



VALUE
CREATION

バリュークリエーション株式会社（証券コード：9238）

2026年2月期 第2四半期決算説明資料

VALUE
CREATION

重要トピックス

VALUE
CREATION

全体：売上高・売上総利益ともに前年同期比で増加

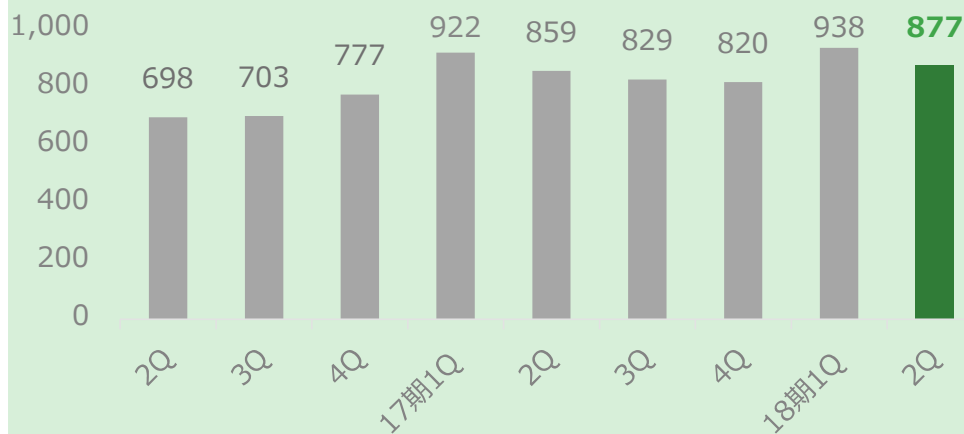
当期純利益は前年同期比で**1,384%**

不動産DX：大幅増益、売上前年同期比で**149%**

売上高 約877百万円

YoY : 102%

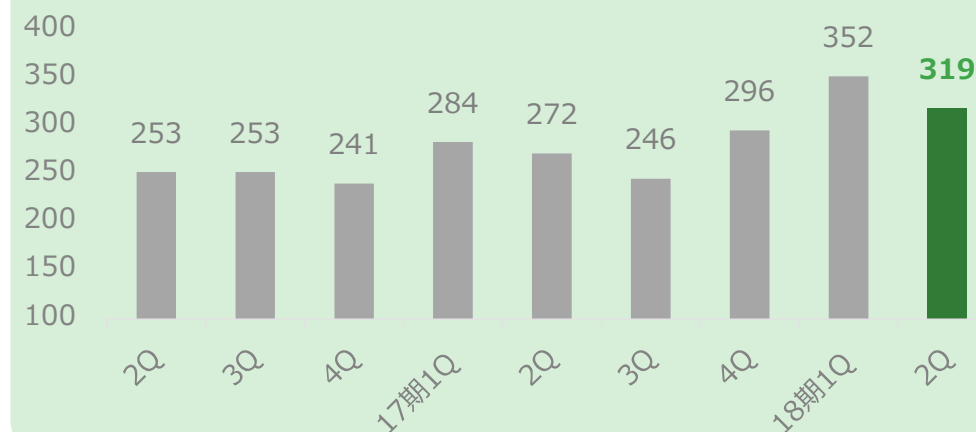
単位：百万円



売上総利益 約319百万円

YoY : 117%

単位：百万円



重要トピックス

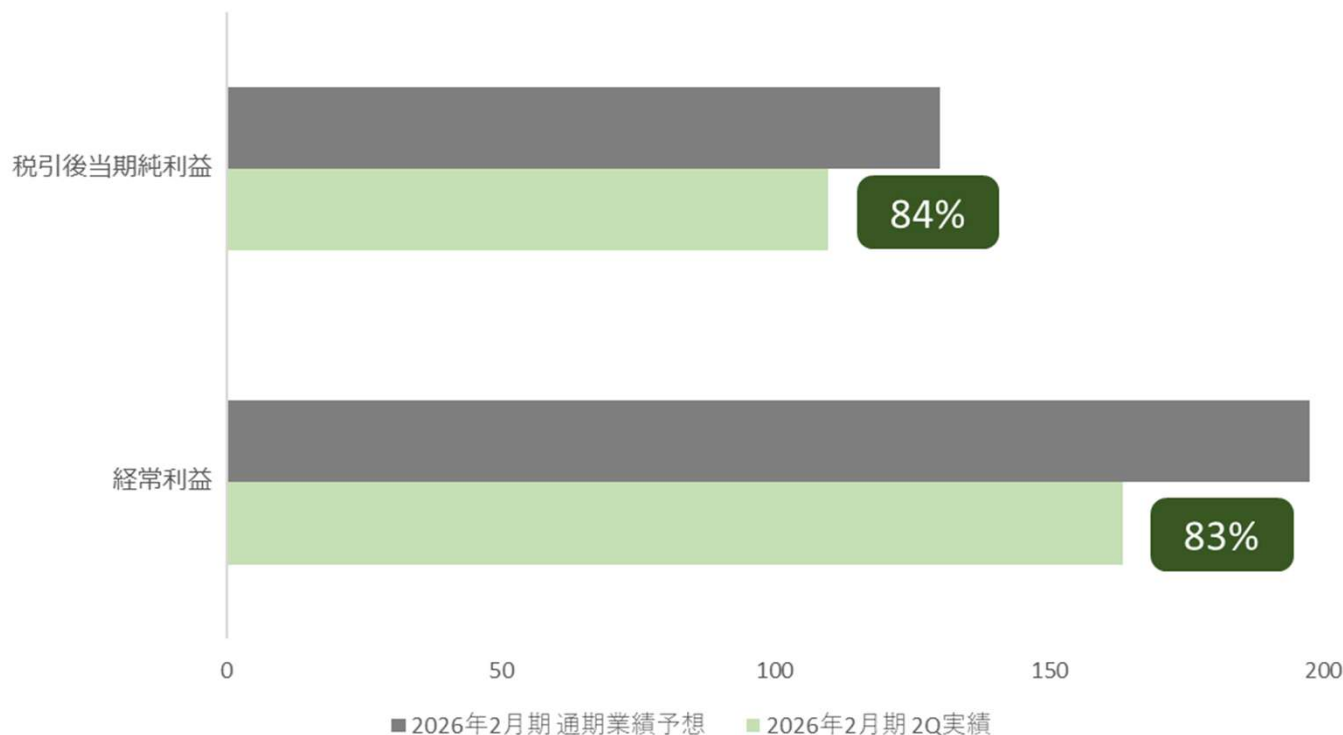
VALUE
CREATION

予算に対して好調な進捗

特に経常利益では83%の進捗

予算/実績

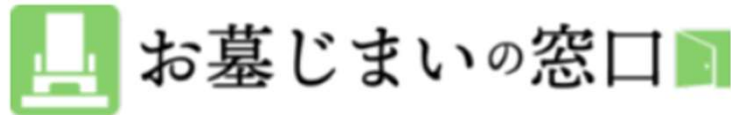
単位：百万円



主要トピックス

VALUE
CREATION

新規事業「お墓じまいの窓口」開始



- お墓じまいを希望する相談者に、石材店が次々に見積金額を提示する逆オークションサービス。

マッチング希望者数が60,000 人を突破

- 解体業者とのマッチング希望者数が2025年8月に60,000 人を突破

TikTok Shop の運用サービス開始

- TikTok Shop の活用に必要なステップを一括で支援開始。

「LISMA engage」提供開始

- 離脱しそうなタイミングでポップアップを表示し、LINE友だち追加へ誘導
- 友達追加後、LINEメッセージでキャンペーンシナリオを複数回にわたって配信し、CV獲得に至るまでを“成果報酬”で提供

基礎数値ハイライト

VALUE
CREATION

マーケティング DX事業

第2四半期取引社数 (注1)

480社

2026年2月期1Q 458社
2025年2月期4Q 443社
2025年2月期3Q 436社
2025年2月期2Q 426社

継続率 (注2)

97.2%

2026年1月期1Q 96.7%
2025年2月期4Q 97.1%
2025年2月期3Q 95.0%
2025年2月期2Q 95.7%

不動産 DX事業

第2四半期取扱高 (注3)

545百万円

2026年2月期1Q 569百万円
2025年2月期4Q 369百万円
2025年2月期3Q 398百万円
2025年2月期2Q 417百万円

ユーザー申込数 (注4)

61,185件

2026年2月期1Q 51,109件
2025年2月期4Q 42,900件
2025年2月期3Q 37,805件
2025年2月期2Q 32,026件

各指標とも
順調に進捗

※1 2025/6/1~2025/8/31における月間の取引社数の合計値で算出

※2 2025/6/1~2025/8/31の平均継続率で算出

※3 2025/6/1~2025/8/31におけるマッチング後の成約額で算出

※4 「解体の窓口」のサービス創設の2020年7月以降の累計ユーザー申込数で算出

目次

VALUE
CREATION

01 業績ハイライト

02 株主還元

03 成長戦略

04 APPENDIX



VALUE
CREATION

01 Financial Highlights

01 業績ハイライト

2026年2月期 第2四半期業績ハイライト

VALUE
CREATION

- 売上総利益以下の各段階損益につき計画に対して予想を上回って着地。
- 経常利益、当期純利益では**予算進捗80%超**で着地。

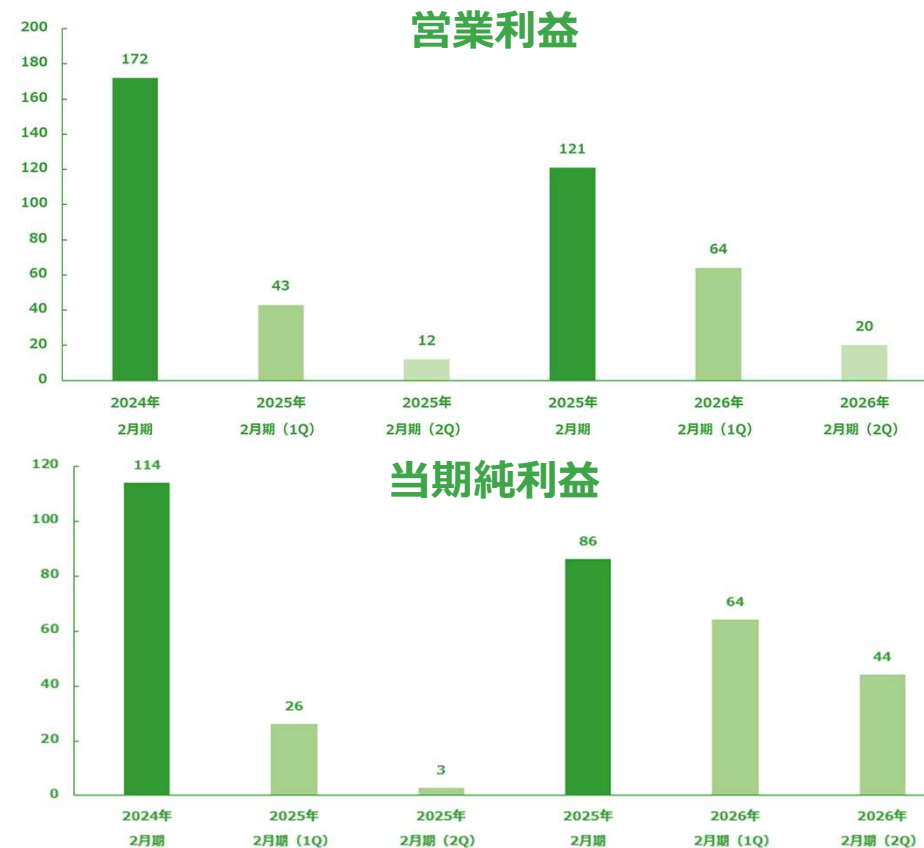
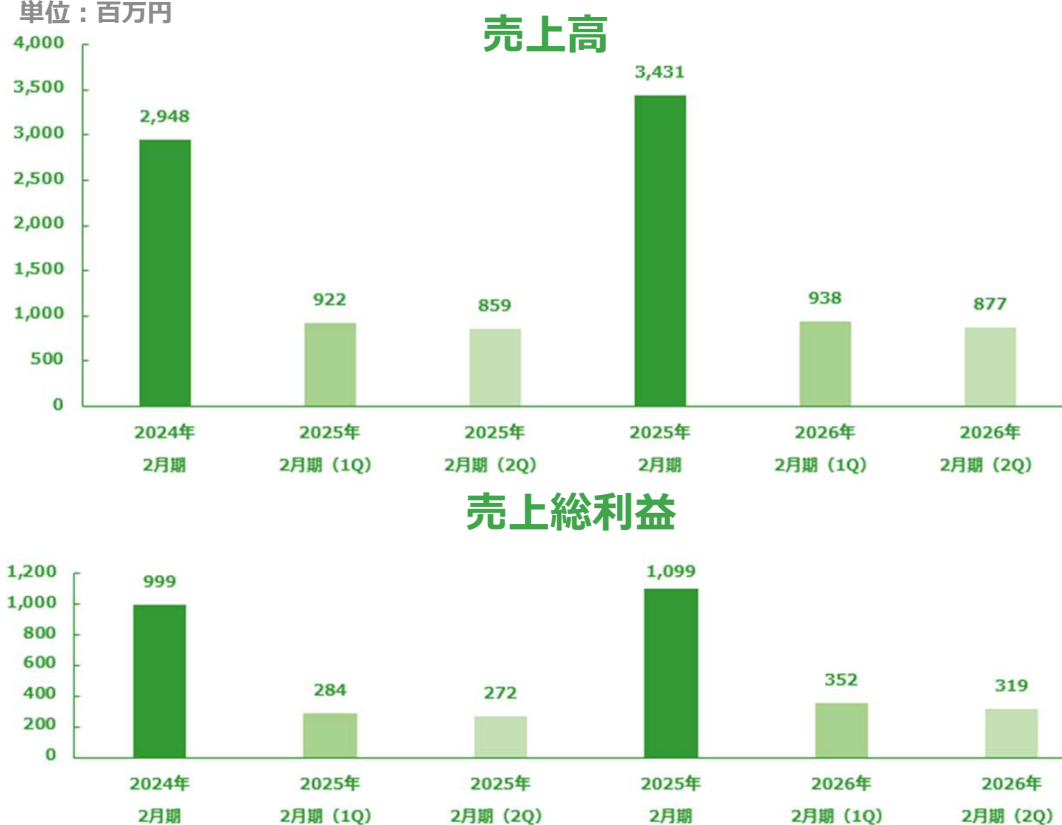
(単位：百万円)	2026年2月期 2Q実績	2026年2月期 通期業績予想	通期業績予想 進捗率
売上	1,815	3,820	48%
売上総利益	672	1,201	56%
(売上総利益率)	37.0%	31.4%	
営業利益	84	193	44%
(営業利益率)	4.7%	5.1%	
経常利益	163	197	83%
(経常利益率)	9.0%	5.2%	
税引後当期純利益	109	130	84%
(当期純利益率)	6.0%	3.4%	

全社売上高・売上総利益・営業利益推移

VALUE
CREATION

- 全体的に順調に推移、マーケティングDXで一時停止の取引先があるが現在は再開済み。
- 人件費増加やのれん償却費負担により販管費増加
- 当期純利益は前年同期比で**1,384%**の着地

単位：百万円



証券コード：9238 🍌

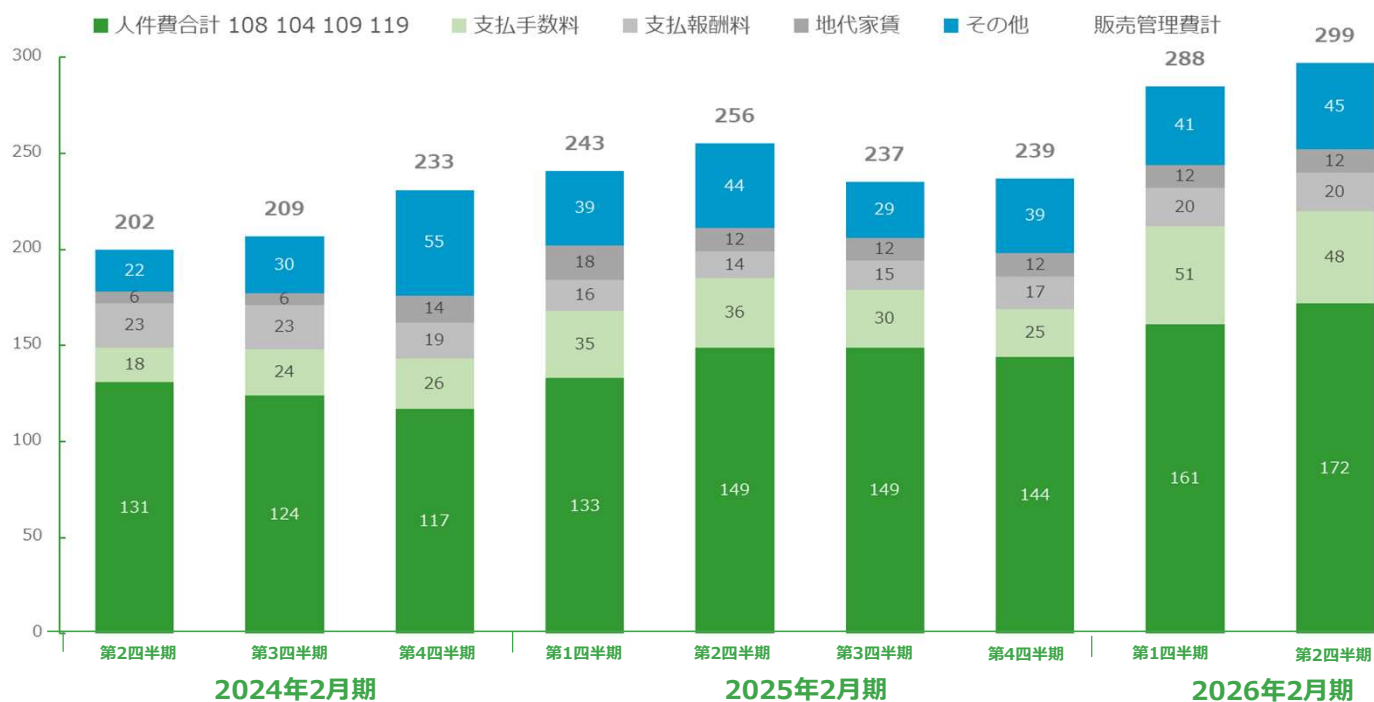
© VALUE CREATION Inc. All rights reserved.

四半期推移/費用構成

VALUE
CREATION

- 事業買収に伴う人員の承継、のれん償却費等により全体的な費用が増加している。

単位：百万円



- 2025年3月で買収した事業について人員も承継したことで人件費が増加。
- その他ではのれん償却費が増加。

VALUE
CREATION

マーケティングDX事業

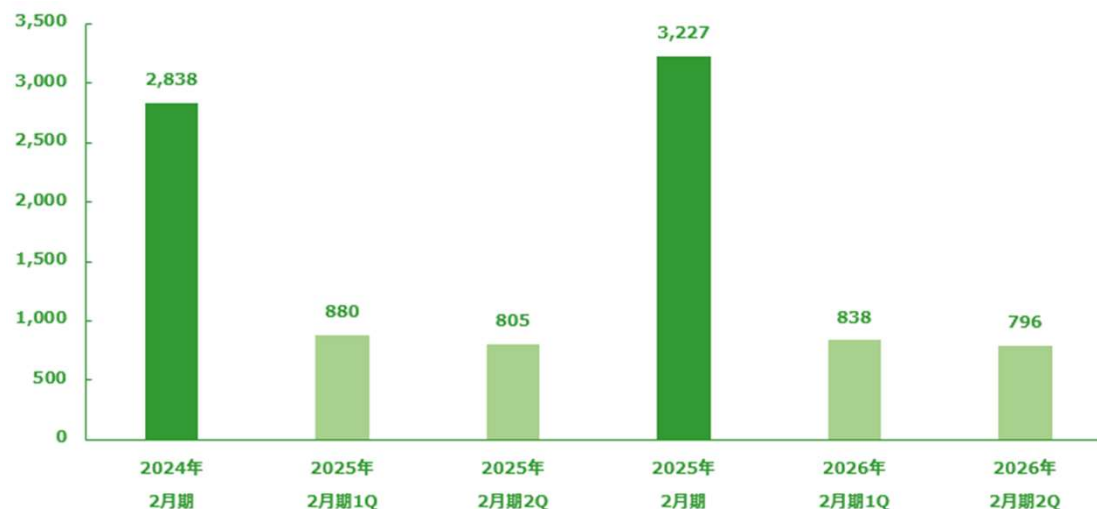
マーケティングDX事業 | 売上高・粗利益・営業利益推移

VALUE
CREATION

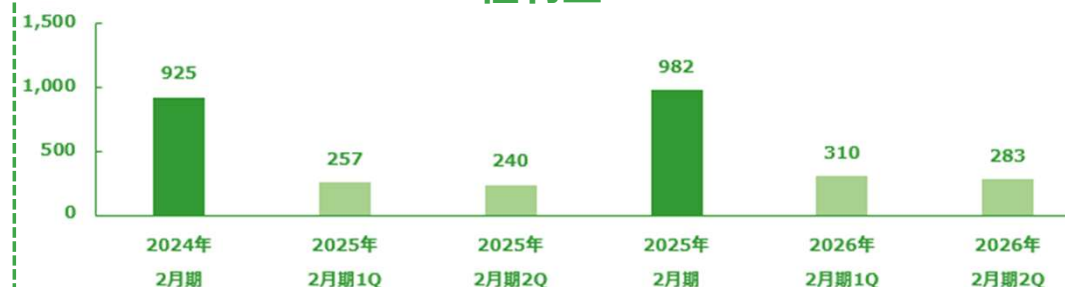
- 取引は順調に推移し売上総利益以下すべての段階において前年同期比で増加。
- 買収事業のPMIも順調に進み、業績伸長している。
- 一部一時停止の取引先があり、現在は再開済み。

単位：百万円

売上高



粗利益



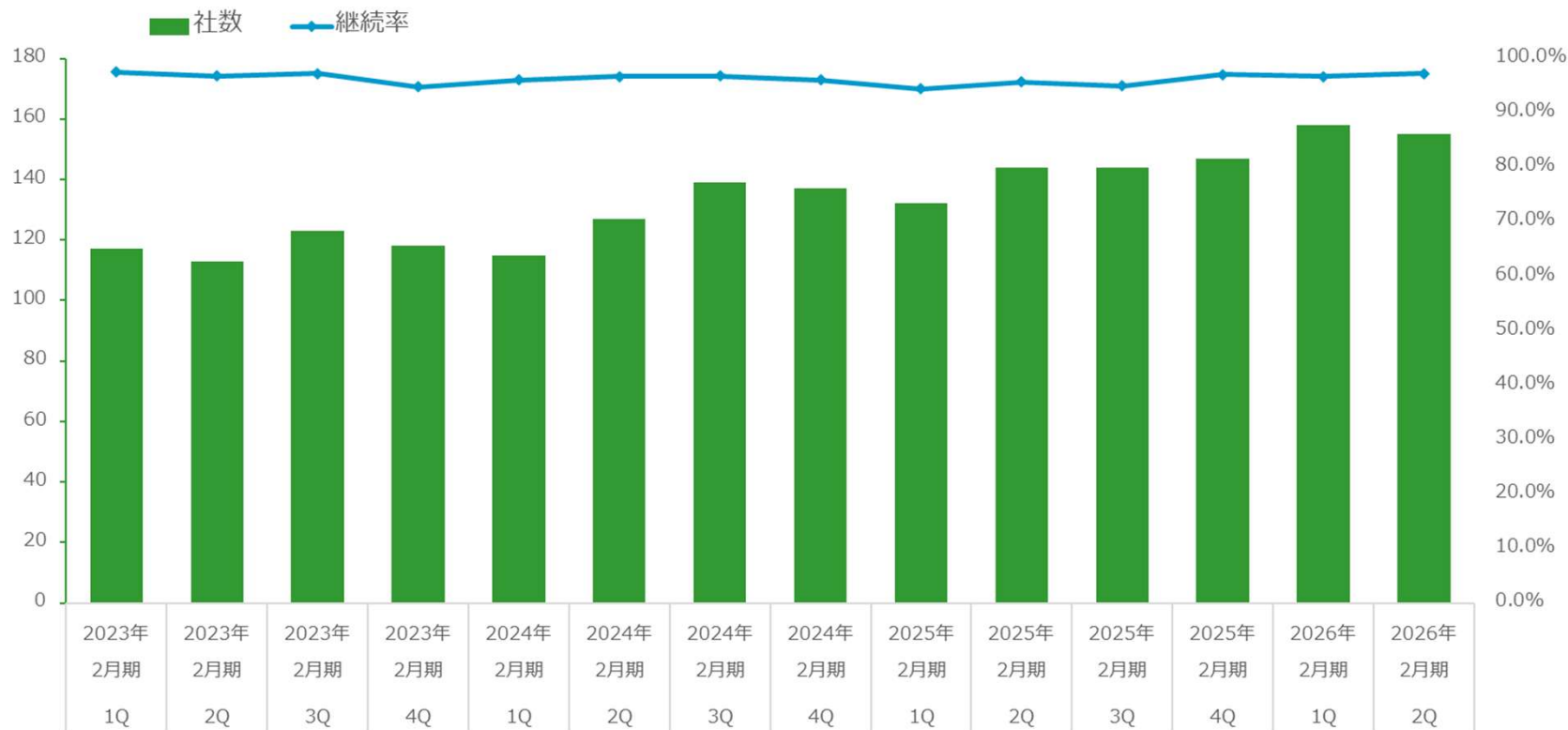
営業利益



マーケティングDX事業 | 事業KPI推移

VALUE
CREATION

- 社数、継続率ともに一定水準を維持している状況。



- 顧客数はYoY+
7.6%で増加
- 継続率は97.2%

VALUE
CREATION

不動産DX事業

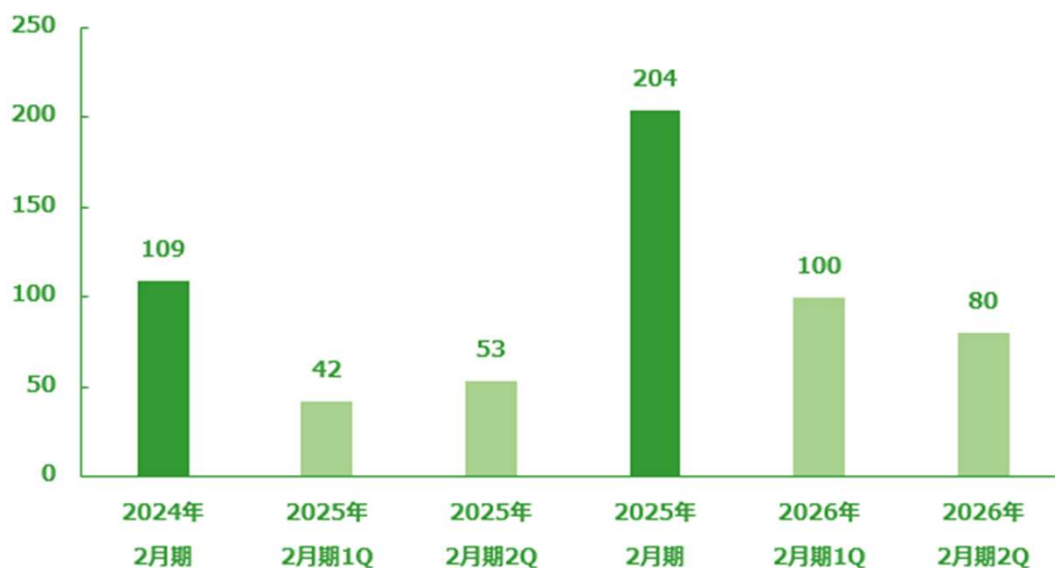
不動産DX事業 | 売上高・粗利益・営業利益推移

VALUE
CREATION

- 空家問題に対する市場の関心増加から申込数が増加し、売上高・粗利益ともに順調に増加
- 元請けとして取引を増加、売上前年同期比：149%を達成
- 新規事業にかかる準備対応により営業利益がQoQで減少

単位：百万円

売上高



粗利益



営業利益

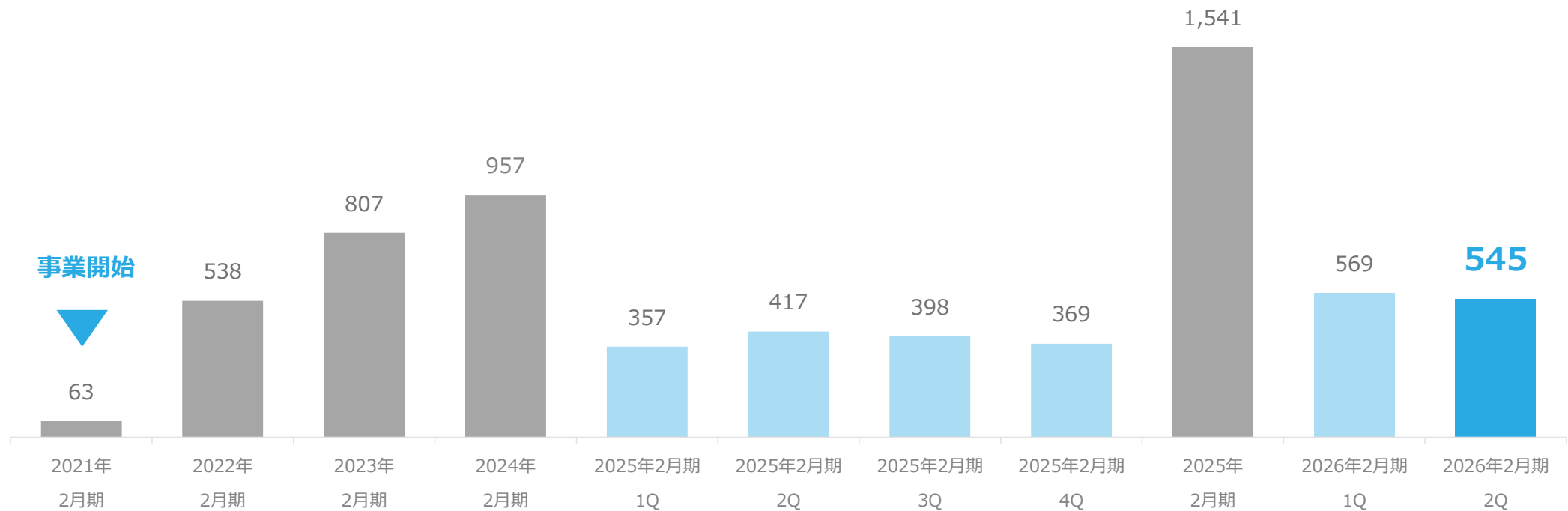


不動産DX事業 | 取扱高推移

VALUE
CREATION

- 取扱高も順調に推移

(百万円)



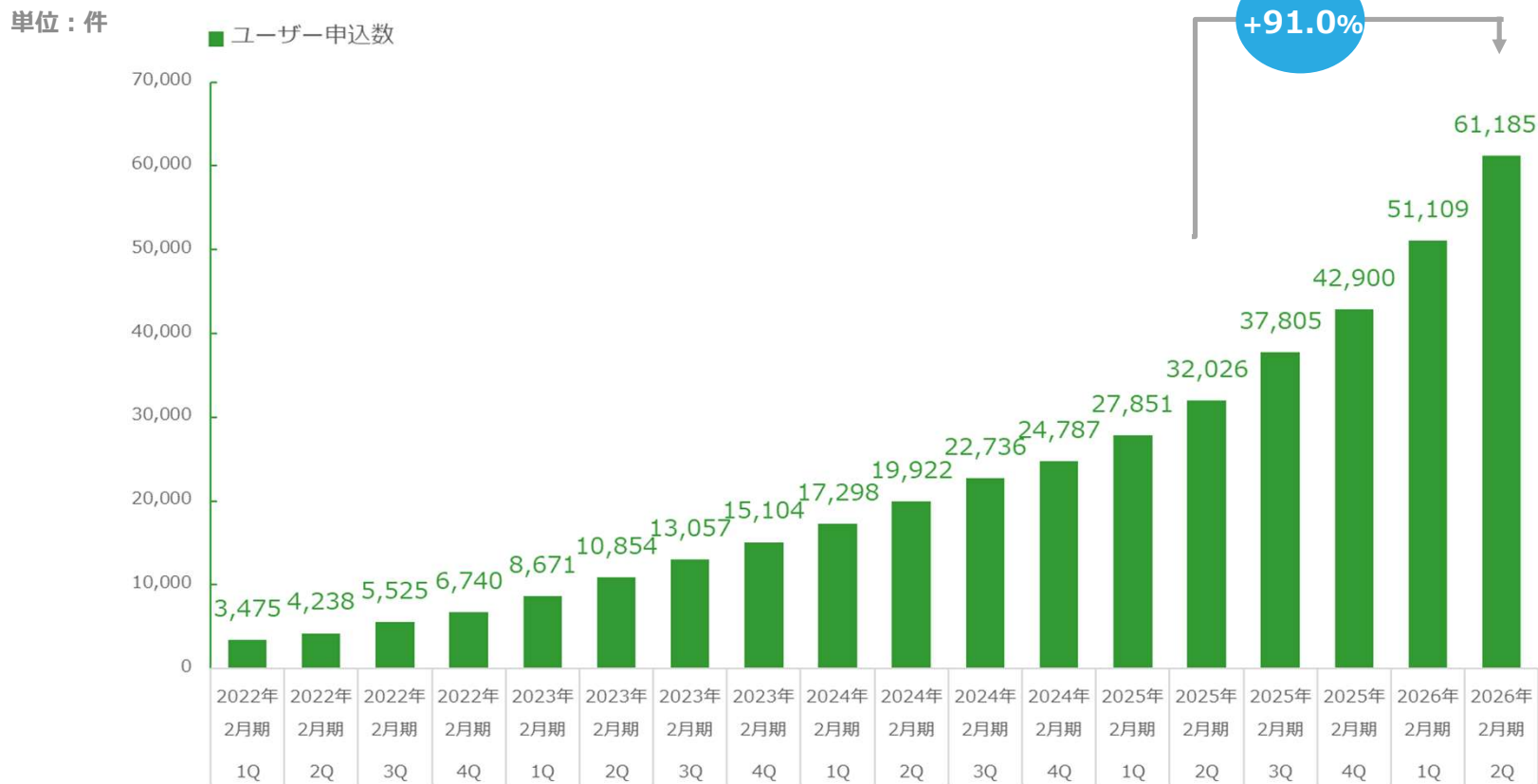
証券コード : 9238 🍌

© VALUE CREATION Inc. All rights reserved.

不動産DX事業 | 事業KPI推移

VALUE
CREATION

- 「解体の窓口」サービス創設の2020年7月以降ユーザー申込数が順調に増加



- 空き家問題の市場関心度の増加に伴い、ユーザー申込数は**YoY+91.0%**、**QoQ+19.7%**で引き続き増加



VALUE
CREATION

02 株主還元

株主還元

株主還元の一環として記念配当を実施

- 第2四半期会計期間内において暗号資産の売却益が発生、今回の成果を記念し、記念配当を実施。
- 売却益のうち残余の収益については、今後の持続的な成長に向けた事業投資に充当予定。

	2026年2月期 中間配当	2026年2月期(予想)
基準日	2025年8月31日	2026年2月28日
1株当たり配当金（円）	2.0	7.0
配当金総額（百万円）	4	15



VALUE
CREATION

03 Growth Strategy

03 成長戦略

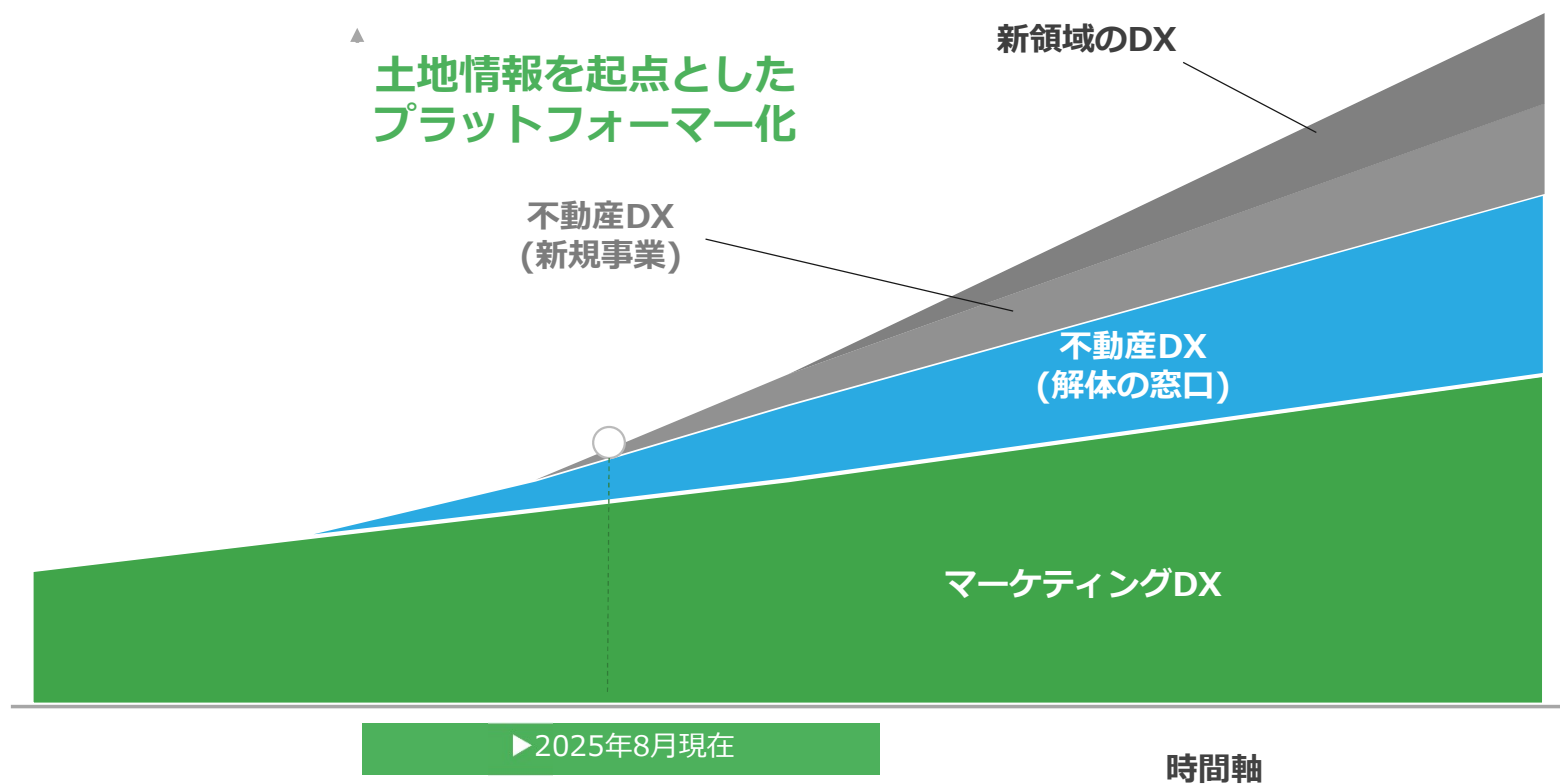
今後の成長戦略

VALUE
CREATION

既存のマーケティングDX事業を継続的に成長させるとともに、解体の窓口事業の強化を柱に据え、不動産DX事業の拡大により事業拡大を目指す。その後連続的な事業創出カンパニーとしてさらなる成長を見据える。

多角化展開による事業シナジーの構築

売上割合



成長戦略：顧客一社当たりの支援品質向上

VALUE
CREATION

23年2月期-25年2月期を通して、マーケティング施策別の過去支援内容の条件属性の洗い出しと、型化を実施中。
組織全体としての支援ナレッジの型化と標準化を推進し、支援の品質向上と生産性改善を同時に目指していく。

17年間のマーケティングDXデータベース				
	課題A	課題B	課題C	...
Web広告	○	×	×	...
LP制作	×	×	○	...
クリエイティブ制作	○	○	×	...
Webコンサル	×	○	○	...

15-7期



施策別条件

条件1 : ...
条件2 : ...
条件3 : ...

条件1 : ...
条件2 : ...
条件3 : ...

条件1 : ...
条件2 : ...
条件3 : ...

条件1 : ...
条件2 : ...
条件3 : ...

施策別に最も効果が高くなる条件を型化

最も効果が出る施策を営業段階で提案可能

新規
クライアント

課題F



特定

条件パターン分析



成長戦略：解体事業によるBtoBtoBモデル

VALUE
CREATION

従来の手数料モデルだけではなく、上場企業である当社として建設業許可を取得することで法人からの受注も可能に
解体費用の高騰及び、品質の低い工事に対する近隣住民からのクレームが増加しており、法人需要が顕在化している

従来の手数料モデル



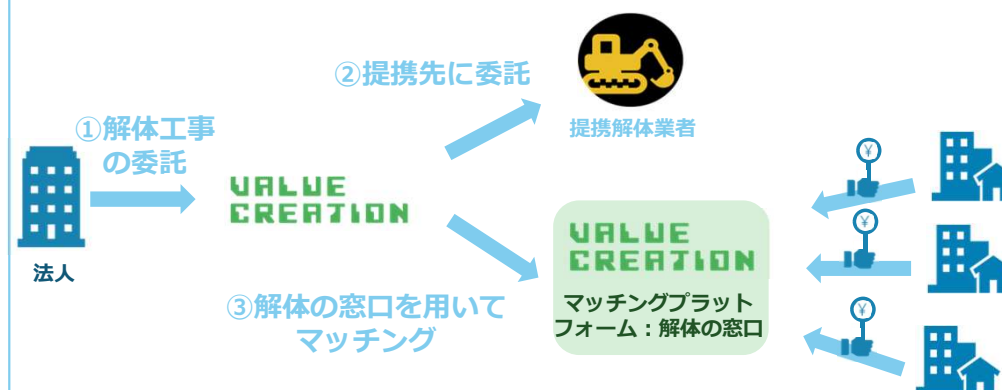
収益モデル

- ・ 収益：手数料収入
- ・ 原価：広告費用

ターゲット

- ・ 解体の窓口を利用している個人

B to B to Bモデル



収益モデル

- ・ 収益：解体工事収入
- ・ 原価：外注費(解体費用)

ターゲット

- ・ コンビニエンスストア、ドラッグストア、ホームセンター等の法人

成長戦略：解体事業によるBtoBtoBモデル

VALUE
CREATION

①上場企業としての高い信頼性 ②全国規模の解体事業者ネットワークを活かし、非住宅解体市場へ参画。
住宅解体市場（BtoC）同様に存在する、市場の歪みを解消する。

新たな取り組み

2024年12月に建設業許可を取得し、
元請けとしてBtoBの解体市場へ参画

スケルトン工事から参入



店舗



事務所



工場



病院

...

スケルトン工事市場の概要

スケルトン工事の年間発生対象*1

約**20,000**店舗 
うち大手コンビニ3社…約1,200店舗

スケルトン工事(元請け)の参入要件

- ① 高い信頼性(≡上場企業であること)
- ② 広範な解体業者ネットワーク

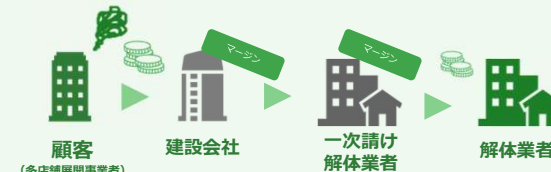
取り組みによって生み出す変化

現在の市場

参入障壁が高いため、
長らく寡占状態が続いている

	信頼性	ネットワーク
プレイヤーA	○	×
プレイヤーB	×	○
プレイヤーC	○	○
プレイヤーD	×	○

工事費用が高い状況が常態化



当社が参入することで、BtoB市場でも構造改革を推進

実現する世界

既存事業で培ったアセットを武器に参入

①上場企業としての
高い信頼



②全国2,000以上の
解体ネットワーク

中間流通を短縮し、適正価格での取引を実現



価格優位性で差別化し、市場を即座に制する

成長戦略：法人需要の市場ポテンシャル

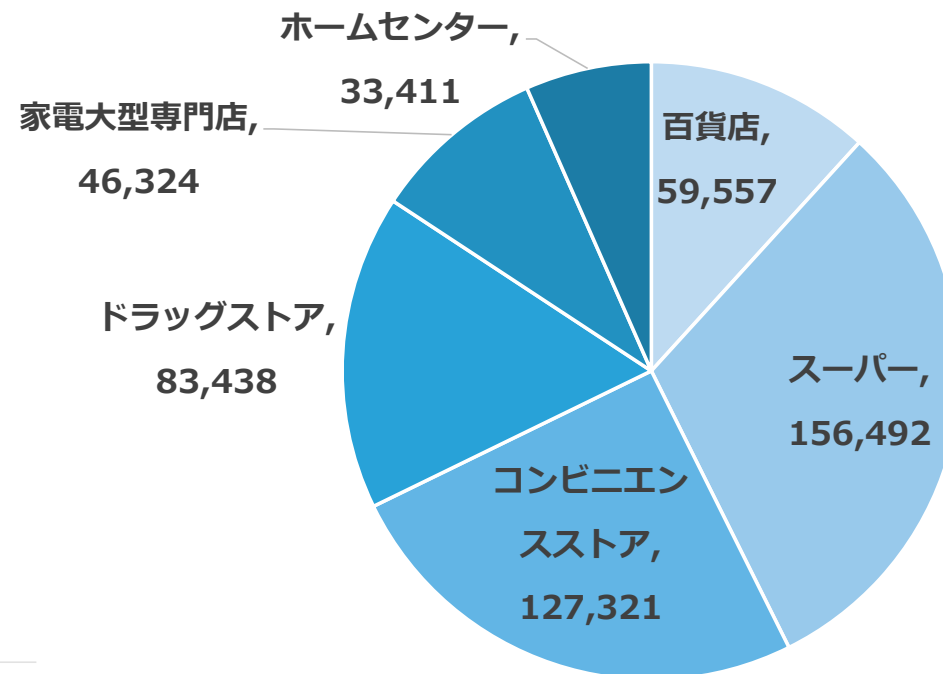
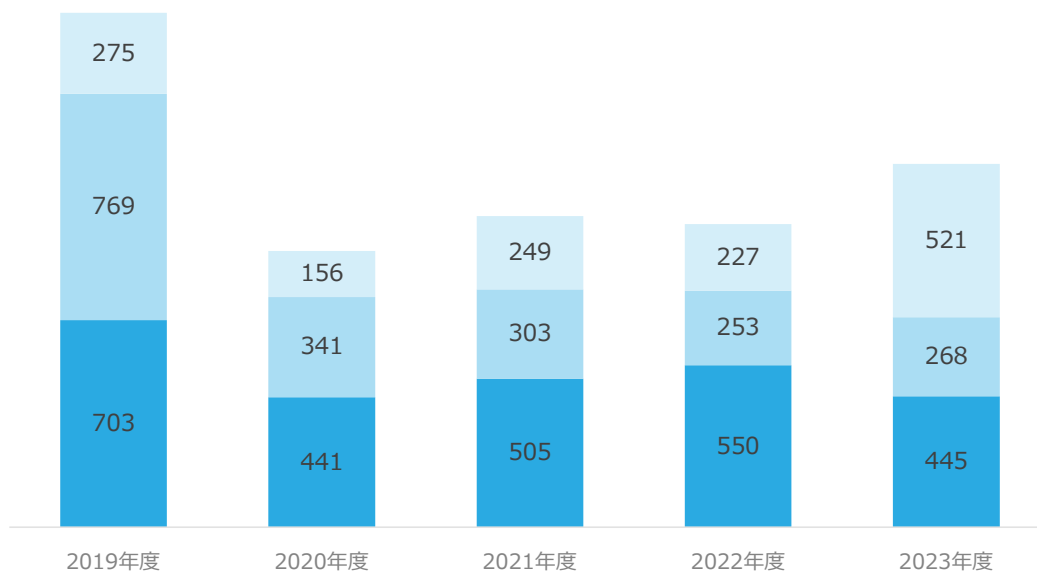
VALUE
CREATION

大手コンビニエンスストアの解体事業を開始。法人経由でフランチャイズオーナーへ見積を提示し、受注を獲得済。閉店数は、1,200程度で推移しており、事業拡大余地は大きい。今後は、スーパーやドラッグストアへの展開を狙う。

大手コンビニエンスストアの閉店数推移(単位：店)

2023年業態別商業販売額(単位：億円)

■ セブン-イレブン・ジャパン ■ ローソン ■ ファミリーマート



注：セブンイレブンは、国内店舗対象。(株)ローソンが運営する店舗数のほか、エリアフランチャイズ各社含む。
出所：各社資料より、当社作成

出所：2023年小売業販売を振り返る；3年連続の増加となった小売業販売 | 経済解析室ニュース (METI/経済産業省)

成長戦略：法人需要の市場ポテンシャル

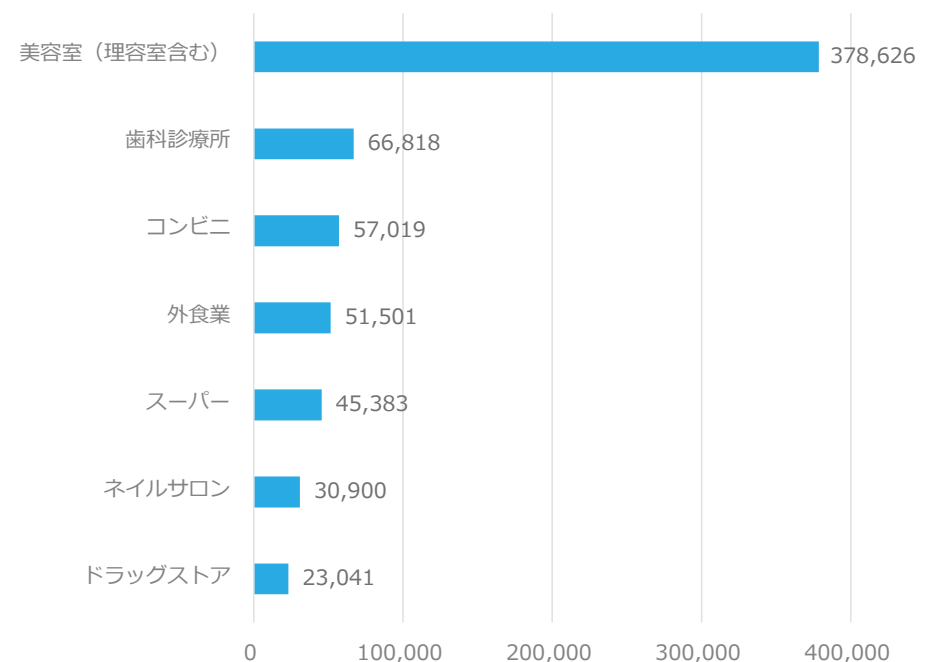
VALUE
CREATION

コンビニエンスストアに加えて、美容室(理容室含む)や、歯科診療所、外食業は、店舗数が多く、かつ、多店舗店展開している法人も多い。すでに大手ドラッグストアに提案中であり、高い関心を頂いていることから、横展開余地に期待。

業態別店舗数の一覧

業態	店舗数(単位：店)	出所
美容室（理容室含む）	378,626	厚生労働省
歯科診療所	66,818	厚生労働省医療施設動態調査
コンビニエンスストア	57,019	コンビニ
外食業(フランチャイズのみ)	51,501	日本フランチャイズチェーン協会
スーパー	45,383	全国スーパーマーケット協会
ネイルサロン	30,900	日本ネイリスト協会
ドラッグストア	23,041	日本チェーンドラッグストア協会
ホームセンター	4,970	日本DIY・ホームセンター協会
家具・家電・家庭用品 関係小売	3,821	家具・家電・家庭用品関係小売
百貨店	177	日本百貨店協会

主要業態の店舗数

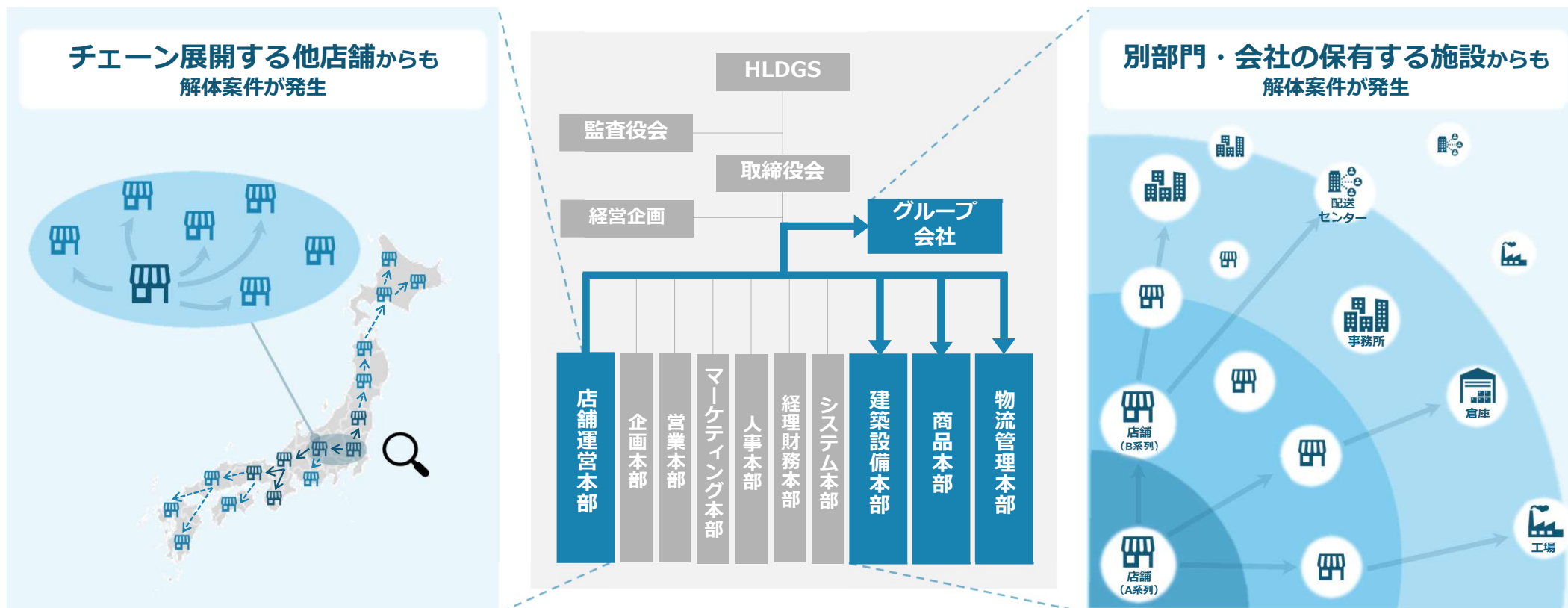


成長戦略：高い収益性を実現する（BtoBtoB）事業

VALUE
CREATION

従前のモデル以上に、一度の契約から他店舗・他部門・グループ会社へ案件が広がりやすく、継続的に売上を伸ばせる収益性の高いモデル。

■ 大手多店舗展開企業の場合



成長戦略：解体の窓口事業の拡大加速

VALUE
CREATION

解体業界のマッチング需要はまだまだ高い伸びしろがあることが想定されるため、ニーズ増加に備え社内体制を強化し、さらなる事業成長を狙う。

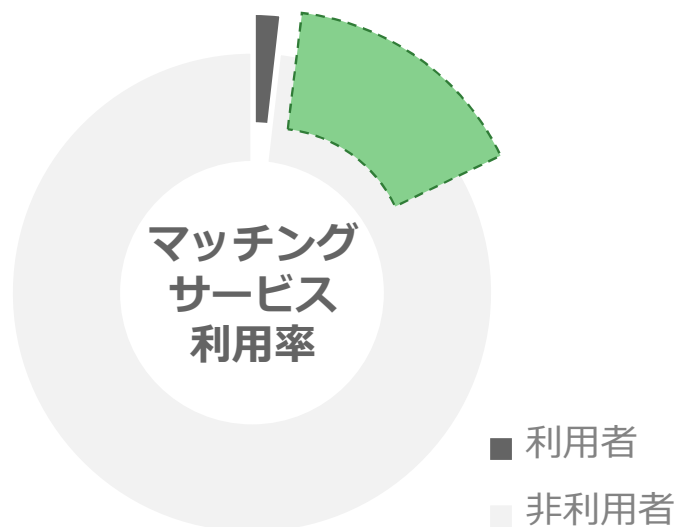
市場機会の広がり

2023年利用率*1

3.6%

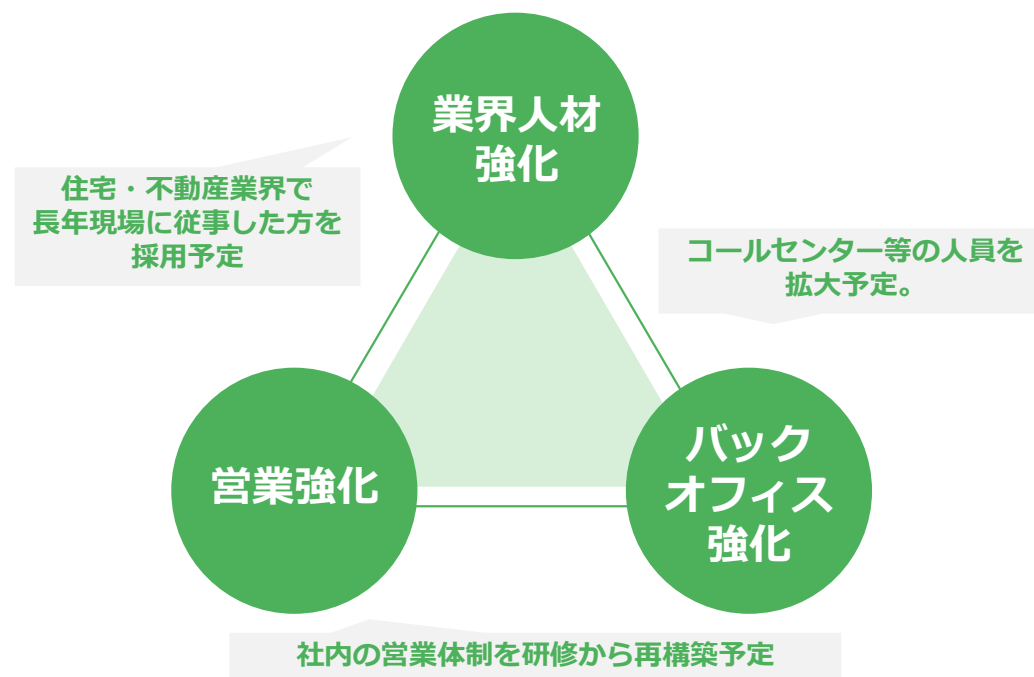
2027年利用率見込み*2

12.0%



社内体制強化

3つの観点で人材を採用し、拡大に向けた運営体制を構築



成長戦略：解体を起点としたクロスセル

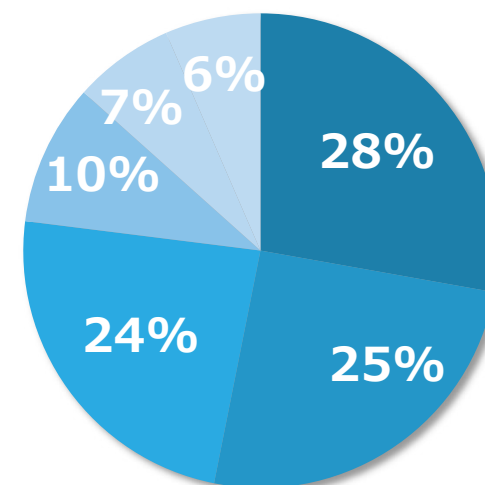
VALUE
CREATION

解体は「すべての始まり」に位置しており、売却や建て替えをはじめ様々なニーズを抱える人たちが多数流入。
解体希望者の半数以上が土地に関するクロスセル対象ターゲット。

解体希望顧客の周辺ニーズ



流入顧客の解体後利用の内訳※



■ 売却 ■ 建替 ■ 検討中 ■ 返却 ■ 駐車場 ■ その他

※弊社管理の顧客情報より算出(2025年2月末時点)

クロスセルモデル例

不動産会社紹介

ハウスメーカー紹介

不用品回収紹介

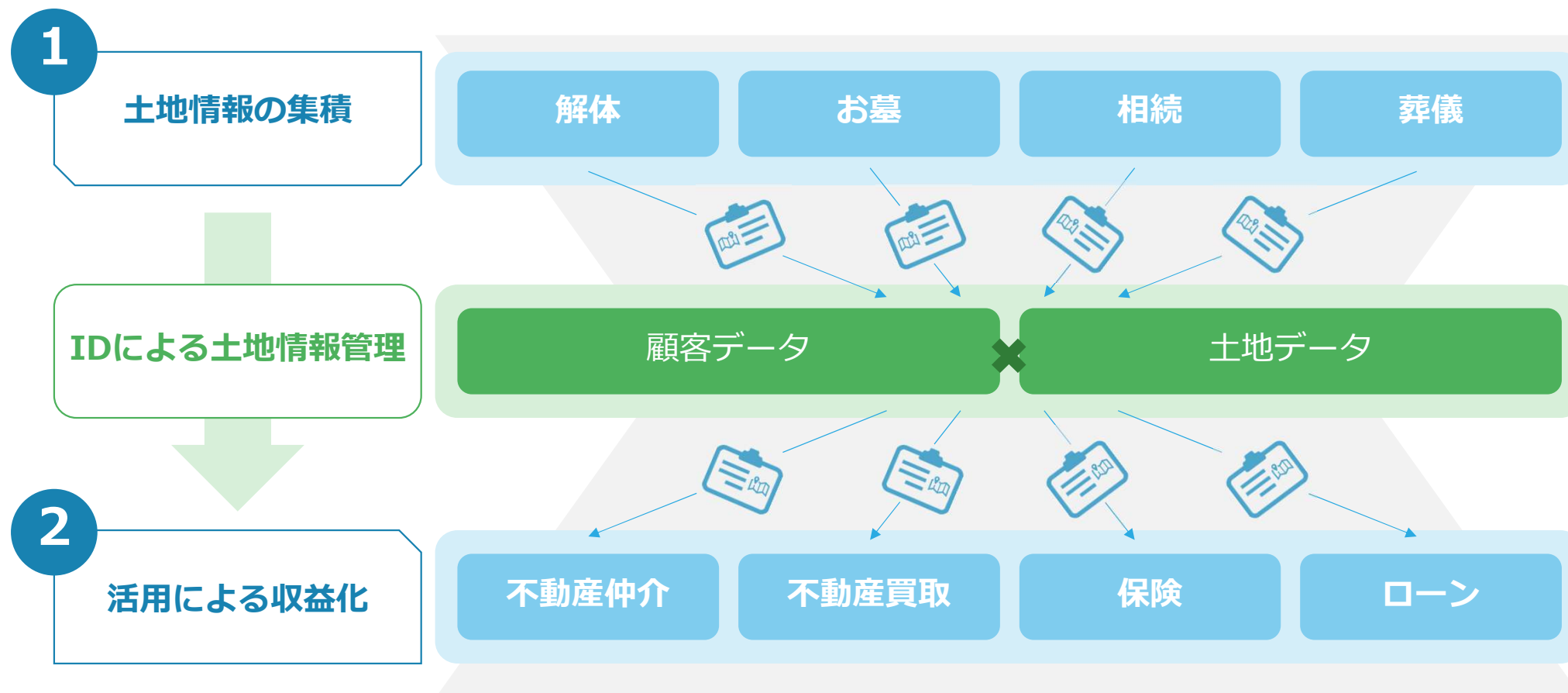
終活サービス連携

etc...

成長戦略：土地情報を起点としたプラットフォーム化

VALUE
CREATION

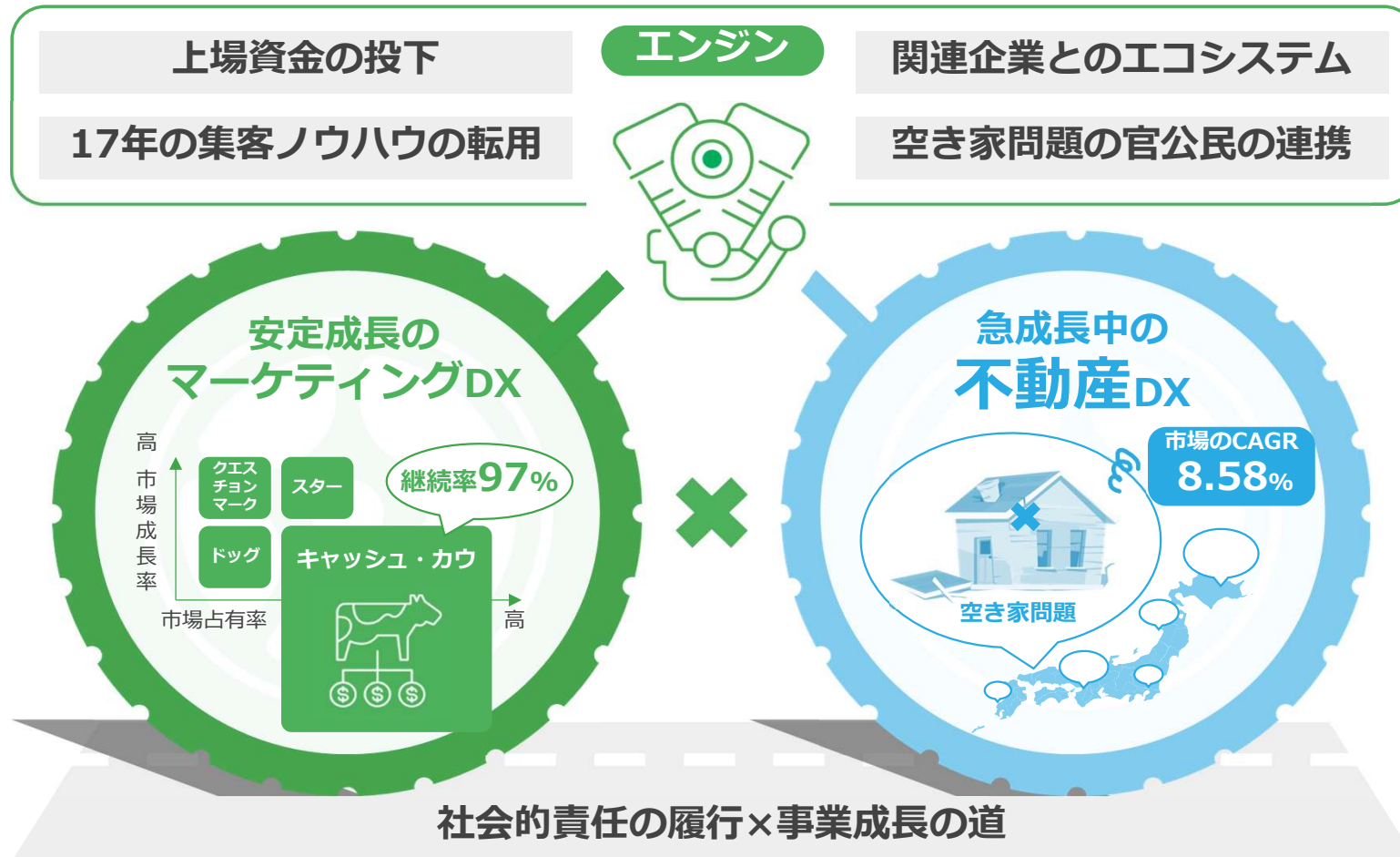
当社のビジネスの大きな優位性である「土地情報の蓄積」をさらに強化・活用すべく、土地情報を起点としたプラットフォームを構築しさらなる事業拡大を狙う。



今後の事業見通し

VALUE
CREATION

安定成長のマーケティングDXと急成長の不動産DXの二本柱で、事業成長と社会価値への還元を目指していく。



中期財務目標

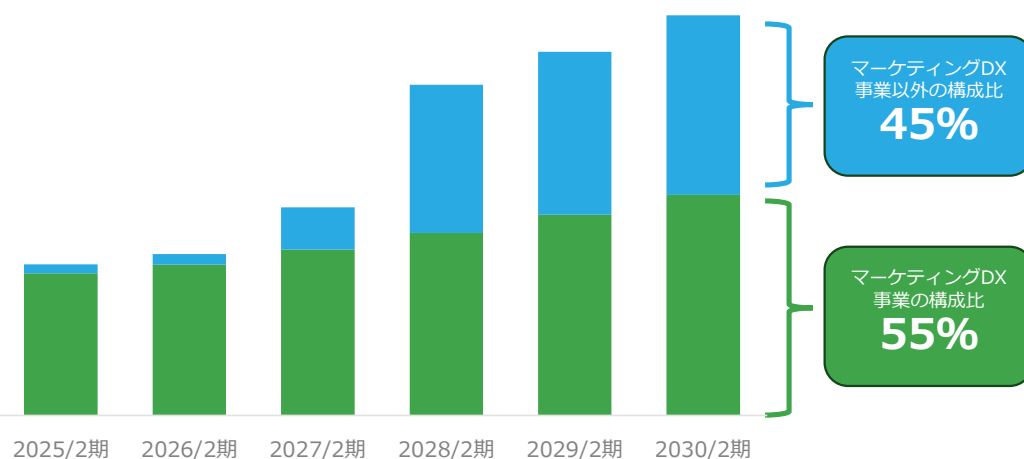
VALUE
CREATION

売上高、売上総利益共に、CAGR20%成長を目指し、**マーケティングDX中心の企業から、不動産DX企業へ転換を進める。**
マーケティングDX事業は、収益性を維持しつつ、M&Aも活用しながら、10%成長を堅持する方針。
不動産DX事業は、28/2期以降、解体事業の拡大によって、売上高、売上総利益を大きく伸ばす方針。なお、**両事業を合わせた売上総利益率は、30%強を堅持し、収益性を担保しつつ、解体事業の飛躍による事業規模拡大にチャレンジする。**

売上高

CAGR 21.5%

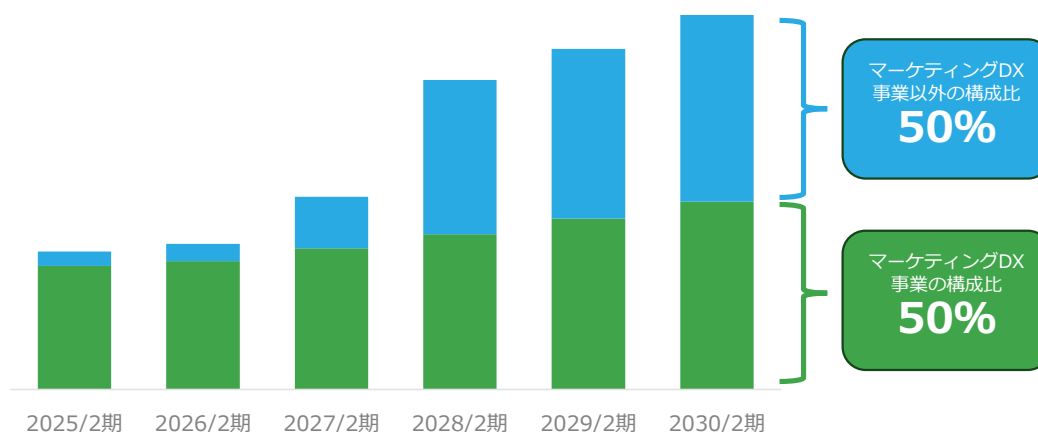
■ マーケティングDX ■ 不動産DX



売上総利益

CAGR 22.1%

■ マーケティングDX ■ 不動産DX





VALUE
CREATION

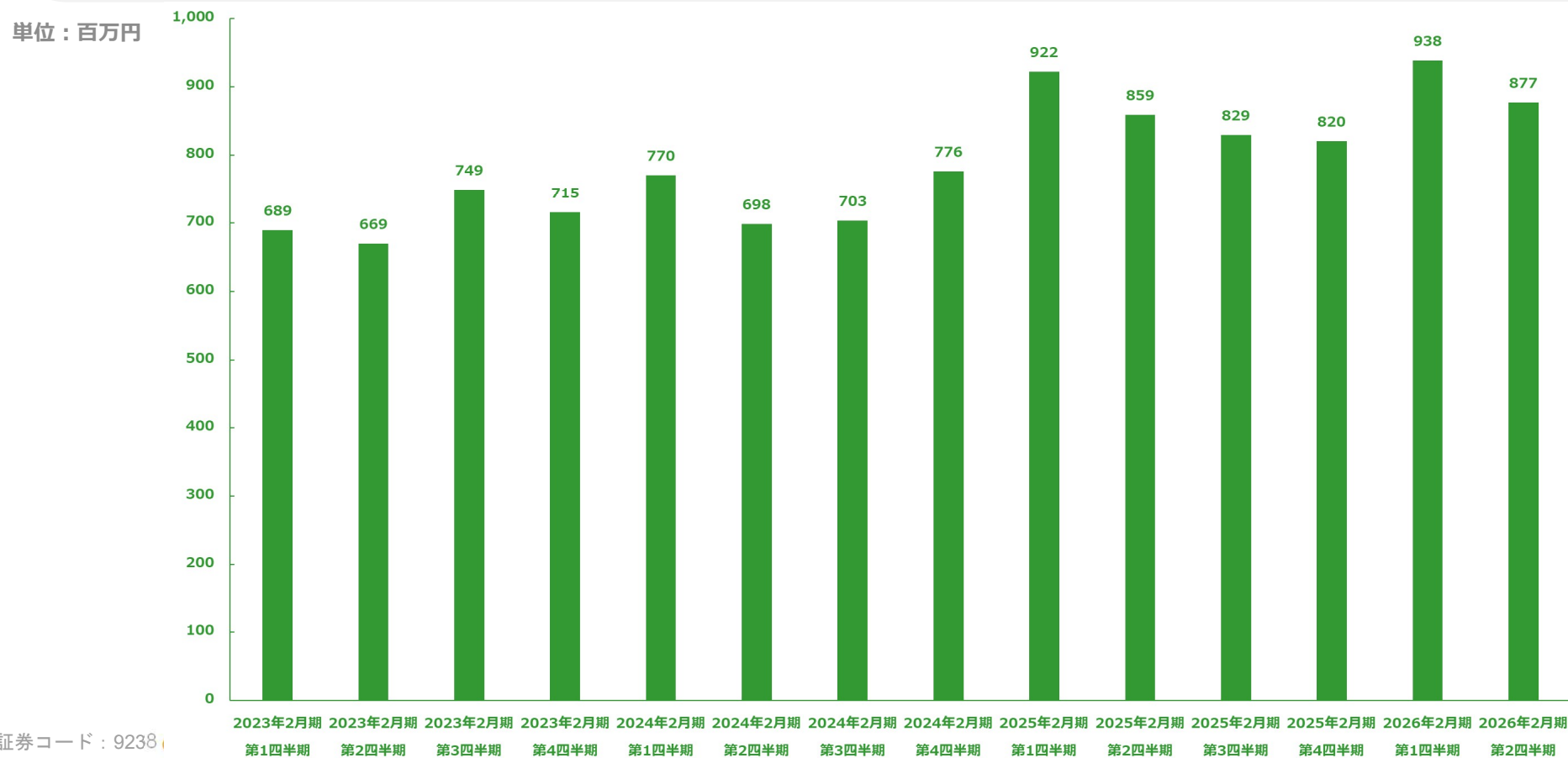
04 Appendix

04 APPENDIX

四半期推移/売上

VALUE
CREATION

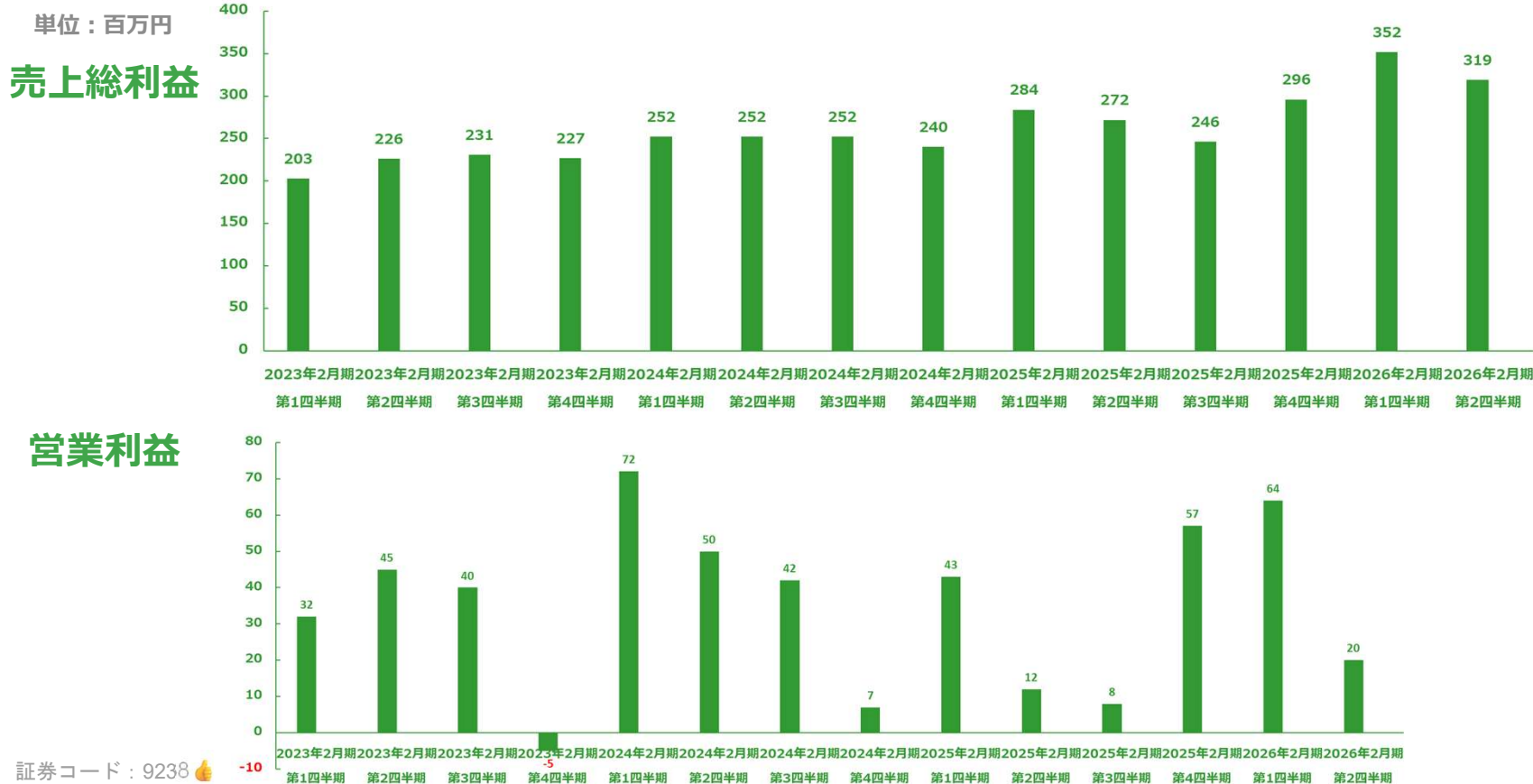
- マーケティングDX事業の成長が牽引し、推移している



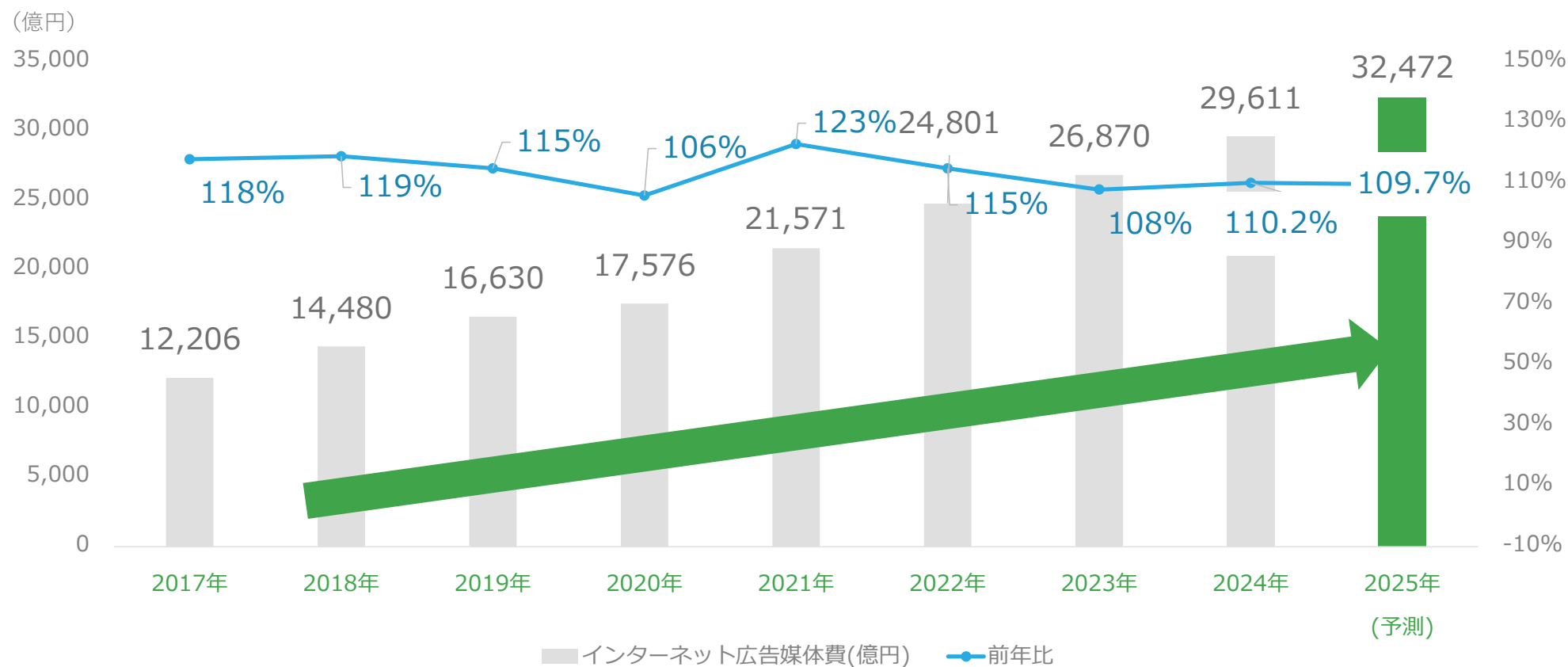
四半期推移/売上総利益・営業利益

VALUE
CREATION

- 全社の売上総利益は安定して進捗、営業利益は人件費等の負担があり減少



当社のマーケティングDX事業が属する約3.2兆円のインターネット広告市場は堅調な成長を見せ、今後の事業においても安定した拡大が予測される。



潜在住宅（＝空き家）を含む住宅の解体市場規模は9兆2,713億円、非住宅解体市場規模では8,685億円と巨大市場で事業を展開。

解体全体市場規模

10兆1,399億円

住宅解体市場規模



9兆2,713億円

顕在：8,947億円、潜在*1：8兆3,765億円

顕在住宅解体市場における
マッチングサービス経由
解体市場規模

323億円

非住宅解体市場規模



8,685億円

うち店舗・事務所：2,263億円

店舗・事務所の
解体市場における
自社シェア

73億円

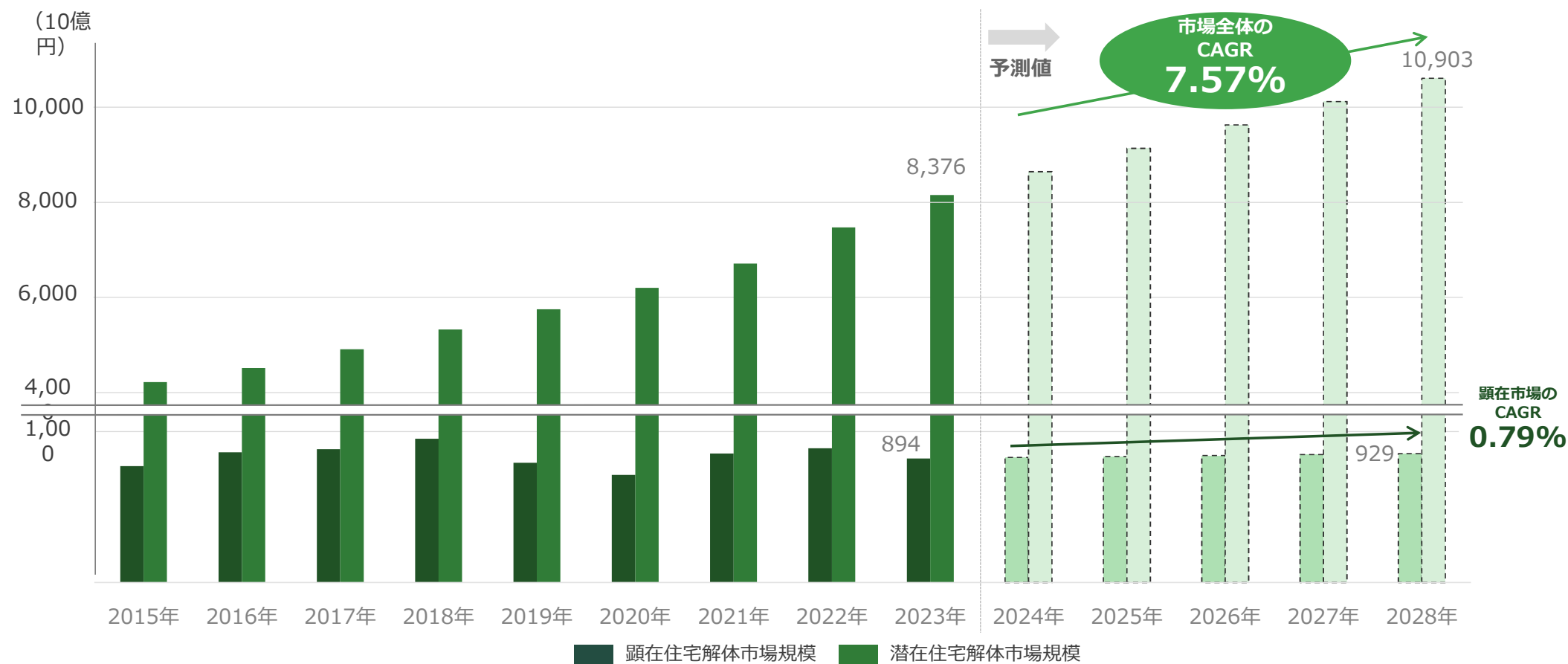
*1：実績として解体された市場を顕在市場とし、潜在としては解体予備軍としての空き家が増えている状況下で、今後解体可能性がある市場も当社のターゲットであることから空き家として残っているものが解体された場合の市場規模で算出

※総務省統計局「令和5年住宅・土地統計調査」、国土交通省「平成30年建築物ストック統計」「建築着工統計調査（2023年）」をもとに弊社推計。数字は2023年にももの
© VALUE CREATION Inc. All rights reserved.

市場環境：住宅解体市場推計

VALUE
CREATION

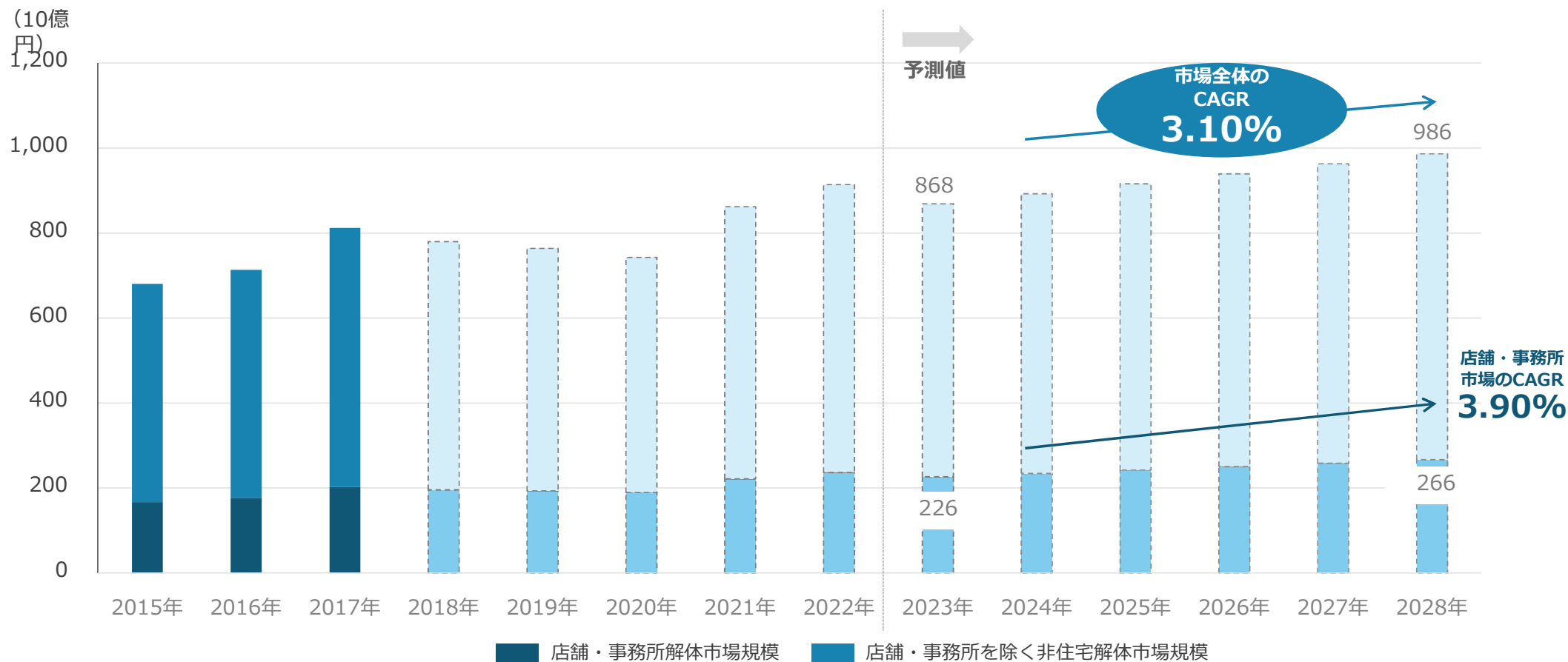
実績(顕在)の住宅解体市場は住宅ストック数の増加、新築着工減少トレンドによりほぼ横ばいだが、潜在需要(空き家の数)は増加傾向にあり、解体が追い付いていない状況と推察。住宅解体市場全体としては引き続き堅調な成長を見込む。



※総務省統計局「令和5年住宅・土地統計調査」、国土交通省「建築着工統計調査(2023年)」をもとに弊社推計

市場環境：非住宅解体市場推計

非住宅解体市場は堅調に拡大。特に店舗・事務所の解体は市場全体を若干上回る成長率（CAGR 3.90%）で推移すると見込む。



免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。