2027年3月期 第2四半期 決算説明資料

KOMEHYO HOLDINGS

2026年11月12日（木）
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.

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/

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

2027年3月期 第2四半期累計 決算サマリー

FY2027 Q2累計実績

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中間純利益
60,003百万円	127,675百万円	4,707百万円	4,161百万円	2,439百万円
前年同期比 133.4%	前年同期比 133.5%	前年同期比 267.6%	前年同期比 311.6%	前年同期比 360.4%

連結売上高の内訳

小売比率	海外比率	国内免税比率
45.9%	18.0%	15.1%
前年同期比 +2.8pt	前年同期比 +4.1pt	前年同期比 +2.0pt

店舗数

グループ全店 358店舗

国内店舗 312店舗
- 販売店 13
- 買取専門店 236
- 買取併設販売店 63

海外店舗 46店舗（8カ国／地域）
- 販売店 14
- 買取専門店 2
- 買取併設販売店 30

2027年3月期 第2四半期3か月間の評価

相場急変局面においても、商材ポートフォリオと販売チャネルの機動的な選択により、買取・売上ともに高水準な成長を維持
小売への優先供給で高い収益性を確保し、前年同期比134.1%の営業増益を達成

▌主要商材の相場動向



金相場は8月の高値後に急激な乱高下を伴い、調整局面に移行。一方で、ブランドジュエリーやヴィンテージ品は堅調に推移し、中小型ダイヤモンドの相場は回復基調。



7月は歴史的な円安進行を背景に相場が堅調に推移したものの、8月以降の急激な為替変動に伴い下落調整に移行。前年比では高水準を維持するも、市場全体では慎重姿勢が強まった。



市場全体の流通量増加に伴う需給バランスの変化を受け、8月以降は主要ブランドを含め軟調な相場展開となり、調整局面が継続。



ファッション全般の相場は大きな変動なく安定推移。これまで相場上昇を牽引してきた一部ブランドにおいて、市場流通量の増加に伴い高値圏で一服感が見られるものの、前年同期比では高い相場水準を維持。

評　価	実　績	
仕　入 ★★★	個人買取額 前年同期比 **130.4%**	• 1to1リレーションの深化や効果的なプロモーションが奏功し、強固な基盤を持つ既存店が増加分の大半を力強く牽引 • 生活導線を意識した買取専門店の積極出店により、仕入基盤の面的な拡充と新規顧客接点の開拓が着実に進展 • 金相場の急変動局面においても、ブランド各社による定価改定への即応と多彩な商材ポートフォリオにより高水準な調達力を維持
売上高 ★★★	前年同期比 **124.9%**	• 小売比率：45.8%（前年同四半期比：+2.4pt） • 免税売上高の前年同四半期比：146.4% • 相場動向を見極めた機動的なチャネル最適化（小売・法人販売）により、売上拡大と在庫健全化を両立
売上総利益率 ★★☆	前年同期比 **+1.0pt**※	• 売上総利益率：20.9% • 利益率の高い個人買取品を小売ファーストで供給し、全体の利益率改善を牽引 • 相場変動及び下期に向けた在庫内容の最適化に伴い、法人販売の利益率が低下
販管費率 ★★☆	前年同期比 **+0.9pt**	• 売上高販管費率：19.0% • 個人買取・小売の成長を加速させるプロモーション（CM・WEB等）を積極投下 • 中長期の競争力を見据え、人材・IT等の成長基盤投資を計画通り推進
営業利益 ★★★	前年同期比 **134.1%**	• 営業利益率：1.9%（前年同四半期比：+0.1pt） • 積極的な成長投資に伴う販管費増を売上総利益の拡大で吸収し、増益を達成

※ 売上総利益率及び販管費率の前年同期比は、当期及び前期それぞれの売上総利益率（小数第2位を四捨五入）の差分として算出

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

ブランド・ファッション事業　2027年3月期 第3四半期の想定

潤沢且つ良質な在庫を背景に、高粗利な小売への優先供給を徹底し、売上総利益率の改善を実施

相場変動リスクに対し、買取・販売双方において機動的なチャネル最適化と適切な経費コントロールを行い、通期計画の着実な達成を目指す

▌主要商材の相場予測動向



ブランド品は堅調、金相場は高値圏推移を想定

ブランドジュエリーは各社の定価改定を背景に底堅く推移する見込み。金相場の急変動リスクに対し、的確な売却タイミングの判断と機動的な在庫コントロールを徹底。



実需主導の底堅い推移を見込む

定番人気モデルを中心に実需主導の緩やかな回復を想定。相場変動リスクに備え、買取価格の機動的な調整を推進。



年末商戦に向け、相場回復を見込む

ホリデーシーズンの需要期入りに伴い、人気モデルを中心に相場上昇を見込む。リスク在庫の抑制や販売価格の早期見直し等により、高回転・高収益を維持。



ヴィンテージ品が堅調に推移

ヴィンテージ品は依然として需要拡大が続き、相場は底堅く推移する見込み。こうした環境下において、適正な買取・販売価格の設定を徹底し、利益の最大化を図る。

▌第3四半期の見込み

	実績予測	前年同期比イメージ
仕入	• 買取専門店等の積極的な出店や既存店の買取施策により、個人買取は引き続き堅調に推移する見込み • 金相場の歴史的な高値推移や定価改定等を追い風に、下期に向けた良質かつ十分な在庫水準を計画通りに確保できる想定 • 需要期に向けたさらなる品揃え強化のため、法人仕入も機動的に活用	↗
売上高	• 上期に確保した潤沢な在庫を背景に、販促活用と価格コントロールを通じて小売の積み増しを牽引 • 小売への優先供給を軸としつつ、商材特性や相場を見極めた最適なチャネル振り分けを徹底し、売上高の最大化を図る	↗
売上総利益率	• 高粗利な個人買取品の小売優先配分に加え、金地金等の低粗利商材の販売を戦略的にコントロールし、利益率の向上を推進 • 一方で、相場の急変動リスクや適正な在庫回転を目的とした法人販売比率の上昇により、利益率が変動するリスクは一定程度織り込む	→
販管費率	• 効率的な店舗運営を継続しつつ、売上総利益の進捗に合わせ、将来の成長を見据えた投資（IT・人的資本・プロモーション等）を前倒しで機動的に執行 • 戦略的な成長投資による販管費の拡大を想定しつつも、高い収益性との両立を図る	↗
営業利益	• 小売主導による売上総利益の積み上げと戦略的な経費マネジメントにより、着実な利益確保を強力に推進	↘

目次

1. 2027年3月期 第2四半期累計 連結業績 P.7
2. 2027年3月期 第2四半期累計 セグメント概況 P.19
3. 2027年3月期 下期の取り組み P.29
4. IRの取り組み P.39
5. Appendix P.42

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

1.　2027年3月期 第2四半期累計 連結業績

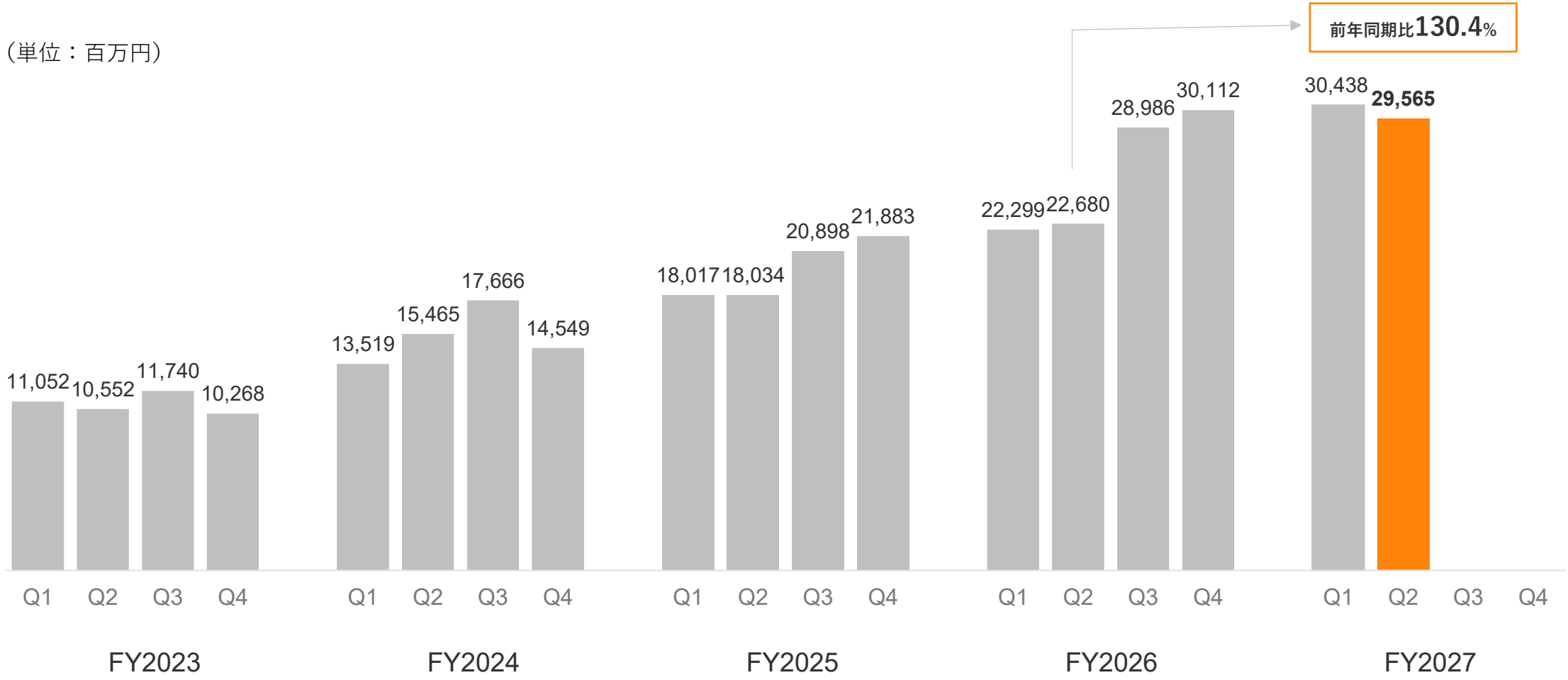
連結損益計算書

売上高は前年同期比133.5%と大きく伸長し、上期計画を上回って着地
売上総利益の拡大が販管費増を吸収し、営業利益は前年同期比約2.7倍と大幅増益、上期計画を達成

（単位：百万円）	FY2025 Q2累計	FY2026 Q2累計	FY2027 Q2累計	増減	前年同期比	FY2027 Q2累計 計画進捗率	FY2027 通期 計画進捗率
売 上 高	69,447	95,646	127,675	32,029	133.5%	104.7%	50.7%
売上総利益	16,346	19,689	27,305	7,615	138.7%	―	―
売上総利益率	23.5%	20.6%	21.4%	+0.8pt	―	―	―
販売費及び一般管理費	13,220	17,930	22,598	4,667	126.0%	―	―
営業利益	3,126	1,759	4,707	2,947	267.6%	104.6%	43.6%
営業利益率	4.5%	1.8%	3.7%	+1.9pt	―	―	―
経常利益	3,069	1,335	4,161	2,825	311.6%	―	43.0%
親会社株主に帰属する中間純利益	1,961	677	2,439	1,762	360.4%	―	41.7%

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より、個人買取額は前年同期比130.4%と大幅な増加を維持
収益の源泉となる高粗利な個人買取在庫を潤沢に確保し、下期以降の販売拡大に向けた盤石な基盤を構築

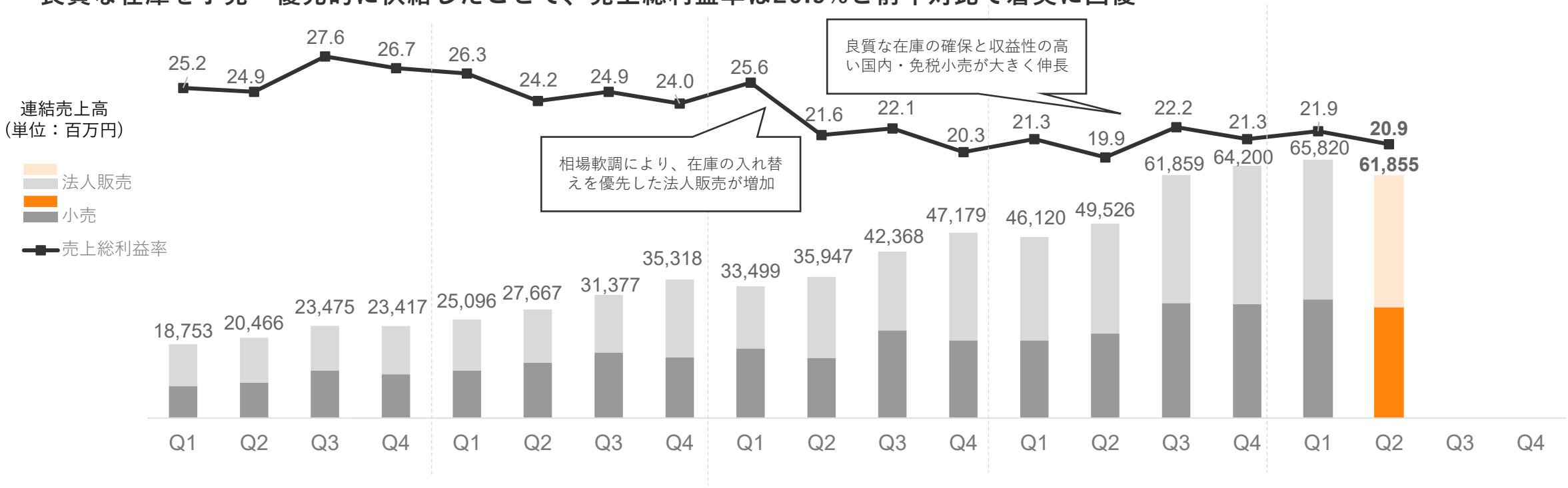


※ 個人買取額の経路：店舗買取、出張買取、イベント買取、宅配買取

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

連結売上高と売上総利益率の推移

個人買取の伸長を起点に小売・法人販売ともに堅調に推移し、第2四半期3か月間の売上高は前年同期比124.9%と高水準を維持
良質な在庫を小売へ優先的に供給したことで、売上総利益率は20.9%と前年対比で着実に回復



	FY2023				FY2024				FY2025				FY2026				FY2027			
小売比率※1	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%	46.0%	45.7%		
免税比率※2	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%	16.6%	13.5%		

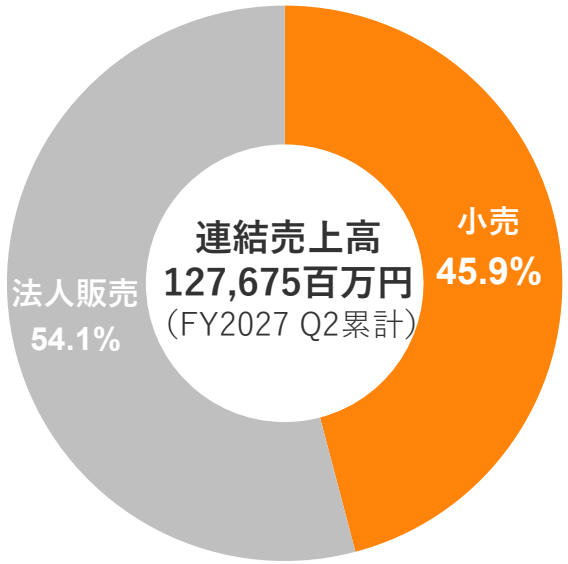
※1 小売比率は、小売額/連結売上高で算出（小売売上には免税販売額を含む）
※2 免税比率は、国内免税売上高/連結売上高で算出
※3 FY2027 Q1の小売比率に誤りがあったため、本資料にて修正しております、（修正前：46.1%→修正後：46.0%）

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

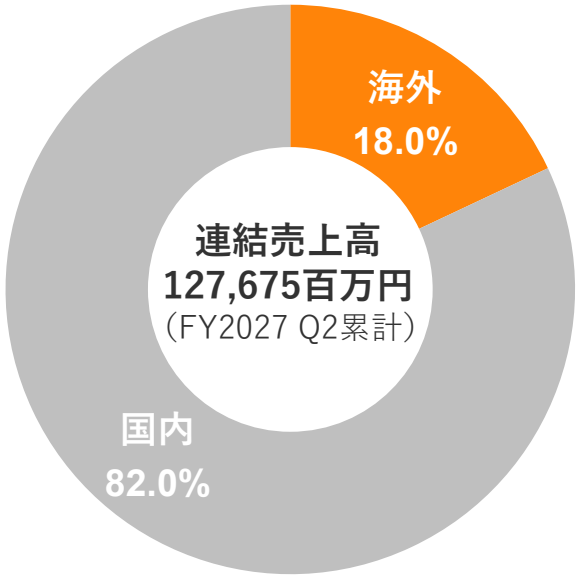
【小売】個人買取で確保した良質在庫を小売へ優先供給し、小売比率46.0%(前年同期比+2.9pt）を達成
【海外】アジア圏を中心とした積極的な出店と各エリアでの面展開により認知が向上。
さらに、法人販売が伸長し、海外比率は18.0%（同+4.1pt）へ拡大
【免税】多様な国・地域からの旺盛なインバウンド需要を確実に捕捉し、国内免税比率は15.1%（同+2.0pt）へ拡大

小売比率※



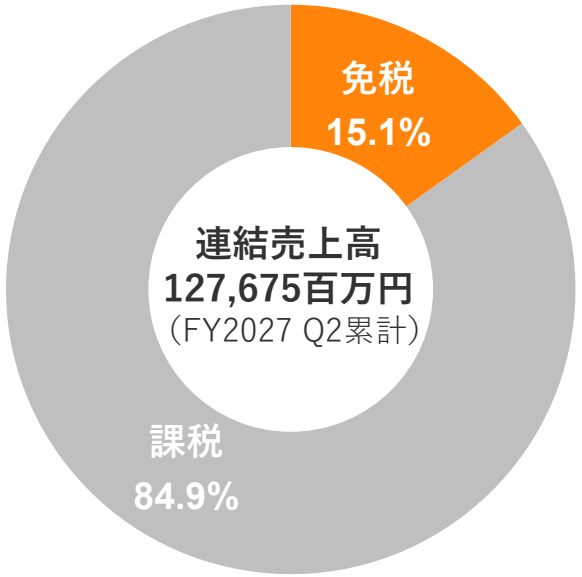
※「法人販売」にはオークション手数料を含む

海外比率※



※「海外」に国内の免税販売等は含まない
※ 海外比率は、(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

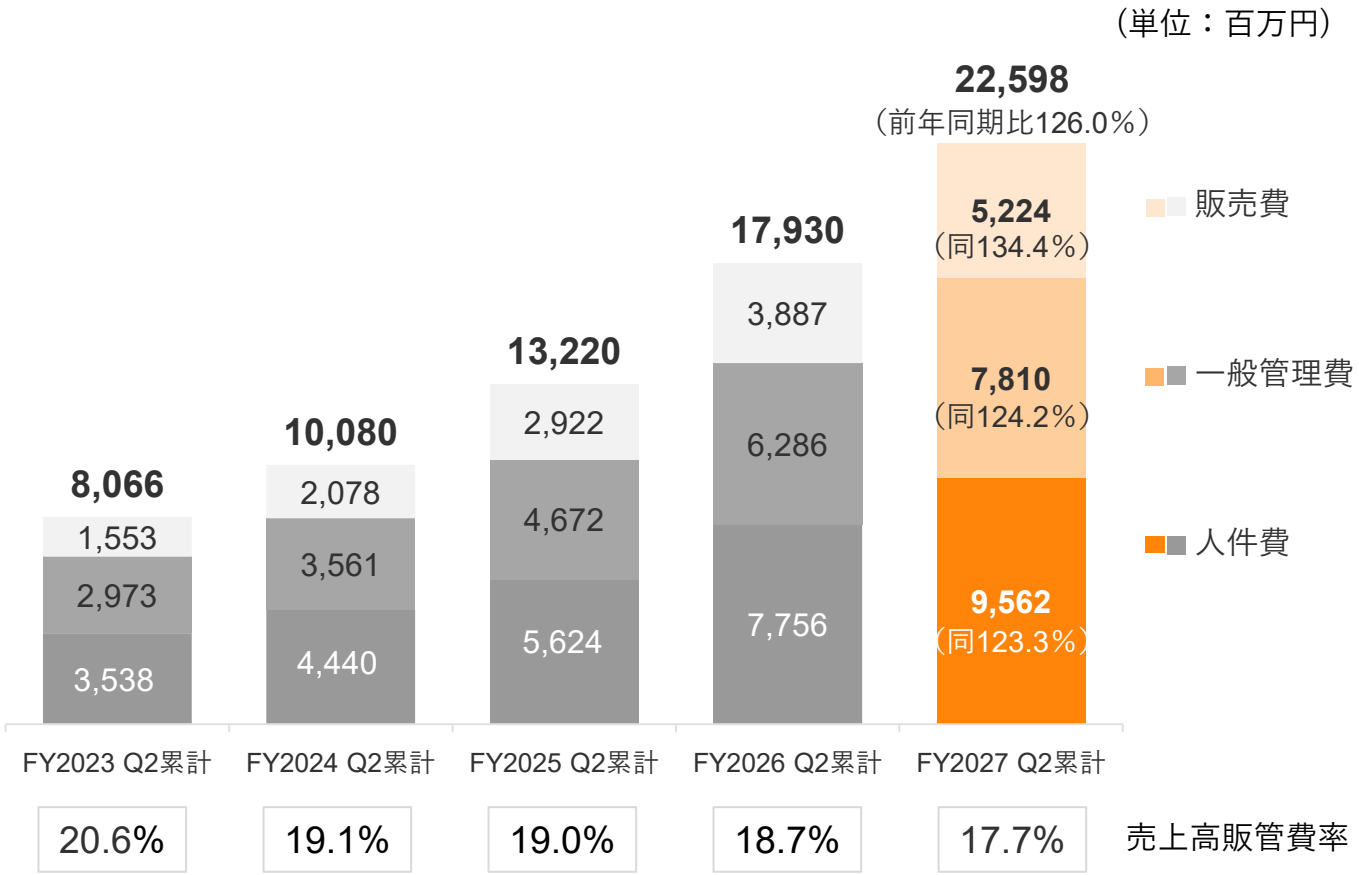
国内免税比率※



※国内免税比率は、国内免税売上高/連結売上高で算出

販売費及び一般管理費の推移

店舗出店やプロモーション、人材獲得への積極的な成長投資により、販管費は前年同期比126.0%と増加
投資を継続する一方、事業拡大に伴うスケールメリットにより売上高販管費率は17.7%（前年同期比△1.0pt）へ低下・改善



販売費

・販売手数料、カード手数料、店舗出店及び個人買取・小売強化に向けた広告宣伝費　等が増加

一般管理費

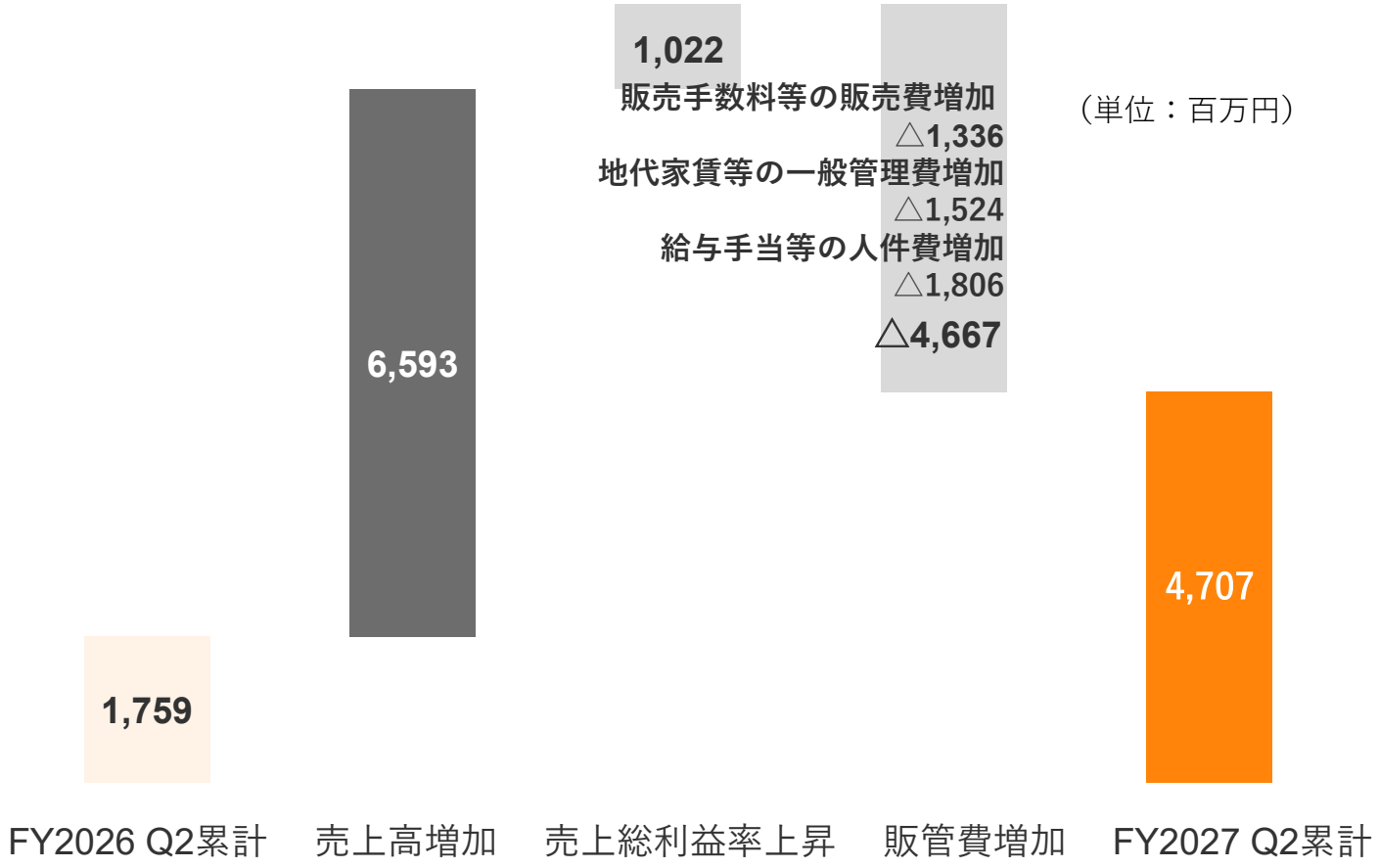
・店舗数の拡大に伴う地代家賃や減価償却費　等が増加

人件費

・採用数増加による給与手当、法定福利費　等が増加

連結営業利益の分析

個人買取の強化と小売ファーストが奏功し、売上拡大と粗利率改善の相乗効果で売上総利益が拡大
出店・採用等の成長投資に伴う販管費増を大幅に上回る利益を創出し、営業利益は前年同期比約2.7倍へ拡大



売上高

- 個人買取の強化により、良質な在庫が充実
- 小売ファーストを軸としつつ法人販売も柔軟に組み合わせ、売上高拡大を押し上げ

売上総利益率

- 利益率の高い個人買取品を小売へ優先供給したことで、全体の収益構造を底上げ
- 相場変動に伴う法人販売の利幅縮小を、小売の力強い伸長でカバー

販管費

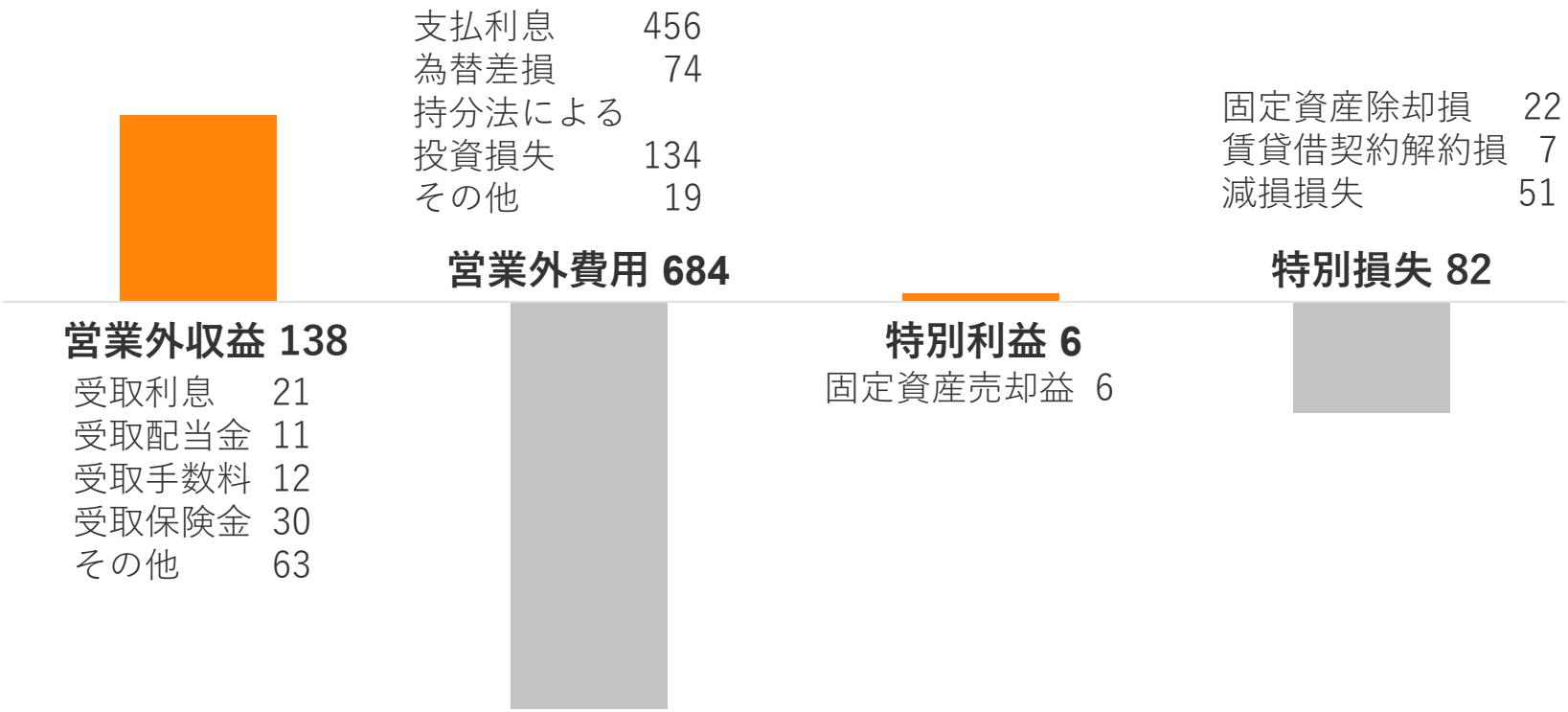
- ベースアップや採用増による給与手当の増加
- 個人買取・小売の成長を加速させる戦略的プロモーション等の増加
- 出店に伴う地代家賃等の増加
- 売上高増加に伴う販売手数料等の増加

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

営業外損益／特別損益

出店や在庫拡充等の成長投資に伴い支払利息を中心に営業外費用が増加したものの、本業の力強い営業増益により十分に吸収
特別損失の影響も限定的であり、盤石な収益基盤のもと、通期計画の達成に向けて極めて順調に進捗

（単位：百万円）



連結貸借対照表の概況

競争優位性の源泉となる鮮度の高い在庫を拡充し、売上原資となる棚卸資産が順調に拡大
在庫確保に伴い有利子負債は増加したものの、「現預金＋高流動な棚卸資産」で十分にカバーしており、財務健全性を堅持

（単位：百万円）	FY2026 Q4累計	FY2027 Q2累計	増減
流動資産	85,697	94,743	9,046
現金及び預金	19,790	20,038	248
棚卸資産	50,046	57,775	7,729
その他	15,860	16,929	1,069
固定資産	23,483	26,364	2,880
総資産	109,181	121,108	11,927
負債	71,353	80,956	9,603
有利子負債	59,930	69,826	9,896
その他	11,423	11,129	△293
純資産	37,827	40,151	2,324
負債・純資産合計	109,181	121,108	11,927

・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

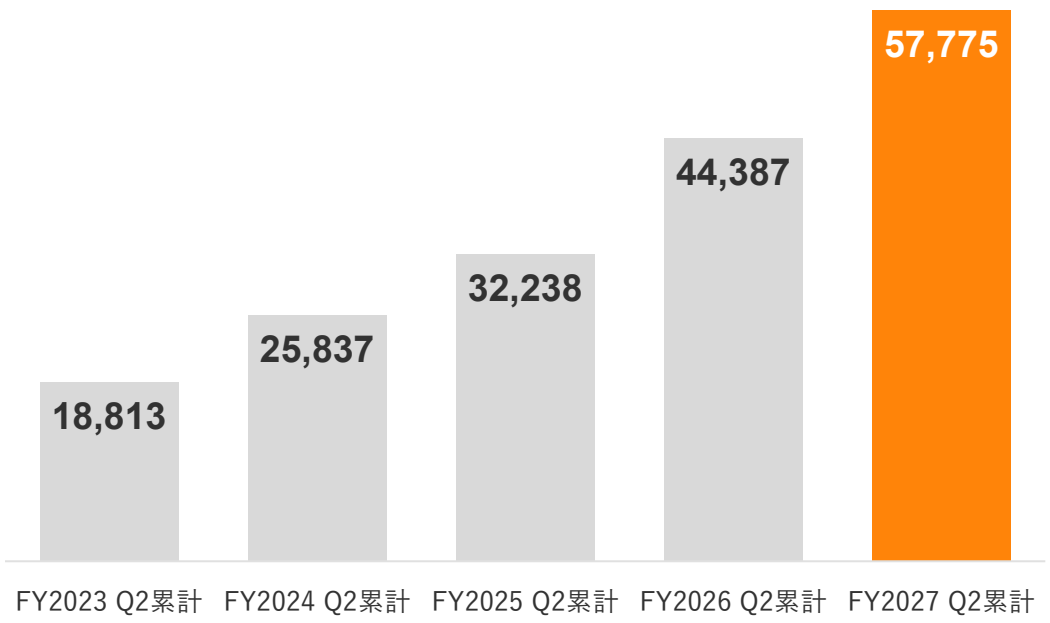
- 着実な利益計上により、配当支払い等を吸収し純資産は増加

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

在庫回転

事業拡大や下期需要期に向けた在庫拡充（前年同期比130.2%）を進める中、それを上回る売上成長（同133.5%）により在庫回転率は3.7回転へ改善
加えて、下半期に向けて良質な在庫内容を維持
小売ファーストによる売上総利益率改善と回転率向上の好循環が結実し、交叉比率は79.6%へ良化

棚卸資産(単位：百万円)



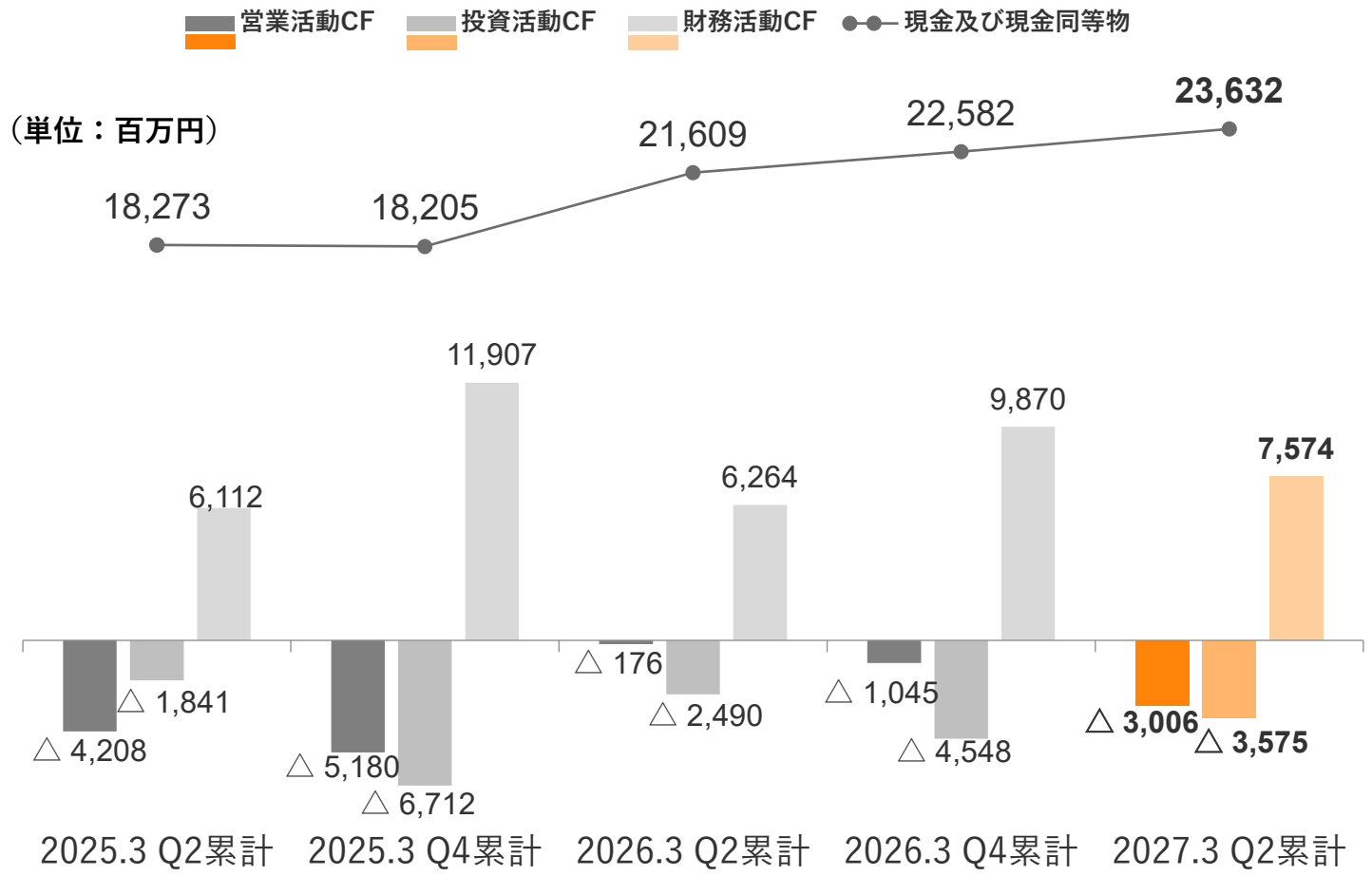
	FY2023 Q2累計	FY2024 Q2累計	FY2025 Q2累計	FY2026 Q2累計	FY2027 Q2累計
売上総利益率	25.0%	25.2%	23.5%	20.6%	21.4%
在庫回転率	3.4回転	3.5回転	3.8回転	3.6回転	3.7回転
交叉比率※	86.2%	89.3%	88.3%	74.1%	79.6%

※ 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

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

連結キャッシュフロー

棚卸資産の積み増しに加え、事業拡大に向けた新規出店およびM&Aを実行したことで、営業・投資活動CFは資金支出
積極的な仕入・投資資金を借入れで賄い、現金及び現金同等物は前期末から10億円増加



営業活動CF

- 「棚卸資産」
- 「法人税等の支払額」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による支出」等が増加
- 「子会社株式の取得による支出」を計上

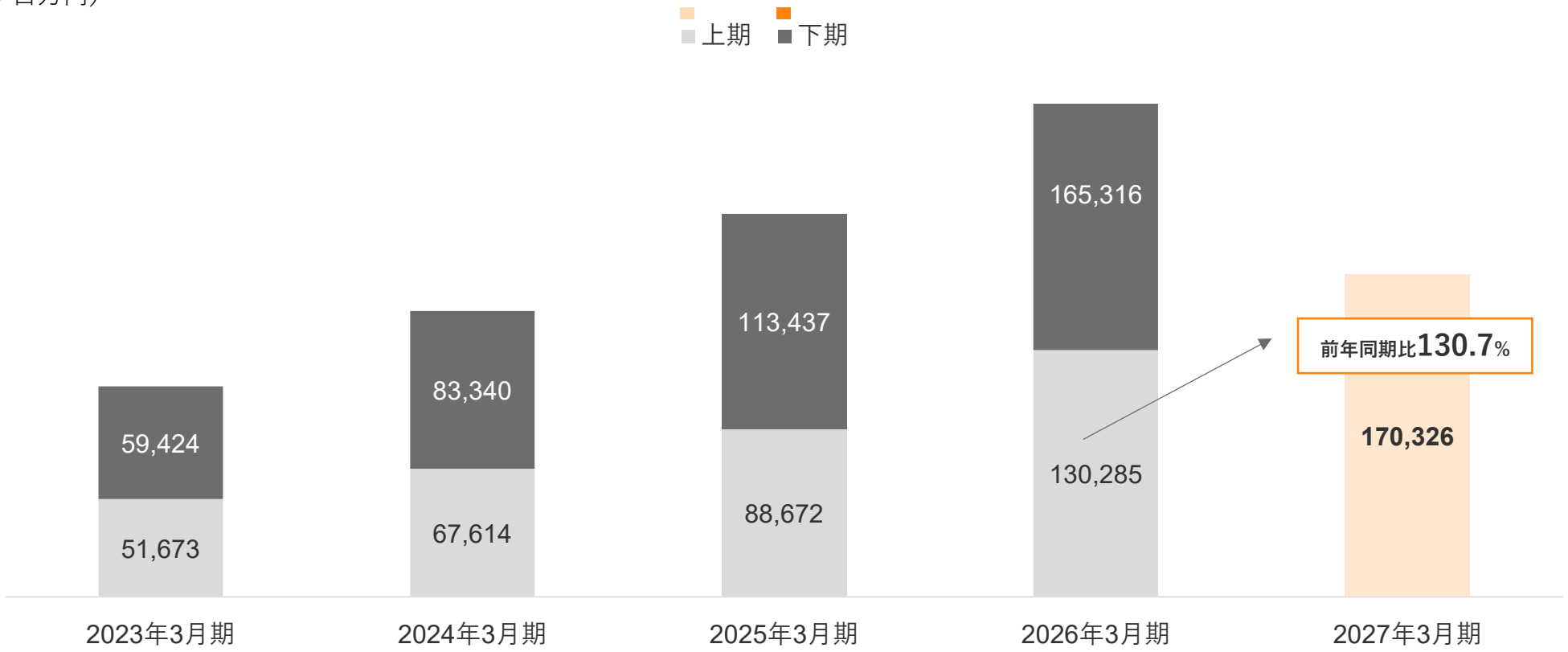
財務活動CF

- 個人買取及び成長投資を賄うための「短期借入金の純増加額」が増加

連結総流通量(GMV)※の推移

当社の事業規模を示す連結総流通量（GMV）は前年同期比130.7%と大きく拡大し、半期として過去最高を更新
多様な自営オークション基盤と外部アライアンスの相乗効果により、流通規模の拡大と中長期的な収益基盤の強化を加速

（単位：百万円）



※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やライブコマース事業での売上高・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しております。

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

2.　2027年3月期 第2四半期累計 セグメント概況

2027年3月期 第2四半期累計 セグメント別 サマリー

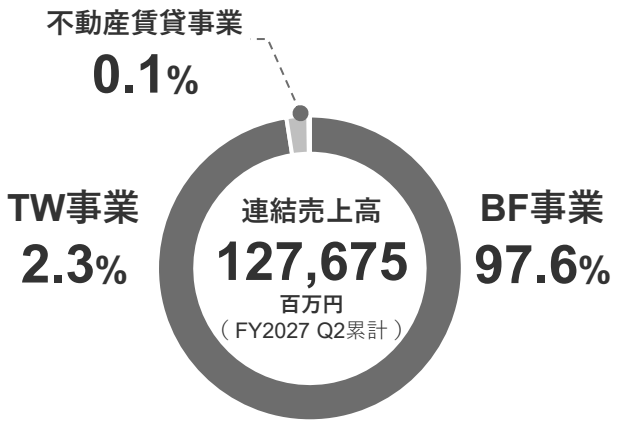
ブランド・ファッション事業（BF事業）※

個人買取額	売上高	営業利益
59,930百万円	124,685百万円	4,575百万円
前年同期比 133.4%	前年同期比 134.1%	前年同期比 301.9%

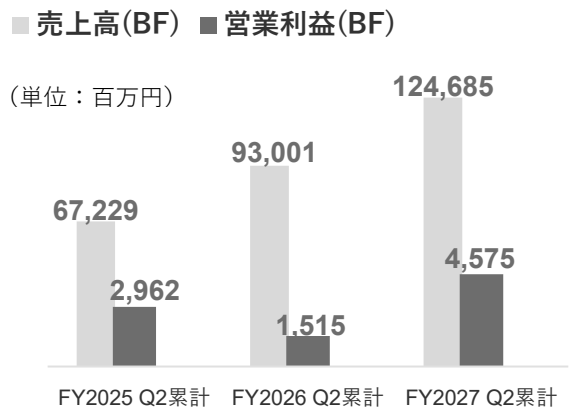
タイヤ・ホイール事業（TW事業）

売上高	営業利益
2,976百万円	42百万円
前年同期比 113.4%	前年同期比 68.9%

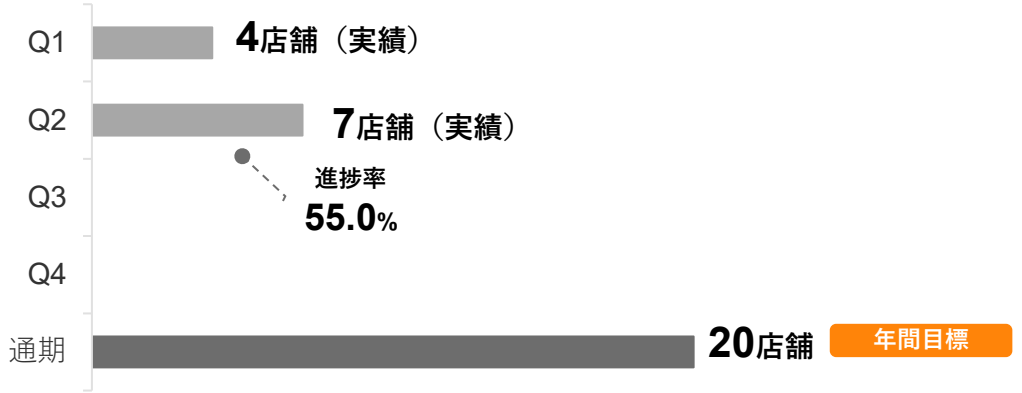
売上高構成比



BF事業 業績推移



BF事業 国内買取専門店の出店実績 KOMEHYO



※ 為替換算等の影響により、月次売上高との差異あり

2027年3月期 第2四半期累計 セグメント別 決算概況

ブランド・ファッション事業の売上高は前年同期比134.1%、営業利益は同301.9%と大幅な増収増益を達成し、全体の業績を強力に牽引

タイヤ・ホイール事業の売上高は前年同期比113.4%と堅調に推移した一方、中長期を見据えた先行的な成長投資により減益となるも、営業利益は計画を大幅に超過

	（単位：百万円）	FY2025 Q2累計	FY2026 Q2累計	FY2027 Q2累計	増減	前年同期比
ブランド・ファッション	売上高	67,229	93,001	124,685	31,683	134.1%
	営業利益	2,962	1,515	4,575	3,060	301.9%
	営業利益率※2	4.4%	1.6%	3.7%	+1.9pt	-
タイヤ・ホイール	売上高	2,194	2,625	2,976	350	113.4%
	営業利益又は営業損失(△)	29	61	42	△18	68.9%
	営業利益率※2	1.3%	2.3%	1.4%	△0.9pt	-
不動産賃貸	売上高	175	182	182	0	100.2%
	営業利益	58	61	59	△2	96.6%
	営業利益率※2	33.2%	33.9%	32.7%	△1.2pt	-

※1 調整額：売上高△163百万円、営業利益29百万円
※2 営業利益率の前年同期比は、当期及び前期それぞれの営業利益率（小数第2位を四捨五入）の差分として算出

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

BF事業｜コメ兵の経路別仕入・販売実績

KOMEHYO

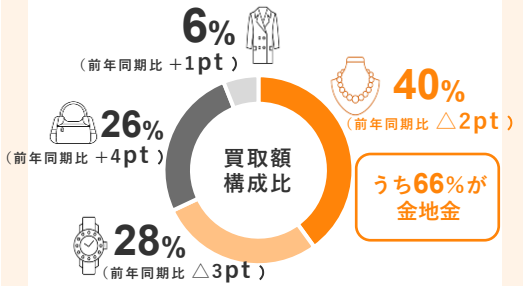
個人買取で獲得した良質な在庫を高粗利な小売へ優先供給し、収益化の最大化を牽引
市場動向を捉えた柔軟な法人販売により、売上・利益の積み増しと在庫回転の適正化を実現

買取・仕入

前年同期比 +3pt
66%

個人買取
（一般のお客さまから中古買取り）

店頭　イベント　宅配　出張



前年同期比 △3pt
34%

法人仕入
（リユース事業者から新品・中古を仕入）

主に店舗の魅力維持を目的に
個人買取を補完

評価・再生

真贋
チェック・
メンテナンス
→ ささげ業務・
教師データ
蓄積
→ 商品供給



全国で仕入れた商品は商品センターに集積され、熟練の鑑定士による**真贋チェック**や必要に応じた**メンテナンス**が行われる。
在庫リスクをコントロールしながら、最適な販売先へ供給

販売

小売
（一般のお客さまへ販売）

店舗　WEB

売上総利益率イメージ　小売：法人販売 3~4：1

法人販売
（リユース事業者へ販売）

オークション、イベント、
卸売、ライブコマース

- 法人向き（アンティーク、小売に不向き等）の商品、在庫量やリスクが高い商品を販売
- 自社オークションの活性化にもつながる

40%
前年同期比 +5pt

60%
前年同期比 △5pt

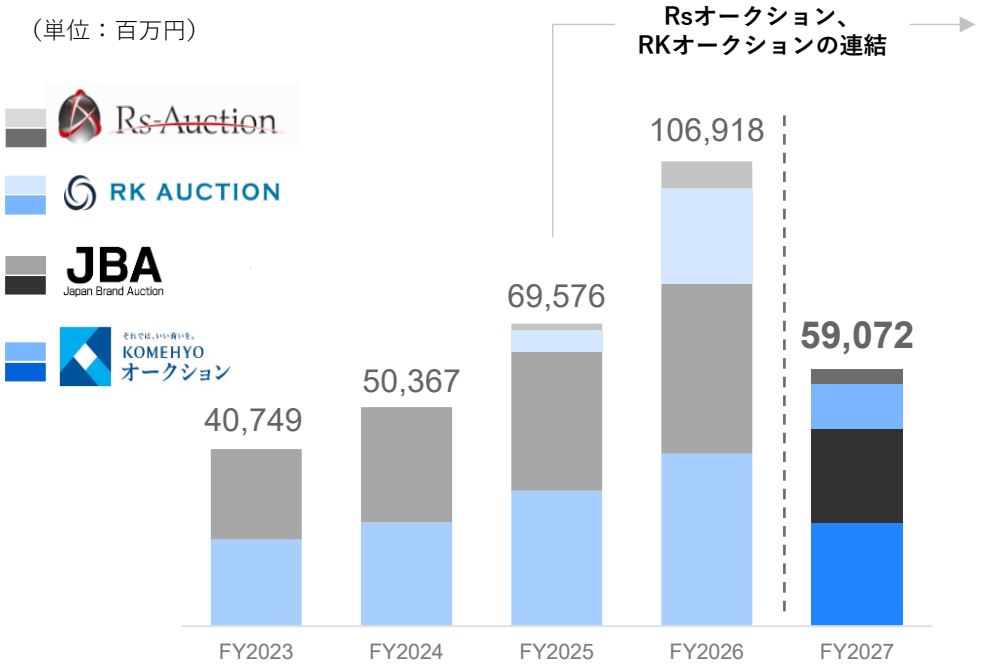
※比率はすべて2027年3月期第2四半期累計実績

BF事業｜オークションGMV(出来高)の推移

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
会員基盤の拡充と開催頻度の強化により、4事業合計で前年同期比113.3%と大幅に伸長

▌通期オークションGMV(出来高)の推移

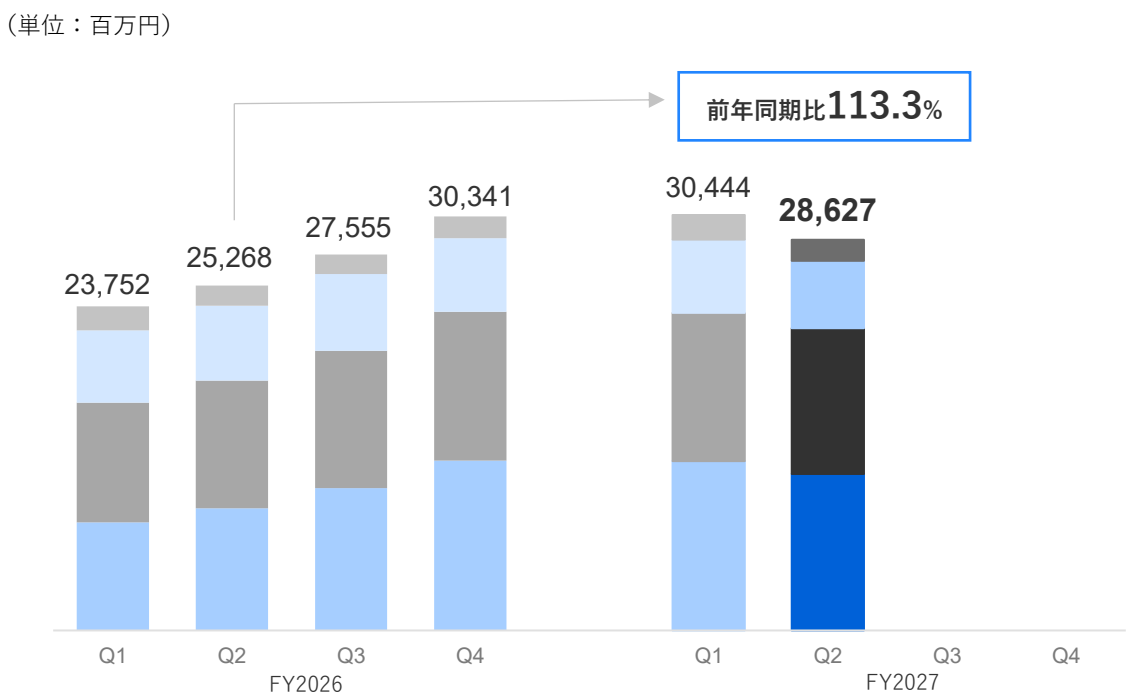
(単位：百万円)



	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026	FY2027
4事業合計の延べ会員企業数	2,811	3,602	6,252	6,538	-
4事業合計の開催回数	279	279	287	383	-

▌四半期単位のオークションGMV(出来高)の推移

(単位：百万円)



	FY2026 Q1	FY2026 Q2	FY2026 Q3	FY2026 Q4	FY2027 Q1	FY2027 Q2	FY2027 Q3	FY2027 Q4
4事業合計の延べ会員企業数	6,040	6,229	6,395	6,538	6,691	**6,931**	-	-
4事業合計の開催回数	89	95	100	99	102	**104**	-	-

※流通関与ビジネス：グループのデータやノウハウを活用し、BtoBオークションやフランチャイズ展開を通じて市場の流通に関与する事業

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

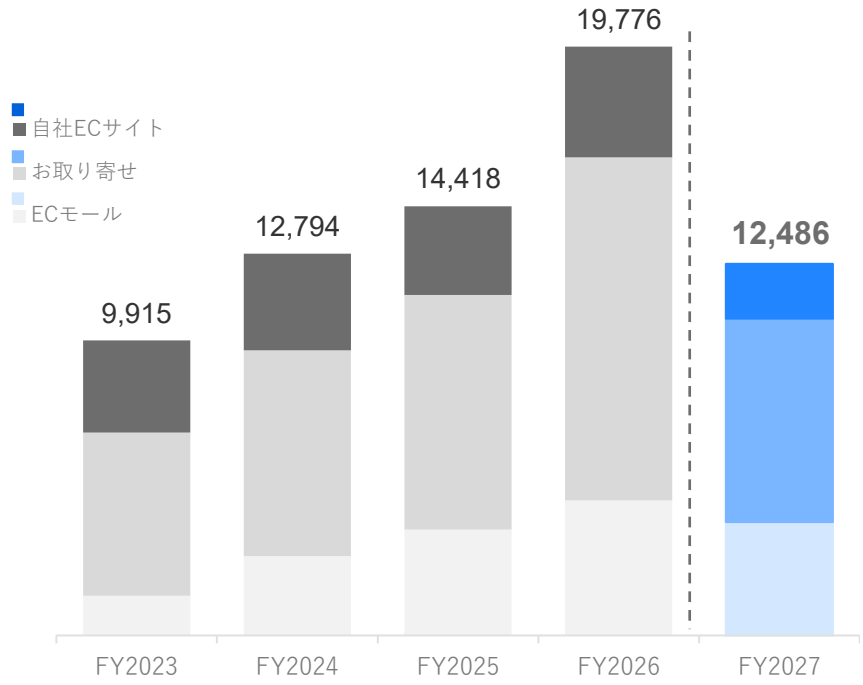
BF事業｜EC関与売上高※1の推移

KOMEHYO

EC関与売上高は、前年同期比143.1%と高成長を継続
国内モールの販促最適化に加え、越境ECの伸長が牽引し、ECモール売上高は同224.0%と飛躍的に拡大
オンラインとリアル店舗のシームレスな連携が浸透し、販売効率の最大化を実現

▌通期EC関与売上高・EC関与率の推移

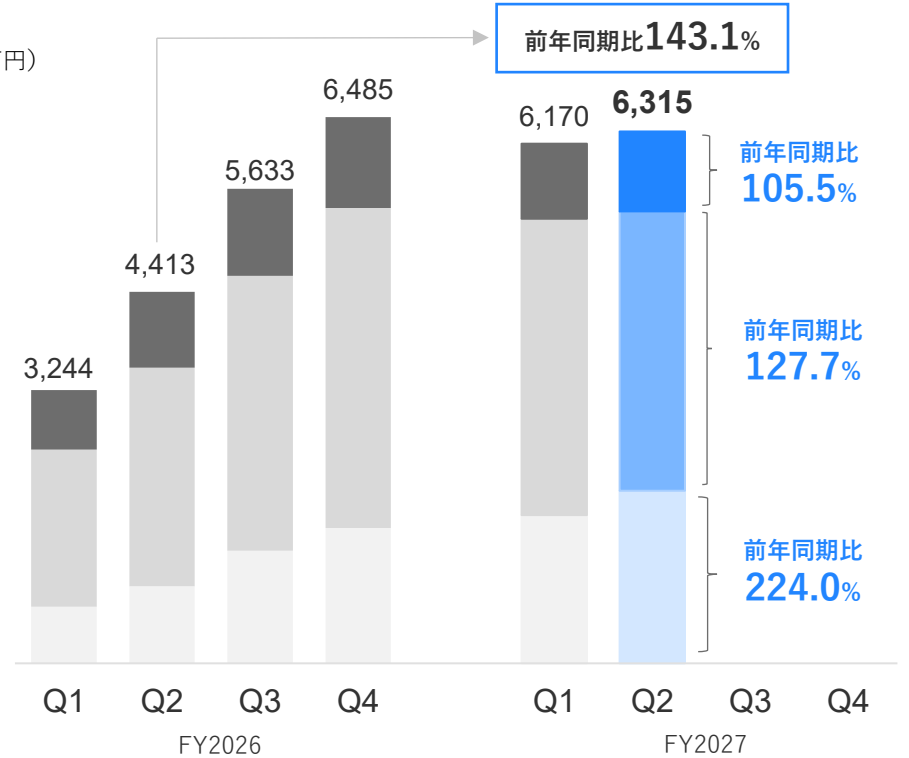
（単位：百万円）



	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026	FY2027
EC関与率	40.9%	36.9%	33.8%	36.2%	-

▌四半期単位のEC関与売上高・EC関与率の推移

（単位：百万円）



	FY2026 Q1	FY2026 Q2	FY2026 Q3	FY2026 Q4	FY2027 Q1	FY2027 Q2	FY2027 Q3	FY2027 Q4
EC関与率	32.6%	38.6%	34.3%	39.1%	36.9%	**41.7%**	-	-

※1 自社ECサイトやECモールの売上高と、お客さまが自社ECサイトを経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
※2 EC関与売上高/小売売上高

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

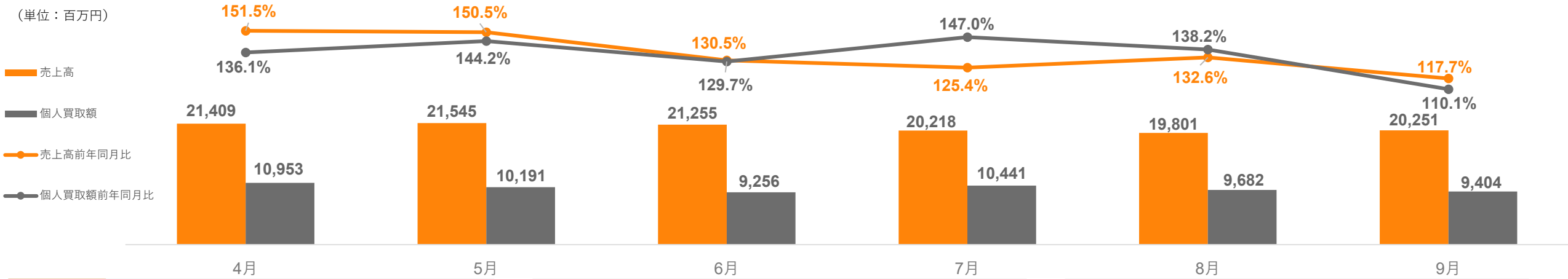
BF事業｜2027年3月期 第2四半期累計 月次振り返り

期初より「個人買取」「小売」に注力し、収益力の改善を図る

▌第2四半期累計 月次推移※

外部環境

4月	5月	6月	7月	8月	9月
金・時計相場は軟調に推移、バッグは高値水準で推移			金相場回復 一部の商品相場において不透明感が漂う		為替や天候の変動に伴い、 相場全体の不透明感は継続



売上動向

4月	5月	6月	7月	8月	9月
好調な個人買取を上回る旺盛な販売需要に対し、 戦略的に持ち越した前期在庫を機動的に投入。 小売を中心に売上・利益ともに大きく伸長。 軟調な相場環境の影響を受け、法人販売の利益はやや未達		前期分の在庫消化が進む中、好調な個人買取を背景に 小売は売上・利益ともに計画上振れ。 法人販売は計画以上の売上を達成するも、利益面は計画をやや下回る		リスク在庫はセールや法人販売を活用して第2四半期中に整理。 この結果、全体の売上高は計画水準で着地するも、 法人販売の利益が計画水準に届かず、全体の利益も計画未達	

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期
小売比率	45.3%	45.8%	45.2%	46.4%	43.3%	45.4%	45.2%
免税比率	17.9%	17.3%	15.9%	15.3%	13.1%	13.2%	15.5%
出店数	7	7	3	6	3	3	29

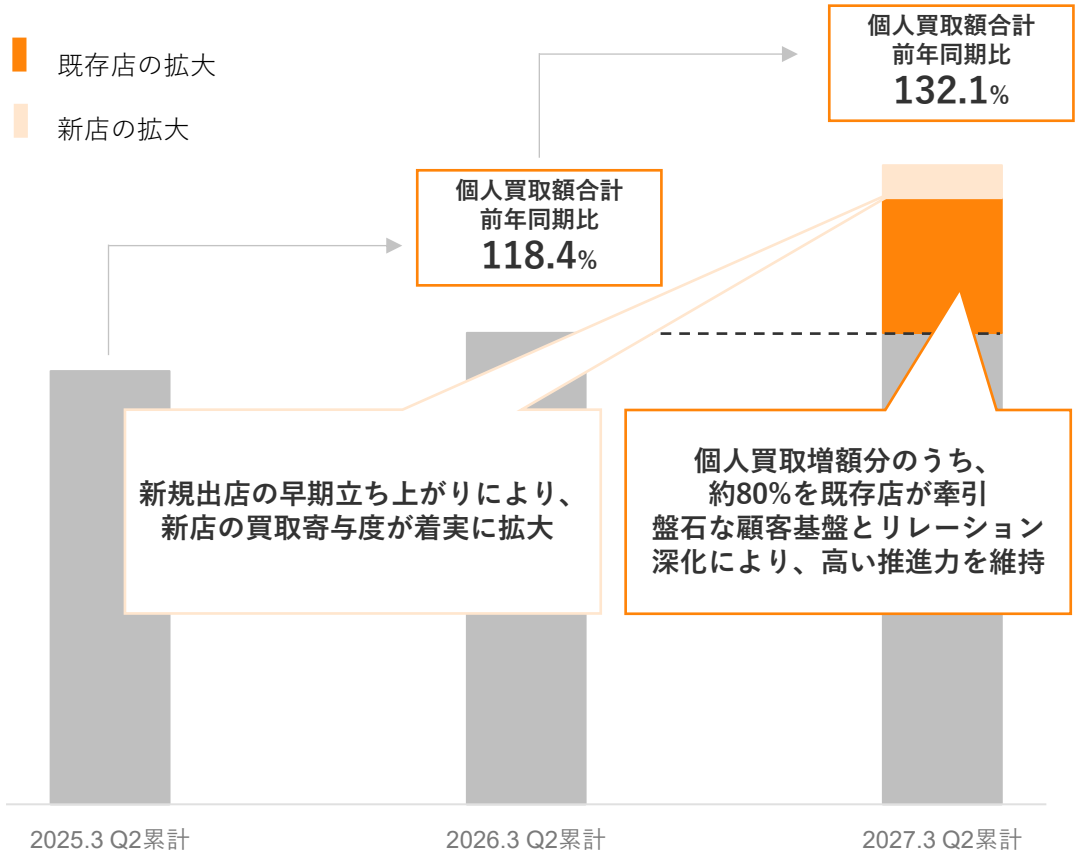
※ ブランド・ファッション事業の月次売上高・個人買取には、海外の事業会社も含む

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

BF事業｜2027年3月期 第2四半期 ハイライト（国内）

強固な仕入れ基盤を背景に、「個人買取」から「小売」への優先供給を徹底
相場変動局面においても、独自の高回転・高粗利フローを構築することで、上期での着実な業績を牽引

▌個人買取額の推移（既存店・新店）※



※ 本ページの個人買取額推移及び増額分の内訳は、株式会社コメ兵の数値を集計したものです。

▌「買取→在庫→小売」の独自循環サイクル

個人買取

- 新規：生活導線を意識した積極出店が奏功し、顧客接点が拡大
- 既存：積極的なプロモーション（CM等）や1to1での顧客リレーションの深化により、全体の成長を強力に牽引

在庫

- 売上推移と連動させた機動的な在庫コントロールにより、過剰在庫の発生を抑止しながら事業拡大に見合う適正水準を堅持
- 個品単位での厳格なモニタリングと鮮度管理を徹底し、高回転と高粗利を両立させる質の高い在庫を維持

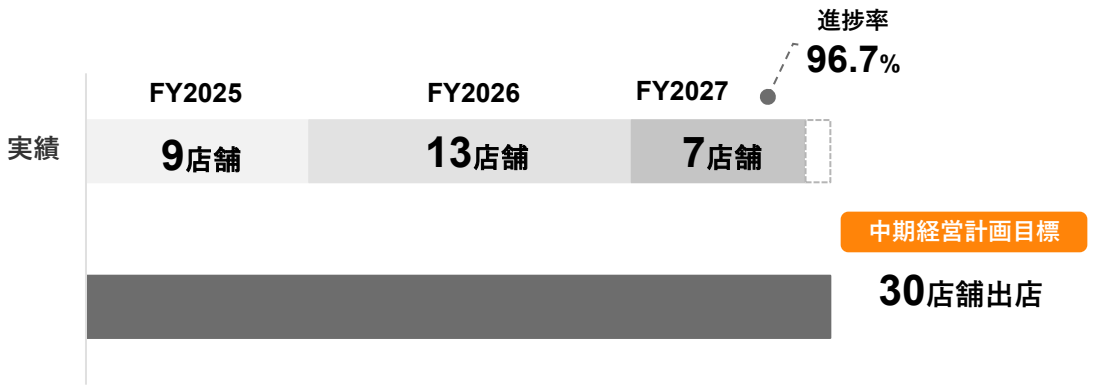
小売

- 国内・免税両方の旺盛な需要に対応
- 第2四半期中にセール等を活用し、相場変動リスクを伴う在庫の早期解消・換金を徹底
- リスク在庫の整理が進んだ結果、良質在庫を中心としたポートフォリオを形成
- これらの在庫を下期に小売へ重点配分し、さらなる高収益化へとつなげる

BF事業｜2027年3月期 第2四半期 ハイライト（海外）

ASEAN・中華圏を中心とした積極的な出店により、中期経営計画目標（FY2025-FY2028で30店舗出店）の進捗率は96.7%に到達
上海におけるBtoBオークションの始動や欧州進出など、各地域の特性に応じた事業展開により、グローバル収益基盤の構築を加速

▌出店の進捗



中華圏	・香港/台湾について、 第2四半期は天候要因等で一部弱含みも、全体としては堅調。特に台湾は、半導体産業の活況に伴う好調な国内景気が追い風となり伸長 ・上海について、8月よりJBAオークションが稼働。成約率・成約金額は初動時より改善傾向にあり、順調にスタート ・マカオについて、今冬より買取事業を開始予定
ASEAN	・売上・利益ともに堅調に成長 ・特に、シンガポールはフリーポートの強みを活かし、前年対比で2倍以上の成長を実現 ・9月下旬よりフィリピンでの買取事業がスタート。また、今冬よりインドネシアでの事業開始を予定しており、ASEAN展開をさらに加速
アメリカ	・仕入は引き続き好調に推移 ・来期以降の出店を検討中
欧州	・欧州初の進出拠点として、本年9月にロンドンに法人設立。事業開始に向けた準備が進行中

2026.7.31オープン
Komehyo Sunway Velocity （マレーシア）



2026.8.19オープン
BRAND OFF Causeway Bay LAFORET店（香港）



©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

TW事業｜2027年3月期 第2四半期 事業概況

冬物需要の早期取り込みや自社企画ホイールの伸長により、前年対比で増収を達成
新倉庫稼働やプロモーション等への投資により減益となるも、営業利益は計画を大幅に超過

売上高

増収達成

中古仕入高

前年同期比105%と着実に伸長
WEB集客の強化により仕入基盤を拡充

▮増収の背景



リユース新倉庫の本格稼働による供給力拡大と中古売上の伸長

- 新倉庫の本格稼働に伴う商品化・出品プロセスの効率化により、EC・店頭双方への供給体制を大幅に強化
- 潤沢な在庫供給を背景に、中古売上高は前年同期比174%と大幅に拡大



メーカー値上げ前の駆け込み需要の捕捉と適正利益の確保

- メーカー値上げ前の駆け込み需要を捉え、スタッドレスタイヤの早期販売が大きく伸長
- 原価上昇を見込んだタイヤの仕入や価格競争に巻き込まれない販売戦略により、適正な利益水準を確保し、売上総利益も着実に伸長



新型車需要の捕捉と自社企画ホイールの国内外での伸長

- 自社企画ホイールが、新型車種（ランクル FJ、ハイラックス等）の需要を確実に取り込み、売上拡大を牽引
- 国内・海外売上ともに好調を維持し、グループ全体の増収に大きく貢献

3.　2027年3月期 下期の取り組み

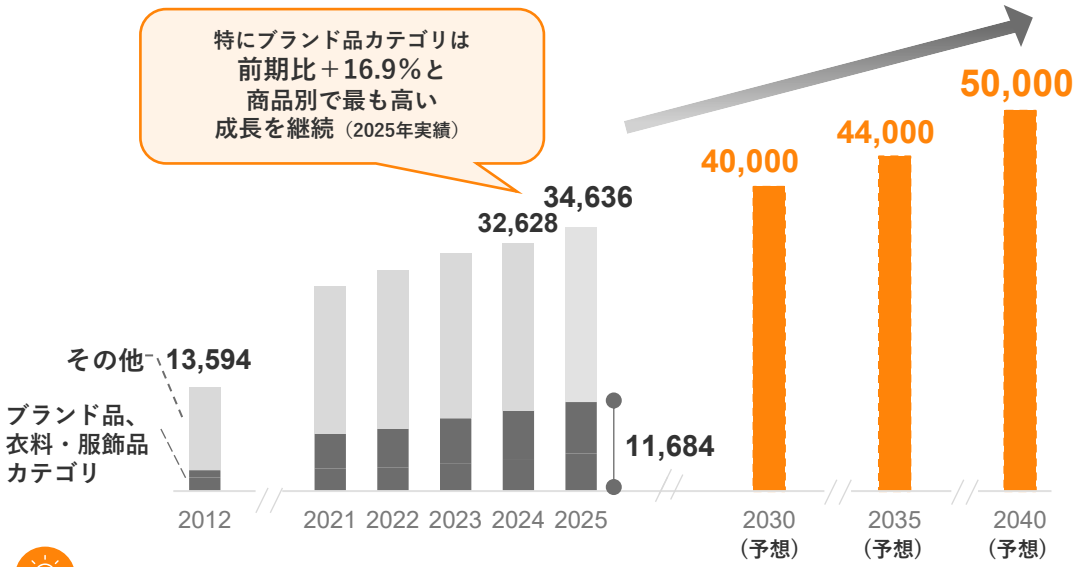
中期経営計画　国内リユース市場の展望

『2026年3月期 決算説明資料』再掲（一部更新）

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

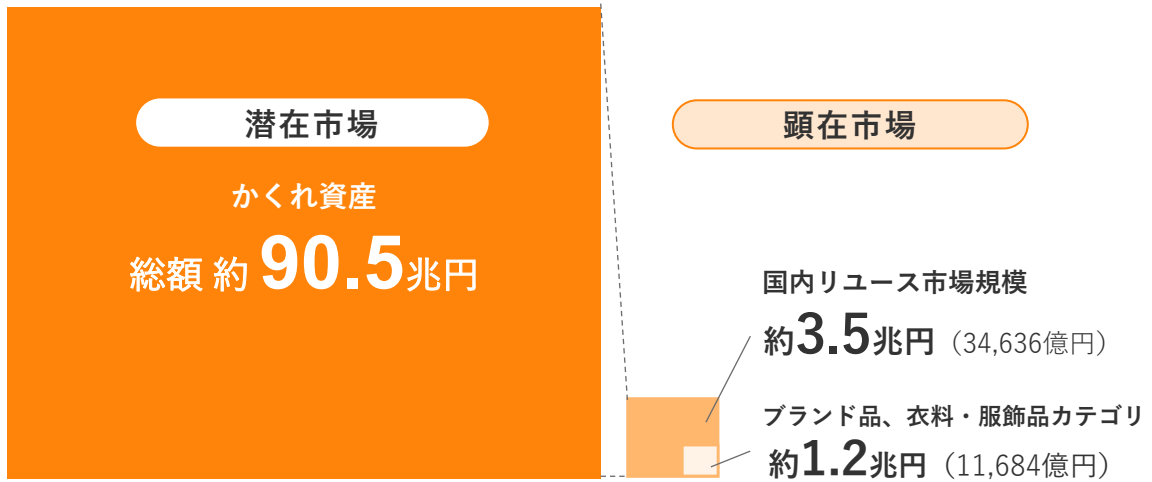
▌国内リユース市場規模※1

（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
- 「モノを大切にする」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



※自宅内で1年以上使用していない不要品の推計価値

- 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3.9%
- 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2026」リフォーム産業新聞社 2026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

中期経営計画　事業成長のための考え方（BF事業）

『2026年3月期 決算説明資料』再掲（一部更新）

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

Phase　01
各ビジネスを拡大
既存事業の磨き込み

進行中
Phase　02
ビジネス間の相互連携
売買ビジネスと連携しGMVを拡大

進行中
Phase　03
データ活用による領域拡大
蓄積されたデータで領域を拡大させながら、既存ビジネスも成長

各フェーズはステップ移行ではなく、既存の強みを維持・強化しながら同時並行で拡大し、自己強化サイクルを回す

模倣困難なグループ資産

人材資産

鑑定士数	人材定着率	目利き力・接客力
1,072名	91.4%	

No.1 信頼資産

市場シェア※1	ブランドリユースを熟知した店舗運営力	1947年創業からの信頼の積み重ねによるブランド構築
1位		

データ資産

充実したチャネルを基に、流通拡大で得られる各種データ

商品相場DB
真贋DB　顧客DB

BF事業中核3社延べ会員数※2 約200万
オークション会員社数 6,538社

MEGRÜS　BRAND OFF フランチャイズ事業

売買ビジネスの増加　流通関与ビジネスの増加

①売買ビジネス
・買取事業
・小売・法人販売事業
KOMEHYO　BRAND OFF TOKYO　Rodeo Drive
WORM　Shellman　SELBY

②流通関与ビジネス
・BtoBオークション事業
・フランチャイズ事業
JBA Japan Brand Auction　KOMEHYO オークション
RK AUCTION　Rs-Auction
SHOPSHOPS

③市場成長関与ビジネス
・新規参入
・外部連携
・新サービス
（未利用客の開拓・購買行動の変容・顧客の新たな価値に繋がるサービス）
DB活用による法人支援事業
ラクマ最強鑑定
OMRIS

蓄積　活用　活用　活用
データ・ノウハウ

※1「リユース市場データブック2026」リフォーム産業新聞社 2026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

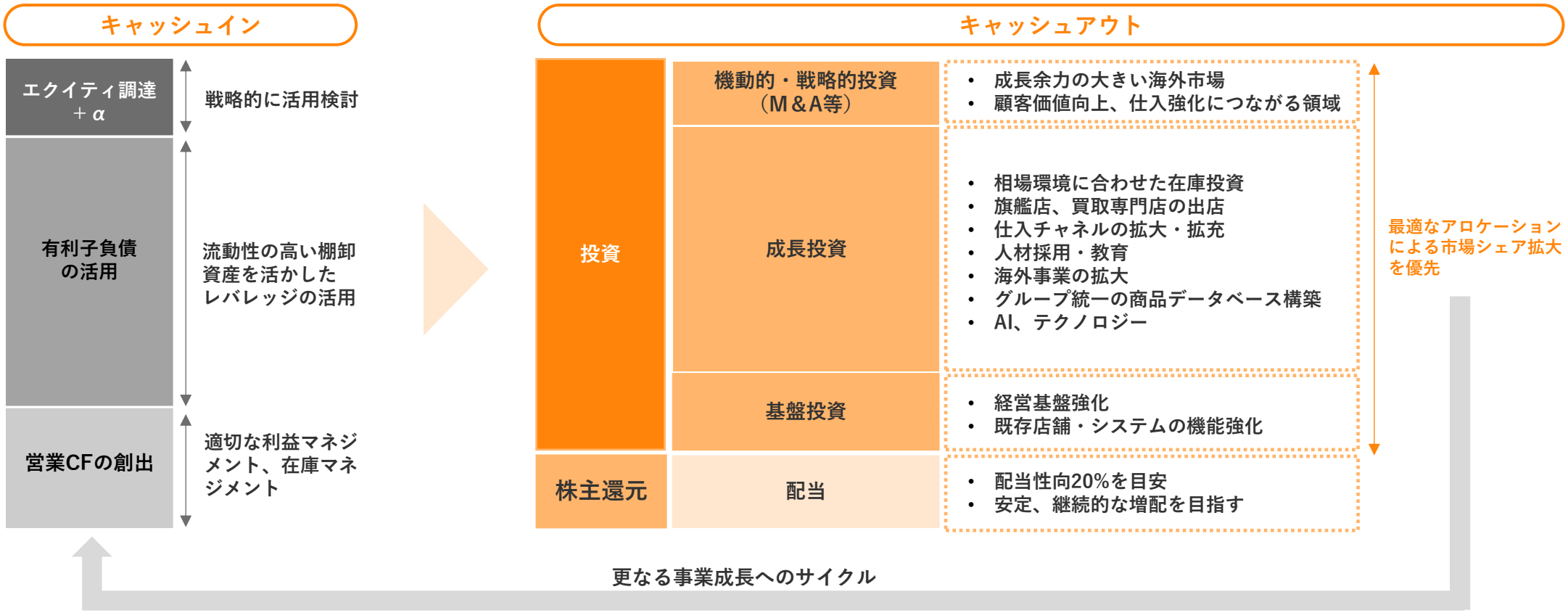
©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

経営資源の分配方針

『2026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



©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

中期経営計画 定量目標（2025年3月期-2029年3月期）

『2026年3月期 決算説明資料』再掲

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

中期経営計画

（単位：百万円）

	‘25年3月期（実績）	‘26年3月期（実績）	‘27年3月期（計画）	‘28年3月期（計画）※創業80周年	‘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

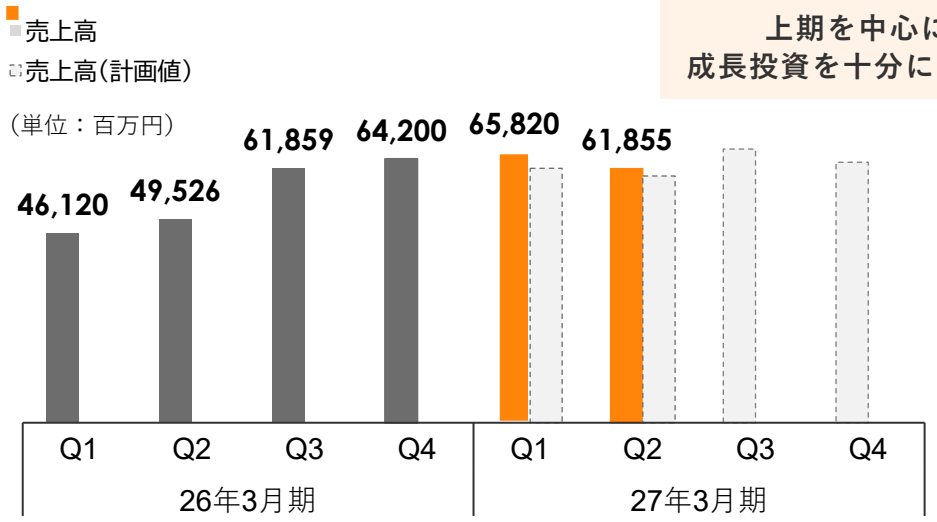
2027年3月期 連結業績予想

『2026年3月期 決算説明資料』再掲（一部更新）

個人買取の強化と小売ファーストの推進により、上期の売上高・営業利益はともに期初計画を達成
成長投資を十分に吸収しながら高い収益水準を維持しており、下期の需要期を捉えて通期での過去最高売上高・営業利益の更新を目指す

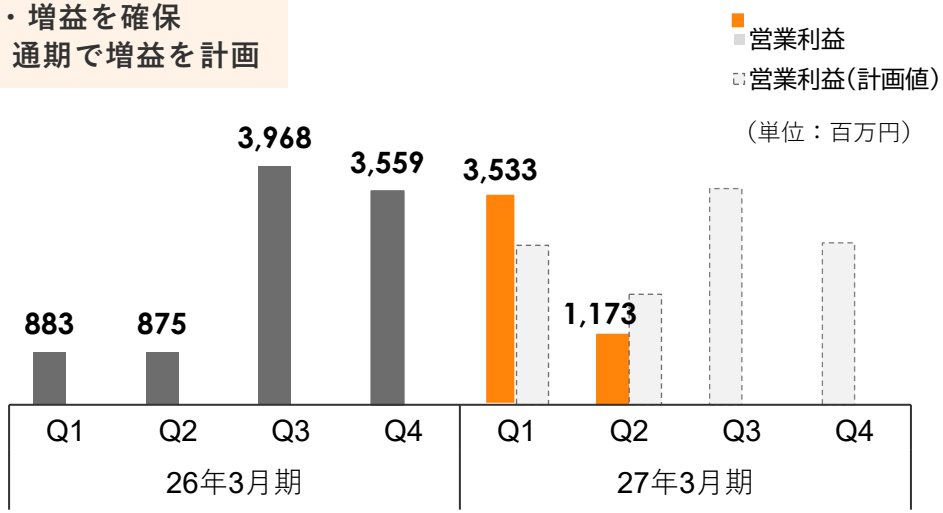
（単位：百万円）	売上高	営業利益	営業利益率
上　期	122,000	4,500	3.7%
通　期	252,000	10,800	4.3%

売上高



上期を中心に前期からの増収・増益を確保
成長投資を十分に吸収したうえで、通期で増益を計画

営業利益



2027年3月期の注力ポイント

『2026年3月期 決算説明資料』再掲

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

日本国内での事業深化・探索

個人買取

- 買取専門店の出店
  KOMEHYO 20店/年
- プロモーション強化による既存店成長
- 出張買取・宅配買取の強化継続
- 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

法人仕入

- 店舗の魅力維持につながる法人仕入は継続
- 法人向け買取支援事業の拡大
- JFR & KOMEHYO PARTNERSによる買取専門店「MEGRUS」の出店継続

小売

- 販売店、商品編集型店舗の出店
- プロモーション強化による既存店成長
- 在庫連携で自社EC／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拡大
- 新規販路の拡大

グローバルでの事業拡大

- 各国の成長スピードに合わせて、出店を加速



BRAND OFF Mong kok MOKO 店（香港）
26.5.1オープン



KOMEHYO PLQ MALL（シンガポール）
26.5.1オープン

- 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
- 成功モデルの横展開と構造改革による収益基盤の最適化

M&A・アライアンス等による非連続な成長機会の創出

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。グループ全体の生産性の向上に貢献

KOMEHYO名古屋本店リニューアルとヴィンテージ専門店の新規出店

旗艦店「KOMEHYO名古屋本店本館1F」の空間刷新を通じた回遊性・CX向上と、国内外で高まるヴィンテージ需要を捉える専門店の出店を加速

既存のヴィンテージ2店舗との近接連携による相互送客やグループ会社の強み融合により、新たな顧客層の獲得と小売をさらに強化

旗艦店深化

KOMEHYO名古屋本店本館1F（宝石フロア）の改装（年内予定）



・取扱点数の拡大とフロア空間の刷新により館内の回遊性を高め、商品に触れる機会を広げることで、顧客の潜在需要を喚起し成約率の向上を図る

・1Fにおける集客力の強化とスムーズな縦動線により、上層階へ顧客を誘導。全館での入店客数・売上拡大を狙う

・個室/半個室スペースを活用し、対話を通して顧客一人ひとりの好みやこだわりに寄り添う接客環境を創出

小売強化

ヴィンテージ専門店 新規2店舗出店（2026年12月予定）



KOMEHYO VINTAGE TOKYO Current

・コメ兵3店舗目となるヴィンテージ店舗
・既存の買取専門店を一新し、1・2Fに販売フロアを新設した商品編集型の販売店舗



BRAND OFF
OMOTESANDO LUXE VINTAGE

・BRAND OFF初ヴィンテージ店舗
・同社ならではの商材や顧客属性に合わせた独自の店舗Iづくりを目指す

・既存2店舗に近接したエリアへの出店により、店舗間の相互送客を促進し、エリア全体の販売シェアを最大化

・各社独自の顧客基盤や取扱商材の強みを相互に補完し合うことで、幅広い世代・属性の需要へ多面的にアプローチ。単一業態では捉えきれないヴィンテージ購買層をグループ全体で着実に獲得

・グループ各社が保有する豊富な良質ヴィンテージ品を結集し、高まる販売需要に応じた高効率な小売展開を実現

米国初の販売店舗出店

ニューヨーク・SOHO地区への出店を契機に、北米事業の本格展開を開始
先行する個人買取・EC販売をリアル店舗へ繋げ、多店舗展開を見据える

2026.12月下旬オープン
KOMEHYO NEW YORK SOHO Flagship Store



所在地　：433 W Broadway, New York, NY 10012
店舗面積：約185㎡
取扱商品：宝石、時計、バッグ等

北米リユース市場の展望

世界最大のラグジュアリー・リユース市場
サステナビリティ意識の浸透や若年層の需要を背景に、高い成長性を維持する有望なマーケット

「Used in Japan」「Checked in Japan」への高い信頼
偽造品対策が重要視される米国において、当社の厳格な鑑定技術と品質管理は大きな差別化要因

×

今後の成長ストーリー

【Phase1： 買取・EC販売の先行による需要と供給の検証】
現地オフィスでの個人買取事業に加え、個人消費者向けEC販売を2025年よりスタート。買取は前年比2倍以上と好調に推移し、現地での仕入基盤を確立、及び販売需要を事前に検証済み

▼

【Phase2：トレンド発信地SOHOでのブランドプレゼンス向上】
ニューヨーク屈指の商業エリアSOHOへの出店により、国内外へのブランディングと認知度向上をさらに加速。実店舗が存在することで、新たな顧客層との接点を拡大

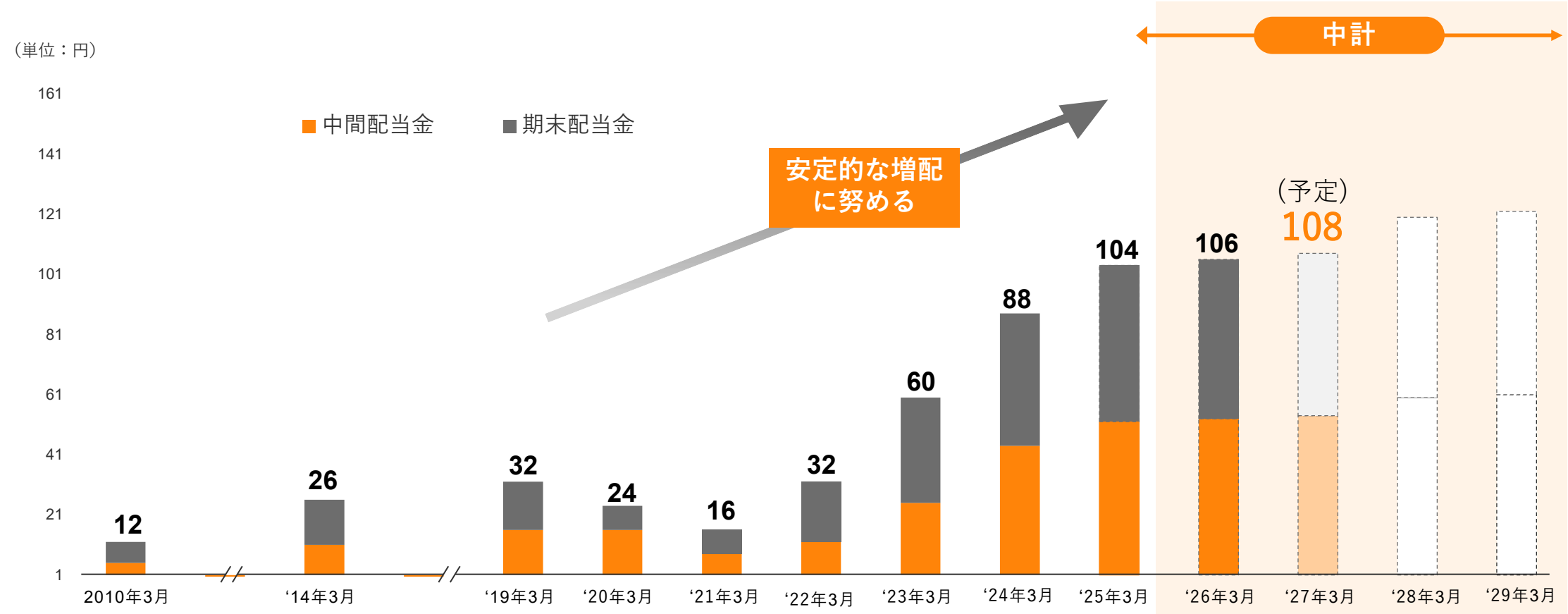
▼

【Phase3：主要エリアへの出店拡大】
SOHO出店を足掛かりに、全米主要エリアへの販売店舗出店を順次拡大予定。既進出国で培った事業ノウハウを米国にローカライズしながら、リアル×デジタル（EC販売）のシナジーを最大化することで、北米リユース市場でのシェア獲得を目指す

配当予想

『2026年3月期 決算説明資料』再掲

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



	2010年3月	…	‘14年3月	…	‘19年3月	‘20年3月	‘21年3月	‘22年3月	‘23年3月	‘24年3月	‘25年3月	‘26年3月	‘27年3月	‘28年3月	‘29年3月
配当性向(%)	24.8	…	15.5	…	34.7	25.0	—	15.5	17.7	19.2	23.9	21.2	20.3		

4.　IRの取り組み

IR活動の強化：シェアードリサーチ社によるアナリストレポート公開

レポートの目的

投資家の皆様への積極的な情報開示及び企業理解の促進を目的として、株式会社シェアードリサーチへレポート作成を依頼いたしました。
中立性を重視し、第三者視点からの調査・分析に基づいて作成されており、当社に対する理解を深めていただき、投資判断のご参考としていただければ幸いです。

URL（日本語）：
https://sharedresearch.jp/ja/companies/2780
URL（英語）：
https://sharedresearch.jp/en/companies/2780



This document is a user-generated, abridged version of the full company report downloaded by 奥田 舞.

カバレッジ開始日: 2026年8月20日
最終更新日: 2026年10月22日

Shared Research

2780
コメ兵ホールディングス

企業正式名称
株式会社コメ兵ホールディングス

本社所在地
名古屋市中区大須三丁目２５番３１号

上場市場
東証スタンダード

決算月
3月

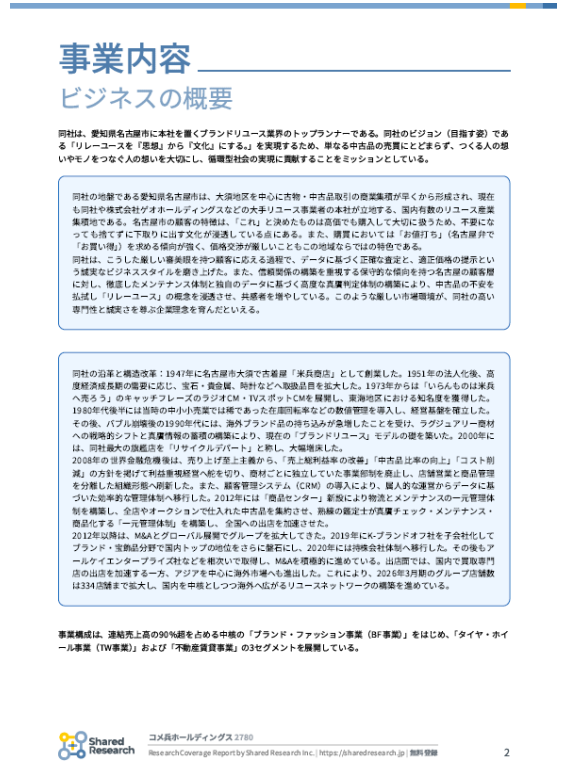
設立年月日
1979年5月4日

上場年月日
2003年9月12日

リサーチポリシー

Shared Researchレポートは、以下の方針に基づいて作成・更新されています。
経営層への取材を起点とする：初回作成時に、経営層への長時間インタビューを実施します。
年8回以上、継続的に更新する：四半期取材、決算速報、適時開示を反映します。
中立性・客観性を保つ：売買推奨や投資判断は記載しません。ファクトに基づく情報のみを提供します。
共通の目次で網羅する：全カバレッジ企業を同じ目次構成で整理し、企業を包括的に解説します。
本レポートは、四半期ごとに直接企業に取材し、書き換えられています。最新版はサイト上のレポートページでご確認ください。

Research Coverage Report by Shared Research Inc.



事業内容

ビジネスの概要

同社は、愛知県名古屋市に本社を置くブランドリユース業界のトップランナーである。同社のビジョン（目指す姿）である「リレーユースを『思想』から『文化』にする。」を実現するため、単なる中古品の売買にとどまらず、つくる人の想いやモノをつなぐ人の想いを大切にし、循環型社会の実現に貢献することをミッションとしている。

同社の地盤である愛知県名古屋市は、大須地区を中心に古物・中古品取引の産業集積が早くから形成され、現在も同社や株式会社ゲオホールディングスなどの大手リユース事業者の本社が立地する、国内有数のリユース産業集積地である。名古屋市の顧客の特徴は、「これ」と決めたものは高価でも購入して大切に扱うため、不要になっても捨てずに下取りに出す文化が浸透している点にある。また、購買においては「お値打ち」（名古屋弁で「お買い得」）を求める傾向が強く、価格交渉が厳しいこともこの地域ならではの特色である。
同社は、こうした厳しい審美眼を持つ顧客に応える過程で、データに基づく正確な査定と、適正価格の提示という誠実なビジネススタイルを磨き上げた。また、信頼関係の構築を重視する保守的な傾向を持つ名古屋の顧客層に対し、徹底したメンテナンス体制と独自のデータに基づく高度な真贋判定体制の構築により、中古品の不安を払拭し「リレーユース」の概念を浸透させ、共感者を増やしている。このような厳しい市場環境が、同社の高い専門性と誠実さを導ぶ企業理念を育んだといえる。

同社の沿革と構造改革：1947年に名古屋市大須で古着屋「米兵商店」として創業した。1951年の法人化後、高度経済成長期の需要に応じ、宝石・貴金属、時計などへ取扱品目を拡大した。1973年からは「いらんものは米兵へ売ろう」のキャッチフレーズのラジオCM・TVスポットCMを展開し、東海地区における知名度を獲得した。1980年代後半には当時の中小小売業では稀であった在庫回転率などの数値管理を導入し、経営基盤を確立した。その後、バブル崩壊後の1990年代には、海外ブランド品の持ち込みが急増したことを受け、ラグジュアリー商材への戦略的シフトと真贋情報の蓄積の構築により、現在の「ブランドリユース」モデルの礎を築いた。2000年には、同社最大の旗艦店を「リサイクルデパート」と称し、大幅増床した。
2008年の世界金融危機後は、売り上げ至上主義から、「売上総利益率の改善」「中古品比率の向上」「コスト削減」の方針を掲げて利益重視経営へ舵を切り、商材ごとに独立していた事業部制を廃止し、店舗営業と商品管理を分離した組織形態へ刷新した。また、顧客管理システム（CRM）の導入により、個人約6億件からデータに基づいた効率的な管理体制へ移行した。2012年には「商品センター」新設により物流とメンテナンスの一元管理体制を構築し、全店やオークションで仕入れた中古品を集約させ、熟練の鑑定士が真贋チェック・メンテナンス・商品化する「一元管理体制」を構築し、全国への出店を加速させた。
2012年以降は、M&Aとグローバル展開でグループを拡大してきた。2019年にK-ブランドオフ社を子会社化してブランド・宝飾品分野で国内トップの地位をさらに盤石にし、2020年には持株会社体制へ移行した。その後もアールケイエンタープライズ社などを相次いで取得し、M&Aを積極的に進めている。出店面では、国内で買取専門店の出店を加速するー方、アジアを中心に海外市場へも進出した。これにより、2026年3月期のグループ店舗数は334店舗まで拡大し、国内を中核としつつ海外へ広がるリユースネットワークの構築を進めている。

事業構成は、連結売上高の90%超を占める中核の「ブランド・ファッション事業（BF事業）」をはじめ、「タイヤ・ホイール事業（TW事業）」および「不動産賃貸事業」の3セグメントを展開している。

Shared Research コメ兵ホールディングス 2780
Research Coverage Report by Shared Research Inc. | https://sharedresearch.jp | 無料登録
2

※株式会社シェアードリサーチについて
国内外の金融機関で日本株の調査・運用に携わってきたスタッフが投資家の立場に立って独自の分析レポートを作成しているリサーチ会社です。130か国・6,000を超える機関投資家のほか、多くの個人投資家にも活用されています。

株価指数の構成銘柄に選定

2026年10月30日付で新たに算出された「TOPIX Next-tier」に選定されたほか、継続して「JPX日経中小型株指数」の構成銘柄に選定

2026年10月『TOPIX Next-tier』に新規選定 NEW!

株式会社JPX総研が新たに算出する株価指数『TOPIX Next-tier』の構成銘柄に選定され、2026年10月30日付で算出が開始されました。

『TOPIX Next-tier』とは：
・東証上場銘柄のうち流動性や時価総額等の一定基準を満たす銘柄により構成
・市場における多様な投資機会の確保や、幅広い成長企業への投資を促進することを目的とした指数

『JPX日経中小型株指数』に連続で選定

株式会社JPX総研及び株式会社日本経済新聞社が算出する『JPX日経中小型株指数』の構成銘柄に、2024年度より継続して選定されました。

『JPX日経中小型株指数』とは：
・資本の効率的活用や投資者を意識した経営観点など、グローバルな投資基準に求められる諸条件を満たした「投資者にとって投資魅力の高い会社」で構成される株価指数
・売買代金及び時価総額等によるスクリーニングののち、定量的な指標スコアリングに加え、定性的な要素による加点を行い、上位200銘柄を選定

※詳細は、日本証券取引所グループのホームページをご参照ください。https://www.jpx.co.jp/markets/indices/index.html

5. Appendix

Appendix

1. 会社概要 P.44

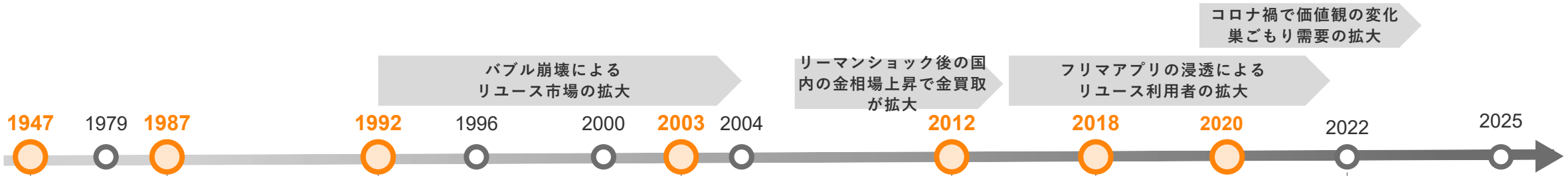
2. グローバル展開 P.57

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：2,095名　単体：64名（2026年3月時点）
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21社※を抱える



米兵商店が創業



中古ブランド品
取扱い開始

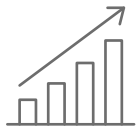




※ 2026年3月末時点

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



創業	年間売上高	年間個人買取額
1947年	221,707百万円（5期連続成長）	104,079百万円



社員数	人材定着率
2,095名 内)ブランド・ファッション事業の鑑定士 1,072名	91.4%



国内店舗数	海外店舗数	市場シェア※1	グループ会社数※2
294店舗 内）販売店13 買取専門店221 買取併設販売店60	40店舗 （6カ国／地域）	ブランド・宝飾品分野 1位	21社

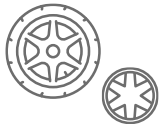
※1 「リユース市場データブック2026」リフォーム産業新聞社 2026年10月発行　※2 コメ兵ホールディングスを含む

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

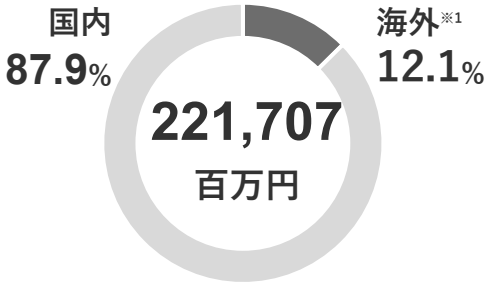
事業一覧（連結/2026年3月末時点）

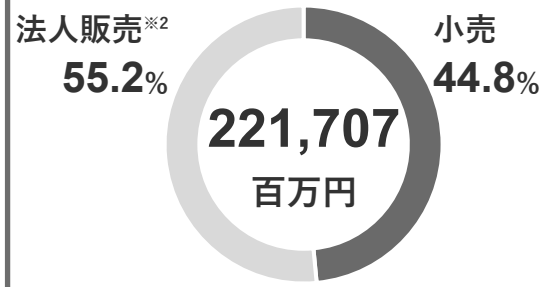
ブランド・ファッション、タイヤ・ホイール、不動産賃貸の3事業を展開。人から人へのモノの伝承・有効活用「リレーユース」を国内外で支える

2026年3月期 連結売上高 **221,707百万円**

	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）	96.9%	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）	2.9%	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

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

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

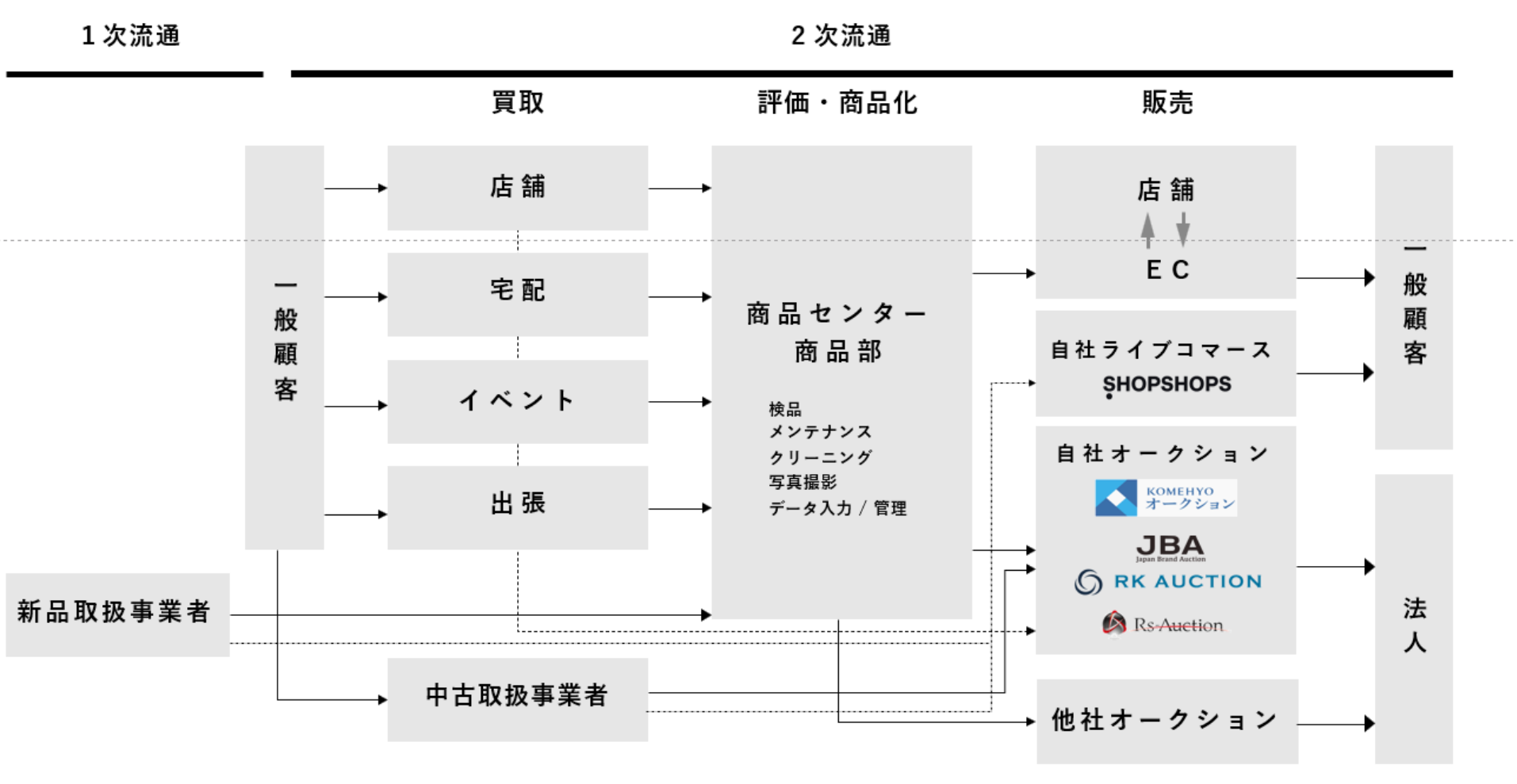
KOMEHYO

BRAND OFF TOKYO

RECLO　MIKE MUSEUM

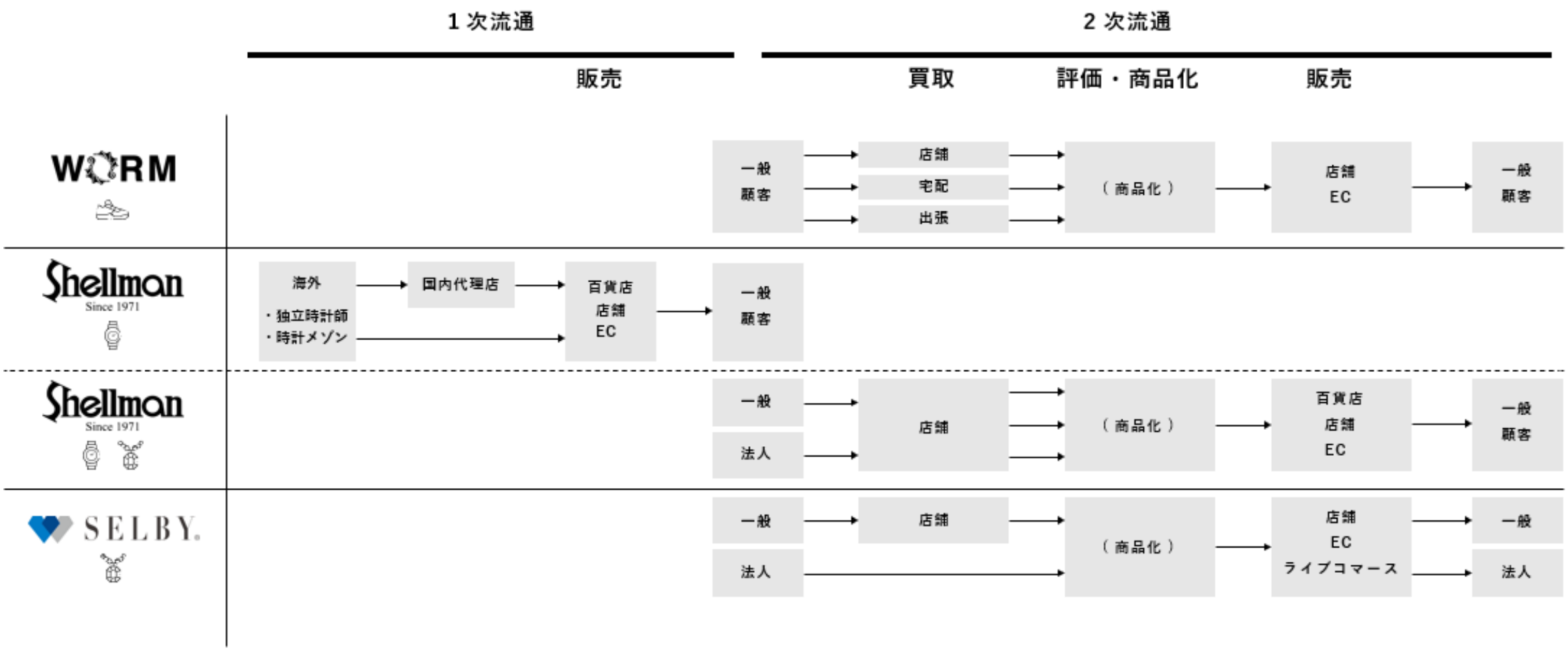
Rodeo Drive

SHOPSHOPS



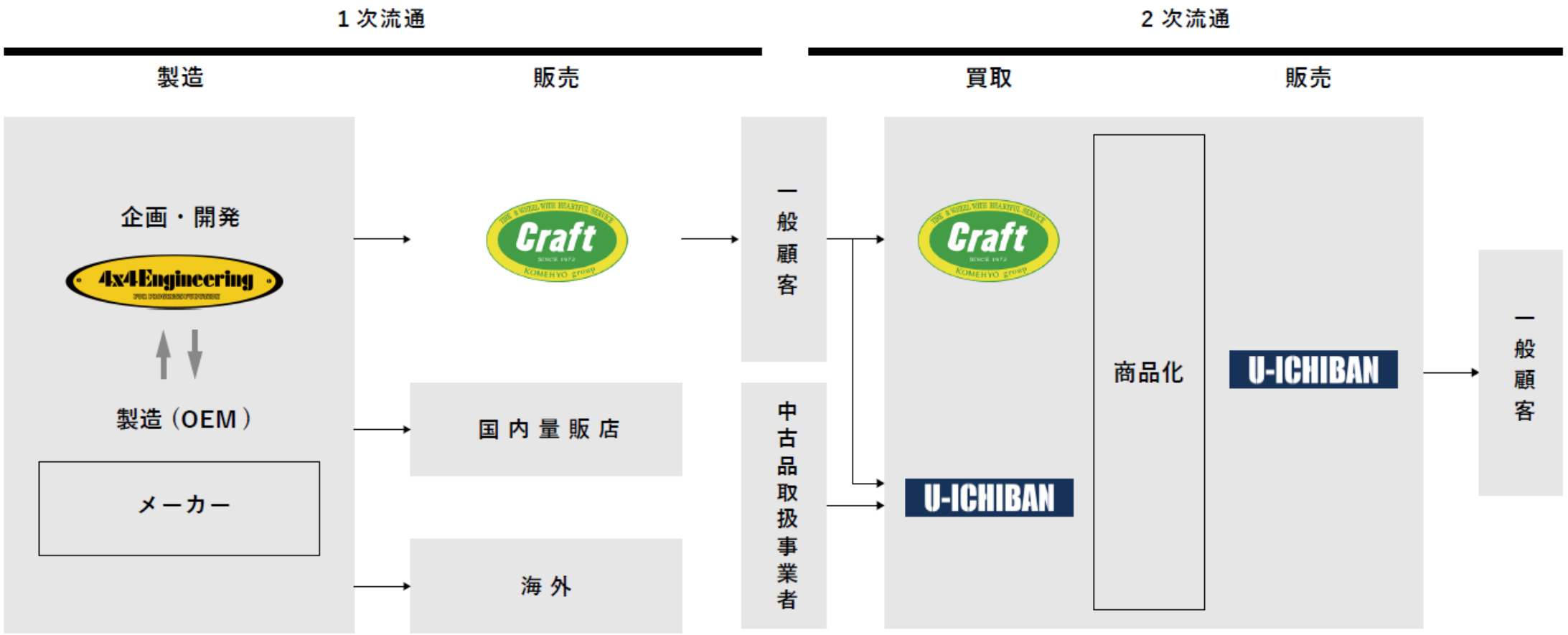
会社概要　コメ兵ホールディングスの事業領域

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　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

	KOMEHYO 	BRAND OFF TOKYO 	Rodeo Drive 
概要	創業から続く、 **グループの核となるブランド**	• 2020年3月期に子会社化 • **北陸地方**に顧客基盤を保有する主力ブランド	• 2025年3月期に子会社化 • 関東（特に横浜）に顧客基盤を保有
国内店舗	**214**店舗（旗艦店は主要都市中心）	**63**店舗（石川県金沢市が本拠地）	**10**店舗（神奈川県横浜市が本拠地）
海外店舗	タイ8店舗・シンガポール5店舗 マレーシア3店舗（ASEAN中心）	香港・台湾・上海に計29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	**時計**＞ジュエリー＞バッグ＞衣料品	**バッグ** ＞ 時計＞ジュエリー＞衣料品	**時計** ＞ ジュエリー＞バッグ＞衣料品

※2026年9月末時点

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4つ運営。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
出来高（GMV）に対するオークション手数料※が売上となる
加えて、越境ライブコマースの活用を通じて、販路拡大及び北米市場へリーチ拡大

	KOMEHYO オークション	日本ブランドオークション（JBA）	RK オークション	Rs-Auction	iShopShops,Inc.
					
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	iShopShops,Inc.
開催形式(販売形態)	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、リアル（手競り）	オンライン	オンライン	ライブコマース
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	宝石・バッグ・アパレル

※ 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 Since 1971 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

	WORM	Shellman Since 1971	SELBY
			
概要	プレミアムスニーカーの買取・販売	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	3店舗
販売の特徴	時価数千万円にものぼる世界に数足しかない希少な商品も扱う	アンティーク時計や独立時計師の時計、オリジナルウォッチを扱う	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

※2026年9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・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

	4x4Engineering	Craft / U-ICHIBAN	オートパーツジャパン
			
	企画・開発	新品・中古の仕入れ・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	新品及び中古品タイヤ、ホイールの買取・販売	新品タイヤ、ホイールのWEB販売
国内店舗	-	13店舗	-
販売の特徴	• 自社で企画・開発 • 国内外に卸売 • SNSでの認知活動に注力	専門性の高いスタッフによる提案力・接客が強み	合計約400万点以上の商品を主要ECモール等へ出品

※2026年9月末時点

グループ全店358店舗（2026年9月末現在）

第2四半期3か月間では、国内外で計12店舗（国内9・海外3）を新規出店し、グローバルでの店舗網を順調に拡大
成長の源泉となる「買取専門店」の展開を加速させ、国内外におけるシェア拡大と良質な在庫の安定確保を推進

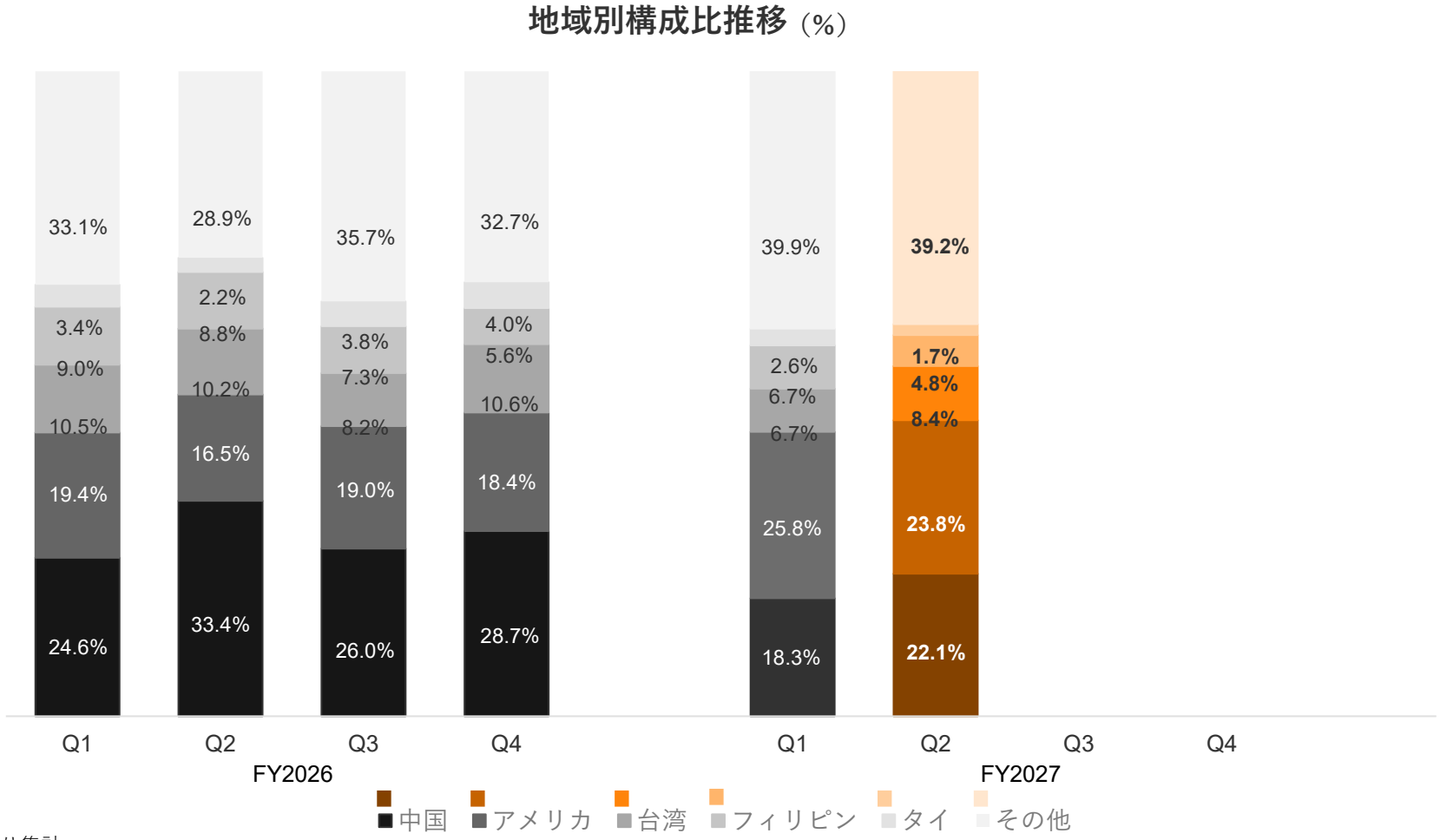
		ブランド・ファッション事業						タイヤ・ホイール事業	
		KOMEHYO	BRAND OFF TOKYO	Rodeo Drive	Shellman Since 1971	WORM	SELBY.	Craft	U-ICHIBAN
国内	旗艦店	8	4	1	1		1		
	販売店	4	1		6	2			
	買取併設販売店	22	6	5			2	11	2
	買取専門店	180 （7, -1）	7	4					
	FC買取専門店		45（2）						
海外	販売店	14（1）							
	買取併設販売店		29（2）	1					
	買取専門店	2							
合計		230	92	11	7	2	3	11	2

※（ ）内は、2027年3月期第2四半期3か月間の増減

©Komehyo Holdings Co .,Ltd.

国内免税（連結）の内訳

免税売上は堅調に推移し、特に米国顧客の売上高が前年同期比で約90%増（構成比23.8%/+7.2pt）と急伸
グローバル展開に伴う認知向上に伴い、多様な国・地域での購買が定着し、顧客ポートフォリオの多角化・分散が着実に進展



※ パスポートの発行国・地域より集計

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、目指すべき「地産地消」モデル（現地での買取・販売の一貫体制）の構築を推進

国・エリアごとの市場属性に合わせた柔軟な事業展開と深化のバランスを都市ごとに検討



グローバル展開　グループ46店舗（2026年9月末時点）

「KOMEHYO」、「BRAND OFF」、「Rodeo Drive」の3ブランドで海外8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	フィリピン
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.	KOMEHYO PHILIPPINES, INC.
会社設立年		2024年	2010年	2009年	2017年	2019年	2022年	2024年	2024年	2026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 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
店舗数	販売店	-	-	-	-	7	5	2（1）	-	-
	買取専門店	-	-	-	-	1	-	1	-	-
	買取併設販売店	19（1）	1	6	4（1）	-	-	-	-	-
合計		20		6	4	8	5	3	0	0

※1（　）内は、2027年3月期第2四半期3か月間の増減　※2 事務所で個人買取

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

本資料は株式会社コメ兵ホールディングスが作成したものであり、内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。法律で認められた範囲を超えた利用（複写及び無断転載等）はご遠慮ください。
©Komehyo Holdings Co .,Ltd.