



# 2026年3月期第3四半期 決算説明資料

2026年2月13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）

# 2026年3月期 第3四半期累計 決算説明概要

## 1 前年同期比で增收増益を達成

### 売上高・営業利益・経常利益は、第3四半期累計及び四半期単位で過去最高を記録

- ・売上高：好調な買取と小売最盛期の需要を確実に捉え、大幅に增收。さらに、金相場高騰に伴う金地金の買取増加も売上高拡大に寄与
- ・売上総利益：良質な在庫の確保と収益性の高い国内・免税小売が大きく伸長。第3四半期3か月の利益率は前年を上回り、改善に転じる。
- ・販管費：継続的な出店やそれに伴う人材採用・育成の強化、販売に付随する費用の増加により販管費は増加するも、販管費率は着実に低下
- ・営業利益：売上総利益の積み上げが販管費増加を上回り、増益に転換
- ・経常利益：支払利息や子会社の不正行為による損失等の営業外費用を增收による増益で吸収

## 2 第3四半期3か月間で計13店舗（第3四半期累計でグループ34店舗）を出店。通期目標に対して順調な進捗

### 【第3四半期3か月間の国内出店】

買取専門店：6店舗、販売店：1店舗

### 【第3四半期3か月間の海外出店】

販売店：2店舗（マレーシア、シンガポール）、買取併設販売店：4店舗（香港、上海、台湾）

## 3 事業領域の拡大により、持続的な成長への土台を固める

- ・J. フロントリテイリングとコメ兵の合弁会社「JFR & KOMEHYO PARTNERS」は、2025年12月までに計7店舗をオープン。  
良質な在庫の安定確保と顧客層の拡大に寄与。
- ・2025年10月1日、アメリカのオフィスにて個人買取を開始。あわせて、小売強化を目的に、ECサイトを開設
- ・2025年12月18日(日本時間)、越境ライブコマースを運営するiShopShops, Inc.を完全子会社化し、アメリカを中心に販売チャネルを強化

積極的に国内外で出店し、順調にシェアを拡大

同時に、外部環境や相場変動に対応しながら利益体質の改善に取り組む

# 2026年3月期 第3四半期3か月の評価

小売・法人販売ともに、想定を上回る売上高を確保

小売の利益率が堅調に推移する中、薄利な金地金の法人販売増加により、全体の売上総利益率の上昇は限定的となる一方、売上高の大幅な伸長が販管費を吸収し、増益に大きく貢献

	評価		実績
仕入 	継続的な出店に加え、金地金高騰の追い風による既存店での買取が順調	個人買取 前年同期比139.1% 四半期で過去最高	<ul style="list-style-type: none"> <li>買取専門店の新規出店は順調</li> <li>国内の金相場の高騰により、金地金の買取は好調</li> <li>年末までの需要増加や各ブランドの定価改訂を支えに、時計やバッグの相場は一部で持ち直し傾向</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>
売上高 	好調な買取を背景に、小売・法人販売ともに好調に推移し、四半期ベースで過去最高を更新	前年同期比146.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>小売比率：47.3%（前年同期比※：△6.9pt）</li> <li>免税売上の前年同期比：165.4%</li> <li>第2四半期までの旗艦店出店や販売店舗の出店効果で增收</li> <li>売上総利益率の低い金地金の法人販売も増加</li> </ul>
売上総利益率 	収益性の高い小売需要の増加と良質な在庫の確保により利益率は改善傾向にある一方、低利益率な金地金の販売増加により、売上総利益率は計画未達も売上総利益の積み上げに貢献	前年同期比+0.1pt	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上総利益率：22.2%</li> <li>利益率の高い個人買取品を小売中心に販売</li> <li>国内・免税販売が想定以上に推移し、利益率改善に寄与</li> <li>商品構成の見直しと販売チャネルの最適化により、第3四半期中に在庫の入れ替えが完了。過去最高水準の良質な在庫を潤沢に確保</li> <li>法人向けオークションの出来高は四半期で最高</li> </ul>
販管費率 	成長投資により販管費が大幅に増加するも、增收効果を受けて売上高販管費率は着実に低下	前年同期比△1.6pt	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高販管費率：15.8%</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>売上に伴う付随費用も増加</li> </ul>
営業利益 	売上総利益の積み上げが販管費増加を大きく上回る。前年同期比2倍超の3,968百万円を記録し、大幅増益を達成	前年同期比202.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業利益率：6.4%（前年同期比：+1.8pt）</li> <li>ブランド・ファッショング事業は、前年同期比230.0%</li> <li>タイヤ・ホイール事業は、前年同期比80.3%</li> </ul>

※2025年3月期第3四半期の小売比率は、一部算出過程に誤りがあったため数値を修正。

# ブランド・ファッショング事業 2026年3月期 第4四半期の想定

- ・第3四半期3ヵ月の好調な業績推移を受けて、通期計画の達成確度は上昇
- ・前期に実施したM&A※による連結寄与が、2026年1月より一巡するため、第4四半期以降の売上高成長率は平準化する見込みだが、来期以降を見据えた在庫確保を推進しながら既存事業を成長させ、前年実績を上回る結果を目指す

## ■ 主要商材の相場動向予測

金高騰が相場を牽引し、 ダイヤ軟調も総じて底堅い	
	【ブランドジュエリー】人気ブランドの定価改定と国内金相場の高騰・円安が中古相場を押し上げ。ヴィンテージ品は需要堅調。 【ダイヤモンド・色石】流通在庫の影響でダイヤは軟調推移の見通しも、高品質な色石はニーズが高く高値圏を維持
海外相場の回復により、 高止まりまたは上昇の見通し	
	金相場高騰や主要ブランドの定価改定を背景に、現行品や金無垢モデルを中心に需要が旺盛。為替リスクや、例年3月末は在庫調整により相場が軟調に推移する傾向はあるものの、海外相場の回復もあり、全体としては高止まりまたは上昇する見通し
需要期一服で軟調も、 定価改定が下支え	
	年末商戦後の需要一服により相場が軟調に推移する傾向。一方で、一部ブランドの定価改定により下落が抑制される可能性も。春節における需要動向やインバウンドの売れ行きを注視。
国内需要は堅調、横ばい圏で推移	
	国内需要は引き続き堅調に推移。全体としては相場を大きく引き上げる材料を欠いており、当面は横ばいが続く見込み。

## ■ 第4四半期の見込み

前年 同期比	実績予測
仕入	<ul style="list-style-type: none"> <li>春節等の需要期や来期を見据え、戦略的に在庫を積み増し。買取専門店等の出店により、個人買取は引き続き堅調</li> <li>金相場の高値圏推移により、金地金の買取増加は継続</li> </ul>
売上高	<ul style="list-style-type: none"> <li>前期M&amp;Aによる連結寄与の一巡で売上高成長率は落ち着くが、潤沢な在庫及び堅調な買取を背景に既存店は堅調に推移</li> <li>高単価商材の相場下支えと小売の伸長により、売上規模は過去最高水準を維持</li> <li>金地金の買取が想定以上に増加した場合、法人販売が伸長する可能性</li> </ul>
売上 総利益率	<ul style="list-style-type: none"> <li>利益率の高い個人買取及び免税売上を含めた小売を強化</li> <li>第4四半期以降も、小売向け在庫をさらに積み増し、売上総利益率の向上を目指す</li> <li>金相場高騰に伴う法人販売が増加した場合は、計画を下回る可能性</li> </ul>
販管費率	<ul style="list-style-type: none"> <li>効率的な店舗運営や経費コントロールを実施し、成長投資と収益性の両立を継続する方針</li> <li>来期以降の事業拡大を見据えた仕入強化のため、人的資本の拡充を目的とした人材の採用・育成やブランディング強化に関する追加投資を実施</li> </ul>
営業利益	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人買取及び小売の強化で利益額を積み上げ、適切な経費コントロールにより、営業利益を確保</li> </ul>

# 2025年3月期M&Aの効果と今後の見通し

アールケイエンタープライズ、Rs-JAPAN※、RODEO DRIVE JAPAN Co.LIMITEDの子会社化により、

2025年3月期第4四半期から連結対象として業績に寄与

2026年3月期第4四半期以降は、前年同期比での顕著な連結売上高の伸び率は平準化する見通しも、持続的な収益貢献を見込む。

## M&Aの概要

### 対象企業

- ・アールケイエンタープライズ (RKオークション)
- ・Rs-JAPAN (Rs-Auction)
- ・RODEO DRIVE JAPAN Co.LIMITED

### 実施時期

2024年10月、11月

### 業績影響

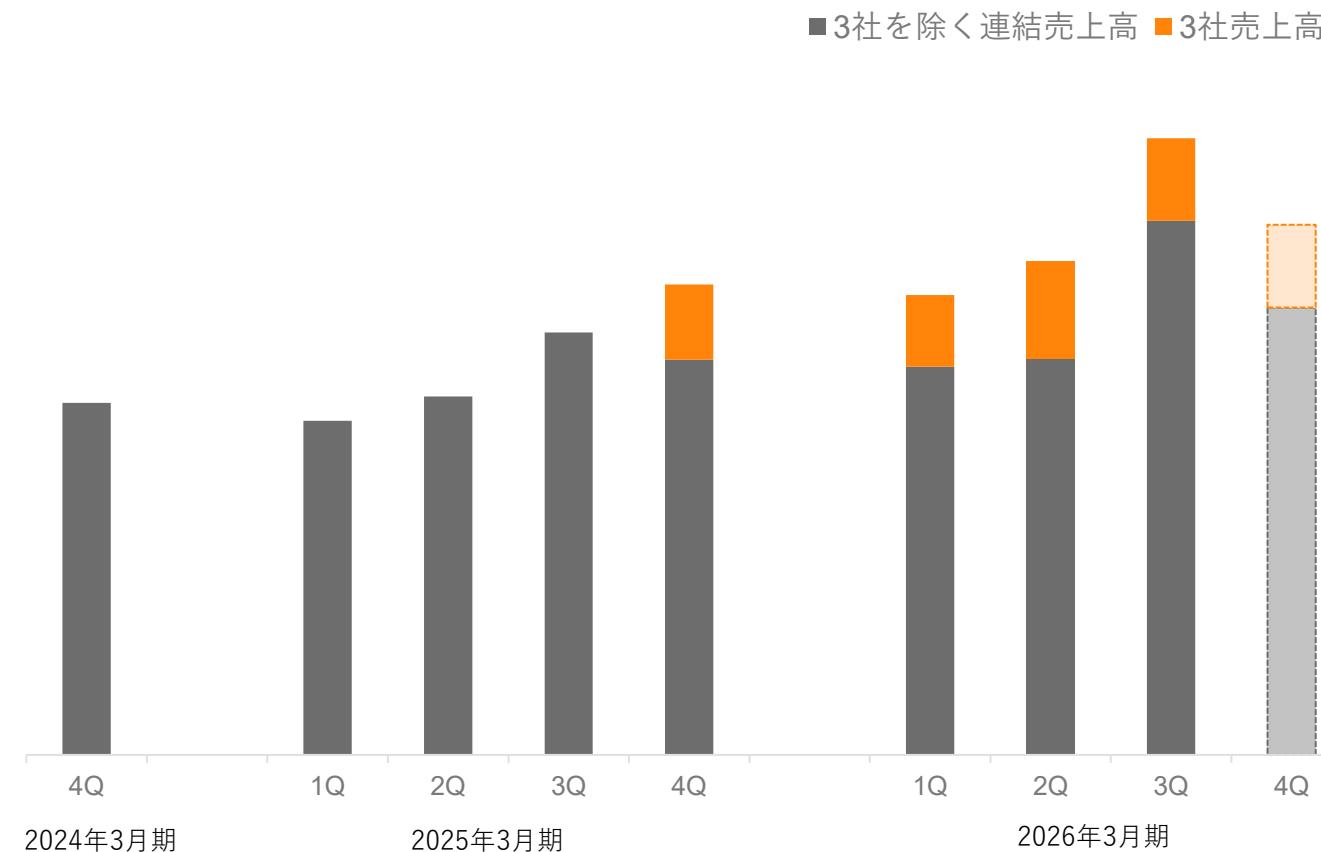
2025年3月期第4四半期より業績寄与  
以降4四半期にわたり前年同期比を押し上げ

## 今後の見通し

M&Aによる押し上げ効果は、2026年3月期  
第3四半期まで継続した。

2026年3月期第4四半期以降は、比較対象と  
なるM&A実績が含まれるため、成長率は巡航速度に戻る見込み。

## ■四半期別売上高推移イメージ（グループイン前後比較）



※2025年2月に株式会社コメ兵と合併いたしました。

# 目次

- |                             |      |
|-----------------------------|------|
| 1. 当社のビジネスモデルと中期経営計画        | P.7  |
| 2. 2026年3月期 第3四半期累計 連結業績    | P.17 |
| 3. 2026年3月期 第3四半期累計 セグメント概況 | P.29 |
| 4. Appendix                 | P.37 |

# 1. 当社のビジネスモデルと中期経営計画

# 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、お客様に「価値を提案」し、お客様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・ファッショング事業の鑑定士 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※1

ブランド・  
宝飾品分野

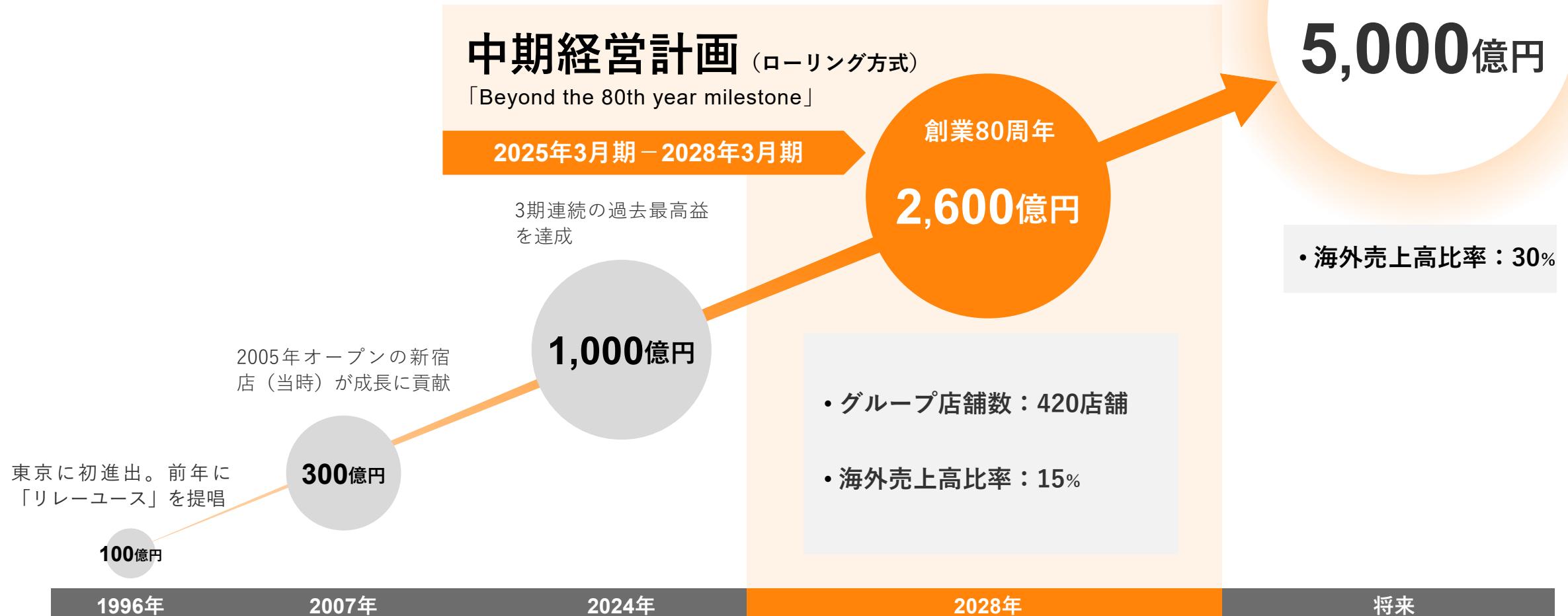
1位

## グループ会社数※2

20社

# 中期経営計画の位置づけ

ブランドリユース売上高世界No.1企業（売上高5,000億円）を見据え、中計の最終年度である創業80周年に売上高2,600億円を目指す



# 中期経営計画 基本方針

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



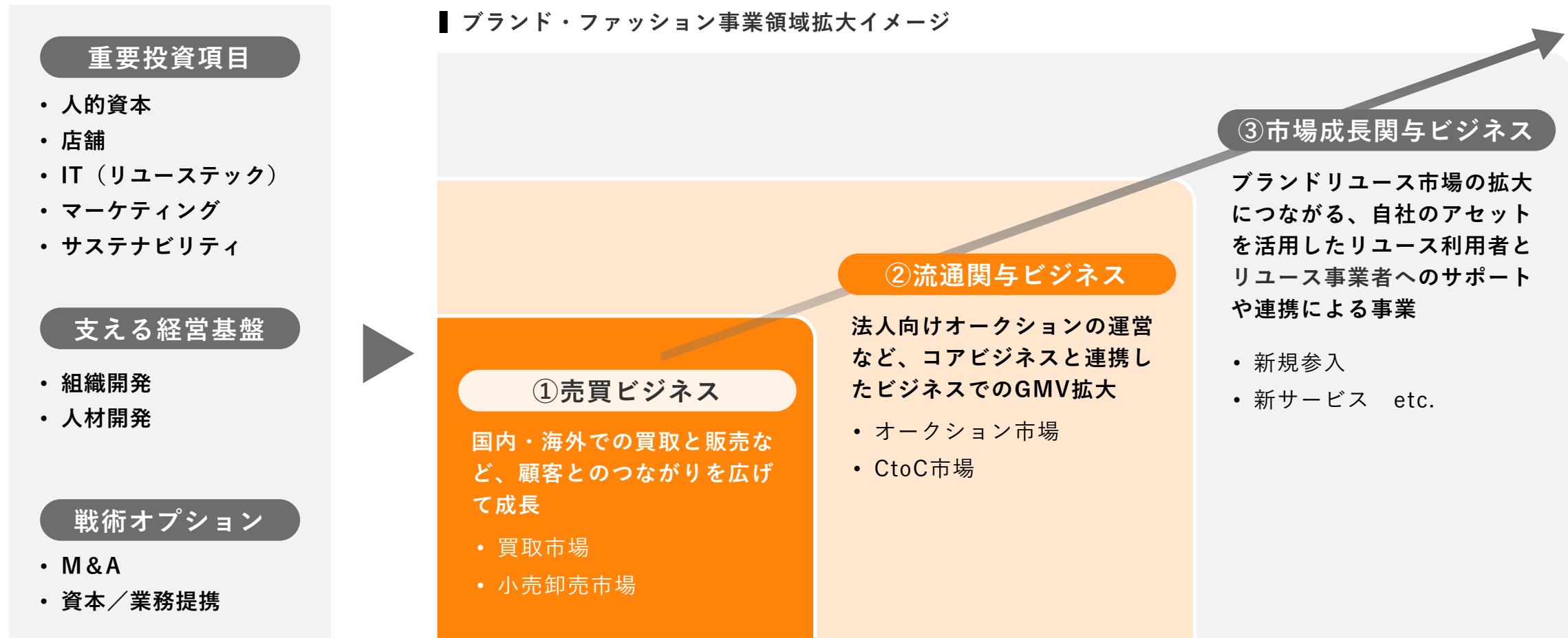
## 3 資本コストを意識した経営の推進

資本コストを上回る  
ROEやROICの継続



# 中期経営計画 事業成長のための考え方（BF事業）

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・ファッショング事業について、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



# 競争優位性を踏まえた中期経営計画の展開

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、成長を不斷に追求していく

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



## 年間流通量

充実したチャネルをベースに、  
販売・買取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



## 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



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



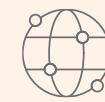
- ・定着率の向上
- ・鑑定士を含む専門人材の増加

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

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

# 中期経営計画 定量目標 (2025年3月期-2028年3月期)

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

**中期経営計画**

(百万円)	'24年3月期 (実績)	'25年3月期 (実績)	'26年3月期※1 (計画)	'27年3月期※2 (計画)	創業80周年 '28年3月期 (計画)
売上高	119,459	158,994	201,600	230,000	260,000
営業利益	7,452	6,176	7,470	10,300	13,000
営業利益率	6.2%	3.9%	3.7%	4.5%	5.0%
経常利益	7,479	6,046	6,730		
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,025	4,777	3,980		
ROE	19.2%	15.6%	12%以上		15%以上
自己資本比率	44.4%	37.0%	35%目安		35%目安
EPS	458.7円	435.9円	362.9円		
配当性向	19.2%	23.9%	29.2%		20%程度

※1 2025年11月7日公表の修正予想値を記載

※2 2025年5月14日に公表の当初計画値を記載

# 中期経営計画 各事業の進捗状況（BF事業）

戦略投資の効果が顕在化し、国内外での出店加速、オークション事業の成長、アライアンスの推進など、売買・流通関与・市場成長関与の全領域で順調に進捗

JFRとの合弁会社「JFR&KOMEHYO PARTNERS」は、2025年12月までに計7店舗をオープン。新規顧客へのアプローチと取り込みを強化し、収益拡大に寄与。

また、楽天ラクマにおいて、自社の目利きを活かした検品サービスを提供。CtoC市場における取引の安全性や市場全体の信頼性と利便性を高めるインフラとして、事業領域を拡大。

**JFR & KOMEHYO PARTNERS** Rakuten Rakuma

法人間での売却ニーズや会員数は着実に増加し、オークションGMVは順調に拡大中。リユース市場全体の価格形成機能として存在感を増している。

また、BRAND OFFによるFC店舗展開は、最適なエリアを見極めながら出店を進める方針。収益性を重視した持続可能な成長を目指す。



国内では、出店競争が激化する中、買取専門店や旗艦店の出店は順調に推移。今期は、KOMEHYOにて旗艦店2店舗（心斎橋・横浜）を出店し、都市圏でのプレゼンス強化を実現。

海外でも、アジアを中心に積極出店を加速させるとともに、アメリカでの個人買取をスタート。「地産地消」モデルのグローバル展開が本格化。

**KOMEHYO**

**BRAND OFF**  
TOKYO

**Rodeo Drive**

## ■ ブランド・ファッショング事業領域拡大イメージ

（中期経営計画「Beyond the 80th year milestone」より）

### 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

### ②流通関与ビジネス

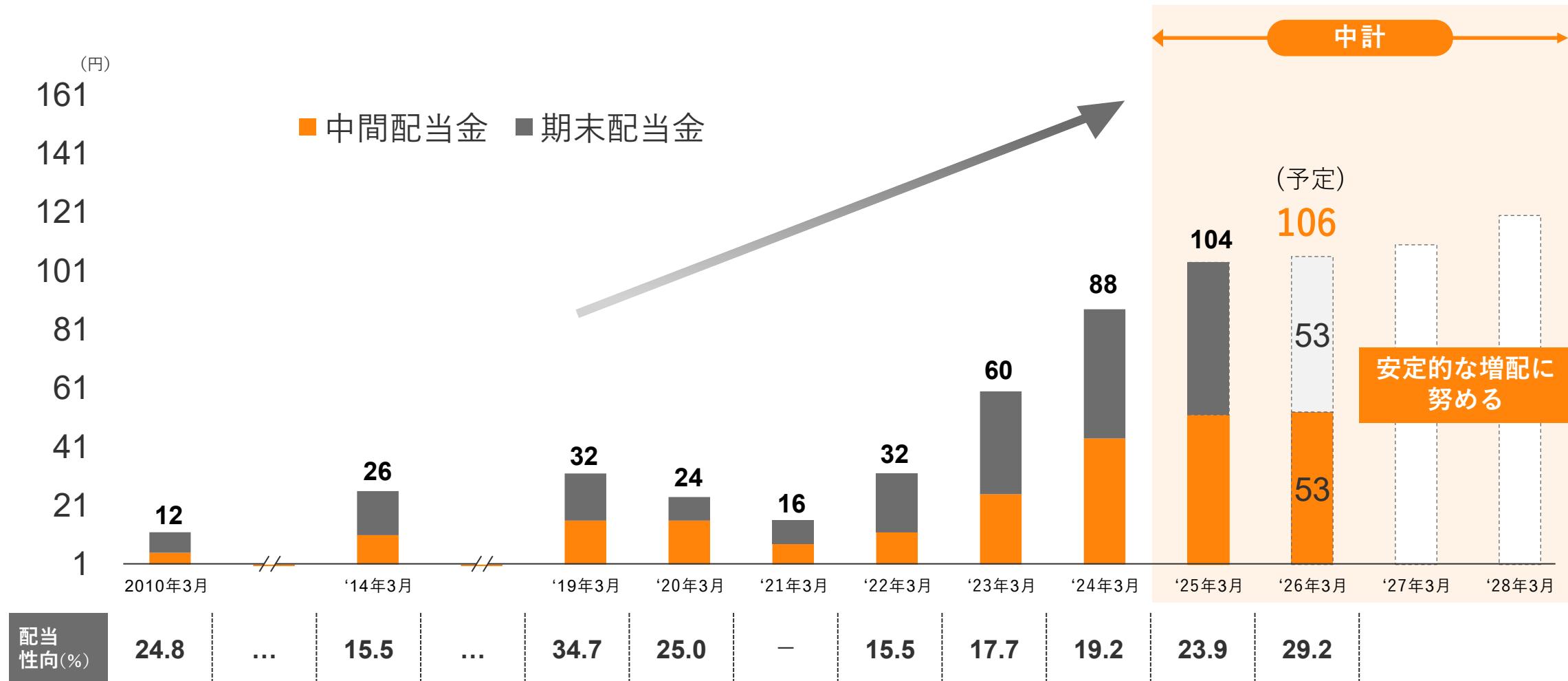
法人向けオークションの運営など、コアビジネスと連携したビジネスでのGMV拡大

### 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

# 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「增收増益に基づく増配」の継続に今後も注力



## 2. 2026年3月期 第3四半期累計 連結業績

## 2026年3月期 第3四半期累計決算 ハイライト

2026.3-3Q累計

個人買取額（連結）

**74,040**百万円

前年同期比 130.1%

連結売上高

**157,506**百万円

前年同期比 140.9%

連結営業利益

**5,728**百万円

前年同期比 112.6%

連結経常利益

**5,170**百万円

前年同期比 103.9%

親会社株主に帰属する  
四半期純利益**3,187**百万円

前年同期比 84.3%

連結売上高の内訳

店舗数

小売比率

海外比率

国内免税比率

**44.7%**前年同期比  
△6.3pt**12.3%**前年同期比  
±0.0pt**14.4%**前年同期比  
△1.7pt

国内店舗

**294**店舗

販売店 11

買取専門店 224

買取販売併設店 59

海外店舗

**37**店舗 (6カ国/地域)

販売店 10

買取専門店 2

買取併設販売店 25

# 連結損益計算書

売上高・営業利益・経常利益は、第3四半期累計及び四半期単位で過去最高を記録

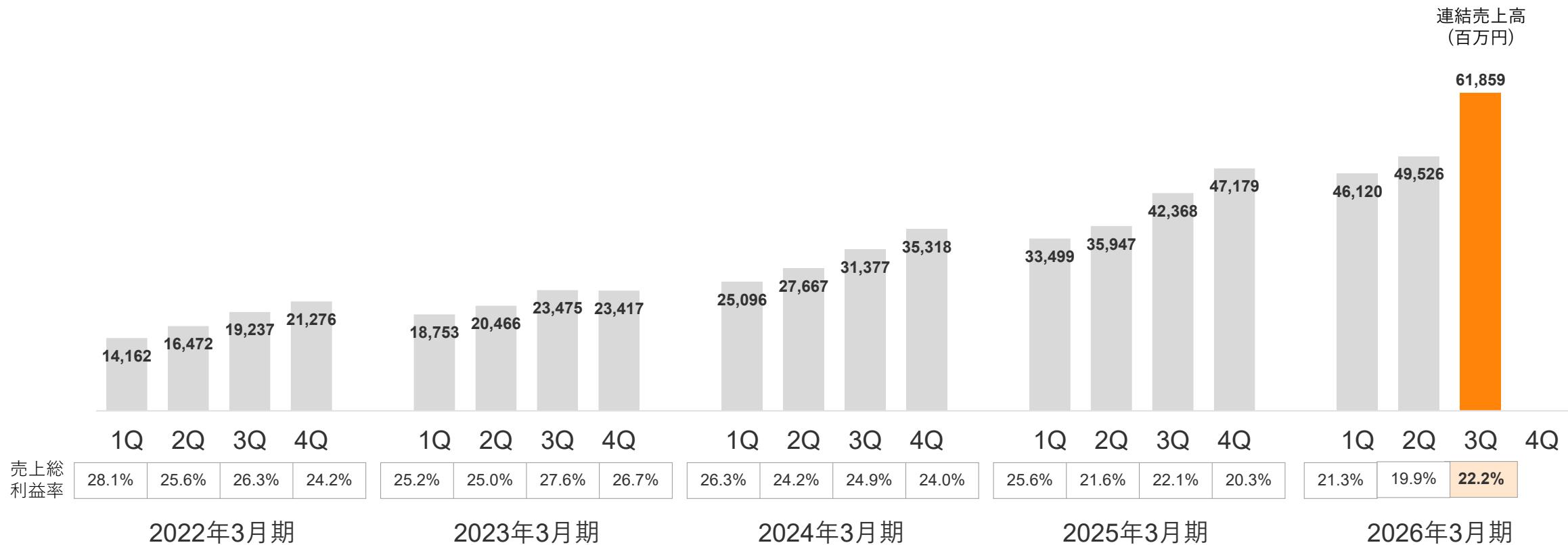
(百万円)	2026.3-1Q	前年同期比	2026.3-2Q	前年同期比	2026.3-3Q	前年同期比	2026.3-3Q 累計	前年同期比	計画進捗率※1
売上高	46,120	137.7%	49,526	137.8%	61,859	146.0%	157,506	140.9%	78.1%
売上総利益	9,841	114.7%	9,847	126.8%	13,759	147.3%	33,448	130.2%	—
売上総利益率	21.3%	△4.3pt	19.9%	△1.7pt	22.2%	+0.1pt	21.2%	△1.7pt	—
販売費及び一般管理費	8,958	139.1%	8,972	132.4%	9,790	132.6%	27,720	134.5%	—
営業利益	883	41.3%	875	88.5%	3,968	202.5%	5,728	112.6%	76.7%
営業利益率	1.9%	△4.5pt	1.8%	△1.0pt	6.4%	+1.8pt	3.6%	△0.9pt	—
経常利益	652	29.8%	683	77.4%	3,834	201.1%	5,170	103.9%	76.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	353	25.0%	323	59.0%	2,510	138.0%	3,187	84.3%※2	80.1%

※1 2025年11月7日開示の「業績予想の修正に関するお知らせ」における、2026年3月期通期連結業績予想数に対する進捗率

※2 前期実績には、特別要因として負ののれん発生益487百万円が含まれております。

# 連結売上高と売上総利益率の推移

好調な買取が良質な在庫の確保に繋がり、グループ全体の収益を大きく押し上げ



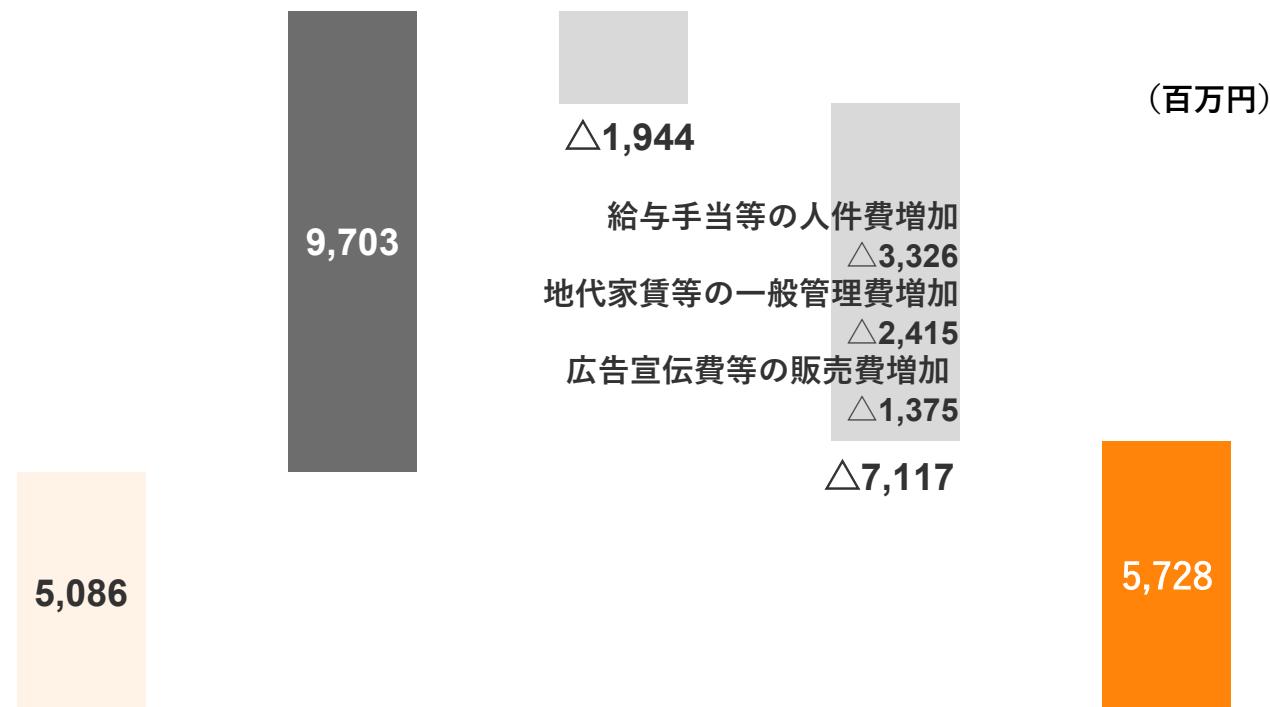
## 売上総利益率変動の内部要因

- ・商材構成比により変化 (ファッショングループ>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

良質な在庫確保と、小売需要の高まりによる国内・免税販売の伸長が増益を牽引  
売上総利益の大幅な積み上げが戦略的な販管費増加を上回り、第3四半期累計の営業利益は増益に転換



2025.3-3Q累計 売上高増加 売上総利益率低下 販管費増加 2026.3-3Q累計

## 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販売を活用
- ・小売・法人販売ともに伸長

## 売上総利益率

- ・個人買取及び国内・免税小売が想定以上に推移
- ・第2四半期と比べて宝石・貴金属の構成比が上昇したものの、金相場高騰に伴う金地金や時計等の低利益率な商材・商品も増加
- ・商品構成の変化等で、利益率は前年同期比1.7pt低下も、第3四半期3か月間の改善により、第2四半期累計時から減少幅は縮小

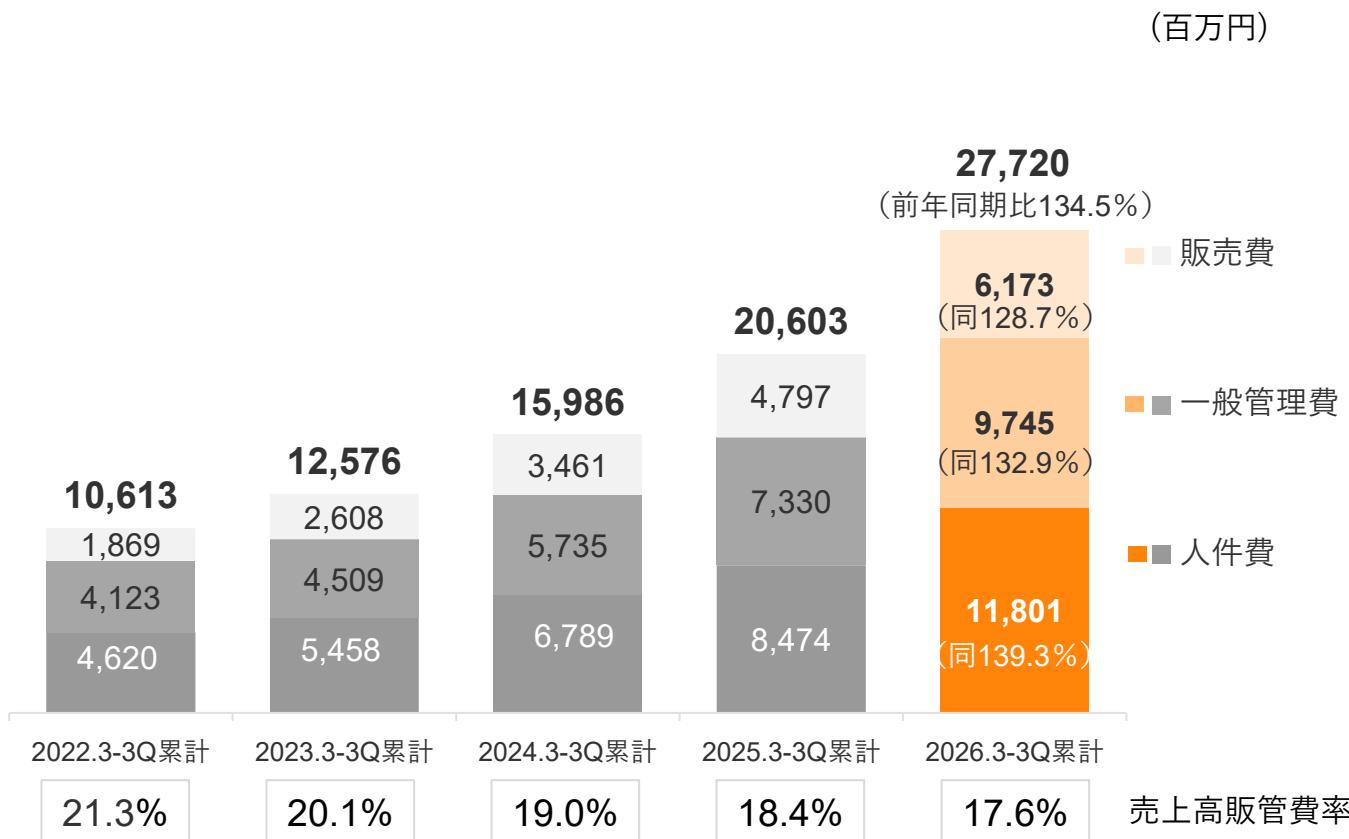
## 販管費

- ・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

積極的な出店や採用・育成投資を継続し、販管費は増加

一方で、大幅な增收により売上高販管比率は前年同期比で改善し、経営効率は着実に向上



## 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
- iShopShopsの新規連結に伴うM&A関連費用を計上※

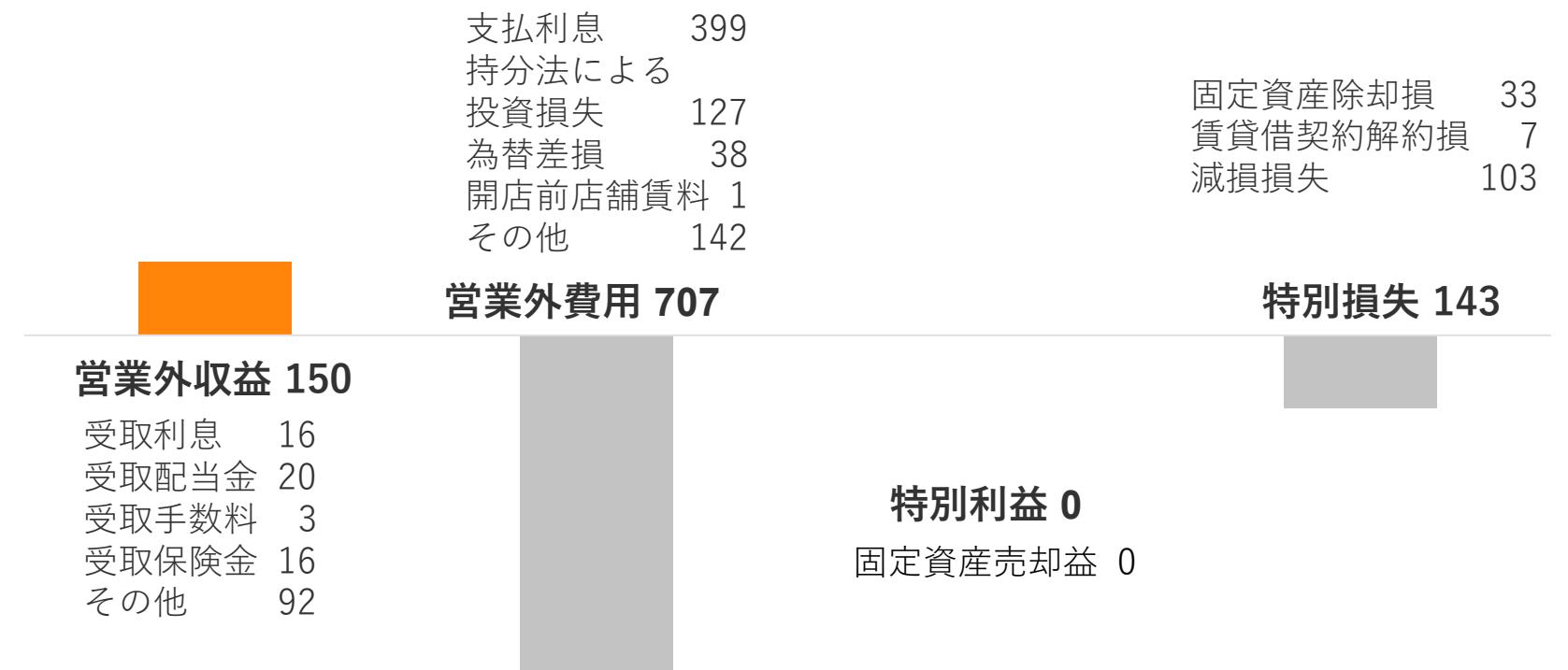
## 人件費

- 採用数増加による給与手当、法定福利費 等が増加

※iShopShops,Inc.につきましては、2026年3月期は貸借対照表（B/S）のみを連結し、損益計算書（P/L）への反映は2027年3月期からを予定しております。

# 営業外損益／特別損益

支払利息の増加や連結子会社の不正行為に関する損失等が営業外費用増加につながり、一過性の費用計上が利益を押し下げ



# 連結貸借対照表の概況

小売拡大に向けた個人買取を強化したことで、過去最高水準の良質な在庫を潤沢に確保  
事業拡大に伴う運転資金も増加し、総資産は拡大。将来の成長を牽引する強固な資産基盤を構築

(百万円)	2025年3月	2025年12月	増減
流動資産	68,457	83,972	15,514
現金及び預金	15,535	19,650	4,115
棚卸資産	39,994	48,131	8,136
その他	12,927	16,190	3,262
固定資産	20,168	22,442	2,274
総資産	88,625	106,414	17,789
負債	55,426	71,446	16,019
有利子負債	47,395	61,588	14,192
その他	8,031	9,858	1,827
純資産	33,199	34,968	1,769
負債・純資産合計	88,625	106,414	17,789

- 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

# 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に加え、小売強化を目的とした小売向け在庫の積み増しを計画的に実施した結果、棚卸資産が大きく増加（うち棚卸評価損は低位で推移※1）。好調な売上実績を受け、回転率は改善傾向。短期的には在庫確保を進める一方で、中長期的な交叉比率の向上を目指す。

	2024.3-1Q	2024.3-2Q 累計	2024.3-3Q 累計	2024.3-4Q 累計	2025.3-1Q	2025.3-2Q 累計	2025.3-3Q 累計	2025.3-4Q 累計	2026.3-1Q	2026.3-2Q 累計	2026.3-3Q 累計
売上 総利益率	26.0%	24.8%	24.6%	24.3%	25.3%	23.1%	22.4%	21.7%	20.9%	20.2%	20.8%
在庫 回転率	3.6回転	3.6回転	3.4回転	4.2回転	3.6回転	3.8回転	3.6回転	3.8回転	3.5回転	3.6回転	3.7回転
交叉比率 ※2	92.3%	88.2%	83.8%	101.3%	91.7%	87.7%	80.3%	83.0%	72.5%	73.2%	77.8%

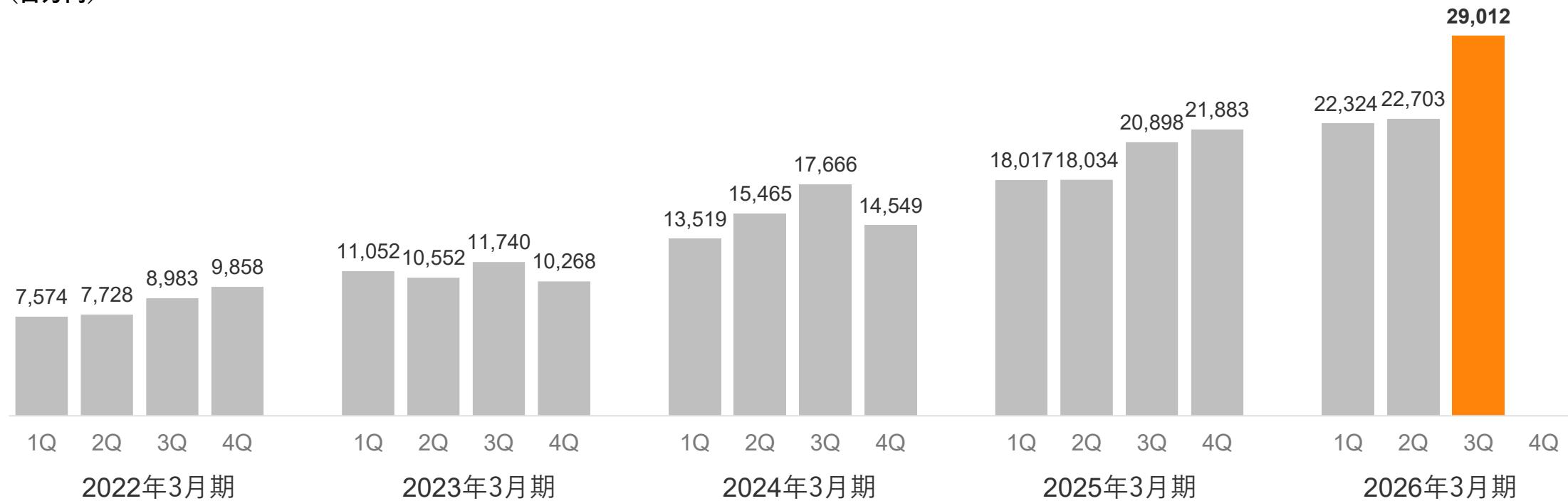
※1 影響は軽微であるため、表上から削除 ※2 グループ内で重視する指標で、売上総利益率×在庫回転率で算出

※3 2024年3月期から2026年3月期における各指標の数値は、一部算出過程に誤りがあったため数値を修正。本修正による連結業績への影響はございません。

# 個人買取額（連結）の推移

買取専門店の継続的な出店や既存店の成長、金相場の高騰による金地金の持ち込みが増えたことで、個人買取額は好調に推移  
四半期ベースで前年同期比139.1%を記録し、過去最高の買取額を記録

個人買取額  
(百万円)



※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※1

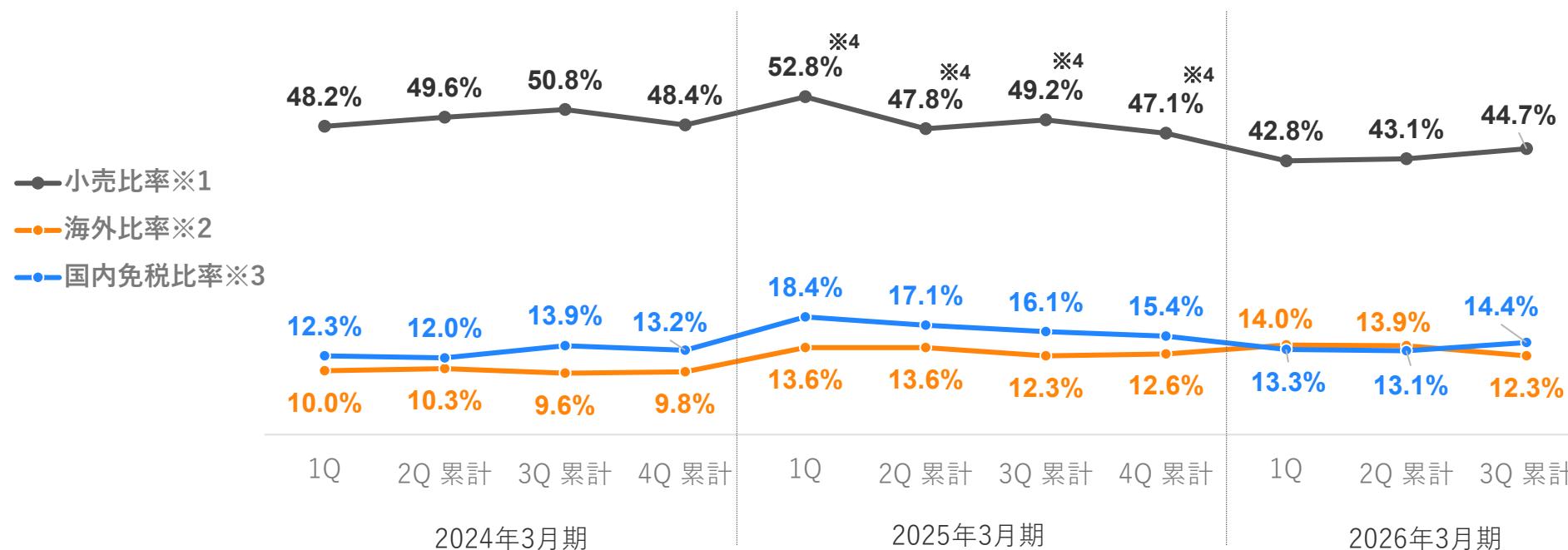
- 3Q累計小売比率：**44.7%**
- 金地金や時計等、相場環境を鑑み利益率の低い在庫を法人販売に向けたことで、小売比率は前期同期比で低位で推移
- 一方で、積極的な小売強化施策が功を奏し、第1四半期を底に上昇基調

## 海外※2

- 3Q累計海外比率：**12.3%**  
継続的な新規出店や既存店の伸長により、海外売上高は着実に拡大
- 海外比率は12.3%と前四半期比で減少したものの、前年同期比では同水準を維持

## 免税※3

- 3Q累計海外比率：**14.4%**
- インバウンド客層の多角化により販売額は堅調に推移し、前四半期比で1.3pt上昇



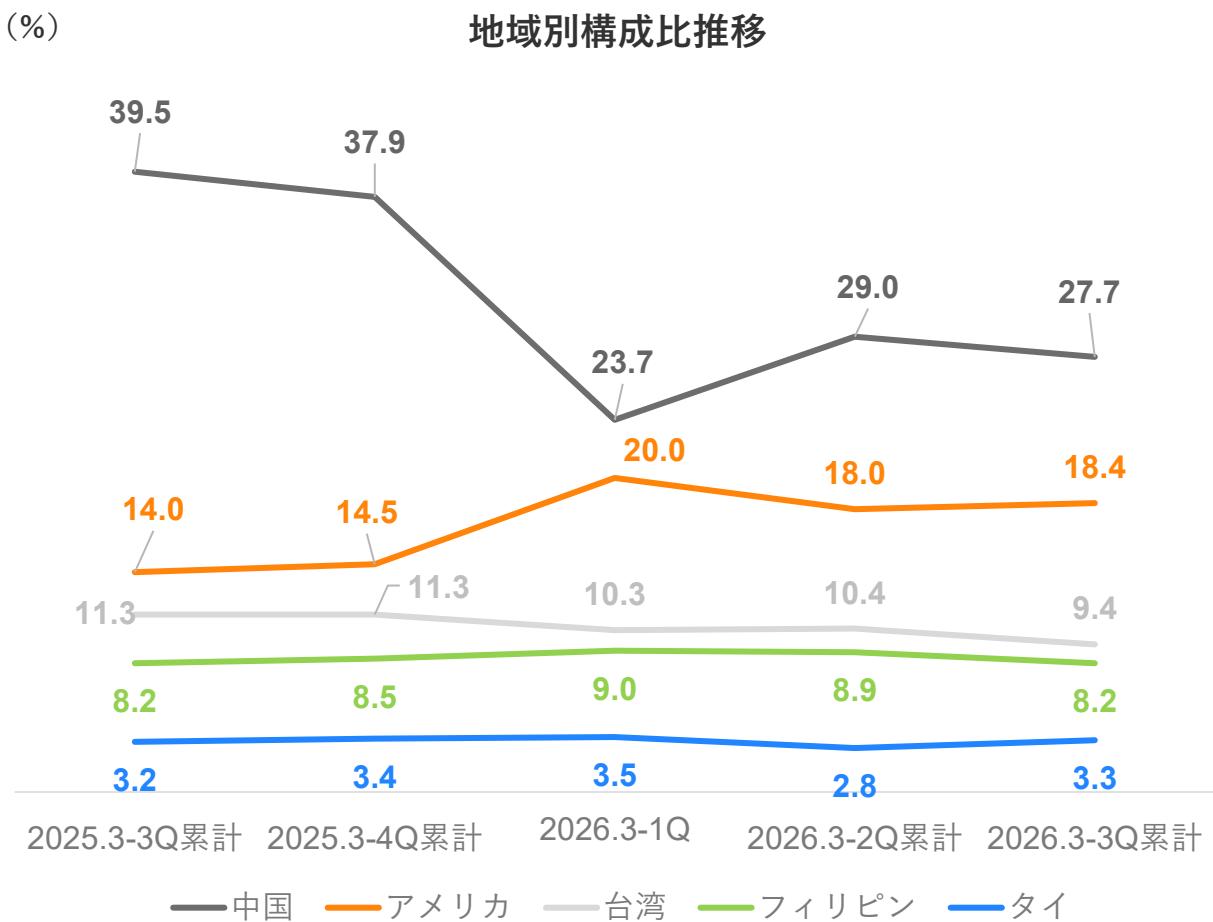
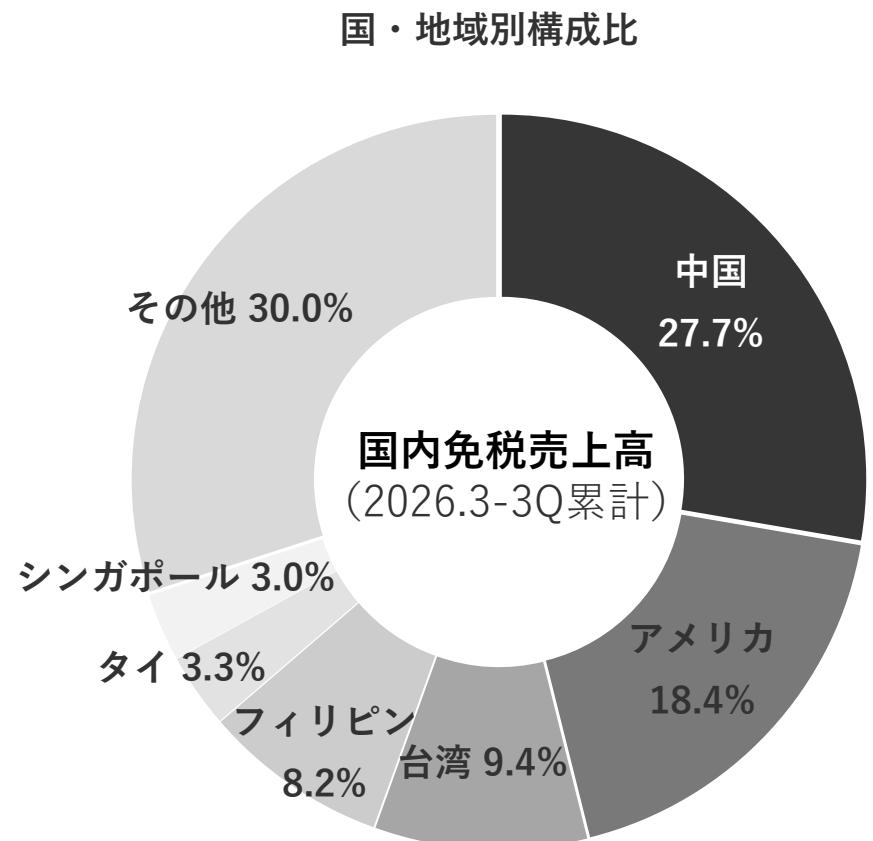
※1「法人販売」にはオークション手数料を含みます。※2「海外」に国内の免税販売等は含みません。また、海外比率は、(海外グループ会社売上高 + 海外輸出売上高)/連結売上高で算出しています。

※3 国内免税比率は、国内免税売上高/連結売上高で算出しています。

※4 2025年3月期（1Q、2Q累計、3Q累計、4Q累計）の小売比率は、一部算出過程に誤りがあったため数値を修正。本修正による連結業績への影響はございません。

# 会社概要 国内免税(連結)の内訳

国・地域別構成比は、2025年6月オープンのKOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHIの出店効果や円安・インフレ等のマクロ要因により、アメリカのお客さま構成比が前年同期比 +4.4pt上昇



※パスポートの発行国・地域より集計

### 3. 2026年3月期 第3四半期累計 セグメント概況

# 2026年3月期 第3四半期累計 セグメント別 サマリー

## ブランド・ファッショング事業 (BF事業) ※

## タイヤ・ホイール事業 (TW事業)

### 個人買取額

**73,844** 百万円

前年同期比  
129.9%

### 売上高

**152,327** 百万円

前年同期比  
142.2%

### 営業利益

**5,235** 百万円

前年同期比  
114.3%

### 売上高

**5,150** 百万円

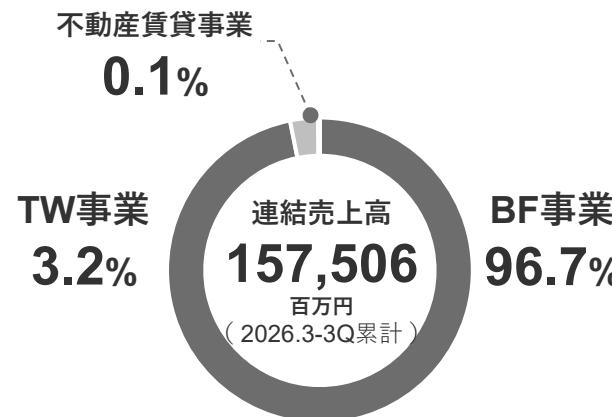
前年同期比  
110.5%

### 営業利益

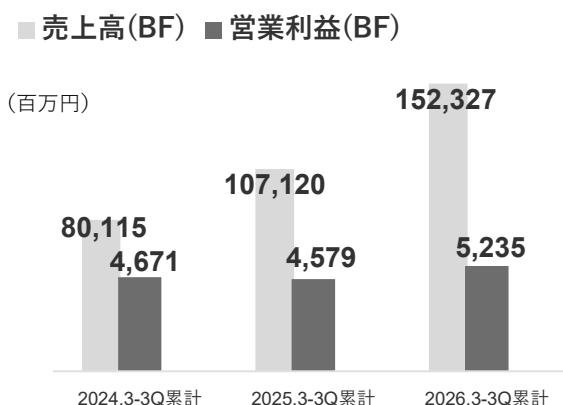
**347** 百万円

前年同期比  
89.9%

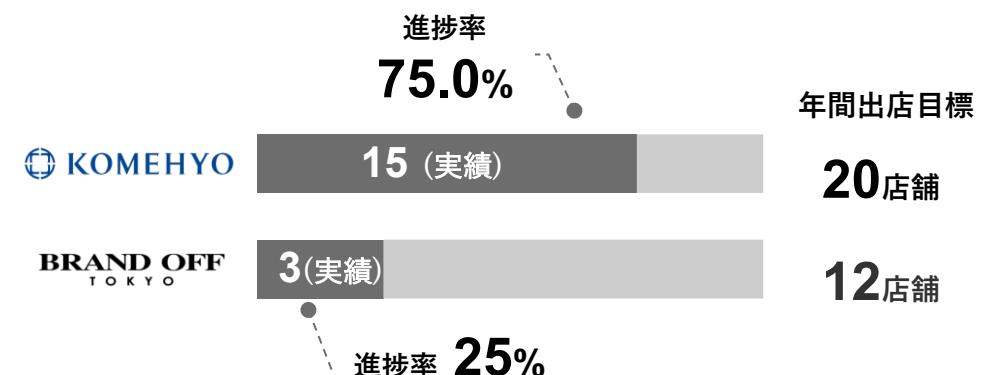
### 売上高構成比



### BF事業 業績推移



### BF事業 買取専門店の出店実績



※為替換算等の影響により、月次売上高との差異あり

# 2026年3月期 第3四半期累計 セグメント別 決算概況

## 【ブランド・ファッショング事業】

好調な買取や小売需要を捉えた戦略により、増収増益を達成。通期目標達成に向けた強固な土台を構築

## 【タイヤ・ホイール事業】

夏用タイヤや自社企画ホイールの販売強化により、利益率は前年を下回るも増収を確保

(百万円)	2026.3-1Q	前年同期比	2026.3-2Q	前年同期比	2026.3-3Q	前年同期比	2026.3-3Q 累計※	前年同期比	
ブランド・ ファッショング	売上高	44,751	138.2%	48,250	138.4%	59,325	148.7%	152,327	142.2%
	営業利益	779	37.0%	736	86.0%	3,719	230.0%	5,235	114.3%
	営業利益率	1.7%	△4.8pt	1.5%	△1.0pt	6.3%	+7.3pt	3.4%	△0.8pt
タイヤ・ ホイール	売上高	1,359	122.3%	1,266	116.9%	2,524	102.3%	5,150	110.5%
	営業利益	38	-	22	66.6%	286	80.3%	347	89.9%
	営業利益率	2.9%	-	1.8%	△1.3pt	11.3%	+0.7pt	6.7%	△1.5pt
不動産賃貸	売上高	91	110.8%	91	97.9%	91	99.6%	274	102.5%
	営業利益	31	114.0%	30	99.4%	30	101.8%	92	104.7%
	営業利益率	34.1%	+0.9pt	33.7%	+0.5pt	32.9%	-	33.6%	+0.7pt

※ 調整額：売上高△245百万円、営業利益52百万円

# 店舗展開 | グループ全店331店舗（2025年12月末現在）

海外では、アジア各地域において、買取併設店や販売店など計6店舗をオープンし、販売チャネルを拡充

国内7店舗と合わせて、第3四半期3か月間では13店舗（第3四半期累計でグループ34店舗）を出店

ブランド・ファッショントリニティ事業								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	8	3	1	1					
販売店	3 (1)			6	2				
国内	買取併設販売店	21	6	4		2	11	2	
	買取専門店	175 (2)	7	4 (1)					
	FC買取専門店		38 (3)						
	販売店	10 (2)	24 (4)	1					
海外	買取併設販売店	2							
	買取専門店								
	合計	219	78	10	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3四半期3か月間での増減数

# 経路別仕入・販売の状況※ | KOMEHYO

【個人買取比率・商材構成比】金相場高騰により個人買取は好調に推移。事業規模拡大や小売強化を目的に法人仕入を行い、個人買取比率は前年同期比2pt低下。商材構成比は、利益率が低い時計と金地金の伸長が顕著（金地金は宝石全体の約7割を占める）。金地金の買取を集客のフックとして戦略的に活用し、買取の需要拡大を促進

【小売比率】金地金や時計等、在庫流動化を目的とした法人販売を一定規模で継続する一方、小売に優先的に在庫を供給する体制を構築。第3四半期累計の小売比率は前年同期比で4pt低下したものの、第2四半期累計期間からは2pt上昇。



# BF事業 | 個人買取及び小売強化の状況

第3四半期は海外出店をさらに加速し、成長基盤を強固なものに。

第4四半期以降も「リリースを『思想』から『文化』にする。」というビジョンの実現に向け、国内外での事業拡大を継続

## ■ 海外展開の加速

### グローバル展開 戦略テーマ

### 地産地消モデルの確立

当社が培ってきた鑑定技術やリユースのノウハウを活かし、各国で買取から販売を一貫して行う「地産地消モデル」の構築を最優先で実施。現地人材の育成に注力することで、強固な信頼基盤の構築と持続的な成長を実現。将来的には、地域間取引を最適化する「グローバルリユースチェーン」の確立を目指す。

#### ・ アメリカのオフィスにて、個人買取を開始

KOMEHYO USA Inc.は、2024年7月の現地法人設立以降、BtoB取引を通じ、米国市場における消費者需要を確認。その実績と確信に基づき、2025年10月1日、ニューヨークのオフィスにて個人向け買取事業を開始。当社グループが長年培ってきた鑑定士の目利き力を活かし、米国市場における事業拡大を加速させる。

#### ・ 第3四半期3か月間の出店数：6店舗

（香港、上海、台湾、マレーシア、シンガポール）

海外シェアのさらなる拡大を目指し、積極的な出店を推進するとともに、各エリアの特性に最適化した店舗開発を進める。



#### ・ 越境ライブコマース事業運営の米iShopshops, Inc.を完全子会社化

2025年12月18日（日本時間）、iShopshops, Inc.を完全子会社化。越境ライブコマースプラットフォームの活用を通じて販売力を強化するとともに、北米市場へのリーチ拡大とデジタル接点の獲得を図る。2027年3月期より連結業績に寄与する見込み。

SHOPSHOPS



## ■ 第4四半期以降の出店・拠点拡大※

・ 1.29	買取併設販売店
・ 1.30	販売店
・ 2.20	販売店
・ 2月未定	子会社設立

「BRAND OFF 上海世博天地店」（上海）
「KOMEHYO Great World City」（シンガポール）
「KOMEHYO Central Pinklao店」（タイ）
「KOMEHYO PHILIPPINES, INC.（仮称）」設立

・ 3月未定	買取併設販売店
・ 3月下旬	買取併設販売店

「BRANDOFF 台中 中友百貨店」（台湾）
「KOMEHYO 福岡天神大名（仮称）」

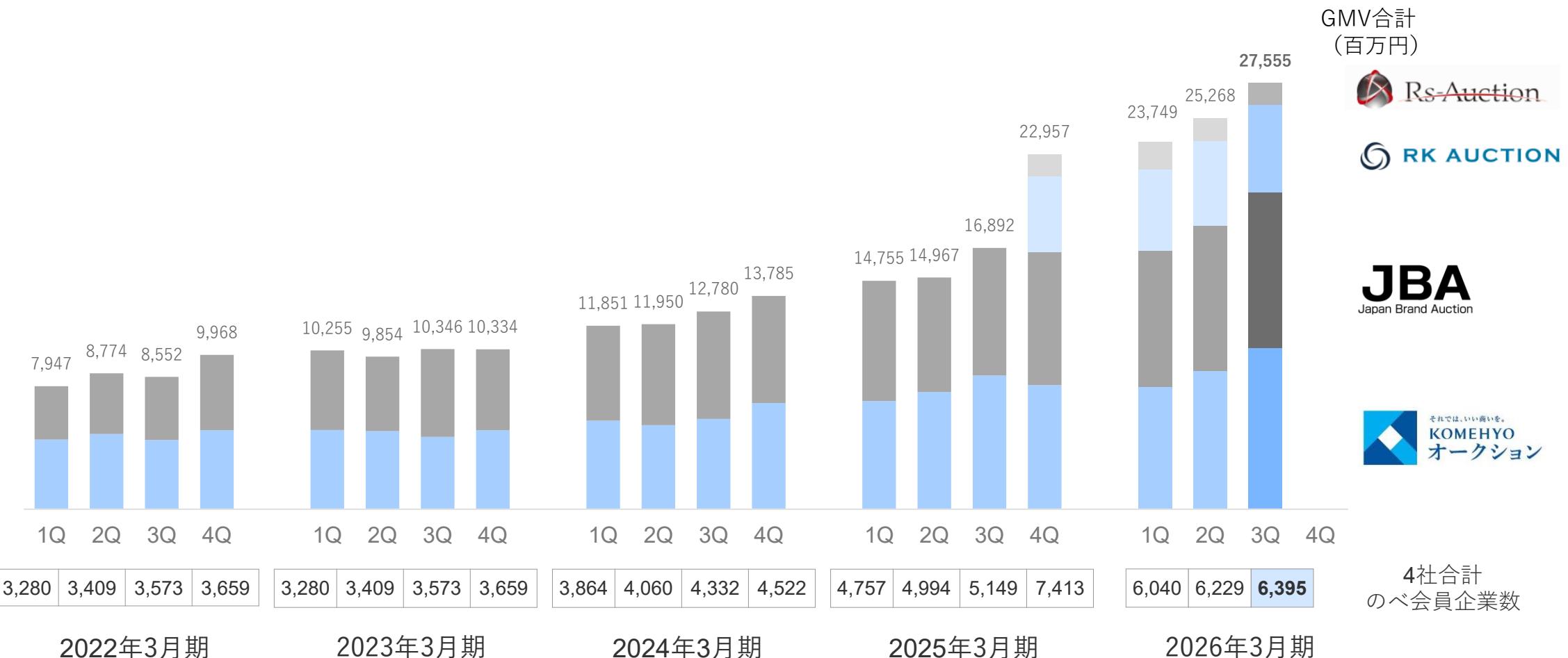
契約面積：447m<sup>2</sup>  
年間売上高12億円を目標とし、九州エリアでの認知拡大を目指す

※ 表内の出店ほか、KOMEHYOでは年間20店舗の買取専門店（直営）、BRAND OFFでは年間12店舗の買取専門店（FC）の出店を計画。また、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弁会社「株式会社JFR&KOMEHYO PARTNERS」（持分法適用会社）による買取専門店を大丸松坂屋百貨店及びPARCOに順次出店予定

# BF事業 | オークションGMV(出来高)の成長

当社グループが掲げる『流通関与ビジネス』の中核を担うBtoBオークション事業

第3四半期は相場変動に伴う法人間での売却ニーズ増加に加え、会員数の拡大により、GMVは過去最高を記録



# TW事業 | 事業の概況



オートパーツ  
ジャパン

夏タイヤの販売と自社企画ホイールの海外販売が牽引し、売上高は過去最高。

利益面では暖冬による冬タイヤの販売構成の変化や将来を見据えた戦略的投資が重なり減益となつたが、想定内の実績。引き続き、店舗イベント等の販促施策の精度向上により成長基調を維持

中古仕入額

過去最高達成

売上高

前年同期を大きく上回り

過去最高達成

## ■ 増収を牽引した要因



### 夏タイヤの販売好調

戦略的な在庫確保と新規向け店頭イベント等の販促施策が奏功し、夏タイヤの売上高は前年同期比**120%**に。冬用タイヤの苦戦をカバーする大幅増収を実現



### 中古仕入が好調

新車装着時の良質な純正タイヤ・ホイールの下取りの販促に注力。加えて主要な事業者との法人取引を拡大した結果、中古品仕入は、前年同期比**130%**と好調に推移



### 自社企画ホイールの海外販売が加速

北米・ASEANを中心とした**16か国**での販売網拡充が奏功し、国内の需要変動を補完する安定的な収益源として成長を続けている。

## ■ 減益の背景



### 暖冬の影響による冬用タイヤ販売の苦戦

暖冬傾向と降雪タイミングの後ろ倒しにより、冬用タイヤの交換需要の立ち上がりが緩慢になり、繁忙期が短期間に集中。売上額・本数ともに前年比を下回り、売上総利益率が低下



### 新品EC販売の利益率の低下

中古売上高は出品量の増加に伴い、前年比**110%**と伸長するも、新品タイヤの販売構成の変化により、全体の利益率は低下



### 将来の成長を見据えた人材投資

事業拡大を目的とした、積極的な人材採用・育成に投資

## 4. Appendix

# Appendix

1. 会社概要 P.39
2. グローバル展開 P.55
3. 資本政策と今期の注力ポイント P.58

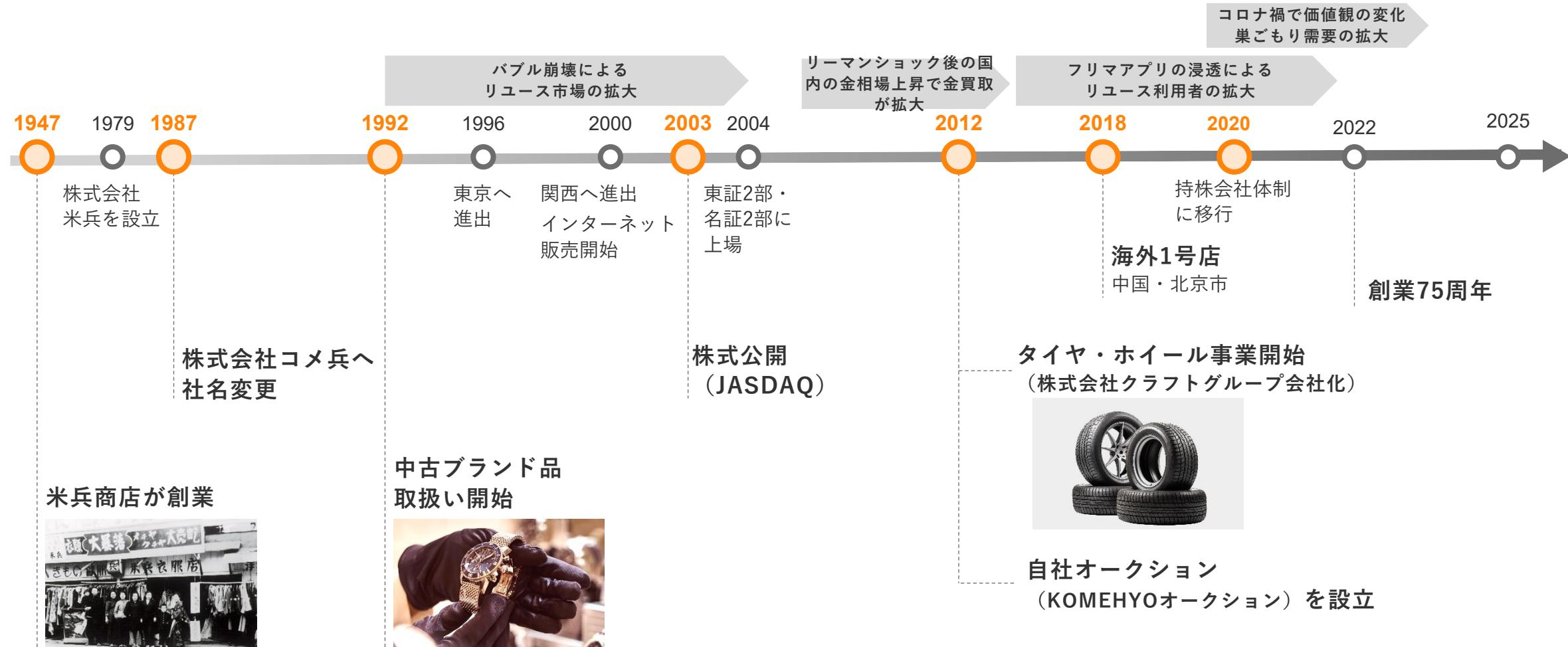
# 会社概要

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：2,096名 単体：61名（2025年12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20社※を抱える



# 事業一覧（連結/2025年3月末時点）

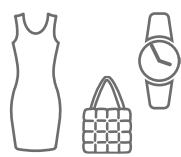
ブランド・ファッショ、タイヤ・ホイール、不動産賃貸の3事業を展開。人から人へのモノの伝承・有効活用「リリース」を国内外で支える

2025年3月期 連結売上高

**158,994** 百万円

## 売上高比率

ブランド・  
ファッショ事業  
(BF事業)



**96.1%**

タイヤ・  
ホイール事業  
(TW事業)



**3.7%**

不動産賃貸事業



**0.2%**

## 事業内容

個人・リリース取扱事業者  
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

## 主要顧客

- 個人
- 法人

タイヤ、アルミホイール、  
自動車用品の買取・販売

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

国内  
87.4%

海外<sup>※1</sup>  
12.6%

**158,994**  
百万円

法人販売<sup>※2</sup>  
51.5%

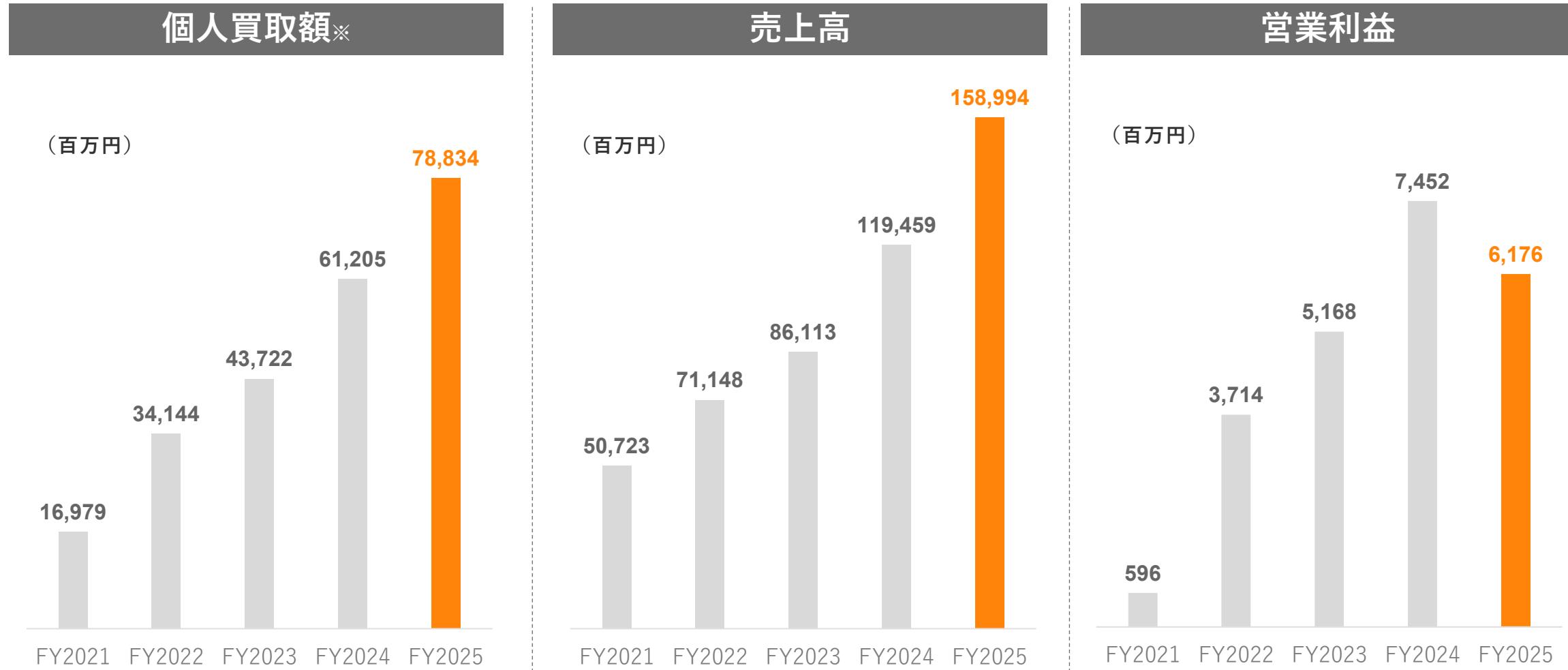
小売  
48.5%

**158,994**  
百万円

※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

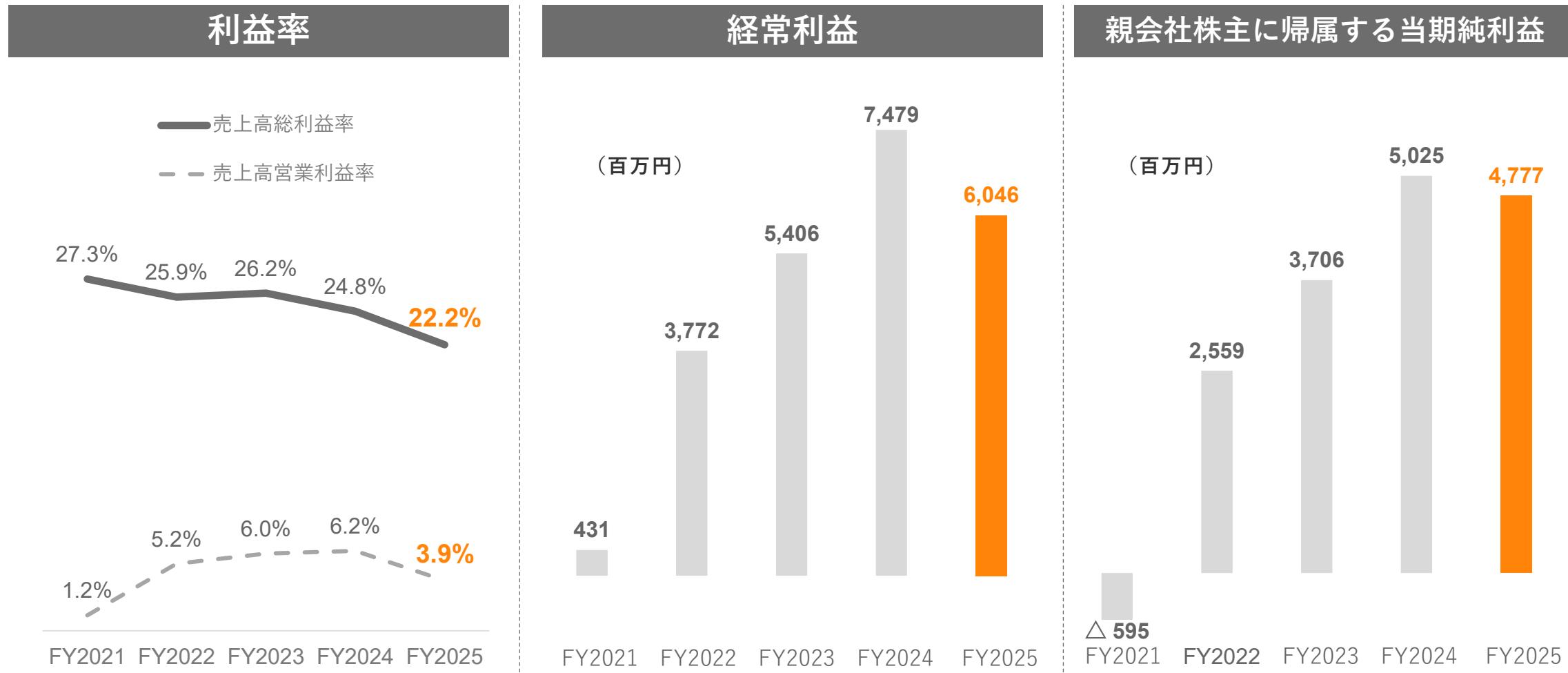
※2 オークション手数料を含む

## 会社概要 連結業績推移（2021年3月期-2025年3月期）

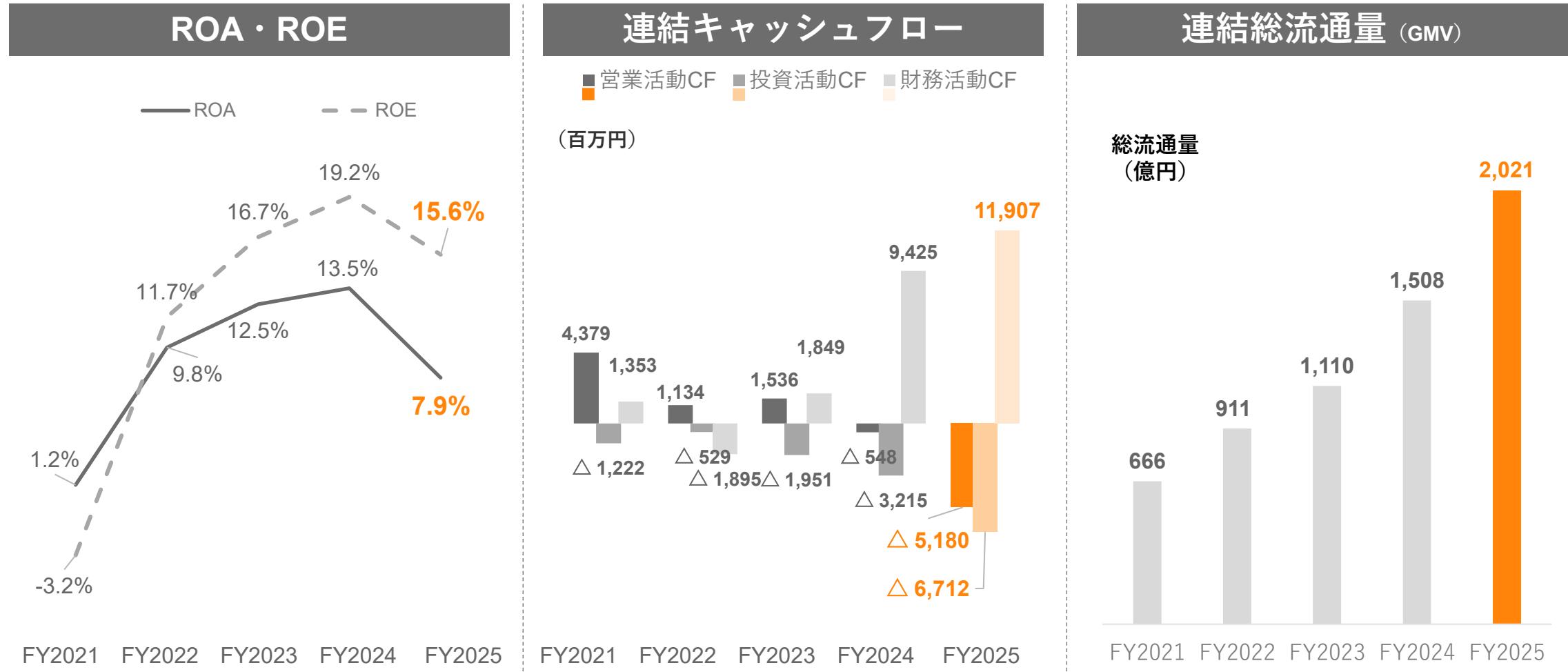


※ FY2021は株式会社コメ兵のみ、FY2022年以降は連結

## 会社概要 連結業績推移 (2021年3月期-2025年3月期)



## 会社概要 連結業績推移 (2021年3月期-2025年3月期)



※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+)**

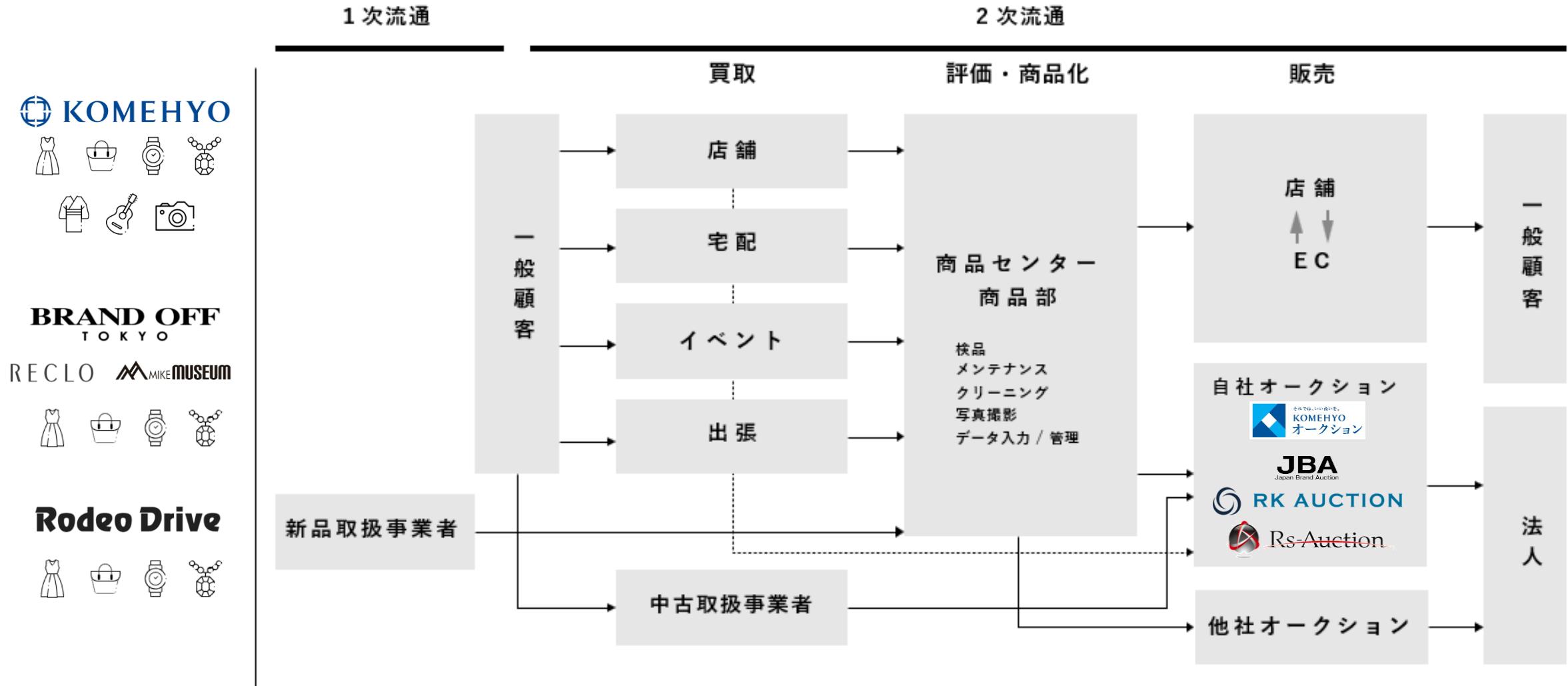
有給取得率  
正社員**94.1%**  
全労働者**87.2%** パート・有期社員**69.3%**

※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

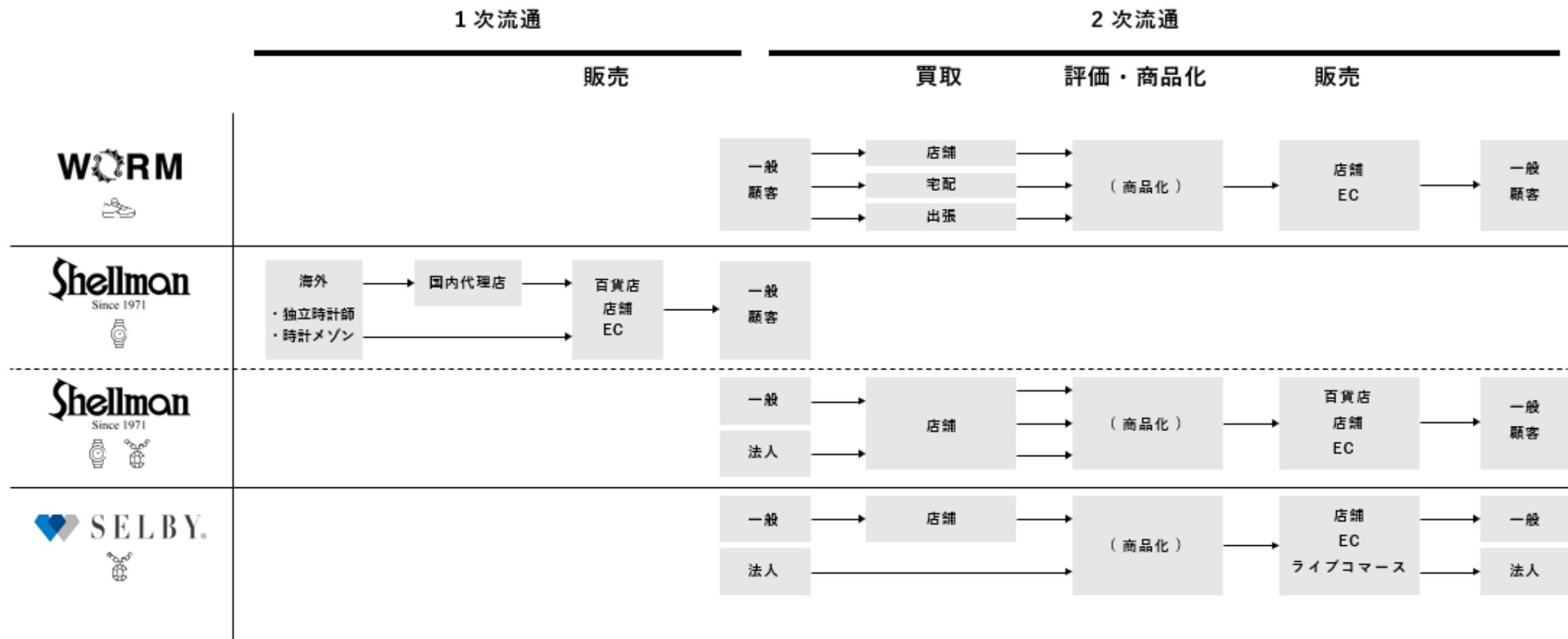
# 会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

ブランド・ファッショング事業 総合篇：売上規模No.1を目指していく



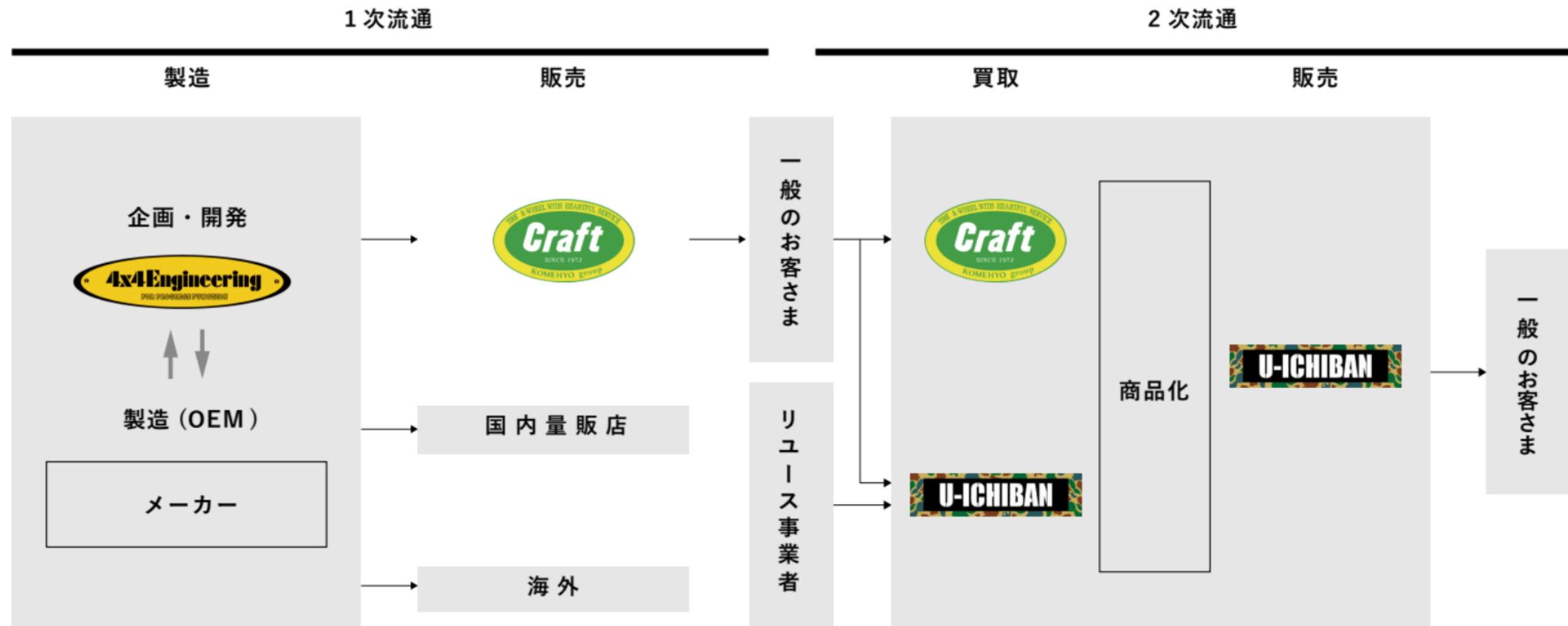
# 会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

ブランド・ファッショング事業 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・ファッショング事業では、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・横浜）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 BF事業 サービス紹介 1 |  KOMEHYO BRAND OFF TOKYO Rodeo Drive

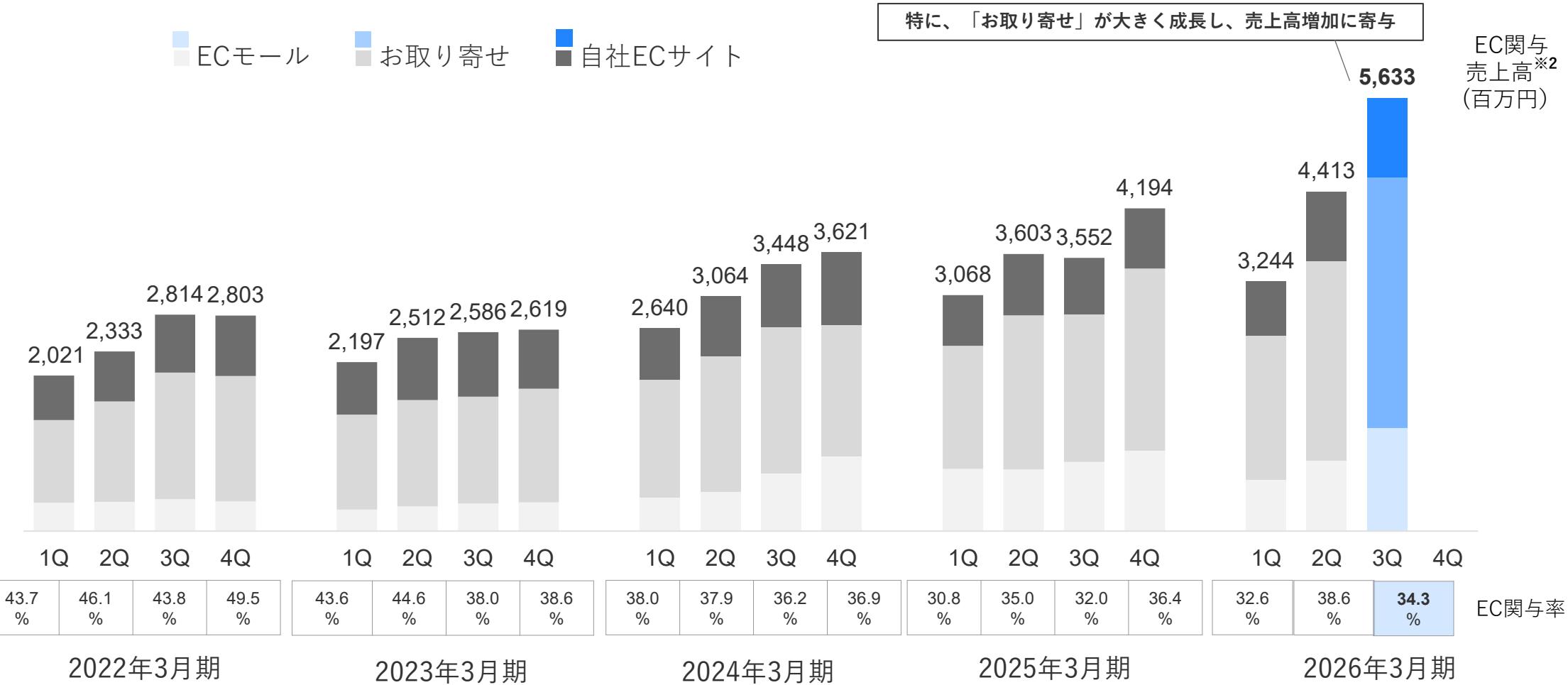
主に中古ブランド品の販売・買取を行う3ブランドでは、店舗の利便性、鑑定への信頼性・知名度や顧客基盤に強みを持ち、それぞれの得意な領域で成長を継続

	 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020年3月期に子会社化</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月期に子会社化</li> <li>関東（特に横浜）に顧客基盤を保有</li> </ul>
国内店舗	207店舗（旗艦店は主要都市中心）	54店舗（石川県金沢市が本拠地）	9店舗（神奈川県横浜市が本拠地）
海外店舗	タイ7店舗・シンガポール3店舗 マレーシア2店舗（ASEAN中心）	香港・台湾・上海に計24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12月末時点

会社概要 EC関与売上高の推移 |  KOMEHYO

店舗網拡大とEC基盤強化の相乗効果により、第3四半期のEC売上高は前年同期比158.6%を達成  
訪日外国人によるEC経由での事前商品確認と店舗での購入が増加し、EC関与率<sup>※1</sup>は3割強で安定的に推移



※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、お客様が自社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

## 会社概要 BF事業 サービス紹介 ② |


**JBA**  
Japan Brand Auction

**RK AUCTION**
**Rs-Auction**

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>JBA</b> Japan Brand Auction  <b>RK オークション</b>  <b>Rs-Auction</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、リアル（手競り）	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

# 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			
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	

# 会社概要 TW事業 サービス紹介

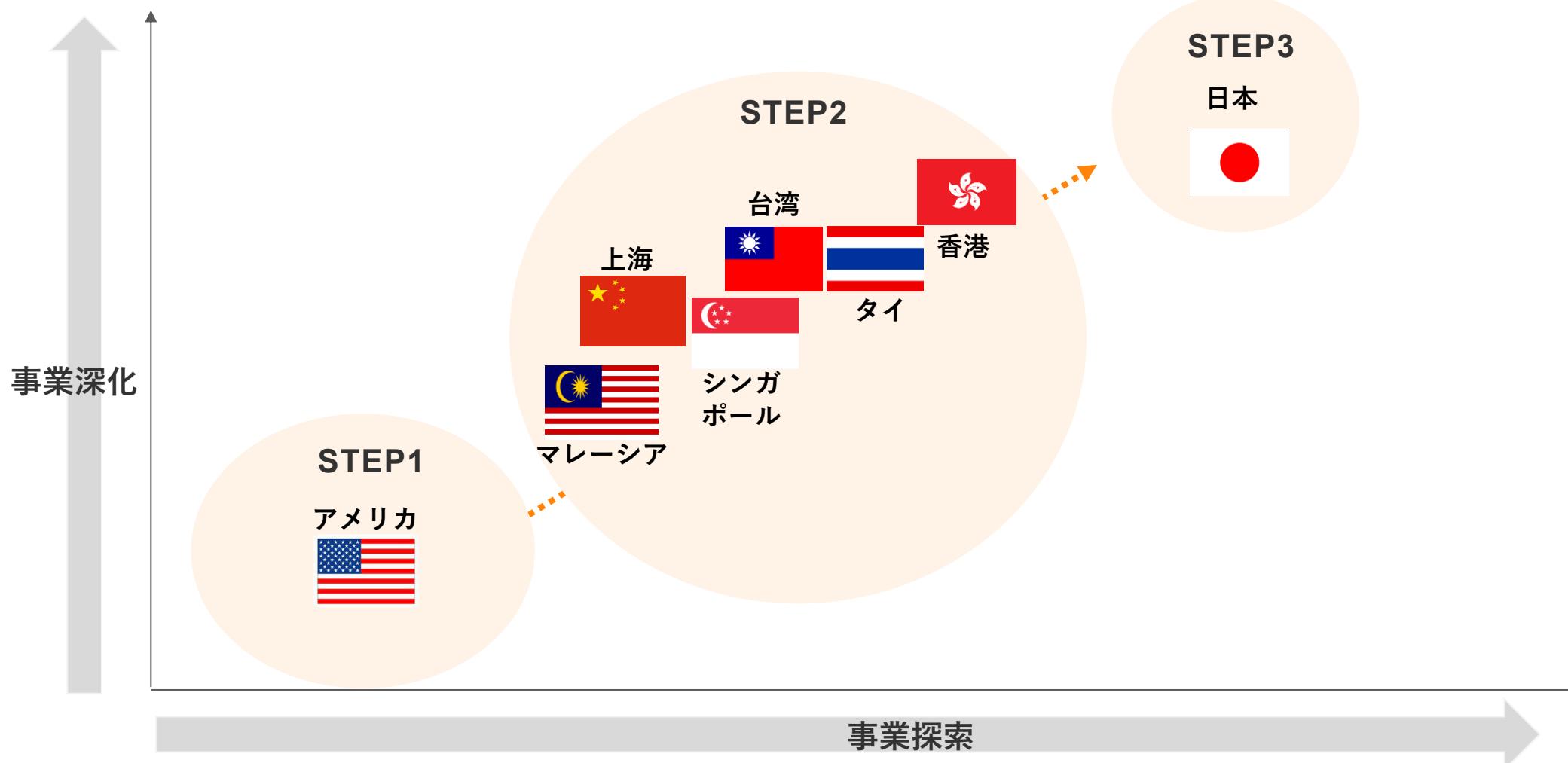


タイヤ・ホイール事業では、タイヤ、ホイールの買取・販売、ホイールの企画・開発を行う  
グループ3社でサプライチェーンをカバー

					オートパーツ ジャパン
概要	ホイール、サスペンションの 総合メーカー				<span>新品の仕入れ・販売</span> <span>中古の買取</span>
国内店舗	-	11店舗	11店舗	2店舗	<span>中古の買取</span> <span>中古の販売</span> <span>新品WEB販売</span>
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		

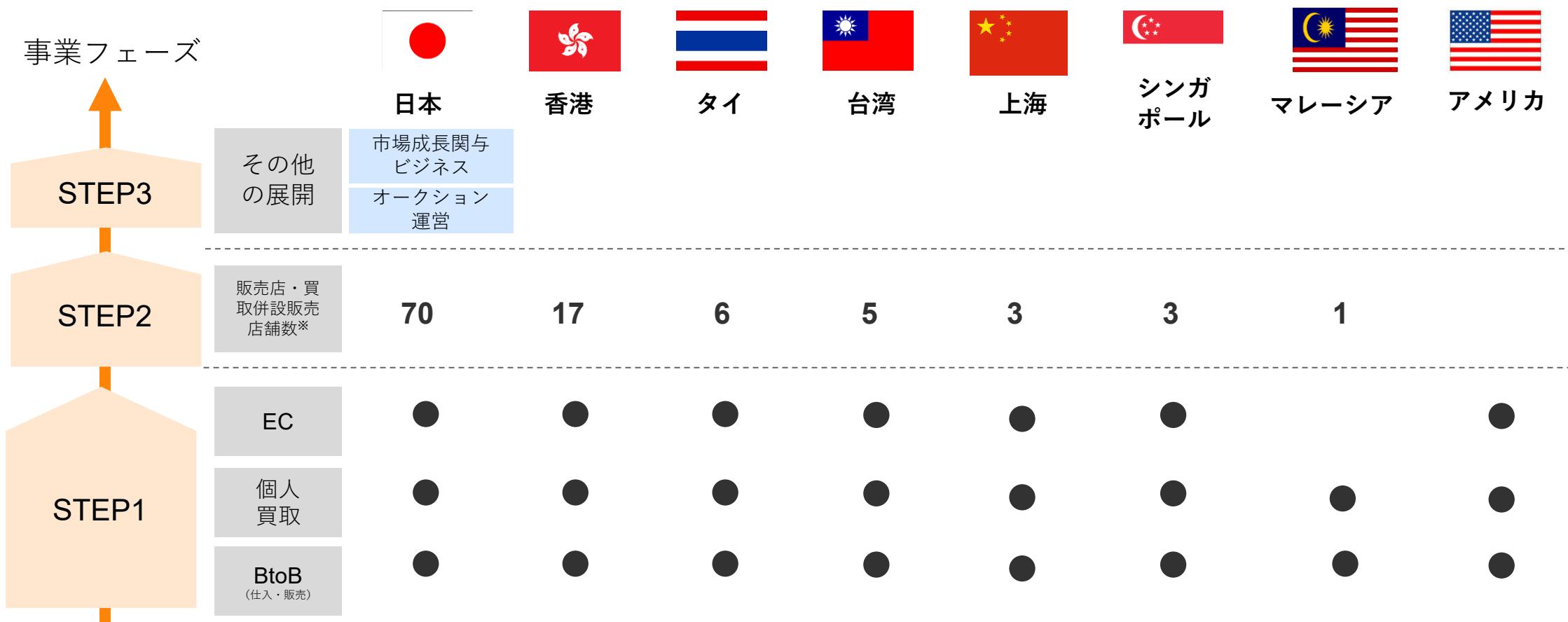
## グローバル展開 エリアごとの事業フェーズ①

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



※2025年12月末時点

# グローバル展開 グループ37店舗（2025年12月末時点）

「KOMEHYO」、「BRAND OFF」、「Rodeo Drive」の3ブランドで海外7か所に進出

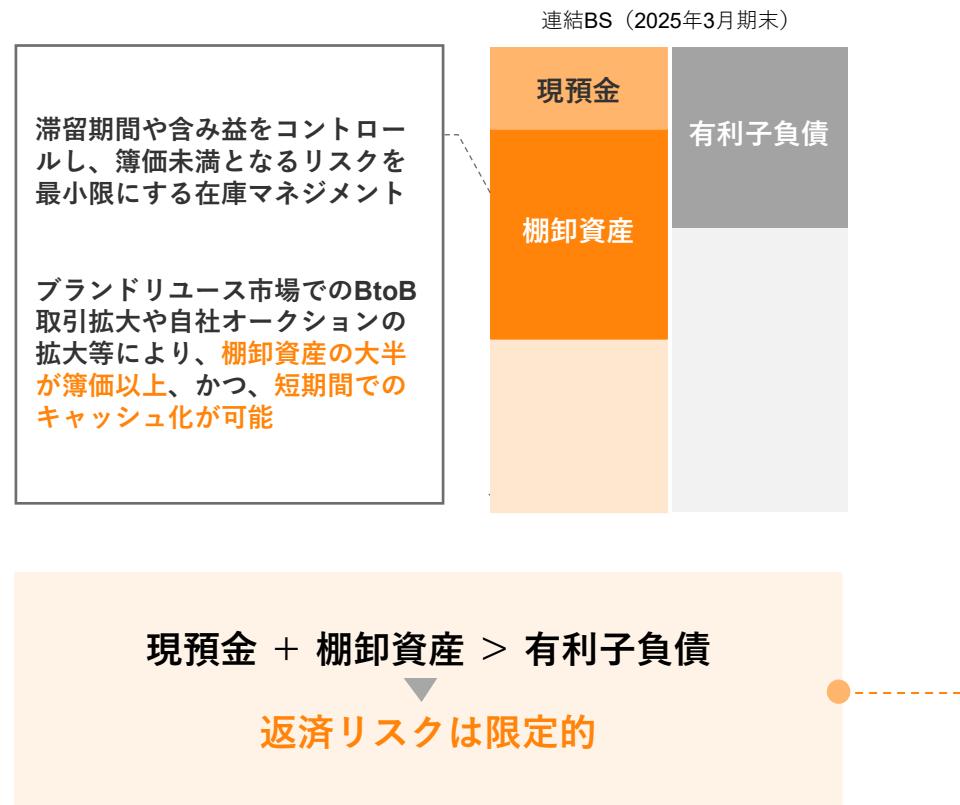
	香港	台湾	上海	タイ	シンガポール	マレーシア	アメリカ	
展開ブランド	<b>BRAND OFF</b> TOKYO		<b>Rodeo Drive</b>	<b>BRAND OFF</b> TOKYO	 <b>KOMEHYO</b>			
会社名	KOMEHYO BRAND OFF ASIA LIMITED	RODEO DRIVE JAPAN CO.LIMITED	名流國際名品股份有限公司	米濱上海商貿有限公司	SAHA KOMEHYO COMPANY LIMITED	KOMEHYO SINGAPORE PTE. LTD.	KOMEHYO MALAYSIA SDN.BHD.	KOMEHYO 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 <sup>※2</sup> 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 <sup>※2</sup> 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 <sup>※2</sup> 販売：法人	仕入：法人/個人 <sup>※2</sup> 販売：法人
販売店	-	-	-	-	6	3 (1)	1 (1)	-
買取専門店	-	-	-	-	1	-	1	-
買取併設販売店	16 (2)	1	5 (1)	3 (1)	-	-	-	-
合計	17	5	3	7	3	2	0	

※1( )内は、2026年3月期第3四半期の増減 ※2 事務所で個人買取

# 資本政策の基本方針

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



### 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

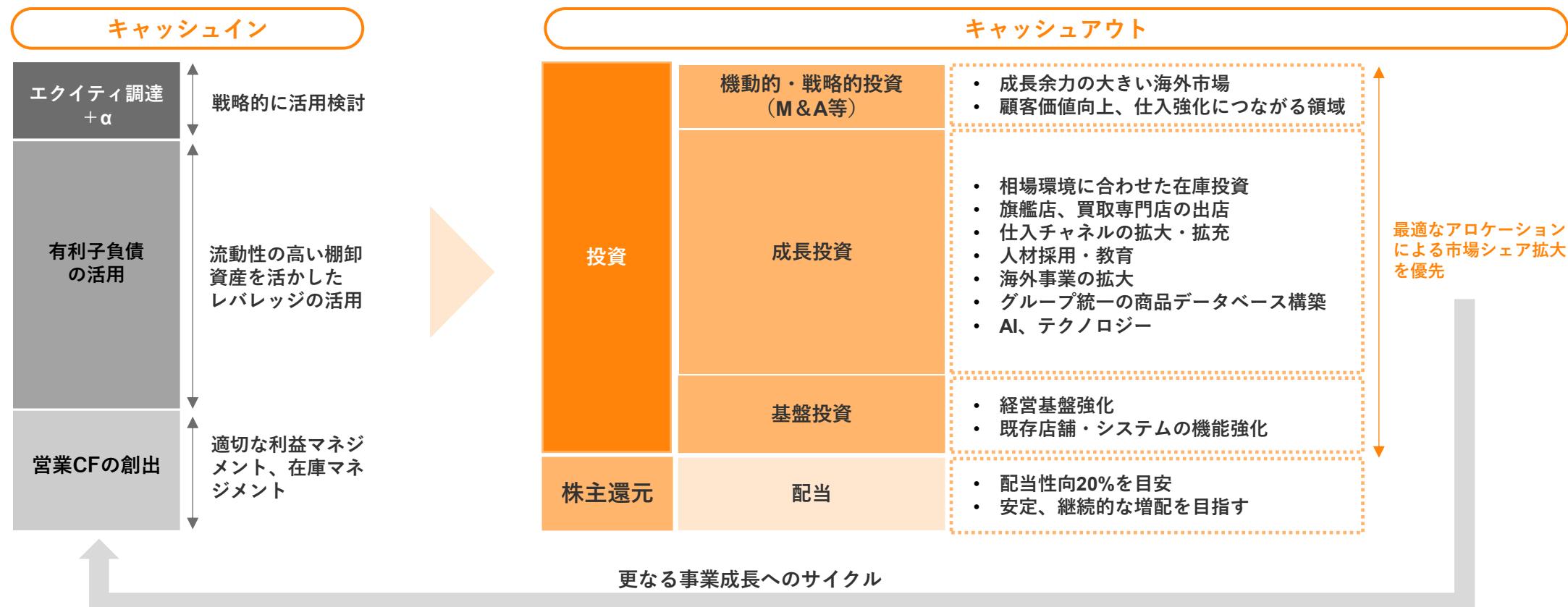
### 3 エクイティ調達

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

# 経営資源の分配方針

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月期の注力ポイント

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、足元では利益体质の改善にも注力

## シェアの拡大と利益体质の改善

### 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



全国の大丸、松坂屋、PARCOに買取専門店「MEGRÜS」を今期7店舗出店。

#### ●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 SHINSABASHI  
(2025.6オープン／約747m<sup>2</sup>)



KOMEHYO YOKOHAMA  
(2025.9オープン／約902m<sup>2</sup>)



#### ●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



KOMEHYO  
オークション



JBA  
Japan Brand Auction



Rs-Auction



RK AUCTION

### 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](mailto:ir@komehyo.co.jp)**