

2025年2月17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	:2025年2月14日(金)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	: <a href="mailto:ir@mortgagefss.jp">ir@mortgagefss.jp</a>
電話問合わせ先	:03-5989-0575

■ 2025年6月期 第2四半期(中間期) 決算説明資料(2025年2月14日開示)

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05136/be1bd6df/2fc3/47db/a4ea/123fd3ca1648/140120250214575155.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、保証していません。

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。

## 決算概要

- 2 四半期連続の黒字化を達成し、業績予想を上方修正
- 2024 年 6 月期第 2 四半期と比較し、全社で 40%成長、モゲチェック事業は 50%以上の成長
- 収益モデルの特性上、売上成長に伴い粗利も増加
- 販管費の増加は広告宣伝費が主要因
- エンジニア・デザイナー中心の採用を継続し、急激な増員は予定なし

## 事業別進捗・今後の展望

- モゲチェック事業
  - 第 2 四半期の売上高は 476 百万円、モゲチェック限定優遇金利や日銀の利上げ報道に起因した審査申込数の増加が要因
  - 粗利は前年同期比+93%、広告宣伝費率は 50.3%に上昇
  - CPA の抑制に成功し、審査申込単価の低下を相殺
  - 1 月～3 月の第 3 四半期がピークシーズンであるが、第 2 四半期ですでに過去最高の売上を記録
  - 会員登録数も順調に増加
  - 限定優遇金利を本格導入後、審査申込数が前年同期比+70%増。引き続き提携銀行を拡大予定
- INVASE 事業
  - 売上成長は+5%と低水準
  - 課題は「営業体制の整備」と「ビジネスの採算性の改善」
  - プライシングモデルの強化と新スキームでの成長を目指す

## 業績予想の修正

- 全社売上高は+2.1%の修正だが、営業利益は+31.9%と大幅改善
- モゲチェック事業: +8.8%の修正、ピークシーズンに向けてさらなる成長を期待
- INVASE 事業: ▲17.6%の修正。改善策を実施し、成長を目指す

## マーケット動向

- 政策金利動向
  - ターミナルレート 1.0%～1.5%へ向けて緩やかに上昇見込み
  - 2024 年 1 月に 0.5%上昇、次回は 7 月に 0.75%に上昇すると予測
- 住宅ローン金利の展望
  - 銀行間競争が激化しているため、変動金利は急上昇しづらい見通し
  - 長期的にはイールドカーブがフラット化し、固定金利の需要が増加する可能性

## 質疑応答

(モゲチェック事業)

1. モゲチェック事業の限定優遇金利の効果について教えてください。
2. モゲチェック事業の限定優遇金利の獲得件数を教えてください。
3. 塩澤さんが対外的に変動金利の方が有利と発言されていますが、今一度その理由を教えてください。
4. 2024 年の金利予想と変わった点はありますか。

5. 足元金利が上昇していますが、MFS の業績への影響はありますか。
6. 今後の住宅ローン金利の動向を、今一度ご説明ください。
7. 住宅ローンの借り換えが活発と聞きますが、理由をどのように見えていますか。
8. 借り換え需要を取り込むために、MFS と金融機関はどのような取り組みをしていますか。
9. 今後の金利動向を見据えた上で、借り換えの動きが活発な状況はいつまで続くか見えていますか。
10. モゲチェック事業の KPI について、審査申込単価の低い銀行への送客割合が増えたことで全体の審査申込単価が下がったとのことですが、この先の単価見通しはどのように想定していますか。
11. 質の高い顧客を送付しているにもかかわらず、単価が低かったのはなぜでしょうか。3Q 以降の単価増加は見込めるのでしょうか。
12. 今回の上方修正は 3Q に関係してくる優遇金利を導入した銀行の影響を加味した数字ですか。
13. モゲチェックの法人向けについて教えてください。
14. 変動金利も競争の中で一定程度は上昇するとして、住宅需要への影響はないのでしょうか。また、影響が出るとすると目安となる金利は何%程度でしょうか。
15. 借り換えにおいて、限定優遇金利と一般の金利とでは、どの程度差がありますか。
16. 現時点での限定優遇金利の申込は想定通りですか。
17. モゲチェックからローンを申し込んだお客様に対して、今後モゲチェックを利用するような施策は実施していますか。
18. 足元の金利状況を踏まえて、借入・借り換えの割合に変化はありますか。
19. 不動産会社の提携ローンを利用している客層に向けて、不動産会社等にアプローチしていく予定はありますか。
20. つなぎ融資の煩雑さに対して、MFS として何かソリューションはありますか。

#### (INVASE 事業)

21. INVASE 事業において物件契約件数が上昇している一方で、売上高と粗利が横ばいなのはなぜですか。
22. 部長候補の採用に関連して、現状の営業体制でどのような点に課題がありますか。
23. CAPM モデルを活用した裁定スキームに関連して、これは子会社の BS で物件を買取再販するのでしょうか。

#### (全社共通)

24. 売上が伸びた主要因と、継続性の有無を教えてください。
25. 今回業績予想を修正した理由を教えてください。
26. 現預金の使い道は、前回の決算説明会から変更ありませんか。
27. 広告宣伝費の今後の見立てを教えてください。
28. 売上高が増加した一方で、手元現預金が減少している要因を教えてください。
29. ある程度のスタンスを取る方針は理解していますが、しばしば住宅ローンと関係のない政治についての発言が気になります。

## 【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。19 時になりましたので、当社の第 2 四半決算説明会を行います。

会社概要などの通例の内容は割愛し、第 2 四半期の決算内容の説明から始めたいと思います。

### 決算概要

端的に成長しており、2 四半期連続黒字化を達成しました。中間期まで継続して好調で、今後のビジネスにおいても問題となりそうな事象は今のところ見当たりませんので、業績予想を上方修正しております。修正内容については、追ってご説明します。

前年同期である 2024 年 6 月期の第 2 四半期と比較しますと、全社ペースで 40%の成長、これはモゲチェック事業が大きく牽引しております。モゲチェック事業は 50%以上の成長となり、営業利益も大きく伸ばすことができました。これは従前からお伝えしている通り、我々のビジネスモデルにおいて、広告宣伝費を除く大部分の費用が固定費であり、売上高の成長と比例して粗利を確保できる証左と考えております。

財務上販管費が全社ペースでは伸びておりますが、こちらは(変動費である)広告宣伝費が伸びていることが主要因です。また、人件費に関しては、肅々とエンジニア・デザイナー中心に採用を進めております。今後もこのペースは続けていく予定であり、急激に増員するような事態は想定しておりません。

次に、第 2 四半期の各事業の業績についてご説明差し上げます。モゲチェック事業については、第 2 四半期 3 ヶ月間の売上高が 476 百万円となりました。これは審査申込数が大きく増加したことによるものです。広告宣伝費も(売上高に比例して)増加しておりますが、(固定費の性質が強い)原価等は大きく増加しておりませんので、粗利は前年同期比+93%と大きく伸ばすことができました。

モゲチェックが伸びた要因について説明します。左側の棒グラフで示される審査申込数が、過去最高件数を記録しております。これは優遇金利あるいは優遇金利に紐づいた我々の認知度の向上、マクロ環境として日銀の利上げに伴う住宅ローンへの注目度の高まりによるものと考えております。右側のグラフでネガティブな面でお伝えしますと、審査申込単価が低下しております。こちらは単価の低い銀行への流入が多い時期がありましたので、一時的に下がったものと考えております。このような状況の中、CPA の抑制に成功しており、粗利を確保することができています。通常、CPA は審査申込数が増える、すなわちセッション数が増える状況においては上昇する傾向がございますが、マーケティング戦略が功を奏したことで抑制することができたと評価しております。

売上高については過去最高となりました。モゲチェック事業は 1 月から 3 月の第 3 四半期がピークシーズンとなる傾向がありますが、当期は第 2 四半期で既に過去最高の売上高となっております。粗利ベースでは 2024 年 6 月期の第 3 四半期と同水準となっております。広告宣伝費率が前四半期よりも上昇し 50.3%となっておりますが、こちらは審査申込単価の低下による影響とお考えください。開発比率については、引き続き低位に抑えております。モゲチェックの会員登録数も順調に伸びており、我々の認知獲得が進んでいるものと考えております。

次に INVASE 事業については、低水準での成長となりました。こちら改善策については後ほどご説明差し上げます。売上高については+5%となりましたが、課題が明確であることから特別大きな問題とは捉えておりません。具体的には、営業体制がまだ整っていないこと、ビジネスの採算性が悪いことです。この 2 点への改善策を本説明会内で追ってご説明します。

## 業績予想の修正

次に、現状を踏まえて業績予想の修正をしております。これまで2四半期連続で黒字を達成しており、純利益ベースでは修正前予算の9割程度まで到達しておりました。今後も大きく下振れする可能性は低いものと考え、業績予想の修正に至りました。一方でその内容は、モゲチェック事業が+8.8%に対して、INVASE事業は▲17.6%の予算としております。この結果全社ベースの売上高は+2.1%に留まりますが、営業利益が+31.9%と大きく改善しております。ここからさらなる可能性を上げると、モゲチェック事業はピークシーズンを迎えますので、この追い風を受けて更に伸ばしていきたいと考えております。INVASE事業についても、改善策を踏まえ、継続成長を目指したいと存じます。

## 事業戦略

次に、業績予想の修正の背景となる事業戦略を事業別にご説明申し上げます。一部変更はございますが、基本的には前四半期以前と変わっておりません。

モゲチェック事業の①現行サービス改善は、我々のクレジット分析という強みを伸ばすことを意味しており、AIを活用しながら引き続き進めていく想定です。②モゲチェック限定優遇金利の拡大ですが、こちらが最も重要な注力ポイントとなっております。③オフラインチャンネルの強化ですが、こちら当然にオンラインの強化も合わせて実施します。モゲチェック限定優遇金利を活用して、様々なチャンネルにモゲチェックを浸透させていきたいと思っております。

次に、①から③をより詳細にご説明申し上げます。

①現行サービス改善、こちらは審査結果データを蓄積していくことによって、今以上に精緻な提案が可能となります。それに伴って、金融機関に対して良質なお客様を送客することが可能となり、これは金融機関から見れば、我々が優良な集客プラットフォームに進化していくことを意味します。その結果理論上は審査申込単価の上昇に繋がると考えております。AIの活用についても従前からお伝えしておりますが、今後更に加速させていく予定です。すでにチャットボット等を含めて一部提供を開始しておりますが、今後お客様に最適な提案を瞬時にできるようにしていく予定です。

②および③、モゲチェック限定優遇金利の拡大についてです。一般的な住宅ローンの申し込みがスライド上段のグレイ一部分です。お客様が比較サイト、あるいは不動産会社等からご自身で住宅ローンを申し込みいただくと、(一般に公開されている)通常の金利でお申し込みいただくこととなります。一方でモゲチェックにご登録いただき、お客様の属性が銀行の審査に通るものであるとモゲチェックで評価された場合、特別な金利が適用され、その差額メリットを享受することができます。通常金利と優遇金利の差については各銀行様異なります。具体的に優遇金利のフローについてはスライド下段に記載しておりますが、お客様がモゲチェックに登録し必要な情報30項目程度を入力すると、提案結果として優遇金利が提示されます。ここから住宅ローンを申し込みいただく場合に限り、優遇金利を適用することができます。優遇金利を活用した我々のさらなる戦略ですが、端的にこれを各マーケティングチャンネルに広げてまいります。ユーザー様から見るとモゲチェック利用にはメリットが多いですので、あらゆるチャンネルからアクセスできるようにオンラインでの継続的な露出、連携している不動産会社、保険会社、今後連携を深める住宅ローン関連サイト等にプラットフォームとして広げてまいります。その結果、モゲチェック利用が増えれば増えるほど、より提案も精緻になります。銀行様からもご評価いただき、単価が上がるというサイクルを回していくことを目指します。

次に、限定優遇金利の実際の効果について申し上げます。導入開始は第1半期ですが、この際は審査申込数で前年同期比+25.5%に留まりました。こちらはPayPay銀行様の商品でして、ペアローンであったことから利用が限定的であり、本格的な導入とはなりません。第2四半期から本格導入が始まり、SBI新生銀行様と、もう一つの銀行様(非開示)から通常の住宅ローン商品として、限定優遇金利を提供いただくこととなりました。結果的に審査申込数は前年同期比で約70%増加し、過去最高となりました。第3四半期についても、既に開示しているSBI新生銀行様

と、別の銀行様(非開示)、本日開示いたしました UI 銀行様から限定優遇金利をご提供いただいております。足元の件数については申し上げることができませんので、次回第 3 四半期の決算説明会にてご報告できればと存じます。SBI 新生銀行様と UI 銀行様については、詳細を適時開示にて掲載しておりますので、そちらも適宜ご参照いただければ幸いです。

続いて INVASE 事業についてです。①INVASE Pro(アプリ)の機能強化は適宜進めてまいります。②プライシングモデルの強化に伴う裁定スキームの開始は新しいビジネスモデルです。③不動産投資用のローン紹介サービスの開始は、投資用の新規借り入れサービスであり、既に一定程度収益化に成功しております。INVASE は基本的に不動産投資にかかるすべてのサービス、具体的には借入・借り換え・売買・ローン相談と、全てをご提供できるのが強みです。この度、新規借入サービスを始めることによって、ミッシングパーツが埋まったと考えております。④コンドミニアム社の営業体制の強化ですが、引き続き採用を進めております。部長候補については既に採用を終えておりますが、今後この部長を中心に、更にメンバーの採用を強化していきます。

次に、②をより詳細にご説明申し上げます。我々は従前から AI を活用して価格情報を収集・分析し、個別物件のスコアリングを行う独自のリスクモデル「P スコア」の開発を行ってまいりました。これを資産評価機能として INVASE Pro(アプリ)に搭載したことで、個人投資家の皆さまは不動産情報を登録することで、いわゆる時価を把握することが可能となりました。直近このプライシングモデルを進化させることを目的として、新たに「CAPM モデル」を構築しました。これは金融の資本資産価格モデルではなく、コンドミニアム・アセット・プライシング・モデルです。データ量では従前の 25 倍、特徴量が 4 倍となり、精緻化が確かに進んでおります。なお、こちらは新たに大手金融機関からデータサイエンティストを採用したことも申し添えておきます。私も個人的に機能を使っておりますが、非常に精緻に物件の評価ができるようになったと感じております。定量的にも前のモデルからの改善率として MAPE を開示しております。15%から 40%と幅がありますが、これは物件の条件によってブレがあるためです。

ではここから我々がどういった裁定機会を取りに行くかという、ファミリー向け物件について投資用としてご購入いただいた後に、最終的なエグジットは居住用でしていただく、というスキームを考えております。左側の投資用ローンでの購入ではローン金利は 2%程度、利回りでは 4%となります。例えば販売価格が 5,000 万円の物件を例にとると、これを居住用としてご自身が住まれる方に売るとします。買手は 0.3%から 0.5%という低金利で住宅ローンを組むことができ、その場合 5,000 万円の物件は 5700 万円に値上がりします。一物二科と記載しておりますが、投資用で買った物件を居住用で売ることができれば、この間の利ざやを取りに行くことができると考えております。これには前提として CAPM モデルを活用して割安な物件をお客様に提供すること、一定期間経過し空室になったタイミングで居住用として売却をしていただくことが必要となります。当然に税制メリットを考えれば 5 年以上の保有が望ましいため、長期的にお客様とお付き合いできればと考えております。

また、2024 年 10 月に開始した不動産投資用ローンの紹介サービスについて、問い合わせは確実に増えております。件数では概ね毎月 20%から 30%程度成長しております。

これらを全て含めて、不動産投資のトータルパッケージでご提供できると考えております。

## 住宅ローンを取り巻くマーケットの環境

(取締役 CMO 塩澤 崇、以下「塩澤」)

皆さん、こんばんは。住宅ローンアナリストの塩澤です。住宅ローン金利に関するマーケット環境をお伝えします。まず政策金利については、結論、最終的なターミナルレートである 1%から 1.5%に向けて緩やかに上昇すると考えております。変化の頻度は概ね年 2 回ですので、今回 1 月 24 日に 0.5%に上昇したことから、7 月頃に 0.75%に上昇する

という見立てが規定路線と考えております。要因としては2つあり、一つは賃金の上昇です。今年の春闘も強い結果になると想定しており、いわゆる賃金上昇を起点とした物価上昇が促されると見ております。もう一つは現行政府による利上げ容認の姿勢です。当社が上場した2024年6月頃は、利上げとは距離感を置くような発言があった一方で、最近では金融緩和の是正に向けた動きが政府の姿勢からも見て取れます。また緩和継続要因に挙げたトランプ関税の不確実性ですが、これの日本に対する影響次第では景気回復にブレーキをかけることになりかねず、その場合利上げを続けることが困難になる可能性があります。もう一つは円高です。アメリカの金利について高止まりする見立ての観測がやや強まっておりますので、円高の懸念は弱まってきてはおりますが、一方でもし円高が続く場合、コストプッシュ型インフレの要素が弱まることから、いわゆる真の実力、賃金上昇を基点とした物価上昇が本当に実現するかという点が注目されます。これらの前提条件が継続しない場合、金融緩和、金融の正常化が道半ばで終わってしまう恐れがあります。

続いて、これを踏まえて住宅ローン金利がどうなるかですが、現状銀行間の競争環境は昨年よりも更に激化しております。理由としては、三菱UFJ銀行が2024年10月に金利を据え置いたことが挙げられ、リアル銀行 vs ネット銀行の競争激化を誘発したと考えております。ちょうど目下、次の4月に変動金利をどのように設定するかという点に注目が集まっておりますが、おそらく引き続き激しい競争状態は続く想定しております。そのため変動金利が政策金利に追従して上昇するという原理原則に従って、特定の銀行が急激に引き上げるのではなく、全体として競争環境を反映したプライシングにならざるを得ないと考えております。

もう1点、時間軸としては来年から再来年ですが、将来的にはイールドカーブがフラットニングに向かうと考えております。その結果変動金利と固定金利の金利差は縮小することから、今よりは固定金利の需要が高まると考えております。

以上のことを踏まえて、2026年中には政策金利が1%から1.5%、住宅ローン変動金利は1.5%前後になると予想しております。

(平山)

モゲチェックの成長余地についてですが、住宅ローンマーケットにおけるシェアは1%程度ですので、我々としてはまだまだ成長余力があると考えております。今後さらに伸ばしていければ、圧倒的なマーケットシェアが取れると考えておりますので、ご期待いただければ幸いです。

駆け足ではございましたが、決算説明会の説明パートは以上となります。続いて質疑応答に移ります。いただいた質問は基本的にすべてお答えする予定です。

## 質疑応答

### (モゲチェック事業)

1. モゲチェック事業の限定優遇金利の効果について教えてください。

(平山)顧客の認知獲得が進み、それに紐付いて審査申込数が増加する。限定優遇金利は銀行ごとの審査条件に当てはまった方にのみ提案されますので、結果的には良質なお客様の送客につながると考えております。

2. モゲチェック事業の限定優遇金利の獲得件数を教えてください。

(平山)個別の銀行ごとの効果についてはお答えしかねます。ただし、限定優遇金利が開始して全体の件数は明らかに増えましたので、今後全体としての効果は続くものと考えております。第3四半期においても、既に3行、限定優遇金利の提供を開始しておりますので、その効果は次の決算説明会で開示いたします。

3. 塩澤さんが対外的に変動金利の方が有利と発言されていますが、今一度その理由を教えてください。

(塩澤)理由は2点です。1点目は、現状の変動金利と固定金利の金利差が大きいということです。現状1.4%程度の金利差があり、これは政策金利が2%近くにならないと逆転しません。次に2点目ですが、もし変動金利が固定金利を上回った場合においても、それが35年間続くか、という点です。もちろん今後政策金利が上昇していくことは想定しておりますが、例えばアメリカのように3%、4%、5%と急激に上昇していくことは、現在判明している材料からは想定しづらいと考えております。これらを踏まえて、現状では変動金利の方が有利とお伝えしております。

一方で従前と比べれば金融正常化の道筋が明確になっている点は見逃せないポイントです。この点、金利上昇リスクは以前よりも高まっていますので、これに対する備えも合わせてお伝えしております。こちら2点あり、1点目が借りすぎないということです。できれば年収の5倍まで、家計を切り詰めたとしても年収の7倍までに抑えるべきです。2点目は資産運用です。固定金利を払っていると仮定して、差額分を毎月長期積立分散投資しましょう。世の中はインフレですので、物価が上がりやすい。つまり企業の売上増加に伴って株価も上昇しやすい状況です。このインフレを向かい風と感じてしまいがちですが、逆転の発想で味方につけることが重要です。こういった備えをできる人には、変動金利を選択することがおすすめでできます。一方でこれらの備えが難しい、あるいは私の申し上げた金利の見立てに納得感がないという方は、固定金利を選ばれた方が良く存じます。

4. 2024年の金利予想と変わった点はありますか。

(塩澤)前回から変わったことはございません。政策金利は1%から1.5%に向けて、緩やかに上昇していくと考えております。

5. 足元金利が上昇していますが、MFSの業績への影響はありますか。

(塩澤)集客にはプラスと考えております。日銀による利上げが17年ぶりということもあり、非常に多くのメディア・SNSで注目されております。その中で住宅ローン金利にも注目が集まることが増え、モゲチェックにも取材が入ることが増えました。これにより認知獲得が進み、モゲチェックを利用しようというお客様も増えています。このような良いサイクルは続けていきたいと考えておりますので、引き続きメディア露出等は続けていく想定です。

6. 今後の住宅ローン金利の動向を、今一度ご説明ください。

(塩澤)変動金利・固定金利ともに上昇傾向にあります。変動金利は、短期金利と連動しますので、日銀が利上げするたびに上昇すると思います。固定金利は目安として10年物国債の利回りと連動しますが、2025年においては将来の金利上昇を反映してこちらも上昇すると思います。

7. 住宅ローンの借り換えが活発と聞きますが、理由をどのように見えていますか。

(塩澤)ひとえに金利が動いているためです。住宅ローンの返済をしている方の多くは、住宅ローンをほったらかしにしており、金利が動くで見直しのきっかけとなり、結果として借り換えに動くという行動パターンです。

8. 借り換え需要を取り込むために、MFSと金融機関はどのような取り組みをしていますか。

(塩澤)当社の昨今のメインテーマであるモゲチェック限定優遇金利を整備し、需要を取り込んでいきたいと考えております。1%近い水準の高い変動金利で借りている方もまだいらっしゃいますので、例えばこの方が0.34%借り換えるとメリットが数十万円近く出ることとなります。

9. 今後の金利動向を見据えた上で、借り換えの動きが活発な状況はいつまで続くと考えていますか。

(塩澤)少なくとも2025年いっぱいには続くと考えております。日銀による利上げのタイミングは1月と7月の年2回、それぞれ3ヶ月後の4月と10月に住宅ローン金利が改定される。すると、3ヶ月ごとに住宅ローンに注目が集まり再燃することから、状況が継続すると考えております。

10. モゲチェック事業のKPIについて、審査申込単価の低いに銀行への送客割合が増えたことで全体の審査申込単価が下がったとのことですが、この先の単価見通しはどのように想定していますか。

(平山)理論上は上がります。審査申込単価は個別の銀行との交渉によって決まるため、一時的に上がったたり、下がったりということは大いにございます。短期的にみれば銀行側のマーケティング費用を一時的にカットする状況もある一方で、中長期的には良質な送客を続けることで、銀行としての支払余力が増えていきますので、単価は上昇する余地が出てきます。引き続き3ヶ月という短いスパンでは上下しますが、中長期的には上がるというのが回答となります。

11. 質の高い顧客を送付しているにもかかわらず、単価が低かったのはなぜでしょうか。3Q以降の単価増加は見込めるのでしょうか。

(平山)基本的には上がるはずである、という前提のもとビジネスをしております。マーケティングについても全力で対応します。

12. 今回の上方修正は3Qに関係してくる優遇金利を導入した銀行の影響を加味した数字ですか。

(平山)通期全体を考慮して算出しております。そのため3Qも当然に考慮しておりますし、4Qに何が起るかも踏まえて、本件修正としております。ただし、引き続き実績に応じて随時予算修正の検討は行いますので、現時点で将来のことを申し上げることはできません。

13. モゲチェックの法人向けについて教えてください。

(平山)モゲチェックを不動産会社様、フィナンシャルプランナー様、また保険会社様に継続してお使いいただいております。ただし、従前とはマーケティングのフックが変わっており、従前はただモゲチェックとして使っていただく方針でしたが、現在は限定優遇金利を使いませんか、という方針で広めております。あらゆるチャンネルを使ってモゲチェックを広げていくことは、限定優遇金利があるからなせる技と理解しております。

14. 変動金利も競争の中で一定程度は上昇するとして、住宅需要への影響はないのでしょうか。また、影響が出るとすると目安となる金利は何%程度でしょうか。

(塩澤)1点目ですが、金利が上がるが下がるが、住宅需要に大きな影響はないと見立てております。というのも過去50年間の持家比率が統計資料としてあり、これによると高金利のバブル期も含め、60%強の水準で安定的に推移しております。これは住宅購入がライフイベントに紐づくものだからということ、そして金利が上がれば不動産価格が下がることから実際の購入にはあまり影響がないということに起因します。

2 点目について、恐れ入りますが、そのような金利目安は持ち合わせておりません。

15. 借り換えにおいて、限定優遇金利と一般の金利とでは、どの程度差がありますか。

(平山)0.05%から0.1%程度の金利差がございます。

(塩澤)金利差を20倍し、元本に掛け合わせていただければ、総額の概算が可能です。0.1%の金利差であれば、残高の2%程度、5,000万円の物件であれば、金利総額で言うと100万円程度の差になるとお考えください。

16. 現時点での限定優遇金利の申込は想定通りですか。

(平山)想定以上であったことから、業績の上方修正に至りました。

17. モゲチェックからローンを申し込んだお客様に対して、今後モゲチェックを利用するような施策は実施していますか。

(平山)現状できておりません。というのも我々がモゲチェックをオンライン化したのは約5年前ですが、その後低金利の状況が続いたことから、その方々は引き続き低金利を享受されており、借り換えのご提案には至っておりません。一方で、モゲチェックが保有する情報を活用して新しいビジネスを始めることは検討の余地がございますが、現時点では現行サービスの開発に集中している次第です。

(塩澤)マーケティングの観点で既存顧客への追客施策として、LINEとアプリがあります。LINE通知・アプリのプッシュ通知によって、定期的に金利情報が届く。登録時点では審査申込みに至らなかったお客様について、改めて申込みを促すための導線は用意しております。一方で、さらなる収益機会という観点では、今後の課題であると認識しております。

(平山)モゲチェックの保有するデータの活用は未上場時代からの課題ですが、ここにはジレンマもあり、広げれば広げるほどリソースを集中投下できなくなるため、現時点では前述の戦略としている、とご理解いただければ幸いです。

18. 足元の金利状況を踏まえて、借入・借り換えの割合に変化はありますか。

(塩澤)やはり借り換えのブームが起きており、問い合わせ件数で通常月の概ね3倍程度となっております。そのため借り換え比率が高まっているというのが、率直な足元の状況です。2025年は引き続きこの状況が続くと見立てております。

19. 不動産会社の提携ローンを利用している客層に向けて、不動産会社等にアプローチしていく予定はありますか。

(平山)不動産会社様には既に導入を進めております。この流れは限定優遇金利の拡大に伴って、自然と進むものと考えております。これは3ヶ月から半年といった短期ではなく、数年がかりの長期になる想定ですが、モゲチェックのメリットが広く知られた世界観になれば、不動産会社様に行っても利用できるようになるし、オンラインでも直接申込みできるし、更には保険会社でも借り換えの提案を受けることができるようになる。このようにあらゆるチャンネルでモゲチェックが登場する世界観を目指しております。一方でハードルもあり、住宅ローンはあくまで手段であって、使うことが目的とはなり得ないというものです。住宅を買いいたいという人の欲があり、それに対してサポートに入るための住宅ローンですので、そういった前提からも不動産会社様の勧めに応じて使われるというのは一定合理的なものとして理解しております。

(塩澤)不動産会社向けのアプローチですが、現状モゲチェック限定優遇金利が非常に有効であることが実績として確認できつつあります。住宅ローン利用に関する最終的な意思決定者はエンドユーザー、つまり家を買う方です。そのため彼らに刺さる良いサービス・商品をモゲチェックとして用意することが、マーケティングの前提として重要なポイントです。そのため順番としては、まず限定優遇金をしっかりと確保する。その上でそれをエンドユーザーに認知させる。す

ると最終的には自然と不動産会も活用する流れになると考えております。

20. つなぎ融資の煩雑さに対して、MFSとして何かソリューションはありますか。

(平山)現状ではございません。住宅ローンはある程度パッケージになっており、それを前提にモゲチェックのシステムに組み込んでおります。つなぎ融資のようなオーダーメイド型の商品には、現状我々のシステムが対応できておりません。

(塩澤)つなぎ融資は基本的に注文住宅を想定した住宅ローンと理解しております。それに対しては、今後分割実行できる金融機関とうまく連携し、解決できないか検討してまいります。一方でそういった金融機関との連携が必要不可欠ですので、今後の課題とさせていただければ幸いです。

#### (INVASE 事業)

21. INVASE 事業において物件契約件数が上昇している一方で、売上高と粗利が横ばいなのはなぜですか。

(平山)物件の単価が低下した場合、件数が多少増加しても乗じた結果の売上高は変わらないことがございます。逆もまたしかりで、単価が高い物件を取り扱くと、1件で4件分にもなるケースがあります。これらは一定のボラティリティの範囲と考えております。

22. 部長候補の採用に関連して、現状の営業体制でどのような点に課題がありますか。

(平山)我々の不動産の仲介モデルを中心に今後も継続はしていきますが、元々投資用のマンションを専門的に売る基盤が整っておりませんでした。というのもコンドミニアム社を買収した当初、同社は居住用の物件を売る会社でして、そこから投資用へのビジネスモデルの転換に1年から2年かかりました。そこから更に営業体制を拡大していくのに現状時間がかかっています。部長候補は他社で投資用の物件を売ってきた実績のある方ですので、彼を中心にチームを強化していきたいと考えております。

23. CAPMモデルを活用した裁定スキームに関連して、これは子会社のBSで物件を買取再販するのでしょうか。

(平山)基本的にはBSには計上されません。我々は従前から三為取引で(コンドミニアム社への)所有権の移転がない形でお客様に売るビジネスを行っております。これがなぜ実現できるかという点については、まさに我々の強みがございます。INVASE事業で買手と売手の双方を抱えており、これらを繋ぐことが可能です。一方で特定の物件について一定程度長期で持つ判断があれば、BSに計上される可能性もゼロではありません。ただしこの点には一定上限を設けて運営する予定です。

#### (全社共通)

24. 売上が伸びた主要因と、継続性の有無を教えてください。

(平山)モゲチェック事業における限定優遇金利によって、審査申込数が増加したことが主要因です。継続性に関して、当社のマーケティング施策は基本的には過去から積み上げてきたものであり、その点で継続性はあると考えております。塩澤がメディア等に露出することも、そういった施策の一環です。

25. 今回業績予想を修正した理由を教えてください。

(平山)中間期までで2四半期連続黒字となったこと、我々のビジネスモデルにおいて粗利を確保できていること、現時点で(通期の)ネガティブポイントが見当たらないこと、の3点です。売上の成長と比例して固定費(人件費や地代家賃、サーバー代等)が大きく伸びるビジネスではないことから、営業利益以下の変化率が大きくなりました。

26. 現預金の使い道は、前回の決算説明会から変更ありませんか。

(平山)変化ございません。足元黒字基調ですので基本的に積み上がっていきますが、引き続き広告宣伝費と人材採用費にかけてまいります。もちろん機会があれば M&A 等も考えますが、現時点で何か皆様に開示できるような案件はございません。

27. 広告宣伝費の今後の見立てを教えてください。

(平山)売上高の増加に伴って増加していきます。一般的な原価のようなものとお考えいただいて差し支えございません。我々はオンラインを中心にマーケティング活動を行っておりますので、効率性を随時確認しながら、抑えるときは抑える、使うときは使う、というように機動的に対応しております。一方で目安も設けており、売上高の概ね 50%を上限としております。極端な広告効率の悪化は許容しない方針です。

28. 売上高が増加した一方で、手元現預金が減少している要因を教えてください。

(平山)借入金 1 億円の返済があった影響です。必要に応じてレバレッジもかけていくつもりですが、現状は現預金が十分に確保できている状況と認識しております。

29. ある程度のスタンスを取る方針は理解していますが、しばしば住宅ローンと関係のない政治についての発言が気になります。

(塩澤)私としては基本的にビジネスパーソンとして、政治とはある程度距離を置きたいと考えております。そのため基本的にはあまり政治には踏み込んでいない認識です。一方で(政府や日銀の方針等を理解する過程で)一部誤解させるような発言があったようであれば、その点に関しては今後発言に気をつけたいと存じます。

以上、本日までにいただいたご質問には全てお答えできました。たくさんのご質問をいただき、ありがとうございます。

なお、本日の決算説明会は決算の説明が中心となりましたが、IR セミナー等ではもう少しライトに、ビジネスモデルの説明等も行っております。また、当社のコーポレートサイト「投資家情報」からご質問いただければ、基本的に私から直接ご回答差し上げます。もし追加でご質問があれば、そちらをお使いください。塩澤からも引き続きマーケットに関する情報を発信してまいります。

本日はご参加いただきありがとうございました。今後ともどうぞよろしくお願い致します。

以 上