

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 >>>

2023 年 4 月 3 日 (月)

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. 2023 年 6 月期通期業績も大幅な増収・増益が見込まれ、 経常利益は初の大台（10 億円）突破へ	01
2. ワランティ（延長保証）ビジネスを拡張しながら、 1.5 兆円市場の業界 No.1 ポジションに挑戦	01
3. DX に向けた経営陣の“本気度”が伝わってくる	02
■ 会社概要	03
1. 沿革	03
2. 事業概要	04
3. 特徴と強み	07
4. 企業ビジョン “We are a WorthTech Company.”	09
5. 事業セグメントの再定義と事業名称の変更	10
■ 成長戦略	11
1. 4 つの基本戦略	11
2. 事業戦略	13
■ 業績動向	15
1. 事業活動の進捗と成果	15
2. 2023 年 6 月期第 2 四半期累計の業績	17
3. 2023 年 6 月期通期業績の見通し	18
4. 財務状況	20
■ 株主還元策	22

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、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. 2023 年 6 月期通期業績も大幅な増収・増益が見込まれ、経常利益は初の大台（10 億円）突破へ

2023 年 6 月期第 2 四半期累計業績は、売上高 1,774 百万円（前年同期比 8.4% 増）、営業利益 330 百万円（同 29.4% 減）と過去最高の売上高を達成した。また、直近 6 年間だけでも売上高約 3.2 倍、営業利益約 6.1 倍（2017 年 6 月期第 2 四半期累計比較）と急成長を遂げている。

事業セグメントは「HomeworthTech 事業※」と「ExtendTech 事業※」の 2 つからなり、両事業とも過去最高の売上高（HomeworthTech 事業は 1,051 百万円（前年同期比 15.7% 増）、ExtendTech 事業は 672 百万円（同 3.1% 増））を達成した。HomeworthTech 事業の「地震あんしんサポート」などの新商品売上高の増加、ならびに ExtendTech 事業の再生可能エネルギー機器業者向けの受注拡大が大きく寄与した。

※ 2022 年 6 月期までの「お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）

また、2023 年 6 月期通期業績も売上高 3,953 百万円（前年同期比 19.6% 増）、営業利益 860 百万円（同 32.2% 増）と大幅な増収・増益が見込まれ、経常利益は初の大台（10 億円）突破を目指している。

2. ワランティ（延長保証）ビジネスを拡張しながら、1.5 兆円市場の業界 No.1 ポジションに挑戦

ワランティ（延長保証）は製品購入時に料金を払うことで、メーカー保証期間が終了した後も一定期間、無償で修理・交換が可能になるサービスで、国内消費者心理（安心を買う）に適したビジネスである。国内では 1990 年代に登場し、大手家電量販店が自社の顧客サービスの一環で延長保証を始めたこともあって一気に普及した。その後は、自動車、携帯電話業界などで次々と普及し、2021 年の国内ワランティサービス市場規模は 1 兆 5,557 億円の一市場となった。

そのなか、同社では 2009 年、住宅業界初となる「住設機器の延長保証サービス」の提供を開始した。その後、住宅業界のワランティサービスのトップリーダーの地位を固め、再生可能エネルギー、教育 ICT、家電領域など周辺領域へ横展開してきた。さらに新規領域（モビリティ、サイバー、音楽機器、電子端末）でのワランティサービス創出にも次々と取り組んでいる。国内ワランティサービス市場は 1.5 兆円規模のメガ市場であるが、同社が“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むことを弊社では期待している。

日本リビング保証 | 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 | <https://jlw.jp/ir/>

要約

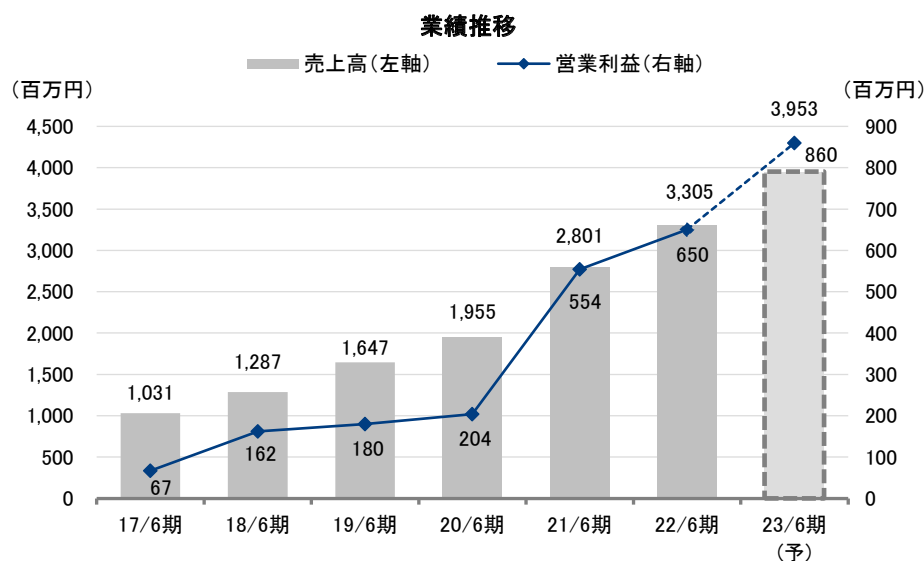
3. DX に向けた経営陣の“本気度”が伝わってくる

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のデジタルシフトが加速するなか、スマートフォン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。ExtendTech 事業では、これまで保証書は紙ベースで発行していたが、2023 年春より保証サービスのアプリ「My Warranty」を投入し、保証業務の標準化・DX を実現する。保証申込・保証書管理・修理受付が全てスマートフォンで完結し、利用者の利便性が格段に高まる。

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、今期は多数の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。さらに、SaaS/DX ベンチャーキャピタル (Seed SaaS DX Fund) へ1億円出資しているが、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 推進を加速化するのが狙いで、同社経営陣のDX への本気度が伝わってくる。

Key Points

- ・2023 年 6 月期通期業績も大幅な増収・増益が見込まれ、経常利益は初の大台（10 億円）突破へ
- ・ワランティ（延長保証）ビジネスを拡張しながら、1.5 兆円市場の業界 No.1 ポジションに挑戦
- ・DX に向けた経営陣の“本気度”が伝わってくる



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、2023 年に創業 15 期目を迎え、「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ワーステックカンパニー」として新たに定義付けた。

(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」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 1～2 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 2～3 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 3～30 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。

日本リビング保証
7320 東証グロース市場

2023 年 4 月 3 日 (月)
<https://jlw.jp/ir/>

会社概要

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	「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	カメラプ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
《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

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 HomeworthTech 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、「おうちのケア等の“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。

会社概要

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 HomeworthTech 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、メガ市場のなか、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…ExtendTech 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（太陽光発電の普及政策）を絡めて、ここ 5 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“蓄電システム機器やタブレット等の機器製品への保証・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、ExtendTech 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。

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のアプリを開発し、アプリから気軽にリフォームや修繕の相談ができるため、工事の受注促進やポイント状況等も確認できるようになっている。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ツールを提供しており、同社の各種サービス（保証サービス、ポイント等）の利用拡大による付加価値を提供する役割を担えばよいという認識である。

●“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、ExtendTech 事業や海外進出といった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 15 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。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。

日本リビング保証 | 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 | <https://jlw.jp/ir/>

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た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（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（HomeworthTech 事業）とフロー型ビジネス（ExtendTech 事業）を最適な組合せとすることで、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型経営

	HomeworthTech事業	ExtendTech事業
主な取引先	ハウスメーカー・マンション デベロッパー・ビルダー・工務店 などを中心とした住宅事業者 累計取引社数 約4,000社	再生可能エネルギー関連 教育ICT関連などを 中心にした各種メーカー 累計取引社数 約140社
主力商品	建物・設備に関する長期保証 ↓ 期間按分計上が中心	保証制度構築コンサル + アドミ業務 ↓ 当期一括計上が中心

ストック型ビジネス

フロー型ビジネス

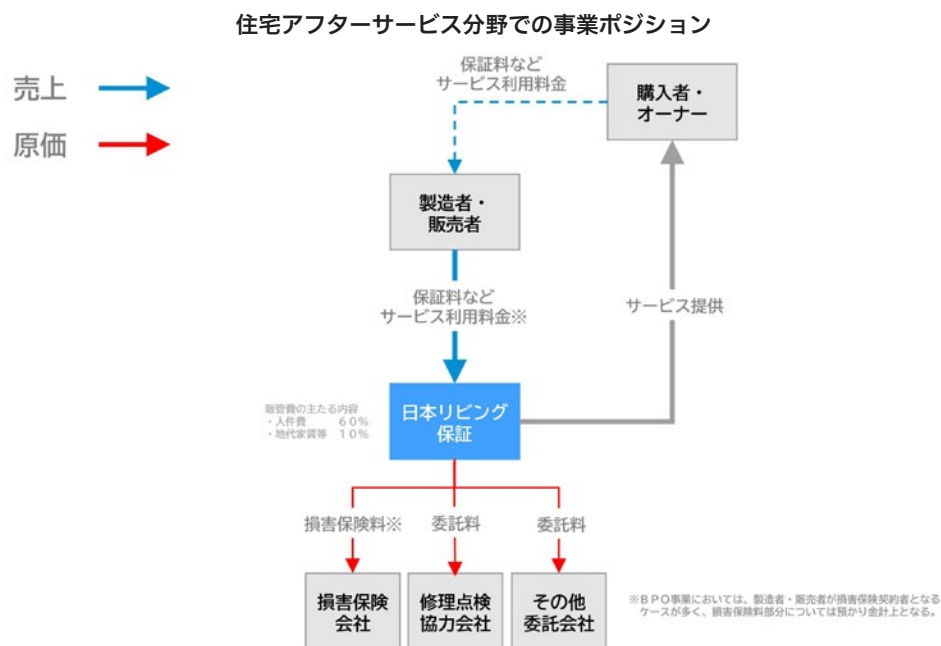
出所：決算説明会資料より掲載

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。



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 ～ 30% 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。

(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

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。

日本リビング保証 | 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 | https://jlw.jp/ir/

会社概要

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、工務店等）を中心に、新規顧客開拓（新築需要）と、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も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

同社は金融（電子マネー発行、決済システム等）、オペレーション（点検検査サービス、メンテナンスサービス等）、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。

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：事業計画およ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年ほど抱えていたものの、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いる。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。

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（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、「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。価値のあるモノをさら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 worthwhile life”

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

新たな 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（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）はエンベディットファイナンス（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。

同社が提供するソリューションのイメージ

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。

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。

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（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、全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。

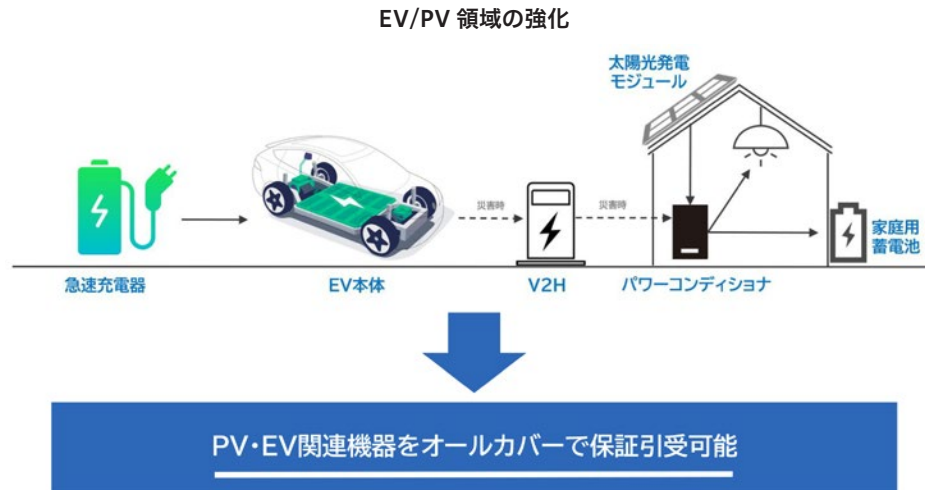
国内ではカーボンニュートラルの実現に向け、EV/PV の普及が加速しており、サステナブルな社会の実現に向け、機器の新設設置だけでなく、その管理や再利用にも注目が集まっており、住宅用再生可能エネルギー設備である、太陽光パネル、パワーコンディショナー、蓄電池の保証に加えて、EV 関連として充電設備に対する長期保証サービスも提供が始まり、EV/PV 関連機器をオールカバーで保証引受が可能となっている。

日本リビング保証
7320 東証グロース市場

2023 年 4 月 3 日 (月)
<https://jlw.jp/ir/>

成長戦略

新しい成長戦略の策定と実行



出所：決算説明会資料より掲載

1. 4 つの基本戦略

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」「My Warranty」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・決済が可能のほか、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 2022 年 11 月にリリースされており、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「マイワランティ」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ようになる。

日本リビング保証 | 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 | <https://jlw.jp/ir/>

成長戦略

デジタルプロダクトの開発



出所：新事業方針説明資料、決算説明会資料より掲載

(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「My Warranty」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

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。同出資が直接の成果（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 推進を加速化するのが狙いで、同社経営陣の DX への本気度が伝わってくる。

既に資本業務提携先 4 社（カメラブ(株)、ネッツマイル(株)、RUN.EDGE(株)、(株)TECH MONSTER)を活用した新事業展開も本格的に着手している。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(株)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ツマイル(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(株)TECH MONSTERと資本業務提携契約を締結し、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「おうち LIVE アシスト」を共同開発している。

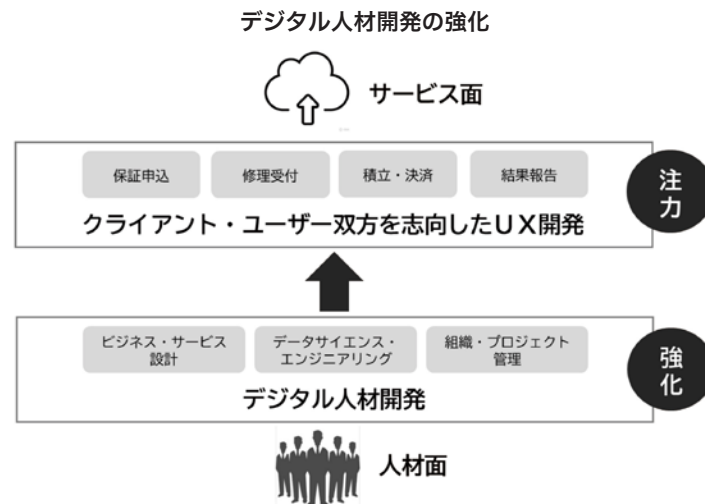
今後さらに、技術やプロダクトを有するスタートアップテクノロジー企業との提携や積極的な M&A も視野に入れている。

日本リビング保証 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 <https://jlw.jp/ir/>

成長戦略

(4) 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、今期は多数の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。



2. 事業戦略

(1) HomeworthTech 事業

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、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。

一方、新商品については、建物保証（2020 年 7 月）、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きている。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。

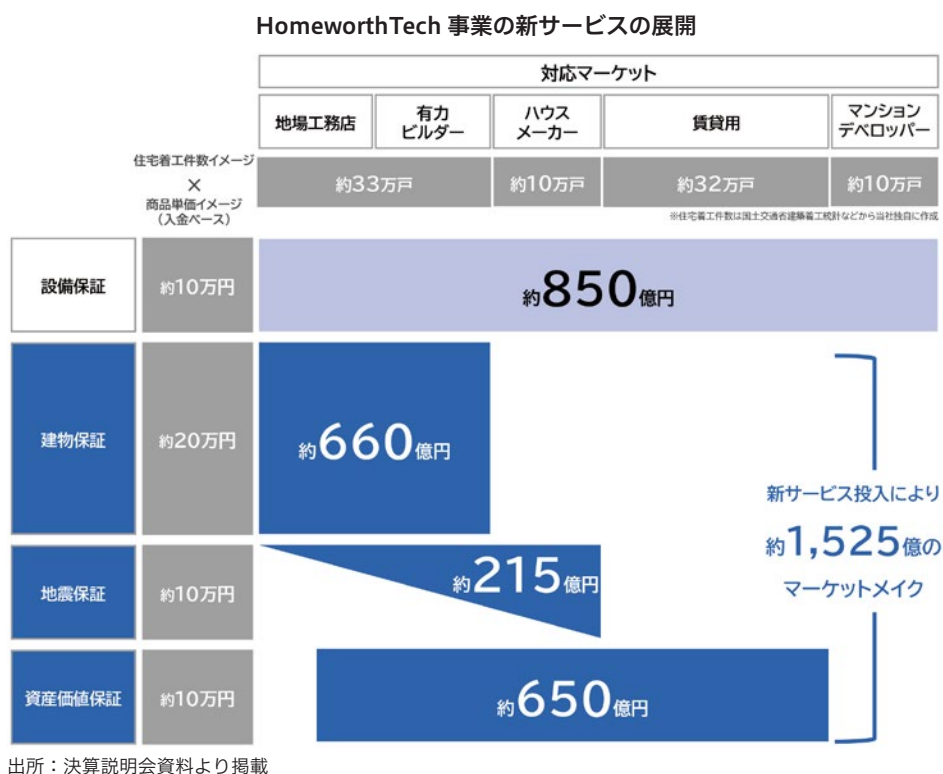
従来の地震保険では保証 50%、自己負担 50% で家屋再建では一部資金不足が生じていた。同社の「地震あんしんサポート」では、保証 100%（自己負担なし）で、万が一の地震被害にあった場合でも住宅を確実に建て直すことができる。住宅事業者を通じて当サービスを提供することで、住宅事業者のブランディングおよび住宅オーナーにさらなる安心を届ける。現在、サービスが始まったばかりであるが引き合いは好調であると聞いている。

日本リビング保証 | 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 | <https://jlw.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とされている。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いってもよい。

また、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。今後は新商品（地震保証）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。



(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）」「教育 ICT 領域（タブレット）」「その他領域（家電など）」からなる。

「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 2050 年までに急激な成長により約 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おり、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。

日本リビング保証 | 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 | <https://jlw.jp/ir/>

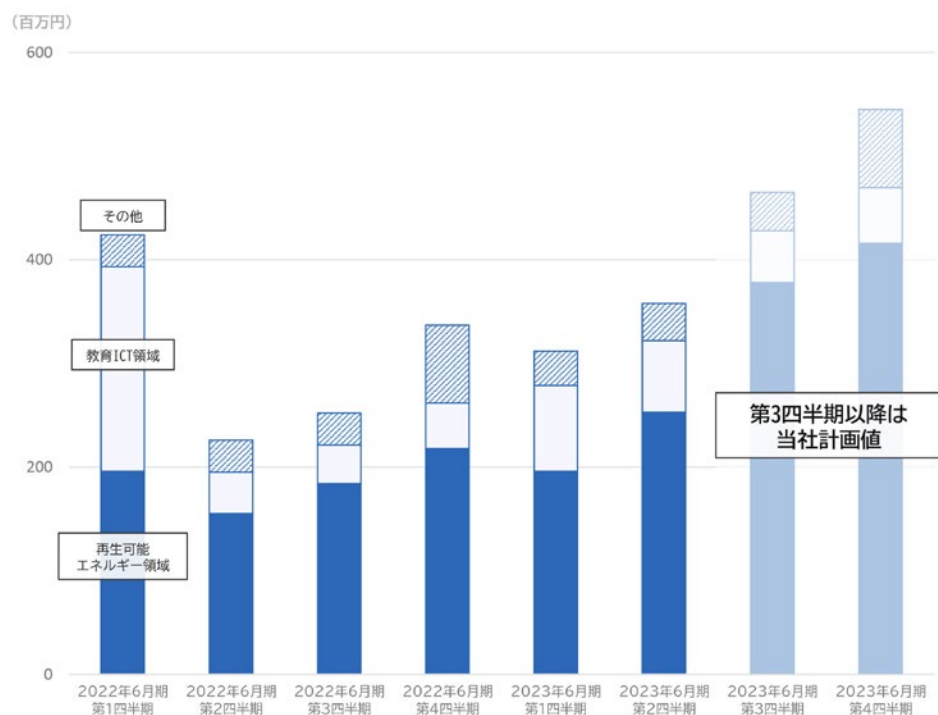
成長戦略

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（電気自動車と太陽光発電モジュール連係）領域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。

「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。

「その他領域」では、現在家電の保証サービスが売上規模は小さいながら伸びている。また、「海外製品の信用補完サービス」も有望視している。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）が日本市場に参入してきた時、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。そこに少なくとも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 事業における売上高の内訳と推移



出所：決算説明会資料より掲載

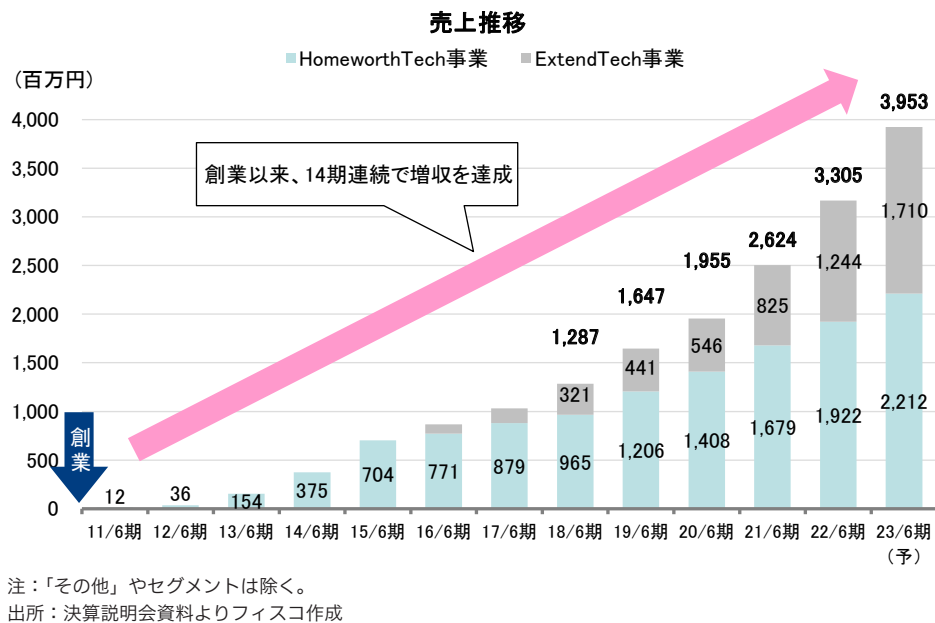
日本リビング保証
7320 東証グロース市場

2023 年 4 月 3 日 (月)
<https://jlw.jp/ir/>

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



同社は祖業である「HomeworthTech 事業（住宅領域）」、および近年業績が急拡大している「ExtendTech 事業（非住宅領域）」を両輪として、創業以来 14 期連続増収（直近 6 年間だけでも売上高は約 3.2 倍に急成長）を達成している。

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、国内ワランティサービス市場（2021 年市場規模 1 兆 5,557 億円）でのマーケットシェアを拡大しつつ、“業界 No1 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。

業績動向

2. 2023 年 6 月期第 2 四半期累計の業績

2023 年 6 月期第 2 四半期累計業績は、売上高 1,744 百万円（前年同期比 8.4% 増）、営業利益が 330 百万円（同 29.4% 減）、経常利益 402 百万円（同 23.2% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 276 百万円（同 22.2% 減）となった。創業以来 14 年連続増収の勢いが続き、売上高、営業利益とも期初計画を上回る結果となった。また、下期以降も、今後の成長に向けて、人材・システムを中心に積極的な先行投資を進めている。

2023 年 6 月期第 2 四半期の業績

（単位：百万円）

	22/6 期 2Q 累計実績	23/6 期 2Q 累計		前年同期比		計画比	
		期初計画	実績	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	1,608	1,733	1,744	135	8.4%	11	0.7%
営業利益	467	289	330	-137	-29.4%	41	14.2%
経常利益	524	360	402	-121	-23.2%	42	11.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	355	243	276	-79	-22.2%	33	13.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

HomeworthTech 事業は、設備保証・建物保証といった長期保証契約の獲得に引き続き注力するとともに、資産価値保証や地震保証といった新たな保証サービスの開発及びマーケティングを推進している。一方で、業務効率化・ストック型ビジネス転換といった住宅事業者の経営課題に対応する各種ソリューションの導入を組織的に推進している。

2023 年 6 月期第 2 四半期の成果としては、新規契約獲得金額 748 百万円（前年同期比 24.2% 増）、前受収益・長期前受収益残高 8,487 百万円（同 20.8% 増）、オリジナルトークン（電子マネー）発行サービスの導入社数 81 社（同 5.2% 増）・未使用残高 2,004 百万円（同 14.8% 増）といずれも前年同期比を上回った結果、売上高は 1,051 百万円（前年同期比 15.7% 増）、営業利益は 76 百万円（同 22.0% 増）となった。

ExtendTech 事業は、蓄電システムをはじめとした住宅用再エネ設備に対する保証サービスが好調で、再生可能エネルギー領域が順調に推移した結果、売上高は 672 百万円（前年同期比 3.1% 増）、営業利益は 266 百万円（同 34.6% 減）となった。

減益の背景には、2022 年 6 月期第 1 四半期において、GIGA スクール構想による大型保証業務がスポット受注（特需）したことが影響している。教育 ICT 領域は、高等学校での導入に加え、タブレットの陳腐化などで周期的な買い換え需要（3～5 年周期）があり、教育 ICT 領域は今後も引き続き安定収入が見込まれている。

日本リビング保証 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 <https://jlw.jp/ir/>

業績動向

2023 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)

	22/6 期 2Q 累計実績	23/6 期 2Q 累計実績	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,608	1,744	136	8.4%
HomeworthTech 事業	908	1,051	143	15.7%
ExtendTech 事業	652	672	20	3.1%
その他	48	20	-28	-56.4%
営業利益	467	330	-137	-29.4%
HomeworthTech 事業	62	76	14	22.0%
ExtendTech 事業	407	266	-140	-34.6%
その他	-2	-12	-10	-

出所：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」ならびに「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	前期比	
			増減額	増減率
売上高	3,305	3,953	648	19.6%
営業利益	650	860	210	32.2%
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

「HomeworthTech 事業」は、既存主力サービス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」、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」に加え、新商品（建物補償、資産価値保証、地震保証）を続々と投入して、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。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。

日本リビング保証 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 <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（電力の自家消費）の保証需要ニーズが急増している。また、教育 ICT 領域では小中学性向けタブレット保証サービスは 2021 年にピークを迎えたが、今後は高校生向けや買い換え需要（タブレットの買換は 3～5 年サイクル）に期待している。

2023 年 6 月期のセグメント別売上高見通し

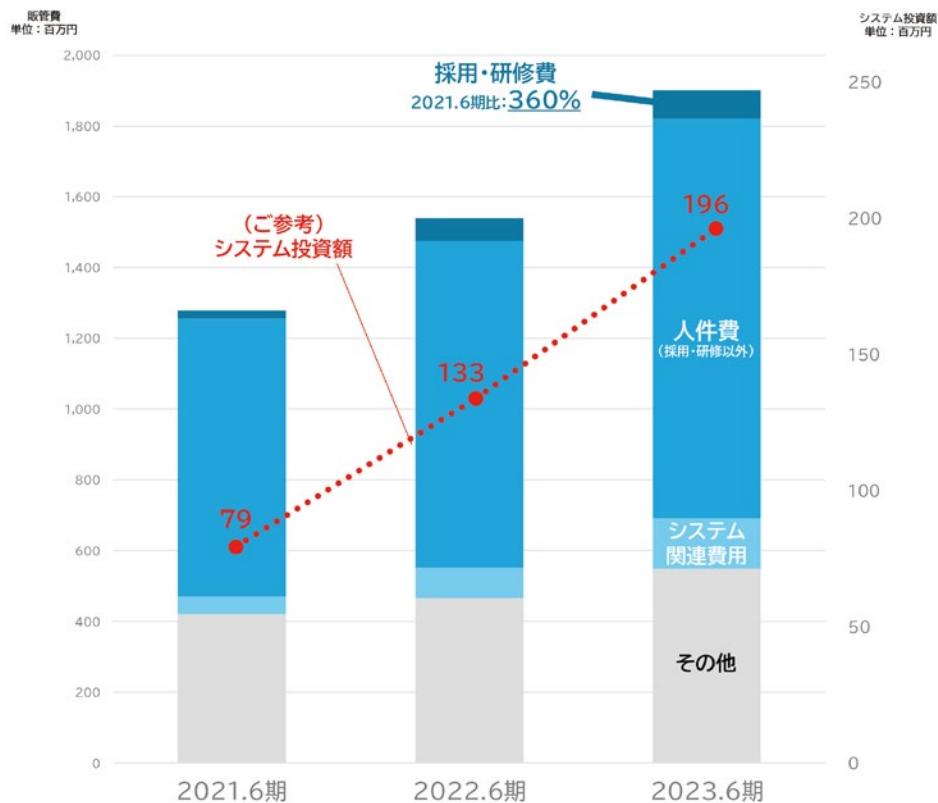
(単位：百万円)

	22/6 期 実績	23/6 期 予想	前年同期比	
			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	-77.5%

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・企画人材の確保及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

日本リビング保証 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 <https://jlw.jp/ir/>

業績動向

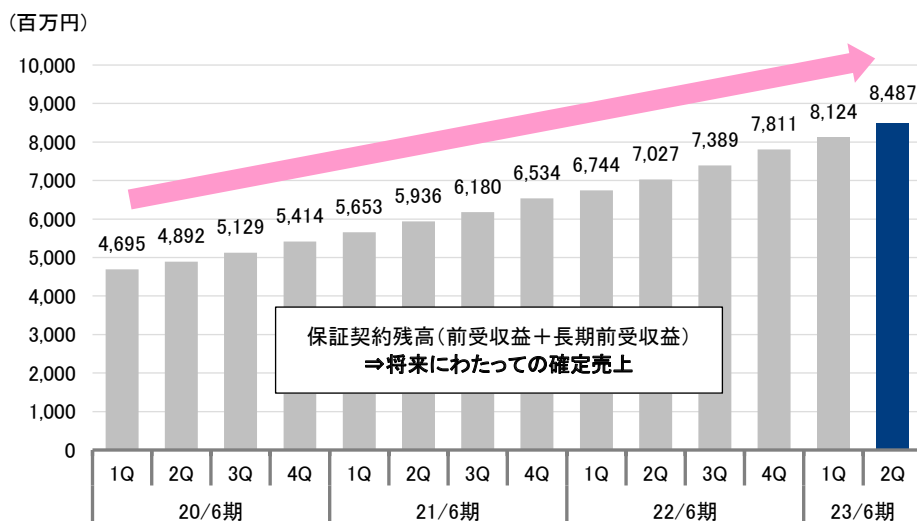
長期保証が導くストック型ビジネスと財務健全性

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。HomeworthTech 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 2023 年 6 月期第 2 四半期末で 84 億円を突破し過去最高となった。

保証契約残高の推移 (2023年6月期第2四半期末時点)



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

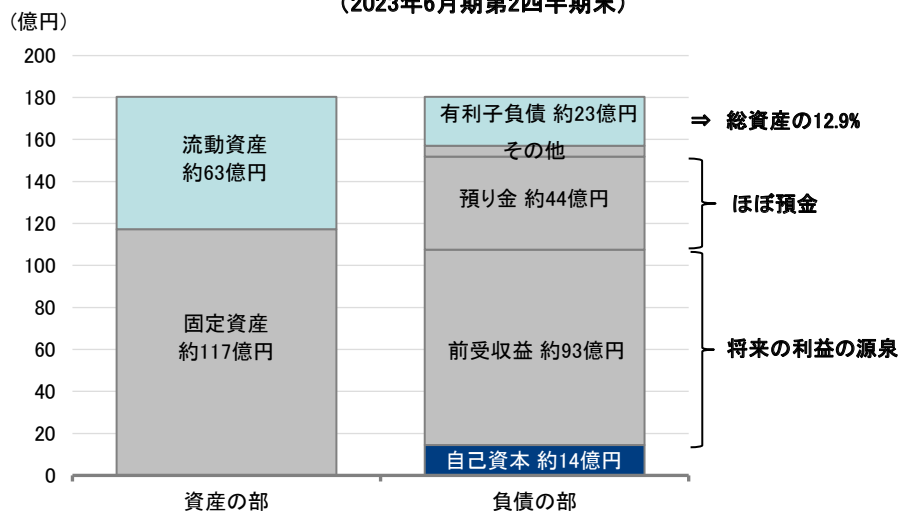
(2) スtock型ビジネスと財務健全性

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、前受収益約 93 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。

日本リビング保証 2023 年 4 月 3 日 (月)
7320 東証グロース市場 <https://jlw.jp/ir/>

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 (2023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 8.0% 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、2023 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 51.6%、預り金及び長期預り金（主に現金及び預金）24.5% という構成であり、有利子負債は 12.9% と極めて低水準となっている。さらに、流動比率も 239.1% 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)

	21/6 期末	22/6 期末	23/6 期 2Q 末	増減額
流動資産	7,313	6,231	6,309	78
現金及び預金	5,547	3,399	3,317	-82
固定資産	7,155	9,987	11,723	1,736
資産合計	14,469	16,219	18,034	1,814
有利子負債	652	1,439	2,329	889
預り金	1,508	498	433	-65
長期預り金	3,873	3,798	3,988	190
前受収益	1,193	1,496	1,646	150
長期前受収益	5,693	7,071	7,661	590
負債合計	13,690	14,975	16,583	1,607
資本金	211	212	212	-
純資産合計	779	1,243	1,450	206
負債・純資産合計	14,469	16,219	18,034	1,814

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本リビング保証
7320 東証グロース市場

2023 年 4 月 3 日 (月)
<https://jlv.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

2023 年 6 月期は“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・表示したものです。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、配布等することは強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