

Mortgage Service Japan Limited

June 29th, 2021

日本モーゲージサービス株式会社（東証一部：7192）

株主説明会

日本モーゲージサービス株式会社 株主説明会

CONTENTS

- | | | | |
|----------|--|----------------------|-------------|
| 1 | | 当社グループについて | P.03 |
| 2 | | 今後の見通し・中期経営計画 | P.16 |
| 3 | | 株主還元 | P.27 |

1 | 当社グループについて



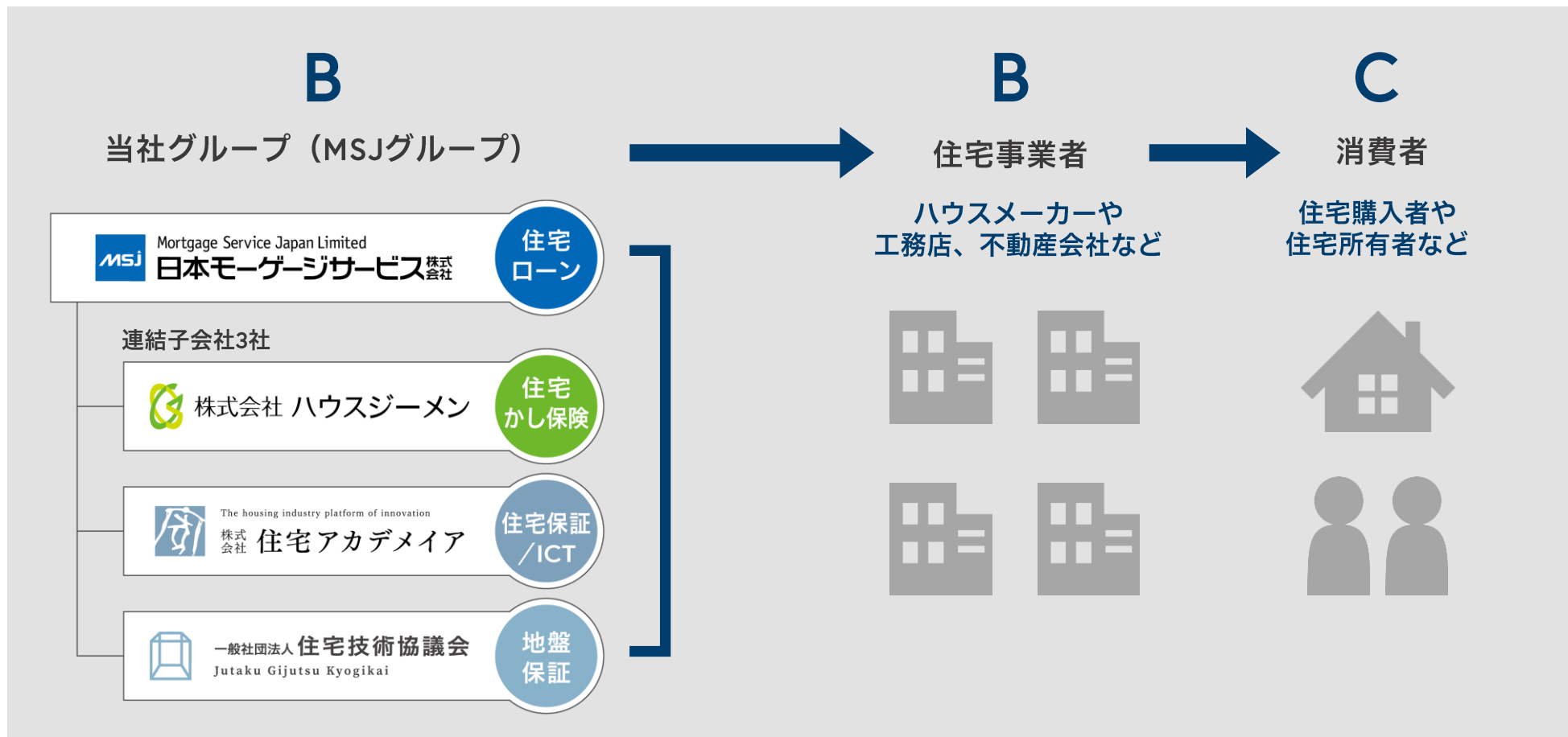
住宅事業者の経営支援を行う金融会社

POINT①

決算は子会社3社と連結。主力の住宅ローン以外に多彩な商品を持つ

POINT②

直接の顧客は住宅事業者（B to B to C 事業）



オンリーワンの総合住宅金融サービス業

POINT① 住宅分野のローン・保険・保証事業

POINT② 3事業のバランスとシナジーに重点を置いた経営



事業セグメント③

住宅アカデミア事業

事業主体：株式会社住宅アカデミア[※]

住宅引渡後の住宅保証サービス・ICTシステムプラットフォームの提供 他

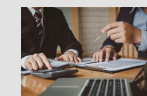


事業セグメント②

住宅瑕疵保険等事業

事業主体：株式会社ハウスジューメン[※]
一般社団法人住宅技術協議会[※]

住宅の品質確保のための保険・検査・審査サービスの提供 他

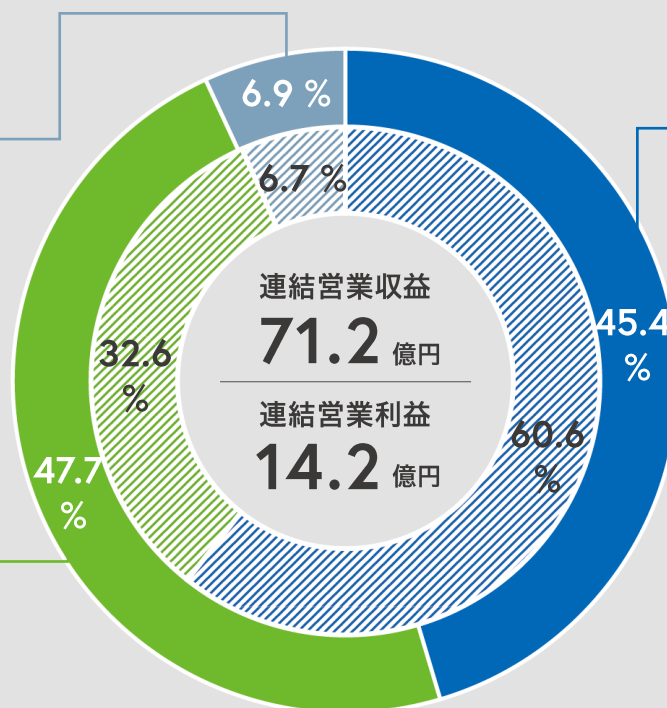


事業セグメント①

住宅金融事業

事業主体：当社

住宅事業者への販売・事業支援を目的とした住宅ローン等の住宅金融サービスの提供 他



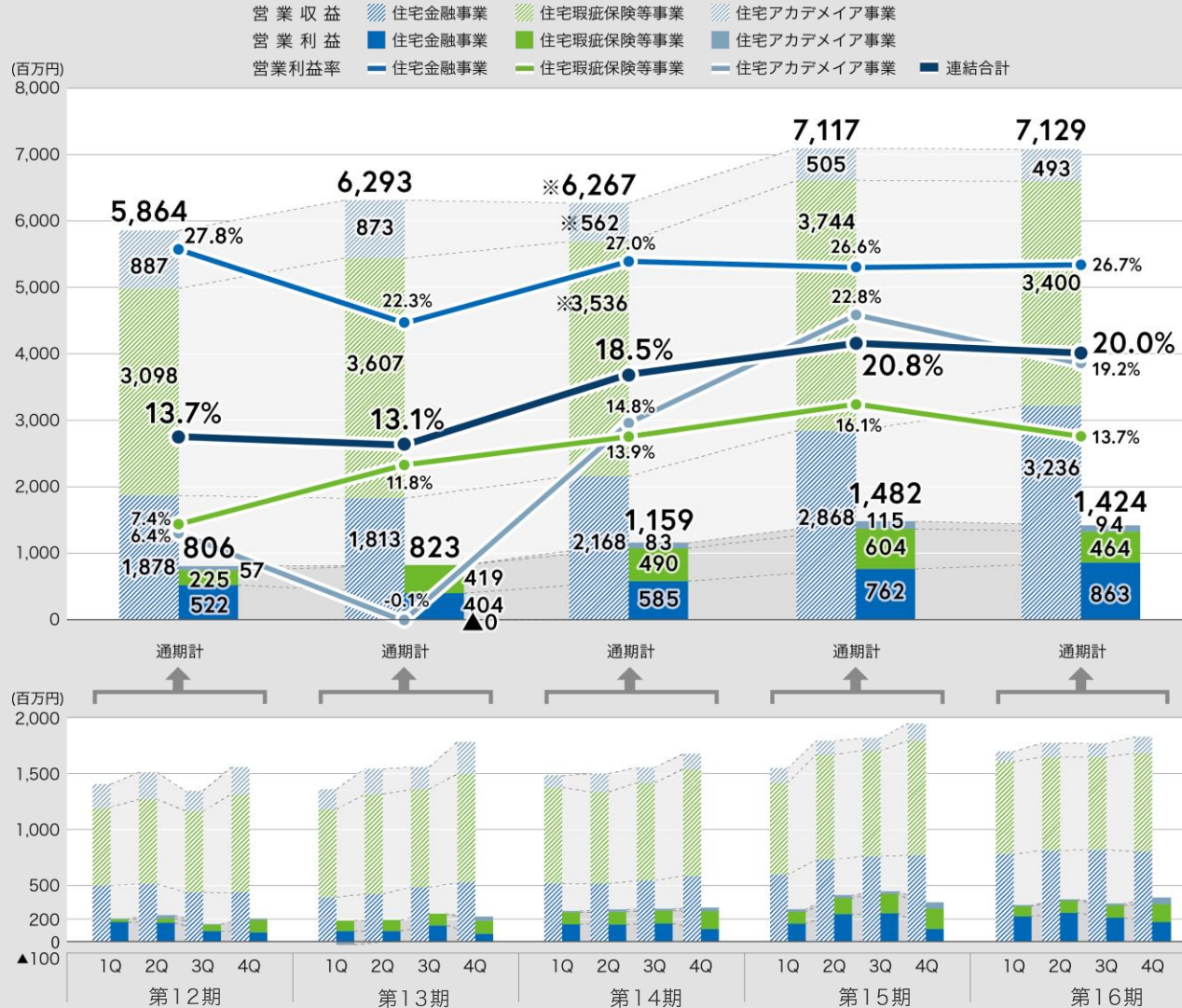
[グラフ]

事業別営業収益・営業利益構成比

外円：第16期 営業収益

内円：第16期 営業利益

住宅金融事業を主力事業として成長



POINT

3事業のバランスとシナジーにより事業を拡大。住宅金融事業が収益基盤へと成長

SUPPLEMENT

※部分

第14期の通期営業収益減は、会計表示の変更によるもの

一部の商品において、売上と原価を総額表示していた従来の方から、両者を相殺した純額表示に変更した影響により、営業収益減少

住宅金融事業

事業主体：日本モーゲージサービス株式会社



他事業をけん引する収益基盤

販売金融として商品を提供

キャプティブファイナンス

住宅事業者のあらゆる住宅販売ニーズ
に対応する商品ラインナップ

MSJフラット35/
MSJフラット35[MAX]

MSJフラット35[ベストミックス]

MSJプロパーつなぎローン

MSJ住宅ローン[十色(トイロ)]

MSJ[リ・バース60](ノンリコース型)

ソニー銀行 住宅ローン

MSJ買取再販ローン

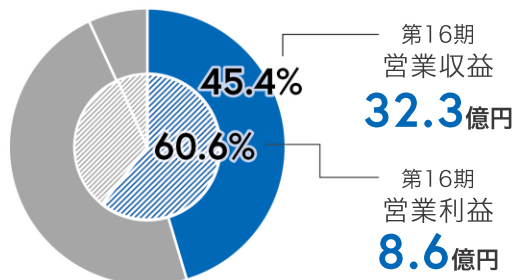
POINT①

提携の住宅事業者に対し、販売金融として住宅ローンを提供。住宅販売を支えるサポート力に強み

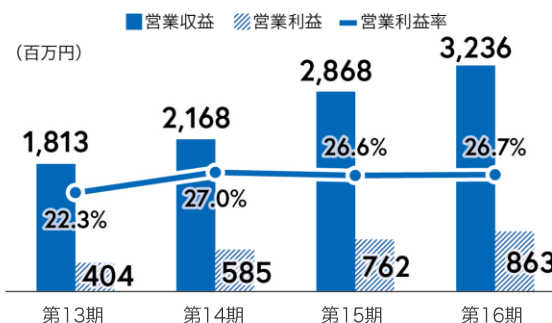
POINT②

債権を売却しリスク最小化。主な収益は融資手数料

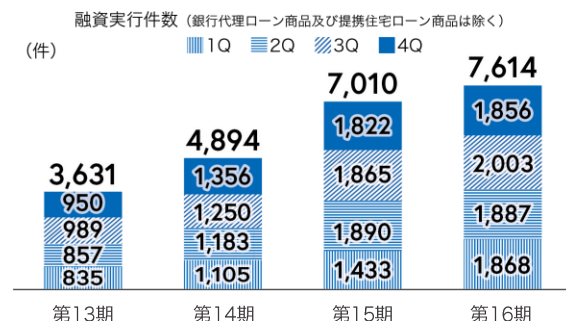
営業収益構成比・営業利益構成比
(外円) (内円)



業績推移



KPI推移

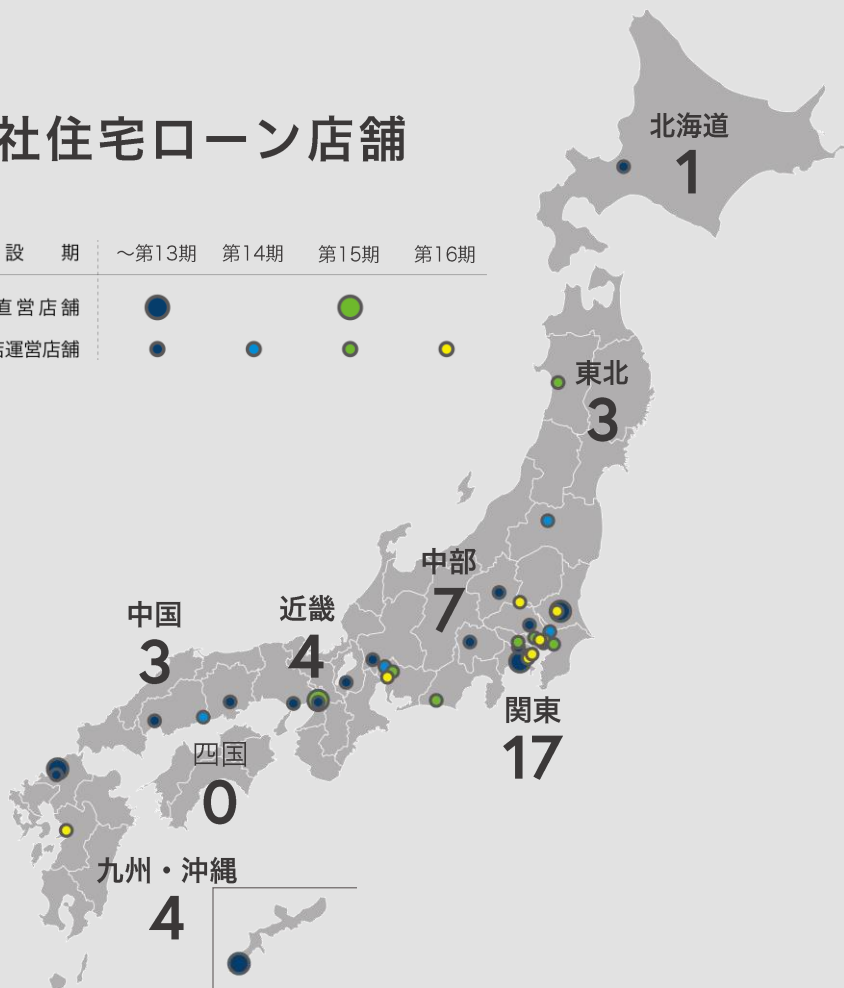


住宅ローン営業拠点

2021/3/31現在

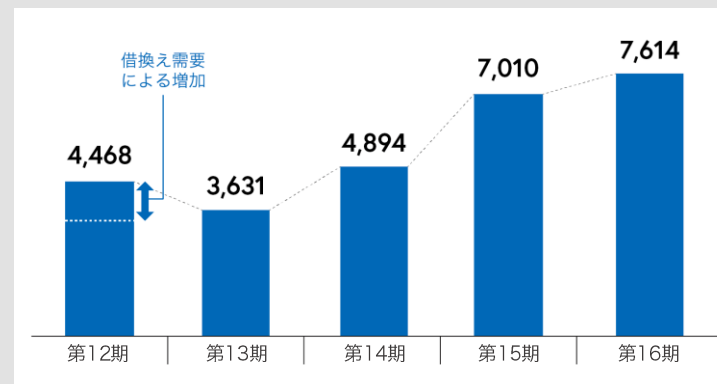
当社住宅ローン店舗

開設期	～第13期	第14期	第15期	第16期
当社直営店舗	●		●	
代理店運営店舗	●	●	●	●

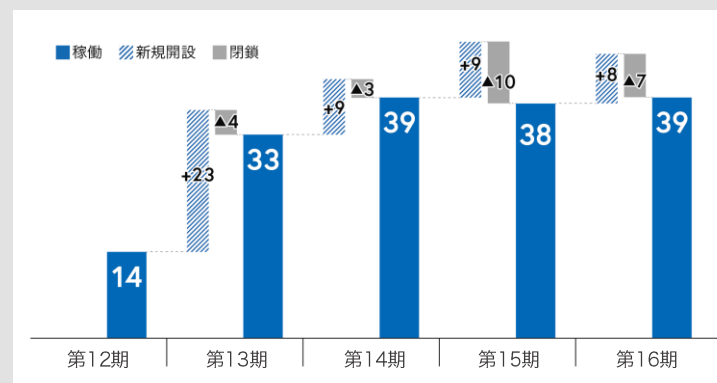


融資実行件数推移

(銀行代理ローン及び提携ローンは除く)



当社住宅ローン店舗数の推移



住宅瑕疵保険等事業

事業主体：株式会社ハウスジーマン／一般社団法人住宅技術協議会



日本に5社ある指定法人の1社として新築住宅かし保険を提供

住宅の品質を確保するための
保険・保証・審査・検査商品

法定義務保険

新築住宅かし保険

既存住宅・リフォームかし保険

地盤保証

延長保証保険

住宅性能評価

長期優良住宅に係る技術的審査

フラット35適合証明検査

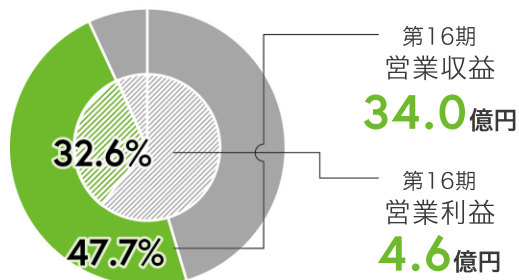
POINT①

新築住宅かし保険は、住宅事業者に加入義務のある法定義務保険。大手の寡占化が進んでいない住宅業界で、圧倒的多数を占める中小の住宅事業者が加入する

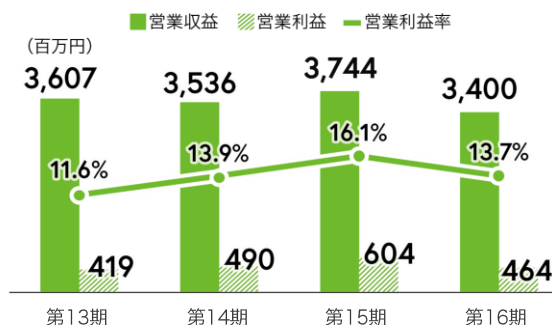
POINT②

新築住宅かし保険等は、再保険によりリスク最小化

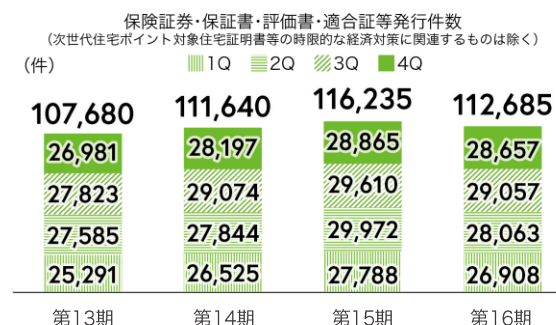
営業収益構成比・営業利益構成比
(外円) (内円)



業績推移



KPI推移



住宅アカデミア事業

事業主体：株式会社住宅アカデミア



新規事業のセグメント。住宅保証やクラウドシステムを提供

POINT①

ストック市場の拡大を見据え、住宅事業者のアフター事業を支援する住宅保証サービスを提供

POINT②

成長戦略として、住宅事業一気通貫型クラウドシステムを独自に開発し、住宅事業者に提供

住宅引渡後の住宅保証サービス
及びクラウドシステム

住宅設備延長修理保証

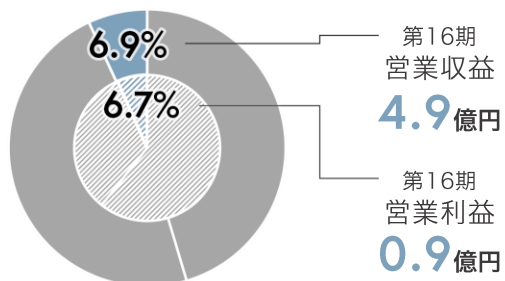
住宅メンテナンス保証

住宅リペア保証

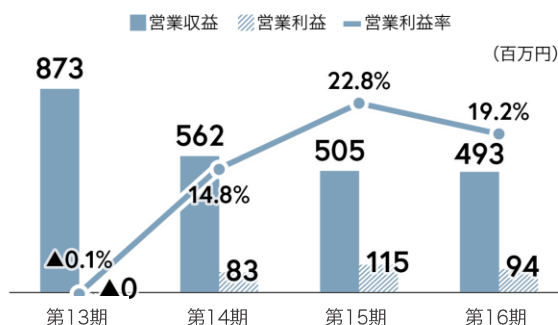
緊急駆けつけ保証

助っ人クラウド
(住宅事業クラウドシステム)

営業収益構成比・営業利益構成比
(外円) (内円)

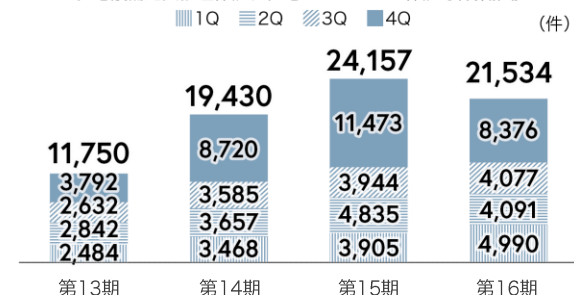


業績推移



KPI推移

住宅設備延長修理保証、住宅メンテナンス保証等件数推移



独自性の高い業態

- POINT①** 住宅産業の課題解決をチャンスと捉え、事業領域を拡大してきた
- POINT②** 同様の事業領域を持ち、一体で事業を行う企業グループは他に無く、差別性が高い

事業の起点は「**産業の課題**」
=ビジネスチャンス

課題：住宅は高額な商品。住宅事業者は、住宅ローンがないと、住宅販売ができない



事業：住宅事業者の「販売金融」として住宅ローンを提供

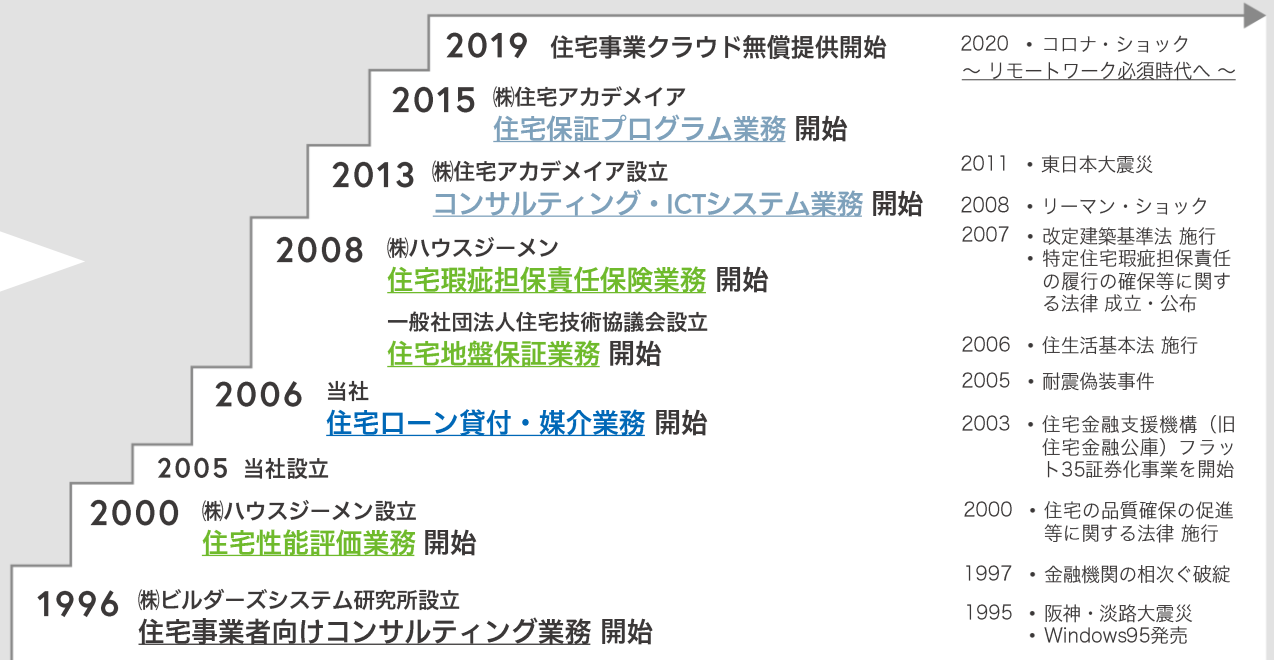
課題：住宅は安心が見えにくい商品。安心と安全の担保必要



事業：新築住宅かし保険・住宅保証サービス等により、安心を提供
...等

時代に先駆けて新規市場に参入した結果

複合的で他に無い事業領域（高い参入障壁）



幅広いラインナップ

POINT①

長い住宅形成プロセスを支援する様々なサービスを提供

POINT②

これらのサービスとクラウドを融合し、ONEストップで提供

MULTI FINANCE

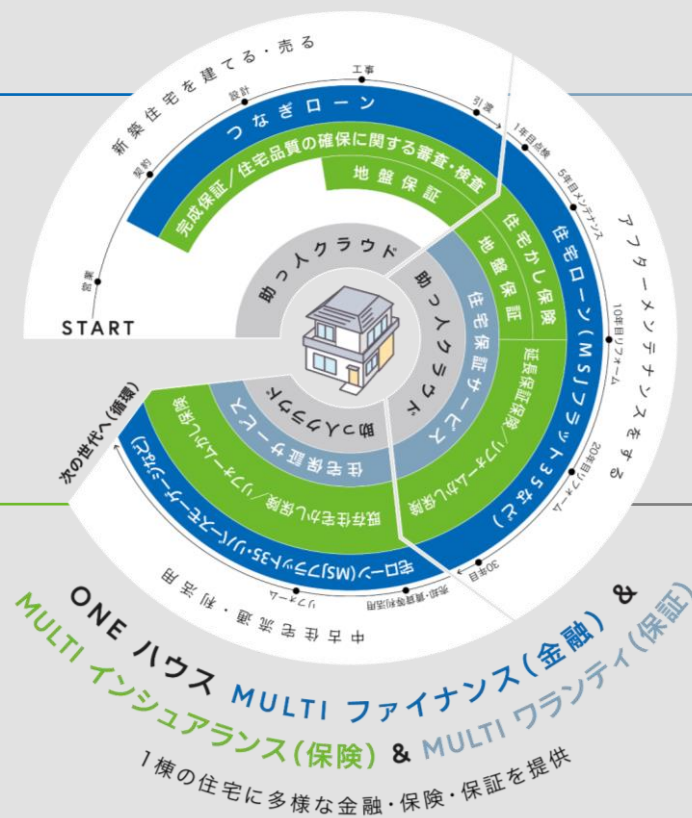
住宅ローンなど 住宅金融サービス

- MSJフラット35/MSJフラット35[MAX]
- MSJ住宅ローン[十色] (トイロ)
- MSJプロパーつなぎローン
- MSJ[リ・パース60] (ノンリコース型)
- MSJ買取再販ローン

MULTI INSURANCE

住宅品質を確保する ための保険・保証・ 審査・検査

- 新築住宅かし保険
- 既存住宅かし保険
- リフォームかし保険
- 地盤保証
- 住宅性能評価



MULTI WARRANTY

住宅引渡後の 住宅保証サービス

- 住宅設備延長修理保証
- 住宅メンテナンス保証
- 住宅リペア保証
- 緊急駆けつけ保証

戦略ツール

住宅事業一気通貫型 クラウドサービス

助っ人クラウド

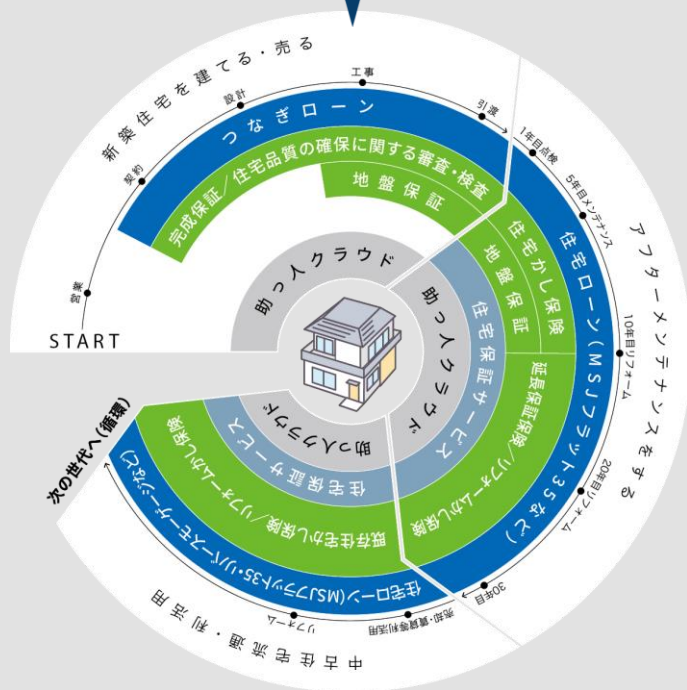
(住宅事業者は無償で提供)

アドオン販売による高収益

POINT① ONEマーケティングにより、グループ4社分の商品をアドオン販売

POINT② 2万以上もの事業者と提携・取引。チャネル数の多さが収益に貢献

住宅1棟に対して、重層的に
多様な商品を提供



×

住宅産業のインフラとして大きな
チャネルネットワークを有する



高い収益性

MSJアライアンスパートナー：約170社
※ うち貸金業代理店 ローンデスク：約30社

住宅技術協議会
登録地盤会社
約510社

ハウスメン
瑕疵保険取次機関
約410社

ハウスメン
瑕疵検査検査員
約3,470社・人

提携・取引事業者
約20,190社
2021/3/31現在

ハウスメン
届出・登録宅建業者
約5,010社

ハウスメン
届出・登録建設業者
約10,590社

第16期
営業利益率

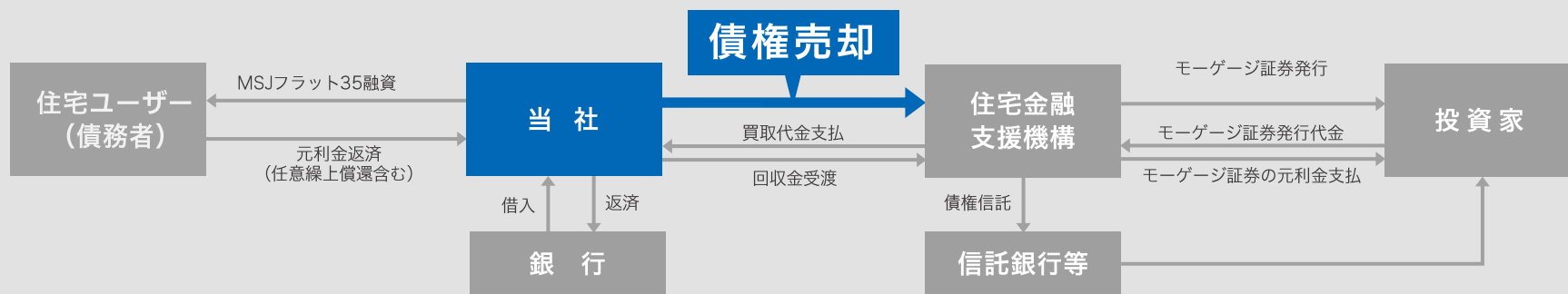
20.0%

第16期
ROE

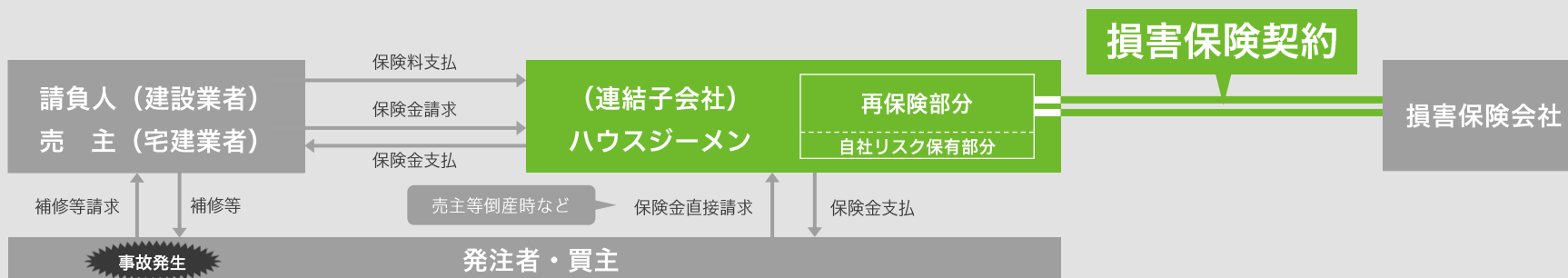
17.7%

債権売却や再保険によりリスクを最小化

MSJフラット35スキーム



新築住宅かし保険スキーム

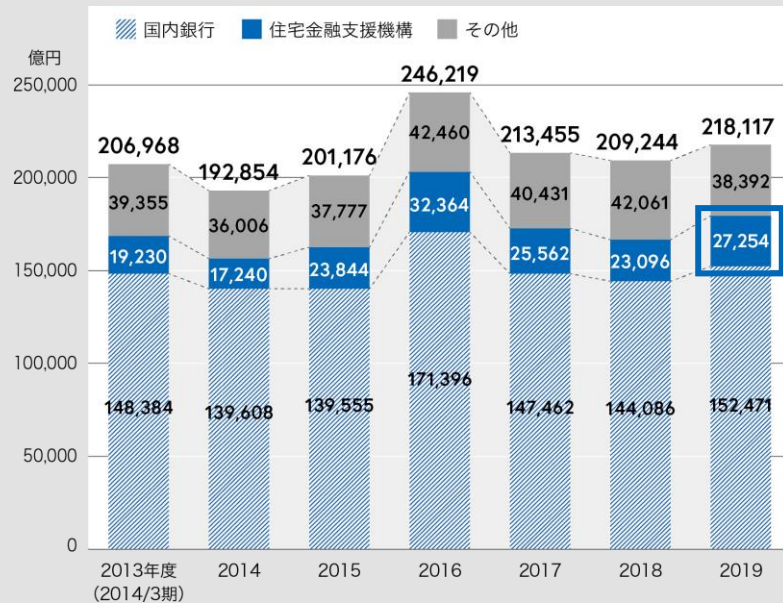


※ その他、地盤保証・完成保証・住宅設備保証等の各種保証サービスも損害保険契約によりリスクを最小化

市場規模

住宅ローン

住宅ローン新規貸出額



出所：住宅金融支援機構。各機関への照会や日本銀行の統計資料などを集計（一部推計）し、住宅ローンの新規貸出額を集計したもの

このうち当社のシェアは
6%前後を推移

住宅瑕疵（かし）保険

住宅瑕疵担保責任保険（一号保険）保険証券発行件数



出所：保険証券発行件数は国土交通省公表。着工戸数比は国土交通省の公表値を元に公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センターが算出したもの

このうちハウスジーマンの
シェアは13%前後を推移

株価・時価総額等推移

(2016/12/19 JASDAQスタンダード市場上場 ～ 2021/3/31現在)



2 | 今後の見通し・中期経営計画



ウッドショックがもたらすリスク

デフレからインフレへの経済構造の大転換

木材価格上昇

材木の急激な値上がりと品不足が継続。構造的な要因により長期化の可能性もあり、先行きは不透明

→ 購買力が低い中小の住宅事業者の経営環境が急速に悪化

住宅物件価格上昇へ

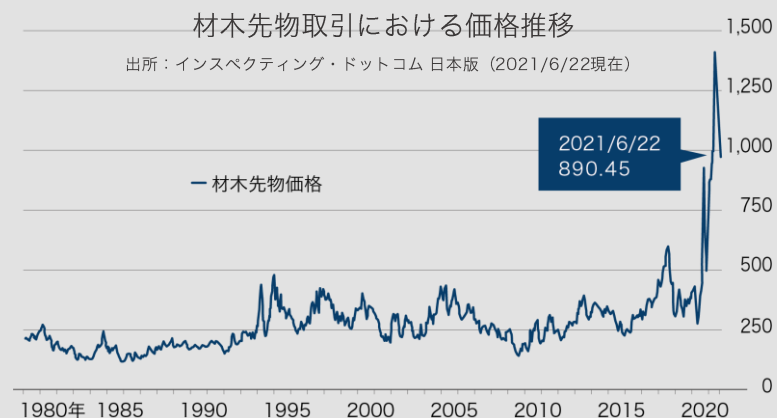
ウッドショックをにより、新築戸建住宅の物件価格が上昇局面。中古住宅の在庫も低水準へ

金利上昇・インフレへ？

過去、住宅物件価格の上昇に遅れて、消費者物価が上昇する傾向

→ 中小の住宅事業者を取り巻く事業環境は厳しさを増す

- 中小住宅事業者の経営環境の悪化
- 消費者の住宅取得マインドは一部回復傾向にあるものの契約ができない等の事態も（供給制約）
- 木材以外の価格へ影響する可能性



“最も敷居の低いビルダーズバンク”

厳しい経営環境の中にある中小住宅事業者を支援する、金融サービス会社

2021年 住宅産業の切実な課題
メインバンク・ロス
ウッドショック

コロナ禍やウッド・ショックにより、メインバンクとの関係が希薄化し、資金繰り等に切実な課題を抱える中小の住宅事業者が増加している



課題を解決

Builder's BANK



中小住宅事業者にとって、身近で気軽な相談相手であり、面倒な住宅ローン関係も丸ごと依頼できる経営のパートナー

「敷居の低い」とは、融資基準を低くするというのではなく、相談のしやすさを意味する。メインバンク・ロスという状況においては、「敷居の低い」は高い顧客価値

目指す顧客価値

イメージする
住宅事業者の声

加入義務があるのでハウスジーマン社の住宅瑕疵（かし）保険を使っていたところ、ハウスジーマン社より親会社である日本モーゲージサービスの住宅ローンを紹介された。これまで住宅ローンに関しては、人員に余裕がなく取り組んでいなかったが、日本モーゲージサービスなら、近くのローンデスクが手続きをやってくれるという。試しに使ってみると、確かに手間がかからない。そのうえ事前審査もやってくれるので、早い営業段階で顧客の借入可能額が分かり、営業ロスもなくなった。これまでは、住宅ローンの承認が下りず契約を逃していた案件もあったが、住宅ローンがスムーズに進むようになり、契約増にもつながっている。

つなぎ融資も融資実行のタイミングが早いので、資金繰りの面でも助かっている。……



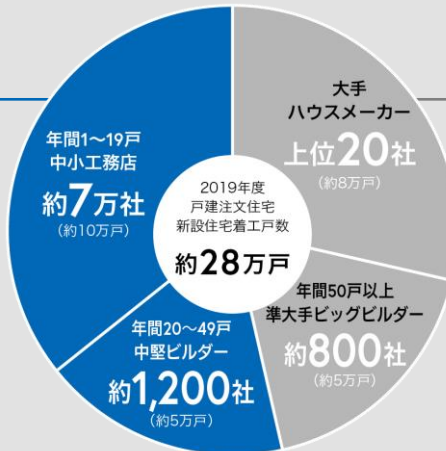
住宅業界で多数を占める中小企業群

常識では「中小ターゲット」は高コスト&高リスク&低収益。常識ではありえないからこそチャンスとなる

当社グループのターゲット

銀行との関係が弱い中堅・中小の住宅事業者

- 資金繰りが大きな課題だが、銀行は敷居が高く、コロナ禍でさらに関係が希薄化している
- もしつなぎ融資がなければ、住宅ローン審査に通らなければ、失注する
- 住宅瑕疵（かし）保険は必要（※）。ハウスジーン社ならクラウドが無償で使えてありがたい

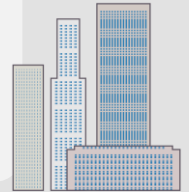


国土交通省公表値をもとにした当社推計値

銀行のターゲット（当社グループでは追わない）

財務基盤が強い大手ハウスメーカー等

- メインバンクとの関係は太く、必要な資金は調達できる。住宅ローン分野で提携している金融機関も多い
- 保証金の供託をしているので、住宅瑕疵保険は必要ない（※）
- DX化を既に自社で進めている



当社グループが中小の住宅事業者をターゲットとする3つの理由

強みを一番発揮できる

中小の住宅事業者が必ず加入する住宅瑕疵保険を商品として持っているため、アプローチしやすい。また、無償クラウドやつなぎ融資は、中小の住宅事業者に対して一番効果を発揮する

他社が真似しにくい

中小事業者を攻めることは常識ではありえず、競合他社は手を出す可能性が低く、当社グループにとっては無競争状態（ブルーオーシャン）を実現できる可能性が高い

低コスト・低リスク構造をつくることできる

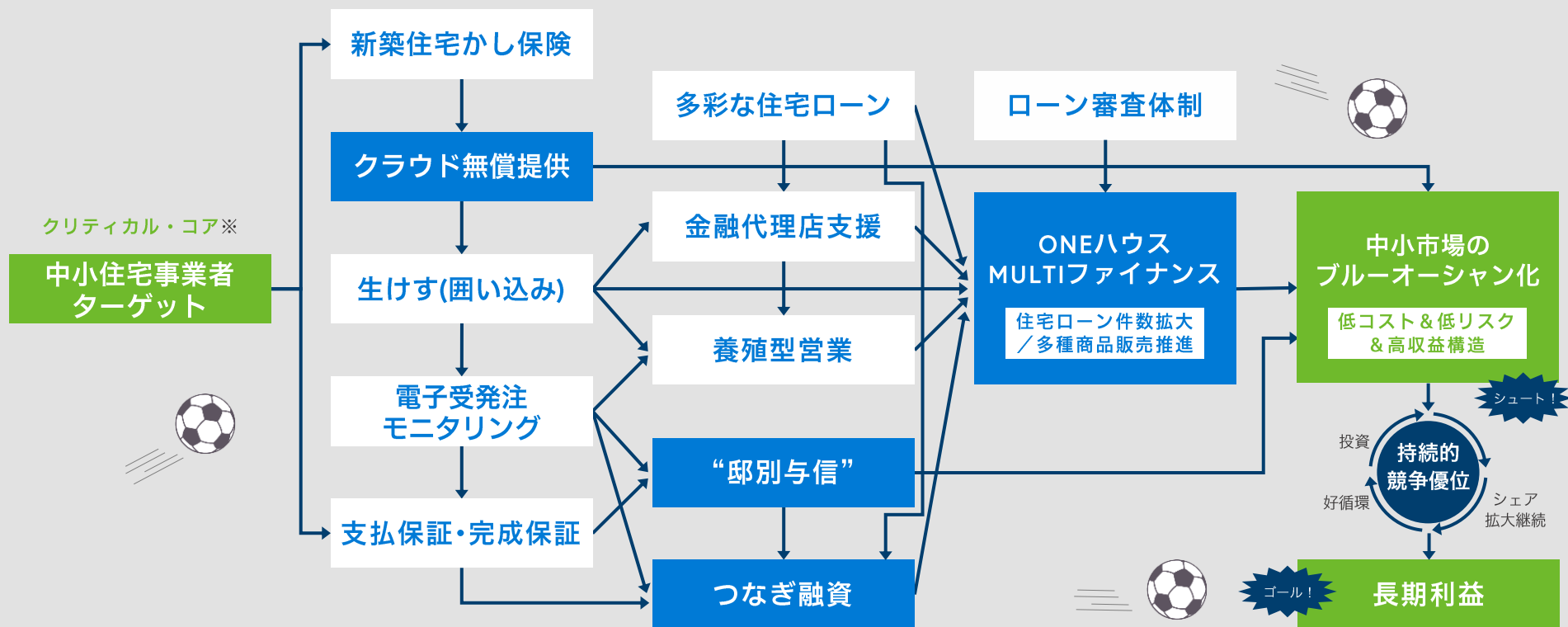
当社グループなら、中小事業者を攻めるうえで一番のネックとなる「非効率・高リスク」を解決できる

持続的な競争優位を目指す

当社グループの商品を連鎖的に販売し、低コスト・低リスク・高収益につなげられる因果関係

一つひとつの他社との違いがパスのようにつながり、相互作用することで、常識ではありえない「中小ターゲット」が合理的になり、他社に模倣できない戦略になる

ストーリーにおける一貫したコンセプト：「最も敷居の低いビルダーズバンク」



※一見するとバカげていて、他社が「真似したくない」と思うが、因果関係を良く見ると競争戦略の中核となっており、長期的な競争優位へとつながる要素

他社が模倣しにくい3つの要素

究極の差別性の組合せにより、さらなる競争優位を実現する

「低コスト」を実現する差別性

クラウド無償提供

独自開発の住宅事業クラウドを
新築住宅かし保険を利用する
住宅事業者は無償提供

助っ人クラウド

Housing Provider System

¥0



営業上の差別化だけでなく
当社グループのコスト削減を実現

販促・営業コスト、顧客・案件・リスク管理コスト削減

他社が模倣しにくい理由

当社グループは、他のマネタイズ商品があり、コスト削減効果も見込めるからこそ、クラウド無償提供が可能

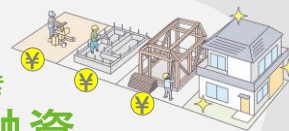
「低リスク」を実現する差別性

邸別与信

完成保証・現場管理等の機能を
活用。貸付リスクを最小化した
「つなぎ融資」を開発・提供

支払保証・
完成保証制度付き

つなぎ融資



従来の企業与信と異なり、
「施主・プロジェクト」に融資

出来高に応じた融資実行と完成保証等でリスク最小化

他社が模倣しにくい理由

完成保証、現場検査・保全、工事進行管理等の機能を持っていない金融機関では「邸別与信」に対応ができない

「高収益」を実現する差別性

ONEハウス MULTIファイナンス

住宅金融分野随一の商品力と
無償クラウドによる仕組みで
営業効率を高め、収益を積む

養殖型営業
×
リピート販売
×
クロスセル

無償クラウドにより顧客を囲い込み、
住宅1棟に対して多彩な金融商品を
クロスセル&リピート販売

他社が模倣しにくい理由

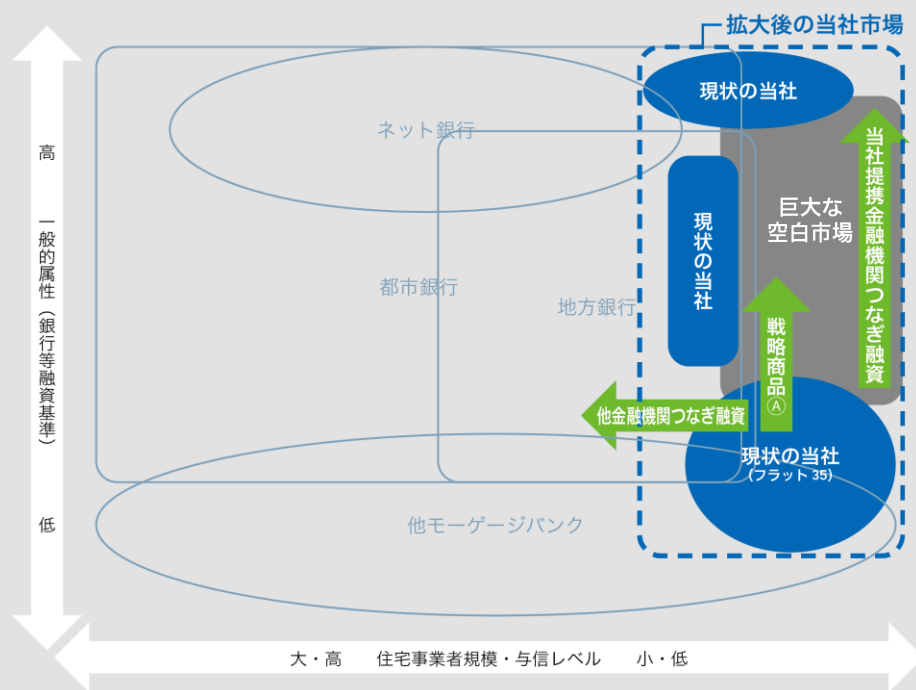
当社グループは、幅広い商品とそれらを
一体で提供できるクラウドの仕組み（オ
ペレーション）を有する唯一の企業

合計約20億円の資金調達を実施

第三者割当による第2回新株予約権（行使価額修正条項付・停止指定条項付）を発行

新たな金融商品の拡充により、当社市場を→方向に拡大。 「メインバンク・ロス」による巨大な空白市場を攻略する

当社想定による住宅ローン市場イメージ ※ 市場規模：約21兆円/年



戦略商品①

フラット35 (保証型)

金利等を柔軟に設計できる等のメリットがあり、住宅事業者のニーズに対応しやすくなる。特に中堅クラスの住宅事業者の新規開拓や深掘り、金融代理店に対する求心力向上に有効。その結果、住宅ローン件数増加が期待できる

戦略商品②

つなぎ融資

つなぎ融資は、中小の住宅事業者のニーズが非常に高い商品。当社にとっても利益貢献が大きい。今後は、フラット35等の当社ローンに限らず、他金融機関の住宅ローンにも積極的に対応し、つなぎ融資実行件数を増やしていく

連結での増収増益を予想

連結営業収益73.0億円／連結営業利益15.0億円

	当期実績	来期予想	当期比	当期比
	第16期 2020/04/01～ 2021/03/31	第17期 2021/04/01～ 2022/03/31	増減額	増減率
単位：百万円				
営業収益	7,129	7,300	+170	+2.4%
住宅金融事業	3,236	3,250	+13	+0.4%
住宅瑕疵保険等事業	3,400	3,504	+104	+3.1%
住宅アカデミア事業	493	546	+53	+10.8%
営業利益	1,424	1,500	+76	+5.4%
住宅金融事業	863	824	▲38	▲4.5%
住宅瑕疵保険等事業	464	525	+60	+12.9%
住宅アカデミア事業	94	150	+55	+58.1%
営業利益率	20.0%	20.6%		
経常利益	1,416	1,500	+84	+5.9%
経常利益率	19.9%	20.6%		
当期純利益	945	1,066	+120	+12.8%
当期純利益率	13.3%	14.6%		

POINT

連結営業収益は73.0億円（当期比で2.4%増加）、連結営業利益は15.0億円（当期比で5.4%増加）と予想

堅実な成長を目指す

コロナ禍の長期化をふまえ前期発表の中期経営計画第19期を1年スライド

第19期
連結営業収益

90 億円

第16期対比

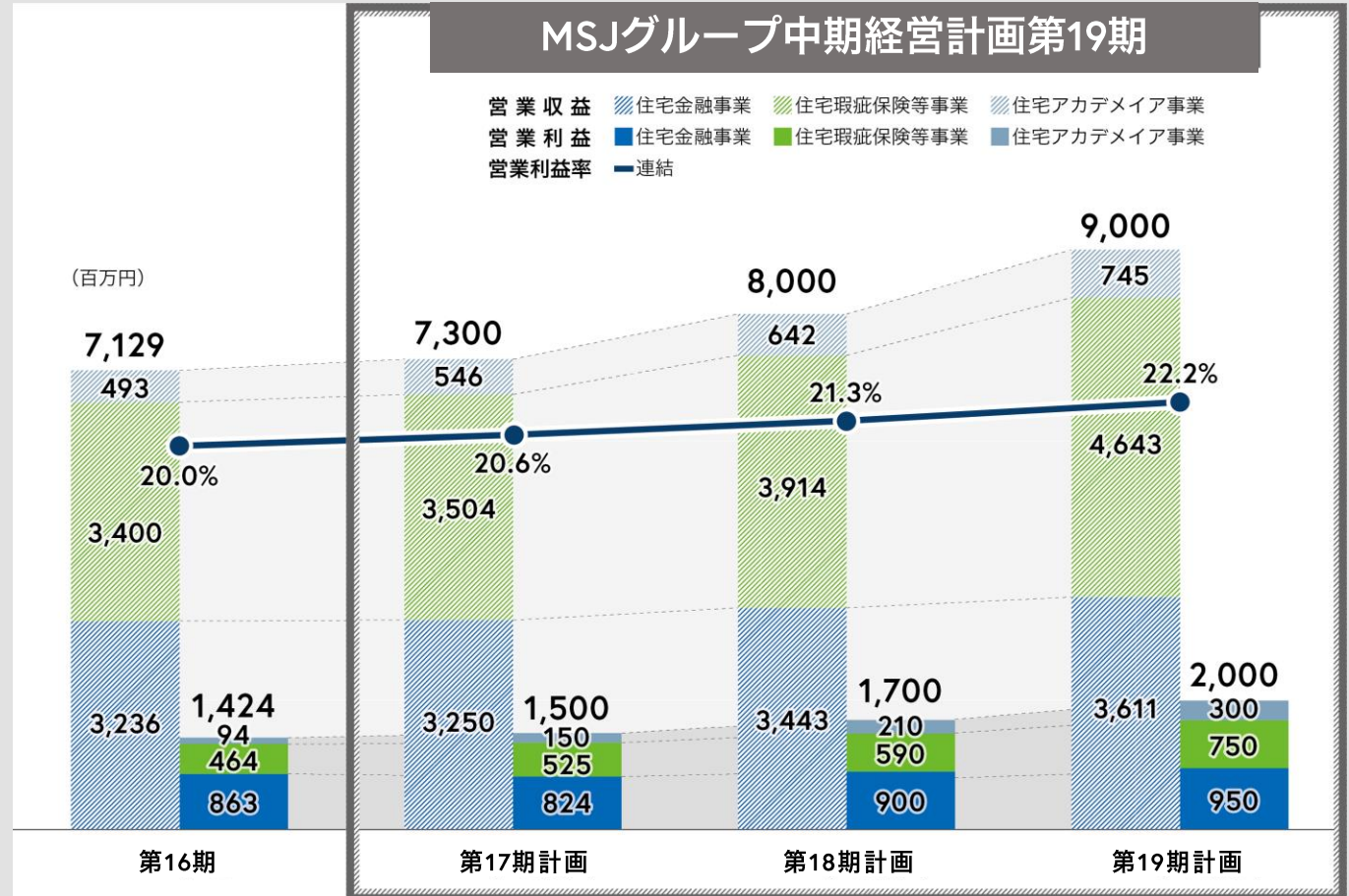
➡ 1.26倍

第19期
連結営業利益

20 億円

第16期対比

➡ 1.40倍



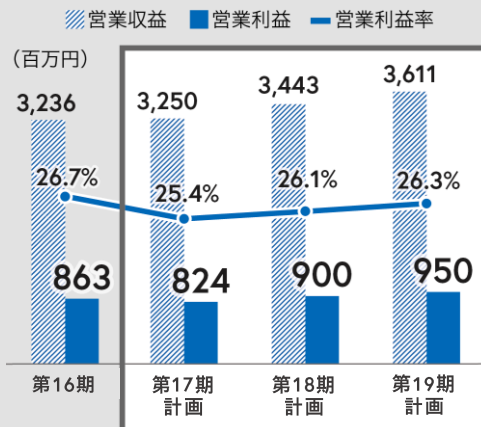
3事業のシナジーを推進

コロナ禍の長期化をふまえ前期発表の中期経営計画第19期を1年スライド

住宅金融事業

第19期営業利益
第16期対比

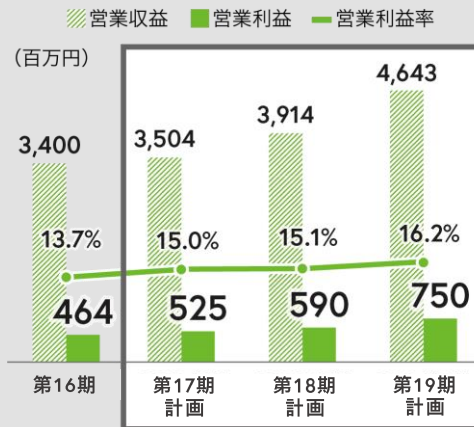
➡ 1.10倍



住宅瑕疵保険等事業

第19期営業利益
第16期対比

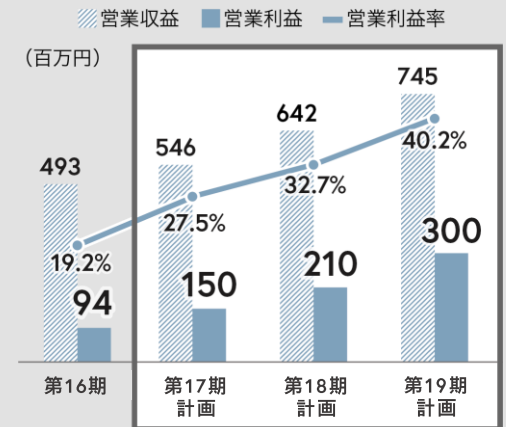
➡ 1.61倍



住宅アカデミア事業

第19期営業利益
第16期対比

↗ 3.16倍



3 | 株主還元









配当・株主優待を実施

POINT① 事業の継続的な拡大発展を実現するために積極的に投資

POINT② 企業価値・株主利益の向上に努める

一株 配当金 (予想)	第2四半期	/	期末	20円00銭 (普通配当 20円00銭)	合計	20円00銭 (普通配当 20円00銭)

株主 優待制度	保有株式数 300株以上	継続保有期間 1年以上 3年未満	 QUO ¥3,000	QUOカード 3,000円分	+	 CATALOG GIFT	カタログギフトより1品 (4,500円相当) 社会貢献の一環として、自然災害等 の被害を受けた地域の産品が中心
		継続保有期間 3年以上 5年未満	 QUO ¥3,000	QUOカード 3,000円分	+	 CATALOG GIFT	カタログギフトより2品 (9,000円相当) 社会貢献の一環として、自然災害等 の被害を受けた地域の産品が中心
		継続保有期間 5年以上	 QUO ¥4,000	QUOカード 4,000円分	+	 CATALOG GIFT	カタログギフトより2品 (9,000円相当) 社会貢献の一環として、自然災害等 の被害を受けた地域の産品が中心

8つの経営方針

8 MANAGEMENT POLICIES

- 1 顧客幸福に繋がらないことは行わない**
「消費者が、良い家をより安く建て、安心して住み続けられ、家をお金に換えられる（資産になる）」顧客幸福の実現を目指す
- 2 メジャーは目指さない。カテゴリーキラーとしてインディーズであり続ける**
「住宅金融」というニッチな分野を極め続ける
- 3 資産は人財**
人財とは、正しい方法で結果が出せる人のこと。当社の商材はモノではなくサービスだからこそ、人財が資産
- 4 強くて優しい人と組織であり続ける**
強さだけでは傲慢になる。優しさだけでは生きられない。目的達成と日常においては、強さと優しさの両方が必要である
- 5 革新的であり続ける。住宅産業を再定義し続ける**
変化をチャンスと捉え、新しいことにチャレンジし続けることで、時代と社会が求める新しいサービスを生み出す
- 6 最大のモラル（人格）と最小のルール**
ルールに依存しない。モラルをガイドラインとし、予測不能な時代の様々な偶有性に柔軟に対応する
- 7 バッド情報ファースト。体裁より中身**
悪い情報こそ、経営資源。体裁は気にせず、仕事の本質を見る
- 8 サービスが先、利益は後。健全な投資は短期利益より大事**
時代に先駆けたサービスの提供が当社の価値。そのために失敗を恐れずチャレンジする

注意事項

CAUTIONARY POINTS

- 本資料は当社グループをご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。投資に関するご決定はご自身のご判断において行われるようお願いいたします。
- 本資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略等に関わる情報は、現時点で入手可能な情報と合理的であると判断する一定の前提により、当社グループが予想したものです。実際の業績は様々なリスク要因や不確実な要素により、業績見通しと大きく異なる可能性があります。
- 本資料中の情報によって生じた影響や損害については、当社は一切責任を負いません。
- なお、いかなる目的であれ、本資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。

問合せ先

CONTACT INFORMATION

日本モーゲージサービス株式会社 IR担当

E-mail ir-info@m-s-j.jp

TEL. 03-5408-8160