

Mortgage Service Japan Limited

June 29th, 2023

日本モーゲージサービス株式会社
第18期 株主説明会

～生き残り戦略こそ
最強の成長戦略である～

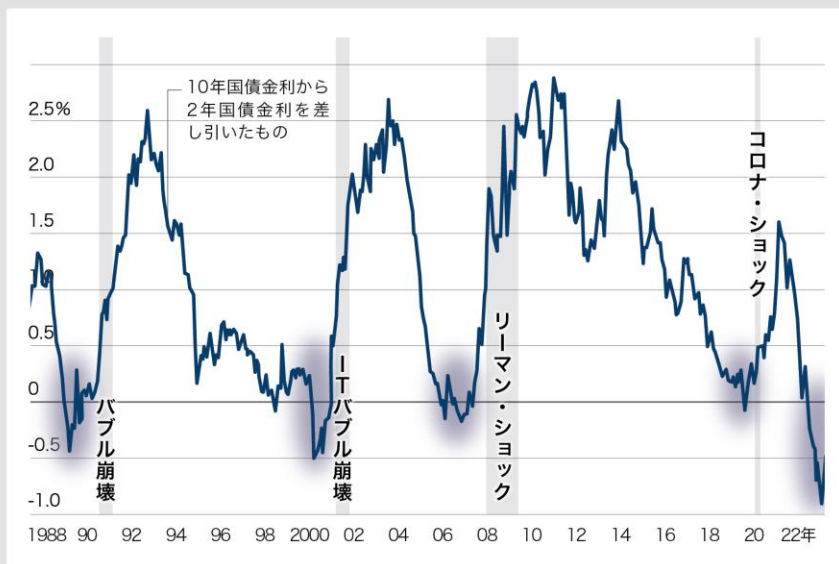
日本経済はスタグフレーションへ向かう

米国経済指標等に見られる「厳しい先行指標」の数々。日本経済への影響を注視



国債 長短金利差

景気後退の予兆と言われる「逆イールド」発生



消費者物価指数の急上昇

1970年代の歴史的インフレ水準に迫る



世界貿易量は2008年にピーク
グローバル経済の限界を示唆



中堅・商業銀行の資金不足
リーマン・ショック並みの水準

(2008年9月)



金利動向は、住宅産業に甚大な影響

変動金利型住宅ローンが主流という共通点をもつイギリスでは

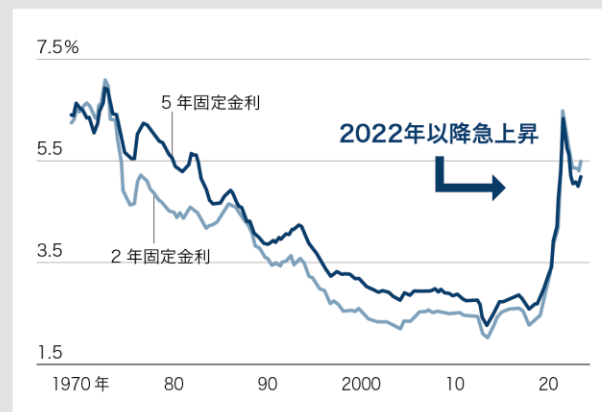


インフレ根強く



住宅ローン金利上昇

直近3カ年で3%以上も上昇



家計負担が深刻化

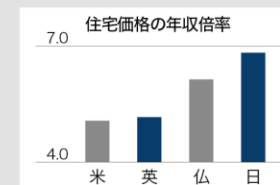
収入に占める住宅ローン返済負担が50%超



「日本だけは、インフレでも金利は上がらない」は幻想にすぎない
住宅価格の年収倍率が高い日本ではさらに深刻化も

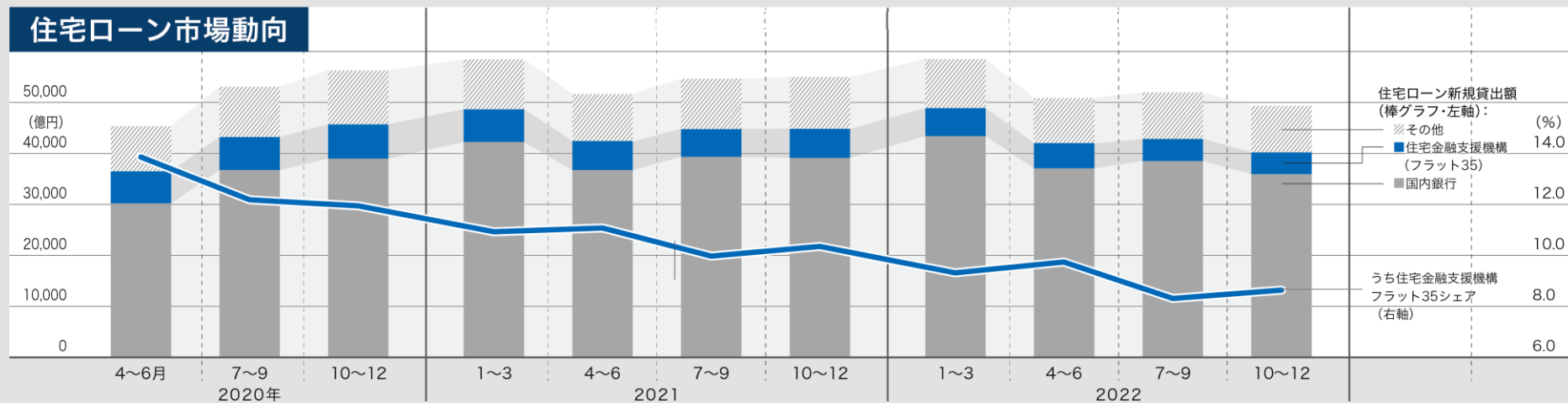
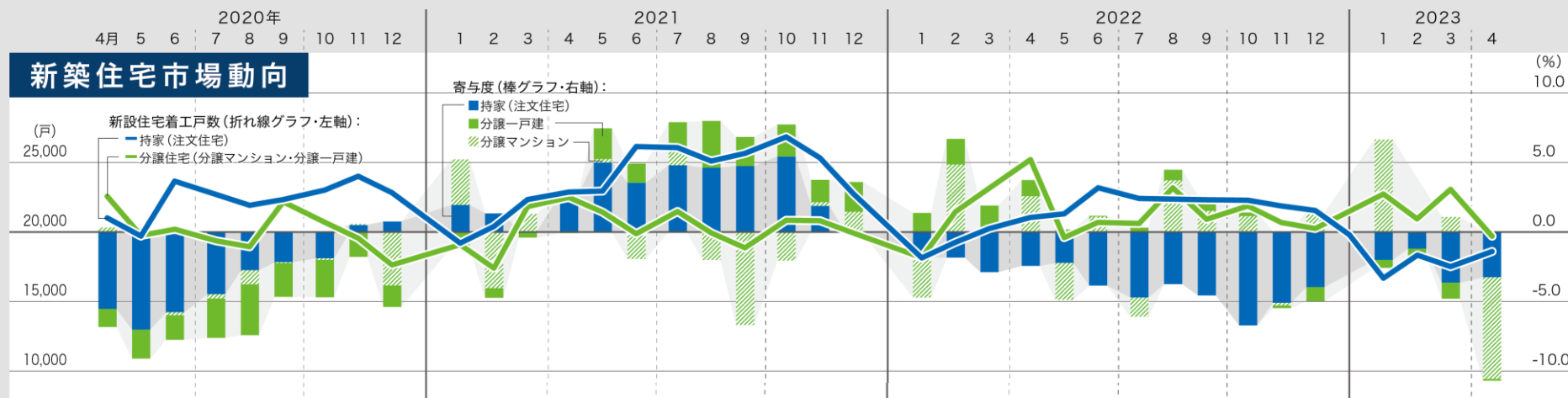
住宅ローン金利が数%上昇すれば、住宅産業は壊滅的な打撃

金利上昇時期を正確に予測することは不可能ゆえ、精度の高い業績予測も困難



持家（注文住宅）に続き、分譲住宅も停滞

住宅ローン市場においてはフラット35のシェアが縮小



生き残り戦略こそ最強の成長戦略である

攻撃的な待ち姿勢を取りつつ確実に生き残り、
残存者利益と混乱期後の成長チャンスをつかむ

戦略①
提携・連携の推進

戦略②
中古住宅向け事業の推進

戦略③
戦略エリアの抽出

- 2023年～24年は、予測不能な混乱期ゆえ、希望的観測による数値計画や拡大戦略をたてることは、経営の足かせやリスクになるとの危機感
- それよりも混乱期ゆえに生じる産業の隙間を見つけ、「成長の分岐点」を見定め、変化に直ちに対応することに重点を置く
- 混乱期を生き残ることができれば、残存者利益が確保できる

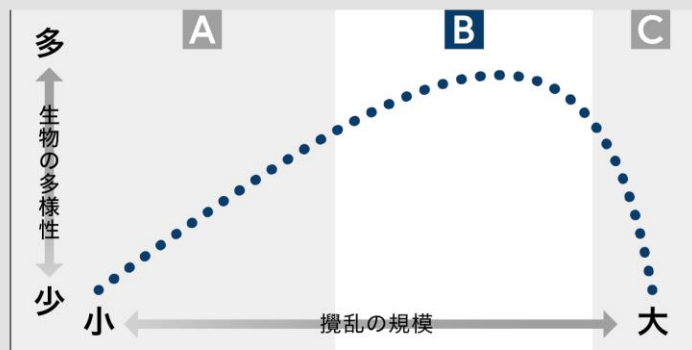
生き残り戦略は「弱者の生存戦略」に学ぶ

混乱期こそ、成長の分岐点がある

J.H.コネル（米・生物学者）
「中規模攪乱仮説」

中規模の攪乱期が、最も生態系が多様になる

中小企業にとって「チャンス期」



1978年、コネルがヘンリー・ホーンの論文の一部を引用して潮間帯における岩礁生態系をモデルに提唱した仮説

環境変化が少ない時(A)は競争的排除が起こり、強者が生き残る(⇒生物の種類が減る)

環境変化が大きい攪乱期(C)は高いストレスに耐えられる者だけが生き残る(⇒生物の種類が減る)

生物学の仮説を
経済に当てはめて
考えてみると

環境変化が少ない時期

例・1973年～1984年の安定成長期
(高度成長期とバブル経済の狭間)
・失われた30年(デフレ期)

中規模の攪乱期

例・太平洋戦争直後混乱期(闇市)
・バブル崩壊期
・リーマン・ショック
・現在(2023年)??

環境変化が大きい攪乱期

例・第一次世界大戦
・第二次世界大戦

稲垣栄洋
「弱者の戦略」

弱者必勝の条件

中規模攪乱期に発生する「ニッチ市場」を狙う

弱者必勝の
条件

- 弱者は「複雑さ」を好む
- 弱者は「変化」を好む
- 「最悪」の条件こそ「最高」である
- 新たなニッチはどこにある
- パイオニアという生き方

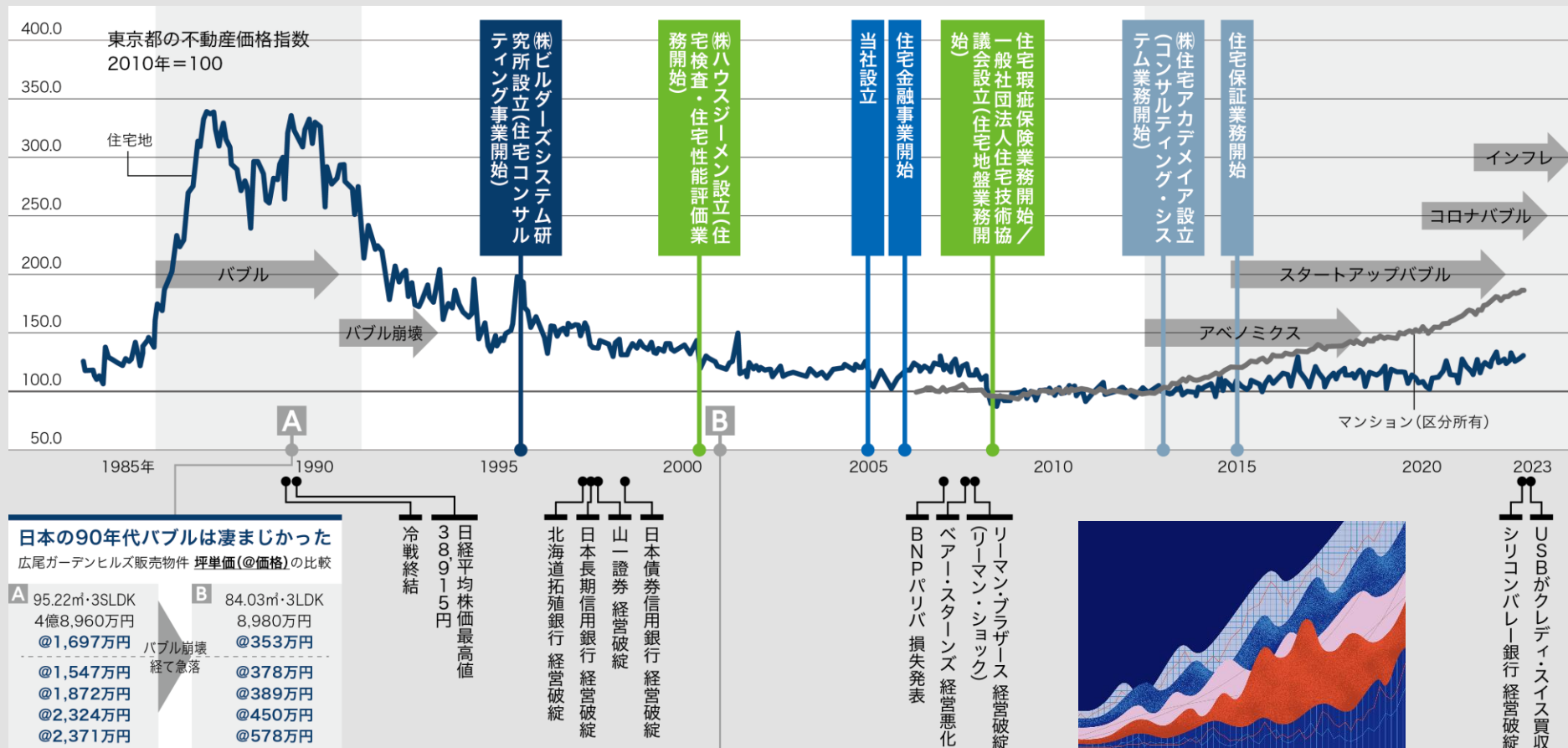


当社グループ
戦略

- 巨大市場のなかの「ニッチ市場」を狙う
- 対象市場を絞り込み、競争を避ける
- 衰退市場は、競争が少ない
- 中規模攪乱期にこそニッチ市場が発生する
- 新築市場は強者、ストック循環市場は弱者

グループの歴史は混乱期に掴んだチャンス

金融危機に伴いニーズが高まった保証・保険など、混乱期に生まれた「産業の隙間」



住宅事業者をとりまく厳しい経営環境

中小住宅事業者を支えた従来型の住宅フランチャイズ(FC)が抱える課題

日本における 住宅フランチャイズ(FC)の歴史

- ・ハウスメーカー型
- ・ノウハウ提供型
- ・コンセプト提供型
- ・工法・資材供給型

バブル崩壊以降 様々な課題が噴出

- ・ブランド訴求力の低下
- ・信用補完難しく
- ・低い生産性
- ・消費者の購買力低下

住宅フランチャイズは崩壊状態

- インフレ
- 供給制約
- 与信・信用喪失
- 新築市場縮小

中小住宅事業者
単独では
厳しい局面に

新たな住宅産業ネットワーク（住宅FC2.0）の必要性が高まる カギは「信用補完」「合理化」

中小住宅事業者群と 周辺企業による合従連衡



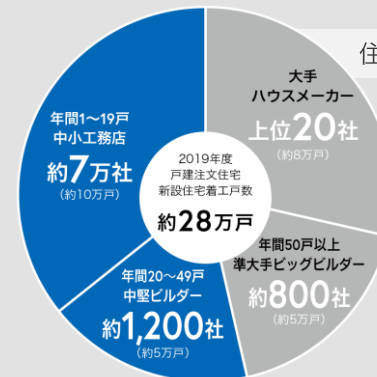
- ・事業提携・連携
- ・情報集約によるパーチャル垂直統合



- ・資本提携・M&A
- ・資本集約による垂直統合

当社グループが資本提携ではなく事業提携型を採用する理由：

→当社の資本力では現実的な手法
激しい変化に対応しやすく、リスクも最小限で済む



住宅産業は中小企業群が重要な担い手

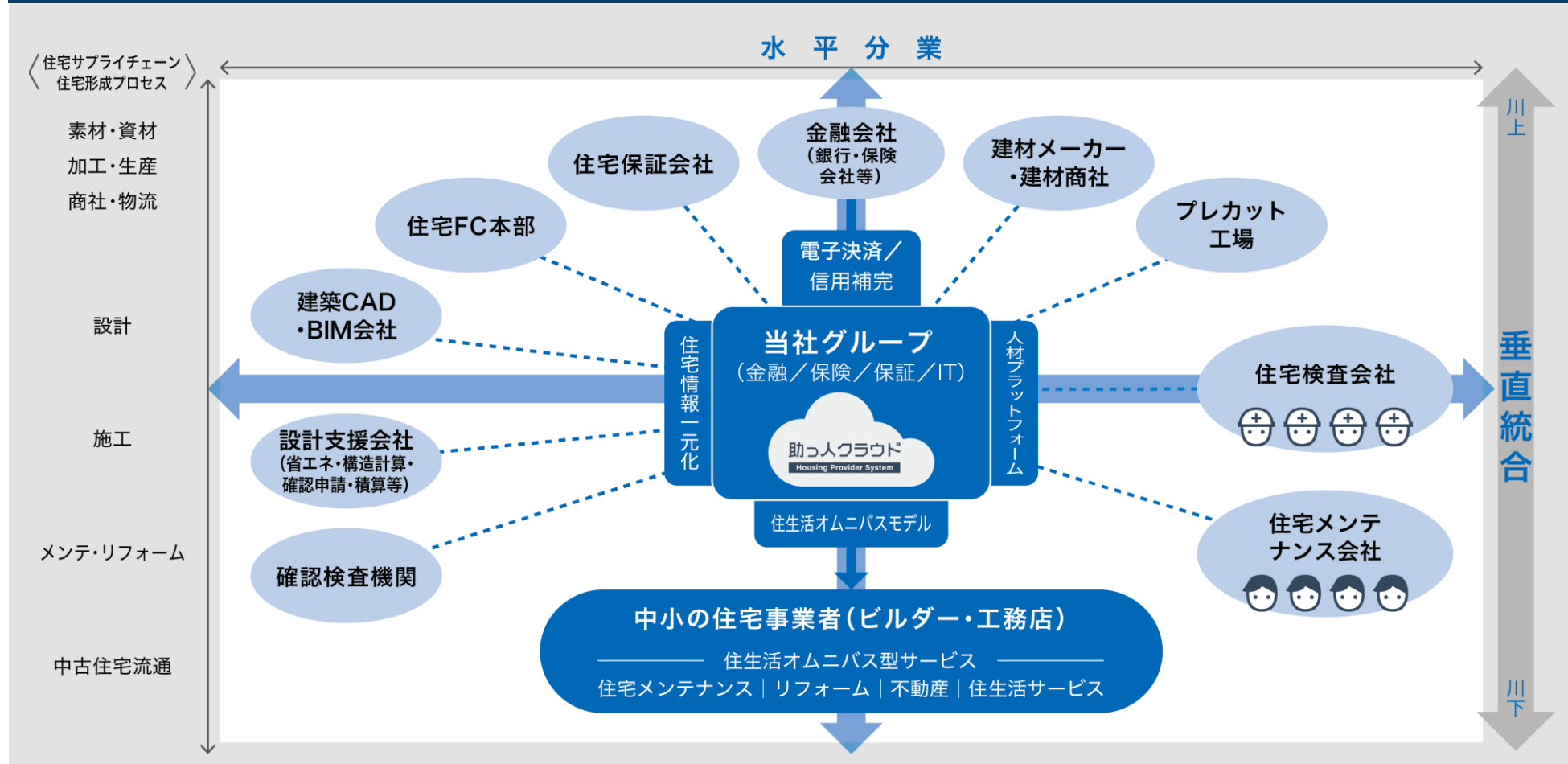
当社グループは
「ビルダーズバンク」
として中小住宅事業者に
対する経営支援に強み

左/国土交通省公表値をもとにした当社推計値

金融がつなぐ新たな住宅産業ネットワーク

当社グループは、プラットフォーマーのポジション狙う

住宅FC 2.0：事業提携・情報統合による、信用補完・合理化プラットフォーム



イノベーション挑戦の好機到来

3つの要素が重なり、住宅産業の合理化・与信問題解決の不可逆的ストーリーが生まれる

1

BIMの進歩

背景

三次元で建物を設計する技術。大型建築分野では10年程前より普及するも、住宅分野では手間がかかる等の理由から普及が進まず。しかし近年、AIによりデータを自動生成できるようになり、コスパが急上昇

→ ポイント

断熱材、金物、部品の詳細情報等の積算根拠もデータ化されるため、実行予算の精度が格段に向上。従来別業種にて作成していた木材加工図、施工図等も抽出できるため、工数やコストが大幅に圧縮できる

2

改正資金決済法施行

背景

改正資金決済法が2023年6月1日に施行され、米ドルや円等の法定通貨を裏付け資産とするステーブルコインが日本で発行できるようになった

→ ポイント

ステーブルコインはモノとお金の動きをブロックチェーン上で相互に関連づけ即時決済を可能にする。モノと決済のタイミングがずれるほど高まる与信リスクを、限りなく最小化できる。また、企業の請求・支払いに関するフローも画期的に合理化する

3

中小住宅事業者経営危機

背景①

現在、中小の住宅事業者は殆ど与信がない状況。全国各地で資材・建材の売買や工事の継続が難しい事態が頻発し、日本の住宅産業を支える中小企業群が危機的状況にある

背景②

住宅形成プロセスは、資材・建材の製造から建設現場の施工に至るまで、非常に長く複雑。中小零細企業中心の多業種・多工種が多いゆえに不合理が積み重なりコストがふくらむ構造となっている。インフレも重なり、住宅価格は消費者購買力の限界を超えている

その結果、**材工分離発注**※ が可能に

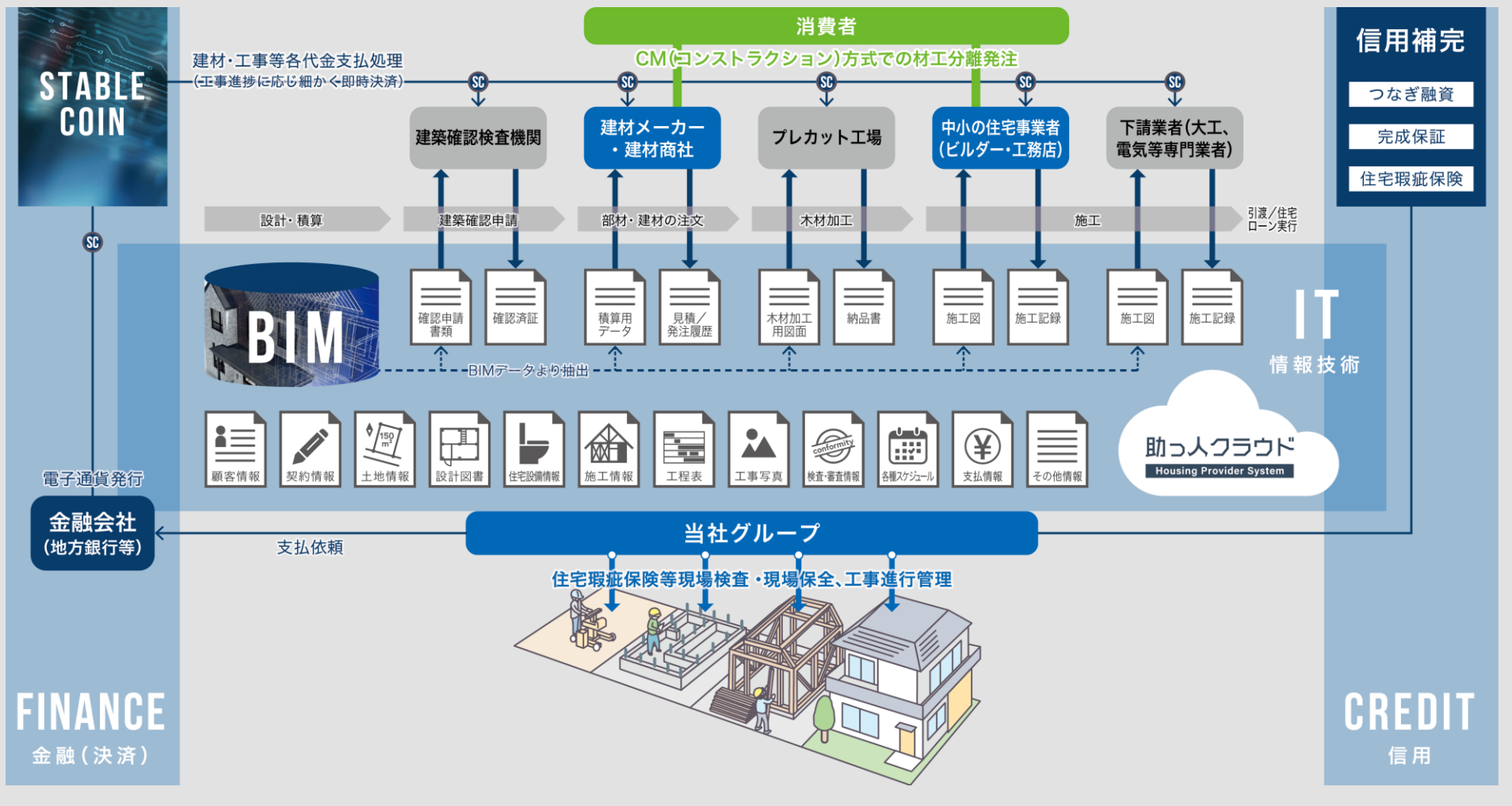
住宅産業における不合理・コスト高問題／与信問題を同時に解決

与信に関係なく、中小の住宅事業者が住宅建設できる
それだけではなく、産業構造も画期的に合理化でき、住宅価格コストダウンも可能に

戦略①
提携・連
携の推進

材工分離を可能にするプラットフォーム

金融・IT・信用補完の全て持つ当社グループにしかできない価値



戦略②
中古住宅向け
事業の推進

IT駆使し金融でマネタイズ

いずれ必ず来る中古住宅市場拡大期に向け、サービス開発を継続



製造業「国内回帰」エリアへ注力

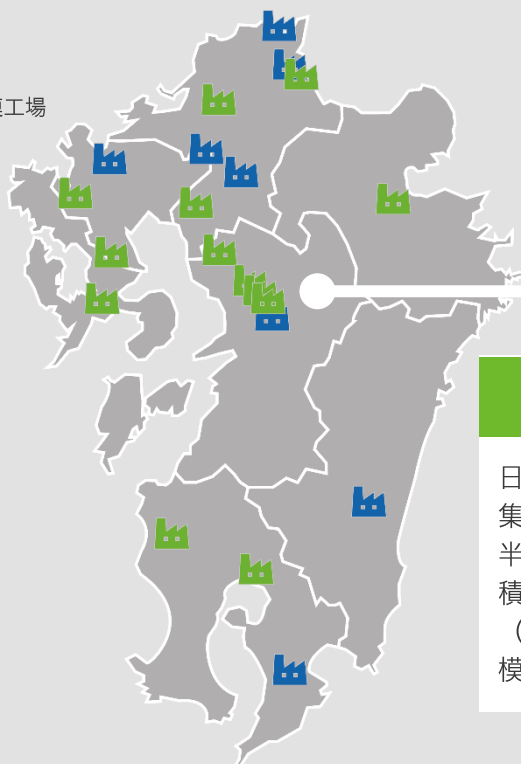
地政学リスクの高まり等受け国内設備投資計画相次ぐ。雇用と住宅需要の拡大を予測

九州市場の中期的ポテンシャルの高さ

工場増設等の設備投資計画

(凡例)

■：半導体関連工場
 ■：ほか工場



熊本県

日本の半導体関連企業が集中するエリアのひとつ。半導体世界最大手「台湾積体電子製造」(TSMC)も進出、大規模な雇用が見込まれる

全国で国内回帰を掲げる企業増加

海外調達等を行っている企業の4社に1社が「国内回帰」または「国産回帰」を実施・検討（帝国データバンク調べ）
 経済産業省でも「サプライチェーン対策のための国内投資促進事業費補助金」など国内回帰を後押し

製造業の国内生産回帰及び設備投資の動き（抜粋）

TDK	7年ぶりに国内に工場新設	秋田
SMC	サプライヤー誘致	岩手
SUBARU（スバル）	電気自動車（EV）生産工場を27年移行稼働	群馬
ルネサスエレクトロニクス	パワー半導体工場再稼働	山梨
アイリスオーヤマ	物流拠点・工場新設	岡山
JFEエンジニアリング	洋上風力発電新工場建設	岡山
帝人フロンティア	医療用ガウン工場新設	愛媛
キオクシア	フラッシュメモリ工場新設	岩手
加賀東芝エレクトロニクス	パワー半導体製造棟新設	石川

設備投資に連動して現地雇用拡大。新築・中古ともに住宅ニーズ高まる予測

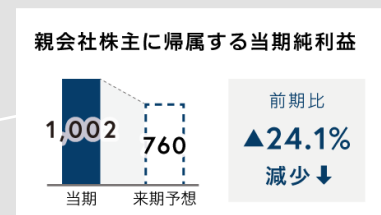
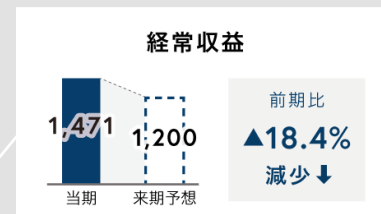
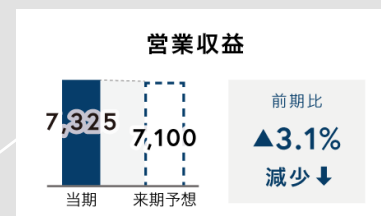
混乱期を生き残り、チャンスをつかむ

来期予想：連結営業収益71.0億円・営業利益12.0億円

当期実績	
第18期 2022/04/01～ 2023/03/31	
(百万円)	
営業収益	7,325
住宅金融事業	3,230
住宅瑕疵保険等事業	3,473
住宅アカデミア事業	621
営業利益	1,471
住宅金融事業	892
住宅瑕疵保険等事業	496
住宅アカデミア事業	81
営業利益率	20.1%
経常利益	1,471
経常利益率	20.1%
当期純利益	1,002
当期純利益率	13.7%



来期予想			
第19期 2023/04/01～ 2024/03/31		当期比 増減額	当期比 増減率
営業収益		▲225	▲3.1%
住宅金融事業		▲247	▲7.7%
住宅瑕疵保険等事業		▲4	▲0.1%
住宅アカデミア事業		26	4.2%
営業利益		▲270	▲18.4%
住宅金融事業		▲294	▲33.0%
住宅瑕疵保険等事業		▲19	▲3.9%
住宅アカデミア事業		43	53.0%
営業利益率			
16.9%			
経常利益		▲270	▲18.4%
経常利益率			
16.9%			
当期純利益		▲241	▲24.1%
当期純利益率			
10.7%			



補 足 資 料

第18期業績及び当社グループの概要

営業収益73.2億円・営業利益14.7億円

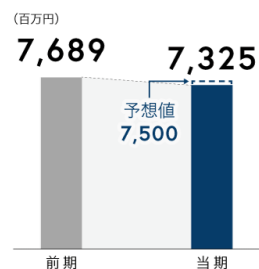
営業収益・営業利益ともに予想値を若干下回る

TOPICS

- 住宅業界では、持家（注文住宅）の新設着工戸数が前年同月比マイナスで推移し、影響を受ける
- 当社グループは、グループ一体での差別化営業や住宅事業者の多角化支援を推進

営業収益

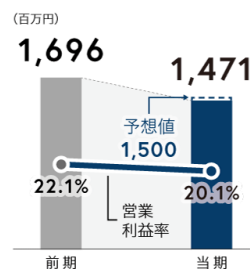
73.2 億円



前期比 ▲4.7% (▲3.6億円)

営業利益

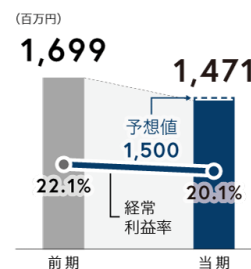
14.7 億円



前期比 ▲13.3% (▲2.2億円)

経常利益

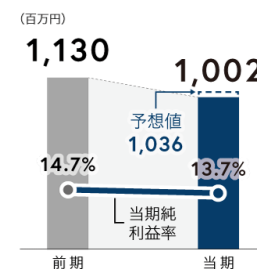
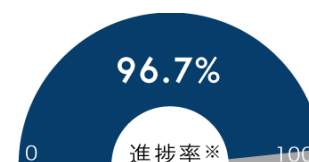
14.7 億円



前期比 ▲13.4% (▲2.2億円)

親会社株主に帰属 する当期純利益

10.0 億円



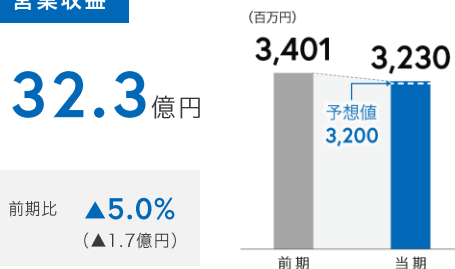
前期比 ▲11.4% (▲1.2億円)

減収減益も全事業で黒字を確保

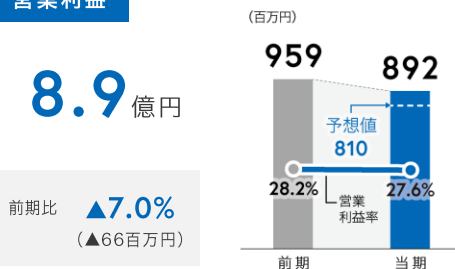
持家（注文住宅）の新設着工戸数縮小の影響を受ける

住宅金融事業

営業収益



営業利益

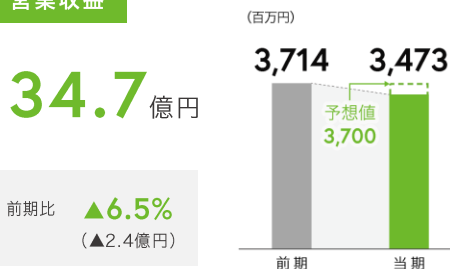


TOPICS

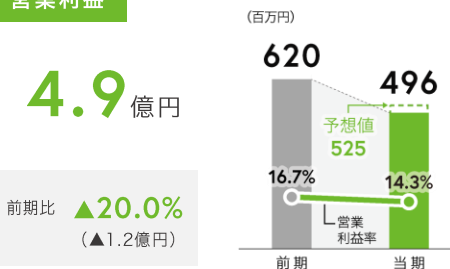
- 全国のフラット35市場が停滞するなか、競合他社と比べマイナス幅は縮小。商品の多角化も進展

住宅瑕疵保険等事業

営業収益



営業利益

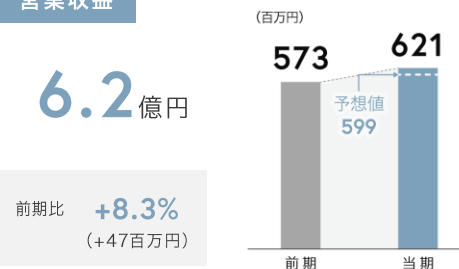


TOPICS

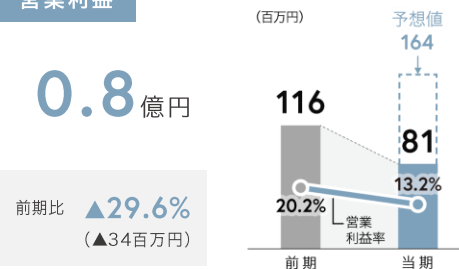
- 助っ人クラウドと保険の同時営業を推進
- 全国の持家（注文住宅）新設着工戸数が前期比マイナスで推移、影響を受ける

住宅アカデメイア事業

営業収益



営業利益

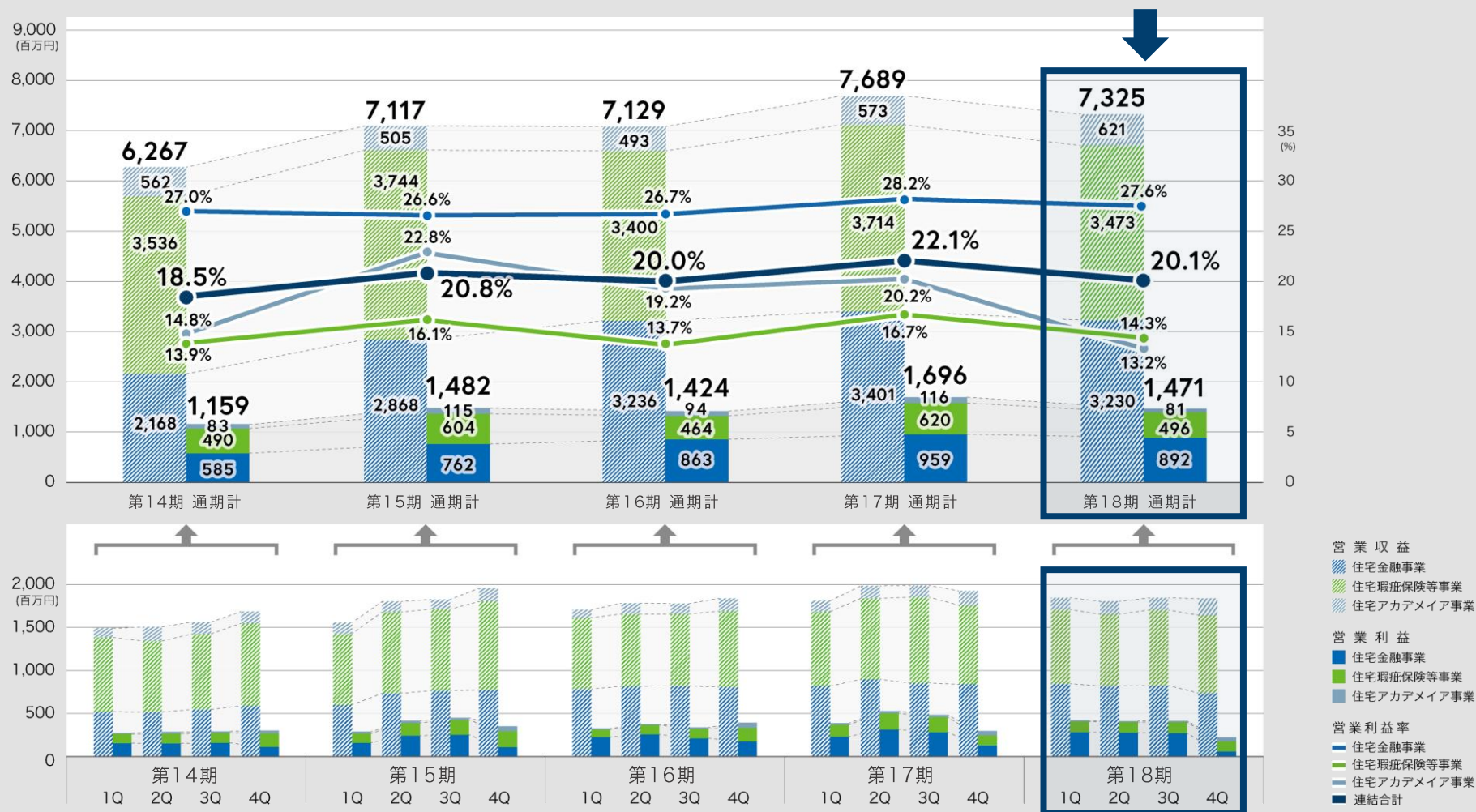


TOPICS

- 注文住宅向けサービス件数増加により営業収益が前期比増
- 宿泊型住宅展示場の運営体制再構築等によりコストが増加

3事業のシナジーにより事業加速を目指す

住宅金融事業を基盤に、3事業での収益縦積みを狙う

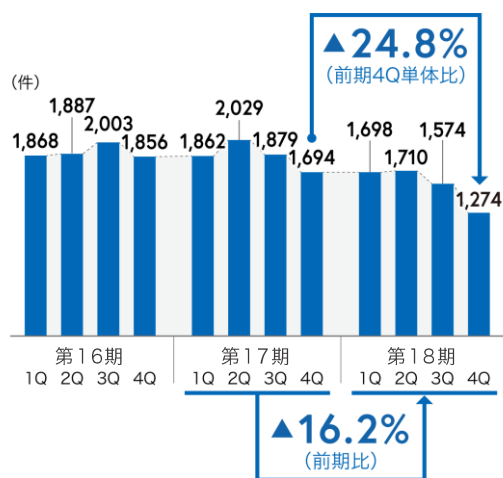


グループ一体での差別化推進の成果

住宅金融事業

融資実行件数推移

(MSJフラット35、プロパーローン等、当社の貸付商品の融資実行件数の合計。銀行代理ローン商品および提携ローン商品は除く)



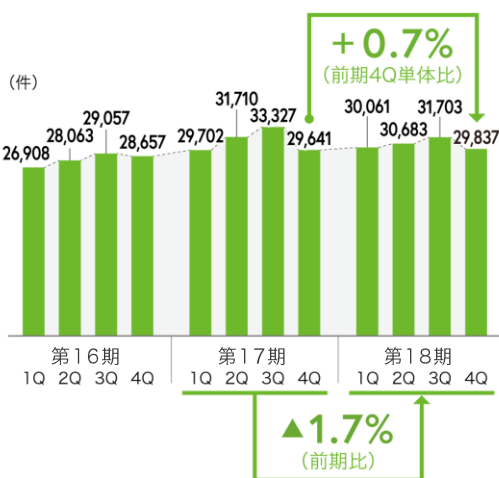
TOPICS

- 全国のフラット35市場が停滞するなか、競合他社と比べ通期マイナス幅は縮小。商品の多角化も進展

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

(こどもみらい住宅支援事業対象住宅証明書等の時限的な経済政策に対応するものは除く)

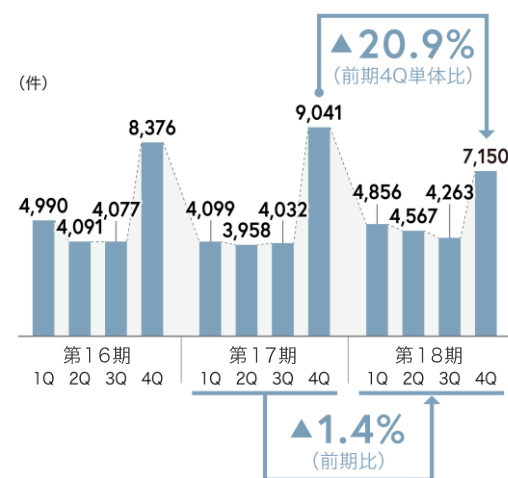


TOPICS

- 市場縮小の影響受け、前期比マイナス。こどもみらい住宅支援事業に関連し、省エネ関連サービスが増加

住宅アカデメイア事業

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

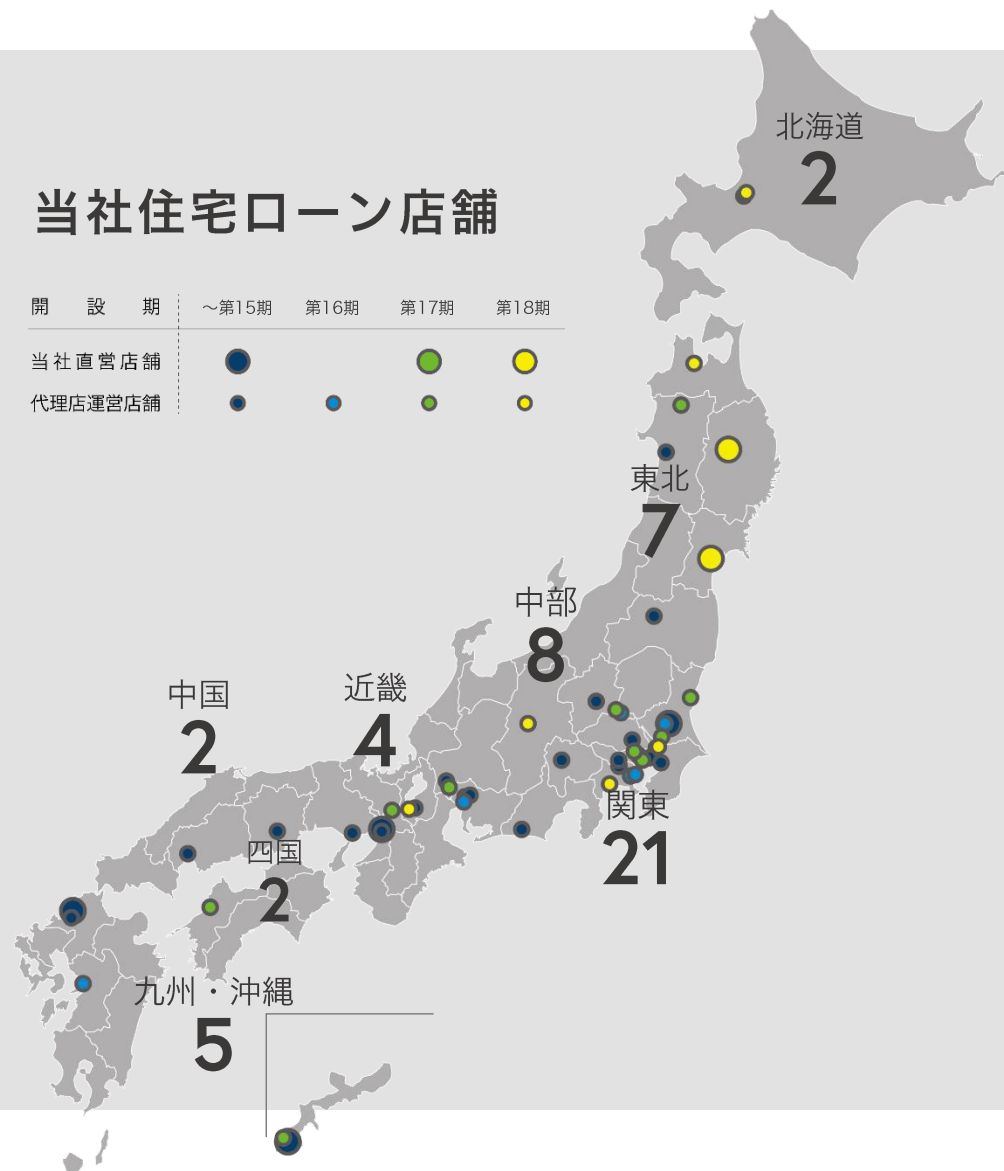
- 注文住宅向けサービスが取引社数・件数ともに増加。分譲住宅向けサービスは減少

全国に51拠点

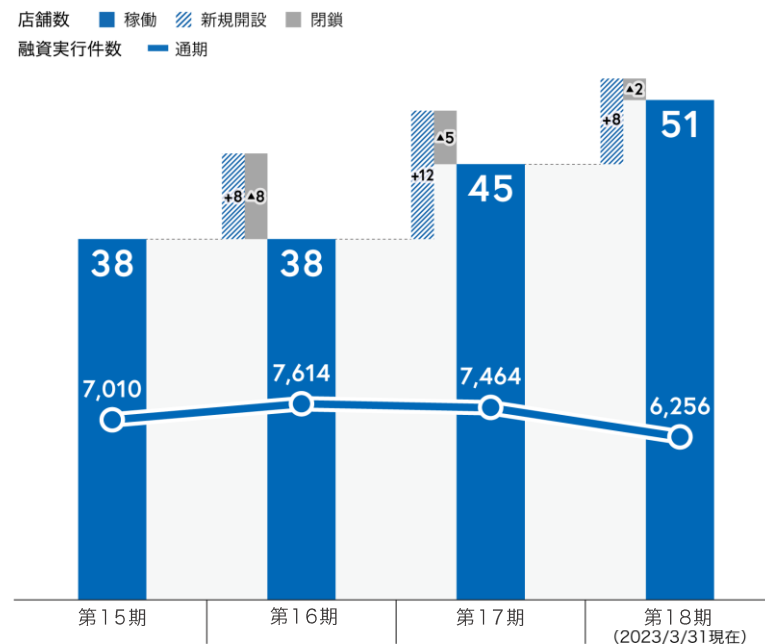
当期は8店舗を新規開設

当社住宅ローン店舗

開設期	～第15期	第16期	第17期	第18期
当社直営店舗	●		●	●
代理店運営店舗	●	●	●	●



住宅ローン店舗数・融資実行件数推移



融資実行件数は、MSJフラット35、プロパーローン等、当社の貸付商品の融資実行件数の合計。銀行代理ローン商品および提携ローン商品は除く

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）

B

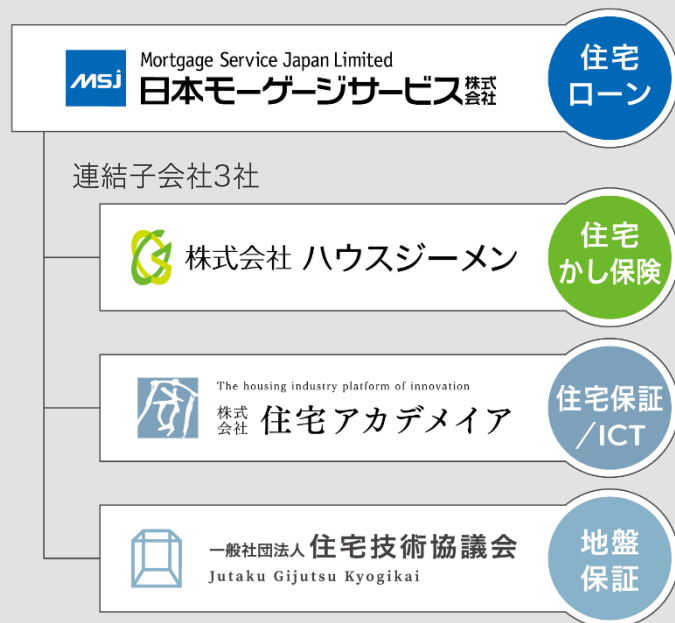
当社グループ（MSJグループ）

B

住宅事業者

C

消費者



ハウスメーカーや
工務店、不動産会社など
（特に中小規模）



住宅購入者や
住宅所有者など



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

住宅アカデメイア事業

事業主体： 株式会社住宅アカデメイア※

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

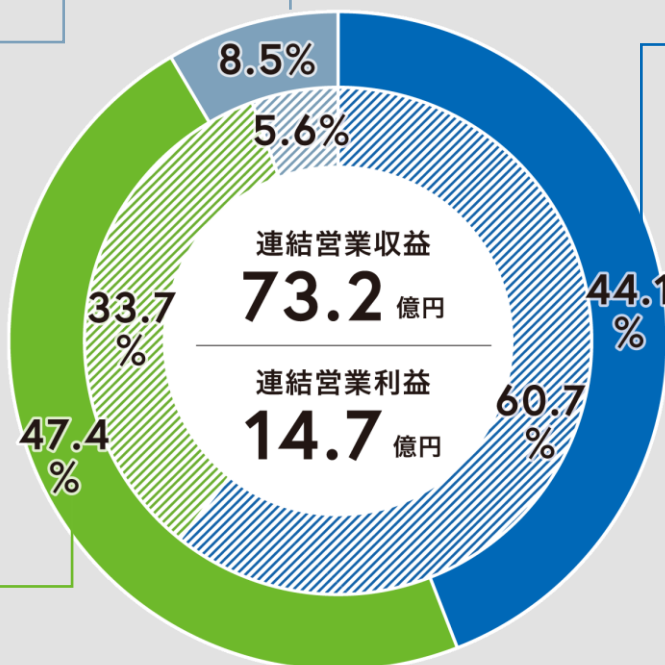


事業セグメント①

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18期 営業収益

内円：第18期 営業利益

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

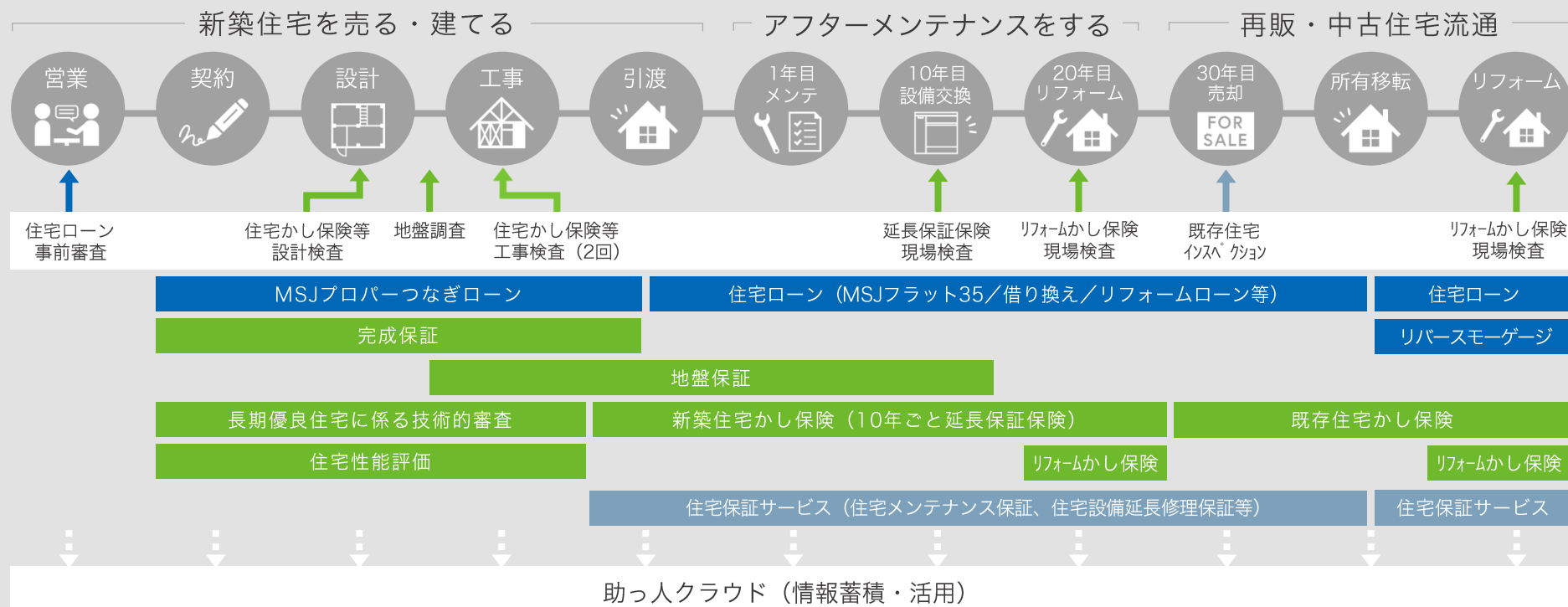


幅広いラインナップ

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

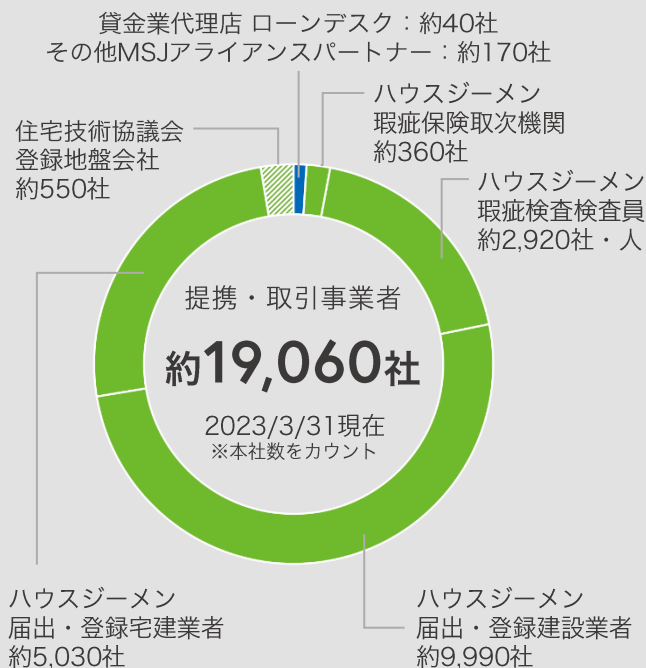
住宅産業のインフラとして
大きなチャネルネットワークを有する



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18期
営業利益率

20.1%

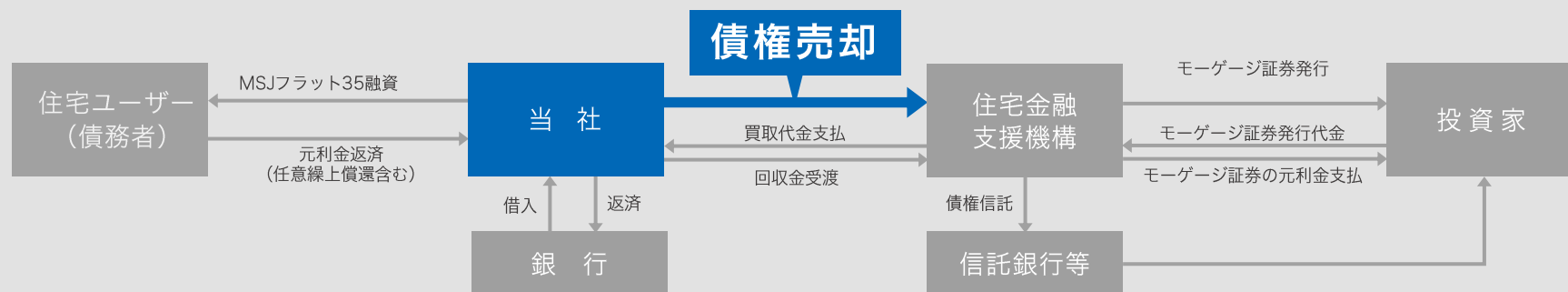
第18期
ROE

14.0%

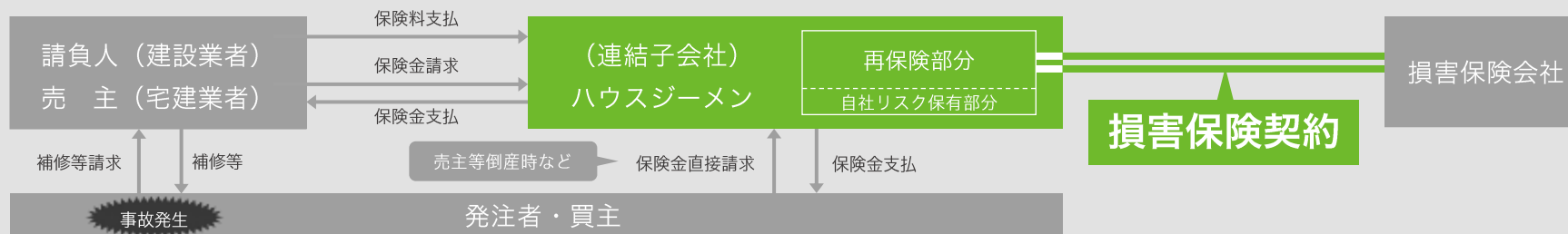
貸付・保険等のリスク最小化

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

2024年3月末基準割当を以て株主優待制度は廃止

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