



2025年1月16日

各位

会社名 株式会社 property technologies  
代表者名 代表取締役社長 濱中 雄大  
(コード番号：5527 東証グロース市場)  
問合せ先 取締役コーポレート本部長 松岡 耕平  
(TEL 03-5308-5050)

### 2024年11月期通期決算説明会書き起こし

当社は、2025年1月14日に開催いたしました個人投資家・機関投資家合同開催2024年11月期通期決算説明会につきまして、当社の事業活動や今後の方向性について理解を深めていただくため、その書き起こしを下記のとおり公開いたします。

2024年11月期通期決算概要、2025年11月期の業績見通し、中期経営計画の進捗状況等についてご説明しておりますので、株主・投資家の皆さまにおかれましては、ぜひご覧いただけますと幸甚に存じます。

#### 記

##### 【開催概要】

##### 2024年11月期通期決算説明会

開催日時：2025年1月14日（火）17:00～18:00

開催方法：「Zoom」を利用したウェビナー配信

開催内容：2024年11月期通期決算概要、2025年11月期の業績見通し、中期経営計画の進捗状等に関するご説明ならびに質疑応答

登壇者：代表取締役社長 CEO 濱中 雄大  
専務取締役 COO 岩尾 英志  
取締役 CFO 松岡 耕平  
PropTech 戦略部長 CTO 金子 健哉

##### 【資料】

2024年11月期通期決算説明資料+成長可能性に関する事項

[https://contents.xj-](https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS09170/9d218c13/370e/4148/8eb2/16fbc15f9b22/140120250113549776.pdf)

[storage.jp/xcontents/AS09170/9d218c13/370e/4148/8eb2/16fbc15f9b22/140120250113549776.pdf](https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS09170/9d218c13/370e/4148/8eb2/16fbc15f9b22/140120250113549776.pdf)

書き起こし本文につきましては、次ページ以降をご確認ください。

以上

property technologies

# 2024年11月期 通期決算説明資料

+成長可能性に関する事項



2025年1月 株式会社 property technologies (証券コード: 5527)

司会:

皆様、本日はお忙しい中、株式会社 property technologies 2024年11月期通期決算説明会にご参加いただき誠にありがとうございます。

本日は、先ほど16時に開示いたしました決算説明資料をもとにご説明させていただきます。

なお、ご説明終了後に質疑応答の時間を設けております。

ご質問がございましたら、Q&Aよりご入力をお願いいたします。

それでは、本日の登壇者をご紹介します。

株式会社 property technologies 代表取締役社長 CEO 濱中 雄大

専務取締役 COO 岩尾 英志

取締役 CFO 松岡 耕平

PropTech 戦略部長 CTO 金子 健哉

以上4名です。

それでは濱中より説明をいたします。

よろしくお願いいたします。

- 01 2024年11月期 決算概要
- 02 中期経営計画の進捗状況
- 03 2025年11月期 業績見通し
- 04 事業概要
- 05 Appendix

代表取締役 CEO 濱中 雄大（以下「濱中」）：

本日はお忙しいところ、当社 2024 年 11 月期決算説明会にご参加くださいます。ありがとうございます。代表取締役社長の濱中です。

本日 16 時に開示しました資料を使って、実績と計画についてご説明させていただきます。

資料 1 ページ目の目次をご覧ください。

「2024 年 11 月期決算概要」「中期経営計画の進捗状況」「2025 年 11 月期 業績見通し」  
この順序でご説明いたします。

それでははじめに、「2024 年 11 月期決算概要」です。CFO の松岡よりご説明いたします。



※1 2024年11月期よりOC販売用物件にかかる減価償却費処理方法変更(表示科目の変更)。同処理方法による2023年11月期のEBITDA2,059百万円

※2 仕入件数・販売件数については中古住宅決済件数

© property technologies Inc.

3

取締役 CFO 松岡耕平 (以下「松岡」) :  
ご説明申し上げます。

3 ページの通期業績ハイライトをご覧ください。

売上高 416 億 1,200 万円。前年対比で 12.6% の増加。

広告宣伝費除く EBITDA が 21 億 1,600 万円。

前年同期比 2.7% 増加。EBITDA は注釈してありますが、減価償却費の処理方法が変わりましたため前期と今期で若干数字が変わっております。

1 年前の資料をご覧になっている方、そこに書いていました EBITDA の数字が注釈に書いてありますが、20 億 5,900 万円になります。

この 20 億 5,900 万円に対して 2.7% の増加とご覧ください。

売上利益に直結する仕入販売の決済数。通期で仕入が 1,186 件、販売が 1,245 件。

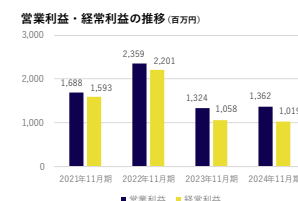
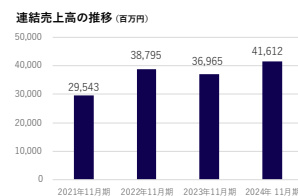
第 4 四半期の 3 か月間では仕入が 315 件、販売が 351 件となっております。

## 連結損益計算書 (2024年11月期)

property  
technologies

マンションが大きく伸び、戸建減少分をカバーし前年比増収。長期在庫の販売促進による利益率低下あるも粗利額は増加業績予想との対比では売上から純利益まで予想値を上回る結果

	2023年11月期 実績	2024年11月期 実績	差異	2024年11月期 業績予想	差異
連結売上高 (百万円)	36,965	41,612	+4,647	40,400	+1,212
ホームネット	27,422	33,263	+5,841	—	—
戸建2社	9,522	8,301	▲1,221	—	—
粗利益	6,387	6,640	+253	—	—
粗利率	17.3%	16.0%	▲1.3%	—	—
営業利益	1,324	1,362	+37	1,230	+132
営業利益率	3.6%	3.3%	▲0.3%	3.0%	+0.3%
経常利益	1,058	1,019	▲39	940	+79
当期純利益	661	635	▲26	550	+85



© property technologies Inc.

4

松岡：

4 ページに連結損益計算書の概要を掲載しております。

前年度の比較では主に中古マンションを扱うホームネットの販売が順調に推移しまして、連結売上高は46億4,700万円の増加となっております。

粗利率がマイナス1.3%となっておりますが、主に中古マンション販売において販売期間が長期化した物件の粗利率低下が影響したものになります。

一方で通期にわたり厳選仕入を徹底することで収益確保の体制を整えておりまして、粗利の金額では前年度を上回る実績となっております。

経常利益以下、前年度対比では減額となっておりますが、2023年11月期に営業外収益として受取配当金7,800万円、特別利益として保険解約益9,700万円を計上しておりますので、この数字を除いた比較では純利益に至るまで前年度対比増益となっております。

期初にお出しした業績予想対比では、売上、利益ともに予想値を上回っております。

第4四半期3か月間の売上・利益は、前年実績・予算値を大きく上回る結果となった  
特に中古マンション販売が好調で、新築戸建の苦戦をカバー。第4四半期偏重の予算を超過達成

(単位:百万円)	2023年11月期 4Q実績(3か月)	2024年11月期 4Q実績(3か月)	差異	2024年11月期 4Q予算(3か月)	差異	
売上高	10,861	13,777	+2,916	12,530	+1,247	<b>売上</b> > 中古マンション販売順調。戸建の引渡は予算未達となるも、全社で前年比・予算比とも大きく上回る売上高確保
営業利益	656	929	+273	830	+99	<b>利益</b> > 4Qは利益率が回復し(前年比・予算比を上回る)営業利益以下大きく増益
親会社株主に帰属する当期純利益	357	586	+229	480	+106	

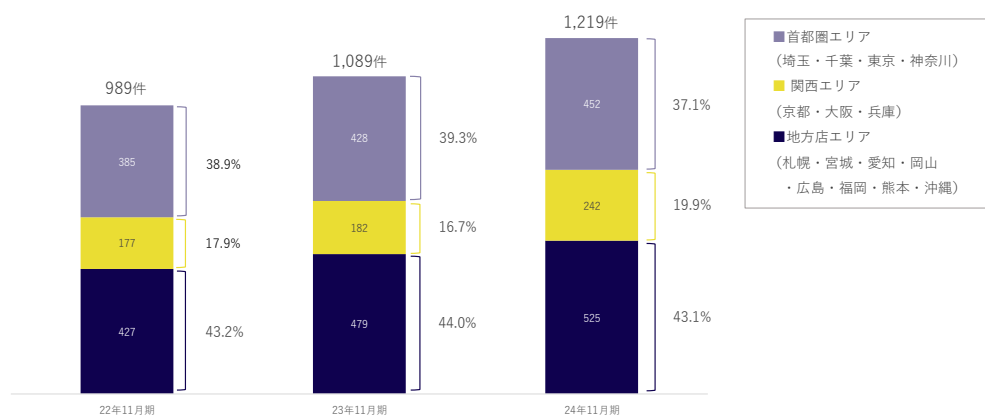
松岡：

5 ページに第 4 四半期の実績比較を掲載しております。

新築戸建は苦戦と書いておりますが、元々第 4 四半期偏重の予算を組んでおりまして、相当数の引き渡しを行い売上利益の確保をしております。

そこに加えて中古マンションは好調で、前年度対比、予算対比でも大きく超過する結果となっております。

なお、後ほど触れますが、2024 年 11 月期の下半期より仕入を始めている高価格帯の中古マンション、当資料ではプレミアムマンションと表記しておりますが、こちらの販売についても一部を第 4 四半期に計上しております。



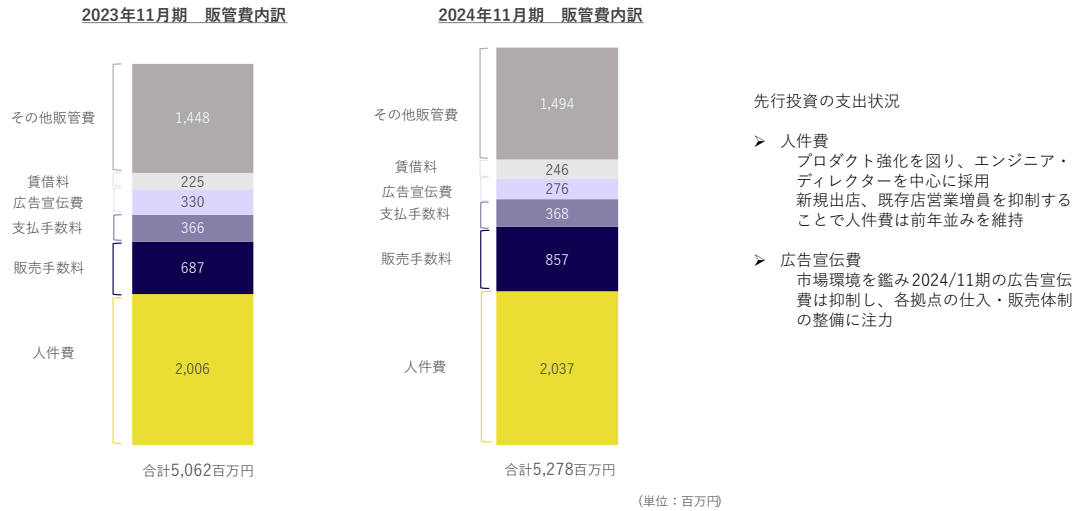
松岡：

6 ページに販売契約件数のエリアごとの内訳を掲載しております。

ご覧の通り 2024 年 11 月期は関西エリアの割合が若干増えております。

エリアごとの割合では、新規出店などによっても変化が生じますが、全国展開する中である程度のポートフォリオ分散ができております。

市場動向に応じて毎年若干の増減が生じるものとして、1 年間の販売結果としてご覧いただければと存じます。



松岡：

販管費の内訳は7ページに載せております。

販管費は合計額2億1,600万円増えまして、52億7,800万円となっております。

売上高に対する比率としましては、13.7%から12.7%へと低下しております。

内訳として、この表では黒っぽいところですが、販売手数料が1億7,000万円ほど増加しています。

この費用につきましては変動費ですから、固定費をほぼ増やさずに増収を図れているとご覧ください。

2024年11月期は主力の中古マンション販売が好調に推移しましたが、上半期に販売期間長期化による粗利率低下傾向も見られましたため、厳選仕入の徹底を核とした各拠点の仕入販売体制の整備に注力しました。

そのため期初に想定しました先行投資を抑制することとなりました。

資料記載の通り、人件費は必要なエンジニア、ディレクター採用を進めつつ、新規出店や既存店営業増員を抑制しています。

広告宣伝費につきましても広告効果の検証を進めた結果、期中の費用消化については抑制することとなっております。



## 貸借対照表 (2024年11月期 通期前年比較)

property  
technologies

主要な増減項目は、棚卸資産+40億円、現預金▲8億円、有利子負債+25億円

(単位：百万円)	2023年11月期	2024年11月期	増減
流動資産	34,948	37,892	+2,944
うち現金及び預金	5,763	4,961	▲802
うち棚卸資産	27,699	31,687	+3,988
うちOC販売用不動産	5,397	5,893	+496
固定資産	3,126	2,899	▲227
資産の部	38,075	40,791	+2,716
流動負債	24,832	27,853	+3,021
固定負債	6,121	5,461	▲660
負債の部	30,954	33,314	+2,360
純資産の部	7,120	7,477	+357
有利子負債	27,355	29,925	+2,570
純有利子負債	21,592	24,964	+3,372

© property technologies Inc.

8

松岡：

続いて8ページには貸借対照表を掲載しております。

1年間で棚卸資産が約40億円増加しております。

棚卸資産と固定資産を併せた資産増加は約37億円。

こちらは純有利子負債の増加34億円と純資産、

利益による増加3億円で賄う構図になっております。

	2021年11月期 通期	2022年11月期 通期	2023年11月期 通期	2024年11月期 通期	2024年11月期 1Q (3か月)	2024年11月期 2Q (3か月)	2024年11月期 3Q (3か月)	2024年11月期 4Q (3か月)
連結売上高 (百万円)	29,543	38,795	36,965	41,612	7,634	11,369	8,831	13,777
ホームネット	20,158	27,873	27,422	33,263	6,237	9,457	7,220	10,349
戸建2社	9,316	10,887	9,522	8,301	1,388	1,904	1,603	3,406
販売戸数 (決済・引渡し)	1,192	1,484	1,350	1,505	286	432	324	463
ホームネット	818	1,076	1,022	1,245	246	373	275	351
戸建2社	374	408	328	260	40	59	49	112
連結営業利益 (百万円)	1,688	2,359	1,324	1,362	▲48	329	152	929
ホームネット	1,135	1,586	944	1,058	23	316	177	542
戸建2社	664	806	510	426	▲38	34	14	416

※ホームネットは単体の数値、戸建2社は単体数値の単純合算

© property technologies Inc.

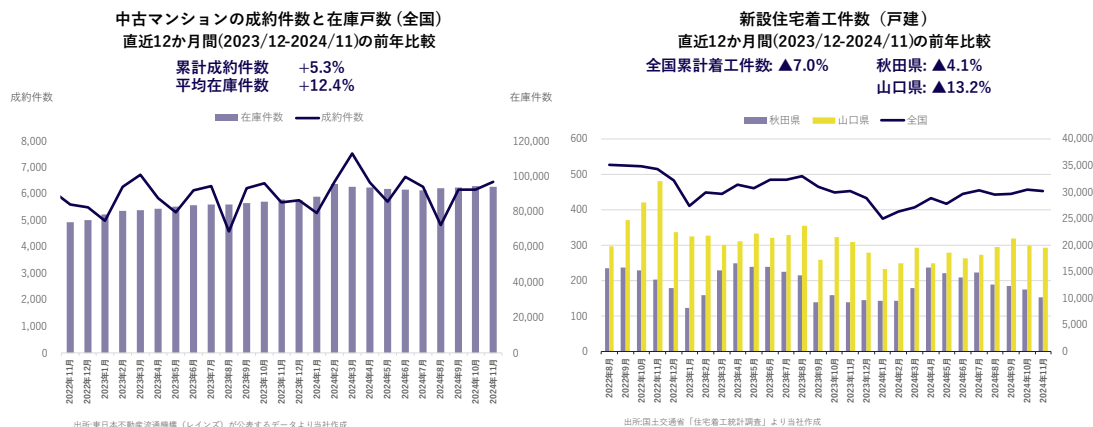
9

松岡：

9 ページ目にマンションと戸建の業績推移を確認いただく表を掲載しております。

2021 年から 4 期間、直近 2024 年は四半期の推移を確認いただけます。

マンションの流通在庫引き続き高水準も成約件数は相応 新築戸建では引き続き厳しい市場環境継続



濱中：

事業環境について 10 ページのグラフをご覧ください。

左側は中古マンションに関するグラフです。

棒線の平均在庫件数は前年比 12.4%増と引き続き高水準ですが、折れ線の成約件数も 5.3%増加しております。

現場感覚を合わせ、当社といたしましては、エンド顧客による良質物件の選好がより厳しくなっている、すなわち良い物件は売れていく状況にあると見ております。

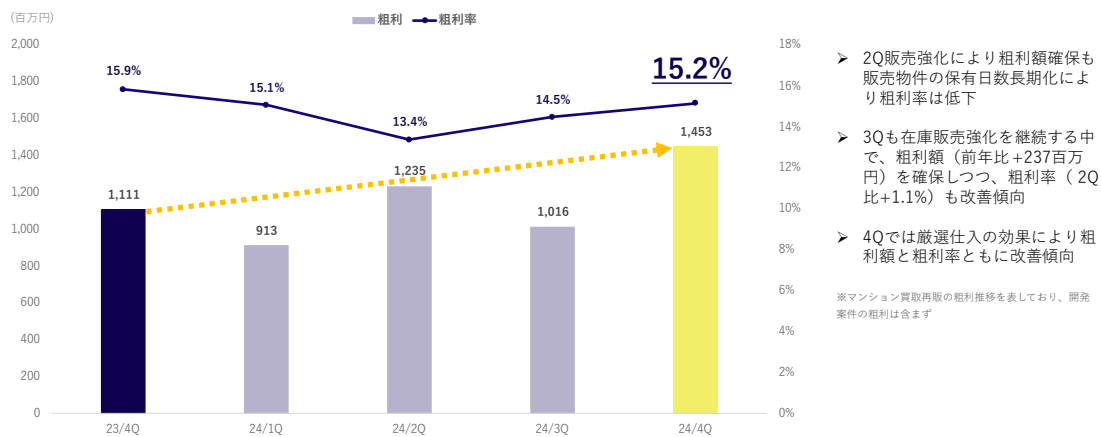
ここは仕入の目利きが重要ということでして、2024年11月期より進めております厳選仕入について、今期も徹底してまいりたいと考えております。

右側の新築戸建は着工数の低位推移が続いております。

大手ビルダーの在庫水準は引き続き高く、厳しい事業環境が続くものと認識しております。

主要戸建事業会社 2 社とも秋田、山口では有数のビルダーですので、顧客ニーズに即した住宅提供を続けることで地域内シェアの向上を図ってまいります。

在庫販売強化の継続。4Q粗利率は改善傾向



- 2Q販売強化により粗利額確保も販売物件の保有日数長期化により粗利率は低下
- 3Qも在庫販売強化を継続する中で、粗利額（前年比+237百万円）を確保しつつ、粗利率（2Q比+1.1%）も改善傾向
- 4Qでは厳選仕入の効果により粗利額と粗利率ともに改善傾向

※マンション買取再販の粗利推移を表しており、開発案件の粗利は含まず

© property technologies Inc.

11

濱中：

11 ページはマンション買取再販の粗利の状況を示したグラフとなります。

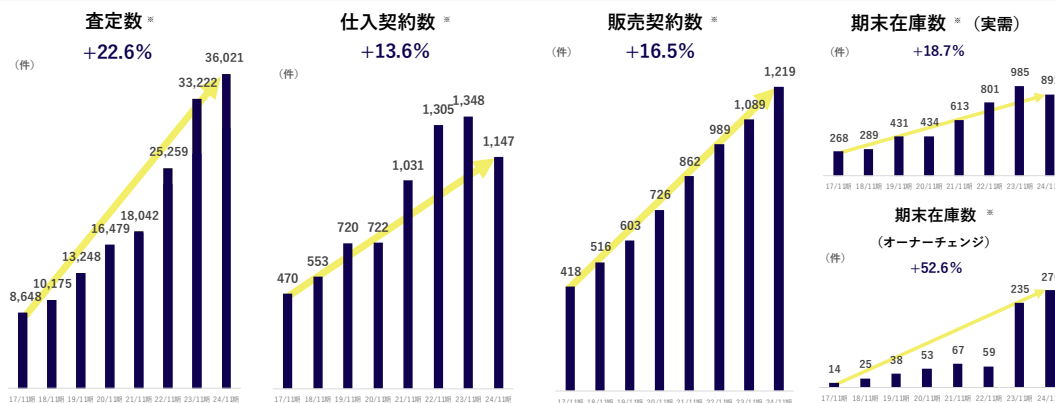
在庫販売の強化、特に在庫保有日数の長い物件の販売を進めた結果、第2四半期では相応の利益額を計上する一方で、粗利率の低下がありました。

第4四半期は厳選仕入の効果もあり、粗利率を改善しつつ販売数を伸ばすことができ、より高い粗利額の確保に繋がっております。

## 査定・仕入・販売・期末在庫（KPI）の推移

property technologies

中古住宅（中古マンション）再生の主要KPIは、2017年より年平均10%を超える成長を続けている  
仕入契約は金額ベースでは前年度比+13.2%と拡大基調（詳細はP28）



※査定数：当社グループが中古住宅の価格査定を実施した件数  
仕入契約数・販売契約数：当社グループが中古住宅仕入契約・販売契約を締結した件数（P3仕入決済件数・販売決済件数とは数値が異なります）  
期末在庫数：当社グループの期末時点中古住宅再生在庫数。オーナーチェンジについてはP53をご参照ください

© property technologies Inc.

12

濱中：

続いて12ページをご覧ください。

主要KPIの毎期の推移を載せております。

2017年度から年平均成長率を示しております。

年間査定数は2024年11月期に3万6,021件となりました。

期中に実施しました厳選仕入に伴い査定対象がホームネットの仕入に繋がるものへとやや絞り込まれていますが、引き続き高水準で推移しております。

次に仕入契約数です。

厳選仕入によって前年度より201件、14.9%減少しております。

販売契約数は每期安定的に10%以上の成長を続けており、前年度も11.9%の増加となっております。

期末の在庫ですが、順調な販売と厳選仕入によって実需の在庫数は94件減少しております。

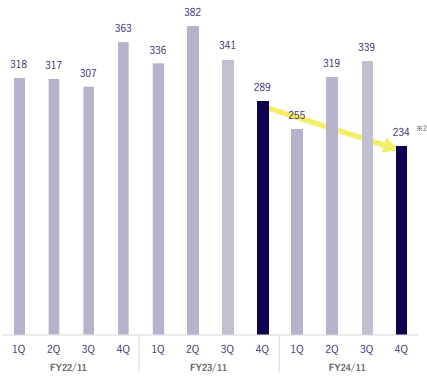
なお、仕入契約数、期末の実需在庫数とも昨年度対比で減少しておりますが、後ほど詳しくご説明するプレミアムマンションの仕入を進めていることから、金額ベースではどちらも増加しております。

後ほど金額ベースのKPI数値についてもご説明申し上げます。

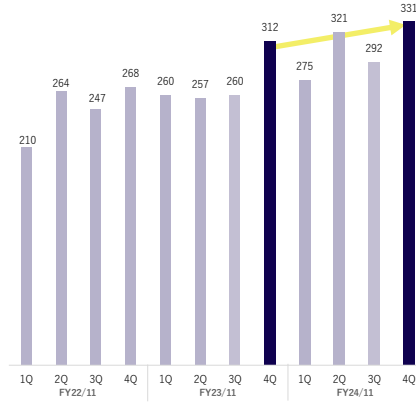
## 主要KPIの推移

property technologies

仕入契約数<sup>※1</sup>  
前年同期比 ▲19.0%



販売契約数<sup>※1</sup>  
前年同期比 +6.1%



※1 仕入数・販売数については当社グループが中古住宅仕入契約・販売契約を締結した件数  
 ※2 厳選仕入により仕入件数は減少も、プレミアムマンションの仕入開始により金額ベースの仕入契約は増加。新たなKPI開示(金額ベース)はP28をご参照ください  
 © property technologies Inc.

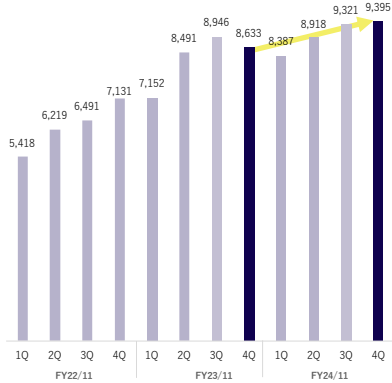
13

## 主要KPIの推移

property technologies

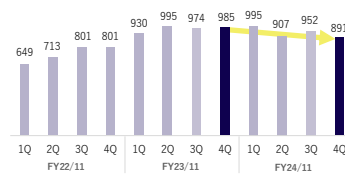
査定数

前年同期比 +8.8%



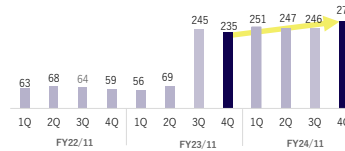
期末在庫数(実需)

前年同期比 ▲9.5%



期末在庫数(オーナーチェンジ)<sup>\*</sup>

前年同期比 +14.9%



\* オーナーチェンジ (OC) の詳細はP53をご参照ください

© property technologies Inc.

14

濱中：

13 ページ、14 ページには KPI の四半期ごとの推移を載せておりますのでご参照ください。

## 2024年11月期のトピックス

property  
technologies



- 12月 ● 『KAITRY finance』を山陰合同銀行が導入
- 12月 ● サンコーホーム「秋田県SDGsパートナー」に登録
- 2月 ● 『KAITRY finance』国内初※「地番でAI査定」を提供開始
- 4月 ● 『KAITRY finance』を西京銀行が導入
- 5月 ● 『KAITRY finance』を広島銀行が導入
- 5月 ● 『KAITRY finance』を城北信用金庫が導入
- 5月 ● 『ニッキン ONLINE』に『KAITRY finance』導入記事掲載
- 5月 ● 岡山県空家等対策推進協議会に登壇
- 5月 ● ファーストホーム、新商品『SQUARE (スクエア)』を発表
- 7月 ● ホームネット、株式会社TERASSと事業提携
- 7月 ● 不動産テック研究・開発組織『PropTech-Lab』設立
- 7月 ● ホームネット、リフォーム産業新聞「買取再販年間販売戸数ランキング 2024」全国7位
- 8月 ● 「東証 IR ムービー・スクエア」内に事業説明動画を公開
- 9月 ● 『KAITRY finance』をみずほ信用保証株式会社が導入
- 9月 ● 空き家対策の取り組み推進 ～尾道市に提案
- 9月 ● ホームネット、女性活躍推進法に基づく厚生労働大臣認定の『えるぼし認定』を取得
- 10月 ● クラウドローンと業務提携 ～「銀行無担保ローン」を提供開始
- 12月 ● 『KAITRY (カイトリー)』がテレビ東京 WBSの特集で紹介

© property technologies Inc.

15

濱中：

続いて 15 ページに 2024 年度 11 月期のトピックスをまとめております。

『KAITRY finance』の導入リリースが続いておりますが、本日現在で導入いただいた金融機関は延べ8社となりました。

7月の臨時株主総会后、当社社外取締役であった一橋大学清水教授に所長を務めていただいております『PropTech-Lab』を立ち上げました。

関係者との事情でリリースは出しておりませんが、国交省の認定を受けた空き家対策モデル事業に開発参画しております。今後もマネタイズを意識した開発に取り組んでまいります。

『KAITRY（カイトリー）』がテレビ東京WBSの【マンションの実家じまい】特集で紹介



日本最大級のiBuyerプラットフォーム『KAITRY（カイトリー）』（<https://kaitry.com/>）が、2024年12月26日（木曜日）にテレビ東京「WBS（ワールドビジネスサテライト）」の【マンションの実家じまい】に関する特集で紹介されました。

■概要

2025年には団塊の世代が後期高齢者となる中、「実家じまい」というテーマが注目されています。本特集では、「実家じまい」の中でも「マンションの実家じまい」に焦点を当て、当社代表取締役社長濱中やCTO金子らのインタビューをはじめ、当社グループが提供する不動産AI査定サービス『KAITRY（カイトリー）』の仕組みや「実家じまい」「空家問題」への活用方法、そして実際に『KAITRY（カイトリー）』を利用して「マンションの実家じまい」をされた方への取材内容等が取り上げられました。

この放送から3日間で、直前3か月平均の約10倍もの査定反響を得ることができ、グループ全体で優良物件仕入に向けた営業活動を展開しております。

濱中：

トピックスの最後に、昨年末、テレビ東京のワールドビジネスサテライト（WBS）で再度『KAITRY（カイトリー）』を取り上げていただきました。

ワールドビジネスサテライトで『KAITRY（カイトリー）』をご紹介いただくのは2023年5月以来2度目になるのですが、今回は「実家じまい」というテーマで、例えば、ご両親が住む実家の整理にあたって『KAITRY（カイトリー）』で気軽に売却参考価格を知ることができ、短期間での売却が進むと取り上げていただきました。

放映後にポータルサイト『KAITRY（カイトリー）』上での査定が増えており、放送から3日間で直前3か月平均の約10倍もの査定反響を得ることができました。

また「実家じまい」というテーマでの取り上げだったこともあり、具体的な売却相談にもかなりの件数が繋がっております。

ビジネスに繋がることももちろんですが、社会課題の解決に役立つサービスの開発にこれからも努めてまいりたいと思っております。



**VISION 2026の方向性: 仕組みを磨き込み理想実現の基盤を築く**

■ ビジネスの質的向上に徹底的にこだわった成長を目指す	■ 新たな顧客サービスを展開する素地を獲得する
-----------------------------	-------------------------

<b>戦略1: 仕入の質的向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI①: 査定数(仕入情報) 70,000件(2023期 33,222件)</li> <li>• KPI②: KAITRY(カイトリ)直仕入割合 10% (2023期 2.1%)</li> </ul>	<b>戦略2: 販売の質的向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI①: 在庫保有期間 200日(2023期比短縮1か月)</li> <li>• KPI②: 直販ルートの確立 150件/年 (2024期より開始)</li> </ul>	<b>戦略3: コアコンピタンス強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 情報網羅性/見える化向上</li> <li>• 査定精度向上</li> <li>• 新規事業/プロダクト開発体制強化</li> </ul>
--	---	---

数値目標	2023/11実績	2026/11目標	変化
売上高	369億円	<b>600億円</b>	1.6倍
営業利益	13億円	<b>28億円</b>	2.1倍
当期純利益	6億円	<b>14億円</b>	2.1倍
純資産比率	18.7%	<b>20.0%</b>	+1.3pt
ROE	9.3%	<b>14.6%</b>	+5.3pt

© property technologies Inc. ※ VISION2026の詳細については、2024年1月12日開示「2023年11月期通期決算説明資料+中期経営計画 及び 成長可能性に関する事項」をご参照ください

濱中：

続きまして中期経営計画の進捗状況についてご説明します。

18 ページをご覧ください。こちらは中計概要です。

中計3か年の間にビジネスの質的向上に徹底的にこだわった成長を目指す、というふうに考えております。

初年度は基盤となるリアル収益強化に直結する施策を実施。合わせて今後の成長を促進するPropTech-Lab立ち上げ、SaaS導入先・用途拡大など、テック関連の基盤を強化。2年目以降、より収益性の高いビジネスモデル確立を目指す

	リアル関連	テック関連
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 厳選仕入による既存買取再販事業効率化が進展</li> <li>● 取扱物件の拡張(プレミアムマンション)による新規成長機会が具体化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PropTech-Lab立ち上げによる開発体制強化</li> <li>● KAITRY financeの導入先及び用途が拡大</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仕入・販売の質的向上による既存買取再販事業の量的拡大は道半ば</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 厳選仕入への方針変更により、KAITRY経由の直接仕入・販売の拡大不発</li> </ul>
2年目以降の展望	<ul style="list-style-type: none"> <li>● スタンダードマンションは厳選仕入を継続。質的改善による効率性・収益性を追求</li> <li>● プレミアムマンションを新たな成長の柱として注力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ポータルサイト『KAITRY』は厳選仕入方針の下で事業の最適化を図る</li> <li>● SaaSはKAITRY financeの拡大に最注力</li> <li>● 社内DXによる業務効率化、データサイエンスによる厳選仕入、価格設定等の強化により、リアルビジネスを後押しする</li> </ul>

濱中：

19 ページには中計初年度における進捗状況と展望をまとめております。

リアル関連の成果といたしましては、厳選仕入による既存買取再販事業の効率化が進みました。

また、第2四半期決算説明会でもご説明いたしました取扱商品の拡大方針は、プレミアムマンションという形で成長機会が具体化しました。

テック関連の成果としては『PropTech-Lab』を立ち上げまして、開発体制をより強化いたしました。

また『KAITRY finance』の導入先と用途拡大が進みました。

中計2年目となる今年度以降、プレミアムマンションを新たな成長の柱としていくことに加え、引き続き主力商品である中古区分マンション、この資料ではスタンダードマンションと表記しておりますが、こちらの質的改善により事業拡大を図ってまいります。

テック関連ではポータルサイト『KAITRY (カイトリー)』経由の直接仕入拡大、社内DX等を活用してリアルビジネスの成長を加速し、また、『KAITRY finance』の拡大によりテックによる収益獲得にも注力してまいります。

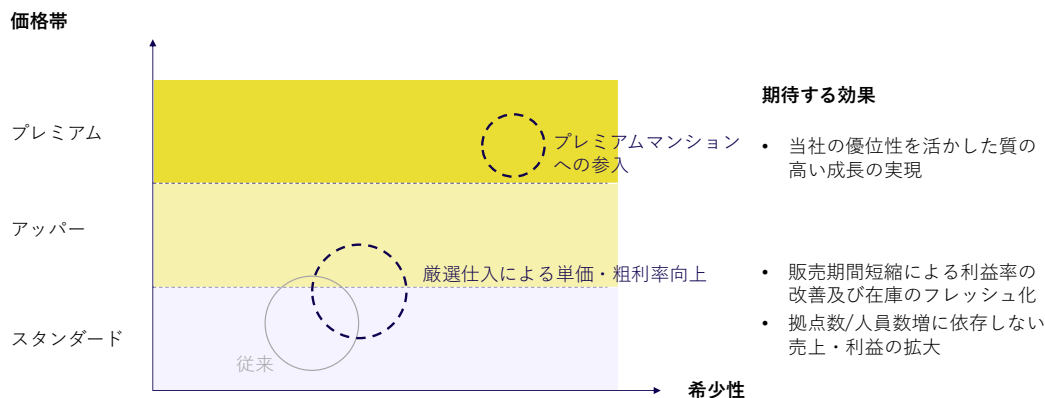
	戦略1: 仕入の質的向上	戦略2: 販売の質的向上	戦略3: コアコンピタンス強化
主要施策	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポータルサイト『KAITRY』の利用度アップ</li> <li>SaaSサービスからの情報流入増</li> <li>厳選仕入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>厳選仕入～物件の質を高め、在庫保有期間を短縮</li> <li>販売計画の精緻化</li> <li>物件情報の提供強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PropTech-Lab立ち上げによる、開発体制強化</li> <li>査定精度向上</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>査定数の増加</li> <li>各支店・エリアのデータ分析に基づく仕入ルールの明確化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>粗利率の改善～厳選仕入により、高粗利物件の販売数が増加し粗利率は改善傾向（長期在庫販売により低下した2Qの粗利率対比4Qは+1.8%）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PropTech-Labによる国土交通省案件参画</li> <li>SaaSサービスの提供に伴う査定精度及びユーザビリティの向上</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>高い質の物件仕入につながる情報流入経路の最適化</li> <li>直販とともにプロモーション強化を図る必要あり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>直販ルートの未確立～『KAITRY』ポータルサイト整備するも広告拡販は来期以降に注力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>査定精度の更なる向上・拡張化～メガバンクや地銀での住宅ローン審査などより幅広い業務に対応できるように機能の拡張</li> </ul>
KPI進捗	<p>KPI①: 査定数(仕入情報) 70,000件 ～厳選仕入の徹底に伴い、査定件数ではなく得たい情報の収集に注力</p> <p>KPI②: KAITRY直仕入割合 10% ～2024/11期は厳選仕入と在庫コントロールを重視する観点から、直仕入割合は追いつけず</p>	<p>KPI①: 在庫保有期間 200日 ～長期在庫の販売強化に伴い、平均在庫保有期間は長期化。期中仕入/期中販売物件の保有期間は短期化・改善方向</p> <p>KPI②: 直販ルートの確立 150件/年 ～直販の本格対応は2025/11期から</p>	

濱中：

20 ページでは中計初年度の戦略ごとの振り返りをまとめてみました。

お時間あるときにご覧ください。

現在主力のスタンダードマンションは量的拡大を追わず、事業の質を高めることを優先  
 長期方針としていた対象物件拡張を具現化し、プレミアムマンションの取扱を売上・利益成長の柱とする



© property technologies Inc.

21

濱中：

21 ページは、中計期間での成長戦略を強化してまいりますので、その方向性をまとめております。

従来より主力商品でありますスタンダードマンションは物件数という量的拡大を追わず、厳選仕入により単価と粗利率の向上を図ります。

新たに昨年度下半期より仕入を開始しましたプレミアムマンションの取扱を拡大します。

当社が取り扱うプレミアムマンションは特徴ある希少性の高い物件を対象としております。仕入、リノベーション、販売、それぞれに工夫し、売上利益成長の柱として育てていきたいと思っております。

成長戦略強化の意義を少し補足いたしますと、スタンダードマンション物件数の量的拡大を追わないことで、拠点、インフラや人員といった固定費増加を抑制し、より質の高い収益基盤を作りたいと思っております。

またプレミアムマンションは固定費を抑えながら事業規模を拡大することが可能です。これらの商品をバランスよく扱っていくことでリスクを抑えつつ、中計で掲げる利益額をしっかりと捉えていきたいと思っております。

当社の特徴である不動産（リアル）データを活用し、不動産取引自体の効率性を高めていくことと合わせてマネタイズできる開発を着実に進めていく

### これまでのテック領域の対応状況

- 2021/7のポータルサイト「KAITRY（カイトリー）」開設以降、機能充実を図り、社内外サービスを展開
- 2024/11期は以下の対応実施
  - ◆ PropTech-Lab設立、大学発ベンチャー企業との連携により開発体制強化
  - ◆ KAITRY financeの導入先及び用途を拡大
  - ◆ KAITRY（カイトリー）UI・UXの改善のためにデザイン及び機能面のリニューアルを実施
  - ◆ 地番でAI機能実装

### テック領域の進化方向性

#### データベース拡充（継続）

リアルと結びつく独自のAI査定を進化

- ① iBuyer（オンライン買取再販）
  - ・買取との連動性向上 ～厳選仕入を促進する仕入情報収集とコンバージョン率を上げる組織対応の促進
  - ・特徴ある販売商品を充実させ直接販売を促進
- ② SaaS
  - ・査定精度、利便性の追求によりサービス拡充
  - ・利用度の深さ（ソリューションの高度化）を追求
- ③ PropTech-Lab
  - ・値付関連コンサルティング、データ外販等研究開発のマネタイズ促進
- ④ 不動産（リアル）取引との融合
  - ・DX促進、データサイエンス活用を通じて、より効率的な取引体制を構築

濱中：

続きまして、テック領域への投資方針について、22 ページをご覧ください。

2024年11月期はリアルビジネスの体制整備により力を注ぎました。

今後の成長にはテックを活用した効率的なビジネス展開が欠かせないと考えております。

改めてテック領域の進化の方向性をまとめております。

強みの源泉となりますデータベースの拡充を出発点とし、まず iBuyer、オンライン買取再販を押し進めます。

前年度より厳選仕入を徹底しておりますので、当社グループが力を入れる取扱対象物件の情報をいかにして収集するか、そこから仕入に繋げるか、組織対応を促進します。

次に、SaaS 取引を拡充するべくサービスの開発を進めます。

3つ目は『PropTech-Lab』でマネタイズに繋がる開発に取り組みます。

4つ目は不動産取引との融合促進です。上場に至るまで続けてまいりました社内外 DX を再度見つめ直し、より効率的な不動産取引、サービスを提供できるよう開発を進めてまいります。

**VISION 2026の方向性: 仕組みを磨き込み理想実現の基盤を築く**

- ビジネスの質的向上に徹底的にこだわった成長を目指す
- 新たな顧客サービスを展開する素地を獲得する

戦略1: 仕入の質的向上	戦略2: 販売の質的向上	戦略3: コアコンピタンス強化
<ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI①: 査定数(仕入情報) 70,000件(2024期 36,021件)</li> <li>• KPI②: KAITRY(カイトリ)直仕入割合 10% (2023期 2.1%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI①: 在庫保有期間 200日(2023期比短縮1か月)</li> <li>• KPI②: 直販ルートの確立 <b>中古マンション売上高の7%*</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 情報網羅性/見える化向上</li> <li>• 査定精度向上</li> <li>• 新規事業/プロダクト開発体制見直し/強化</li> </ul>

数値目標	2023/11実績	2026/11目標	変化
売上高	369億円	<b>600億円</b>	1.6倍
営業利益	13億円	<b>28億円</b>	2.1倍
当期純利益	6億円	<b>14億円</b>	2.1倍
純資産比率	18.7%	<b>20.0%</b>	+1.3pt
ROE	9.3%	<b>14.6%</b>	+5.3pt

© property technologies Inc. ※ 主要KPIを件数から金額へと変更することに伴い、直販ルート確立に係るKPIを件数（150件）から金額（売上高の7%）に変更するものです

濱中：

中計進捗説明の最後に、KPIの見直しについてご説明いたします。

23 ページをご覧ください。

資料中段の戦略 2、販売の質的向上の 2 つ目の KPI ですが、直販ルートの確立を迫る KPI としまして、年間 150 件の直販取り扱いという件数指標から、売上高の 7 % の直販取扱という金額指標に変更いたします。

スタンダードマンションでの件数を追わず単価や粗利率を上げていく施策や、取扱商品の拡充によりまして、これまで件数で捉えてきた KPI を金額ベースに変更してまいります。

中計で掲げた KPI についても、同趣旨による変更を行うものであります。

プレミアムマンションを中心に販売強化。+20.4%の営業増益を計画

2025年11月期 業績予想			営業利益増減要因分析
	2024年11月期	2025年11月期	YoY
売上高	41,612百万円	46,000百万円	+10.5%
営業利益 (営業利益率)	1,362百万円 (3.3%)	1,640百万円 (3.6%)	+20.4% (+0.3pt)
経常利益 (経常利益率)	1,019百万円 (2.4%)	1,230百万円 (2.7%)	+20.7% (+0.3pt)
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (当期純利益率)	635百万円 (1.5%)	730百万円 (1.6%)	+15.0% (+0.1pt)

項目	増減
2024/11 利益実績	1,362
租利増	600
販管費増	-320
2025/11 利益予想	1,640
合計	+20.4%

濱中：

続きまして2025年11月期業績見通しについてご説明いたします。

資料25ページをご覧ください。

2025年11月期業績予想値を、売上高460億円、営業利益16億4,000万円、経常利益12億3,000万円、当期純利益7億3,000万円といたしました。

売上高は約1割、営業利益、経常利益で約2割の前年比増加を見込むものです。

業績予想値策定の背景についてはCFOの松岡よりご説明いたします。

マンション需給環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スタンダードマンションは安定的な需要があるものの、事業者が保有する流通在庫が相当水準あること、金利上昇等により慎重な購買行動が見込まれることから、より良いものが選別される傾向が強まるものと想定</li> <li>・プレミアムマンションは実需、投資ともに購入意欲の高まりが続くものと想定</li> </ul>	
マンション仕入方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スタンダードマンションは、厳選仕入を継続し高回転、高粗利物件の獲得に拘った仕入を行う</li> <li>・プレミアムマンションは、強みである資金調達力を活かしてラインアップの拡充を急ぐ</li> </ul>	
売上	マンション買取再販	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記仕入方針に基づく在庫に対して前年並みの販売割合を乗じた計画値を見込む</li> <li>・開発案件の売上寄与は見込まず</li> </ul>
	戸建住宅	<ul style="list-style-type: none"> <li>・建売(分譲)住宅の流通在庫過多による調整が当面継続するものと想定</li> <li>・前年並みの引渡戸数は確保できるものと見込む</li> </ul>
粗利率	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上期中にスタンダードマンションの長期在庫を一掃するべく販売を加速。粗利率は通常在庫の販売と長期在庫の販売を区分し、それぞれ前年並みの粗利率を設定</li> <li>・戸建は競争激化を見込み若干の粗利率低下を想定</li> </ul>	
販管費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引続き固定費を抑制し、期中販売動向に応じたコストコントロールに取り組み</li> <li>・これにより営業利益額、率の捕捉を見込む</li> </ul>	
営業外損益/特別損益	<ul style="list-style-type: none"> <li>・金利上昇影響を織り込みつつ、在庫コントロールによる費用抑制を行う</li> <li>・特別損益は、期初時点で発生を見込むものはなし</li> </ul>	

© property technologies Inc.

26

松岡：

業績予想に関わる主要な数値について、26 ページの考え方をご覧ください。

基本的にスタンダードマンション、プレミアムマンション、戸建、の3つで構成いたします。前年度ありました開発案件は予想値には含んでおりません。

需給環境、仕入方針等、記載の通りであります。スタンダードマンションは販売件数として前年度と同程度で考えておまして、単価上昇によって売上高は若干の増加を見込みます。

その他の増収要因はプレミアムマンション分と考えておまして、戸建は前年度並みとなります。

粗利率はスタンダードマンションにつきましては、販売期間に応じた粗利率、前年度に取れた粗利率を前年度並みとし、プレミアムマンションにつきましてはスタンダードより若干高め、戸建につきましては競争激化を見込み若干の低下を想定して計量しております。

販管費につきましては引き続き固定費を抑制し、期中販売動向に応じたコストコントロールに取り組みたいと思っております。

その他、金利上昇影響を織り込み、特別損益等は見込んでおりません。



## 通期業績予想（四半期別予算）

property  
technologies

季節変動要因により2Qと4Qの取引が多くなる傾向  
2Qまでは残存する長期在庫の販売強化により売上高比利益は抑制

(単位：百万円)	2025年11月期 予算				
	1Q予算	2Q予算	3Q予算	4Q予算	通期
売上高	9,110	14,190	9,380	13,320	46,000
前年増減	+1,476	+2,821	+549	▲457	+4,387
通期比	19.8%	30.8%	20.4%	29.0%	100%
営業利益	▲20	570	247	843	1,640
前年増減	+28	+241	+95	▲86	+278
通期比	-1.2%	34.8%	15.1%	51.4%	100%
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲100	280	40	510	730
前年増減	+12	+147	+12	▲76	+95
通期比	-13.7%	38.4%	5.5%	69.9%	100%

© property technologies Inc.

27

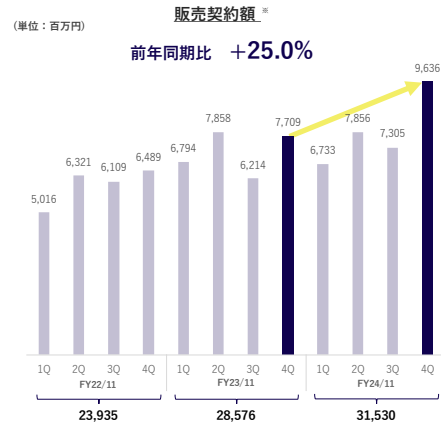
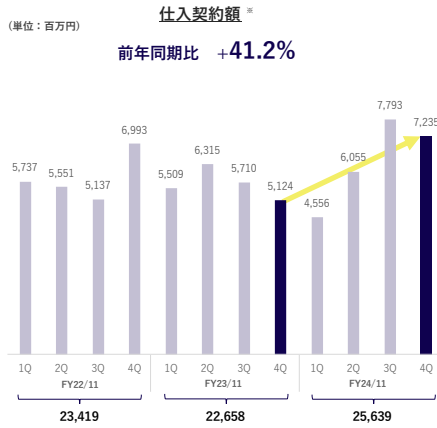
松岡：

続いて、27 ページの通期業績予想の四半期別の予算をご覧ください。

当社は第2四半期、第4四半期が繁忙期になり、取引量が増える形となります。  
特に今年度につきましては第2四半期に保有期間が長期になってきている在庫の販売強化  
を行おうと思っておりますので、第2四半期に売上が増加する予算を組んでおります。

## 主要KPI 開示方法変更について

プレミアムマンションの取扱い開始により、従来の件数ベースKPIは当社の実態を適切に反映しない可能性  
2025/11期より仕入契約、販売契約、在庫については金額を四半期毎に開示予定（査定数は従来通り件数）



© property technologies Inc.

※ 仕入契約額・販売契約額については当社グループが中古住宅仕入契約・販売契約を締結した金額

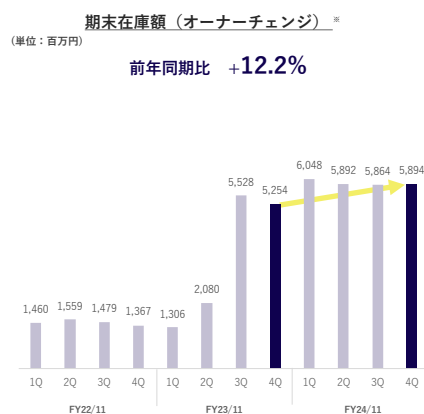
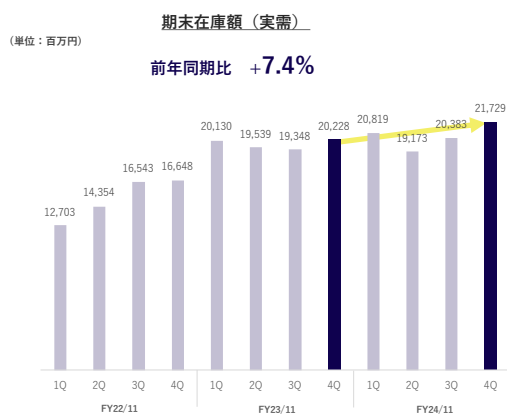
28

松岡：

続いて主要 KPI の開示方法の変更について、28 ページをご覧ください。

これまで KPI は件数ベースで開示しておりましたが、プレミアムマンションの取扱開始によりまして件数では実態を表せなくなると考え、今後の開示につきましては金額ベースに変更していきたいと考えております。

先にご説明した件数ベースの KPI 数値を金額にしますと、このページようになります。先ほど、仕入契約のところ是件数が昨対比減少したと申し上げたかと思うのですが、金額ではご覧の通り増えております。



※ オーナーチェンジ（OC）の詳細はP53をご参照ください

© property technologies Inc.

松岡：

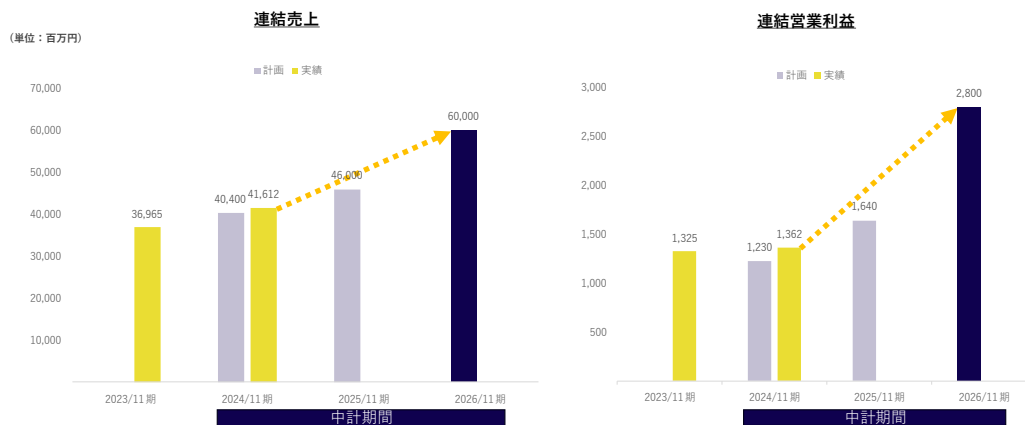
29 ページにつきましても同じく金額ベースとなります。

実需在庫も、先ほど件数が減っていますとご説明しましたが、金額については増加しております。

## 中期経営計画最終年度に向けて

property  
technologies

中計最終年度業績目標の達成に向けた布石は進展  
最終年度はプレミアムマンションの拡大及び既存買取再販の再拡大による成長牽引を見込む



© property technologies Inc.

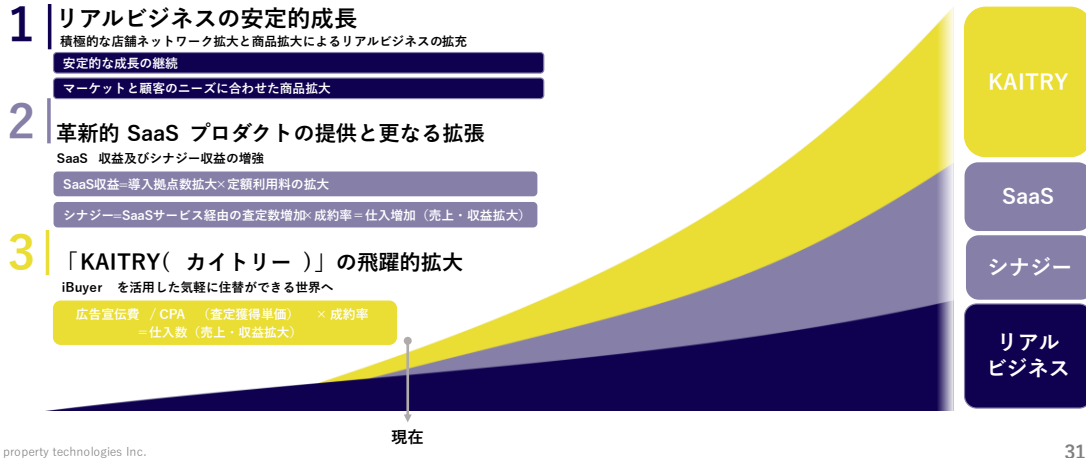
30

松岡：

続いて 30 ページをご覧ください。

中計最終年度に向け、プレミアムマンションの拡大、スタンダード物件の質的向上による既存買取再販の再拡大を進めることで計画値を捉えていきたいと考えております。

「リアル×テクノロジー」で不動産取引における事業領域を拡大し、顧客の課題解消を目指す



松岡：

最後に中長期の成長戦略、31 ページをご覧ください。

2024 年 11 月期は厳選仕入による既存買取再販事業の効率化、プレミアムマンションと位置づけた取り扱い商品の拡大によるリアルビジネスの整備が進みました。

また『PropTech-Lab』の立ち上げ、『KAITRY finance』の導入拡大といったテクノロジー発のビジネスへの取り組みも進めております。

リアルビジネスとテクノロジーをうまく活用することで、更なる成長を目指していきたいと考えております。

濱中：

本日お話ししました通り、中計 1 年目では最終年度に向けた地固めを進めるとともに、成長の道筋をつけることができたと考えております。

本年度はそれを具現化していく一番重要な 1 年になると認識しております。

引き続き結果にこだわって中期経営計画を推進してまいります。

株主、投資家の皆様には当社の成長性をご評価いただき、中長期の視点でご支援いただけましたら幸いです。

資料のご説明は以上となります。

## 質疑応答

### 【質問1】

「2024年11月期通期業績の総括をお願いしたい。当初想定に対して大きくプラス、またはマイナスに出た部分があれば、その要因も含めて教えてほしい」

松岡：

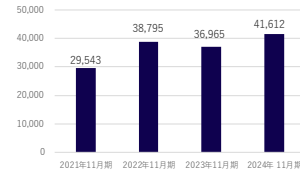
#### 連結損益計算書（2024年11月期）

property  
technologies

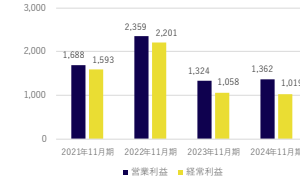
マンションが大きく伸び、戸建減少分をカバーし前年比増収。長期在庫の販売促進による利益率低下もあるが粗利額は増収業績予想との対比では売上から純利益まで予想値を上回る結果

	2023年11月期 実績	2024年11月期 実績	差異	2024年11月期 業績予想	差異
連結売上高（百万円）	36,965	41,612	+4,647	40,400	+1,212
ホームネット	27,422	33,263	+5,841	—	—
戸建2社	9,522	8,301	▲1,221	—	—
粗利益	6,387	6,640	+253	—	—
粗利率	17.3%	16.0%	▲1.3%	—	—
営業利益	1,324	1,362	+37	1,230	+132
営業利益率	3.6%	3.3%	▲0.3%	3.0%	+0.3%
経常利益	1,058	1,019	▲39	940	+79
当期純利益	661	635	▲26	550	+85

連結売上高の推移（百万円）



営業利益・経常利益の推移（百万円）



© property technologies Inc.

4

総括しますと、戸建の苦戦が若干あったのですが、こちらをマンションで補って売上、利益とも業績予想値を上回ることができた期でありました。

戸建の引渡し数は結構減少しているのですが、付帯工事やリフォームでカバーしておりまして、金額ベースでは件数ベースほどは落ちていません。加えまして、販管費を抑制しています。期中7月に臨時株主総会を開きましたが、持株会社の減資による税軽減効果も出ておりまして、当期純利益ベースでは予想値通りの着地となっております。

ここにマンションの販売が加わったわけですが、長期保有物件の販売割合が前期については増えました。その影響で粗利率が下がっているのですが、それに合わせて厳選仕入を実施したことで、単価、粗利をしっかりと確保できる物件の販売も下期については増えてきております。

こちらで十分に補ってきた1年間と総括しております。

業績数値としましては予想値を若干上回る水準で終わっておりますが、より大きな成果としましてはプレミアムマンションという取扱商品の拡大の道筋がしっかりついたこと、固定費の増加を抑えながら収益獲得できる目処がついたことが非常に大きいと捉えております。

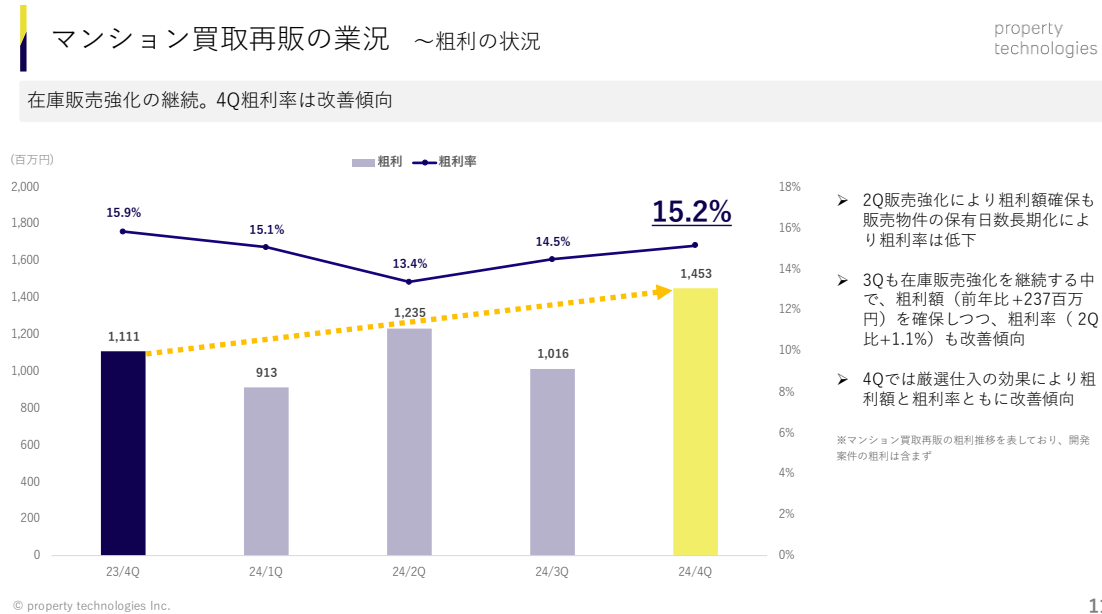
中計1年目の成果ということで、以上のように整理させていただきました。

## 【質問2】

「第4四半期の粗利率改善の要因を教えてください。厳選仕入の効果が出ていると考えて良いか。それとも長期在庫の販売比率の低下が要因か。」

松岡：

資料11ページに3Qと4Qの粗利率の違いが出ています。



3Q、4Qの通常期間で販売した物件の粗利率を比較しますと、4Qにおいて上昇しています。

厳選仕入の効果が出ていると当社としては捉えております。粗利率を出す際には、（販売期間）それぞれの粗利率自体がどう上がっているかと、どうしても長期間保有していると下がるものがありますが、（保有期間の）長い物件を販売した割合によって3か月期間内での粗利率が見えてまいります。

この第4四半期は第3四半期に比べ、長期保有していた物件の（販売）割合が減っている。

この二つの効果で粗利率の改善となっています。

先ほど資料でもご説明しましたが、今年度は上期中にもう少し長期物件をしっかりと販売しますので、年間を通じては下半期に、さらに粗利率の改善が厳選仕入の効果として上がってくれば良いと考えております。

### 【質問3】

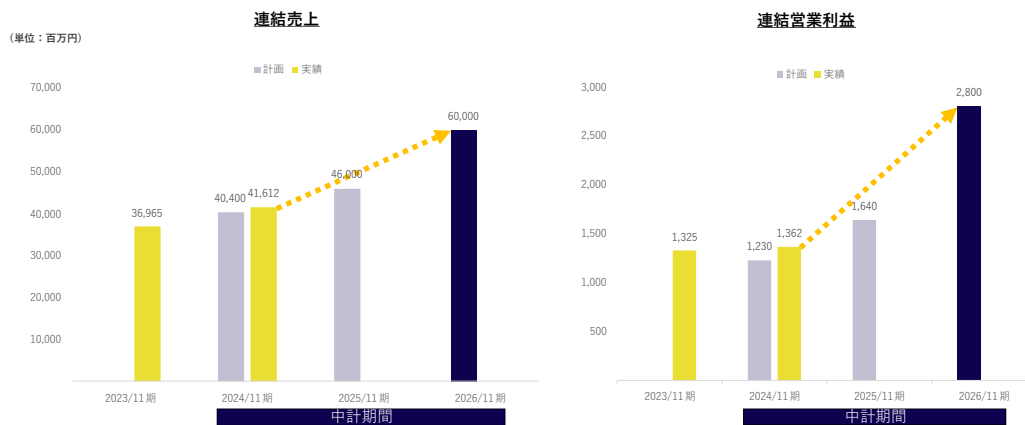
「30ページの2026年の営業利益予想が大きく改善する根拠を教えてください。  
市況、金利、インバウンド等様々ありますが、どのようなものでしょうか」

松岡：

#### 中期経営計画最終年度に向けて

property  
technologies

中計最終年度業績目標の達成に向けた布石は進展  
最終年度はプレミアムマンションの拡大及び既存買取再販の再拡大による成長牽引を見込む



© property technologies Inc.

30

中計3か年の中で1年目の総括をさせていただき、今期どう伸ばしていくかのご説明を申し上げました。

そこを含めて最終年度を捉えていくこととなりますが、大きな柱として成長をプレミアムマンションの販売で伸ばせるとまず思っております。

今年度、一定程度織り込んでいるのですが、実は今年度のプレミアムマンション分での売上につきましては、昨年内に仕込みを相当程度終えております。

しっかりと販売を仕掛けつつ、この1年間を通じて来期の仕込みを行いたいと思っております。

物件をより選び、いい物件を今年度中にしっかりと仕込んで来期の販売に繋げていきます。

(次ページに続きます)



## 中期経営計画の初年度における進捗状況と展望

property  
technologies

初年度は基盤となるリアル収益強化に直結する施策を実施。合わせて今後の成長を促進するPropTech-Lab立ち上げ、SaaS導入先・用途拡大など、テック関連の基盤を強化。2年目以降、より収益性の高いビジネスモデル確立を目指す

	リアル関連	テック関連
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 厳選仕入による既存買取再販事業効率化が進展</li> <li>● 取扱物件の拡張(プレミアムマンション)による新規成長機会が具体化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● PropTech-Lab立ち上げによる開発体制強化</li> <li>● KAITRY financeの導入先及び用途が拡大</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仕入・販売の質的向上による既存買取再販事業の量的拡大は道半ば</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 厳選仕入への方針変更により、KAITRY経由の直接仕入・販売の拡大不発</li> </ul>
2年目以降の展望	<ul style="list-style-type: none"> <li>● スタンダードマンションは厳選仕入を継続。質的改善による効率性・収益性を追求</li> <li>● プレミアムマンションを新たな成長の柱として注力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ポータルサイト『KAITRY』は厳選仕入方針の下で事業の最適化を図る</li> <li>● SaaSはKAITRY financeの拡大に最注力</li> <li>● 社内DXによる業務効率化、データサイエンスによる厳選仕入、価格設定等の強化により、リアルビジネスを後押しする</li> </ul>

© property technologies Inc.

19

中計にそもそも書いておりますが、もともと当社として主力であり得意としておりますスタンダードマンションについて、買取再販の効率化を図って質を上げ、改めて再拡大していきたいと思っております。

スタンダードマンションと位置づけている買取再販ですが、まだまだシェアを何%持っていますと語れるような商売ではありません。

いかに我々がいいものを仕入れ、それぞれの地域で販売していくかによってまだまだ成長していく余地がありますので、プレミアムマンションで一定程度の成長を図り、さらに主力としているスタンダードマンションを上げることで売上利益を取っていきます。

また、当初中計で掲げたところに比べ、1期目でできたこととして固定費をあまりかけずにしっかりと利益を取れる体制になってきていると思っております。

この二つの主力商品を売っていくことで、販管費、固定費部分の負担をより減らしつつ、営業利益率をしっかりと上げて中計3年目、最終年度の利益を捉えていきたいと考えております。

【質問4】

「厳選仕入というのは具体的にどのような選定となるのでしょうか。これまでは少し質の悪い物件を買い取っていて、そこを改善する、結果的に営業利益から純利益としては増加する戦略と捉えて良いのでしょうか。」

濱中：

先ほどから、ご説明の中に厳選仕入という言葉がかなり出てきております。

去年1年かけて営業社員、一人ひとりにどれだけ徹底できるかを我々チャレンジしてきました。

VISION2026 初年度振り返り

property technologies

	戦略1: 仕入の質的向上	戦略2: 販売の質的向上	戦略3: コアコンピタンス強化
主要施策	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポータルサイト『KAITRY』の利用度アップ</li> <li>SaaSサービスからの情報流入増</li> <li>厳選仕入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>厳選仕入～物件の質を高め、在庫保有期間を短縮</li> <li>販売計画の精緻化</li> <li>物件情報の提供強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PropTech-Lab立ち上げによる、開発体制強化</li> <li>査定精度向上</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>査定数の増加</li> <li>各支店・エリアのデータ分析に基づく仕入ルールの明確化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>粗利率の改善～厳選仕入により、高粗利物件の販売数が増加し粗利率は改善傾向（長期在庫販売により低下した2Qの粗利率対比4Qは+1.8%）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PropTech-Labによる国土交通省案件参画</li> <li>SaaSサービスの提供に伴う査定精度及びユーザビリティの向上</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>高い質の物件仕入につながる情報流入経路の最適化</li> <li>直販とともにプロモーション強化を図る必要あり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>直販ルートの未確立～『KAITRY』ポータルサイト整備するも広告拡販は来期以降に注力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>査定精度の更なる向上・拡張化～メガバンクや地銀での住宅ローン審査などより幅広い業務に対応できるように機能の拡張</li> </ul>
KPI進捗	<p>KPI①: 査定数(仕入情報) 70,000件 ～厳選仕入の徹底に伴い、査定件数ではなく得たい情報の収集に注力</p> <p>KPI②: KAITRY直仕入割合 10% ～2024/11期は厳選仕入と在庫コントロールを重視する観点から、直仕入割合は追いつけず</p>	<p>KPI①: 在庫保有期間 200日 ～長期在庫の販売強化に伴い、平均在庫保有期間は長期化。期中仕入/期中販売物件の保有期間は短期化・改善方向</p> <p>KPI②: 直販ルートの確立 150件/年 ～直販の本格対応は2025/11期から</p>	

一つの物件を仕入として当社が購入していく流れの中で、現場の営業マンからは今まで『より安く買えるんだから、利益が出るんだから、この物件を買っていきたい』という現場の意見が多くありました。

ただ、一つ観点を変えて、我々はこれを蘇らせて、付加価値をつけて、新築同様にバリエーションを持って再販売をする、最終的に新たに蘇らせ、お客様に夢のある生活をしていただくための商品作りにもう一度立ち戻ろうというのが去年1年間でした。

そういった意味では、安く買えて利益が出そうだから買うのではなくて、次に買っていただくお客様に満足して住んでいただける商品なのか、というところで、徹底的にルールを決めました。

具体的に言いますと、例えば1階は買わない。防犯上の心配がいろいろと出てきておりますが、1階の物件は避ける。今までは通りから面していなければ、フェンス等があり独立した庭があるのだから大丈夫、利益が出る、と購入していたものも、買わないと決めた以上、一切ルールとして買わない。

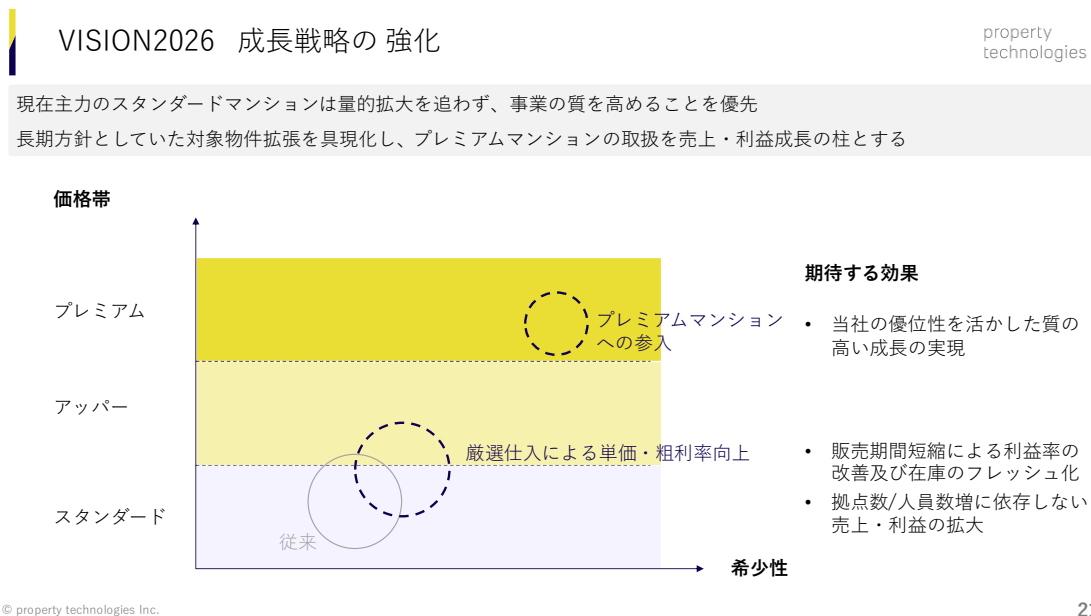
件数要因としては当然仕入件数が落ち込んでいくであろう。そこに合わせたプレミアムマンションの開発が出てきた。

そういった意味での厳選仕入です。

### 【質問5】

「新たな成長牽引役として期待しているプレミアムマンションについて教えていただきたい。  
高価格帯マンションは他社も注力する方針を示していますが、どのように差別化して  
いく方針でしょうか。」

濱中：



昨年内に今期販売したい数字の仕入は完了しています。

ここで言う我々のプレミアムとは、『富裕層向けのものだから』『高価格帯だから』ではありません。

他社も東京都心部のマンションの購入はかなり活発にされています。デベロッパーさんの新しい新築供給が厳しい中で、都心部のマンションが今注目されているのかとは思いますが。

ただし、我々は都心に建っているから「プレミアム」と呼んで買っているわけではありません。

ここに一つコンセプトがありまして、例えば一棟都心部にタワーマンションがあったとします。低層階、中層階、高層階で大きく価値が違います。

我々は面で勝負をしているわけではなく、1ユニットずつの購入をしておりますから、400所帯、500所帯の高層タワーマンションの中でも、一番お客様にとって魅力的な部屋を買っていくという意味で「プレミアム」と名前をつけて売り出しをしようという考え方です。

その辺が他社の仕入とは少し違うのかと思います。

今月末あたりとなるかもしれませんが、こういった商品群の専門サイトの立ち上げを行っていこうと思っています。

今回は販売の仕方、またお客様へのアプローチの仕方も新たにプラスアルファとして、テックを使った販売の仕方も組み入れ、今期の業績、来期以降の一つの大きな柱に育てたいと考えております。

## 【質問6】

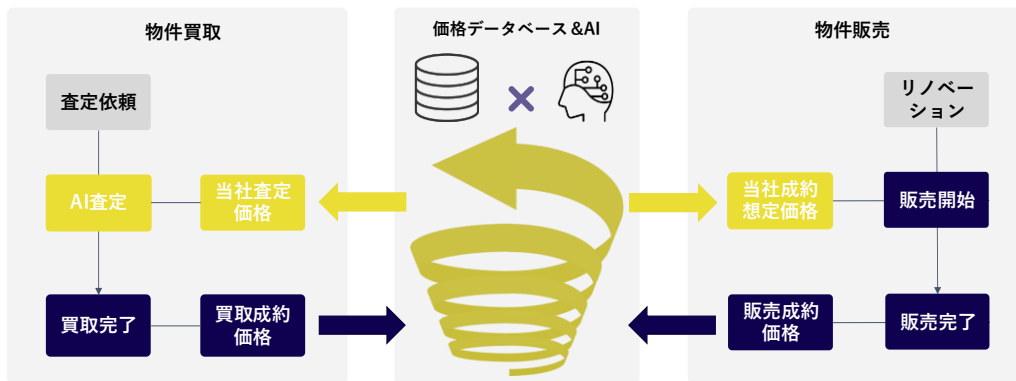
「AIによる査定は他社も行っており、競争が激しい分野になっているかと思いますが、それでも強みと言えるポイントを教えていただきたいです。データの量がどのぐらい有利になるのか、またデータ量以外でもあればぜひお願いします。」

PropTech 戦略部長 CTO 金子 健哉（以下「金子」）：

### 優位性 2-2: テクノロジー & データ - リアルに基づく優位性

property  
technologies

マンション買取再販のリアルビジネスで構築してきた価格データベースと AIが優位性の源泉



© property technologies Inc.

44

実際にはデータの量と質とになります。

年間3万6,000件を超えるデータの量と、3万6,000件も予想価格ではなく、実際の買取価格を営業がチューニングしながらデータのクレンジングを行っております。

そういうところが強みとなっていることと、データサイエンスにおける『PropTech-Lab』、開発実装を行うエンジニア、リアルの営業があって実現ができるところが、AIによる査定が他社に負けない強みかと思っております。

## 【質問7】

「テックの戦略として挙げられているリアルとの融合について、具体的な取り組みや効果が出てくる時間軸について教えていただきたい。」

金子：

### テック領域への投資方針

property technologies

当社の特徴である不動産（リアル）データを活用し、不動産取引自体の効率性を高めていくことと合わせてマネタイズできる開発を着実に進めていく

これまでのテック領域の対応状況	テック領域の進化方向性
<ul style="list-style-type: none"><li>➢ 2021/7のポータルサイト「KAITRY（カイトリー）」開設以降、機能充実を図り、社内外サービスを展開</li><li>➢ 2024/11期は以下の対応実施<ul style="list-style-type: none"><li>◆ PropTech-Lab設立、大学発ベンチャー企業との連携により開発体制強化</li><li>◆ KAITRY financeの導入先及び用途を拡大</li><li>◆ KAITRY（カイトリー）UI・UXの改善のためにデザイン及び機能面のリニューアルを実施</li><li>◆ 地番でAI機能実装</li></ul></li></ul>	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"><div style="border: 1px solid #000; border-radius: 50%; padding: 5px; display: inline-block;">データベース拡充（継続）</div><p>リアルと結びつく独自のAI査定を進化</p></div> <ul style="list-style-type: none"><li>① iBuyer（オンライン買取再販）<ul style="list-style-type: none"><li>・買取との連動性向上 ～厳選仕入を促進する仕入情報収集とコンバージョン率を上げる組織対応の促進</li><li>・特徴ある販売商品を充実させ直接販売を促進</li></ul></li><li>② SaaS<ul style="list-style-type: none"><li>・査定精度、利便性の追求によりサービス拡充</li><li>・利用度の深さ（ソリューションの高度化）を追求</li></ul></li><li>③ PropTech-Lab<ul style="list-style-type: none"><li>・値付関連コンサルティング、データ外販等研究開発のマネタイズ促進</li></ul></li><li>④ 不動産（リアル）取引との融合<ul style="list-style-type: none"><li>・DX促進、データサイエンス活用を通じて、より効率的な取引体制を構築</li></ul></li></ul>

© property technologies Inc.22

例を挙げますと、1つ目は物件価格査定の精度向上になります。

当社がリアルも含めて蓄積してきた査定ビッグデータに基づくアルゴリズム開発によって、これまで以上に精度の高い査定の仕組みを作っていきます。

これによって社内で価格査定に要する時間をさらに短縮することを期待します。

2つ目は高精度な利益率予測と販売確率分析によって、拠点ごとの厳選仕入を後押ししていきます。

3つ目は厳選仕入に繋がる多角的な買取価格のシミュレーションと、需給要因の可視化によって戦略的な在庫、販売管理を進めていきます。

今年度中に開発を進め、中計最終年度のリアルビジネスの高度化に少しでも寄与させたいと考えております。

## 【質問8】

「戸建に苦戦している中古不動産会社が多い認識ですが、御社もそのような状況でしょうか。」

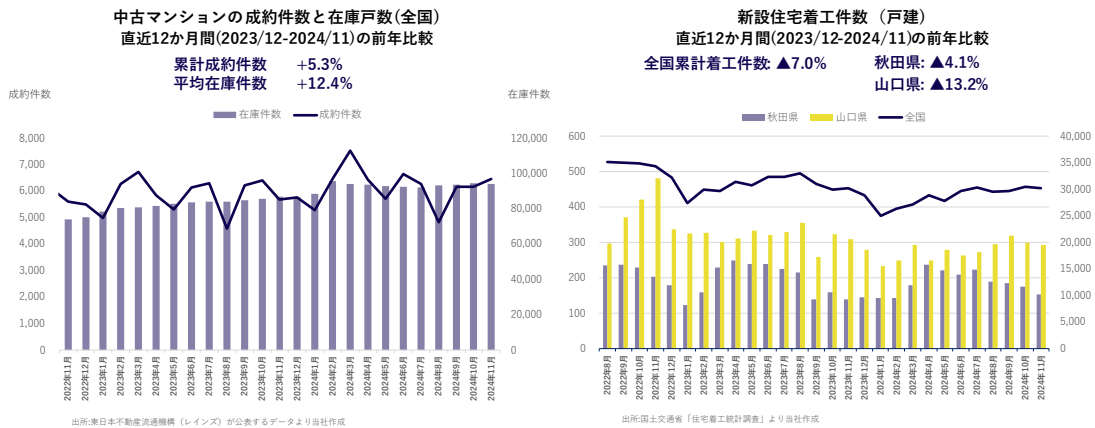
松岡：

戸建につきましては、前年度苦戦しましたとの表現で先ほどもお答えしました。

### 事業環境について

property  
technologies

マンションの流通在庫引き続き高水準も成約件数は相応 新築戸建では引き続き厳しい市場環境継続



© property technologies Inc.

10

マンションが基本的にそこをカバーした1年だったのですが、環境にも書きましたように、新設住宅着工数が相当減っています。

私ども2社がおります秋田と山口は、どちらも全国の中でも厳しい地域だと思っています。実際現場では大手のビルダーの皆さんが土地を持って、さらに上物を建て、その在庫が一定数ある状況ですから、決して楽な状況ではないというのが実態です。

ただ、どちらも非常に歴史の長い、いい会社で、ずっとそこで建ててきた実績があります。地域が違うところにグループを抱えているとよくわかるのですが、それぞれの地域に合った住まいがあり、性能やデザインを長い間かけて研究開発し、注文を受けて建てて販売をしています。

皆さんがそういったものを持って、今住んでいただいているOBの元のお施主様が住んでらっしゃるところからの応援をいただきながら紹介もいただく商売のやり方しております。

マーケット環境が厳しくなると、限られた中でいかにいい家を建てるかということでお客様もよくお考えになられます。

昔よりも絞って、どこで建てようかということで現場にも来ていただいてやり取りするのですが、間違いなく当社の持っている戸建事業会社は選択肢に入る会社です。

每期商品開発もしながらいいものを建てていこうということで取り組み、一定数が取れているということでございます。

先ほども少し申し上げましたが、土地があり、そこに上物を建て、それを売るスタイルだと、どうしてもそれが在庫として負担になったり、1年経つと古くなったりしてしまいますから、当社の2社につきましては、お客様から注文を受けて、それを請負として建ててご提供する商売のスタイルをとっています。

ここについてはある意味一定程度のニーズがある、地域 No.1 の会社としてやっておりますので、根強い需要が取れております。

件数、棟数についてどうしても苦勞する部分について、リフォームなど新しいもの取組みながら、売上利益を確保していきます。

地方にはまだまだ戸建を建てていきたいとのニーズがありますので、そこに応えていきながら取り組んでまいりたいと考えております。

ご心配いただくほど苦戦もしておりませんので、現場環境を捉えてしっかりと運営していきたいと考えております。



### 【質問9】

「マンション買取再販について、長期物件を売れば良いというのは、対策としてはわかりやすいのですが、それがうまくいかないリスクとしては、どのようなものが考えられますか。」

専務取締役 COO 岩尾 英志：

専務の岩尾でございます。私からお答えさせていただきます。

長期物件につきましては、我々、基本的には銀行様から1年のプロジェクトで資金を借り入れて、販売まで終わらせてご返済申し上げる形で取り組んでおります。

当然のことながら1年超となると、銀行さんのお取引において、現状は自己資金で返済していくことが一番のリスクとなります。

現状では仕入決済してから270日経ったものが長期滞留物件となります。

当初立てた販売計画を、粗利を落としながら売却していくこととなります。

### VISION2026 初年度振り返り

property technologies

	戦略1: 仕入の質的向上	戦略2: 販売の質的向上	戦略3: コアコンピタンス強化
主要施策	<ul style="list-style-type: none"><li>ポータルサイト『KAITRY』の利用度アップ</li><li>SaaSサービスからの情報流入増</li><li>厳選仕入</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>厳選仕入～物件の質を高め、在庫保有期間を短縮</li><li>販売計画の精緻化</li><li>物件情報の提供強化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>PropTech-Lab立ち上げによる、開発体制強化</li><li>査定精度向上</li></ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"><li>査定数の増加</li><li>各支店・エリアのデータ分析に基づく仕入ルールの明確化</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>粗利率の改善～厳選仕入により、高粗利物件の販売数が増加し粗利率は改善傾向（長期在庫販売により低下した2Qの粗利率対比4Qは+1.8%）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>PropTech-Labによる国土交通省案件参画</li><li>SaaSサービスの提供に伴う査定精度及びユーザビリティの向上</li></ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"><li>高い質の物件仕入につながる情報流入経路の最適化</li><li>直販とともにプロモーション強化を図る必要あり</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>直販ルートの未確立～『KAITRY』ポータルサイト整備するも広告拡販は来期以降に注力</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>査定精度の更なる向上・拡張化～メガバンクや地銀での住宅ローン審査などより幅広い業務に対応できるように機能の拡張</li></ul>
KPI進捗	KPI①: 査定数(仕入情報) 70,000件 ～厳選仕入の徹底に伴い、査定件数ではなく得たい情報の収集に注力 KPI②: KAITRY直仕入割合 10% ～2024/11期は厳選仕入と在庫コントロールを重視する観点から、直仕入割合は追いつけず	KPI①: 在庫保有期間 200日 ～長期在庫の販売強化に伴い、平均在庫保有期間は長期化。期中仕入/期中販売物件の保有期間は短期化・改善方向 KPI②: 直販ルートの確立 150件/年 ～直販の本格対応は2025/11期から	

そういう面では先ほどからお話させていただいた通り、去年の中盤から厳選仕入をしっかりと行っておりますが、その割合と長期物件の割合をうまく組み合わせながら、我々が当初今期立てた計画通りの粗利額を毎月取っていくということで取り組んでいきます。

マンション市場を見ておられた方はご存知だと思いますが、一次コロナが終わった後、売れに売れたという状況がありました。そのときに我々、売る物件の相当数の在庫確保ということで、少し言えば目をつぶった仕入もありました。

これを前期から長期物件になったものをかなり売ってまいりました。

ただし、今期期初においても長期物件の比率がまだ高いと思っていますから、先ほど松岡から話をさせていただいた、今期の2Qまでに長期物件を一掃していこうということで、売上高は高いものの、粗利率は2Qについてはそこまで高くないという計画を立て、今期

臨んでまいろうと思っております。

以上でございます。

松岡：

少し補足させていただきます。

岩尾が申し上げた通りですが、長期の物件と利益が取れる厳選仕入で単価と粗利が取れるものをうまく各支店で販売しています。

### 通期業績予想（四半期別予算）

property  
technologies

季節変動要因により2Qと4Qの取引が多くなる傾向  
2Qまでは残存する長期在庫の販売強化により売上高比利益は抑制

(単位：百万円)	2025年11月期 予算				
	1Q予算	2Q予算	3Q予算	4Q予算	通期
売上高	9,110	14,190	9,380	13,320	46,000
前年増減	+1,476	+2,821	+549	▲457	+4,387
通期比	19.8%	30.8%	20.4%	29.0%	100%
営業利益	▲20	570	247	843	1,640
前年増減	+28	+241	+95	▲86	+278
通期比	-1.2%	34.8%	15.1%	51.4%	100%
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲100	280	40	510	730
前年増減	+12	+147	+12	▲76	+95
通期比	-13.7%	38.4%	5.5%	69.9%	100%

© property technologies Inc.

27

私がかろうと説明できたかわからないのですが、前年度、第4四半期に粗利率が上がっていると説明しました。ここで利益が取れているのは、組み合わせのバランスを取り、利益額を取りながら長期物件もしっかり販売していくことが実現できたためです。

今年度はそのコントロールをより行おうということで、長期の物件については上期中にしっかりと販売を進めていこうと考えています。

加えて、こう申し上げると赤字で売っているように聞こえるかもしれませんが、実は赤字で売るものはほとんどありません。片手で数えられる程度にしか每期出ていません。

今年度につきましても、そのコントロールはしっかりしていきたいと思っています。

リスクと聞くと売れずにどんどん下がり、赤字になるのではと思われるかもしれませんが、そういったことではなく、今申し上げた通り、ずっと持っているファイナンスのところに効いてきます。

そこにもコストがかかるものですから、いかに早く売っていくかになりますから、長期になったものを早く売りながら、利益確保するようにバランスをどう取っていくか。

このあたりは私どももかなり慣れてきておりますので、今年度しっかりと運営できればと思っております。

【質問 10】

「株主還元、株価対策についての考え方を聞かせていただきたい。」

松岡：

株主還元、株価対策。本当に大切なことだと思っております。

前年度決算を今日出したところですが、まずは出している数字をいかにしっかり実現するかだと思います。

ここで利益が上がっていく会社だと見ていただくことと、今後どう伸びていくのか。

中期経営計画 – VISION2026 – 概要 (KPI変更後)

property technologies

VISION 2026の方向性: 仕組みを磨き込み理想実現の基盤を築く

- ビジネスの質的向上に徹底的にこだわった成長を目指す
- 新たな顧客サービスを展開する素地を獲得する

戦略1: 仕入の質的向上

- KPI①: 査定数(仕入情報) 70,000件(2024期 36,021件)
- KPI②: KAITRY(カイトリ)直仕入割合 10% (2023期 2.1%)

戦略2: 販売の質的向上

- KPI①: 在庫保有期間 200日(2023期比短縮1か月)
- KPI②: 直販ルートの確立 **中古マンション売上高の7%\***

戦略3: コアコンピタンス強化

- 情報網羅性/見える化向上
- 査定精度向上
- 新規事業/プロダクト開発体制見直し/強化

数値目標	2023/11実績	2026/11目標	変化
売上高	369億円	600億円	1.6倍
営業利益	13億円	28億円	2.1倍
当期純利益	6億円	14億円	2.1倍
純資産比率	18.7%	20.0%	+1.3pt
ROE	9.3%	14.6%	+5.3pt

© property technologies Inc. ※ 主要KPIを件数から金額へと変更することに伴い、直販ルート確立に係るKPIを件数(150件)から金額(売上高の7%)に変更するものです

23

私どもが中計で示している道筋をしっかりと辿り、将来に向けて成長していける会社として見ていただけるよう取り組むことだと思っております。

今後利益が出てきますと、そこがすぐ配当還元になるのかという話ですが、まだまだ成長していきたいと思っております。

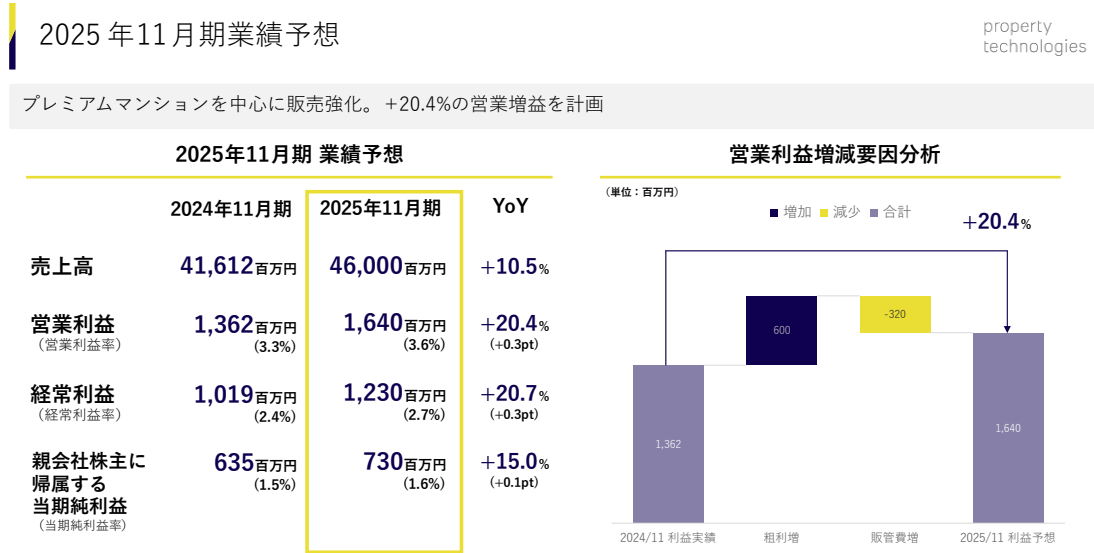
時々で必要な成長投資、内部留保として使っていくものと、当然ながら株主様に配当していくものも必要になりますので、タイミング、ステージに合わせて判断をしていきたい。

当然ながら株価は日々気にしております。必要な対策があればもちろん考えますし、まずは業績をしっかりと打ち出しながら、その時々で対応できるものにしっかりと対応していきたいと考えております。

【質問 11】

「今期の業績予想の硬さについて教えてほしい。チャレンジングな部分があるとすれば、どこになるのでしょうか。」

濱中：



達成に向けて頑張ります。

控えめに出しているつもりもないですし、中計の最終年度を目標値として、そこを達成するべく最重要な年度ということでお話を差し上げました通り、今期は何が何でもやりたいと考えております。

それでご理解いただけますでしょうか

松岡：

先ほど申し上げたのですが、プレミアムマンション、今年度分に関しましては既に仕入手が進んでいます。

そもそもスタンダードマンションは厳選仕入を続ける前提で、販売数の増加は限定的に見て予算を組んでいます。

戸建につきましては、受注残、期初時点で前期並みでしっかり持ってスタートしております。

販売同数程度で見ているとご説明申し上げましたが、基本的にはプレミアムマンションが仕込んでいるため、今期の数字は達成できるだろうと考えております。

ここをしっかりと取り組みながら、繰り返しになりますが、来期、中計の最終年度に向けた地固めをもう一度行い、しっかりと数字を残していければと思います。

【質問 12】

「明るい見通しが聞けて良かったです。業績報告と関係ないのですが、協力関係にあるみずほ証券が2024年3月まで空売りをしていましたが、これについて理由など情報があれば教えていただきたいです。今後も同じようなことが起こりうるのかという視点で教えていただければ幸いです。」

松岡：

株主様、投資家の皆様にご心配されるように、私どもも日々株価、出来高等々は見えております。

みずほ証券さんはうちの主幹事ですから、当然そういった株価の動きがあるとどういったことが起きているかは教えていただいたり情報交換したりするのですが、どういった位置づけで、どう売られているかまではわからない世界です。

少なくとも2024年3月までの売買、いろいろな証券会社が売りとなっていますが、みずほ証券からは何らかの理由があって空売りをしている事実については認められない、私どもに対して何かがありますとはご説明いたしていません。

日々動きはしっかり見ております。

何かありましたら主幹事とやり取りしながら、私どもの情報発信の足りない部分があったり、しっかり行うべき部分があったりすれば、当然対応しながら取り組みたいと思っております。

以上になります。

【質問 13】

司会：

終了の時間が近づいてまいりましたので、こちらで最後の質問とさせていただきます。

「プレミアムマンションの仕入はどの程度の金額を行われたのか、伺っても構いませんでしょうか。」

松岡：

お答えしづらいところではございますが、今年度の増収分について、先ほど年度予算の建て付けがどう作られてるかを私から口頭で申し上げました。

スタンダードマンション部分については、売上として若干増える程度、戸建は変わらないとご説明申し上げました。

増える部分について、プレミアムマンションがいくのだろうと見ていただければと。

そこに必要な額が、現時点で仕入対応できていると見ていただければと思います。

司会：

ありがとうございます。

以上をもちまして、株式会社 property technologies 2024 年 11 月期通期決算説明会を終了とさせていただきます。

本日はご参加いただき誠にありがとうございました。

以上