



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3四半期決算説明資料

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

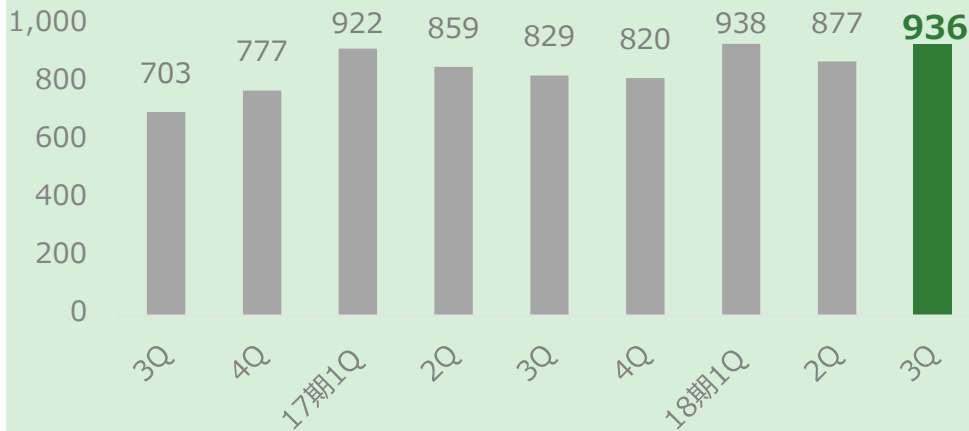
当期純利益は前年同期比で**297%**

不動産DX：大幅増益、売上前年同期比で**190%**

売上高 約936百万円

YoY : 102%

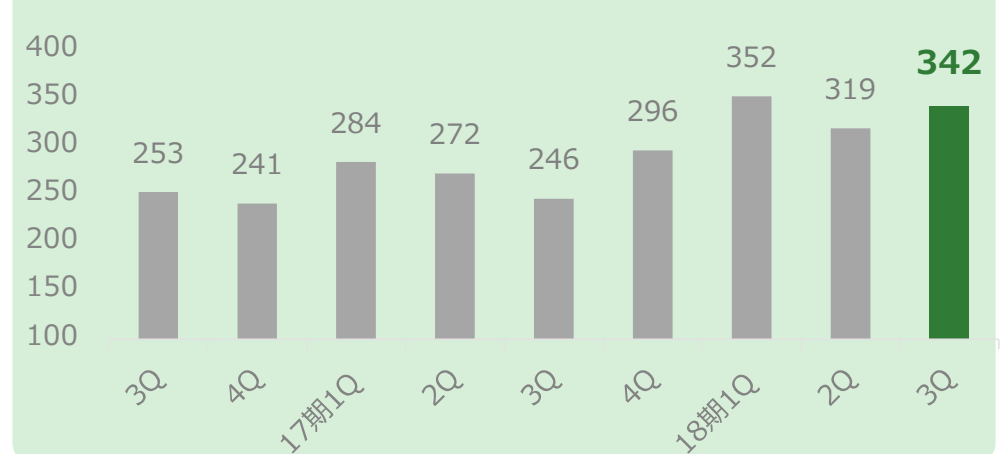
単位：百万円



売上総利益 約342百万円

YoY : 117%

単位：百万円



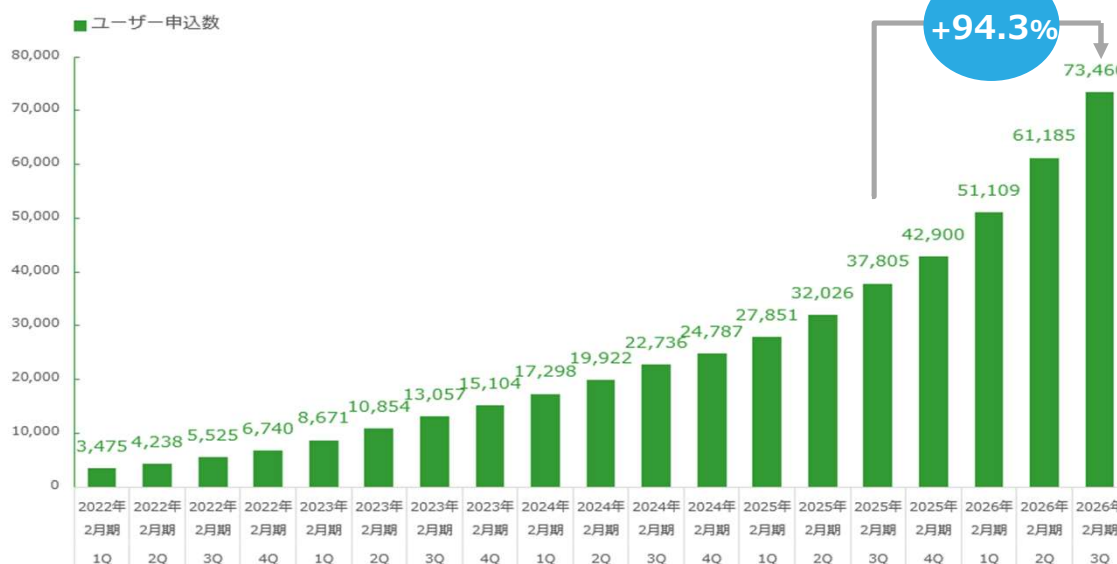
重要トピックス(不動産DX事業) | ユーザー申込数と市場機会

VALUE
CREATION

- 「解体の窓口」でのユーザー申込数は順調に増加
- 市場機会はまだ獲得できる領域が多量に存在する

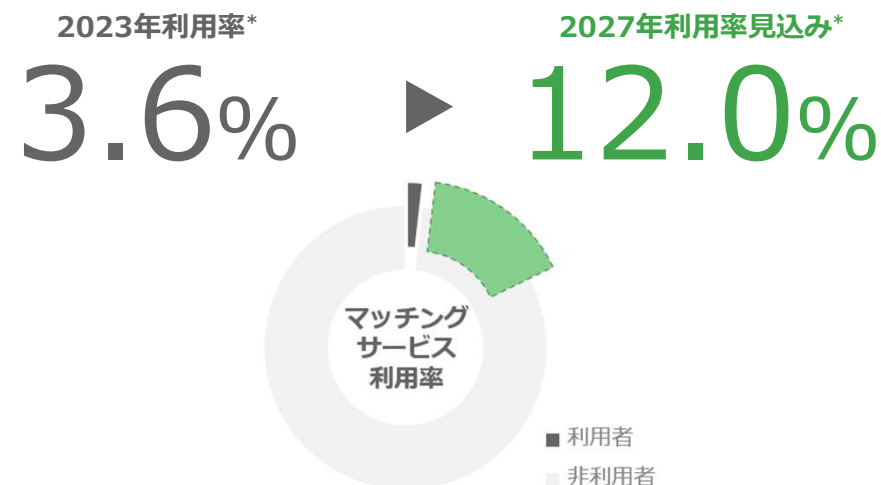
ユーザー申込数(累計値)

単位：件



- 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+94.3%、QoQ+20.1%で引き続き増加

市場機会の広がり



- インターネットを利用した解体ニーズはまだ拡大可能性があり引き続き取引を伸ばしていく

重要トピックス(不動産DX事業) | LTV増加と四半期推移

VALUE
CREATION

顧客LTVの増加

単位:千円	18期1Q	18期2Q	18期3Q
元請 (総額)	7,121	3,417	15,368
マッチング (平均単価)	147	147	145
不動産売買 (単価)	28,156	10,000	0
パートナー紹介 (総額)	14,636	17,042	38,079
お墓じまい (単価)	—	—	263
Etc...	—	—	—

【不動産DX事業】18期四半期推移

(単位：百万円)	2026年2月期 1Q実績	2026年2月期 2Q実績	2026年2月期 3Q実績	対四半期比
売上	100	80	104	130%
売上総利益	41	36	45	125%
(売上総利益率)	41.8%	45.3%	43.6%	
営業利益	5	-6	0	-14%
(営業利益率)	5.4%	-8.4%	0.9%	

- ・ リード増加に伴いマッチング、パートナー紹介増により3Qで増加
- ・ マッチングの単価は今期特段の変化はなし。数の増加により伸長している。
- ・ 新規事業対応により販管費増加
- ・ 元請案件は増加しており、実行までのラグがありさらに今後インパクトの可能性あり

重要トピックス(不動産DX事業) | 事業展開推移

VALUE
CREATION

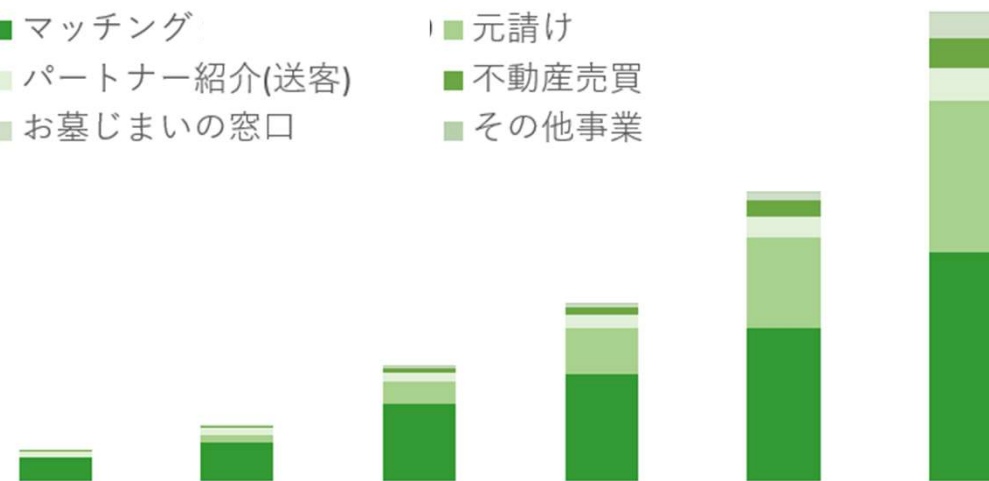
事業展開進捗

17期 > 18期3Q > 今後

元請け		→	→
マッチング	→	→	→
不動産売買	→	→	→
パートナー紹介(送客)	→	→	→
建替・売却紹介/不要品回収・不要品買取/火災保険/農機具/	→	→	→
不動産仲介	→	→	→
お墓じまいの窓口		→	→
その他事業			→

目標イメージ

■ マッチング
■ パートナー紹介(送客)
■ お墓じまいの窓口
■ 元請け
■ 不動産売買
■ その他事業



- ・ リード増加に伴い、あらゆるキャッシュポイントが増加
- ・ マッチングのみならず建替や売却紹介、不動産仲介などの周辺ニーズも増加
- ・ 元請けや不動産売買の潜在ニーズも自ずと増え、トップライン成長に貢献期待

主要トピックス

LINE 公式アカウント認定代理店の 認定取得

- LINE公式アカウントの導入・運用・データ活用を、LISMA/LISMA engageと統合して提供する体制を一層強化。

埼玉りそな銀行と「空き家等の有効活用 等の促進に関する連携協定」を締結

- 埼玉県内の空き家所有者に対し、除却（解体）という選択肢を含む幅広い情報提供が可能となる。

VALUE
CREATION

解体業者のキャッシュフロー改善を 目的にデモナと協業開始

- 解体事業者が新たな機材を導入する際に、購入費用を分割して負担、すでに保有している機材を現金化できるなどキャッシュフロー改善を促進。

タスキホールディングスと 戦略的パートナーシップの締結

- 「解体の窓口」ユーザーのうち、物件売却を希望する顧客をタスキHDに連携
- タスキHDにおいて発生する解体工事費用に対し、「解体の窓口」プラットフォーム活用によるコスト削減と事業機会の増加を実現

基礎数値ハイライト

VALUE
CREATION

マーケティング DX事業

第3四半期取引社数 (注1)

480社

2026年2月期2Q 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

継続率 (注2)

96.4%

2026年1月期2Q 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%

不動産 DX事業

第3四半期取扱高 (注3)

592百万円

2026年2月期2Q 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

ユーザー申込数 (注4)

73,460件

2026年2月期2Q 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

各指標とも
順調に進捗

※1 2025/9/1~2025/11/30における月間の取引社数の合計値で算出

※2 2025/9/1~2025/11/30の平均継続率で算出

※3 2025/9/1~2025/11/30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 成長戦略

03 APPENDIX



VALUE
CREATION

01 Financial Highlights

01 業績ハイライト

2026年2月期 第3四半期業績ハイライト

VALUE
CREATION

- 売上総利益では計画に対して84%で進捗
- 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 3Q実績	2026年2月期 通期業績予想	通期業績予想 進捗率
売上	2,751	3,820	72%
売上総利益	1,014	1,201	84%
(売上総利益率)	36.9%	31.4%	
営業利益	104	193	54%
(営業利益率)	3.8%	5.1%	
経常利益	186	218	86%
(経常利益率)	6.8%	5.7%	
税引後当期純利益	121	137	88%
(当期純利益率)	4.4%	3.6%	

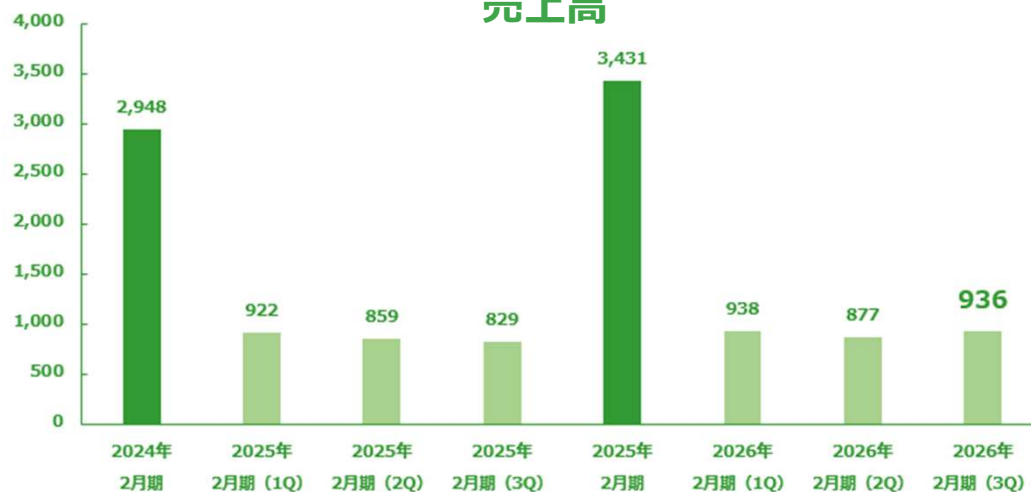
全社売上高・売上総利益・営業利益推移

VALUE
CREATION

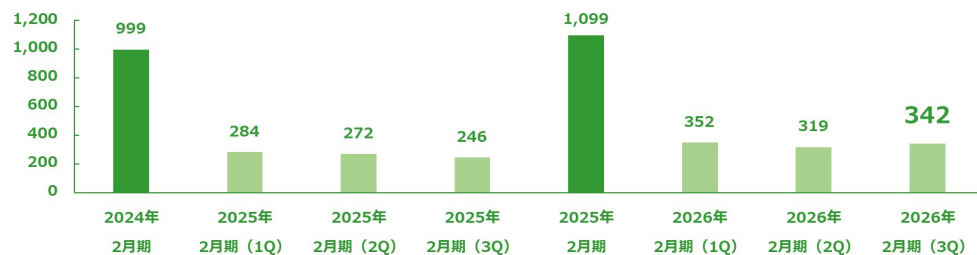
- ・ 売上高・売上総利益について全体的に順調に推移
- ・ 人件費増加やのれん償却費負担により販管費増加
- ・ 暗号資産評価損の影響で当期純利益減少

単位：百万円

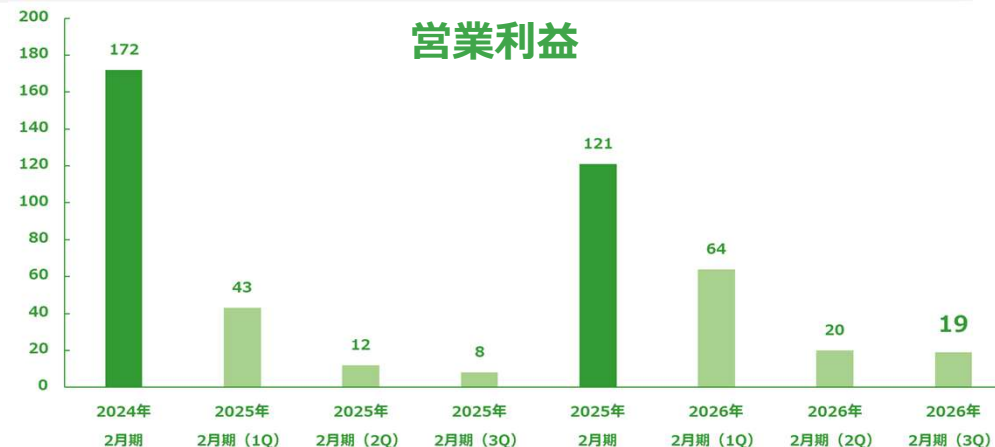
売上高



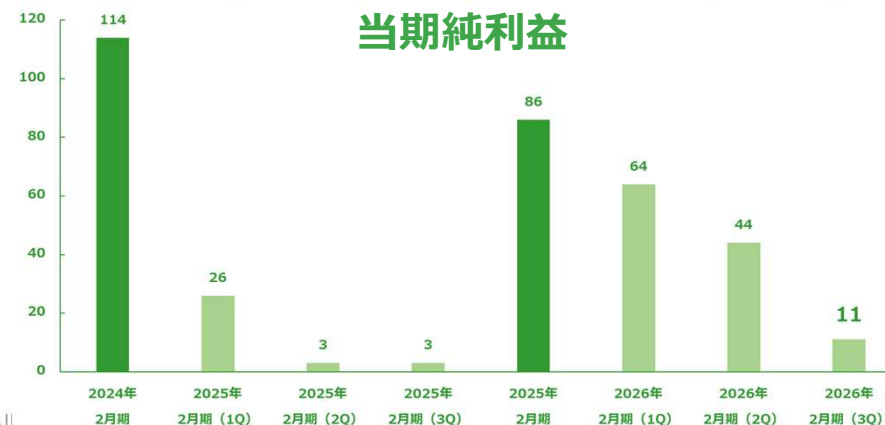
売上総利益



営業利益



当期純利益



証券コード：9238 🍌

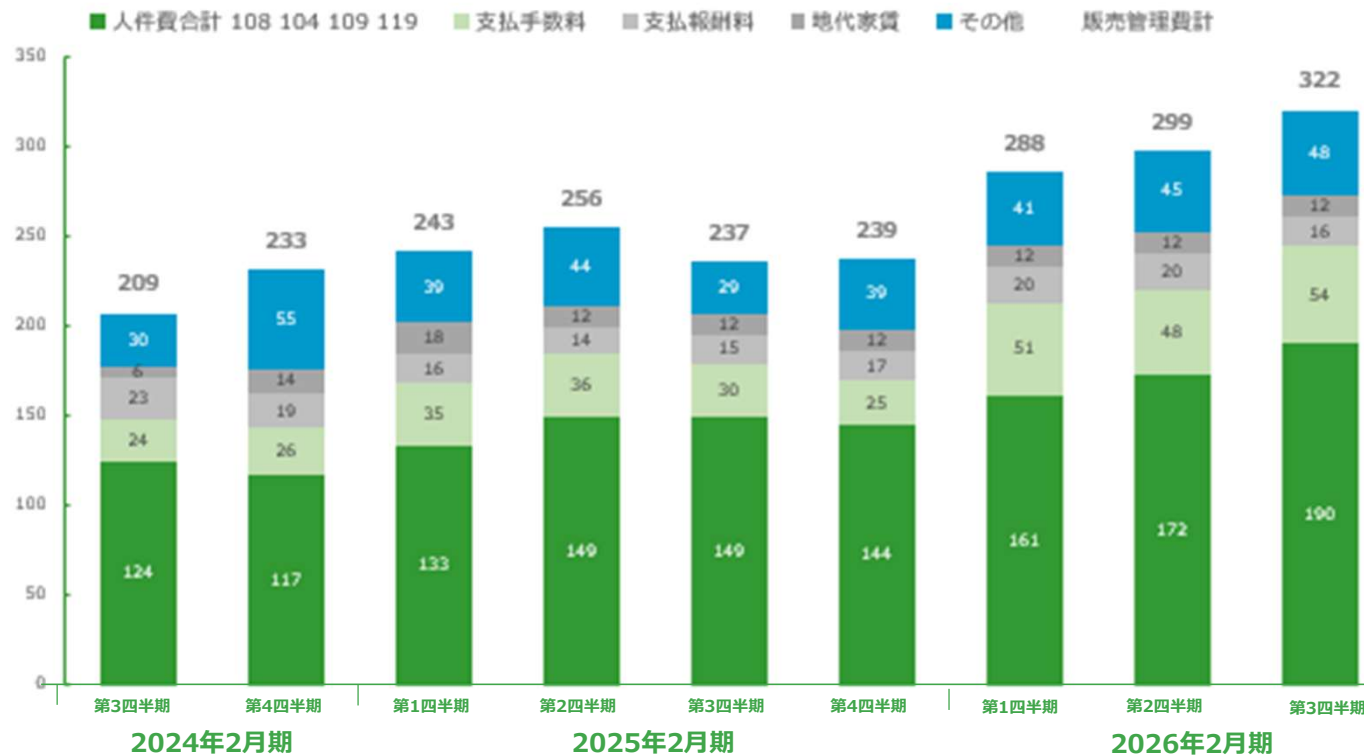
© VALUE CREATION Inc. All

四半期推移/費用構成

VALUE
CREATION

- 採用費や採用イベント参加やマーケティングDXにおいて展示会出展費用等により全体的な費用が増加している。

単位：百万円



- 採用費や採用イベント費用で人件費増加。
- その他ではマーケティングDX事業での出展費用で増加

VALUE
CREATION

マーケティングDX事業

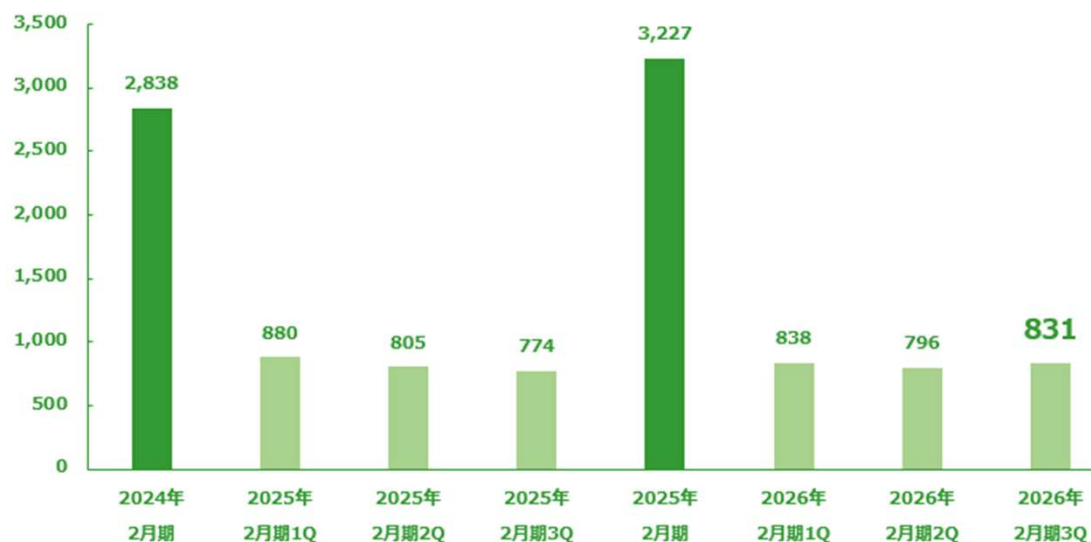
マーケティングDX事業 | 売上高・粗利益・営業利益推移

VALUE
CREATION

- 取引は順調に推移し、すべての段階において前年同期比で増加。

単位：百万円

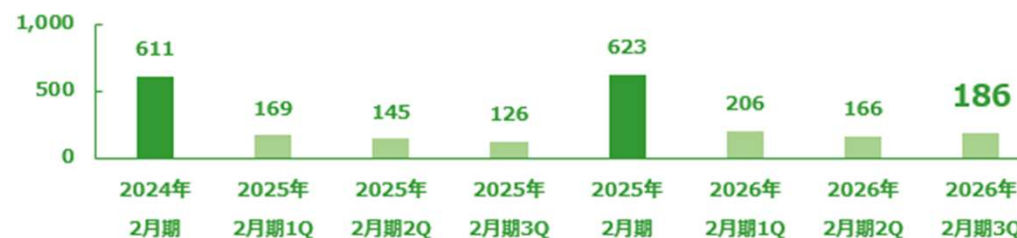
売上高



粗利益



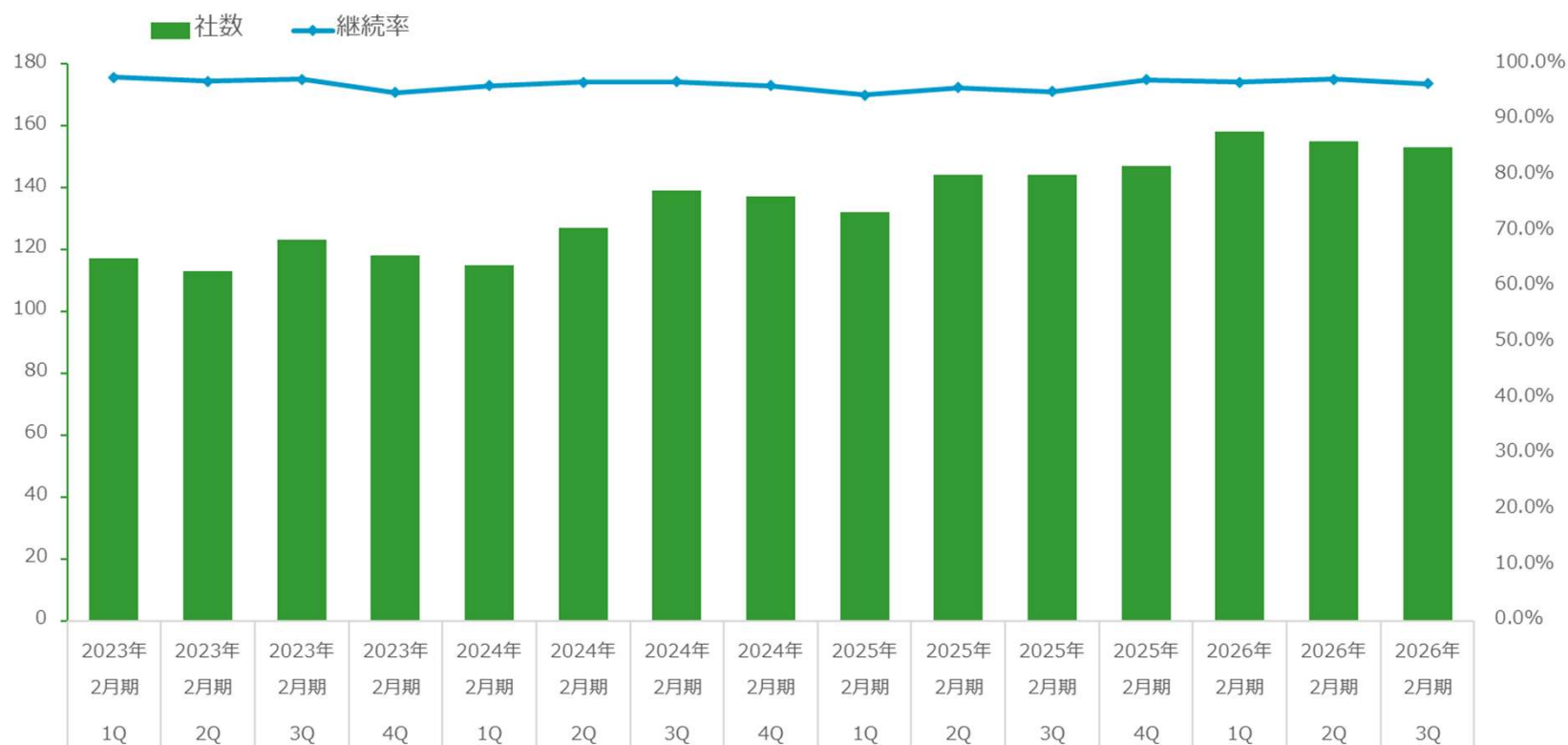
営業利益



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+
6.3%で増加
- 継続率は96.4%

VALUE
CREATION

不動産DX事業

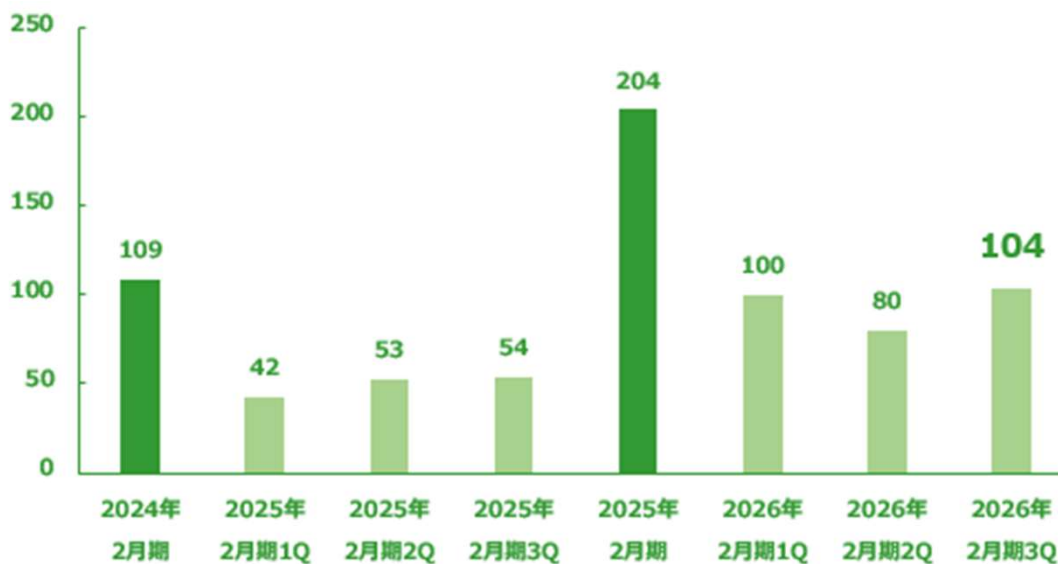
不動産DX事業 | 売上高・粗利益・営業利益推移

VALUE
CREATION

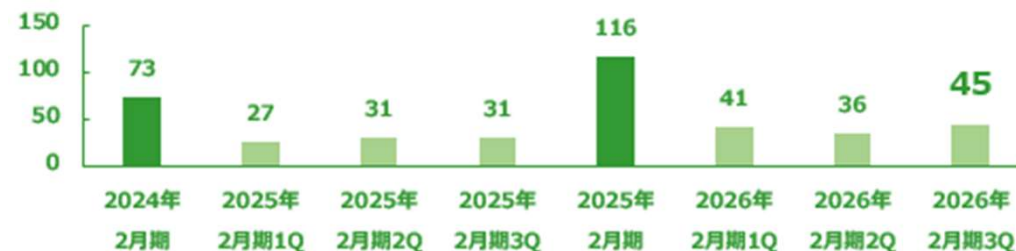
- 空家問題に対する市場の関心増加から申込数が増加し、売上高・粗利益ともに順調に増加
- 元請けとして取引を増加、売上前年同期比：149%を達成
- 新規事業にかかる準備対応により営業利益がQoQで減少

単位：百万円

売上高



粗利益



営業利益

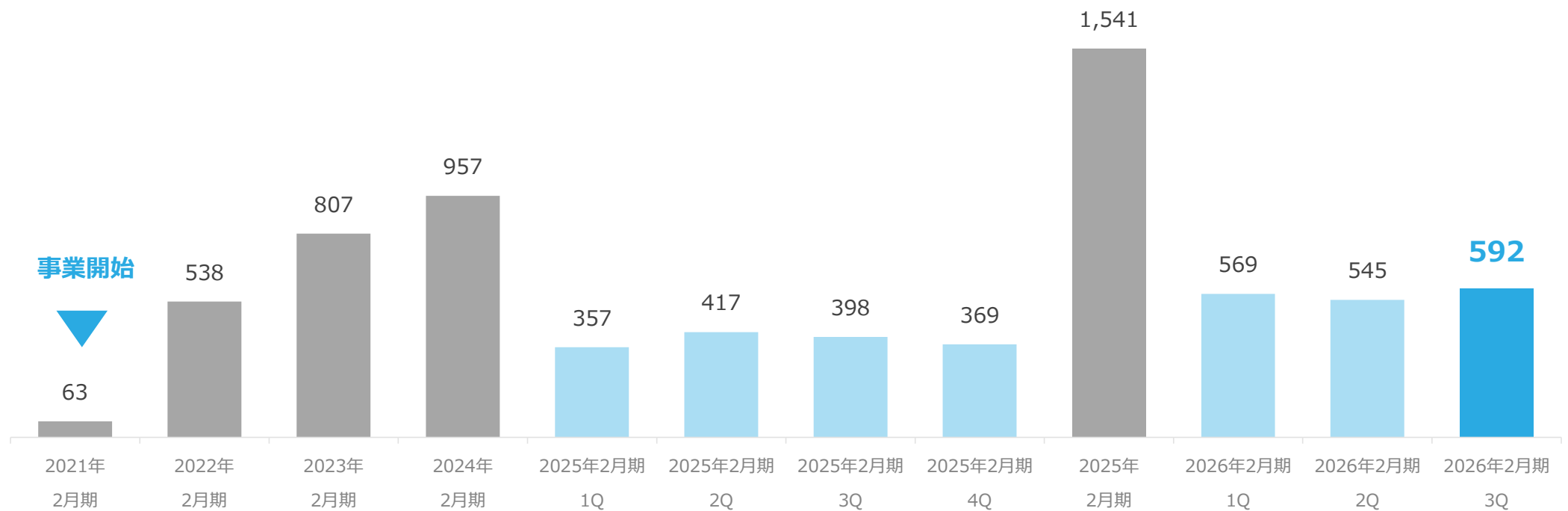


不動産DX事業 | 取扱高推移

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.



VALUE
CREATION

02 Growth Strategy

02 成長戦略

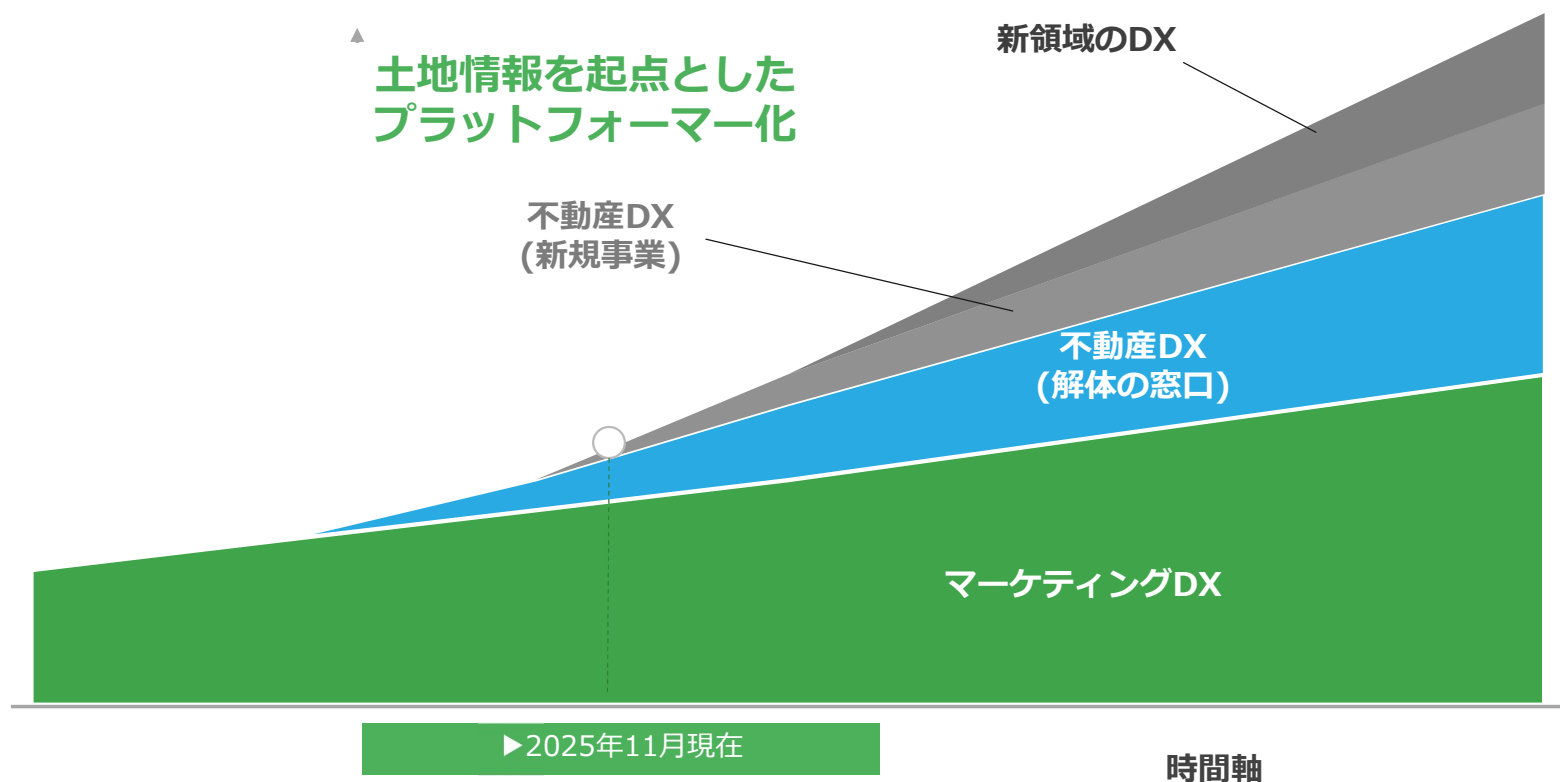
今後の成長戦略

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

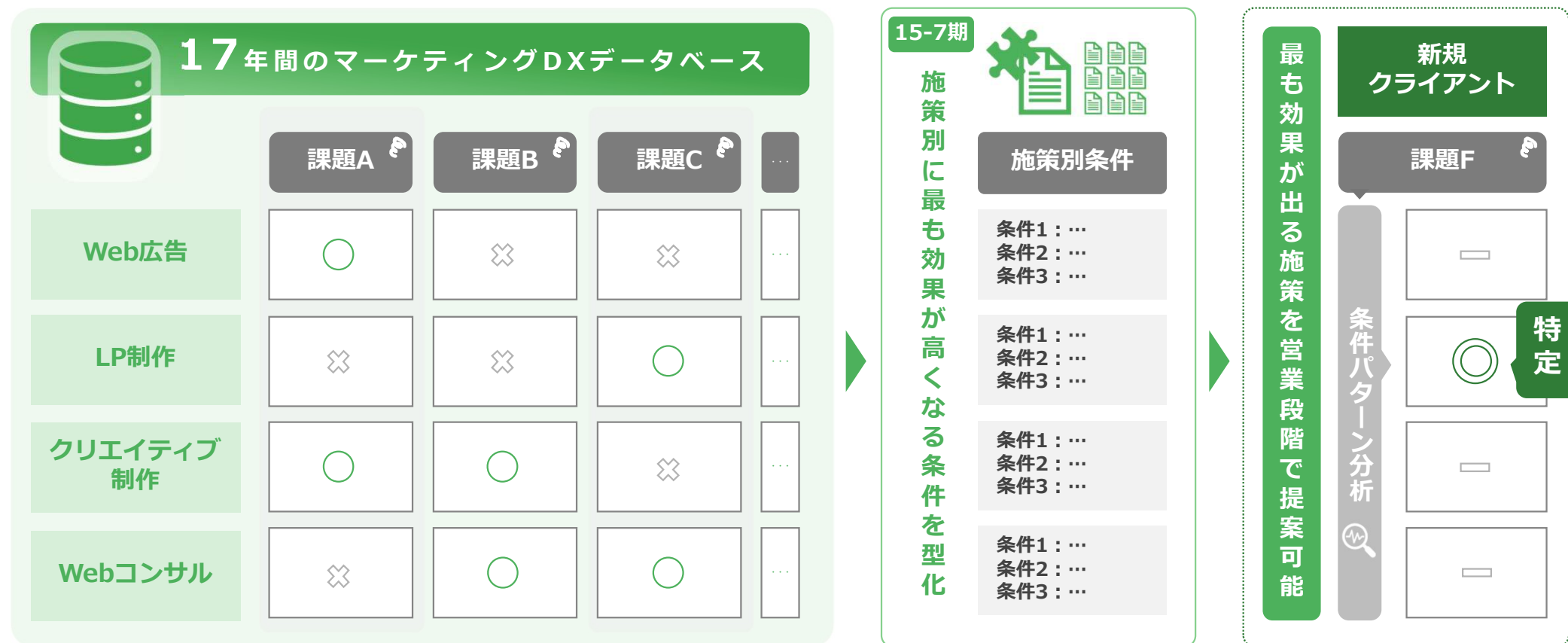
売上割合



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。



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



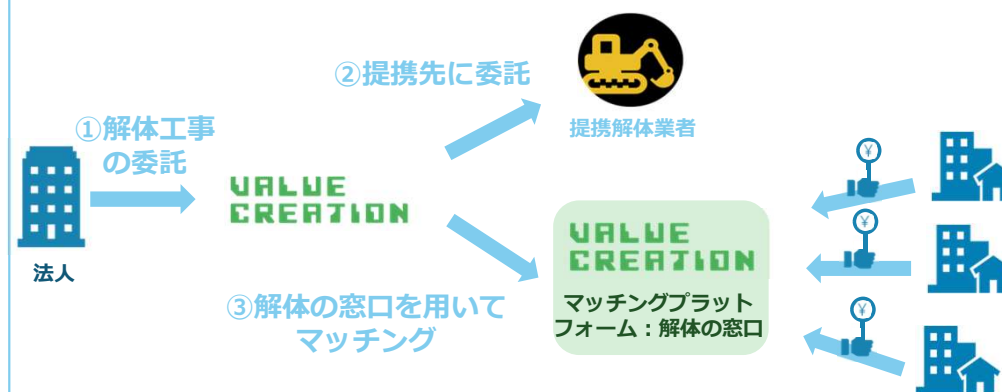
収益モデル

- ・ 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



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**

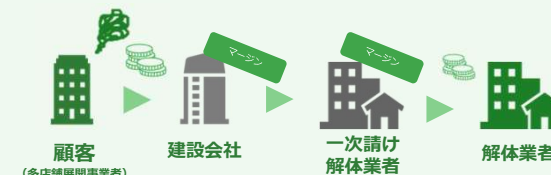
取り組みによって生み出す変化

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

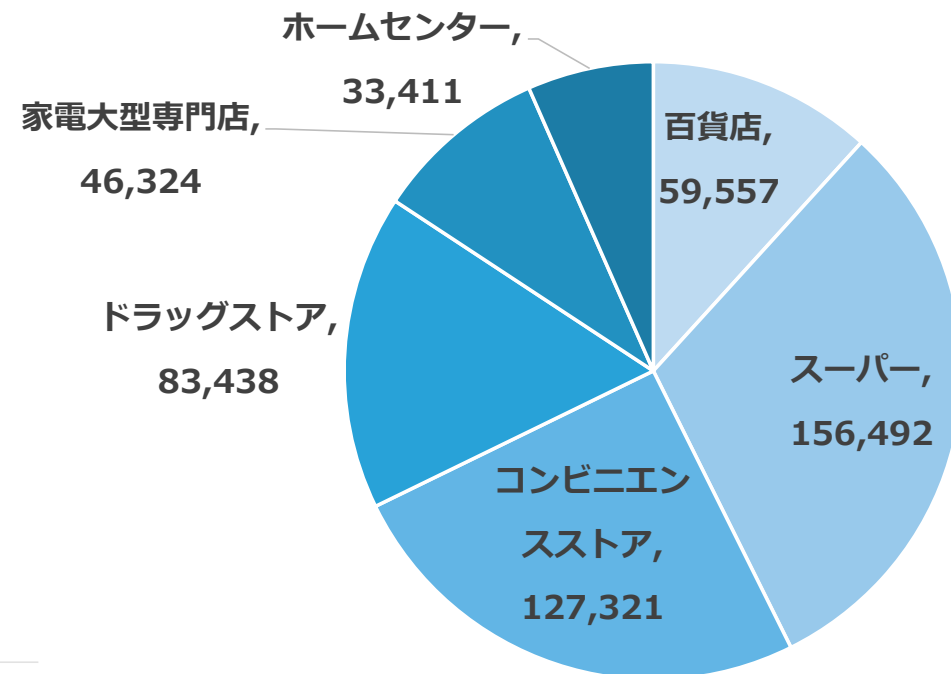
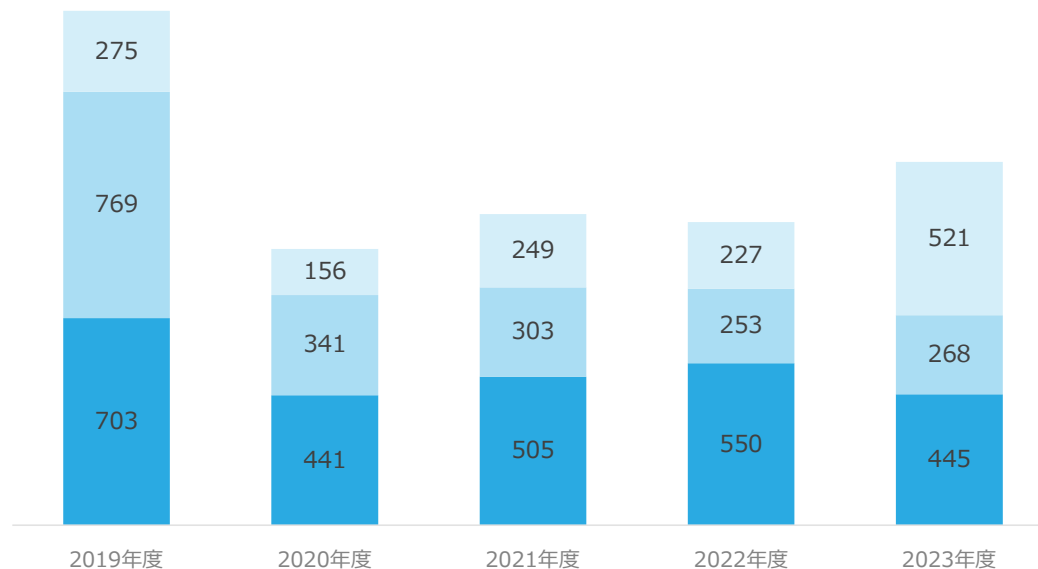
VALUE
CREATION

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

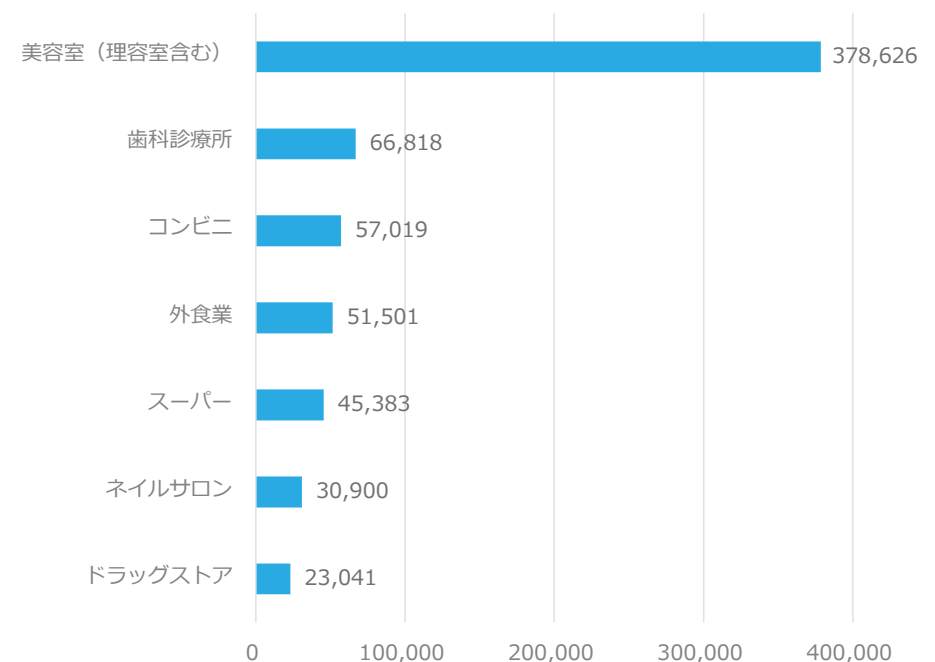
VALUE
CREATION

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

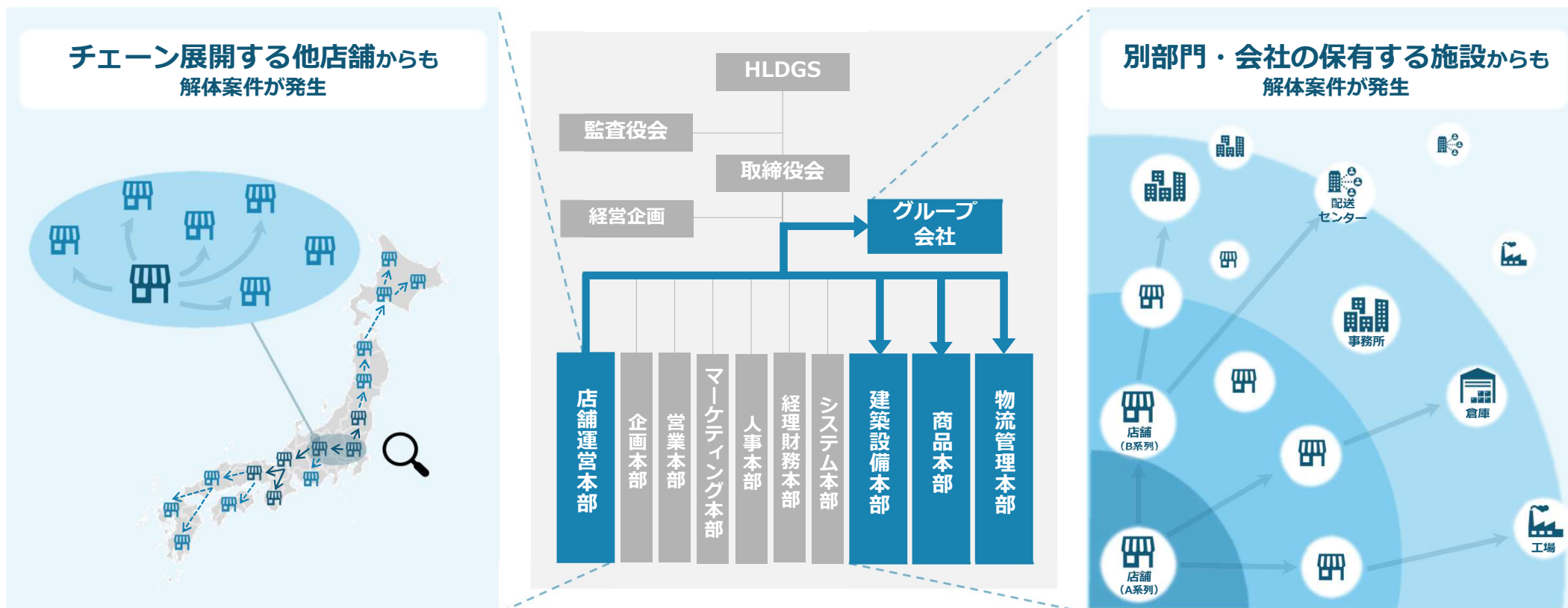


成長戦略：高い収益性を実現する（BtoBtoB）事業

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

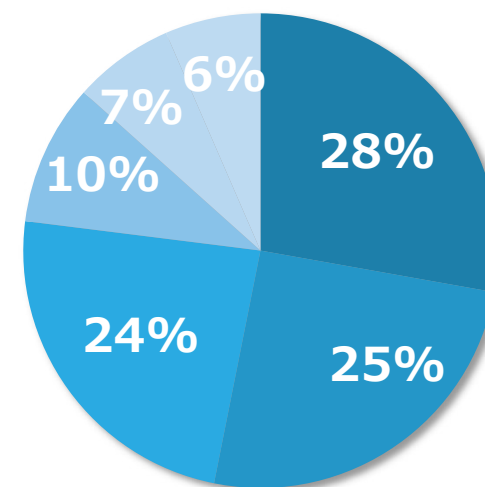
VALUE
CREATION

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

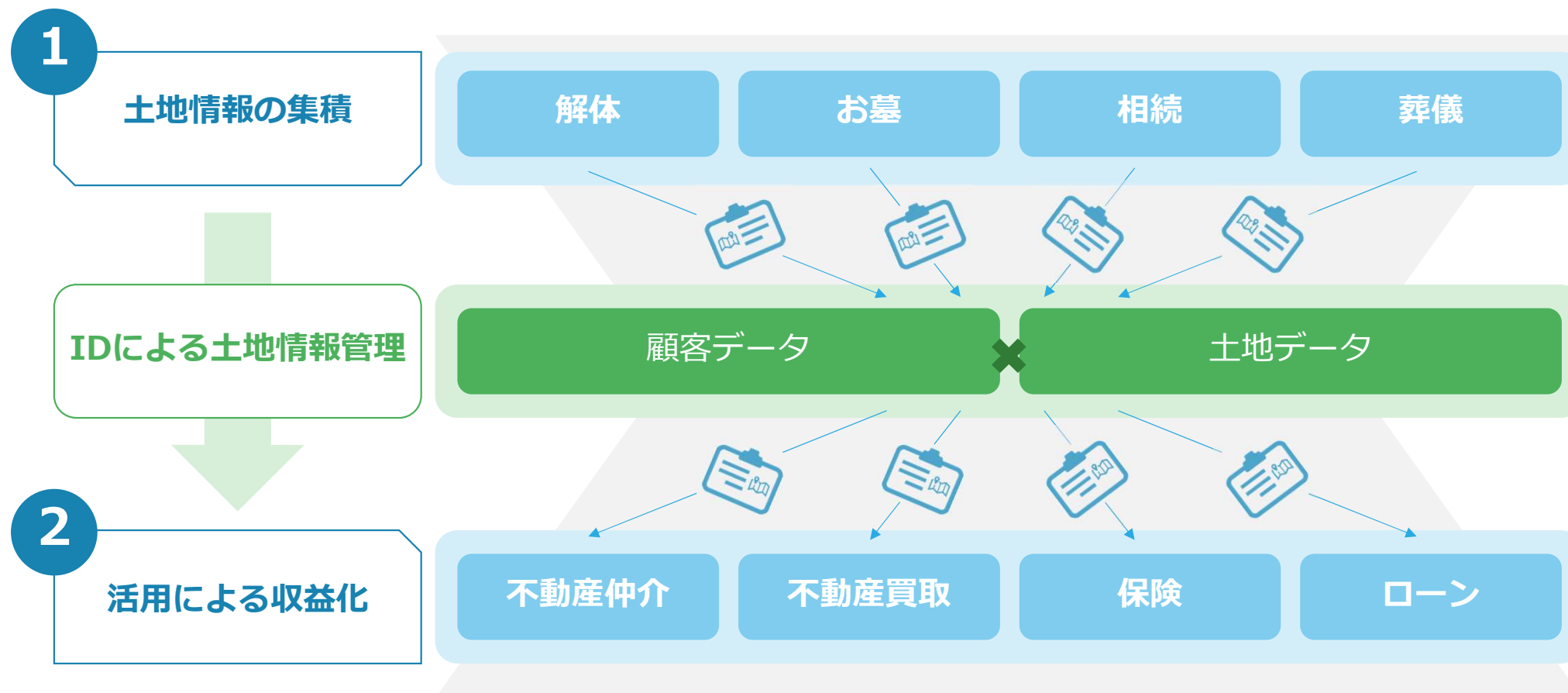
終活サービス連携

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。

上場資金の投下

17年の集客ノウハウの転用

エンジン



関連企業とのエコシステム

空き家問題の官公民の連携

安定成長の
マーケティングDX



急成長中の
不動産DX



社会的責任の履行×事業成長の道

中期財務目標

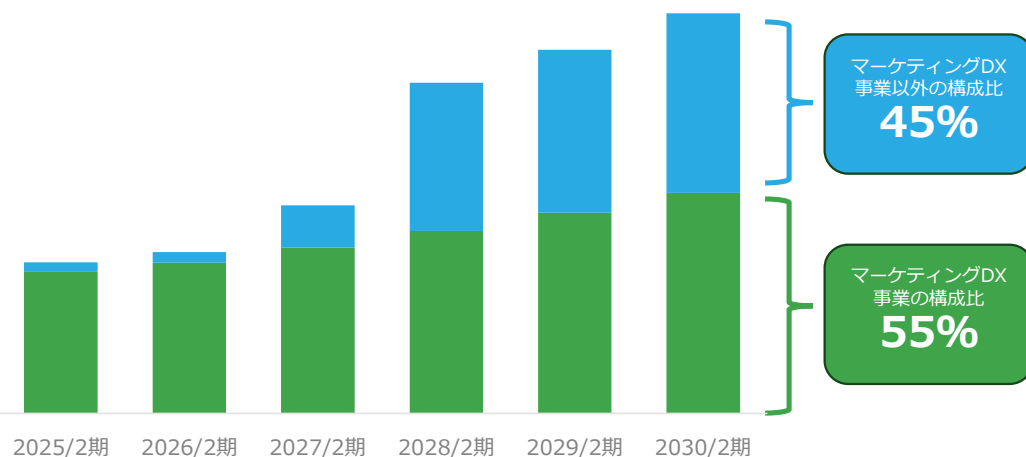
VALUE
CREATION

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%

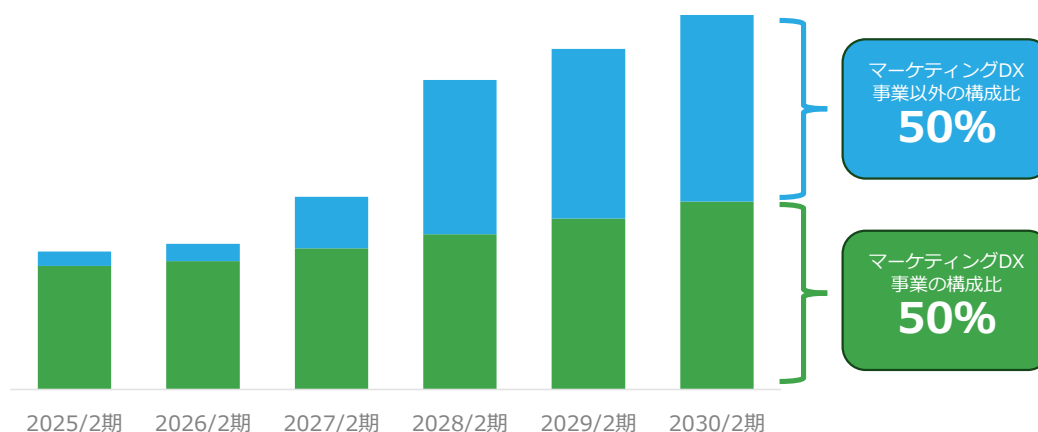
■ マーケティングDX ■ 不動産DX



売上総利益

CAGR 22.1%

■ マーケティングDX ■ 不動産DX





VALUE
CREATION

03 Appendix

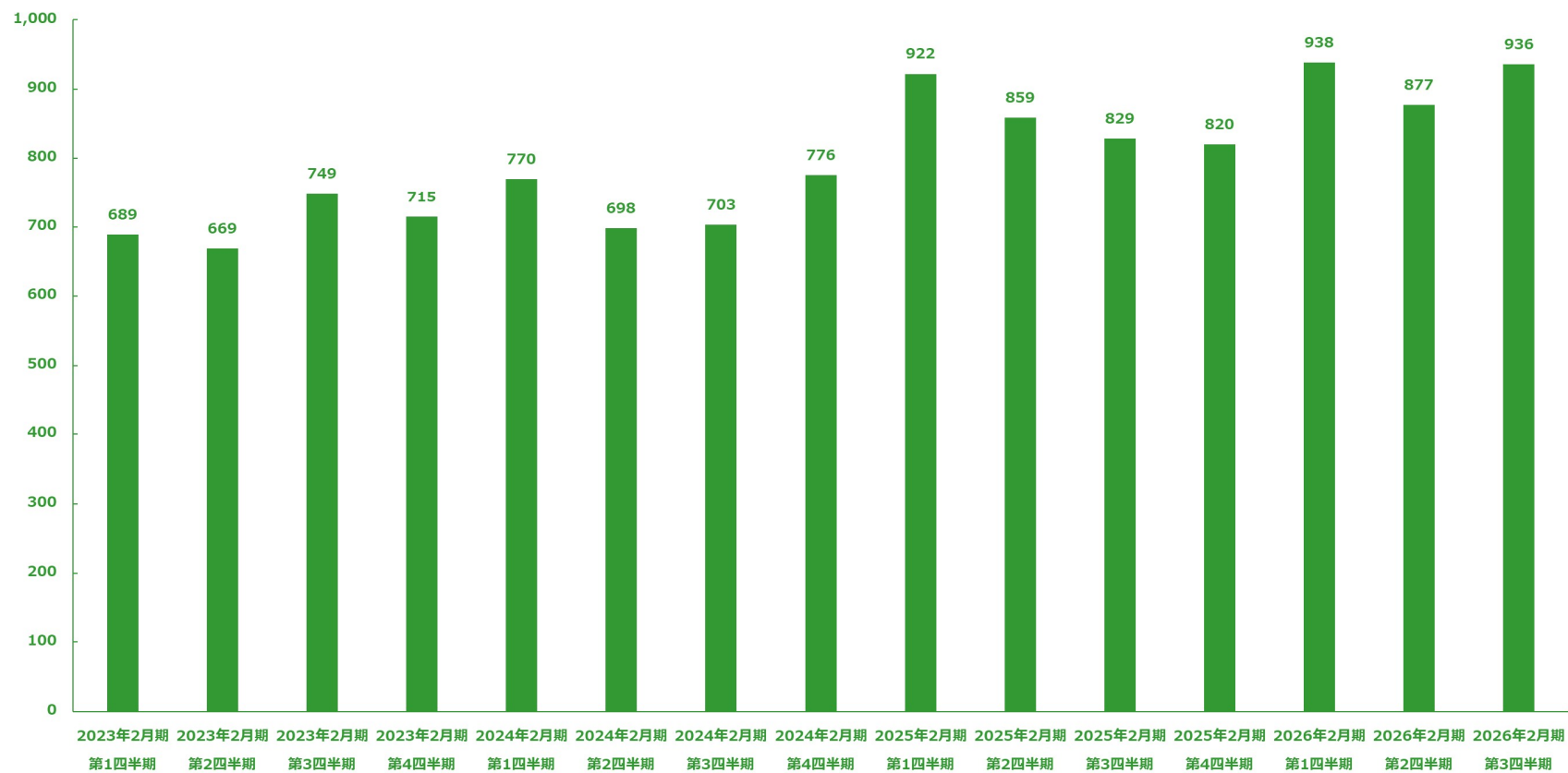
03 APPENDIX

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

単位：百万円



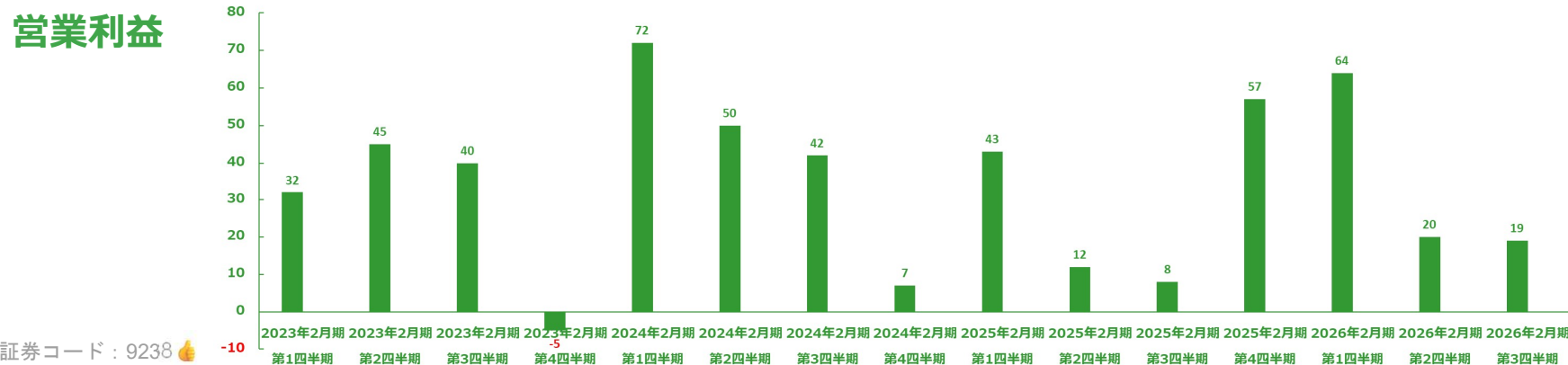
証券コード：9238 🍌

© VALUE CREATION Inc. All rights reserved.

四半期推移/売上総利益・営業利益

VALUE
CREATION

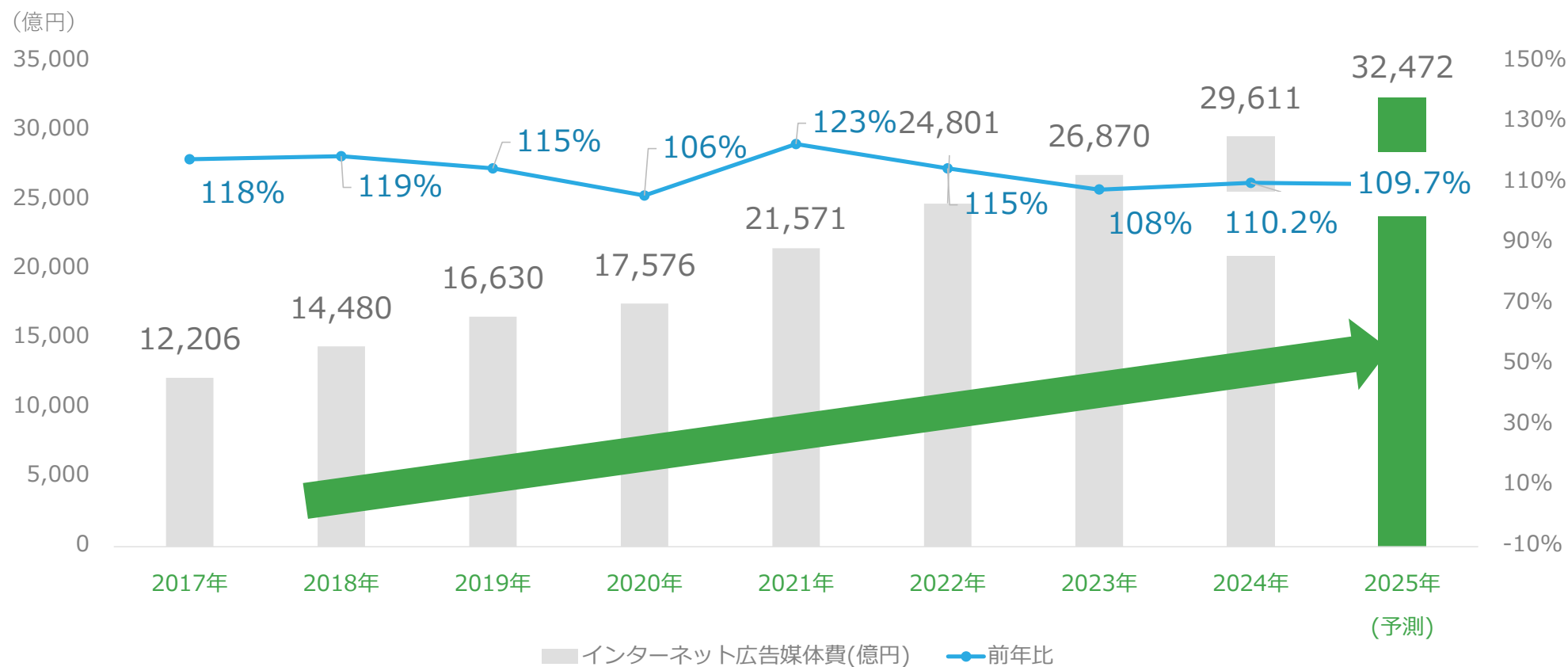
- 全社の売上総利益は安定して進捗、営業利益は人件費等の負担があり減少



証券コード：9238 🍌

-10

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

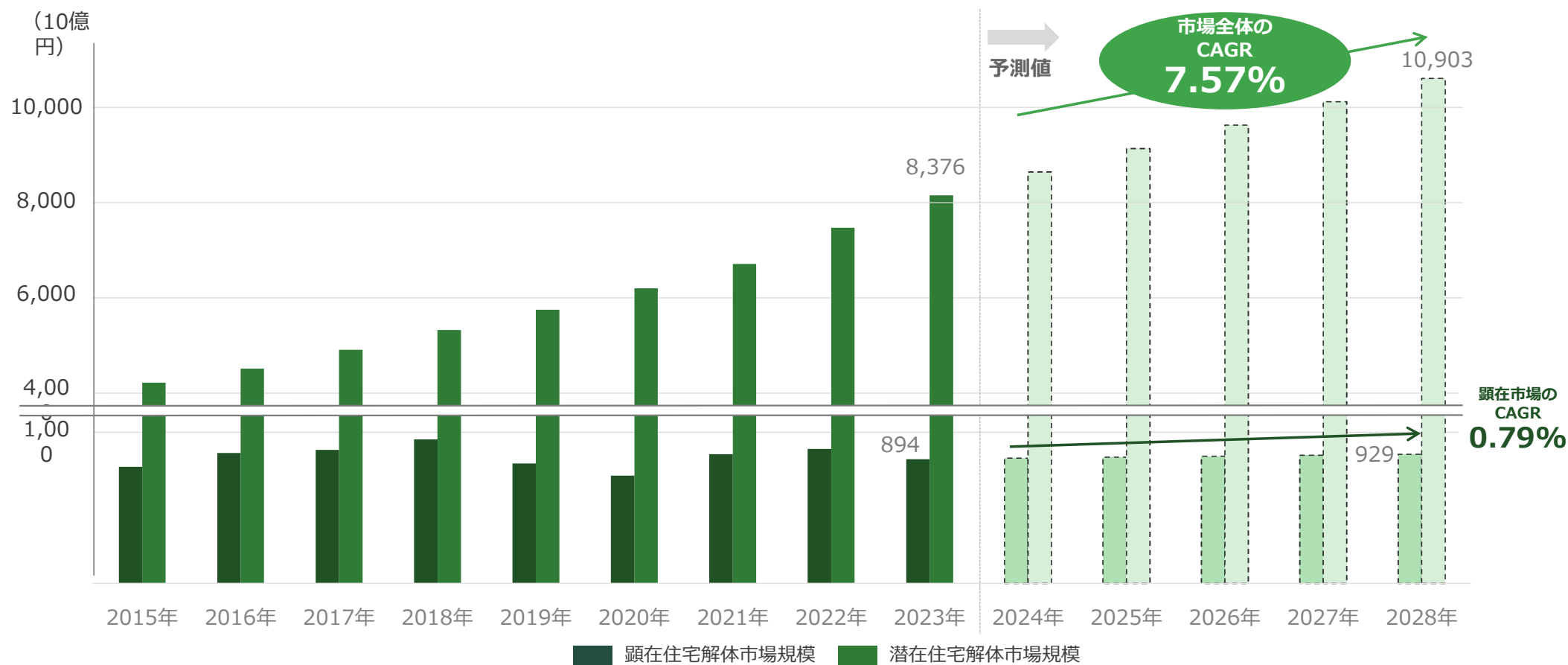
73億円

*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

市場環境：住宅解体市場推計

VALUE
CREATION

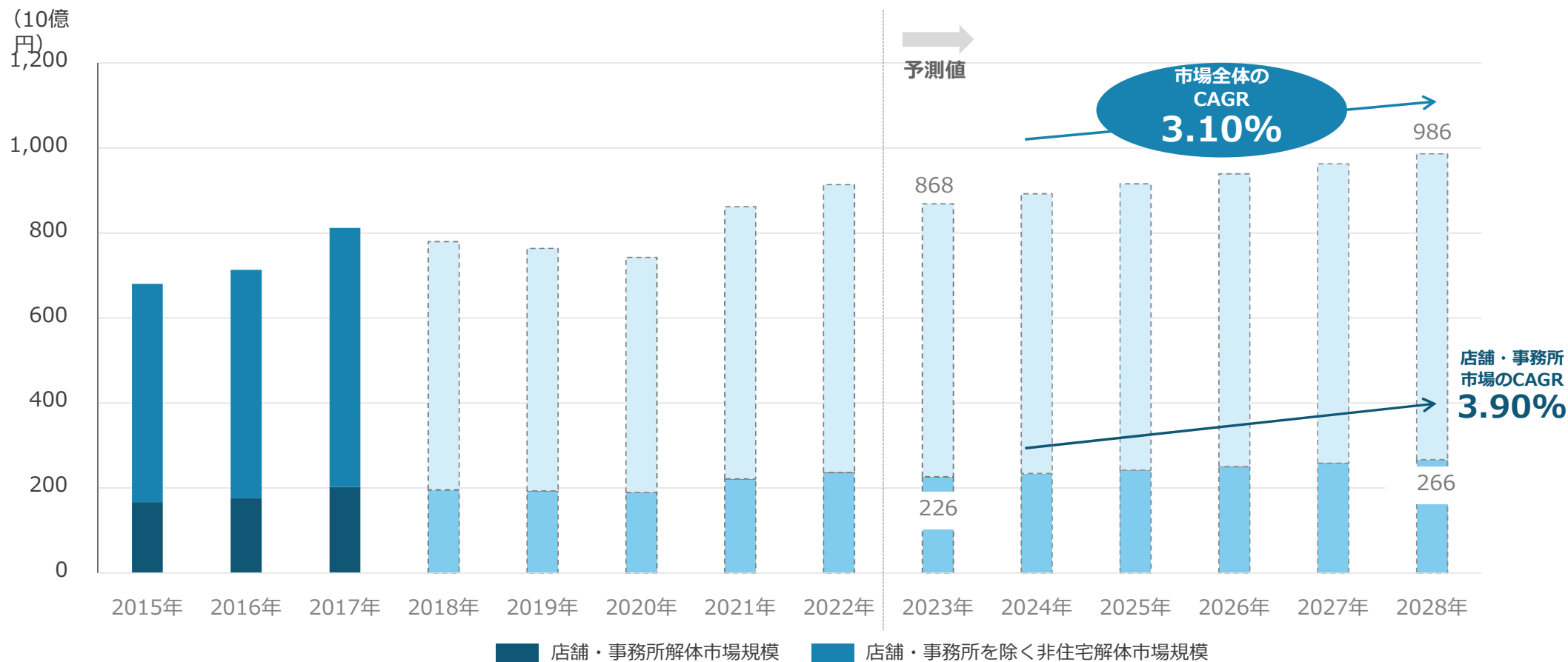
実績(顕在)の住宅解体市場は住宅ストック数の増加、新築着工減少トレンドによりほぼ横ばいだが、潜在需要（空き家の数）は増加傾向にあり、解体が追いついていない状況と推察。住宅解体市場全体としては引き続き堅調な成長を見込む。



※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。