

2026 年 10 月 19 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)

2026 年 9 月セグメント別月次及びトピックスに関するお知らせ

当社「出張訪問買取セグメント」および「店舗買取セグメント」の 2026 年 9 月月次をお知らせいたします。また、当社が戦略的に強化しているテクノロジー戦略の推進（AI 活用）および海外販路の拡大に関する進捗状況についても、トピックスとして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 2026 年 10 月月次は 2026 年 11 月 13 日の公表を予定しております。

2026 年 9 月 月次概要

(出張訪問買取セグメント)

■ 仕入高 (百万円)

2026 年	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	上期累計
仕入高	1,458	1,686	1,902	1,843	2,096	1,754	10,739
前年比	154%	148%	141%	127%	136%	116%	135%

	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	通期
仕入高	1,821	1,835	2,015				
前年比	134%	161%	133%				

■ 出張訪問数 (件)

2026 年	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	上期累計
出張訪問数	32,853	36,705	42,236	42,162	47,068	44,941	245,965
前年比	117%	116%	112%	109%	116%	113%	113%

	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	通期
出張訪問数	45,146	42,011	48,787				
前年比	122%	132%	123%				

■ 出張訪問買取セグメント 月次概要

- ・ 2026 年 9 月の仕入高は前年同月比 133%の 2,015 百万円となりました。出張訪問数が計画通りに推移したこと、高単価商材の買取点数が堅調に増加したこと等が仕入高の増加に寄与いたしました。
- ・ 2026 年 9 月の出張訪問数は、ブランディング投資効果等による堅調な問い合わせ獲得に加えて、再訪率の向上、コールセンターのイネーブルメントによるアポイントメント比率の向上、新卒の順調な

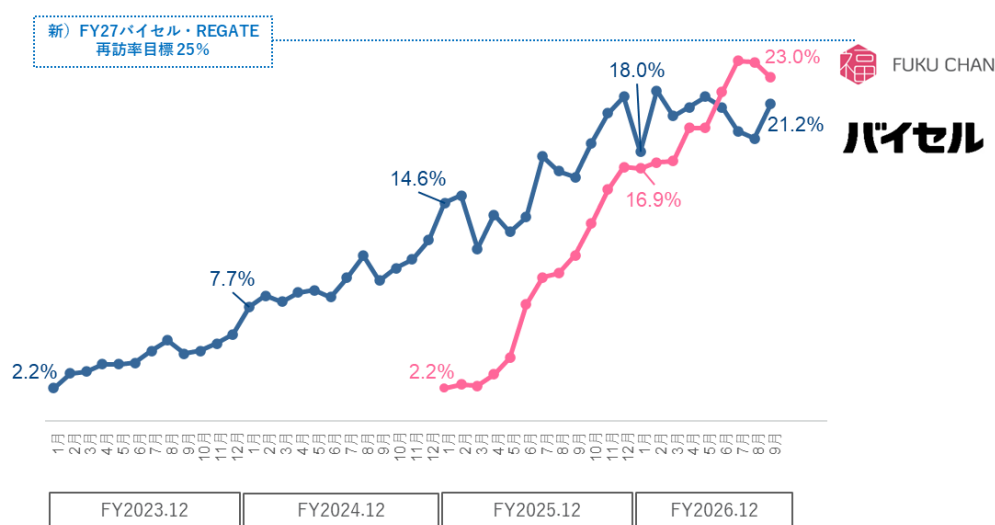
立ち上がり等により、前年同月比 123%の 48,787 件と今期最大を記録いたしました。なお、例年最繁忙期は 10 月、11 月となっており、足元 10 月は 9 月をさらに上回る訪問数計画に対して順調に推移しております。

- 再訪率はバイセル・福ちゃんともに再訪オペレーションの型化が進み、20%台前半の水準を安定的に確保できる体制となっております。この結果、福ちゃんの再訪率は 23.0%、バイセルの再訪率は 21.2%となりました。

(ご参考) 再訪率・出張訪問あたり粗利単価額の推移

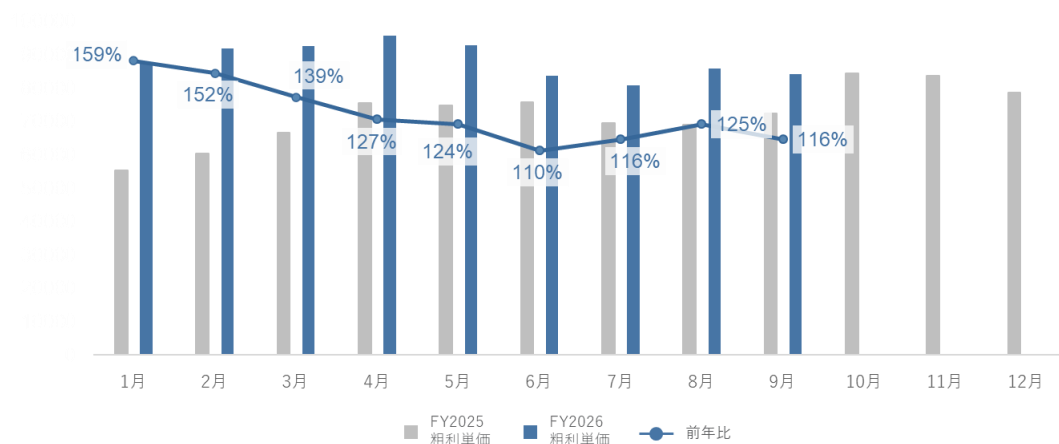
出張訪問買取事業 再訪率推移 (BST単体/REGATE)

* 再訪率 = 当月に訪問した再訪数 / 当月に訪問した出張訪問総数



出張訪問あたり粗利単価額の推移

(2025年までBST単体・2026年からBST+REGATE+日晃堂の3社平均_社内管理会計数値)



(*) 出張訪問買取事業単位でのKPIを管理するための社内管理会計上の訪問あたり粗利単価
・販売による売上総利益伸長の影響を排除したKPI
・管理会計上のKPIのため、粗利単価額は非開示

(店舗買取セグメント)

■ 仕入高 (百万円)

2026 年	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	上期累計
仕入高	3,181	3,112	3,538	3,023	3,333	2,760	18,948
前年比	171%	162%	149%	128%	131%	124%	143%

	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	通期
仕入高	2,879	2,868	2,584				
前年比	135%	140%	94%				

■ グループ店舗数 (直営店舗・FC 店舗)

() は運営企業	2025 年 12 月 (前年度末)	2026 年 8 月	2026 年 9 月	前年度 末比	前月比
直営店舗 (バイセル・タイムレス・ DelightZ・REGATE*・日晃堂*)	218	249	251	+33	+ 2
FC 店舗 (バイセル)	272	314	319	+47	+ 5
グループ合計	490	563	570	+80	+ 7

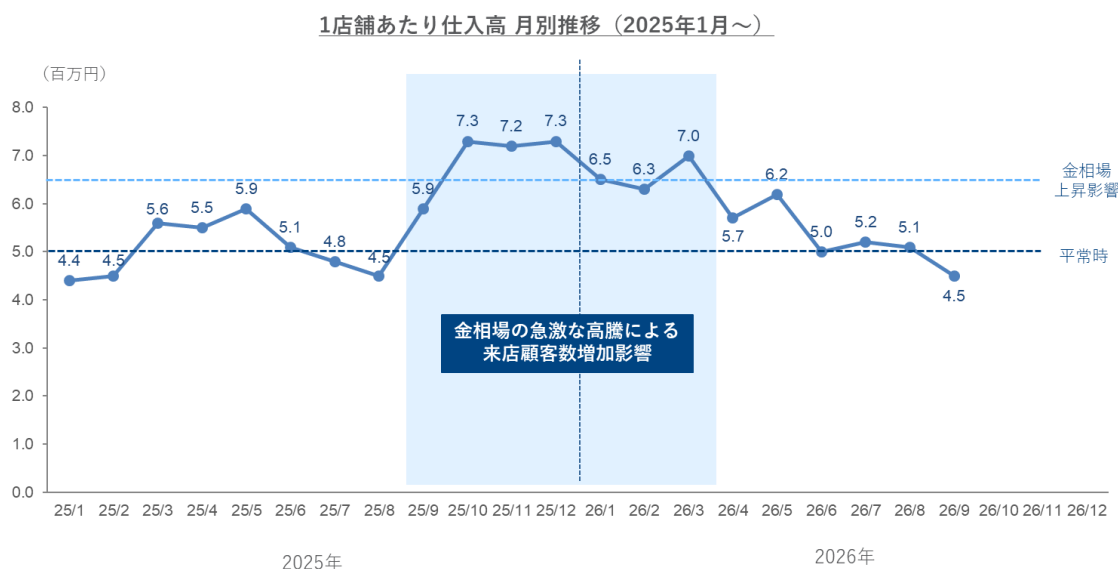
*REGATE の店舗は「ふくちゃんリユスタ」および出張拠点併設店であり、出張訪問買取セグメントおよびその他セグメントに区分されているため、参考情報として記載

*日晃堂の店舗は出張訪問買取セグメントに区分されているため、参考情報として記載

■ 店舗買取セグメント月次概要

- ・ 2026 年 9 月の店舗買取セグメントの仕入高は、**前年同月比 94% の 2,584 百万円となりました。**
店舗買取事業は、金相場の急激な変動が顧客の売却行動に影響を与える傾向にあります。前年 9 月は金相場が急激に上昇し始めた時期であり、平常時と比較して買取店舗への貴金属持ち込みが大幅に増加しました。当月の金価格は前年 9 月と同水準であったものの、緩やかな下落基調が続いたことから、顧客の売却行動が前年同月と比較して停滞いたしました。
- ・ 店舗買取事業は換金ニーズが多くなるため相場変動による影響を受けるものの、**出張訪問買取においては整理ニーズを主体としているため全社ベースでは相場変動による影響は限定的です。**
なお、当期業績見込は金相場水準を保守的に織り込んでおり、連結業績予想への影響はございません。
- ・ 9 月はバイセル店舗が 2 店舗新規出店し、**直営店舗数は 251 店となりました。**FC 店舗も順調に増加し、**グループ合計の店舗数は 570 店となり、期末店舗数計画 590 店に対して順調に進捗いたしました。**

（ご参考）1店舗あたり仕入高の推移（2025年1月～）



トピックス進捗

■テクノロジー戦略の推進（AI ネイティブな業務運営）

（コールセンター部門）

- ・第2四半期決算説明資料に記載のとおり、当社は各種業務オペレーションのAI自動化を進めております。お客様の電話対応を行うコールセンター部門（コンプライアンス対応部署）において、既に「※決裁コール」の約70%をAIによる自動コールに代替しておりますが、これに加えて査定完了後にお客様のご意見の聴取、査定員の評価、満足度の確認を行う「フォローコール」においてもAI自動化を進めており、約40%をAIにより代替しております。
- ・これらの結果、従来は問い合わせ数・出張訪問数の拡大に伴い人員を増加させる必要があったところ、AI自動化により来期約50名分の人員計画を削減することで、コールセンター部門において約3億円程度、人件費効率化への寄与を予定しております。

※高度なコンプライアンス体制構築のため、出張訪問買取において顧客との契約を査定員に行わせず、契約を専門業務とする独立した部署の担当者が電話で顧客と契約を締結する当社独自の仕組み

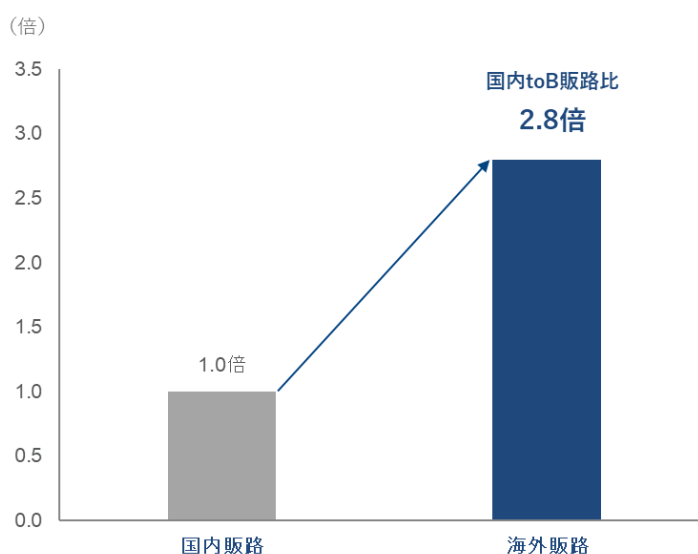
（マーケティング部門）

- ・出張訪問買取領域を担うマーケティング部門は、当期の出張訪問数が前年比約120%水準で増加する中、各種業務にAIの活用を推進してきた結果、2025年の「福ちゃん」のマーケティング部門の統合時と比較して約半分の人員体制で運営することができております。これにより、来期約3億円程度、人件費効率化への寄与を予定しております。
- ・コールセンター部門、マーケティング部門において、本来であれば来期の事業拡大に伴い増員が必要であるところ、AIの積極的な活用により業務効率化が進んでいることから、現時点で来期に約6億円の人件費抑制効果が見込まれております。他の部門も含め、今後の事業規模拡大に伴う業務の増加をAIに代替することで、更なる粗利益対人件費比率の低下（販管費比率の低下）を図ってまいります。

■海外販路の拡大

- ・当社は現在、国内で買い取った状態の良いブランド品（S・A ランク）について、当社の船橋倉庫から米国の一般消費者に向けた TikTok でのライブコマース販売のトライアルを実施しております。**2026 年 4 月に開始した本トライアルの累計販売点数は、10 月時点で 1,000 点を突破いたしました。**
- ・トライアルの結果、**米国販路で生み出された粗利益は、国内 toB 販路と比較して約 2.8 倍となる等、高い収益性が期待される海外販路の開発が進んでおります。**今後、高粗利を維持しつつ販売点数の更なる増加を図り、海外販売事業を拡大してまいります。

（ご参考）海外販路と国内販路の粗利益比較



以上

（注意事項）

- ✓ 本資料内の数値は速報値であり、後日修正される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は買取チャネル別に「出張訪問買取セグメント」、「店舗買取セグメント」、「その他セグメント」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。
- ・月次資料において「仕入高」を主要 KPI として開示しているのは、買取実績に基づく月次の事業進捗をお示しするためです。当社の買取商材は相場変動の影響を受けにくく粗利率が安定的であることから、「仕入高」の開示が月次の事業進捗のモメンタムを判断する一助とな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は変動する可能性があります。

- ・ なお、その他補足情報として、事業セグメント別に「出張訪問数」「店舗数」の月次進捗を開示しております。

セグメント区分	会社名	サービスブランド
出張訪問買取	(株) BuySell Technologies	出張買取「バイセル」
	(株) REGATE	「買取 福ちゃん (FUKU CHAN)」
	(株) 日晃堂	「日晃堂」
店舗買取	(株) BuySell Technologies	店頭買取「バイセル」
		FC 店舗 「Reuse Shop WAKABA」 ※FC 店舗のバイセルブランドへの変更は 順次協議
	(株) タイムレス	総合買取サロン「TIMELESS」
	(株) DelightZ	「諭吉」

*出張セグメントに区分される日晃堂の店舗は参考として店舗数にカウント

(各セグメントにおける KPI 開示の前提)

■ **出張訪問買取セグメント**

月次 KPI として「仕入高」・「出張訪問数」を開示

- ・ 当社グループ全体の出張訪問買取における月次進捗の重要指標として、「仕入高」と「出張訪問数」を開示 KPI と定義しております。

■ **店舗買取セグメント**

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
- ・ 出張訪問あたり粗利単価額 1 訪問で買い取っ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）