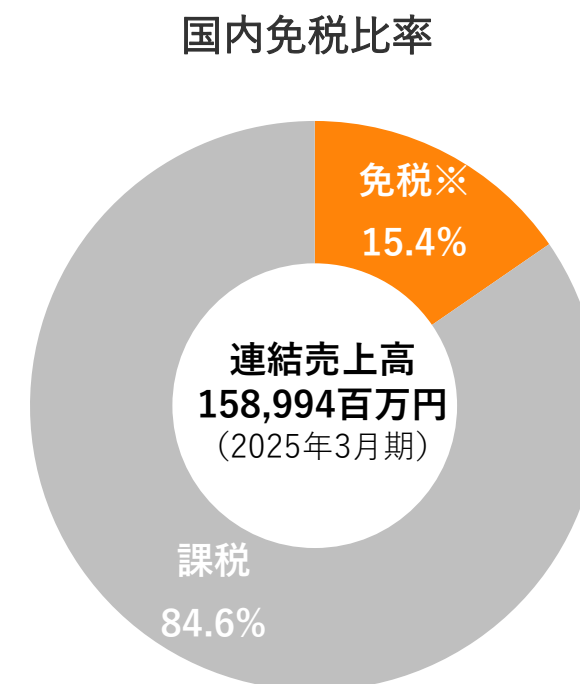
【免税】 店舗の在庫を潤沢にすることで、好調を維持



※「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
※2025年3月期より海外比率を(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
※過去の計算式(海外グループ会社売上高/連結売上高)では海外比率10.5%



※内部取引相殺消去前で算出
※2025年3月期より国内免税売上高/連結売上高で算出
※過去の計算式(国内免税売上高/(連結売上高-海外グループ会社売上高))では、18.1%

3. 2025年3月期 セグメント概況

2025年3月期 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）※1

個人買取額

78,702百万円

前期比
128.9%

売上高

153,078百万円

前期比
133.9%

営業利益

5,717百万円

前期比
83.0%

タイヤ・ホイール事業（TW事業）

売上高

5,872百万円

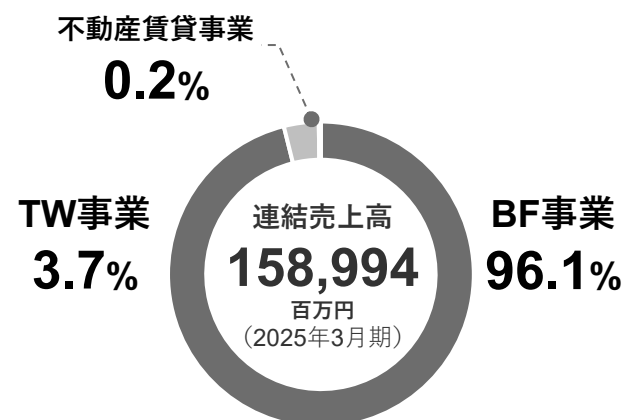
前期比
115.8%

営業利益

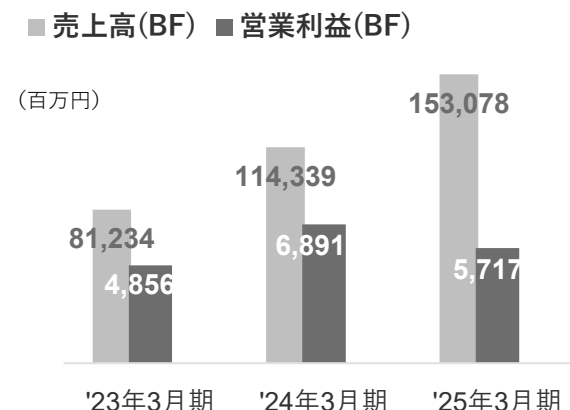
300百万円

前期比
112.3%

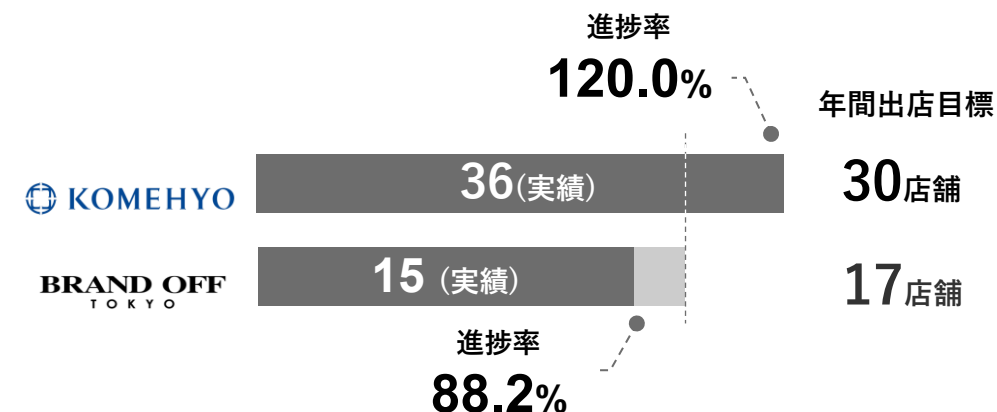
売上高構成比



BF事業 業績推移



BF事業 買取専門店の出店実績



※1 為替換算等の影響により、月次売上高との差異あり

セグメント別 2025年3月期 決算概況

ブランド・ファッション事業は、個人買取及び小売・法人販売が好調
タイヤ・ホイール事業は、冬用タイヤ・自社企画ホイールが好調に推移

(百万円)		'25.3-1Q	前年同期比	'25.3-2Q	前年同期比	'25.3-3Q	前年同期比	'25.3-4Q	前年同期比	2025年 3月期※	前期比
ブランド・ ファッション	売上高	32,377	134.5%	34,852	130.4%	39,890	136.1%	45,958	134.3%	153,078	133.9%
	営業利益	2,106	125.1%	855	59.3%	1,616	104.6%	1,138	51.3%	5,717	83.0%
	営業利益率	6.5%	△1.0pt	2.5%	△2.9pt	4.1%	△1.2pt	2.5%	△4.0pt	3.7%	△2.3pt
タイヤ・ ホイール	売上高	1,111	110.1%	1,083	116.3%	2,467	120.3%	1,211	111.9%	5,872	115.8%
	営業利益又は 営業損失(△)	△3	-	33	-	356	129.6%	△85	-	300	112.3%
	営業利益率	-	-	3.1%	-	14.5%	1.1pt	-	-	5.1%	△0.2pt
不動産賃貸	売上高	82	115.0%	93	130.1%	92	128.8%	91	126.2%	358	125.0%
	営業利益	27	125.9%	30	144.3%	29	138.5%	20	94.2%	108	125.5%
	営業利益率	33.2%	2.9pt	33.2%	3.2pt	32.2%	2.2pt	22.7%	△7.7pt	30.3%	0.1pt

※ 調整額：売上高△316百万円、営業利益49百万円

店舗展開 | グループ全店301店舗（2025年3月現在）

通期で、買取専門店を中心にグループで65店舗を出店

	ブランド・ファッション事業						タイヤ・ホイール事業	
	 KOMEHYO	 BRAND OFF TOKYO	 Rodeo Drive	 Shellman Since 1971	 WORM	 SELBY	 Craft	 U-ICHIBAN
旗 艦 店	6	3	1	1				
販 売 店	2 (1)			6	2 (-1)			
買取販売併設店	20 (3)	4 (1)	4			2	11 (1)	2
買取専門店	162 (36,-1)	8 (2)	3					
FC買取専門店		36 (13,-5)						
海 外	7 (3)	20 (5)	1					
合 計	197	71	9	7	2	2	11	2



KOMEHYO 名古屋本店



BRAND OFF 金沢本店



Rodeo Drive 横浜関内店



Shellman銀座店



WORM OSAKA



SELBY 御徒町店



Craft 中川店

※（ ）は、2025年3月期での増減数

KOMEHYO | 経路別仕入・販売の状況※1

BF事業

個人買取の商材構成比は、国内の金小売価格が引き続き高値で推移し、宝石・貴金属が4割程度を占める
国内外のお客さまの販売機会を捉えるため強化した法人仕入の構成比が、前年同期比で6ポイント上昇

買取・仕入

個人買取

一般のお客さまからの買取り

69%
前年同期比
▲6pt

店頭買取、イベント買取、
宅配買取、出張買取



JEWELRY



WATCH



BAG



FASHION

構成比※2

41%

24%

29%

6%

前年同期比

(+2pt)

(▲1pt)

(±0pt)

(±0pt)

法人仕入

リユース事業者からの仕入（中古・新品）

31%
前年同期比
+6pt

主に店舗の魅力維持を目的に
個人買取を補完

商品センター



全国で仕入れた商品が集積され、
熟練の鑑定士による
真贋チェックや必要に応じた
メンテナンスが行われる。

在庫リスクをコントロール
しながら、最適な販売先へ供給

販売

小売

一般のお客さまへ販売

40%
前年同期比
▲1pt

- ・店舗
- ・WEB（自社、モール、ライブコマース）

法人販売

リユース事業者へ販売

60%
前年同期比
+1pt

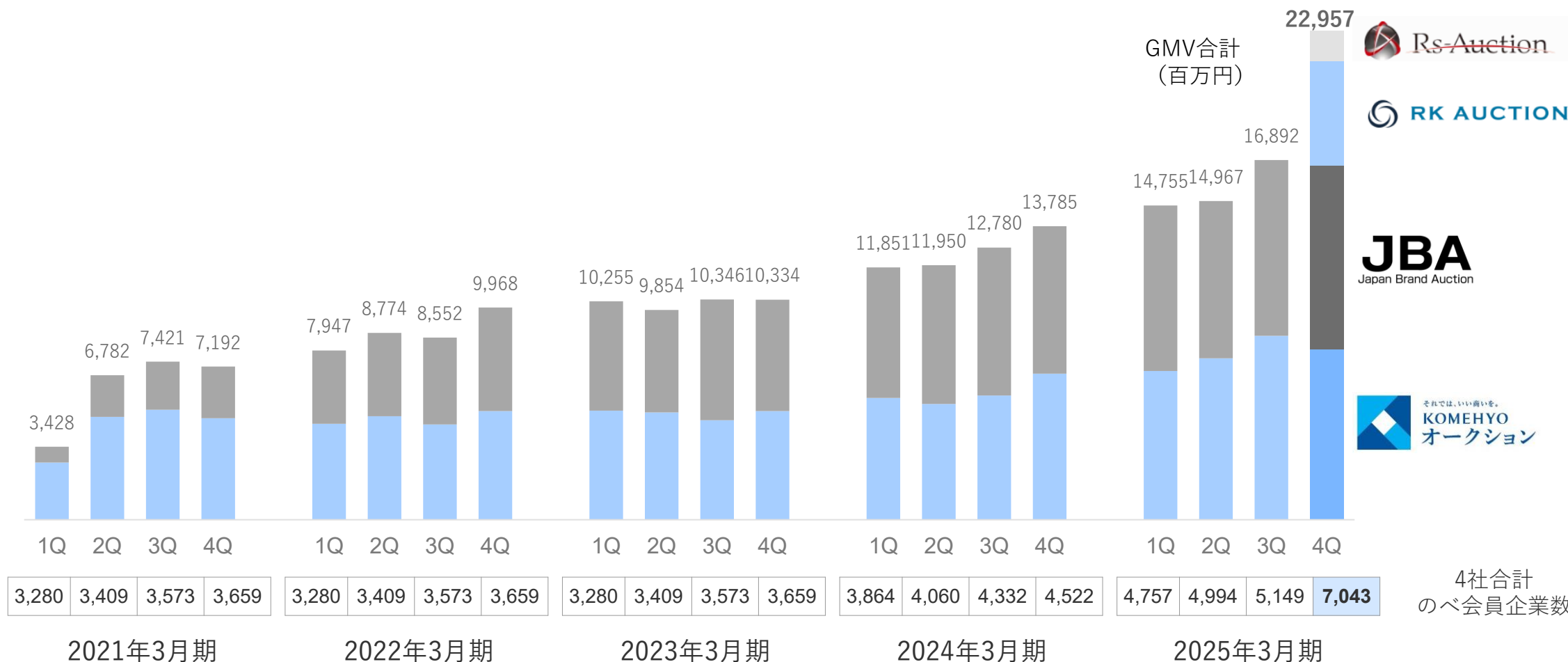
- ・オークション（自社、他社）
- ・イベント、卸売（国内・海外）
- ・ライブコマース

法人向き（アンティーク、小売りに不向き等）
の商品、在庫量やリスクが高い商品を販
売。自社オークションの活性化にもつな
がる

※1 2025年3月期第4四半期累計 ※2 個人買取額に占める各商材の構成比

オークションGMV(出来高)の成長

グループ会社化により、4つの法人オークションを運営
法人間での売却ニーズ増加により、会員企業数や出来高が伸長



※ RKオークション及びRs-Auctionの出来高は、2025年3月期第4四半期より計上

タイヤ・ホイール事業の概況

冬用タイヤ及び夏用タイヤの新品販売、自社企画ホイールの国内外での販売が好調。個人買取好調により潤沢な在庫を確保し、中古売上高が増加したことに加え、冬用タイヤの販売割合が想定以上に増加したことが収益性の向上に貢献



企画・開発



- 利益率の高いホイール・ブラッドレーシリーズ、Air/Gシリーズの販売数が伸長
- 需要の高い車種に適合するホイールの開発に注力。特に高単価の新型ランドクルーザー250用商品の販売が好調。
- 海外売上高比率向上に向け、ブラッドレーシリーズのサイズを拡充。販売パートナーはASEANや欧米など12か国・14の販売代理店と順調に拡大



新品の仕入れ・販売

中古の買取



買取・下取り

- 販促強化により、個人買取額が前年同期比119.6%と好調
- 新車装着時の良質な純正タイヤ・ホイールを下取り

販売

- 季節需要を捉えた在庫確保やプロモーションが奏功し、冬用タイヤは販売本数で前年同期比116%と好調に推移し、利益率の確保に貢献
- 需要の高いサイズを中心に夏タイヤを大量仕入。冬商材に並行しイベント開催等による販促強化で、販売本数が前年同期比116%と売上を牽引



オートパーツ ジャパン

中古の買取

中古の販売

新品WEB販売



仕入

- アルミ価格の上昇に伴い、法人間取引価格も上昇。仕入原価が上昇し利益率は低下

販売

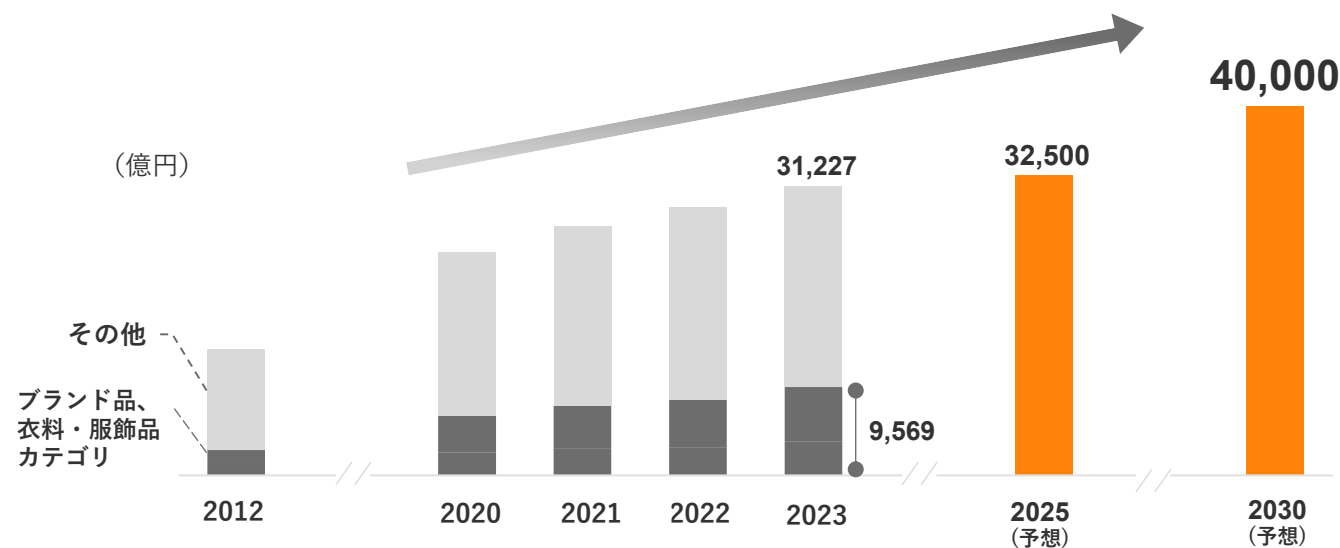
- EC売上高は、前年同期比で新品が130%、中古が108%と好調に推移
- ECの販促施策見直しで、利益率が改善
- 商品センターでのささげ効率化により、ECモールへの中古品の出品点数が拡大

4. 中期経営計画の進捗

国内リユース市場の展望

国内リユース市場は順調に拡大し、2025年以降の年平均成長率は4.2%と拡大する見込み

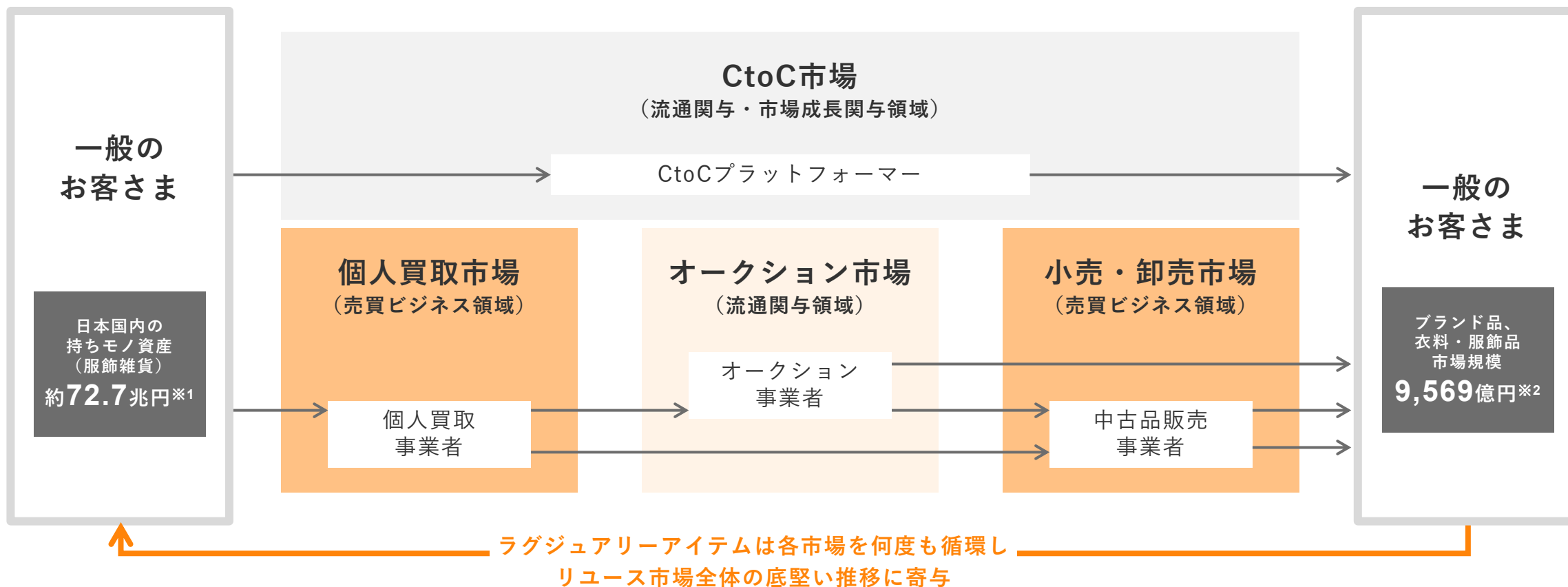
■ 国内リユース市場規模※



- 1次流通がある限り、リユース市場の原資は拡大
- 「モノを大切にする」日本人の特性から、複数回のリユースも見込む
- 物価高騰、インバウンド需要が追い風
- 新規参入企業が増加、業界再編が進む

多角的な事業展開と成長機会

当社は国内において「個人買取市場」「オークション市場」「小売・卸売市場」など複数の市場に対面し、すでに基盤を構築。
CtoC市場まで見据えると、広大な市場にビジネスチャンスが存在



※1 株式会社メルカリ・ニッセイ基礎研究所監修 『日本の「持ちモノ資産」に関する調査』2024年11月28日発表

※2 「リユース市場データブック2024」リフォーム産業新聞社,2024年10月発行

事業成長のための考え方（BF事業）

2024年3月期決算補足説明資料再掲

市場動向や競争優位性を踏まえ、重要投資項目、支える経営基盤、戦術オプションを設定。主力のブランド・ファッション事業について、①売買、②流通関与、③市場成長関与の3ビジネスを定義し、グローバルで売上高やGMV拡大を目指す

重要投資項目

- ・ 人的資本
- ・ 店舗
- ・ IT（リユーステック）
- ・ マーケティング
- ・ サステナビリティ

支える経営基盤

- ・ 組織開発
- ・ 人材開発

戦術オプション

- ・ M & A
- ・ 資本／業務提携

ブランド・ファッション事業領域拡大イメージ

① 売買ビジネス

国内・海外での買取と販売など、顧客とのつながりを広げて成長

- ・ 買取市場
- ・ 小売卸売市場

② 流通関与ビジネス

法人向けオークションの運営など、コアビジネスと連携したビジネスでのGMV拡大

- ・ オークション市場
- ・ CtoC市場

③ 市場成長関与ビジネス

ブランドリユース市場の拡大につながる、自社のアセットを活用したリユース利用者とリユース事業者へのサポートや連携による事業

- ・ 新規参入
- ・ 新サービス etc.

中期経営計画 基本方針

2024年3月期決算補足説明資料再掲

事業環境と競争優位性を踏まえた方針の下、事業成長と社会価値向上を図る

1 事業成長の継続

ブランド・
ファッション
事業
(BF)

マルチブランドによる国内外でのシェア拡大

各ビジネス特性を踏まえた施策の実行

- ① 売買ビジネス（国内・海外）
- ② 流通関与ビジネス
- ③ 市場成長関与ビジネス

相場対応力の強化

M & A戦略



タイヤ・
ホイール事業
(TW)

安定的な増収増益

グループ力を活かした成長

エリア戦略



2 サステナビリティ経営の深化

カーボンニュートラル社会への貢献

人材への積極投資

グループガバナンスの強化



3 資本コストを意識した経営の推進

資本コストを上回る
ROEやROICの継続※



競争優位性を踏まえた中期経営計画の展開

創業以来、一貫してリユースに取り組んできた当社グループは、人材・チャネル・シェアを源泉に競争優位性を確立。中期経営計画は、事業環境と競争優位性を踏まえたものとし、成長を不断に追求していく

競争優位性

中計推進ポイント

人材

高い定着率を強みに、販売員を確保・育成。
高付加価値サービスの提供が可能



専門性の高い鑑定士・販売員から成る
プロフェッショナル集団確立を
目指し知識の伝承と教育に注力



- ・ 定着率の向上
- ・ 鑑定士を含む専門人材の増加

年間流通量

充実したチャネルをベースに、
販売・買取りの拡大で取扱点数を増加。
データに基づくCRM・SCM・
マーケティング活動も展開



豊富なデータと
テクノロジーを活用し
最適最善なサービス提供を追求



- ・ 仕入れの拡大
- ・ オークションの成長

シェア

ブランドリユースNo.1※企業という信頼と
安心に立脚し、グローバルにおいても
高い競争力を発揮



圧倒的なブランド力による
ロイヤリティの深耕と
マルチブランド戦略で
シェア拡大



- ・ 海外事業の拡大
- ・ 各ブランドの成長

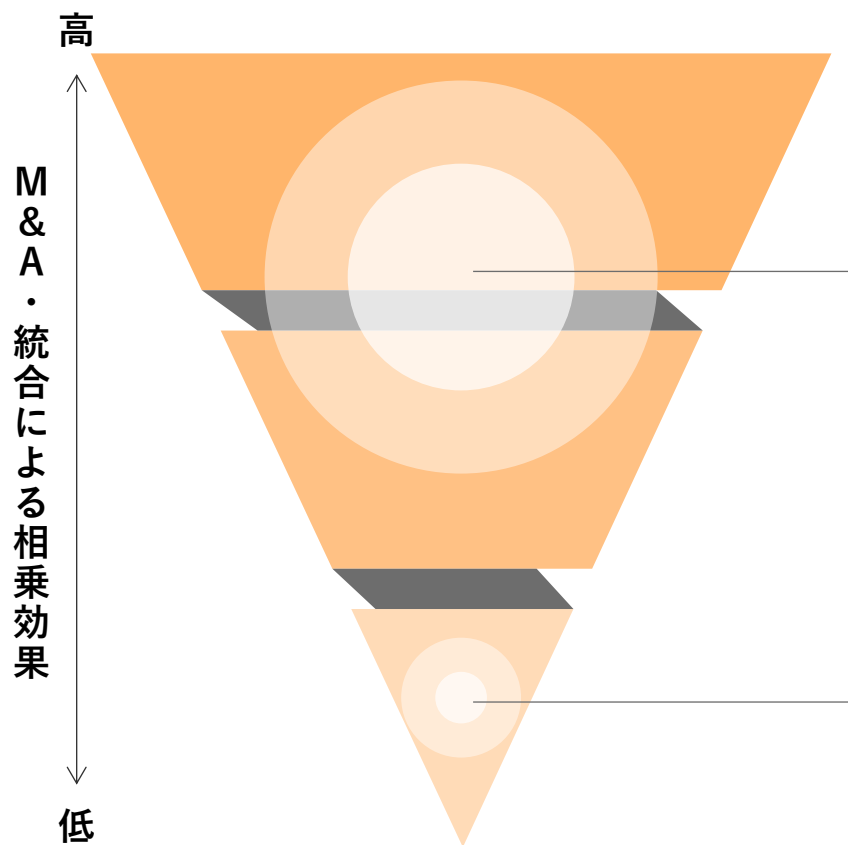
事業成長とともに、競争優位性はより強固なものに

M & A戦略（BF事業）

2024年3月期決算補足説明資料再掲

オーガニック成長に加え、事業ポートフォリオの強化を目指し、成長余力の大きい海外市場や顧客価値向上につながる領域でM&A等を検討

■ アライアンスの考え方



既存事業の規模拡大・競争力強化

- ・ ブランド・ファッション事業の店舗数・エリア拡大
- ・ 買取／販売チャネル強化
（EC・出張・宅配・越境・質）
- ・ オークション運営



- ・ 付加価値・業務効率向上に資する事業・企業
（修理・バリューチェーンDX）
- ・ 海外のブランド・ファッション事業会社



未開拓領域の探索

- ・ 顧客層と親和性の高い事業・企業
（酒類・骨董・絵画）



中期経営計画の定量目標（2025年3月期-2028年3月期）

2026年3月期は、2025年3月期の負ののれん発生益を除いた親会社株主に帰属する当期純利益に対し、増益で事業成長を目指す。
最終年度の2028年3月期には、売上高2,600億円・営業利益130億円を達成する

← 中期経営計画 →					
(百万円)	'24年3月期 (実績)	'25年3月期 (実績)	'26年3月期 (計画)	'27年3月期 (計画)	創業80周年 '28年3月期 (計画)
売上高	119,459	158,994	200,000	230,000	260,000
営業利益	7,452	6,176	8,000	10,300	13,000
営業利益率	6.2%	3.9%	4.0%	4.5%	5.0%
経常利益	7,479	6,046	7,400		
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,025	4,777	4,600		
ROE	19.2%	15.6%	15%以上		15%以上
自己資本比率	44.4%	37.0%	35%目安		35%目安
EPS（円）	458.7円	435.9円	419.7円		
配当性向	19.2%	23.9%	25.3%		20%程度

2025年5月14日
公表

中期経営計画の進捗

■ 基本方針① 事業成長の継続

		指標・重点施策	2025年3月期 実績	進捗状況
B F 事業	売買 ビジネス （国内）	・ KOMEHYO買取専門店 3年間で90店舗出店（FY2025-2027）	36店舗	・ 出店競争が激化するなか、出店場所の確保・人材採用・育成が順調に推移 ・ 既存店の成長や買取専門店1店舗あたりの買取額の上昇に応じ、出店数は変動する可能性あり
		・ KOMEHYO旗艦店 年に1店舗を継続出店（FY2025-2028）	0店舗	2026年3月期にKOMEHYO旗艦店を2店舗（心斎橋・横浜）出店予定
	売買 ビジネス （海外）	・ 海外売上高比率 15％（FY2028）	12.6％	シンガポール、タイ、香港、台湾、上海に出店。出店計画は順調に推移。
		・ 出店数 30店舗（FY2025-2028）	9店舗	現地での採用・育成が順調に推移
	流通関与 ビジネス	・ オークション出品数 +40％（FY2026）	+31.2％	法人間での売却ニーズや会員企業数の増加、2つのオークション運営会社のグループ会社化により好調に推移
		・ 出来高に占める海外会員GMV30％（FY2025）	6.4％	新規会員獲得が課題。国内会員の出品が好調に推移したこともあり、計画未達
		・ FCによるBRAND OFF 買取専門店 3年間で50店舗（FY2025-2027）	15店舗	年間出店数の目安となる17店舗に届かず。2026年3月期以降も大手法人を中心に営業強化
	市場成長 関与ビジ ネス	・ 検品事業 - CtoC市場へのサービス提供 - AI※1活用による効率・品質向上	-	・ CtoC市場へのサービス提供： 楽天ラクマに提供する検品サービスは、2025年3月の月間利用件数が、前期比で10倍以上と好調に推移 ・ AI活用による効率・品質向上： 対象ブランドを拡大。バッグのブランドカバー率が8割。 偽造品が精巧になる中、真贋判定率99％と高い品質を維持。グループ9社へ導入し、人材育成の効率化をサポート
・ 新規事業 - 基幹システムOMRIS※2を用いた リユースプラットフォーム※3構築 - 他業種とのアライアンス強化、市場創出 - オープンイノベーション等を活用した 新たなテクノロジー開発や新規ビジネス		-	・ 基幹システムOMRISを用いたリユースプラットフォーム構築 社内導入を優先。グループ6社と一部のFC加盟店へ導入。 ・ 他業種とのアライアンス強化、市場創出 - 金融機関を中心に他業種33社と提携。交渉中の企業も含め順調に推移。 - J. フロント リテイリングとの合併会社「JFR&KOMEHYO PARTNERS」を設立し、今期8月以降、出店開始	
TW事業		・ 海外売上高比率 10％（FY2028）	3.2％	海外売上高は前期比157％と好調に推移
		・ 中古売上高比率 15％（FY2028）	8.0％	中古売上高は、前期比110％と順調に拡大。事業全体の成長を鑑み、目標数値を20％→15％へ変更

※1 当社が所有するAIで、ブランドバッグの真贋判定や型番判定に対応

※2 当社が所有する、仕入から在庫管理、複数ECモールへの出品、受注・出荷管理等が行える基幹システム

※3 グループで保有する商品データベースを統合し、中古品管理システム統一。購買データの蓄積や商品在庫を最適に流通する仕組みを整備

中期経営計画の進捗

■ 基本方針② サステナビリティ経営の深化

	指標・重点施策	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績	重点施策の進捗状況
カーボンニュートラル社会への貢献	GHG排出量Scope1+2 2022年度比42%削減（FY2030）	-	計画通り推移	2024年期初に、コメ兵の5拠点を再エネ転換 - TCFD提言に沿った情報開示へ対応 - 削減貢献量を算定
人材への積極投資	人材定着率90%以上	92.0%	93.4%	- 従業員数が大幅増加する中、定着率は上昇 - 従業員エンゲージメントは、横ばいで推移 - ToMo指数は、前年を下回るものの、比較的高い水準と認識 - 海外での活躍を想定したグローバル人材の採用・育成を強化
	1人あたり売上高向上	85百万円	83百万円	
	ToMo指数※向上	23.2ポイント	18.8ポイント	
グループガバナンスの強化	コンプライアンス強化とリスクマネジメントの推進	—	—	- 通報窓口の拡充 - リスク値の高い項目への対応 - 景品表示法等関連法規の遵守体制を強化 - 年間教育計画を推進
	グローバル展開加速への対応	—	—	- グローバル人材登用と経営体制の見直し - OECD移転価格ガイドラインと各国税法・規則を遵守し、独立企業間原則に準拠した価格設定

■ 基本方針③ 資本コストを意識した経営の推進

	指標	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績	重点施策の進捗状況
成長投資・株主還元	ROE C v 15%以上	19.2%	15.6%	事業環境を考慮し、ROE18%→15%に変更。株主資本コスト（8.1%）を上回って推移
	自己資本比率 35%目安	44.4%	37.0%	成長投資に伴う資本政策方針の変更により、自己資本比率の目安を45%→35%に変更
	配当性向 20%目安	19.2%	23.9%	「安定配当」と「増益に基づく増配」の継続に今後も注力

※ Total Motivationの略で、仕事のパフォーマンスに影響を与える「総合的動機」を数値化

資本コストを意識した経営の推進 現状分析・評価

リユースビジネスで利益を積み上げるためには、鮮度の良い在庫が不可欠。直近では出店戦略等により、個人買取が好調に推移し、回転を重視した最適な在庫コントロールを行ったことで資本コストを上回るROEを確保

2025年3月期の状況

ROIC

6.8%

WACC

4.1%程度

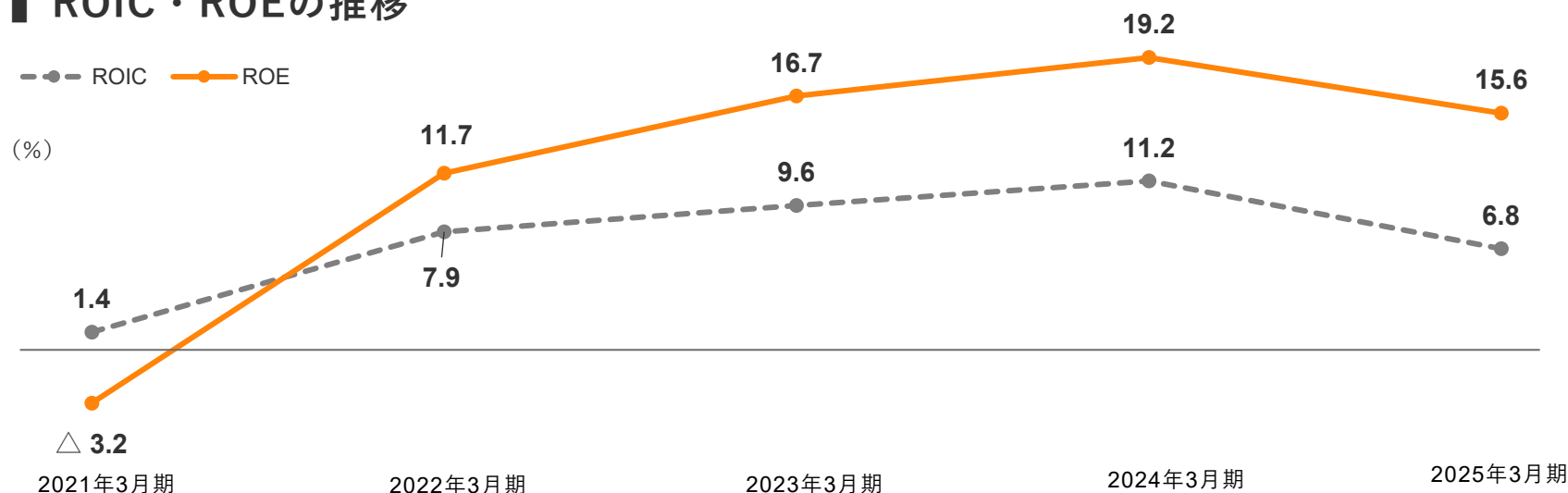
ROE

15.6%

株主資本コスト

8.1%程度

ROIC・ROEの推移



資本コストを上回る水準

5. 2026年3月期の見通しと取組み

2026年3月期 業績に影響する与件整理

ブランドリユース市場は、為替や関税政策、各国の経済環境を受け、不安定な相場環境が継続。
強みである顧客基盤と新規出店による個人買取と小売の強化に加え、協業による仕入・販売の強化により事業成長につなげる

外部環境 / 機会・リスク

- 1次流通や異業種、他商材リユースからの業界参入ニーズが高まり、アライアンスによる協業が加速。
- 国内リユース事業者の海外進出が加速。アジアを中心に進出企業が増加していくことによって海外のリユース市場が活性化。
- インバウンド需要の変化や相場軟調傾向が影響し、業界再編が進む可能性がある
- 地域ごとの買取競争や新規出店の物件獲得競争は激化が続く一方、買取りが景品表示法の対象となる[※]等、リユース事業者の健全性、透明性が一層求められていく
- 為替動向や関税政策等の変化が相場に大きく影響する見込み
- 精度の高いコピー品が増加しており、買取査定、検品の精度向上が求められる

内部環境 / アプローチ

- 国内外の市場が拡大フェーズにある中、売上シェア拡大によって業界内のプレゼンスを高めていく必要がある
- これまで取り組んできたグループ各社・各ブランドの成長に加え、自社オークションの活用などグループ内連携を強化することで成長につなげる
- 利益体質の改善策として、小売りの強化とオークション経由以外の法人仕入の強化に取り組む
- 事業拡大に伴い、鑑定士などの営業人材だけでなく、間接部門人材の拡充も必要。次世代経営層やリーダー層のタレントプールなど、先を見据えたサクセッションプランや育成計画を常にブラッシュアップ
- グローバル展開の強化は、今後の持続的な成長に必要不可欠。エリア拡大、出店推進、越境EC強化、人材育成など、将来に向け継続的に投資を行う
- ITへの積極的な投資を継続

※2024年4月18日消費者庁公示「景品類等の指定の告示の運用基準について」

2026年3月期 主力商材の相場予測

今期計画の前提となる各商材の相場傾向は、現時点で下記の通り予測
為替相場や関税政策などの外部環境による不安定な状況が続き、商材により傾向が異なる見込み

宝石・貴金属



JEWELRY

国内の金小売価格は、緩やかな上昇傾向により過去最高水準が続く見込み。為替が円高に振れた場合は、一時的に下降する可能性がある。
ダイヤモンドは、メレダイヤ（小粒石）を含め不安定な相場を想定。ブランドジュエリーは、小売ニーズの高い人気アイテムと中古品でしか手に入らないヴィンテージアイテムの相場上昇が続く。

腕時計



WATCH

全体的に軟調傾向が続く。為替相場や関税政策の状況と各国の経済環境が不透明であることから、高額品を中心に国内外で不安定な相場動向となる見込み。極端な円高傾向に振れた場合、相場が急下降する可能性がある。
定価より安価な小売り向きの中古品は、比較的安定した相場で推移する見込み。

バッグ



BAG

為替相場や関税政策の状況と各国の経済環境が不透明であることから、高額品を中心に国内外で不安定な相場動向となる見込み。その中でも一部の人気アイテムや小売り向きアイテムへのニーズは底堅く、比較的安定した相場となる見込み。
訪日外国人を中心に、ヴィンテージアイテムの人気は衰えておらず、相場が上昇傾向となる見込み

衣料品・ファッション小物



FASHION

前期からのトレンドが続き、多少の季節性はあるものの、外部環境による大きな相場変動はなく、年式や状態により相場が形成される。
一部の人気ラグジュアリーブランドやヴィンテージアイテムなど希少性の高いアイテムに関しては、取り扱い企業が増加傾向にあり、相場が上昇傾向となる見込み。

2026年3月期 連結・事業セグメントの計画

ブランド・ファッション事業、タイヤ・ホイール事業ともに、増収増益の計画

2026年3月期 連結業績予想

(百万円)	上期	通期
売上高	94,000	200,000
営業利益	2,280	8,000
営業利益率	2.4%	4.0%

2026年3月期 セグメント別業績予想

	(百万円)	2025年3月期	2026年3月期	増減
ブランド・ ファッション	売上高	153,078	193,500	40,421
	営業利益	5,717	7,640	1,922
	営業利益率	3.7%	3.9%	0.2pt
タイヤ・ ホイール	売上高	5,872	6,500	627
	営業利益	300	360	59
	営業利益率	5.1%	5.5%	0.4pt
不動産賃貸※	売上高	358	—	—
	営業利益	108	—	—
	営業利益率	30.3%	—	—

※連結への影響度を考慮し、不動産賃貸事業の2026年3月期業績予想は記載なし

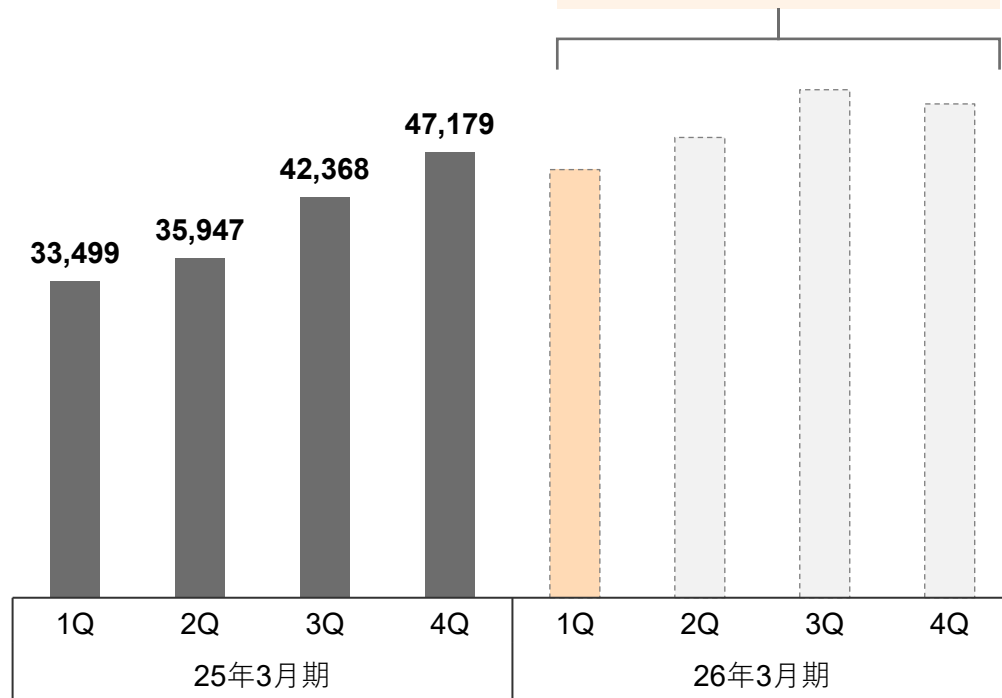
2026年3月期 連結業績予想 四半期別

個人買取の拡大等により売上高は好調に推移するものの、販売費等の販管費が増加するため上期は減益の見通し
下期は堅調に推移する想定のもと、通期では増収増益を見込む

売上高

(百万円)

各会計期間で
上振れを見込み通期増収

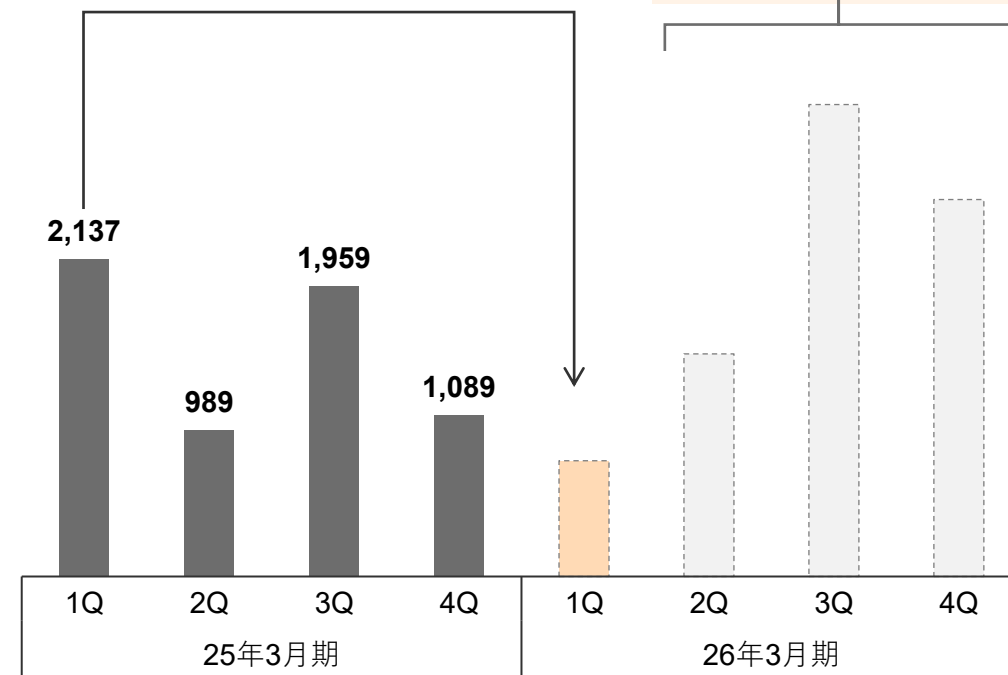


営業利益

(百万円)

相場環境の違いが影響
前期の反動により
前年同期比マイナス

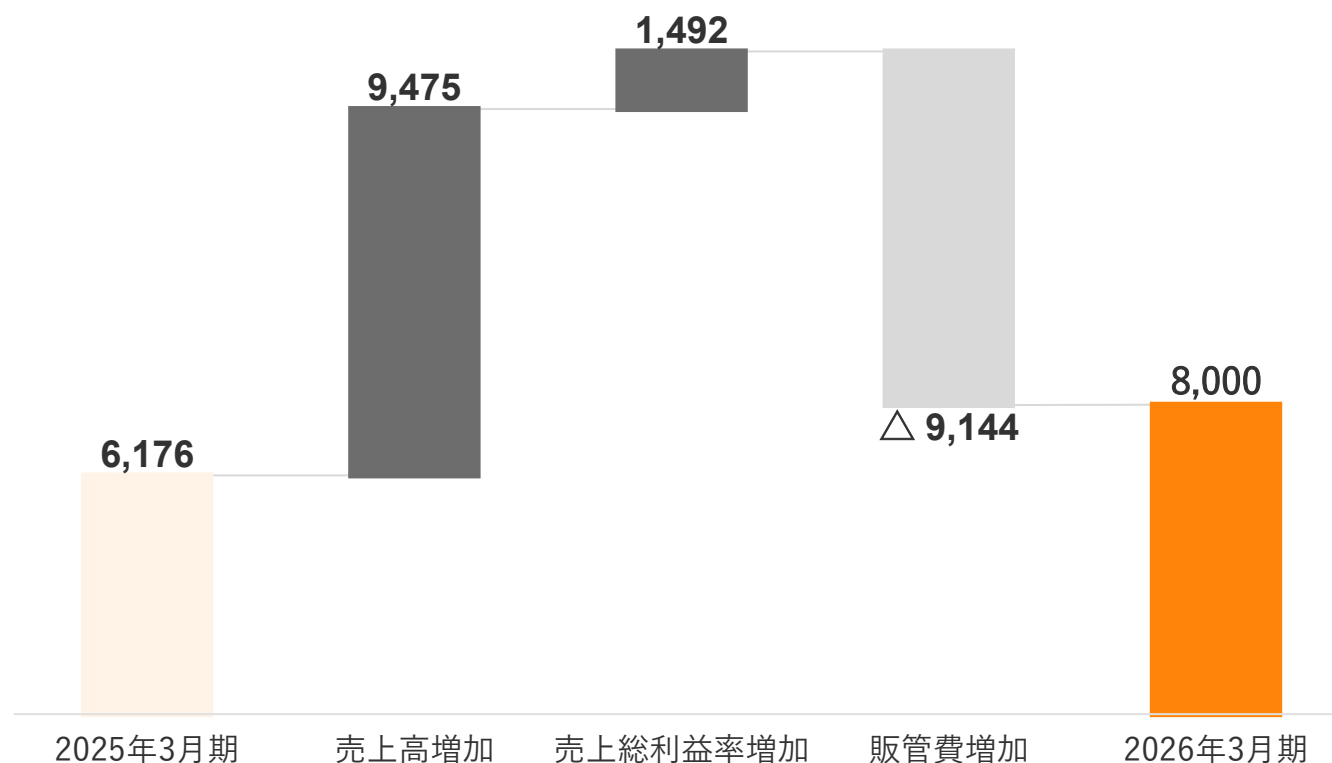
上期は軟調も、
下期増収効果で
通期では増益見込み



2026年3月期 連結営業利益(予想)の分析

仕入強化により、売上高は前期比125%を見込む。売上総利益率は通期で0.9ポイントの改善を目指す。小売強化にむけた人材及び出店、ITへの積極投資により、販管費は31%増加。営業利益は80億円を目指す

(百万円)



売上高

個人買取、法人仕入ともに強化。潤沢な在庫と、国内外での販売店舗出店、ECの強化等により前期比125%の増収

売上総利益率

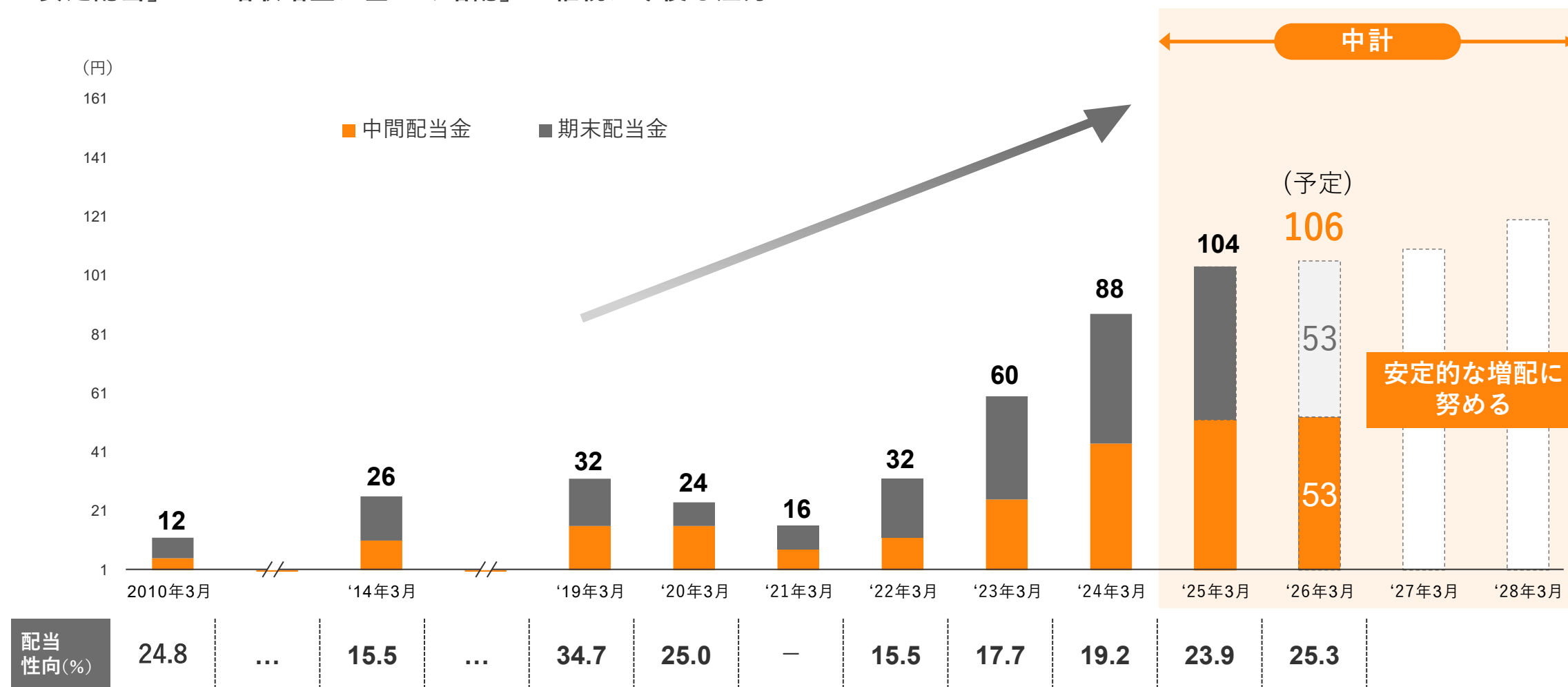
法人間取引相場が下降した後、横ばいが継続し上昇しづらい状況。下期は前期比2.8pt程度の改善、通期では23%を想定

販管費

小売の強化・グローバル展開に向けた人材、出店、ITなどへ積極投資をおこなうことから、販管費は大幅に増加見込み

配当予想

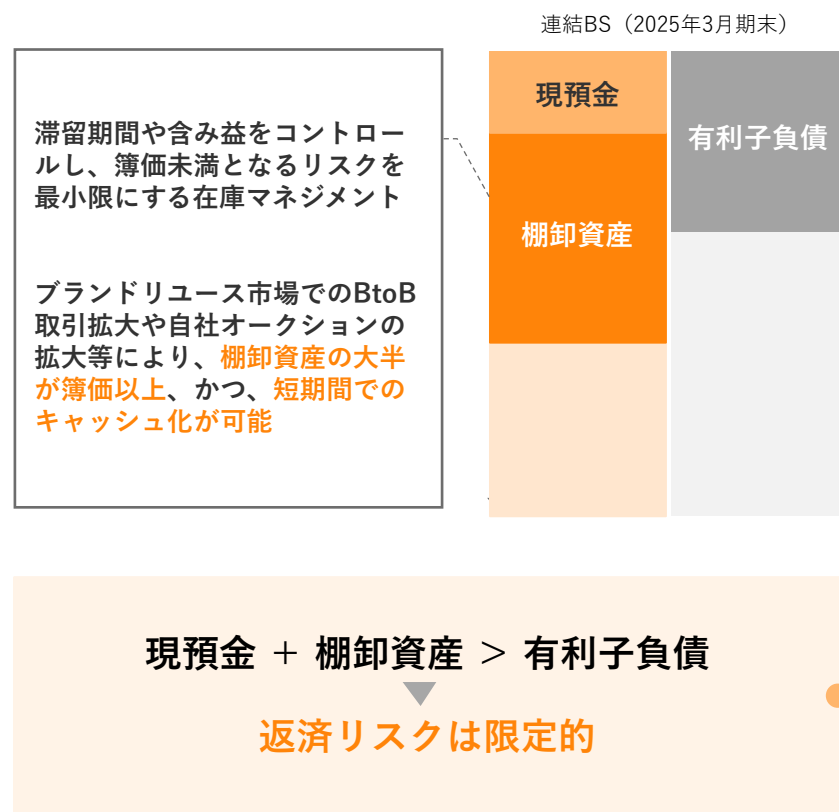
年間配当予想は、前期から2円増配の106円を予定
「安定配当」と「増収増益に基づく増配」の継続に今後も注力



資本政策の基本方針

持続的な企業価値向上を目指し、ROEを15%以上を目安に中長期的な向上を図る。健全な財務基盤のもと、戦略的投資を機動的に実施し、収益性と資本効率を追求

■ 当社グループにおける棚卸資産の考え方と調達方針



1 営業キャッシュ・フローの創出

成長市場におけるシェア獲得、在庫の適正化等、利益率の向上により、営業キャッシュ・フローを増加

2 有利子負債の活用

- ・ 2028年3月期までの中計期間中は、自己資本比率35%程度を目安とする
- ・ 適切な在庫管理、投資効率管理によるBSマネジメントで借入余力を増大し、戦略投資や事業環境悪化時への備えなど、機動性を確保

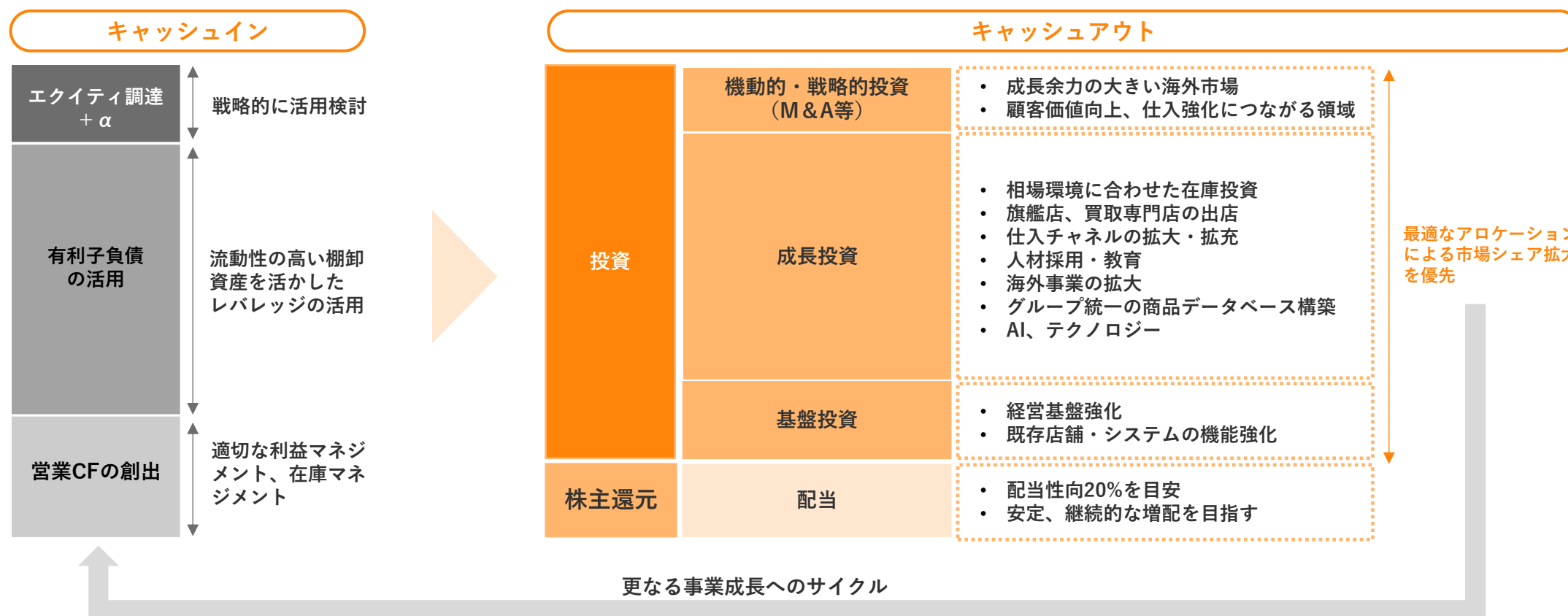
3 エクイティ調達

市場状況や株価動向、当社グループの財務状況、戦略の推進状況等を鑑み、エクイティでの調達可能性も適宜検討

経営資源の分配方針

ブランドリユースを中心とした成長市場におけるシェア獲得のための先行的な在庫確保、設備投資を最優先
一定の財務規律を保ったうえで、M & A 等の非連続な成長に向けた投資も積極的に行う

資金調達と経営資源の分配イメージ



2026年3月期の注力ポイント

外部環境やM&Aを実施し商材・チャネル構成比が変動したことを踏まえ、当社グループ全体の利益成長のためには、シェア拡大が不可欠。今後も積極的な投資を継続しながら、足元では利益体質の改善にも注力

シェアの拡大と利益体質の改善

日本

●個人買取

- ・プロモーションの強化
- ・買取専門店の新規出店を継続

KOMEHYO : 20店舗/年
BRAND OFF (FC) : 17店舗/年

- ・既存サービス（出張買取・宅配買取）の強化継続
- ・新規アライアンス先の獲得

●法人仕入

- ・JFR&KOMEHYO PARTNERSが買取専門店を出店開始。良質な在庫の確保が見込めるチャネル拡大

MEGRÜS



2025年8月以降順次、全国の大丸、松坂屋、PARCOに買取専門店「MEGRÜS」を出店予定。今期6店舗出店計画

●小売

- ・KOMEHYO旗艦店2店舗を出店
- ・新しいフォーマットによる販売店出店も継続

KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHI
(2025.6予定/約747㎡)



KOMEHYO YOKOHAMA (仮称)
(2025.9予定/約902㎡)

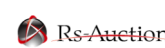


●EC

- ・在庫連携により自社/越境ECを拡大

●法人販売

- ・グループ連携によるオークション規模の拡大
- ・出品先の選択肢拡大により、販売手数料を抑制



海外

●出店

- ・アジアでの出店を加速
- ・北米での個人買取を開始



BRAND OFF Kowloon Bay Telford Plaza店
(2025.4オープン)

M&A等の
非連続な成長

リユーステックの推進

グローバルでグループの商品データベースを統合し、在庫コントロールの精度向上や海外グループ会社への供給量増加を図る

6. Appendix

Appendix

- | | |
|------------------------|------|
| 1. 会社概要 | P.50 |
| 2. グローバル展開 | P.68 |
| 3. 2026年3月期 各ブランドの取り組み | P.71 |

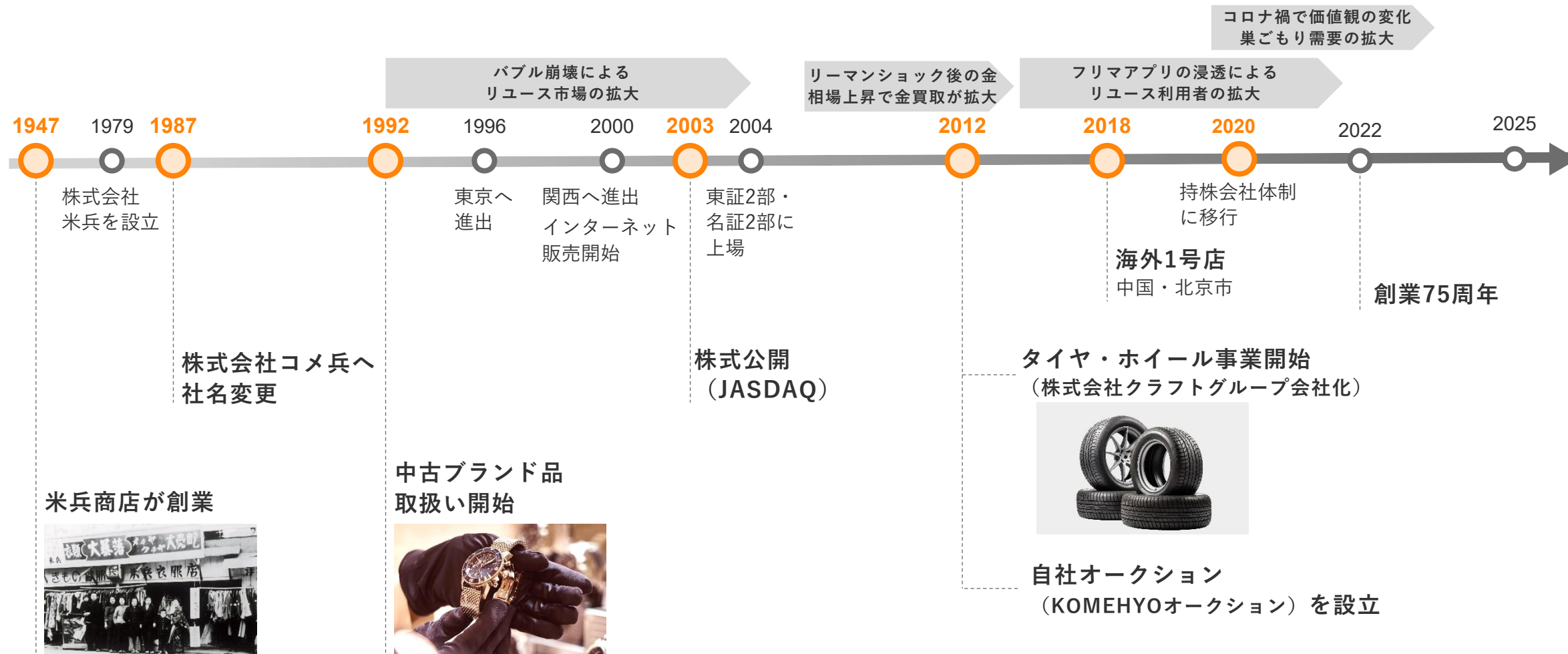
会社概要

社名	株式会社 コメ兵ホールディングス
設立	1979（昭和54）年5月 ※2020年10月持株会社体制に移行
本社	名古屋市中区大須3丁目25番31号
代表者	代表取締役社長 石原 卓児
資本金	1,803百万円
社員数	連結：1,895名 単体：43名（2025年3月現在）
事業内容	グループ全体の経営企画・管理・マーケティング及び不動産事業
決算期	3月
株式	東証スタンダード・名証メイン（証券コード:2780 単元:100株）

会社概要 リユースの変遷と当社の沿革

当社は1947年に、着物の古着屋「米兵商店」として創業

一貫してリユースビジネスを継続する中で、アライアンス・M&Aを推進した結果、現在グループ19社※を抱える

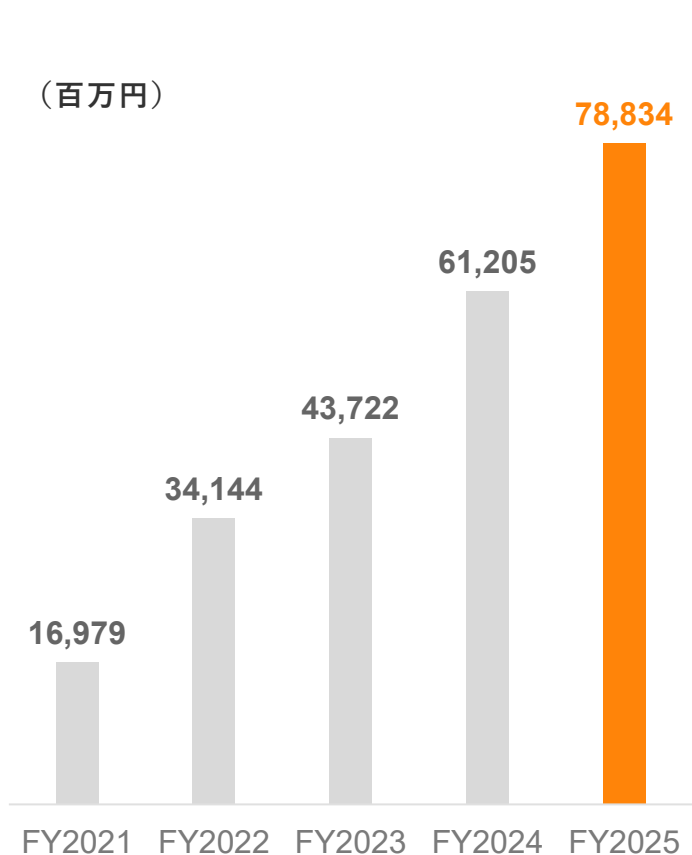


※ 2025年3月末時点

会社概要 連結業績推移（2021年3月期 - 2025年3月期）

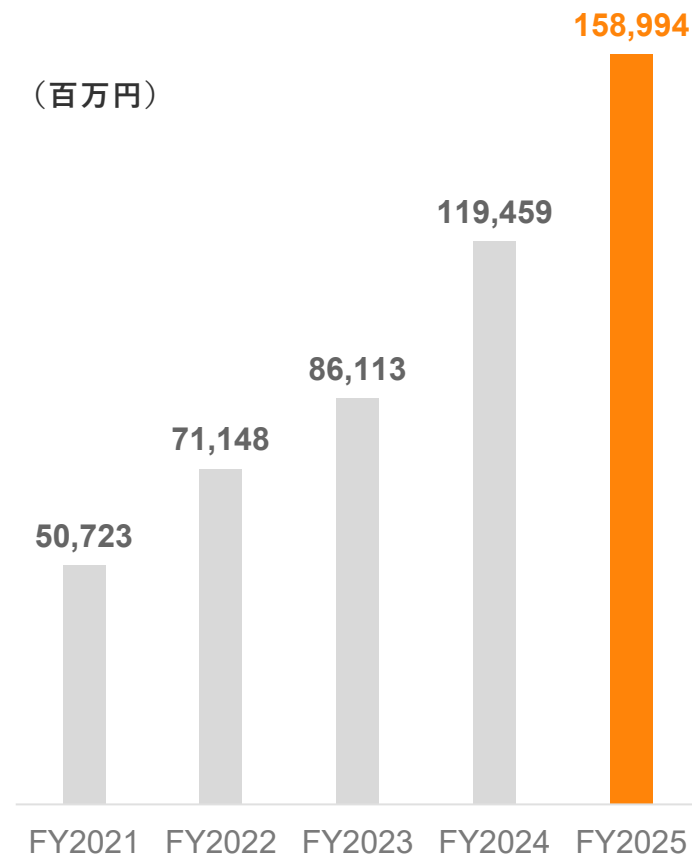
個人買取額※

（百万円）



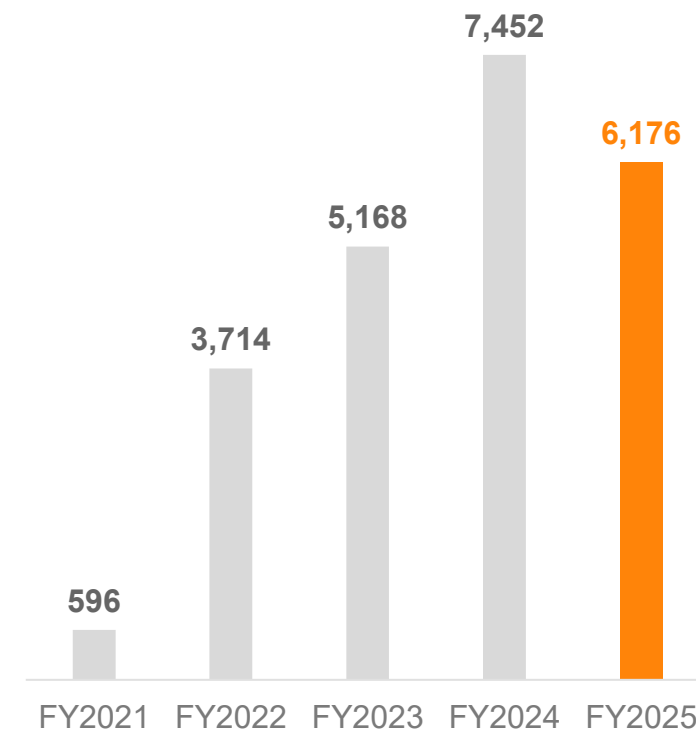
売上高

（百万円）



営業利益

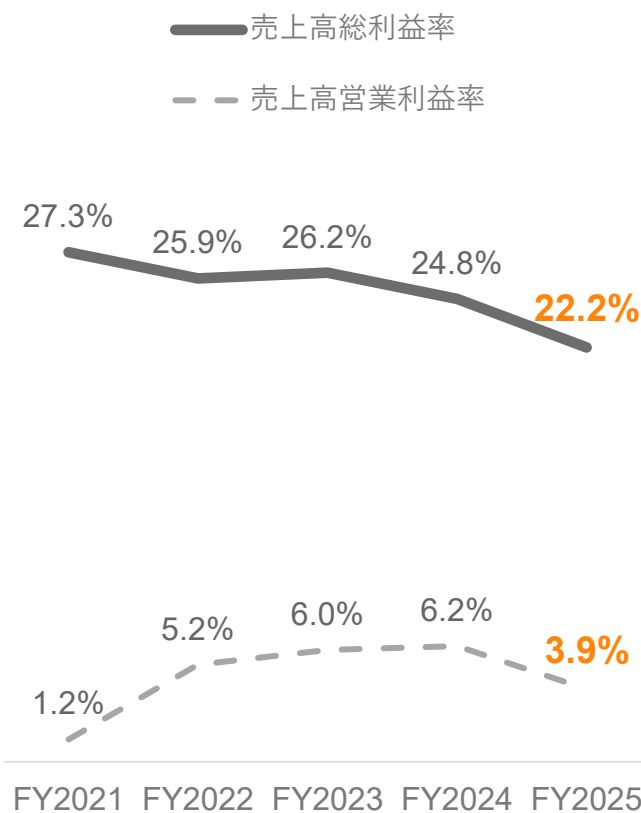
（百万円）



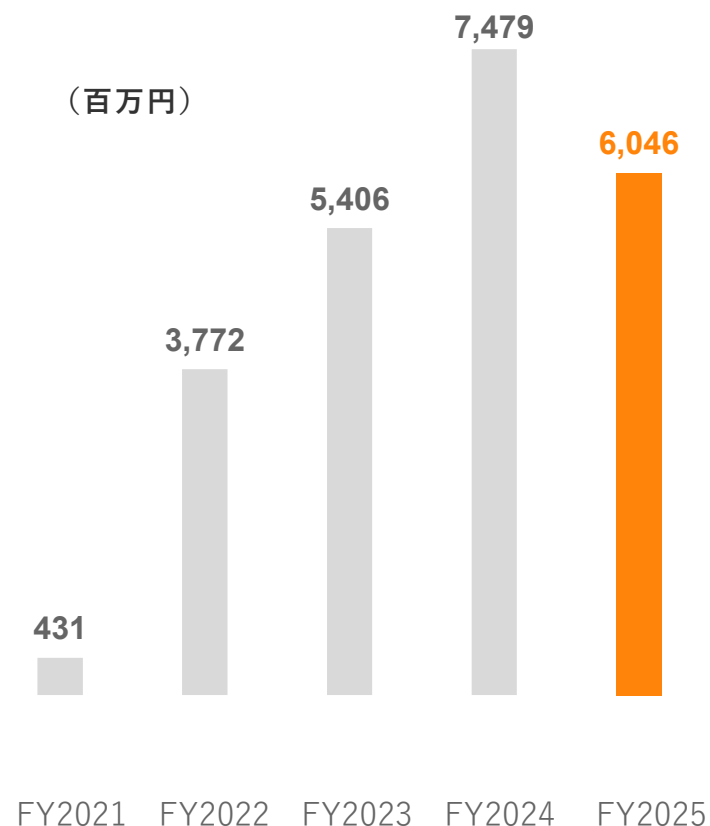
※ FY2021は株式会社コメ兵のみ、FY2022年以降は連結

会社概要 連結業績推移（2021年3月期 - 2025年3月期）

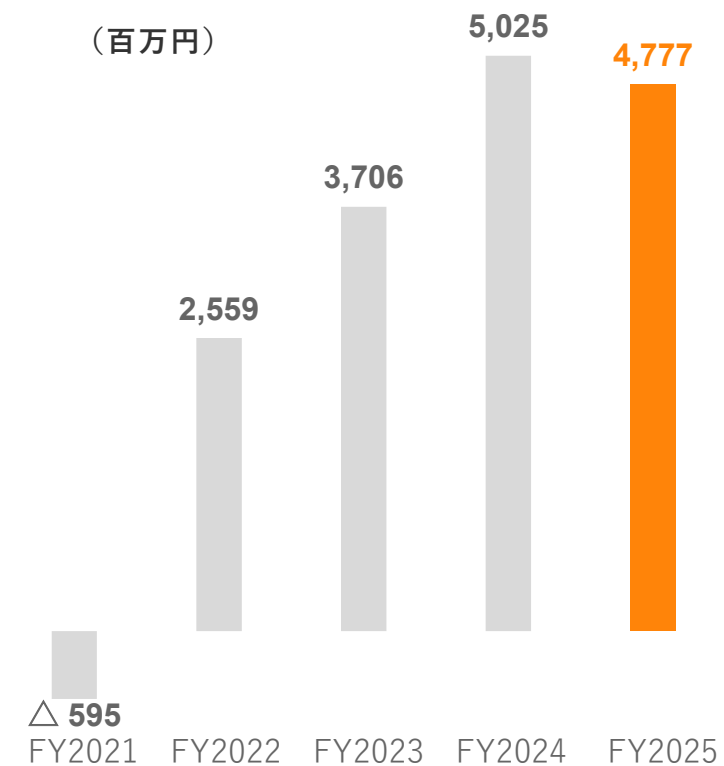
利益率



経常利益

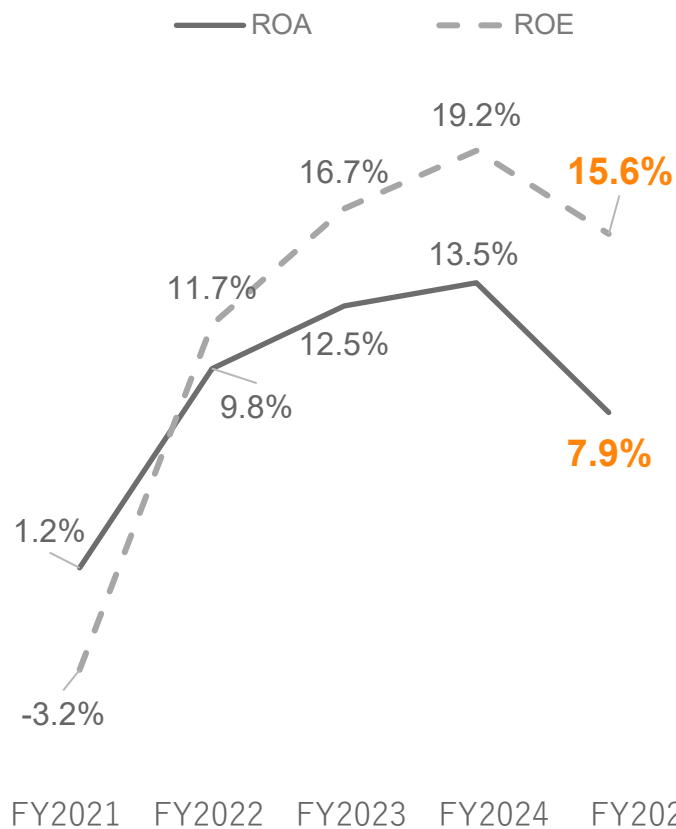


親会社株主に帰属する当期純利益

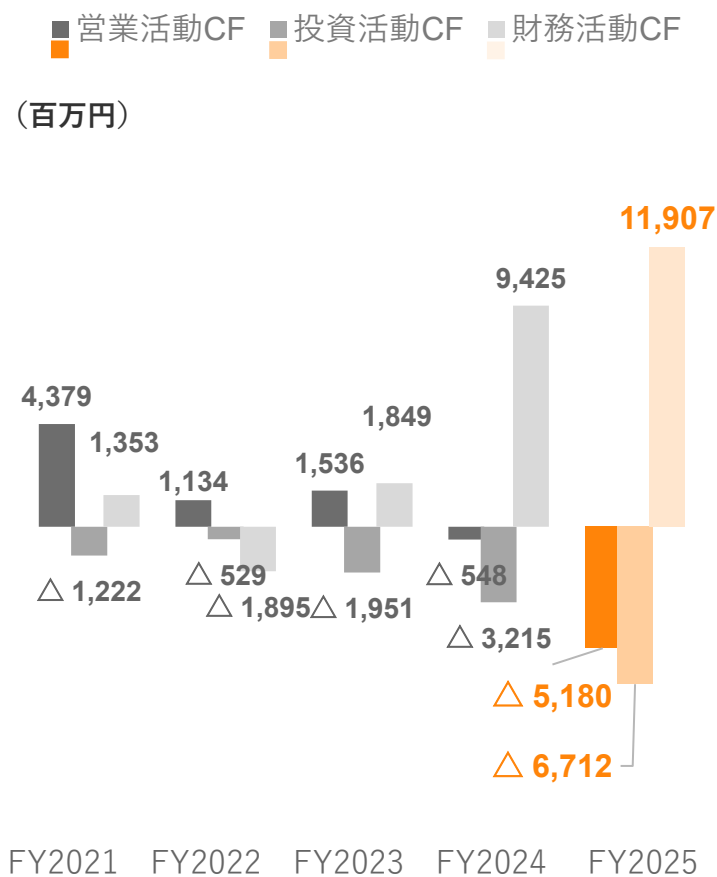


会社概要 連結業績推移（2021年3月期 - 2025年3月期）

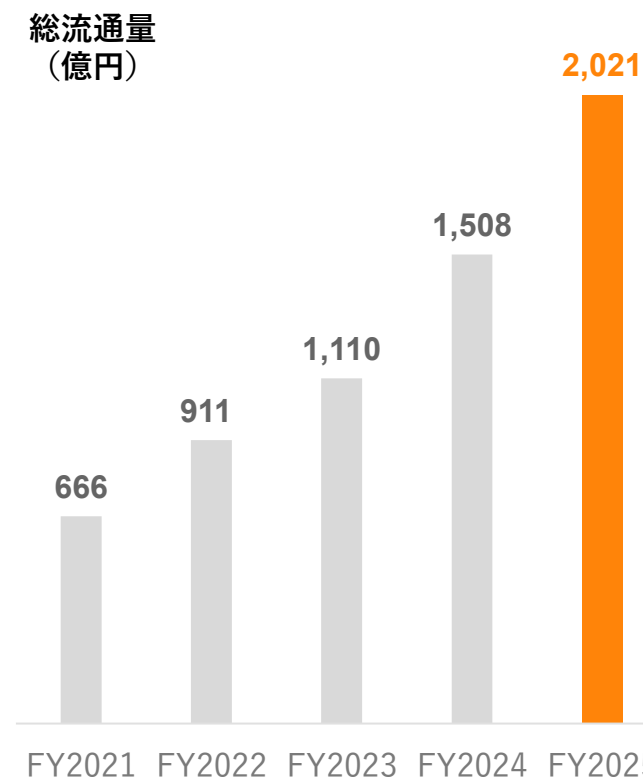
ROA・ROE



連結キャッシュフロー



連結総流通量 (GMV)



※連結総流通量（GMV）は、連結売上高をベースにグループ会社のオークションでの売上高や出来高、検品事業の出来高や手数料売上高等を加算減算して簡便的に算出

会社概要 人的資本データ(2025年3月末時点)

リレーユースのビジネスモデルでは、人が果たす役割(知識・スキル・専門性・スピード・お客さまとのつながり等)は多岐にわたり、人材の育成と定着の促進が業績と企業価値の向上につながる



連結正社員数

1,895名 内) 鑑定士**901**名※2

人材定着率

93.4%

正社員一人当たり売上高

83百万円



女性管理職比率

16.5%

女性社員比

連結**40.2**%

BF事業**42.3**% TW事業**10.3**%

賃金格差比率

正社員**67.1**%

全労働者**51.1**% パート・有期社員**75.1**%



男性育休取得率

51.4%

ToMo指数※1

18.8

エンゲージメント※2

69(C+)

有給取得率

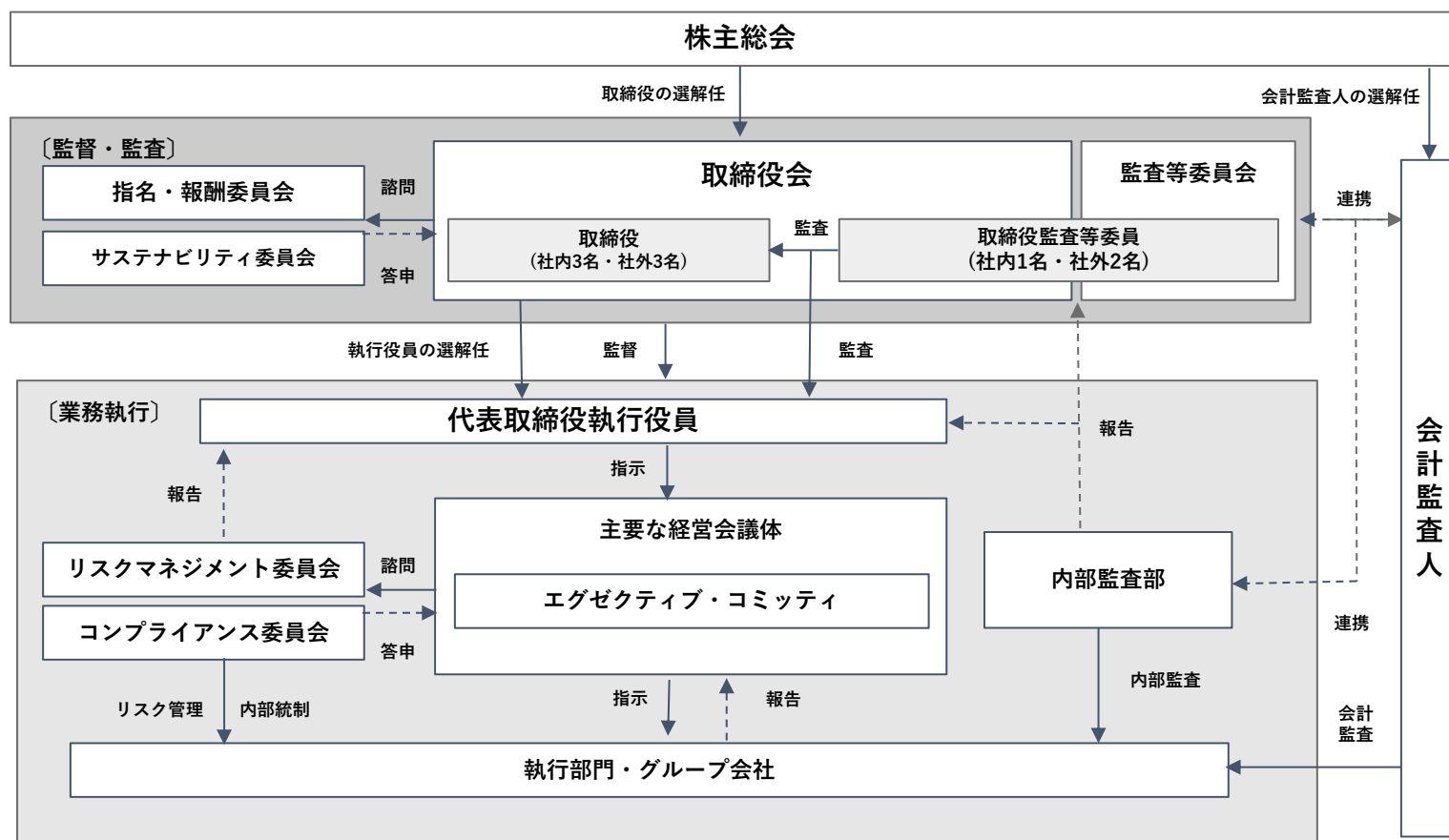
正社員**94.1**%

全労働者**87.2**% パート・有期社員**69.3**%

※1 Total Motivationの略で、仕事のパフォーマンスに影響を与える「総合的動機」を数値化 ※2 株式会社コメ兵

会社概要 コーポレート・ガバナンス体制

当社グループは、株主様はもちろんのこと、従業員、顧客、取引先、債権者、地域社会など大きな影響や利害関係を持つ方々の利益を尊重した経営に徹するべく、経営の効率性、事業の向上及びコンプライアンスの重視を主体としたコーポレート・ガバナンスの強化を経営上の最重要課題として取り組んでいる



会社概要

取締役体制

持続的な成長と強固なガバナンス体制の強化を目指し、多様な知識、経験、専門性を持つ取締役を配置し健全な経営を推進
 取締役が果たすガバナンス機能を継続的に向上させるため、取締役に期待する主要分野をスキルマトリクスとして定義

■

取締役のスキルマトリクス

氏名				地位	資格等	専門性および経験										
						企業経営	経営戦略・立案	マーケティング	業界の経験・知見	事業開発・イノベーション	グローバル	IT・DX	人材戦略	ファイナンス・財務・会計	法務・リスクマネジメント	ガバナンス
石原 卓児	[男性]	代表取締役社長	MBA	●	●	●	●	●			●				●	
沢田 登志雄	[男性]	常務取締役執行役員		●	●		●		●							
山内 祐也	[男性]	常務取締役執行役員		●	●	●	●	●	●	●						
平内 優	[男性]	社外取締役	社外 独立	●	●	●		●	●	●						
中原 義子	[女性]	社外取締役	社外 独立		●							●		●	●	
高岡 淳二	[男性]	社外取締役	社外	MBA	●	●	●		●	●	●					
鳥田 一利	[男性]	取締役監査等委員			●							●		●		
皆見 幸	[女性]	取締役監査等委員	社外 独立	公認会計士・税理士								●		●		
村瀬 桃子	[女性]	取締役監査等委員	社外 独立	弁護士									●	●		

会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

ブランド・ファッション事業 総合篇：売上規模No.1を目指していく

1 次 流 通

2 次 流 通

KOMEHYO

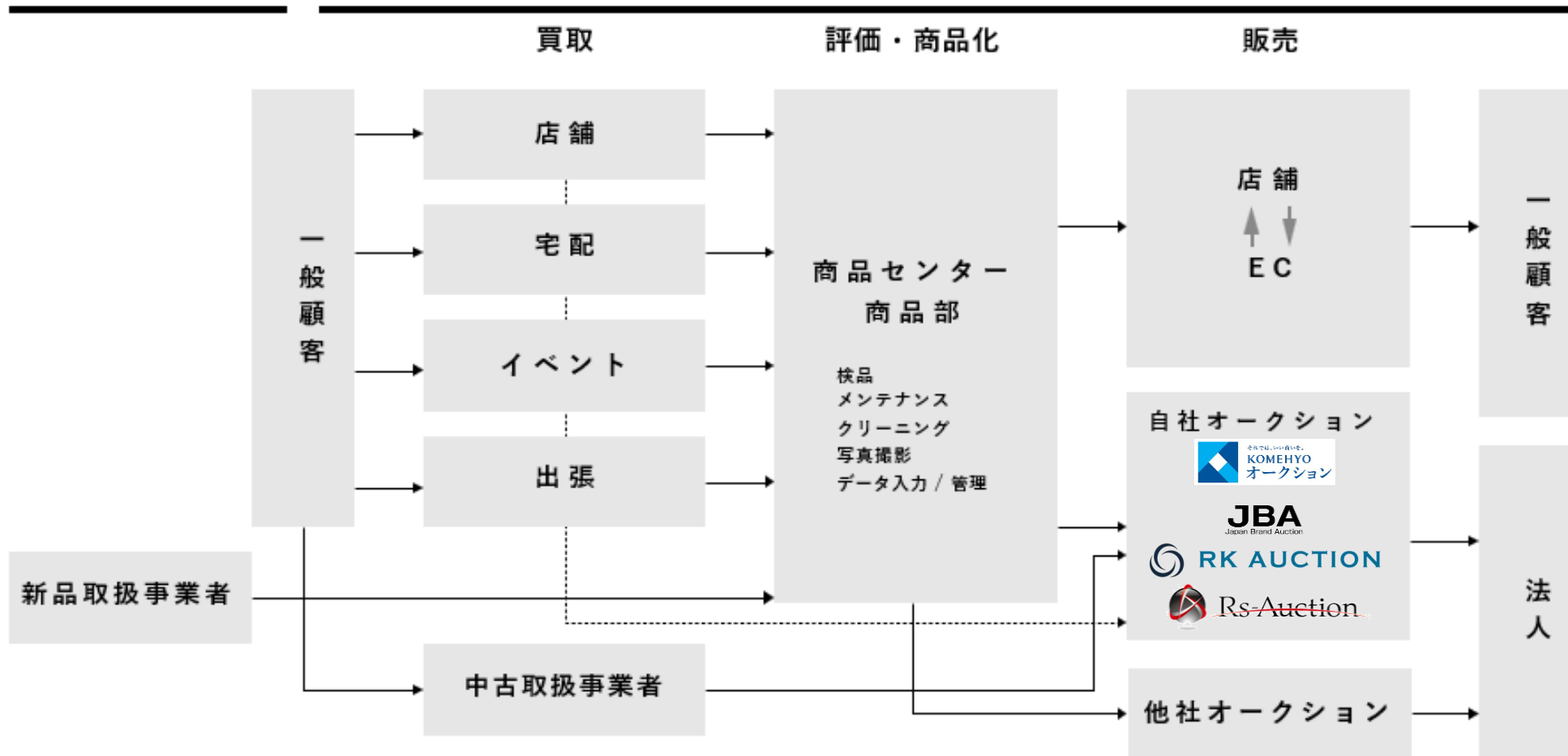


BRAND OFF
T O K Y O

RECLO MIKE MUSEUM

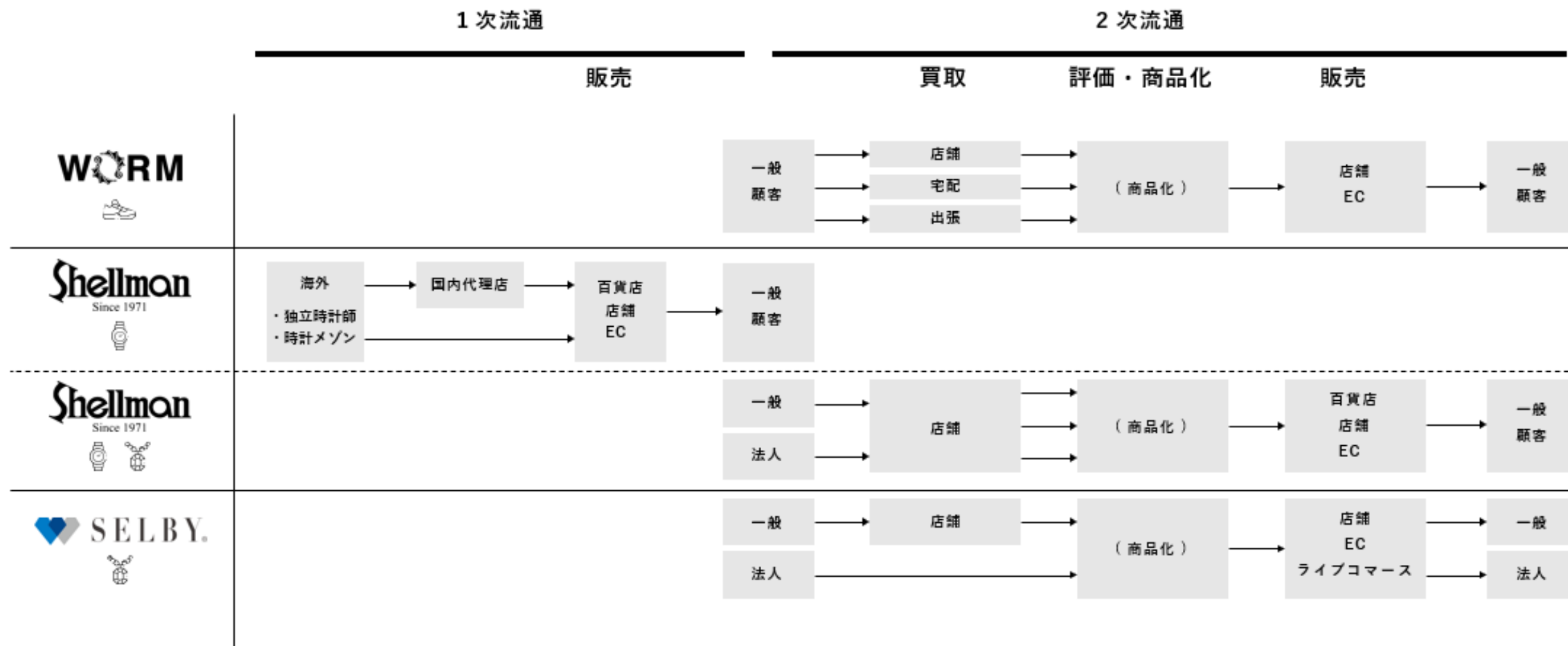


Rodeo Drive



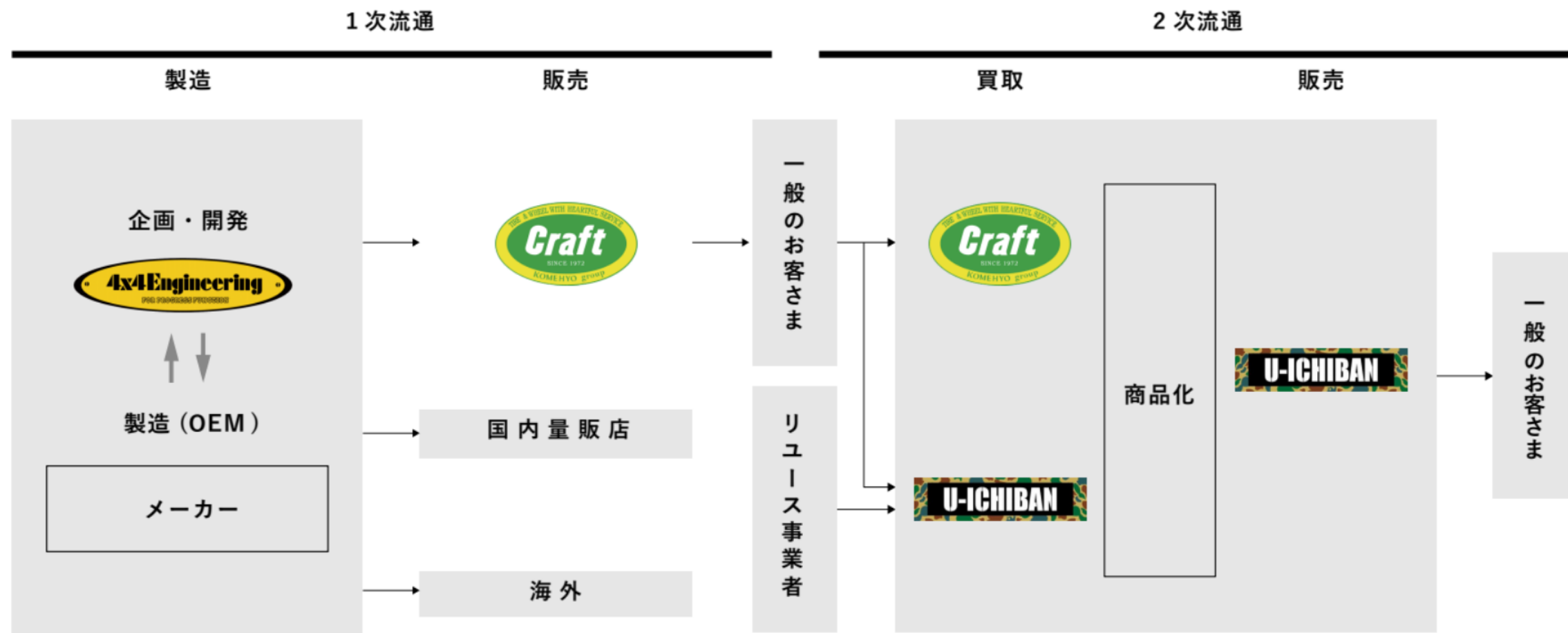
会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

ブランド・ファッション事業 専門篇：コアなファンをつかみ、Only 1 を目指していく



会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

タイヤ・ホイール事業



会社概要 BF事業 | 店舗展開

ブランド・ファッション事業では、小売店舗を大規模に展開していることが強み
さらに、買取については販売との併設店・買取専門店など、複数のチャネルで展開

旗艦店

国内の主要都市（新宿・銀座・渋谷・名古屋・金沢・梅田）に、中・大型の買取併設販売店を展開し、**競合他社には少ない、大規模なリアル店舗**を構える



買取専門店

買取りを専門とし、KOMEHYO、BRAND OFF、Rodeo Driveにて展開。
強固な顧客基盤を持つ商業施設や視認性の高い路面店の出店を加速



編集型店舗

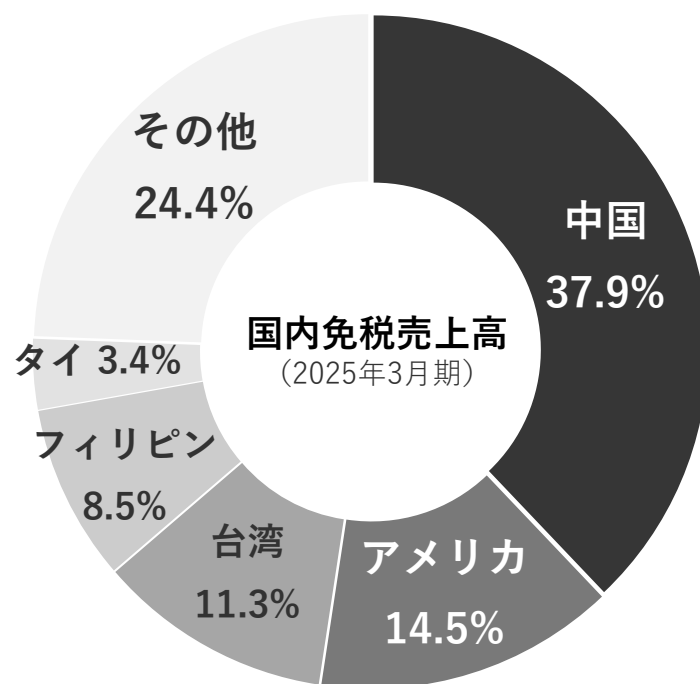
スニーカー、バッグ、ビンテージなど、
カテゴリーごとの商材に特化した買取併設店を展開。今後も積極的な出店を計画



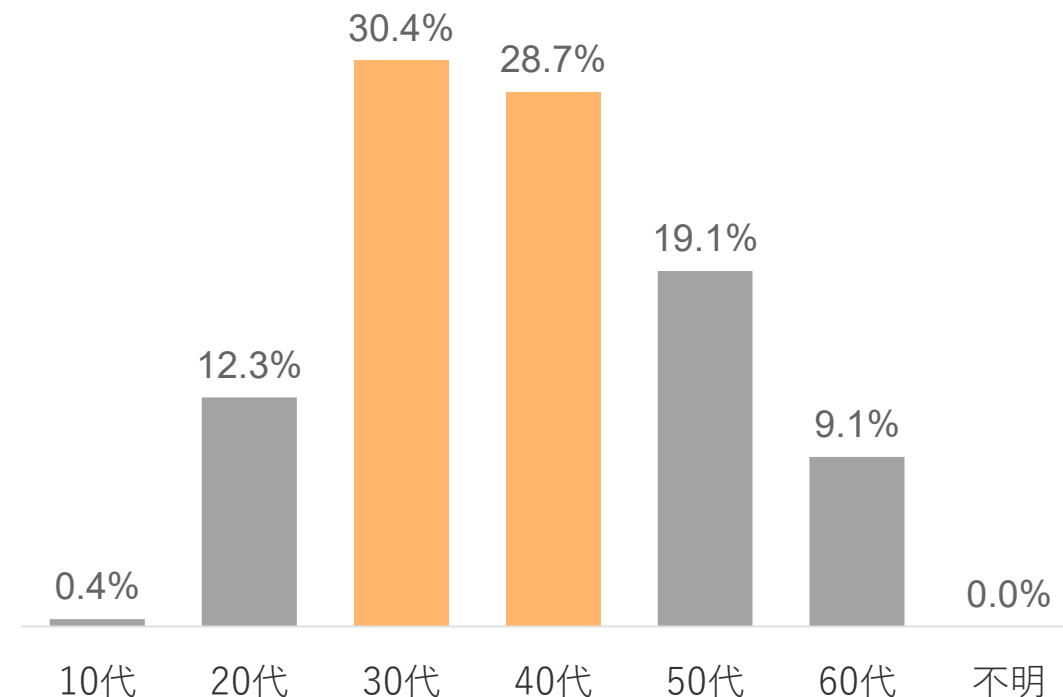
会社概要 国内免税(連結)の内訳

国・地域別構成比の前期比は、KOMEHYO SHIBUYAの出店効果等により、アメリカのお客さま構成比が上昇
日本国内のお客さま層より若く、30代～40代がボリュームゾーン

国・地域別構成比



年代別購入客割合



※パスポートの発行国・地域より集計

会社概要 BF事業 サービス紹介 ① | KOMEHYO BRAND OFF TOKYO Rodeo Drive

主に中古ブランド品の販売・買取りを行う3ブランドでは、店舗の利便性、鑑定への信頼性・知名度や顧客基盤に強みを持ち、それぞれの得意な領域で成長を継続

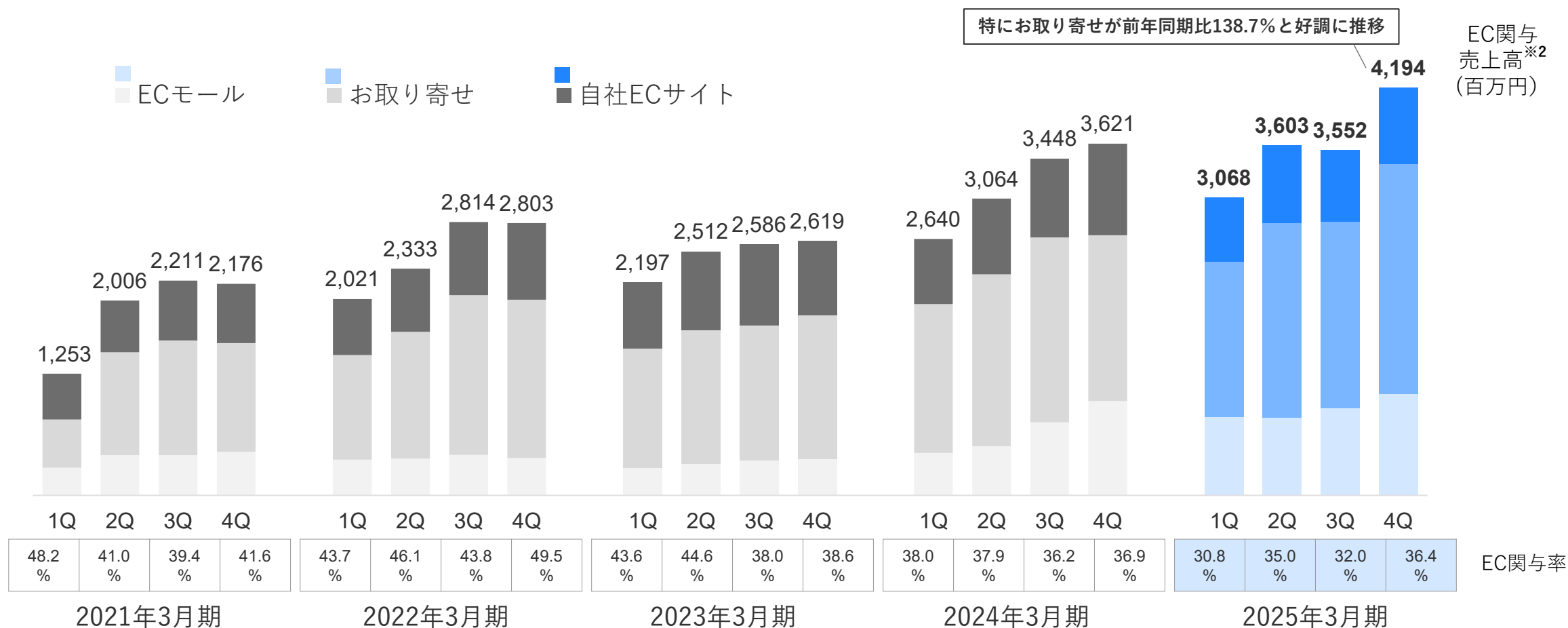
	 	 	 
概要	創業から続く、 グループの核となるブランド	・ 2020年3月期にグループ化 ・ 北陸地方に顧客基盤を保有する主力ブランド	・ 2025年3月期にグループ化 ・ 関東（特に横浜）に顧客基盤を保有
国内店舗	190店舗（旗艦店は主要都市中心）	51店舗（石川県金沢市が本拠地）	8店舗（神奈川県横浜市が本拠地）
海外店舗	タイ5店舗・シンガポール2店舗 （ASEAN中心）	香港・台湾・上海に計20店舗 （中華圏中心）	香港に1店舗
出店形態	すべて直営	直営・FC（国内買取専門店の8割）	すべて直営
売上構成	ジュエリー＞時計＞バッグ＞衣料品	バッグ＞ジュエリー＞時計＞衣料品	時計＞ジュエリー＞バッグ＞衣料品

※2025年3月末現在

会社概要 EC関与売上高の推移 | KOMEHYO

BF事業

お客さま数が増加し、第4四半期のEC売上高は前年同期比115.8%。
販売店舗での訪日外国人の売上高比率上昇により、EC関与率^{※1}は3割強で推移



※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. 64

会社概要 BF事業 サービス紹介 2



リユース事業者が参加する法人向けオークションを運営。法人間の取引相場は、個人買取や小売価格にも大きく影響する。
出来高（GMV）に対するオークション手数料※1が売上となる。

	 KOMEHYO オークション	 日本ブランド オークション (JBA)	 RK オークション	 Rs-Auction
運営会社	株式会社コメ兵	株式会社K-ブランドオフ	株式会社アールケイエンタープライズ	株式会社コメ兵
開催形式	オンライン	①金沢：リアル（手競り） ②ライブオークション：オンライン ③東京：オンライン	オンライン	オンライン
取扱商材	宝石・時計・バッグ・アパレル	バッグ・宝石・時計	時計・バッグ・宝石	バッグ※2

※1 売り手または買い手から手数料収入 ※2 2025年1月より宝石・時計の取り扱いを終了

会社概要 BF事業 サービス紹介 3 | WORM Shellman SELBY.

商材に特化した専門性の高いブランドでは、コアな需要へのリーチにより、継続的にファンを獲得

	 	 	 
概要	プレミアムスニーカーの買取・販売	アンティーク時計・ジュエリーの委託・販売	宝石の買取・販売
国内店舗	2店舗	7店舗	2店舗
販売の特徴	時価数千万円にもものぼる世界に数足しかない希少な商品も扱う	独立時計師の時計やオリジナルウォッチも取扱い	法人を中心に仕入れた希少な商品を店舗・ライブコマース・EC等で販売

※2025年3月末現在

会社概要 TW事業 サービス紹介



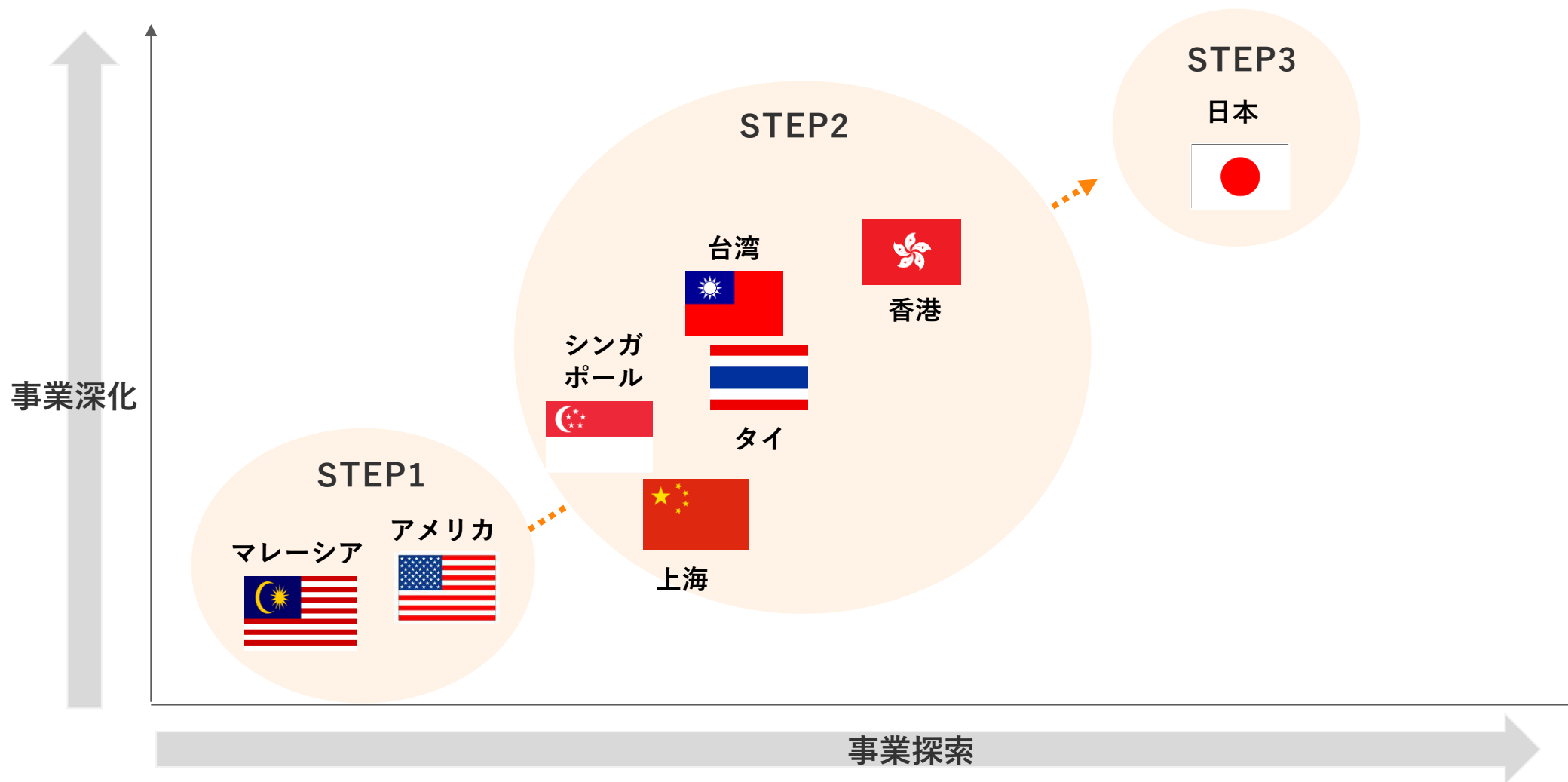
タイヤ・ホイール事業では、タイヤ、ホイールの買取り・販売、ホイールの企画・開発を行う
グループ3社でサプライチェーンをカバー

	  企画・開発	  新品の仕入れ・販売 中古の買取り	 オートパーツ ジャパン  中古の買取り 中古の販売 新品WEB販売
概要	ホイール、サスペンションの 総合メーカー	新品タイヤ、ホイールの買取・販売	中古品タイヤ・ホイールの買取・ 販売
国内店舗	-	11店舗	2店舗
販売の特徴	・ 自社で企画・開発 ・ 国内外に卸売 ・ SNSでの認知活動に注力	専門性の高いスタッフによる 提案力・接客が強み	Craft店頭経由の個人または法人から 仕入れた商品を販売

※2025年3月末現在

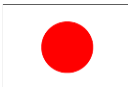
グローバル展開 エリアごとの事業フェーズ①

世界各国の状況を加味し、さらなる価値提供を行う事業深化と領域を広げる事業探索のバランスを都市ごとに検討



グローバル展開 エリアごとの事業フェーズ②

3段階の事業フェーズを基本とし、各ステップごとに展開
段階を追って事業を深化・拡大することをグローバル展開の軸として推進

事業フェーズ									
		日本	香港	タイ	台湾	上海	シンガポール	アメリカ	マレーシア
STEP1	その他の展開	市場成長関与 ビジネス オークション 運営							
	販売店・買取併設販売店舗数※	64	14	5	5	2	2		
	EC	●	●	●	●	●	●	展開予定	
	個人買取	●	●	●	●	●	●	展開予定	●
	BtoB (仕入・販売)	●	●	●	●	●	●	●	●

※2025年3月末時点

グローバル展開

グループ28店舗（2025年3月末時点）

「KOMEHYO」、「BRAND OFF」、「Rodeo Drive」の3ブランドで海外7か所に進出

	香港		台湾	上海	タイ	シンガポール	マレーシア	アメリカ
展開ブランド	BRAND OFF T O K Y O Rodeo Drive		BRAND OFF T O K Y O		 KOMEHYO			
会社名	KOMEHYO BRAND OFF ASIA LIMITED	RODEO DRIVE JAPAN CO.LIMITED	名流國際名品股份有限公司	米濱上海商貿有限公司	SAHA KOMEHYO COMPANY LIMITED	KOMEHYO SINGAPORE PTE. LTD.	KOMEHYO MALAYSIA SDN.BHD.	KOMEHYO USA inc.
会社設立年	2024年	2010年	2009年	2017年	2019年	2022年	2024年	2024年
事業経路	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人※2 販売：法人/小売	仕入：法人/個人※2 販売：法人/小売	仕入：法人/個人※2 販売：法人	仕入：法人※2 販売：法人
店舗数	販売店	-	-	-	5	2	-	-
	買取併設販売店	13	1	5（1）	2（1）	-	-	-
	合計	14		5	2	5	2	0

※1（ ）内は、2025年3月期第4四半期の増減 ※2 事務所で個人買取

各ブランドの取り組み ① KOMEHYO

2026年3月期の取り組み

国内外で、出店を中心とした仕入強化と出店とECによる小売強化を継続。
販売店舗は、店舗サイズ、出店場所、取り扱いアイテムなど新しい店舗フォーマットにチャレンジ。

仕入チャネルの強化

- ・ 新規出店
 - 東名阪を中心に、買取専門店の20店舗出店
 - JFRとの合併会社の買取専門店は、今期6店舗計画
- ・ アライアンス
- ・ 出張買取
- ・ 宅配買取

販売店舗の出店

- ・ 旗艦店の新規出店
 - KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHI
 - KOMEHYO YOKOHAMA(仮称)
- ・ 編集型店舗の出店検討

グローバル展開強化

- ・ エリア、店舗の拡大
 - 進出エリアでの新規出店
 - 越境EC強化

■ 買取専門店



JFRとの合併会社によるターゲット層の拡大

■ 販売店舗



主要都市に旗艦店を2店舗出店

■ グローバル展開



ASEANでの店舗拡大

各ブランドの取り組み ②

BRAND OFF
T O K Y O

RECLO

MIKE MUSEUM

2026年3月期の取り組み

出店とBRAND OFFの在庫をRECLO、MIKE MUSEUMと連携し、国内外のEC販売を強化。
香港、台湾を中心に、海外での積極的な出店も継続

小売の強化

- ・ 関東・関西を中心に販売店を新規出店
- ・ CRMの強化
- ・ グローバルZ世代の取り込み
- ・ BRAND OFF/RECLO/MIKE MUSEUMの3ドメインの在庫連携による自社・越境ECの強化

FC事業の強化

- ・ FC買取専門店の新規出店
- ・ 大手法人を中心に営業を強化
- ・ 加盟店への集客支援を強化

既存仕入チャネルの強化

- ・ BRAND OFF、RECLO連携

グローバル展開強化

- ・ 香港と上海の連携強化
- ・ 香港、台湾での新規出店

ECの強化



在庫連携により面を増やす

香港での小売拡大



台湾での小売拡大



各ブランドの取り組み ③ Rodeo Drive

首都圏の強固な顧客基盤と時計の強みを活かし、バリューチェーン最適化とチャネル拡大でシェアを拡大。事業・組織基盤を強化しさらなる成長を目指す

バリューチェーンの強化・再構築

- ・バリューチェーンの全体最適化
- ・推進体制強化と業務プロセスの効率化
- ・海外を含めた「売買ビジネス」強化による事業構造の再構築

オークション事業の成長

- ・開催回数の増加（月1→2回開催）
- ・グループナレッジの活用や基幹システムの改修等による他社出品数の増加

個人買取の強化

- ・新規出店
- ・既存販売店の仕入強化
- ・出張買取、宅配買取、イベント買取の強化

■ QCDのバランス管理と顧客接点強化



■ 他社出品・新規入会の強化



■ 関東エリアでのチャネル拡大



各ブランドの取り組み ④ オークション／Only Oneを目指すブランド

2026年3月期の取り組み

4つのオークションそれぞれの強みを活かし、幅広いニーズの獲得によって会員数と出来高を拡大させる
唯一無二のブランドとして、ファンに支持され続けるための魅力を磨き続ける

法人向けオークション



JBA
Japan Brand Auction



開催回数増により、会員数・出来高を拡大



GMVの拡大と生産性の向上に取り組む

Only Oneを目指すブランド



- ・オンライン接点の強化
 - LINEを活用したCRM
 - アプリのリリース
 - メンバーズ会員プログラム開始
- ・仕入の強化



- ・国内外での仕入強化
- ・海外の独立時計師や
スモールメゾンとの交流
- ・認定中古市場への進出
- ・EC/SNSの海外最適化
- ・販売イベントの開催



- ・低価格帯商品の拡販による
ターゲット層の拡大
- ・ライブコマースの強化
- ・自社開発製品
(レアストーン) の販売強化
- ・出品数増加による
自社ECサイトの集客力向上



WORM

店頭での買取販売に加え、法人仕入も強化



Shellman

海外ブランドとのコラボモデルで差別化
(レイモンドウェイル×Shellman世界限定30本モデル)

各ブランドの取り組み ⑤ タイヤ・ホイール事業

2026年3月期の取り組み

3社の特徴を活かし、売上高100億円に向けた着実な成長を実現する

商品開発と海外販路の拡大



- ・新商品開発
- ・商品ブランディング
- ・新規海外パートナーの獲得

売上拡大と中古仕入れ強化



- ・出店計画の推進
- ・イベントによる顧客接点強化
- ・下取り強化

商品管理とオンライン強化



- ・中古仕入れ強化
 - 法人
 - 個人
- ・中古品店舗開発
- ・オンライン販売強化

タイヤ・ホイール事業推進のための、人材の採用と育成 / グループ内サプライチェーンの強化（基幹システム・相場システム）



展示会等で国内外に製品をアピール



店舗での販売・下取りを強化



顧客接点となるイベントを積極的に開催

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 IR・広報部

TEL：052-249-5366

Email：ir@komehyo.co.jp