

|| 企業調査レポート ||

日本リビング保証

7320 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年3月17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. 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 ……	01
2. 唯一無二の“ストック型とフロー型”ビジネスモデルで、健全な財務構造と安定収益基盤を確立 ……	01
3. 保証会社から「おうち情報のトランスポーター」などビジネスモデルの再定義と創造へ…	02
■ 会社概要	03
1. 沿革 ……	03
2. 事業概要 ……	05
3. 特徴と強み ……	07
■ 企業の将来像と成長戦略	11
1. 将来の企業像 ……	11
2. ビジネスの再定義による新成長戦略へギアシフト ……	11
3. 協業と提携戦略の推進 ……	12
■ 業績動向	13
1. 事業活動の進捗と成果 ……	13
2. 2022年6月期第2四半期業績 ……	14
3. 2022年6月期通期業績の見通し ……	15
4. 財務状況 ……	16
■ 株式還元策	18
1. 期末配当 ……	18
2. 自己株式の取得 ……	18

■ 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13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月期第2四半期業績は、売上高1,608百万円（前年同期比34.6%増）、営業利益467百万円（同191.6%増）と過去最高の売上高・営業利益を達成した。また、直近5年間だけでも売上高2.6倍、経常利益8.5倍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）」と「BPO※事業」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908百万円（前年同期比11.4%増）、BPO事業は652百万円（同106.3%増））を達成した。特に、新商品の「建物20年保証」と「蓄電システム機器の最長20年保証」の“ダブル(W)20年保証”が売上に大きく寄与した。同社は創業して14年目を迎えるが、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思われる。

※ 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. 唯一無二の“ストック型とフロー型”ビジネスモデルで、健全な財務構造と安定収益基盤を確立

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。同社のビジネスモデルは、会員、契約数、契約残高を増やすことで、自動的に売上、利益に直結する所謂“ストック型ビジネス”と言える。

日本リビング保証 | 2022年3月17日(木)
7320 東証マザーズ | <https://ir.jlw.jp/>

要約

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、当初は再生可能エネルギー関連（太陽光パネル、発電システム）が中心であったが、最近ではその中でも蓄電システム機器や家電関連としてGIGAスクール向けタブレットが大きく収益に貢献している。これらは、国や地方自治体の補助金関連であったり、社会的なニーズの高まりもありスピーディかつ、大きくビジネスが拡大する傾向がある。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。

※リカーリングビジネスとは従量制継続課金から得られる経常収益に頼るビジネスモデルのこと。米 Gillette 社のカミソリが有名。

3. 保証会社から「おうち情報のトランスポーター」などビジネスモデルの再定義と創造へ

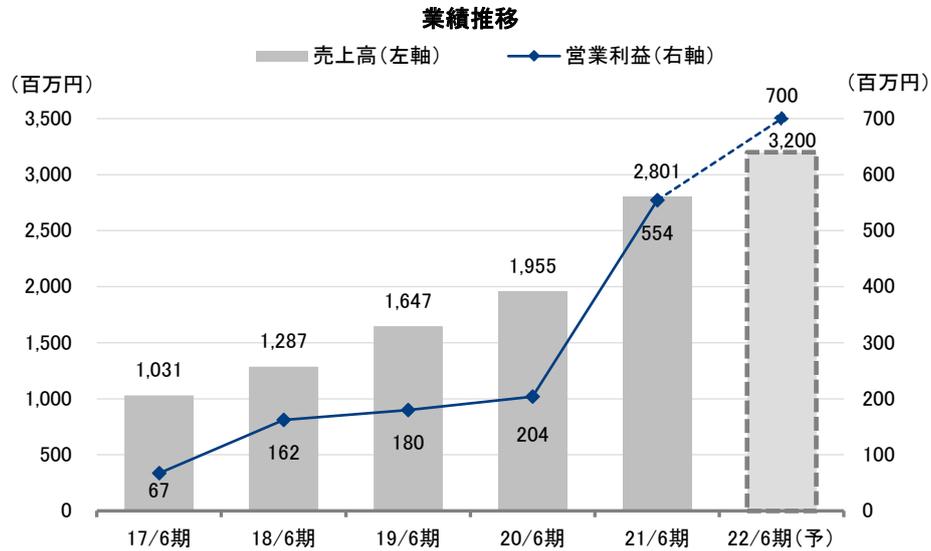
同社では、会社の存在意義（何のための会社か）を問い、「ビジネスの再定義」を行った。主力商品の「住宅設備の延長保証サービス」だけでは、顧客（住宅会社）の下請けのイメージを拭い去れず、それを脱却する必要があった。現在多くの業界では、IoT/AI 基盤を活用したDX（データの蓄積と利活用）がビジネスのトレンドとなりつつある。これからは、「データを制するものはビジネスを制する」とも言われ、いかに有用なデータをマネジメントするかがDXビジネスの“キモ”となる。同社でも、「おうち情報」のプラットフォームを形成し、「便利」や「安心感」の顧客体験の浸透を図っている。これまで取り扱ってきた「おうち情報」（新築時の図面や設備、部位ごとの保証の有無、メンテナンスや点検のサイクル、資産価値等）を蓄積し、自在に出し入れすることで、住宅オーナーから住設機器の点検・修理・交換の要請があれば、いつでも住設メーカーを特定し、瞬時に保証情報を提供できるようにしている。また、例えば、データ（おうち情報）を制することで、より広い分野での新しい独自のサービスを積極的に提供することを計画している。

また、DX 企画力やデジタル化に強い会社になることが喫緊の課題である。当面はデジタル人材率を現状の20～30%から50%への引き上げを目指している。そのためには、IT 専門人材（SE、プログラマー、データサイエンティスト、部門とITを繋ぐプロデューサー人材等）の採用とIT教育を推進している。同時に、IT企業との協業やM&Aも選択肢として進めている。

Key Points

- ・ 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
- ・ 唯一無二の“ストック型とフロー型”ビジネスモデルで、健全な財務構造と安定収益基盤を確立
- ・ 保証会社から「おうち情報のトランスポーター」へ進化

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14年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

日本震災パートナーズ(株)(現SBIリスタ少額短期保険(株))から創業メンバーがスピンアウトし、2009年3月新会社(フェニックス・コンサルティング(株))を設立した。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。

日本リビング保証 | 2022年3月17日(木)
 7320 東証マザーズ | <https://ir.jlw.jp/>

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、日本震災パートナーズ在籍時から「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中、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。

会社沿革

2009年 3月	フェニックス・コンサルティング株式会社設立
2009年 7月	日本リビング保証株式会社に社名変更
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	既存住宅向け住宅設備の事前検査及び検査保証サービスを提供開始
2012年 8月	リビングポイント株式会社（日本リビング保証 100% 子会社）設立
2012年10月	リビングポイント株式会社が一般建設業許可取得
2013年 5月	リビングポイント株式会社が前払式支払手段（自家型）発行者届出
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11月	住宅居住者向け新サービス「LOOP おうちサポート」を提供開始
2013年12月	リビングポイント株式会社が一級建築士事務所登録
2014年 6月	賃貸管理会社向けの入居前点検サービスを提供開始
2014年 7月	定期点検サービスを提供開始
2014年11月	建具メンテナンスサービスを提供開始
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（住宅設備の10年保証×おうちポイント）を提供開始
2017年 4月	売買あんしんサポート（中古住宅売買時の検査保証サービス）の提供開始
2017年 8月	長期メンテナンスシステム（アフター業務一括サポートプラン）を提供開始
2018年 3月	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場（証券コード7320）
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」の販売開始
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	スイッチゴールド提供開始
2020年 7月	建物20年保証バックアップサービスの本格的展開を開始
2021年 9月	蓄電システム機器最長20年保証提供開始
《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、ホームページよりフィスコ作成

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…おうちのトータルメンテナンス事業

住宅会社が新築住宅を住宅オーナーへ引き渡してから、同社のおうちのトータルメンテナンス事業が始まる。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。B to C 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、同社のおうちのトータルメンテナンス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。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“電氣的・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。

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になっている。

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。

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年目の若い会社が“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月期第2四半期では、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。

会社概要

ストック型ビジネスとフロー型ビジネスの最適ミックス

	おうちの トータルメンテナンス事業 (おうち事業)	ビジネスプロセス アウトソーシング事業 (BPO事業)
提供価値	アフターサービスの企画・実行支援	
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 <small>累計取引社数 約3,500社</small>	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 <small>累計取引社数 約100社</small>
主力商材	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

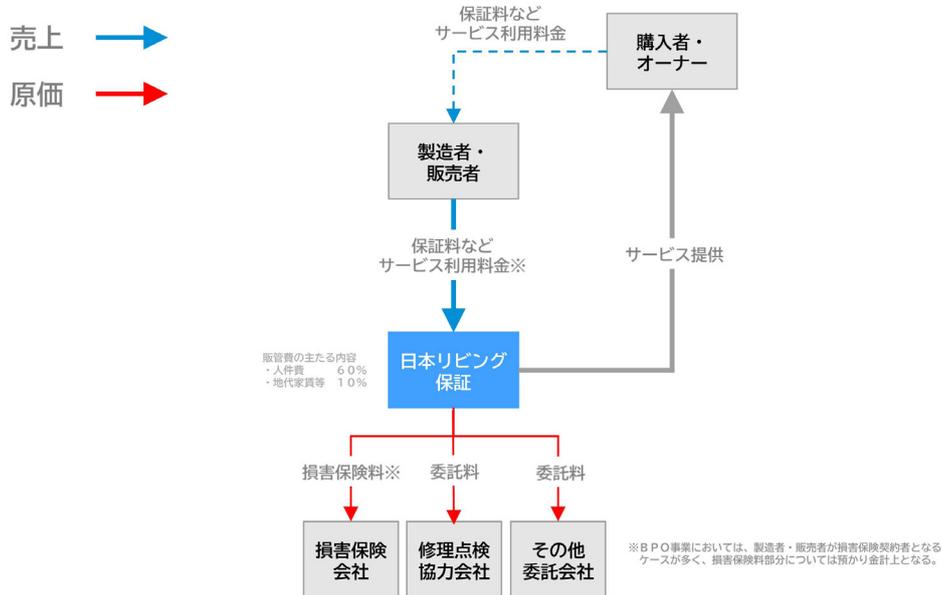
3. 特徴と強み

(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的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

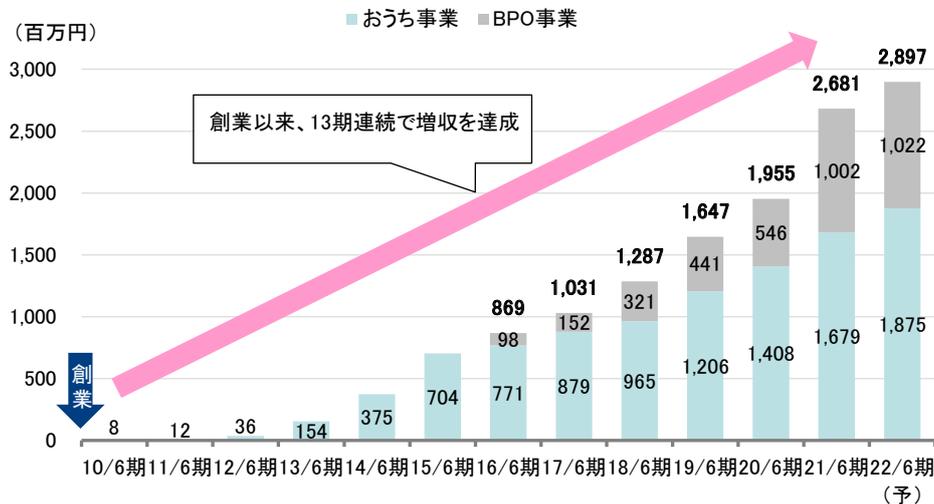
(2) 卓越した商品企画開発力とそのスピード

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。

会社概要

売上推移



注：「その他」セグメントは除く。2022年6月期予想は期初予想。
 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

(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、コンサルティングセールスチームでは、顧客資産約3,500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。

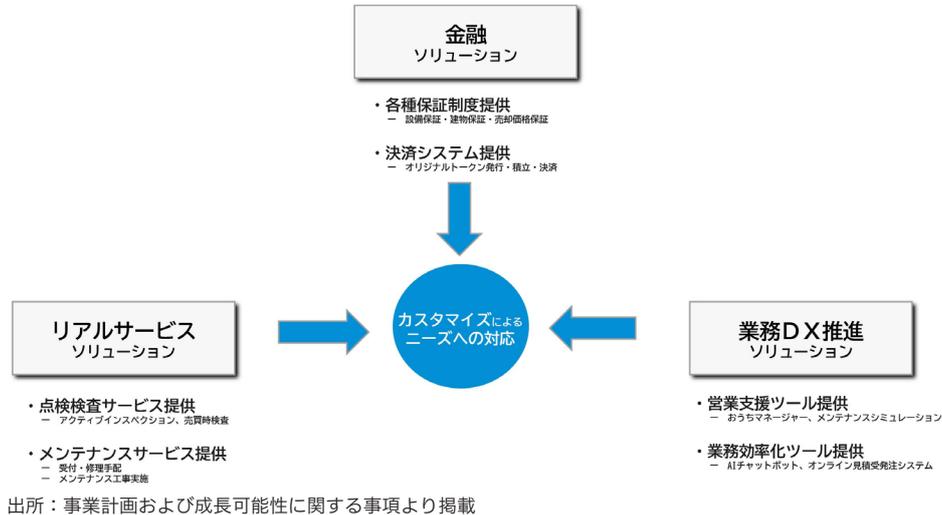
また、顧客がどのような悩みで同社のサービスを利用して、その悩みをどう解決できたかを継続的にフォローする専門部署（カスタマーサクセスチーム）も設けている。

(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。

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



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	○	○	○	○	○
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

■ 企業の将来像と成長戦略

保証会社から「おうち情報のトランスポーター」へ進化

1. 将来の企業像

同社では創業以来、『よいモノを永く使う文化をこの国に根付かせたい』という基本価値観を全社員が共有化している。その上で、企業理念「100年の価値を、すべての住まいに。」が制定され、「適切にメンテナンスされた住宅が、適正な資産価値評価を受けられる社会を実現し、サステナブルな仕組みづくり」に全社一丸となって取り組んでいる。また、今後はデジタル社会到来に先駆けて、「住宅×金融×Techでおうち情報のトランスポーター」へ進化させようとしている。

2. ビジネスの再定義による新成長戦略へギアシフト

同社では会社の存在意義（何のための会社か）を問い、「ビジネスの再定義」を行った。そして、「おうち情報」のプラットフォームを形成し、「便利」や「安心感」の顧客体験の浸透を図っている。これまで取り扱ってきた「おうち情報」（新築時の図面や設備、部位ごとの保証の有無、メンテナンスや点検のサイクル、資産価値等）を蓄積し、自在に出し入れすることで、住宅オーナーから住設機器の点検・修理・交換の要請があれば、いつでも住設メーカーを特定、瞬時に保証情報を提供できるようにしている。

また、DX企画力やデジタル化に強い会社になることが喫緊の課題である。当面はデジタル人材率を現状の20～30%から50%への引き上げを目指している。そのためには、IT専門人材（SE、プログラマー、データサイエンティスト、部門とITを繋ぐプロデューサー人材等）の採用とIT教育を推進している。同時に、IT企業とのアライアンスやM&Aも選択肢として進めている。

企業の将来像と成長戦略

デジタル投資の徹底強化

 保証会社から「おうち情報のトランスポーター」への進化に向け、
 人材面・サービス面のデジタル投資を徹底して強化


人材面

- ・中期的に、正社員数の占めるデジタル人材率：**50%超**を目指す
- ・エンジニアやデータサイエンティストといった技術者のみならず、ビジネス・サービス設計、プロジェクト管理などDX推進を担う多様な人材の採用および育成に注力



サービス面

- ・OEM型モバイルアプリ「おうちマネージャー」の機能拡充
- ・AIチャットボットを活用した修理受付業務の自動化
- ・リアルサービス領域のDXソリューションを開発
- ・スコアリング等データ活用に向けたデータ管理基盤の再構築

出所：決算説明会資料より掲載

3. 協業と提携戦略の推進

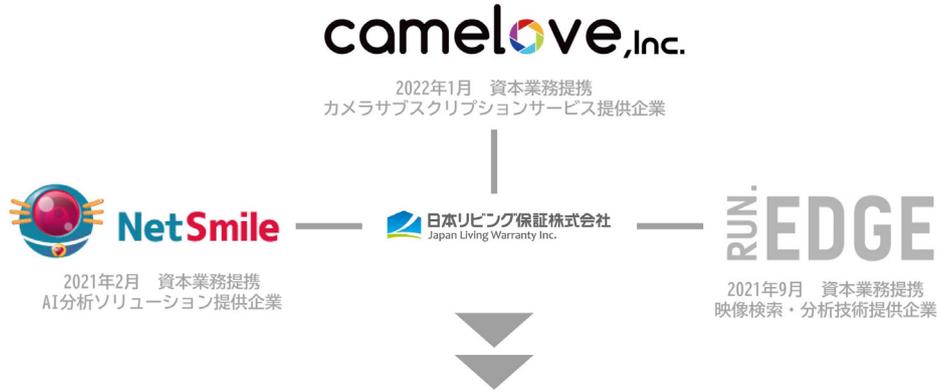
「おうち情報のトランスポーター」へ進化するためには、自社のリソースや技術だけでは到底取り組めるものではない。外部のリソースや技術と連携・融合してアジャイル型で新しい価値を創出していく必要がある。

「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、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。

日本リビング保証 | 2022年3月17日(木)
7320 東証マザーズ | https://ir.jlw.jp/

企業の将来像と成長戦略

新興テクノロジーカンパニーとの新規提携



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を開発中

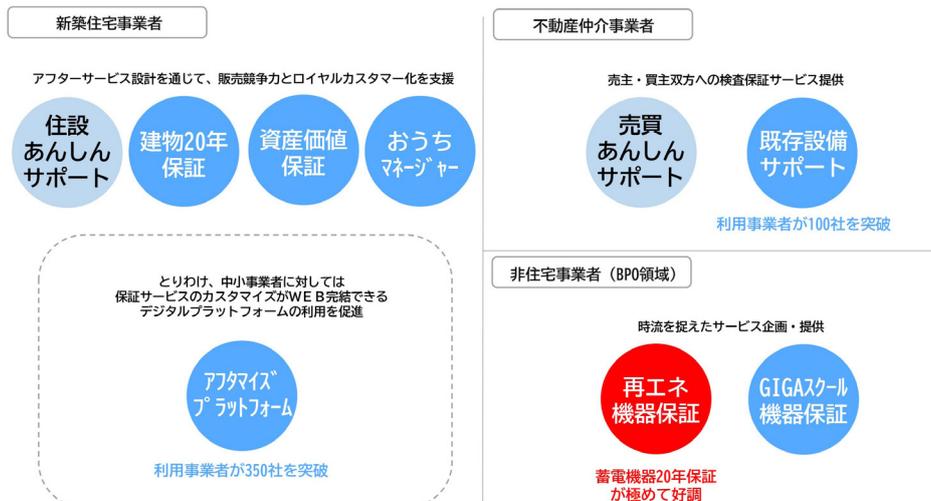
出所：決算説明会資料より掲載

業績動向

戦略商品の展開の中、蓄電システム機器 20年保証は極めて順調に進捗

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



出所：決算説明会資料より掲載

業績動向

(1) おうちのトータルメンテナンス事業

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。因みに、直近1年間の取引顧客数は694社となっている。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。

(2) BPO 事業

おうちのトータルメンテナンス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、主として電氣的・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。因みに、直近1年間の取引顧客数は62社となっている。

前年同期比で増収増益、過去最高の売上高・利益を達成

2. 2022年6月期第2四半期業績

2022年6月期第2四半期業績は、売上高1,608百万円(前年同期比34.6%増)、営業利益が467百万円(同191.6%増)、経常利益524百万円(同119.2%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益355百万円(同127.9%増)となった。売上増加要因としては、新商品の「建物20年保証」と「蓄電システム機器の最長20年保証」の“ダブル(W)20年保証”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(人材採用、DX推進)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、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)も順調に推移した。

2022年6月期第2四半期の業績

(単位:百万円)

	21/6期 2Q累計	22/6期		
		2Q累計	前年同期比増減額	前年同期比増減率
売上高	1,195	1,608	413	34.6%
売上総利益	704	1,114	409	58.1%
売上総利益率	58.9%	69.2%	+10.3Pt	-
販管費	544	646	102	18.8%
営業利益	160	467	307	191.6%
経常利益	239	524	285	119.2%
親会社株主に帰属する四半期純利益	156	355	199	127.9%

出所:決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

おうち事業、BPO 事業とも過去最高の売上高を達成

3. 2022年6月期通期業績の見通し

2022年6月期通期業績は、売上高は3,200百万円（前期比21.9%増）、営業利益が700百万円（同83.3%増）、経常利益が800百万円（同74.6%増）、親会社株主に帰属する四半当期純利益530百万円（同117.9%増）を見込んでいる。「建物20年保証」と「蓄電システム機器の最長20年保証」の“ダブル(W)20年保証”商品が好調で、契約受注が見込めるため、期中で業績見通しを上方修正している。

おうちのトータルメンテナンス事業は、同社売上高の約7割を占める。当面の主力商品は新築住宅向けの設備10年保証の「住設あんしんサポート」であるが、中長期的に注力している戦略商品として、新築戸建て住宅向けの「建物20年保証サービス」がある。2022年6月期通期は売上高1,875百万円（前期比11.7%増）、セグメント利益128百万円（同11.3%増）を見込んでいる。BPO事業は、ESGへの国内外での関心の高まりや電力のFIT（固定価格買取制度）の終了を背景とした再生可能エネルギー関連領域と、GIGAスクール構想に伴うタブレット端末を含む家電領域の案件が引き続き好調に推移している。2022年6月期通期は売上高1,022百万円（前期比2.0%増）、セグメント利益は467百万円（同3.9%増）を見込んでいる。現在、再生可能エネルギー領域に関連した取引が急拡大しているほか、「アフターGIGA（タブレット端末保証）」の契約が順調に拡大する等、今後の売上に大きく貢献してくることが予想される。なお、セグメント別売上高と営業利益は期初予想を使用している。

2022年6月期の通期業績見通し

(単位：百万円)

	21/6期 実績	22/6期		前期比増減額	前期比増減率
		期初予想	修正予想		
売上高	2,624	3,100	3,200	1,182	21.9%
営業利益	381	610	700	319	83.3%
経常利益	458	710	800	342	74.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	243	465	530	287	117.9%

注：21/6期の数値は「収益認識に関する会計基準」を適用して遡及修正したもの

出所：決算短信よりフィスコ作成

(単位：百万円)

	21/6期 実績	22/6期		前期比増減率
		期初予想	前期比増減額	
売上高				
おうち事業	1,679	1,875	196	11.7%
BPO事業	1,002	1,022	20	2.0%
その他	120	203	83	68.8%
営業利益				
おうち事業	114	128	14	11.3%
BPO事業	449	467	18	3.9%
その他	-9	14	23	-

注：セグメントの数値の合計は上方修正後の売上高、営業利益とは一致せず

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

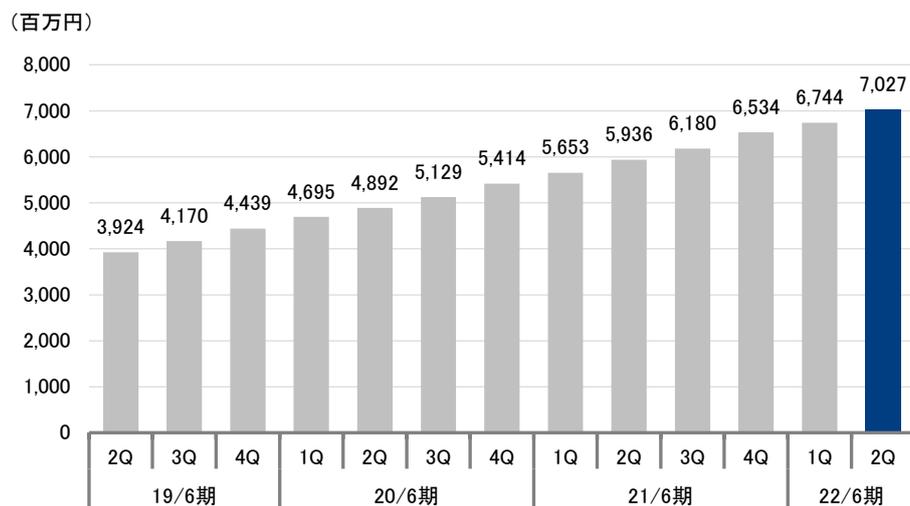
長期保証が導くストック型ビジネスと財務健全性

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月期第2四半期で約2.8億円増加し70億円を超えた。

保証契約残高の推移



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、2021年6月期末の預り金約54億円は“ほぼ現金”、前受収益約66億円は“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。

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
 (2021年6月期末)


出所：事業計画および成長可能性に関する事業よりフィスコ作成

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55.1%、預り金及び長期預り金（主に現金及び預金）33.8%という構成であり、有利子負債は7.5%と極めて低水準となっている。さらに、流動比率も284.6%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)

	20/6 期末	21/6 期末	22/6 期 2Q 末	増減額
流動資産	2,440	7,313	6,704	608
現金及び預金	1,203	5,547	4,050	-1,496
固定資産	5,848	7,155	8,587	1,431
資産合計	8,288	14,469	15,292	822
有利子負債	97	652	1,057	404
預り金	207	1,508	467	-1,040
長期預り金	1,610	3,873	4,323	444
前受収益	953	1,193	1,378	185
長期前受収益	1,610	5,693	6,425	732
負債合計	7,657	13,690	14,166	476
資本金	206	211	211	-
純資産合計	630	779	1,125	345
負債・純資産合計	8,288	14,469	15,292	822

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 株主還元策

2021年6月に期末配当を5円増配

1. 期末配当

2021年6月期通期の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。同社からは現時点で2022年6月期の配当政策は発表されていない。

期末配当の増配 (2021年6月期)

従来の配当予想 (2020年8月14日発表)	21/6 期末決定額
5円/株	10円/株

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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5万株、株式取得総額1億円以内）を2022年6月期中に実施予定。2021年12月31日時点の自己株式保有状況は発行済株式総数5,058,300株、自己株式数50,262株、自己株式比率1%となっている。

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