

2024年3月期第2四半期 決算補足説明資料

2023年11月14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人材定着率が2期連続で90%を超えており、人材を育て、活躍する機会を多く設けていることから、投資が無駄にならず専門性の高い人材を育てる土壌が備わっています。

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。

BtoBオークションを含めたグループ全体で、多数の商品を流通させており、商品データや顧客データが蓄積されることで、魅力的でお客様さまのご期待に沿う商品が数多く提供できています。

ブランド
リユース
No.1※



ブランドリユースのNo1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があります。

市場のパイオニアとして、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をご提供することで、事業を通じた持続可能な社会の実現に貢献します。

目次

- | | |
|----------------------|------|
| 1. 2024年3月期第2四半期 業績 | P. 6 |
| 2. 2024年3月期第2四半期 取組み | P.25 |
| 3. 今後の見通し | P.36 |

1. 2024年3月期第2四半期 業績 P. 6
2. 2024年3月期第2四半期 取組み P.25
3. 今後の見通し P.36

2024年3月期第2四半期累計 決算サマリー

ブランド・ファッション事業

売上高	営業利益	個人買取額
50,800百万円 (前年同期比136.1%)	3,125百万円 (同180.4%)	28,989百万円 (同134.2%)

P.19参照

増収増益を達成

P.20,28参照

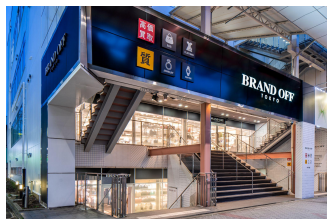
既存店の好調、新規出店、買取イベント等により個人買取が好調

P.27,33参照

買取専門店は22店舗（うちFC5店舗）出店

P.34参照

個人買取の好調に伴い、法人販売も好調に推移



タイヤ・ホイール事業

売上高	営業損失
1,940百万円 (前年同期比103.1%)	6百万円 (一)

P.19,35参照

- ・利益率の低位な新品夏タイヤの構成比率が高まり、売上総利益率が低下
- ・商品センターでの中古ささげ業務が効率化され、ヤフオク!への出品率が+38ptと大幅上昇し、中古販売が好調
- ・積極的なイベント出展やSNS等による認知活動が奏功し、自社企画ホイールの国内売上が前年同期比112%と好調に推移



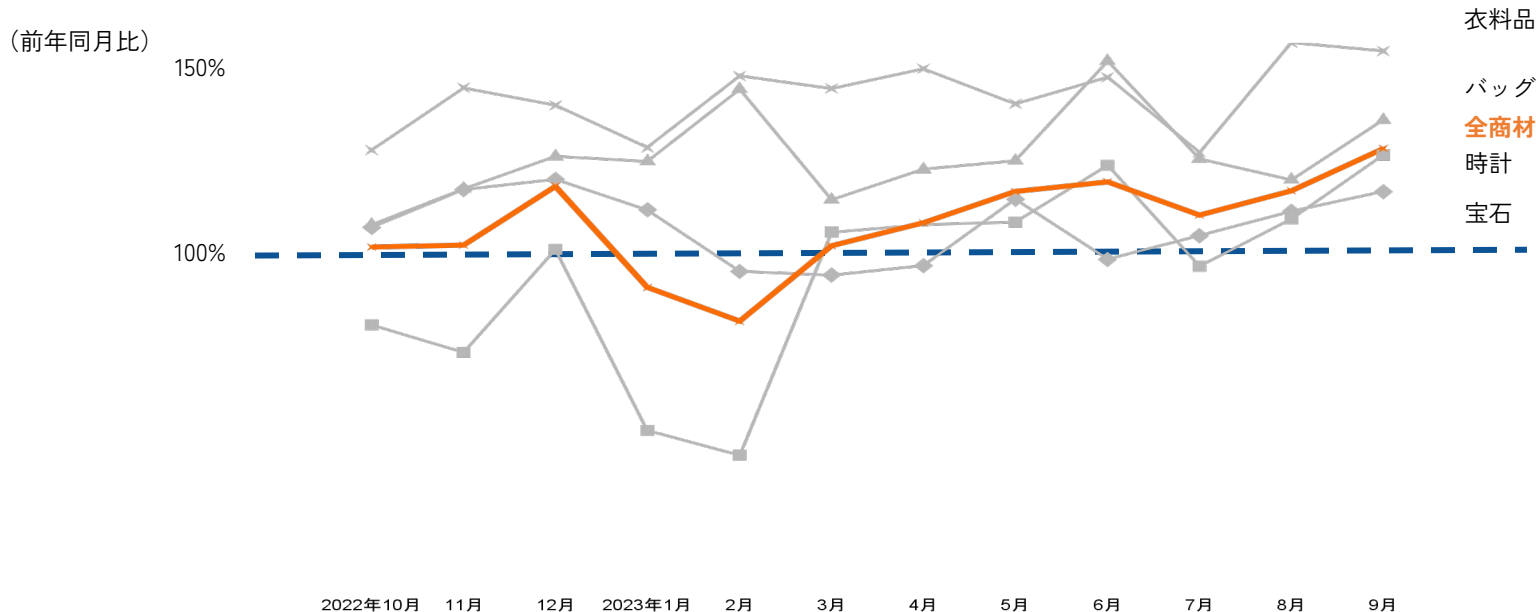
ブランド・ファッション事業 2Q進捗

仕入・売上高が好調：ニーズを注視しメリハリをつけ適正価格で買取り、人気商品を確保するためバッグを中心に法人仕入の強化を継続
訪日外国人客の大幅な増減はなく小売は好調に推移している
売上総利益率は低下：商材の売上高構成比が変化し売上総利益率が低下しているが想定内

	期初計画	1Q	2Q
仕入	- 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	- 各商材、相場が堅調 個人買取：前年同期比122% - 国内外問わず人気の高いアイテムは、買取価格を調整し在庫確保するなど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	- 個人買取額：前年同期比134% - ダイヤモンド・時計の相場が不安定な状況も、小売向き商品を中心にメリハリを付けながら買取強化を継続 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%
売上高	免税売上は前期4Q水準で推移	- 免税売上：前期4Qの1.3倍 - 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、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	- 免税売上：1Q比104%、引き続き順調に推移 - 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。特に金地金・時計の法人販売額が増加 - 人気商品の在庫を欠かさないことで小売の好調を維持 - バッグが好調に推移し、売上高構成比が向上
売上総利益率	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	- 積極的な仕入等により、売上に占める小売比率が想定以上に増加 - 会員数の増加に加え、リユース全体が好調であることから、自社の法人向けオークションの出来高が好調に推移	1Qと同程度を想定していたが、2.1pt低下 - バッグは人気商品の売上高構成比向上で、売上総利益率が低下 - ダイヤモンド相場の下降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
販管費	国内外の継続的な成長のため、積極的に投資	変動費含め、ほぼ計画通りにコントロール	- 今後の事業拡大を見据え、人材投資を積極的に実施 - 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

インバウンド需要を背景としたバッグの強化と、戦略的に高単価商品を強化している衣料品がけん引したことに加え、宝石・時計ともに小売向け商品を積極的に買取りにしていることから個人買取の客単価は上昇傾向
良質な在庫が確保でき、3QのKOMEHYO SHIBUYA出店・年末商戦の売上高に寄与すると想定



損益計算書の概況

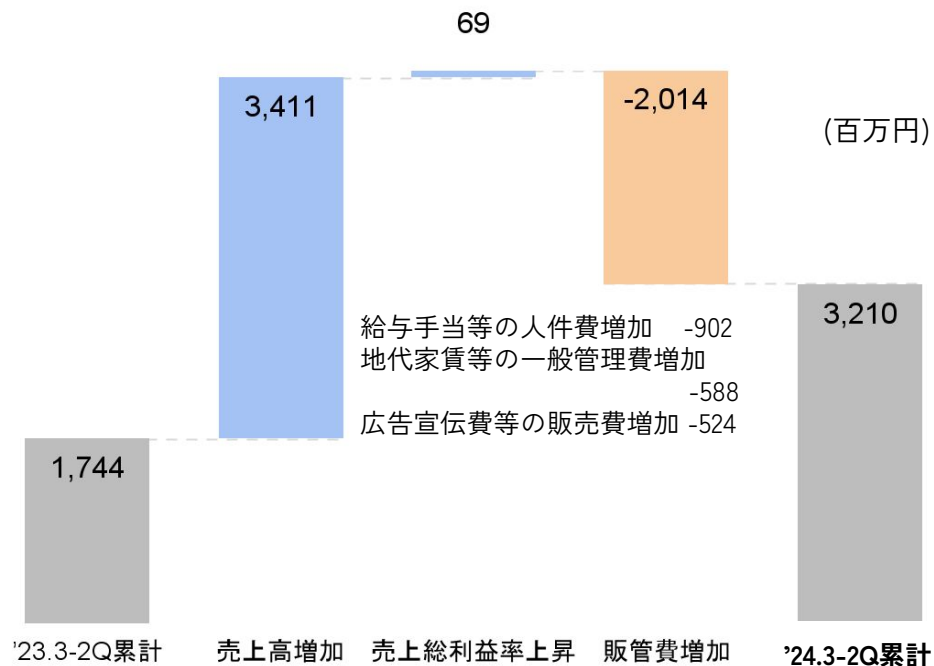
2Q累計では、売上高、各利益ともに過去最高

(百万円)	‘24.3-1Q	前年同期比	‘24.3-2Q	前年同期比	‘24.3-2Q累計	前年同期比	計画進捗率※
売上高	25,096	133.8%	27,667	135.2%	52,764	134.5%	49.8%
売上総利益	6,592	139.7%	6,698	131.5%	13,291	135.5%	—
売上総利益率	26.3%	+1.1pt	24.2%	△0.7pt	25.2%	+0.2pt	—
販売費及び 一般管理費	4,867	122.4%	5,212	127.5%	10,080	125.0%	—
営業利益	1,724	233.2%	1,485	147.9%	3,210	184.1%	44.6%
営業利益率	6.9%	+3.0pt	5.4%	+0.5pt	6.1%	+1.7pt	—
経常利益	1,762	231.9%	1,508	158.9%	3,271	191.4%	45.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,183	227.9%	953	166.6%	2,137	195.8%	44.3%

※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

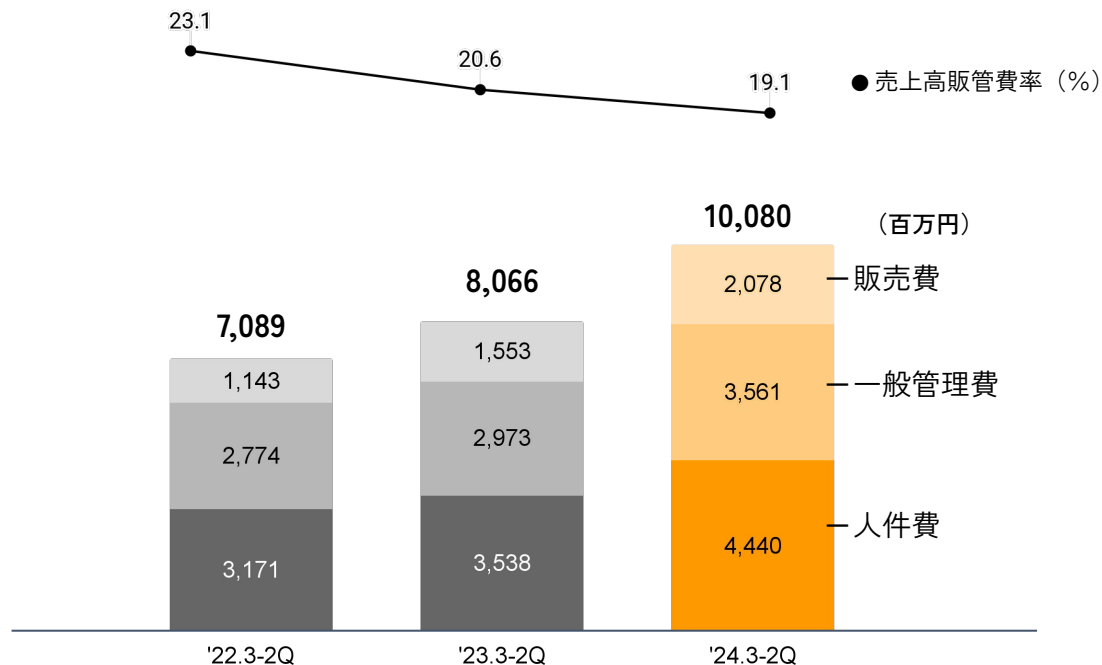
営業利益 増減要因

個人買取が好調に推移したことに加え、法人仕入で人気商品を充実させたことで売上高が増加
販管費が計画通りに進捗したことで、営業利益は大幅に増益



販売費及び一般管理費の推移

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、販管費は計画通りに進捗したため売上高販管費率は低下



人材への積極投資（'24.3-2Q累計 株式会社コメ兵） KOMEHYO

事業の成長に合わせた従業員への還元等、働きがいのある環境づくりを推進
将来に向けた継続的な成長を見据え、採用・教育を中心とした人材への投資を積極的に行う

人件費

前年同期比 **122.3%**

採用費

前年同期比 **231.3%**

教育研修費

前年同期比 **156.8%**

※社内講師の人件費は含まず

正社員の採用人数

前年同期比 **182.1%**

正社員1人当たり採用費

前年同期比 **127.0%**

※1人あたり採用費:採用費/採用人数

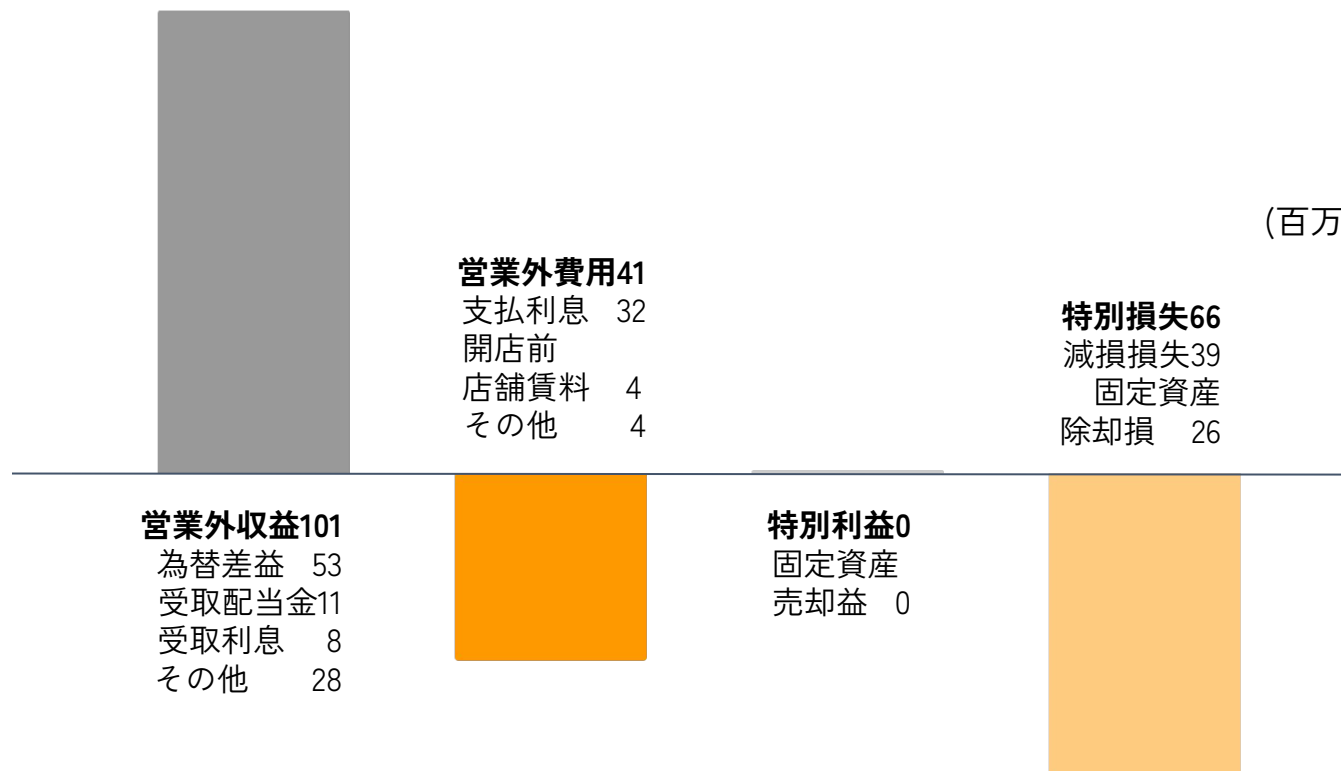
正社員1人当たり教育研修費

前年同期比 **125.8%**

※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

(百万円)



貸借対照表の概況

(百万円)	‘23.3期末	‘24.3-2Q累計	増減
流動資産	35,322	45,695	10,373
現金及び預金	10,382	11,689	1,306
棚卸資産	18,705	25,837	7,132
その他	6,234	8,168	1,934
固定資産	11,430	12,558	1,127
総資産	46,753	58,254	11,501
負債	22,506	31,855	9,349
有利子負債	16,498	24,893	8,395
その他	6,007	6,962	954
純資産	24,247	26,398	2,151
負債・純資産合計	46,753	58,254	11,501

→個人買取好調により棚卸資産が増加

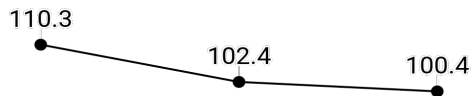
→棚卸資産の増加により有利子負債が増加

→利益剰余金の増加等

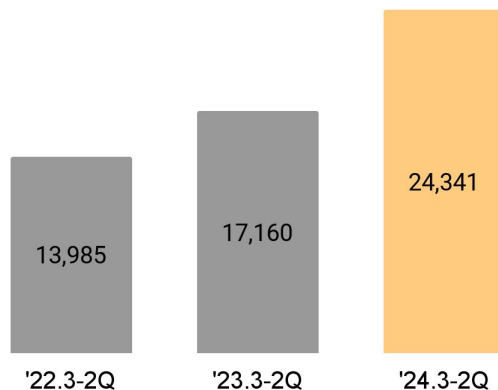
在庫回転（ブランド・ファッション事業）

複数の販売チャネルを活用して、適切な在庫供給と価格のコントロールを実施
交叉比率（売上総利益率×在庫回転率）を重視し、鮮度の高い在庫を保持し続けている

在庫回転期間
（日）



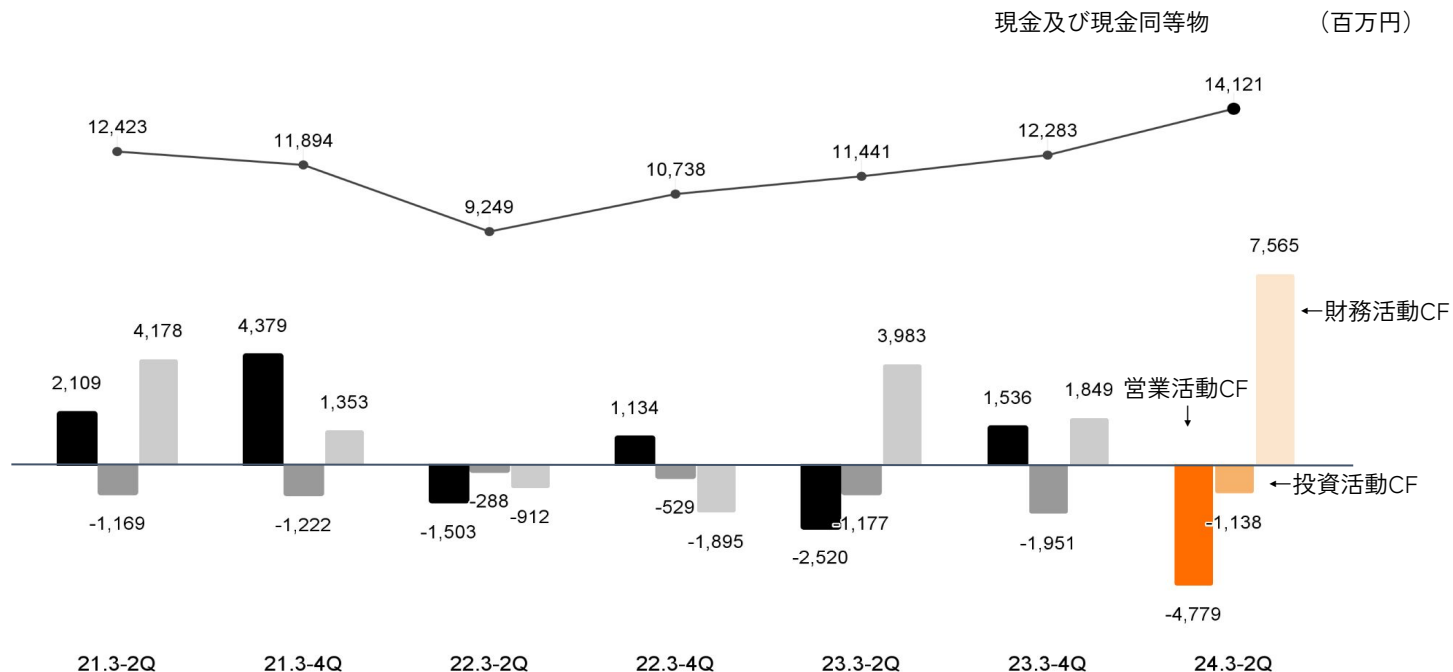
棚卸資産
（百万円）



	'22.3期	'23.3期	'24.3期
2Q累計 売上総利益率	26.3%	24.5%	24.8%
2Q累計 在庫回転率	3.3回転	3.6回転	3.6回転
2Q累計 交叉比率 (売上総利益率× 在庫回転率)	86.8%	88.2%	89.3%
通期 棚卸資産評価損	59百万円	42百万円	—

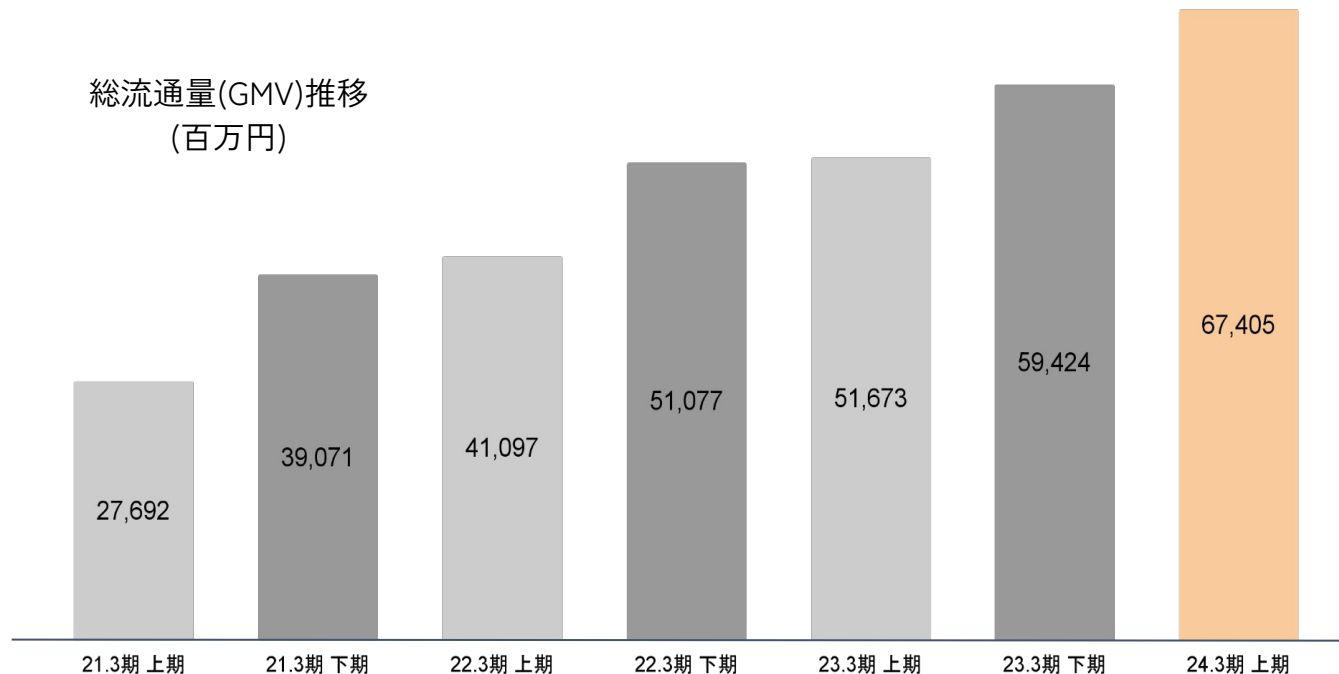
キャッシュフロー

下期の繁忙期に備えた棚卸資産の増加等により、営業活動CFは資金支出
個人買取が好調に推移し、短期借入金が増加等により、財務活動CFは大幅な資金収入



総流通量(GMV) (連結)

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
GMVの成長は、事業の成長と収益性の向上につながる



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等を加算減算して簡便的に算出しております

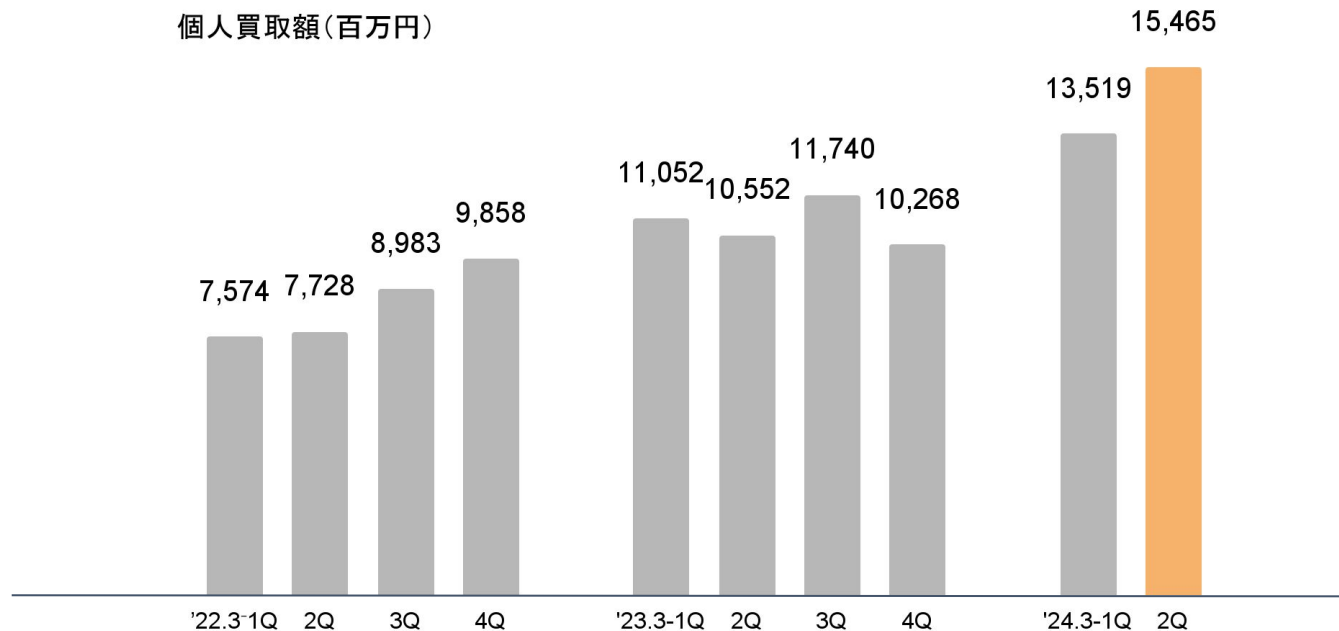
事業別セグメントの概況

ブランド・ファッション事業は、個人買取及び小売が好調
タイヤ・ホイール事業は、新品のWEB売上高の構成比が上昇

	(百万円)	'24.3-1Q	前年同期比	'24.3-2Q	前年同期比	'24.3-2Q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%	50,800	136.1%
	営業利益	1,683	230.5%	1,442	143.8%	3,125	180.4%
	営業利益率	7.0%	+2.9pt	5.4%	+0.3pt	6.2%	+1.6pt
タイヤ・ホイール	売上高	1,009	106.5%	931	99.6%	1,940	103.1 %
	営業利益又は 営業損失	2	79.9%	△8	-	△6	-
	営業利益率	0.2%	△0.1pt	-	-	-	-
不動産賃貸	売上高	71	100.1%	71	100.1%	143	100.1%
	営業利益	21	100.0%	21	104.0%	43	102.0%
	営業利益率	30.3%	-	30.0%	+1.2pt	30.1%	+0.5pt

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たことに加え、一人あたりの買取金額も好調に推移
四半期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

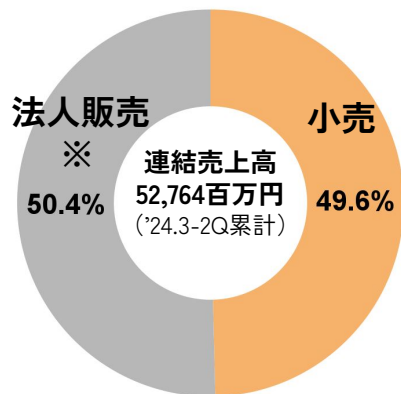
連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

【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

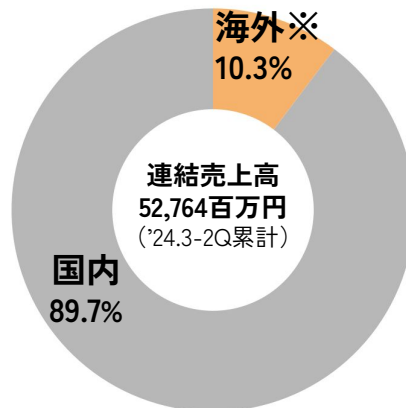
【免税】 1Q比104%と引き続き好調に推移

小売比率



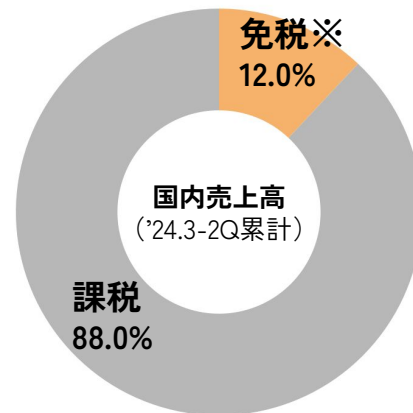
※「法人販売」にはオークション手数料が含まれております。

海外比率



※「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

国内免税比率



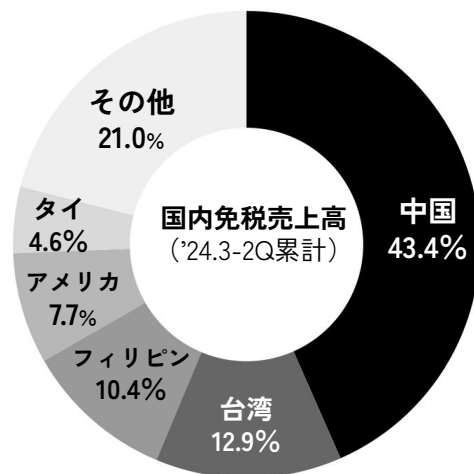
※内部取引相殺消去前で算出しております。

国内免税の内訳

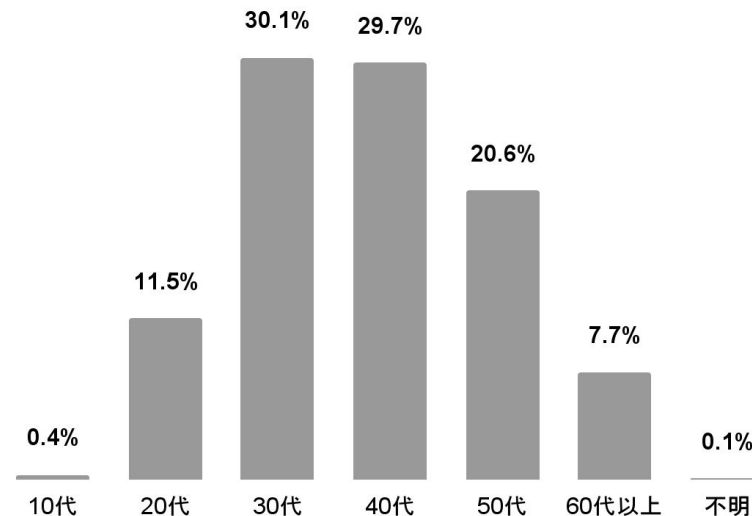
【国・地域別構成比】中国のお客さまが1Qから+8.4pt、上位5か国で8割弱を占める

【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

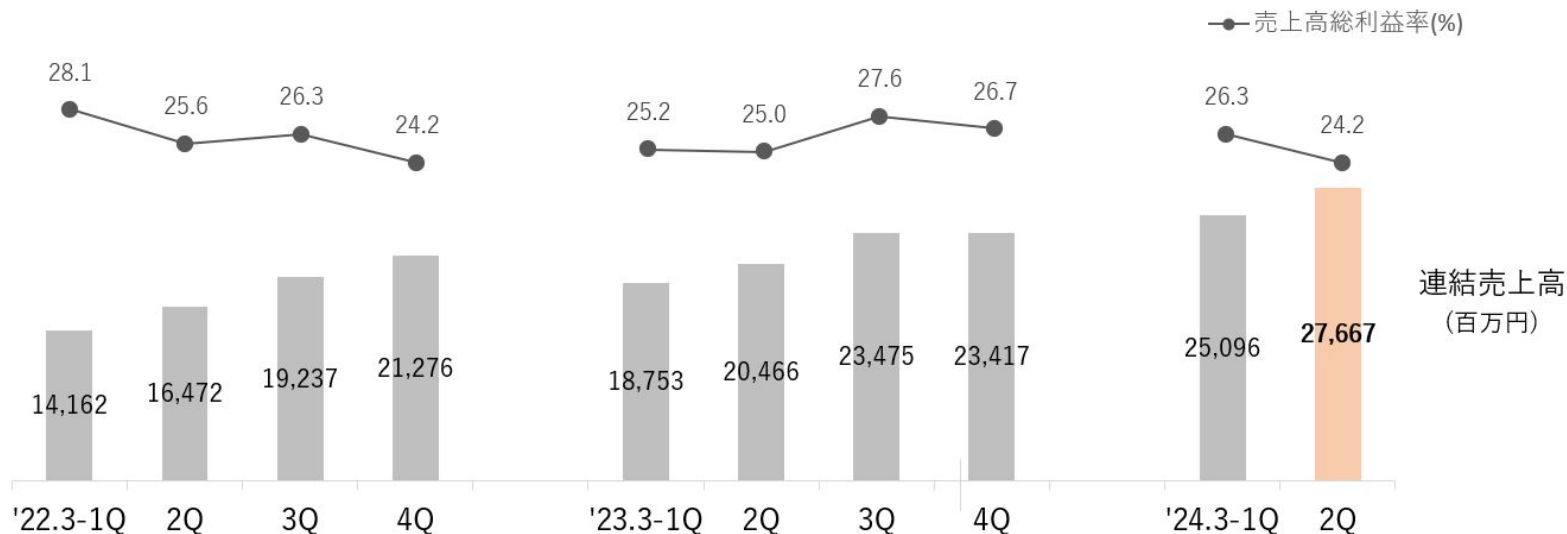


※パスポートの発行国・地域より集計

売上高と売上総利益率の推移

【売上高】個人買取が好調に推移したことにより、小売・法人販売とも売上高増加

【売上総利益率】バッグ等の人気商品確保のため、売上総利益率の低位な法人仕入も強化

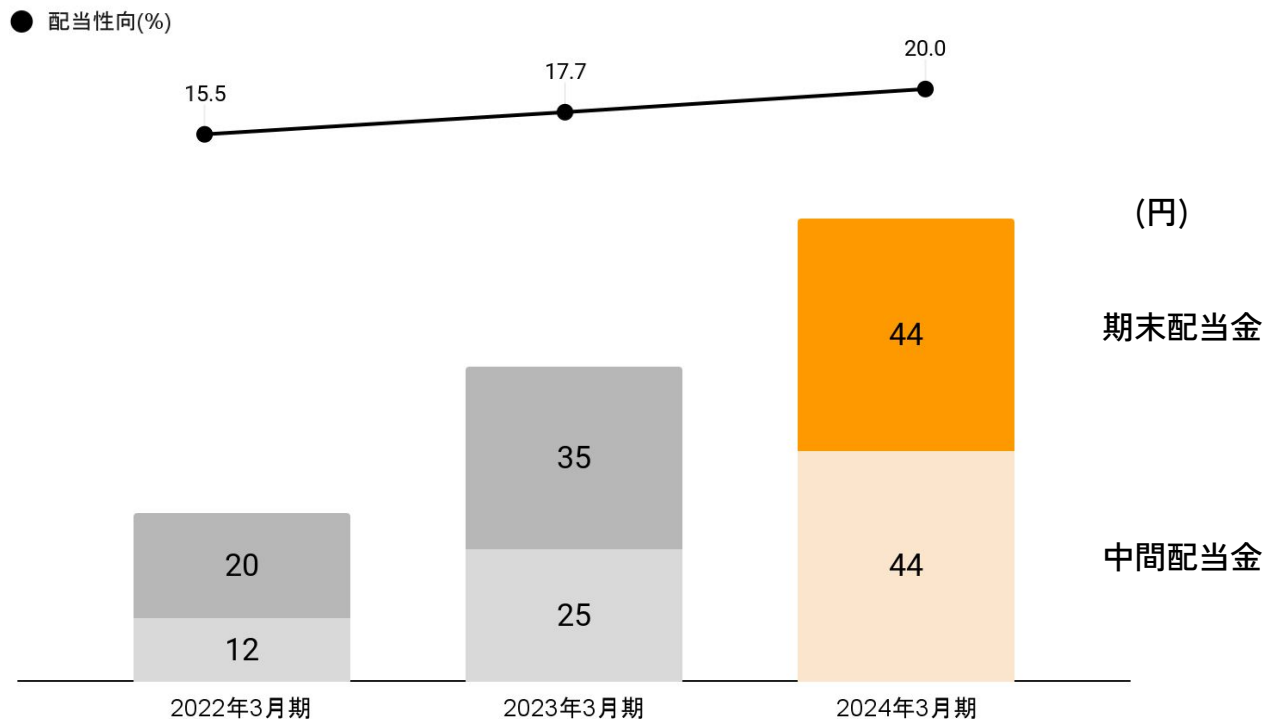


売上総利益率の変動要因

- ・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、
2024年3月期の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



1. 2024年3月期第2四半期 業績 P.6
2. 2024年3月期第2四半期 取組み P.25
3. 今後の見通し P.36

2024年3月期第2四半期 取組み サマリー

ブランド・ファッション	KOMEHYO	・買取専門店(直営)を11店舗出店。物件の確保が進み、通期目標である30～40店舗出店を達成できる見込み ・個人買取が引き続き好調に推移するものの、2023年11月17日オープン予定の買取併設大型店「KOMEHYO SHIBUYA」や年末商戦、インバウンド需要に備え、戦略的に法人仕入を増加させた結果、個人買取：法人仕入＝72%：28%（法人仕入は、前年同期比+6pt） ・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＝40：25：29：6（%）。特にバッグが前年同期比+3ptと上昇 ・個人買取の好調により小売以上の在庫確保ができていたり国内の金小売価格の高止まりにより、法人販売も想定以上の積み上げ 特に金地金・時計の法人販売が増加し、構成比は小売：法人販売＝41%：59%（法人販売は前年同期比+2pt） ・フリマアプリ「楽天ラクマ」と提携開始。検品事業者として「KOMEHYOカンテイ」を初めて外部提供し中古市場の偽物排除へ貢献する 検品事業は、ブランド・ファッション事業の成長の柱である「市場成長関与ビジネス」に類する。
	BRAND OFF	・買取専門店(FC)を3店舗出店。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 下期も複数店舗の出店が期待できる大手への営業を強化していく ・2022年10月に移転オープンした旗艦店 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 国内外の小売店舗の改装および新規出店を積極的に行い、新しいお客さまとの接点づくりを強化
	法人オークション (KOMEHYOオークション、JBA)	・会員企業数が増加したことやJBAのリアルオークションが好調により、2社合計出来高が11,950百万円(前年同期比121%)と過去最高
タイヤ・ホイール	クラフト	・店舗での中古品仕入件数が、前年同期比115%と順調。メーカー純正の良質な在庫が確保できている ・定価の値上げにより販売額は前年同等となるものの、各商材の販売本数が減少
	U-ICHIBAN オートパーツジャパン	・WEBページの見直しをはかり、夏タイヤの販売数が前年同期比307%と大幅伸長。中古販売額の増加に貢献
	4×4エンジニアリング サービス	・積極的なイベント出展やSNSによる認知活動が奏功し、自社企画ホイールの国内売上が前年同期比112%と順調に推移

店舗展開：グループ全店201店舗（2023年9月現在）

※()は、2024年3月期第2四半期での増減数
※USED MARKETは、KOMEHYOブランドへ転換

	ブランド・ファッション事業						タイヤ・ホイール事業	
	 KOMEHYO	 USED MAR by KCO	 BRAND OFF TOKYO	 Shellman Since 1971	 WORM	 SELBY.	 Craft MADE IN JAPAN	 U-ICHIBAN
旗 艦 店	5		3	1				
販 売 店	1 (1)	0 (-1)		6	3			
買取併設店	18	0 (-1)	2			2	9 (-1)	2
買取専門店	104 (12)		6					
FC買取専門店			21 (3)					
海 外	6		12					
合 計	134	0	44	7	3	2	9	2



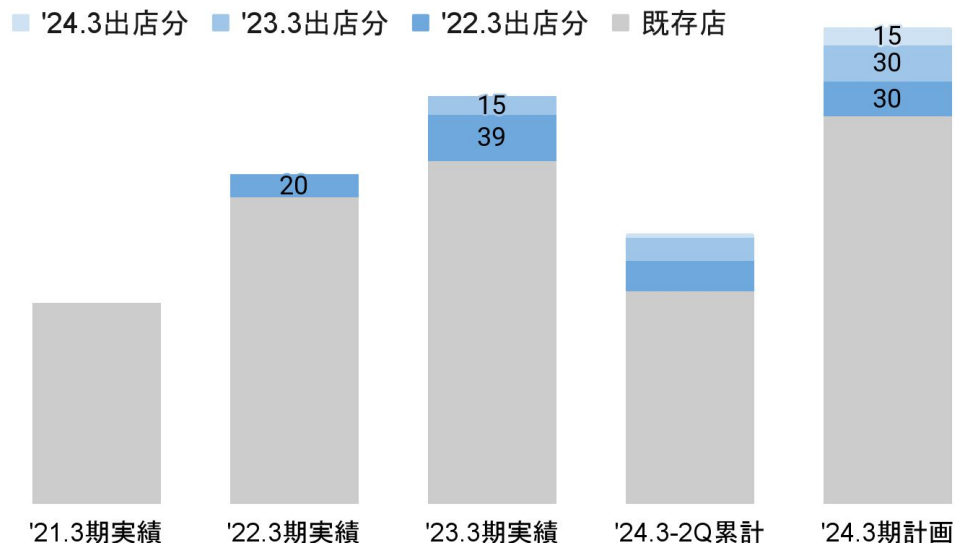
KOMEHYOの出店効果



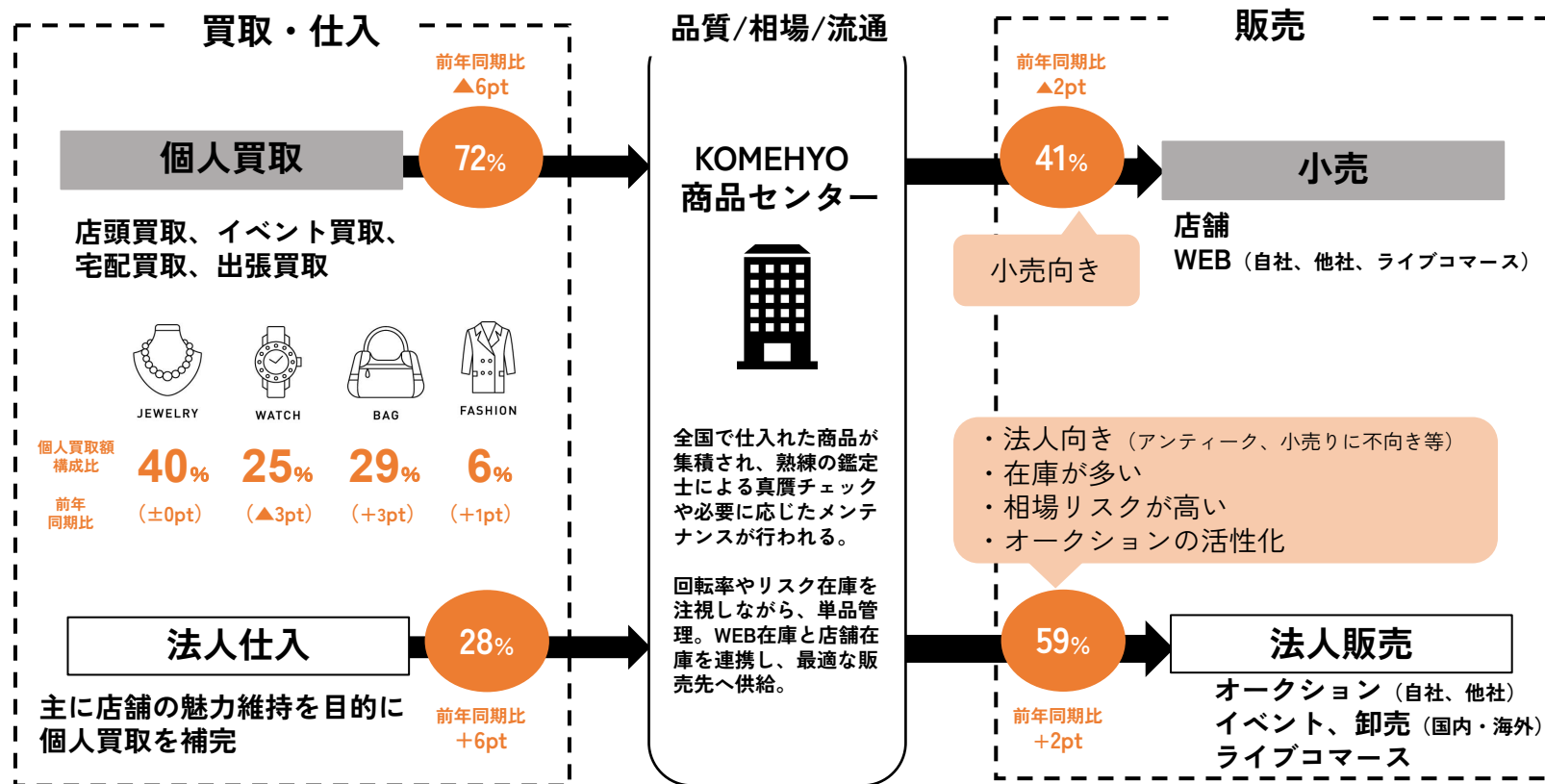
2022年3月期よりお客さまの生活導線上に1年間で30店舗以上、今期までの3年間で100店舗の買取専門店を出店
1店舗で個人買取額年間1億円を目標とし、年間30億円(期中15億円)を積み増す計画

KOMEHYOは、2Q累計で買取専門店を17店舗出店

個人買取額の推移と計画(億円)

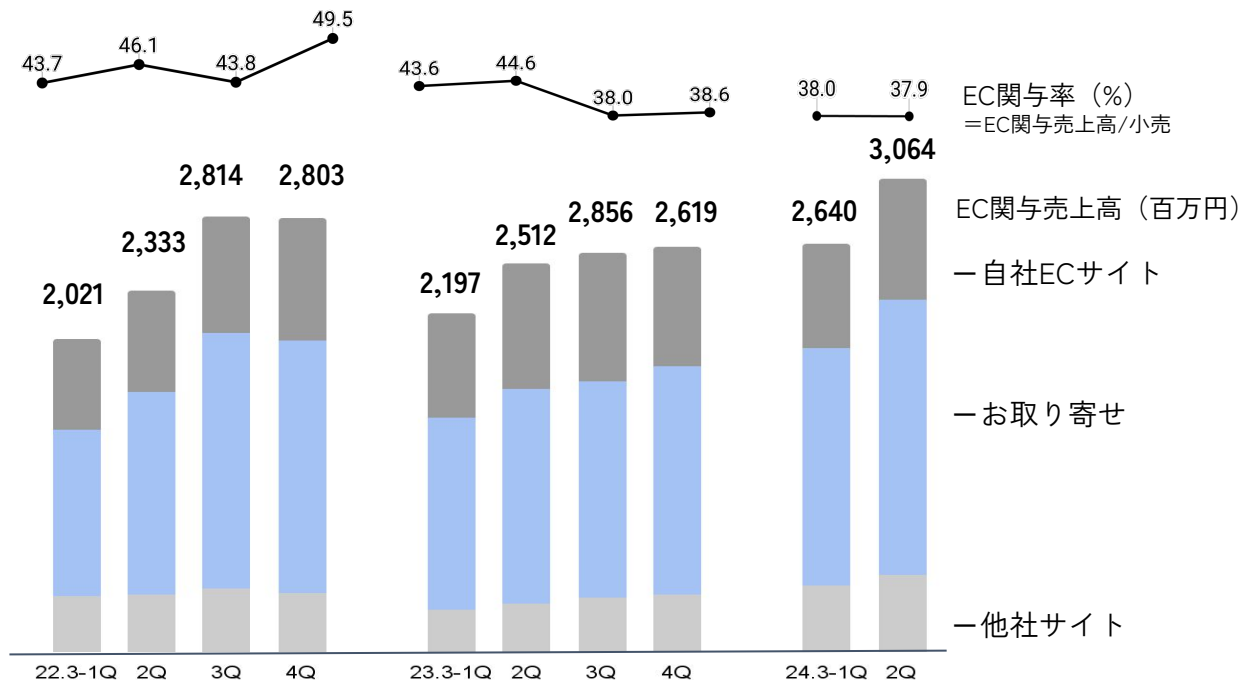


商品の振り分け（'24.3-2Q累計 株式会社コメ兵） KOMEHYO



EC関与売上高 KOMEHYO

お客さま数が増加したことに加え、お一人あたりの客単価が上昇したことから、EC関与売上高は前年同期比122%と四半期で過去最高。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



※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

KOMEHYOが楽天ラクマと提携



2023年9月からフリマアプリ「楽天ラクマ」と提携において、品物を購入したユーザーが必要に応じて検品※1を依頼することができる「ラクマ鑑定サービス」を共同で試験提供することに合意。検品事業者として「KOMEHYOカンテイ」※2を初めて外部提供

Rakuten Rakuma

CtoCプラットフォーム



KOMEHYO

「目利き」と精度の高い「AI」



- ・ 中古品市場の偽造品の排除に取り組み、安心して利用できるリユースサービスの提供や健全なリユース市場の形成を目指す
- ・ 提携サービスの活性化やリユース体験の価値向上につながる新しいビジネスモデルの構築を目指す

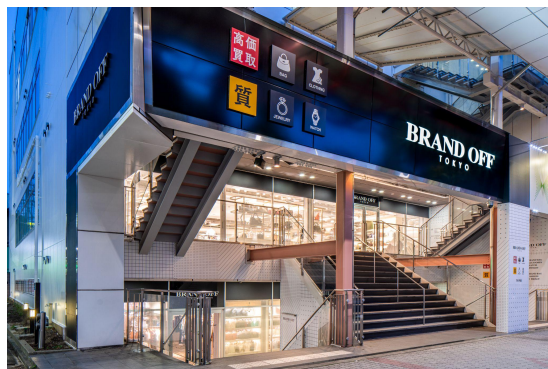
※1 KOMEHYO基準において問題がない品物を「基準内」、基準を満たしていない品物を「基準外」として判定することを「検品」と表現

※2 KOMEHYOが2022年12月まで運営していたフリマアプリ「KANTE」運用時から使用しているKOMEHYOの検品サービスの名称

BRAND OFF 小売強化

BRAND OFF
T O K Y O

2022年10月に移転オープンした旗艦店 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
国内外の小売店舗の改装および新規出店を積極的に行い、新しいお客さまとの接点づくりを強化



2023年7月「BRAND OFF 大須店(日本)」改装



同年9月「BRAND OFF 上水店(香港)」改装



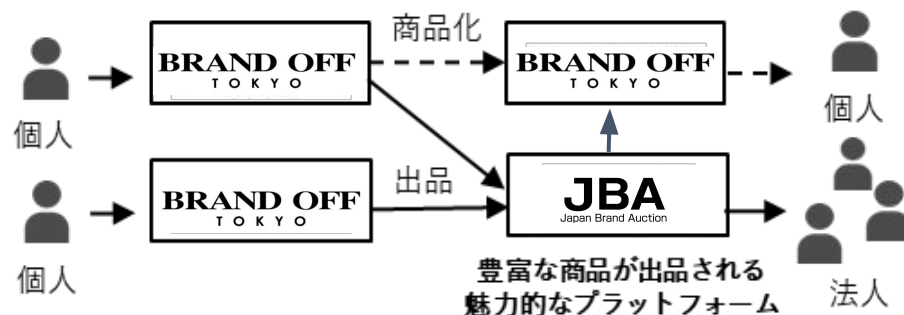
同年10月「BRAND OFF 金沢フォールス店(日本)」新規出店

BRAND OFF FC買取専門店の出店

BRAND OFF
T O K Y OJBA
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に出品され、出来高増に貢献する仕組み

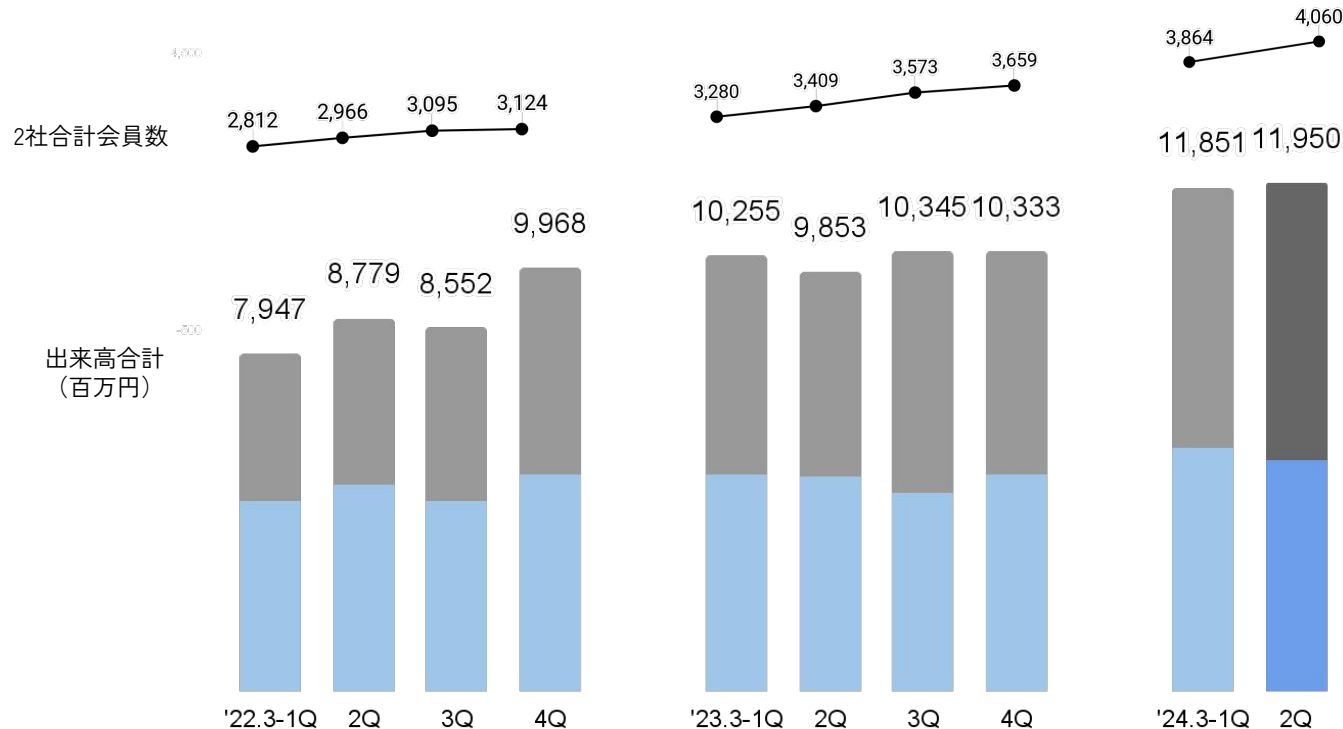


2Q累計で、FC買取専門店は**5店舗**出店。（目標進捗率：13%）

- ・ 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へ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に向け、FCオーナーへのサポート体制を強化中
- ・ 複数店舗の出店が期待できる大手への営業を強化

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合計出来高は、前年同期比で121%と過去最高に



タイヤ・ホイール事業

中古品販売の強化、夏タイヤのWEB販売が好調に推移



・店舗での中古仕入件数が前年同期比115%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

・定価の値上げにより販売額は前年同等となるものの、受注数が前年同期比91%と減少



オートパーツジャパン

・WEBページの見直しをはかり、夏タイヤの販売数が前年同期比307%と大幅に伸長

・商品センターでの中古ささげ業務が効率化され、ヤフオク!への出品率が+38ptと大幅上昇。中古販売額の増加に貢献



・積極的なイベント出展やSNS等による認知活動が奏功し、国内売上が前年同期比112%と好調に推移

・自社企画ホイール「Air/Gシリーズ」第3弾「VULCAN」を発売開始



1. 2024年3月期第2四半期 業績 P. 6
2. 2024年3月期第2四半期 取組み P.25
3. 今後の見通し P.36

中期経営目標（2026年3月期まで）

2024年3月期は、第3Qの実績が通期の業績に大きく影響するため8月14日時点の業績予想を据え置き
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
R O E	—	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

ブランド・ファッション事業 下期の想定

主力商材の相場動向予測を踏まえ、下期も仕入と売上高は順調に推移し、売上総利益率は計画通り推移する見込み

主力商材の相場動向予測

宝石・貴金属



JEWELRY

ダイヤの相場が不安定な状況が続く。円安効果もあり国内の金相場は高値で維持される見込み。ブランドジュエリーは定価変更に関連した相場の上昇傾向が続く見込み

時計



WATCH

グローバルの経済環境に左右される傾向が続き、相場が不安定な状況。小売り向きの商品は相場が下落していないことから、年末にかけては右肩上がり傾向。2024年1月以降の相場は横ばいで推移する見込み

バッグ



BAG

人気のブランド・アイテムの相場は高止まりが続く見込み。特定の商品以外は、相場が落ち着いているため、バッグ全体の相場としては横ばいとなる見込み

衣料品



FASHION

高額品需要の高まりが継続し、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引き続き上昇傾向。衣料品全体では横ばいからやや右肩上がりの傾向が続く見込み

下期の見込み

仕入

- ・個人買取と法人仕入ともに在庫内容を重視した仕入強化を継続
法人仕入は小売向け商品を中心に継続的に強化
- ・新規出店効果と客単価の上昇傾向が継続し、個人買取額は引き続き好調に推移する見込み

売上高

- ・潤沢な在庫を武器に、小売・法人販売とも順調に推移する見込み
- ・銀座店舗(KOMEHYO・BRAND OFF)のオープン効果、インバウンド需要一巡で、前年同期比は落ち着く見込み

売上 総利益率

- ・シェア拡大を重視し積極的な仕入を継続することから、外部環境の急激な変化がないことを前提として、前年と同程度で推移する見込み

営業利益

- ・KOMEHYO SHIBUYA・買取専門店の出店に伴い、地代家賃が増加する上、人材の採用・教育を中心とした投資は継続する
- ・継続的な成長に必要な経費を使いつつ、目標営業利益は確保できる見込み

大型店「KOMEHYO SHIBUYA」をオープン



2023年11月17日に買取併設の大型販売店「KOMEHYO SHIBUYA」がオープン。買取の好調を背景に、小売の強化へ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



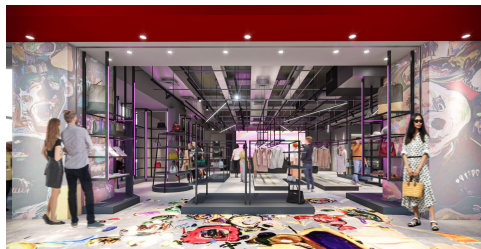
NEW
OPEN

KOMEHYO SHIBUYA

所在地：東京都渋谷区宇田川町 16 - 9 渋谷 ZERO GATE 1~4 階

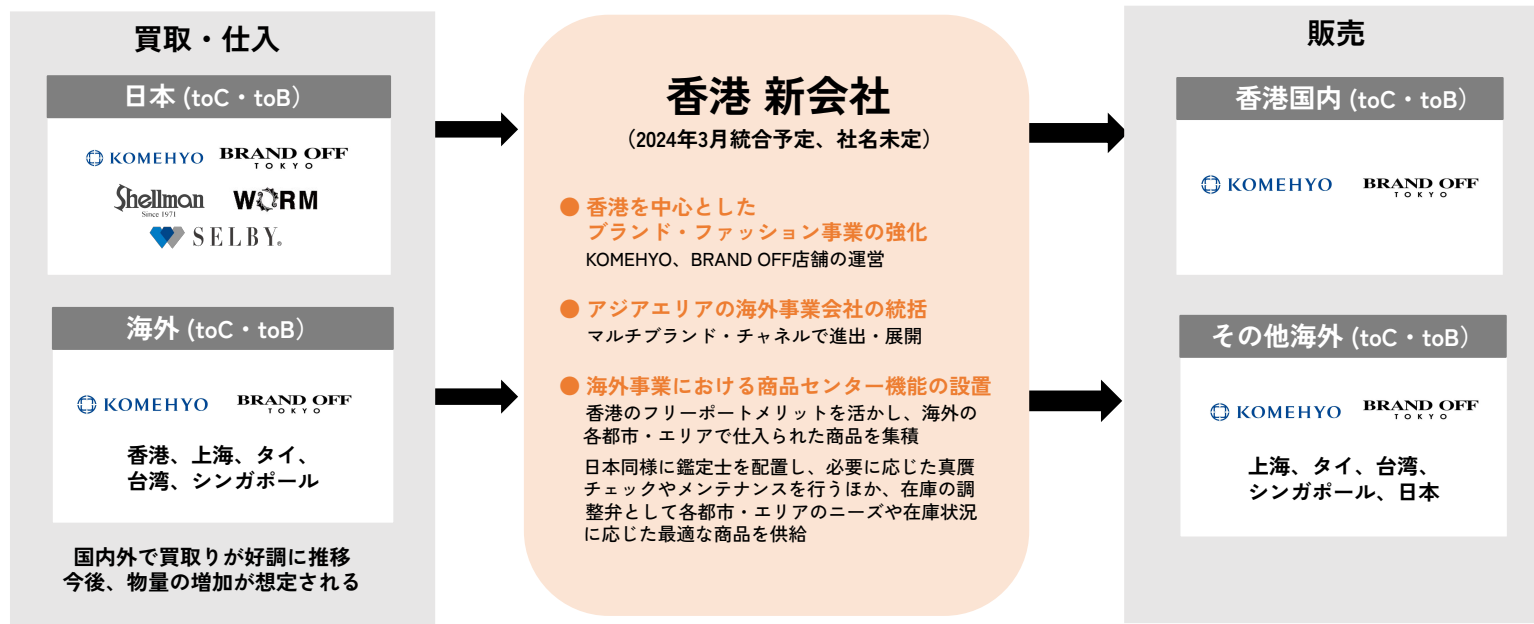
店舗面積：733㎡

取扱商品：バッグ、ファッション、宝石・貴金属、時計



今後の海外展開

日本国内の成長と海外の各都市・エリアでのビジネス拡大に備え、香港の連結子会社である2社を2024年3月に統合予定アジアを中心に、グローバルでリソースを有効活用するマーチャンダイジング機能を果たすことで、香港のブランド・ファッション事業の強化及び海外リユース市場の開拓を加速させる狙い



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。