

2023年3月期第1四半期 決算補足説明資料

2022年8月12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）

コーポレート本部 I R・広報部

T E L （052） 249-5366

目 次

1. 2023年3月期第1四半期 業績
2. 2023年3月期第1四半期 取り組み
3. 参考資料

目次

1. 2023年3月期第1四半期 業績

2. 2023年3月期第1四半期 取り組み

3. 参考資料

2023年3月期第1四半期 決算サマリー

【ブランド・ファッション事業】

- ・売上高前年同期比134.0%、営業利益同154.5%で増収増益。営業利益率は同0.5pt増加
- ・出店、買取イベント等により個人買取が過去最高。買取専門店11店舗(うちFC 3店舗)出店
- ・個人買取の好調に伴い、法人販売も好調に推移 (p.23参照)

【タイヤ・ホイール事業】

- ・売上高前年同期比109.6%の増収増益、2013年3月期以来の第1四半期 営業黒字を達成。
- ・クラフトの50周年企画が好調。新規カスタムユーザーの獲得に伴い、客単価増
- ・4×4エンジニアリングサービスの新製品が好調



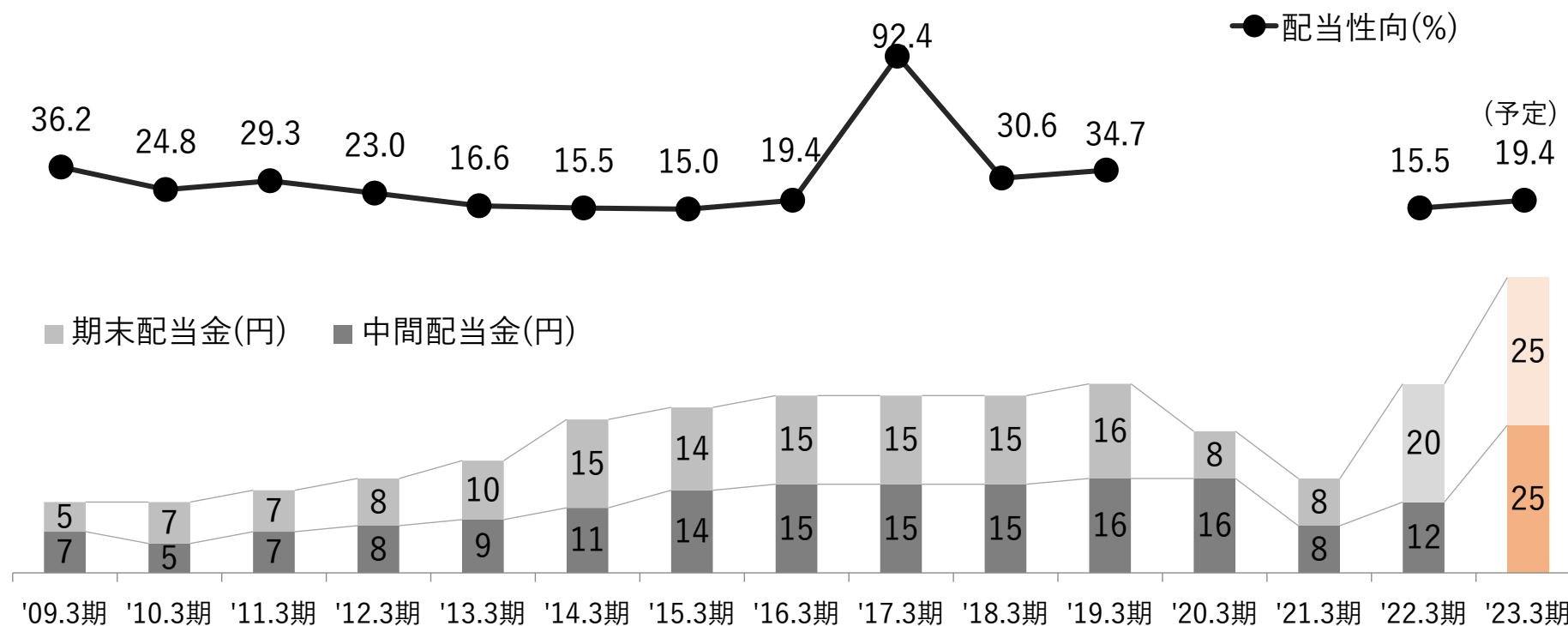
2023年3月期 第2四半期（累計）及び通期業績予想の修正

個人買取が好調に推移し、在庫が潤沢に確保できたことから当初の計画を上回って売上高が推移
また、効率重視の広告宣伝等により経費を抑制できたことから、各利益を増額

	(百万円)	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	1株当たり 当期純利益
第2 四半期 (累計)	前回発表予想	35,500	1,160	1,020	700	63.89
	今回修正予想	38,500	1,550	1,430	1,000	91.27
	増減額	3,000	390	410	300	—
	増減率	8.5%	33.6%	40.2%	42.9%	—
通期	前回発表予想	78,000	3,780	3,780	2,450	223.61
	今回修正予想	82,500	4,350	4,350	2,830	258.30
	増減額	4,500	570	570	380	—
	増減率	5.8%	15.1%	15.1%	15.5%	—

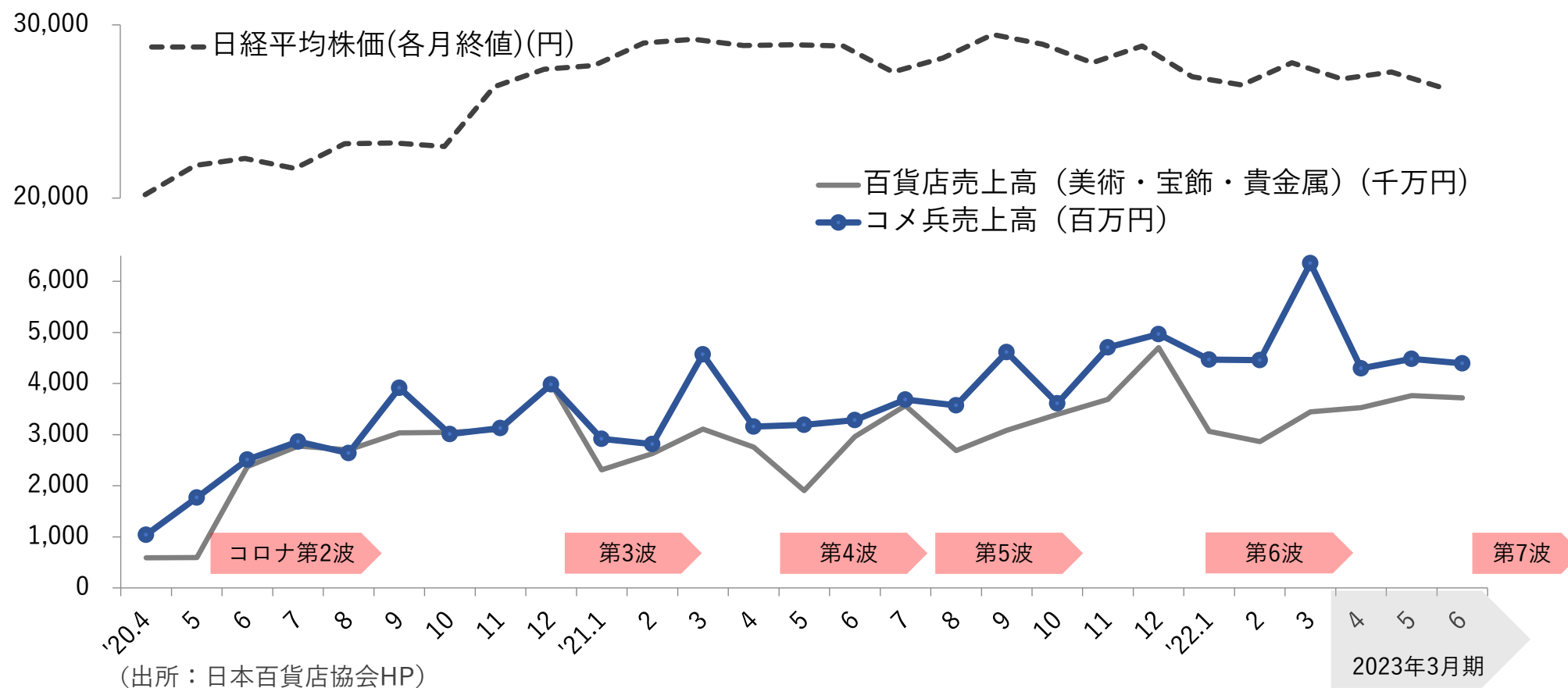
株主還元

2023年3月期の利益予測水準等を勘案し、年間配当金を44円から50円に増配修正
収益やキャッシュフローの状況に応じて、安定的な増配を目指す



景気動向

コメ兵の売上高はコロナ禍でも影響を受けにくくなっており、高額品需要が堅調

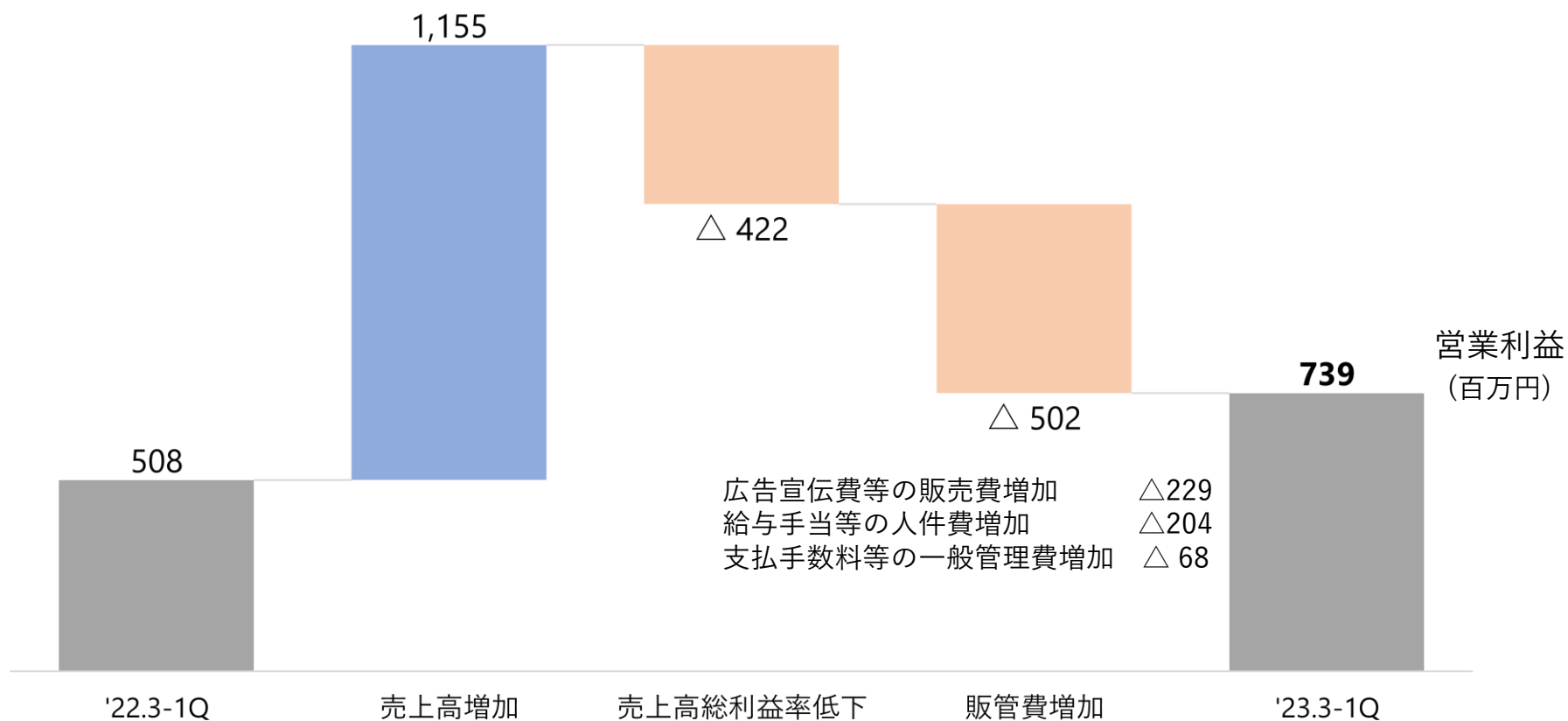


損益計算書の概況

(百万円)	‘21.3-1Q	‘22.3-1Q	‘23.3-1Q	前年同期増減	前年同期比
売上高	7,861	14,162	18,753	4,591	132.4%
売上総利益	1,888	3,985	4,717	732	118.4%
売上総利益率	24.0%	28.1%	25.2%	△2.9pt	—
販売費及び一般管理費	2,748	3,476	3,978	502	114.4%
営業利益	△860	508	739	230	145.3%
営業利益率	—	3.6%	3.9%	+0.3pt	—
経常利益	△937	515	760	244	147.4%
親会社株主に帰属する四半期純利益	△1,229	337	519	182	154.0%

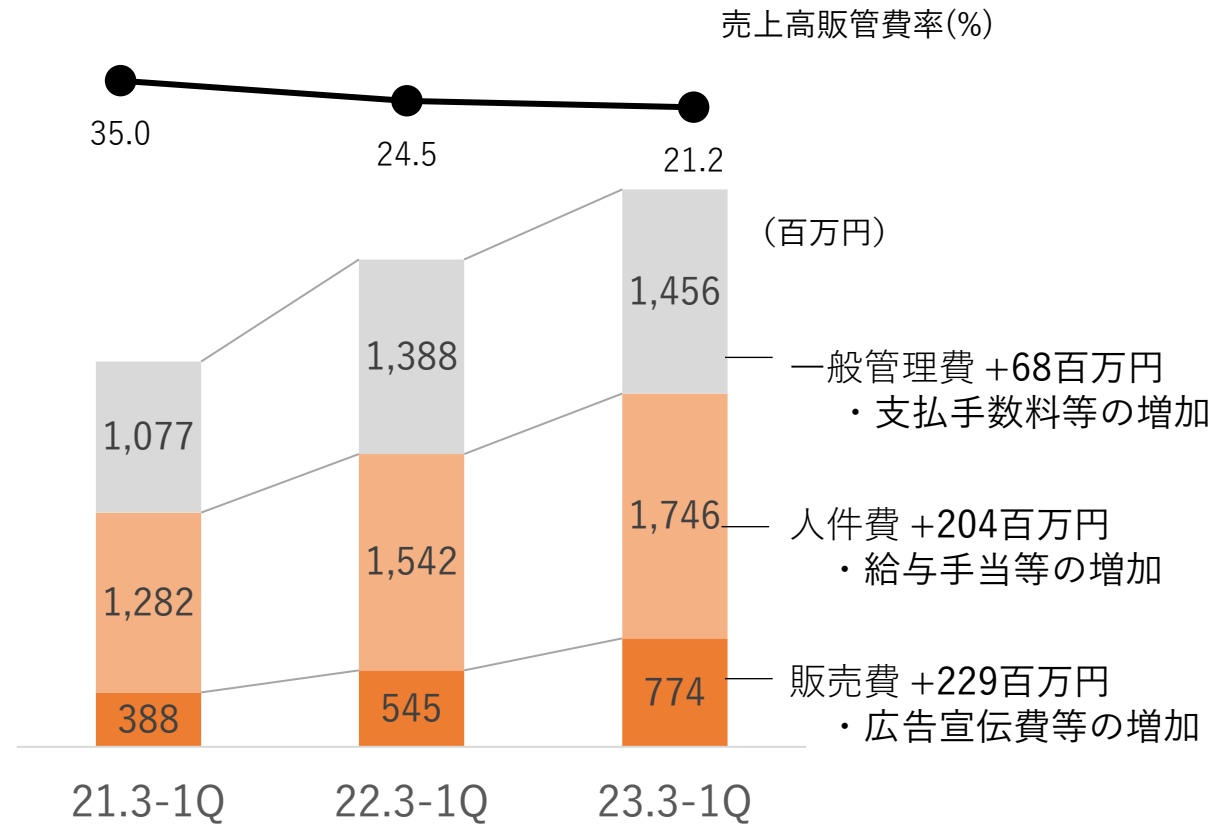
営業利益 増減要因

個人買取が好調に推移し売上高が増加、経費コントロール等により営業利益は大幅増益

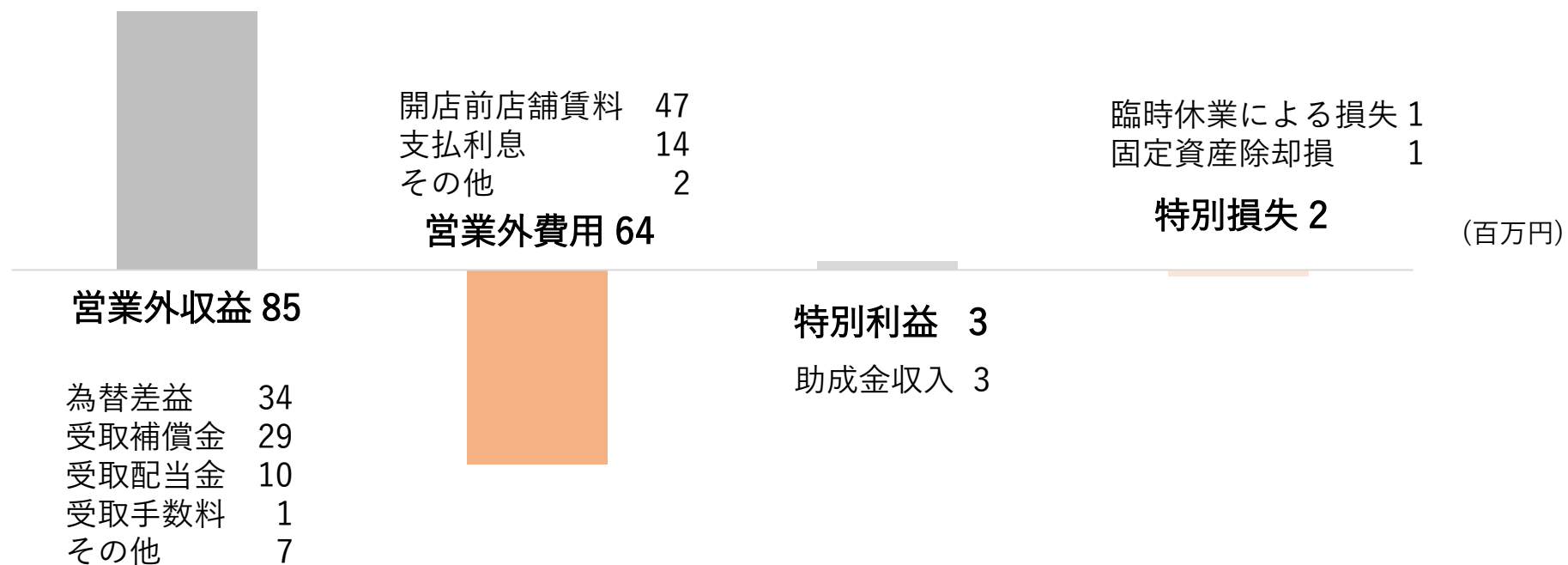


販売費及び一般管理費の推移

効率重視の広告宣伝等により、販売費及び一般管理費比率低下



営業外損益/特別損益



連結 貸借対照表の概況

(百万円)	‘22.3-4Q	‘23.3-1Q	増 減
流動資産	29,453	33,311	+ 3,857
現金及び預金	9,080	9,946	+ 866
棚卸資産	15,308	18,208	+2,900
その他	5,065	5,155	+89
固定資産	10,213	10,947	+733
総資産	39,667	44,258	+ 4,591
負債	18,966	23,057	+ 4,090
有利子負債	13,519	18,486	+ 4,966
その他	5,446	4,571	△875
純資産	20,700	21,201	+ 500
負債・純資産合計	39,667	44,258	+ 4,591

→個人買取好調により、手元現金を増加

→個人買取好調により、商品が増加

→手元現金・商品の増加により借入金増加

→利益剰余金の増加等

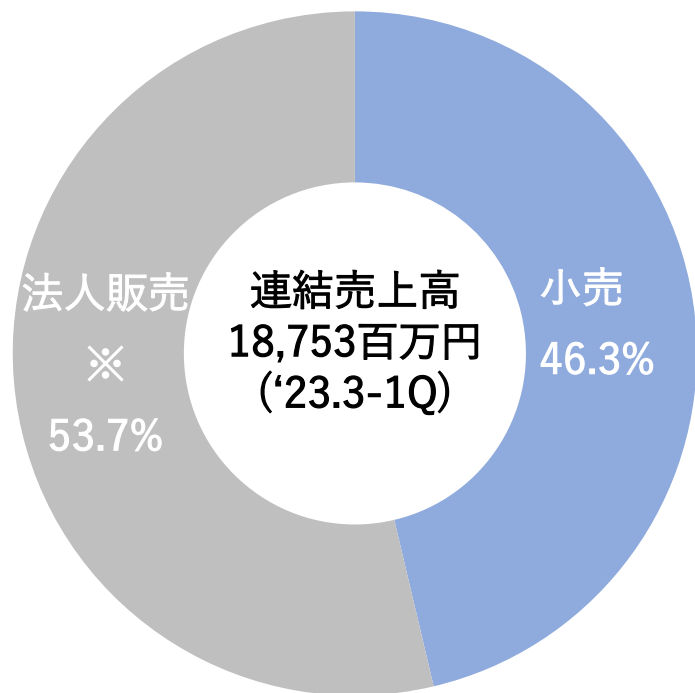
事業セグメント別の概況

ブランド・ファッション事業は、個人買取及び法人向けオークションが好調
タイヤ・ホイール事業は、用品販売が好調。両事業ともに増収増益

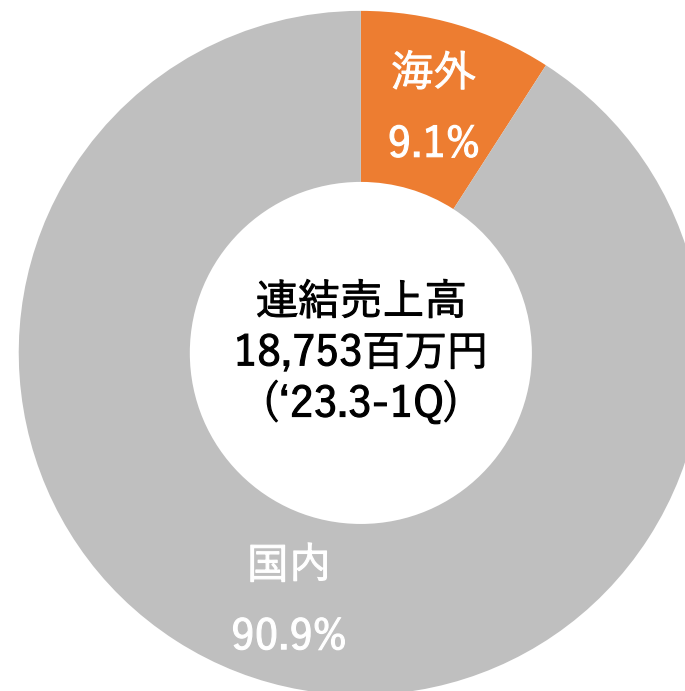
	(百万円)	'21.3-1Q	'22.3-1Q	'23.3-1Q	前年同期増減※	前年同期比※
ブランド・ ファッション	売上高	7,137	13,277	17,794	4,517	134.0%
	営業利益又は 営業損失(△)	△823	472	730	257	154.5%
	営業利益率	—	3.6%	4.1%	—	—
タイヤ・ ホイール	売上高	711	864	947	83	109.6%
	営業利益又は 営業損失(△)	△33	△20	2	23	—
	営業利益率	—	—	0.3%	—	—
不動産賃貸	売上高	16	84	71	△12	84.9%
	営業利益又は 営業損失(△)	△3	25	21	△3	86.5%
	営業利益率	—	29.8%	30.3%	—	—

連結 売上高の内訳（小売・海外）

買取好調と在庫鮮度維持のため法人販売が先行するも、小売りも堅調に推移し5割弱を維持。
国内営業の好調と上海ロックダウン等により、海外構成比は一時的に低下



※「法人販売」にはオークション手数料が含まれております。

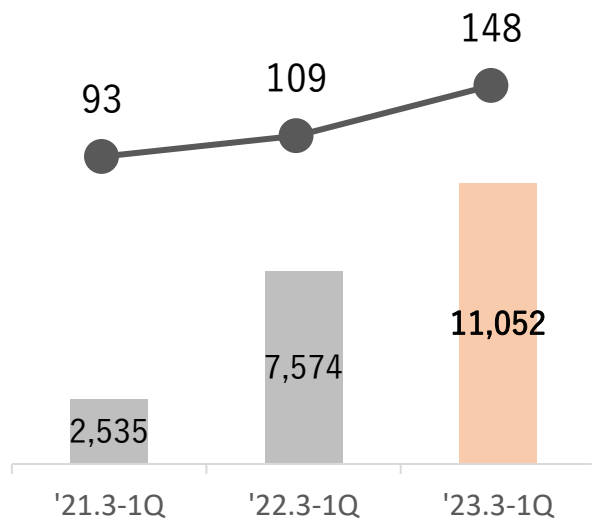


※「海外」は、海外グループ会社の売上高です。
また、国内の免税販売等は含まれておりません。

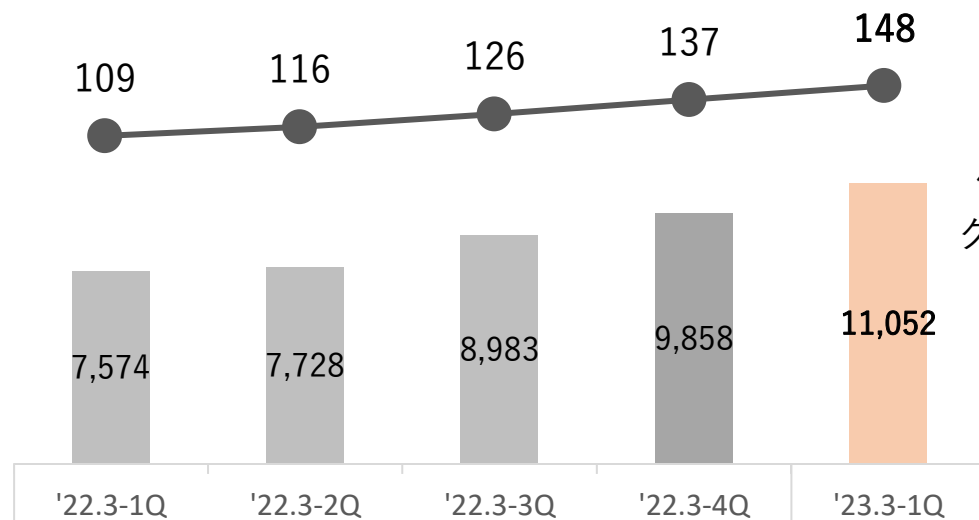
個人買取額（グループ合計）

KOMEHYOの買取専門店出店・イベント買取「KAITORI GO」開催とお客様お一人当たりの買取金額の上昇等により個人買取が過去最高。特に金製品の買取額が大幅に増加

● グループ店舗数



直近3か年の同期比



四半期の推移

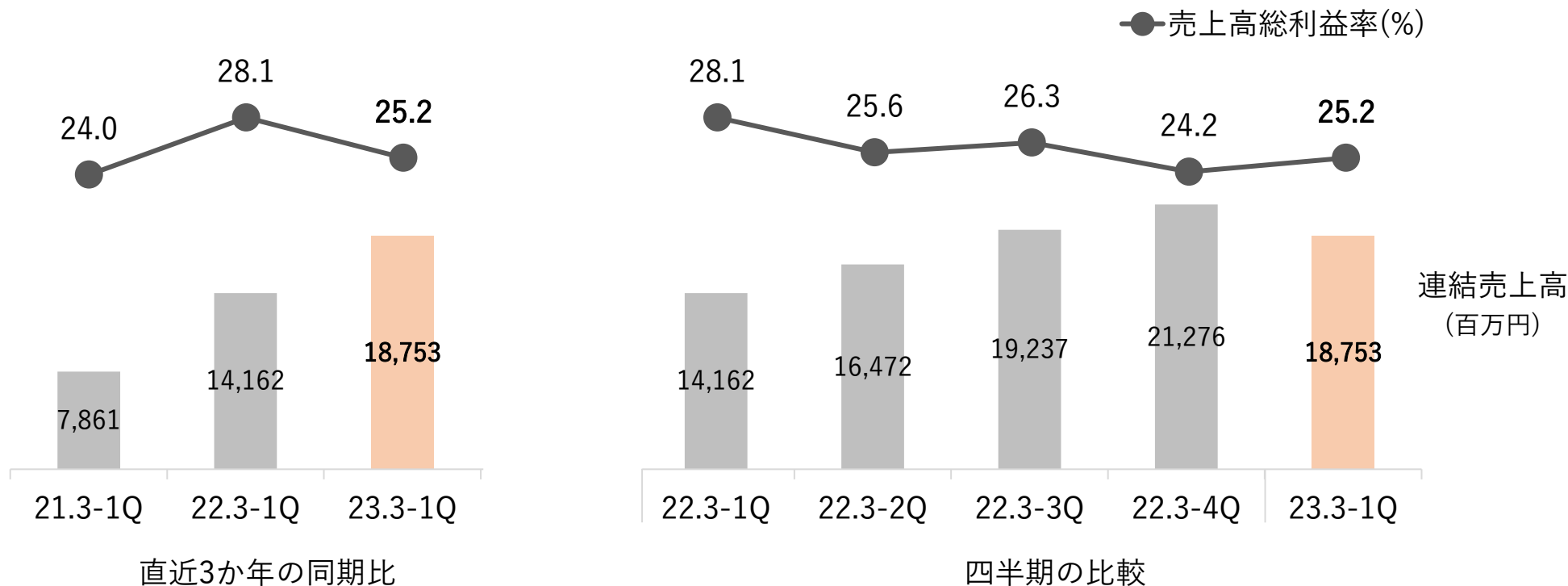
個人買取額
グループ合計
(百万円)

※個人買取額は以下の経路により個人のお客様から買取した金額です。

・店舗買取 ・出張買取 ・イベント買取 ・宅配買取

連結売上高と売上高総利益率の推移

前期第4Qからの金相場高騰等により、売上高総利益率の低位な法人販売が大幅に増加

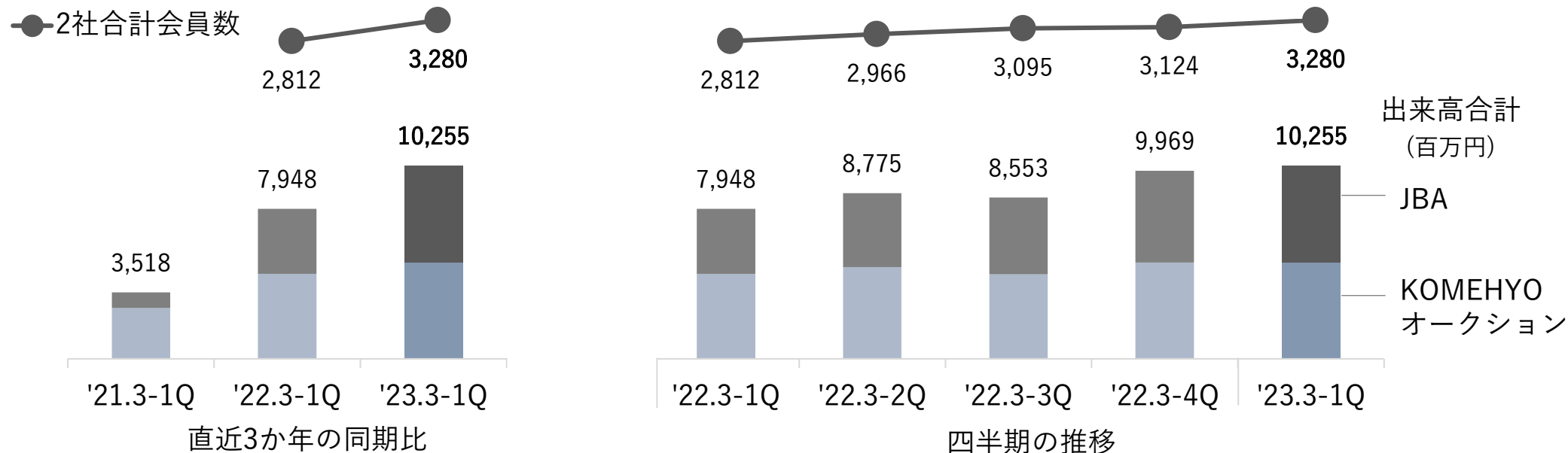


売上高利益率の傾向

- ・ 年末商戦で小売構成比が高まる第3四半期は、上昇しやすい傾向
- ・ 9月と3月は在庫の見直しをおこなうため、第2四半期と第4四半期は下降する傾向
- ・ 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

法人向けオークションの出来高

会員企業数の増加等により、JBAオークション（特に金沢でのリアルオークション）が引き続き好調。法人オークションの合計出来高は前年同期比129%

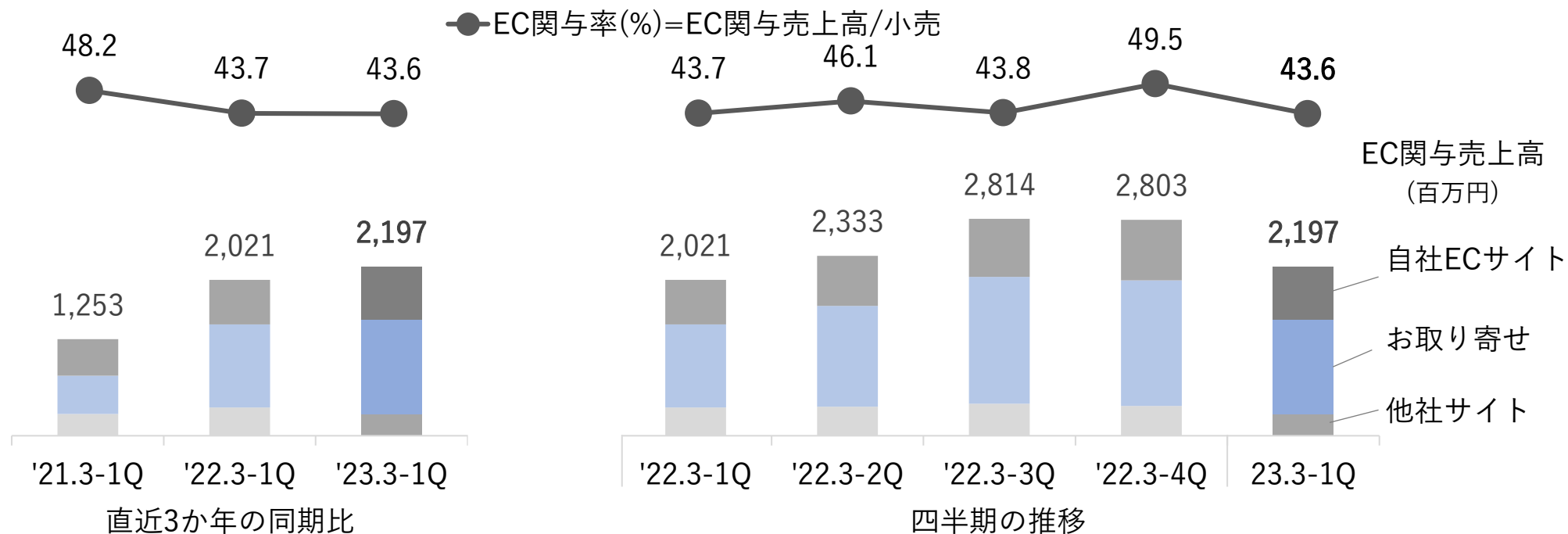


※ 株式会社KOMEHYOオークション：オンライン入札

※ 株式会社K-ブランドオフ： ジャパンブランドオークション(JBA)東京ーリアル入札
ジャパンブランドオークション(JBA)金沢ーリアル手競り
JBAライブネットオークションーオンライン入札

EC関与売上高（KOMEHYO）

新型コロナの感染状況は落ち着きつつある中、ECを介するお買物習慣は定着
他社サイトの掲載数をコントロールし、広告費用対効果の高い自社ECサイト(KOMEHYO ONLINE)に注力










※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店舗で実際に商品を確認してから購入
他社サイト：他社が運営する通販サイトに出店しているKOMEHYOで購入

目次

1. 2023年3月期第1四半期 業績
2. 2023年3月期第1四半期 取り組み
3. 参考資料

店舗展開：グループ全店148店舗（2022年6月現在）

	ブランド・ファッション事業					タイヤ・ホイール事業	
	 KOMEHYO	 LINKSMILE by KOMEHYO USED MARKET by KOMEHYO	 BRAND OFF T O K Y O	 Shellman Since 1971	 WORM	 Craft SINCE 1972 KOMEHYO GROUP	 U-ICHIBAN
旗 艦 店	5	—	2	1	—	—	—
販 売 店	—	2	—	6	2	—	—
買取併設店	12	6	2	—	—	10	4
買取専門店	67 (8)	—	8	—	—	—	—
FC買取専門店	—	—	5 (3)	—	—	—	—
海 外	5	—	11	—	—	—	—
合 計	89	8	28	7	2	10	4



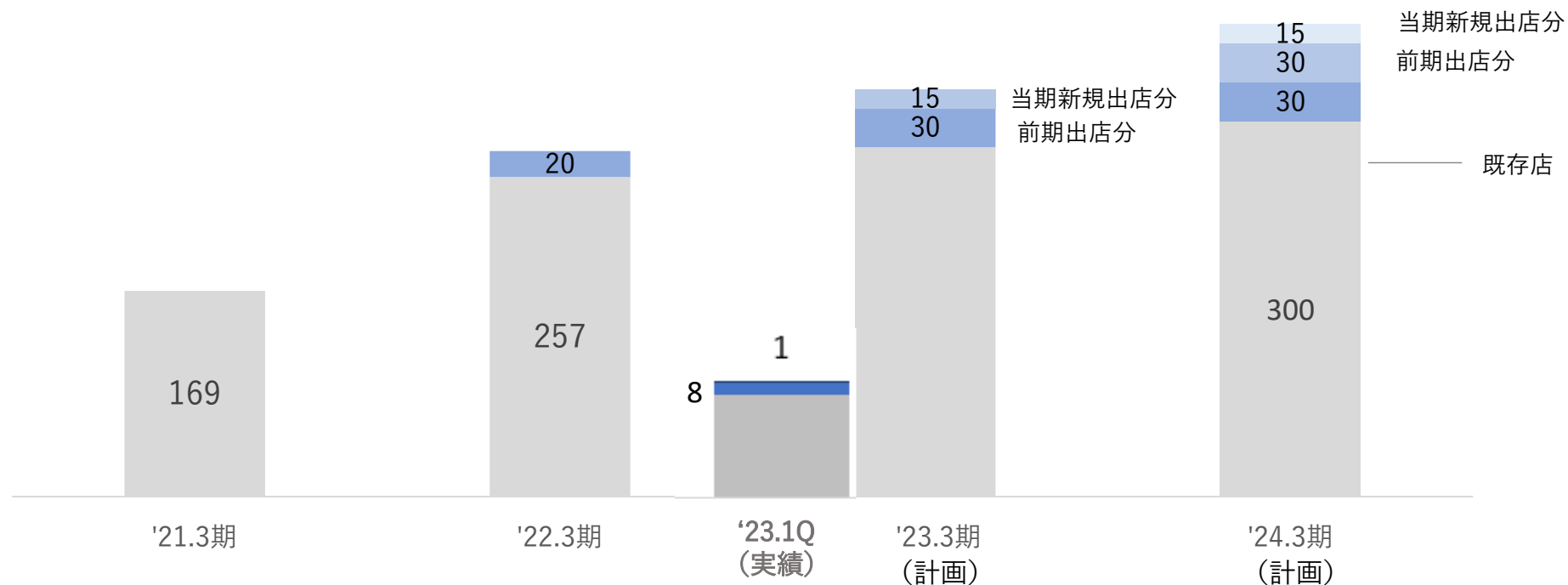
※()は、第1四半期での増加数

買取専門店の出店効果（KOMEHYO）

前期よりお客様の生活導線上に1年間で30店舗以上、3年間で100店舗の買取専門店を出店
1店舗で個人買取額年間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

個人買取額推移イメージ

(億円)



買取強化の取り組み（KOMEHYO）

買取専門家を8店舗出店

インショップを中心に、関東～九州の広域に出店

パルコヤ上野（東京都）／ペリエ千葉（千葉県）／コレットマーレ（神奈川県）／
ルビットタウン刈谷（愛知県）／高槻阪急（大阪府）／神戸岡本（兵庫県）／
MARK IS ももち（福岡県）／イオンモール筑紫野（福岡県）



買取イベントを33回開催

- 生活者の生活導線上にある“安心できる”“いつもの”“近くの”場所と考えられる商業施設や百貨店で、買取イベントを開催
- イベントを契機に常設店舗の出店につながることも



買取強化の取り組み（BRAND OFF）

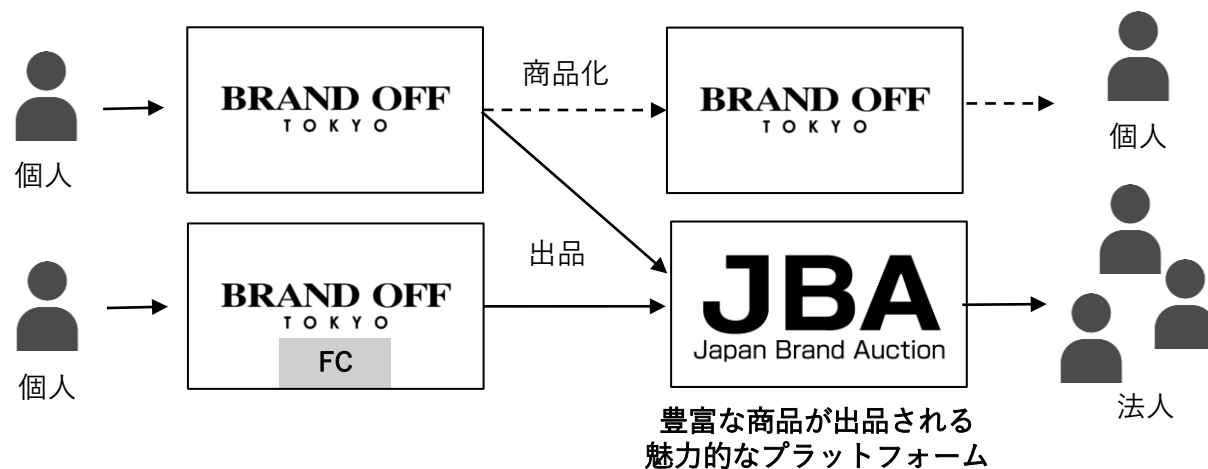
前期からの3年間で100店舗のFC買取専門店を出店予定。今期は20店舗以上の出店を目指す。
FC買取専門店で仕入れた商品は、自社オークション（JBA）に出品され出来高増に貢献

FC買取専門店を3店舗出店

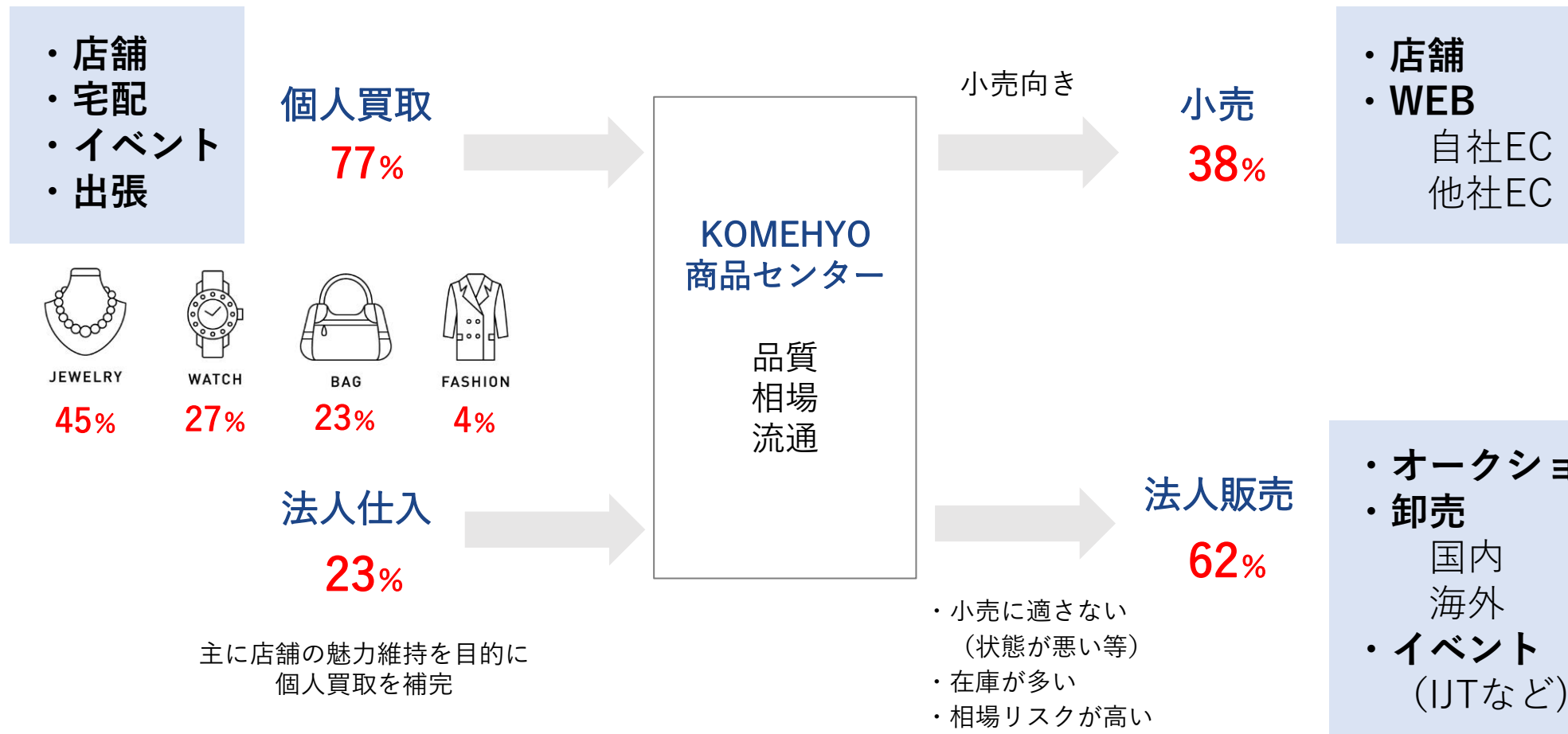
五反田TOCビル店（東京都） / 横浜元町店（神奈川県） / 地下鉄なんば駅前店（大阪府）



買取拠点を増やし、オークションへの出品量拡大に寄与



商品の振り分け（'23.3-1Q KOMEHYO）



OMO強化を継続（KOMEHYO）

スマホ接客

全国287人のスタッフが接客専用スマートフォンを所持し、お客様と直接デジタル上でコミュニケーション。購入後のフォローや顧客ニーズをデータ化し、入荷連絡等をおこなうなど、1 to 1のより深いコミュニケーションが可能に。

実績

コミュニケーションの取れる顧客数	前年同期比	1.3 倍
上記の顧客様の売上件数	同	1.5 倍
上記の顧客様の買取件数	同	1.5 倍



ライブコマース

中国人インフルエンサーがSNS上でライブコマースを運営する拠点を開設。これによりライブコマースの実施頻度が増加。ライブコマース用在庫を扱い、法人販売の収益性向上を目指している。

実績

売上高	前年同期比	1.3 倍
-----	-------	-------



コンタクトセンター

2020年8月よりECの一機能としてコンタクトセンターを設置。電話やチャットでのコミュニケーションで、商品問い合わせ、操作方法などに対応。

非対面でも安心して購入でき、お客様のほしい情報がスムーズに得られる便利なお買物環境を追求。

実績

チャット件数	前年同期比	1.2 倍
電話注文件数	同	1.5 倍
コンタクトセンターを経由した客単価	純通販の	2.4 倍



AIによる真贋・型番判定

KOMEHYOの全買取専門店、K-ブランドオフの全FC買取専門店、当社グループへ導入済み。
買取イベントや海外店舗にも展開予定。偽物の流通排除やコメ兵HDグループの店舗展開には欠かせないテクノロジーに。



ブランドバッグ・財布・小物の真贋・型番を判定。エルメス、ルイ・ヴィトン、シャネル、グッチ、プラダに対応

買取センター
KOMEHYO
LINK SMILE
USED MARKET

お客様との
コミュニケーション向上
(CX強化)

鑑定士教育

鑑定士の育成時間短縮
(出店スピードUP)

FC買取専門店 BRAND OFF

オーナー様のサポート
(新規FC会員獲得優位性)

今後の展開予定

買取イベント



海外店舗

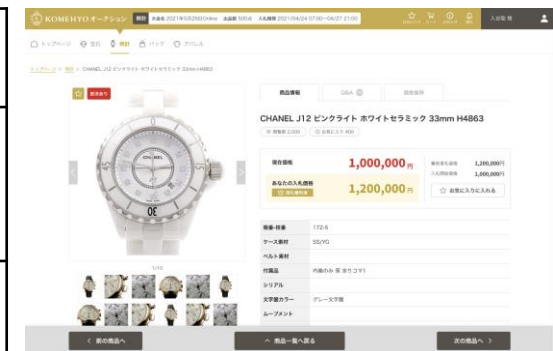
お客様とのコミュニケーション向上

グローバル展開・ノウハウ流出防止

法人向けオークション開催形式

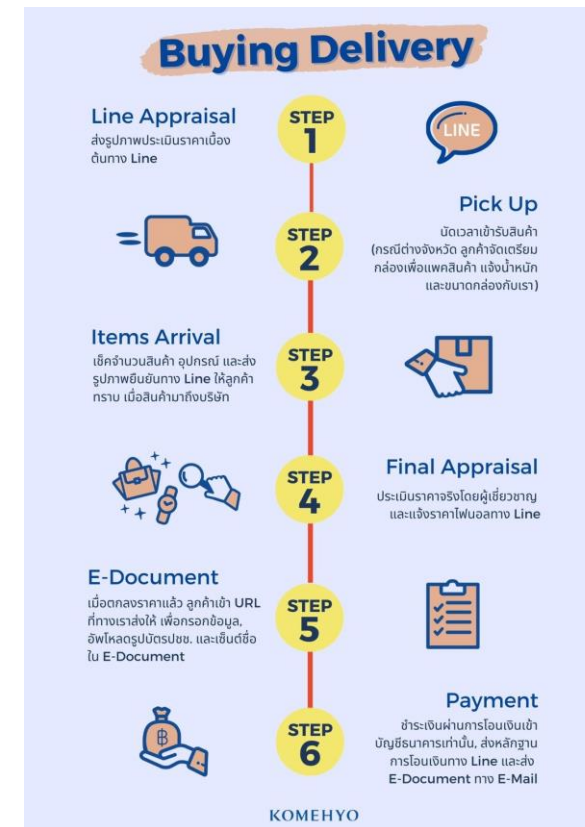
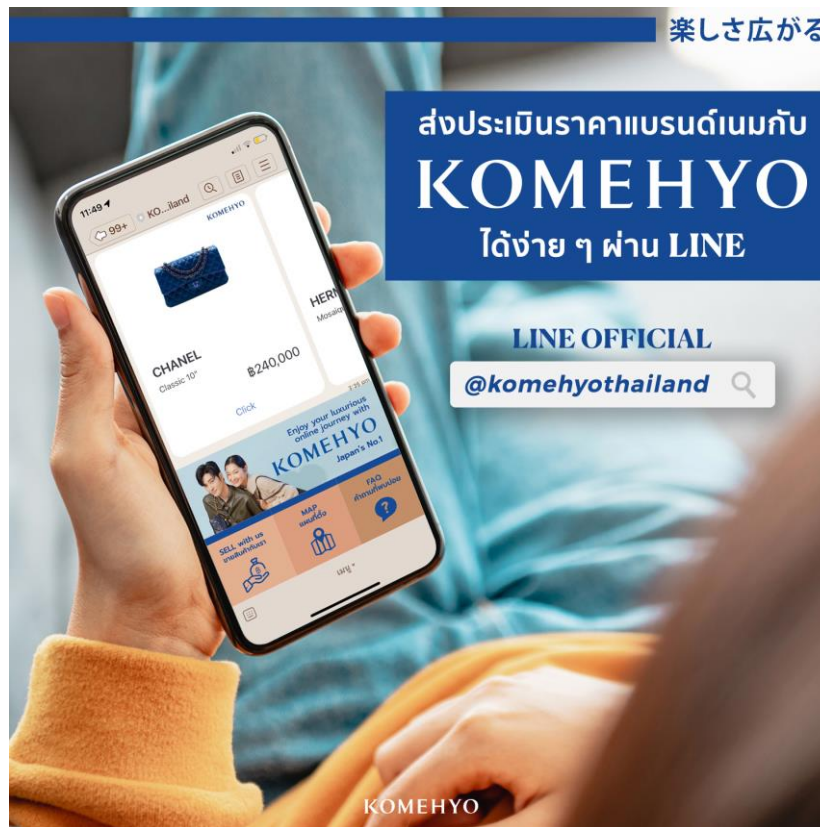
KOMEHYOオークションとJBAで、エリア・開催日・開催形式等を補完している

		開催形式
	宝石/時計/ バッグ	オンライン(競り上がり方式) 月2回
	アパレル	オンライン(競り上がり方式) 月1回
 (K-ブランドオフ)	JBA金沢	リアル月1回
	JBA東京	リアル(入札方式) 月1回
	JBAライブ ネット	オンライン (競り上がり方式) 毎週月・木



海外 (SAHA KOMEHYO(タイ))

非接触で利用できる買取サービスの強化を目的に、既存のお客様向けの宅配買取「Delivery Buying Service」を2022年5月から開始。LINEで申込みし、商品はシェアライド運搬サービスで店頭へ配送される。



タイヤ・ホイール事業

2013年3月期以来の第1四半期 営業黒字化を達成

クラフト

50周年企画でカスタムユーザー向けのホイール、用品を増加。集客につながり、客単価上昇



オートパーツジャパン

- ・ オンラインで冬アイテムの通期販売を強化し、売上が増加
- ・ 自動洗浄機を導入し、中古商品のささげ業務を効率化



4×4エンジニアリングサービス

- ・ SNS経由で海外在住の新規ユーザーとの取引が増加
- ・ リアルイベントへの積極的な参加により受注獲得
- ・ 新作デリカD5などのカントリーサスペンションが好調



目次

1. 2023年3月期第1四半期 業績
2. 2023年3月期第1四半期 取り組み
3. 参考資料

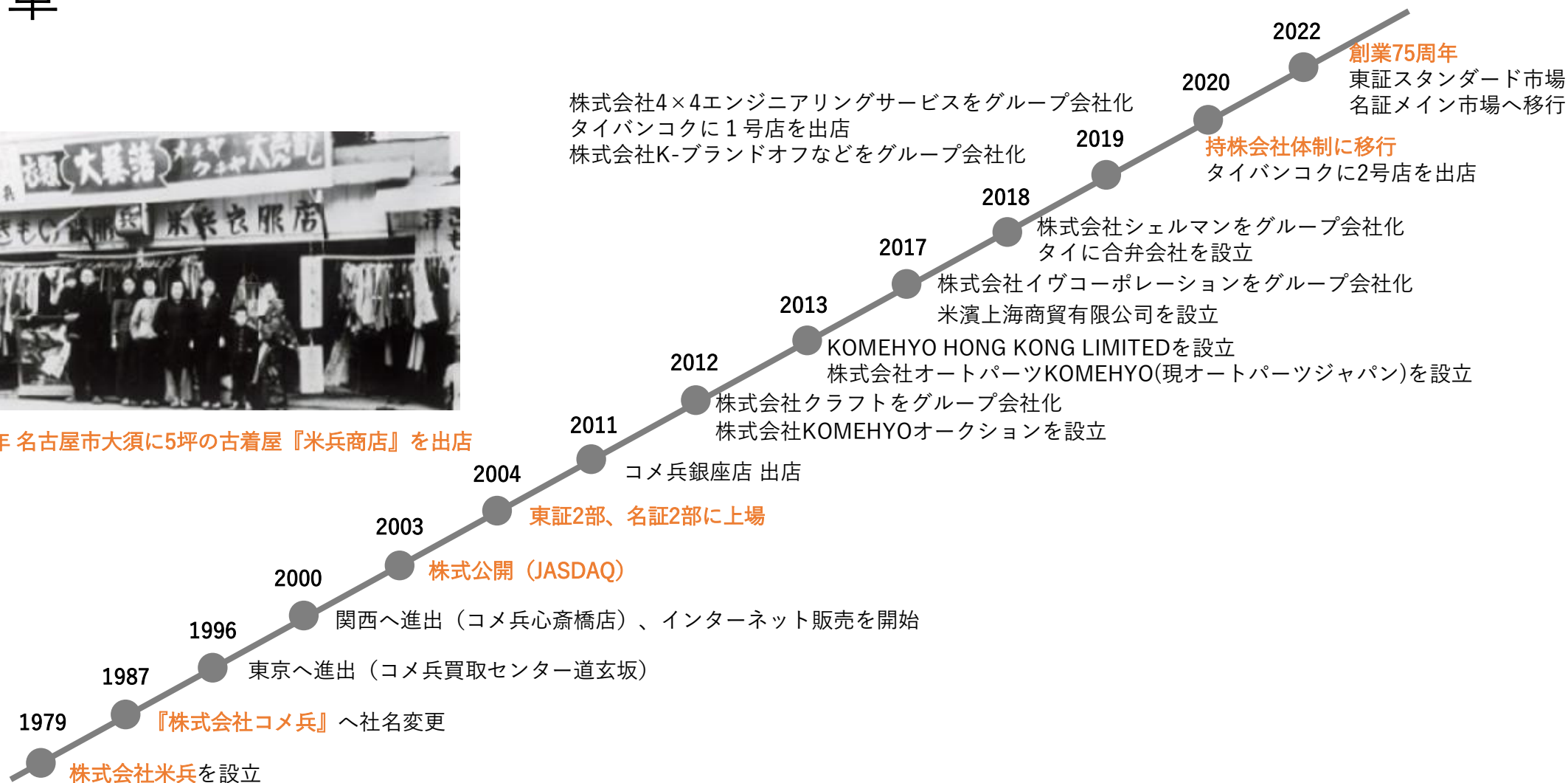
会社概要

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：987名 単体：11名（2022年6月現在）
事業内容	ブランド・ファッション事業とタイヤ・ホイール事業等をおこなう グループの経営計画・事業推進サポート・管理など
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）

沿革



1947年 名古屋市大須に5坪の古着屋『米兵商店』を出店



グループのミッション

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。

存在意義
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。

目指す姿
VISION

リレーユースを「思想」から「文化」にする。

価値観
VALUE

聴くことで受けとめる
自ら動く

話すことを大切にする
変えることを恐れない

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。

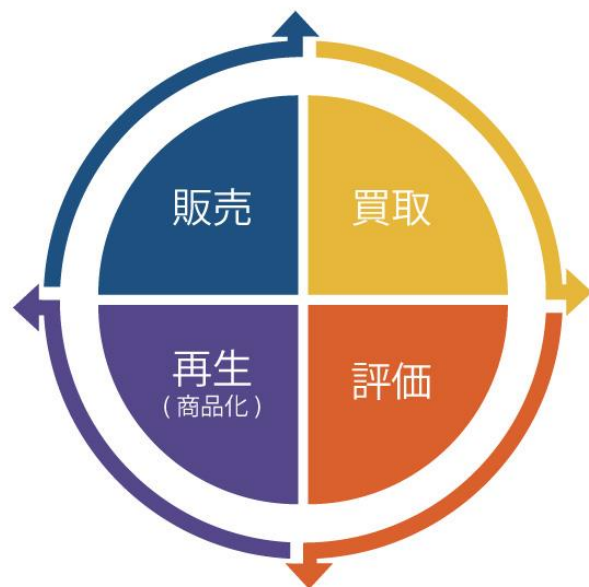
『リレーユース』は、リユースでありながら単にモノの価値をダウンサイクルするのではなく、価値を高めるアップサイクルで伝承していくことが目的です。

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。



グループのマテリアリティ（重要課題）

『リレーユース』による価値の循環を実現するため「買取」「販売」「評価」「再生」の4項目に取り組み、「リユースの促進・成長」と「中古品の価値向上」の両立を目指す



Value Chain for RELAY USE

買取 リユースを社会の当たり前にする

販売 リユース市場のさらなる発展

評価 公正なサステナビリティの追求

再生 独自の技術力で価値を再生する

リユースの促進・成長

中古品の価値向上

リユースによって価値が循環するバリューチェーン

リユース市場のさらなる発展

新品、未使用品、リユース品といったものの多様性を活かし、良質なアイテムを提案し、リユース市場の発展に貢献

- リアル＆デジタルコミュニケーションによるお客様との信頼関係構築
- BtoBオークションを通じたリユース市場の活性化
- Only Oneの価値をご提供
- 海外へのリユース文化伝承、高品質な中古品を世界へ
- 環境配慮型ショッピングバッグの導入
- 国内外のリユース顧客層の拡大



独自の技術力で価値を再生する

モノ本来の価値を理解し、社内で永年蓄積されたノウハウを活かして新しい価値を創り出す。

- 個性的で魅力のある商品の製造、発見
- ネクストヴィンテージ、ヴィンテージ、アンティーク
- ファッションアイテム、バッグ類、時計、宝石の修理
- 「世界の良質をつなぐ」商品編集
- 商品知識の向上
- 国内の商品品質基準を海外でも実現



リユースを社会の当たり前にする

「使わない→売る」を当たり前にする。大量生産・大量消費の社会構造から脱却するための教育推進と機会創出。

- モノをつなぐことが新たな価値を生み、幸せにつながる取り組み
- KAITORI GOの推進強化（異業種協業による機会創出）
- エンゲージメント強化
- 人から人へ、モノをつなぐ文化を日本から世界へ
- 気軽に、安心して買取りが利用できる環境づくり
- 関係省庁、関連団体との連携



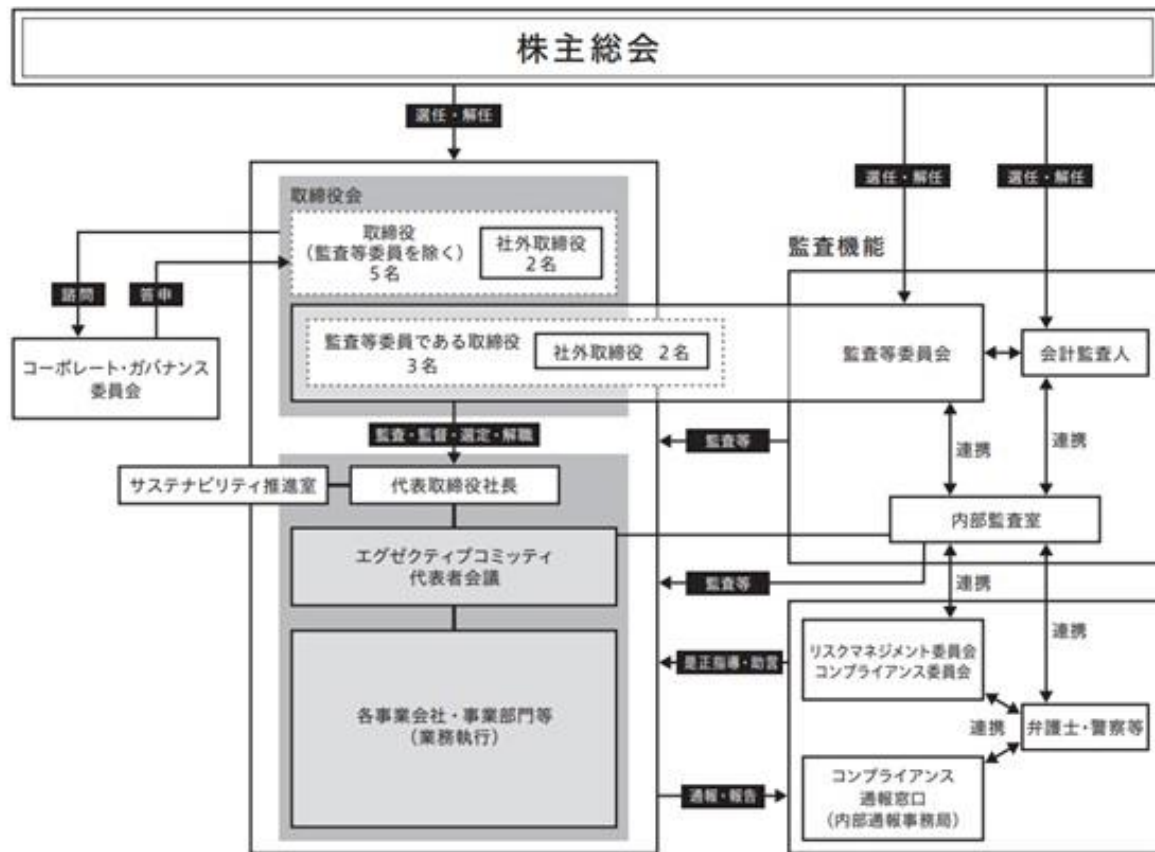
公正なサステナビリティの追求

コメ兵ホールディングスグループの「価値を見極める技術」で、誰もが安心できる健全なリユース市場を創る。

- リユーステックの推進（AIによる真贋、型番判定）
- リユース市場からの偽物排除
- パートナーとの連携（取引先様、FCオーナー様、オークション会員様）
- 誠実な買取価格と販売価格を実現するための努力
- 押し買い等、リユースに関する被害を生まないための啓蒙活動
- 独自カリキュラムによる目利き人材の育成



コーポレート・ガバナンス体制



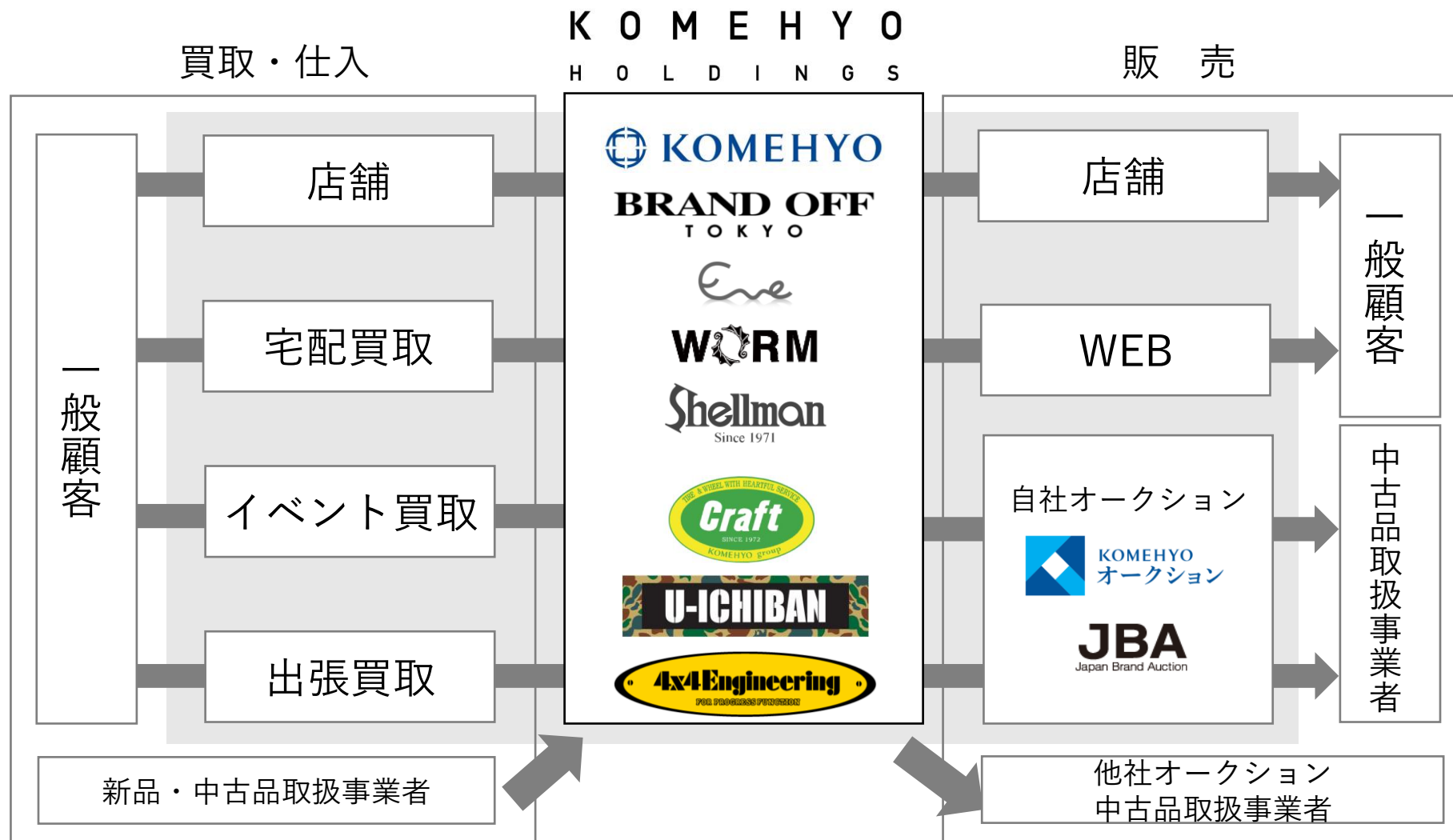
当社グループは、株主様はもちろんのこと、従業員、顧客、取引先、債権者、地域社会等大きな影響や利害関係を持つ方々の利益を尊重した経営に徹するべく、経営の効率性、業績の向上及びコンプライアンスの重視を主体としたコーポレート・ガバナンスの強化を経営上の最重要課題として取り組んでおります。

役員体制



氏名		石原 卓児	沢田 登志雄	山内 祐也	平内 優	中原 義子	鳥田 一利	皆見 幸	村瀬 桃子
役職		代表取締役社長	常務取締役	取締役	社外取締役	社外取締役	取締役監査等委員	社外取締役監査等委員	社外取締役監査等委員
スキルマトリクス	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			○	○				
	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					○	○	○	○
	ESG・サステナブル	○				○			
資格等		MBA			中小企業診断士			公認会計士・税理士	弁護士

事業系統図



中期経営目標(2025年3月期まで)

(百万円)	‘23.3期 ※1		‘24.3期 ※2	‘25.3期 ※2
	上期	通期	通期	通期
売上高	38,500	82,500	85,000	100,000
営業利益	1,550	4,350	4,400	5,500
営業利益率	4.0%	5.3%	5.2%	5.5%
経常利益	1,430	4,350	4,400	5,500
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,000	2,830	2,850	3,450

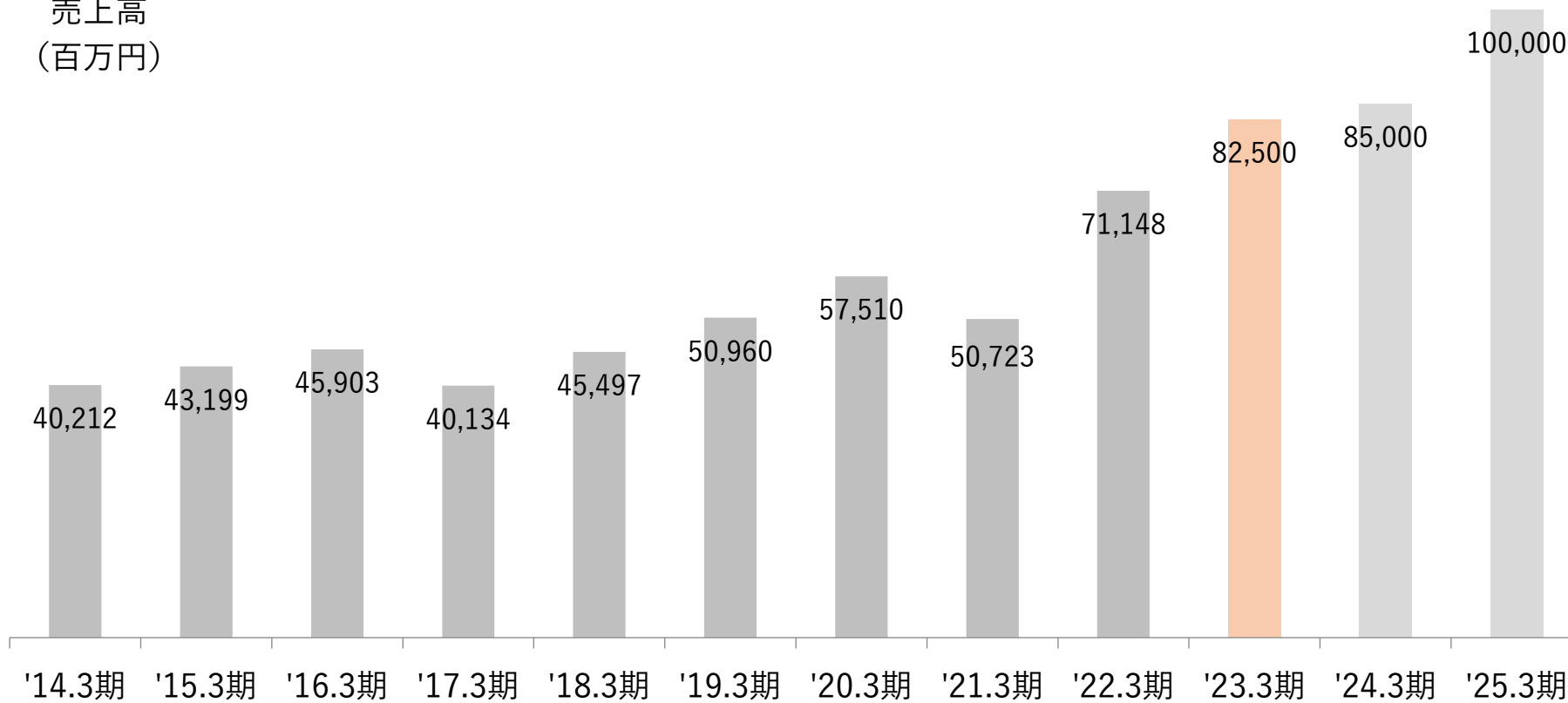
※1 22年8月8日に業績予想を修正

※2 24年5月にローリング予定

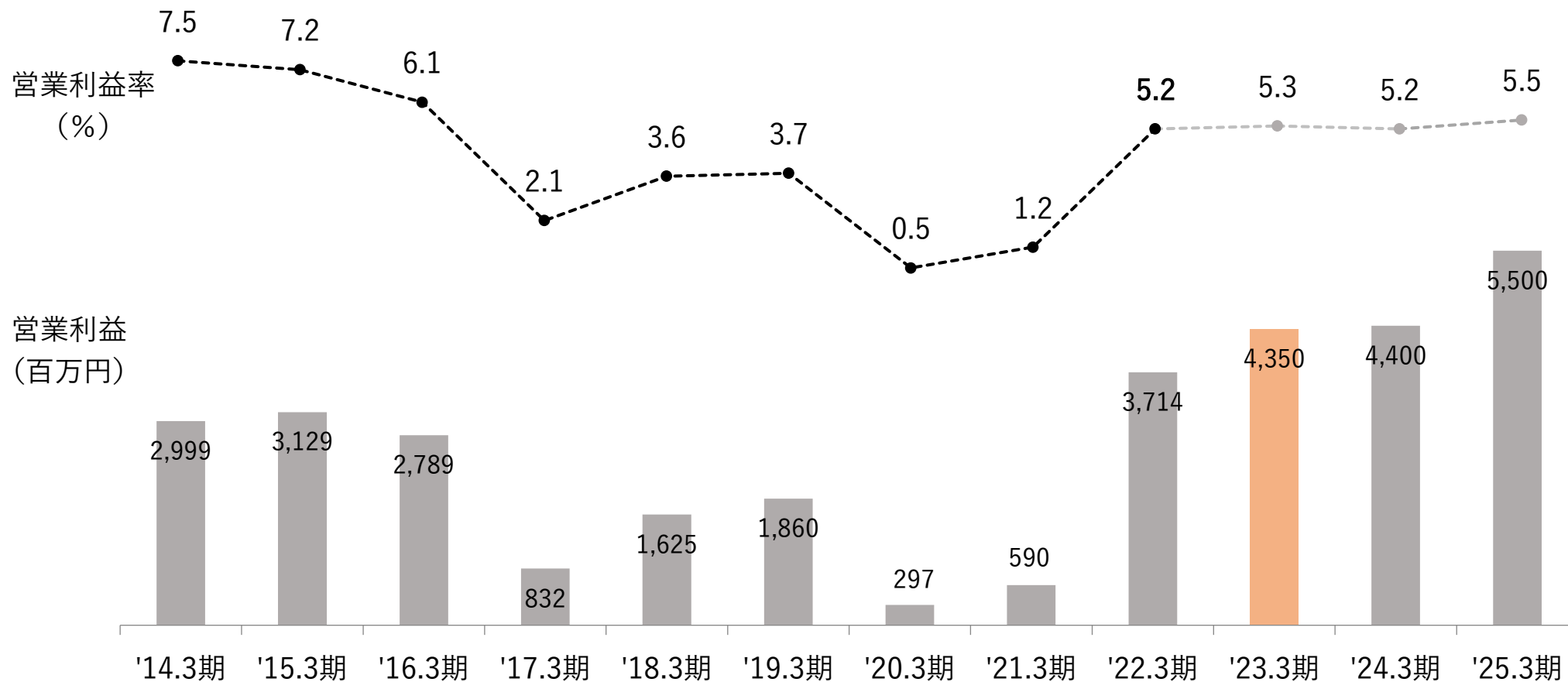
※3 ‘25年3月期にはインバウンド需要が戻ることで、小売の上積みが見込めると想定

売上高 計画：安定的な増収を目指す

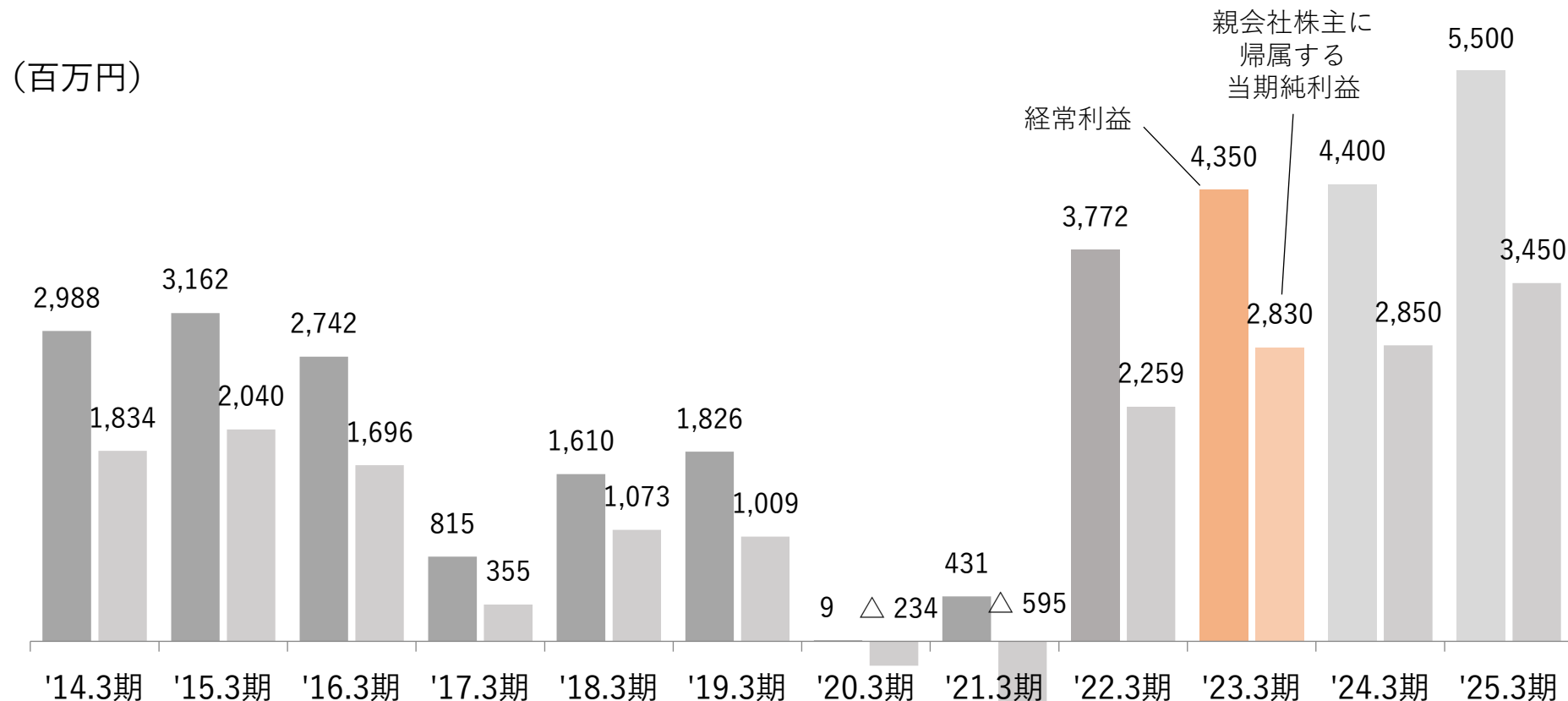
売上高
(百万円)



営業利益：安定的な増益を目指す



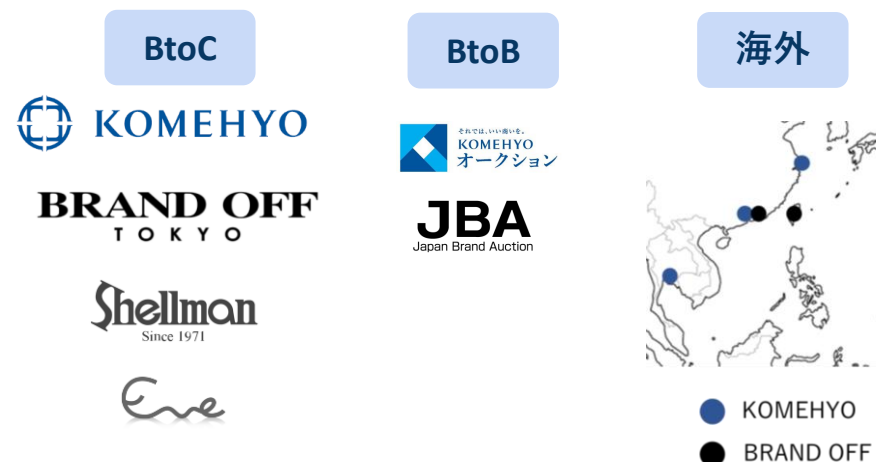
経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益



中期戦略：成長事業と人材開発への投資による継続的な事業拡大

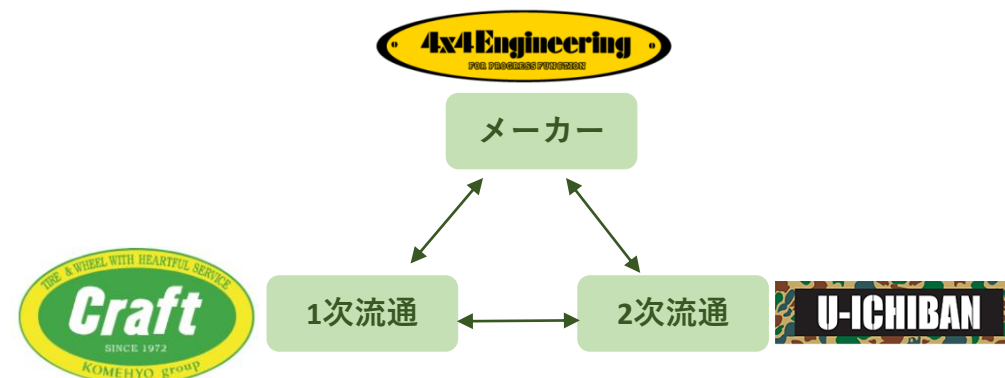
ブランド・ファッション事業

1. 従来からのコアビジネスでの成長
2. 中古品の流通に関与し、市場の活性化につなげるビジネスでの成長
3. 市場の成長に関与し、健全な市場の形成に寄与するビジネスでの成長



タイヤ・ホイール事業

1. 収益性の強化
2. 製品開発の強化
3. 親和性のあるビジネスやアイテムへのチャレンジ



ブランドリユース市場での成長イメージ



中期戦略 ブランド・ファッション事業

グループの資産を最大限活用し、リユース市場での影響力を拡大

1. 従来からの“コアビジネス”での成長

= 国内 =

- ・買取チャネルの増加（買取専門店出店の継続、アライアンスの強化）
- ・デジタルを活用したシームレスな顧客接点づくりと、店舗再編による顧客体験価値の向上
- ・アップサイクルによる中古品の価値向上

= 海外 =

- ・各拠点での新規出店等による買取・販売強化
- ・新規拠点の開発
- ・海外拠点間の商品流通網形成

写真上：買取センター アトレ大森
写真下：セントラルバンナー（タイ）



中期戦略 ブランド・ファッション事業

グループの資産を最大限活用し、リユース市場での影響力を拡大

2. 中古品の流通に関与し、“リユース市場の活性化につなげるビジネス”での成長

- ・FC展開によるオークションへの出品数拡大（FCによる買取専門店100店舗出店）
- ・会員企業へのリユーステックやノウハウ・相場情報の提供
- ・デジタルを活用し、国内外の新規会員企業を獲得



3. 国内外で市場の成長に関与し、“健全なリユース市場の形成に寄与するビジネス”での成長

- ・SaaSによる、リユース関連ビジネスの成長をサポート
- ・人材や教育システムを活用した、新規参入企業等へのサポート
- ・データベース（顧客データ、商品データ）を活用した、業務連携



写真上：ブランド買取専門店
BRAND OFF 高槻アクトアモール店
写真下：人材教育の様子（コメ兵）

中期戦略 タイヤ・ホイール事業

収益力を強化し、成長ドライバーへの投資による事業拡大

1. 3社連携による収益性の強化

- ・嗜好に合わせて編集した専門店強化と新規出店
- ・中古タイヤ・ホイールの仕入・販売強化と在庫コントロール
- ・人材投資による生産性の向上と専門性の強化

2. 製品開発への投資

- ・ブランド力を活かしたホイールや自動車部品の企画及び製造
- ・海外市場への商品供給強化
- ・国内外でのブランド力の維持、向上

3. 親和性のあるビジネスやアイテムへのチャレンジ

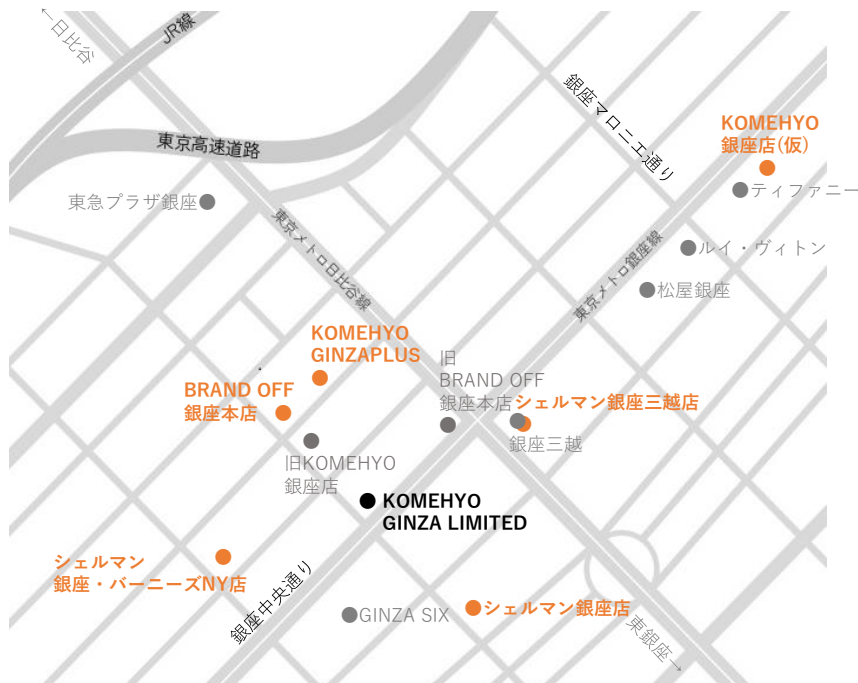
- ・中古車
- ・カー用品
- ・カーキャンプ用品



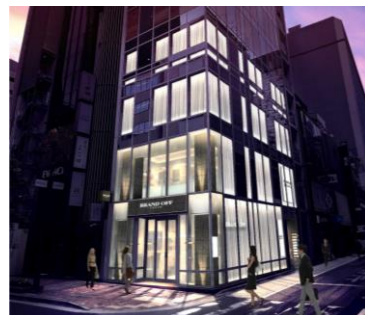
写真上：タイヤ・ホイール取り付け
写真下：取扱い商品の一例

銀座エリアでの店舗展開

小売り強化において銀座は重要なエリア。グループで店舗展開し、お客様との接点を広げる



KOMEHYO GINZA PLUS イメージ



BRAND OFF銀座本店 イメージ

2022年2月15日 KOMEHYO銀座店 閉店

2月18日～8月28日 KOMEHYO GINZA LIMITED

(お取り寄せサービスと買取)

9月1日

KOMEHYO GINZA PLUS オープン (予定)

(お取り寄せサービスと買取)

10月上旬

BRAND OFF 銀座本店 移転 (予定)

(販売・買取・質)

2023年1月

KOMEHYO 銀座店 オープン (予定)

(販売・買取)

人的資本経営（コメ兵）

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・顧客とのつながり等)は多岐にわたり、人材の育成と定着につながる取り組みが重要



販売

買取

再生
(商品化)

評価



人的資本経営（コメ兵）

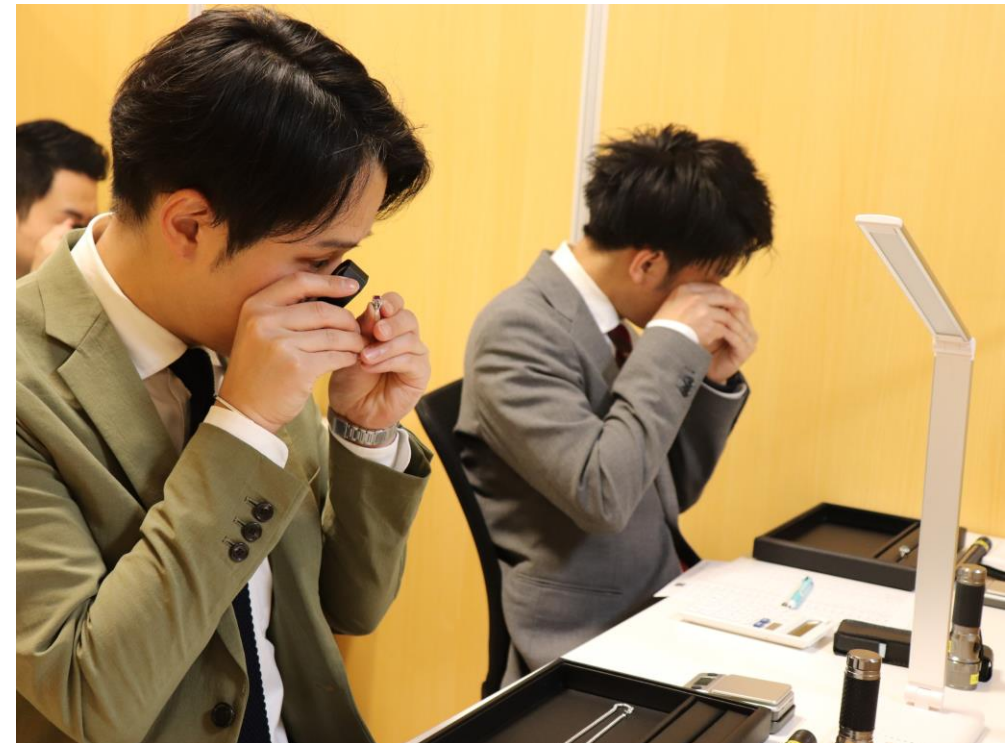
次世代育成研修（1年間の研修）

次世代の経営層や幹部の育成を目的に、グループ横断で研修を実施。一人ひとりの力を最大限に発揮できる人材開発であり、1年間研修をともにすることでグループ内での関係強化や文化醸成といった組織開発にもつながる重要な研修。



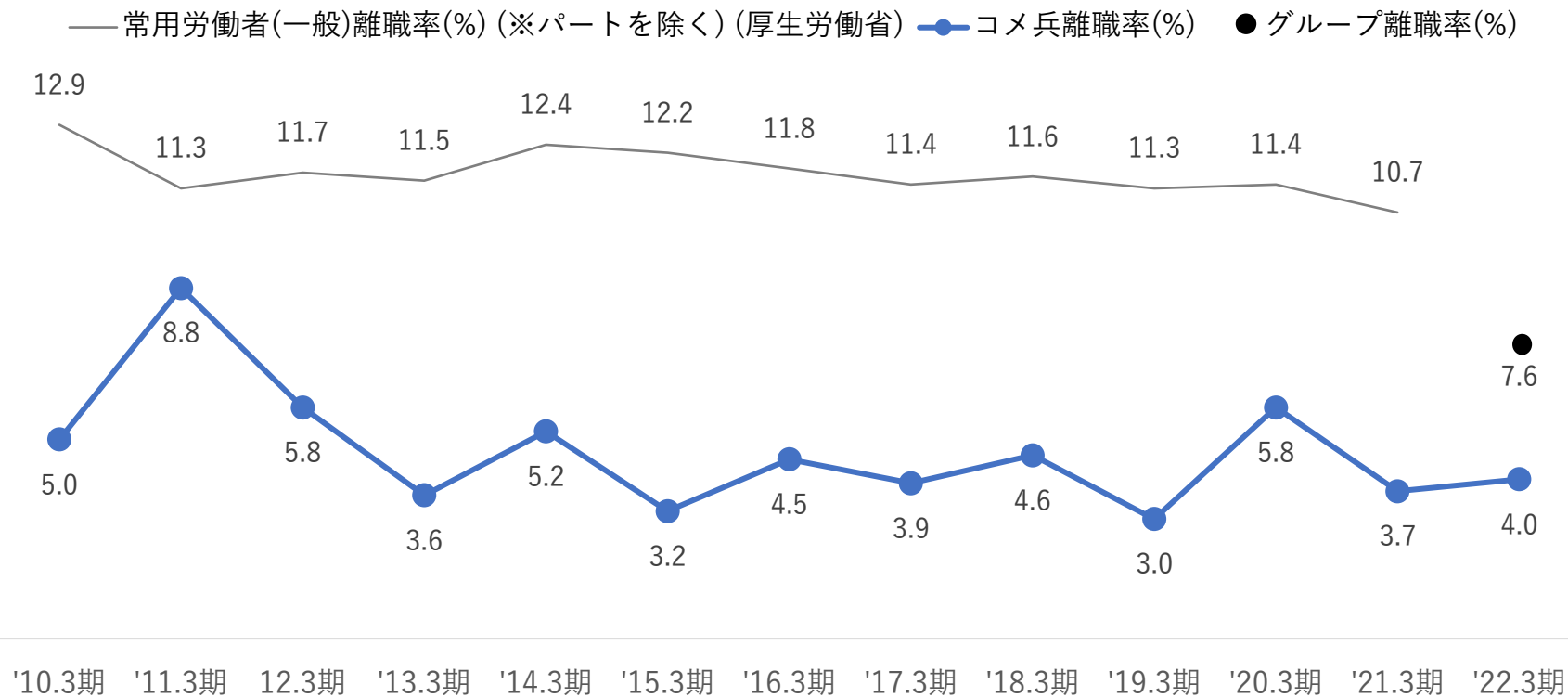
教育専門チームによる鑑定士教育

鑑定士や販売スタッフの教育に注力。教育部門がお客様とのコミュニケーションにかかわる様々な知識・技術を体系化している。買取強化に必要な鑑定士を安定的に輩出でき、出店スピード向上にも寄与。



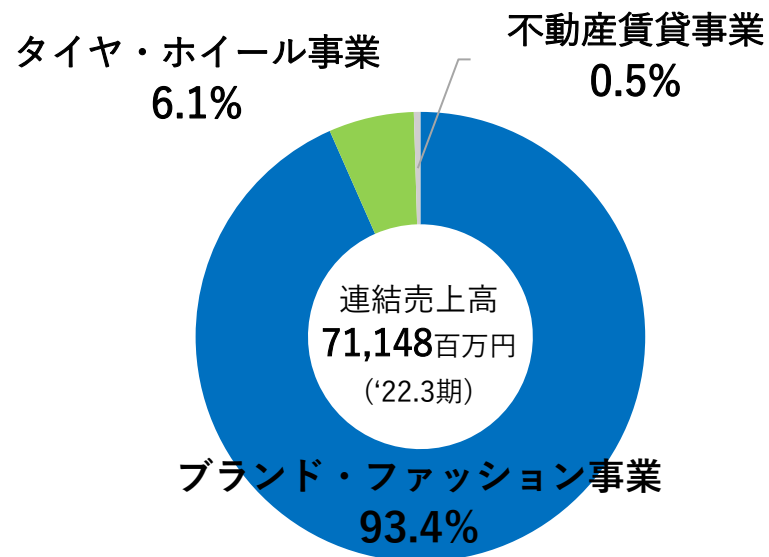
人材定着度

社員の離職率は低位で推移しており、人材の定着度が高い
計画的な教育ノウハウの蓄積につながり、安定的な成長の礎に

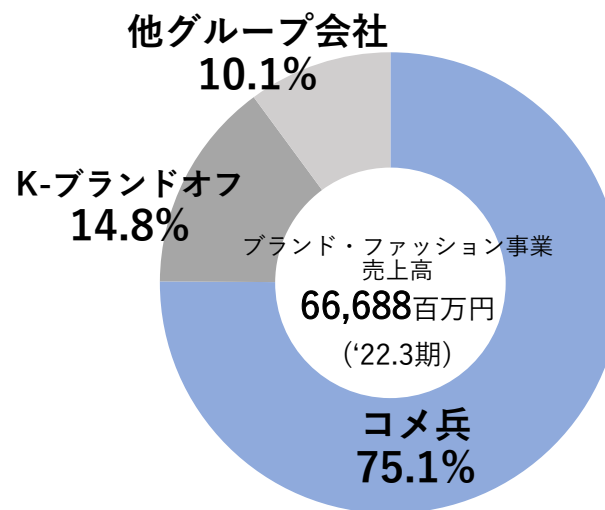


事業別・販路別 売上高構成比 (2022年3月期)

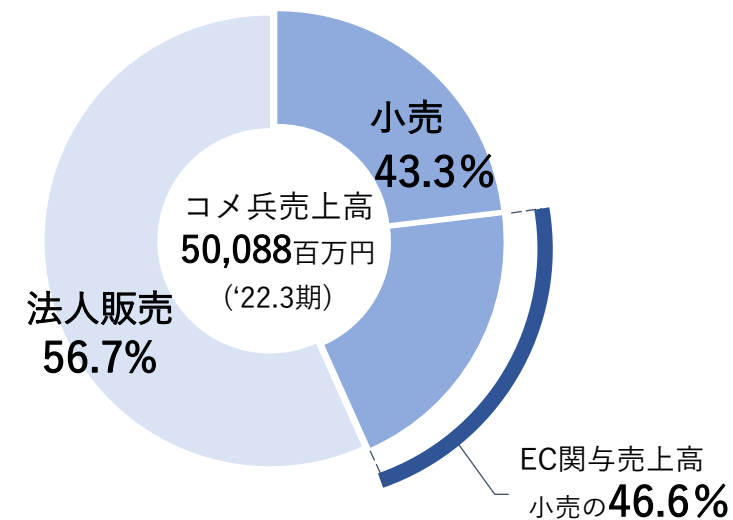
セグメント別



ブランド・ファッション事業 事業会社別



コメ兵販路別



IRお問い合わせ先

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。