

# ホリスティック企業レポート

## 日本リビング保証

### 7320 東証グロース

アップデート・レポート  
2024年1月12日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター  
審査委員会審査済 20240109

## 日本リビング保証(7320 東証グロース)

発行日: 2024/1/12

住宅、住宅設備の保証サービス等、資財価値を最大化するワーステックカンパニー  
初の中期計画初年度の24年6月期は過去最高の売上高及び利益を予想

## &gt; 要旨

## ◆ 会社概要

・日本リビング保証(以下、同社)は、住宅設備の延長保証会社として創業し、現在は、保証、金融、オペレーションとデジタルを組み合わせたソリューションを通じて、住宅や住宅設備等の暮らしの資財の価値を最大化するワーステックカンパニーとして事業を展開している。

## ◆ 23年6月期決算

・23/6期決算は、売上高3,919百万円(前年同期比18.6%増)、営業利益741百万円(同14.0%増)となった。売上高、利益とも過去最高だったが、期初計画を下回った。第3四半期に半導体不足によるExtendTech事業の伸び悩みがあったことに加え、下期を中心にHomeworthTech事業への先行投資が増加したためである。

## ◆ 24年6月期業績予想

・24/6期業績について、同社は、売上高4,820百万円(前期比23.0%増)、営業利益840百万円(同13.3%増)を計画している。第1四半期決算公表時点では、第2四半期累計期間の計画は上方修正されたが、通期計画は期初のものが据え置かれている。  
・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、24/6期について、売上高4,896百万円(前期比24.9%増)、営業利益864百万円(同16.6%増)と会社計画をやや上回る水準を予想した。建物長期保証が牽引する見通しのHomeworthTech事業、再生可能エネルギー関連機器保証案件が牽引する見込みのExtendTech事業とも、高い増収率を想定した。

## ◆ 今後の注目点

・当センターでは、25/6期は前期比23.6%増収、26/6期は同23.7%増収となり、売上高営業利益率は26/6期に20.4%まで上昇すると予想した。  
・同社では初めて3カ年の中期計画の開示を行った。24/6期はフロー型のExtendTech事業よりもストック型のHomeworthTech事業の拡大が牽引する見通しであり、この動向に注目したい。

## 【7320 日本リビング保証 業種：その他金融業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2022/6	3,305	25.9	650	70.3	767	67.5	546	124.7	109.5	247.9	10.0
2023/6	3,919	18.6	741	14.0	1,021	33.1	751	37.5	149.8	388.0	10.0
2024/6 CE	4,820	23.0	840	13.3	1,060	3.8	779	3.7	155.3	-	10.0
2024/6 E	4,896	24.9	864	16.6	1,075	5.3	790	5.2	157.5	540.6	10.0
2025/6 E	6,053	23.6	1,115	29.0	1,344	25.0	988	25.0	197.0	732.7	10.0
2026/6 E	7,489	23.7	1,524	36.7	1,789	33.1	1,315	33.1	262.1	990.0	10.0

(注) CE：会社予想、E：証券リサーチセンター予想

2022/6期から「収益認識に関する会計基準」を適用。2022/6期の前期比は「収益認識に関する会計基準」を遡及して適用した2021/6期の数値との比較

## アップデート・レポート

2/24

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

アナリスト: 藤野敬太  
+81 (0) 3-6812-2521  
レポートについてのお問い合わせはこちら  
info@stock-r.org

## 【主要指標】

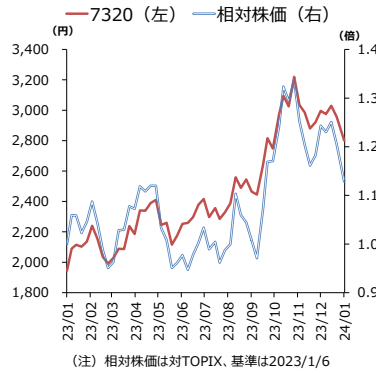
	2024/1/5
株価 (円)	2,801
発行済株式数 (株)	5,118,300
時価総額 (百万円)	14,336

	前期実績	今期予想	来期予想
PER (倍)	18.7	17.8	14.2
PBR (倍)	7.2	5.2	3.8
配当利回り (%)	0.4	0.4	0.4

## 【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン (%)	-5.3	-9.6	36.2
対TOPIX (%)	-6.4	-14.9	12.4

## 【株価チャート】



> 事業内容

◆ 住宅や住宅設備等の保証サービスをはじめ、資財価値最大化のソリューションを提供するワーステックカンパニー

日本リビング保証（以下、同社）は、住宅をはじめとする各種製品・サービスを販売する顧客企業に対し、保証、金融、オペレーションとデジタルを組み合わせたソリューションを通じて、住宅や住宅設備をはじめとする暮らしの資財の価値を最大化するワーステックカンパニーとして事業を展開している。住宅設備の延長保証で創業し、住宅設備や住宅の保証を中心にアフターサービスを OEM 提供してきたこともあり、保証サービスの設計及び運営に強みがある。現在は、住宅設備や住宅の保証サービス以外にも領域を広げている。

◆ スtock型収益中心の事業とフロー型収益中心の事業が存在

同社の事業は、(1) 住宅・不動産領域に特化してサービスを提供するストック型収益が中心の HomeworthTech（ホームワーステック）事業（22/6 期まではおうちのトータルメンテナンス事業）、(2) 非住宅領域に対してサービスを提供するフロー型収益が中心の ExtendTech（エクステンドテック）事業（22/6 期までは BPO 事業）、(3) その他の3つの事業セグメントに区分されている(図表1)。

従来は HomeworthTech 事業が中心だったが、非住宅領域へ事業拡大を積極的に行ったことで ExtendTech 事業の存在感が高まり、21/6 期以降、HomeworthTech 事業の売上構成比は 50~60%台で推移している。また、ExtendTech 事業は収益性が高く、セグメント利益においては HomeworthTech 事業を大きく引き離している。なお、「その他」には、ビジネスマッチング・決済等のプラットフォーム事業が含まれている。

【図表1】セグメント別売上高・営業利益

(単位：百万円)

	売上高											
	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期	前期比 / 前年同期比				売上構成比			
				1Q	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期
HomeworthTech事業 (旧おうちのトータルメンテナンス事業)	1,679	1,922	2,256	629	19.2%	14.5%	17.4%	23.5%	64.0%	58.2%	57.6%	56.8%
ExtendTech事業 (旧BPO事業)	825	1,244	1,624	453	50.9%	50.7%	30.6%	44.8%	31.4%	37.6%	41.4%	41.0%
その他	120	138	38	25	-	15.4%	-72.0%	112.5%	4.6%	4.2%	1.0%	2.3%
合計	2,624	3,305	3,919	1,108	34.2%	25.9%	18.6%	32.7%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

	営業利益											
	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期	前期比 / 前年同期比				売上高営業利益率 / セグメント利益率			
				1Q	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期	21/6期	22/6期	23/6期	24/6期
HomeworthTech事業 (旧おうちのトータルメンテナンス事業)	114	111	120	23	-0.1%	-2.6%	7.8%	455.9%	6.8%	5.8%	5.3%	3.7%
ExtendTech事業 (旧BPO事業)	276	541	659	235	208.5%	95.7%	21.8%	76.0%	33.5%	43.5%	40.6%	52.0%
その他	-9	-3	-38	2	-	-	-	-	-8.2%	-2.3%	-99.9%	9.7%
合計	381	650	741	261	86.5%	70.3%	14.0%	96.6%	14.5%	19.7%	18.9%	23.6%

(注) 22/6 期より「収益認識に関する会計基準」適用。21/6 期の数値は「収益認識に関する会計基準」を遡及適用したもの (出所) 日本リビング保証有価証券報告書、四半期報告書より証券リサーチセンター作成

## > ビジネスモデル

### ◆ 保証サービスとは

製品やサービスに付帯され、所定の不具合が発生した際に無料で修理や交換等のアフターサービスを受けられるようにすることが保証サービスである。保証コストを誰が負担するかによって、保証サービスは2つのケースに分類される。

- (1) 保証コストを事業者が負担し、初期標準保証の期間を延長するケース
- (2) 保証コストを消費者が負担し、消費者の任意加入とするケース

### ◆ BtoBtoC 型のサービス提供が基本

こうした保証サービスの仕組みを運用するためには、高度な専門性が求められる。同社は、保証サービスを必要とする事業者に対して、保証サービスの構築や業務オペレーションの代行、サポートを提供している。

保証サービスを必要とする消費者に対し、同社が直接サービスを提供することは少ない。基本は BtoBtoC 型でのサービス提供となる。住宅の場合で言えば、最終需要者である住宅オーナーに直接サービスを提供するのではなく、住宅事業者を介してサービスが提供されている。

同社のサービスは、最終需要者である消費者の、製品やサービスを安心して利用したいというニーズに対応するのみならず、顧客接点を維持したい、または、顧客満足度を向上させることで他社との差別化を図りたいという事業者の経営課題に対するソリューションを提供するという価値を持っている。

### ◆ ソリューションの提供

顧客である事業者のアフターサービスは、事業者の製品やサービスごとにソリューションの要件が異なる。具体的には、保証サービス、修理受付、物流、点検修理、ポイント発行、決済、履歴管理等のソリューションを組み合わせ、最適なアフターサービスとして仕立て上げていく。

また、これらのソリューションの多くは SaaS としても提供されている。同社は、保証サービスの提供とセットで保証利用をサポートするアプリ等、企業のアフターサービスに関する業務効率化支援につながる SaaS の展開を強化する方針を打ち出している。

**◆ HomeworthTech 事業 : 保証サービス**

HomeworthTech 事業は、ハウスメーカーやマンションデベロッパーといった住宅事業者に対して、長期保証をはじめとした各種アフターサービスソリューションを提供する事業である。提供されるサービスは、保証制度の構築及び運用を行う「保証サービス」と、「保証サービス以外」に分類できる。

「保証サービス」としては、新築住宅向けには、住宅設備の長期保証の「住設あんしんサポート」や、建物本体を引き渡し後 20 年にわたり保証する「建物 20 年保証バックアップサービス」等がある。中古住宅向けには、「売買あんしんサポート」や「既存設備サポート」等が用意されている。

**◆ HomeworthTech 事業 : 保証サービスの例 (1)****新築住宅向けの「住設あんしんサポート」**

HomeworthTech 事業の保証サービスの主力は、新築住宅を対象とした「住設あんしんサポート」であり、創業当初から取り扱ってきた同社の最もベーシックなサービスである。

新築住宅の場合、キッチンやトイレ、バス、給湯器等の住宅設備は通常、引き渡しから 1~2 年間はメーカーが保証する。その保証期間をさらに長くしたいという最終需要者のニーズを満たすのが「住設あんしんサポート」である。

「住設あんしんサポート」を契約すると、対象となる住宅設備について同社が追加保証することになる。契約した最終需要者は、メーカー保証期間を含めて合計で 5 年間または 10 年間、メーカー保証と同等の修理サービスを受けることができるようになる。

保証期間内であれば、何度でも利用可能であり、部品代だけでなく作業料や出張料もかからない。また、メーカー保証の場合は、メーカーごとに対応窓口が異なるが、「住設あんしんサポート」では、保証対象機器すべての窓口がひとつにまとまるという利便性も加わる。

「住設あんしんサポート」は、住宅事業者にとってもメリットがある。販売後の顧客満足の維持、向上につながり、住宅販売において他社との差別化を図ることができるためである。住宅事業者は、新築の住宅を対象に、(1) 販売、施工する物件に標準付帯するか、(2) 販売、施工時にオプションサービスとして斡旋、仲介するかのいずれかの方法で、「住設あんしんサポート」を住宅購入者に提供している。

**◆ HomeworthTech 事業：保証サービスの例 (2)****中古住宅向けの「売買あんしんサポート」**

「住設あんしんサポート」が新築住宅を対象としたサービスであるのに対し、「売買あんしんサポート」は中古住宅を対象としたサービスである。

「売買あんしんサポート」は、中古住宅の売買契約時に実施する検査（インスペクション）で適合となった中古住宅を対象に、定められた設備や建物本体の箇所で故障や不具合が発生した場合に、無償で修理や交換をするサービスである。物件の引き渡し日から最長 2 年間保証する。サービス開始当初は、保証対象は住宅設備のみだったが、現在は、屋根や外壁、基礎等の建物の躯体を含めた住宅全体にまで広がっている。

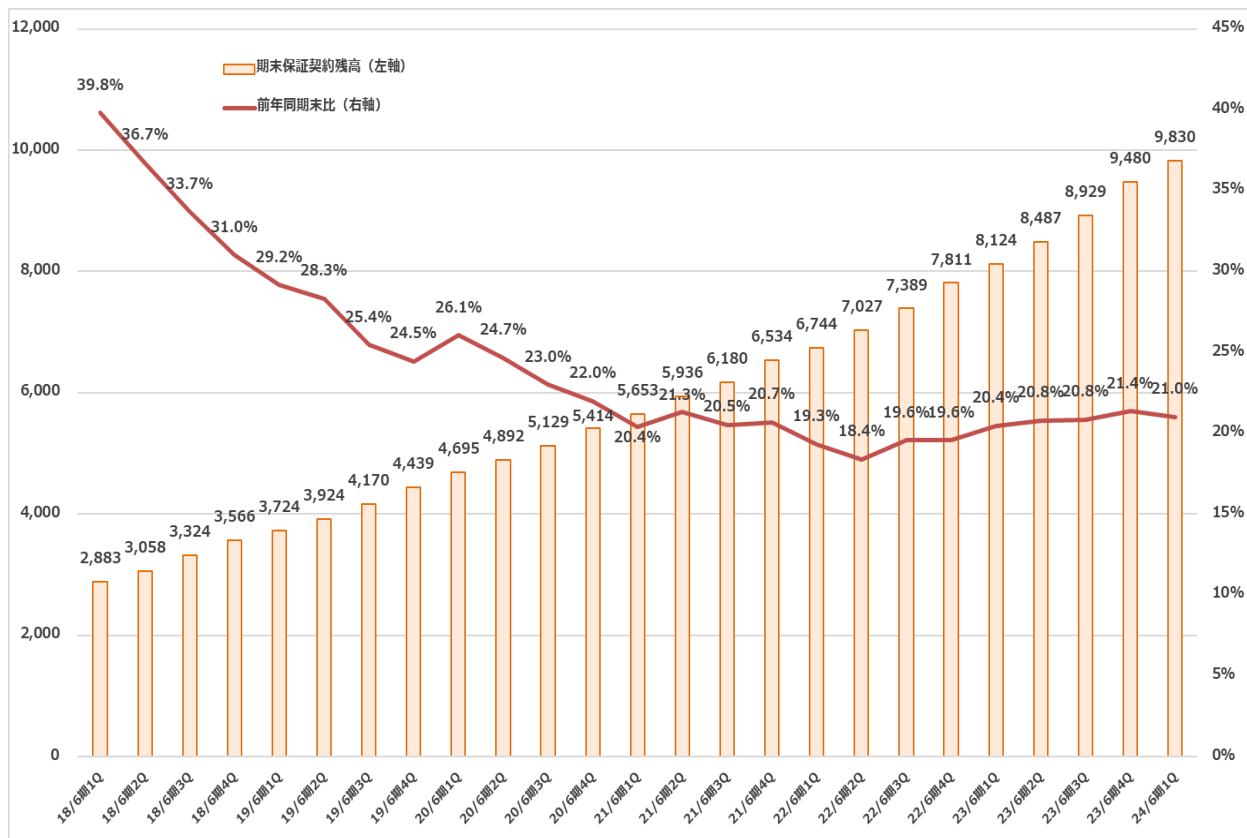
「売買あんしんサポート」は、売主、買主の双方にメリットがある。売主にとっては、引き渡し後の売主責任リスクを軽減することができ、保証付きの高付加価値物件としてアピールすることができる。買主にとっても、引き渡し後の不具合発生リスクを軽減することができるほか、住宅ローン控除に必要な既存住宅売買瑕疵保険に加入することが可能となる。

**◆ HomeworthTech 事業：保証サービスの収益モデル**

保証サービス、例えば「住設あんしんサポート」の場合、同社は、契約締結時に、顧客から住宅事業者経由で保証料を一括で受け取る（売上先は住宅事業者）。受け取った保証料がすべて当期の売上高になるわけではなく、保証期間にわたって売上計上されるため、次年度以降の売上高となる分は保証契約残高となる（翌期の売上になるものは前受収益、2 期先以降の売上高になるものは長期前受収益）。

HomeworthTech 事業の保証契約残高は、23/6 期末は 9,480 百万円、24/6 期第 1 四半期末は 9,830 百万円となった。19/6 期から 21/6 期までは前年同期末比 20%を超える増加ペースを維持してきた。22/6 期には同 20%をやや下回る伸び率となっていたが、23/6 期に入り同 20%を超える増加ペースを回復している（図表 2）。

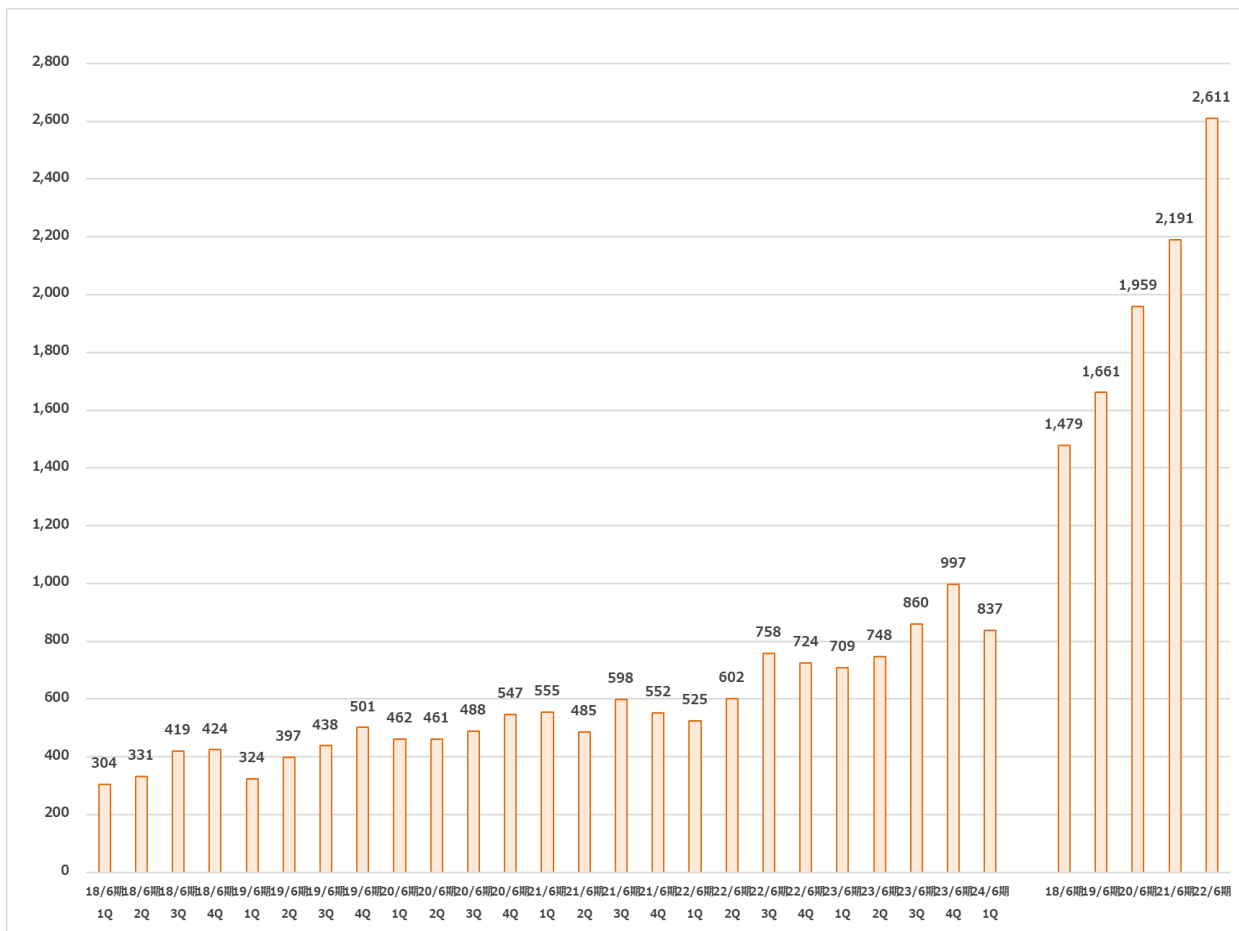
【図表 2】 HomeworthTech 事業の保証サービスにおける保証契約残高の推移 (単位: 百万円)



(出所) 日本リビング保証有価証券届出書、有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

四半期当たりの新規契約金額は、徐々に水準を切り上げていき、23/6 期第 3 四半期以降は 8 億円台を超える水準で推移している (図表 3)。

【図表 3】 HomeworthTech 事業の保証サービスにおける新規契約金額の推移 (単位: 百万円)



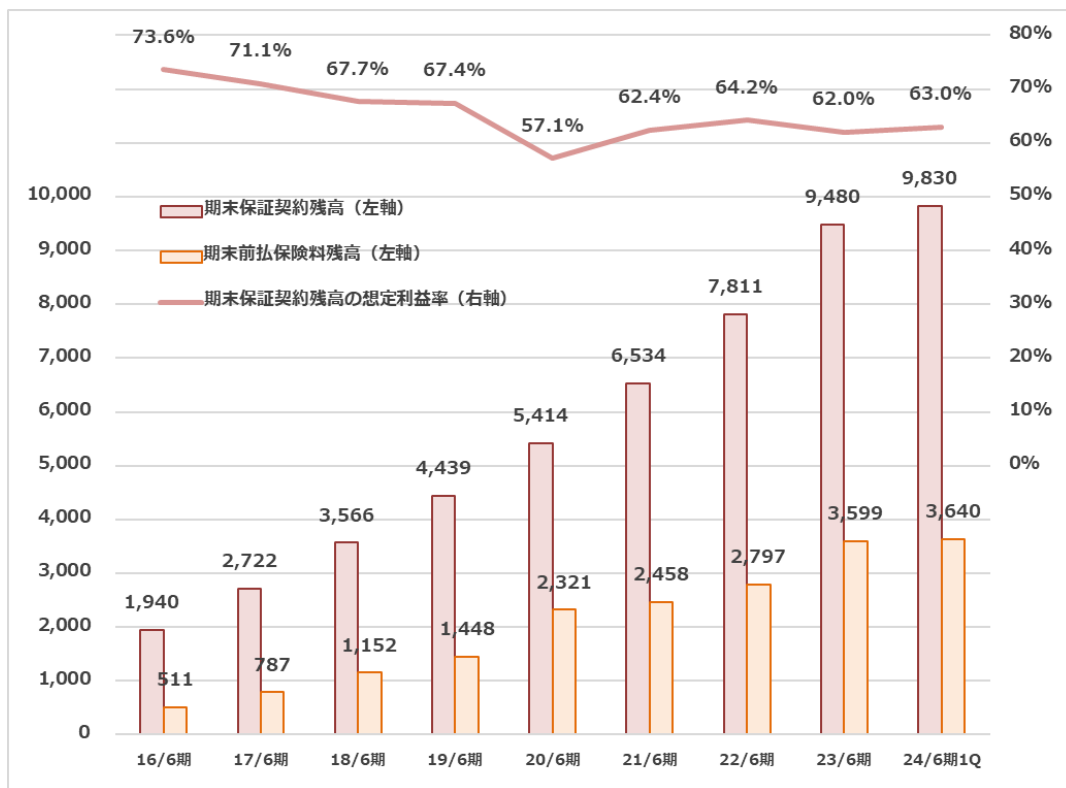
(出所) 日本リビング保証有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

一方、保証料に応じて発生する損害保険料は、契約締結時に同社が一括で損害保険会社に支払い、保証期間に応じて原価として分割計上する。支払った損害保険料がすべて当期の原価になるわけではないことから、次年度以降の原価となる分は前払費用または長期前払費用として計上される。

24/6 期第 1 四半期末の保証サービスの保証契約残高は 9,830 百万円、前払保険料残高(前払費用と長期前払費用の合計)は 3,640 百万円である。前払保険料残高のほとんどが保証サービスに関係するものであることから、24/6 期第 1 四半期末の保証契約残高の想定利益率は 63.0%である(図表 4)。



【図表4】HomeworthTech 事業の保証サービスにおける保証契約残高と前払保険料残高の推移 (単位: 百万円)



(注) 1. 前払保険料残高は前払費用と長期前払費用の合計  
 2. 想定利益率は、 $1 - (\text{前払保険料残高} \div \text{保証契約残高})$ で算出  
 3. 22/6期より「収益認識に関する会計基準」適用。21/6期の数値は「収益認識に関する会計基準」を遡及適用したもの  
 (出所) 日本リビング保証有価証券届出書、有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作

HomeworthTech 事業の保証サービスは、長期保証契約を前提としており、サービス対象となる案件が積み上がっていくストック型のビジネスモデルである。上述の通り、売上高が分割計上されていく関係上、一定の規模になるまでは会計上の利益が出づらいが、一定の規模に達すると、利益率の改善が進むとともに、業績の安定につながる。

◆ HomeworthTech 事業：保証サービス以外

HomeworthTech 事業の保証サービス以外としては、「金融サービス」や「アフター業務支援サービス」が挙げられる。

なお、同社では、「保証サービス」にいろいろなソリューションを付加して新たなサービスを生み出すというパターンが多い。後述するが、「住設あんしんサポート」をベースに検査補修サービスや電子マ

ネー発行サービスを付加した「住設あんしんサポート プレミアム」がその代表例である。

#### ◆ HomeworthTech 事業：保証サービス以外(1) - 金融サービス

将来の大規模修繕に備えるためのマンションの修繕積立金のように、戸建て住宅においても、将来のリフォーム等に備えた積み立てをしたいというニーズが存在する。その積み立てニーズに対応するために、積み立て手段として用意されているのが、同社独自の電子マネー「おうちポイント」である。また、「おうちポイント」の利用促進を目的に顧客企業に OEM 形式で提供するモバイルアプリ「おうちマネージャー」も金融サービスに含まれ、住宅事業者と住宅オーナーとの繋がりを深めることを支援している。

「おうちポイント」は、同社の 100%子会社であるリビングポイントが、資金決済法における前払式支払手段(第三者型)発行者として発行している。「おうちポイント」は通常の電子マネーと同様に少額決済に対応でき、かつ、有効期間が最長 15 年であるため、長期積立ニーズにも対応できる。また、「おうちポイント」の信頼性を高めるため、リビングポイントは、未使用残高の 100%相当の金額を発行保証金として供託している(資金決済法で義務づけられているのは未使用残高の 2 分の 1 以上の金額)。

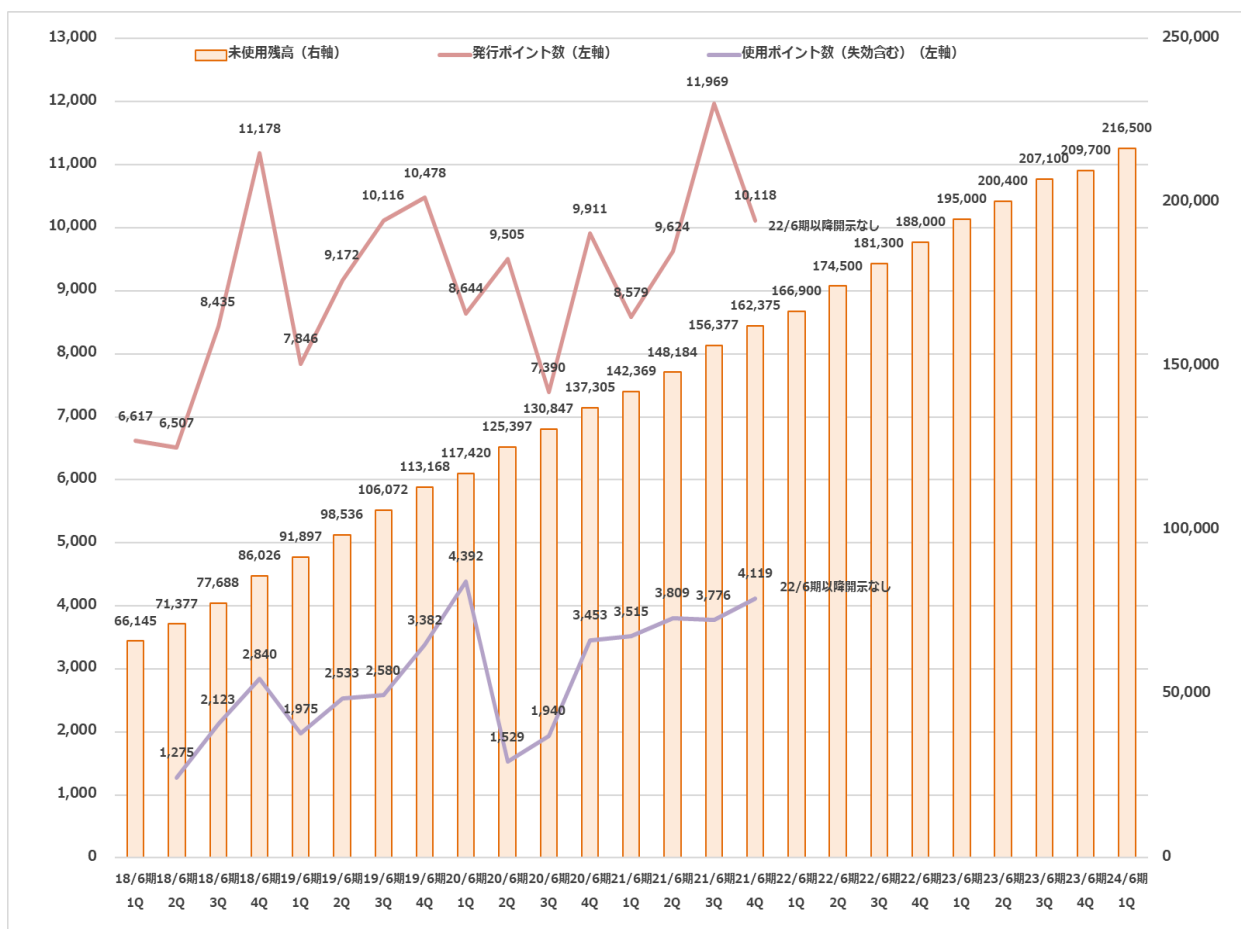
三井不動産グループと共同開発した「LOOP おうちサポート」に搭載された、電子マネーをリフォーム積立に活用する機能が、「おうちポイント」のサービスの端緒である。その後、「住設あんしんサポート」に「おうちポイント」による積立機能を組み合わせ提供する「住設あんしんサポート プレミアム」が 15 年 3 月に開始となり、日本全国の住宅事業者に対して販売されるようになった。

「住設あんしんサポート プレミアム」の場合、リビングポイントがポイントの発行や管理を行うが、住宅事業者が住宅オーナー等の最終需要者にサービスとして提供する形態をとる。最終需要者は、入金してポイントを積み立てることができるほか、修理費等の決済をポイントで行うことができる。BtoBtoC 型のサービスであるため、当サービスでも、同社は住宅事業者に対し、最終需要者との継続的な接点やリピート率向上といったソリューションを提供していることになる。

未使用残高は 23/6 期末 20.9 億ポイント、24/6 期第 1 四半期末 21.6 億ポイントとなっている(図表 5)。

【図表5】 おうちポイントのポイント数の推移

(単位: 万ポイント)



(注) 開示方針の変更により、22/6期以降の発行ポイント及び使用ポイントの開示はなし  
未使用残高は各四半期末の数値

(出所) 日本リビング保証有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ HomeworthTech 事業：保証サービス以外 (2)

- アフター業務支援サービス

住宅特化型のコンタクトセンターのサービスや、検査補修サービスを提供している。コンタクトセンターのサービスではチャットボットを活用したり、検査補修サービスでは専用のモバイルアプリを活用したりするなど、IT を活用することが多い。そのため、住宅オーナーの顧客体験価値向上を図りながら、同時に、住宅事業者の業務効率化に資するサービスとなっている。

なお、具体的な開示はないが、検査補修サービスは受託型のビジネスとなるため、四半期ごとの受注金額のばらつきが大きいという特徴がある。

**◆ ExtendTech 事業**

HomeworthTech 事業で培われた業務ノウハウを活用できるという強みを活かし、非住宅領域の製品・サービスに各種アフターサービスソリューションを提供するのが ExtendTech 事業である。

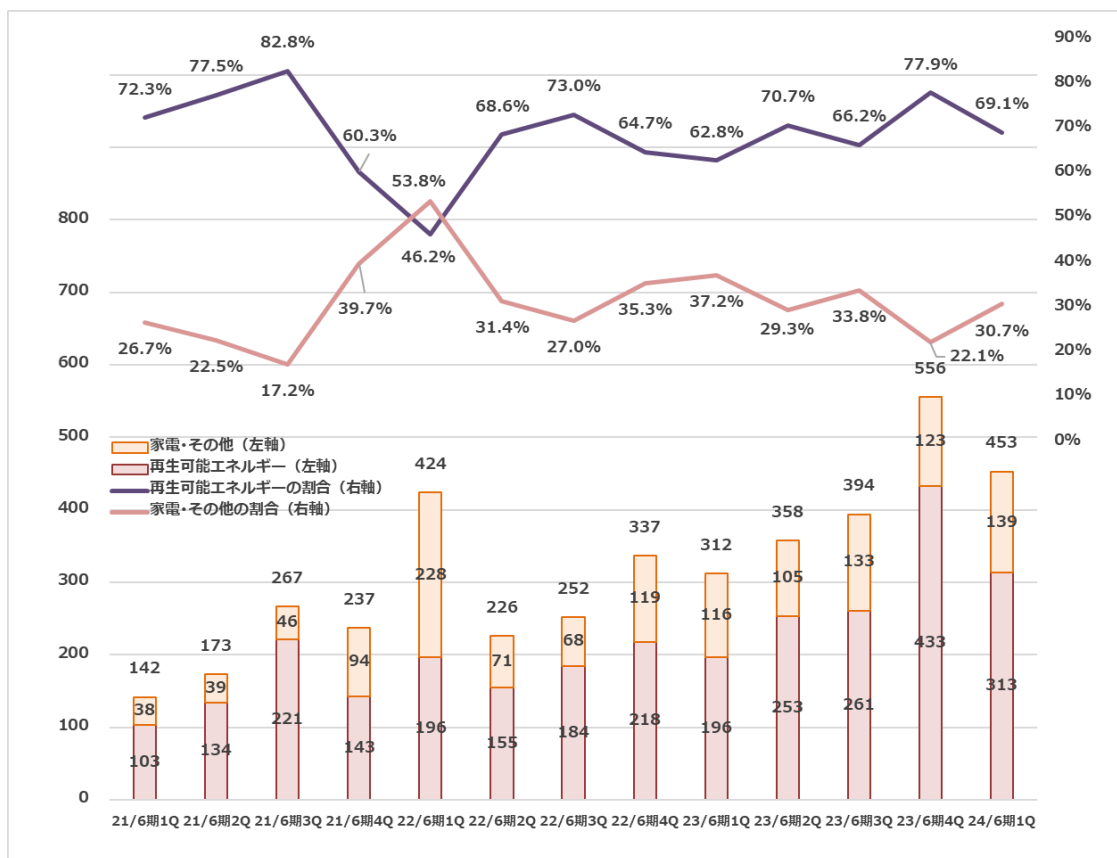
ExtendTech 事業は 21/6 期に入って本格化した。牽引したのは、(1) 蓄電池メーカーの保証制度構築支援、(2) GIGA スクール構想に係るタブレット端末の保証及び保守メンテナンスサービス発生時の業務の受託であった。現在は、再生可能エネルギー領域向け保証サービス、教育 ICT 領域向け保証サービス、家電領域向け保証サービスを展開している。

具体的な業務は、顧客の製品やサービスに付随する延長保証制度の構築支援、延長保証制度の運営に伴い発生するコールセンター受付、保証料の集金、保証書の発行、検査・補修の手配、損害保険会社との間での損害保険料や保険金の精算業務の受託等である。受託業務が中心であるため、ストック型収益モデルの HomeworthTech 事業の保証サービスとは異なり、ExtendTech 事業はフロー型収益モデルとしての性格が強い。

なお、サービスの対象となる製品・サービスの特性上、四半期ごとの売上高の変動があることに加え、22/6 期第 1 四半期に GIGA スクール構想関連の大型受注があったように大型受注の有無も影響するため、ExtendTech 事業の売上高は短期的に変動が大きくなる傾向にある(図表 6)。

【図表 6】 ExtendTech 事業の売上高の四半期推移

(単位: 百万円)



(注) 21/6期の売上高は、22/6期から適用された「収益認識に関する会計基準」を遡及適用した金額  
 (出所) 日本リビング保証四半期報告書より証券リサーチセンター作成

◆ 「その他」

「その他」は、20年7月の横浜ハウスの100%子会社化を機に21/6期に新設された、報告セグメントに含まれない事業セグメントの区分である。20/6期まで HomeworthTech 事業に含まれていたビジネスマッチング・決済等のプラットフォーム事業が含まれている。なお、横浜ハウスは、22年6月末に売却されたため、連結子会社ではなくなっている。

> 強み・弱みの評価

◆ SWOT 分析

同社の内部資源（強み、弱み）、および外部環境（機会、脅威）は、図表7のようにまとめられる。

「脅威」に分類される「新型コロナウイルス禍の影響が長期化する可能性」とそれに関連する項目を削除した。

【図表7】SWOT分析

<b>強み</b> (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住宅設備の延長保証サービスのパイオニアとしての先行優位性</li> <li>・住宅メンテナンスのあらゆるフェーズにワンストップで対応できるサービスラインナップ                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 保証、検査補修、電子マネー等のソリューションの保有</li> <li>- 住宅所有者にも住宅事業者にもメリットがあるサービス</li> </ul> </li> <li>・ストック収益モデルである保証サービス                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 費用が先行するために事業開始初期は赤字となることによる参入障壁の高さ</li> <li>- 一定の売上規模を超過すると一気に採算性が良くなるビジネスモデル</li> </ul> </li> <li>・保証サービスにおける損害保険会社、生命保険会社、銀行等との営業連携</li> <li>・住宅事業者を中心とする顧客基盤の厚さ</li> <li>・業務提携先の増加</li> <li>・キャッシュが先行して流入するビジネスモデルの特性</li> </ul>
<b>弱み</b> (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・保証サービスにおいて契約から売上計上までどうしても時間がかかる状況</li> <li>・自己資本比率の低さ</li> <li>・創業メンバー（代表取締役社長、代表取締役会長、取締役）への依存度の高い事業運営</li> <li>・小規模な組織であること</li> </ul>
<b>機会</b> (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存事業に関連する新築住宅、中古住宅流通の市場規模の大きさ</li> <li>・国の政策としての中古住宅流通を促進する動き</li> <li>・住宅業界におけるアフターサービス強化の流れ</li> <li>・住宅リフォーム市場の市場規模の大きさ</li> <li>・新規サービス開発の促進                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 業務提携先の増加による新規サービス開発機会の増加</li> </ul> </li> <li>・ExtendTech事業における受託案件の受注機会の増加・M&amp;Aの機会</li> <li>・上場による知名度の向上</li> </ul>
<b>脅威</b> (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中長期的に見た場合の新築住宅戸数の減少</li> <li>・システム障害または個人情報の流出が発生する可能性</li> <li>・競争の激化の可能性</li> <li>・保証サービスにおいて締結する保険契約の保険料の急激な変動の可能性</li> <li>・必要な人材が集まらない可能性</li> <li>・新型コロナウイルス禍の影響が長期化する可能性（削除）                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 新築住宅着工件数や中古住宅売買取引数の急速な減少（削除）</li> <li>- 取引先の住宅事業者の業績悪化（削除）</li> </ul> </li> </ul>

(出所) 証券リサーチセンター

> 知的資本分析

◆ 創業メンバーである取締役が知的資本の源泉

同社の競争力を知的資本の観点で分析した結果を図表9に示した。

同社の知的資本の源泉は、人的資本に属する、創業メンバーである取締役3名の存在にある（創業メンバーは4名だが1名退任）。創業メンバーを中心に住宅設備の保証サービスが始まり、サービスの利用が増えるごとに保証サービスに関するノウハウの蓄積が進んでいった。

保証サービスはストック型収益のビジネスであるため、損益分岐点を超える売上高に早く到達する必要がある。顧客基盤の拡大に向け

て、営業活動と同時に、蓄積されたノウハウを活かしたサービス改良が続けられた結果、住宅事業者を中心に顧客基盤の拡充が更に進むという好循環となり、利益拡大のフェーズに入っている。

同社は、資財価値を最大化するワーステックカンパニーとしてのビジネスモデルの磨き上げを進めている。従来の成功パターンに加え、関係資本の業務提携先も増えており、そのペースが速まる可能性もあると考えられる。

【図表8】知的資本の分析

項目	分析結果	KPI			
		項目	数値(前回)	数値(今回)	
関係資本	顧客	・顧客となっている住宅事業者の社数	開示なし	-----	
		・住宅事業者以外の顧客の社数	開示なし	-----	
		・おうちポイント(電子マネー)導入社数	78社(22/6期末) 81社(23/6期2Q末)	101社(23/6期末) 107社(24/6期1Q末)	
	・BtoBtoC型の保証サービスの契約状況	・新規獲得契約金額	2,611百万円(22/6期)	3,316百万円(23/6期)	
			1,457百万円(23/6期2Q累計)	837百万円(24/6期1Q)	
		・期末保有の保証契約残高	7,811百万円(22/6期末)	9,480百万円(23/6期末)	
		8,487百万円(23/6期2Q末)	9,830百万円(23/6期2Q末)		
	ブランド	・住宅事業者の間での知名度	・住宅設備保証サービスにおけるシェア	明確な数値はないが、シェア上位企業	-----
	ネットワーク	・保証サービスの原価に相当する保険料の提供元	・保険料の提供元となる損害保険会社の数	開示なし	-----
		・検査補修サービスにおける外注先	・外注先の事業者数	開示なし	-----
・ソリューション開発における業務提携先		・DXまたはフィンテック分野での提携先	ネットスマイル RUN.EDGE カメラブ テックモンスター	-----	
・営業連携における業務提携先		・損害保険会社	あいおいニッセイ同和損保 東京海上日動	-----	
		・生命保険会社	日本生命 第一生命	-----	
	・銀行	オリックス銀行 地方銀行	-----		
組織資本	プロセス	・サービスを支えるインフラ	・拠点	東京本社 大阪支社 名古屋支社 福岡支社	-----
			・子会社	リビングポイント リビングファイナンス	-----
	・人員の体制	・営業担当の人数	開示なし	-----	
		・IT担当の人数	開示なし	-----	
	・サービス開発	・サービス開発に関わっている担当の人数	開示なし	-----	
	知的財産 ノウハウ	・保証サービスに関するノウハウの蓄積	・「住設あんしんサポート」の経験期間	09年8月のサービス開始より13年経過	09年8月のサービス開始より14年経過
・「売買あんしんサポート」の経験期間			12年5月のサービス開始より10年経過	12年5月のサービス開始より11年経過	
人的資本	経営陣	・創業初期より関わる取締役が牽引する経営	・創業以来の年数	09年3月の会社設立より14年経過	-----
	従業員	・企業風土	・従業員数	連結127名 単体125名(22/6期末)	連結179名 単体179名
			・平均年齢	36.3歳(単体)(22/6期末)	35.1歳(単体)
			・平均勤続年数	2.6年(単体)(22/6期末)	2.4年(単体)
			・平均年間給与	509万円(単体)(22/6期末)	516万円(単体)

(注) 1. KPIの数値は、特に記載がない場合、前回は23/6期上期または23/6期上期末、今回は23/6期または23/6期末のもの  
2. 前回と変更しないものは-----と表示

(出所) 日本リビング保証有価証券報告書、決算説明会資料、会社ヒアリングより証券リサーチセンター作成

**> 決算概要****◆ 23年6月期は期初会社計画には届かなかったが、売上高及び利益は過去最高**

23/6 期業績は、売上高 3,919 百万円（前期比 18.6%増）、営業利益 741 百万円（同 14.0%増）、経常利益 1,021 百万円（同 33.1%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 751 百万円（同 37.5%増）となった。

期初会社計画に対する達成率は、売上高 99.2%、営業利益 86.2%に留まった。売上高が期初計画を下回ったのは、ExtendTech 事業の蓄電システム関連で第 3 四半期に半導体不足による停滞が発生したためである。加えて、HomeworthTech 事業での費用増が、営業利益における期初計画との乖離を拡大させた。

HomeworthTech 事業は前期比 17.4%増収、同 7.8%増益となった。中核を占める保証サービスは長期保証契約を中心に契約数を増やし、新サービスの投入も手伝って、新規保証契約金額は同 27.0%増、期末保証契約残高は前期末比 21.4%増、保証サービスの売上高は前期比 22.2%増となった。一方、検査補修サービスは需要が一服し、売上高は同 6.9%減となった。費用面では、下期を中心に人材投資や DX 投資を積極的に行ったことから、セグメント利益は増益となったものの、セグメント利益率は同 0.5%ポイント低下の 5.3%となった。

ExtendTech 事業は前期比 30.6%増収、同 21.8%増益となった。住宅用太陽光発電設備の蓄電システムの需要が好調で、再生可能エネルギー関連の売上高は同 51.5%増となった。一方、GIGA スクール構想関連（タブレット端末の保証業務関連）で前期にあった大型契約に相当するような案件がなかったものの、オペレーション業務の受託拡大でカバーし、家電・その他の売上高は同 1.8%減に留まった。

その他は、売上高 38 百万円（前期比 72.0%減）、セグメント損失 38 百万円（前期は 3 百万円の損失）となった。大幅減収となっているのは、22 年 6 月末付で横浜ハウスを売却し、連結子会社から外れたことが影響したためである。

これらの結果、23/6 期の売上高営業利益率は前期比 0.8%ポイント低下の 18.9%となった

なお、営業利益の増益率よりも経常利益の増益率の方が高いのは、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、営業外収益において有価証券売却益及び投資不動産賃貸料が増加したためである。



> 今後の業績見通し

◆ 24年6月期会社計画

24/6期について、同社は、売上高 4,820 百万円（前期比 23.0%増）、営業利益 840 百万円（同 13.3%増）、経常利益 1,060 百万円（同 3.8%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 779 百万円（同 3.7%増）を計画している（図表 9）。なお、第 1 四半期決算開示時点で、同社は第 2 四半期累計期間の利益について上方修正したが、通期計画は据え置いている。

HomeworthTech 事業は前期比 27.2%増収を計画している。既存の設備保証に加え、建物長期保証を中心とした契約が堅調に増加することを見込んでいる。

ExtendTech 事業は前期比 18.8%増収を計画している。再生可能エネルギー関連機器の保証案件が増収を牽引することを想定している。

これらより、同社は売上高営業利益率については前期比 1.5%ポイント低下の 17.4%を見込んでいる。

24/6期の1株当たり配当金は23/6期と同額の10.0円を計画している。配当性向は前期の6.7%に対し、6.4%まで低下する見込みである。

【図表9】日本リビング保証の24年6月期の連結業績計画

(単位: 百万円)

	「収益認識に関する会計基準」 適用前		「収益認識に関する会計基準」 適用後				
	20/6期 実績	21/6期 実績	21/6期 実績	22/6期 実績	23/6期 実績	24/6期 会社計画	前期比
売上高	1,955	2,801	2,624	3,305	3,919	4,820	23.0%
HomeworthTech事業 (旧おうちのトータルメンテナンス事業)	1,408	1,679	1,679	1,922	2,256	2,871	27.2%
ExtendTech事業(旧BPO事業)	546	1,002	825	1,244	1,624	1,929	18.8%
その他	-	120	120	138	38	19	-50.0%
売上総利益	1,188	1,832	1,660	2,189	2,788	-	-
売上総利益率	60.8%	65.4%	63.2%	66.3%	71.1%	-	-
販売費及び一般管理費	984	1,278	1,278	1,539	2,046	-	-
売上高販管費率	50.3%	45.6%	48.7%	46.6%	52.2%	-	-
営業利益	204	554	381	650	741	840	13.3%
売上高営業利益率	10.5%	19.8%	14.5%	19.7%	18.9%	17.4%	-
HomeworthTech事業 (旧おうちのトータルメンテナンス事業)	115	114	114	111	120	-	-
セグメント利益率	8.2%	6.8%	6.8%	5.8%	5.3%	-	-
ExtendTech事業(旧BPO事業)	89	449	276	541	659	-	-
セグメント利益率	16.4%	44.8%	33.5%	43.5%	40.6%	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-
セグメント利益率	-	-	-	-	-	-	-
経常利益	284	630	458	767	1,021	1,060	3.8%
売上高経常利益率	14.6%	22.5%	17.5%	23.2%	26.1%	22.0%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	186	362	243	546	751	779	3.7%
売上高当期純利益率	9.5%	13.0%	9.3%	16.5%	19.2%	16.2%	-

(注) 22/6期より「収益認識に関する会計基準」適用

(出所) 日本リビング保証有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

### ◆ 中期経営計画

同社は今回初めて3カ年(24/6期~26/6期)の中期計画を公表した。この中期計画期間においては、以下の方針で展開していくとしている。

- (1) HomeworthTech事業が対象とする住宅領域の深耕を進めていく。新築住宅マーケットに対しては「建物20年保証バックアップサービス」を中核とする建物保証に、既存住宅マーケットに対しては「おうちマネージャー」を軸にしたアプローチにそれぞれ注力していく。
- (2) ExtendTech事業が対象とする非住宅領域においては、新規保証領域を広げていく。既に展開している再生可能エネルギー関連機器への注力を継続していきながら、別の領域を開拓していく。
- (3) HomeworthTech事業とExtendTech事業の両事業で獲得し

た利益は、長期的成長に向けた投資に充てていく。

- (4) 人材に関しては、法人営業、デジタル企画・開発の人材の採用を加速させていく。一方、業務のデジタルシフトによる効率化を進めることで、オペレーション部門の増員は抑制していく。

長期的には、既存事業で得た利益を、SaaS 事業や FinTech 事業への成長投資に充てていく方針である。

HomeworthTech 事業の建物保証と ExtendTech 事業の再生エネルギー機器保証への注力により、毎年 20%超の増収を続けていくことを想定している。また、営業利益は 24/6 期こそ伸び率が低く、前期より利益率は低下しているが、25/6 期からは費用の増加が抑えられることで利益成長率が加速し、26/6 期の売上高営業利益率は 19.7%まで上昇することを見込んでいる(図表 10)。

【図表 10】日本リビング保証の中期経営計画

(単位:百万円)

	「収益認識に関する会計基準」 適用後						
	23/6期 実績	24/6期 会社計画		25/6期 会社計画		26/6期 会社計画	
				前期比		前期比	
売上高	3,919	4,820	23.0%	5,900	22.4%	7,430	25.9%
HomeworthTech事業 (旧おうちのトータルメンテナンス事業)	2,256	2,871	27.2%	-	-	-	-
ExtendTech事業(旧BPO事業)	1,624	1,929	18.8%	-	-	-	-
その他	38	19	-50.0%	-	-	-	-
売上総利益	2,788	-	-	-	-	-	-
売上総利益率	71.1%	-	-	-	-	-	-
販売費及び一般管理費	2,046	-	-	-	-	-	-
売上高販管費率	52.2%	-	-	-	-	-	-
営業利益	741	840	13.3%	1,090	29.8%	1,460	33.9%
売上高営業利益率	18.9%	17.4%	-	18.5%	-	19.7%	-
HomeworthTech事業 (旧おうちのトータルメンテナンス事業)	120	-	-	-	-	-	-
セグメント利益率	5.3%	-	-	-	-	-	-
ExtendTech事業(旧BPO事業)	659	-	-	-	-	-	-
セグメント利益率	40.6%	-	-	-	-	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-
セグメント利益率	-	-	-	-	-	-	-
経常利益	1,021	1,060	3.8%	1,370	32.1%	1,810	32.1%
売上高経常利益率	26.1%	22.0%	-	23.2%	-	24.4%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	751	779	3.7%	-	-	-	-
売上高当期純利益率	19.2%	16.2%	-	-	-	-	-

(注) 22/6 期より「収益認識に関する会計基準」適用

(出所) 日本リビング保証有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 24 年 6 月期第 1 四半期業績

24/6 期第 1 四半期は、売上高 1,108 百万円(前年同期比 32.7%増)、営業利益 261 百万円(同 96.6%増)、経常利益 321 百万円(同 87.8%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益 219 百万円(同 83.0%増)

であった。

期初の第 2 四半期累計期間の計画に対する進捗率は、売上高が 50.6%、営業利益が 77.2%である。なお、第 1 四半期決算公表とともに上方修正された第 2 四半期累計期間の営業利益計画に対する進捗率は 66.9%である。

HomeworthTech 事業は前年同期比 23.5%増収、同 455.9%増益となった。中核を占める保証サービスの契約数の増加が続き、新規保証契約金額は同 18.1%増、期末保証契約残高は前年同期末比 21.0%増、保証サービスの売上高は前年同期比 22.8%増となった。また、検査補修サービスは同 13.3%増となった。また、積極的に人材投資や DX 投資を行っているために費用増となっているものの、効率化が進んできたために、セグメント利益率は同 2.9%ポイント上昇の 3.7%となった。

ExtendTech 事業は前年同期比 44.8%増収、同 76.0%増益となった。住宅用太陽光発電設備や電気自動車関連の好調が続き、再生可能エネルギー関連の売上高は同 59.6%増となった。また、教育 ICT 領域も堅調に推移し、家電・その他の売上高は同 19.9%増となった。

その他は、売上高 25 百万円（前期比 112.5%増）、セグメント利益 2 百万円（前年同期は 5 百万円の損失）となった。

これらの結果、全体の売上高営業利益率は前年同期比 7.7%ポイント上昇の 23.6%となった。

#### ◆ 証券リサーチセンターの業績予想：24 年 6 月期

証券リサーチセンター（以下、当センター）では、23/6 期及び 24/6 期第 1 四半期の業績を踏まえて業績予想を見直すとともに、26/6 期の予想を新たに策定した。

24/6 期業績について、売上高 4,896 百万円（前期比 24.9%増）、営業利益 864 百万円（同 16.6%増）、経常利益 1,075 百万円（同 5.3%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 790 百万円（同 5.2%増）とした。売上高、利益とも会社計画をやや上回る水準を予想した（図表 12）。

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の点に留意した。

- (1) セグメント別売上高は、HomeworthTech 事業は前期比 29.5%増、ExtendTech 事業は同 19.4%増、「その他」は同 9.9%減とした。

- (2) HomeworthTech 事業の多くを占める保証サービスは、前期比 29.7%増の 2,293 百万円とした。前提として、新規保証契約金額を同 15.0%増の 3,813 百万円、24/6 期末の保証契約残高を前期末比 16.0%増の 11,000 百万円とした。

HomeworthTech 事業の売上高のうち、保証サービス以外の売上高は前期比 28.7%増の 628 百万円とした。その多くを占める検査補修サービスは同 6.8%増の 327 百万円とした。

- (3) ExtendTech 事業は、再生可能エネルギー関連の太陽光発電に関する蓄電池の保証案件の増加が牽引するものとした。
- (4) 売上総利益率は、業務のデジタルシフトによる効率性の向上を想定して、前期比 0.9%ポイント上昇の 72.0%とした。また、販売費及び一般管理費（以下、販管費）は人員増等を考慮して同 30.0%増とし、売上高販管費率は同 2.1%ポイント上昇の 54.3%とした。
- (5) これらより、24/6 期の売上高営業利益率は前期比 1.2%ポイント低下の 17.7%と予想した（会社計画は 17.4%）

#### ◆ 証券リサーチセンターの業績予想：25年6月期以降

25/6 期以降について、25/6 期は前期比 23.6%増収、26/6 期は同 23.7%増収と予想した。両事業とも拡大が続くものとしたが、HomeworthTech 事業の増収率の方を高く想定した。売上総利益率は、相対的に利益率の低い HomeworthTech 事業の売上構成比上昇という利益率低下要因と、業務のデジタルシフトによる効率性向上という利益率上昇要因の両方を考慮し、24/6 期と同率で推移するものとした。また、増収効果によって売上高販管費率は徐々に切り下がっていくものとし、売上高営業利益率は 25/6 期 18.4%、26/6 期 20.4%と上昇していくものと予想した（中期計画では 25/6 期 18.5%、26/6 期 19.7%）。

【図表 11】証券リサーチセンターの連結業績予想 (損益計算書)

(単位: 百万円)

	「収益認識に関する会計基準」 適用前					「収益認識に関する会計基準」 適用後							
	20/6期連	21/6期連	21/6期連 (適用後)	22/6期連	23/6期連	24/6期連CE (中計)	25/6期連CE (中計)	26/6期連CE (中計)	24/6期連E (今回)	24/6期連E (前回)	25/6期連E (今回)	25/6期連E (前回)	26/6期連E
<b>損益計算書</b>													
売上高	1,955	2,801	2,624	3,305	3,919	4,820	5,900	7,430	4,896	4,894	6,053	5,956	7,489
前期比	18.7%	43.3%	-	25.9%	18.6%	23.0%	22.4%	25.9%	24.9%	23.3%	23.6%	21.7%	23.7%
HomeworthTech事業 (旧おうちのツールメンテナンス事業)	1,408	1,679	1,679	1,922	2,256	2,871	-	-	2,921	2,711	3,803	3,271	4,929
前期比	16.7%	19.2%	-	14.5%	17.4%	27.2%	-	-	29.5%	21.1%	30.2%	20.7%	29.6%
売上構成比	72.0%	59.9%	64.0%	58.2%	57.6%	59.6%	-	-	59.7%	55.4%	62.8%	54.9%	65.8%
うち保証サービス	983	1,071	1,194	1,443	1,768	-	-	-	2,293	2,060	2,985	2,486	3,869
前期比	24.7%	9.0%	-	20.9%	22.5%	-	-	-	29.7%	21.1%	30.2%	20.7%	94.8%
うち保証サービス以外	424	607	480	478	487	-	-	-	628	650	817	785	1,059
前期比	1.7%	42.9%	-	-0.4%	2.1%	-	-	-	28.7%	21.1%	30.2%	20.7%	51.8%
ExtendTech事業(旧BPO事業)	546	1,002	825	1,244	1,624	1,929	-	-	1,940	2,150	2,170	2,650	2,440
前期比	24.0%	83.3%	-	50.7%	30.6%	18.8%	-	-	19.4%	26.5%	11.9%	23.3%	12.4%
売上構成比	28.0%	35.8%	31.4%	37.6%	41.4%	40.0%	-	-	39.6%	43.9%	35.8%	44.5%	32.6%
その他	-	120	120	138	38	19	-	-	35	33	80	35	120
前期比	-	-	-	15.4%	-72.0%	-50.0%	-	-	-9.9%	6.5%	128.6%	6.1%	50.0%
売上構成比	-	4.3%	4.6%	4.2%	1.0%	0.4%	-	-	0.7%	0.7%	1.3%	0.6%	1.6%
<b>KPI</b>													
保証サービス													
新規獲得・保証契約金額	1,959	2,191	-	2,611	3,316	-	-	-	3,813	3,543	4,194	4,021	4,719
前期比	17.9%	11.8%	-	19.2%	27.0%	-	-	-	15.0%	15.0%	10.0%	13.5%	37.8%
新規獲得・契約件数(千件)	45.7	46.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
新規獲得・契約単価(円)	42,900	47,500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
新規獲得・契約機器数(千件)	374.4	389.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
期末保有・保証契約金額(千円)	5,414	6,534	-	7,811	9,480	-	-	-	11,000	10,674	12,209	12,209	13,058
前期比	22.0%	20.7%	-	19.6%	21.4%	-	-	-	16.0%	16.1%	11.0%	14.4%	25.3%
期末保有・契約件数(千件)	206.7	228.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
期末保有・契約単価(円)	26,200	28,500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
期末保有・契約機器数(千件)	1,474.9	1,727.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
検査補修サービス													
売上高	294	323	-	329	307	-	-	-	327	370	347	400	367
前期比	3.8%	9.8%	-	1.7%	-6.7%	-	-	-	6.8%	8.8%	6.1%	8.1%	-22.0%
受注件数(千件)	13.5	15.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
受注単価(円)	21,800	21,400	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
おうちポイント													
発行ポイント数(百万ポイント)	354	402	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
未使用残高(百万ポイント)	1,373	1,623	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
売上総利益	1,188	1,832	1,660	2,189	2,788	-	-	-	3,525	3,352	4,358	4,080	5,392
前期比	19.0%	54.1%	-	31.9%	27.3%	-	-	-	26.4%	23.3%	23.6%	21.7%	23.7%
売上総利益率	60.8%	65.4%	63.2%	66.3%	71.1%	-	-	-	72.0%	68.5%	72.0%	68.5%	72.0%
販売費及び一般管理費	984	1,278	1,278	1,539	2,046	-	-	-	2,660	2,205	3,243	2,624	3,867
前期比	20.2%	29.9%	-	20.4%	33.0%	-	-	-	30.0%	20.0%	21.9%	19.0%	19.3%
売上高販管費率	50.3%	45.6%	48.7%	46.6%	52.2%	-	-	-	54.3%	45.1%	53.6%	44.1%	51.6%
営業利益	204	554	381	650	741	840	1,090	1,460	864	1,146	1,115	1,456	1,524
前期比	13.2%	170.7%	-	70.3%	14.0%	13.3%	29.8%	33.9%	16.6%	30.3%	29.0%	27.0%	36.7%
売上高営業利益率	10.5%	19.8%	14.5%	19.7%	18.9%	17.4%	18.5%	19.7%	17.7%	23.4%	18.4%	24.4%	20.4%
HomeworthTech事業 (旧おうちのツールメンテナンス事業)	115	114	114	111	120	-	-	-	175	222	239	278	325
前期比	544.3%	-0.1%	-	-2.6%	7.8%	-	-	-	45.2%	27.4%	36.7%	25.1%	35.8%
セグメント利益率	8.2%	6.8%	6.8%	5.8%	5.3%	-	-	-	6.0%	8.2%	6.3%	8.5%	6.6%
ExtendTech事業(旧BPO事業)	89	449	276	541	659	-	-	-	685	924	867	1,176	1,187
前期比	-45.0%	400.8%	-	95.7%	21.8%	-	-	-	4.0%	28.8%	26.5%	27.3%	36.8%
セグメント利益率	16.4%	44.8%	33.5%	43.5%	40.6%	-	-	-	35.4%	43.0%	40.0%	44.4%	48.6%
その他	-	-9	-9	-3	-38	-	-	-	3	0	8	1	12
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
セグメント利益率	-	-8.2%	-8.2%	-2.3%	-99.9%	-	-	-	10.0%	0.0%	10.0%	5.0%	10.0%
経常利益	284	630	458	767	1,021	1,060	1,370	1,810	1,075	1,374	1,344	1,739	1,789
前期比	33.6%	121.5%	-	67.5%	33.1%	3.8%	29.2%	32.1%	5.3%	29.8%	25.0%	26.6%	33.1%
売上高経常利益率	14.6%	22.5%	17.5%	23.2%	26.1%	22.0%	23.2%	24.4%	22.0%	28.1%	22.2%	29.2%	23.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	186	362	243	546	751	779	-	-	790	931	988	1,179	1,315
前期比	30.4%	94.5%	-	124.7%	37.5%	3.7%	-	-	5.2%	29.8%	25.0%	26.6%	33.1%
売上高当期純利益率	9.5%	13.0%	9.3%	16.5%	19.2%	16.2%	-	-	16.1%	19.0%	16.3%	19.8%	17.6%

(注) 1. CE: 会社予想 E: 証券リサーチセンター予想

2. 22/6期より「収益認識に関する会計基準」適用。21/6期(適用後)の数値は「収益認識に関する会計基準」を遡り適用したもの

(出所) 日本リビング保証有価証券届出書、有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

【図表12】証券リサーチセンターの連結業績予想(貸借対照表/キャッシュ・フロー計算書)(単位:百万円)

Table with columns for accounting standards (適用前/適用後) and periods (20/6, 21/6, 22/6, 23/6, 24/6, 25/6, 26/6). Rows include assets (現金及び預金, 有価証券, etc.), liabilities (長期借入金, etc.), and cash flow (営業活動によるキャッシュ・フロー, etc.).

(注) 1. CE : 会社予想 E : 証券リサーチセンター予想
2. 22/6期より「収益認識に関する会計基準」適用。21/6期(適用後)の数値は「収益認識に関する会計基準」を遡及適用したもの
(出所) 日本リビング保証有価証券届出書、有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

アップデート・レポート

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

> 投資に際しての留意点

◆ 物価上昇や原材料不足によって影響が生じる可能性

物価上昇や原材料不足により、顧客である住宅事業者側で住宅販売価格の見直し対応が行われたり、住宅販売の納期の遅延が発生したりすることが考えられる。その場合、同社との商談が後回しになったり、サービス開始が遅れたりするなどの影響が生じることが考えられる。

証券リサーチセンターでは、同社を対象とするレポート発信を21年6月4日より開始いたしました。

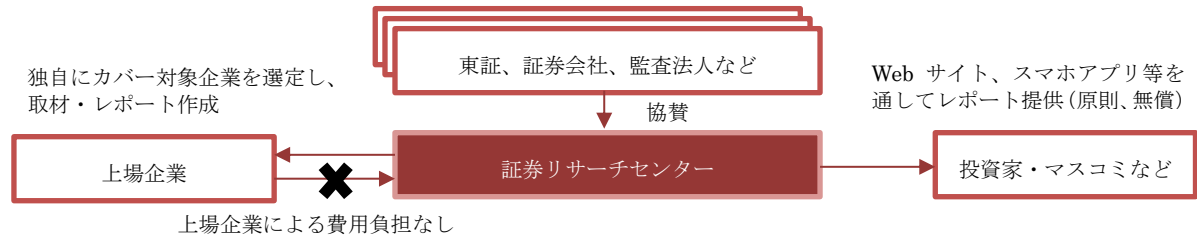
新興市場に新規上場した企業を中心に紹介していくという当センターの設立趣旨に則り、同社についてのレポート発信は、今回をもって終了とさせていただきます。



## 証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



### ■協賛会員

株式会社東京証券取引所

みずほ証券株式会社

太陽有限責任監査法人

PwC Japan 有限責任監査法人

監査法人 A&A パートナーズ

株式会社プロネクサス

SMB C日興証券株式会社

EY 新日本有限責任監査法人

有限責任監査法人トーマツ

いちよし証券株式会社

仰星監査法人

日本証券業協会

大和証券株式会社

有限責任あずさ監査法人

株式会社SBI証券

Jトラストグローバル証券株式会社

監査法人アヴァンティア

日本証券アナリスト協会

野村證券株式会社

株式会社ICMG

三優監査法人

宝印刷株式会社

### アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

### 免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。