

Mortgage Service Japan Limited

May 9th, 2022

日本モーゲージサービス株式会社
2022年3月期 決算説明資料

2022年3月期 決算説明資料

CONTENTS

1	 	2022年3月期 決算概要	P.03
2	 	当社グループについて	P.13
3	 	今後の見通し	P.24
4	 	株主還元	P.32

1 | 2022年3月期 決算概要

過去最高となる増収増益を達成

通期予想を達成

TOPICS

- 住宅業界では、各種住宅取得政策等により全国の新設住宅着工戸数が前年比増
- 当社グループは、「住宅金融とクラウドの融合」を戦略の柱に掲げ、付加価値向上により差別化を推進

営業収益

76.8 億円

前期比 **+7.9%** (+5.5億円)



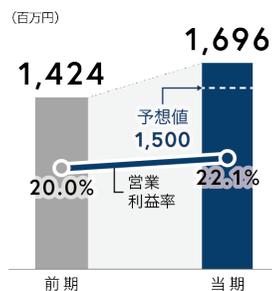
105.3%

進捗率※

営業利益

16.9 億円

前期比 **+19.1%** (+2.7億円)



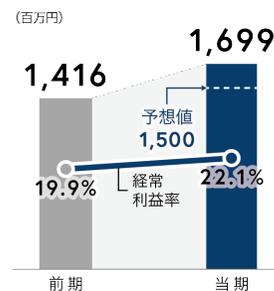
113.1%

進捗率※

経常利益

16.9 億円

前期比 **+20.0%** (+2.8億円)



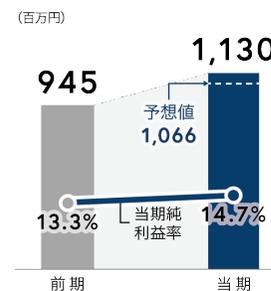
113.2%

進捗率※

親会社株主に帰属 する当期純利益

11.3 億円

前期比 **+19.5%** (+1.8億円)



106.0%

進捗率※

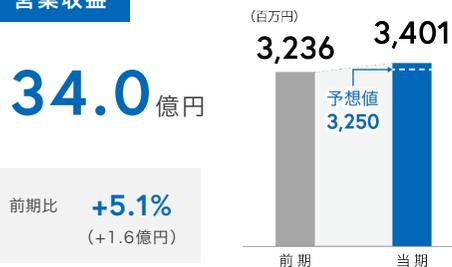
2022 / 3 期
セグメントハイライト

住宅金融事業が堅調を維持

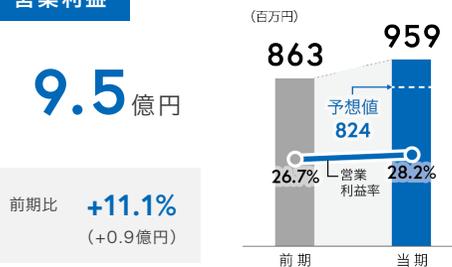
住宅瑕疵保険等事業が躍進

住宅金融事業

営業収益



営業利益



TOPICS

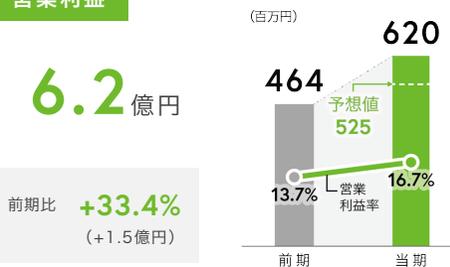
- 主力商品以外の複数商品が堅調に推移し多角化が進展
- 新たに12店舗を開設し営業体制強化

住宅瑕疵保険等事業

営業収益



営業利益

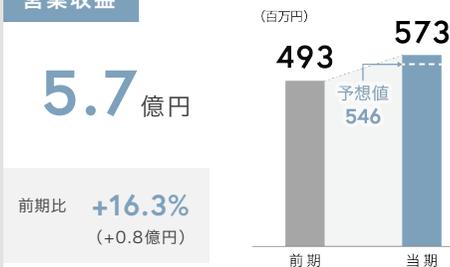


TOPICS

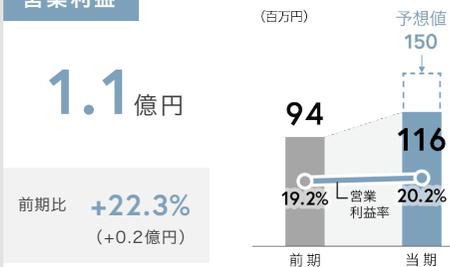
- クラウドと保険の同時営業を推進
- グリーン住宅ポイント制度関連のサービスが業績に貢献

住宅アカデミア事業

営業収益



営業利益



TOPICS

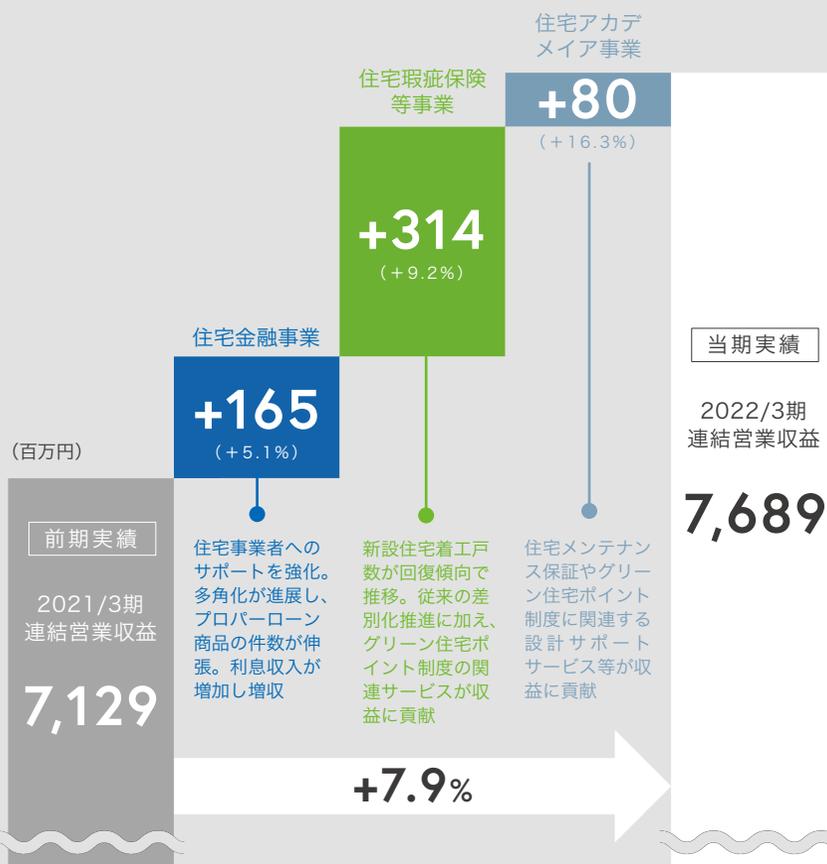
- クラウドとこれに連動する住宅保証サービスの提供を推進
- コロナ禍以前の水準に回復

2022/3期
増減要因分析

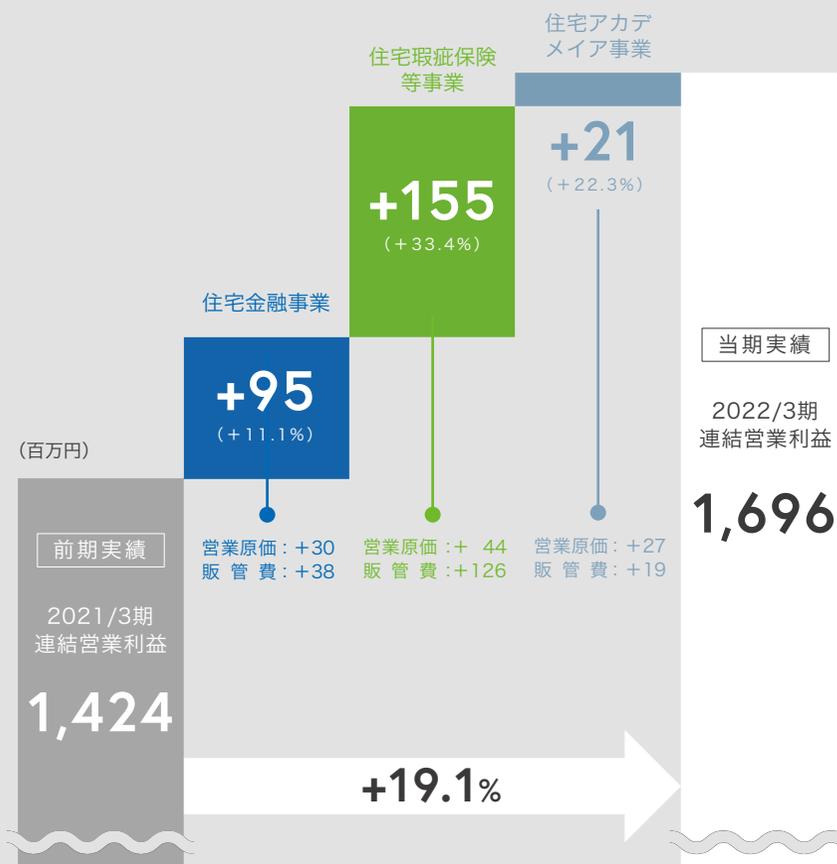
3事業ともに増収増益

増収・増益幅が一番大きいのは住宅瑕疵保険等事業

連結営業収益：+5.5億円



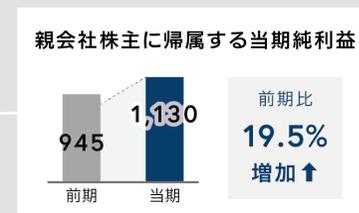
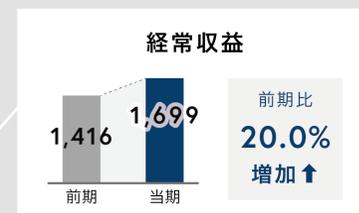
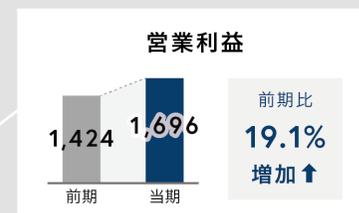
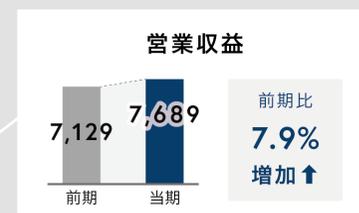
連結営業利益：+2.7億円



利益率も上昇

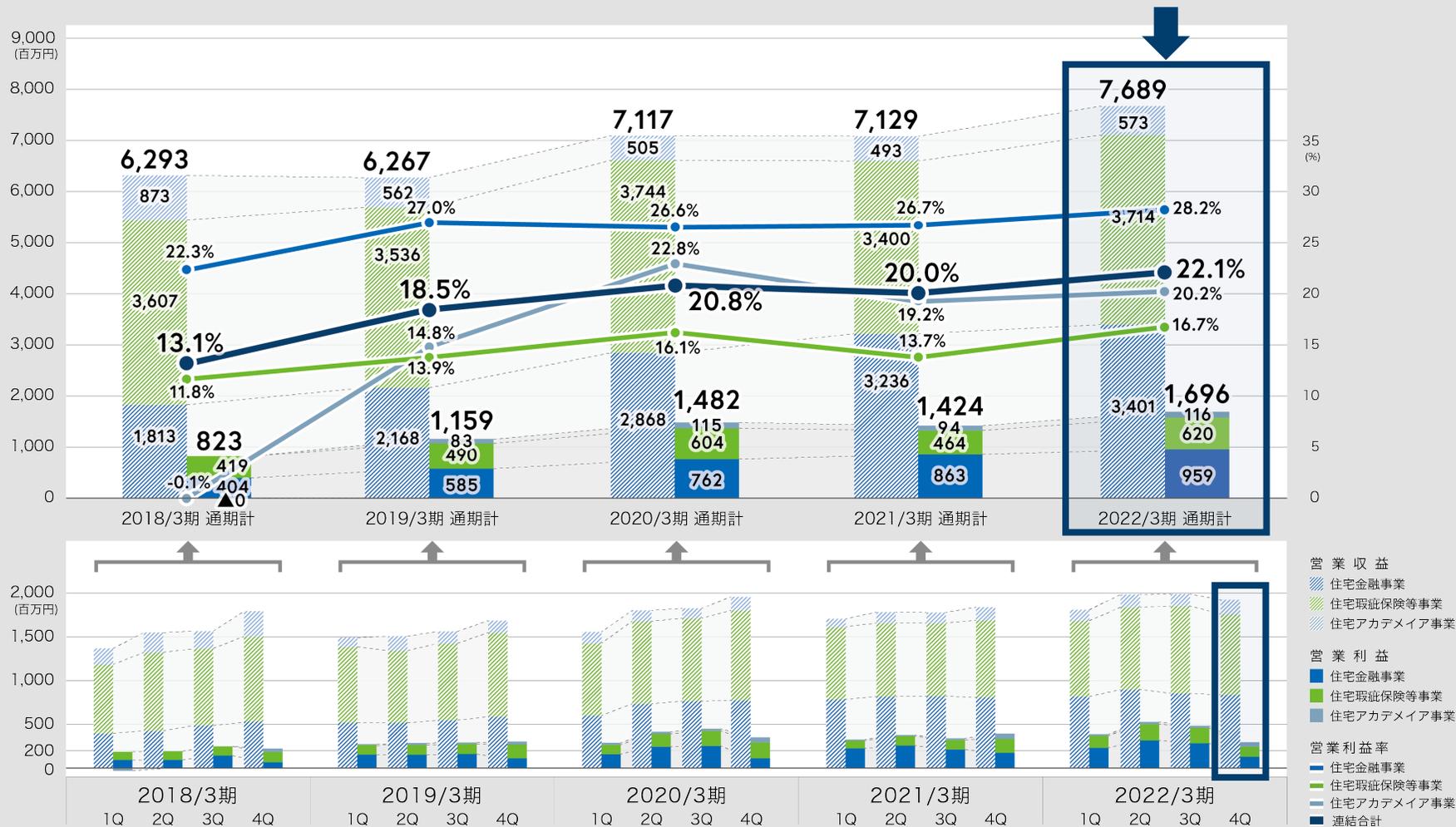
営業利益率は前期から2.1ポイント上昇

	前期実績	当期予想	当期実績		
	2021/3期 通期 2020/04/01~ 2021/03/31	2022/3期 通期 2021/05/07 公表	2022/3期 通期 2021/04/01~ 2022/03/31	前期比 増減額	前期比 増減率
(百万円)					
営業収益	7,129	7,300	7,689	+559	+7.9%
住宅金融事業	3,236	3,250	3,401	+165	+5.1%
住宅瑕疵保険等事業	3,400	3,504	3,714	+314	+9.2%
住宅アカデミア事業	493	546	573	+80	+16.3%
営業利益	1,424	1,500	1,696	+272	+19.1%
住宅金融事業	863	824	959	+95	+11.1%
住宅瑕疵保険等事業	464	525	620	+155	+33.4%
住宅アカデミア事業	94	150	116	+21	+22.3%
営業利益率	20.0%	20.6%	22.1%		
経常利益	1,416	1,500	1,699	+282	+20.0%
経常利益率	19.9%	20.6%	22.1%		
親会社株主に帰属する 当期純利益	945	1,066	1,130	+184	+19.5%
当期純利益率	13.3%	14.6%	14.7%		



3事業のシナジーにより堅実に成長

住宅金融事業を収益基盤として成長



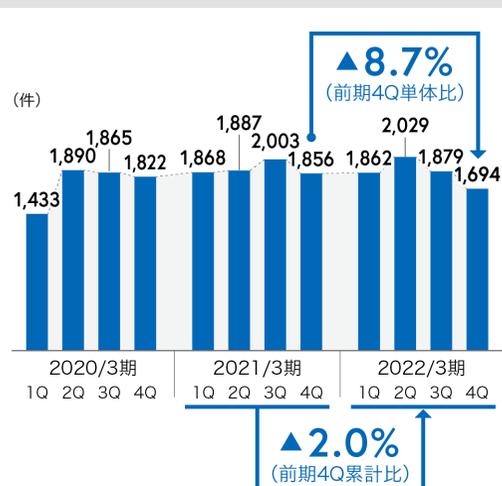
2022/3期
KPI推移

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

(銀行代理ローン商品および提携ローン商品は除く)



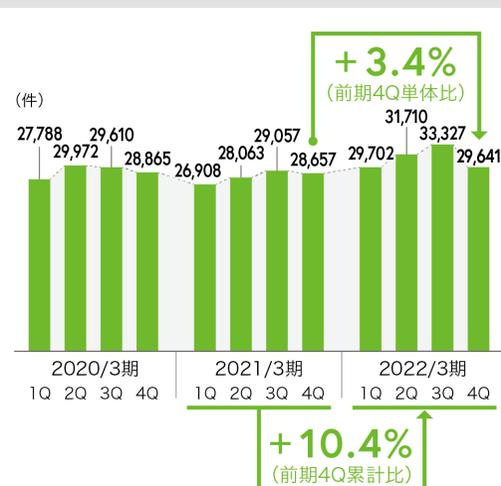
TOPICS

- ・内訳に関しては主力商品であるフラット35以外のプロパーローン商品が増加

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

(グリーン住宅ポイント対象住宅証明書等の時限的な経済政策に関連するものは除く)



TOPICS

- ・全国の新設住宅着工戸数が前年比増加。新築住宅かし保険以外にも複数の商品が伸張

住宅アカデミア事業

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

- ・内訳に関しては「住宅メンテナンス保証」が増加

全国に46拠点

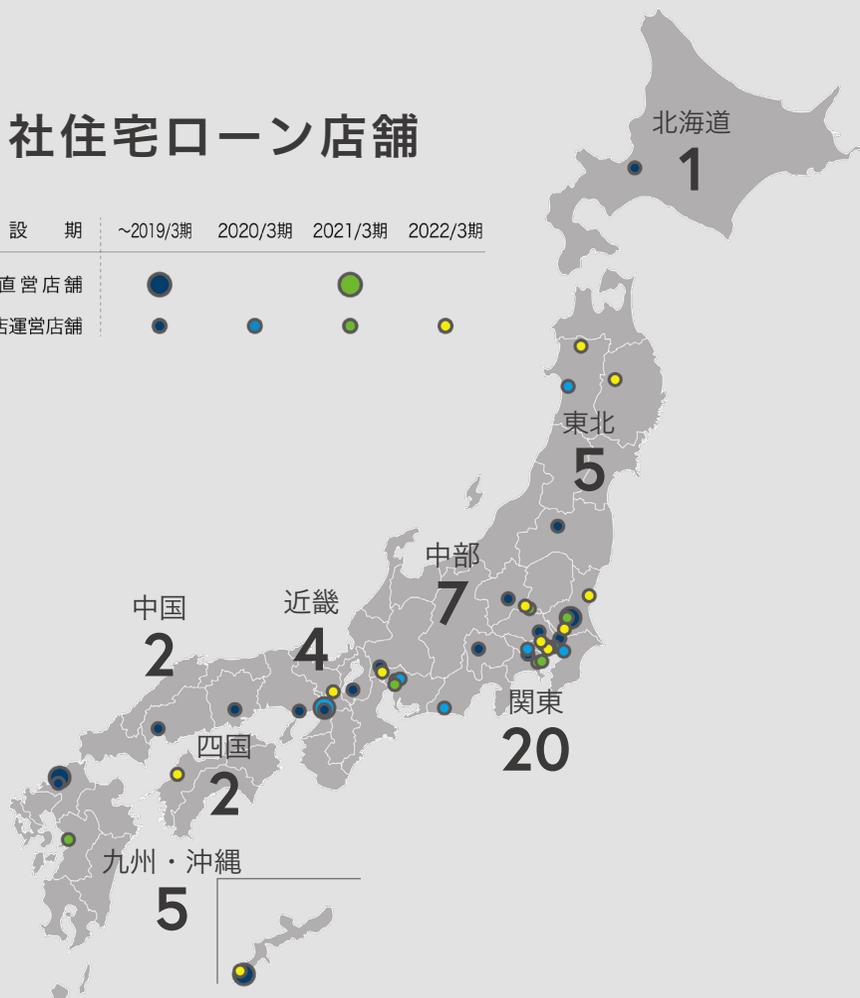
前期に新規開設した8店舗が本格稼働 / 当期は12店舗を新規開設

当社住宅ローン店舗

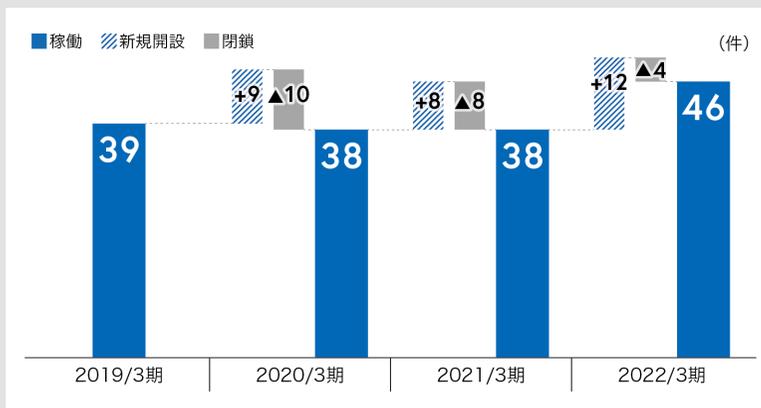
開設期 ~2019/3期 2020/3期 2021/3期 2022/3期

当社直営店舗

代理店運営店舗

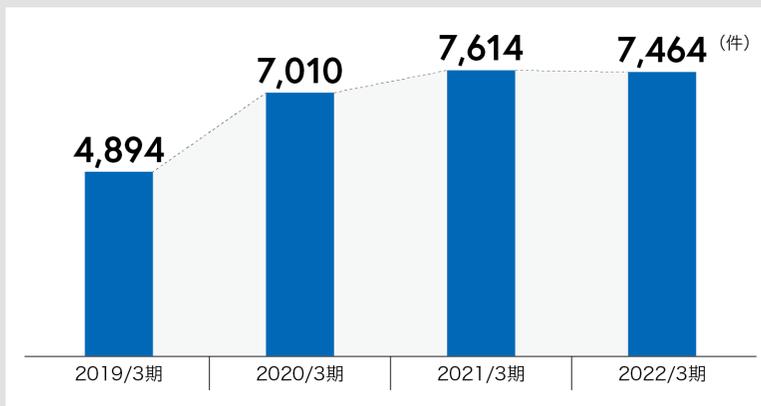


当社住宅ローン店舗数の推移



融資実行件数推移

(銀行代理ローン及び提携ローンは除く)



2022/3期
連結貸借対照表

自己資本比率29.2% → 30.2%

(百万円)	前期実績	当期実績	前期比 増減額
	2021/3期 2021/03/31	2022/3期 2022/03/31	
資産の部			
流動資産	18,791	20,985	+2,194
うち営業未収入金	7,502	6,775	▲727
うち営業貸付金	5,324	8,124	+2,799
固定資産	1,536	1,515	▲20
【資産合計】	20,327	22,501	+2,173
負債の部+純資産の部			
流動負債	13,118	14,395	+1,276
うち短期借入金(※)	9,239	10,180	+940
固定負債	1,238	1,277	+39
【負債合計】	14,356	15,673	+1,316
株主資本	5,943	6,798	+855
非支配株主持分	23	25	+2
新株予約権	3	3	0
【純資産合計】	5,970	6,828	+857
【負債純資産合計】	20,327	22,501	+2,173
自己資本比率	29.2%	30.2%	

POINT

資産・負債増加の主な要因は、つなぎ融資等の実行件数の一時的な増加によるもの

つなぎ融資等の商品は、一時的な貸付のための借入が必要となり、かつ1件当たりの単価が数千円と高いため、営業未収入金や営業貸付金、短期借入金(※)が比較的高額。実行のタイミングにより増減しやすい

※ 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)の債権譲渡代金が入金されるまでの1ヶ月未満の短期の資金調達を目的としたもの

株価・時価総額等推移

引き続き企業価値の向上を目指す

(2022/03/31現在)

株価終値

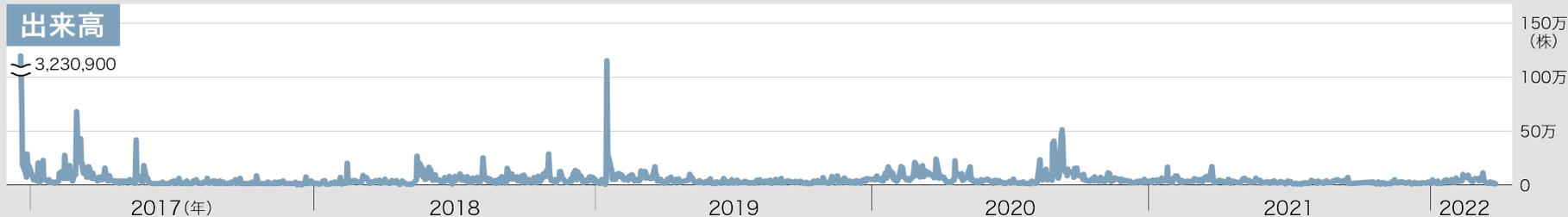
2020/8/31以前の株価は分割後の金額を算定



時価総額



出来高



2 | 当社グループについて

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

住宅アカデミア事業

事業主体： 株式会社住宅アカデミア[※]

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

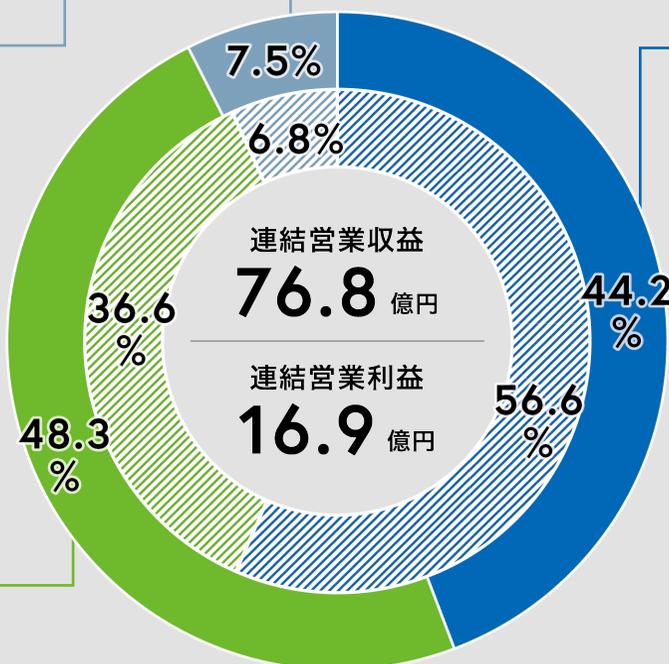


事業セグメント①

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：2022/3期 営業収益

内円：2022/3期 営業利益

住宅金融事業

事業主体：日本モーゲージサービス株式会社



他事業をけん引する収益基盤

販売金融として商品を提供

キャプティブファイナンス

住宅事業者の住宅販売ニーズに
きめ細やかに対応するラインナップ

MSJフラット35/MSJフラット35[MAX]

MSJフラット35 [保証型]

MSJフラット35[ベストミックス]

MSJプロパーつなぎローン

MSJ住宅ローン[十色(トイロ)]

MSJ[リ・バース60](ノンリコース型)

ソニー銀行 住宅ローン

MSJ買取再販ローン

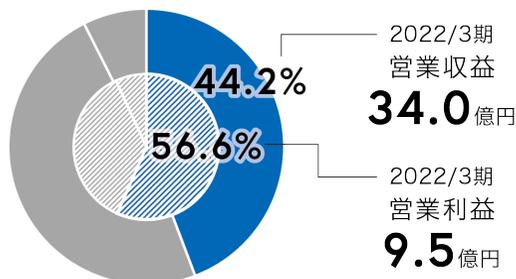
POINT①

提携の住宅事業者に対し、販売金融として住宅ローンを提供。住宅販売を支えるサポート力に強み

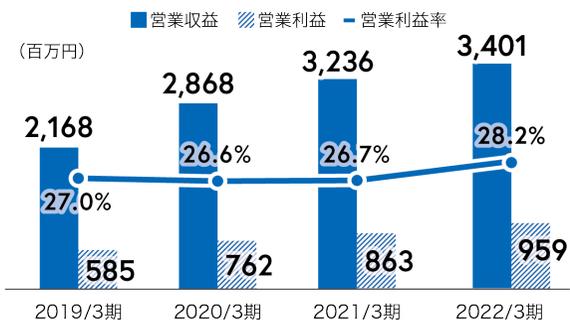
POINT②

債権を売却しリスク最小化。主な収益は融資手数料

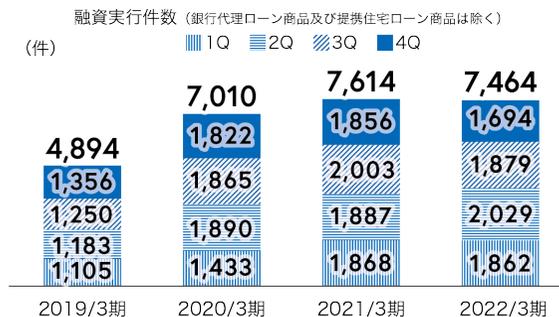
営業収益構成比・営業利益構成比
(外円) (内円)



業績推移



KPI推移



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



日本に5社ある指定法人の1社として新築住宅かし保険を提供

住宅の品質を確保するための
保険・保証・審査・検査商品

法定義務保険

新築住宅かし保険

既存住宅・リフォームかし保険

地盤保証

延長保証保険

住宅性能評価

長期優良住宅に係る技術的審査

フラット35適合証明検査

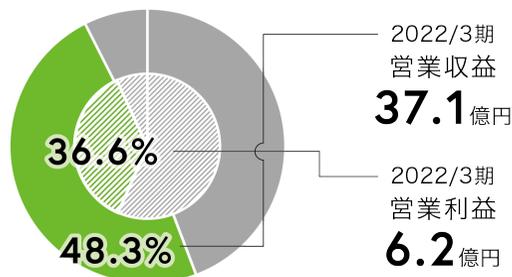
POINT①

新築住宅かし保険は、住宅事業者に加入義務のある法定義務保険。大手の寡占化が進んでいない住宅業界で、圧倒的多数を占める中小の住宅事業者が加入する

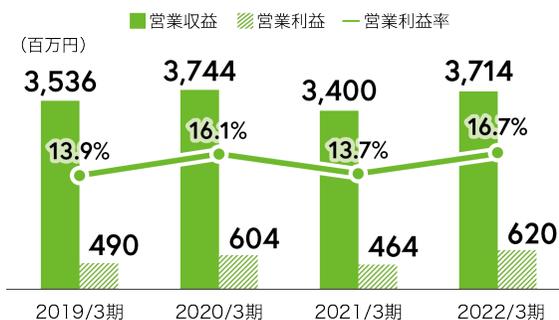
POINT②

新築住宅かし保険等は、再保険によりリスク最小化

営業収益構成比・営業利益構成比
(外円) (内円)



業績推移



KPI推移



住宅アカデミア事業

事業主体：株式会社住宅アカデミア



新規事業のセグメント。住宅保証やクラウドシステムを提供

POINT①

ストック市場の拡大を見据え、住宅事業者のアフター事業を支援する住宅保証サービスを提供

POINT②

成長戦略として、住宅事業クラウドシステムを独自に開発し、住宅事業者に提供

住宅引渡後の住宅保証サービス
及びクラウドシステム

住宅メンテナンス保証

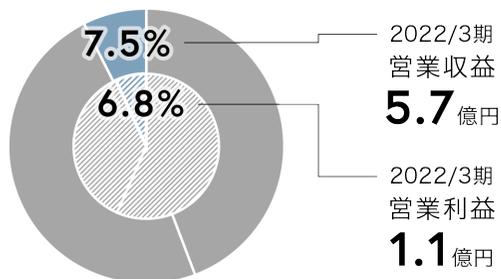
住宅設備延長修理保証

住宅リペア保証

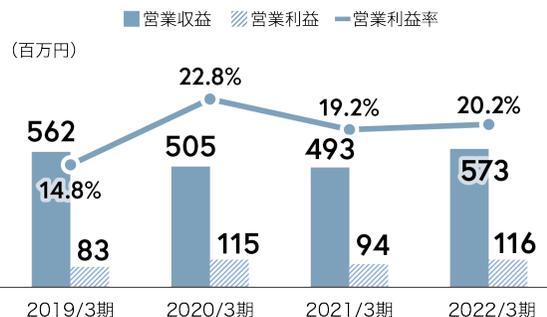
緊急駆けつけ保証

助っ人クラウド
(住宅事業クラウドシステム)

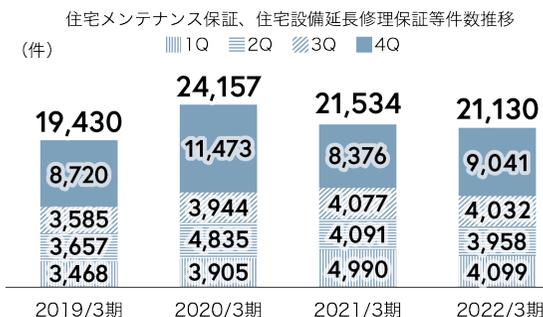
営業収益構成比・営業利益構成比
(外円) (内円)



業績推移 (直近4期)



KPI推移 (直近4期)

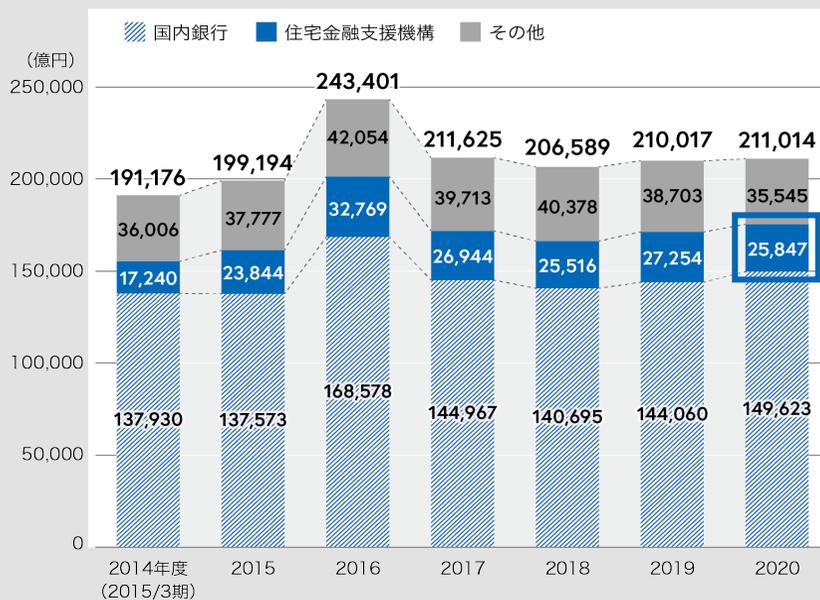


低いシェア → 高いポテンシャル

住宅市場は縮小局面にあるが、当社グループの伸びしろは大きい

住宅ローン

住宅ローン新規貸出額



出所：住宅金融支援機構、各機関への照会や日本銀行の統計資料などを集計（一部推計）し、住宅ローンの新規貸出額を集計したもの

このうち当社のシェアは
6%前後を推移

住宅瑕疵（かし）保険

住宅瑕疵担保責任保険（一号保険）保険証券発行件数



出所：保険証券発行件数は国土交通省公表。着工戸数比は国土交通省の公表値を元に公益財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センターが算出したもの

このうちハウスジーマン社の
シェアは13%前後を推移

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

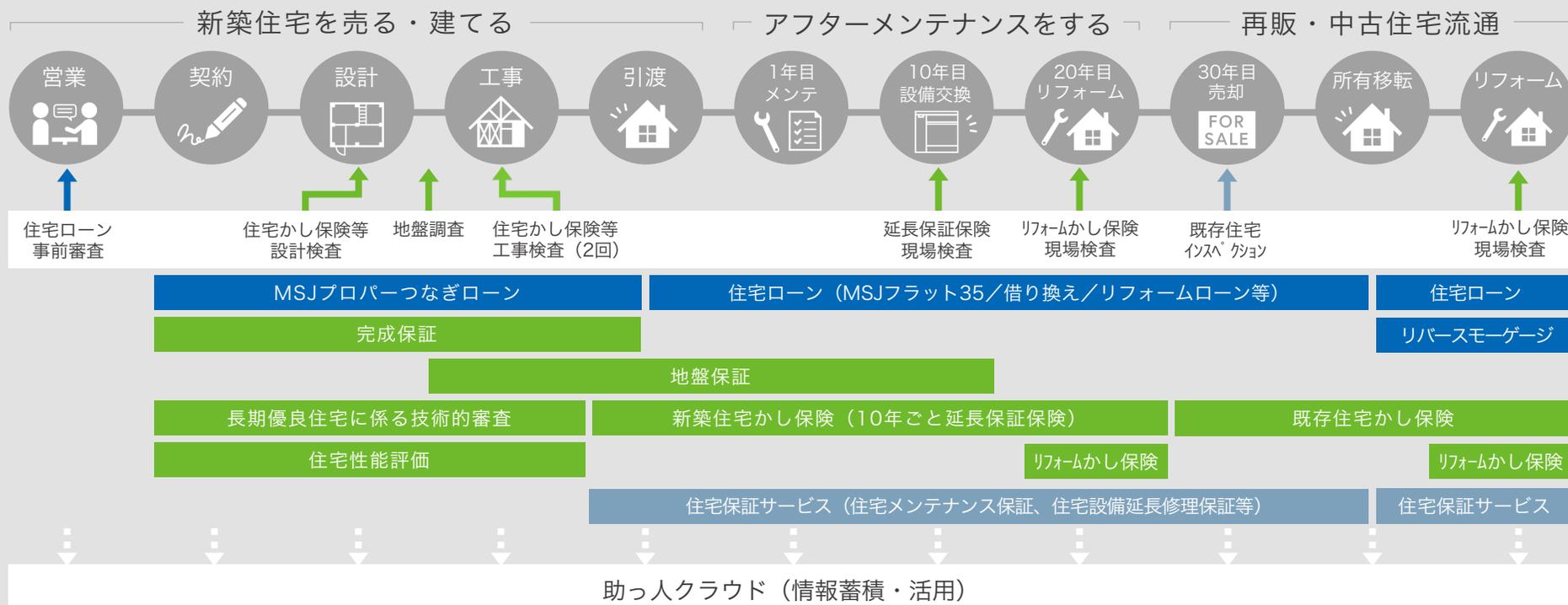


幅広いラインナップ

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

2万社近くのチャンネルネットワーク × 1軒の住宅に複数商品をクロス販売

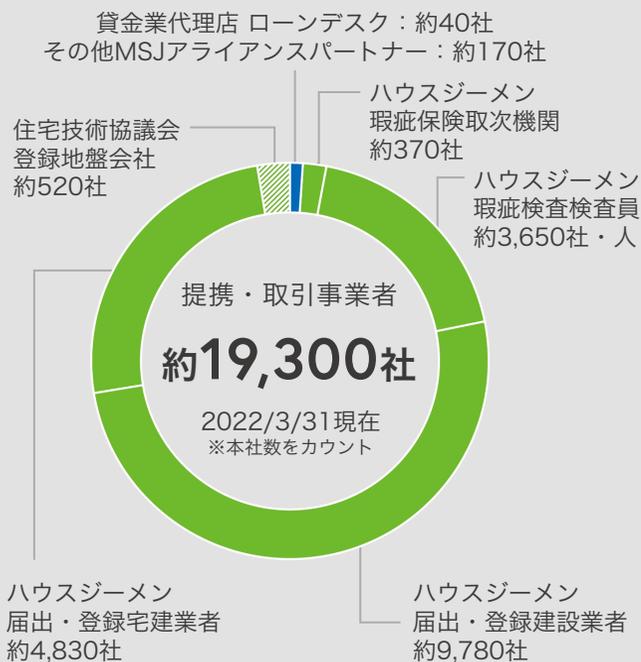
住宅産業のインフラとして
大きなチャンネルネットワークを有する

×

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

2022/3期
営業利益率

22.1%

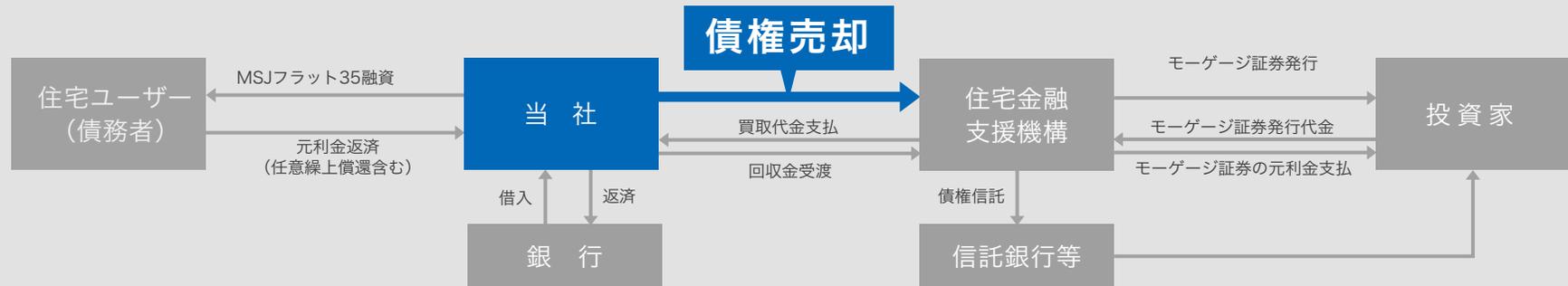
2022/3期
ROE

17.7%

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



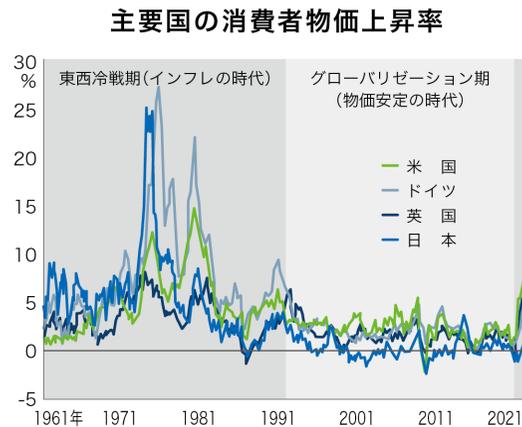
※ その他、地盤保証・完成保証・住宅設備保証等の各種保証サービスも損害保険会社と損害保険契約締結しリスク最小化

3 | 今後の見通し

世界は大転換期へ

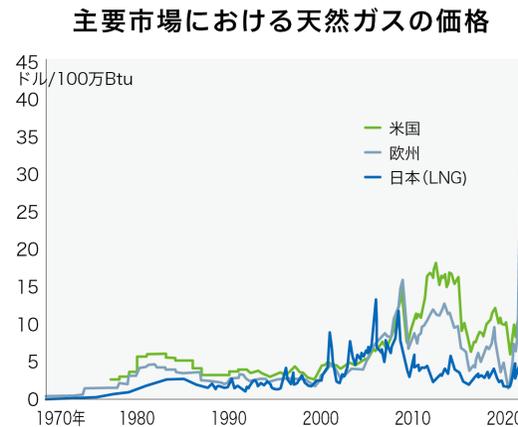
単なるインフレを超える転換か。グローバル経済から分断経済の時代へ

本格的なインフレ



- ・ 今回のインフレは、世界が一体となり国家を超えて流動するグローバル経済の終焉を示唆か
- ・ 原材料の多くを輸入に頼る住宅は、輸入インフレ・円安という二重の痛手を負う

エネルギー価格高騰



- ・ 世界的に石油・天然ガス等のエネルギー価格が高騰。脱炭素に加え、国際情勢の悪化も高騰に拍車
- ・ 日本はエネルギー自給率が低く、今後は電気代高騰の恐れ。企業・家計を直撃し、節電・省エネニーズが切実に

日本の住宅価格上昇

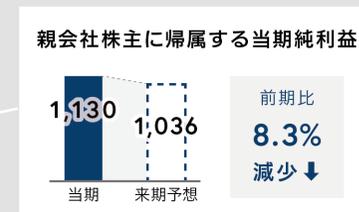
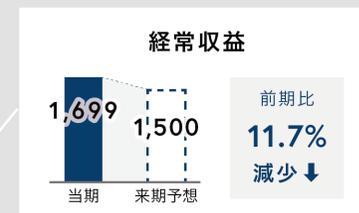
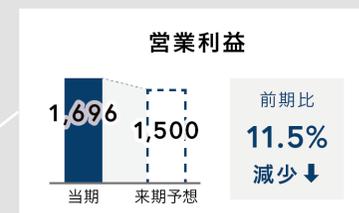
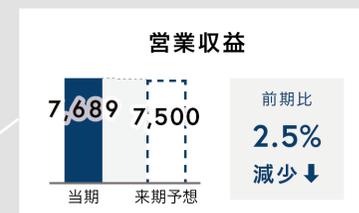


- ・ 長らくマンションは価格上昇が続いているが、コロナ禍以降は戸建住宅の価格も上昇。テレワーク等の普及により、郊外や地方の戸建住宅へのニーズが高まる
- ・ それでも原材料上昇の価格転嫁は追いかず企業収益は二極化

連結営業収益75.0億円

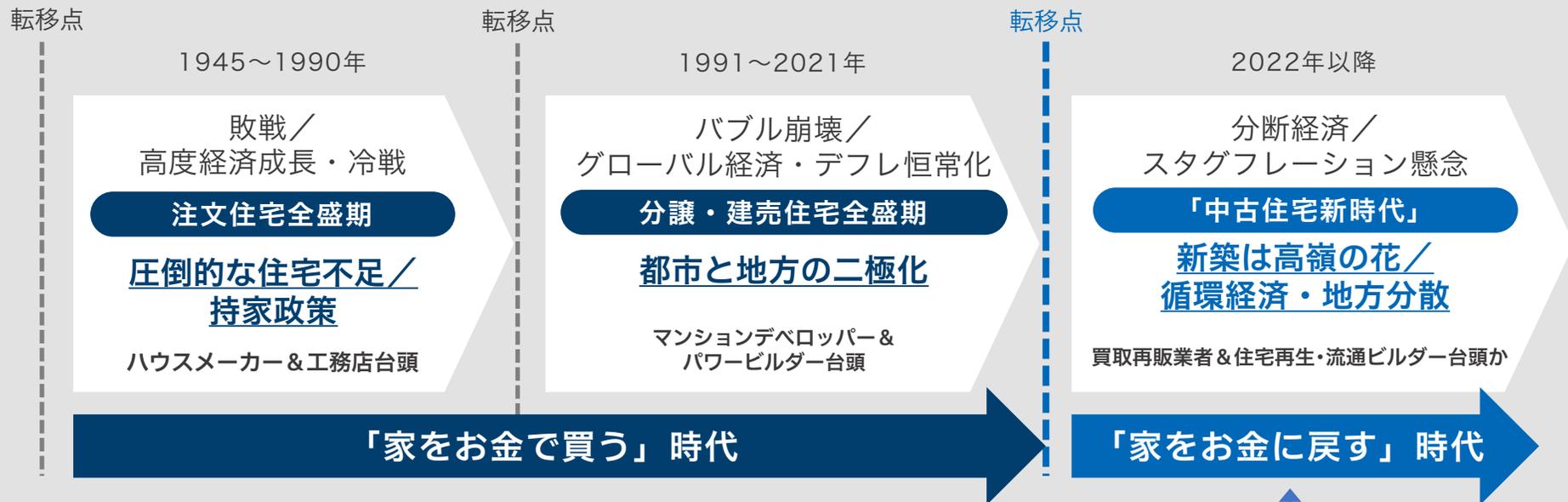
連結営業利益15.0億円

	当期実績		来期予想		当期比 増減額	当期比 増減率
	2022/3期 2021/04/01~ 2022/03/31		2023/3期 2022/04/01~ 2023/03/31			
(百万円)						
営業収益	7,689		7,500		▲189	▲2.5%
住宅金融事業	3,401		3,200		▲201	▲5.9%
住宅瑕疵保険等事業	3,714		3,700		▲13	▲0.4%
住宅アカデミア事業	573		599		26	4.5%
営業利益	1,696		1,500		▲195	▲11.5%
住宅金融事業	959		810		▲149	▲15.5%
住宅瑕疵保険等事業	620		525		▲94	▲15.2%
住宅アカデミア事業	116		164		47	41.3%
営業利益率	22.1%		20.0%			
経常利益	1,699		1,500		▲198	▲11.7%
経常利益率	22.1%		20.0%			
当期純利益	1,130		1,036		▲93	▲8.3%
当期純利益率	14.7%		13.8%			



日本の住宅産業も大きく転換

戦後住宅産業史における3つの転移点とは？ 2022年以降、日本はますます貧しい国へ



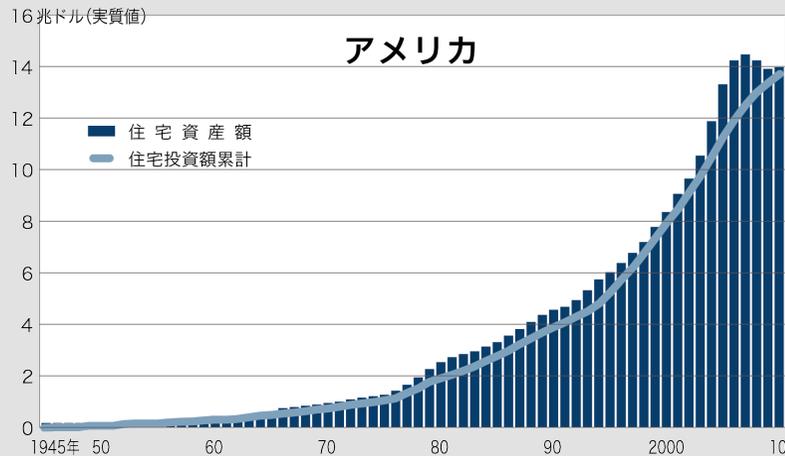
2022年 戸建住宅の業界動向

	消費者	
当社主力顧客層が営む事業	注文住宅事業	地方や郊外の戸建住宅を中心に、購入ニーズは高い。しかし価格上昇に所得が追いつかず、特に新築は高嶺の花に
	分譲・建売住宅事業	原材料の在庫を持たず、契約金額決定後に原材料を発注する受注生産のため、インフレが進行する経営環境は大打撃
市場拡大が期待されるが課題も多い事業	中古住宅事業	原価決定後に販売するため現時点では注文住宅より価格優位。しかし今後は原価上昇の影響を受ける
		新築より相対的に安いいためニーズが高まる。しかし断熱性能等の品質に不安を持つ消費者は少なくない

「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、資産としてお金を生ませる。縮む経済下で日本人が豊かに生きる術

日米の住宅投資額累計と住宅資産額



出所:国土交通省のデータより当社作成(住宅資産額:「Financial Accounts of the United States」(米連邦準備理事会)／住宅投資額累計:「National Income and Product Accounts Tables」(米商務省経済分析局)※野村資本市場研究所の「我が国の本格的なリバース・モーゲージの普及に向けて」を参考に作成)



出所:国土交通省のデータより当社作成(国民経済計算(内閣府)※野村資本市場研究所の「我が国の本格的なリバース・モーゲージの普及に向けて」を参考に作成 ※住宅資産額の2000年以前のデータは、平成17年基準をもとに推計 ※1969年以前は統計がないため、1969年以降の累積)

日本では、住宅投資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500兆円も下回っている。

米国では住宅に対する資産意識が高く、ライフスタイルの変化等に応じた住み替えも盛ん。自宅をできるだけ高値で売却できるよう、メンテナンスやリフォームも積極的に行う文化があるため、住宅品質が維持され中古住宅売買における安心要素となっている。住宅は個人の資産であるとともに社会の資産としても機能している。

日本においても、スタグフレーション下で消費者が豊かに暮らすためには、老後資金等のために自宅を売却し資産化することが求められる。住宅価格上昇は、住宅所有者にとっては保有資産の上昇を意味し、「自宅の売り時」。消費者が住宅の資産意識に目覚める好機となり、メンテナンスやリフォームが投資としての意味を持ち、活発に行われるようになると期待される。

「家をお金に換える」ことは、当社グループのあらゆる事業の起点

『住宅は金融商品である』

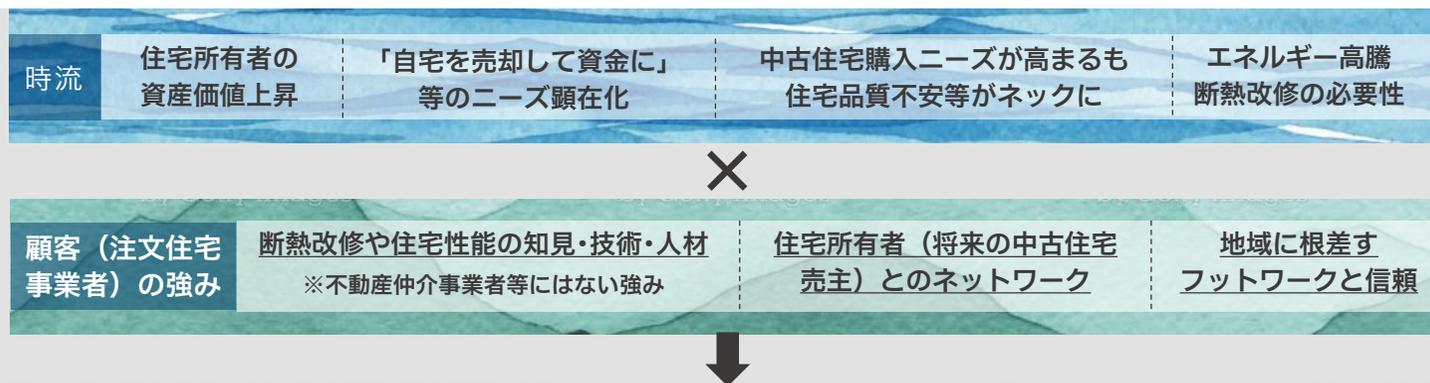
鶴澤泰功

『住宅は金融商品である』

鶴澤泰功(著)※当社代表
2006年 新建新聞社

住宅再生・流通ビルダー

「家をお金に換える」という新しいミッション。単に住宅建設の副業として不動産仲介を行うものではない



NEW

「住宅再生・流通ビルダー」という新業態

割安な中古住宅を省エネ改修等し価値を高め流通させる

- ① 戸建注文住宅等の建設・販売事業を行っている事業者が、アフターメンテナンスを通じて住宅所有者とつながり続ける
- ② 「住宅の資産価値を上げて将来的に家を高く売る」ための省エネ改修やリフォームを提案・実施。これを繰り返す
- ③ ②の積み重ねにより、住宅所有者を「将来的な中古住宅売主」へと育て、住宅を「省エネ性能が高く、光熱費を節約でき、住宅品質が安心な将来的な売物件」として管理（情報在庫）。住宅所有者の売却ニーズが熟するのを待ち、中古住宅仲介や買取再販のビジネスへとつなげていく

当社グループは、顧客への経営支援を差別化に、ローン・保険・保証等の販売につなげるビジネスモデル
経営環境が大きく変化する今は、顧客の経営支援ニーズも高まり、当社グループにとっては追い風

顧客に対し「住宅再生・流通ビルダー」への業態転換を促し、中長期的な成長を目指す

中古の売上構成比を高め成長目指す

業態転換支援を足掛かりに、中古住宅向け各種サービスを増やしていく

住宅再生・流通ビルダー向け業態転換ソリューション（各種サービス）

助っ人クラウド

住宅事業クラウドシステム。図面、メンテ記録等あらゆる物件・顧客情報を一元管理

開発中

住宅価額査定システム

資産価値UPのための改修や売却提案がスムーズに

開発中

潜在売物件DB「コモンズWEB」

売却意思が顕在化していない物件が閲覧できる業者限定MLS

【フラット35】 優遇金利

長期優良住宅等、省エネ性能の高い住宅向け

買取再販ローン

中古住宅を自社で買い取り、改修等を行い、再販を行うための事業者向けの事業ローン

前払式支払手段 発行サービス

メンテ費用をポイント化し、計画的に費用を事前確保

省エネ設計 サポート

断熱改修等を提案・実施するための技術支援

開発中

中古住宅 総合保証制度

中古住宅取引における売主・買主のリスク軽減する各種保証

延長保証保険 既存住宅かし保険

住宅品質の長期保証により、居住時や売買時の安心提供

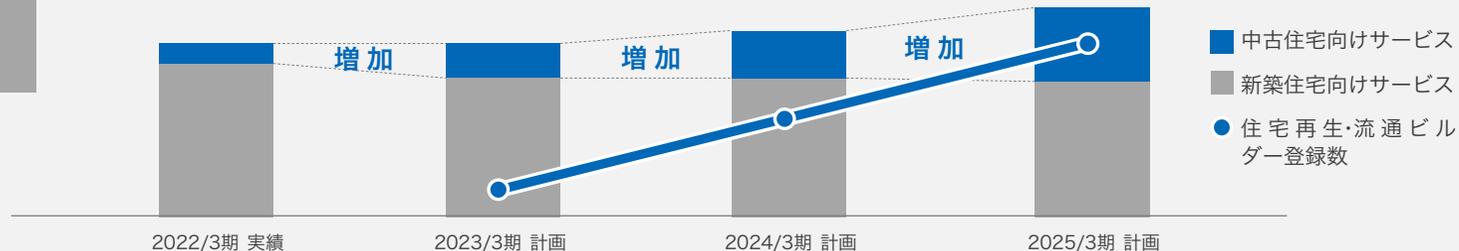
開発中

マーケティング 支援

消費者への訴求やブランド化の仕組み提供

サービス別 売上計画

住宅流通ビルダー登録数は2025/3期までに500社を目指す



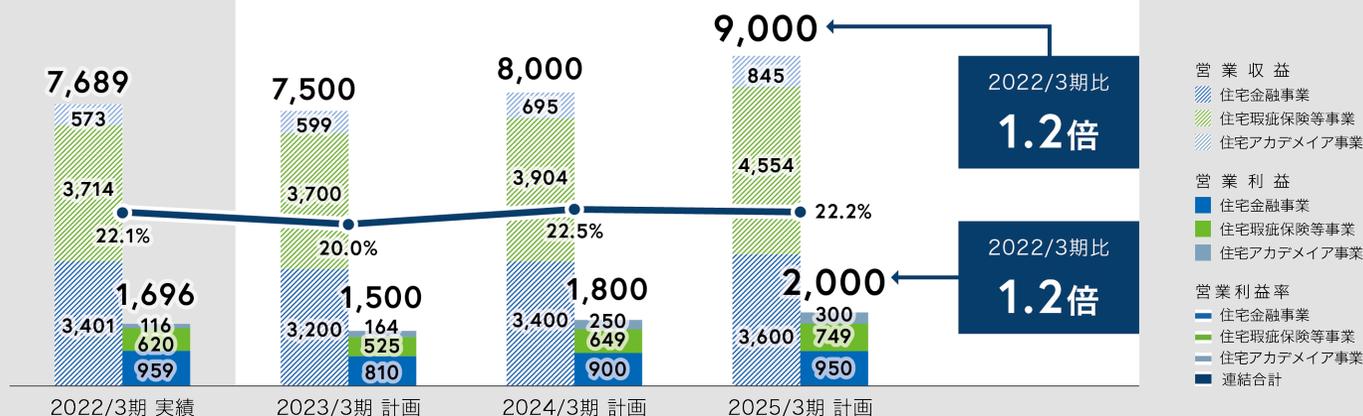
3事業のシナジーを推進

前期発表の中期経営計画2023/3期を見直し。2025/期までに連結営業利益20億円を計画

連結

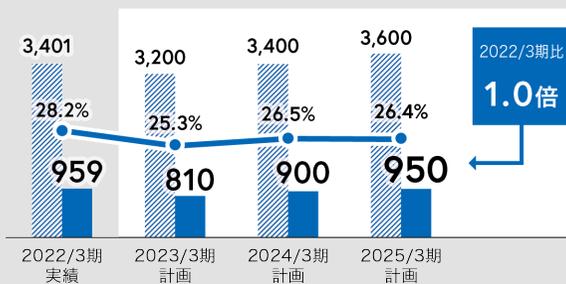
(百万円)

MSJグループ中期経営計画 2025/3期

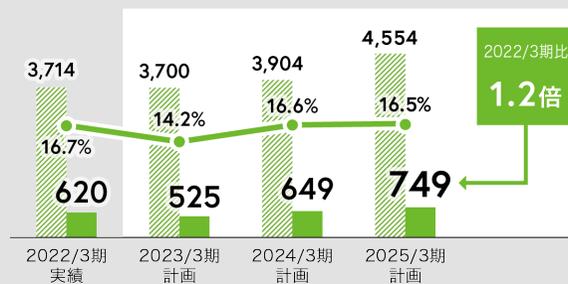


セグメント

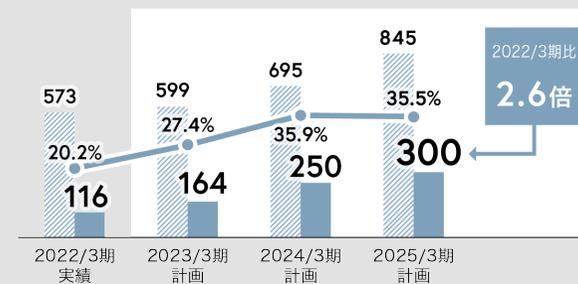
住宅金融事業



住宅瑕疵保険等事業



住宅アカデミア事業



4 | 株主還元

配当・株主優待制度を実施

継続的な成長のために積極的に投資／企業価値・株主利益の向上に努める

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	 ¥3,000	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	 ¥3,000	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	 ¥4,000	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