

Mortgage Service Japan Limited

June 29th, 2022

日本モーゲージサービス株式会社
第17期 株主説明会

家をお金に換える時代の成長戦略



Mortgage Service Japan Limited

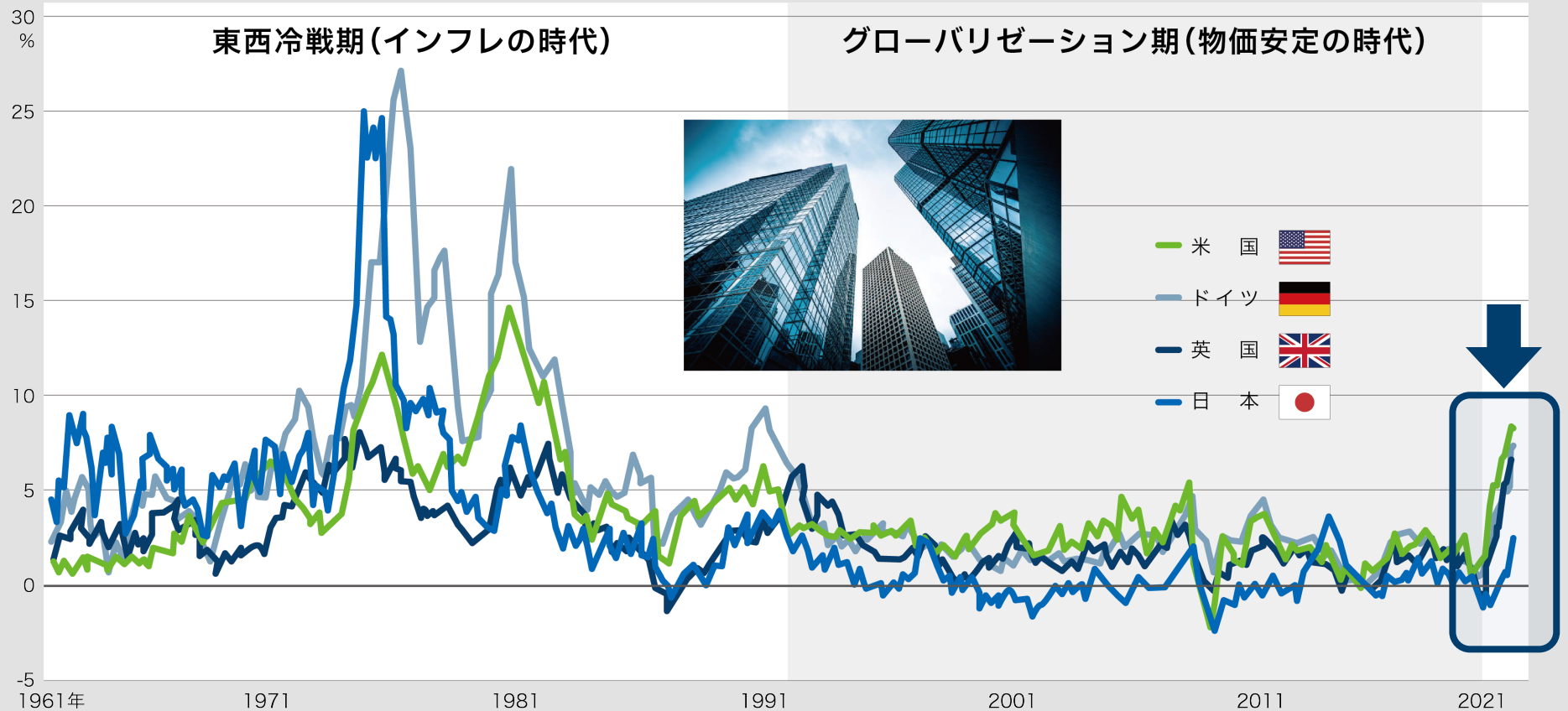
日本モーゲージサービス株式会社

世界で加速するインフレ

欧州情勢の悪化により世界の分断が急速に進行し、グローバル経済が終焉

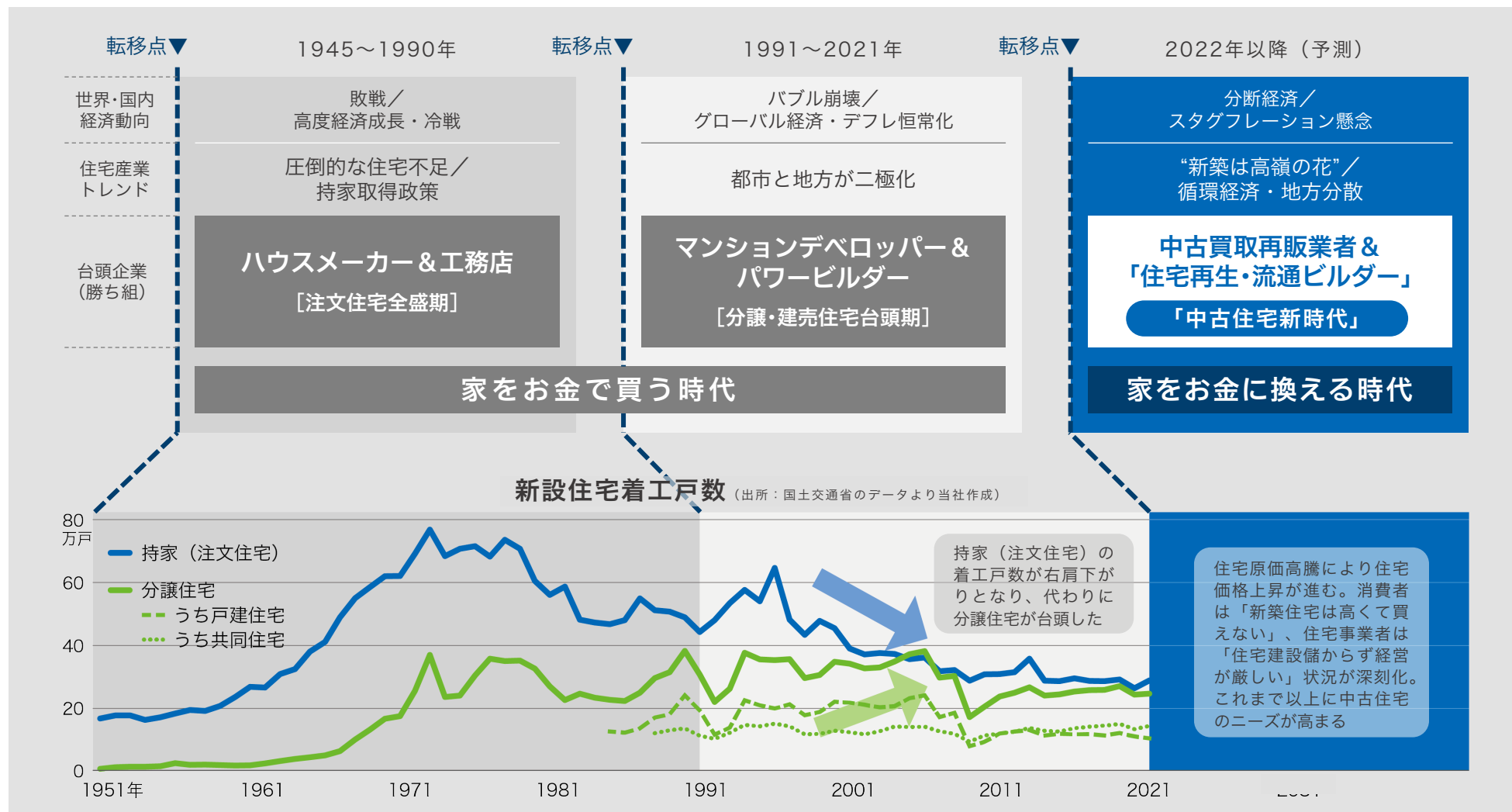
主要国の消費者物価上昇率 ※～2022年4月

(出所：ピクテ投信投資顧問、総務省統計局のデータより当社作成)



日本の住宅産業は大転換期へ

時代とともに台頭企業は変化。2022年は、業界構造が大きく変わる節目（転移点）になると予測

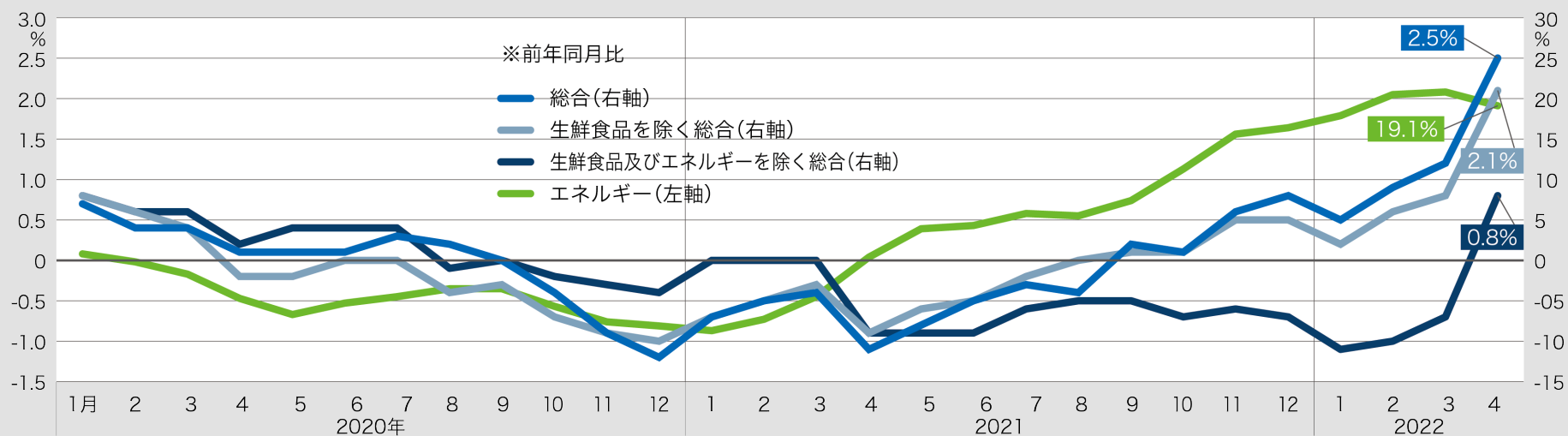


インフレの行方

エネルギー価格上昇が全体を押し上げる。スタグフレーション懸念も

消費者物価指数推移

(出所：総務省統計局2022年5月16日発表データより当社作成)



2022年4月企業物価指数 (需要段階別指数)

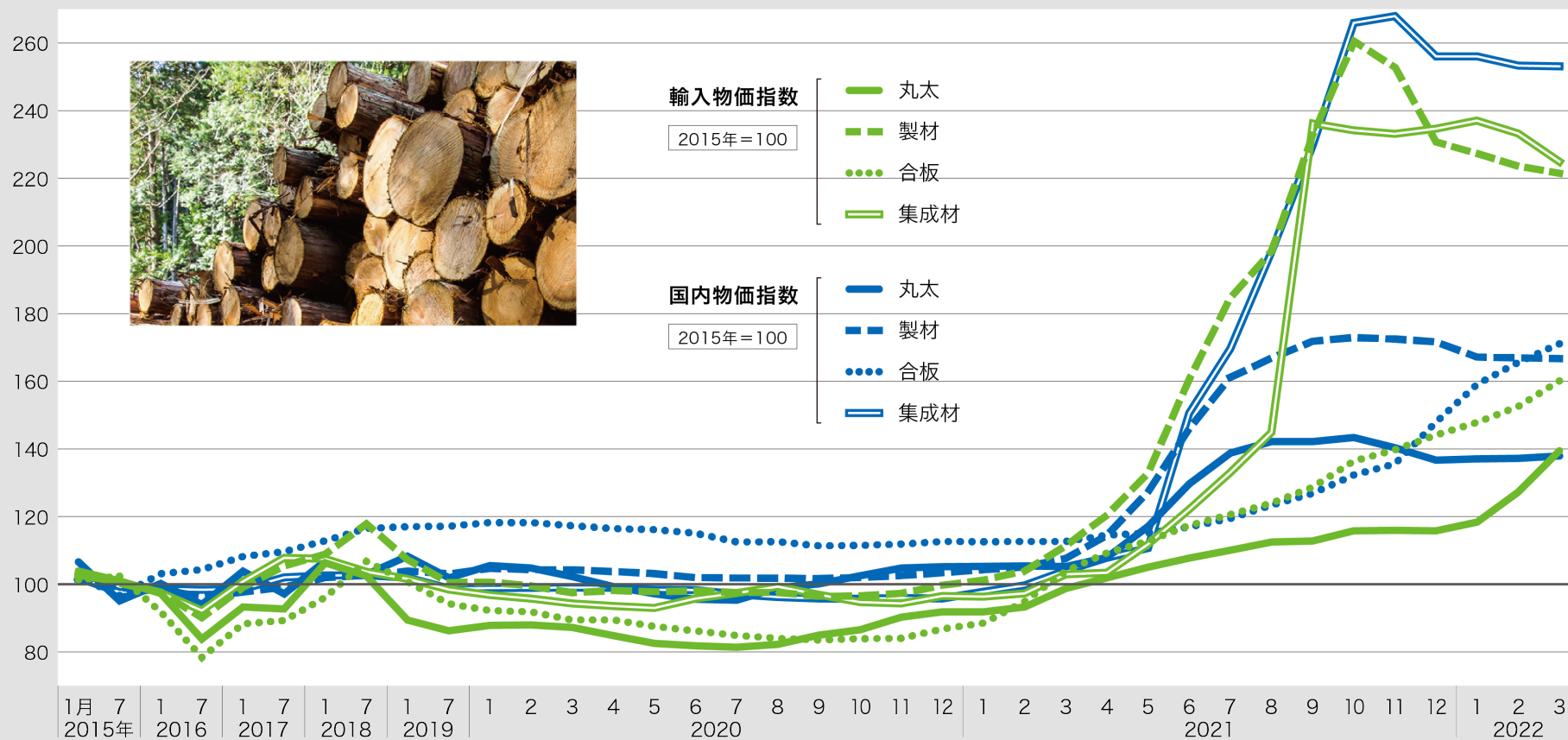
	前年同月比	前月比
素材原料	+ 65.5%	+ 13.9%
中間財	+ 18.0%	+ 3.2%
最終財	+ 4.9%	+ 0.8%

ウッドショックの現状

輸入品価格上昇の影響受け国産も上昇

木材・木製品の輸入物価指数と国内物価指数

(出所：経済産業省のデータより当社作成)



ウッドショックの要因

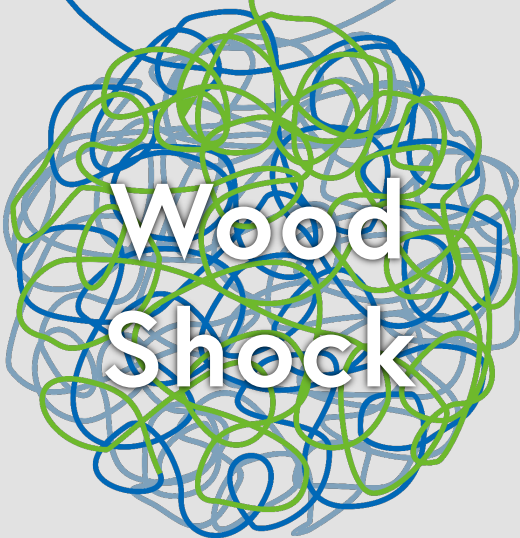
複数の要因がからまり、構造的な問題へと悪化。長期化の懸念

アメリカ住宅着工戸数 増加による木材不足

- 2021年、アメリカでコロナ禍によるテレワーク普及により戸建住宅ブームが発生。超低金利により住宅着工件数増加に拍車がかかり、木材の品薄が深刻化

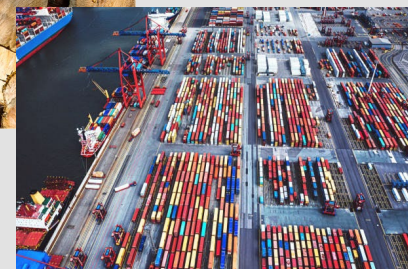
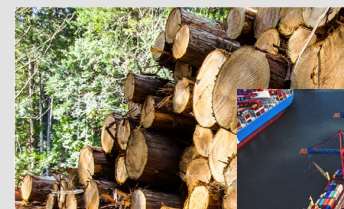


世界規模での 木材生産量の減少



対ロシア経済制裁 木材禁輸

- ロシアによるウクライナ軍事侵攻に対する経済制裁によりロシア産木材が禁輸。国産木材価格への影響が発生
- 特に、木造住宅の耐力壁等用合板の材料として従来多く使われていたロシア産カラマツの入手が困難に

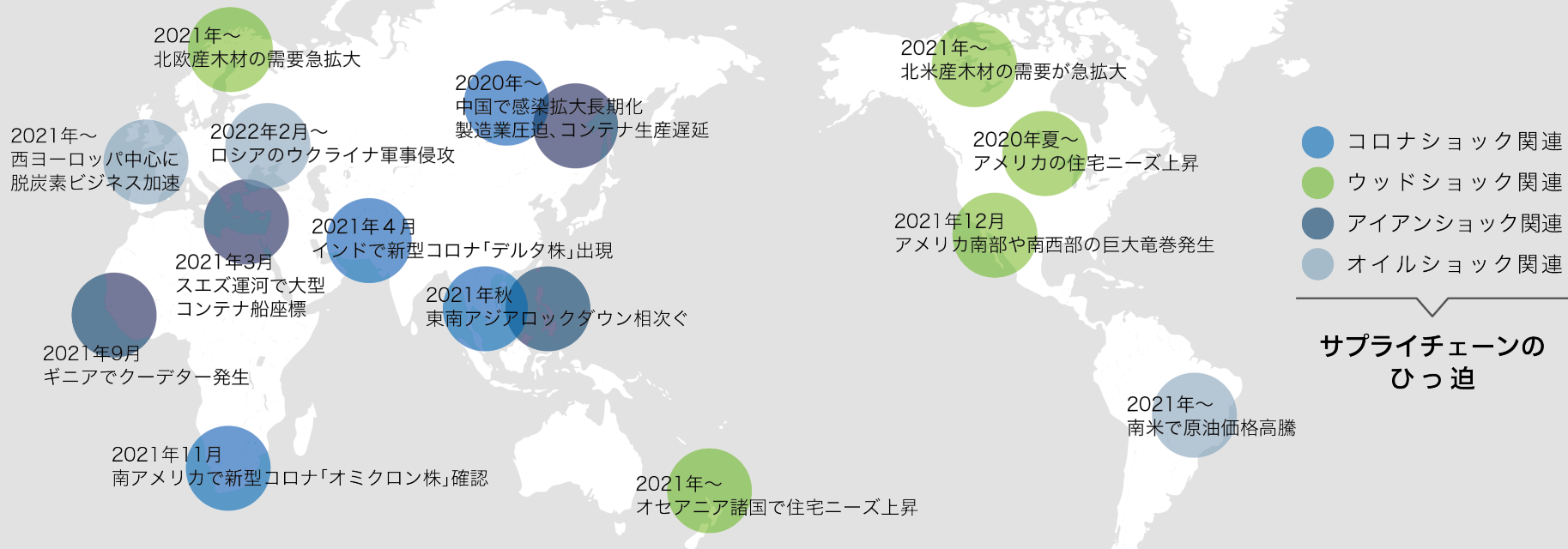


新築住宅のあらゆる原材料が高騰

セメント、ステンレス、住宅設備、エネルギー（輸送コスト）…

世界各地で4つのショックが同時多発。様々な製品に波及し、インフレを招いた

（出所：リフォーム産業新聞のデータより当社作成）

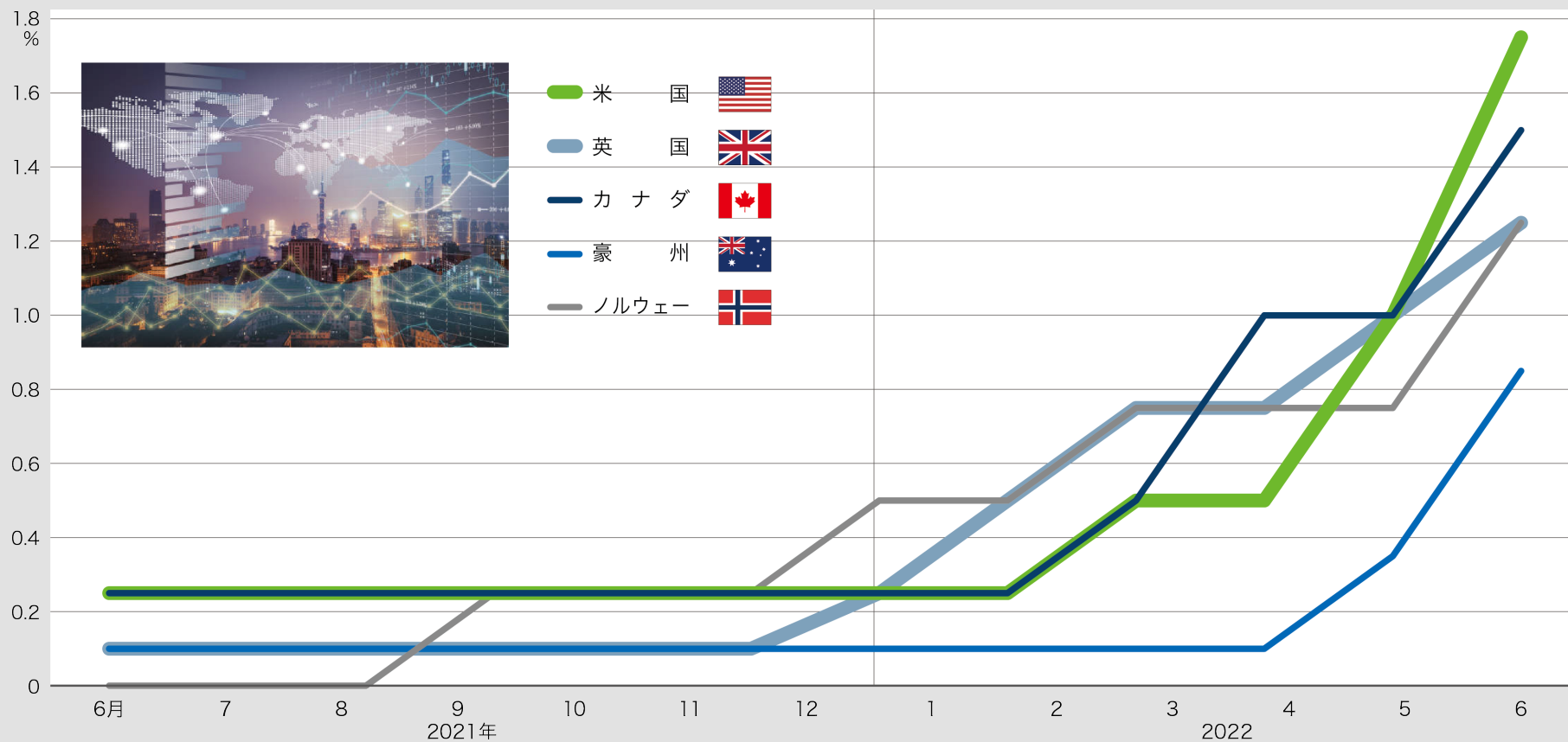


各国で相次ぐ利上げ

物価高加速の懸念強まる。過剰債務の世界経済に試練

各国政策金利

(出所：マネックス証券のデータより当社作成)

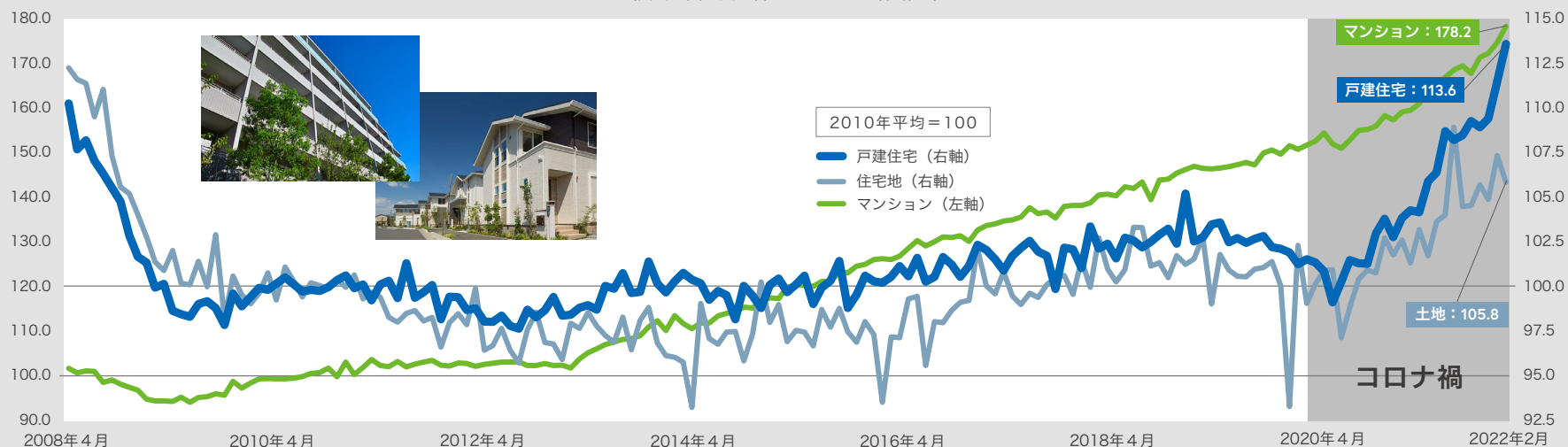


住宅価格上昇

マンションは長期的に上昇傾向続く。戸建はコロナ禍以降、上昇幅が急拡大

住宅価格指数

(出所：国土交通省のデータより当社作成)



2022年 戸建住宅の業界動向

消費者	地方や郊外の戸建住宅を中心に、購入ニーズは高い。しかし価格上昇に所得が追いつかず、特に新築は高嶺の花
注文住宅事業	契約金額確定後に原材料発注を行う受注生産のため、インフレが進行する経営環境は大打撃
分譲・建売住宅事業	原価決定後に販売するため現時点では注文住宅より価格優位。しかし今後は原価上昇の影響を受ける
中古住宅事業	新築より相対的に安くニーズが高まる。しかし住宅性能・品質に不安を持つ消費者が多く、課題解決が必要

当社グループの主力顧客層が営む事業

市場核拡大が期待されるが課題も多い事業

「家をお金に換える」という新しい価値①

住宅を耐久消費財ではなく資産としてお金を生ませる

「住宅の資産化」は、当社グループのあらゆる事業の起点

日本では、住宅投資が資産形成につながっていない。米国と比較すると、投資額に対する資産額が累計約500兆円も下回っている。

米国では住宅に対する資産意識が高く、ライフスタイルの変化等にに応じた住み替えも盛ん。自宅をできるだけ高値で売却できるよう、メンテナンスやリフォームも積極的に行う文化があるため、住宅品質が維持され中古住宅売買における安心要素となっている。住宅は個人の資産であるとともに社会の資産としても機能している。

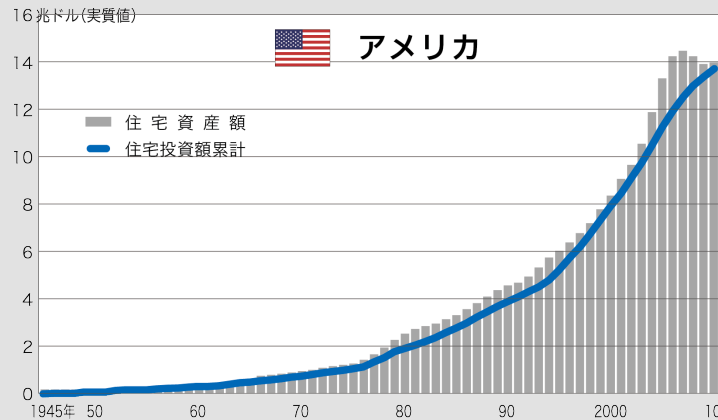
「人生100年時代」と言われながらも、インフレが進み所得拡大は期待できず、多くの人が老後資金に不安を抱える日本。家をお金に換えることは、日本人が豊かに生きるために残された数少ない解決策

『住宅は金融商品である』

当社代表 鶴澤泰功（著）
『住宅は金融商品である』
2006年 新建新聞社
※現在は絶版

住宅資産額と住宅投資額累計の日米比較

(出所：国土交通省のデータより当社作成)

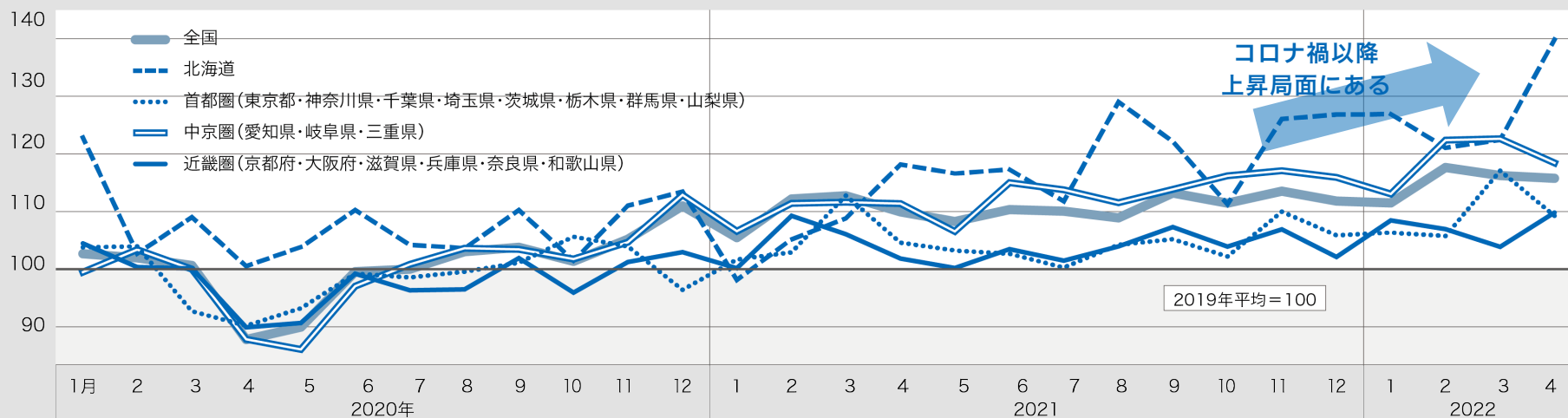


「家をお金に換える」という新しい価値②

インフレ下は「自宅の売り時」

中古住宅取引価格指数

(出所：公益財団法人東日本不動産流通機構（東日本レインズ）の公開データより当社作成)



もし全国の持家の資産額が3割上昇していると仮定すると...?

持家：全国に約3,200万戸

住宅資産額：全国で約343.8兆円

- ① 約350兆円 × 3割 → 約105兆円
- ② 約105兆円 ÷ 約3,200戸 → 1戸当たり約328万円
- ③ つまり、1戸当たりの潜在資産価値が約328万円上昇している計算に

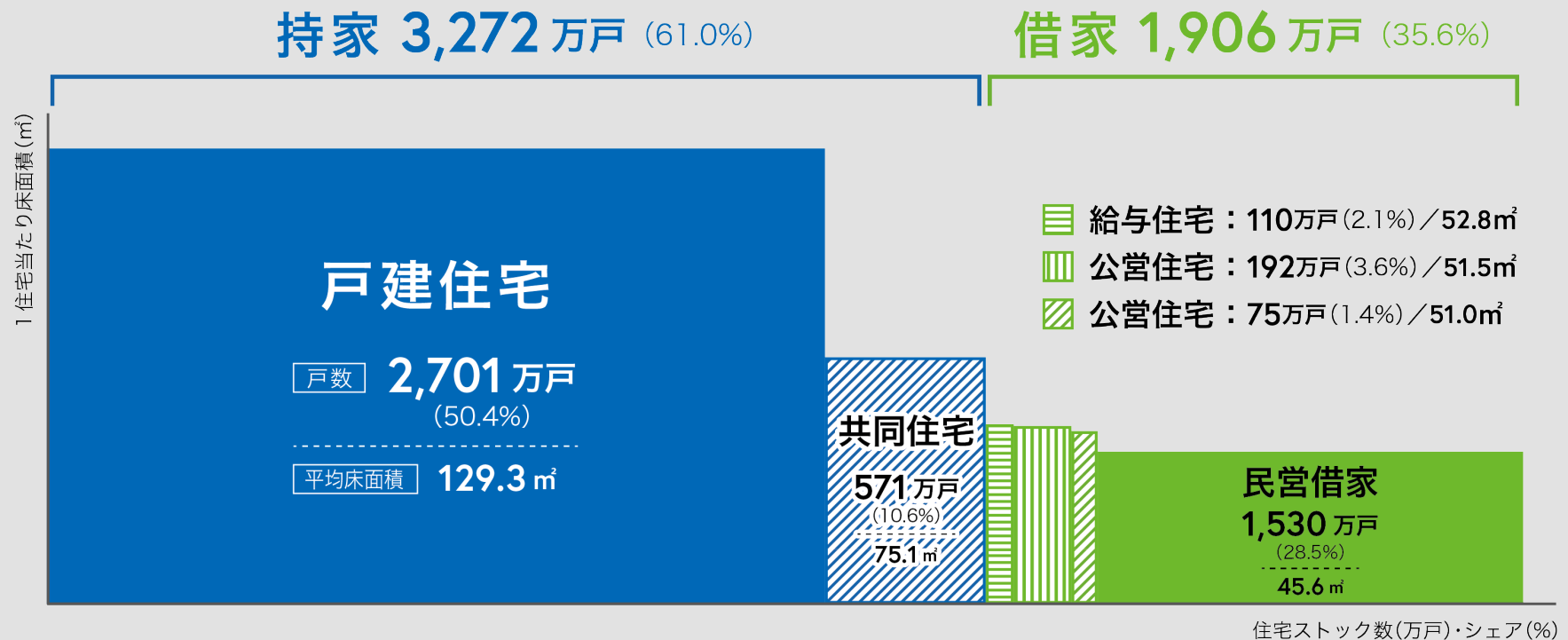
→ この点を中古住宅戦略の重要な切り口に活かす

戸建持家は全国に約2,700万戸

うち1%が流通するだけでも、年間約27万戸の市場規模になる

居住されている住宅ストックの内訳（戸数／床面積）

（出所：総務省「平成30年住宅・土地統計調査」のデータより当社作成）



戸建流通を阻む課題の解決①

当社グループは、不安・不満の中に潜む課題解決を行う



買い手
中古戸建住宅購入者

選択肢の不満

- 売物件数が少ない

品質に対する不安

- 隠れた不具合がないか、老朽化が心配等、品質の不安が大きい
- 電気代（冷暖房費）もかかりそう

情報不足に対する不安

- リフォームにいくらかかるか不明
- 修繕履歴等の詳細情報がない

購入決定後の不安

- 何か問題があった時の保証がない

当社Gの解決策

- 物件詳細情報の開示
- 保険・保証制度の提供...etc.



売り手
戸建所有者

売却価格への不満

- 査定額が低くてがっかりした
- 利用価値があっても評価されない

スムーズに売却できるかの不安

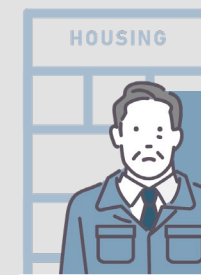
- いくらで売れる不安。また、いざ売り出すと引き返せない
- リフォームしてからの方が良いのか、いくらかかるのか、その分高く売れるのか、分からず不安

売却のハードルが高い

- 売却することを近所や親戚に知られたくない

当社Gの解決策

- 住宅資産価値維持の仕組み
- 「家をお金に換える」支援...etc.



住宅事業者
注文住宅の建設を行う
中小工務店・ビルダー

中古住宅事業のノウハウ不足

- 不動産仲介は苦手で買取再販の経験も少ない。建築なら得意だが…
- 物件査定もやったことがない
- リフォームや改修工事などで稼ぎたいがうまくいかない

儲からない

- 物件価格3%の仲介手数料だけでは採算が合わない
- OB住宅の売却ならやれそうだが、すぐ契約できるものでもなく、短期に売上を立てることは難しい

当社Gの解決策

- 住宅事業者の強みを活かしたビジネスモデルの創造...etc.

戸建流通を阻む課題の解決②

戸建中古住宅を流通においては、改修工事による品質向上が不可欠

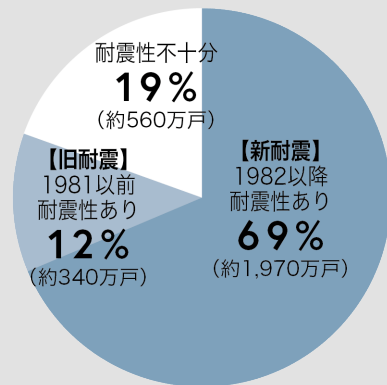
戸建中古住宅の品質は、買い手の大きな不安要素



- 国が定める基準に達していない住宅が多数存在
- 修繕積立金制度があるマンションと異なり、戸建は適切な維持管理がなされず経年劣化が進むケースも
- 世界でのエネルギー高騰や脱炭素が光熱費上昇に拍車をかける。省エネ改修へのニーズも切実になると予想

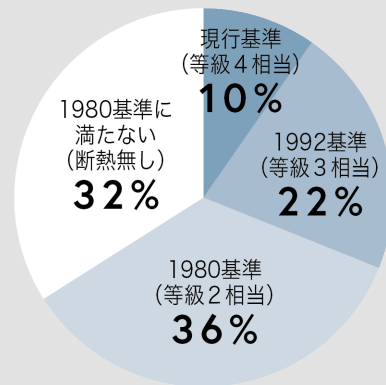
住宅ストック約5,000戸の耐震性能 31%が旧耐震・耐震性不十分

出所:国土交通省のデータ(2017年公表)をもとに当社作成



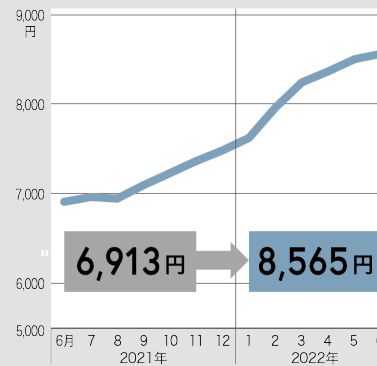
住宅ストック約5,000戸の断熱性能 32%が断熱無し

出所:国土交通省のデータ(2017年公表)をもとに当社作成



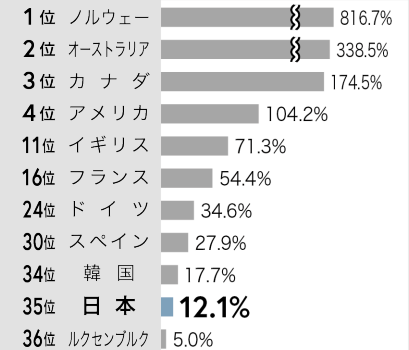
電気料金高騰 過去5年で最高水準

出所:NHKのデータをもとに当社作成。東京電力管内の平均的な家庭の使用量



日本が抱えるエネルギー問題 自給率わずか12.1%

出所:経済産業省資源エネルギー庁のデータより当社作成。主要国の一次エネルギー自給率の比較(2019年)

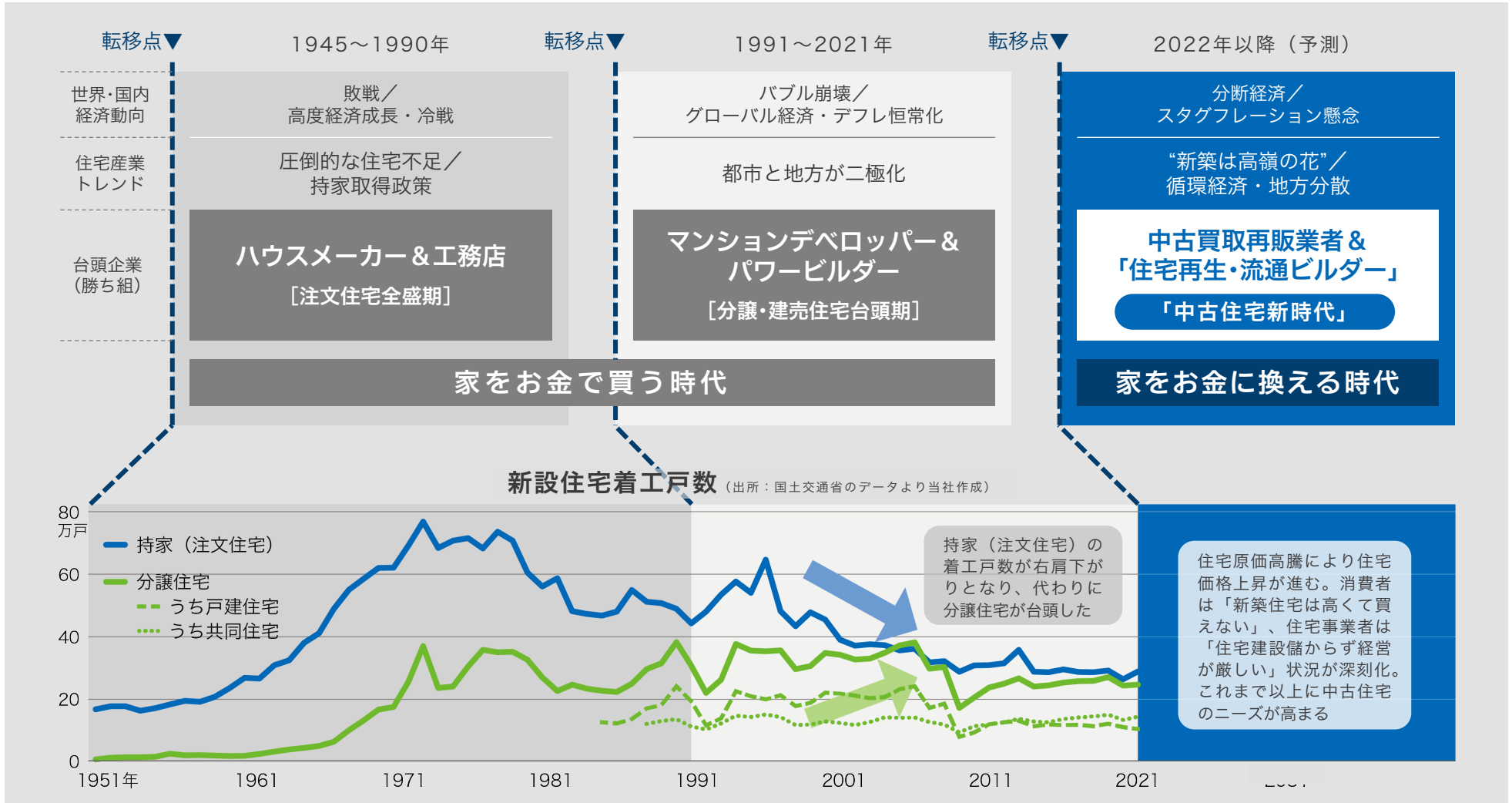


当社Gの解決策

- 住宅事業者を通じて住宅性能（特に省エネ・断熱）改修工事を促進する仕組み
- 住宅所有者のインセンティブ（住宅の適切な維持管理によって資産価値が上がる）の醸成...etc.

日本の住宅産業は大転換期へ

時代とともに台頭企業は変化。2022年は、業界構造が大きく変わる節目（転移点）になると予測



中古戸建住宅市場における 総合金融サービス会社No.1を目指す

原価高騰深刻化・長期化の懸念 → 新築住宅市場は壊滅的な打撃、中古住宅へのシフトが進むと予測
2023/3期～2025/3期の3か年戦略においては、来たる中古住宅新時代を勝ち抜く足固めを中心に据える

当社グループの中古住宅戦略

以下により中古戸建住宅向け金融サービスの販売件数拡大を目指す

注力分野

「戸建」の中古住宅

当社グループの主力顧客層は、注文住宅（戸建）の建設を行う中小規模の住宅事業者（工務店・ビルダー等）。マンションではなく、当社グループと主力顧客層の強みを活かせる戸建分野に注力する

戦略の ポイント

- 1 「家をお金に換える」という新しい価値 ...P.10~11
- 2 流通を阻む課題の解決 ...P.13~14
- 3 強みを活かす ...P.18~19

デフレからインフレへの大転換

住宅事業者の勝ち条件が大きく変わる

ロシアのウクライナ軍事侵攻により世界大戦に発展する様相を帯び、
グローバル経済をけん引した中国と、西側諸国の分断化も進行。インフレの長期化が避けられない事態へ

住宅事業者は、デフレ脳からインフレ脳へ転換できなければ生き残り難しく

デフレ脳

価値があるもの	現金・貯金
理想的経営	「行列のできる工務店」（カギは受注残。受注残が多いことは先々まで売上が見込めている安定した良い状態。原価が時価でも、受注残があれば何とかあった）
行列	最善
リスク	取るべき
ストック・在庫	経営コスト。持たない方が良い
資金調達コスト	利息は低い。資本回転率が低くても問題ない
規模縮小	売上減でも事業存続はできる



インフレ脳

価値があるもの	消費・投資（現金はどんどん価値減少）
理想的経営	「仕入れ力のある工務店」（カギは総資金回転率。限られた資金で効率的に稼げるのが良い状態。原価が時価状態で受注するのは会社存続に関わるリスク）
行列	最悪 ※分譲住宅の場合は逆
リスク	取れない
ストック・在庫	経営資産。在庫価値はどんどん上がる
資金調達コスト	利息は高く、資金コストがかさむ
規模縮小	事業存続の危機

インフレ下の 勝ち条件



- ① 営業エリア：土地価格の安い遠郊外／産業が集積する地方都市
- ② 新築売上と中古売上が半々程度
- ③ 顧客とのつながり・信頼関係が強い（生涯顧客化）
- ④ 省エネ建築・改修の知識・技術が高い
- ⑤ 価格転嫁ができる（顧客が納得できる説明力等）
- ⑥ 着工前の実行予算管理がしっかりできる

資材価格
高騰

金利上昇
トレンド

インフレ
4大要素

買い急ぎ
心理

生活費
高騰

強みを活かす①

当社グループ&住宅事業者の強みを組み合わせる



住宅の建設を行う工務店・ビルダー
届出・登録住宅事業者

約 **9,780** 社

※ 2022年3月31日現在

中小の工務店・ビルダーの強み

- 建築・住宅性能改修工事のノウハウ・人材
- 住宅所有者の人脈と地域ネットワーク



自社開発クラウドシステム

登録物件数

約 **58.5万** 件

※ 2022年5月31日現在

← WIDE LINEUP →



当社グループの強み

- 住宅分野に特化した金融・保険・保証・検査・審査・クラウド等の幅広い商品群

住宅瑕疵保険法人として
多くの既存取引先を持つ

不動産事業者が
真似できない強み

買い手の不安を払しょく
する深い住宅情報
(ビッグデータ)

中古住宅売買を
安心・安全に支える

→ 他にないこれらの強みを組み合わせることで、強い競争戦略となる

強みを活かす②

「地域に根付く住宅建築のプロ」にしかできない業態転換を、住宅事業者に提案

住宅再生・流通ビルダー

【生涯顧客化】住宅所有者に寄り添い性能改修を行い（再生／資産価値形成）、1円でも高く売却する（流通）
「家をお金に換える」ミッションを持つ新業態であり、工務店・ビルダーが副業として不動産仲介を行うものではない



中古住宅ビジネスにおける各事業領域（イメージ）

	点検・メンテ	設備交換	小規模リフォーム	住宅性能改修工事	査定	不動産仲介 [売り手側]	不動産仲介 [買い手側]	買取再販	リノベーション
不動産仲介会社	×	×	×	×	○	◎	◎	△	△
リフォーム会社（小規模）	△	◎	◎	×	×	×	×	×	△
リノベーション会社	×	×	×	△	×	×	○	○	◎
買取再販会社	×	×	×	△	×	×	○	○	◎
（従来の工務店・ビルダー）	○	○	△	△	×	×	×	×	○
住宅再生・流通ビルダー	◎	○	○	◎	○	◎	×	○	◎

- 住宅性能改修工事は、高度なノウハウと専門知識が必要なため参入障壁が高い。工務店・ビルダーなら、中古住宅流通に不可欠な「再生」の強力な担い手となる
- 住宅所有者の人脈も、地域に根付く工務店・ビルダーの強み。将来的な中古住宅売主につながる顧客リストを有しており、売り手側の不動産仲介の適任者

クラウド登録物件の流通を促進

複数の金融サービスの販売につなげ、収益を縦積み

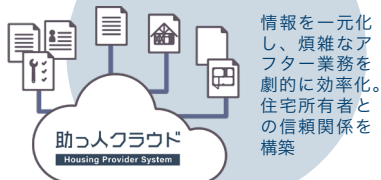
住宅再生・流通ビルダー & 当社グループ双方のマネタイズにつながる仕組み



ビルダーを支えるクラウドの仕組み

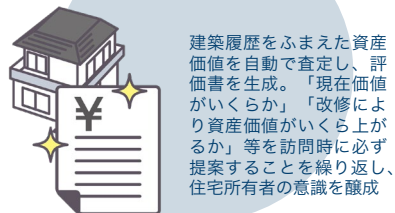
助っ人クラウド[®] Housing Provider System

1 アフター&顧客管理システム



2 価格査定機能^{開発中}

アセット住宅評価システム



3 commonsWEB^{開発中}

潜在売物件限定公開サイト



対応するサービス
(当社Gの収益)

メンテナンスチャージポイント

住宅メンテナンス保証

住宅設備延長修理保証

リフォームローン

リフォームかし保険

省エネ設計サポート

買取再販ローン

不動産表明保証等の中古住宅売買総合保証制度

MSJフラット35

メンテナンスチャージポイント
住宅メンテナンス保証

住宅基幹クラウドの連携

2022年6月27日 当社ニュースリリース

NEWS RELEASE

MSJ GROUP

2022年6月27日
株式会社ダイテック
日本モーゲージサービス株式会社
株式会社住宅アカデミア

株ダイテックと株住宅アカデミアの住宅事業基幹システムを連携 注文分譲クラウド DX と 助っ人クラウド をプロダクト連携

石油販売業向け POS システム及び建築設備業向け CAD ソフトウェア開発販売における業界トップシェアの株式会社ダイテック（本社：東京都中央区、代表取締役社長：野村 明憲、以下「ダイテック」）と、住宅金融事業を行う日本モーゲージサービス株式会社（以下「日本モーゲージサービス」）の連結子会社で、住宅保証サービス及び ICT システムプラットフォームの提供を行う株式会社住宅アカデミア（本社：東京都港区、代表取締役社長：榎野 範生、以下「住宅アカデミア」）は、このたびダイテックが提供する「注文分譲クラウド DX」と住宅アカデミアが提供する「助っ人クラウド」のプロダクト連携を開始し、ユーザーとなる住宅事業者の更なる業務効率化と DX 化を推進していくこととなりましたので、お知らせいたします。



背景・目的

世界中で急速に進むインフレの影響を受けて現在住宅業界では、資材や住宅設備等の高騰による原価上昇が深刻化しており、限られた人員で利益を最大限確保するため、業務効率化が切迫した課題となっております。注文分譲クラウド DX 及び助っ人クラウドは両者とも住宅事業者をユーザーとする住宅事業基幹クラウドシステムですが、付加価値向上のためこの度プロダクト連携を開始することとなりました。

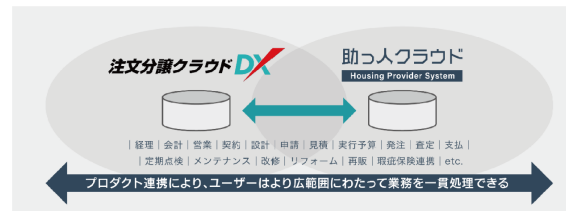
プロダクト連携の概要

「注文分譲クラウド DX」は、注文・分譲住宅の両方の事業に対応し、顧客管理から商談・契約・見積・実行予算・発注・査定・支払い・アフターまで一貫処理ができるクラウドシステムです。自社保有のインターネット・データ・センターによる堅牢で強固なサーバー環境と、住宅実務の現場を熟知した使いやすきめ細やかなシステム設計が特徴となっており、なかでも他にはない強みとして経理・会計分野に非常に優れ、信頼かつ堅実なクラウドシステムとして住宅事業者のなかで根強い人気を誇ります。

「助っ人クラウド」も住宅業務を一元管理できますが、特徴としてはアフター事業の利益創出に重きを置いており、アフター点検やリフォーム改修提案、中古住宅評価査定による売却提案等を円滑に行える独自の機能を有しております。また、クラウドに蓄積した設計図書等のデータを、住宅アカデミアのグループ会社である株式会社ハウスジメンが提供する「住宅瑕疵（かし）保険」の申請に活用することもできます。

この度のプロダクト連携は、注文分譲クラウド DX に登録されている物件情報や顧客情報等の主要データを助っ人クラウドに連携するものです。これにより、注文分譲クラウド DX のユーザーである住宅事業者は、注文分譲クラウド DX 及び助っ人クラウドのメリットを最大限活用でき、住宅事業における様々な業務をよ

り広範囲にわたって一貫通貫で処理できるようになり、更なる業務効率化に貢献します。
今後も、ダイテック及び住宅アカデミアでは、互いの強みを活かし住宅事業の更なる業務効率化と DX 化を推進し、変化の激しい経営環境下にある住宅事業者の支援に一層力を入れてまいります。



以上

株式会社ダイテック 会社概要

所在地 (本社) 〒103-0022 東京都中央区日本橋安町1丁目5番5号 室町ちばぎん三井ビルディング10階
設立 1969年10月
株主資本 319億7,000万円 ※親会社との合計額
代表取締役社長 野村 明憲
事業内容 石油販売業向け情報処理サービスの開発・運用、建設業向け CAD の開発・販売、住宅産業向けクラウドの開発・提供
親会社 株式会社ダイテックホールディング
U R L <https://www.daitec.co.jp/>

日本モーゲージサービス株式会社 会社概要

所在地 (本社) 〒105-0003 東京都港区西新橋3-7-1 ランディック第2新橋ビル
設立 2005年8月12日
資本金 10億6,147万7,400円
代表取締役社長 榎野 泰功
事業内容 住宅関連事業者に対する事業支援等を主な目的とした住宅ローンの貸付および媒介、住宅金融支援機構の住宅ローンに関する事務の代行 他
上場市場 東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード: 7192)
U R L <https://www.m-s-j.jp/> (日本モーゲージサービス)
<https://www.msj-group.jp/> (MSJグループ※) ※日本モーゲージサービスを親会社とする企業グループ

株式会社住宅アカデミア 会社概要

所在地 (本社) 〒105-0003 東京都港区西新橋3-7-1 ランディック第2新橋ビル
設立 2013年5月1日
資本金 2億2,500万円
代表取締役社長 榎野 範生
事業内容 住宅保証サービスの提供・運営、ICTシステムプラットフォームの開発・運用、住宅関連企業等に対する経営指導・コンサルティング 他
株主 日本モーゲージサービス株式会社 (100%)
U R L <https://www.academeia.jp/>

本件に関する問合せ先
日本モーゲージサービス株式会社 IR・広報室 太田 (おた)
TEL. 03-5408-8160 E-mail ir-info@m-s-j.jp

中古の売上構成比を高め成長を目指す

業態転換支援を足掛かりに、中古住宅向け各種サービスを増やしていく

中古戸建住宅市場における 総合金融サービス会社No.1を目指す

「住宅再生・流通ビルダー」
をコンセプトにした住宅事
業者生き残りのためのソ
リューション提供により、
求心力を高める

戸建中古住宅市場拡大のた
めの仕組みづくり

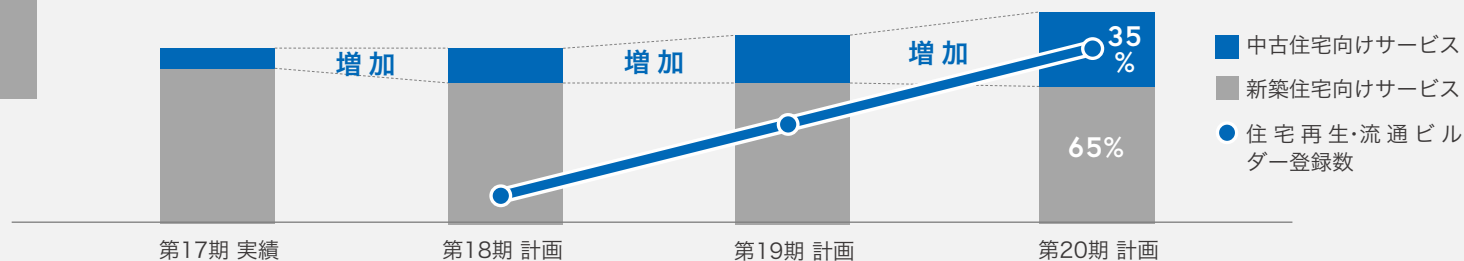
中古住宅向けサービス群

新築住宅向けサービス群 /
従来主力商品群

戦略サービスをフラッグ
シップ商品として、従来主
力サービスの販売へつなげ
ていく（シャワー効果）

サービス別 売上計画

住宅流通ビル
ダー登録数は第
20期までに500
社を目指す

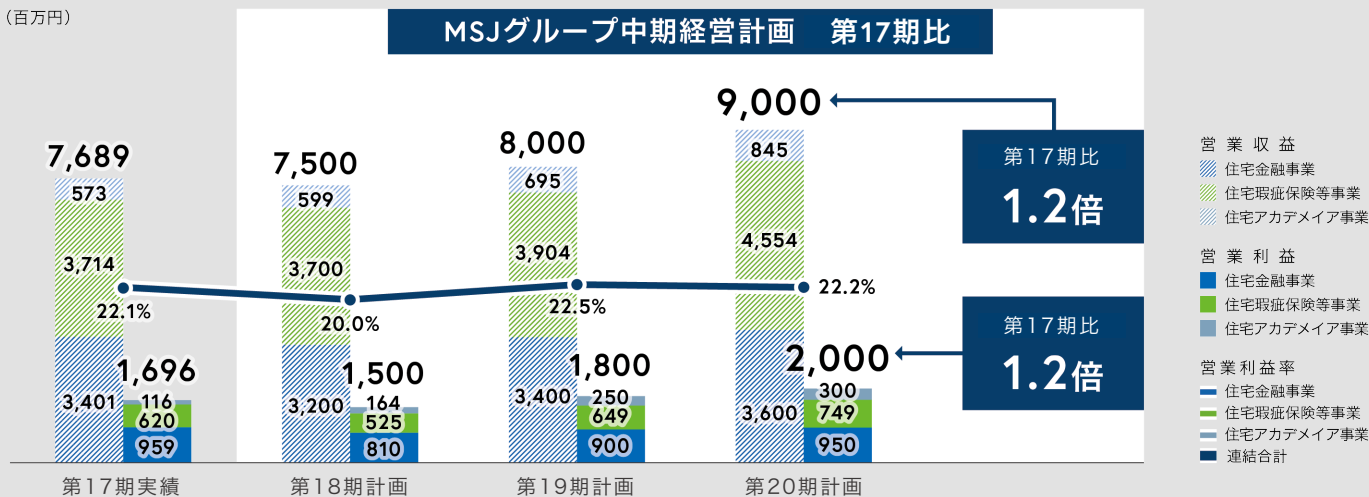


3事業のシナジーを推進

前期発表の中期経営計画第19期を見直し。第20期までに連結営業利益20億円を計画

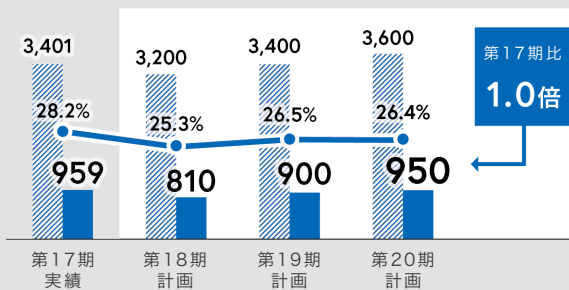
連結

(百万円)

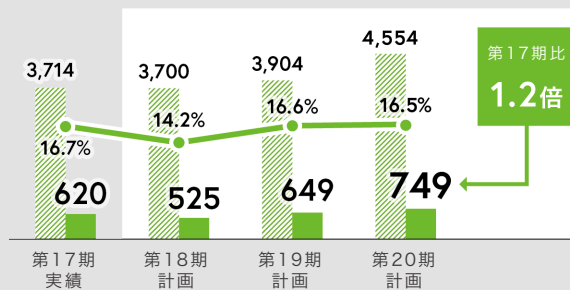


セグメント

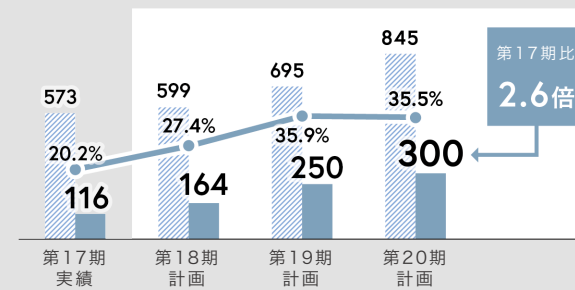
住宅金融事業



住宅瑕疵保険等事業



住宅アカデミア事業



補足資料

第17期業績及び当社グループの概要

過去最高となる増収増益を達成

通期予想を達成

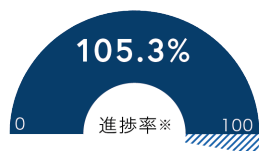
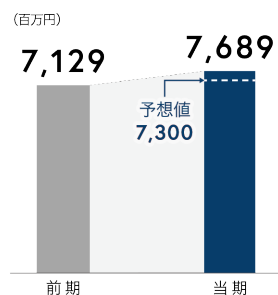
TOPICS

- 住宅業界では、各種住宅取得政策等により全国の新設住宅着工戸数が前年比増
- 当社グループは、「住宅金融とクラウドの融合」を戦略の柱に掲げ、付加価値向上により差別化を推進

営業収益

76.8 億円

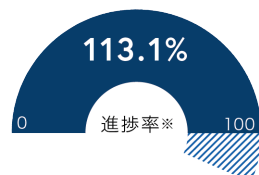
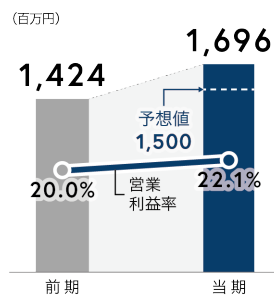
前期比 **+7.9%** (+5.5億円)



営業利益

16.9 億円

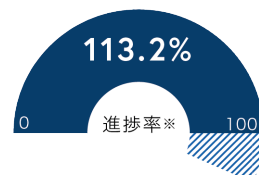
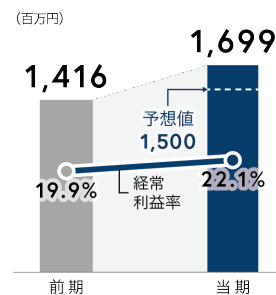
前期比 **+19.1%** (+2.7億円)



経常利益

16.9 億円

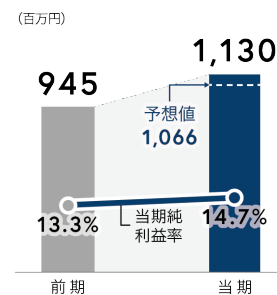
前期比 **+20.0%** (+2.8億円)



親会社株主に帰属する当期純利益

11.3 億円

前期比 **+19.5%** (+1.8億円)

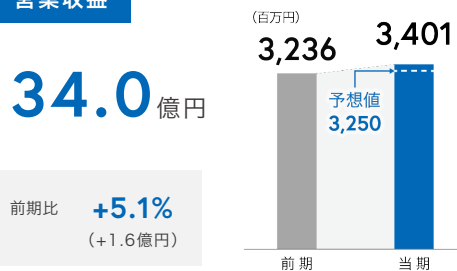


住宅金融事業が堅調を維持

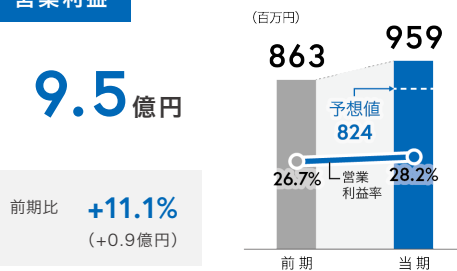
住宅瑕疵保険等事業が躍進

住宅金融事業

営業収益



営業利益

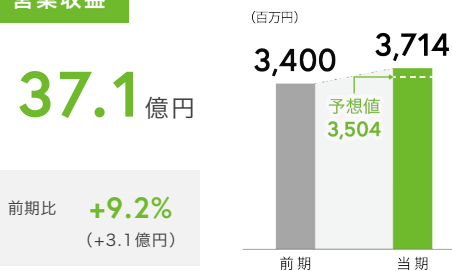


TOPICS

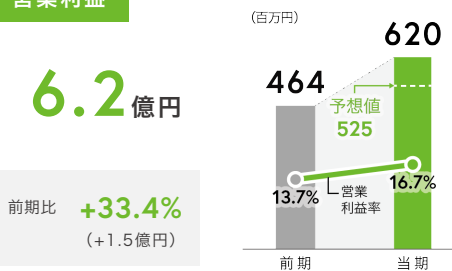
- 主力商品以外の複数商品が堅調に推移し多角化が進展
- 新たに12店舗を開設し営業体制強化

住宅瑕疵保険等事業

営業収益



営業利益

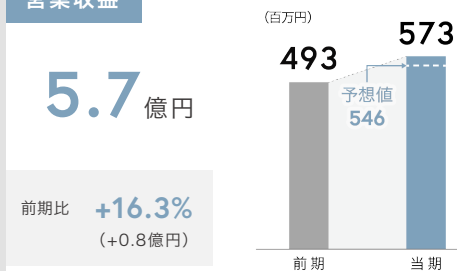


TOPICS

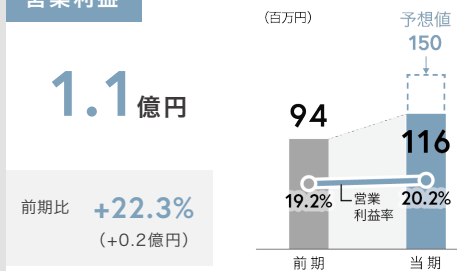
- クラウドと保険の同時営業を推進
- グリーン住宅ポイント制度関連のサービスが業績に貢献

住宅アカデミア事業

営業収益



営業利益

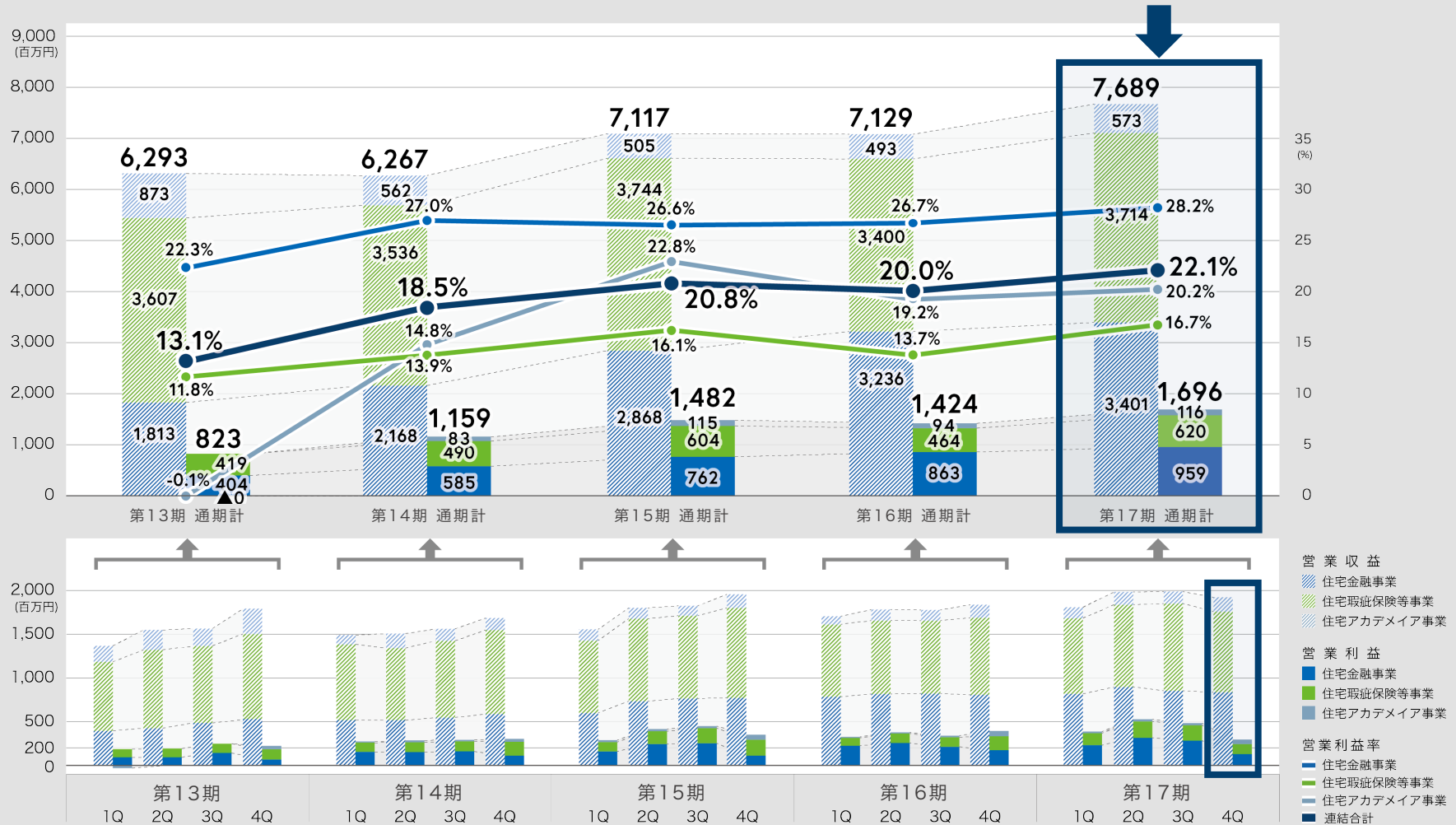


TOPICS

- クラウドとこれに連動する住宅保証サービスの提供を推進
- コロナ禍以前の水準に回復

3事業のシナジーにより堅実に成長

住宅金融事業を収益基盤として成長

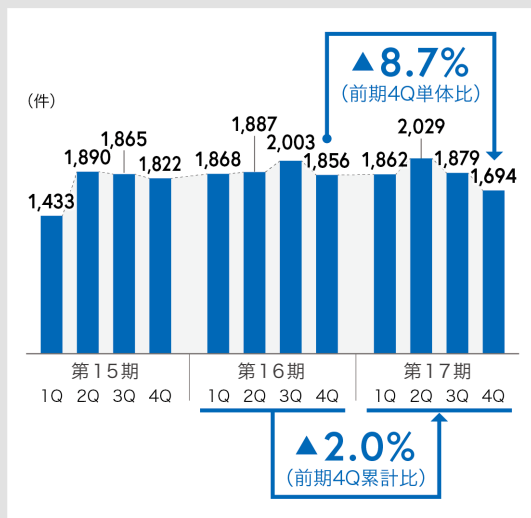


グループ一体での差別化推進の成果

住宅金融事業

融資実行件数推移

(銀行代理ローン商品および提携ローン商品は除く)



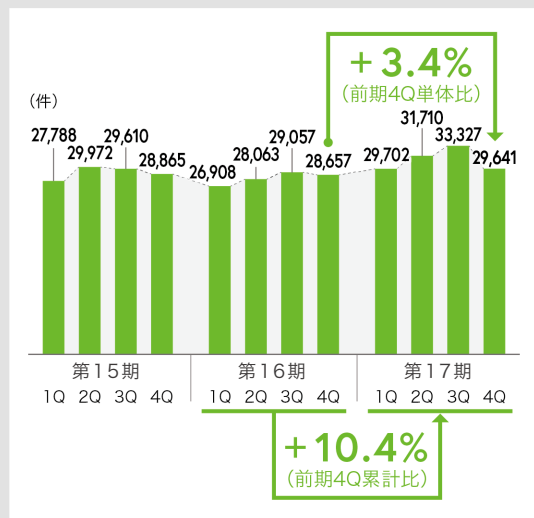
TOPICS

- ・内訳に関しては主力商品であるフラット35以外のプロパーローン商品が増加

住宅瑕疵保険等事業

保険証券、保証書、評価書、適合証等発行件数推移

(グリーン住宅ポイント対象住宅証明書等の時限的な経済政策に関連するものは除く)

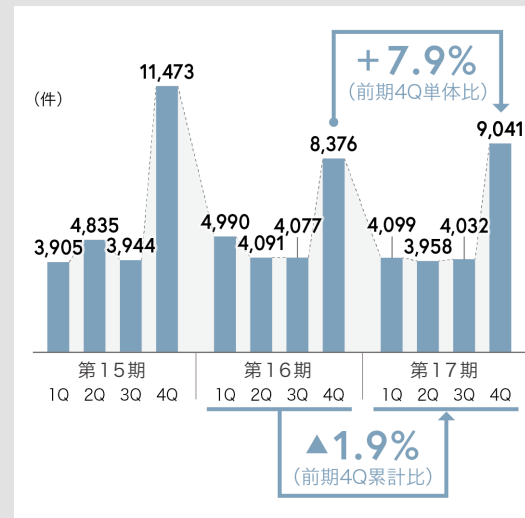


TOPICS

- ・全国の新設住宅着工戸数が前年比増加。新築住宅かし保険以外にも複数の商品が伸張

住宅アカデミア事業

住宅メンテナンス保証、住宅設備延長修理保証等件数推移



TOPICS

- ・内訳に関しては「住宅メンテナンス保証」が増加

全国に46拠点

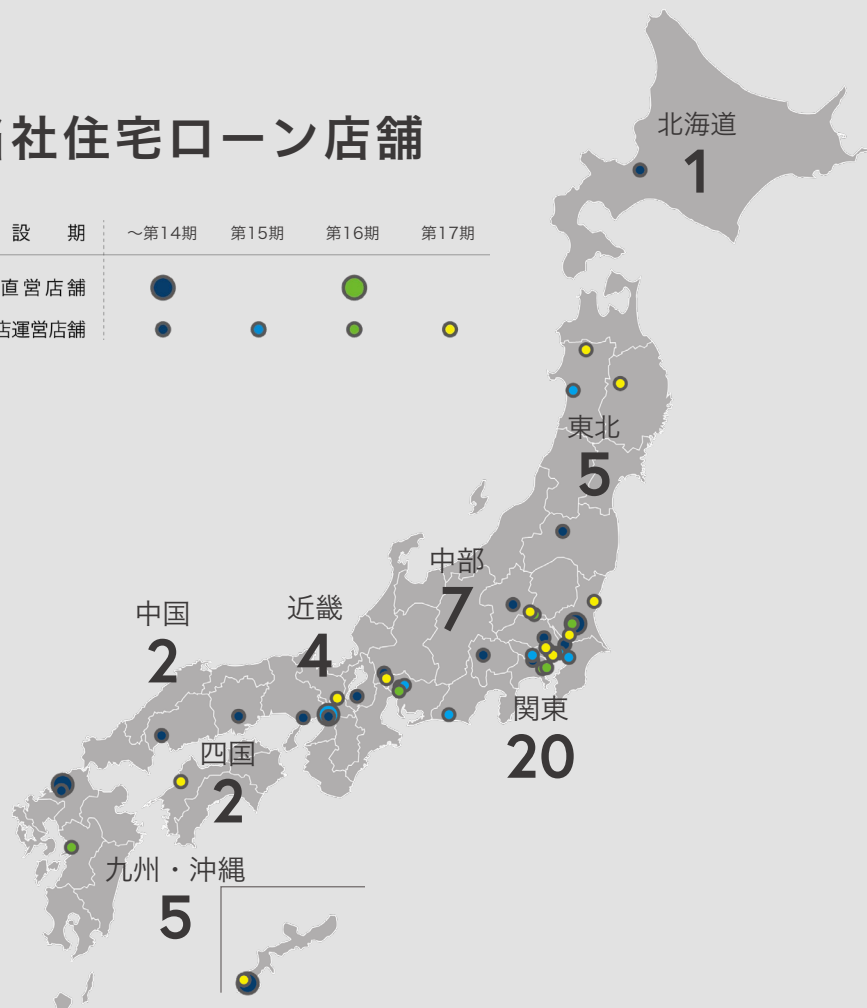
前期に新規開設した8店舗が本格稼働 / 当期は12店舗を新規開設

当社住宅ローン店舗

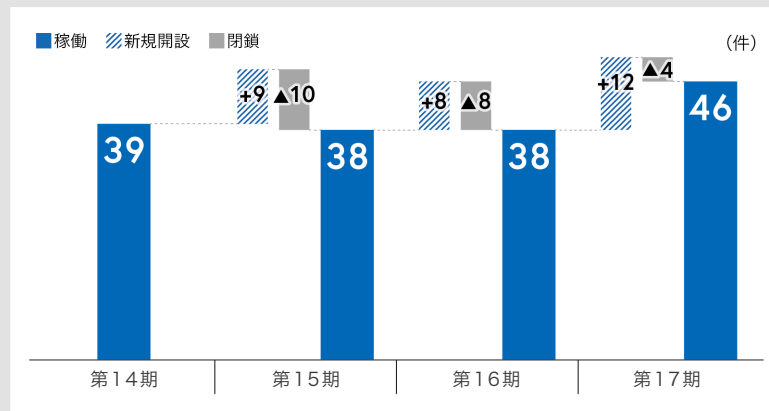
開設期 ~第14期 第15期 第16期 第17期

当社直営店舗

代理店運営店舗

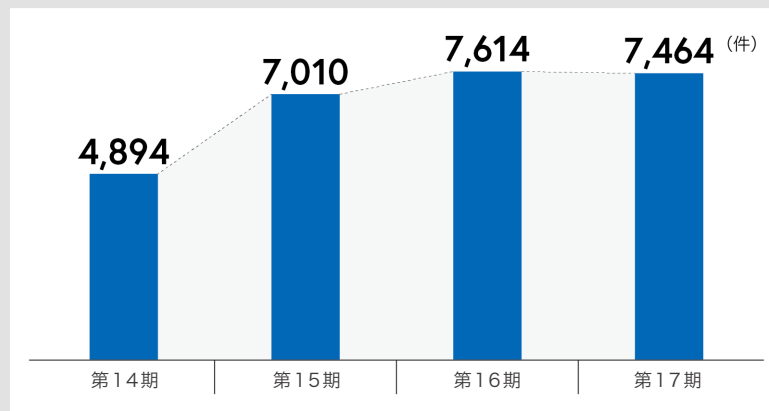


当社住宅ローン店舗数の推移



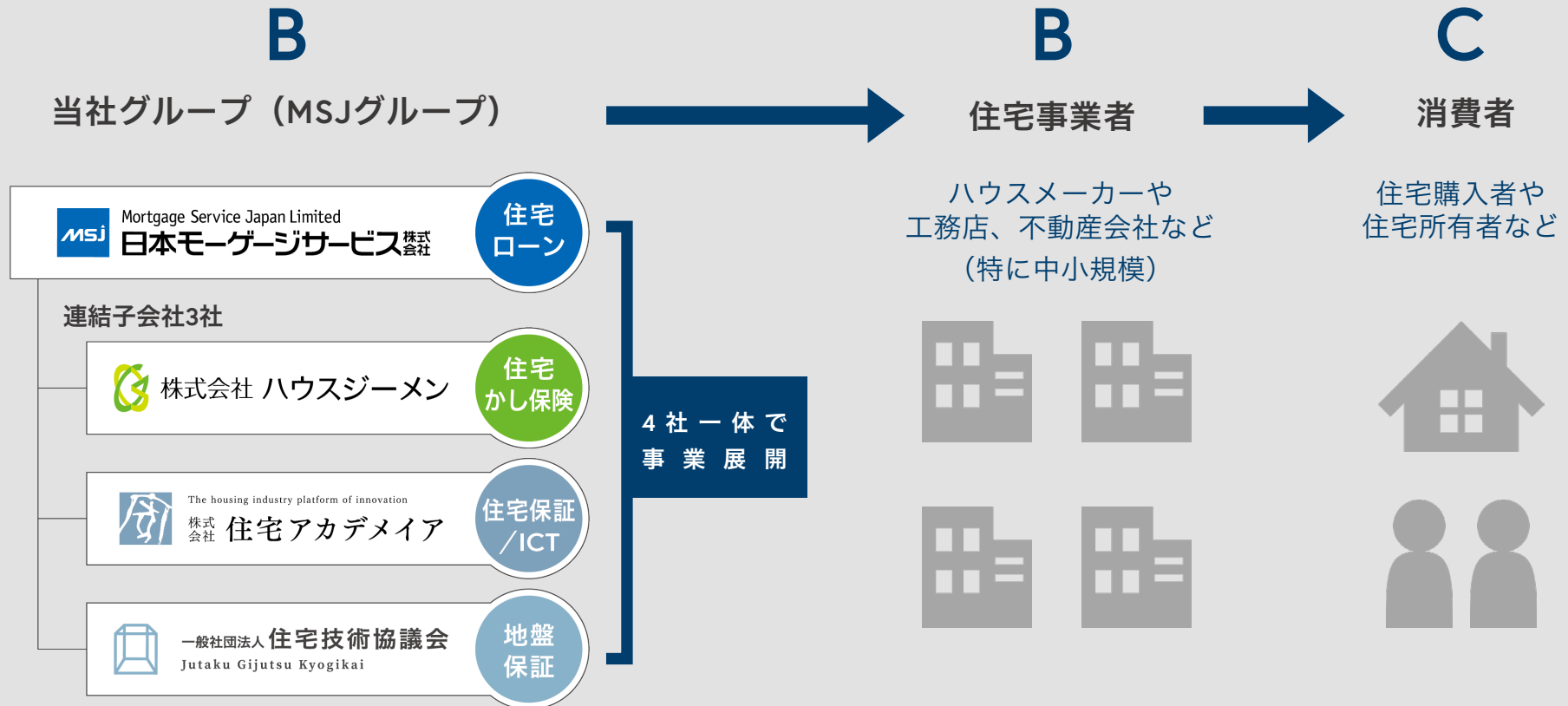
融資実行件数推移

(銀行代理ローン及び提携ローンは除く)



住宅事業者の経営支援を行う金融会社

直接の顧客は住宅事業者 (B to B to C)



当社の各金融サービスは、あくまでも経営支援の手段
(例：住宅ローンは、営業支援のための「販売金融」)

総合住宅金融サービス事業

住宅分野に特化した金融・保険・保証関連の3つの事業



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： 株式会社ハウスジーマン[※]
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

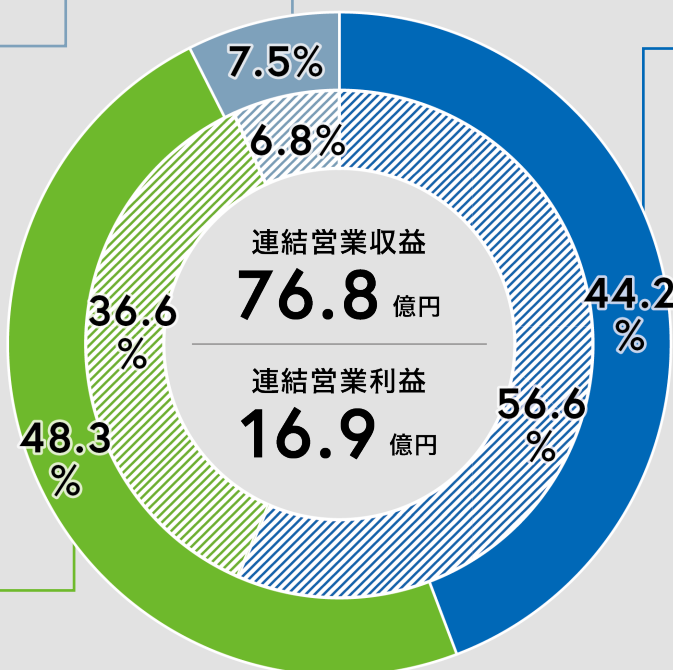


事業セグメント①

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17期 営業収益

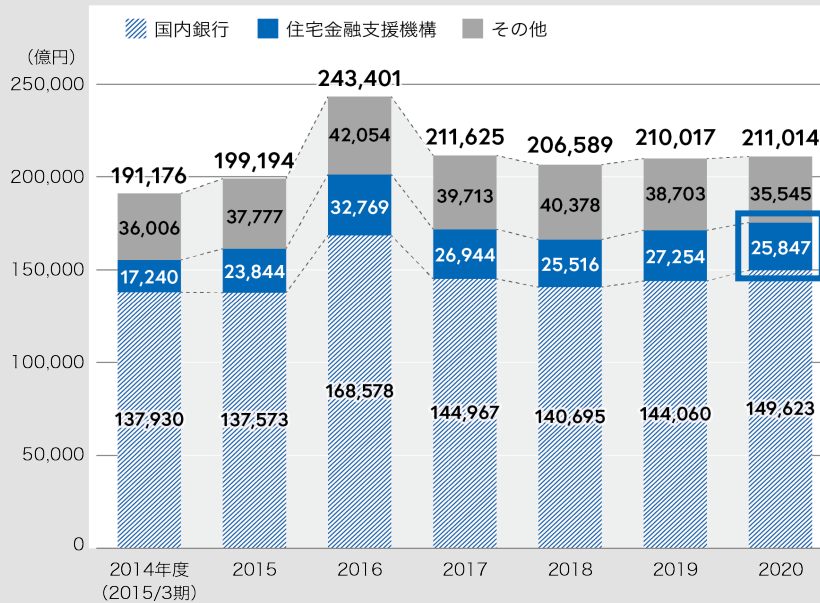
内円：第17期 営業利益

低いシェア → 高いポテンシャル

住宅市場は縮小局面にあるが、当社グループの伸びしろは大きい

住宅ローン

住宅ローン新規貸出額

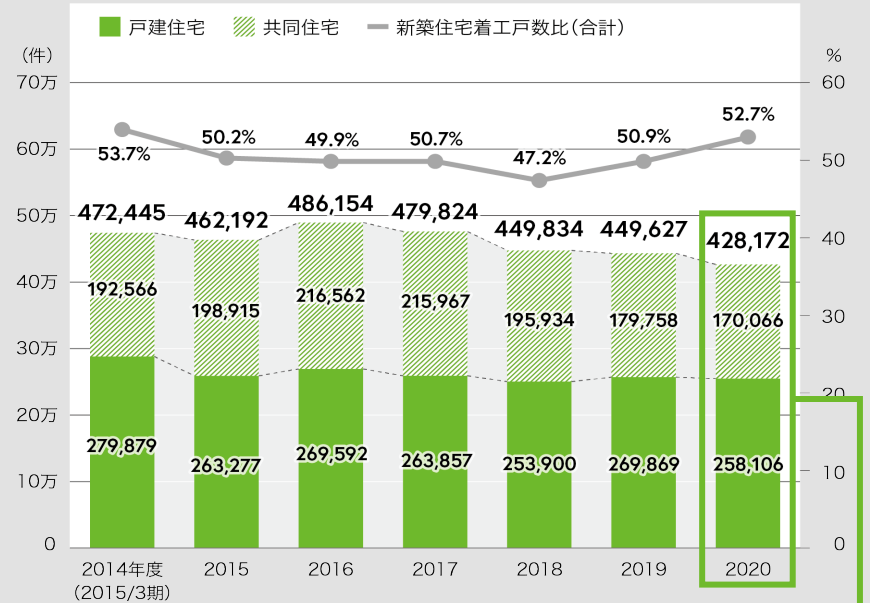


出所：住宅金融支援機構。各機関への照会や日本銀行の統計資料などを集計（一部推計）し、住宅ローンの新規貸出額を集計したもの

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社の
シェアは13%前後を推移

住宅金融を深掘りする独自の業態

同様の事業領域を持ち、一体で事業を行う企業は他に無い

創業以来、住宅産業の課題解決に尽力してきた歴史により、
住宅事業を多方面から支援する独自の業態へと成長

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

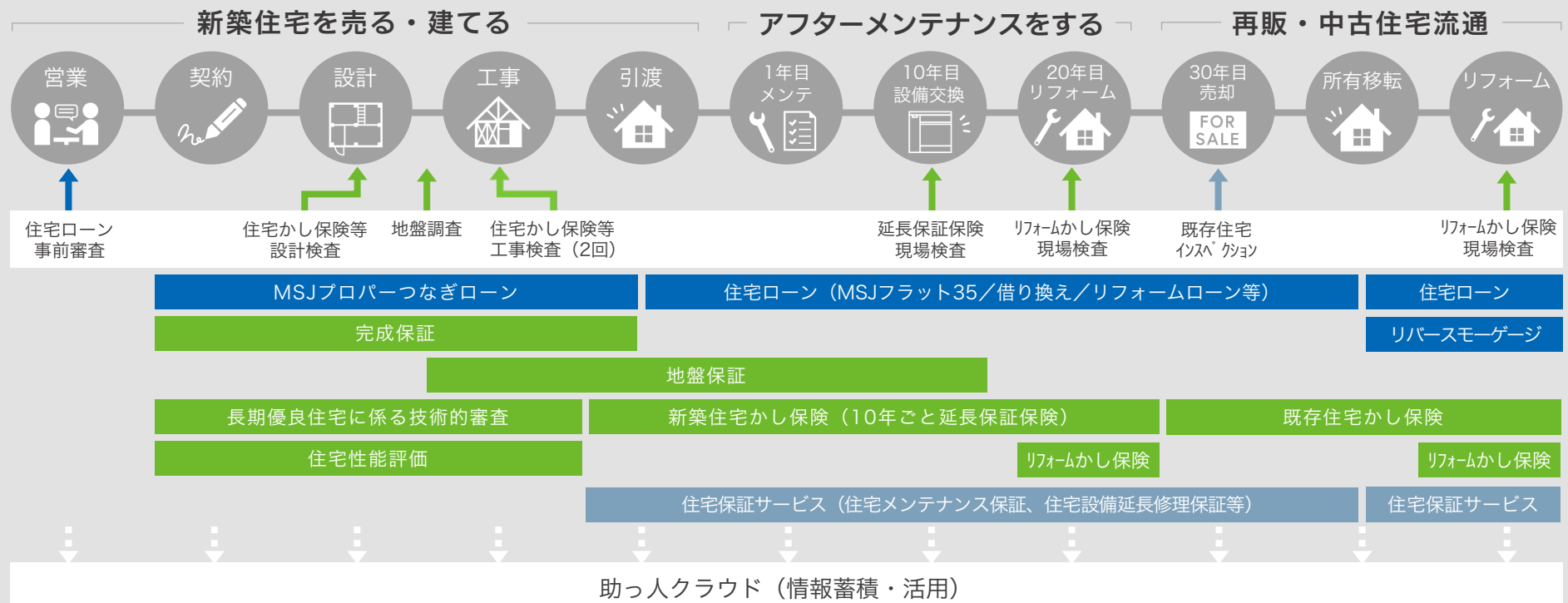


幅広いラインナップ

住宅金融とクラウドを融合。プラットフォーム化し、ONEストップで提供

長い住宅形成プロセスを多方面から支援できるラインナップ

営業支援 | 情報一元化による業務効率化 | 住宅品質確保・管理 | アフター事業収益化 …etc.



高収益型のビジネスモデル

2万社近くのチャネルネットワーク × 1軒の住宅に複数商品をクロス販売

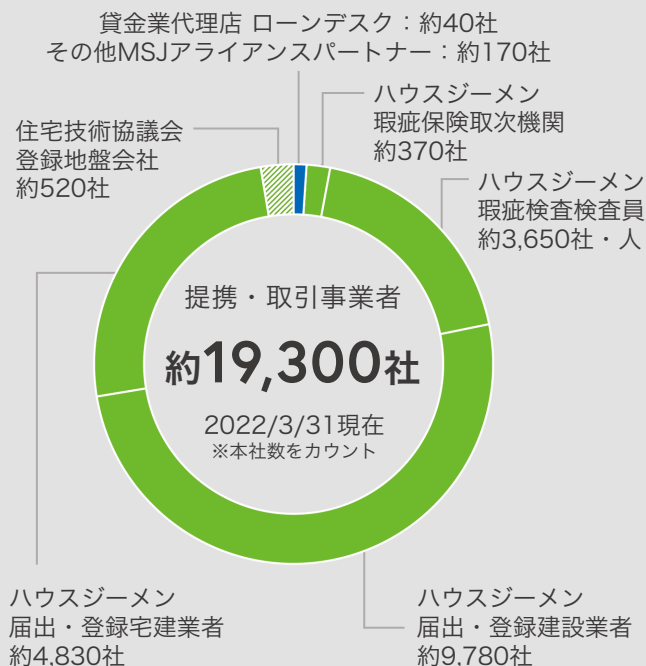
住宅産業のインフラとして
大きなチャネルネットワークを有する

×

住宅事業者×住宅1軒に縦積みで
複数の商品を提供できる



高い収益性



住宅ローン（フラット35等）

つなぎローン

新築住宅かし保険

延長保証保険

地盤保証

住宅性能評価

長期優良住宅に係る技術的審査

住宅メンテナンス保証

住宅設備延長修理保証

第17期
営業利益率

22.1%

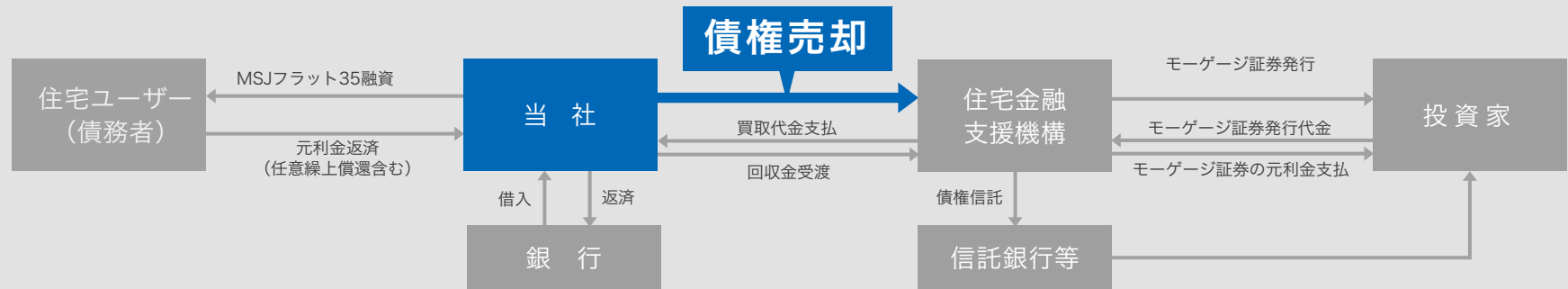
第17期
ROE

17.7%

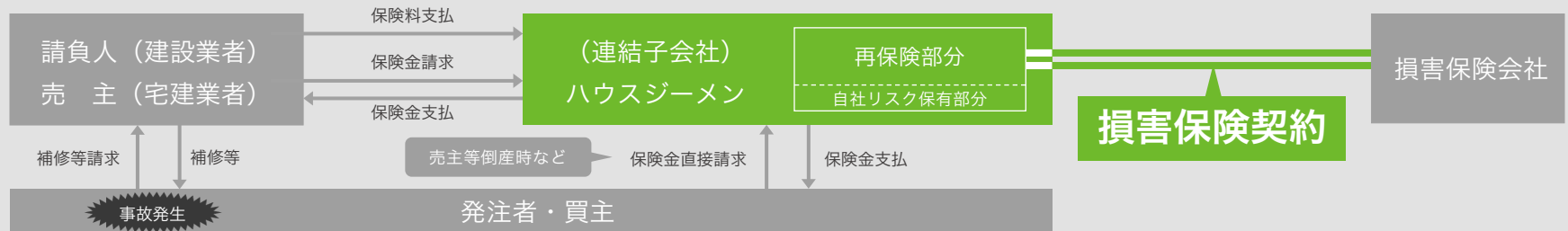
貸付・保険等のリスク最小化

債権売却によりデフォルトリスク回避 / 再保険等により保険金等支払リスク最小化

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会社と損害保険契約締結しリスク最小化

配当・株主優待制度を実施

継続的な成長のために積極的に投資／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カード 3,000円分	+	 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カード 3,000円分	+	 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カード 4,000円分	+	 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