

|| 企業調査レポート ||

バリュークリエーション

9238 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年5月15日(水)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. マーケティング DX 事業をベースに「解体の窓口」の強化によって中長期成長を目指す...	01
2. 不動産 DX 事業への注力、 土地情報を起点としたプラットフォーム化など成長戦略を推進.....	01
3. 改正空き家対策特別措置法などを考慮すると 2025 年 2 月期業績はやや保守的.....	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要.....	03
2. 沿革.....	03
■ 事業概要	05
1. マーケティング DX 事業.....	06
2. 不動産 DX 事業.....	09
3. 成長戦略.....	12
■ 業績動向	14
1. 2024 年 2 月期の業績動向.....	14
2. 2024 年 2 月期のトピックス.....	16
3. 2025 年 2 月期の業績見通し.....	16
4. 中期成長イメージ.....	17
■ 株主還元策	17
1. 配当政策.....	17
2. 株主優待制度.....	18

■ 要約

改正空き家対策特別措置法などをきっかけに 「解体の窓口」は成長局面へ

バリュークリエーション<9238>は、顧客のWebサイトへの集客を支援するマーケティングDX事業と、「解体の窓口」を運営する不動産DX事業の2事業を手掛けている。マーケティングDX事業では、運用型広告を中心に課題抽出から戦略立案、広告運用までの支援をワンストップで提供しており、特に市場規模は大きい成熟した業界でDX化が遅れている「レガシー業界」で好評で、高い継続率と高収益・高成長を誇る。不動産DX事業では、同社がコンシェルジュとして不動産所有者であるユーザーと解体業者をマッチングする新しいサービス「解体の窓口」を運営しており、ユーザーは物件情報や写真を送るだけで、登録された全国の約1,700社(24年2月末時点)から解体業者を選ぶ仕組みになっている。2事業はいずれもストック型の収益モデルとなっている。

1. マーケティングDX事業をベースに「解体の窓口」の強化によって中長期成長を目指す

2024年2月期の売上高構成比は、収益基盤のマーケティングDX事業が96%、不動産DX事業はまだ4%である。しかし、2事業はシナジーが強く、「解体の窓口」でマーケティングDX事業のノウハウを低コストで利用する一方、不動産DX事業で蓄積しつつあるノウハウをマーケティングDX事業の顧客支援に活用している。なかでも「解体の窓口」は、「逆オークション」などサービスの独自性により解体のハードルを下げたことで、サービス開始から4年に満たないなか、既に24,000件を超えるユーザーを集めている。加えて改正空家等対策の推進に関する特別措置法(以下、空き家対策特別措置法)の施行もあり、急成長する可能性が高まってきた。このため、マーケティングDX事業のオーガニックな成長をベースに、「解体の窓口」の機能向上や解体後のビジネス開発などによって、中長期的な成長を目指す考えである。

2. 不動産DX事業への注力、土地情報を起点としたプラットフォーム化など成長戦略を推進

同社は成長戦略として、マーケティングDX事業の継続的成長、不動産DX事業への注力、土地情報を起点としたプラットフォーム化、他領域におけるプラットフォーム事業構築を推進する方針である。マーケティングDX事業の継続的成長では、レガシー業界をメインターゲットに営業を強化し、顧客1社当たりの支援品質の向上を推進する。不動産DX事業への注力では、人員や営業体制を強化してマッチング需要と解体後のニーズ拡大に備え、「解体の窓口」事業の拡大を目指す。土地情報を起点としたプラットフォーム化では、クロスセルによる不動産DX事業の深掘りと土地情報のID化によりプラットフォームとしての進化を図る。他領域におけるプラットフォーム事業構築では、不動産DX事業に次ぐ新たなプラットフォームビジネスの開発・展開を検討している。

バリュークリエーション | 2024年5月15日(水)
9238 東証グロース市場 | <https://value-creation.jp/ir/>

要約

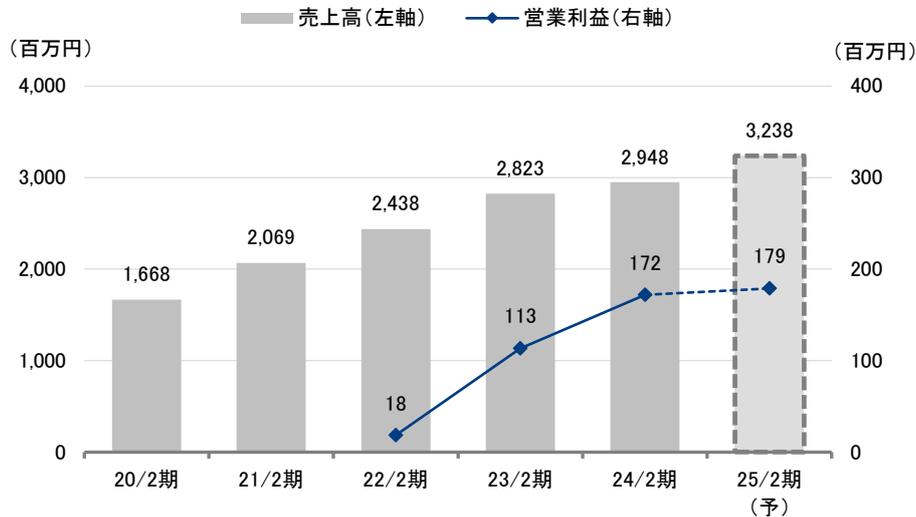
3. 改正空き家対策特別措置法などを考慮すると 2025 年 2 月期業績はやや保守的

2024 年 2 月期の業績は、売上高 2,948 百万円（前期比 4.4% 増）、営業利益 172 百万円（同 52.3% 増）となった。国内インターネット広告市場が持続的に成長するなか、新規顧客の獲得と既存顧客の取引拡大に注力したマーケティング DX 事業が好業績をけん引した。不動産 DX 事業では「解体の窓口」の強化に努めた。同社は 2025 年 2 月期業績見通しに関して、売上高 3,238 百万円（同 9.8% 増）、営業利益 179 百万円（同 3.9% 増）を見込んでいる。マーケティング DX 事業ではレガシー顧客への営業や人材の強化を、不動産 DX 事業では業務提携先との連携により解体後のキャッシュポイント（収益を生み出す機会）の多様化を目指している。しかし、上場による知名度や信頼性の向上、改正空き家対策特別措置法施行の効果などを考慮すると、やや保守的な予想とすることができよう。

Key Points

- ・ シナジーの強い一貫サービスのマーケティング DX 事業と「解体の窓口」の不動産 DX 事業を展開
- ・ 不動産 DX 事業への注力、土地情報を起点としたプラットフォーム化などの成長戦略を推進
- ・ 改正空き家対策特別措置法施行の効果などを考慮すると、2025 年 2 月期の業績予想はやや保守的

業績推移



出所：決算短信等よりフィスコ作成

■ 会社概要

マーケティング DX 事業と不動産 DX 事業を展開。 革新的で新しい価値のあるサービスを創造

1. 会社概要

同社は、インターネット広告により集客を支援するマーケティング DX 事業と、空き家などの不動産所有者と解体業者をマッチングする不動産 DX 事業を展開している。マーケティング DX 事業では、運用型広告により顧客の Web サイトへの集客を支援している。メインの顧客は、市場規模は大きいが成熟した業界で DX 化が遅れている「レガシー業界」の企業や団体などで、DX 化に保守的な顧客に対して経営の課題抽出から戦略の立案、広告運用までワンストップで提供していることが好評で、高い継続率を誇る。新規事業の不動産 DX 事業で運営する「解体の窓口」は、同社がコンシェルジュとして不動産所有者であるユーザーと解体業者の間を取り持ち、ユーザーは物件情報や写真を送るだけで、全国の約 1,700 社（2024 年 2 月末時点）の登録された解体業者から「逆オークション」の形で解体費用の見積もりが届き、その中から解体業者を選定する仕組みになっている。

2. 沿革

同社は代表取締役社長の新谷晃人（しんやあきと）氏によって、2008 年にマーケティング事業を行うことを目的に設立された。DX が遅れている業界や企業に対して、インターネット広告を中心にマーケティング戦略策定から実際の支援までを一気通貫で実施してきたことが評価され、設立以来、マーケティング DX 事業を着実に拡大してきた。2020 年に、マーケティング DX 事業で培ったノウハウや課題意識を生かして不動産 DX 事業を新規に立ち上げ、空き家などの不動産所有者と解体業者をマッチングする「解体の窓口」の運営を開始した。現在、提携などにより「解体の窓口」の機能や解体周辺領域でのビジネス開発などを強化しているところで、中長期的にはマーケティング DX 事業のオーガニックな成長をベースに「解体の窓口」の急成長を図り、さらには革新的で新しい価値のあるサービスを創造していく考えである。

バリュークリエーション | 2024年5月15日(水)
9238 東証グロース市場 | <https://value-creation.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	概要
2008年 4月	マーケティング事業を行うことを目的に、東京都渋谷区道玄坂にバリュークリエーション(株)を設立
2011年 7月	フランチャイズ事業開始
2012年 5月	プライバシーマークの認証取得
2014年10月	広告プラットフォーム「Vasta」リリース
2014年11月	ストレッチアップ事業を開始
2015年 4月	本社を東京都渋谷区渋谷に移転
2016年 3月	Idealink(株)にフランチャイズ事業及びストレッチアップ事業を譲渡
2016年 7月	本社を東京都渋谷区恵比寿に移転
2017年 4月	「車査定・買取の窓口」事業を開始
2017年10月	宮城県仙台市青葉区に仙台支社設立
2020年 7月	「解体の窓口」サービスを開始
2020年10月	リビン・テクノロジーズ(株)と業務提携契約締結
2020年11月	YMAA マーク制度において薬機法医療法遵守広告代理店に認定
2020年12月	「人生に役立つ」を網羅するサイト「Mola」オープン
2021年 9月	カーマーケティングジャパン(株)に「車査定・買取の窓口」事業譲渡
2022年 2月	(一社)日本インタラクティブ広告協会(JIAA)入会
2022年 4月	「解体の窓口」解体工事会社の加盟社数が1,000社を突破
2022年 5月	情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)認証取得
2022年 6月	三井住友海上火災保険(株)と代理店委託契約を締結し「Wで安心解体工事請負業者賠償責任保険」の提供を開始
2022年 7月	「解体の窓口」解体事業者のマッチング希望者数が10,000人を突破
2022年 9月	(一社)デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)の「品質認証事業者」認証を取得
2023年 2月	かっこ(株)と業務提携契約を締結
2023年 2月	神奈川県川崎市と空き家解体促進を見据えた実証実験に向け連携協定を締結
2023年 9月	「解体の窓口」解体事業者のマッチング希望者数が20,000人を突破
2023年11月	東京証券取引所グロース市場に上場
2023年11月	駐車場管理運営などを行う(株)アズームとの業務提携
2023年12月	空き家の流通を促進するプラットフォームサービスを提供する空き家活用(株)と業務提携
2024年 2月	ウェブサイト(「解体エージェント」及び「外壁塗装エージェント」)を取得
2024年 2月	トランクルーム開発・運営のストレージ王<2997>と業務提携
2024年 2月	法令点検管理業務の工数を削減するサービスを展開する(株)スマテンと業務提携
2024年 4月	空き家など流動性の著しく低い不動産の買取再販を行う(株)AlbaLinkと業務提携

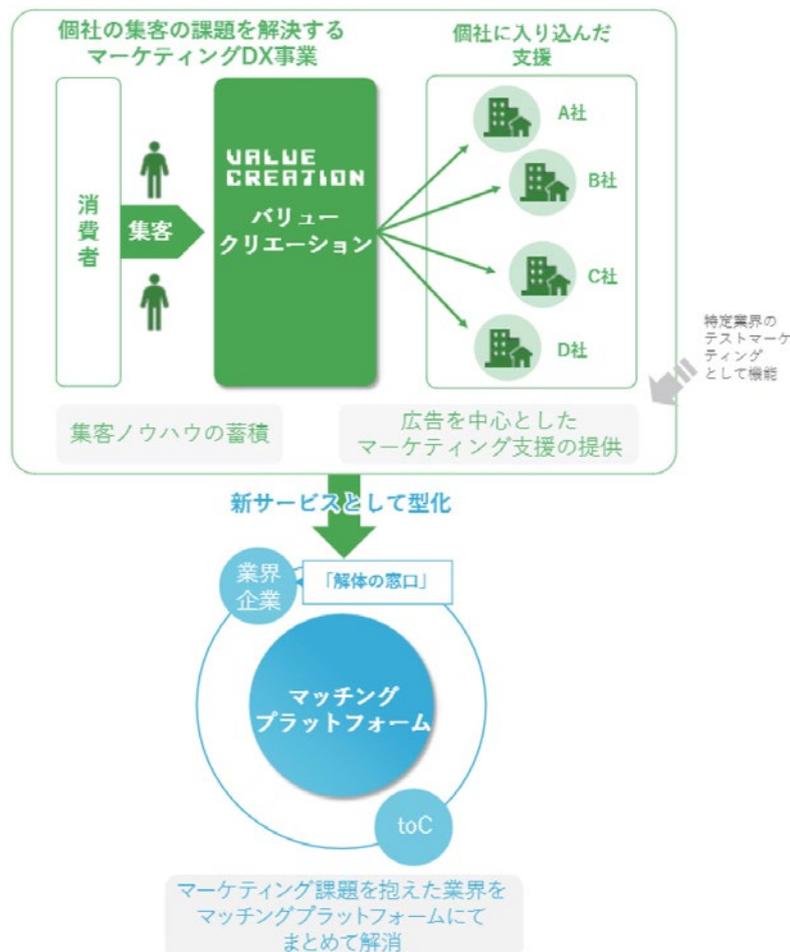
出所：新株式発行並びに株式売出届出目論見書、会社リリースよりフィスコ作成

■ 事業概要

マーケティング DX 事業はレガシー業界に強みを持つ。 不動産 DX 事業の「解体の窓口」は解体業界に新たな価値を提供する

同社は、マーケティング DX 事業と不動産 DX 事業の2事業を展開しており、マーケティング DX 事業では Web 領域において顧客の集客に関わる課題の解消を支援、新規事業の不動産 DX 事業では「解体の窓口」の運営を行っている。2024年2月期の売上高構成比は、収益基盤であるマーケティング DX 事業が96%、不動産 DX 事業はまだ4%である。しかし、2事業間のシナジーが大きく、「解体の窓口」の運営ではマーケティング DX 事業のノウハウを低コストで利用する一方、不動産 DX 事業で蓄積しつつあるノウハウをマーケティング DX 事業の顧客支援に活用しており、こうしたシナジーをさらに高めるため事業部間での情報交換も常時行っている。

ビジネスモデル



出所：新株式発行並びに株式売出届出目論見書より掲載

事業概要

1. マーケティング DX 事業

(1) 事業内容

マーケティング DX 事業では、顧客の Web サイトへの集客を適切に行うため、運用型広告を中心とするプロモーション手法により課題抽出から戦略立案、広告運用までの支援策をワンストップで提供しているほか、顧客のマーケティング戦略に応じて複数種類の広告手法やプラットフォームを柔軟に組み合わせたプロモーションも設計・運用している。運用型広告とは、インターネットのユーザーに対し、広告効果を確認しながらほぼリアルタイムに入札額やクリエイティブ、ターゲットなどを変更・改善して配信する広告である。こうした広告手法であるため、運用者によって広告効果に大きな違いが生まれるが、同社は 2008 年の創業から現在まで、多種多様なクライアントへのサービスを継続してきており、そうした業界や業種特有の課題を識別し情報を蓄積していることから、運用の品質が高いとの評価を受けている。同社が具体的に提供している広告は、主に Yahoo! や Google などが提供する検索エンジンの検索結果に表示される検索連動型広告、Web サイトの広告枠に表示される画像広告、動画広告、テキスト広告といったディスプレイ広告、Web サイトやアプリのコンテンツとコンテンツの間に表示されるインフィード広告などである。

ほかに、ビジネス、デジタル、お金、恋愛、旅行、グルメ、スポーツ・レジャー、エンタメ、ヘルスケア、ビューティ、暮らし、ファッションといったカテゴリに関して、自社サイト「Mola (モーラ)」を運営している。

同社最大の特徴は、市場規模が大きくしかも成熟しているが、既存の商習慣や伝統などにより DX に取り組むことが遅れている「レガシー業界」の企業や団体を戦略的なターゲットとしている点にある。こうした企業や団体に対して、創業から現在まで業界・業種特有の課題や解消ノウハウを蓄積することで高めてきたサービス品質を背景に、経営の課題抽出から戦略の立案、広告の実施までの施策をワンストップで支援していることが好評で、同社の高い取引継続率※につながっている。また、レガシー業界は、市場として未開拓・未成熟で保守的な企業や団体が多いことから、いったん支援が始まり支持が広がれば、良好なリレーションを継続しやすいという特質がある。

※ 前月から当月に継続した社数と過去取引があった先で当月取引を再開した社数を分子、前月の取引社数を分母として算出。

(2) 強み

マーケティング DX 事業では、高い継続率を生む顧客基盤、持続的な成果創出が可能なサービス領域、事業創出経験による顧客目線での支援といった強みを有しており、厳しい競争環境のなか高収益かつ高成長を維持している。

バリュークリエーション | 2024年5月15日(水)
9238 東証グロース市場 | <https://value-creation.jp/ir/>

事業概要

高い継続率を生む顧客基盤はレガシー業界で、97%以上という同社の高い取引継続率の源になっている。例えばレガシー業界には、ふるさと納税の直営化を図りたい自治体や消費者向け訴求の不得意な不動産業界、少子化のなかで生徒募集を強化したい学校法人などが含まれる。レガシー業界の特徴は、産業の規模が非常に大きい古い体質の企業が多いためDXの取り組みが進んでおらず、課題は常に見えているものの独特の慣習や保守的な性格からサービス設計に手がかか一方、新規参入が難しいという価格競争が起こりにくく、いったん支援が始まると深い領域まで一貫して支援することになるという点にあり、このため取引継続率が高くなる傾向がある。したがって、ポータルサイトの料率が高いためふるさと納税の申し込みを直営に変えてしかも増やしたいという自治体に対して、同社はキーワード選定や入札、クリエイティブ制作などのノウハウを駆使し、ふるさと納税サイトの広告からYahoo!やInstagramなどの運用型広告までをトータルでプランニングするなど、認知から獲得までを一貫して支援することになる。この結果、申込納税額が2.8倍、ROAS（広告の費用対効果）が1.4倍になったという実例もある。こうしたレガシー業界の売上高構成比はマーケティングDX事業の4割程度へと高まっており、同社マーケティングDX事業の成長をけん引しているのである。

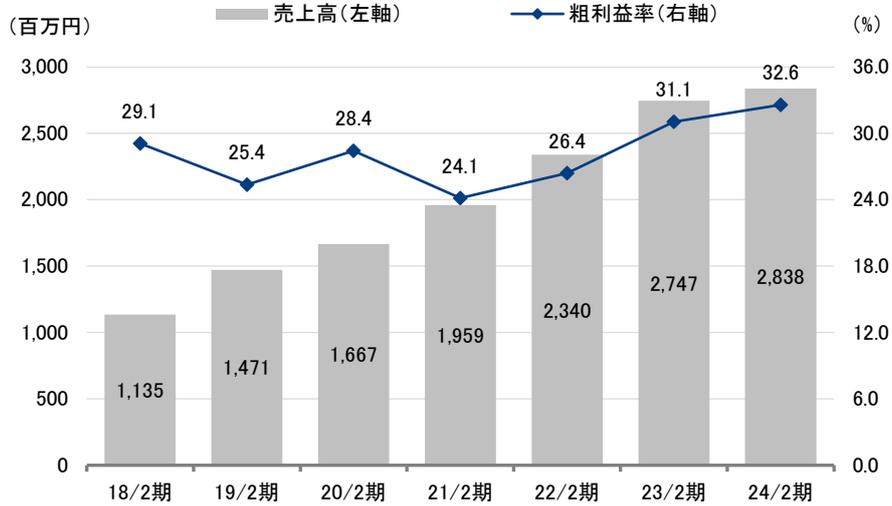
持続的な成果創出が可能なサービス領域を持っていることも同社の強みと言える。同社のメイン顧客は、相対的に関心の移り変わりのリスクが少ない中高年層を広告ターゲットとするものの、DX化に取り組めていない企業・団体が多いため、変動の激しい新興媒体ではなく、安定的なパフォーマンスが期待できる検索連動型広告やディスプレイ広告、インフィード広告など運用型広告によって着実に成果を創出する仕組みを有している。このため、期せずして中長期的に運用を支援することになり、ストック型の売上を積み上げることとなるため、結果的にこれも高い取引継続率にもつながっている。また、事業創出経験による顧客目線での支援も強みで、同社自らが施策に取り組んで実際に蓄積してきたノウハウや既存事業の課題を起点に、「解体の窓口」や「車査定・買取の窓口」など多様な事業を創出してきたノウハウを顧客に還元するモデルを構築しており、そうしたリアリティのある支援を行うことで高い満足度を実現している。

(3) 収益構造と事業戦略

同社のマーケティングDX事業では、広告の出稿量に比例した報酬とプロモーションの設計・運用フィーを得ている。この際、原価は広告原価のみとなるが、粗利益率は類似企業の25%前後に対して35%程度と高くなっている。これは、顧客との付き合いを長く維持すること（97%という高い取引継続率）で、取引効率の向上やクロスセル/アップセルによる単価上昇につながっていることが要因である。このように顧客と強くつながることができる理由の1つに、同社の営業力がある。自社内に広告部隊・運用部隊を有していることから、営業が広告運用の詳細まで説明したり顧客の状況に合わせて提案したりすることができる。また、資格試験の取得などを通じてスキルとノウハウを持つ人材を育成できる教育体制（このため離職率も低くなっている）、休眠客へのアプローチノウハウ、蓄積してきた様々な業界の顧客対応ノウハウも、強い営業力の背景となっている。このため、マーケティングDX事業の営業利益率は20%台と高く、同社の収益源となっている。同社は、こうしたマーケティングDX事業で、今後もトップラインで2ケタのオーガニック成長を続けたい考えである。上場により大手クライアントとのつながりが増えてきたことは、オーガニックな成長に向けての支援材料と言えよう。

事業概要

マーケティングDX事業 収益性の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

マーケティングDX事業 顧客数と継続率の推移



出所：決算説明資料より掲載

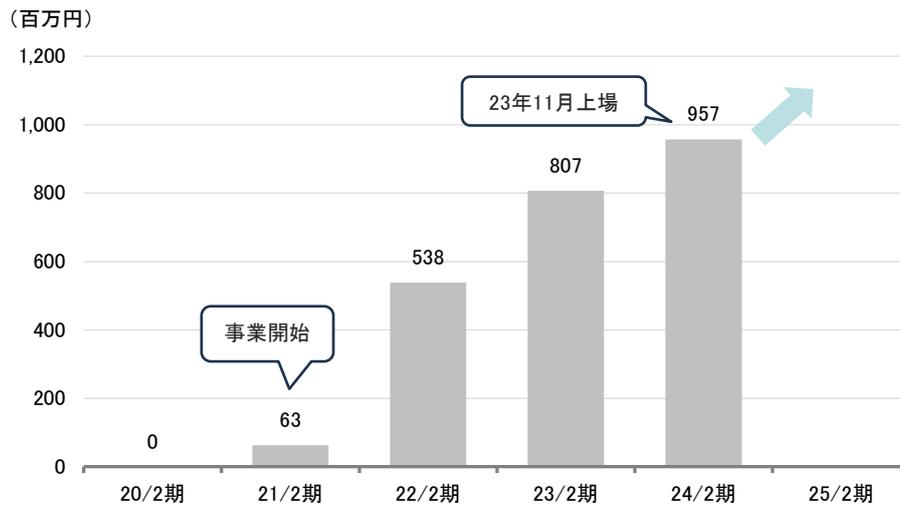
事業概要

2. 不動産 DX 事業

(1) 事業内容

不動産 DX 事業では、2020年にリリースしたのち急速に伸びている新規事業「解体の窓口」を運営している。「解体の窓口」はユーザーである不動産所有者と解体業者のための自社マッチングサイトで、ユーザーにとっては業者との直接のやりとりが不要なうえ、見積もり比較から解体後の土地の売却まで、すべてオンラインで完結できるサイトである。具体的には、所有物件を解体したいと考えているユーザーは「解体の窓口」に物件情報と写真を送るだけで、全国の厳選された約1,700社（2024年2月末時点）の解体業者の中から低価格の解体費用を見積もった数社の案内が「解体の窓口」から届けられ、ユーザーはその中から気に入った解体業者を選ぶことができるという仕組みになっている。解体業者に対してはオークション形式を取っているが、通常のオークションとは逆に他社より安値で見積もる「逆オークション」の形となっている。このように解体業界に新たな価値を提供する「解体の窓口」は、非常に分かりづらかった業界で価格とサービスを明確化したため好評で、取引高が急増、マッチング希望者数も既に24,000件を超える水準に達するなど、サービス開始から順調に推移している。

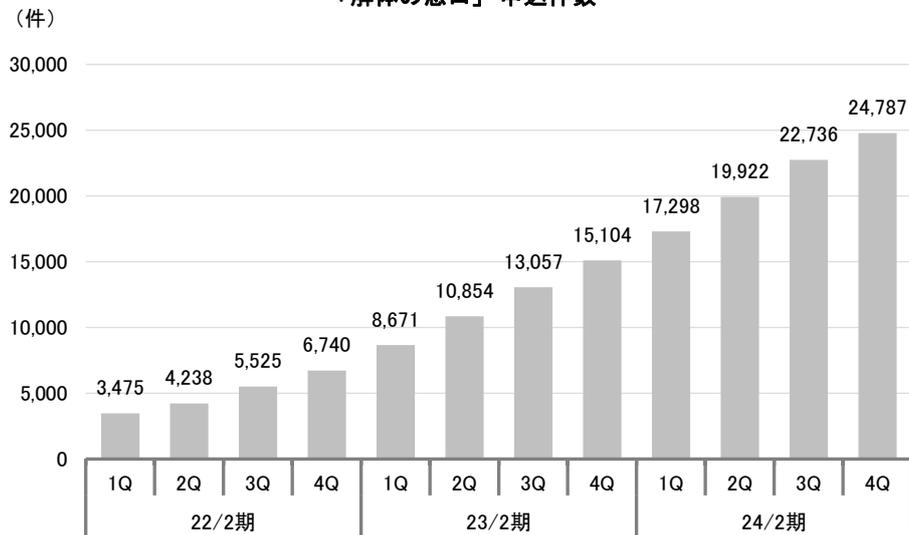
「解体の窓口」取引高推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

「解体の窓口」 申込件数



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

さらに詳細を示すと、空き家など保有不動産を建て替えたり売却したりする場合、多くにおいて建物を解体する必要があるため、ユーザーは解体業者を探すことになる。しかし、一般にユーザーには解体に関する知識がない。このため、解体業者を探そうとすると仲介費用が発生するなど時間と費用がかかるうえ、価格や品質などの面でどの解体業者を選択すべきかの判断が困難で、トラブル発生の原因にもなっている。したがって、ユーザー側では、解体業者の選定方法や市場価格が分からず、知らずに高値で契約する傾向があるようだ。一方解体業者側にとっても、受注ルートが狭いうえ、マーケティングに長けた解体業者が少ないことから、直接顧客を獲得することが難しく、一部の解体業者に仕事が集中したり必要以上にマージンを削られたりすることが少なからずあるようだ。このように解体業界は、ユーザー、解体業者ともに不安を抱える未整備な業界構造となっているという課題があった。こうした課題に対して「解体の窓口」を利用することで、ユーザーは複数業者と個別の電話対応をせず、しつこい営業にも合わず、同じ条件で競われた最安値数社の見積もりをオンラインで手間なく無料で入手することが可能となった。また、解体業者にとっても、直接顧客獲得ができるため受け身の経営から脱却することができるだけでなく、単価が向上しマージンを確保しやすくなるため経営も改善することになる。

さらに、同社のコンシェルジュが、ユーザーの物件情報の詳細聞き取りや現地調査日時など、解体業者との調整、ユーザーへの決断に必要な情報提供など、ユーザーと解体業者の間に入って対応を進めており、解体の知識がないユーザーでも安心して解体工事が利用でき、解体業者は顧客とのやり取りをスキップして工事に専念できるのである。もちろんユーザーに紹介する解体業者は、同社で事前に解体工事業の登録や建設業の許可、反社会的勢力のチェック、行政処分歴などを確認したうえで、取引上問題ないと判断された解体業者のみが同社に登録可能で、同社によって解体業者の信頼性が担保される仕組みとなっている。なお、解体業者の見積りに大きな差がある場合はヒアリングを強化して要因を分析し、工法などの様々なノウハウが同社自身に蓄積できるようにしている。また、解体工事におけるトラブルチェックをしているとはいえ、万が一トラブルが発生したときに備えて、三井住友海上火災保険（株）と共同で最大1億円までの保証が可能な保険も用意している。

バリュークリエーション | 2024年5月15日(水)
9238 東証グロース市場 | <https://value-creation.jp/ir/>

事業概要

マッチングといいつつ紹介するだけの丸投げビジネスが多いなかで、「解体の窓口」はこのようにユーザーと解体業者双方ともに安心して利用できる仕組みとなっている。しかし、それだけでなく、解体後のユーザーニーズにも対応しており、不動産仲介会社や売買会社、駐車場会社などを紹介することで手数料を受領するサービスも展開している。このように、デジタルマーケティングを磨き込むことで複数のキャッシュポイントを構築し、1人のユーザーに対しクロスセルできるモデルとなっており、オペレーショナル・エクセレンス[※]も構築しつつあると言える。さらに、2023年11月の上場直後の12月に改正空き家対策特別措置法が施行されたこともあって、ユニークな事業としてマスコミに取り上げられる機会が多くなった。このため、足元で認知が急速に進み始め、ユーザーや解体業者、さらには解体周辺の事業者などからのアプローチが急増しているもようである。

※ 業務や仕組み自体に優位性があること。

解体市場の規模は1兆6,000億円を超え、住宅解体市場に限っても9,000億円近い巨大市場になっていると言われている。特に住宅解体市場は、管理不十分な空き家が24万件程度あると言われ、2038年には空き家率が30%を超えるといった推計もあって社会問題化、より深刻な状況になる前に官民連携で課題解決スキームの構築が求められてきた。このため2023年12月に改正空き家対策特別措置法が施行されたわけだが、これにより解体市場の拡大に弾みがつき、中期的に1ケタ後半の成長が見込まれているようだ。なお、改正空き家対策特別措置法の施行によって、管理不全空き家^{※1}が特定空き家^{※2}に追加されることになった。これにより、管理不全空き家について固定資産税を軽減する特例が外れるため、将来的に空き家の固定資産税支払額が4倍に増えるという試算もあり、建て替えや解体の促進につながると言われている。同社にとっては追い風の改正法と言うことができよう。

※1 1年以上誰も住んでいなく、管理が不十分な状態で、今後もそのままの状態が続くと特定空き家に指定される恐れのある空き家。

※2 そのまま放置すれば倒壊など保安上著しく危険となるおそれのある状態、著しく衛生上有害となるおそれのある状態、著しく景観を損なっている状態、周辺の生活環境の保全を図るために放置することが不適切な状態にあると認められる空き家。

(2) 強み

「解体の窓口」の強みは、先行者メリットとサービスの独自性にある。ユーザーと解体業者の両者にとって、安心できるマッチングサービスを大々的に行っているのは同社くらいと言えるため、上場や改正空き家対策特別措置法をきっかけに先行する同社の「解体の窓口」が解体業界のスタンダードとなる可能性があり、同社の市場での優位性がさらに高まることが予想されている。もちろん新しいサービスを大々的に行うためには優位性のある独自サービスが必要だが、前述した「逆オークション」やオンライン見積もり（とその背景）、解体後のニーズへのサービス対応などが独自サービスとして強みを発揮したことで、同社の「解体の窓口」が解体のマッチングサービスとしてビジネスモデル化できたのだと思われる。

バリュークリエーション | 2024年5月15日(水)
9238 東証グロース市場 | <https://value-creation.jp/ir/>

事業概要

サービス面での強みの詳細を言うと、「逆オークション」の強みは、ユーザーにとって未知の解体という業界で難なくアイミツを取れることにある。解体業者にとっても自社の身元さえしっかりしていればオークションに入札できるため、両者にとって高かった解体におけるマッチングのハードルを非常に低くしたという点で強みと言うことができる。オンライン見積もりも、ユーザーや解体業者にとって、依頼や契約フロー、現地調査などのマッチングコストが大きく削減でき、同社のコンシェルジュによってお互いの取引品質も担保できる点が強みとなった。さらに、ユーザーの解体後のニーズに対応するため、周辺領域の企業と連携しネットワークを拡大している点も強みで、解体後の不安を解消することでユーザーがマッチングに踏み出すための動機付けにもなっている。特に不動産の売買については全国 860 社の不動産会社と提携しており、収益体制を構築済みである。また、建て替えたいユーザーには積水ハウス<1928>やミサワホーム(株)などハウスメーカーを中心に 72 社と提携、駐車場にしたいユーザーには日本パーキング(株)など大手パーキングサービスなど全国 10 社と提携、相続であれば司法書士 25 社と、不用品の回収であれば不用品買取の BuySell Technologies<7685>と提携している(いずれも 2024 年 2 月末時点)。

(3) 収益構造と事業戦略

売上高として同社は、マッチング手数料を、解体の請負工事契約を締結した後に解体業者から得ている。もちろん、ユーザーは無料である。原価は「解体の窓口」のメディア運営費のみのため粗利率が高く、売上高が増えるほど採算が高まる収益体質となっている。このため事業戦略として、ユーザーと解体業者の登録を増やすことで一定のオーガニックな成長は達成できると思われる。しかし、解体後の更地の利用まで含めると「解体の窓口」は拡張性が高い事業となるため、重点施策として、建て替えや駐車場・トランクルーム建設、売却など解体後のキャッシュポイントを増やしていく方針である。さらに「解体の窓口」から、不動産に関わる相続や解体後のお墓・終活などの窓口化へとプラットフォームの横展開も可能と言える。また、ユーザーの 9 割が個人で大半が戸建住宅(一部アパートやホテルもある)だが、将来的には法人や戸建住宅以外への展開も考えられる。

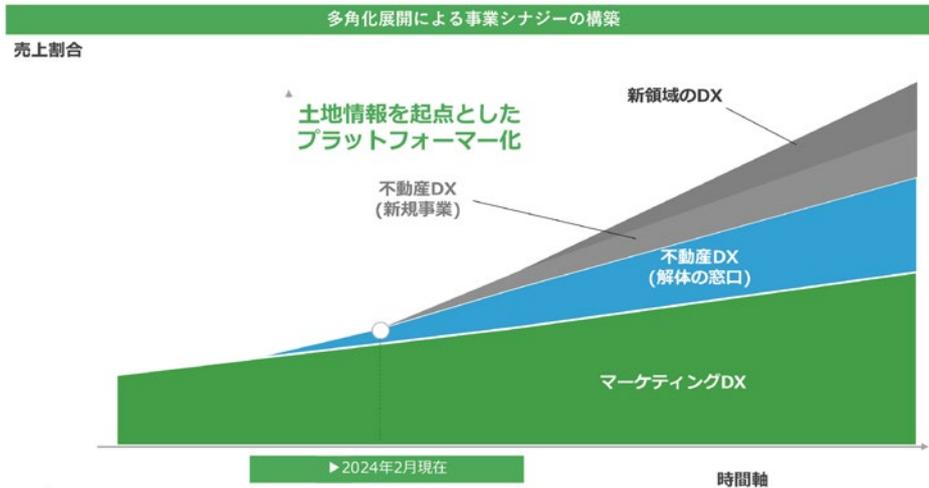
「解体の窓口」事業を柱に不動産 DX 事業の拡大を目指す

3. 成長戦略

同社は、現在のマーケティング DX 事業と不動産 DX 事業の強みを生かすことで、既存のマーケティング DX 事業を安定・持続的に成長させるとともに、「解体の窓口」事業を柱に不動産 DX 事業の急拡大・横展開を目指している。その後は、連続的に事業を創出することによりさらなる成長に弾みをつける方針だ。このため、マーケティング DX 事業の持続的成長、不動産 DX 事業への注力、土地情報を起点としたプラットフォーム化、他領域におけるプラットフォーム事業構築といった成長戦略を推進しているところである。

事業概要

今後の成長戦略



出所：決算説明資料より掲載

(1) マーケティング DX 事業の継続的成長

安定した成長が見込まれるインターネット広告市場において、DX に遅れが見られる「レガシー業界」をメインターゲットに営業を強化し、LTV（Life Time Value：顧客生涯価値）向上、顧客獲得チャネルの強化、顧客1社当たりの支援品質の向上を目指す。既に、過去に積み上げてきたマーケティング施策別の支援内容の条件属性を洗い出し、また、見込み顧客へのアプローチからクロージングまでの各営業プロセスにおいて取るべきアクションや押さえるべき情報などの基準を確定して、組織内で共有することを進めているところである。これにより、組織全体としての支援ナレッジの型化（パターン化）と標準化を推進し、支援品質の向上と生産性の改善を同時に達成することを目指している。

(2) 不動産 DX 事業への注力

「解体の窓口」事業に注力して拡大加速を目指す。解体業界のマッチング需要とユーザーの解体後ニーズの拡大に備えるため、社内体制を強化してさらなる事業成長を狙う。このため、人員採用拡大に向けた社内運用体制を構築して、住宅・不動産業界のベテラン人材の採用やコールセンターの強化、営業体制の再構築を図り、マッチングの運営体制を強化していく方針である。

(3) 土地情報を起点としたプラットフォーム化

解体を起点としたクロスセルによる不動産 DX 事業の深掘りと、紹介から仲介、買取再販へと土地情報を起点としたプラットフォーム化を目指す。クロスセルでは解体を起点に、売却や建て替えをはじめ様々なニーズを抱えるユーザーが既に多数流入しており、そうした解体希望ユーザーの半数以上をクロスセルの対象ターゲットとして、解体周辺のビジネスを取り込んでいく方針である。また、土地情報を起点としたプラットフォーム化では、同社ビジネスの優位性につながる解体や相続、葬儀といった「土地情報の蓄積」をさらに強化するとともに土地情報を ID 化することで、土地情報管理などのプラットフォームを構築し、収益化とさらなる事業拡大を狙う。このため自社で宅建を取得し、紹介以外にも自社で仕入れてバリューアップしたのちに再販するといったビジネスに参入することも検討している。

事業概要

(4) 他領域におけるプラットフォーム事業構築

現在進めている ID 化による土地情報管理のプラットフォームを周辺に拡大し、土地 ID の総合市場を構築しようとしている。そのため、マーケティング DX 事業を活用した事業創出モデルをベースに、不動産 DX 事業に次ぐテーマとして、他の領域にも横展開していく考えである。つまり、葬儀や相続から看護や食事管理までを含めた高齢者向け終活事業を展開するなど、新事業となる統合プラットフォームビジネスを展開することを検討している。

業績動向

2024年2月期はマーケティングDX事業がけん引して大幅増益を達成

1. 2024年2月期の業績動向

2024年2月期の業績は、売上高 2,948 百万円（前期比 4.4% 増）、営業利益 172 百万円（同 52.3% 増）、経常利益 166 百万円（同 37.5% 増）、当期純利益 114 百万円（同 32.9% 増）となった。2023年11月に公表した2024年2月期業績予想に対して、売上高で 79 百万円の未達だったものの、営業利益で 9 百万円、経常利益で 18 百万円、当期純利益で 19 百万円の超過達成となった。

2024年2月期業績

(単位：百万円)

	23/2 期	売上比	24/2 期	売上比	増減率
売上高	2,823	100.0%	2,948	100.0%	4.4%
売上総利益	888	31.5%	999	33.9%	12.5%
販管費	774	27.4%	826	28.0%	6.7%
営業利益	113	4.0%	172	5.9%	52.3%
経常利益	121	4.3%	166	5.7%	37.5%
当期純利益	86	3.0%	114	3.9%	32.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

バリュークリエーション | 2024年5月15日(水)
9238 東証グロース市場 | <https://value-creation.jp/ir/>

業績動向

同社の主たる事業領域である国内インターネット広告市場は持続的に成長しており、2023年も1クワ後半の伸びになったと言われている。このような環境の下、同社は、2023年11月に東京証券取引所グロース市場に上場する一方、主力事業のマーケティング DX 事業で、提供するサービスの品質向上に取り組むとともに、顧客ニーズに沿った最適なサービス提案を可能とする営業体制を整備し、新規顧客の獲得や既存顧客のクロスセル / アップセルなど取引拡大に注力した。この結果、顧客の継続率は約 97% となり、目標とする水準を維持することができた。また、不動産 DX 事業では「解体の窓口」の強化に努めた結果、取引高が順調に伸びたことで売上総利益率が改善し、上場費用や「解体の窓口」向け先行費用などで販管費率は若干上昇したが、マーケティング DX 事業がけん引する形で売上高・利益ともに順調に拡大した。なお、営業外費用で上場関連費用が発生している。当初の業績予想との差は、売上高の未達は上場を着実に進めるため営業攻勢を若干抑制したことが要因で、利益の超過達成は、もともと保守的だったことに加え、マーケティング DX 事業で効率化が想定以上に進んだことで売上総利益率が向上したことが要因である。

2024年2月期セグメント別業績

(単位：百万円)

	23/2期	売上比	24/2期	売上比	増減率
売上高					
マーケティング DX 事業	2,747	97.3%	2,838	96.3%	3.3%
不動産 DX 事業	76	2.7%	109	3.7%	43.6%
調整前セグメント利益					
	23/2期	利益率	24/2期	利益率	増減率
マーケティング DX 事業	555	20.2%	611	21.5%	10.1%
不動産 DX 事業	-34	-45.7%	-23	-21.3%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメントごとの業績は、マーケティング DX 事業で、運用型広告を中心とするプロモーション手法により、広告効果向上のための課題抽出から広告の運用までを一貫して実施するとともに、レガシー顧客への伴走型支援を強化した。このため、既存顧客からの受注増に新規顧客の獲得も加わって堅調に推移、顧客数は前期比 16.1% 増、継続率は 97.0% (前期比 0.4 ポイント上昇) となり、売上高は 2,838 百万円 (同 3.3% 増)、セグメント利益は 611 百万円 (同 10.1% 増) となった。不動産 DX 事業では、空き家問題に対する関心の増加から「解体の窓口」の取引高が 957 百万円 (同 18.5% 増) と拡大、ユーザー申込累計件数が 24,787 件 (同 64.1% 増) となるなど知名度が急速に高まることとなった。しかし、顧客獲得のための人材投資など先行費用が増加しており、売上高は 109 百万円 (同 43.6% 増) と大きく伸びたが、セグメント損失は前期の 34 百万円から縮小したものの 23 百万円となった。

業務提携など「解体の窓口」強化に向けて様々なアクション

2. 2024年2月期のトピックス

2024年2月期は、特に上場後を中心に、「解体の窓口」強化に向けた様々なアクションを起こした。2024年2月に、「解体エージェント」と「外壁塗装エージェント」の2つのメディアを買収した。解体工事の希望者と解体業者のマッチングサイトで、「解体の窓口」の業容拡大を狙っている。「外壁塗装エージェント」は外壁塗装工事の希望者と外壁塗装業者のマッチングサイトで、「解体の窓口」の周辺事業の強化を目指したものと見えよう。

業務提携も活発に行っており、2023年11月に駐車場管理運営などを行う(株)アズーム、12月に空き家の流通を促進するプラットフォームサービスを提供する空き家活用(株)、2024年2月にトランクルーム開発・運営のストレージ王<2997>、2025年2月期となるが4月には空き家など流動性の著しく低い不動産の買取再販を行う(株)AlbaLinkと業務提携するなど、同社は支援領域を大きく拡大することができた。また、2024年2月には法令点検管理業務の工数を削減するサービスを展開する(株)スマテンと業務提携し、スマテンのサービス利用者に「解体の窓口」を案内するとともに、利用者のコスト削減にも寄与しようと考えているもようである。なお、マーケティングDX事業においても、2024年3月にUber Eatsの売上向上を目的とするコンサルティング事業を新規に開始した。

改正空き家対策特別措置法などを考慮すると保守的な予想

3. 2025年2月期の業績見通し

同社は2025年2月期業績見通しに関して、売上高3,238百万円(前期比9.8%増)、営業利益179百万円(同3.9%増)、経常利益181百万円(同8.8%増)、当期純利益119百万円(同4.3%増)を見込んでいる。

2025年2月期業績見通し

(単位:百万円)

	24/2期	売上比	25/2期予想	売上比	増減率
売上高	2,948	100.0%	3,238	100.0%	9.8%
売上総利益	999	33.9%	1,088	33.6%	8.9%
販管費	826	28.0%	909	28.1%	10.0%
営業利益	172	5.9%	179	5.5%	3.9%
経常利益	166	5.7%	181	5.6%	8.8%
当期純利益	114	3.9%	119	3.7%	4.3%

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

マーケティング DX 事業では、引き続き運用型広告を中心とするプロモーション手法により、広告効果向上のための課題抽出、広告の運用までの提案を一貫して実施するとともに、レガシー顧客への伴走型支援、LTV 向上支援を強化していくことで、高い継続率と新規顧客の獲得を見込んでいる。また、人材強化などにより特に顧客社数とトップラインの成長を目指す。不動産 DX 事業では、買収したメディアとのシナジーを発揮して未接触の顧客や新たな解体業者を開拓するとともに、業務提携先との連携により解体後のキャッシュポイントを多様化していく方針である。これにより、同社はマーケティング DX 事業での持続的成長、不動産 DX 事業での飛躍を期している。しかし、上場による知名度や信頼性の向上、改正空き家対策特別措置法の効果、足元の好スタートなどを考慮すると、上場後初の業績予想とはいえやや保守的な予想とすることができよう。

4. 中期成長イメージ

同社は、マーケティング DX 事業の持続的成長をベースに、「解体の窓口」の強化を柱とした不動産 DX 事業の拡大を目指している。その後、2 事業のノウハウを活用して、連続的に事業を創出していくことを狙っている。数値目標は設定していないが、レガシー業界での DX ニーズの広がりを見ると、マーケティング DX 事業は中期的に安定した持続的成長を狙えると考えられる。また、空き家問題から解体ニーズが広がるだけでなく、周辺事業への拡張も期待できる「解体の窓口」は、上場や改正空き家対策特別措置法をきっかけに、未知数であるがゆえになおさら大きく伸びる可能性を秘めていると考えられる。2 事業ともに社会性の高い事業であることから、中期的に 2 ケタを超える高成長を期待したい。

■ 株主還元策

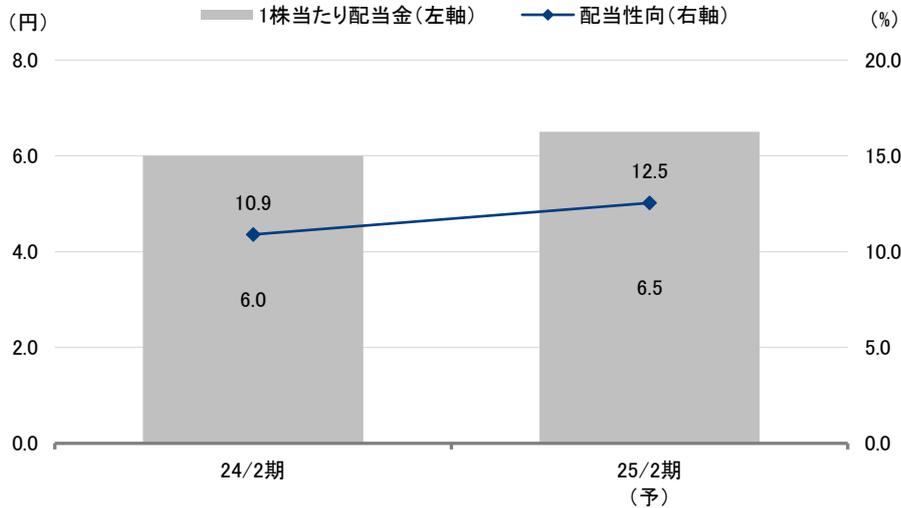
配当性向 15% を目途に継続的な配当を実施する方針

1. 配当政策

同社は、株主に対する利益還元については、重要な経営課題として認識しており、配当政策としては株主利益の最大化と内部留保のバランスを図りながら、当面は配当性向 15% を目途に継続的な配当を実施する方針である。具体的には、業績及び資金繰りを考慮した財務の健全化、将来の事業展開のための内部留保などを総合的に勘案のうえ決定する方針である。内部留保資金については、財務体質の強化と人員の拡充・育成をはじめとした収益基盤の多様化や収益力強化のための投資に活用する方針である。同社の剰余金の配当は、現時点では期末配当の年 1 回を基本的な方針としている。なお、同社は、取締役会の決議により、毎年 8 月 31 日を基準日として中間配当を行うことができる旨を定款に定めている。これらの剰余金の配当の決定機関は、期末配当については株主総会、中間配当については取締役会である。以上により、2024 年 2 月期の 1 株配当金を 6.0 円とし、2025 年 2 月期の 1 株配当金は 6.5 円を予定している。なお、2024 年 3 月 16 日付で普通株式 1 株につき 2 株の株式分割を行っており、2024 年 2 月期の 1 株配当金は遡及修正済みである。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



※ 2024年3月16日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っており、1株配当金は遡及修正済み。
 出所：決算短信よりフィスコ作成

株主還元強化のため株主優待制度を導入

2. 株主優待制度

同社は、株主の日頃からの支援に感謝するとともに、同社株式への投資魅力を高め、より多くの株主に中長期的に同社株式を保有してもらうことを目的に株主優待制度の導入を決定した。また、同社は2024年11月に上場1周年を迎えることとなり、株主の日頃の支援に感謝の意を表すため、上場1周年記念株主優待を実施することを決定した。株主優待制度の対象となる株主は、毎年2月末日現在の株主名簿に記載または記録された1単元(100株)以上の株式を保有している株主とし、また、上場1周年記念株主優待の対象となる株主は、2024年8月末日現在の株主名簿に記載または記録された1単元(100株)以上の株式を保有している株主となる。

株主優待の内容として、毎年2月末日に、100株以上500株未満を持つ株主にQUOカード500円分、500株以上を1年未満所有する株主にQUOカード1,000円分、500株以上を1年以上所有する株主にQUOカード2,000円分を贈呈する予定である。また、上場1周年記念株主優待として、2024年8月末日に100株以上を所有する株主にQUOカード1,000円分を贈呈する予定である。贈呈の時期は、株主優待が毎年2月の定時株主総会終了後の発送を予定、上場1周年記念株主優待が2024年11月中の発送を予定している。上場1周年記念株主優待については今回限りであり、今後については同社の株主還元策を総合的に勘案していく方針である。なお、株主優待制度は、2025年2月末日現在の株主名簿に記載または記録された株主を対象として開始する予定である。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp