

2025 年 12 月 3 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)

よくあるお問い合わせと回答 (FY2025 Q3)

日頃より、当社に関心をお寄せいただき有難うございます。2025 年 11 月 14 日に公表した第 3 四半期決算後に投資家の皆様から多く寄せられた質問と回答について、フェアディスクロージャーの観点から下記の通りお知らせいたします。

なお、直近決算資料および説明会動画等は当社 HP (<https://buysell-technologies.com/ir/>) をご覧ください。

Q. Q3 の KPI 及び業績は順調に推移し、通期の利益予想を上方修正したが、売上高・粗利益は前回計画を据え置いたのはなぜか。

既に決算資料や説明会等でご説明している来期 FY26 への戦略的な在庫キャリアを実施することによります。出張訪問買取事業・店舗買取事業ともに買取は引き続き好調であり、通常通り販売を実施した場合には FY25 の売上高・粗利益も前回計画を超過いたしますが、戦略的に Q4 の販売を抑えてキャリアした在庫を来期に販売する方針としたことから、前回計画を据え置いております。

Q. 出張訪問買取事業のバイセル・福ちゃんの再訪率は既に中期経営計画最終年度目標を達成または近い水準となっている。再訪率は今後どの程度まで向上を見込んでいるか。

2026 年 2 月の 2025 年 12 月期通期決算公表時に、2026 年 12 月期業績予想とともに、2025 年 2 月に開示済みの中期経営計画最終年度となる 2027 年 12 月期の財務ガイダンスも併せて更新する方針であり、再訪率を含めた各種 KPI についても同様に見直しを進めております。そのため、再訪率の修正目標は通期決算時に公表する予定ですが、現在目標の 20%から中期的に 30%水準まで再訪率を引き上げられる可能性があると考えております。

Q. 当期の業績進捗を踏まえると、来期（FY26）の営業利益は中期経営計画最終年度（FY27）の目標を1年前倒しで達成できるのではないか。

上述の通り、2026年2月の2025年12月期通期決算公表時に、2026年12月期業績予想とともに、2025年2月に開示済みの中期経営計画最終年度となる2027年12月期の財務ガイダンスも併せて更新する予定であり、詳細はその際に公表いたします。

当期業績は、レクストHD社のPMIが極めて順調な進捗となったことや既存グループ各社の好調な買収、粗利益対人件費率の改善等から期中において3度の上方修正をする等、期初計画からは大幅に上回る業績進捗を達成しております。また、来期以降も既存グループでのオーガニックによる事業成長や業績向上に対する再現性は高いと見込んでおり、戦略的な在庫キャリーによる来期への販売等も踏まえると現時点において期初に公表した中期経営計画最終年度の営業利益目標110億円を1年前倒しで達成する蓋然性は高まっていると考えております。

Q. 足元の日中関係の悪化懸念から事業に影響が出ていないか。

- ① インバウンド需要の減少による業績影響
- ② 現在進めている中国販路強化施策への業績影響

<①について>

当社の出張訪問買取事業及び店舗買取事業ともに買取対象顧客は主に国内居住者であり、販売においても81%はオークションや卸売によるtoB販売、16%を占めるtoC販売も国内居住者が中心となり、インバウンド向け販売は京都の店舗等ごく一部となります。また、toB販売先である取引業者の販売先が中国に偏重していることはないと認識していること、当社は幅広い商材ラインアップを展開していることから、直接的にも間接的にも現時点において影響はございません。

（注：toB販売、toC販売比率は2024年12月期連結実績）

<②について>

当社の販路強化施策の一つとして、国内で買取したブランドバッグ等を中国においてリペア・リメイクし、ライブコマースで販売する仕組みの構築を行っており、直近2回目のトライアル結果は国内販売時と比較して粗利益が4倍となる等、着実に準備が進んでおります。現時点において日中両国の関係性を起因とした事業への影響は見られておりません。当期及び中期経営計画においては、中国販路による利益インパクトは限定的であり、既存事業を中心としたオーガニック成長を元に策定しております。

Q. グループの組織再編・店舗ブランドの統合を実施する理由とこのタイミングであったのはなぜか。

組織再編・ブランド統合に関連した一時費用の発生による P/L へのインパクトはあるか。

当社では M&A 実行後の PMI 推進によるシナジー発現により、グループジョイン後の各社の高い業績成長を実現可能な M&A 戦略を推進しております。当期においても 24 年 10 月に M&A を実行した出張訪問買取事業「福ちゃん」を運営するレクスト HD 社の PMI の推進に注力し、非常に高い PMI の成果を実現しておりますが、グループ統合等によるグループ事業一体の経営・事業推進や重複機能の解消による生産性向上及び複数のマス・マーケット型の店舗ブランドの統合により、中期的な更なるシナジー最大化を実現する観点から、来期期初よりグループ組織再編及び店舗ブランドの統合を実施することといたしました。

なお、当期において見込まれる本組織再編や店舗ブランド統合に係る一時費用の一部は、今回の業績予想の修正に含めております。来期業績への影響については、正式には 2026 年 2 月の本決算時の財務ガイダンスにおいて公表いたしますが、来期の利益成長を阻害するような規模の費用増ではなく、またグループの更なる費用効率化も期待されることから、軽微であると見込んでおります。

Q. 既に出張訪問買取サービスで高いシェアを持つ中で、ブランディング投資を強化する理由は何か。

当社はブランディング投資強化として、主に出張訪問買取サービス「バイセル」のブランド認知向上を目的としたテレビ CM 等各種媒体での出稿を強化しております。出張訪問買取サービスは店舗買取サービスと比べて新しい買取手法であり、サービス認知はまだ低い状況と考えております。一方で、「バイセル」、「福ちゃん」とともに、出張訪問買取における再訪率（リピート）の向上を実現しており、再訪は初回訪問と比較して高単価商材の買取が多くなることから、一度サービスを利用頂き安心安全なサービスを実感頂いたお客様は、整理ニーズ以外の用途としても出張訪問買取サービスを利用することが確認できております。

このようなことから、従来の整理ニーズを中心としたダイレクトマーケティングによる訪問獲得に加えてブランディング投資による「バイセル・出張訪問買取サービス」の純粋想起を向上することで、中長期的に出張訪問買取領域において圧倒的なシェアを持つ当社グループの優位性を更に高めるとともに、市場の拡張を図ることが期待できると考えております。

また、2026 年 1 月から実施する「バイセル」への店舗ブランド統合はグループ店舗の効率化推進に加えて、単一ブランドによる直営約 150 店舗の運営により実店舗が顧客の目に触れる機会が増加することから、出張訪問買取サービスである「バイセル」の認知拡大にも寄与することを期待しております。

Q. リユース市場は引き続き堅調な状況であり、上場リユース企業各社を見ても売上高は増加しているが、コスト上昇等により利益や利益率の観点で苦戦している企業も見られる。バイセルが売上・利益ともに大きく伸ばしている要因は何か、また利益率の改善は今後も続くか。

当社としてもリユース市場は堅調な成長を続けていると認識しております。そのような中で、当社は出張訪問事業・店舗買取事業ともに一般消費者からの買取に強みを持つ事業モデルのため高い粗利率を確保できることや相場に左右されにくいこと、従来から取組んでいるイネーブルメント、離職率の低下による営業生産性の向上、採用教育費の効率化等により売上高・利益・利益率ともに高いパフォーマンスを実現しております。今後も売上高だけではなく利益の増加や利益率の向上を目指してまいります。

以上

（ご参考）前回 FY2025 Q2 のよくある質問とお問い合わせは下記をご参照ください。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7685/tdnet/2682874/00.pdf>