# 2026年12月期
# 第３四半期決算 補足説明資料

2026年11月12日｜東証グロース[5537]
株式会社AlbaLink

# エグゼクティブサマリー①　第３四半期業績と通期見通し

AlbaLink

## 2026年12月期 第３四半期累計 実績

### 売上高
**8,150** 百万円
前年同期比 **+61.8%**

### 売上総利益
**4,810** 百万円
前年同期比 **+72.2%**

### 営業利益
**928** 百万円
前年同期比 **+68.6%**

### 四半期純利益
**721** 百万円
前年同期比 **+98.0%**

## 通期業績予想に対する進捗率

| | 通期業績予想 | 1～3Q実績 | 進捗率 | (参考)前期※ |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 12,439 | 8,150 | **65.5%** | 61.5% |
| 売上総利益 | 7,544 | 4,810 | **63.8%** | 62.4% |
| 営業利益 | 1,874 | 928 | **49.6%** | 42.0% |
| 当期純利益 | 1,400 | 721 | **51.6%** | 37.1% |

単位：百万円　※前期：2025年12月期の1～3Q累計実績÷通期実績

## サマリ

- 支店網の拡大（2026年９月末26支店）と営業人員の増加（135人、前年同期末比+87.5%）により、問合せ数は34,064件（前年同期比+78.9%）、仕入契約数は4,283件（同+108.6%）に増加し、**売上高・各段階利益ともに大幅な増収増益**
- 認知広告・新規事業・自治体提携等の中長期的な先行投資を積極化しつつも、**営業利益率は11.4%（前年同期比+0.5pt）に上昇**
- 1～3Qの営業利益進捗率は49.6%と、2Q・4Qに偏重する当社の季節性を踏まえても前年同期（42.0%）を上回る水準。4Qの販売につながる3Qの仕入契約数も過去最高を更新しており、**通期業績予想の達成に向けて順調に進捗**（P.12参照）

# エグゼクティブサマリー②　資本政策・トピックス

AlbaLink

## ①　株式分割の実施

**1株 → 2株**

**基準日：2026年12月31日**
**効力発生日：2027年１月１日**

投資単位当たりの金額を引き下げ、当社株式の流動性の向上及び投資家層の更なる拡大を図る

（P.15参照）

## ②　配当方針の策定・初配

**期末 16円00銭**

**配当性向10％を目安**
**2026年12月期期末配当より実施（当社初配）**

事業の順調な成長と今後の利益成長の蓋然性を踏まえ、成長投資を継続しつつも株主還元の充実を図ることが可能な段階に至ったと判断し、初配を実施

（P.16参照）

## ③　ストック・オプションの発行

**経常利益 年率30%成長**
**かつ 株価 10,000円**

**経常利益：26年 1,819 → 27年 2,365 → 28年 3,075百万円**
**株価：現在の約3.2倍(5取引日連続で超過)**

取締役に付与する有償SOは、３期連続の経常利益目標と株価10,000円をともに行使条件とし、業績・企業価値の向上にコミット
従業員に付与する無償SOについても株価10,000円を行使条件として発行

（P.17参照）

## 事業トピックス

### 支店網の拡大

**26支店**　前年同期末比 +36.8%

2026年９月末時点。2027年12月期末は42支店体制へ（14支店開設予定）（P.19参照）

### 自治体提携の加速

**85自治体**　前年同期末比 +325.0%

2026年９月末時点（11月12日現在は94自治体）（P.20参照）

### 仕入契約数の増加

**1,702件**　前年同期比 +108.8%

2026年３Q。営業人員数の拡大・契約率向上により四半期で過去最高を更新（P.21参照）

# Index


01 2026年12月期 第３四半期 実績 ・・P.5-13

02 2026年12月期 3Qトピックス・・・P.14-23

03 ビジネスモデル ・・・・・・・・・・P.24-40

A1 Appendix　KPI ・・・・・・・P.41-49

A2 Appendix　よくある質問 ・・P.50-55

# 2026年12月期
# 第３四半期 実績

## Third Quarter Results

01

# 重要指標

+61.8%※1

**売上高**

81.5億円

(2026年12月期1～3Q)

+72.2%※1

**売上総利益**

48.1億円

(2026年12月期1～3Q)

+68.6%※1

**営業利益**

9.2億円

(2026年12月期1～3Q)

+79.9%※1

**潜在株式調整後1株当たり四半期純利益**

77.56円

(2026年12月期1～3Q)

+87.5%※1

**営業人員数**

135人

(2026年９月末)

+36.8%※1

**支店数**

26支店

(2026年９月末)

△18.7%※1

**在庫回転期間**

2.8カ月

(2026年12月期1～3Q)

△6.6%※1

**営業1人あたり売上総利益**

43,373千円

(2026年12月期1～3Q)

+325.0%※1

**自治体提携数**

85自治体

(2026年９月末)

**問合せ件数（1～3Q）※2**

2026年 34,064件

1.8倍

2025年 19,045件

社内にマーケティング部を持ち、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。問合せ件数は順調に伸長しています。

**販売決済件数（1～3Q）**

2026年 3,070件

2.0倍

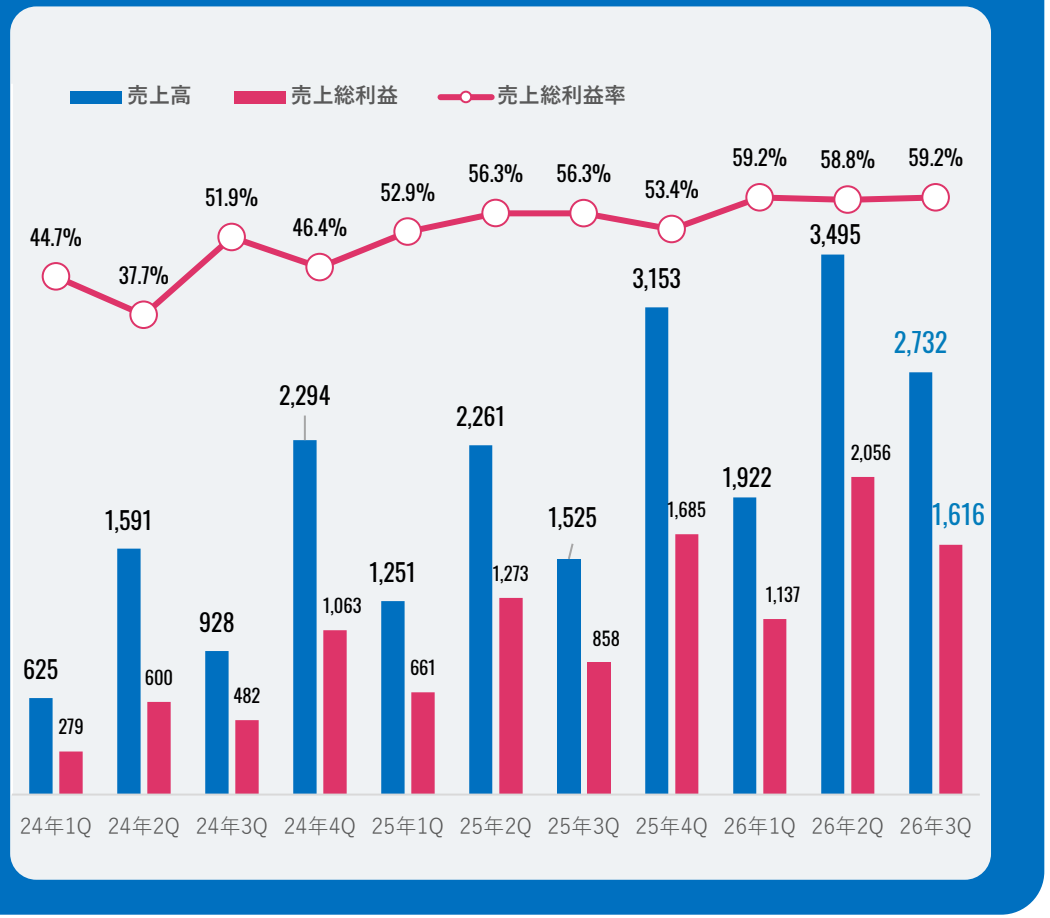
2025年 1,536件

累計4万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。問合せの増加に伴い仕入及び販売の件数も増加しています。

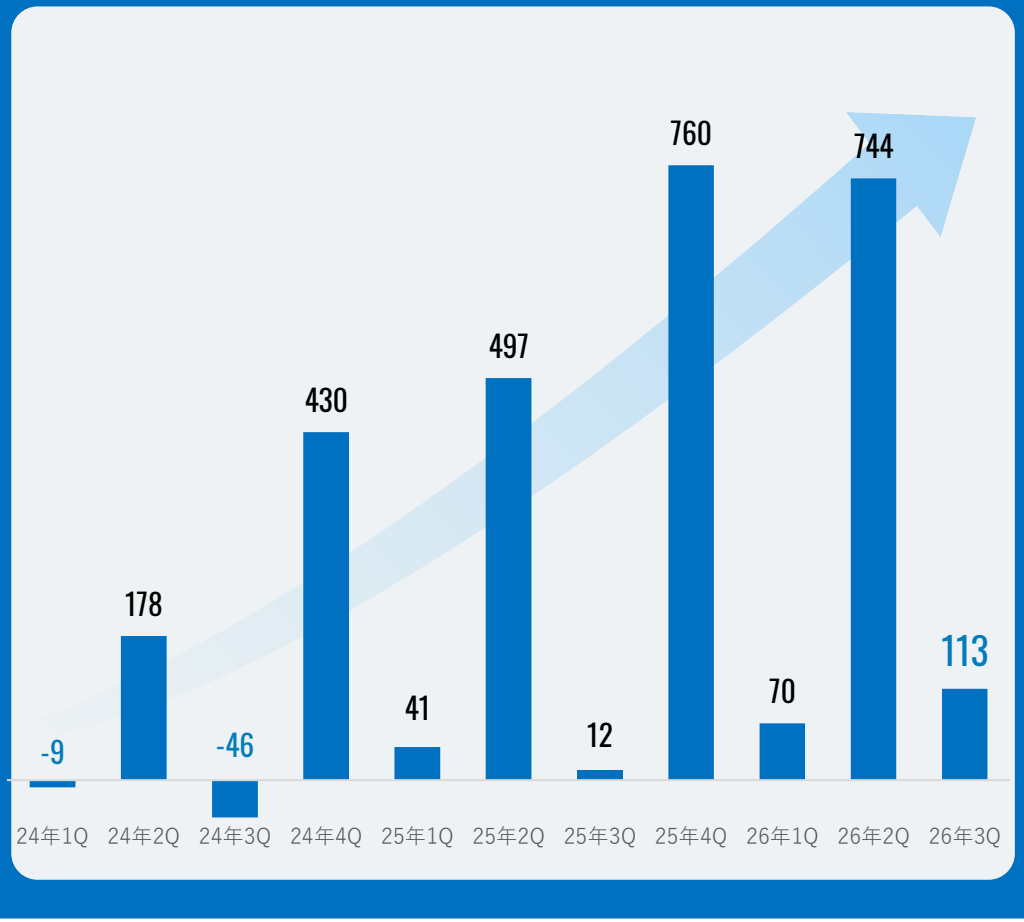
※1：前年同期比の数値
※2：当社メディア、運用広告等より所有物件の売却に関するお問い合わせをいただいた件数

# 財務ハイライト

## 売上高・売上総利益の推移(単位：百万円、%)



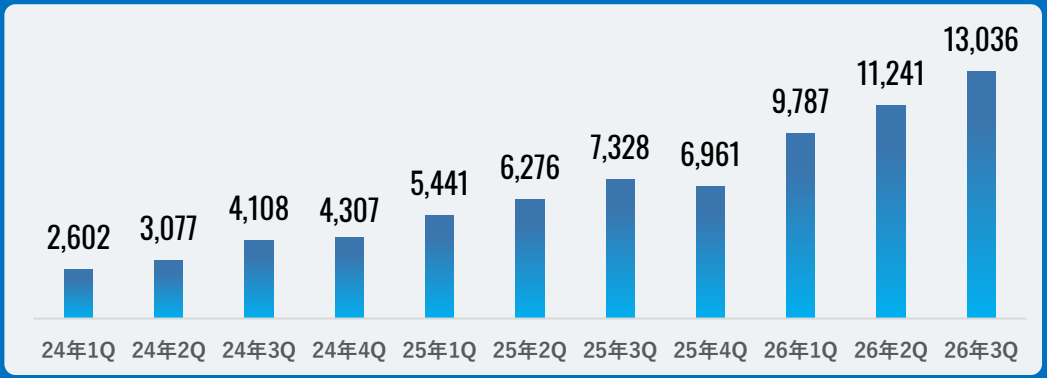

## 営業利益の推移(単位：百万円)



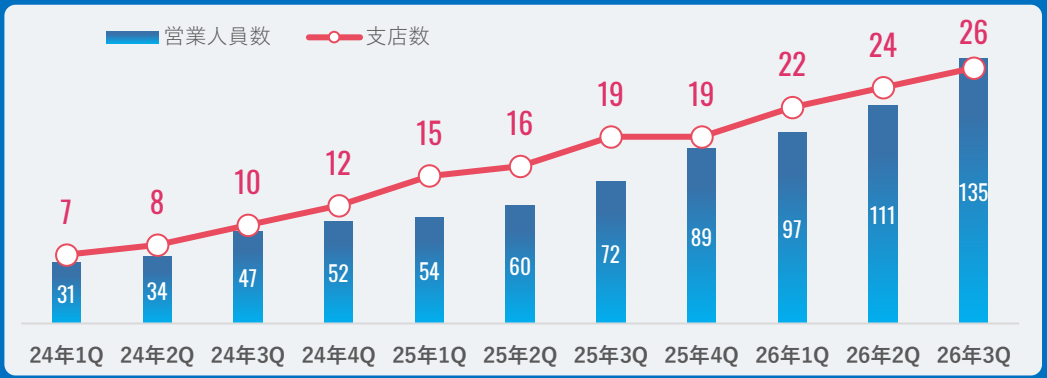

※ 25/12期1Qまで四半期決算未実施のため、会計数値を含め監査法人のレビュー等を受けていない社内の管理数値で表記しております。次ページ以降も同様です。

# 重要指標の推移

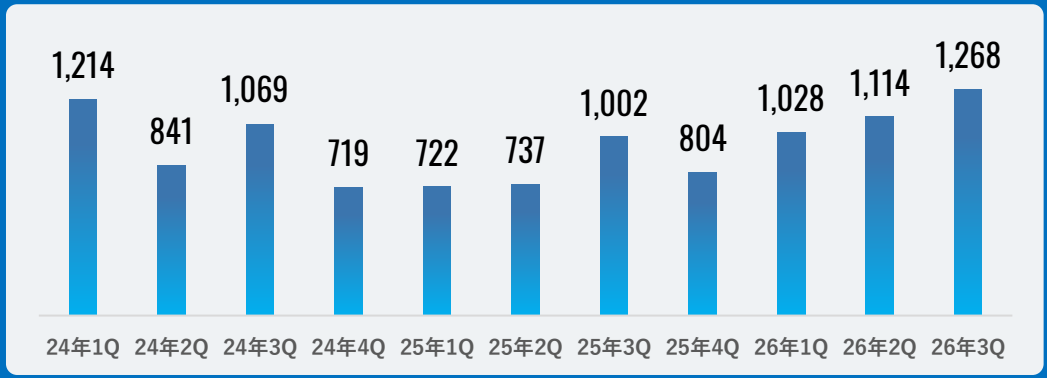
## 問合せ数の推移(単位：件)※1



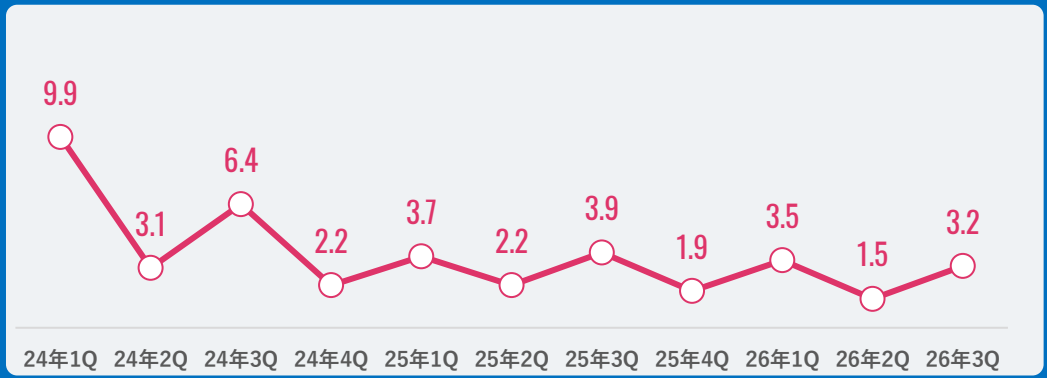

## 営業人員数・支店数の推移(単位：人/支店)




## 棚卸資産の推移(単位：百万円)※2




## 在庫回転期間の推移(単位：月) ※2※3




※1：当社メディア、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」の合計残高から民泊用及び賃貸用の在庫を控除して算出しています。
※3：在庫回転期間：((期首棚卸資産＋期末棚卸資産)÷２)÷月平均売上原価(民泊原価除く)

# 第３四半期累計期間実績(PL)

AlbaLink

## 全体

- 2026年は10支店開設し、28支店体制(2026年９月末時点26支店)に拡大
- 支店開設に伴い営業人員は、72人(前年同期末)から135人(当四半期末)に増加(+87.5%)
- 問合せは、営業人員の増加・対応効率の向上にあわせて獲得し、19,045件(前年同期)から34,064件(当四半期累計期間)に大幅増加
- 問合せの増加に伴い、空き家マッチング事業における仕入契約数は2,053件(前年同期)から4,283件(当四半期累計期間)に大きく増加

## 売上・売上総利益

- 都市部に比べ売上総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55.5%(前年同期)から59.0%(当四半期累計期間)に向上
- 問合せ数の増加に伴い、仕入決済件数は1,589件(前年同期)から3,225件(当四半期累計期間)、販売件数は1,536件(前年同期)から3,070件(当四半期累計期間)に増加
- 当四半期累計期間は、新規事業(民泊・賃貸)へ在庫79件(前年同期比＋70件)を転用したことにより、当該物件の売却による売上高・売上総利益が減少(詳細はP22参照)

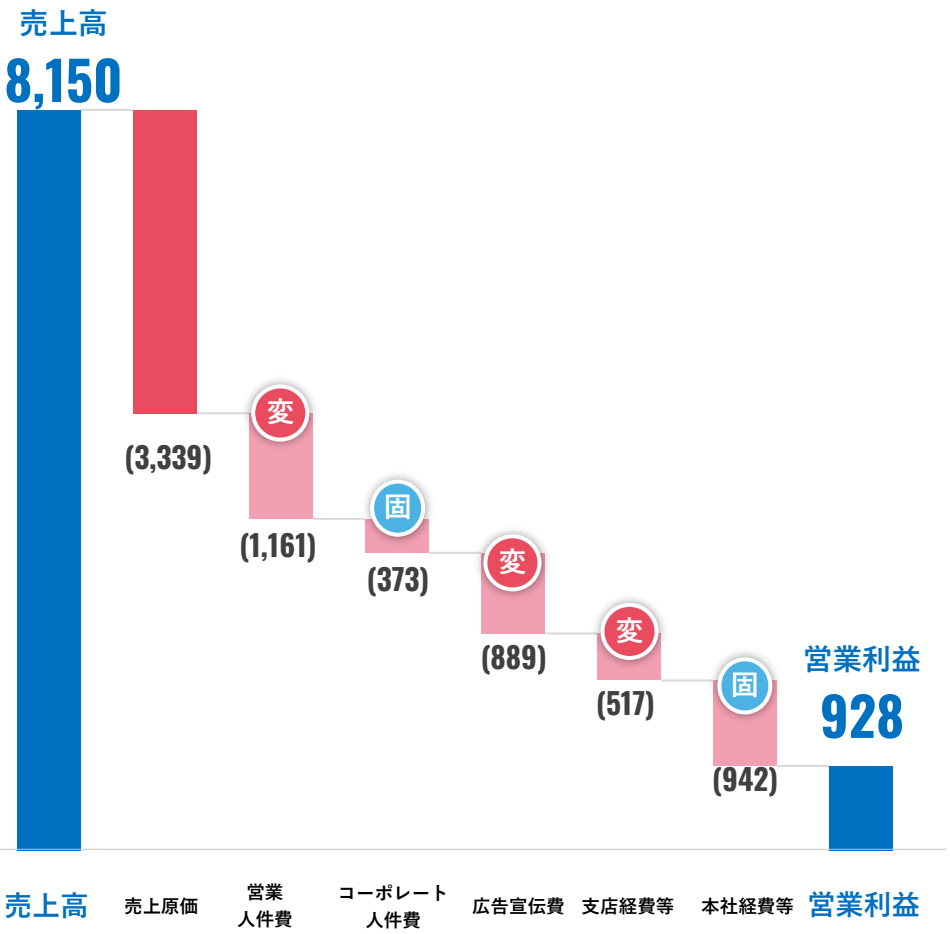
## 販管費・営業利益・四半期純利益

- 中長期的な施策と位置付けている認知広告206百万円(前年同期比＋148百万円)、新規事業チーム116百万円(同＋90百万円)・自治体提携チーム73百万円(同＋39百万円)の拡充など、中長期の成長に向けた先行投資を積極化したものの、好調な仕入を背景に営業利益は928百万円(前年同期比＋68.6%)に増加
- 主に、採用の拡大に伴い賃上げ促進税制の影響により税負担率が低下し、四半期純利益は721百万円(前年同期比＋98.0%)に増加

| (単位：百万円) | 2024年 1Q~3Q | 2025年 1Q~3Q | 2026年 1Q~3Q | 2025/2026比較 増減額 | 2025/2026比較 増減率 |
|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 3,145 | 5,037 | 8,150 | +3,112 | +61.8% |
| 売上原価 | 1,783 | 2,243 | 3,339 | +1,095 | +48.8% |
| 売上総利益 | 1,361 | 2,793 | 4,810 | +2,017 | +72.2% |
| (売上総利益率) | 43.3% | 55.5% | 59.0% | +3.5pt | - |
| 販管費 | 1,239 | 2,243 | 3,882 | +1,638 | +73.1% |
| 営業利益 | 122 | 550 | 928 | +378 | +68.6% |
| (営業利益率) | 3.9% | 10.9% | 11.4% | +0.5pt | - |
| 経常利益 | 102 | 518 | 897 | +379 | +73.0% |
| (経常利益率) | 3.3% | 10.3% | 11.0% | +0.7pt | - |
| 税引前四半期純利益 | 102 | 518 | 897 | +379 | +73.0% |
| (税前純利益率) | 3.3% | 10.3% | 11.0% | +0.7pt | - |
| 四半期純利益 | 72 | 364 | 721 | +357 | +98.0% |
| (四半期純利益率) | 2.3% | 7.2% | 8.9% | +1.7pt | - |
| 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益(円) | －※ | 43.11 | 77.56 | +34.45 | +79.9% |

※ 25/12期1Qまで四半期決算未実施のため、24/12期1Q～3Qの潜在株式調整後1株当たり四半期純利益は記載しておりません

# 売上及び主要な費用の固変分解




| 勘定科目 | 管掌部門 | 25/12期 1～3Q (百万円) | 売上総利益対比(%)※1 | 26/12期 1～3Q (百万円) | 売上総利益対比(%)※1 | 内容 | 変動費/固定費 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 売上 | - | 5,037 | — | 8,150 | — | – | |
| 売上総利益 | | 2,793 | 100% | 4,810 | 100% | – | |
| 人件費 | 営業部門 | 700 | 25.0% | 1,161 | 24.1% | 給与、法定福利費、派遣人件費等 | 変動費 |
| | コーポレート部門 | 281 | 10.0% | 373 | 7.7% | 給与、法定福利費、派遣人件費等 | 固定費 |
| 広告費 | | 412 | 14.8% | 889 | 18.5% ※2 | Google広告 YouTube広告などの出稿費用 | 変動費 |
| その他販管費 | 支店経費 | 294 | 10.5% | 517 | 10.7% | 支店の賃料、物件調査関連費用等 | 変動費 |
| | 本社経費 | 556 | 19.9% | 942 | 19.6% | 本社賃料、採用費システム関連費用等 | 固定費 |
| 販管費合計 | | 2,243 | 80.3% | 3,882 | 80.7% | – | |
| 営業利益 | | 550 | 19.7% | 928 | 19.3% | – | |

**売上総利益は前年同期比＋2,017百万円(+72.2%)と大きく増加した一方で、販管費は前年同期比＋1,638百万円(+73.1%)の増加により、営業利益は+378百万円(+68.6%)の増加となりました。**

※1：支店展開による地方物件取り扱い増加の影響で売上総利益率の変動幅が大きいため、売上総利益対比で比較しております
※2：中長期的な施策としてTVCM等の認知度向上を目的にした広告施策を206百万円(2025年12月期1～3Qは58百万円)実行したため、売上総利益対比の広告費は増加

# 2024年～2026年1Q～4Q比較(PL)

AlbaLink

（単位：百万円）

| | 2024年 | | | | 2025年 | | | | 2026年 | | | 2025/2026 3Q比較 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 625 | 1,591 | 928 | 2,294 | 1,251 | 2,261 | 1,525 | 3,153 | 1,922 | 3,495 | 2,732 | +1,207 | +79.2% |
| 売上原価 | 345 | 991 | 446 | 1,230 | 589 | 987 | 666 | 1,468 | 784 | 1,438 | 1,116 | +449 | +67.5% |
| 売上総利益 | 279 | 600 | 482 | 1,063 | 661 | 1,273 | 858 | 1,685 | 1,137 | 2,056 | 1,616 | +757 | +88.2% |
| (売上総利益率) | 44.7% | 37.7% | 51.9% | 46.4% | 52.9% | 56.3% | 56.3% | 53.4% | 59.2% | 58.8% | 59.2% | +2.9pt | - |
| 販管費 | 288 | 421 | 528 | 633 | 619 | 776 | 846 | 924 | 1,067 | 1,311 | 1,503 | +656 | +77.5% |
| 営業利益 | △9 | 178 | △46 | 430 | 41 | 497 | 12 | 760 | 70 | 744 | 113 | +101 | +842.0% |
| (営業利益率) | △1.5% | 11.2% | △5.0% | 18.8% | 3.3% | 22.0% | 0.8% | 24.1% | 3.7% | 21.3% | 4.1% | +3.3pt | - |
| 経常利益 | △13 | 170 | △54 | 419 | 32 | 495 | △8 | 744 | 66 | 733 | 97 | +105 | - |
| (経常利益率) | △2.2% | 10.7% | △5.9% | 18.3% | 2.6% | 21.9% | △0.6% | 23.6% | 3.5% | 21.0% | 3.6% | +4.2pt | - |
| 税引前四半期純利益 | △13 | 170 | △54 | 419 | 32 | 495 | △8 | 744 | 66 | 733 | 97 | +105 | - |
| (税前純利益率) | △2.2% | 10.7% | △5.9% | 18.3% | 2.6% | 21.9% | △0.6% | 23.6% | 3.5% | 21.0% | 3.6% | +4.2pt | - |
| 四半期純利益 | △12 | 122 | △37 | 305 | 22 | 347 | △5 | 617 | 46 | 569 | 106 | +111 | - |
| (四半期純利益率) | △2.0% | 7.7% | △4.1% | 13.3% | 1.8% | 15.4% | △0.3% | 19.6% | 2.4% | 16.3% | 3.9% | +4.2pt | - |

# 販売時期の偏重と通期業績予想の進捗

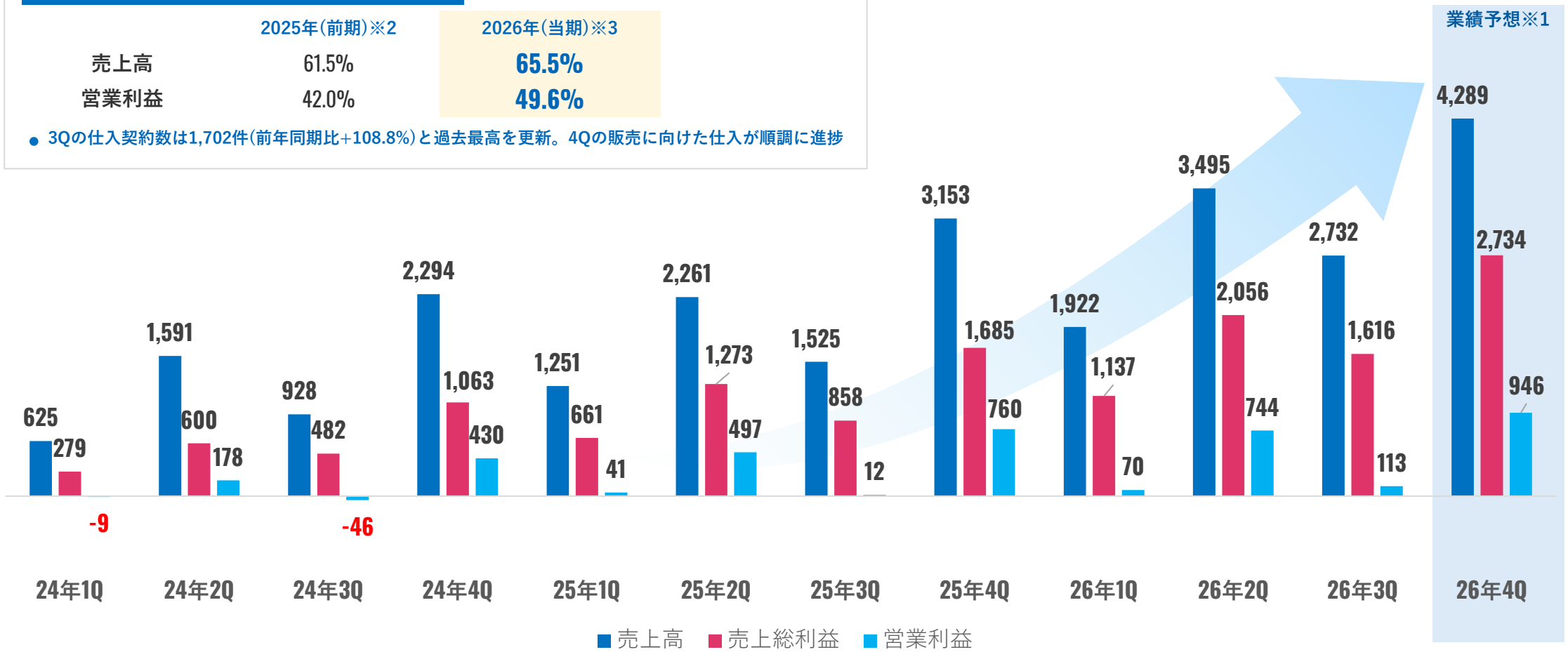
**当社は、半期を算定期間とする累進的な歩合制度により、売上高・各段階利益が2Q・4Qに偏重する事業モデル**
**1～3Qの進捗率は前年同期を上回り、4Qの販売につながる仕入契約数も過去最高を更新。通期業績予想の達成に向けて順調に進捗**

## 1～3Q累計の通期に対する進捗率

| | 2025年(前期)※2 | 2026年(当期)※3 |
|---|---|---|
| 売上高 | 61.5% | **65.5%** |
| 営業利益 | 42.0% | **49.6%** |

- 3Qの仕入契約数は1,702件(前年同期比+108.8%)と過去最高を更新。4Qの販売に向けた仕入が順調に進捗

(単位：百万円)




※1：26年4Qは、2026年12月期修正後業績予想(通期で売上高12,439百万円、売上総利益7,544百万円、営業利益1,874百万円)から第３四半期累計実績を差し引いた数値
※2：2025年12月期の1～3Q累計実績÷通期実績
※3：2026年12月期の1～3Q累計実績÷通期業績予想

# 2024～2026年12月期実績(BS)

AlbaLink

（単位：百万円）

| | | 2024年 | | | | 2025年 | | | | 2026年 | | | 2025 4Q/2026 3Q 比較 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 増減額 | 増減率 |
| 資産の部 | | 1,975 | 1,892 | 1,994 | 2,646 | 2,899 | 3,405 | 4,337 | 5,260 | 5,134 | 5,983 | 6,000 | +740 | +14.1% |
| | 現金及び預金 | 482 | 734 | 500 | 1,415 | 1,643 | 2,009 | 2,632 | 3,507 | 2,972 | 3,569 | 3,219 | △288 | △8.2% |
| | 棚卸資産(在庫) | 1,214 | 841 | 1,069 | 719 | 722 | 737 | 1,002 | 804 | 1,028 | 1,114 | 1,268 | +464 | +57.8% |
| | 棚卸資産(民泊) | - | - | - | - | - | 51 | 66 | 96 | 157 | 269 | 362 | +266 | +274.9% |
| | 棚卸資産(賃貸) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 47 | 83 | +83 | - |
| | 敷金・差入保証金 | 24 | 61 | 66 | 75 | 82 | 86 | 103 | 106 | 121 | 131 | 145 | +39 | +36.7% |
| | その他資産 | 255 | 255 | 359 | 436 | 450 | 520 | 532 | 745 | 854 | 851 | 920 | +175 | +23.5% |
| 負債の部 | | 1,455 | 1,250 | 1,389 | 1,736 | 1,965 | 2,060 | 2,997 | 3,244 | 3,072 | 3,520 | 3,666 | +422 | +13.0% |
| | 短期有利子負債 | 440 | 470 | 519 | 486 | 731 | 507 | 787 | 655 | 908 | 866 | 1,310 | +655 | +100.1% |
| | 長期有利子負債 | 821 | 480 | 579 | 685 | 844 | 811 | 1,559 | 1,555 | 1,470 | 1,578 | 1,411 | △143 | △9.2% |
| | その他負債 | 194 | 299 | 290 | 564 | 388 | 741 | 650 | 1,033 | 693 | 1,074 | 943 | △89 | △8.7% |
| 純資産の部 | | 519 | 642 | 604 | 910 | 933 | 1,344 | 1,339 | 2,016 | 2,062 | 2,463 | 2,334 | +318 | +15.8% |

**売上高は増加している一方で、在庫残高は適正に推移**
**民泊・賃貸用資産への追加投資は、4Q以降、運用成績・資金効率を見ながら判断する方針**

# 2026年12月期 3Qトピックス

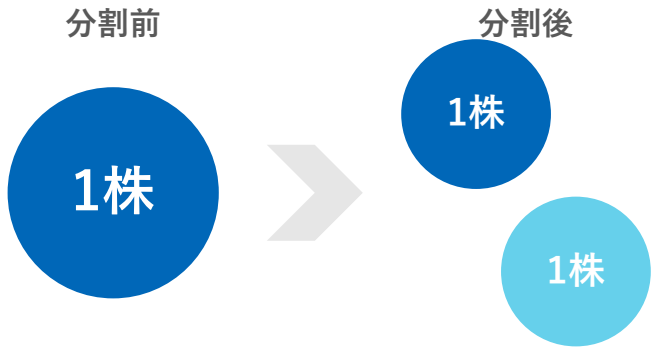
Topics

02

# 株式分割の実施（１株→２株）

**投資単位当たりの金額を引き下げ、より投資しやすい環境を整えることで、当社株式の流動性の向上及び投資家層の更なる拡大を図ることを目的として、2026年12月31日を基準日とする株式分割を実施**

## 株式分割のイメージ




普通株式１株につき **２株** の割合で分割

| | |
|---|---|
| **基準日** | **2026年12月31日(木)※** |
| **効力発生日** | **2027年１月１日(金)** |

※株主名簿管理人の休業日につき、実質的な基準日は2026年12月30日(水)

## 株式分割の概要

| | |
|---|---|
| **分割の方法** | 2026年12月31日最終の株主名簿に記載又は記録された株主の所有する普通株式１株につき２株の割合をもって分割 |
| **発行済株式総数** | **分割前 8,208,080株　→　分割後 16,416,160株** |
| **発行可能株式総数** | **32,000,000株　→　64,000,000株**(定款の一部変更) |
| **基準日公告日** | 2026年12月16日(水)(予定) |

## その他

- 今回の株式分割に際して、**資本金の額の変更はありません**
- 2026年12月期の期末配当は、**株式分割前の株式数を基準に実施**いたします(P.16参照)
- 既存の新株予約権及び本日発行決議の新株予約権は、発行要項に従い目的となる株式の数・行使価額等を調整

# 配当方針の策定及び初配の実施

**事業の順調な成長と今後の利益成長の蓋然性を踏まえ、成長投資を継続しつつも株主還元の充実を図ることが可能な段階に至ったと判断し、配当方針を策定のうえ、当社として初となる配当を実施予定**

## 配当方針

**配当性向**
**10%目安**

- 事業成長のための投資及び財務健全性とのバランスを考慮しつつ、**配当性向10%を目安として、安定的かつ継続的な配当を実施**することを基本方針とする
- 株価水準や資本効率等を勘案し、**自己株式の取得も引き続き機動的に実施**
- 適用時期：**2026年12月期の期末配当より**

## 2026年12月期 配当予想

**期末配当予想**
**16円00銭**
**（当社初配）**

| | 第２四半期末 | 期末 | 合計 |
|---|---|---|---|
| 前回予想(2026年８月13日公表) | ― | 未定 | 未定 |
| 今回予想 | ― | 16.00円 | 16.00円 |
| 当期実績 | 0.00円 | | |
| 前期実績(2025年12月期) | 0.00円 | 0.00円 | 0.00円 |

※ 期末配当は2027年２月開催予定の取締役会にて決議予定。株式分割(効力発生日2027年１月１日)前の株式数を基準に実施予定

# ストック・オプション(無償・有償)の発行

**取締役及び従業員の企業価値向上への貢献意欲を高めるため、ストック・オプションを発行。全てのストック・オプションに株価条件(10,000円)を付し、取締役に付与する有償ストック・オプションは、株価条件に加えて業績条件の達成も行使の条件とする**

## 発行の概要

| | 第６回新株予約権(無償) | 第７回新株予約権(有償) |
|---|---|---|
| **付与対象者** | 当社従業員　７名 | 当社取締役　２名 |
| **新株予約権の数　※3** | 350個(35,000株) | 200個(20,000株) |
| **発行価額** | 無償 | １個あたり9,030円<br>(第三者評価機関の算定に基づく公正価格) |
| **行使価額　※2** | 割当日の終値 | 3,120円（決議前日の終値） |
| **行使期間** | 2028年11月～2036年11月 ※4 | 2029年4月～2031年3月 |
| **① 株価条件　※1** | 終値が5取引日連続で**10,000円**を超過 | 終値が5取引日連続で**10,000円**を超過 |
| **② 業績条件　※1** | ― | 経常利益が2026年12月期 **1,819百万円**<br>2027年12月期 **2,365百万円**<br>2028年12月期 **3,075百万円** 以上を達成 |
| **割当日** | 2026年11月30日 | 2026年11月30日 |

※1 有償は①株価条件と②業績条件がともに達成された場合のみ行使可能な設計
※2 株価条件の金額及び目的となる株式の数・行使価額は、株式分割(2027年１月１日)に伴い発行要項に基づき調整されます
※3 本新株予約権がすべて行使された場合の希薄化率は発行済株式総数の0.67%
※4 第６回は2028年11月から1年ごとに3分の1ずつ行使可能（2030年11月以降は全部）

## ① 株価条件(無償・有償共通)

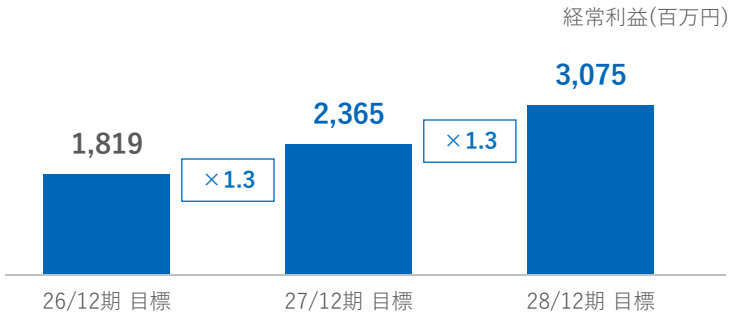
決議前日の終値 **3,120円** → 行使の条件 **10,000円**

現在の株価の**約3.2倍**を5取引日連続で上回ること

※株式分割(１株→２株)後は5,000円に調整

**かつ**

## ② 業績条件(有償のみ)

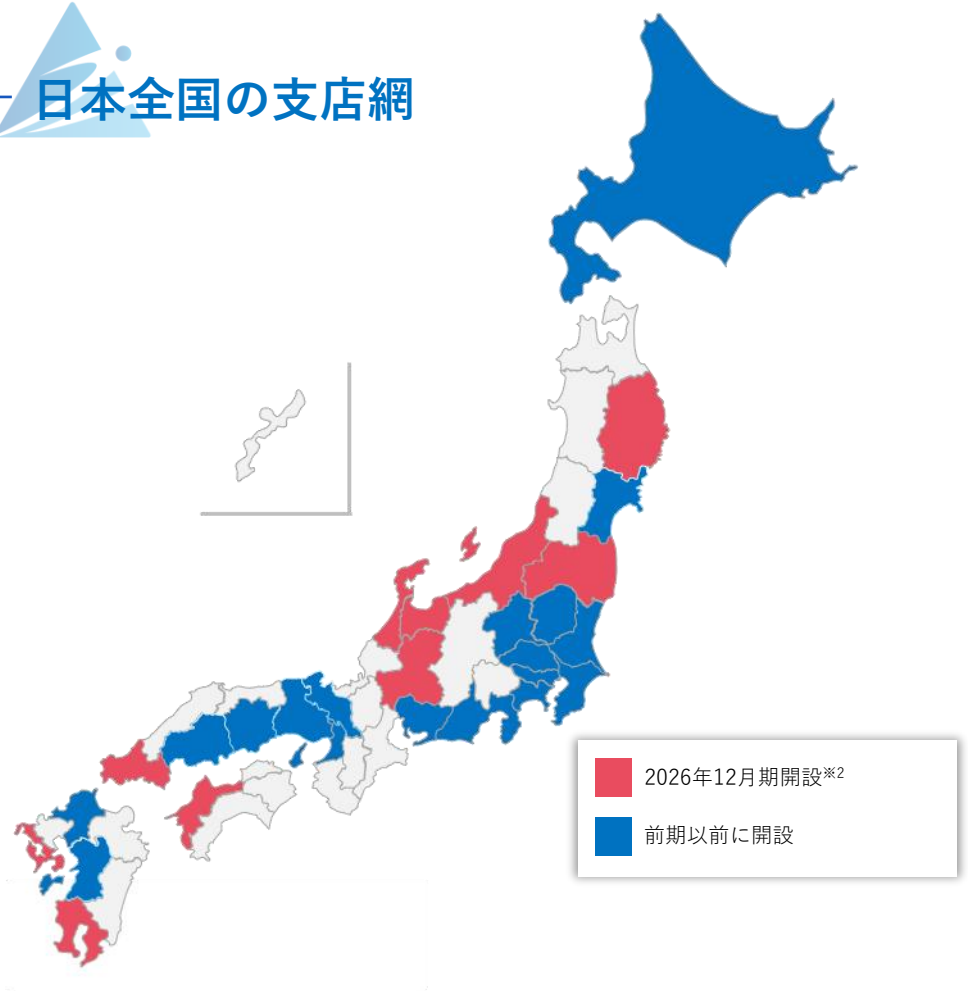



**３期連続で目標以上の経常利益を達成**

# 新規支店の開設

## 2026年には、10支店を開設
## 2026年10月に岩手県、長崎県にも支店を開設し、支店数は19支店(2025年12月末)から28支店※1に増加

### 日本全国の支店網



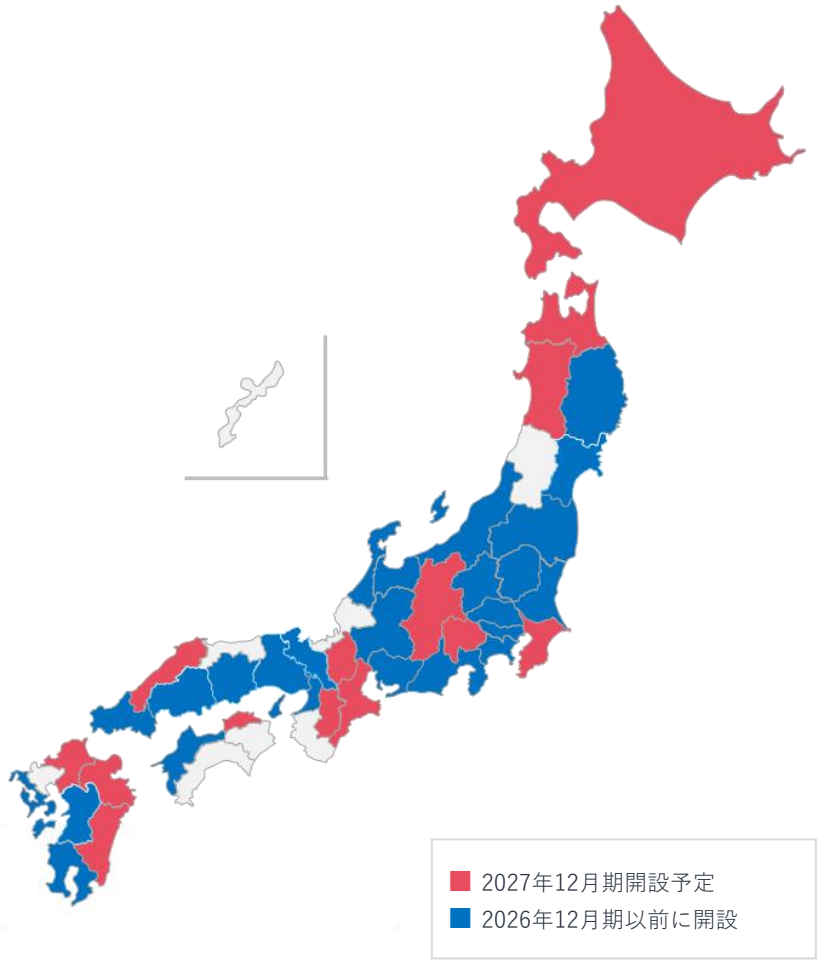

| 2025年12月末 | | 2026年12月 | | 2026年12月期末見込み |
|---|---|---|---|---|
| 19支店 | ＋ | 開設10支店<br>統合△1支店 | → | 28支店<br>+9支店(純増) |

| 開設年月 | 支店名 | エリア | 状況 |
|---|---|---|---|
| 2026/1 | 金沢支店 | 石川県金沢市広岡二丁目13番37号 | 開設済 |
| 2026/1 | 松山支店 | 愛媛県松山市三番町七丁目１番地21 | 開設済 |
| 2026/1 | 岐阜支店 | 岐阜県岐阜市吉野町六丁目14番地 | 開設済 |
| 2026/4 | 鹿児島支店 | 鹿児島県鹿児島市西田一丁目５番地１ | 開設済 |
| 2026/4 | 郡山支店 | 福島県郡山市中町15番９号 | 開設済 |
| 2026/7 | 山口支店 | 山口県山口市小郡高砂町２番７号 | 開設済 |
| 2026/7 | 新潟支店 | 新潟県新潟市中央区東大通二丁目３番28号 | 開設済 |
| 2026/7 | 富山支店 | 富山県富山市牛島町９番５号 | 開設済 |
| 2026/10 | 盛岡支店 | 岩手県盛岡市盛岡駅前通16番21号 | 開設済 |
| 2026/10 | 長崎支店 | 長崎県長崎市出島町１番14号 | 開設済 |

※1：立川支店の統合による減少を含む
※2：2026年11月12日現在

# 2027年12月期の支店開設計画

**現地アポ強化による仕入契約率の上昇を受け、2027年12月期は14支店を開設し42支店体制へ**
**このうち9支店は開設を決議済み（2026年11月12日現在）**




| 2026年12月末 | | 2027年12月期 | | 2027年12月期末見込み |
|---|---|---|---|---|
| 28支店 | ＋ | 14支店 | ＞ | 42支店 |

## 開設決議済みの支店（9支店）

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2027年2月 | 宮崎支店 宮崎県 | 高松支店 香川県 | 茂原支店 千葉県※ |
| 2027年4月 | 長野支店 長野県 | 奈良支店 奈良県 | 大分支店 大分県 |
| | 津支店 三重県 | 青森支店 青森県 | 甲府支店 山梨県 |

**残り5支店**：出店エリアを選定中。開設決議後に順次開示予定

※：千葉県は2拠点目の開設

# 自治体提携数の急増

**中長期的な信頼度向上、問合せ件数増加を目的として自治体との提携を継続**
**当第３四半期では、28自治体と提携し、提携自治体は2026年９月末時点で85自治体（2026年11月12日現在94自治体）に**

鹿児島県枕崎市




鹿児島県龍郷町



鹿児島県垂水市



北海道江差町



香川県善通寺市



栃木県那須塩原市





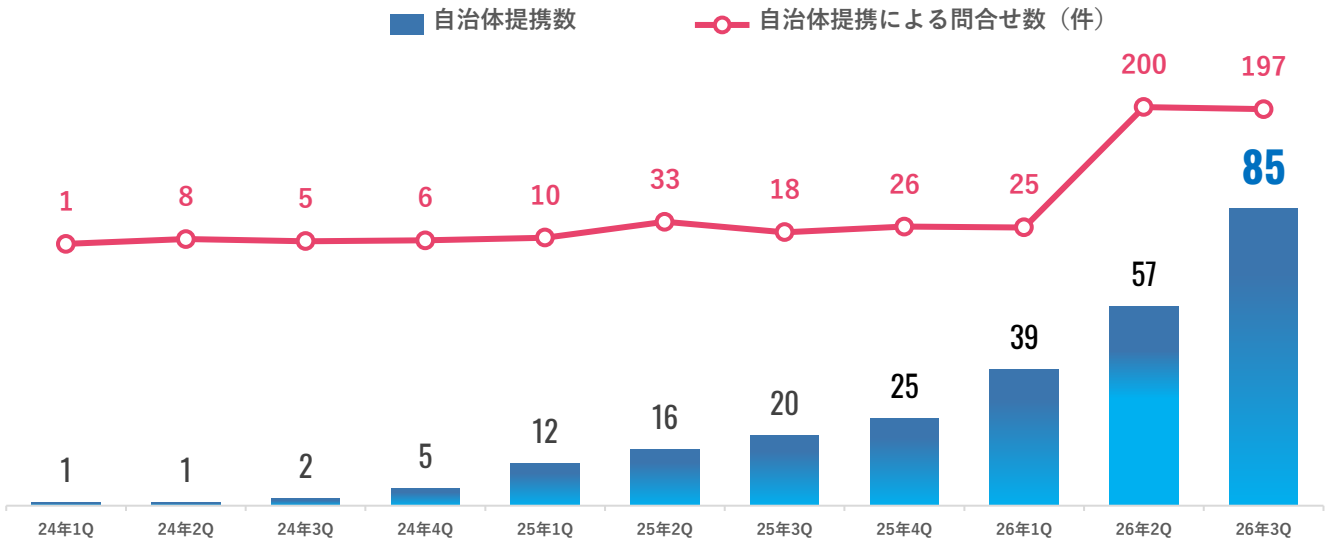
自治体連携


地域貢献・信頼度向上


相談・問合せ増加


案件獲得機会の向上

## 中長期的な信頼度向上・問合せ増加寄与

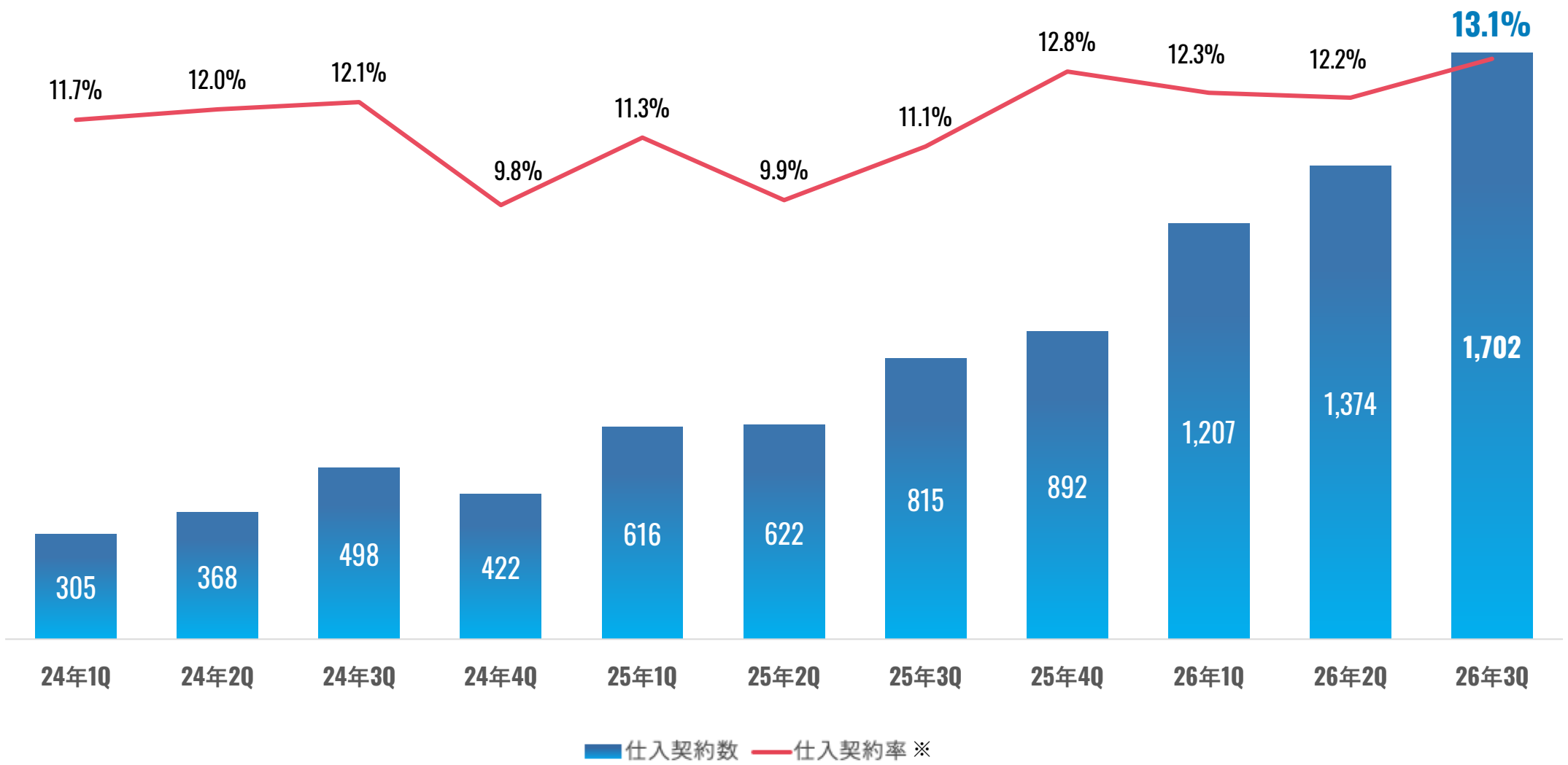



※自治体提携による問合せ数：自治体との提携(納税通知書同封チラシ・窓口チラシ等)及び自治体が共催・後援する相談会を経由した問合せ数

**2026年９月末時点で85自治体と提携**
**（2026年11月12日現在94自治体）**

# 仕入契約数の増加

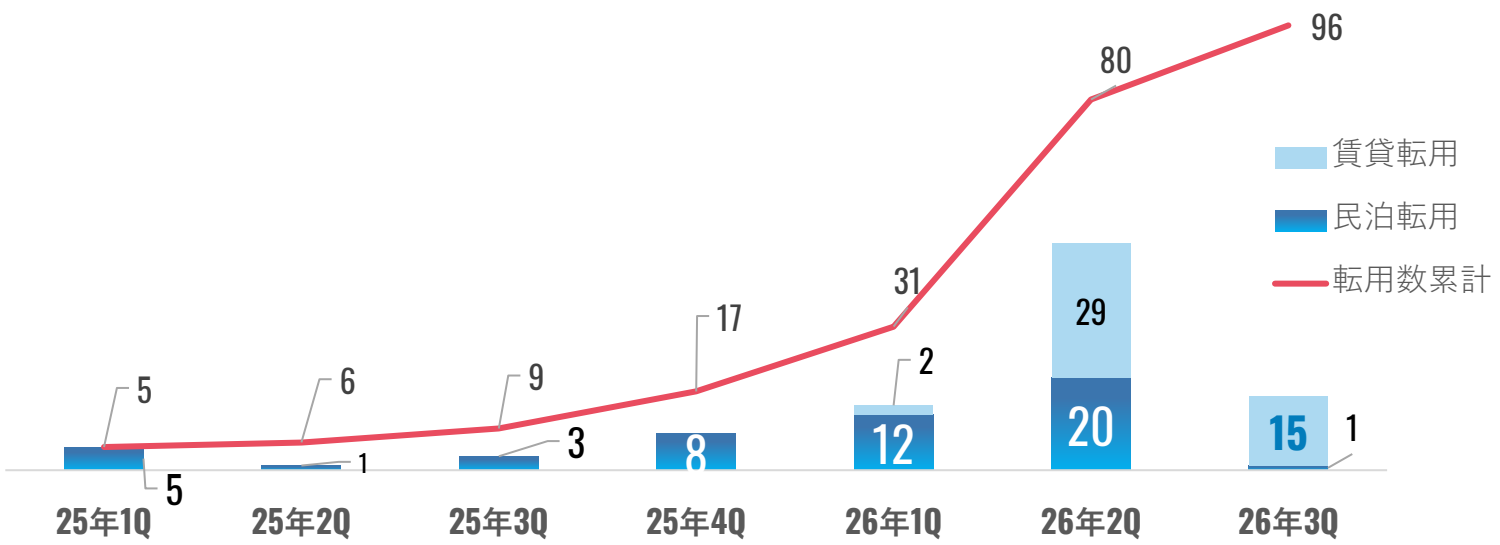
**2026年３Qは問合せの獲得数が大幅に増加するとともに、組織的な現地アポの強化により契約率も向上。仕入契約数は過去最高を大きく更新。アポ効率をさらに高めるために引き続き新規支店開設を行っていく**




※：該当四半期の仕入契約数÷該当四半期の問合せ数にて算定

# 取得した物件について民泊・賃貸として運用する新規事業を拡大

**2026年下期は、転用済み物件の運用開始と運用パフォーマンスの検証を優先し、3Qの転用数は16件に抑制**
**4Qは現時点でより成果の高い賃貸事業にて20件程度の転用を行う計画。その後は運用成績・資金効率を見ながら追加投資を判断する方針**




**2026年1～3Q 転用数**
**79件**
仕入決済3,225件のうち約2.5%

**転用数累計（2026年9月末）**
**96件**
民泊50件・賃貸46件

**2026年3Q 転用数**
**16件**
民泊1件・賃貸15件（検証期間のため抑制）

## 新規事業を拡大する目的

※ 転用分は三為取引での即時販売を行わないため、短期的には売上高・売上総利益・1人あたり売上高等の低下要因となる

### 1 査定精度の向上
賃料・稼働率・修繕コスト等の運用データを自社に蓄積し、査定精度と買主への提案力を高める

### 2 業績の安定化
運用収益を確保しつつ、市況や業績に応じて販売時期を選べる資産をストックする

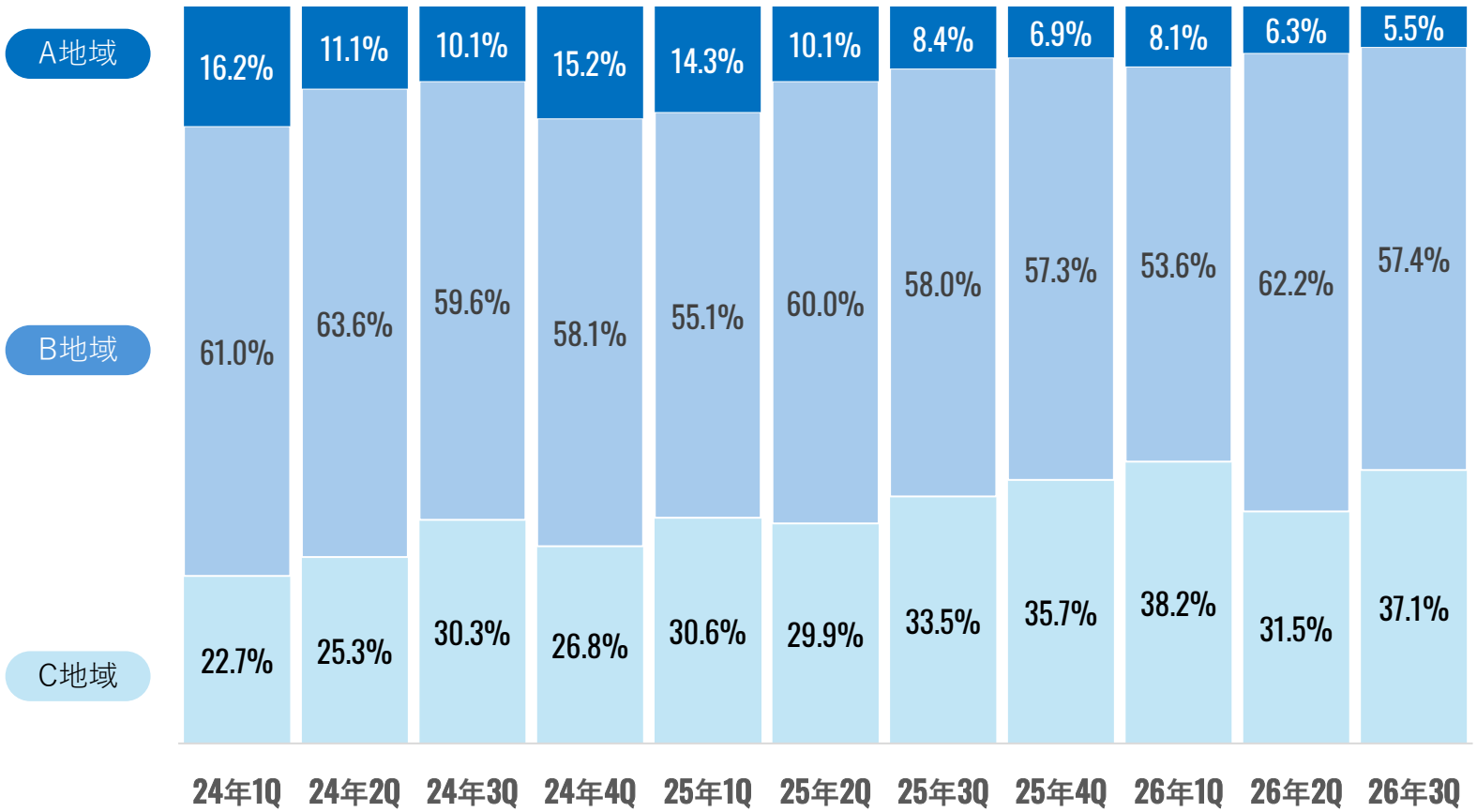
### 3 販路の拡大
リフォームや賃貸付けの手間をかけずに投資したいライト層の投資家へ販路を広げる

### 4 1件あたり売上総利益の拡大
将来的には運用実績の付いた複数物件をファンド等の形で販売する

# 地方出店の拡大により、地方物件の取り扱い割合が増加

**2026年はC地域割合が増加傾向にあるため、売上総利益率は前年同期比で上昇（2025年1～3Q：55.5%、2026年1～3Q：59.0%）**

## 地域別販売件数割合




| （参考）2025/4Q～2026/3Q平均 | 売上総利益率 | 1件あたり売上 | 1件あたり売上総利益 |
|---|---|---|---|
| A地域 | 39.4% | 6,262千円 | 2,465千円 |
| B地域 | 59.1% | 2,640千円 | 1,561千円 |
| C地域 | 67.7% | 1,959千円 | 1,327千円 |

**地域分類の定義**

| | |
|---|---|
| A地域※ | 東京・神奈川・大阪 |
| B地域※ | 福島・茨城・群馬・埼玉・千葉・富山・福井・山梨・岐阜・静岡・愛知・三重・滋賀・兵庫・奈良・和歌山・岡山・広島・山口・香川・福岡・佐賀・熊本・沖縄 |
| C地域※ | 上記以外の都道府県 |

※2025年の1件あたり売上総利益(外れ値を除く)が高い地域をA地域、中程度の地域をB地域、比較的低い地域をC地域として選定しています。

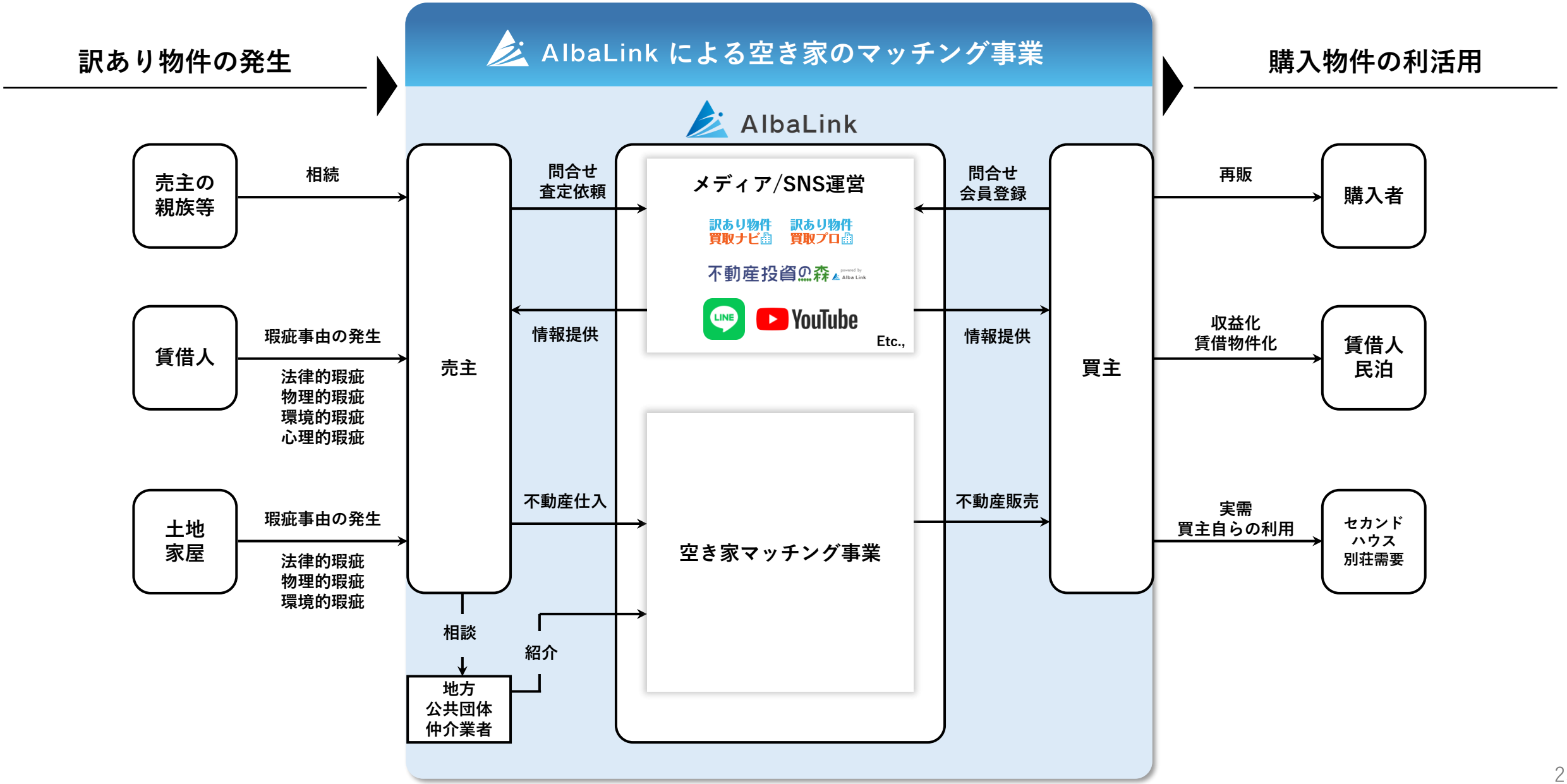
# ビジネスモデル

## Business Model

# 03

# 訳あり物件(空き家等)を手放したい供給と空き家を活用したい需要を買取再販の形で繋ぐ

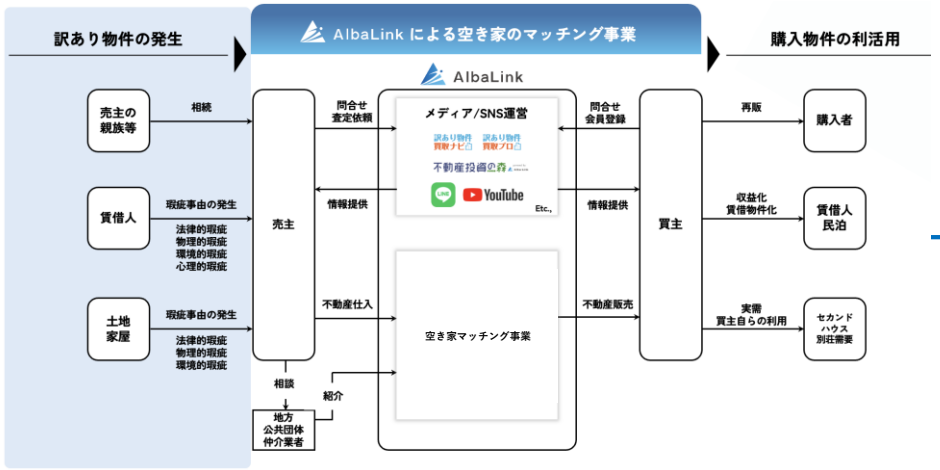
AlbaLink



# 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

AlbaLink

## 供給サイド



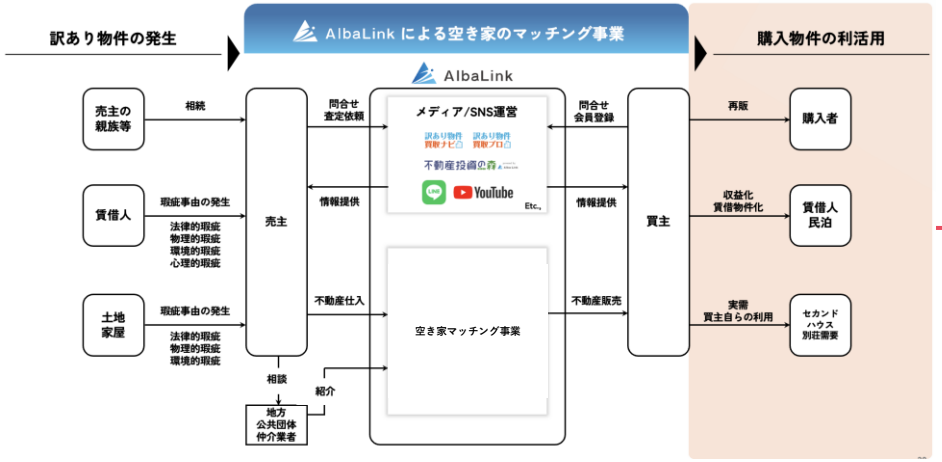

### 01 相続をはじめとした滞留不動産の継続発生

- 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。

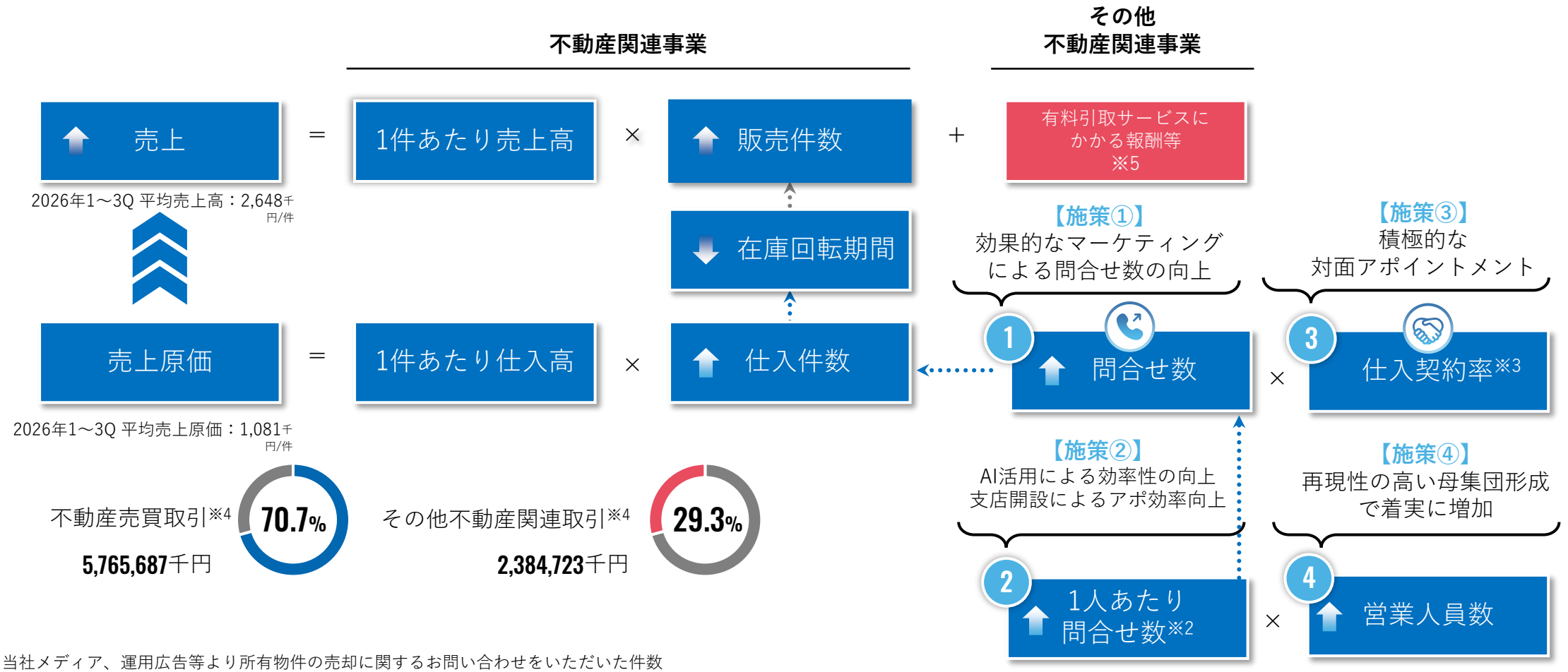
### 02 融資環境の影響は限定的

- 当社は比較的低価格帯の物件の取り扱いが多く、仕入時に担保融資を付けるケースは少ない。
- 販売先は個人投資家が中心で、融資を付けず手持ち資金で決済するケースがほとんどであるため、一般的な不動産会社と比べて融資環境の影響は限定的。

# 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注力。

重要指標である①問合せ※1、②1人あたりの問合せ数※2、③仕入契約率※3、④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

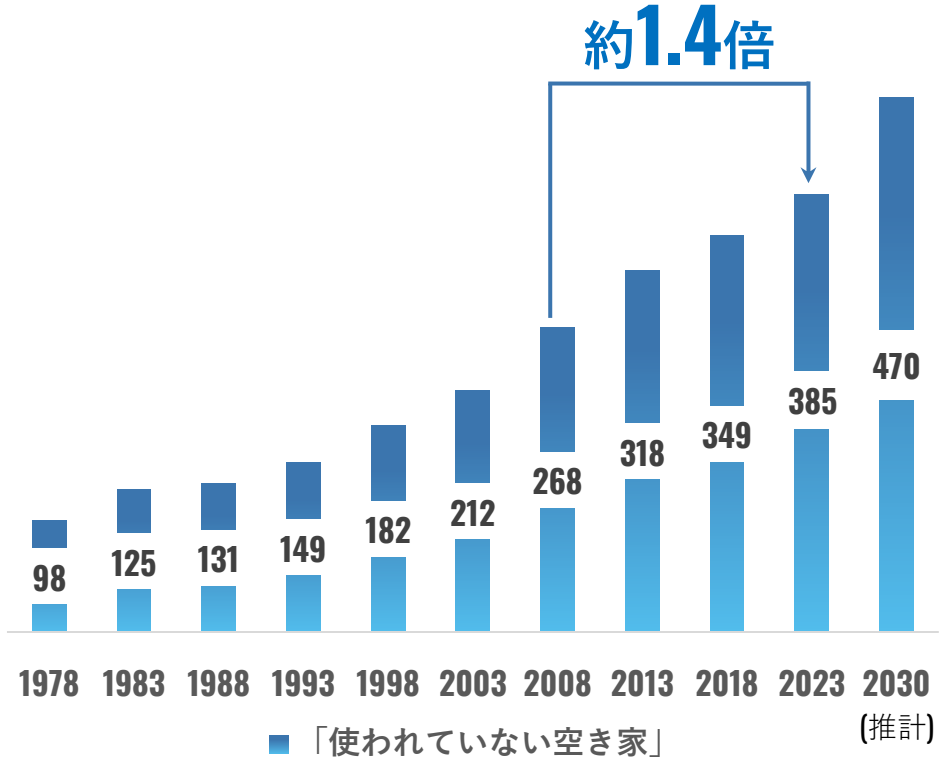



※1：当社メディア、運用広告等より所有物件の売却に関するお問い合わせをいただいた件数
※2：問合せ数÷営業人員数で算定される問合せ対応効率を測る指標
※3：仕入契約数÷問合せ数
※4：26年12月期1Q～3Qの売上構成割合から算出。
　　その他不動産関連取引に係る売上には、有料引取サービスに係る報酬、賃料収入、民泊運営収入等が含まれます。
※5：有料引取サービスの内容は、当社の取引形態の特徴(P36)をご参照ください

# 今後も「使われていない空き家」は更に増加し、2030年には、470万戸に達する見込み

AlbaLink

## 「使われていない空き家」は更に増加する見込み※1




## 事業対象となるのは「使われていない」空き家

| 空き家の種類 | | 説　明 |
|---|---|---|
| 空き家 | 「使われていない空き家」<br>当社の主な<br>仕入れ対象物件 | ここが当社の仕入れ対象となる、「**本当に使われていない・放置されている」空き家領域。**<br><br>賃貸用でもなく、売却用でもなく、二次的住宅としても利用されておらず社会問題となっているゾーン。 |
| | 賃貸用の空き家 | 新築・中古を問わず、賃貸のために空き家になっている住宅 |
| | 売却用の空き家 | 新築・中古を問わず、売却のために空き家になっている住宅 |
| | 二次的住宅 | 別荘やリモートワーク、残業での寝泊まりなどのための住宅 |

**「使われていない空き家」が**
**増加し続けており、大きな社会問題化**
**そして当社の大きな事業機会である**

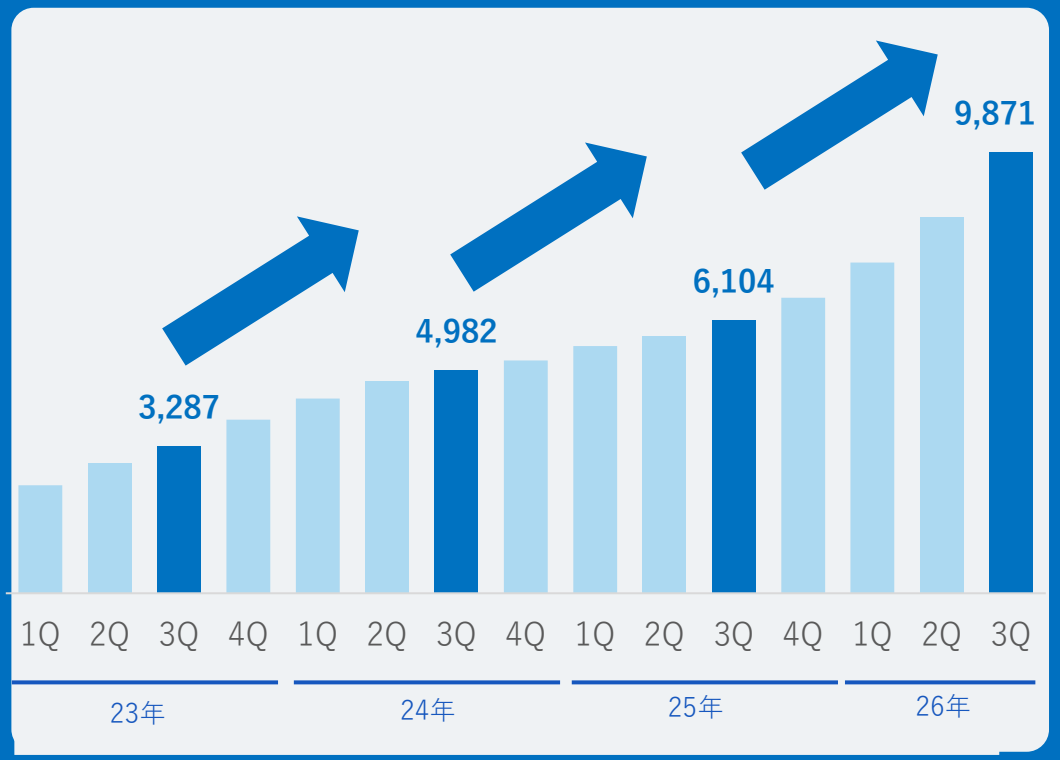
※1：関東地方整備局管内の地方公共団体における空き家対策に関するアンケート調査(令和５年度)をもとに作成
※2：令和５年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計(速報集計)結果：賃貸・売却用や二次的住宅(別荘など)を除く空き家を集計

# 当社不動産投資家の登録者数は増加傾向

AlbaLink

## 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

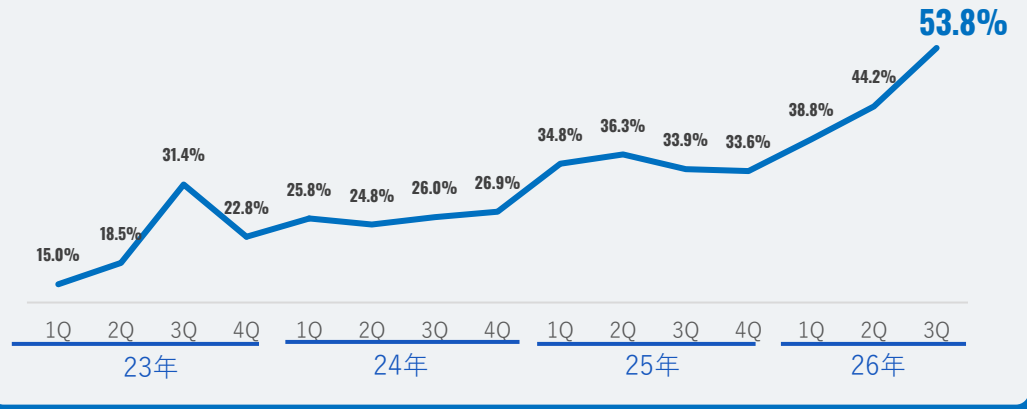



## リピート購入件数も大幅に増加

$$\text{2026年3Q リピート購入率} = \frac{\text{2026年3Q リピート購入件数}}{\text{2026年3Q 総販売数}} = 53.8\%$$

※：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

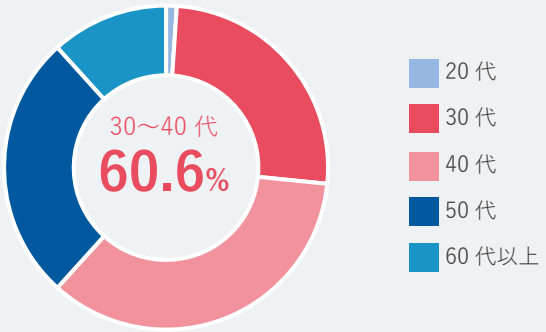


# 空き家投資の他に本業を持つ会社員等が多く、副業、第2の収入源としてのニーズが強い
# 当社の空き家購入層の7割近くが投資目的での購入

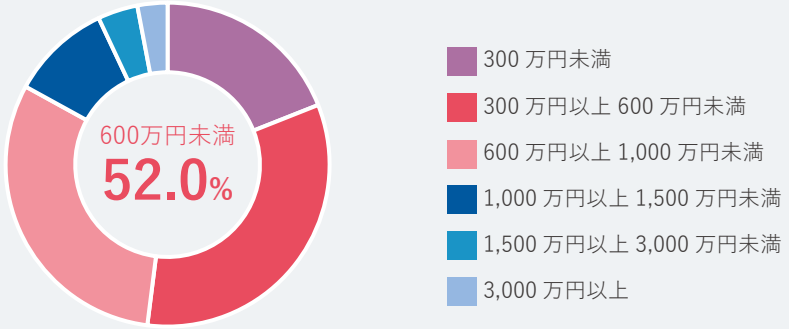
AlbaLink

## 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

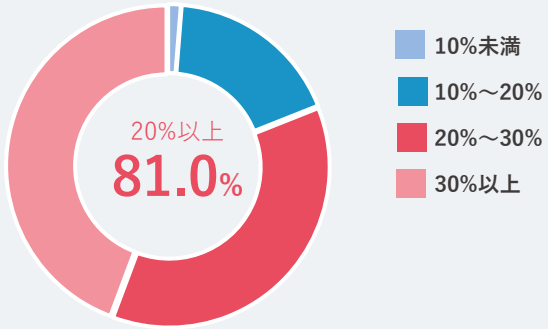
### 当社の空き家購入者の年齢分布※(n=94)



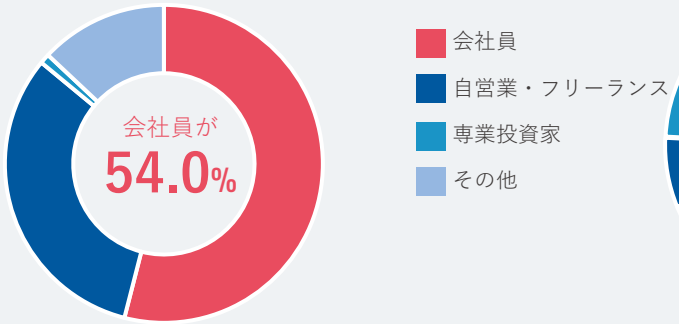

### 当社の空き家購入者の年収分布※ (n=100)



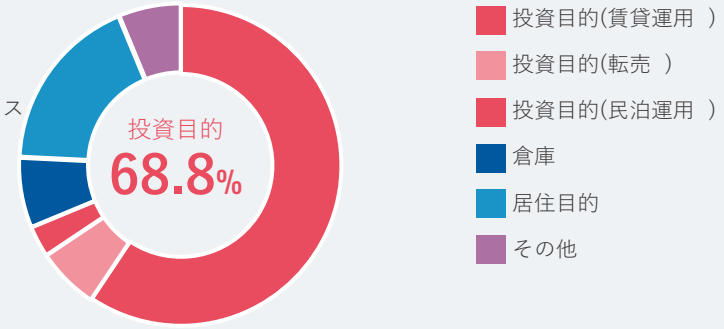

### 購入物件の利回り※ (n=79)




### 空き家購入者の職業分布※ (n=100)




### 空き家購入の目的の分布※(n=128)



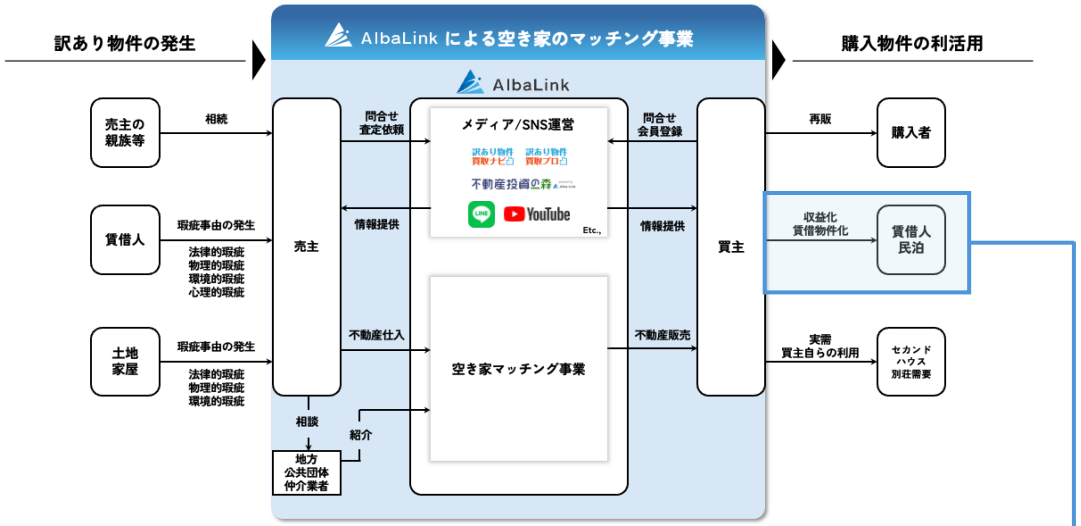

**当社の空き家購入者層の多くが投資目的での購入であり、**
**投資/副業/第2の収入源としてのポテンシャル**
**を大きく秘めている**

※：当社実施のアンケート(2026年7月実施)集計結果

# 購入者層である空き家投資家が見ているのは賃貸市場であり、いまだ根強い戸建需要
# 個人投資家の購入物件の利活用対象となる賃貸マーケットは広大であり、当社の成長余地は大きい

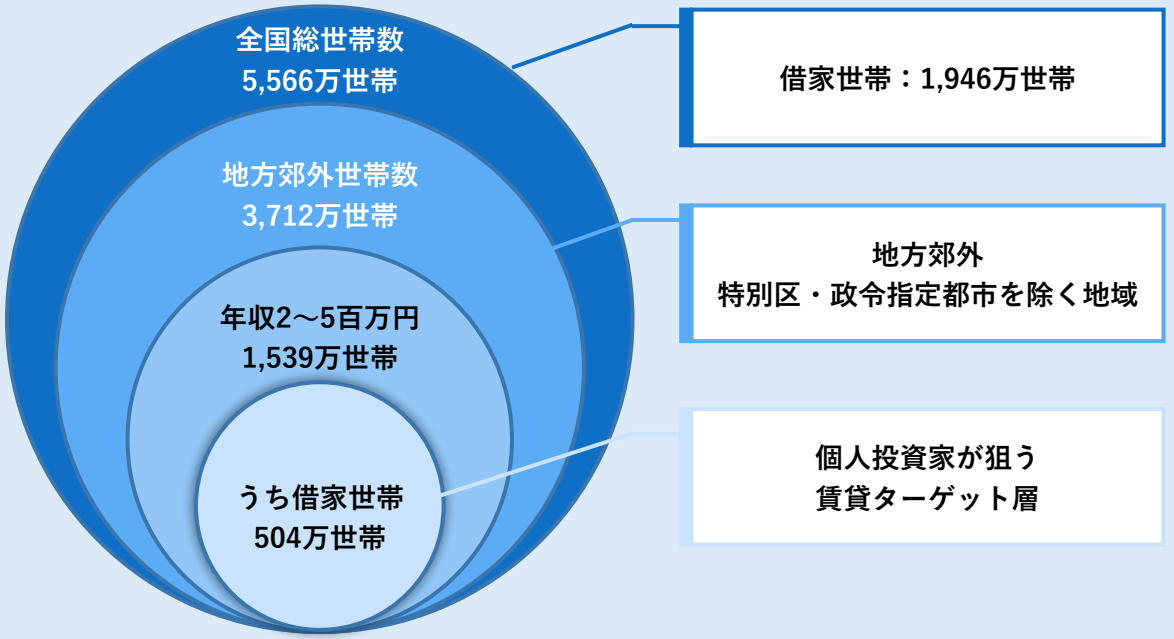
AlbaLink

## 主な投資家が見ているのは空き家の賃貸市場




空き家購入後の投資家の利用用途は多岐に渡るが、当社アンケートでは、**投資目的が68.8%**。（前頁参照）

## 賃貸市場の潜在顧客は504万世帯※



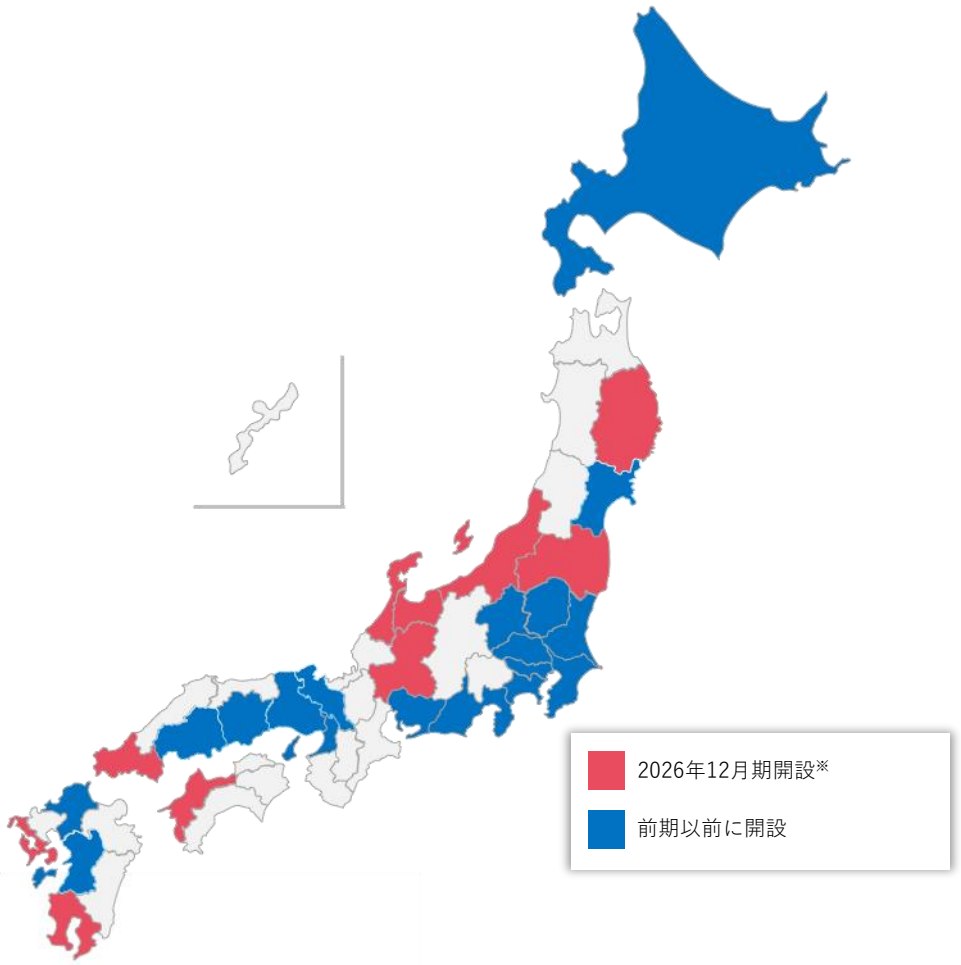

潜在顧客504万世帯に対し、当社の2025年販売件数は2,532件
約0.05%にとどまり賃貸市場への拡大余地あり

※：総務省「令和5年住宅・土地統計調査 住宅及び世帯に関する基本集計」、国土交通省「平成30年 住生活総合調査結果」

# 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

AlbaLink

## 日本全国の支店網




※：2026年11月12日現在、開設決議済みの支店を含む

## 01 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、売主と対面でお話を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。

## 02 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

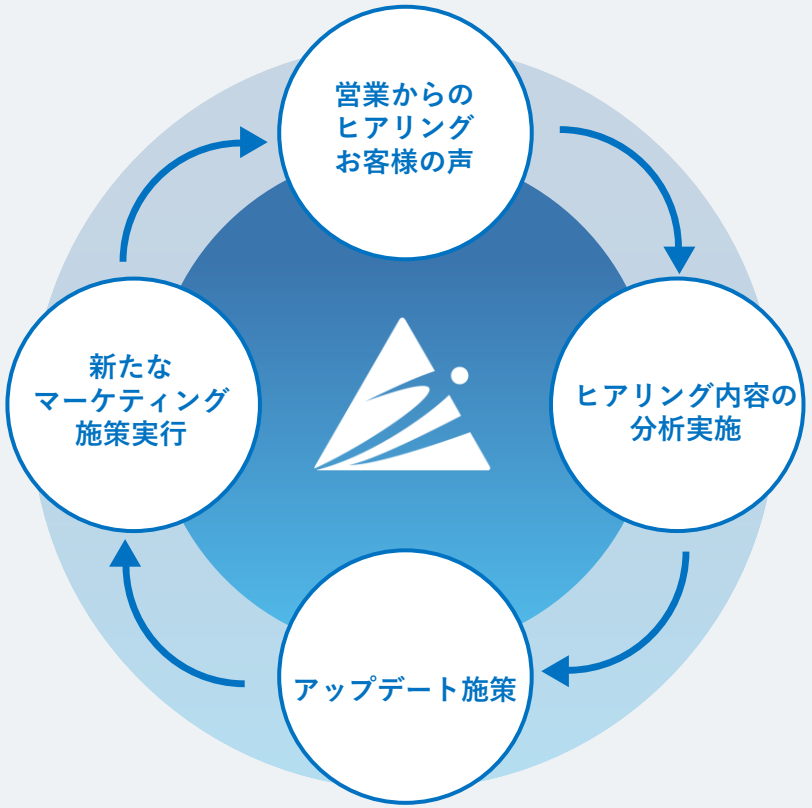
## 03 信頼度・知名度向上

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

# 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
# 不動産業界においてマーケティングチームを内製化していることは稀有であり、明確な競争優位性となる

AlbaLink

## 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までの4ステップ

### 01 問合せ獲得
マーケティングチーム主導で、広告および
自社メディア経由で問合せを獲得

### 02 査定・交渉
各支店の営業担当者が売主からの問合せにもとづき、
ヒアリング、物件保有者と折衝

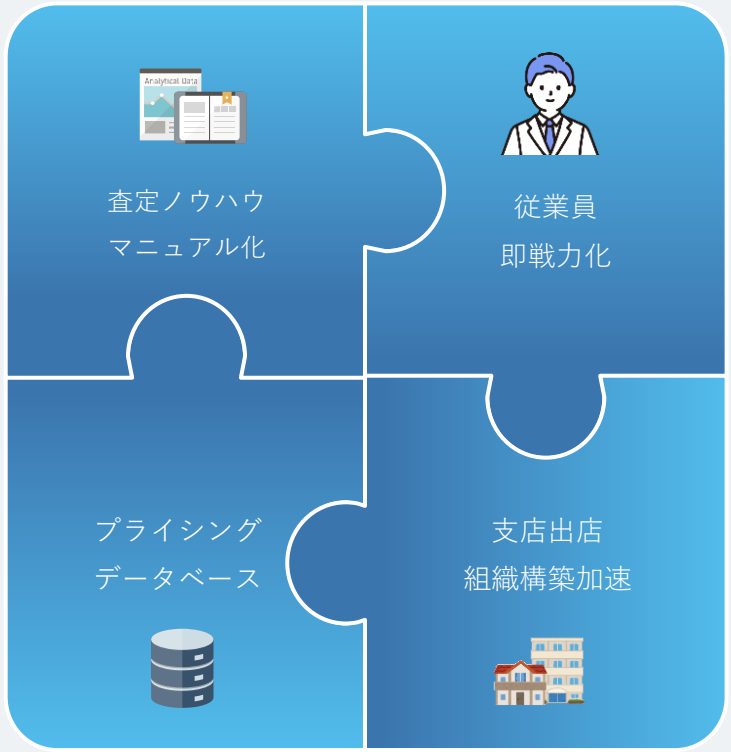
### 03 アップデート
営業担当者からのヒアリング、お客様からの声など
交渉履歴をもとに広告内容を調整

### 04 CPA最適化
これらの施策により、CPA（獲得単価）の最小化および
問合せあたりの売上総利益を最大化できる打ち手を実行

# 創業以来蓄積した４万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

AlbaLink

## 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




### 01 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

### 02 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で、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※：495万円、2025年12月期当社実績：729万円)により、高い採用競争力を維持

### 03 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

### 04 ４万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

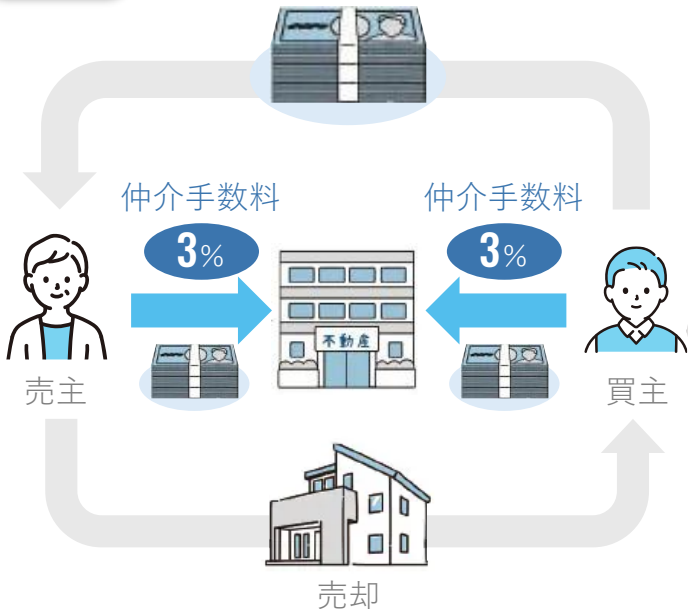
※：令和6年分民間給与実態統計調査

# これまでの不動産商慣習(多くの場合、仲介)では低廉な空き家は流通することが困難
# 賃貸市場に着目した適切な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

AlbaLink

## 「仲介」が多数の不動産売却

仲介




空き家は…



- 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

買取



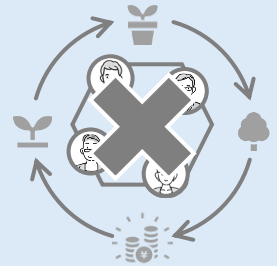

### 従来の査定モデル

空き家の売却が困難

**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



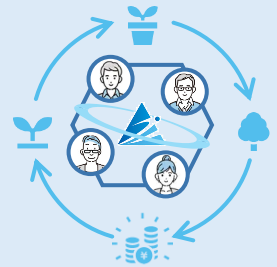
### 当社の査定モデル

空き家の売却

**収益査定**

◎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

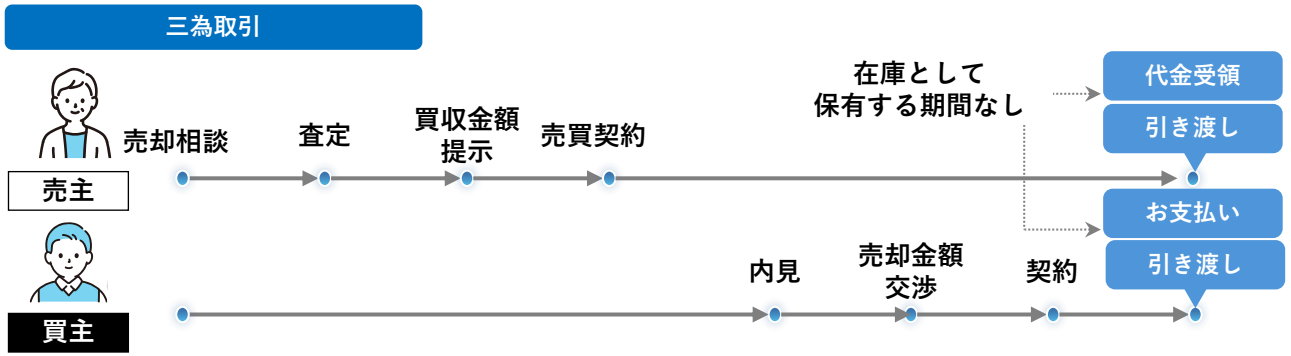


収益還元による査定が実現できるのは
投資家ネットワークがあるから

**深刻化する空き家問題を解消し、「空き家ゼロ」の世の中を目指す**

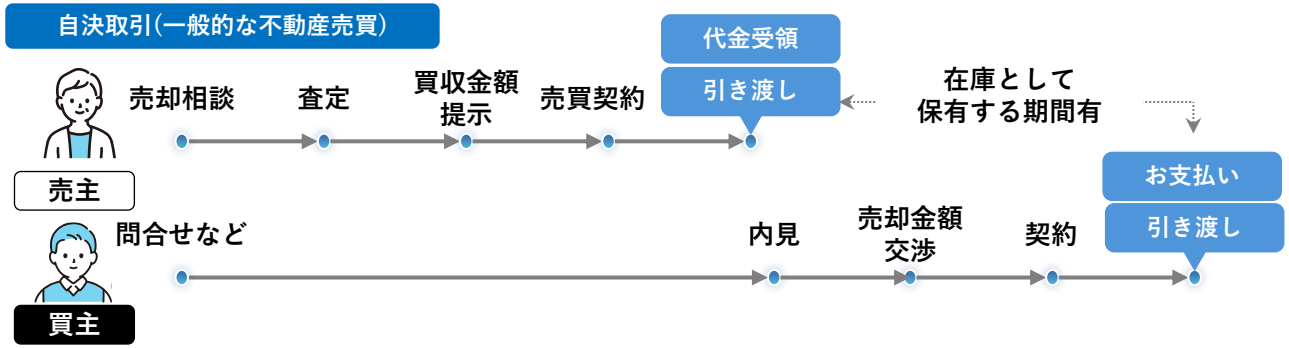
# 三為取引を積極的に活用し、回転率の向上および登記関連費用の削減による収益性の向上を図る
# 2026年12月期第3四半期は、販売件数のうち86.4%に三為取引を活用
# 買取が困難な物件も、手放したい要望がある場合には、十分な説明を行った上で有料引取が可能

AlbaLink



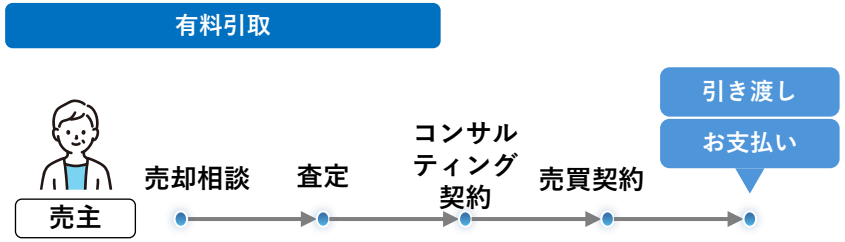

## 三為取引

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取引方法です。
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。




## 自決取引(一般的な不動産売買)

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取引方法です。
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。




## 有料引取

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。

# 買取対象物件の多くはそのまま流通させるのは困難な「訳あり物件」

AlbaLink

## 当社の買取事例






※1：当社の各支店に寄せられたGoogleの口コミを集計。2026年10月20日時点での集計
※2：当社では、各プラットフォームのガイドラインを厳格に遵守しております。Googleマップにおける口コミ投稿に関しまして、金銭や報酬を対価とした投稿の勧誘・依頼(いわゆるステルスマーケティング)は一切行っておりません

### 全国から集まる高評価の口コミ※1 ※2

**1,781件で平均4.70点**

**全国から集まった口コミは、5点満点中平均4.70点と**
**高い評価をいただいています。**
**口コミ以外にも電話や手紙などで感謝の言葉をいただく機会も多くあります。**

### 買取事例の一例

**01 10年放置された空き家**

10年近くも放置されていた空き家。当初は墓参りのついでに清掃や草刈りなどを行っていたが、所有者様の体力も落ち管理不全物件に。地元の不動産業者に相談するも断られ、テレビCMを見て当社にお問い合わせ。

**02 お隣からの通報**

5年前に実家を相続。所有者様は物件の遠方に居住しており、管理が困難。そんな中で、台風で屋根の一部が隣地の建物にぶつかり通報される事態に。さらに特定空家等に指定され税金も高くなったことがきっかけとなり、当社にお問い合わせ。

**03 庭のゴミが燃焼**

地元警察より「不審火で庭のゴミが燃えた」と連絡。建物までは燃え広がらず、すぐに地元の不動産業者に仲介を依頼するも、1年たっても一向に売却できず。リフォームや解体の提案を受けるものの、そのままの状態で当社にお問い合わせ。

**流通が難しい訳あり物件も、当社が価値を見出し、再流通させることで社会課題の解決に貢献します。**

# 新規事業(1/2)　民泊や賃貸物件による再生領域の展開

**自社で再生を行うことでさらに深いエリアごとの収益性に対する知見を獲得**
**再生ナレッジは地方創生・販路拡大・収益性の向上に寄与**

## 自社による民泊や賃貸事業を開始

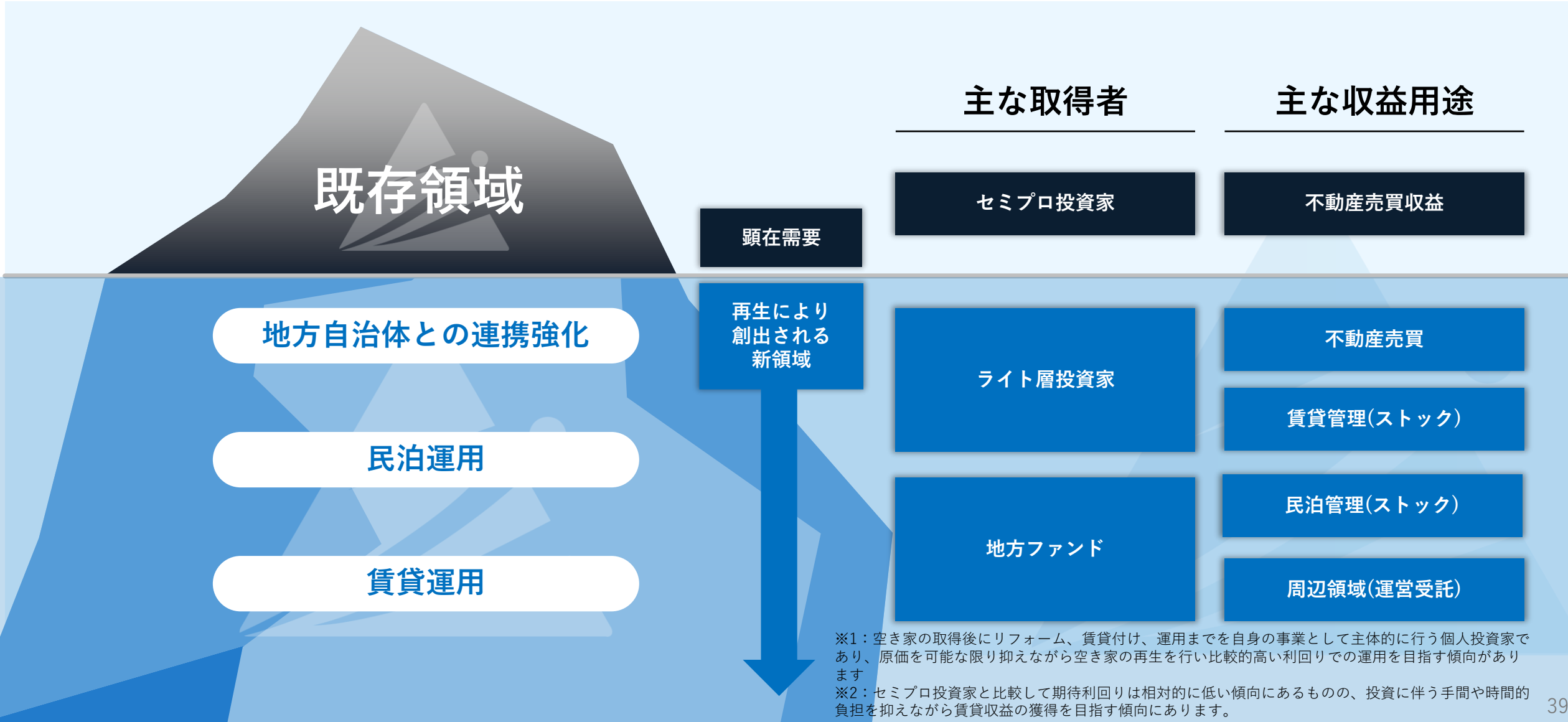



## 新規事業転用の業務フロー

仕入物件の新規事業への転用時には、新規事業チームが民泊運用・賃貸運用視点での査定を行い、転用を希望する場合には、買取再販チーム(物件の仕入から投資家向け販売まで一貫して行うチーム)に買取打診を行います。買取再販チームがこの打診を受けるか通常通り投資家向けに販売するかを選択することで適切な価格で社内転用を行える業務フローを確立しています

# 新規事業(2/2)　新領域への展開により増える販路と収益性

**自社で再生を行うことでさらに深いエリアごとの収益性に対する知見を獲得**
**再生ナレッジは地方創生・販路拡大・収益性の向上に寄与**




※1：空き家の取得後にリフォーム、賃貸付け、運用までを自身の事業として主体的に行う個人投資家であり、原価を可能な限り抑えながら空き家の再生を行い比較的高い利回りでの運用を目指す傾向があります
※2：セミプロ投資家と比較して期待利回りは相対的に低い傾向にあるものの、投資に伴う手間や時間的負担を抑えながら賃貸収益の獲得を目指す傾向にあります。

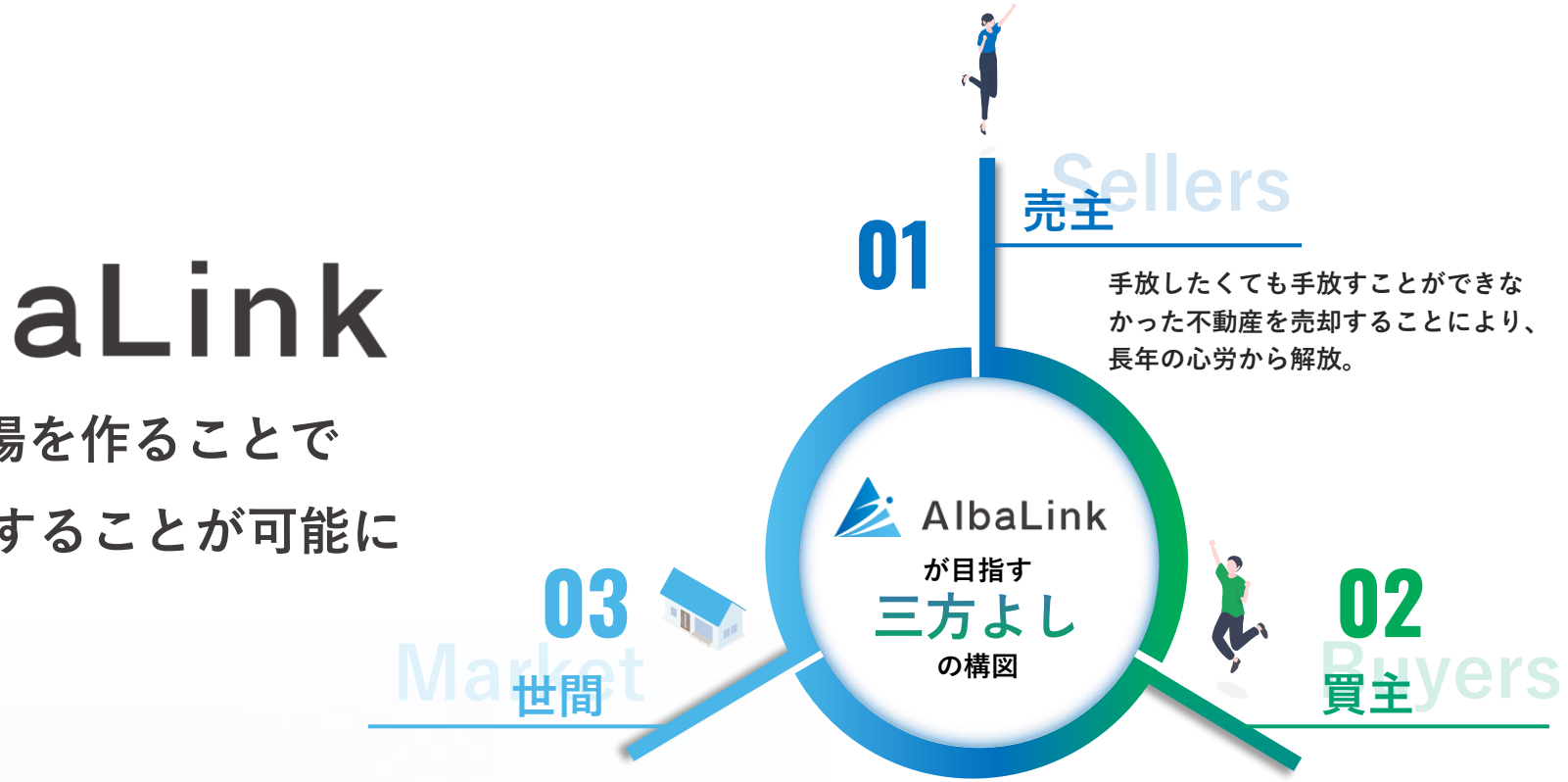
# 流動化されていない物件を市場へ再流通させることで三方よしを実現

AlbaLink

AlbaLink

が適正な空き家市場を作ることで

**三方よし**を実現することが可能に



# KPI

## Appendix

# A1

# 2024～2026年12月期第３四半期実績(KPI)

AlbaLink

| | | 2024年 | | | | 2025年 | | | | 2026年 | | | 2025/2026 3Q比較 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 増減額 | 増減率 |
| マーケティング関連 | 問合せ数 | 2,602 | 3,077 | 4,108 | 4,307 | 5,441 | 6,276 | 7,328 | 6,961 | 9,787 | 11,241 | 13,036 | +5,708 | +77.9% |
| | 指名検索数 | 14,800 | 13,800 | 15,160 | 16,200 | 17,800 | 23,400 | 29,400 | 59,300 | 51,000 | 44,000 | 52,600 | +23,200 | +78.9% |
| | 自治体提携数 | 1 | 1 | 2 | 5 | 12 | 16 | 20 | 25 | 39 | 57 | 85 | +65 | +325.0% |
| 仕入関連 | 支店数 | 7 | 8 | 10 | 12 | 15 | 16 | 19 | 19 | 22 | 24 | 26 | +7 | +36.8% |
| | 営業人員数(期末時点) | 31 | 34 | 47 | 52 | 54 | 60 | 72 | 89 | 97 | 111 | 135 | +63 | +87.5% |
| | 仕入契約数 | 305 | 368 | 498 | 422 | 616 | 622 | 815 | 892 | 1,207 | 1,374 | 1,702 | +887 | +108.8% |
| | 仕入契約率(%) | 11.7 | 12.0 | 12.1 | 9.8 | 11.3 | 9.9 | 11.1 | 12.8 | 12.3 | 12.2 | 13.1 | +2.0pt | - |
| | 1件あたり売上原価(千円) | 2,244 | 2,985 | 1,673 | 2,335 | 1,657 | 1,472 | 1,303 | 1,470 | 1,154 | 1,076 | 1,041 | △261 | △20.1% |
| | 仕入決済数 | 170 | 333 | 306 | 493 | 371 | 680 | 538 | 995 | 626 | 1,433 | 1,166 | +628 | +116.7% |
| 販売関連 | 不動産投資の森会員数 | 4,361 | 4,741 | 4,982 | 5,209 | 5,535 | 5,760 | 6,104 | 6,615 | 7,401 | 8,422 | 9,871 | +3,767 | +61.7% |
| | 販売件数 | 154 | 332 | 267 | 527 | 356 | 670 | 510 | 996 | 675 | 1,334 | 1,061 | +551 | +108.0% |
| | 三為比率(%) | 53.2 | 73.2 | 68.2 | 73.8 | 82.0 | 81.9 | 86.1 | 82.1 | 84.3 | 86.1 | 86.4 | +0.3pt | - |
| | 在庫残高※(百万円) | 1,214 | 841 | 1,069 | 719 | 722 | 737 | 1,002 | 804 | 1,028 | 1,114 | 1,268 | +266 | +26.6% |
| | 1件あたり売上高(千円) | 4,060 | 4,793 | 3,478 | 4,354 | 3,514 | 3,373 | 2,984 | 3,160 | 2,841 | 2,616 | 2,565 | △419 | △14.0% |
| | 1件あたり売上総利益(千円) | 1,816 | 1,807 | 1,805 | 2,018 | 1,857 | 1,901 | 1,682 | 1,690 | 1,686 | 1,540 | 1,523 | △158 | △9.4% |
| 生産性関連 | 1人あたり問合せ対応件数(件/月) | 31.0 | 30.2 | 31.4 | 28.2 | 34.4 | 36.3 | 34.9 | 28.0 | 34.7 | 35.0 | 33.0 | △1.9 | △5.4% |
| | 1人あたり仕入契約数(件/月) | 3.6 | 3.6 | 3.8 | 2.8 | 3.9 | 3.6 | 3.9 | 3.6 | 4.3 | 4.3 | 4.3 | +0.4 | +11.0% |
| | 1人あたり仕入決済数(件/月) | 2.0 | 3.3 | 2.3 | 3.2 | 2.3 | 3.9 | 2.6 | 4.0 | 2.2 | 4.5 | 3.0 | +0.4 | +13.5% |
| | 1人あたり販売件数(件/月) | 1.8 | 3.3 | 2.0 | 3.4 | 2.3 | 3.9 | 2.4 | 4.0 | 2.4 | 4.2 | 2.7 | +0.3 | +11.9% |
| | 1人あたり売上高(千円) | 22,333 | 46,802 | 21,269 | 44,996 | 23,757 | 39,196 | 21,744 | 37,928 | 20,401 | 32,623 | 20,672 | △1,072 | △4.9% |
| | 1人あたり売上総利益(千円) | 9,990 | 17,647 | 11,039 | 20,860 | 12,556 | 22,089 | 12,258 | 20,286 | 12,108 | 19,203 | 12,278 | +20 | +0.2% |

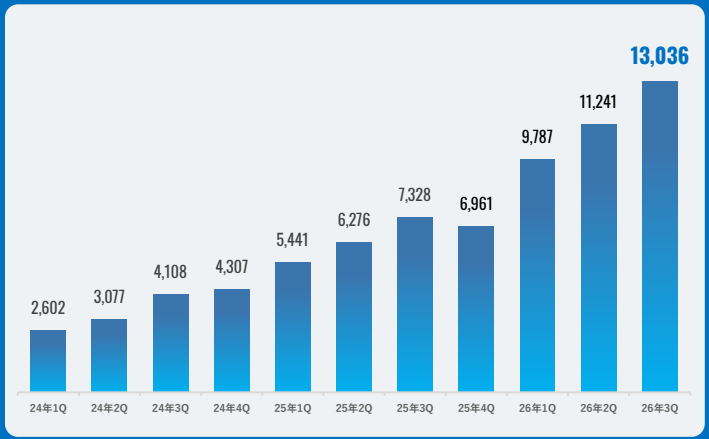
※：「販売用不動産」および「仕掛販売用不動産」の合計残高から民泊用及び賃貸用の在庫を控除して算出した金額

# マーケティング関連

AlbaLink

（単位：件）

## 問合せ数




### 指標概要

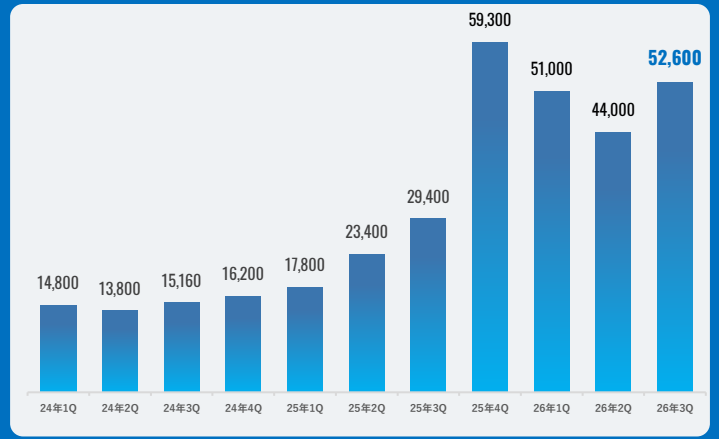
対象期間に獲得した物件所有者からの売却相談件数。常に10種類以上の広告媒体をテストしながら件数調整を行っており、1つの広告手法が使用できなくなったとしても他の媒体でカバー可能な体制を構築し、リスクヘッジを継続

### 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

（単位：件）

## 指名検索数




### 指標概要

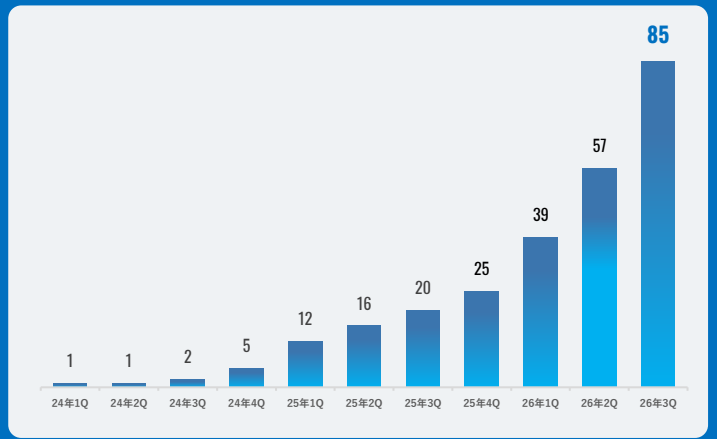
対象期間に検索エンジンにおいて「AlbaLink」「アルバリンク」と検索された数。空き家を売る際に当社を想起して直接的に検索をしたものと想定し、認知度を表す指標

### 指標の方向

25年4Q、26年1Qはグロース市場への上場による効果で急増。上場による認知度の拡大、TVCMやマスメディアへの露出により緩やかに増加することを目指す

（単位：自治体）

## 自治体提携数




### 指標概要

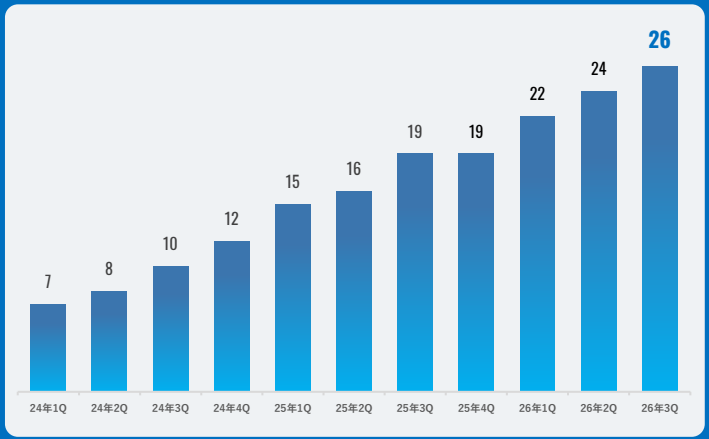
対象期間末時点での提携関係にある地方自治体の数。オフラインからの案件獲得、地方自治体との連携PJの実現に向けた重要指標

### 指標の方向

事例を増やし信頼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

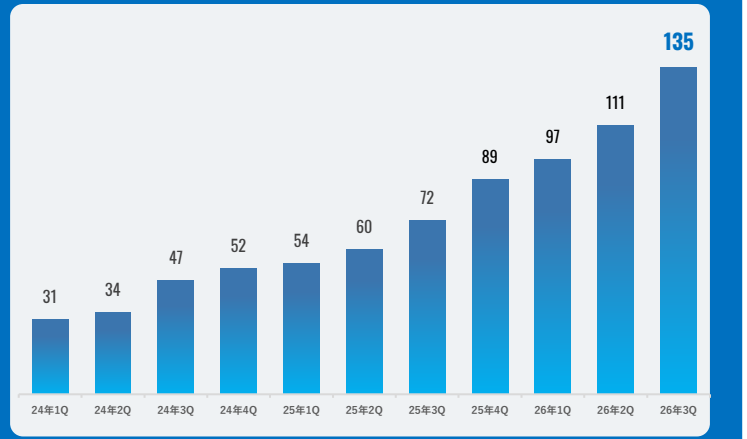
四半期末時点の支店数

### 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

（単位：人）




### 指標概要

対象期間末時点の営業人員数。
新卒は現場配属となる3Q以降にカウントに含めています

### 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

## 仕入契約数

（単位：件）




### 指標概要

対象期間における仕入契約数。仕入決済の先行指標。
売主都合キャンセルが一定数(通常5～10%程度)発生するため、一部は仕入決済に至らないことがあります

### 指標の方向

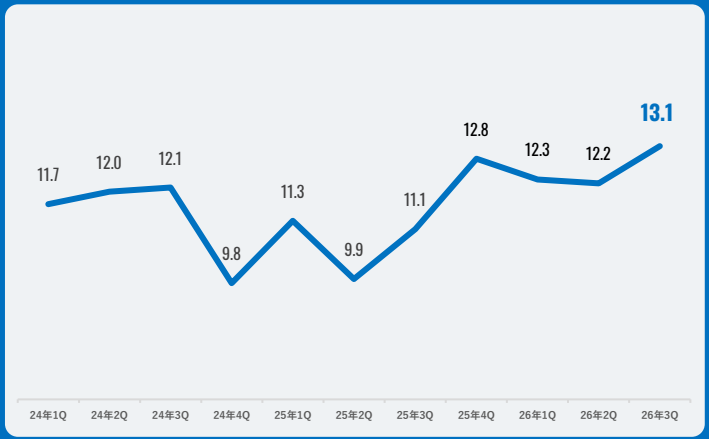
問合せ数の増加、営業人員数の増加に比例して増加を目指す

# 仕入関連

AlbaLink

## 仕入契約率

（単位：%）




**指標概要**

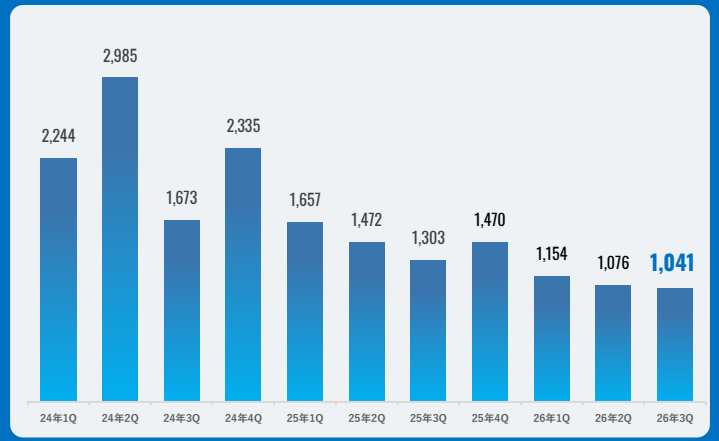
対象期間における当社の問合せに対する仕入契約率。対象期間の仕入契約数÷対象期間の問合せ数で算定

**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、仕入契約率の増加に寄与することを目指す

## 1件あたり売上原価

（単位：千円）




**指標概要**

対象期間における物件売買にかかる平均売上原価

**指標の方向**

地方物件の取り扱い増加に伴い減少傾向

## 仕入決済数

（単位：件）




**指標概要**

対象期間における当社の仕入決済数。インセンティブ制度による半期末毎の偏重傾向

**指標の方向**

問合せ数の増加、営業人員数の増加に比例して増加を目指す

# 販売関連

AlbaLink

（単位：人）

## 不動産投資の森会員数




### 指標概要

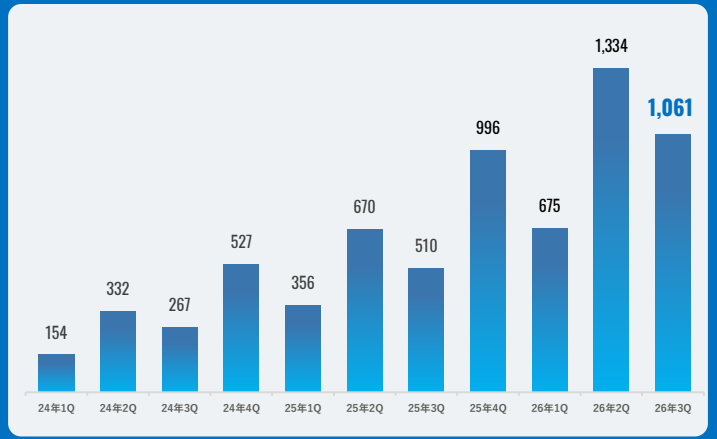
対象期間末時点の不動産投資の森会員数

### 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

（単位：件）

## 販売件数




### 指標概要

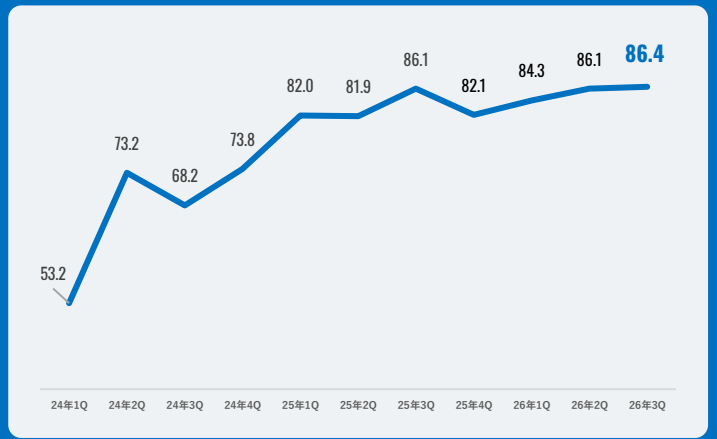
対象期間における当社の販売決済件数

### 指標の方向

仕入決済数の増加に連動して増加

（単位：%）

## 三為比率




### 指標概要

対象期間における当社が販売した物件のうち三為取引での販売の比率

### 指標の方向

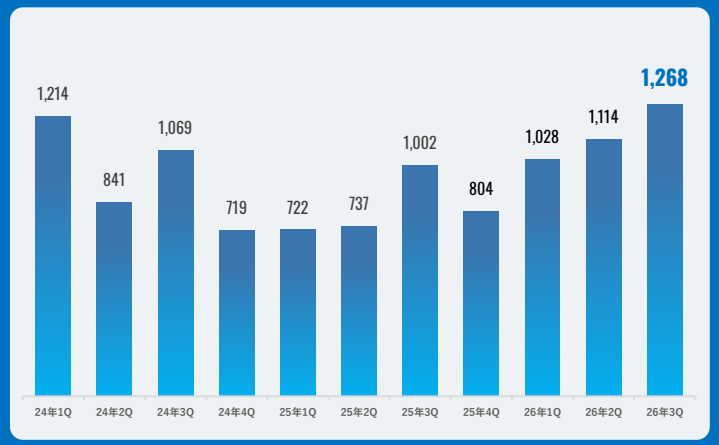
売主都合による自決取引(早期売却希望など)も一定程度発生するため、中長期的には維持を目指す

# 販売関連

AlbaLink

## 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」の合計残高から民泊用及び賃貸用の在庫を控除して算出した金額)の合計

**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、在庫残高は売上規模に対し適正水準を維持

## 1件あたり売上高

（単位：千円）




**指標概要**

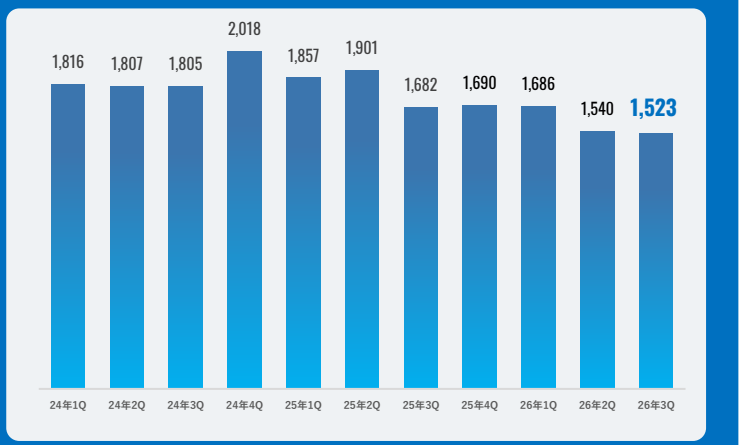
対象期間における物件売買にかかる平均売上高

**指標の方向**

地方物件の取り扱い増加に伴い減少傾向

## 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平均売上総利益

**指標の方向**

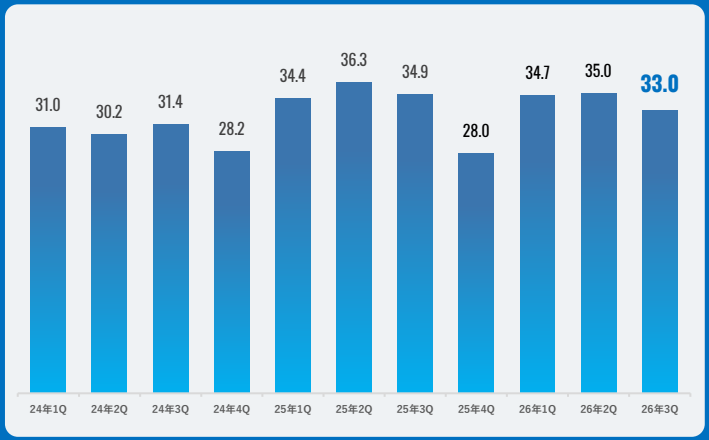
地方物件の取り扱い増加に伴い若干の減少傾向

# 生産性関連

AlbaLink

（単位：件/月）

## 1人あたり問合せ対応件数




### 指標概要

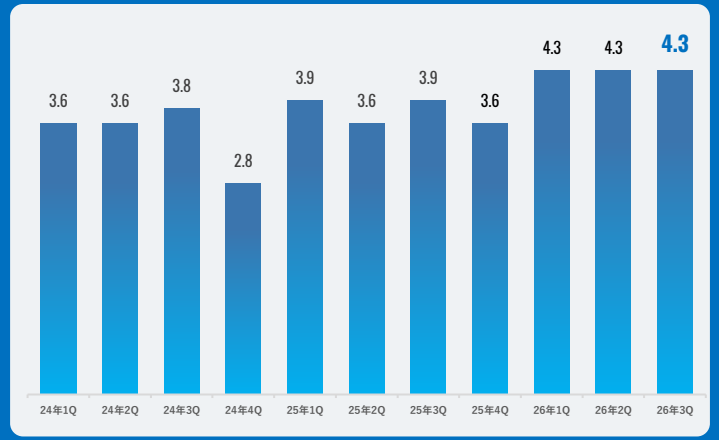
対象期間内に営業人員1人が対応した問合せ数の1ヵ月平均

### 指標の方向

AI・DX投資による効率化にて、長期的に増加を目指す

（単位：件/月）

## 1人あたり仕入契約数




### 指標概要

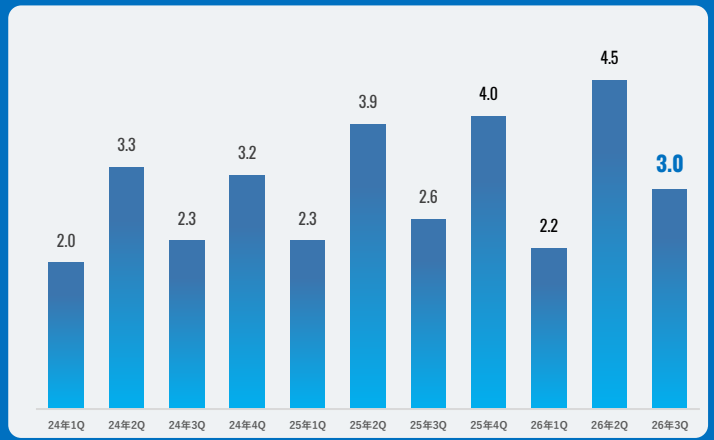
対象期間内に営業人員1人が対応した仕入契約件数の1ヵ月平均

### 指標の方向

AI・DX投資による効率化にて、長期的に増加を目指す

（単位：件/月）

## 1人あたり仕入決済数




### 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ヵ月平均

### 指標の方向

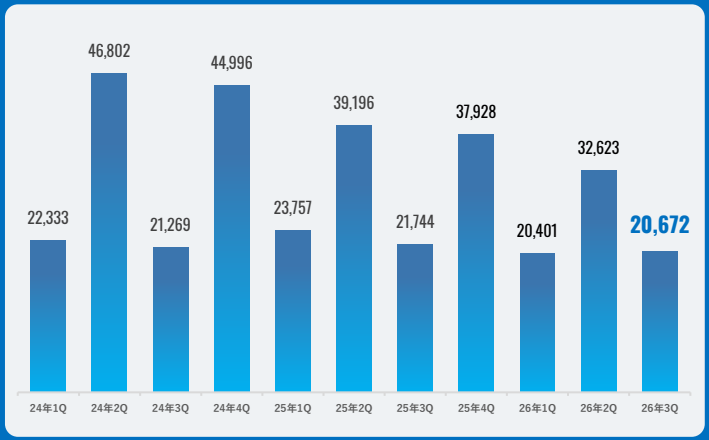
AI・DX投資による効率化にて、長期的に増加を目指す

# 生産性関連

AlbaLink

（単位：千円/人）

## 1人あたり売上高




### 指標概要

四半期における営業人員1人あたりの売上高。営業人員数は重要指標「仕入関連」に記載。民泊の売上は控除して算定

### 指標の方向

地方物件の取り扱い増加に伴い減少傾向

（単位：千円/人）

## 1人あたり売上総利益




### 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。営業人員数は重要指標「仕入関連」に記載。民泊の売上は控除して算定

### 指標の方向

地方物件の取り扱い増加により減少傾向であるが、営業人員の生産性向上により維持～増加の傾向

（単位：件/月）

## 1人あたり販売件数




### 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

仕入件数の増加に応じて増加を目指す

# よくある質問

Appendix

# A2

# よくある質問

AlbaLink

**Q1** KPIのうち、特に重要な指標を教えてください

**A1** 当社の売上総利益は、問合せ獲得から販売までのタイムラグを無視すると、概ね「問合せ数 × 仕入契約率 × 1件あたり売上総利益」に分解できます。また、問合せの獲得には余力があり、営業人員の対応可能な件数に合わせて獲得数を調整しているため、問合せ数は「営業人員数 × 1人あたり問合せ数」で算定されます。
したがって、問合せ数、営業人員数、1人あたり問合せ数、仕入契約率、1件あたり売上総利益の5指標が、売上総利益に最も直接的につながる重要なKPIと考えています(当社の収益構造の詳細はP27をご参照ください)。

**Q2** 地方出店の拡大により1件あたり売上総利益が低下していますが、利益率を維持・改善できますか

**A2** 地方物件は都市部に比べて物件価格が低いため、1件あたり売上高・売上総利益は小さくなる一方、仕入価格も低く抑えられることから売上総利益率は高くなる傾向にあります(P23参照)。当第３四半期の1件あたり売上総利益は1,523千円(前年同期比△9.4%)と低下しましたが、1人あたり仕入契約数の増加(前年同期3.9件/月→当四半期4.3件/月)により、営業人員1人あたり売上総利益は12,278千円(前年同期12,258千円)と前年同期並みを維持しております。規模拡大により販管費は増加しますが、今後も1人あたり売上総利益が大幅に低下しなければ、1人あたり売上高が低下しても売上総利益率の上昇を通じて営業利益率は改善すると考えております。引き続き、現地アポイントの徹底やAI活用による効率化により、1人あたり生産性の維持・向上を図ってまいります。

# よくある質問

AlbaLink

**Q3** 2027年の出店加速による投資負担を上回る利益成長は実現できますか

**A3** 2026年12月期は10支店を開設し、営業人員は135人(前年同期末比+87.5%)に増加したほか、認知広告・新規事業・自治体提携等の中長期的な先行投資を積極化しましたが、第３四半期累計期間の営業利益は928百万円(前年同期比+68.6%)、営業利益率は11.4%(同+0.5pt)と、費用の増加を上回る利益成長を実現しております。新規支店は営業人員の採用・育成を経て仕入契約が立ち上がるまで一定期間費用が先行しますが、既存支店での問合せ獲得・仕入のノウハウを横展開することで早期の立ち上げを図っております。なお、支店開設に伴い直接発生するPL上の費用(礼金、備品の取得等)は1支店あたり5百万円程度であり、出店そのものによる費用負担は限定的です。2027年12月期も14支店の開設を計画しており、出店による費用増加を吸収しながら利益成長を継続してまいります。

**Q4** 当社の事業の市場規模（TAM）についての考え方を教えてください

**A4** 現時点では、当社の扱う訳あり物件に投資したいニーズは強く、物件の仕入さえできれば短期間で販売できる市場環境であると認識しております。一方で、空き家を中心とした訳あり物件は年々増加していくため、中長期的には仕入よりも販売がボトルネックになる可能性が高いと考えております。当社は主に高い投資利回りを求める個人投資家に対して販売を行っており、この層がどこまで拡大するかの推計は困難ですが、新規事業（民泊・賃貸）による投資家層の拡大や、個人投資家の育成などの施策を進めております。

# よくある質問

AlbaLink

**Q5** 新規事業(民泊・賃貸事業)を拡大する理由を教えてください

**A5**

当社は取得物件の大半を投資家向けに販売しておりますが、2025年より取得物件の一部を戦略的に民泊・賃貸用に転用し、自社運用する取り組みを行っています。主な目的は次の4点です。
①物件の運用データ(賃料・稼働率・修繕コスト等)を自社に蓄積し、査定精度と投資家(買主)への提案力を高めること
②運用収益を確保しつつ、市況や業績の進捗によって販売タイミングを決定できる資産をストックすることで将来の業績の安定化に寄与すること
③リフォームや賃貸付けの手間をかけずに投資をしたいライト層の投資家へ販路を拡大すること
④将来的には運用実績の付いた複数物件をファンド等の形で販売することで、1件あたり売上総利益の拡大を目指すこと
今後も運用成績を検証しながら、資金効率を意識した投資を行ってまいります。

**Q6** TVCMの放映エリアを教えてください

**A6**

一部例外はありますが、関東を除くすべての支店開設都道府県の地上波にてTVCMを放映しております（2026年11月12日時点）。中長期的な認知獲得を目的に、費用対効果を勘案の上で実行しております。

# よくある質問

AlbaLink

**Q7** 販売(売上・売上総利益)が2Q、4Qに偏重する要因を教えてください

**A7** 当社売上高が2Q、4Qに偏重する主要因は、半期の売上総利益を算定基礎とする累進的歩合制度を導入していることにあります。当該制度のもと、営業人員は半期の前半(1Q、3Q)に仕入物件の確保に注力し、後半(2Q、4Q)に当該物件の販売決済を集中的に進めることで半期売上総利益の最大化を図る傾向にあり、結果として売上および売上総利益の計上が2Q、4Qに偏重しています。
当該制度は売上・売上総利益の偏重の要因となるデメリットがある一方で、半期の売上総利益を最大化できる制度と捉えており、現時点で制度を大きく変更する予定はないため、売上・売上総利益が2Q、4Qに偏重する傾向は当面継続するものと考えております。

**Q8** 有料引取サービスの会計処理について教えてください

**A8** 有料引取サービスにおいて売主様から受領する報酬は、入金時点では前受金として計上し、当該物件を販売したタイミングで収益として認識しております。

# よくある質問

AlbaLink

**Q9** 金利上昇が当社の仕入、販売に与える影響について教えてください

**A9**

一般的な不動産事業者では物件仕入代金支払いのため、物件担保融資を付けることが多いですが、当社の取り扱う物件は仕入金額が小さく、かつ、販売までの期間も短いため仕入時に担保融資を付けることはほぼございません。
一方で販売においては、一般的には購入者が融資を付けることが多いですが、当社の取り扱う物件の性質(金額が小さい、担保評価がでにくい訳あり物件)上、多くの購入者は融資を付けず手元資金での購入を行います。
そのため、金利が上昇局面にあっても当社事業に与える影響は軽微であると考えております。

AlbaLink

## 本資料ご利用上の注意

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。