



2025年12月17日

各 位

会 社 名 株式会社 BuySell Technologies
 代表者名 代表取締役社長兼 CEO 徳重 浩介
 (コード番号 : 7685 東証グロース)
 問合せ先 取締役 CFO 小野 晃嗣
 (TEL.03-3359-0830)

2025年11月月次に関するお知らせ

当社「グループ出張訪問買取事業」および「グループ店舗買取事業・その他買取事業」の2025年11月月次をお知らせいたします。

本資料における月次KPIの補足説明については資料末尾をご参照ください。また、次回2025年12月月次は2026年1月16日の公表を予定しております。

2025年11月月次概要

(グループ出張訪問買取事業)

※2024年：バイセル単体実績 2025年：バイセル+REGATE（福ちゃん）+日晃堂の合算実績

■ 仕入高（百万円）

2025年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上期累計
仕入高	949	1,135	1,351	1,448	1,545	1,510	7,938
前年比	160%	199%	200%	184%	176%	200%	187%

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
仕入高	1,362	1,084	1,515	1,703	1,736		
前年比	186%	177%	220%	197%	240%		

■ 出張訪問数（件）

2025年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上期累計
出張訪問数	28,197	31,583	37,860	38,748	40,614	39,942	216,944
前年比	142%	165%	160%	158%	156%	168%	158%

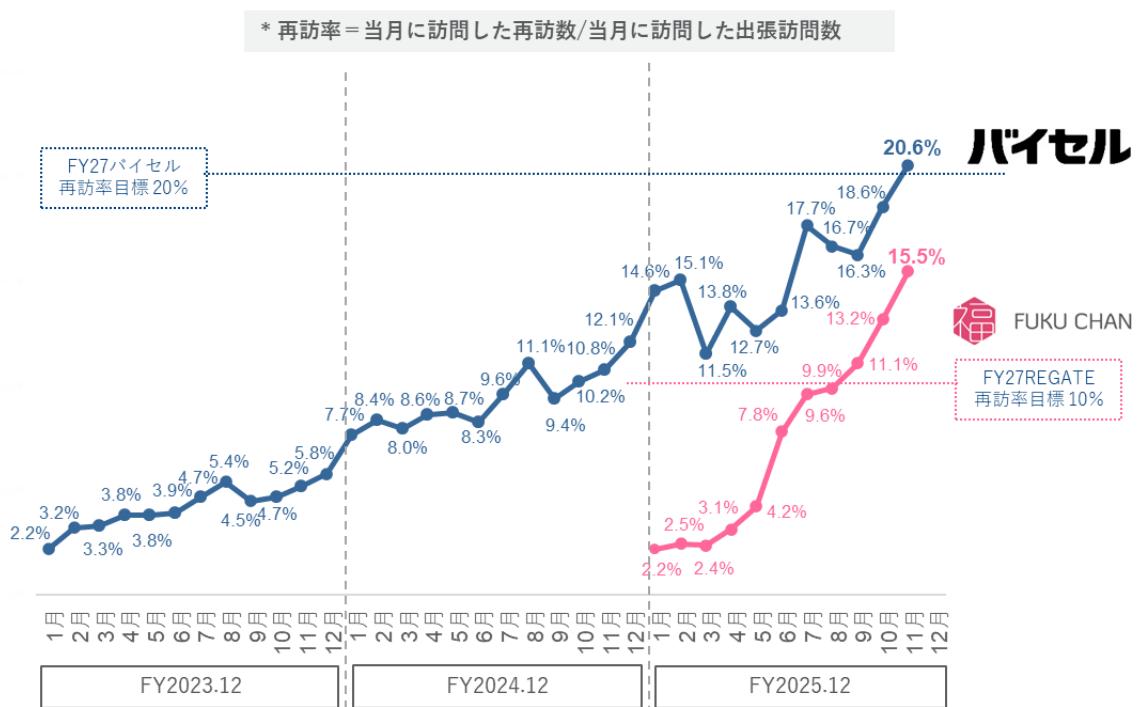
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
出張訪問数	36,986	31,747	39,584	43,090	42,766		
前年比	157%	165%	167%	163%	186%		

(参考: 2025年12月期 通期出張訪問数計画 448,000件)

■ グループ出張訪問買取事業 月次概要

- 2025年11月の仕入高は前年同月比240%の1,736百万円となりました。これは当期からPL連結開始に伴いREGATE社の「買取 福ちゃん(FUKUCHAN)、以下、福ちゃん」および日晃堂の仕入高が加わっていること、戦略的な再訪強化によりバイセル・福ちゃんともに単月の再訪率が前月に続き過去最高を更新したこと、日晃堂・福ちゃんのノウハウを活用しバイセルの骨董品買取の数量が増加したこと等によるものです。また、バイセルの11月訪問粗利単価は過去最高を更新した10月水準を維持する等、好調な結果となりました。
- 11月の出張訪問数は、バイセルの再訪率が20.6%、福ちゃんの再訪率が15.5%と両社ともに中期経営計画最終年度(2027年)の目標を超過したことやインサイドセールス部門の継続的なイネーブルメントの成果によるアポ率の向上等から、前年同月比186%の42,766件と大幅に増加いたしました。
- 今後の中期的な再訪率の向上余地については、両社ともに30%程度に向上する可能性があると考えております。バイセル、福ちゃん共に既に再訪率が30%を超過する拠点が存在していることから、他拠点へのノウハウ共有やオペレーションの一般化により、全社で更なる再訪率の向上を目指してまいります。

(ご参考) バイセル・福ちゃんの再訪率推移



(グループ店舗買取事業・その他買取事業)

■ 仕入高（百万円）

2025年	1月※1	2月	3月	4月※2	5月	6月	上期累計
仕入高	2,377	2,459	2,958	3,017	3,194	2,813	16,817
前年比	171%	165%	167%	139%	117%	125%	142%

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
仕入高	2,792	2,806	3,322	4,218	4,094		
前年比	128%	157%	162%	168%	160%		

※1 2025年1月よりレクストHD社の仕入高（出張訪問買取事業の福ちゃん及び日晃堂を除く）を反映しております。

※2 2024年4月よりむすび社のP/L連結開始に伴い、同社の仕入高を反映しております。

■ グループ店舗数

()は店舗屋号	2024年 12月 前年度末	2025年 10月	2025年 11月	増減		備考：新規出店・退店等
				前年度 末比	前月比	
バイセル	35	40	41	+6	+1	和歌山ミオ店
タイムレス (Timeless Salon)	34	37	39	+5	+2	仙台藤崎店、天満屋津山店
フォーナイン直営 (WAKABA)	21	24	24	+3	-	
フォーナイン FC (WAKABA)	238	265	270	+32	+5	出店5、退店0
日創 (THIERRY, MAISON THIERRY)	6	6	6	-	-	
むすび (買取むすび)	62	74	77	+15	+3	鶴見フーガ店、MEGAドン・キホーテUNY榛原店、東急ストア金町店
REGATE (FUKU CHAN,リュスタ)	20	22	22	+2	-	
日晃堂 (*ご参考)	2	3	3	+1	-	
グループ合計	418	471	482	+64	+11	

*グループ出張訪問買取事業に区分変更のため参考情報

■ グループ店舗買取事業・その他買取事業 月次概要

- ・グループ店舗買取事業・その他買取事業の仕入高は、前年同月比160%の4,094百万円となりました。グループ店舗買取事業において継続的なリピート施策強化による来店者数増加やリピート増加に伴う高単価商材の買取が順調に推移したこと、イネーブルメントによる成約率の向上等が寄与し、成約あたりの粗利単価が大幅に向上いたしました。
- ・11月の新規出店数は当期で最も多い11店舗となり、堅調に推移いたしました。

(注意事項)

- ✓ 本月次資料内の数値は速報値であり、後日修正の可能性がございます。また、監査法人の監査を受けておりません。

月次 KPI の補足説明について（参考）

- 当社グループの事業セグメント（管理会計上）は買取チャネル別に「**グループ出張訪問買取事業**」と「**グループ店舗買取・その他買取事業**」で構成されており、各事業を構成する企業及びサービスブランドは下記のとおりです。
- 月次資料内で「仕入高」を主要 KPI として開示している理由は、買取実績をベースとした月次の事業進捗を開示することを目的としております。これは、当社の買取商材が相場変動の影響を受けにくく粗利率が安定的である点を踏まえて、「仕入高」の開示により、一定程度の月次事業進捗のモメンタムの判断に寄与すると考えております。
- 一方で、「仕入高」は売上高及び粗利益の構成要素の一部であり、その他 KPI（訪問粗利単価や toC 販売比率など）や在庫の販売戦略等により最終的な業績には変動がございます。
- なお、その他補足情報として、管理会計上の事業セグメント別に「出張訪問数」「店舗数」の月次進捗を開示しております。

事業区分	会社名	サービスブランド
グループ出張訪問 買取事業	(株) BuySell Technologies	出張買取「バイセル」
	(株) REGATE (レクスト HD 子会社)	「買取 福ちゃん (FUKU CHAN)」
	(株) 日晃堂 (レクスト HD 子会社)	「日晃堂」
グループ店舗 買取事業	(株) BuySell Technologies	店頭買取「バイセル」
	(株) タイムレス	総合買取サロン「TIMELESS」
	(株) フォーナイン	「Reuse Shop WAKABA」
	(株) 日創	「THIERRY」・「MAISON THIERRY」
	(株) むすび	「買取むすび」
	(株) REGATE (レクスト HD 子会社)	「FUKU CHAN」、「ふくちゃんリユース」

(2025年1月より P/L 連結を開始しているレクストホールディングス株式会社は7社の子会社を有しております、事業会社は出張訪問買取サービス「買取 福ちゃん (FUKU CHAN)」を運営する株式会社 REGATE、骨董品専門の買取サービス「日晃堂」を運営する株式会社日晃堂となり、その他はシェアードサービスやマーケティングなど機能別の子会社で構成されております。)

(各事業における KPI 開示の前提)

■ グループ出張訪問買取事業

月次 KPI として「仕入高」・「出張訪問数」を開示

- ・ 当社主要事業である出張訪問買取事業における月次進捗の重要指標として、「仕入高」「出張訪問数」を開示 KPI と定義しております。
- ・ 2025年1月よりレクストホールディングス社のPL連結開始に伴い、同社子会社であるREGATE 社が運営する「買取 福ちゃん(FUKUCHAN)」及び日晃堂を含めたグループ全体の出張訪問買取事業における月次 KPI を開示しております。

■ グループ店舗買取事業・その他買取事業

月次 KPI として「仕入高」・「店舗数」を開示

- ・ 当社グループ全体の店舗買取事業（連結）に加えて、宅配仕入・オークション仕入・業者仕入れ等から構成され、当事業における月次進捗の重要指標として「店舗数」および「仕入高」を開示 KPI と定義しております。

(KPI 定義)

- | | |
|--------------------|---|
| ・ 出張訪問数 | 当社の査定員がお客様のご自宅を訪問した数 |
| ・ 仕入高 | お客様から買取を行った商品買取額の合計（会社間取引消去前） |
| ・ 出張訪問あたり
粗利単価額 | 1訪問で買取した商品を全てオークション等の toB で販売すると仮定した場合に見込まれる管理会計上の粗利額。実際の販売時には toC 販売も加わるため、粗利額は更に上昇する（リアルタイムに営業生産性を分析するための社内管理会計上の指標のため金額は非開示） |

以上