COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

日本リビング保証

7320 東証グロース市場

企業情報はこちら>>>

2022年10月4日(火)

執筆:客員アナリスト **清水啓司**

FISCO Ltd. Analyst Keiji Shimizu





日本リビング保証2022 年 10 月 4 日 (火)7320 東証グロース市場https://jlw.jp/ir/

■目次

■要約	_
1. 同社は企業成長サイクル上「成長期」にあり、今後も拡大と発展が続く	
	•••
■会社概要	
1. 沿革	
2. 事業概要	
3. 特徴と強み	
■企業ビジョンと成長戦略――――――――――――――――――――――――――――――――――――	
1. 企業ビジョン "We are a WorthTech Company." ····································	
2. 事業セグメントの再定義と事業名称の変更	
3.4 つの事業戦略	
■業績動向	
1. 事業活動の進捗と成果	
2. 2022 年 6 月期通期業績	
3. 2023 年 6 月期通期業績の見通し	
4. 財務状況	
■株式還元策 ————————————————————————————————————	
1. 期末配当	
2. 自己株式の取得	



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

■要約

独創的ビジネスモデルで持続的高成長と安定収益基盤の構築

日本リビング保証 <7320> は、住宅業界をメイン市場として、「おうちのケア等の"住宅の一生"を面倒みる」をビジネスコンセプトに、住宅会社や住宅オーナーの困りごとを解決するソリューション企業である。創業メンバーの強いリーダーシップのもと、2009 年の創業以来 14 期連続増収の持続的成長を果たしている。

1. 同社は企業成長サイクル上「成長期」にあり、今後も拡大と発展が続く

2022 年 6 月期通期業績は、売上高 3,305 百万円(前年同期比 25.9% 増)、営業利益 650 百万円(同 70.3% 増)と過去最高の売上高・営業利益を達成した。また、直近 6 年間だけでも売上高約 3 倍、営業利益約 10 倍 (2017 年 6 月期比較)と急成長を遂げている。

事業セグメントは「おうちのトータルメンテナンス事業(以下、おうち事業)※2」と「BPO※1事業※2」の2つからなり、両事業とも過去最高の売上高(おうち事業は1,922百万円(前期比14.5%増)、BPO事業は1,244百万円(同50.7%増))を達成した。おうち事業での住宅の新規物件の増加、ならびにBPO事業の再生可能エネルギー業者向けの受注拡大が大きく寄与した。同社は創業して15期目を迎えるが、企業成長サイクルの観点からみても「創業期」から「成長期」の軌道に乗り、今後もビジネスの拡大と新しいサービス創造が続くものと期待できる。

2. 企業ビジョン "We are a WorthTech Company." を社員の共通価値観として新たな一歩を踏み出す

2022 年創業 15 期目の節目に、会社のパーパス(存在意義)、目指す方向性、企業ブランドさらに会社のカタチ(事業ポートフォリオや組織)について、リデザインした。それが新しい企業ビジョン "We are a WorthTech Company." である。

これまでの想いをさらに昇華させ、「家」も「モノ」も「住まい」も「暮らし」も、安心をもっと感じられる「変わらない価値」を暮らしのすべてに広げるために、「独創的なリアルとデジタルのサービスで、暮らしの資財価値を最大化する"WorthTech Company"」として、新た一歩を踏み出す。

同社の強みである「保証」「金融」「オペレーション」の3つのビジネスソリューションをデジタルアップデート(デジタル技術で融合)して、暮らしの資財価値を最大化する。

^{**&}lt;sup>1</sup> BPO (Business Process Outsourcing) の略で、業務の企画・設計から実施までの一部または全部を専門業者に外部委託すること

^{**2 「}おうち事業」と「BPO 事業」は、それぞれ「HomeworthTech 事業」と「ExtendTech 事業」に改称(2022 年 8 月)



7320 東証グロース市場 https://jlw.jp/ir/

日本リビング保証 | 2022 年 10 月 4 日 (火)

要約

事業セグメントについても、「おうちの事業」と「BPO 事業」を、それぞれ「HomeworthTech 事業」と「ExtendTech 事業」に改称し、主要 2 事業に再編した。特に、事業のネーミングは重要で、BPO 事業(旧名称)だと、業務 委託 = 下請けの印象が強く、同社が実際に提供している"資財価値の最大化"とギャップが生じていた。新名称 "Extend"は「延長保証」という意味で、すべての保証サービスを延長していこうとの意図が伺える。また、事 業名称に"Tech"を使っているのは、今後テクノロジー(デジタル)を生かしたソリューション提供を強みにし ていきたいと考えているからである。

この企業ビジョンには秀逸なキーワードが散りばめられており、同社の真意が見えてくる。同社を大局的かつ長 期的視点から俯瞰していることが伺える。この企業ビジョンなら少なくとも 2030 年までの 10 年間は十分通用 すると弊社では考えている。

3. デジタルプロダクト開発推進に向けて、デジタル人材・システム投資を継続的に強化

企業ビジョンでも、「保証」「金融」「オペレーション」の3領域をデジタル技術で融合すると強調しているように、 同社にとっては、デジタル技術とデジタルプロダクトの開発はキー戦略となっている。保証サービス業界では紙 ベースからデジタルシフトが加速するなか、携帯やタブレットを使って、保証契約の閲覧や手続き、決済がワン ストップでできる体験価値を創れるかが勝ち残れる条件となっている。そのような閲覧・手続き・決済処理がで きるアプリやクラウド連携のことを"デジタルプラットフォーム(サービスを提供する場)"と呼ぶ。同社は中 立かつ自立した事業者であり、保証サービス業界の"デジタルプラットフォーマー"として相応しい存在である。

同社では現在3つのアプリ開発と市場投入が行われている。そのアプリのうちの1つであるモバイルアプリ「お うちマネージャー」はエンベディトファイナンス(組込型金融)として、各住宅事業者専用の積立制度・決済の インフラを提供しており、顧客からは高く評価されている。

また、デジタルプロダクトの開発推進に向けて、デジタル人材・システム投資を継続的に強化している。特にデ ジタル人材採用には積極的で、毎月6~8名中途採用実績があり、優秀なデジタル人材が確保されている。

Key Points

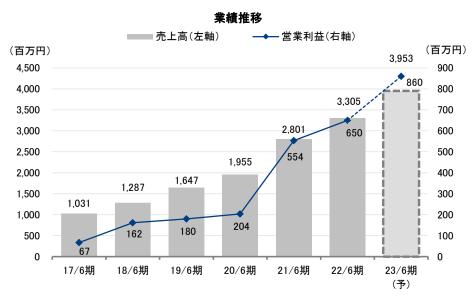
- ・企業成長サイクル上「成長期」にあり、今後も拡大と発展が続く
- ・企業ビジョン "We are a WorthTech Company." を社員の共通価値観として新たな一歩を踏み出す
- ・デジタルプロダクト開発推進に向けて、デジタル人材・システム投資を継続的に強化





2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

要約



出所:決算短信よりフィスコ作成

■会社概要

「住宅設備の延長保証サービス」のパイオニア的存在

1. 沿革

同社は、2009 年 3 月に創業し、2022 年創業 15 期目を迎える住宅の保証・保守トータルソリューション企業である。

(1) 創業当時

同社は 2009 年 3 月に設立された。会社設立当初は、複数のアイデア(商品・サービス)を検討していたが、 試行錯誤した結果、同年 8 月に「住宅設備の延長保証サービス」の発表となった。



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

会社概要

(2)「住宅設備の延長保証サービス」の誕生

創業メンバーは、在籍時から「地震保証」を取り扱っていた。それをどうやって応用するか検討するなか、住宅会社を通じて販売するビジネスモデルを築いていった。一方、住宅会社では「火災保険」「耐震保険」等保険サービスは品揃えしていた。そこで、"空白になっている"保険サービスはないかと探した結果、「住設機器の延長保証サービス」に辿り着いた。住宅設備(特にキッチン、バス、トイレ等水まわり)は通常メーカー保証が $1\sim 2$ 年で終了するところを 10 年間の延長保証としている。実際に同社ユーザ調査結果をみても、水周り設備の不具合は新築 10 年以内に $2\sim 3$ 回発生、そのうち 91% がメーカー保証切れ期間に発生しており、修理費用は $3\sim 30$ 万円程度発生するため、住宅オーナーの大きな困りごとになっていた。業界初の本サービスは、その後も色々な着想を得ながら、オリジナルなアイデアを付与し、住宅オーナーの「住み心地」「便利」「安心感」等顧客体験として徐々に浸透していった。

会社沿革

2009年 3月	同社設立
2009年 8月	「住設あんしんサポート(住宅設備のメンテナンス保証)」を提供開始
2012年 5月	中古住宅の売買を仲介する不動産仲介業者向けの「売買あんしんサポート」を提供開始
2012年 8月	100% 子会社としてリビングポイント株式会社を設立
2012年10月	一般建設業許可取得
2013年 6月	太陽光発電機器メーカー向けの「BPO 事業」を開始
2013年12月	一級建築士事務所登録
2015年 5月	リビングポイント株式会社が前払式支払手段(第三者型)発行者登録
2015年11月	プライバシーマーク(P マーク)取得
2016年 6月	住設あんしんサポートプレミアム(ポイント付き住宅設備のメンテナンス保証)を提供開始
2017年 8月	住宅事業者のアフターサービスを一括受注する「長期メンテナンスシステム」を販売開始
2018年 3月	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場
2019年 8月	住宅オーナー向けのおうちのトータルサポートサービス「うちもキーピング」を販売開始
2020年 4月	「GIGA スクール構想向け PC・タブレット保証」を提供開始
2020年 5月	本社オフィスを東京都新宿区に移転
2020年 7月	横浜ハウス株式会社を完全子会社化
2020年 7月	「建物 20 年保証バックアップサービス」を本格展開開始
2021年 2月	ネットスマイル株式会社と資本業務提携契約の締結
2021年 4月	100% 子会社としてリビングファイナンス株式会社を設立
2021年 6月	「資産価値保証プログラム」を提供開始
2021年 9月	「蓄電システム機器 20 年保証」を提供開始
2021年10月	「おうちマネージャーアプリ」を提供開始
2021年10月	RUN. EDGE 株式会社と資本業務提携契約の締結
2022年 2月	カメラブ株式会社と資本業務提携契約の締結
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分の見直しにより、グロース市場に移行
2022年 6月	横浜ハウス株式会社の全株式譲渡により連結子会社から除外
≪拠点展開≫	大阪支店(2019 年 7 月) 福岡サービスセンター(2020 年 3 月) 名古屋サービスセンター(2020 年 4 月)

出所:有価証券報告書よりフィスコ作成



https://www.fisco.co.jp

日本リビング保証 7320 東証グロース市場 https://jlw.jp/ir/

2022年10月4日(火)

会社概要

ストック型&フロー型ビジネスで 健全な財務構造と安定収益基盤を確立

2. 事業概要

(1) 事業ドメインと事業ポートフォリオ

1) コア事業領域…おうち事業※

住宅会社が新築住宅を住宅オーナーへ引き渡してから、同社のおうち事業が始まる。まず、長期保証サービ スを付与、メンテナンス(点検・補修)をマネジメントし、最後はリフォーム、建替へと繋げる。 すなわち、「お 家のケア等の"住宅の一生"を面倒みる」ことが顧客(住宅オーナー)に提供する価値である。BtoC ビジ ネスでは「顧客生涯価値(ゆりかごから墓場まで)」というビジネス用語があるが、その住宅版"生涯価値" と言っていいだろう。

住宅はメガ市場で付随するすそ野も広く、アフターメンテナンス市場もその中の一つである。現在、同社の おうち事業は業界トップクラスの市場ポジションをキープし、高成長・高収益を確保している。しかし、メ ガ市場の中、同社がまだカバーできていない保証サービスやおうち情報もあり、今後も同社のコア事業とし て一層の拡大強化を図っていく。

2) 成長事業領域…BPO 事業※

長期的視点でみると、住宅だけでは、"一本足打法"となり、事業成長と事業リスク上、大きな壁に突き当っ てしまう。同社の経営幹部は、常に住宅に次ぐ「次の柱」を視野に入れて事業推進や新規事業探索を行って いる。BPO事業は、再生可能エネルギー向け補助金(太陽光発電の普及政策)を絡めて、ここ5年の間で 急激に伸びてきた。BPO 事業は、「住宅設備の保証」ノウハウをベースに"電気的・機械的機器(蓄電シス テム機器やタブレット等) への保証・保険 & ファイナンスのソリューション"と定義できる。言い換えると、 「メーカー保証制度の立上げ代行」となる。具体的には、製造メーカーや販売会社と損害保険会社との間に 立ち、保証業務をアレンジメントし保証業務代行を行う。現在、BPO 事業は損害保険会社からの顧客紹介 が圧倒的に多く、蓄電システム機器保証サービスの受注は計画を大きく上回っている状況で、ここ数年はこ の状態が続くものと思われる。

* 「おうち事業」と「BPO 事業」は、それぞれ「HomeworthTech 事業」と「ExtendTech 事業」に改称(2022 年 8 月)

3) 新領域への挑戦

●デジタルツール (アプリ) の提供

同社の商品サービス(保証書等)を紙ベースからデジタル化するために、携帯やタブレットで駆動する 閲覧・手続きができるアプリを開発した。住宅会社と住宅オーナー間の接点・コミュニケーションツー ルとして提供しており、ポイント状況等もアプリで確認できるようなっている。

住宅会社のカスタマーサクセスの一貫としてツールを提供しており、アプリで稼ぐつもりはなく、同社 の各種サービス(保証サービス、ポイント等)の利用拡大を誘導する役割を担えればよいという認識で ある。



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

会社概要

●海外展開(特に東南アジア市場)

過去に「海外進出」の可能性を検討し、海外市場調査や東南アジアへ海外視察をしていたが、新型コロナウイルス感染症拡大により、現在ペンディング状態となっている。「保証」という日本人の国民性に好まれやすいビジネスを、「故障をしたらそのときに修理をする」ことがより一般的な海外において、そのマインドチェンジを如何に促すかが、海外ビジネスの成功の鍵となる。

● " 両利き " の経営を実践

閉塞感が漂う大企業を中心に"両利きの経営"が今注目されている。現在の主力事業以外にも積極的に新規事業を考えようという経営論で、言い換えると、既存事業の「深掘り」と新規事業の「探索」の"二兎を追う"経営である。同社では主力事業である住宅分野の保証サービス事業を「深掘り」しつつ、BPO事業や海外進出等非住宅分野での新規事業の「探索」にも力を入れており、創業 14 期目の若い会社が"両利き経営"を実践している希有な存在である。

(2) ビジネスモデル

同社は創業と同時に、業界初の住宅設備の延長保証サービス「住設あんしんサポート」の提供を開始した。保証サービスの特徴は会計処理上、設備保証の売上・原価は保証期間に応じて前受収益・前払費用として按分計上される。設備保証料は一括キャッシュインされ潤沢な手元資金として留保され、成長投資や資産運用の原資となる。従って、収入からキャッシュ循環で成長投資を賄うため借入金は不要、極めて財務健全性に優れたビジネスモデルと言える。同社ではこのビジネスモデルを"ストック型ビジネス"と呼んでいる。

一方、2013 年ごろからスタートした BPO 事業(メーカー保証制度の立上げ代行)は、当初は国の補助金関連として、再生可能エネルギー関連(太陽光パネル、発電システム)が、最近では、蓄電システム機器やGIGA スクール向けタブレットが対象となっている。2022 年 6 月期では、蓄電システム機器とタブレットが大きく収益に貢献している。これは、"フロー型ビジネス"で、最初に「メーカー保証制度の構築」の一括受注となり、会計処理上は大半が当期一括計上となる。原価がほとんどかからないため、売上が増えた分だけ利益も増える仕組み(一般には、リカーリングビジネスとも言う)である。同社はストック型ビジネス(おうち事業)とフロー型ビジネス(BPO事業)を最適な組み合わせとすることで、財務健全性と持続的安定収益基盤を確立している。

ストック型とフロー型のハイブリッド経営



ストック型ビジネス

フロー型ビジネス

出所:決算説明会資料より掲載



2022年10月4日(火) https://jlw.jp/ir/

会社概要

卓越した新商品企画開発力とスピードが企業成長のエンジン

3. 特徴と強み

(1) 事業ポジション(立ち位置)

同社では、住宅業界(住宅会社や住宅オーナー)をマーケットに、バックヤード側に損害保険会社(長期保証 の保険リスク)、修理・点検協力会社(住宅修理・点検サービス)等と連携できる中立かつ自立した事業ポジショ ンを築いている。

保証料など サービス利用料金 売上 原価 製造者・ 販売者 保証料など サービス提供 サービス利用料金※ 販管費の主たる内容 ・人件費 60% ・地代家賃等 10% 日本リビング 損害保険料※ 委託料 委託料 損害保険 修理点検 その他 ※BPO事業においては、製造者・販売者が損害保険契約者となる ケースが多く、損害保険料部分については預かり金計上となる。 委託会社 会社 協力会社

住宅アフターサービス分野での事業ポジション

出所:事業計画および成長可能性に関する事項より掲載

(2) 卓越した商品企画開発力とそのスピード

創業メンバーの「常に $20\sim30\%$ 成長する企業にしていきたい。成長が止まるとつまらない」との思いから 創業当時から商品開発には相当力を入れていたようである。試行錯誤で新商品開発、市場投入、商品改良と次 期商品企画を繰り返してきた。その間には失敗(販売中止の商品)もあったが、新商品を投入し続け、商品に 磨きがかかり、業界随一の商品ラインナップとワンストップソリューション体制の確立の原動力となった。

新商品開発は、今でも年間5~6テーマを上市するそうである。新陳代謝を促進し、よい商品が生き残る仕 組みになっている。



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

会社概要



注:「その他」セグメントは除く。

出所:事業計画および成長可能性に関する事項、決算短信よりフィスコ作成

(3) コンサルティングセールスできめ細かい顧客ニーズを吸上げ、提案型営業を推進

荒川拓也会長率いる営業本部は約40名の人材を抱えている(全従業員の1/4)。同社の保証サービスの営業には、住宅会社・工務店の経営・業務知識や保険・保証知識が必要で、「(問題解決型) コンサルティングセールス」の素養が求められる。どちらかいうと、経営コンサルティングに近いのかもしれない。顧客の悩み(ニーズ)と自社の商品・サービスを調べ尽くして、ニーズに最も適合する自社のサービスやソリューションを提案する。

現在、フィールドセールスチームでは、顧客資産数千社(マンションデベロッパー、住宅会社、工務店等)を中心に、新規顧客開拓(新築需要)とフォローアップ営業に取り組んでいる。

また、顧客がどういう悩みで同社のサービスを利用して、その悩みをどう解決できたかを継続的にフォローする専門部署(カスタマーサクセスチーム)も設けている。

(4) ワンストップソリューション

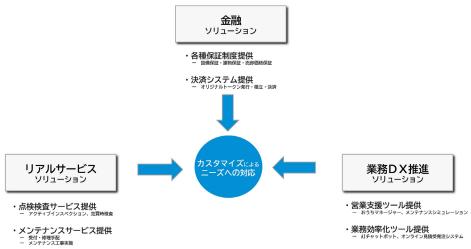
同社は金融ソリューション(各種保証制度、決済システム等)、リアルサービスソリューション(点検検査サービス、メンテナンスサービス等)、業務 DX 推進ソリューション(営業支援ツール、業務効率化ツール等)を組み合わせたカスタマイズ性の高いスキームでワンストップにソリューションを提供できることが同社の最大の強みである。



2022年10月4日(火) https://jlw.jp/ir/

会社概要

住宅分野のアフターサービスでの豊富なソリューションの組合せ



出所:事業計画および成長可能性に関する事項より掲載

また、住宅分野のアフターサービスで、各種ソリューションをフルラインナップし、ワンストップで提供できる点でも同社の優位性が発揮できている。

住宅分野のアフターサービスに関するソリューション同社 / 他社比較

社名 / 提供サービス例	建物 長期保証	住宅 設備保障	点検 (自社受託)	コールセンター (自社受託)	モバイル アプリ
同社 (JLW)	0	0	0	0	0
A 社		0			
B社		0			
C社	0	0	0		
D社		0	0	0	
E社		0	0	0	0

注:A \sim E 社は住宅事業者に対してアフターサービスソリューション提供をしている主な企業を選定

出所:事業計画および成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

■企業ビジョンと成長戦略

新しい企業ビジョンと成長戦略で次の成長に向けて始動

同社では様々な保証サービス商品を展開してきたなか、"どういうサービスを提供する会社なのか"説明し難い 状況になっているといった悩みを5年ほど抱えていたようである。この半年間、安達社長が中心となり「新し い企業ビジョンと成長戦略」づくりに取り組んできた。同社の強みや目指す方向など全て洗い出し、会社のパー パス(存在意義)、目指す方向性や会社のカタチ(事業ポートフォリオや組織)について、リデザインし、最終 的に纏まったのが"We are a WorthTech Company."である。



2022年10月4日(火) https://jlw.jp/ir/

企業ビジョンと成長戦略

1. 企業ビジョン "We are a WorthTech Company."

2009 年「住宅設備の延長保証サービス」を業界初で提供して以来、同社は住宅の価値を高めるオンリーワンのサービスを提供してきた。デジタル革命などで商品・サービスが高度化・複雑化するなか、「確かな価値」に対するニーズが高まっている。そのような時代を先取るため、同社では「独創的なリアルとデジタルのサービスで、暮らしの資財価値を最大化する"WorthTech Company"」として企業ブランドをリブランディングすることとなった。

「資財価値を最大化する」には、従来の2つの事業(おうちの事業とBPO事業)が包含されており、より高い 視座からの価値提供の表現になっている。何故、「WorthTech = 資財価値」というワードを使っているのかを 同社に確認したところ、「Value だと安っぽい、お値打ち感がでてしまう。価値のあるモノを更に評価するとい うことで Worth にした」と回答が返ってきた。

(1) 新たなスローガン "To worthful life"

新たなスローガン "To worthful life" は従来のスローガン "100 年の価値を、すべての住まいに。" をさらに昇華させた格好となっている。同スローガンをもとに「価値あふれる暮らしの実現」を同社の合言葉としている。

(2) 新たな MISSION "独創的なリアルとデジタルのサービスで、暮らしの資財価値を最大化する"

(3) 新たな VISON "変わらない価値を、暮らしのすべてに"

新たな MISSON や VISON には、これまでコア事業領域としてきた住宅領域でのビジネス展開に限らず、「新たな領域への挑戦」の強い意思が感じられる。また、「リアルとデジタル」にこだわっており、保証サービス業者として、手段であるリアル(点検・メンテナンス)とデジタル(電子マネーや決済アプリなどのFinTech)まで踏み込んでいることが高く評価できる。

(4) 提供する価値

同社の強みである「保証」「金融」「オペレーション」の3つのビジネスソリューションをデジタルアップデート(デジタル技術で融合)して暮らしの資財価値を最大化する。具体的には、モバイルアプリ「おうちマネージャー」(2021 年 10 月リリース)はエンベディトファイナンス(組込型金融)として、各住宅事業者専用の積立制度・決済インフラを提供している。

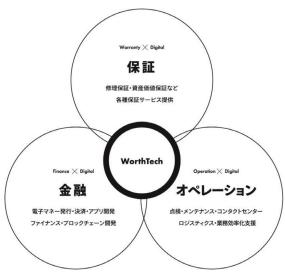


7320 東証グロース市場 https://jlw.jp/ir/

日本リビング保証 | 2022年10月4日(火)

企業ビジョンと成長戦略

同社が提供するソリューションのイメージ



出所:新事業方針説明資料より掲載

この企業ビジョンには秀逸なキーワードが散りばめられており、同社の真意が見えてくる。同社を大局的かつ 長期的視点から俯瞰していることが伺える。この企業ビジョンなら少なくとも 2030 年までの 10 年間は十分 通用すると弊社では考えている。

2. 事業セグメントの再定義と事業名称の変更

企業ブランドのリブランディングに伴い、事業セグメントについても、「おうちの事業」と「BPO事業」を、そ れぞれ「HomeworthTech 事業」と「ExtendTech 事業」に改称し、主要 2 事業に再編した。

事業名称の変更については、BPO 事業 (旧名称) は、業務委託 = 下請けの印象が強く、実際に提供している価値 (資 財価値の最大化)とギャップが生じており、ギャップ解消のために改称したと聞いている。

また、2 つの事業名称に "Tech" を使ったのは、今後テクノロジー(デジタル)を生かしたソリューション提供 を強みにしていきたいと考えており、世の中には色々なワード(フィンテック、ワランテック、プロックテック) があるが、既存のワードではなく新しい事業名称を選んだようである。また、新事業名称"Extend"は「延長保 証」という意味で、すべての保証サービスを延長していこうとの意図が伺える。

(1) HomeworthTech 事業 (旧:おうちの事業)

住宅・不動産領域に特化し、住宅の価値を高めるという視点で開発したユニークなサービスを提供する。さま ざまなニーズにマッチするサービスを通じて、顧客企業(住宅事業者など)の事業戦略の実現を支援する。

(2) ExtendTech 事業(旧 BPO 事業)

住宅・不動産領域にとどまらず、幅広い分野に対してサービスを積極的に展開する。特に近年は、再生可能工 ネルギー領域、教育 ICT 領域にも注力し、多くの顧客企業の支援を行っている。



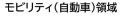
7320 東証グロース市場 https://jlw.jp/ir/

日本リビング保証 | 2022年10月4日(火)

企業ビジョンと成長戦略

ExtendTech 事業では、既に4つの新規領域(モビリティ、サイバー、音楽機器、電子端末)で保証サービス を開始している。具体的には、モビリティ領域ではタイヤパンク保証サービス、音楽機器領域では高額なエレキ ギターが壊れた時の保証、電子端末領域では店舗などでマイナバーカード読み取り器の保証が挙げられる。

同社が展開する新規領域





サイバー領域



音楽機器領域



電子端末領域



出所:決算説明会資料より掲載

3.4 つの事業戦略

同社では、新しい企業ビジョンのもと、成長を加速するための4つの事業戦略をこれから実践していく。その ために潤沢な資金力を生かして、中長期的視点で成長投資を強化する考えである。

(1) 新たなデジタルプロダクトの投入

4つの事業戦略のうち、この戦略は成長基盤の構築に資するテーマであり、中期事業戦略の"一丁目一番地" と位置づけてよいだろう。現在、「おうちマネージャー」、「おうちアルバム」、「オールワランティ」の3つの 新たなデジタルプロダクトが市場投入あるいは開発中である。

まず、「おうちマネージャー」は 2021 年 10 月にリリースされており、住宅事業者と住宅オーナーを繋ぐモ バイルアプリである。具体的には、住宅事業者毎に発行する専用電子マネーの積立・決済が可能なほか、メン テナンス依頼受付や情報発信がモバイルから簡単に利用可能となる。2022年7月からはメルディアグループ のオーナークラブ会員向けに提供がスタートするなど、既に多くの案件を受注して出足好調のようである。

次に「おうちアルバム」は現在開発中で、新築施工、点検やメンテナンスといった住宅のあらゆる履歴を動画 で管理できるアプリである。メンテナンスによる資産価値向上に寄与する。

最後に「オールワランティ」も現在開発中で、あらゆる製品・サービスの保証の一元管理を行うアプリで、例 えば購入した電化製品等の保証修理もスマホから簡単に依頼でき、保証サービスが身近に使えて便利になる。



2022年10月4日(火)

https://jlw.jp/ir/

企業ビジョンと成長戦略

デジタルプロダクトの開発









(2) 既存事業領域の深耕と新規事業領域の拡大

新たなデジタルプロダクトである「おうちマネージャー」や「おうちアルバム」を武器に、住宅領域の既存顧客(住宅オーナー)をロイヤルカスタマーとして育成を図る。また、新たなデジタルプロダクトである「オールワランティ」を武器に、新規領域で長期保証サービスビジネスを展開する。

(3) 新興テクノロジー企業との提携強化

既に資本業務提携先4社(カメラブ(株)、ネットスマイル(株)、RUN.EDGE(株)、(株)TechMonster)を活用した新事業展開も本格的に着手している。「おうち情報のトランスポーター」の一環で、同社では「動画の記録・分析・活用を通じたリアルサービス領域の DX サービスソリューション」の開発と実証実験を行っている。2022年2月には、カメラサブスクリプションサービスのカメラブと資本業務提携を締結した。他にも、AI 業務自動化ソリューションサービスのネットスマイルや映像検索・分析技術の RUN.EDGE ともそれぞれ資本業務提携を締結、DX サービスソリューションの共同開発を進めている。直近では、2022年9月にTECH MONSTERと資本業務提携契約を締結した。アプリインストール不要なオンライン現地調査サービスを共同開発し、2022年内のサービス開始を予定している。

今後さらに、技術やプロダクトを有するスタートアップテクノロジー企業との提携や積極的な M&A も視野に入れている。

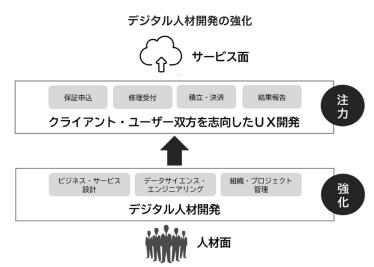
(4) デジタル投資の更なる強化

デジタルプロダクトの開発推進に向けてデジタル投資を強化する。特に、デジタル人材開発への投資(採用と研修などによる育成)強化を図っている。デジタル人材採用は積極的で、毎月6~8名中途採用実績があり、優秀なデジタル人材が確保されている。



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

企業ビジョンと成長戦略



出所:新事業方針説明資料より掲載

今後、新しい企業ビジョンと4つの事業戦略をもとに「3ヵ年中期経営計画」へ展開し、現場活動に繋げる。 今回の中期経営計画を近々公表の予定。

■業績動向

創業以来 14 期連続増収を達成

1. 事業活動の進捗と成果

同社が提供するソリューションと戦略商品の展開



本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。 Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

業績動向

(1) おうち事業※

保証サービスを主力商品に、検査補修サービスや CRM (顧客管理) 支援サービス、オリジナルトークン (電子マネー) 発行サービス等を、住宅会社及び住宅オーナーに提供している。保証サービスは、さらに新築住宅向けと既存住宅向けに分けられ、それぞれ設備保証サービスと建物保証サービスを販売している。主力商品の新築住宅向けの設備 10 年保証の「住設あんしんサポート」は、将来にわたって極めて安定的に収益が見込めるビジネスである。その他、検査補修サービスやコールセンター代行サービス、オリジナルトークン (電子マネー) 発行サービス等については、保証サービスと組み合わせて提供することで住宅会社の利便性や満足度を向上させる補助的な位置づけとしてサービスの開発と提供を行っている。

また、同事業では、新商品として「地震あんしんサポート」の提供(2022年7月8日プレスリリース)を開始した。これは、従来の地震保険では保証50%、自己負担50%で家屋再建では一部資金不足が生じていた。同社の「地震あんしんサポート」では、保証100%(自己負担なし)で、万が一の地震被害にあった場合でも住宅を確実に建て直すことができる。住宅事業者を通じて当サービスを提供することで、住宅事業者のブランディングおよび住宅オーナーにさらなる安心を届ける。現在、サービスが始まったばかりであるが引き合いは好調であると聞いている。

(2) BPO 事業※

おうち事業で培ったリソースやノウハウを、非住宅領域でも活用することにより、主として電気的・機械的機器を製造・販売するメーカー等から、メーカー保証制度の構築、運営業務の受託を行っている。現在の取引先は再生可能エネルギー領域(蓄電システム機器)と家電領域(タブレット)が中心となっており、具体的にはメーカー保証の申込受付、保証料の集金、保証書の発行、コールセンター受付、損害保険契約の組成支援、損害保険料及び保険金の精算業務等の受託を行っており、受注は堅調に推移している。BPO事業では、受託業務の対象となる機器を販売した件数に比例して、保証制度加入事務に対する手数料等を売上計上し、保証リスクについては原則として100%を保険会社にヘッジする仕組みとなっている。

* 「おうち事業」と「BPO 事業」は、それぞれ「HomeworthTech 事業」と「ExtendTech 事業」に改称(2022 年 8 月)

前年同期比で大幅な増収増益により過去最高の売上・利益を達成

2. 2022 年 6 月期通期業績

2022年6月期業績は、売上高3,305百万円(前年同期比25.9%増)、営業利益が650百万円(同70.3%増)、経常利益767百万円(同67.5%増)、親会社株主に帰属する当期純利益546百万円(同124.7%増)となった。 売上増加要因としては、おうち事業での住宅の新規物件(新規事業者+既存事業者の新規物件)の増加、さらにBPO事業の再生可能エネルギー業者向けの受注拡大が大きく寄与した。利益増加要因としては、成長戦略の実現に向けた積極的な先行投資(デジタル人材採用、システム投資など)を継続しながらも、フロー型ビジネスのBPO事業の拡大が営業利益の押し上げに貢献した。また、保証サービスで生まれる手元資金(おうち事業に関わる前受収益)を活用した資産運用(金融商品・不動産)も順調に進展し、利益を下支えした。



2022年10月4日(火) https://jlw.jp/ir/

業績動向

2022年6月期業績

(単位:百万円)

	21/6期 22/6期	前期	前期比	
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	2,624	3,305	680	25.9%
売上総利益	1,600	2,189	529	31.9%
売上総利益率	63.2%	66.3%	+ 3.1pt	-
販管費	1,278	1,539	261	20.4%
営業利益	381	650	268	70.3%
経常利益	458	767	309	67.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	243	546	303	124.7%

出所:決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

前期比で大幅な増収増益を見込む、経常利益は初の 10 億円の大台へ

3.2023年6月期通期業績の見通し

2023 年 6 月期業績は、売上高は 3,953 百万円(前期比 19.6% 増)、営業利益が 860 百万円(同 32.2% 増)、経常利益が 1,010 百万円(同 31.6% 増)、親会社株主に帰属する当期純利益 685 百万円(同 25.4% 増)を見込んでいる。基幹的保証マーケットである「住宅領域」「再生可能エネルギー領域」並びに「教育 ICT 領域」での堅調な新規契約獲得に加え、モバイルアプリなどデジタルプロダクトを武器とした新たなマーケット開拓を推進して、経常利益は初の 10 億円超えを見込む。

2023年6月期の通期業績見通し

(単位:百万円)

	22/6 期 実績	23/6 期 予想	前期増減額	比 増減率
売上高	3,305	3,953	648	19.6%
営業利益	650	860	210	32.2%
<u> </u>				J2.270
経常利益	767	1,010	243	31.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	546	685	139	25.4%

出所:決算短信よりフィスコ作成

今回の企業ビジョン策定により「おうち事業」と「BPO 事業」は、それぞれ「HomeworthTech 事業」と「ExtendTech 事業」に改称された。

「HomeworthTech 事業」における長期保証契約(新築住宅向けの設備 10 年保証の「住設あんしんサポート」、新築戸建て住宅向けの「建物 20 年保証バックアップサービス」)は引き続き堅調に推移する見通しである。 2023 年 6 月期は売上高 2,212 百万円(前期比 15.1% 増)を見込んでいる。



2022年10月4日(火)

https://jlw.jp/ir/

業績動向

一方の「ExtendTech 事業」においては、再生可能エネルギー領域、特に太陽光発電と蓄電システム関連の保証需要の高まりを予想している。また、教育 ICT 領域では小中学性向けタブレッド保証サービスは昨年ピークを迎えたが、今後は高校生向けや買い換え需要(タブレットの買換は $3\sim5$ 年サイクル)に期待している。

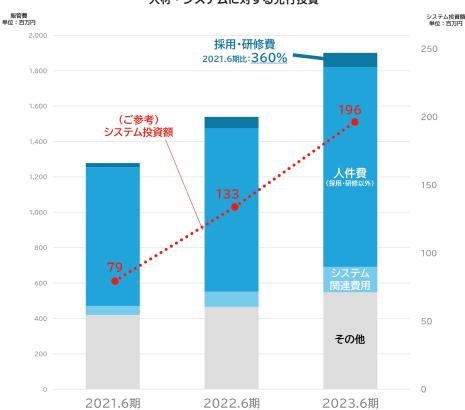
セグメント別 2023 年 6 月期の売上高見通し

(単位:百万円)

	22/6 期 実績	23/6期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	3,305	3,953	648	19.6%
HomeworthTech 事業	1,922	2,212	290	15.1%
ExtendTech 事業	1,244	1,710	466	37.5%
その他	138	31	-107	-87.5%

出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の事業拡大に向けて、デジタル人材・システム投資を継続的に強化する。人件費は前期比約 1.4 倍、採用・研修費用は同 3.6 倍、システム関連費用は同 2.8 倍に投資強化を見込んでいる。また、取引数増加に対応すべくデジタル人材確保と戦略的なシステム・企画人材の確保および育成を同時に行う予定である。



人材・システムに対する先行投資

出所:決算説明会資料より掲載



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

業績動向

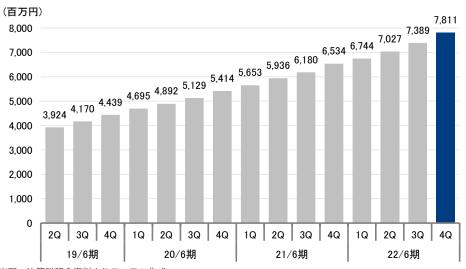
長期保証が導くストック型ビジネスと財務健全性

4. 財務状況

(1) 保証契約残高

保証契約残高とは、保証料を保証期間に応じて前受収益と長期前受収益として期間按分され「ストック売上」としてプールされるキャッシュのことで、将来の売上高の下支えする基盤となる。おうち事業の保証サービス 関連の契約の着実な獲得により、保証契約残高は 2022 年 6 月期末で 78 億円を突破し過去最高となった。

保証契約残高の推移(2022年6月期末時点)



出所:決算説明会資料よりフィスコ作成

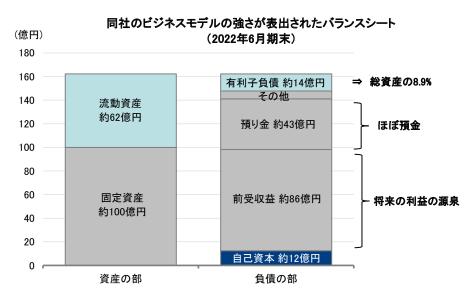
(2) ストック型ビジネスと財務健全性

同社の卓越したビジネスモデルは、財務構造にもみてとれる。ストック型ビジネス(住宅設備の延長保証サービス)により、前受収益約86億円は"将来の利益の源泉"として取り扱われるキャッシュであり、健全な財務構造を保ち、潤沢な成長資金を保有している。むしろ、成長資金をどう活用するか、贅沢な悩みを抱えていると言える。



2022 年 10 月 4 日 (火) https://jlw.jp/ir/

業績動向



出所:決算短信よりフィスコ作成

同社の自己資本比率は 10% 以下であり、他社と比較すると低い水準となっている。前述の通り、同社のビジネスモデル(ストック型ビジネス)に起因するもので、特段の問題はなく、2022 年 6 月期末における同社の負債の内訳は、前受収益及び長期前受収益(将来の利益)が 52.8%、預り金及び長期預り金(主に現金及び預金) 26.5% という構成であり、有利子負債は 8.9% と極めて低水準となっている。さらに、流動比率も 232.9% と十分な水準となっており、財務の健全性は十分に担保されていると言える。

貸借対照表

(単位:百万円)

	20/6 期末	21/6 期末	22/6 期末	増減額
流動資産	2,440	7,313	6,231	-1,081
現金及び預金	1,203	5,547	3,399	-2,147
固定資産	5,848	7,155	9,987	2,831
資産合計	8,288	14,469	16,219	1,750
有利子負債	97	652	1,439	786
預り金	207	1,508	498	-1,009
長期預り金	1,610	3,873	3,798	-75
前受収益	953	1,193	1,496	303
長期前受収益	1,610	5,693	7,071	1,378
負債合計	7,657	13,690	14,975	1,285
資本金	206	211	212	0
純資産合計	630	779	1,243	464
負債・純資産合計	8,288	14,469	16,219	1,750

出所:決算短信よりフィスコ作成



2022年10月4日(火) https://jlw.jp/ir/

■株主還元策

2022年6月期末配当は10円、2023年6月期も継続の見通し

1. 期末配当

2021 年 6 月期は、連結業績が計画を大きく上回ったことで、期末配当を従来の配当予想 5 円 / 株から 10 円 / 株に引き上げた。2023 年 6 月期も"10 円配当"を継続する予定である。

配当の実績と見通し

22/6 期末実績	23/6 期末見通し
10円/株	10円/株

出所:決算短信よりフィスコ作成

2. 自己株式の取得

優秀人材確保に向けた報酬制度(ストックオプションや従業員持株制度)への活用を目的に、自己株式取得(株式総数 44,447 万株、株式取得総額 94 百万円)を 2022 年 6 月期末までに実施した。2022 年 6 月期末時点の自己株式保有状況は発行済株式総数 5,118,300 株、自己株式数 100,662 株、自己株式比率 2% となっている。



重要事項 (ディスクレーマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・ 大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動 内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場 合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポート および本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において 使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理 由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒 107-0062 東京都港区南青山 5-13-3 株式会社フィスコ

メールアドレス: support@fisco.co.jp

電話:03-5774-2443(IR コンサルティング事業本部)