



2026年3月期第2四半期 決算説明資料

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

2025年11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）

2026年3月期 第2四半期 決算説明概要

1

前年同期比で增收減益。売上高は過去最高を達成する一方、収益性の改善に課題が残る

- ・売上高：好調な買取を背景に、計画以上で推移
- ・売上総利益：小売比率が低下し法人販売比率が高まったことで、計画を下回る
- ・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、大幅に増加
- ・営業利益：売上総利益の積み上げ以上に販管費が上回ったため、減益
- ・経常利益：支払利息及び為替差損等の営業外費用が計画よりも大幅に増加したことで、減益

2

国内外で積極的な出店を継続

【第2四半期3か月間の国内出店】

買取専門店：KOMEHYO 3店舗

買取併設販売店：KOMEHYO YOKOHAMA / BRAND OFF 新宿店

【第2四半期3か月間の海外出店】

買取専門店：2店舗（タイ/マレーシア）、販売店：1店舗（タイ）

3

小売強化に向けた出店への投資で利益確保に努め、持続的な成長への土台を固める

- ・2025年8月1日、マレーシアで海外初となる買取専門店を、同年8月27日には、タイで初の買取専門店をオープン
- ・2025年9月12日、KOMEHYO YOKOHAMAをオープン。今年2店舗目となる旗艦店の出店により、小売強化を加速
- ・J. フロントリテイリングとコメ兵の合弁会社「JFR & KOMEHYO PARTNERS」は、9月までに4店舗をオープン

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质の改善に取り組む

目次

- | | |
|-----------------------------|------|
| 1. 当社のビジネスモデルと中期経営計画 | P.4 |
| 2. 業績修正と下期見通し | P.13 |
| 3. 2026年3月期 第2四半期累計 連結業績 | P.16 |
| 4. 2026年3月期 第2四半期累計 セグメント概況 | P.31 |
| 5. Appendix | P.39 |

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※

ブランド・
宝飾品分野

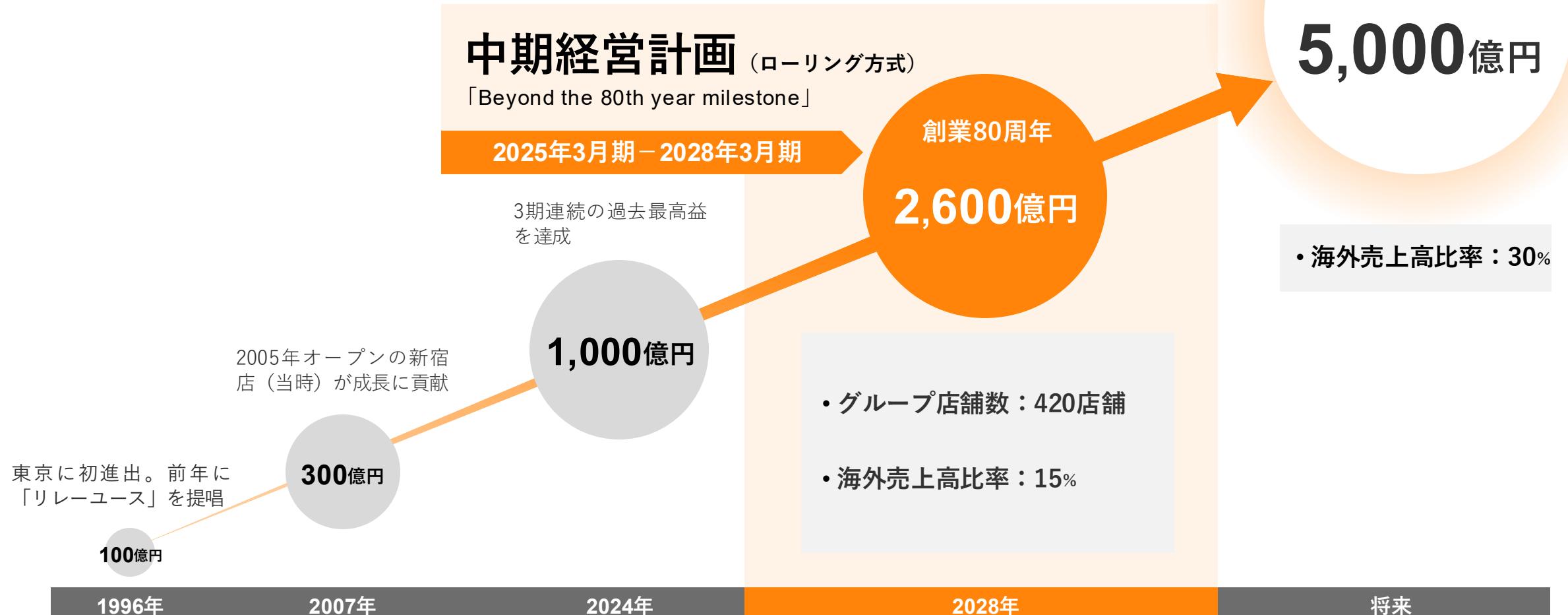
1位

グループ会社数

19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)

安定的な增收増益

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



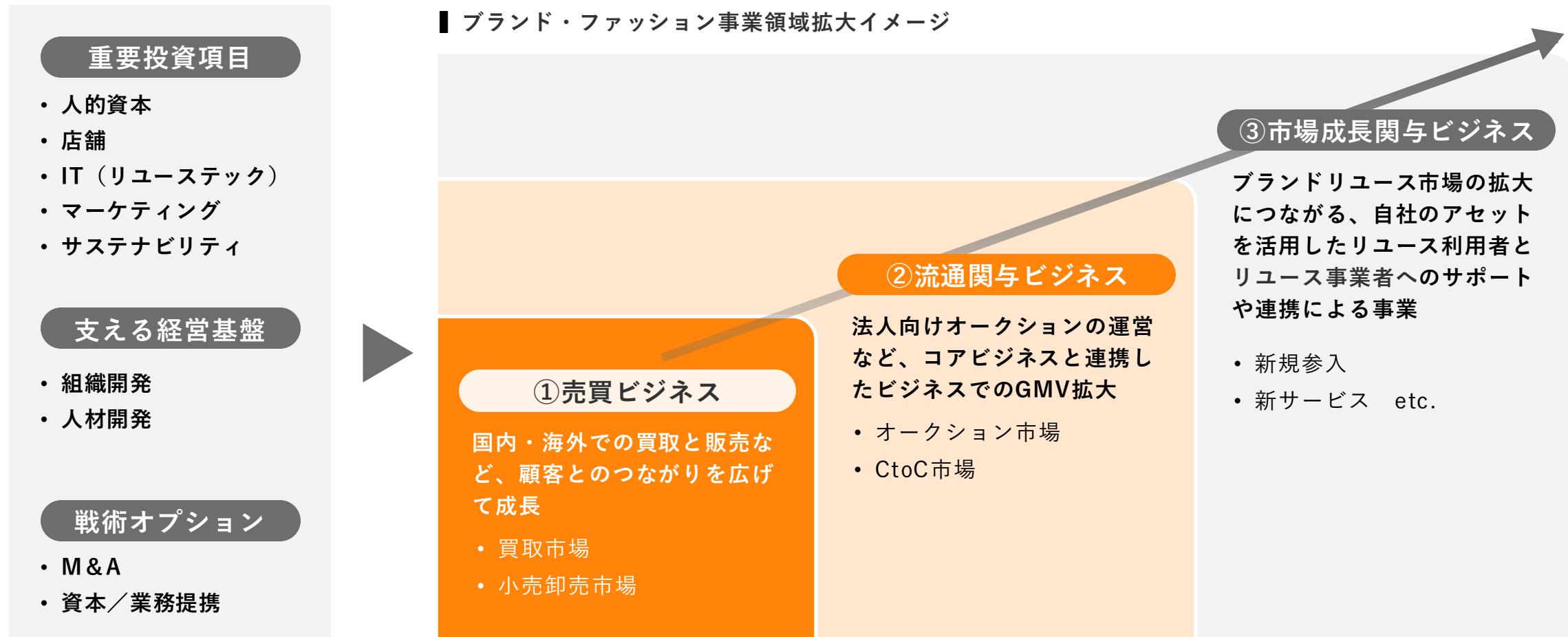
3 資本コストを意識した経営の推進

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



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

年間流通量

充実したチャネルをベースに、
販売・買取り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



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

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



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

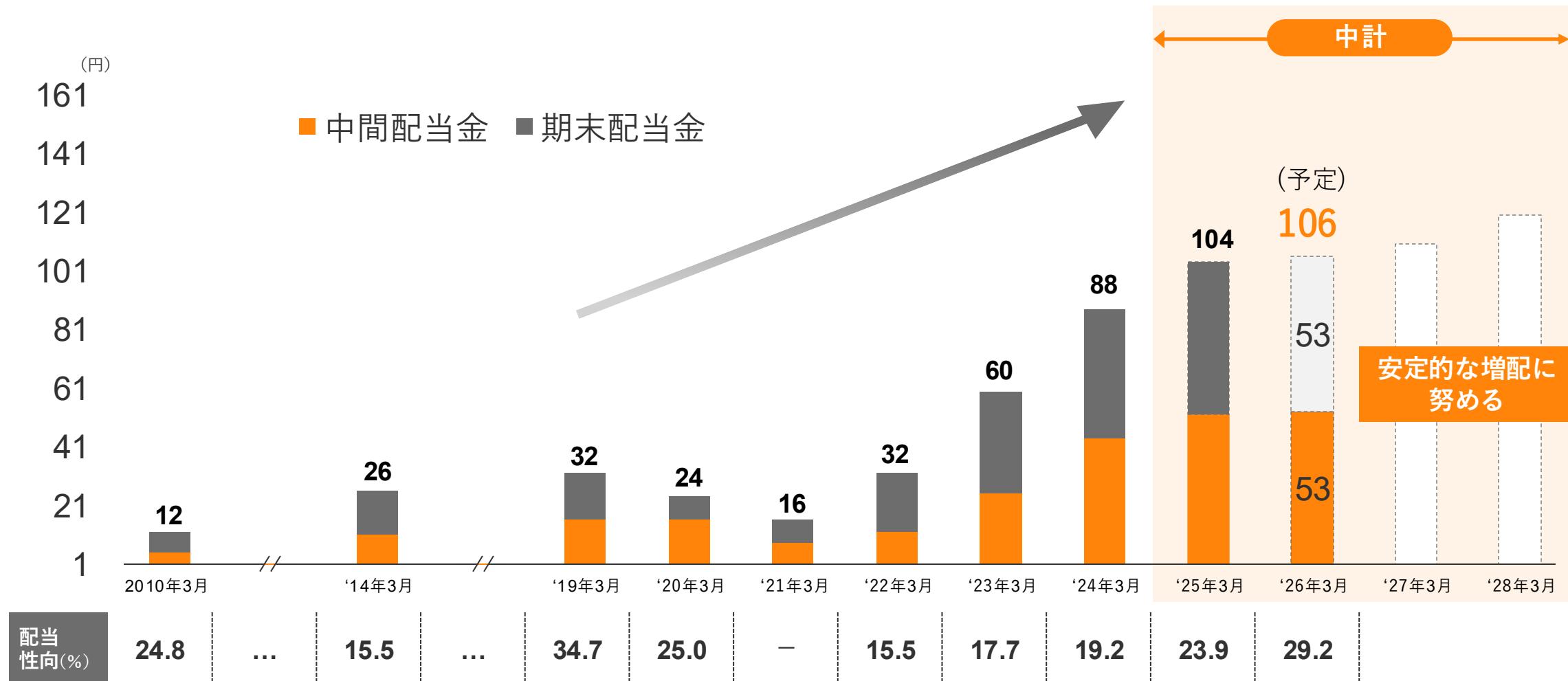
←中期経営計画→

(百万円)	’24年3月期 (実績)	’25年3月期 (実績)	’26年3月期 (計画) ※1	’27年3月期 (計画) ※2	創業80周年 ’28年3月期 (計画) ※2
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	6,740		
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 (円)	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日業績予想を修正。事業環境の変化等を精査し、修正の必要が生じた場合は速やかに開示予定 ※2 2026年5月に修正予定

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「増収増益に基づく増配」の継続に今後も注力



2. 業績修正と下期見通し

2026年3月期 通期業績の予想を修正

2025年11月7日、第2四半期連結業績予想数値の修正を開示

通期業績予想数値については、今後の経済情勢や市場動向等の不透明性から、現時点で下期予想は据え置きとする
ただし、事業環境の変化等を精査し、修正の必要が生じた場合は速やかにお知らせするものとする

	(百万円)	連結 売上高	連結営業利益 (率)	連結経常利益 (率)	親株主に帰属する 当期純利益 (率)	1株当たり 当期純利益(円)
2026年3月期	前回発表予想	200,000	8,000 (4.0%)	7,400 (3.7%)	4,600 (2.3%)	419.74
	今回修正予想	201,600	7,470 (3.7%)	6,730 (3.3%)	3,980 (2.0%)	362.95
	増減額	1,600	△530	△670	△620	—
	増減率	0.8%	△6.6%	△9.1%	△13.5%	—

	(百万円)	連結 売上高	連結営業利益 (率)	連結経常利益 (率)	親株主に帰属する 当期純利益 (率)
下期のみ	2025年3月期	89,547	3,049 (3.4%)	2,976 (3.3%)	2,815 (3.1%)
	2026年3月期	105,953	5,710 (5.4%)	5,394 (5.1%)	3,302 (3.1%)
	増減額	16,406	2,660	2,417	486
	増減率	18.3%	87.2%	81.2%	17.3%

※ 2025年5月14日公表の業績予想を修正。詳細は2025年11月7日公表の「業績予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

ブランド・ファッショング事業 2026年3月期下期の想定

商品相場や為替相場等の外部環境を踏まえ、下期業績は売上高以下の各項目で、前年同期実績を上回る結果を目指す

主力商材の相場動向予測	
	国内の金小売価格は高値で安定。ブランドジュエリーも定価改定と金小売価格の高騰により上昇傾向で推移する見込み。ダイヤモンドの相場は、基本的に横ばい傾向となるものの、色石の高品質アイテムはニーズが高く、色石の相場は高値で推移する見込み。
	FRBの利下げや日銀の利上げ、米中貿易摩擦による為替変動による為替リスクはあるものの、年末商戦に向けた需要増加のため、12月中旬までは、相場が高止まりする見込み。例年、年末と3月末は、相場が軟調に推移する傾向あり。
	2Qは一部アイテムで徐々に相場が上昇したが、年末商戦に向けて、人気アイテムや定番アイテムを中心に上昇する見込み。年末商戦序盤で小売りが弱い場合は、一気に相場が変動する可能性あり。
	中国市場の冷え込みによりラグジュアリーブランド全体で低迷傾向。法人口ークションでの良品の出品数が減少するため、一部商品の相場は上がる見込み。より手の届きやすい価格帯ブランドへ移行する可能性あり。

	下期の見込み	前年同期比 イメージ
売上高	<ul style="list-style-type: none"> 潤沢な在庫及び堅調な仕入れを背景に、売上高は順調に推移 免税売上を中心に小売が伸長 利益率の低い在庫は、法人販売で早期に回転 	
売上 総利益率	<ul style="list-style-type: none"> 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 在庫入れ替えが順調に進み、在庫期間が短縮され、 値入率は改善 	
販管費率	<ul style="list-style-type: none"> 出店に伴う人材採用・育成等、成長に向けた投資は継続 抑制可能な販管費は抑えていく方針 	
営業利益	<ul style="list-style-type: none"> 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 	
仕入	<ul style="list-style-type: none"> メリハリある買取価格や在庫評価の見直しなどの対応 買取専門店の出店により、個人買取は引き続き堅調 金小売価格の高値安定により、金地金の買取は継続 	

3. 2026年3月期 第2四半期累計 連結業績

2026年3月期 第2四半期累計決算 ハイライト

2026.3-2Q累計

個人買取額（連結）

45,028百万円

前年同期比 124.9%

連結売上高

95,646百万円

前年同期比 137.7%

連結営業利益

1,759百万円

前年同期比 56.3%

連結経常利益

1,335百万円

前年同期比 43.5%

親会社株主に帰属する
中間純利益**677**百万円

前年同期比 34.5%

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

43.1%前年同期比
△6.7pt**13.9%**前年同期比
+0.3pt**13.1%**前年同期比
△4.0pt

国内店舗

287店舗

販売店 10

買取専門店 218

買取販売併設店 59

海外店舗

31店舗 (5カ国/地域)

販売店 8

買取専門店 2

買取併設販売店 21

2026年3月期 第2四半期3か月の評価

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や、金小売価格の高騰により金地金等の個人買取・法人販売が増加し、売上高が大幅伸長。一方、小売比率低下により売上総利益率及び営業利益率は低下傾向。

	評 価	実 績	
売上高 	免税売上の鈍化により小売比率は低下したものの、旗艦店出店等により小売及び法人販売とも好調に推移	前年同期比137.8%	<ul style="list-style-type: none"> 小売比率：43.4%（前年同期比：△6.4pt） 免税売上の前年同期比：111.5% 前期のグループ会社化や販売店舗の出店効果で增收 売上総利益率の低い金地金の法人販売も増加
売上総利益率 	売上総利益率は低下したものの、売上総利益は過去最高	前年同期比△1.7pt	<ul style="list-style-type: none"> 売上総利益率：19.9% 1Qから継続して、在庫の入れ替えを実施 免税売上が計画を下回り、小売比率が低下した結果、売上総利益率も低下 法人向けオークションの出来高は四半期で最高
販管費率 	成長投資により、販管費が大幅に増加するも売上高販管費率は前年並みで推移	前年同期比△0.8pt	<ul style="list-style-type: none"> 売上高販管費率：18.1% 出店に伴う人材採用・育成等、成長に向けた投資を継続 売上に伴う付随費用も増加
営業利益 	売上総利益の積み上げ以上に、販管費が増加し、減益	前年同期比88.5%	<ul style="list-style-type: none"> 営業利益率：1.8%（前年同期比：△1.0pt） ブランド・ファッショング事業は、前年同期比86.0% タイヤ・ホイール事業は、前年同期比66.6%
仕 入 	買取専門店の出店好調により、個人買取が好調に推移	個人買取 前年同期比125.9% 四半期で過去最高	<ul style="list-style-type: none"> 買取専門店の新規出店は順調 国内の金小売価格の高騰により、金地金の買取は好調 時計・バッグ・ファッショングの高額品の相場は、1Q同様に比較的低調で横ばいで推移 商品相場を考慮し、メリハリをつけた買取価格を徹底

連結損益計算書

売上高は過去最高を記録

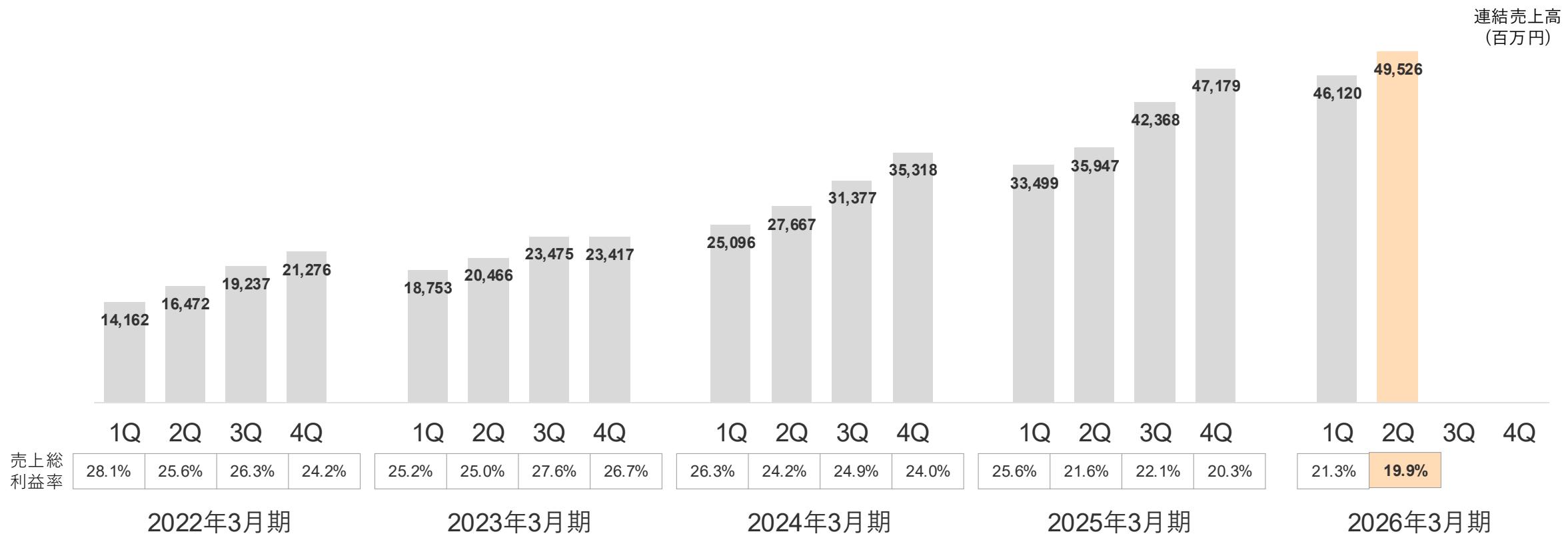
売上総利益率の低下と販管費増加により、営業利益以下の段階利益は減益

(百万円)	2026.3-1Q	前年同期比	2026.3-2Q	前年同期比	2026.3-2Q 累計	前年同期比	計画進捗率※
売上高	46,120	137.7%	49,526	137.8%	95,646	137.7%	47.4%
売上総利益	9,841	114.7%	9,847	126.8%	19,689	120.4%	—
売上総利益率	21.3%	△4.3pt	19.9%	△1.7pt	20.6%	△2.9pt	—
販売費及び一般管理費	8,958	139.1%	8,972	132.4%	17,930	135.6%	—
営業利益	883	41.3%	875	88.5%	1,759	56.3%	23.6%
営業利益率	1.9%	△4.5pt	1.8%	△1.0pt	1.8%	△2.7pt	—
経常利益	652	29.8%	683	77.4%	1,335	43.5%	19.8%
親会社株主に帰属する四半期純利益	353	25.0%	323	59.0%	677	34.5%	17.0%

※2025年11月7日開示の「業績予想の修正に関するお知らせ」2026年3月期通期計画に対する進捗率

連結売上高と売上総利益率の推移

好調な個人買取を背景に、売上高は増加。一方で、売上総利益率は前年同期比で1.7pt低下



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) ※

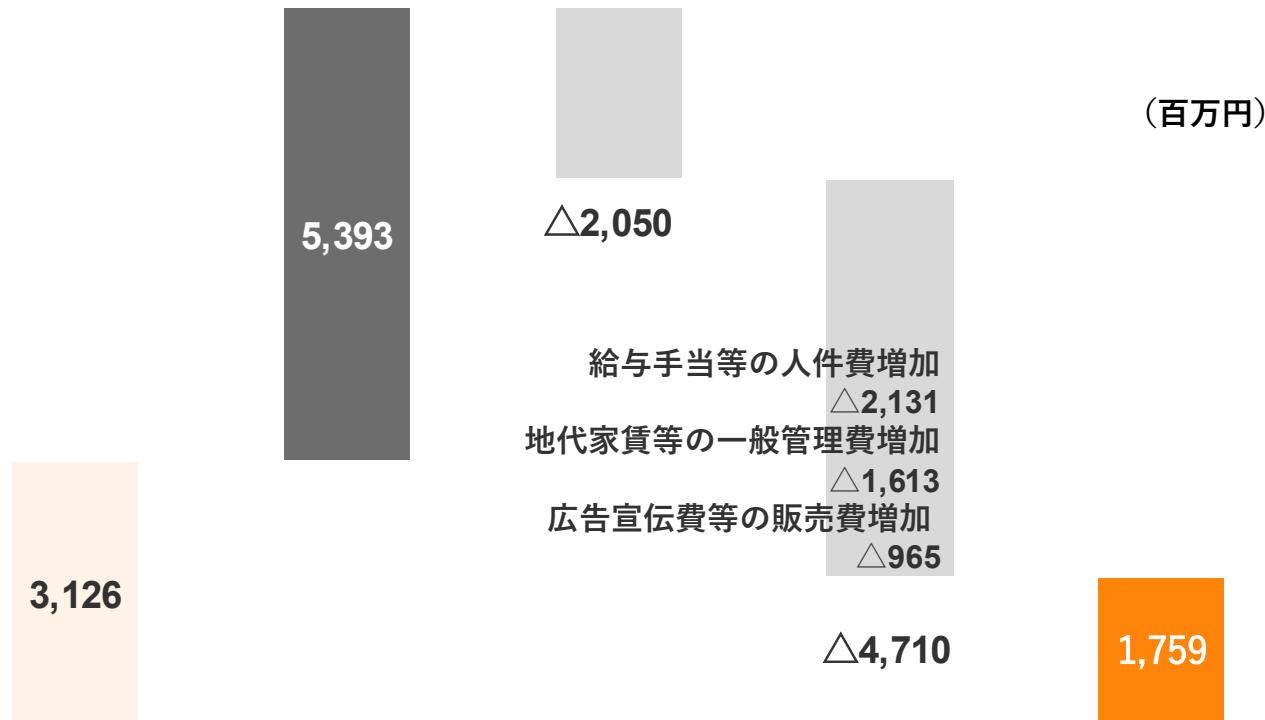
※()内は、一般的に利益率の高い順をしており、当期の実績変動の要因を示すものではない。

連結営業利益の分析

在庫が充実したことで、売上高は小売・法人販売ともに増加

一方で、小売比率が低下し法人販売比率が高まったことや比較的利益が低位の商材・商品構成比が高まったことで、売上総利益率は低位で推移

売上総利益率が低位になったこと及び成長投資の継続による販管費の増加により、営業利益は減益



2025.3-2Q累計 売上高増加 売上総利益率低下 販管費増加 2026.3-2Q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

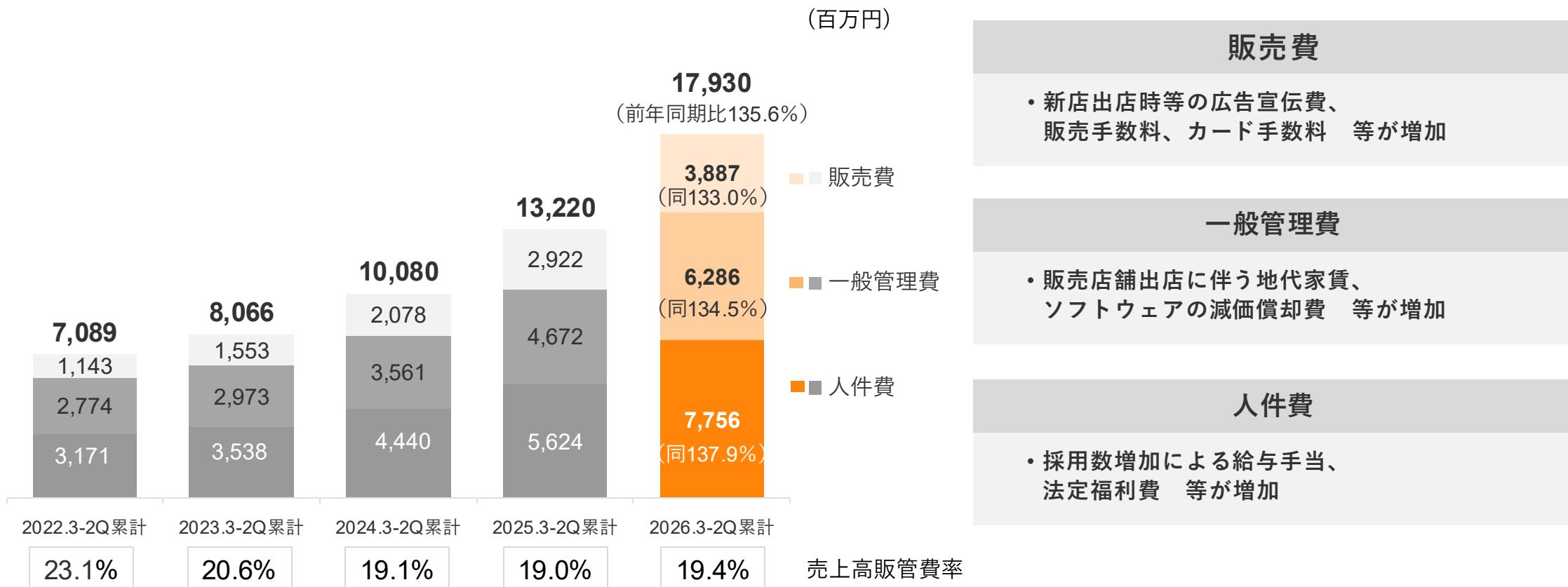
- 免税売上が計画を下回り、小売比率が低下し法人販売比率が上昇。また、比較的利益が低位の商材や商品構成比が上昇したことで、売上総利益率は低位で推移

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

継続的な新規出店とそれに伴う人材の採用・育成を強化したことで、販管費が大幅に増加



営業外損益／特別損益

支払利息及び為替差損等の営業外費用増加、減損損失の増加により、経常利益以下の利益は低下

		(百万円)
支払利息	262	
持分法による		
投資損失	60	
為替差損	135	
開店前店舗賃料		固定資産除却損 33
	1	賃貸借契約解約損 7
その他	40	減損損失 89
営業外費用 499		特別損失 129

営業外収益 75	
受取利息	14
受取配当金	18
受取手数料	1
受取保険金	3
その他	37

特別利益 0	
固定資産売却益	0

連結貸借対照表の概況

個人買取の好調に加え、事業規模拡大や小売強化を目的に法人仕入を行い、潤沢な在庫を確保
売上高拡大の原資となり、成長に直結する棚卸資産が大幅に増加

(百万円)	2025年3月	2025年9月	増減
流動資産	68,457	75,518	7,061
現金及び預金	15,535	18,611	3,076
棚卸資産	39,994	44,387	4,393
その他	12,927	12,519	△407
固定資産	20,168	21,585	1,417
総資産	88,625	97,104	8,478
負債	55,426	64,302	8,875
有利子負債	47,395	54,729	7,334
その他	8,031	9,572	1,541
純資産	33,199	32,802	△397
負債・純資産合計	88,625	97,104	8,478

- 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

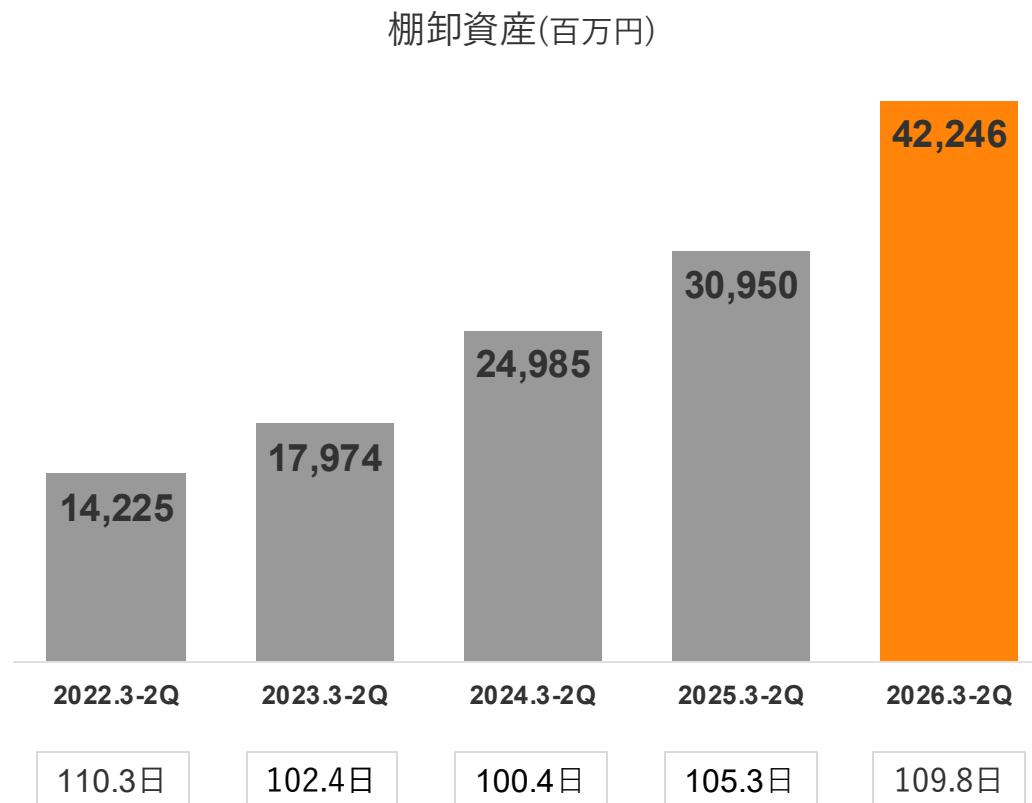
棚卸資産の増加を短期及び長期借入金で賄う

純資産

為替換算調整勘定の変動及び剰余金の配当のため減少

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等により、棚卸資産が大きく増加（うち棚卸評価損は低位で推移※1）。小売強化を目的として、小売店舗向けに一時的な在庫積み増しを実施した結果、在庫回転率が低下したものの、第3四半期以降は改善の余地あり。



	2022.3-2Q 累計	2023.3-2Q 累計	2024.3-2Q 累計	2025.3-2Q 累計	2026.3-2Q 累計
売上 総利益率	26.3%	24.5%	24.8%	23.1%	20.2%
在庫 回転率	3.3回転	3.6回転	3.6回転	3.5回転	3.3回転
交叉比率 ※3	86.8%	88.2%	89.3%	80.9%	66.7%

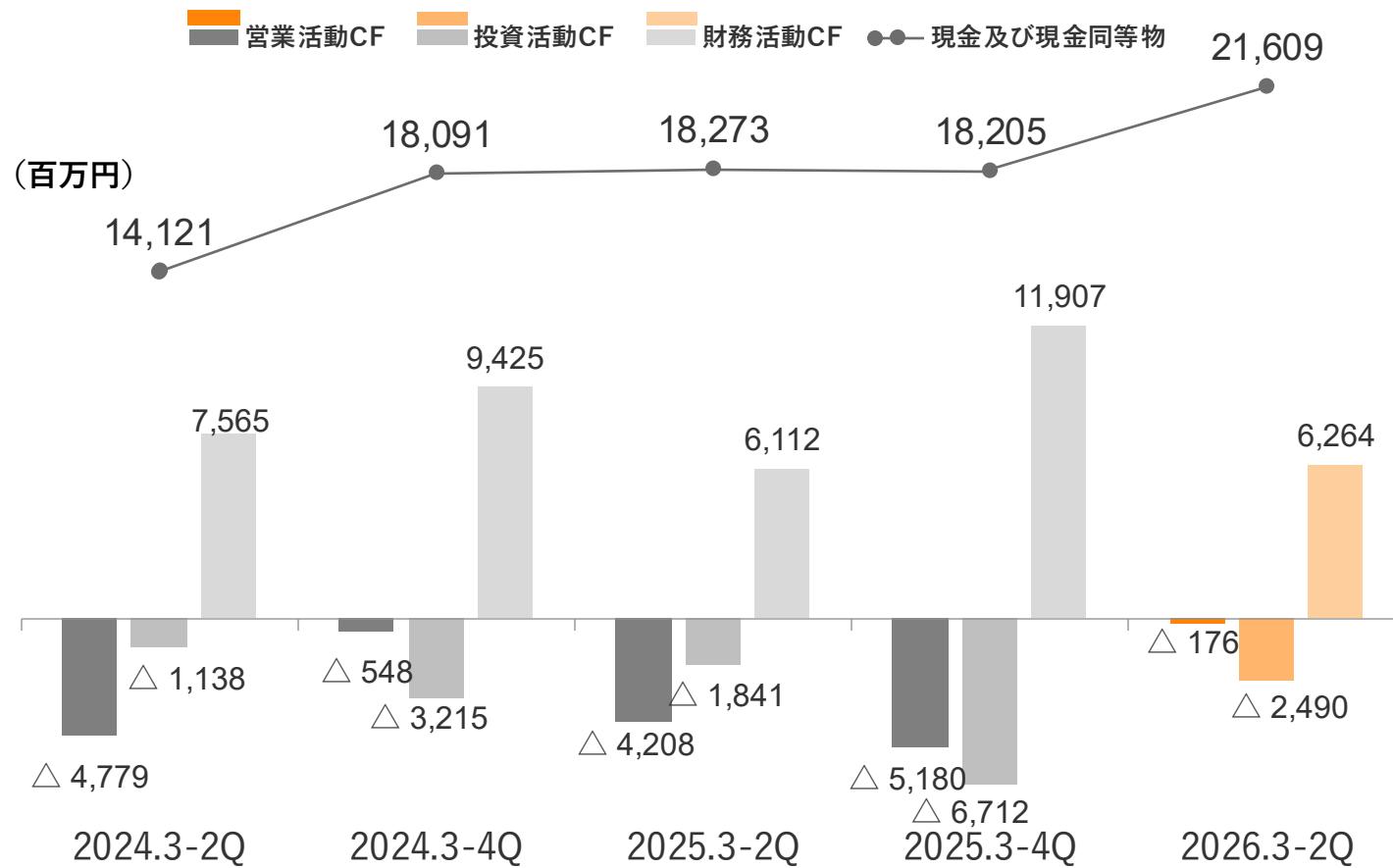
※1 影響は軽微であるため、表上から削除

※2 棚卸資産/売上原価

※3 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

連結キャッシュフロー

事業規模拡大や新規出店により棚卸資産の増加、法人税の増加等により、営業活動CFは資金支出
個人買取を強化するための借入金増加等により、財務活動CFは資金収入



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

財務活動CF

- 個人買取額を賄うための
「短期借入金の純増加額」が増加

連結総流通量(GMV)の推移

当社のビジネス規模を示すGMV※が、リレーユースの推進を示す指標。前年同期比146.9%と過去最高
GMVの成長は、事業の成長と中長期の収益性向上につながる

(百万円)

■ 上期 ■ 下期

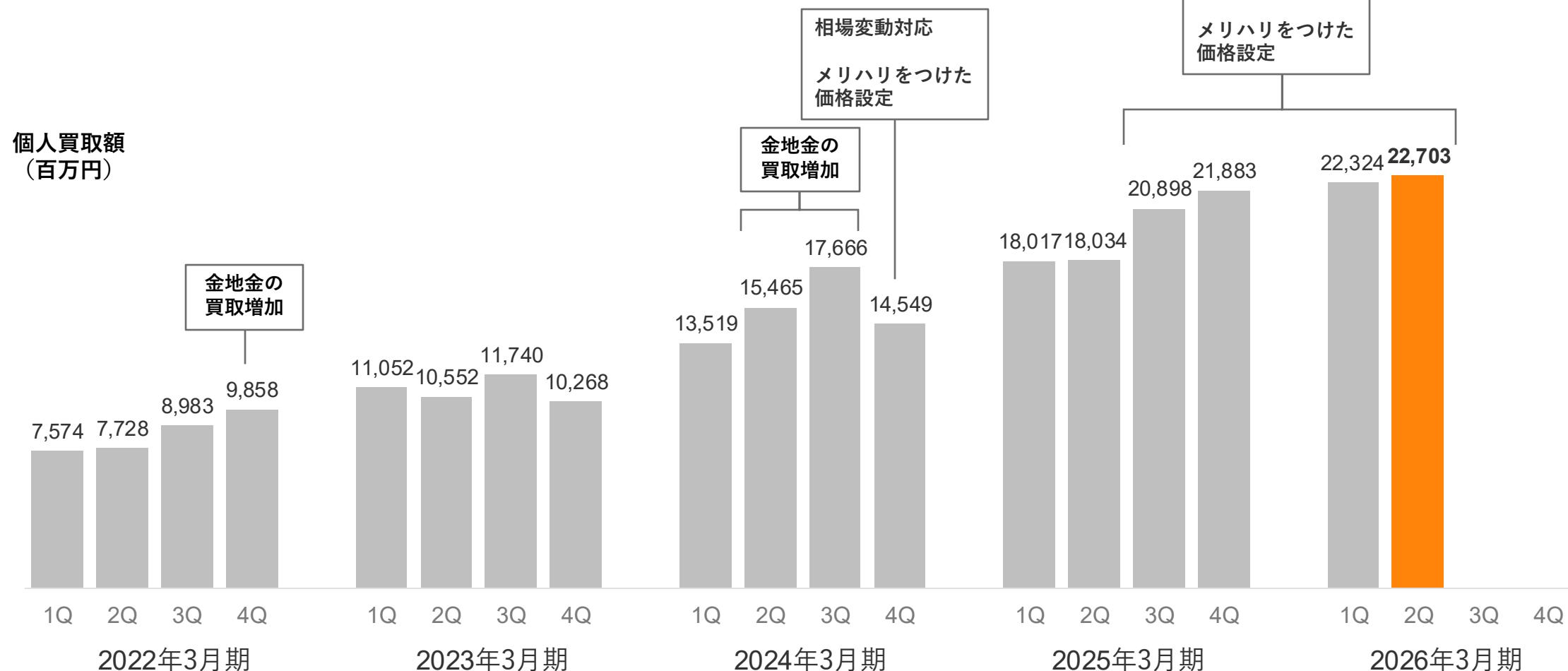


※GMVは、連結売上高をベースにグループ会社のオークションでの売上高や出来高、検品事業の出来高や手数料売上高等を加算減算して簡便的に算出しております

個人買取額（グループ合計）の推移

継続的な出店や既存店の成長、金地金の高騰による持ち込み増加により、個人買取額は好調に推移

前年同期比125.9%で過去最高の買取額に



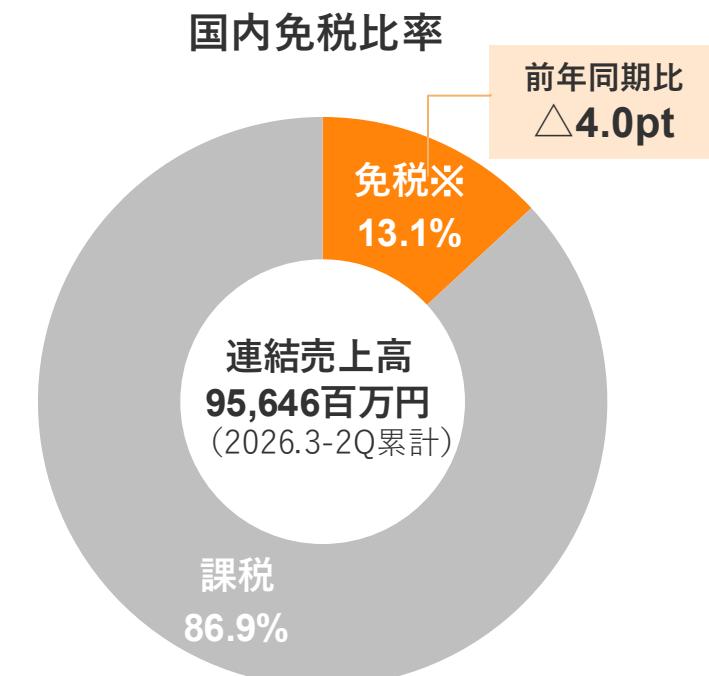
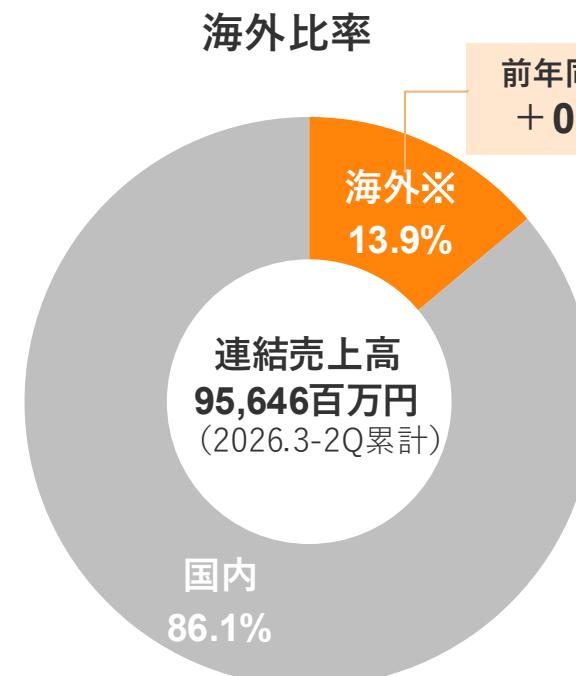
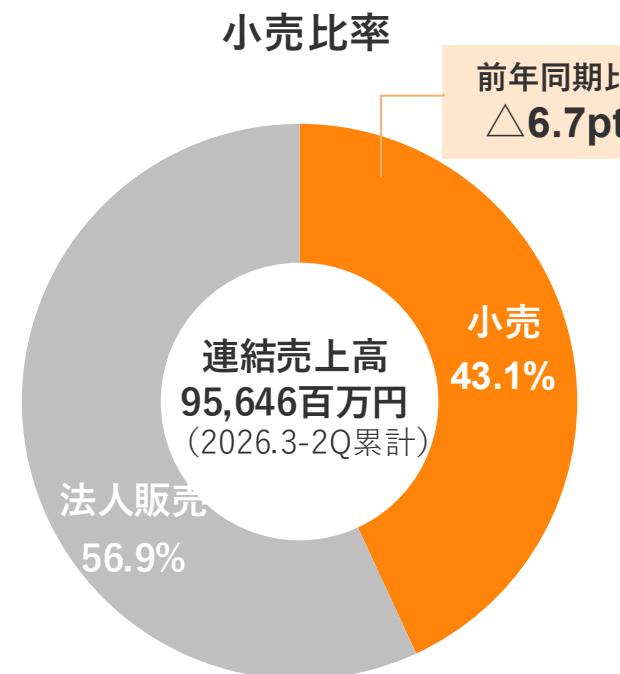
※個人買取額の経路：店舗買取、出張買取、イベント買取、宅配買取

連結売上高の内訳（小売・海外・免税）

【小売】金地金や時計・バッグで利益率の低い在庫を法人販売に向けたことにより、小売比率は前年同期比6.7pt低下
一方で、積極的に小売強化に取り組んだことで、第2四半期の小売比率は第1四半期対比で0.6pt上昇

【海外】香港やシンガポール、マレーシアへの出店やアメリカでのビジネス拡大により、海外売上高は順調に拡大

【免税】中国のお客さまを中心に販売額が減少し、国内免税比率は想定を下回り4.0pt低下



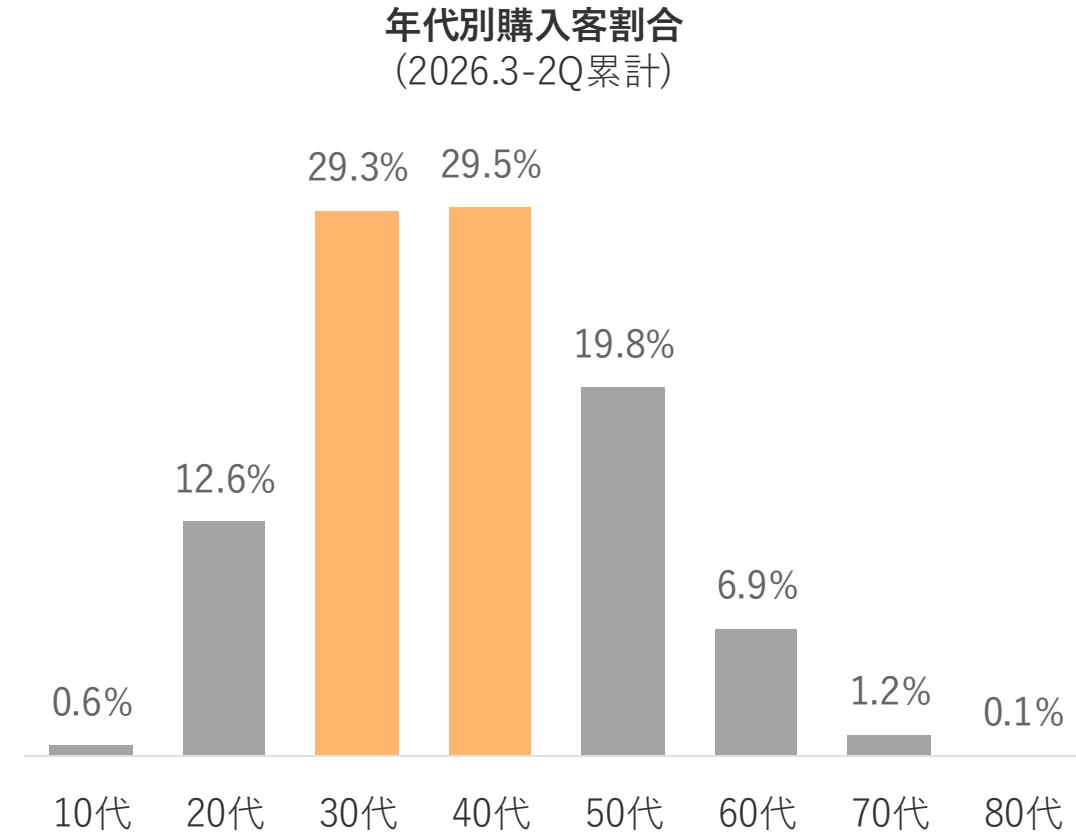
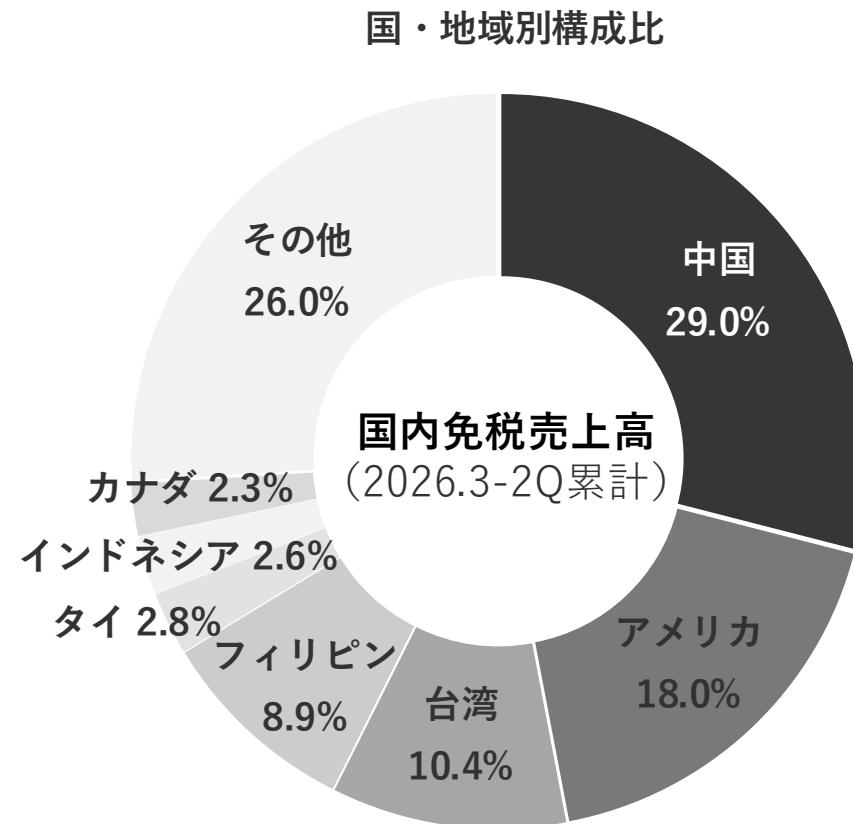
※「法人販売」にはオークション手数料を含む

※「海外」に国内の免税販売等は含まない
※海外比率を(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

※ 国内免税売上高/連結売上高で算出

会社概要 国内免税(連結)の内訳

国・地域別構成比は、KOMEHYO SHIBUYA、KOMEHYO OSAKA SHINSAIBASHIの出店効果等により、アメリカのお客さま構成比が前年同期比 +5.1pt上昇。中国のお客さま構成比は第1四半期より +5.3pt上昇。日本国内のお客さま層より若く、30代～40代がボリュームゾーン



※パスポートの発行国・地域より集計

4. 2026年3月期 第2四半期累計 セグメント概況

2026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・ファッショング事業 (BF事業) ※

タイヤ・ホイール事業 (TW事業)

個人買取額

44,906 百万円

前年同期比
124.8%

売上高

93,001 百万円

前年同期比
138.3%

営業利益

1,515 百万円

前年同期比
51.2%

売上高

2,625 百万円

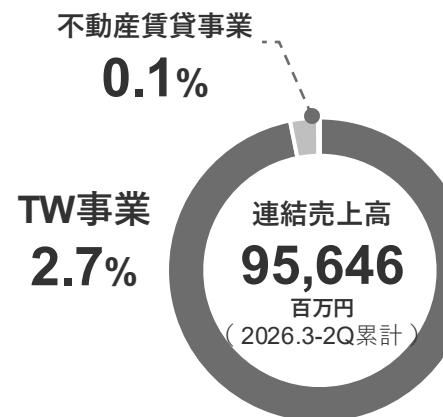
前年同期比
119.7%

営業利益

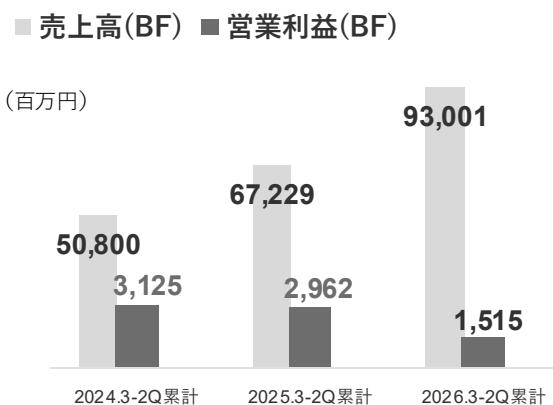
61 百万円

前年同期比
206.3%

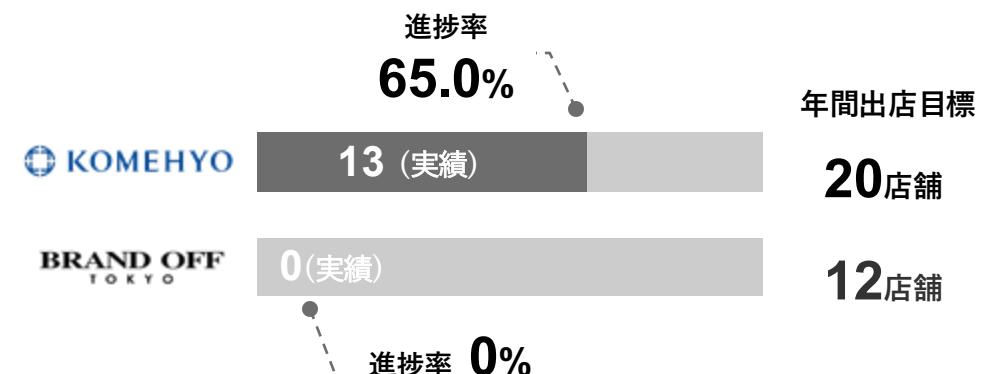
売上高構成比



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・ファッショング事業】

好調な買取を背景に売上高は伸長するも、小売比率低下による売上総利益率低下と販管費増加により増収減益

【タイヤ・ホイール事業】

戦略的な在庫調整と販売強化により、利益率の高い夏用タイヤ及び自社企画ホイールが好調に推移し、増収増益

(百万円)	2026.3-1Q	前年同期比	2026.3-2Q	前年同期比	2026.3-2Q 累計※	前年同期比
	44,751	138.2%	48,250	138.4%	93,001	138.3%
ブランド・ ファッショング 事業	779	37.0%	736	86.0%	1,515	51.2%
	1.7%	△4.8pt	1.5%	△1.0pt	1.6%	△2.8pt
	1,359	122.3%	1,266	116.9%	2,625	119.7%
タイヤ・ ホイール	38	-	22	66.6%	61	206.3%
	2.9%	-	1.8%	△1.3pt	2.3%	△1.0pt
	91	110.8%	91	97.9%	182	104.0%
不動産賃貸	31	114.0%	30	99.4%	61	116.2%
	34.1%	+0.9pt	33.7%	+0.5pt	33.9%	+0.7pt

※ 調整額：売上高△163百万円、営業利益120百万円

店舗展開 | グループ全店318店舗（2025年9月現在）

8月には、マレーシアとタイで初の買取専門店がオープンし、9月には、旗艦店となるKOMEHYO YOKOHAMAがオープン。
第2四半期累計で、グループで21店舗（第2四半期では8店舗）を出店。

	ブランド・ファッショ事業						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 (1)	3	1	1				
販売店	2			6	2			
買取併設販売店	21	6 (1)	4			2	11	2
買取専門店	173 (3)	7	3					
FC買取専門店		35						
海外	10 (3)	20	1					
合計	214	71	9	7	2	2	11	2



KOMEHYO 名古屋本店



BRAND OFF 金沢本店



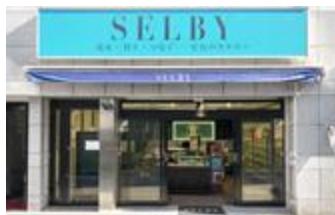
Rodeo Drive 横浜関内店



Shellman銀座店



WORM OSAKA



SELBY 御徒町店



Craft 中川店

※（ ）は、2026年3月期第2四半期での増減数

経路別仕入・販売の状況※ | KOMEHYO

【個人買取比率・商材構成比】国内の金小売価格高騰等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5pt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6割）

【小売比率】旗艦店の出店等により小売の回復が見られたものの、それを上回る規模で、在庫流動化を目的とした法人販売が大幅に増加。その結果、小売比率は想定よりも低位で推移



※比率はすべて2026年3月期第2四半期累計実績

BF事業 | 個人買取及び小売強化の状況

9月に旗艦店「KOMEHYO YOKOHAMA」を出店。既存の首都圏店舗では、リーチできなかった地域のお客さまの取り込みを狙う第3四半期以降も、個人買取及び小売強化につながる出店・拠点拡大を継続。

■ 旗艦店「KOMEHYO YOKOHAMA」オープン（9月12日）



特徴

- 30～50代の国内の地域のお客さまがターゲット。潜在需要が旺盛な重点エリアでリユースブランドの第一想起を狙う
- 横浜駅地下の好立地に展開。横浜にちなみ、「寄港地」が内外装のテーマ。ラグジュアリーな空間でブランドバッグ、ジュエリーを中心に5,000点以上を扱う

実績

- 初年度の年間売上高目標25億円に対して、概ね計画通りに進捗

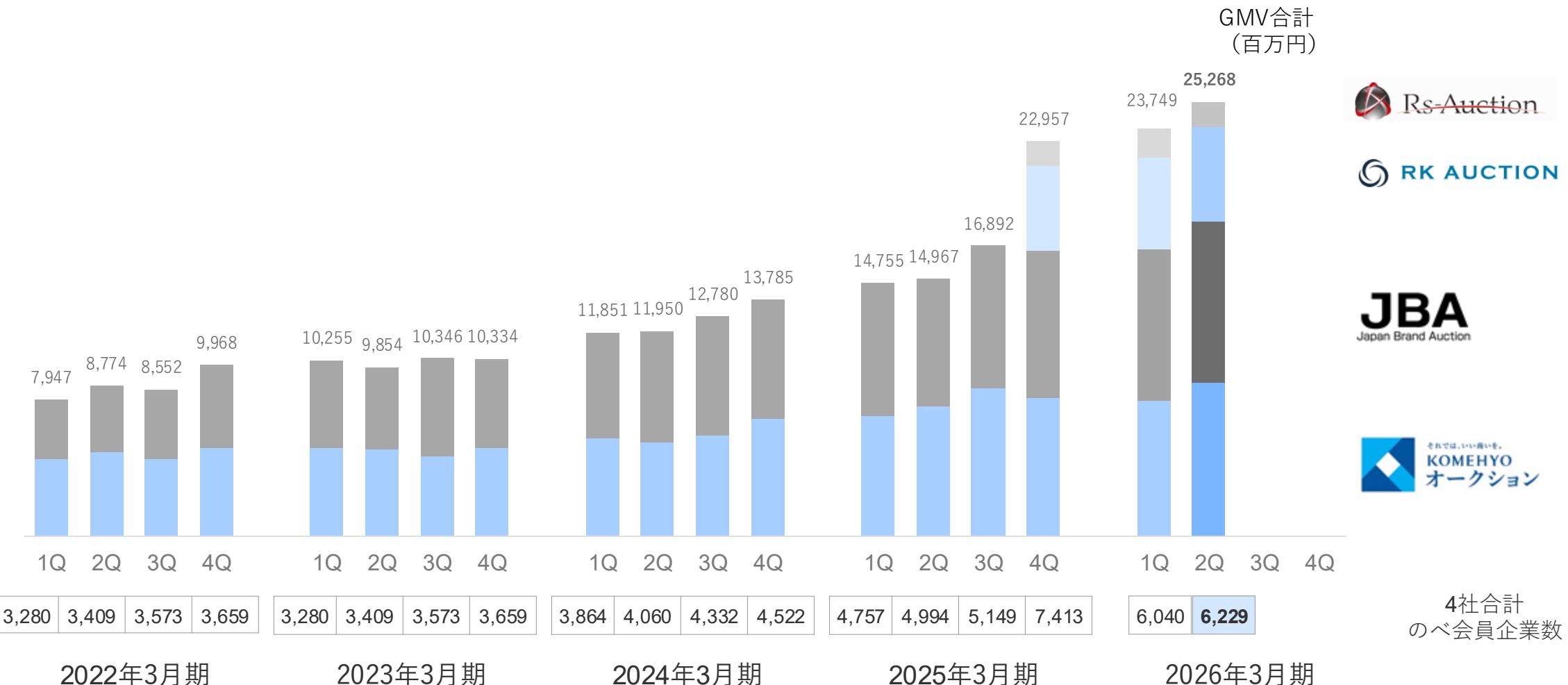
■ 第3四半期以降の出店・拠点拡大※

3 Q	10.1	<ul style="list-style-type: none"> 買取拠点 アメリカで個人買取を開始 	前期開設したニューヨーク市内のオフィスで、個人買取を開始。同月中に、ECサイトも立ち上げ、買取りと小売りを同時展開。今後は実績と市場動向を分析しながら、出店も検討。
	10.2	<ul style="list-style-type: none"> 買取併設販売店 	「BRAND OFF Yuen Lung YOHO MALL 店」（香港）
	10.3	<ul style="list-style-type: none"> 販売店 	「KOMEHYO LOT10」（マレーシア）
	11.6	<ul style="list-style-type: none"> 買取併設販売店 	「BRAND OFF 龍湖上海閔行天街店」（中国上海）
	11.28	<ul style="list-style-type: none"> 販売店 	「KOMEHYO VINTAGE TOKYO atelier」
	12月中旬	<ul style="list-style-type: none"> 買取併設販売店 	「BRAND OFF CITYLINK 南港店」（台湾）
	12月下旬	<ul style="list-style-type: none"> 買取併設販売店 	「BRAND OFF Tsim Sha Tsui iSQUARE 店」（香港）
	2月	<ul style="list-style-type: none"> 会社設立 	フィリピンに子会社を設立
4 Q	2月初旬	<ul style="list-style-type: none"> 買取併設販売店 	当グループ8番目の海外拠点。急成長する現地の富裕層をメインターゲットとする。2027年夏以降の小売開始を目指し、先行して個人仕入を進める予定
	3月下旬	<ul style="list-style-type: none"> 買取併設販売店 	「BRAND OFF 台中 中友百貨店」（台湾） 「KOMEHYO 福岡天神大名（仮称）」 契約面積：447m ² 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年内に7店舗、4年間で23店舗を出店予定。

BF事業 | オークションGMV(出来高)の成長

相場変動に伴う法人間での売却ニーズ増加により、オークションGMVは四半期で過去最高を記録



TW事業 | 事業の概況

新品の在庫確保が難しい中でも、戦略的に在庫確保や販売強化を徹底したため売上高は大きく伸長（特に夏タイヤの販売及び自社企画ホイールの海外販売が牽引）。これにより、販管費増加分を吸収し、大幅な増益を達成。



企画・開発



- 国内外での販売好調と高利益率商品の牽引**
国内売上高が前年同期比108%と堅調に推移する中、海外売上高は同254%と大幅拡大。特に利益率の高いホイール・プラッドレーシリーズの販売数が増加
- 海外市场での販売網を順調に拡大**
海外売上高比率向上に向け、北米を中心としたSNSマーケティングを強化。ブランディングやマーケティング強化により、販売代理店数は、ASEANや欧米など16か国・16法人と順調に拡大。



新品の仕入れ・販売

中古の買取り

仕入



販売

- 戦略的に新品在庫を確保**
在庫の安定供給と販売の最大化を実現するため、仕入拡大および主要メーカーとの関係性強化を推進。これにより、早期に商品確保
- 販促強化で、中古品仕入れも好調**
新車装着時の良質な純正タイヤ・ホイールを下取り。加えて、個人買取額も販促効果で好調に推移。中古品仕入は、前年同期比132%と好調に推移。
- 高利益商品の販売好調**
新規向けのイベント開催等による販促強化。販売計画に沿った強化ブランドの販売が順調に進捗。特に実需が高く、高利益率である夏タイヤの売上高は前年同期比120%と大幅増加を達成し、全体の利益率向上に貢献



オートパーツ
ジャパン

新品WEB販売

中古の買取り

中古の販売

仕入



販売

- 主要仕入先好調と新規取引先の拡大**
中古品の安定的な販売のため、主要な事業者との法人取引を拡大し、前年同期比150%と大幅伸長し、売上拡大につながる仕入ができる。
- WEB販売は、在庫が確保できたことにより、前年同期比で新品が124%、中古が103%で推移
- メルカリで、中古ホイールの販売を開始する等、ECモールへの出品を強化

5. Appendix

Appendix

1. 会社概要 P.41
2. グローバル展開 P.57
3. 資本政策と今期の注力ポイント P.60

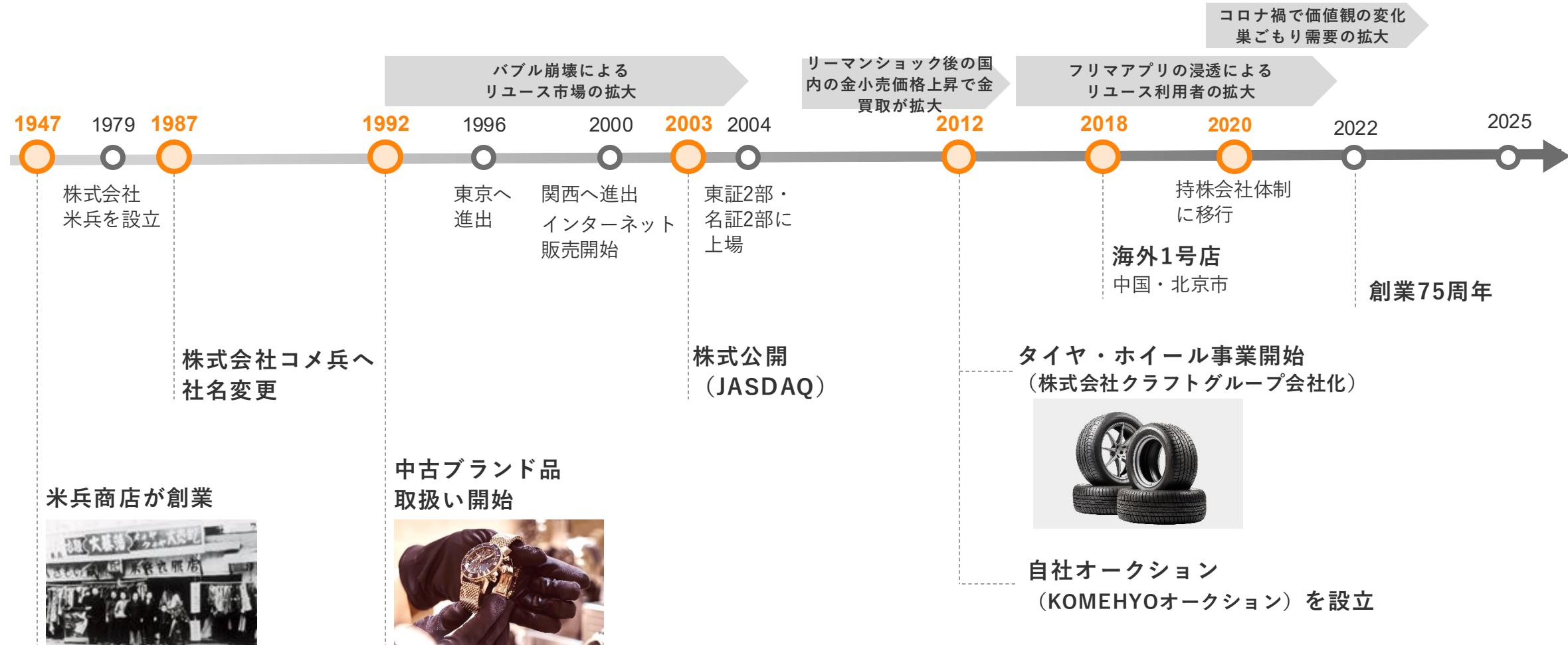
会社概要

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：2,075名 単体：53名（2025年9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19社※を抱える



※ 2025年3月末時点

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

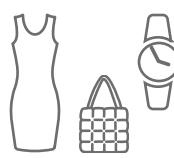
158,994 百万円

売上高比率

事業内容

主要顧客

海外売上高比率



ブランド・
ファッショ事業
(BF事業)

96.1%

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)

3.7%

タイヤ、アルミホイール、
自動車用品の買取・販売

- 法人



不動産賃貸事業

0.2%

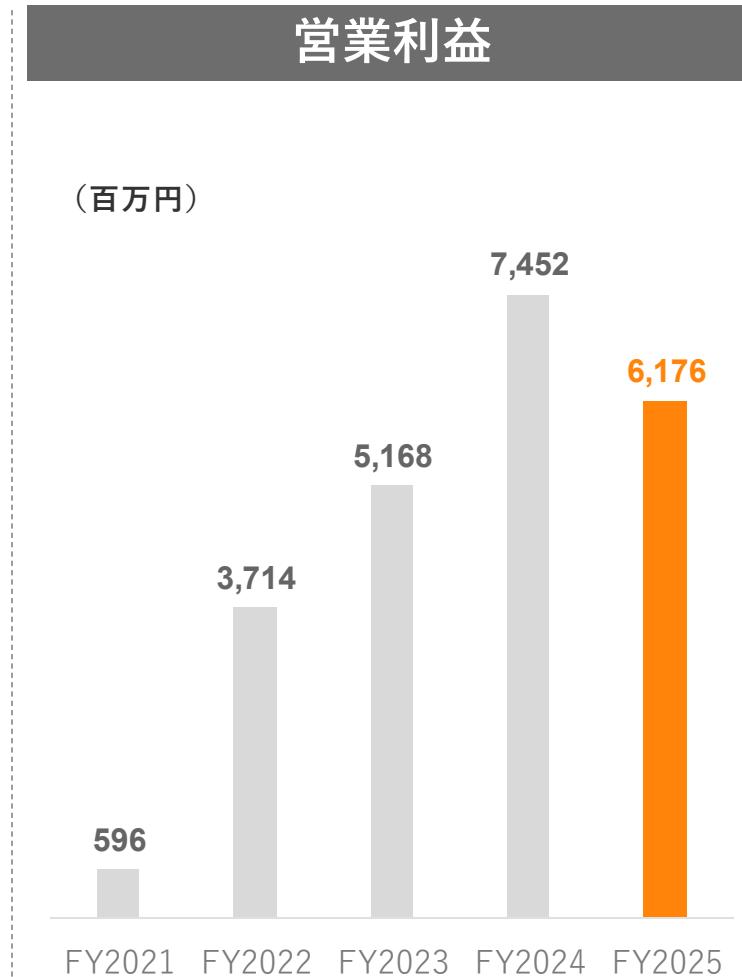
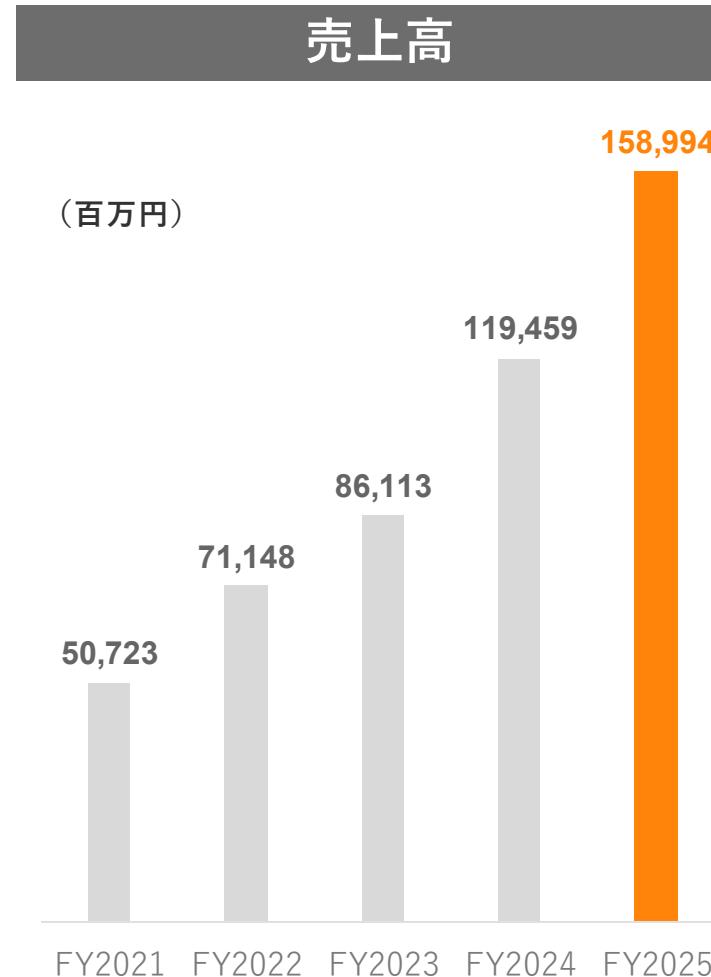
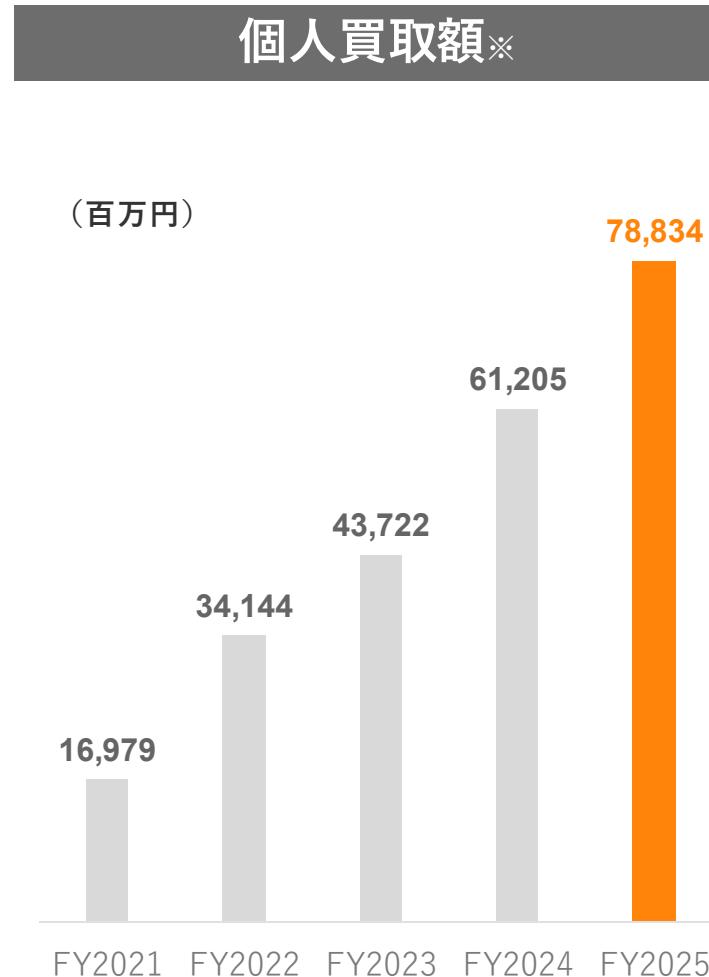
店舗の賃貸管理、グループ
間での店舗賃貸



※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

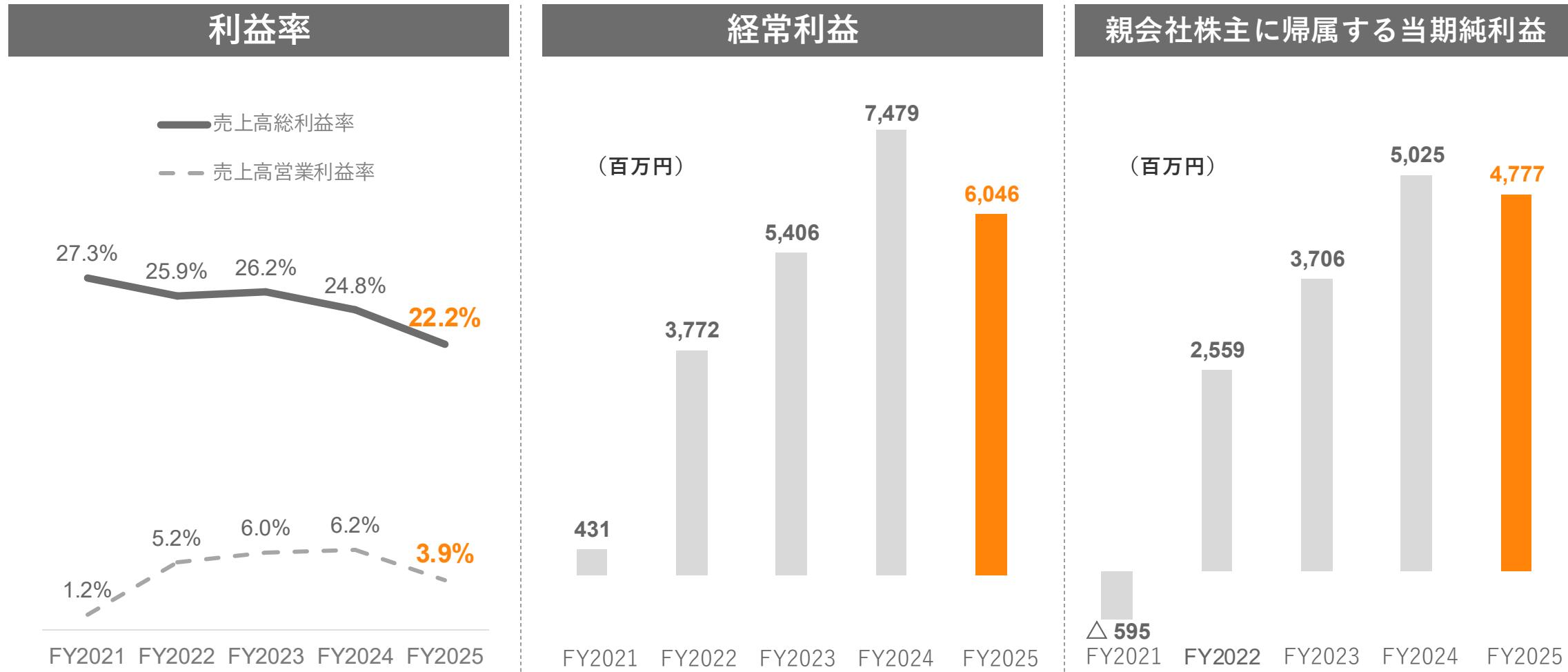
※2 オークション手数料を含む

会社概要 連結業績推移 (2021年3月期-2025年3月期)

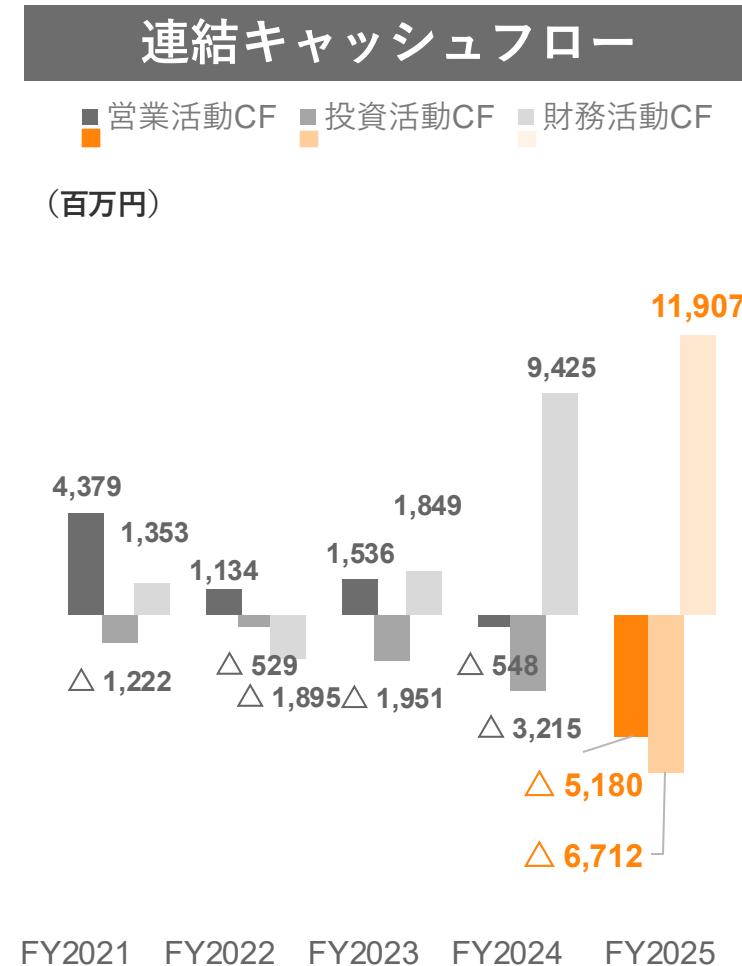
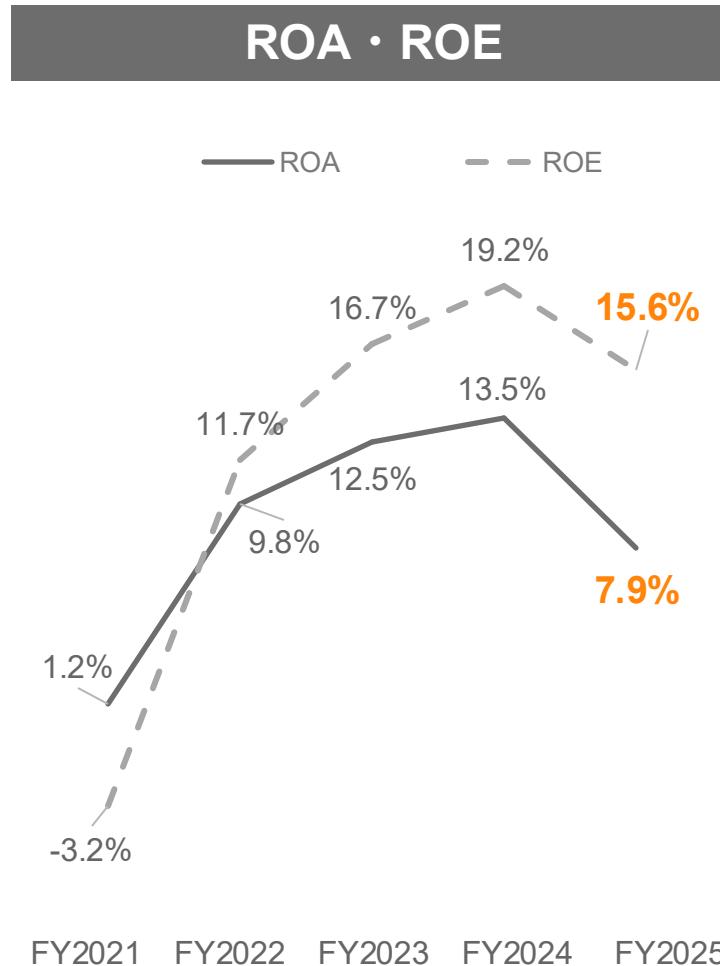


※ FY2021は株式会社コメ兵のみ、FY2022年以降は連結

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+)

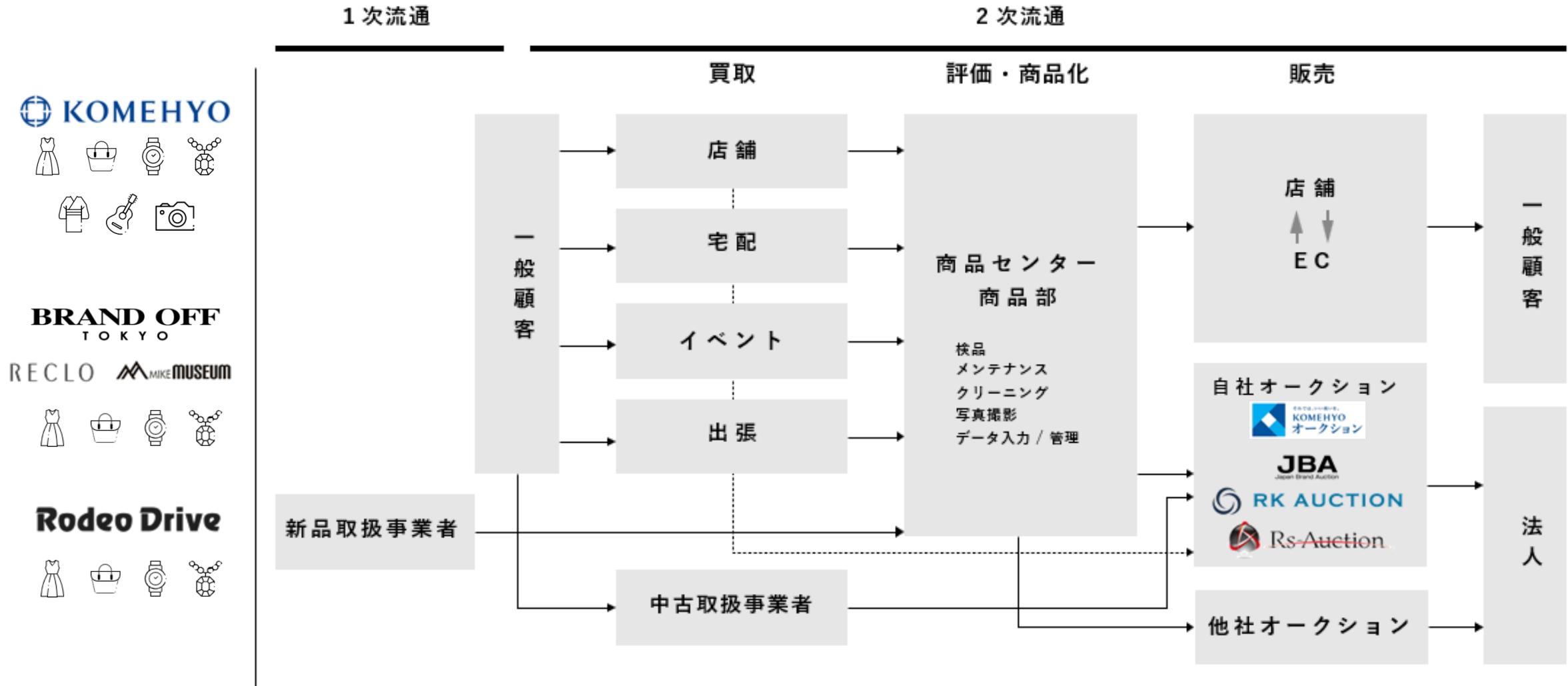
有給取得率
正社員**94.1**%
全労働者**87.2**% パート・有期社員**69.3**%

※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

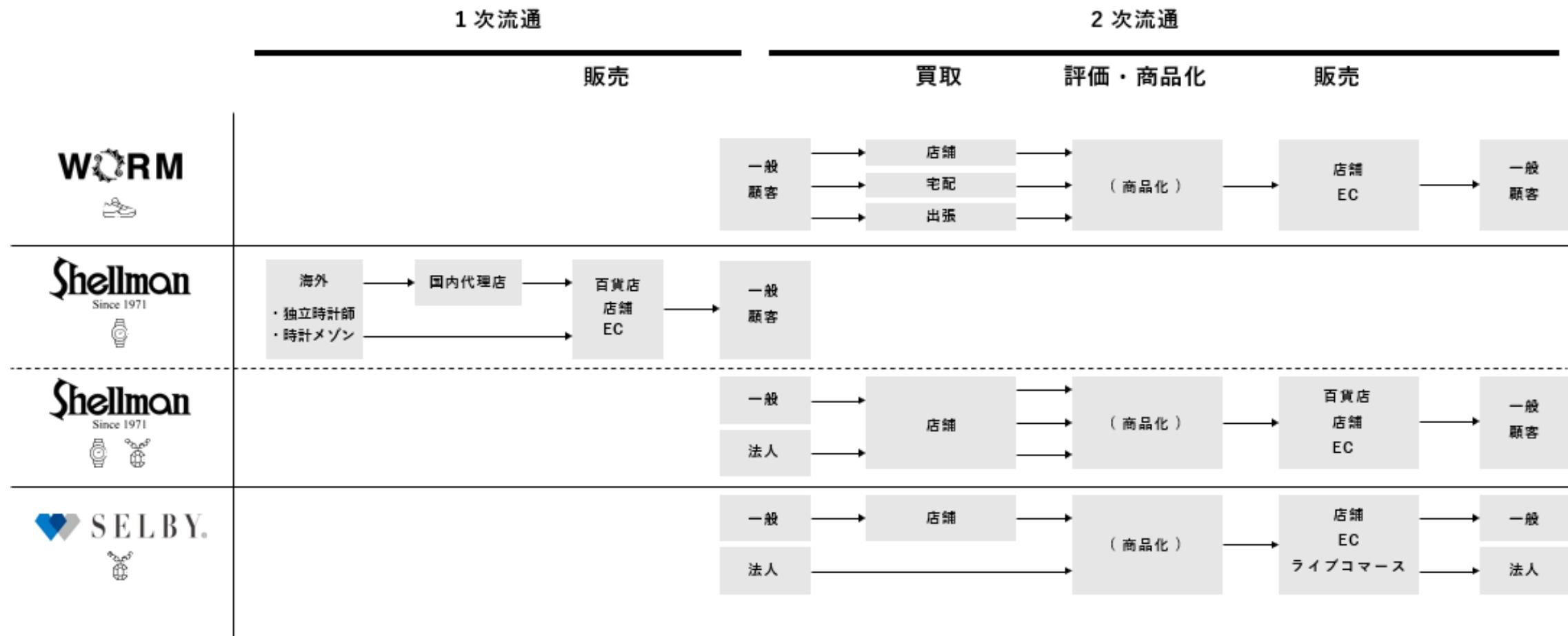
会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

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



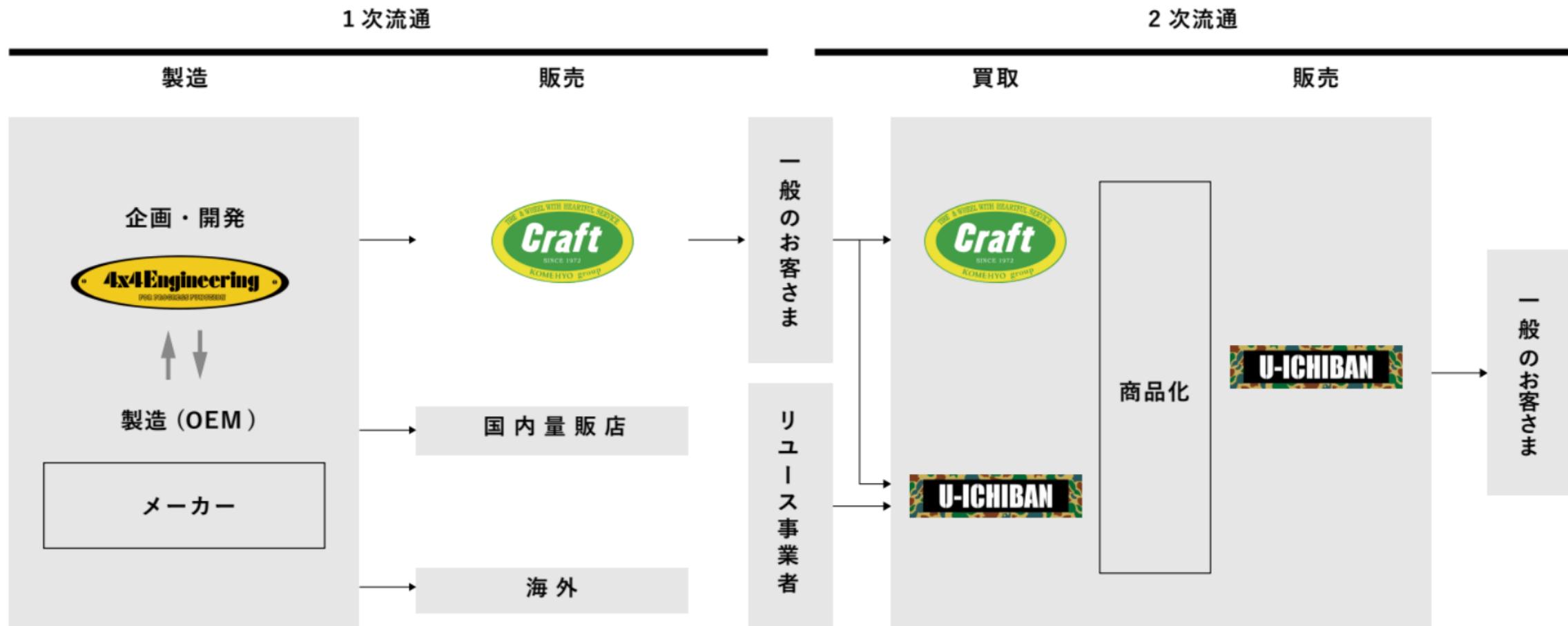
会社概要 コメ兵ホールディングスの事業領域

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

買取りを専門とし、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

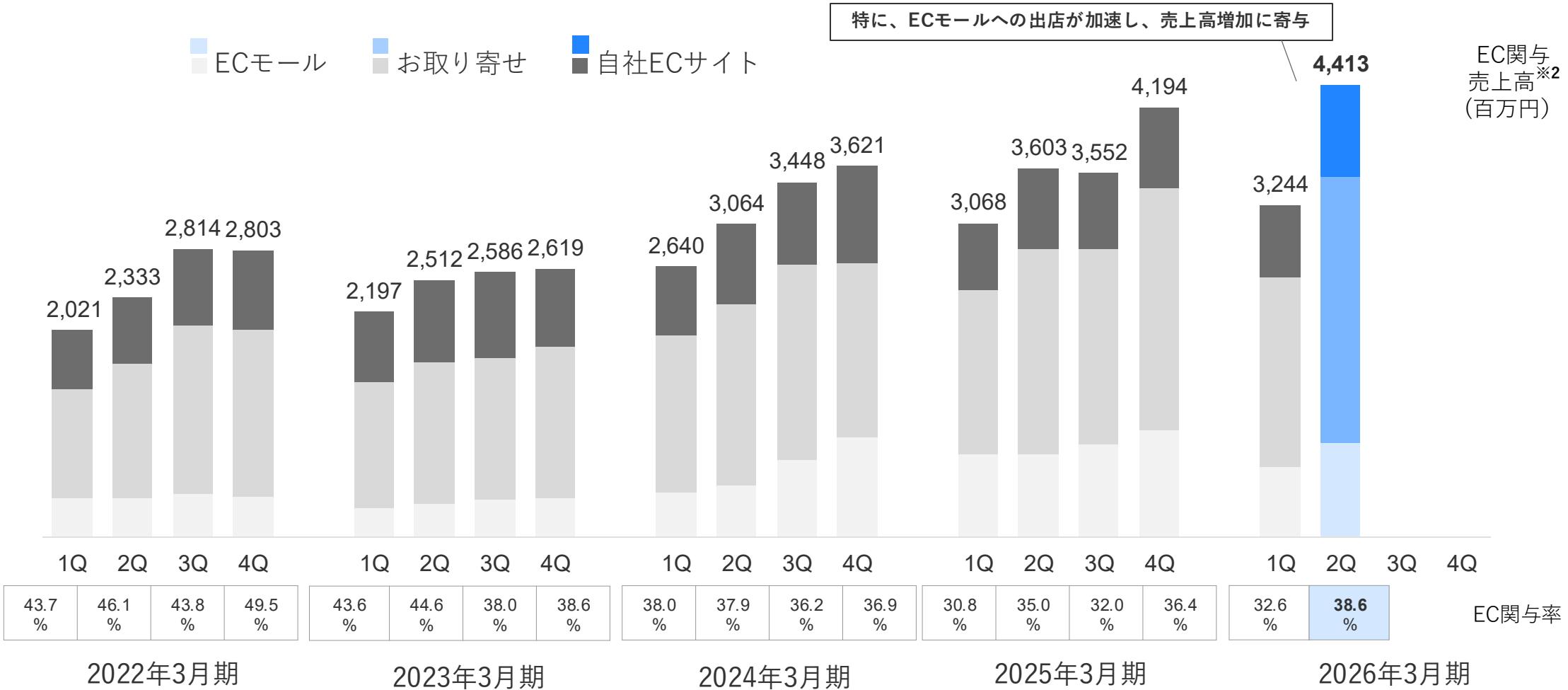
主に中古ブランド品の販売・買取りを行う3ブランドでは、店舗の利便性、鑑定への信頼性・知名度や顧客基盤に強みを持ち、それぞれの得意な領域で成長を継続

	 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"> 2020年3月期にグループ化 北陸地方に顧客基盤を保有する 主力ブランド 	<ul style="list-style-type: none"> 2025年3月期にグループ化 関東（特に横浜）に顧客基盤を保有
国内店舗	204 店舗（旗艦店は主要都市中心）	51 店舗（石川県金沢市が本拠地）	8 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2店舗 マレーシア1店舗（ASEAN中心）	香港・台湾・上海に計20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

※2025年9月末時点

会社概要 EC関与売上高の推移 |  KOMEHYO

お一人あたりの単価上昇により、第2四半期のEC売上高は前年同期比122.5%
EC関与率^{※1}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

©Komehyo Holdings Co.,Ltd. 53

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※1が売上となる。

 KOMEHYO オークション  JBA Japan Brand Auction				
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）※2	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

※1 売り手または買い手から手数料収入

※2 2025年9月30日より、東京にて時計の「リアル（手競り）」方式を再開。時計以外の商材（バッグ、宝石等）については、従来通り「オンライン」で同日開催

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	

※2025年9月末時点

会社概要 TW事業 サービス紹介



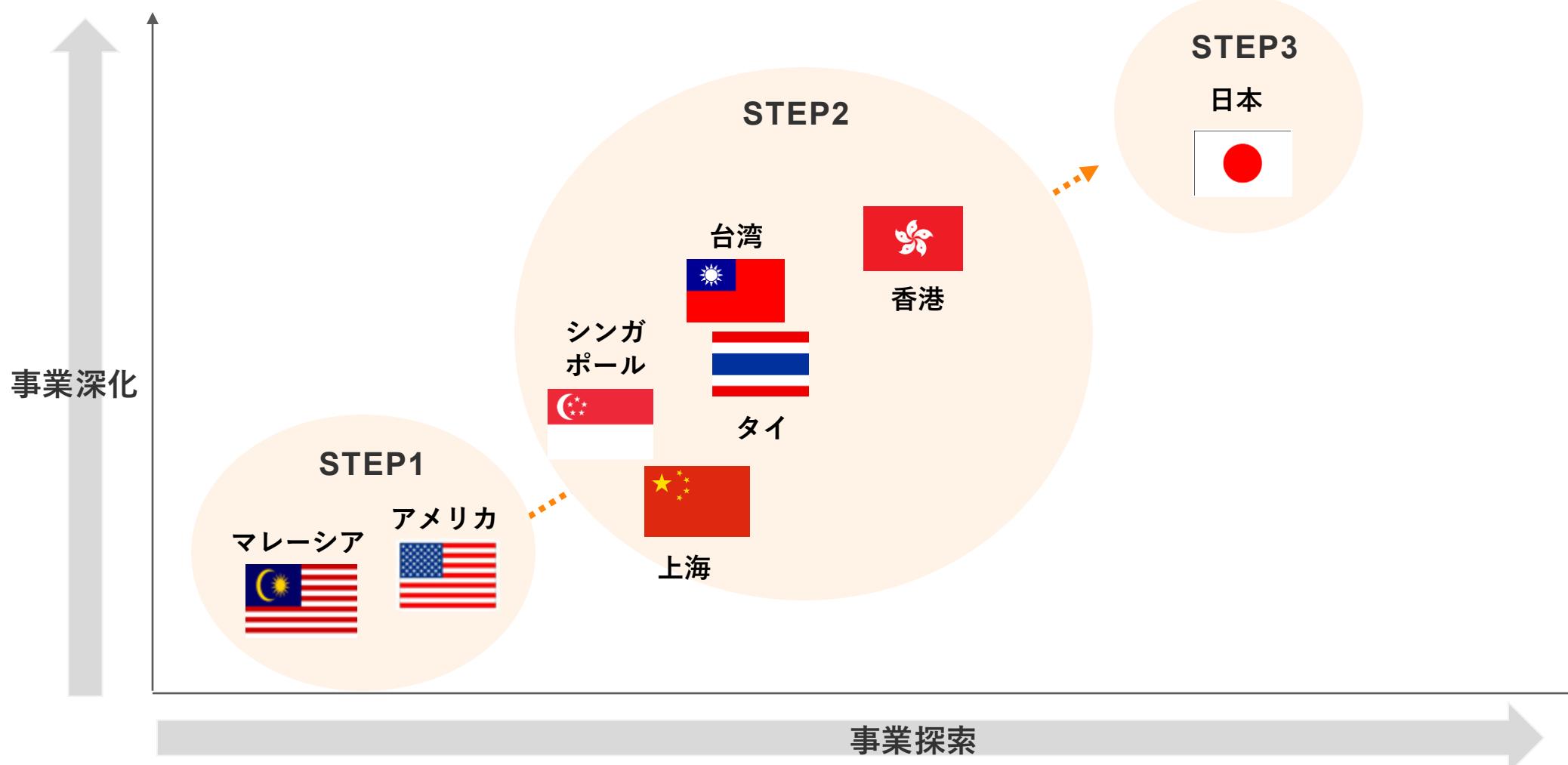
タイヤ・ホイール事業では、タイヤ、ホイールの買取り・販売、ホイールの企画・開発を行う
グループ3社でサプライチェーンをカバー

		4x4Engineering	Craft	U-ICHIBAN	オートパーツ ジャパン
概要	ホイール、サスペンションの 総合メーカー	企画・開発	新品の仕入れ・販売 中古の買取り	中古の買取り 中古の販売 新品WEB販売	中古品タイヤ、ホイールの買取・ 販売
国内店舗	-	11店舗	11店舗	2店舗	Craft店頭経由の個人または法人から 仕入れた商品を販売
販売の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・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			

グローバル展開 エリアごとの事業フェーズ①

BF事業

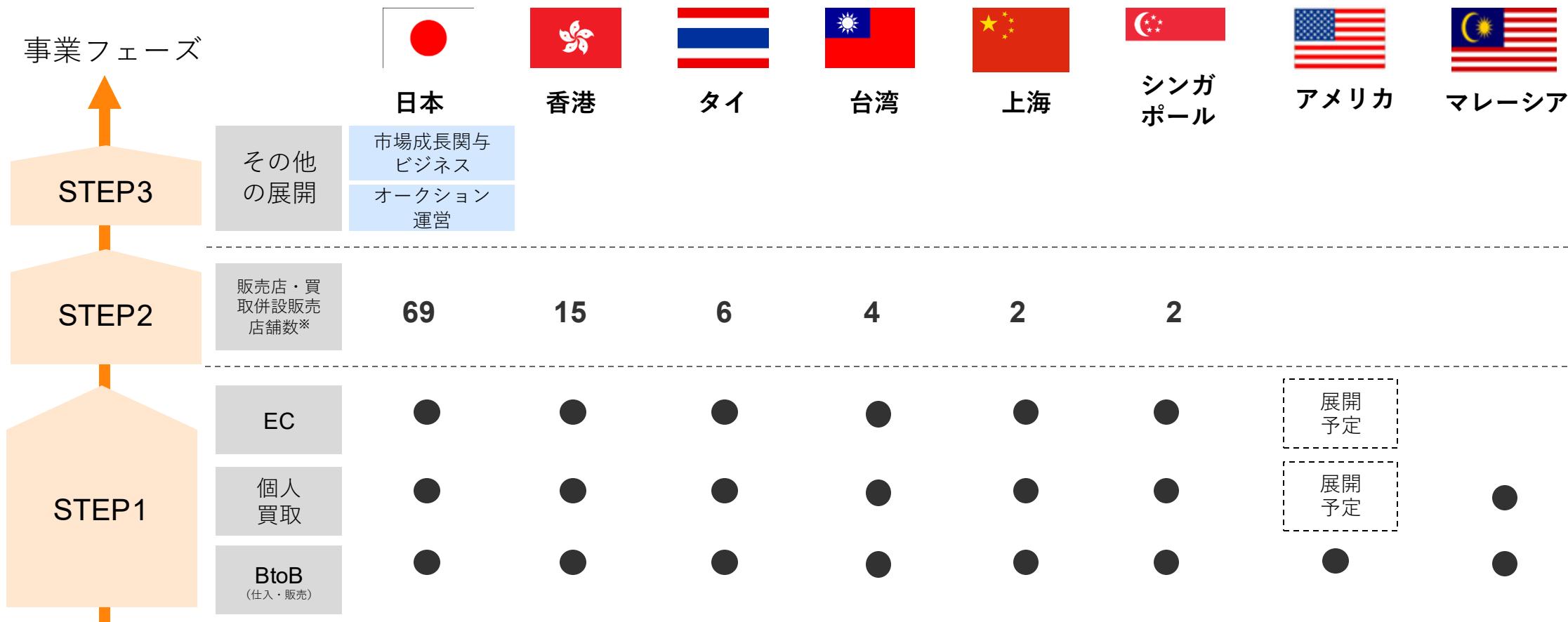
世界各国の状況を加味し、さらなる価値提供を行う事業深化と領域を広げる事業探索のバランスを都市ごとに検討



グローバル展開 エリアごとの事業フェーズ②

BF事業

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9月末時点

グローバル展開 グループ28店舗（2025年9月末時点）

BF事業

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

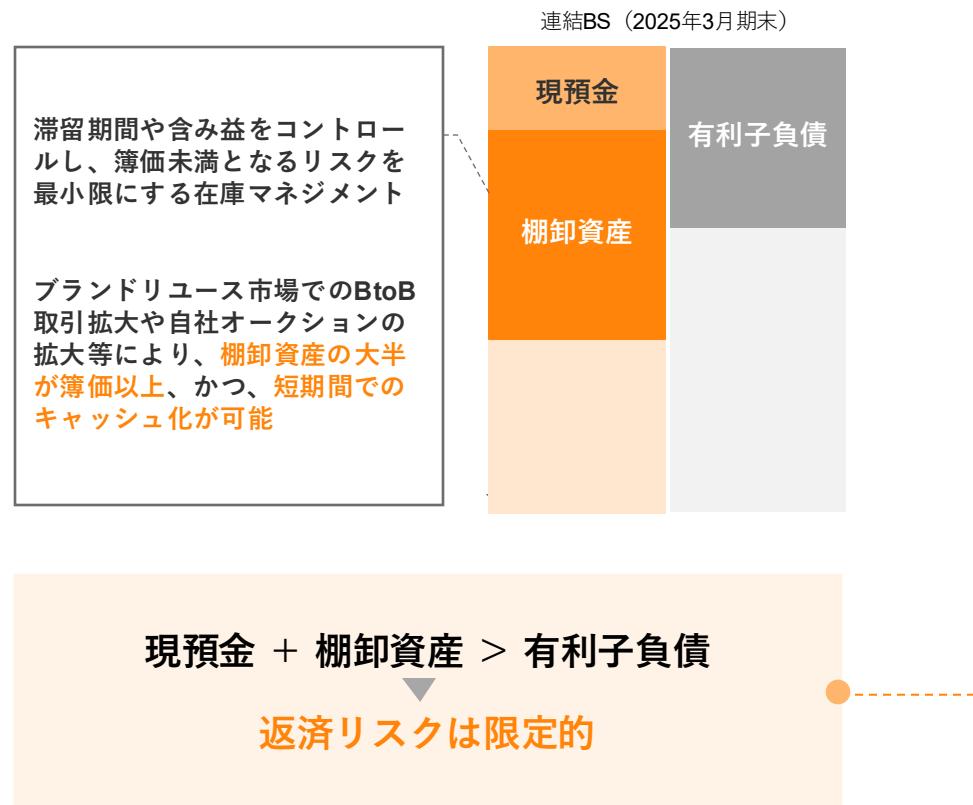
	香港	台湾	上海	タイ	シンガポール	マレーシア	アメリカ	
展開ブランド	BRAND OFF TOKYO		Rodeo Drive	BRAND OFF TOKYO	 KOMEHYO			
会社名	KOMEHYO BRAND OFF ASIA LIMITED	RODEO DRIVE JAPAN CO.LIMITED	名流國際名品股份有限公司	米濱上海商貿有限公司	SAHA KOMEHYO COMPANY LIMITED	KOMEHYO SINGAPORE PTE. LTD.	KOMEHYO MALAYSIA SDN.BHD.	KOMEHYO USA Inc.
会社設立年	2024年	2010年	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 ^{※2} 販売：法人
販売店	-	-	-	-	6 (1)	2	-	-
買取専門店	-	-	-	-	1 (1)	-	1 (1)	-
店舗数	買取併設販売店	14	1	4	2	-	-	-
合計	15		4	2	7	2	1	0

※1()内は、2026年3月期第2四半期の増減 ※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

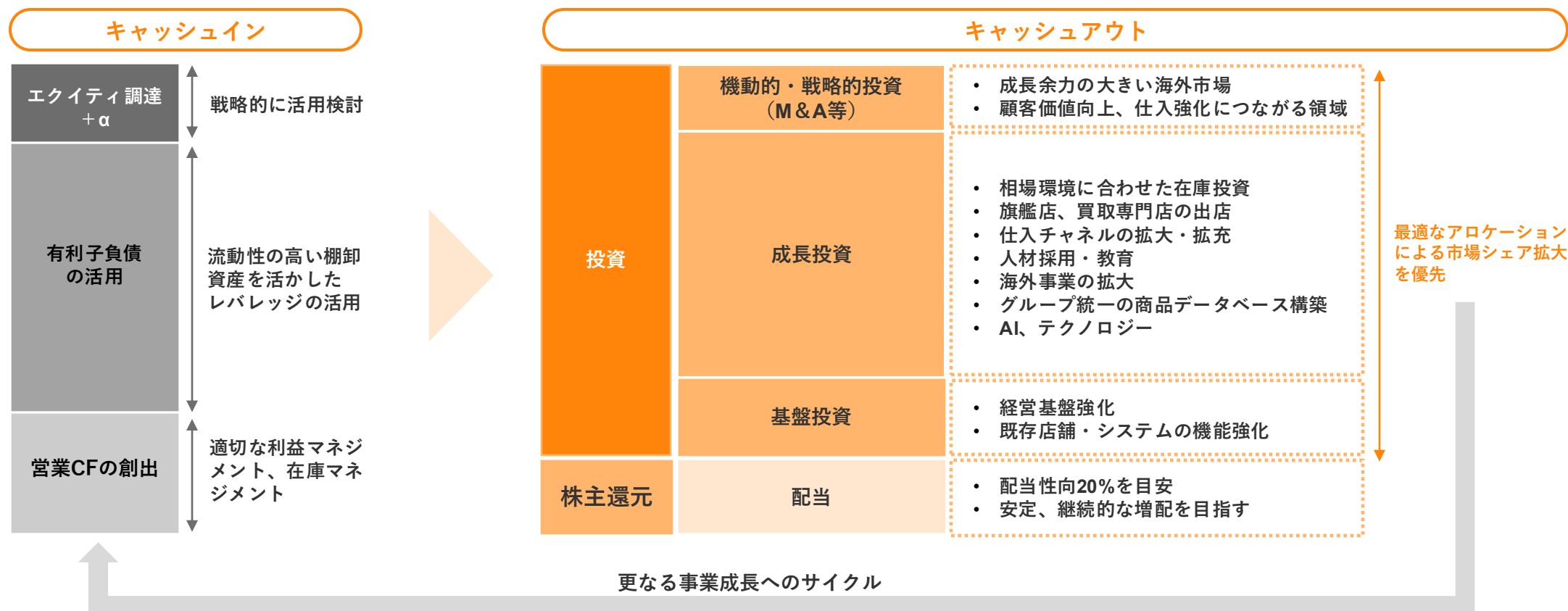
3 エクイティ調達

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、足元では利益体質の改善にも注力

シェアの拡大と利益体質の改善

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



2025年8月以降順次、全国の大丸、松坂屋、PARCOに買取専門店「MEGRÜS」を出店予定。今期7店舗出店計画

●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 SHINSAIBASHI
(2025.6オープン／約747m²)



KOMEHYO YOKOHAMA
(2025.9オープン／約902m²)



●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



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