

2026年5月25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        | :2026年5月14日(木)19時00分~20時00分                                |
| 登壇者         | :代表取締役 CEO 中山田 明<br>取締役 CFO 平山 亮<br>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  |

■ 2026年6月期第3四半期 決算説明資料(2026年5月14日開示)

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05136/0231f8cc/3569/4091/b620/e67c89169e4a/140120260514532265.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。

## 決算概要・事業戦略

- 第3四半期概要
  - モゲチェック事業、INVASE 事業ともに黒字
  - 通期累計でも黒字に回復
  - 販売管理費(広告宣伝費):前年同期比 34.4%削減
- モゲチェック事業
  - 売上計上タイミングのズレ影響が一巡し、第3四半期に売上が入り黒字(営業利益 1 億 1,900 万円)に転換
  - 広告宣伝費の戦略的抑制と SEO マーケティング施策により CPA が大幅低下、限界利益が改善
- INVASE 事業
  - 2 四半期連続黒字化を達成
  - 第3四半期に一部銀行の審査基準変更により一部顧客がローン利用不可となり、決済遅延・売上伸び悩みが発生
- 業績予想の修正について
  - 売上高:意識的な抑制により減収
  - 営業利益:増益
  - モゲチェック事業:営業利益 1 億 1,300 万円(期初予想 5,800 万円から約倍に上方修正)、営業利益率は過去最高更新見込み
  - INVASE 事業:第3・第4 四半期の足踏みにより減収減益(ただし通期黒字は維持)
  - 来期以降はトップライン・営業利益の両建てで成長を目指す方針

## マーケット動向

- 政策金利見直し
  - 2027 年に 1.5%到達をメインシナリオとして維持(前回発表から変更なし)。イラン情勢次第では 2%超のリスクシナリオも想定
  - 利上げ局面はモゲチェックの集客にとってプラス要因(注目度・問い合わせ増加)
- 住宅ローン
  - 変動金利と固定金利の金利差が 2018 年以降過去最大級(1.63%)のため、変動金利人気が続
- その他マクロ環境
  - 不動産価格:審査金利引き上げ開始により融資額が満額出づらくなるケースが増え、エリア・物件によっては下落圧力が生じる可能性。二極化がさらに進む見通し
  - イラン情勢の影響:引き渡し遅延リスクはあるものの現時点では大きな影響なし。むしろメディア取材増加により集客上はプラス

## 質疑応答

## 【書き起こし】

### 決算概要・事業戦略

(取締役 CFO 平山 亮、以下「平山」)

皆さんこんばんは。MFS CFO の平山です。本日はご参加いただきましてありがとうございます。当社からは CEO の中山田さんと CMO の塩澤さんと CFO の平山で参加しております。よろしくお願いたします。

本日は決算のご説明と業績予想の修正をいたしましたので、その点を中心に説明差し上げたいと思います。質問を随時受け付けますし、全ての質問に対してお答えするまでこの説明会を終えるつもりはございませんので、遠慮なく質問をいただければと思います。質問は Q&A のところから、いただければと思います。それではよろしくお願いたします。

第 3 四半期の決算からご説明いたします。モゲチェックについては、これまで売上の計上タイミングがずれるずれると、売上が後ろに行くという説明さしあげていましたけども、この影響が一巡し、第 3 四半期に売上が入った結果黒字となりました。毎年第 3 四半期はピークシーズンですが、こちらの売上は第 4 四半期以降に行きますのでその点ご注意ください。対通期累計でも黒字に回復し、第 4 四半期は想定以上に利益が出ますので、業績予想のところでも触れますが、モゲチェックについては予算対比で 2 倍の営業利益になることとなりました。

後ほど広告宣伝費についてもご説明いたしますけども、こちら戦略的に抑制、その後、SEO マーケティング施策を走らせたことによって CPA が大幅に低下いたしました。限界利益が改善し利益が出しやすい体質になっております。AI 戦略については継続しております。今年の 6 月末に予定しておりますが、AI 審査の第 3 弾、こちらを実施予定でございます。

INVASE については、2 四半期連続黒字化で、業績予想の修正のところでも触れますが、第 4 四半期も黒字化、通期で黒字化を目指してやっております。第 3 四半期は一時的に銀行の審査基準が変更となり、一部のお客様がローンが使えなくなりまして、結果的に決済ができない、また遅れるということが発生し、売上が想定よりは伸びなくなりました。また、第 4 四半期も一部それがかかってしまい、当初想定よりは売上が減る予定でございます。ただ、通期で黒字は計画通りでございます。第 4 四半期以降、来期に向けて頑張っていければ問題ないと考えております。数字についてはご覧いただければわかると思いますので、あまり細かく触れるつもりはございませんが、順調に推移しております。

グラフで申し上げますと、INVASE 事業の売買モデルに係るグロスアップ分、具体的に申し上げますと不動産の物件の価格が、売上と原価に乗ってきますので両方が膨らんだ形に見えてしまって、INVASE 事業がとてつもない伸びになっているように見えます。ただ、モゲチェック事業は売上はマイナス成長となりますが、こちらは営業利益確保を目的とした売上の戦略的な抑制によるものです。INVASE 事業は伸びましたが、グロスアップ控除後で考えると当初想定ほどは伸びておりません。ただ、黒字化を目指しておりましたので、2 四半期連続黒字化というのは大きな成果だったと考えております。販売管理費については広告宣伝費が減りましたので全社対比で前年同期比で申し上げますと 34.4%減少と大きく減らしました。

我々常々申し上げておりますが、人件費が倍になるとか 3 倍になるなどは考えておりません。不動産売買に係るセールスは一定程度人が必要ですが、今後の AI 化に伴って、いかに効率化して稼いでいくかというのを主軸に捉えていますので、今後も人件費が 2 倍 3 倍というのは考えていないということをお伝えいたします。

### モゲチェック事業

平山: ではそれぞれ事業別にご説明いたします。モゲチェック事業については先ほど申し上げた通りではありますが、赤字赤字と続きまして黒字、1 億 1900 万円の黒字となりました。第 3 四半期黒字によって通期でも黒字になりましたし、広告宣伝費はピークシーズンの中で減らすことができました。

この点は、定量的な部分と定性的な部分と2点ございますので、その点、新しいスライドを2枚追加しております。こちら塩澤さんの方からご説明いただいてもよろしいでしょうか？

(取締役 CMO 塩澤 崇、以下「塩澤」)

まずマーケティング効果というところですが、SEO、今後の順位の改善が目覚ましいということをお伝えできればと考えております。住宅ローン関連のキーワードで検索ボリュームが多いもの上位三つとなります。住宅ローンという単語、あと住宅ローン金利と住宅ローンシミュレーション。月間の検索数で言いますと、住宅ローン単語が大体20万件ぐらい、住宅の金利、住宅ローンシミュレーションが10万件ちよいと思っただければと思います。

こうした中、この三つの主要のキーワードで、一番右端のところをご覧いただければと思うのですが、5月の水準の数字になりますがトップ3の中に入っているという状況でございます。上がったり下がったりしているところがあるので、なかなかグラフが見づらいところがあって恐縮ですが、この左端が12月になります。ずっと右肩上がり改善してきているといった状況でございます。

ですので先ほど平山さんからお話があった広告宣伝費を落とすっていうことはもちろん戦略的にやっているんですが、その代わりに、低いCPA、安いCPAで取るチャネル、こういったところも注力して、全体的なエコノミクスを合わせに行っているという、そういった戦略的な動きをしております。

もう一つでございますが、メディアさんですとか、あとSNS、こういったところの露出強化もやっております。昨今住宅ローンをメディアSNSで調べるという方が非常に増えております。ですので例えば左側はこれNHKさん。露出のスクリーンショットでございますが、今大体年間というと200本ぐらい、月間多いときでいきますと20件か30件ぐらいの、メディアさんの露出があります。

そうした中、モゲチェックの指名検索を数多く取るということを戦略的にやっておりますし、あと右側にあるように、私のXですとか、YouTube、こういったところでの情報発信を行っております。なお、この中で一番大きな再生回数があったのが、住信SBIネット銀行の丸山社長の直撃インタビューというところでございます。こういった私だからこそできるような取材、こういったものを通して、今後もSNSからの新規顧客獲得、しっかりとやっていきたいというふうに考えております。

平山: ありがとうございます。定量的なところで、KPIとしてお見せしたいと思います。

まず審査申込数ですが、こちら例年第3四半期は大きく伸びるところでございます。前年同期比で申し上げますと大きく減ってはいるのですが、前の四半期と比較すると伸びております。これを単価とCPAコストで見ると、常々上がる上がると、元に戻ると、申し上げたと思いますが、やっと戻ってまいりました。今後さらに戻ってくる予定でございます。CPAについては、濃い青い線の方ですが、こちらぐっと減っているのは先ほど塩澤さんからあったように戦略的なマーケティングの効果によるものでございます。単に広告宣伝費を落としたからというわけではなくて、戦略的なマーケティングの効果がやっと出てきたのかなというふうに我々としては捉えております。なのでこのオレンジ色の管理会計ベースは昨年度と同様に全てが審査申込時に売上が立ったらこれぐらいの金額の単価になるよという水準を示していますけども、この薄いグレーの線が最終的にはそのオレンジ色の線にかなり近づいてくるというふうに我々としては考えております。これは何によってずれるかずれないかという、審査申し込みされたお客様が実際に12%の割合で融資を実行されると大体この金額になるということで算出しておりますので、融資の実行率が高くなれば、この薄いグレーの線がさらに上に行くこととなります。今後はこのグレーの線を上に、CPAの濃い青の線を下に行くことによって利益を拡大させていく予定でございます。足元の第3四半期のマージンが1万2000円ですので、これはどの程度かという去年の第2四半期、第3四半期あたりです。ここの水準まではもう回復してきたと言えます。第1四半期と第2四半期で大きくマージン減らして投資家の皆様にご心配をおかけしてましたけども、当初から申し上げていた通り回復

しますといったのが結果として見えてきたかなというふうに考えています。

広告宣伝費率で申し上げますと、売上が立つのが後ろになるので当初かけた広告宣伝費に対して売上が減りますと広告宣伝費率で言うと上がりますという状況でしたけども、売上が追いついてきたので広告宣伝費率としては過去最低水準となっています。今後大きく突然広告宣伝費を踏むということがなければ、この広告宣伝費率一定低い水準で推移して利益が拡大していく予定でございますので、これは追って業績予想修正のところでお伝えできればと思います。

## **INVASE 事業**

対して INVASE 事業ですが、第 3 四半期黒字になりましたと冒頭で申し上げた通りですが、一時的な要因で伸び悩んだ部分は正直ございまして、第 4 四半期についても一部影響ございました。ただ黒字基調は変わっておりませんし、後ほどのグラフでお示しています通り、第 4 四半期も黒字をしっかり、おそらく過去最高レベルの黒字にはなるかなと思っていますし、通期黒字は間違いないというふうに考えています。

戦略の大きな部分は変わりません。セールスを増強し、仕入のチームを増強し、賃貸管理も開始しています。AI の活用によって最終的には、商談から商談分析および顧客分析、物件分析等に AI を活用して、このセールス活動に関わるあらゆる事象に対して AI 化を推進、分析していくのを今進めているところでございます。

## **業績予想修正について**

これを踏まえて、第 4 四半期がどうなるか、通期予想がどうなるかということをお示できればと思います。数字については発表した通りでございますので詳細については割愛いたしますが、売上高については意識的に抑えたところもあるので減収となります。ただ営業利益については増益になっております。特筆すべき点はモゲチェック事業の増益です。当初想定よりも利益が出る体質が強くなりまして、期初では 5800 万の利益と見込んでいたんですが、足元の水準を見ますと、1 億 1300 万まではいくと考えております。

一方 INVASE 事業、第 3 四半期と第 4 四半期に足踏みしたことから減収減益となりまして、ネットするとグループとしては営業利益は増益傾向となります。もう少しだけ事業別に細かく申し上げますと、モゲチェック事業は第 3 四半期のピークシーズンの売上が貢献して利益が出るため、営業利益率は過去最高を更新する予定でございます。

一旦これを土台として、来期以降はトップラインも伸ばしていく予定でございますし、第 4 四半期まではここまでできて営業利益は当初想定の数倍稼げますということを伝えていきます。来期以降の数字については、8 月の決算発表時にお伝えいたしますので現時点では差し控えます。

INVASE 事業についても、営業利益については過去最高、営業利益率についても過去最高を達成する予定でございます。第 1 四半期第 2 四半期、赤字が続いて本当に重ねてお詫び申し上げます。ご心配おかけしました。第 3 四半期でやっと黒字で累計でも黒字で、第 4 四半期は両事業ともに黒字で、通期で黒字というのを今やっております。5 月半ばまで来ての発表ですので、堅い数字を出さないといけないということでこの数字となりましたが、もう一度申し上げますけど、来期以降については今なかなか申し上げることはできないのですが、今後はトップライン、営業利益、両面、注力していく予定でございます。

## **マクロ環境について**

塩澤:金利動向ですが、3 枚にわたって解説できればと思います。

まず一つ目、政策金利につきましては、利上げ要因と緩和継続要因、ここは並列しているという状況でございます。基本的には前回と同じような見立てで金利は上がっていくとは思っております。要因としては、賃金と物価の上昇が見られるというところで、今回も非常に好調だったというところで 5%ぐらゐの水準で実現しておりますので、基本的に問

題ないとの理解です。もう一つがインフレです。もちろん今の円安原油高っていうのはコストプッシュインフレなんですけれども、ただこういったものがあると日銀としても外からの圧力、利上げ圧力は受けやすいという状況かなと。

あとはこういったコストプッシュ型インフレであったとしても、いわゆるデマンドプル型インフレをよりサイクルを強くするような働きも出るかもしれません。そうすると利上げのピッチっていうのもう一段階上がる可能性があります。一方、日銀の審議委員も高市政権下で2名変更ということで、羽野委員に変わったということでございます。来期は鷹派の委員ですね、高田さんなどいらっしゃいますけども、そういった方がハト派の委員に切り替わっていく可能性もあるかなと思いますので、日銀内部の空気感っていうのがよりハト派になっていくと、利上げをしないという雰囲気になっていく可能性もあるかなと思っております。そうすると、金利っていうのは引き上げない動きっていうのが出てくる可能性があるかなと。加えてイラン情勢の供給ショックですね。こういったものがあると、そもそも利上げしてる場合じゃないっていうような流れになりますので、ここら辺がどっちに転ぶかという話かなと思っております。

住宅ローン金利につきましては、前回と同様です。競争環境は以前に比べるとややマシな状況かなと思っております。固定金利ですけれども、昨今の変動金利上昇を受けて人気がもっと出るのかなと思ったんですけれども、意外とそうでもないなっていうのが、足元の動きでございます。やはり変動金利が今後上がっていくぞという動きよりも今現在の変動と固定の金利差の方が変動と固定のシェアには大きな影響を与えるのかなというふうに考えておまして、今のところモゲチェックのお客様もそうですし銀行さんに聞いてるんですけれども、変動人気が継続しているという状況です。

続いて66ページが今後の金利見通しでございます。基本的に前回と同じです。1.5%というところを見ておりますが、ただ先ほどお伝えしたイラン情勢というところで抑制の動きがあった場合は、リスクシナリオとして政策金利2%超えもあり得ると考えております。

67ページがイラン情勢を踏まえて不動産価格がどうなりそうかというところでございます。結論、下落圧力が以前にはなかった要素として今出始めておりますので、従前から申し上げてる二極化、これがさらに進む可能性はあるかなと思っております。上昇圧力はここに書いてある通りでございます。賃金が上がった、ペアローンとか50年ローンが増えたりとか、あとインフレですね。政策金利は0.75%まで上がったところから、マイナス金利解除後初めて審査金利を引き上げるという銀行が出始めてます。こうなると融資が満額出づらいいということも考えられますので、その分不動産価格には下落圧力となり得ます。よって、賃金が高い、収入が高い人が買うエリア物件は引き続き高止まり、そうではないエリアにつきましては、この審査金利上昇の影響を受けて、場合によっては不動産価格が下がるというエリアも出る可能性も十分考えられるかなと思っております。

平山: 中山さん、塩澤さん、何か補足があればコメントお願いいたします。

(代表取締役CEO 中山田 明)

平山さんの今の説明の通りですが、総括しますと今期はモゲチェックの方が、これまでの送客課金から実行課金という大きな課金ポイントの変更というのがありまして、我々にとっては非常に大きな変化だったわけですが、結果としてはうまく乗り切ったなというのが実感でございます。収益性の高いビジネスに変わっていったところがあるなと考えております。INVASEも同様で、これまでずっと赤字だったものを黒字転換したという状況でございますので、こちらにも収益の出るちゃんとビジネスになったところでした。モゲチェック INVASE とともに、プロフィタブルなビジネスになってまいりましたので、来期はさらにこれをいかにスケールしていくかという次のステージに入っていくのかなと考えておりますので、昨今のAI化の急速な進歩も相まって、我々もテクノロジーに技術を活用しながら、これをいかに大きくしていくかというあたりを今社内で議論しているところでございます。また来期8月の決算のタイミングでその辺りを皆さんにご説明できればと考えております。

## 質疑応答

Q: マーケティングにおける確固たる地位とはどういう意味か

塩澤: いろんな定義があると思うんですけど、今回特に強調させていただきたいのが低費用チャネルのプレゼンスです。低費用チャネルを具体的にいいますと、SEO やメディア、SNS、こういったところですよ。先ほどのグラフでお示した通り、SEO につきましては足元はトップ 3 に入るような順位になってきておりますので、多くの方にモゲチェックを知ってもらえるような状況になってるのかなと。あとメディア、SNS での露出も、年間 200 本ペースで露出が進んでおりますので、だいぶ認知も進んできているのかなというところでございます。以前ですけれども、Web で簡単に調査したところ、モゲチェックを知ってる、聞いたことあるという方が 50% ぐらいいたという結果もございましたので、今後さらにこれを伸ばしていければというふうに考えております。

補足しますと、さらに広告を踏みやすくなっているというところ皆様に申し添えたいと考えております。低い CPA で取れるチャネル、これが強化されておりますので、広告を踏んだとしても、CPA が暴れづらくなると、そういった状況になっております。今後どれぐらい広告費を投下するかっていうところは社内で議論する予定ですけども、踏んだとしても CPA が暴れないとなると、いろんな Web 空間上の広告にモゲチェックを露出することができるかなと思っております。今後の展開を楽しみにしていただければなと思っております。

Q: 確固たる地位は継続するのか

塩澤: はい。私は継続できると考えております。理由としては、まず SEO のところにつきましては、昨今の Google のアルゴリズムによって、独自性ですとか専門性、こういった強みがあるサイトが優位になるアルゴリズムの変更がなされております。AI による有象無象記事を作って順位をあげるような手法が流行ったこともありましたけれども、そのようなあまり意味をなさないサイトっていうのはどんどん順位が下がってきて、一方我々のような住宅ローンといえばモゲチェックという、こういった専門性の強いサイトが上がってくるという傾向、アルゴリズムは変わらないだろうと思っておりますので、こういった SEO の順位っていうのは継続できると理解しています。

あともう一つ、SNS およびメディアですけれども、ここにつきましても住宅ローンアナリストとしての地位、これですね確立しつつあるんじゃないかなというふうに考えております。ここを確立できる背景としてあるのが情報提供の好循環が回ってるからってことです。何かと言いますと、モゲチェックというのはお客様と銀行の動向が集まってくるような情報のハブとなっております。ですので情報をいろんな独自の分析を行うことによって、メディアさんに提供したり、SNS で情報発信をすると、そうなるにより集客が増してきますので、ユーザーが集まってくる、ユーザーの動向が見えると。そういったサービスには銀行さんから連携の話が来たりとか、いろんな意見交換ができるという機会も増えてきますので、この好循環を今後どんどん回していくことによって住宅ローンの中でのプレゼンスを高めることができるというふうに考えております。

Q: 販売用不動産が BS に載っているか

平山: 決算短信でお見せしています。3 月末のスナップショットだと 9 億ですね結構な額になりましたが、何か突然増えたというわけではありません。昨年の 6 月末と比較すると大きく増えているかと思えます。ただ現預金も十分にございますし、一定程度在庫を抱えて、いい物件を仕入れてお客様に売るっていうサイクルが回ってますので、そういう意味で 12 月末から大きく増えてないと言えるのかなと考えております。

Q: イラン情勢のモゲチェックへの影響はあるのか

塩澤: 結論、実行件数に悪影響が出るかっていうと、今のところは大丈夫かなという見通しでございます。よく言われて

いるのイラン情勢というところで不動産の引き渡しが遅れると。例えばマンションとか戸建てをリフォームして買う時に石油化学製品が入ってこないんで、引き渡しが遅くなる。ゆえに住宅ローンの実行も遅くなってモゲチェックの売上が後ろに立つみたい、後ろになってしまうみたい、そういったところがリスクとして考えられるかなと思うんですけども、今のところ大きな影響は出てないのかなと。逆に集客上はプラスになるかなと思っておりまして、メディアさんですとか SNS こういった方々が、金利ですとか不動産、これどうなるんだっていうところで非常に注目が高まっております。そういった文脈の中でモゲチェックが取材を受けることも多くなっております。今のところ総合的に勘案するとむしろプラスの要因が大きいんじゃないかなと考えています。

Q: 4月の日銀利上げ見送りを受けて26年と27年の政策金利および住宅ローン変動型金利のメインシナリオでの到達金利は前回発表時と特に変更なしか

塩澤: はい。結論、変更なしでございます。先ほどお伝えした通りでございます。

Q: 来期のネット銀行の広告宣伝費予算は今年度の状況と比較してあまり変化はないのか。今後の事業環境認識について教えてほしい

塩澤: 今のところ、昨年からの変化はないというところでございます。マイナス金利時代のような極端な緩和環境から比べると、引き締まると、タイトになってますけれども、それがさらに引き締まるかっていうとそうでもないのかなと。昨年と同じような状況が続いているという、そういった形でございます。

Q: マネタイズポイントが変わったことで、銀行にとっては実質成果報酬的に顧客確保ができるサービスになった、使いやすくなったと思っている。そういった面で銀行との取引関係にポジティブな変化はあったか

塩澤: 銀行としては、より損じづらくなった集客チャネルとしての位置づけになっておりますので、以前よりも特別金利や申し込み連携とか、そういったところの議論はしやすくなってるかなと思っております。ですのでご質問にあったとおり、実行課金を起点により銀行との連携を強化していきたいと考えております。

Q: Q3の結果は想定内か

平山: 想定内です。大変心苦しい状況が続いておりました。見づらいグラフで申し訳ありませんが、赤字赤字黒字黒字になって通期黒字になるっていう想定で動いていました。言ってること自体は、第1四半期も第2四半期も変わらないはずなんですけども、そうは言っても赤字赤字で来ると皆さんご心配、当然ですけど株価が下がるというのは想定しておりました。もう結果でお見せするしかないんで、今回の黒字はもうミニマムのミニマムですけども、何とかクリアしたなと思っています。

Q: 第4四半期はどう捉えたらよいか

平山: 想定内でございます。ここまで四半期別に予算は開示していないのですが、第4四半期にモゲチェックが回復してINVASEも着実に上向いてくるという想定でしたので、第4四半期含めて想定内の動きでした。想定外だったところはどこかという、INVASE事業の第3四半期のブレーキです。こちらの銀行の動きでしたので、これは我々としては想定外でした。ただ、これが継続的に続くものかっていうとそうではなく、我々銀行さんとのリレーションシップがたくさんございますので、何か一つの銀行が変更したからといって我々のビジネスが揺らぐものではございません。なので第4四半期については、モゲチェックは想定以上に伸び、営業利益が確保できそう。INVASE事業については、当初想定よりは第3四半期のブレーキが影響して、利益売上ともにやや減る。ただネットすると、当社全体としては想定よりは営業利益が稼げそうという状況でございます。

Q: 金利上昇の見立てとモゲチェックビジネスに影響を教えてください

塩澤: 先ほど政策金利の見立てが 2027 年には 1.5% というふうにお伝えしました。この利上げ局面はモゲチェックの集客上にとってはプラスとなります。金利が今後どうなるのか、不動産価格どうなるのかという、そういった世間からの注目が集まりやすくなる。その中でモゲチェックというのが住宅ローンの中で言いますと唯一無二の存在というところがありますので、いろんな注目問い合わせが集まってくるというところがございます。ですので我々としては、この利上げ局面の間に住宅ローンサービスとしての地位を確固たるものにしていきたいと考えております。

Q: AI によるマーケティング手法の変化はあるか

塩澤: SEO の話をさせていただきましたけれども、その次は AIO だと思っております。いかに AI に引用されるか、紹介されるかです。AI に住宅ローンどうすればいいとか比較したいというふうに聞いたときに、モゲチェックが出てくるような形に今後していきたいと考えております。

個人的には MCP サーバーです。これを介した外部サービスとの連携でございます。今いろんな AI サービスがサービス同士の連携の企画を打ち立てているという状況でございます。その中でどういった連携が主流になるのかというところを見極めてるところなんですけれども、MCP サーバーと呼ばれるやり方でいろんな AI サービス同士が連携する。そういった時代がやってくるだろうなというふうに考えておりますので、今後は動向を見ながら、モゲチェックにどう生かせるかというところを考えていきたいと思っております。

Q: 特別金利があったはずだが件数の伸びが限定的なのはなぜか

平山: 戦略的に広告宣伝費を抑えて CPA を下げにいく、安い CPA のところを狙いにいくとやっていることに加えて、銀行そのものが広告宣伝費を抑えているというのもございますので、件数の伸びは限定的になりました。

Q: CPA は今後も下がる余地はあるのか

平山: どこまで下がると言えるのかは確固たる定量的なものを申し上げるわけではないのですが、塩澤さん中心に安い CPA のチャネルを取りに行くことをやっていますので、0 円には当然ならないのですが、まだ下がる余地はあるかと考えております。

塩澤: 我々経営陣として考えるべきはそのマージンですね。営業利益の最大化だと思っております。ですので CPA が下がるっていうのはもちろんいいんですけども、ただ CPA を上げた方がより件数が取れて、結果として営業利益ももっと増えるっていうのであれば、そういった選択をとることの方が合理性があるというふうに思われます。そこを社内でしっかりと議論したいなというふうに思います。

Q: 金利上昇局面続いてますが、変動と固定の選択肢の変化はあるか

塩澤: 先ほどもお伝えしたところと重複しますが、大きく変化ございません。つまり変動金利優位がついているというところがございます。やはり変動、固定どちらを選ぶかというところの一番大きな指標が、変動と固定の金利差でございます。今月が 1.63% というところで、我々が統計データを取った 2018 年以降ですね、過去最大級に開いております。ですのでこういった状況であれば変動金利がもう一段階上がるっていうのはわかっているものの、固定を選ぶには高すぎるというそういったユーザー心理かなと思っております。ですので先ほど申し上げた通り、変動金利人気はまだ当面続くんじやないかなというふうに考えております。

Q: INVASE 事業でトップラインを伸ばしていくドライバー何か。今のマージンを維持しようとするターゲットとなる物件に制限があると思っているが、マージンを維持してトップラインを伸ばすことは可能か

平山:可能です。ドライバーは何かというと、物理的な制約を考えると、それこそセールスだとか仕入の人数になるのですが、そういったボトルネックを外すのはAIだと考えてます。私も日々触ってますけども、顧客の分析、商談内容の分析、お客様に対してどうアプローチするかアイデア出し含めてAIです。融資審査もそうですし、物件に係る契約周りの事務もですし、アポ取りもですし、基本的にはもう全てがAIに組み込まれていって可能な限り効率化するというのがドライバーになると考えております。これに乗り遅れたら利益の源泉が減ると思っておりますので、我々としては人はなるべく増やさずに効率化を進めてやっていくということを考えております。

人については、もう一つの考え方で言うと、上場企業にお勤めの融資枠がたくさんあるようなお客様をどうやって捕まえていくかっていうのは継続した課題です。当然ですがお客様の数を増やしてセールスがアプローチして、物件を売ると。仕入についても当然にAIを活用して、割安な物件を我々が仕入れて、お客様にご提供する流れになります。一つ付け加えるとすると、引き続きオーナーチェンジ物件ですとか、比較的大きめの物件で投資用で売られてるものが空室になって将来的に居住用で売られるというときに、ここの価格差は理論上は出るというのはわかっていますので、長期的に保有できて節税効果もとれるぐらい所得があるお客様を捕まえて、我々として正しい物件を売っていけば、こちらは維持できるものと考えております。

## **最後に**

平山:引き続きIR活動を行います。足元で何かイベントございませんけども、通期の決算発表後に個人投資家の皆様宛のセミナーにも参加いたしますし、エンヴァリスというアナリストを抱える会社様から当社のレポートが出ておりますので、検索いただければ、我々の業績等詳細に分析されてますのでぜひご参考にさせていただきます。

IRについては弊社のIRのページからご質問を受け付けてます。ご連絡いただければ、私の方から直接お返しするよういたします。

第1四半期第2四半期、ご心配をおかけして申し訳ございませんでした。第3四半期第4四半期、通期は黒字になるものと想定しておりますし、そのような数字をお見せいたしました。引き続き応援いただけますと幸いです。

本日お忙しいところありがとうございました。引き続きよろしくお願いいたします。

以上