



2025年1月14日

各 位

会 社 名 スター・マイカ・ホールディングス株式会社  
代 表 者 名 代表取締役社長 水永 政志  
(コード 2975 東証プライム)  
問 合 せ 先 執行役員 長谷 学  
TEL 03-5776-2785  
URL <https://www.starmica-holdings.co.jp/>

### 中期経営計画の見直しに関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2024年1月12日に公表した中期経営計画（2024年11月期～2026年11月期）「Find the Value 2026」の見直しを行いましたので、下記のとおりお知らせいたします。

#### 記

#### 1. 見直しの背景

当社グループでは、2024年11月期においては、2024年1月12日に公表した中期経営計画「Find the Value 2026」の事業戦略を着実に実践してまいりました。特に、都市部におけるオーナーチェンジ物件（借借人が居住中の物件）を主軸とした物件購入や、規律ある在庫管理を強化することで、収益性と効率性を意識した経営管理を推進した結果、業績が好調に推移いたしました。その結果、1株当たり当期純利益は92.98円となり、中期経営計画で掲げた「EPS（1株当たり純利益）成長率5.0%以上」を大きく上回る16.8%を達成いたしました。また、中期経営計画で掲げたその他の定量目標についても概ね達成することができましたが、一方で、株価水準に関してはPBR1倍水準に至らず物足りなさが残る1年となりました。こうした状況を踏まえ、当社では資本コストや株価を意識した経営をより強化するため、戦略は維持しつつも、定量目標の一部について見直すことといたしました。

#### 2. 見直しの内容

##### (1) 定量目標

項目	見直し前	見直し後
2026年11月期	売上高	700億円
	営業利益	70億円
	当期純利益	38億円
ROE	12.0%以上	(変更なし)
営業利益率	10.0%以上	(変更なし)
EPS成長率	5.0%以上	14.0%以上
販売事業期間	1.5カ月短縮	(変更なし)
OC回転期間※	-	18カ月短縮
販売用不動産残高	1,000億円以上	(変更なし)
自己資本比率	25.0%以上	(変更なし)
WACC	2.0%	(取り下げ)
総還元性向	40.0%	(変更なし)
PBR	1倍以上	(変更なし)

※オーナーチェンジ物件として購入した物件の棚卸資産回転期間（＝期末販売用不動産残高／売上高）

(2) キャピタルアロケーションポリシー（5つの基本ポリシー）

	見直し前	見直し後
①	ROE向上、WACCの適正水準維持により、企業価値の最大化を目指す	ROE向上、株主資本コストの適正水準維持により、企業価値及びエクイティスプレッドの最大化を目指す
②	自己資本比率を注視しつつ、低コストでの借入を図る	(変更なし)
③	新たな価値を創造するために、成長投資を優先させる	(変更なし)
④	成長投資後の余剰資金については、安定配当・増配を継続する	(変更なし)
⑤	PBR 1倍未満等割安と判断する場合、機動的に自己株式の取得を行い、総還元性向40% / EPS成長5%を目指す	PBR 1倍未満等割安と判断する場合、機動的に自己株式の取得を行い、総還元性向40% / EPS成長14%を目指す

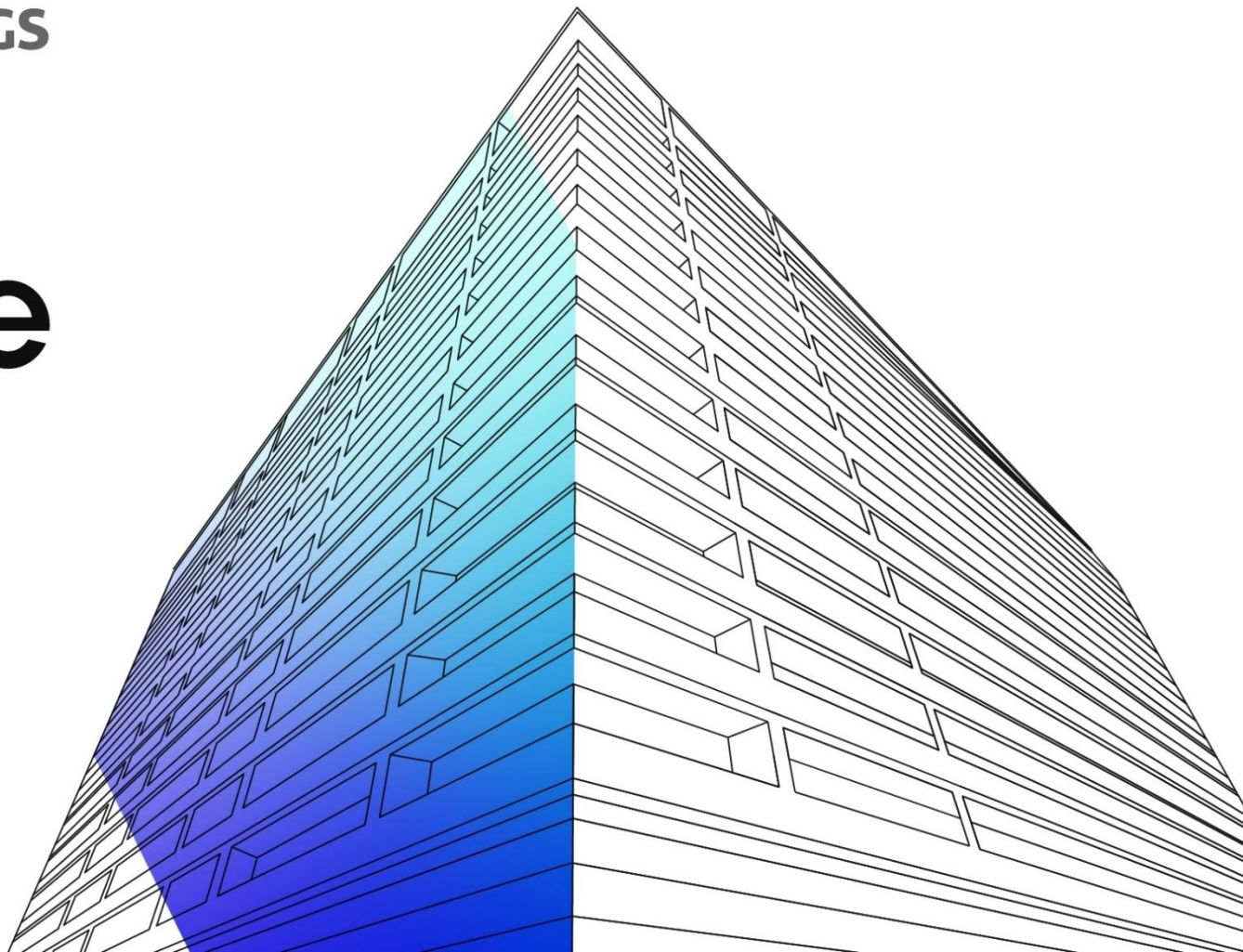
3. その他

見直しの詳細につきましては、添付資料（10～15ページ）をご参照ください。

以上

# Find the Value

今あるものに目を向けて  
眠っていた価値に光を当てる。



## FY24-26 中期経営計画 “Find the Value 2026”

最終更新：2025年1月14日

# 1. 企業価値向上ストーリー (FY24-26 中期経営計画)

① 目指す姿

更新

② 目標及び戦略方向性

③ 事業戦略詳細

④ 市場環境/競争優位性

## 2. APPENDIX

① 市場環境詳細データ

② サステナビリティ

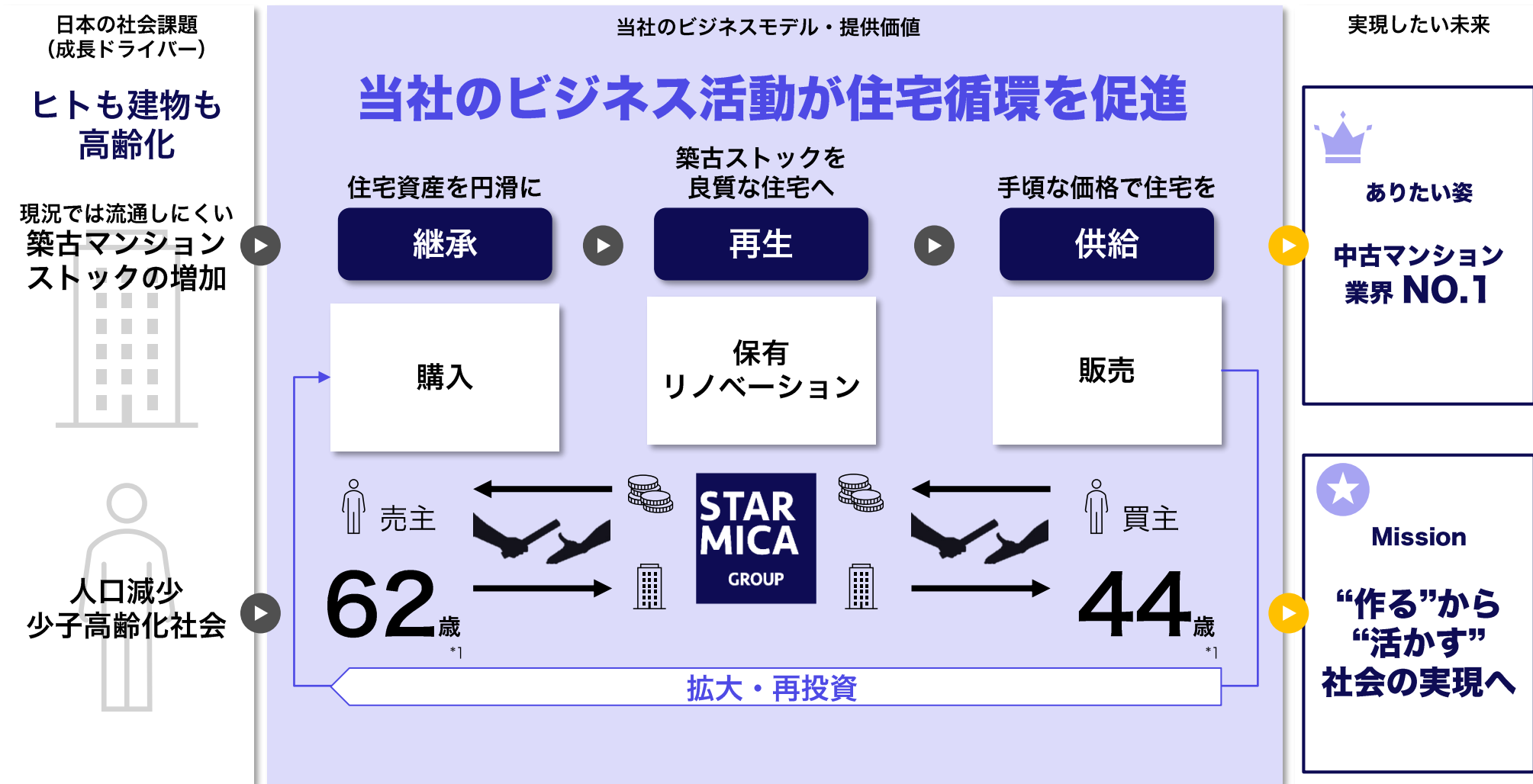
# 1

## 企業価値向上ストーリー

FY24-26 中期経営計画 “Find the Value 2026”

### ① 目指す姿

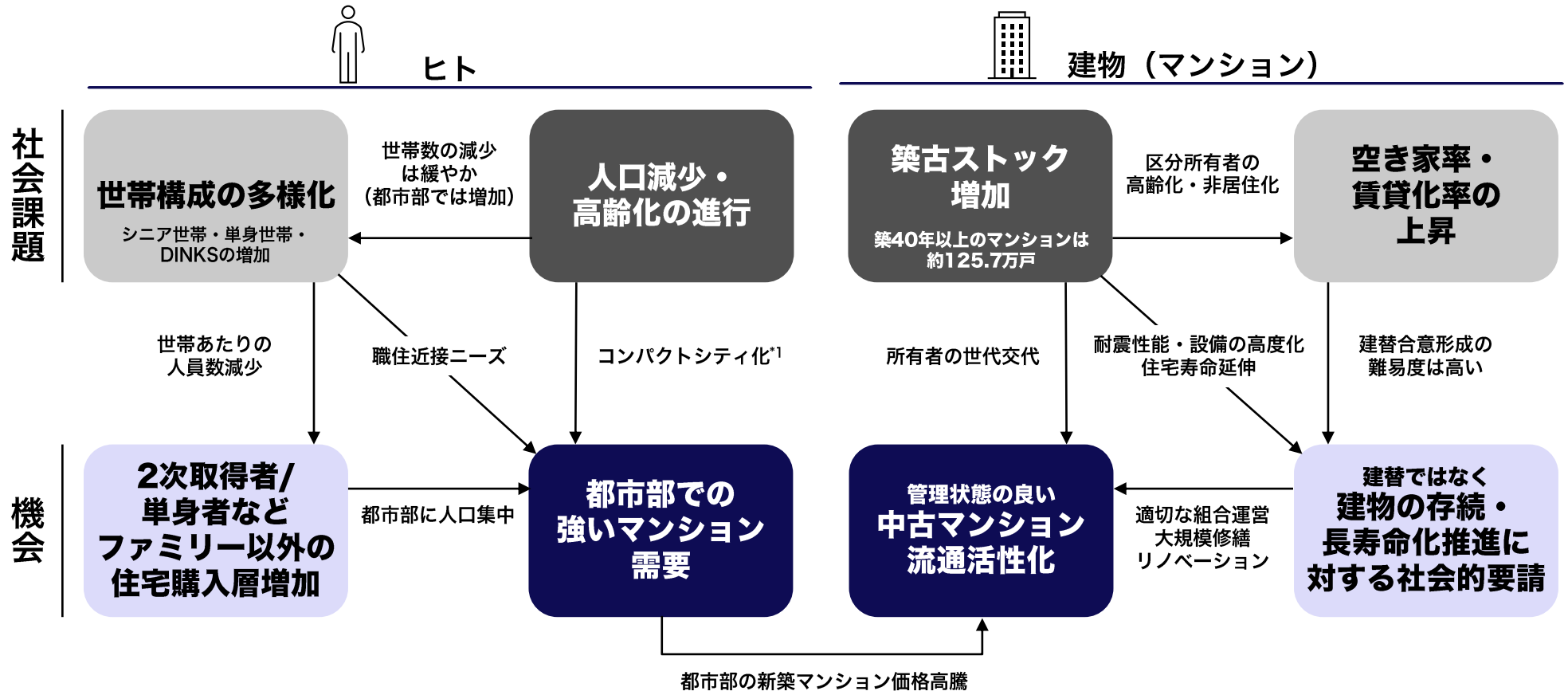
- 社会課題解決とスター・マイカグループの成長を通じて住宅循環システムの普及・定着に貢献



\*1 2022年11月期及び2023年11月期の当社購入物件の売主/販売物件の買主の年齢の中央値

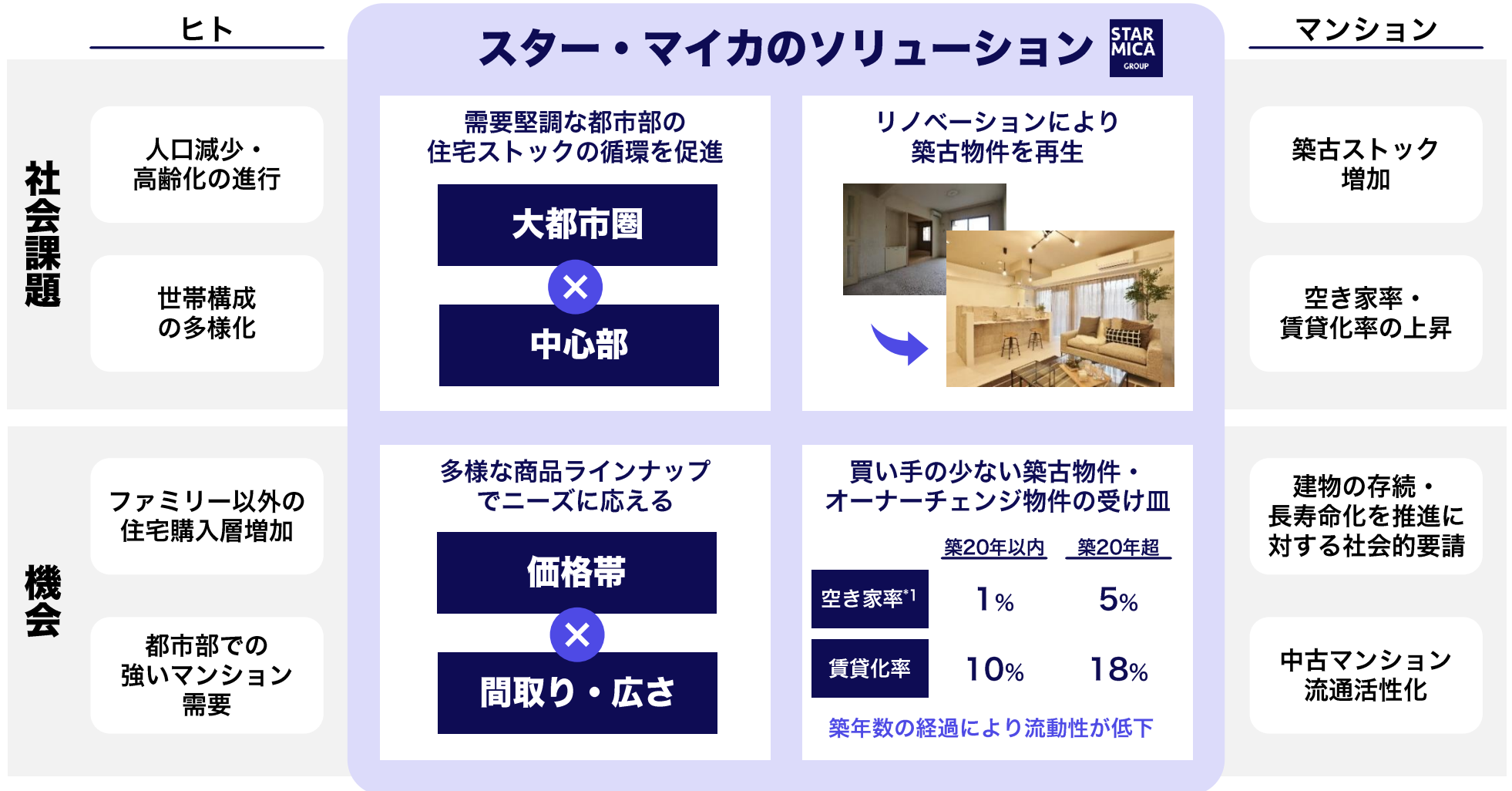
- ヒト・建物が高齢化する中、既存資源の有効活用による持続性のある社会の実現が求められる

# 日本の社会課題＝“ヒト”も建物も高齢化



<sup>1</sup> 高齢者のQOL (生活利便性) 向上や社会インフラの維持コスト低減を実現する集約型の都市構造の形成

- 日本の住宅ニーズに寄り添い、より便利で快適な住宅の再生・流通を推進



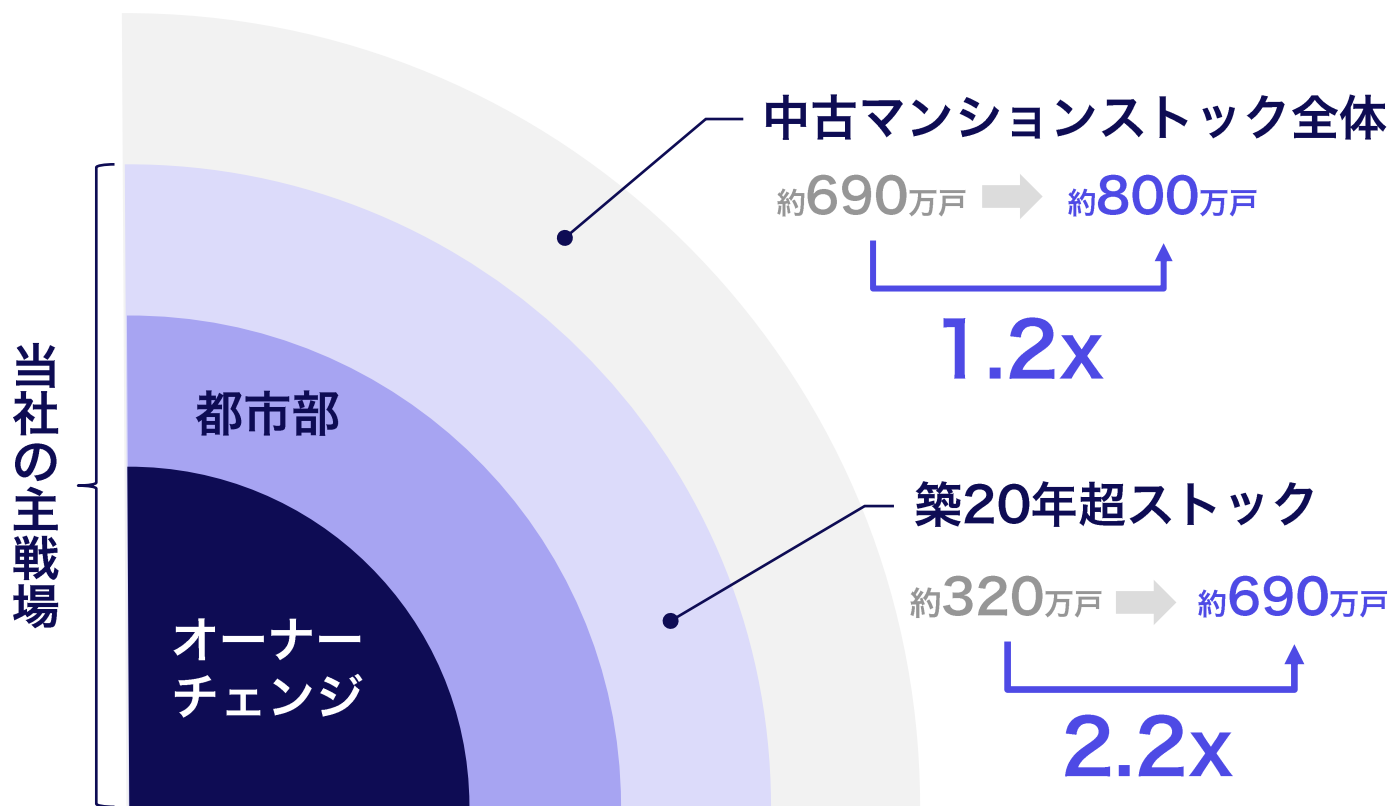
(出所) 国土交通省 平成30年マンション総合調査より当社作成

\*1 3か月以上空室となっている戸数の割合



- マンションストックの高経年化は今後も進行するため、当社の主戦場は拡大
- 戦略的な事業拡大により、業界No.1を追求し続ける

当社の主戦場と中古マンションストックの今後20年間の変化



当社が目指す3つのNo.1

売上高

供給戸数 × 販売単価  
都市部を中心に  
リノベマンション業界を  
リード

利益額

空室利益 + OC利益 - コスト  
優れたビジネスモデルと  
高い生産性

保有戸数

自社保有 + ファンド化  
オーナーチェンジ物件  
中心のストックビジネス

(出所) 国土交通省 マンションに関する統計・データ等より当社作成  
直近5年の新築マンション供給戸数の増減率及び2023年3月現在のマンション建替の実施状況をもとに当社推計  
マンション建替の実施状況は累計で282件、約2.3万戸と少なく建替等によるストック除去は軽微、現在の中古マンションストックは20年後に築20年超ストックになると仮定

- コーポレートスローガンを体現する中期経営計画の実行により、持続的成長に向けた経営基盤を確立する

## “Find the Value 2026”

# 今あるものに目を向けて 眠っていた価値に光を当てる



中古マンション市場

オーナーチェンジのパイオニア

x

築古マンション/オーナーチェンジ  
マンション市場成長



事業戦略

オーナーチェンジ物件への回帰



人口動態

人口減少・高齢化社会

vs

世帯構成の多様化・  
都市部への人口集中



事業戦略

都市部シェア拡大



自社資源

中古マンション保有戸数NO.1

vs

バランスシート型ビジネスによる  
効率性の悪さ(改善余地)



事業戦略・財務戦略

収益性に加えて、効率性を意識  
した経営管理へのシフト



株式市場

高い利益成長&株主還元施策

vs

PBR  
1倍割れ



財務戦略・IR戦略

開示・対話の充実による  
当社の本源的価値の伝達

# 1

## 企業価値向上ストーリー

FY24-26 中期経営計画 “Find the Value 2026”

### ② 目標及び戦略方向性

# EPS成長率+17%=中経3年分の成長目標を初年度で達成

- その他KPI指標もほぼ目標達成したが、株価水準については物足りなさが残った

	中計KGI/KPI	策定時目標値	FY24実績	
◎ 事業戦略	ROE	12.0+%	12.8%	▶
	営業利益率	10.0+%	9.9%	
	EPS成長率	5.0+%	16.8%	
	販売事業期間	▲1.5か月	▲1.5か月	
○ 財務戦略	販売用不動産残高	1,000+億円	958億円	▶
	自己資本比率	25.0+%	24.8%	
	WACC	2.0%	2.4%	
	総還元性向	40.0%	39.8%	
△ 元戦略	PBR	1.0x	0.9x	▶
	株価	N/A	679円*1 (前期末比: +11.9%)	

## ■オーナーチェンジ\*2回帰、都市部シェア向上戦略が奏功

- オーナーチェンジ回帰（購入）：大型バルク購入案件の獲得
- オーナーチェンジ回帰（販売）：出口戦略の多様化・高度化
- 都市部シェア向上：高利益・販売日数短縮を実現

## ■今期より着手した回転率向上施策は、期初想定以上の成果

- 自社・市場データを活用するシステムの導入
- 全社の経営管理指標への組入・現場への定着

## ■キャピタルアロケーションポリシーに基づく財務規律の維持

- 自己資本比率は前期末を上回って着地
- 金利上昇の影響を極力ヘッジし、WACCを概ね維持
- 機動的な自己株式取得及び増配を実施し、総還元性向目標はほぼ達成

## ■IR活動への注力状況は大きく前進

- 機関投資家/個人投資家との対話の大幅増加
- 開示内容の充実化

## ■PBR 1倍割れ水準で株価は伸び悩み

- 一層の対話・開示の拡充の必要性を認識

\*2 入居者（賃借人）がいたままの状態で売買される収益物件以降のページにて「OC」と表記する場合有

\*1 FY24期末（2024年11月29日）の終値

- 今後も戦略の方向性は維持し、企業価値最大化に資する施策を一層推進
- 成長目線及び効率性改善の進捗状況を示すべく、定量目標を追加・修正

## FY26 計数量目標

売上高 700億円

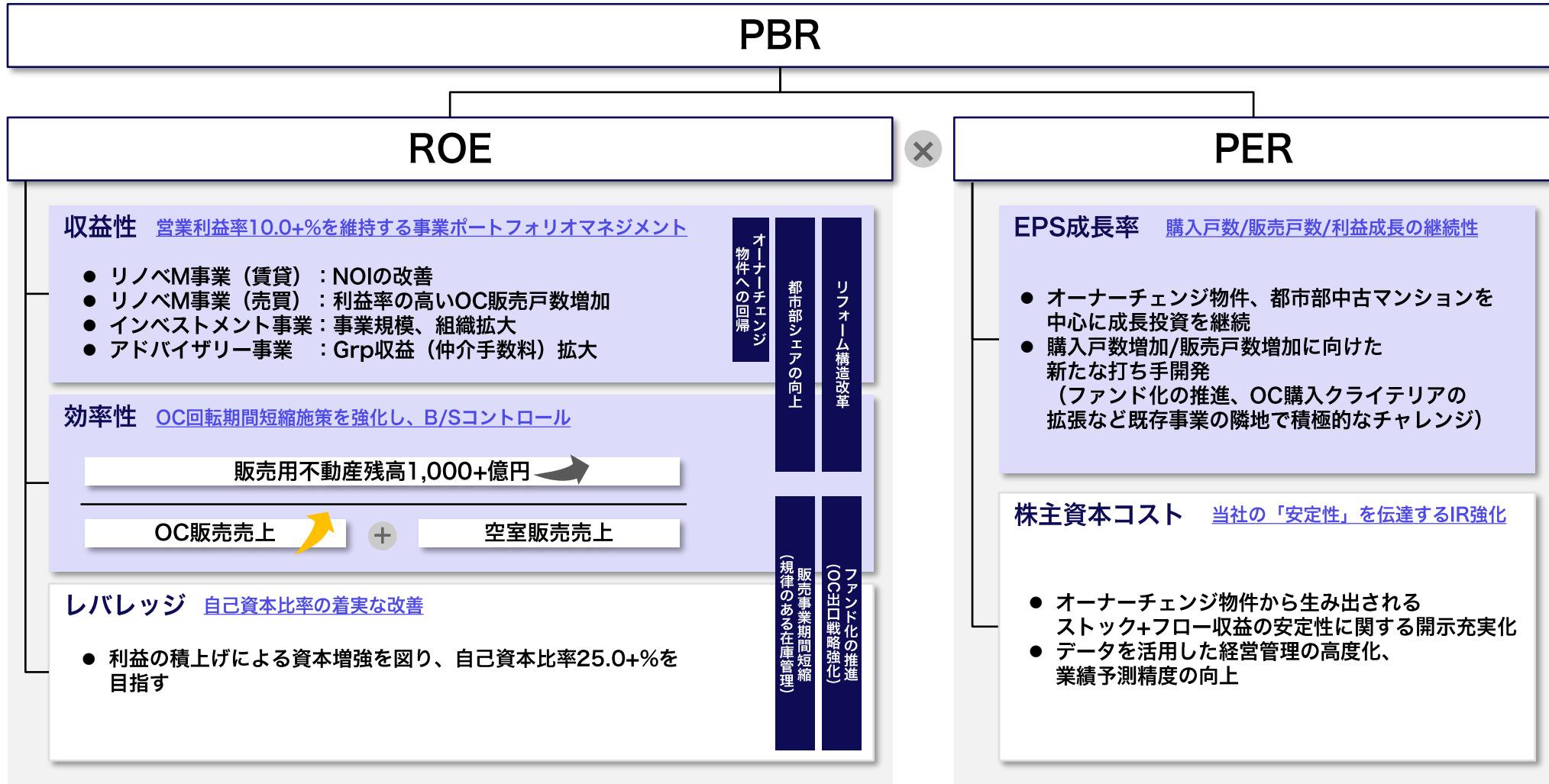
営業利益 70億円

当期純利益 38億円

	定量目標	策定時目標値	FY25~追加・修正する定量目標
事業戦略	ROE	12.0+%	= 変更なし
	営業利益率	10.0+%	= 変更なし
	EPS成長率	5.0+%	🚀 14.0+%
	販売事業期間	▲1.5か月	+ OC回転期間* ▲18か月
	販売用不動産残高	1,000+億	= 変更なし
財務戦略	自己資本比率	25.0+%	= 変更なし
	WACC	2.0%	⊖ 取り下げ (株主資本コストをモニタリング)
	総還元性向	40%	= 変更なし
戦略	PBR	1.0x	= 変更なし

\*オーナーチェンジ物件として購入した物件の棚卸資産回転期間（=期末販売用不動産残高/売上高）

- 企業価値最大化のために、資本コストを意識し、収益性・効率性・成長性を追求する



- 空室物件は長期化物件の処分を進め、FY24において回転期間を大きく短縮
- オーナーチェンジ物件は保有期間等をふまえた出口戦略の多角化により大幅改善を目指す

< 棚卸資産回転期間 (= 期末販売用不動産残高 / 売上高) の見通し >

リノベマンション事業 (売買) 全体

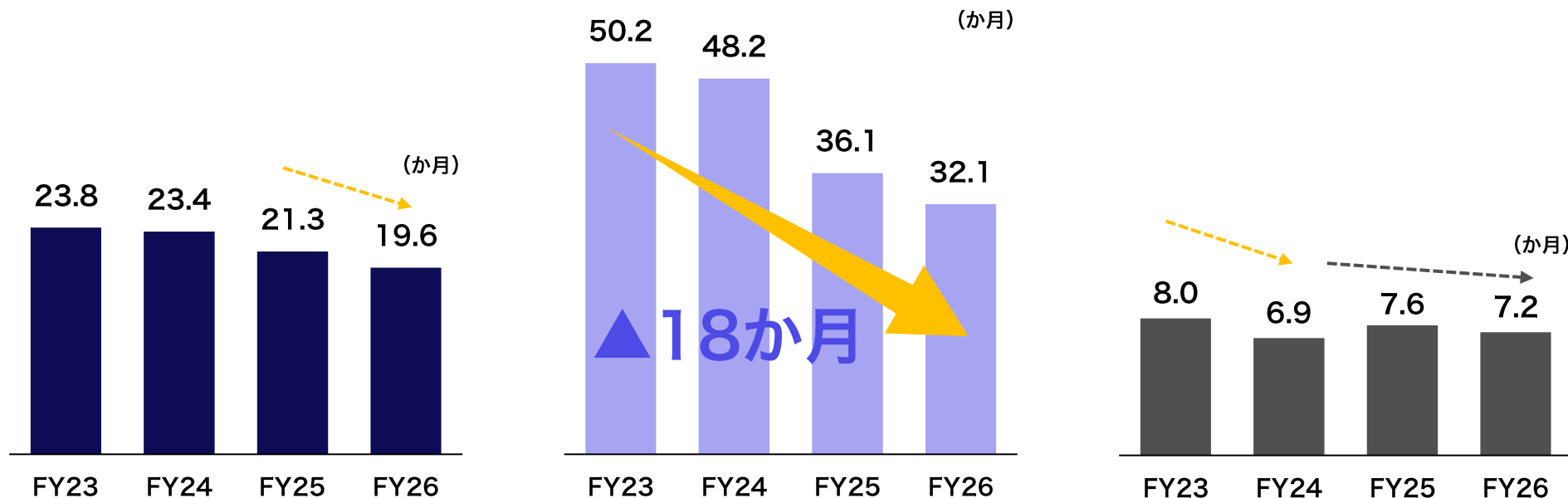
OC回転期間の短縮をキードライバーとして、  
売買全体の効率性を向上させる

OC回転期間

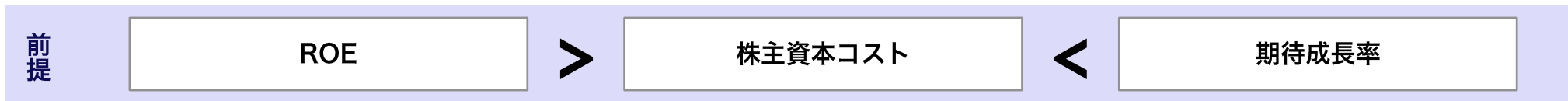
FY24は長期保有物件 (≒退去確率が低い物件)  
の賃貸中の状態での売却を促進し効率性を改善  
FY25以降はファンド組成も実施しながら  
回転期間を改善

空室回転期間

FY24は長期化物件の処分が進み大きく短縮  
今後は収益性との両立を図るべく一定水準を維持

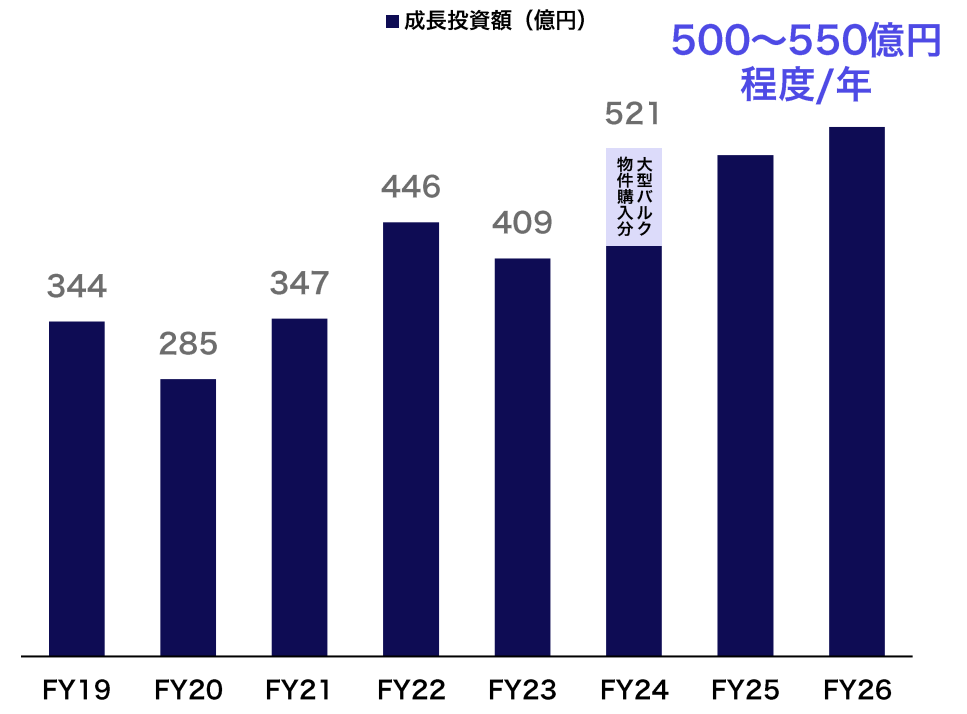
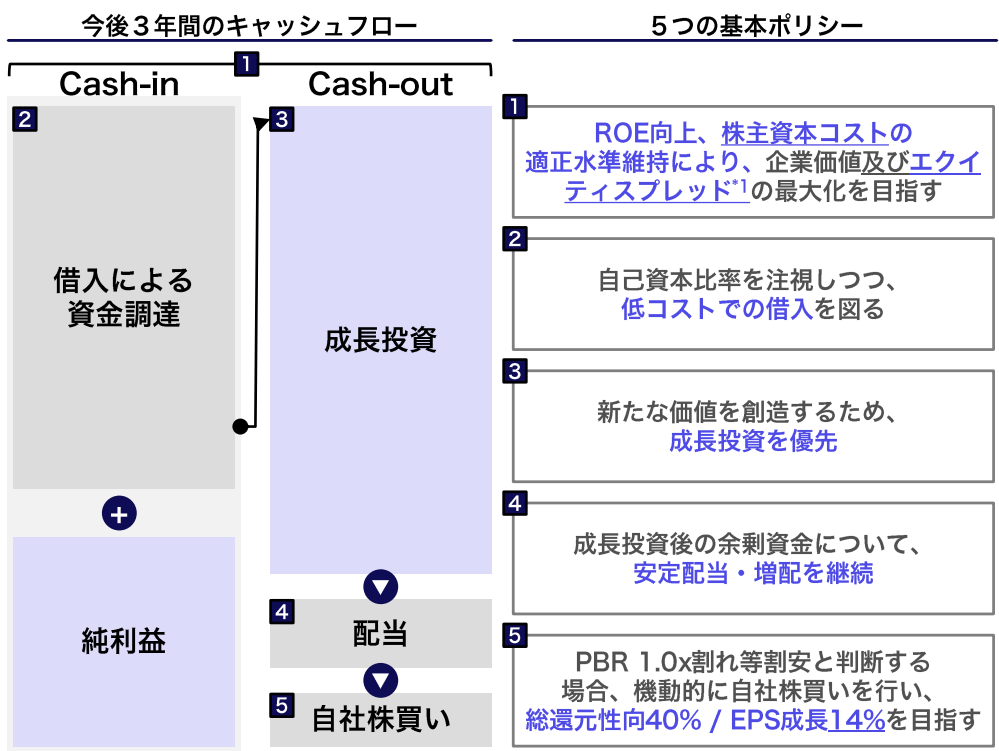


資本コストを大きく上回るROE・成長率に鑑み、キャピタルを成長投資へ優先的に割当



企業価値の最大化

成長投資を優先



下線部をFY25~変更

<sup>1)</sup> エクイティスプレッド=ROE-株主資本コスト



- FY24期末時点のROE及びROICは、共に対応するコストを超過
- コストは計算方法により変動し得るが、リターンとのスプレッドを十分に確保

ROE 12.8%

売上高利益率	総資産回転率	レバレッジ比率
= 5.6%	× 0.54回	× 4.2倍



株主資本コスト 6.9%

マーケット リスク プレミアム	$\beta^{*1}$	リスクフリー レート <sup>*2</sup>
= 6.0%	× 0.979	+ 1.064%
CAPM (資本資産価格モデル) を用いて算出		

ROIC 3.7%

NOPAT	投下資本 (平残)
= 37.2億円	÷ 1,002.4億円
営業利益 55.2億円	税率 32.6%
税率 32.6%	運転資本 (平残) 935.7億円
	固定資産 (平残) 27.5億円
	現預金 (平残) 39.1億円



WACC 2.4%

時価総額	224.9億円
株主資本コスト	6.9%
有利子負債残高 (平残)	752.9億円
税引後負債コスト <sup>*3</sup>	1.0%

各数値はFY24期末時点のものを使用、  
(平残)と記載のある項目は2023年11月末から2024年11月末までの各月末の残高の平均値

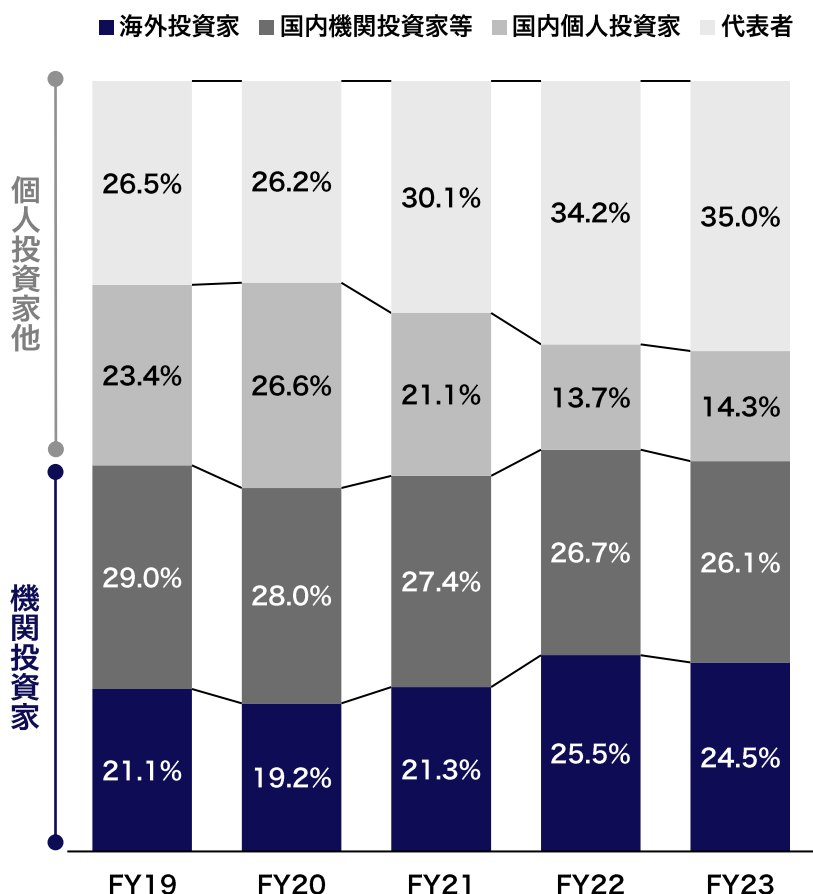
<sup>\*1</sup> 直近2期 (2022年11月30日~2024年11月29日) の株価より当社算出

<sup>\*2</sup> 10年国債利回り (2024年11月29日時点)

<sup>\*3</sup> (支払利息+支払手数料) × (1-実効税率)

- 国内/海外問わず、安定株主として当社株式を保有する長期ホルダーが多く存在
- IR/SR戦略に基づき情報開示及び対話を推進、投資家との相互理解に努める

当社の議決権保有割合



IR/SR活動

これまでの主な取組み

### 既存投資家との対話

- 機関投資家向け決算説明会 (2回/年)
- 機関投資家との1on1ミーティング (日本語/英語、対面/オンライン)
- 個別の質疑応答及び対話 (個人投資家/機関投資家)
- エンゲージメント面談を通じた積極的な意見交換

### 新規投資家への認知向上

- IRイベントへの登壇
- 海外投資家訪問の実施
- 個人投資家向け会社説明会、スクリプト配信



今後の方針

### IR体制の強化

- 一貫したIR/SR戦略の整備
- 人員体制の増強

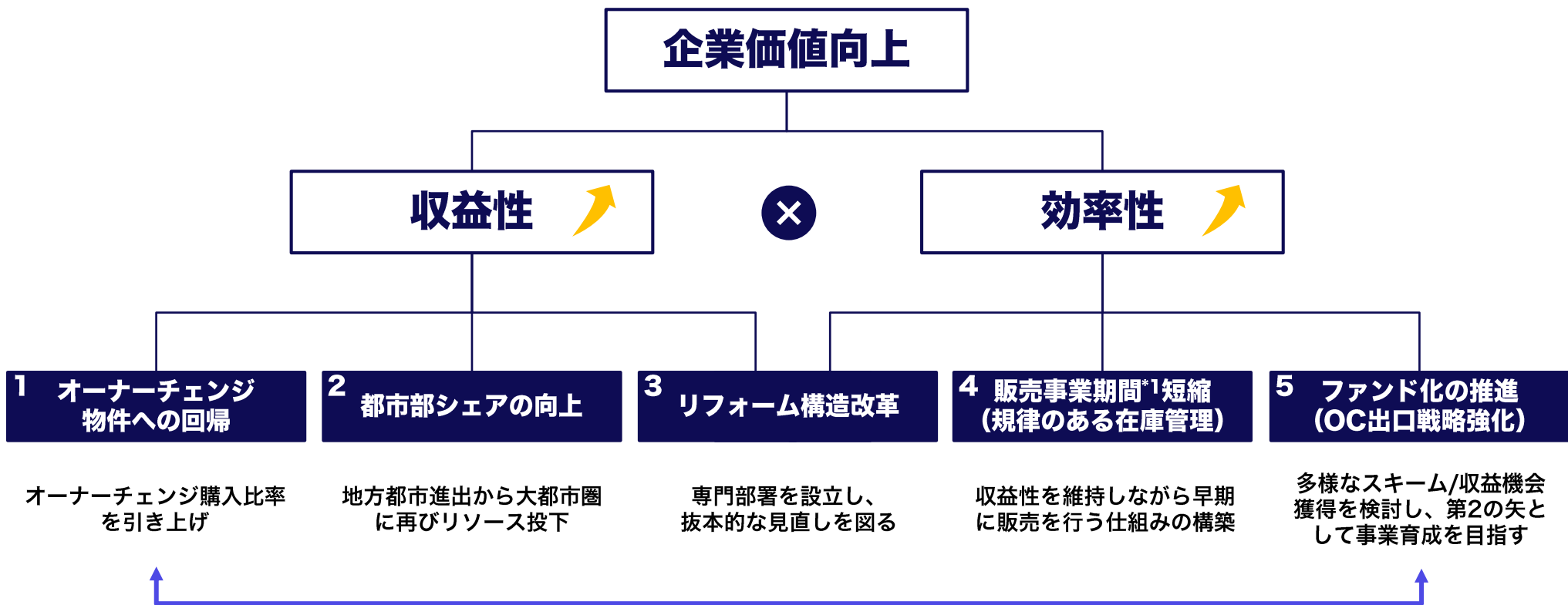
### 開示の充実

- IR資料の刷新
  - 戦略進捗状況の開示積極化
  - 事業環境及び当社事業への理解促進
- WEB siteの刷新・内容充実 (日本語/英語)

### 株主との対話の積極化

- 新規投資家との1on1ミーティングの推進
- 市場評価への理解及びギャップ改善

- 5つの戦略を軸に持続的な成長及び企業価値向上を実現する



**戦略骨子：競争優位性のあるオーナーチェンジ物件の取得を通じた持続的・安定的な成長**

<sup>\*1</sup> 販売事業期間＝賃借人退去もしくは空室物件の購入決済から売却決済（引渡し）までの日数/リノベーション工事期間を含む

# 1

## 企業価値向上ストーリー

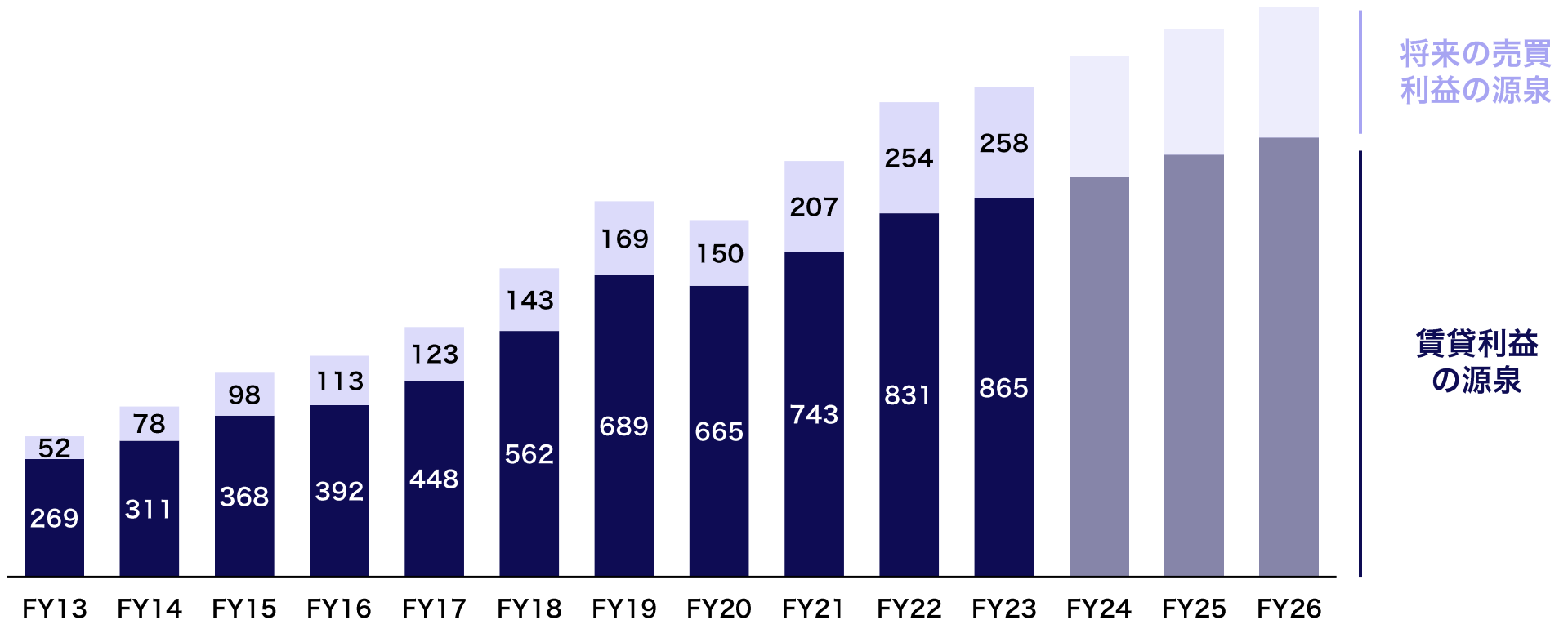
FY24-26 中期経営計画 “Find the Value 2026”

### ③事業戦略詳細

- 積極的な物件購入を継続し、利益の源泉となる良質なストックを積上げ
- オーナーチェンジ物件購入比率引上げにより、残高及び含み益は今後一層の拡大を予想

< 販売用不動産残高及び含み益の推移 (億円) >

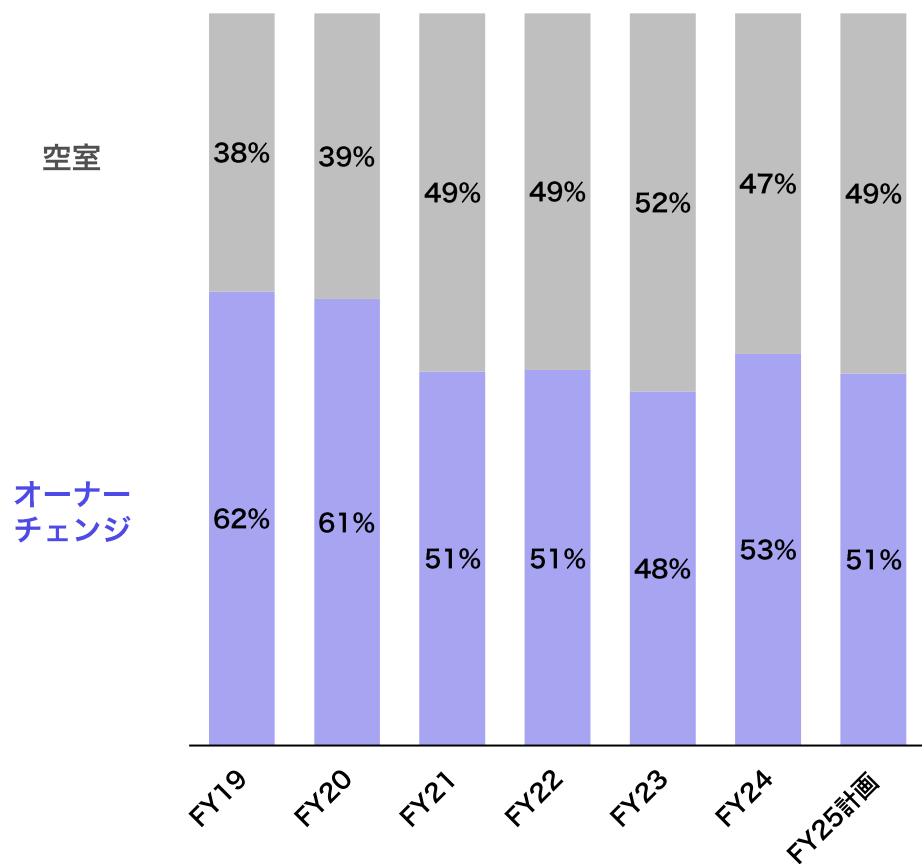
■ 販売用不動産残高    ■ 販売用不動産残高に対する含み益<sup>\*1</sup>



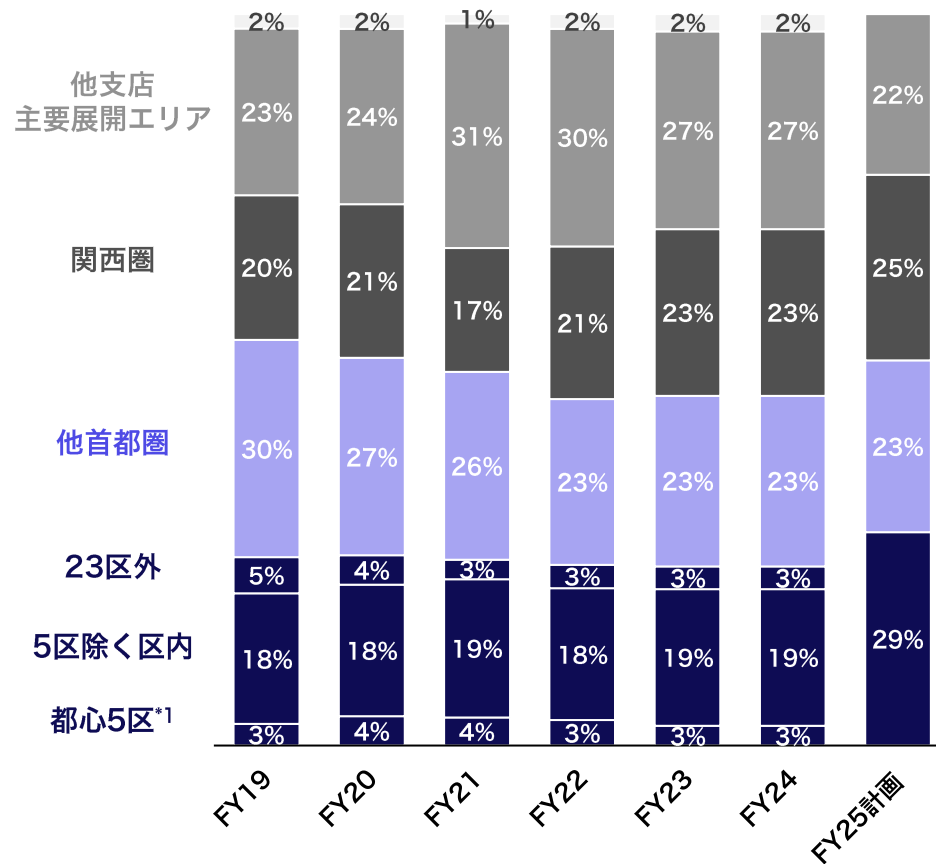
\*1 含み益 (各期末時点) = 保有物件の時価総額 - 販売用不動産残高 - 想定販売コスト (仲介手数料等)

- 過去5年間、地方都市×空室購入を中心にエリア深耕を進めてきたが、オーナーチェンジ物件購入比率の引き上げと都市部へのリソース投下によるシェア拡大を計画

購入物件戸数構成 (オーナーチェンジ/空室)

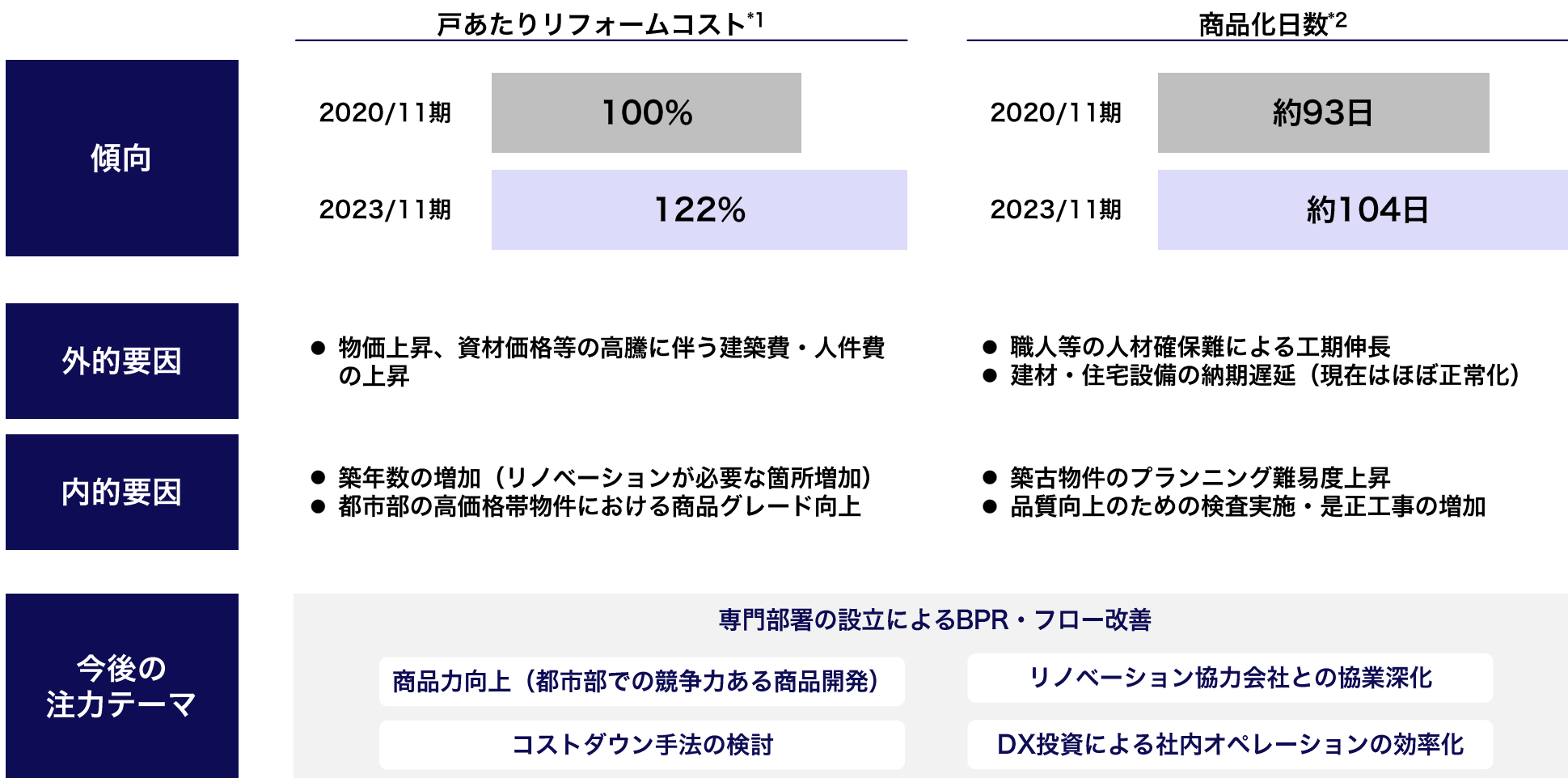


購入物件戸数構成 (地域別)



\*1 千代田区、中央区、港区、新宿区、渋谷区

- 内外双方の要因により、3か年で約20%のコスト上昇と約10日の日数伸長が発生
- 専門部署の設立により抜本的な見直しを図り、QCDの最適化を目指す



\*1 当該年度の販売開始物件の平均リフォーム金額

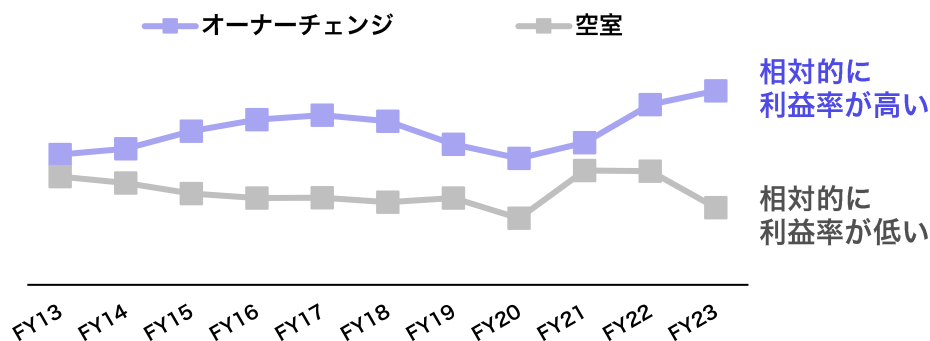
\*2 鍵受領から販売開始までの所要日数

- 2018年以降、販売戸数に占める空室物件の割合が増加、販売利益率を押し下げ
- 進行期以降はオーナーチェンジ物件の販売戸数割合を高め、全体の利益率改善を図る

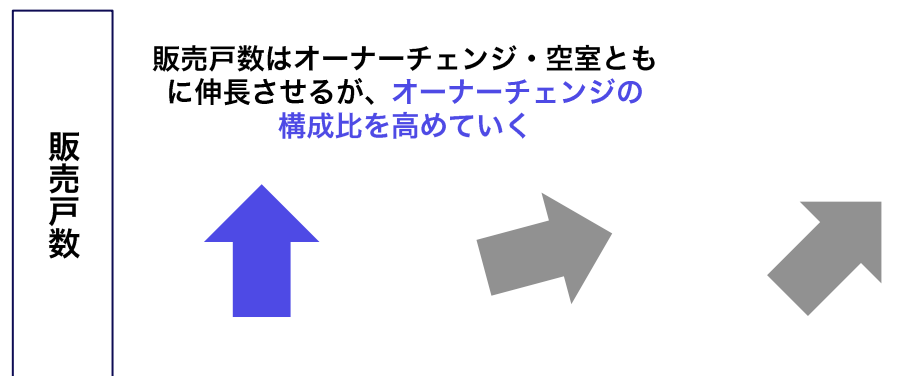
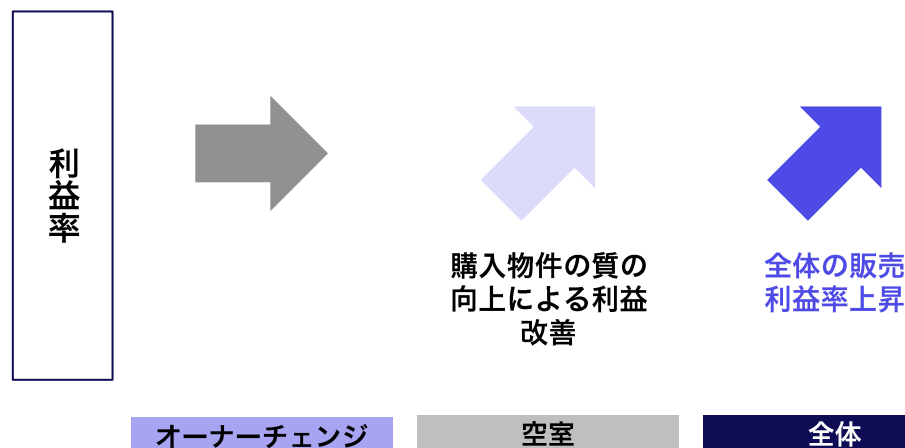
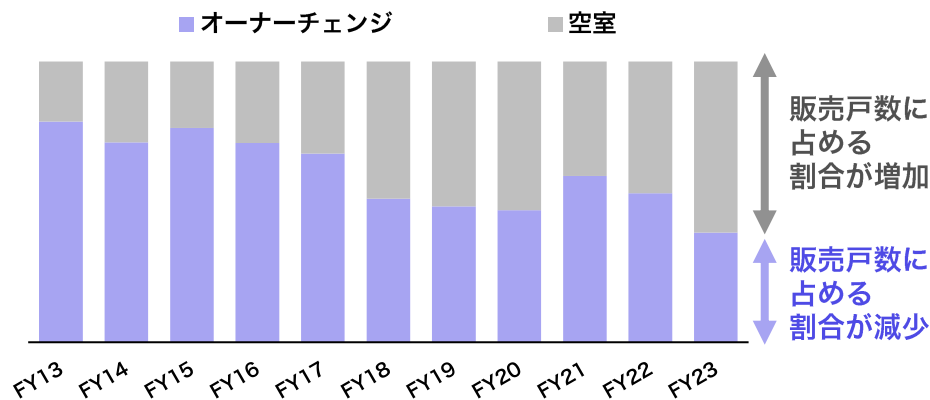
これまでの販売戦略：  
2017年以降、地方展開・空室購入を積極化

今後の販売戦略：  
オーナーチェンジ物件の件数比率増加が利益率向上に寄与

<当社販売物件の利益率\*1 (%)>



<当社販売物件の戸数構成比>

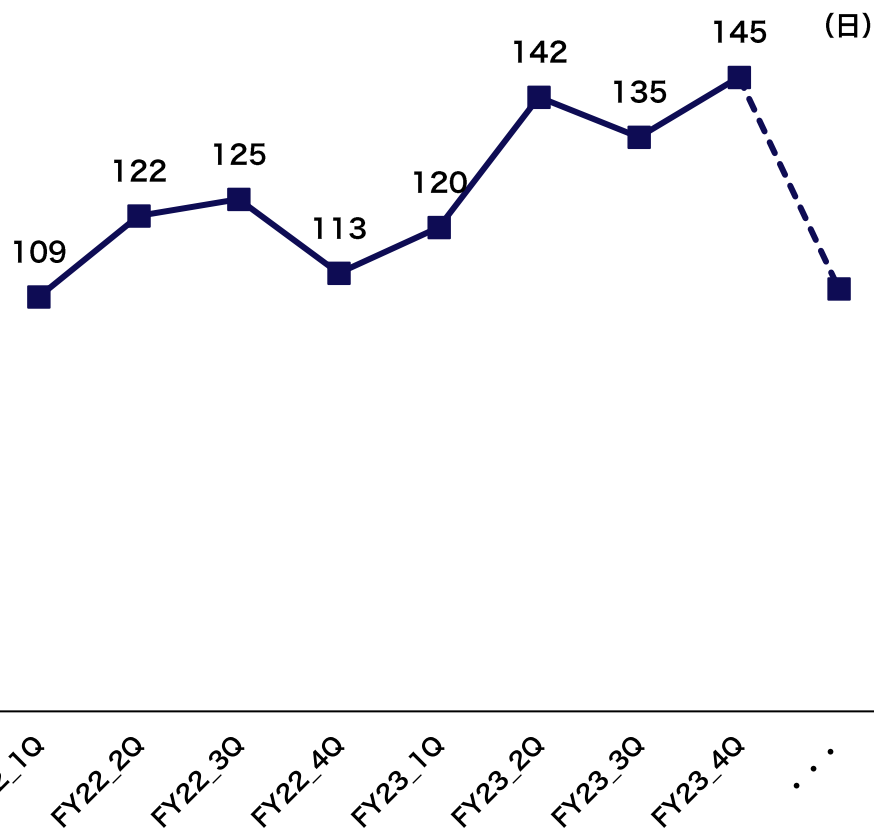


\*1 当社グループの販売実績に基づく概算値

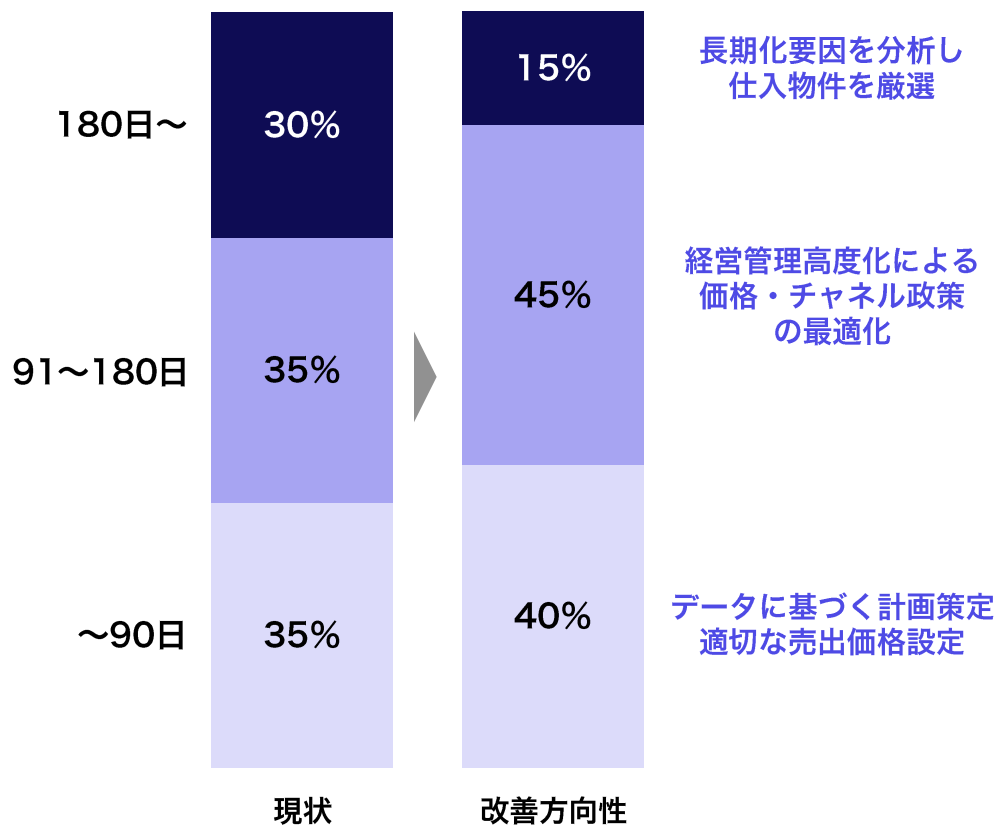


- 主に市況の変化により、販売日数は伸長傾向
- 規律ある在庫管理により、1か月～1.5か月程度の販売日数を短縮し、回転率を改善

平均販売日数\*1 の推移



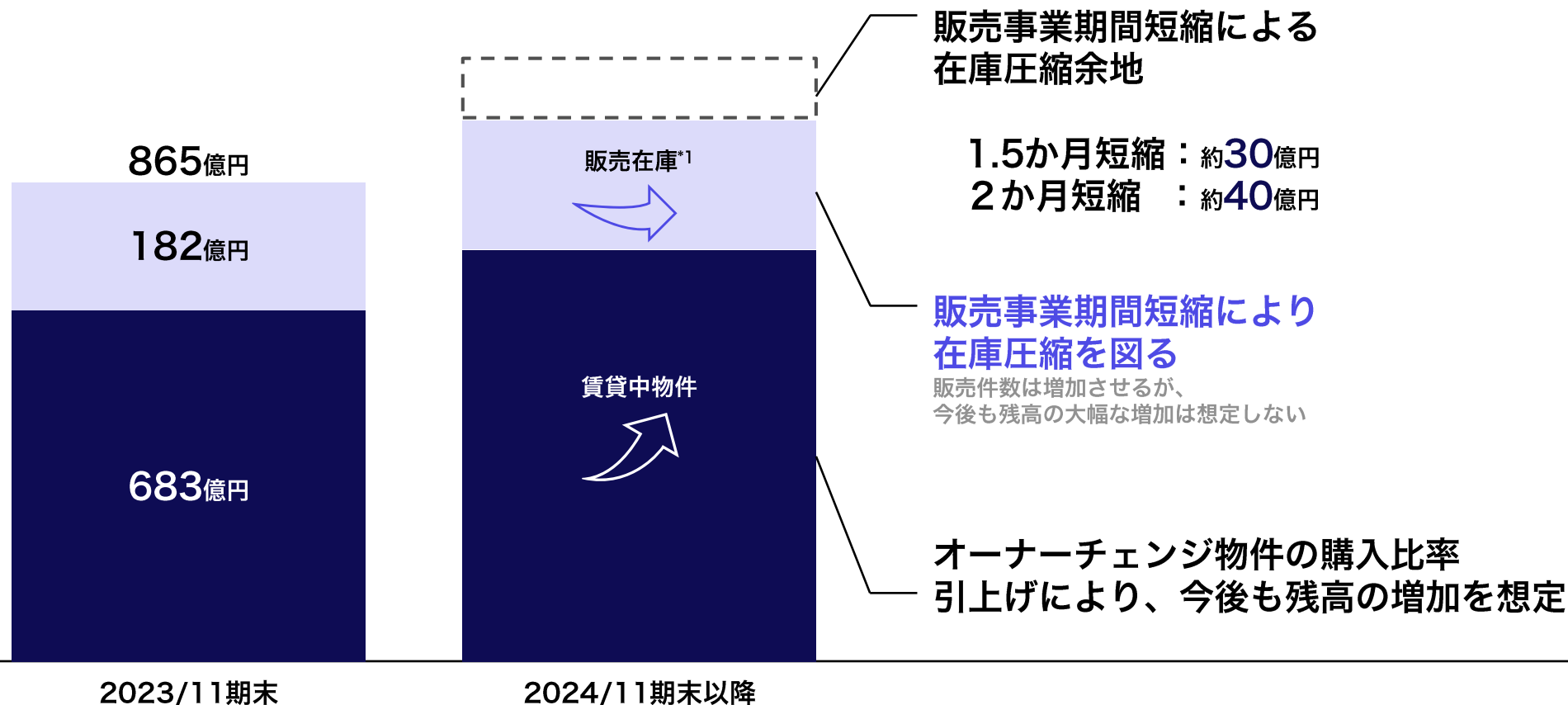
販売日数ごとの構成比と改善アプローチ



\*1 売却開始日～売却契約日の所要日数、空室購入もしくは賃借人退去後にリノベーションし売却した物件を対象

- 販売事業期間の短縮により、退去後物件及び空室購入物件の在庫圧縮効果を見込む

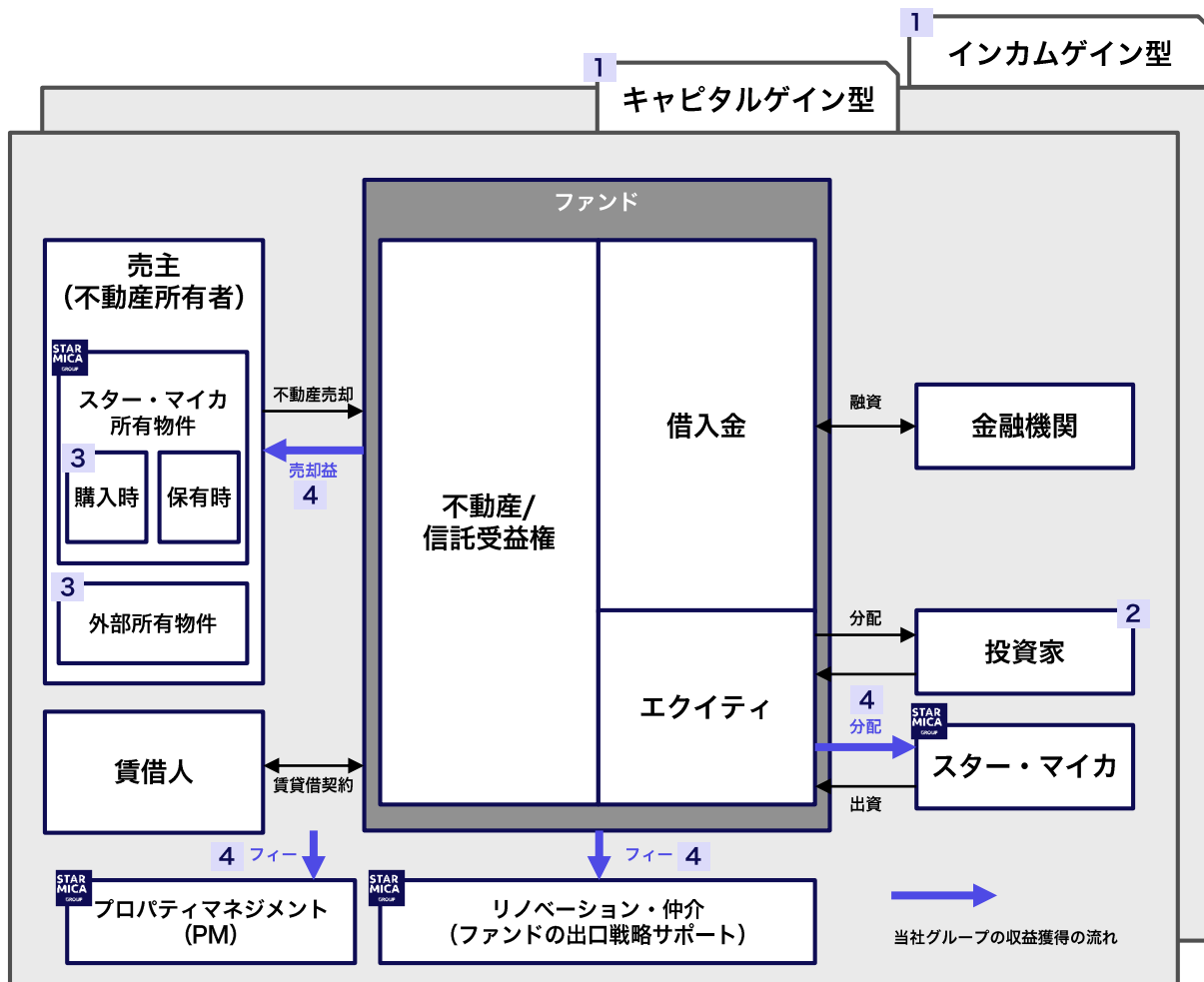
販売用不動産残高の推移イメージ



\*1 リノベーション工事中物件と販売中物件の合計

- 事業戦略・財務戦略に対応する第2の矢として、区分マンションのファンド化を積極推進

ファンド化スキームのイメージ



ファンド化のメリット

ファンドタイプ・償還期間を自由に設計

1 これまで蓄積してきた自社のデータを活用し、  
退去確率/デフォルト率 / 期限前返済率等を  
推計

幅広い投資家ニーズへ対応

2 不動産関連以外の会社からも積極的に出資を  
受け入れ

対象不動産の分散

3 自社保有の区分マンション以外の不動産も  
ファンド化の対象とし、より分散を図る

収益獲得機会の拡大

4 自社グループのアセット活用により、  
総合的な収益拡大を図る

# 1

## 企業価値向上ストーリー

FY24-26 中期経営計画 “Find the Value 2026”

### ④市場環境/競争優位性

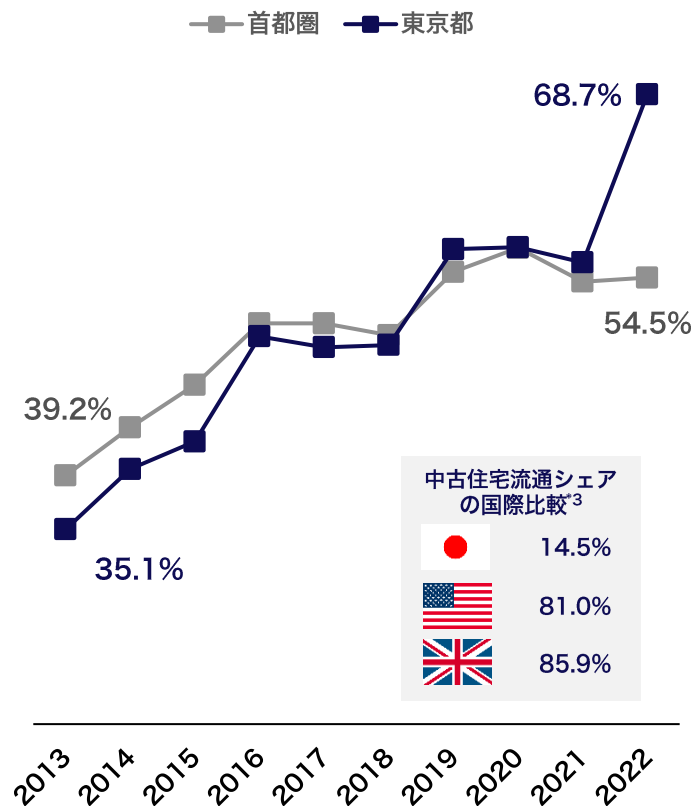
- 中古住宅流通シェアは欧米の1/6程度しかなく、今後も大きく拡大していく見込み
- その拡大は特に中古マンションが市場成長の最大のドライバーとなっている

都市部における住宅市場動向

都市部のマンションが中古住宅流通促進を牽引

需要サイド	供給サイド		
人口減少	購入	中古	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 価格上昇が続くものの新築と比べると割安</li> <li>● コンパクト～ファミリータイプ、選択肢が多様</li> <li>● 適正管理・修繕により建物は長期間存続可能（マンション建替は合意形成難易度が高く、累計で282件、約2.3万戸に留まる）</li> </ul>
都市部の世帯数横ばい		新築	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 都心部・人気エリアは用地取得が難しく、年々発売戸数が減少</li> <li>● 建設コスト上昇も相まって価格が高騰</li> <li>● 価格を抑えるためコンパクト化・狭小化の傾向</li> </ul>
世帯構成の多様化		戸建	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 郊外エリア中心、主にファミリーに選好</li> <li>● マンションほど寿命が長くない、中古から新築へと建替えられやすい（平均37年<sup>*1</sup>）</li> </ul>
ニーズ多様化		賃貸	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 賃料単価は上昇傾向</li> <li>● 同程度の広さ・グレードを求めると、住宅ローン＜賃料となることが多い</li> <li>● ファミリータイプは空きが出にくい</li> </ul>
資金計画多様化			
低金利継続			

<中古マンション流通シェア<sup>\*2</sup>の推移>



<sup>\*1</sup> (出所) (一社)住宅生産団体連合会「2022年度 戸建注文住宅の顧客実態調査」

<sup>\*2</sup> (出所) (株)不動産経済研究所「全国新築マンション市場動向 2022年」(公財)東日本不動産流通機構「首都圏不動産流通市場の動向(2022年)」より

新築マンション発売戸数と中古マンション成約戸数の比率から算出

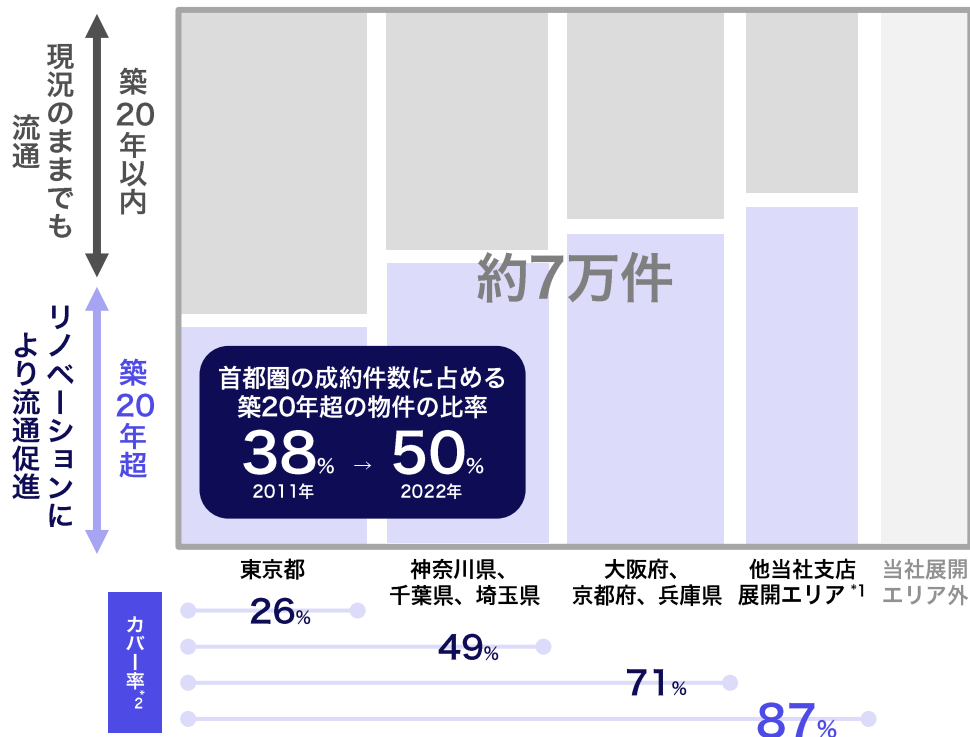
<sup>\*3</sup> (出所)国土交通省 既存住宅市場の活性化について(令和2年5月7日)

- 中古マンション市場は年間約7万件の成約ボリューム
- 当社の主軸である、都市部×築20年超の中古マンション市場は今後も拡大が予想される

当社展開エリアの成約件数は全国シェアの約9割を占めており、その半数以上は築20年超

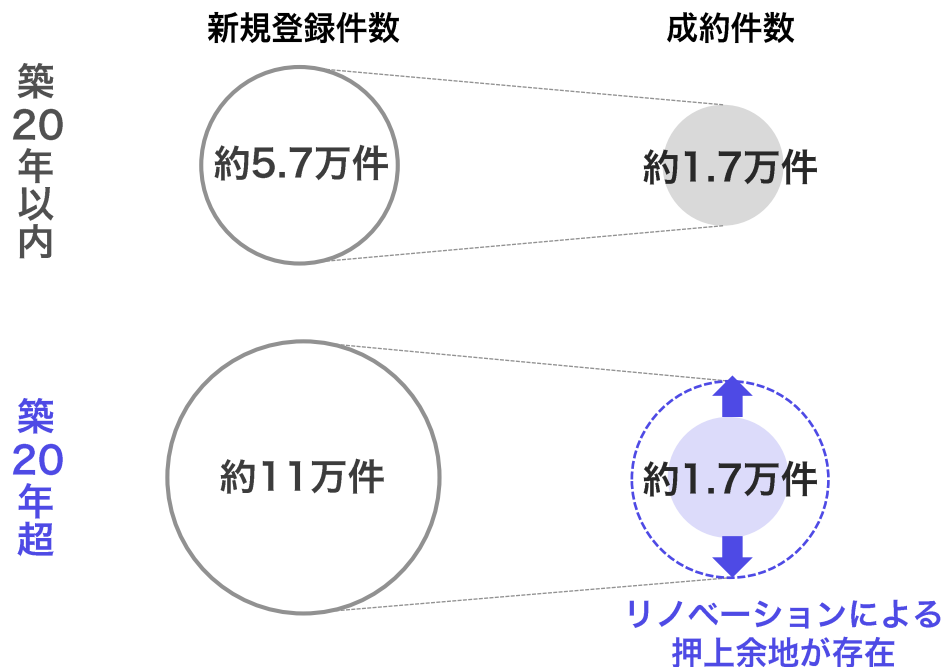
築古物件は消費者間では流通しにくく、リノベーションによる流通促進が重要

<エリア×築年の成約件数ボリューム（2022年）>



将来的な世帯数減少が起こりにくく、需要堅調

<首都圏マンションの築年による成約率の差異（2022年）>



築古物件は室内状況が悪い（そのままでは居住しにくい）場合が多く、築浅物件に比べ、消費者間の仲介取引での売買が成立しにくいことが成約率が低い要因

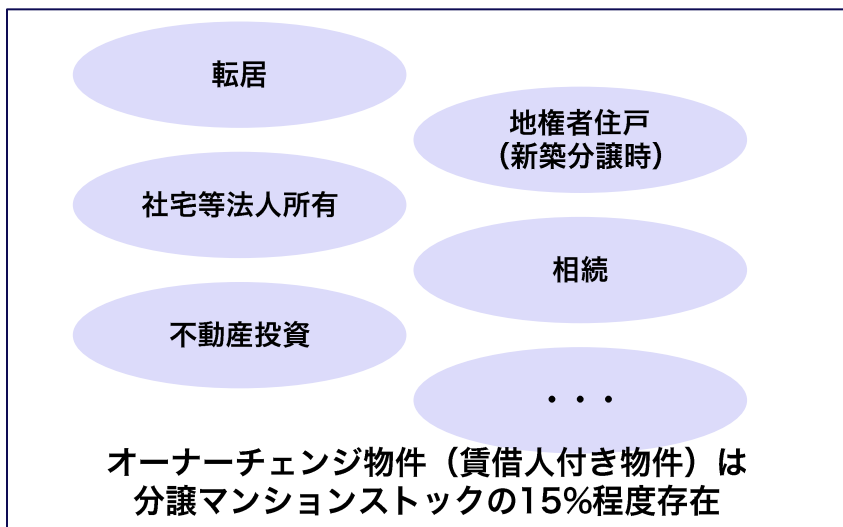
（出所）（公財）東日本不動産流通機構「年報 マーケットウォッチ」より当社作成

\*1 北海道、宮城県、愛知県、福岡県

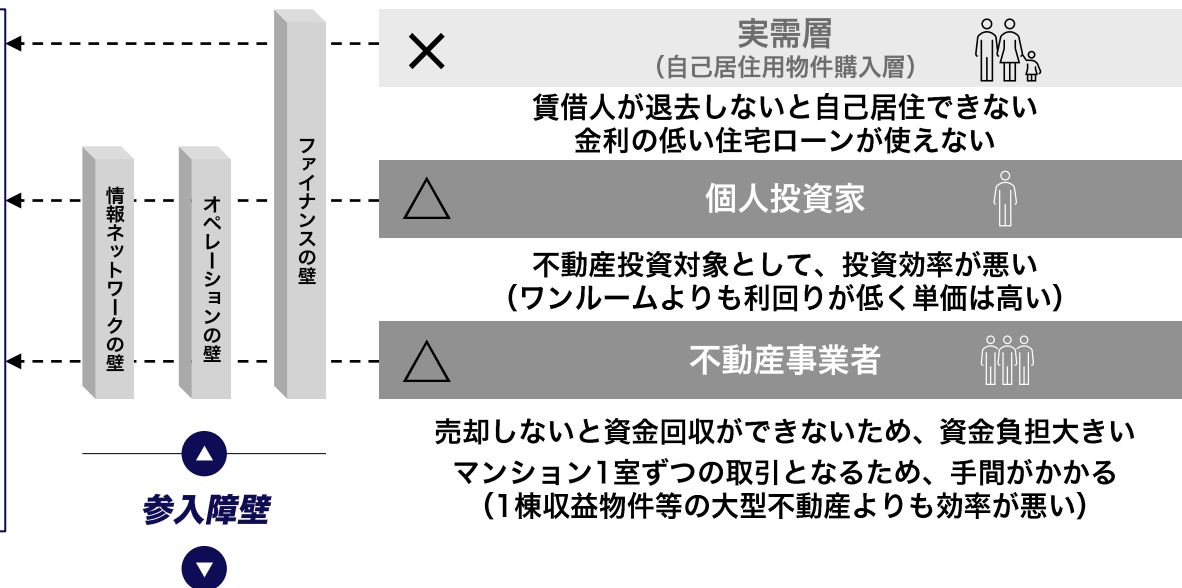
\*2 全国の成約数に占める割合（累積）

## オーナーチェンジ物件を投資家市場で購入し、実需市場で売却する独自のビジネスモデル

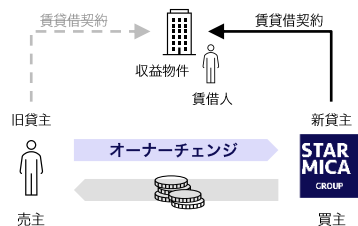
### オーナーチェンジ物件化する背景は様々



オーナーチェンジ物件は投資家市場でしか売買されず  
しかも、買い手が少ない



## スター・マイカがファミリータイプのオーナーチェンジ物件の流通市場を創造



### 仲介会社とのネットワーク

- 買い手が少ないファミリータイプのオーナーチェンジのパイオニアとして認知獲得

### オペレーション能力

- 手間がかかる契約・決済（エスクロー）業務、賃貸管理業務を内製化
- 査定～契約・決済までのオペレーションの仕組化による迅速な意思決定

### ファイナンス能力

- 創業期に多様なファイナンス手法を用いて事業を拡大
- 拡大期以降も競争優位性を強化
  - 過去実績に基づく長期借入の実現
  - 大数の法則により売却数（キャッシュフロー）が安定

？ オーナーチェンジ物件とは、入居者(賃借人)がいたままの状態ですべて売却される収益物件のこと

オーナーチェンジ物件中心、都市部中心のビジネスモデルにより、“安定的”に  
収益を稼ぎ続けることが可能

オーナーチェンジ物件中心

安定性

模倣  
困難性

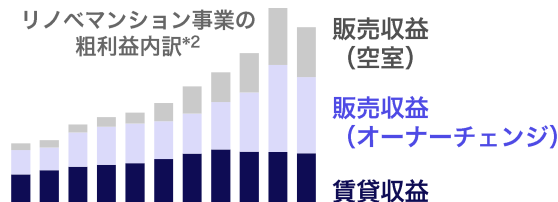
- 買取再販同業他社が競争の激しい空室購入物件を中心としているのに対し、当社は模倣困難性の高いオーナーチェンジ物件の購入を中心に据えており、再現性高く利益を生み出すことが可能

高い利益率

空室利益率 7.6%<sup>1</sup>

オーナーチェンジ利益率 18.0%<sup>1</sup>

フロー収益  
+  
ストック収益



含み益

258億円\*3

都市部中心

市場性

安定性

- 全国展開を行う中でも、需要が底堅く、安定的な収益が見込める各地域の都市部中心に事業展開を行い、高単価×ボリューム確保の両立を実現

買取再販  
事業売上

=

販売単価

×

販売戸数

スター・  
マイカ

中古マンション  
売上高NO.1

474億円

郊外ではなく都市部中心の展開  
により、同業大手よりも高単価

3,491万円

全国展開により、販売戸数  
は業界トップクラス

1,395戸

A社

300億円

1,794万円

1,673戸

B社

303億円

2,629万円

1,152戸

C社

260億円

2,400万円

1,066戸

D社

293億円

6,700万円

441戸

E社

262億円

3,944万円

664戸

全国展開

大都市圏のみ

\*1 2023年11月期当社販売物件（単体ベース）の粗利益率

\*2 2013年11月期～2023年11月期当社販売物件（連結ベース）の粗利益額推移

\*3 2023年11月期期末時点

（出所）2023/7 リフォーム産業新聞 買取再販ランキングより当社作成  
当社の売上/販売単価/販売戸数は2022年11月期実績



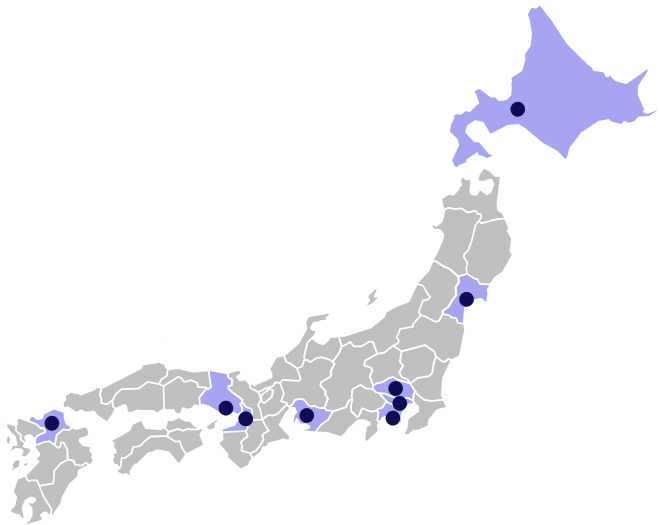
# 2

## APPENDIX

### ①市場環境詳細データ

- 日本の人口は減少していくが、都市部の減少はかなり緩やか
- 当社の主要展開エリアにおける世帯数は、横ばいで推移する見込み

当社の主要展開エリア



主要展開エリア（都道府県）

東京都 神奈川県 埼玉県 大阪府 兵庫県  
北海道 宮城県 愛知県 福岡県

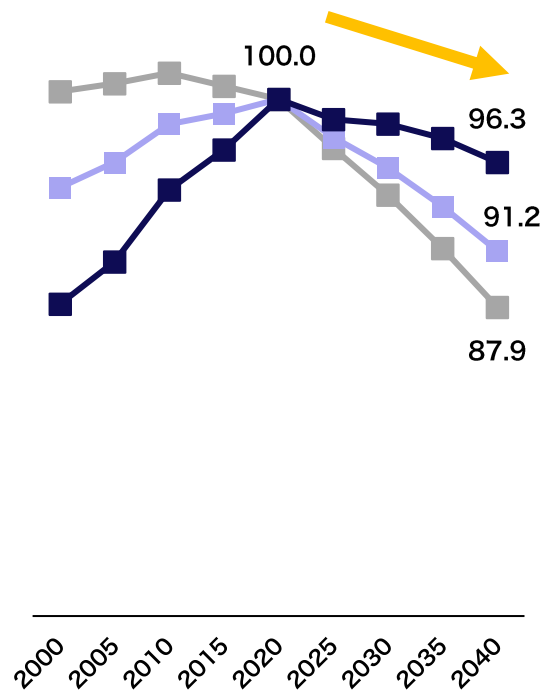
主要展開エリア（都市）

東京23区 横浜市 さいたま市 大阪市 神戸市  
札幌市 仙台市 名古屋市 福岡市

日本の人口・世帯数の推移及び将来推計（2020年を100としたとき）

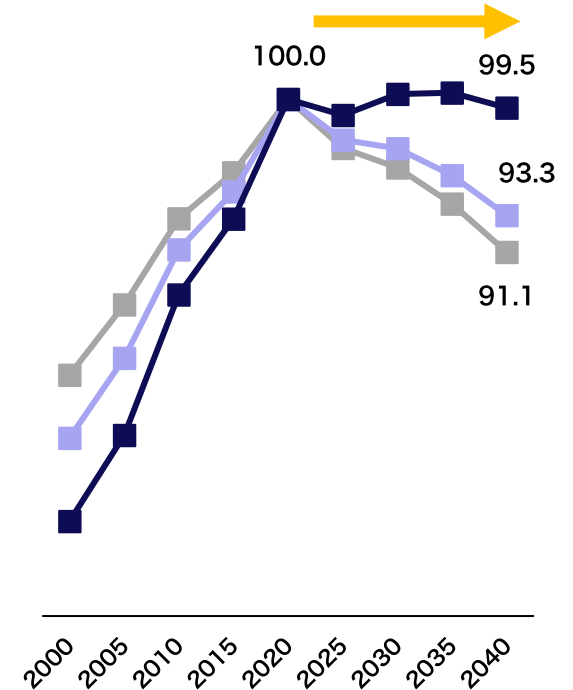
<人口の推移（指数）>

■ 全国  
■ 主要展開エリア（都道府県）  
■ 主要展開エリア（都市）



<世帯数の推移（指数）>

■ 全国  
■ 主要展開エリア（都道府県）  
■ 主要展開エリア（都市）



（出所）国勢調査、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来人口推計」「日本の世帯数将来推計」より当社作成

## 住宅ローン返済額は賃料と比較して割安感があり、持家を選択する世帯が増加

### 低金利を背景に、「割安」な月額支出

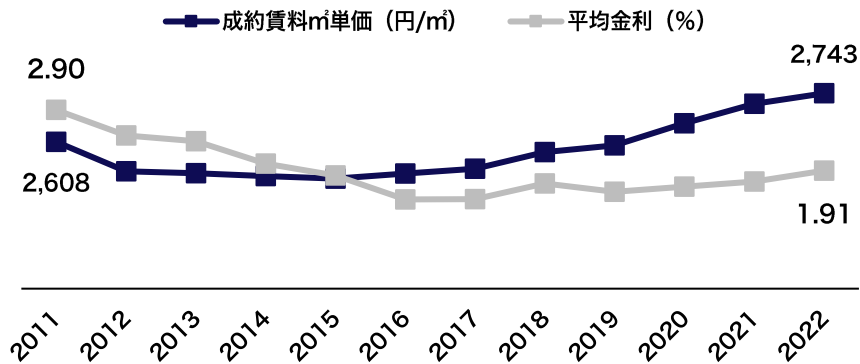
<2023/11期当社販売物件 月額支出の比較>

	「借りる」場合*1 (賃料)	ローンを組んで「買う」場合*2 (元本・利息)
首都圏	12.6万円	10.4万円
関西圏	11.7万円	8.6万円
地方都市	10.7万円	7.3万円

\*1 2023/11期当社販売物件より平均した金額

\*2 2023/11期当社販売物件を購入すると仮定し、元利均等、35年返済、金利0.500%で試算

<「フラット35」の平均金利及び首都圏マンション賃料単価の推移>



(出所)

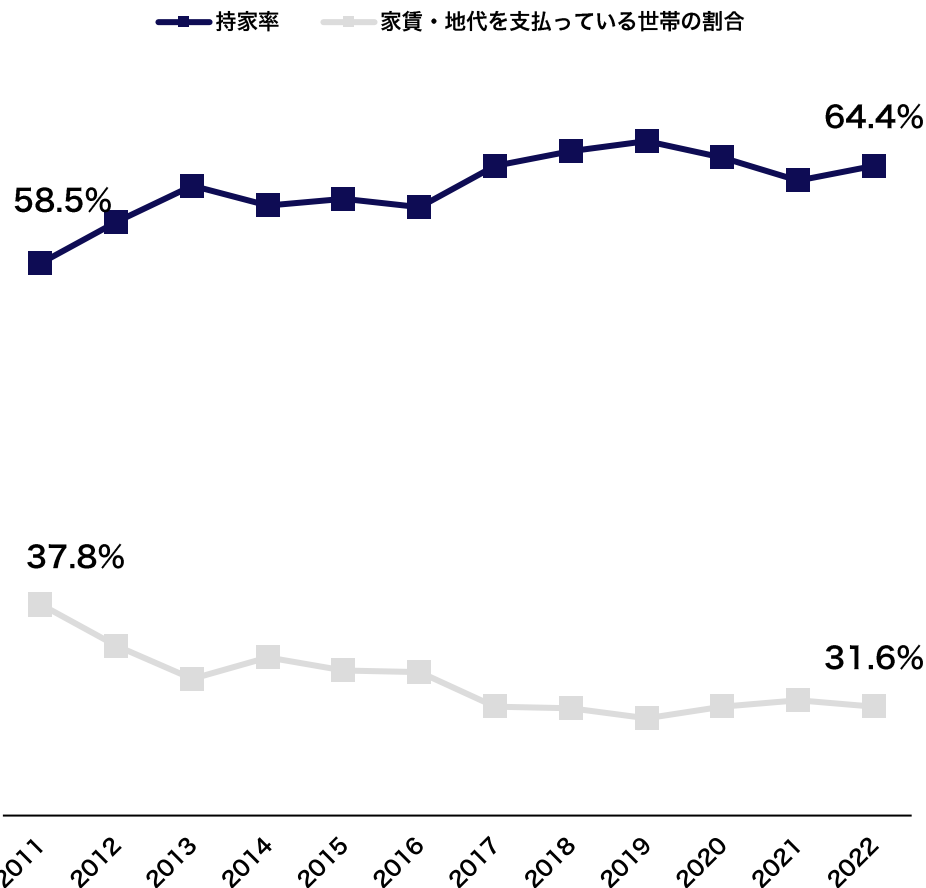
住宅金融支援機構「【フラット35】借入金利の推移」

(公財)不動産流通推進センター「不動産業統計集」より当社作成

借入金利は入手可能なデータにもとづく月次の最高金利と最低金利を単純平均して算出

### 過去20年間で「持家比率」が徐々に上昇

<持家率及び家賃・地代を支払っている世帯の割合>

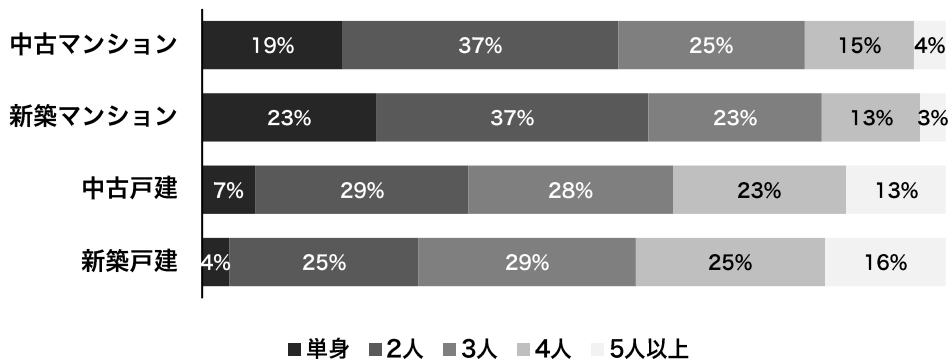


(出所) 総務省統計局「家計調査」における「勤労者世帯」の統計調査表より当社作成

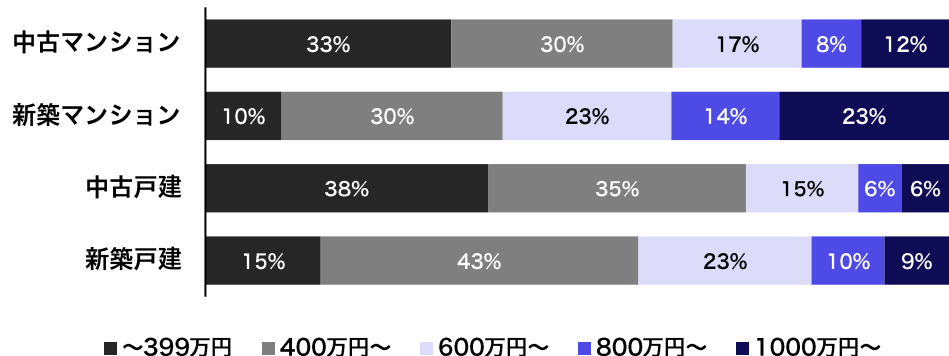
## 中古マンションは戸建と比較して、様々な世帯構成、年収帯の人々の選択肢になりうる

### 中古マンションは幅広い層から選択される

<購入者の家族数>



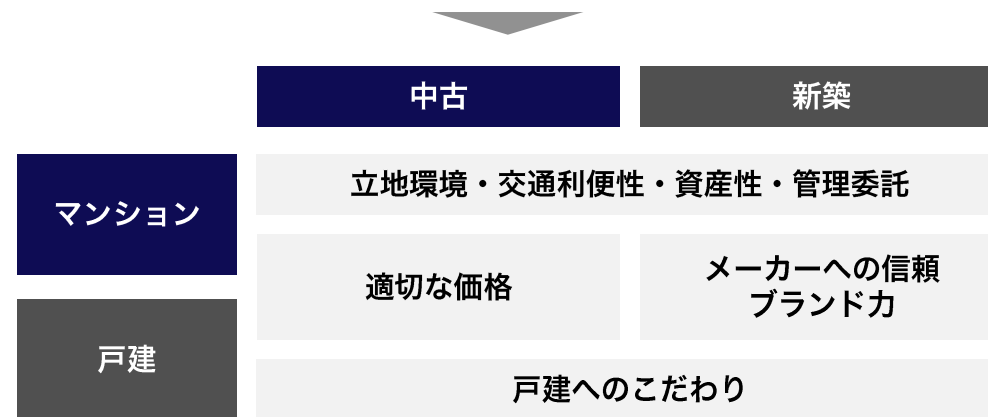
<購入者の世帯年収>



### 中古マンションは価格、立地、利便性を重視する層から選択される

住宅を選んだ理由(%,複数選択可)

	中古マンション	新築マンション	中古戸建	分譲戸建	注文戸建
立地環境が良かったから	52.2	56.9	46.9	46.6	23.7
戸建/マンションだから	37.2	52.8	62.4	59.0	42.0
適切な価格	63.1	31.6	57.9	38.0	19.5
交通の利便性	35.2	44.4	18.3	23.6	18.2
信頼できるメーカー/不動産業者	10.6	29.9	8.3	18.4	54.7
将来の売却	12.3	22.9	9.7	9.8	5.2
適切な維持管理	11.0	8.3	2.1	2.3	



(出所) 住宅金融支援機構【フラット35】利用状況調査  
新築戸建は、注文住宅、土地付注文住宅、建売住宅の合計をもとに当社作成

(出所) 国土交通省 令和4年度住宅市場動向調査

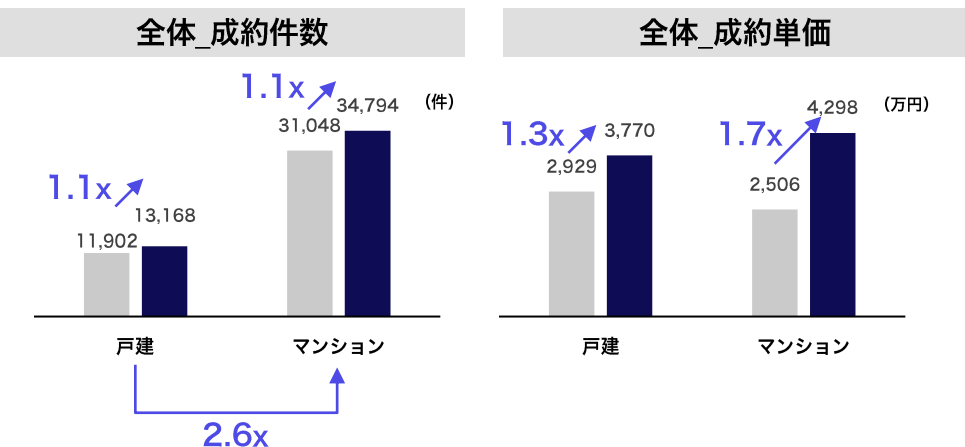
- 首都圏における中古マンション成約数は中古戸建成約数の2.6倍
- マンションは維持修繕により高寿命化が可能であり、成約物件の築古比率は年々増加

中古マンションは都市部の旺盛な需要に支えられ  
成約単価・築20年超の成約件数が大きく伸長

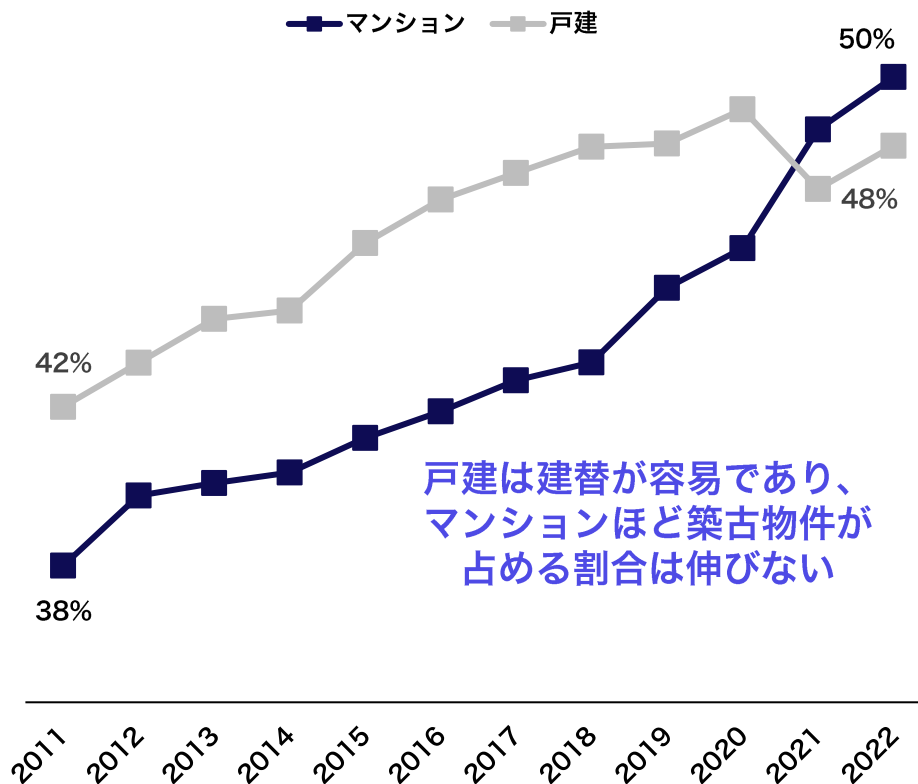
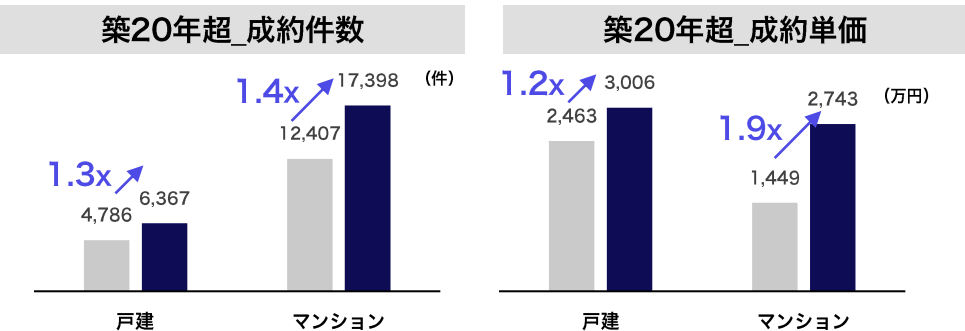
築20年を超える物件の割合は戸建・マンションともに  
年々増加傾向にあるものの、戸建に関しては頭打ち感も

<首都圏における成約件数・成約単価比較：2012年vs2022年>

<首都圏における成約件数に占める築20年以上の物件の比率推移>



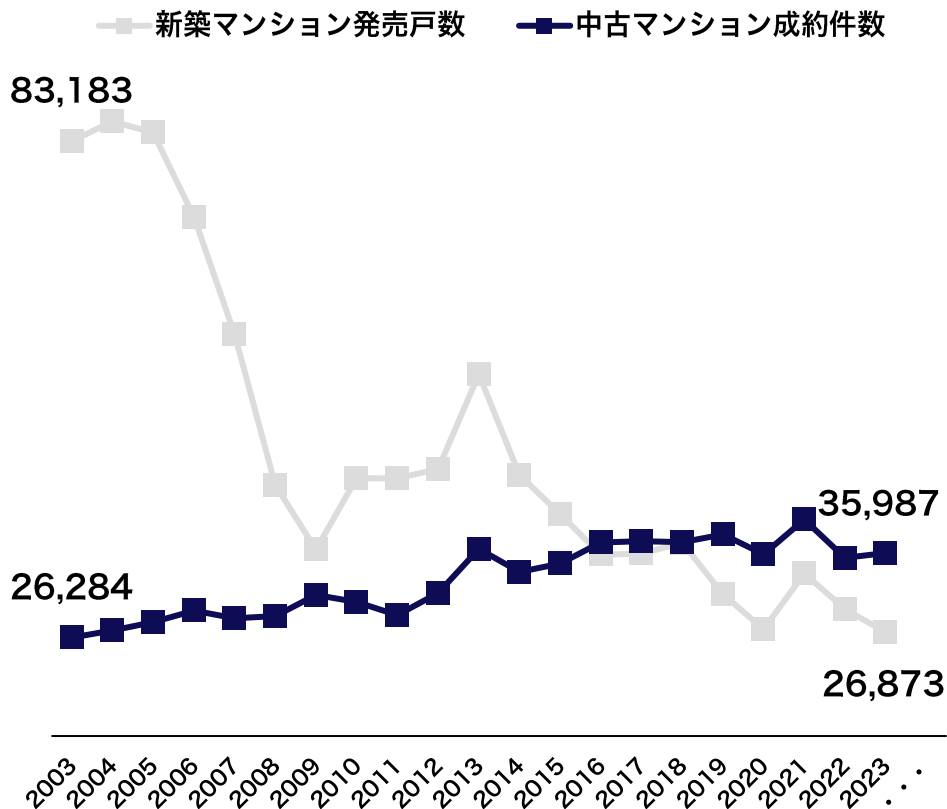
<首都圏における成約件数・成約単価比較：2012年vs2022年>



今後も中古マンション需要は底堅く、中長期的な拡大市場であると予想

2016年以降、中古マンション成約件数は新築マンションを逆転

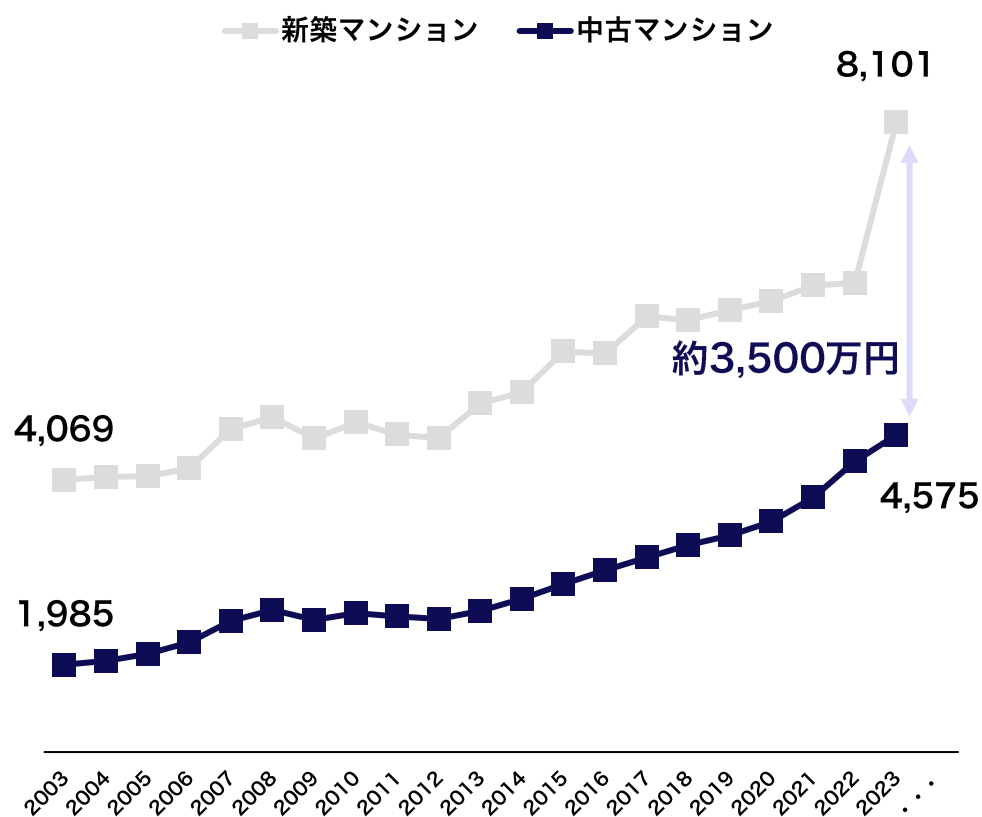
<首都圏マンション年間成約件数の推移（件）>



(出所) 株式会社 不動産経済研究所「全国マンション市場動向」及び「全国新築分譲マンション市場動向」、  
(公財) 東日本不動産流通機構「月例速報 Market Watch」より当社作成

新築に比べ、中古マンションの価格は手頃

<首都圏マンション平均成約価格（万円）>



(出所) (公社)全国宅地建物取引業協会連合会不動産総合研究所「不動産市場動向データ集年次レポート」  
株式会社 不動産経済研究所「首都圏マンション市場動向」  
(公財) 東日本不動産流通機構「月例速報 Market Watch」より当社作成

# 2

## APPENDIX

### ②サステナビリティ

## ステークホルダーへのコミットメントを明確化

「“作る”から“活かす”社会の実現へ」を企業理念（ミッション）に掲げ、公正・誠実に事業を行うとともに、社会に役立つ事業の創造へチャレンジし、「成長性」と「収益性」の双方を追求するスター・マイカグループを目指す。



### お客様

お客様の立場に立ち、プロフェッショナルとして常にサービスの向上へ努める。



### 従業員

透明性の高いガバナンス体制を構築するとともに、従業員の労働環境に配慮した職場作りを行う。



### 取引先

取引先との相互の信頼と公正な取引関係（腐敗・汚職の防止等）を築く。



### 地球環境

既存住宅流通の活性化を実現することで、環境負荷の軽減・CO2削減及び地球環境の保全に貢献する。



### 地域社会

事業を通じて日本社会が直面する課題を解決し、これからの日本社会に必要とされる存在であり続ける。



### 株主・投資家

適時適切な情報開示に努めるとともに、積極的なIRによりコミュニケーションを図る。



事業を通じた長期的な価値創出を行い、社会の持続可能性向上に貢献



\* 当社グループの行動指針 (Value)

# スター・マイカ・ホールディングス株式会社



部署 : 社長室 IRグループ

E-mail : [ir.group@starmica.co.jp](mailto:ir.group@starmica.co.jp)

URL : <https://www.starmica-holdings.co.jp/>

- 本資料に記載されている予想・見通しは、現時点で入手可能な情報及び将来の業績に影響を与える不確実な要因に係る現時点における仮定を前提としております。実際の業績は、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。
- 決算短信による決算発表は、適時開示の要請に基づき行なわれるものであり、決算短信の公表時点では監査報告書は未受領となっております。
- 本資料に記載されたデータには、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した公開情報の引用が含まれておりますが、当社がその内容の正確性・確実性を保証するものではありません。
- 本資料は、投資の勧誘を目的としたものではありません。投資に際しては、投資家ご自身のご判断において行なわれますようお願いいたします。