



# 2026年3月期第1四半期 決算説明資料

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

2025年8月12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）

# 2026年3月期 第1四半期 決算説明概要

1

## 前年同期比で増収減益。商品相場が軟調の中、第1四半期営業利益は期初の想定範囲内で推移

- ・商品相場は、時計・バッグを中心に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。売上総利益率は前期第4四半期より+1pt改善
- ・支払利息及び為替差損等、営業外費用の増加により、経常利益以下の利益が低下
- ・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、夏用タイヤ・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】

買取専門店：KOMEHYO 10店舗

買取併設販売店：KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHI / BRAND OFF GINZA ANNEX

### 【海外出店】

買取併設販売店：BRAND OFF Kowloon Bay Telford Plaza店（香港）

3

## 販売店と買取専門店への投資により利益確保に努め、持続的な成長につながる土台固め

- ・旗艦店KOMEHYO YOKOHAMA（2025年9月12日オープン予定）の出店物件を確保し、小売強化に向けた販売店舗出店を継続
- ・マレーシアで海外初となる買取専門店を出店（同年8月）、アメリカでは個人買取を展開予定で、海外拠点を拡大
- ・J. フロント リテイリングとコメ兵の合併会社「JFR&KOMEHYO PARTNERS」（持株比率：49%）で年内7店舗の買取専門店出店を計画

不安定な相場環境の中でも、国内外での出店を継続し、順調にシェアを拡大  
今期は、外部環境や相場変動に対応しながら利益体質を改善し、計画達成を目指す

# 目次

1. 会社概況	P.4
2. 2026年3月期 第1四半期 連結業績	P.8
3. 2026年3月期 第1四半期 セグメント概況	P.20
4. Appendix	P.28

# 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



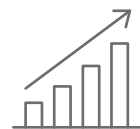
「モノは人から人へ伝承（リレー）され、有効に活用（ユース）されてこそ、その使命を全うする」という私たち独自の概念です。

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※

ブランド・  
宝飾品分野

**1** 位

グループ会社数

**19** 社




# 事業一覧（連結/2025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

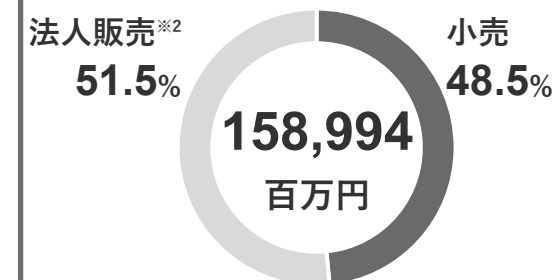
# 158,994

百万円

2025年3月期 連結売上高

	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



※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. 2026年3月期 第1四半期 連結業績**



# 2026年3月期 第1四半期決算 ハイライト

2026.3-1Q

個人買取額（連結）

**22,324**百万円

前年同期比 123.9%

連結売上高

**46,120**百万円

前年同期比 137.7%

連結営業利益

**883**百万円

前年同期比 41.3%

連結経常利益

**652**百万円

前年同期比 29.8%

親会社株主に帰属する  
四半期純利益

**353**百万円

前年同期比 25.0%

## 連結売上高の内訳

小売比率

**42.8%**  
前年同期比  
△10.2pt

海外比率

**14.0%**  
前年同期比  
+ 0.4pt

国内免税比率

**13.3%**  
前年同期比  
△5.1pt

## 店舗数

国内店舗

**281**店舗

販売店 10

買取専門店 215

買取販売併設店 56

海外店舗

**28**店舗（5カ国／地域）

販売店 7

買取併設販売店 21

# 2026年3月期 第1四半期実績と今後の見通し

2025年3月期のアールケイエンタープライズ他3社のグループ会社化や、商品相場の軟調により法人販売が増加し、売上高が大幅伸長  
第2四半期以降は、個人買取及び小売の強化を継続し、店頭在庫の個人買取比率を高めることで、売上総利益率の改善を目指す

期初計画(通期)		第1四半期 3か月実績	第2四半期以降の見通し
仕 入	<ul style="list-style-type: none"><li>時計とバッグの商品相場は低下傾向</li><li>国内の金小売価格は上昇</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>個人買取の前年同期比：123.9%（四半期で過去最高）</li><li>買取専門店の新規出店は順調</li><li>国内の金小売価格の高騰により、金地金の買取は好調に推移</li><li>時計・バッグ・ファッションの高額品を中心に、一部アイテムの相場が軟調に推移</li><li>商品相場を考慮し、メリハリをつけた買取価格を徹底</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>グローバル経済の動向等により、商品相場は軟調に推移</li><li>買取価格や在庫評価の見直しなど、対応が必要</li><li>買取専門店の出店により、個人買取は引き続き堅調</li><li>国内の金小売価格の上昇が継続し、金地金の買取増加が継続する見込み</li></ul>
売上高	<p>前期比：125.8%</p> <ul style="list-style-type: none"><li>販売店出店により、小売比率が上昇</li><li>免税売上の上昇は一巡し、前期4Q水準で推移</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>前年同期比：137.7%</li><li>小売比率：42.8%（前年同期比：△10.2pt）</li><li>免税売上の前年同期比：99.6%</li><li>前期のグループ会社化や販売店舗の出店効果で増収</li><li>時計・バッグ等の在庫コントロールのため法人販売を強化</li><li>売上総利益率の低い金地金の法人販売も増加</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>在庫を潤沢に確保しているため、売上高は順調に推移</li><li>小売の状況に応じて、法人販売でコントロール</li><li>利益率の低い在庫は、法人販売で早期に回転</li><li>免税売上は、為替等の影響で前年並みで推移</li></ul>
売上総利益率	<p>売上総利益率：23.0%</p> <ul style="list-style-type: none"><li>上期22.0%（前年同期比△1.5pt）</li><li>下期24.0%（前年同期比+3.0pt）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>売上総利益率：21.3%（前年同期比：△4.3pt）</li><li>相場が軟調に推移したことで、在庫の入れ替えを優先</li><li>法人仕入・法人販売の比率が高まり、売上総利益率は低下</li><li>法人向けオークションの出来高が四半期で最高</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>相場変動に伴う価格調整と法人販売比率上昇により、引き続き軟調</li><li>個人買取及び小売の強化を継続し、店頭在庫の個人買取比率を高めることで、期初計画水準を目指す</li></ul>
販管費	<p>前期比：130.0%</p> <ul style="list-style-type: none"><li>人件費を中心に、成長投資を継続</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>前年同期比：139.1%</li><li>出店に伴う人材採用・育成等、成長に向けた投資を継続</li><li>計画範囲内で推移</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>出店に伴う人材採用・育成等、成長に向けた投資は継続</li><li>抑制可能な販管費は抑えていく方針</li></ul>

# 連結損益計算書

売上高は過去最高を記録

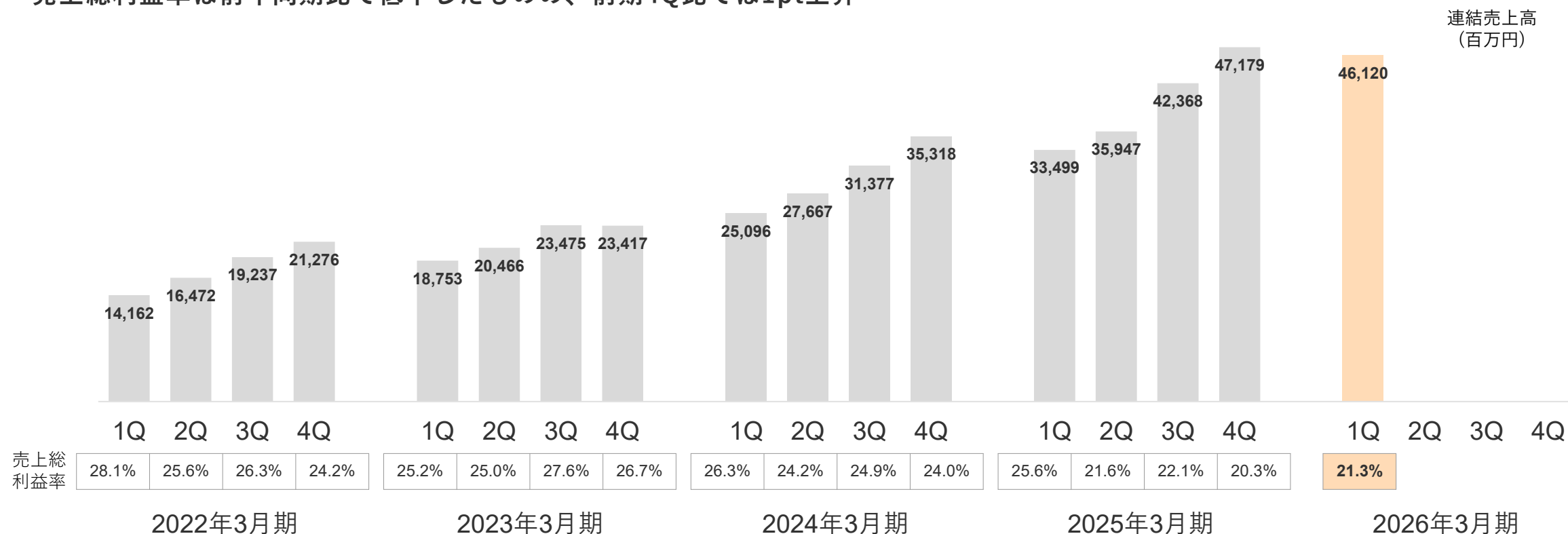
売上総利益率の低下と大幅な販管費増加により、営業利益以下の段階利益は減益

(百万円)	2024.3-1Q	2025.3-1Q	2026.3-1Q	増減	前年同期比	計画進捗率※
売上高	25,096	33,499	46,120	12,620	137.7%	23.1%
売上総利益	6,592	8,579	9,841	1,262	114.7%	—
売上総利益率	26.3%	25.6%	21.3%	△4.3pt	—	—
販売費及び一般管理費	4,867	6,442	8,958	2,515	139.1%	—
営業利益	1,724	2,137	883	△1,253	41.3%	11.0%
営業利益率	6.9%	6.4%	1.9%	△4.5pt	—	—
経常利益	1,762	2,186	652	△1,534	29.8%	8.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,183	1,412	353	△1,059	25.0%	7.7%

※2025年5月14日開示の2026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、お客さまへの販売機会を捉えるため法人仕入を強化した結果、店頭品揃えが充実して増収に寄与  
売上総利益率は前年同期比で低下したものの、前期4Q比では1pt上昇



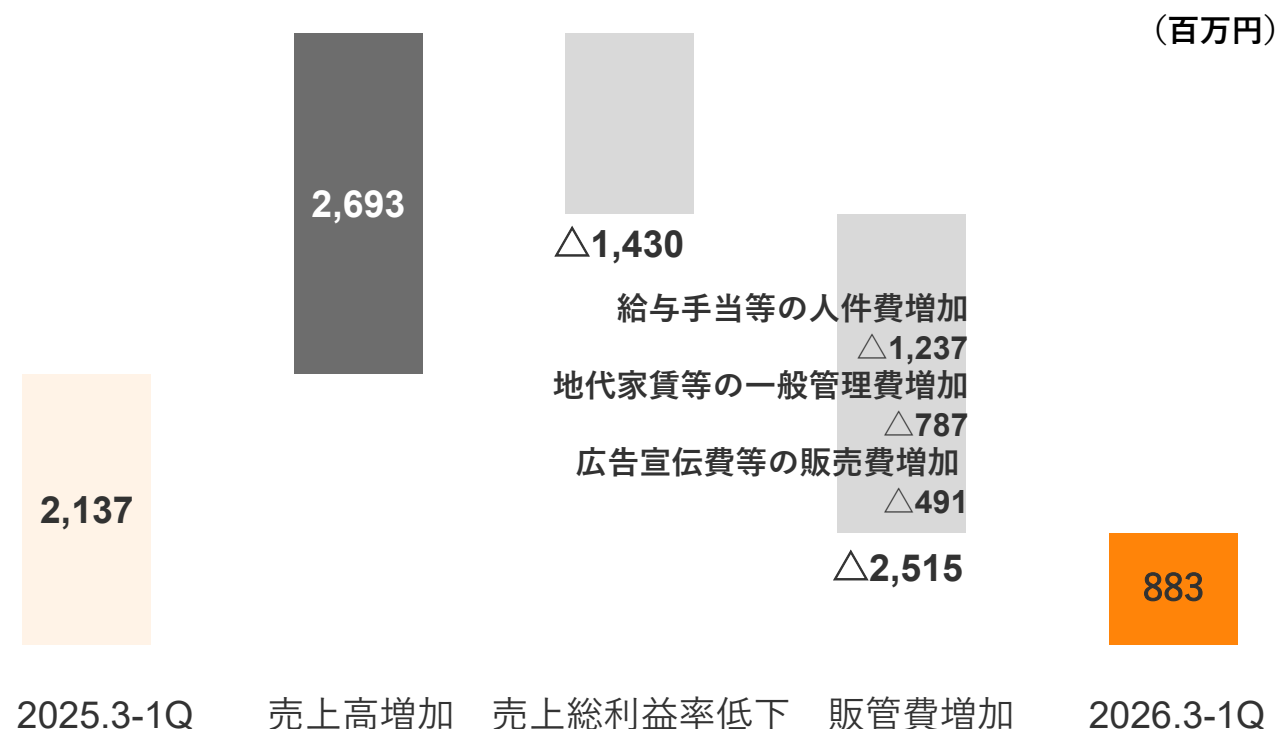
## 売上総利益率変動の内部要因

- ・ 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）※

※( )内は、一般的に利益率の高い順をしており、当期の実績変動の要因を示すものではない。

# 連結営業利益の分析

店頭在庫が充実したことで、売上高は小売・法人販売ともに大幅に増加  
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

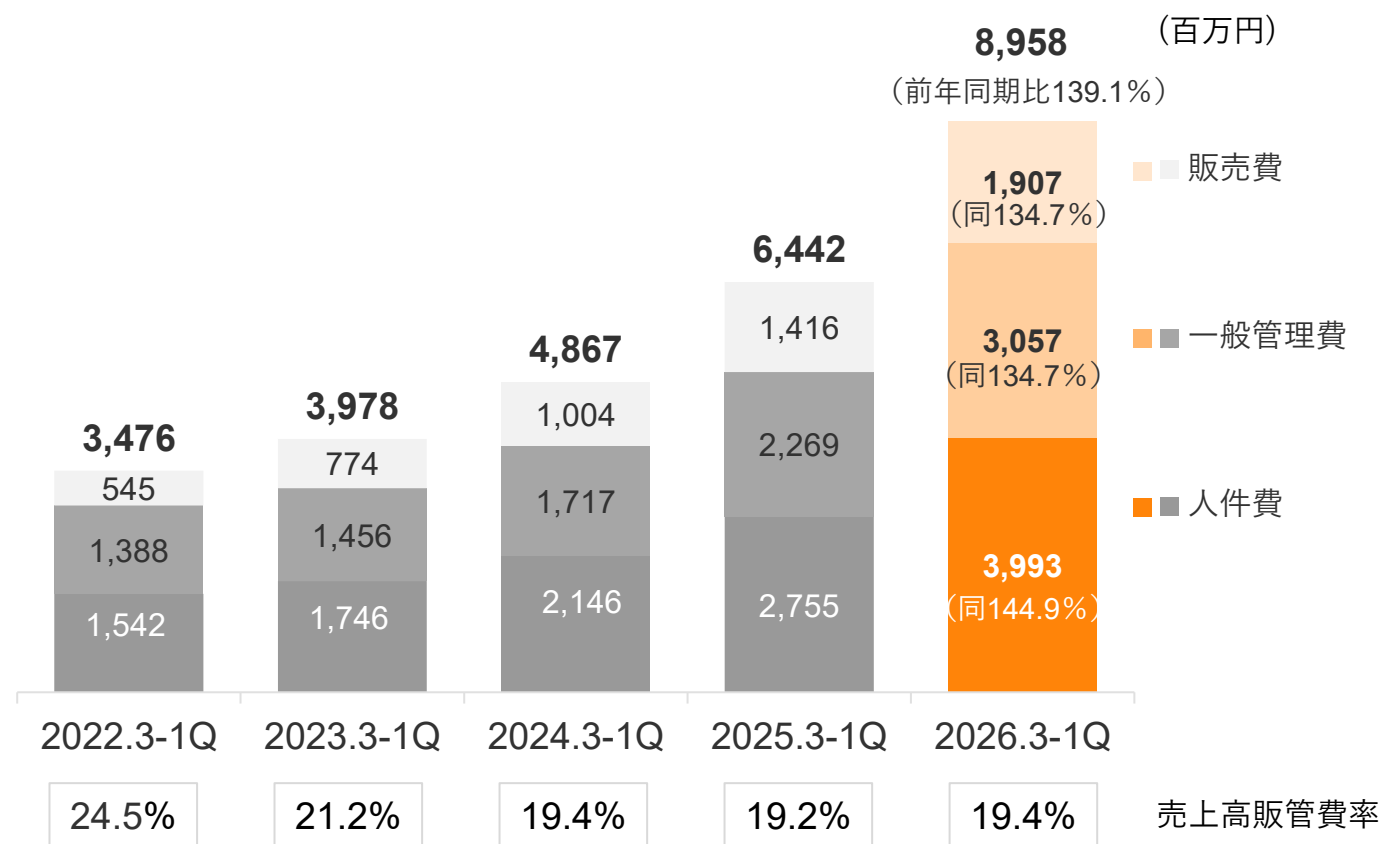
- ・ 相場変動への対応や金地金の買取増加及び2025年3月期の4社グループ会社化に伴う商材構成比の変化（時計の割合が増加）により、前年同期比4.3pt低下

## 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

2025年3月期のアールケイエンタープライズ他3社のグループ会社化や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、販管費が大幅に増加



## 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

支払利息及び為替差損等の営業外費用増加により、経常利益以下の利益は低下  
為替差損は、資金管理上の一時的な評価差額が主因

(百万円)



# 連結貸借対照表の概況

個人買取の好調に加え、事業規模拡大や小売強化を目的に法人仕入を強化し、潤沢な在庫を確保  
売上高拡大の原資となり、成長に直結する棚卸資産が大幅に増加

(百万円)	2025年3月	2025年6月	増減
流動資産	68,457	77,203	8,746
現金及び預金	15,535	19,940	4,405
棚卸資産	39,994	43,609	3,615
その他	12,927	13,653	725
固定資産	20,168	21,379	1,211
総資産	88,625	98,583	9,957
負債	55,426	66,068	10,641
有利子負債	47,395	57,286	9,891
その他	8,031	8,781	750
純資産	33,199	32,515	△684
負債・純資産合計	88,625	98,583	9,957

- ・ 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

棚卸資産の増加を短期及び長期借入金で賄う

## 純資産

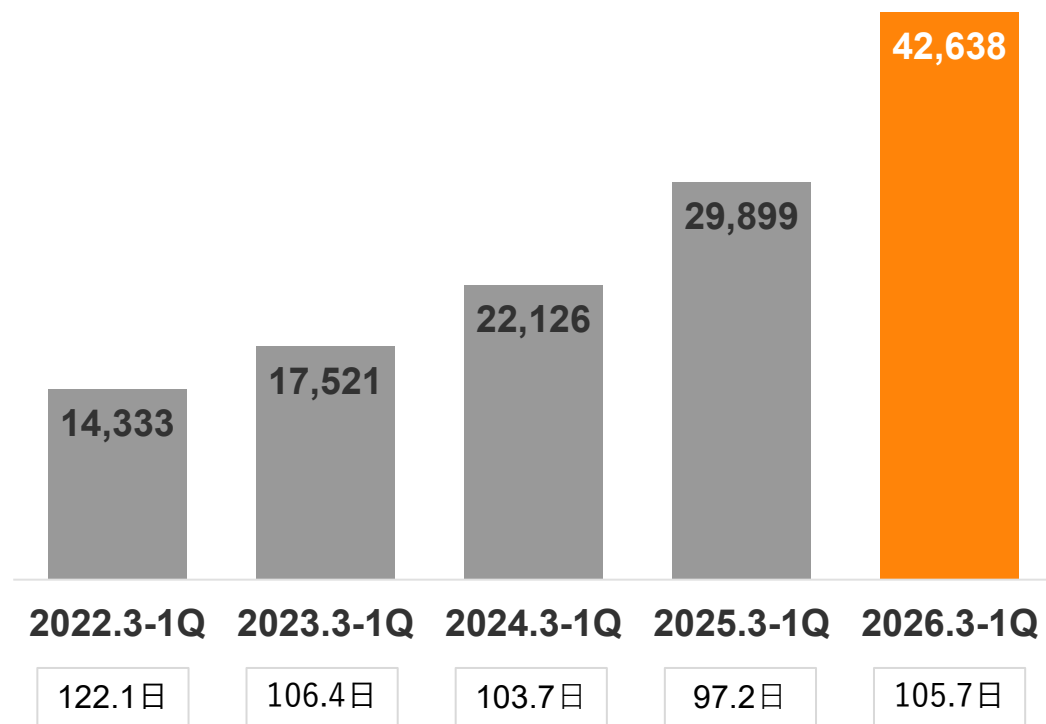
為替換算調整勘定及び剰余金の配当のため減少



# BF事業 | 在庫回転

2025年3月期の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、棚卸資産が大きく増加（うち棚卸評価損は低位で推移※1）。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、売上総利益率及び交叉比率が低下

棚卸資産(百万円)



在庫回転期間※2

	2022.3-1Q	2023.3-1Q	2024.3-1Q	2025.3-1Q	2026.3-1Q
売上総利益率	27.7%	24.6%	26.0%	25.3%	20.9%
在庫回転率	3.0回転	3.4回転	3.5回転	3.7回転	3.4回転
交叉比率 ※3	83.1%	83.6%	91.0%	93.6%	72.1%

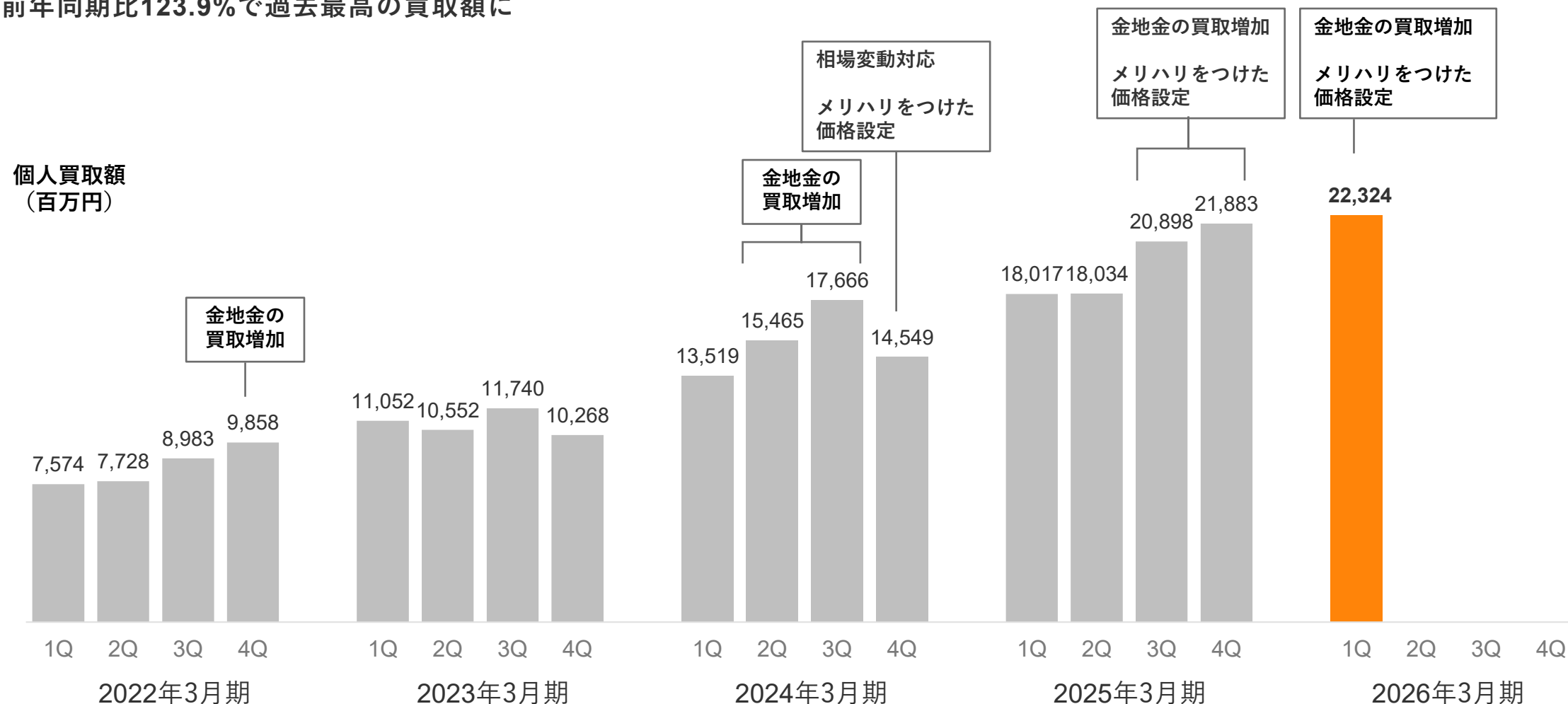
※1 影響は軽微であるため、表上から削除

※2 棚卸資産/売上原価

※3 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

# 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  
前年同期比123.9%で過去最高の買取額に



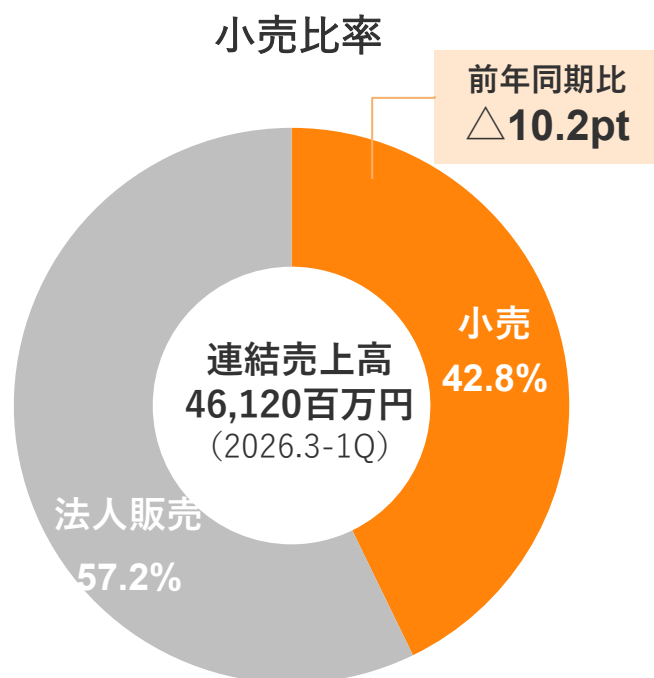
※個人買取額の経路：店舗買取、出張買取、イベント買取、宅配買取

# 連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

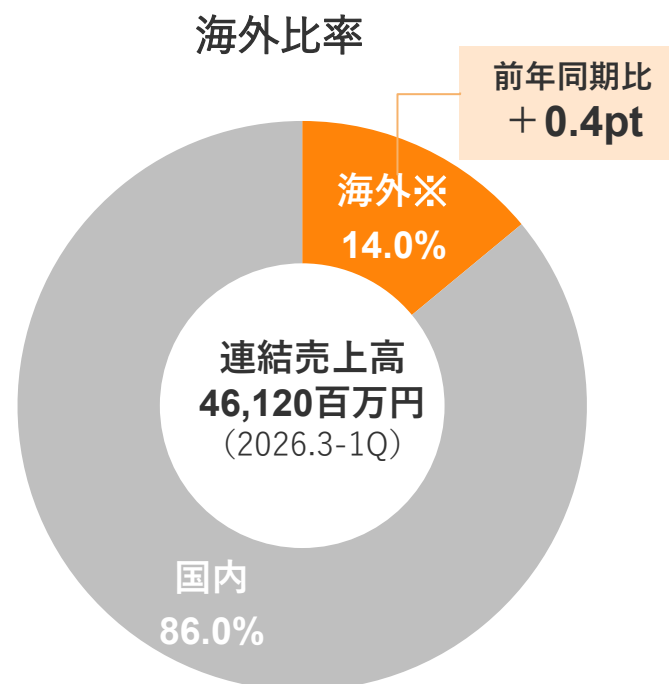
【小売】金地金や時計・バッグで利益率の低い在庫を法人販売に向けたことにより、小売比率は前年同期比10pt低下

【海外】香港の出店やマレーシア・アメリカでのビジネス拡大により、海外売上高が順調に拡大

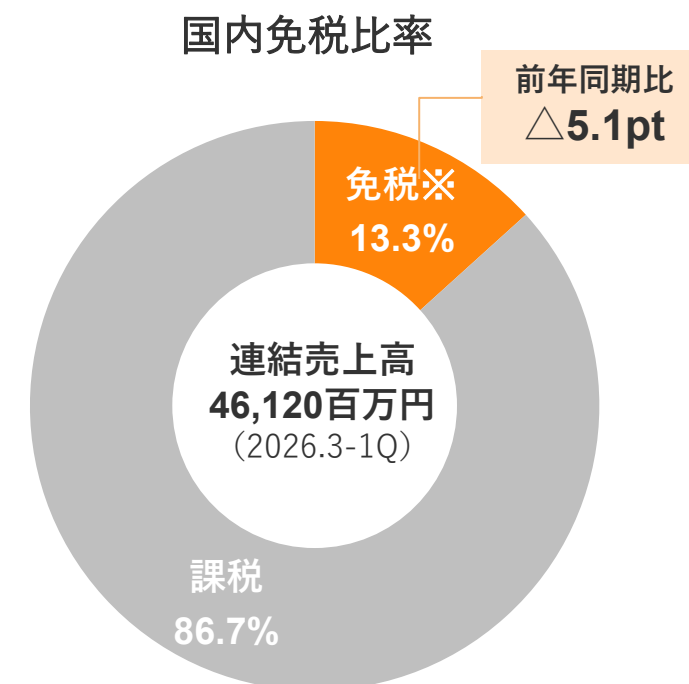
【免税】円高進行及び中国経済の外部環境の変化等により、国内免税比率は前期比で微減



※「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  
※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



※ 国内免税売上高/連結売上高で算出

### **3. 2026年3月期 第1四半期 セグメント概況**

# 2026年3月期 第1四半期 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

**22,258** 百万円

前年同期比  
123.8%

売上高

**44,751** 百万円

前年同期比  
138.2%

営業利益

**779** 百万円

前年同期比  
37.0%

## タイヤ・ホイール事業（TW事業）

売上高

**1,359** 百万円

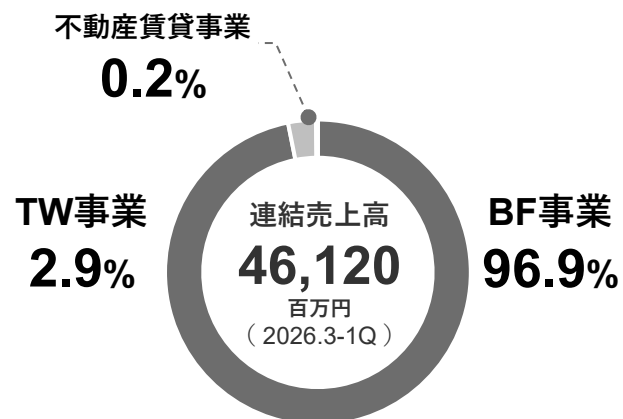
前年同期比  
122.3%

営業利益

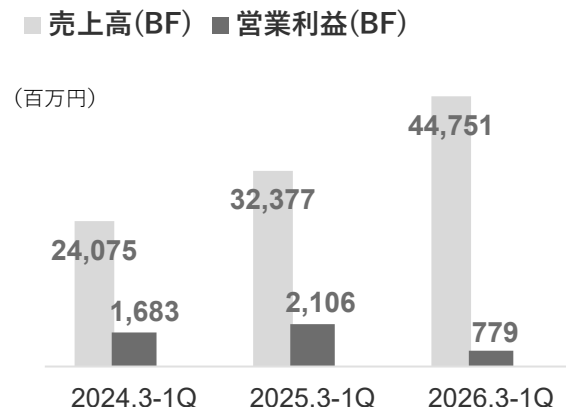
**38** 百万円

前年同期比  
-

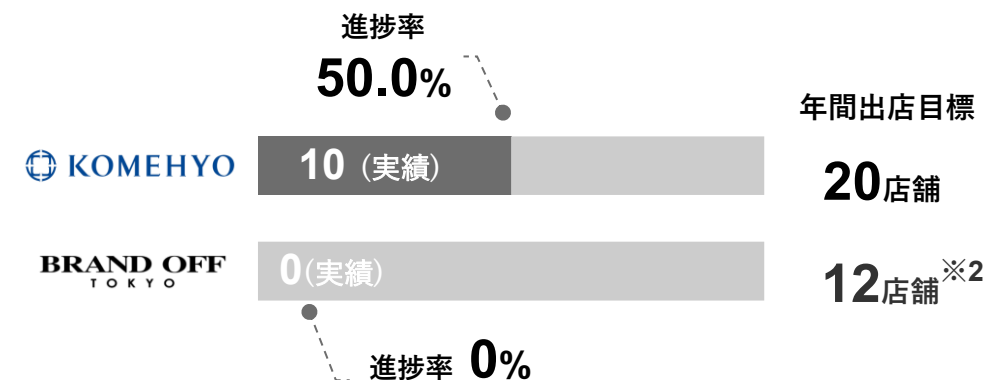
## 売上高構成比



## 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 ※2 2025年4月に目標値を修正

# 2026年3月期 第1四半期 セグメント別 決算概況

ブランド・ファッション事業は、個人買取と法人販売は好調だが、売上総利益率低下と販管費増加により増収減益  
タイヤ・ホイール事業は、夏用タイヤ・自社企画ホイールが好調に推移し、増収増益









(百万円)		2024.3-1Q	2025.3-1Q	2026.3-1Q	増減	前年同期比
ブランド・ファッション	売上高	24,075	32,377	44,751	12,374	138.2%
	営業利益	1,683	2,106	779	△1,326	37.0%
	営業利益率	7.0%	6.5%	1.7%	△4.8pt	-
タイヤ・ホイール	売上高	1,009	1,111	1,359	248	122.3%
	営業利益又は営業損失(△)	2	△3	38	42	-
	営業利益率	0.2%	-	2.9%	-	-
不動産賃貸	売上高	71	82	91	8	110.8%
	営業利益	21	27	31	3	114.0%
	営業利益率	30.3%	33.2%	34.1%	0.9pt	-

※ 調整額：売上高△81百万円、営業利益34百万円

# 店舗展開 | グループ全店309店舗（2025年6月現在）

第1四半期は、買取専門店を中心にグループで13店舗を出店

6月には、KOMEHYO 旗艦店にて7店目となる、KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHIがオープン

	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	7 (1)	3	1	1				
販 売 店	2			6	2			
買取併設販売店	20	5 (1)	4			2	11	2
買取専門店	170 (10,-2)	8	3					
FC買取専門店		34 (-2)						
海 外	7	20 (1,-1)	1					
合 計	206	70	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、2026年3月期第1四半期での増減数

# 経路別仕入・販売の状況※ KOMEHYO

【個人買取比率・商材構成比】国内の金小売価格の高騰等により、個人買取が好調に推移。個人買取の商材構成比は、宝石・貴金属が5割弱（内、7割弱が金地金）。店頭在庫の充実、新規出店のための法人仕入を強化し、個人買取比率は前年同期比5ポイント低下  
【小売比率】金地金や時計・バッグで利益率の低位な在庫を法人販売に向けたことから、小売比率は前年同期比で8ポイント低下



※比率はすべて2026年3月期第1四半期実績



# BF事業 | 個人買取及び小売強化の状況

6月に旗艦店「KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHI」を出店。国内外の観光客をターゲットに、顧客層の拡大を狙う第2四半期以降も、新たに国内旗艦店を出店する等、個人買取及び小売強化につながる出店・拠点拡大を継続

## ■ 旗艦店「KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHI」オープン（6月11日） ■ 第2四半期以降の出店・拠点拡大※1




### 特徴

- 国内外の観光客をターゲット。日本らしさを象徴する桜色を基調とし、アーティストによる内外装を採用するなど柔軟なブランディング
- 多言語対応など、顧客体験の向上を通じてロイヤリティを強化

### 実績

- 初年度年間30億円に対して、概ね計画通りに進捗
- 免税売上比率は、KOMEHYO店舗で最大の7割とインバウンド需要を確実に取り込み

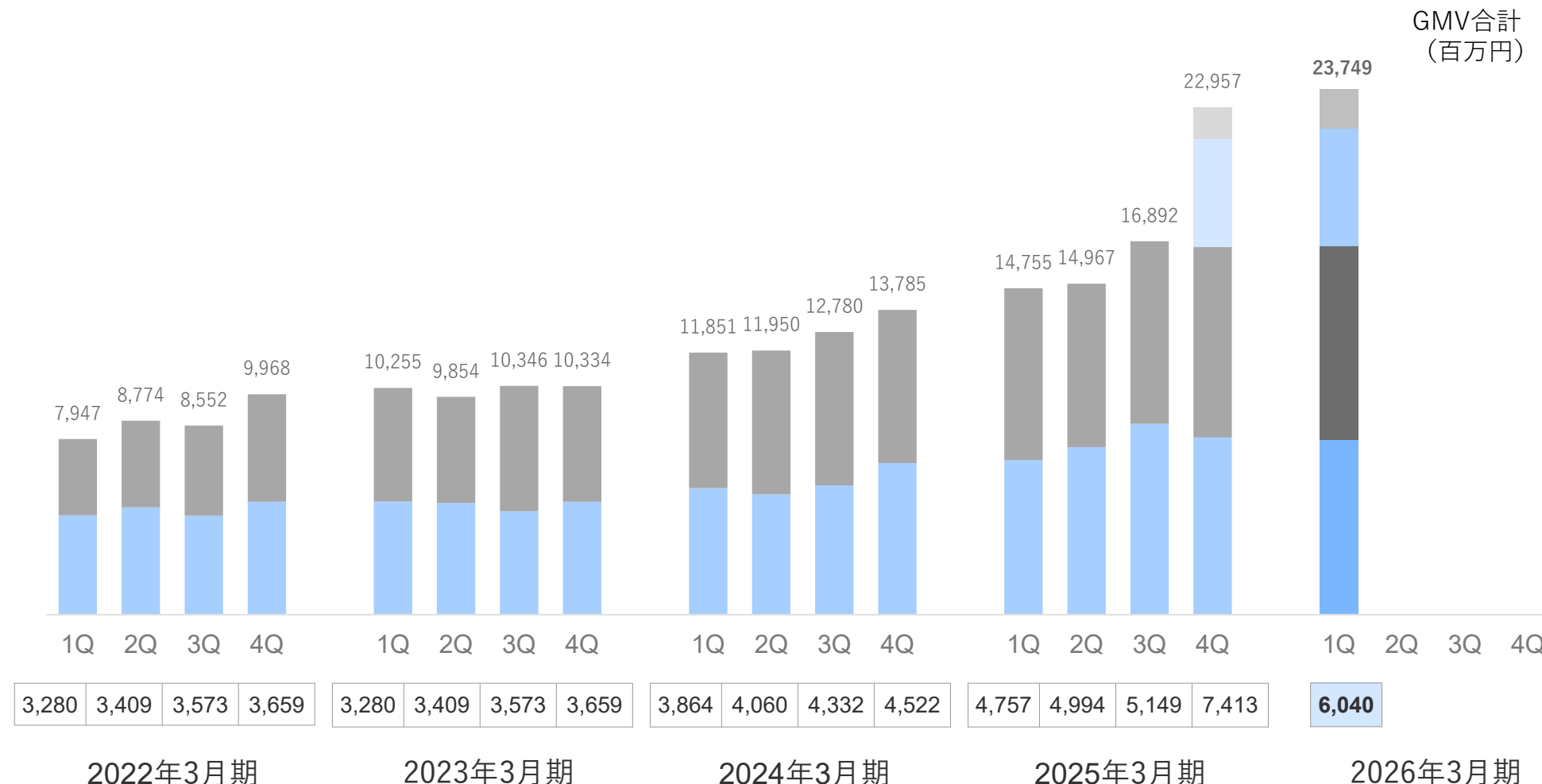
2 Q	8月1日 8月5日 8月8日 8月25日 8月27日 9月12日	<ul style="list-style-type: none"> <li>買取専門店 「KOMEHYO Bukit bintang」 (マレーシア)</li> <li>JVの買取専門店 「MEGRUS松坂屋名古屋店」 ※2</li> <li>「MEGRUS大丸東京店」 ※2</li> <li>販売店 「KOMEHYO Central Ladprao」 (タイ)</li> <li>買取専門店 「KOMEHYO KINGSQUARE」 (タイ)</li> <li>旗艦店 「KOMEHYO YOKOHAMA」</li> </ul>
		 <p>契約面積：902㎡ KOMEHYO 8店舗目となる旗艦店。年間売上高25億円を目標とし、約5,000点のラグジュアリーアイテムを横浜駅近の好立地で展開</p>
3 Q	10月初旬 11月下旬 12月中旬	<ul style="list-style-type: none"> <li>販売店 「KOMEHYO LOT10店」 (マレーシア)</li> <li>販売店 「KOMEHYO VINTAGE TOKYO atelier (仮称)」</li> <li>買取併設販売店 「BRAND OFF CITYLINK 南港店」 (台湾)</li> </ul>
4 Q	3月下旬	<ul style="list-style-type: none"> <li>買取併設販売店 「KOMEHYO 福岡天神大名 (仮称)」</li> </ul> <p>契約面積：447㎡ 年間売上高12億円を目標とし、九州エリアでの認知拡大を目指す</p>
	今期中	<ul style="list-style-type: none"> <li>買取拠点 アメリカで個人買取を開始</li> </ul>

※1 表内の出店ほか、KOMEHYOでは年間20の買取専門店（直営）、BRAND OFFでは年間12店舗の買取専門店（FC）の出店を計画

※2 J. フロントリテイリング株式会社と株式会社コメ兵の合併会社「株式会社JFR&KOMEHYO PARTNERS」による買取専門店。年内に7店舗を、4年間で23店舗を出店予定。

# BF事業 | オークションGMV(出来高)の成長

相場変動に伴う法人間での売却ニーズ増加により、オークションGMVは四半期で過去最高を記録



※ 2026年3月期より、正会員数の数値を掲載

# TW事業 | 事業の概況

中古品の仕入が好調に推移し、売上の原資となる潤沢な在庫を確保。在庫コントロールが奏功し、新品夏タイヤや国内外での自社企画ホイールの販売が好調に推移。特に海外販売が、売上・利益に大きく貢献



## 企画・開発



- ・ **国内外での販売好調と高利益率商品の牽引**  
国内売上高が前年同期比135%と好調に推移する中、海外売上高は同359%と大幅拡大。  
特に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増加
- ・ **海外市場での販売網を順調に拡大**  
海外売上高比率向上に向け、需要の高い四駆新型車種に対応するブラッドレーシリーズのサイズを拡充。ブランディングや営業強化より、販売代理店数は、ASEANや欧米など14か国・14法人と順調に拡大。



## 新品の仕入れ・販売

### 中古の買取り



## 買取・下取り

- ・ 新車装着時の良質な純正タイヤ・ホイールを下取り
- ・ 販促強化で、個人買取額が前年同期比145%と好調。さらなる売上拡大に向け、潤沢な在庫を確保

## 販売

- ・ **高額商品の販売好調**  
顧客さま向けのイベント開催等による販促強化。高額品を中心に、新品タイヤ、ホイール、用品の全商材で、販売実績は前年を上回る。
- ・ **夏タイヤの大量仕入が奏功**  
実需用が高く、高利益率の夏タイヤの仕入を強化し、前年同期比116%と売上・利益を牽引



## 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



## 仕入

- ・ **主要仕入先好調と新規取引先の拡大**  
中古品の安定的な販売のため、主要な事業者との法人取引を拡大。これにより、法人仕入額は、前年同期比150%と大幅伸長

## 販売

- ・ WEB販売は、前年同期比で新品が126%、中古が108%と好調に推移
- ・ メルカリで、中古ホイールの販売を開始する等、ECモールへの出品を強化

## **4 . Appendix**

# Appendix

1. 会社概要	P.30
2. 中期経営計画	P.46
3. グローバル展開	P.51
4. 2026年3月期の期初計画と取り組み	P.54

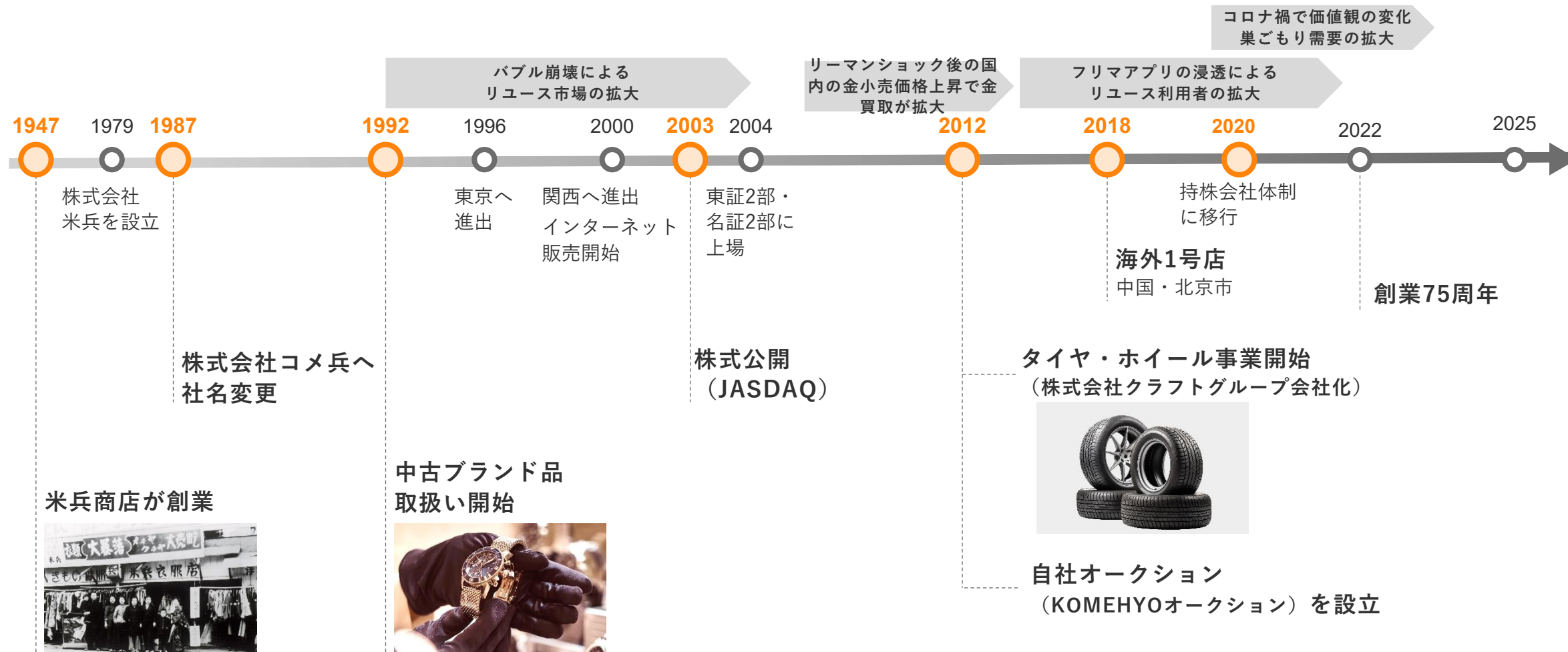
# 会社概要

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：2,029名 単体：50名（2025年6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

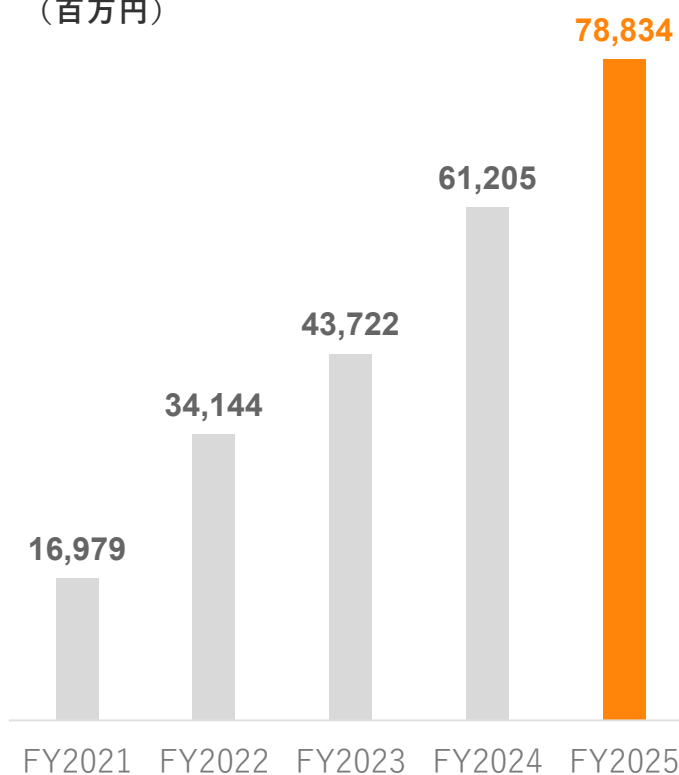


※ 2025年3月末時点

## 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※

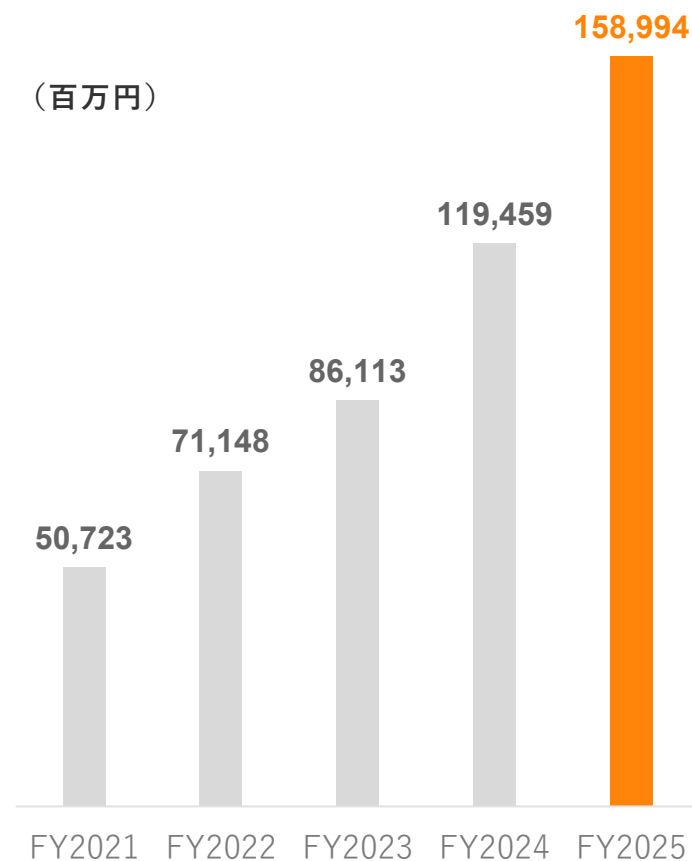
（百万円）



※ FY2021は株式会社コメ兵のみ、FY2022年以降は連結

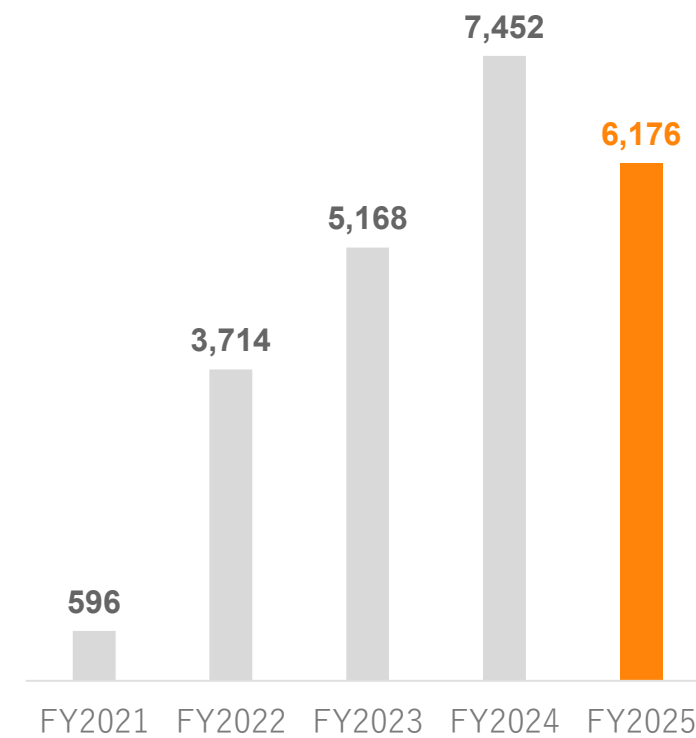
## 売上高

（百万円）



## 営業利益

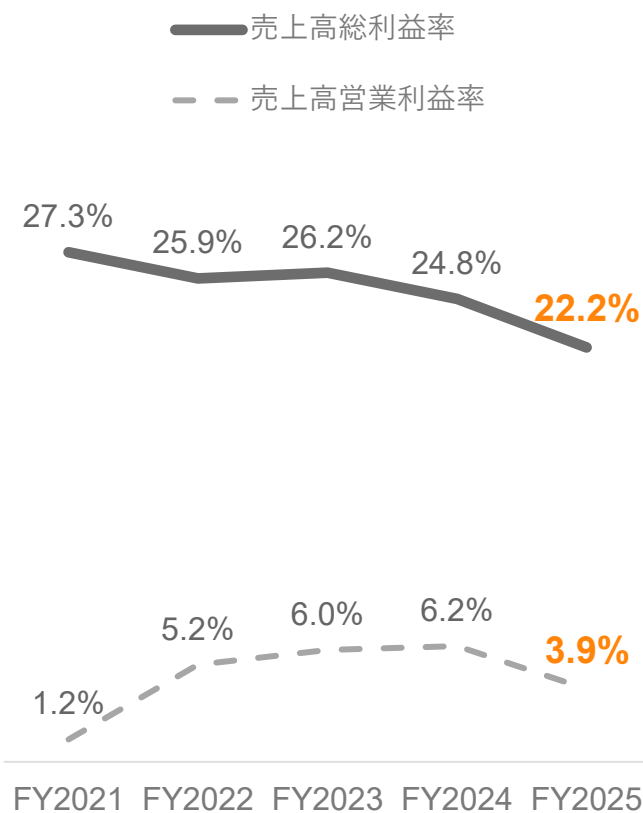
（百万円）



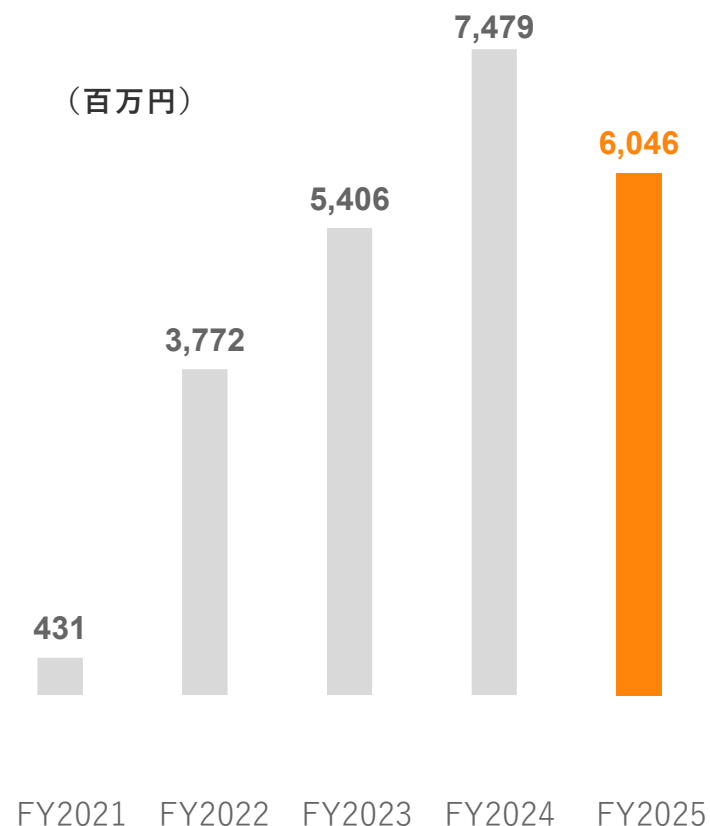


# 会社概要 連結業績推移（2021年3月期-2025年3月期）

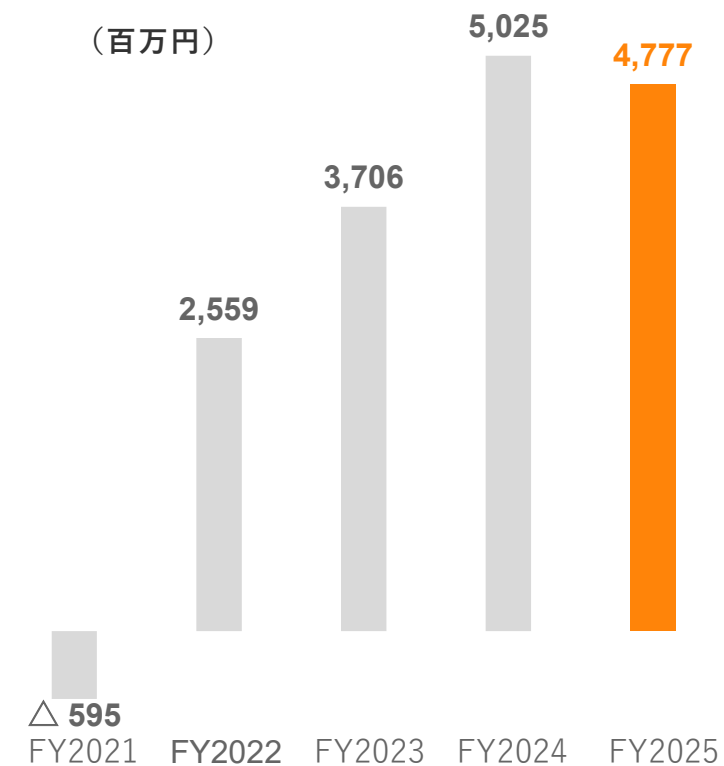
## 利益率



## 経常利益

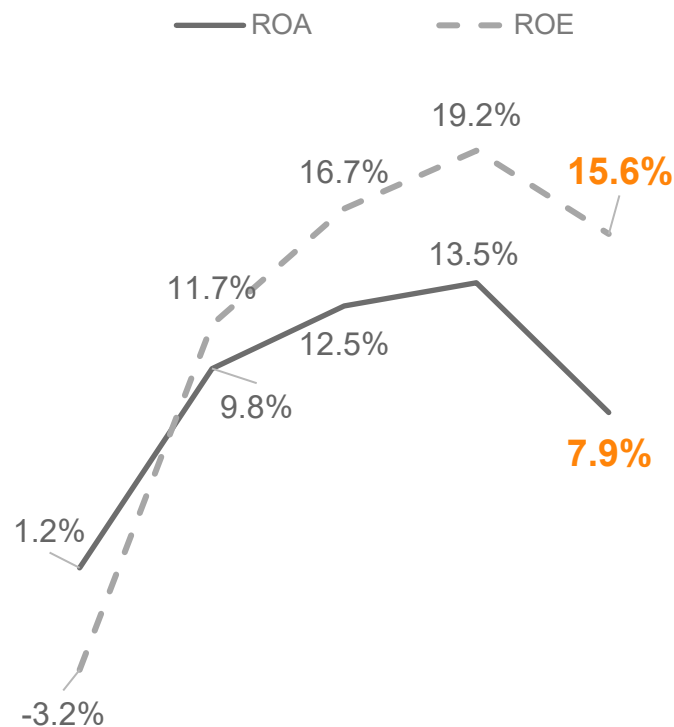


## 親会社株主に帰属する当期純利益



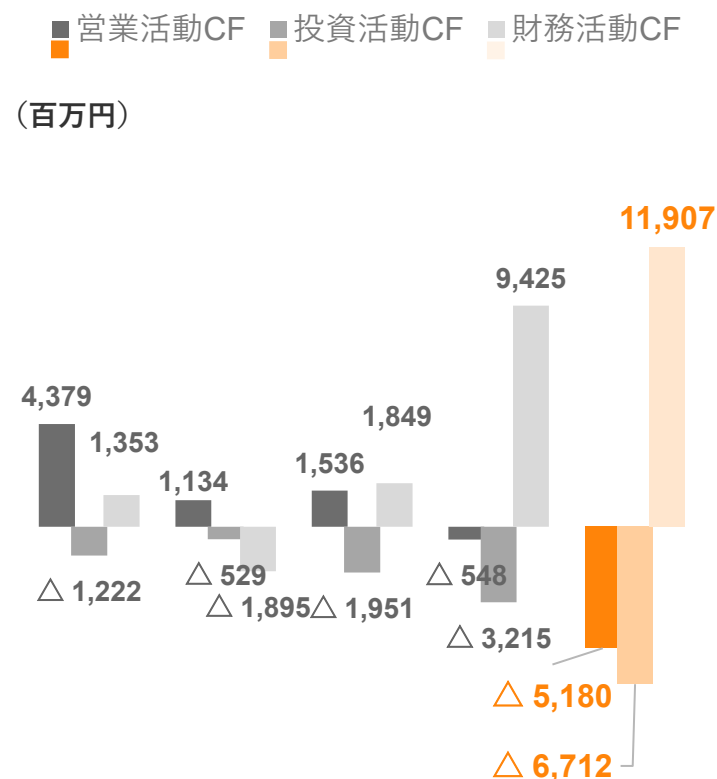
# 会社概要 連結業績推移（2021年3月期-2025年3月期）

## ROA・ROE



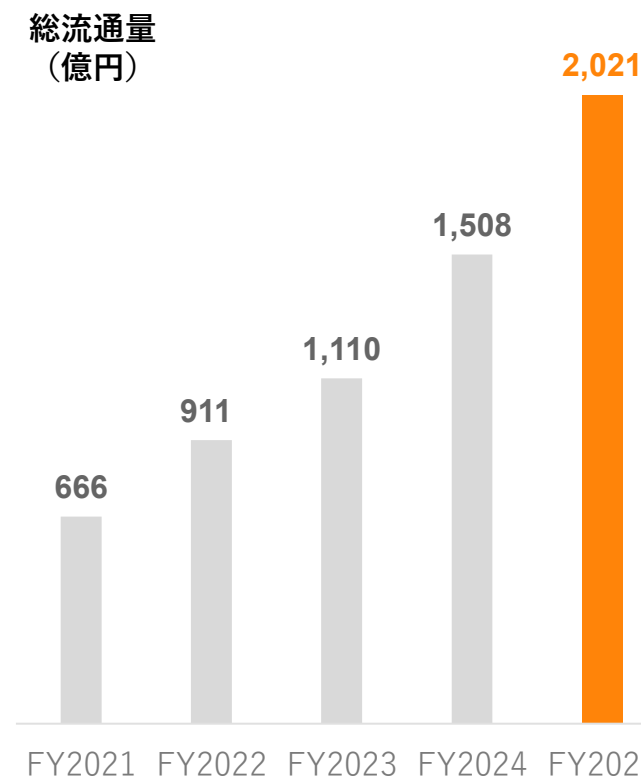
FY2021 FY2022 FY2023 FY2024  
FY2025

## 連結キャッシュフロー



FY2021 FY2022 FY2023 FY2024  
FY2025

## 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

### 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

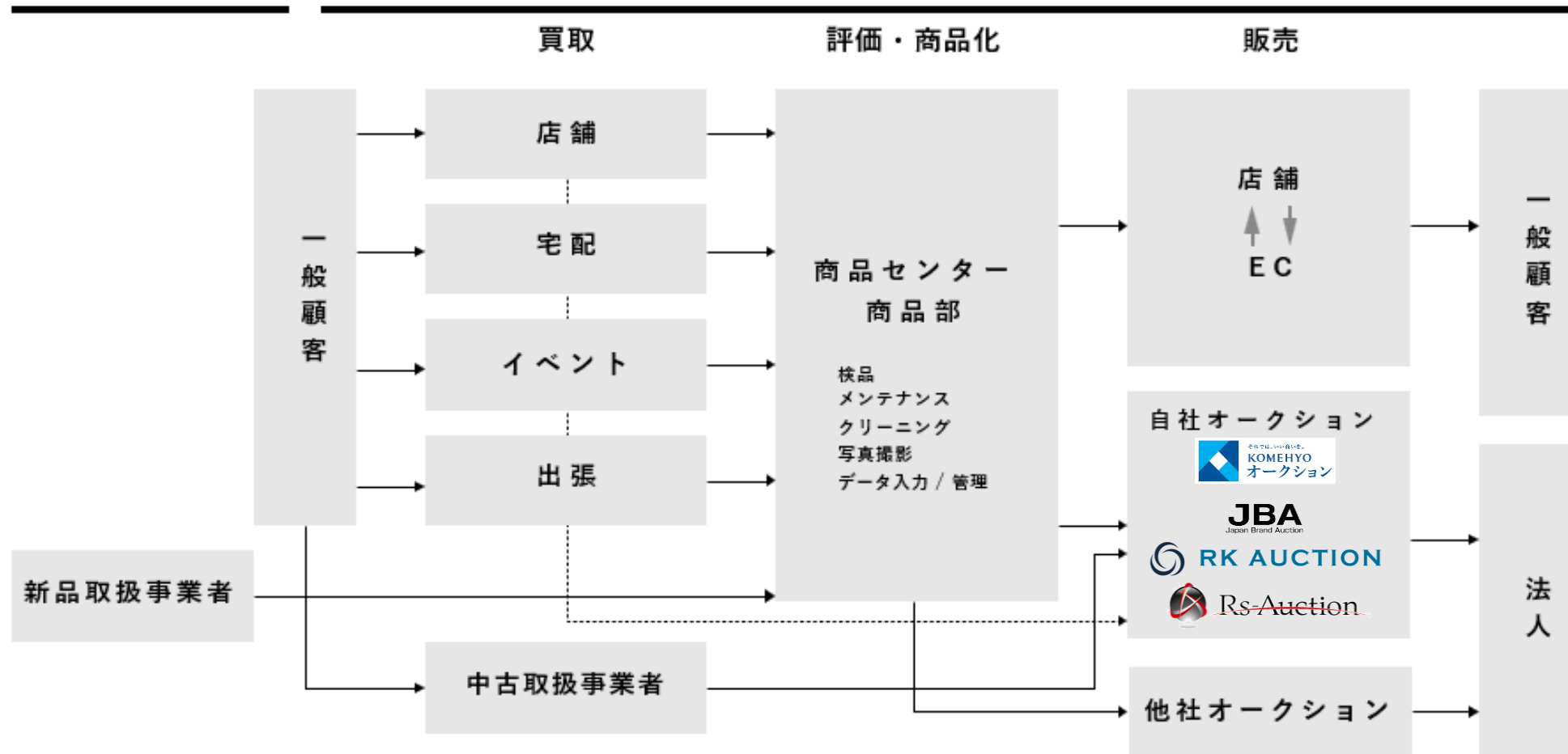


BRAND OFF  
T O K Y O

RECLO MIKE MUSEUM

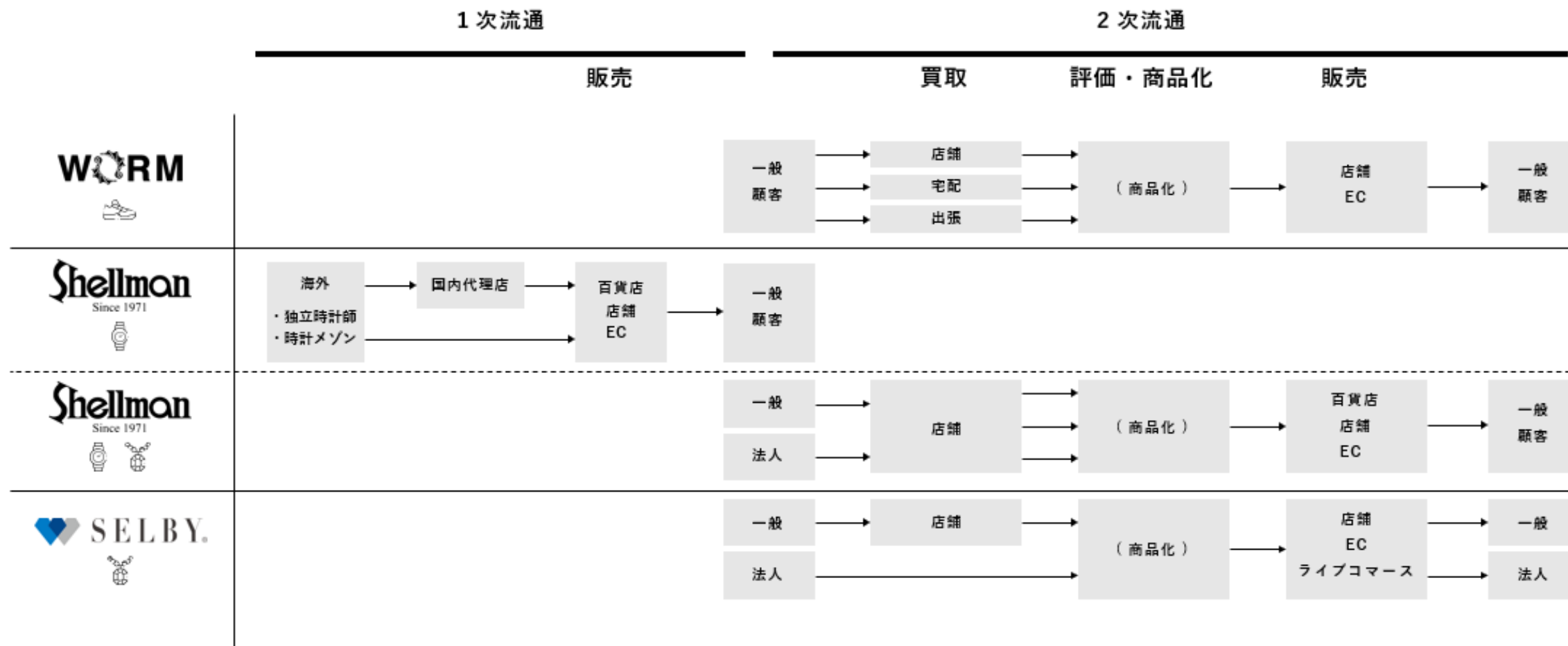


Rodeo Drive



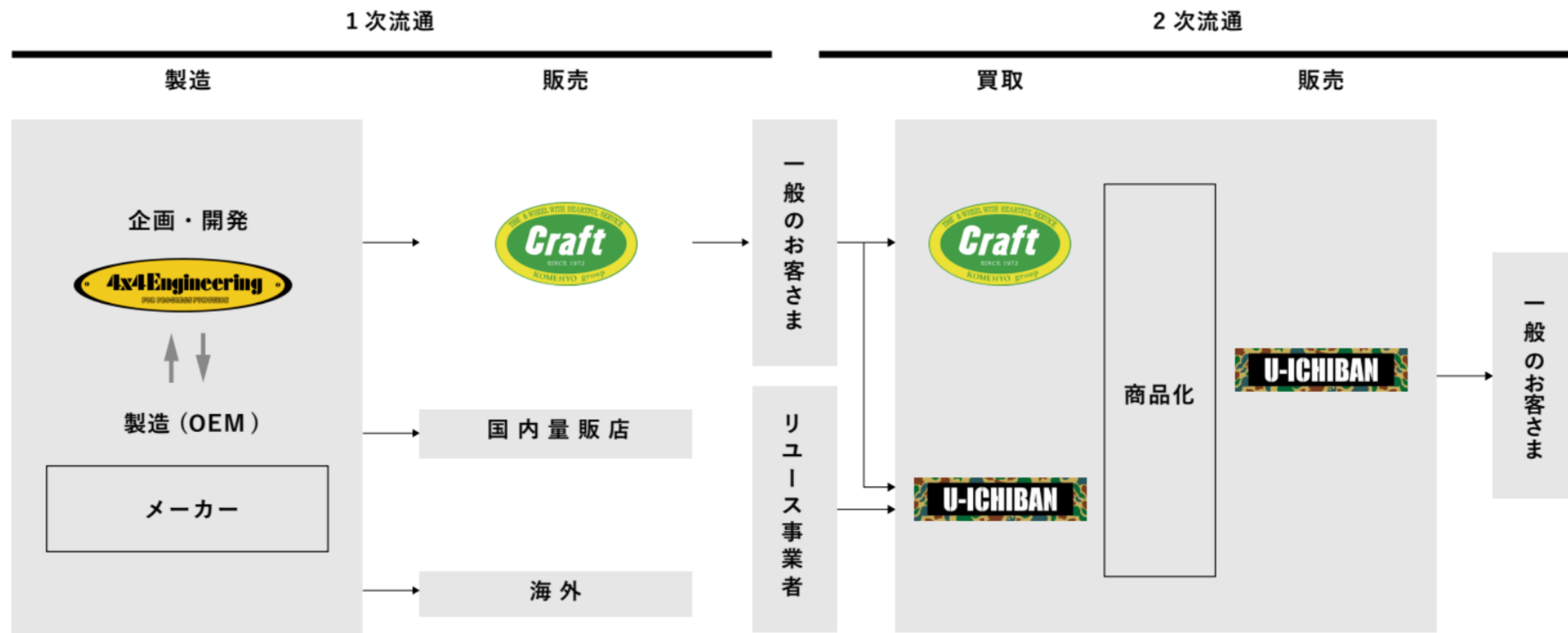
# 会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

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・心斎橋）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

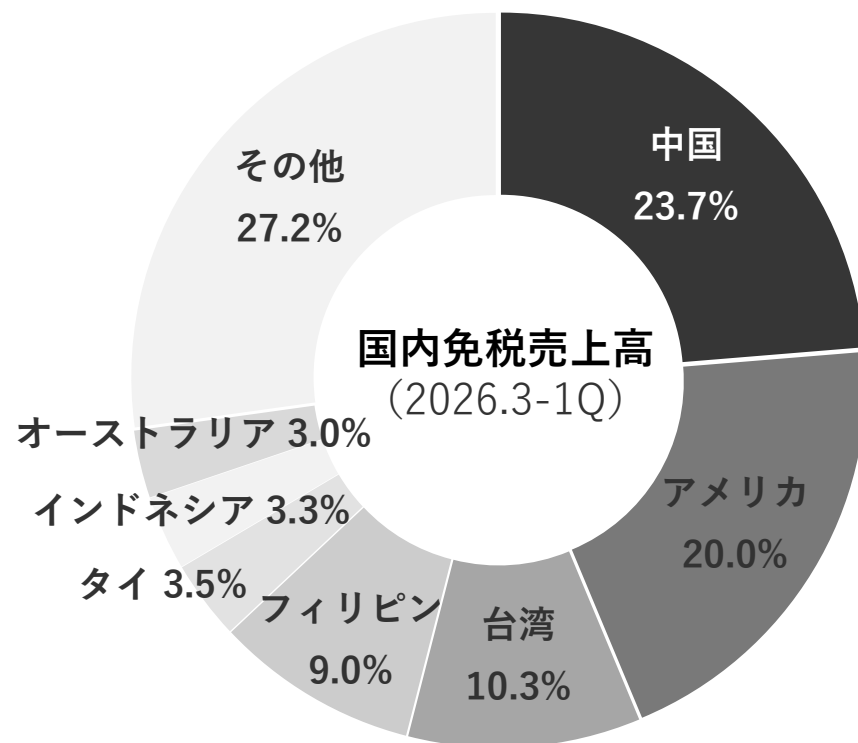
スニーカー、バッグ、ビンテージなど、  
カテゴリーごとの商材に特化した買取併設店を展開。今後も積極的な出店を計画



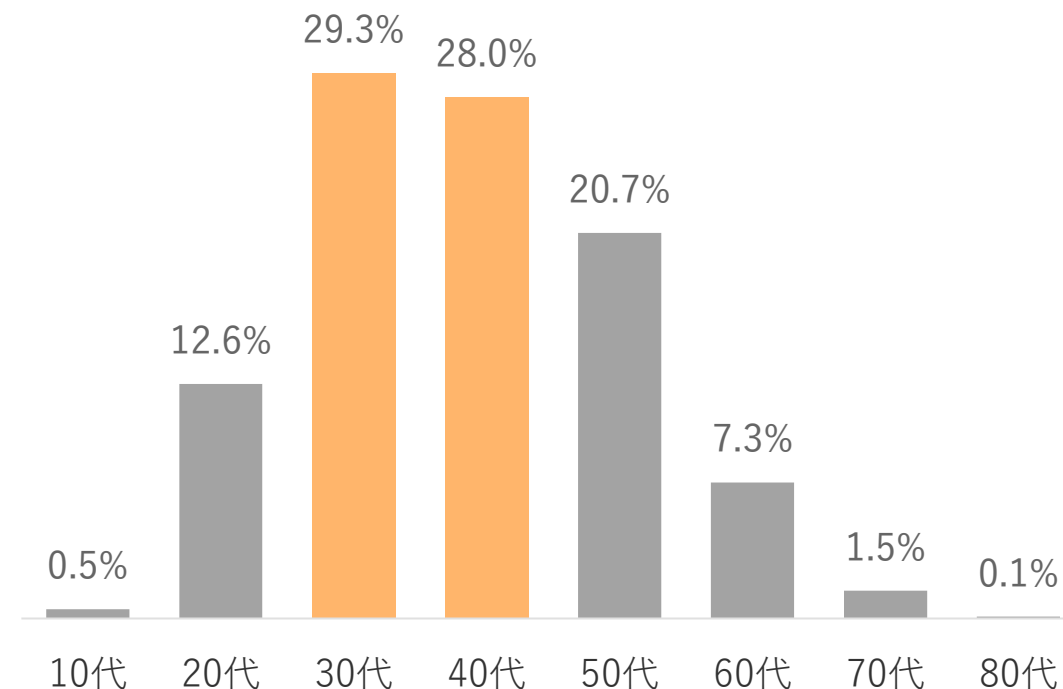
## 会社概要 国内免税(連結)の内訳

国・地域別構成比は、KOMEHYO SHIBUYA、KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHI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  
(2026.3-1Q)



※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

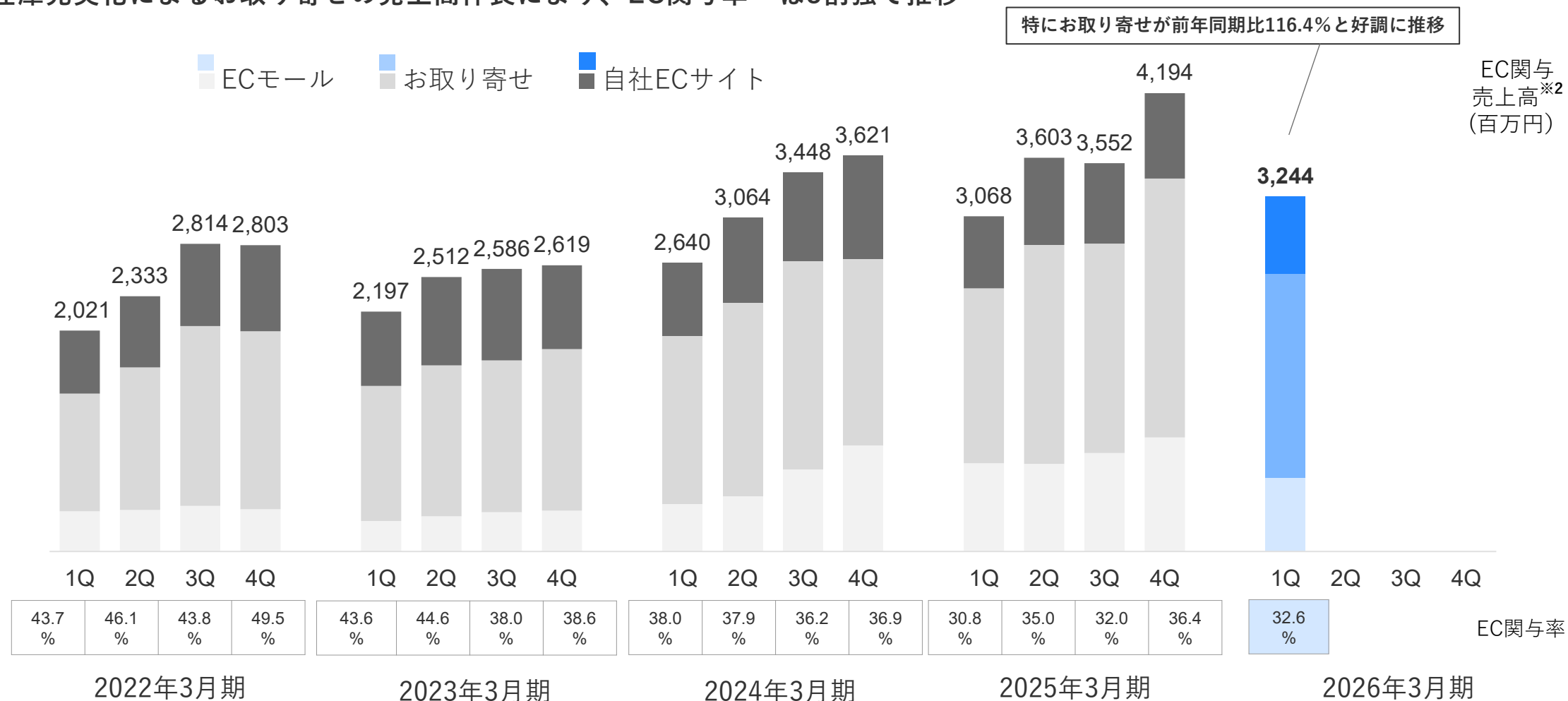
主に中古ブランド品の販売・買取りを行う3ブランドでは、店舗の利便性、鑑定への信頼性・知名度や顧客基盤に強みを持ち、それぞれの得意な領域で成長を継続

	 	 	 
概要	創業から続く、 グループの核となるブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2020年3月期にグループ化</li> <li>・ 北陸地方に顧客基盤を保有する主力ブランド</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2025年3月期にグループ化</li> <li>・ 関東（特に横浜）に顧客基盤を保有</li> </ul>
国内店舗	199店舗（旗艦店は主要都市中心）	50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6月末時点

# 会社概要 EC関与売上高の推移 | KOMEHYO

お一人あたりの単価上昇により、第1四半期のEC売上高は前年同期比105.7%  
在庫充実化によるお取り寄せの売上高伸長により、EC関与率<sup>※1</sup>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. 42

# 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※が売上となる。

	 <b>KOMEHYO オークション</b> 	 <b>日本ブランド オークション (JBA)</b> 	 <b>RK オークション</b> 	 <b>Rs-Auction</b> 
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

※ 売り手または買い手から手数料収入

# 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6月末時点

## 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	<ul style="list-style-type: none"><li>・自社で企画・開発</li><li>・国内外に卸売</li><li>・SNSでの認知活動に注力</li></ul>	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6月末時点

## 中期経営計画 定量目標（2025年3月期-2028年3月期）

2025年3月期決算説明資料再掲

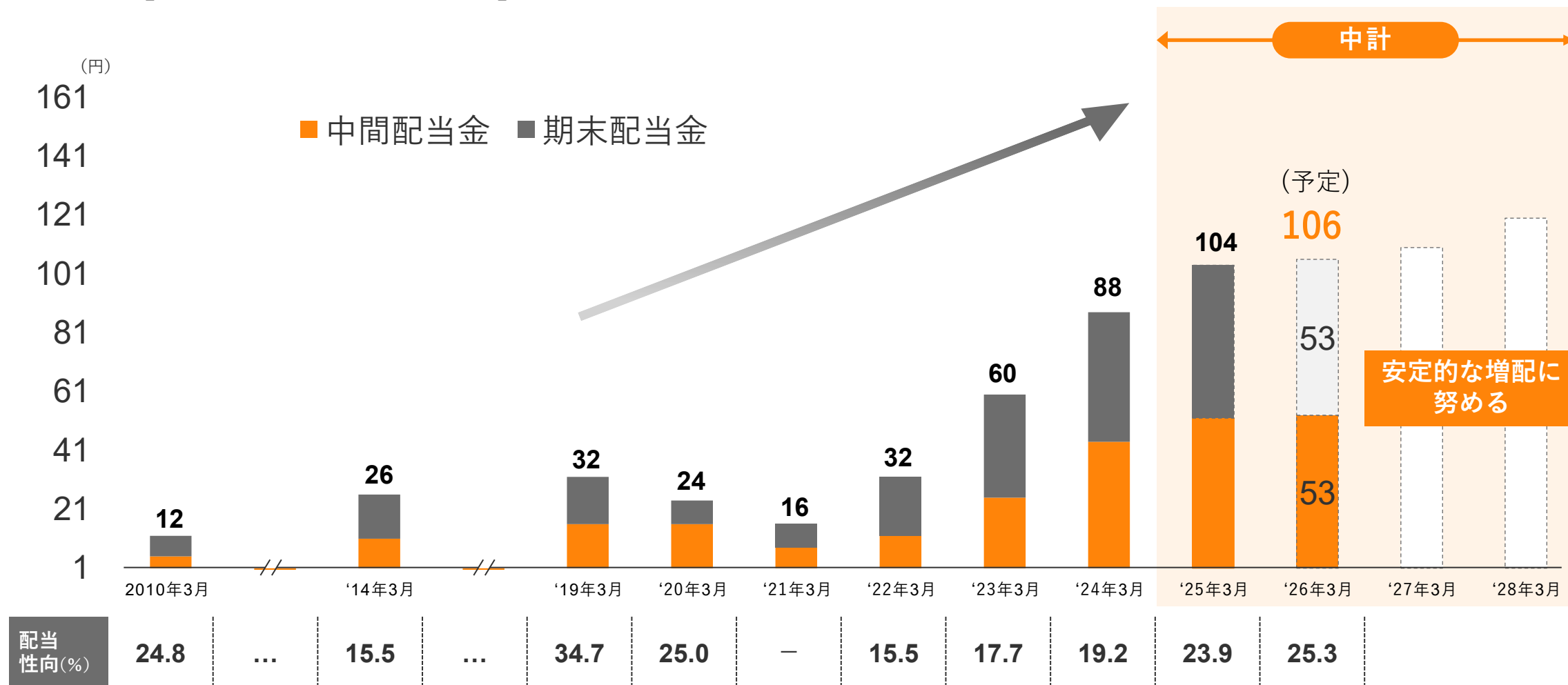
2026年3月期は、2025年3月期の負ののれん発生益を除いた親会社株主に帰属する当期純利益に対し、増益で事業成長を目指す  
最終年度の2028年3月期には、売上高2,600億円・営業利益130億円を達成する

(百万円)	中期経営計画				
	'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

# 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





# 中期経営計画 事業成長のための考え方（BF事業）

2025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

## ■ ブランド・ファッション事業領域拡大イメージ

### 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

### 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

2025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

2025年3月期決算説明資料再掲

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**

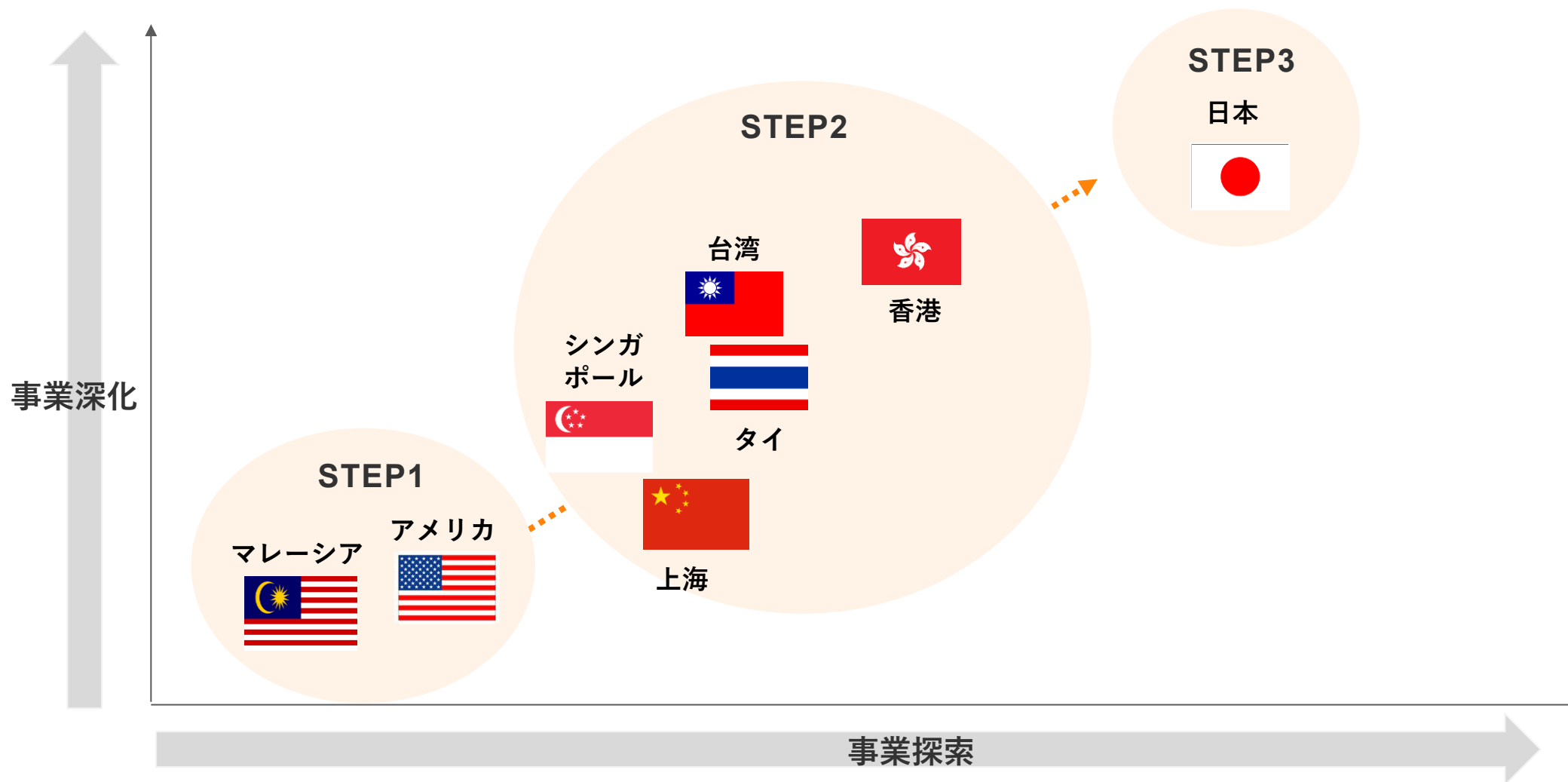


- ・ 海外事業の拡大
- ・ 各ブランドの成長

事業成長とともに、競争優位性はより強固なものに

# グローバル展開 エリアごとの事業フェーズ①

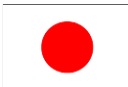







世界各国の状況を加味し、さらなる価値提供を行う事業深化と領域を広げる事業探索のバランスを都市ごとに検討



## 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※		66	15	5	4	2	2	
	EC		●	●	●	●	●	展開予定	
	個人買取		●	●	●	●	●	展開予定	●
	BtoB (仕入・販売)		●	●	●	●	●	●	●

※2025年6月末時点

グローバル展開 グループ28店舗（2025年6月末時点）

BF事業

「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 TOKYO Rodeo Drive		BRAND OFF TOKYO		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	14（1）	1	4（-1）	2	-	-	-
	合計	15		4	2	5	2	0

※1（ ）内は、2026年3月期第1四半期の増減 ※2 事務所で個人買取

2026年3月期の期初計画と取り組み **2026年3月期業績に影響する与件整理**

2025年3月期決算説明資料再掲

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<sup>※</sup>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月期の期初計画と取り組み 2026年3月期 主力商材の相場予測

2025年3月期決算説明資料再掲

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

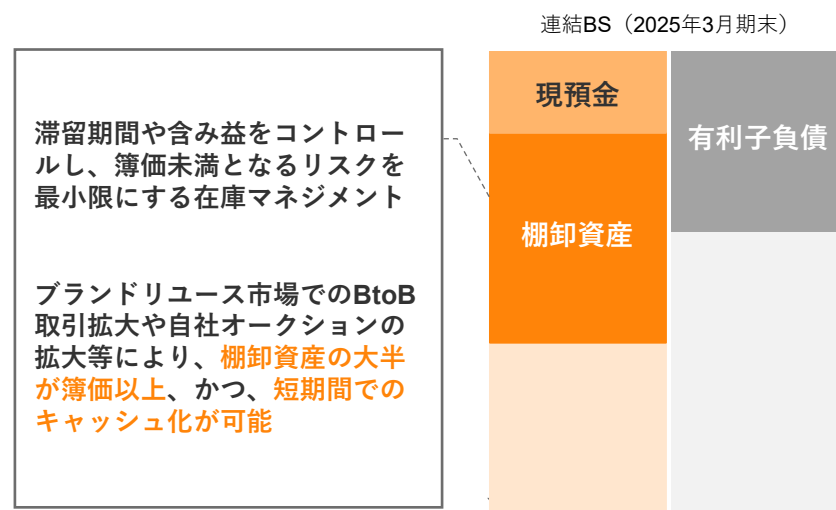
前期からのトレンドが続き、多少の季節性はあるものの、外部環境による大きな相場変動はなく、年式や状態により相場が形成される。  
一部の人気ラグジュアリーブランドやヴィンテージアイテムなど希少性の高いアイテムに関しては、取り扱い企業が増加傾向にあり、相場が上昇傾向となる見込み。

# 2026年3月期の期初計画と取り組み 資本政策の基本方針

2025年3月期決算説明資料再掲

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



現預金 + 棚卸資産 > 有利子負債

返済リスクは限定的

### 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

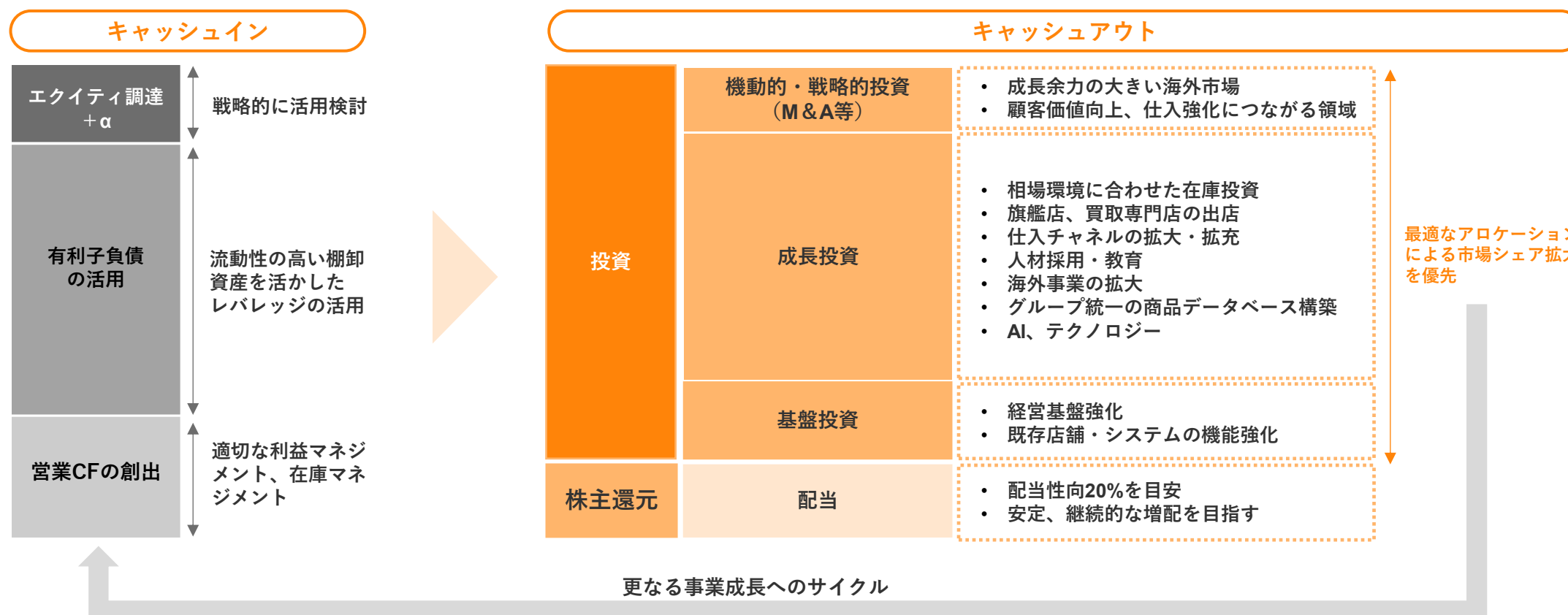


# 2026年3月期の期初計画と取り組み 経営資源の分配方針

2025年3月期決算説明資料再掲

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月期の期初計画と取り組み 2026年3月期の注力ポイント

2025年3月期決算説明資料再掲

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）：12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7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オープン/約747㎡)



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

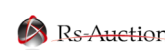


#### ●EC

- ・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

## 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 財務企画部 IRG**

**TEL：052-249-5366**

**Email：ir@komehyo.co.jp**