

2026 年 8 月 14 日
株 式 会 社 M F S
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 8 月 13 日(木)19 時 00 分~20 時 15 分
登壇者	:代表取締役 CEO 中山田 明 取締役 CFO 平山 亮 取締役 CMO 塩澤 崇
本件に関するお問い合わせ先	:株式会社 MFS 管理部 IR 担当
メールお問い合わせ先	: ir@mortgagefss.jp
電話お問い合わせ先	:03-5989-0575

■ 2026 年 6 月期通期 決算説明資料(2026 年 8 月 13 日開示)

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05136/104155d3/9139/44cd/9786/a42205e93efe/140120260813518981.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

- 通期決算概要
 - 売上 83 億円、営業利益 2.2 億円、純利益 3 億円で予算達成
 - 純利益 3 億円は繰延税金資産の計上による会計上の効果を含むため、実力値は営業利益の 2.2 億円が適切
- モゲチェック事業
 - 融資実行課金への移行により第 1・第 2 四半期が赤字となったが、第 3・第 4 四半期で黒字回復
 - 広告宣伝費を大幅削減(ピーク時約 4 億円→第 4 四半期約 1 億円)しながらも黒字を維持、マージンは過去最高水準
- INVASE 事業
 - 通期黒字を初めて達成(第 3 四半期に金融機関の審査基準変更という想定外の事象あり)
- 2027 年 6 月期業績予想について
 - 売上 102 億円(前年比+23%)、INVASE のグロスアップ控除後は 26 億 5,000 万円(約+20%)
 - 営業利益は約 20%増を予定
 - 季節性を考慮し、上期・下期別の予算を初めて開示(売上・利益ともに下期偏重)
 - モゲチェックは市場環境を保守的に見てトップラインはやや前年比マイナス予想(上振れ余地あれば業績修正を狙う)
 - INVASE は黒字をさらに拡大させるフェーズ
 - 新規施策(不動産会社連携・MCP・API 連携・CAPS)の効果は予算に未織り込み

マーケット動向

- 政策金利
 - 方向性は利上げ継続と判断しており、インフレ・実質賃金のプラス継続・AI 需要拡大・円安などが利上げ要因として挙げられる
 - 高市政権の利上げ抑制スタンスや日銀政策委員会へのハト派委員送り込みが緩和継続要因であるが、総合的には利上げ方向が優勢と見ている
 - 米国からの利上げ圧力報道を受けて政策金利 2%という見通しも排除できず、現時点の想定 1.5%は修正の可能性がある
- 住宅ローン金利
 - 長期金利先行で固定金利から上昇し、現在固定と変動の金利差は過去最高の約 2.2%まで拡大しており変動金利人気が続いている
 - 預金獲得競争を背景にネット銀行を中心に住宅ローン融資を絞る動きがあり、住宅ローン金利の競争環境はやや弛緩した状態が続いている
- 不動産価格
 - 都市部と郊外の二極化が進んでおり、CAPS のインデックスでも都市部の上昇と郊外の停滞が鮮明になっている
 - INVASE・CAPS の仲介事業は所得水準の高い都市部物件に軸足を置くことで、二極化の上昇側でビジネス展開する方針

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」)

皆さま、お疲れさまです。7 時になりましたので始めます。MFS の 2026 年 6 月期通期決算説明会を行います。併せて 2027 年 6 月期の事業戦略についてもご説明いたします。

本日は 3 部構成でお話いたします。まず私から 2026 年 6 月期の決算の概要をご説明し、続いて 2027 年 6 月期の数値についてご説明いたします。その後、2027 年 6 月期の事業戦略については中山田さんから、最後にマーケット環境について塩澤さんからご説明する予定でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

質疑応答の時間は 40 分ほど取る予定ですが、全てのご質問にお答えする予定でございます。Q&A のボタンがあるかと思うので、ぜひ Q&A のほうからご質問いただければと思います。

2026 年 6 月期 決算概要(平山)

通期サマリー

では私から決算についてご説明いたします。通期で予算は達成いたしました。ただ、課題も残るところでございます。モゲチェック事業については、2025 年 6 月期からは大きく売上が落ちました。一方、INVASE 事業については通期で黒字を達成することができました。通期黒字は初めてのこととなります。

営業利益についてはやや予算を上回って 2 億 2 千万円の着地となることができました。当期純利益については、繰延税金資産の影響で 3 億円と大きく見えておりますが、実力としては営業利益の 2.2 億円がよく示しているかなと考えております。

四半期推移

四半期推移で見ますと、例年は第 3 四半期にモゲチェックのピークシーズンが来てそこがピークになることが多いのですが、今回はモゲチェックも第 4 四半期のほうが大きくなり、第 4 四半期は INVASE 事業も大きくなって、結果的に営業利益も出て、非常に良い年度末となりました。

後ほどモゲチェック事業の CPA についてお話ししますが、広告宣伝費については大きく減少しております。どれくらい減少しているかというと、濃いブルー(紺色)の棒グラフですが、2025 年 6 月期第 3 四半期のピークシーズンが約 4 億円だったところ、今期——2026 年 6 月期の第 4 四半期は約 1 億円と、4 分の 1 程度の実績になりました。これは単に減ってトップラインが落ちたということではなく、プラスのほうが大きいと考えております。マージンについては過去最高を確保することができ、非常に厳しい環境下でございましたが、結果的に黒字を維持することができた。これがモゲチェック事業としては非常に良かった点だと考えております。

モゲチェック事業

各事業についてご説明差し上げます。モゲチェック事業、厳しいとお伝えしましたが、一番厳しい要因は融資実行課金が始まったこととございました。融資実行課金が開始したことによって、第 1 四半期・第 2 四半期の売上が第 3 四半期・第 4 四半期に乗ってくることになり、第 1 四半期・第 2 四半期が赤字となって、皆さまに大変ご心配をおかけする展開となりました。

ただ、第 3 四半期から黒字になりまして、結果的に第 4 四半期は第 3 四半期よりも大きく黒字を伸ばすことができ、通期黒字、予想通りとなりました。ここは今のところ大きな問題はございませんが、2027 年 6 月期のモゲチェック事業については厳しい環境が続くと考えておりますので、後ほどまたご説明いたします。

INVASE 事業

INVASE 事業についてです。3 四半期連続黒字を達成することができました。ただ、予算は未達でございます。第 3 四半期の途中に金融機関の審査基準が変わったことによって、お客さまに対してローン変更の打診、あるいはこれまでの営業スタイルを変えなければいけないということが発生しました。

結果的に第 3 四半期も想定よりは売上が伸びず、第 4 四半期に流れた物件もございます。第 4 四半期も営業自体は非常に苦労いたしました。今、必死で型を作りに行っているところでございますが、何より型を作りに行く苦しい場面においても黒字を確保できたというのは、一定の成果かなと思っております。

繰り返しとなりますが、通期で黒字になったのは初めてのことでございますので、当然ですが 2027 年 6 月期はさらにアップさせていく予定でございます。

KPI: モゲチェック事業

KPI についても事業別に簡単にご説明申し上げます。モゲチェック事業については、審査の申込数は大きく伸びることはございませんでした。広告宣伝費を抑制していることもございますので、ここはやや意図的に抑えに行ったというのが正しい表現かと思っております。

一方、収益構造は大きく改善いたしました。管理会計ベース——すなわち審査申込みがあった時点で売上が立つのであればいくら、というのをオレンジ色の線で示しておりましたが、ここに追いつくと私から申し上げておりましたが、やっと追いつくことができました。財務会計上、売上が発生してこのオレンジ色の線にくっつく、あるいは追い越すということが発生すると申し上げておりましたが、予想通りの動きとなっております。

一方、CPA はここまで下がるとは思っておらず、効果的なマーケティング手法が功を奏したと言えるかと考えております。具体的には例年の半分以上、第 4 四半期に至っては 1 申込み当たり 5,617 円です。概ね 1 万 2～3 千円が想定 CPA でしたので、半分以上の水準で今、審査申込みを獲得できていることになります。広告宣伝費を落とし効率的に使えたという表現が正しいのですが、結果的に売上対比では大きく下がっております。

KPI: INVASE 事業

INVASE 事業の KPI ですが、左側のバウチャーについてはもうサービスを閉じる予定でございますので、この減少については想定内です。

右側の契約件数、こちらは物件売買・仲介・ローン紹介の件数の合計でございますが、大きく伸ばすことができました。本来であれば第 3 四半期も伸ばして第 4 四半期も伸ばしていきかけたのですが、第 3 四半期の前半・中盤にブレーキがかかったことによって、想定よりは伸びずでした。ただ、昨年(2025 年 6 月期)対比で申し上げますと、大きく伸ばすことができしております。

2027 年 6 月期 業績予想

2027 年 6 月期の業績予想についてご説明申し上げます。売上については前年実績比 23%増の 102 億円。INVASE 事業のグロスアップ控除後——売上と原価に物件の販売価格が乗っておりますので、これを控除すると 26 億 5,000 万円、約 20%程度伸びる予定でございます。

モゲチェックについては、引き続き金融機関の広告宣伝費の抑制が続いておりますので、マーケット環境に鑑みて大きく伸びるということは想定しておりません。一方で効率は良くなっておりますので、営業利益については 20%ほど伸びる予定で考えております。

INVASE 事業については黒字化が見えていますので、黒字をどこまで伸ばすのかというのが 2027 年 6 月期の勝負どころだと考えています。

これまで開示していなかった部分で申し上げますと、今回から上期・下期で予算を分けて開示いたします。というのも、モゲチェックも INVASE 事業も季節性がございますので、これに合わせて売上を立てるとどうなるかをお示した次第でございます。足元の厳しい環境と、お盆・年末年始等を考えると、下期に売上が寄るのかなと考えております。

INVASE 事業についても下期に寄ると思っております。これは採用もそうですし、マーケティングもそうです。2027 年 6 月期の事業戦略の 1 つに入っておりますが、10 月にウェブとアプリのサービスが統合されます。統合されることによって利便性が向上するので、利便性が向上したら当然に会員登録数も増えると考えております。ここを若干織り込んだ上で、セールスの効率化等を含めて下期について伸ばしていくと考えております。

具体的な各施策については、中山田さんからご説明いただければと思います。よろしくお願いいたします。

第 2 部:2027 年 6 月期 事業戦略(中山田 / CEO)

今期のメッセージ

皆さま、こんばんは。MFS 代表をしております、中山田です。よろしくお願いいたします。では、今期の戦略についてご説明いたします。

まず今期のメッセージとしましては、「AI 時代におけるファイナンス起点の総合的な不動産テックサービス」というのを掲げております。AI 化は皆さんご存じのとおり今ものすごい進歩をしておりますので、AI とファイナンスを掛け合わせたようなビジネスを広げていかなければいけない。そういう意味では、モゲチェック・INVASE とともに AI をどんどん取り入れて大きくしていこうと思っているのですが、1 つ大きなサービスとして CAPS というサービスを始める予定でございます。予定というか、もうすでに始まっているのですが、これは全国のマンションの時価をかなり高い精度で出せるサービスでございまして、そういう価格情報を提供することによって、いよいよ不動産の実需、マンションの売買のほうに我々は踏み出そうと考えております。

前期の振り返りと課題

前期の振り返りで申し上げますと、売上高 83 億円、営業利益 2.2 億円、純利益 3 億円ということで、売上・利益ともに予算は達成しております。2 年連続の黒字達成ということにもなっております。

ただ、市場は昨年度非常に厳しくございました。モゲチェックにつきましては、先ほど平山さんから説明がありましたとおり、オンラインの広告宣伝費が抑制され、我々のこれまでの送客課金から実行課金になるなど、かなりドラスティブな動きもございまして非常に厳しい環境だったのですが、むやみにトップラインを追わずに利益をちゃんと確保していこう、儲かるビジネスなんだということを実証していこうというところに重きを置いて運営をまいりました。

一方で INVASE に関しましては、これまで他社さんにお客さまを送客するようなバウチャーというビジネスモデルをやっていたのですが、それをやめて、自社でちゃんと物件を販売できるビジネスモデルに変えております。そういう大きなビジネスモデルの変化をしながらも黒字を確保したということは、達成したこととしては大きかったのかなと考えております。

今後の課題としましては、やはり我が社の一番大きな問題はトップラインの伸びが弱いというところでございます。来期の計画も、まだ成長率としましては 120~130%というところですので、あまり大きな顔をして成長していると言えない数字ではあるのですが、ここは打開していかなければいけない。どういうふうにそれを克服して大きな成長を遂げるか、というあたりの戦略を本日ご説明できればなと考えております。

マクロ環境

まず大きな市場環境、マクロ経済の環境等をサマライズしますと、一番大きな変化としましては「金利のある時代が来た」ということでございます。金融機関はゼロ金利あるいはマイナス金利の貸付競争をしていた時代から、今は預金

獲得競争にシフトしておりまして、そういう意味では相対的にネット銀行からリアル銀行にパワーバランスが動いているのかなと考えております。

一方で、インフレの進行で資産価格が上がるということでございまして、不動産価格は大きく上昇しております。これは今後もインフレが急に収まるとは思えないので、長期的に不動産は底堅い動きをするのかなと考えております。

最後に AI です。こちらはものすごい進歩が激しいというところで、我々も追いついていくのが大変なのですが、今年いよいよ AI エージェントというものが本格的に稼働し始めるのではないかと。つまり、ユーザーが自身で何かを申し込んだり調べたりするのではなく、そのユーザーのリクエストに応じて AI エージェントがユーザーの代わりにいろんなアクションをしていく、そういう時代になるのではないかと考えております。

こういう環境のもとで、我々のモゲチェック、INVASE、それぞれどういうふうにやっていくかというあたりをご説明できればと思います。

モゲチェックの現状

モゲチェックですが、去年はユーザー登録数 12 万人、申込数 2.2 万件、想定融資実行額としましては 2,600 億円という数字になっております。トップラインが弱まっているのが残念なのですが、先ほど申しましたとおり実行課金という大きなシフトがあって、そこはうまく乗り切ったと。さらには特別金利も銀行さんから獲得することができ、集客の効率も上がって CPA も下がってきたと。

さらに、昨年皆さまにお約束していた AI 化です。モゲチェック自体の AI による効率化、人がやらない形のサービスにしていこうというところは計画どおり進んでおりますので、このあたりもこの後ご説明できればと思います。結果としましては、CPA が大きく下がって収益性改善、ROAS 400% 超えというような数字にもなっております。

ただ、モゲチェックの課題としましては、金融機関のオンライン広告宣伝費が抑制されてきているということがありまして、ここは打開していかなければいけないポイントかなと考えております。

モゲチェックの事業環境(追い風／向かい風)

今のモゲチェックの事業環境をサマライズしますと、追い風としましては AI 化、あるいは AI エージェントによるエージェントファイナンスの可能性というものがあります。これに伴って、金融機関とのオンライン連携についても、金融機関側も結構問題意識を持って我々との連携に積極的に動いていただいている金融機関さんもありますので、こういうところは我々としては追い風かなと。

一方で向かい風としましては、相変わらずオンライン広告宣伝費が抑制されている。金融機関としてもむやみやたらに住宅ローンを出すわけにはいかないということでもありますので、収益性重視というところですね。そのへんを鑑みて我々もサービスを考えていかなければいけないというところでございます。

ただ、結論としましては、AI 化ということで今後 AI がいろいろ住宅ローンについてアドバイスする時代が来るのだろうと思っておりますけれども、住宅ローンの正確な、あるいはより細かい商品比較でありますとか、あるいは与信分析——お客さまの情報をもとに、どれだけのローンを、どういう条件で、どういう金融機関が出せるかといった分析のノウハウは非常に重要で、これはすぐ真似できるものでもありません。そういう意味では、モゲチェックの相対的な機能の競争力はますます高まってくるのかなと考えております。

モゲチェックの 3 つの戦略

具体的な戦略としましては 3 つございます。

1 つは AI 化のさらなる進展です。昨年フェーズ 1 からフェーズ 3 ということでモゲチェックの AI 化を進めてまいりまして、今フェーズ 3 の半ばぐらいまで来ているというところでございます。今後はフェーズ 4 としまして、金融機関との

API 連携をしながら、モゲチェックからワンクリックでいろんな銀行さんの住宅ローンを申し込めるような仕組みを作っていきたいと考えております。

2 つ目は、モゲチェックの診断機能の MCP 化です。MCP というのは他の AI エージェントとの連携、AI に対する API のようなものですが、モゲチェック機能を AI のほうが呼び出して使うというスキームです。この MCP 化もどんどん進めて、いろんな AI が我々のモゲチェック機能を使い、逆に AI によって送客していただけるような形にすることを考えております。

3 つ目は不動産会社のモゲチェック利用です。住宅ローンはやはり不動産会社さんが最後、売買のところで必要になるということで、結構扱っていらっしゃるのですが、もともと toC 向けだったモゲチェックというサービスを不動産会社さんがもっと使いやすくするために、モゲチェックのユーザーが今どの銀行に申し込んでいてどういう状態になっているのかを、不動産会社のほうでモニタリングできるような機能を今開発しようとしております。それができれば、安心して不動産会社さんもモゲチェックを進めながらローン付けしていけるとと思いますので、そういう形でのモゲチェックの広がりを考えております。

モゲチェック本体の AI 化(フェーズ 1~4)

1 つ目のモゲチェック本体の AI 化ですが、これは昨年から取り組んできた話です。まずフェーズ 1 として、住宅ローンの一般的な質問に答える。フェーズ 2 としましては、住宅ローン診断の診断結果について AI がちゃんと診断理由を説明する。3 つ目としましては、その後のユーザーとのチャットの質問などに対する対応・回答を AI が生成するということでして、こちらはまだ住宅ローンの専門家のオペレーターがお客さま対応しているところはあるのですが、どんどんそれを AI が学習していつか偉くなってきていますので、今年中ぐらいにはほぼほぼ AI がユーザーのあらゆる質問に対して答えられるような形にしたいと考えております。

さらにフェーズ 3 の次、フェーズ 4 としまして、我々は住宅ローンの診断をするために、住宅ローンの申し込みに必要な主要なデータをお客さまからいただいておりますので、その情報を活用して、そのままユーザーの選ぶ金融機関さんの住宅ローンに申し込めるようにしていきたいなと思っております。ここは最終的には API 連携という形になると思いますが、金融機関さんとそういう形の連携ができれば、モゲチェックで住宅ローンを選び、そこから申し込みまで一気通貫でできるということになりますので、それをフェーズ 4 と位置づけて今期やり切ってしまうと考えております。

他の AI への機能提供(MCP 化)

2 つ目が、他の AI へのモゲチェック機能の提供です。こちらは冒頭説明しました MCP という形で機能を用意いたしまして、Claude、ChatGPT、Gemini といった一般的な AI、あるいはこれらを実装した AI エージェントが我々の MCP を叩きに来て、MCP を通じて住宅ローンのランキングだとか診断の機能を使ってもらおうという形でございます。こちら、住宅ローン知識・住宅ローンランキングのところまでは今 MCP 化できておりまして、最後、住宅ローン診断のところ——一番重い、我々のメインの機能ですが——こちらの MCP 化を今期実現しようと考えております。

不動産会社連携

最後は不動産連携です。モゲチェックの機能を使って住宅ローンを申し込むのですが、そのお客さまの物件を担当している不動産会社の担当者の方が、そのお客さまがどういうローンを申し込んで今それがどういう状態にあるのかをモニタリングできるダッシュボードを用意いたします。これによって、これまでだとユーザーがモゲチェックを使って実際にこのローンに申し込んでどうなっているのかさっぱり分からないということで不動産会社さんも不安がっていたのですが、そのあたりを解消して、安心して契約まで進んでいただけるという形で、不動産会社起点のモゲチェックの広が

りをやっていこうと考えております。

以上がモゲチェックの説明でございます。

INVASE: 売買モデルへの完全移行と黒字化

次に INVASE の説明に参ります。INVASE は今期、売買モデルへ完全移行というところと、黒字化になりましたというところが非常に大きなポイントでございます。成約件数 228 件、融資承認件数 448 件、売上高 70 億円ということで、これはグロスアップした分もあるのですが、非常に大きなビジネスモデルの転換と黒字化を達成いたしました。今期はこの達成したビジネスモデルをいかに大きく成長させていくかというフェーズかなと思っておりますので、そのあたりをやっていこうということで、では具体的にどうするのかをご説明したいと思っております。

INVASE の事業環境

INVASE の事業環境自体は、基本フォローの環境でございます。インフレはまだ進んでいるということもありますので、不動産を使った資産形成・資産運用のニーズは高いままです。投資ローンの金利が上がってきたり、物件価格が上昇してレートが下がったりということはあるのですが、引き続き投資家さんの需要は強いと考えておりますので、こちらも AI を活用してサービスの型化という形で事業の拡大をしていきたいなと思っております。

INVASE の 3 つの戦略

「型化」と言っておりますが、これは逆に言うと属人的なサービスからの脱却ということでして、インベストメント・アドバイザーがお客様に対して商売させていただいているのですが、その人のノウハウにあまり依存しない、AI なども活用しながら、より効率的に契約していただけるようなサービスにしていこうと考えています。

次にサービス統合ということで、これまでの送客モデルから売買モデルに変わったということもありまして、ウェブとアプリの機能を統合して 1 つのアカウントでどちらも使えるという形にする予定でございます。これは今年の 10 月からスタートしますので、非常にユーザーとしても登録しやすくなって、その後もずっと継続的に使いやすくなるということになります。こちらに書いてありますけれども、月間 1,000 名、今の 2 倍ぐらいの会員登録の数字が見込めるのではないかなと思っております。

さらにローンサービスの拡大ということで、今 INVASE の取引金融機関の数も増えておりますし、我々のやっているローン紹介——投資用ローンの斡旋ですが——このサービスが非常に伸びております。我々の扱っていないような物件、アパートだとか郊外の物件だとか、そういう物件についてもローン付けのところだけサービスしますよ、というサービスをやっております。これはおそらく日本で我々だけかなと思っております。非常にユニークなサービスですので、こちらのほうも伸ばしていければなと考えております。

サービスの型化

サービスの型化ですが、これも AI を最大限活用して、仕入・販売・契約・管理に至る売買モデルの一連の流れがあるのですが、こちらをどんどん自動化する、効率化するというのをやっていこうと思っております。

例えば販売につきましても、物件とローンで投資のパッケージができるのですが、いろんなシミュレーションの分析だとか提案書の作成、こういうのも今 AI を使うと相当高度な分析が自動的にできたりしますので、そういうのを最大限活用しながら——まだ課題としましてはやはりインベストメント・アドバイザーの売上が人によってかなり大きな差があるという点がありますので、一定の基準を満たした人がその型どおりやっていけば必ず売れる、というようなサービスにできればなと考えております。

サービスの統合

あとはアプリとウェブの統合。これは文字のとおり、1つのアカウントで両方同じ機能を使えるという形でございます。ローンサービスのほうも、金融機関が増えておりますので、金融機関さんと連携を深めて、いろんなお客さまにローンのサービスとして広げていければと考えております。

新サービス「CAPS」

モゲチェックと INVASE の説明をさせていただきましたが、最後に CAPS という新しいサービスを、ちょうど先月の半ばぐらいから始めております。

これは何かと言いますと、全国のマンションの時価情報——価格と賃料とキャップレート——を提供するということとございまして、全国 14.5 万棟ぐらいマンションがあるのですが、そのマンションを指定していただいて、専有面積等を入れていただくと正確な価格が出るということとございます。

これが非常に高い精度で、MER という統計上の数字があるのですが、6%ぐらいの、1 桁台ということで非常に精度が高い、精度 No.1 ということで、第三者からもそういうお墨付きをいただくぐらいの高い精度を出しております。これは弊社のリサーチの優れたデータサイエンティストの彼の力量ではあるのですが、そういう高精度のモデルを作りましたので、これを幅広く、マンションをお持ちの方にもそうですし、これから買おうと思っている方、投資用でも実需でも問わず、そういう価格情報を提供して、より効率的な不動産取引ができるようにしていこうというものでございます。

CAPS を始めた理由

そもそもなぜこのサービスを始めたのかということですが、事業領域を我々のファイナンスから不動産売買へ広げていきたいと考えております。これは冒頭申しましたモゲチェックの課題解決につながる話ですが、やはり住宅ローンは不動産を購入する流れの一番最後なんですね。売りたい人がいて、買いたい人がいて、最後、買いたい人が物件を決めた後に、買うためにローンが必要ということになりますので、一番最後に登場するのが住宅ローンなんです。なので、その住宅ローンを一生懸命売っていても、なかなかいろんな制約があると。

例えば、金融機関さんのマーケティング戦略でオンラインからリアルヘシフトとかしてしまうと、非常にモゲチェックは厳しい状況に置かれてしまいます。そういうことであるならば、我々自身が不動産業界の課題である「価格が個人の方によく分からない」というところの情報の非対称性みたいなところを解消することによって、不動産の売買に我々自身が入っていく。それによって、モゲチェックという、ある意味与信の分析ができる機能も生きてくるということになると思いますので、そういう課題感が起点でこのサービスを始めようということにしました。

事業マップ上の位置づけ

我々の事業のマップ・構成を考えますと、投資用のほうは INVASE というサービスで、もともとは投資用ローンの斡旋から始まったのですが、今は売買モデルということで物件の売買まで行っているわけですね。なので、売買とローンと両方やっている。一方で実需と言われる、いわゆる自宅・居住用の物件の場合はモゲチェックだけということで、こちらの売買のところはこれまで空白だったのですが、これは CAPS で埋めようと考えております。

実は、ここの領域が投資用の領域よりもはるかに、10 倍以上大きいマーケットですので、それなりに大手さんもいて競争の激しいマーケットではあるのですが、非常に大きなマーケットであることは間違いないので、そちらに踏み出していこうと考えております。

CAPS というマンション時価を正確に分析するツールを、マンションを持っていて今後売のかもしれない方、あるいはマンションをこれから買おうと思っている方、そういう方の両方に使っていただいて、ユーザーがどんどん増えてくれば、もしかしてどこかの段階で、買いたい人・売りたい人それぞれ CAPS ユーザー同士の売買というのが起こるかもし

れないと考えておりますので、そういうところまでサービスを広げていければいいなと思っております。買いたい方は、ではどれだけローンが借りられるのかなということであればモゲチェックを使っていいただければ、最初から借りられる銀行が分かった上で価格情報も参考に自分の買えるマンションを選ぶことができますので、そういう新しいマンションの購入体験も実現できたらいいなと考えております。

CAPS の進化ステップ

サービス自体は先月、1 か月ほど前にリリースしております。次に 10 月ぐらいに、今度ユーザーの年収情報だとか、あるいは物件登録していただいている方はその借入のローンの情報を入れていただくと、その方のバランスシートですね、その物件の価格とローンの情報、あるいは収入情報を踏まえたクレジット分析をしながらアドバイスをしていくというようなことができますので、より進んだサービスになっていくかなと考えております。

実需仲介については、一から体制を作っていかなければいけないのですが、第 2 四半期の後半あたりから実際に始めていきたいなと考えておりますし、最終的には今年度中に CAPS 内のユーザー同士の売買ができればいいなと考えております。

不動産とファイナンス、ストックビジネスへの転換

そうなっていくと、不動産とファイナンスということですが、メインはやはり不動産売買ということなので、不動産情報が一番中心にあって、その情報をもとにその不動産を買いたい・売りたいというニーズが出てくる。そういうところをうまく CAPS の仲介だとか、あるいはモゲチェック・INVASE でサポートしていくような形になります。

さらに、不動産の場合は長期的な取引でして、実際買った後そこに長く住むということになりますので、ある一時点の価格が重要というよりも、ずっと継続的に自分の資産価値を把握していく。その把握していく中でどこかのタイミングで売ったり買ったりということが出てきますので、そういうライフタイムバリューの向上にも非常にいいのかなと思っております。

モゲチェックはどちらかというとこれまでフローのビジネスだったのですが、これを CAPS のサービスを提供することでストックビジネスに変えていくことができるなと思っておりますので、この CAPS ビジネスは非常に期待して、力を入れてやっていきたいなと考えております。

四半期ロードマップ

最後に四半期ロードマップということで、今日ご説明した内容をサマライズしております。

モゲチェックは、不動産会社さんが利用していただけるようなツールを開発して、第 2 四半期からいよいよ不動産会社への利用拡大をしていこうと。さらには AI 化、API 化、これらを進めていくということでございます。

INVASE はサービス統合があって、売買モデルの型化、さらにはローンサービスの拡大ということで、いよいよ大きく成長させていこうと考えております。

最後に CAPS。これは新しいサービスですが、先ほどご説明しましたとおり非常に可能性を秘めたサービスになっておりますので、こちらも取得する情報を増やしていったって、いよいよ実需仲介のサービスに入っていこうと考えております。

以上、今期のご説明になります。ありがとうございます。

第 3 部：マーケット環境(塩澤 / CMO)

平山(CFO) ありがとうございます。では最後に、塩澤さん、マーケットの環境について触れていただければと思いま

す。

塩澤(CMO) 承知しました。

金利見通し

まず金利でございますが、結論は「利上げ方向」とお考えいただければと思っております。政策金利ですが、利上げ要因と緩和継続要因の2つがございますが、やはり利上げ要因のほうが大きいかなというところでございます。

その要因としては、説明するまでもないかもしれませんが、まずインフレというところですね。今、高市政権が日銀に対して利上げ抑制を依頼しているのではないかというスタンスでございますので、どうしても日米の金利差拡大からの円安というところは止まらないと。円安由来の物価上昇ですね。

もう1つが、イラン情勢がまだ落ち着いていないところもありますので、原油高が続いていると。あと、実質賃金がプラスになっている——これはいい話なのですが——賃金の伸びが3年連続続いておりますので、そういったところも利上げ要因になるかなと。

最後にAI需要というところでございまして、今、メモリ関連の株などいろいろと話題になっておりますけれども、日本企業も結構AIによる恩恵を受けているところが多いかなというところでございます。実際、例えばトイレの便器を作っているTOTOですけれども、営業利益の4割がもはや半導体系の部材のところから上がってくる収益になっておりますので、AI需要が伸びると結構幅広く日本経済も恩恵を受けるという形となっております。

一方、緩和継続というところは、高市政権のやっぱり利上げはあまりしたくないよねというスタンスですとか、あと日銀政策委員が9名おりますけれども、うち2名はすでにハト派の委員が高市政権から送り込まれておりますので、来年・再来年という形で残り7名もどんどんハト派になっていく可能性もあるかなと。そうなると、なかなか日銀の中でも利上げのモメンタムが上がりづらいというところもあるかなと思っております。ただ、申し上げたとおり利上げは続いていくとお考えいただければと思います。

住宅ローン金利

これを受けて住宅ローン金利ですが、長期金利がそういった状況であれば先行して上がっていきますので、どうしても固定金利のほうから上がりやすいと。ですので、今足元、固定と変動の金利差は過去最高、2.2%ぐらいまで開いているという状況でございますので、変動人気は継続しております。

ただ一方で、先ほど中山田さんから話がありました預金獲得競争というところがありまして、預貸率という関係から、なかなか住宅ローン融資を伸ばしづらいという銀行も多くございます。ですので、住宅ローン金利の競争環境はやや弛緩した状態が続いているかなというところでございます。

政策金利の見通し(56 ページ)

続いて56ページでございますが、今後どうなるかというところですが、今のところ1.5%という政策金利の見通しを置いております。ただ、この2、3日、米国からの圧力があるのではないかと、利上げをしろという圧力があつたのではないかとということもあって、やや目線が切り上がっている状態でございます。なので、政策金利2%ということもなくはないかなと思っておりますので、その見通しが固まり次第また修正したいなと思っております。一旦は今、1.5%というところで置いております。

不動産価格の見通し(57 ページ)

最後57ページでございますが、そうした中、不動産価格がどうなるのかということが気になるかなと思っております。結論、二極化がますます進むのかなと思っております。

こちらの画像は、CAPS が毎月出しているインデックスを貼り付けております。国内全体の指数というところで、都市 vs 郊外で出しておりますが、上昇しているのが都市のほうですね。あまり上がっていないのが郊外のところとなります。

おそらくですが、都市は所得が高い人が買うという形になりますので、物価や金利が上がったとしてもそれに負けない、買う力があるという状況ですので、不動産価格も上がりやすいのかなと。一方で、地方となってくるとなかなか所得が伸びづらいという状況かなと思いますので、金利・物価が上がってくるとそれに負けてしまうと。そうすると、なかなか不動産を買い上がっていく力が削がれると考えられますので、そういったところを踏まえると二極化が進むのかなと。なので、弊社のサービスになりますが、我々INVASE、あと CAPS の仲介というところですが、基本的に都市部——所得が高い人が買うような物件・街というところに軸足を置いてビジネスをしようと思っておりますので、基本的にはこの二極化の上に上がっていくほう、ここを中心にビジネス展開していきたいと考えております。以上です。

質疑応答

Q1. SEO 効果とは何か

塩澤(CMO) メインとしては「住宅ローン」もしくは「住宅ローン金利」といった検索が非常に多いキーワードで SEO 上位を取っているというところ。これによって流入を数多く取れているというのが、今回お伝えしている SEO 効果となります。

実際、皆さまの検索画面でもやっていただければと思いますが、「住宅ローン」ですと大体 2 位から 3 位ぐらいですかね。「住宅ローン金利」ですと 1 位か 2 位を争っているという形でございます。こういったキーワードですが、月間で大体 30 万件ぐらいの検索ボリュームがあるというところがございますので、それで上位トップ 3 に入るとそれなりの流入がございます。しかもこれが 0 円で取れるというところがございますので、そういったところが今回の CPA 低下に大きく寄与しているというところがございます。以上です。

Q2. メディア露出は順調か

塩澤(CMO) 引き続きメディア露出は好調でございまして、年間 200 件ぐらいのペースで続いております。今年も 9 月もしくは 10 月に日銀利上げがあるのではないかとと言われておりますので、その前後というところでメディアさんの住宅ローンへのアテンションが高まりますので、おのずと取材のリードが多く取れるという状況になるのかなと思っております。以上です。

Q3. 2026 年 6 月期に想定外のことはあったか

平山(CFO)これは 2026 年 6 月期ですね。想定外というのはどこまでを想定外というかというところにかかっているのですが、ございました。

まず、そもそも融資実行時点の売上——売上の計上ポイントが変わるというのは、昨年度までの 2030 年ビジョンを出したときとは想定が大きく変わって、そもそもビジネスモデルが変わるというところで予算が読みづらく、実績が付いてくるかも不確実な中で皆さんと会話しなければいけなかったのが、これは大変に想定外のことでありました。ただ、その中でも最大限見積もって出した結果の上を行けたというのが良かったかなと思っております。

INVASE については、通期黒字がまず何よりやらなければいけないこと——四半期黒字もそうだったのですが、通期黒字をなんとか達成しなければいけないということがあったので、想定外という意味では第 3 四半期の金融機関の審査基準変更ですね。これは想定しておりませんでした。

かつ、成約時期、決済時期が 1 か月・2 か月ずれるというのは不動産売買では往々にしてありまして、我々は単価が大きい物件でそれが起こると INVASE 事業の売上がぶれるので、このボラティリティの大きさというのはやや想定外だったかなと思います。

ただ、経営陣としてはこのボラティリティについてもマネージしていかなければいけないので、先ほど中山田さんから型化という話がありましたが、どんな状況においてもスムーズに決済まで行くというのを、想定外のことを想定内にするという意味ではやっていかなければいけないかなと思っております。

Q4. 全国保証との提携の進展

塩澤(CMO) 今こちらでお答えできる内容というのはございません。ただ、全国保証様とは新しいスキームというところをいろいろと意見交換させていただいているところでございます。ですので、発表できるタイミングになり次第、皆さまにお知らせできればかなと思っておりますので、もうしばらくお待ちいただければと思います。

Q5. ビジョン 2030 のスライドがなくなっていたが

平山(CFO)ビジョン 2030 のスライドがなくなっていました、お話ししたいですということですが、これは何も変わっておりません。我々としては、やるべきことをやるということですね。その中にも不動産会社のモゲチェック利用というのが入っておりまして、ここは遅かれ早かれ必ず踏み込むべき領域でございました。今時点で何か大きく計画を変えるということは考えておりません。成長可能性に関する事項を 2026 年 9 月に出さなければいけないのですが、その中でまたビジョン 2030 については触れていく予定でございます。

Q6. 販売用不動産の増加、金利急騰時の重荷リスク

平山(CFO)結論から申し上げますと、大きな影響が出る可能性はありません、というのがお答えになります。というのも、我々は良くも悪くも現金で買っているのと、あとお借り入れて一部回している部分はあるのですが、こちらは低金利でございます。具体的には 2%前後でお借り入れして、その資金を販売用不動産に充てております。販売用不動産は大体 2、3 か月に 1 件入れ替わっていくので、収益性を考えると非常によく回っていると。

金利が仮に突然 2%から 5%になりますという話になってくるとリスクを考えるのですが、先ほど塩澤さんからあったように徐々に上がってくるというのが想定しているところですので、今、販売用不動産が金利の上昇によって何か影響を与えるというのは考えておりません。

Q7. CAPS ユーザー数拡大の留意点

中山田(CEO)留意点といいますか、CAPS はどんどんユーザー数を増やしていきたいと思っているのですが、あまりお金をかけて取っていくというよりも、モゲチェック・INVASE でそこそこの露出がありますし、CAPS 自体も先ほどのインデックスだとか、いろんな不動産絡みの CAPS の分析から出てくるアウトプットで、いろんな人の関心の高いようなアウトプットを出すことができますので、そういう情報発信をしながら増やしていければなと思っています。

1 年間で少なくとも数万件のユーザーを獲得したいと思っておりますので、それぐらいのペースで極力お金をかけずに増やしていければと考えております。

Q8. CAPS の構想はいつ頃から／以前から目指していた形か

中山田(CEO) CAPS をこういう実需向けにやっていこうと思ったのは、本当に今年に入ってからぐらいですかね。もともと INVASE で不動産価格の価格モデルは作ってありました。ただ、我々のリサーチの優れたデータサイエンティストの方が相当レベルの高いものを作れるということが分かってきて。では、これは本当に実用に耐えるものではないかということで、INVASE のお客さまというよりも幅広く、実需も含めた全てのマンションの購入者、あるいはマンションをお持ちの方向けに出していこうと考えたというところでございます。

このビジネスモデルへの転換といいますか、この必要性みたいなところの意識は、明確に CAPS というところまではいかなかったのですが、モゲチェックをずっとやっている中でずっと抱えている我々の課題でして。つまり、住宅ローンというのが非常に商流の一番最後にあるプロダクトだということと、あと、モゲチェックがフロービジネスだということですね。ここを解決しないとなかなか大きく効率的な広がりにならないという課題がずっとありました。

去年からやはりオンラインの広告宣伝費を抑制されたりと、要は外部要因によって我々の事業モデル・成長が大きく左右されるという、そのへんの解決をしていかなければいけないとずっと考えていたのですが、その 1 つの解ということで、やはり住宅ローンはあくまでも住宅を買う方のツールであって、住宅ローンそのものを皆さんが求めているわけではないという商材ですので、皆さん家を買いたいというニーズがあって、そのサポートに過ぎないということで考えますと、本来的なサービスとしましては、その家を買う、あるいは売る方に対して資するサービスをすべきではないかと。

かつ、不動産取引は非常に長期的な取引で、一生のうち皆さん本当に不動産売買をするのは数回程度しかないよ

うな商材ですので、そういう方々に継続的に情報を提供しながら、どこかのタイミングで売るとか買うとかいうところで合理的な判断ができるような材料を提供しながらサービスを使っていただくという、そういうストックビジネスに転換するというのもこの CAPS であればできますので、1 つのモゲチェックから発した課題解決の解が CAPS かなと考えているという次第でございます。

Q9. 既存の相場検索システムとの差別化

中山田(CEO) よくあるサービスだとは思いますが、よくあるのが一括査定みたいなサービスで、大体のインディケーションを出して、その後に個人情報を取った上でいろんな不動産会社にお客さまを送客して、いろんな不動産会社から「実際、もっと正確な査定をさせてくれ」という電話がどんどんかかってきたりする、そういうようなサービスがあったりとか。あるいは不動産仲介さんとかでもやられているサービスもあるのですが、今の時価を出しますと言いながらも、かなりレンジで出されていると。例えば 7,000 万ぐらいの物件を、6,000 万から 8,000 万ぐらいの価格ですよという。より詳しい価格はもう少し情報を取ってから、というようなサービスが多いのかなと思っております。

この MER 6%という、全国 14.5 万棟のマンションを対象に大量のデータを使っただけの分析でありながら、この 1 桁台の MER で一本値、「この価格です」という形のサービスをしているのは我々ぐらいかなと思っております。

あと、この CAPS の特徴として、ヒストリカルな数字も出ております。過去 5 年間の価格とか賃料の動きですね。これも出ておりますので、今、価格が上昇トレンドにあるのか下降トレンドにあるのかというトレンドを分析することもできるということでございますので、そういう点でのユニークさはあるのではないかなと考えております。

Q10. CAPS の課金方式(月額会員料か)

平山(CFO) CAPS の事業はストックビジネスとして展開するにあたり、課金方式——これは SaaS 方式とお考えいただいていると思うのですが——課金方式は月額会員料を徴収するサービスでしょうかというふうにご質問いただいております。

これは私からお答えすると、完全に無料でお使いいただけるサービスです。中山田さんに代わってご説明すると、ストックというのは CAPS を SaaS 化するというわけではなくて、モゲチェックからも INVASE からもお客さまのマネタイズができるということで、今までだったら流れ落ちていってしまっていたお客さまを CAPS を中心として捕まえることができるということで、LTV の向上を狙うというふうに表現しております。分かりにくくて失礼しました。何か SaaS 系のサービスを始めるということではございません。

Q11. ビジョン 2030 の進捗

平山(CFO) 進捗というのは何とも申し上げがたいのですが、これは複合要因ですね。CAPS を中心としてやるのもそうですし、AI 化もそうですし、もう全てが合わさって進んでいくので、ビジョン 2030 に対して大きく遅れを取っているとか、めちゃくちゃもう進んじやっていると、そういうことはなくて、一步一步確実に進んでいるというのが我々の肌感覚でございます。

売上についてもトップライン見込み、利益の見込みはどのくらいでしょうかというふうにもご質問をいただいているのですが、今々何かいくらですということはこの場では申し上げられません。もし仮に申し上げるのであれば、成長可能性等に関する事項でお伝えしようかなと考えております。

Q12. モゲチェックの AI 化、API 化によりモゲチェック内で借入審査まで完結するイメージか

平山(CFO) モゲチェックの AI 化、API 提携などによって、最終的にユーザーはモゲチェック内で情報を入力だけで住宅ローンの借入が完了するようなイメージであっていますかと。今はモゲチェックから銀行のサイトに飛んで情報

の入力が必要だと認識しています、というご質問でした。

中山田(CEO) おっしゃるとおり、それが我々の目指す方向でございます。モゲチェックのところでご説明させていただいたのですが、今 AI 化のフェーズ 4 というところで金融機関さんとの連携を強めようと、API 連携等でモゲチェック上で住宅ローンが申し込めるような形にしていこうと考えておりますので、モゲチェックで住宅ローンのアドバイスを受け、そこで住宅ローンの申し込みができ、最後の実行まで——実行はさすがに銀行さんが当然やるということになるのですが——できるようなサービスになればいいかなと思っております。

Q13. CAPS のマーケティング上の出足

塩澤(CMO) 想定以上ということが結論になります。初日に日経新聞さんに記事として取り上げていただけたというところがございまして、結構、想定以上の会員登録をいただいているかなと。あと SNS でも定期的に話題になったりしておりますし、加えて昨日もプレスリリースを打たせていただいております。竣工前の新築のマンションの価格が分かるというものです。

なので、結構新しいサービスで、かつ不動産という注目度が高い領域でございますので、無料で、CPA0 円で想定以上の件数が取れているというところが今の状況かなと考えております。以上です。

Q14. モゲチェックが頭打ちなのは銀行の枠の上限が理由か

平山(CFO) 頭打ちではございません。頭打ちというのはもうマーケットが飽和しているということの意味だと思うのですが、そんなことはなくて、あくまで一時的に銀行側の予算が減っていて、まだまだ我々の足りないところですね。銀行の連携なんてまだ全然でき上がっているとは思っていませんし、ここが広がっていければ当然に売上は伸びていくものだと思っております。

減っているというよりも、抑え気味です。減っているというわけではなくて、最終的には皆さん広告宣伝費を投下しているので、その波にまだ我々が乗れていない。これは未熟だからですね。逆に言うと伸び代ですので、ここはご期待いただければと思います。

Q15. アプリ化・CAPS のクロスセルは予算に織り込んでいるか

平山(CFO) 私の note をご覧になられたとのこと。INVASE のアプリ化による顧客獲得や、CAPS によるクロスセルを含めたものは織り込んでいないと書かれていましたが、0 として 2027 年 6 月期の予算を出しているのでしょうか、上方修正は期待できるのでしょうかというご質問です。

上方修正は期待できるのかというのは、イエスとかノーと言うと適時開示になってしまうのでここでは申し上げられませんが、見込んでいないというのは本当に見込んでいないです。見込んでいる場合は新規事業開始ということで適時開示事項になりますので、東証さんとお話して、予算については入れていませんということで対応をしています。

Q16. 2027 年 6 月期における CAPS の収益貢献／赤字想定か

平山(CFO) 2027 年 6 月期において CAPS は今期の利益の何パーセントぐらいの収益を生むと想定されているのか、それとも今期は立ち上げ段階で赤字想定なのかということですが、そもそも収益を今、織り込んではおられません。赤字ということですが、特に赤字になるような要因はなくて、社内のエンジニアがバツと作ってくれたので、何か外部に対してめちゃくちゃお金を積んで作ってくださいとか、そういうことをしておりませんので、何か赤字想定ということはありません。

Q17. INVASE の売買モデルが成功した要因

平山(CFO)仲介を撤退したことはありまして、2つのボトルネックがございました。1つは仲介はお客さんがこの物件が欲しいと言って仲介に入りますと言っても、先に他のお客さんが入られてしまうと物件がなくなってしまうんですね。売買モデルはその点、買いたいと言ったときにもう我々が仕入れたものであれば売ることができるので、このボトルネックは解消できますと。

もう1つは利ざやの問題がありまして、仲介は物件価格の3%が上限なのですが、これは我々が割安で仕入れれば仕入れるほど利ざやは増します。適切な価格で売れば3%以上の利益が取れるので、このモデルをやっていきましょうということでした。

うまくいった要因は2つありまして、1つは、我々があまりワンルーム——0ではないのですが——ワンルームに手を出すということをやっていないで、比較的高年収な方に対して大きめの物件を売ると。大きめの物件なので割安で買える可能性もありますし、売るチャンス——売るチャンスというのは、高年収帯の方に買っていただくチャンスというのが増えるということで、ここはビジネスの取っかかりとしてうまくいこうという仮説を持って対応したところ、うまくいきました。

利益率で言うとまだまだなのですが、売買モデルを始めてすぐに黒字化したというのは一定、結果が出たのかなというふうに思っています。

Q18. 実需仲介は全国レベルか、首都圏からか

中山田(CEO) 将来的には全国レベルを考えておりますが、今々、直近はおそらく首都圏、東京中心かなと思います。今、実際 CAPS に登録していただいているユーザーの方は数千人いらっしゃいますけれども、大体がやっぱり東京都あるいは首都圏の人たちなので、そこから出てくる売りたい・買いたいみたいなニーズもその地域の物件かなと考えております。

Q19. 今期の事業戦略の効果は業績予想にどの程度織り込んでいるか

平山(CFO) 似たようなご質問を2ついただいております。2027年6月期のモゲチェックの売上について見てみると、2026年6月期と比較して若干のマイナス。またビジョン2030に対して進捗が進んでいないようにも感じる部分があります。今期の事業戦略の効果は、今期見通しの数字にどの程度見込んで含めていますかというご質問です。

もう1つのご質問が、同じことを言った後に、今期の見込み売上高に事業戦略の効果はどの程度かというご質問だったのですが。

noteにも書いているのですが、基本的に今回の新規施策というのは、本当に新規な部分については全く入れておりません。特に不動産会社連携、これはまだ社内で回している最中ですので、これがいくらの売上につながるかというのは分かった段階で皆さまにご提示いたします。

診断機能の他のAIへの提供について。これもやってはいるのですが、相手があつての話——特に Claude、ChatGPT、Gemini ですね、3大AIがあつての話になるので、我々で何かコントロールができない部分があるということで、何か大きく事業計画に組み込むということはやっておりません。

このAPI連携についても、金融機関あつての話ですので、早ければすぐできますけれども、時間がかかる場合は銀行さんの事業計画によって左右される部分もございます。

結論から言うと、何か大きく入れているということではなくて、マーケティングの効率化が進むとか、既存のマーケティング手法について成果が上がりそうだということであれば事業計画に組み込んでおりますが、新規でやるということについては、ある程度結果が見えたら、上方修正なのか、こういうビジネスになりましたということなのか、ということで皆さんにご提示したいなと思っています。

Q20. CAPSの実需仲介は買取再販かピュア仲介か

中山田(CEO) 一旦はピュア仲介で考えております。実需の世界なので、やはり競争が厳しいので、あまり自分たちで買い取って再販・リフォームとか、そのリスクを取りに行くのは時期尚早かなと思っております。まずは CAPS の精度の高い価格情報を提供させていただいて、その価格をベースに売りたい人と買いたい人が効率的にミートできるような形になればいいかなと思っておりますので、まずは我々の立ち位置としては仲介で入っていければと考えております。

Q21. 銀行の広告費削減は獲得目標額の達成が理由か

平山(CFO) モゲチェック事業において「銀行の広告費削減は住宅ローンの獲得目標額があり、そこまで達している、あるいは達しそうだからだと考えておりましたが、それは違いますか」と。例えば住宅ローンの獲得目標金額を金融機関が定めたとして、かつ枠を絞るとすると、売上成長の天井と CPA の値下げが考えられると思いました。顧客を絞るために審査を厳格化するのはかなと思っておりました、と。

質問が入り組んでおりますが、銀行自身が住宅ローンの獲得目標額があってそこまで達しているかどうかというご質問がまず 1 個あると思いますが、これは塩澤さんいかがでしょう。

塩澤(CMO) 今、預貸率というところで言いますと、預金が集まらないと住宅ローン融資が伸ばせないという形になりますので、やっぱり預金の集まり具合が貸出のボトルネックになっているということは、事実として言えるのではないかなと思っております。

平山(CFO) 枠を絞る——銀行側が住宅ローン獲得の目標額の枠を絞るとすると、顧客を絞るために審査を厳格化するのはかなと思っておりましたというご質問なのですが、これについてはいかがですか。

塩澤(CMO) そうですね。特に報道でもありますけれども、ネット銀行さんとかは若干、預金が集まりづらいというところがありますので、やっぱり住宅ローン融資というところは絞っているというところはあるかなと思っております。

ですので、今日の事業計画でもお伝えしているとおり、我々は別にネット銀行さんだけをビジネスパートナーとしているわけではなく、リアル系銀行さんも含めて幅広く展開しているところがございますので、1 つの銀行さんがちょっと消極的だからといって、そこに依存する、引っ張られることなく、銀行の幅出しをしったりして売上成長機会を貪欲に求めていくというのが我々の方針となります。

Q22. レバレッジを上げる戦略と在庫リスク

平山(CFO) これまで固定資産が比較的重たくならないよう仲介寄りのビジネスだったところを、INVASE 事業が在庫をバランスシートで一時的に抱えることになると、自己資本比率をもう少し下げてレバレッジを上げた上でトップラインの増加を加速させるという戦略ですが、いかがでしょうかというご質問です。

その通りでございます。売買モデルということですので、デットのほう——バランスシートで言うと右上のほうが大きくなります。現預金を使えばいいという話もあるのですが、現預金だけだと資本効率が悪いので、負債のほうを銀行さん等からお借り入れて、それを販売用不動産に回して回転させて稼ぐというのをやっております。

「レバレッジを上げると、その分不動産の値崩れリスクを大きく背負うことになるため、戦略をお聞きしたいと思っています」ということですが、大きくの定義によるところですけれども、値崩れのリスクは当然に背負います。

ただ、我々は社内ルールで、当然に CAPS でもあるとおり厳格に物件の価格を査定して、そこから何パーセント引いた価格以下でないと買わないというのと、常に評価替えをして、評価損が出るようであれば——一定の評価損が出たらある売り方があるのですが——売らなければいけない、在庫リスクを常にモニタリングしなければいけないという厳格なルールがございます。

これは我々だけではなくて、監査役もそうですし、社外の取締役の方もそうですし、今ご質問いただいている投資家の皆さんもそうですし、我々として過度にバランスシートリスクを取るというのはやらないように、リスクを背負うのであ

ればそれに対応できるような体制を整えるということをやっておりますので、もしご質問あれば当然にいただければと思います。

社外役員へも毎月報告していますし、投資家の皆さんに取締役会の内容をご説明することはないのですが、社外取締役の方、監査役にもご説明を差し上げているところでございます。

Q23. AI エージェント経由の呼び出しで収益は発生するのか

平山(CFO)「診断機能を AI エージェントから呼び出せるように」とありますが、それ経由で申し込まれたときに収益が発生するような仕組みになるのですかと。それともあくまでランキングや診断結果が出るだけのイメージでしょうかというご質問でございます。

塩澤(CMO) 結論、イエスというところで、収益が発生するようになります。ただ、ステップを分けて考えております。最初のステップ 1 という初歩的な連携であれば、基本的に AI からモゲチェックサイトに飛ばすというところですね。ここをまずやろうかなというところでございます。飛ばす先はその AI エージェントさんによって、ランキングですとか住宅ローン診断といったところは変わりますけれども。

それをもう少し高度な連携というところで、ステップ 2 ですけれども、弊社の住宅ローン診断結果を、いただいたユーザーデータを元にそのまま返して、そこからモゲチェックの申し込みだということが分かるようなアフィリエイトリンクですとか、もしくは API 連携というところで銀行さんに審査を飛ばすという形でマネタイズできればと考えております。この 2 つのステップで順次進めていくという形となります。以上です。

Q24. 住宅ローン審査の流れと保証会社の役割

平山(CFO)住宅ローン審査の流れのご質問でございます。審査申込から金融機関審査、そして保証会社審査、この流れだと思っていますと。保証料は個人が負担して、貸倒れても保証会社が補償してくれる、それで金融機関のリスクが減ると考えていますが、これで合っていますかというご質問です。

塩澤(CMO) あまり弊社のビジネスに関係ないことかな、一般的な話かなとは思いますが、基本的に保証会社を持っているところにつきましては、その保証料というところをユーザーから徴収して、ある程度そのクレジットリスクを回避するような仕組みとなっております。

ただ、そのときに、どれぐらい返済が進んだ上で貸倒れるのかというところ。そして貸倒れた後、その担保物件がどれぐらいの価値で売却できるのかというところ。任意売却だとか競売だとか、その売却の仕方によっても売却できる金額は変わってきますので、そういったところで金融機関が全額回収できるのか、もしくは若干赤が出るということになるのか、そういったところが結果として変わってくるのかなという状況かなと思っております。

Q25. 機関投資家との IR 面談件数

平山(CFO)私も終わりがけに申し訳ありません、と。謝る必要は全くなくて、ご質問いただいたら全部答えるのが我々の仕事ですので、何にも遠慮せずガンガンご質問いただければと思います。

これで最後ですね。「現在、機関投資家との IR 面談は年間何件ほど行いますか」というご質問です。

時期によるのですが、大体 20 件から 30 件ですかね。海外の方が 1 割ぐらいかなと思います。本当にピュア海外の方がシンガポール、あと欧州、ニューヨーク、シカゴですかね。完全英語で対応しなければいけないのはそれぐらいかなと。あとは概ね日本国内の機関投資家の方で、特にマイクロキャップを対応されている方がメインに今やっております。

大手の方も複数社いらっしゃるのですが、その方々から見ると我々のサイズが小さすぎるので、「早く 100(億円)を超えてください」というのは発破をかけられています。

Q26. なぜモゲチェックのトップラインはマイナス予想なのか(→塩澤)

平山(CFO)「銀行の広告宣伝費が抑えられているから頭打ち」でもなく、AI エージェントからの直通でのモゲチェック活用で需要は伸びそうですと。なぜモゲチェックの 2027 年 6 月期のトップラインはマイナス予想なのかというご質問です。

塩澤(CMO) 我々としては、どんどん伸ばしていくぞというアスピレーションは強くあるのですが、ただ一方で、やっぱり金利環境、およびその銀行側の広告宣伝費のところの見通しが立ちづらいというところがあります。ですので、やや今回につきましては前期の反省を踏まえてコンサバに見ておりますけれども、ただ、伸ばせる余地があればもちろん当然のことながら上方修正は狙っていきたいと考えておりますので、今後の展開にご期待いただければなと考えております。

平山(CFO) ありがとうございます。決して上方修正しますということではありませんので、聞いている方はお気をつけください。

最後に

平山(CFO) これで全てのご質問にお答えしたかと思えます。私のほうでは 9 月 19 日に個人投資家サミットに参加いたしますので、もし参加される方がいらっしゃったらその場でご質問いただいても構いませんし、我々の IR のサイトのところからご質問いただいても構いません。

今日、私は note を MFS 名義で書いておりますけども、こちらの note で今回の事業戦略等を含めて詳細に解説しておりますので、そちらをお読みになった上でご質問いただければ幸いです。

夜遅くの決算説明会にもかかわらずご参加いただきまして、ありがとうございました。引き続きどうぞよろしくお願いいたします。ありがとうございました。

以上