

property technologies

2026年11月期

第2四半期決算説明資料



2026年7月 株式会社property technologies（証券コード：5527）

01 2026年11月期 第2四半期ハイライト

02 ビジネスライン別概況

03 上期総括と下期の取組み

04 直近のトピックス

05 事業概要

業績ハイライト（第2四半期累計）

売上高

24,511百万円

期初予算比 ▲0.8%
前年同期比 +1.3%

営業利益

1,189百万円

期初予算比 +120.2%
前年同期比 +10.3%

純利益

563百万円

期初予算比 +275.5%
前年同期比 +3.3%

中古マンション 仕入

14,803百万円

前年同期比 ▲0.1%

中古マンション 在庫(OC除く)

24,139百万円

前年同期比 +1.7%

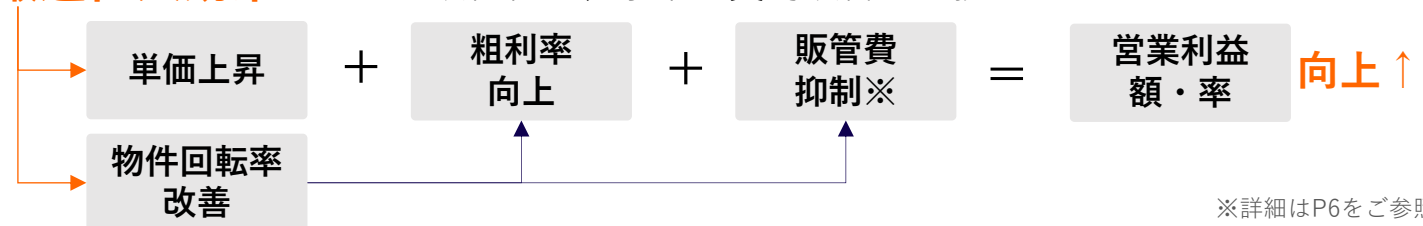
EBITDA (広告宣伝費除く)

1,512百万円

前年同期比 +7.1%

注目 ポイント

- 2Qで増益に転じて前年比**増収増益**となり、利益は期初予算を**大幅に超過**
- **厳選仕入効果**が大きく顕在化し、事業の質的改善が進捗



※詳細はP6をご参照ください

第2四半期業績概要

大型開発物件を除くと**前年比12.6%増収**、**約2倍の利益計上**（本年度開発物件販売は第4四半期に予定）

予算比では粗利率向上と販管費抑制により**営業利益が約2.2倍**

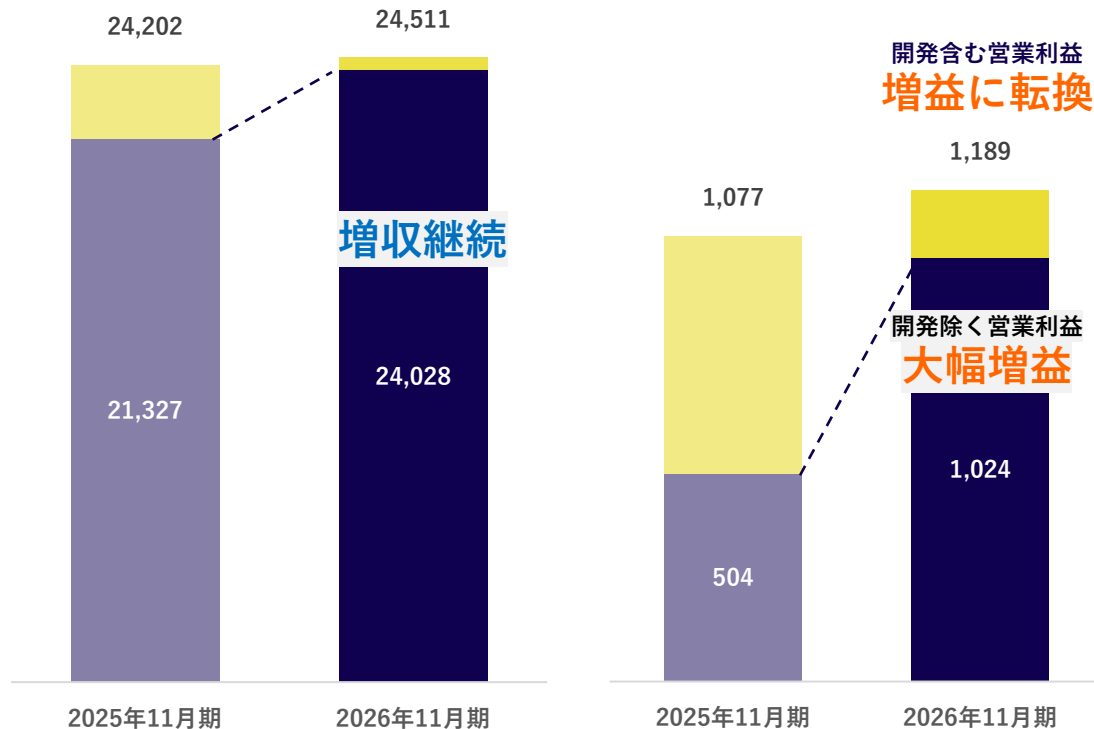
前年同期比較

（単位：百万円）

売上高

営業利益

■ 開発物件

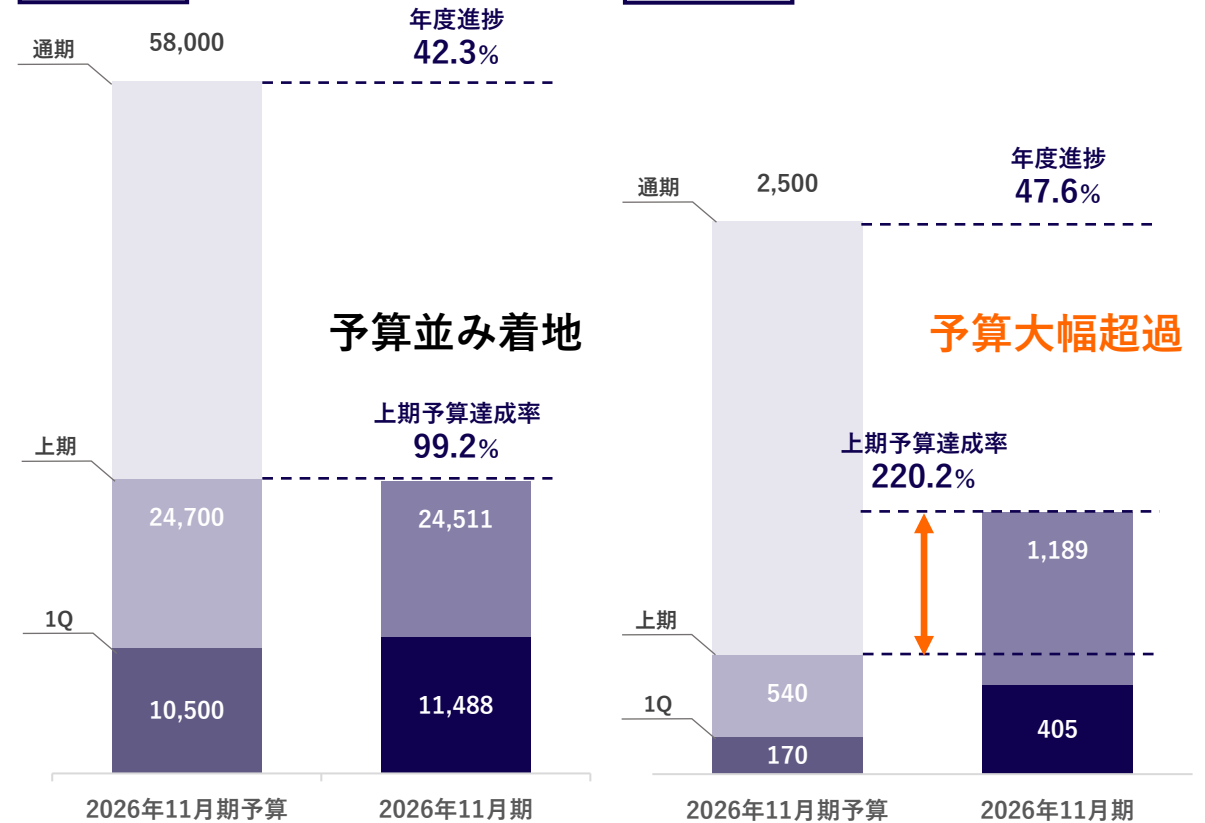


予実比較

（単位：百万円）

売上高

営業利益



連結損益計算書(前年比較)

マンション・戸建ともに販売引渡し好調。前年度の開発売上分を補って**増収**、利益率の改善もあり**増益に転換**

(単位：百万円)	2025年11月期 2Q実績	2026年11月期 2Q実績	増減
連結売上高	24,202	24,511	+308
ホームネット	21,308	21,317	+8
戸建2社	2,871	3,174	+303
粗利益	3,771	3,925	+153
粗利率	15.6%	16.0%	+0.4%
営業利益	1,077	1,189	+111
営業利益率	4.5%	4.9%	+0.4%
経常利益	897	941	+44
当期純利益	545	563	+17

売上高

- マンション・戸建ともに販売が好調に推移し
前年度1・2Qに28.7億円あった開発売上を補って増収
※ 今期開発売上は4Qに予定
詳細内訳はビジネスライン別概況ご参照
- マンション販売は長期在庫の減少によりスタンダードマンションの販売件数が▲95件となった一方で、単価が約6百万円上昇したことで増収

粗利益・営業利益

- スタンダードマンションの単価と粗利率が上昇(2Qの昨対比がそれぞれ+24.5%、+1.2%)することで粗利増益
- 単価上昇と販売回転期間短縮の効果で、販管費（人件費、マンション管理費、水道光熱費、固定資産税）を抑制でき、**営業利益増加**

連結損益計算書(予実比較)

スタンダードマンション好調。販管費圧縮の効果もあり、**利益は計画より大幅に上振れ**

(単位：百万円)	2026年11月期 2Q予算	2026年11月期 2Q実績	差異 (予算比)	2026年11月期 通期業績予想
売上高	24,700	24,511	▲188 (▲0.8%)	58,000
営業利益	540	1,189	+649 (+120.2%)	2,500
親会社株主に 帰属する 当期純利益	150	563	+413 (+275.5%)	1,300

売上高

- スタンダードマンション好調でほぼインライン
- 戸建もほぼ計画通りの進捗

粗利益・営業利益

- スタンダード好調でマンション全体で予算比利益プラス。開発の販売貢献もあり連結ベースの利益は大幅に上振れ
- 営業利益+649百万円のうち、粗利超過約220百万円、販管費抑制約429百万円

販管費の状況

スタンダードマンションの単価上昇、販売回転期間短縮をきっかけとする費用抑制が効き、また期初予算の費消を抑制することで、**予算比大きく圧縮**

(単位：百万円)	2025/11 2Q実績	2026/11 2Q実績	差異 (実績比)	差異※1 (予算比)
販管費	2,694	2,735	+41 (+1.6%)	▲429 (▲13.6%)
うち変動費	595	656	+61 (+10.3%)	▲67 (▲9.3%)
うち固定費	2,098	2,079	▲19 (▲0.9%)	▲361 (▲14.8%)
単価・回転効果 ※2			▲51	▲101

変動費

- プレミアムマンション中心に直接販売が進んだことから、販売手数料の予算比が縮小

固定費

- スタンダードマンションの単価上昇、回転期間短縮による固定費低減効果により昨対比及び予算比減少
- 上記単価・回転効果に加えて、広告宣伝費の見直し、予備費含めた各費用の抑制・未消化により予算比大きく縮減

通期影響

- 単価・回転効果は下期も継続する見込み
- 広告宣伝費、予備費は今期業績進捗と来期への布石のバランスを見て適宜使用

※1 販管費の内訳予算は従来未公開も、2Q業績確認の参考として予算差異を掲載

※2 人件費、マンション管理費・修繕積立金、水道光熱費、固都税の合計値の昨対・予算比減少額

貸借対照表(前年同期比較)

主要な増減項目は、現預金 + 13億円、棚卸資産 + 28億円、有利子負債 + 35億円、純資産 + 8億円

(単位：百万円)		2025年11月期2Q	2026年11月期2Q	増減
流動資産		37,985	42,128	+4,143
うち現金及び預金		4,693	5,992	+1,299
うち棚卸資産		32,338	35,125	+2,787
	うちOC販売用不動産	5,736	2,888	▲2,848
固定資産		2,890	3,051	+161
資産の部		40,875	45,180	+4,304
流動負債		28,776	33,294	+4,517
固定負債		4,260	3,217	▲1,043
負債の部		33,037	36,511	+3,474
純資産の部		7,838	8,668	+830
有利子負債		29,194	32,684	+3,490
純有利子負債		24,501	26,691	+2,190

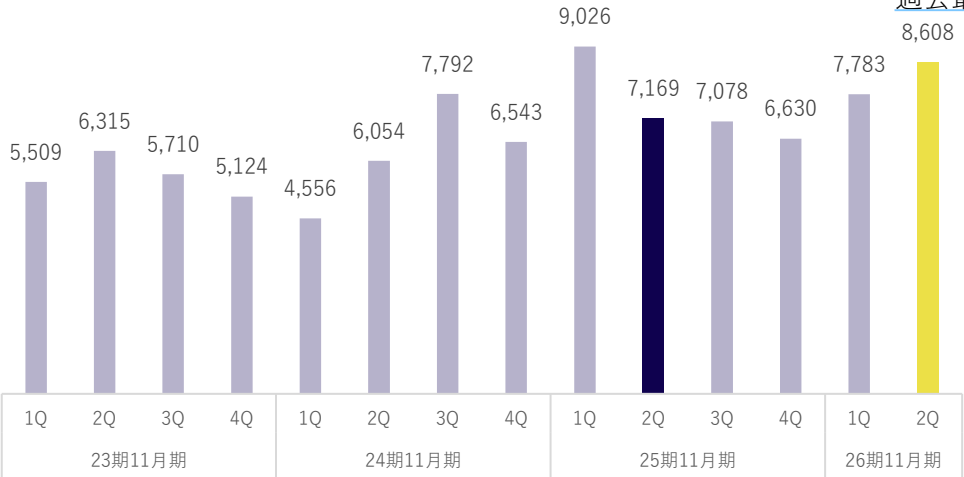
2026年11月期第2四半期 主要KPIの推移

厳選仕入を進めている中でも第2四半期の仕入契約額は過去最高更新
販売好調により第2四半期の販売契約額も過去最高更新

仕入契約額 ※1 ※2

(単位：百万円)

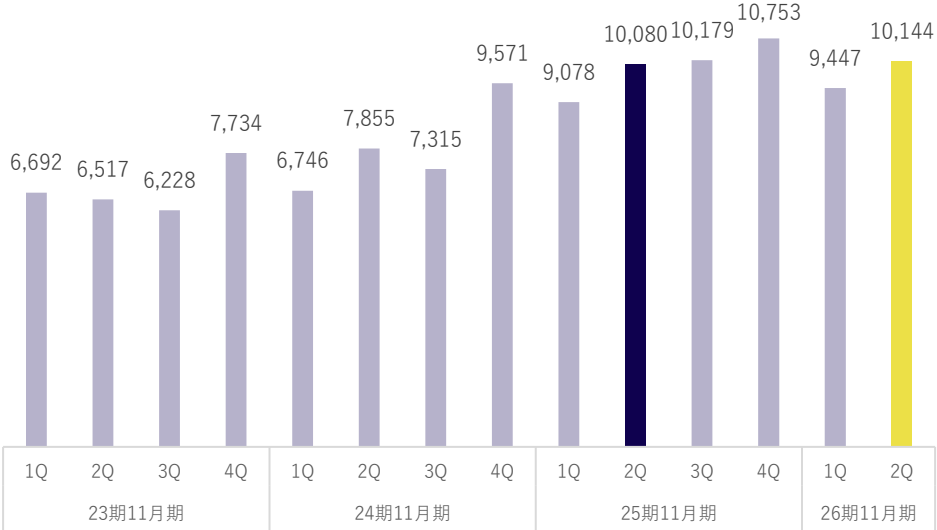
前年同期比 **+20.1%**
「第2四半期
過去最高額更新」



販売契約額 ※1

(単位：百万円)

前年同期比 **+0.6%**
「第2四半期
過去最高額更新」



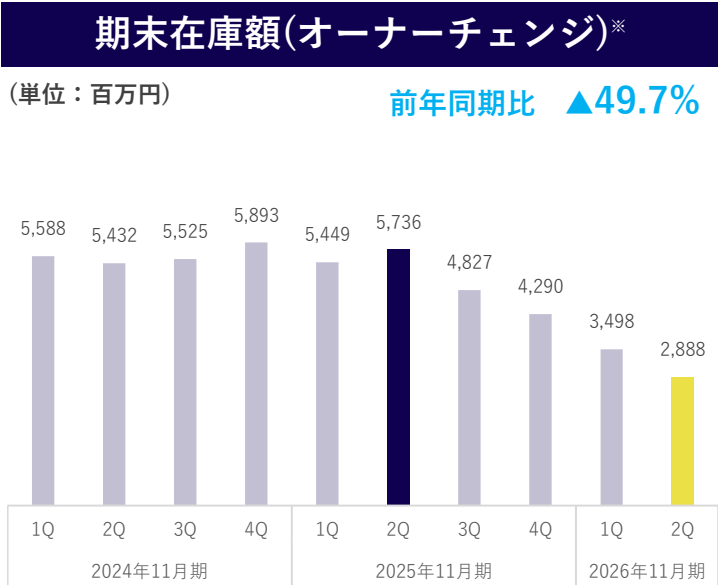
	24期1Q	24期2Q	24期3Q	24期4Q	25期1Q	25期2Q	25期3Q	25期4Q	26期1Q	26期2Q
仕入契約額	4,556	6,054	7,792	6,543	9,026	7,169	7,078	6,630	7,783	8,608
販売契約額	6,733	7,856	7,305	9,636	9,081	10,081	10,180	10,753	9,447	10,144

※1 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

※2 仕入契約額については税込金額

2026年11月期第2四半期 主要KPIの推移

査定数：厳選仕入を前提とした情報収集でも増加基調 ／ 実需在庫：厳選仕入に伴う単価アップにより増加
オーナーチェンジ在庫：引き続きファミリー向け賃貸物件の販売が好調 + **富裕層への浸透で複数物件纏めての購入が進展**
＝ 在庫が大きく減少



	24期1Q	24期2Q	24期3Q	24期4Q	25期1Q	25期2Q	25期3Q	25期4Q	26期1Q	26期2Q
査定数	8,387	8,918	9,321	9,395	10,254	8,761	8,519	8,893	8,805	9,060
期末在庫(実需)	20,818	19,173	20,264	21,729	22,159	23,741	23,599	22,648	21,982	24,139
期末在庫(OC)	5,588	5,432	5,525	5,893	5,449	5,736	4,827	4,290	3,498	2,888

(参考情報) 業績推移

(単位：百万円)		2024年11月期 通期	2025年11月期 通期	2025年11月期 1Q（3カ月）	2025年11月期 2Q（3カ月）	2025年11月期 3Q（3カ月）	2025年11月期 4Q（3カ月）	2026年11月期 1Q（3カ月）	2026年11月期 2Q（3カ月）
連結売上高		41,612	50,909	10,343	13,859	11,868	14,837	11,488	13,023
	ホームネット	33,263	42,739	9,282	12,025	9,818	11,611	10,188	11,129
	うち開発	554	2,875	1,579	1,295	0	0	285	198
	戸建2社	8,301	8,114	1,049	1,822	2,032	3,210	1,288	1,886
粗利益		6,640	7,638	1,721	2,050	1,834	2,032	1,761	2,163
	ホームネット	4,836	5,876	1,497	1,678	1,396	1,304	1,498	1,771
	うち開発	99	573	282	290	0	0	56	133
	戸建2社	1,755	1,704	212	359	420	711	251	382
連結営業利益		1,362	2,041	418	658	466	497	405	783
	ホームネット	1,058	1,746	535	635	397	177	526	757
	戸建2社	426	341	▲103	32	78	333	▲89	20

01 2026年11月期 第2四半期ハイライト

02 ビジネスライン別概況

03 上期総括と下期の取組み

04 直近のトピックス

05 事業概要

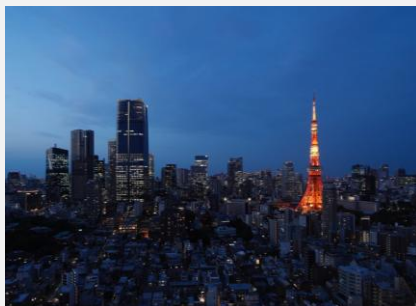


ホームネット

スタンダードマンション



プレミアムマンション



ソリューション^{※1}



戸建2社

新築戸建（注文・建売）



売上構成^{※2}

71.8%

4.7%

5.7%

14.6%

主力商品

リノベーションにより
物件価値が向上した
中古マンション（区分）

『唯一無二』となる
資産価値の高い
高級マンション（区分）

一棟ビル、再開発、土地
有効活用等、リスク抑制
しつつ高収益案件を組成

注文住宅を中心とする
高機能のハイエンド住宅から
コスト重視の規格住宅

エリア

全国主要都市・地方都市
15拠点で事業展開

東京を中心に
横浜・大阪・京都・福岡
にて仕入

東京を中心

秋田県・山口県

※1 旧）開発案件

※2 25期実績に基づく売上構成比

スタンダードマンションの概況（ホームネット）

「厳選仕入」「長期在庫一掃」施策の効果が2Q(3か月間)に大きく発現し、**単価・粗利率上昇**

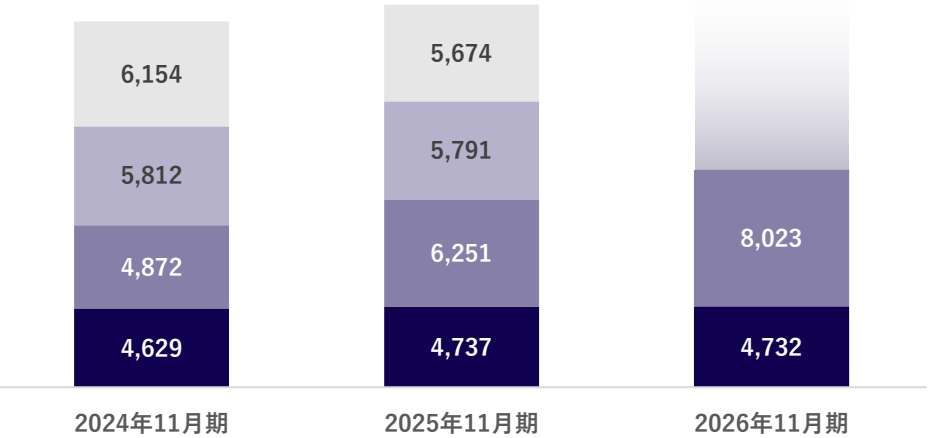
(単位：百万円)	2025年11月期 2Q	2026年11月期 2Q	変化率	増減
売上高	17,644	18,318	+3.8%	+674
粗利益	2,511	2,610	+4.0%	+99
粗利率	14.2%	14.2%	—	+0.0%

(単位：百万円)	2025年11月期 2Q(3カ月)	2026年11月期 2Q(3カ月)	変化率	増減
売上高	10,339	10,023	▲3.1%	▲316
粗利益	1,396	1,473	+5.5%	+77
粗利率	13.5%	14.7%	—	+1.2%

仕入金額

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



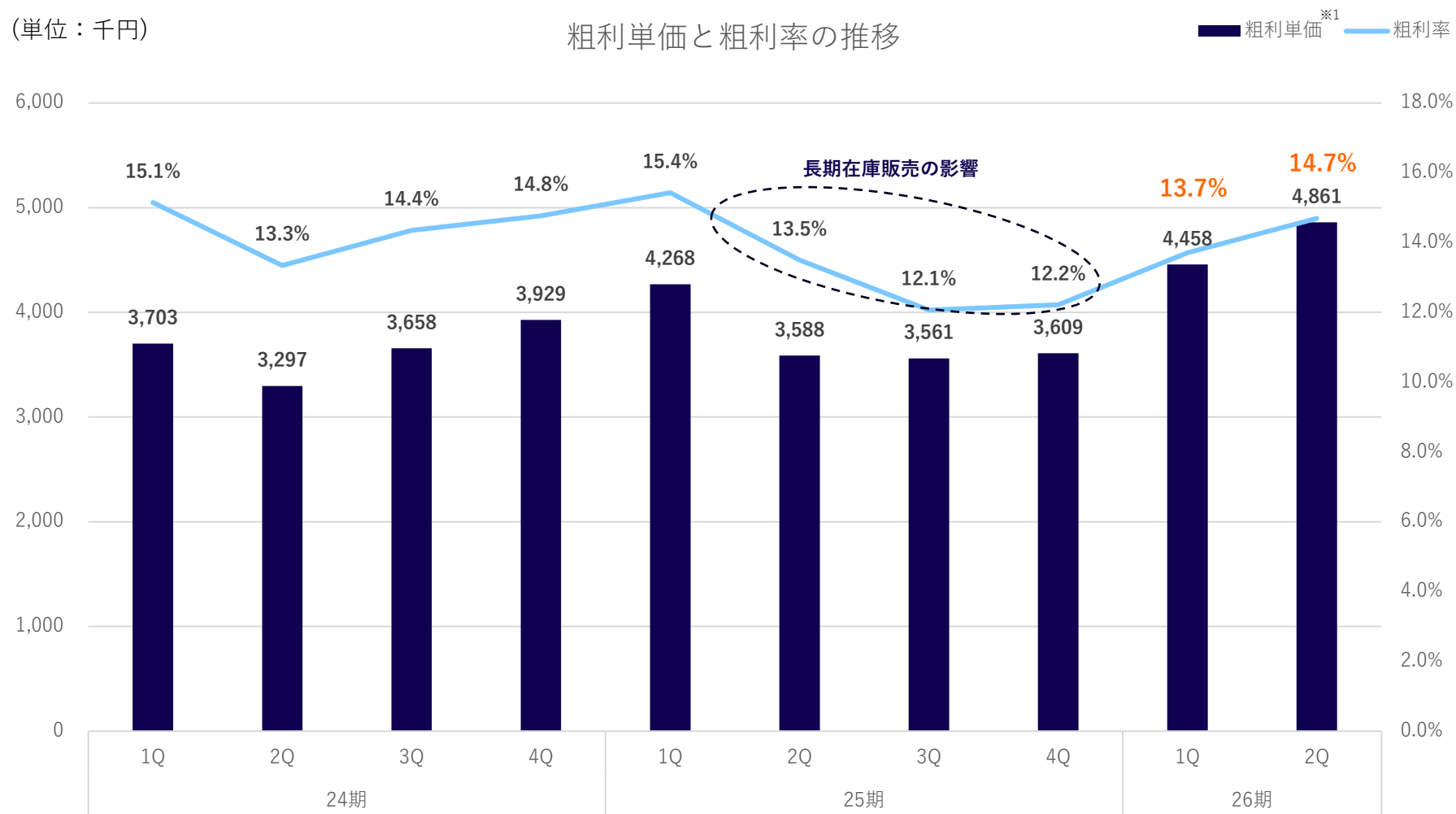
増減要因等

- 厳選仕入効果による販売単価上昇
- 長期在庫一掃による粗利率上昇

25期2Q(3か月)	26期2Q(3か月)	×	25期2Q(3か月)	26期2Q(3か月)
26,580千円	33,079千円		13.5%	14.7%
	+24.5%			+1.2%

スタンダードマンション ～粗利単価と粗利率

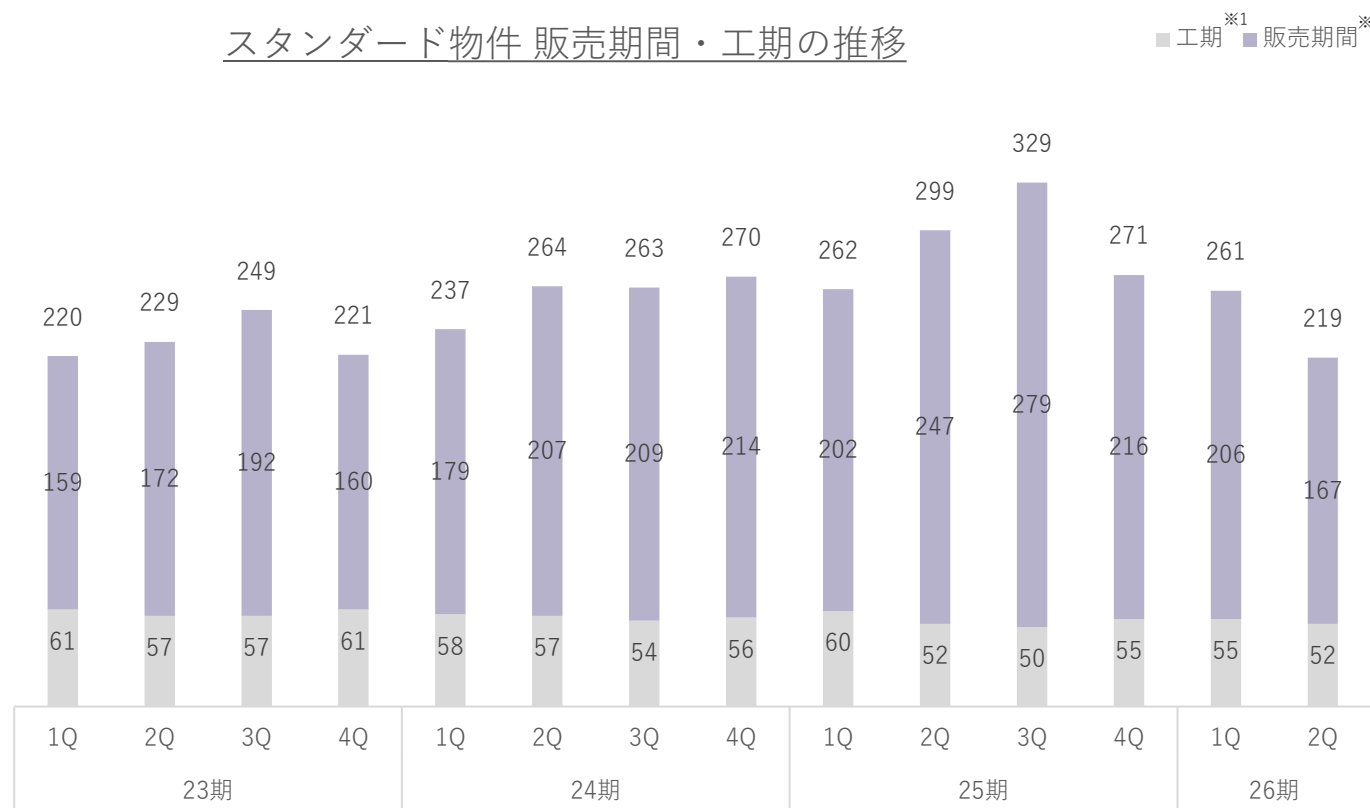
長期在庫販売強化の影響が一巡し、スタンダードマンションの粗利率が改善、粗利単価は過去最高



スタンダードマンション ～販売期間・工期短縮

長期在庫販売強化による過去仕入物件の圧縮と、厳選仕入効果による直近仕入物件の回転率向上により、スタンダード物件の**平均販売期間は2Qから大きく短縮**

スタンダード物件 販売期間・工期の推移



当社における販売期間・工期は
仕入決済日から販売決済日までの日数

- 今期1Qまでは長期在庫の販売決済の影響が残っていたが、長期在庫販売強化施策が一巡
- 2Qより大幅改善し、23期以降の最短販売期間・工期を更新

※1 販売期間は四半期ごとに引渡した物件の平均販売日数

※2 工期は四半期ごとに完工日を迎えた物件の平均日数

プレミアムマンションの概況（ホームネット）

在庫が整い期初から販売が進んだことで前年比増収増益

(単位：百万円)	2025年11月期 2Q	2026年11月期 2Q	変化率	増減
売上高	293	2,028	591.7%	+1,735
粗利益	57	327	471.9%	+270
粗利率	19.5%	16.1%	—	▲3.4%

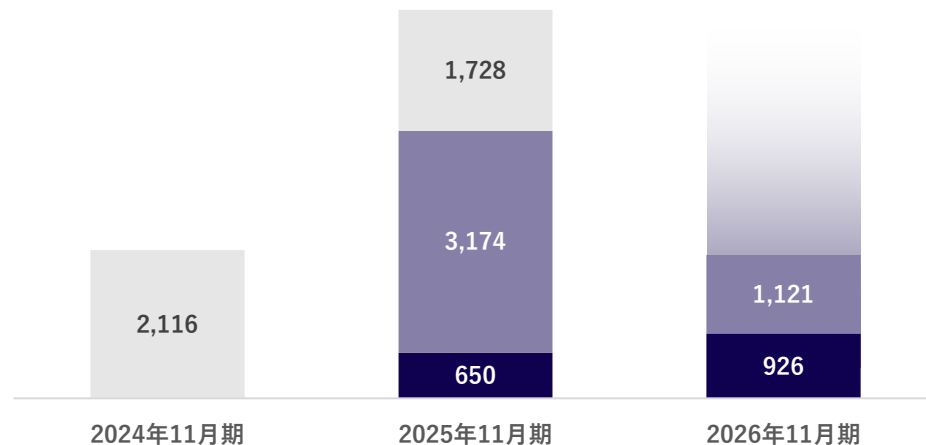
増減要因等

- 充実させた期初在庫の販売により前年比売上増加
- 収益機会確保とリスク回避（早期売却）のバランスを取る中で粗利率は低下
- なお予算比ではマイナスも、3Qの契約で取り戻す見込み

仕入金額

(単位：百万円)

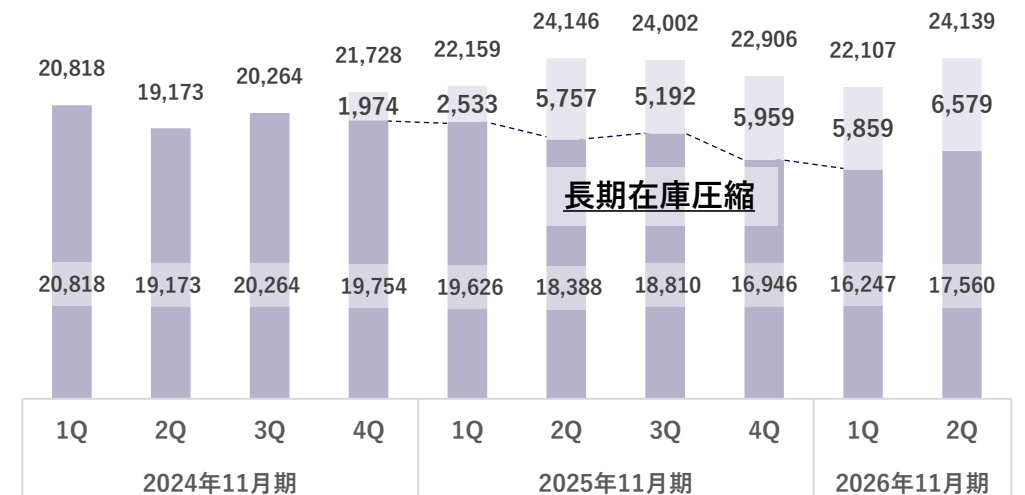
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



在庫金額

(単位：百万円)

■ スタンダード ■ プレミアム



プレミアムマンションの足元状況

十分な期初在庫を販売し2Qまで増収増益。

足元環境は当初想定通り厳しくなっており、これまで以上に丁寧な個別対応を行っていく

足元
状況

市場の動き

- 2Q末の市場在庫数と過去1年間の成約数を比較すると、都心高級マンションは**市場在庫水準が上昇**し、平均回転期間は長期化の傾向
- 高額物件は日本人顧客に様子見傾向があり、**外国人顧客中心**の動き

当社の動き

- 十分な在庫を持って期初スタートした結果、上期は**前年比増収増益**
- 市場在庫水準は上昇しているものの、眺望を資産価値に据えるなど他社との差別化を図り、日本滞在時の住まいとする海外富裕層含め**実需向けに訴求**する当社物件への**内見数は維持確保**できている状況
- 物件によってペルソナ設定を変え、こだわりの内装を提案。特に日本人富裕層の支持を受けられ、**日本人顧客との成約も確保**している

短期戦略

- ① 時間をかけても**利益重視**
- ② 利益確保以上に**回転重視**

物件ごとに位置付けを明確化し売上・利益を確保していく。特に期初在庫物件は①、期中仕入物件は②の視点で運営

中期戦略

- ① **差別化**できる唯一無二の物件品揃え
- ② **顧客ニーズ**に沿った商品供給

プロダクトとマーケットの両視点から、適切な品揃えを整え、拡大していく

ソリューションの概況（ホームネット）

※1
本年度ソリューション物件は下期に集中販売予定も、1Q、2Qに追加引渡し成約

(単位：百万円)	2025年11月期 2Q	2026年11月期 2Q	変化率	増減
売上高	2,875	483	▲83.2%	▲2,391
粗利益	573	189	▲66.9%	▲383
粗利率	19.9%	39.3%	—	+19.3%

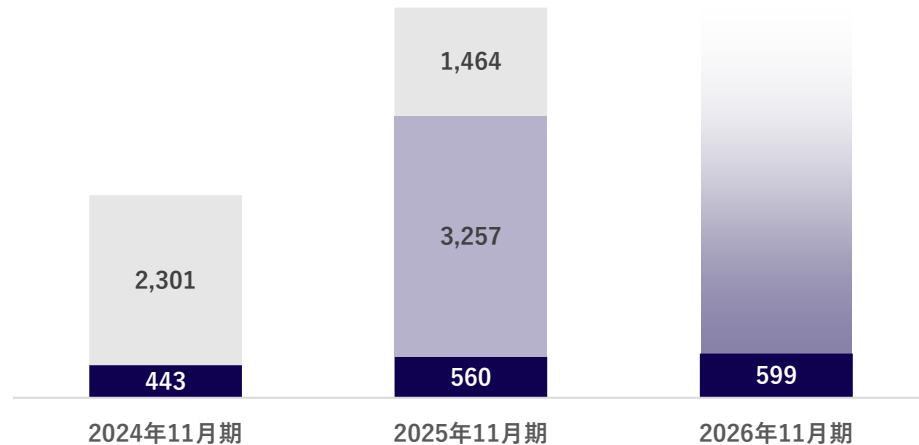
増減要因等

- 前年度は1Q・2Qに大型物件の販売あり。本年度は第4四半期に前年を上回る売上を想定
- 上記と別に一棟販売1件、再開発地域の区分マンション販売2件を1Q・2Qに計上し、本年度上振れ要因となるもの
- ソリューション案件は今後継続的に組成し、利益の柱としていく方針

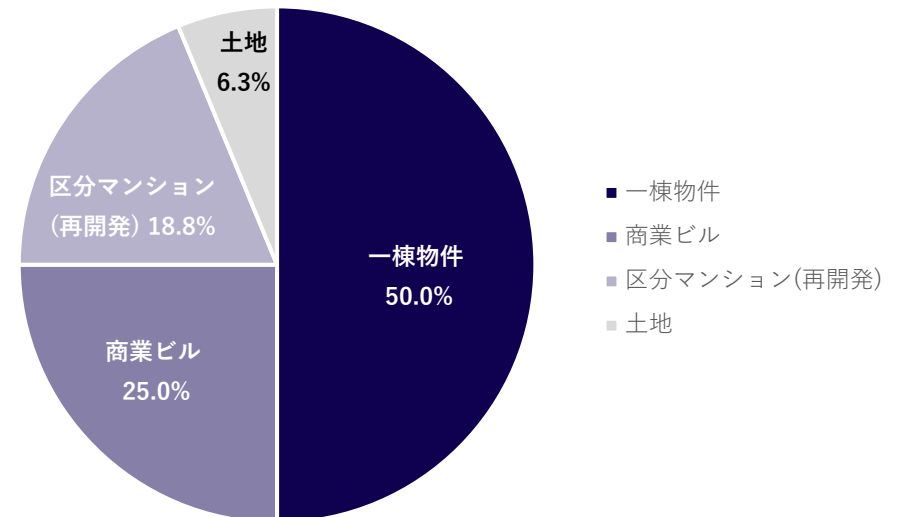
仕入金額

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



過去取扱物件種別



新築戸建（注文・建売）の概況

売上・利益ともほぼ業績計画に沿った進捗

(単位：百万円)	2025年11月期 2Q	2026年11月期 2Q	変化率	増減
売上高	2,603	2,840	+9.1%	+237
粗利益	471	518	+9.8%	+46
粗利率	18.1%	18.2%	—	+0.1%

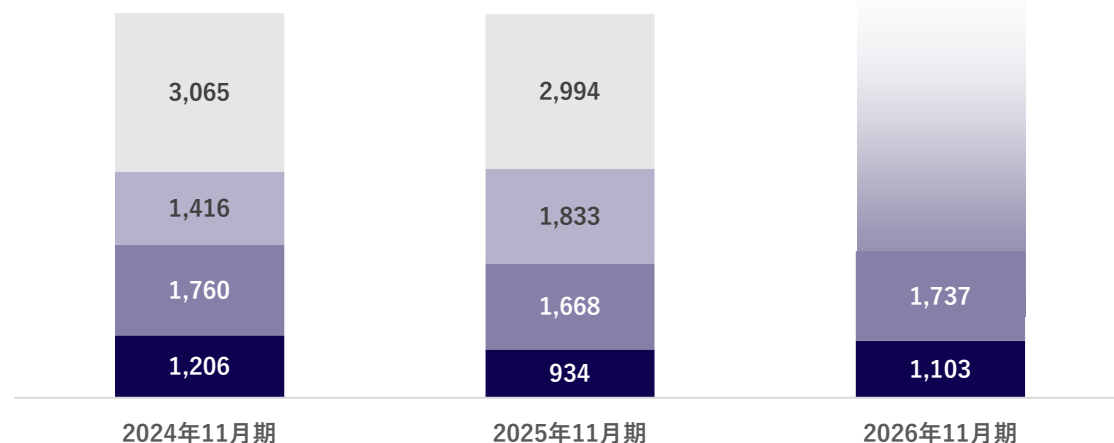
増減要因等

- ほぼ業績計画通りの進捗（前年比引渡+3棟）
- 資材値上げの動きが強まる中で、請負契約の工夫、追加工事の獲得など地道な営業を続け、第2四半期までは前年並みの粗利率を確保

売上高

(単位：百万円)

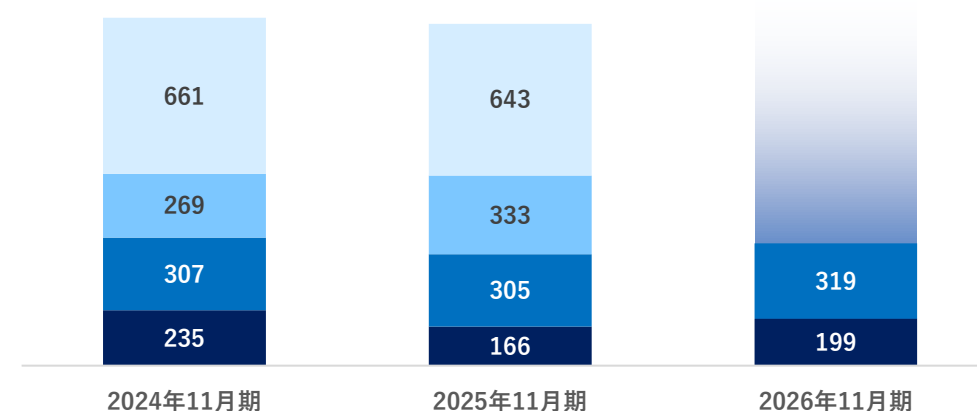
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



粗利益

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



01 2026年11月期 第2四半期ハイライト

02 ビジネスライン別概況

03 上期総括と下期の取組み

04 直近のトピックス

05 事業概要

前年比：ソリューション（旧開発）案件の下期偏重による大幅マイナスあるも他分野でカバーし**増収増益**
 予算比：スタンダードマンションの好調・販管費抑制効果とソリューション案件の販売成約により、特に**利益が大幅超過**

売上高 (単位：百万円)	連結	スタンダード	プレミアム	ソリューション	新築戸建
25期2Q	24,202	17,644	293	2,875	2,603
26期2Q	24,511	18,318	2,028	483	2,840
差異	+308	+674	+1,735	▲2,391	+237

粗利益 (単位：百万円)	連結	スタンダード	プレミアム	ソリューション	新築戸建
25期2Q	3,771	2,511	57	573	471
26期2Q	3,925	2,610	327	189	518
差異	+153	+99	+270	▲383	+46

スタンダードマンション

前年度『厳選仕入』と『長期在庫一掃』を進めた結果、

- ①販売単価・粗利単価の上昇
- ②販売期間の短縮
- ③粗利率向上

が実現し、増収増益

プレミアムマンション

充実した期初在庫を背景に前年比増収増益

ソリューション

期初より計画している大型案件は第4四半期に売上計上予定であるが、
 その他の保有物件の販売が進み、大きく利益貢献

新築戸建

前年比販売棟数微増。概ね計画通りの推移

戦略的アプローチを推進し、当期の計画達成と来期以降のさらなる業容拡大を目指す

スタンダード

予算超過の取組みと厳選仕入高度化

- DX含めた効率的な業務運営を進め、通年で**予算を上回る販売**を目指す
- 市場分析を踏まえた仕入により、単価・回転期間の更なる向上を進める（**厳選仕入の高度化**）
- ★ 顧客ニーズの捕捉、仕入からリノベーション、販売まで全般の高度化を続け、主力ビジネスとして安定的に収益を確保しつつ、**更なる業容拡大**を目指す

プレミアム

物件に適した販売対応による利益追求

- 利益を追う物件と回転重視の物件を峻別し、計画通りの売上利益を確保しつつ、**利益の上積み**を目指す
- ★ 来期以降に向けて、市場の見極めによる**エリア戦略**（仕入・販売）と明確なコンセプトに基づいた**物件差別化**を促進することで、更なる業容拡大を図る

ソリューション

足元案件の完遂と体制強化

- 今期予定の大型案件の仕上げを推進
- 来期以降の収益確保に向けて組織体制を強化しつつ、仕入を促進する
- ★ 来期以降、安定的な案件組成によりソリューションビジネスを「**利益の柱**」としていく

データ・テクノロジーの活用 ～仕入精度向上施策（例）

利益率・長期エリアの可視化分析 × 過去傾向に基づく仕入AIチェックで「長期・低採算物件」を低減

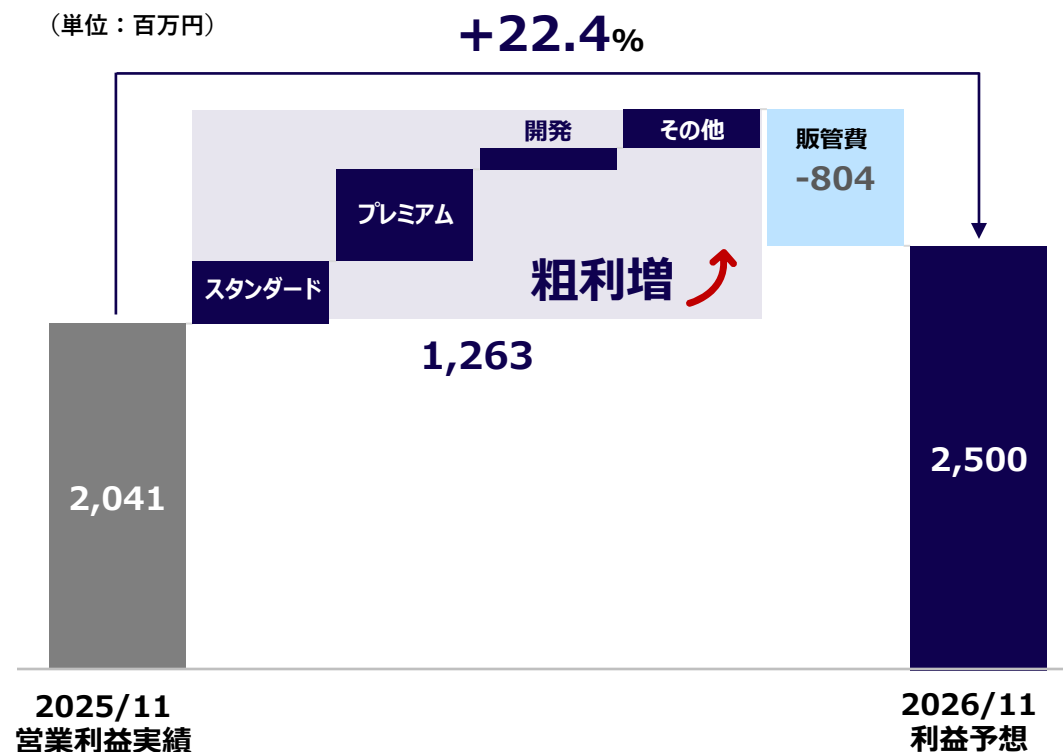


2年間で整えたスタンダード・プレミアム両マンションで効率的に利益を創出することで、**営業利益は過去最高益**を計画

2026年11月期 業績予想

（単位：百万円）	2025年 11月期	2026年 11月期	YoY
売上高	50,909	58,000	+13.9%
営業利益 （営業利益率）	2,041 (4.0%)	2,500 (4.3%)	+22.4% (+0.3pt)
経常利益 （経常利益率）	1,684 (3.3%)	2,100 (3.6%)	+24.6% (+0.3pt)
親会社株主に帰属 する当期純利益 （当期純利益率）	1,082 (2.1%)	1,300 (2.2%)	+20.1% (+0.1pt)

営業利益増減要因分析



業績予想の四半期別予算（再掲載）

(単位：百万円)		2026年11月期 予算				
		1Q予算	2Q予算	3Q予算	4Q予算	通期
売上高		10,500	14,200	12,800	20,500	58,000
	前年増減	+156	+340	+931	+5,662	+7,090
	通期比	18.1%	24.5%	22.1%	35.3%	100%
営業利益		170	370	660	1,300	2,500
	前年増減	▲248	▲288	+193	+802	+458
	通期比	6.8%	14.8%	26.4%	52.0%	100%
親会社株主に帰属する当期純利益		30	120	350	800	1,300
	前年増減	▲160	▲234	+114	+498	+217
	通期比	2.3%	9.2%	26.9%	61.5%	100%

- スタндартマンションは季節変動要因により2Qと4Qの取引が多くなる傾向あるも、プレミアムマンションや開発売上が計上されるか否かで四半期収益が上下動する実態
- 2026年11月期については、上期に開発売上を見込んでおらず、前年度に比べて下期の利益ウェイトが高まる見込み
- 開発物件の影響を除くと、上期の売上・粗利とも前年同期比増加の見込み
(前年度上期開発売上28.7億円、利益5.7億円)

01 2026年11月期 第2四半期ハイライト

02 ビジネスライン別概況

03 上期総括と下期の取組み

04 直近のトピックス

05 事業概要

今期も当社代表取締役CEO 濱中雄大らが明海大学の特別講義に登壇



当社代表取締役社長（CEO）濱中雄大とPropTech戦略部長（CTO）金子健哉が、今年も学校法人明海大学不動産学部より外部講師として招聘され、同学部『不動産経営戦略』を受講する学生の皆さまを対象に特別講義を行いました。

同講義では、濱中より自身の会社員時代から独立・起業に至るまでの歩みについてお伝えしたほか、一橋大学大学院教授の清水千弘氏が所長を務める当社『PropTech-Lab』の紹介を交え、また、金子からも不動産業界におけるテクノロジーの役割について、当社の具体的な取組みを交えて、当社グループが推進する「不動産×テクノロジー」が作る未来についてレクチャーしました。学生の皆さまからは「自身のキャリアや不動産業界の新たな可能性について、より具体的に考える機会になった」といったご意見もいただき、今年も好評のうちに終了しました。

今後も、未来を担う若者の成長を積極的に支援するとともに、不動産業界全体の更なる活性化・発展に貢献できる持続可能な取組みを行ってまいります。

PropTech-Lab 清水千弘所長が 広島県立尾道東高等学校にて特別講義を開催



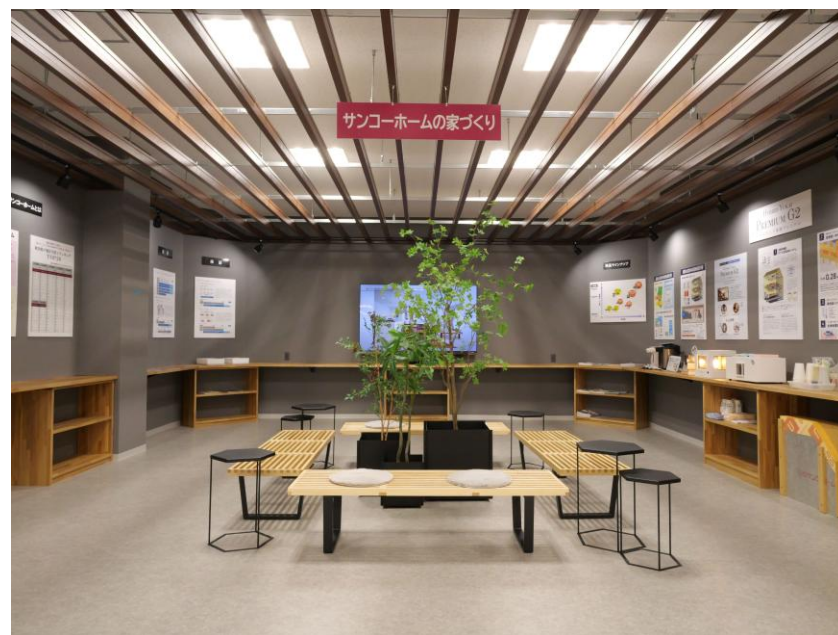
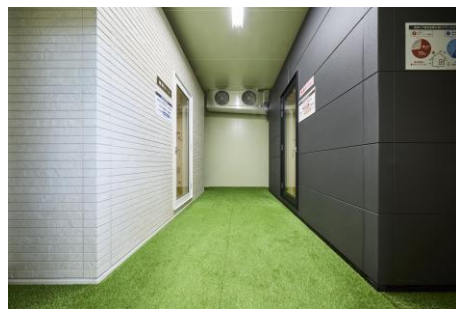
当社『PropTech-Lab（プロップテック・ラボ）』の所長を務める清水千弘一橋大学大学院教授が、広島県立尾道東高等学校で特別講義を開催しました。

本講義は、「研究活動における課題設定」について、世界各国の教壇に立ち、国際機関の統計委員も務める清水千弘教授が、自身のグローバルな経験や実社会でのデータ活用事例を交え、「自ら問いを立て、学び続けること」の重要性を直接語りかけました。今回の講義を皮切りに、国交省と共同開発したAIや、民間企業の数億円規模の人流データなどを生徒に無料開放し、若手研究者と共に「10年後の尾道の課題」を解決する具体的な提案を行うワークショップの開催も予定しています。

予測困難な「正解のない時代」を生き抜くためには、自ら課題を発見し、解決策を構築する「探究（リサーチ）」の力が不可欠であり、本講義が次世代を担う高校生たちが「データサイエンス」という客観的な視点を通じて、自身のキャリアや地域の未来を主体的に描くきっかけになることを目的として開催されたものです。

当社グループは、今後も若者たちの未来に資する活動を積極的に続けてまいります。

サンコーホームの『住まいの専門館』が大幅リニューアルオープン



秋田県最大級 住宅総合ショールーム

住まいの専門館 大曲

ハルジオンセア

サンコーホームの新築からリフォームまでのリアルを
住まいの専門館で体感。

サンコーホームは、2026年4月、「住まいの専門館 大曲」を大幅にリニューアルしました。

今回のリニューアルは昨今のリフォーム需要の高まりをうけたもので、1階を「リフォーム」、2階を「新築」とフロアごとにテーマを明確にし、新築からリフォームまで、住まいに関するあらゆるお悩みやご要望にワンストップで応えることができる施設に生まれ変わりました。

特に目玉となるのは断熱性能を体験できる大型冷蔵庫や、耐震性能や災害への取り組みも訴求できる体験コーナーで、サンコーホームの家の性能の高さを実感できる「体感型ショールーム」となっています。

今回のリニューアルによって、新設備による競合他社との差別化のほか、知名度を生かしたリフォーム需要を取り込み、リフォームでのシェア獲得も目指してまいります。

ファーストホームがOB顧客へ日頃の感謝を込めて『お客様感謝祭』を開催



株式会社ファーストホームが、山口市にてお客様感謝祭を開催、355組ものお客様にご来場いただき、大盛況となりました。

ファーストホームは、引渡後もオーナー様との絆を深める「顧客エンゲージメントの強化」を最重要施策の一つとして位置づけています。本イベントは、オーナー様に日頃の感謝をお伝えするとともに、今後のライフステージの変化に応じた新築・リフォーの不安やお悩みについて直接ご相談いただくことができ、オーナー様との貴重な関係強化の機会となりました。



こうしたライフタイムバリューの最大化が、ファーストホーム安定した経営基盤を支える原動力となっております。秋にも同様のイベントを予定しており、引き続きオーナー様との絆を深めるイベントを積極的に開催してまいります。

01 2026年11月期 第2四半期ハイライト

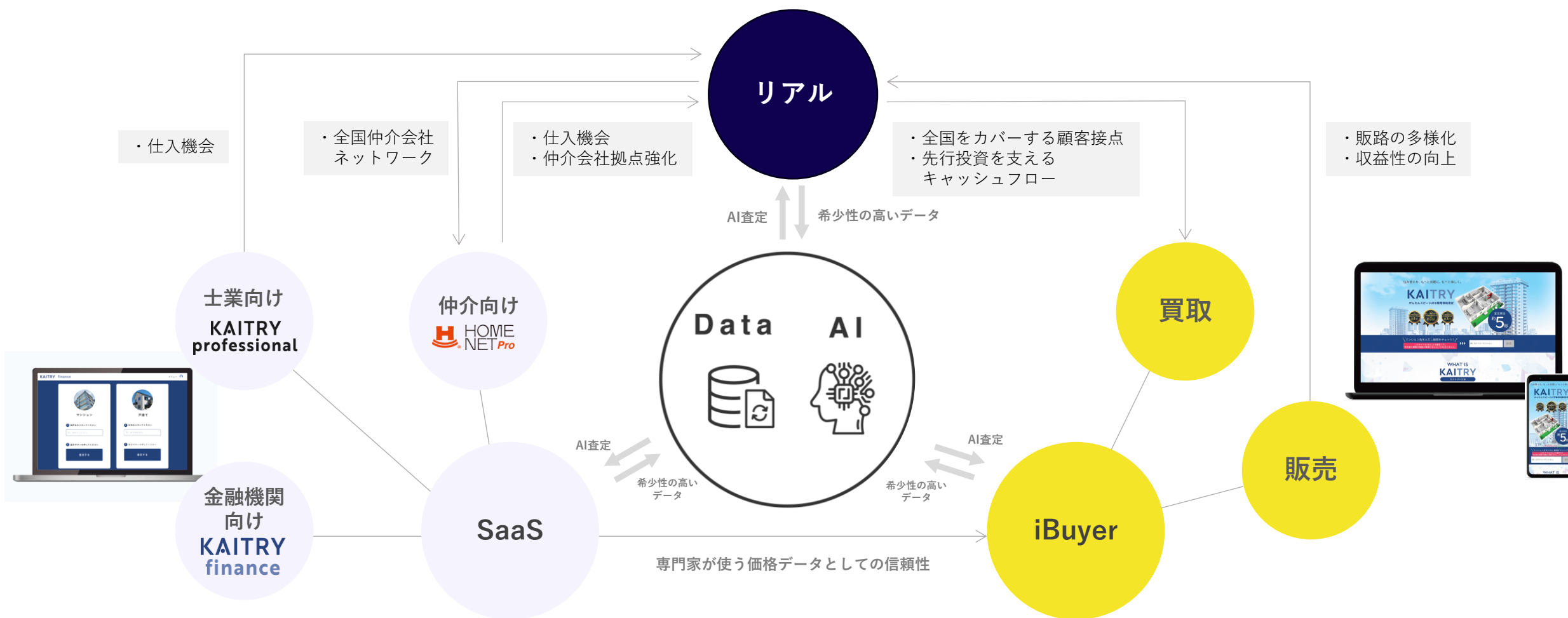
02 ビジネスライン別概況

03 上期総括と通期の見通し

04 直近のトピックス

05 事業概要

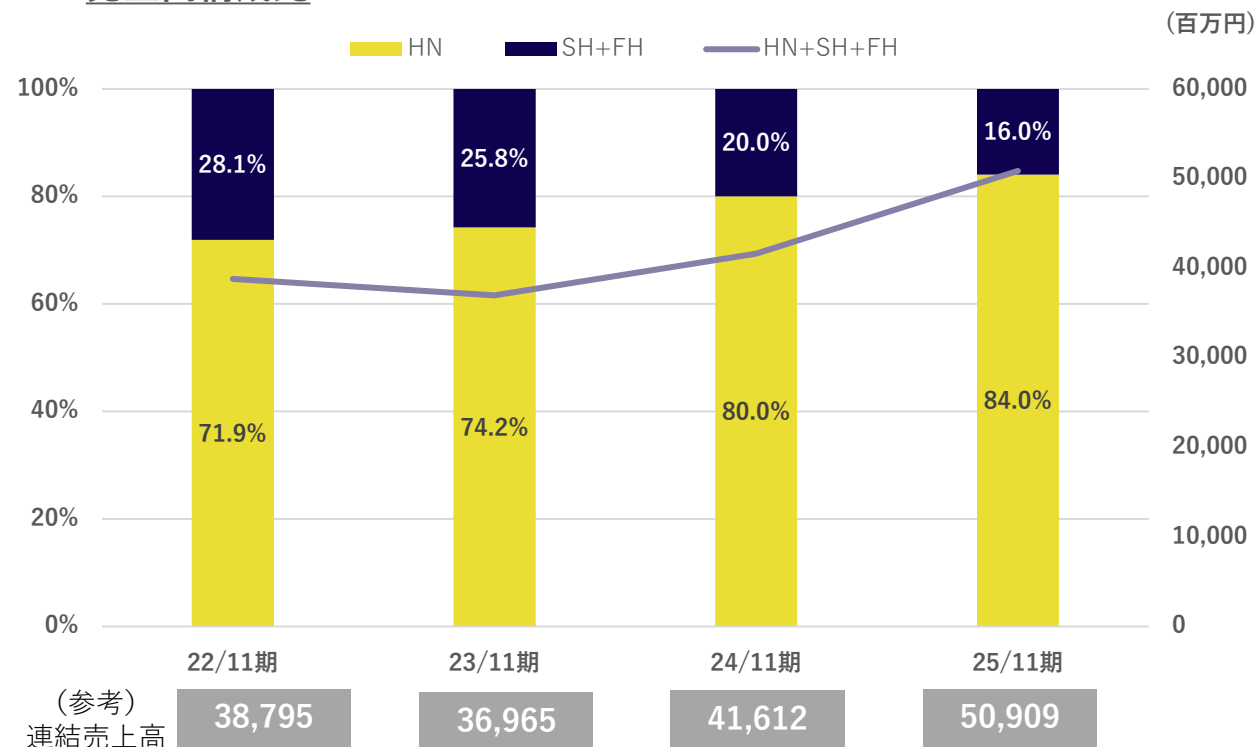
不動産事業を通じて得たノウハウとデータを基盤に、シナジーのある新たなサービスを生み出しミッションの実現を目指す



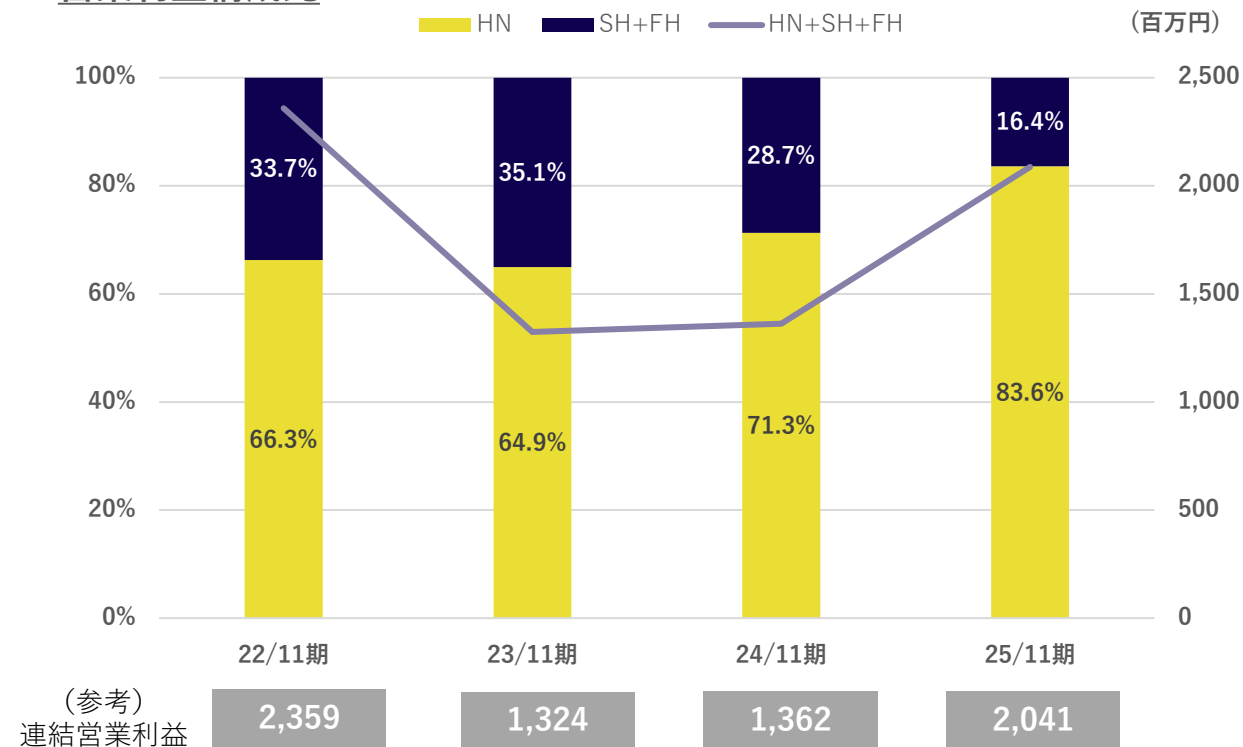
事業概要 ～売上高及び営業利益の構成比

中古マンションを主力とするHNの業容拡大により、同マンション販売の比率が連結売上高の8割を超える構成

売上高構成比



営業利益構成比



HN:株式会社ホームネット、SH:株式会社サンコーホーム、FH:株式会社ファーストホーム

主に中古マンションを扱うHNと、主に新築戸建を扱うSH+FHを比較

3社合計の売上高・営業利益を折れ線グラフ表示（右軸／単純合算値にて連結数値と一致せず）

リノベーションで物件価値が向上した中古マンションを主力とする



※1
中古マンション買取再販
年間販売件数
全国 3 位

※1 出所 リフォーム産業新聞「買取再販年間販売戸数ランキング2025」

購入者層

安定的な需要が見込まれる一次取得者層（30-40代、ファミリー）

特徴

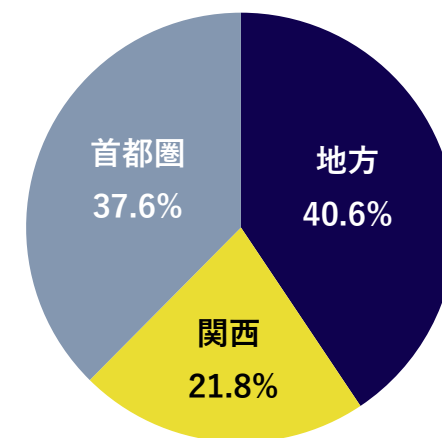
- 安定的な実需でニーズが明確（家賃より低い住宅ローン負担）
- 単価のハードルが低い（25期東京平均売価 当社:37百万円 都内平均:67百万円）

エリア

全国主要都市・地方都市15拠点で事業展開

エリア別 販売件数割合

地方都市の比率が高く、エリア分散を徹底したポートフォリオを構築することで、局所的なマーケットの影響を最小限に留めている



売主



仲介会社
KAITRY®
カイトリー



仕入

リノベーション

企画

販売

仲介会社
KAITRY®
カイトリー

買主



既存の「一般的に好まれる物件」と区別し、『唯一無二』となる資産価値の高い高級マンションを提供



取扱商品

第一弾として、独自基準を満たす「眺望」を資産価値と捉えて提供する、都心高級マンション『眺望マンション』の取扱いを本格推進

特徴

国内外の富裕層をターゲットとした仲介会社や金融機関からの紹介中心。直接売買も行う

エリア

東京を中心に、横浜、大阪、京都、福岡にて仕入

販売経路の拡大

25期にNoahグループ(NY・HK上場)・
YAKグループ(TOKYO PRO Market上場)と業務提携し
外国人投資家や富裕層向け販売チャネルを拡張



売主



仲介会社

H O M E N E T

仕入

企画

リノベーション

販売

直接販売
仲介会社
金融機関

買主



ファミリータイプのリノベ賃貸区分マンションを提供

◆ファミリー向け物件投資セミナーを開催
不動産エコノミストの吉崎誠二氏が登壇



特徴

- 「リノベ済」「ファミリー向け」物件は修繕等の出費が少なく、空室リスクが低いため、安定したインカムゲインが見込める
- ファミリー向け投資物件は、賃貸物件として売買でき、賃貸人退去時には実需購入者への売却も可能でエグジットの選択肢が広い
- 購入価格に占めるリノベ価値分を短期間で減価償却とすることができる。中古建物として短期間での減価償却計上が可能

販売目的

- 実需物件とは異なる市場にアプローチし、同等の粗利率を実現
- 保有期間中は賃料収入により合理的な水準の利回りを確保
- 販売環境変化への対応力向上により在庫方針、仕入・販売戦略に関する選択の幅が拡張

販売実績の上昇

2024年11月期

年間
販売件数
17件

2025年11月期

累計販売契約数
77件

一定の販売数定着により、今後安定的な賃料収入を得るビジネスとしていく



地域特性に合わせた高性能のハイエンド住宅からコスト重視の規格住宅まで幅広く展開



特徴

- 大工工事はグループ協力会社にて、安定した工程管理・クオリティを実現
- お客様との信頼関係を大切に、アフター工事を丁寧に行い、大型リフォームや新しいお客様の紹介受注も

エリア

秋田県・山口県 地域密着型



戸建建築

ノウハウ蓄積

商品化

請負

顧客

引渡・建売

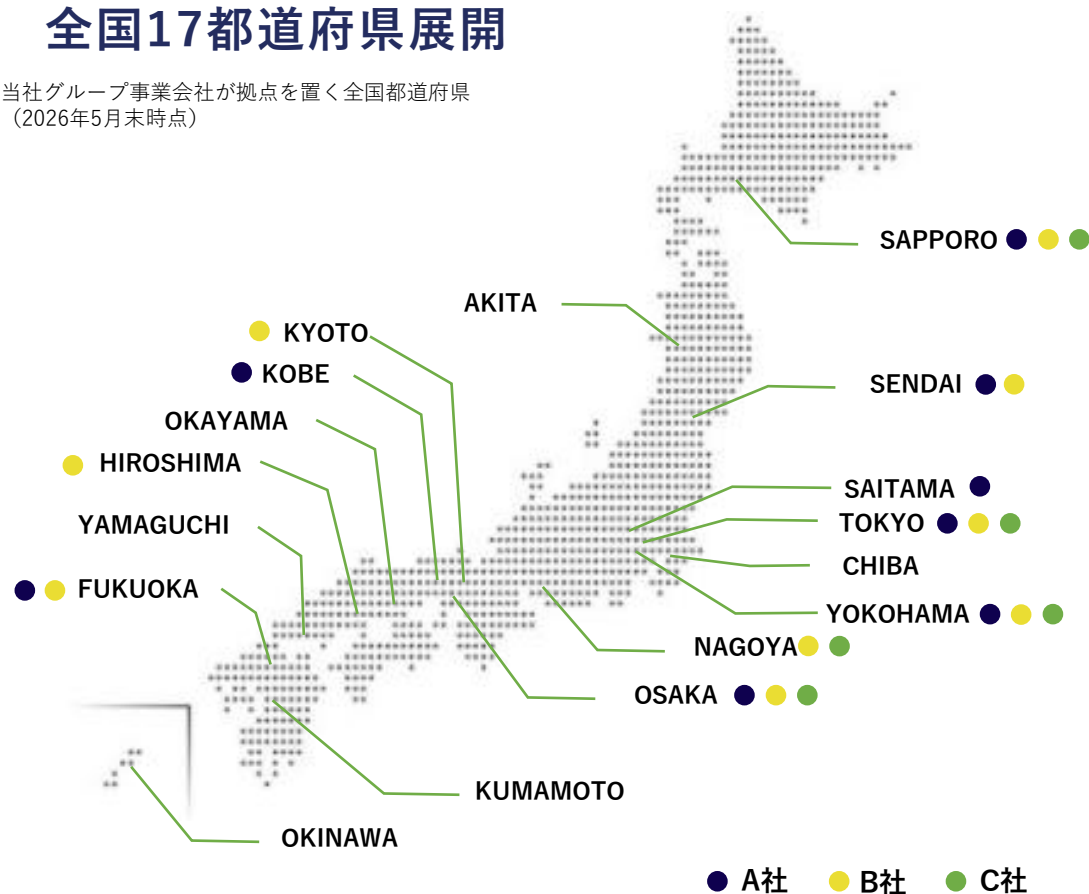


優位性1：ネットワーク

業界でも数少ない地方都市をカバーするサービス展開
取引先からの数多くの査定依頼が、仕入物件及び独自の価格データ取得の起点
ネットワーク拡大とともに査定数は増加し、年間3万件を超える

全国17都道府県展開

当社グループ事業会社が拠点を置く全国都道府県
(2026年5月末時点)



取引先仲介会社



7,921社

前年同期7,034社

取引仲介会社
拠点数



11,778拠点

前年同期10,562拠点

取引仲介会社
営業員数



33,872人

前年同期29,734人

取引金融機関



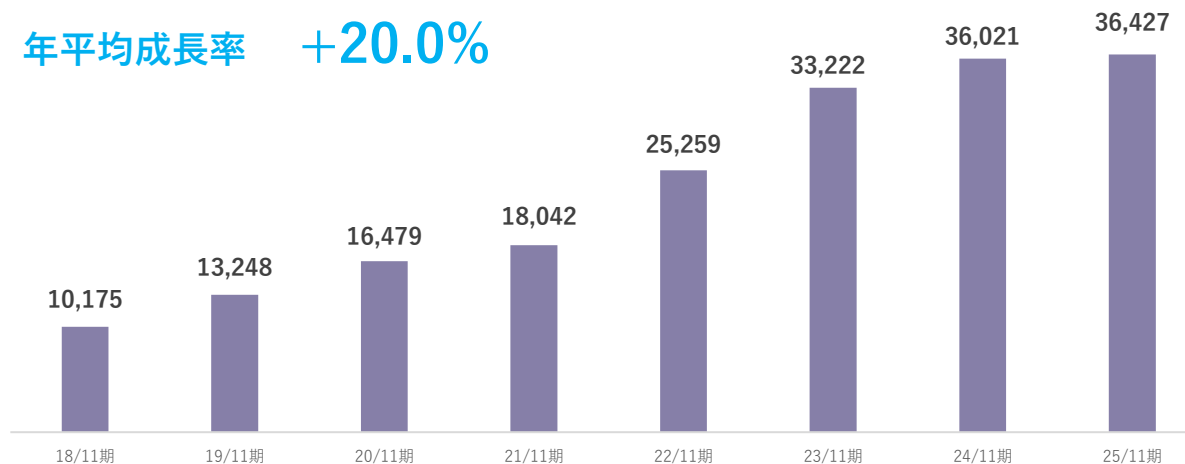
86行

当社グループシステムに登録している
過去接点のある仲介会社等の数値 (2026年5月末時点)

株式会社ホームネットの
取引金融機関
(2026年5月末時点)

※1
査定数

年平均成長率 +20.0%



※1 当社グループが中古マンションの価格査定を実施した件数
グラフ中の「%」は、2018年11月期から2025年11月期までの年平均成長率を表す

優位性2-1：テクノロジー&データ - 活用事例

これまでのテクノロジー導入事例

2018年

案件管理システム

システムを活用し、
仲介会社とのコミュニケーションを
より密に。



エリア
担当者

フレッシュな
物件情報
仕入情報



誰でも

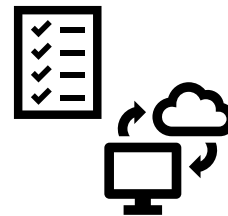
2019年

物件管理システム

より当社の実務に沿った
内部DXシステムを自社開発。
業務の効率化へ。



物件情報



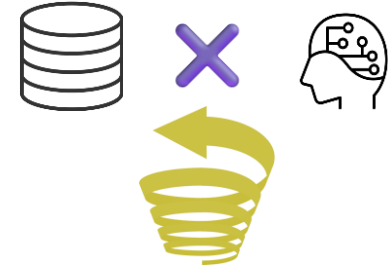
物件進捗状況の見える化

2020年

AI査定システム

過去の取引実績から
素早く価格査定が可能。
提案スピードの向上。

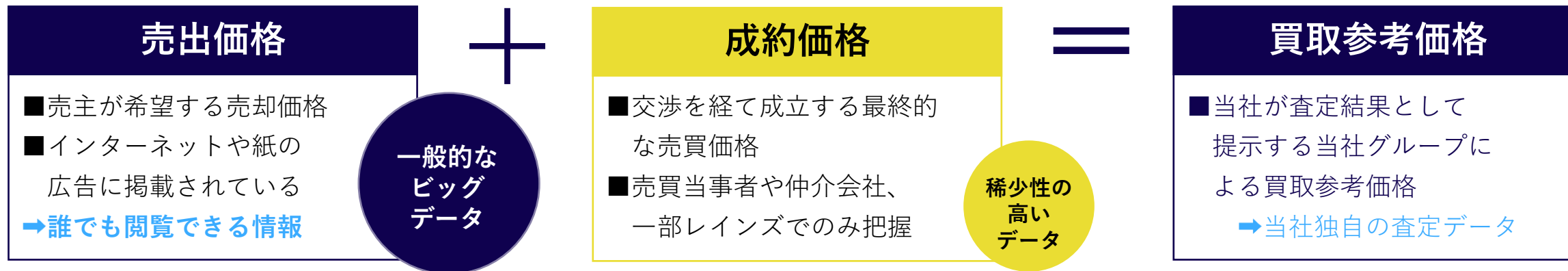
AI査定



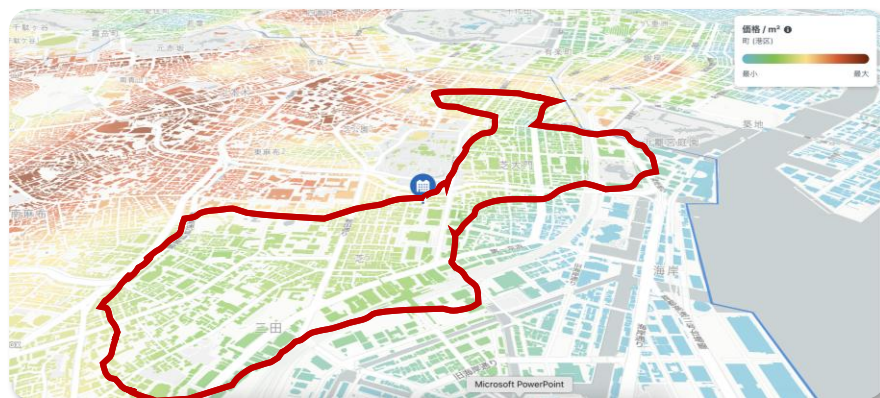
膨大な当社実績データを活用したAI査定

優位性2-2：当社AI査定の特徴

特徴1 稀少性の高い成約価格を活用した、当社独自の査定データ

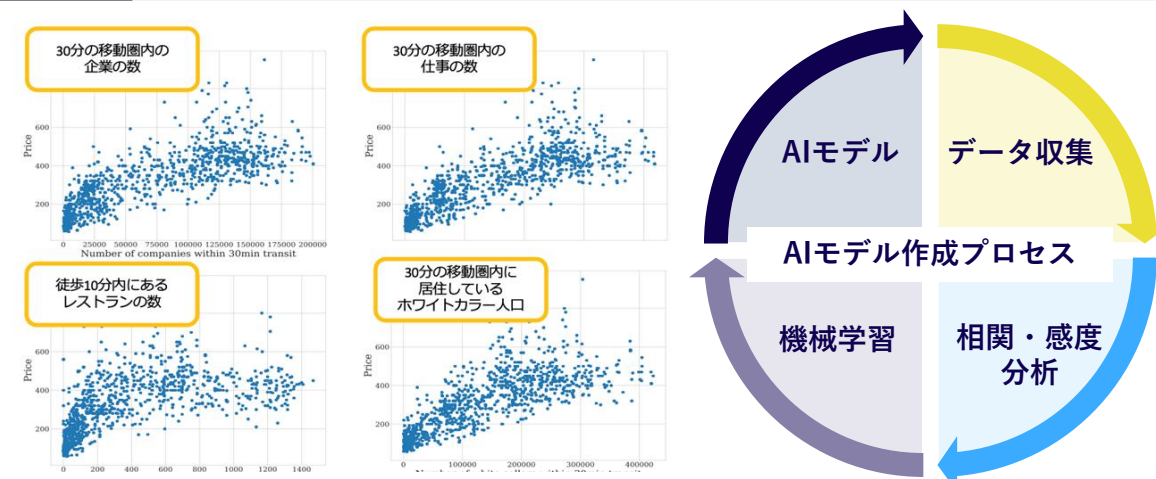


特徴2 エリア定量評価を取引事例比較に加味



→ 比較対象としてふさわしい取引事例を選択

特徴3 様々なデータを用いて査定精度を向上



→ 取引事例が少ない地域でもデータで査定が可能に

優位性を実効的なものにする上で不可欠な組織文化を培ってきた

Mission

UNLOCK YOUR POSSIBILITIES.

「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未来

顧客への価値提供:
「夢を叶える住宅」

社員への価値提供:
「人生がもっと輝く」

組織風土

業界の常識にとらわれず、新しいやり方を柔軟に取り込む
コツコツ積み上げ、皆で良い仕事
個の力に依存しない
意見を表明しやすい風通しの良い
コミュニケーション環境

採用・育成

新卒中心の採用
└インターン等で”ファン”化
└大学連携による学生接点
中途は業界未経験多数
成果にフォーカスしたOJT
(例: 毎日ロープレ)

体制

担当者が物件の仕入・リノベーション・販売を一貫対応
(想いを形にできる体制)
営業・施工・事務が顧客目線で連携し、「こうしたい」を実現
DXを含む仕組化による、新卒・中途社員の早期活躍

テクノロジー活用

機械（テクノロジー）と人の分業が、イノベーションを生み出す
└テクノロジーを活用して大切な“時間”を創り出す
└人が得意とするタスクに精一杯取り組むことで、新たな付加価値を生み出し、人も社会も豊かにする

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(カイトリー)直仕入割合
10% (2023期 2.1%)

戦略2: 販売の質的向上

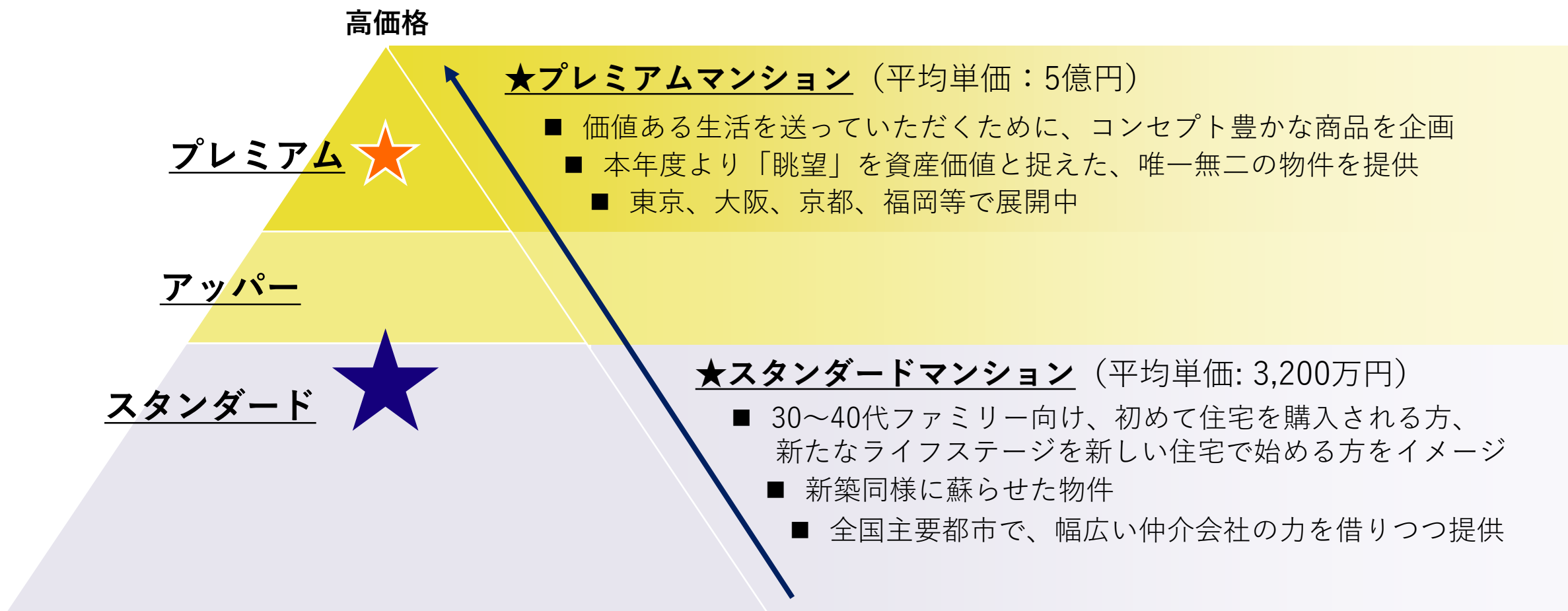
- KPI①: 在庫保有期間
200日(2023期比短縮1カ月)
- KPI②: 直販ルートの確立
中古マンション売上高の7%*

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

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



当初の戦略

現在の戦略

ニーズ

コロナ禍：リモートワーク増

流通在庫
少ない

希望条件「より広く」

- ・ 郊外や駅距離多少遠くても可
- ・ 部屋数や広さ重視



ライフスタイル
変化

現在：リアル出勤増

流通在庫
多い

希望条件「より洗練」

- ・ エリア・駅距離・立地を重視
- ・ 築年や間取り、階層etc.

HN
の
強
み



仕入クロージング力



幅広い候補物件情報から
より良い物件を多数仕入れる



物件の目利き力



データベースから読み解く
顧客ニーズに即した物件を仕入れる

戦
略

- ・ 郊外物件を含め幅広い物件を仕入対象
- ・ 階数制限なく価格が合えば広く仕入
- ・ 旧耐震は立地次第で取り扱う
- ・ 結果として平均販売価格24M程度

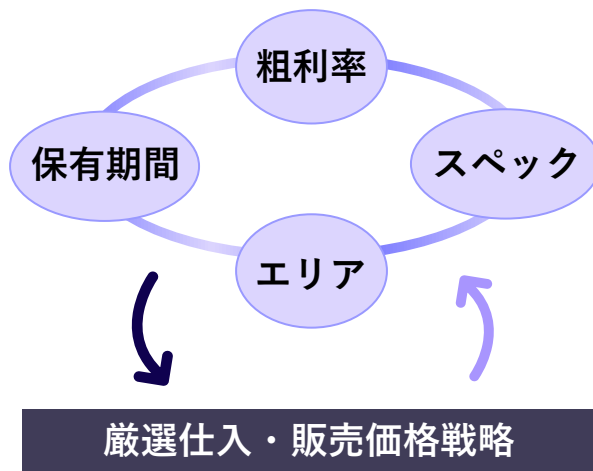
- ・ 販売実績に鑑み駅徒歩時間に制約
- ・ ニーズの強い階層を選択仕入
- ・ 需要の弱い旧耐震仕入原則不可
- ・ RF割合が大きくなる低単価不可 → 結果平均32Mへ

地域特性に
合わせた
厳選仕入

量 × 質

これまでの取り組み

取引データ洗い直しとリアルビジネスでの活用深化



マンションデータベース(DB)の整備

PropTech-Lab と 一橋大学インデックスマッピングラボ との共同研究

- ・オルタナティブデータによる全国17万棟のマンションの特定とDB化
- ・人流データなどとの結合により他にないDBを構築



緯度経度の特定

+



方角の特定

+



外部データとの結合

今後の展開

ビジネスの拡大深化及びマネタイズの追求



PropTech-Lab



◆ 査定精度向上/DXの推進

◆ 新たなSaaSビジネス展開

「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

1 リアルビジネスの安定的成長

積極的な店舗ネットワーク拡大と商品拡大によるリアルビジネスの拡充

安定的な成長の継続

マーケットと顧客のニーズに合わせた商品拡大

2 革新的SaaSプロダクトの提供と更なる拡張

SaaS収益及びシナジー収益の増強

SaaS収益=導入拠点数拡大×定額利用料の拡大

シナジー=SaaSサービス経由の査定数増加×成約率=仕入増加（売上・収益拡大）

3 「KAITRY(カイトリー)」の飛躍的拡大

iBuyerを活用した気軽に住替ができる世界へ

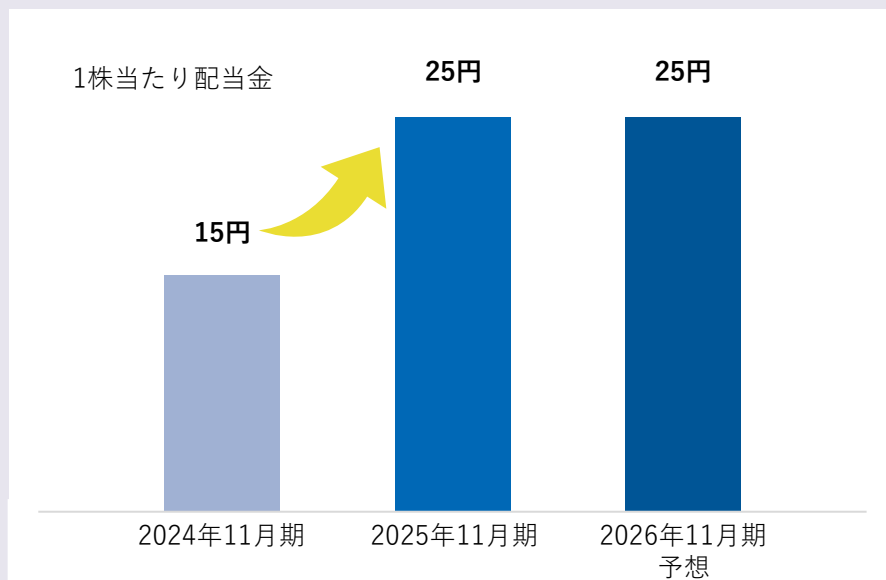
広告宣伝費 / CPA（査定獲得単価） × 成約率
= 仕入数（売上・収益拡大）



安定的な配当及び前年度導入の株主優待を通じた株主還元を計画

配当

安定配当の基本方針のもと、**期末配当25円を計画**



※ 2025年8月1日付で1:3の株式分割を実施
2024年11月期の配当金は株式分割があったものと仮定した場合の金額

株主優待

株主の皆さまへの感謝と当社株式の投資魅力向上を
目的として、**株主優待を実施**

毎年11月末時点の株主様を対象に
株主優待を実施

保有株式数	贈呈金額
300株以上 (3単元以上)	QUOカード 5,000円分

※ 2025年10月14日開示「株主優待制度の導入に関するお知らせ」をご参照ください

当期の中古マンション成約件数・在庫件数ともに増加傾向で環境良好。新築戸建は厳しい市場環境継続

中古マンションの成約件数と在庫戸数(全国)

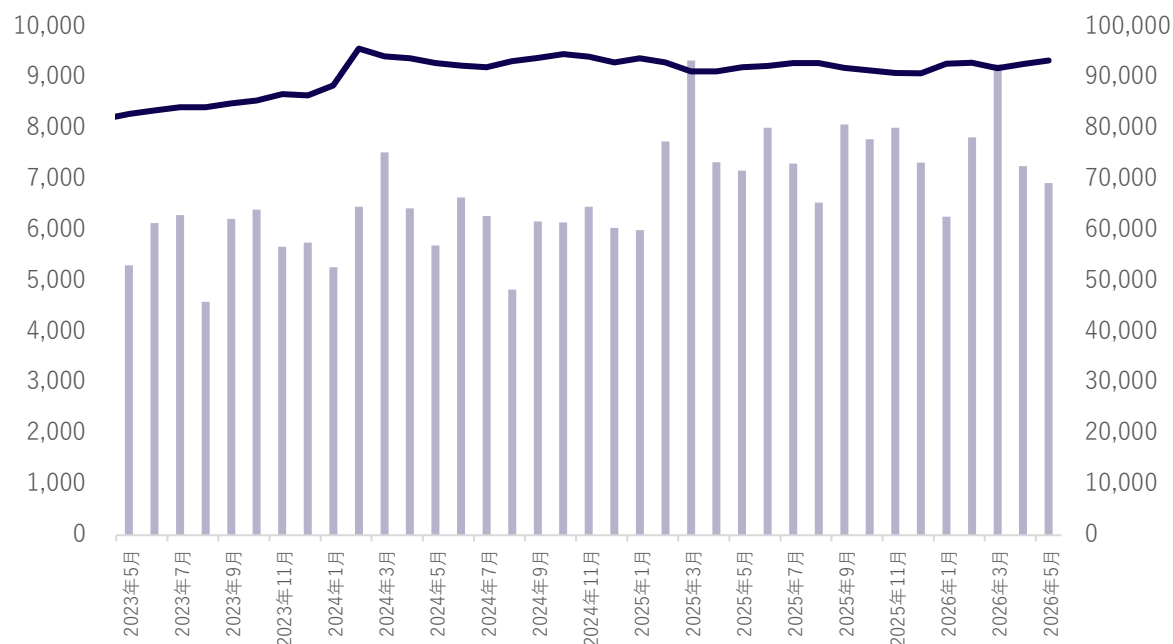
累計成約件数※1 +2.8%

在庫件数期初対比※2 +2.8%

※1 直近3カ月間(2025/12-2026/5)の前年比較

※2 2025/12に対する増減率

■ 成約件数 ■ 在庫件数



出所:東日本不動産流通機構（レインズ）が公表するデータより当社作成

新設住宅着工件数（戸建）

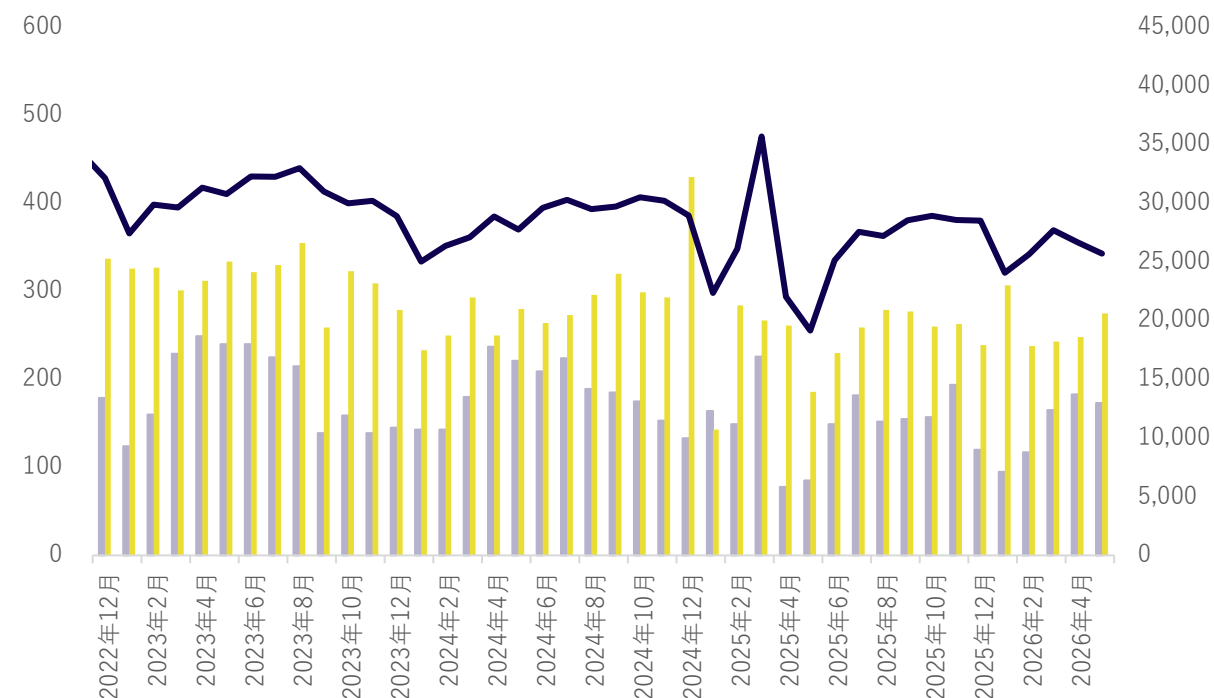
全国累計着工件数※3 +2.6%

秋田県※3 +2.2%

山口県※3 ▲1.3%

※3 直近3カ月間(2025/12-2026/5)の前年比較

■ 秋田県 ■ 山口県 ■ 全国



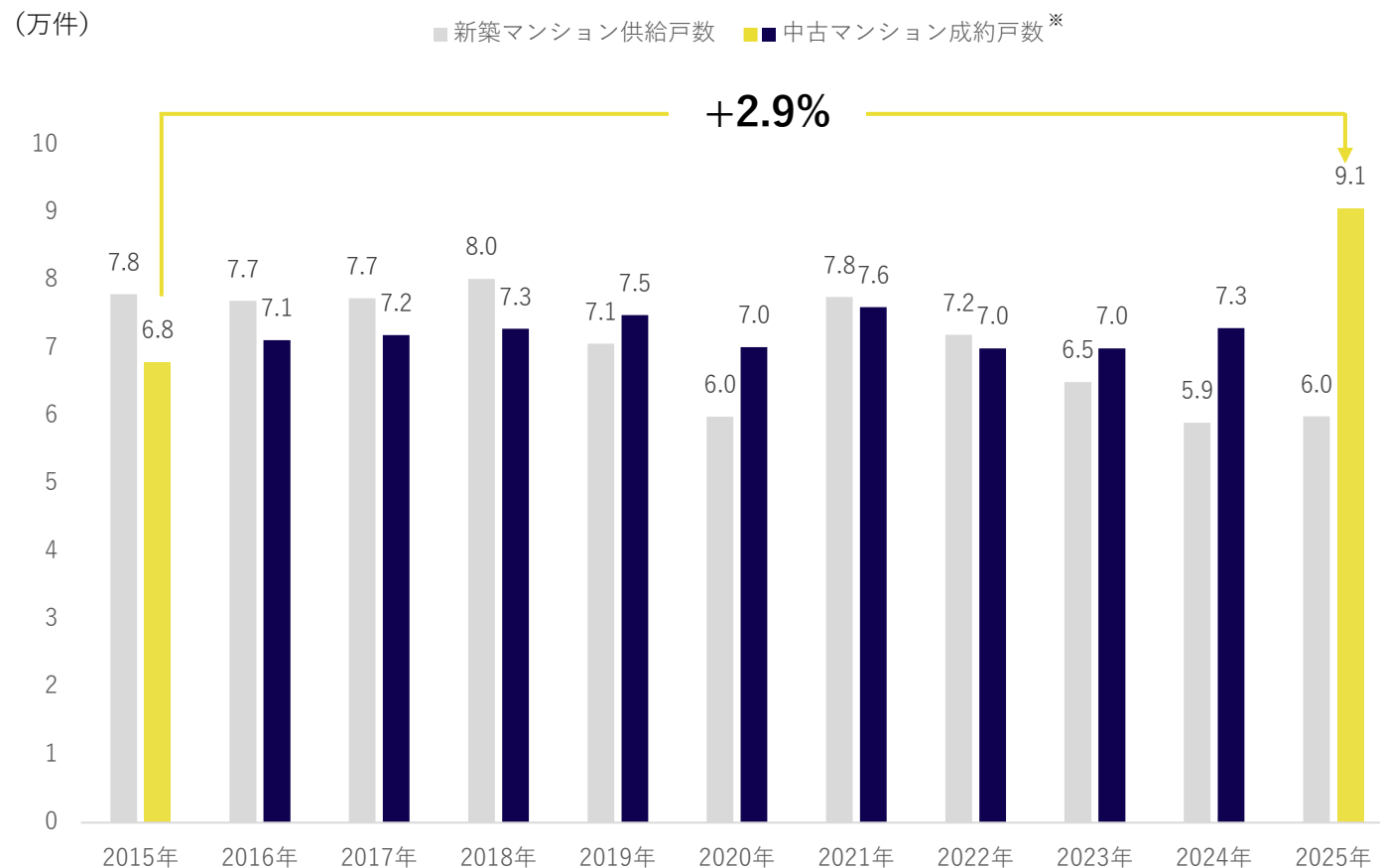
出所:国土交通省「住宅着工統計調査」より当社作成

2015年から2025年までの年平均成長率+2.9%、前年比+24.2% 市場は中長期的に安定推移

- 住まいに関する潮流は、建築基準法をはじめとする関連法案の改定などにより、設計技術や建築技術、建材の進化が急速に進み、定期的なメンテナンスを行うことにより、長期間住み続ける住まいを造ることが可能に
- また、サステナビリティへの意識の高まりから、リノベーションやリフォーム、または、定期的なメンテナンスを行うことで建物の寿命を延ばす取組みが浸透
- 加えて、コロナ禍により、在宅勤務機会が急速に増し、これまで以上に快適な住まいを求める流れができており、手軽かつ快適な住まいを求めて、リノベーション済中古マンションへの需要は活性化

引き続き中古マンションへの需要は
底堅く推移することが期待できる

(全国)新築及び中古マンションの流通数



出所：新築マンション供給戸数については不動産経済研究所「全国 新築分譲マンション市場動向 2025年」

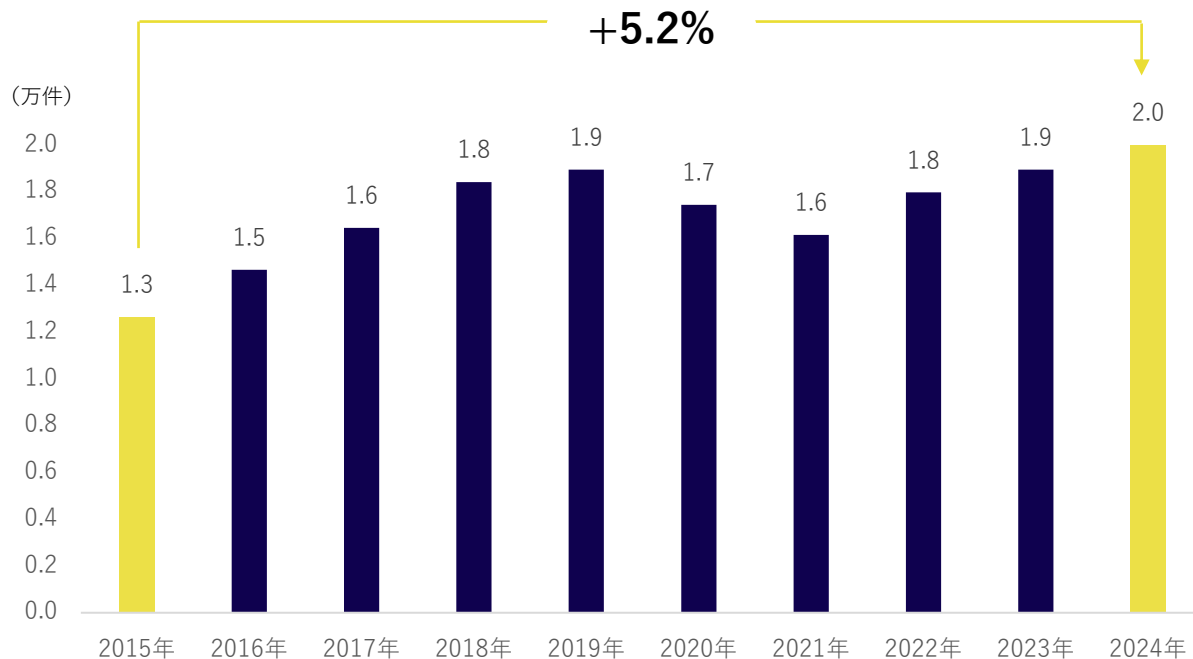
中古マンション成約戸数については東日本不動産流通機構（レイズ）が公表するデータより作成

※中古マンション成約戸数2016年～2018年の数値については、一部データ公表の無い都道府県について、2019年、2020年のデータから推計

2041年にリノベーションが必要なマンション・ストック数は2021年時点の約2.3倍に増加する見込みであり、中古マンションの再生ニーズは長期的な拡大を期待できる

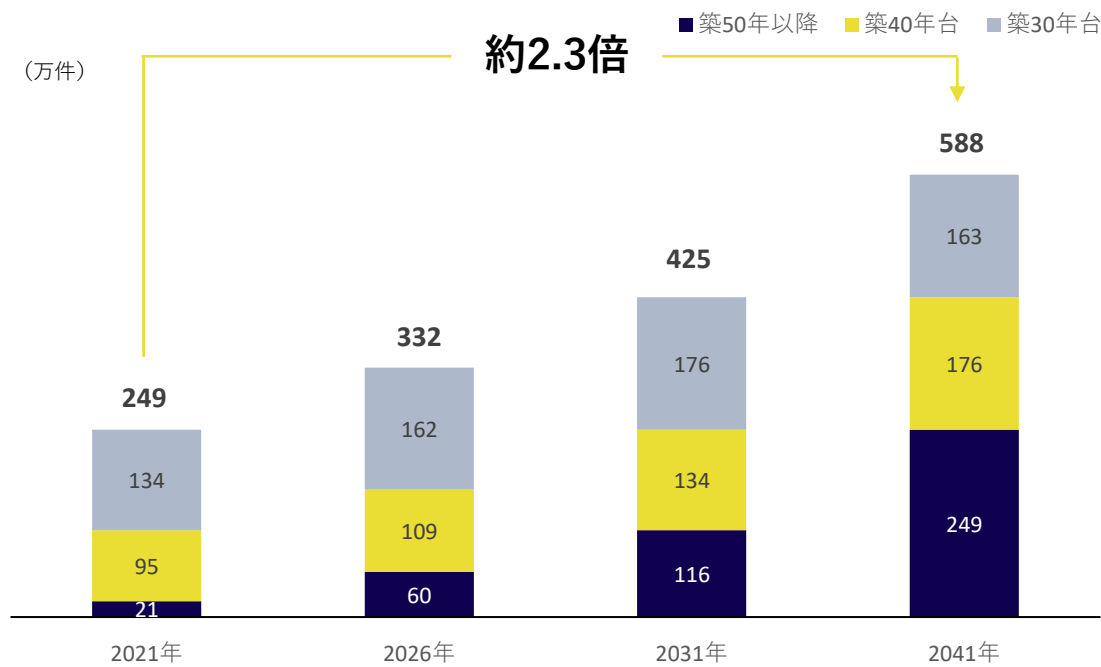
一方で2025年中古マンション流通数（前頁）の前年比増加、また買取再販戸数は増加しており、取引量を増やすための取組み、競争力の確保が求められる

マンション買取再販戸数の推移



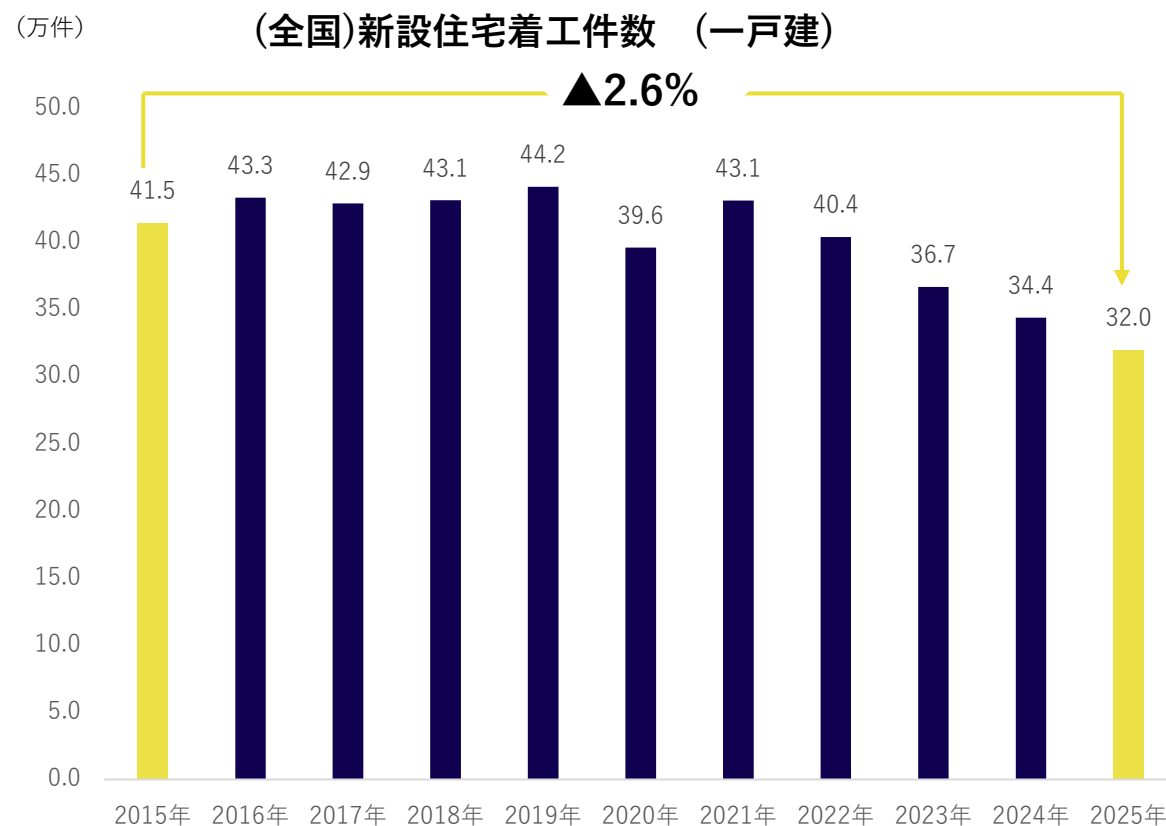
出所：リフォーム産業新聞「買取再販年間販売戸数ランキング」より当社作成
各年の上位50社を集計。2016年のみ掲載されている社数限度である上位30社を集計
マンションと戸建ての戸数内訳が開示されていない場合は、過年度の集合住宅比率を用いて作成

築年数別のマンション・ストック数

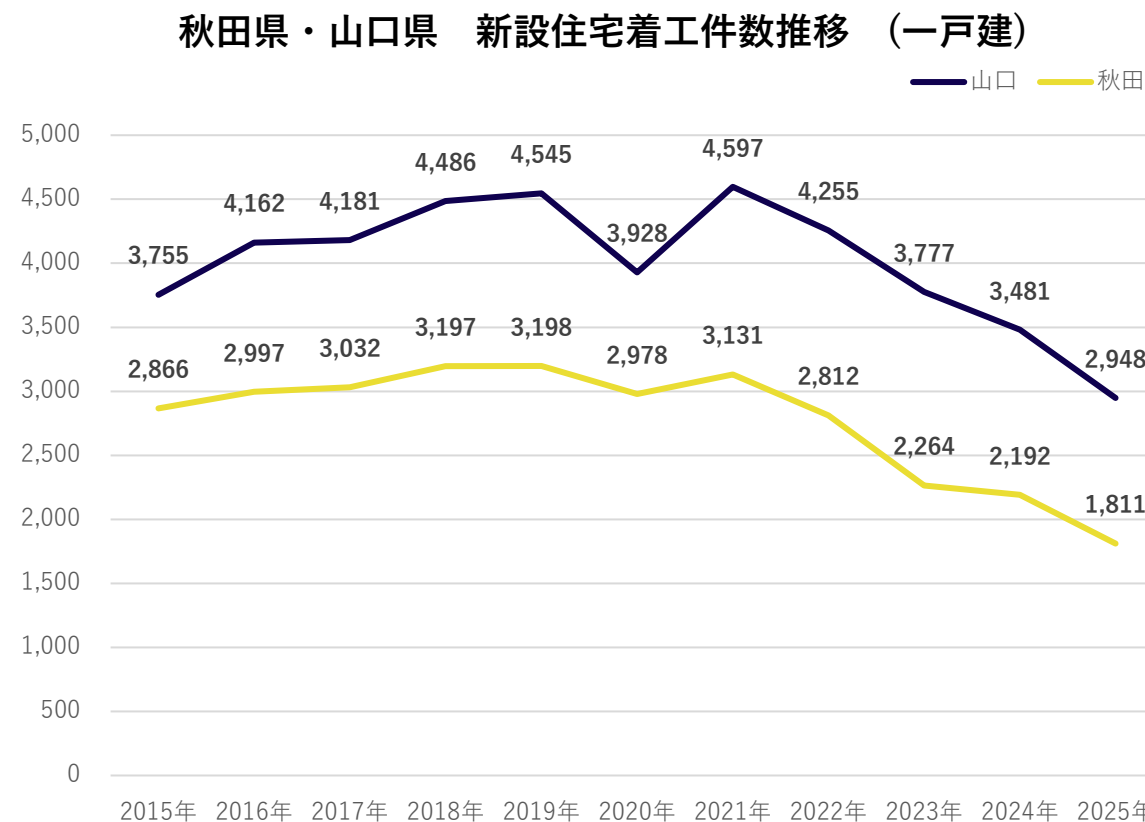


出所：国土交通省ホームページ「築後30年、40年、50年以上の分譲マンション戸数」

2015年から2025年までの新設住宅着工件数（全国）年平均成長率は▲2.6%
現時点で当社グループが事業展開する山口県、秋田県に関しても着工数は減少傾向
両県含め中長期的な就労人口の減少は大きな流れであり、地元有数のビルダーとして安定的な収益確保の継続が不可欠



出所：国土交通省 建築着工統計調査 「住宅着工統計」

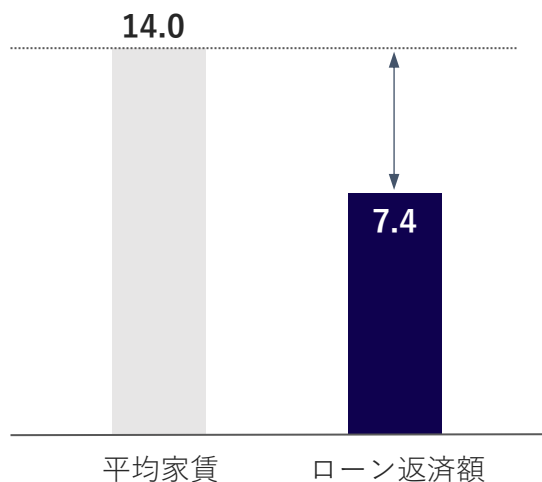


出所：国土交通省 建築着工統計調査 「住宅着工統計」

一次取得者層需要の安定性

質の高い住宅を、家賃水準よりも低いローン返済負担で購入できる
一定の金利上昇があっても、賃貸住宅に対する中古マンションの魅力は持続

賃貸マンション平均家賃とローン返済額(万円)^{※1}



※1 賃貸マンション平均家賃は、アットホーム株式会社「2026年5月 全国主要都市の「賃貸マンション・アパート」募集家賃動向」に基づく、札幌市、仙台市、埼玉県、千葉、東京23区、東京都下、神奈川県、名古屋市、大阪市、福岡市の、面積帯50~70m²の単純平均

借入金利別の住宅ローン返済額 (35年元利均等返済、賞与増額返済なし)

借入金額 28,000,000円の場合 ^{※2}	
金利	返済額 (月)
0.650%	74,555円
1.175%	81,344円
2.350%	97,861円
2.919%	106,496円

※2 2,800万円は当社の全国における25期中古マンション販売物件の平均価格

独自のデータ・AIとビジネスノウハウを核に、不動産取引領域の多様なプレイヤーのニーズに適したサービスを開発・提供

SaaS

KAITRY
finance

- ・金融機関向け（みずほ信用保証をはじめ8行導入）
- ・**金融機関のDXニーズに適う**サービスを提供
- ・法人融資や住宅ローン、債権管理などの業務に利用

HOME
NET Pro

- ・仲介会社向け
- ・自社のツールを凝縮した**不動産取引業務支援システム**
- ・AI査定や提案書の作成、顧客管理などが可能
- ・現在、無料キャンペーンにより案件獲得推進中

iBuyer



KAITRY®
カイトリー

- ・不動産売買を検討し始めたお客様向け
- ・日本最大級の『**不動産価格査定**』プラットフォーム
- ・査定から売却までにかかる時間の大幅な圧縮を実現
- ・プラットフォームを活用することで、
住み替えにかかる複雑なプロセスが効率化

最短5秒で査定



気軽に知りたい

最短3日で
現金化



早く売りたい

仲介手数料
無料



仲介手数料は
かからない

媒介提案



他買取業者様
ご紹介も

SaaS : KAITRY finance (金融機関向けの展開)

当社のノウハウとテクノロジーで、金融機関のDXニーズに適うサービスを提供
KAITRY financeとして地方銀行を含む全国の金融機関向けに展開

導入実績

みずほ銀行

MIZUHO

みずほ銀行

みずほ信託銀行

MIZUHO

みずほ信託銀行

北海道銀行

北海道銀行

山陰合同銀行

ごうぎん

西京銀行

SAIKYO
西京銀行

広島銀行

広島銀行

城北信用金庫

城北信用金庫
Johoku Shinkin

みずほ信用保証

MIZUHO

金融機関のDXニーズ

法人
業務



法人融資

- 融資先資産実態把握の手間軽減
- 行内基準の統一化、属人性排除

個人
業務



プライベートバンキング

- 顧客資産全体を把握した総合的提案

遺言委託

- 遺言信託/遺産整理にまつわる商機拡大

住宅ローン

- 借換え相談時の提案充実

管理
業務



債権管理

- 保証会社/サービサーの査定業務効率化

自社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
不動産取引業務支援SaaSシステム「HOMENET Pro」として提供。25年11月末より無料キャンペーンを開始



- AI査定エンジン
- 売却提案書
- チャット

- ※ ● のプロダクトの開発・実装は予定です
- 顧客情報管理 (CRM)
 - 重要書類管理
 - 価格推移グラフ



iBuyerプラットフォーム「KAITRY(カイトリー)」で培ってきた豊富なリノベーション実績・AI査定実績のデータベース基盤

サービス利用 ▼

▲ SaaS提供

ユーザー
HOMENET Proの利用で
業務効率性がアップ
約2-3日

仲介会社 不動産会社
最短5秒 AI査定
最短3分 提案書作成

AI査定利用数増加による
独自データベース
強化 ↗

利用者数及び情報数
拡大による仕入数
増加 ↗

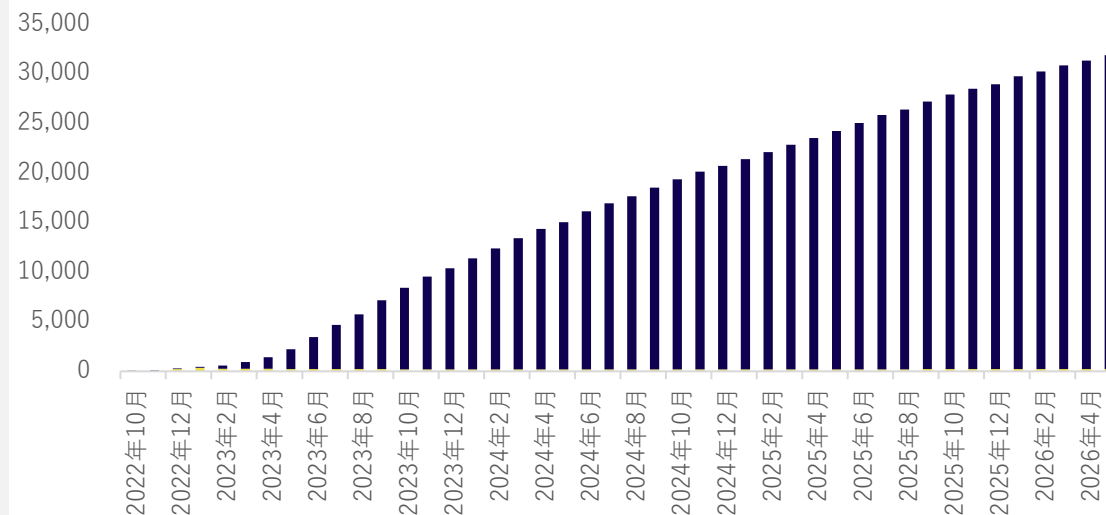
査定数 5,669[※]件

▶ 査定数の獲得が
今後の仕入増加へ着実に貢献

※査定数：2022年11月リリースから2026年5月末時点累計

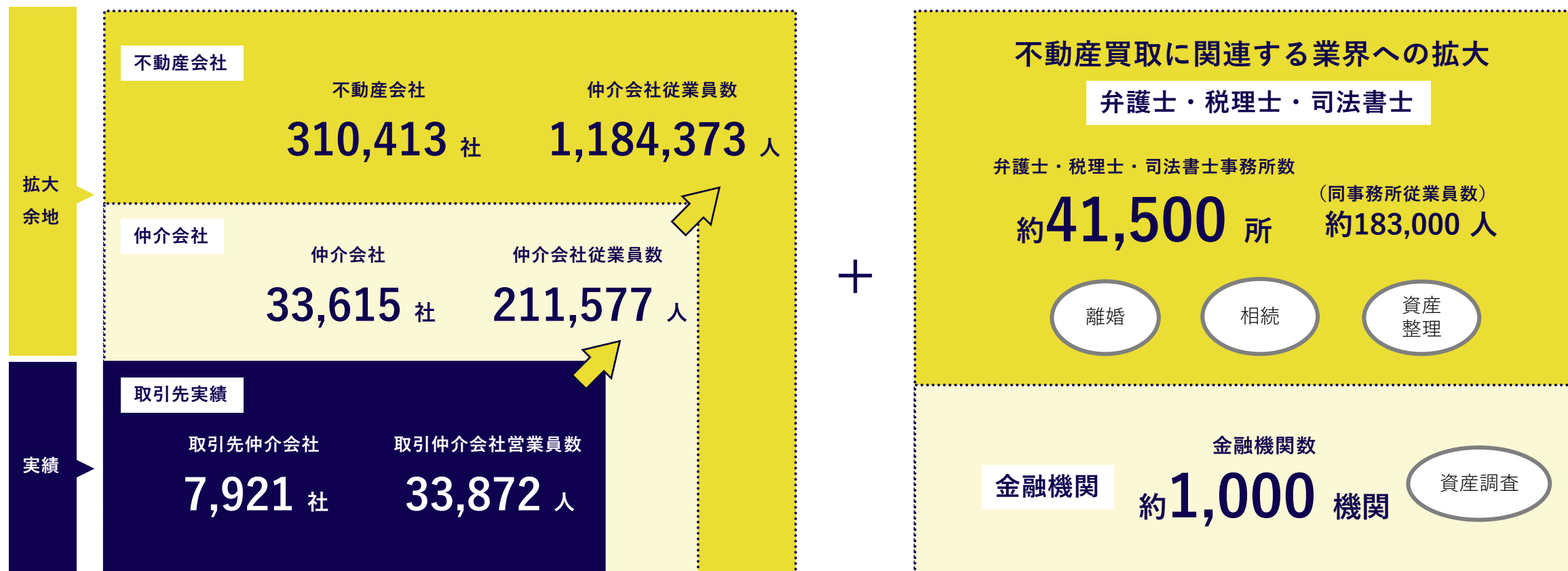
2022年11月ローンチ以降のアカウント数推移

■ 有料アカウント ■ 無料アカウント



SaaS：対象市場

to B領域には仲介会社に留まらず不動産会社全般へ大きな拡大余地がある
更に土業や金融機関では不動産関連業務が幅広く扱われており、当社グループのサービス提供に大きな可能性がある



出所：「2021不動産業統計集」「平成28年経済センサス」「日本司法書士連合会」「日本金融通信社」より算出

iBuyer(オンライン買取再販)：対象市場の拡大

個人から物件購入するオンライン買取で、こうした満たされないニーズに対応
対象市場のto C領域への拡張、中長期では住み替え市場自体の拡大を目指す



※1 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年」

※2 東日本不動産流通機構/レイnzの成約価格

UNLOCK YOUR POSSIBILITIES.

テクノロジーで人生の可能性を解き放つ

人生100年時代。人生の長さに比例して、転機の数も増えていく。

「住まい」が、その人生の転機をもっと後押しできる存在になるために、テクノロジーに出来ることはないか。

透明性が高く安心な不動産取引。スピードと客観性が向上した査定。

そして、一人ひとりのライフスタイルに合う住まい。

それらすべてが、データを活用したテクノロジーで実現します。

「住まい」のあらゆる領域とテクノロジーが出会った先に生まれるのは、

「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未来。

住み替えへの一歩をサポートし、あなたの人生の可能性を解き放つこと。

それが、プロパティ・テクノロジーズの使命です。

会社名	株式会社 property technologies
本社	東京都渋谷区本町3-12-1 住友不動産西新宿ビル6号館12階
代表者	代表取締役社長：濱中 雄大
設立	2020年11月
資本金	320百万円（2026年5月末時点）
従業員	334人（連結・2026年5月末時点）
事業内容	中古不動産・新築不動産の取引（売買・請負建築・仲介）※ グループ各社に対するテクノロジーソリューション等の提供、経営管理
主な グループ会社	株式会社ホームネット 中古マンション再生事業 株式会社カイトリー iBuyerプラットフォームKAITRY（カイトリー）の運営 株式会社サンコーホーム 注文住宅請負・設計・施工 株式会社ファーストホーム 注文住宅請負・設計・施工

マンション
戸建



濱中 雄大 / 代表取締役社長（CEO）

1988年大手不動産会社に入社。卓越した手腕で、本部長として全国拠点の新規展開を牽引。
2000年12月に独立し、株式会社ホームネットを設立。開発、売買、賃貸と不動産取引全般に亘る知識と豊富な経験を有する。



清水 千弘 / 技術顧問・PropTech-Lab所長

一橋大学ソーシャル・データサイエンス研究科教授、同大学都市空間・不動産解析研究センター長、麗澤大学学長補佐、同大学国際総合研究機構長、ブリティッシュコロンビア大学経済学部客員教授。

麗澤大学経済学部准教授・教授、ブリティッシュコロンビア大学経済学部、シンガポール国立大学不動産研究センター、香港大学建設不動産学部客員教授、日本大学スポーツ科学部教授、東京大学空間情報科学研究センター特任教授等を歴任。

2022年1月より当社グループ参画。社外取締役を経て、2024年7月より当社研究・開発組織『PropTech-Lab』所長に就任。



高橋 理人 / 取締役(社外)

同志社大学経済学部卒業。ハーバードビジネススクールAMPプログラム修了。
株式会社リクルートで電子メディア事業部長、不動産カンパニー分譲ディビジョン長、自動車カンパニー長を歴任し、黎明期のインターネットの事業化や不動産事業のネット化を推進後、楽天株式会社入社。執行役員楽天市場事業副事業長を経て、常務執行役員に就任し、同社基幹事業である楽天市場事業を管掌。2023年5月より当社取締役就任。現在、アディッシュ株式会社、株式会社ウィルグループ及びリネットジャパングループ株式会社の社外取締役を兼務。



志賀 秀啓 / 取締役(社外)

ヒューリック株式会社前代表取締役副社長。同社の代表取締役を18期、また、同社顧問を務め、2024年7月より当社取締役就任。



江川 敏郎 / 取締役(社外)

株式会社みずほフィナンシャルグループ常務執行役員、みずほ信託銀行株式会社常務執行役員を歴任。株式会社みずほ銀行常務執行役員を経て、同行取締役（監査等委員長）に就任。2025年2月より当社取締役就任。現在、株式会社大城組の代表取締役社長を兼務。



岩尾 英志 / 専務取締役（COO）

株式会社富士銀行にて法人営業、営業企画を経験の後、2001年10月株式会社リロケーション・ジャパン取締役就任。同社代表取締役、株式会社リロ・ホールディング取締役他多数の企業役員を務め、2016年5月より当社グループ参画。不動産業界内外に持つ幅広い人脈を活かし、事業開発、戦略企画等で当社グループの成長を牽引。



松岡 耕平 / 常務取締役（CFO）

早稲田大学大学院国際経営学修士。みずほ証券株式会社にてM&A、事業再生、資本調達のアドバイザー業務、株式会社みずほ銀行・みずほ信託銀行にて融資審査業務、出向先大手ゼネコンにて管理副本部長等を歴任。2019年8月より当社グループに参画し、現在、コーポレート部門を統括。デット・エクイティ全般に幅広い経験を持つファイナンス専門家。



金子 健哉 / PropTech戦略部長(CTO)

西南学院大学商学部卒。株式会社あつまる入社。クライアントのWEBサイトシステムの開発、社内のIT開発を経験した後、同社CTOに就任。2021年5月より当社グループ参画。CTOとしてエンジニアを統括し、プラットフォーム開発や社内システム開発に従事。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれております。これらの将来の見通しに関する記述は、様々なリスクや不安定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または暗示された予想とは大幅に異なる場合があります。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本資料の記述について更新・修正を行う義務を負うものではありません。