

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 >>>

2025 年 5 月 21 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. ネット広告などのマーケティング DX 事業と「解体の窓口」の不動産 DX 事業を展開	01
2. レガシーな顧客基盤、持続的な成果創出、「解体の窓口」などの強みを持っている	01
3. 成長戦略により、2030 年 2 月期を目標に売上高で CAGR21.5% の達成を目指す	01
4. 2026 年 2 月期は大幅増益予想だが、 建設業許可取得の効果などが読みきれないため保守的	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. ビジネスモデル	05
2. マーケティング DX 事業	06
3. 不動産 DX 事業	08
■ 成長戦略	10
1. 成長戦略と財務目標	10
2. マーケティング DX 事業の成長戦略	11
3. 不動産 DX 事業の成長戦略	11
■ 業績動向	13
1. 2025 年 2 月期の業績動向	13
2. セグメントの状況	14
3. 2025 年 2 月期のトピックス	15
4. 2026 年 2 月期の業績見通し	15
■ 株主還元策	17
1. 配当政策	17
2. 株主優待制度	18

要約

「解体の窓口」が成長、建設業許可取得で業容も拡大

1. ネット広告などのマーケティング DX 事業と「解体の窓口」の不動産 DX 事業を展開

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する。特に、市場規模も大きく成熟しているが DX が遅れている「レガシー業界」を主たる顧客基盤とし、高い取引継続率により高成長を遂げてきた。不動産 DX 事業では、同社がコンシェルジュとしてユーザー（不動産所有者）と解体業者をマッチングする「解体の窓口」を運営している。このサービスはユーザーが「解体の窓口」に物件情報や写真を送るだけで、登録された全国の約 2,000 社（2025 年 2 月末時点）から解体業者を選ぶことができる。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。

2. レガシーな顧客基盤、持続的な成果創出、「解体の窓口」などの強みを持っている

マーケティング DX 事業では、レガシーな顧客基盤、持続的な成果創出、事業創出経験といった強みを有する。レガシーな顧客は、一旦、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り、加えて安定的なパフォーマンスが期待できる運用型広告を望むため、期せずして中長期的に支援することになる。また、「解体の窓口」などリアリティのある事業創出ノウハウを顧客に還元していることが高い満足度につながっている。不動産 DX 事業では、解体業界で先んじたためスタンダードになる可能性がある「解体の窓口」、解体後の顧客のニーズに対応する独自サービス、そのサービスを実現するため様々な連携を推進する展開力が強みである。このようにマーケティング DX 事業と不動産 DX 事業はそれぞれに強みを持つが、そうした強みを相互の事業で生かしてシナジーを創出している。

3. 成長戦略により、2030 年 2 月期を目標に売上高で CAGR21.5% の達成を目指す

同社は、マーケティング DX 事業の安定・持続的な成長とともに、不動産 DX 事業を急拡大させることを目指している。このため、マーケティング DX 事業では、「レガシー業界」をメインターゲットに、営業の強化や顧客の LTV（Life Time Value：生涯価値）向上、顧客獲得のチャネル強化、顧客 1 社当たりの支援品質向上を推進している。不動産 DX 事業では、「解体の窓口」の強化、BtoBtoB モデルの構築、土地情報を起点としたプラットフォーム化を進めている。特に BtoBtoB モデルでは、東京都より取得した「一般建設業」の許可（以下、建設業許可）により、元請けとしてコンビニエンスストアなど法人からの解体ニーズを取り込む考えである。こうした成長戦略により、事業の成長と空き家問題の解決支援など社会的責任の履行を両立し、2030 年 2 月期を目標に売上高で CAGR * 21.5% の達成を目指す。

* CAGR（Compound Annual Growth Rate）：年加重平均成長率。

要約

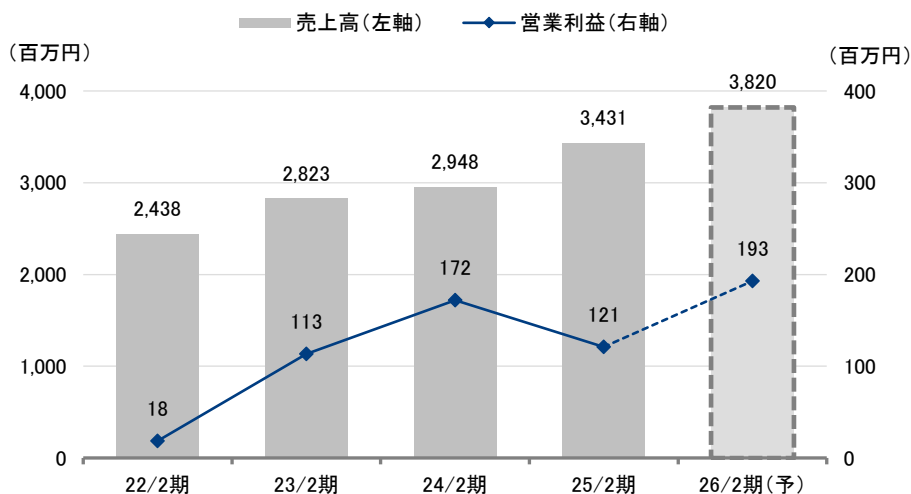
4. 2026 年 2 月期は大幅増益予想だが、建設業許可取得の効果などが読みきれないため保守的

2025 年 2 月期の業績は、売上高が 3,431 百万円(前期比 16.4% 増)、営業利益が 121 百万円(同 29.6% 減)となった。マッチング希望者数が 40,000 人を突破したほか、メルカリ Ads の取り扱いや AI 解体費用シミュレーターの提供、自治体連携を進めるなど積極経営を展開しながら 2 ケタ増収を達成した。期初予想との比較で営業利益は未達となったが、将来に向けた人材獲得など費用が先行したことが要因で、実態としては順調だったと言える。同社は 2026 年 2 月期業績見通しに関して、売上高 3,820 百万円(前年同期比 11.3% 増)、営業利益 193 百万円(前年同期比 58.8% 増)を見込んでいる。先行的費用もなくなり大幅増益予想となったが、建設業許可取得の効果などが読みきれないため、売上高を抑えめに販管費は余裕をもって業績に織り込んでいる点が保守的と言える。

Key Points

- ・レガシーな顧客基盤や「解体の窓口」の先行者メリットなどが強み
- ・「解体の窓口」や建設業許可取得で不動産 DX 事業が急成長ステージへ
- ・2026 年 2 月期は先行的費用がなくなり 58.8% 増益予想だが保守的

業績推移



出所：決算短信等よりフィスコ作成

■ 会社概要

安定成長のマーケティング DX 事業と急成長の不動産 DX 事業を展開

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、及び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 Web サイトへの集客を支援している。メインの顧客は、市場規模も大きく成熟しているが DX が遅れている「レガシー業界」の企業や団体などである。DX に対し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特徴で、高い継続率と安定した成長を続けている。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 2,000 社（2025 年 2 月末時点）の登録解体業者から「逆オークション」の形で解体費用の見積もりが届き、そのなかから解体業者を選定する仕組みになっている。こうした革新的なサービスにより急成長しているが、さらに、建設業許可を取得したことで、コンビニエンスストアなど法人の解体ニーズを取り込むなど業容拡大を目指している。

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、東京都による建設業許可を取得して元請けへの進出も開始した。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」の拡大や元請けの強化により不動産 DX 事業の急成長を図り、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

9238 東証グロース市場

2025 年 5 月 21 日 (水)

<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
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 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（株）ストレージ王と業務提携
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
2024年12月	解体工事への領域拡大に向け「一般建設業」の許可を取得

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

バリュークリエーション
9238 東証グロース市場

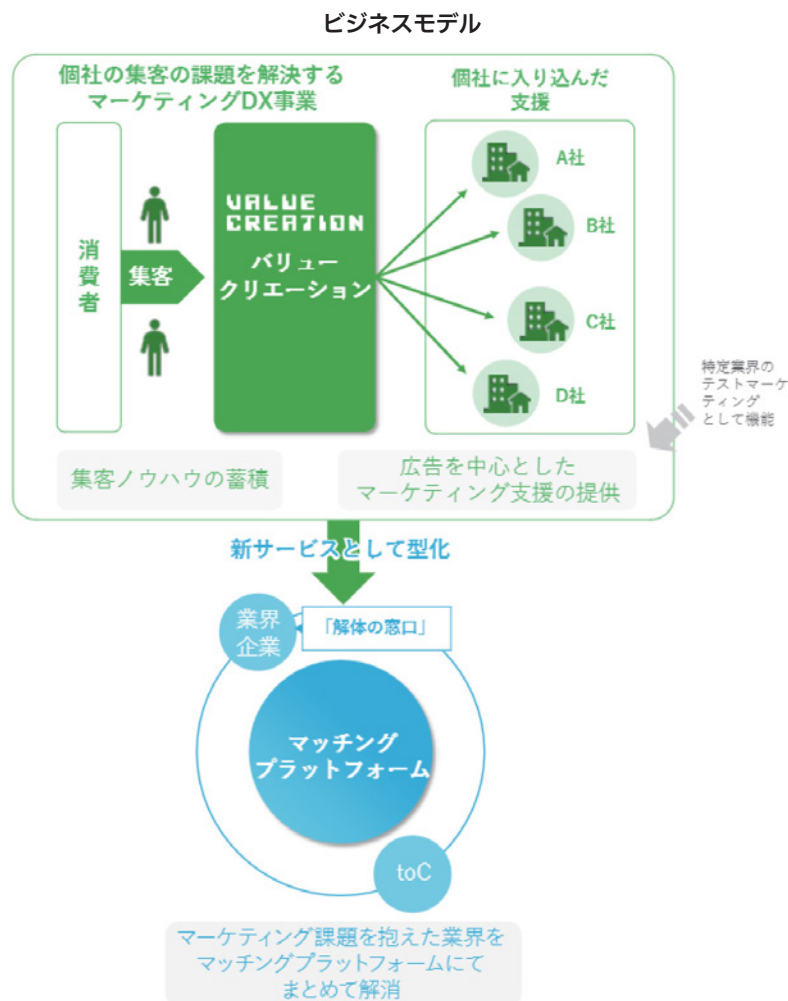
2025 年 5 月 21 日 (水)
<https://value-creation.jp/ir/>

事業概要

主力のマーケティング DX 事業と新規の不動産 DX 事業でシナジー発揮

1. ビジネスモデル

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 事業では強みを持つレガシー業界を中心に Web 領域における顧客の集客を支援、新規事業の不動産 DX 事業では解体業界に新たな価値を提供する「解体の窓口」などの運営を行っている。2025 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 94%、不動産 DX 事業は 6% と規模に差があるが、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ことで成長につなげる一方、マーケティング DX 事業では不動産 DX 事業で蓄積しているノウハウを顧客支援に活用している。同社は、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を常に行っている。



出所：新株式発行並びに株式売出届出目論見書より掲載

レガシーな顧客基盤、持続的な成果創出、事業創出経験に強み

2. 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様々な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、広告効果を確かめ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。こうした広告手法は運用者によって広告効果に大きな違いが生じるが、同社の場合、多種多様なクライアントの支持により 2008 年の創業から現在まで高いサービス継続率を維持しながら、長年にわたって業界や業種特有の課題を識別し、情報を蓄積してきた。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。

(2) 強み

マーケティング DX 事業では、レガシーな顧客基盤、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いる。同社が基盤としている「レガシー業界」の企業や団体は、不動産業界や学校法人、自治体など市場規模が大きく成熟しているが、既存の商習慣や保守的な性格などから DX への取り組みが遅れている。このため、サービス設計に手がかかる一方で、新規参入が難しいという価格競争が起こりにくく、一旦、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。こうしたレガシーな顧客は、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にしているため、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の運用型広告による着実な成果を期待している。従って、期せずして中長期的に運用を支援することで成果を持続的に創出することができ、ストックとして売上が積み上がることになる。事業創出経験による顧客目線での支援も強みである。同社が自ら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創出した「解体の窓口」や「車査定・買取の窓口」など、同社が実際に行ったリアリティのある事業創出ノウハウを顧客に還元することができるため、高い顧客満足度を実現している。このように、レガシーな顧客に対し、事業創出経験を基に持続的に成果を出せるマーケティング施策をワンストップで提供していることから、同社の取引継続率は 97% という高い水準を維持している。

バリュークリエーション

9238 東証グロース市場

2025 年 5 月 21 日 (水)

<https://value-creation.jp/ir/>

事業概要

(3) 収益構造

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、原価は広告費用のみとなるが、売上総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。高い取引継続率のため、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から、マーケティング DX 事業は同社の収益源となっている。こうした高収益は強い営業力に裏打ちされている。同社は、自社内に広告部隊・運用部隊を有しているため、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た提案が可能となっている。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）や、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有している。

マーケティング DX 事業 顧客社数と継続率の推移



出所：決算説明資料より掲載

先行者メリット、サービスの独自性、展開力に強み

3. 不動産 DX 事業

(1) 事業内容

不動産 DX 事業では、2020 年に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「解体の窓口」※をリリースし、現在まで急成長している。ユーザーにとって解体は、時間と費用がかかるうえ価格や品質の判断材料がないためトラブルが発生しやすい。しかし、「解体の窓口」では、同社のコンシェルジュがユーザーと解体業者の間に入って対応を進めることで解体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ため、簡潔で利便性が高い。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 2,000 社（2025 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、ユーザーはそこ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。さらに、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サービスを展開するなど複数のキャッシュポイントを構築しており、1 人のユーザーに対し、いくつもクロスセルできるモデルとなっている。「解体の窓口」はこのように解体業界に新たな価値を提供し、非常に分かりづらかった価格やサービスメニューなどを明確化した。このため、取引高が急拡大、マッチング希望者数も急増しており、すでに 40,000 件を超える水準に達している。

※ 現在では「解体の窓口」以外に、「解体エージェント」及び「外壁塗装エージェント」を運営している。

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 万件程度あるといわれ、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。この一環で 2023 年 12 月に「空家等対策の推進に関する特別措置法の一部を改正する法律」（以下、改正空き家対策特別措置法）が施行されたことで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、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、将来的に空き家への固定資産税支払額は 4 倍に増えるという試算から、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法改正と言える。

※¹ 1 年以上誰も住んでいないため管理不十分な状態にあり、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、周辺的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。

事業概要

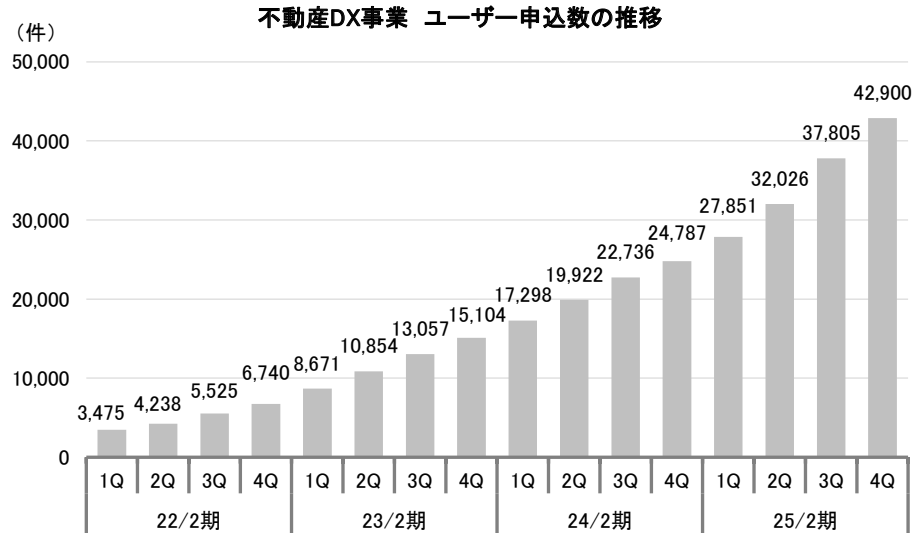
(2) 強み

「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上場企業は同社くらいのため、解体業界で先行している同社の「解体の窓口」が改正空き家対策特別措置法をきっかけにスタンダードとなれば、同社の市場での優位性がさらに高まることになる。もちろん新しいサービスを大々的に行うためには強みが必要だが、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といった独自サービスに強みがあったため、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。また、展開力も強みで、周辺領域の企業と連携することで様々なネットワークを構築している。これにより、ユーザーの解体後の不安を解消し、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、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、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 2025 年 2 月末時点）。また、後述するが、新たに宅建や建築業許可を取得したことは今後の強みになる見込みで、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）という BtoC マッチング事業から、BtoB や BtoBtoB のマッチング事業や不動産売買事業へと業容の拡大を進めることができる。

(3) 収益構造

売上高として、同社は解体の請負工事契約を締結した後に解体業者からマッチング手数料を得ており、ユーザーは無料である。原価は「解体の窓口」のメディア運営費だけのため売上総利益率が高く、売上高が増えるほど採算が高まる収益体質となっていた。このため、そのままの収益構造でも、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、「解体の窓口」は解体後の利用まで含めた拡張性の高い事業となっているため、建て替えや駐車場・トランクルーム建設、売却など周辺領域の企業と連携し、キャッシュポイントを増やすことを重点施策に据え、成長を加速させる方針である。さらに、不動産に関わる相続やお墓・終活などの窓口として、「解体の窓口」のプラットフォームを横展開することも検討している。

事業概要



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

成長戦略

売上高で CAGR21.5%、売上総利益で CAGR22.1% の達成を目指す

1. 成長戦略と財務目標

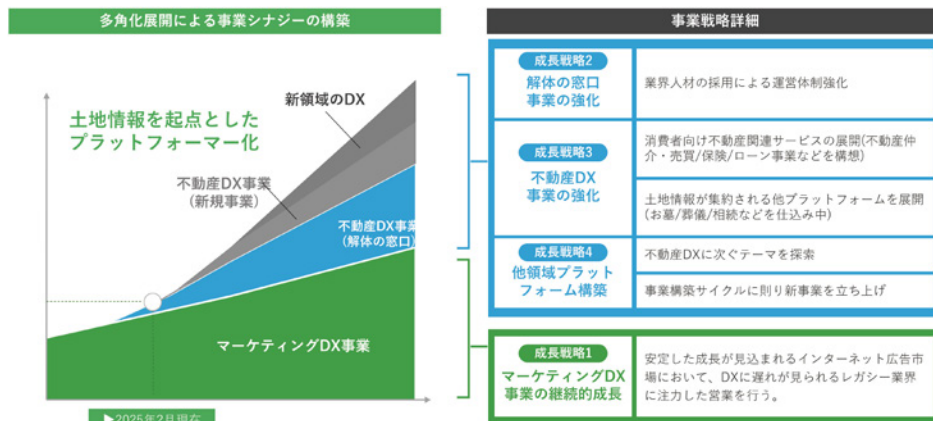
同社は、現在のマーケティング DX 事業と不動産 DX 事業の強みを生かしシナジーを強化することで、中期的にマーケティング DX 事業を安定・持続的に成長させるとともに、不動産 DX 事業の急拡大を目指している。その後は、連続的に新たな事業を創出することにより、さらなる成長への弾みとする方針だ。このため、マーケティング DX 事業の成長戦略に加え、「解体の窓口」事業の強化、BtoBtoB 事業の強化、土地情報を起点としたプラットフォーム化など不動産 DX 事業の成長戦略を推進、土地情報以外を起点とするプラットフォームの構築も狙っていく計画である。こうした成長戦略により、事業の拡大と、レガシー企業の近代化や空き家問題の解決支援といった社会的責任の履行を両立し、2030 年 2 月期を目標に売上高で CAGR21.5%、売上総利益で CAGR22.1% の成長を達成することを目指している。この際の売上構成比はマーケティング DX 事業 55%、マーケティング DX 事業以外 45%、売上総利益構成比はマーケティング DX 事業 50%、マーケティング DX 事業以外 50% と、不動産 DX 事業など新たな事業が成長をけん引する想定となっている。以下で、事業別の成長戦略について述べる。

バリュークリエーション
9238 東証グロース市場

2025 年 5 月 21 日 (水)
<https://value-creation.jp/ir/>

成長戦略

今後の成長戦略



出所：「事業計画及び成長可能性に関するご説明資料」より掲載

レガシー業界をメインターゲットに継続的成長を図る

2. マーケティング DX 事業の成長戦略

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 が遅れている「レガシー業界」をメインターゲットに、営業強化により顧客の LTV 向上、顧客獲得のチャネル強化、顧客 1 社当たりの支援品質の向上を図ることで継続的な成長を進める。そのため、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す。

建設業許可取得により BtoBtoB 事業を強化

3. 不動産 DX 事業の成長戦略

(1) 「解体の窓口」

「解体の窓口」事業では、解体業界のマッチング需要とユーザーの解体後ニーズが非常に強いいため、社内体制を強化してさらなる成長に備えている。このため、人員強化に向けた社内運用体制の構築、住宅・不動産業界のベテラン人材の採用、コールセンターの人員を 2 倍にするなどバックオフィスの強化、研修を含む営業体制の再構築を図っており、後述する BtoBtoB 事業の成長期待にも対応しつつ、マッチングの運営・営業体制を強化する方針である。

(2) 解体事業における BtoBtoB モデル

2023 年 12 月の法改正に加え、解体費用の高騰や低品質工事に対する近隣住民のクレーム増加により、適正な解体業者に対する法人からの需要が顕在化している。このため同社は東京都の建設業許可を取得した。これにより、「解体の窓口」による解体業者とユーザーのマッチングによる手数料モデルから、法人とのマッチングや BtoBtoB 事業となる元請けへと業容を拡大することも可能となった。非住宅も含めると解体市場は 10 兆円といわれているが、なかでも退店の多い小売全国チェーンなど法人の市場は大きく分かりやすい。同社はコンビニエンスストア（総店舗数約 57,000 店）とドラッグストア（同約 23,000 店）を法人ビジネスへの入口として狙うが、小売にはこの他の業態の店舗も多く、また業種を小売以外へ広げると 40 万店近い理美容室や 7 万店近い歯科診療所などもターゲットに入ってくるため横展開の余地も大きい。現在、大手 3 社で年間の閉店数が 1,200 店に上るコンビニエンスストアから着手しているが、一部顧客からはすでに好感触を得ているようだ。

現行の BtoC（住宅の解体マッチング）事業の収益モデルは、個人をターゲットにした「解体の窓口」経由のマッチング手数料収入が売上で、原価が広告費用である。これに非住宅のマッチングである BtoB モデルと非住宅の解体を同社が直接受注して提携解体業者に委託する BtoBtoB モデルが加わることになる。BtoB は BtoC とほぼ同じだが、BtoBtoB モデルは売上が解体工事収入、原価が解体費用（または委託費用）となる。こうしたモデルにより法人の依頼主は、同社の全国規模の解体事業者ネットワークを利用できるようになる。なお、解体工事は、これまで参入障壁が高く寡占状態のため請負が多重構造で工事費が高いという難点があったが、上場企業として信頼性の高い同社が適正価格をもって参入したことで、法人の依頼主も適正な解体業者を容易に選ぶことができるようになった。このため、今後、法人契約を 1 つ獲得すれば、他店舗や他部門、グループ会社、他社へと契約が広がりやすくなると考えられる。このように、市場の歪みを解消する同社のビジネスモデルが一段と進化したことで、同社が解体市場においてさらなる優位性を築く可能性が高まったといえよう。

(3) クロスセルとプラットフォーム化

同社は、解体を起点としたクロスセルで不動産 DX 事業を深掘りする一方、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。解体後の利用が様々のため、不動産会社や内装会社、ハウスメーカー、不用品回収、終活サービスなどと連携することで解体を起点にキャッシュポイントを拡大し、解体希望ユーザーの半数以上をクロスセルで取り込む方針である。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、土地情報の ID 化によって土地情報管理などのプラットフォームを構築し、保険・ローン販売や宅建取得による不動産仲介・買取再販など、より収益性の高いビジネスへの参入も検討している。

(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構築の考え方を周辺領域に広げ、土地 ID の総合市場を構築するため、マーケティング DX 事業の事業創出モデルを活用し、不動産 DX 事業に次ぐ新たなテーマを発掘して事業領域を広げていく考えである。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、より広い領域を取り込んだ統合プラットフォームビジネスを新事業として展開することも検討している。

業績動向

減益も先行的費用が要因で、実態は順調

1. 2025 年 2 月期の業績動向

2025 年 2 月期の業績は、売上高が 3,431 百万円（前期比 16.4% 増）、営業利益が 121 百万円（同 29.6% 減）、経常利益が 131 百万円（同 21.0% 減）、当期純利益が 86 百万円（同 24.5% 減）となった。期初予想との比較では、売上高で 193 百万円の過達、営業利益で 57 百万円、経常利益で 49 百万円、当期純利益で 32 百万円の未達であった。ただし、利益未達の要因は将来に向けた人材獲得など想定外の先行的費用が発生したため、実態としては順調だったと言える。

2025 年 2 月期業績

(単位：百万円)

	24/2 期		25/2 期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	2,948	100.0%	3,431	100.0%	16.4%
売上総利益	999	33.9%	1,099	32.0%	10.0%
販管費	826	28.0%	977	28.5%	18.3%
営業利益	172	5.9%	121	3.5%	-29.6%
経常利益	166	5.7%	131	3.8%	-21.0%
当期純利益	114	3.9%	86	2.5%	-24.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

主要な事業領域である国内インターネット広告市場は 2 ケタ増と順調である。同社は主力事業であるマーケティング DX 事業を中心に提供サービスの品質向上に取り組むとともに、顧客ニーズに合致し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、提供サービスのクロスセルやアップセルの促進による既存顧客との取引拡大に注力した。この結果、顧客の継続率は目標とする約 97% の水準を維持することができた。不動産 DX 事業も、2023 年 12 月の改正空き家対策特別措置法という追い風により「解体の窓口」の利用が活況となったことで、マッチング希望者数が 40,000 件を突破した。この結果もあって、マーケティング DX 事業の一部取引先において一時的に取引が中止となったが、全般的に売上高は好調に推移した。なお、中止となった取引はすでに再開されている。

利益面では、売上総利益率は事業の拡大に伴う新規取引の増加や不動産 DX 事業のミックス変化によって低下した。一方、人手不足が深刻化するなか、将来への成長投資として新卒や中途の採用を強化したが、採用が想定以上に進捗したため人件費や教育関連費用が増加した。また、不動産 DX 事業の業容拡大に向けた建設業許可の取得に関わる費用も発生し、販管費は売上高を上回る伸びとなった。社内コミュニケーションや福利厚生が充実していることも人件費増加の背景にあるが、そうしたベネフィットはそのままに、今後は売上高や利益、事業構造を考慮して安定採用を継続する方針である。期初計画との比較では、売上総利益までは計画線だったが、採用の好進捗と建設業許可取得が想定外だった分、営業利益は未達となった。人材は順調に育っており、また建設業許可の取得は不動産 DX 事業の成長に寄与するため、まさに先行投資と言える。

2 事業とも増収増益、特に不動産 DX 事業は成長期入り

2. セグメントの状況

セグメント別の状況に関して、マーケティング DX 事業が、既存顧客からの受注増及び新規顧客の獲得もあって堅調に推移、売上高は 3,227 百万円（前期比 13.7% 増）、セグメント利益が 623 百万円（同 2.0% 増）となった。不動産 DX 事業は、ユーザー申込累計件数が急増するなど認知度が高まっている状況で、売上高は 204 百万円（同 87.0% 増）、セグメント利益は 848 千円（前期は 23 百万円の損失）と大きく伸び、成長ステージに入りつつある。

2025 年 2 月期セグメント別業績

（単位：百万円）

売上高	24/2 期		25/2 期		
	実績	売上比	実績	売上比	前期比
マーケティング DX 事業	2,838	96.3%	3,227	94.0%	13.7%
不動産 DX 事業	109	3.7%	204	6.0%	87.0%

調整前セグメント利益	24/2 期		25/2 期		
	実績	利益率	実績	利益率	前期比
マーケティング DX 事業	611	21.5%	623	19.3%	2.0%
不動産 DX 事業	-23	-21.3%	0	0.4%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

マーケティング DX 事業では、長年蓄積されたノウハウにより領域ごとの型化が進んだことにより営業が強化され、経営課題から入って最適な提案ができるコンサル的なアプローチが可能となった。このため、顧客満足度が向上、ふるさと納税関連の顧客拡大やクロスセル・アップセルにつながったようで、継続率で 97% を確保、第 4 四半期の取引社数も 433 社と前年同期比 20 社増加した。この結果、売上面では、第 3 四半期に一部の顧客都合で取引の一時停止が発生した（その後回復）ものの全般的に順調に推移、特に第 4 四半期に入ってクロスセル・アップセルの増加が目立った。利益面では、売上総利益率は低下したが、売上総利益率の低い新規顧客の獲得に伴ってミックス変化が続いたことが要因で、既存顧客に限ればクロスセル・アップセルによって徐々に向上しているため、むしろ売上総利益額が伸びている点を評価している。

不動産 DX 事業は、インターネット広告やセミナーを中心に「解体の窓口」を訴求したことで認知度が高まり、自治体連携や業務提携が進展した。加えて 2023 年 12 月の法改正により管理不全家屋の固定資産税が増加することになったため、相続などの課題を抱える個人の関心が高まった。このためサイト来訪や成約が増加、ユーザー申込数が 42,900 件（前期比 73.1% 増）、取扱高が 1,541 百万円（前期比 61.0% 増）と業容が急拡大、売上高が大幅に伸びた。マッチングだけのビジネスからサービス領域を拡大することにより、売上総利益率が低下することは想定内である。また、販管費は、人材獲得や不動産売買に進出するための宅建免許の取得、元請け参入を目指した建設業許可の取得など先行投資的費用が増加したが、売上高増加を背景にセグメント利益は黒字化を達成し、成長ステージを目前とした。なお、売買や元請けへの進出は、業界内部情報に接することができるうえ、物件の良し悪しに応じて自社の取り扱いにするか、他社に任せるかのコントロールが効きやすいという利点がある。2026 年 2 月期以降の利益貢献に期待する。

空き家対策で金融機関や自治体との連携進展

3. 2025 年 2 月期のトピックス

2025 年 2 月期のトピックスは、マッチング希望者数 40,000 人突破、メルカリ Ads の取り扱い開始、AI 解体費用シミュレーターの提供開始、空き家などの解体促進での自治体連携の 4 つである。マッチング希望者数 40,000 人突破はすでに述べたが、「解体の窓口」が非常に速いスピードで拡大していることを示す。これに、宅建免許や建設業許可の取得により、媒介だけではなく売買や引受の当事者になれるようになったため、打ち手と事業領域が今後大きく広がることになる。メルカリ Ads の取り扱い開始で、フルラインで提案できる媒体に有力なフリマアプリ「メルカリ」が加わったことで、マーケティング DX 事業の支援サービスの領域を拡大することができた。事業買収により「LINE」にも領域を広げたことで、主要なネット媒体で広告を配信できるプラットフォームとなり、顧客のマーケティング課題に対し、より一層寄り添うことができるようになった。同社の AI 解体費用シミュレーターについて、空き家所有者への情報提供や行動促進を目的に、(株) 埼玉りそな銀行の空き家対策ページへの提供を開始した。こうした取り組みは、同社、埼玉りそな銀行、空き家所有者 3 者間でウィンウィンの関係となっているため、他の銀行も関心を寄せている模様である。空き家などの解体促進で神奈川県川崎市と連携し、空き家などの除却促進に向けた取り組みを推進するため「空き家等の除却促進に関する連携協定書」を締結し、川崎市の相談ページに掲載されることとなった。これも、同社、川崎市、空き家所有者 3 者間でウィンウィンの関係にあるため、他の自治体が注目しているようだ。

2026 年 2 月期は大幅増益予想だが保守的な見通し

4. 2026 年 2 月期の業績見通し

同社は 2026 年 2 月期業績見通しに関して、売上高 3,820 百万円（前期比 11.3% 増）、営業利益 193 百万円（同 58.8% 増）、経常利益 197 百万円（同 50.1% 増）、当期純利益 130 百万円（同 50.7% 増）を見込んでいる。マーケティング DX 事業に加え不動産 DX 事業も収益モデルを確立しつつあり、大幅増益予想となっているが、外部環境変化に加え、元請けの効果が読みきれないなどのため、売上高を控えめに販管費は余裕をもって業績に織り込んだようだ。

2026 年 2 月期業績見通し

(単位：百万円)

	25/2 期		26/2 期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	3,431	100.0%	3,820	100.0%	11.3%
売上総利益	1,099	32.0%	1,201	31.4%	9.3%
営業利益	121	3.5%	193	5.1%	58.8%
経常利益	131	3.8%	197	5.2%	50.1%
当期純利益	86	2.5%	130	3.4%	50.7%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

バリュークリエーション

9238 東証グロース市場

2025 年 5 月 21 日 (水)
<https://value-creation.jp/ir/>

業績動向

マーケティング DX 事業は、運用型広告を中心とするプロモーション手法を通じ、広告効果向上のための課題抽出、広告の運用までを一貫して実施することで、既存顧客からの受注増及び新規顧客の獲得を進める計画である。これにより、2026 年 2 月期の売上高は 3,580 百万円（前期比 10.9% 増）、セグメント利益は 689 百万円（同 17.2% 増）を予想している。重点施策としては、引き続き LTV 向上支援により継続率 97% の維持または向上を目指す。また、2025 年 3 月に事業買収したデジタルマーケティング支援事業及びリストマーケティングサービスと既存事業の、アップセル・クロスセルによるシナジーにより取引社数や売上高の増加を目指す。なお、今後も M&A による非連続成長でも事業拡大を狙っていく考えである。不動産 DX 事業は、好調な「解体の窓口」に加え、2024 年 2 月に取得した「解体エージェント」と「外壁塗装エージェント」により、同社に登録のない解体業者の獲得やさらなる集客を見込んでいる。これにより、売上高は 240 百万円（同 17.2% 増）、セグメント利益は 3 百万円（同 253.8% 増）を予想している。重点施策としては、2024 年 12 月に取得した建設業許可を手掛かりに、元請けとして工事領域へ取引を拡大する方針である。また、業務提携先との連携・提携などをテコに、相続や建て替えニーズ（M&A など検討）、墓仕舞い（石材店連携）、不動産登記（司法書士連携）など、解体後のキャッシュポイントの多様化を進めていく考えである。

2026 年 2 月期セグメント別業績見通し

（単位：百万円）

売上高	25/2 期		26/2 期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
マーケティング DX 事業	3,227	94.0%	3,580	93.7%	10.9%
不動産 DX 事業	204	6.0%	240	6.3%	17.2%

調整前セグメント利益	25/2 期		26/2 期		
	実績	利益率	予想	利益率	前期比
マーケティング DX 事業	623	19.3%	689	19.2%	10.5%
不動産 DX 事業	0	0.4%	3	1.3%	253.8%

出所：決算短信、「事業計画及び成長可能性に関するご説明資料」よりフィスコ作成

なお、不動産 DX 事業の見通しに関して、元請けになると仕入交渉も行うことから増益にもつながるのだが、業績見通しには年間 60 件程度と保守的な前提しか織り込んでいない。マーケティング DX 事業でも、リストマーケティングなど 2025 年 3 月に買収した事業や提携の効果を十分織り込んでいないようだ。このため、業績見通しが全体的に保守的な印象で、特に不動産 DX 事業では業容拡大への期待値が大きいうえ、分母が小さいこともあり、期中に業績見通しが上振れする可能性もあると考えられる。

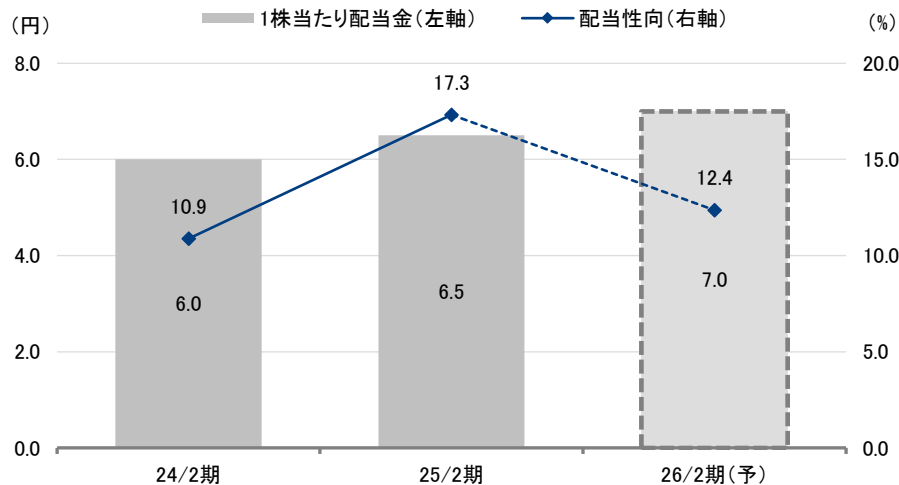
株主還元策

配当性向 15% を目途に増配を予定

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、2025 年 2 月期の 1 株当たり配当金を 6.5 円とし、2026 年 2 月期の 1 株当たり配当金は 7.0 円を予定している。

1 株当たり配当金と配当性向の推移



注: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 株当たり配当金は遡及修正済み。
出所:決算短信よりフィスコ作成

株主優待を強化、デジタルギフト®を贈呈

2. 株主優待制度

同社株式への投資魅力を高めるため、同社は株主優待を実施しているが、株主の利便性向上を目的に 2026 年 2 月期より株主優待の内容を変更し、拡充することとした。具体的には、デジタルプラス <3691> が提供するデジタルギフト®を、2026 年 2 月期の基準日時点より保有株式数や保有期間に応じて贈呈する。QUO カード pay や Amazon ギフトカードなど希望に応じて選択し、スマートフォンなどを通じて利用できるもので、期間内に「株主優待のご案内」に沿って WEB 上で希望の品目を選択し受取手続きをし、手続き完了直後から利用可能となる。

株主優待の内容

保有株式数	保有期間	基準日	優待内容	
			変更前	変更後
100 株以上 500 株未満	不問	毎年 2 月末日	QUO カード 1,500 円分	デジタルギフト®3,000 円分
500 株以上	1 年未満	毎年 2 月末日	QUO カード 3,000 円分	デジタルギフト®6,000 円分
500 株以上	1 年以上	毎年 2 月末日	QUO カード 6,000 円分	デジタルギフト®12,000 円分

出所：IR ニュースよりフィスコ作成

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、配布等することは強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