

2022年3月期 決算補足説明資料

2022年5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）

コーポレート本部 I R・広報部

T E L (052) 249-5366

目次

1. 2022年3月期 業績
2. 2022年3月期 取り組み
3. 中期経営計画
4. 株主還元
5. 会社概要

1. 2022年3月期 業績
2. 2022年3月期 取り組み
3. 中期経営計画
4. 株主還元
5. 会社概要

2022年3月期 決算サマリー

【ブランド・ファッション事業】

- ・売上高前期比143.1%、営業利益同670.3%で増収増益。営業利益率は同3.9pt増加
- ・出店、買取イベント等により個人買取が過去最高。買取専門店37店舗(うちFC 2店舗)出店
- ・個人買取の好調に伴い、法人販売も好調に推移
- ・百貨店内にスニーカー専門店を出店

【タイヤ・ホイール事業】

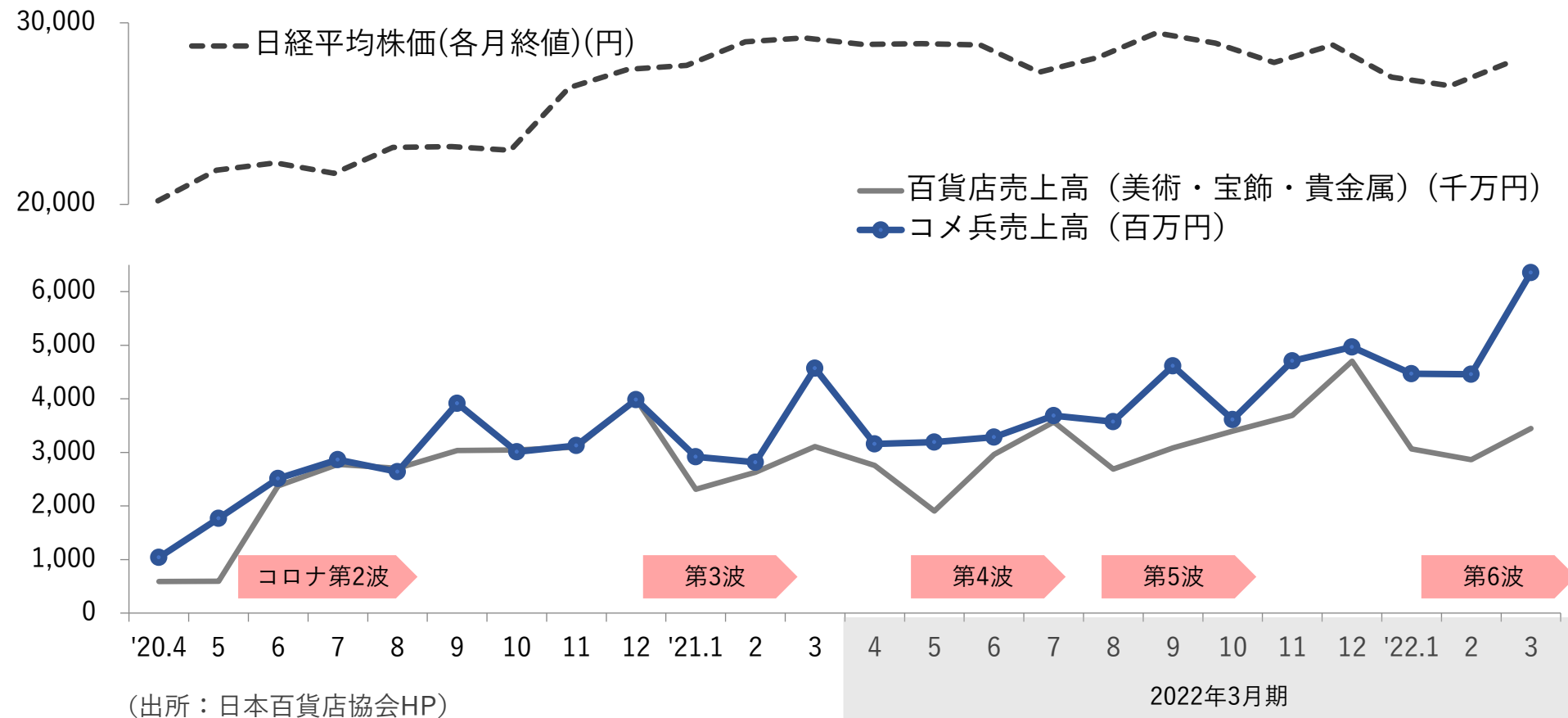
- ・売上高前期比108.3%、営業利益同376.3%で増収増益。営業利益率は同2.4pt増加
- ・4×4エンジニアリングサービスから新製品発売



SNEAKER MARKET by KOMEHYO
(2022年3月出店)

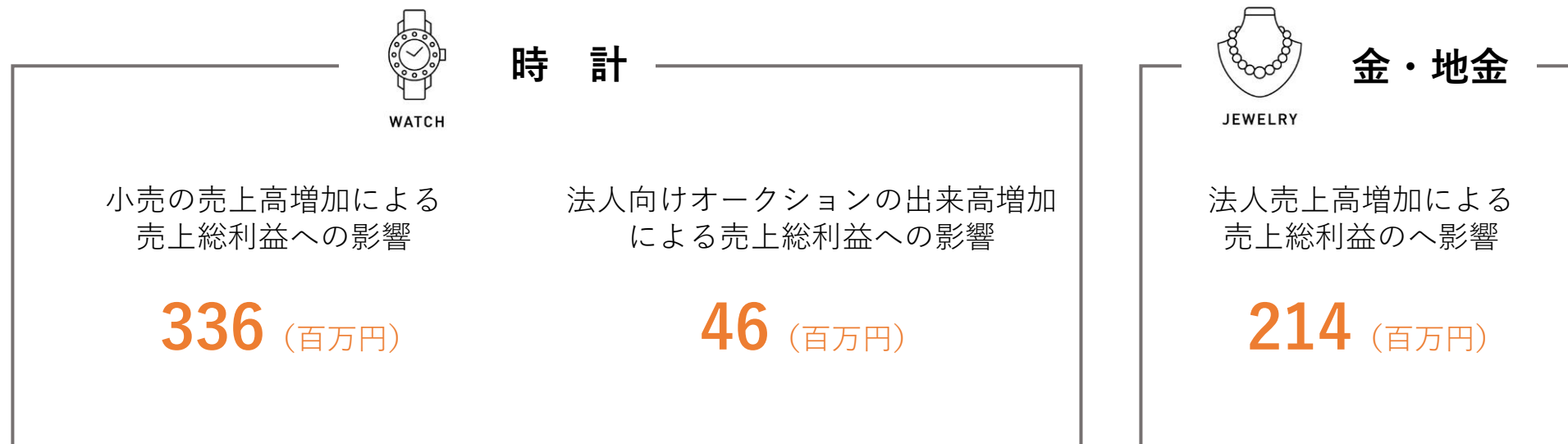
景気動向

コメ兵の売上高は、コロナ禍でも影響を受けにくくなっている



2022年3月期の特殊要因（時計相場と金相場の上昇）

リユース市場における時計相場上昇（2020年10月から継続）と金相場上昇（2022年2月末～3月）が、ブランド・ファッション事業への「追い風」として影響



売上総利益で **596**百万円程度 外部環境による「追い風」があったと推測

2022年3月期業績

売上高、営業利益、経常利益、当期純利益とも過去最高

(百万円)	'20.3期	'21.3期	'22.3期	増 減	前期比
売上高	57,510	50,723	71,148	20,425	140.3%
売上総利益	14,562	13,836	18,415	4,579	133.1%
売上高 総利益率	25.3%	27.3%	25.9%	△1.4pt	—
販管費	14,265	13,245	14,700	1,455	111.0%
営業利益	297	590	3,714	3,124	629.1%
経常利益	9	431	3,772	3,340	874.6%
親会社株主に帰属する当 期純利益又は 親会社株主に帰属する 当期純損失(△)	△234	△595	2,259	2,854	—

※「収益認識に関する会計基準」適用後の今期数値と適用前の前年同期・前々年同期数値を比較しております。

なお、「収益認識に関する会計基準」適用により'22.3期は売上高が319百万円、売上総利益が280百万円、販管費が280百万円減少しております。

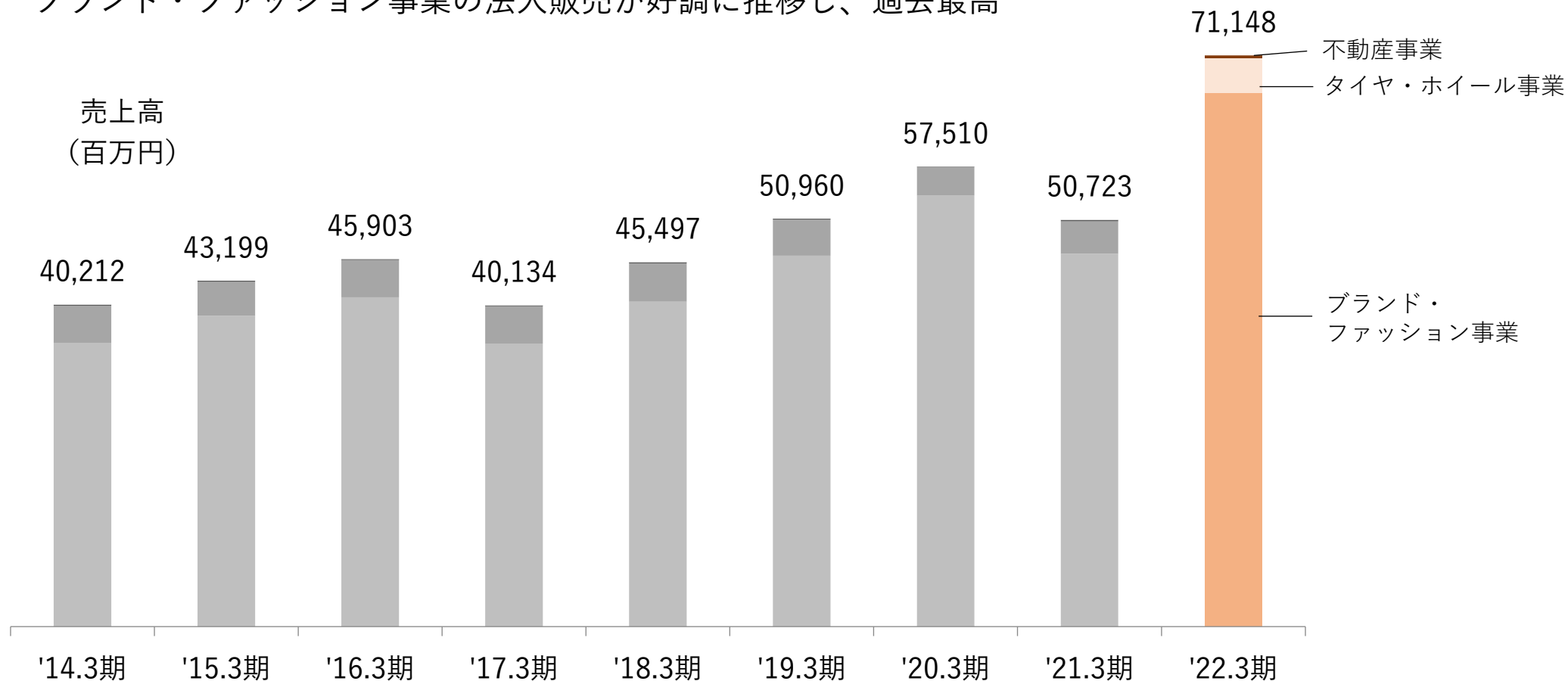
2022年3月期四半期毎業績

(百万円)	'22.3-1Q	前年同期比※	'22.3-2Q	前年同期比※	'22.3-3Q	前年同期比※	'22.3-4Q	前年同期比※
売上高	14,162	180.1%	16,472	127.1%	19,237	127.1%	21,276	144.0%
売上総利益	3,985	211.1%	4,215	124.5%	5,067	113.3%	5,147	125.8%
売上高 総利益率	28.1%	+ 4.1pt	25.6%	△0.5pt	26.3%	△3.3pt	24.2%	△3.5pt
販管費	3,476	126.5%	3,613	103.8%	3,523	102.0%	4,086	114.7%
営業利益	508	—	601	—	1,543	151.5%	1,060	200.7%
経常利益	515	—	610	—	1,536	157.7%	1,109	221.2%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	337	—	385	—	936	131.4%	600	843.8%

※「収益認識に関する会計基準」適用後の今期数値と適用前の前年同期数値を比較しております。

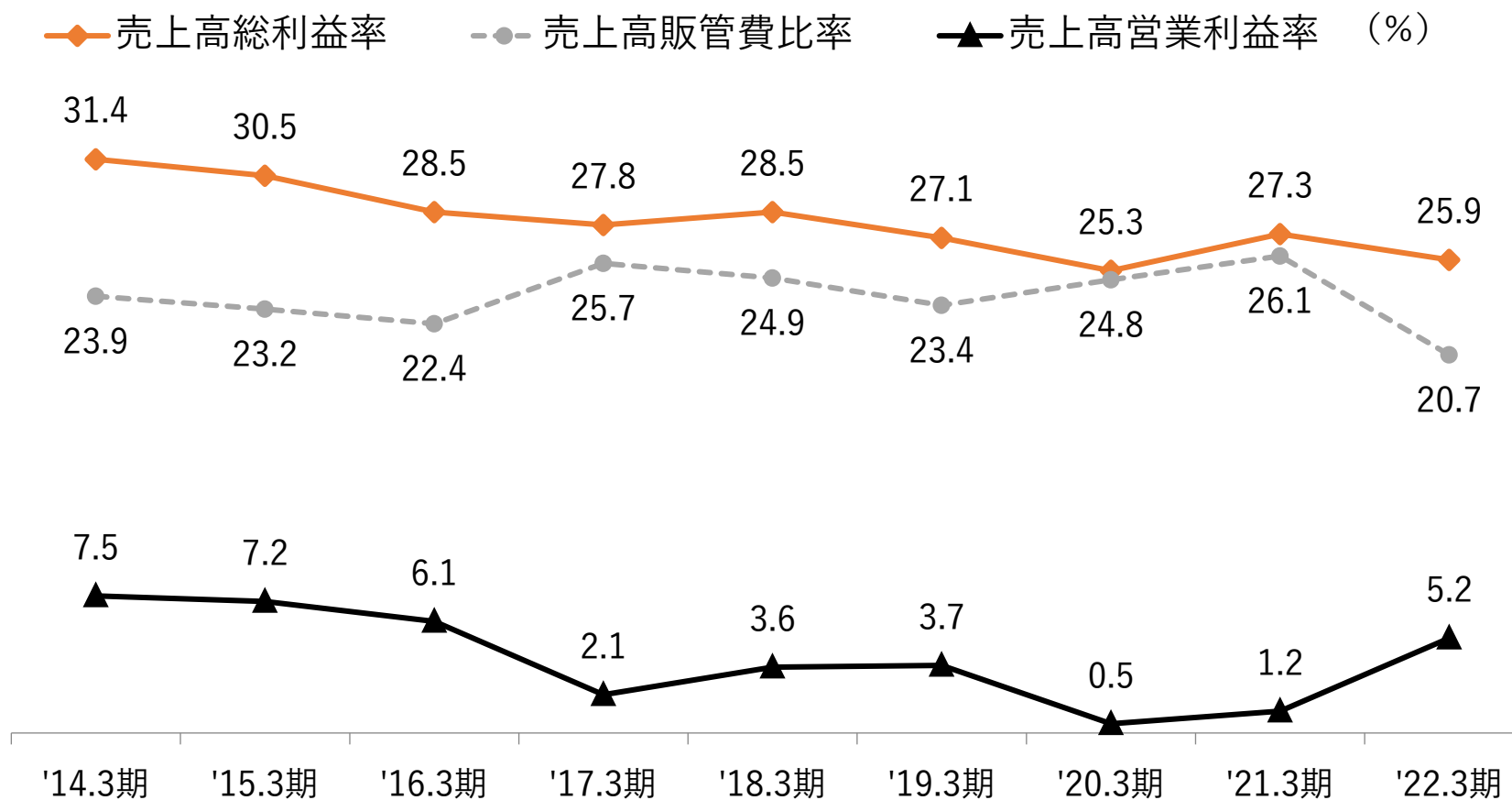
売上高推移

ブランド・ファッション事業の法人販売が好調に推移し、過去最高



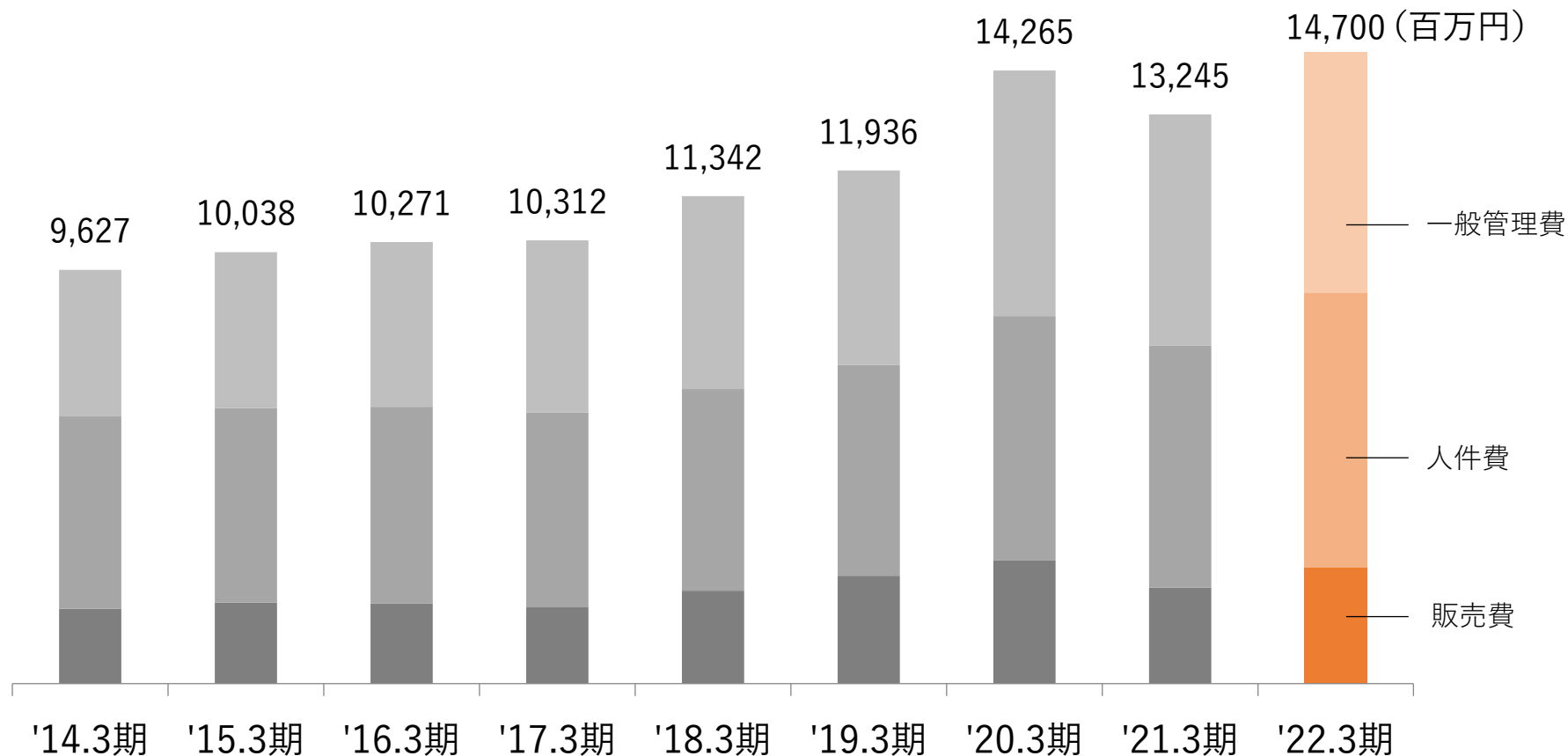
利益率推移

売上高総利益率が低位になったものの、売上高販管費率の低下により、営業利益率が向上



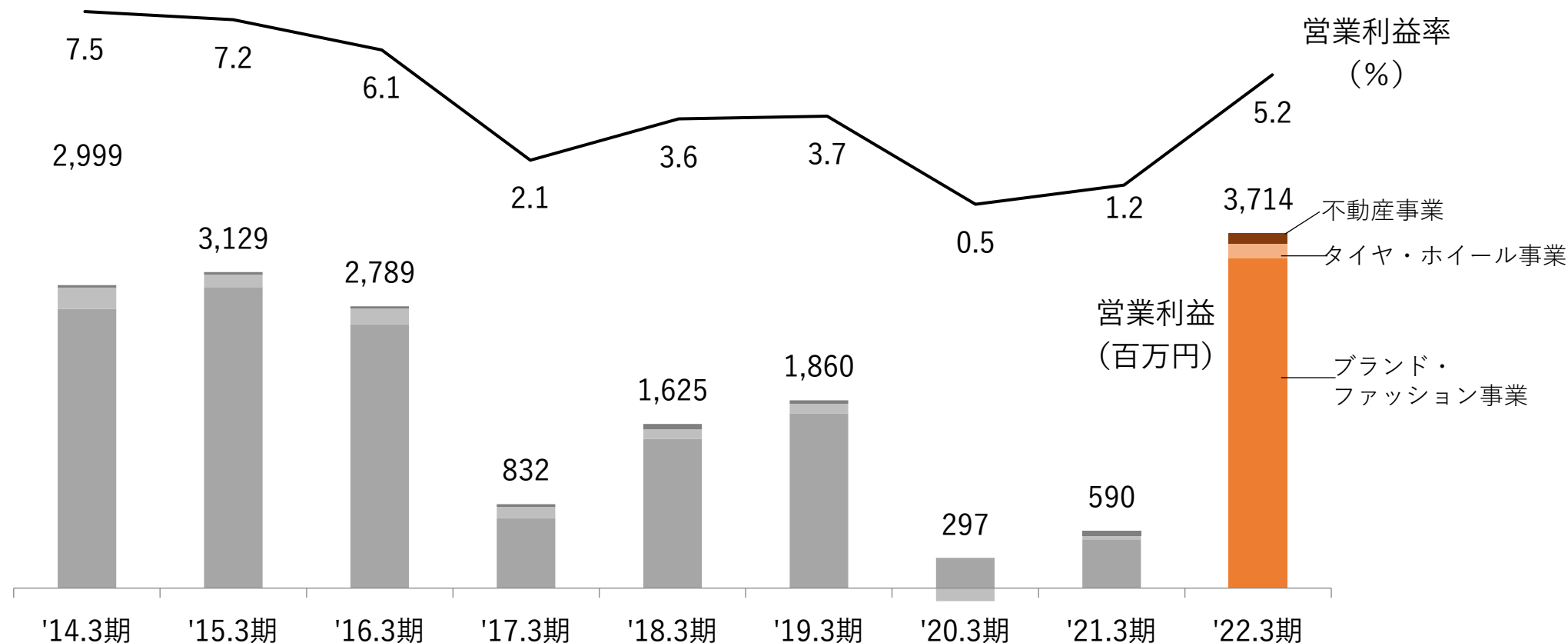
経費推移

広告宣伝費等の販売費、給与手当・採用費等の人件費が増加



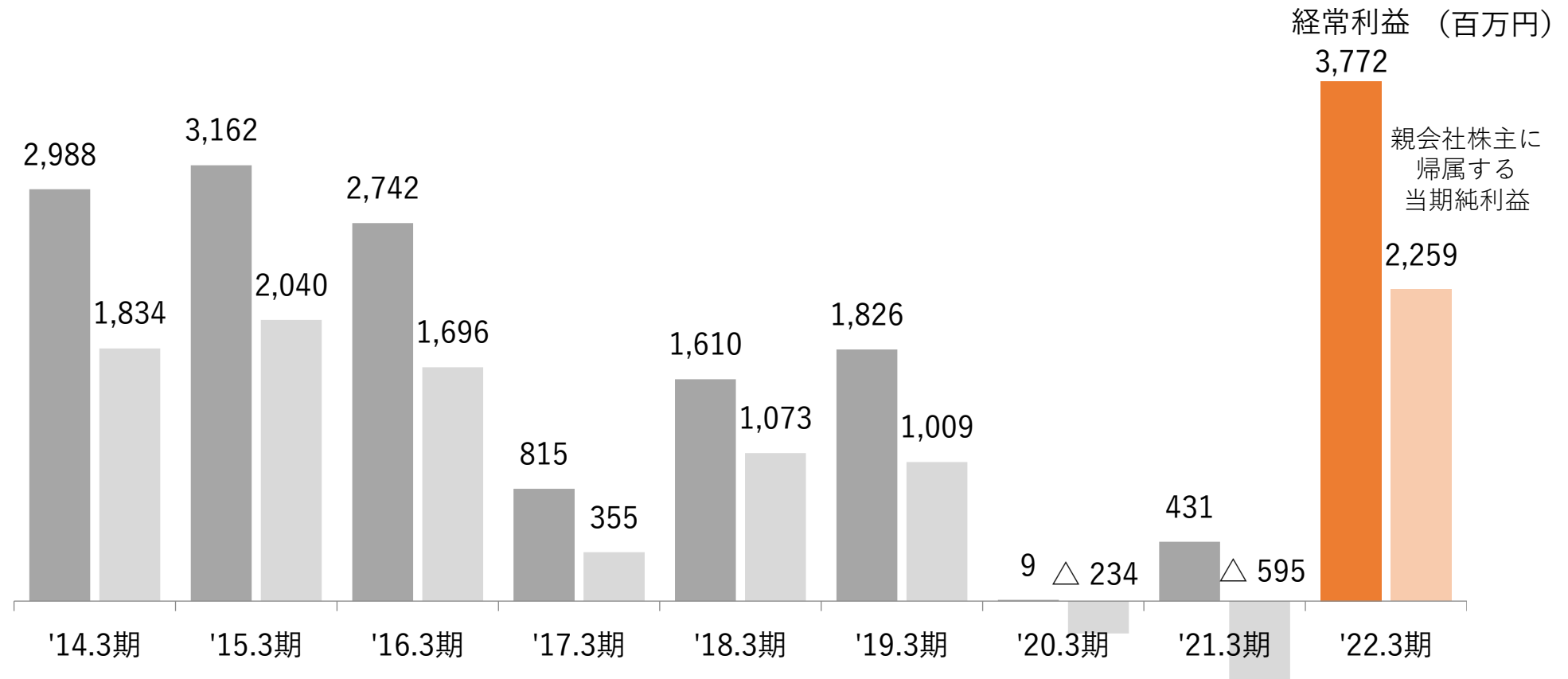
営業利益推移

個人買取が好調に推移し売上高が増加、経費コントロール等により営業利益が過去最高



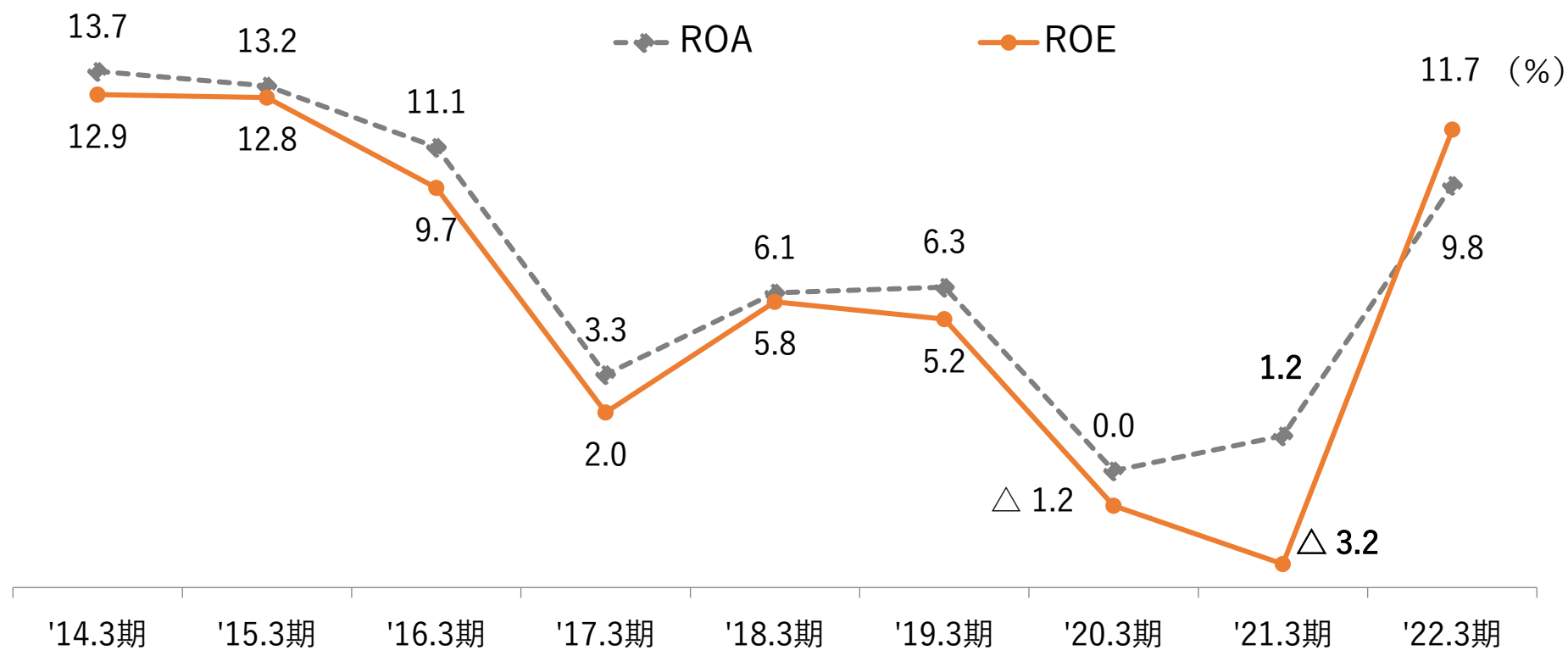
経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益推移

経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益とも過去最高



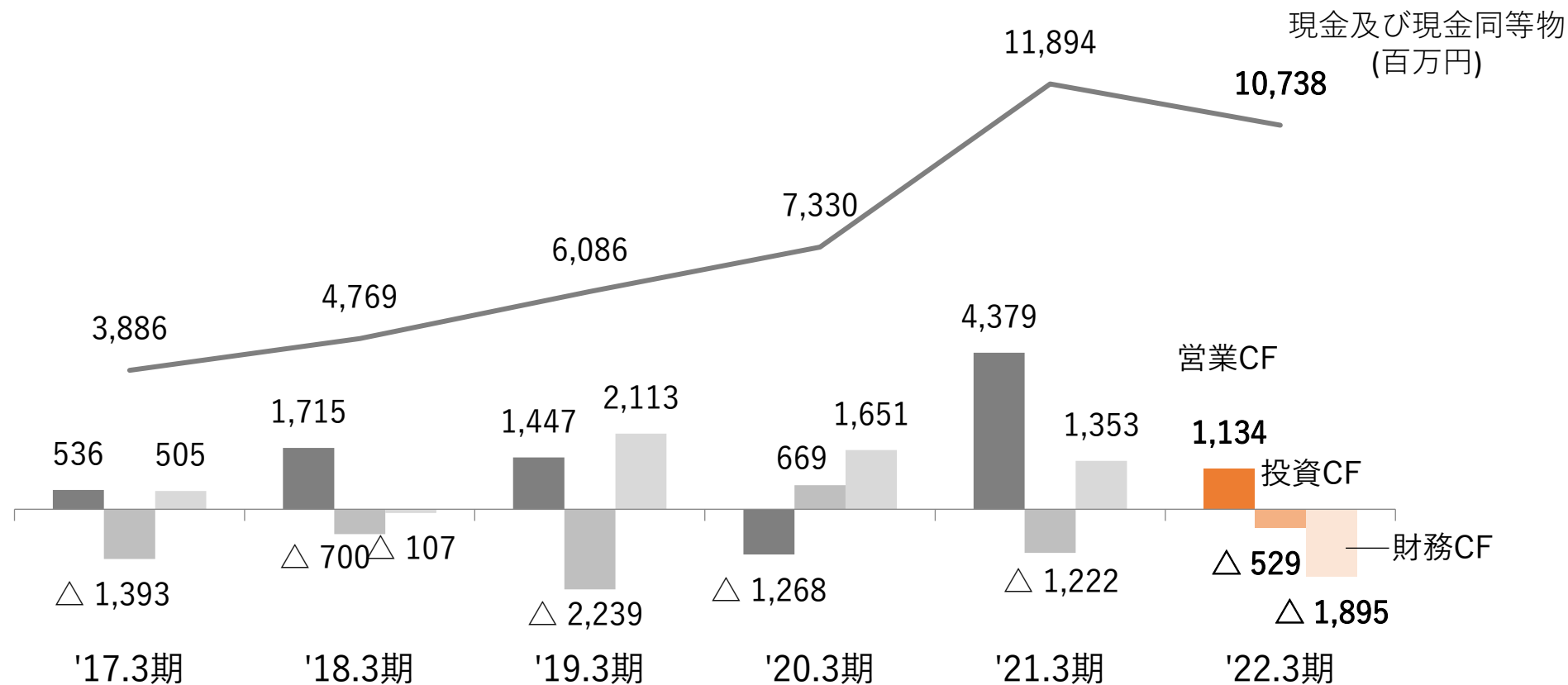
ROA・ROE推移

営業利益率の改善により、ROEが二桁に回復



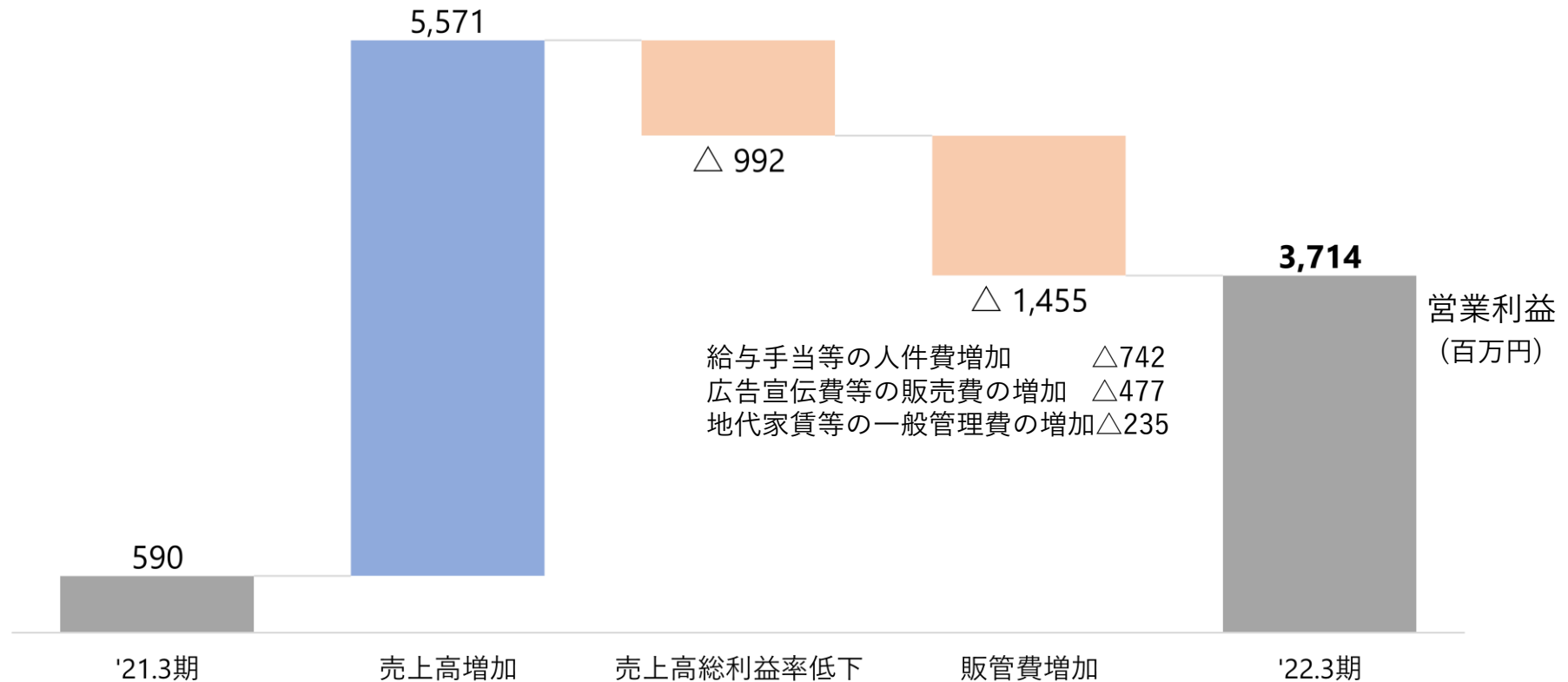
キャッシュフロー推移

借入金返済により財務CFがマイナスになり、現金及び現金同等物が減少



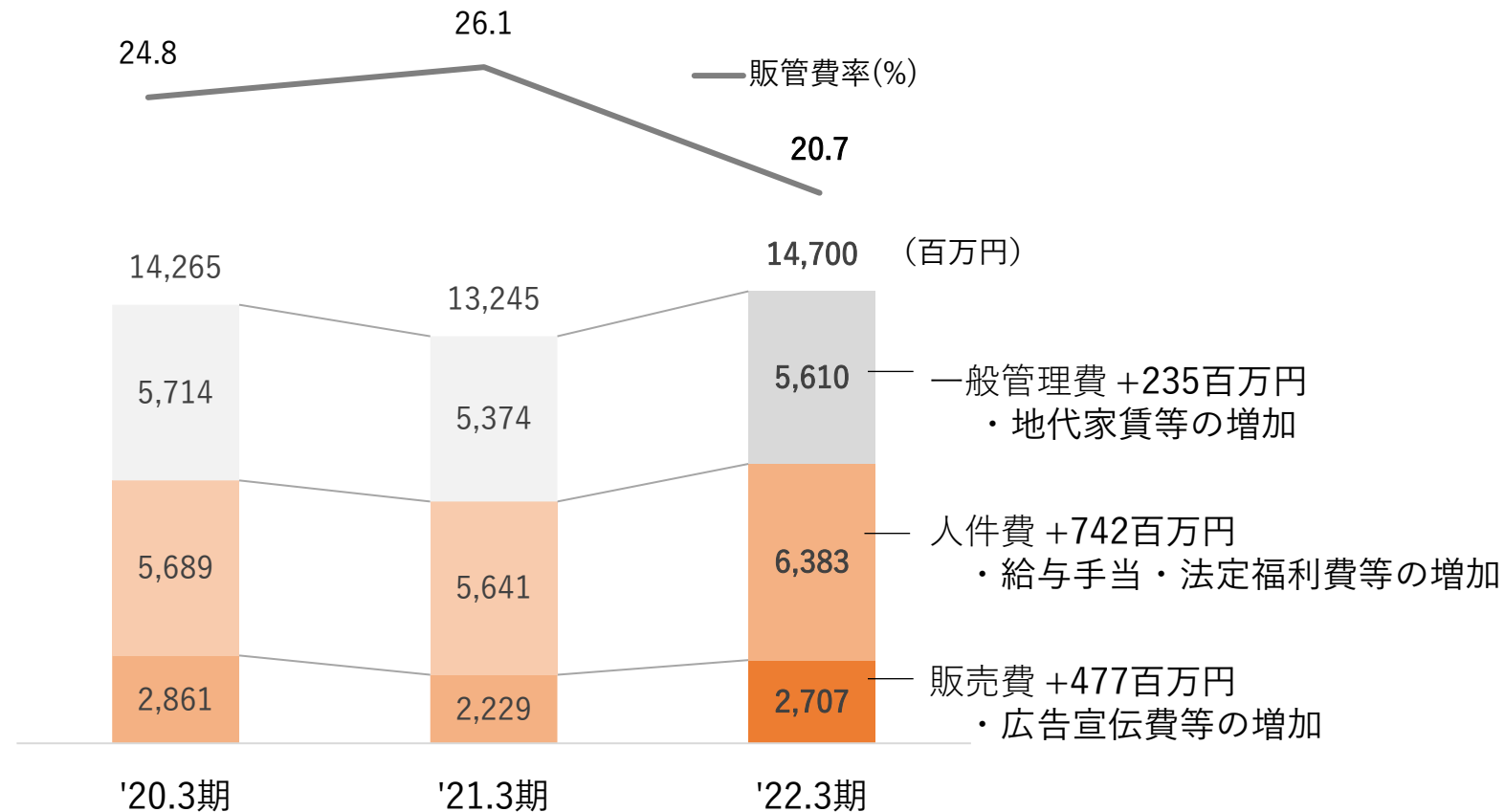
営業利益 増減要因

個人買取が好調に推移し売上高が増加、経費コントロール等により営業利益は大幅増益



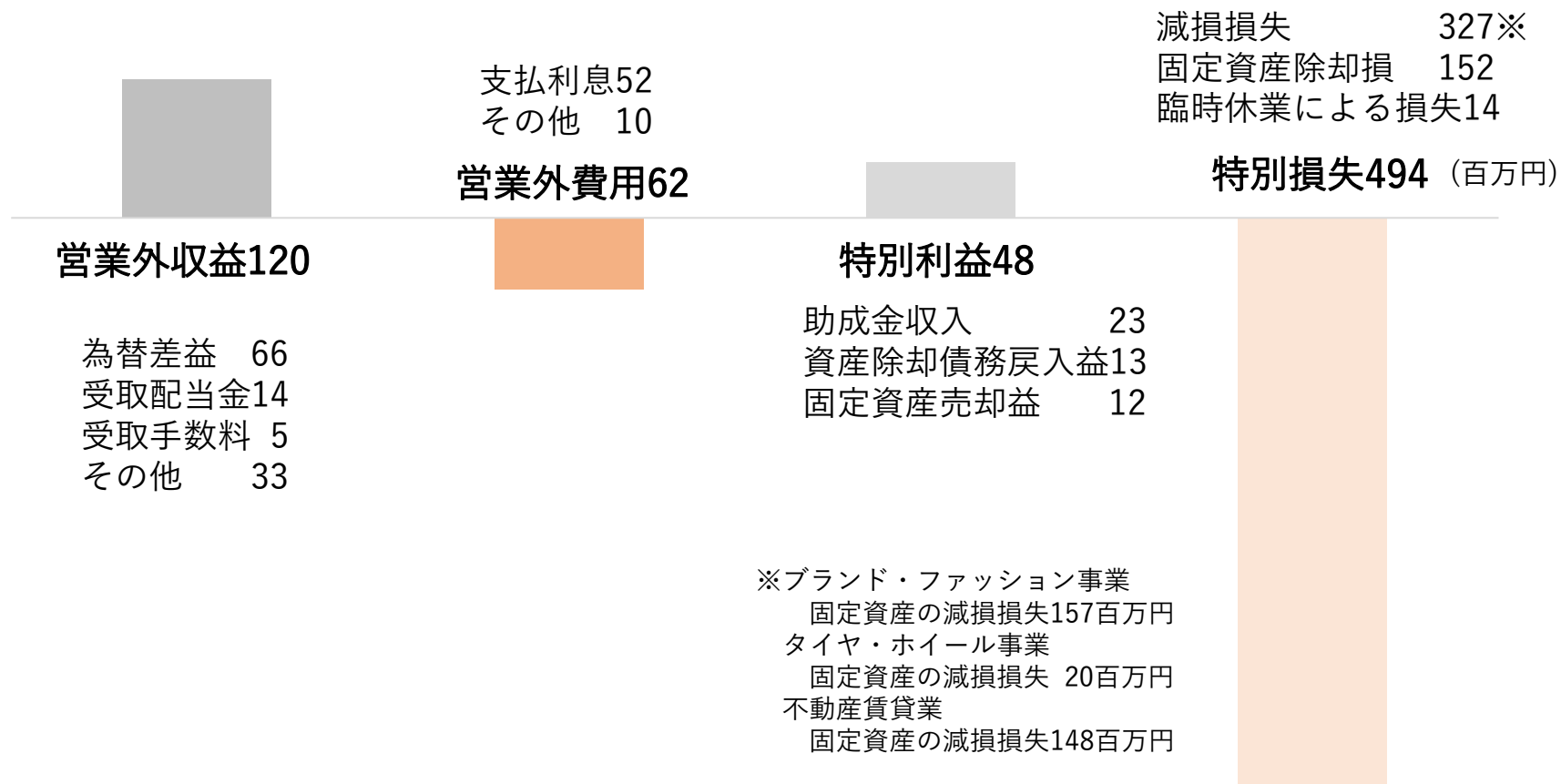
販売費及び一般管理費の推移

効率重視の広告宣伝等により、販売費及び一般管理費比率低下



※「収益認識に関する会計基準」適用後の今期数値と適用前の前年同期・前々年同期数値を比較しております。
なお、「収益認識に関する会計基準」適用により'22.3期は販管費が280百万円減少しております。

営業外損益/特別損益



貸借対照表の概況

(百万円)	2021.3期	2022.3期	増減
流動資産	27,286	29,453	2,167
現金及び預金	10,538	9,080	△1,458
商品	12,649	15,277	+2,627
その他	4,097	5,096	+999
固定資産	10,116	10,213	+97
総資産	37,402	39,667	2,265
負債	18,955	18,966	10
有利子負債	14,746	13,519	△1,226
その他	4,209	5,446	1,237
純資産	18,446	20,700	+2,254
負債・純資産合計	37,402	39,667	2,265

→借入金返済により減少

→個人買取好調により、商品が増加

→手元現金の正常化により借入金減少

→利益剰余金の増加等

事業セグメント別の概況

ブランド・ファッション事業は個人買取及び法人向けオークションの好調
タイヤ・ホイール事業は夏・冬タイヤの販売も好調により、両事業ともに増収増益

	(百万円)	1Q	前年 同期比※	2Q	前年 同期比※	3Q	前年 同期比 ※	4Q	前年 同期比※	'22.3期 累計	前年 同期比※
ブランド・ ファッション	売上高	13,277	186.0%	15,662	128.8%	17,450	129.6%	20,297	146.5%	66,688	143.1%
	営業利益	472	—	569	—	1,129	146.5%	1,083	185.5%	3,254	670.3%
	営業 利益率	3.6%	+15.1pt	3.6%	+4.0pt	6.5%	+0.8pt	5.3%	+1.1pt	4.9%	+3.9pt
タイヤ・ ホイール	売上高	864	121.5%	790	101.3%	1,766	106.9%	961	106.6%	4,382	108.3%
	営業利益 又は 営業損失(△)	△20	—	△35	—	230	110.8%	△26	—	147	376.3%
	営業 利益率	—	—	—	—	13.0%	+0.4pt	—	—	3.4%	+2.4pt
不動産 賃貸	売上高	84	513.1%	84	424.0%	84	98.7%	80	97.7%	334	163.2%
	営業利益	25	—	25	—	26	106.7%	23	91.5%	101	221.5%
	営業 利益率	29.8%	+50.9pt	30.2%	+39.8pt	31.4%	+2.3pt	29.6%	△2.0pt	30.2%	7.9pt

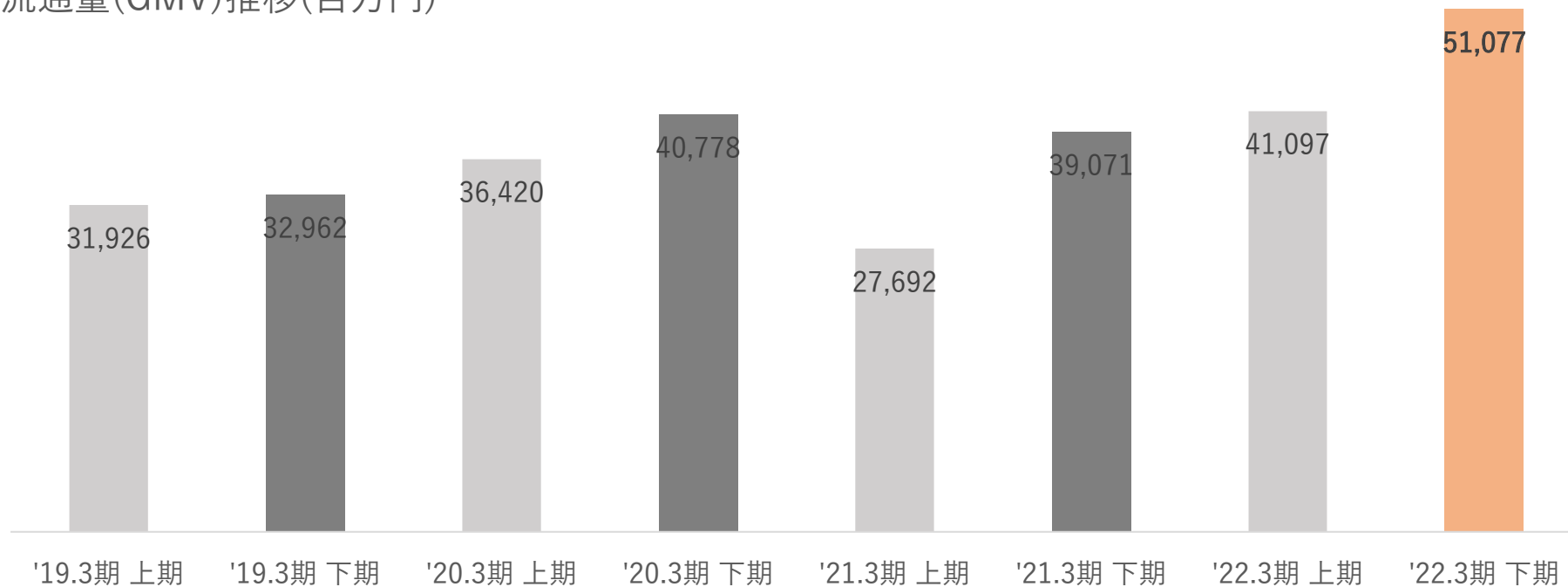
※「収益認識に関する会計基準」適用後の今期数値と適用前の前期数値を比較しております。

なお、「収益認識に関する会計基準」適用により'22.3期のブランド・ファッション事業は売上高が319百万円減少しております。

総流通量 (GMV)

当社のビジネス規模を示すGMVが、リレーユースの推進を示す指標
GMVの成長は、事業の成長と収益性の向上につながる

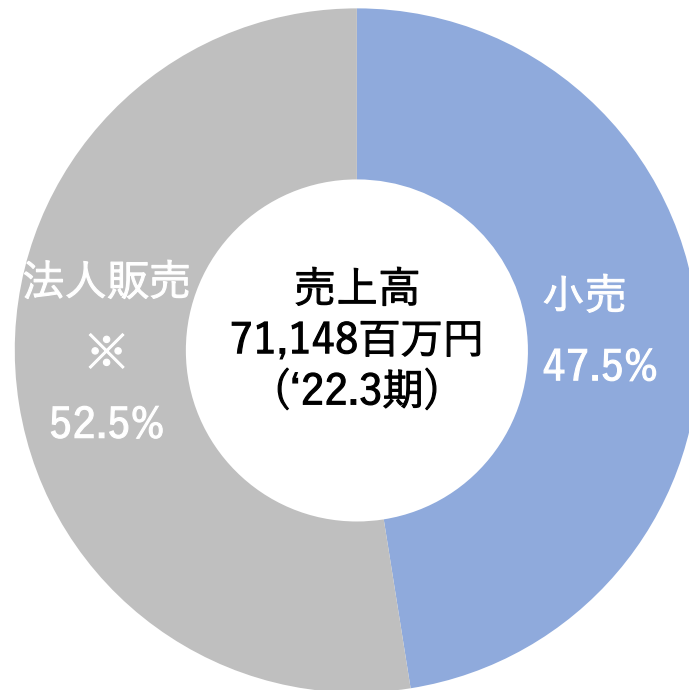
総流通量(GMV)推移(百万円)



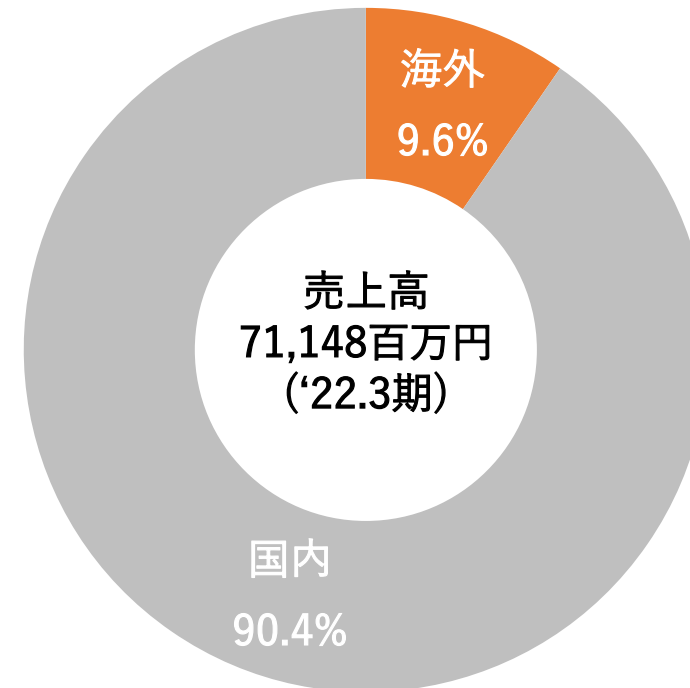
GMVは、連結売上高をベースにグループ会社のオークションでの売上高や出来高等を加算減算して簡便的に算出しております。

連結売上高の内訳（小売・海外）

小売と法人販売のハイブリットにより、グループ全体でバランスが取れている
海外は構成比10%程度を維持しており堅調に推移



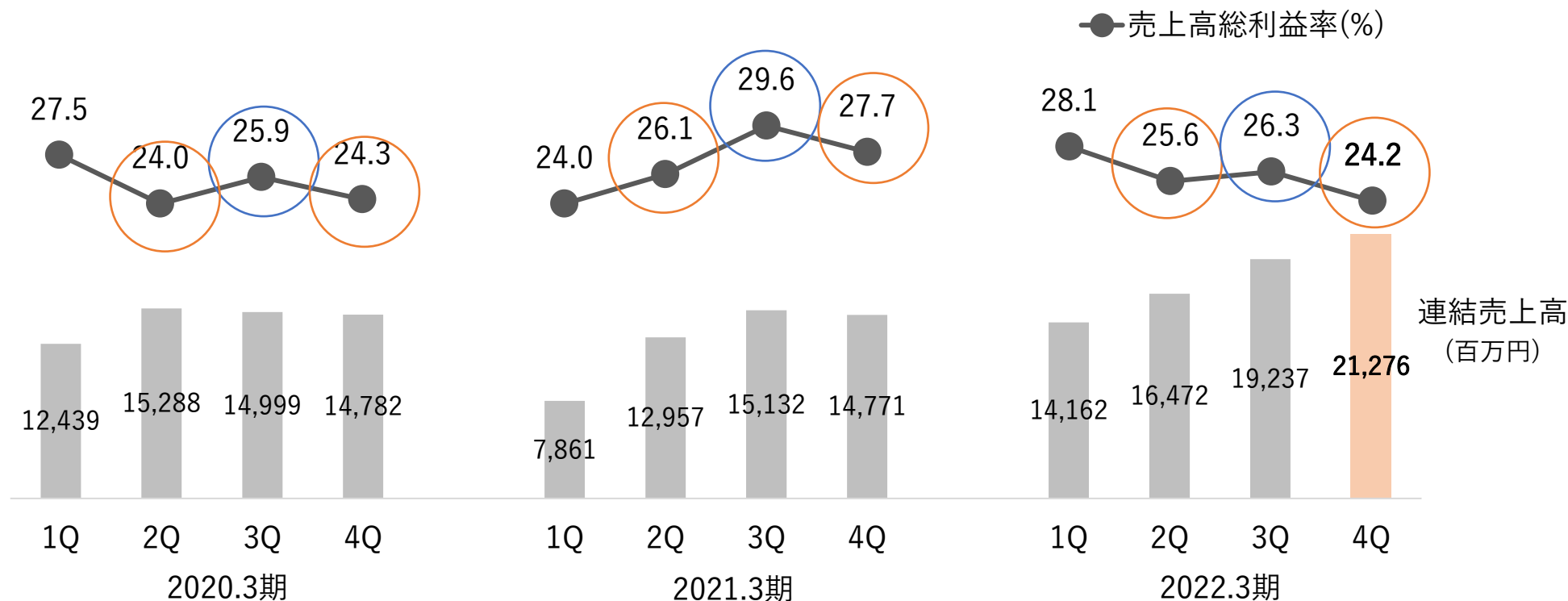
※「法人販売」にはオークション手数料が含まれております。



※「海外」には国内の免税販売等は含まれておりません。

連結売上高と売上高総利益率の推移

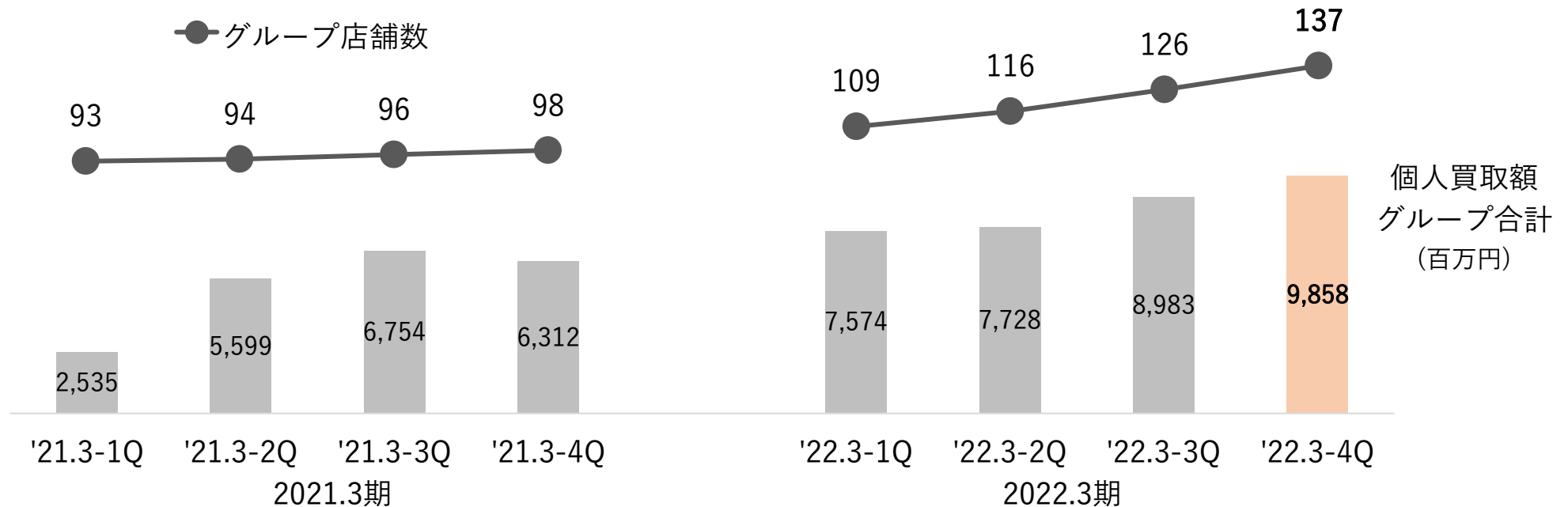
第4Qは金相場高騰等により、売上高総利益率の低位な法人販売が大幅に増加



売上高総利益率の季節変動要因として、年末商戦で小売構成比が高まる第3四半期は上昇しやすく、第2四半期と第4四半期は在庫の見直しのため下降する傾向

個人買取額（グループ合計）

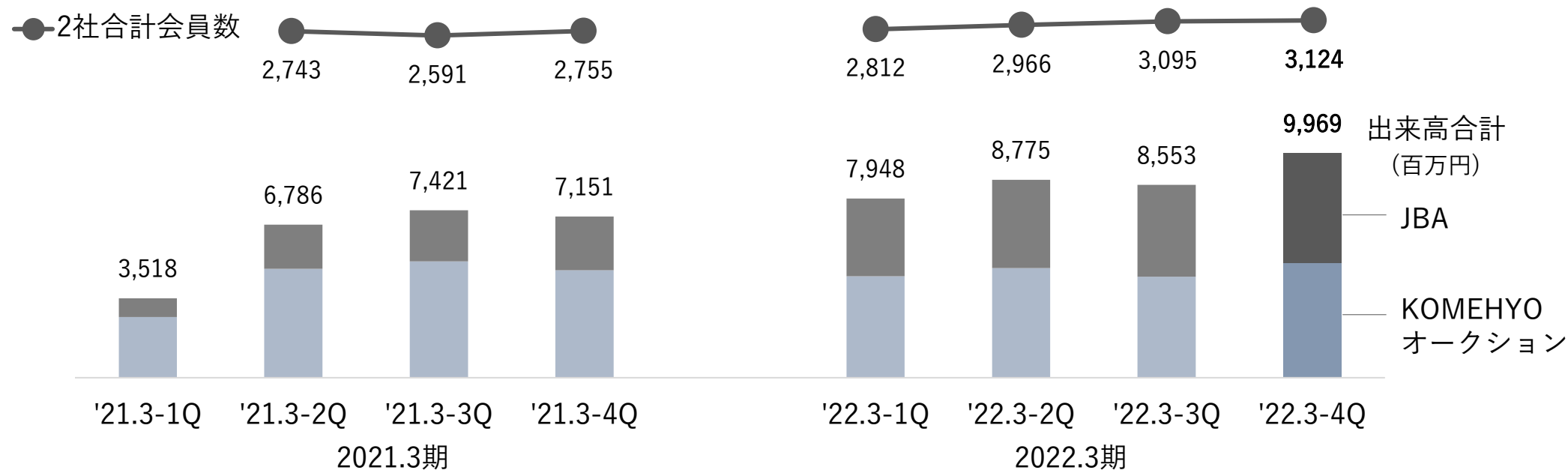
KOMEHYOの買取専門店出店・イベント買取「KAITORI GO」開催とお客様お一人当たりの買取金額の上昇等により個人買取が好調。特に金製品・時計の買取額が大幅に増加



※個人買取額は以下の経路により個人のお客様から買取した金額です。
 ・店舗買取 ・出張買取 ・イベント買取(KOMEHYOのみ) ・宅配買取(KOMEHYOのみ)

法人向けオークションの出来高

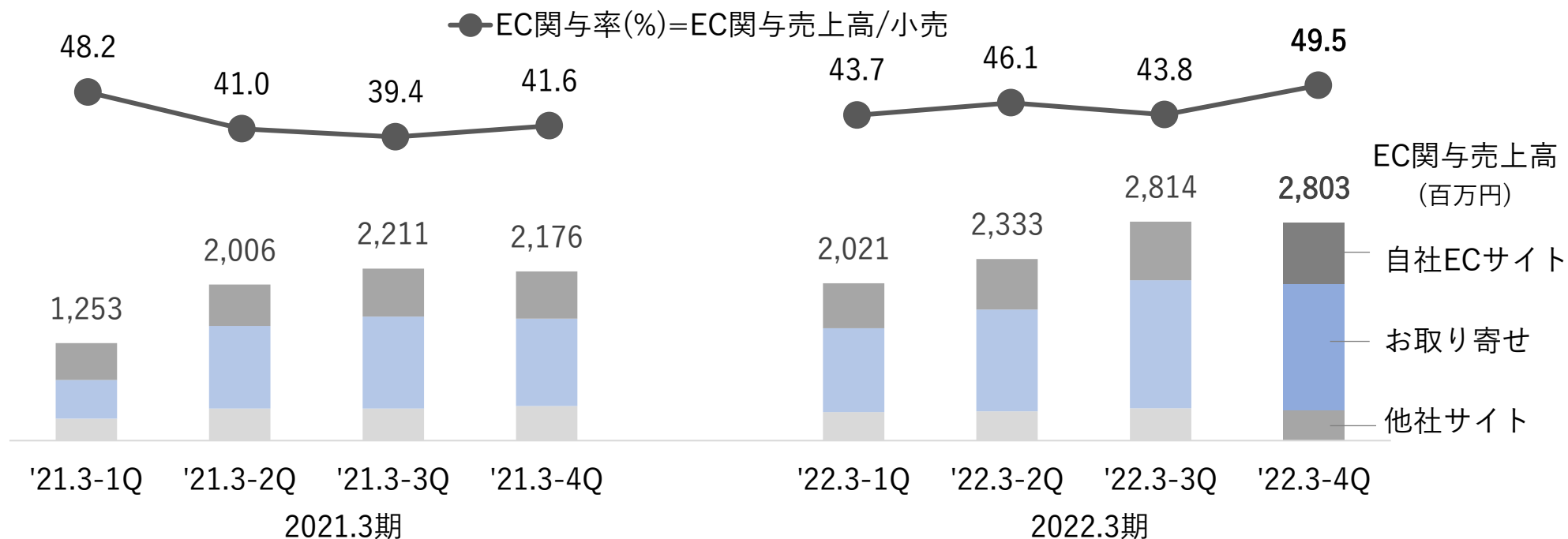
会員企業数の増加等により、JBAオークション（特に金沢でのリアルオークション）が引き続き好調。法人オークションの合計出来高は前期比で4割増加



※株式会社KOMEHYOオークション：オンライン入札
 ※株式会社K-ブランドオフ：日本ブランドオークション(JBA)東京ーリアル入札
 日本ブランドオークション(JBA)金沢ーリアル手競り
 JBAライブネットオークションーオンライン入札

EC関与売上高（コメ兵）

新型コロナの感染状況は落ち着きつつある中、ECを介するお買い物の習慣は定着
EC関与率は'21.3期42.7%から'22.3期46.6%と3.9pt上昇し、目標の50%が目前に



※自社ECサイト：KOMEHYO ONLINE STOREで直接クリックして購入、またはコンタクトセンターの電話接客を通じて購入
お取り寄せ：KOMEHYO ONLINE STOREでカタログのように商品を選び、近くのKOMEHYO店舗で実際に商品を確認してから購入
他社サイト：他社が運営する通販サイトに出品しているKOMEHYOで購入

1. 2022年3月期 業績
2. 2022年3月期 取り組み
3. 中期経営計画
4. 株主還元
5. 会社概要

店舗展開：グループ全店137店舗（2022年3月現在）

	ブランド・ファッション事業					タイヤ・ホイール事業	
	KOMEHYO	LINKSMILE by KOMEHYO USED MARKET by KOMEHYO	BRAND OFF TOKYO	Shellman Since 1971	WORM	Craft	U-ICHIBAN
旗艦店	5	—	2	1	—	—	—
販売店	—	2	—	6	2	—	—
買取併設店	12	6	2	—	—	10	4
買取専門店	59	—	10(うちFC2)	—	—	—	—
海外	5	—	11	—	—	—	—
合計	81	8	25	7	2	10	4



通期累計出店実績（コメ兵/買取専門店）

KOMEHYOの買取専門店は年間32店舗を出店し、年間30店舗以上の出店目標を達成

西日本

- 1Q 博多阪急
イオンモール茨木
川西阪急
- 2Q 大丸須磨
イオンモール神戸北
- 3Q 松山三越

東日本

- 1Q ひばりが丘PARCO
さっぽろ東急百貨店
- 2Q コクーンシティ
まるひろ入間店
- 3Q まるひろ上尾店
ラゾーナ川崎プラザ
- 4Q ニッケコルトンプラザ
有明ガーデン
広尾
八木橋百貨店
新宿マルイ本館
たまプラーザ テラス
アトレ大森
赤羽スズラン通り

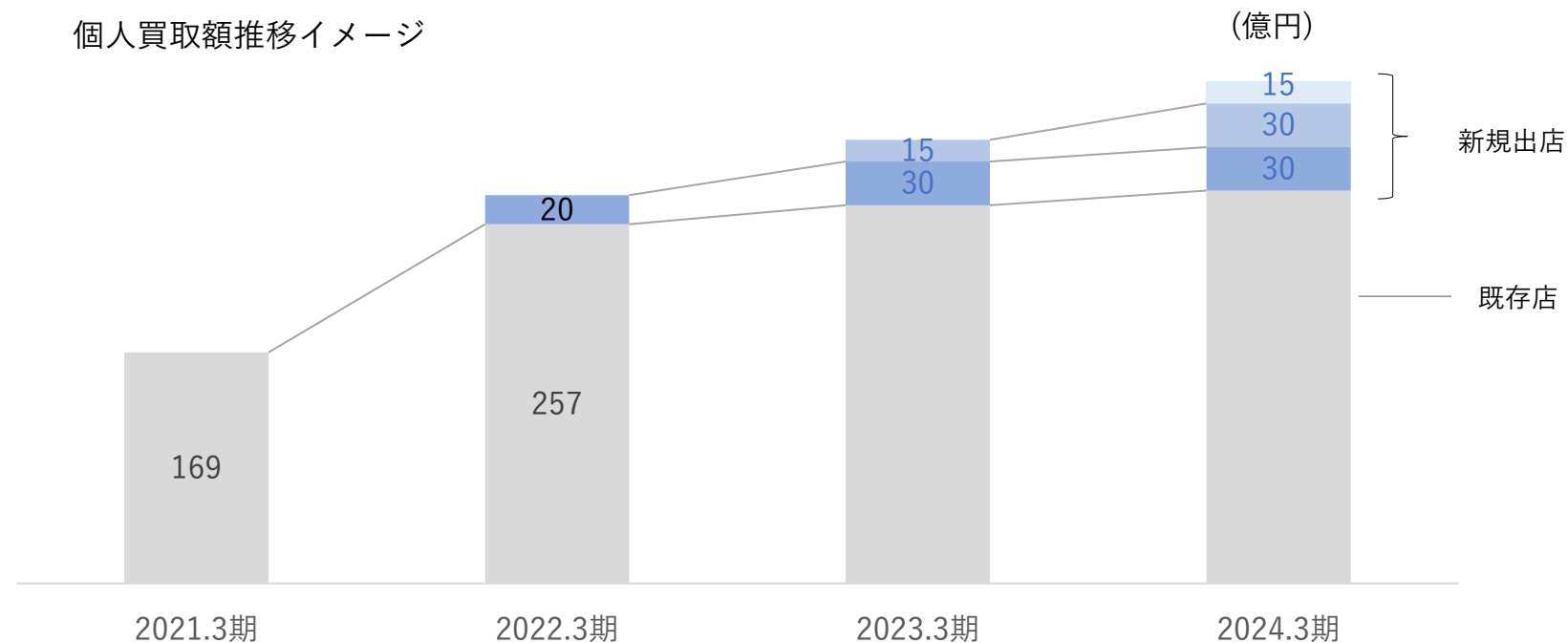
中 部

- 1Q イオンモール桑名
ヴェルサウォーク西尾
イオンモール熱田
- 2Q 一社
豊橋カルミア
- 3Q 則武新町
アズパーク
アスティ高蔵寺
栄森の地下街
イオンモール三好
- 4Q J R 岐阜駅南
mozoワンダーシティ

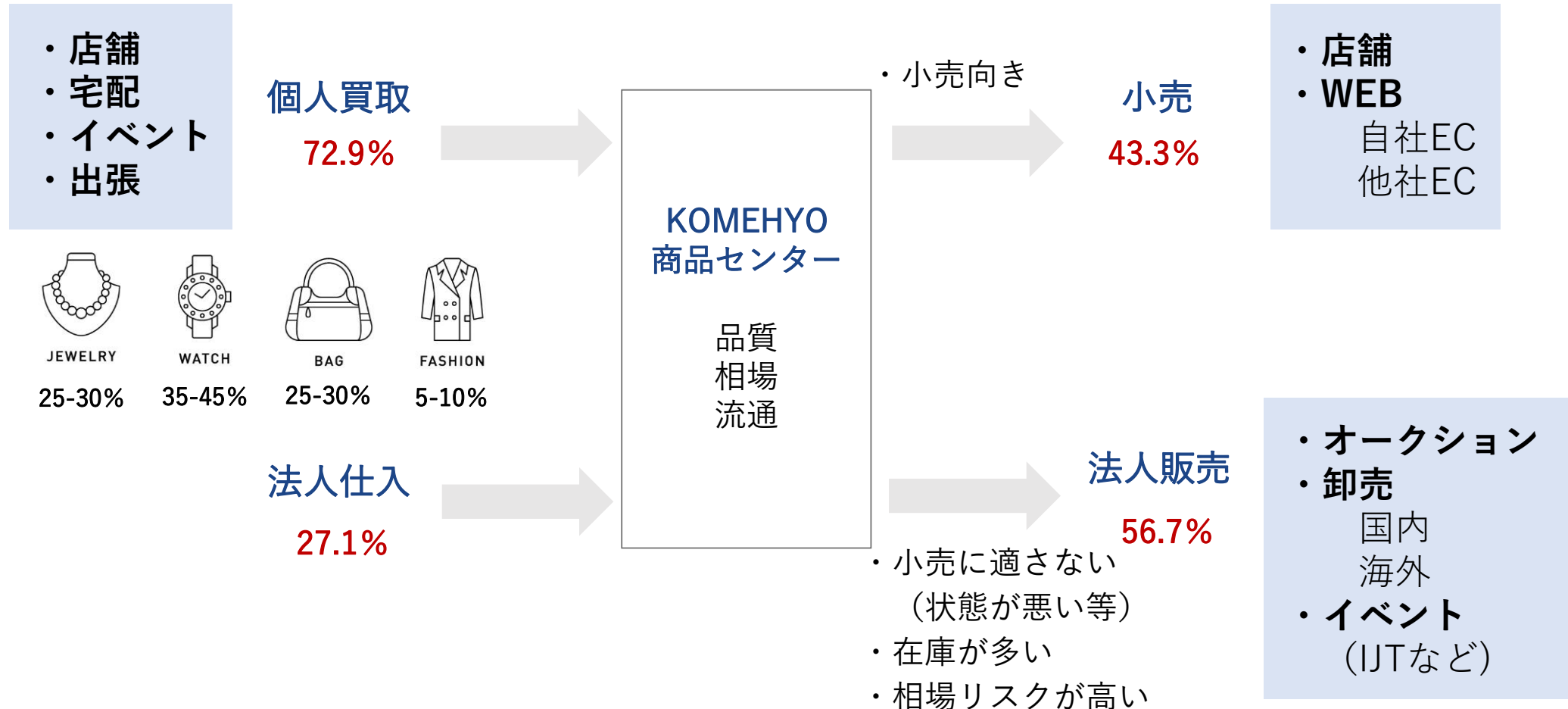
※下線ありの店舗は、買取イベント「KAITORI GO」から常設店につながった買取専門店です。

買取専門店の出店効果イメージ（コメ兵）

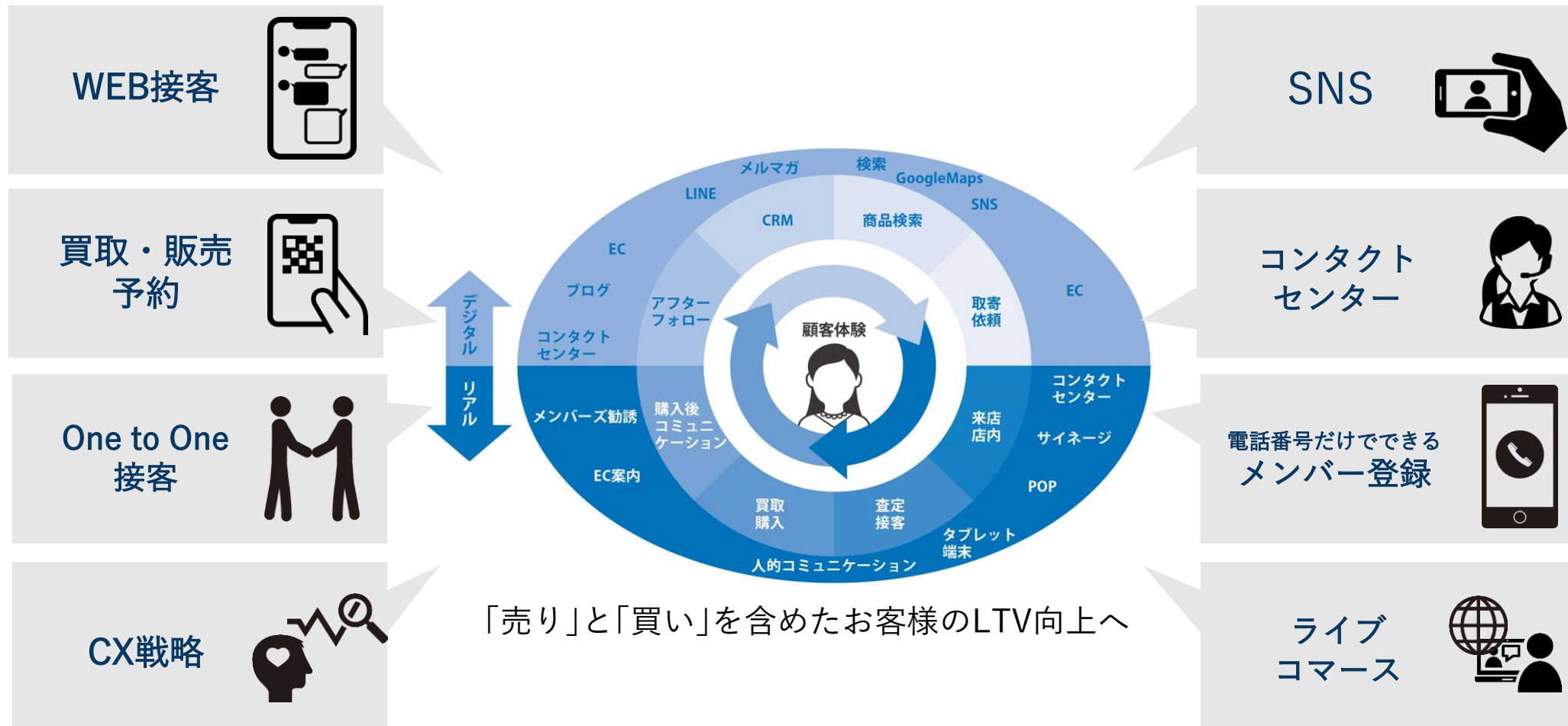
前期よりお客様の生活導線上に1年間で30店舗以上、3年間で100店舗の買取専門店を出店
1店舗で個人買取額年間1億円を目標とし、年間30億円(期中15億円)を積み増す計画



商品振り分けイメージ (コメ兵)

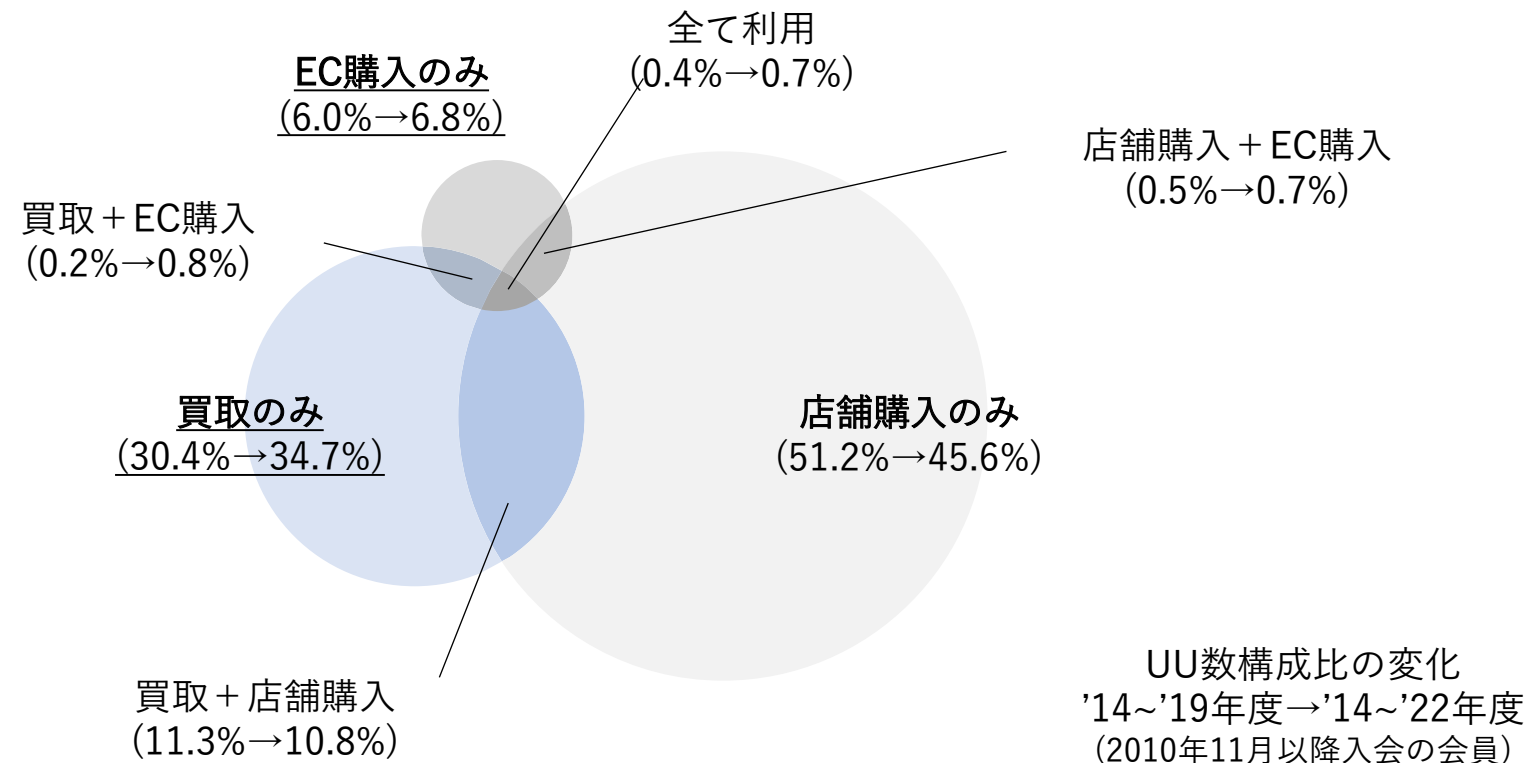


前期から継続して取り組むOMOの強化（コメ兵）



メンバーズ会員のご利用状況(コメ兵)

「店舗購入のみ」「買取のみ」利用の会員が大多数ではあるが、重複利用の方も存在
OMO戦略と買取専門店出店で「EC購入のみ」「買取のみ」の構成比が高まっている



銀座エリアでの店舗展開

小売り強化において銀座は重要なエリア。グループで店舗展開し、お客様との接点を広げる



今後の動き

2022年6月下旬まで

KOMEHYO GINZA LIMITED
(お取り寄せサービスと買取)

9月上旬

KOMEHYO GINZA PLUS
(お取り寄せサービスと買取)

10月上旬

BRAND OFF 銀座本店移転
(販売・買取・質)

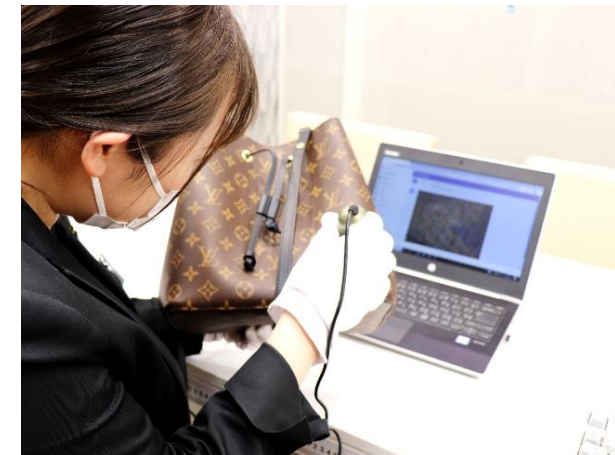
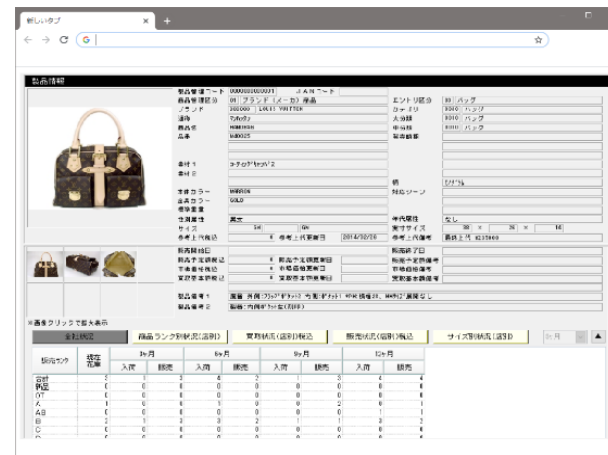
11月下旬

KOMEHYO 銀座店 (仮)
(販売・買取)

AIによる真贋判定・型番判定

KOMEHYO全買取専門店に導入完了し、K-ブランドオフの買取専門店(FC)にも展開
今後、LINK SMILE by KOMEHYO や 買取イベント「KAITORI GO」に導入予定

- ・ お客様とのコミュニケーション向上
- ・ 偽物の流通排除
- ・ 鑑定士の育成時間短縮
- ・ グローバル展開
- ・ FC展開



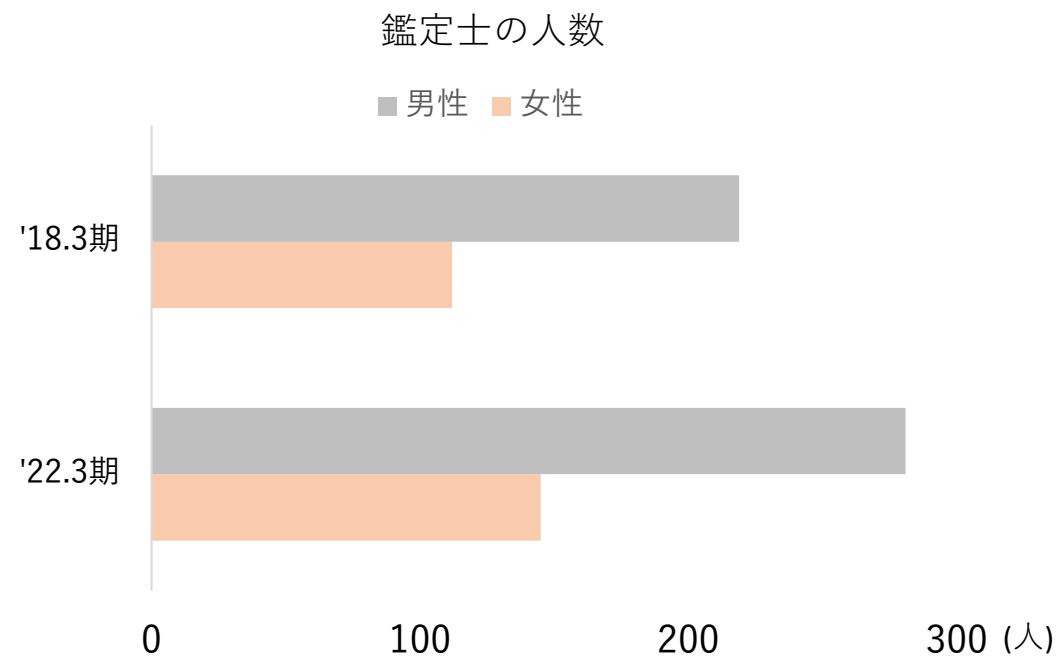
人的資本経営（コメ兵）

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・顧客とのつながり等)は多岐にわたり、人材の育成と定着につながる取り組みが重要



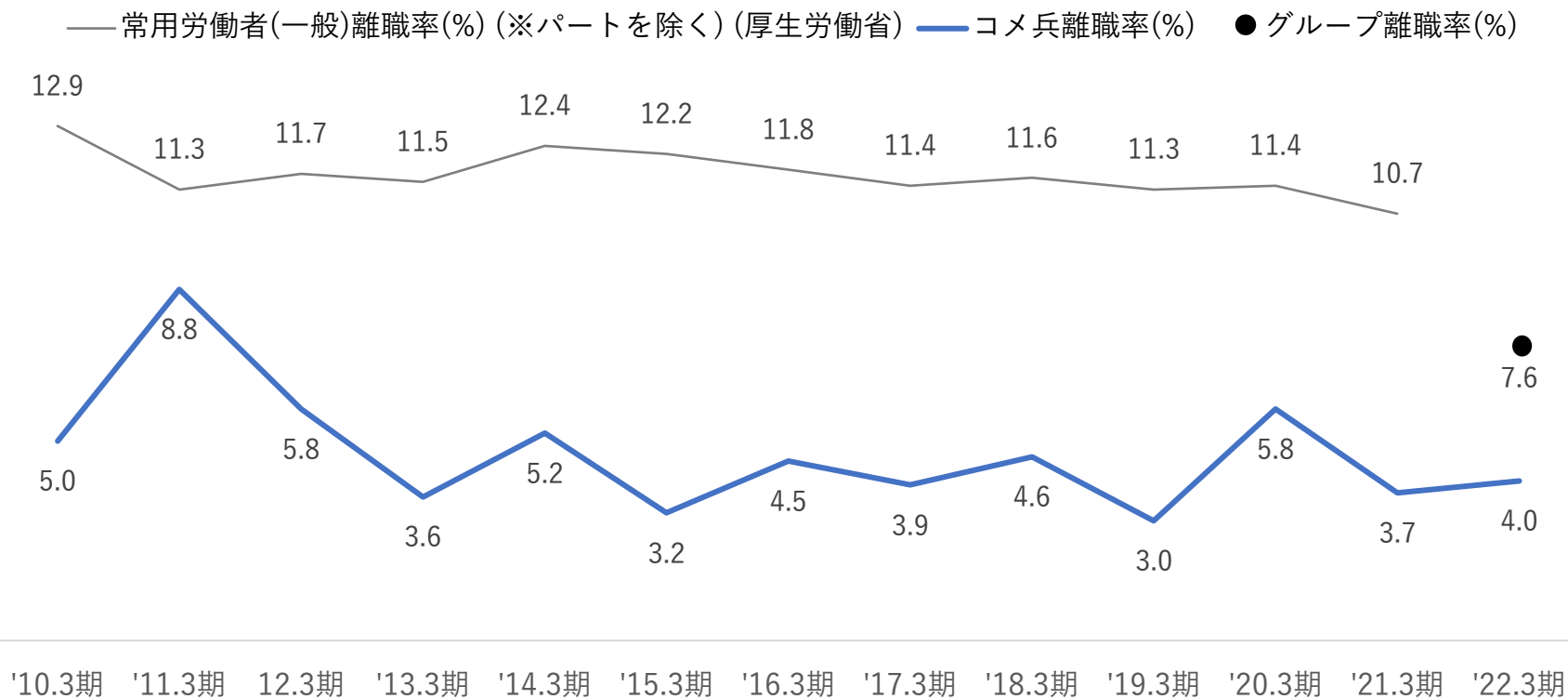
人材育成（コメ兵）

教育の体系化により鑑定士が順調に増加
国内84店舗のうち、女性の店長・副店長は18店舗に拡大





人材定着度

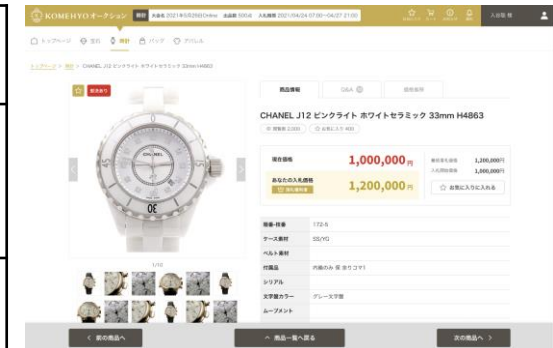
社員の離職率は低位で推移しており、人材の定着度が高い
ノウハウの蓄積ができ、安定的な成長の礎に



法人向けオークション開催形式

KOMEHYOオークションとJBAで、エリア・開催日・開催形式等を補完している

		開催形式
 <p>それでは、いい商いを。 KOMEHYO オークション</p>	宝石/時計/ バッグ	オンライン(競り上がり方式) 月2回
	アパレル	オンライン(競り上がり方式) 月1回
 <p>JBA Japan Brand Auction (K-ブランドオフ)</p>	JBA金沢	リアル月1回
	JBA東京	リアル(入札方式) 月1回
	JBAライブ ネット	オンライン (競り上がり方式) 毎週月・木



法人向けオークション (KOMEHYOオークション)

会員向けサイトを「入札方式」から「競り上がり方式」にリニューアル
会員様の利便性を高め、より魅力的なプラットフォームへ



- ①「競り上がり方式」により
価格決定プロセスが見える化
- ②カート機能を利用した「一括入札」
により入札を効率化
- ③「絞り込み」や「こだわり条件」の
検索でお目当ての商品がすぐ見つかる
- ④「即決落札」を設定すると、
現金化までのリードタイム短縮が可能

海外（米濱上海商貿有限公司（中国））

上海伊勢丹と上海高島屋の期間限定店舗を常設店へ、
LaLa stationにも新規出店して、KOMEHYO上海は3店舗体制に



上海伊勢丹



上海高島屋



LaLa station上海

タイヤ・ホイール事業

クラフトで夏用商材・冬用商材、サスペンション等のカスタム用品の販売に注力した上、4×4エンジニアリングサービスで新製品も発表し、増収増益



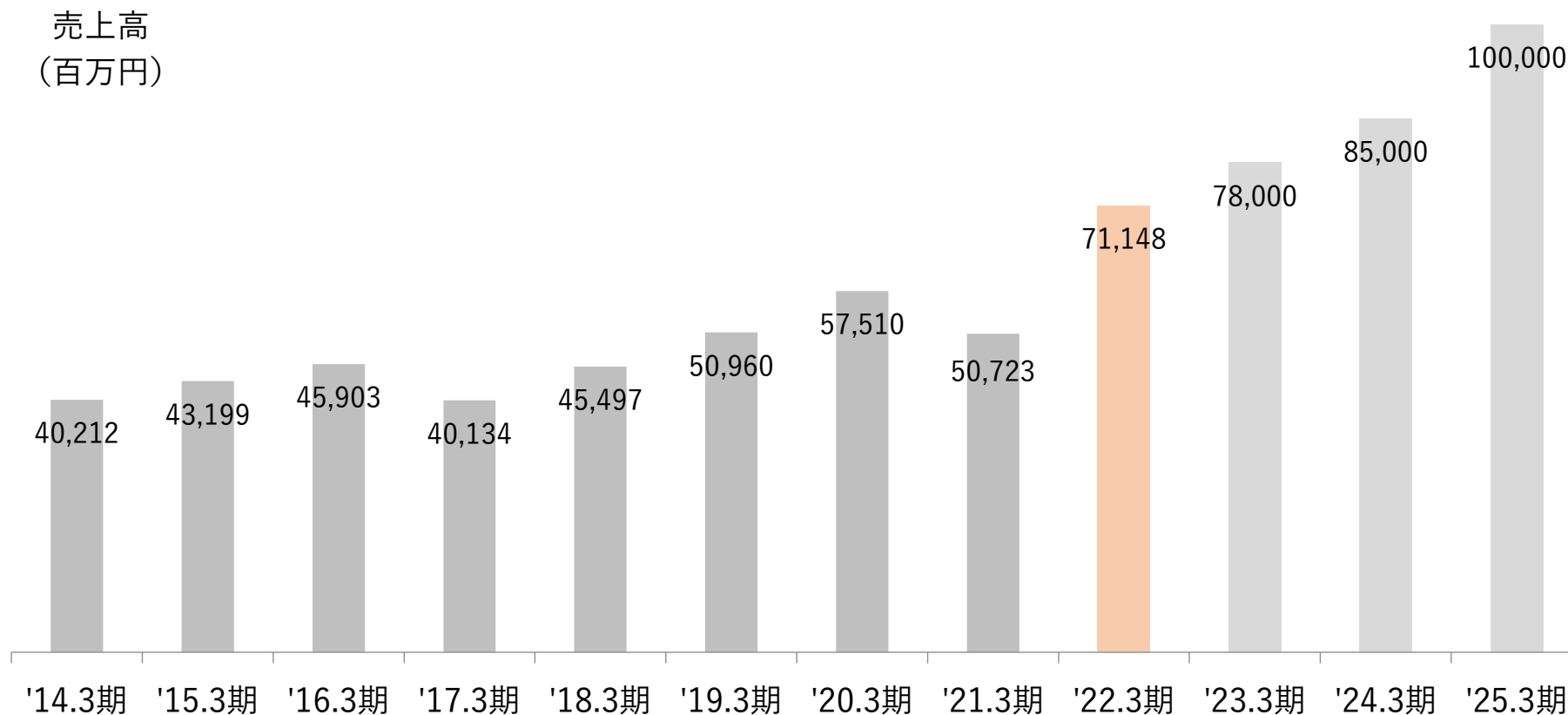
1. 2022年3月期 業績
2. 2022年3月期 取り組み
- 3. 中期経営計画**
4. 株主還元
5. 会社概要

中期経営目標(2025年3月期まで)

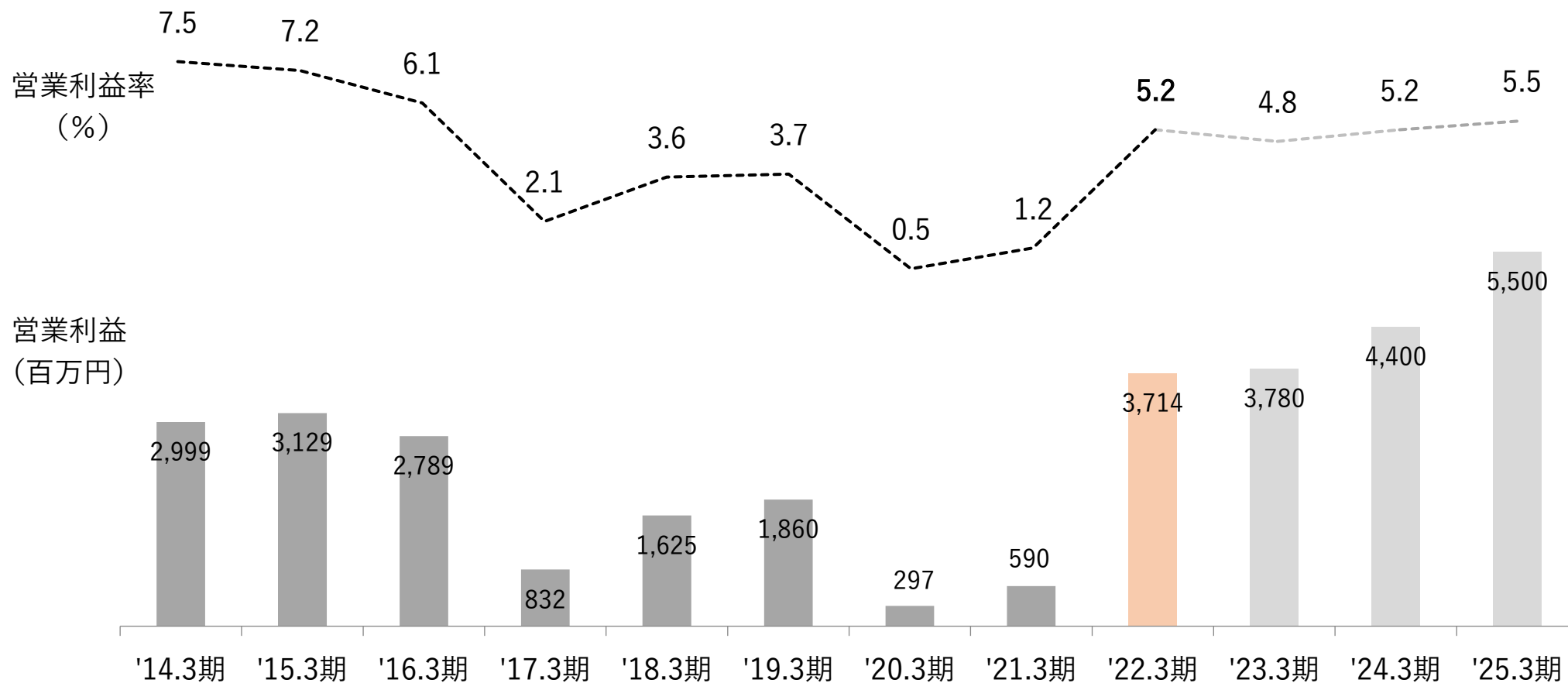
(百万円)	'23.3期		'24.3期	'25.3期※
	上期	通期	通期	通期
売上高	35,500	78,000	85,000	100,000
営業利益	1,160	3,780	4,400	5,500
営業利益率	3.3%	4.8%	5.2%	5.5%
経常利益	1,020	3,780	4,400	5,500
親会社株主に帰属 する当期純利益	700	2,450	2,850	3,450

※2025年3月期にはインバウンド需要が戻ることで、小売の上積みが見込めると想定

売上高 計画：安定的な増収を目指す

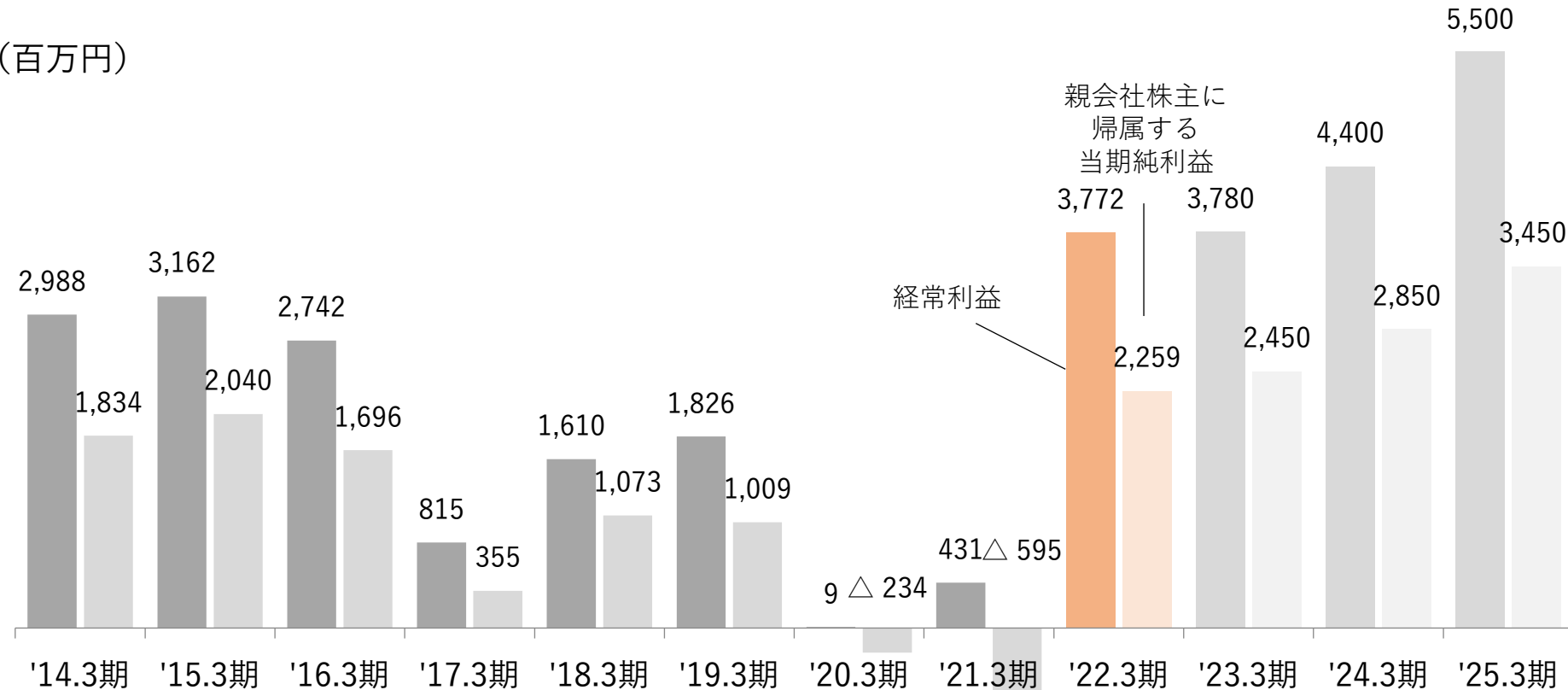


営業利益：安定的な増益を目指す



経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

(百万円)



※ 2022年2月に2022.3月期通期予想を上方修正

中期戦略：成長事業と人材開発への投資による継続的な事業拡大

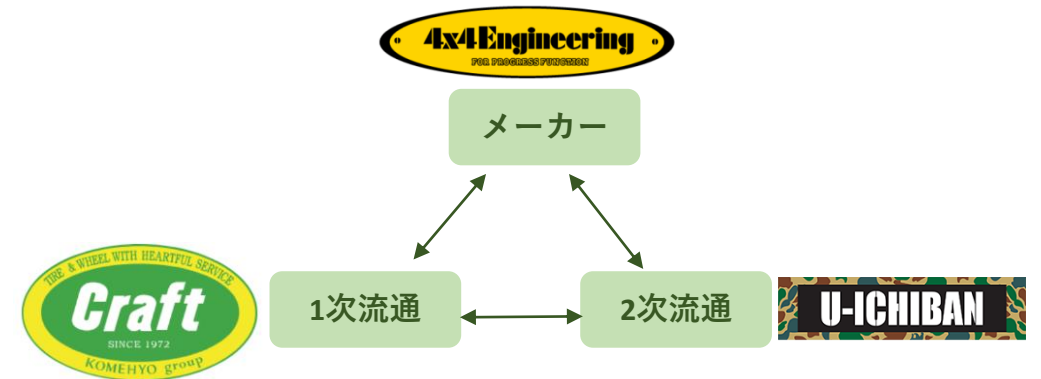
ブランド・ファッション事業

1. 従来からのコアビジネスでの成長
2. 中古品の流通に関与し、市場の活性化につなげるビジネスでの成長
3. 市場の成長に関与し、健全な市場の形成に寄与するビジネスでの成長

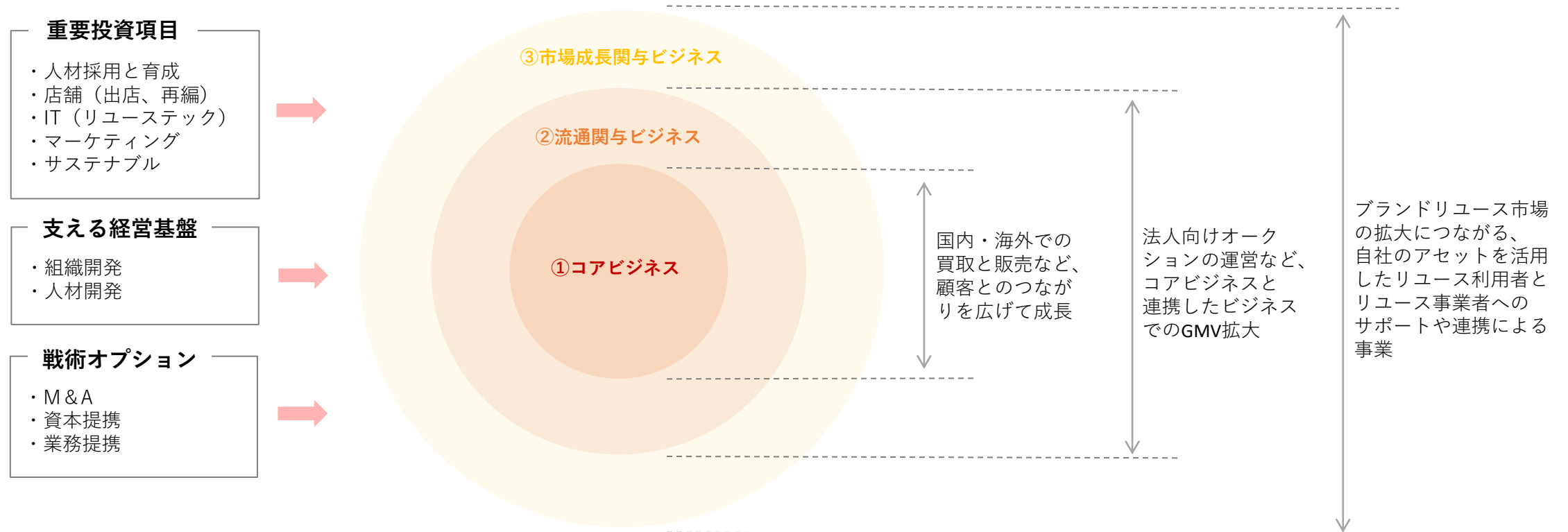


タイヤ・ホイール事業

1. 収益性の強化
2. 製品開発の強化
3. 親和性のあるビジネスやアイテムへのチャレンジ



ブランドリユース市場での成長イメージ



中期戦略 ブランド・ファッション事業

グループの資産を最大限活用し、リユース市場での影響力を拡大

1. 従来からの“コアビジネス”での成長

= 国内 =

- ・ 買取チャネルの増加（買取専門店出店の継続、アライアンスの強化）
- ・ デジタルを活用したシームレスな顧客接点づくりと、店舗再編による顧客体験価値の向上
- ・ アップサイクルによる中古品の価値向上

= 海外 =

- ・ 各拠点での新規出店等による買取・販売強化
- ・ 新規拠点の開発
- ・ 海外拠点間の商品流通網形成

写真上：買取センター アトレ大森
写真下：セントラルバンナー（タイ）



中期戦略 ブランド・ファッション事業

グループの資産を最大限活用し、リユース市場での影響力を拡大

2. 中古品の流通に関与し、“リユース市場の活性化につなげるビジネス”での成長

- ・ FC展開によるオークションへの出品数拡大（FCによる買取専門店100店舗出店）
- ・ 会員企業へのリユーステックやノウハウ・相場情報の提供
- ・ デジタルを活用し、国内外の新規会員企業を獲得



3. 国内外で市場の成長に関与し、“健全なリユース市場の形成に寄与するビジネス”での成長

- ・ SaaSによる、リユース関連ビジネスの成長をサポート
- ・ 人材や教育システムを活用した、新規参入企業等へのサポート
- ・ データベース（顧客データ、商品データ）を活用した、業務連携



写真上：ブランド買取専門店
BRAND OFF 高槻アクトアモーレ店
写真下：人材教育の様子（コメ兵）

中期戦略 タイヤ・ホイール事業

収益力を強化し、成長ドライバーへの投資による事業拡大

1. 3社連携による収益性の強化

- ・嗜好に合わせて編集した専門店強化と新規出店
- ・中古タイヤ・ホイールの仕入・販売強化と在庫コントロール
- ・人材投資による生産性の向上と専門性の強化

2. 製品開発への投資

- ・ブランド力を活かしたホイールや自動車部品の企画及び製造
- ・海外市場への商品供給強化
- ・国内外でのブランド力の維持、向上

3. 親和性のあるビジネスやアイテムへのチャレンジ

- ・中古車
- ・カー用品
- ・カーキャンプ用品

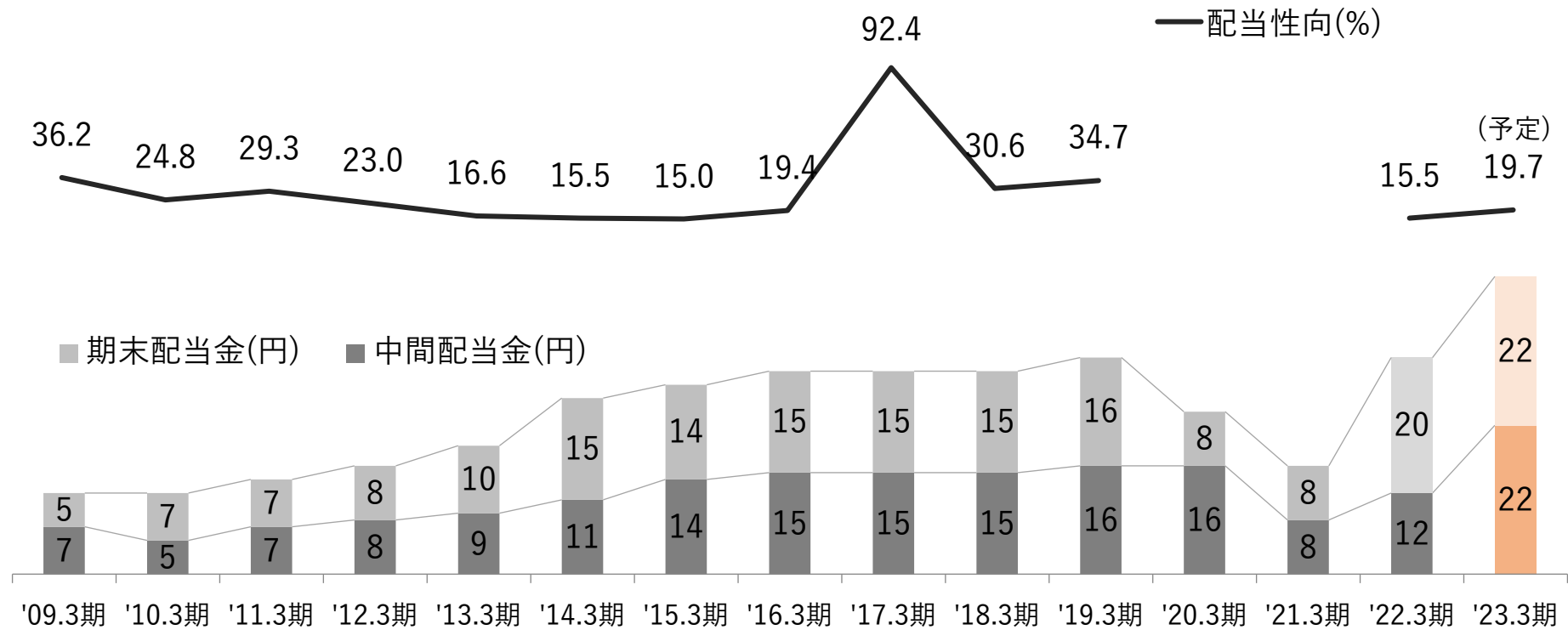


写真上：タイヤ・ホイール取り付け
写真下：取扱い商品の一例

1. 2022年3月期 業績
2. 2022年3月期 取り組み
3. 中期経営計画
- 4. 株主還元**
5. 会社概要

株主還元

収益やキャッシュフローの状況に応じて、安定的な増配を目指す



1. 2022年3月期 業績
2. 2022年3月期 取り組み
3. 中期経営計画
4. 株主還元
- 5. 会社概要**

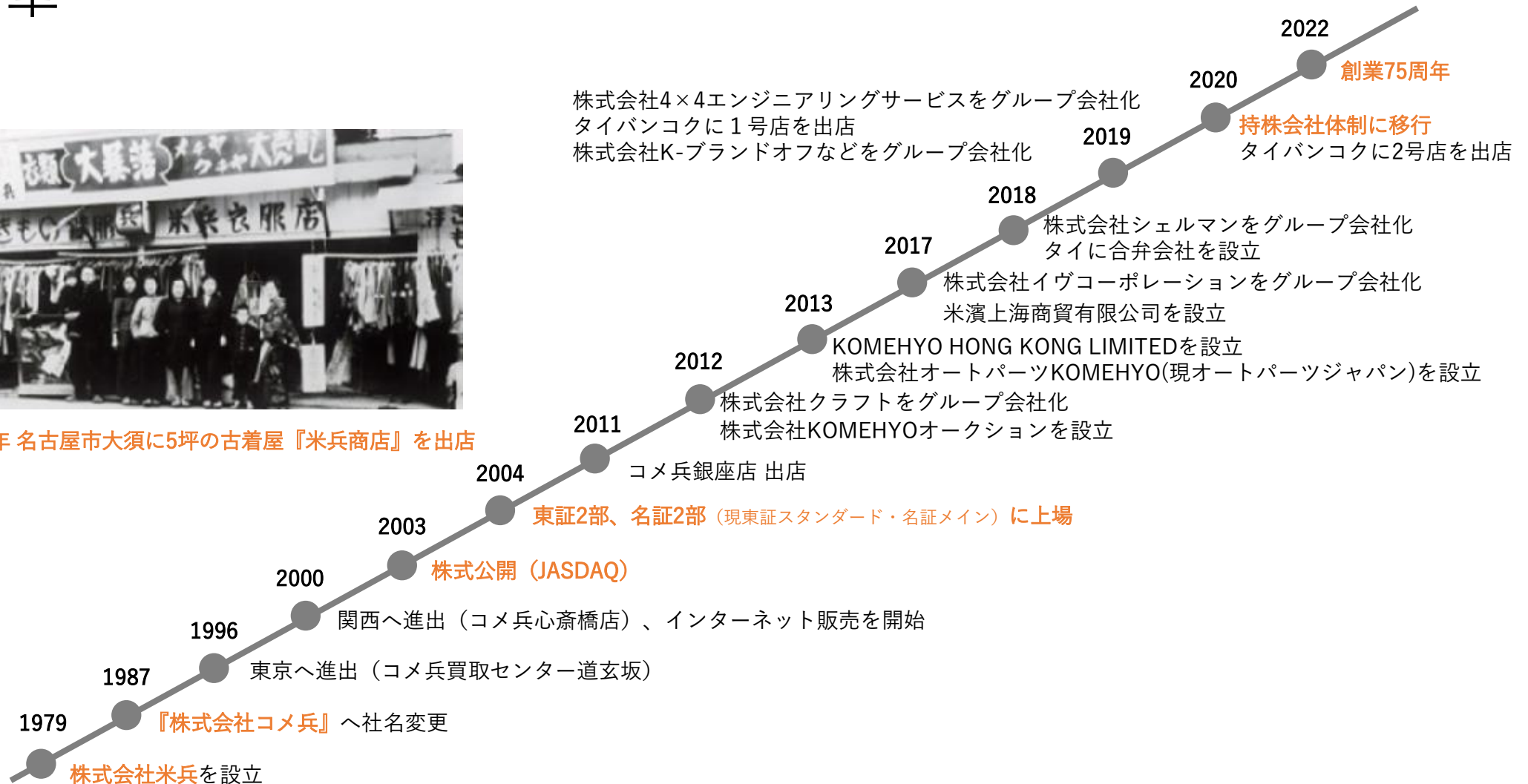
会社概要

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：967名 単体：11名（2022年3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）

沿革



1947年 名古屋市大須に5坪の古着屋『米兵商店』を出店



グループのミッション

コメ兵ホールディングスグループは、持続可能な循環型社会に必要な存在として、「人」「モノ」「社会」それぞれのつながりの中で中継点の役割を果たし、“良質”・“価値”を未来へつなげていく取り組みを行ってまいります。

存在意義
MISSION

つくる人に敬意をもち、つなぐ人に感謝し、手にする人に感動を提供することで、循環型社会の共感をつくっていきます。

目指す姿
VISION

リレーユースを「思想」から「文化」にする。

価値観
VALUE

聴くことで受けとめる
自ら動く

話すことを大切にする
変えることを恐れない

リユースから、リレーユースへ
その「価値」を
私たちは継いでいく。

メンテナンス、リメイク、編集、人とのつながり。

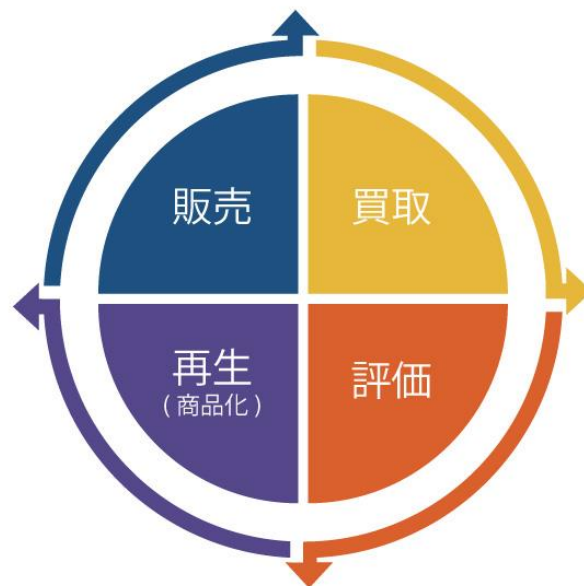
『リレーユース』は、リユースでありながら単にモノの価値を
ダウンサイクルするのではなく、価値を高めるアップサイクル
で伝承していくことが目的です。

持続可能な未来社会に向けた価値観が広がる中、
生産者や使用者をリスペクトし、その「想い」をリレーして
いくことで、サステナブルな社会形成に貢献していきます。



グループのマテリアリティ（重要課題）

『リレーユース』による価値の循環を実現するため「買取」「販売」「評価」「再生」の4項目に取り組み、「リユースの促進・成長」と「中古品の価値向上」の両立を目指す



Value Chain for RELAY USE

買取 リユースを社会の当たり前にする

販売 リユース市場のさらなる発展

評価 公正なサステナビリティの追求

再生 独自の技術力で価値を再生する

リユースの促進・成長

中古品の価値向上

リユースによって価値が循環するバリューチェーン

リユース市場のさらなる発展

新品、未使用品、リユース品といったものの多様性を活かし、良質なアイテムを提案し、リユース市場の発展に貢献

- リアル&デジタルコミュニケーションによるお客様との信頼関係構築
- BtoBオークションを通じたリユース市場の活性化
- Only Oneの価値をご提供
- 海外へのリユース文化伝承、高品質な中古品を世界へ
- 環境配慮型ショッピングバッグの導入
- 国内外のリユース顧客層の拡大



独自の技術力で価値を再生する

モノ本来の価値を理解し、社内で永年蓄積されたノウハウを活かして新しい価値を創り出す。

- 個性的で魅力のある商品の製造、発見
- ネクストヴィンテージ、ヴィンテージ、アンティーク
- ファッションアイテム、バッグ類、時計、宝石の修理
- 「世界の良質をつなぐ」商品編集
- 商品知識の向上
- 国内の商品品質基準を海外でも実現



リユースを社会の当たり前にする

「使わない→売る」を当たり前にする。大量生産・大量消費の社会構造から脱却するための教育推進と機会創出。

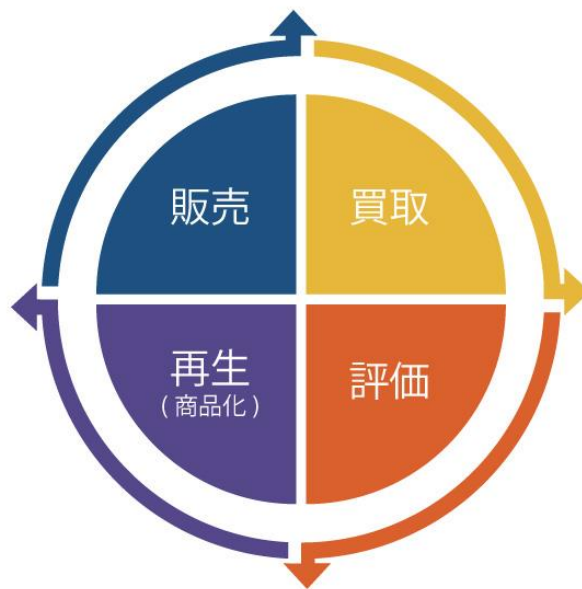
- モノをつなぐことが新たな価値を生み、幸せにつながる取り組み
- KAITORI GOの推進強化（異業種協業による機会創出）
- エンゲージメント強化
- 人から人へ、モノをつなぐ文化を日本から世界へ
- 気軽に、安心して買取りが利用できる環境づくり
- 関係省庁、関連団体との連携



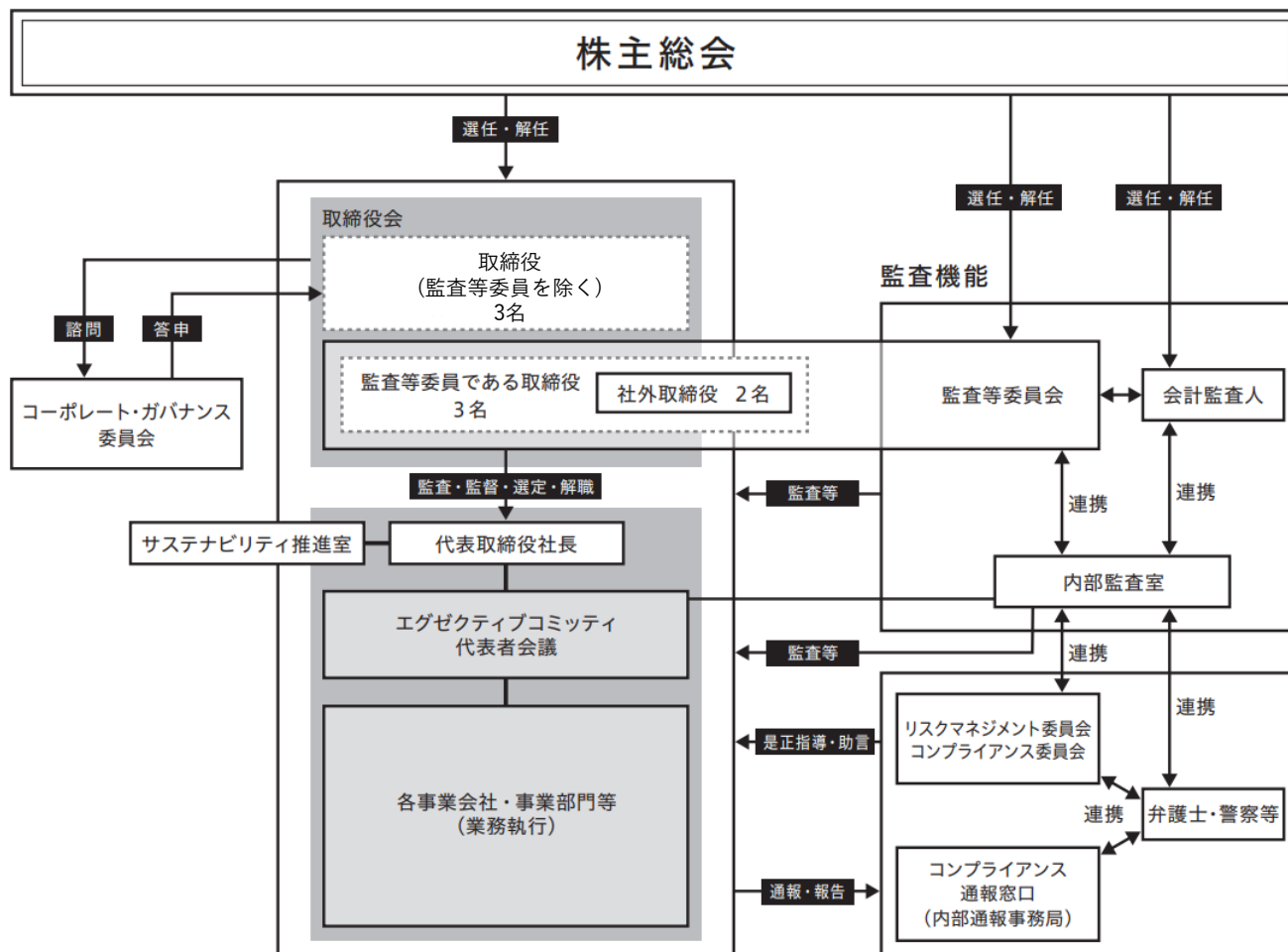
公正なサステナビリティの追求

コメ兵ホールディングスグループの「価値を見極める技術」で、誰もが安心できる健全なリユース市場を創る。

- リユーステックの推進（AIによる真贋、型番判定）
- リユース市場からの偽物排除
- パートナーとの連携（取引先様、FCオーナー様、オークション会員様）
- 誠実な買取価格と販売価格を実現するための努力
- 押し買い等、リユースに関する被害を生まないための啓蒙活動
- 独自カリキュラムによる目利き人材の育成



コーポレート・ガバナンス体制



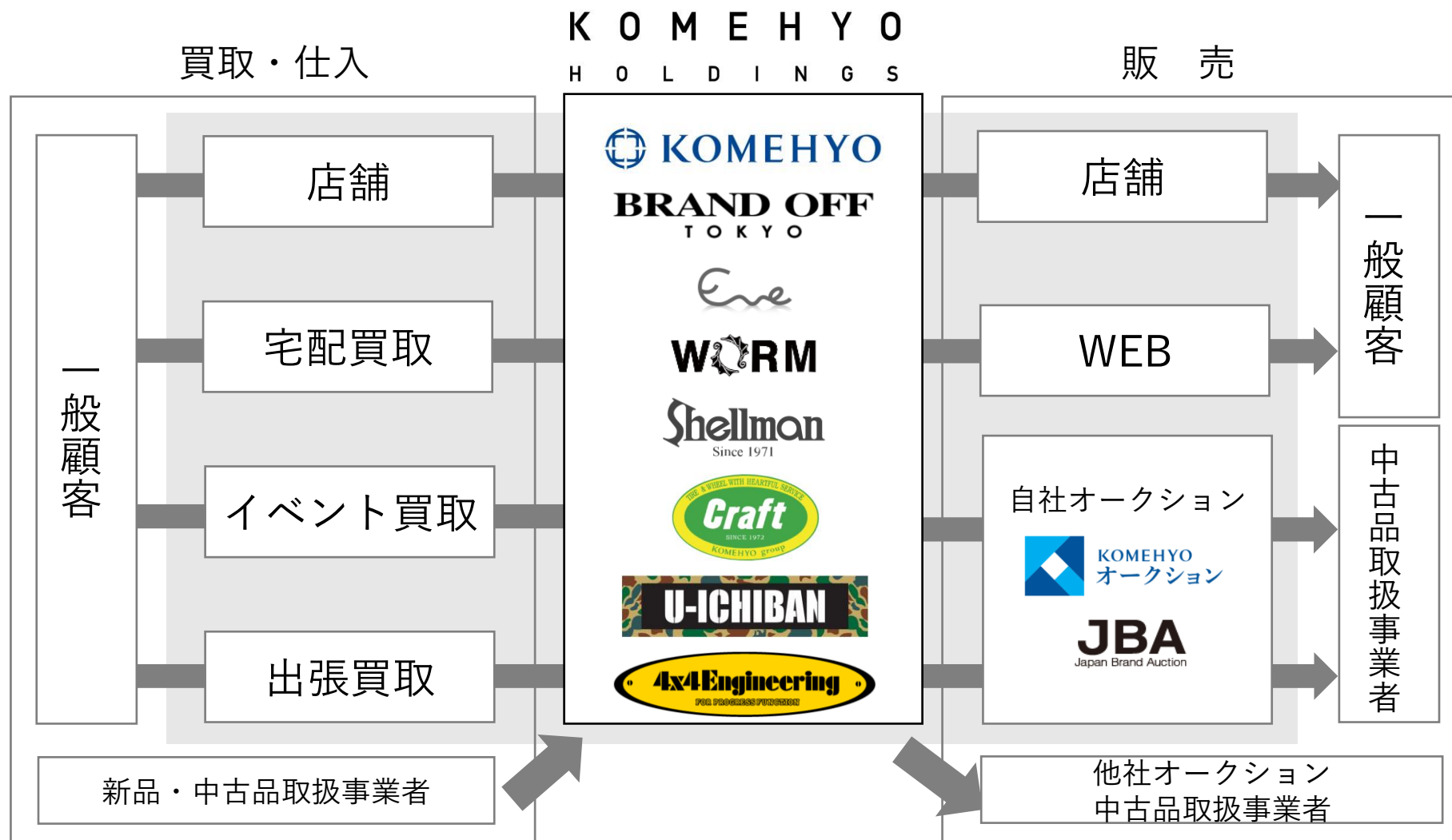
当社グループは、株主様はもちろんのこと、従業員、顧客、取引先、債権者、地域社会等大きな影響や利害関係を持つ方々の利益を尊重した経営に徹するべく、経営の効率性、業績の向上及びコンプライアンスの重視を主体としたコーポレート・ガバナンスの強化を経営上の最重要課題として取り組んでおります。

役員体制



氏名	石原 卓見	沢田 登志雄	山内 祐也	鳥田 一利	村瀬 桃子	皆見 幸
役職	代表取締役社長	常務取締役	取締役	取締役監査等委員	取締役監査等委員	取締役監査等委員
社外取締役					○	○
独立性					○	○
主なキャリア スキル	MBA 営業本部 マーケティング リユース業協会 副会長	営業本部 商品統括部 日本流通自主管理協会 理事	マーケティング 経営企画 事業開発	経営企画 内部統制	弁護士	公認会計士 税理士

事業系統図



IRお問い合わせ先

I R ・ 広報部

TEL : 052-249-5366
Email : ir@komehyo.co.jp

本資料の情報は、現在入手可能な情報から株式会社コメ兵ホールディングスの経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、さまざまな重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみに全面的に依拠することはお控え下さいますようお願いいたします。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定は、皆様ご自身のご判断において行われますようお願い申し上げます。