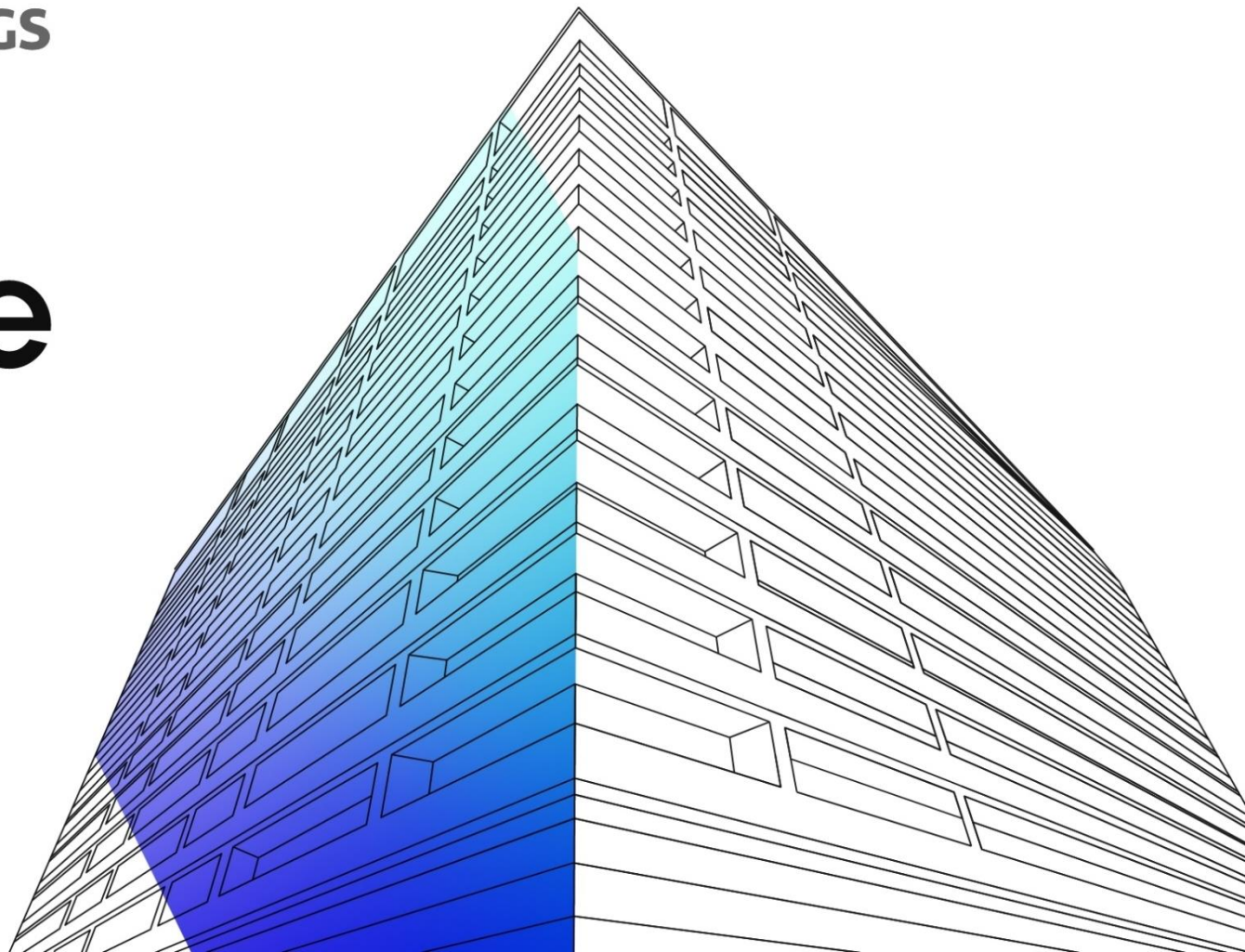


# Find the Value

今あるものに目を向けて  
眠っていた価値に光を当てる。



**2023年11月期 決算説明資料および中期経営計画説明資料**

2024年1月12日

# 1. 2023年11月期 本決算概要

# 2. 企業価値向上ストーリー（FY24-26 中期経営計画）

- ① 目指す姿
- ② 市場環境/競争優位性
- ③ 事業戦略
- ④ 財務戦略（キャピタルアロケーションポリシー）/IR戦略

# 3. APPENDIX

- ① FAQ
- ② 市場環境詳細データ
- ③ サステナビリティ
- ④ 事業内容

1

# 2023年11月期 本決算概要

- 市場の追い風を強く受けた前期から増収減益
- 安定成長を継続し、2024年11月期は増収増益を予想

損益計算書の主要項目

	a	b	b/a	c	c/b
	2022/11期 実績 (億円)	2023/11期 実績 (億円)	前期比	2024/11期 予想 (億円)	前期比
売上高	482.1	488.7	101.4%	541.5	110.8%
売上総利益	97.5	84.2	86.3%	89.1	105.8%
営業利益	60.9	48.4	79.5%	50.2	103.8%
EPS* <sup>1</sup> (円)	107.21	79.59	-	83.83	-

重要指標・株主還元

	2022/11期実績	2023/11期実績	
健全性指標 自己資本比率	23.5%	24.4%	
効率性指標 ROE	17.5%	12.0%	
株主還元実績	1株当たり配当* <sup>1</sup>	19.5円	20.0円
	自己株式取得* <sup>2</sup>	1.8億円	2.3億円

\*<sup>1</sup> 株式分割（2022年12月1日付：1株→2株）実施のため、  
過年度の数値も株式分割後の数値にて表示

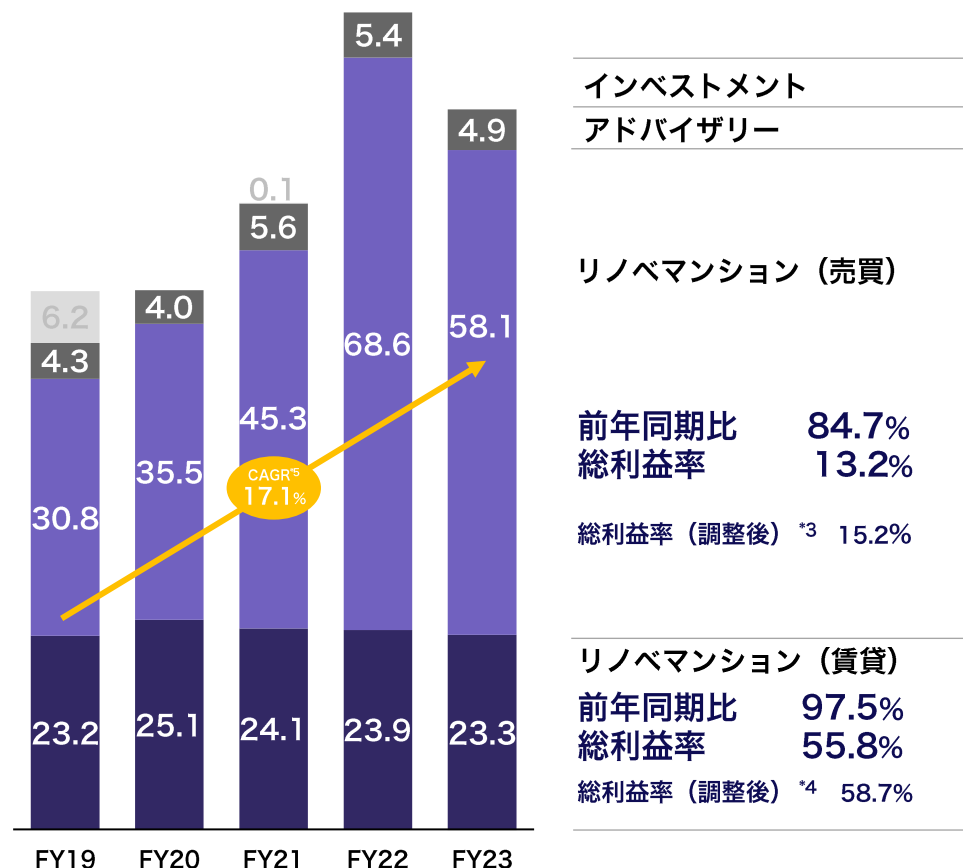
\*<sup>2</sup> 2022/11期取得総額：32.5億円（市場買付1.8億円+立会外買付（ToSTNET-3）30.7億円）  
2023/11期取得総額：2.3億円（全て市場買付）

- 2022/11期の一時的な増益を除いても、リノベマンション事業の成長トレンドは継続

連結PL (主要項目)

	2022/11期 (億円)	2023/11期 (億円)	前期比
売上高	482.1	488.7	101.4%
リノベマンション事業	474.4	481.5	101.5%
インベストメント事業	-	0.0	-
アドバイザー事業	7.6	7.1	93.9%
売上総利益	97.5	84.2	86.3%
リノベマンション事業 <sup>1)</sup>	92.1	79.4	86.2%
インベストメント事業	-	▲0.1	-
アドバイザー事業	5.4	4.9	91.4%
販売費・一般管理費	36.6	35.7	97.7%
営業利益	60.9	48.4	79.5%
経常利益	54.1	39.2	72.4%
当期純利益	37.0	26.6	71.8%

セグメント別売上総利益推移<sup>2)</sup> (億円)



<sup>1)</sup> 評価損を含む (2022/11期: 0.0億円、2023/11期: 2.1億円)

<sup>2)</sup> 各事業の評価損は含まない

<sup>3)</sup> 売却時の仲介手数料を売上原価から控除し、減価償却費 (0.0億円) の影響を除いた場合の総利益率

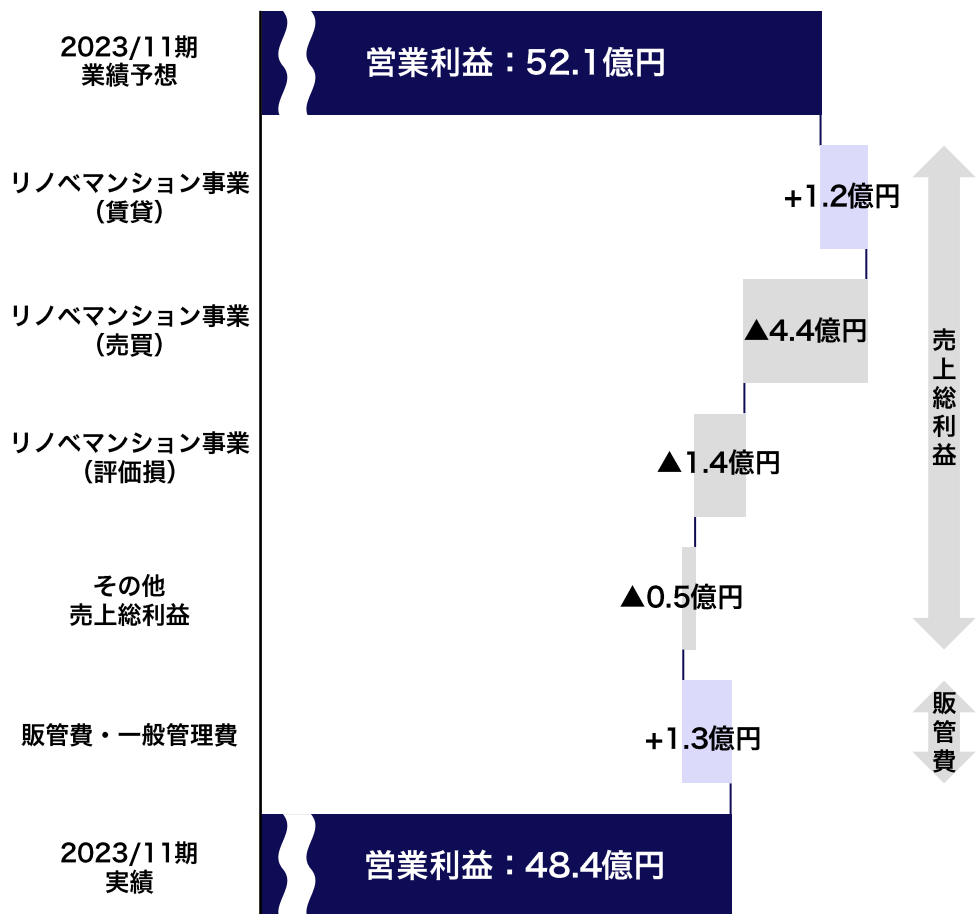
<sup>4)</sup> 減価償却費 (1.1億円) の影響を除いた場合の総利益率

<sup>5)</sup> 2019年~2023年のリノベマンション (売買) の年平均成長率 (評価損は含まない)

- リノベマンション事業において、空室物件の利益率低下及び販売戸数減少の結果、業績予想には未達

2023/11期業績予想との差異

主な増減要因<sup>2</sup>



リノベマンション事業 (賃貸)

- 保有戸数増加による自然増 (2023/11期末時点：3,938戸)

リノベマンション事業 (売買)

- 空室購入物件の利益率低下
- 販売戸数減少 (予想：約1,300戸/実績：1,270戸)

リノベマンション事業 (評価損)

- 長期化物件の処分へ向け、評価損を計上 (2.1億円)

その他売上総利益

- インベストメント：営業投資有価証券の評価損
- アドバイザリー：仲介部門における大型案件の剥落

販管費・一般管理費

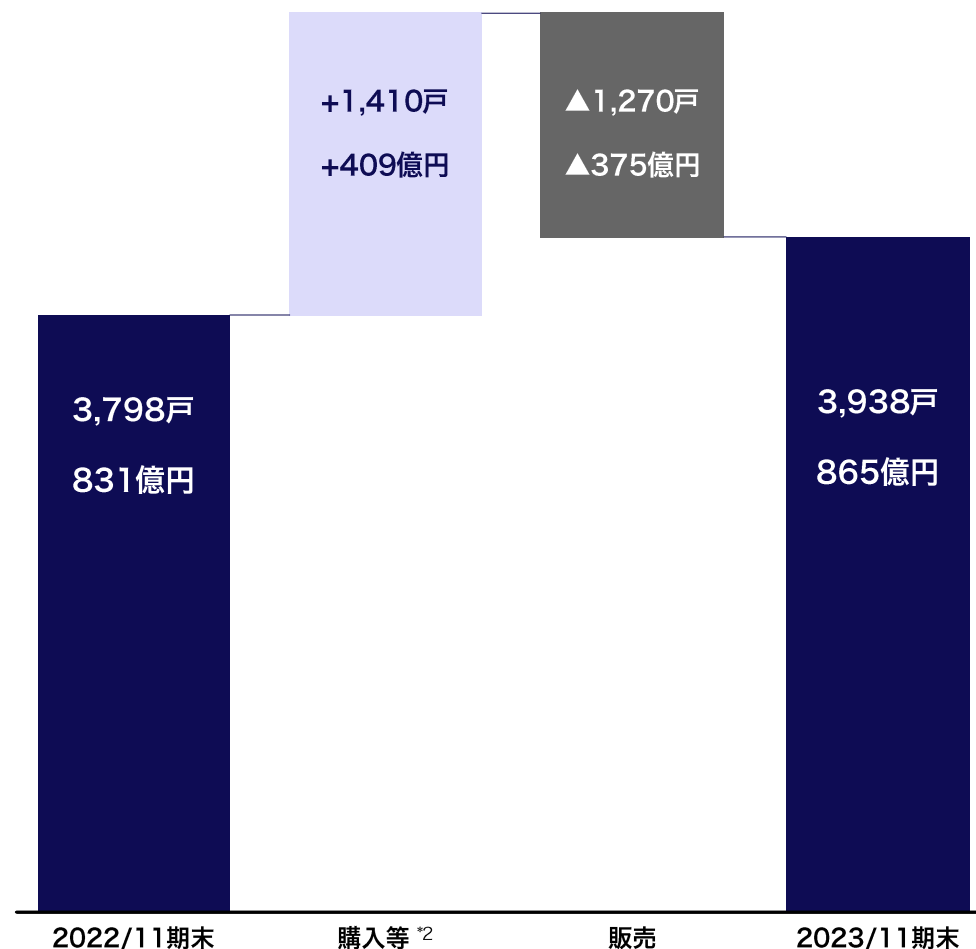
- 購入物件数減少による消費税計上の下振れ

- 購入・販売量のバランスを保ちながら、保有マンション残高を積上げ
- 着実な利益計上により自己資本比率を改善

連結BS (主要項目)

	2022/11期 (億円)	2023/11期 (億円)	前期末比
流動資産	881	924	104.9%
うち現金及び預金	31	41	135.0%
うち販売用不動産*1	831	865	104.1%
固定資産	22	25	111.1%
総資産	903	949	105.1%
流動負債	122	128	105.0%
固定負債	568	588	103.6%
自己資本	212	231	109.2%
自己資本比率	23.5%	24.4%	

販売用不動産増減



\*1 保有中の全ての中古分譲マンション (入居者の有無、販売状況を問わない)

\*2 リノベーション等に伴う簿価増加分も含む

- 既存事業の安定成長やインベストメント事業再開により、増収増益を予想

	2023/11期 実績 (億円)	2024/11期 予想(億円)	前期比
売上高	488.7	541.5	110.8%
うちリノベマンション事業	481.5	515.8	107.1%
うちインベストメント事業	0.0	16.9	-
うちアドバイザー事業	7.1	8.7	122.4%
売上総利益	84.2	89.1	105.8%
うちリノベマンション事業	79.4	79.9	100.7%
うちインベストメント事業	▲0.1	2.4	-
うちアドバイザー事業	4.9	6.6	134.1%
販売費・一般管理費	35.7	38.8	108.7%
営業利益	48.4	50.2	103.8%
経常利益	39.2	41.0	104.6%
当期純利益	26.6	28.0	105.1%



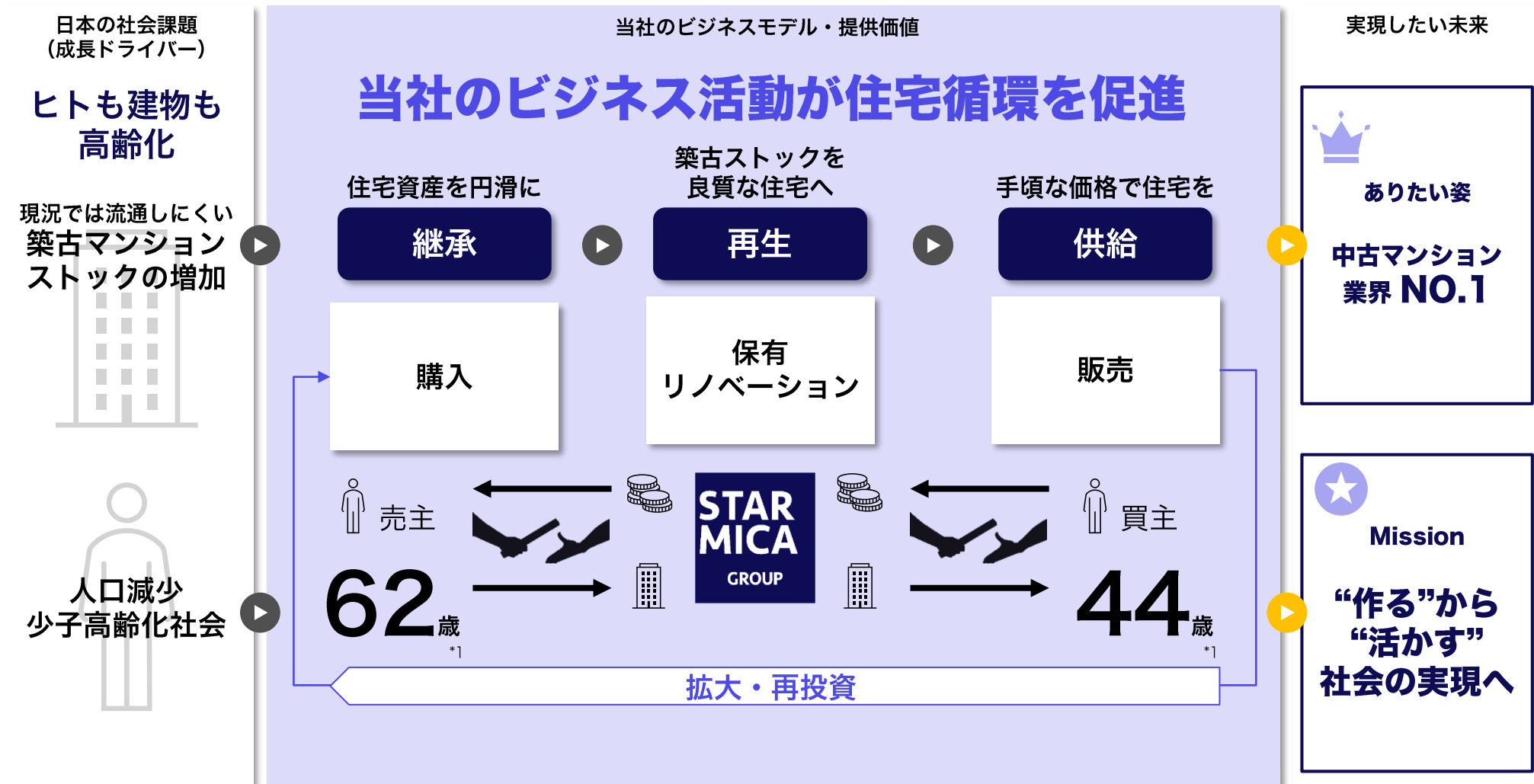
# 2

## 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月期および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

- 企業価値を最大化すべく、3つの戦略を着実に遂行する

## 企業価値の最大化

ROEの向上

WACCの適正水準維持

### FY24-26 中期経営計画

#### 事業戦略

- オーナーチェンジ物件\*1への回帰
- 都市部シェア拡大
- リフォーム構造改革
- 販売事業期間\*2短縮（規律のある在庫管理）
- ファンド化の推進

収益性×効率性を意識した経営管理へのシフト

重点戦略進捗状況の開示拡充

#### 財務戦略

- 活用キャッシュの最大化
- 規律ある成長投資と株主還元

キャピタルアロケーションポリシーの策定による方針明文化

#### IR戦略

- IR体制の構築
- IR資料 / Websiteの刷新
- 株主との対話強化

\*1 詳細は本資料20ページ参照

\*2 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

- 企業価値向上に繋がる定量目標を設定
- 事業環境の変化に柔軟に対応するため、売上・利益等の具体的な計数目標は設定しない

## 企業価値の最大化

ROE:  
12.0+%

WACC:  
2.0%

### FY24-26 中期経営計画

#### 事業戦略

収益性×効率性を  
意識した経営管理への  
シフト

営業利益率:  
10.0+%

EPS成長率:  
5.0+%

販売事業期間:  
▲1.5か月～2か月

販売用不動産残高:  
1,000億+円

重点戦略進捗状況の  
開示拡充

#### 財務戦略

自己資本比率:  
25.0+%

総還元性向:  
40.0%

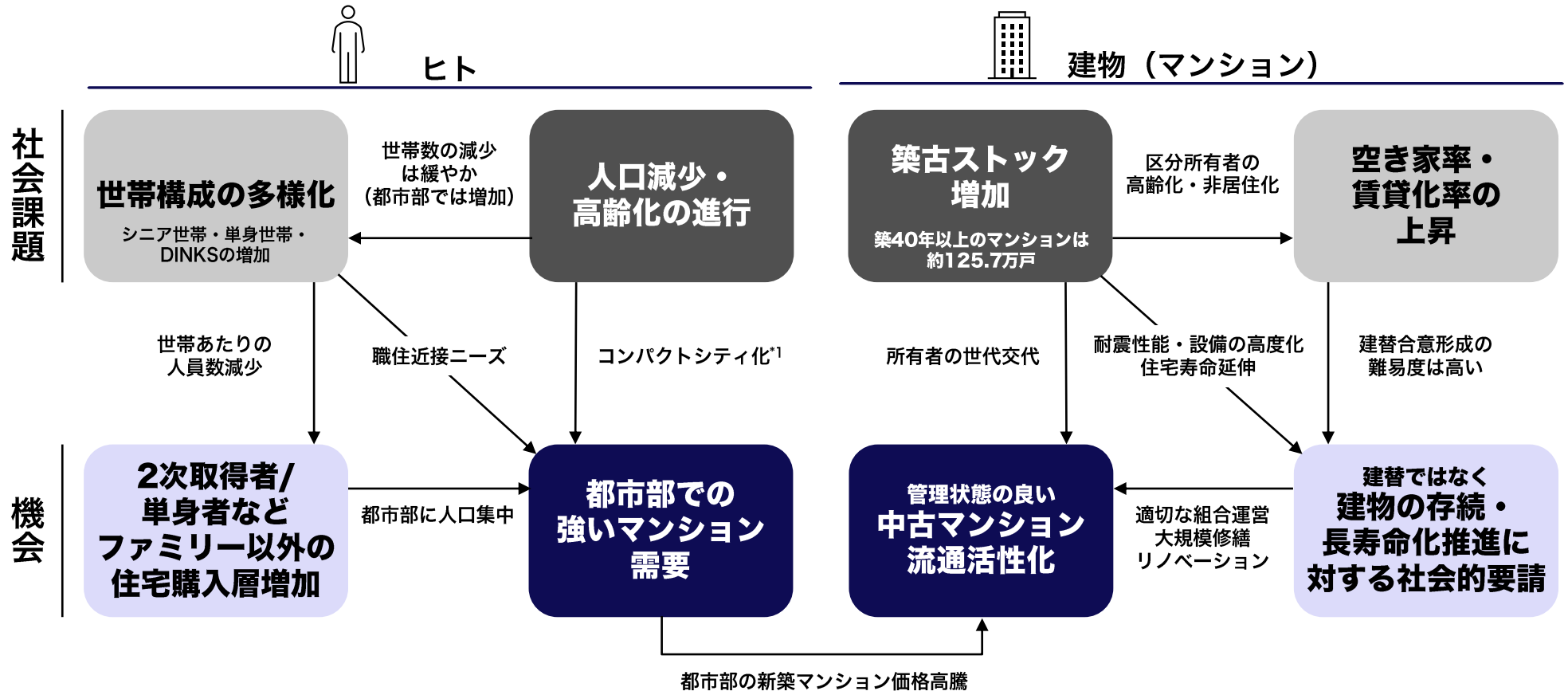
キャピタルアロケーション  
ポリシーの策定による  
方針明文化

#### IR戦略

PBR:  
1.0+x

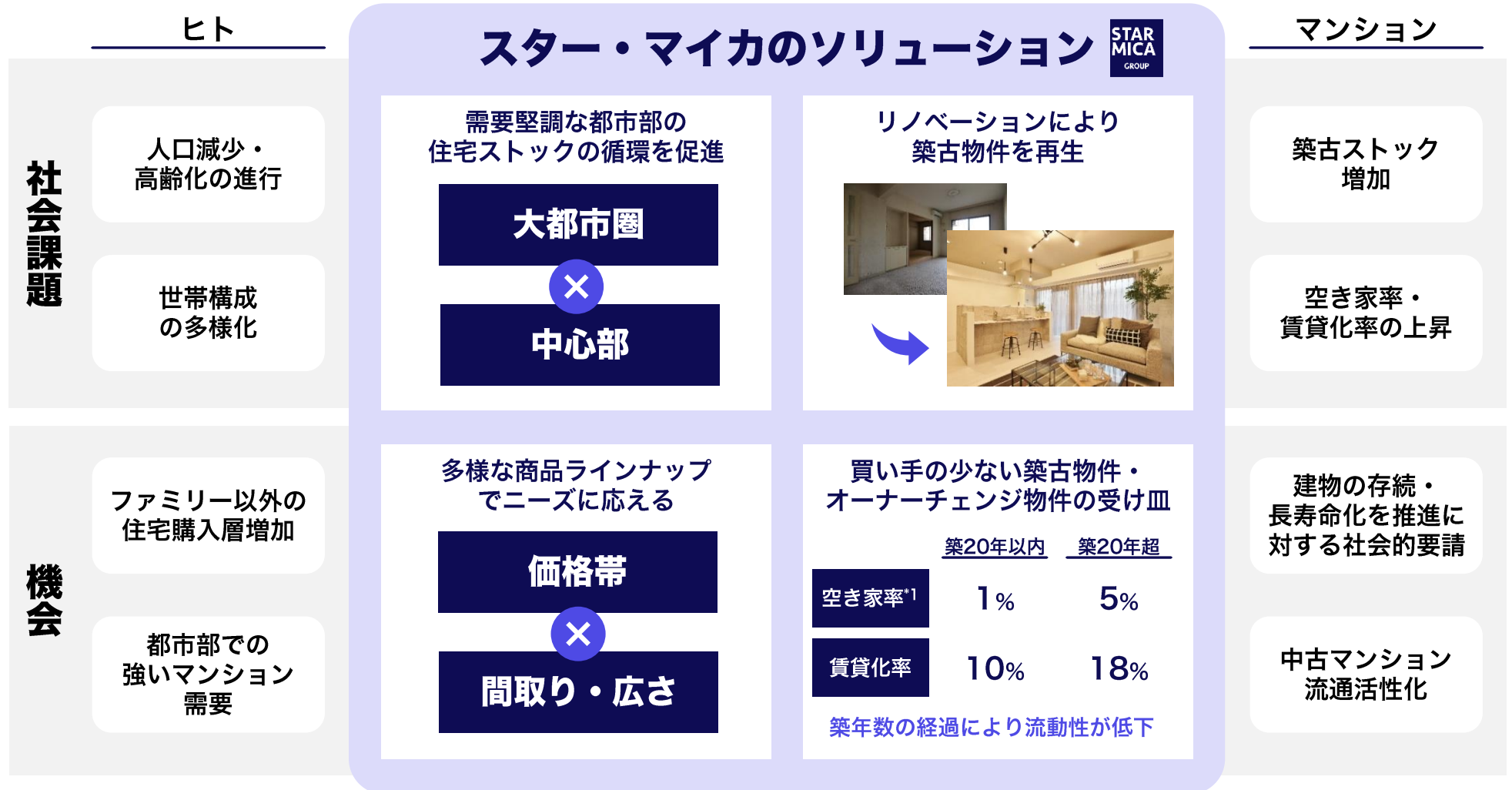
- ヒト・建物が高齢化する中、既存資源の有効活用による持続性のある社会の実現が求められる

# 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

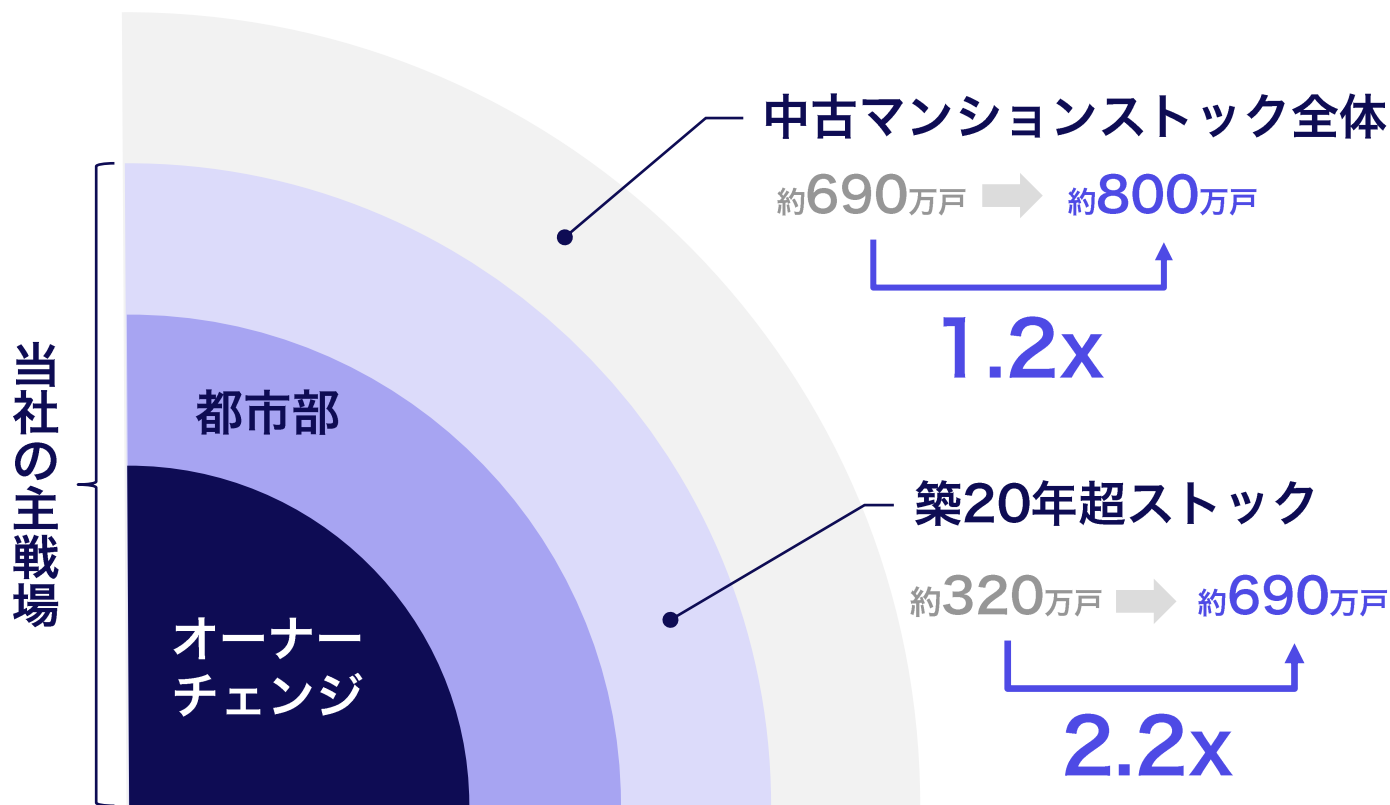


(出所) 国土交通省 平成30年マンション総合調査より当社作成

\*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および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  
×  
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



# 2

## 企業価値向上ストーリー

FY24-26 中期経営計画 “Find the Value 2026”

### ②市場環境/競争優位性

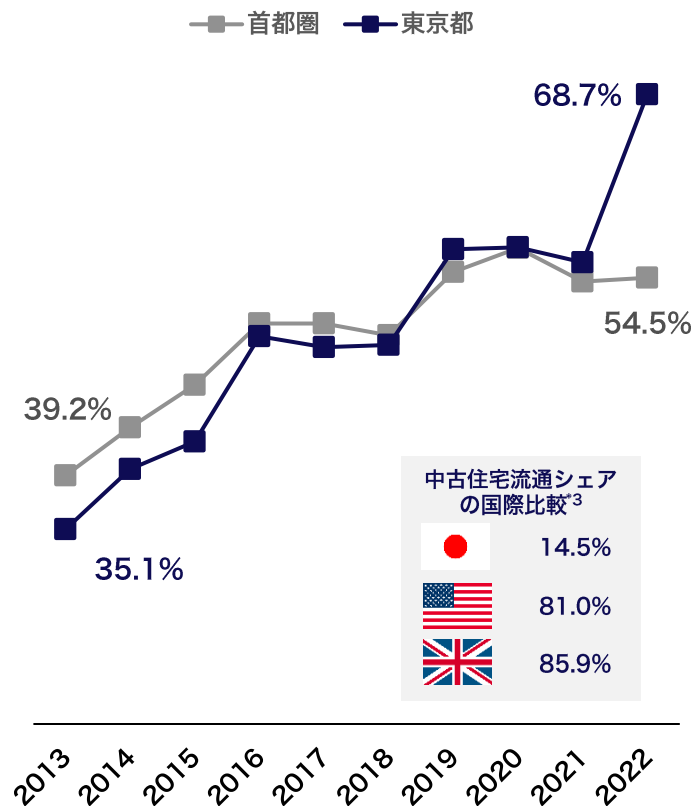
- 中古住宅流通シェアは欧米の1/6程度しかなく、今後も大きく拡大していく見込み
- その拡大は特に中古マンションが市場成長の最大のドライバーとなっている

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>



\*1 (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」

\*2 (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

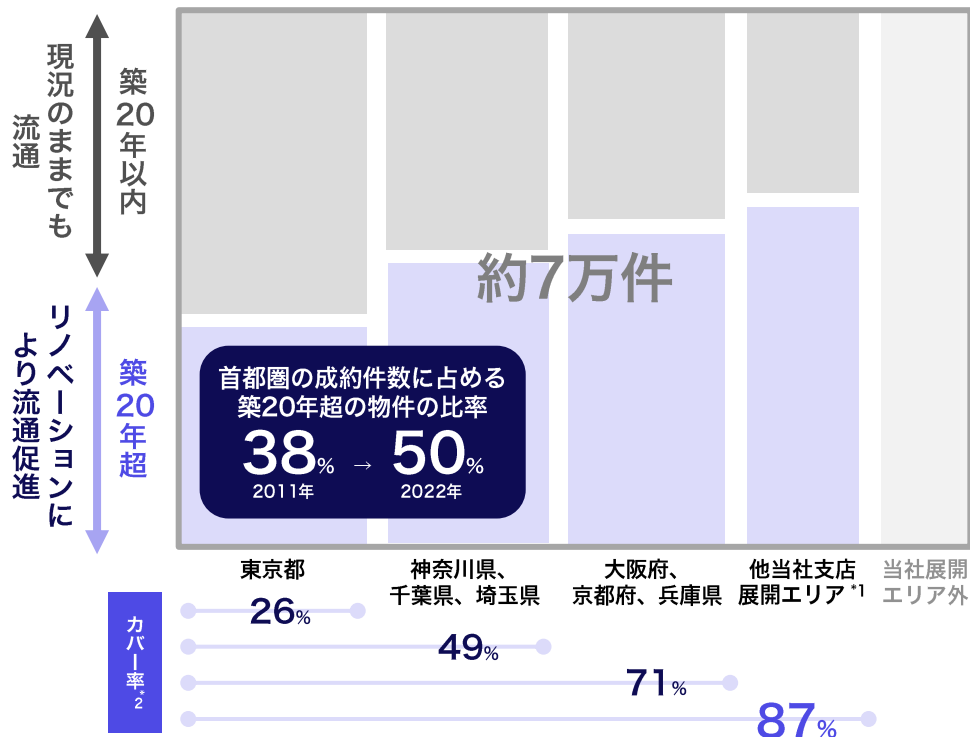
\*3 (出所)国土交通省「既存住宅市場の活性化について(令和2年5月7日)」

- 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

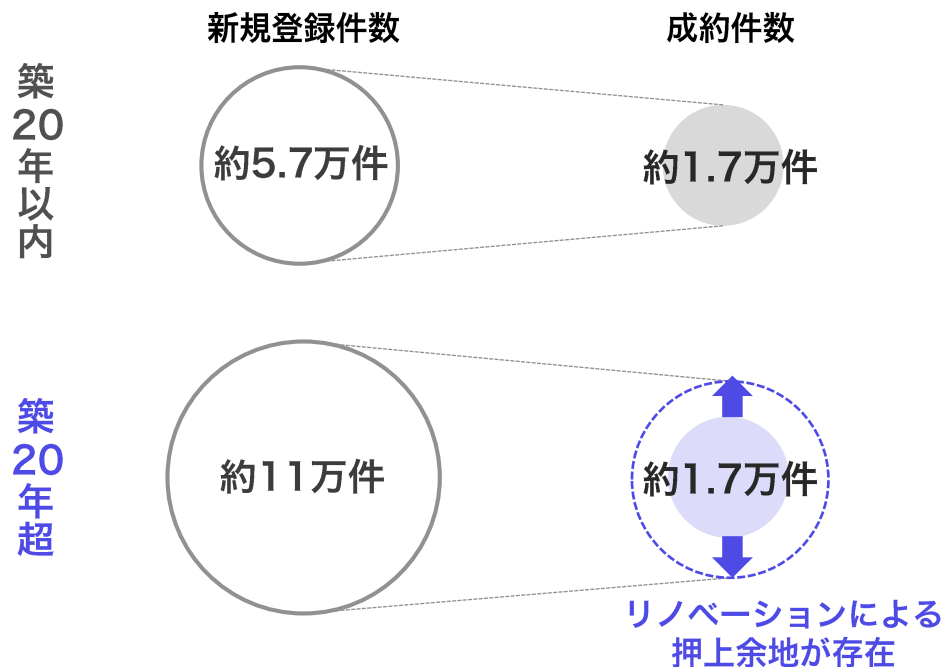
築古物件は消費者間では流通しにくく、リノベーションによる流通促進が重要

<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

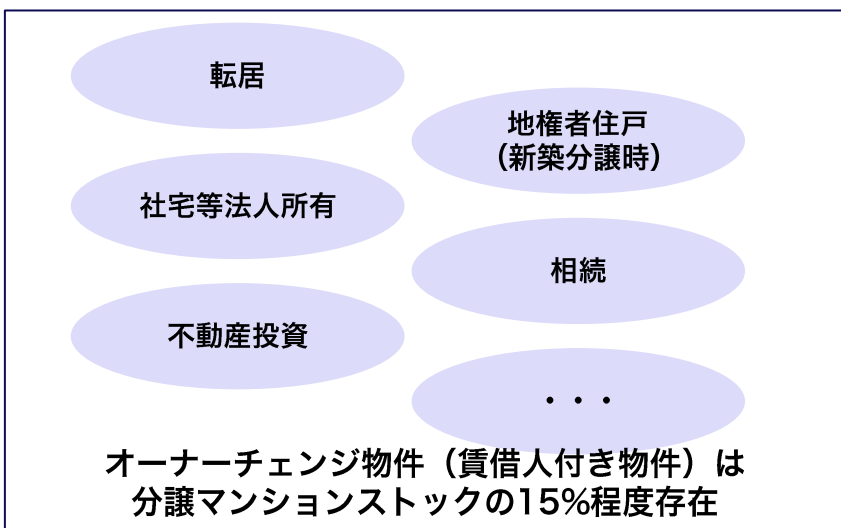
（出所）（公財）東日本不動産流通機構「年報 マーケットウォッチ」より当社作成

\*1 北海道、宮城県、愛知県、福岡県

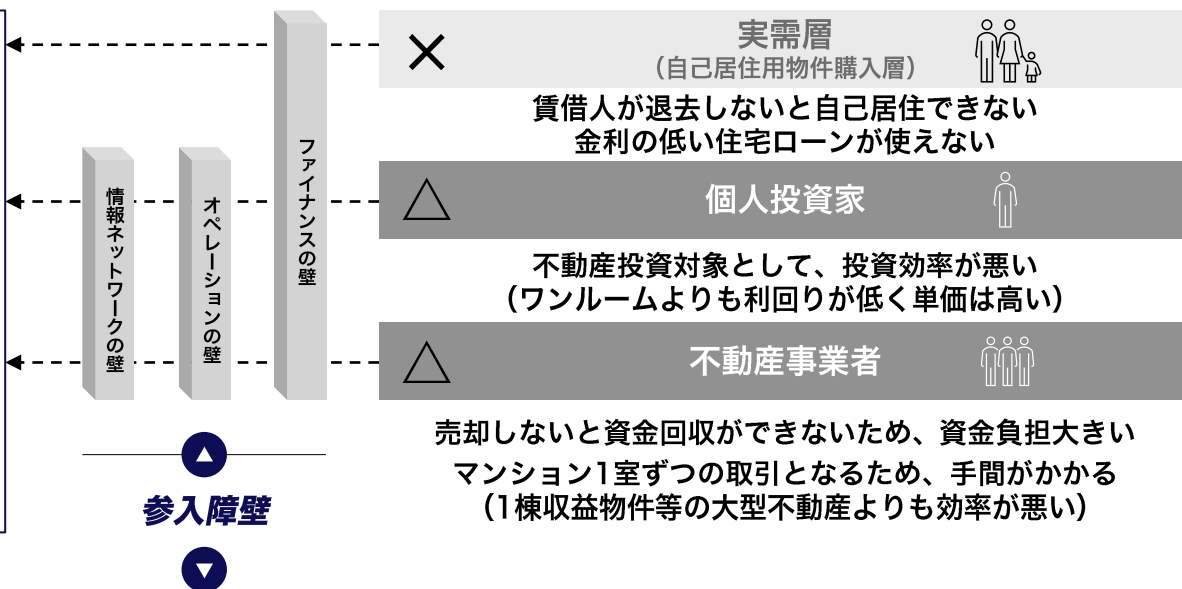
\*2 全国の成約数に占める割合（累積）

## 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

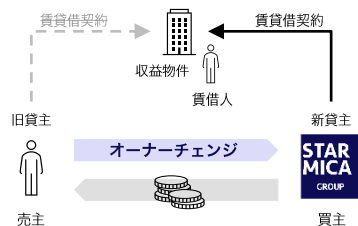
### オーナーチェンジ物件化する背景は様々



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

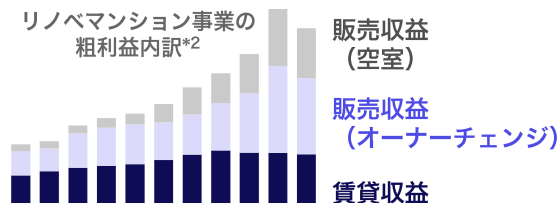
- 買取再販同業他社が競争の激しい空室購入物件を中心としているのに対し、当社は模倣困難性の高いオーナーチェンジ物件の購入を中心に据えており、再現性高く利益を生み出すことが可能

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<sup>\*3</sup>

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

全国展開

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

大都市圏のみ

D社

293億円

6,700万円

441戸

E社

262億円

3,944万円

664戸

\*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

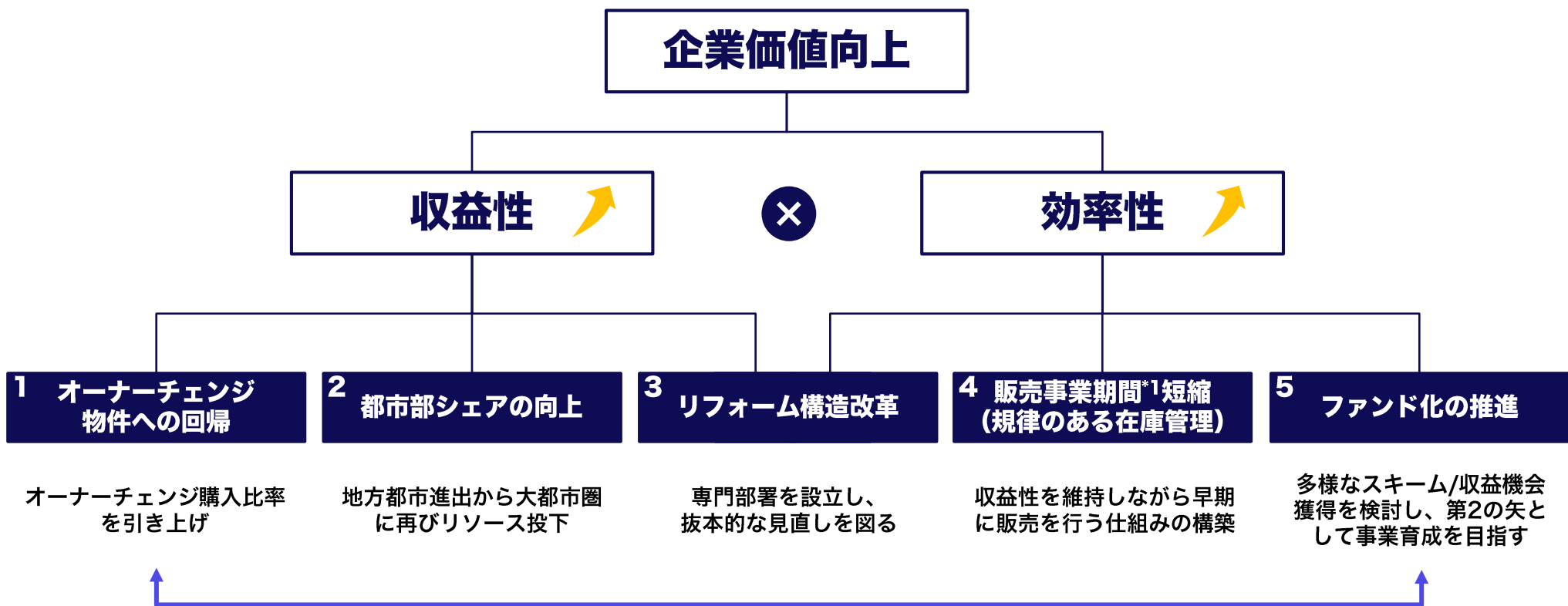
# 2

## 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

- 5つの戦略を軸に持続的な成長および企業価値向上を実現する



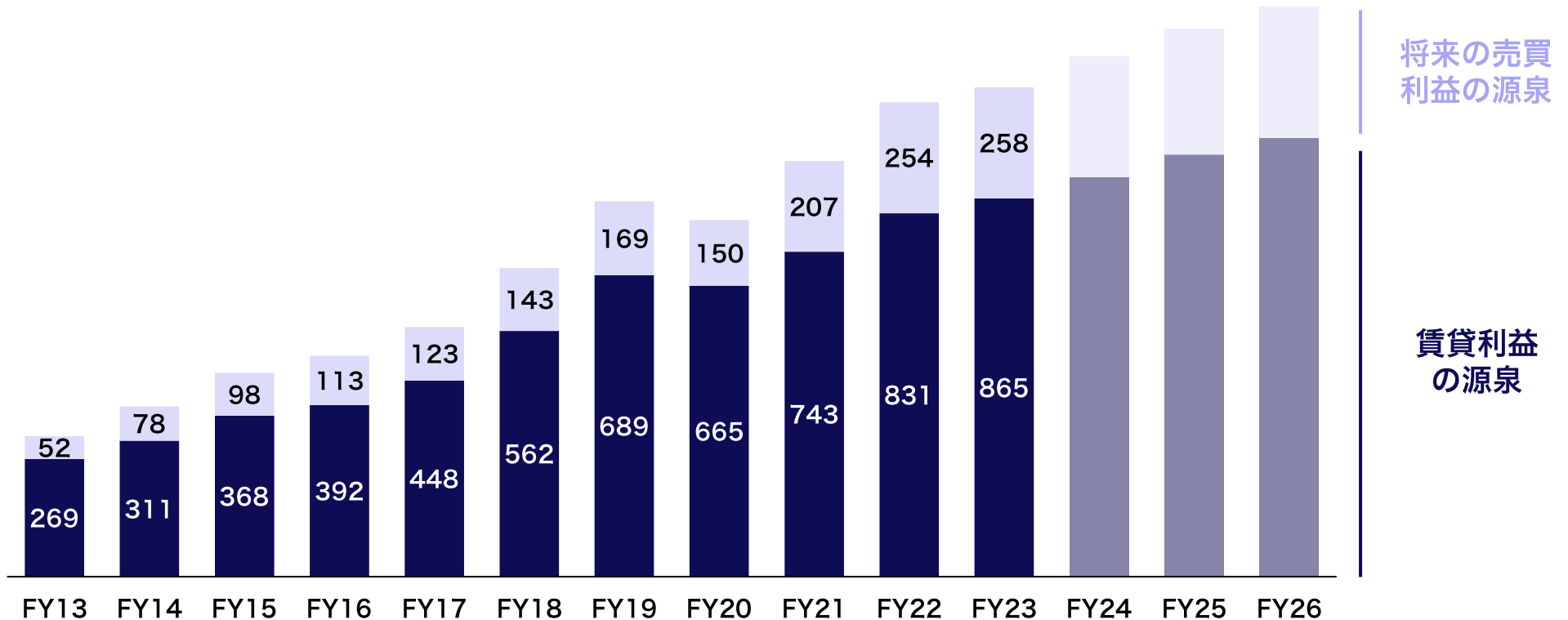
**戦略骨子：競争優位性のあるオーナーチェンジ物件の取得を通じた持続的・安定的な成長**

<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

- 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

< 販売用不動産残高および含み益の推移 (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>

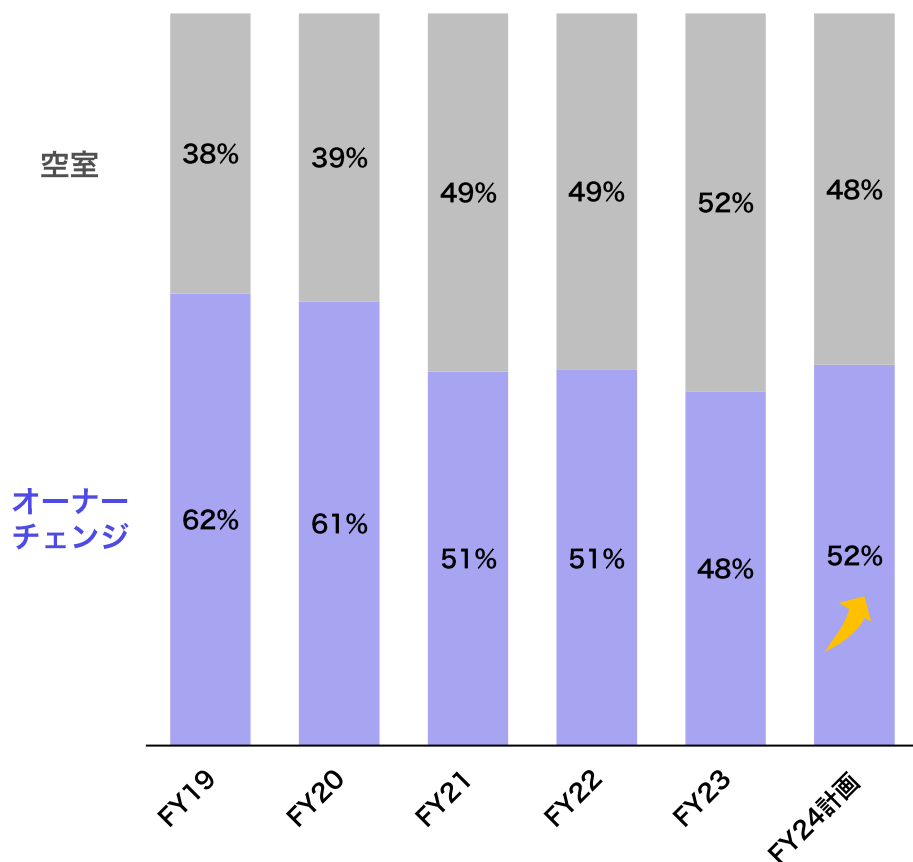


\*1 含み益 (各期末時点) = 保有物件の時価総額 - 販売用不動産残高 - 想定販売コスト (仲介手数料等)

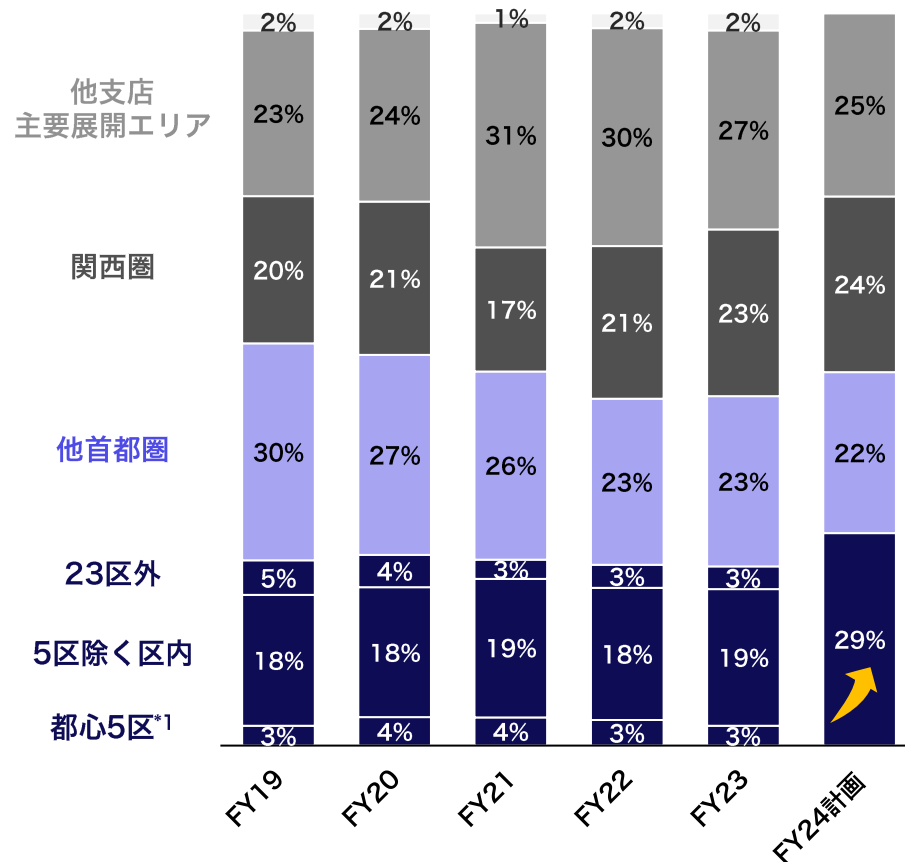


- 過去5年間、地方都市×空室購入を中心にエリア深耕を進めてきたが、オーナーチェンジ物件購入比率の引き上げと都市部へのリソース投下によるシェア拡大を計画

購入物件戸数構成 (オーナーチェンジ/空室)

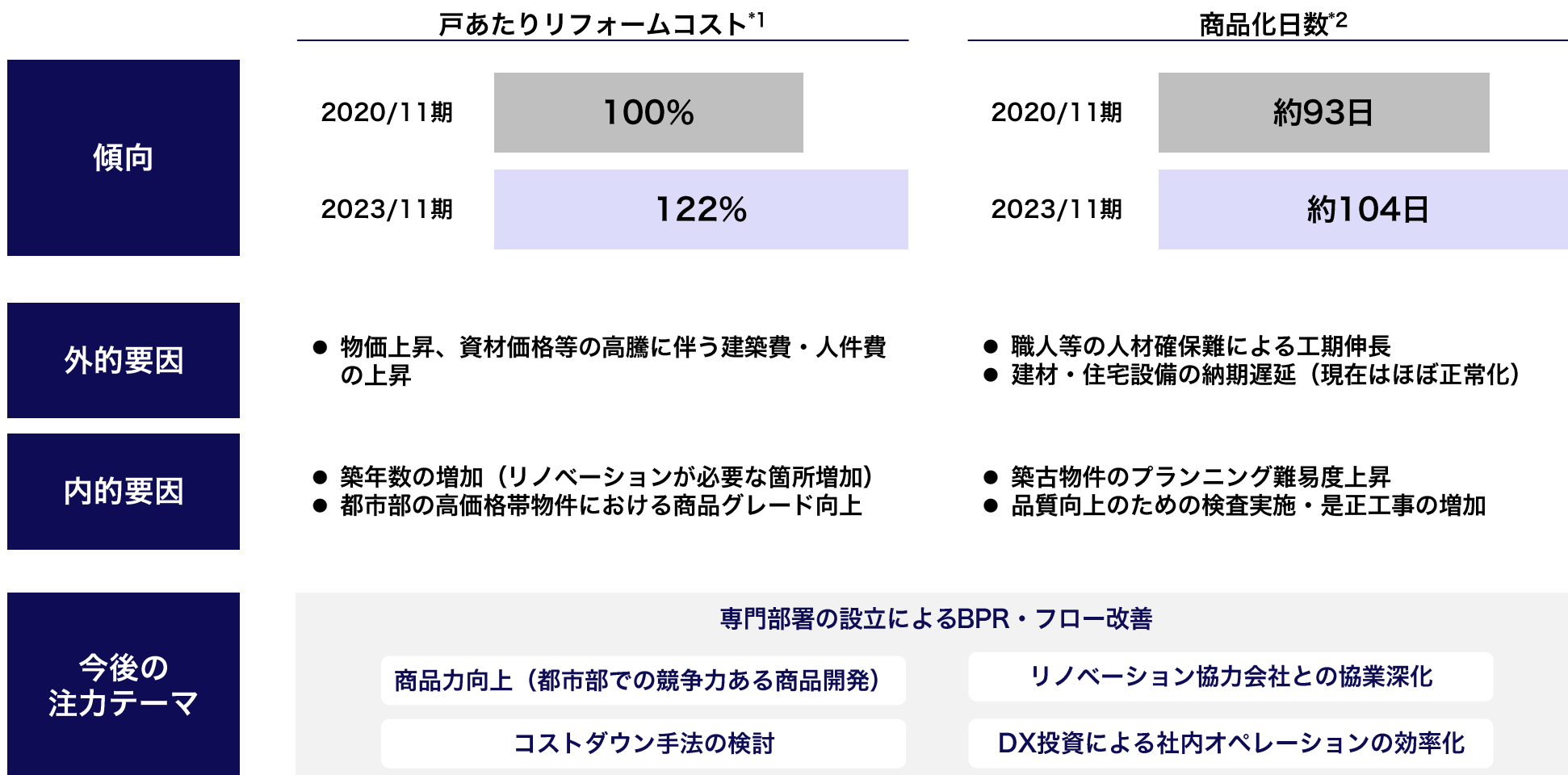


購入物件戸数構成 (地域別)



\*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

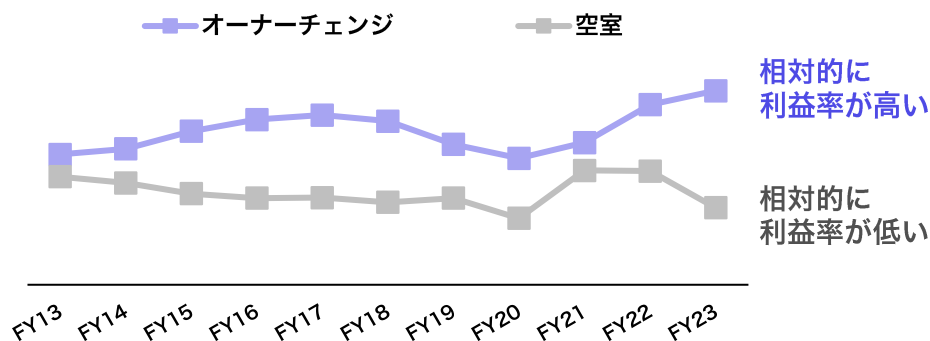
\*2 鍵受領から販売開始までの所要日数

- 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

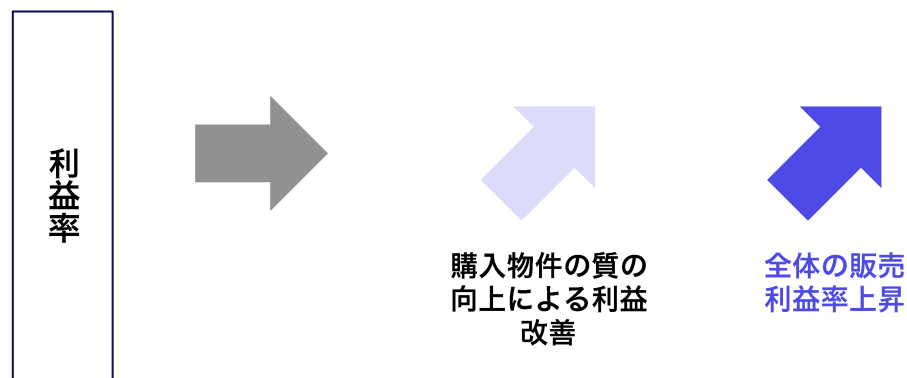
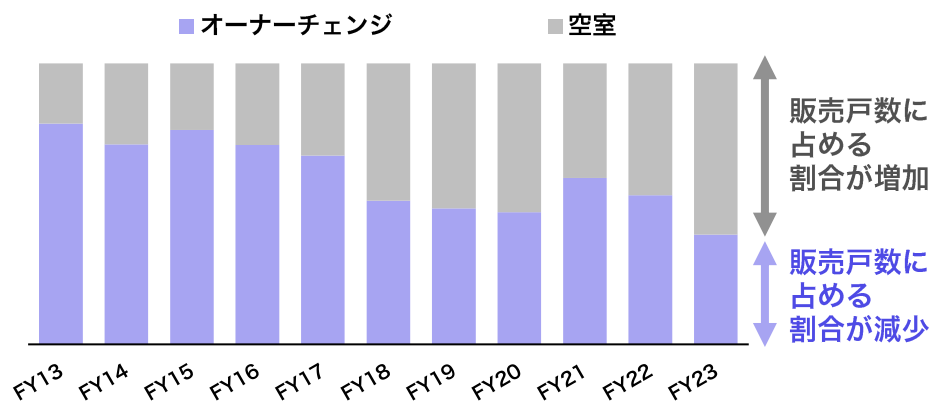
これまでの販売戦略：  
2017年以降、地方展開・空室購入を積極化

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

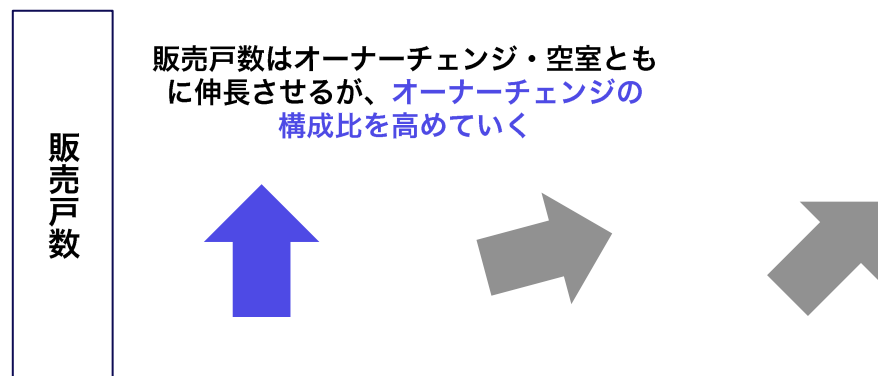
<当社販売物件の利益率\*1 (%)>



<当社販売物件の戸数構成比>



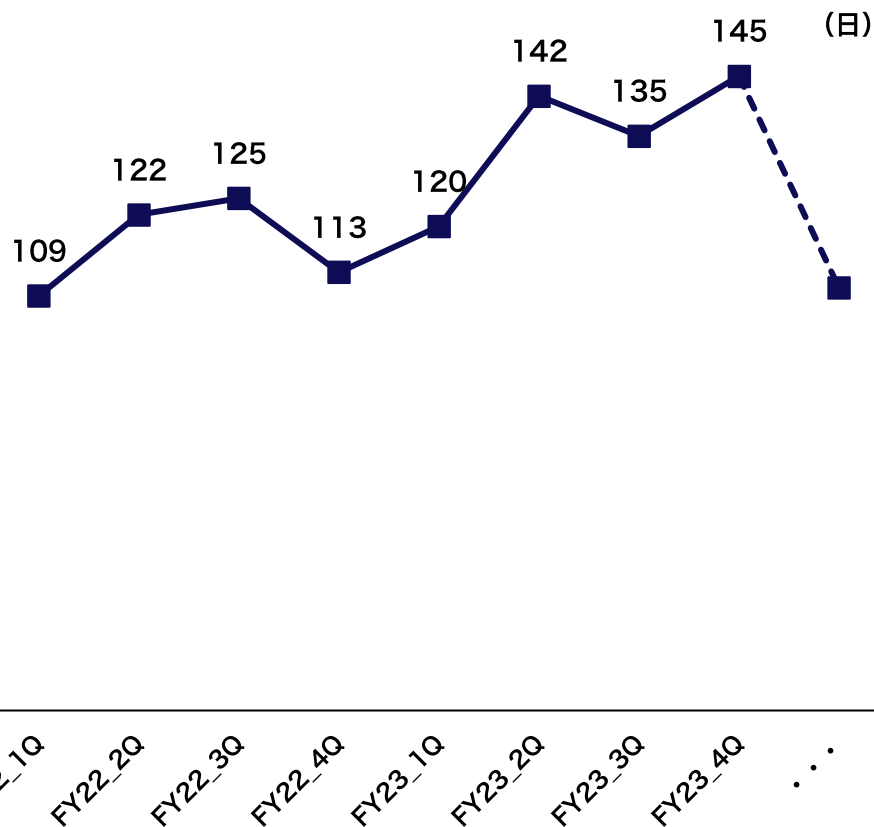
オーナーチェンジ      空室      全体



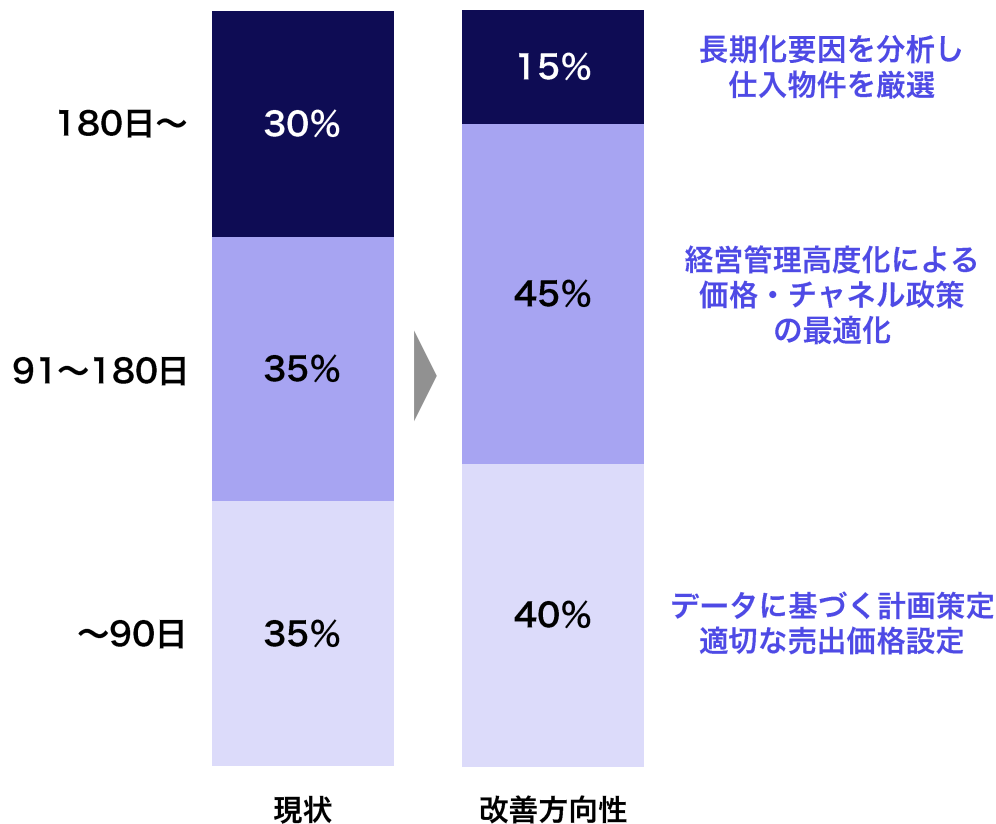
\*1 当社グループの販売実績に基づく概算値

- 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



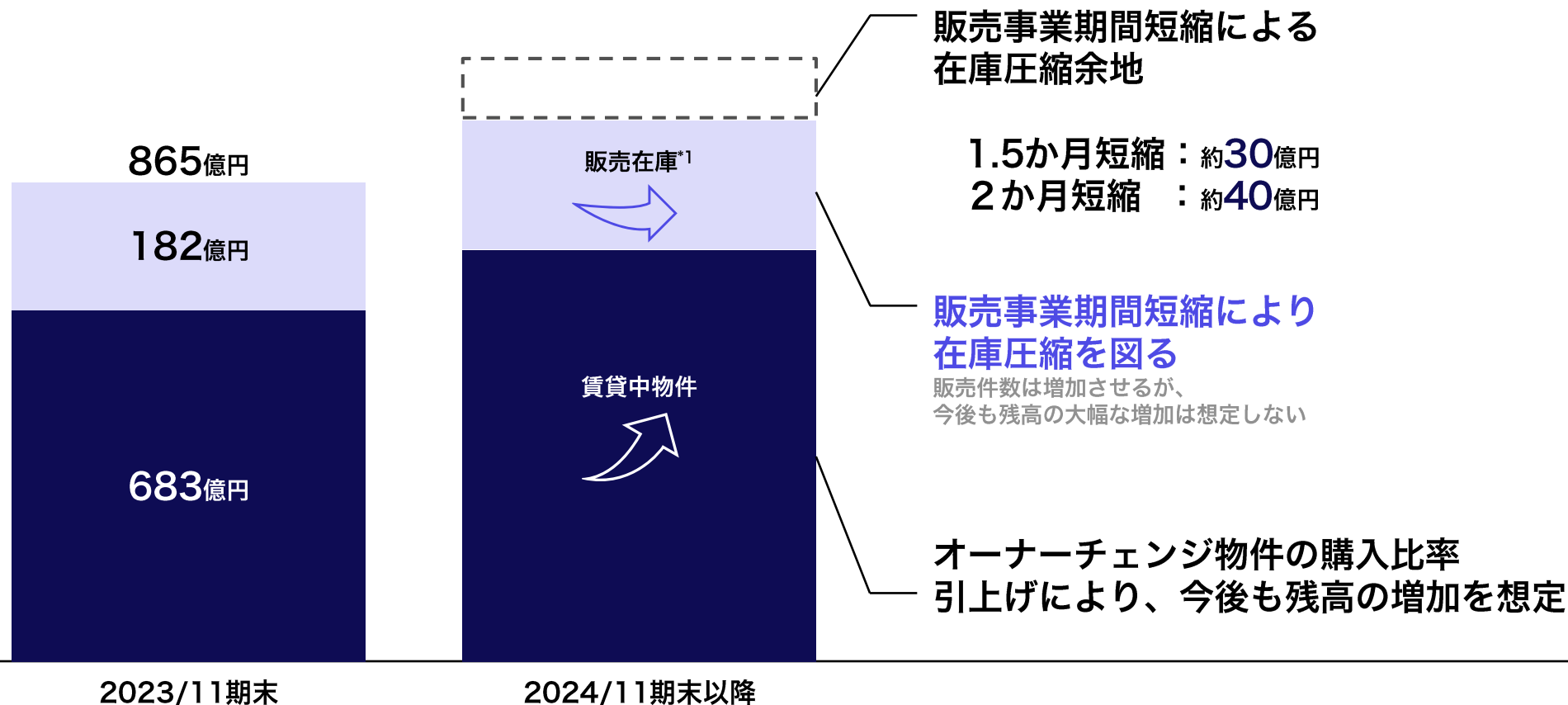
販売日数ごとの構成比と改善アプローチ



\*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

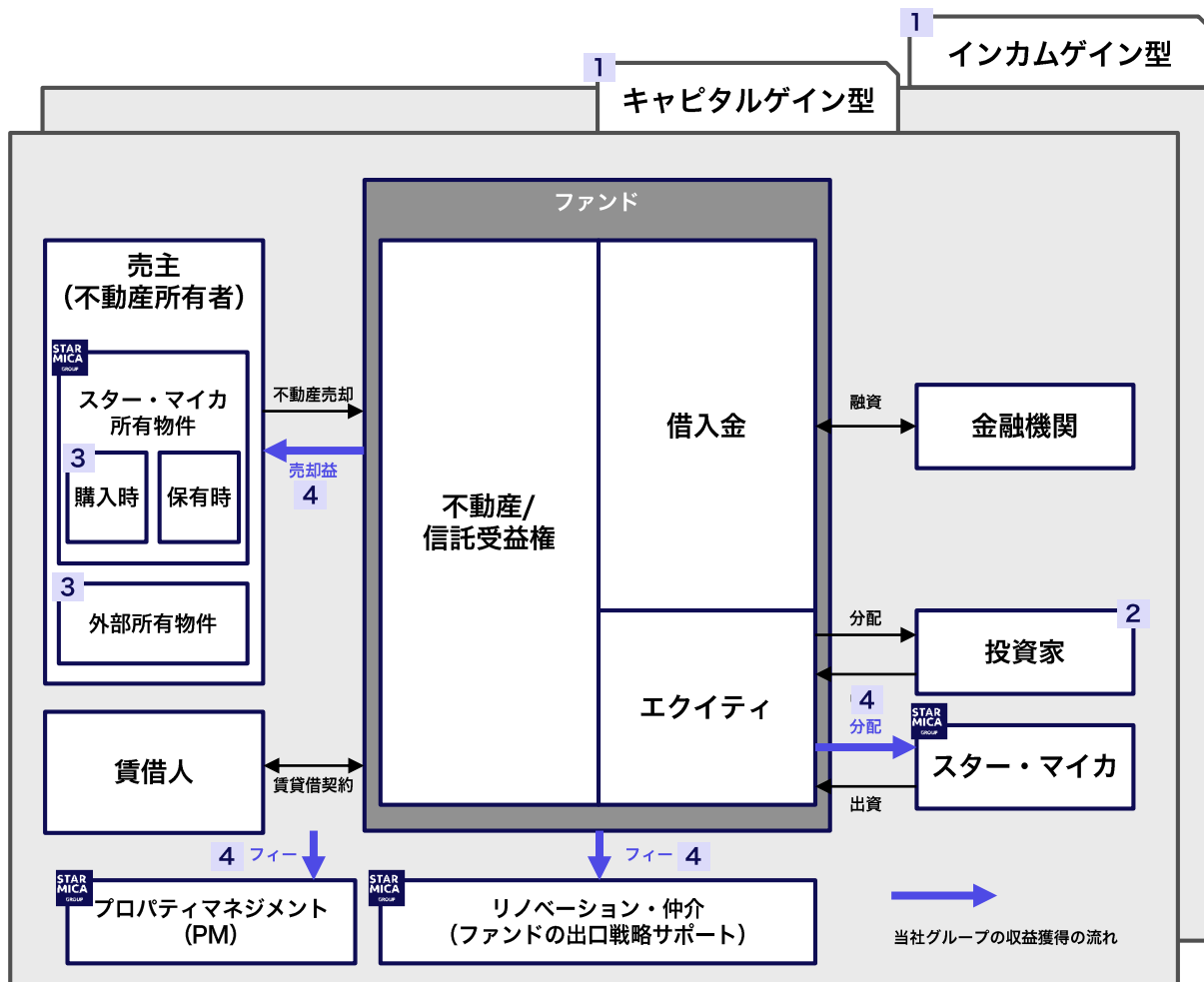
販売用不動産残高の推移イメージ



\*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

# 2

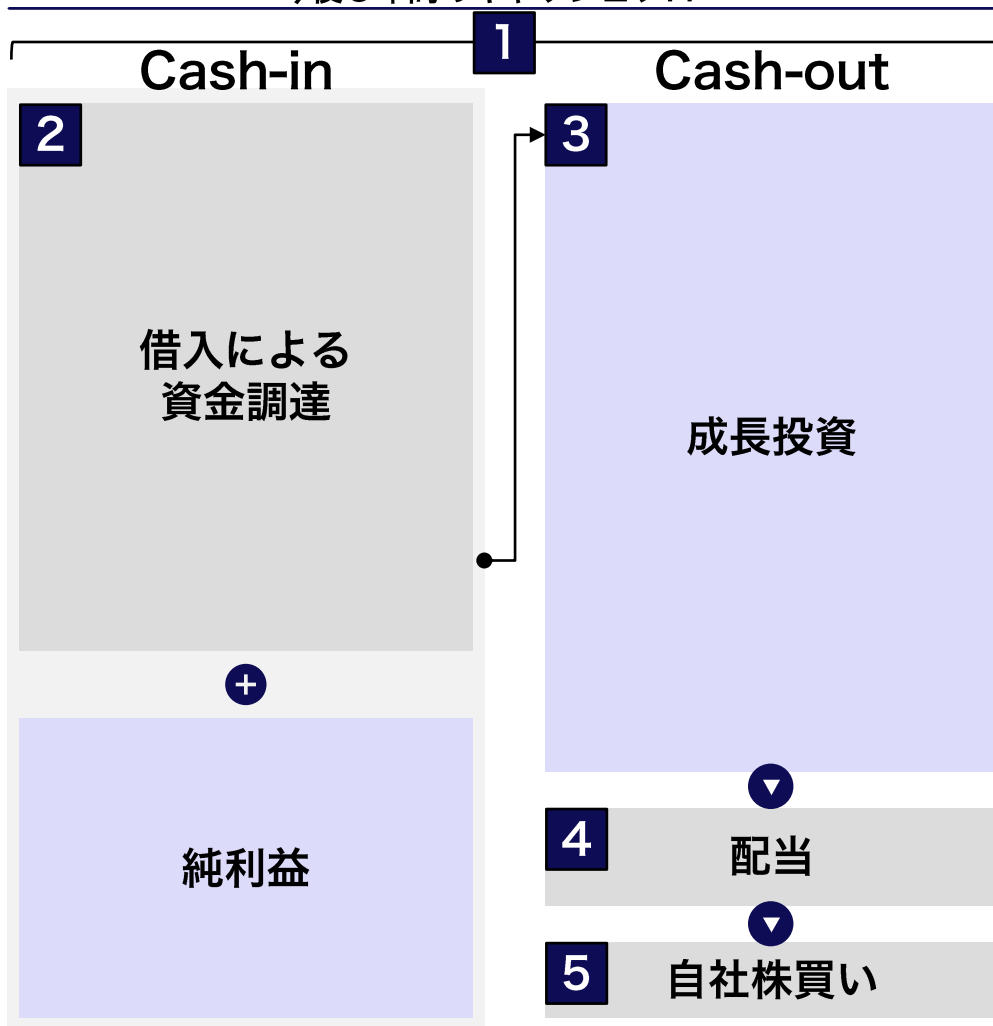
## 企業価値向上ストーリー

FY24-26 中期経営計画 “Find the Value 2026”

④財務戦略（キャピタルアロケーションポリシー）/IR戦略

- 活用キャッシュを最大化し、規律ある成長投資と株主還元を実現する

今後3年間のキャッシュフロー



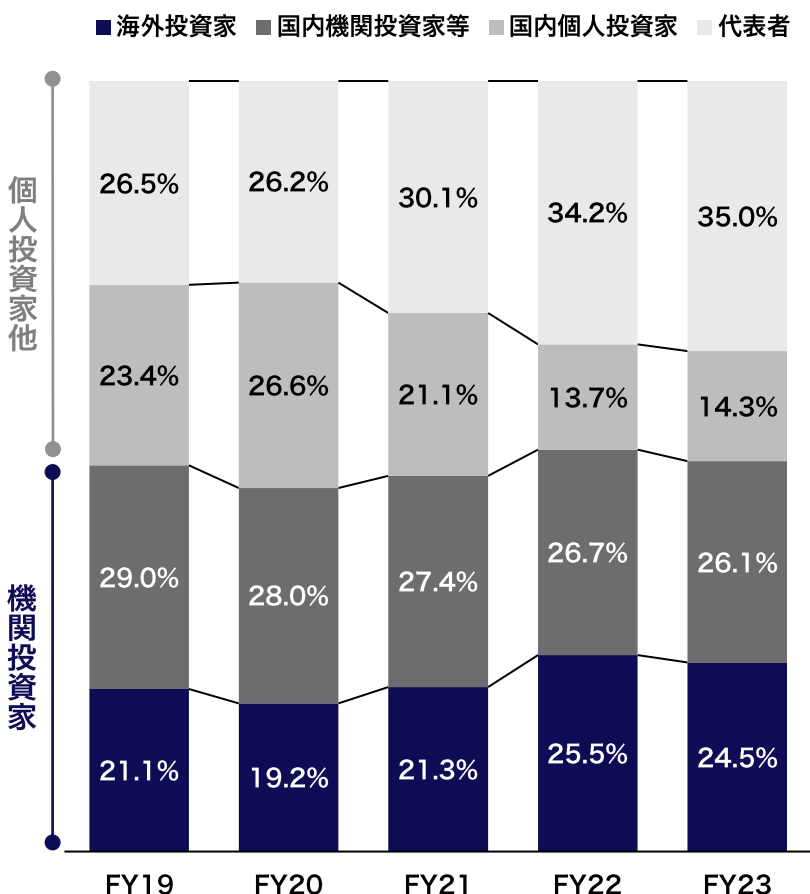
5つの基本ポリシー

- 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
- 2** 自己資本比率を注視しつつ、低コストでの借入を図る
- 3** 新たな価値を創造するため、成長投資を優先
- 4** 成長投資後の余剰資金について、安定配当・増配を継続
- 5** PBR 1.0x割れ等割安と判断する場合、機動的に自社株買いを行い、総還元性向40% / EPS成長5%を目指す



- 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

# 3

## APPENDIX

### ① FAQ

## 金利上昇が起こった場合の 事業への影響は？

### ■ 調達金利の上昇リスクへの対応は実施済み

- 金利上昇リスクのある借入の大部分については、金利スワップによりヘッジ対応済み

### ■ 住宅ローン金利の上昇懸念は小さく、需要減少は起こらないものと想定

- 日本の住宅ローン利用者は大層が変動金利（短期金利連動）を選択
- 現状日本の金融市場において、短期金利上昇のコンセンサスは得られておらず、住宅ローン金利（変動）の上昇懸念も小さいものと思料
- 当社物件の購入層は変動金利利用又は現金購入がほとんどであり、同業他社や地方の戸建再販事業者のターゲットと比べ、世帯年収も高い
  - 仮に金利上昇が起こったとしても、「ローンが払えなくなる」世帯ではない
  - 共働き世帯増加、シニアの2次取得層増加により資金計画にゆとりがある層も増えている

## コロナ以降上昇したマーケットに 一服感がみられるが、 今後のマーケットについて どのようにみているか？

### ■ 長期トレンドでは中古マンション価格は上昇傾向

- 過去のバブル崩壊、リーマンショックでも実需に限れば下落率は限定的
- コスト構造から新築マンションの高止まりは続く予想するため、中古マンションだけが価格下落することは想定しづらい
- 一方で、ポラティリティの高い超都心の高額物件は購入クライテリアから外すなど、一定のリスクヘッジをしながら購入を進めていく

### ■ 短期的には停滞するリスクも考えられる

- 仮に下落基調に突入する場合は、都市部と地方部で二極化が進むと予想し、都市部シェアを高めていく
- 競争の激しい空室購入物件を厳選する（量と質はトレードオフなので、質を高める方針で進めていく）
- 販売日数の長期化＝在庫回転率悪化を抑制するため、今後はデータ活用、社内のルール化を推進する

## 株主還元の指標に 総還元性向を採用した 理由は？

### ■ 配当+自己株式取得により、多様な手段を活用した株主還元へ

- 配当：長期保有株主へ報いるため、長期での安定的な増配を目指す  
急激な増配や減配は控え、安心して保有し続けられる銘柄へ
- 自己株式取得：株価の下支えに加え、EPSやBPSの上昇、効率性指標拡大を期待し、株主と会社の双方がwin-winとなる株主還元のあり方を目指す
- 総還元性向：株主還元が当社グループの重要なテーマのひとつであることを意識し、一定水準以上の還元を行うべく、定量指標を40%に設定

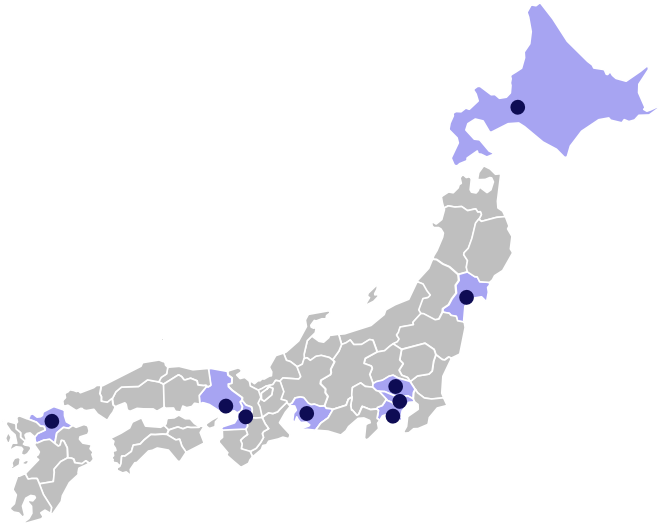
# 3

## APPENDIX

### ②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）

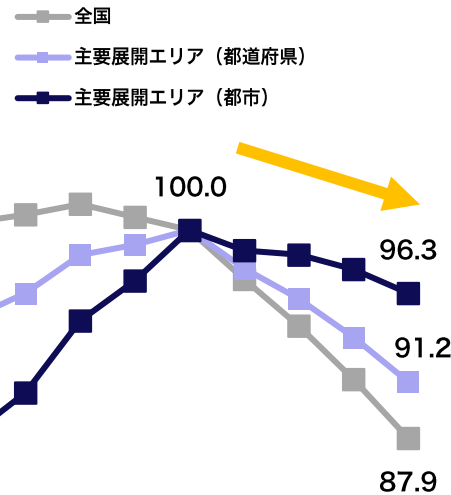
東京都 神奈川県 埼玉県 大阪府 兵庫県  
北海道 宮城県 愛知県 福岡県

主要展開エリア（都市）

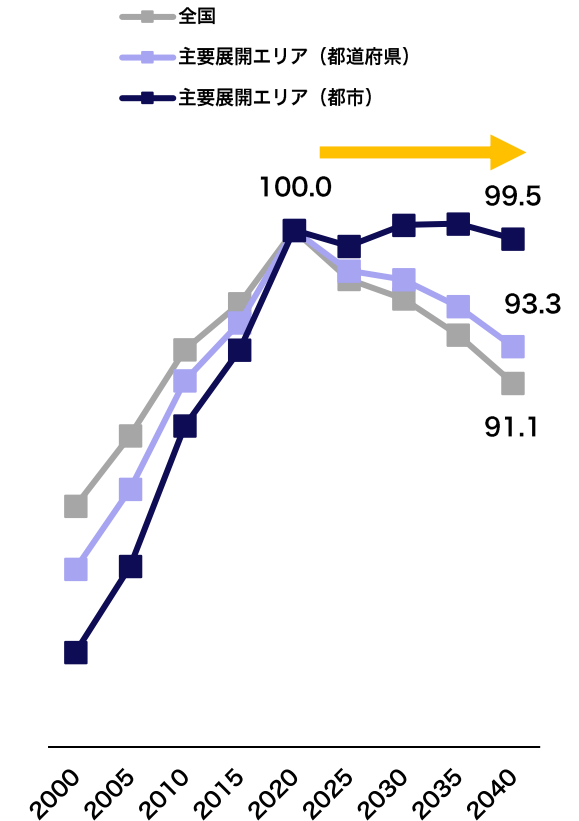
東京23区 横浜市 さいたま市 大阪市 神戸市  
札幌市 仙台市 名古屋市 福岡市

日本の人口・世帯数の推移および将来推計（2020年を100としたとき）

<人口の推移（指数）>



<世帯数の推移（指数）>



(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

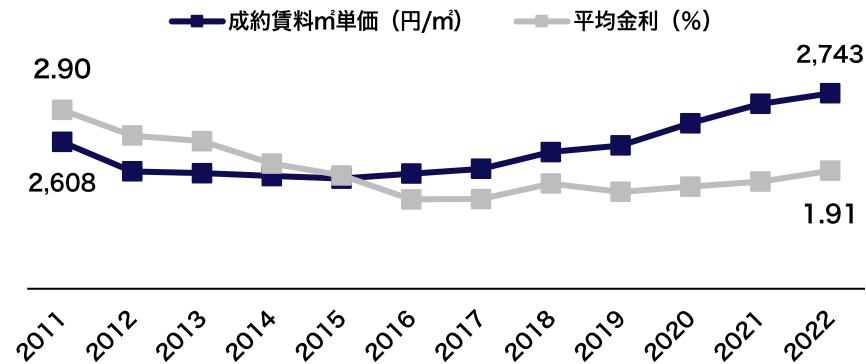
<2023/11期当社販売物件 月額支出の比較>

	「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」の平均金利および首都圏マンション賃料単価の推移>



(出所)

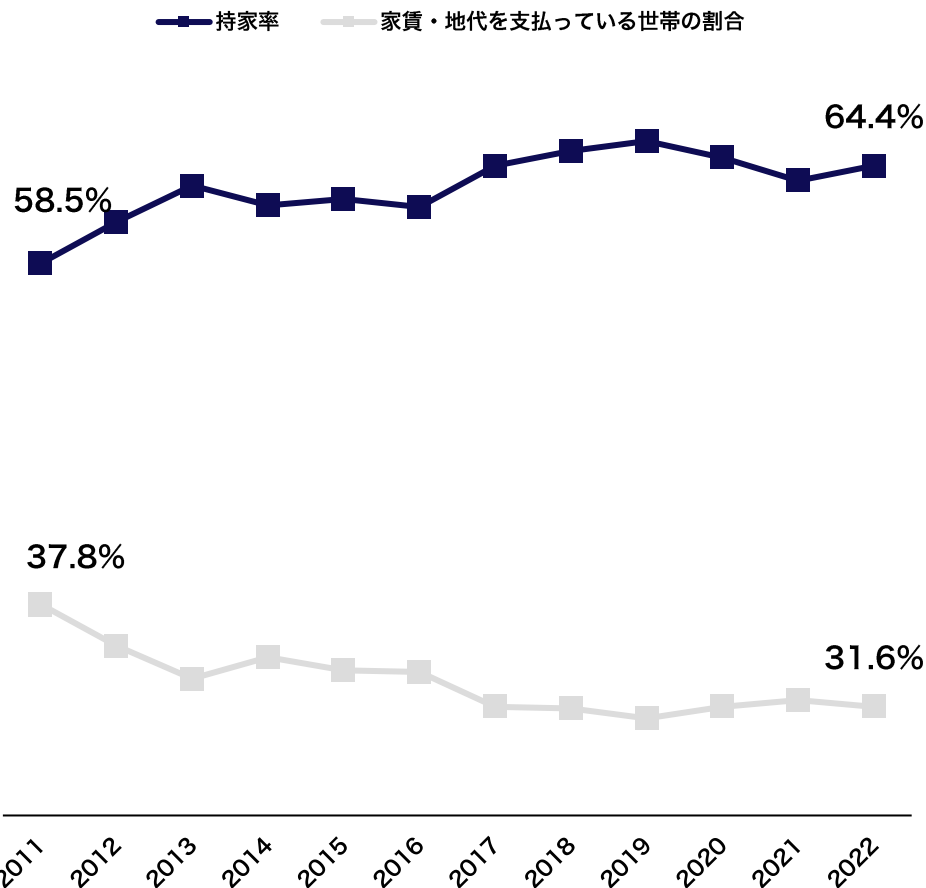
住宅金融支援機構「【フラット35】借入金利の推移」

(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

<持家率および家賃・地代を支払っている世帯の割合>

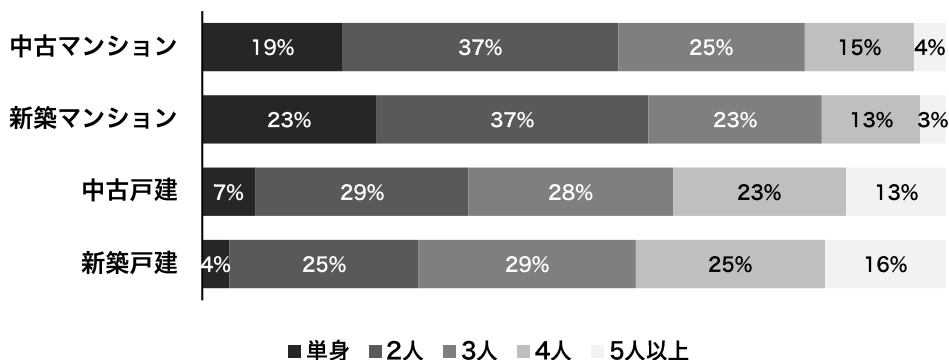


(出所) 総務省統計局「家計調査」における「勤労者世帯」の統計調査表より当社作成

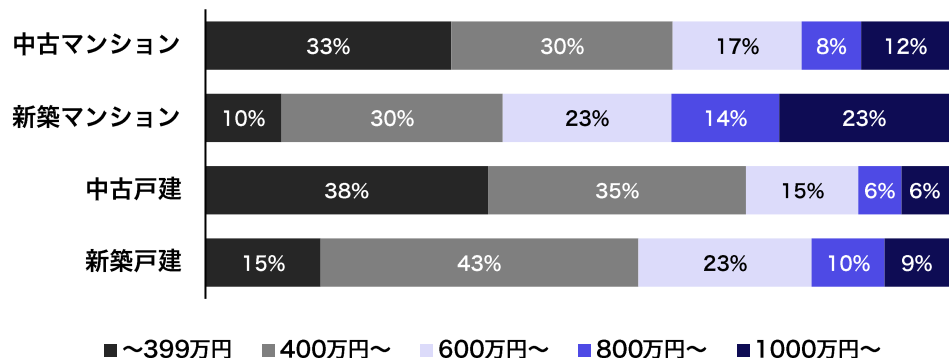
## 中古マンションは戸建と比較して、様々な世帯構成、年収帯の人々の選択肢になりうる

### 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>



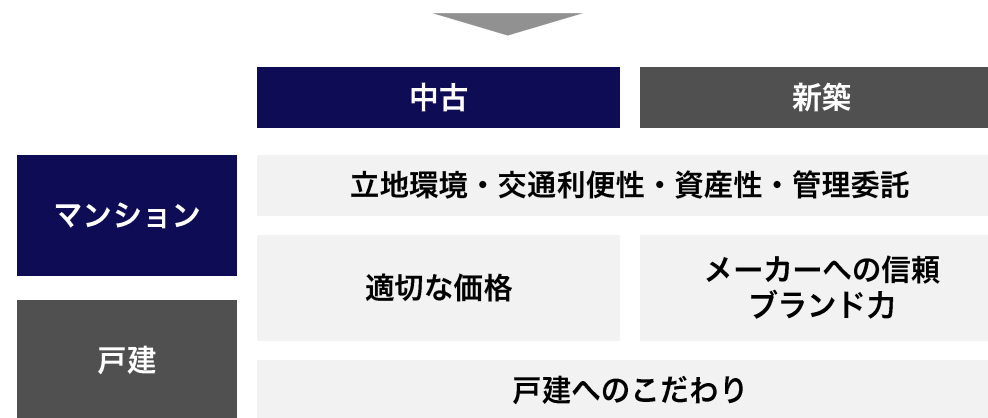
<購入者の世帯年収>



### 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

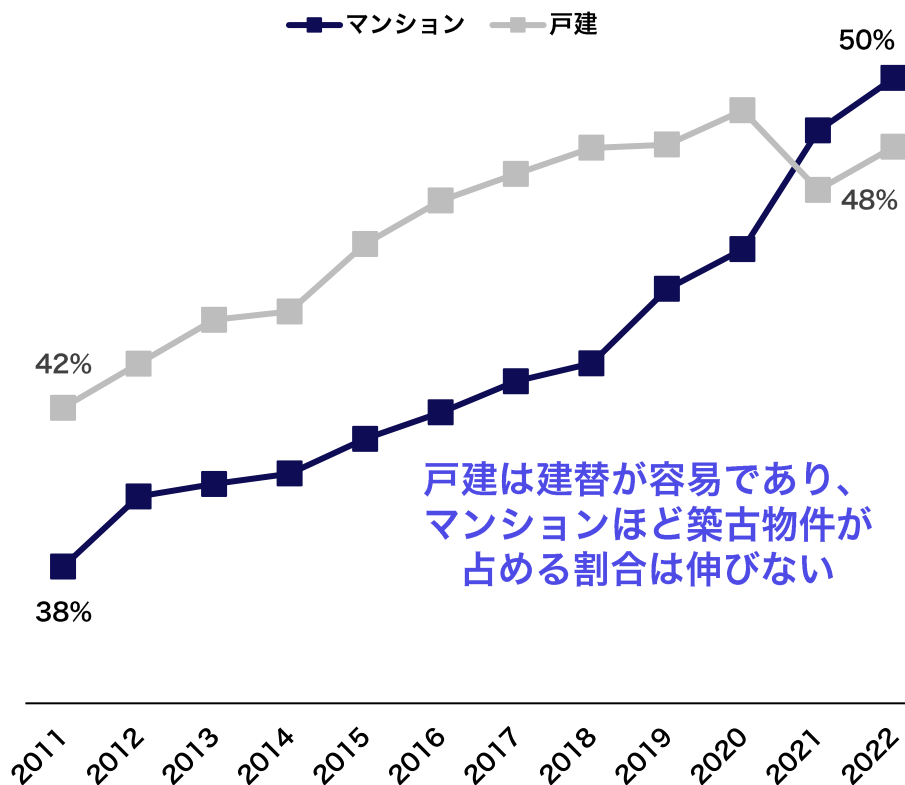
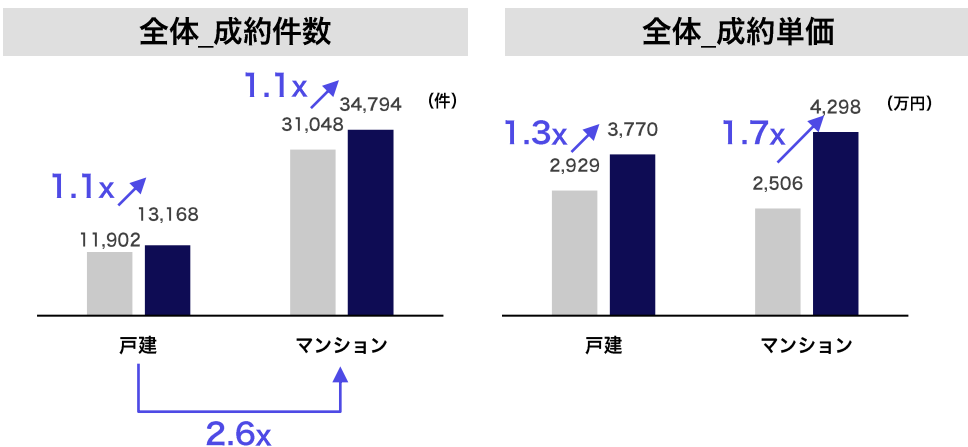
- 首都圏における中古マンション成約数は中古戸建成約数の2.6倍
- マンションは維持修繕により高寿命化が可能であり、成約物件の築古比率は年々増加

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

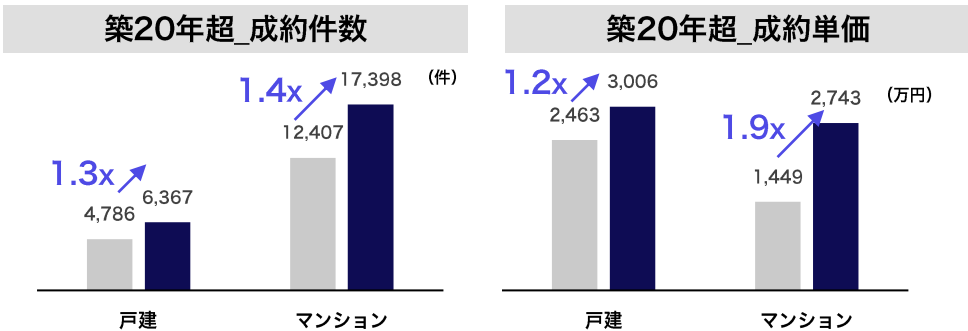
築20年を超える物件の割合は戸建・マンションともに  
年々増加傾向にあるものの、戸建に関しては頭打ち感も

<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>

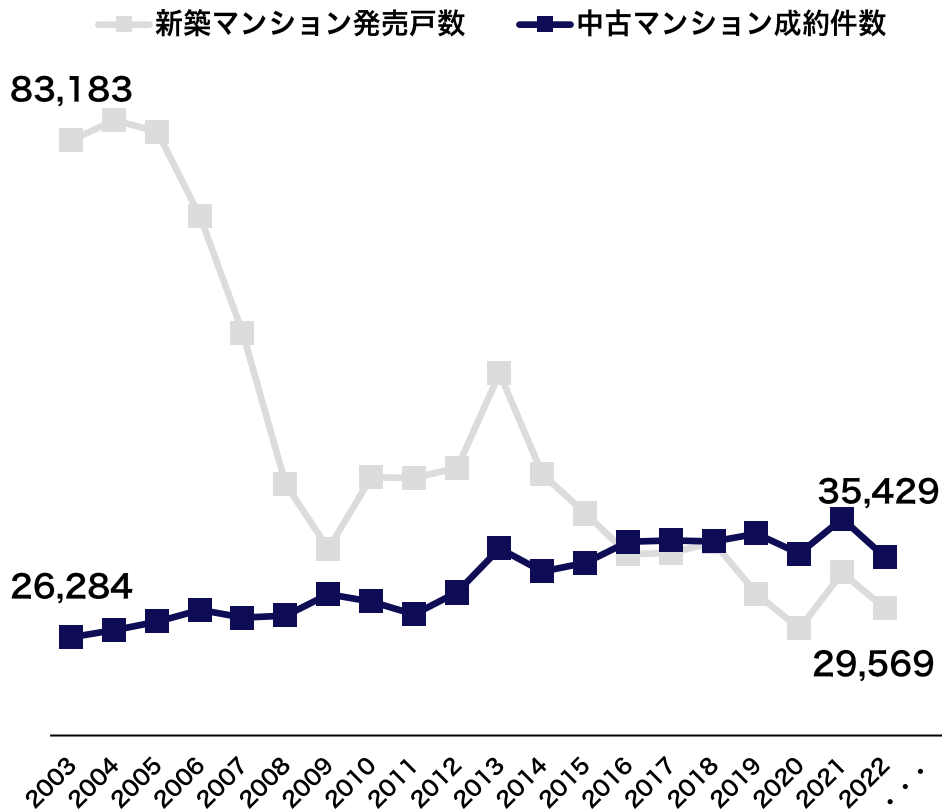




## 今後も中古マンション需要は底堅く、中長期的な拡大市場であると予想

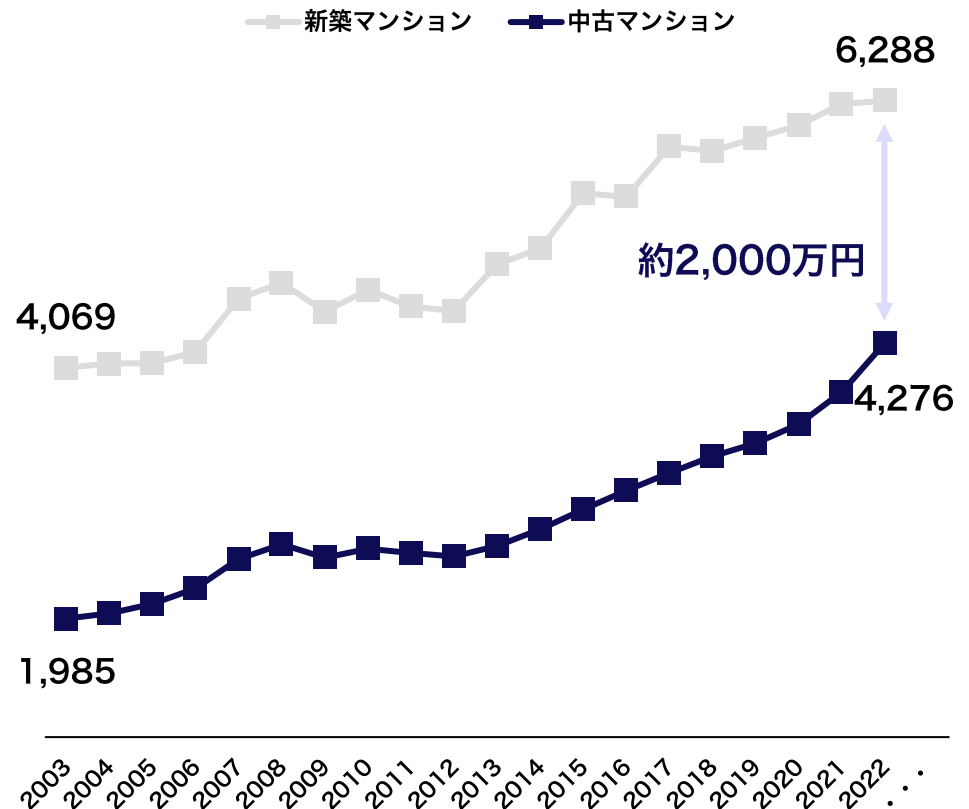
2016年以降、中古マンション成約件数は新築マンションを逆転

<首都圏マンション年間成約件数の推移(件)>



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) 株式会社 不動産経済研究所「全国マンション市場動向」および「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

(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

# 3

## APPENDIX

### ③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)

# 3

## APPENDIX

### ④事業内容

- 中古マンション購入・保有・販売をコア事業、投資家・富裕層向けビジネスをノンアセット事業と位置づけ、グループ全体で収益最大化を目指す

STAR MICA **STARMICA HOLDINGS**  
Find the Value

グループ全体の  
事業戦略策定・経営管理

STAR MICA **STARMICA**

リノベマンション  
売買等

STAR MICA **STARMICA**  
Residence

リノベマンション  
売買仲介

STAR MICA **STARMICA**  
Property

不動産賃貸管理業

STAR MICA **STARMICA**  
Asset Partners

不動産投資  
コンサルティング  
不動産運用  
マネジメント\*

STAR MICA **STARMICA**  
Asset Management

プライベート  
バンキング  
(投資助言業)

**コア事業**

実需向け  
区分分譲マンション

購入→保有→販売の  
バランスシート型ビジネス

**ノンアセット事業**

富裕層・投資家向け  
区分分譲・一棟マンション

手数料中心  
フィー型ビジネス

- 主力のリノベマンション事業において、売買・保有戸数を増加させ、中古マンション市場の拡大をリード

<リノベマンション事業 取引戸数の推移 (戸) >

< 創業期 >

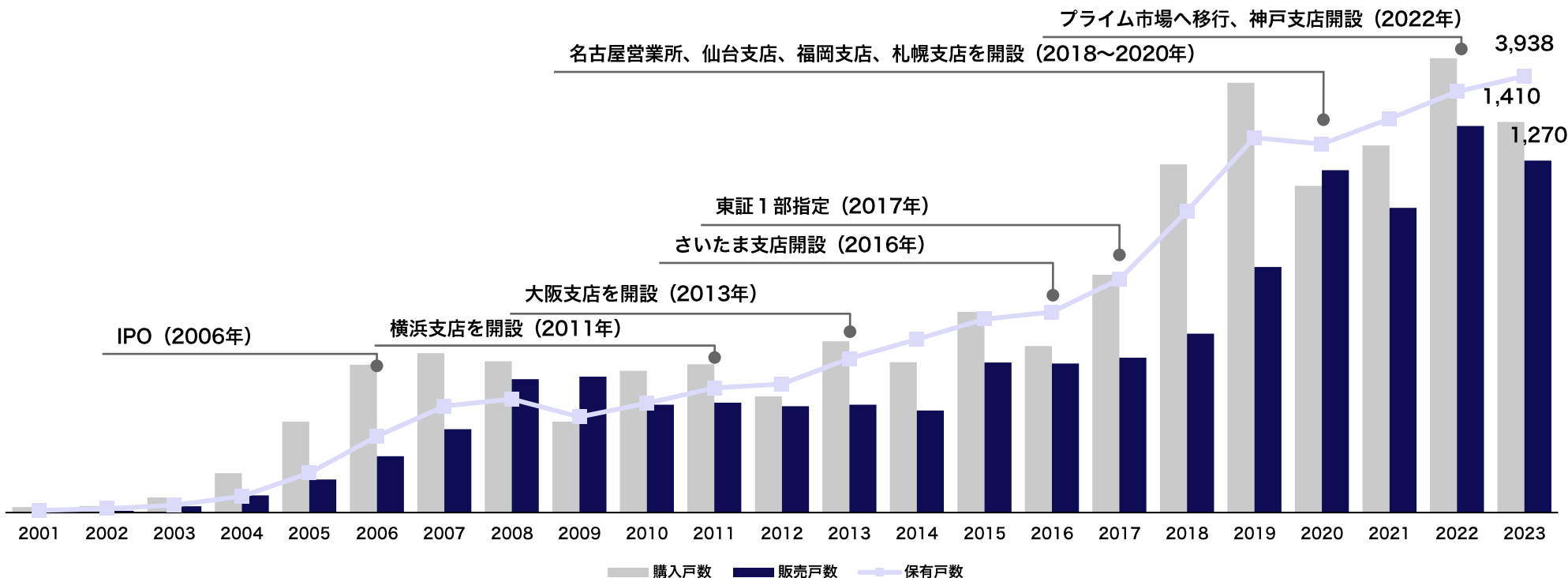
ビジネスモデルで個性を発揮、創業6期目でIPO

< 確立期 >

保有戸数積上げでビジネスモデルを強化、事業を安定化

< 拡大期～安定成長期 >

営業エリア展開や空室購入戦略、売買戸数を急速に増加



- 社会に価値を生み出すバリューチェーン

購入

- ファミリータイプの  
オーナーチェンジ物件をメインで取得
- 一般的に流通しにくい物件の売買市場を創出  
不動産の流動性向上に貢献

保有

- 賃借人の自然退去まで物件を保有
- 当社グループでの賃貸管理により、  
賃借人の快適な暮らしをサポート

販売

- 良質なりノベーションマンションを  
全国主要都市で供給
- 多様化する消費者のニーズに応えた  
商品設計

リノベーション

- 古くなった物件を短期間で高品質な  
住まいへバリューアップ
- 「まだ使えるものを残す」  
環境にも十分配慮した施工



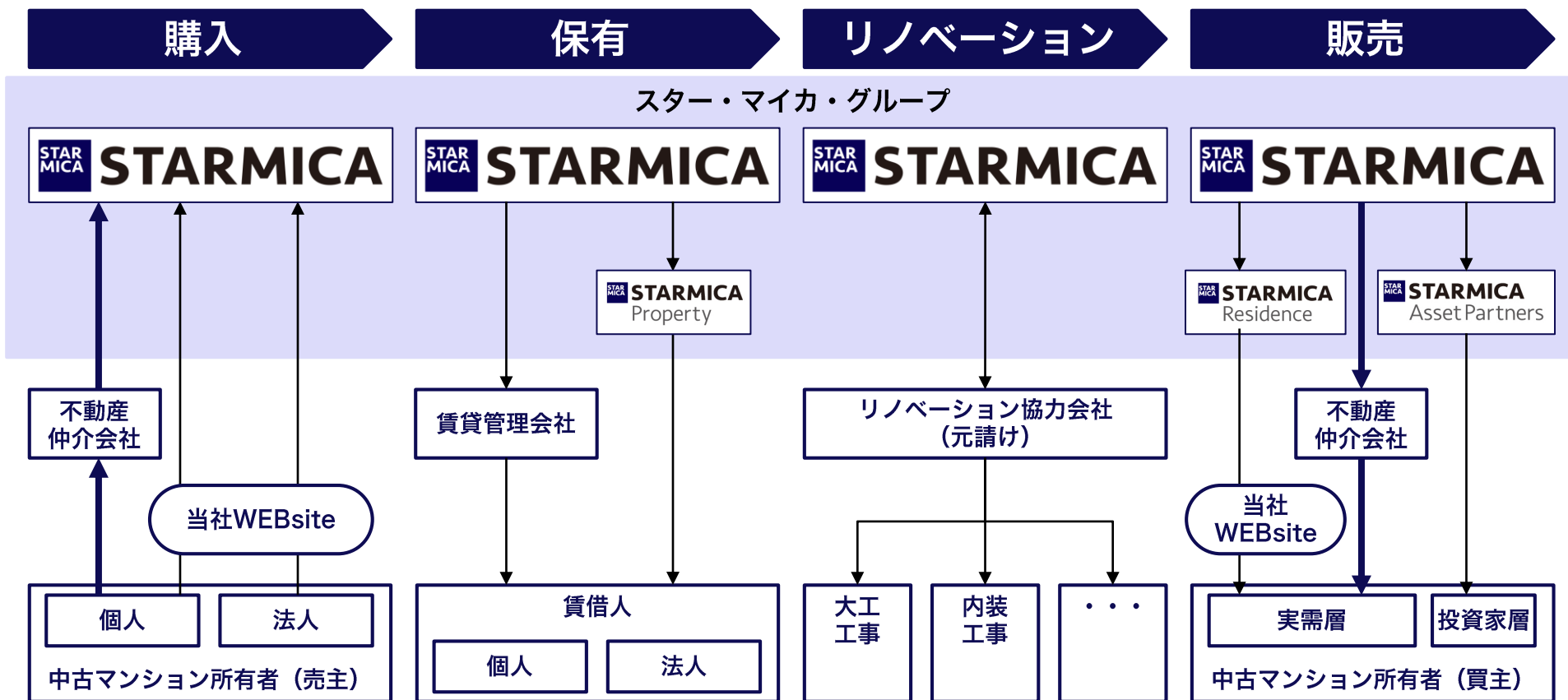
- 購入及び販売は一般消費者との取引がメイン
- オペレーションは内製化と外部委託とのバランスを取り、効率的な運営を実現

- 毎月3,000件を超える情報を取得
- 不動産仲介会社経由した個人からの購入が過半
- 法人からの直接購入も一部あり

- 首都圏中心にグループ内の賃貸管理子会社による管理が過半
- 地方物件等一部は外部賃貸管理会社に管理委託

- リノベーションプラン・仕様の作成、竣工時検査などの商品品質に関わる業務は自社内で完結
- リノベーション協力会社へ施工を委託

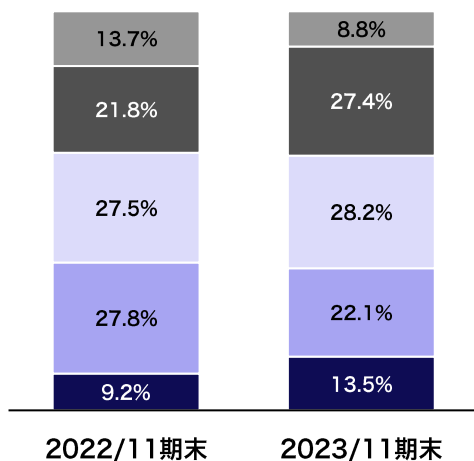
- 不動産仲介会社を経由した実需層への販売がメイン
- 仲介会社経由の販売も全体の2割程度あり



## 1戸単位での積上げにより、十分に分散されたポートフォリオ

築年別

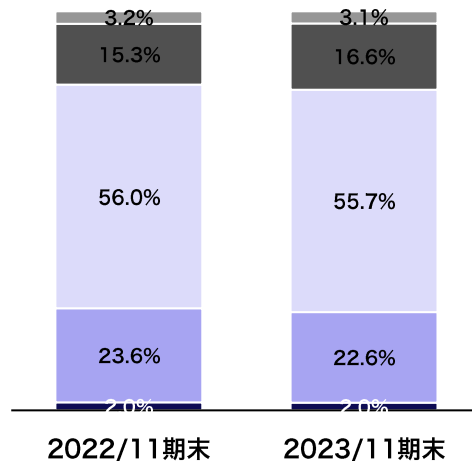
■平成20年～ ■平成10年～ ■平成元年～  
■昭和56年～ ■～昭和55年



2022/11期末 2023/11期末

専有面積別

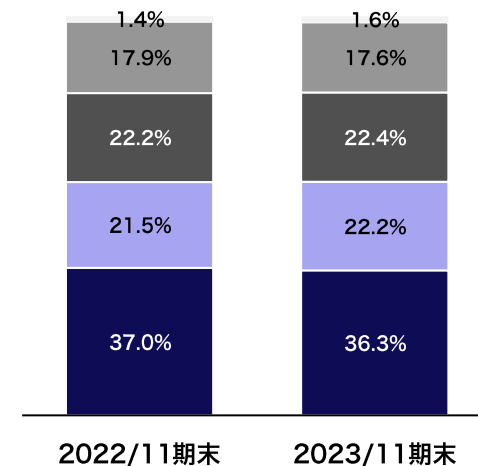
■40㎡未満 ■40㎡～ ■60㎡～  
■80㎡～ ■100㎡～



2022/11期末 2023/11期末

地域別

■東京都 ■他首都圏 ■関西圏  
■他支店エリア ■他



2022/11期末 2023/11期末

残高構成比<sup>\*1</sup>

平均

31.0年 → 32.0年

67.1㎡ → 67.4㎡

-

方針

- リノベーションによるバリューアップが見込める築年帯を中心に購入
- 旧耐震物件については、管理状況や耐震性能、住宅ローン動向を注視し購入比率をコントロール

- ファミリータイプを中心に購入
- 各エリアの住宅購入者のニーズに合わせて商品ラインナップの多様化・拡充を図る

- 大都市圏へ営業リソース投下し拡大を図る
- 各エリア内においては、流動性の高い中心部でのシェア獲得に注力

<sup>\*1</sup> 残高構成は2023/11期末時点の購入価格比による

<sup>\*2</sup> 築年数は各期末時点の平均築年数

会社名	スター・マイカ・ホールディングス株式会社
代表者	代表取締役 水永 政志
設立	1998年7月24日
事業内容	リノベマンション事業、インベストメント事業及びアドバイザー事業を展開するグループ全体の経営戦略、経営管理等
上場	2019年6月1日
市場	東証プライム（証券コード 2975）
株主資本	231億円
グループ会社	スター・マイカ株式会社、スター・マイカ・アセットマネジメント株式会社、スター・マイカ・レジデンス株式会社、スター・マイカ・プロパティ株式会社、スター・マイカ・アセット・パートナーズ株式会社
事業所	本社（東京都港区）、札幌支店（札幌市中央区）、仙台支店（仙台市青葉区）、さいたま支店（さいたま市浦和区）、横浜支店（横浜市神奈川区）、大阪支店（大阪市北区）、神戸支店（神戸市中央区）、福岡支店（福岡市中央区）、名古屋営業所（名古屋市中区）
主要取引銀行	三菱UFJ銀行、あおぞら銀行、みずほ銀行、三井住友銀行、りそな銀行、三井住友信託銀行他
監査法人	有限責任 あずさ監査法人
役職員	179名

\*1 特段の注記がない限り、当社グループ全体の情報となります

# 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。