

2025年3月期 決算説明レポート

決算発表日：2025年5月8日

目次

1	2025年3月期	決算概要	… P.1
2	2026年3月期	経営戦略	… P.4

- 本レポートは、当社IRサイトにて公開している「2025年3月期決算説明動画（2025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：2025年4月30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。

1 | 2025年3月期 決算概要

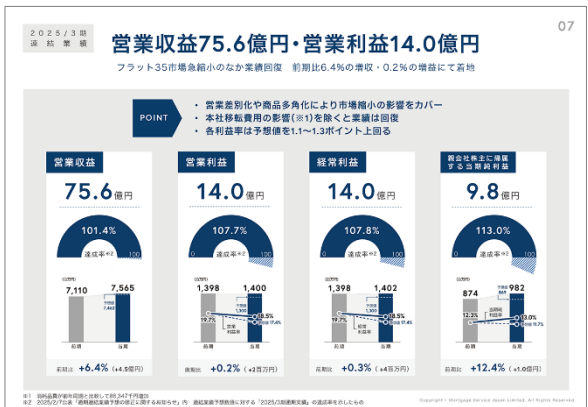


日本モーゲージサービス社長の鵜澤でございます。2025年3月期の決算説明をさせていただきます。

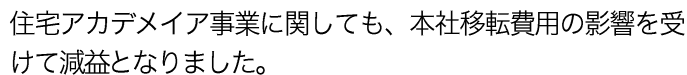
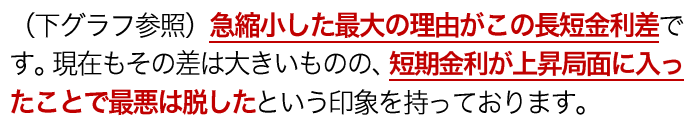
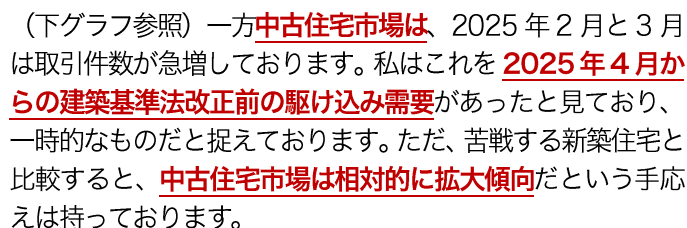


最初にハイライトをご説明します。結果は、かろうじてではありますが**増収増益を達成し、特に住宅金融事業については、わずかではあるものの過去最高益**となりました。

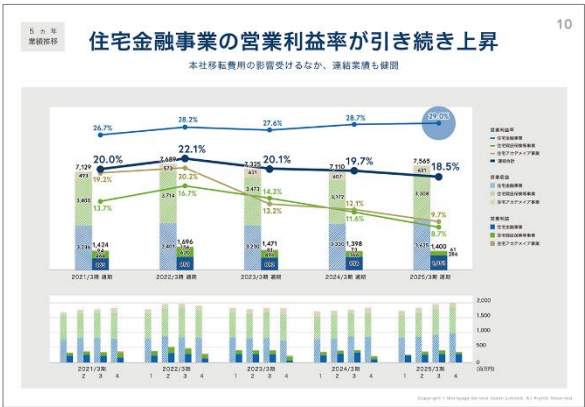
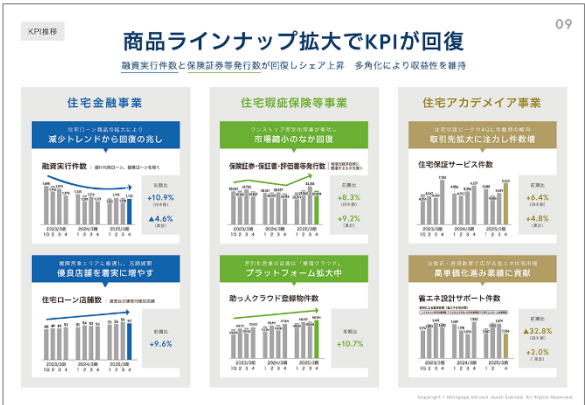
住宅金融事業のポイントは主に2点あります。1点目は、フラット35市場がピーク時から1/4まで縮小した部分をプロパーの変動金利型ローンと提携ローンによって補うことができたこと。2点目は、住宅金融支援機構からの支援金によって利益をかさ上げされたことだと捉えております。



1 | 2025年3月期 決算概要



1 | 2025年3月期 決算概要



KPI はご覧頂くとお分かりになると思いますが、横ばいではあるものの底打ちのトレンドに入っております。

特に住宅瑕疵保険等事業は、マーケットは厳しさを増しているものの、当社グループでは件数が増加しており、シェアも顕著に拡大しております。この事業は受注から売上までのリードタイムが長く、現在の件数増が業績に反映してくるのは少し先になりますので、中期的な見込みも立ちつつあると言えます。

住宅アカデメイア事業に関しては、なかなか安定せず凸凹がある状況で、主力事業の確立が計画には届いておりません。

2021 年からの業績推移を見ていきます。

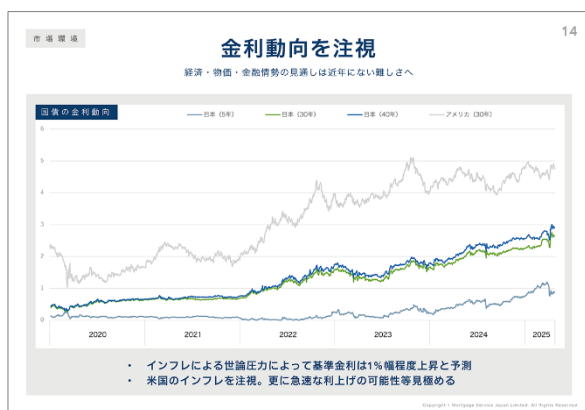
先のご説明と同じですが、住宅金融事業に関しては利益率を落とすことなく、むしろ上昇させており、価格競争に入らず競争力を維持し、営業利益を確保できております。

一方住宅瑕疵保険等事業及び住宅アカデメイア事業に関しては、やはり経費の増加により減益となってしまったことが見て取れるのではないかと思います。

2 | 2026年3月期 経営戦略



今後の戦略についてご説明させていただきます。



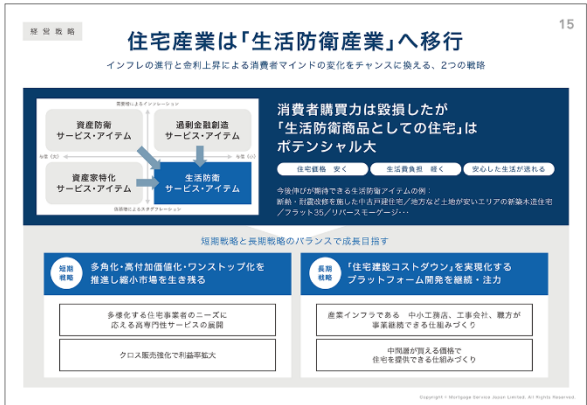
住宅や不動産の産業は、金利に支配されていると言っても過言ではありません。今後の見通しを立てるうえで金利動向は大変重要な要素です。

イールドカーブコントロールに代表されるように、10年位までの短期金利は中央銀行等によってコントロールが可能ですが、長期金利はマーケットが評価し将来を捉えた指標となります。グラフのとおり長期金利は明らかに上昇局面に入っており、特にここ数ヵ月は過去にないほど急上昇しています。

ご存知の方もいらっしゃると思いますが、今年米国債は9.2兆ドルの借換えをしなければなりません。日本円にして1,300兆円、日本の国家予算13年分に匹敵します。これは米国金利の高騰を暗示しており、日本の金利も引っ張られて上昇に向かう可能性が極めて高いと、私は考えています。

加えてインフレも進行しており、消費者物価指数が3.2%、そのうち食料品においては6%超となっており、この環境が続く限り金利0.5%を維持することは難しいでしょう。インフレと金利上昇は恒常的であり、中央銀行や政府がコントロールできる環境ではなくなったと言えます。

2 | 2026年3月期 経営戦略

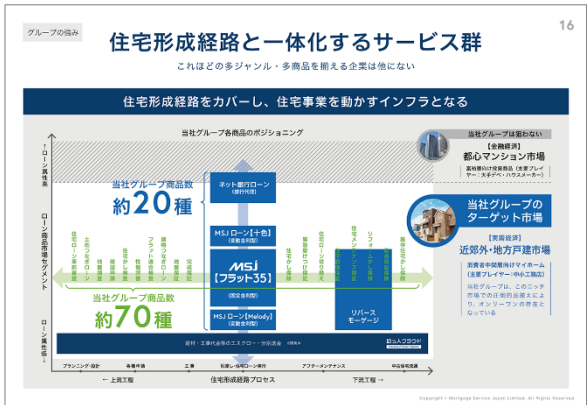


「夢のマイホーム」という言葉がありますが、今や住宅は夢を買う対象ではなくなりました。生きるために必要な屋根・壁等という対象になり、**住宅産業は「生活防衛産業」に変わった**と認識しております。このような経営環境において、当社グループでは短期と長期の2つの戦略を持っております。

短期戦略としては、**当社グループの強みである「住宅形成経路と一体化した多数の品揃え」を、ベルト状にして複数提供し、利益の縦積みを行います。**

新築住宅の着工数が減少するなかでは、中古住宅も高いポテンシャルがあります。日本には減価償却が終わった中古住宅が6,000万戸以上存在しており、これらをスムーズに流通させ、**安全・安心に住めるよう保険や保証によって守り、住宅ローンを提供していくことが重要**だと考えております。

もう一つは長期戦略です。近年の消費者購買力の低下や、住宅ローン返済比率の上昇を鑑みますと、大胆な手法によって住宅の価格を2割程度はダウンさせないと、ほとんどの方が住宅を買えなくなると認識しております。現在、夫婦で収入合算し住宅ローン返済期間を50年にしようやく住宅が買えるという状況です。この問題に対して当社グループは、**合理化によりコストダウンを実現していく使命**があると考えています。

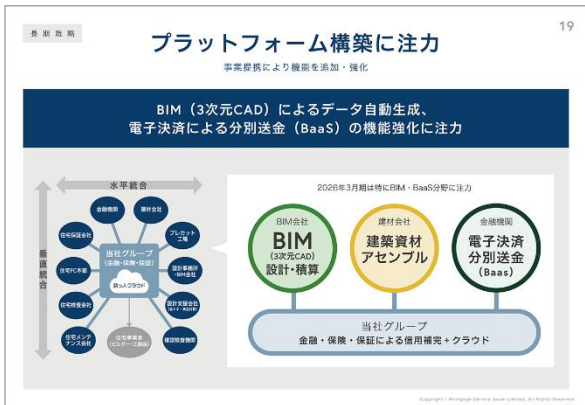


短期戦略について少し詳しくご説明します。

これは、当社グループの強みを表した図で、縦軸は住宅ローンの市場セグメントを指しています。上に行くほど所得が高い方向けの商品、下に行くほど逆の方向けの商品になります。さらに高齢者向けには、住宅の資産化という視点で、自宅をリフォームして断熱性能や耐震性能を高め、安心安全に住めるようにするリバースモーゲージを提供しています。**当社は約20種の住宅ローン商品を持ち、幅広い所得層、そして高齢者に対してカバーが出来ており、この点においてモーゲージバンクではナンバーワンであると自負**しております。この強みを最大限活かしていきます。

横軸は、住宅形成プロセスを指しています。当社グループでは、このプロセスに必要な**保険・保証・検査等の商品を約70種取り揃え**ています。確認申請や住宅かし保険、現場検査等、住宅を1戸建設するのに必要な商品を**重ねて提供することで、たとえマーケットが拡大しなくとも当社グループの売上と利益は積み重ねていく**ことができます。

2 | 2026年3月期 経営戦略



次に長期戦略についてご説明します。

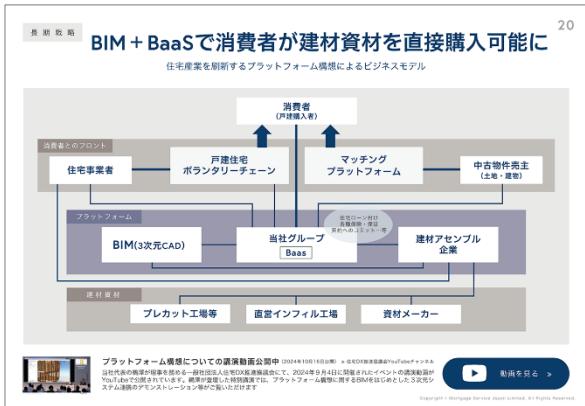
先程申し上げたように、住宅の価格を2～3割下げるには、従来の産業構造や契約形態のままでは難しく、根本的に変革しなければなりません。そのために必要な技術・機能が3つあります。

1つ目が「**BIM**」という**3次元CAD**。実は、現在の住宅設計は2次元で行われています。ところが、建材資材の生産という加工・製造のフェーズでは、縦横高さという3次元でのサイズが必要です。2次元で設計をしても、加工に足り得るデータは入っていませんので、そこに手間やコストアップ要素が介在しています。もし最初から3次元で設計できれば、建材資材の加工・製造と直結することになるため、製造工程が合理化します。

2つ目は「**分別送金**」。建材資材の製造に必要な情報だけ直結できても、お金の流れが重層的になっていけば、与信コストや管理コストが発生します。分別送金という手法を使って、消費者のお金を、建材資材の製造・生産者へ直接支払うことができれば、中間流通を飛ばすことができ、コストも削減できます。

3つ目は、この仕組みをハード面から支えるロジスティクスです。建材流通には、必要な建材資材を各所からアセンブル（集め）し、倉庫に在庫し、施工工程に合わせて現場に納品していかななくてはなりません。これを担う存在として、「**建材アセンブル**」という**新しい業態**をつくっていかうと考えています。

もちろん当社グループだけでこの仕組みをつくることはできません。いくつかの企業と提携しながら、これらの技術を活用し、プラットフォームを開発していくことが我々の長期戦略になります。



「BIM+BaaS で消費者が建材資材を直接購入可能に」とありますが、分かりやすく言いますと、**Amazonのような仕組みをつくり、我々がプラットフォームとして入り、川下の消費者と、川上の工場やメーカーとつなぐことで、従来中間に発生していた与信コスト、物流コスト、資材調達コストを削減する構想**です。モノの加工・製造をBIM、お金の流れを分別送金システム、建材アセンブルという新しい業態が物流を担っていく。簡単なことではありませんが、おおよそ2～3割程度のコストダウンが可能になると試算しております。

従来の仕組みをアンバンドルして新たなサプライチェーンにリバンドルし、**住宅産業の有り様を根本的に変えていくプラットフォームとしてのポジションを目指し、金融商品の販売につなげていき**たいと考えております。

2 | 2026年3月期 経営戦略



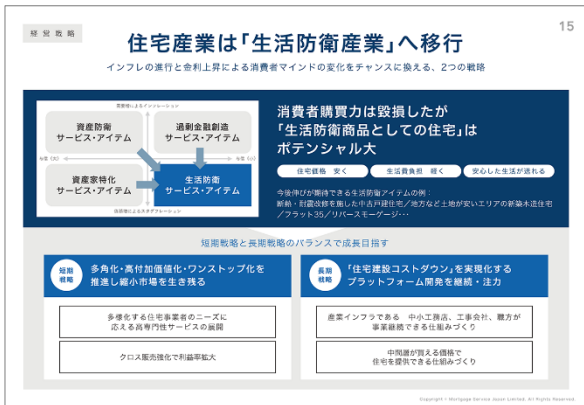
最後に今後の見通しについてお話しします。

当期は営業利益が14.0億円となりましたが、2026年3月期についてはかなり保守的な見通しとして、11.5億円という減益を予想しております。

住宅金融事業は、金利の影響を大きく受けます。金利が上昇すれば、調達金利が上昇するだけでなく、流動化による利益やサービシング利益も減少します。住宅金融支援機構からの支援金も徐々に削減されると考え、厳しめに予想いたしました。

住宅瑕疵保険等事業については、KPIが強めに出ていることから、昨年が底で現在は回復局面に入ったとみており、今後利益も上がっていくと予想しております。

住宅アカデメイア事業に関しても、デベロッパーによる供給戸数が減少していることをふまえて2026年3月期は減益と予想しております。しかしその後においては、重点営業先をマンションから戸建住宅の住宅事業者へとシフトさせ、賃貸アパート向けの保証提供にも注力していきます。またBIMやBaaSを活用したプラットフォーム開発も担うことにより、成長ポテンシャルをさらに高めていきたいと考えております。



現在、モノとお金を交換する実体経済が、金融経済に振り回されるような状況が起きております。当社グループはあくまで実体経済のプレイヤーです。今後数年間は為替や金利、貿易摩擦等の様々な要因により、金融経済の影響が相当に大きくなると考えられ、不確実性は高まっております。

しかしそのなかでも、当社グループは実体経済のなかで、消費者が確実に住宅を購入できる仕組みを供給していくという使命に、粛々と取り組んでまいりたいと考えております。

引き続きのご支援をよろしくお願いいたします。