

株式会社オープンハウスグループ 2025 年 9 月期第 2 四半期決算

カンファレンスコール 及び 決算説明会 要旨

- 当第 2 四半期は営業利益が前期比 32%増のほか、各段階利益が期初予想を上回った。
 - 通期業績予想は過去最高益に上方修正、当期純利益は大台の 1,000 億円を見込む。
 - 戸建関連事業は、前期にいち早く在庫処分を進め、短期間で利益率の改善を実現。
今後、大都市圏の底堅い需要を背景に利益率を維持しながら販売数量を拡大。
 - マンション事業は、来期物件の販売を開始、都心部での富裕層による購入も増加。
 - 収益不動産事業は、投資用不動産に対する国内外の需要が堅調で、利益率が改善。
 - 米国不動産事業は、実需の戸建賃貸が堅調、中古戸建のためトランプ関税の影響なし。
 - プレサンスコーポレーションに対する公開買付が完了。
親子上場を解消し、今後はグループ利益最大化をめざす。
 - 自己資本比率 37.3%、ネット D/E レシオ 0.6 倍と TOB 後も健全な財務状況。
金利上昇に備え、インタレストカバレッジレシオを重視。当第 2 四半期は 23.0 倍。
 - 3 ヶ年（2024.9～2026.9）の利益前提及び株主還元方針を上方修正。
当期純利益 2,500 億円から 3,000 億円、株主還元額 1,000 億円から 1,200 億円。
株主還元方針を総還元性向 40%以上とし、配当金を一株 168 円から 178 円に増配、
自己株式取得の総額を 200 億円から 250 億円に上方修正。
-

カンファレンスコール

開催日時 : 2025 年 5 月 14 日 17 時 30 分

スピーカー : 専務取締役 C F O 若旅 孝太郎

< 質疑応答 >

【質問①】 戸建関連事業の今後の売上利益率については、1Q が 17.0%、第 2 四半期が 17.5%、と改善が進んでいるなか、通期計画の 17.0%は保守的なものか。

【回答①】 戸建の通期の売上総利益率の見通しは 17.0%と多少保守的には見ている。

【質問②】 各種統計等では、足元のマンション価格が高騰し、戸建が売れやすく見える。加えて、戸建は市中の在庫が減少し、供給が低下している。事業環境は当社にとって追い風だと思うが、地域的な差はあるか。

【回答②】 東京都 23 区を中心部では戸建用地が高いことにより、仕入は難しい状況。23 区の周辺部、埼玉県、神奈川県、千葉県の人気エリアにおいても、マンションと戸建との価格差が広がってきているため、戸建の優位性が高まっている。

【質問③】 棚卸資産の水準は引き上げるのか。そのための仕入は上手くいっているのか。

【回答③】 売上高を伸ばすためには、棚卸資産はまだ足りないため、更に積み上げる。仕入が順調に進んだことにより、棚卸資産は減少から増加傾向に転じている。これには、新卒の入社によりマンパワーが補充されたことも寄与している。

【質問④】 第 2 四半期の売上総利益率は、OHD の 18.5% に対し HO は 15.4% と差が発生している。OHD と HO の売上総利益率に差が発生する要因は何か。

【回答④】 OHD は都心に近いことから、HO より土地売り（土地販売後に請負建築、所謂「売建（うりたて）」）の割合が高い。また、売上総利益率は、建売より土地売りが高い。その結果として、OHD の売上総利益率は高くなる。セールスマックスの違いによるもの。建売どうしの比較では、両社に大きな差はない。

【質問⑤】 決算説明資料の 9 ページ。契約ベースの売上高の前期比 3.4% 増はインラインなのか。契約棟数の前期比がマイナスになっているが、首都圏と地方で分けるとどうなるのか。

【回答⑤】 売上高の前期比 3.4% 増はインライン。契約棟数は、去年の賃貸戸建の影響を除くと、前期比はほぼ横ばい。関西は伸びたが、首都圏はそこまで伸びていない。ただし、慎重な仕入が奏功し、売上総利益は着実に改善している。

【質問⑥】 来期は棟数ベースで二桁増を狙えるのか。

【回答⑥】 今期の売上総利益率の水準を維持しつつ、来期は棟数を増やす。足元の販売は好調であり、今後の仕入が重要。関西では棟数ベースで二桁増も可能だが、全国では 5% 増をめざす。

【質問⑦】 メルディアの売上総利益率が改善した要因は何か。

【回答⑦】 土地の入れ替えが順調に進んだことで、第 2 四半期の売上総利益率は改善しているが、通期では 15.3% に向けて進めていく。

【質問⑧】 4月からの省エネ法の改正を受け、非上場ビルダーへの駆け込みがあったと聞いた。大手上場会社にはプラスになると思うが、4月以降で、何か変化はあったか。また、省エネ法に関して、当社は受注しやすい環境か。

【回答⑧】 事業者からの建築確認手続きに関して、建築主事、指定確認検査機関等が立て込んでいると聞いたが、当社グループにおいては工期等に大きな影響は発生していない。受注に関しても、特に変化はない。

【質問⑨】 収益不動産事業について、上期の進捗が低い、下期の見込みはどうか。

【回答⑨】 収益不動産は下期が強い。第1四半期がスロースタート、第2四半期はペースが上がった。この流れを維持することで、通期での達成は可能。

【質問⑩】 収益不動産に対する投資家の需要は高いようだが、インバウンドも好調か。

【回答⑩】 引き続きアジア系投資家の需要は高い。同事業の2～3割を占めている。

【質問⑪】 同事業は賃貸住宅を中心にオフィス、商業等も扱っているが、今後はリゾート物件なども始めるのか。

【回答⑪】 アセットの種類に大きな変更はない。引き続き、賃貸住宅が中心。
(メルディアが展開するアパート事業は、今期より同セグメントに集約)

【質問⑫】 プレサンスの完全子会社化により、BSの非支配株主持分は全て吸収したか。また、PLの非支配株主に帰属する当期(中間)純利益の計上はどうか。

【回答⑫】 公開買付に含まれず、4月1日付で売渡請求により取得した持分等は第2四半期末のBSに101億円計上しており、4月以降に大部分(他社の非支配株主持分は除く)を吸収する予定。

また、非支配株主に帰属する当期(中間)純利益は、上期は35億円を計上、下期はほぼゼロとなる見込み。

【質問⑬】 3ヵ年累計の当期純利益を当初計画2,500億円から3,000億円に引き上げた。今期は180億円上振れたが、来期のトレンドをどのようにみているのか。

【回答⑬】 累計の3,000億から、前期930億円、今期1,000億円を引くと、来期は1,070億円となる。その内訳は本決算までに詰めていくが、今後の見通しとして達成可能と考えている。

決算説明会

開催日時：2025年5月21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

<環境認識及び経営体制>

■戸建等の実需不動産の見通し

前期に在庫調整が完了し、今期の売上総利益率は2.7ポイント改善。

大都市圏の戸建の高い需要により、販売は堅調。

今後は量の拡大を目指し、来期に向けて仕入を強化。

需要は旺盛であり、適切な価格で供給できるかが重要。

マンション価格高騰が、戸建需要増に建築高騰が影響。

■投資用不動産の動向

収益不動産事業は、前期は大型物件の影響で売上総利益率が低下したが、今期は改善。

小規模な物件をしっかりと積み上げてきた結果が、表れている。

米国不動産は競合がなく、一人勝ちの状況。既存事業の中での伸びしろは最大。

NOT A HOTEL や MAI アパートなど富裕層向けの商品も増やしている。

日米ともに二極化が進み、富裕層は投資先を探しているため、商売の機会が大きい。

■経営体制の変更

4月からの新体制では、移行期間として荒井、鎌田、福岡の3名が代表権を持つ。

社長就任予定の福岡は、当社の成長を経験、理解しており今後の成長を担える人材。

既存事業については、この半年で権限委譲を進める。

■新規事業・海外事業・M&A

新たな事業の柱を作ることに最も適任な人物は自身（荒井）であると判断した。

今後、取締役 Founder かつ大株主として、新規事業、海外事業、M&A の3つに注力。

これまでのM&Aでは実績を残している。今後の案件もスピード感を持って対応する。

<戸建事業の強み> 当資料添付の(参考)「5. 戸建事業の強み」を参照願います。

■ 戸建関連事業 (市場環境)

マンション価格は高騰し、平均面積は縮小。

都心部でのファミリー世帯に、戸建に対する需要が高まっている。

■ 競争優位性

都心部における営業利益率の高さ、回復の速さに優位性。

製販一体の事業運営で、中間マージンを省き、自社での販売により高回転を実現。

■ 工程管理システム

約 3,000 現場にて同時並行して稼働している建設工程を管理。

前面道路は狭く資材置場も限定される中で、大工の配置、資材の運搬を適切に管理。

長年のノウハウ、経験に基づく仕組みであり、資金力があっても独自で構築は困難。

<質疑応答>

【質問①】 戸建関連事業は契約ベースの売上が前期比+3.4%と、そこまで強いように見えず、件数も 3,000 件強でしばらく推移しているが、どうか。

【回答①】 前期はメルディアがグループ入りした影響から、数値が良く見えている側面がある。また、前期は在庫処分をしていた影響で利益水準が低かったため、棟数は同水準でも利益の実態は改善している。

【質問②】 今期はこのペースで良くても、来期を見据えるともっと販売棟数を伸ばすことが必要なのではないか。

【回答②】 来期に向けては、仕入を増やしていく必要がある。事業期間が短いため、今から仕入れても来期の売上を作ることは可能。

【質問③】 利益成長の今後のカーブをどのように想定しているか。これまで、戸建の在庫調整、コンプライアンス対応等の逆風があったが、今後は順調か。

【回答③】 現状の成長水準には満足していない。独立系の企業としては日本でも有数の規模になっており、それ自体が競合優位性になっている。

【質問④】 建築費の高騰への対応について、戸建もマンションほどではないものの上昇している中、どのように対応するのか。

【回答④】 戸建では、土地価格の上昇に対して、建築費の上昇幅は緩やか。マンションは建築費の高騰が著しいため、戸建の優位性がある。また、マンションでは、メルディア DC、OHA のゼネコン機能があり、内製化ができれば優位性となる。

【質問⑤】 マンションの棚卸資産が増えているが、量を追えるようになってきたのか。

【回答⑤】 来期までは順調だが、以降に引き渡しとなる足元の仕入は厳しい。

【質問⑥】 マンション事業の今後のポジションは。

【回答⑥】 現在の環境下ではマンションをグループの中心とすることにはリスクがある。今後の環境変化に応じて、ポジションは変わる。

【質問⑦】 ブランドの刷新により高付加価値化できているのか。

【回答⑦】 これまでは、その地域での価格優位性を前面に訴求してきたが、市場全体として価格が高騰したことにより、方向転換が必要となった。億円を越える物件も珍しくなくなった中、大手と遜色のない品質の商品を提供している。

【質問⑧】 収益不動産事業はこれまで高回転だったが、荒井社長のもとで高付加価値化などの新しい取り組みを行うのか。

【回答⑧】 棚卸資産を増やしたくない。成長を志向しつつも、会社を潰さないことを念頭に置いた経営状態にしておきたい。高付加価値のビジネスにも興味はあるが、そのために事業期間を伸ばしたくはない。

【質問⑨】 グループとして実需から投資用、富裕層向けにシフトしているように見えるが、実需に比べて成長ペースが遅く感じられる。今後の成長を加速させる上でどのようなことを考えているか。

【回答⑨】 不況でも実需は無くならないから、実需をベースとして、これからも伸ばす。当社の強みは細かいことを積み上げていくこと。収益不動産は、5 億円までの物件を高回転で回している。富裕層ビジネスも、同様に取り組みれば勝機があるだろう。

【質問⑩】 所得水準について、今起こっている変化をどのようにとらえているか。

【回答⑩】 一番の変化はデフレからインフレになったこと。これまで自身はデフレ下で経営してきたが、40 歳以下の消費者は価格クラッシュの経験がないため、今後もインフレしていくことを当たり前だと考えている。富裕層は今後も主要なターゲットであり、不動産は大きな割合を占めると見ている。

【質問⑪】 アメリカの不動産市場が弱いため、買収する側が有利な環境ではないか。

【回答⑪】 アメリカの市場はそこまで悪くない。M&Aについては、安く買うことを基本としているが、この考え方を貫くのかどうかの判断が鍵。アメリカは金利が高く、7~8%で事業を行っている環境であるため、国内で資金調達できる当社は強みが出て、チャンスは広がっていると認識している。

【質問⑫】 完全子会社化したプレサンスの体制はどうなる

【回答⑫】 今まで大きくは関与してないし、今後も予定はない。元々経営体制はしっかりしているため、原田社長に任せている。

【質問⑬】 プレサンスとは、シナジーよりもそれぞれで独立して事業運営する色が強かったが、今後はシナジーの加速が何かあるのか。

【回答⑬】 シナジーとしては、後方支援的にグループ内のリソースを余すところなく使いたい。メルディア DC をプレサンス傘下に異動したり、ウェルスマネジメントからプレサンスへの送客を増加させたりしたい。

【質問⑭】 総還元性向 40%という株主還元方針への変更は、これまでの(配当性向 20%+機動的な自己株式取得)と実態は変わっていないように思えるが、どうか。また、還元とのバーターで成長投資余地が減るのか。

【回答⑭】 「機動的な自己株式取得」について投資家からの質問も多かったため、還元方針として明確にしたもの。また、成長投資方針は変えない。

【質問⑯】 同業他社でも世代交代の動きがある中、会長となる体制も考えられるが、代表権を返上するところにまで至った理由なにか。今後は前面にでないのか。

【回答⑯】 大株主でもあるため、代表権を持ったままでは実態が変わらない。次世代が育つためには、自分で判断することが必要。一起業家に戻り、取締役として自身にもプレッシャーをかけたい。また、代表を外れた後、基本的に前面には出ない予定。

【質問⑰】 荒井社長が取り組む新規事業として、何か方向性・アイディアはあるのか。

【回答⑰】 実需よりも富裕層に対して目を向けている。3年で500億円、5年で1,000億円の規模が見込める事業に取り組みたい。

以 上

(参考)

5. 戸建事業の強み

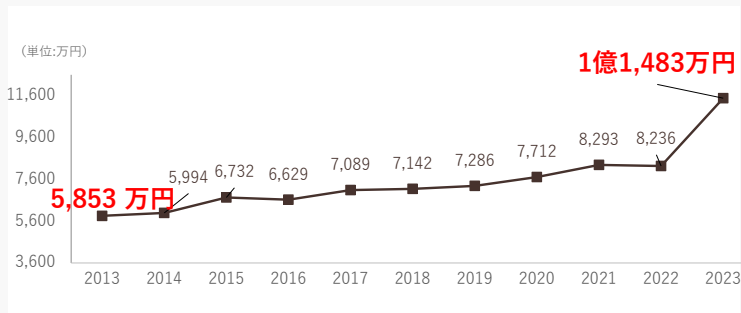
OPEN HOUSE GROUP

5. 戸建事業の強み

戸建関連事業（市場環境）

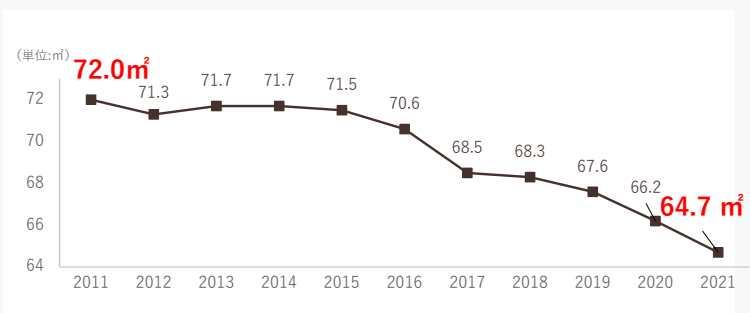
- 用地価格、建築費高騰でマンション価格は高騰
- マンションの平均面積は縮小傾向、手頃な価格で居住スペースがある戸建に強いニーズ

新築マンションの平均価格推移（東京23区）



出所：株式会社不動産経済研究所「首都圏 新築分譲マンション市場動向2023」

新築マンションの平均専有面積（全国）

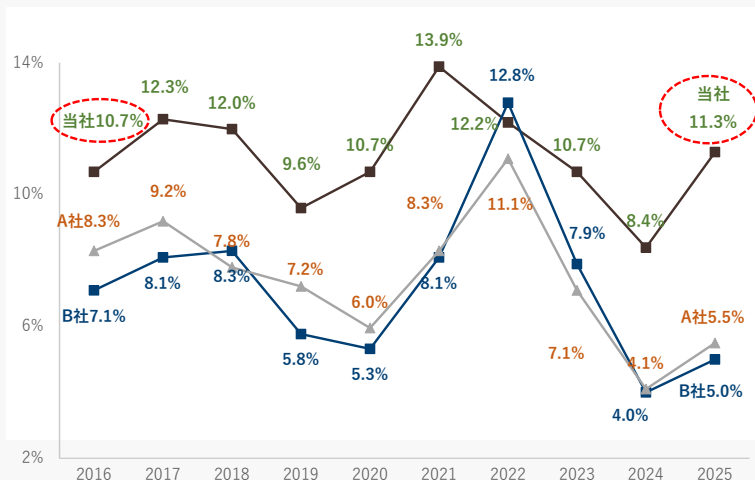


出所：住宅金融支援機構「住宅ローン関連調査」

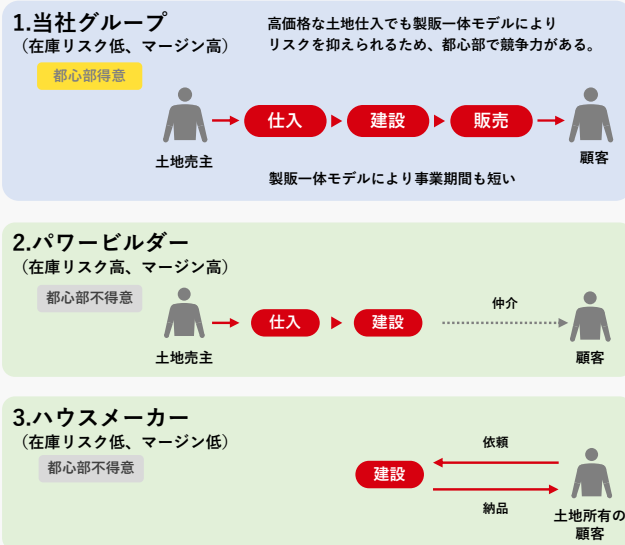
競争優位性

- 都心部での需要回復を受け、他社に先駆け利益率が回復
- 仕入、建設、販売を自社で一貫して行う「製販一体のビジネスモデル」

都心部主体の当社と地方主体の他社の営業利益率推移



出所：A社・B社 開示資料



工程管理システム

- 当社独自の工程管理システムで資材や職人をタイムリーに配置して、多数の現場を同時並行で管理する仕組みを構築（2025年4月末時点で、2397現場 3726棟を同時管理）

- 特徴① 当社独自システムにより、タイムリーに全員が把握
- 特徴② 当社独自システムと連携した独自アプリにより、クリティカルな検査をタイムリーに実行し品質管理を強化
- 特徴③ アプリにより、監督、職人、商社との連携を可能とし、タイムリーに資材の納品を実現
- 特徴④ アプリにより、稼働大工・工程状況が見える化し、ジョイントロスが発生することの無い効率的な仕組を構築

