

年商**6億円**からわずか**4年**で売上**13倍**！
直近決算で売上高約**78億円**を突破した急成長の軌跡

社会課題解決企業 マークスライフ株式会社 代表取締役が語る 事業拡大と理念経営の真髄



マークスライフ株式会社
代表取締役

花原 浩二 氏

流通科学大学を卒業後、1999年新卒で大和ハウス工業株式会社に入社。2016年当社を創業し、代表取締役に就任。「不動産の可能性を追求し、世の中の困りごとを解決する」をビジョンに掲げ、日本の社会課題の解決に挑み続けている。著書「不動産オーナー・管理会社のための事故物件対応ハンドブック」



株式会社船井総合研究所
補助金・ファイナンス支援部
マネージング・ディレクター

石田 武裕

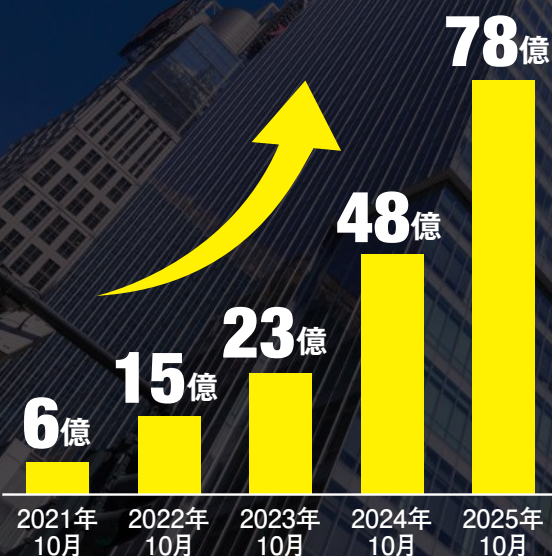
新潟県出身。新潟大学経済学部卒業後、2005年4月商工組合中央金庫入社。12年6月にわたり、融資営業・審査一体となった銀行業務を経験。2017年10月船井総合研究所入社。財務コンサルタントとして支援先のキャッシュフロー改善、資金調達枠拡大、支援実績を多数有す。2024年9月マネージング・ディレクター就任。

社長対談 花原 浩二 氏が語る

社会課題を解決し急成長を実現した事業戦略と理念経営

マークスライフ株式会社は、2021年10月期年商6億円からわずか4年で売上を13倍に伸ばし、2025年10月期には売上高約78億円を達成。そして、2026年10月期100億円企業化を目指すと言います。この目覚ましい成長の原動力は、一体どこにあるのでしょうか？

マークスライフ株式会社 売上高推移



2026年5月時点拠点



Q1

マークスライフ株式会社を創業された経緯と、社会課題解決を事業の軸に据えたきっかけをお聞かせください。



【花原氏】

創業の背景には、1995年の阪神・淡路大震災と、2013年の父の急逝という二つの大きな転機がありました。特に父の死を通じて「いつ自分の人生が終わるかわからない」という死生観が強まり、世の中に役立つ仕事をして人生を終えたいという強い思いが固まりました。事業を通じて世の中の困りごとを解決したいと考えた時、行き着いたのが、金融機関や業界から敬遠されがちな「事故物件」や「空き家」の問題でした。困っているご遺族が目の前にいるのに、誰も助けようとしません。この状況はおかしいという信念から、社会の「負」の資産を正しく流通させ、課題を解決する事業に人生をかけて挑むことを決意しました。

Q2

2021年10月期年商6億円からわずか4年で売上を13倍に伸ばし、2025年10月期には売上高約78億円を達成。驚異的な成長を遂げていますが、その原動力は何でしょうか？



【花原氏】

すべては「世のために。人のために。」という企業理念です。この理念を発信し続けたことで、共感してくれたメディアが取り上げてくださり、お客様からのご相談が自然と集まるようになりました。そしてもう一つ不可欠だったのが、私の直感やアイデアを実行に移してくれる「財務プロチーム」の存在です。理念に共感して集まった、銀行出身の鈴木部長と監査法人出身の宮本CFOという二人のプロフェッショナルが、資金調達という「攻め」と、安全装置としての「守り」を担ってくれているからこそ、私は資金繰りの恐怖に縛られることなく、安心して事業拡大に挑戦できております。

Q3 全国が多拠点展開を驚異的なスピードで進められていますが、どのような出店戦略があるのでしょうか？

【花原 氏】

私たちの多拠点展開は、「課題を抱えている場所に出店する」という方針に基づいています。困っている方がいるエリアや、提携企業からの要望に応える形で出店しており、私たちの都合ではなく、地域や提携企業様の課題を解決するために、支店開設を進めております。現在では全国に20拠点を展開するに至りました。このスピード展開を可能にしているのが、当社の資金調達力です。出店が決まれば、オープン前に鈴木部長が現地へ飛び、地元の地方銀行と泥臭く関係を築いて融資枠を事前に確保してくれます。「資金の道を作ってから店を出す」という先回りの仕組みが完備されているため、資金不足で出店が足踏みすることがないのです。

Q4 2026年には売上100億円を見据えられていますが、今後の展望についてお聞かせください。

【花原 氏】

2026年に見込んでいる売上100億円という数字は、あくまで私たちのビジョンに向けた通過点に過ぎず、ゴールではありません。当面は、日本が抱える少子高齢化や空き家問題といった喫緊の社会課題の解決に全力を注ぎます。財務とは単なる金勘定ではなく、社会からの信頼の積み重ねであり、理念を実現するための最強の武器です。世の中に困っている人がいる限り、盤石な財務基盤と最強のチームで挑み続け、マークスライフという存在がなくてはならない「ライフソリューション企業」としての責任を果たし続けます。

年商**6億円**からわずか**4年**で売上**13倍**！
直近決算で売上高約**78億円**を突破した急成長の軌跡

大型投資を支える！ ファイナンス部 部長 鈴木 氏が語る 銀行開拓と資金調達の極意



マークスライフ株式会社
取締役 財務経理本部
ファイナンス部 部長

鈴木 成知 氏

2009年4月神奈川銀行入社、2021年5月マークスライフ入社、2023年5月取締役就任。元銀行員としての経験を武器に、取引金融機関を50行超まで拡大させた資金調達のスペシャリスト。銀行が取扱いづらい不動産を、緻密なデータを用いて銀行員が納得する言語に翻訳し、融資の扉をこじ開けた。出店前には現地へ飛び、先に資金の道を作ることで、会社の成長スピードを一切落とさせない実行力を誇る。



株式会社船井総合研究所
補助金・ファイナンス支援部
マネージング・ディレクター

石田 武裕

部長対談 鈴木 氏が語る

全国多拠点展開のスピードを落とさない現場の資金調達術

花原氏の掲げる理念を具現化し、年商約78億円への驚異的な急成長を資金面から支えるのが、ファイナンス部部長の鈴木氏による「気合いと仕組み化」の資金調達戦略です。

Q1 貴社の急成長を支える資金調達についてお聞かせください。特に金融機関との関係性構築で重視している点は何でしょうか？

【鈴木 氏】

当社では、多くの銀行と付き合う「多行取引」の方針を推進しており、当初は10行程度だった取引金融機関を、現在では50行超まで大きく拡大させています。この新規開拓においては「気合いと仕組み化」を重視しています。具体的には、財務担当者が現地で泥臭く新規開拓から関係構築までを徹底的に行うことで深い関係性を築いています。この資金調達活動により、大規模な投資が可能となり、事業規模が飛躍的に拡大、億単位を超えて10億単位まで投資ができる資金調達環境を作り上げました。

Q2 事業が軌道に乗るまで大変だった時期の資金調達について教えてください。



【鈴木氏】

以前、業績が低迷した時期、金融機関から融資を受けるのが困難だったこともありました。特に、大型投資や新規出店費用を全額融資してくれる金融機関の開拓が難しくなった時は非常に厳しい状況でした。しかし、私たちは都合の悪い情報も隠さず、将来に向けた先行投資としてどういう意味を持つのかを、銀行の共通言語で丁寧に説明し続けました。

結果的に、事業の意義に理解を示してくれた金融機関から融資を取り付け、危機を乗り越えることができました。事業への深い理解と共感を持った金融機関を自社の「応援団」にすることが非常に重要です。

Q3 金融機関から融資を引き出す上で、難易度の高い商材や新規事業ならではの課題はありますか？



【鈴木氏】

私たちが扱う商材は、担保評価の出にくい不動産の取り扱いも多く、融資のハードルが高いものもありました。

しかし、諦めずに過去の販売実績データを全て持参し、事業の確実性と流動性を金融機関にご納得いただけるレベルの解像度で事前に準備し、粘り強く説明しました。

その結果、事業性評価をいただくことができ、とある一行が融資を決定した瞬間、オセロのように他行も一気にひっくり返し、次々と融資枠が開かれていく突破口となりました。

この実績データと徹底した情報開示（デットIR）が、絶対的な信頼につながっています。

Q4 地方への支店展開（全国多拠点展開）における資金調達のポイントは何でしょうか？



【鈴木氏】

全国展開のスピードを落とさないための鉄則は、「出店が決まってから動き出すのではなく、出店候補地の目星がついた段階で資金の準備を完了させること」です。

実際に拠点を開設するはるか前に、ファイナンス部は現地の銀行へ飛び込み、事業説明を行って事前に融資枠を確保しています。

オンライン等で済ませるのではなく、自ら現地に足を運ぶ泥臭さが銀行との信頼を生みます。

このように「資金の道を作ってから店を出す」先回り資金調達こそが、多拠点展開を加速させる最大の強みです。

Q5 貴社の資金調達戦略には、他社にはない人への投資も含まれていると伺いました。



【鈴木氏】

その通りです。急成長に伴い、賞与やインセンティブが多額となり、支払いがキャッシュフローを大きく圧迫しないよう、適切にコントロールすることが重要です。

そのため、私たちは賞与資金をあえて銀行から「半年間の分割返済」で借り入れるスキームを導入し、手元資金の急減を防いでいます。また、新規開拓や支店展開には惜しみない人材投資が不可欠であり、人が集まり成長する環境に投資することで、事業全体のレバレッジを効かせています。

当社はこの度、TOKYO PRO Market上場を実現しましたが、上場後も銀行との関係性は変わらず、素直に現状を伝える誠実な姿勢を重視し、売上100億円とその先を見据えた成長戦略を描き続けています。