

|| 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 >>>](#)

2024年3月14日(木)

執筆：客員アナリスト

清水啓司

FISCO Ltd. Analyst **Keiji Shimizu**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 第2四半期累計として、売上高、営業利益ともに過去最高を更新	01
2. 新しいデジタルサービスや長期保証の新商品を次々とローンチ	01
3. “両利きの経営”の実践 … 「住宅領域」の深耕と「新規保証領域」の拡大	02
■ 会社概要	03
1. 沿革	03
2. 事業概要	04
3. 特徴と強み	06
4. 企業ビジョン “We are a WorthTech Company.”	08
5. 事業セグメントの再定義と事業名称の変更	09
■ 成長戦略	10
1. 「保証」×「SaaS」融合ビジネスの取り組み強化	11
2. 事業戦略	14
■ 業績動向	18
1. 事業活動の進捗と成果	18
2. 2024年6月期第2四半期の業績	18
3. 2024年6月期業績の見通し	20
4. 財務状況	22
■ 株主還元策	24

要約

独創的ビジネスモデルで持続的高成長と 安定的な収益基盤構築を果たす

日本リビング保証<7320>は、住宅業界をメイン市場として、あらゆる業界に保証をはじめとするアフターサービスソリューションを提供する企業である。創業メンバーの強いリーダーシップのもと、2009年の創業以来連続で増収増益を果たしている。

1. 第2四半期累計として、売上高、営業利益ともに過去最高を更新

2024年6月期第2四半期累計の連結業績は、売上高2,295百万円(前期比31.6%増)、営業利益537百万円(同62.8%増)、経常利益651百万円(同61.8%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益444百万円(同60.7%増)と大幅な増収増益となった。特に、利益面(営業利益、経常利益、四半期純利益)については、対前年同期比60%超の大幅増益となっている。

事業セグメントは「HomeworthTech事業^{※1}」と「ExtendTech事業^{※1}」の2つから構成されるが、それぞれ売上高はHomeworthTech事業が1,300百万円(前期比23.8%増)、ExtendTech事業が952百万円(同41.7%増)となり、両事業とも第2四半期累計では過去最高の売上高を達成した。HomeworthTech事業では保証サービスの新規契約獲得額の増加やSaaS^{※2}を投入することでExtendTech事業では再生可能エネルギー領域(太陽光発電・蓄電機器)の再エネ設備保証サービスの受注拡大が大きく寄与した。

※1 2022年6月期までの「うちのトータルメンテナンス事業」と「BPO事業」は、それぞれ「HomeworthTech事業」と「ExtendTech事業」に改称(2022年8月)
 ※2 SaaS(Software as a Service)とは、クラウド上にあるソフトウェアを、インターネットを経由してユーザーが利用できるサービスのこと

また、2024年6月期業績は、売上高4,930百万円(前期比25.8%増)、営業利益1,000百万円(同34.8%増)、経常利益1,220百万円(同19.5%増)を見込んでおり、“初の営業利益10億円越え”と上場以来連続の増収増益達成を目指している。

2. 新しいデジタルサービスや長期保証の新商品を次々とローンチ[※]

※ ローンチとは、新しいサービスや商品の販売を開始することを意味する

住宅業界の人手不足に対応し、住宅事業者のお客様対応業務を支援する「のうちbot」を2023年12月より提供開始した。のうちbotは、住宅オーナーからの問合せに対しチャット形式で対応する仕組み(chat bot)を搭載しており、住宅事業者のアフターサービス業務の自動化・省力化を実現、利用者からは高評価を得ている。

要約

また、再生可能エネルギー領域の長期保証サービスの品揃え拡大を図るべく、「EV リユースバッテリーを活用した産業用太陽光自家消費蓄電池システム」向け保証サービスを始めた。日東工業 <6651> が提供する環境配慮型「産業用太陽光自家消費蓄電池システム サファ Link -ONE-」で使用する EV リユースバッテリーに対し、国内初となる 10 年保証サービスの提供を 2023 年 9 月より開始した。

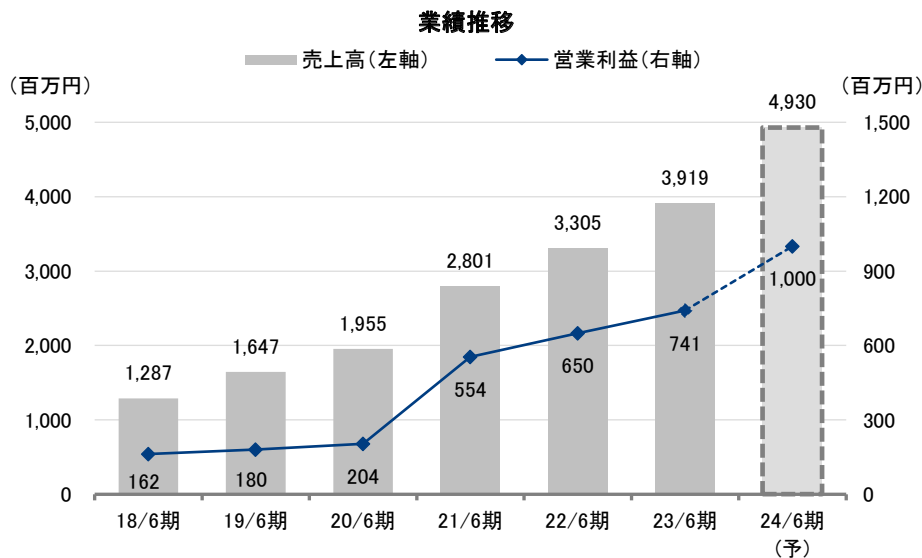
3.“両利きの経営”の実践 …「住宅領域」の深耕と「新規保証領域」の拡大

“両利きの経営”が今注目されている。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領域の保証サービスを「深掘り」しつつ、ExtendTech 事業や SaaS 事業、Fintech 事業といった新規保証領域の「探索」にも力を入れており、創業 16 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。

また、新しい取り組みとして、セカンダリーマーケット（中古市場）という新市場に着目し、中古住宅売買や太陽光発電・蓄電システム向け検査保証サービスを強化している。同社の循環型経済（リサイクル、リユースなど）への関与は、資源の循環と再利用によってカーボンニュートラルの実現に取り組む企業として、弊社では高く評価している。

Key Points

- ・半期決算として、売上高、営業利益ともに過去最高を更新
- ・新しいデジタルサービスや長期保証の新商品を次々とローンチ
- ・“両利きの経営”の実践 …「住宅領域」の深耕と「新規保証領域」の拡大を推進



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、2024年に創業16期目を迎えた。「独創的なリアルとデジタルなサービスで、暮らしの資財価値を最大化する WorthTech Company」と定義付けている。

(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」を発表した。

(2) 「住宅設備の延長保証サービス」の誕生

創業メンバーは、以前より「地震保険」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」など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」にたどり着いた。住宅設備（特にキッチン、バス、トイレなど水回り）は通常メーカー保証が1～2年で終了するところを10年間の延長保証としている。実際に同社のユーザー調査結果をみても、水回り設備の不具合は新築10年以内に2～3回発生、そのうち91%がメーカー保証期限切れに発生し、修理費用も3～30万円程度かかるため、住宅オーナーの大きな困りごとになっていた。業界初の同サービスは、その後も様々な独自のアイデアを付与し、「住み心地」「便利さ」「安心感」など住宅オーナーの顧客体験を通して徐々に浸透していった。

日本リビング保証 | 2024年3月14日(木)
7320 東証グロース市場 | <https://jtw.jp/ir/>

会社概要

会社沿革

2009年 3月	同社設立
2009年 9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	「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	GOOPASS 株式会社（旧カメラブ株式会社）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 7月	「地震あんしんサポート」提供開始
2023年12月	「EV リユースバッテリーを活用した産業用太陽光自家消費蓄電池システム」向け保証サービスと「おうち bot」の提供開始
《拠点展開》	大阪支社（2019年7月） 福岡支社（2020年3月） 名古屋支社（2020年4月）

出所：有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

ストック型 & フロー型ビジネスで 健全な財務構造と安定的な収益基盤を確立

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…HomeworthTech 事業

同社の HomeworthTech 事業は、住宅会社が新築住宅を住宅オーナーへ引き渡してから、そのサービスが始まる。まず、長期保証サービスを付与、メンテナンス（点検・補修・管理）、ひいてはリフォーム、建替へとつなげる。すなわち、「おうちのケアなど“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”を提供していると言っていいたい。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

住宅はメガ市場で、付随するすそ野が広く、アフターメンテナンス市場もそのなかの1つである。現在、同社のHomeworthTech事業は業界トップクラスのポジションをキープし、高成長・高収益を確保している。メガ市場のなか、同社がまだカバーできていない保証サービスの新規開発を積極的に進めており、今後も同社のコア事業として一層の拡大強化を図る。

2) 成長事業領域…ExtendTech 事業

長期的視点で見ると、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、大きな壁に突き当たってしまう。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。ExtendTech事業は、再生可能エネルギー向け補助金（太陽光発電や蓄電池の普及政策）を絡めて、最近5～6年の間で急激に伸びてきた。ExtendTech事業は、「住宅設備の保証」ノウハウをベースにした“蓄電システム機器やタブレットなどIT機器の保証・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、保証業務代行を行う。現在、ExtendTech事業で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、向こう数年間はこの状態が続くものと思われる。

3) 新領域への挑戦

●デジタルツール（アプリ）の提供

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アプリを開発し、アプリから気軽にリフォームや修繕の相談ができ、工事の受注促進やポイント状況なども確認できる。これらのアプリは住宅会社のカスタマーサクセスの一貫として提供されており、同社の各種サービス（保証サービス、ポイントなど）による付加価値提供の役割として認識されている。

●“両利きの経営”を実践

“両利きの経営”が今注目されている。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。同社は主力事業である住宅領域の保証サービスを「深掘り」しつつ、ExtendTech事業やSaaS事業、Fintech事業といった新規補償領域の「探索」にも力を入れており、創業16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。同サービスは会計処理上、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。売上については、期間按分され将来にわたって安定的な売上が確保される“ストック型ビジネス”である。

会社概要

一方、2013年ごろからBPO事業の名称でスタートしたExtendTech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スクール構想実現に向け小中学校へ導入されたタブレットが対象となっている。直近の業績では、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手数料ビジネスであるため、売上が増えた分だけ利益も増える仕組みである。同社はストック型ビジネス(HomeworthTech事業)とフロー型ビジネス(ExtendTech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、かつ安定的な収益基盤を確立している。



出所：決算説明資料より掲載

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

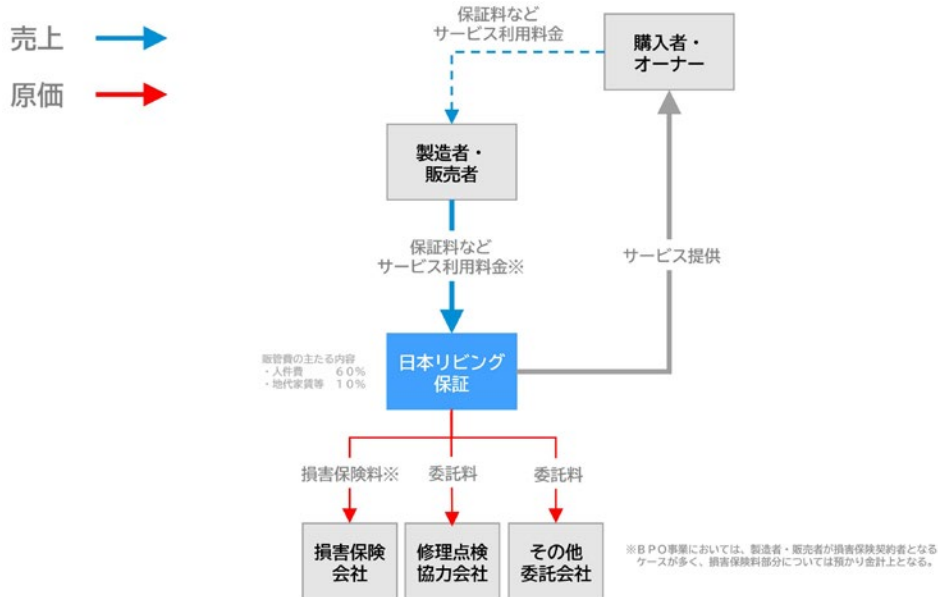
3. 特徴と強み

(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、バックヤード側の損害保険会社(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)など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。

会社概要

住宅アフターサービス分野での事業ポジション



出所：事業計画及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20～30%成長する企業にしていきたい。現状維持は停滞と同意」との想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。

(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い上げ、提案型営業を推進

営業本部は約60名の人材を抱えている（全従業員の1/3）。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。どちらかという、経営コンサルティングに近いものがある。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。

営業担当者は、顧客資産数千社（マンションデベロッパー、住宅会社、工務店など）を中心に、新規顧客開拓（新築需要）を進め、顧客がどのような悩みで同社のサービスを利用し、それらをどう解決したかを継続的にフォローする専門部署を設けてフォローアップ営業にも取り組んでいる。

(4) ワンストップソリューション

金融（電子マネー発行、決済システムなど）、オペレーション（点検サービス、メンテナンスサービスなど）、保証（修理保証、資産価値保証など）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。

会社概要

同社が提供するソリューションのイメージ



出所：決算説明会資料より掲載

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においても同社の優位性が発揮されている。

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 設備保証	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)	○	○	○	○	○
A 社		○			
B 社		○			
C 社	○	○	○		
D 社		○	○	○	
E 社		○	○	○	○

注：A～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：事業計画及び成長可能性に関する事項よりフィスコ作成

4. 企業ビジョン “We are a WorthTech Company.”

同社は様々な保証サービス商品を展開するなか、“どういサービスを提供する会社なのか”説明しにくい状況になっているといった悩みを5年ほど抱えていたが、安達社長が中心となり「新しい企業ビジョンと成長戦略」を策定した(2022年8月9日発表)。同社の強みや目指す方向などすべて洗い出し、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、最終的にまとまったのが “We are a WorthTech Company.” である。

会社概要

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りするため、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、2つの事業（HomeworthTech 事業と ExtendTech 事業）が含まれており、より高い視座からの価値提供の表現になっている。何故、「Worth = 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。価値のあるモノをさらに評価するというので Worth にした」と回答が返ってきた。

(1) スローガン “To worthwhile life”

スローガン “To worthwhile 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) 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) VISION “変わらない価値を、暮らしのすべてに”

MISSION や VISION 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（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）はエンベデッド・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。

この企業ビジョンには秀逸なキーワードがちりばめられており、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窺える。この企業ビジョンなら少なくとも2030年までの6年間は十分通用すると弊社では考えている。

5. 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、「おうちのトータルメンテナンス事業」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。

会社概要

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くことを考えており、世の中には色々なワード（FinTech、ワランテック、プロップテック）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窺える。

(1) HomeworthTech 事業（旧：うちのトータルメンテナンス事業）

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。様々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。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。

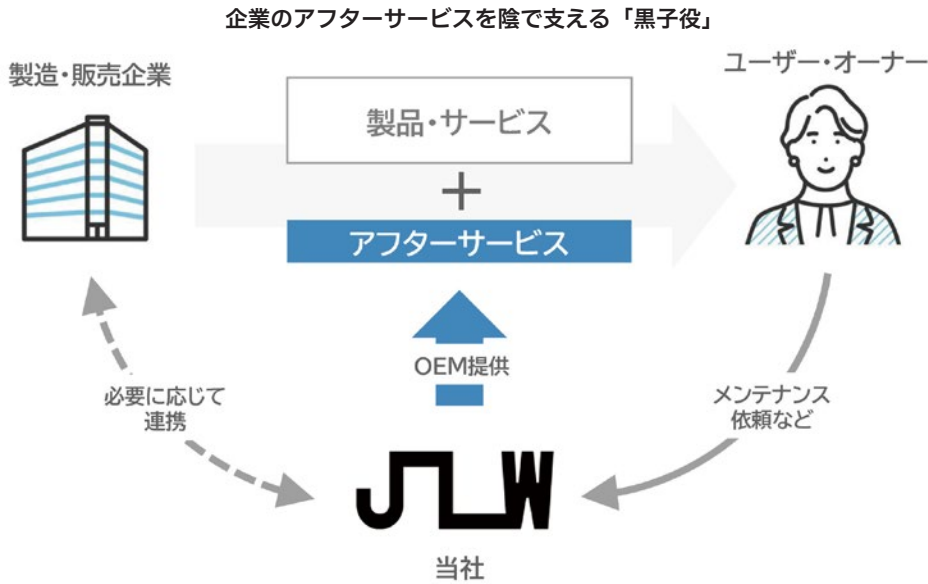
国内ではカーボンニュートラルの実現に向け、EV/PV（電気自動車と太陽光発電モジュール連係）の普及が加速しており、サステナブルな社会の実現に向け、機器の新規設置だけでなく、その管理や再利用にも注目が集まっている。同社では、住宅用再生可能エネルギー設備である、太陽光パネル、パワーコンディショナー、蓄電池の保証に加えて、EV 関連の充電設備に対する長期保証サービスの提供も始め、EV/PV 関連機器をオールカバーで保証引受している。

■ 成長戦略

「保証」×「SaaS」融合ビジネスの新業態で事業成長を加速化

同社では、各種製品・サービスを製造・販売する企業に対して、保証を中心とするアフターサービス（修理・点検など）を OEM 提供してきた。このアフターサービスの企画・設計から各種オペレーション運営まで、トータルソリューションを提供できることが最大の強みである。特に、「保証」については、専門的な知見と大手損害保険会社との連携により最適な制度設計・運営を得意としている。

成長戦略



1. 「保証」 × 「SaaS」 融合ビジネスの取り組み強化

同社では創業以来、住宅領域での保証サービス（HomeworthTech 事業）をコア事業として展開してきた。また、サステナビリティの潮流のなかで、住宅以外の領域でも、企業が取り扱う製品のアフターサービスへの関心が高まっており、非住宅領域への保証サービス（ExtendTech 事業）を推進している。

X-Tech（クロステック）というビジネス用語がある。代表例として既存の金融サービスを革新する FinTech が挙げられる。X-Tech とは、既存業界のビジネスと AI やビッグデータ、IoT、SaaS などといった先進的なテクノロジーや新業態とを結びつけて生まれた新たな製品やサービス、あるいはその取り組みを指す。

これまで積極的投資を行ってきたデジタル開発基盤を生かして、各業界独自の商習慣を捉えた Vertical SaaS の開発を加速している。同社は、「保証」 × 「SaaS」 融合ビジネスによるアフターサービス DX を幅広い業界で展開することで、さらなる事業成長を目指している。

(1) デジタルプロダクトの投入

現在、「おうちマネージャー」「おうちアルバム」「My Warranty」の3つの革新的なデジタルプロダクト（スマートフォンやタブレットなどのデバイス上で起動するソフトウェアまたはアプリ）が市場に投入され、アプリの利活用が進められている。

「おうちマネージャー」は2021年10月にリリースされた住宅事業者と住宅オーナーをつなぐスマートフォンアプリである。具体的には、住宅事業者ごとに発行する専用電子マネーの積立・決済が可能のほか、メンテナンス依頼受付や情報発信が簡単にできる。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いる。

成長戦略

「おうちアルバム」は2022年11月にリリースされた新築施工、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。

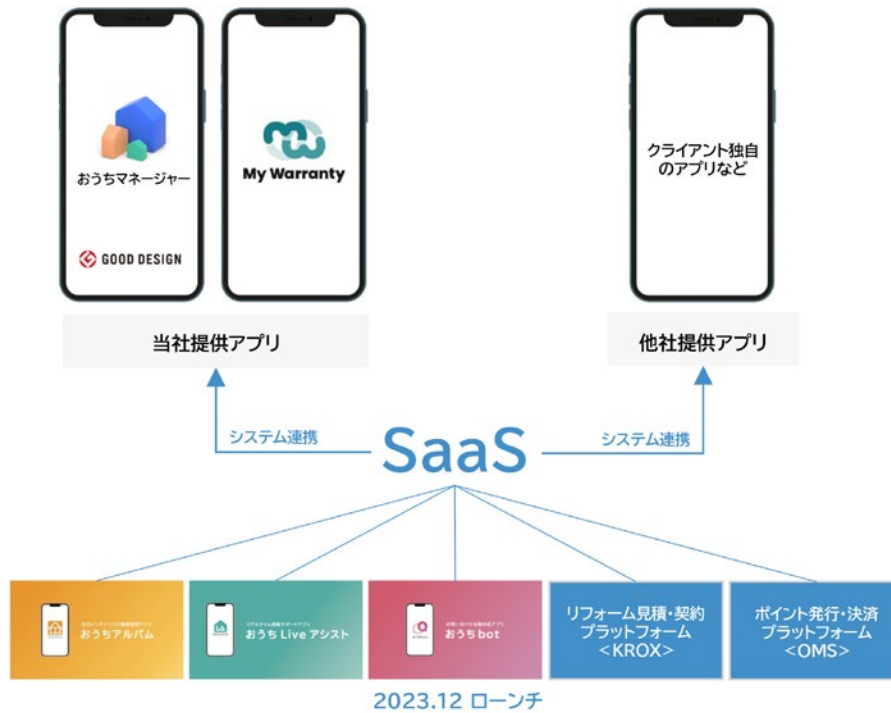
「My Warranty」は2023年6月にリリースされ、延長保証の「申込受付」から「保証管理」「修理対応」まで、保証業務の一元管理を行うアプリである。例えば、購入した電化製品などの保証書管理（デジタル対応）や修理対応もスマートフォンから簡単に依頼でき、保証サービスが身近に使える便利さがある。一方、電化製品メーカーは、お知らせや他の保証商品案内を通知でき、顧客接点の機会が圧倒的に広がる。

(2) 「アプリ」と「保証」とのクロスセルで SaaS ビジネスの拡大強化

アプリ（デジタルプロダクト）は、保証サービスとセットで提供することにより、保証サービスの利用拡大を支援する。住宅領域では「おうちマネージャー」、非住宅領域では「My Warranty」が基幹アプリとなり、保証サービス利用を促進する。一方、他社アプリにも連携可能な SaaS を提供することにより、顧客企業のアフターサービス DX に貢献する。また、アフターサービス DX については、今後引き続きアプリの新規開発計画を予定している。

同社では、保証ビジネスの新たな可能性として、「My Warranty」を活用した新市場の開拓を進めている。例えば、保証加入情報や履歴を管理できる強みを生かし、フリマアプリを中心とした“セカンダリーマーケット”（中古市場）への応用が考えられる。

各種アプリに連携可能な SaaS 提供でアフターサービス DX を支援



出所：決算説明会資料より掲載

(3) 新デジタルサービス「おうち bot」の提供開始

住宅業界の人手不足に対応し、住宅事業者のお客様対応業務を支援する「おうち bot」を2023年12月より提供開始した。住宅事業者と住宅オーナーをつなぎ、住宅オーナーからの問合せに対し、チャット形式で対応する仕組み(chat bot)で、受付業務の自動化・省力化を図る。おうち bot は、同社が長年住宅事業者のアフターサービス支援を行ってきた経験とノウハウを結集して開発したアプリである。

特徴としては、住宅事業者のアフターサービス業務に特化したテンプレート(定型様式)を標準搭載するほか、“ノーコード”(ノンプログラミング)でシナリオ編集ができるため、利用者はプログラミング知識がなくても手軽に使える。導入ユーザーからは、他社品の「chat bot」と比べて、「住宅事業者に特化したテンプレート」は使い易いと好評のようである。

まだ、サービスは始まったばかりであるが出足は好調で、同社の関係者の間では「将来の収益の柱になる可能性もある」と期待が高い。

住宅事業者のお客様対応業務を支援する「おうち bot」を提供開始



出所：同社プレスリリースより掲載

「おうち bot」や「おうちマネジャー」をはじめとしたSaaSなどの付加価値の提供により、HomeworthTech 事業の各種保証契約の獲得が順調に拡大している。

(4) 新興テクノロジー企業との提携・M&A 強化

同社の提携・M&A に関する基本スタンスは、事業シナジーを得られるのであれば、提携・M&A を積極的に実行するとの考えである。提携・M&A の判断基準は、最も儲かる事業ドメインで相手先企業との価値観や企業文化が共有・一体化できることをポイントとしている。

成長戦略

2022年10月、Seed SaaS DX Fund（ベンチャーキャピタルである Gazelle Capital(株)が運営)へ1億円出資した。同出資は直接の成果（M&Aによる売上貢献、キャピタル貢献）を生むものではないが、同ファンドを通じて、アプリ開発ベンチャーなどの動向を常時ウォッチングする体制を整え、M&A 推進を加速するのが狙いで、同社経営陣の DX への本気度が伝わってくる。

2022年2月には、カメラサブスクリプションサービスの GOOPASS 株式会社（旧カメラブ株式会社）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(株)や映像検索・分析技術の RUN.EDGE(株)ともそれぞれ資本業務提携契約を締結、DX サービスソリューションの共同開発を進めている。

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積極的な提携・M&A も視野に入れている。

(5) デジタル投資のさらなる強化

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一層強化する。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）強化を図る。積極的なデジタル人材の採用を進め、2024年6月期も多数の中途採用により、優秀なデジタル人材を確保している。

2. 事業戦略

(1) HomeworthTech 事業

主力商品の新築住宅向け設備10年保証の「住設あんしんサポート」は、同社の高成長を支えてきたが、将来にわたっても安定的に収益が見込めるビジネスである。また、「建物20年保証バックアップサービス」を2020年7月にリリースし、本格的に展開しているが、3期連続で伸長率2倍の成長、2024年6月期も2倍程度成長が見込まれ、同事業の業績をけん引している。

一方、新商品については、資産価値保証（2021年6月）、地震保証（2022年7月）と立て続けに投入している。新商品群の市場規模は既存商品（設備保証）の約2倍の約1,525億円あるとされ、新商品による市場・顧客拡大が期待される。同社では、将来的には次世代商品（建物保証、資産価値保証、地震保証）の売上高が主力商品（設備保証）を上回るとみている。

では、期待されている有望商品（地震保証と資産価値保証）をみていこう。

能登半島地震を受けて地震保険への関心が高まり、各地の保険代理店に問い合わせが相次いでいるようだ。地域によって加入率に差があるものの、近年多発する地震災害を受けて地震保険に注目が集まっている。

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同サービスを提供することで、住宅事業者のプランディング及び住宅オーナーにさらなる安心を届ける。

日本リビング保証 | 2024年3月14日(木)
7320 東証グロース市場 | <https://jlv.jp/ir/>

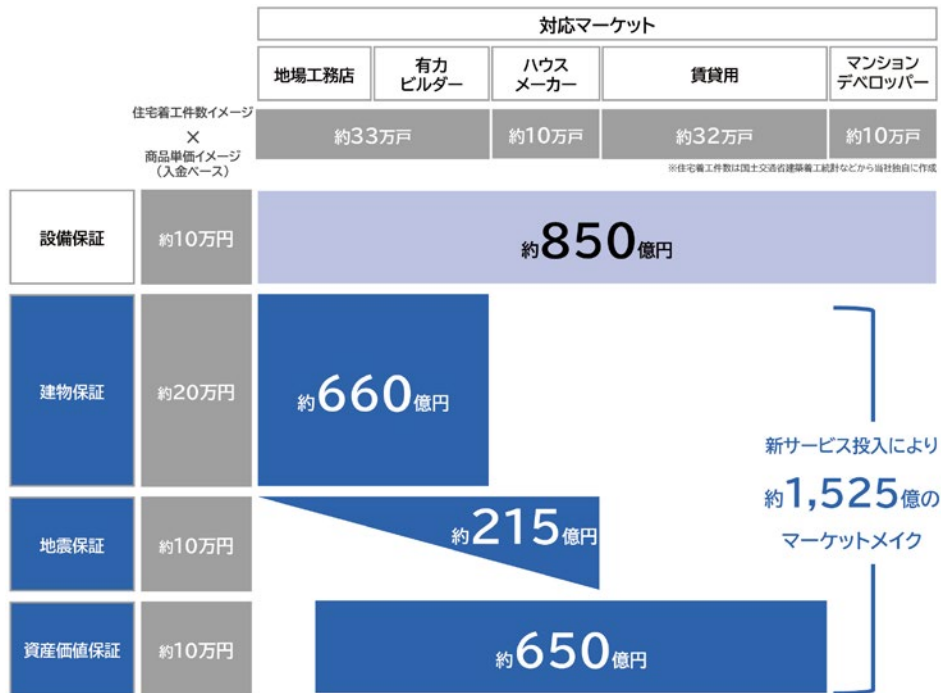
成長戦略

次に、「資産価値保証」は、定期メンテナンスや保証サービスによって、住宅の資産価値を維持 & バリューアップするサービスである。木造戸建て住宅は一般的に法定耐用年数 22 年でその資産価値はほぼゼロになる。万が一、住宅オーナーが住宅を売却する際に売却価格を保証（売却価格が市場価格を下回る場合は差額を補填）するものである。転勤や家族構成の変化により予期せず住宅を手放すことになっても、安心して住み替えを行うことができる。なお、この商品のコンセプトは、同社のミッション「暮らしの資財価値を最大化する」の考え方を反映したものとについてもよい。

2022 年 12 月よりパナソニックビルダーズグループの新築戸建て向けに「地震あんしんサポート」の提供を開始した。パナソニック系住宅ビルダーとしては初アカウントとなり、大口販売チャネルを獲得したことになる。また、国内屈指の「高耐震・高耐久性能」の木造建築技術を有するアキュラホーム（年間 2,000 棟の実績あり）の新築戸建て注文住宅に対し、地震保証サービスの提供を 2023 年 4 月より開始した。高耐震・高耐久性能と地震保証が加わり、より一層の安心感が提供でき、住宅オーナーにも好評であると聞いている。

今後は新商品（地震保証、資産価値保証）から定番商品（設備保証や建物保証）へのクロスセル販売を目論んでいる。

HomeworthTech 事業の新サービスの展開



出所：決算説明資料より掲載

(2) ExtendTech 事業

ExtendTech 事業は、「再生可能エネルギー領域（蓄電システム機器）」「家電・その他領域」からなる。さらに「家電・その他領域」は、教育 ICT 領域（タブレット）と家電・その他領域から構成される。

「再生可能エネルギー領域」では、FIT（固定価格買取制度）終了を契機に、太陽光パネルを設置している住宅オーナーは「電力の売電」から「電力の自家消費」へ切り替えつつある。太陽光発電モジュールに家庭用蓄電池を設置し、電力を自家消費する流れが確実にきている。国内における住宅の再生可能エネルギー設備（太陽光発電や蓄電池など）市場は急激な成長により 2050 年までに約 1.2 兆円という巨大なマーケットに拡大すると予想されている。同社はその中心で長期保証サービスを展開しており、大いに成長拡大余地があるといえる。

また、2022 年 12 月には EV 充電設備に対する長期保証サービス「EV Charge Warranty」の提供を開始した。EV/PV 関連機器をオールカバーする「EV/PV おまとめ保証サービス」をいち早く構築し、将来における需要の顕在化に備えている。

« 「EV リユースバッテリーを活用した産業用太陽光自家消費蓄電池システム」向け保証サービス提供開始 »

同社では、再生可能エネルギー領域の長期保証サービスの品揃え拡大を図るべく、「EV リユースバッテリーを活用した産業用太陽光自家消費蓄電池システム」向け保証サービスを始める。日東工業が提供する環境配慮型「産業用太陽光自家消費蓄電池システム サファ Link -ONE-」で使用する EV リユースバッテリーに対し、国内初となる 10 年保証サービスの提供を 2023 年 9 月より開始した。

2050 年カーボンニュートラルの実現に向けて、再生可能エネルギーや蓄電池などの活用への期待が高まっている一方で、BEV（バッテリー電動車）の普及に伴うバッテリーの廃棄問題は社会的課題となっており、今回の日東工業との取り組みはリユースバッテリーの活用促進に向けて社会的意義が高い。

「EV リユースバッテリーを活用した産業用太陽光自家消費蓄電池システム」の 10 年保証サービス



出所：同社プレスリリースより掲載

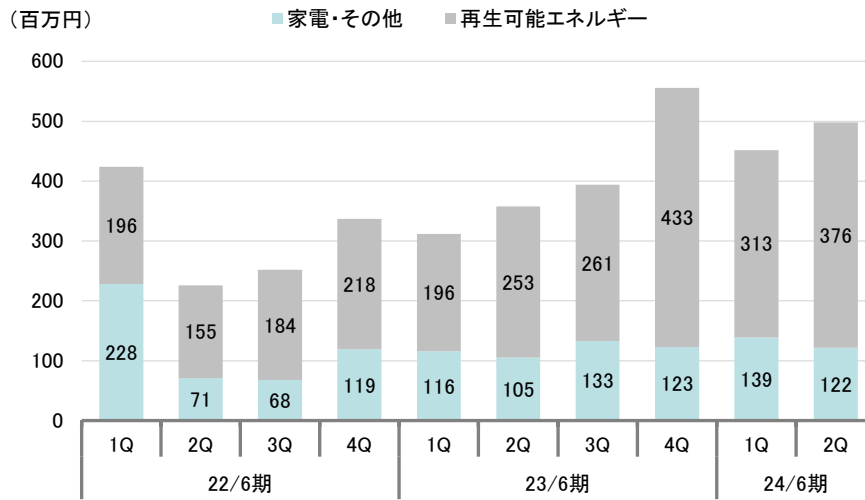


「教育 ICT 領域」では、2021 年の GIGA スクール構想（小中学校の児童生徒向けの 1 人 1 台タブレット配備）による大型スポット受注（特需）があった。高等学校における導入やタブレットの陳腐化などによる周期的な買い換え需要（3～5 年周期）があり、今後も引き続き安定収入が見込まれている。

成長戦略

「家電・その他領域」では、現在、売上規模は小さいながら家電の保証サービスが伸びている。この他、「海外製品の信用補完サービス」も有望視である。海外市場で普及しつつある人気商品（例えば、かつてのロボット掃除機ルンバ）が日本市場に参入する際、国内利用者は海外商品の機能やサービスに不安を感じる。そこに機能保証サービスが付与されれば、国内市場での利用が一気に広がると想定される。

ExtendTech 事業における領域別売上高の推移

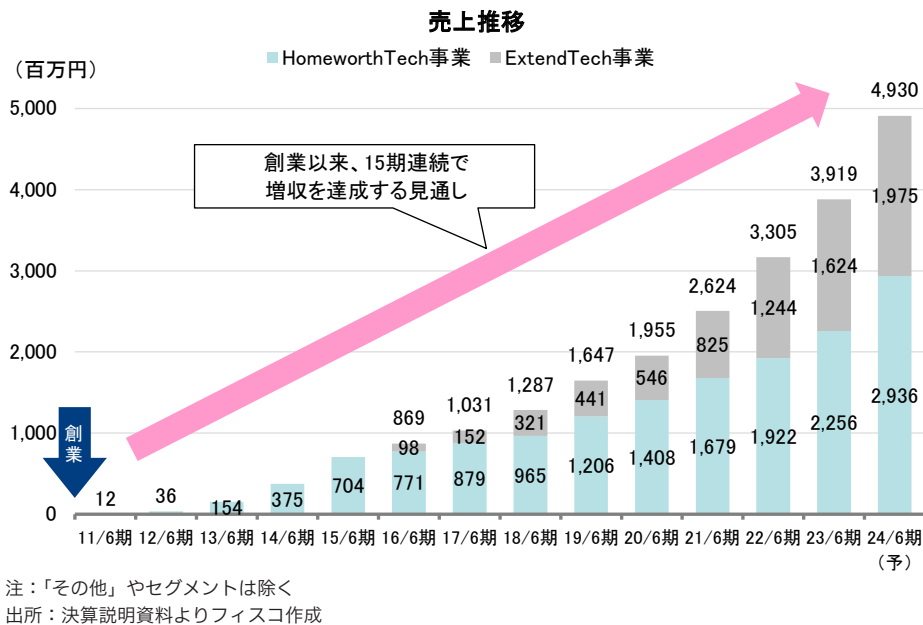


出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

第2四半期累計として、売上高、営業利益ともに過去最高を更新

1. 事業活動の進捗と成果



同社は祖業である HomeworthTech 事業（住宅領域の深耕）、及び近年業績が急拡大している ExtendTech 事業（新規保証領域の拡大）を両輪として、2024年6月期通期には創業以来15期連続の増収（直近5年間だけでも売上高は2.5倍に急成長）の見通しである。

また、業界初となるような新商品サービス（建物保証、資産価値保証、地震保証など）を次々と生み出し続けることにより、国内延長保証市場（2022年市場規模約1兆5千億円）でのマーケットシェアを拡大しつつ、“業界 No.1 ポジション”という大きな目標を掲げ、それに向かって突き進んでいる。

2. 2024年6月期第2四半期の業績

2024年6月期第2四半期累計の連結業績は、売上高2,295百万円(前期比31.6%増)、営業利益が537百万円(同62.8%増)、経常利益651百万円(同61.8%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益444百万円(同60.7%増)と大幅な増収増益となった。特に、利益面(営業利益、経常利益、四半期純利益)については、対前年同期比60%超の大幅増益となっている。その要因として長期保証獲得によって発生する手元資金の運用が好調に推移したことが挙げられる。一方で、持続的成長を見据え、デジタル及び人材への積極的先行投資を進めている。

日本リビング保証 | 2024年3月14日(木)
7320 東証グロース市場 | <https://jtw.jp/ir/>

業績動向

2024年6月期第2四半期の業績

(単位：百万円)

	23/6期2Q累計		24/6期2Q累計		前年同期比		計画比	
	実績	計画	実績	増減額	増減率	増減額	増減率	
売上高	1,744	2,190	2,295	550	31.6%	105	4.8%	
営業利益	330	390	537	207	62.8%	147	37.7%	
経常利益	402	490	651	248	61.8%	161	32.9%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	276	314	444	167	60.7%	130	41.4%	

※ 24/6期2Q累計の計画は、2023年11月10日修正値
出所：決算短信よりフィスコ作成

HomeworthTech 事業では、主力の住宅設備保証と建物保証サービスが好調で、特に新築住宅向けの設備保証の売上が拡大した。また建物保証サービスの売上高の伸び率が著しかった。一方で、住宅事業者のアフターサービスを支援する SaaS（アプリ・チャットボットや電子マネーなど）の積極的導入を進めている。SaaS はコア事業である長期保証サービスの受注を促進する役割を担っている。

2024年6月期第2四半期は、新規契約獲得金額 997 百万円（前期比 33.2% 増）、前受収益・長期前受収益残高 10,339 百万円（同 21.8% 増）、電子マネー発行サービスの導入社数 114 社（同 40.7% 増）、未使用残高 2,229 百万円（同 11.2% 増）といずれも前期を上回った結果、売上高は 1,300 百万円（同 23.8% 増）、セグメント利益は 39 百万円（同 48.0% 減）となった。

ExtendTech 事業は、太陽光発電や蓄電システムなどの再エネ設備保証サービス（事業全体の 6 割を占める）が好調。再生可能エネルギー領域では、蓄電池の需要ニーズの高まりや政府の補助金制度の利用などで、家庭用・産業用蓄電システム市場とも活況を呈している。また、教育 ICT 領域も堅調に推移している。その結果、売上高は 952 百万円（前期比 41.7% 増）、営業利益は 503 百万円（同 89.0% 増）となった。

なお、収益構造でみると、全営業利益における HomeworthTech 事業の営業利益の割合が 7.3%（対前年同期比で 48.0% 減）と低下傾向にあるが、同社のビジネス特性や会計処理上の理由から、実質の収益力とは少し見え方が異なっている。1 つは、長期保証契約の会計処理特性に起因する。長期保証契約の入金額は売上・原価が保証期間に応じて期間按分計上される一方、販管費は契約時に一括計上されるため、ビジネス拡大期には必然的に利益率が低下することになる。もう 1 つの理由は、本部配賦費（多くは人件費）の負担である。コア事業である HomeworthTech 事業への本部配賦費が過大で、利益を圧迫している。ちなみに、第 2 四半期累計では採用費やシステム関連費用の増加などにより、本部費配賦総額は 1,145 百万円（前年同期比 30.1% 増）、配賦基準は HomeworthTech 事業 63.5%、ExtendTech 事業 33.0%、その他 3.4% となっている。

業績動向

2024年6月期第2四半期のセグメント別売上高・営業利益実績

(単位：百万円)

	23/6期 2Q累計実績	24/6期 2Q累計実績	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,744	2,295	550	31.6%
HomeworthTech事業	1,051	1,300	249	23.8%
ExtendTech事業	672	952	280	41.7%
その他	20	41	20	99.3%
営業利益	330	537	207	62.8%
HomeworthTech事業	76	39	-36	-48.0%
ExtendTech事業	266	503	237	89.0%
その他	-12	-6	6	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

上場以来連続の増収・増益達成、初の営業利益10億円見通し

3. 2024年6月期業績の見通し

2024年6月期連結業績の見通しについては、利益率の高いサービスの伸長とデジタルシフトをはじめとした業務効率化の取り組みが、業績に寄与することが想定されるため、業績予想を上方修正（2023年11月10日公表）している。2024年6月期は売上高が4,930百万円（前期比25.8%増）、営業利益が1,000百万円（同34.8%増）、経常利益が1,220百万円（同19.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益が896百万円（同19.3%増）といずれも過去最高を見込んでいる。HomeworthTech事業における建物保証や、ExtendTech事業における再生可能エネルギー領域の再エネ設備保証サービスにおいて堅調な新規契約獲得が見込まれている。

2024年6月期の業績見通し

(単位：百万円)

	23/6期 実績	24/6期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	3,919	4,930	1,011	25.8%
営業利益	741	1,000	259	34.8%
経常利益	1,021	1,220	199	19.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	751	896	145	19.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

「HomeworthTech事業」は、既存主力サービスである「住設あんしんサポート」、「建物20年保証バックアップサービス」に加え、新商品（資産価値保証、地震保証）を続々と投入し、新たな市場・顧客を開拓している。今後も順調に成長拡大するものと思われる。2024年6月期は売上高2,936百万円（前期比30.1%増）を見込んでいる。

業績動向

「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(電力の自家消費)の保証需要が急増している。また、教育 ICT 領域では、引き続きオペレーション業務の受託拡大が期待される。2024年6月期は売上高 1,975 百万円(前期比 21.6% 増)を見込んでいる。

2024年6月期通期のセグメント別売上高見通し

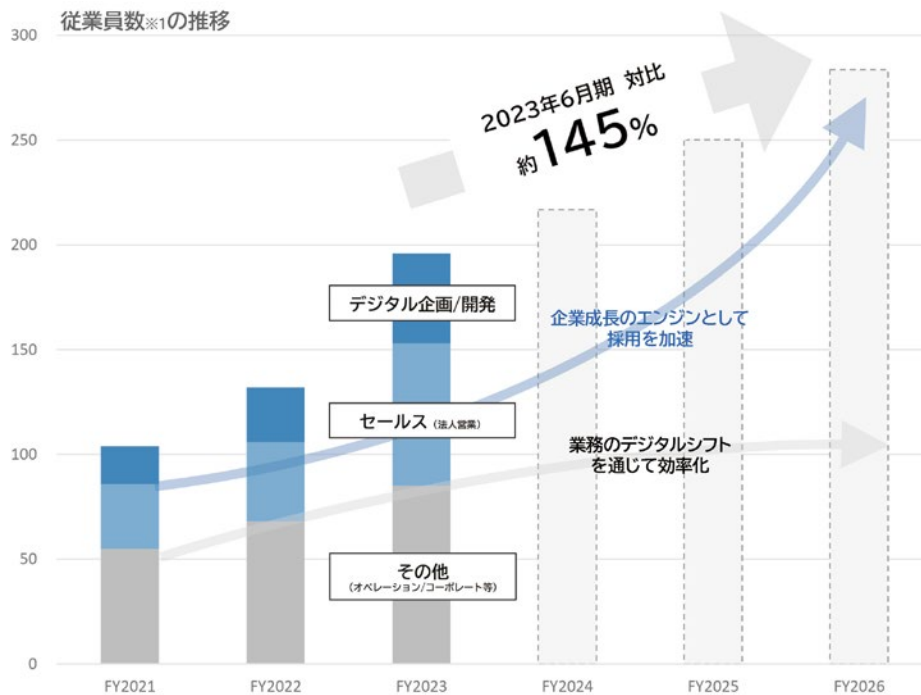
(単位:百万円)

	23/6 期 実績	24/6 期 予想	増減率	
			増減額	前期比
売上高	3,919	4,930	1,011	25.8%
HomeworthTech 事業	2,256	2,936	680	30.1%
ExtendTech 事業	1,624	1,975	351	21.6%
その他	38	19	-19	-50.0%

出所: 決算説明資料よりフィスコ作成

短期的な保証マーケット拡大と長期的事業成長に向けて、法人営業やデジタルビジネス企画開発の人材採用・育成を強化している。特に、デジタル戦略推進本部を新設したことで、目標を上回る企画開発人材を獲得できたようである。また、採用チームの人材を強化し、各種媒体と緻密なコミュニケーションを図ったことが、優秀な人材の応募につながっている。同社では、やる気と熱量のある若手人材を採用し、実務経験を積ませ、早期戦力化を目指している。

人材採用計画



※1: 正社員・契約社員・常駐かつフルタイム業務委託社員を含む

出所: 決算説明資料より掲載

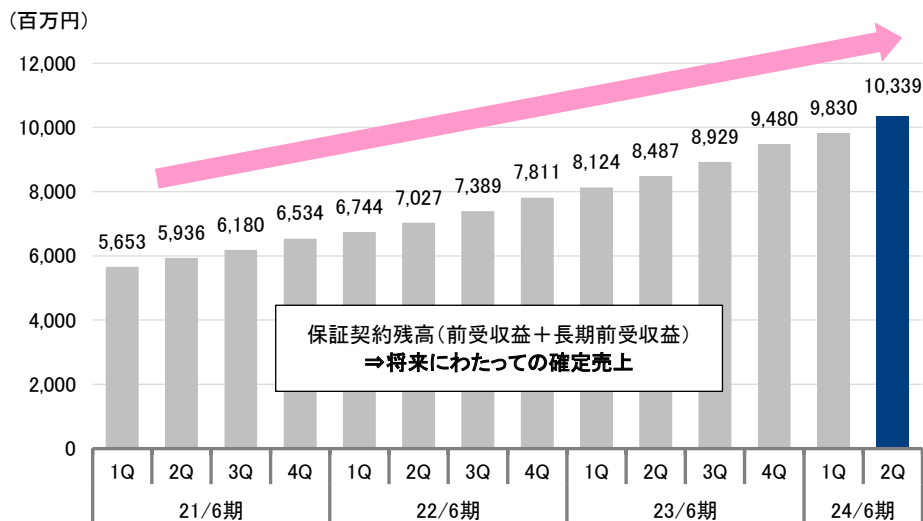
第2四半期末で保証契約残高 100 億円を突破、 将来の収益の下支えとなる

4. 財務状況

(1) 保証契約残高

保証契約残高とは、保証料が保証期間に応じた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、将来の売上高を下支えする基盤となる。HomeworthTech 事業の保証サービス関連契約の着実な獲得により、保証契約残高は 2024 年 6 月期第 2 四半期末で 103 億円を達成し過去最高となった。これは、保証契約（新規契約）が取れば取れるほど、保証契約残高が積み上がっていく構造となっている。

保証契約残高の推移(2024年6月期第2四半期末時点)

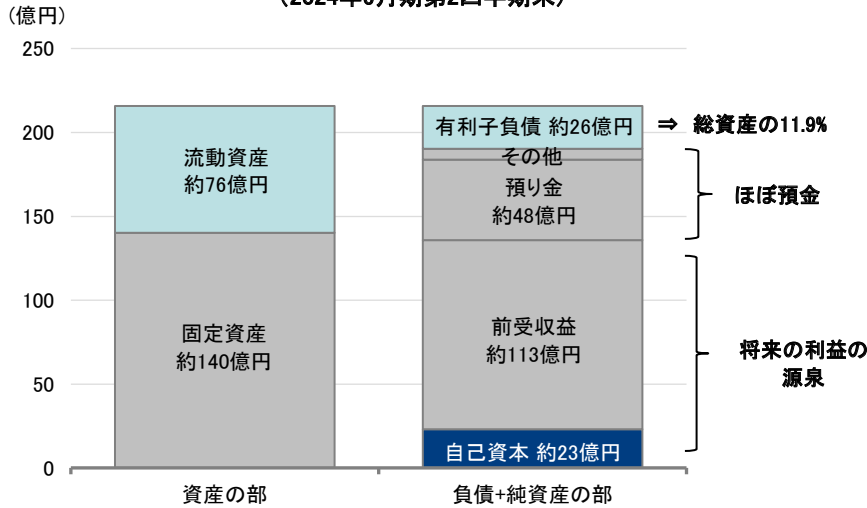


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(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）により達成した、前受収益約 113 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、同社は健全な財務構造を保ち、潤沢な成長資金を保有していると言える。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いう見方もできよう。

業績動向

 同社のビジネスモデルの強さが表出されたバランスシート
 (2024年6月期第2四半期末)


出所：決算短信よりフィスコ作成

同社の自己資本比率は 10.7% であり、他社と比較すると低い水準である。これは、前述のとおり、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、特段の問題はない。2024年6月期第2四半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 52.2%、預り金及び長期預り金（主に現金及び預金）22.2% という構成であり、有利子負債は 11.9% と極めて低水準となっている。さらに、流動比率も 231.6% 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)

	22/6 期末	23/6 期末	24/6 期 2Q 末	増減額
流動資産	6,231	7,493	7,556	63
現金及び預金	3,399	4,175	3,267	-907
固定資産	9,987	12,609	14,030	1,420
資産合計	16,219	20,103	21,588	1,484
有利子負債	1,439	2,276	2,558	282
預り金	498	631	582	-48
長期預り金	3,798	4,127	4,215	88
前受収益	1,496	1,830	1,978	147
長期前受収益	7,071	8,518	9,295	777
負債合計	14,975	18,157	19,280	1,122
資本金	212	212	212	0
純資産合計	1,243	1,946	2,307	361
負債・純資産合計	16,219	20,103	21,588	1,484

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 株主還元策

2023年6月期末配当は10円、2024年6月期も継続の見通し

同社の配当額は、2019年6月期には上場以降初めての期末配当5円を実施し、2021年6月期には期末配当10円に引き上げられた。現時点で確定ではないが、2024年6月期も“10円配当”を継続する予定である。

重要事項（ディスクレマー）

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

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp