

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社MFS（東証グロース：196A）

2024年6月21日

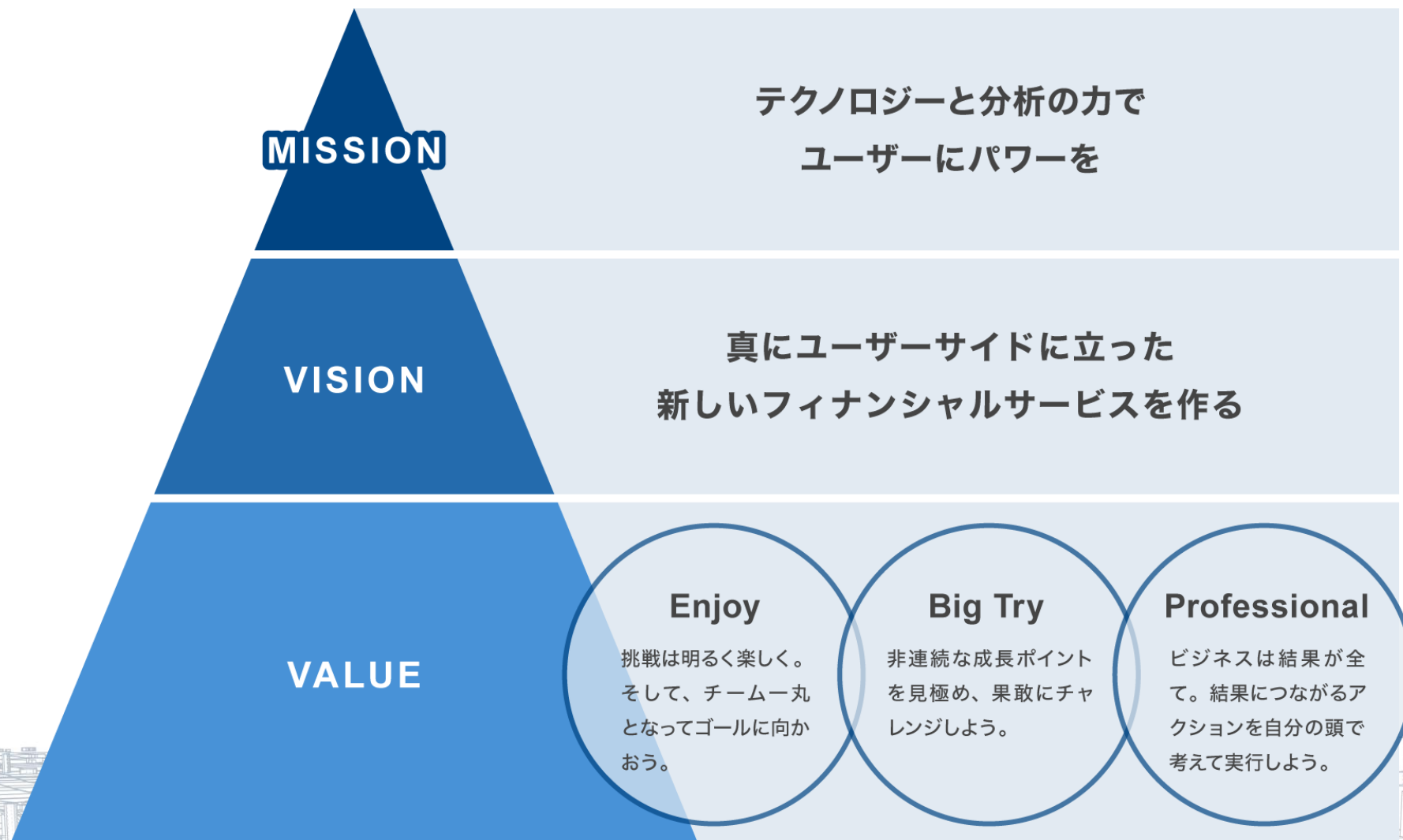
Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク

Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク

1.1 Mission / Vision / Value



1.2 会社概要

社名	株式会社MFS
代表者	中山田 明
資本金	1億円 / 2023年6月末時点
本社	東京都千代田区大手町1-6-1 大手町ビル2階 FINOLAB
子会社	コンドミニウム・アセットマネジメント株式会社(以下、コンドミニウム社) (MFS100% 子会社)
事業内容	オンライン住宅ローンサービス:「モゲチェック」 オンライン不動産投資サービス:「INVASE」



1.3 当社の沿革

2014
創業

2019
オンライン化

2023
アプリ化



2015年8月
モゲチェックリリース



2014年10月
MFS創業

2016年3月
店舗オープン

2018年6月
本社移転(大手町)

2019年2月
オンラインモゲチェック開始

2021年10月
融資承認確率※機能をリリース

2022年2月
モゲレコ開始

2023年10月
モゲチェックアプリをリリース

2022

2022年2月
コンドミニアム社買収
不動産仲介開始

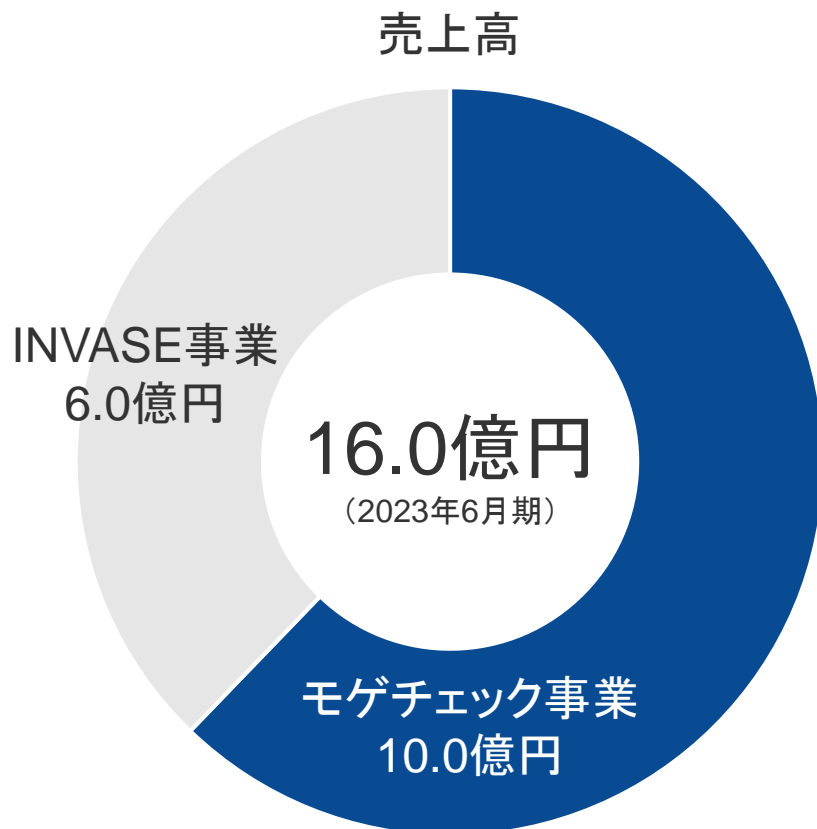
2022年11月
Pスコアサービスをリリース

2023年10月
INVASEアプリをリリース

2018年10月
INVASE
(旧サービス名:モゲチェック・プラザfor 不動産投資ローン)開始



1.4 当社ハイライト



売上高成長率

前年度比※1	+90.5%
CAGR※2	+72.2%

※1 2022年6月期と2023年6月期の比較

※2 年平均成長率(2019年6月期から2023年6月期)

1.5 経営陣

住宅ローンの証券化やファイナンスのプロフェッショナルで構成

CEO



中山田 明

1999年
ベア・スターズ証券会社にて日本初の住宅ローン証券化を担当

2000年
株式会社新生銀行にて総額5,000億超の住宅ローン証券化を主導、グッドローン株式会社(現アルヒ株式会社)より住宅ローン購入プログラムを組成、楽天株式会社とJVで住宅ローン会社(楽天モーゲージ株式会社)を設立

2011年
SBIモーゲージ(現アルヒ株式会社)株式会社入社、2012年よりCFOを歴任

2014年10月よりMFS代表
東京大学経済学部卒

COO



塩澤 崇

2006年
モルガン・スタンレー証券株式会社にて住宅ローン証券化ビジネスに参画。モーゲージバンクの設立やマーケティング戦略立案、当局対応を担当

2009年
ボストン・コンサルティング・グループ入社。銀行・証券・生保等の大手金融機関向け戦略コンサルティングに従事

2015年9月よりMFS取締役COO
東京大学大学院情報理工学系研究科修了

CFO



平山 亮

2007年
野村証券株式会社入社。投資銀行部門においてM&Aアドバイザー業務、資金調達業務、財務部門において管理会計業務に従事

2019年
BHI株式会社にて取締役CFO就任。資金調達、上場準備、業務提携等を推進

2020年
MFSに参画、同年12月取締役就任
慶應義塾大学商学部卒
Babson College F.W. Olin Graduate School of BusinessにてMBA取得

1.6 Core Value

クレジット(信用力)分析を起点としたビジネス展開



ユーザー



オンライン・
モーゲージ・ブローカー※

住宅ローン選びに正解を
モゲチェック

オンライン
不動産投資サービス

より最適な
不動産投資の環境を

※ オンライン上で貸金業者(貸金の媒介者)として住宅ローン利用者のためにローンの提案から決済までサポートするサービス

Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル**
- 3 市場環境
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク

モゲチェック プロダクト概要

独自システムを有するオンライン・モーゲージ・ブローカー。借入・借換双方に対応



モゲチェックの特長

1 ローン提案

2 クイック申込※

3 チャットサポート

※ ユーザーが登録した情報を利用して最小限の追加情報で審査申込ができる仕組み

ローン提案からローン実行までフルにサポートするオンラインサービス
(各サービス内容については次ページ以降で説明)

①ローン提案



②クイック申込

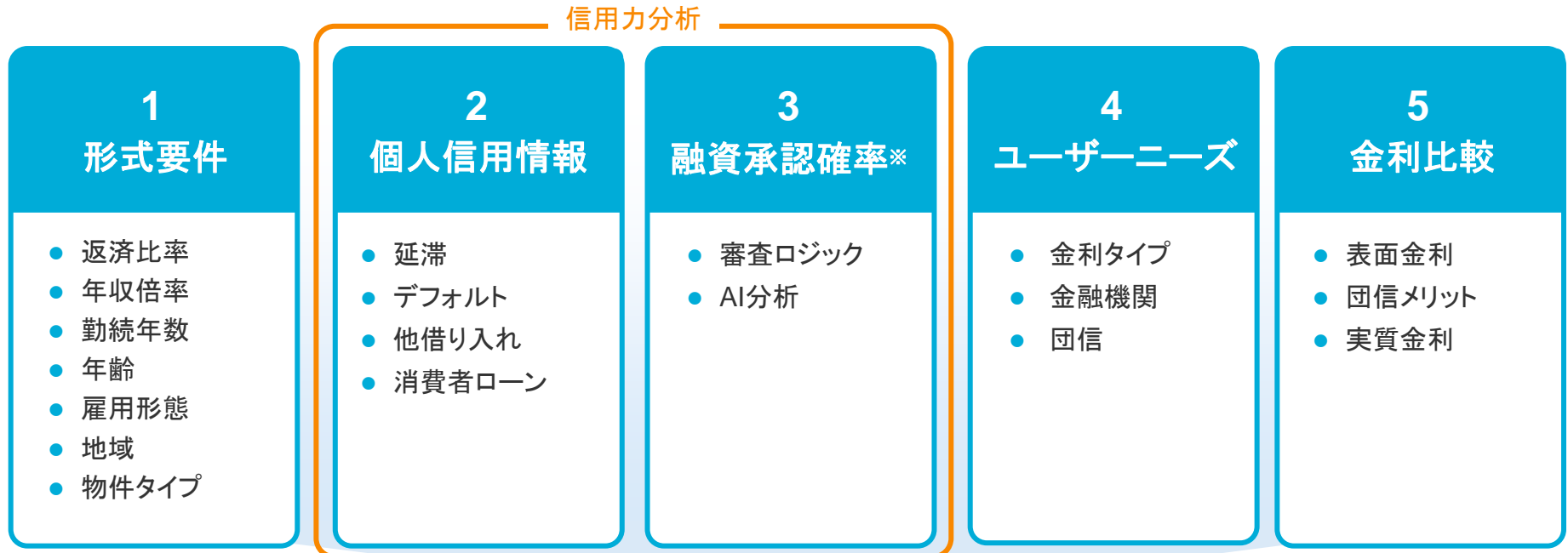


③チャットサポート



プロダクトの独自性①:ローン提案

ユーザーの信用力分析に基づき借りられるローン(含む借換)を提案する



※ MFSの分析により算出される各金融機関の住宅ローン審査を通過する確率。特許取得済み

20以上の
金融機関の
ローンが対象



信用力分析に基づく
住宅ローンを提案

プロダクトの独自性②:クイック申込

ユーザー情報を利用し最小限の追加情報で審査申込ができる



ローン提案からローン実行まで人とAIがサポートする



ユーザー

← チャットサポート



オペレーターによる
対応



AIによるBot対応



サポート内容(例)

住宅ローン
全般の疑問

金融機関・住宅
ローン商品の疑問

申込についての
質問

仮審査・本審査に
ついての質問

ローン実行
についての質問

不動産会社紹介や投資用ローンの借換をサポートする不動産投資サービス

不動産投資ローンの借入可能額※1を査定し、希望の不動産会社を紹介する。不動産投資ローンの借換サポートサービスや売却査定サービスも提供(不動産仲介はWeb・アプリ双方で対応可能)



※1 投資用不動産物件購入に係る融資について、顧客が借入可能であるとMFSが算出した金額

※2 コンドミニアム社への送客含む(売買の仲介手数料は別途発生)

※3 サービス名: パウチャー。ユーザーの属性及びニーズに即した投資用不動産物件仲介会社を紹介し、当該紹介1件あたりに対して紹介先不動産会社より手数料を受領

アプリによるオンライン不動産投資サービス

アプリを通じて常時ユーザーに価格情報※を提供し、コンドミニアム社が売買をサポートする
 売主は保有物件の純資産を把握して適切なタイミングで売却でき、買主は現在保有する自己資金で買える
 物件が探せる



各ビジネスの収益性概要

今後はサービス利用者数の増加、粗利の増加を想定

	 1 オンライン直販 (D2C)	 2 不動産投資サービス (D2C)
概要	<ul style="list-style-type: none"> エンドユーザーを、自身にとって最適な住宅ローンへ送客 金融機関のマーケティング費用、不動産会社の業務負担を軽減 不動産会社のローン付けツールとしても使用可能 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインで不動産投資(購入・管理・売却・借換え)ができる
1件当たり収益	<ul style="list-style-type: none"> 金融機関からの手数料: 約3.2万円 / 件※ (金融機関への審査申込時点で発生) 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーからの仲介手数料: 3% 借換サポートに伴う手数料35万円～ / 件 不動産会社からの手数料: 5万円 / 件
顧客獲得コスト	<ul style="list-style-type: none"> 約1.5万円 / 件※ 	<ul style="list-style-type: none"> N/A(複数のサービスにつき、個別顧客獲得コストは算出不可)
月間利用件数	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用者数: 7,747件※ 	<ul style="list-style-type: none"> サービス登録数: 約950件※
売上高 (23/6期)	<ul style="list-style-type: none"> 10億円 	<ul style="list-style-type: none"> 6億円

※2024年6月期(第3四半期)実績

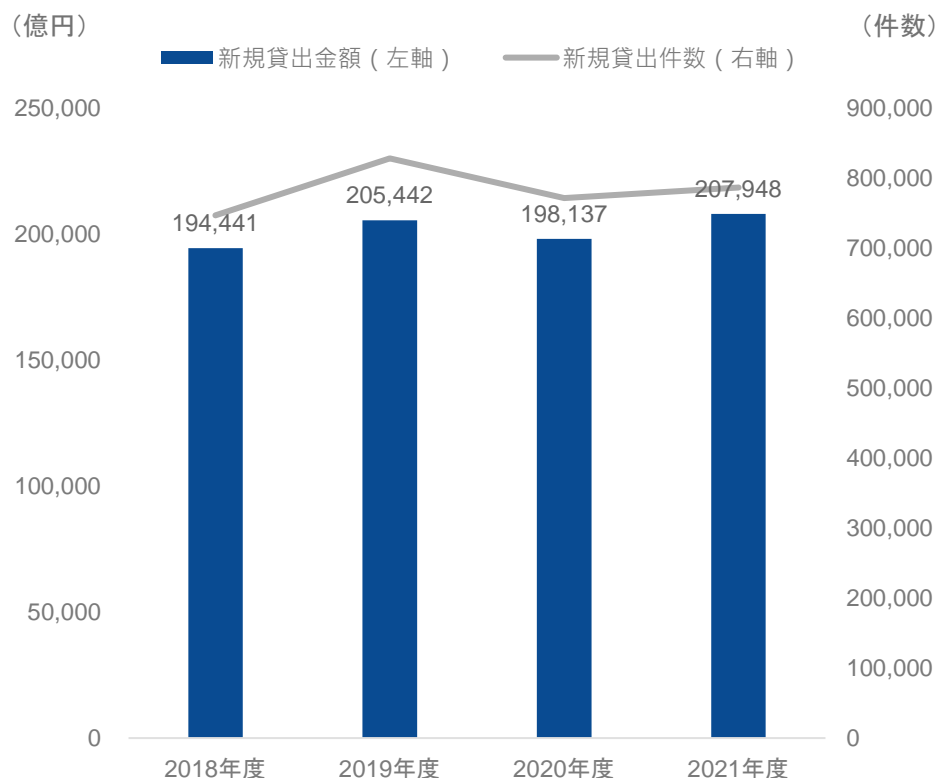
Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境**
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク

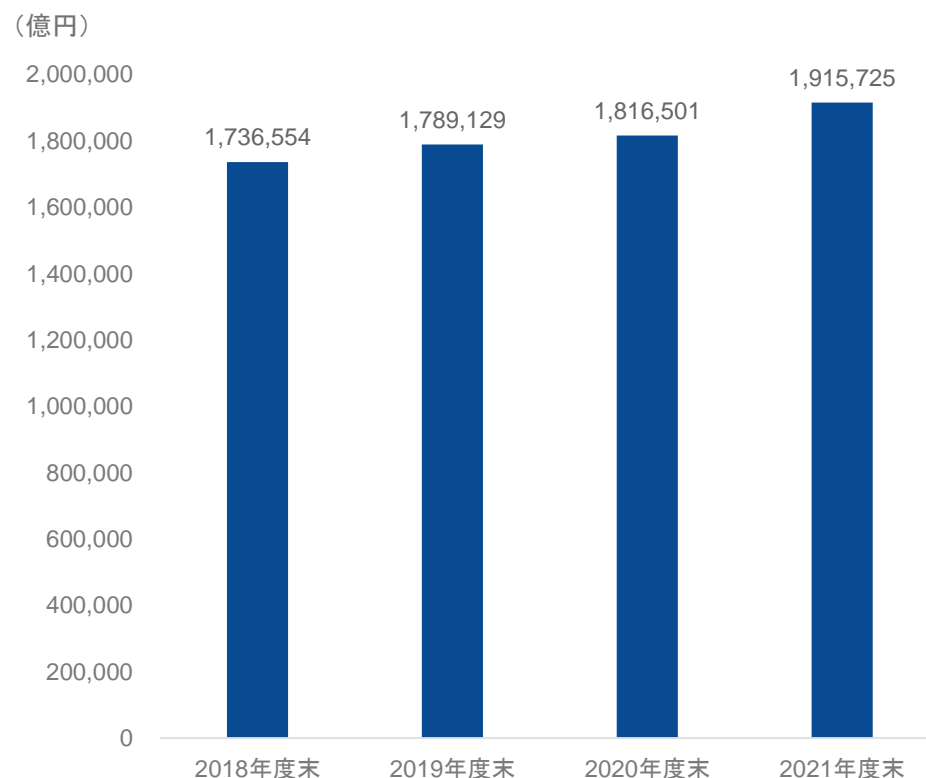
住宅ローンマーケット概要

住宅ローンは長期化した低金利環境や住宅ローン減税、マンション価格の上昇を要因として、安定した新規貸出金額で推移

新規貸出金額および件数



住宅ローン貸出残高

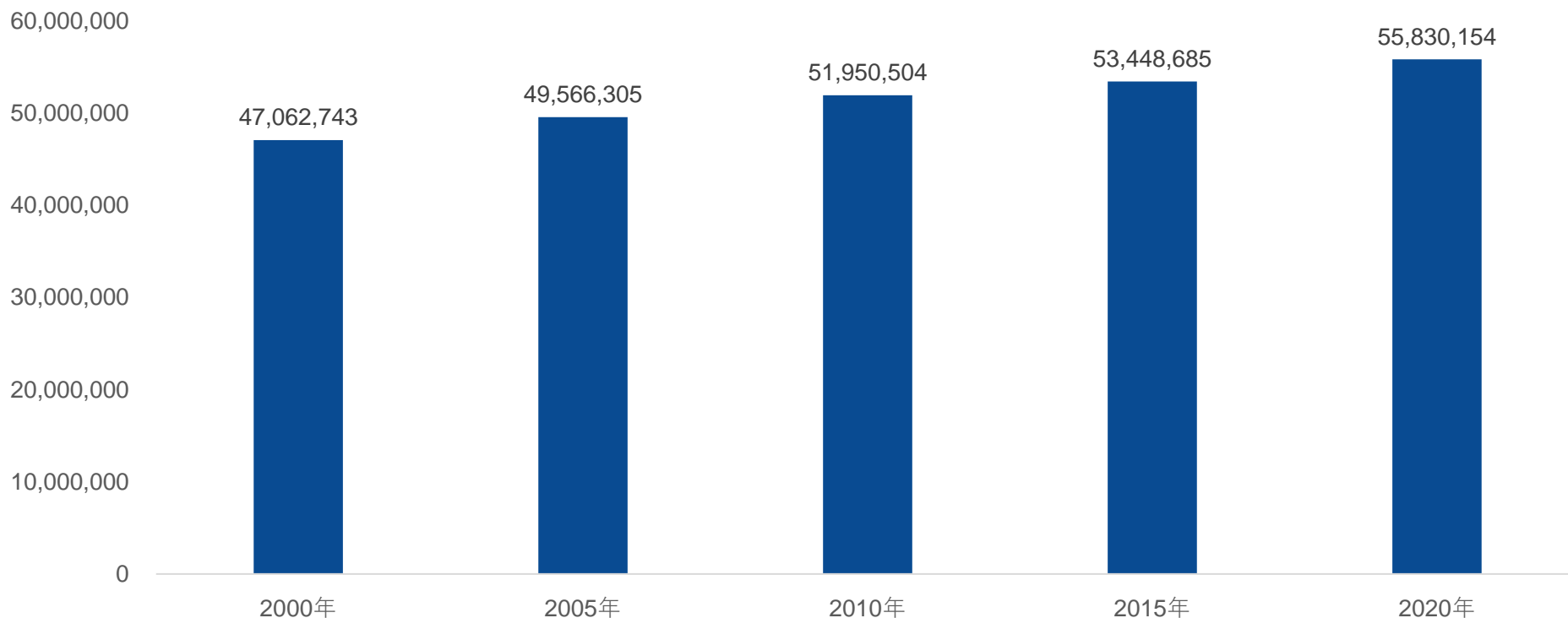


出所: 住宅金融支援機構「業態別の住宅ローン新規貸出額及び貸出残高の推移(公開日:2023年8月22日)」、国土交通省「民間住宅ローンの実態に関する調査(令和5年度)」

住宅ローンマーケット概要 (cont.)

世帯数は1人世帯、2人世帯の増加傾向の影響もあり、2000年代から増加傾向にあることから、一定の住宅購入ニーズがあるものと想定

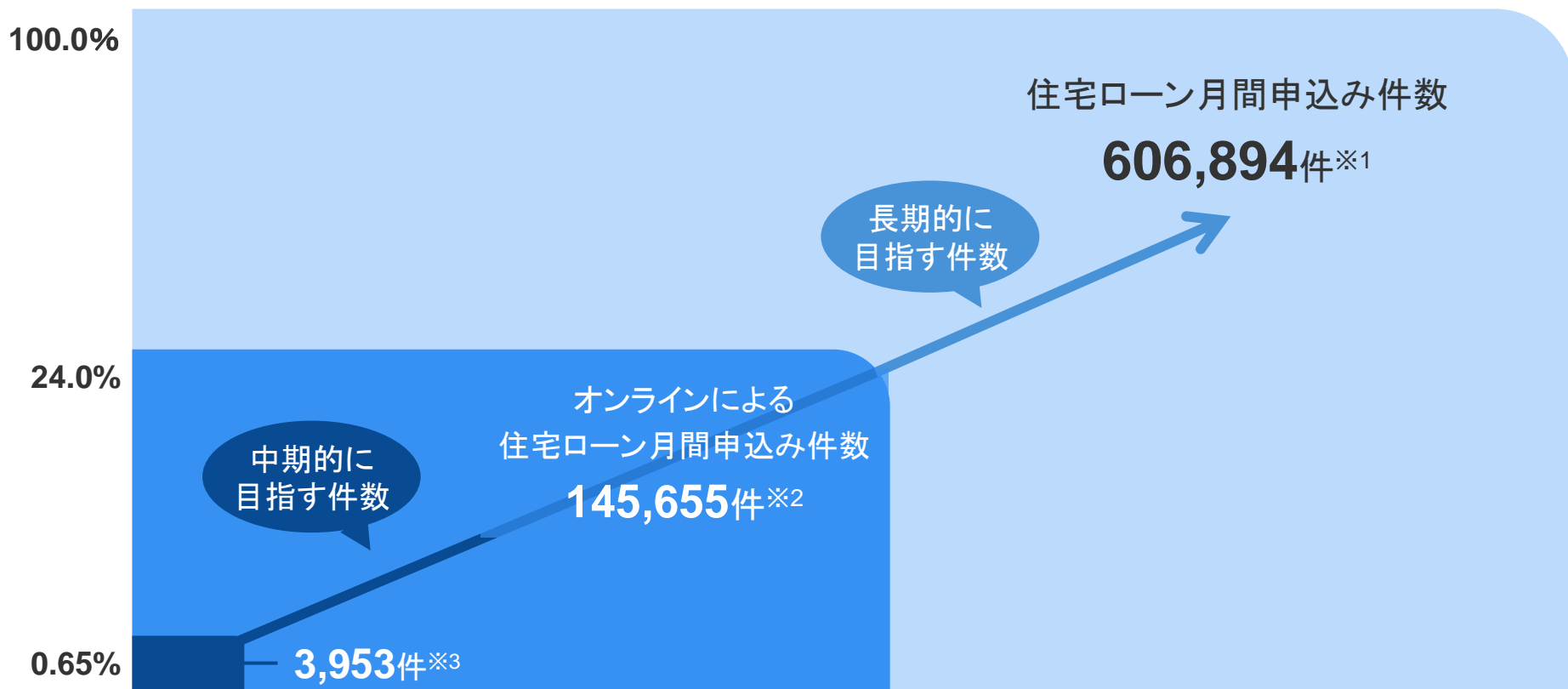
一般世帯数推移(年度)



出所: 国勢調査よりMFS作成

当社のマーケットシェア、成長余力

現時点の当社のマーケットシェアは0.65%程度と想定。オンラインによる住宅ローン月間審査申込み数比較でも2.7%程度とビジネスの拡大余地は大きいものと思料



※1 「令和5年度民間住宅ローンの実態に関する調査結果報告書」に記載の年間住宅ローン実行件数から、融資実行率(住宅ローン実行数/審査申込み数)を10%(金融機関からのヒアリング結果)と仮定し算出
令和4年度住宅ローン実行件数 728,273 ÷ 融資実行率10% ÷ 12か月

※2 「2019年度 不動産流通業に関する消費者動向調査」の「ネット銀行で提供されている住宅ローン」の利用率24.0%を使用

※3 当社実績(住宅ローン月間審査申込み件数(2024年6月期第3四半期月次平均))

住宅ローンのオンライン化

住宅審査申込は従来は不動産会社を通じての申し込みが主流であったが、現在はオンライン申込が浸透

従来



不動産会社の営業担当者が個人的な繋がりで金融機関を選定。
ユーザーは不動産会社を介して書類で審査申込

オンライン化



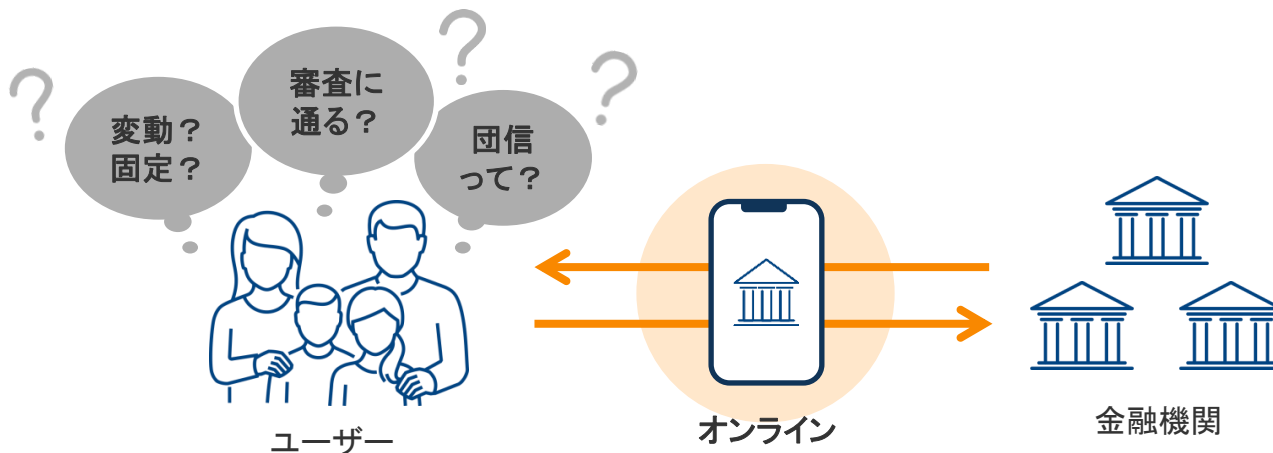
ユーザーがネットで独自に情報収集。
直接金融機関のWEBサイトから審査申込

モゲチェック

オンライン化における課題とソリューション

オンライン時代の課題

最適な住宅ローンを自分で選べない
(どのローンが借りられるのか申し込んでみないと分からない)

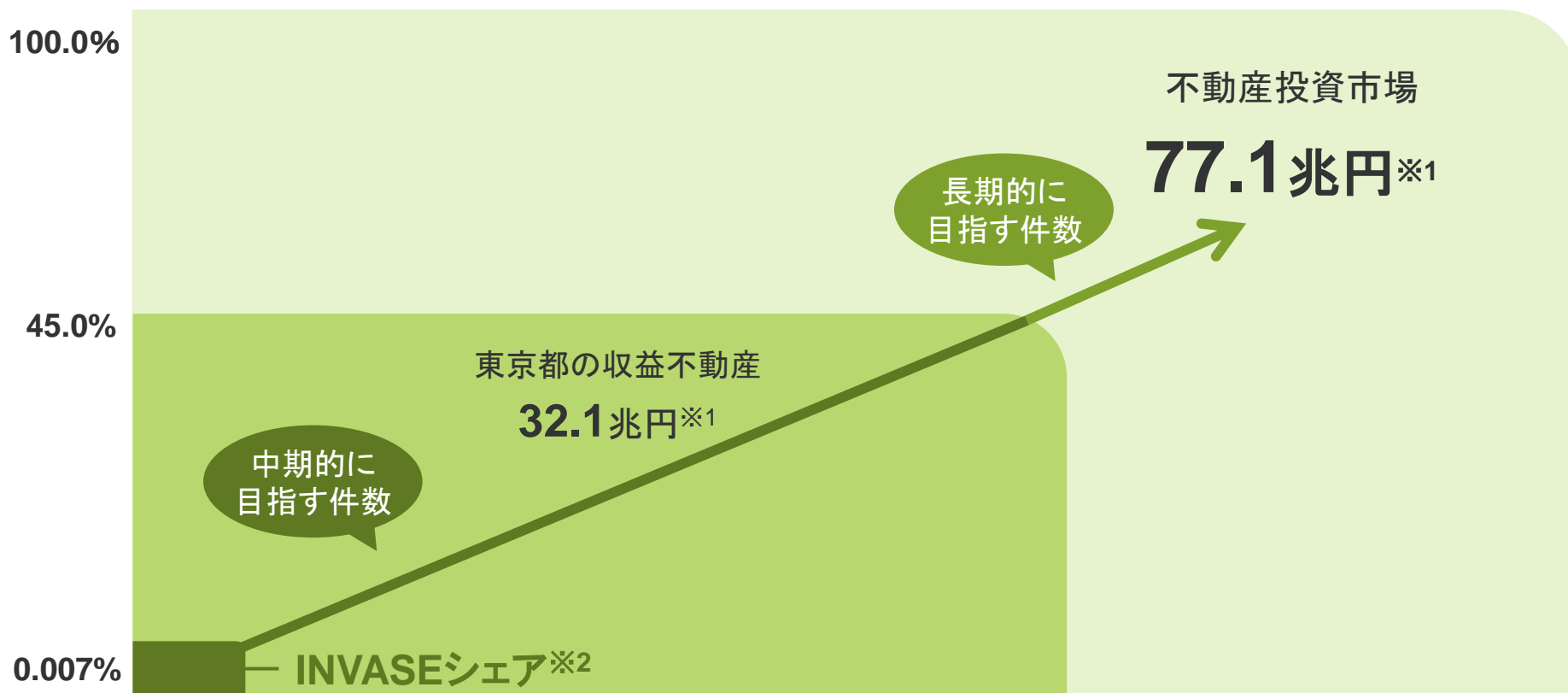


モゲチェックのソリューション

信用力分析をもとに最適な住宅ローン借入をサポート



収益不動産に占める賃貸住宅（投資用不動産）の資産規模は77.1兆円に対して、現状のシェアは未だ小さく拡大余地は大きい。2022年2月のコンドミニアム社買収等を通じてビジネスを拡大中

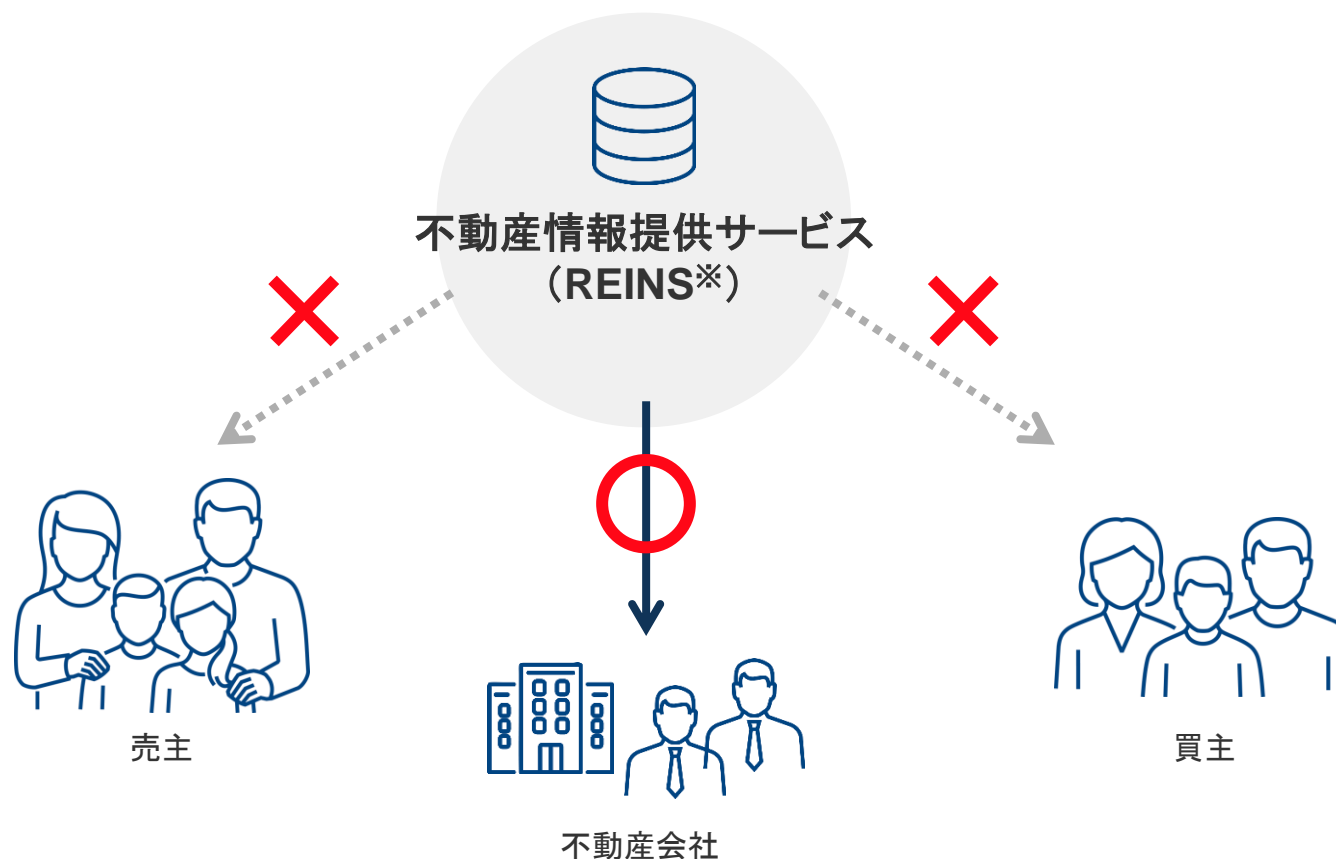


※1 ニッセイ基礎研究所「我が国の不動産投資市場規模(2023年)」より用途別「収益不動産」の市場規模参照

※2 2024年6月期(2024年3月時点)、コンドミニアム社の引き渡し物件の売買金額(税抜)合計を年換算した金額よりMFS推計

不動産業界一般の課題

不動産情報提供サービス(REINS)へアクセスできるのは不動産会社のみ。情報格差が価格の不透明感を生み、市場の拡大を阻害



※ 国土交通大臣から指定を受けた不動産流通機構が運営しているコンピューターネットワークシステム

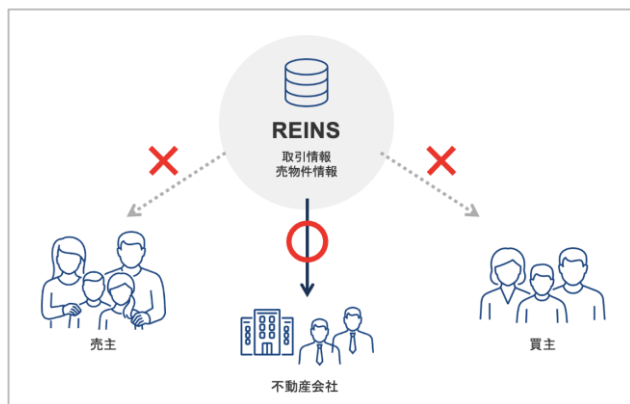
不動産業界(投資用)の現状とあるべき姿

価格透明性が低いことからプリミティブで非効率的なビジネス慣行が長年継続

	課題	内容(現状)	あるべき姿
1	非効率な集客	電話や個別セミナーによる勧誘	オンラインやアプリによる集客
2	属人的な営業	営業担当者がユーザーと個人的な信頼関係を築いて販売が行われる	リスクとリターンの関係をユーザーが理解し、自ら投資判断
3	非効率な売却活動	「物上げ業者」と呼ばれる業者が謄本情報から投資家を割り出し、直接電話による勧誘で売却を促す	投資家自ら保有物件の資産価値を把握し、適切なタイミングで売却
4	過大な中間マージン	「物上げ業者」から複数の業者に転売された後最終投資家へ販売される	売手と買手が直接売買
5	社会問題	ローンの審査書類の改ざんや詐欺まがいの投資スキームにより自己破産などの事例が発生 (例)かぼちゃの馬車、TATERU	価格やリスクの情報提供が十分なされ、自己責任の範囲で投資できる環境が整備されている

不動産業界(投資用)の課題

価格透明性が低いことに起因し流動性が低く、一部の人しか参加しないマーケットになっている



個人が取引情報に
アクセスできない

価格透明性が低い

投資家が少ない
(市場規模が小さい)

不動産の取引情報(成約事例)や売り物件情報は不動産情報提供サービス(REINS)に登録されているが、アクセスできるのは不動産会社のみ

価格透明性が低いため、対象不動産の適正な価格が売主・買主共に推察しにくい。その結果として、投資へのハードルが高く、投資家層が限定的

価格透明性が低いため、上場不動産投資信託(REIT)※1に比べ流動性が低い※2。結果として投資へのハードルが高く、投資家層が限定的

※1 13.7兆円:月刊REIT(リート)レポート2024年2月号、1日平均売買代金563億円よりMFS試算

※2 2.0兆円:2022年4月不動産市場動向データ集年次レポート、首都圏および近畿圏中古マンション成約件数、成約平均平方メートル単価よりMFS試算

価格情報をアプリを通じて常にユーザーへ提供し、コンドミニウム社による仲介を通じて、いつでも客観的な価格で売買できる不動産投資サービスを提供する







※ 売主・買主は不動産会社・その他法人のケースもあり

Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競合優位性**
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク

モゲチェックは独自システムを保有する住宅ローンオンラインサービス

	オンライン・モーゲージ・ブローカー  住宅ローン選びに正解を モゲチェック	 住宅ローン比較サイト
業態	貸金業(媒介)	一般的に広告業
信用力分析	 信用力に基づいた ローン提案	金利ランキングのみが主流
クイック申込	 ユーザー情報を利用した 簡単な申込	基本的に個別に申込
チャットサポート	 人とAIによるサポート	ない場合が一般的

※住宅ローンの金利を比較できる他社サイトを参照(2024年4月時点 / MFS調べ)

モゲチェック

競合優位性①

信用力分析に基づくローン提案

住宅ローン選びに正解を
モゲチェック



信用力分析でユーザーにパーソナライズしたランキング

ユーザーの信用力分析をした上で
最適な住宅ローンを提案

住宅ローン比較サイト



金利、人気によるランク付けのみ

ユーザー情報を利用した審査申込

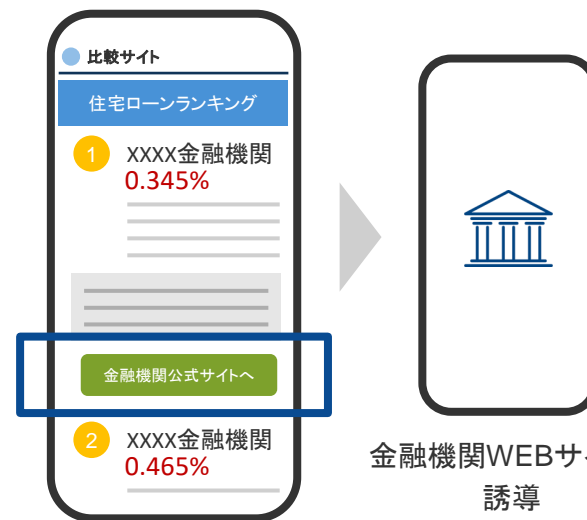


登録時にユーザー
情報を取得

クイックで金融機関に
申込

ユーザー情報を利用することで
複数ローンでも簡単に申込

住宅ローン比較サイト



金融機関WEBサイトに
誘導

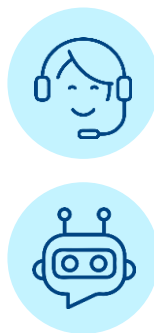
サイトからユーザー自身で申込

モゲチェック

競合優位性③

ローン選択からローン実行までチャットでフルサポート

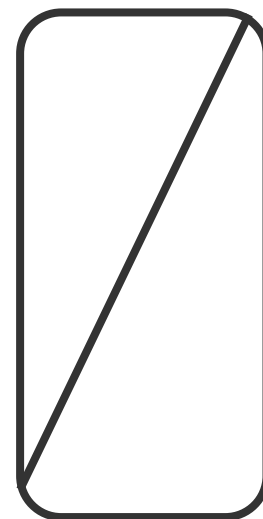
住宅ローン選びに正解を
モゲチェック



チャットでの質疑応答、アップロード機能による書類の確認なども可能。
一般的な住宅ローンの質問はChatbotで即座に対応。

住宅ローンに関するあらゆる質問に
オペレーターとAIがチャットで返答

住宅ローン比較サイト



サポートなし

(個別ローンに関するアドバイスは貸金業でないと不可)

プライシングモデルとアプリによる新しい不動産投資サービス

	オンライン不動産サービス  	投資用不動産会社
事業形態	仲介	売買
収益源	仲介手数料	売買差益
価格分析 (プライシングモデル)	Pスコア※による分析	通常不明
価格情報の提供手段	アプリ	営業担当者

※ MFSが独自に開発した不動産のリスク指標(商標登録済み)

AIを利用したプライシングモデルの開発



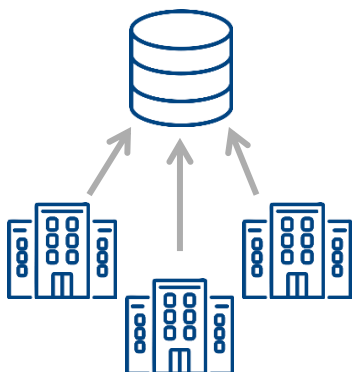
価格情報の収集

AIによる分析

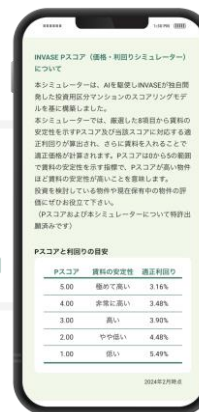
リスクモデル
(Pスコア)の作成

リスクとリターン
の紐づけ

個別物件に適用

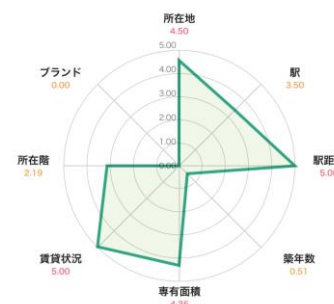


Pスコア **3.62**
 適正利回り **3.62 %**
 適正価格 **4,960 万円**



リスク分析

適正利回り **4.04%**
 Pスコア **★★★★☆ (3.03)**



賃料の安定性を計測するスコアリングモデル

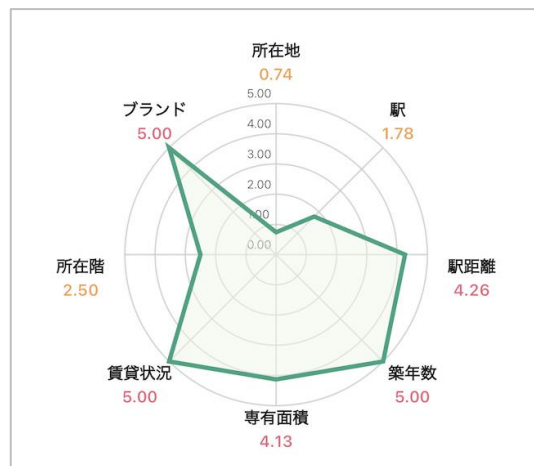
Pスコアとは賃料の安定性を一つの数字で表した不動産のリスク指標

各スコアに対応する利回り(キャップレート)も適正利回りとして計算されるため、価格評価にも使える

投資物件



- ・所在地
- ・駅徒歩
- ・専有面積
- ・所在階
- ・賃料
- ・最寄り駅
- ・築年
- ・賃貸状況
- ・マンションブランド



Pスコア	賃料の安定性	適正利回り
5.00	極めて高い	3.25%
4.00	非常に高い	3.54%
3.00	高い	3.92%
2.00	やや低い	4.46%
1.00	低い	5.37%

アプリによる価格情報の提供と Condominium 社による仲介



※ 売主・買主は不動産会社・その他法人のケースもあり

売買モデルと比較して売主及び買主双方にとってメリットのある仲介モデル

売買差益



仲介手数料



競合優位性(3) 仲介モデル(売買モデルの比較)

仲介モデルには価格透明性を高めるインセンティブがある

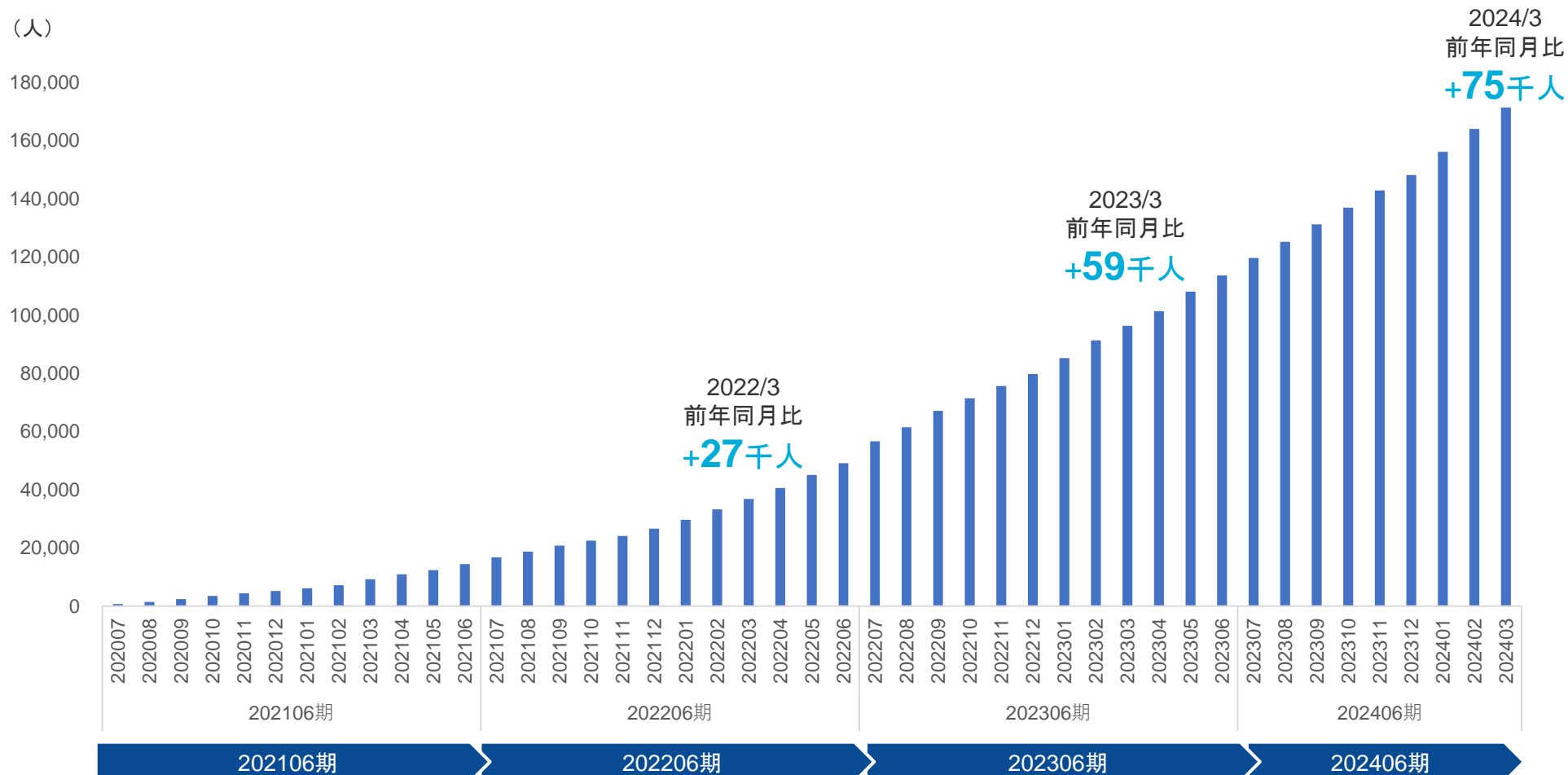
	ポイント	仲介モデル	売買モデル
1	価格提示	特定の物件に対し、売主及び買主に適正だと考える一つの価格を提示する	特定の物件に対し、売主には仕入れ価格、買主には販売価格という2つの価格を提示する
2	利益相反	収益源が仲介手数料であるため、価格と収益は独立しており、価格を操作するインセンティブはない	収益源が売買価格差なので、売主からはできるだけ安く買い、買主にはできるだけ高く売ることによって収益が増える
3	価格情報	収益源が仲介手数料であり、取引量の拡大が収益の拡大となるため、価格情報を提供して取引を活性化するインセンティブがある	売主及び買主に情報提供すればするほど売買価格差が縮まるため、価格情報を提供しないインセンティブがある

Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗**
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク

成長の軌跡：会員登録数累計※

202106期より本格的にオンライン展開を開始。202306期に住宅ローン提案の自動化を進めた結果、会員登録数が増加

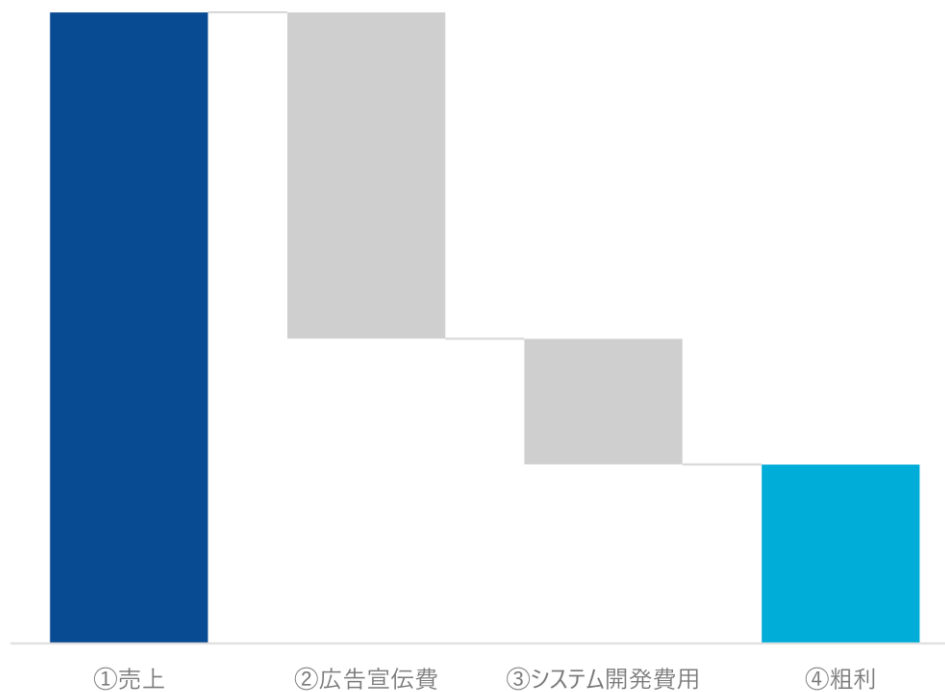


※ 2020年7月を起点に累計数を計測

収益構造: 概要

売上に対して広告宣伝費は変動するものの、システム開発費用等は固定費想定

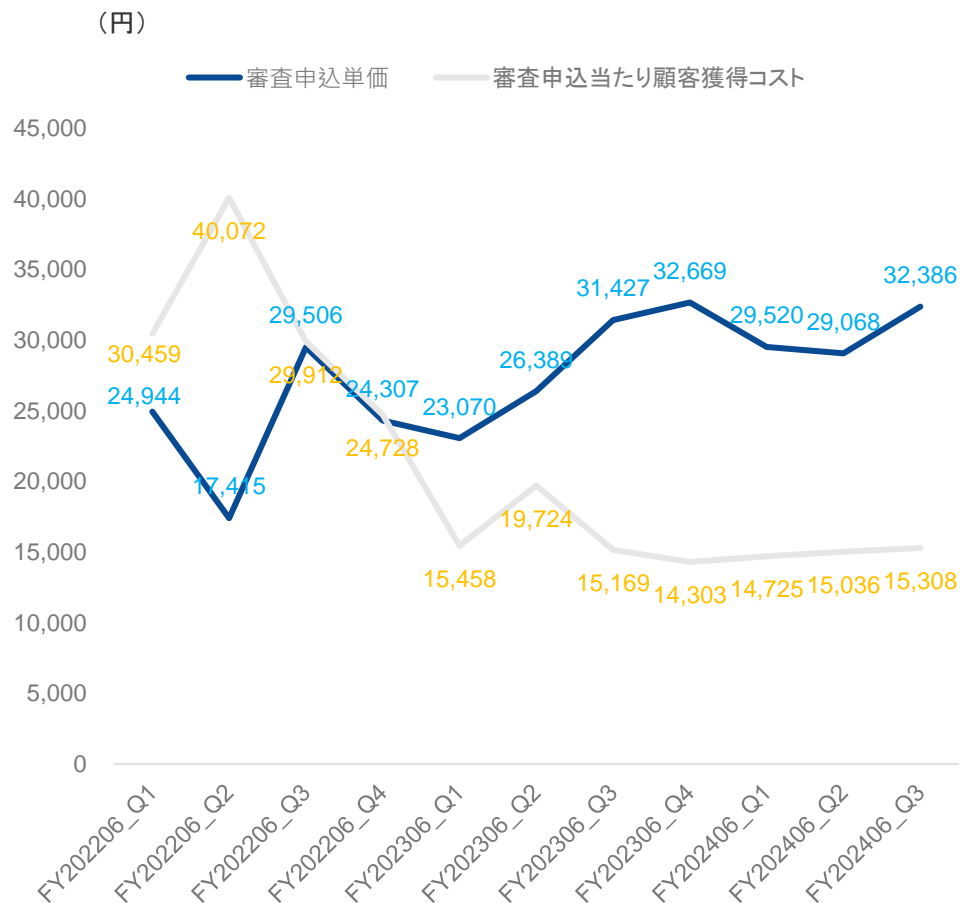
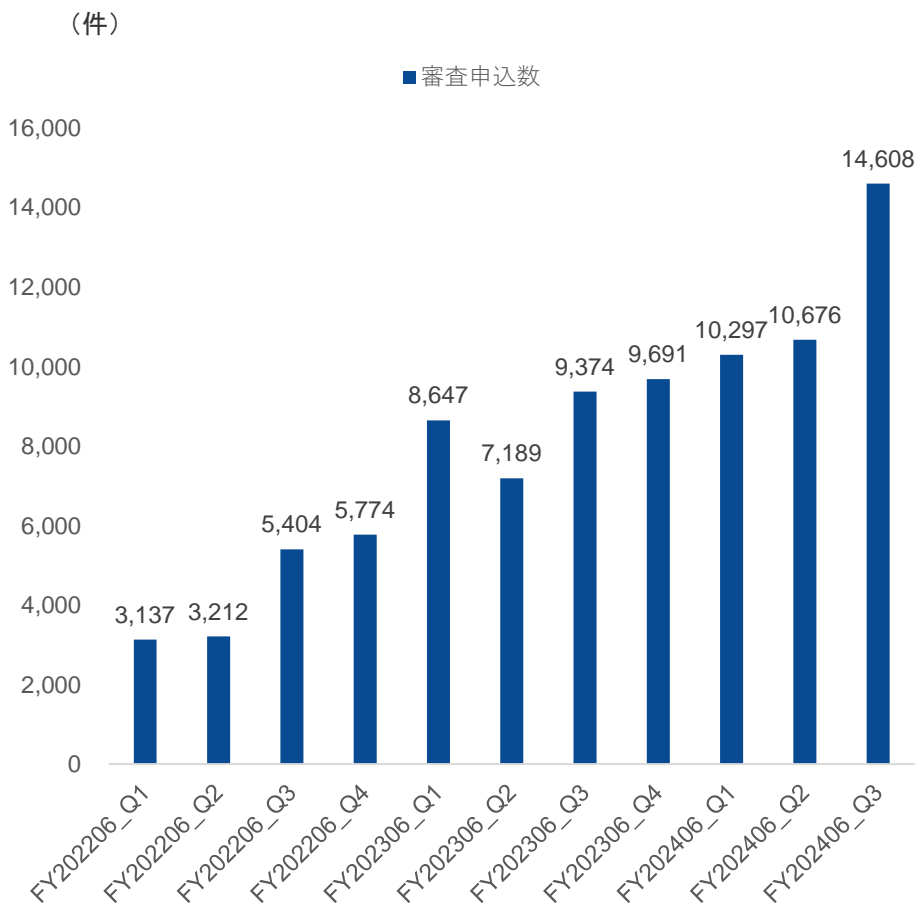
(収益構造イメージ図)



#	項目	詳細
①	売上	✓ 審査申込数 × 単価
②	広告宣伝費	✓ オンライン広告がメイン ✓ 変動費
③	システム開発費用 (原価)	✓ エンジニアの person 費がメイン ✓ 固定費。ただし売上拡大に伴い投資が必要 であるため、一定程度売上に連動 ✓ 直近はアプリ開発に伴う外部委託費が増加
④	粗利	✓ 売上から広告宣伝費及びシステム開発費を 控除した金額
⑤	営業利益	✓ 粗利から person 費、地代家賃、通信費等の販 売管理費を除くと営業利益 ✓ 販売管理費は原則固定費であるため、売上 の増加にともない営業利益は加速して増加 する(規模の経済が働く)と想定

(KPI) 収益構造: ①審査申込数、単価※1、CPA※2

審査申込数は増加傾向。審査申込単価はマージンを拡大後、安定して推移

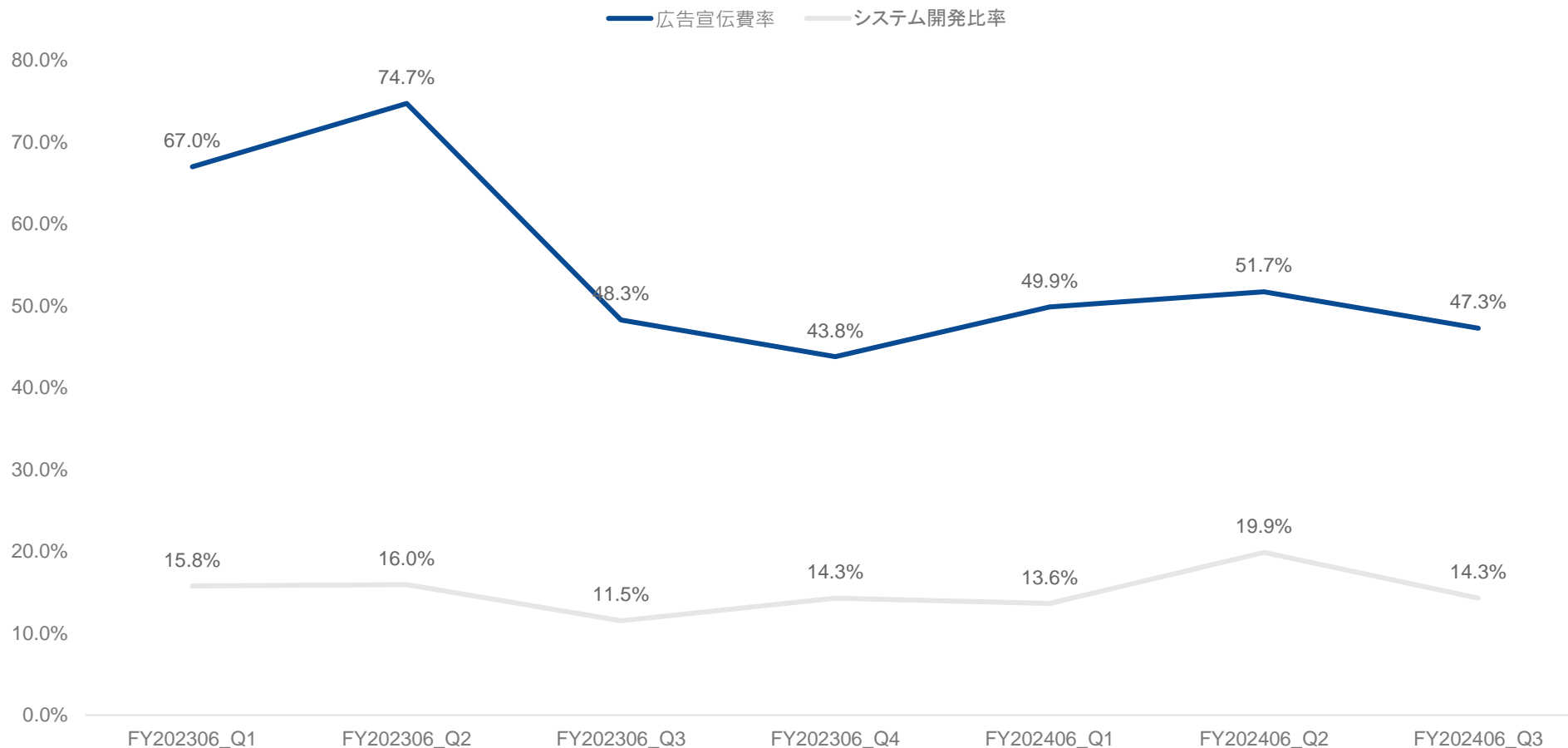


※1 審査申込みにあたり金融機関から得る送客手数料

※2 CPAとはCost Per Acquisitionの略で、審査申込みあたり顧客獲得コストの意味

(KPI) 収益構造: ②広告宣伝費率※1、③システム開発率※2

広告宣伝費は一定の規律を以て使用。システム開発費についても投資を継続

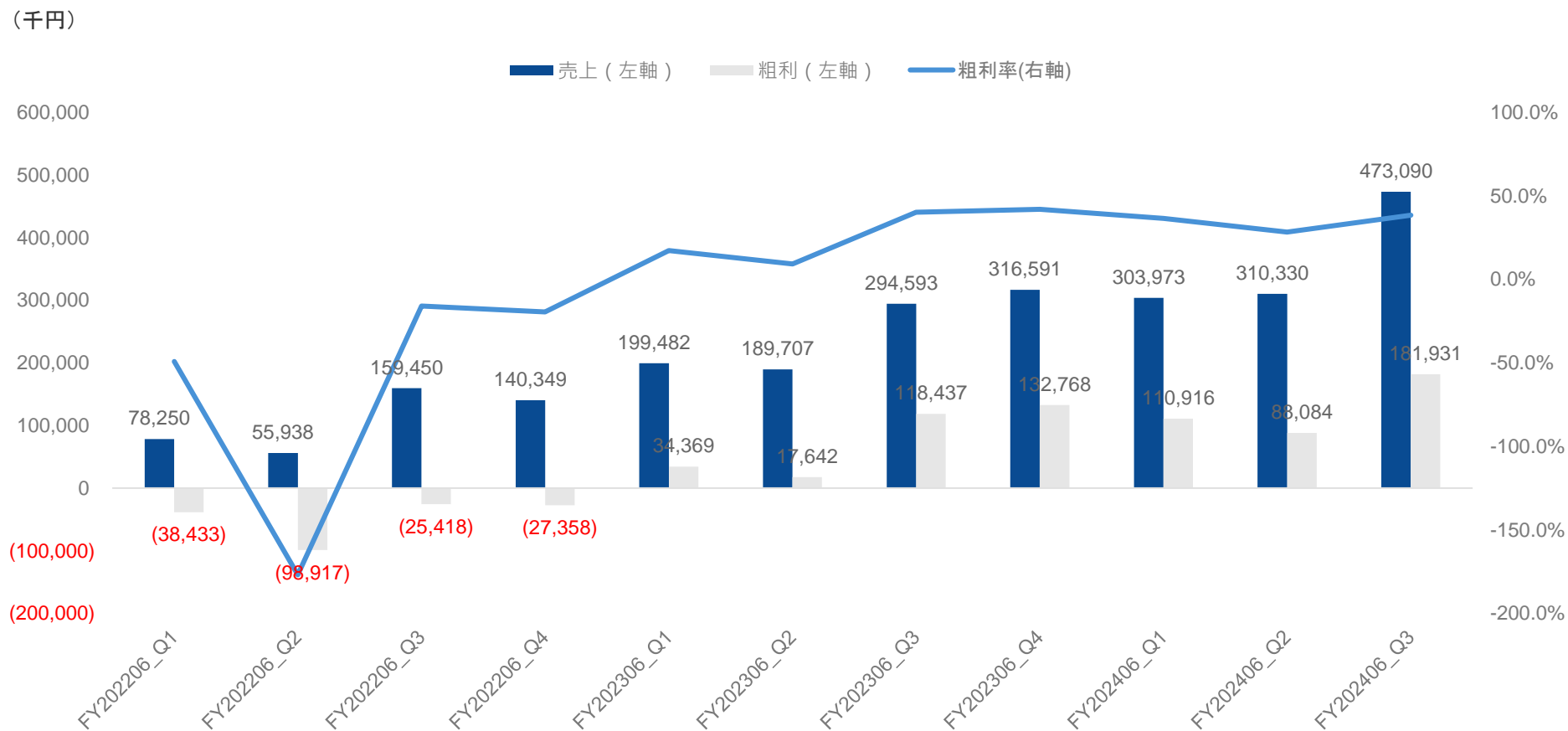


※1 広告宣伝費率(広告宣伝費 / 売上)

※2 システム開発率(原価 / 売上)

収益構造：①売上、④粗利(率)※

売上増加に伴い粗利増加、2023年6月期の第3四半期以降の粗利率は改善

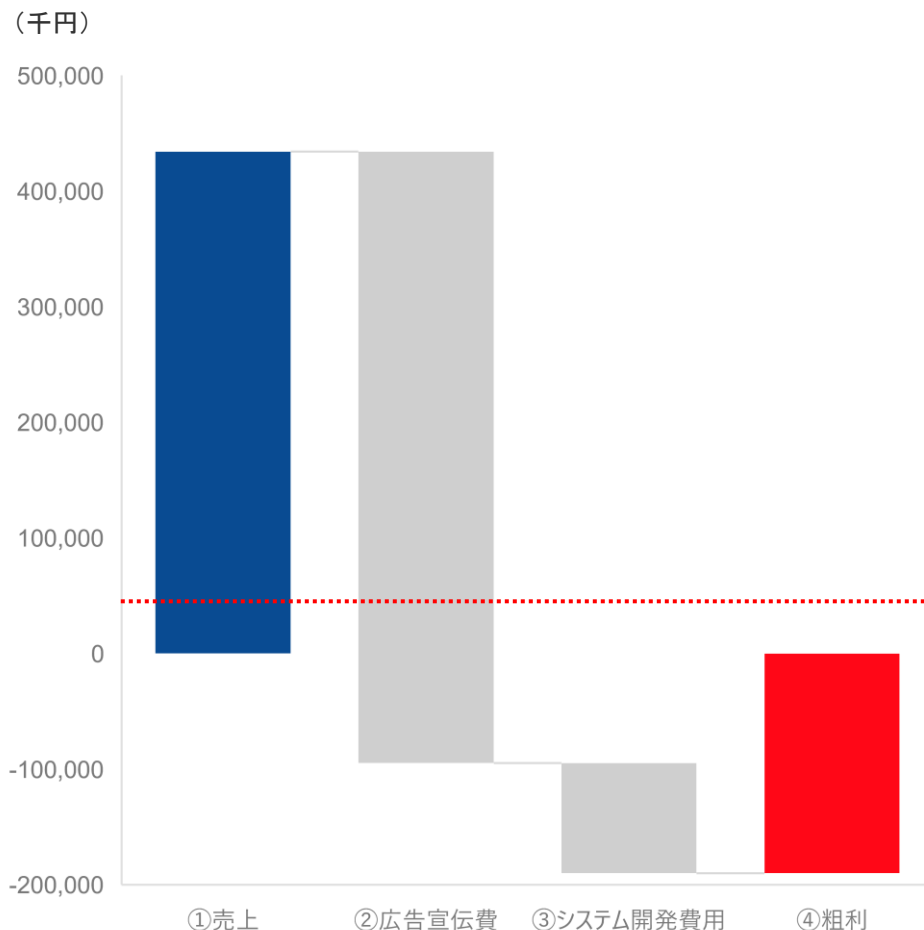


※ 粗利(売上 - 原価 - 広告宣伝費) / 売上

収益構造: FY202206

認知拡大フェーズ(粗利レベルで赤字)

認知拡大のために積極的な広告宣伝費を投資し、粗利は190百万円の赤字に



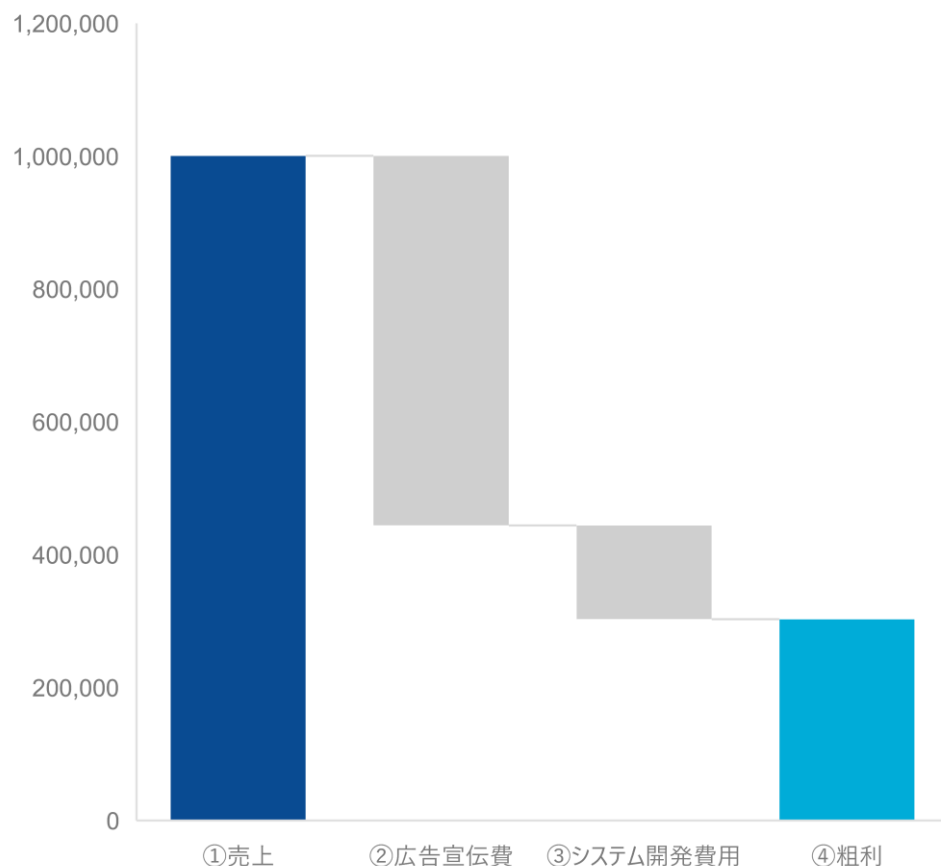
#	項目	金額(百万円)	売上対比	詳細
①	売上	433	-	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 審査申込数:17,257件 ✓ 平均単価:24千円
②	広告宣伝費	528	121.8%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 認知拡大のために売上以上の広告宣伝費を投下
③	システム開発費用(原価)	95	22.0%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 売上の22.0%を投下
④	粗利	-190	-43.8%	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 認知拡大のための広告宣伝費の投資により粗利レベルで赤字に

モゲチェック 収益構造: FY202306

売上拡大フェーズ(粗利レベルで黒字)

一定程度のマージン確保に成功。不動産会社向けのモゲチェック機能使用を開始

(千円)

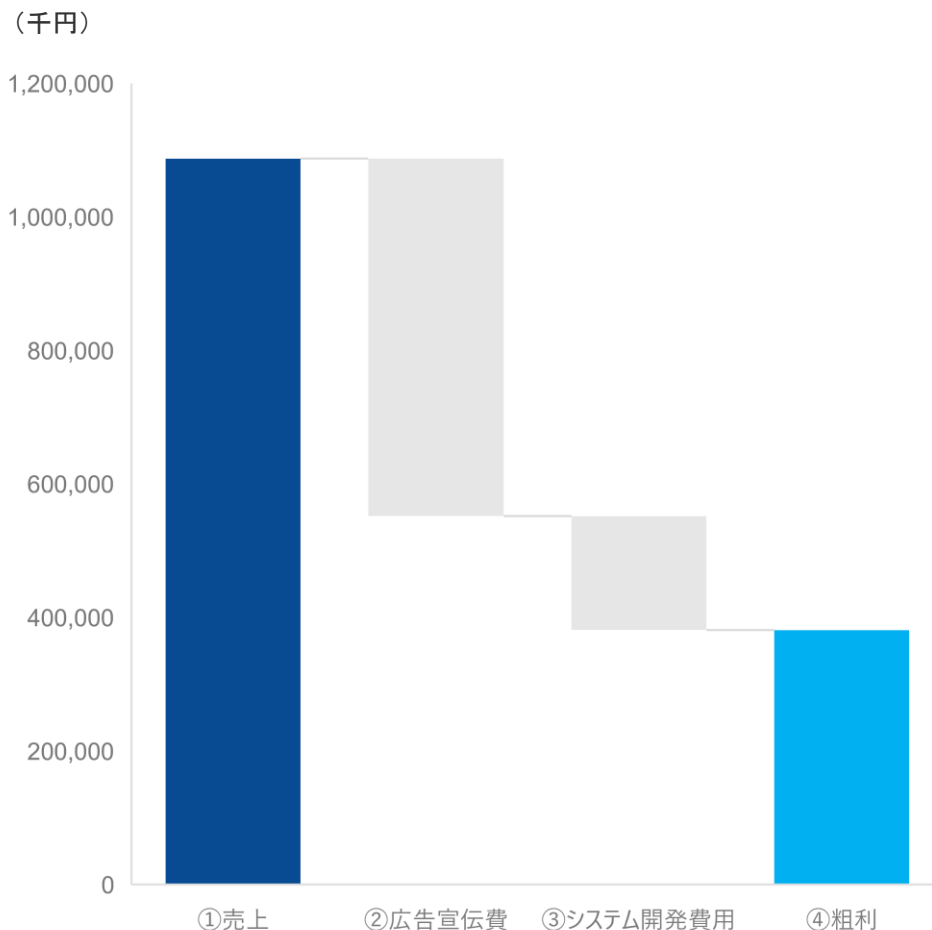


#	項目	金額(百万円)	売上対比	詳細
①	売上	1,000	-	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 審査申込数: 34,901件 ✓ 平均単価: 28千円
②	広告宣伝費	556	55.6%	✓ 認知拡大に成功、売上の半分程度の水準に
③	システム開発費用(原価)	140	14.1%	✓ 昨年度対比-7.9%
④	粗利	303	30.3%	✓ 粗利レベルで黒字化を達成

収益構造：FY202406第3四半期累計

粗利拡大フェーズ(粗利数値が拡大)

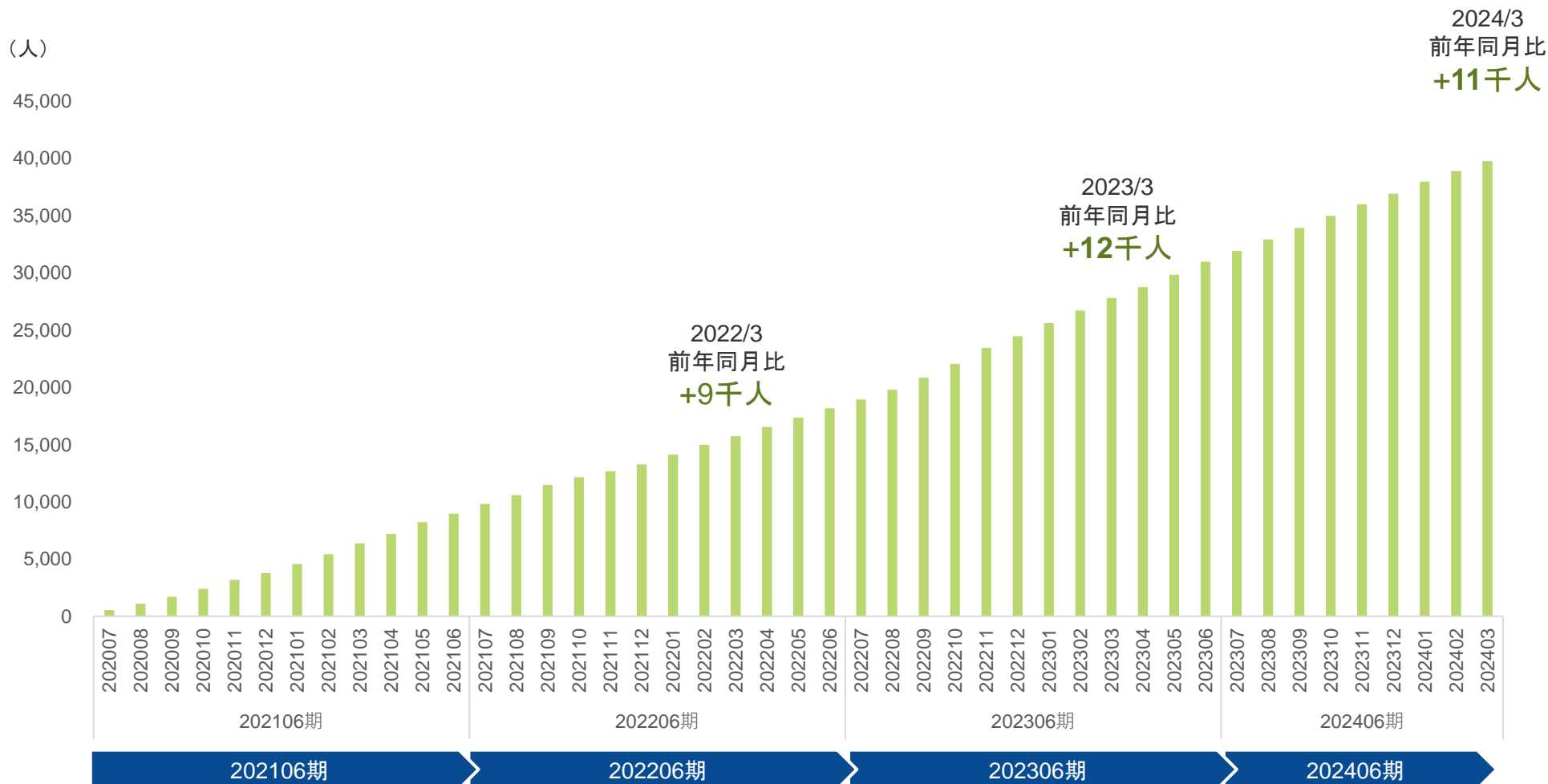
前年同期と同様にマージンを維持したまま、審査申込数が増加し粗利は前年同期比(累計)25%の成長



#	項目	金額(百万円)	売上対比	詳細
①	売上	1,087	-	✓ 審査申込数:35,581件 ✓ 平均単価:30千円
②	広告宣伝費	535	49.3%	✓ 昨年度対比-6.3% ✓ 広告宣伝に効率化に成功
③	システム開発費用(原価)	170	15.7%	✓ 昨年度対比+1.6%
④	粗利	380	35.0%	✓ 昨年度対比+4.7%

成長の軌跡：会員登録数累計※

会員数は一定のスピードで増加

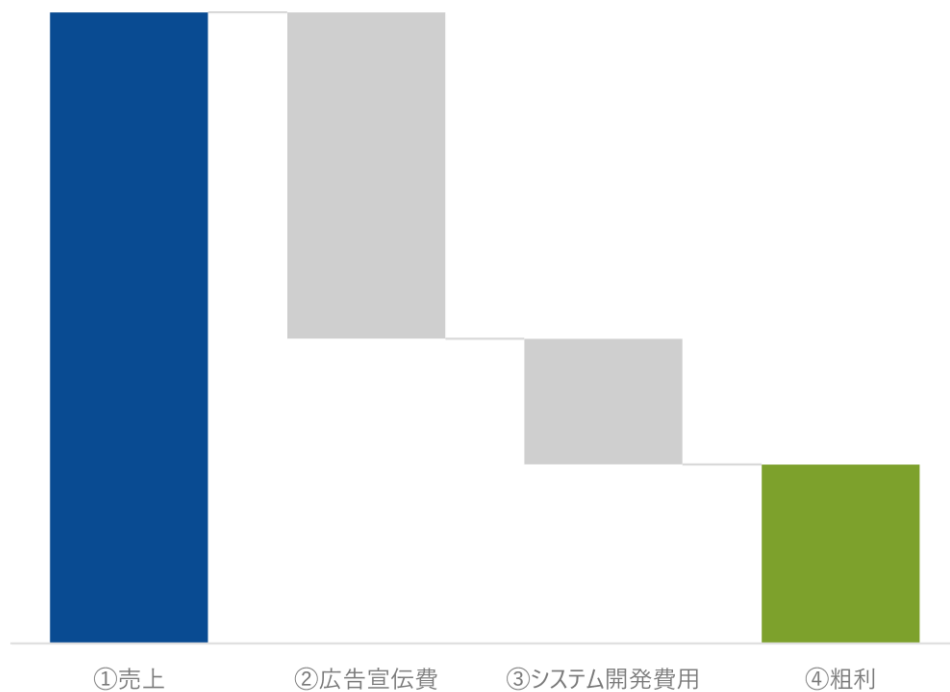


※ 2020年7月を起点に累計数を計測

収益構造: 概要

売上に対して広告宣伝費は変動するものの、システム開発費用等は固定費想定

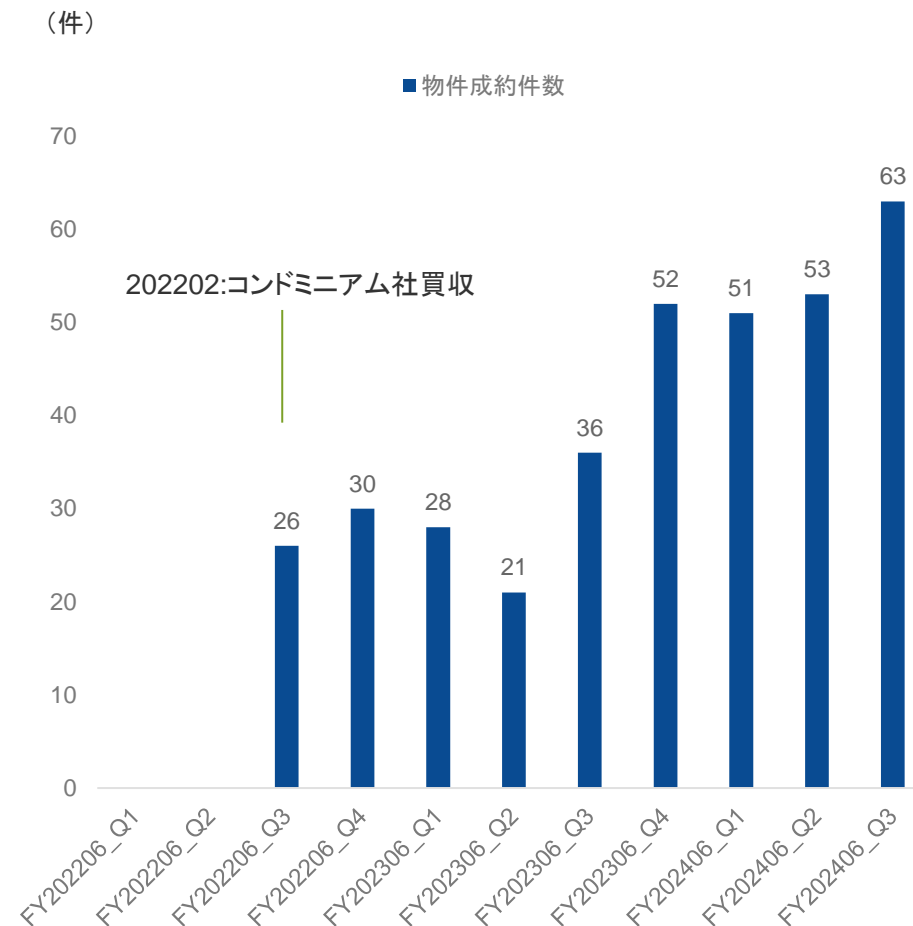
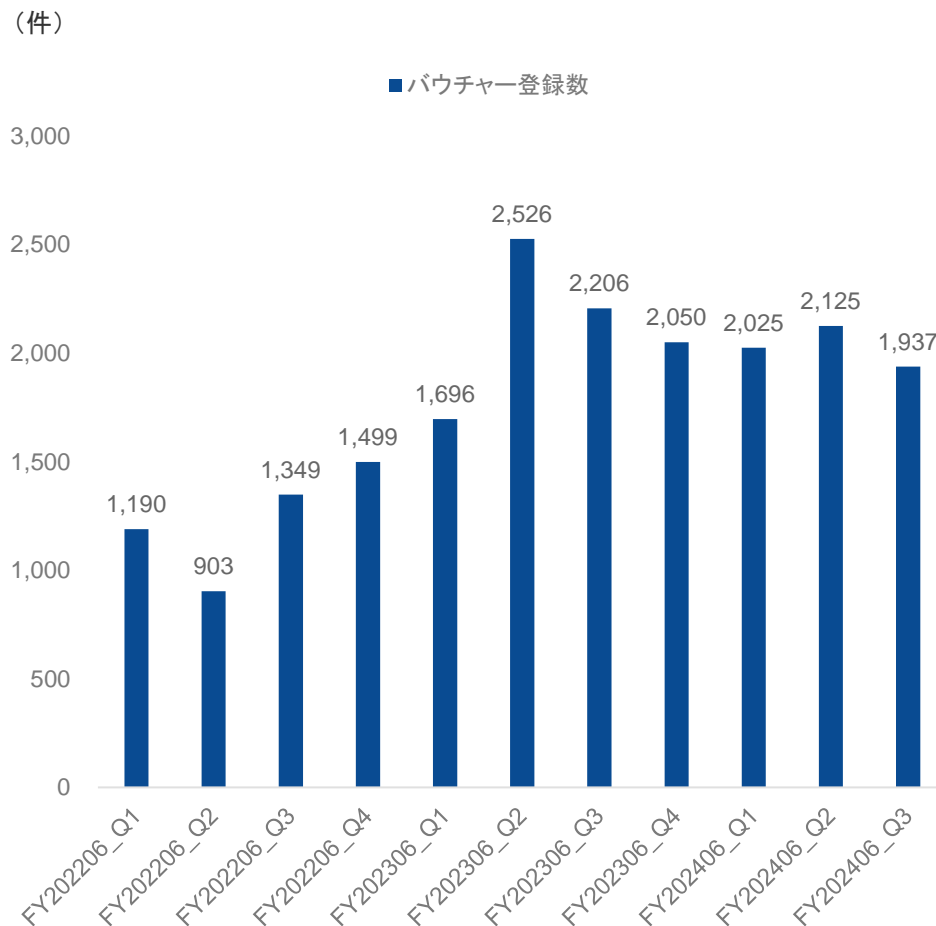
(収益構造イメージ図)



#	項目	詳細
①	売上	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 物件引渡数×仲介手数料率 ✓ パウチャー送客数×単価 ✓ 借換サポート実行件数×単価
②	広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> ✓ オンライン広告がメイン ✓ 変動費
③	システム開発費用(原価)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ エンジニアの人件費がメイン ✓ 固定費。ただし売上拡大に伴い投資が必要であるため、一定程度売上に連動 ✓ 直近はアプリ開発に伴う外部委託費が増加
④	粗利	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 売上から広告宣伝費及びシステム開発費を控除した金額
⑤	営業利益	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 粗利から人件費、地代家賃、通信費等の販売管理費を除くと営業利益 ✓ 販売管理費は原則固定費であるため、売上の増加にともない営業利益は加速して増加する(規模の経済が働く)と想定

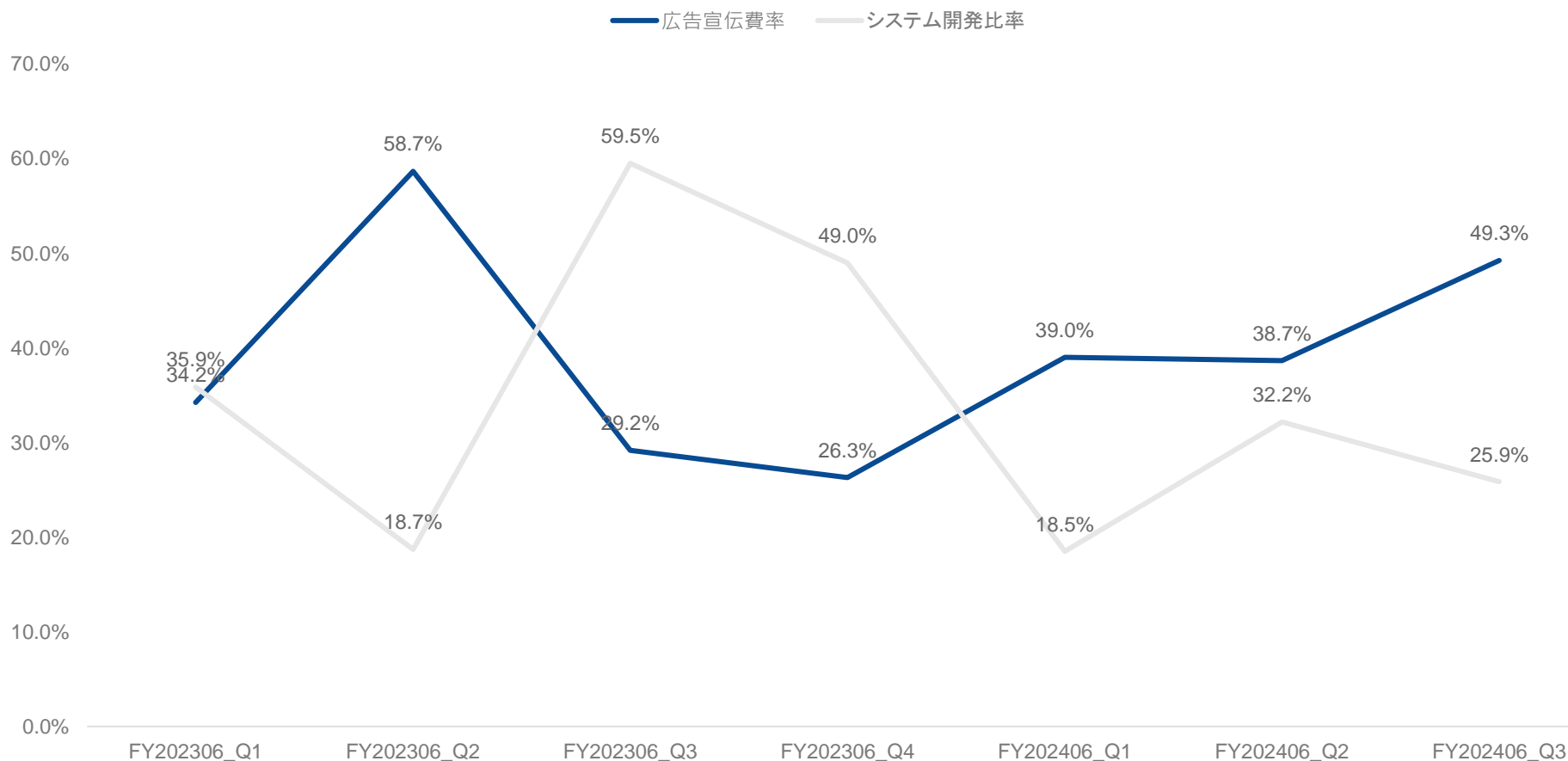
(KPI) 収益構造: ①バウチャー登録数、物件成約件数

ビジネスの拡大に伴い、物件の成約件数は増加



(KPI) 収益構造: ②広告宣伝費率※1、③システム開発率※2

売上の増減によって広告宣伝費率、システム開発率に上下はあるものの、今後も規律を以て投資を継続予定



※1 広告宣伝費率(広告宣伝費 / 売上)

※2 システム開発率(原価 / 売上)

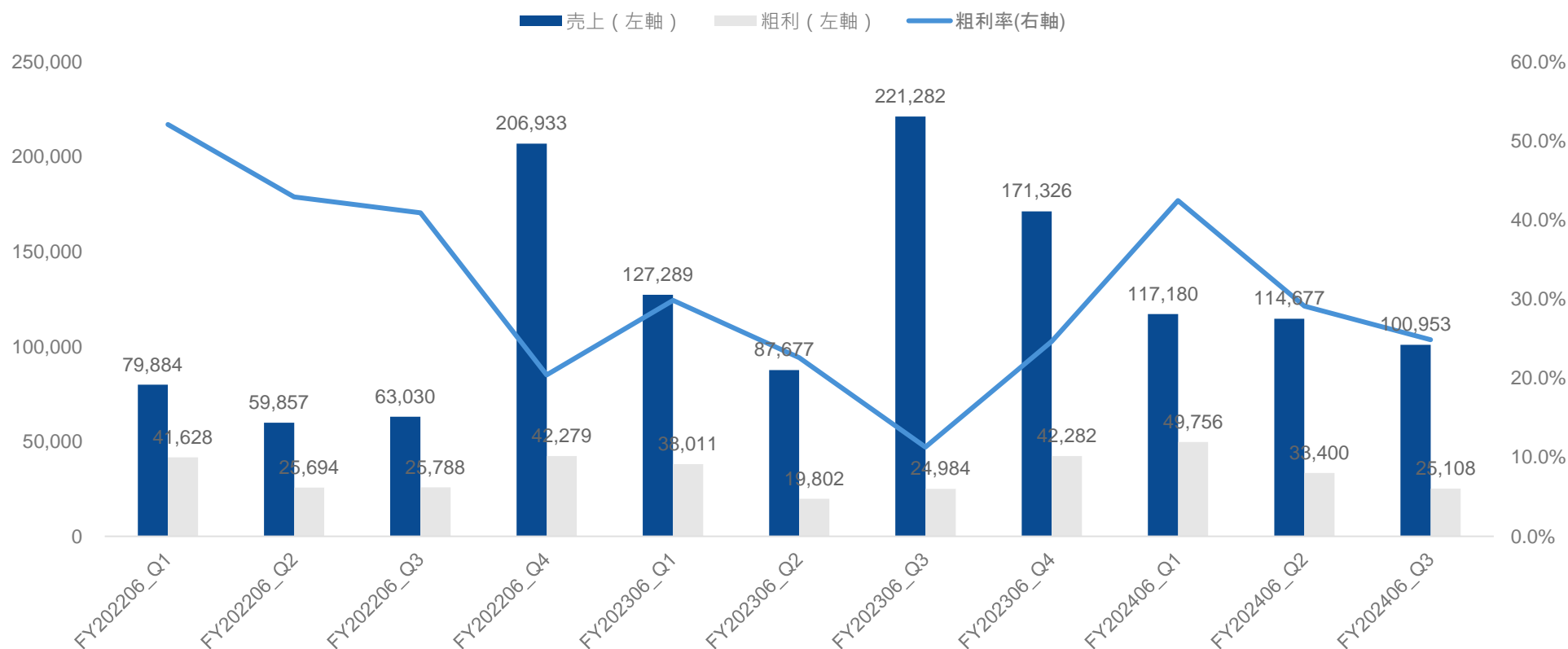
売上および粗利推移

過去の物件仕入、販売（現在は仕入及び販売ともに停止）に伴い、売上および原価がグロスアップ

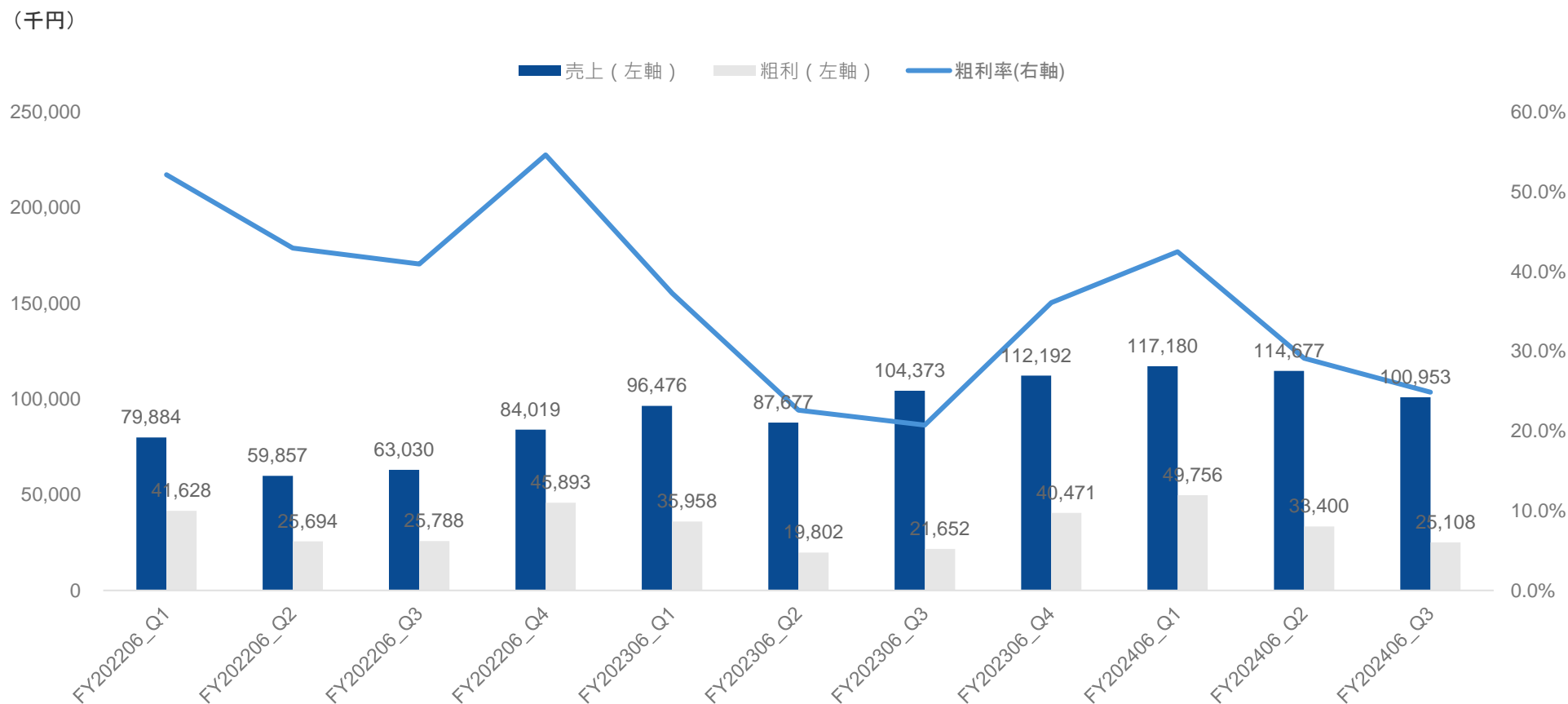
（売上：FY202206_Q4：122,914千円、FY202306_Q1：30,813千円/Q3：116,909千円/Q4：59,134千円）

（原価：FY202206_Q4：126,528千円、FY202306_Q1：28,761千円/Q3：113,577千円/Q4：57,323千円）

（千円）



(ご参考)売上および粗利推移(調整後※)

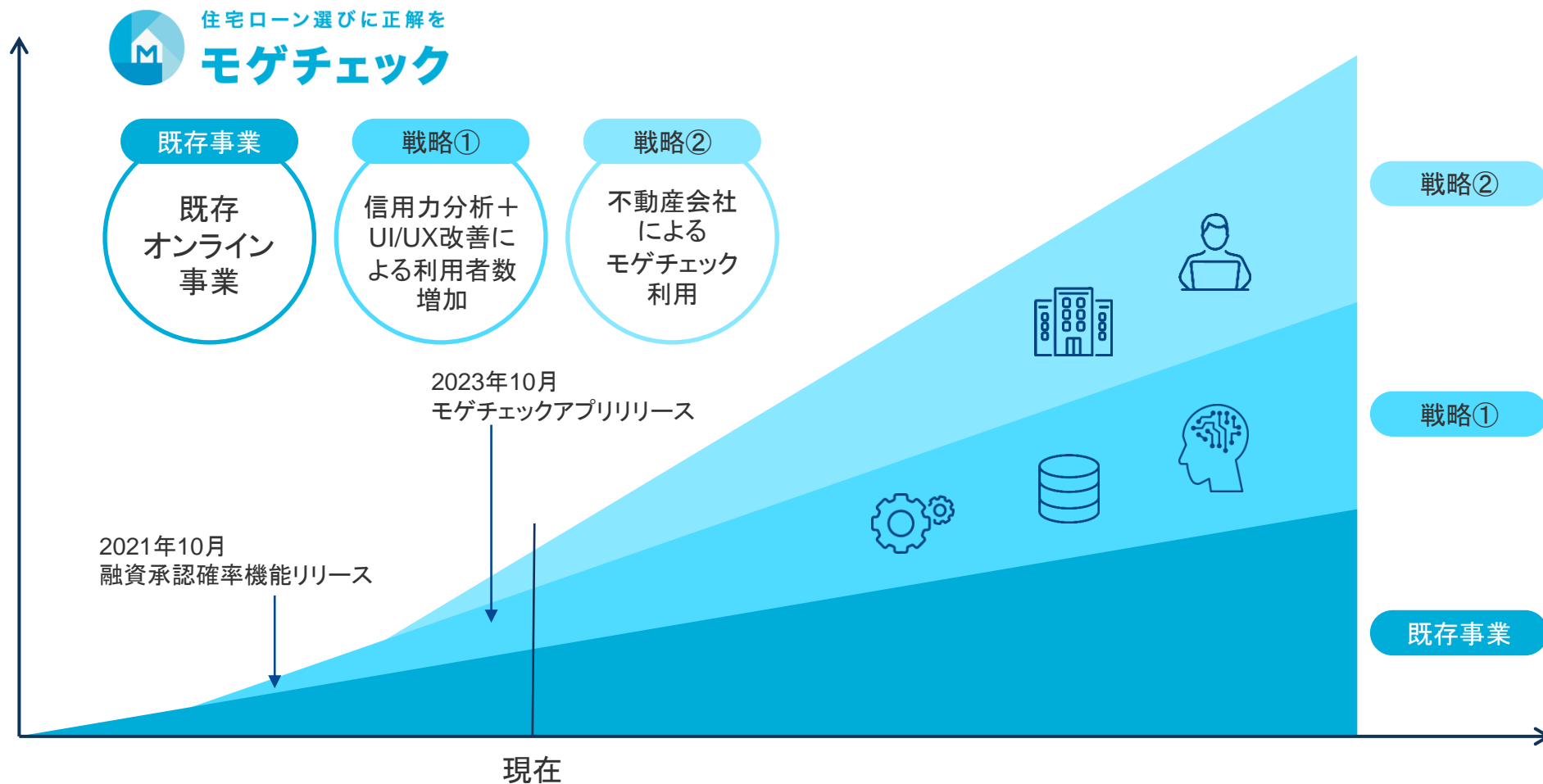


※ 物件の仕入・販売に伴う売上および原価のグロスアップ分を調整(FY202206_Q4、FY202306_Q1/Q3/Q4) / 前ページに詳細金額を記載

Agenda

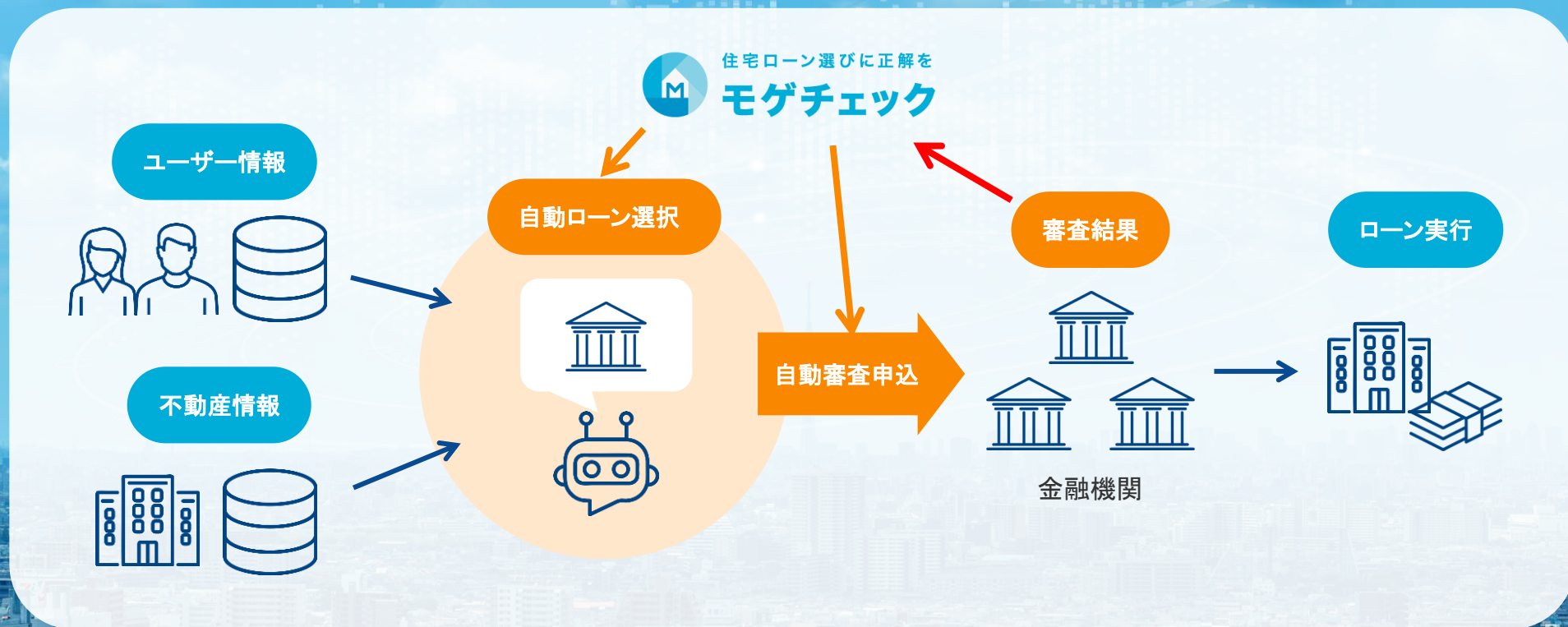
- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略**
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク

既存オンライン事業への継続的な投資および拡大に加えて、サービス改善による顧客取り込み、不動産会社を通じたオフラインでの顧客取り込みを計画



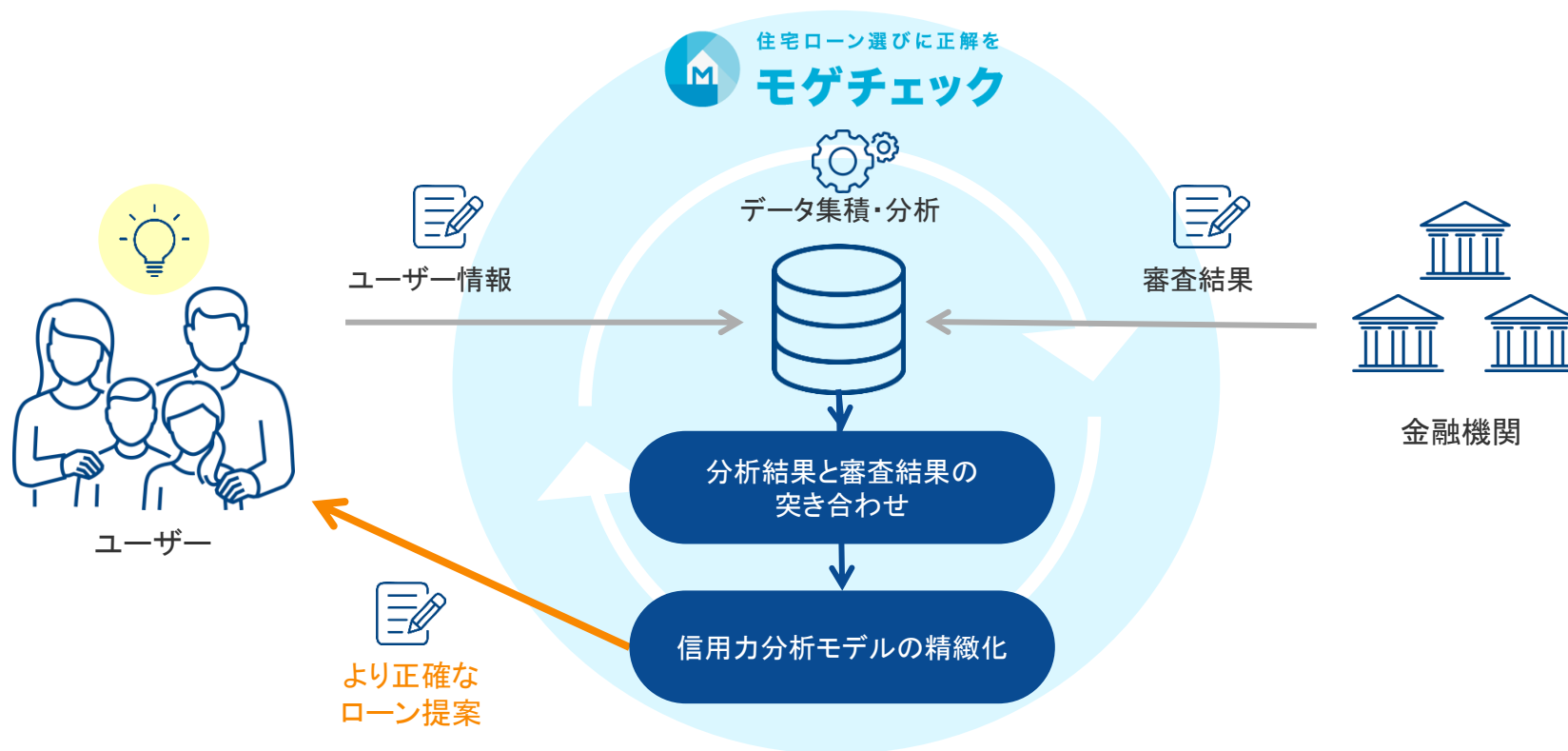
成長戦略前提: オンライン化の進行とその対応

ユーザー情報と不動産情報から自動的に最適なローンが選ばれる時代に



成長戦略①: サービス改善(信用力分析の精緻化)

審査結果データの集積により信用力分析モデルを精緻化しより正確なローン提案へ



ローン提案

クイック申込

チャットAI化

ダッシュボード

成長戦略①: サービス改善(クイック申込の拡大)

必要最低限の追加情報で審査申込ができる金融機関数を増やす



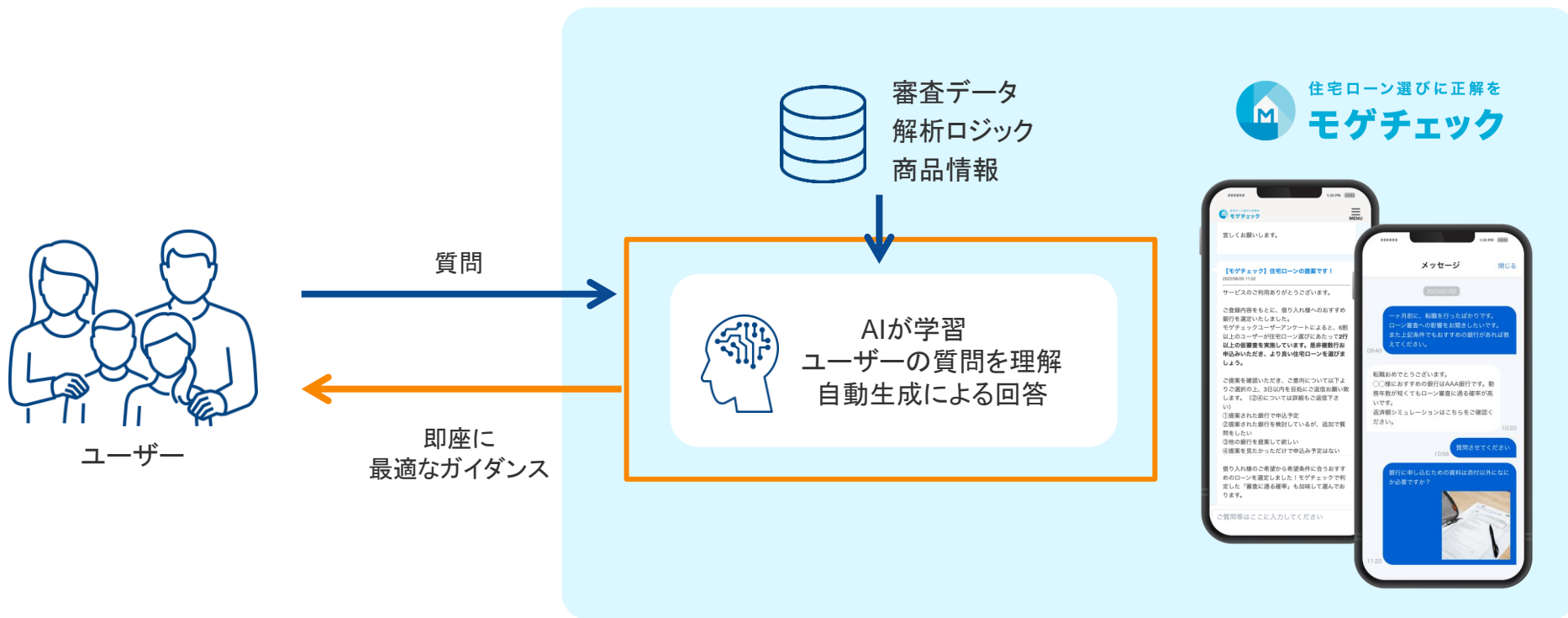
ローン提案

クイック申込

チャットAI化

ダッシュボード

AIを利用しユーザーサポートを自動化



ローン提案

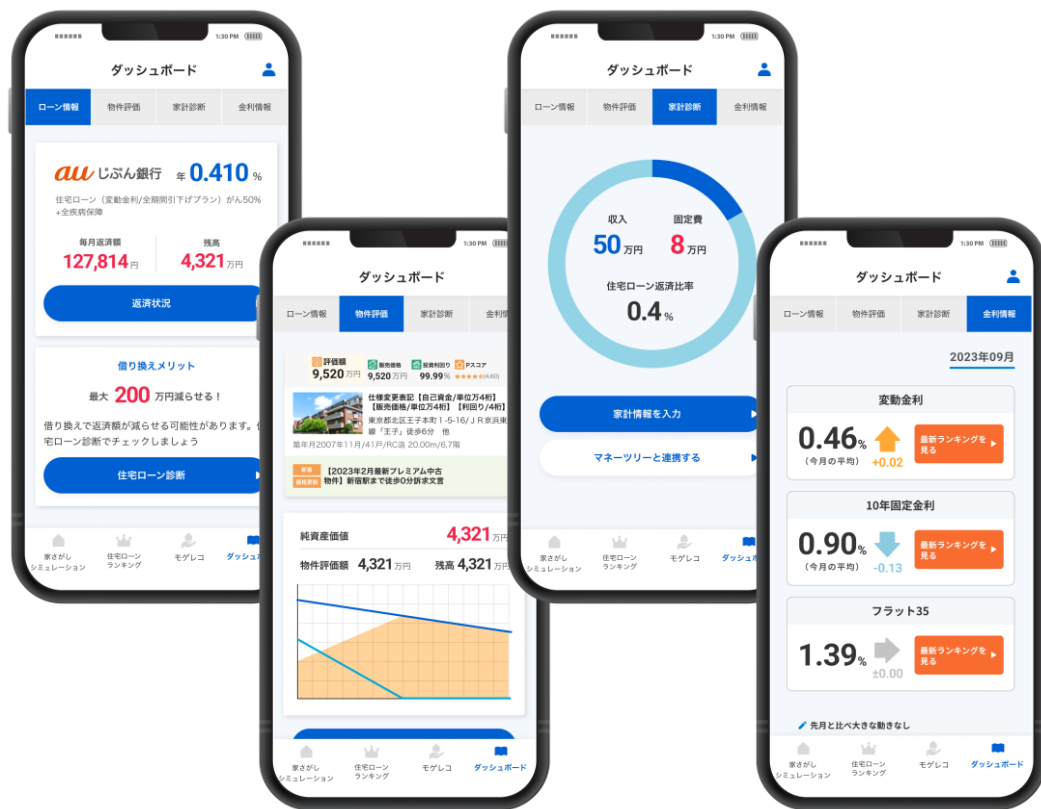
クイック申込

チャットAI化

ダッシュボード

成長戦略①: サービス改善(機能追加)

借入から借換や不動産売却まで継続して利用できるサービスに



機能一覧

ローン情報

- 現在の住宅ローン情報
- 返済状況
- 借り換えメリット額

家計診断

- 収入・支出の情報
- 住宅ローン返済比率
- 各種ローン・保険の比率
- FP相談

物件評価

- 居住中物件情報
- 物件評価額
- Pスコア
- 利回り
- 純資産価値
- 投資相談

金利情報

- 各金利タイプの情報
- アナリストによる経済分析

ローン提案

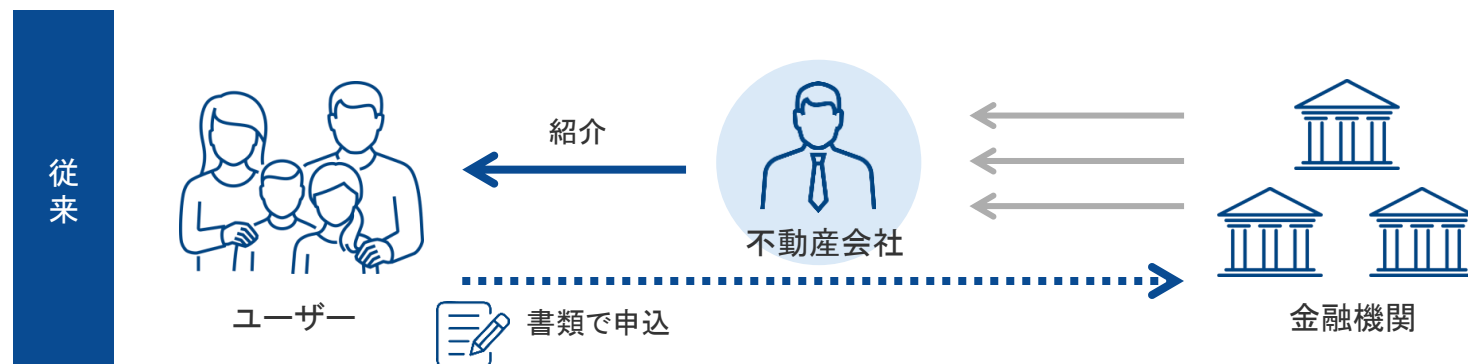
クイック申込

チャットAI化

ダッシュボード

成長戦略②: 不動産会社によるモゲチェック利用

不動産会社には「ユーザーにとって最適なローンを選ぶツール」が必要



従来の不動産会社の住宅ローン選定では満足しない

ユーザーは住宅ローンについてよく知らない

ユーザーはネットで情報収集をして住宅ローンを選ぶ

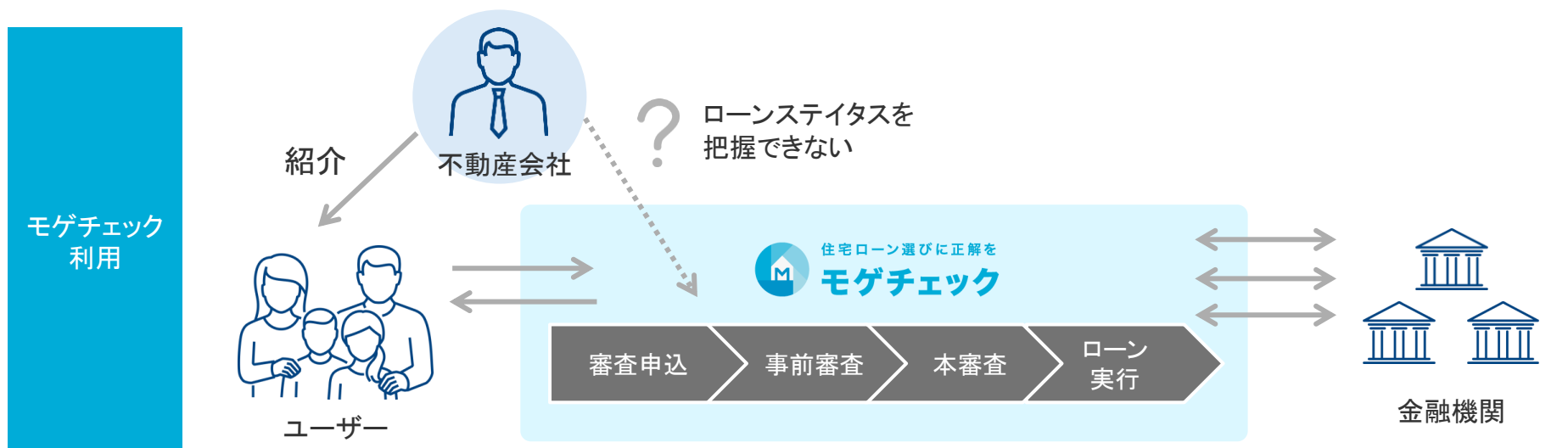
不動産会社の勧める住宅ローンを借りる

不動産会社の勧める住宅ローンでは満足しない

書類を使用したアナログな審査申込

書類が多く煩雑
デジタルでの審査申込を嗜好

不動産会社がモゲチェックを利用することで
ユーザーに手間なく最適な住宅ローンを提案できる



モゲチェック利用によるメリット・デメリット



最適な住宅ローンが選べて
ユーザーが満足する



住宅ローン選択について
説明する手間が省ける

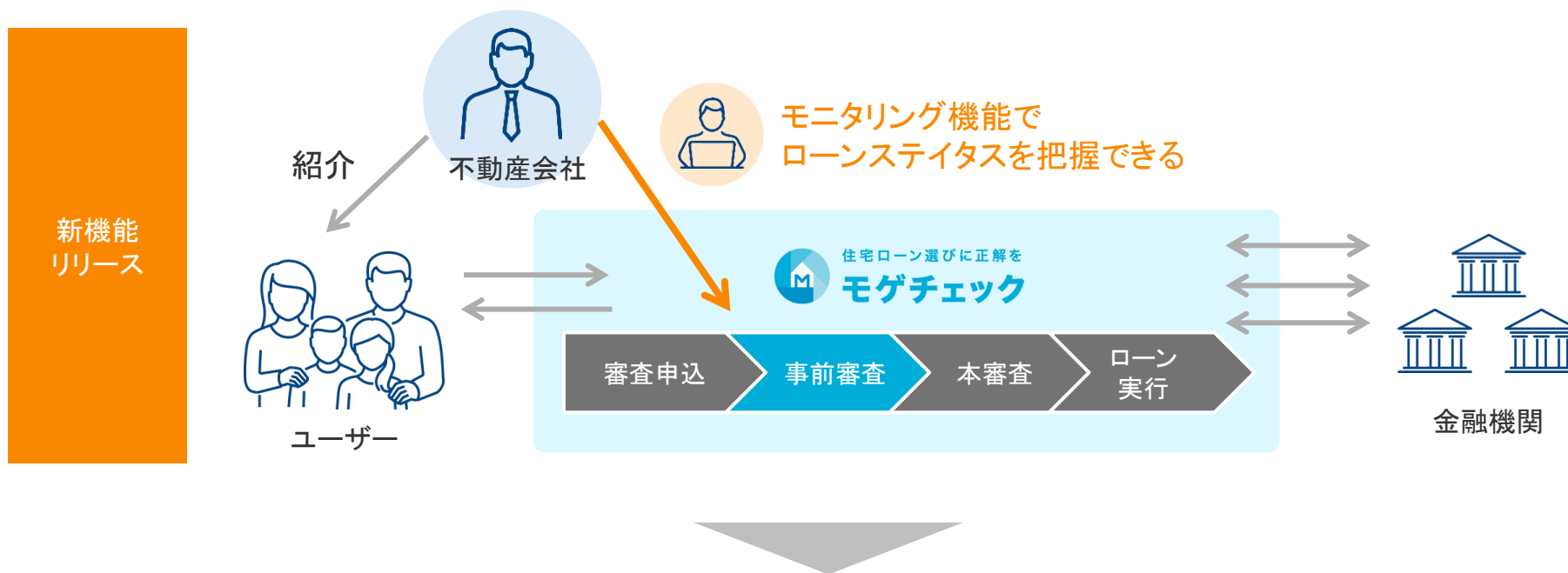


申込後の
住宅ローン手続きを
サポートする手間が省ける



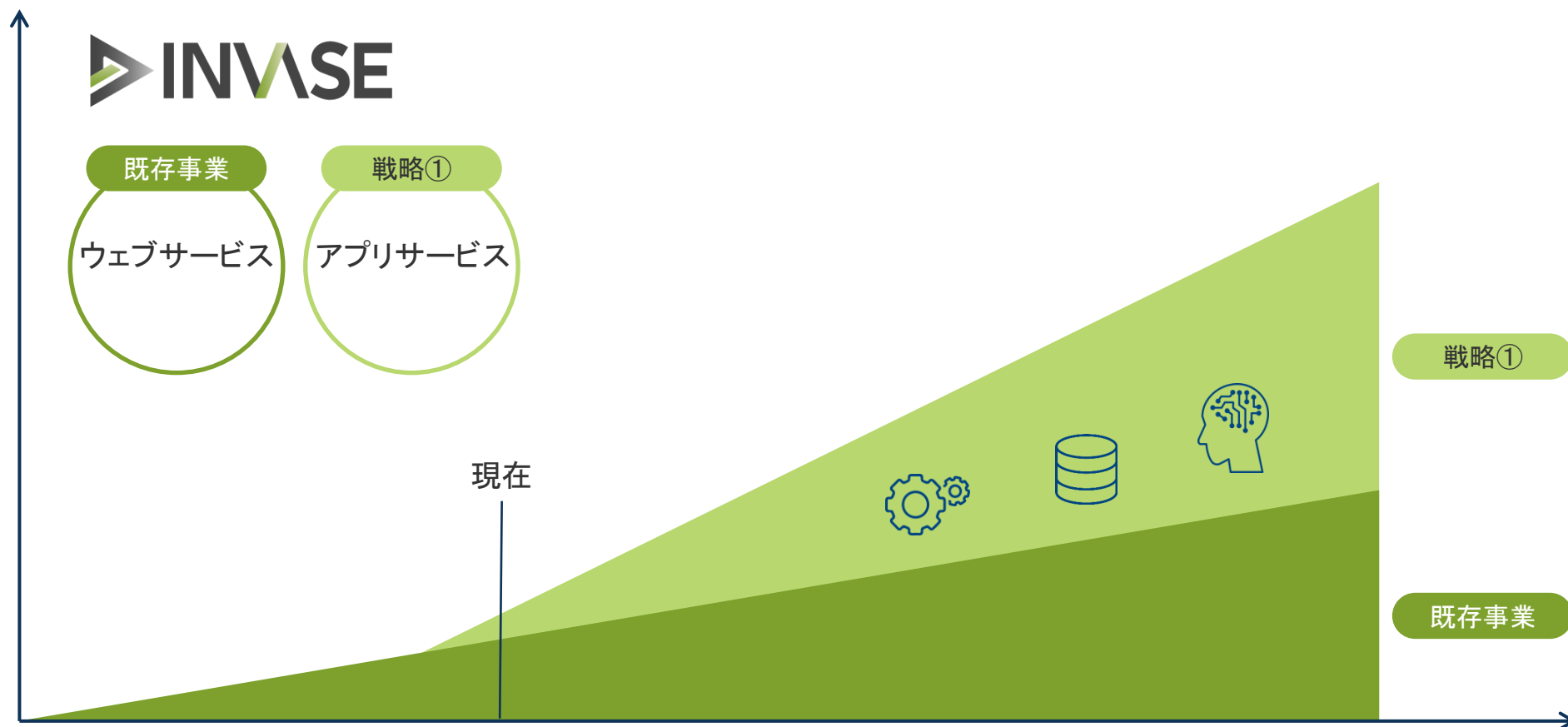
ローンステータスを
管理できない

不動産会社がローンステイタスを把握できるモニタリング機能を追加予定



不動産サイトや不動産会社向けSaaS企業を通じて不動産会社の利用拡大を狙う

既存のウェブサービスに加えて、2023年10月リリースのINVASEアプリを活用し、まずはINVASEサービスをプラットフォーム化していくことを企図



成長戦略: アプリサービスの拡充

売主、買主の増加に伴う、コンドミニアム社の物件仲介数を増加させることを
当面の目標とし、マーケットシェアの拡大を企図



※ 売主・買主は不動産会社・その他法人のケースもあり

情報提供とマーケットメイクで市場参加者は増加するものと想定



※1 ニッセイ基礎研究所「我が国の不動産投資市場規模(2023年)」より用途別「収益不動産」の市場規模参照

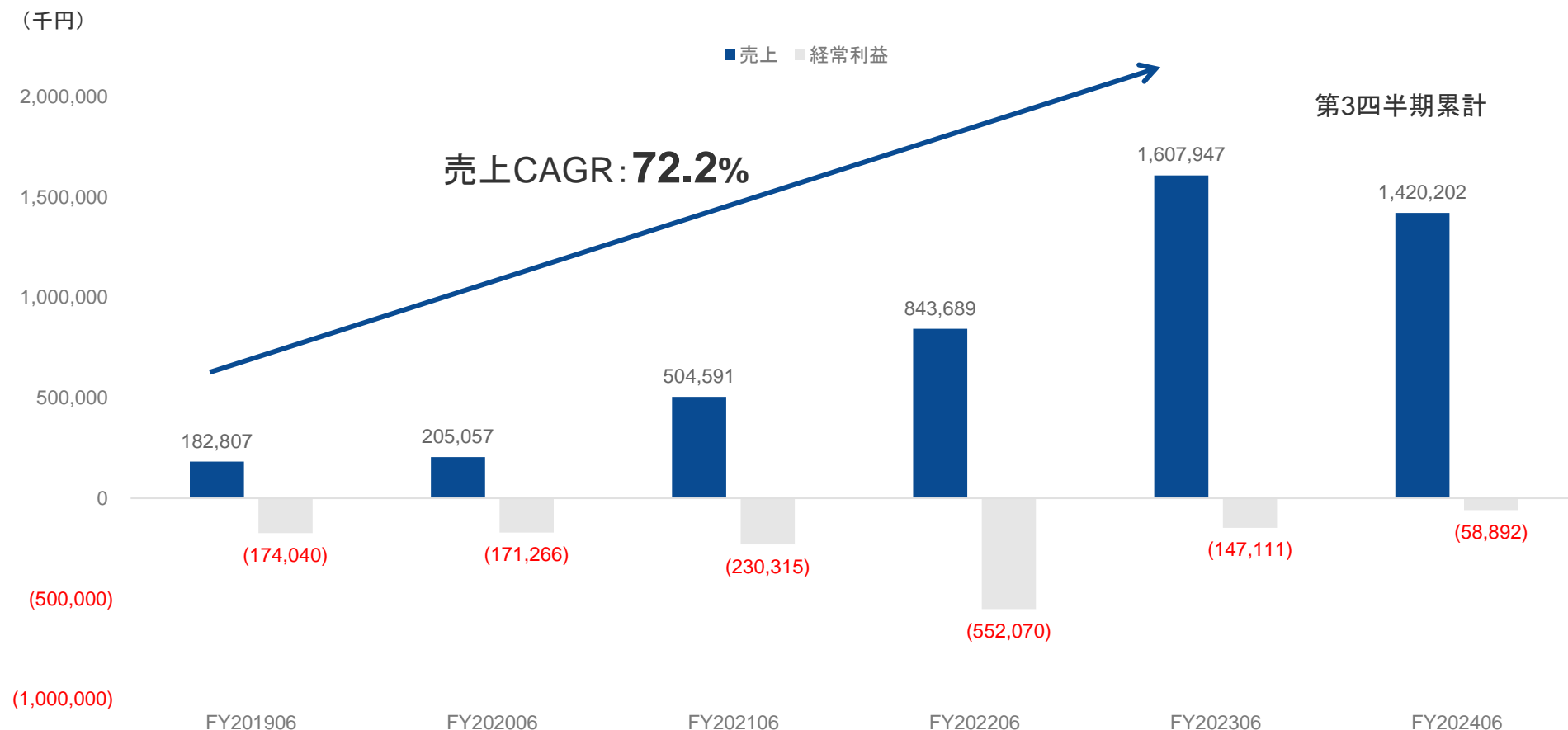
※2 2024年6月期(2024年3月時点)、コンドミニアム社の引き渡し物件の売買金額(税抜)合計を年換算した金額よりMFS推計

Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト**
- 8 資金使途および事業等のリスク

当社の財務状況①: 売上および経常利益の推移(年次)

2019年6月期から2023年6月期までCAGR※72.2%と高い成長性を保ちながら、経常損失を縮小
(2021年6月期までは単体、2022年6月期より連結)

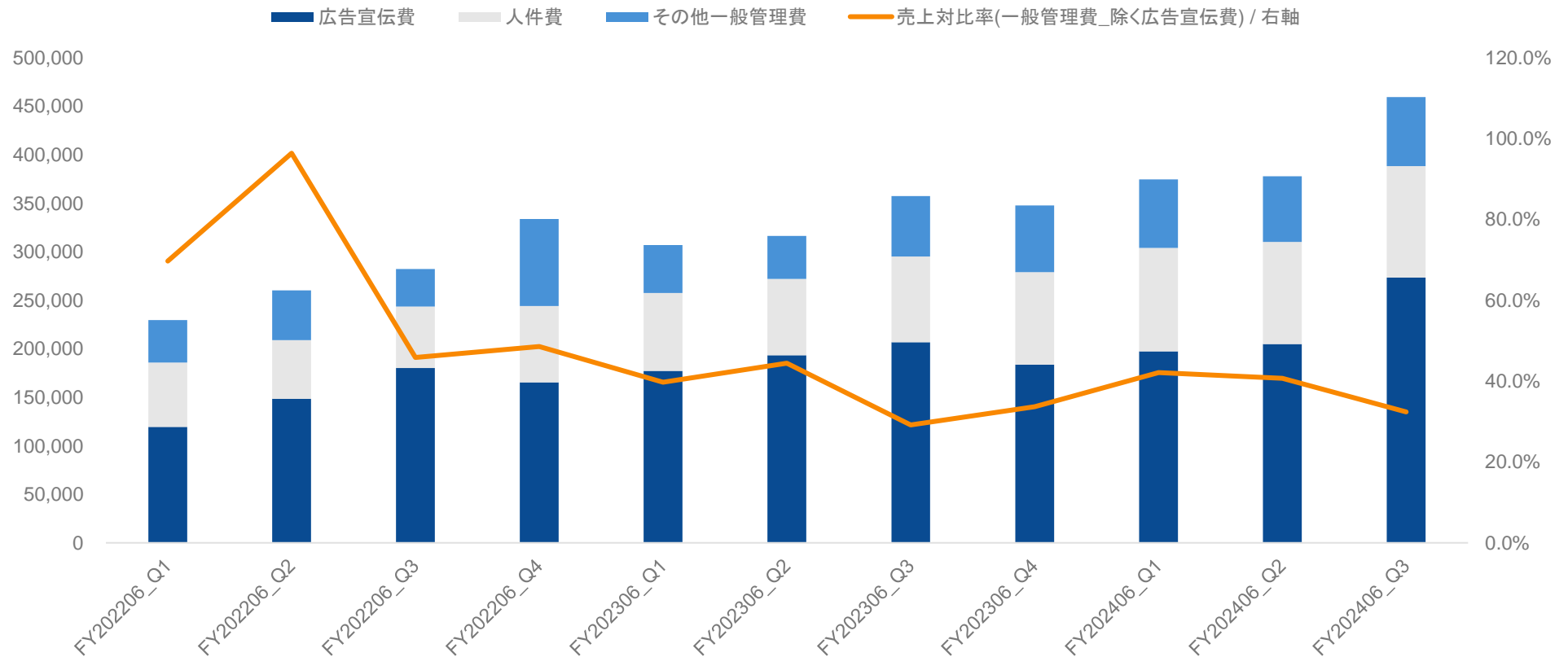


※ 年平均成長率

当社の財務状況②: 一般管理費の推移(四半期)

広告宣伝費は増加傾向にあるものの、広告宣伝費を除く一般管理費の売上に占める比率は低下傾向

(千円)



Agenda

- 1 会社概要
- 2 ビジネスモデル
- 3 市場環境
- 4 競合優位性
- 5 事業進捗
- 6 成長戦略
- 7 財務ハイライト
- 8 資金使途および事業等のリスク**

資金使途について

上場に伴う調達資金は広告宣伝費および人件費・採用費に充当予定です。残額については2027年6月期以降に広告宣伝費、人件費・採用費、運転資金等に充当予定です。

資金使途	使用目的	充当金額	使用時期および使用金額
広告宣伝費	リスティング広告及び当社のブランド価値を高めるため	477百万円	2025年6月期:247百万円 2026年6月期:230百万円
人件費・採用費	エンジニア・デザイナーを中心とした人件費および人材の採用に係る費用	211百万円	2025年6月期:77百万円 2026年6月期:134百万円

当社が認識する主要なリスク

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして当社が認識する主要なリスクです。その他のリスクについては新規上場申請のための有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照下さい。

リスク内容	可能性	影響	時期	対応策
<p>- 情報管理体制について</p> <p>当社グループは、提供するサービスに関連して多数の個人情報を取り扱っております。これらの情報資産の保護や漏洩リスクを回避するため、情報セキュリティ基本方針を定め、関連規程を整備・運用しております。しかしながら、何らかの理由により重要な情報資産の漏洩、消失、不正利用等が発生した場合、当社グループの信用失墜、損害賠償請求の発生等により、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	低	大	特定時期 無	情報の外部への流出、破壊、改ざん等を防止すべく、当社では、委託先を含めた管理体制を構築し、各種規程の整備や役職員への継続的な教育を行っております。
<p>- 経営環境の変化について</p> <p>当社グループの主要な事業領域である住宅ローン市場は、日本銀行の継続的な低金利政策や日本国政府による減税措置の継続等の追い風により、長期的な市場拡大が見込まれておりますが、市場の成長鈍化や政府方針の転換などにより縮小した場合、若しくは当社グループの成長予測を下回った場合には、住宅ローン審査申込件数の減少や、投資用不動産販売件数の減少等によって当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	低	大	特定時期 無	事業計画をモニタリングし、経営環境の中長期的な動向変化の兆候の把握と収益源の多角化等によってリスクの低減に向けた対応を行っております。

免責事項

本資料は、株式会社MFS(以下「当社」といいます。)の会社情報の説明のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国その他の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。日本国、米国その他の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料の作成にあたり、当社は当社がその作成時点において入手可能な情報の真実性、正確性及び完全性に依拠し、かつ前提としており、将来情報、外部データ等については、その真実性、正確性及び完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。

将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

なお、本資料の更新は、今後、本決算の発表時期である2024年8月中旬を目途に開示を行う予定です。