



AlbaLink

2025年12月期 決算補足説明資料

2026年2月13日 | 東証グロース[5537]

株式会社AlbaLink

Index

- 01 2025年12月期 実績 P. 3 - 8
- 02 2025年12月期 トピックス P. 9 - 11
- 03 2025年12月期 KPI P. 12 - 17
- 04 2026年12月期 業績予想 P. 18 - 20
- 05 企業概要 P. 21 - 26
- 06 ビジネスモデル P. 27 - 38
- 07 Appendix P. 39 - 41

2025年12月期 実績

01

KPI Snapshot

2025年12月期末

+50.6%※1

売上高

81.9億円

+84.7%※1

売上総利益

44.7億円

+137.2%※1

営業利益

13.1億円

+71.2%※1

営業人員数

89人

+7支店※1

支店数

19支店

△1.0月※1

在庫回転期間

2.6ヵ月

+84.5%※1

リード数

26,006

+9.8%※1

営業1人あたり粗利益

6,800万円

+20自治体※1

自治体提携数

25自治体



年間リード件数※2

2020年 985件

2025年 26,006件

社内にマーケティング部を持ち、オウンドメディア運営から、リスティング広告、チラシ広告まであらゆる施策を実施。年間リード件数は2020年から約26倍に増加しています。

年間仕入決済件数

2020年 59件

2025年 2,584件

累計3万件以上の査定実績から培ったノウハウで、スピーディに査定できる仕組みを確立。仕入決済件数は2020年から約43倍に増え、順調に件数を伸ばしています。

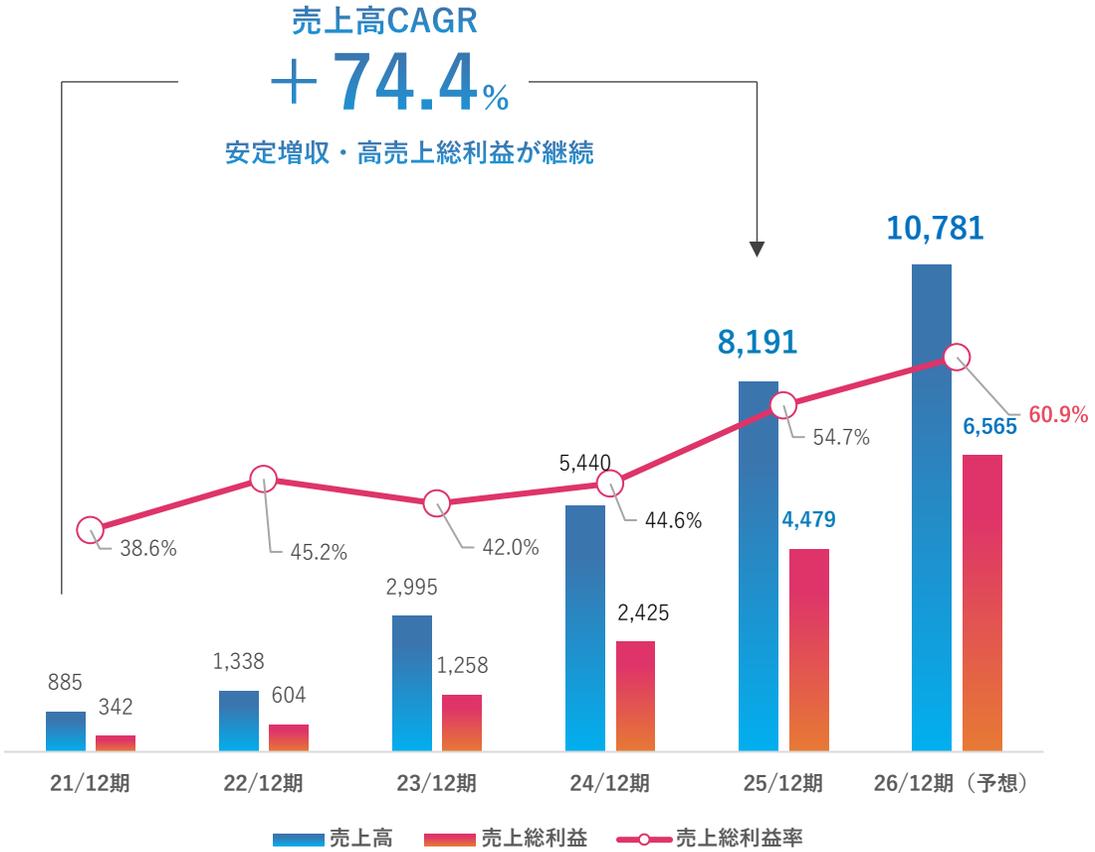


※1：前年同期比較

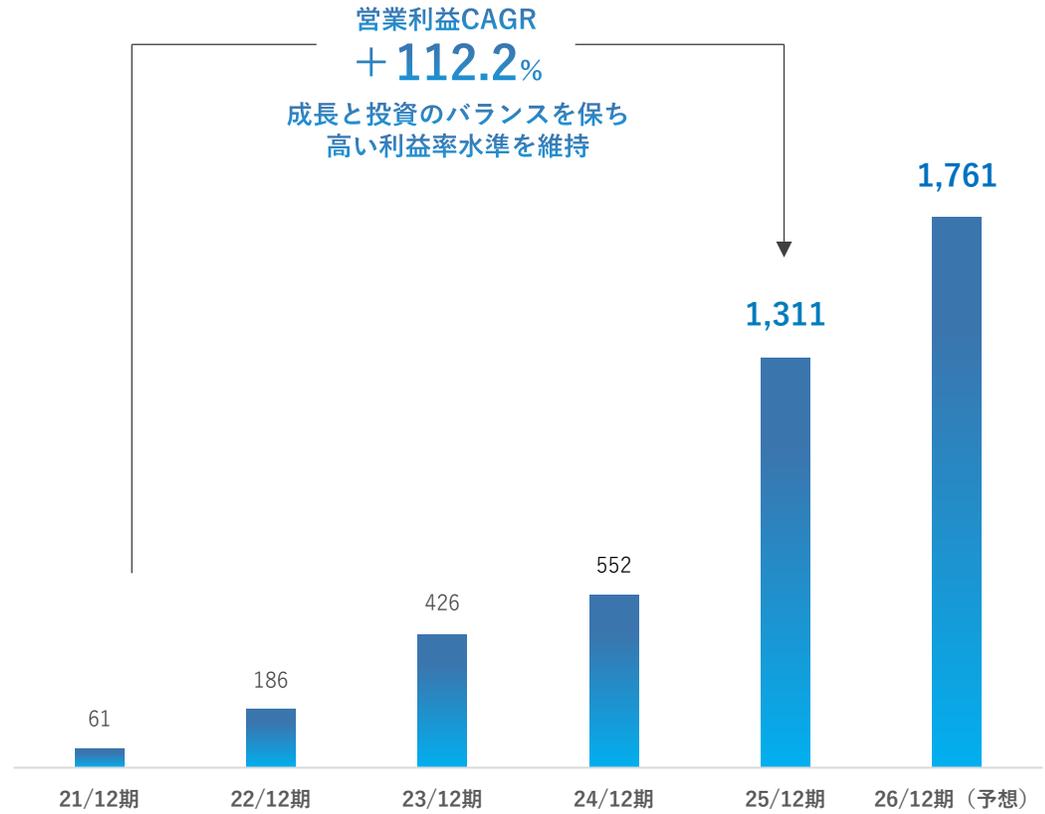
※2：当社オウンドメディア、運用広告等より所有物件の売却に関するお問い合わせをいただいた件数

Financial Highlights

売上高・売上総利益の推移 (単位：百万円、%)

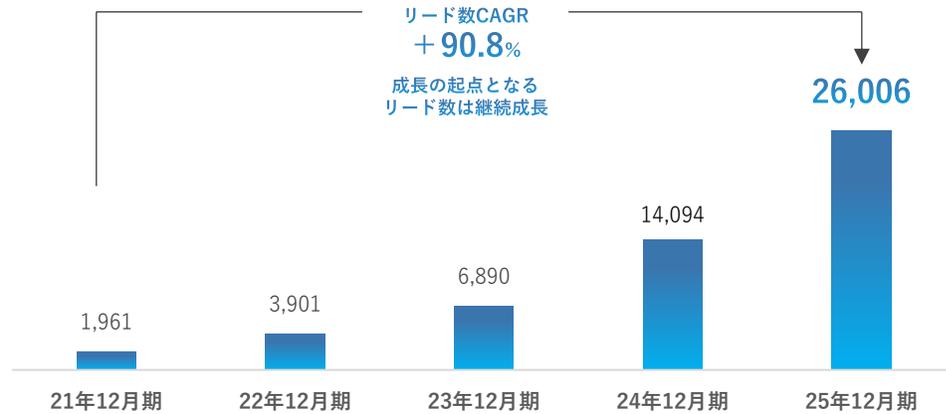


営業利益の推移 (単位：百万円)

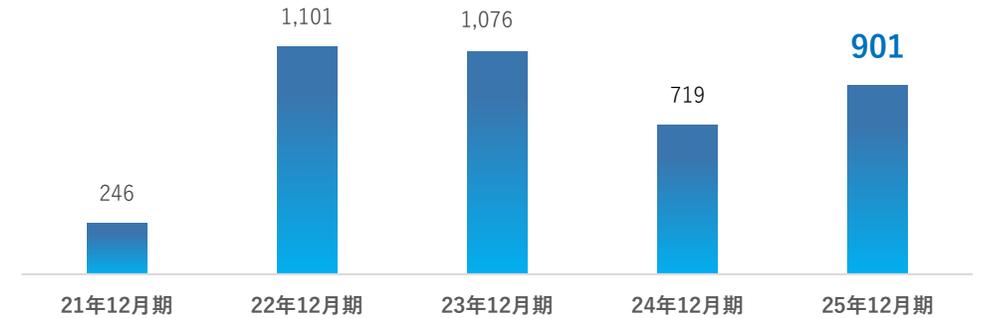


KPI History

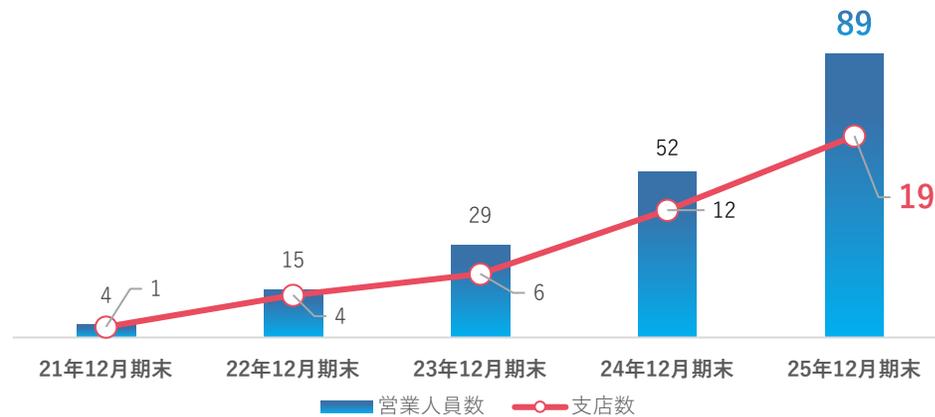
リード数の推移 (単位: 件) ※1



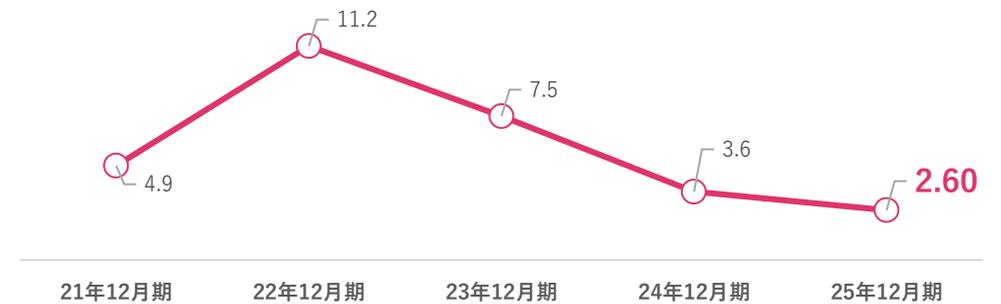
棚卸資産の推移 (単位: 百万円) ※2



営業人員数・支店数の推移 (単位: 人/支店)



在庫回転期間の推移 (単位: カ月) ※3



※1: 当社オウンドメディア、運用広告等より所有物件の売却に関するお問い合わせをいただいた件数
 ※2: 貸借対照表に記載の「販売用不動産」および「仕掛販売用不動産」の合計残高
 ※3: 在庫回転期間: $(\text{前期末棚卸資産} + \text{当期末棚卸資産}) \div 2 \div \text{売上原価(民泊原価除く)} \times 12$ か月

2025年12期 実績 (損益計算書)

(単位：百万円)

PL	2024年 12月期	2025年 12月期			2026年 12月期		
	前期	当期			来期予想	P.19にて説明	
		実績 (A)	実績 (B)	増減額 (B)▲(A)		前期比 ((B)▲(A))/(A)	来期予想 (C)
売上高	5,440	8,191	2,751	50.6%	10,781	2,590	31.6%
売上原価	3,014	3,712	697	23.2%	4,215	503	13.6%
売上総利益	2,425	4,479	2,053	84.7%	6,565	2,086	46.6%
(売上総利益率)	44.6%	54.7%	10.1pt	—	60.9%	6.2pt	—
販管費	1,872	3,167	1,295	69.2%	4,803	1,636	51.7%
営業利益	552	1,311	758	137.5%	1,761	450	34.3%
(営業利益率)	10.2%	16.0%	5.8pt	—	16.3%	0.3pt	—
経常利益	521	1,263	741	142.4%	1,724	460	36.5%
(経常利益率)	9.6%	15.4%	5.8pt	—	16.0%	0.6pt	—
税引前当期純利益	521	1,263	741	142.4%	1,724	460	36.5%
(税前純利益率)	9.6%	15.4%	5.8pt	—	16.0%	0.6pt	—
当期純利益	378	981	593	159.5%	1,250	268	27.3%
(当期純利益率)	7.0%	12.0%	5.0pt	—	11.6%	▲0.4pt	—

全体

- 2025年は7支店開設し、19支店体制（2026年2月現在22支店）に拡大
- 支店開設に伴い営業人員は、52人(前期末)から89人(当期末)に増加(+71.2%)
- AIDXの推進による営業効率向上により、営業1人あたりリード対応件数は30.0件/月(前期)から32.9件/月(当期)に向上
- リードは、営業人員の増加・対応効率の向上にあわせて獲得し、14,094件(前期)から26,006件(当期)に大幅増加

売上・粗利

- 都市部に比べ粗利益率が高くなる傾向のある地方部に支店出店を加速しており、売上総利益率は44.6%(前期)から54.7%(当期)に向上
- リード数の増加に伴い、空き家マッチング事業における仕入決済件数は1,302件(前期)から2,584件(当期)、販売件数は1,280件(前期)から2,532件(当期)に増加

販管費・営業利益

- コーポレート部門の構築は2024年12月期に概ね完了していたことから、販管費は緩やかな増加
- AI活用による生産性向上も寄与し、売上総利益比の販管費率は、77.2%(前期)から70.7%(当期)に向上
- 売上総利益率向上の影響もあり、営業利益率は、10.2%(前期)から16.0%(当期)に大幅向上

2025年12期 実績 (BS)

- 売上高は増加している一方で、**在庫残高は適正に推移**
- 敷金・差入保証金は支店の開設に伴って増加傾向

(単位：百万円)

BS	2024年12月期 (前期)				2025年12月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
資産の部	1,975	1,892	1,994	2,646	2,899	3,405	4,337	5,260
現金及び預金	482	734	500	1,415	1,643	2,009	2,632	3,507
棚卸資産 (在庫)	1,214	841	1,069	719	722	789	1,068	901
敷金・差入保証金	24	61	66	75	82	86	103	106
その他資産	255	255	359	436	450	520	532	745
負債の部	1,455	1,250	1,389	1,736	1,965	2,060	2,997	3,244
短期有利子負債	440	470	519	486	731	507	787	655
長期有利子負債	821	480	579	685	844	811	1,559	1,555
その他負債	194	299	290	564	388	741	650	1,033
純資産の部	519	642	604	910	933	1,344	1,339	2,016

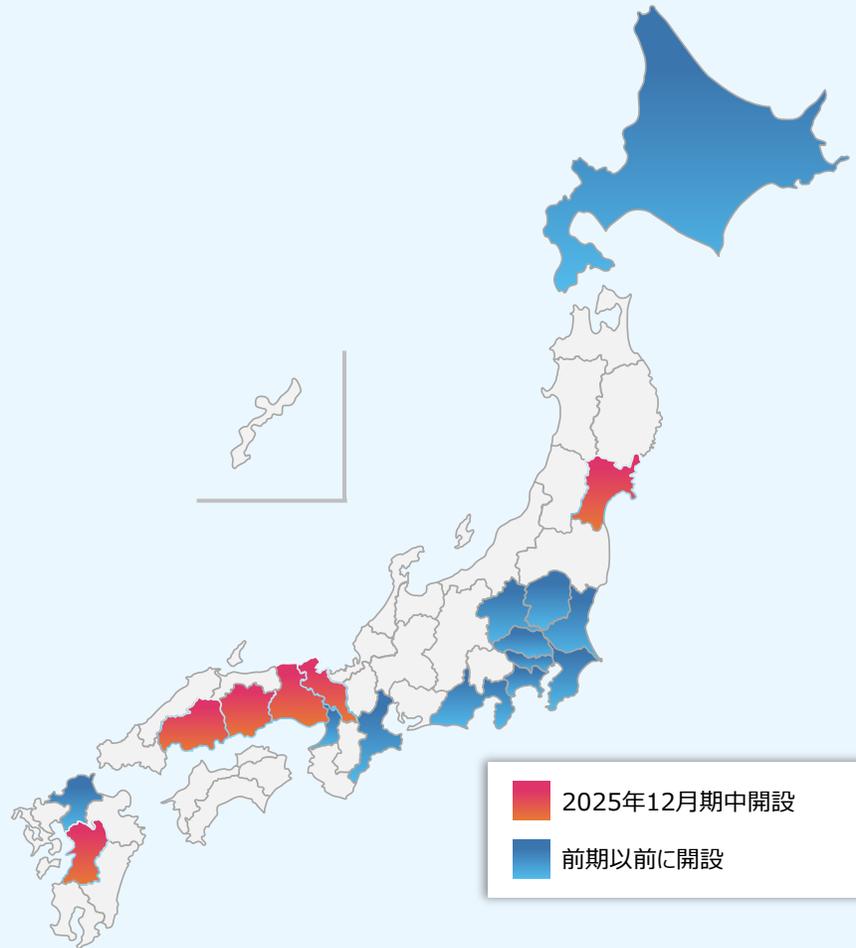
※：当社は25/12期1Qまで四半期決算を行っていないため、それ以前の四半期ごとの財務数値は監査法人の監査を受けていない、社内管理数値です。

2025年12月期 トピックス

02

支店開設

- 熊本支店、京都支店、神戸三宮支店、立川支店、岡山支店、広島支店、仙台支店の7支店を新たに開設
- 2025年12月期末時点で、全国に19支店を展開



開設年月	支店名	住所
2025/1	熊本支店	熊本県熊本市中央区迎町二丁目1番22号
2025/1	京都支店	京都府京都市下京区五条通新町西入西鋸屋町18番地
2025/1	神戸三宮支店	兵庫県神戸市中央区八幡通四丁目2番13号
2025/3	立川支店	東京都立川市曙町二丁目34番6号
2025/7	岡山支店	岡山県岡山市北区幸町8番29号
2025/7	広島支店	広島県広島市南区稲荷町2番14号
2025/7	仙台支店	宮城県仙台市青葉区一番町一丁目7番20号

自治体提携

- 各地方自治体と、**空き家対策の推進のための連携協定を締結**
- 2025年12月期には**全国20自治体と提携し、期末時点では全国25自治体と提携済み**

富山県滑川市



大分県竹田市



千葉県白子町



兵庫県神河町



千葉県睦沢町



その他17団体

2025年12月末
時点で
全25自治体
と提携済

提携年月日	自治体名
2025/1/17	市原市（千葉県）
2025/2/12	小千谷市（新潟県）
2025/2/18	土浦市（茨城県）
2025/2/28	睦沢町（千葉県）
2025/3/5	信濃町（長野県）
2025/3/25	松前町（北海道）
2025/3/28	宮古市（岩手県）
2025/4/24	弥彦村（新潟県）
2025/5/20	上田市（長野県）
2025/6/26	君津市（千葉県）

提携年月日	自治体名
2025/6/27	和水町（熊本県）
2025/7/1	指宿市（鹿児島県）
2025/07/01	狭山市（埼玉県）
2025/7/25	大川市（福岡県）
2025/8/21	大月市（山梨県）
2025/10/3	嵐山町（埼玉県）
2025/10/10	葛城市（奈良県）
2025/10/17	江府町（鳥取県）
2025/12/4	美浜町（愛知県）
2025/12/19	萩市（山口県）

2025年12月期 KPI

03

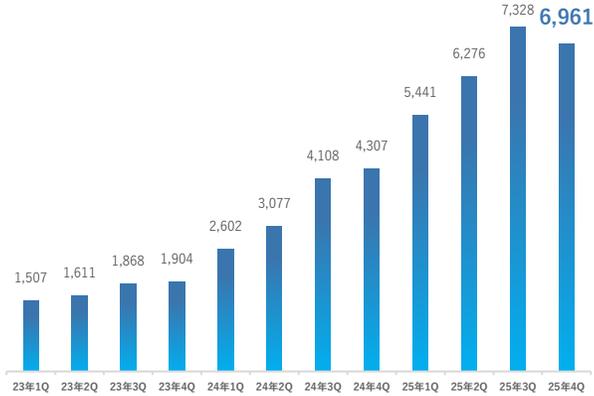
2025年12期 実績 (KPI)

KPI	2023年12月期 (前々期)				2024年12月期 (前期)				2025年12月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
マーケティング関連												
リード数	1,507	1,611	1,868	1,904	2,602	3,077	4,108	4,307	5,441	6,276	7,328	6,961
指名検索数	5,660	6,370	5,940	11,520	14,800	13,800	15,160	16,200	17,800	23,400	29,400	59,300
自治体提携数	0	0	0	0	1	1	2	5	12	16	20	25
仕入関連												
支店数	4	4	5	5	7	8	10	12	15	16	19	19
営業人員数 (期末時点)	16	20	26	29	31	34	47	52	54	60	72	89
仕入決済数	69	145	156	285	170	333	306	493	371	680	538	995
販売関連												
不動産投資の森会員数	2,416	2,909	3,287	3,886	4,361	4,741	4,982	5,209	5,535	5,760	6,104	6,615
販売件数	60	151	137	294	154	332	267	527	356	670	510	996
在庫残高※ (百万円)	1,240	1,179	1,162	1,076	1,214	841	1,069	719	722	789	1,068	901
1件あたり売上総利益※ (千円)	1,806	2,111	2,037	1,734	1,816	1,807	1,805	2,018	1,857	1,901	1,682	1,690
生産性関連												
1人あたりリード対応件数 (件/月)	31.4	26.0	26.3	22.4	31.0	30.2	31.4	28.2	34.4	36.3	34.9	28.0
1人あたり仕入決済数 (件/月)	1.4	2.3	2.2	3.4	2.0	3.3	2.3	3.2	2.3	3.9	2.6	4.0
1人あたり販売件数 (件/月)	1.3	2.4	1.9	3.5	1.8	3.3	2.0	3.4	2.3	3.9	2.4	4.0
1人あたり売上総利益※ (千円)	6,775	15,424	11,796	17,997	9,990	17,647	11,039	20,860	12,556	22,089	12,258	20,286

※：当社は25/12期1Qまで四半期決算を行っていないため、それ以前の四半期ごとの財務数値は監査法人の監査を受けていない、社内管理数値です。

マーケティング関連

リード数



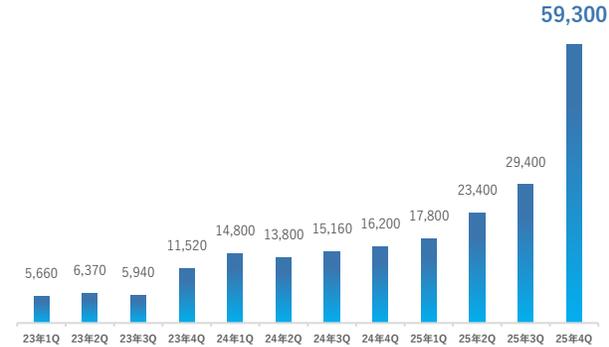
指標概要

対象期間に獲得したリード数。常に10種類以上の広告媒体をテストをしながら件数調整を行っており、1つの広告手法が使用できなくなったとしても他の媒体でカバー可能な体制を構築し、リスクヘッジを継続。

指標の方向

短期では組織拡大のバランスを見ながら調整し、中長期では増加を目指す

指名検索数



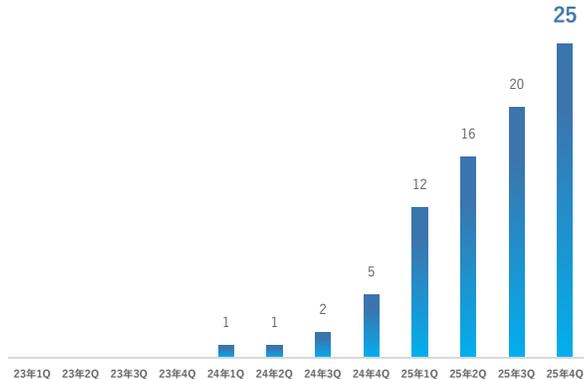
指標概要

対象期間に検索エンジンにおいて「AlbaLink」「アルバリンク」と検索された数。空き家を売る際に当社を想起して直接的に検索をしたものと想定し、認知度を表す指標。

指標の方向

上場による認知度の拡大、TVCMやマスメディアへの露出を増やすことで緩やかに増加することを目指す

自治体提携数



指標概要

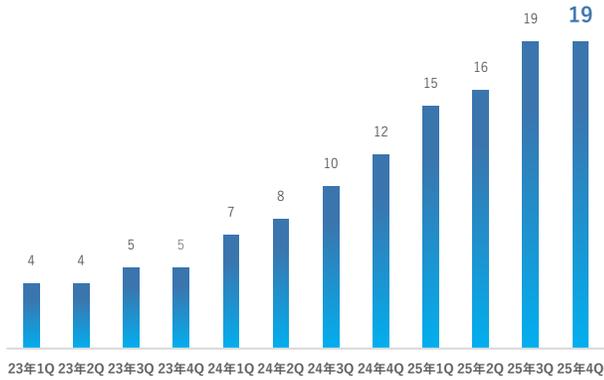
対象期間末時点での提携関係にある地方自治体の数。オフラインからの案件獲得、地方自治体との連携PJの実現に向けたKPI。

指標の方向

事例を増やし信用を得ることで増加していくことを目指す

仕入関連

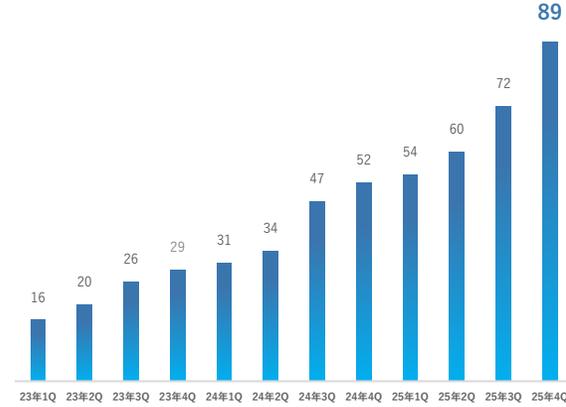
支店数



指標概要
四半期末時点の支店数。

指標の方向
支店出店を進めることで直接リーチできるエリアが増え、長期的に仕入契約率の増加に寄与することを目指す。

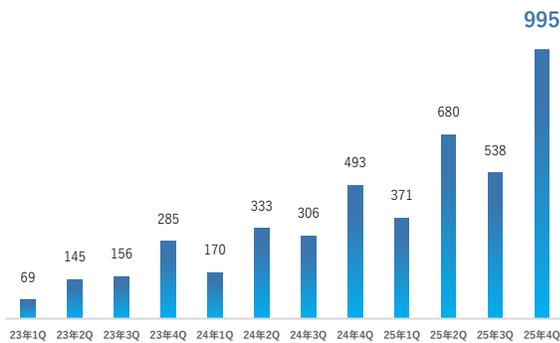
営業人員数



指標概要
対象期間末時点の営業人員数。

指標の方向
支店増加とともに営業人員数も増加。全国エリアをカバーするまでは増加を目指す。26年からは新卒入社後に増加タイミングが若干偏る想定。

仕入決済数



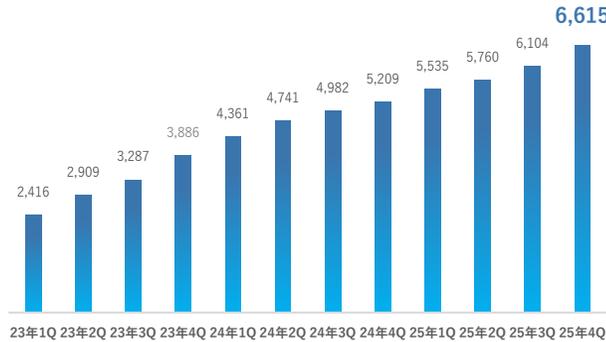
指標概要
対象期間における当社の仕入決済数。

指標の方向
リード数の増加、営業人員数の増加に比例して増加を目指す。インセンティブ制度による半期末毎の偏重傾向。

※：当社は25/12期1Qまで四半期決算を行っていないため、それ以前の四半期ごとの財務数値は監査法人の監査を受けていない、社内管理数値です。

販売関連

不動産投資の森会員数



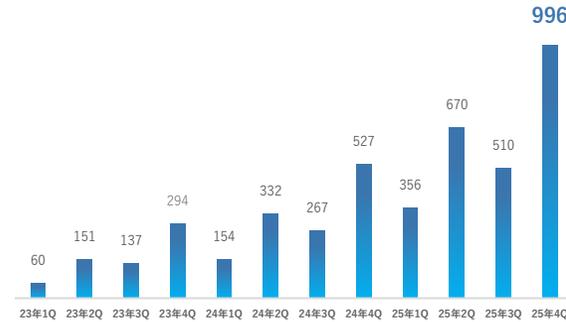
指標概要

対象期間末時点の不動産投資の森会員数

指標の方向

物件掲載数の増加、空き家投資ニーズの高まりにより自然増加

販売件数(単位：件)



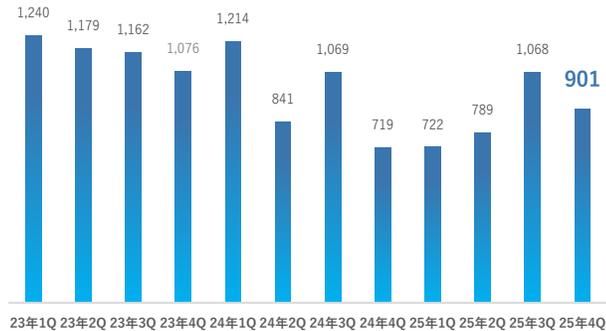
指標概要

対象期間における当社の販売決済件数。

指標の方向

仕入決済数の増加に連動して増加。

在庫残高 (単位：百万円)



指標概要

対象期間末時点の在庫残高（「販売用不動産」および「仕掛販売用不動産」）の合計。在庫残高は減少しつつ回転数UP。

指標の方向

三為取引の推進、販売管理の徹底により仕入件数は増加しつつも、在庫残高は減少～維持傾向

1件あたり売上総利益 (単位：千円)



指標概要

対象期間における物件売買にかかる売上総利益 ÷ 販売決済件数

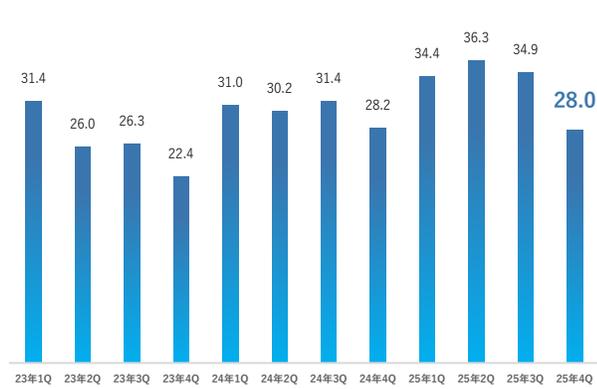
指標の方向

地方物件の取り扱い増加に伴い若干の減少傾向

※：当社は25/12期1Qまで四半期決算を行っていないため、それ以前の四半期ごとの財務数値は監査法人の監査を受けていない、社内管理数値です。

生産性関連

1人あたりリード対応件数 (件/月)



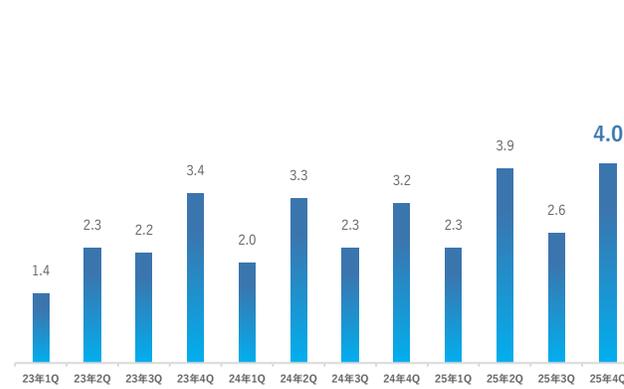
指標概要

対象期間内に営業人員1人が対応したリード数の1ヶ月平均。

指標の方向

AIDX投資による効率化にて、長期的に増加を目指す

1人あたり仕入決済数 (件/月)



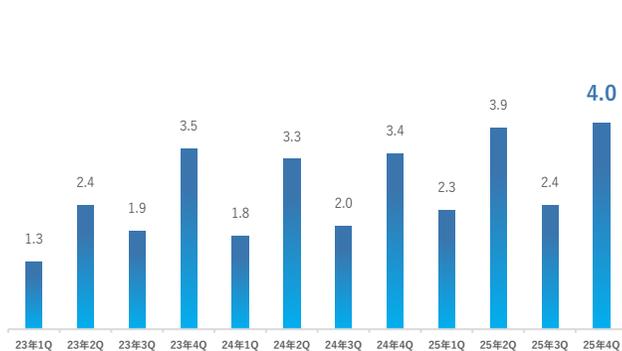
指標概要

対象期間内に営業人員1人が対応した仕入決済件数の1ヶ月平均。

指標の方向

AIDX投資による効率化にて、長期的に増加を目指す

1人あたり販売件数 (件/月)



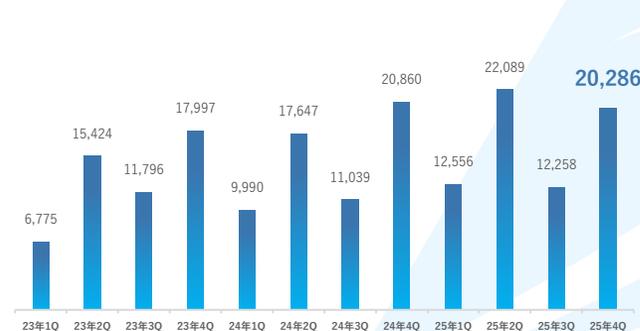
指標概要

営業人員1人あたりの月間販売件数。

指標の方向

AIDX投資による効率化にて、長期的に増加を目指す

1人あたり売上総利益 (千円)



指標概要

四半期における営業人員1人あたりの売上総利益。営業人員数はKPIs仕入関連に記載。

指標の方向

AIDX投資による効率化にて、長期的に増加を目指す

※：当社は25/12期1Qまで四半期決算を行っていないため、それ以前の四半期ごとの財務数値は監査法人の監査を受けていない、社内管理数値です。

2026年12月期 業績予想

04

2026年12月期 業績予想

(単位：百万円)

PL	2024年 12月期	2025年 12月期	2026年 12月期		
	前期	当期	来期予想		
	実績	実績 (A)	来期予想 (B)	増減額 (B)▲(A)	増減比 ((B)▲(A))/(A)
売上高	5,440	8,191	10,781	2,590	31.6%
売上原価	3,014	3,712	4,215	503	13.6%
売上総利益	2,425	4,479	6,565	2,086	46.6%
(売上総利益率)	44.6%	54.7%	60.9%	6.2pt	—
販管費	1,872	3,167	4,803	1,636	51.7%
営業利益	552	1,311	1,761	450	34.3%
(営業利益率)	10.2%	16.0%	16.3%	0.3pt	—
経常利益	521	1,263	1,724	460	36.5%
(経常利益率)	9.6%	15.4%	16.0%	0.6pt	—
税引前当期純利益	521	1,263	1,724	460	36.5%
(税前純利益率)	9.6%	15.4%	16.0%	0.6pt	—
当期純利益	378	981	1,250	268	27.3%
(当期純利益率)	7.0%	12.0%	11.6%	▲0.4pt	—

全体

- 2026年は10支店開設を計画し、期末時点で29支店体制に拡大する想定
- 支店開設に伴い営業人員は、89人(2025期末)から126人(2026期末)に増員する想定(+41.6%)
- リードは、営業人員の増加にあわせて獲得し、26,006件から43,483件に増加する想定

売上・粗利

- 都市部に比べ粗利益率が高くなる傾向のある地方部への支店出店を計画しており、売上総利益率は54.7%から60.9%に向上する想定
- リード数の増加に伴い、空き家マッチング事業における仕入決済件数は2,584件から3,654件、販売件数は2,532件から3,952件に増加を見込む

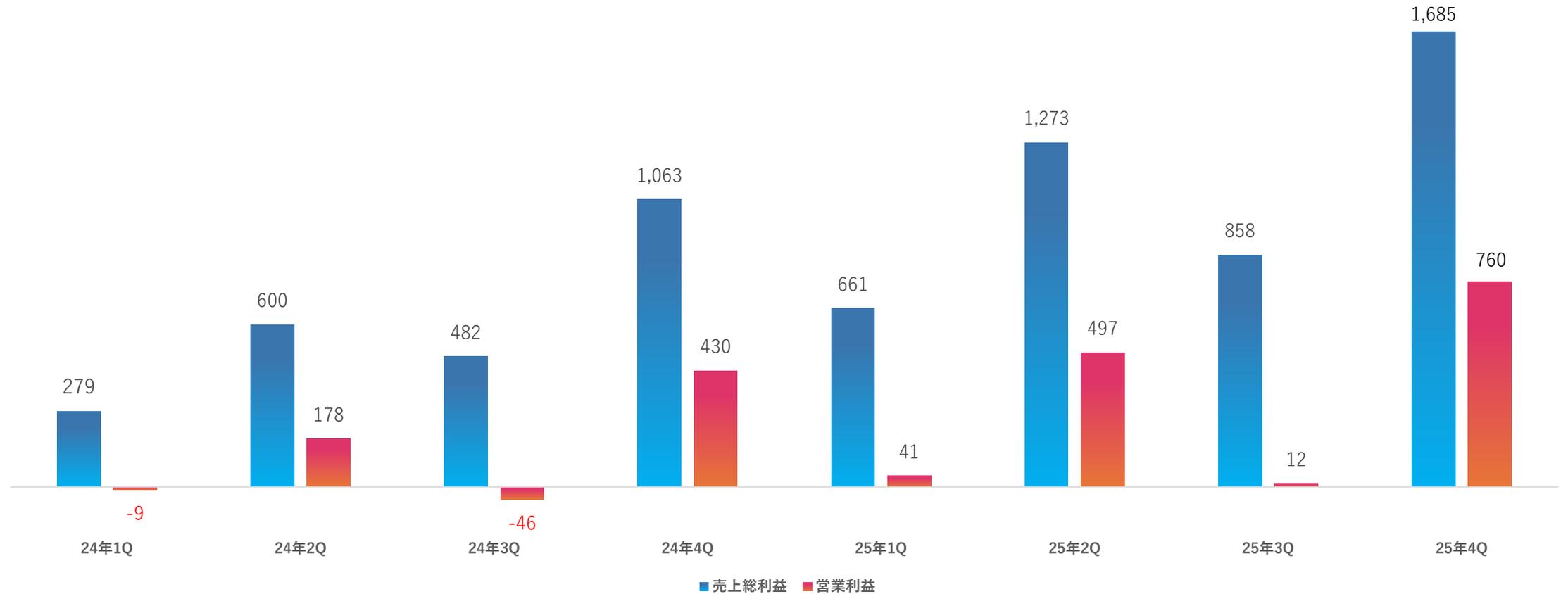
販管費・営業利益

- TVCM等の認知広告、AIDX投資、新卒採用拡大のための採用費等の成長投資を保守的に織り込むも、コーポレート部門の人件費・本社経費は緩やかな増加に留まる見込み
- 営業利益率は2025年12月期を上回る16.3%を見込み、2025年12月期比+34.3%の1,761百万円を見込む。

2026年12月期業績予想に関する補足説明

- 当社は、半期を算定期間とする歩合制度を導入していることから売上高、各段階利益の計上が2Q・4Qに偏重
- 2026年12月期を含む、当面はこの偏重傾向が継続する見込み

(単位：百万円)



企業概要

05

Company Profile



Our Mission
 “2100年 空き家ゼロ。”

**AlbaLinkは「空き家ゼロ」を目指す
 マーケティングに強い
 空き家のマッチング事業者です**

会社名	株式会社AlbaLink(アルバリンク)
所在地	〒135-0042 東京都江東区木場2丁目17-16 BESIDE KIBA 3階
支店	東京支店、千葉支店、つくば支店、大宮支店、横浜支店、名古屋支店、大阪支店、博多支店、高崎支店、札幌支店、宇都宮支店、静岡支店、京都支店、神戸三宮支店、熊本支店、立川支店、広島支店、岡山支店、仙台支店 (2025年12月末現在)
代表者名	代表取締役 河田 憲二
設立年月日	平成23年1月
決算月	12月決算
従業員数	184人 (2025年12月末現在)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 不動産の売買・仲介
運用メディア	<ul style="list-style-type: none"> 訳あり物件買取ナビ 訳あり物件買取プロ 不動産投資の森 その他各種SNSアカウント運用

Top Message

まだ使える空き家がたくさんあるのに「もったいない」という思いから事業はスタートしました



代表取締役
河田 憲二

「日本の空き家ゼロ」へ

私は元々、個人としてWebマーケティングの事業を展開していました。大学在学中に創業し、コツコツと成果を積み上げていき、法人化をするまでになりました。

同時に、オウンドメディアの不安定さを補完する目的で空き家への投資に着目しました。零細企業ながら「Webマーケティング」と「不動産収入」という2軸のポートフォリオを組みたく、不動産の中では安価であった空き家の情報を探し始めたのが不動産業に関わりを持ち始めたきっかけです。

いくつかの物件を実際に購入し、再生物件として賃貸をつけ、思惑の通りに収益を得ることができました。

それと同時に「空き家を手放したいけど手放せない人」「空き家再生を投資として行いたい人」がとてつもなくたくさんいる事を知り、この状況は日本全体にとって「もったいなすぎる」という思いで始めたのがアルバリンクという会社です。この不動産流通の仕組み不足をデジタルマーケティングの力で解消し、「空き家ゼロ」に一步でも近づけるように事業に取り組んで参ります。

CEO、COOともにマーケティング会社の経営経験があり、 デジタルマーケティング知識と不動産再生の知識を兼ね備えた経営陣



代表取締役
河田 憲二

国士館大学政経学部卒業。在学中にWebマーケティング事業を創業し、並行して空き家投資を開始。空き家流通の仕組み不足を課題と捉え、Webマーケティング事業を売却後の2019年5月にルームセレクト社（現AlbaLink社）を買収。空き家の買取再販事業に専念。



執行役員
井口 亮

中央大学文学部卒業。大手不動産会社にて仲介業務を経験したのちに買取再販を通じて、幅広い不動産経験を積みたいと思い2020年10月に入社。2022年1月からは不動産売買事業部長として、事業部全体を管轄。2024年2月より執行役員に就任。



常勤監査役（独立役員）
岡口 瑞穂

公認会計士。
大手監査法人や、複数の事業会社などを経て2024年3月、当社常勤監査役に就任。



取締役COO
大友 裕樹

亜細亜大学経済学部卒業。在学中にWebマーケティング会社を創業。その後、マーケティングコンサルティング会社に就職し、領域を広げつつマネジメントも経験。その後再び独立したのち、2023年8月当社に参画。



社外取締役（独立役員）
洲崎 智広

立教大学経済学部卒業。ベンチャーキャピタルや（当時）東証一部上場企業の経営企画、ネット関連企業の立ち上げを経てIPOやM&A等のコンサルティング業務を行う。複数の上場企業の社外取締役、監査役に兼務。2021年6月、当社社外取締役就任。



社外監査役（独立役員）
野口 剛

成蹊大学経済学部卒業。公認会計士・税理士。税理士法人やコンサルティング会社などにて税務業務、FAS業務、SPC監査業務の経験を経て、2023年5月税理士法人Lien Fort設立、同代表。2022年1月、当社社外監査役に就任。



取締役CFO
仲川 周

早稲田大学社会科学部卒業。公認会計士。新卒で大手監査法人に入所し、銀行グループ、上場準備企業の監査業務に従事。東証プライム上場会社の経営企画、上場準備企業のCFOなどの経験を経て、2024年1月当社に参画。



社外取締役（独立役員）
小野 晃嗣

早稲田大学商学部卒業。公認会計士。監査法人トーマツ、野村證券株式会社出向などを経て株式会社BuySell Technologies取締役CFO就任（現任）。2025年3月、当社社外取締役就任。



社外監査役（独立役員）
竹澤 大格

弁護士、ニューヨーク州弁護士。東京大学法学部卒業後ワシントン大学ロースクール修士課程を修了。日本、米国ニューヨークの弁護士事務所での勤務を経て、2014年12月より、汐留総合法律事務所の代表。2024年3月、当社社外監査役に就任。

2019年の業態転換より、メディア、支店開設を継続しております

盤石な支店の出店による各地方都市のカバー 全47都道府県への出店を目指す

2011.1 創業

ルームセレクト社創業。賃貸用不動産仲介業を開始。



2019.5 全株譲受

現代表体制、株式会社AlbaLinkに社名変更。マーケット3名で第二創業。



2019.8

空き家買取再販事業開始

賃貸用不動産仲介業から現業態への転換を行う。

2022 支店出店を開始

増加する問合せに効率的に対応するため、2022年は3支店を出店



2023.11

TPM上場

知名度・信用度向上を目的としてTPMに上場



2024年 7支店の出店・出店加速

東京支店(1月)
大阪支店(2月)
博多支店(4月)
札幌支店(7月)
高崎支店(7月)
静岡支店(10月)
宇都宮支店(10月)



2024年

自治体協定連携開始

静岡県南伊豆町(1月)と初の自治体との連携協定を締結。



2025年 7支店の出店

熊本支店(1月)
京都支店(1月)
神戸三宮支店(1月)
立川支店(3月)
岡山支店(7月)
広島支店(7月)
仙台支店(7月)



2025.5

新規事業「民泊事業」開始

自社での空き家利活用に関する新規事業を開始。2025年12月末時点で6件の民泊を運営



2024年~2025年

25自治体との連携

2025年12月末時点で25自治体と連携協定を締結

土浦市と株式会社AlbaLinkとの
包括連携協定締結式



2025.12 グロース市場上場

更なる知名度・信用度向上を目指してグロース市場に上場



Our Mission

AlbaLinkが今やらなければいけない事
“2100年 空き家ゼロ。”

日本全国には900万戸※1を超える空き家が存在すると言われ、その中でも、使われていない空き家は約385万戸とされ、空き家問題は深刻化しています。そして「物件を手放したいと考える持ち主」と「物件を直して再利用したい買い手」が数多く存在するにも関わらず、物件の課題解決を行い双方の橋渡しを担う会社は依然として少ないのが現状です。

私たちは、この現状に「もったいなさ」と同時に、事業成長の可能性を感じ、訳あり不動産の買取再販事業を始めました。これからも、深刻化する空き家問題を解消し、「2100年までに空き家をゼロにすること」を使命として事業を拡大させていきます。

使われていない
日本の空き家は

約**385**万戸※2

そして今後も増加が見込まれる

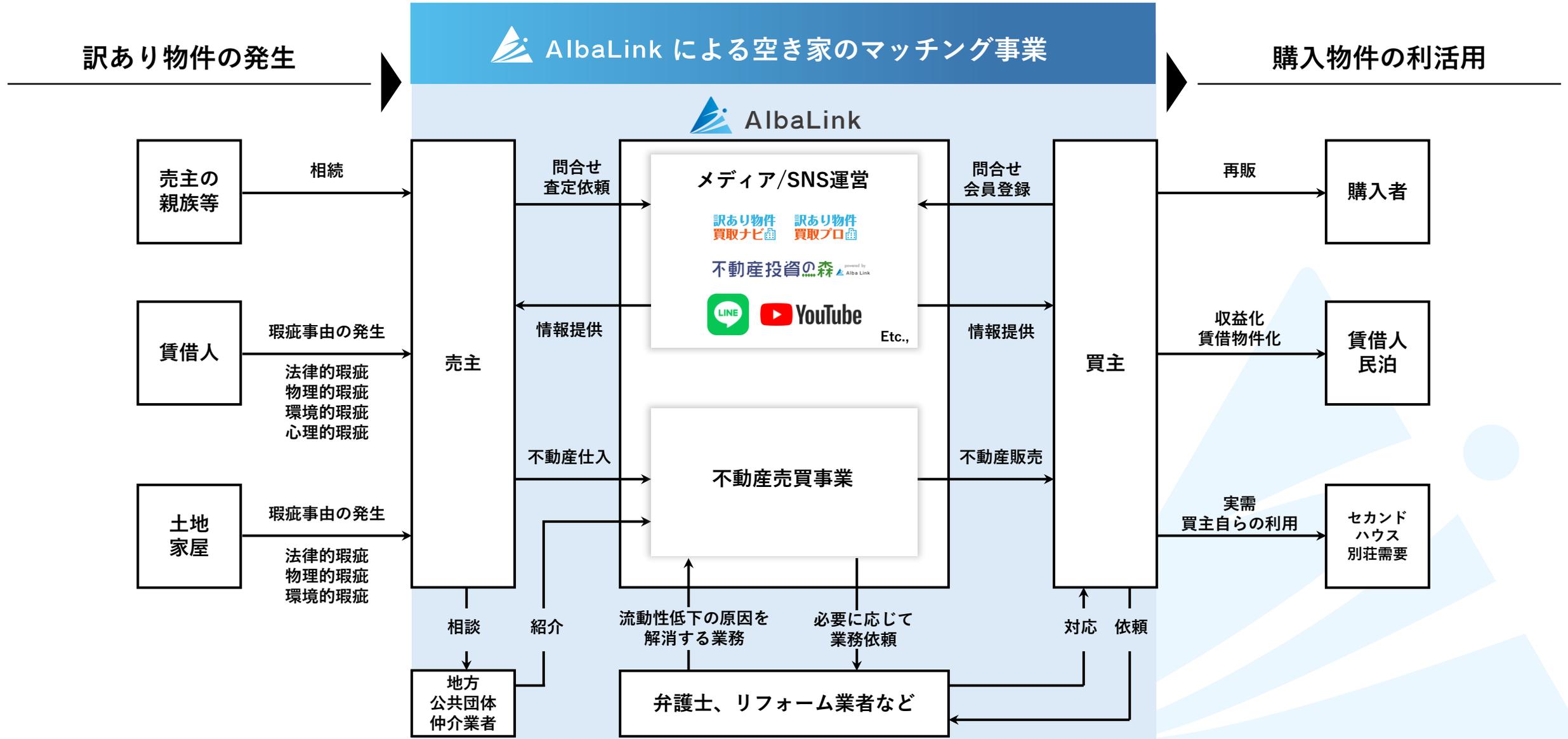
※1：2023年時点の数値（出典：「総務省統計局 令和5年住宅・土地統計調査」）

※2：令和5年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計（速報集計）結果：賃貸・売却用や二次的住宅（別荘など）を除く空き家を集計

ビジネスモデル

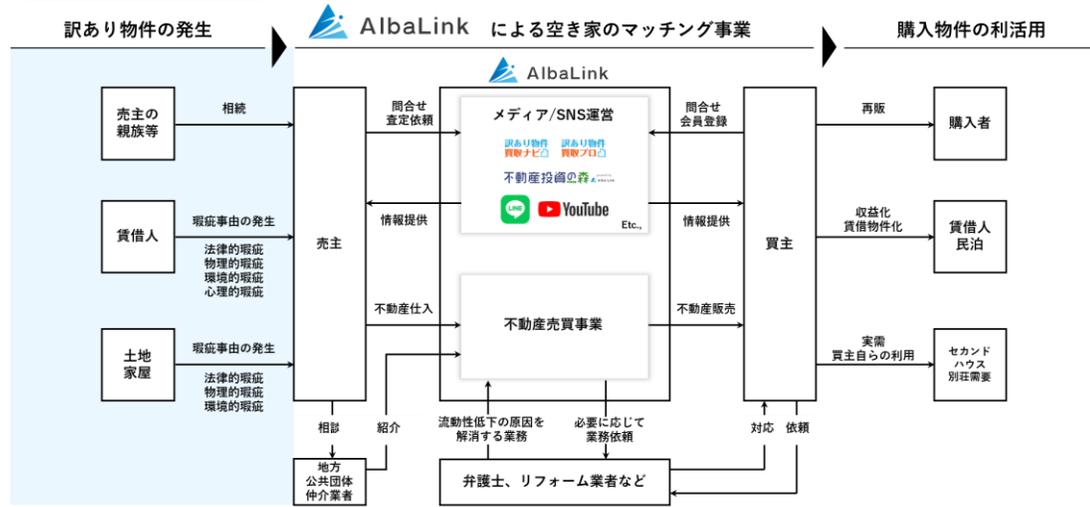
06

□ 訳あり物件（空き家等）を手放したい供給サイドと空き家を活用したい需要サイドを買取再販の形で繋ぐ



低流動性不動産の供給サイド、需要サイドいずれにも蓄積したノウハウをもとに価値提供が可能

供給サイド



01 相続をはじめとした滞留不動産の継続発生

高齢化する社会構造において必然的に不動産の相続が発生しているが、相続したオーナーがその取扱いに悩んでいるケースも多く、空き家を手放したいニーズが恒常的に存在している。

02 手放したくても手放せない不動産の増加

空き家を保有することで、空き巣/火災のリスク、税金・管理費等の負担等が発生するため、手放したいニーズは高いが、買い手が見つからず手放せない不動産も多い。当社は、独自の査定ノウハウ、投資家リストを保有するため、ほとんどの物件の買取が可能。

需要サイド



01 高利回りを期待する個人投資家層

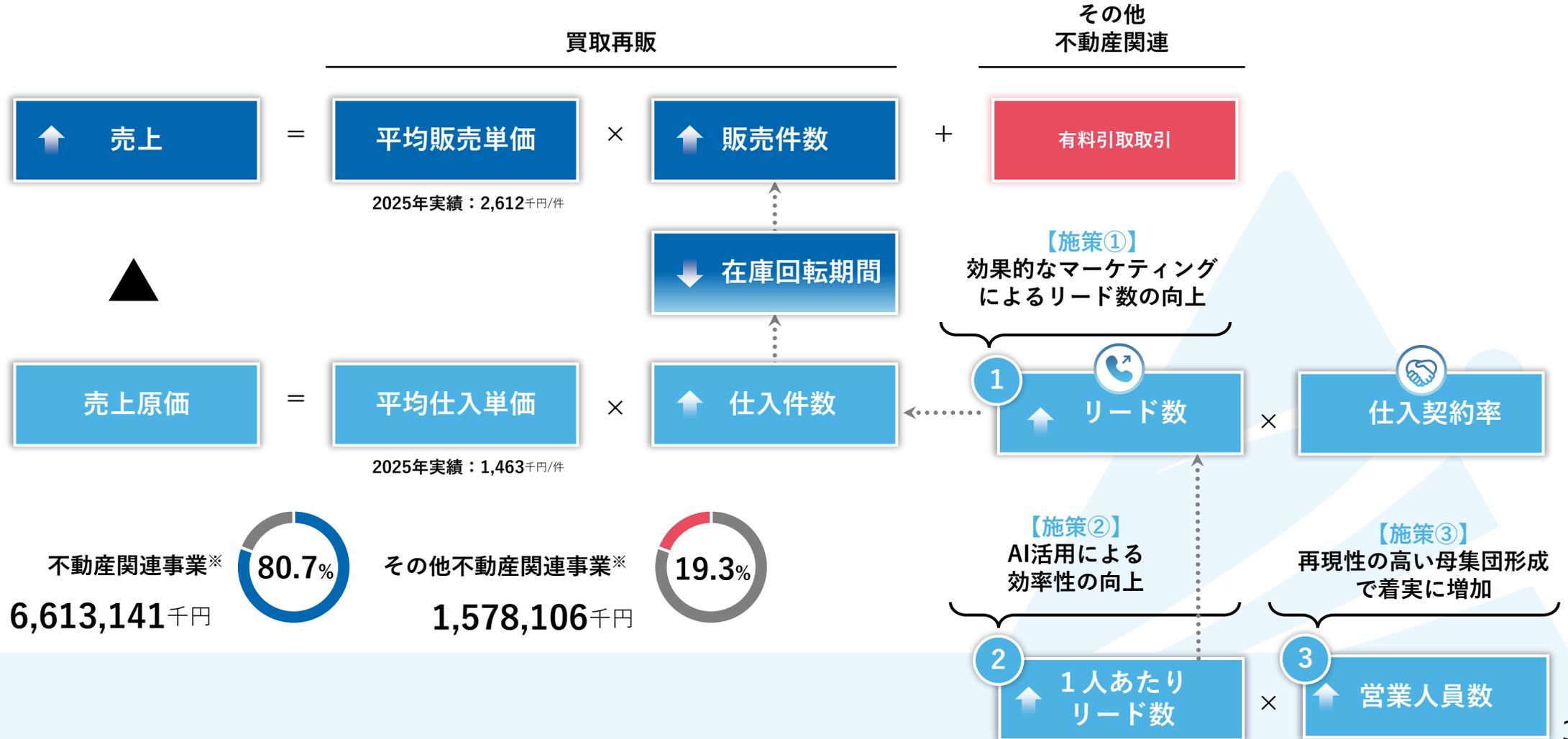
空き家投資は副業、第2の収入源として、個人投資家層等による強い需要がある。

当社が運営する空き家販売メディアの会員や過去に取引を行いニーズを把握できている投資家のリストを保有しており、短期間での販売が可能。

基本となるオーガニック成長

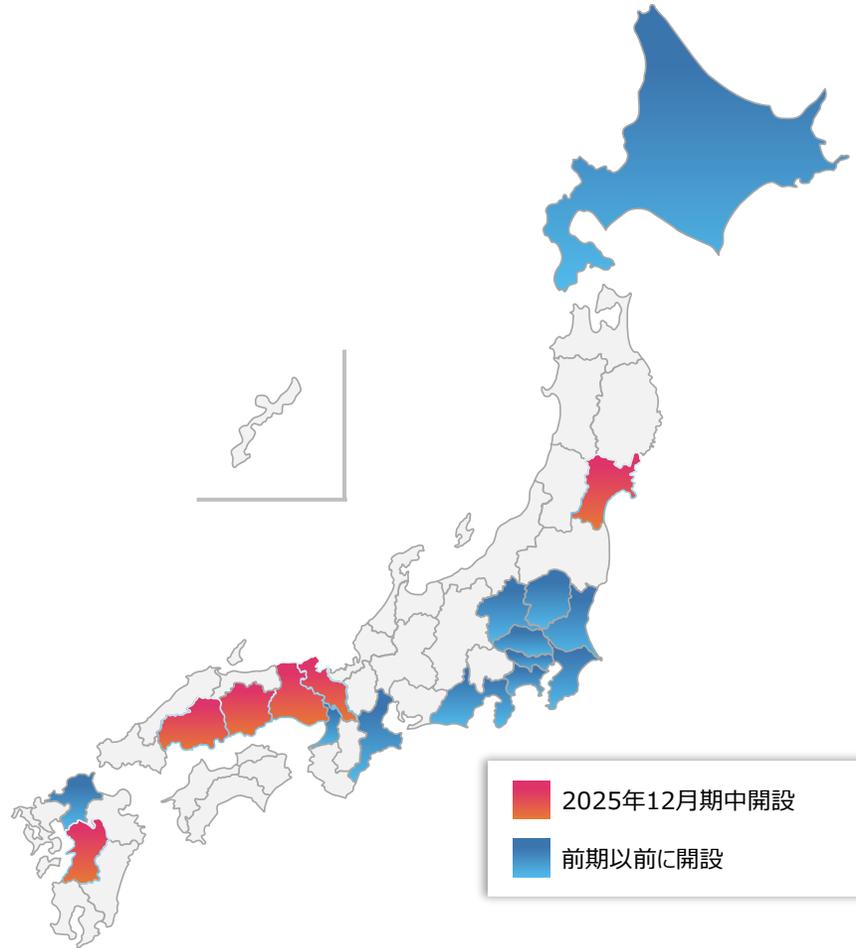
- 現状、空き家投資需要は旺盛で在庫回転期間は短縮傾向。
- 販売には一定の余力があるため、当社の成長戦略は、販売施策よりも仕入件数の増加施策にフォーカス。
- 最重要KPIである①リード数、②1人あたりのリード数（1人あたり効率性）③営業人員の増加が当社の売上/利益成長戦略

当社の簡易PL分解



※：25年12月期の実績

□ 地方の空き家を適切に査定し、折衝をするには各エリアに拠点を置くことが必須



1



売主との直接コンタクトの増加

支店を配備することで、対象物件に直接足を運び、売主と対面でお話することが可能となる。大切な資産処分のお手伝いをする上で、直接コンタクトを取ることは大きな意味を持ちます

2



ノウハウの蓄積・マニュアル化

同一県内での取り扱い事例が増えノウハウが蓄積されることにより、従来では取り組みが困難であった物件も取り扱い可能に

3



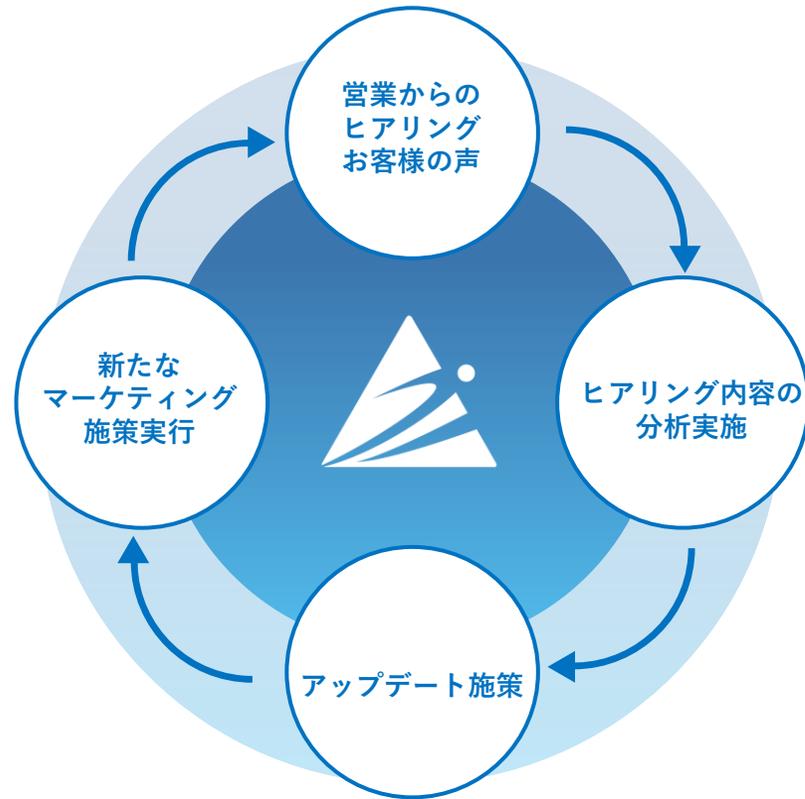
信頼度・知名度向上

売却相談物件と同一県内に支店が存在することにより、売主からの信頼度・知名度が向上

内製化されたマーケティング機能

□ 社内マーケティングチームが営業チームと連携して広告修正のPDCAサイクルを高速化

AlbaLinkが確立したマーケティング手法



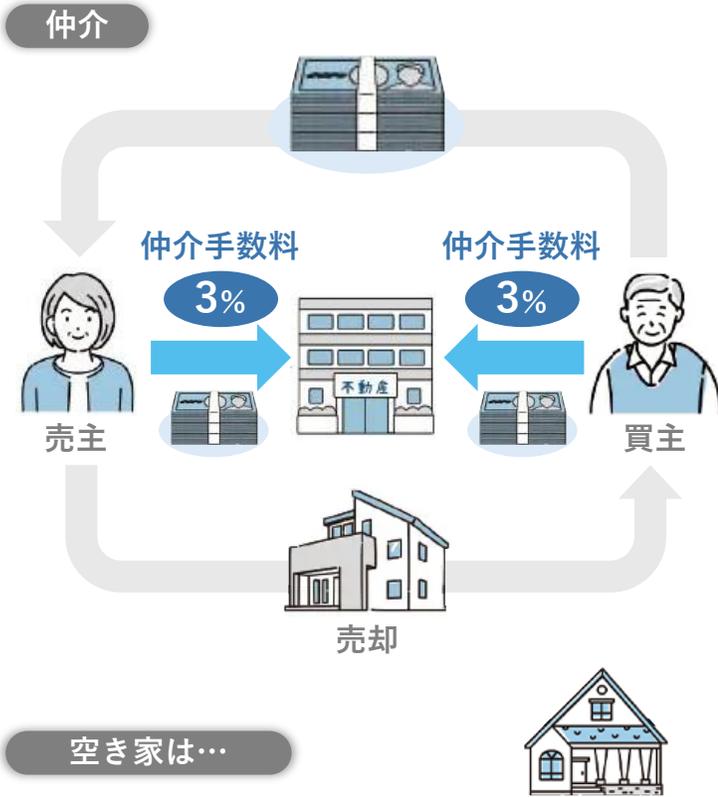
Webマーケター兼不動産投資家出身のCEO
マーケティング、SEOに関する知見の深いCOO
自社内のマーケティングチームが主導

当社マーケティングから営業業務の4ステップ

- 1 **リード獲得** マーケティングチーム主導で、広告およびオウンドメディア経由でリードを獲得
- 2 **査定・交渉** 各支店の営業担当者が売主からの問い合わせにもとづき、ヒアリング、物件所有者と折衝
- 3 **アップデート** 営業担当者からのヒアリング、お客様からの声など交渉履歴をもとに広告内容を調整
- 4 **CPA最適化** これらの施策により、CPAの最小化およびリードあたりの売上総利益を最大化できる打ち手を実行

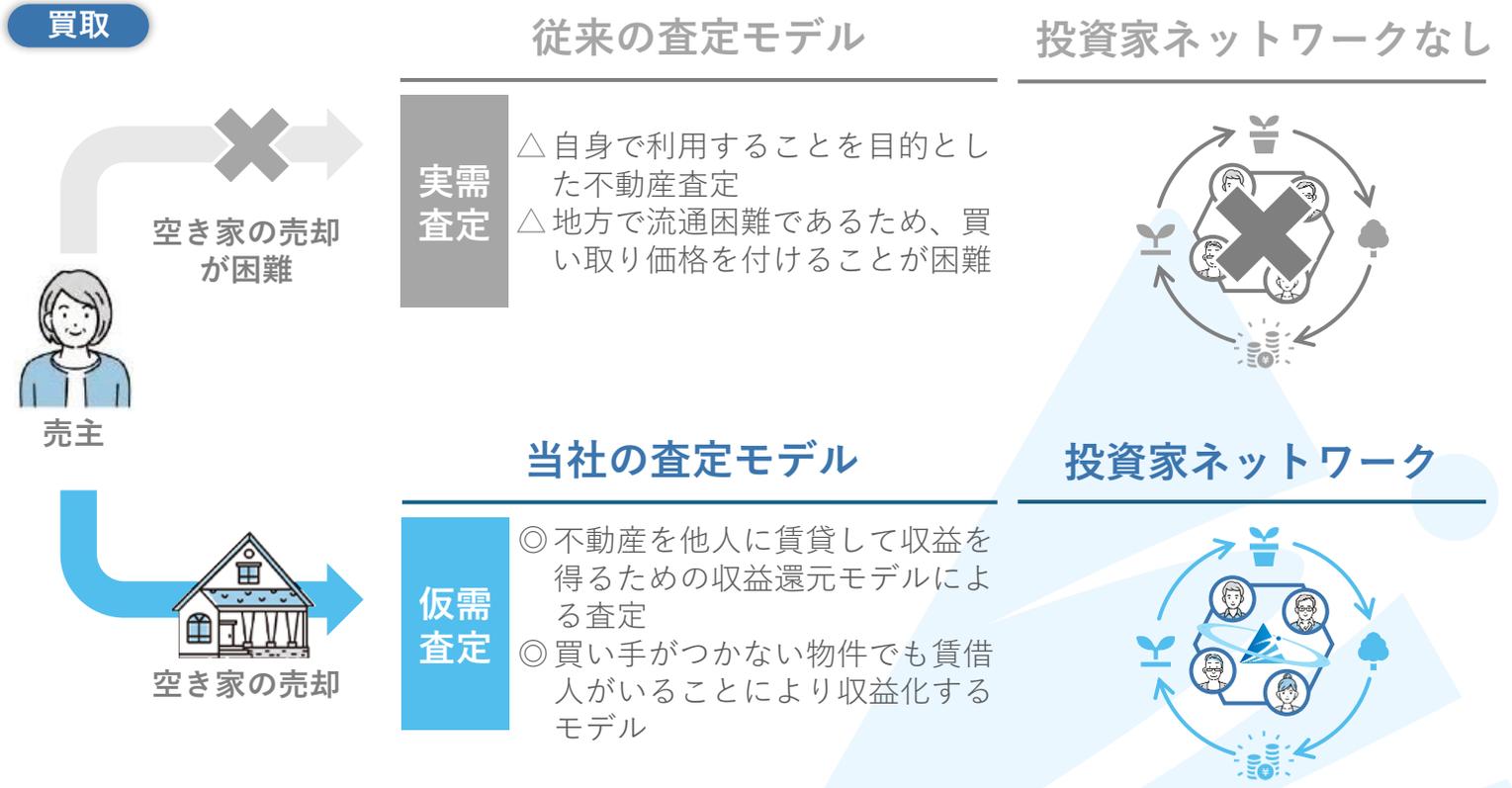
□ 仮需による査定と投資家ネットワークの構築、買取モデルへの転換により流通問題を解消

「仲介」が多数の不動産売却



- 手数料が低いため仲介業者から敬遠される
- 居住用物件を求める買手からの需要が無い

空き家の低流動性を「買取再販」で解消

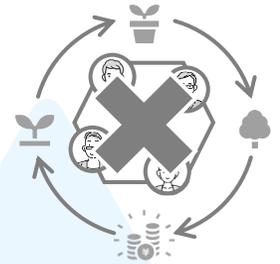


従来 of 査定モデル

実需
査定

- △ 自身で利用することを目的とした不動産査定
- △ 地方で流通困難であるため、買い取り価格を付けることが困難

投資家ネットワークなし



当社の査定モデル

仮需
査定

- ◎ 不動産を他人に賃貸して収益を得るための収益還元モデルによる査定
- ◎ 買い手がつかない物件でも賃借人がいることにより収益化するモデル

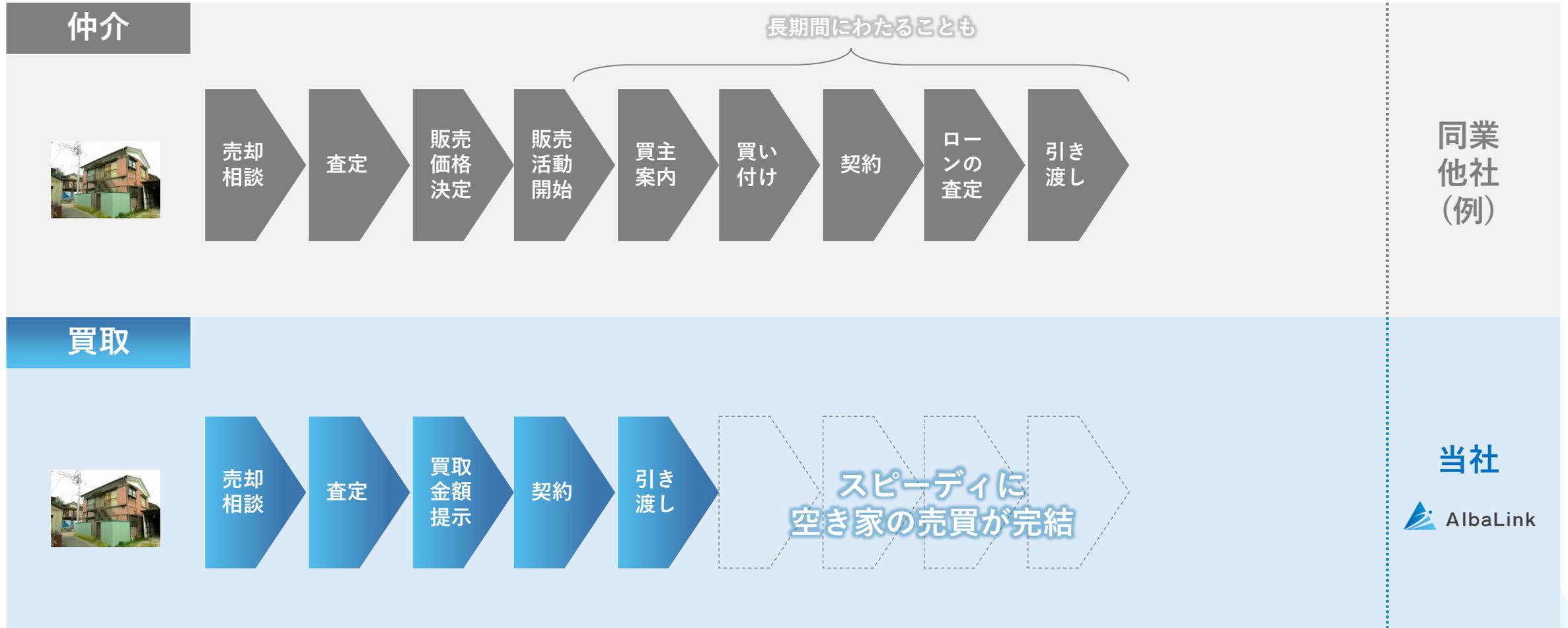
投資家ネットワーク



収益還元による査定が実現できるのは投資家ネットワークがあるから

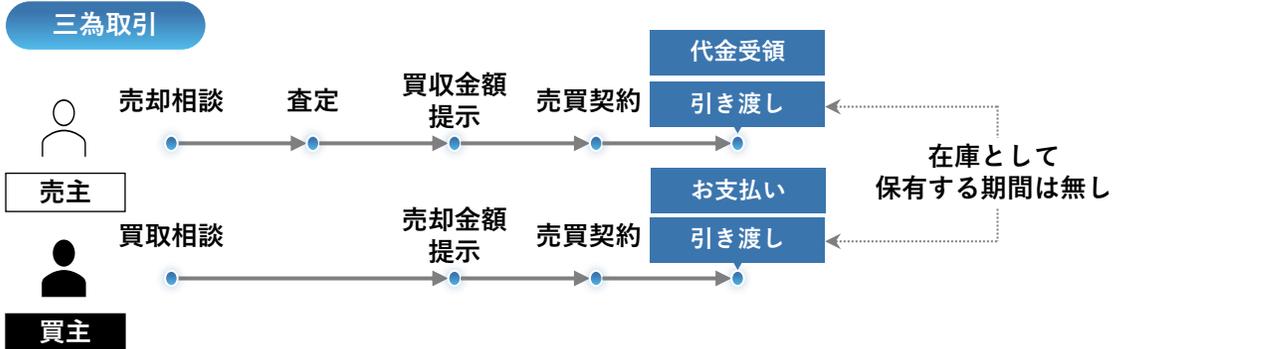
買取再販①

□ 買取再販では、仲介取引に比べてスピーディーに空き家の売買が完結



買取再販②

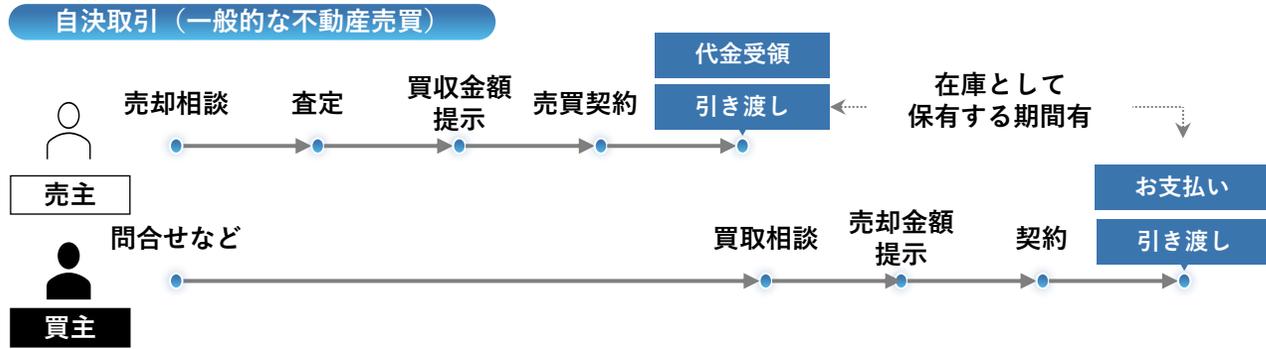
- 三為取引の積極活用により**回転率の向上**および登記関連費用の削減による**収益性の向上**を図る
- 2025年12月期は、販売件数のうち82.9%に三為取引を活用



説明

三為取引（さんため取引）とは、不動産の取引において、売主と当社、当社と買主の間でそれぞれ不動産売買契約を締結し、売主から買主へ直接所有権移転登記を行う販売方法です。

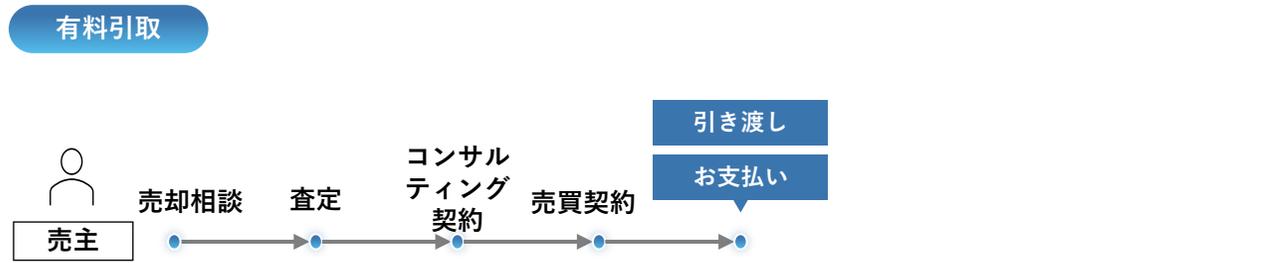
三為取引の場合、売主からの引き渡しと同日に買主に引き渡しを行うため、当社の貸借対照表（B/S）に在庫計上されないという特徴があります。また、自決取引と比べ、売主から当社への所有権移転登記を省略できるため、販売期間の短縮化、登記費用の削減等のメリットがあります。



説明

自決取引とは、売主から引き渡しを受けるタイミングで当社に所有権移転登記を行い、その後、買主に対しての引き渡し時（販売時）に買主に所有権移転登記を行う販売方法です。

当社では、リフォーム、残置物の撤去等を行う予定の物件については、原則として自決取引を行っています。



説明

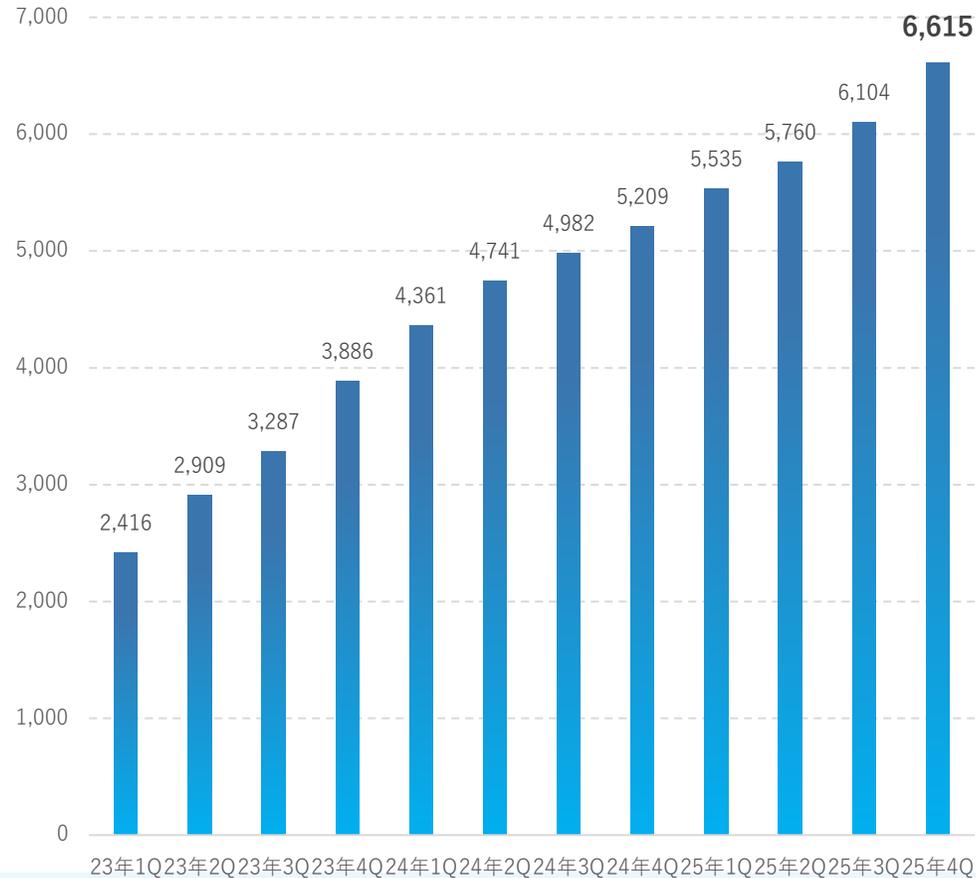
固定資産税の継続的な発生や災害リスクなどから、空き家を手放したいというニーズを持つ不動産保有者は一定数存在します。しかし、地価や建物の状態などにより通常の買取が困難な物件も多く、その際には物件処分に関するコンサルティング契約を締結し、実質的な有料引取を行うケースもあります。

当社は、不動産の有料引取業界の健全化を目的とする不動産有料引取業協議会にも加盟しており、同協議会の自主規制ルールに基づき、売主様へ十分な説明を果たした上で取引を行っています。

□ 当社不動産投資家の登録者数は増加傾向

不動産投資家の登録者数

- ・ 当社から直接物件情報を配信する「不動産投資の森」への登録推移
- ・ 獲得には多額の広告費をかけておらず自然増加傾向

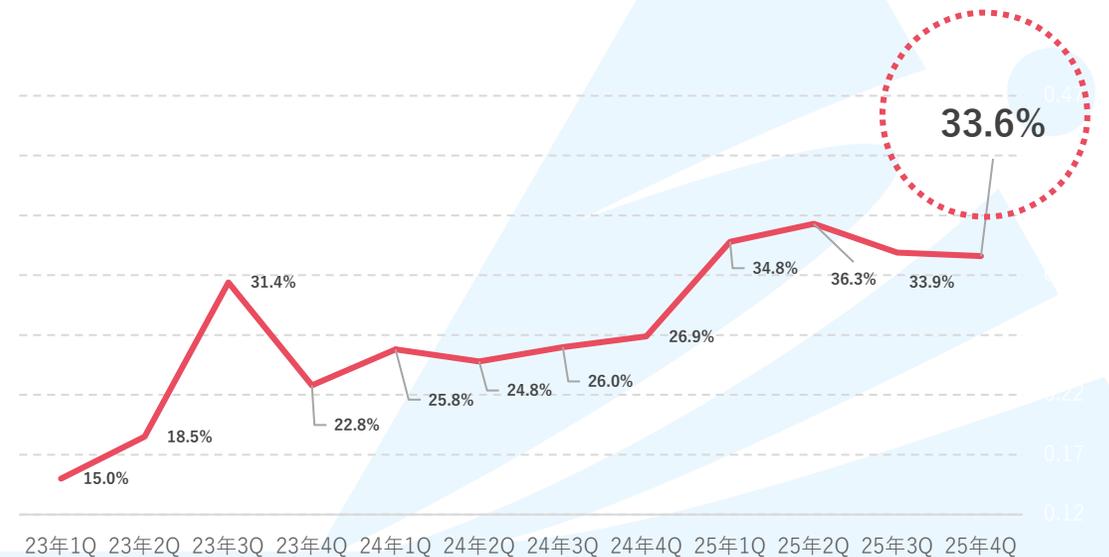


リピート購入件数も大幅に増加

$$\begin{aligned}
 \text{2025年4Q} \\ \text{リピート} \\ \text{購入率} &= \frac{\text{2025年4Q} \\ \text{リピート購入件数}}{\text{2025年4Q} \\ \text{総販売数}} = 33.6\%
 \end{aligned}$$

※：2023年以降に行われた販売の中で、同一購入者による2件目以降の購入をリピート購入としております

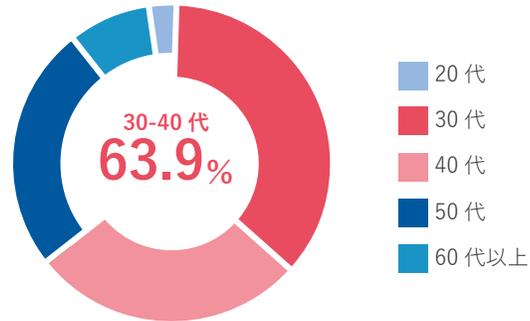
リピート購入率の推移



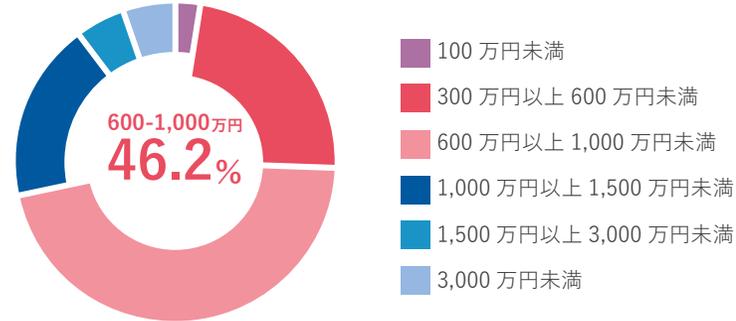
- 当社の空き家購入層の8割超が投資目的での購入
- 投資目的物件のうち、68.2%が利回り20%以上で運用

空き家投資という新たな投資手法を評価するアンケート結果

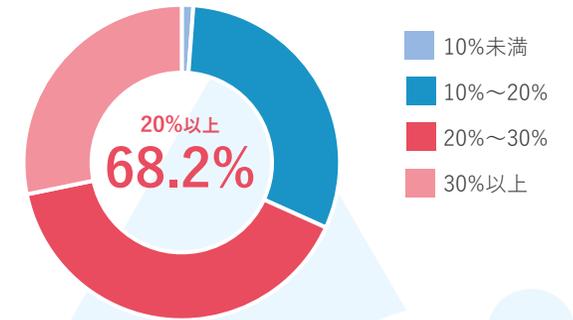
当社の空き家購入者の年齢分布※(n=36)



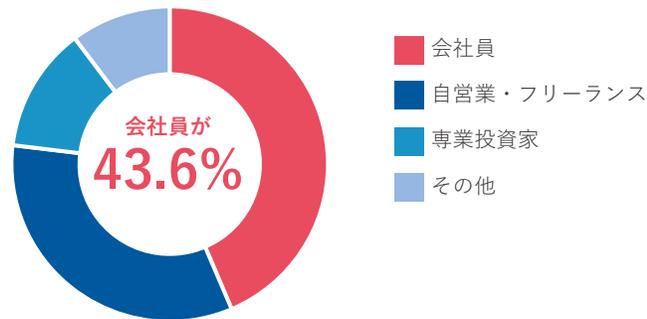
当社の空き家購入者の年収分布※(n=39)



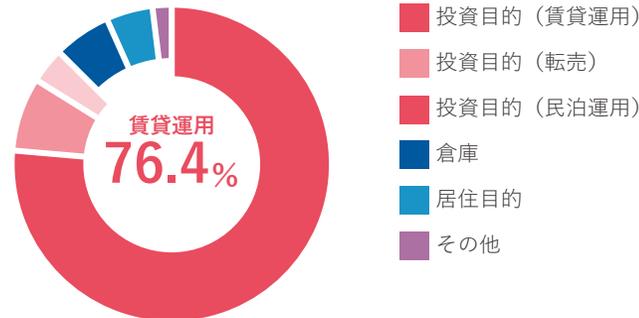
購入物件の利回り※(n=85)



空き家購入者の職業分布※(n=39)



空き家購入の目的の分布※(n=106)

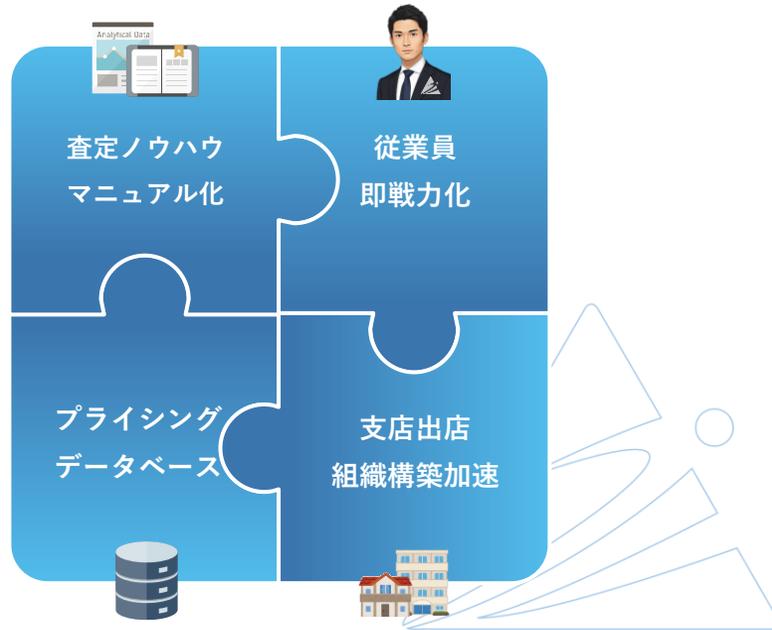


当社の空き家購入者層の多くが投資目的での購入であり、**投資/副業/第2の収入源**としてのポテンシャルを大きく秘めている

育成から採用、データベース化までが連動した組織構築

- 創業以来蓄積した3万件におよぶ査定データを反映し、査定ノウハウを構築
- 育成システムを構築し、未経験者でも即戦力化できる組織再現性

育成システム構築からデータベース化の好循環サイクルを実現



1 査定ノウハウを中心とした育成システムを構築

査定ノウハウを資料900枚、約200時間分の研修マニュアルとして構築

2 未経験者でも即戦力へ育成可能

構築された研修により、未経験者でも入社後半年での戦力化を実現
母集団形成の難易度を下げること、高速での支店展開を実現
高い生産性を背景に業界平均を大きく上回る給与水準（業界平均^{※1}:495万円、2025年12月期当
社実績：729万円）。高い採用競争力を維持

3 高い採用競争力により再現性の高い支店出店

高い採用競争力により再現性の高い支店出店が可能
支店展開が加速することにより、案件ソーシング、投資家ネットワーク構築の拡大

4 3万件の査定をデータベース化。随時ブラッシュアップ

支店エリア、投資家ネットワークが拡大するほど、より具体的なプライシングが可能となり
データベースが拡張。データベースの拡張により査定ノウハウがさらに強固なものとなり、
育成システムがブラッシュアップされる好循環

Appendix

07



空き家投資家の事例紹介 (1/2)

— これまでのご経歴

サラリーマンを辞め、伊豆諸島・八丈島への移住を行ったことがきっかけでした。古い家であれば貯金で買える程度の金額でマイホームに出来ることを知り、物件を探し始めたところ相続問題などで放置された空き家が多いことに気付き、そういった家を自分で直せばコスパ良くマイホームが持てると考えたのが始まりです。

離島ということもあり移住希望者が多い土地でしたが、反面賃貸物件として提供されている物件が少なく、離島の交通事情の悪さから物的にも人的にも空き家再生が難しい環境であることを知りました。私自身が移住者として物件探しに苦労した経験もあり、それなら島にある空き家を直して移住者に貸し出せば事業にもなるし、島の人口減少対策にも貢献することができ意義のある活動が出来るのではないかと思い、築古物件の再生を中心とした不動産投資を始めることにしました。

— 空き家投資を始めたきっかけ

不動産投資を始める前、一連の投資にも手を出したことがありました。当時はまだサラリーマンだったので貯金を元手に少しでも稼ぎを増やして、出来れば投資だけで脱サラしたいという気持ちが強かったです。ですが結局ほとんど全てが元手を増やすどころかマイナスになってしまう結果となりました。その結果を受けて自分には相場観が無いことを悟り、同時に株や投資信託といった自分の努力で投資結果を変えることができない投資、いわゆるお金だけ掛けて結果を待つばかりの手法は自分には合わないと感じたため、手を出すことは無くなりました。

不動産投資は自分の努力で物件の価値を高めることができ、それが投資結果に大きく影響を与えることが出来ます。私自身が自動車整備士でもあり元々機械などを弄るのが得意だったので、建築についても勉強し自身で施工出来るようになれば、低コストで大きな投資結果を得られるようになると考えました。少ない予算で取得出来る築古物件と、それを修繕するための基礎的な技術を習得しやすい自身の属性がうまく噛み合い、結果が出るようになってきたのだと思います。



個人投資家 加納 顕史郎 様

— 投資家の声

これまでにアルバリンクさんから10軒以上の物件を買わせて頂いていますが、重要事項説明の内容と実際の物件の状態が異なっていたといったトラブルは一度もありませんし、重要事項説明読み合わせの際に不明点があれば都度確認を取って頂けて、安心して購入することが出来ています。また万が一事前調査で追い切れなかった問題が発覚した場合も一定のサポートをして頂けるので、私にとっては築古物件を他社から仕入れるという選択肢が消えかかっているほどに信頼を寄せております。

空き家投資家の事例紹介(2/2)

— これまでのご経歴

20代の頃に「金持ち父さん貧乏父さん」を読み、不動産投資の存在を知りました。その後「サラリーマン大家」という言葉に触れ、関連書籍を読みながら知識を深め、中古ワンルームを見に行ったこともあります。しかし当時は子どもが生まれ、自宅の購入を優先しました。そして子どもが成長し、ようやく生活に余裕が出てきたタイミングで、不動産投資に再挑戦。最初に選んだのは中古の戸建てでした。こうして長年の思いを実現し、不動産投資家としての第一歩を踏み出すことができました。

— 空き家投資を始めたきっかけ

株やFXでは値動きに振り回され、安定した成果を得るのが難しいと感じました。その後、副業でアフィリエイトを経験し、収益の安定性には課題があるものの「時間に縛られず収入が入ってくる」という仕組みに魅力を感じました。そこからより安定したストック収入を得られる方法を探し、中古戸建て投資にたどり着きました。

— 空き家投資をおこなっていてよかったこと

空き家投資を始めてよかったのは、まず毎月の安定した収入が得られることです。それに加えて、近所の方から「空き家が減って助かる」と喜んでいただけるのも大きなやりがいになっています。リフォームの計画を立てたり、完成したときの達成感は格別で、DIYに取り組むのも楽しみのひとつです。遠方の物件では旅行気分を味わいつつ経費にできるというメリットもあり、さらに大家仲間との交流で友人が増えたのも嬉しいことです。50代になってからも、新しい仲間がどんどんできるのは不動産投資ならではの魅力だと感じています。



会社員 匿名 様

※画像はイメージです

— 投資家の声

もともとアルバリンクを知っていたこともあり、安心して物件購入を進められました。営業担当の方の対応が非常にスピーディーで、土曜日の午後に突然電話したにも関わらず、翌日には内見の手配をしていただき、さらにその翌日には事務所への突然の訪問にも快く応じて相談に乗ってもらえました。道路付けや私道の持ち分についても質問すると、すぐに調べて説明していただき、納得の上で購入することができました。また、契約は電子契約を選べるなど、古い不動産会社とは異なる合理的な仕組みが整っており、非常にスムーズに手続きを進められました。営業担当の方とも仲良くなり、信頼できるパートナーとして安心して取引できたことが何より嬉しかったです。



AlbaLink

本資料ご利用上の注意

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いて作成されています。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が、これらに限定されるものではありません。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も、これを保証するものではありません。