

## 株式会社オープンハウスグループ 2023年9月期決算

### カンファレンスコール 及び 決算説明会 要旨

---

- 2023年9月期は、中期経営計画「行こうぜ1兆!2023」に掲げた目標を大きく上回り、売上高1兆1,484億円、全セグメントで売上高、営業利益の増収、増益を達成。
  - 3カ年（2024.9期～2026.9期）の基本方針を策定。  
3カ年の利益前提のもとでの財務方針、成長投資方針、株主還元方針を設定。
  - 2024年9月期の業績予想は、売上高1兆3,000億円、当期純利益925億。  
株式会社三栄建築設計（以下「三栄建築設計」という）の連結を開始、売上高は増収、当期純利益は負ののれん発生益を含め増益。
  - 1株当たり年間配当金は2円増配の166円。総額100億円の自己株式の取得も発表。
  - 今期は、三栄建築設計の経営の正常化、全社としてのガバナンス・コンプライアンス、顧客満足、人材採用に注力。
- 

### アナリスト・機関投資家向け カンファレンスコール

開催日時：2023年11月14日 17時30分

スピーカー：専務取締役CFO 若旅 孝太郎

#### <質疑応答>

【質問①】戸建事業の今期予想においてエリア別の状況はどうか。

【回答①】売上高 首都圏横ばい、地方と賃貸戸建は良くない

売上総利益率 通期：15%、上期：15%台半ば 下期：14%台半ば

（参考）

4Q販売契約 全体△13.5%、首都圏△5%、賃貸戸建△50%、関西±0

【質問②】戸建の在庫は今後減っていくのか、まだ増えるのか。

【回答②】目線を厳しくしているため仕入は増えていない。在庫は今後減る見通し。

【質問③】地場戸建業者は、土地を安く買える状況ではなくても、仕入をしているようなので、いつまでたっても安く買えないのではないか。

**【回答③】** 個社の事情により薄利でも仕入れることがあるかもしれないが、時間の経過の中で正常化されるとみている。

**【質問④】** 賃貸戸建として、ケネディクス以外のファンド、自社リートへの販売、固定資産への振り替えはあるか。

**【回答④】** 特にない。グループ内のリートへの販売もない。

**【質問⑤】** 収益不動産の今期の成長要因として、インバウンド向けは寄与するのか。

**【回答⑤】** インバウンド向けに販売する海外営業部は、重要なポイントの一つ。

**【質問⑥】** 米国不動産の販売において、米国の住宅ローン金利上昇の影響はないか。

**【回答⑥】** 特に影響はない。日本の投資家は、手元資金の方もいるが、半分程度は当社（国内）の融資で買っている。

**【質問⑦】** 利益前提とする当期純利益 2,500 億円（3 年累計）のダウンサイドリスクとしてどんな場合が考えられるか。

**【回答⑦】** 仮に急激に金利が上昇したら厳しくなるが、在庫の回転を速くするなど、一早く回復できる状態にしておくことが重要で、現状も維持できている。

**【質問⑧】** 財務方針とする自己資本比率が 35%を下回りそうな場合、内部留保と配当のどちらを優先するのか。

**【回答⑧】** あくまでもケースバイケースになるが、自己資本比率の維持は選択を迫られるほど無理な水準ではないとみている。

---

## 決算説明会

開催日時：2023年11月15日（水）10時00分

登壇者：代表取締役社長 荒井 正昭

専務取締役CFO 若旅 孝太郎

### <経営方針及び環境認識>

#### ■売上高1兆円を達成

「行こうぜ1兆!2023」、3年前の「Hop Step 5,000」と駆け足で成長を続けてきた。この10年間、不動産業界にとっては追い風が続いたが、これからの環境は不透明。成長を志向し続け、業界でのポジションをより高めるため、今は何をすべきか考えた。この3年間は、次の飛躍に向けて、足場固めをするべき時期であるとの結論に至った。

#### ■3カ年の基本方針

今後の環境変化に伴い、金融機関の不動産に対する姿勢が厳しくなるかもしれない。三栄建築設計の買収では、素早い意志決定とそれを可能とする財務体質が功を奏した。安定的な配当（配当性向20%以上）と機動的な自己株取得による株主還元を実施。

<指標> (注)金額は2024.9期から2026.9期までの累計

当期純利益の前提	2,500億円（≒800億円×3年+負ののれん125億円）
財務方針	自己資本比率 35%、ネットD/E比率1倍以内
成長投資方針	投資額 5,000億円（M&A 3,500億円+既存事業投資 1,500億円）
株主還元方針	株主還元額 1,000億円（配当600億円、自己株取得400億円）

#### ■戸建事業の現状と見通し

コロナ以降の3年間、住宅に対する購買意欲が上昇し、将来の需要まで先食いした。供給が需要を上回るため、処分するのに値下げが増え、利益率が低下。体力のある大手は価格を下げて、顧客を取り込んでいくことができる。今後、大手の市場占有率が上がり、中堅以下で淘汰される会社があるかもしれない。

#### ■投資用不動産の金融政策変更の影響

長期金利が上昇、住宅ローンも上昇傾向で、金融環境は厳しめに見ている。現在、市場には金が余っている。富裕層の金融資産も年々増加。富裕層に対しては、米国不動産、投資用不動産が順調に売れている、競合も少ない。

## ■三栄建築設計のM&A

当社は、同業としての高い情報収集力と早い意志決定により、安く買うことができた。ホーク・ワン前社長を社長に登用。ホーク・ワンの売上高はM&A前の倍に成長した。役員体制等を強化し、金融機関の信用回復、経営の正常化を優先して進める。

### <質疑応答>

**【質問①】** 戸建の供給過剰が、今後1年くらいで落ち着くとみる理由は。

**【回答①】** 戸建の在庫は、概ね1年程度で一巡するため。

供給過剰でも、値引きをすれば必ず売れるが、購入される総数は変わらないので、各社は在庫を減らすために仕入れを抑える。在庫水準が正常化し、仕入を再開する頃には、仕入れ値は下がっているだろう。

**【質問②】** 厳しい環境の中で、販売の秘策があるのか。インセンティブは変更するのか。

**【回答②】** 特別上品な会社を目指す訳ではないが、ファイトがあり、かつ丁寧で、コンプライアンス、顧客満足の意識を持った営業を心がける。

インセンティブは、1年前から固定給の比率をアップするよう変更している。

**【質問③】** ガバナンス・コンプライアンスの徹底が、営業のブレーキになっていないか。

**【回答③】** 厳しく指導しているが、ブレーキにはなっていない。過去にも、働き方改革等の意識改革を実施したが、それによって販売が低下することはなかった。

**【質問④】** 前期4Qに、賃貸戸建の販売契約が伸び悩んだ理由は。今期の見込みは。

**【回答④】** 買手のケネディクス社の投資のタイミング等もあったようだ。当社としては、金利上昇局面で、賃貸戸建を持っておくことは重要。アメリカでは、金利上昇局面で購入から賃貸への流れがある。今期は急激に伸びるとは見込んでいないが、物件の仕入の際から、一般顧客、賃貸用のどちらにも販売することができるようにしているため、賃貸用が減少しても戸建全体への影響は軽微。

**【質問⑤】** 前期4Qに、関西の販売契約が伸び悩んだ理由は。関西特有の要因はないか。

**【回答⑤】** 供給過多の市場で、関西での拡大を急いだために、仕入価格の設定が甘くなっていたが、一時的なもので、修正している。

関西特有の要因はない。安くて良い住宅を買いたいというお客様の意識は、関西でも変わらない。

**【質問⑥】** 今期のマンションの売上総利益率が低下する理由は。

**【回答⑥】** マンションは木造戸建と異なり、土地原価だけでなく RC の建設コストが大きく上昇しているため。

**【質問⑦】** 三栄建築設計の子会社に RC 施工機能を持つメルディアDCがあるが、今後のゼネコンへの M&A はどうするのか。

**【回答⑦】** メルディアDCは関西地盤のゼネコン、オープンハウス・アーキテクトを合わせた RC 部門の売上高は年間 400 億円規模となる。マンション建設コストが下がる要素はないため、グループ内に RC 機能があることに優位性が生まれる。ゼネコンへの M&A は価格が合わないものが多いが、引き続き注視していく。

**【質問⑧】** アメリカでの開発プロジェクト、M&A は今後どのような展開になるのか。

**【回答⑧】** 米国は、人口が増加し、住宅需要が高いため、賃貸住宅の開発プロジェクトに投資をしている。M&A では、戸建のビルダーを対象として、アメリカ人への販売と、日本人富裕層向けの投資物件としての販売を想定している。

**【質問⑨】** メガバンクでも外貨預金 5%の投資商品があるが、アメリカ不動産投資の魅力は薄れていないか。

**【回答⑨】** 富裕層は資金力があるため、外貨預金もするし不動産も買っている。実物のある不動産の方が、日本人向き。

**【質問⑩】** この3カ年で、ポートフォリオはどう変わっていくのか。

**【回答⑩】** 今後のポートフォリオとして、明確に計画している訳ではない。日本の投資家に、米国の不動産を安全・安心に提供したいと考えているので、結果的に海外の比率が上昇しているかもしれない。

**【質問⑪】** 3カ年は成長しないのであれば、配当を 200 円に引き上げてはどうか。

**【回答⑪】** 成長しないつもりではない。これまでの 10 年間で、ここまで約束を守っている会社はないだろう。次の成長に向かって、今やるべきことをやるスタンス。

以 上