不動産プラットホーム

リビン・テクノロジーズ

不動産売却の一括査定サイト運営

「リビンマッチ」に年間24万件の依頼

川合大無社長

不動産売買仲介会社が売却案件を獲得する手段として活用が広がるのが、不動産一括査定サイトだ。さまざまなサイトがあるなかでトップクラスの利用数を誇るのが「リビンマッチ」。年間24万件の査定依頼を集めるこのサイトを運営するのはリビン・テクノロジーズ（東京都中央区）。主力事業のさらなる拡大とともに、外壁塗装のマッチングサービスやVR内覧といった分野にも展開を進めている。

「新規案件」を発掘

リビン・テクノロジーズは2004年設立。不動産や住宅業界向けのDXサービスを展開しており、グループ従業員数は148名（2025年6月末時点）。本社のほか大阪などの都市に拠点を構え、2024年9月期の連結売上高は35億7000万円に上る。営業利益は約2億円だ。

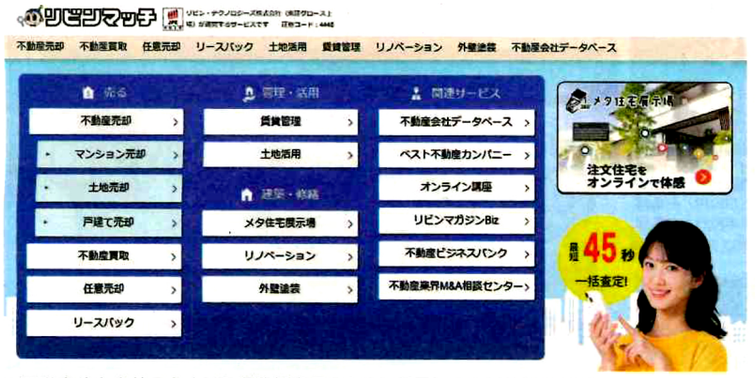
収益の柱は、不動産一括査定サービスの「リビンマッチ」。不動産の売却を考えるユーザーと、不動産仲介会社を結びつけるマッチングプラットフォームだ。売主は物件情報や希望条件を入力すると、情報が平均2社、最大6社の仲介会社に一括送信される。その後、仲介会社各社から連絡が来る仕組み。売主は事業者を比較したうえで売却仲介の依頼先を選ぶことができる。売主にとっては、無料で、手間をかけずに複数の業者と接点をもてる利便性がメリットだ。一方で、事業者は手早く売主の情報を獲得できる点がメリット。

現在、リビンマッチには業界最大規模の約2100社の仲介業者が登録。サイトを通じ仲介会社に売却希望者の情報が送られると、仲介会社は1件あたり約1万5000円の送客料を支払い、見込み客へアプローチ機会を得る。売却査定依頼は年間約24万件。そのうち対応できる業者がいないケースを除いた約18万件が不動産会社に送客される。この送客による年間収益は約30億円となり、同社の売上高の大半を占める主力ビジネスとなっている。

不動産会社2100社へ送客

そのため同社では売主からの査定依頼を増やすことが重要事項。そこで同社はインターネット広告を利用した集客に注力しており、毎年かなりの額を広告費に充てる。

「集客を増やすための広告への投資、研究には非常に力を入れています」と、代表取締役の川合大無氏は話す。こうした大規模な広告投資により、同社では年間24万件にものぼる査定依頼を獲得。発掘するのは、多くが市場に出る前の「新規発生」の案件だ。仲介会社が自力ではリーチしにくい、売却検討初期段階の潜在的な売主を発掘している。



▲不動産仲介会社の多くが売却情報獲得のために利用しているリビンマッチ

営業全域を支援

一方、査定や売却媒介を担うパートナー、不動産売買仲介会社の開拓も重要だ。集客した物件を仲介会社に送客することで売上になるためだ。営業部隊約30名が全国の仲介会社を訪問するとともに、インサイドセールスも組み合わせながら地道に開拓を進めてきた。

同社では査定依頼後の売主の行動も独自に追跡しており、査定から2年以内に売却に至った割合は約35%にのぼると同社。

しかし、仲介会社によっては、リビンマッチを利用してせっかくユーザーにアプローチする機会を得ても、人材やノウハウの不足などが原因でチャンスを生かせないケースもある。そこで同社では、そうした仲介会社の営業活動全体を支援するサービスも提供している。

代表的なものが、査定依頼の受け方から査定書の作成、顧客管理に至るまでの一連の営業フローをeラーニングで提供するというもの。また、多忙な営業担当に代わり、同社のコールセンターが売主にアポイントメントを取りつけたり、長期的な追客を支援したりするなど、幅広いサービスを展開している。

サービス多角化へ

「大学時代から起業志向だった」と語る川合社長。同氏は大手インターネット広告代理店に在籍後、独立。当初は広告代理店業を営んでいたが、差別化の難しさから自社サービスの開発を検討し始めた。当時、高品質なサービスが不足していた不動産の売却や査定といった分野に着目し、立ち上げたのが「リビンマッチ」だ。あるとき、「広告を出すほどに売上高が伸びる」ことに気がつき、広告予算を大幅に上げたところ、売上高が1年で2・5倍に急増。2019年には東京証券取引所マザーズ（現・グロース市場）に上場を果たした。

同社は今後の展望として、まず主力事業である「リビンマッチ」への注力を継続するとしている。背景には、中古住宅市場の拡大もある。

「新たに家を買う人のうち、中古を選ぶ割合は、20年前は27%程度でしたが、現在は約42%にまで増えています。中古で買う人が増えれば、当然売る人も増え、そして売却前には査定が必ず入る。査定依頼数も、今後まだまだ増加が見込まれます」（川合社長）

今後の需要増加を見据え、同社では広告による集客体制をさらに強化し、査定依頼件数の継続的な拡大を図る構えだ。

併せて、収益源を広げるための事業多角化にも力を注いでいく。売上高の7割がリビンマッチ関連に集中することから、メディア横断での収益化モデル構築に注力する。具体的には、同社が現在提供する、外壁塗装と屋根塗装の一括見積りサービス「ぬりマッチ」や、VR内覧サービス「メタ住宅展示場」といったサービスにも力を入れる考えだ。さらに、不動産会社の業務をサポートする新たなサービスの開発も視野に入れ、事業領域の拡大を図る。

会社概要

会社名	リビン・テクノロジーズ
代表者名	川合大無
本社所在地	東京都中央区
設立年	2004年
従業員数	148名
事業内容	マッチングサービス運営など
会社全体売上高	35億円