

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

property technologies

5527 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年2月19日(水)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

| | |
|--|-----------|
| ■ 要約 | 01 |
| 1. 取引データや AI などテクノロジーを生かして中古マンション買取再販を展開 | 01 |
| 2. 強みはリアルなネットワーク、豊富なデータと AI テクノロジーによる仕組み、組織文化 | 01 |
| 3. 2025 年 11 月期上期は長期在庫の販売を加速するため収益性低下も、下期は大きく改善へ | 01 |
| 4. 厳選仕入やプレミアムマンション買取再販などの施策をテコに成長回帰、中期経営計画達成へ | 02 |
| ■ 会社概要 | 03 |
| 1. 会社概要 | 03 |
| 2. 沿革 | 03 |
| ■ 事業概要 | 05 |
| 1. 事業内容 | 05 |
| 2. 中古住宅再生事業 | 05 |
| 3. 戸建住宅事業 | 09 |
| 4. 同社の強み | 09 |
| ■ 業績動向 | 11 |
| 1. 2024 年 11 月期の業績動向 | 11 |
| 2. 環境変化に対する戦略的対応 | 13 |
| 3. 2025 年 11 月期の業績見通し | 14 |
| ■ 中期経営計画 | 15 |
| 1. 中期経営計画「VISION2026」 | 15 |
| 2. 成長戦略の進捗 | 16 |
| ■ 株主還元策 | 17 |

■ 要約

厳選仕入、プレミアムマンション買取再販などの施策が奏功

1. 取引データや AI などテクノロジーを生かして中古マンション買取再販を展開

property technologies<5527> は中古住宅再生事業と戸建住宅事業を展開しており、中古住宅再生事業では、中古マンションを買い取ってリノベーションにより価値を高めたうえで再販するマンション買取再販事業を行っている。戸建住宅事業では、新築戸建住宅を扱っており、特に注文住宅の請負建築を行っている。同社は蓄積してきた取引データや AI などのテクノロジーを活用し、中古住宅再生事業を効率的に展開しているほか、日本最大級の不動産買取ポータルサイト「KAITRY (カイトリー)」を運営する iBuyer ビジネスや、不動産業務を効率化する業務支援 SaaS サービスなどシナジーのある事業も展開している。このように「リアル（住まい）×テクノロジー」を通じて、「誰もが」「いつでも」「何度でも」「気軽に」住み替えることができるサステナブルな未来の創造を目指している。

2. 強みはリアルなネットワーク、豊富なデータと AI テクノロジーによる仕組み、組織文化

同社の強みは、リアルなネットワーク、データとテクノロジーによる仕組み、組織文化にある。全国 17 拠点（うち戸建住宅事業 2 拠点）のほか、仲介会社や金融機関などのリアルなネットワークを通じて収集した取引データは膨大で、査定価格の起点になるとともに様々なシステムの開発にもつながっている。なかでも AI 査定システムは、社内外向けに 5 秒で査定価格を提示できるなど非常にスピーディーで競争力が強く、成長が期待される iBuyer ビジネスや SaaS サービスのキーシステムとなっている。組織文化も強みで、社員がテクノロジー活用の本質を理解しているため、テクノロジーによって創り出した時間を顧客目線のタスクに充てたり、テクノロジーによる高付加価値サービスを開発したりするなど、効率的な働き方につながっている。

3. 2025 年 11 月期上期は長期在庫の販売を加速するため収益性低下も、下期は大きく改善へ

2024 年 11 月期の業績は、売上高 41,612 百万円（前期比 12.6% 増）、営業利益 1,362 百万円（同 2.8% 増）となった。再開発物件の売上高が前期より減少しながらも売上高・利益ともに期初予想を超過達成したこと、スタンダードマンションの厳選仕入や長期在庫の販売加速、高額なプレミアムマンション※買取再販の立ち上げなどの施策が機能したこと、中期経営計画初年度として順調なスタートを切ったといえる。2025 年 11 月期の業績について、同社は売上高 46,000 百万円（前期比 10.5% 増）、営業利益 1,640 百万円（同 20.4% 増）を見込んでいる。2025 年 11 月期上期は一次取得者向けスタンダードマンションの長期在庫の販売加速で収益性が低下するが、下期は厳選仕入やプレミアムマンションの効果により強く現れるため収益性が大きく改善することが見込まれる。

※ 同社は 2024 年 11 月期より新たに取扱い開始した都心高級マンション（中古区分）を既存商品（一次取得者向中古区分マンション）と区別するため「プレミアムマンション」と呼び、既存商品を「スタンダードマンション」と呼ぶことにしている。

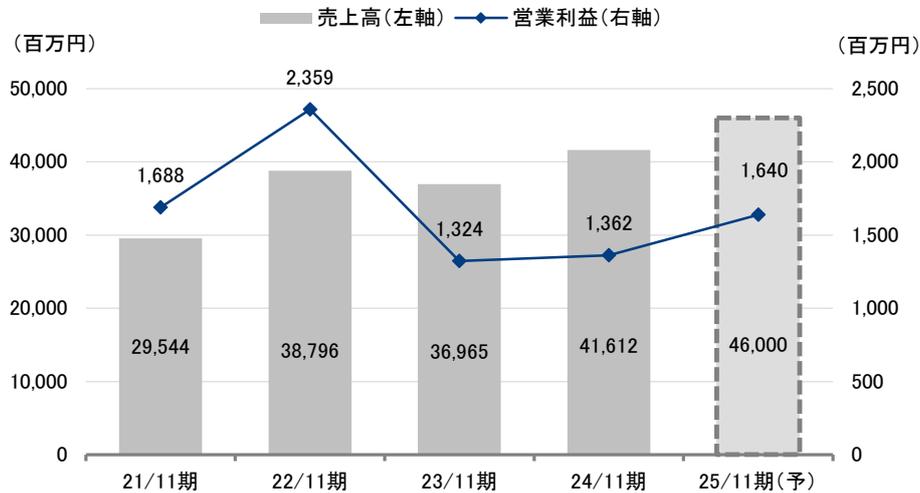
要約

4. 厳選仕入やプレミアムマンション買取再販などの施策をテコに成長回帰、中期経営計画達成へ

同社は中期経営計画「VISION2026」を策定し、そのなかでビジネスの質にこだわった成長と新たな顧客サービスを展開する素地の獲得を目指している。そのための成長戦略として仕入の質的向上、販売の質的向上、コアコンピタンス強化を掲げているが、中期経営計画初年度である2024年11月期に“リアル”では厳選仕入や取扱商品の拡大（プレミアムマンション買取再販の開始）を、“テック”ではPropTech-Labの設立やKAITRY financeの導入先及び用途の拡大といったビジネス基盤の強化に具体的な進捗があった。これにより成長軌道に回帰し、2026年11月期に営業利益28億円などの目標達成を目指す。さらに2030年に向けて、情報を軸とした協業に基づく新たなビジネスモデルを実現するとともに、「KAITRY」の定着によって精度と透明性の高い価格査定を確立し、より安心で簡便な不動産取引を実現する考えである。

Key Points

- ・「リアル（住まい）×テクノロジー」を通じて中古マンションの買取再販事業を展開
- ・リアルなネットワーク、豊富なデータとAIテクノロジーによる仕組み、組織文化が強み
- ・中期経営計画初年度は“リアル”“テック”ともに基盤強化に関する具体的な進捗があった
- ・2025年11月期に成長回帰、2026年11月期には営業利益28億円など中期経営計画目標値を達成へ

業績推移


出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 会社概要

リアルとテクノロジーを融合した中古住宅再生事業を展開

1. 会社概要

同社は、北海道から沖縄までの主要都市部において、中古マンションを買い取り、主に30～40代の一次取得者及び富裕層をターゲットにリノベーションして再販するリアルな不動産事業を行っている。特徴は、同社のコアコンピタンスである独自に構築してきた取引データをテクノロジーによってシステム化している点にあり、これによりリアルな不動産事業を効率的に展開しているほか、ポータルサイト「KAITRY（カイトリー）」によるオンライン買取再販や業務支援 SaaS プロダクトの外販なども行っている。同社は、こうした「リアル（住まい）×テクノロジー」によって住宅市場で成長を続け、ライフスタイルの変化に応じて柔軟に住まいを変えられる、「誰もが」「いつでも」「何度でも」「気軽に」住み替えることができるサステナブルな未来の創造を目指している。

データとテクノロジーで中古住宅再生事業を近代化

2. 沿革

同社は、大手不動産会社で建築請負・賃貸といった現場や管理者、事業責任者として経験を積み、不動産事業の知見を深めた現代表取締役社長の濱中雄大（はまなかたけひろ）氏によって、2000年12月に東京都に（株）ホームネットの社名で設立された。当初、不動産仲介業や建売住宅事業を行っていたが、2010年に現在の主力事業である中古住宅再生事業を開始した。ポテンシャルの高い中古区分マンションを仕入れ、リノベーションによって付加価値を高めて一次取得者に再販する中古住宅再生事業は、資金効率がよく需要も拡大し始めた時期であったため、同社の成長をけん引し、まもなく大阪や名古屋など全国の大都市圏に拠点を開設していくこととなった。また、2018年に山口県に7拠点を有する（株）ファーストホーム、2019年に秋田県に4拠点を有する（株）サンコーホームを買収し、戸建住宅事業にも進出した。

2021年には、同社が長年蓄積してきた仕入や販売などの膨大なデータベースとAI技術などテクノロジーを積極的に活用するステージに入り、不動産価格のAI査定（売価/成約価格）を開発してiBuyer[※]プラットフォーム「KAITRY」を開始、これまで仲介会社に依存していた仕入に関して、所有者から直接仕入れるルートを開拓した。その結果、査定数が急増するなどAI査定が非常に有効だったため、取引先との関係強化に活用することを狙って、不動産仲介会社向け「HOMENET Pro」や金融機関向け「KAITRY finance」などAI査定を組み込んだ業務効率化ソリューションをSaaSプロダクトとして開発した。現在、中期経営計画に沿って、こうしたテクノロジーをテコに中古住宅再生事業の成長加速を図っている。

[※] iBuyer：米国発祥のオンライン転売の仕組みで、アルゴリズムを使用して不動産をAI査定し、不動産会社または不動産ポータルサイトが売り手から直接物件を買い取って転売するビジネスモデル。米国 Opendoor 社が有名。

会社概要

沿革

| 年月 | 内容 |
|----------|---|
| 2000年12月 | 東京都目黒区に不動産仲介業を目的として(株)ホームネットを設立 |
| 2005年 1月 | 建売住宅事業を開始 |
| 2010年 1月 | 中古住宅再生事業を開始 |
| 2014年 5月 | 大阪支店を開設(以後、全国大都市圏への展開を進める) |
| 2018年 7月 | (同)ホームネットパートナーズ(東京都渋谷区/子会社管理)を設立 |
| 2018年 9月 | (株)ファーストホーム(山口県防府市/戸建注文住宅請負)及び(株)ファーストコーポレーション(山口県山口市/不動産売買・仲介・新築各種リフォーム事業)を株式取得により子会社化 |
| 2019年 3月 | (同)ホームネットパートナーズ2(東京都渋谷区/子会社管理)を設立 |
| 2019年 7月 | (株)サンコーホーム(秋田県横手市/戸建注文住宅請負)及び(有)サンコーベース(秋田県横手市/工事請負)を株式取得により子会社化 |
| 2020年 6月 | (株)FURVAL(東京都渋谷区/不動産仲介)を設立 |
| 2020年11月 | 株式移転により(株)ホームネットホールディングスを設立し、持株会社制へ移行 |
| 2021年 5月 | 社名を(株)property technologiesへ変更 |
| 2021年 7月 | iBuyerプラットフォーム「KAITRY(カイトリー)」を開始 |
| 2021年11月 | (株)FURVALを(株)カイトリーに社名変更、業務内容を不動産仲介からインターネットコンテンツ(ポータルサイト「KAITRY(カイトリー)」)の運営へ変更 |
| 2022年 7月 | 経済産業省が定めるDX認定制度に基づき、「DX認定事業者」に認定 |
| 2022年11月 | 仲介会社向け「HOMENET Pro」をリリース |
| 2022年12月 | 東京証券取引所グロース市場に上場 |
| 2023年 7月 | 金融機関向け「KAITRY finance」をリリース |
| 2023年 8月 | 土業向け「KAITRY professional」をリリース |
| 2024年 7月 | 不動産テック研究・開発組織「PropTech-Lab」を設立 |

出所：有価証券報告書、IR ニュースよりフィスコ作成

■ 事業概要

中古住宅事業と戸建住宅事業を展開

1. 事業内容

同社は、AI 査定や物件管理システムなどテクノロジーをリアルな不動産事業に活用する「リアル（住まい）×テクノロジー」を特徴に、中古住宅再生事業と戸建住宅事業を行っており、売上構成比が8割近くある中古住宅再生事業で、マンション買取再販事業とiBuyerビジネス、業務支援SaaSサービスを展開している。主力のマンション買取再販事業では、仲介会社を通して区分所有の中古マンションを中心に買い取り、リノベーションを施したのち、仲介会社を経由して実需購入者に再販するリアルな事業を行っている。開発事業として、一棟マンションの仕入販売などもおおむね1年に1棟程度行っている。iBuyerビジネスでは、ポータルサイト「KAITRY（カイトリー）」において一般顧客から物件の買取依頼を直接受け付けるオンライン買取を行っており、2024年11月期からは販売も開始した。SaaSサービスでは、プラットフォーム内の情報をベースにしたAI査定や提案書作成などをSaaSプロダクトにして外部に提供している。iBuyerとSaaSはスタートして間もない事業だが、それぞれが収益拡大を目指す一方、前者は一般顧客との、後者は仲介業者との関係を仕入と販売の両面で深めることを目的としており、中期的にマンション買取再販を押し上げる狙いである。このほか、最近の事業環境やニーズを踏まえ、投資用賃貸物件の販売と都心高級マンションの買取再販も新たに開始した。戸建住宅事業では、顧客の要望に応じた新築注文住宅の建築請負などを行っている。なお、同社を持株会社に、(株)カイトリーを子会社に持つホームネットが中古住宅再生事業を行い、ファーストホームとサンコーホームの2社が戸建住宅事業を展開している。

新たにプレミアムマンションの買取再販も開始

2. 中古住宅再生事業

(1) マンション買取再販事業

マンション買取再販事業のリノベーションブランド「FURVAL」は、厳選された家具や生活必需品の家電、調理器具などを、デザインや機能、サイズなどリノベーション空間にあわせて取り揃え、家具や家電を含めた価格で販売しており、顧客の時間的労力や金銭的な負担を軽減するサービスである。なお、ホームネットでの購入者に限定して、住宅設備故障の際に10年間何度でも利用できるアフターサービス「住設あんしんサポート」を提供している。

事業概要

マンション買取再販事業の特徴は、北海道から沖縄まで地方の主要都市部で、30～40代の一次取得者層をターゲットに、リアルなネットワークとテクノロジーを駆使して事業展開している点にある。ターゲットが一次取得者層であることのメリットは、子供の成長など顧客のライフサイクルからニーズが明確なうえ安定した実需が期待できることにある。一方、一次取得者層にとっても、東京都の中古マンション平均価格が61百万円であるのに対して同社は35百万円と、一般的な借入期間で一定の金利上昇があったとしても住宅ローンの返済額が家賃以下になるという値ごろ感がある。また、地方圏の比率が同業他社は4割程度だが、同社は8割と高く地方に強いこともメリットである。なぜなら、地方圏は物件密度が薄く営業効率が低いが、築30年以上の物件が増加しているにもかかわらず競争が緩やかなため、同社のような広範な営業ネットワークを生かした効率的な情報交換によって、収益源にすることができるからだ。仕入については、近年、単に安く利益が出る物件を探すのではなく、豊富なデータベースを背景に顧客満足の高い物件を地域ごとに選別することを営業1人ひとりに徹底する厳選仕入を行っている。これにより、高収益で高回転の物件比率が高まるだけでなく、長期在庫※のリスクも減らすことができる。

※ 不動産は個性が強いため、同一エリアの競合物件などを要因に在庫保有期間が長期化することがあり、その場合、時間の経過とともに価格が下がることが多い。なお、同社の仕入決済から販売決済までの平均期間は7～8ヶ月である。

リノベーション事例



before



after

出所：決算説明資料より掲載

従来のスタンダードマンションに対して、高額プレミアムマンションの買取再販事業も開始した。同事業では、富裕層の実需や資産運用をターゲットにした1億円以上の、例えば東京タワーが窓の真ん中に見え、将来遮るものが建たない眺望のよいタワーマンションの1室など、非常に差別化のきいた希少な物件を厳選している。スタンダードマンションとはターゲットが異なるため、専用サイト「眺望マンション HOMENET」で紹介しており、仕入要員も別になっている。また、単価はもちろん、希少性が非常に高いため採算も高いようだ。2024年に入って構想を開始し、仕入が本格化したのが2024年11月期第3四半期、販売開始したのが第4四半期だから、できたての事業である。しかし、差別化ポイントが同業他社に比べて明確なため、顧客の引きは強く、銀行融資も良好で、すでに2025年11月期に販売する分の仕入は終えたようだ。スタンダードマンションは厳選仕入の強化により量的成長は緩やかとなっているが、プレミアムマンションの販売増が全体の成長を牽引する見通しである。

事業概要

プレミアムマンションからの眺望例



出所：「眺望マンション HOMENET」ホームページより掲載

(2) iBuyer ビジネス

不動産テックを活用する一部企業が、iBuyer という取引形態を掲げて事業を行っているが、販売に苦勞していることが多いようだ。しかし、同社はリアル不動産事業を展開しているため、販売に苦勞することなく iBuyer ビジネスを拡大している。その基盤となっているのが、2021 年にスタートした iBuyer プラットフォーム「KAITRY (カイトリー)」である。複雑な不動産の売買プロセスをオンラインで容易に実行できるうえ、査定から売却まで通常 3 ヶ月以上かかるところ、査定は AI 査定によって最短 5 秒、販売（現金化）も同社が買い取れば最短 3 日と大きく短縮できるため、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）のなかでも、同社が同業他社を上回る業績を達成した要因の 1 つとなった。さらに、住みながら売りたい人にはセール&リースバック、新居を買ってから売りたい人には先日付買取保証、お得に売りたい人には共同投資型売却など様々なメニューを揃えており、ユーザーの住み替えニーズを後押ししている。

「KAITRY (カイトリー)」の利用が広がることで、個人の不動産売買の心理的ハードルが下がるため、将来的に住み替え市場が拡大し、同社が目指す「誰もが」「いつでも」「何度でも」「気軽に」住み替えることのできる未来に近づくと考えられる。そのため、ネット広告や TVCM の活用、仕入クローリングの体制強化、UI/UX など基盤の強化を進めている。この結果、「KAITRY (カイトリー)」の認知度が向上し、仕入件数が毎月安定的に増加、コンバージョンの拡大にもつながってきた。なお、同社は直仕入のみならず直販売にも乗り出し、仲介会社とのコンフリクトが生じる可能性もあるが、同社が仲介会社の DX など業務効率化を支援していること、同社の直接取引推進により住み替え市場自体の拡大が期待されることから、仲介会社にもメリットがあり、信頼関係は維持されると思われる。

「KAITRY (カイトリー)」のビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

(3) SaaS サービス

同社の AI 査定や「KAITRY (カイトリー)」が目覚ましい実績を上げつつあるなか、仲介会社などの要望により、2022 年に同社が蓄積してきたテクノロジーを公開することでスタートしたのが SaaS サービスである。SaaS プロダクトが広く受け入れられれば、ターゲットは全国 33,000 社以上の仲介会社にとどまらず、不動産会社全体 31 万社や、不動産関連業務を幅広く扱っている弁護士など士業 41,500 事業所、1,000 の金融機関へとニーズが拡大する可能性もある。一方で、SaaS プロダクトの提供により取引先などと関係強化を図ることができるため、物件紹介という形での同社収益へのフィードバックも期待できる。このため、金融機関向けに「KAITRY finance」、士業向けに「KAITRY professional」、仲介会社向けに「HOMENET Pro」という 3 つの SaaS プロダクトを開発し提供を開始した。

このなかで金融機関向け「KAITRY finance」は、AI 査定機能（売出価格 / 成約価格）のほか、与信管理や資産活用提案などで活用する不動産価格調査書を作成することができ、業務の効率化や金融サービスの高付加価値につながるため、幅広い金融機関、しかも複数部署でニーズがあるようだ。このため、地方銀行を含む全国の金融機関向けに販促を強化、早くもみずほ銀行など 8 行に導入された。各銀行では、法人融資において融資先資産実態把握の手間軽減や行内基準の統一化・属人性排除、個人業務においてはプライベートバンキングでの顧客資産全体を把握した総合的提案、遺言信託 / 遺産整理における商機拡大、住宅ローンでの借換え相談時の提案充実、債権管理においては保証会社 / サービスターの査定業務の効率化などに利用しているようだ。2024 年 2 月には、各銀行の不動産価格調査業務の効率化に向けて、ゼンリン <9474> の「住所地番変換」機能を API 連携した「地番で AI 査定」をリリースした。

弁護士や税理士、司法書士など士業向け「KAITRY professional」は、AI 査定機能のほか、不動産の遺産分割や財産分与時に活用する不動産価格調査書を作成できる。士業による不動産価格の算定には客観性が求められるため、複数の不動産会社に調査を依頼するなど手間と時間がかかることが課題だった。しかし「KAITRY professional」は、スピーディーかつ低コストで価格算定できるうえ業務の効率化にもつながることから、相続や離婚など迅速な解決が必要な場合に適しており、今後の導入拡大が期待される。また、士業での導入拡大が進めば買取再販事業の新たな仕入ルートにもなり、同社のデータベースのさらなる強化につながる。仲介会社向け「HOMENET Pro」は、同社が業務用に構築してきた業務効率化ツールをパッケージ化したもので、AI 査定や提案書作成、オンライン上での取り扱い可能物件の確認など、業務の効率化への貢献が期待できる。現在、仲介会社の囲い込みやデータベースの強化、仕入販売の拡大につなげる狙いもあり無料登録を推進しているが、2022 年 11 月のローンチ以降、アカウント数、査定数ともに順調に増加を続けているようだ。将来的には、機能拡充による収益化を目指す。

顧客の信頼が厚い注文請負住宅メーカー

3. 戸建住宅事業

戸建住宅事業では、山口県を地盤とするファーストホームと秋田県を地盤とするサンコーホームの2社が、注文住宅請負事業などを行っている。在来軸組工法を得意とするファーストホームは、地元の不動産業者や建築業者とのネットワークが強く、取引先などからの紹介による受注が60%と一般的な住宅会社の約4倍超となっている。サンコーホームは、祖業の宮大工に現代の技術・材料を組み合わせた高機能性（耐震性・耐久性・省エネルギー性）やデザイン、安心保証を強みとしている。いずれも高機能のハイエンド住宅からコスト重視の規格住宅まで展開しており、工事は安定した工程管理とクオリティが特徴の協力会社が行っている。また、メンテナンス工事や大型リフォームなども丁寧にこなすため顧客からの信頼が厚く、顧客が既存顧客（OB※）としてリピートするだけでなく、各種イベントへの参加を通じて新規顧客を紹介してくれることも多いようだ。

※ 同社で注文住宅を建築した顧客のこと。アフターサービスやリフォームのためにOBのデータを管理している。また、OBを対象としたイベントを開催しており、コロナ禍後はじめて開催されたイベントには1,000名を超えるOB関係者が集まった。

強みはネットワーク、テクノロジー、組織文化

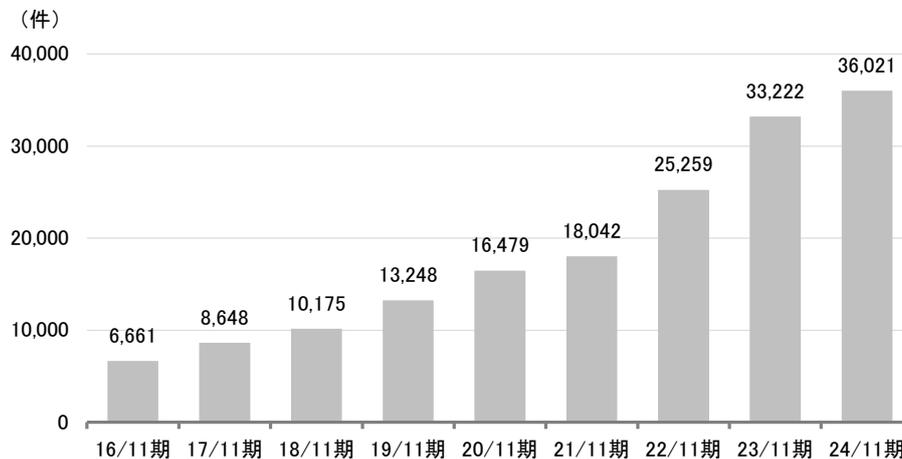
4. 同社の強み

同社はリアルなネットワーク、データとテクノロジーによる仕組み、組織文化という強みを背景に、独自のビジネスモデルを構築し優位性を発揮している。ネットワークは、同社が全国に17拠点（うち戸建住宅事業2拠点）を有するほか、多くの仕入・販売実績に加え業界でも数少ない地方都市をカバーするサービス展開により、仲介会社数は6,541社、その拠点数は9,910拠点、そこで働く営業員数は27,561名、取引金融機関は85行と巨大になっている※。しかもこうしたリアルなネットワークは年々拡大し、査定数も継続的に高い伸びを続けているが、これに「KAITRY(カイトリー)」の査定数が加わったことでネットワークの強化に一層弾みがついた。さらに、こうした査定依頼が同社の仕入物件や査定価格などデータ取得の起点にもなっている。

※ 数値は2024年11月末。取引金融機関はホームネットの取引先数。

事業概要

査定数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

同社は、リアルなビジネスで構築してきた全国規模のネットワークと成約価格※などのデータベースを生かすため、システムを独自開発するなど長年テクノロジーの強化を進めてきた。その結果、2013年に仲介会社が情報を入力できる仲介会社向け物件公開システム、2018年に案件や仲介会社の情報を一元化した案件管理システム、2019年に物件の進捗状況が見える化した物件管理システム、2020年には現場・同社・仲介会社で情報共有する現場管理システム、受電を効率化する受電対応システム、同社の膨大なデータを活用したAI査定システムを開発・導入した。特に2020年に欧州企業と組んで開発したAI査定システムは、社内外向けに5秒で査定価格を提示できるほか、同社の新人営業員が4～5時間（データベースが揃っていない一般の再販業者は1～2日）かけて行っていた算出を約30分に短縮するなど、業務の効率化と顧客の利便性向上に大きく貢献している。このため、同社はAI査定システムを成長基盤と見なしており、iBuyerビジネスやSaaSサービスのキーシステムとして活用している。このように、同社はリアルとテクノロジーを融合したビジネスモデルを展開し、さらなる進化（対象の拡大/新規施策）や深化（効率化/利便性向上）を図っている。このため、買取再販事業のIT基盤拡充、ChatGPT-4の導入、UI/UXの改善、全国拠点営業員との情報連携の強化、マーケティングチャネルの拡充など、テクノロジーを中心に積極的な投資を継続しており、日進月歩のテクノロジーの世界において強みを維持している。

※ 広告などでよく目にする交渉前の売価ではなく、交渉後売買契約書に記載された最終価格。どの企業も外部に公表しておらず、非常に希少性が高い。

組織文化も強みである。収益創出の仕組みを組織文化で説明することは難しいが、同社では社員がテクノロジー活用の本質を理解しているため、機械（テクノロジー）と人の分業によって創り出した時間を顧客目線のタスクに充てたり、テクノロジーを生かして高付加価値サービスを開発したりと効率的な働き方をしている。また、不動産取引で一般に必要とされる知識経験をテクノロジーで補完できるため、より柔軟な対応やチーム力、風通しの良い環境、顧客目線の開発、仕入から販売までを担当が受け持つ一貫体制といった組織風土を醸成し、リアルなネットワークとテクノロジーによる強みに実効性をもたらしている。こうした組織風土があるからこそ、新卒や中途社員の早期活躍につながり、仲介会社や工務店などとともに仕入～リノベーション～販売の一貫したプロセスをスムーズに進行でき、ひいては顧客一人ひとりに対してライフスタイルに最適な提案が可能となる。

業績動向

厳選仕入などの効果で業績向上

1. 2024年11月期の業績動向

2024年11月期の業績は、売上高41,612百万円（前期比12.6%増）、営業利益1,362百万円（同2.8%増）、経常利益1,019百万円（同3.7%減）、親会社株主に帰属する当期純利益635百万円（同3.9%減）となった。一見すると苦戦のようだが、前期は一過性の利益（営業外収益に計上される受取配当金、特別利益に計上される保険解約益）が計上されていたこと、更に固定費を抑制しつつスタンダードマンションの厳選仕入や長期在庫の販売加速、プレミアムマンションの立ち上げなどの施策が機能したこと、売上高・利益ともに期初予想も超過達成したことから、中期経営計画初年度として順調なスタートを切ったといえる。

2024年11月期業績

（単位：百万円）

| | 23/11期 | | 24/11期 | | 増減率 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 実績 | 売上比 | |
| 売上高 | 36,965 | 100.0% | 41,612 | 100.0% | 12.6% |
| 売上総利益 | 6,387 | 17.3% | 6,640 | 16.0% | 4.0% |
| 販管費 | 5,062 | 13.7% | 5,278 | 12.7% | 4.3% |
| 営業利益 | 1,324 | 3.6% | 1,362 | 3.3% | 2.8% |
| 経常利益 | 1,058 | 2.9% | 1,019 | 2.4% | -3.7% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 661 | 1.8% | 635 | 1.5% | -3.9% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本経済は、社会経済活動の正常化を背景に設備投資や雇用環境が緩やかな回復基調で推移した一方、エネルギーや原材料価格の高騰による物価上昇、マイナス金利解除による家計や企業への影響には当面注視が必要で、依然として景気の先行きは不透明な状況が続いている。主力の中古住宅再生事業が属する中古住宅流通市場においては、在庫件数が前年同期比微増で推移するなか、首都圏中古マンションの成約件数は在庫件数を上回る伸びとなり、コロナ禍後に膨らんだ流通在庫の調整が業界内でも徐々に進んでいることが伺われる。一方、戸建住宅は、全国的に着工数が減るなかでパワービルダーが一定の在庫を持ち続けており、厳しい環境が続いているようだ。

このような環境下、同社は中期経営計画に沿って、全国主要都市15拠点を軸にマンション買取再販事業に注力、長期在庫の積極的な販売に努める一方で厳選仕入を徹底したほか、プレミアムマンションの仕入も開始した。また、ポータルサイト「KAITRY（カイトリー）」では、効率的な運用と仲介会社への情報提供機能の強化を図ることで差別化を強めた。特に金融機関向け「KAITRY finance」は新たに5行に導入され、のべ導入先が8行と順調に拡大した。このほか、岡山県の空家等対策推進協議会に登壇したり、尾道市に空き家対策を提案するなど事業活動を積極的に行った。また、テレビ東京のWBS（ワールドビジネスサテライト）のマンション実家じまい特集で「KAITRY（カイトリー）」が紹介された。

業績動向

この結果、販売決済件数は1,245件（前期比21.8%増）となった。売上高は、過剰な流通在庫の調整の影響による戸建住宅事業の低迷はあったものの、中古マンション買取再販が順調に拡大したことで2ケタ増収となった。なお、スタンダードマンションを厳選仕入した一方、プレミアムマンションの仕入を開始したことで、仕入決済件数は1,186件（前期比14.2%減）にとどまったものの、仕入契約額は販売契約額（同10.3%増）を上回る同13.2%増となった。特に第4四半期には、高額プレミアムマンションの仕入が加速したことで仕入契約額が前年同期比41.2%増、厳選して仕入れた物件の販売強化により販売契約額が同25.0%と大きく伸びた。なお、戸建住宅子会社2社については、地盤が特に業況の厳しいエリアではあったが、歴史が長く地域に密着しているうえ毎期商品を開発しているため一定の需要は確保できたようだ。

利益面では、長期在庫の販売促進により売上総利益率は低下したが、マンションの販売増によって総利益額を確保した。なお、マンション買取再販の粗利益率は、第2四半期は長期在庫の販売を強化したことで粗利額は確保した一方で低下、第3四半期は長期在庫の販売強化を継続しつつ改善傾向となり、第4四半期は厳選仕入の効果もありさらに改善傾向となった。販管費については、販売額が増加した分、仲介会社に対する販売手数料が変動費的に増加した。また、プロダクト強化に向けてエンジニアとディレクターの採用を推進した一方で、プレミアムマンションを立ち上げたことで計画していた新規出店や営業の増員を抑制したため人件費が微増にとどまったほか、市場環境を考慮して広告宣伝を控えたことで、固定費を抑制できた。この結果販管費率が大きく改善したが、スタンダードマンションは今後も厳選仕入を続け、プレミアムマンションの販売を拡大する方針を踏まえると、人件費などにかかる固定費の増加は抑制的となると見込まれることから、今後も販管費率が大きく上昇する可能性は低いと考える。なお、経常利益以下が減益になったのは前年度に計上していた一時的な収益が剥落したことによる。また、期初予想に対して売上高で1,212百万円、営業利益で132百万円超過達成となったのは、マンションが想定以上に売れたことで戸建住宅の低迷をカバーしたことが要因である。

子会社別業績

（単位：百万円）

| 売上高 | 23/11期 | | 24/11期 | | 増減率 |
|----------------|--------|-------|--------|-------|--------|
| | 実績 | 売上比 | 実績 | 売上比 | |
| ホームネット（中古住宅再生） | 27,422 | 74.2% | 33,263 | 79.9% | 21.3% |
| 戸建住宅2社 | 9,522 | 25.8% | 8,301 | 19.9% | -12.8% |

| 営業利益 | 23/11期 | | 24/11期 | | 増減率 |
|----------------|--------|------|--------|------|--------|
| | 実績 | 利益率 | 実績 | 利益率 | |
| ホームネット（中古住宅再生） | 944 | 3.4% | 1,058 | 3.2% | 12.0% |
| 戸建住宅2社 | 510 | 5.4% | 426 | 5.1% | -16.5% |

注：連結調整は行っていない。戸建住宅2社はファーストホームとサンコーホームの単純合算値。

出所：決算短信よりフィスコ作成

戦略的対応が長期在庫を減らす

2. 環境変化に対する戦略的対応

中古マンション在庫はコロナ禍以降 2024 年 1 月まで増加を続け、その後も高水準を続けているが、金利の反転上昇により受給バランスが悪化して長期在庫が増加、同社以外の多くの事業者が値下げによって在庫調整を進めることとなった。これに対して同社は、ライフステージの転換点で不動産を取得する傾向の強い 30～40 代の一次取得者層にターゲットを絞っているため、遠からず需要の戻りを想定したこと、販売用不動産で賃料収入を得る仕組みを持っていることから、戦略的に他社の値下げに追随しなかった。このため 2023 年 11 月期は、販売数・売上高が伸び悩み、同社においても長期在庫が増加することとなった。

こうした長期在庫に対する戦略的対応として、同社も 2024 年 11 月期に入って粗利率を落としても長期在庫の販売を加速する一方、仕入の厳選を強化した。また新たな事業としてプレミアムマンションの買取再販を立ち上げた。特に 2023 年 11 月期第 4 四半期に開始した厳選仕入により、売上高に直結するスタンダードマンションの仕入数は減ったが、回転日数や粗利率など新たに仕入れた在庫の内容が良化し、長期在庫を発生させない仕組みとして機能し始めた。また、2024 年 11 月期中に構想から仕入、本格販売へと急展開したプレミアムマンションは富裕層に狙いを絞った高額の再販買取で、ピンポイントながら非常にニーズが強い新事業として、また件数は少なくても粗利額も粗利率も取れるビジネスとして、順調に立ち上げることができた。2026 年 11 月期以降のスタンダードマンションの再拡大のため、2025 年 11 月期の上期には厳選仕入を継続しつつ、粗利率を少し下げても長期在庫の販売を加速することで在庫のリフレッシュを進める方針であり、これにより、2025 年 11 月期下期には長期在庫が適正水準まで下がる一方、厳選仕入やプレミアムマンション本格販売による利益貢献が強く現れるため、粗利率が適正値へと上昇すると見られる。

なお、金利に関しては、多少上がったとしても、主力顧客である一次取得者層にとって「月々の家賃支払いよりも少ない返済額で家が持てる」という魅力は変わらず、富裕層にも現状の金利水準であれば大きな影響を与えるとは考えづらい。このため、金融機関の与信態度にも大きな変化は見られず、同社も長期の借り換えや 2025 年 11 月期の仕入枠の確保ができていることから、当面、資金調達面で特段の懸念材料は見当たらない。さらに、2024 年 7 月末に資本政策の柔軟性・機動性の確保を目的に減資を行ったが、安定配当と子会社の税負担の適正化という効果が大きく、特に配当に関しては、減資により配当可能利益が約 30 億円となるため株主還元の安定性と継続性は高まったと考えられる。

上期は長期在庫を適正化、下期は収益性改善へ

3. 2025年11月期の業績見通し

2025年11月期の業績について同社は、売上高46,000百万円(前期比10.5%増)、営業利益1,640百万円(同20.4%増)、経常利益1,230百万円(同20.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益730百万円(同15.0%増)と、2ケタ増収増益を見込んでいる。中古住宅再生事業の属する市場の見通しは、引き続き安定的な需要を見込むものの、流通在庫の高止まりや金利上昇などによる慎重な購買行動が想定されることから、より良いものが選別される傾向が一層強まると考えられる。このような状況のなか、同社は2024年1月に公表した中期経営計画に沿って成長戦略を展開し、ビジネス基盤整備を進めた2024年11月期の流れを受けて厳選仕入やプレミアムマンションの販売を強化することに加えて、テクノロジーの活用も進めることで、ビジネスの質的向上と新たな顧客サービスによる成長を目指す方針である。

2025年11月期の業績見通し

(単位:百万円)

| | 24/11期 | | 25/11期 | | |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 予想 | 売上比 | 増減率 |
| 売上高 | 41,612 | 100.0% | 46,000 | 100.0% | 10.5% |
| 売上総利益 | 6,640 | 16.0% | 7,240 | 15.7% | 9.0% |
| 販管費 | 5,278 | 12.7% | 5,598 | 12.2% | 6.1% |
| 営業利益 | 1,362 | 3.3% | 1,640 | 3.6% | 20.4% |
| 経常利益 | 1,019 | 2.4% | 1,230 | 2.7% | 20.7% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 635 | 1.5% | 730 | 1.6% | 15.0% |

出所:決算説明資料よりフィスコ作成

売上面では、マンション買取再販事業について、スタンダードマンションは、安定した需要はあるものの流通在庫が相当水準残っているうえ金利上昇への懸念から、選別的で慎重な購買行動となることを前提に、高回転、高粗利物件に絞った厳選仕入を継続する。長期在庫に関しては適正水準を目指し、上期に販売を強力に推進する。プレミアムマンションは、実需及び資産運用面で高い購入意欲が継続すると想定し、強みの資金調達力を生かしてラインアップの拡充を急ぐなど積極的に販売を拡大する。戸建住宅は、過剰な流通在庫に対する調整が当面継続すると想定するが、前期並みの引渡戸数は確保可能と見込む。在庫量については、スタンダードマンションは若干減らし、戸建住宅は横ばいを予想、プレミアムマンションは増やす方針である。なお、プレミアムマンションの2025年11月期の販売予定分の在庫は、2024年中に確保済みである。開発については、オーナーチェンジ※や一棟賃貸など仕込んでいる物件はあるものの、業績見通しの外数としている。

※オーナーチェンジ:賃貸としても魅力がある物件に関して、同社がリフォームし販売までの保有期間中に賃料を得る方式。長期在庫の有効な活用方法でもある。

業績動向

利益面では、スタンダードマンションは在庫期間に応じた前期並みの粗利率を設定するが、上期中に長期在庫の販売を加速して在庫水準の適正化を図るため、粗利ミックスの悪化が見込まれる。一方、売上構成比が高まるプレミアムマンションは比較的高粗利率、戸建は競争激化による若干の粗利率低下を想定している。このため売上総利益率は、長期在庫の販売を加速する上期に低下するが、在庫のリフレッシュが進んだ下期には改善することが見込まれる（長期在庫の販売強化は財務リスクの解消にもつながる）。販管費については、引き続き固定費を抑制し、期中販売動向に応じてコストコントロールする方針である。営業外損益では金利上昇による支払利息の増加を織り込んだ。

■ 中期経営計画

2026年11月期に営業利益28億円を目指す

1. 中期経営計画「VISION2026」

同社は、2024年11月期にスタートし2026年11月期を最終年度とする中期経営計画「VISION2026」を策定している。そのなかで、サステナブルな未来を創造する基盤を構築するため、成長戦略として仕入の質的向上、販売の質的向上、コアコンピタンス強化を掲げるとともに、ビジネスの質にこだわった成長と新たな顧客サービスを展開する素地の獲得を目指している。これにより、2026年11月期にマンション引渡数年間2,000戸、売上高600億円、営業利益28億円、直仕入販売割合7.5%～10%、在庫期間200日という経営数値目標の達成を計画している。さらに2030年に向けて、最適な住まいを得られる取引環境の創出、価値ある中古物件の循環を促進する仕組みの構築、情報を軸とした協業に基づく新たなビジネスモデルを実現するとともに、「KAITRY（カイトリー）」の定着によって精度と透明性の高い価格査定を確立し、より安心して簡便な不動産取引を実現する考えだ。

中期経営計画「VISION2026」経営数値目標

| | 23/11期 実績 | 26/11期 | |
|---------------------|--------------|--------|---------|
| | | 目標 | 23/11期比 |
| 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 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 6億円 | 14億円 | 2.1倍 |
| 純資産比率 | 18.7% | 20.0% | 1.3pp |
| ROE | 9.3% | 14.6% | 5.3pp |

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

戦略的対応として厳選仕入などの施策を展開

2. 成長戦略の進捗

中期経営計画の経営数値目標を達成するため、同社は当初、リアルの拠点拡大や SaaS プロダクトを使った仲介会社との連携強化、「KAITRY (カイトリー)」の飛躍的拡大により、中古住宅再生事業の成長を加速する方針だった。各戦略の成果と課題を反映し、足もとでは戦略的対応として厳選仕入を中心としたスタンダードマンションの事業基盤整備やプレミアムマンション買取再販の拡大といった施策を進めている。この結果、2025年11月期は増収分をプレミアムマンションが稼ぎ、2026年11月期以降はプレミアムマンションの販売加速とスタンダードマンションの再拡大による売上成長を、そして在庫リフレッシュによる売上総利益率の向上と固定費抑制による販管費率の改善を背景に売上成長を上回る利益成長を果たし、営業利益目標の28億円に近づくというシナリオを想定している。当初と比べて利益を創出しやすいビジネス構造に軌道修正した感のあるシナリオといえる。テクノロジーの活用に関しても、2025年11月期には研究開発組織 PropTech-Lab を立ち上げ、また KAITRY finance の導入先及び用途の拡大といったビジネス基盤強化の面で進捗があり、リアルビジネスの後押し効果も期待される。

(1) 仕入の質的向上

主要施策として、ポータルサイト「KAITRY (カイトリー)」の利用度向上や SaaS サービスからの情報流入量増加による査定数(仕入情報)70,000件(2023年11月期33,222件)の達成、「KAITRY (カイトリー)」直仕入割合の10%(同2.1%)への増加を進めている。足もとでは、査定数の増加や各支店・エリアのデータ分析に基づく仕入ルールの明確化という成果があった一方、高質物件の仕入につながる情報流入経路の最適化やプロモーションの強化という課題が残った。このため、査定件数や直仕入れの割合の上昇以上に、利益を重視する観点から厳選仕入と在庫コントロールを徹底するための情報収集を優先することになった。今後の再成長局面でも、厳選仕入と在庫コントロールを優先した展開となる見込みである。

(2) 販売の質的向上

主要施策として、在庫保有期間を200日(2023年11月期から1ヶ月短縮)、直販ルートを確認して中古マンション売上高の7%の直販を達成するとともに、販売計画の精緻化や物件情報の提供強化を進めている。足もとでは、厳選仕入物件の販売数が増加し、当該物件に係る粗利率や保有期間が改善するという成果があった一方、ポータルサイト「KAITRY(カイトリー)」を整備したものの直販ルートが未確立という課題があった。このため、直販については広告の拡大を1年先延ばしし、2025年11月期に改めて本格展開する予定である。

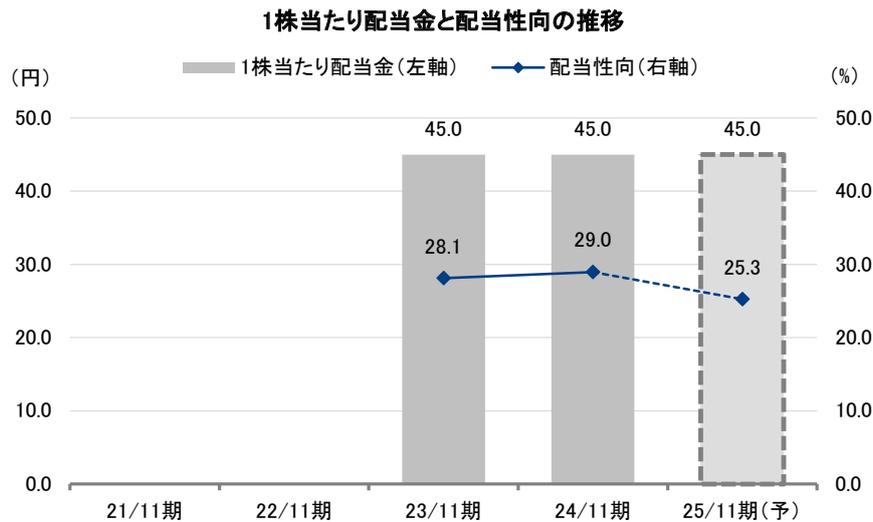
(3) コアコンピタンスの強化

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の強化を目指すなかで、主要施策として PropTech-Lab を立ち上げ、開発体制を強化するとともに査定精度の向上を図っている。足もとでは、PropTech-Lab による国土交通省案件への参画、SaaS サービスの提供に伴う査定精度とユーザビリティの向上といった成果は得られたが、メガバンクや地銀の住宅ローン審査など幅広い業務に対応するための査定精度のさらなる向上や機能の拡張が課題となった。しかし、エンジニアやディレクターなどテクノロジー関連の人員を増強していることから、遠からず精度や機能は改善していく見込みである。なお、プレミアムマンション買取再販を新規事業として立ち上げたが、当初想定したスタンダードマンションの量的拡大と置き換わるだけでなく、営業拠点数や人員数に過度に依存しない効率的なビジネスとして今後大きな収益貢献が期待される。

株主還元策

安定的な配当を背景にステークホルダーとともに成長を達成する考え

同社は、グループ事業展開のための内部留保の充実と成長に応じた利益還元を重要な経営課題であると認識している。現在、同社は成長過程にあることから一層の業績拡大を目指しており、内部留保した資金を競争力強化による将来の収益力向上や効率的な体制整備に有効に活用しつつ、2024年7月の減資によって広げた配当可能利益をベースに安定的な配当を行うことで、幅広いステークホルダーとともに中長期的な成長を達成する考えである。このような基本方針により、2025年11月期の1株当たり配当金は前期と同額の45.0円を予定している。なお、2024年1月に、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策を行うため、投資ファンドの保有する85千株の自己株式の取得を行った。成長と株主還元を両脱みしつつ、流通市場への影響を和らげる効果を考慮した策と言える。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp