



2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

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

2026年8月13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）

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。

2027年3月期 第1四半期 決算サマリー

2027年3月期第1四半期 連結決算

個人買取額（連結）

30,438百万円

前年同期比
136.5%

連結売上高

65,820百万円

前年同期比
142.7%

連結営業利益

3,533百万円

前年同期比
399.8%

連結経常利益

3,334百万円

前年同期比
511.2%

親会社株主に帰属する
四半期純利益

2,081百万円

前年同期比
589.0%

連結売上高の内訳

小売比率

46.1%

前年同期比
+3.3pt

海外比率

16.6%

前年同期比
+2.6pt

国内免税比率

16.6%

前年同期比
+3.3pt

店舗数

グループ全店 **347**店舗

国内店舗

304店舗

販売店 13

買取専門店 228

買取併設販売店 63

海外店舗

43店舗

(6カ国／地域)

販売店 13

買取専門店 2

買取併設販売店 28

2027年3月期 第1四半期の評価

前期末に掲げた「個人買取の強化」と「小売ファースト」の推進により、四半期として過去最高の個人買取額及び売上高を達成
販管費の増加分を売上総利益の伸びで吸収し、各段階利益は大幅な増益を記録

Ⅰ 主要商材の相場動向



JEWELRY

【金・ブランドジュエリー】

米高金利等の影響で調整局面に入ったが、依然高水準で相場は推移。ブランドジュエリーは価格改定に連動してヴィンテージ品を中心に堅調に推移

【ダイヤモンド】

相場が弱含みする中で、資産性の高い大粒ダイヤは底堅く推移

仕入
★★★★

個人買取額
前年同期比 **136.5%**

- ・ 四半期ベースで過去最高の買取額
- ・ 買取専門店・買取併設販売店の新規出店は順調
- ・ 買取施策や顧客エンゲージメントの強化が奏功し、既存店が個人買取額全体の成長を牽引
- ・ 依然高値圏で推移している金地金やブランド各社の定価改定に加え、円安・株高を背景とした国内外の旺盛な需要が継続



WATCH

4月末から5月にかけての為替変動に伴い軟調相場となったものの、6月の円安進行や主要ブランドの定価改定により一部復調

売上高
★★★★

前年同期比 **142.7%**

- ・ 四半期ベースで過去最高の売上高
- ・ 小売比率：46.1%（前年同期比：+3.3pt）
- ・ 免税売上高の前年同期比：178.0%
- ・ 好調な買取と前期から持ち越した良質な在庫を活用し、小売・法人販売ともに順調に推移
- ・ 前期出店した旗艦店や販売店舗がフルで寄与



BAG

例年は下落傾向となる時期だが、今期はインバウンド好調に伴う在庫不足の影響を受け、5月まで高水準な相場を維持。6月以降は在庫の供給不足が落ち着き、緩やかな下落傾向へ移行したものの、前期と比較して高い相場水準を維持

売上総利益率※
★★★★

前年同期比 **+0.6pt※**

- ・ 売上総利益率：21.9%
- ・ 利益率の高い個人買取品を小売ファーストで供給し、売上総利益率の改善に寄与
- ・ 法人販売の利益率は計画を下回ったものの、小売の伸長により売上総利益率は前年同期比+0.6pt改善



FASHION

国内外で需要が高い商品の相場上昇が買取・販売双方を力強く牽引。その他、人気商品を中心に堅調に推移

販管費率
★★★★

前年同期比 **△2.9pt**
(改善)

- ・ 売上高販管費率：16.5%
- ・ 買取・販売強化に向けた投資や将来の成長に向けた投資を継続
- ・ 大幅な増収に伴うスケールメリットにより販管費率は低下

営業利益
★★★★

前年同期比 **399.8%**

- ・ 営業利益率：5.4%（前年同期比：+3.5pt）
- ・ 販管費の増加分を売上総利益の増加が大幅に吸収し、営業利益は大幅に拡大

ブランド・ファッション事業 2027年3月期 第2四半期の想定

- ・ 好調な個人買取と良質な在庫を背景に、第2四半期も小売主導による売上高の拡大が継続する見通し
- ・ 積極的な成長投資を継続しつつも、相場変動リスクに対しては機動的な法人販売の活用でダウンサイドリスクを軽減し、通期計画の達成を目指す

■ 主要商材の相場予測動向



JEWELRY

ブランドジュエリーや海外需要が下支え

【金・ブランドジュエリー】地政学リスク等を背景に金相場の変動が懸念されるものの、定価改定や海外需要を背景にブランドジュエリーは堅調に推移する見通し

【ダイヤモンド】季節的な閑散期にあたるため、相場は軟調に推移する傾向



WATCH

定価改定等を背景に、相場は堅調に推移

一部の人気モデルでやや軟調な推移が見られており、急激な円高局面における相場下落リスクや地政学リスク等については、引き続き慎重に注視



BAG

人気モデルを中心に、高値安定を見込む

主要ブランドの定価改定等の影響もあり、人気モデルを中心に市場全体の流通量が限定的であることから、需要の高い商品は高値安定で推移する見通し。一方で、例年通り9月の端境期に向けて全体的には相場が下落基調となる傾向を想定



FASHION

高価格帯アイテムやヴィンテージ商品が相場を牽引

一部ブランドの緩やかな高騰は継続する見通しであり、高価格帯アイテムを中心に相場の高止まりが続く見込み。また、ヴィンテージ商品の需要は増加傾向にあり、相場は堅調に推移する見通し

■ 第2四半期の見込み

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施策により、個人買取は引き続き堅調に推移 ・ 金相場の高値圏推移に伴う金地金の買取に加え、主要ブランドの定価改定等を追い風とした良質な在庫の確保が順調 ・ 下期の需要期を見据え、相場変動リスクを管理しながら在庫確保を推進
売上高	・ 潤沢な在庫と個人買取を背景に、小売を中心に引き続き堅調に推移する見通し ・ 主要ブランドの定価改定や国内外の旺盛な需要が下支えとなり、高水準の売上規模を維持 ・ 小売への優先供給を軸としつつ、各商材の相場動向や金相場の変動に応じ、法人販売を機動的に活用して売上高の最大化を図る
売上総利益率	・ 利益率の高い個人買取の強化及び小売への優先配分に注力 ・ 一方で、金相場の変動に伴う金地金の買取増加や商材の相場下落、小売が減速し法人販売の割合が増加した場合、計画を下回る可能性
販管費率	・ 効率的な店舗運営と適切な経費コントロールにより、成長投資と高い収益性の両立を継続 ・ 中長期的な規模拡大を見据え、人的資本の拡充（採用・育成）やブランディング、プロモーション施策への追加投資を実施 ・ グループ間のDB統合やITインフラへの投資を推進
営業利益	・ 個人買取及び小売の強化により売上総利益額を積み上げ、適切な経費コントロールの両立で営業利益を着実に確保



目次

1. 2027年3月期 第1四半期 連結業績	P.7
2. 2027年3月期 第1四半期 セグメント概況	P.17
3. 今後の取り組み	P.28
4. Appendix	P.32

1. 2027年3月期 第1四半期 連結業績

連結損益計算書

売上高は前年同期比142.7%と伸長し、四半期ベースで過去最高を更新

売上総利益の大幅な積み上げが販管費の増加分を吸収し、営業利益は前年同期比約4倍へ拡大

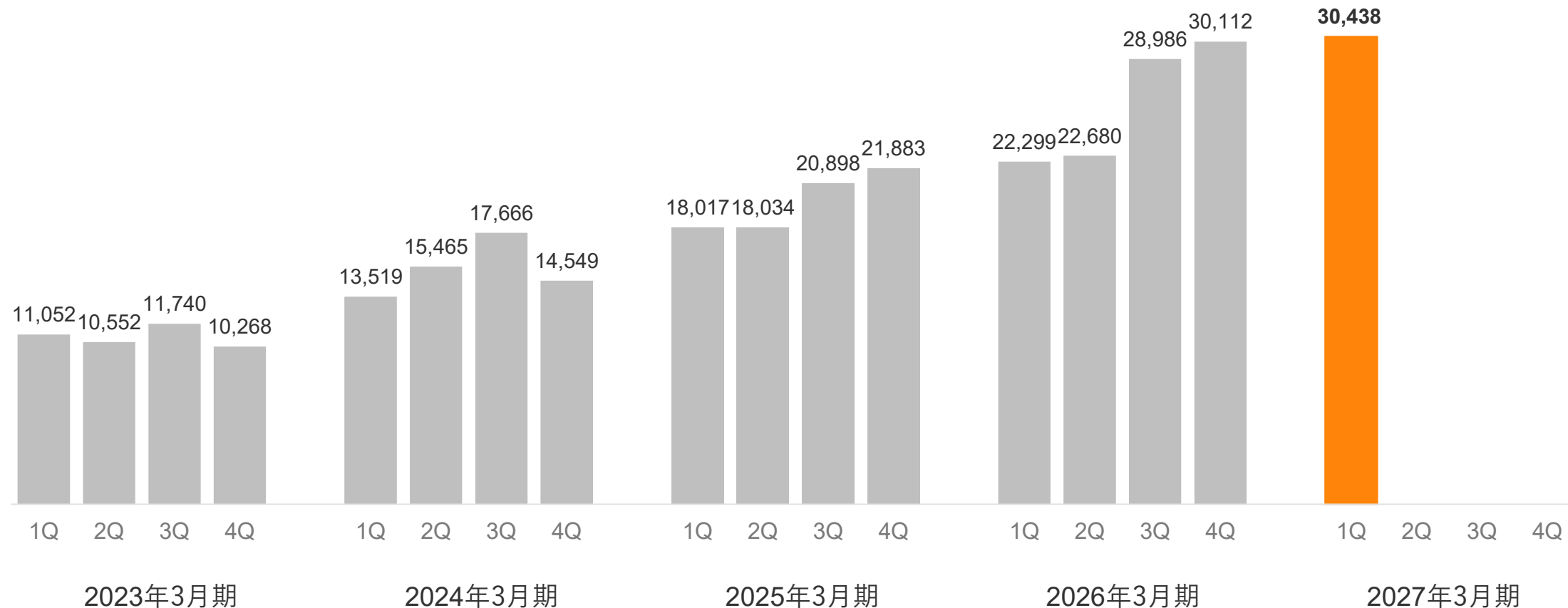
(単位：百万円)	2025.3-1Q	2026.3-1Q	2027.3-1Q	増減	前年同期比	計画進捗率※
売上高	33,499	46,120	65,820	19,700	142.7%	26.1%
売上総利益	8,579	9,841	14,382	4,541	146.1%	—
売上総利益率	25.6%	21.3%	21.9%	+0.6pt	—	—
販売費及び一般管理費	6,442	8,958	10,849	1,891	121.1%	—
営業利益	2,137	883	3,533	2,649	399.8%	32.7%
営業利益率	6.4%	1.9%	5.4%	+3.5pt	—	—
経常利益	2,186	652	3,334	2,682	511.2%	34.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,412	353	2,081	1,727	589.0%	35.6%

※ 2026年5月14日開示の2027年3月期通期計画に対する進捗率

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、良質な在庫を豊富に確保
個人買取額は前年同期比136.5%を記録し、過去最高額を更新

（単位：百万円）

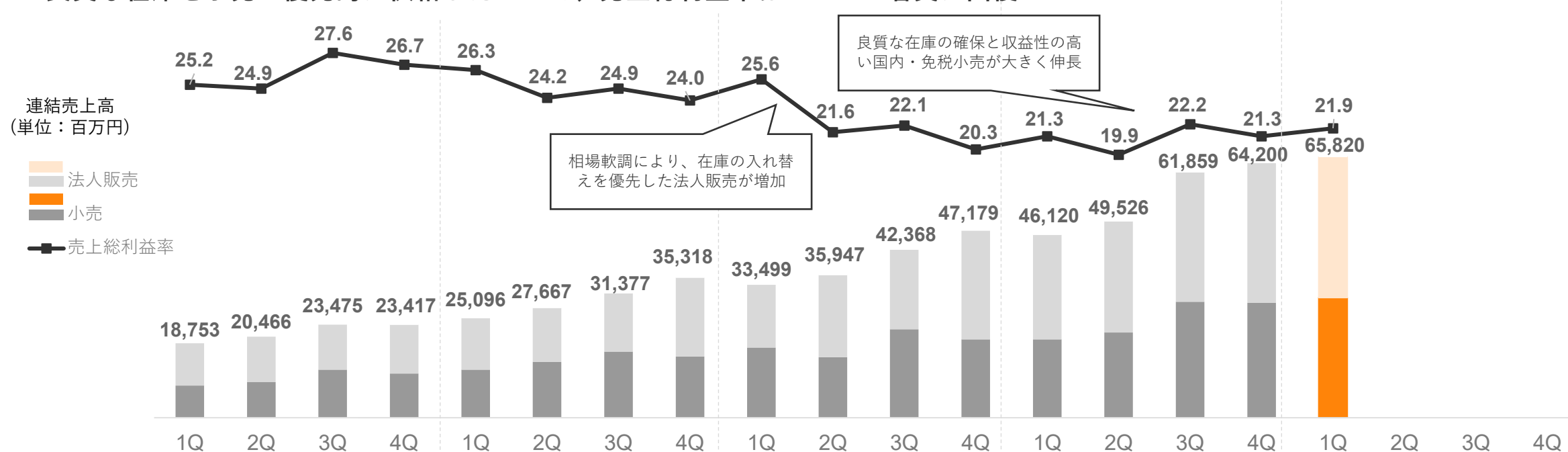


※ 個人買取額の経路：店舗買取、出張買取、イベント買取、宅配買取

連結売上高と売上総利益率の推移

個人買取の拡大を起点に、小売・法人販売ともに伸長

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21.9%へ着実に回復



	2023年3月期				2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期				2027年3月期			
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%	46.1%			
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%			

※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

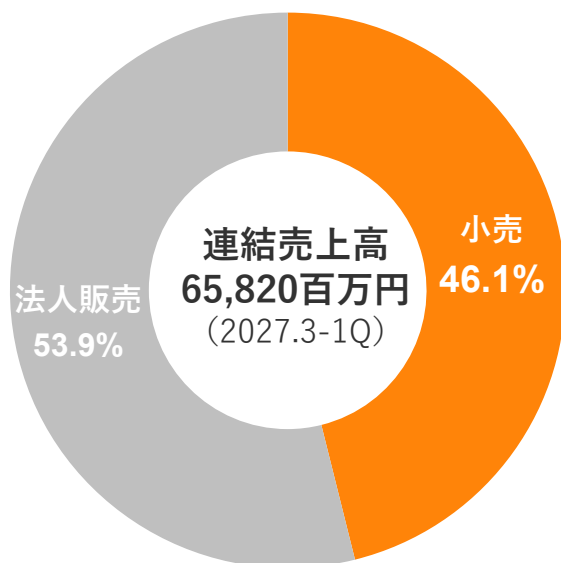
連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

【小売】国内外での出店加速と小売ファーストの在庫供給により、小売販売額は着実に伸長

【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事業拡大によりブランド認知が向上し、売上高の拡大に寄与

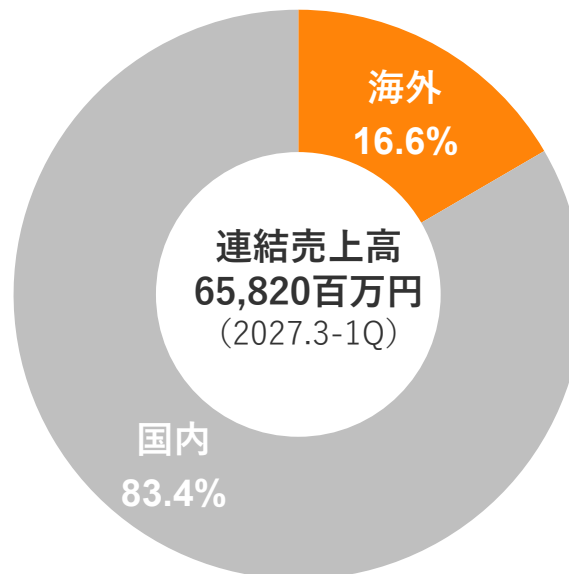
【免税】多様な国・地域からの旺盛なインバウンド需要を確実に捕捉し、国内免税比率は16.6%（前年同期比+3.3pt）へ拡大

小売比率※



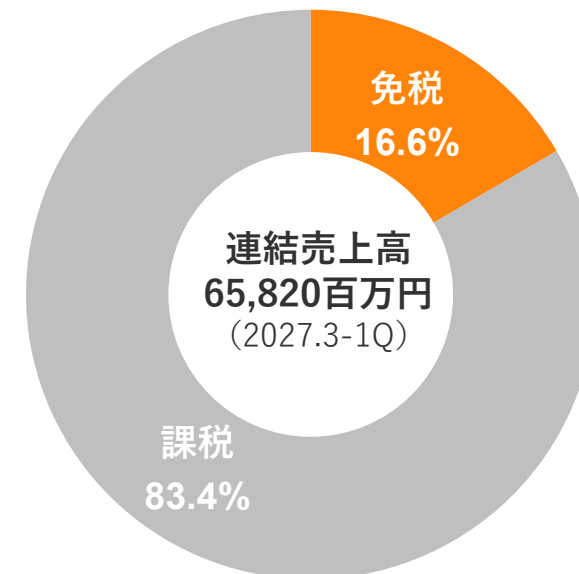
※「法人販売」にはオークション手数料を含む

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

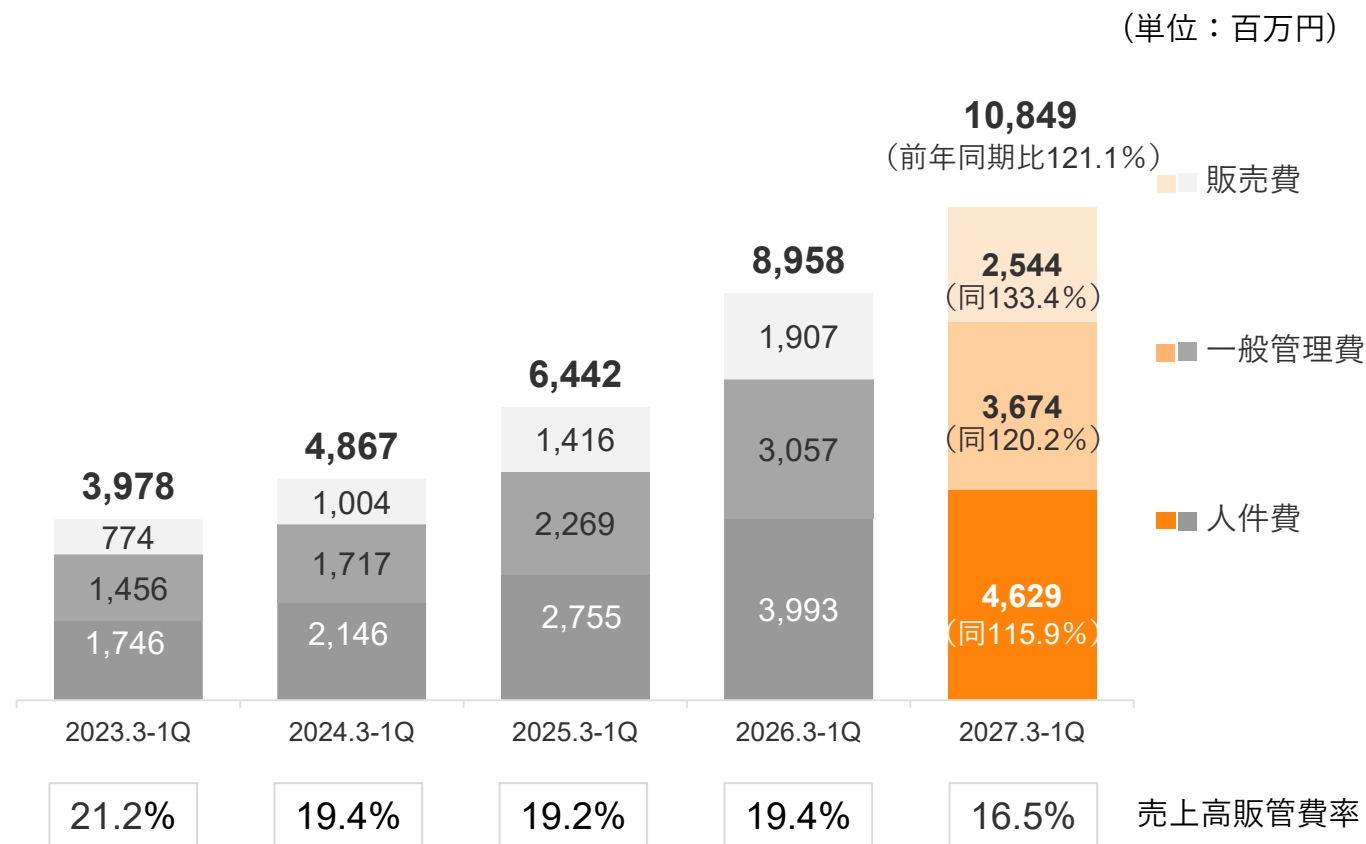
国内免税比率※



※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

店舗出店や集客・販売促進への投資を加速したことで、販管費が前年同期比121.1%と伸長
成長投資の継続により販管費全体は増加したものの、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16.5%
(△2.9pt)へ低下



販売費

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

一般管理費

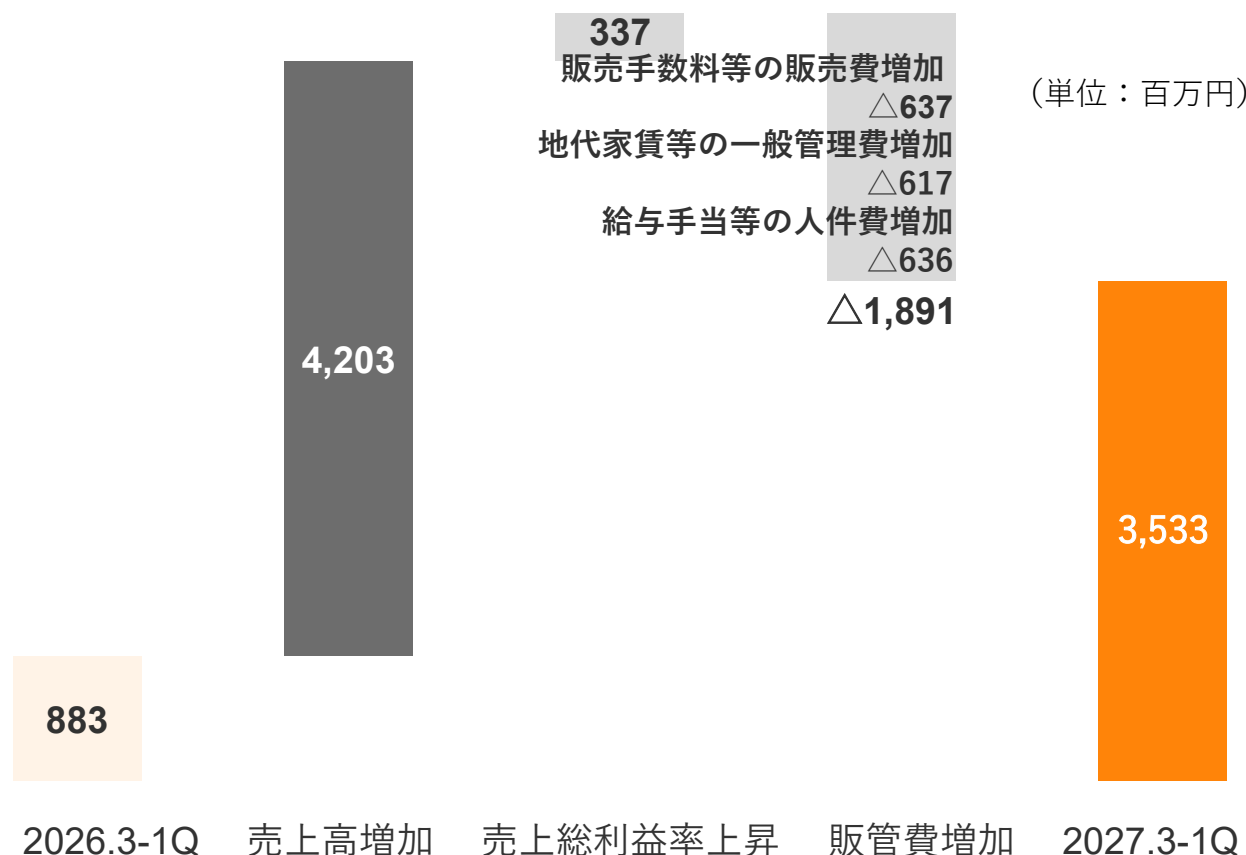
- ・店舗数の拡大に伴う地代家賃や減価償却費 等が増加

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の徹底により、売上総利益が拡大
販管費の増加分を売上総利益で吸収し、営業利益は大幅に伸長



売上高

- ・個人買取の強化により、良質な在庫が充実
- ・小売・法人販売ともに伸長

売上総利益率

- ・小売ファーストの徹底により、高利益率の個人買取品を優先供給し、売上総利益率が改善
- ・小売需要を上回る在庫については、法人販売で早期に流動化・利益確定を行い、売上総利益の積み増しに成功

販管費

- ・ベースアップや採用増による給与手当の増加
- ・買取・小売強化に向けた広告宣伝費の増加
- ・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

営業外損益／特別損益

成長投資に伴う支払利息等の営業外費用が発生したものの、好調な本業利益により十分に吸収
経常利益は前年同期比511.2%、親会社株主に帰属する四半期純利益は同589.0%と大幅増益を達成し、通期計画に対しても高進
捗で十分な利益を確保

(単位：百万円)



連結貸借対照表の概況

積極的な仕入により、将来の売上原資となる棚卸資産が順調に拡大
在庫確保に伴う借入増で有利子負債は増加したものの、現預金と流動性の高い棚卸資産で十分カバーされており
財務健全性を高く維持

(単位：百万円)	2026年3月	2027.3-1Q	増減
流動資産	85,697	91,914	6,217
現金及び預金	19,790	20,224	434
棚卸資産	50,046	54,083	4,036
その他	15,860	17,606	1,746
固定資産	23,483	24,217	733
総資産	109,181	116,132	6,951
負債	71,353	76,670	5,316
有利子負債	59,930	65,180	5,250
その他	11,426	11,489	65
純資産	37,827	39,462	1,635
負債・純資産合計	109,181	116,132	6,951

- ・ 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

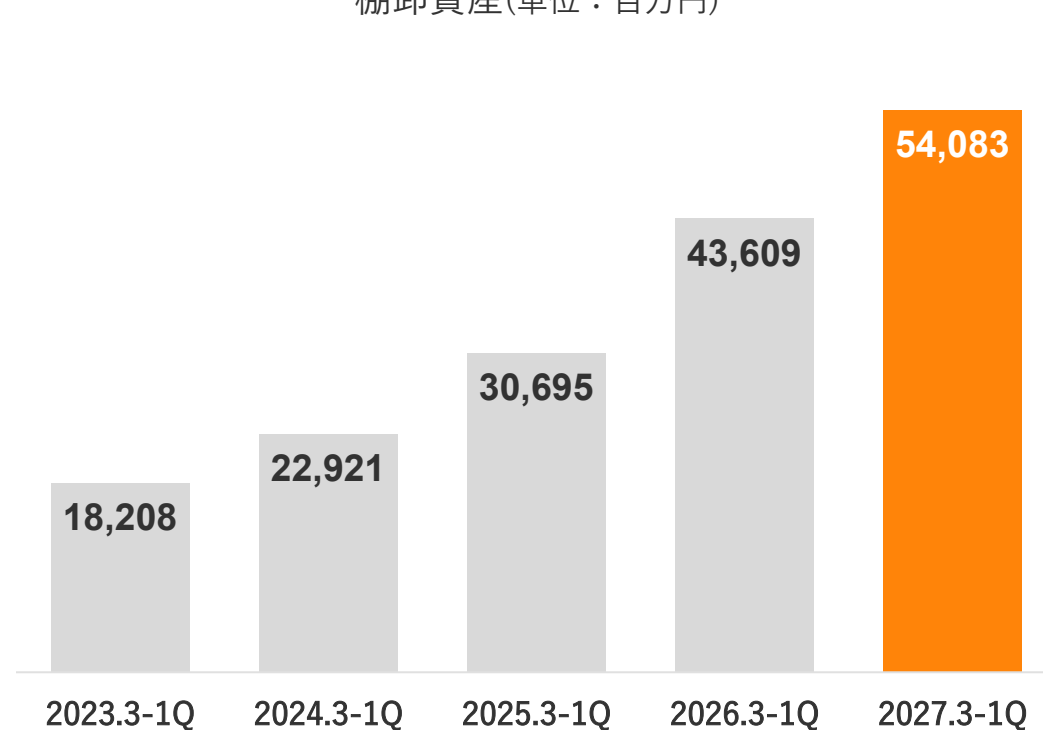
純資産

- ・ 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

在庫回転

小売強化に向けた在庫確保を継続するも、販売好調により在庫回転率は改善
適切な在庫確保を進めつつ、利益率と商品回転の最適化を通じた交叉比率の向上を目指す

棚卸資産(単位：百万円)



	2023.3-1Q	2024.3-1Q	2025.3-1Q	2026.3-1Q	2027.3-1Q
売上総利益率	25.2%	26.3%	25.6%	21.3%	21.9%
在庫回転率	3.4回転	3.6回転	3.6回転	3.5回転	4.0回転
交叉比率※	84.3%	93.4%	92.7%	74.1%	86.4%

※ 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

2. 2027年3月期 第1四半期 セグメント概況

2027年3月期 第1四半期 セグメント別 サマリー

ブランド・ファッション事業（BF事業）※

個人買取額

30,402 百万円

前年同期比
136.6%

売上高

64,269 百万円

前年同期比
143.6%

営業利益

3,379 百万円

前年同期比
433.6%

タイヤ・ホイール事業（TW事業）

売上高

1,540 百万円

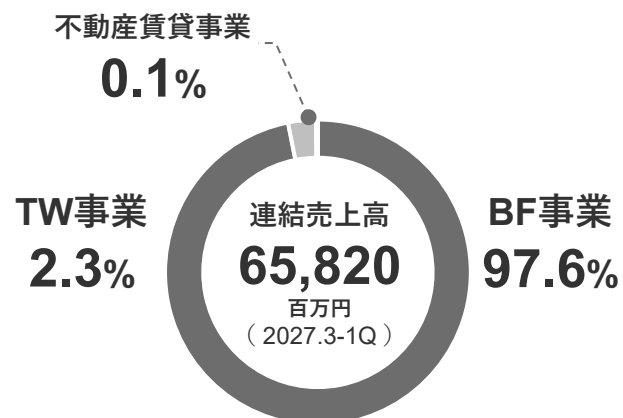
前年同期比
113.4%

営業利益

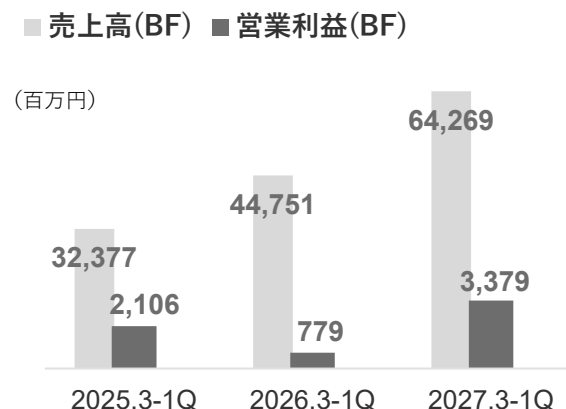
27 百万円

前年同期比
70.4%

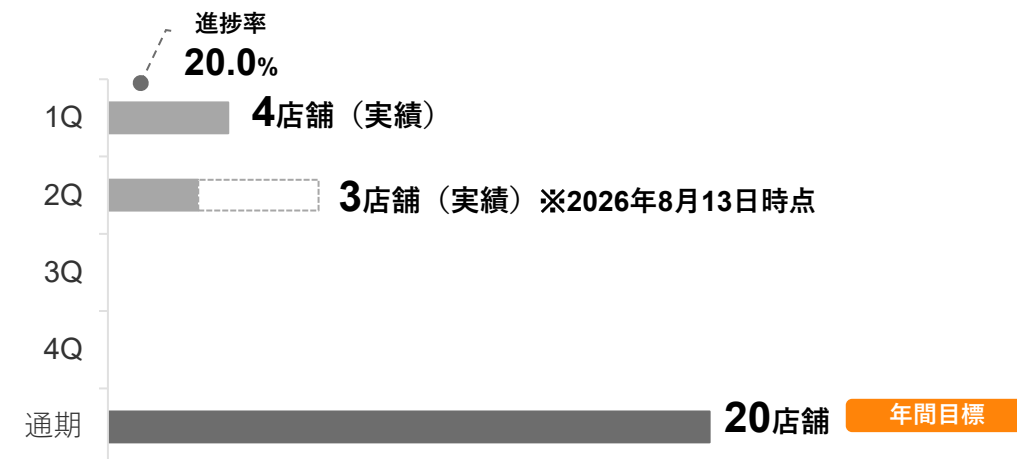
売上高構成比



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1四半期 セグメント別 決算概況

ブランド・ファッション事業の売上高は前年同期比143.6%、営業利益は同433.6%となり、大幅な増収増益を達成
タイヤ・ホイール事業の売上高は前年同期比113.4%と増収を確保した一方で、成長投資等の影響により減益

(単位：百万円)		2025.3-1Q	2026.3-1Q	2027.3-1Q	増減	前年同期比
ブランド・ ファッション	売上高	32,377	44,751	64,269	19,518	143.6%
	営業利益	2,106	779	3,379	2,600	433.6%
	営業利益率※2	6.5%	1.7%	5.3%	+3.6pt	-
タイヤ・ ホイール	売上高	1,111	1,359	1,540	181	113.4%
	営業利益又は 営業損失(△)	△3	38	27	△11	70.4%
	営業利益率※2	-	2.9%	1.8%	△1.1pt	-
不動産賃貸	売上高	82	91	91	0	100.2%
	営業利益	27	31	30	△1	96.7%
	営業利益率※2	33.2%	34.1%	33.0%	△1.1pt	-

※1 調整額：売上高△81百万円、営業利益96百万円

※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

BF事業 | コメ兵の経路別仕入・販売実績 KOMEHYO

- ・ 好調な個人買取と前期から繰り越した良質な在庫を、優先的に小売へ供給。顧客との継続的なエンゲージメント構築により、LTVの最大化を推進
- ・ 効率的に法人販売を活用することで相場動向に迅速に対応し、在庫鮮度を維持。さらに、小売供給分を上回る在庫についても機動的に法人販売へ展開したことで、計画を上回る業績推移を達成



※比率はすべて2027年3月期第1四半期実績

BF事業 | オークションGMV(出来高)の推移

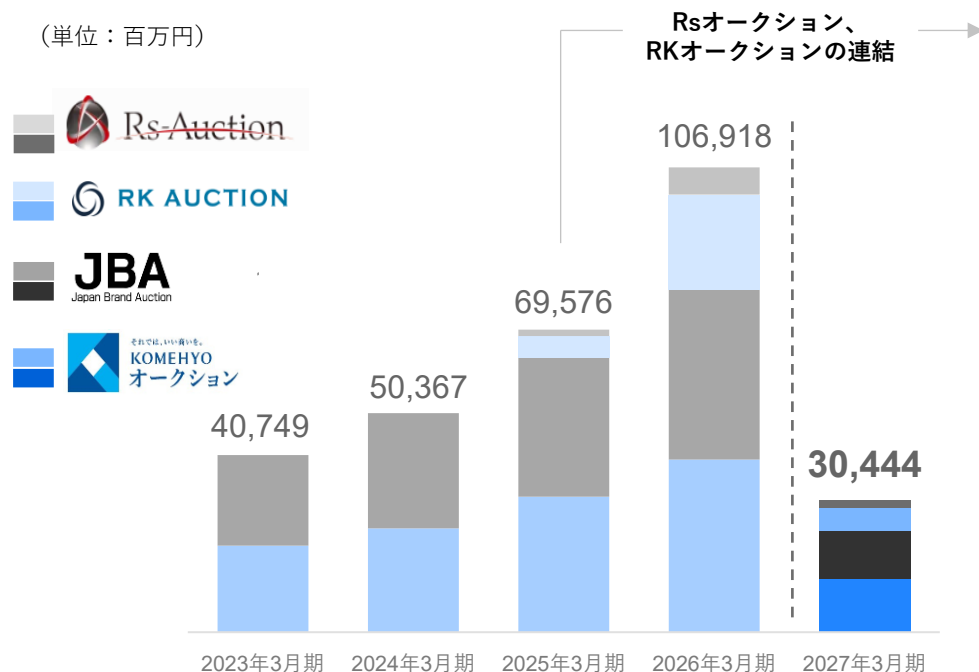
グループの『流通関与ビジネス』の中核を担うBtoBオークション事業

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128.2%と大幅に伸長

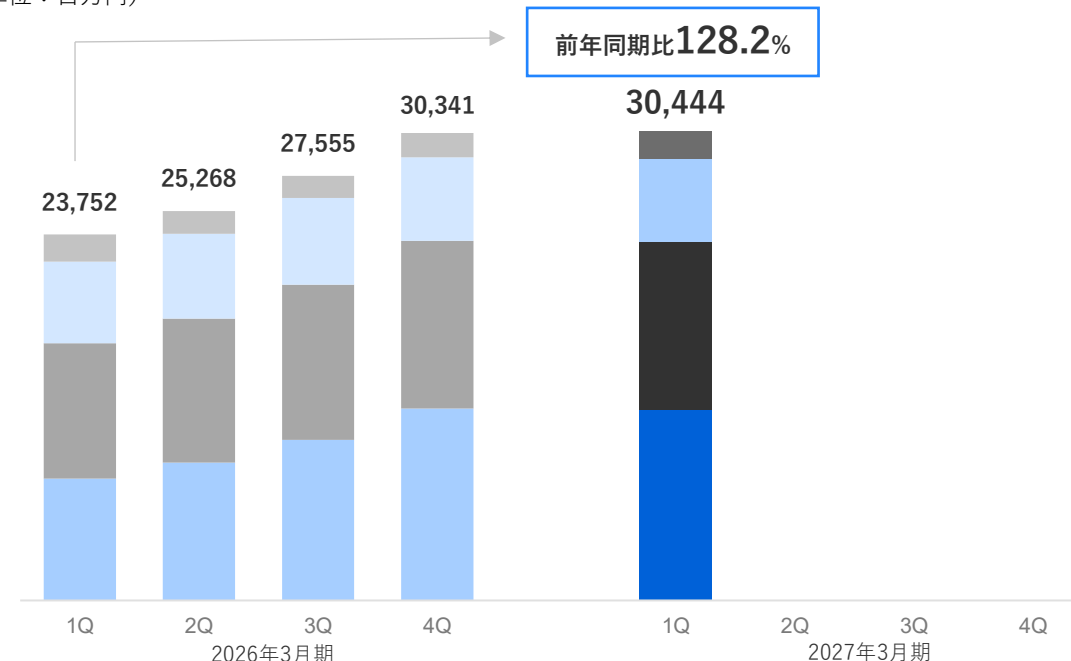
■ 通期オークションGMV(出来高)の推移

■ 四半期単位のオークションGMV(出来高)の推移

(単位：百万円)



(単位：百万円)



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	-

4事業合計の延べ会員企業数	6,040	6,229	6,395	6,538
4事業合計の開催回数	89	95	100	99

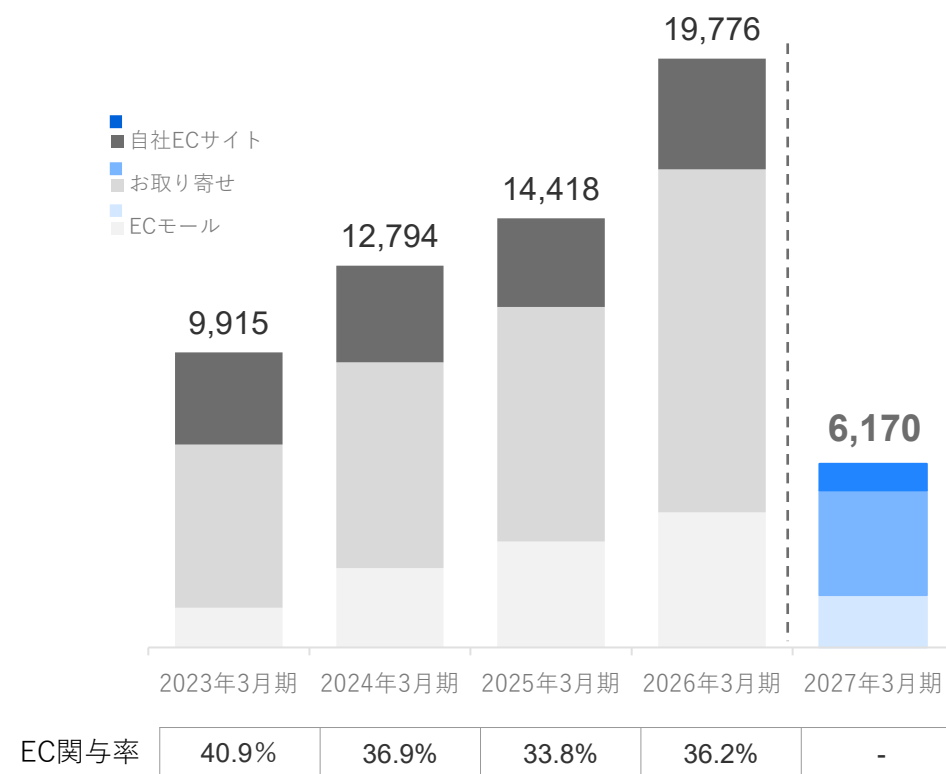
6,691	-	-	-
102	-	-	-

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190.2%と大幅に伸長し、EC関与率※²も安定して推移
国内主要モールの販促最適化及び越境モールの成長により、ECモール売上高が同261.1%と顕著に拡大
- ・ EC掲載数の最大化と、訪日外国人客の事前の商品確認による店舗免税購入（免税取り寄せ 同395.2%）の定着が寄与

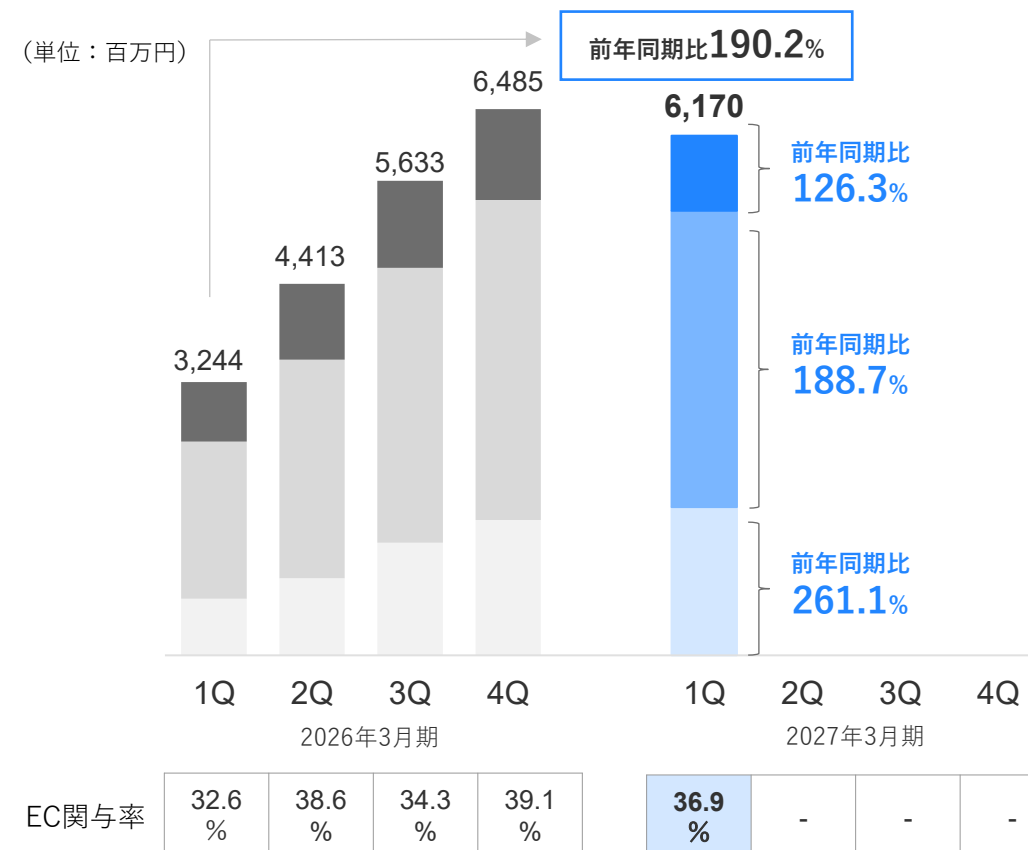
■ 通期EC関与売上高・EC関与率の推移

（単位：百万円）



■ 四半期単位のEC関与売上高・EC関与率の推移

（単位：百万円）



※¹ EC関与売上高/小売売上高

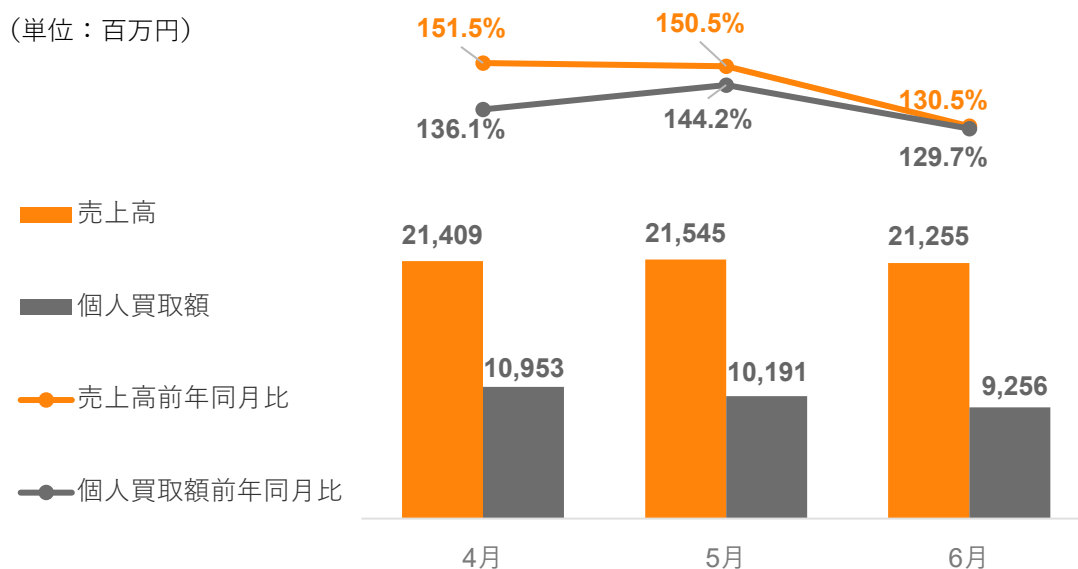
※² 自社ECサイトやECモールの売上高と、お客さまが自社ECサイトを経由し店舗で商品を購入した売上高を合計した売上高。当社の強みを活かしたデジタルマーケティング戦略でオフラインとの融合が不可欠

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 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1四半期 月次推移※

(単位：百万円)



	4月	5月	6月	1Q
小売比率	45.3%	45.8%	45.2%	45.4%
免税比率	17.9%	17.3%	15.9%	17.0%
出店数	7	7	3	17

1Q売上高合計

64,269 百万円
前年同期比 143.6%

1Q個人買取額合計

30,402 百万円
前年同期比 136.6%

- ✓ 買取専門店を中心に、1Q単体で計17店舗出店
- ✓ 新規出店や買取施策等の効果で、4月・5月は単月で個人買取額100億円を記録
- ✓ 前期仕入れた良質な在庫を敢えて今期に持ち越し、積極的に小売で販売
- ✓ 5月以降、宝石や時計相場は軟調になるものの、機動的に法人販売を活用したことで、ダウンサイドリスクを軽減
- ✓ 他商材と比較して、バッグは堅調な相場で推移

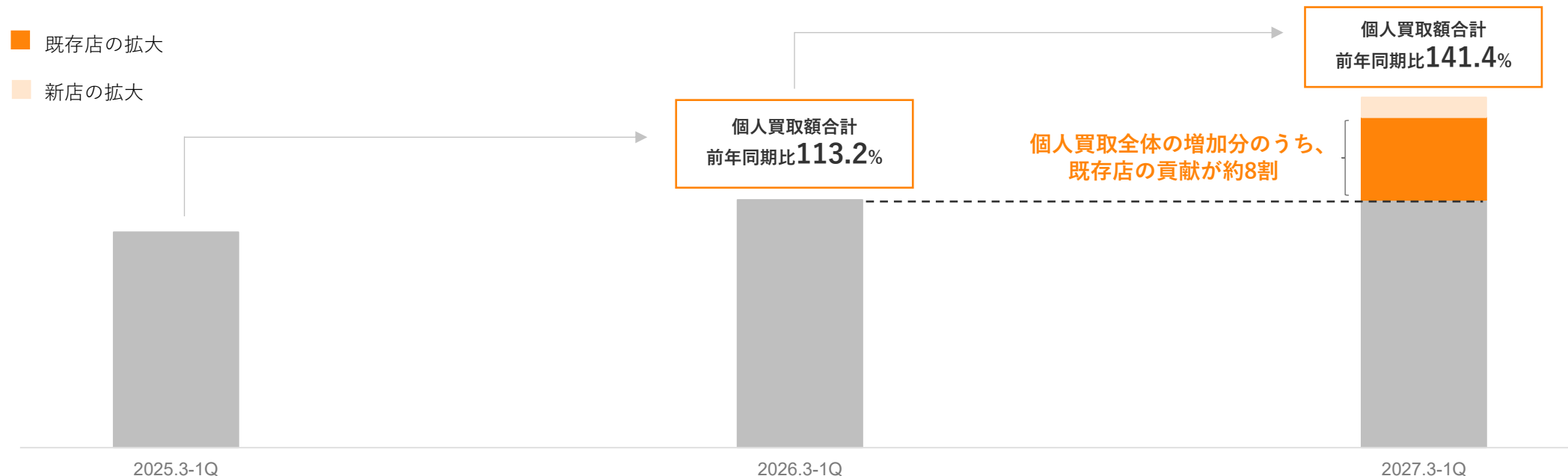
※ ブランド・ファッション事業の月次売上高・個人買取には、海外の事業会社も含む

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 ハイライト①（国内）

新規出店に加え、強固な顧客基盤を持つ既存店の買取力強化により、国内での買取シェアを拡大

■ 既存店※の買取力強化 KOMEHYO

- ・ KOMEHYOにおける個人買取額は、前年同期比141.4%と継続して大幅に伸長
- ・ プロモーション強化や買取キャンペーン、SEO対策等のデジタルマーケティング施策が奏功し、旗艦店をはじめとする既存店の底上げが全体成長を強力に牽引
- ・ 出店競争が激化する環境下においても、「新規出店」と「既存店強化」を両輪とし、国内シェアのさらなる拡大を推進



※ 対象：株式会社コメ兵

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 ハイライト②（国内）

さらに、グループ各社の強みを活かした出店を通じて、多様化する顧客ニーズを捉えた店舗づくりを推進

■ 販売店の出店

①「BRAND OFF SHIBUYA」「Rodeo Drive SHIBUYA」※の共同出店

「BRAND OFF SHIBUYA」



「Rodeo Drive SHIBUYA」



互いの顧客基盤（免税×国内客）や主要商材（バッグ×時計）を活かし、強力な相乗効果を発揮

- ・ 計画を上回る集客と高い免税比率により、収益拡大に向けた強固な土台を構築
- ・ 動線改善と購買率向上により、豊富な来店客の需要を確実な売上成長へつなげる取り組みの推進を目指す

- ・ 高利益率商品の販売が奏功し、売上・利益ともに計画を大幅に上回って推移
- ・ 5F立地でありながら、EC連動や館内送客により来店を創出

②旗艦店「セルビー御徒町駅前店」の出店



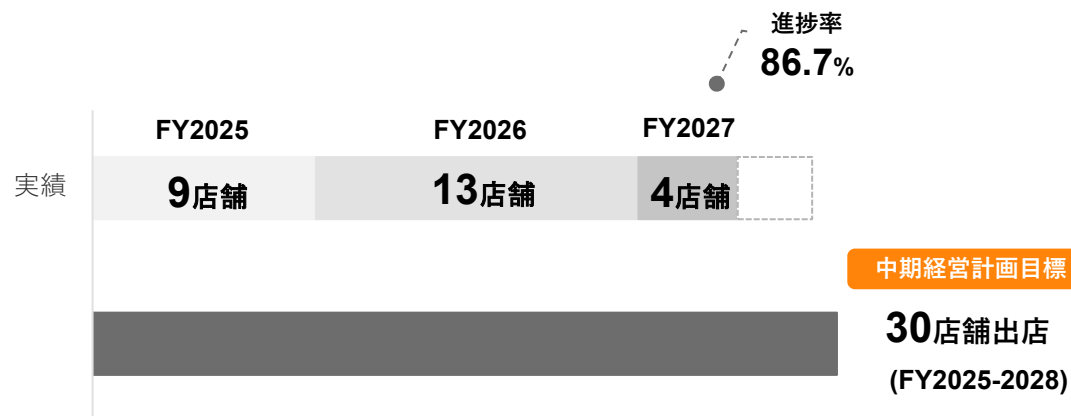
- ・ 同社初となる旗艦店を出店
- ・ 同エリアへの出店は2店舗目となり、買取客数が約2.5倍に急増
- ・ 好立地を生かし新規・インバウンドや周辺の顧客開拓が順調に進行

※「BRAND OFF SHIBUYA」は旗艦店として、「Rodeo Drive SHIBUYA」は買取併設販売店として出店（旗艦店の定義は各社で異なります）

BF事業 | 2027年3月期 第1四半期 ハイライト (海外)

ASEAN及びグレーターベイエリア（粵港澳大湾区）を中心に、積極的な出店を推進
北米では、今後の成長に向けた事業基盤の構築が着実に進展

■ 出店の進捗



■ 第1四半期の実績

- 香港を筆頭に、既存店は計画通り推移
各国の成長スピードに応じた出店も順調に進展
- 北米について、個人買取は計画以上で順調に推移し、現地での仕入基盤を着実に確立。また、法人販売で堅実に売上を確保しつつ、自社ECも認知拡大に伴い確実に成長
- 前期子会社化した〈iShopShops〉については、マーケティング費用等の販管費を機動的にコントロールし、損失を抑え財務的インパクトを限定的に。今後は、ライバー育成や強固なセラー網構築の着手に加えて、API連携により当社グループが保有する優良在庫を直接ShopShopsのECへ一括掲載する予定。これにより、GMVの飛躍的な成長を目指す

2026.4.15オープン
BRAND OFF Admiralty LAB Concept店（香港）



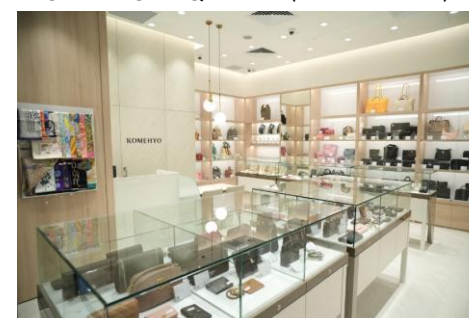
2026.4.30オープン
BRAND OFF 台中 中友百貨店（台湾）



2026.5.1オープン
BRAND OFF Mong kok MOKO店（香港）



2026.5.1オープン
KOMEHYO PLQ MALL（シンガポール）



TW事業 | 2027年3月期 第1四半期 事業概況



高利益商材への戦略的シフトと自社企画ホイールの販売拡大により、増収を達成
新倉庫・プロモーション等への投資により販管費が伸長するも、営業利益は計画以上で推移

売上高

増収達成

中古仕入高

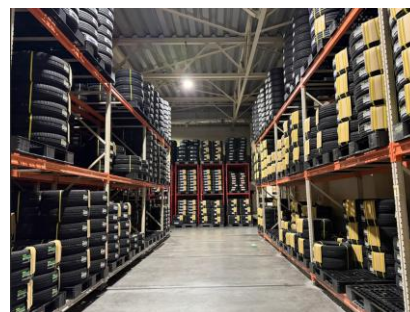
前年同期を下回るも

オペレーション効率化を推進

■ 増収の背景

高利益商材へのシフトと
客単価の上昇

- ・ 市場環境の変化に応じた高利益商材へ戦略的シフト
- ・ 高価格帯商品の販売注力や作業工賃の見直しにより、客単価が上昇

中古部門における
オペレーションの効率化

- ・ 新倉庫での「ささげ（撮影・採寸・原稿化）」及び出品体制の標準化・効率化を推進
- ・ EC/店頭双方での中古品供給力が高まり、売上が確実に拡大



自社企画ホイールの大幅伸長

- ・ 「BRADLEY」シリーズ等の高利益ホイールの販売が国内外で大幅伸長
- ・ 国内売上/輸出売上ともに躍進し、事業全体の成長を強固に牽引

3. 今後の取り組み

2027年3月期 第2四半期の取り組み

- ・第2四半期以降においても「個人買取」と「小売ファースト」を継続しつつ、新規出店および既存店舗の深化により、集客力および収益機会の最大化を図る
- ・海外においてはBtoB流通基盤の整備・拡充を進め、グローバルにおけるプラットフォームの構築を着実に推進

■ 今後の出店・進出予定

7月31日	・ 販売店	「Komehyo Sunway Velocity」 (マレーシア)
8月1日	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF 中古精品空間上海新天地店」 (上海)
8月12日	・ オークション	「JBA上海オークション」 (上海) 開始
8月19日	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF Causeway Bay LAFORET店」 (香港)
8月予定	・ 法人設立	「BRAND OFF MACAU LIMITED (仮称)」 (マカオ)
10月予定	・ 法人設立	「PT KOMEHYO INDONESIA (仮称)」 (インドネシア)
12月予定	・ 買取併設販売店	「BRAND OFF LUXE VINTAGE」 (日本)
今冬予定	・ 旗艦店	「KOMEHYO 名古屋本店 本館1階」 全面リニューアル

■ 第2四半期のトピックス

①「KOMEHYO 名古屋本店 本館1階」第一期 改修完了



- ・6月より改修工事を行っていたエリアの一部が、7月末に改修完了
- ・8月中旬より、第二期工事がスタートし、該当エリア以外は通常通り営業を継続しながら、今冬の全面リニューアルを目指す
- ・取扱店数の拡大と館内の回遊性の強化により、お客様の購買体験向上と収益拡大を図る

②「JBA上海オークション」開始 (2026.8.12～)



- ・当社グループとして海外初のBtoBオークションを中国・上海で開始
- ・国内最大級（グループ延べ会員数6,600社超）のオークション運営ノウハウと、目利き力の高い専門スタッフや真贋AIによる厳格な日本品質の真贋基準を現地に導入
- ・グループの国際物流網を強みに、良質な商品が集まる取引基盤を構築。中国での流通網強化とグローバル展開を推進

ガレージバンク株式会社の株式取得（完全子会社化）について

01 / ディール概要

取得株式数	467,864株（議決権 100.0%）
取得価格	16億円＋アドバイザー費用 概算0.8億円 合計 概算16.8億円
契約締結日	2026年7月16日
株式譲渡実行日	2026年7月29日

02 / ガレージバンク株式会社の概要

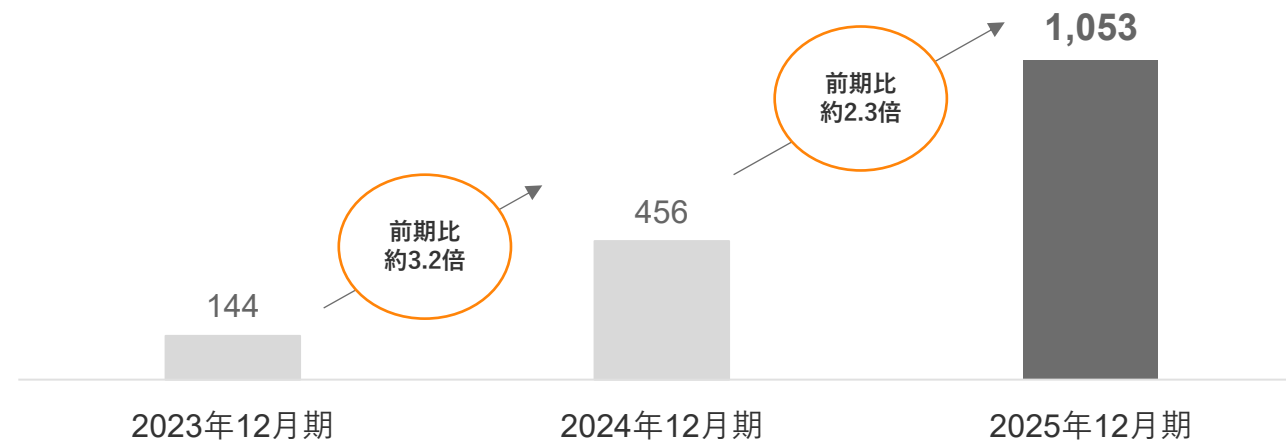
GarageBank

設立	2020年1月22日
資本金	5,000万円
所在地	東京都港区西新橋一丁目7番1号 虎ノ門セントラルビル8階
事業内容	モノ資産の管理・活用アプリ 「cashari / カシャリ」の開発および運営

03 / ガレージバンク株式会社の業績推移

売上高は2年で約7.3倍に急拡大

（単位：百万円）



（単位：百万円）	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期
売上高	144	456	1,053
営業利益※	△145	△286	△206
親会社に帰属する 当期純利益	△144	△295	△242
純資産	189	136	42

※ 営業赤字は事業拡大に伴う先行投資フェーズによるものであり、当社の経営資源を投じることで早期の収益性改善を図る。連結業績への影響は精査中であり、のれん額は確定後開示予定

「cashari」サービスの概要と期待される効果

04 / 「cashari」サービスについて



自宅にしながらスマホで撮影するだけで、最短30秒で持ち物の価値を可視化
「売却」「リースバック」「寄付」から資金化方法を選択可能

05 / 期待される効果

本件は、中期経営計画の長期目標「売上高5,000億円」達成に向けた戦略投資。当社のバリューチェーンとガレージバンクが有するテクノロジー・顧客基盤を融合し、GMVの非連続な成長を目指す。

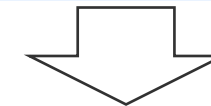
コメ兵ホールディングス

- ・卓越した目利き力
- ・「買取～商品化～販売」までの一気通貫のバリューチェーン
- ・リアルタイム相場DBやリユース人材などの経営資源



ガレージバンク

- ・累計40万DLの実績に基づいた独自技術（画像査定・与信判断）
- ・モノを手放すことなく資金化できる、特許を有したリースバックシステム
- ・市場の変化に素早く適応する機敏なシステム開発・改善力



- 仕入・流通サイクルの活性化
- 「cashari」における査定的高速化と精度向上、取扱アイテムの拡充
- 「モノを手放さずに資金化できる」という、新たな顧客体験の創出
- データ×AIによる「モノの価値の可視化」を通じたGMVの向上

4. Appendix

Appendix

- | | |
|-------------------------|------|
| 1. 会社概要 | P.34 |
| 2. グローバル展開 | P.47 |
| 3. 中期経営計画と2027年3月期の取り組み | P.49 |

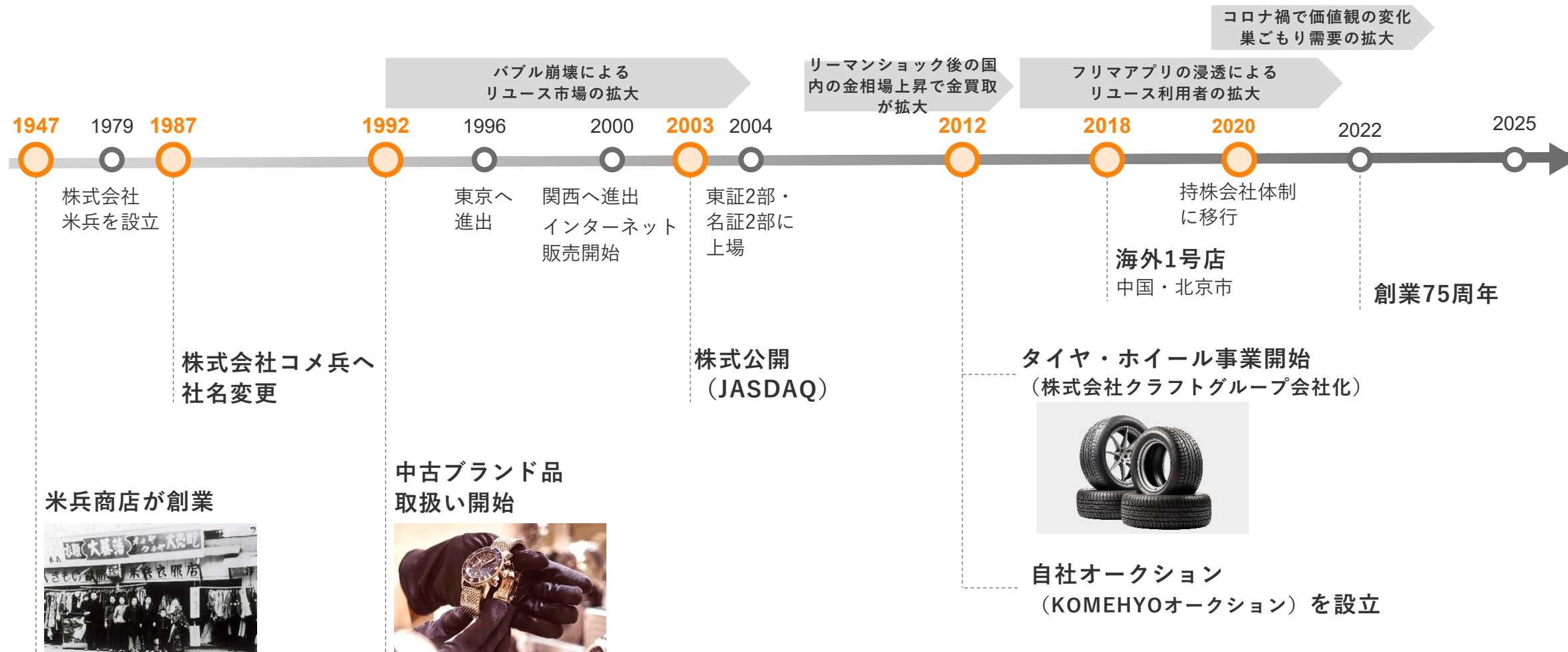
会社概要

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

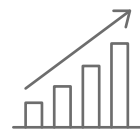
一貫してリユースビジネスを継続する中で、アライアンス・M&Aを推進した結果、現在グループ21社※を抱える



※ 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

1947 年

年間売上高

221,707 百万円 (5期連続成長)

年間個人買取額

104,079 百万円



社員数

2,095 名 内)ブランド・ファッション事業の鑑定士 **1,072** 名

人材定着率

91.4%



国内店舗数

294 店舗

内) 販売店**13** 買取専門店**221** 買取併設販売店**60**

海外店舗数

40 店舗

(6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

21 社

※1 「リユース市場データブック2025」 リフォーム産業新聞社 2025年10月発行 ※2 コメ兵ホールディングスを含む

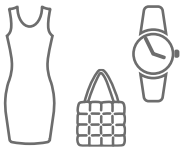
事業一覧（連結/2026年3月末時点）

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

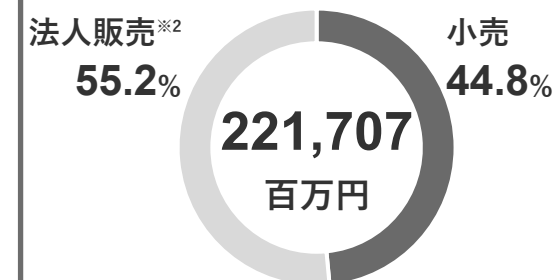
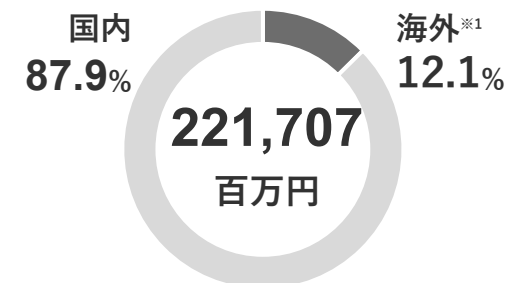
2026年3月期 連結売上高

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

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

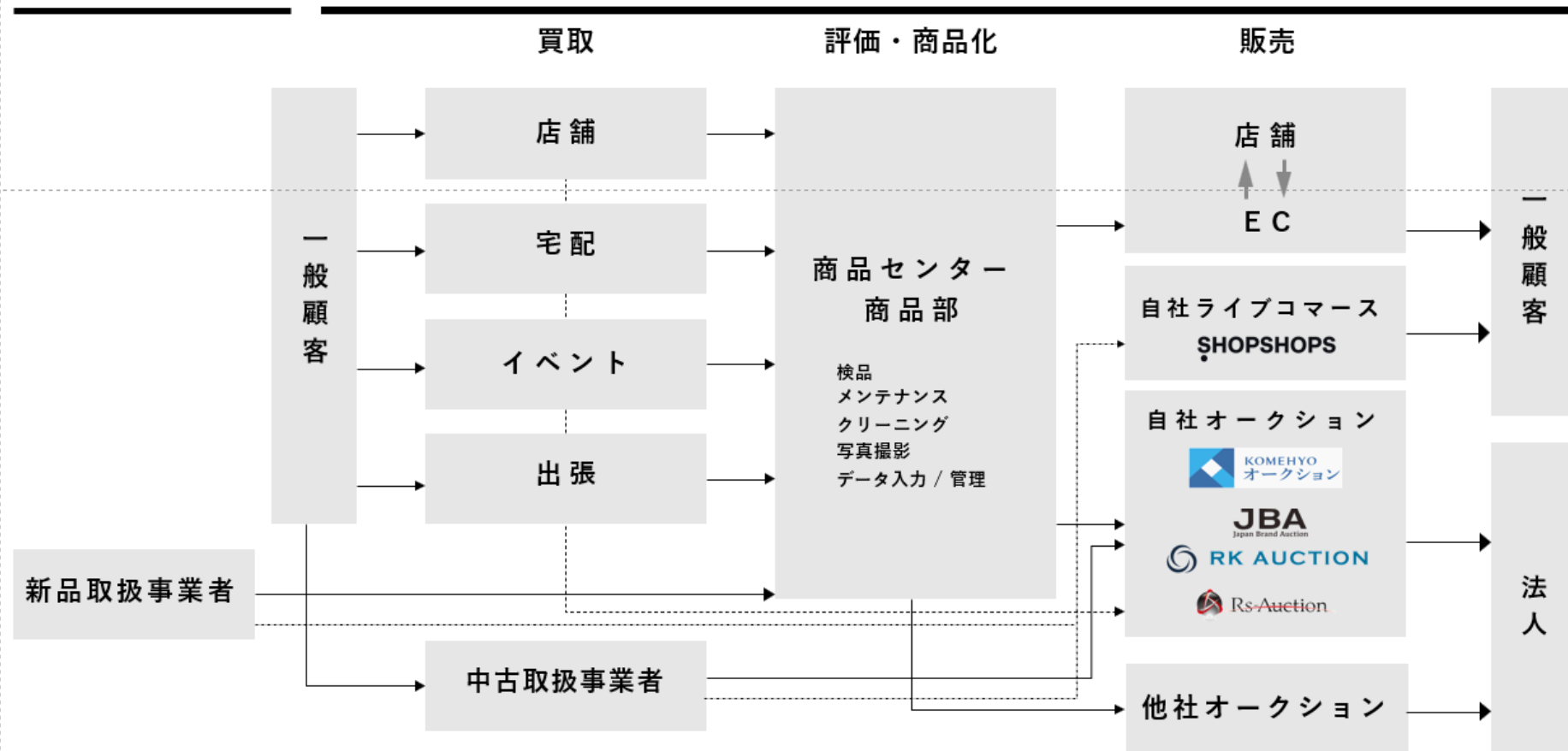


SHOPSHOPS



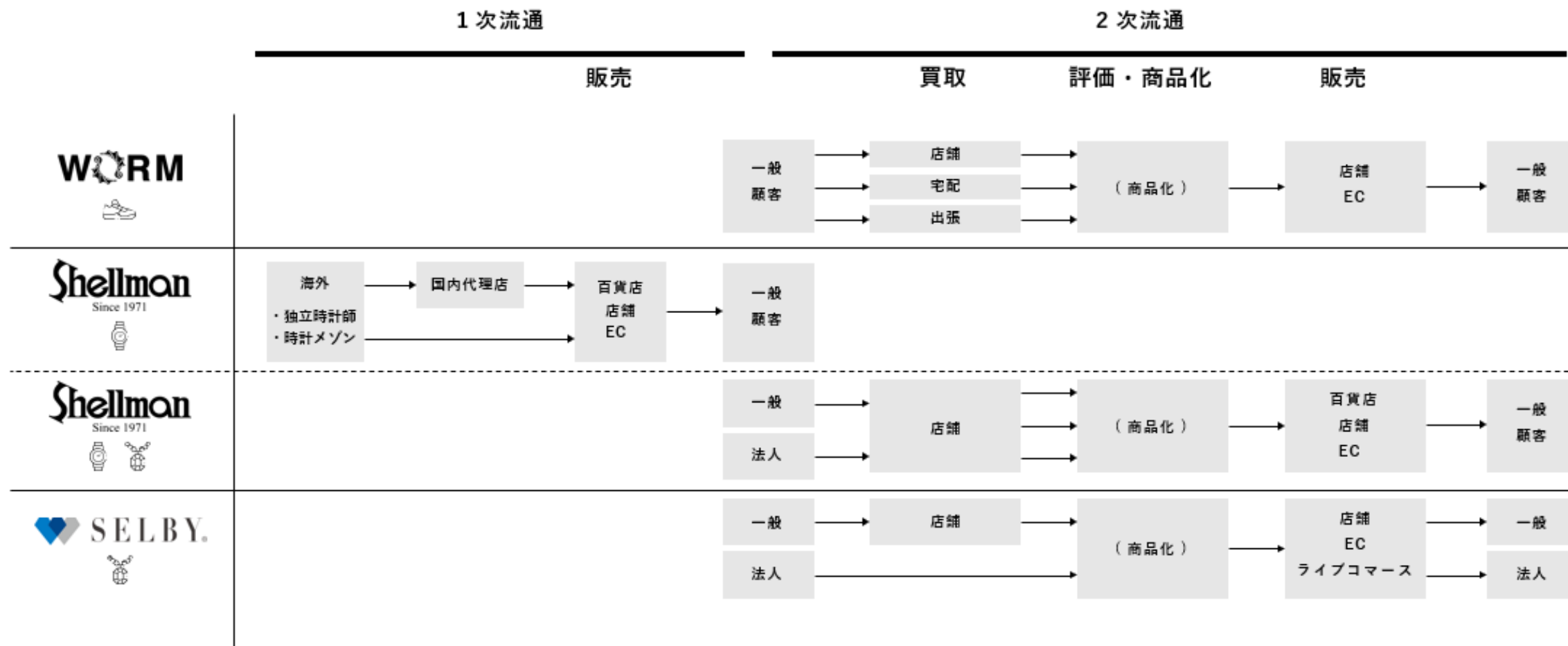
1 次 流 通

2 次 流 通



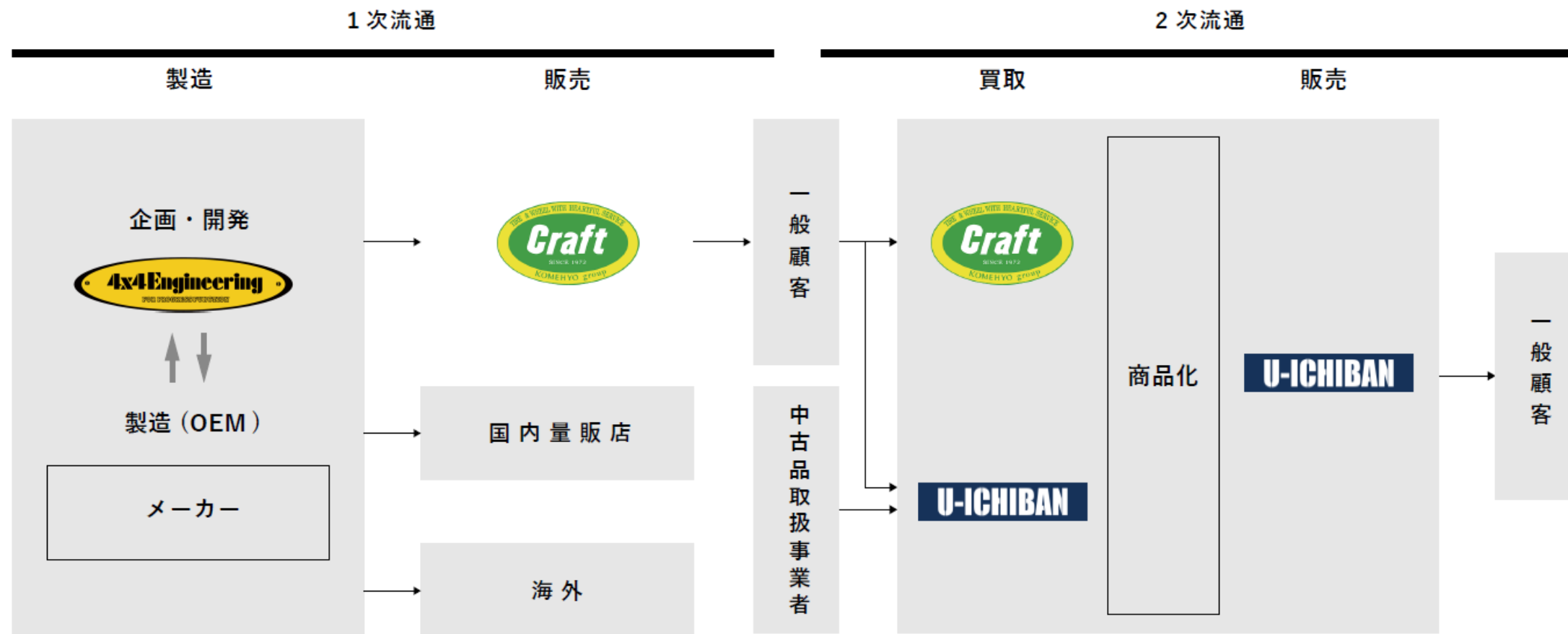
会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

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

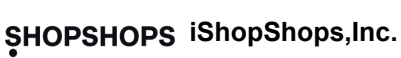
主に中古ブランド品の販売・買取を行う3ブランドでは、店舗の利便性、鑑定への信頼性・知名度や顧客基盤に強みを持ち、それぞれの得意な領域で成長を継続

	 	 	 
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	208店舗（旗艦店は主要都市中心）	61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2店舗（ASEAN中心）	香港・台湾・上海に計27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

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、販路拡大および北米市場へリーチ拡大

	 	 	 	 	 
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 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	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6月末時点

会社概要 TW事業 サービス紹介



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

	  企画・開発	   新品・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6月末時点

グループ全店347店舗（2026年6月末現在）

第1四半期3か月間では、国内で13店舗、海外で4店舗（香港・台湾・シンガポール）を新規出店
BRAND OFFとRodeo Driveの共同出店をはじめ、グループシナジーを最大化する店舗展開を推進

		ブランド・ファッション事業						タイヤ・ホイール事業	
		 KOMEHYO	 BRAND OFF T O K Y O	 Rodeo Drive	 Shellman Since 1971	 WORM	 SELBY.	 Graft	 U-ICHIBAN
国内	旗 艦 店	8	4 (1)	1	1		1 (1)		
	販 売 店	4	1		6	2			
	買取併設販売店	22	6	5 (1)			2	11	2
	買取専門店	174 (4, -1)	7	4 (1,-1)					
	FC買取専門店		43 (5,-4)						
海外	販 売 店	13 (1)							
	買取併設販売店		27 (3,-1)	1					
	買取専門店	2							
合計		223	88	11	7	2	3	11	2

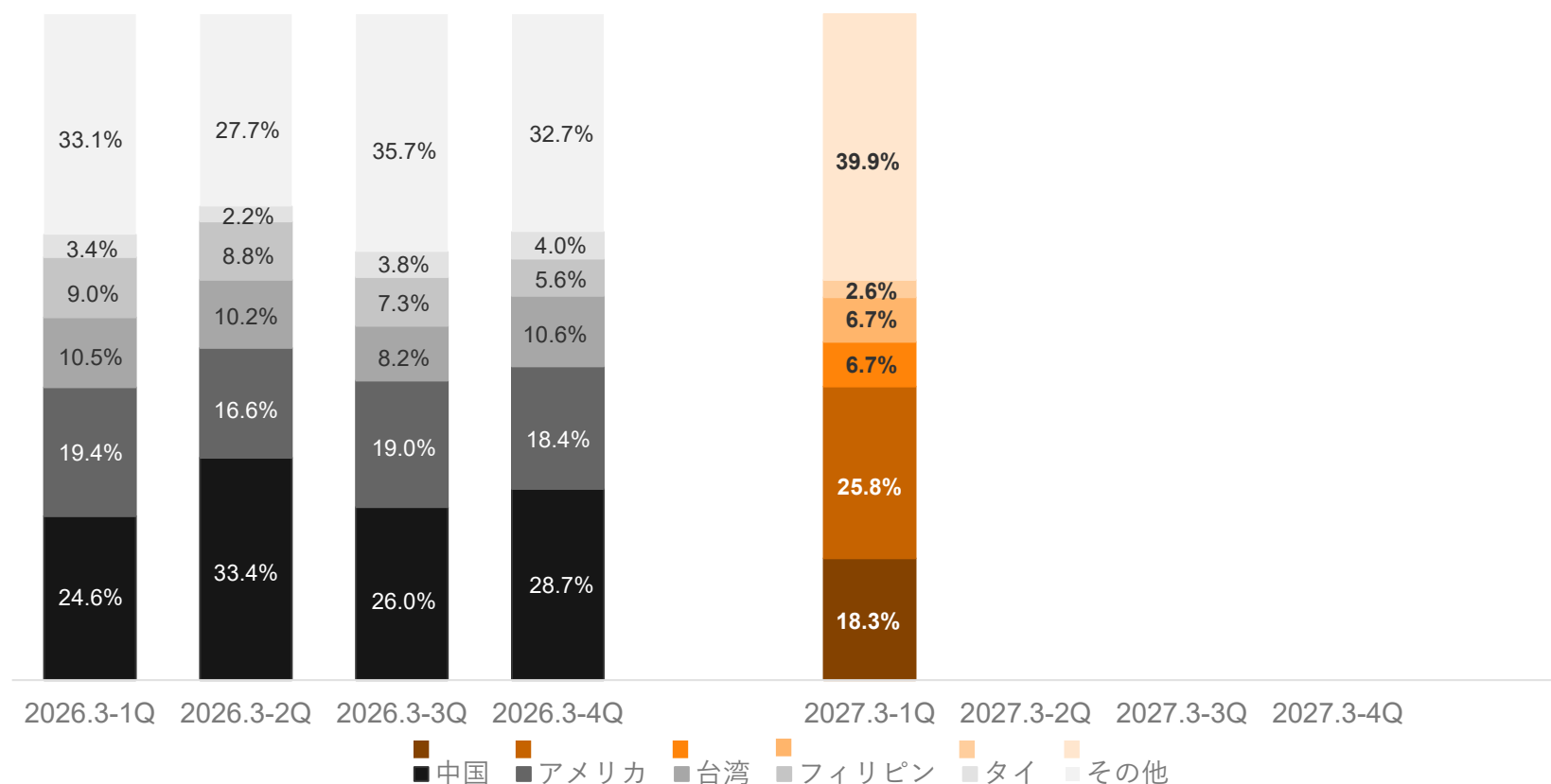
※1 ()内は、2027年3月期第1四半期の増減

国内免税（連結）の内訳

アメリカの構成比は前年同期比+6.4ptと大幅に拡大

グローバルでのブランド認知向上に伴い、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・分散が進展

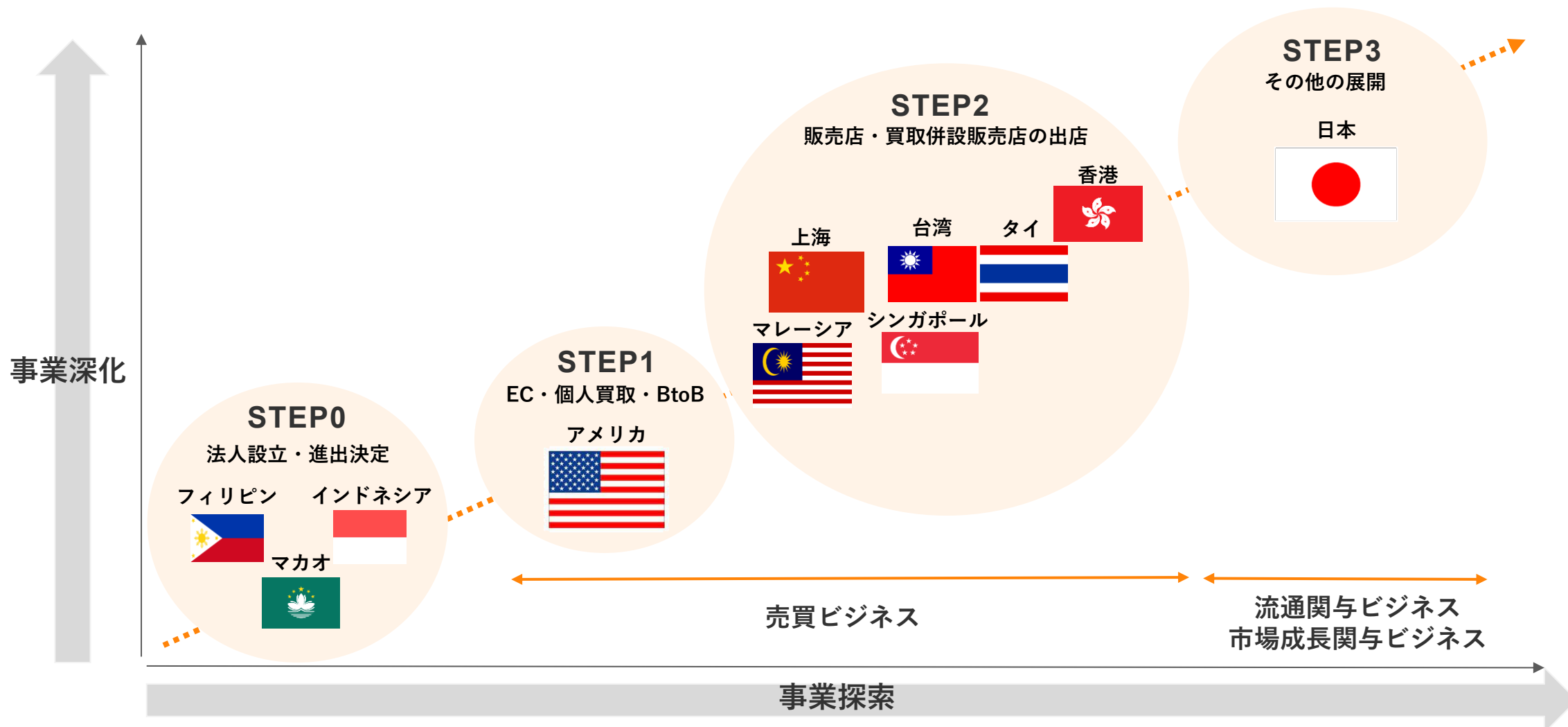
地域別構成比推移（％）



※ 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、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

グループ43店舗（2026年6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	BRAND OFF T O K Y O Rodeo Drive		BRAND OFF T O K Y O		KOMEHYO			
会 社 名	KOMEHYO BRAND OFF ASIA LIMITED	RODEO DRIVE JAPAN CO.LIMITED	名流國際名品股份 有限公司	米濱上海商貿 有限公司	SAHA KOMEHYO COMPANY LIMITED	KOMEHYO SINGAPORE PTE. LTD.	KOMEHYO MALAYSIA SDN.BHD.	KOMEHYO USA Inc.
会社設立年	2024年	2010年	2009年	2017年	2019年	2022年	2024年	2024年
事業経路	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人 販売：法人/小売	仕入：法人/個人※ ² 販売：法人/小売	仕入：法人/個人※ ² 販売：法人/小売	仕入：法人/個人※ ² 販売：法人	仕入：法人/個人※ ² 販売：法人
店 舗 数	販売店	-	-	-	7	5（1）	1	-
	買取専門店	-	-	-	1	-	1	-
	買取 併設販売店	18（2）	1	6（1）	3（-1）	-	-	-
合計	19		6	3	8	5	2	0

※1（ ）内は、2027年3月期第1四半期の増減 ※2 事務所で個人買取

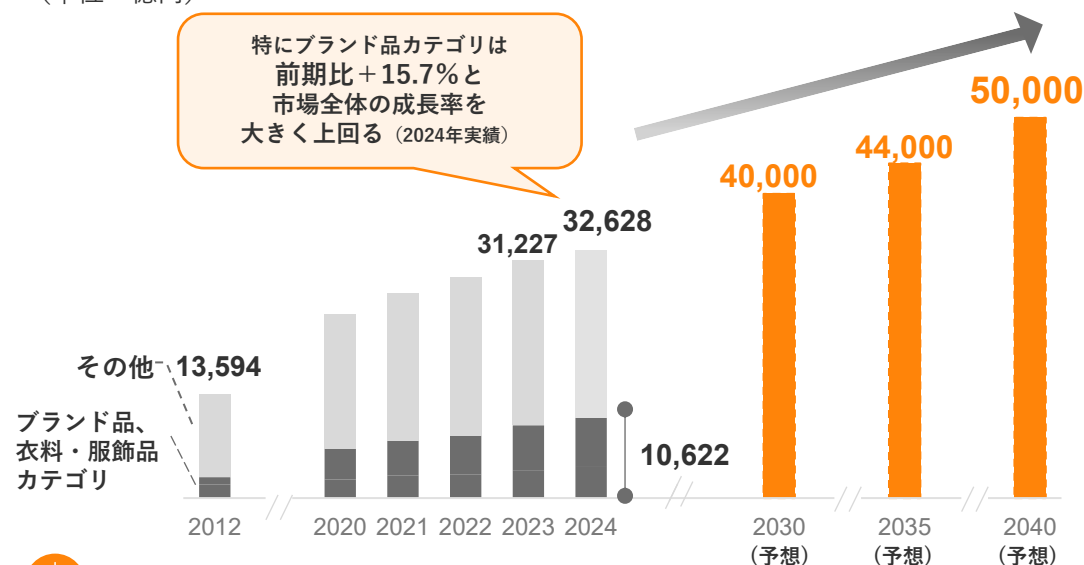
中期経営計画 国内リユース市場の展望

『2026年3月期 決算説明資料』再掲

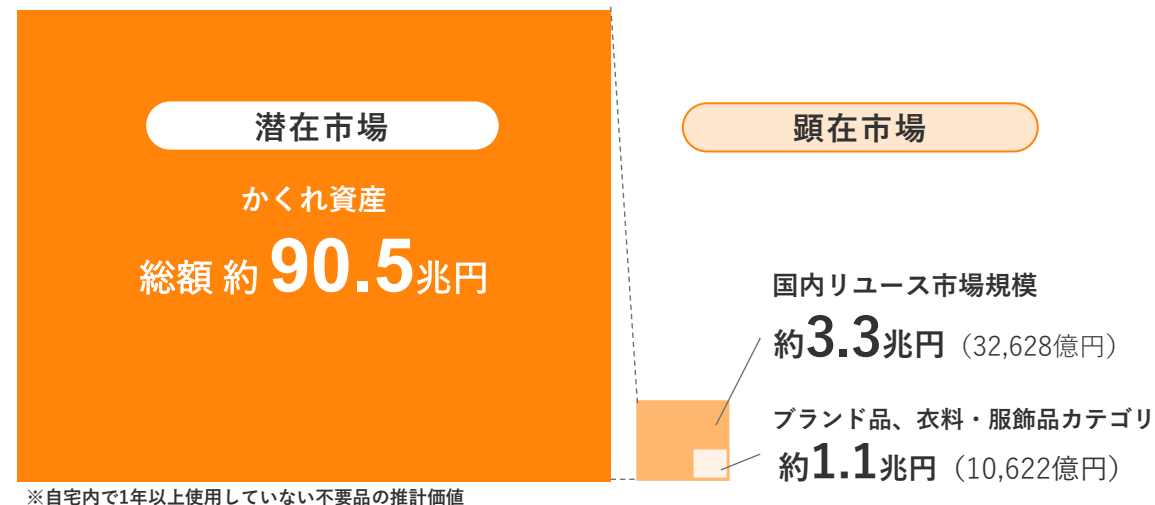
国内リユース市場は順調に拡大し、2040年に5兆円規模となる見通し。今後はリユース人口の拡大が市場成長の鍵
1次流通価格の高騰や消費行動の変化を背景に、リユース市場は長期的な安定成長が見込める

国内リユース市場規模※1

(単位：億円)



国内のリユース潜在市場（かくれ資産）※2



- 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

- 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3.6%
- 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2025」リフォーム産業新聞社 2025年10月発行

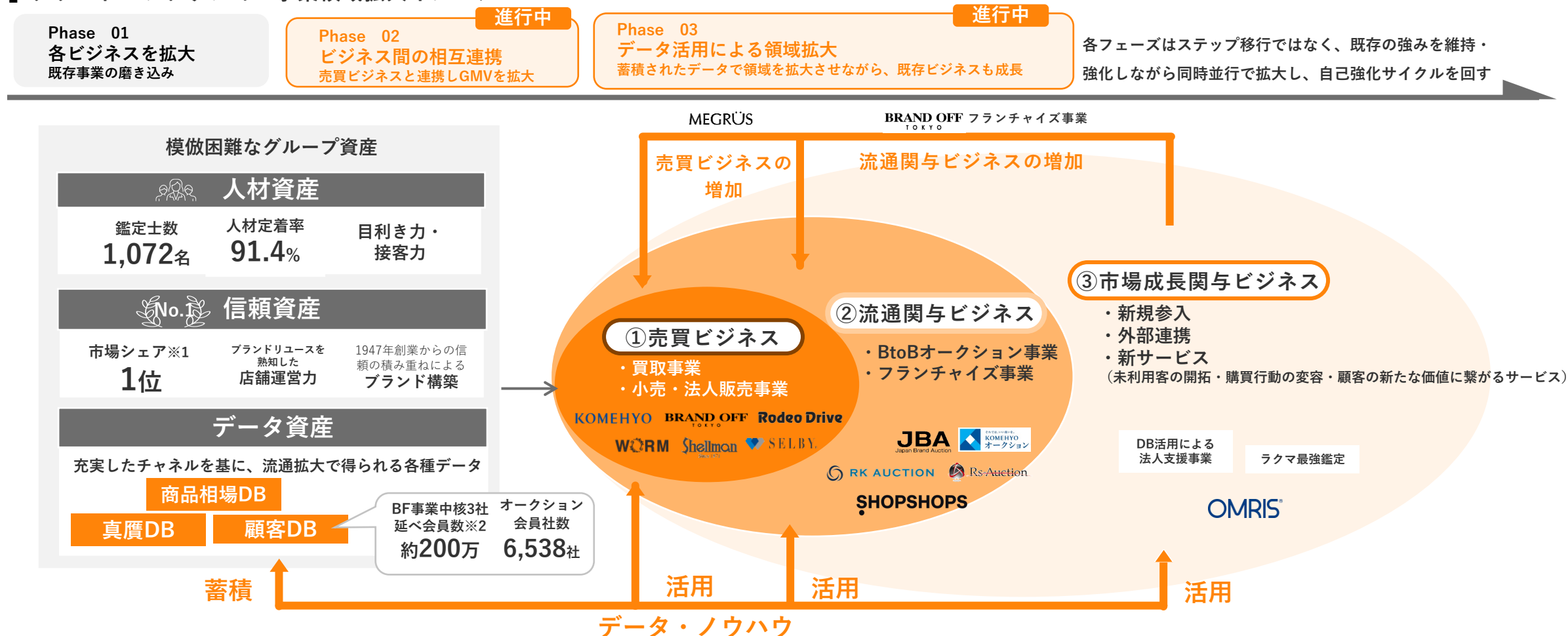
※2 株式会社メルカリ・ニッセイ基礎研究所監修 『「2025年版 日本の家庭に眠る“かくれ資産”」に関する調査』2025年11月20日発表

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

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



※1 「リユース市場データブック2025」リフォーム産業新聞社 2025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

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 →

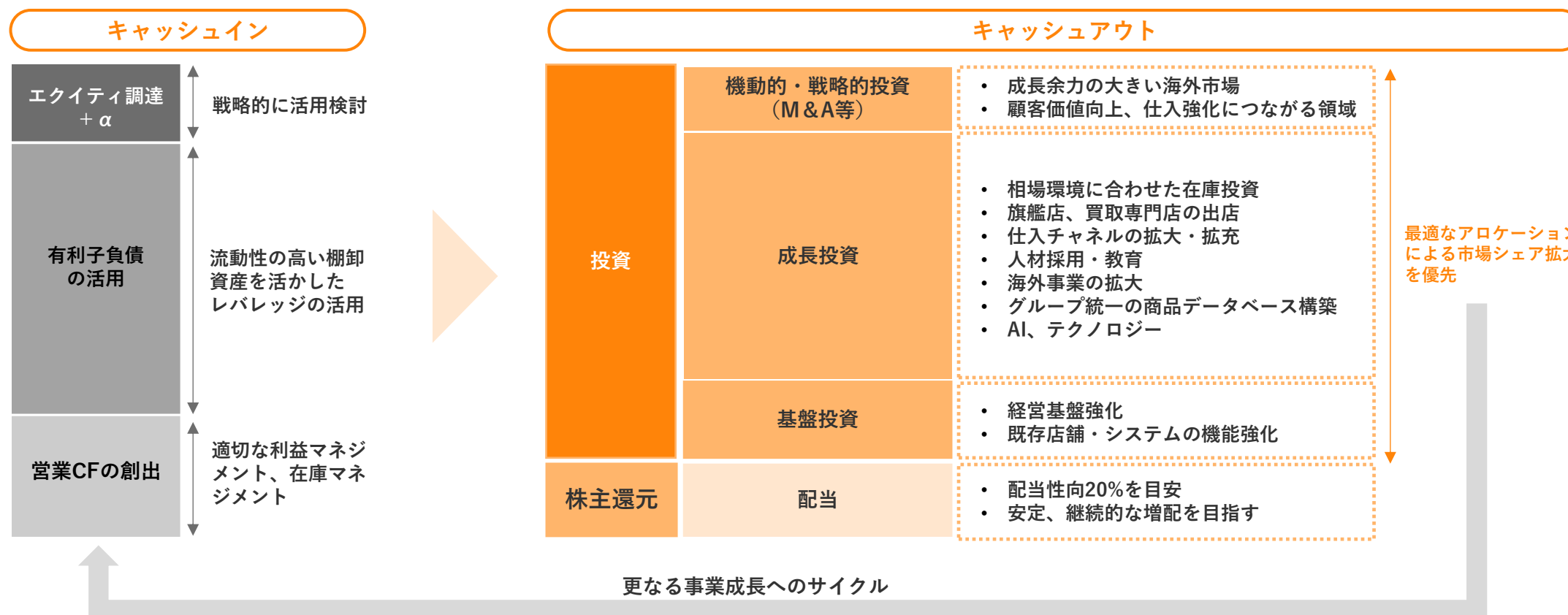
	‘25年3月期 (実績)	‘26年3月期 (実績)	‘27年3月期 (計画)	創業80周年 ‘28年3月期 (計画)	‘29年3月期 (計画)
(単位：百万円)					
売上高	158,994	221,707	252,000	280,000	310,000
営業利益	6,176	9,288	10,800	13,000	14,500
営業利益率	3.9%	4.2%	4.3%	4.6%	4.7%
経常利益	6,046	8,514	9,680		
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,777	5,488	5,850		
ROE	15.6%	15.7%	15%以上		15%以上
自己資本比率	37.0%	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

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

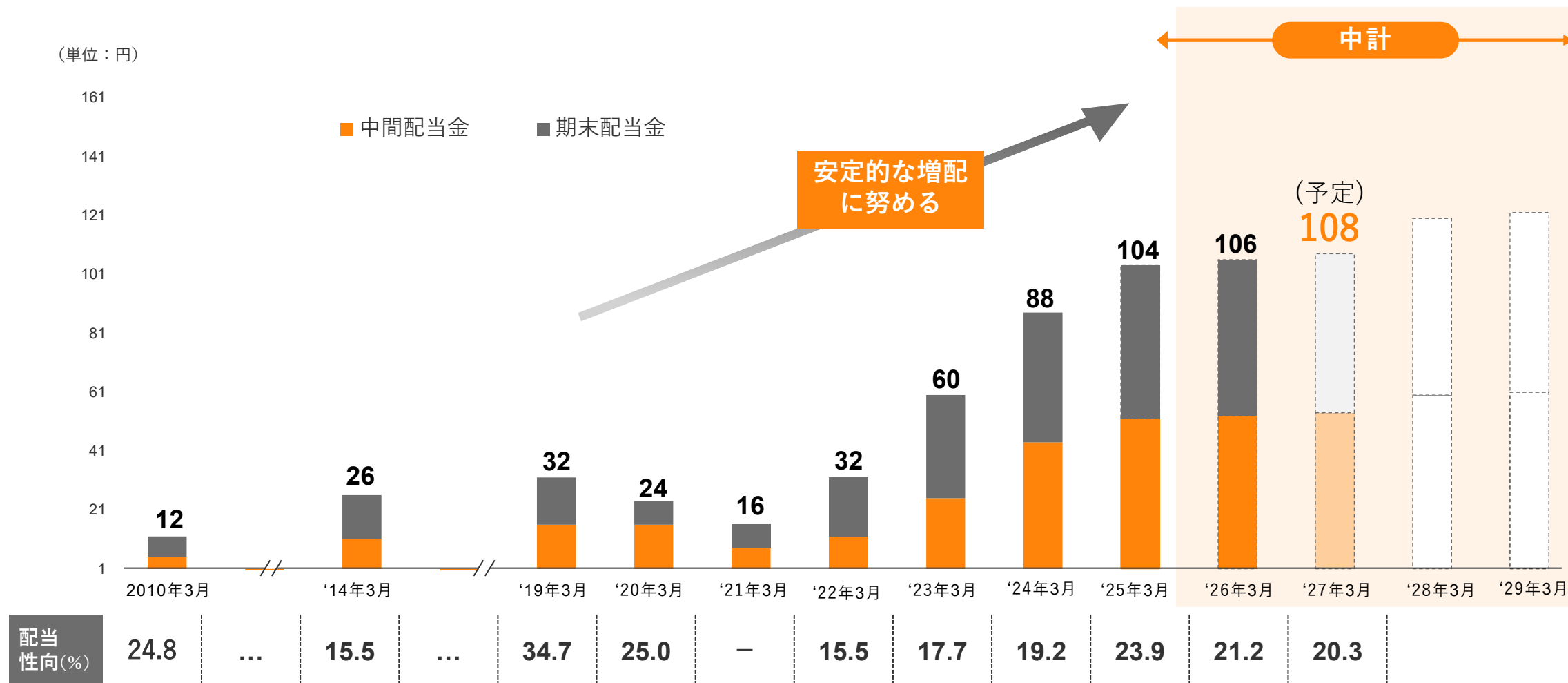


配当予想

『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

(単位：円)



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）

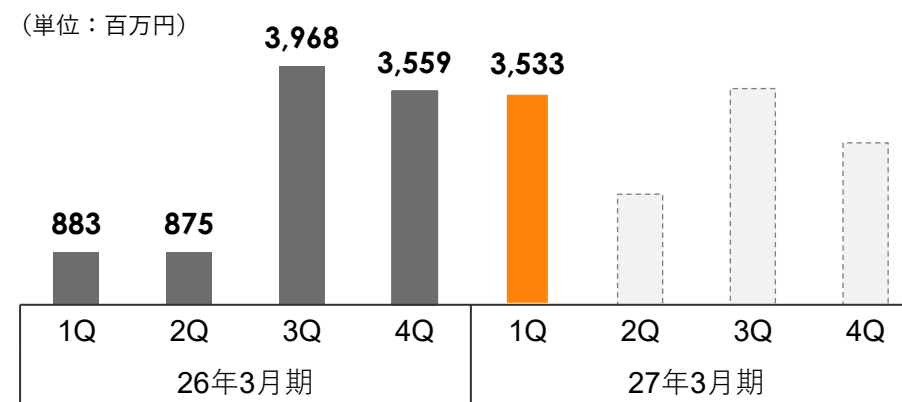
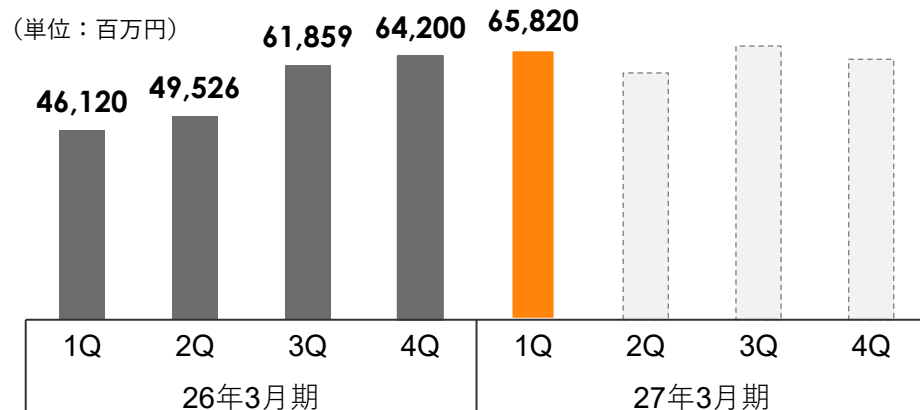
個人買取の強化、小売の強化、法人販売も含めた多様な販売チャネルを活用し、売上・利益の拡大を推進。将来の成長に向けた積極投資を継続しつつ、通期での増収増益を達成し、過去最高売上高、営業利益の更新を目指す

(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

営業利益

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



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

M & A・アライアンス等による
非連続な成長機会の創出

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

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

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