

2025 年 1 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)

2024 年 12 月月次に関するお知らせ

当社「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 2024 年 12 月月次をお知らせいたします。各事業における KPI 開示の前提については資料末尾をご参照ください。
また、次回 2025 年 1 月月次は 2 月 14 日の公表を予定しております。

■月次概要

(再掲) 月次 KPI の補足説明について

- ・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
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、事業セグメント別に「出張訪問件数」「店舗数」の月次進捗を開示して
おります。
- ・また、本資料の巻末に「月次資料 KPI に関する補足説明」を添付しておりますのでご覧ください。

12 月月次進捗について

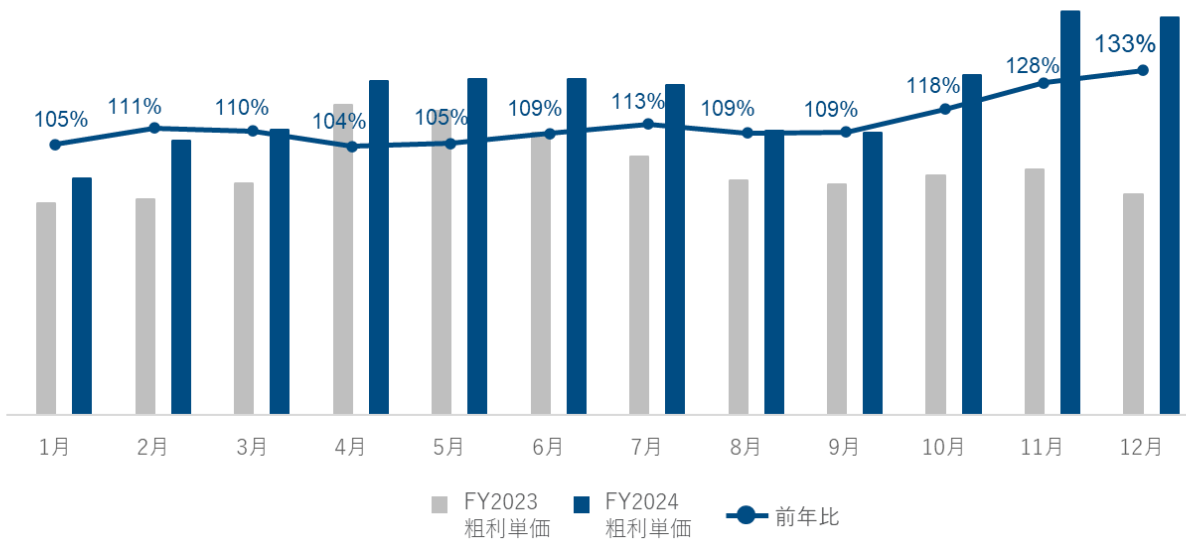
< 連結概要 >

- ・12 月単月の連結業績は、引き続き出張訪問買取事業およびグループ店舗買取事業ともに買取が堅調に推移
したことから、当第 3 四半期決算説明資料内で開示のとおりバイセル単体とタイムレス社において戦略的に
一部在庫の販売時期を翌期へ繰り越しました。この結果、速報ベースながら通期連結営業利益は計画 (46.8
億円) を若干上回る水準での着地を見込んでおり、予定通り来期の営業利益成長率 (当期 FY24 着地比で最
低 30%以上の営業利益成長率) の蓋然性を高めることができしております。

< 出張訪問買取事業 >

- ・12 月の仕入高は、想定通りとなる前年同月比 109%の 608 百万円となりました。仕入から生み出される管
理会計上の 12 月の訪問粗利総額は、前月に続き粗利単価が高水準を維持したこと等から、前年同月比 113%
となり、良好な結果となりました。

出張訪問あたり粗利単価額の推移（社内管理会計数値）



- ・ 12月の出張訪問数は、①10月、11月において問合せ需要が低下する状況下では無理な広告投資を行わない戦略方針を取った結果が12月の訪問数に表れたこと②通期連結営業利益の達成確度が高いことから、無理な訪問数確保を行わなかったこと等から前年同月比 89%となりましたが、再訪強化やインサイドセールスチームのアポ率向上施策等が奏功し、一定の訪問数を確保できました。また、管理会計上の訪問粗利総額は前年比 113%と社内計画通りの良好な結果となりました。なお、12月の再訪率は過去最高となる約 12.1%となりました。

<グループ店舗買取事業・その他買取事業>

- ・ グループ店舗買取事業においては、リピート顧客の獲得強化施策により単価が堅調に推移したこと等から仕入高は前年同月比 122%の 1,771 百万円となりました。なお、新規連結による影響を除いたオーガニックの仕入高も前年同期比 108%と堅調に推移いたしました。
- ・ 当期のグループ店舗数は、新規出店およびフォーナインのフランチャイズ店舗増加が好調に推移したこと等から全グループ店舗ともに年間計画を達成いたしました。また、2024年12月より日創社の買取・販売店である「ブランドピース」を新たに「THIERRY (ティエリー)」としてリブランディングし、12月19日にはインバウンド需要をターゲットとした新宿店を新規オープンいたしました。
- ・ むすび社の仕入高は1ヵ月遅れて反映しているため、11月のグループ店舗買取事業・その他買取事業の仕入高を遡及修正した結果、前年比 132%→158%へと伸長いたしました。

<出張訪問買取事業>

■仕入高（百万円）

2024年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上期累計
仕入高	592	570	675	787	876	753	4,254
前年比	129%	123%	129%	143%	149%	124%	133%

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
仕入高	733	612	690	864	724	608	8,485
前年比	132%	121%	107%	121%	98%	109%	123%

■出張訪問数（件）

2024年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	上期累計
出張訪問数	19,837	19,174	23,733	24,527	25,968	23,766	137,015
前年比	106%	106%	114%	125%	119%	107%	113%

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通期
出張訪問数	23,570	19,275	23,714	26,372	23,046	17,952	270,944
前年比	112%	101%	100%	92%	84%	89%	104%

（通期出張訪問数計画 284,800 件/前年比 109%、当期進捗率 95.1%）

<グループ店舗買取事業・その他買取事業>

■仕入高（百万円）

2024年	1月	2月	3月	4月 ^{※1}	5月	6月	上期累計
仕入高	1,386	1,494	1,775	2,177	2,733	2,251	11,817
前年比	183%	208%	183%	227%	221%	204%	206%

	7月	8月	9月	10月	11月 ^{※2}	12月 ^{※3}	通期
仕入高	2,180	1,783	2,046	2,504	2,560	1,771	24,660
前年比	201%	166%	127%	146%	158%	122%	172%

※1 2024年4月からむすび社の仕入高を加えております。

※2 むすび社の仕入高は1ヵ月遅れて反映しているため、12/13公表の月次から11月数値を遡及修正しております。修正前の11月仕入高は2,145百万円（前年比132%）となります。

※3 12月の仕入高及び前年比には、むすび社を含んでおりません。

■グループ店舗数

()は店舗屋号	前期末 (2023年12月)	2024年 11月	2024年 12月	増減		備考：新規出店・退店等
				前期末比	前月比	
バイセル	23	33	35	+12	+2	ゆめタウンはません（熊本）、 スマーク伊勢崎（群馬）
タイムレス (Timeless Salon)	26	34	34	+8	-	
フォーナイン直営 (WAKABA)	19	20	21	+2	+1	
フォーナイン FC (WAKABA)	200	235	238	+38	+3	出店 5、退店 2
日創 (THIERRY)	5	5	6	+1	+1	THIERRY 新宿店
むすび (買取むすび)	-	62	62	+62	-	
グループ合計	273	389	396	+123	+7	

以上

(注)

- ・上記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。
- ・2022年10月よりフォーナイン、2024年1月より日創、2024年4月よりむすびのP/L連結を開始しております。
- ・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）

(各事業における KPI 開示の前提)

●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（単体）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。

※当社では収益性拡大を前提として、在庫状況等に応じた販路選択や販売時期を戦略的に決定・実行する観点から、出張訪問買取事業の月次成果指標として単月売上高ではなく、「仕入高」を開示する方針としております。なお、当該仕入は一定の期間を経て販売されることで売上高として計上されます。

●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。

ご参考) 月次資料KPIに関する補足説明

- 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、事業セグメント別に「出張訪問件数」「店舗数」の月次進捗を開示しております。

在庫回転日数平均 約60日 (バイセル単体)

