

2025年3月期 第2四半期(中間期) 決算説明レポート

決算発表日：2024年11月5日

目次

- 1 | ハイライト … P.1
- 2 | 2025年3月期中間期 決算概要 … P.2
- 3 | 2025年3月期 経営戦略 … P.5

- 本レポートは、当社IRサイトにて公開している「2025年3月期中間期決算説明動画(2025年3月期中間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10月29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。
- 本レポート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。
- 本レポート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。
- 本レポート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、本レポートを無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。

2025年3月期 第2四半期(中間期) 決算説明レポート

1 | ハイライト



日本モーゲージサービス代表の鵜澤でございます。

当中間期の経営環境としては、円安が継続し、輸入物価の上昇にあわせ国内でもインフレが継続しました。なかでも住宅業界においては人手不足が更に深刻化し、金利の先高感も加わり、厳しさが一層増しました。

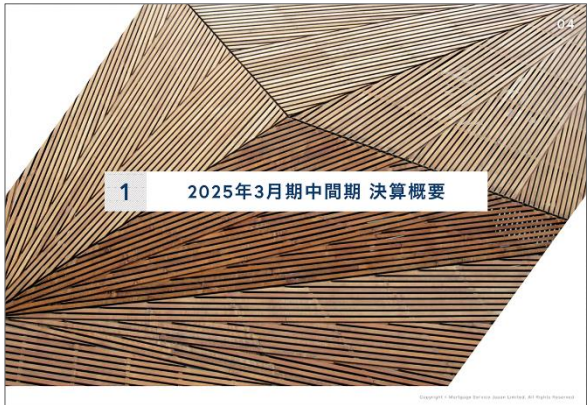
当社グループにおいては、5月に本社移転を行い、その経費として約2億円を計上しました。これらを鑑みますと、**厳しい環境下では比較的健闘**をしたと捉えております。



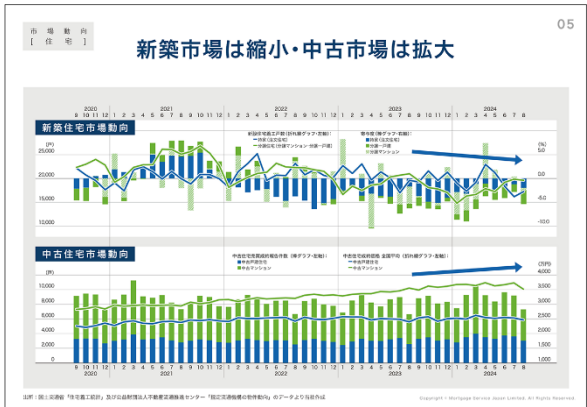
当中間期の業績に関しては、**営業収益は 35 億 9,000 万円となりほぼ計画通り**でした。**営業利益は 6 億 3,000 万円となり、当初予想に対して約 30%上振れ**しております。前期比では減益ですが事業は堅調であり、本社移転費用の約2億円がなければ増益となります。

通期の見通しに関しては、トレンドに底打ち感が出ているものの、いったん**当初予想を据え置き**とさせて頂いております。

2 | 2025 年 3 月期 中間期 決算概要



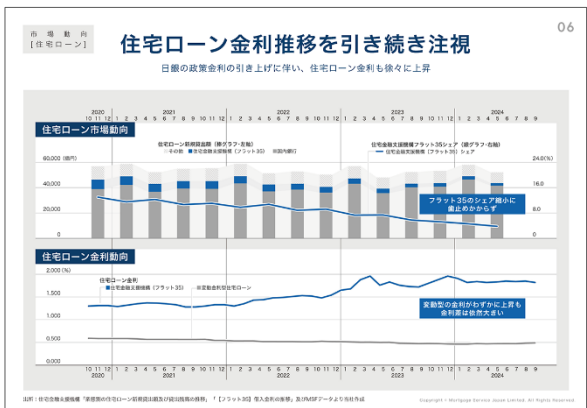
それでは、2025 年 3 月期中間期決算の概要をご説明させていただきます。



はじめに、住宅市場概況について触れておきます。

(上グラフ) 住宅着工件数に関しては、少々大袈裟に言えば底なしの状態となっており、**33 ヶ月連続で前年同月比マイナスが継続**しております。

(下グラフ) 市場拡大のポテンシャルが高いと言われる中古住宅に関しては、取引件数が**右肩上がりではあるものの、極めてゆっくりとしたペース**にとどまっております、拡大期と言える程には至っておりません。

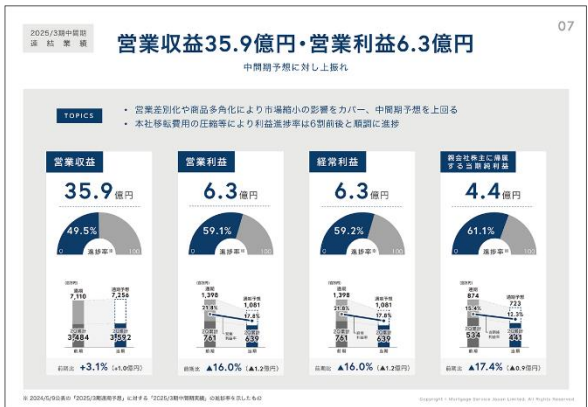


次に、我々の主力商品である住宅ローンの市場概況を見ていきます。

(上グラフ) 棒グラフ内の青い部分が、当社主力商品である固定金利型のフラット 35 の新規貸出額です。**この 3、4 年で 1/3 にまで減っており、こちらも底なしの状態で縮小**が続いております。

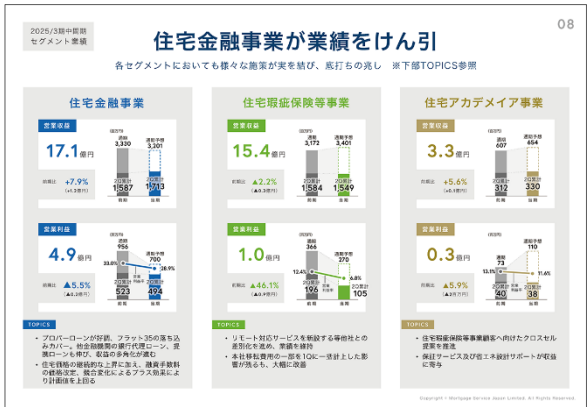
(下グラフ) この背景には、**広がる長短金利差**があります。長期金利と短期金利がまるでワニの口のように開いています。短期基準金利の上昇によってその差が若干縮まったとはいえ、経営環境にはほとんど影響はないと認識しています。

2 | 2025 年 3 月期 中間期 決算概要



当中間期においては、冒頭にお話ししましたとおり、本社移転費用約2億円を計上しております。

当初の中間期予想に対し**営業利益が約 30%上振れした要因は、住宅金融事業が堅調に推移したためであり、フラット 35 以外の商品が大きく貢献**しました。

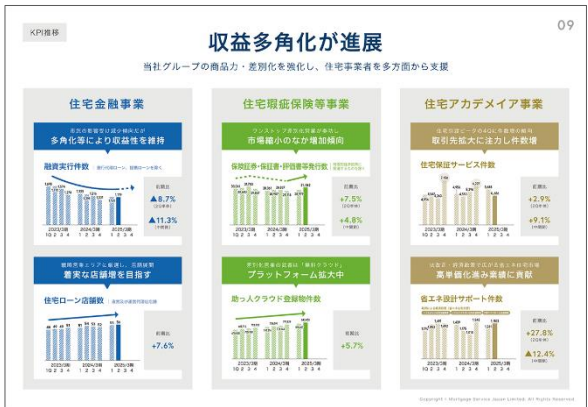


セグメント別の業績をご説明させていただきます。

住宅金融事業は、先ほどご説明したように、フラット 35 市場が回復と言えるレベルにはありませんが、**変動金利等フラット 35 以外の商品が好調で利益率も高く、堅調に推移**しました。

住宅瑕疵保険等事業は、前期比で大幅な減益となっておりますが、当社グループの中で一番従業員数が多く、本社移転費用の負担率も高くなり、マイナス要素が大きく影響しました。

同じく、住宅アカデミア事業も本社移転費用が影響しています。



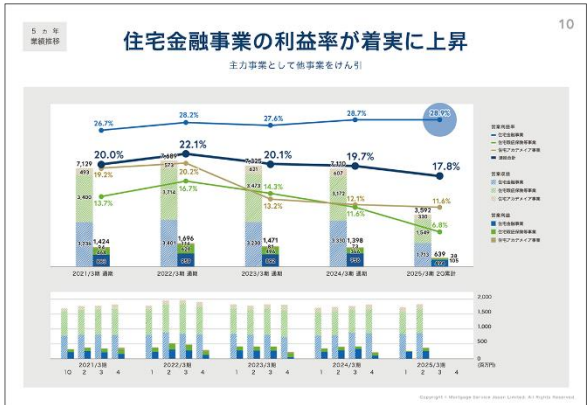
KPI についてご説明いたします。全体的に見ますと、ここ数年続いた**下降トレンドの底打ち感**が出てきております。

住宅金融事業の**融資実行件数に関しては、金利の先高感が出てきた影響もあり、持ち上がり**つつあります。

住宅瑕疵保険等事業の**保険証券等発行件数については当期に入り上向**いております。住宅着工件数は減少を続けており、マーケットの地合いは良くありません。しかし、当社グループの**シェアは拡大**しています。これらをふまえると、私は底打ちをしたと認識しております。

住宅アカデミア事業の**保証件数については、大手デベロッパー向けの件数は減少しましたが、中小・中堅の住宅事業者向けの件数が増えて大手の減少をカバー**したため、上向きました。

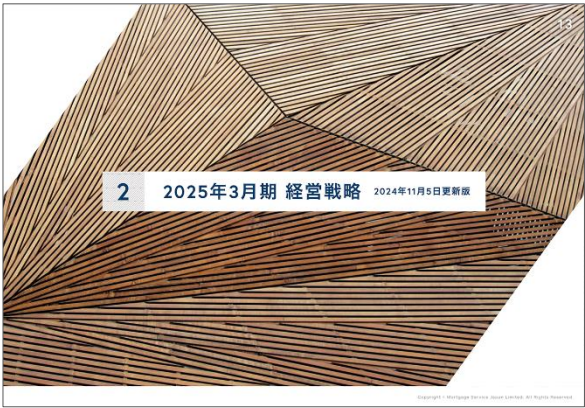
2 | 2025 年 3 月期 中間期 決算概要



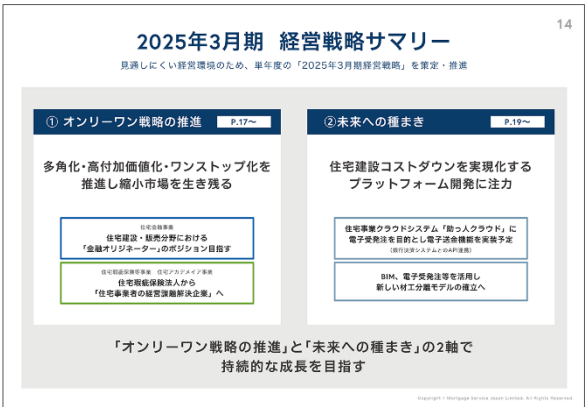
2021 年 3 月期からの推移を見ていきますと、特に住宅金融事業の利益率が上昇していることが分かります。価格競争をしていないこと等の理由により、当社グループにおいて利益貢献度が高くなっています。

一方で、住宅瑕疵保険等事業の利益率が大きく下降しているのは、本社移転費用が一番集中した影響によるものです。今後は回復していくと見ております。

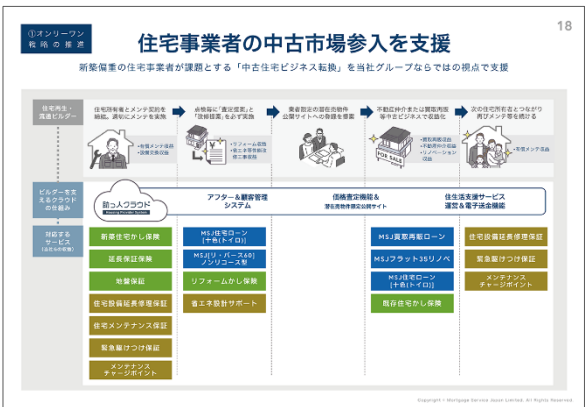
3 | 2025 年3 月期 経営戦略



ここから先は、中長期的な戦略と、短期的な生き残り戦術という 2 つの方向感を持ちながら、経営戦略についてご説明したいと思います。



短期的な戦術においては「多角化」をテーマとしています。(スライド左部分)



当社グループでは、住宅ライフサイクルにおいて、様々なサービスを要所にビルトインし、ワンストップで提供することで、多層な収益・利益を積み上げています。

中古住宅向けサービスとしては、買取再販ローンや、住宅メンテナンス保証、緊急駆けつけ保証や住宅設備延長修理保証等を幅広く取り揃え、当中間期はこれらの中古住宅向けサービスが新築住宅の落ち込みを補うことができました。今後も住宅産業のインフラとして、多角化を推進していきます。

3 | 2025 年3 月期 経営戦略

2025年3月期 経営戦略サマリー

見過しにくい経営環境のため、単年度の「2025年3月期経営戦略」を策定・推進

① オンリーワン戦略の推進

多角化・高付加価値化・ワンストップ化を推進し確小市場を生き残る

住宅設備事業

住宅建設・販売分野における「金融テクノロジー」のポジションを固める

住宅設備事業本部、住宅サービスメディア事業

住宅設備事業本部から「住宅事業本部の経営戦略決定案」へ

② 未来への種まき

住宅建設コストダウンを実現化するプラットフォーム開発に注力

住宅事業クラウドシステム「防っクラウド」に電子受発注を目的とし電子送金機能を実装予定
(銀行決済システムとの連携)

BIM、電子受発注等を活用し新しい施工分離モデルの確立へ

「オンリーワン戦略の推進」と「未来への種まき」の2軸で持続的な成長を目指す

Copyright © Mortgage Service Japan Limited. All Rights Reserved.

もう一つは未来への種まきとありますが、今住宅産業が抱える大きな課題に対する挑戦になります。(スライド右部分)

消費者の住宅購買力が急低下

「新築住宅は高すぎて買えない」問題の打開が必要

住宅価格に実質所得が追いつかず

建設費はプラスなのに、販売価格はマイナス

年収700万円未満世帯という最大の住宅購買層を失う可能性

家を買うには、年収はいくら必要？ (金利0.5%で試算)

購入金額	5,000万円	6,000万円	7,000万円
返済額(元金+元金)	520万円	630万円	730万円

これ以上住宅価格と金利が上がると、年収700万円未満世帯は住宅購入が難しくなる？

↓ 計72.8%

年収	500万円	600万円	700万円
返済率	34.3%	22.9%	15.6%

住宅事業本部の可視化した課題

- 消費者購買力に見合った「住宅商品開発・建設コスト見直し」が必要

Copyright © Mortgage Service Japan Limited. All Rights Reserved.

この数年でインフレの影響が大きくなり、住宅のなかでは特にマンションが高騰しました。一戸建においても 2020 年と比較すると約 40%住宅価格が上昇しています。

この状況を少し大胆に表現しますと、年収 700 万円以下の世帯は家を買うことができなくなる、と言えるほど大変深刻な状況です。「住宅価格が、消費者の購買力に見合っていない」という大きな課題に、当社グループはどうやって切り込み解決を図っていくか。当社グループにおいて、今最も重要な中長期的戦略として考えているテーマになります。

住宅建設を変革するプラットフォーム構想

建材流通と住宅事業者の両方を切り離し、多重構造を構築。住宅産業のゲームチェンジャーへ

消費者

分離発注

住宅ローン等提供

プランニング・設計

材料

工事

当社グループ

プラットフォームとして「新しい施工分離」の仕組みを提案

コスト削減

信用補充・ファイナンス

経営コスト削減

マイホームを安く買える

Copyright © Mortgage Service Japan Limited. All Rights Reserved.

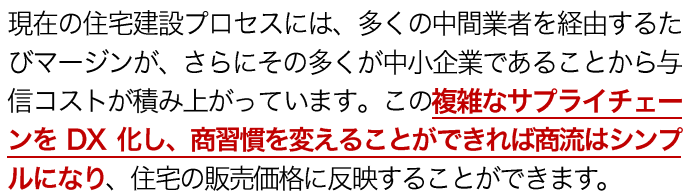
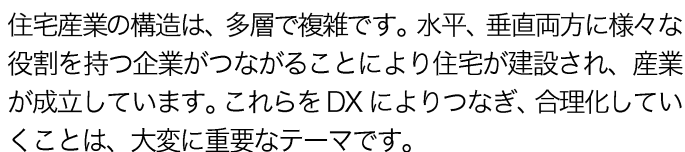
平たく言いますと、消費者に対しインターネットで家を販売し契約ができる仕組みをつくり、当社グループがそのためのプラットフォームや金融サービスを提供していく戦略です。私は、消費者が建材会社から直接建材を購入できるようになれば、住宅建設コストを 20～25%程削減できるのではないかと考えております。

Copyright © Mortgage Service Japan Limited. All Rights Reserved.

6



私が理事を務める一般社団法人住宅 DX 推進協議会のイベントでこの構想についてお話した講演動画を、YouTube にて公開しております。ご関心のある方は[こちら](#)をぜひご覧ください。どのようにコストダウンにつながり、当社グループの中長期戦略に関わるのか見て頂ければ、大変有難く思います。



以上、2025 年 3 月期中間期の報告とさせていただきます。