



2026年10月期 第1四半期

決算説明資料

2026年3月17日（証券コード：3491）

GA TECHNOLOGIES

OUR AMBITION (PURPOSE / MISSION)

テクノロジー×イノベーションで
驚きと感動を生み、
世界を前進させる。

Spark excitement and
inspiration by fusing
technology with innovation
to propel the world forward.

目次

2026年10月期 第1四半期決算トピックス	_____	P. 4
2026年10月期 第1四半期業績	_____	P.12
中期経営計画	_____	P.40
Appendix	_____	P.42

2026年10月期 第1四半期決算トピックス

2026年10月期 第1四半期 ビジネスハイライト

1Q業績サマリー

- 連結業績及びRENOSY国内事業は、商品ラインアップ拡充の一環である小口化事業の進行遅れによる期ズレ要因に加えて、約10億円のマスマーケティング施策を実施したことで減益にて着地も、その他は計画通りに進捗。期ズレした案件は2Q及び3Qにて計上していく計画
- ITANDI事業は、前期マーキュリーの一過性収益計上による反動で減収減益着地も、注力領域である基幹システムの導入及びライフラインサービスの単価向上施策が進展し、ARR成長率はQoQ改善
- USビジネスは、好調なマーケットプレイス事業が牽引し売上は約3倍に成長、シナジー発現により利益はYoYで赤字幅は縮小

1Q決算トピックス

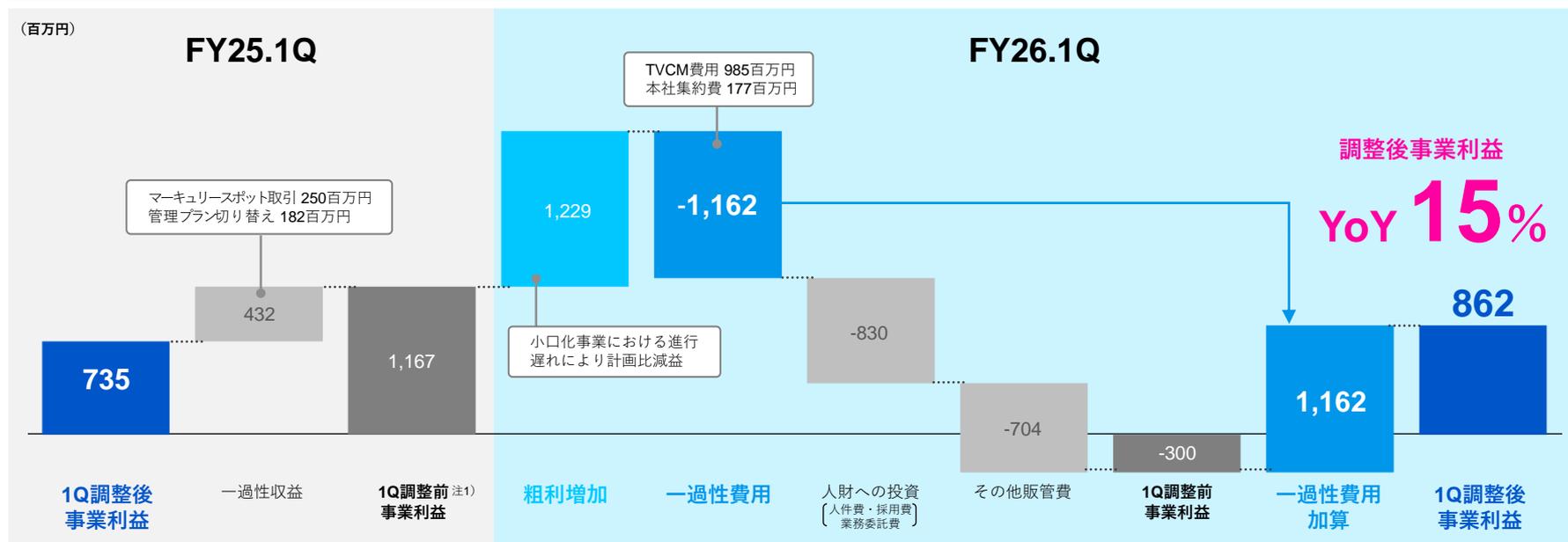
- 1月より開始した大型ブランディング施策の結果、RENOSYの指名検索は前年平均比6倍、認知度は+4pt上昇。引き続きブランド浸透による認知度向上を行う計画
- RENOSYマーケットプレイスの継続性と回転率の高いビジネスモデルについて公表。需要起点のAIマッチングにより回転率の高い取引を実現し、金利・市況変動リスクを最小化。高い取引再現性により、持続的な業績成長を目指す^{注1)}
- ITANDIのビジネスモデルについて更新。管理・仲介双方のシェア拡大が相互に価値を増幅させるネットワーク効果と、汎用AIでは代替困難な独自リアルタイムデータを基盤に、業界共通インフラとしての持続的競争優位を目指す

2026年10月期 第1四半期決算トピックス

第1四半期業績について

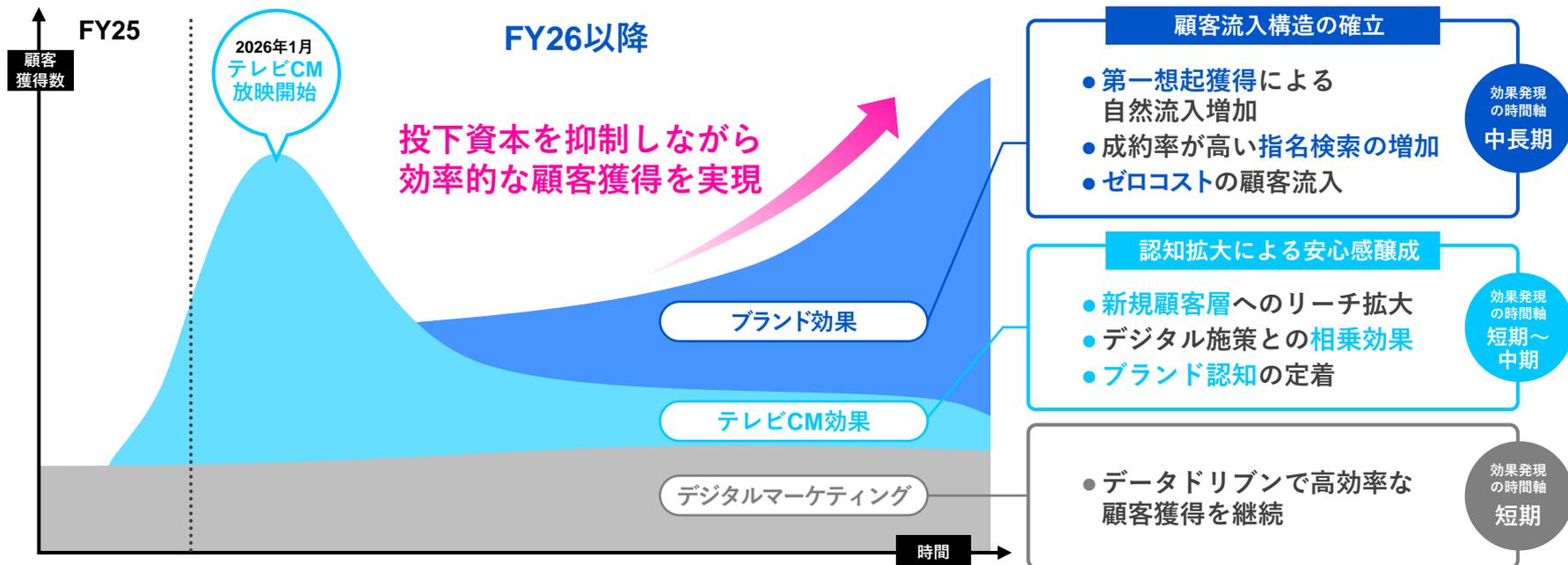
商品ラインアップ拡充の一環である小口化事業の進行遅れによる期ズレ要因に加えて、約10億円のマスマーケティング施策を実施したことで減益にて着地も、前期の一過性収益および当期の一過性費用を除いた調整後事業利益はYoY+15%と増益基調を維持。マスマーケティング施策は計画通りに進捗しており、2Q以降の業績伸長を見込む

一過性要因調整後の事業利益増減について



RENOSYマスマーケティング施策について (1/3)

2026年1月にスタートしたテレビCMをはじめとするマスマーケティング施策において、認知拡大を通じたブランドへの安心感を醸成するとともに、蓄積されたブランド資産が、今後の顧客獲得における資本効率を飛躍的に向上させる



2026年10月期 第1四半期決算トピックス

RENOSY マスマーケティング施策について (2/3)

26年1月より実施しているマスマーケティング施策により、指名検索・ブランド認知・会員獲得は計画を上回る水準で進捗。2Q以降の会員基盤拡大を経て、業績へは段階的に寄与していく見込み

先行指標のKPI推移

「RENOSY」指名検索の動向 (2025/2～2026/1) 注1)



指名検索／お問い合わせ数の推移

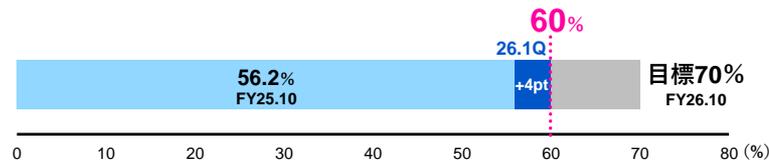
指名検索 注1)

25年平均比 **6倍**増

お問い合わせ

6,416人
2025年12月10,741人
2026年1月

ターゲット顧客層における認知度の推移



業績寄与イメージ

1Q

第1弾を実施

2Q

3Q

第2弾を実施予定

4Q

第3弾を実施予定

注1) 実際の検索数ではなく、2025年の平均指名検索数を1とした場合の相対値を係数として表示

2026年10月期 第1四半期決算トピックス

RENOSYマスマーケティング施策について (3/3)

今回のマスマーケティング施策では、これまで強化してきた認知度をさらに加速させるべく「メジャー感獲得」「自分ごと化」「信頼・先進性イメージの獲得」をコンセプトとし、身近な人々が自然にRENOSYを始めている様子を描くことで、潜在層へのアプローチをすることが狙い

起用タレントの皆様



部下役

池田 エライザさん

同期役

生田 斗真さん

上司役

江口 洋介さん

主要駅でのOOH掲載キャンペーン



OOH掲載エリア (2026.1.5 ~)

東京、大手町、渋谷、新宿、品川、六本木、大阪、名古屋、他


[特設ページにてメイキング映像を公開中](#)

2026年10月期 第1四半期決算トピックス

ITANDIブランディング施策

ITANDI事業において、俳優の芳根京子さんがブランドパートナーに就任。ブランド価値の向上と市場認知度の拡大を主目的としつつ、顧客獲得にとどまらず、採用市場における競争力強化および従業員エンゲージメントの向上も視野に入れた、包括的な戦略的投資を計画



テクノロジーで
不動産取引をなめらかに

2025.10.31就任

ITANDI ブランドパートナー 芳根 京子さん



2026年10月期 第1四半期決算トピックス

不動産テック市場での成長ポテンシャル

当社は、テクノロジーを軸としたプラットフォームパワー強化により、収益性を伴う成長を実現しているが、グローバルの不動産テックプレイヤーと比較した際に、時価総額ベースでは大きな成長ポテンシャルがある

(億円)	事業内容	売上 ^{注1)}	営業利益 ^{注1)}	時価総額 ^{注1,2)}
 Airbnb	オンライン代替宿泊施設旅行代理店	18,320	3,806	122,994
 CoStar Group	商業用不動産データおよびマーケットプレイス掲載プラットフォーム	4,858	-107	40,258
 KE Holdings	オンライン・オフライン統合型住宅取引プラットフォーム	19,680	792	34,695
 REA Group	住宅用不動産のオンライン物件情報プラットフォーム	1,621	779	26,995
 Zillow Group	住宅の売買・賃貸・住宅ローン融資などのオンラインプラットフォーム	3,865	535	23,476
 Compass	売主と買主の顧客にエンドツーエンドのプラットフォーム	10,420	-94	14,006
 Scout24	住宅用および商業用不動産のデジタルマーケットプレイス	1,098	493	11,566
 AppFolio	不動産業界向けのクラウドベースのソフトウェア ソリューション	1,422	351	10,574
 Rightmove	オンライン不動産検索プラットフォーム	838	587	7,982
 Hemnet Group	オンライン不動産検索プラットフォーム	233	103	2,233
 GA technologies	AI不動産投資のオンラインマーケットプレイスおよび不動産会社向けSaaS	559 ^{注3)}	100	639

成長の余地

注1) Bloomberg データを基に当社作成 注2) 2026年2月末時点 注3) 当社はFY26.10期の計画値のネット売上収益と事業利益を記載。その他企業は2026年2月末時点の直近期末実績値

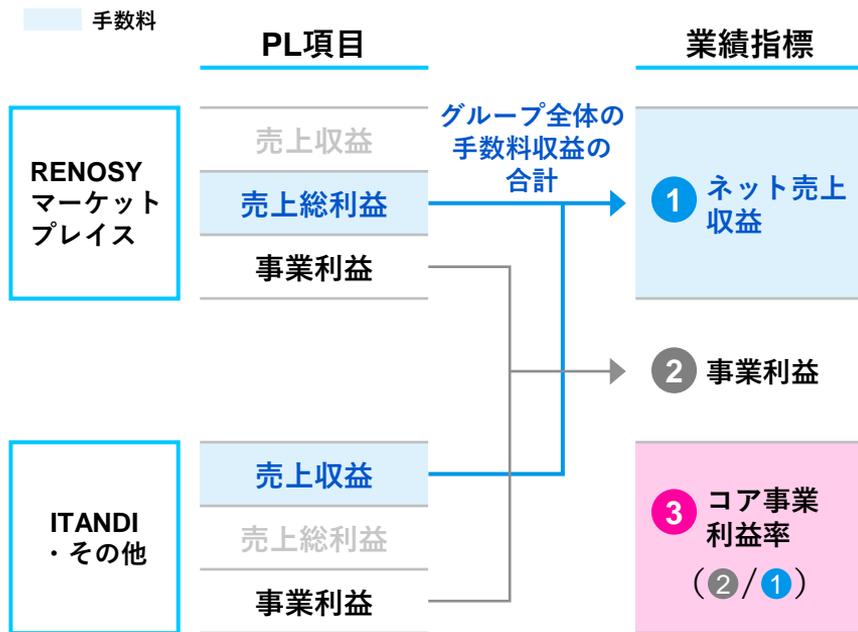
2026年10月期 第1四半期業績

2026年10月期 第1四半期業績

ネット売上収益及びコア事業利益率

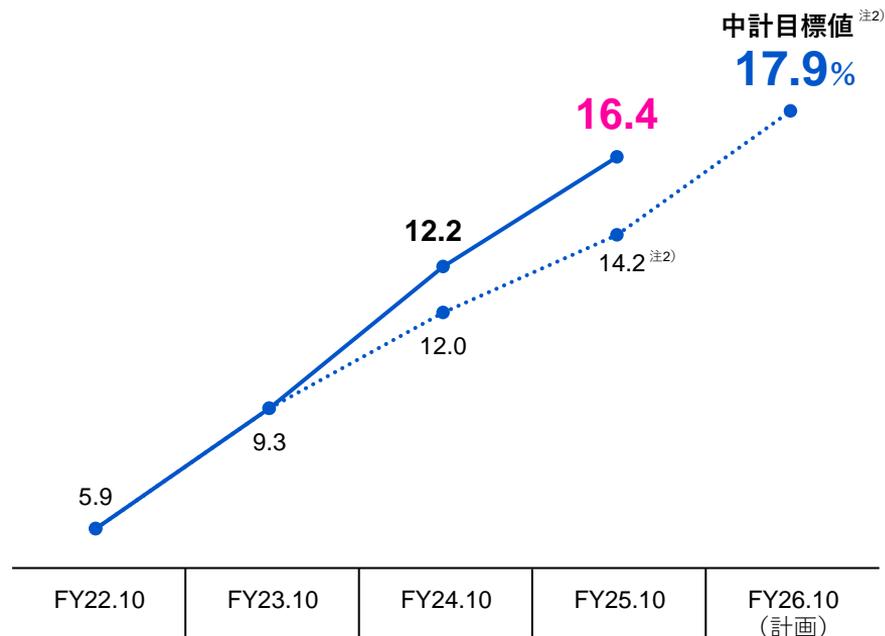
マーケットプレイスとしての本質的な収益力を「ネット売上収益」と「コア事業利益率」と定義し重要KPIに設定
成長と収益性のバランスをとりながら、中計目標値の早期達成を目指す

ネット売上収益とコア事業利益の構成



コア事業利益率^{注1)}

(%)



注1) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期実績に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映。その他事業における算出方法を一部変更したためFY23.10期数値については遡及し修正
注2) 2024年6月13日に公表した「中期経営計画2026」における目標値

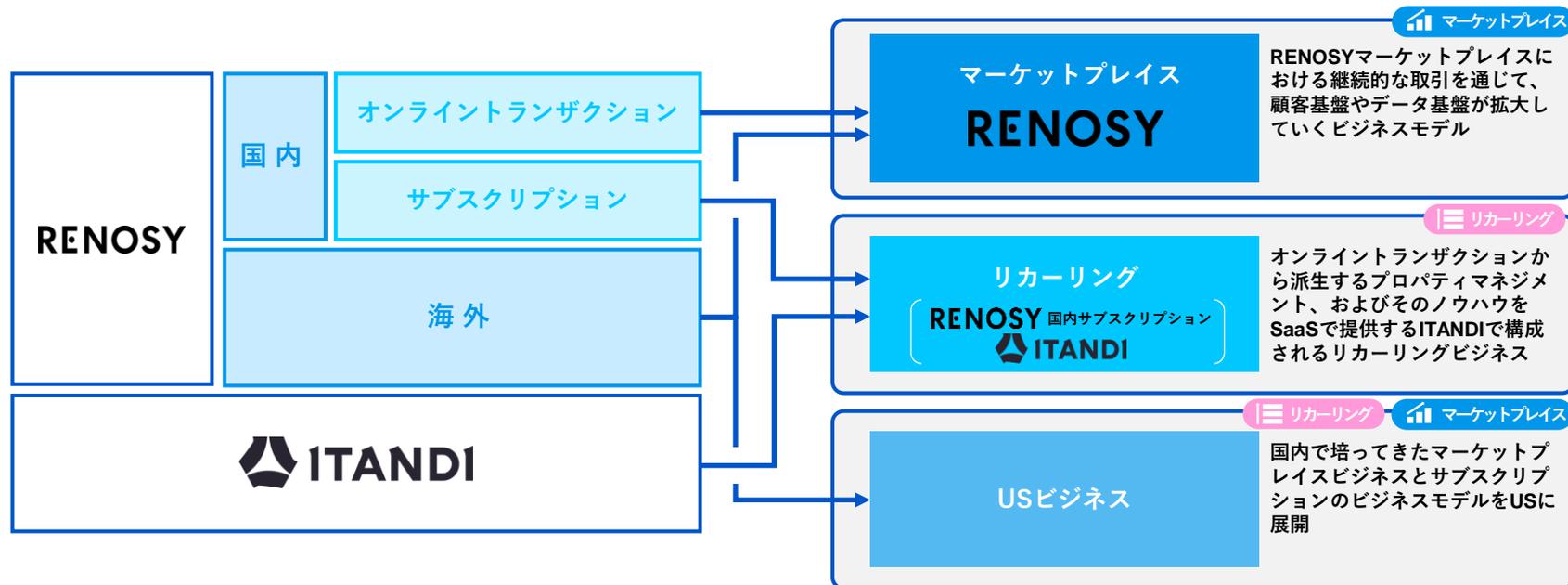
2026年10月期 第1四半期業績

決算説明資料における事業グループの構造整理

リカーリング収益の拡大とUSビジネスの成長により、収益構造の多様化が進展。各事業の実態をより明確に伝えるため、開示グループを3つの柱で再構成。1件1件の販売する収益モデルではなく、マーケットプレイス型で常時売買のニーズが発生する事業構造であるため、1Qより呼称をマーケットプレイスへ変更

FY25.10

FY26.10



2026年10月期 第1四半期業績

2026年10月期 第1四半期業績

RENOSY国内事業において、商品ラインアップ拡充の一環である小口化事業の進行遅れによる期ズレ要因に加えて、約10億円のマスマーケティング施策を実施したことで減益にて着地

(百万円)		FY25.10 1Q <small>注1)</small>			FY26.10 1Q			YoY	
		ネット売上収益 <small>注2)</small>	事業利益	コア事業利益率 <small>注3)</small>	ネット売上収益	事業利益	コア事業利益率	ネット売上収益	事業利益
事業グループ									
連結		9,100	1,167	12.8%	10,339	-300	-	+13.6%	-
RENOSY 国内	マーケットプレイス	5,856	2,001	34.2%	6,450	935	14.5%	+10.1%	-
	サブスクリプション (リカーリング)	898	492	54.8%	977	406	41.6%	+8.8%	-
ITANDI	リカーリング	1,739	394	22.7%	1,678	350	20.9%	-	-
US	マーケットプレイス	380	-253	-	1,075	-168	-	+182.6%	-
その他		237	120	50.6%	198	80	40.4%	-	-
調整額 (全社費用他)		-11	-1,587	-	-40	-1,904	-	-	-

注1) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期実績に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映
注2) ネット売上収益：RENOSYマーケットプレイスの売上総利益+ITANDI及びその他及び調整額の売上収益 注3) 事業利益÷ネット売上収益で算出

前期管理プラン変更による一過性収益182百万円を計上したことによる反動

前期マーキュリーにて一過性収益250百万円を計上したことによる反動

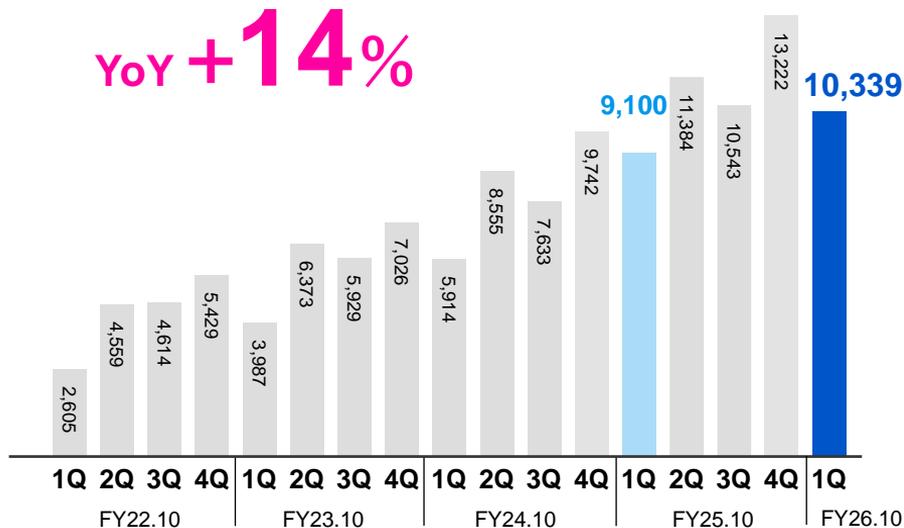
2026年10月期 第1四半期業績

連結業績推移

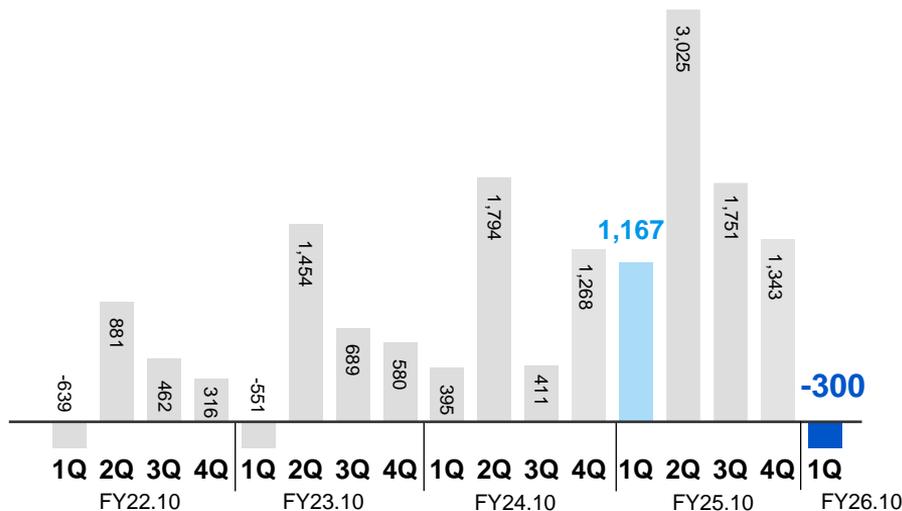
RENOSY国内事業において、商品ラインアップ拡充の一環である小口化事業の進行遅れによる期ズレ要因に加えて、約10億円のマスマーケティング施策を実施したことで減益にて着地

ネット売上収益^{注1)}

(百万円)

事業利益^{注2)}

(百万円)



注1) ネット売上収益：RENOSYマーケットプライスの売上総利益+ITANDI及びその他及び調整額の売上収益

注2) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期実績に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映

2026年10月期 第1四半期業績

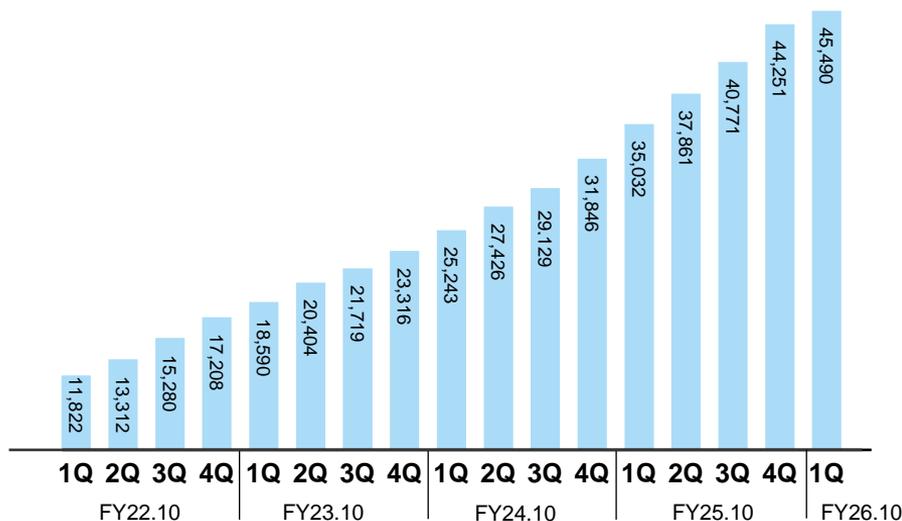
ネット売上収益及びコア事業利益率の推移

RENOSY、ITANDI両事業の堅調な成長によりネット売上収益は増大、コア事業利益率は、RENOSY事業における期ズレ及び、約10億円のマスマーケティング施策を実施したことにより低下

ネット売上収益（直近12ヶ月ベース）^{注1)}

(百万円)

■ ネット売上収益（直近12ヶ月ベース）

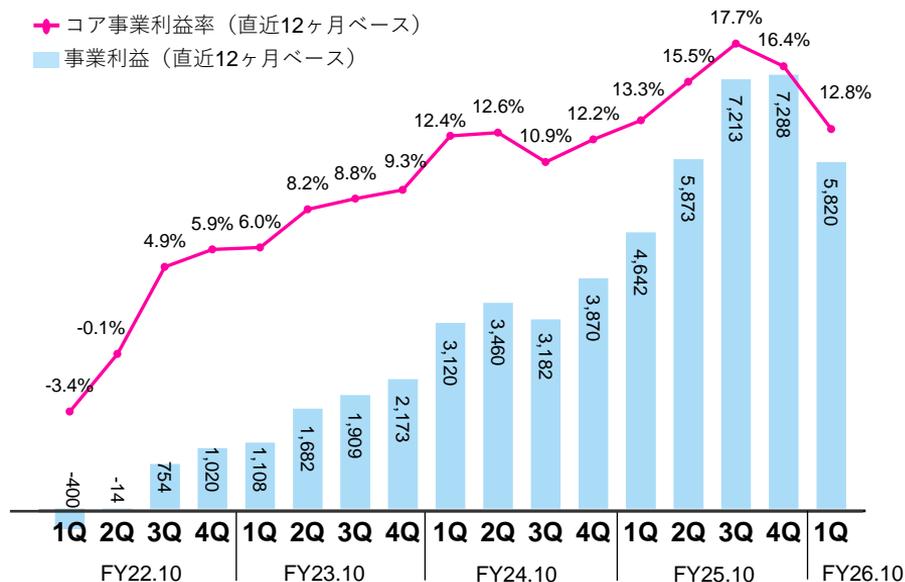


事業利益・コア事業利益率（直近12ヶ月ベース）^{注2,3)}

(百万円)

◆ コア事業利益率（直近12ヶ月ベース）

■ 事業利益（直近12ヶ月ベース）



注1) ネット売上収益：RENOSYマーケットプレイスの売上総利益+ITANDI及びその他及び調整額の売上収益 注2) コア事業利益率：事業利益÷ネット売上収益
注3) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期実績に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映

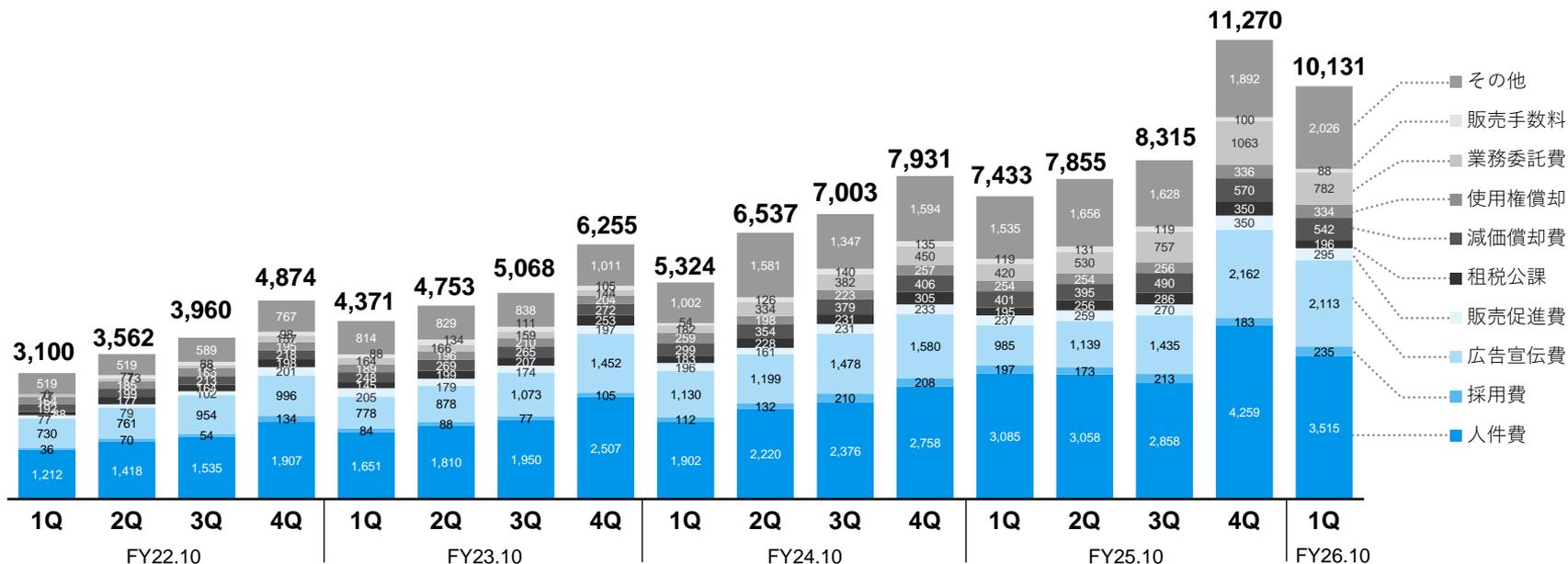
2026年10月期 第1四半期業績

販管費推移

マスマーケティング費用を約10億円計上したため広告宣伝費はYoYで増加
グループ会社の本社集約に伴う費用を約2億円程度計上したためその他費用が増加

販管費^{注1)}

(百万円)



注1) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期実績に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映

2026年10月期 第1四半期業績

連結業績進捗

RENOSY国内事業において、商品ラインアップ拡充の一環である小口化事業の進行遅れによる期ズレ要因に加えて、約10億円のマスマーケティング施策を実施したことで減益着地

(百万円)	YoYでの比較				業績予想に対する進捗率		
	FY26.10 1Q ①	FY25.10 1Q ②注2)	増減額 (①-②)	増減率 (①/②-1)	FY26.10 1Q 累計 ③	FY26.10 業績予想 ④	進捗率 (③/④-1)
ネット売上収益	10,339	9,100	1,239	+14%	10,339	55,900	18%
事業利益	-300	1,167	-1,467	-	-300	10,000	-
金融費用	285	260	25	+10%	285	N/A	-
当期利益 ^{注1)}	-467	416	-884	-	-467	5,460	-

注1) 親会社の所有者に帰属する当期利益を指す 注2) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映

2026年10月期 第1四半期業績

GA technologiesグループの継続的かつ安定的な収益創出力

GAグループの収益モデルは、RENSOYにおける継続取引を前提とした構造に加え、不動産業務インフラとして機能するITANDI及びサブスクリプションによる安定収益により、時間の経過とともに収益が積み上がる収益構造を有している。RENSOYの継続性の高い収益の拡大が牽引し、グループ収益の約6割が継続取引を起点としたリカーリング関連収益で構成



↑リカーリング

ITANDIリカーリング収益

不動産会社向けに業務インフラとなるプロダクトを提供。賃貸業務における一連のフローを複数プロダクトにより網羅的にカバーし、業務に深く入り込むことで粘着性の高さを実現。継続的な収益を創出する構造

RENSOY

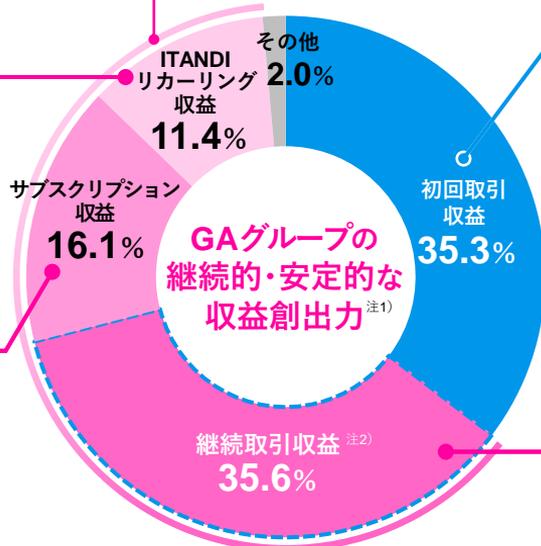
↑リカーリング

サブスクリプション収益

マーケットプライスで取引されたオーナー資産の管理業務による手数料を中心とした収益構造。管理戸数の積み上げにより、安定的かつ長期的な収益を創出

↑リカーリング関連収益

継続取引を起点とした収益構造 **63%**



RENSOY

↑マーケットプライス

初回取引収益

AI不動産投資「RENSOY」のプラットフォームを通じた買い手と売り手のマッチングによる収益。AI活用による効率的なマッチングと、オンライン完結型の取引体験により、高い成長性を維持するマーケットプライス型収益構造

RENSOY

↑リカーリング

継続取引収益^{注2)}

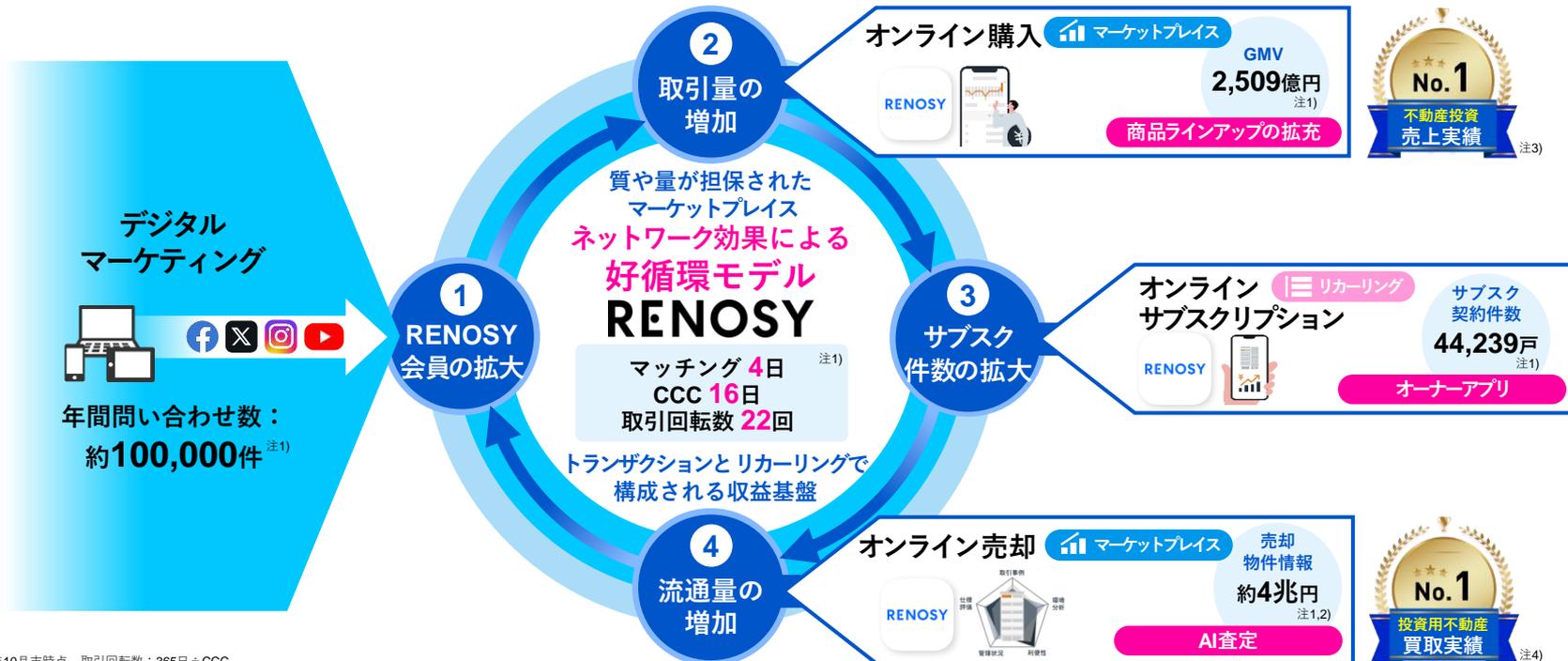
継続的なマッチング取引による収益。オーナーの60%超が2件以上の物件を保有するなど満足度の高いサービス提供により継続的に取引される構造を実現。顧客のLTVを最大化すると同時に、安定した収益基盤を形成

RENOSYマーケットプレイス

2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプレイス

RENOSYマーケットプレイスのビジネスモデル

効率的なデジタルマーケティングによる会員数拡大が、取引量とサブスクリプション件数の増加に繋がり、更に売却が促進され流通量が増加することでネットワーク効果を高める、好循環型のビジネスモデル
トランザクションとリカーリング両面で収益基盤が積み上がり、マーケットプレイスとしての優位性が高まる



注1) 2025年10月末時点。取引回転数：365日÷CCC

注2) 物件情報獲得金額の算出方法：FY25.10期における年間の不動産会社から届く仕入情報及びAI査定金額及びRENOZY ASSET MANAGEMENTにおける預かり資産残高の合計。不動産会社から届く仕入情報については、物件情報獲得件数×各年における平均販売金額にて算出した推計値

注3) 東京商工リサーチによる投資用不動産の売上実績（2025年3月調べ） 注4) 東京商工リサーチによる投資用不動産会社の売上原価調査（2025年10月調べ）

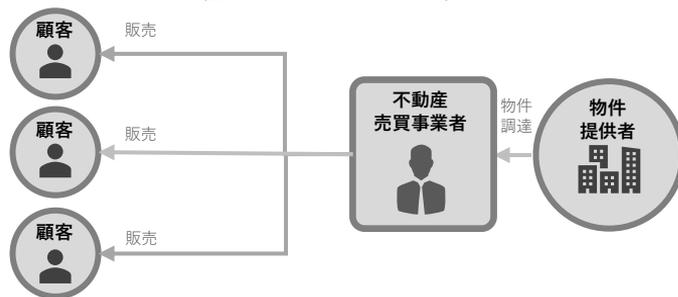
2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプライス

RENOSYマーケットプライスの全体像

RENOSYは「買い手と売り手が常時存在する」流動性の高い市場構造を基盤とした不動産マーケットプライス
この高い流動性を背景に、CCC^{注1)}16日という極めて短い取引サイクルを実現
「取引の再現性」を高めることで、業績見通しの立てやすい収益モデルを構築

従来型の不動産投資販売モデル

(個別案件型・在庫保有型)



RENOSYマーケットプライスモデル

(集約・取引実行を内包した回転型)



- 営業人員による仕入販売モデル
- 物件を仕入後に買い手を探し営業を行う
- 仕入後に営業を開始するため長期化
- 在庫保有期間における物件価格の値上がりで粗利を確保
- 在庫長期化により資本効率が上がりにくい
- 数多くの顧客にアプローチするための営業人員数
- 仕入物件の長期にわたって在庫として保有する財務体力

基本構造

販売方法

リードタイム

収益の源泉

資本効率

成長
ドライバー

- 買い手と売り手を即時につなぐプラットフォーム型モデル
- プラットフォームに買い手と売り手が常時集積
- 即時にマッチングされるため短期化
- 在庫の高速回転による取引の積み上がりで粗利を確保
- 高回転モデルにより極小化された在庫で高い資本効率
- 買い手と売り手との高速マッチングを示すCCC
- プラットフォームパワーを示すRENOSY会員数と物件情報流入量

2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプライス

RENOSYマーケットプライスの競争優位性

年間22回転という高頻度回転を前提に設計された不動産取引モデル
 需要起点の即時マッチングにより、金利・市況リスクを抑制し、高い資本効率を実現

	AI不動産投資 RENOSY	不動産売買事業者 国内不動産比較企業 ^{注1)} 売上ランキング上位20社平均	海外不動産比較企業 ^{注2)} Opendoor/Offerpad
 365 マッチング日数	4日 ^{注3)}	80日 ^{注4)}	44日 ^{注5)}
 CCC (キャッシュ・コンバージョン・サイクル)	16日 ^{注6)}	365日 ^{注7)}	144日 ^{注7)}
 回転数 (365日 ÷ CCC)	22回転 ^{注6)}	1回転 ^{注7)}	3回転
 市況/金利変動の影響	影響小 CCC16日の高速回転により、 市況変動リスクが顕在化する 前に取引を完結	在庫保有期間が1年と長期に わたるため、景気後退や金利上 昇による価格変動リスクを伴う	数ヶ月の在庫期間があるため、 金利上昇局面による住宅価格の 調整局面においてはリスクを伴う

注1) リビングテクノロジー株式会社運営する「国内上場不動産会社売上高ランキング2024」の売上高上位20社 (GA除く) 注2) 海外比較企業: Opendoor、Offerpad 注3) 2025年10月末時点。RENOSYマーケットプライスへ物件情報を掲載してから申込までの期間 注4) 公益財団法人東日本不動産流通機構より「首都圏不動産流通市場の動向 (2023年)」資料の中古マンションの登録から成約に至る日数を参照 注5) 2社の平均値【取得方法】Opendoor: https://www.realestatetwitch.com/opendoor-reviews-and-how-it-works/?utm_source=chatgpt.com#how-it-works より2024年におけるon market日数 Offerpad: HP掲載のIR資料よりon market日数 注6) FY25.10期における在庫回転期間 注7) プルーフバークより各社の直近会計年度の財務情報を入力し、当社にて集計。2025年10月末時点 注8) 当社調べ

2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプライス

RENOSYマーケットプライス業績推移

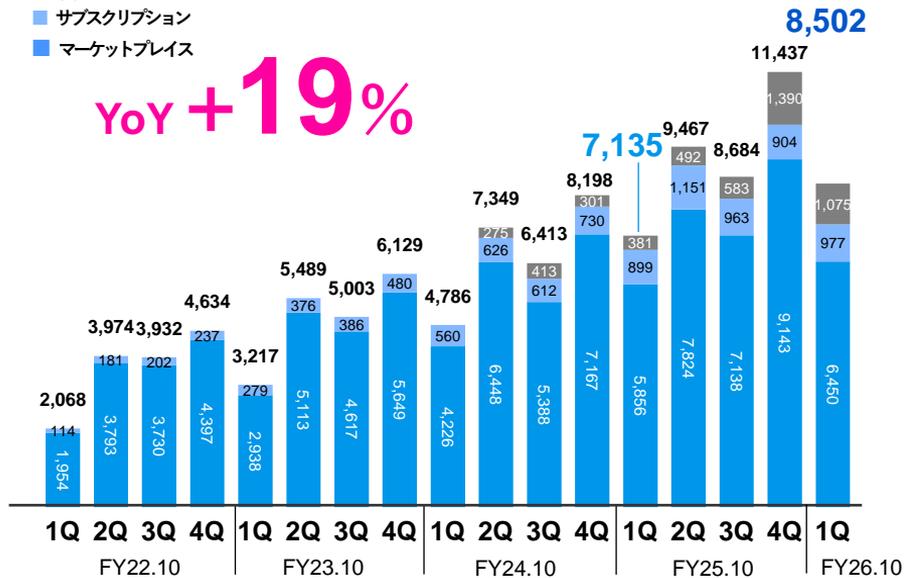
マーケットプライス事業は、商品ラインアップ拡充の一環である小口化事業の進行遅れによる期ズレ要因に加えて、約10億円のマスマーケティング施策を実施したことで減益にて着地。サブスクリプションは、前期の管理プラン変更に伴う一過性収益計上の反動であり、実態ベースではYoY30%増益と堅調に推移。USビジネスは、マーケットプライスの牽引により大幅増収し、シナジー発現により利益はYoYで赤字幅は縮小

ネット売上収益 注1)

(百万円)

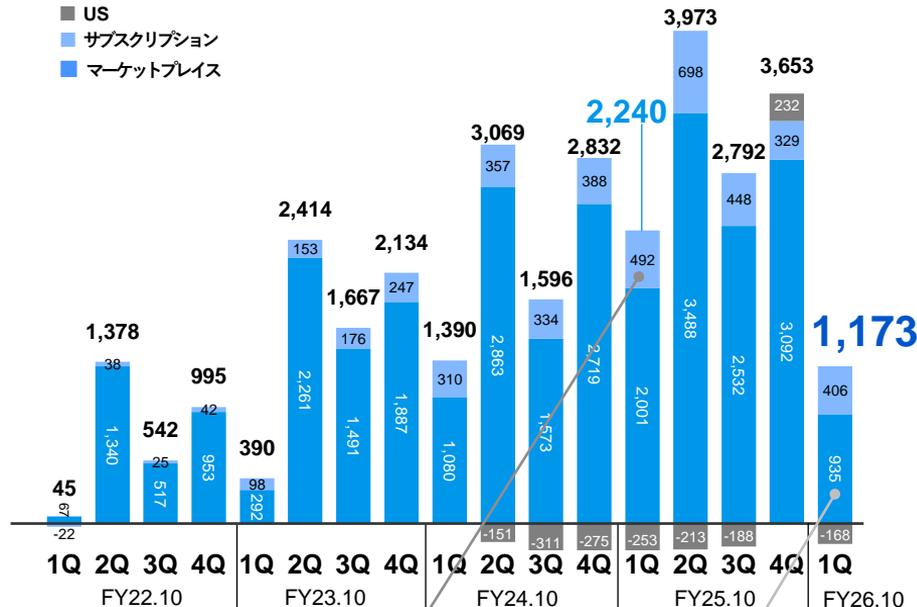
- US
- サブスクリプション
- マーケットプライス

YoY +19%

事業利益 注2)

(百万円)

- US
- サブスクリプション
- マーケットプライス



注1) ネット売上収益：RENOSYマーケットプライスの売上総利益

注2) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期実績に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映

管理プラン変更により182百万円を一過性収益として計上

マスマーケティング費用985百万円を一過性費用として計上

2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプライス

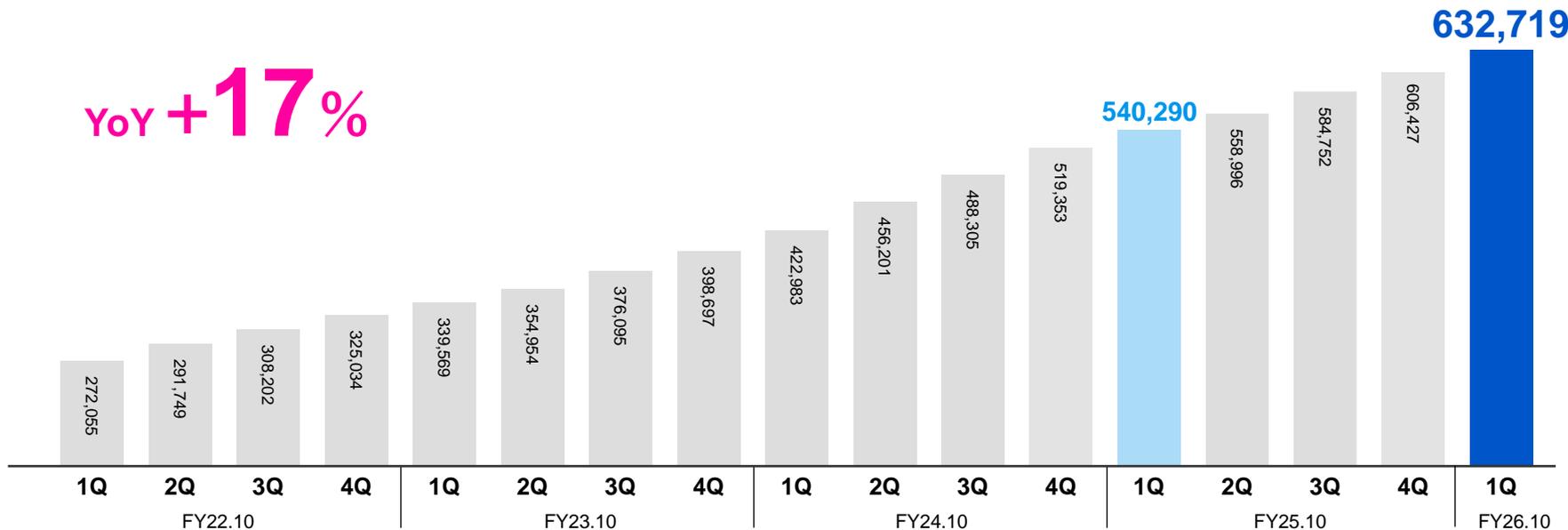
RENOSY会員数推移

マスマーケティング施策が奏功し会員数は、63万人超へ拡大

RENOSY会員ストック数^{注1)}

(人)

YoY +17%



注1) RENOSY会員ストック数とは、会員登録した累計の人数

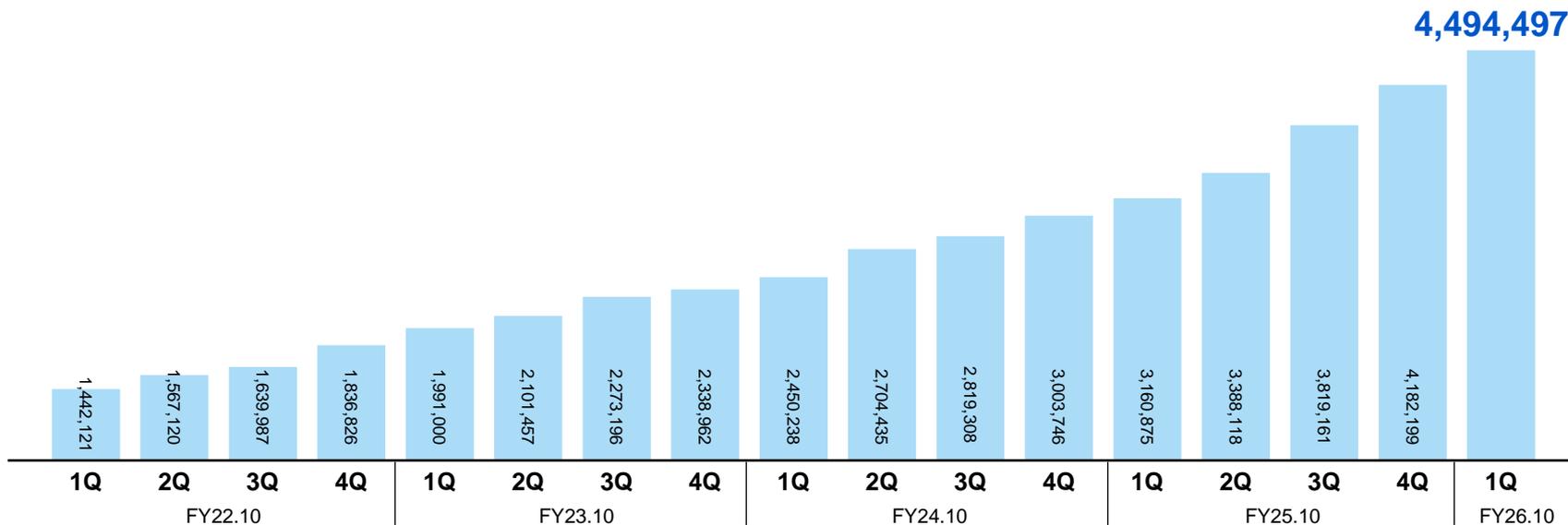
2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプライス

物件情報流入金額

物件情報の流入増加が会員数拡大を促進し、さらに情報流入を呼び込む好循環を形成
ネットワーク効果の発現により、プラットフォームパワーはさらに強化

物件情報流入金額（直近12ヶ月ベース）^{注1,2,3)}

(百万円)



注1) 物件情報獲得金額の算出方法：年間の不動産会社から届く仕入情報及びAI査定金額及びRENOSY ASSET MANAGEMENTにおける預かり資産残高の合計。不動産会社から届く仕入情報については、物件情報獲得件数×各年における平均販売金額にて算出した推計値

注2) 物件は中古コンパクトマンションのみ 注3) 直近12ヶ月の合計額

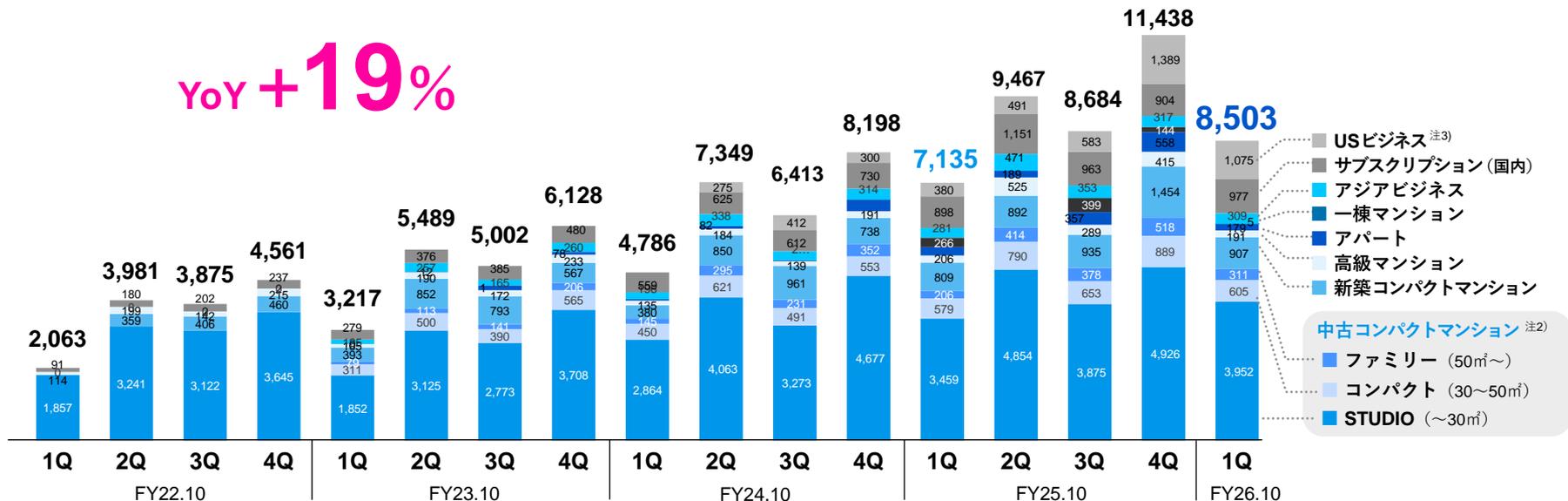
2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプライス

ネット売上収益推移

各プロダクトの堅調な積み上がりにより、収益の多様化が大きく進展
USビジネスの成長で海外収益は拡大、中古コンパクトマンション領域でもプロダクトの幅が拡大

ネット売上収益 (売上総利益)^{注1)}

(百万円)



注1) FY24.10 1Qより、神居移算をRENOSYマーケットプライスへセグメント変更 セグメント変更に伴いFY23.10期累計期間に係る数値については、変更後のセグメント区分により組み替えで表示

注2) 中古コンパクトマンションの売上総利益を正確に示すため、FY23.10期 通期決算説明資料より「売却DX」の粗利額は、当通期決算説明資料より中古コンパクトマンションに合算。FY25.10期より、FY23年以降の中古コンパクトマンション内訳を訴求して変更

注3) FY26.10期より、「サブスクリプション海外及び海外」よりUSビジネスを抽出し開示

2026年10月期 第1四半期業績 RENOSYマーケットプライス

生産性KPI推移

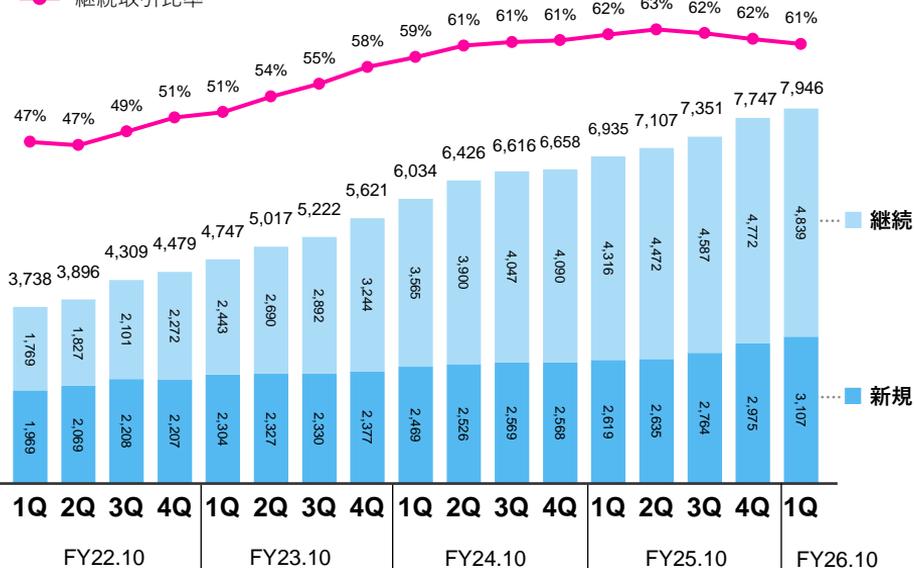
底堅い顧客ニーズを背景に成約トランザクション数は着実に増加。継続取引比率は60%を超え、規模と取引継続性を兼ね備えた顧客基盤を構築。商品ラインアップの拡充により、顧客及び件数あたりネット売上収益は上昇基調

成約トランザクション数・構成比の推移 (直近12ヶ月ベース) ^{注1)}

(件)

■ 成約トランザクション件数

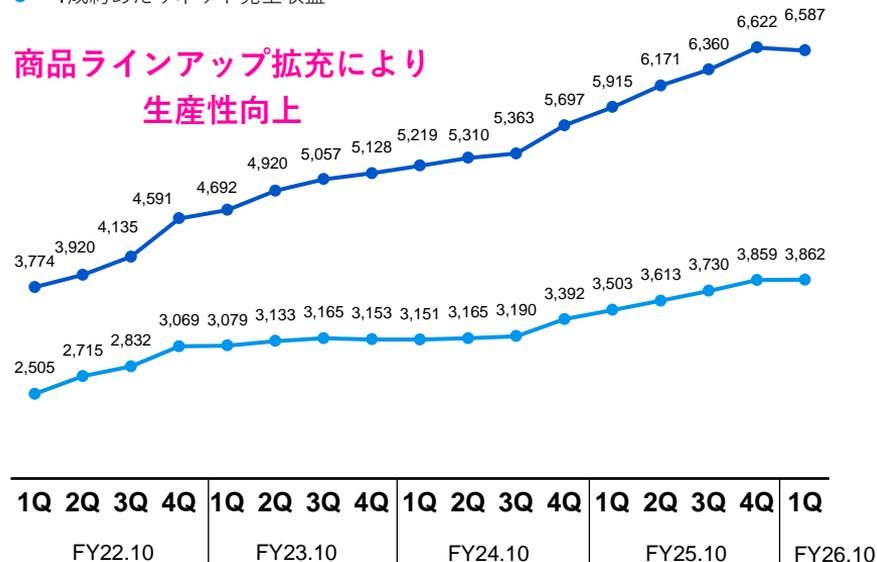
● 継続取引比率

1顧客あたり・1件あたりネット売上収益 (直近12ヶ月ベース) ^{注2,3)}

(千円)

● 1顧客あたりネット売上収益

● 1成約あたりネット売上収益

商品ラインアップ拡充により
生産性向上

注1) RENOSY国内・RENOSY海外におけるマーケットプライスビジネスのネット売上収益を使用し算出 (直近12ヶ月ベース)

注2) ネット売上収益÷成約トランザクション件数 (直近12ヶ月ベース) 注3) ネット売上収益÷ユニークオーナー数 (直近12ヶ月ベース)

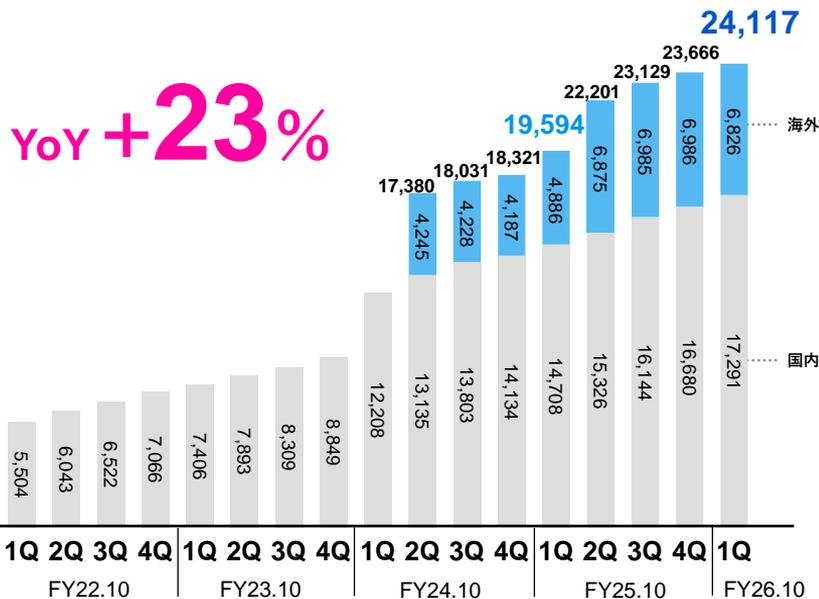
2026年10月期 第1四半期業績 RENOZYマーケットプライス

サブスクリプションKPI推移

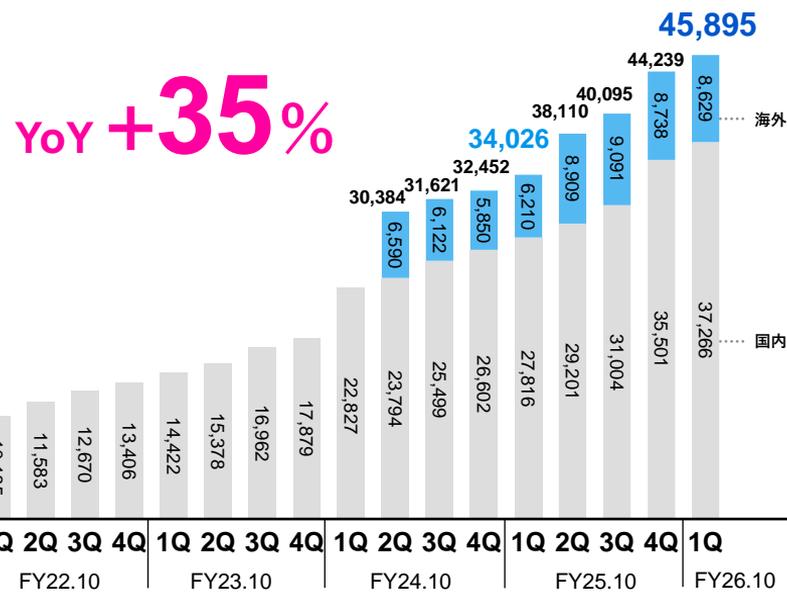
オーナー数、サブスク契約件数共に増加基調を維持

オーナー数 注1)

(人)

サブスクリプション契約件数 注1)

(件)



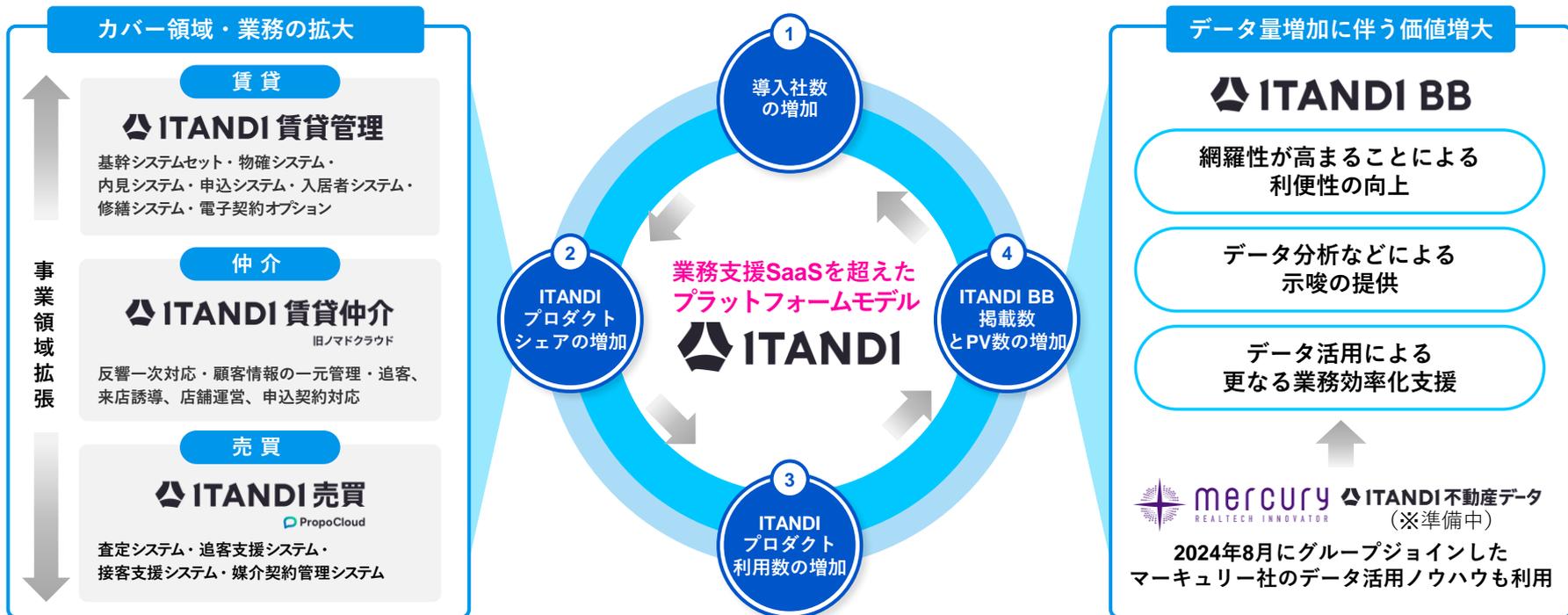
注1) 国内：FY24.10 1Qより株式会社Core Asset Managementの値を含む 海外：FY24.10 2QよりRW OpCoのオーナー数及び管理戸数

ITANDI

2026年10月期 第1四半期業績 ITANDI

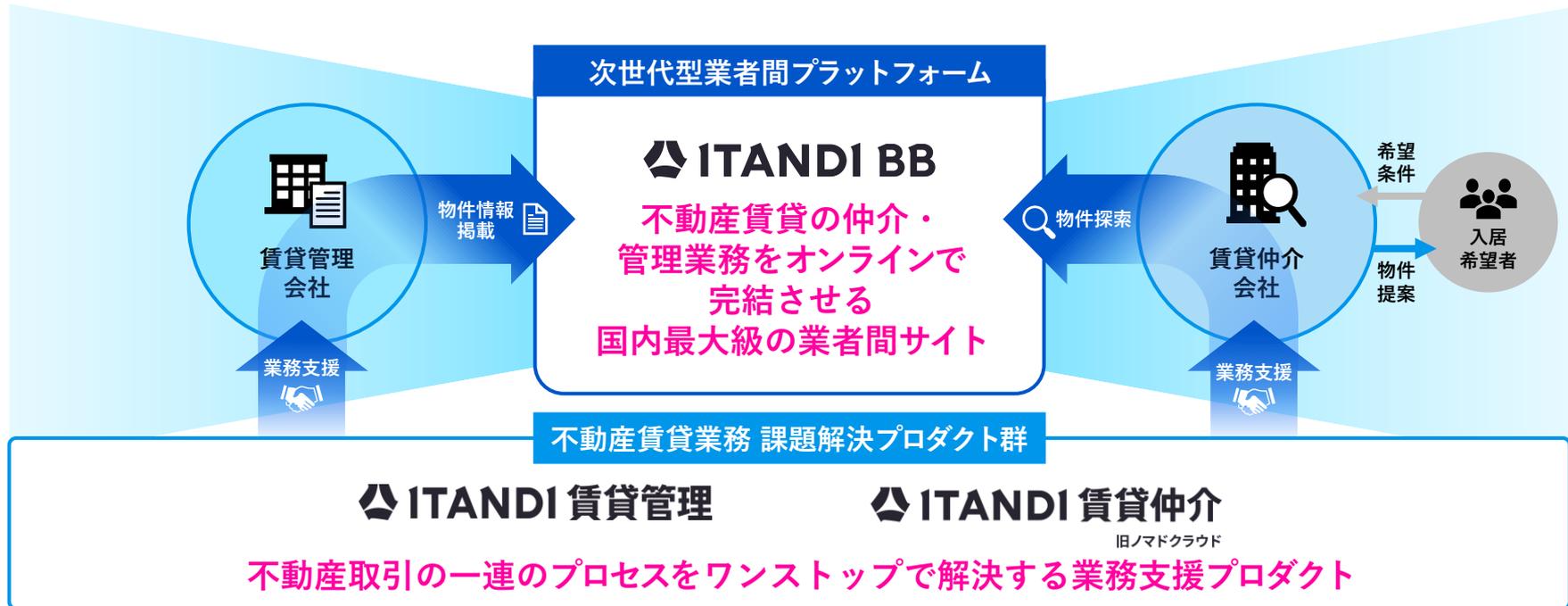
ITANDIのビジネスモデル

プロダクトの導入社数とシェアが増加すると、賃貸管理会社からITANDI BBに流入する物件情報が増え、物件を提案したい仲介会社のアクセスも増加することでプラットフォームパワーを生み出す。物件検索/申込/契約/入居といった管理業務プロセスをワンストップで完結可能になり、SaaSの枠を超えた業界のインフラとして指数関数的な利益成長の可能性がある



ITANDIの全体像

ITANDIは、賃貸管理会社と賃貸仲介会社をリアルタイムで繋ぐプラットフォームと、賃貸業務の一連のプロセスを通じてプラットフォームへデータを還流させる課題解決プロダクトの2本柱で構成。ソフトウェアを超えた「業界共通インフラ」として参入障壁の高いビジネスモデルを構築し、双方のシェア拡大が相互に価値増幅させる強力なネットワーク効果を創出



ITANDIのAIに対する耐性

業界特有の法規制や商慣習の下、物件掲載から契約、入居後の修繕・精算まで、物件と人の物理的接点を伴いながら進行する、複雑な不動産取引プロセスに対し、ITANDIの製品は、取引プロセス全体を前提に設計しており、単一業務の効率化に留まらない、賃貸業務フロー一体型の業務インフラである。取引データと業務フローの継続的な蓄積・連動による、高い粘着性を有する取引構造により、特定機能の自動化にとどまるAIツールでは代替困難な、不動産業務の基幹インフラとしてのポジションを確立

3 不動産業界の法規制・商慣習

不動産賃貸業務 課題解決プロダクト

ITANDI 賃貸管理

ITANDI 賃貸仲介

旧ノマドクラウド



優位性

1

ワンストップの支援

- 前後のプロセスが密接に結びつく不動産実務のプロセスを一気通貫で深く介在
- 単発のタスクをAIでは、一連のプロセスをパッケージで完結させることは困難

優位性

2

「リアル」との不可避な接点

- リアルの現場とデジタルをつなぐインターフェースとして有効に機能
- 物理的な工事や移動を伴うプロセスは、デジタルに閉じたAIでは支援に限界あり

優位性

3

不動産業界特化の専門性

- 業界特有の細かい法規制や商慣習がプロダクトの設計に実装
- 汎用AIでは業界特有の商慣習や複雑な法規制には対応不可

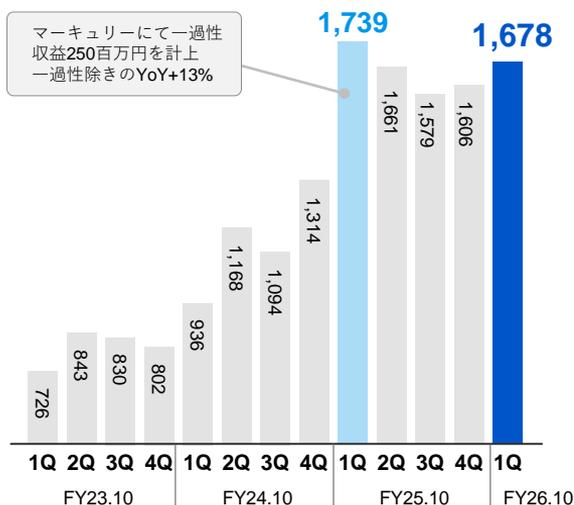
2026年10月期 第1四半期業績 ITANDI

ITANDI業績推移

表面上はYoY減収減益の着地となるも、前年1Qにマーキュリー社にて計上した一過性収益2.5億円の反動によるものであり、実力値ベースでは売上利益ともに着実な成長を継続。今期より注力している基幹システムの販売が順調に立ち上がっており、賃貸管理のARRはYoY+21%と増加基調へ転じ、その効果が売上へ本格寄与する期後半にかけてPL成長率の改善を見込む

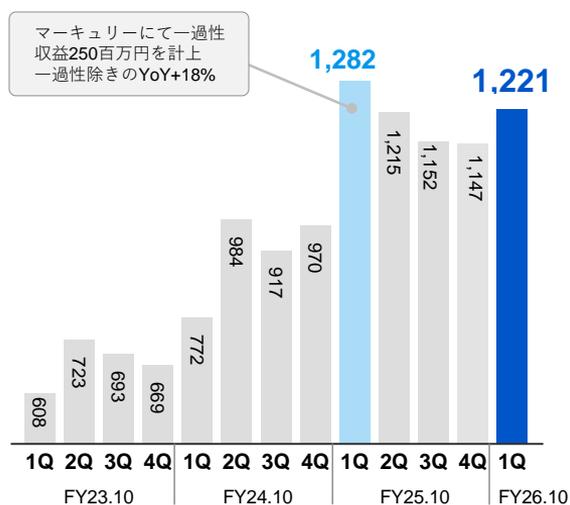
ネット売上収益

(百万円)



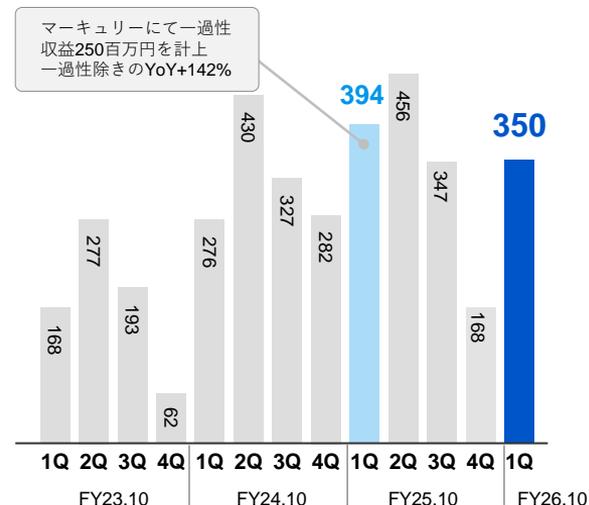
売上総利益

(百万円)



セグメント利益

(百万円)



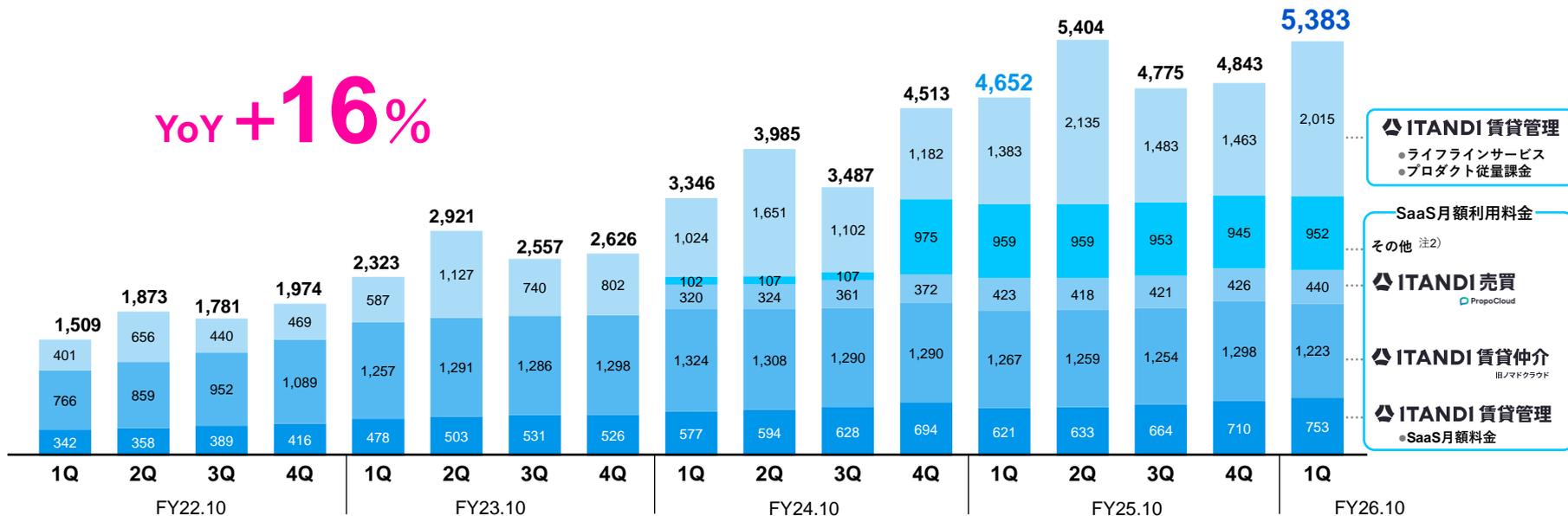
2026年10月期 第1四半期業績 ITANDI

ARR推移

今期注力領域である基幹システムの拡販及びライフラインサービスの単価向上施策について着実に進捗しており、ITANDI賃貸管理はYoY+21%、ライフラインサービスはYoY+46%と好調に推移

ARR 注1)

(百万円)

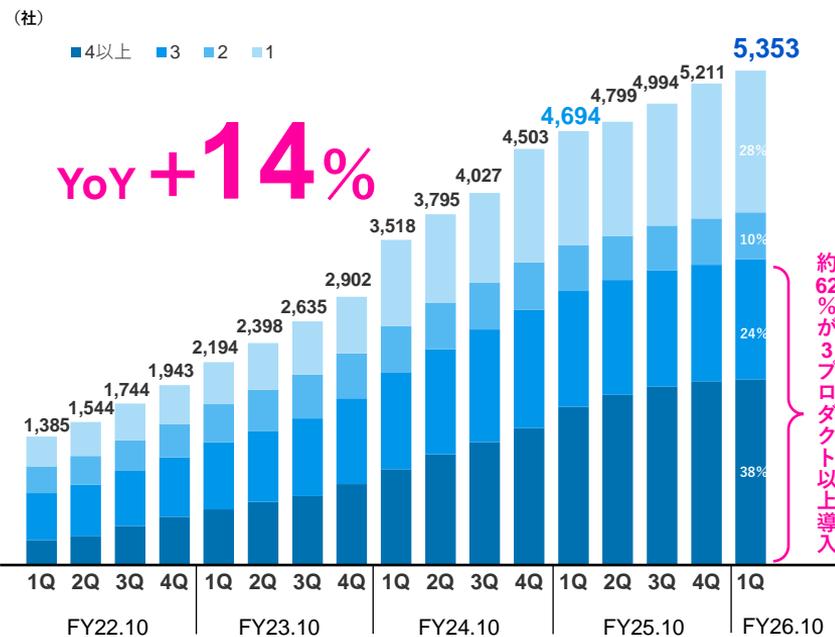
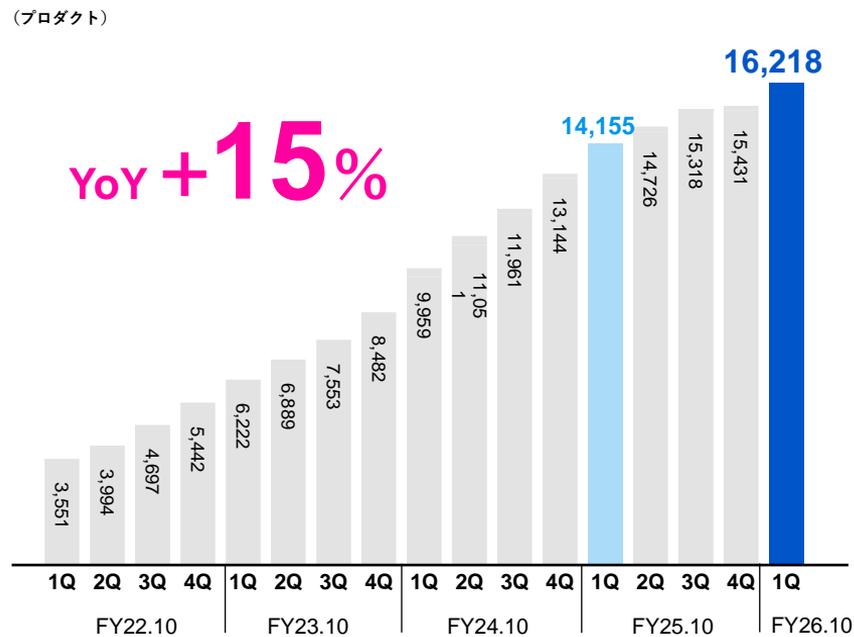


注1) Annual Recurring Revenue。各四半期末の月末MRRに12を乗じて算出 注2) FY24.10 4Qよりマーキュリー社のSaaS利益を含む。尚、マーキュリー社の数値については概算値

2026年10月期 第1四半期業績 ITANDI

導入社数および導入プロダクト数の推移

導入プロダクト数の着実な拡大により、3プロダクト以上導入社数が約62%と高い水準を維持

導入社数 注1.2)導入プロダクト数 注1.2)

注1) FY24.10 1Qより、「ITANDI 賃貸管理」基幹システムセット、「ITANDI 賃貸管理」修繕システムをはじめとする「ITANDI 賃貸管理」と「ITANDI 賃貸仲介」内の全てのSaaSプロダクト及び「ITANDI 売買」事業の「ITANDI 売買 PropoCloud」及びRENSOY XのSaaSプロダクトを加えて算出。「ITANDI 賃貸管理」と「ITANDI 賃貸仲介」のSaaSプロダクトについては、FY21.10 1Q～FY23.10 4Qの期間についても遡及し算出したため、FY23.10 4Q以前に開示したデータとは異なる 注2) FY24.10 4Qよりマーキュリー社を含む。尚、マーキュリー社の数値については概算値

2026年10月期 第1四半期業績 ITANDI

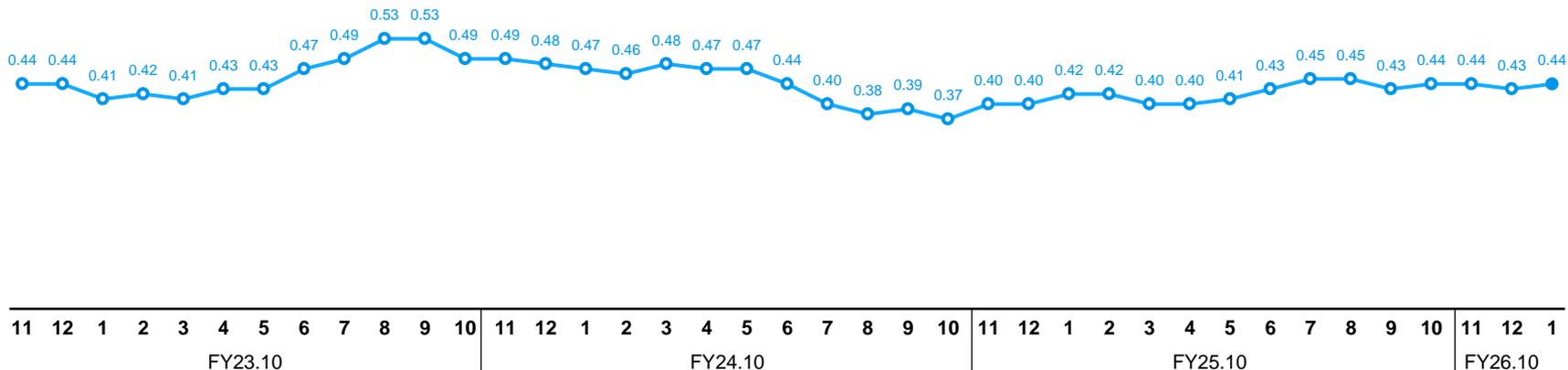
チャーンレート推移

高い複数プロダクト導入社数比率の維持によりチャーンレートは低水準で推移

チャーンレート^{注1,2)}

(%)

直近
12ヶ月
平均 **0.44%**



注1) 導入プロダクト数を基に直近12ヶ月の月次チャーンレートの平均を算出

注2) FY24.10 4Qよりマーキュリー社を含む。尚、マーキュリー社の数値については概算値

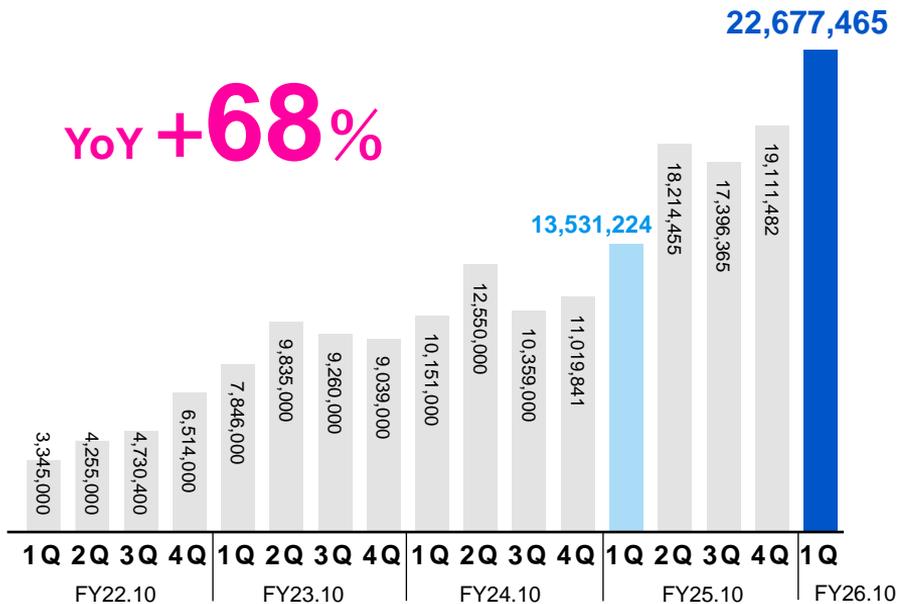
2026年10月期 第1四半期業績 ITANDI

その他指標

ITANDI BB PV数並びにライフラインサービス数共に、前年同期比で堅調に推移

ITANDI BB PV数 注1,3)

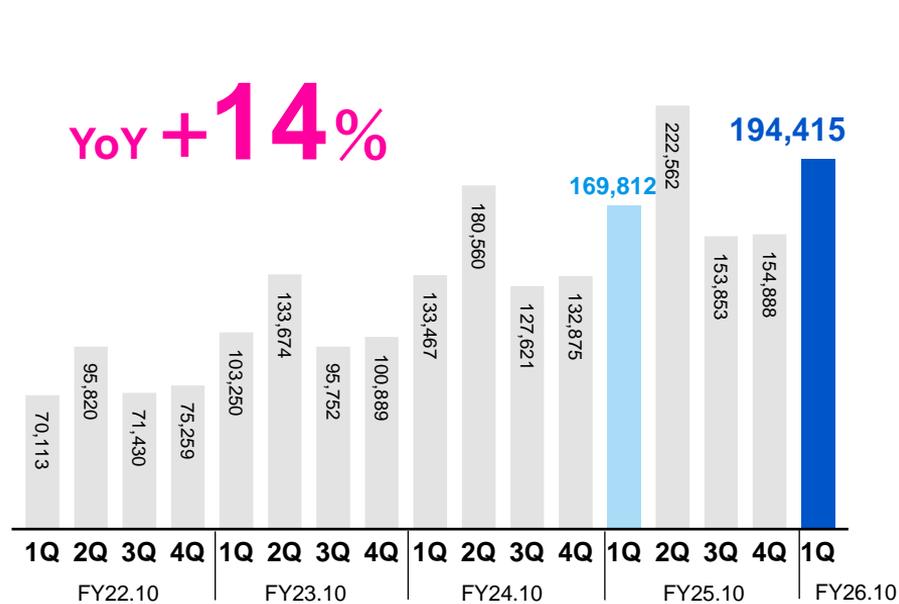
(PV)



ライフラインサービス利用数 注2)

(件)

電子入居申込数のうち、ライフラインサービス（送客フィーによる課金）利用数を掲載

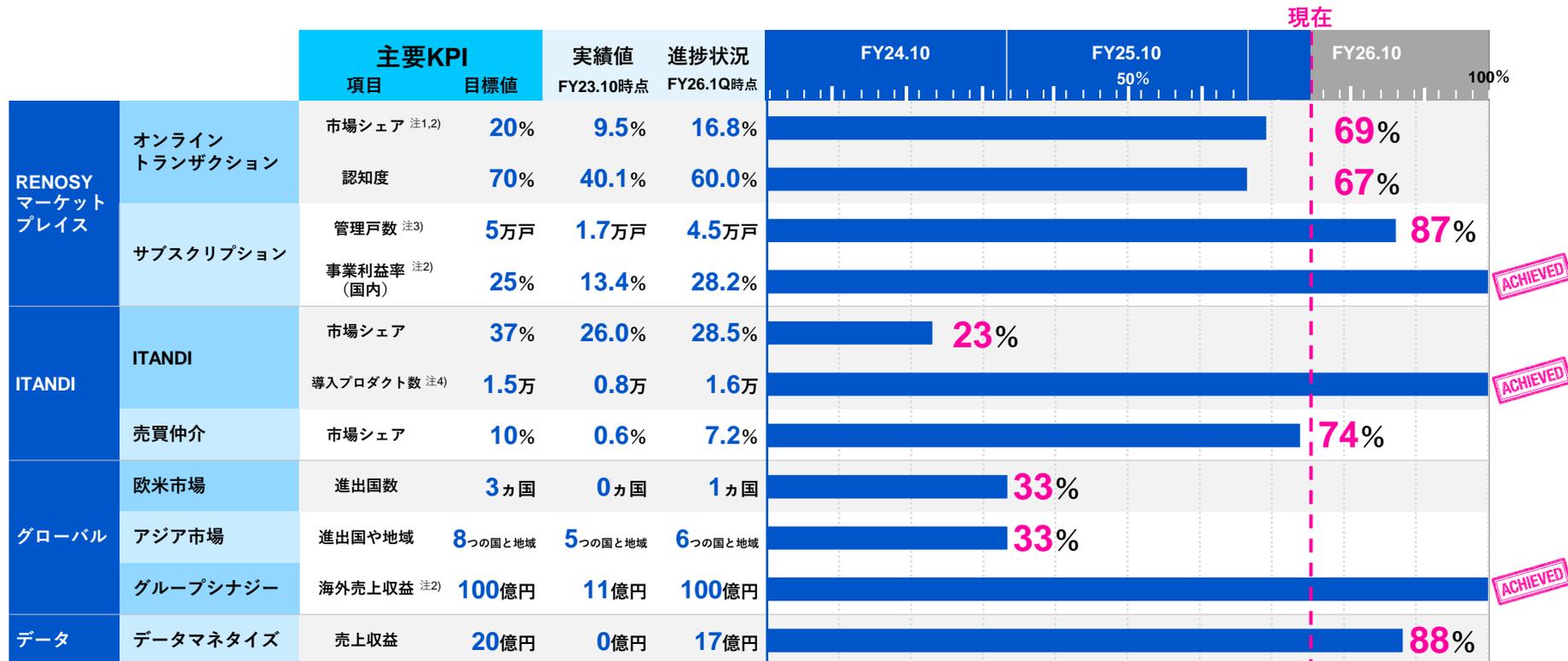


注1) 百の位で切り捨て。FY24.102Qより四半期の平均値の記載に変更したため、FY24.101Qまでの決算説明資料のデータとは異なる 注2) FY24.101Qより、電子入居申込数よりライフラインサービス利用数に変更 注3) PV数のデータ取得ツールについて、2023年7月1日をもってGoogleユニバーサルアナリティクスプロパティにおけるデータ処理が停止されたため、Googleアナリティクス4へ移行。2022年7月（FY22.103Q）以降の数字をGoogleアナリティクス4におけるデータ処理の定義で更新したため、FY23.102Qまでの決算説明資料のデータとは差異が発生

中期経営計画

中期経営計画2026 進捗状況

主要KPIの進捗率は概ねオントラック、引き続き早期達成に向けて取り組む



注1) 「中期経営計画2026」公表時点でのTAM1.5兆円に基づき算出。市場シェアは1.5兆円に対するRENSOYマーケットプレイス売上収益の割合で算出 注2) 直近12ヶ月ベースで算出 注3) P.30 サブスクリプション契約件数をご参照 注4) P.37 導入プロダクト数

Appendix

市場規模比較

国内における不動産メディア事業は小規模な市場に多数のプレイヤーが参画する一方、当社がターゲットとする市場は寡占プレイヤーが不在でテクノロジーの介在余地が大きく、未成熟ながらも広大で魅力的なマーケット
 当社の有する資本効率の高いビジネスモデルとテクノロジーによる差別化により、圧倒的なポジションの確立を目指す



国内不動産の
 広告媒体費^{注1)}

約1,112億円



国内不動産投資市場^{注2)}
 (賃貸住宅)

約38兆円

約**342**倍

小さい	¥↑1取引あたりの利益	大きい
複数のビックプレイヤーで寡占状況	市場構造	寡占プレイヤーは不在
小さい	テクノロジーの介在余地	大きい

RENOSYマーケットプレイス シェア拡大の道筋

商品ラインアップの拡充、更には海外展開によりターゲットの市場規模は拡大



1 中古区分マンションでのシェア拡大
マーケットプレイス内での売買を拡大・加速

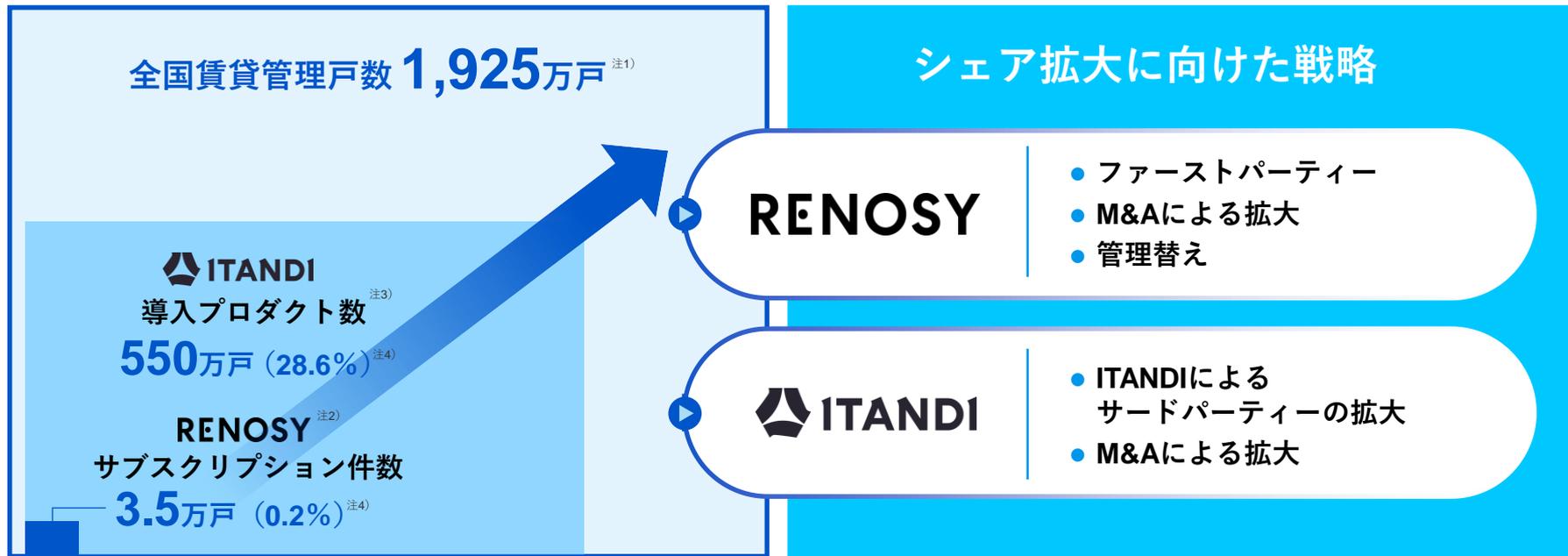
2 商品ラインアップを拡充
商品ラインアップを拡充して、多様化する投資ニーズをカバー

3 海外物件の拡大
海外物件も商品ラインアップに内包

注1) 出典：ニッセイ基礎研究所「不動産投資レポート 我が国の不動産投資市場規模 用途別「収益不動産」の市場規模 (2023年7月18日)」注2) 出典：ニッセイ基礎研究所「不動産投資レポート 我が国の不動産投資市場規模 用途別「投資適格不動産」の市場規模 (2023年7月18日)」
注3) 出典：株式会社東京カンテイ「プレスリリース 首都圏 新築・中古マンション市場」(2021年1月)、株式会社東京カンテイ「プレスリリース 新築・中古マンションの市場動向(首都圏)」(2021年5月)、公益財団法人東日本不動産流通機構の登録物件データ、投資用不動産会社上位10社の業績を参考に推計 注4) TAM...Total Addressable Market(RENOSY マーケットプレイス事業が獲得する可能性のある最大の市場規模) 注5) SAM...Serviceable Available Market(RENOSY マーケットプレイス事業がターゲットとする市場規模)
注6) SFR: Single-Family Rentalの略称。通常の土地付き一戸建て物件 注7) Nuveen Real Estate "Single-Family Demand"、1ドル=145.24円にて換算

サブスクリプション・ITANDI シェア拡大の道筋

RENOSY、ITANDI両事業共に
サブスクリプション件数・導入プロダクト数の拡大余地は大きい



注1) 出典：全国賃貸住宅新聞 「賃貸住宅市場とは ～データで読み解く市場構造と課題～」(2023年4月24日)参照

注2) RENOSYオーナーが保有する管理賃貸戸数 注3) ITANDI管理SaaSのプロダクト導入数

注4) 2025年10月末時点

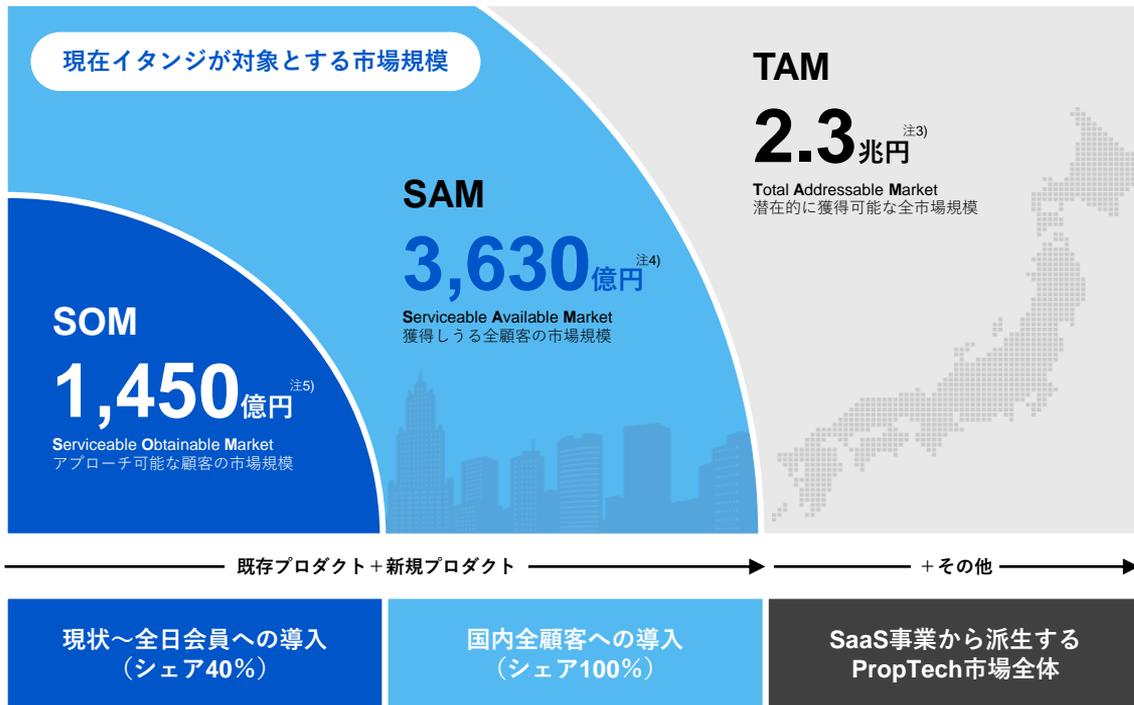
ITANDI SaaS ターゲット市場規模

売買領域の新規プロダクト及びデータ販売サービス提供により市場シェア拡大を目指す



対象顧客^{注2)}

約 **13.2** 万社
(宅建業者法人数)



注1) 既存プロダクトARPUは管理会社向け/仲介会社向けを含む価格レンジを記載 注2) 出典：一般財団法人不動産適正取引推進機構「令和6年度末 宅建業者と宅地建物取引士の統計について」

注3) 出典：矢野経済研究所「2024年版不動産テック市場の実態と展望」、TAMには以下の事業領域を含む：(BtoC)メディア/マッチング(iBuyer含む)/設計・施工/クラウドファンディング/シェアリング、(BioB)不動産情報/仲介・管理業務支援/価格査定/VR・AR/IoT(クラウド型カメラ/画像解析) 注4) SAM = 各プロダクトごとのARR合計 = ①仲介会社向け既存プロダクトARR + ②管理会社向け既存プロダクトARR + ③管理会社向け新規プロダクトARR ①仲介会社向け既存プロダクトARR = 仲介会社数 × ARPU ②管理会社向け既存プロダクトARR = 管理会社数 × ARPU ③管理会社向け新規プロダクトARR = 管理会社数 × ARPU 仲介会社数 = 宅建業者数 × 仲介会社割合 管理会社数 = 宅建業者数 × 管理会社割合 ※兼業しているケースもあるため重複あり 注5) SOM = SAM × 40%

2026年10月期 通期業績予想

中計最終年度であるFY26についても、連結、各事業での目標達成を目指す

事業グループ		FY25.10 <small>注1)</small>			FY26.10			YoY	
		ネット売上収益 <small>注2)</small>	事業利益	コア事業利益率 <small>注3)</small>	ネット売上収益	事業利益	コア事業利益率	ネット売上収益	事業利益
連結		44,251	7,288	16.4%	55,900	10,000	17.9%	+26.3%	+37.1%
RENOSY 国内	マーケットプレイス	29,961	11,114	37.0%	37,200	13,800	37.0%	+24.1%	+24.1%
	サブスクリプション (リカーリング)	3,918	1,968	50.2%	4,000	2,000	50.0%	+2.0%	+1.6%
ITANDI	リカーリング	6,586	1,367	20.7%	8,400	1,460	17.4%	+27.5%	+6.7%
US	マーケットプレイス	2,845	-423	-	6,200	700	11.2%	+117.8%	-

前期管理プラン切替えにより、一過性利益を計上したため、反動によるもの

来期以降の成長を見据えた、マネジメント人財の採用や育成に先行投資を計画

注1) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期実績に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映
 注2) ネット売上収益：RENOSYマーケットプレイスの売上総利益+ITANDI及びその他及び調整額の売上収益 注3) 事業利益÷ネット売上収益で算出

Appendix

貸借対照表サマリー

(百万円)		FY24.10 ^{注1)}	FY25.10 ^{注1)}	FY26.10 1Q	増減額
			①	②	② - ①
流動資産	現金及び預金	19,325	30,365	29,063	-1,302
	在庫 ^{注2)}	13,950	11,682	18,149	6,467
	(回転期間 ^{注3)})	(27.7日)	(22.6日)	(26.8日)	(4.2日)
	営業債権 ^{注4)}	1,253	1,285	1,260	-25
	(回転期間 ^{注3)})	(2.0日)	(1.9日)	(1.7日)	(-0.1日)
	その他	4,100	5,466	15,139	9,673
非流動資産		38,573	33,565	35,661	2,096
資産合計		77,203	82,365	99,275	16,910
負債	営業債務 ^{注5)}	4,070	5,434	5,105	-329
	(回転期間 ^{注2)})	(8.7日)	(8.4日)	(6.7日)	(-1.6日)
	その他	49,892	45,482	63,408	17,926
純資産	資本金	7,372	9,962	9,965	3
	利益剰余金	2,691	6,576	5,831	-745
	その他	13,176	14,908	14,963	55
負債・純資産合計		77,203	82,365	99,275	16,910
CCC (キャッシュ・コンバージョン・サイクル)		21.0日	16.1日	21.8日	5.7日

負担が小さい
ワーキングキャピタル
CCC (キャッシュ・コンバージョン・
サイクル) 管理の徹底

主に切替を進めたNeoインカムプラン契約に係る、
その他金融資産及び負債が約89億円増加した
ことによるもの。季節性要因であり、今期末
時では約13億円に収束する予定のため懸念小

財務基盤の安定
(健全な自己資本比率)

株主還元方針：
トータル・シェアホルダー・
リターン (TSR)^{注7)}

注1) FY25.10期において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、FY25.10期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映 注2) 棚卸資産 注3) 回転期間を算出する際の在庫、営業債権、営業債務は期中平均を用いて算出

注4) 営業債権及びその他の債権 注5) 営業債務及びその他の債務 注6) CCC (Cash Conversion Cycle) = キャッシュ・コンバージョン・サイクル 棚卸資産回転日数+売上債権回転日数-仕入債務回転日数 注7) トータル・シェアホルダー・リターン (TSR) 株主総利回り

貸借対照表詳細

FY25より着手してきた管理プランの切り替えによりサブリース資産がYoY約52億円減少、今後も規律を持ったバランスシート運営により、事業成長と資本効率向上の両立を目指す

FY25.10 1Q	
(百万円)	
流動資産 49,221	負債 62,545
現預金 24,499	有利子負債 30,067
棚卸資産 13,541	リース負債 12,233
その他流動資産 11,181	その他負債 20,244
固定資産 37,064	純資産 23,740
サブリース資産 8,856	
使用権資産 2,133	
その他固定資産 26,074	
総資産：86,286	

FY26.10 1Q ^{注1)}	
(百万円)	
流動資産 63,613	負債 68,513
現預金 29,063 (+4,564)	有利子負債 31,201 (+1,134)
棚卸資産 18,149 (+4,608)	リース負債 8,235 (-3,997)
その他流動資産 16,400	その他負債 29,076
固定資産 35,661	純資産 30,761
サブリース資産 3,601 (-5,255)	
使用権資産 3,953 (+1,820)	
その他固定資産 28,106	
総資産：99,275	

注1) 括弧内は前期末からの増減を示す

フリー・キャッシュ・フロー創出力最大化の方針

FCF（フリー・キャッシュ・フロー）の持続的な成長と資本効率の向上を図り、
企業価値向上のスピードを飛躍的に加速



FCF創出力 最大化の方針



利益の成長

- 市場ニーズや顧客インサイトに基づく、**商品ラインアップ拡充**
- AI×テクノロジーをフル活用した業務効率化による**1人あたりネット売上収益の向上**
- オペレーション改善・データ活用による**顧客獲得効率の向上**



資本効率の向上

- 卓越した在庫管理プロセスで**圧倒的な資金効率の実現**
- ROICが相対的に高い**リカーリングビジネス粗利の拡大**と同事業における**運転資金改善**
- **固定資産および関連負債の圧縮**の徹底



キャピタル・ アロケーションの質向上

- 投資領域を厳選しての**AIシステム開発投資**
- 既存事業とのシナジーを前提とした**規律あるM&Aの実施**
- 精緻なキャッシュ管理に基づく**成長投資と株主還元**の両立

継続的なROE/ROIC改善で、資本効率の向上を実現

環境^{注1,12)}

FY25

Scope1 ^{注2)}	0
Scope2 ^{注3)}	508
Scope1,Scope2合計	508
電気使用量 (kwh)	1,205,231
CO2排出量/売上高 (t/百万円)	0.0020

ガバナンス^{注12)}

FY25

取締役数	9名
女性取締役数	1名
社外取締役比率	55.5%

社会^{注12)}

FY23

FY24

FY25

全従業員数 ^{注4)}	1,371名	1,743名	1,981名
正社員数 ^{注5)}	1,090名	1,487名	1,665名
非正社員数 ^{注6)}	281名	256名	316名
従業員に占める女性比率 ^{注7)}	40.1%	38.4%	35.9%
平均年齢 (正社員) ^{注8)}	31.27歳	31.60歳	31.76歳
育児休暇取得率 (男女別) ^{注9)}	男性：80.0% 女性：100%	男性：96.5% 女性：100%	男性：90.9% 女性：100%
育児休暇取得後の復職率 (男女別) ^{注10)}	男性：100% 女性：100%	男性：100% 女性：100%	男性：100% 女性：100%
離職率 ^{注11)}	17.3%	13.6%	11.0%
女性役職者比率	23.8%	18.3%	17.0%

注1) 算出対象は東京本社のみ 注2) Scope 1は算定対象外 注3) SCOPE2はオフィスにおける電気使用に係る二酸化炭素排出量、CO2係数：0.000457t-CO2/kWh。Location-basedに基づく実績

注4) 連結(執行役員・正社員・アルバイト・契約社員)注5) 連結(執行役員・正社員)注6) 連結(アルバイト・契約社員)注7) 連結注8) 連結(正社員)

注9) GA technologies単体注10) GA technologies単体注11) GA単体(正社員)。FY23.10期、FY24.10期：当期間内の離職者数÷当期首(または前期末)の在籍者数×100で算出 FY22.10期：当期末の在籍者の内、退職した人の数で算出

設立	2013年 3月 12日
本社所在地	東京都港区六本木3丁目2番1号 住友不動産六本木グランドタワー40階
資本金	99億 6,587万 2,616円 (2026年1月末日時点)
従業員数 ^{注1)}	1,690名 (2026年1月末日時点)
事業内容	<ul style="list-style-type: none">●AI不動産投資「RENOSY」の開発・運営●不動産業界向けBtoBプラットフォーム「ITANDI」の開発・運営●PropTech領域におけるプラットフォーム事業の開発
役員	代表取締役 社長執行役員 CEO：樋口龍 会長 兼 Strategic Advisor：櫻井文夫 取締役 専務執行役員：樋口大 取締役 常務執行役員 CTO：後藤正徳 社外取締役：久寿良木健、グジバチ・ピョートル・フェリクス 監査等委員である取締役：桑原利郎（社外・常勤）、松葉知久（社外）、庄司愛（社外）

注1) 連結/役員・契約社員・アルバイト・インターンを除く

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、
いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、
金利、通貨為替変動といった国内および国際的な経済状況が含まれます。

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、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

お問い合わせ先

IR担当

Email : ir@ga-tech.co.jp

IRサイト: <https://www.ga-tech.co.jp/ir/>