

2024年11月18日
株式会社 MFS
代表取締役 CEO 中山田 明
(コード:196A 東証グロース)

決算説明会および質疑応答書き起こしのお知らせ

開催日時	:2024年11月14日(木)19時00分~20時00分
登壇者	: 取締役 CFO 平山 亮 取締役 CMO 塩澤 崇
本件に関するお問合せ先	:株式会社 MFS 管理部 IR 担当
メール問合わせ先	: ir@mortgagefss.jp
電話問合わせ先	:03-5985-0575

■ 2025年6月期 第1四半期 決算説明資料(2024年11月14日開示)

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05136/3e6554c4/fce7/4741/ab0d/e919040a0b67/140120241113521963.pdf>

■ 書き起こしに関する注意事項

本書き起こしには、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、決算説明会開催日時点の情報に基づいて作成されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。

本書き起こしは、情報提供のみを目的として作成しております。また、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

なお、本書き起こしの内容は、個人情報等への配慮、可読性への配慮、内容の重複した質問の統括、決算及び事業に関する質問の取捨選択を行っていることから、説明会での実際の質問内容、回答内容とは一部異なる記載をしております。

概要

- 第1四半期決算の結果
 - 2025年6月期第1四半期は黒字で終え、特に「モゲチェック事業」が前年同期比で38.9%成長。低金利住宅ローン(限定優遇金利)を活用したマーケティングが好調だった
- 広告宣伝費
 - 増加したが、効率的な運用が進んでいるため営業利益は黒字化を達成
- 通期の見通し
 - 変更はないが、これはビジネスの季節性や業績の進捗度合いを考慮した結果。第1四半期の売上高進捗は22.3%

事業別進捗

- モゲチェック事業
 - 第1四半期売上高: 4億2,200万円、前年同期比38.9%増
 - 主要KPIである審査申込数、審査申込単価、顧客獲得コストが改善
 - 粗利は前年同期比69%増
 - 広告宣伝費は売上高の42%を占めるが、効率的に運用され、対売上高比率は改善
 - 今後も複数銀行の「限定優遇金利」の獲得を目指す
- INVASE 事業
 - 売上高は前年同期比で▲4.9%だが、サービス会員数は堅調に増加
 - 成長の鈍化は物件引き渡しの期ズレが要因としてあげられる
 - 主要KPIであるバウチャー登録数は減少、一方で物件契約件数は高水準を維持

マーケット動向

- 金利動向
 - 日本の金利は今後上昇傾向。政策金利は2025年から2026年中に1%を超え、変動金利もそれに従って上昇する可能性がある
- 金融機関の競争激化
 - メガバンクやネット銀行間での競争が激化し、政策金利の上昇が住宅ローン市場に影響を与える可能性がある
- モゲチェックの認知度調査
 - 調査結果として住宅ローン検討者の約50%がモゲチェックを認知しており、今後は更に100%に近づけることを目指す

今後の展望

- モゲチェック事業
 - 引き続き成長が期待され、広告宣伝費を含む投資を続け、合わせてサービスのUI/UXの改善を進める予定
- INVASE 事業
 - 物件データベースの拡充と、UI/UXの改善により、マネタイズが進むことを期待

質疑応答

1. 第1四半期で64.4%であるのに上方修正を行わないのは、何かこれから不安要素があるのでしょうか？
2. 売上単価の上昇要因・CPA(顧客獲得コスト)の低下要因は何か？
3. 金利上昇は、MFSの業績にプラスか？
4. 将来的に目指す時価総額の水準をご教示ください。
5. 日銀の3月7月の利上げを受けて、モゲチェックの利用者は増減しているか？また、利上げが起きても変動金利が好まれる傾向は変わりませんか？
6. 事業の季節性について詳しく教えてほしい。
7. どのような経済環境になったら住宅ローン金利は上昇しますか？
8. 足元の住宅ローンの貸出金利は各社で開きがありますが、これの持続性をどうお考えですか？
9. 金融機関との提携優遇ローンについて、現在検討中および交渉中のものはありますか？
10. モゲチェックの限定優遇金利を1月から3月に向けて、複数の金融機関から獲得できそうでしょうか？
11. 月次を出していく予定はございますか？
12. 同事業について海外展開の予定はありますか？
13. ライバル企業の台頭についてはどうお考えですか？
14. 予算に対する進捗率は想定通りか？
15. 住宅購入者の減少が懸念されていますが、どの程度の影響があると考えていますか？
16. エンジニア・デザイナー比率が上がっていますが、今後はどの程度とお考えですか？
17. 金利の動向に対して、どういう住宅ローンを推奨するか？
18. アプリ開発が一巡したとのことで、今年度システム開発比率は減少の傾向という理解でよろしいでしょうか？
19. 手元現預金の使い道は何か？
20. 会社としてのメディア戦略があれば教えてほしい。

【書き起こし全文】

(取締役 CFO 平山 亮、以下「平山」)

皆さん、こんばんは。MFS で CFO を務めております平山でございます。夜分遅くにご参加いただきましてありがとうございます。本日は、2025 年 6 月期第 1 四半期決算説明会を開催いたします。今回は当社から 2 名、CFO 平山と CMO 塩澤が登壇しております。まず私から決算の概要をご説明差し上げて、その後マーケット状況について塩澤からご説明差し上げます。可能な限りご質問にお答えしますので、お手元の Q&A からご質問いただければ幸いです。また、事前にご質問を頂戴しておりますので、こちらについても適宜お答えいたします。

早速ですが、決算説明を始めさせていただきます。最初のページがサマリーです。第 1 四半期につきましては黒字で終わることができました。サポートいただきました皆様、本当にありがとうございます。モゲチェック事業が前年同期比で 38.9%伸び、大きく牽引いたしました。

モゲチェックだけが使える低金利の住宅ローンである限定優遇金利を金融機関から頂戴し、これを武器にマーケティングを行ったところ、非常にうまくいきました。その結果、広告宣伝費は増加しましたが、我々はシステム産業ですので、その他の販管費は固定化が進み、営業利益ベースでは黒字化を達成しております。一方で通期の見通しは変更しておりません。モゲチェック事業の季節性がございますし、進捗では第 1 四半期で予算対比売上高は 22.3%となっておりますためです。次に、四半期ベースで売上高と営業利益を示しております。基本的に右肩上がりで推移しており、現時点で大きな問題は生じておりません。モゲチェック事業が高成長というのは先ほど申し上げた通りですので、今後についてはモゲチェック限定優遇金利を複数行導入していただくこと、加えてサービスの UI・UX 改善、8 月 14 日の決算説明でも申し上げましたパートナー企業との連携強化を継続していく予定です。INVASE 事業については前年同期比▲4.9%の成長となりましたが、こちらは子会社のコンドミニアム社の物件販売の引き渡しが期ズレしたことにも起因しております。サービス会員数は堅調に増加しておりますので、今後マネタイズにつなげていく予定です。グループ全体の営業利益では前年同期比で約 5,500 万円改善し、3,900 万円の黒字を確保しております。

一般管理費について、第 1 四半期は特に大きな動きがありませんでした。広告宣伝費を除いた一般管理費を売上高で除した比率がオレンジ色の線で示されておりますが、こちらもほぼ横ばいで推移しております。人件費も若干減少しておりまして、特に大きな問題は現時点ではございません。また、我々のビジネスにかかる話ではございますが、売上高と比例して一般管理費が大きく伸びるという予定はございません。一方広告宣伝費については売上高に連動して増加する予定ではありますが、人員が急激に増加することや、その他の一般管理費が急激に増加する予定はありませんので、基本的には販管費率は下がっていく予定です。

従業員の推移ですが、若干増えてはいるものの、ほぼ横ばいで推移しております。エンジニア・デザイナーの採用を進めておりますので、その比率は若干増えてきております。

次に各事業についてご説明差し上げます。まずモゲチェック事業ですが、第 1 四半期売上高は 4 億 2,200 万、前年同期比で 38.9%の成長でした。平均単価は 32,000 円と高水準をキープしております。広告宣伝費については、前年同期比 16.9%と増加しましたが、対売上高比率では 42%と効率が改善しております。システム開発費用は会計上の売上原価ですが、前年同期増加しているものの、対売上高比率は概ね変わらず、一定程度の投資を継続していく予定です。粗利については前年同期比 69%と非常に大きく伸ばすことができました。主要な KPI は大きく 3 つ示しており、審査申込数と審査申込単価、顧客獲得コストです。審査申込数は右肩上がりで推移しており、この第 1 四半期も大きく伸ばすことができました。審査申込単価は増加傾向、顧客獲得コストは低下させることができました。これによりオレンジ線と青線の差分で示されるマージンはさらに拡大し、営業利益の黒字化に貢献しております。モゲチェックの売上高と粗利の推移ですが、ピークシーズンである前年の第 3 四半期には及ばなかったものの、粗利については大きく確保することができ、過去最高を更新しております。広告宣伝費率は先述の通り低下しております。今後も売上高の 50%程度を目安として広告宣伝費の投資を続ける予定で、ここから大きく外れた使い方をする予定はござい

せん。会員数については大きく伸びており、現状大きな課題は感じておりません。

INVASE 事業についてはほぼ横ばいとなり、粗利についてもやや減少しております。一方で大きな問題があるような水準とは考えておらず、物件の引き渡し時期による会計上のズレにより、成長が鈍ったように見えているとの認識です。売上高と粗利の推移ですが、今のところ売上高も粗利も順調に推移しております。会員数は引き続き堅調に推移しておりますので、マネタイズについてはこれから進めていく予定です。INVASE における大きな機能追加は今回の四半期においてはありませんでしたが、今年中にはマンションデータベースの拡充を行い、マネタイズ手前のお客様への UI・UX 改善に役立てていきたいと考えております。KPI としては 2 つ、バウチャー登録数と物件契約件数があります。バウチャー登録数はマーケティング施策が振るわず、やや件数は減らしております。一方で我々のマネタイズの主要因である物件の契約件数は、引き続き高い水準をキープしております。

次に、今回の決算ではマーケットの概要についてのページを追加しております。

(取締役 CMO 塩澤 崇、以下「塩澤」)

まず、ベースとなる政策金利については、緩やかな金利上昇が予想されるということをお伝えしています。2024 年 12 月 19 日に現状の 0.25% が 0.5% に上がると見込んでおります。一方でこの傾向が短期的に続くわけではないと見ており、その理由が箇条書きしている 3 点です。日本銀行の植田総裁も、賃金上昇を起点とした物価上昇が観測された上で、政策金利の調整度合いを緩めるという旨の発言をしておりますので、これが最たるものです。ここでサービス価格への転嫁が非常に大きなポイントになりますが、これは 2024 年 10 月の東京 23 区のサービス価格の上昇率が前年同月比 0.8% ということで、上昇してはいるものの、目立った上昇ではないと評価し、金融緩和の度合いの調節も極めて緩やかなものになるだろう、と見立てております。加えて選挙前ではあるものの、石破首相も金融緩和について、未だ金利を引き上げる状況にはないという発言をしております。また、メーカーに代表される日本企業の直近業績も減速傾向が顕著になりつつあり、アメリカおよび中国の経済にも影響を受けているものと見ております。これらが回復しない限り、賃金上昇の原資の確保も難しい。これらを踏まえると、やはり政策金利は上昇していくものの、緩やかなスピードであると考えております。

次に、銀行間の競争が住宅ローン金利にどう影響を与えるかですが、引き続き激化の状況が続くだろうと考えております。既に皆さんご存知の通り、リアル系メガバンクを筆頭にネット銀行に対して攻勢をかけているという状況ですので、政策金利が上がったとしても、それと単純に連動して変動金利を上げていくことにはならない、と考えております。その上で、政策金利および変動金利はどこまで上がるのか、についての現時点での見立てをお伝えします。これはあくまでも現時点ですので、新しい情報が出れば多少変化するかもしれません。政策金利は 2025 年中には 1% 程度上昇、2026 年中には 1% から 1.5% 程度、ここで一旦打ち止めと考えております。いわゆるターミナルレートという水準です。その状況になれば、変動金利は 1.1% から 1.5% 程度まで上がる可能性はあります。一方でフラット 35 に代表される固定金利については現在 1.8% という水準ですので、変動と固定が逆転するほど金利が上がり続ける可能性は低いと考えております。

(平山)

次に、モゲチェックの認知度調査の結果の共有です。あくまで当社調べではありますが、500 人へのアンケートの結果、住宅検討購入者の約 50% の方がモゲチェックをご存知でした。今後は住宅ローンといえばモゲチェックという状況を作りたいと考えておりますので、現状に満足せず、可能な限り 100% に近づけていければと思っております。

それでは後半では頂いた質問に対して、一つずつ回答していきたいと思っております。参加されている方は遠慮なく Q&A にご記入いただければと思います。

————以下、Q&A————

1. 第1四半期で64.4%であるのに上方修正を行わないのは、何かこれから不安要素があるのでしょうか？

不安要素は特段感じておりません。一方で、第1四半期の現時点で(上方修正した)通年の業績予想を開示するというのが難しい状況ですので、現時点では修正なしとさせていただきます。特に第3四半期に控えているモゲチェック事業のピークシーズンにおける、取引先金融機関との交渉、お客様の動向、これらを慎重に見ております。

2. 売上単価の上昇要因・CPA(顧客獲得コスト)の低下要因は何か？

単価は基本的に金融機関との個別の交渉で決まります。これはあくまでルールの話ですので、理論上どう決まるかをご説明差し上げます。金融機関が1融資実行あたりいくらまでコストを使えるかというのが大前提にあり、そこから我々モゲチェックを通じてお申し込みされたお客様が、何%実際に融資実行されるかという点の掛け算で単価が決まります。これが理論値です。例えば、10人のお客様がa銀行にお申し込みされて、5人の方が実際に融資実行しました(融資実行率50%)。これに対してa銀行が1融資実行当たり40万円のコストをかけると決めた場合、我々は1申し込み当たり20万の費用を受け取ることができる、という計算になります。数値自体はあくまで仮ではございますが、これが理論値です。

一方でCPA(顧客獲得コスト)がどう決まるかについてですが、前提として我々はオンラインのマーケティングをメインで行っており、次の2つが主に影響しています。1つはリスティング広告を中心としたコストをかけて顧客を獲得していく手法で、これまでのノウハウを活かして、より効果的に運用を続けるのみと考えています。もう1つは自社の認知度です。塩澤や私がSNSで発信しているのも、我々の認知度を高めるためです。これが進んでいけば、モゲチェックを直接指名して検索する機会が増えると考えております。以上まとめると、オンラインマーケティングおよびブランディング、これらを丁寧に進めていきたいとの回答となります。

3. 金利上昇は、MFSの業績にプラスか？

プラスであると考えております。金利上昇局面においては、メディアやSNSで話題になる機会が増え、モゲチェックの認知が広がります。その結果としてモゲチェックの利用者が増えるという好循環が生まれます。このため、(金利上昇に限らず)基本的に金利が動くタイミングは我々にとっては非常にフェイバーな状況と考えております。

4. 将来的に目指す時価総額の水準をご教示ください。

高ければ高いほどいいと思っておりますが、一方でIR活動等の小手先ではなく、業績が前提だと考えております。我々が上場している以上は株価で評価され、その前提として良い業績を見せなければならない。すなわち、ただひたすらに業績を求めて精進していただけたと思っています。結局のところ株価については高ければ高いほどいいと思っていますし、それが正当化されるだけの業績を出し続けるということで、時価総額を高くすることを目指して業務に邁進いたします。

5. 日銀の3月7月の利上げを受けて、モゲチェックの利用者は増減しているか？また、利上げが起きても変動金利が好まれる傾向は変わりませんか？

直近の利用者数はまだ開示できませんが、過去の動きに倣うのであれば、利用者および相談数は増える傾向にあります。理由は先述の通りで、金利が動く住宅ローンに注目が集まりますので、結果としてモゲチェックの利用者が増えます。続いて変動金利が人気の傾向に変わりがないかについてですが、結論変わらないという状況です。この理由は主に2つあります。1つが変動金利と固定金利の金利差が非常に大きいこと。2つ目が日銀の金融正常化に向けた動きがゆっくりとした状況であるということ。1つ目の変動金利と固定金利の金利差ですが、例えば直近11月で

すと固定金利が 1.8%強、変動金利が 0.4%強、金利差は 1.4%程度ある。この金利差は、日銀の一度の利上げ幅が 0.25%だとすると、あと 6 回以上利上げをしないと逆転しない水準です。その際、政策金利は 1.75%となりますが、これは現在の政府の発信内容や日本企業の業績を踏まえると、距離感があるレベルといえます。

6. 事業の季節性について詳しく教えてほしい。

1 月から 3 月がピークシーズンですが、これには複数の要因があると考えております。1 つは金融機関の決算です。年度の決算が 3 月末にございますので、これに向けて各金融機関がキャンペーン等に力を入れる傾向があります。2 つ目は確定申告の時期です。確定申告の時期には、皆さん収入等の見直し、あるいは今後どう資産を増していくかなど、家計について考える時間が増えます。その一環でモゲチェックへのお問い合わせが増えることとなります。なお、INVASE 事業においても、わずかながら 1 月から 3 月にお問い合わせの件数が多い傾向がございます。3 つ目は引っ越しシーズンです。3 月は転職のシーズンですので、皆さんが家を考える時間が増えると想定しております。

以上の理由から特にモゲチェック事業については、1 月から 3 月がピークシーズンとなっています。一方で業績が伸び悩む時期は、長期的な休暇です。具体的にはお盆、年末年始およびゴールデンウィークです。これらのタイミングでは住宅ローンを考えることはあまり多くなく、ご家族でお過ごしになるのだと理解しております。

7. どのような経済環境になったら住宅ローン金利は上昇しますか？

賃金上昇を起点とした物価上昇が実現すれば、日銀が政策金利を上げ、それと連動して住宅ローンの変動金利が上昇します。賃金が上がった結果として可処分所得が増え、消費が伸び、モノの取り合いになって物価が上がり、そして企業の売上高が伸びることで更に賃金が上がる。このサイクルをよくお伝えしますが、このサイクルが回っていることが観測される、または高い確率でそれが予知されるというタイミングで日銀が政策金利を上げます。その後、金融機関も変動金利を上げます。これは金融機関による預金の調達コストが上がりますので、これを貸出に反映するという事です。

このように、日銀の動向、ひいては日本経済がどれくらい回復していくのか、これを見るのが住宅ローンの変動金利が今後どうなるかを予測することに繋がります。

8. 足元の住宅ローンの貸出金利は各社で開きがありますが、これの持続性をどうお考えですか？

2024 年 10 月に各金融機関が変動金利を引き上げましたが、その中で特に攻勢を仕掛けているのが三菱 UFJ 銀行です。0.345%という非常に低い金利を提供しております。今後の競争はこの三菱 UFJ 銀行の低金利に他行が追従できるかがポイントになると考えています。ネット銀行は基本的に住宅ローンが主力ですので、新規貸出が滞ってしまうと収益への影響が比較的大きくなります。そのため低金利競争に追従せざるを得ないと考えられますが、一方で企業体力の差で明暗が分かれることにはなると思います、将来についてはまだ不確実ですが、来年度にはネット銀行の中でも明暗が分かれる状況が顕在化するのでは、と見込んでおります。

9. 金融機関との提携優遇ローンについて、現在検討中および交渉中のものはありますか？

個別の事情については回答できませんが、我々としては積極的に拡大したいという明確な意思がございますので、随時各行と協議を進めております。今後にぜひ、ご期待いただければと思います。

10. モゲチェックの限定優遇金利を 1 月から 3 月に向けて、複数の金融機関から獲得できそうでしょうか？

同様に現時点では回答できません。重要な事項が決まりましたら、適宜プレスリリースを出しますので、そちらをご確認いただけますと幸いです。

11. 月次を出していく予定はございますか？

月次の KPI を開示する予定があるか、というご質問と理解しました。現時点では特段決めてはございません。というのも月次では比較的上下するようなビジネスですので、これを開示することが、現時点において特別有益なものとは考えておりません。

12. 同事業について海外展開の予定はありますか？

この場で言及することは控えます。新しい事業や海外展開など、投資家の皆様に対してお伝えすべきものがあれば、速かに開示した上で、必要に応じて説明資料を提供する予定です。

13. ライバル企業の台頭についてはどうお考えですか？

(平山)

ビジネスそのものの観点では、モゲチェック事業については大きな競合は現時点ではいらっしゃいません。もちろん住宅ローンテックという範囲では何社かありますが、我々と全く類似の事業をされているところはないとの認識です。また、仮に他社が我々と同じような住宅ローンの比較診断サービスをされる場合でも、どの程度の確率で、どの銀行を通るのかというシステムについては、我々が融資承認確率として特許を取得していますので、これに抵触するのではないかと考えております。

次に INVASE 事業ですが、こちらは不動産の仲介を行っておりますので、この部分についてはいわゆる不動産仲介の会社が競合だと思っております。一方で、INVASE 事業全体ではモゲチェックと同様にクレジット分析に基づいたお客様に対するプライシングの提供、すなわち投資用物件の適切な価格を提供し、その上で売買を仲介するというサービスです。INVASE 事業は売手と買手の両方を募っており、足元では順調に会員数を伸ばしております。物件を売りたいお客様がいらっしゃれば、我々の方からプライスを提示して、これを買いたいお客様に周知することで売買を成立させる、これを高頻度で流動性の供給という観点で行っていきたいと思っております。

(塩澤)

私からも 2 点お伝えいたします。まず 1 点目、現時点においてライバル企業は認識しておりませんが、今後出てくる可能性は十分にあるので、着実に差別化を進め、競争優位性を確保するために規模の経済を働かせたいと考えております。今回のモゲチェック限定優遇金利が良い例ですが、我々が集客力を増したがゆえに、金融機関との交渉がスムーズに進み、結果としてモゲチェックだけの優遇金利を提供していただけたと、というのが背景にあります。そのため、同様に我々が集客力を強化すればするほど、様々な金融機関から、より魅力的な優遇金利を獲得できると考えております。そうなれば競合他社が我々のビジネスを真似しようとしたとしても、すぐには真似できない。これは規模の経済によることです。金融機関に対する送客力がない(=金融機関にとって集客効果が薄い)サービスについては、金融機関も特別な条件を出しません。ゆえに規模の経済によって我々自身の競争優位性を高め、これによって参入障壁が高まる、と考えています。

次に 2 点目、モゲチェックは住宅ローンの比較サイトとよく言われますが、我々は自身のことを比較サイトとは思っておりません。むしろ特別金利を開発して、金融機関とともに提供するようなサービスだと捉えています。例えば小売業の事例として、セブンイレブンはメーカーと共同開発をして、セブンプレミアムという独自のお得かつ良い商品を販売されています。これが同社の競争優位性の一つになっている。他にもユニクロは東レと共同開発してヒートテックのような独自素材を開発・提供しています。我々も金融機関が一般に提供している商品をただ棚に並べるだけでなく、積極的に連携して特別な商品を開発し、モゲチェックでしか手に入らない商品をラインナップする。そういったサービスにしていきたい、そのためにも優遇金利の横展開は積極的に進めていきたいと考えております。

14. 予算に対する進捗率は想定通りか？

想定通りです。早期の黒字化を目指しておりますので、第1四半期において黒字化したことは非常に喜ばしいことです。一方で進捗率は前期の売上高の進捗率と同じですし、今のところ2025年6月期全体の予算から見ても売上高22.3%と同じような進捗となっています。そのため一旦黒字化はしたものの、引き続きこれを継続させて通期で黒字化を達成するという目標のために淡々と進めてまいりたいと思います。合わせて業績予想の修正については、通期の見通しがはっきりと見通せた時点での判断となりますので、現時点では何か追加でお伝えできるものはございません。

15. 住宅購入者の減少が懸念されていますが、どの程度の影響があると考えていますか？

(平山)

これは投資家の方によく聞かれるご質問ですが、住宅購入者は短期的に見ると確かに増減いたします。一方で過去50年に遡って持ち家比率を見てみると、概ね60%から62%の間で推移しております。これが何を意味しているかというと、日本の全人口の6割の方は、一生に一度は家を買うということです。そのため短期的には確かに減少するかもしれませんが、長期的には影響は少ないと考えております。加えて申し上げますと、我々のシェアは未だ住宅ローン市場の1%にも満たないと想定しております。このように伸びしろが大きいと言えますので、今後、まずはオンラインを拡大、その後オフラインの市場も伸ばしていったシェアを拡大し、住宅ローンといえばモゲチェックという世界を目指すことを考えております。

また借り換えもごさいます。ご自宅の住宅ローンを借り換える方もいらっしゃいますが、合わせて住み替えの需要も捕まえることによって、我々としてはシェアを伸ばしていけると考えております。いずれにせよ、家を買われる際にキャッシュで買われる方は少ないと思いますので、住宅ローンの需要というのは大きいものと考えています。

(塩澤)

借り換え需要について平山からも申し上げましたが、ここはまだまだ伸びると思っています。理由は先述の通り、緩やかな金利上昇が見込まれることです。多くの方が見直しを想起する機会が増えることが予想されます。過去のデータから見ても、住宅ローンユーザーは金利が上下に動いた時に借り換えを検討する傾向があります。

16. エンジニア・デザイナー比率が上がっていますが、今後はどの程度とお考えですか？

我々のビジネスは、売上高と比例して人件費および人数増加するものではありません。これは我々が装置産業であるためです。エンジニア・デザイナーはプロダクトの開発に必要なので、適宜採用してまいりますが、将来的にエンジニアが9割になるような極端な変化は想定しておりません。

売上原価は主にエンジニア・デザイナーの人件費および業務委託費ですので、売上高総利益率という意味では上昇していくものと考えています。

17. 金利の動向に対して、どういう住宅ローンを推奨するか？

基本的には住宅ローンのユーザーの最終的なご判断にはなります。その上で、SNS等で常々情報発信しておりますが、借りすぎないように、金利リスクをコントロールしつつ、低金利の変動金利のメリットを享受するというのが、現時点では有利ではないかと考えております。そのため、固定と変動どちらかという観点では、現時点では変動金利が有利ではないかと考えます。一方で変動金利を借りたからといって後は何もしなくてもいいというわけではなく、金利が変動するリスクに対して、固定金利を借りているつもりで変動金利との返済額の差額分を長期積立分散投資するとよいと思います。そうすることで、インフレ時には株価上昇のメリットを享受することでリスクを低減することができる。まとめ

ると、基本的には変動金利を選択し、それと合わせてリスクヘッジのための資産形成を行うのがよいのでは、ということをお伝えしました。

18. アプリ開発が一巡したとのことで、今年度システム開発比率は減少の傾向という理解でよろしいでしょうか？

当社はプロダクト開発において業務委託の方にもサポートいただいております。アプリ開発は一巡したものの、引き続き運用・保守、あるいは機能追加においてサポートいただいております。そのため急激にその人員が減少することは、考えづらい状況にあります。もし仮にそのような(システム開発比率が激減するような)状況が発生すると仮定すると、それはこれ以上モゲチェックも INVASE も開発する機能がない、という状況かと推測します。そんな幸せな状況が来たら、今サポートいただいている業務委託の方には去っていただくことになるかもしれませんが、現時点でそのようなことはございません。

19. 手元現預金の使い道は何か？

手元現預金は現在 18 億円から 19 億円前後ございます。これは上場時の資金使途に記載している通り、基本的には広告宣伝費をメインに考えております。広告宣伝費を 50 使って売上が 100 上がるような状況、すなわち ROAS (Return On Advertising Spend) 200% 以上を維持しつつ、継続的に使っていく予定です。また、人材採用は引き続き行います。エンジニア・デザイナーおよび管理部の採用を行っていきます。

20. 会社としてのメディア戦略があれば教えてほしい。

昨今、17 年ぶりの金利上昇が起きておりますので、非常に住宅ローンへ注目を集めやすい状況となっております。その状況において、モゲチェックの強みである 30 万人のユーザーの動向および 20 以上の金融機関の様々な商品を活かして、これらを分かりやすく情報発信しながら、利用者の方に利便性を感じていただき、その結果としてモゲチェックの認知拡大および利用拡大を図っていきたくと考えております。そのためにも SNS や様々な大手のメディアを通じて情報発信を強化していきたくと考えております。

以上で頂いた質問は全てですので、こちらで終わりにいたします。今回は決算説明会ということで、業績を中心にご説明差し上げました。今後、個人投資家の皆様に向けて、様々な説明会には参加する予定です。そちらではもう少し事業全体について、特にモゲチェック事業と INVASE 事業のビジネスに対するご理解を深めていただきたいと思います。当社としては、モゲチェック事業と INVASE 事業はそれぞれどのように儲かっているのか、今後どうなっていくのか、ビジネスがどういう仕組みか、という点をご理解いただいた方が良く考えているためです。既に今期中に複数回にわたって、個人投資家の皆様とお会いいただく機会を調整しておりますので、ぜひご参加いただけますと幸いです。

それではこちらで失礼いたします。本日は遅い時間にお時間を頂戴し、誠にありがとうございました。

以 上