

日本モーゲージサービス株式会社

2024年3月期 決算説明レポート

決算発表日：2024年5月9日

CONTENTS

- 1 | 2024年3月期 決算概要
- 2 | 2025年3月期 経営戦略

本レポートは、当社 IR サイトにて公開している「2024年3月期決算説明動画（2024年3月期決算説明資料をもとに、スライドを抜粋し順番を入れ替えてご説明しているもの。収録日：2024年4月26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 | 2024年3月期 決算概要 … **営業収益は71.1億円（前期比2.9%減）、営業利益は13.9億円（同5.0%減）と減収減益となるも、連結業績予想に対しては達成。**当社グループが主力とする持家（注文住宅）や、全国のフラット35市場が縮小する厳しい環境において、住宅金融事業は商品多角化が進展し利益率向上

2025年3月期の見通しは、営業収益72.5億円（当期比2.1%増）、営業利益10.8億円（同22.7%減）を予想
- 2 | 2025年3月期 経営戦略 … **多角化・高付加価値・ワンストップを推進する従来の「オンリーワン戦略」と、コスト削減のためのプラットフォーム開発という「未来への種まき」**の2軸で持続的な成長を目指す



Mortgage Service Japan Limited

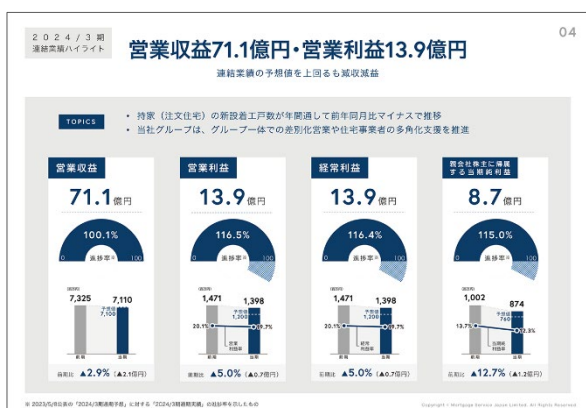
日本モーゲージサービス株式会社

1 | 2024年3月期 決算概要



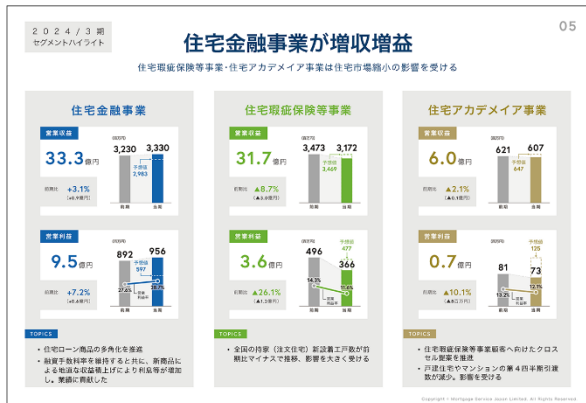
日本モーゲージサービス代表取締役社長の鶴澤でございます。2024年3月期の決算説明をさせていただきます。

本日は、まず初めに決算内容をご報告させて頂き、その後、短期的な戦術・見通し、そして中長期的な戦略について簡単にご説明させて頂きたいと思っております。



2024年3月期は、**営業収益は2.9%の減収、営業利益は5.0%の減益**という結果でした。かなり厳しい経営環境の中では踏ん張ったと捉えており、**計画値に対しては住宅金融事業の貢献により上振れ**しておりますが、残念ながら減収減益に終わりました。

1 | 2024年3月期 決算概要

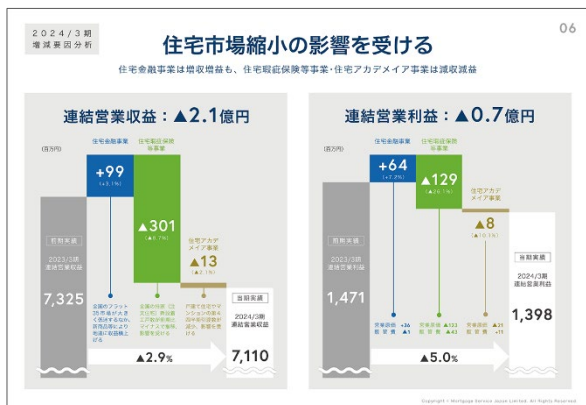


セグメントによってはかなり凸凹があります。

住宅金融事業は、過去最高益だった前々期に並ぶレベルとなり、営業利益は約6億円の計画値に対し、実績が9億5,600万円となり、かなり上振れしました。

一方、**住宅瑕疵保険等事業は苦戦を強いられ、営業利益が前期比26.1%の増益**となり、計画値4億7,700万円に対しても3億6,600万円と、大きく届きませんでした。

また、**住宅アカデミア事業も、新設住宅着工戸数減少の影響を受け、10.1%の増益**となりました。計画値1億2,500万円に対しても7,300万円という結果となりました。



それでは各セグメントについて詳しくご説明します。

住宅金融事業に関しましては、**主力商品であるフラット35の市場規模が、ここ数年、前期比で3割減り続けており、市場縮小が未だ続いております。**しかし当社においては、フラット35以外の変動金利型等商品が伸びており、これらの貢献によりフラット35の落ち込みを補いました。

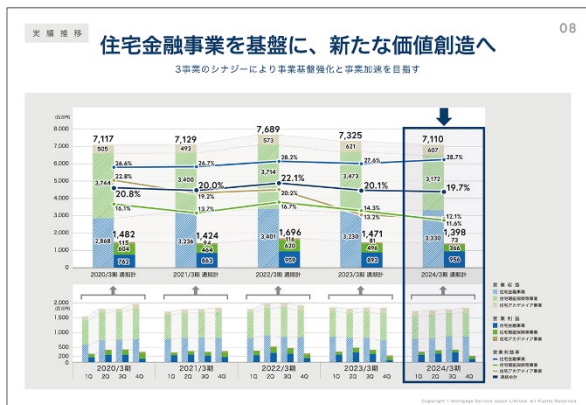
住宅瑕疵保険等事業に関しては、**持家の新設住宅着工戸数マイナスの影響**を大きく受けて大幅な減益となりました。これが連結業績減益の一番の理由となっています。

住宅アカデミア事業に関しても、住宅瑕疵保険等事業と構造は同じです。**分譲マンションの価格は急上昇していますがデベロッパーの供給戸数は相当に減少**しており、減益となりました。



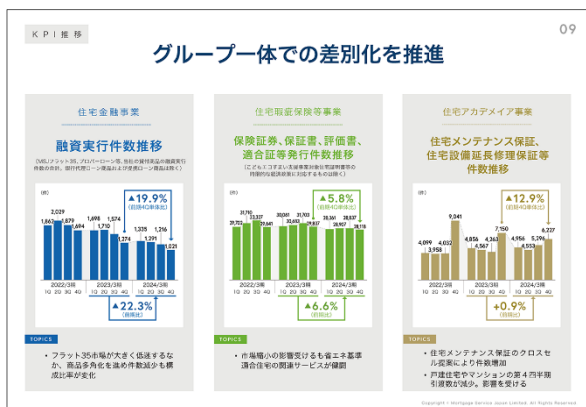
繰り返しになりますが、**連結業績は減収減益となるものの、計画値に対しては住宅金融事業の貢献により上振れ**となりました。

1 | 2024年3月期 決算概要

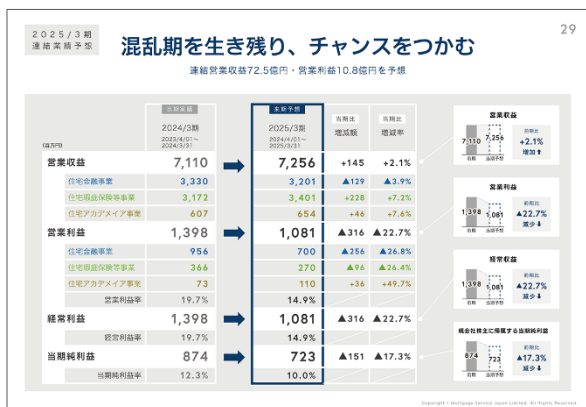


過去 5 期分のトレンドで見ると、踊り場が続いております。

当期の営業利益率に関しては、住宅金融事業は 28.7% と前期比プラスとなっていますが、住宅瑕疵保険等事業及び住宅アカデミア事業は前期、前々期の利益率を下回っております。この踊り場からどのように抜け出すかが、今最も大きな課題だと認識しております。



次に KPI を見ていきますが、当然のことながら良くありません。3 事業全てにおいて弱いトレンドは変わってはおりません。



来期の計画ですが、**営業収益としては微増、営業利益は当期 13 億 9,800 万円のところ、11 億円弱**と見通しております。

市場競争が激化するなかで、利益率の更なる低下、そして本社移転費や人件費等のコストアップ要因もあり、営業収益は微増、営業利益は減益と予想しております。

1 | 2024年3月期 決算概要

株主還元		30				
企業グループとしての投資資金を確保しつつ、安定した配当を継続して行う						
	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期 計画	
1株当たり配当金	20.00円	20.00円	20.00円	20.00円	18.00円	
配当性向	30.4%	26.0%	29.3%	33.6%	36.6%	
1株当たり当期純利益 (円)	65.88	76.99	68.17	59.48	49.19	

当社は、株主への利益配分につきましては経営の重要課題の一つと認識しており、企業グループとしての投資資金を確保しつつ、安定した配当を継続して行うことを基本方針としております。
 しかしながら、厳しい経営環境はしばらく続くと考えており、2025/3月期は営業収益は当期比2.1%増、営業利益は前22.7%減と、見直しは減益と予想しております。このようななかで、未来の糧まきのため投資資金を一定確保する必要があるため、2025/3月期においては年間配当金を18.00円とさせて頂くこととなりました。
 配当性向は36.6%を計画しており、厳しい事業環境下において株主の期待に最大限に利益を還元させて頂きたいと考えております。収益基盤の強化に向け、更なる経営努力を重ねてまいりますので、御理解の程宜しくお願い申し上げます。

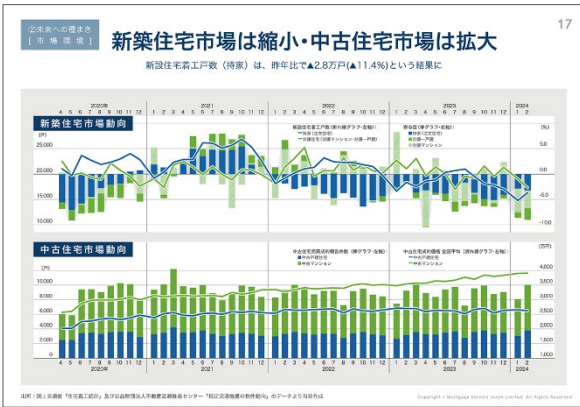
株主還元についてご説明いたします。

来期は上振れ、下振れの両方の可能性があります。先にご説明した計画値に着地すると想定して、**来期は配当性向 36.6%に増加、配当金に関しては現時点で 20 円から 18 円**とさせて頂き、今後の業績を見ながら動かしていきたいと考えております。

2 | 2025年3月期 経営戦略



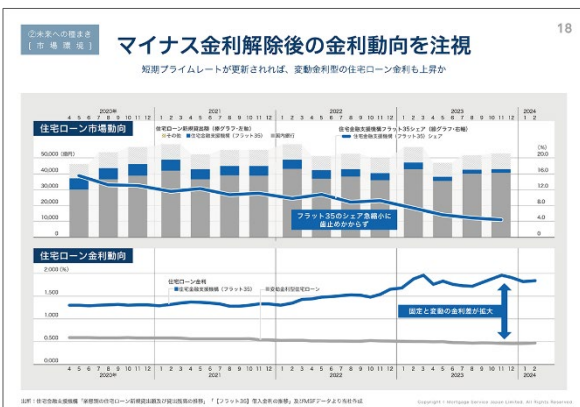
ここから経営戦略のご説明に移ります。



まず前提となる、経営環境の認識についてお話いたします。

上のグラフは**住宅着工統計の推移**です。青い棒グラフが当社グループの重要な市場である「持家（もちや）」になりますが、ご覧のように下降トレンドは変わっておりません。私は、**まだ底打ちしていないとみており、マイナスは続く**と考えております。

下のグラフは**中古住宅流通件数の推移**です。当社においては、中古住宅への融資が既に4割以上となっており、私は、中古住宅のマーケットが安定して微増を続けているような実感を持っています。**中古住宅の市場拡大ポテンシャルは高く、当社グループでも新築から中古への事業シフトは重要なテーマ**だと捉えております。

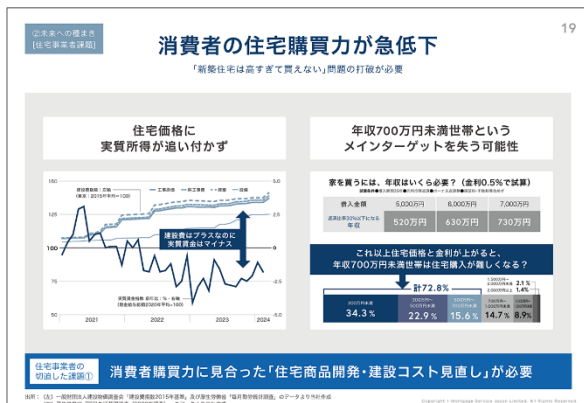


上のグラフの青線は**フラット35のシェア**ですが、2020年では約16%だったものが、**2024年には約4%までにシェアが縮小し、融資金額も減少**しています。これも住宅着工統計と同じく、底はまだ見えていないと認識しております。

下のグラフは、変動金利と固定金利の推移になります。まるでワニの口のように差が開いているこの金利差がフラット35の競争劣化を生む最大の理由となっています。まだ差が縮まる様子はありません。以上のように、経営環境としては、かなり厳しい状況が続くという認識を持っております。

しかし、**今後インフレが恒常的に続きますと、固定金利型フラット35の優位性は高まっていく**と考えております。例えば2%の固定金利で住宅ローンを借り、その後3%のインフレになり自宅の価値も上がりますと、1%の利回りがあることとなります。あと1年もすれば、固定金利の優位性も徐々に認識され始めると考えており、ポテンシャルはまだあると捉えております。

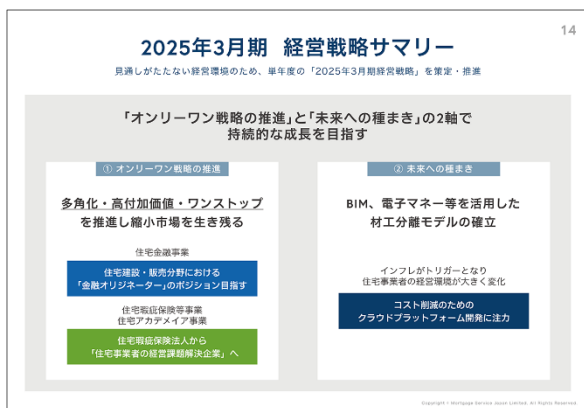
2 | 2025年3月期 経営戦略



次に、いま当社グループで、一番の産業課題だと捉えている住宅購買力の低下についてご説明させていただきます。

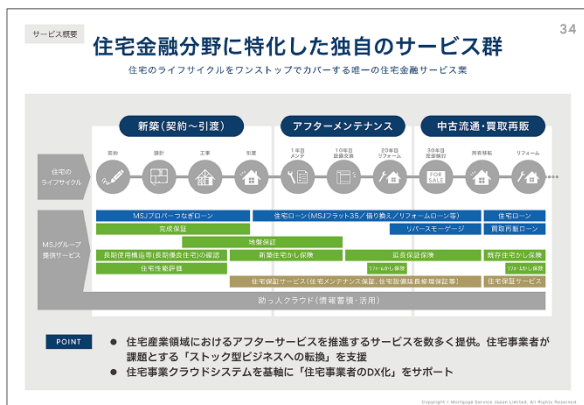
実質賃金は、ここ3年ほどゼロを下回りマイナスが続いています。一方で、**住宅価格を構成する資材や労賃といった原価は、ご覧のようにインフレで右肩上がり**となっています。この差が、消費者の住宅購買力低下を表しています。

日本における住宅市場は、年収700万円未満世帯がメインターゲットになり、年収700万円～1,000万円未満世帯を含めると全世帯の9割以上を占めています。ところがこの中間層の住宅購買力が急速に低下してしまっています。ひと言で言いますと、家が高過ぎて買えないのです。中間層が家を買えないとなると、住宅市場そのものが急縮小してしまうことになり、この問題解決こそが、当社グループの中長期戦略として最も大事なことだと考えております。



このような経営環境を受け、当社グループとしては、短期的、中長期的な2つの視点で、戦略・戦術を考えております。

短期的な視点では、この1年をどのように勝ち残っていくか。また中長期的な視点では、消費者の住宅購買力低下という大きな問題をどのように解決していくのが重要だと捉えております。



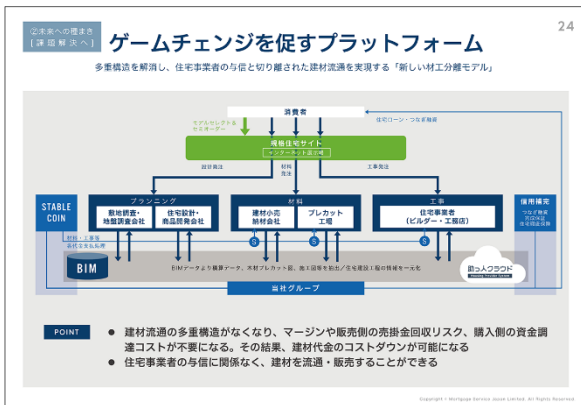
短期スパンでは、当社は新商品によって急成長していくことは難しいですが、**従来からのワンストップ戦略をさらに推進し、生き残りをはかり**ます。**住宅金融分野のオンリーワン企業として、住宅の戸数は減っても、1戸に対してサービスを積み重ね、1戸あたりの売上額、手数料額を上げて利益率を上げていくことに尽きる**と思っております。

2 | 2025年3月期 経営戦略



もう一つは積み上げ型のストック循環、つまり**中古住宅戦略も推進**していきます。

当社グループでは、自社開発のクラウドに、約70万戸分の住宅の情報が蓄積されておりますが、これを活用して中古住宅流通につなげ、サービスを積み上げマネタイズするビジネスモデルをブラッシュアップしていきます。



一方で、中長期的には、先ほど申し上げた「**住宅コスト問題**」の解決に取り組み、従来の産業モデルからの**ゲームチェンジを目指す戦略**となります。インターネットを使い、建材の複雑な流通工程を短縮・合理化し、消費者が建材会社からダイレクトに材料を買い、住宅事業者に工事を発注できる仕組みを、プラットフォームとして作り上げることができるのが大きな課題だと考えております。

DX化が進みづらいと言われていた住宅産業ですが、実は技術的な面で言えば、既に様々な技術が出来上がっております。

例えばBIMというのは、3次元CADのことで、AIを使い2次元から3次元に変換する技術です。BIMは2次元CADとは比較にならないほど、精緻な情報を持たせることができます。縦横高さ何ミリの材料を何立米組み立てていくのか等、まるでバーチャル上に家があるような形で住宅の設計ができます。プロが材料を手拾いして積算しなくとも、どんな建材がどれくらい必要なかが詳細に明らかになりますので、消費者が建材を発注することも可能になるわけです。

2 | 2025年3月期 経営戦略

22

近年への進展 (評価観点への壁)

建材サプライチェーンが多層で複雑

コストが積みあがる3つの理由

部品が多い・中間業者が多いというふたつの多重構造がコスト削減の壁に

建材サプライチェーンイメージ

理由① 消費者の手に渡るまでにマージンが積みあがっていくから
物件ごとに異なる部品を集める必要があり中間業者を介出し、最終的には建設工事費と一体で、住宅事業者から消費者へ転売される

理由② 中小企業が多いから
中間業者・住宅事業者共に中小企業が多く、取寄せ等の高単価調達コストや、購入額の資金調達コストなどが上乗せされる

理由③ 商流や商習慣が複雑多岐だから
住宅部品点数が多い上、部品・材料ごとに商流や商習慣も異なり、効率化に繋がりにくい

建材サプライチェーンは大変に複雑で、これが住宅価格のコストダウンにおいては重要な要素です。スライドで示しているのは一次卸と二次卸が入っていますが、それでも短い方で木材においては中間業者が7社ほど入ります。それぞれが中小零細企業になり、間接コストが相当積み重なっています。私は、もし消費者がBIMによる精緻な積算データをもとに、建材会社に直接発注することができれば、住宅の材料において20%前後のコストダウンが可能なのではないかという仮説を持っています。

24

近年への進展 (評価観点への)

ゲームチェンジを促すプラットフォーム

多重構造を解消し、住宅事業者の与信と切り離された建材流通を実現する「新しい材工分離モデル」

POINT

- 建材流通の多重構造がなくなり、マージンや販売側の売掛金回収リスク、購入側の資金調達コストが不要になる。その結果、建材代金のコストダウンが可能になる
- 住宅事業者の与信に関係なく、建材を流通・販売することができる

当社グループとしては、**住宅事業者に無償で提供している助っ人クラウドや、信用補完のための住宅瑕疵(かし)保険やつなぎ融資等のサービスを組み合わせ、消費者保護や住宅事業者のリスクヘッジ機能を持つプラットフォームを作りたい**と考えております。一気に作ることは難しいと考えておりますが、合理的な住宅形成プロセスをつくり上げるべく、何としても挑戦をしていきたいと考えております。

20

近年への進展 (住宅事業者課題)

住宅建設業の薄利・赤字が深刻化

インフレ、法改正により建設コスト上昇。厳しい経営環境続く

建設資材高止まり
ウッドショック後も戻らず

相次ぐ法改正で
人件費・建設費が上昇

労働者保護、資工率増進等、コスト高要因が増加

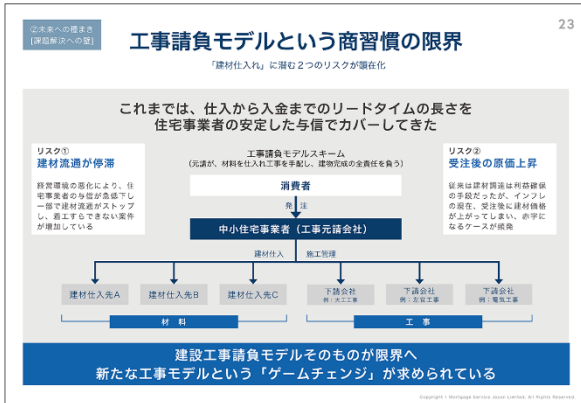
年次	労働者保護	資工率増進	コスト高要因
2023年4月	中小企業も月60時間超の勤務時間割増賃金の適用が引き上げ		人件費上昇
2024年4月	建設業でも時間外労働の上限が厳格化で縮小		人手不足・人件費上昇 (建設2024年問題)
2025年4月		全ての新築住宅・住宅等に必ず本基準賃金を適用し、4%増額を義務	建設費上昇・人手不足

建設資材は個別ごとに高値が異なりサプライチェーンが複雑で、材料単価も下がったとしても、製造後在庫に下りない。在庫確保、人手不足等により建設コストが上昇。米欧連立労働者保護法が導入され、その影響を受け建設材料が高値となっていることが懸念

住宅事業者の切実な課題② 中小住宅事業者のウイークポイントである「生産性改善」が急務

また、労働基準法の改正による「建設2024年問題」や、省エネ法の改正によって、コスト上昇要素が増えています。今後とも住宅価格は恒常的に値上がりをしていくと考えられます。

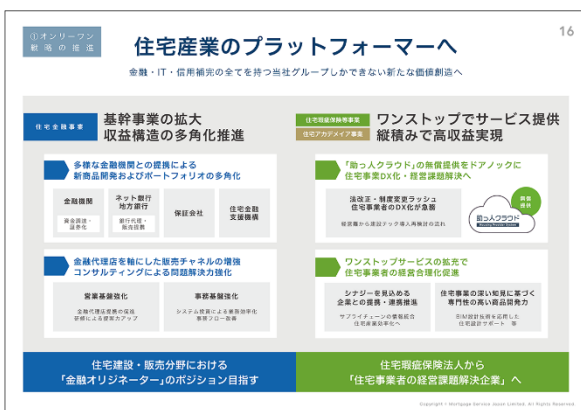
2 | 2025年3月期 経営戦略



従来のスタンダードである「工事請負モデル」は、リスクを取ることによってリターンを取るというものでした。しかしインフレ等の環境変化により、中小住宅事業者が従来の与信を取っていけないなか、リターンが取れずリスクだけを取っているような構造になってしまっており、これを「新しい材工分離モデル」にどのように変えられるかというのが、大きな鍵であると考えております。



革新を実現するための重要な3つの要素が、BIMとステーブルコイン、そして当社グループのサービスです。BIMという3次元CADの登場により、精緻な積算や施工管理が可能となりました。また、ステーブルコインという電子マネーの登場により、モノとお金の同時決済ができるようになり、中小住宅事業者の与信問題解決やサプライチェーン合理化の可能性が見えてきました。今当社グループでは、消費者がインターネットを通じて住宅建設の契約を行い、消費者名義で建材を買い、工事は別に発注することで、15%から20%のコストダウンが可能になるのではないかという仮説を持ち、中長期戦略を組み立てております。



金融とIT、当社グループの保険や保証等の信用補完サービスやクラウドを組み合わせ、住宅の革新的な価格低下コストダウンのプラットフォームをつくり、そこでマネタイズを行うていく。住宅分野において、金融、DX、信用補完を一緒に動かせる企業は他にはなく、この強みを活用して画期的な住宅建設のコストダウンモデルを築き上げていきます。

中間層の住宅購買力低下によって、厳しい局面にある住宅産業における、当社グループの最大のミッションだと捉え、奮起してまいりますので、引き続きご支援のほどよろしくお願いいたします。

- 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・戦略等に関する情報は、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。