

2024年3月期第3四半期 決算補足説明資料

2024年2月13日（火）

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）

リユースから、リレーユースへ その「価値」を 私たちは継いでいく。

メンテナンス、リメイク、編集、人とのつながり。

『リレーユース』は、リユースでありながら単にモノの価値をダウンサイクルするのではなく、価値を高めるアップサイクルで伝承していくことが目的です。

持続可能な未来社会に向けた価値観が広がる中、生産者や使用者をリスペクトし、その「想い」をリレーしていくことで、サステナブルな社会形成に貢献していきます。



コメ兵ホールディングスグループは、持続可能な循環型社会に必要な存在として、「人」「モノ」「社会」それぞれのつながりの中で中継点の役割を果たし、“良質”・“価値”を未来へつなげていく取り組みを行ってまいります。

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つくっていきます。

VISION

リレーユースを「思想」から「文化」にする。

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

コメ兵ホールディングスグループの競争優位性

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、3つの競争優位性をもってビジネスを展開

人材定着率

90%以上



豊富な商品知識、真贋判定力を習得するには経験を積みながら、多くのことを学ぶ必要があります。

コメ兵ホールディングスは、高い人材定着率によって**専門性の高い鑑定士、商品知識の豊富な販売員を育成**でき、人が介在する事で**付加価値の高いサービス**を提供し、持続的な成長が実現できます。

年間取扱点数

170 万点



KOMEHYOが取り扱う年間のブランド・ファッション関連アイテムは170万点以上。

多数の商品を取り扱うことで、**複数の販売チャネルに最適な商品供給**ができ、蓄積する豊富な商品データや顧客データを活用し、**適切な在庫コントロールや効果的なマーケティング**が実現できます。

ブランド
リユース

No.1 ※



ブランドリユースNo.1企業という**信頼や安心**に加え、高い認知度に支えられた老舗の**ブランド力**は、国内での成長はもとより、**グローバル展開においても高い競争力**を発揮します。

市場のパイオニアとして国内外の顧客のニーズを的確に掴み、多くの方に喜んでいただけるサービスが提供できます。

目次

1. 2024年3月期第3四半期（累計）業績 P. 6
2. 2024年3月期第3四半期 取組み P.24
3. 今後の見通し P.35

1. 2024年3月期第3四半期（累計）業績 P. 6
2. 2024年3月期第3四半期 取組み P.24
3. 今後の見通し P.35

2024年3月期第3四半期累計 決算サマリー

ブランド・ファッション事業

タイヤ・ホイール事業

個人買取額

46,558 百万円
(同139.7%)

売上高

80,115 百万円
(前年同期比136.1%)

営業利益

4,671 百万円
(同138.6%)

個人買取好調による潤沢な在庫を原資に、小売及び法人販売が好調に推移し、売上高が大幅伸長。相場が軟調に推移し、売上総利益率は低下したものの、販管費を計画通りコントロールできたことで増収増益。

売上高

3,991 百万円
(前年同期比104.8%)

営業利益

268 百万円
(同90.6%)

夏・冬タイヤのWEB販売が好調に推移したほか、自社企画ホイールの国内売上が増加し増収。降雪時期が例年より遅く、冬期商材が苦戦したこと、売上総利益率が低下。販管費の増加もあり減益。

仕入

P.8,19,26,27参照

- ・既存店の成長、新規出店等により、個人買取が好調。四半期で過去最高の買取額
- ・買取専門店 34(うちFC8)、旗艦店 1、買取併設店 1、海外 3店舗オープン

売上高

P.18参照

- ・買取併設店を1店舗出店
- ・自社企画ホイール「Air/G」シリーズが前年同期比121%と好調

売上総利益率

P.8,22参照

- ・時計、バッグの相場下降で売上総利益率は低下
- ・小売の在庫を確保しながらリスクの高い在庫を法人向けオークションで優先的に販売

売上総利益率

- ・ホイールの価格高騰によりタイヤ単品の販売が好調に推移し、売上総利益率の高いセット販売は軟調。売上総利益率が低下

販管費

P.8,12参照

- ・今後の事業拡大に向け、引き続き積極的に人材投資
- ・販管費は、ほぼ計画通りにコントロール

販管費

P.34参照

- ・人員の増加や在庫を保管・委託発送するための倉庫費用増加等により、販管費が増加



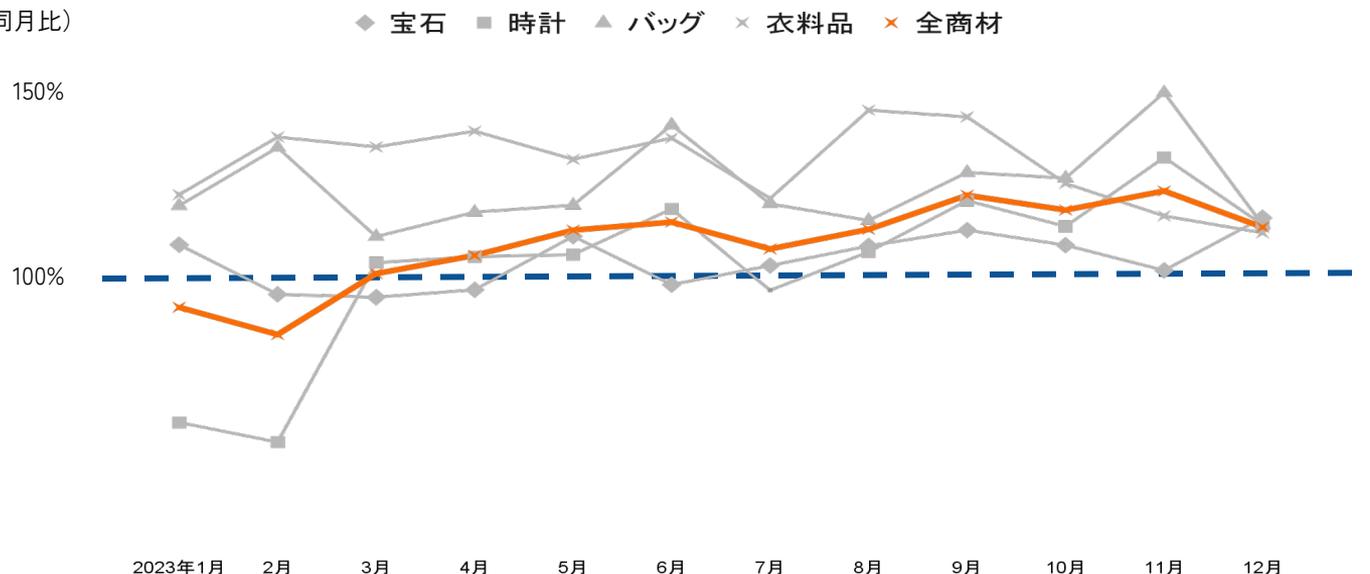
ブランド・ファッション事業 3Q進捗

	期初計画	2Q	3Q
仕入	<ul style="list-style-type: none"> 仕入(個人買取+法人仕入)：前期比118% 相場は各商材とも横ばいか緩やかな右肩上がり 	<ul style="list-style-type: none"> 個人買取：前年同期比146.0% ダイヤモンド、時計の相場が不安定な状況下でも、国内外問わず人気の高い小売向きのアイテムは、買取価格を調整し在庫確保するメリハリの利いた買取に注力 買取キャンペーンやプロモーションにより既存店が好調 8月末に国内の金小売価格が10,000円/gを超え、9月のジュエリー買取額（KOMEHYO、BRAND OFF、セルビー）が前年同期比203% 	<ul style="list-style-type: none"> 個人買取：前年同期比149.8% 10月は国内の金小売価格が10,000円/gを超えた影響が続き、ジュエリーの買取が好調 11月後半以降、時計、バッグの高額品を中心に相場が下降オークション相場を考慮しながら仕入価格をコントロール
売上高	<ul style="list-style-type: none"> 免税売上は前期4Q水準で推移 	<ul style="list-style-type: none"> 免税売上：1Q比104% 積極的な法人仕入を含め、魅力的な商品を販売店舗に充実させたことで、バッグを中心に即時的なインバウンド需要に対応 個人買取が好調なことから、法人販売も想定以上の積み上げ 9月・10月は金地金・時計の法人販売額が増加 	<ul style="list-style-type: none"> 免税売上：2Q比144% 引き続き好調に推移 相場動向を踏まえ、リスクの高い在庫を中心に法人販売強化 ボーナス商戦のセールは初速が弱く、セール期間中に追加値下げを実施 暖冬の影響で、冬物衣料が前半苦戦
売上総利益率	<ul style="list-style-type: none"> 売上に占める小売の割合を高めることで、売上総利益率向上 	<ul style="list-style-type: none"> 1Qと同程度を想定していたが、2.1pt低下 バッグは認証品の売上高構成比向上で、売上総利益率が低下 ダイヤモンド相場下落と金地金比率の上昇で、ジュエリーの法人販売の売上総利益率が低下 	<ul style="list-style-type: none"> 前年と同程度を想定していたが、▲2.6pt低下 相場変動に伴い、小売、法人販売ともに売上総利益率が低下 特に時計とバッグの高額品が大幅に低下 相場動向が不透明なことから、在庫の入れ替えを優先
販管費	<ul style="list-style-type: none"> 国内外の継続的な成長のため、積極的に投資 	<ul style="list-style-type: none"> 今後の事業拡大を見据え、人材投資を積極的に実施 販管費はほぼ計画通りにコントロール 	<ul style="list-style-type: none"> 国内、海外の成長に向け、引き続き積極的な人材投資を実施 販管費はほぼ計画通りにコントロール

商材別の買取客単価推移 (株式会社コメ兵) KOMEHYO

11月後半以降の時計、バッグの相場下降に合わせて買取価格をコントロールしたことで客単価も下がり基調。衣料品は昨年から高単価商品の買取りを強化しており、前年同月対比ではやや落ち着いてきている。宝石は、金地金の持ち込みが落ち着き、ダイヤモンド相場下降の影響はあるものの、大幅な変動なく推移

(前年同月比)



損益計算書の概況

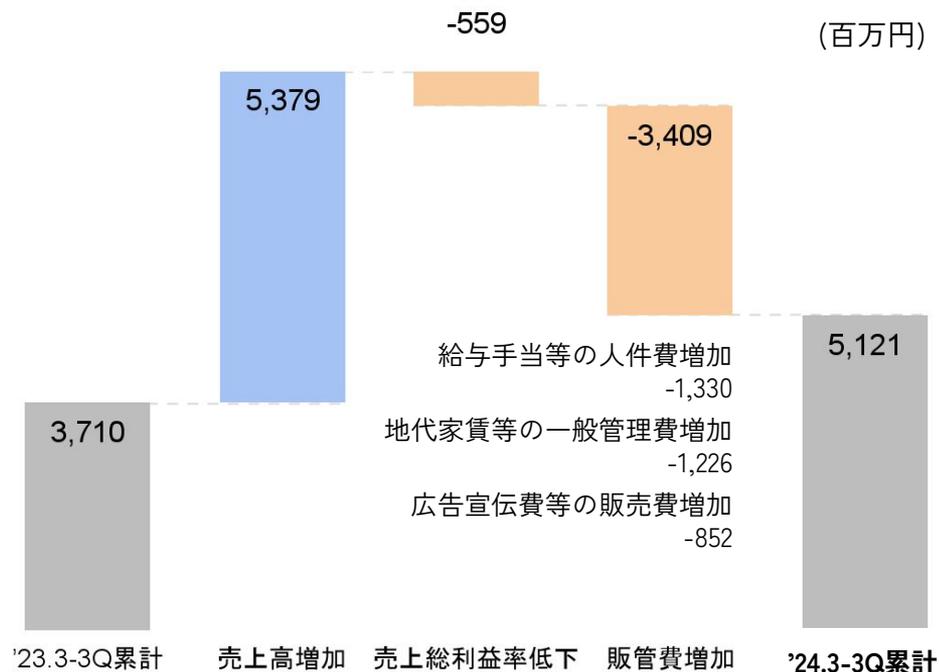
3Q累計では、売上高、各利益ともに過去最高

(百万円)	'24.3-1Q	前年同期比	'24.3-2Q	前年同期比	'24.3-3Q	前年同期比	'24.3-3Q累計	前年同期比	計画進捗率※
売上高	25,096	133.8%	27,667	135.2%	31,377	133.7%	84,141	134.2%	79.4%
売上総利益	6,592	139.7%	6,698	131.5%	7,815	120.7%	21,107	129.6%	-
売上総利益率	26.3%	+1.1pt	24.2%	△0.7pt	24.9%	△2.7pt	25.1%	△0.9pt	-
販売費及び 一般管理費	4,867	122.4%	5,212	127.5%	5,905	130.9%	15,986	127.1%	-
営業利益	1,724	233.2%	1,485	147.9%	1,910	97.2%	5,121	138.0%	71.1%
営業利益率	6.9%	+3.0pt	5.4%	+0.5pt	6.1%	△2.3pt	6.1%	+0.2pt	-
経常利益	1,762	231.9%	1,508	158.9%	1,887	83.2%	5,158	129.7%	71.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,183	227.9%	953	166.6%	1,536	95.9%	3,674	136.3%	76.2%

※2023年8月14日「業績予想及び配当予想の修正に関するお知らせ」の2024年3月期通期計画に対する進捗率

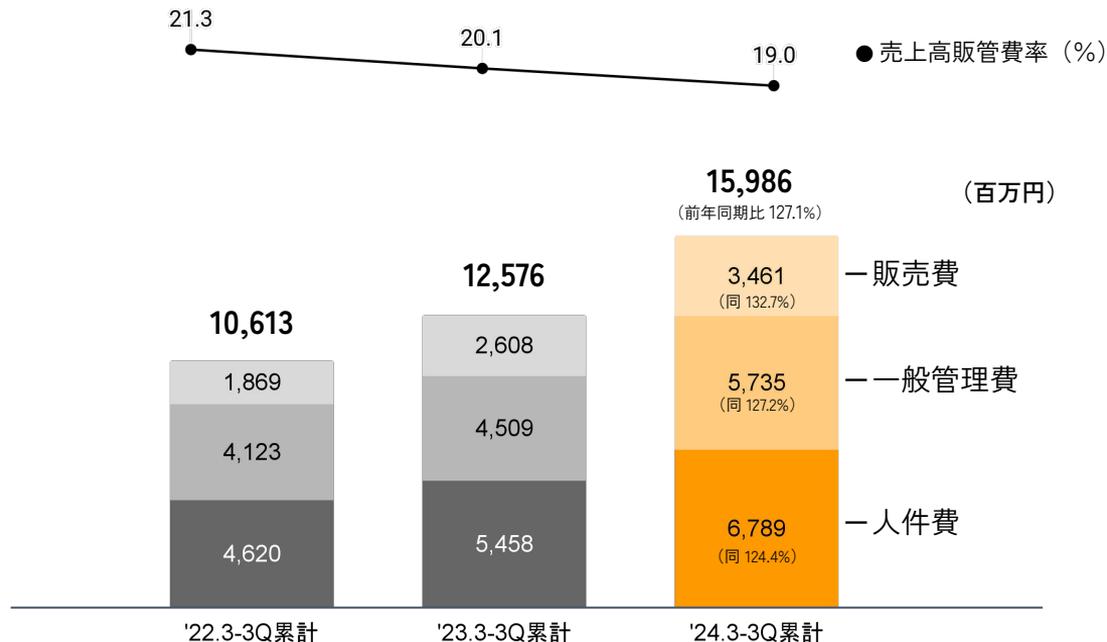
営業利益 増減要因

仕入が好調に推移し、売上高は小売・法人とも大幅に増加
 売上高の伸長により、売上総利益率低下及び販管費増加分を吸収して増益



販売費及び一般管理費の推移

買取併設大型店や買取専門店の出店に必要な人材確保のため、採用・育成を強化したことで人件費が増加
売上高の伸長に対して、販管費は計画通りコントロールできたため、売上高販管費率は低下



人材への積極投資（'24.3-3Q累計 株式会社コメ兵）



国内事業の成長とグローバル展開を見据え、強みである人材への積極的な投資を行う
人件費全体をコントロールしながら事業規模を拡大し、成長市場でのシェア拡大を目指す

人件費

前年同期比 **124.4%**

採用費

同 **232.8%**

教育研修費

同 **193.5%**

正社員の採用人数

同 **206.7%**

※社内講師の人件費は含まず

正社員1人当たり
採用費

同 **112.6%**

正社員1人当たり
教育研修費

同 **159.7%**

正社員1人当たり
売上高

同 **141.9%**

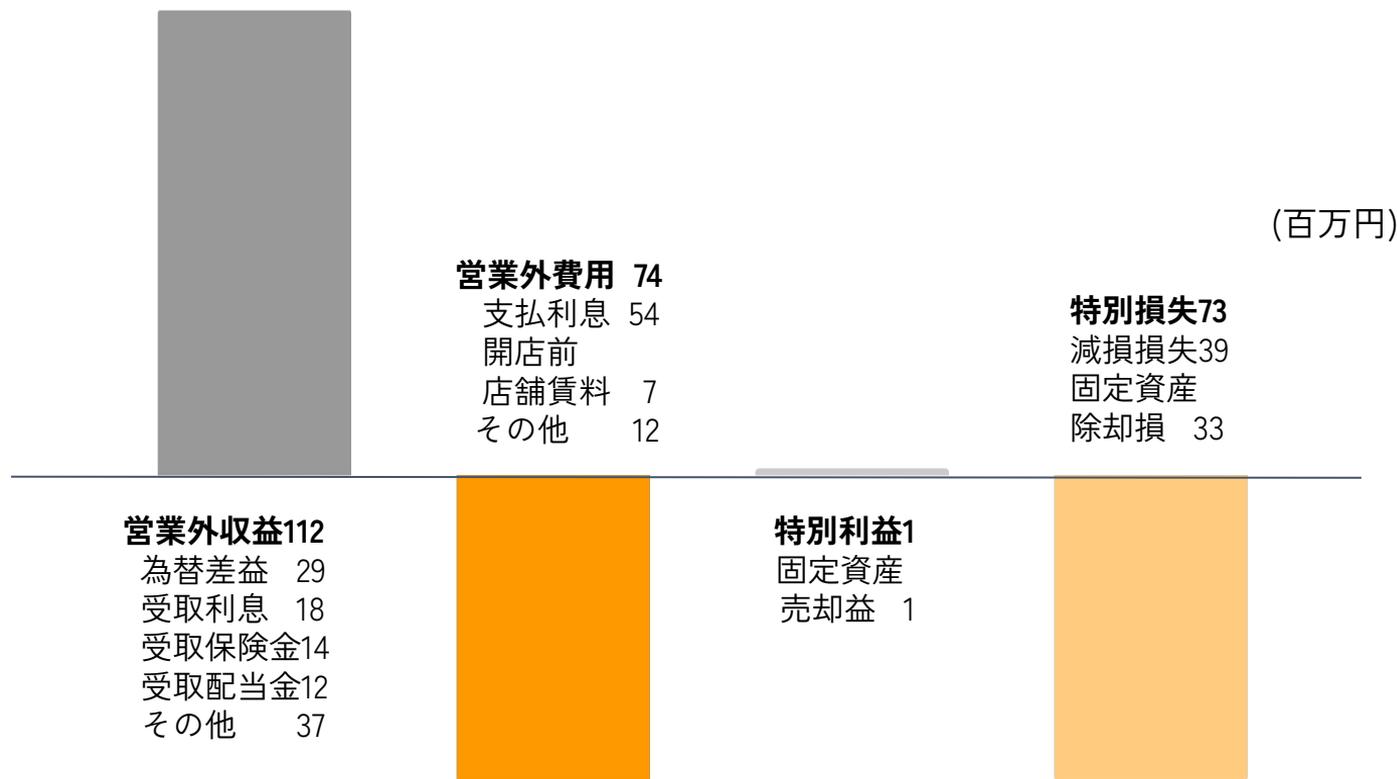
正社員1人当たり
買取額

同 **115.5%**

※1人あたり採用費：採用費／採用人数

※1人あたり教育研修費：教育研修費／正社員数

営業外損益/特別損益



貸借対照表の概況

(百万円)	'23.3期末	'24.3-3Q	増減
流動資産	35,322	52,566	17,243
現金及び預金	10,382	11,234	852
棚卸資産	18,705	30,061	11,355
その他	6,234	11,270	5,035
固定資産	11,430	13,087	1,656
総資産	46,753	65,653	18,899
負債	22,506	38,116	15,610
有利子負債	16,498	31,980	15,482
その他	6,007	6,135	127
純資産	24,247	27,536	3,289
負債・純資産合計	46,753	65,653	18,899

→個人買取の好調、法人仕入強化により
売上の原資となる棚卸資産が増加

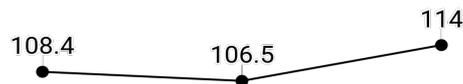
→棚卸資産の増加により有利子負債が増加

→利益剰余金の増加等

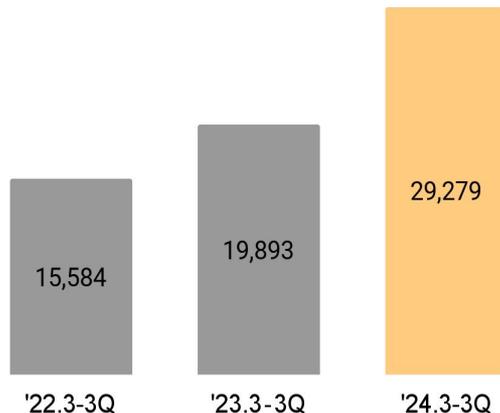
在庫回転（ブランド・ファッション事業）

時計、バッグの相場下降に対して、小売の在庫を確保しながらリスクの高い在庫を優先的に法人で販売
豊富な在庫は、将来の売上・利益に直結するため、在庫コントロールにより質や鮮度を良い状態に保つ

在庫回転期間
(日)

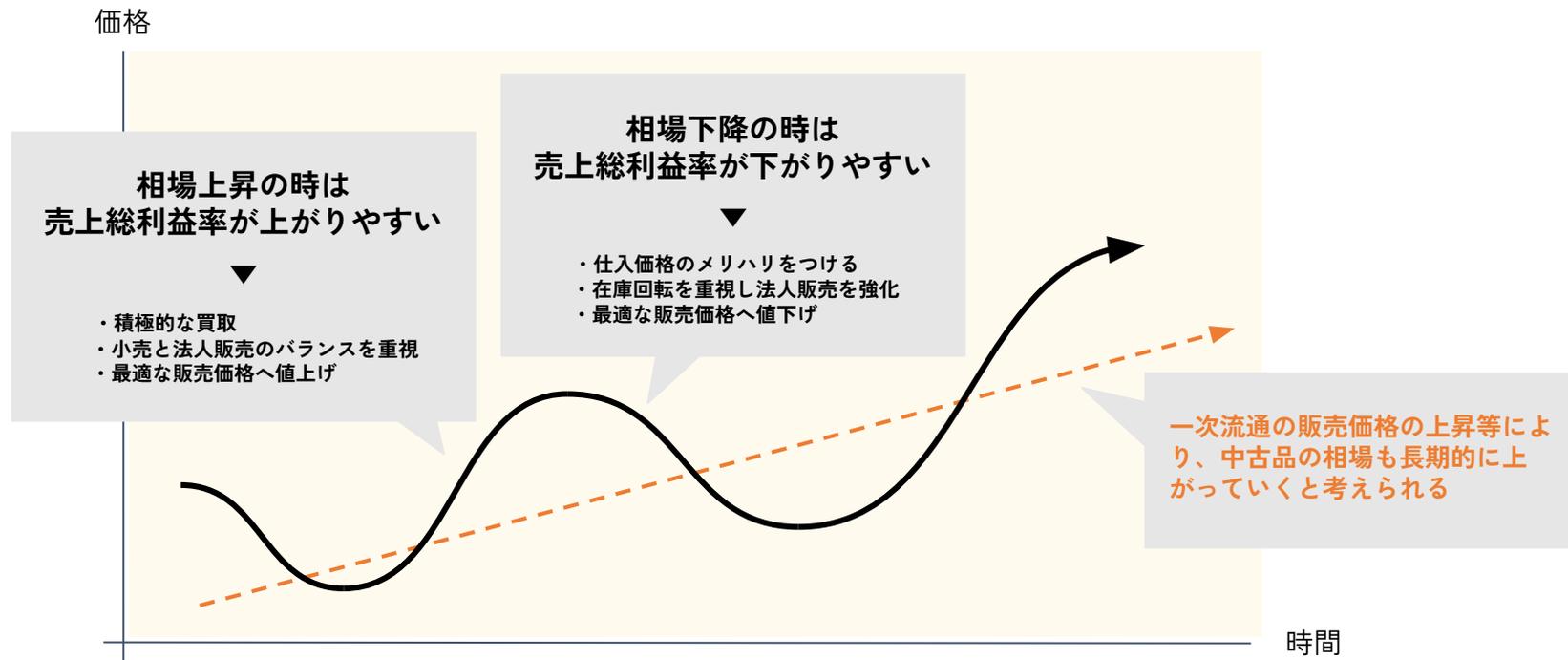


棚卸資産
(百万円)



	'22.3期	'23.3期	'24.3期
3Q累計 売上総利益率	26.0%	25.3%	24.6%
3Q累計 在庫回転率	3.4回転	3.4回転	3.2回転
3Q累計 交叉比率 (売上総利益率× 在庫回転率)	88.4%	86.0%	78.7%
通期 棚卸資産評価損	59百万円	42百万円	—

参考：相場変動時の傾向と当社の対策



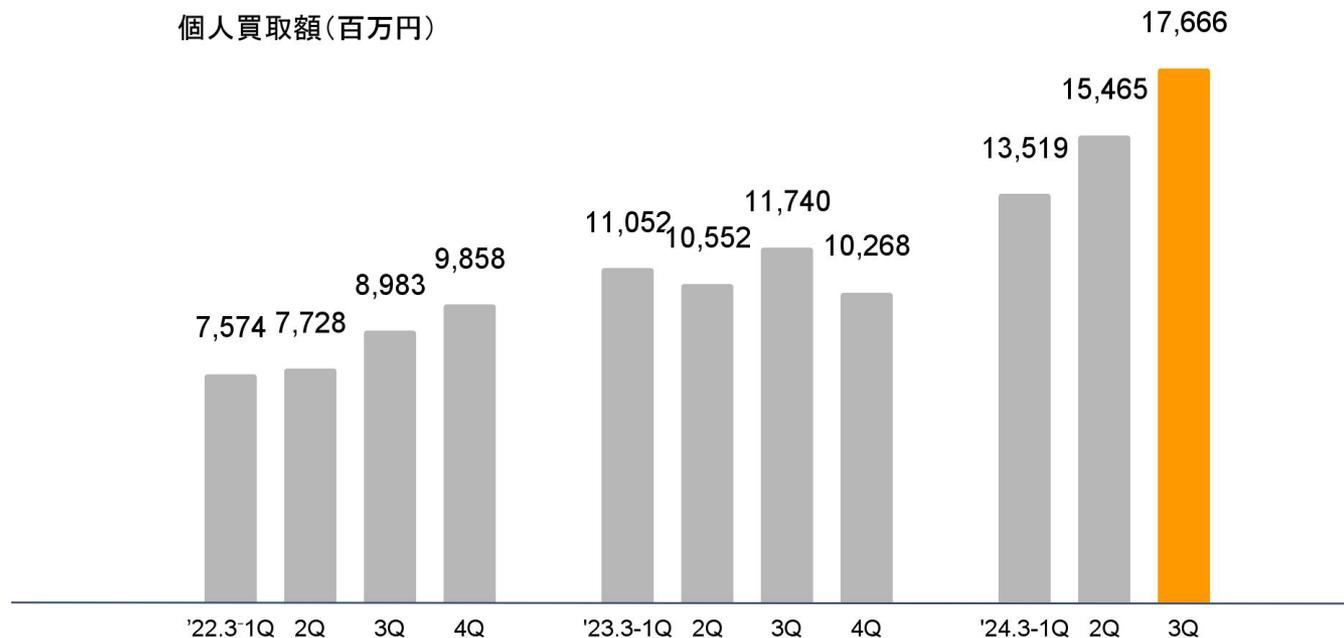
事業別セグメントの概況

3Q累計では、ブランド・ファッション事業は、個人買取及び小売が好調に推移し、増収増益
タイヤ・ホイール事業は、新品タイヤのWEB売上高が好調に推移し増収

	(百万円)	'24.3-1Q	前年同期比	'24.3-2Q	前年同期比	'24.3-3Q	前年同期比	'24.3-3Q累計	前年同期比
ブランド・ファッション	売上高	24,075	135.3%	26,724	136.9%	29,314	136.1%	80,115	136.1%
	営業利益	1,683	230.5%	1,442	143.8%	1,545	94.4%	4,671	138.6%
	営業利益率	7.0%	+2.9pt	5.4%	+0.3pt	5.3%	△2.3pt	5.8%	+0.1pt
タイヤ・ホイール	売上高	1,009	106.5%	931	99.6%	2,051	106.6%	3,991	104.8%
	営業利益又は 営業損失	2	79.9%	△8	-	275	90.7%	268	90.6%
	営業利益率	0.2%	△0.1pt	-	-	13.4%	△2.4pt	6.7%	△1.1pt
不動産賃貸	売上高	71	100.1%	71	100.1%	71	99.9%	214	100.0%
	営業利益	21	100.0%	21	104.0%	21	97.2%	64	100.3%
	営業利益率	30.3%	-	30.0%	+1.2pt	30.0%	△0.8pt	30.1%	+0.1pt

個人買取額（グループ合計）

買取専門店の継続的な出店等により、お客さま数が増加し3Q前年同期比150%
会計期間で過去最高の買取額に



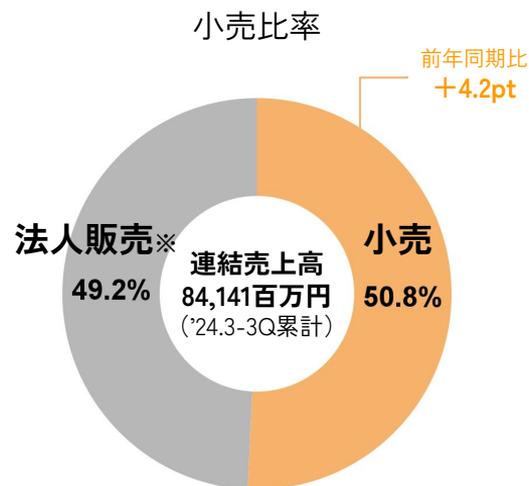
※個人買取額は以下の経路により個人のお客さまから買取した金額
・店舗買取 ・出張買取 ・イベント買取 ・宅配買取

連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

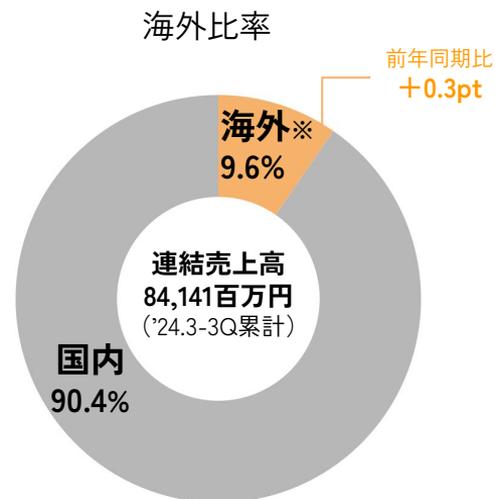
【小売】 小売の強化により小売比率が増加し、理想的な構成比（小売：法人＝50：50）を維持

【海外】 香港や台湾での移転・出店により、海外売上高が好調に推移

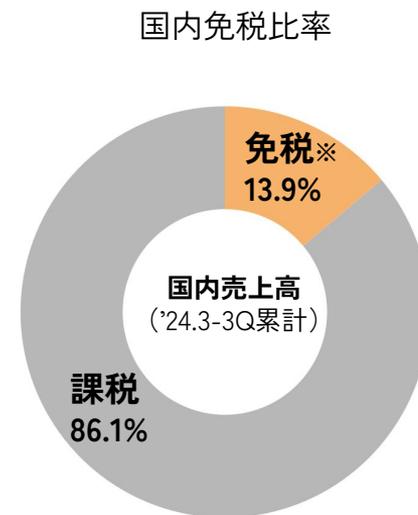
【免税】 店舗の在庫を潤沢にすることで、好調を維持



※「法人販売」にはオークション手数料が含まれております。



※「海外」には国内の免税販売等は含まれておりません
※海外グループ会社売上高の合計値



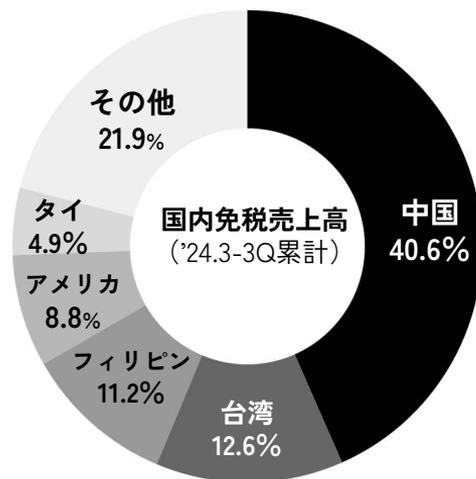
※内部取引相殺消去前で算出しております。

国内免税の内訳

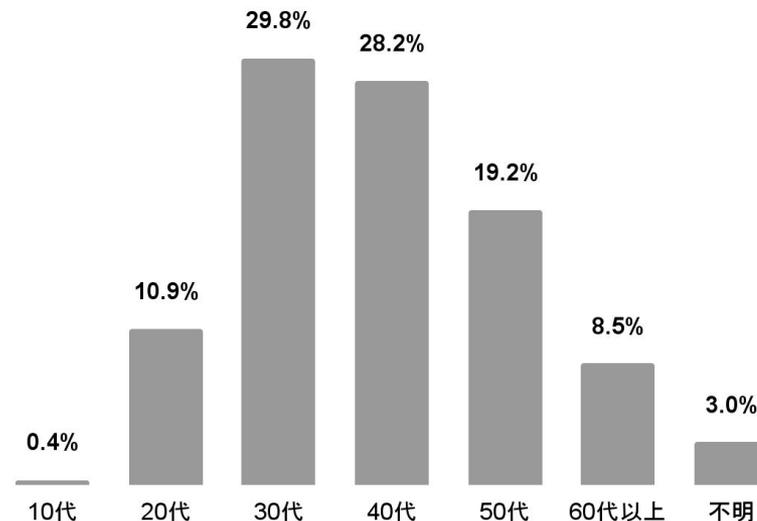
【国・地域別構成比】中国人のお客様の割合が4割、上位5か国で8割弱を占めるトレンドに大きな変化なし
2015年3月期のインバウンド最盛期は、中国のお客様が5割を占めていたため成長余力あり

【年代別購入客数割合】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

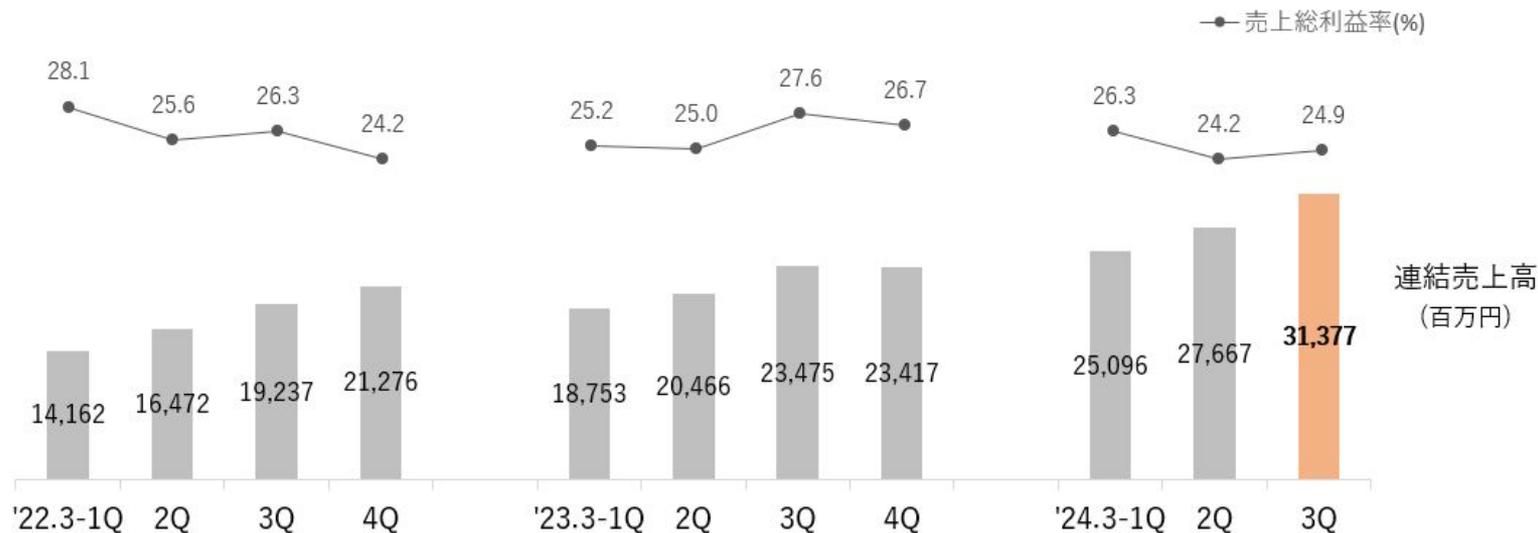


※パスポートの発行国・地域より集計

売上高と売上総利益率の推移

【 売上高 】 個人買取の好調、法人仕入れの強化により、小売・法人販売とも売上高増加

【 売上総利益率 】 時計、バッグの相場下降により、小売・法人販売とも売上総利益率低下

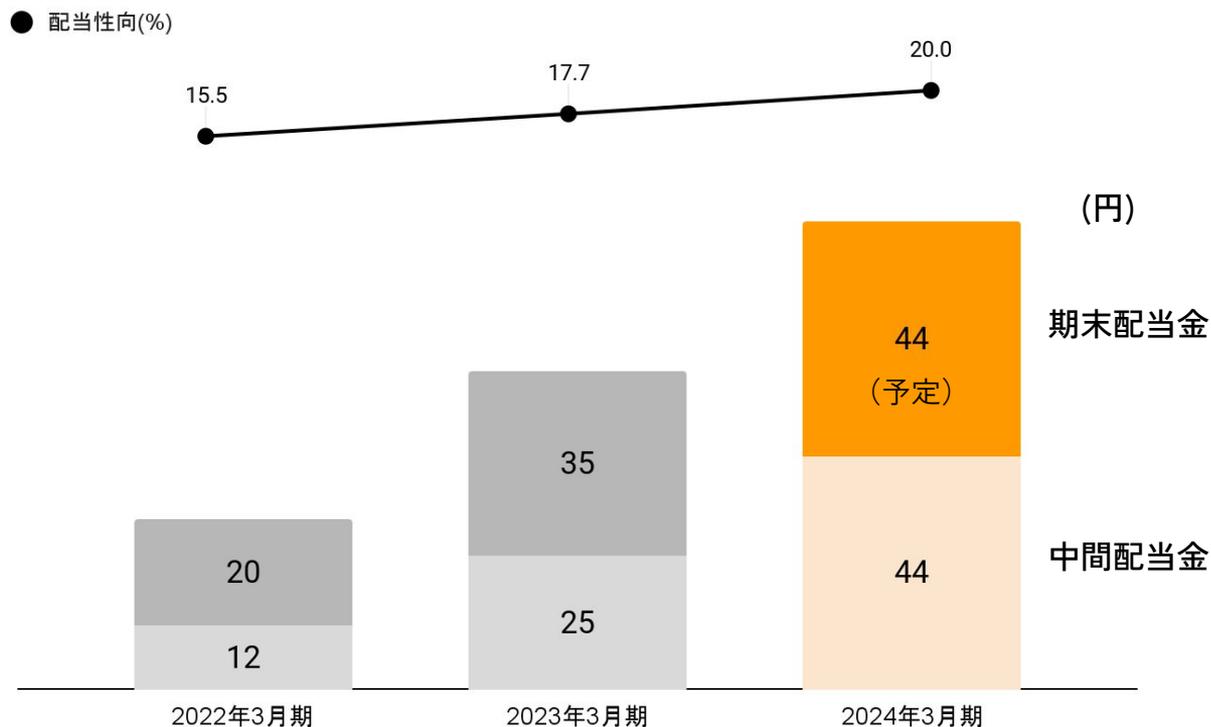


売上総利益率の変動要因

- ・売上に占める小売の構成比が高まると上昇する傾向
- ・9月と3月は在庫の見直しをおこなうため、法人売上高の割合が高まる傾向
- ・買取りできる商材の構成比により、大きく変動する可能性あり

株主還元

配当性向20%を目指す方針のもと、2024年3月期の利益予測水準等を勘案し、年間配当金を期初計画の76円から88円（前年から28円増配）に修正（2023年8月24日）



1. 2024年3月期第3四半期（累計）業績 P.6
2. 2024年3月期第3四半期 取組み P.24
3. 今後の見通し P.35

2024年3月期第3四半期 取組み サマリー

ブランド・ファッション事業	KOMEHYO	<ul style="list-style-type: none"> ・買取専門店(直営)を9店舗出店。物件の確保が進み、通期出店目標数を達成できる見込み ・買取併設 旗艦店「KOMEHYO SHIBUYA」を出店。国内外の若年層を中心にご来店いただき、顧客層が拡大 ・既存店の売上高も前年同期比127.1%と成長 ・個人買取の好調に加え、年末商戦やインバウンド需要に備えた法人仕入を積極的に活用したため、 個人買取：法人仕入＝73%：27% (法人仕入は、前年同期比+4pt) ・主要商材の個人買取額構成比は、宝石・貴金属：時計：バッグ：衣料品 = 39：26：29：6 (%) ・店舗在庫を充実させたことで、インバウンド需要を取り込むことができ小売が好調に推移 小売：法人販売＝41%：59% (小売は、前年同期比+1pt) ・EC関与売上高は、過去最高。「メルカリShops」で販売をスタートさせ、合計8つのECモールへ出品。 自社ECには多言語対応ツールを導入し、国内外のお客様にシームレスにお買物体験を提供する環境を整備
	BRAND OFF	<ul style="list-style-type: none"> ・買取専門店(FC)を3店舗出店。通期出店目標数は、未達となる見込み 国内外の買取併設販売店舗の改装・出店にリソースを優先していることから出店スピードは鈍化 今後も出店が期待できる大手法人への営業、サポートする本部体制を強化 ・買取併設店(直営)を国内外に2店舗出店、旗艦店のリニューアル、EC強化など、小売強化を継続
	法人オークション (KOMEHYOオークション、JBA)	<ul style="list-style-type: none"> ・会員企業数が増加したこと、JBAのリアルオークションの好調により、合計出来高が12,780百万円(前年同期比120%)と過去最高
タイヤ・ホイール事業	クラフト	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗での中古仕入件数が前年同期比103.1%と順調。メーカー純正の良質な在庫を下取りで確保できている
	U-ICHIBAN, オートパーツジャパン	<ul style="list-style-type: none"> ・ささげ業務効率化により、ECモールへの出品点数が前年同期120%と増加し、夏・冬タイヤのWEB販売が好調
	4×4 エンジニアリングサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・国内向け自社企画ホイールの新作「VULCAN」を筆頭に、「Air/Gシリーズ」が好調

店舗展開：グループ全店216店舗 (2023年12月現在)

※()は、2024年3月期第3四半期での増減数

	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	 Shellman <small>Since 1971</small>	 WORM	 SELBY.	 Craft <small>Since 1977</small>	 U-ICHIBAN
旗艦店	6 (1)	3	1				
販売店	1		6	3			
買取併設店	18	3 (1)			2	10 (1)	2
買取専門店	112 (9, -1)	6					
FC買取専門店		24 (3)					
海外	6	13 (1)					
合計	143	49	7	3	2	10	2



KOMEHYOの出店効果

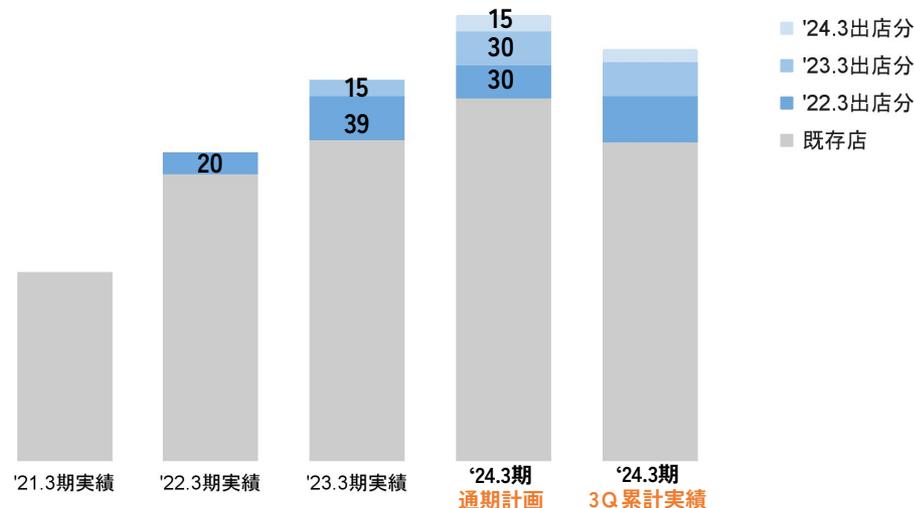


出店計画：2022年3月期よりお客さまの生活導線上に1年間で30店舗以上、今期までの3年間で100店舗の買取専門店を出店1店舗で年間買取額1億円を目標とし、年間30億円(期中15億円)を積み増す計画

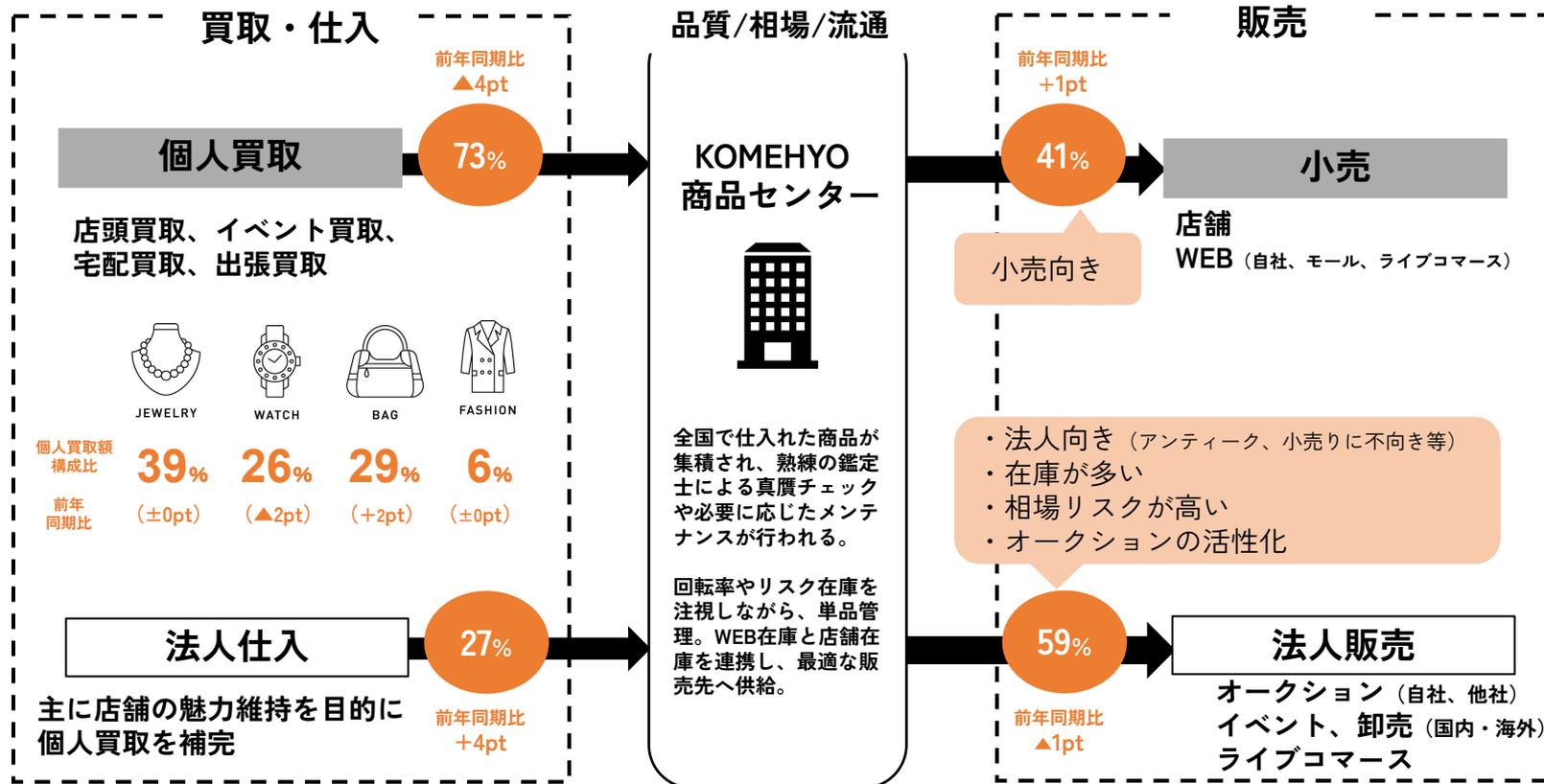
出店実績：3Q累計で買取専門店を**26店舗**出店。

今期累計で**40店舗以上**の出店予定となり、**3年間で100店舗の出店計画を達成**できる見込み

個人買取額の推移と計画（億円）



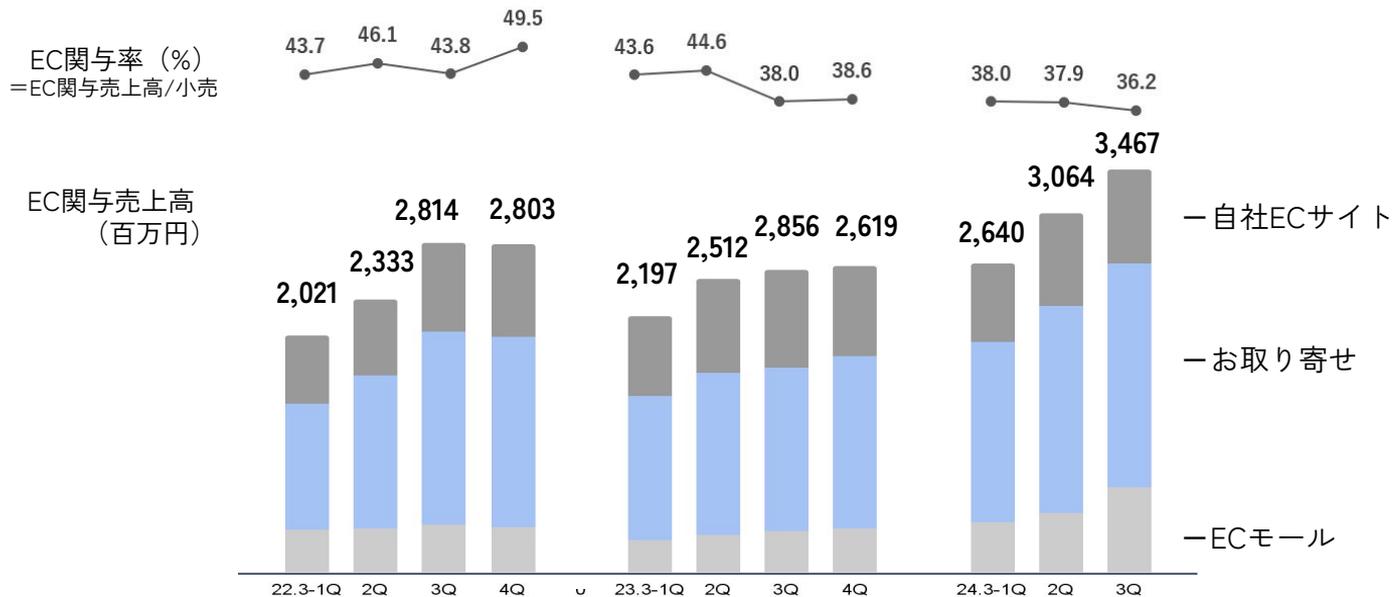
商品の振り分け（'24.3-3Q累計 株式会社コメ兵）



EC関与売上高

お客さま数が増加したことから、EC関与売上高は前年同期比134%と会計期間で過去最高。
小売店舗での訪日外国人の売上高比率上昇により、EC関与率は4割弱で推移

- ・2023年10月より海外からの購買環境の強化を背景に、自社ECサイトの多言語化ツールを導入
- ・2023年11月Eコマースプラットフォーム「メルカリShops」で販売を開始する等、出品先は国内外で計8



※自社ECサイト：KOMEHYO ONLINE で直接クリックして購入、またはコンタクトセンターの電話接客を通じて購入
お取り寄せ：KOMEHYO ONLINE でカタログのように商品を選び、近くのKOMEHYO店舗で実際に商品確かめてから購入
他社サイト：他社が運営する通販サイトに出品しているKOMEHYOで購入

顧客層の広がり 「KOMEHYO SHIBUYA」 出店

2023年11月買取併設の旗艦店「KOMEHYO SHIBUYA」がオープン

Z・Y世代を中心とした国内外のファッション通をターゲットとし、主に衣料品やバッグなどのファッションアイテムを取扱う

【実績】目標売上高年間25億円に対して、計画通りに進捗

【顧客層】会員データより、KOMEHYO全店のボリュームゾーンが40代～50代（会員数の45%）に対して、

KOMEHYO SHIBUYAのボリュームゾーンは20代～30代（会員数の45%）。将来顧客となるターゲット層の拡大がはかかれている
訪日観光客が多く訪れる立地であり、様々な国籍の方にもご利用いただけている



BRAND OFF 小売強化

BRAND OFF
T O K Y O

既存の旗艦店「BRAND OFF 銀座本店」や香港・台湾の海外店舗が引き続き好調に推移
小売店舗の改装および新規出店や、EC強化を積極的に行い、新しいお客さまとの接点づくり強化を継続



2023年10月
「BRAND OFF 金沢フォーラス店」出店



同年10月
「BRAND OFF 金沢本店」をリニューアル



同年12月
「BRAND OFF Tsuen Wan Plaza店(香港)」を出店

※能登半島地震の影響：BRAND OFF金沢本店の一部で小規模な被害があったものの、営業に支障なし

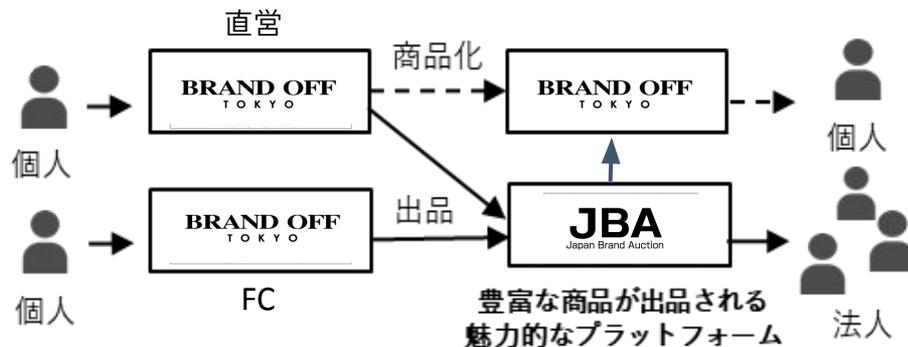
BRAND OFF FC買取専門店の出店

BRAND OFF
T O K Y O

JBA
Japan Brand Auction

2024年3月期は、40店舗の出店を計画。

買取専門店（FC）で仕入れた商品は、自社で運営するオークションJBAを中心に最適なチャネルで販売
FC出店によりオークションの出品数を増加し、出来高増に貢献する仕組み

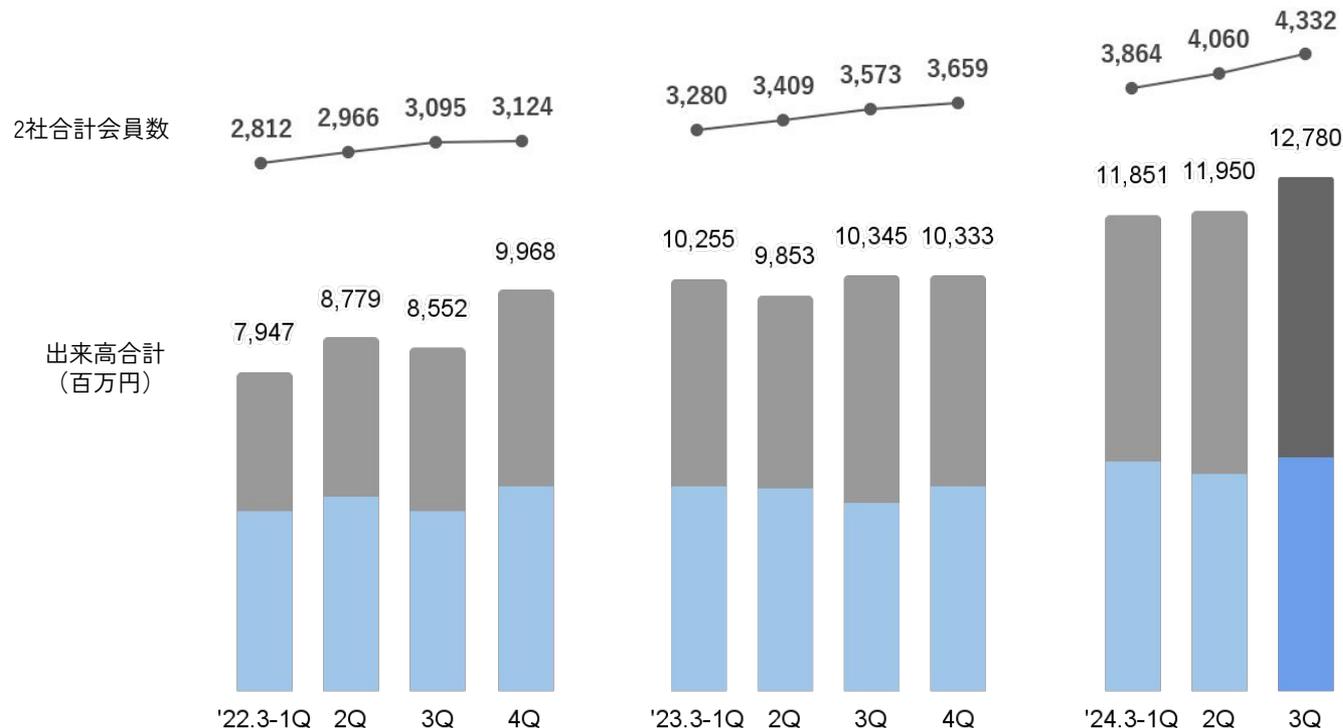


【実績】 3Q累計で、FC買取専門店を**8店舗**出店（目標進捗率：20%）。年間出店見込みは14店舗で、計画は未達となる想定

- ・ BRAND OFF銀座本店、JBA、香港・台湾店舗が好調に推移。小売店の改装や出店ヘリソースを優先している
- ・ 出店後の継続的な成長を重視し、FCオーナーとの協議に時間をかけている。出店したFC店舗の不採算による退店数は0
- ・ 出店済みの買取専門店（FC）1店舗あたりの買取金額上昇や自立にむけ、FCオーナーへのサポートを行う本部体制を強化中
- ・ 複数店舗の出店が期待できる大手法人への営業を強化。

オークションGMV（出来高）の成長

会員企業数の増加等により、特にJBA（金沢でのリアルオークション）が好調
法人オークションの3Q累計の合計出来高は、前年同期比120.1%と過去最高に



JBA
Japan Brand Auction

それでは、いい買いを。
KOMEHYO
オークション

タイヤ・ホイール事業

夏・冬タイヤのWEB販売が好調に推移したほか、自社企画ホイールの国内売上が増加し増収。降雪時期が例年より遅く、冬期商材が苦戦したことで、売上総利益率が低下。販管費の増加もあり減益。



オートパーージャパン



・新品タイヤ・ホイールの夏季商材の販売額が前年同期比113%と好調に推移するも、一次流通の販売価格の値上げにより、売上総利益率の高いホイールとタイヤのセット販売が減少。

・店舗での中古仕入件数が、前年同期比103.1%と順調。メーカー純正の良質な在庫を下取りで確保できている

・楽天市場などのモールで、新品冬タイヤの販売額が前期比120%と好調に推移

・ささげ業務効率化により、出品数が前年同期比122%と大幅上昇。中古販売額、本数ともに前年同期比超えしており、成長の余地がある

・国内向け自社企画ホイール「Air/G」シリーズの販売が好調に推移。特に、新作「VULCAN」が好調

・人員の増加により、販管費が増加



1. 2024年3月期第3四半期（累計）業績 P.6
2. 2024年3月期第3四半期 取組み P.24
3. 今後の見通し P.35

ブランド・ファッション事業 2024年3月期4Qの想定

主力商材の相場動向予測を踏まえ、売上総利益率の低下を売上高の増加が吸収し、営業利益は計画通り推移する見込み

主力商材の相場動向予測



JEWELRY

宝石・貴金属

メレダイヤ（小粒ダイヤ）を除くダイヤモンド相場は、底打ちとなるも低調で推移し、国内の金相場は高値が維持される見込み。ブランドジュエリーは、一次流通の販売価格の変更に連動せず、横ばいで推移する見込み



WATCH

時計

高額品を中心に相場が下降傾向で推移し、為替や経済環境の変化による不安定な状況が続く見込み。人気ブランドの小売り向き商品の相場変動は限定的で、今後も横ばいで推移する見込み



BAG

バッグ

高額アイテムを中心に人気ブランドの相場が下降傾向で推移し、一次流通の販売価格上昇が続く中、これまで通りの連動した相場上昇とはならない見込み。ウィンテージアイテムは相場横ばいで推移する見込み。



FASHION

衣料品

高額品の需要は継続し、ラグジュアリーブランドのファッションアイテムの相場は横ばい、または右肩上がりで推移する見込み。ウィンテージアイテムは相場横ばいで推移する見込み。



	4Qの見込み
仕入	<ul style="list-style-type: none"> 個人買取と法人仕入ともに、相場に応じた価格コントロールを重視しながら、小売り向け商品を中心に仕入強化を継続 新規出店効果は継続し、客単価の上昇はひと段落 個人買取は、引き続き好調に推移する見込み
売上高	<ul style="list-style-type: none"> 在庫回転を意識し、リスク在庫を中心に法人販売を強化 インバウンド需要が引き続き好調に推移し、KOMEHYO SHIBUYAオープンの効果も継続することから、小売は順調に推移する見込み
売上総利益率	<ul style="list-style-type: none"> 時計、バッグの高額品を中心に、相場変動に対応した価格設定と法人販売の構成比が高まることから、売上総利益率は、今期3Q同等で推移する見込み
営業利益	<ul style="list-style-type: none"> 今後の成長を支える人材への投資継続や、新規出店に伴う地代家賃の増加等、販管費は計画通りとなる見込み 売上高増加による売上総利益の確保により、通期の目標営業利益は達成できる見込み

中期経営目標（2024年3月期～2026年3月期）

営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、25年3月期の計画を1年前倒しで達成する見込み
2025年3月期以降の計画は、2024年5月にあらためて発表予定

(百万円)	2024年3月期		'25年3月期	'26年3月期
	上期	通期	通期	通期
売上高	51,000	106,000	120,000	140,000
営業利益	3,200	7,200	7,000	8,100
営業利益率	6.3%	6.8%	5.8%	5.8%
経常利益	3,250	7,230	7,000	8,100
親会社株主に帰属する当期純利益	2,200	4,820	4,800	5,600
ROE	—	15%以上	15%以上	15%以上
自己資本比率	—	50%以上	50%以上	50%以上
EPS (円)	—	439.93	438	511
配当性向	—	20%を目安	20%を目安	20%を目安

2024年5月に
発表予定

顧客層の拡大へ「KOMEHYO 観音通店(仮称)」 4月下旬オープン

一次流通の販売価格上昇等により、ブランドアイテムは手が届きにくい環境下であることを背景に、認知度の高い名古屋大須エリアで、通常の小売向け商品より低価格の中古バッグ・小物を販売する店舗をオープン。中古品の魅力を再発信し、小売の強化、顧客層の拡大を狙う。



KOMEHYO 観音通店 (仮称)

所在地 : 愛知県名古屋市中区大須2丁目
契約面積 : 約700㎡ (店舗は1階のみ)
主な販売品目 : バッグ

グローバル展開 ①

“Checked by KOMEHYO Holdings Group”の信頼を武器に、グローバルで良質な中古品を供給積極的に投資し、将来は海外向けEC販売を含め“海外売上高比率30%”を目指す

【進出都市】 主要都市に進出し、現地で買取や販売を行う“地産地消”によるビジネス拡大



香港



上海



台湾



バンコク



シンガポール

【新規開拓】 今後は、**北米・東アジア・東南アジア・欧州**など、未進出エリアにも現地法人を設立し、ビジネスを開始する予定

グローバル展開 ②

国内事業のマルチチャネル、マルチブランド戦略をグローバルで展開
香港を拠点として、グローバルに商品が流通する“Re-Use value chain”の実現を目指す



※中華圏で認知度の高い「BRAND OFF」へ屋号変更した「BRAND OFF 高島屋中古奢侈品店」

問い合わせ先

I R ・ 広報部

TEL : 052-249-5366
Email : ir@komehyo.co.jp

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、業績見通しのみにも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。