

2026年3月期 決算説明会

2026年5月15日（金）
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

皆様、本日はお集まりいただきまして、誠にありがとうございます

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。

それではこれより、2026年3月期 決算について、ご説明いたします。

2026年3月期 決算サマリー

2026年3月期 連結決算					GNV	
個人買取額 (連結)	連結売上高	連結営業利益	連結経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益	オークションGMV	
104,079百万円	221,707百万円	9,288百万円	8,514百万円	5,488百万円	106,918百万円	
過去最高 前期比 132.0%	過去最高 前期比 139.4%	過去最高 前期比 150.4%	過去最高 前期比 140.8%	過去最高 前期比 114.9%	過去最高 前期比 153.7%	
連結売上高の内訳			店舗数			
小売比率	海外比率	国内免税比率	グループ全店 334店舗			
44.8%	12.1%	14.6%	国内店舗		海外店舗	
前期比 △3.7pt	前期比 △0.5pt	前期比 △0.8pt	294店舗		40店舗 (6カ国/地域)	
			販売店 13	買取専門店 221	販売店 12	買取専門店 2
				買取販売併設店 60	買取併設販売店 26	
<ul style="list-style-type: none"> ・売上高：継続的な出店と既存店の成長に伴う買取好調、および需要に即した販売活動が奏功し、通期で大幅な増収 ・売上総利益：増収により過去最高を更新。第4四半期3か月間の売上総利益率は前年を上回り、改善に転じる ・販管費：出店・採用・育成等の先行投資により増加したものの、増収効果で販管費率は着実に低下 ・営業利益：売上総利益の積み上げが販管費の増加分を上回り、増益を達成 ・親会社株主に帰属する当期純利益：支払利息の増加や減損損失を計上したものの、増益を確保 						

まず、決算のハイライトをご説明いたします。

2026年3月期は、成長の源泉である個人買取が、初めて1,000億円を突破いたしました。

これに伴い、売上高および全段階利益で過去最高を更新し、大幅な増収増益を達成しております。

期中、リユース業界は想定以上の相場変動など不安定な状況にありましたが、「お客様のために」という姿勢のもと、商品を小売へ優先して振り向けるなどのオペレーション改善、および小売強化を行い、特に下期にかけて利益率を改善できたことが奏功しました。

金相場高騰やラグジュアリー需要といった外部トレンドにあわせた営業活動を実践できたところっております。

2026年3月期 第4四半期3か月の評価

好調な個人買取により、小売へ供給する以上の良質な在庫を確保。小売、法人販売ともに計画以上で推移したことで、大幅に増収
売上総利益の積み上げが販管費の増加分を上回り、営業利益は前年同期比3倍超と四半期ベースで過去最高を更新

	評 価		実 績
仕 入 ★★★★	継続的な出店に加え、金地金高騰の追い風による既存店での買取が順調 小売供給量を上回る在庫確保により、すべての販売チャネルの機会を最大化する体制が奏功	個人買取額 前年同期比 137.6%	<ul style="list-style-type: none"> 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、既存店が個人買取額の成長を牽引 継続的な金高騰やブランド各社の定価改定に加え、円安を背景とした国内外の旺盛な需要が継続。宝石・時計は四半期を通して高値圏を維持し、バッグも人気モデルへの需要集中により安定推移
売上高 ★★★★	好調な買取を背景に、小売・法人販売ともに好調に推移し、四半期ベースで過去最高を更新	前年同期比 136.1%	<ul style="list-style-type: none"> 小売比率：45.1% (前年同期比：△2.0pt) 免税売上高の前年同期比：150.2% 第2四半期までの旗艦店出店や販売店舗の出店効果で増収 売上総利益率の低い金地金の法人販売も増加
売上総利益率 ★★★☆☆	小売ファーストの商品供給により、売上総利益率改善。利益率の低い時計・金地金の構成比増加による、押し下げ要因により計画未達となるものの、売上総利益は確保	前年同期比 +1.1pt	<ul style="list-style-type: none"> 売上総利益率：21.3% 利益率の高い個人買取品を、活発な国内外の小売に重点供給したことが奏功し、国内小売売上高・免税販売が想定以上に推移。売上総利益率の改善に寄与 小売りする以上に仕入れられた在庫は、法人オークションで効果的に販売でき四半期でのオークションGMV(出来高)は過去最高
販管费率 ★★★☆☆	将来の成長に向けた出店・採用投資を積極的に継続一方で、大幅な増収効果により販管费率は低下	前年同期比 △2.2pt (改善)	<ul style="list-style-type: none"> 売上高販管费率：15.8% 将来に向けた出店・採用投資を継続 大幅な増収に伴うスケールメリットを享受
営業利益 ★★★★	売上総利益の積み上げが販管費増加を大きく上回る。前年同期比3倍超となり、過去最高を更新	前年同期比 326.6%	<ul style="list-style-type: none"> 営業利益率：5.5% (前年同期比：+3.2pt)

続きまして、第4四半期3カ月間の評価です。

仕入・売上については、個人買取額は前年同期比137.6%と、四半期ベースで過去最高を更新しました。

金相場の高騰に加え、既存店での買取強化が奏功し、来期以降の成長を支える良質な在庫を潤沢に確保できております。

売上高も前年同期比136.1%と計画を大幅に上回りました。

背景には、資産価値を重視した高額品需要のさらなる高まりと、円安によるインバウンド消費の活発化がありました。

こうした旺盛なニーズに応えるべく、前期は「小売ファースト」の在庫供給を徹底いたしました。

従来であれば早期資金化のために法人販売へ回していた商材も、店舗やECでの販売を優先し、供給を強化しております。

これは、リアルな接点を通じた関係性構築を重視する「リレーユース」の思想を具現化したものであり、多くのお客様からご支持をいただいたものと捉えております。

売上総利益率は、利益率の高い小売が伸長したことで前年同期から1.1ポイント改善しましたが、当初計画に対しては未達となりました。

これは、買取が好調であったために、相対的に利益率の低い、金地金等の法人販売構成比が想定以上に高まったことが要因です。

ただし、大幅な増収により、利益額の積み上げは計画を大きく上回る着地となりました。

販管費については、将来に向けた出店、採用投資を計画通り継続したため、総額は増加しておりますが、増収効果によって販管費率は低下しております。
以上の結果、営業利益は前年同期比326.6%と、大幅な増益を達成いたしました。

目次

1. 当社のビジネスモデル
2. 2026年3月期 連結業績
3. 2026年3月期 取り組み
4. 中期経営計画の進捗
5. 2027年3月期の見通しと取り組み

こちらが本日はお話する予定の主な内容です。
本日は、1～5までをご説明いたします。

1. 当社のビジネスモデル

まずはじめに、当社のビジネスモデルです。

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/

当社グループは、

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。
を「Mission」とし、

リレーユースを「思想」から「文化」にする。
をわれわれが目指す「Vision」として掲げております。

カンパニーハイライト(連結/2026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



※1 「リユース市場データブック2025」リフォーム産業新聞社 2025年10月発行 ※2 コメ兵ホールディングスを含む

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 7

こちらのページでは、当社グループの全体像を把握していただくため、前期末時点の主要な指標を並べております。

当社は1947年に創業し、今期で79年目を迎えました。
従業員数におきましては、国内外で2,000人規模となり、前期から200名増加いたしました。

特に、その半数以上が現役の「鑑定士」です。
出店スピードに合わせ、こうした専門性の高い人材の採用と育成を、推進することができております。

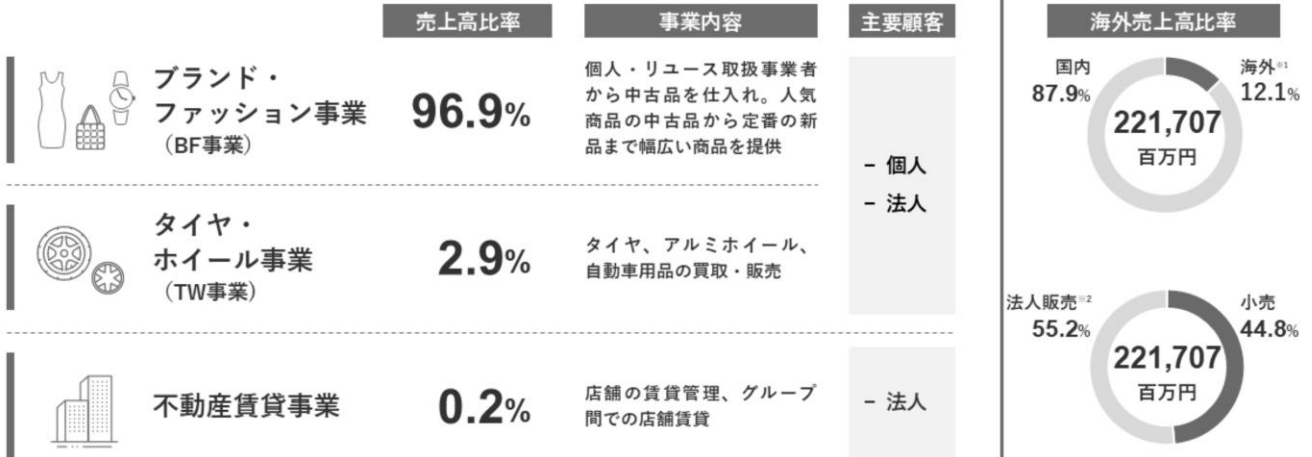
また、店舗数につきましてもグローバルで334店舗まで拡大いたしました。
これら一つひとつの拠点が、お客様とのリアルな接点となりリユースの文化を広める重要な役割を担っております。

事業一覧 (連結/2026年3月末時点)

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

2026年3月期 連結売上高

221,707

 百万円


※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

こちらは当社の事業構成をまとめています。

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

特に、ブランド・ファッション事業が、主要な事業であり、売上全体の約97%を占めます。

2. 2026年3月期 連結業績

それでは、2026年3月期 の連結業績についてご説明いたします。

連結損益計算書

売上高および各段階利益で過去最高記録を更新

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	増減	前期比	計画比*
売上高	71,148	86,113	119,459	158,994	221,707	62,712	139.4%	110.0%
売上総利益	18,415	22,542	29,590	35,248	47,150	11,901	133.8%	—
売上総利益率	25.9%	26.2%	24.8%	22.2%	21.3%	△0.9pt	—	—
販売費及び一般管理費	14,700	17,373	22,137	29,072	37,862	8,790	130.2%	—
営業利益	3,714	5,168	7,452	6,176	9,288	3,111	150.4%	124.3%
営業利益率	5.2%	6.0%	6.2%	3.9%	4.2%	+0.3pt	—	—
経常利益	3,772	5,406	7,479	6,046	8,514	2,468	140.8%	126.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,259	3,706	5,025	4,777	5,488	711	114.9%	137.9%

※2025年11月7日開示「業績予想修正のお知らせ」の2026年3月期通期計画に対する進捗率

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 10

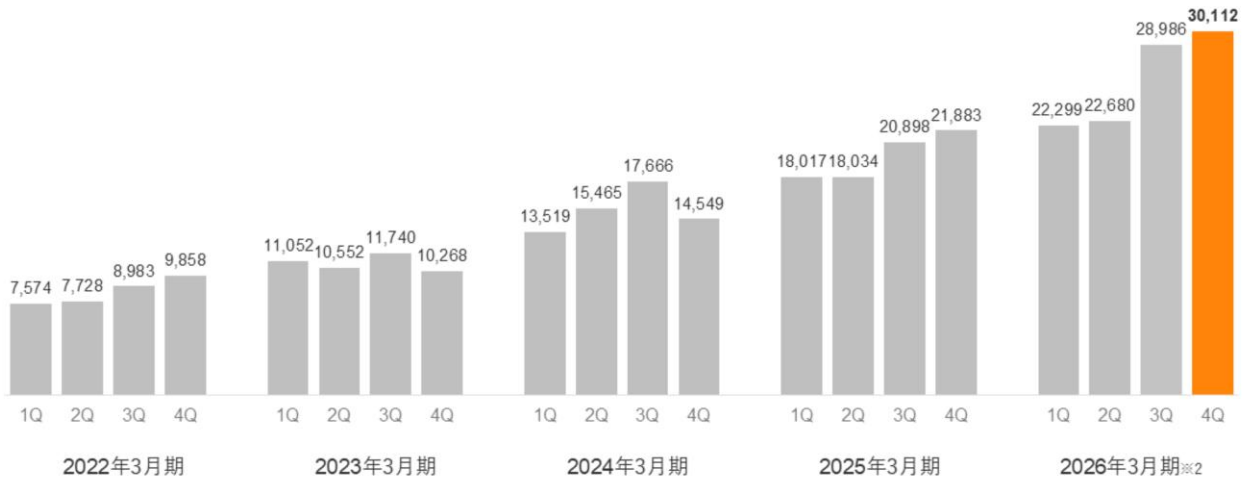
連結損益計算書の状況です。

通期では、売上高および各段階利益で過去最高となりました。

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加え、歴史的な金相場高騰を背景に、金地金や時計の持ち込みが加速
その結果、四半期ベースで前期比137.6%と極めて好調に推移し、過去最高額を更新

(単位：百万円)



※1 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

※2 タイヤ・ホール事業の2026年3月期における個人買取額に誤りがあったため、本資料にて追及して修正しております。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 11

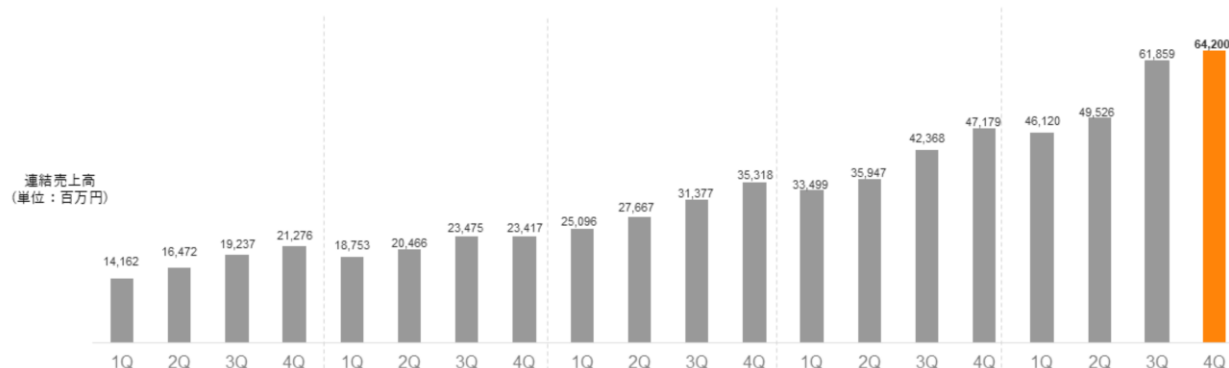
個人買取額の推移です。

活発な需要に応えるべく、質・量ともに満足いただける品揃えを目指し、買取専門店の継続的な出店やプロモーション強化等による個人買取の拡大に注力してまいりました。

その結果、第4四半期は前年同期比137.6%と大幅に伸長いたしました。

連結売上高と売上総利益率の推移

好調な買取が良質な在庫の確保に繋がり、小売への優先供給と法人販売の活用により、増収と利益率改善を両立



	2022年3月期				2023年3月期				2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期			
売上総利益率	28.1%	25.6%	26.3%	24.2%	25.2%	24.9%	27.6%	26.7%	26.3%	24.2%	24.9%	24.0%	25.6%	21.6%	22.1%	20.3%	21.3%	19.9%	22.2%	21.3%
小売比率 ^{※1}	45.7%	52.2%	39.9%	47.4%	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%
免税比率 ^{※2}	3.7%	2.6%	1.6%	1.7%	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%

※1 小売比率は、小売額/連結売上高で算出しています（小売売上には、免税販売額を含みます）。

※2 免税比率は、国内免税売上高/連結売上高で算出しています。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 12

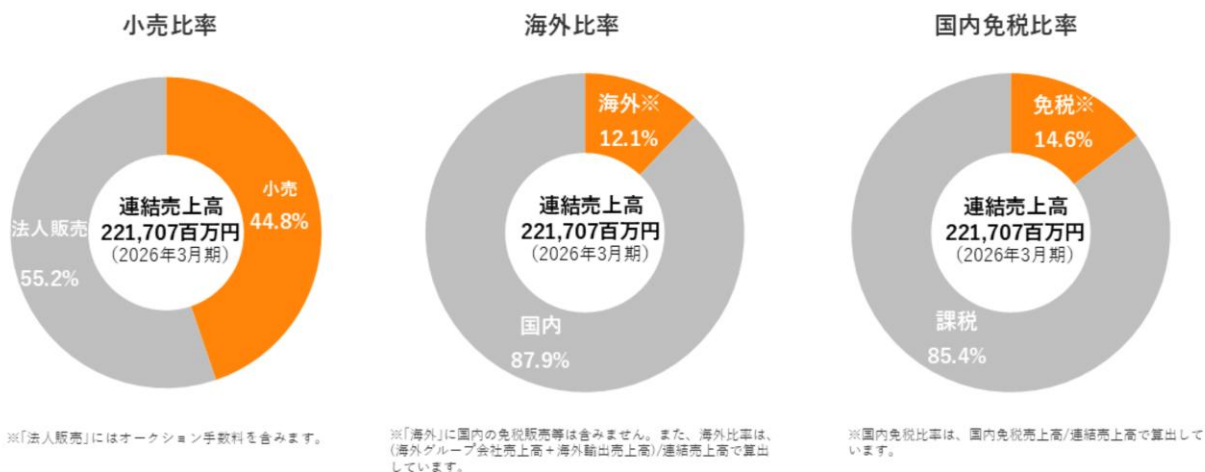
連結売上高と売上総利益率の推移です。

四半期別の推移は、ご覧の通りです。
大幅な増収と売上総利益率の改善が実現できました。

当第4四半期においては、小売比率、免税比率ともに上昇傾向です。

連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

- 【小売】国内外での店舗展開と需要に応じた在庫拡充により、小売販売額は着実に伸長
- 【海外】アジア圏での積極的な出店とブランド認知の向上が、販売額の増加に寄与
- 【免税】インバウンド需要の回復・拡大に合わせて在庫を拡充し、免税売上は堅調に推移



連結売上高の内訳です。

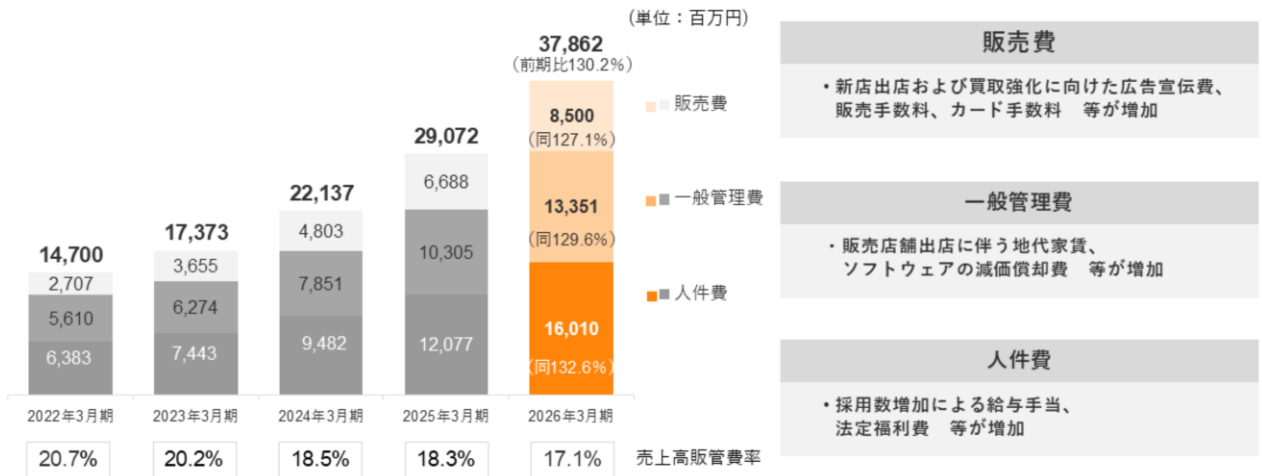
小売比率と国内免税売上比率は、前の期に、法人販売の構成が高い会社がグループインしたことや事業環境にあわせて法人販売を活用したことで、それぞれ比率は低下したものの、販売額は大きく伸ばすことができ、今期の業績に大きく寄与しています。

特に、東アジア圏のお客様に加え、アメリカのお客様が大幅に増加しました。お客様層の分散が進んだことが業績の安定につながりました。

海外における売上高構成比は、アジアを中心とした出店やアメリカでのビジネス拡大により国内の売上高が伸長するなかでも、12.1%と堅調に推移いたしました。

販売費及び一般管理費の推移

将来の成長に向けた店舗・人材への投資を積極的に継続し、販管費は増加

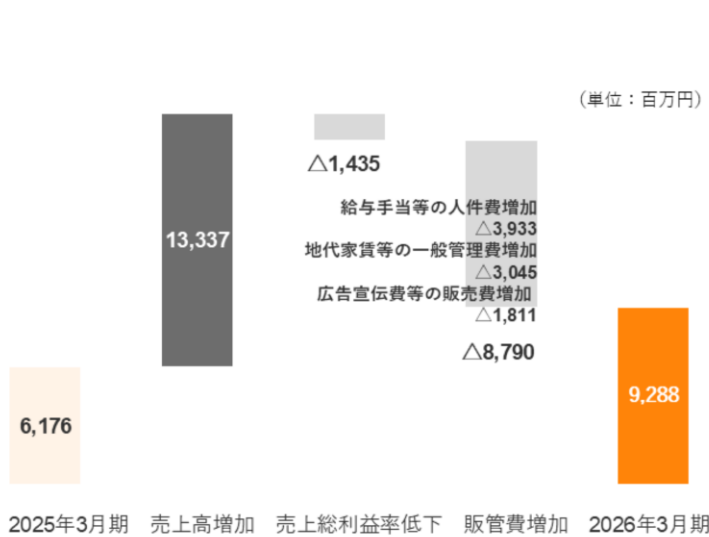


販管費の推移です。

将来の成長につながる出店、人材の採用・育成への投資を積極的に継続したことで、販管費は増加いたしました。

連結営業利益の分析

買取強化による良質な在庫確保と、国内外の旺盛な小売需要の取り込みが増益を牽引
売上総利益の積み上げが販管費増加を大幅に上回り、営業利益は過去最高を記録



売上高
<ul style="list-style-type: none"> 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販売を活用 小売・法人販売ともに伸長
売上総利益率
<ul style="list-style-type: none"> 小売ファーストの徹底により、第3四半期以降、利益率が改善 金相場高騰を背景に、金地金や時計等の低利益率な商材・商品が増加し、利益率は計画未達も、売上総利益は順調に増加
販管費
<ul style="list-style-type: none"> ベースアップや採用増による給与手当の増加 買取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

連結営業利益の分析です。
詳細はご覧の通りです。

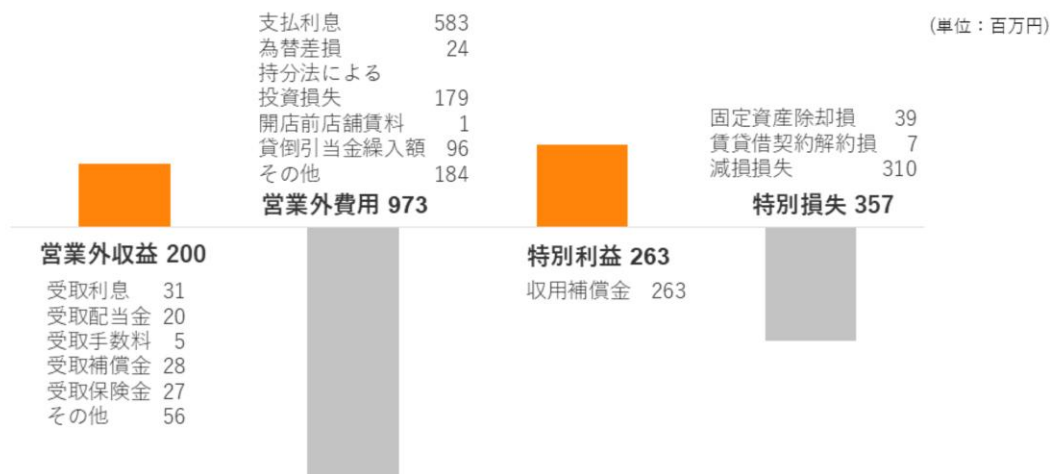
好調な買取による良質な在庫確保と、国内外の活発な小売需要の取り込みが増益を牽引いたしました。

売上高の増加に伴う売上総利益の積み上げが利益を大きく押し上げ、販管費の増加を吸収したことで営業利益は過去最高を記録しております。

一方で、金地金や時計などの法人販売の構成比が高まったことにより、利益率は計画に未達となりましたが、直近の第4四半期では小売の伸長により、低下幅が縮小しております。

営業外損益／特別損益

在庫確保に伴う借入増加による支払利息や減損損失を計上した一方、用地収用補償金の発生や税負担率の低下が当期純利益を押し上げ



営業外損益、特別損益です。

在庫確保のための借入が増えることで支払利息が増加したことや一部店舗において、減損損失を計上しているものの、本業の好調による各段階利益の上振れにより、吸収しております。

なお、親会社株主に帰属する当期純利益が当初計画を上回る過去最高の実績となった要因には、用地収用補償金の発生や税負担率の低下といった一過性の要因が含まれております。

連結貸借対照表の概況

過去最高を更新した個人買取の伸長により、小売需要に即応可能な鮮度の高い在庫が大幅に拡充
すべての販売チャンネルで機会を最大化する体制を整え、将来の成長を牽引する強固な資産基盤を構築

(単位:百万円)	2025年3月	2026年3月	増減
流動資産	68,457	85,697	17,239
現金及び預金	15,535	19,790	4,254
棚卸資産	39,994	50,046	10,052
その他	12,927	15,860	2,932
固定資産	20,168	23,483	3,315
総資産	88,625	109,181	20,555
負債	55,426	71,353	15,927
有利子負債	47,395	59,930	12,534
その他	8,031	11,426	3,395
純資産	33,199	37,827	4,628
負債・純資産合計	88,625	109,181	20,555

- ・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

貸借対照表の概況です。

総資産は前期末から約200億円増加し、1,091億円まで拡大しました。
なかでも、将来の売上高の原資となり、成長に直結する、良質な在庫は、500億円まで確保することができました。

なお、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、競争優位性になります。

また、現金及び預金と早期の現金化が、可能な棚卸資産の合計が有利子負債より大きいいため、リスクは限定的と考えております

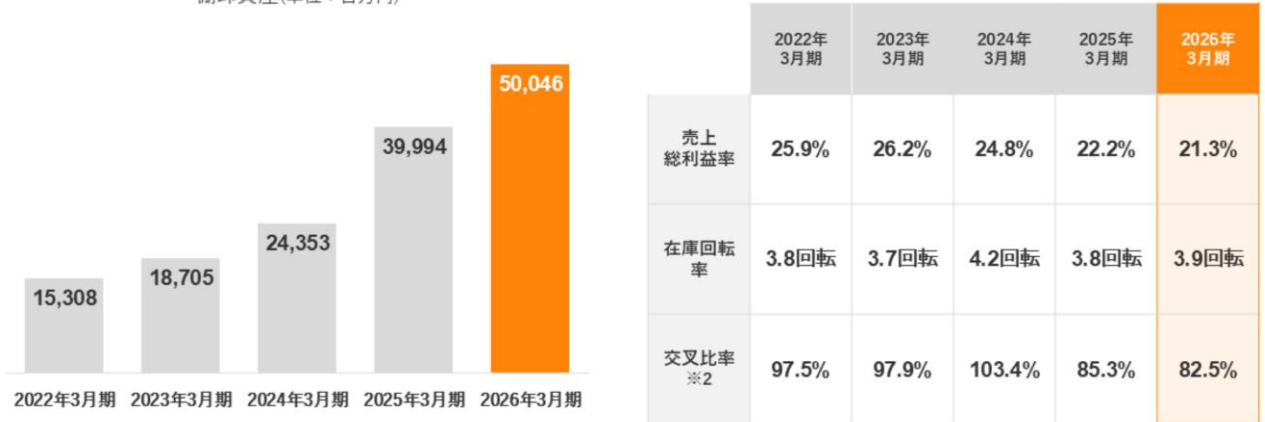
負債につきましては、在庫など運転資金の需要増加に対応するために、有利子負債が増加しております。

今後も事業成長に伴って、借入が増えていく想定ですが、財務の健全性との両立を図ってまいります。

在庫回転^{※1}

小売強化に向けた在庫の積み増しにより、棚卸資産は500億円規模へ拡大。引き続き先行的に在庫確保を進める一方で、在庫コントロールの高度化を図りながら、利益率と商品回転の最適化を通じて、中長期的な交叉比率の向上を目指す

棚卸資産(単位：百万円)



^{※1} 従来はブランド・ファッション事業として作成、タイヤ・ホイール事業の連結への影響度が相対的に小さくなっていることから連結ベースでの作成に変更
^{※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

在庫回転です。

私たちは、将来の成長に向け、仕入れを強化し、小売向けの良質な在庫の積み増しを継続してまいりました。

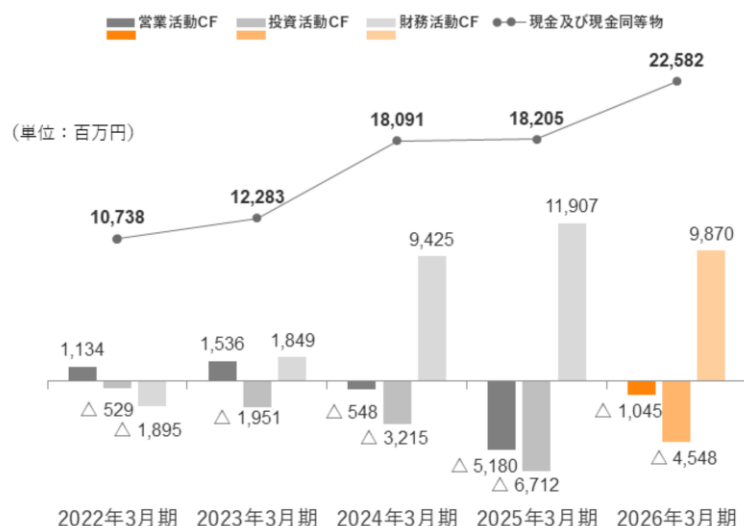
その一方で、早期にキャッシュ化すべき商品を適切に選別し、法人販売も機動的に活用することで、在庫コントロールをしております。

その結果、今期の交叉比率は、棚卸資産の積極的な積み増しを継続している過程にあり、82.5%となっております。

今後も相場や需給の変化に応じた機動的な在庫供給を行い、利益の最大化と回転率の最適化を通じて、中長期的な交叉比率の向上を目指してまいります。

連結キャッシュフロー

将来の成長に向けた在庫確保および新規出店投資に伴い、営業・投資活動CFは支出
個人買取強化に向けた資金調達に伴い、財務活動CFは収入



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

- ・店舗出店等に伴う有形及び無形固定資産の取得 等が増加

財務活動CF

- ・個人買取額を賄うための短期借入金 等が大幅増加

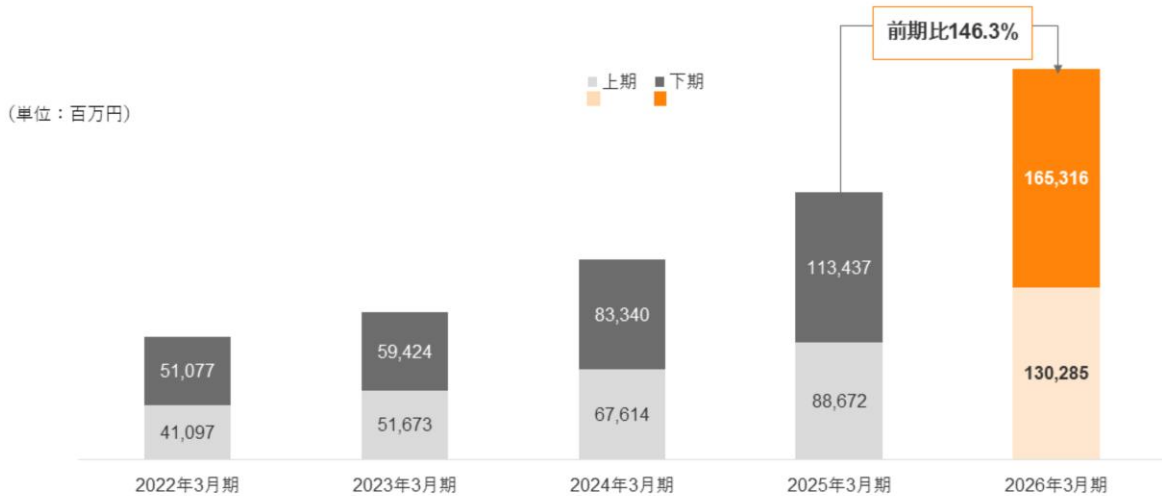
キャッシュ・フローの状況です。

営業活動によるキャッシュ・フロー、および、投資活動によるキャッシュ・フローは、在庫確保や新規出店の加速により、それぞれ資金支出となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローにつきましては、好調に推移する個人買取に必要な手元資金を賄うため、短期および長期の借入金が増加した結果、大幅な資金収入となりました。

連結総流通量(GMV)の推移

当社のビジネス規模を示すGMV[※]が、リレーユースの推進を示す指標
買取り力の強化を起点に、小売・オークション双方の流通量を最大化
GMVの拡大により、国内最大級の真贋・商品データの蓄積を加速させ、市場でのプレゼンスを強化



※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減算して算出してあります。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 20

連結総流通量(GMV)の推移はご覧のとおりです。

当連結会計年度のGMVは、前期比146.3%と大幅に増加し、過去最高を更新いたしました。買取り力の強化を起点に、小売・法人販売双方の流通量を最大化したことがこの伸びに繋がっております。

GMVの拡大は、取引の増加に伴う膨大な商品・顧客データ、および真贋データの蓄積をもたらします。

これにより、AIによる真贋・型番判定の精度向上やマーケティングの最適化といった事業効率がさらに高まります。

これらのデータの蓄積を加速させることで、業界内のプレゼンスを高めていきます。

3. 2026年3月期 取り組み

続いて、2026年3月期の主な取り組みです。

BF事業 | コメ兵の経路別仕入・販売実績 KOMEHYO

- 好調な個人買取を背景に、小売・法人販売共に計画以上で推移。活発な需要を確実に捉えるため、小売ファーストの在庫供給を徹底し、小売売上高の増加に寄与。お客さまとの継続的なエンゲージメント構築によるLTVの最大化を推進
- 小売する以上に確保ができた在庫は、効率的に法人販売したことで、小売を上回る伸長



こちらは、ブランド・ファッション事業の中核事業会社、コメ兵の経路別の実績です。

まず仕入面ですが、既存店の成長や積極的な出店、さらに歴史的な金の高値を背景に、個人買取比率は72%と高い水準となりました。

個人買取額に占める商材別構成比では、宝石・貴金属が47%を占め、そのうち69%が地金となるなど、時計とともに大きく伸ばいたしました。
なお、金製品の買取をフックに、他商材をお持ち込みいただく好循環も生まれています。

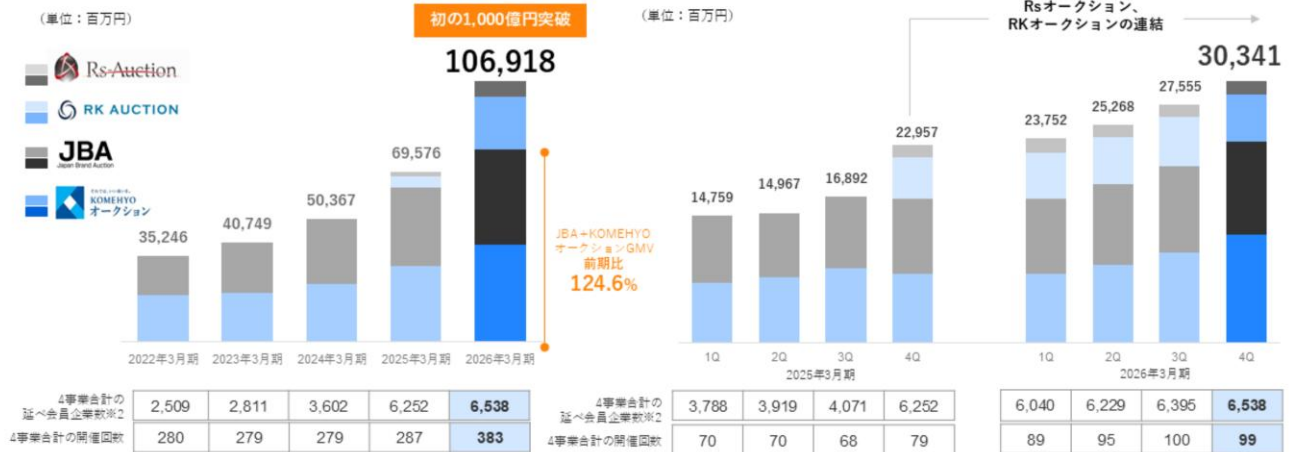
また、今回より、資料右の中央に売上総利益率のイメージを新たに記載いたしました。
収益性の高い小売と機動的な法人販売、それぞれの利益率イメージは、小売3に対して、法人販売が1程度です。
需要等に応じた適切な販路選択を行うことで、利益の最大化と在庫コントロールの両立を図ってまいります。

BF事業 | オークションGMV(出来高)の成長

グループの『流通関与ビジネス』の中核を担うBtoBオークション事業は、4事業合計で前期比153.7%※1と大幅に伸長
会員基盤の拡充と開催回数の増加により、通期GMVは過去最高の1,000億円を突破し手数料収入も堅調に推移

■ 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



オークション出来高の推移です。

2025年3月期にグループ化した2つの事業会社を合わせ、現在は計4つの法人オークションを運営しております。

前期は、リユース事業者の売却ニーズを捉えるため、オンライン入札を中心に開催頻度を最大化いたしました。

また、営業活動に加えて、当社へ寄せていただく信頼やブランド力などを背景に会員基盤の拡充が進み、延べ会員企業数を着実に伸ばすことができています。
その結果、出来高は、初の1,000億円を突破し、手数料収入も堅調に推移しております。

今後もこの勢いを維持し、オークション市場でのリーダーシップを強化してまいります。

BF事業 | トピックス① 最適なエリアへの出店・既存店の成長 (国内)

積極的な出店と既存店の深化により、国内ブランド・ファッション事業の成長基盤を強化

■ 2026年3月期 主な取り組み

- ・ 出店競争が激化するなか、グループで買取専門店を23店舗、買取併設販売店（旗艦店含む）・販売店を8店舗出店
- ・ 相場変動の影響により一部商材の買取に苦戦する局面もあったが、多角的な商材展開による相互補完で強固なリスク耐性を発揮
- ・ 圧倒的な集客力を背景に、専門性の高い目利きと魅力ある売場体験を提供することで、国内外の支持を拡大し、小売の力強い成長を牽引
- ・ 安定したリピーター基盤と地方エリアでの確実な需要獲得が奏功し、既存店実績は着実に伸長

■ 2026年3月期 主な出店実績



国内の新規出店、既存店の成長についてです。

小売はデジタルが主戦場となっているものの、リユースにおける顧客体験の向上には、店舗というリアルな接点が欠かせません。そのため、積極的な出店を継続し、計画通り、順調に推移いたしました。

特に、KOMEHYOの旗艦店は、計画を上回る2店舗出店いたしました。6月にオープンした「OSAKA SHINSAIBASHI」は、訪日客を中心に活発な需要を捉え、年間販売目標25億円に対し、計画通り進捗しております。

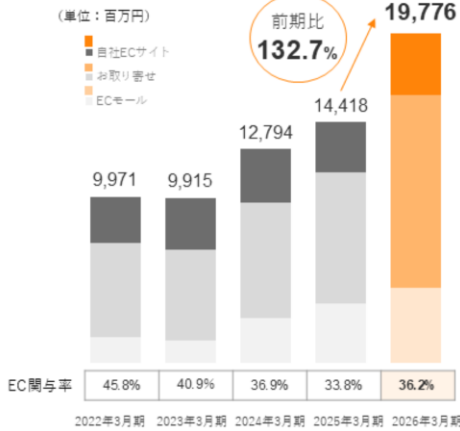
また、9月にオープンした「KOMEHYO YOKOHAMA」も年間で25億円の販売を目指しております。地域のお客様より、高額品を中心に支持していただいておりますが、お客さま数が計画をやや下回っていることから、顧客接点の拡大余地があると認識しています。今後も、プロモーションの強化や魅力的な商品の拡充等に注力してまいります。

そのほか、既存店におきましては、接客におけるコミュニケーションの質を一層高め、お客様の来店頻度向上に注力したことが奏功し、業績の成長に貢献しています。

BF事業 | トピックス② EC関与売上高^{※1}の伸長

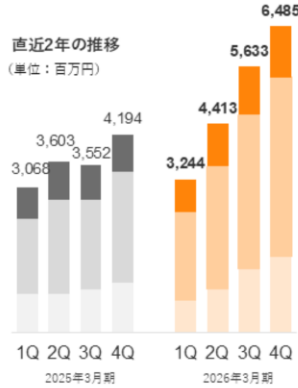
- EC関与売上高は、前年同期比132.7%（通期累計）と過去最高。EC関与率^{※2}も安定して推移。店舗網拡大及びEC基盤刷新・人員増強による出品数拡大により販売機会を最大化
- 特に訪日外国人によるEC経由での事前商品確認と店舗での購入が大きく伸長

■ EC関与売上高、EC関与率の推移



ささげ人員増強等により、好調な仕入に対応した商品化を強化。EC掲載の対象品拡大（利益率向上に寄与する時計ノーマンテナンス品・ファッション等）も寄与し、掲載点数は過去最大を更新

直近2年の推移 (単位：百万円)



ECモール

- 越境ECの基盤刷新
システム刷新により、自社ECに掲載されている大半の商品で越境販売が可能となり、販売機会が最大化。関税等の外部コスト増を上回る成長を生む
- 国内モール連携の高度化
モール会社との強固なリレーションを背景に、販促施策を最速化。高い集客効率により、売上成長を加速

お取り寄せ

- インバウンド需要の捕捉
訪日外国人による、Used in Japanトレンドが波及し、EC経由の事前在庫確認と店舗での免税販売が大幅に増加
- ノーマンテナンス品の需要が強い

自社EC

- デジタルマーケティングの高度化
SEO強化、CRMの種別化、サイトUI/UX改修を並行実施し、流入数と成約率の両面を大幅に改善

※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ンラインとの融合が不可欠 ©Komehyo Holdings Co.,Ltd. 25

コメ兵のEC関与売上高についてです。

オンラインを經由した売上を示す「EC関与売上高」は、前年同期比132.7%と大幅に伸長いたしました。

好調な買取に対応するため、人員の増強やオペレーション強化を図るとともに、越境ECの基盤を刷新し販売機会を最大化しております。

BF事業 | トピックス③ 積極的な海外進出

■ アジア圏での出店展開

- ・マレーシアにて、買取専門店及び販売店を初出店
- ・通期で計13店舗出店と、計画を上回る進捗を達成し、進出国での認知度がさらに拡大



※ iShopShops, Inc.につきましては、2026年3月期は貸借対照表 (B/S) のみを連絡し、損益計算書 (P/L) への反映は2027年3月期からを予定しております。

©Komehyo Holdings Co., Ltd. 26

■ 北米市場へのリーチ拡大

2025年10月 売買ビジネスを本格稼働

- ・2024年7月の現地法人設立以降、NYオフィスでの買取事業が本格化
季節性による変動はあるものの、個人買取の進捗は堅調に推移
- ・小売に先駆けて、法人販売を実施
- ・デジタルマーケティングによる認知拡大を図り、小売を強化

2025年12月 iShopshops, Inc.を完全子会社化[※]

- ・現時点では「シェア拡大」を最優先とした投資フェーズと位置づけ
- ・当社グループの良質な在庫を投入することで、プラットフォームの信頼性を担保し、ユーザー基盤を拡大。並行して、ライバー育成とセラー網の構築を通じてライブコマースの認知度を高め、グローバルでの基盤構築に向けて推進

海外事業の進展についてです。

海外出店は、ご覧の通り、アジア諸国を中心に年間で13店舗と計画を上回るペースで展開することができました。
これにより、各エリアでのブランドの認知度向上と新規の顧客獲得につながっています。

北米においては、売買ビジネスを本格稼働いたしました。
現地での個人買取は堅調であり、日本で培ったKOMEHYOブランドのサービスや信頼性が北米でも十分に通用することを確認しています。

現在は、将来の小売店舗出店を視野に入れつつ、先んじて法人販売を実施し、仕入れた在庫の効率的な販売と収益化を図っております。

そして、昨年12月に子会社化した「iShopShops」については、グループの優良在庫を投入するなど、シェア拡大を最優先として投資を行い、販路拡大にむけた基盤構築を推進しています。

BF事業 | トピックス④ 「目利き力」を核としたアライアンスの展開



「MEGRÜS」の進捗

- 両社の営業・教育ノウハウを全面投入したことで、出店数は前期計画の7店舗に対し、実績は9店舗と前倒しで着地
- 設立当初の年間買取目標に対して、計画通りに推移
- 利用者の約半数が「買取経験のないお客様」であり、これまでリーチできなかった顧客との接点を獲得。百貨店という安心感と、当社の教育に基づく適正な査定により、高い成約率を維持。二次流通市場でも需要の高い商品の獲得が可能に

▼アライアンスの意義

高品質な商材を安定的に確保することで、仕入れ効率を向上。リユース未経験の百貨店顧客との接点拡大を通じて、二次流通の裾野を広げ、循環型社会を後押し

「ラクマ最強鑑定」の進捗

- 2024年10月の機能刷新（「お届け前鑑定」機能の提供開始）により、ユーザーの利便性が大幅に向上。検品点数は右肩上がり推移し、CtoC取引における鑑定ニーズの深掘りに成功
- 対象ブランドを従来の「400ブランド以上」から「850ブランド以上」へと倍増。KOMEHYOの持つ膨大な真贋データを活用し、多様化する二次流通ニーズに即応できる体制を構築
- 「ラクマ最強鑑定」があることによる継続利用意向は出品者・購入者ともに9割を超え、プラットフォームのロイヤリティ向上に直結。安心感に加え、成約率や出品機会の拡大に寄与するポジティブな反響を獲得

▼アライアンスの意義

自社の「目利き力」を活かした検品サービスの提供により、CtoC市場の信頼性と利便性を高めるインフラを構築。流通の安全性向上を通じ、事業領域を飛躍的に拡大

当社の「目利き力」を外部へ提供するアライアンスの状況です。

J. フロントリテイリングさまとの合併会社であるJFR & KOMEHYO PARTNERSによる買取専門店「MEGRÜS」の出店は9店舗と計画を前倒しで進捗しております。

お客様の約半数が買取未経験であり、百貨店という安心感と当社の査定力の相乗効果で、新たな顧客接点を獲得することに成功しています。

楽天ラクマさまの「最強鑑定」については、コメ兵が検品サービスを提供しております。対象ブランドを従来の倍となる850以上に拡大できているほか、鑑定付き取引の利便性が向上することで、コメ兵の検品点数は、右肩上がり推移しています。

なお、検品サービス利用者のうち、継続意向も9割を超えるなど、CtoC市場の信頼性を高める機能として高く評価いただいています。

今後もそれぞれの事業規模を拡大させていくとともに当社の資産を活用した新たなアライアンスにも挑戦していきます。

TW事業 | 事業の概況

オートパーツ
ジャパン

中古仕入及び夏タイヤの販売と自社企画ホイールの海外販売が牽引し、売上高は過去最高。利益面では、暖冬による冬商戦の短期化、将来を見据えた戦略的投資が重なり成長鈍化した。通期では過去最高を記録（4期連続の増収増益を達成）

中古仕入高

過去最高達成

売上高

過去最高達成

■ 増収増益の背景



中古仕入が好調

- 新車装着時の良質な純正タイヤ・ホイールの下取りの施策に注力。加えて主要な事業者との法人取引を拡大した結果、中古品仕入は、前年同期比128%と好調に推移
- 今後も中古仕入拡大にむけ、広告投下しながら店頭での良質な仕入に注力していく



夏タイヤの販売好調

- 戦略的な在庫確保と新規向け店頭イベント等の販促施策が奏功し、夏タイヤの売上高は前年同期比117%に。冬用タイヤの苦戦をカバーする大幅増収を実現
- 今後も主要メーカーとの関係性構築に強めながら、海外ブランドの仕入も強化し潤沢な在庫を確保していく

自社企画ホイールの
海外販売が加速

北米・ASEANを中心とした16か国での販売網拡充が奏功し、国内の需要変動を補完する安定的な収益源として成長を続けている

※リユース事業の運営効率化と買取ノウハウの集約を目的に、2026年4月よりオートパーツジャパン社が担っていた中古事業をクラフト社へ移管

タイヤ・ホイール事業の概況です。

当連結会計年度は、中古仕入および夏タイヤの販売、自社企画ホイールの海外展開が牽引し、売上・利益ともに過去最高となり、4期連続の増収増益を達成することができました。

引き続き、海外比率や中古比率を重点指標としながら、安定的な成長を目指してまいります。

4. 中期経営計画の進捗

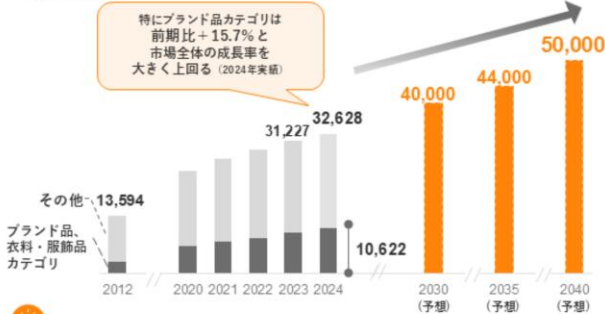
続いて、中期経営計画の進捗です。

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、2040年に5兆円規模となる見通し。今後はリユース人口の拡大が市場成長の鍵
1次流通価格の高騰や消費行動の変化を背景に、リユース市場は長期的な安定成長が見込める

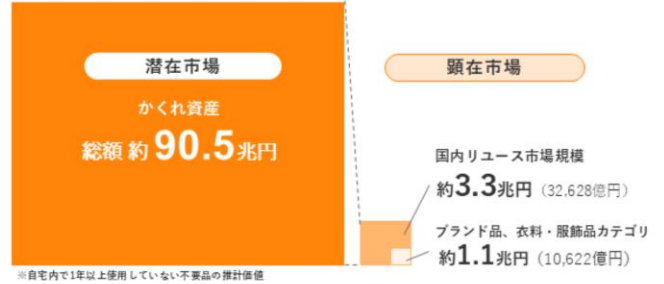
国内リユース市場規模※1

(単位：億円)



- ・ 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」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

国内のリユース潜在市場（かくれ資産）※2



- ・ 家庭内に眠る「かくれ資産」は約91兆円。現在の顕在市場は潜在領域のわずか3.6%
- ・ 物価高騰に伴う資産の流動化意識の向上やリセールバリュー意識の浸透が、潜在資産のリユース市場流入を加速
- ・ 接点の拡充により、リユース未利用者のリユース人口（経験者）への転換が市場成長の鍵

※1 「リユース市場データブック2025」リフォーム産業新聞社 2025年10月発行

※2 株式会社メルカリ・ニッセイ基礎研究所監修 「『2025年版 日本の家庭に眠る“かくれ資産”』に関する調査」2025年11月20日発表

国内リユース市場の現状と展望は、ご覧の通りです。

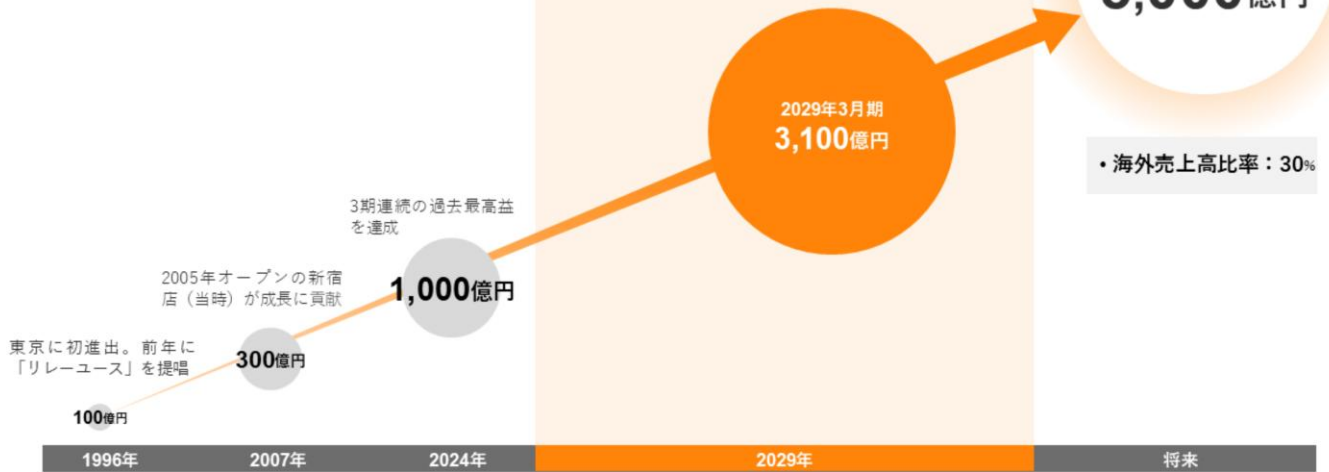
市場規模は順調に拡大しており、2040年には5兆円規模に達する見通しです。

そして、国内の潜在市場、いわゆる「かくれ資産」は約91兆円と推計されており、現在の顕在市場はそのわずか3.6%に過ぎず、この巨大な潜在市場を顕在化させることが私たちの役割です。

中期経営計画の位置づけ

ブランドリユース売上高世界No.1企業を見据え、2029年3月期に売上高3,100億円を目指す

中期経営計画 (ローリング方式)



当社は、経営環境の変化に柔軟に対応するため、毎年、ローリング方式で計画を公表しております。
こちらは、今回策定した2027年3月期から2029年3月期までの新たな中期経営計画の位置づけです。

将来の目標は「ブランドリユース売上高世界No.1」です。
売上高5,000億円という高い目標を掲げております。

この度の3か年の目標は、この目標につながる重要なステップと位置づけています。

中期経営計画 定量目標 (2025年3月期-2029年3月期)

利益成長を伴いながら事業拡大を推進し、創業80周年の節目となる2028年3月期売上高2,800億円・営業利益130億円を通過点に2029年3月期には売上高3,100億円・営業利益145億円を目指す（新たなM&A等のインオーガニック成長の数値は含まず）

2026年5月14日
公表

(単位：百万円)	中期経営計画				
	'25年3月期 (実績)	'26年3月期 (実績)	'27年3月期 (計画)	創業80周年 '28年3月期 (計画)	'29年3月期 (計画)
売上高	158,994	221,707	252,000	280,000	310,000
営業利益	6,176	9,288	10,800	13,000	14,500
営業利益率	3.9%	4.2%	4.3%	4.6%	4.7%
経常利益	6,046	8,514	9,680		
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,777	5,488	5,850		
ROE	15.6%	15.7%	15%以上		15%以上
自己資本比率	37.0%	34.2%	35%目安		35%目安
EPS	435.9円	499.9円	532.3円		
配当性向	23.9%	21.2%	20.3%		20%程度

中期経営計画の定量目標です。

昨日5月14日、濃いオレンジ色の枠で囲っております、2029年3月期までの中期経営計画を公表いたしました。

2029年3月期には売上高3,100億円、営業利益145億円を目指します。

引き続き、国内での出店や積極的な投資を行いながらシェアを拡大させ、個人買取と小売を軸として、利益体質の改善に取り組みます。

現時点でお示している計画値は、既存事業の着実な成長がベースとなっております。今後、M&Aなどの非連続な成長を実現するための取り組みにより、さらなる高みを目指してまいります。

中期経営計画 基本方針

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



※①売買ビジネス：国内外での買取・販売などの顧客接点を広げて成長するビジネス
 ※②流通関与ビジネス：法人向けオークションの運営など、売買ビジネスと連携したビジネスでのGMV拡大、売買の場を提供するビジネス
 ※③市場成長関与ビジネス：①・②で培った自社のノウハウ・資産を活かし、リユース市場全体の拡大を支援する新たなサービス・連携を創出するビジネス

その実現に向けた基本方針として、

- ・事業成長の継続
- ・サステナビリティ経営の深化
- ・資本コストを意識した経営の推進

の3つの柱を掲げています。

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



※ 「リユース市場データブック2025」リフォーム産業新聞社 2025年10月発行

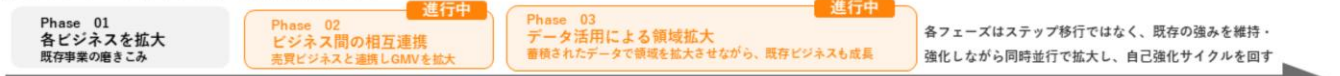
当社の競争優位性については、創業から一貫してリユースに取り組むことで確立してきた「人材」「年間流通量」「市場シェア」の3点にあると考えております。

事業成長とともにこれらの優位性をより強固なものとし、持続的な企業価値の向上を追求してまいります。

中期経営計画 事業成長のための考え方（BF事業）

①売買、②流通関与、③市場成長関与の3ビジネスを定義。独自の人材・データ・信頼資産を競争優位の源泉とし、各ビジネスを拡大。現在、ビジネス間の相互連携、データ活用による事業領域の拡大と既存事業の拡大を同時進行し、グローバルでのシェア拡大・GMV成長と企業価値向上を実現する

ブランド・ファッション事業領域拡大イメージ



※1 「リユース市場データブック2025」リファーム産業新聞社 2025年10月発行、ブランド品カテゴリでのシェア
 ※2 ブランド・ファッション事業のKOMEHYO、BRAND OFF、Rodeo Driveのメンバーズカード延べ会員数合算値

当社が主力とするブランド・ファッション事業においては、これまで『売買』『流通関与』『市場成長関与』という3つの領域を定義し、その拡大に注力してまいりました。

今回、あらためて3つの領域が相互に関連・連携しながら、それぞれが拡大することで当社グループの成長が実現していくことをお示しいたいと思います。

当社の成長の基盤は、資料左でお示している、1947年の創業以来、築き上げてきた、人材・データ・信頼という模倣困難なグループ資産にあります。1,000名を超える鑑定士、そして多様な接点から集まる、膨大な商品・相場・真贋・顧客データなどがあります。

これらは保有するだけでは、本当の価値は発揮されません。当社には、これらを営業活動やテクノロジーの開発等に活用し、付加価値の高いサービスとして展開できる、知見と実行力があります。このグループ資産を元に、売買や流通の機会を創出し、各ビジネスを拡大してきました。

また、この事業領域の拡大によって、収益の多角化をもたらしています。

①売買ビジネスでは、マルチブランドにより、国内外の顧客接点を広げ、売買による利益を最大化させます。

②流通関与ビジネスでは、法人向けオークション等の売買の場を提供し、GMVの拡大に伴う、安定的な手数料収入を積み上げます。

③市場成長関与ビジネスでは、自社のノウハウやアセットを他社へ提供し、市場全体の拡大を支援することで、サービス提供による利益を創出します。

現在、これらのビジネス成長において売買・流通関与の既存事業を磨きながら、同時並行で、ビジネスの領域を拡大させるフェーズに入っております。

流通関与ビジネス、市場成長関与ビジネスの拡大が、結果として、コアな事業である売買ビジネスの仕入れや販売をさらに大きくする、という相互作用を生み出し、事業の中で得られた成果は、再びデータ・ノウハウとして資産へ還流させます。

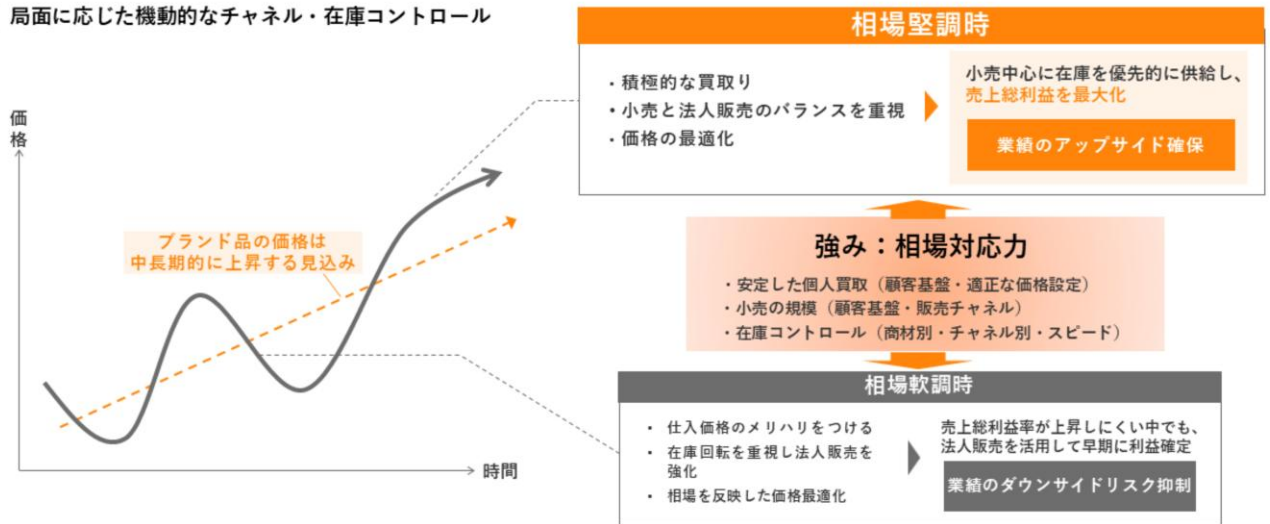
そうして、グループ資産が厚くなるほど、すべてのビジネスの競争力をさらに高めていきます。

このそれぞれのビジネスの相互連携と補完、データ活用による領域拡大による「自己強化」のサイクルを回し続けながら長期的な成長と企業価値の向上に邁進してまいります。

中期経営計画 相場の上昇トレンドを最大化する相場対応力

堅調なラグジュアリー需要を背景に、中長期的にはブランド品の価格は上昇する想定
短期的な相場変動に対しては、強みである相場対応力を活用し、業績の安定・向上を目指す

■ 局面に応じた機動的なチャネル・在庫コントロール



当社の相場対応力についてです。

現在、世界的なラグジュアリー需要は堅調に推移しており、主要ブランドによる1次流通価格の見直しも相次いでいます。
こうした背景から、リユース市場におけるブランド品の価格は、中長期的には、上昇トレンドが続いていくと見込んでおります。

当社はこれまで、「安定した個人買取」「圧倒的な小売規模」を背景に、長年培ってきた「精緻な在庫コントロール」という3つの事業基盤を拡大させたことで、相場対応力を高めてまいりました。

今後も、この強みをさらに磨き、相場変動を利益に変える動きを局面に応じて徹底してまいります。

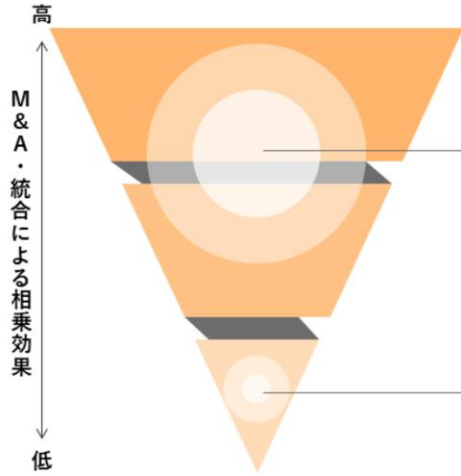
具体的には、相場が上昇する局面では、小売中心に在庫を優先的に供給し、業績のアップサイドを確保します。

一方で、相場が軟調に転じた場合にも、法人販売による、在庫回転の加速と価格最適化により、早期に利益確定し、業績のダウンサイドリスクを最小限に抑制することが可能です。

M&A戦略（BF事業）

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)
- ・ 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
- ・ 未利用客の開拓につながるサービス



未開拓領域の探索

- ・ 顧客層と親和性の高い事業・企業
(絵画等)

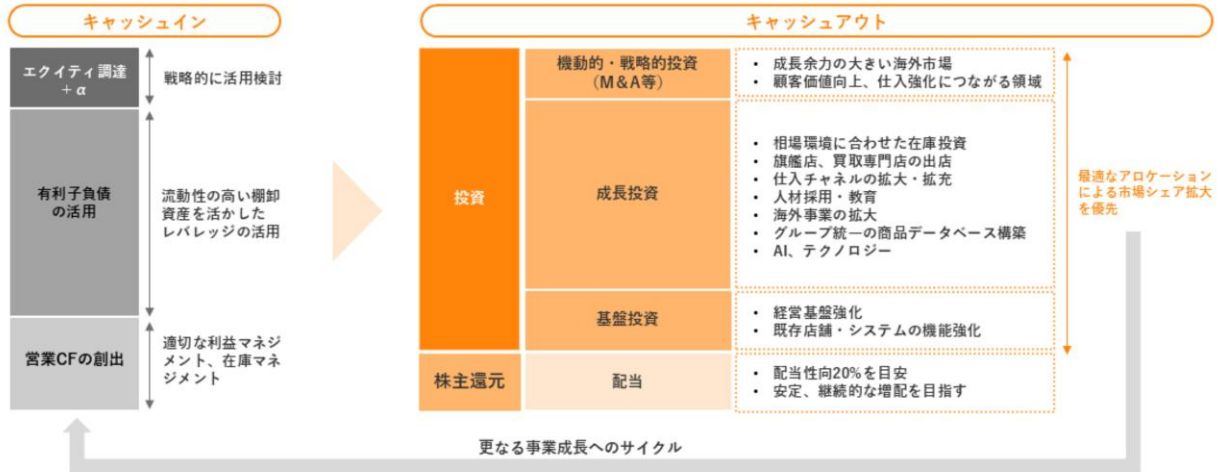


今後のブランド・ファッション事業におけるM&A戦略については、成長余力の大きいグローバル市場への進出や、顧客価値の向上につながる領域、そして既存事業の規模拡大につながる領域などで引き続き検討してまいります。

経営資源の配分方針

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



経営資源の配分方針についてです。
資金調達と経営資源の分配イメージは、ご覧の通りです。

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、設備投資を最優先に行います。

また、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います。

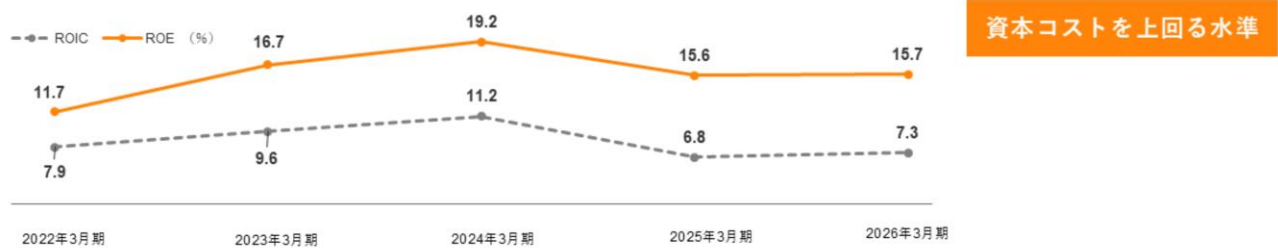
資本コストを意識した経営の推進 現状分析・評価

株主資本コストが上昇するなか、個人買取の伸長と在庫回転の最適化により、市場の期待を上回るROE 15.7%を達成
創出したキャッシュを機動的に成長投資へ振り向けることで、持続的な企業価値の向上を追求

2026年3月期の状況



ROIC・ROEの推移



当社の資本コストに関する現状と評価についてです。

2026年3月期の状況は、ROEが15.7%、ROICが7.3%となりました。
株主資本コストやWACCを上回る水準でROEを維持しており、着実に資本効率の高い経営を実践できております。

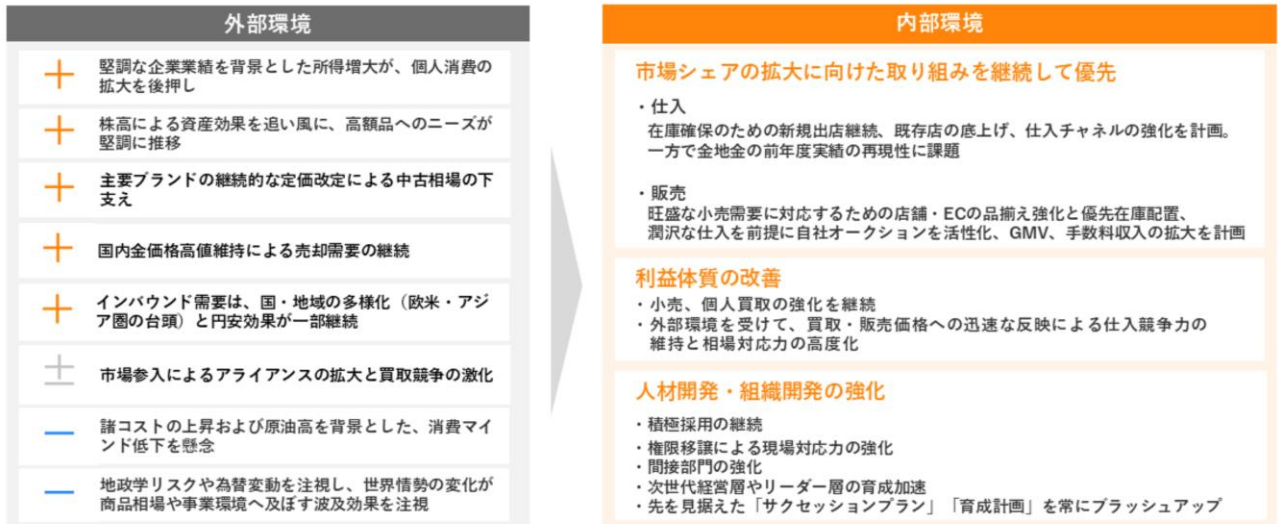
今後も、創出したキャッシュを在庫確保や成長投資に振り向け、事業環境に応じた在庫コントロールを精緻に行うことで資本コストを上回る収益性を継続し、持続的な企業価値の向上を追求してまいります。

5. 2027年3月期の見通しと取り組み

続いて、2027年3月期の見通しと取り組みについてお話しします。

2027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、比較的安定した相場環境、旺盛な需要が継続すると想定し、個人買取を中心とした在庫確保を起点に市場シェアの拡大を目指す。一方で、地政学リスクの不確実性（為替や株式市場、世界各国の経済情勢の変化）により、商品相場に影響が出る場合には、法人販売を機動的に活用し業績の安定を図る



2027年3月期 業績に影響する与件整理については、ご覧のとおりです。

ブランドリユース市場は、安定した相場と旺盛な需要が続く見通しであり、個人買取を中心に在庫確保に引き続き注力することで、シェアの拡大、利益体質の改善、人材・組織開発に努めます。

一方で、地政学リスクの不確実性によって、商品相場に変動が生じる場合には、法人販売を機動的に活用しながら、業績の安定を図っていきます。

2027年3月期 主力商材の相場予測

2027年3月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

宝石・貴金属



JEWELRY

- ・金相場は過去最高水準の高値圏を推移する一方、ダイヤモンド相場は軟調に推移すると想定
- ・地政学リスクを背景に、金相場のボラティリティが拡大する傾向。同時に金相場下落と円高進行の場合、在庫の含み益が減少するリスクを懸念

腕時計



WATCH

- ・中東情勢等の地政学リスクを受け、相場が下落する可能性があるが、為替が安定すれば大幅な下落は考えにくいと想定
- ・一次流通の価格改定は相場の下支えとなる一方、急激な円高局面では高額品を中心に相場が下落するリスクを懸念

バッグ



BAG

- ・需要は旺盛な一方で、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、引き続き高値安定で推移する想定
- ・相対的に相場変動リスクは低いと見るが、地政学リスクによるマインド変化には注意を要す

衣料品・ファッション小物



FASHION

- ・ブランドの定価改定が二次流通市場へ波及するには時間を要する一方、30万円以上の高価格帯については、相場が高止まり仕入価格が上昇するリスクを懸念
- ・「ヴィンテージ・アーカイブ・Y2K」といったトレンド品や国内デザイナーズブランドの相場は堅調に推移する見込み

主力商材の相場予測については、ご覧のとおりです。

全体的には、前期に続き、比較的安定した水準が続く見通しです。
一方、地政学リスクなどの不確実性は残るため、各動向を注視し、機動的な運営に努めます。

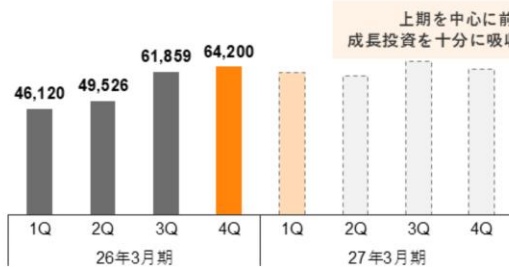
2027年3月期 連結業績予想

個人買取の強化、小売の強化、法人販売も含めた多様な販売チャネルを活用し、売上・利益の拡大を推進。将来の成長に向けた積極投資を継続しつつ、通期での増収増益を達成し、過去最高売上高、営業利益の更新を目指す

(単位：百万円)	売上高	営業利益	営業利益率
上期	122,000	4,500	3.7%
通期	252,000	10,800	4.3%

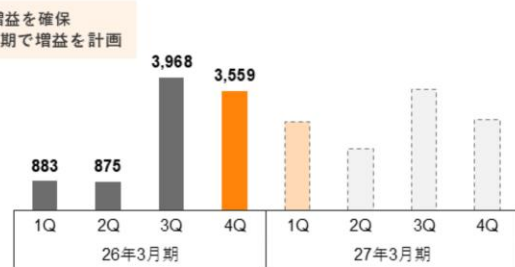
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



2027年3月期の連結業績予想です。

今期も、仕入と販売の両面で多様なチャネルを最大活用し、売上高・各利益ともにさらなる拡大を目指します。

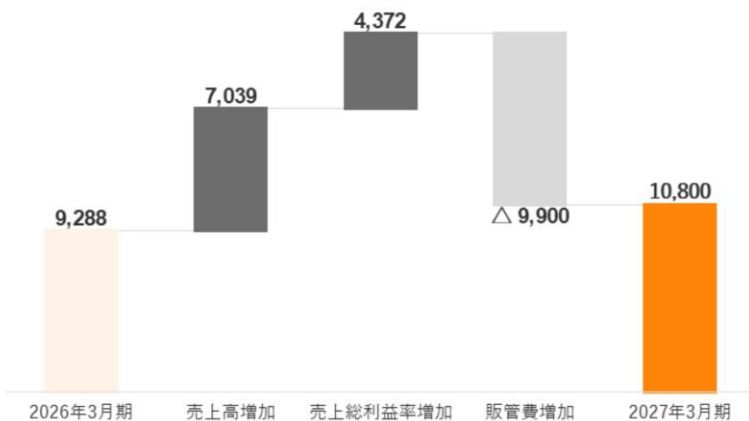
あわせて、将来の持続的成長に向けた積極的な投資も継続して実行する計画です。

進捗のイメージとしては、特に上期を中心に売上・利益ともに伸長し通期で増収増益、ならびに過去最高の売上高と営業利益の更新を目指してまいります。

2027年3月期 連結営業利益(予想)の分析

売上高は前期比114%と過去最高の更新を計画。売上総利益率は通期で1.9ポイントの改善を目指す。将来の成長に向けた投資を継続しつつ、営業利益108億円の達成を目指す

(単位：百万円)



売上高

買取専門店の出店と既存店の買取機能強化により、潤沢な在庫を確保。多様な販路を活用し、売上高を最大化させる

売上総利益率

小売の強化、機動的な法人販売活用により、通期で1.9ポイントの利益率改善を見込む

販管費

中長期的な成長に向けた人材や出店、ITなどへ積極投資をおこなうことから、販管費は継続して増加見込み

2027年3月期 連結営業利益予想の分析についてです。

2027年3月期の連結営業利益は108億円を目指します。

まず売上高については、仕入強化により潤沢な在庫を確保し、多様な販路を活用することで前期比114%を計画しております。

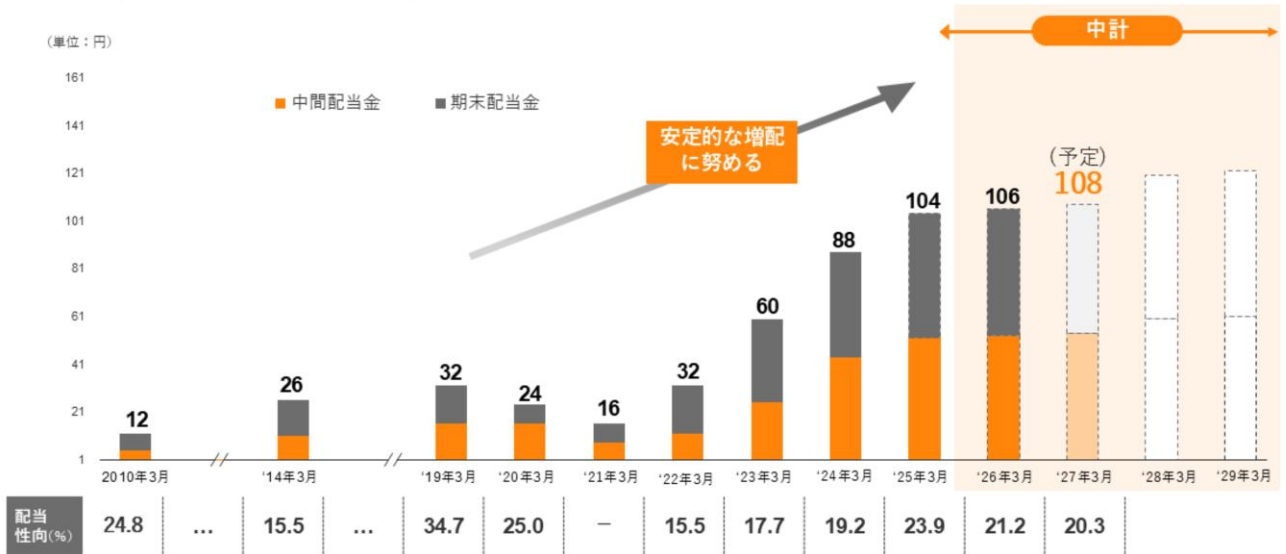
利益面では、前期に続き、利益率の高い小売へ優先的に在庫を振り向けます。また、在庫連携システムを整えることで、最適な販売チャネルを選択、活用し、前期比1.9ポイント改善の23.2%を目指します。

売上総利益率につきましては、昨日お示しました数値に誤りがありましたため、修正いたしました。訂正してお詫び申し上げます。

今期も将来の成長に向けた人材やITやAIへの積極投資を継続します。また前期M&Aした会社の早期黒字転換も難しい状況にあるため、販管費は大幅に増加する見込みですが、大幅な増収によって吸収し、これらを着実に利益成長へと繋げてまいります。

配当予想

年間配当予想は、前期から2円増配の108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



配当予想についてです。

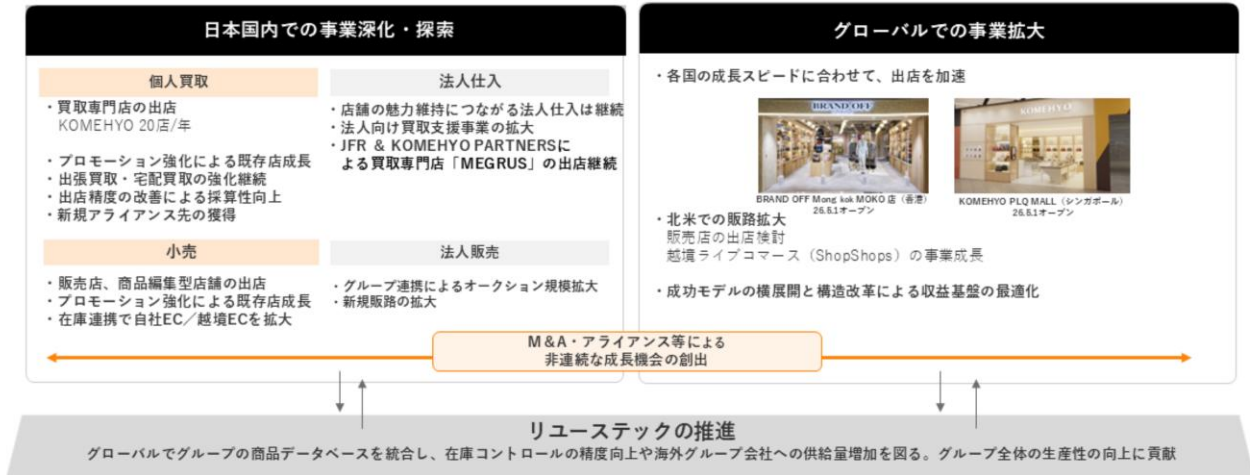
2027年3月期は、中間配当金54円、期末配当金54円、2円増配の年間配当金108円を予定しております。

事業は成長フェーズにあり、引き続き在庫確保や成長に向けた投資を継続しながら、利益成長に伴う安定的な「増配」の継続に努めてまいります。

2027年3月期の注力ポイント

当社グループの持続的成長には、圧倒的なシェア拡大が不可欠。積極的な投資による規模拡大を継続しながら、個人買取および小売の強化を軸とした利益体質の改善に注力。リユーステックの活用や新領域の探索を加速させ、国内シェアの盤石化とグローバルでの収益成長を同時に追求

方針：シェア拡大 × 利益体質改善 の両輪同時実現



2027年3月期の注力ポイントは、「シェア拡大」と「利益体質の改善」の同時実現です。市場の競争環境が激化する中、当社グループの持続的な成長にはトップラインを押し上げ、市場シェアを拡大していくことが不可欠です。

そのため、個人買取および小売の強化を軸に、潜在顧客を含むあらゆるマーケット層へアプローチし顧客基盤をより強固なものとする事で、国内シェアの拡大と同時に、グローバルでの収益成長を追求してまいります。

2027年3月期 注力ポイント① 個人買取の強化 / 小売の強化（国内）

出店および既存店成長を軸とした個人買取の強化と、店舗・ECへの在庫供給をより厚くすることにより、収益の最大化を目指す

個人買取	小売
<ul style="list-style-type: none"> ● 買取専門店の出店 KOMEHYOは年間で買取専門店20店舗出店を目標とし、国内あらゆるエリアでのシェア拡大を目指す ● プロモーション等による既存店成長 オーガニック成長のさらなる強化を図るべく、プロモーションやSEO対策の強化により、認知度の向上を目指す ● 出張買取・宅配買取の強化継続 非対面・訪問ニーズの獲得に向けたオペレーションの拡充と買取チャネルのさらなる強化を図る ● 出店精度の改善による採算性向上 ● 新規アライアンス先の獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ● 販売店・商品編集型店舗の出店 / 改装（予定） ・2社共同出店（2026.5.9 オープン） 「BRAND OFF SHIBUYA」「Rodeo Drive SHIBUYA」   面積：約421㎡ 面積：約108㎡ 国内外の多くの人が集まる「渋谷」にて、両社の素材特性を活かしたシナジーを最大限に発揮し、豊富な品揃えと質の高い接客力を兼ね備えた魅力的な店舗づくりを目指す。 ● 旗艦店「セルビー御徒町駅前店」出店（2026.5月末 オープン予定）  面積：約227㎡ 同社初となる旗艦店を出店予定。商品の拡販とターゲット層の拡大を狙う。 ● 旗艦店「KOMEHYO 名古屋本店本館」改装（予定） 店内のリニューアルにより、集客・回遊性を強化。旗艦店としての魅力を高めることで、接客効率の向上と更なる収益拡大を推進。2026年7月下旬に第1期オープン（1階エリア・外観刷新）、2026年11月下旬に全館グランドオープン（リニューアル完了）予定 ● 在庫連携で自社EC/越境ECを拡大 グループ内の在庫を一元化する連携システムを開発中。最適なチャネルへの即時供給が可能になり、在庫回転率の向上にも寄与 ● プロモーション強化による既存店成長

なかでも、国内の注力ポイントは、ご覧の通りです。

国内では個人買取の強化と「小売ファースト」を徹底していくことで収益を最大化します。

個人買取は、買取専門店の出店と出張買取等の接点拡充を継続します。

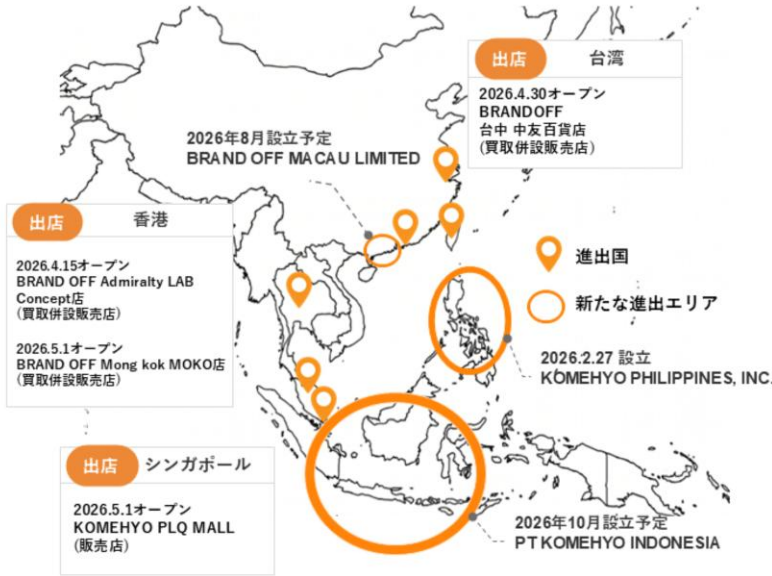
小売では、5月に渋谷へ「BRAND OFF」と「Rodeo Drive」を共同出店し、両社のシナジーを追求しています。

また5月末の「セルビー」初の旗艦店オープンや7月下旬からの「KOMEHYO 名古屋本店本館」の順次改装により、集客・回遊性を向上してまいります。店舗とECの在庫連携も深化させ、販売機会を最大化してまいります。

2027年3月期 注力ポイント② 新規エリアの開拓と成長基盤の確立（海外）

ASEAN・グレートベイエリア（粵港澳大湾区）・北米を起点に、各市場の特性に応じた買取・販売チャネルの最適化を目指す

■ 2027年3月期 進出 / 出店予定



■ 2027年3月期 主な取り組み

- ・各国の成長スピードに合わせて、出店を加速
- ・新たなエリアへの進出（フィリピン、インドネシア、マカオ）
- ・北米での販路拡大
-販売店の出店検討
-越境ライブコマース（ShopShops）の事業成長

■ 将来的に目指す姿

当社が培ってきた鑑定技術やリユースのノウハウを活かし、各国で買取から販売を一貫して行う「地産地消モデル」の構築を推進。現地人材の育成に注力することで、強固な信頼基盤の構築と持続的な成長を実現

・地域内での地産地消イメージ



海外の注力ポイントは、新規エリアの開拓とグローバルでの成長基盤を確立させることです。

ご覧の通り、ASEAN、グレートベイエリア、北米をターゲットとし展開を加速させます。

直近では、2月に法人を設立したフィリピンに加え、8月にマカオ、10月にインドネシアでの現地法人の設立を予定しています。

まずは、現地での法人仕入をスタートさせることで在庫を確保し、現地での販売につなげる地産地消のビジネスモデルの拡大を各国で推進してまいります。

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、業績見通しのみで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

私からの説明は以上です。
ご清聴ありがとうございました。