

日本モーゲージサービス株式会社

2023年3月期 第2四半期 決算説明レポート

決算発表日：2022年11月7日

CONTENTS

- 1 | 2023年3月期 第2四半期 決算概要
- 2 | 今後の見通し

本レポートは、当社 IR サイトにて公開している「2023年3月期第2四半期決算説明動画（2023年3月期第2四半期決算説明資料をもとに、スライドの順番を入れ替えてご説明しているもの。収録日：2022年11月2日）」の内容を書き起こし、一部内容を編集・補足したものです

SUMMARY

- 1 | 2023年3月期 第2四半期 決算概要
 - … コストプッシュインフレ等により、当社グループへの収益貢献が大きい「持家（注文住宅）と「フラット35」の市場が縮小。厳しい経営環境のなか、上半期で計画値の約50%進捗し健闘。営業収益は36.4億円（前期比3.3%減）、営業利益は8.3億円（同9.3%減）
- 2 | 今後の見通し
 - … 住宅価格が高止まりし、金利上昇の可能性も。厳しい経営環境は今後も続くが、中古住宅・住宅ローン借り換え・住宅瑕疵（かし）保険 延長保証保険の市場拡大ポテンシャルに着目、伸びが期待できる商品や複数商品の縦積み提供を推進し、着実な成長を目指す



Mortgage Service Japan Limited

日本モーゲージサービス株式会社

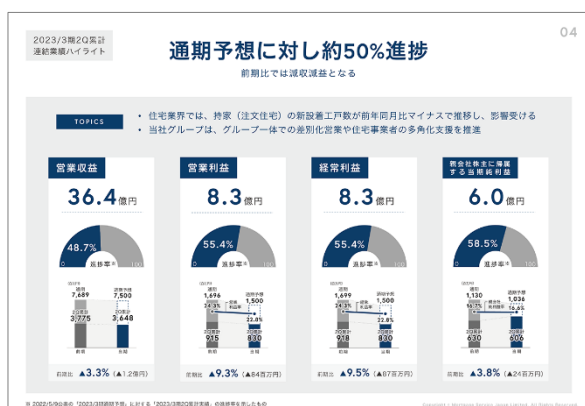
1 | 2023年3月期 第2四半期 決算概要



皆様こんにちは。日本モーゲージサービス 代表取締役社長の鵜澤でございます。これから2023年3月期第2四半期の決算をご説明させていただきます。



まず初めに連結決算の概要をご説明いたします。

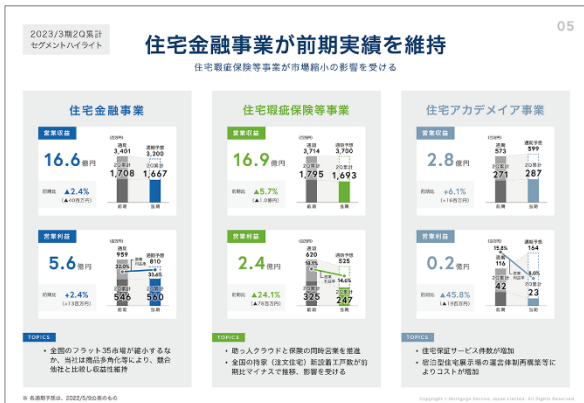


比較対象となる前期が、前々期比 30.5%の増益という好決算だったこともあり、当期は減収減益となりました。

この半年を振り返りますと、資材等の高騰によるコストプッシュインフレが顕著でした。生産者物価指数は上昇が続き、住宅業界のなかでも、当社グループの主力マーケットである「持家（注文住宅）」市場が大きな打撃を受けました。持家市場は、船屋のように時価で受注をする（新築受注毎に資材仕入れを行う）ため、コストプッシュインフレによる影響を受けやすく、苦戦を強いられました。

相当に厳しい経営環境ではありましたが、当社グループにおいては上半期で計画値の約 50%まで進捗でき、健闘したと思っております。

1 | 2023年3月期 第2四半期 決算概要

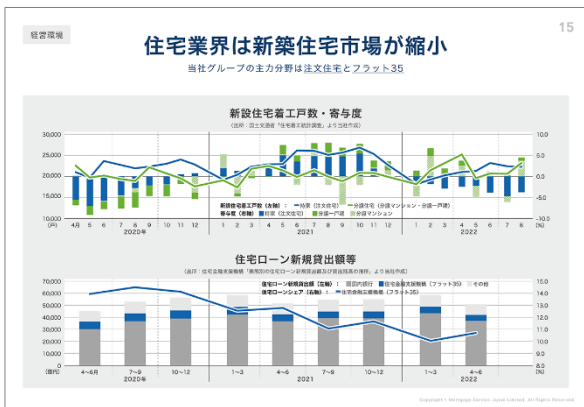


次に、セグメント別の業績を見ていきたいと思います。

住宅金融事業は、全国のフラット35市場が縮小する厳しい経営環境でしたが、2.4%の減収、2.4%の増益となり、健闘いたしました。増益の理由は、フラット35以外の商品が伸びたこと。また、前期に投資した新商品開発コストが当期は発生していないことが挙げられます。

住宅瑕疵保険等事業は、24.1%の減益となり、営業利益率が3.5ポイント下がりました。前期は、時限的な経済政策である「グリーン住宅ポイント制度」の関連サービスが伸びたのですが、現在施行されている経済政策「こどもみらい住宅支援事業」の関連サービスはそれ程には伸びませんでした。しかし、住宅事業クラウド「助っ人クラウド」を無償で提供し、住宅瑕疵（かし）保険等の販売につなげる営業施策の効果は出ており、住宅瑕疵（かし）保険のシェアが徐々に上がっておりますので、下半期は期待できると考えております。

住宅アカデメイア事業は大きく減益となりました。大手デベロッパーのマンション向け住宅保証サービス件数は減少したものの、全体件数は15%程度の増加となり、営業収益は6.1%増収となりました。そのなかで営業利益は特殊事情により45.8%の減益となっております。住宅展示場の運営管理・営業等に関する人員や設備を負担する必要が生じたため、営業原価及び販管費が大きく増加したことによるものです。

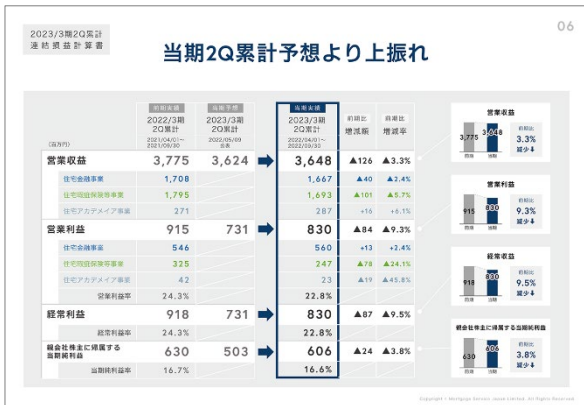


次に、当社グループが関連する市況を振り返ってみます。

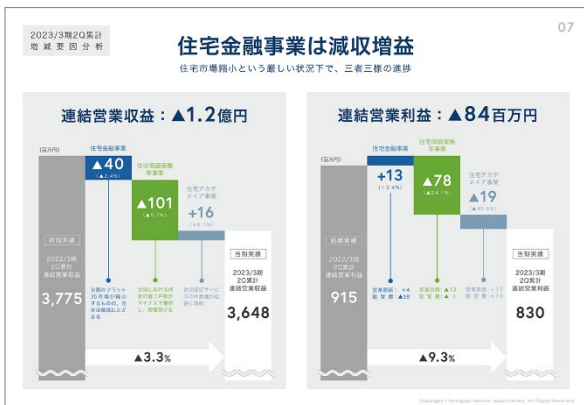
上のグラフは、**新築住宅の着工件数を表したもので、青部分が当社グループにとって収益貢献が大きい持家（注文住宅）**になります。2021年を見ると、一年を通じて青棒グラフがプラス方向に伸びているのが分かります。コロナ禍によるテレワークの普及等で、郊外・地方の戸建住宅へのニーズが高まり、持家が好調でした。しかし**2022年に入ってから****は連続で前年同月比マイナス**となっており、当社グループの業績にも少なからず影響が出ております。

次に下のグラフをご覧ください。棒グラフは、全国の住宅ローンの新規貸出金額の合計を表したもので、**青い折れ線グラフは、フラット35のシェア**を表しています。これを見ますと、**2020年は14%強あったフラット35のシェアが、2022年においては10%強まで落ち**ています。当社にとって最も利益貢献が大きいフラット35の件数が減少し、大変厳しい環境です。そのなかで**当社は増益を達成できましたので、比較的健闘した**と言えるのではないかと思います。

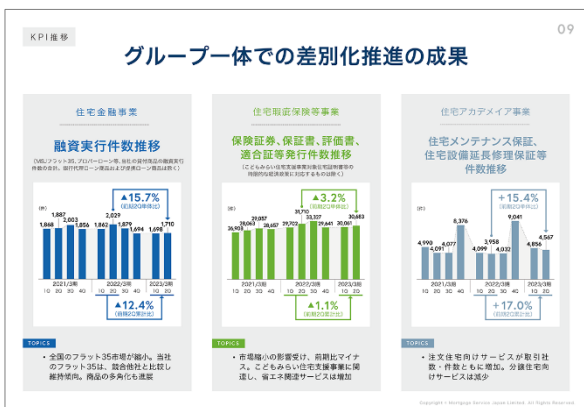
1 | 2023年3月期 第2四半期 決算概要



計画値に対する進捗は、**各連結利益に関しては 50%を超えて**おります。厳しい経営環境のなかでは健闘したと思っております。



次に増減要因分析です。繰り返しになりますが、大きく落ち込んだのが住宅瑕疵保険等事業と住宅アカデミア事業で、特に住宅アカデミア事業は営業原価や販管費といったコストがかなり増加したことが見て取れます。



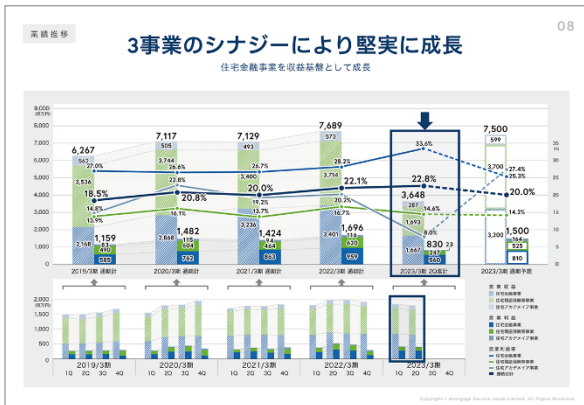
次にKPIについて見ていきます。

住宅金融事業は、前期 2Q 単体比 15.7%の減少となりました。当社グループにとってフラット 35 市場の不振は正直痛く、件数にも影響が出ております。

住宅瑕疵保険等事業は、前期 2Q 単体比 3.2%の減少となりましたが、件数以上に営業利益が減少しました。やはり、グリーン住宅ポイント制度が終了した影響は大きかったと思っております。

住宅アカデミア事業は、前期 2Q 単体比 15.4%の増加となっております。件数とともに営業収益も増加しましたが、先ほども申し上げた特殊要因により、営業利益が厳しい結果となりました。

1 | 2023年3月期 第2四半期 決算概要

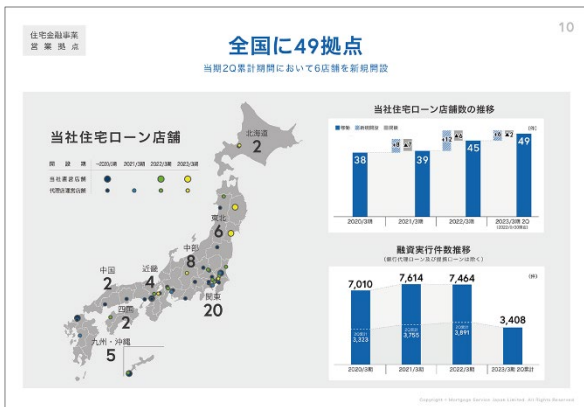


ここでは利益率にご注目ください。

住宅金融事業は、前期 28.2%から当期 2Q 累計で 33.6%にまで上がっております。理由は、インフレの影響で住宅価格とともに融資単価が上昇したことによります。

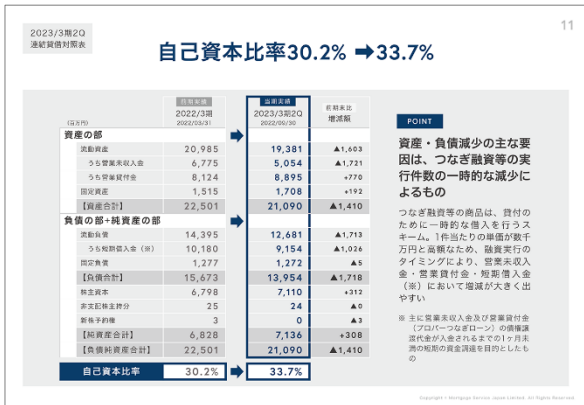
住宅瑕疵保険等事業は、前期 16.7%から当期 2Q 累計で 14.6%に下がっております。グリーン住宅ポイント制度に関連するサービスの取扱い件数が減少したことが要因です。

住宅アカデメイア事業は、前期 20.2%から当期 2Q 累計で 8.0%へと下がっております。先程もお話しました特殊要因によるものです。



住宅金融事業における店舗についてご説明いたします。

当期は 2Q 末日で新規開設が 6 店舗、純増は 4 店舗でした。前期までは大都市圏を中心に店舗を増やしておりましたが、当期に関しては**東北や岐阜、滋賀等のローカルにおける空白地帯を埋めて**いきました。大都市圏集中から地方都市の戸建住宅へと、市場構造がシフトしていることをふまえて出店しました。

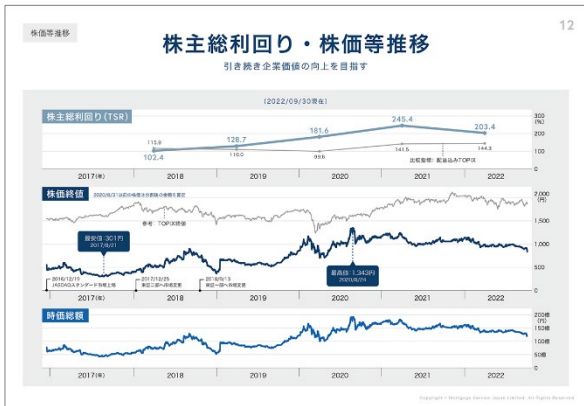


POINT

資産・負債減少の主な要因は、つなぎ融資等の実行件数の一時的な減少によるもの

つなぎ融資等の商品は、貸付のために一時的な借入を行うスキーム。1件当たりの単価が数万円と高額なため、融資実行のタイミングにより、営業未収入金・営業貸付金・短期借入金（※）において増減が大きく出やすい

※ 主に営業未収入金及び営業貸付金（プロパーつなぎローン）の償還額が当期に繰り入れられるため、1ヶ月未満の短期の資金調達を目的としたもの



2 | 今後の見通し



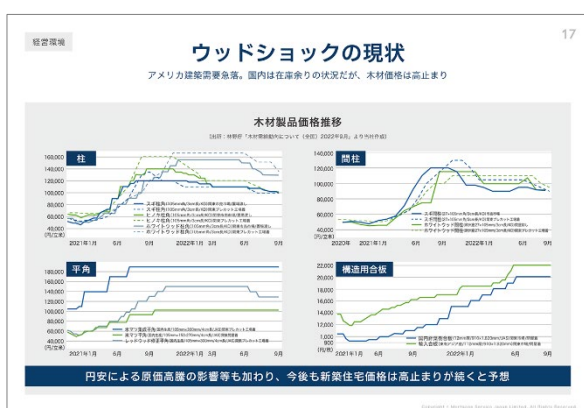
今後の経営戦略については、2022年6月に開催の株主説明会で詳しくお話ししましたので、ここでは補足説明にとどめます。

経営環境に関しては大きな変化はなく、むしろ加速している印象があります。



住宅価格指数について見ていきます。緑線のマンションは恒常的に右肩上がりとなっています。青線の戸建住宅は横ばいであったものが、コロナ禍以降、急上昇しています。

グラフにはありませんが、中古住宅もこれらの影響を受けて価格が上がっています。市場の中心が、新築住宅から中古住宅へと移る兆しが見えつつあります。

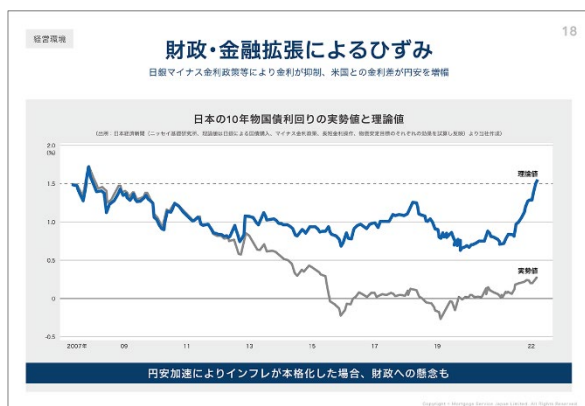


次に、持家（注文住宅）市場の今後を大きく左右するウッドショックについて見ていきます。

実は木材の先物価格はコロナ禍前まで値下がりをしていたのですが、ご覧のとおり現在の木材製品価格は高値の横ばいから下降傾向にはあるものの、今後も高止まりすると考えられます。また木材に限らず、他の原材料についても同じ傾向がありまして、住宅においては原価が急速に下がるという状況では全くありません。むしろ人件費等の間接コストの上昇が予想され、高値が継続していくと考えられます。

しかし、これは悪い面だけではありません。土地価格が安い郊外・遠郊外・地方都市においては、住宅市場が活性化する可能性があると思っております。

2 | 今後の見通し

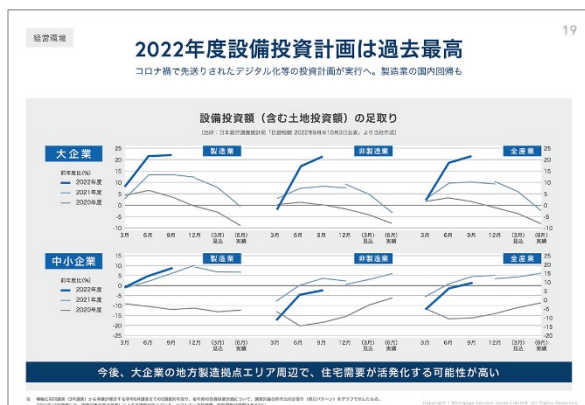


次に、当社グループにとってインパクトが大きい**金利動向**について見ていきたいと思います。住宅価格に加えて金利まで上がってしまいますと、消費者の購買力に限界が生じ、住宅市場が縮小する可能性があります。当社グループは、特に長期固定金利型の住宅ローンを主力商品としておりますので、金利動向は極めて重要です。

これは、先の10月23日付の日本経済新聞に掲載された記事のグラフなのですが、私は思わず注視してしまいました。このグレー線が、10年物国債利回りの実勢値になります。ご存知のように、日本銀行の政策により、0.25%を超えないように止まっている状態です。

もしも、何もコントロールをしなかった場合は、どこまで金利が上がるのか。その理論値がこの青線になります。現在10年物国債利回りが1.6%程度になっている試算になり、実勢値との差が1.3%程度もあります。つまりコントロールが終われば、金利が1.6%程度上がる可能性があるわけです。

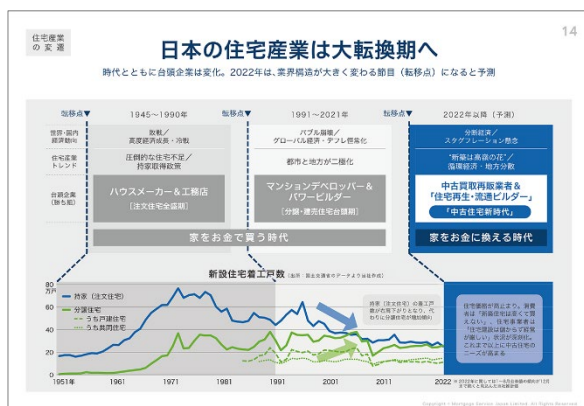
近年、長期固定金利型の住宅ローンが競争優位を失い、変動金利型の住宅ローンが勢いを増しています。変動金利型は0.5%を切るような低金利水準ですが、その背景には日銀の政策があります。今後、**もしコントロールが終われば「金利が上がる」というマインドへ一気に変わる**でしょう。金利変動リスクは、とても一個人が取れるものではありませんから、借入金利が変わらない長期固定金利型の方が安心だという流れが来ると思っております。私は、**来春以降、変動金利型から長期固定金利型への借り換えムーブメント**が来るのではないかと期待をしております。そうなれば、当社グループの収益を押し上げる要素になります。



もう一点、地方都市のポテンシャルについて触れたいと思います。

10月3日に発表された日銀短観によりますと、2022年度に入り9月までの設備投資額が、製造業を中心に歴史的な高水準となりました。世界の分断により、海外の製造拠点が国内に回帰する動きが増加していることが見て取れます。これは、**今後地方都市に多くの雇用が生まれ、住宅需要が活発化する可能性**を秘めていることを示しています。地方都市は都心に比べ土地の価格も安いことから、新築住宅の費用が抑えられ、住宅需要も盛り上がり期待されます。私はこの点にも大きなポテンシャルを感じております。

2 | 今後の見通し



最後に、今後の戦略についてご説明します。

当期いっぱい、あるいは来期の初頭あたりまでは、インフレによるコスト増加、持家（注文住宅）の着工件数減少の影響が残るかと考えております。従いまして、業績が急速に改善するようなことは見込んでおりません。

当社グループでは **2022 年以降「中古住宅新時代」と**なると予測しております。コストプッシュインフレに加え、金利も上昇に向かうとすると、新築住宅から中古住宅へ市場の中心がシフトすると見ております。当社グループは、この産業構造の変化にいち早く対応することが、最も重要な戦略であると考えております。

中長期的な経営戦略は、2022 年 6 月に開催の株主説明会でご説明したと大きく変わってはおりませんが、当社グループが注目する **「3 つのポテンシャル」**について触れたいと思います。

一つ目は、**中古住宅市場の拡大**です。コストプッシュインフレに加えて、もし金利が上昇すると、新築住宅より相対的に価格の安い中古住宅のニーズが一気に高まると考えられます。以前から当社グループでは、中古住宅向けのサービス開発に注力しておりますが、このタイミングを逃さず、さらにスピードを上げて推進してまいります。

二つ目は、**住宅ローン借り換え市場の拡大**です。具体的な時期は申し上げにくいのですが、来春以降、変動金利型から長期固定金利型への借り換えニーズが高まると期待しております。

三つ目は、**住宅瑕疵（かし）保険の延長保証保険という新たな市場の拡大**です。当社グループで取り扱っている住宅瑕疵（かし）保険の制度が開始したのは 2008 年のことで、当社グループでは 2010 年頃より取扱い件数が増加しました。当時の保険が 10 年の満期を迎え、引き続き延長保証保険に加入頂くケースが増えており、今後も拡大が見込まれます。

新築住宅市場は厳しい状況ですが、当社グループには、住宅ローンの借り換えや延長保証保険等、新築住宅だけに限らずに、これから成長が期待できる商品があります。また 1 軒の住宅に対して、複数の商品を縦積みしていく「One ハウス Multi ファイナンス」という戦略も着実に進めております。短期的な急成長をするのは難しいと思っておりますが、**当社グループは厳しい経営環境のなかで少しずつではあっても、着実に成長し続けることを最も重要な経営目標**としております。ぜひ中長期的な視点をお持ち頂き、引き続きご支援を賜れればと思っております。以上をもちまして終わらせて頂きます。

2 | 今後の見通し

戦略の
ポイント1

「家をお金に換える」という新しい価値

住宅を耐久消費財ではなく資産とお金を生ませる

住宅資産額と住宅投資額累計の日米比較

（※注：国土交通省のデータより当社作成）

日本では、住宅取得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100万円も下回っている

インフレによって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350万円 × 3割 → 約105万円
② 約105万円 ÷ 約3,200戸 → 1戸当たり約328万円
③ つまり、1戸当たりの現在資産価値が約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

「住宅の資産化」は、当社グループのあらゆる事業の起点

20

Copyright © Mortgage Service Japan Limited. All Rights Reserved.

戦略の
ポイント1

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襲により世界大戦に発展する懸念を呼び、グローバル経済をけん引した中国と、南米諸国の分離化も進行。インフレの長期化が避けられない事態へ

住宅事業者は、デフレからインフレへ転換できなければ生き残り難しく

デフレ脳	インフレ脳
価値があるもの 現金・物産	価値があるもの 現金・物産（現金はどんなに増やしても増えない）
経済的展望 「何年か先まで高値で売れる」（必ずしも現実的。売却価格が安いことは数年まで売上が停滞している家賃収入型の物件、売却が困難でも、売却益が期待できる物件）	経済的展望 「何年か先まで高値で売れる」（必ずしも現実的。売却価格が安いことは数年まで売上が停滞している家賃収入型の物件、売却が困難でも、売却益が期待できる物件）
価値 現金・物産	価値 現金・物産（現金はどんなに増やしても増えない）
リスク 現金・物産	リスク 現金・物産（現金はどんなに増やしても増えない）
インフレへの対応 現金・物産	インフレへの対応 現金・物産（現金はどんなに増やしても増えない）

インフレ下の勝ち条件

- ① 産業エリア・土地取得の安い環境外/企業が集積する地方都市
- ② 都市圏上での生活コストが低く安定
- ③ 都市圏とのつながり・通勤環境が良い（生活利便性）
- ④ 賃金水準・賃金の増減・賃金が安い
- ⑤ 賃金水準・賃金の増減・賃金が安い
- ⑥ 賃金水準・賃金の増減・賃金が安い
- ⑦ 賃金水準・賃金の増減・賃金が安い

21

Copyright © Mortgage Service Japan Limited. All Rights Reserved.

戦略の
ポイント2

中古住宅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	売り手	住宅事業者
選択肢の不満 ・物件数が少ない 品質に対する不安 ・購入後不具合が多い・売却後が心配 ・電気代（冷暖房）もかわりそう 情報不足に対する不安 ・リフォームにいくらかかるかわからない ・修繕費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	売却価格への不満 ・査定額が低くつらかった ・売却後が心配 ・スローに売却できるかの不安 ・いくらかかるかわからない ・リフォームしてからの売却が難しい ・売却後が心配 ・売却後が心配 ・売却後が心配	中古住宅事業のノウハウ不足 ・不動産仲介は手間で買付価格の確保も少ない ・物件数を増やしたい ・リフォームや改修工事などで増やしたい ・価格が安い ・物件数を増やしたい ・物件数を増やしたい ・物件数を増やしたい
課題の解決策 ・物件詳細情報の開示 ・保険・保証制度の提供...etc.	課題の解決策 ・住宅資産価値維持の仕組み ・「家をお金に換える」支援...etc.	課題の解決策 ・住宅事業者の強みを活かしたビジネスモデルの創造...etc.

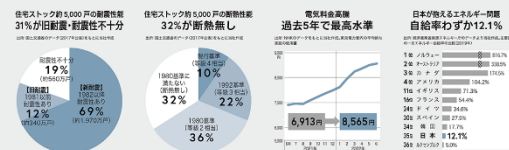
22

Copyright © Mortgage Service Japan Limited. All Rights Reserved.

2023年3月期 第2四半期 決算説明レポート

戸建中古住宅の流通において、改修工事による品質向上が不可欠

- ・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.

2 | 今後の見通し

当社グループ&住宅事業者の強みを組み合わせる



➡ 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

「地域に相付く住宅建築のプロ」にしかできない業態転換を、住宅事業者に調査

住宅再生・流通ビルダー

「家にお金に換える」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

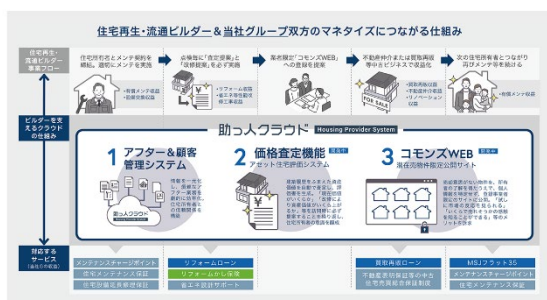


中古住宅ビジネスにおける各事業領域（イメージ）

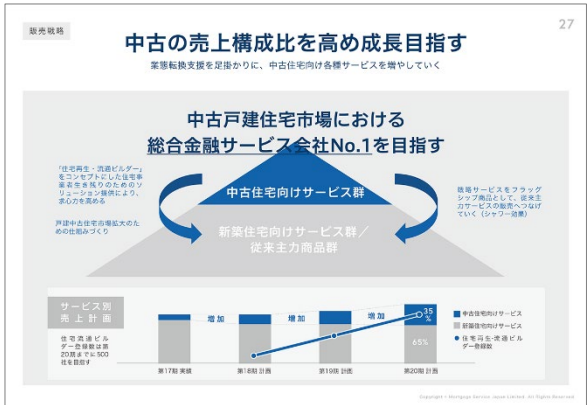
	会場・ メニュー	施設名称	小規模 リフォーム	住宅修繕 等工事具	費金	災害被害者 に対する支援 （国・市）	被災世帯 数	リバーシブル
不動産商协会社		×	×	×	×	○	△	○
リフォーム協会（水曜橋）		×	×	×	×	×	×	○
リノベーション会社		×	×	×	×	○	○	○
同校内敷会社		○	×	×	×	○	○	○
（従来の工務店・ビルダー）		○	○	○	×	○	○	○
住宅再生・流通ビルグループ		○	○	○	×	×	○	○

- ・ 住宅性能改善工事は、高度なノウハウと専門知識が必要なので参入障壁が高い。工務店・ビルダーなら、中古住宅流通に不可欠な「両立」の強みがある点となる
- ・ 住宅所有者の人数から、地域に密着した工務店・ビルダーの強み。伝統的な中古住宅売買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

複数の金融サービスの販売につなげ、収益を累積



2023年3月期 第2四半期 決算説明レポート



2 | 今後の見通し

