

2025年11月20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11月13日(木)19時00分~20時00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	:03-5989-0575

■ 2026年6月期第1四半期 決算説明資料(2025年11月13日開示)

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS05136/51391df0/dca7/4d34/a0ca/786b044e5ef8/140120251113599426.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・事業戦略

- 連結売上は 14 億円 (INVASE のグロスアップ影響大)、実質的な業績は前年並み。構成比はモゲチェック減速・INVASE 倍増。
- モゲチェック事業
 - 金利上昇と金融機関の広告費削減で、上期 ▲2.5 億円赤字見込み。
 - 実行課金への移行で一部の売上の計上が 3~6 か月後ろ倒し。
 - 特別金利(0.48%)で集客強化、KPI は申込数増だが単価下落。CPA は適正水準を維持。
 - 戦略の軸は特別金利、リアルタイム審査、生成 AI 活用。
- INVASE 事業
 - 売買モデルが早期に軌道に乗り、赤字幅が ▲4,700 万→▲400 万に改善。高属性顧客×高単価物件で収益性向上。上期、下期ともに黒字想定。
 - 売買モデルは CAPM による割安物件選定+仕入・販売・賃貸管理の一気通貫が強み。
 - 12 月から賃貸管理事業を開始。

マーケット動向

- 政策金利は賃金・物価上昇基調を踏まえ緩やかに利上げ、直近で 0.75%を想定。
- 高市政権・トランプ関税の不確実性が利上げ抑制要因。ターミナルレート見通し 1.5%は据え置き。
- 住宅ローン金利は政策金利に連動し上昇、ネット銀行の競争は一時的にやや緩み。固定金利回帰の可能性。
- 不動産価格は賃金増・ペアローン普及・50 年ローンなどで長期的には 1.5~2 倍の上昇余地。

質疑応答

【書き起こし全文】

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 取締役 CFO の平山です。これより 2026 年 6 月期第 1 四半期の決算説明会を行います。CEO の中山田さん、CMO の塩澤さんと私の 3 名でご説明差し上げます。早速ですが、第 1 四半期の概要からご説明いたします。

モゲチェックは、アゲインストの状況の中、第 1 四半期は赤字となりました。第 2 四半期についても売上のタイミングが後ろ倒しになることから、上期全体で見て 2.5 億円の赤字となりました。特別金利も 10 月から開始しておりますが、これの集客効果と実行課金による売上計上によって下期は黒字、通期でも黒字を確保しにまいります。続いて生成 AI を活用したチャットサービスを 10 月末にリリースしました。今後も継続的にサービスを改善して、生成 AI を積極的に活用していく予定です。

INVASE は総じて好調でした。赤字幅は 4,700 万円から 400 万円まで一気に縮小しております。単月黒字も達成しておりますので、上期下期ともに黒字を想定しており、通期でも黒字を達成してまいります。仕入れのチームが稼働したことで、売買モデルがうまく回っています。下期から賃貸管理事業も開始し、不動産投資に係る総合プラットフォームとして更に拡充する予定です。生成 AI を活用した不動産投資コンサルティング機能も開発予定です。

全社の決算として、売上は 14 億円となりました。昨年の第 1 四半期と比較すると、約 3 倍の規模になりますが、これは INVASE 事業の不動産売買にかかるグロスアップ分、すなわち不動産の取引価格が売上高と売上原価の両方に含まれることによる影響が大きく、これらを除くとトータルで 5 億 3,800 万となり、概ね前年同期と同じになります。ただし、事業の構成比率が変わっており、モゲチェック事業はマイナス、INVASE 事業は 2 倍の粗利を出して、非常に好調です。売上全体は、INVASE 事業のグロスアップの影響があるので大きく見えておりますが、今のところ想定内の動きで進んでおります。一般管理費についても大きな変動はございません。人件費についても微増で済んでおります。

モゲチェック事業について簡単にご説明します。金利上昇の影響を受けて、金融機関によるオンラインに対する広告宣伝費が抑制され、この影響を大きく受けました。具体的には四半期で 700 万円の赤字となっております。上期では 2.5 億円の赤字になりますので、10 月から 12 月で 2 億円以上の赤字を見込んでおります。一方で、下期は黒字を見込んでおります。上期において課金ポイントが従来通りであったと仮定すると、どの程度の利益が出たかを示したのがこのグラフ(決算説明資料 16 ページ)です。上期の財務会計上の売上は 5.4 億円ですが、これを仮に従来通りの課金ポイントで計算すると、2.5 億円ほど上乗せされる予定でした。一方で、この 2 億円は下期に持ち越され、かつ下期の売上の一部も来期に持ち越されますので、トータルで見ると約 18 億円強の売上で、4 億円強の営業利益になる想定でした。今回、下期から来期に流れる分も考慮すると、将来的には安定化した売上および営業利益になると考えられますので、安定化した段階で業績予想の修正が必要になれば、適宜開示等でご案内いたします。最後にモゲチェック事業の KPI についてです。審査申込数は前年同期比で増加していますが、厳しい状況については変わっておりません。単価は下落傾向ですが、これは銀行がオンライン向けの広告宣伝費を抑制したことによる影響です。一部の金融機関が 2025 年 7 月から実行課金を開始しておりますので、これがなければ 2.4 万円程度だと考えております。上期全体では大きく下落する予定ですので、広告宣伝比率は相対的に上昇しますが、ビジネスモデル全体に大きな問題はなく、後ろ倒しになった収益を今後認識していく形となります。前年との比較では大きな変化ありませんが、ご心配をおかけしたことはお詫び申し上げます。では、今期の戦略について、中山さんの方からご説明をお願いいたします。

(代表取締役 CEO 中山田 明、以下「中山田」)

モゲチェックのビジネスモデルをご説明します。住宅ローンはその歴史の中で、長らく不動産会社の営業担当者と金融機関の担当者が紙ベースで取り扱ってきました。その後オンライン化が進み、手続き上はユーザーが直接金融機関に申し込める時代になりました。一方で自分に合ったローン商品が分からないので、その動きをサポートしようということで、我々がオンラインモーゲージブローカーとしてビジネスモデルを作ってきました。昨年までは非常に金利も低く、貸出競争が激しい環境でしたが、現在は金利ある時代となり、金融機関が預金獲得競争を行う状況に変化しました。それによって金融機関はオンラインの広告宣伝費を削減し、これまでの伝統的な不動産会社営業や銀行代理を活用した従来型の住宅ローンマーケティングに回帰する動きになっており、現在はアゲインストな状況で減収減益となっております。一方で我々はこの動きが一時的なものだと考えており、オンライン化・AI化は急速に進んでおり、様々な最新サービスが提供されるような時代になっておりますので、我々もそれに向けてサービスを開発しております。これらを踏まえて、今期の戦略としては3つです。

1つは特別金利で、モゲチェックを通して申し込むと、特別な条件で住宅ローンが借りられるというものです。現在モゲチェック特別金利0.48%を提供していただいております、10月から販売を始めております。金利が上がっている環境で、住宅ローンの平均金利は0.6~0.7%になっている局面で、0.4%台のローン商品を出していることは大きな強みであり、おそらく日本最安の金利ではないかと思っております、集客を伸ばしているところです。売上計上としては実効課金になった影響で3ヶ月から6ヶ月ほど後ろ倒しになりますが、金融機関側とより密接な関係を築き、いい条件の商品を提供していただけるという点で非常にプラスなので、このような取り組みを進めながら、モゲチェックで住宅ローンを選んでいただくという動きをいろんな金融機関と広げていきたいと考えております。

2つ目は、リアルタイム審査です。弊社で蓄積したビッグデータを活用して、様々な金融機関のローン審査が瞬時に通るか通らないかを判断ができるというサービスを提供しています。今後リアルタイム審査の対応金融機関を広げていきたいと考えております。

3つ目はAI化です。10月末に、生成AIを活用したチャットをリリースしています。これはいわゆるルールベースのチャットではなく、本格的なRAGを構築しており、LLMを使って、ユーザーの質問に我々の知識とシステムプロンプトで、会話形式で返答していくことができます。他社に先駆けて、まずは住宅ローンの領域で一般的な質問に答えるというチャットをリリースしております。これがモゲチェックのAI化の第一弾となります。第二弾としては住宅ローン診断を行い、借り入れられるか判断した上で、住宅ローンの提案を生成AIによって説明するというのをやろうとしております。さらに、提案後の住宅ローン申込に係る手続きのサポートも生成AIで対応していこうという開発も予定しており、2026年6月末までにリリースしようとしております。住宅ローンの質問対応から診断結果の提供、その後のフォローも含めて、全て基本的には生成AIの技術で対応するということになり、モゲチェックの完全なAI化を実現しようとして開発しております。さらに今後、家選びからローン探しまで生成AIの動きによって大きく変わっていくと予見しており、AIエージェントがユーザーの代わりに様々なウェブサイトを検索し、ユーザーのニーズに合った物件のアドバイスをしていく時代になると考えております。モゲチェックのAI化を進め、他のAIエージェントとつながるための仕組みづくりを行い、モゲチェックを拡散できればと考えております。

(平山)

次に、INVASE事業についてPLを用いてご説明します。グロスアップ部分を除いたPLをお示しすると、4,700万円の赤字から400万円の赤字まで急激に改善いたしました。売上についても前年同期比で倍増しております。2025年6月期の第4四半期と比較しても1.4倍程度になっております。非常に好調な理由は売買モデルがうまく回っているためです。弊社のお客様は年収1,000万以上の高属性の方が多く、取り扱う物件の価格帯も高いことから、その仲介手数料、あるいは売買による差益として表れる収益性が高くなっています。2025年3月から始めた新しいビジネス

モデルですが、急激に拡大しております。今後もこれは続くものだと考えておりますし、仕入と売上の両輪を高速回転・拡大させていく予定です。業績予想については上期・下期ともに黒字で、上期よりも下期の方が伸びていきますので、売上としては上期の 1.5 倍が下期になる予定です。それでは、INVASE 事業の事業環境と戦略について、中山田さんの方からお願いします。

(中山田)

モゲチェックと対称的にフォローの風が吹いていますが、インフレが顕在化しており、不動産価格は上昇しております。資産運用として不動産を自分のポートフォリオに入れたいと考える方が増えているため、今、非常に熱いマーケットになっています。弊社では不動産を金融商品として捉え、洗練された不動産投資ビジネスのサービスを作ってきました。従来の仲介モデルは、手数料率約 3%という非常に薄いマージンで、かつ買手の競合にも競り負けやすい事情がありました。それを自社で不動産の価格分析をしながら、割安物件を見つけ、その物件を自社で購入し、物件を確保した上で、ファイナンス提案とセットにして投資家にご提案していくという、売買モデルを今年から本格的に始めました。それが今軌道に乗りつつあるという状況です。このプライシングモデルを弊社では CAPM(キャップエム)と呼んでおります。不動産投資の代表はワンルームマンションですが、我々が着目しているのはいわゆるファミリータイプと呼ばれるものです。全く同じ物件であっても、それを投資用として買う場合と、自己居住用として買う場合で価格が異なり、投資用が安く自己居住用が高いという現象が実際に起こっています。一物二価の現象です。投資用として買って、自己居住用として売却することで、安く買って高く売ることができると、ある意味で裁定取引の機会を投資家さんに提供することが可能です。そのような物件に着目して CAPM も活用しながら売買モデルを回していくというのが我々のサービスモデルです。それが今、非常にうまくいっているという状況です。売買モデルは単に売って終わりというのではなく、当然に物件を仕入れる必要があるため、専任の仕入チームが必要となります。さらには、買っていた投資家には賃料が入りますが、賃借人が抜けた時に新しい賃借人を探してきたり、壊れた部分の修繕をしたりする賃貸管理(プロパティマネジメント)も必要となります。2025 年 11 月には賃貸管理の責任者を採用し、12 月から自社で賃貸管理事業を立ち上げる予定です。したがって、仕入・販売・管理の 3 つの機能がよいよ今年揃って、来年から総合的な不動産投資サービスとして展開していきますので、収益は拡大していけると考えております。

また、INVASE はもともと不動産投資用ローンの媒介としてスタートしておりますので、投資家が保有する、ないし他社で購入を検討している物件へのローン付けサービスの提供やローンの借換サービスも提供しております。ローン単体の支援サービスも含めて、投資用不動産のビジネスをやっている事業者は、弊社だけではないかと自負しておりますので、今後も広げていきたいと考えております。

最後は INVASE サービスの AI 化です。不動産投資に興味を持ったお客様に対して、まずベーシックな質問には AI アドバイザーが対応し、個別物件の提案になった段階でヒトのアドバイザーがコンサルティングするというハイブリッド型を構想しています。生成 AI は日々ものすごいスピードで進化していますので、我々も積極的に技術を取り入れ、サービスの AI 化を進めていこうと考えております。

(平山)

続いて、業績予想の修正についてご説明します。INVASE 事業の不動産売上が好調だったことを受けて、これまで純額で計上してきた売上の一部がグロスアップされ、総額表示されたことによるものです。仲介(純額表示)と買取(総額表示)の比率を過去の実績に基づいて仮定して計算しております。一方で、物件の単価によっては粗利が大きく変化するので、今回はその点を反映することではなく、営業利益以下は変えておりません。今後、不動産売買モデルの粗利率が大きく変動するようであれば改めて業績予想を修正しますが、今回はまだ高い蓋然性で見込める状況にはないということです。ビジョン 2030 も引き続き掲載しておりますので、もしよろしければご確認ください。最後に金利を含

む市場動向について、塩澤さんよりご説明いたします。

マーケット動向

(取締役 CMO 塩澤 崇、以下「塩澤」)

まず、日本の金利動向として、政策金利と住宅ローンの金利をお伝えします。政策金利については緩やかな利上げを想定しています。要因は賃金と物価が相互に参照する形で上昇していくことが見込まれるためです。実際に春闘が10月から始まりましたが、おそらく前年と同じような高い水準になることが予想されます。その結果賃金が上がれば、金利も引き上げてよいという日銀の判断が十分に考えられます。おそらく12月から1月には0.25%引き上げ、政策金利は0.75%になると見立てております。一方で緩和継続要因も2点あります。1点目は政権が高市首相に変わったことでアベノミクスを継承し、利上げ抑制の働きが強まる可能性があります。2点目はトランプ関税です。この不確実性の霧はだいぶ晴れてきていると思いますが、まだ十分には晴れ渡っていません。

続いて住宅ローン金利についてです。基本的には政策金利とフルスライドする形で、合わせて上昇する想定です。その中で銀行の動きについては、引き続きネット銀行の一部で住宅ローンの貸し出し競争から抑制気味ですので、従来に比べるとやや弛緩した金利競争状態と捉えております。とはいえ、1月から住宅ローンのピークシーズンを迎えますので、どこかの銀行が金利キャンペーンを実施する等の動きは十分に考えられます。また、変動金利と固定金利ですが、金利差が減少する傾向にあります。現状はまだ変動金利の人气が高く、約8割から9割程度のシェアを取っています。もう一段階金利差が縮まると、固定金利の人气が高まるかもしれません。そうすると、フラット35やネット系メガバンクの10年固定へのシフトが考えられます。

次のページ(決算説明資料64ページ)が今後の政策金利の見通しです。2027年に1.5%という水準になると考えており、前回の決算発表から変更はありません。高市政権に変わったことにより、1.5%までいかないという可能性もございますが、その際はまたご説明できれば幸いです。

最後に不動産価格の今後について、住宅ローンという観点からお伝えます。結論、都心部を中心に不動産価格は今後10年間で1.5倍から2倍ほど上がる余地があると考えます。基本的に不動産と金融は表裏一体ですので、金融が緩めば不動産価格もそれに応じて上がっていきます。その観点で、上昇要因と下落要因があります。上昇要因については3つです。1つ目は賃金上昇です。賃金は現在2%から3%程度上昇していますので、これが続けば住宅購入予算も1.3倍から1.4倍に増えます。2点目はペアローンです。現在ペアローンの比率が全体の25%程度ですが、日本全体での共働き率が約60%と言われてしますので、最大50%程度のペアローン比率になりうると考えます。そうすると、1馬力から2馬力の住宅購入予算になりますので、これも不動産価格を引き上げる要因になります。3点目は50年ローンと団信の上限年齢85歳以下という観点です。50年ローンについて、借り入れる年数が伸びれば伸びるほど毎月の返済負担は減り、住宅購入予算も増やすことができます。同じものを買うにしても、今まで35年420回分割だったものが600回分割になりますので、高い物件に手が届くようになります。加えて、昨今は住宅ローンの商品競争が激しいことから、団信保障の上限年齢が金融機関次第では満80歳となっていますが、これが85歳まで延びる可能性があります。日本人の健康寿命も延びていますので、より多くの人々が50年ローンが使えることになります。下落要因としては、主に金利の上昇が挙げられます。理論的には、金利が1%上昇すると不動産価格が15%程度押し下げられます。これは、同じ住宅ローン残高に対して返済できる金額が減少するため、物件価格を下げざるを得ないことに起因しています。

まとめると、全体としては上昇要因の方が強く、将来的には不動産価格が1.5倍から2倍に上昇する可能性があるとの見立てです。ここから自社に関して言えることとして、特にINVASEに関わりますが、不動産投資において売買

代金が上がると当社の利潤も増えますし、値上がり益が期待されると、売り手・買い手が増えますので、当社のビジネスにとっても大きなチャンスだと考えています。また金利上昇に関する報道が盛んになると、自然とモゲチェックへの注目度も上がっていきます。

質疑応答

モゲチェック事業関連

Q.モゲチェック事業の業績は予想通りか。

A.予想通りです。前回の業績予想時点で厳しい状況を想定していましたが、その範囲内で動いています。当面は厳しい環境が続く見込みですが、住宅ローン市場は規模が大きく安定しており、現在の状況は一時的なものと認識しています。

Q.売上単価が上がらなかった理由及び CPA が上がらなかった理由は何か。

A.売上単価が上がらなかった理由は、厳しい金利環境下で金融機関側の広告宣伝費が抑制されているため、当社への支払原資が減少しているためです。CPA が横ばいである理由は、マーケティングチームの努力によるものです。モゲチェックの認知が上がれば、自然に流入して下さるお客様が増えますので、「住宅ローンといえばモゲチェック」という状況を目指して今後も認知向上を進めていきます。

なお、金融機関が広告宣伝費を削ったことで、当社だけでなく競合他社も同様に厳しい状況となっています。その状況下で、当社は引き続きオンライン上で最大のシェアを確保していますが、シェアの少ない他社は市場撤退にまで追い込まれております。その結果として、競争環境が緩和し、さらなる CPA 低下の余地が生まれています。

Q.住宅ローンに対する銀行の姿勢に変化はありますか。

A.一部のネット銀行では、集客を抑制する動きがあります。一方で現在は預金獲得のキャンペーンをやっておりますので、獲得の目処がつき次第、改めて住宅ローンを拡大する方向に舵を切ると見立てております。現在、住宅ローン分野はやや冷えています。一時的なものであると捉えております。

Q.モゲチェックの第 2 四半期の利益が大きく落ち込む理由は何か。

A.モゲチェックは第 1 四半期 700 万の赤字ですが、第 2 四半期 2 億以上まで落ち込みます。これは、特別金利を提供する銀行が 10 月から開始しており、審査申込は多いものの、手数料売上が融資実行後に計上されるため、広告宣伝費を使って集客をしても、その売上が入ってくるのは 1 月以降になることが影響しています。そのため、広告宣伝費を使った分、基本的には赤字が膨らんでいく状況が第 2 四半期ですので、第 1 四半期よりもかなり厳しく財務上は見えるということです。ただし、これは下期以降の利益として反映されるため、通期で見れば過度に悲観的になる必要はございません。

Q.決算説明資料 25 ページに SUUMO やホームズの名前が出ているが、具体的に連携の話はあるか。

A.ホームズとアットホームについては、既に連携を開始しております。SUUMO については分かりやすく今回のスライドにて図示しただけです。ホームズやアットホームのウェブサイトでは住宅ローンのシミュレーションとしてモゲチェックのボタンが付いており、物件を選ぶ方が簡単に住宅ローンを探せるような状況になり始めています。

AI については、他社の情報となりますので、当社では把握できておりません。一方で、昨今のこの AI 化の波を踏まえると、当然のことながら開発しているだろうという見立てを当社では持っておりますので、プロダクトが出てきた暁には、さらなる連携強化を進めていきたいと考えております。

なお、図中の「AI エージェント」は概念的なもので、不動産サイトやパーソナライズされたユーザー向けにエージェントが情報を収集・提供するイメージでおります。不動産を選ぶエージェントに、住宅ローンのノウハウを我々の AI エージェントから提供してあげる、あるいは、その外部のエージェントが当社にアクセスしやすくなるような仕組みを作る想定です。将来的には、当社 AI エージェントが住宅ローン情報や特別金利の条件などを提供し、最終的にユーザーに届ける仕組みを目指していきたいと考えております。

当社では生成 AI に全振りしている状況です。ポイントは 2 つあり、1 つが AI フレンドリーであること、2 つ目がプレーンな生成 AI と差別化できていることだと考えております。AI フレンドリーとは、要は AI が様々なサービスにアクセスしてくる時にデータが読み取りやすく、データ連携しやすいような構造になっていることが重要です。プレーンな AI との差別化とは、簡単な住宅ローンの比較や相談は現在 ChatGPT でもできてしまいますので、それを上回るような付加価値をいかに出していくかという点です。与信分析や特別金利などの強みに生成 AI の技術を使いながら磨きをかけていき、一般的な生成 AI が浸透したとしても、住宅ローンならではの相談をするならモゲチェックが最適であるという認識をユーザーにもっていただき、使っていただくことが大事です。この 2 点は軸をぶらさずに、しっかりと芯を食った打ち手を出していきたいと考えております。

Q.モゲチェックの利用者数が前四半期より減少しているが、広告宣伝費を削ったからではないのか、もっと広告宣伝費をかけてもよいのではないのか。

A.四半期ごとのトレンドを考えると、第 1 四半期は審査申込数が大きく伸びる時期ではございません。特別金利の銀行の有無によって審査申込数が上下するため、広告宣伝費を大量にかけたからといって件数を比例的に増やすことができるわけではありません。オンラインにおけるマーケティング費用の考え方として、とある閾値ギリギリまで効率よく取りに行っても、その閾値を超えた瞬間にもものすごく効率が悪化するようなポイントがございます。これを日々探りながら、CPA を低く保ちながら、最大値で審査申込数を取っていくということを行っています。それが売上に対して 50% のラインということで、我々の中では決めてやっているところ です。今後は課金ポイントが後ろ倒しになりますので、一時的に効率が悪化して見えますが、一定の審査申込数を確保するために容認しております。

Q.提携先としてネット銀行やメガバンクだけでなく地銀や信金などに拡大しないのか。大きく取れないのであれば、小さい送客先を大量に集められないのか。

A.基本的にはネット銀行を中心とした金融機関開拓及び連携強化を行う方針です。地銀・信金は商品性やオンライン申込のオペレーション観点で劣る部分があり、当社のスマホ・AI サービスと相性が悪いことが少なくありません。全国のユーザーに対して低金利で集客できる強みのある銀行と当社はお付き合いしたいと考えておりますので、自然とネット銀行が最優先になってきます。

Q.中期経営計画で申込から融資実行に至る率を 12%と仮定しているが妥当な水準なのか。

A.詳細な数値は非開示ですが、保守的に見込むと 12%程度になります。銀行によってはもう少し高い場合も当然あります。住宅ローンの申込の傾向として 1 件だけで住宅購入に至る方は少数であり、複数申込の末に購入・融資実行に至るケースが多く、仮に平均的に 4 件申込を行った場合、実行率の最大値は 25%となります。そもそも審査を申込された方のうち、2 割程度の方は、年収やクレジットの問題で審査承認に至らないこともありますので、その母数から考えると、融資実行に至る率を保守的に見込んでも 12%というのは妥当な水準だと捉えております。なお、ウェブ経由の申込における実行率は概ね 10~15%であり、12%は合理的な水準と考えています。

Q.特別金利導入の見通しはいかがですか。

A. 拡大に向けて尽力しておりますので、今後にご期待いただければ幸いです。

INVASE 事業関連

Q. 仲介から売買にシフトすれば差益が取れると想定するが、業績予想の修正で利益が増えていない理由は何か。

A. 業績予想は粗利ベースで作成しており、不動産売買の粗利率はまだ実績が少なく、通期でどれほどになるかは見込めておりません。今後の不動産売買モデルの粗利率等が良ければ当然営業利益以下も修正し、悪ければ逆に修正する方針です。高属性のお客様に良い物件を提供し、差益を獲得して利益上振れを目指します。

Q. INVASE の売上全体に対して広告宣伝費が高いと感じるが、具体的に何に使っているのか。

A. オンライン広告に使っております。例えば「不動産投資」「不動産投資 ローン」等で検索いただくと Google の広告で出てきますし、一度 INVASE を検索された方は、リターゲティングによって他のサイトをご覧になる際に、当社のバナーが大きく出るようになってきているかと思えます。オンラインでの集客が必要な理由は、良質な買い手を常に探索して物件販売に繋げるためです。一方で、不動産投資をやられるような高属性の年収の高い方については、ご紹介によるケースも少なくありませんので、ご紹介とオンラインでの集客両方をハイブリッドでマーケティングしております。

Q. INVASE 売上 50 億円目標はどのようなものか。

A. 粗利ベースでの 50 億円を目指しています。物件の売買が大半になった場合など状況によっては変更も起こり得ますので、現時点ではこの数値は粗利ということだけご認識いただければ幸いです。

Q. 販売用不動産が資産として 2.5 億円あるが、売上に比して在庫金額が少ないように感じた。販売用不動産と売上の関係性、販売サイクルを教えてください。

A. 2.5 億円は 2025 年 9 月末時点の残高であり、最大値等を示すものではありません。また、この 2.5 億円の販売用不動産が 2025 年 10 月末には概ね売却済みであることから、在庫を持つこと自体が大きな問題になるとは捉えておりません。物件の回転期間については、概ね 1 ヶ月から 2 ヶ月で売却契約が完了するスピードでビジネスを進めています。

Q. 最大いくらまで在庫を持てるのか。

A. こちらは他社様および銀行との関連もありますので、回答を控えます。

Q. 賃貸管理を始めるとのことだが、今後は利用者が増えるほど管理物件が増え、ストックビジネスとして拡大していく想定でよいか。

A. その想定です。LTV の向上と考えています。売って終わり、買って終わりではなく、管理まで踏み込んでお客様との接点を増やしていきます。管理収益単体ではあまり多くない想定ですが、お客さまと接点を増やすことで、アップセル等を増やしていくことが戦略の一つです。

一方で、賃貸管理はストックビジネスとして安定的な収益をあげる可能性もあります。一定規模の経済を働かせる必要がありますが、1,000 や 2,000 件となれば、十分な売上が見込めると考えております。売買モデルで物件を売っていくにあたって、賃貸管理を一貫して取り扱っていることは優位に働きます。さらに金融機関の立場でも、販売業者が責任を持って物件管理を行っているかどうかは注視しており、自社で管理しない会社には融資を提供しない金融機関もありますので、この取り組みを始めることで収益拡大だけでなく、融資もつきやすくなると考えています。これにより、ようやくフルセットの不動産投資サービスになると考えます。

Q.INVASE 事業のボトルネックになりうるのとは何か。

A.仕入販売のスピードと物件単価です。物件価格が上がれば上がるほど当然売りづらくなりますし、購入できるお客様も限られてきます。一方で、INVASE の強みは良質なお客様を抱えていることでもあり、売買モデルを立ち上げた瞬間からすぐに決済に入り、収益が改善して単月黒字化できているというのがその証拠だと思っています。これは仕入販売のスピードと単価、これら両輪が組み合わさっているものだと考えています。

その他

Q.政局の変化がビジネスに与える影響はありますか。

A.金融緩和が続くということですので、不動産市場としては追い風だと認識しており、INVASE 事業にとっては大きな追い風になると考えております。

Q.前回の決算発表時から金利の見通しに変化はありましたか。

A.大きな変化はありませんが、高市氏が首相に就任されたことで、利上げは抑制される可能性があります。今後、市場が意識し始めるポイントが政策金利 1%で、一定数のエコノミストはターミナルレート 1%と見込んでおりますので、ここに到達したタイミングで市場が騒ぎ出すと考えております。その時に日銀もしくは政府からこういったメッセージが出されるか次第で、1%で本当に頭打ちになるのか、もう一段階上昇余地が残るのかが見えてくると思います。

Q.不動産管理は別部門を作るのか、M&A の予定か。

A.自社で行います。賃貸管理チームの立ち上げを行い、今月責任者を採用しております。12 月から賃貸管理を開始しますが、既に INVASE ではお客様を抱えていますので、適宜管理を切り替えていただくか、あるいは買ったお客様に管理を我々に任せていただくか、というアプローチを考えています。そのため、M&A のような方針は現段階ではございません。ただし、可能性は当然ゼロではございませんので、もし何かあれば開示したいと思います。

Q.現預金の使い道はどう考えているか。

A.物件の仕入で一部使っております。長期的には広告宣伝費、認知施策、そして AI・データサイエンティストの人件費が高騰しておりますので、人件費に充てる予定です。これは一貫して資金使途としてお伝えしているものから、大きな変更はございません。金融機関から順次借入を行っていることは発表しておりますが、長期で借り入れるのか、あるいは短期の枠を確保するのか、枠をどのように運用するのか、仕入れて使うのか広告宣伝費で使うのか、といったことは社内で継続的に議論しております。

最後に

(平山)以上、本日もたくさんのご質問をいただき、ありがとうございました。

IR のイベントとして、神戸投資勉強会が 11 月 22 日(土)にございます。また、年明けの 2 月中旬に IRTV の投資家サミットにも登壇予定です。直接ご質問いただけましたら、その場で基本的にすべてお答えしますので、セミナーに参加される方はぜひご質問ください。IR サイトでも適宜質問を受け付けており、直接ご回答差し上げます。

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願いいたします。