

2021年8月20日

会 社 名 日本リビング保証株式会社  
代 表 者 名 代表取締役社長 安達 慶高  
(コード番号：7320 東証マザーズ)  
問 合 せ 先 取締役管理本部長 吉川 淳史  
(TEL：03-6276-0401)

<マザーズ> 投資に関する説明会開催状況について

以下の通り、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時 2021年8月13日 16:00～17:00  
開催方法 インターネット LIVE 配信によるウェブ開催  
開催場所 ウェブ開催  
説明会資料名 2021年6月期 決算説明会資料

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料



日本リビング保証株式会社  
Japan Living Warranty Inc.

# 2021年6月期 決算説明資料

---

日本リビング保証株式会社  
2021年8月11日

# 決算説明会 エグゼクティブ・サマリー

どのような  
会社か

「100年の価値を、すべての住まいに。」  
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を作るべく邁進

業績は  
どうだったか

「大幅な増収増益、過去最高の業績を達成」  
おうち事業での保証契約獲得による安定的なストック収益の増大と  
BPO事業での新マーケット開拓が進展

今後の  
成長戦略は

「成長戦略の5本柱でステージアップを実現」  
新たなステージへのステップアップに向けて、  
新サービス・新スキームの開発・拡販への積極投資を実行

トピックス

「期末配当の増配」  
“一株あたり5円”から“一株あたり10円”に引き上げ  
配当性向は約13.8%に

# 01

どのような  
会社か

# 100年の価値を、全ての住まいに。

<住宅 × 金融 × Tech で新たな仕組みを>

日本の木造戸建住宅は、一般的に、法定耐用年数である22年で、その資産価値はゼロとなるとされています。

一方で、適切なメンテナンスを実施した住宅は法定耐用年数を超えても、安心・安全に住み続けることが可能です。

ここに、現在の日本における住宅の資産価値算定における制度と実態のギャップがあると、私たちは考えています。

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](#)な仕組みを作るべく邁進します。



# 会社概要



代表取締役社長

**安達慶高**

グループ役員数

**152名** (2021年8月1日時点)

拠点展開

**東京、大阪、名古屋、福岡**

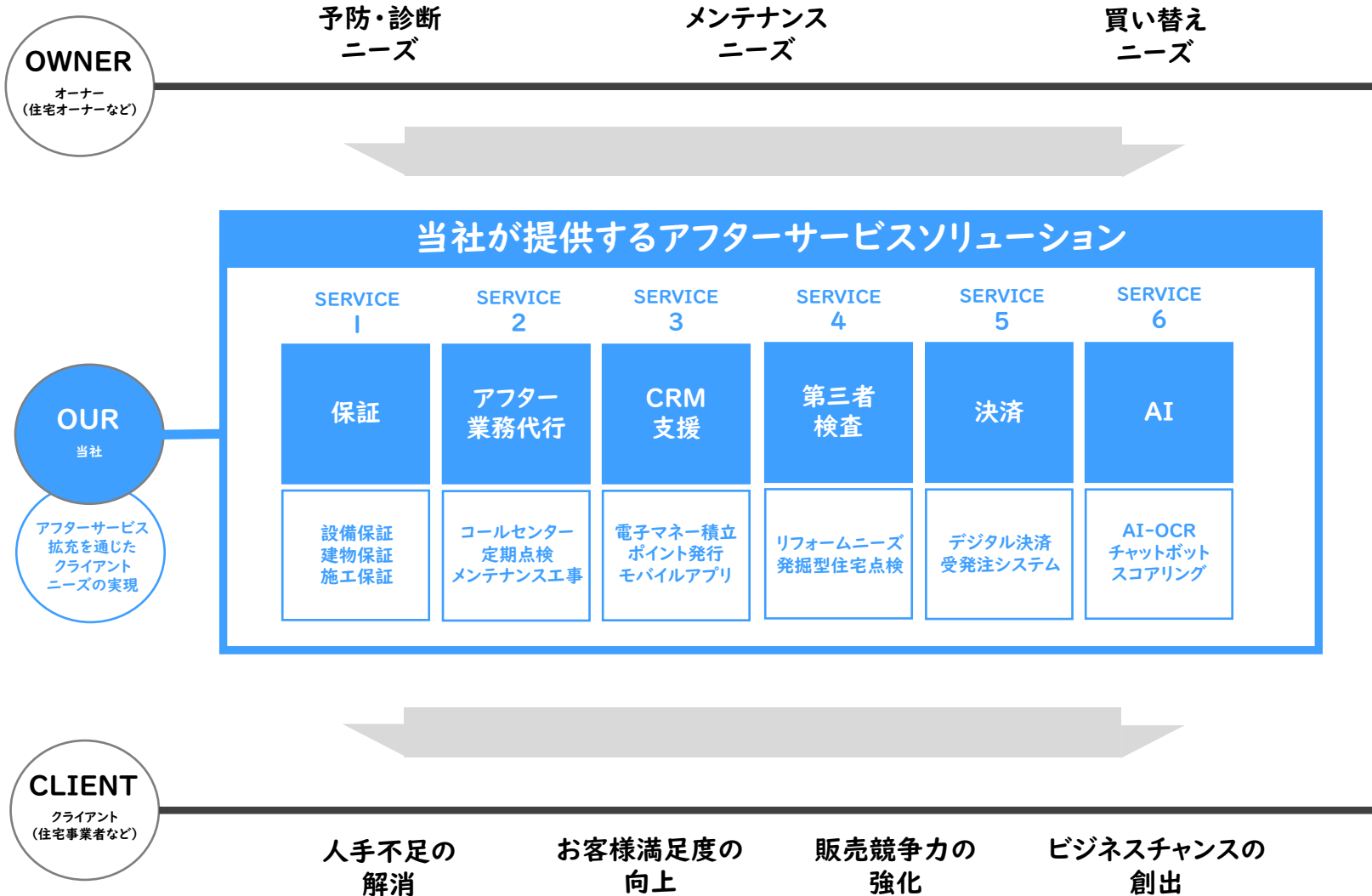
創業

**2009年3月**

グループ子会社



# 提供ソリューション



## 主要2事業を展開

### うちの トータルメンテナンス事業 (うち事業)

クライアントである**住宅事業者**に対し、  
アフターサービスを切り口にした  
経営支援コンサルティングを実施

保証・アフター業務代行・CRM支援など  
各種ソリューションにより、  
販売力強化・CRM・業務効率化を総合的に支援

メイン商材である設備保証の売上・原価は  
保証期間に応じて按分計上されるため、  
事業としては**ストック型の収益構造**となる

≠

=

≠

### ビジネスプロセス アウトソーシング事業 (BPO事業)

クライアントである**各種メーカー**に対し、  
保証・修理手配のノウハウを活かし、  
保証制度構築コンサルティングを実施

保証・アフター業務代行・CRM支援など  
各種ソリューションにより、  
販売力強化・CRM・業務効率化を総合的に支援

各種事務代行の位置付けの為、  
売上・原価の多くは一括計上され、  
事業としては**フロー型の収益構造**となる



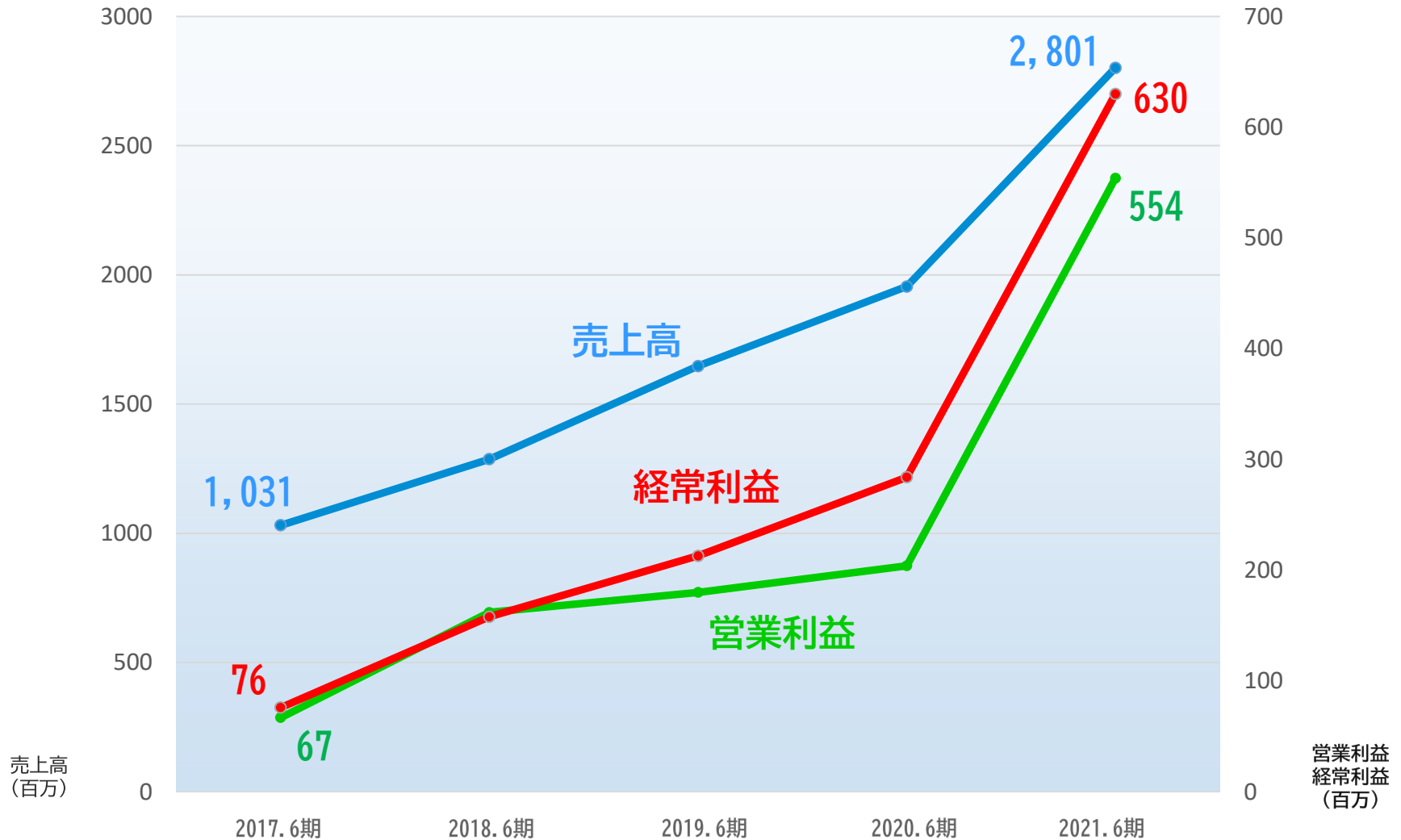
2021年6月期  
業績は  
どうだったか

前期比で増収増益・過去最高益を達成

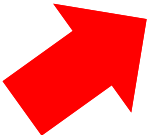
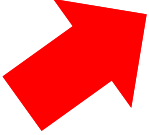
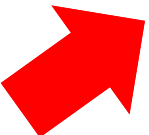
	2020年6月期 (2019.7~2020.6)	2021年6月期 (2020.7~2021.6)	YoY	
売上高	1,955 百万円	過去最高 2,801 百万円	+846 百万円	143.3%
営業利益	204 百万円	過去最高 554 百万円	+350 百万円	270.7%
経常利益	284 百万円	過去最高 630 百万円	+346 百万円	221.5%
当期純利益	186 百万円	過去最高 362 百万円	+176 百万円	194.5%

# 業績推移 <直前5期>

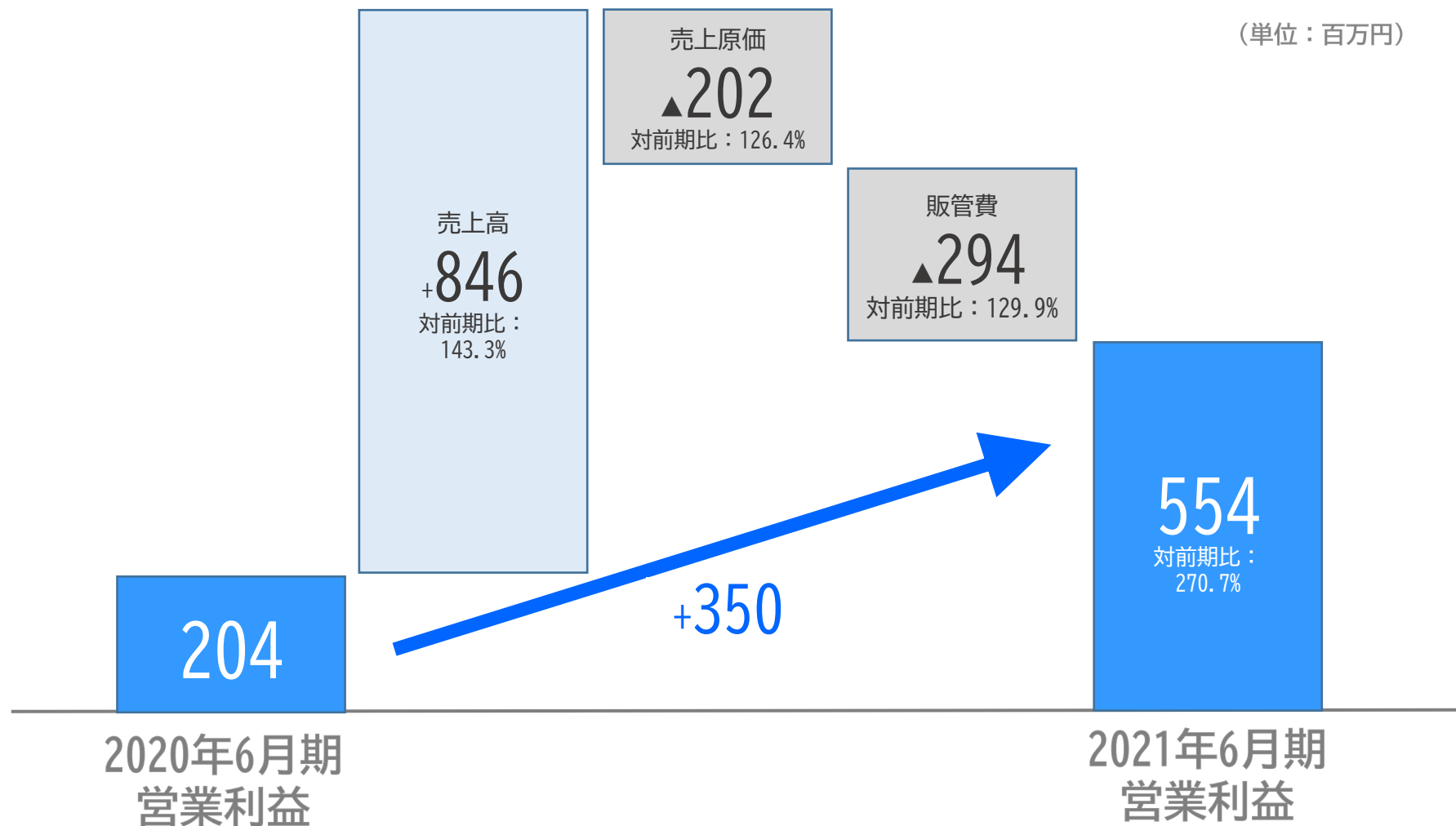
創業以来の13期連続増収を達成  
直前5期で、売上高は約2.7倍・経常利益は約8.2倍に成長



# 2021年6月期 通期連結業績概要

業績項目	対前期比	状況および要因
売上高		<ul style="list-style-type: none"><li>・ おうち事業での長期保証契約獲得による安定的なストック収益の増大</li><li>・ BPO事業での新マーケット開拓が進展</li></ul>
営業利益		<ul style="list-style-type: none"><li>・ おうち事業に加え、BPO事業が好調</li></ul>
経常利益		<ul style="list-style-type: none"><li>・ 積極的な資産運用が奏功</li></ul>

# 2021年6月期 通期 営業利益の前期比・増加要因



# 2021年6月期 通期 セグメント別売上高

おうち事業・BPO事業とも順調に売上が進展

	2020年6月期 (2019.7~2020.6)	2021年6月期 (2020.7~2021.6)	YoY	
	売上高	1,955 百万円	2,801 百万円	+846 百万円
おうちの トータル メンテナンス 事業	1,408 百万円	1,679 百万円	+271 百万円	119.2%
BPO事業	546 百万円	1,002 百万円	+456 百万円	183.3%
その他	— 百万円	120 百万円	— 百万円	—

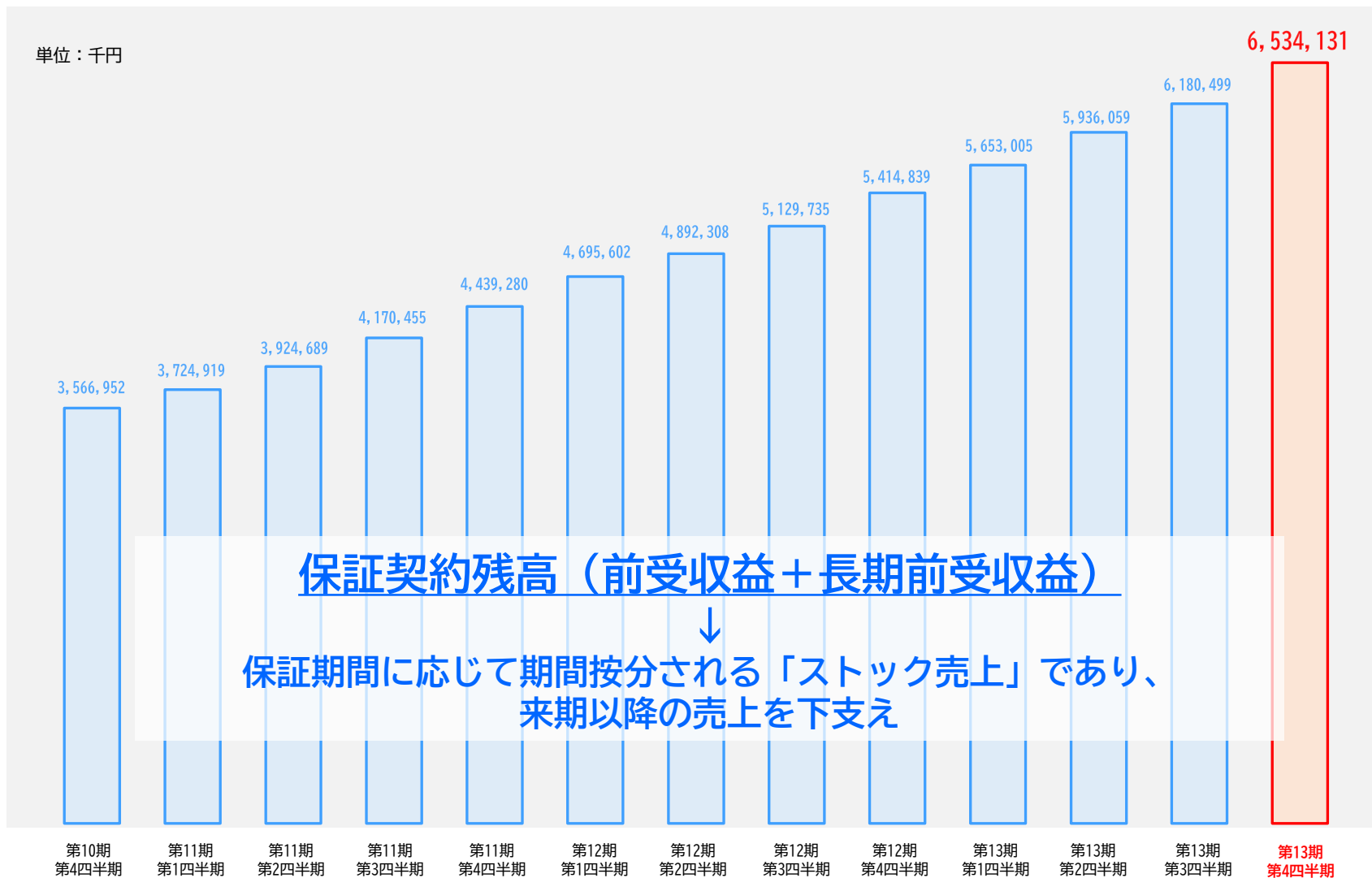
# 2021年6月期 通期 セグメント別営業損益

営業・ITを中心とした人材採用、デジタル化推進に伴う各種システム投資、オフィス拡張等、積極的な成長投資による販管費増により、おうち事業の利益を圧縮

	2020年6月期 (2019.7~2020.6)	2021年6月期 (2020.7~2021.6)	YoY	
営業損益	204 百万円	554 百万円	+350 百万円	270.7%
おうちの トータル メンテナンス 事業	115 百万円	114 百万円	▲1 百万円	99.9%
BPO事業	89 百万円	449 百万円	+360 百万円	500.8%
その他	— 百万円	▲9 百万円	— 百万円	—

# 保証契約残高（長期前受収益・前受収益残高の推移）

長期保証契約の着実な獲得により、保証契約残高（前受収益および長期前受収益残高）は第12期末比で約11.2億円増加し、65億円超に到達





2022年6月期  
業績は  
どうなるか

前期比で増収増益・過去最高益を予想

	2021年6月期 (2020.7~2021.6)	2022年6月期 (2021.7~2022.6)	YoY	
売上高	2,801 百万円	過去最高 3,100 百万円	+299 百万円	110.6%
営業利益	554 百万円	過去最高 610 百万円	+56 百万円	110.0%
経常利益	630 百万円	過去最高 710 百万円	+80 百万円	112.6%
当期純利益	362 百万円	過去最高 465 百万円	+103 百万円	128.1%

# 2022年6月期 通期 セグメント別売上高予想

おうち事業・BPO事業とも順調な売上進展を予想

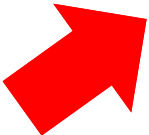
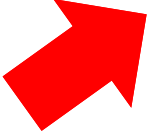
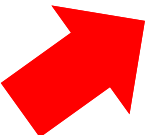
	2021年6月期 (2020.7~2021.6)	2022年6月期 (2021.7~2022.6)	YoY	
売上高	2,801 百万円	3,100 百万円	+299 百万円	110.6%
おうちの トータル メンテナンス 事業	1,679 百万円	1,875 百万円	+196 百万円	111.7%
BPO事業	1,002 百万円	1,022 百万円	+20 百万円	102.0%
その他	120 百万円	203 百万円	+83 百万円	168.8%

# 2022年6月期 通期 セグメント別営業損益予想

引き続き、成長投資を継続しつつも各事業において増益を予想

	2021年6月期 (2020.7~2021.6)	2022年6月期 (2021.7~2022.6)	YoY	
営業損益	554 百万円	610 百万円	+56 百万円	110.0%
うちの トータル メンテナンス 事業	114 百万円	128 百万円	+14 百万円	111.3%
BPO事業	449 百万円	467 百万円	+18 百万円	103.9%
その他	▲9 百万円	14 百万円	+23 百万円	-

# 2022年6月期 通期 連結業績予想の概要

業績項目	対前期比	見通し
売上高		おうち事業：建物長期保証 BPO事業：タブレット・蓄電池関連保証 により進展の見通し
営業利益		・企業のステージアップに必要な成長投資の実施を見込むが、増益の見通し
経常利益		・安定的な資産運用を継続、拡大し、増益の見通し

# 04 今後の成長戦略は

# 成長戦略 5本の柱

1

おうち事業

資産価値保証プログラムの投入による  
**建物長期保証の販売加速**

2

おうち事業

住宅事業者のストックビジネス支援としての  
**OEM型モバイルアプリの投入**

3

BPO事業

損害保険会社との連携強化による  
**再エネ／G I G A スクールマーケットの開拓**

4

新規事業

決済・金融ノウハウを活かした  
**決済プラットフォームの開発**

5

その他

提供サービス・社内業務・人材における  
**徹底したデジタルシフトの推進**

# 成長戦略 5本の柱

1

おうち事業

資産価値保証プログラムの投入による  
**建物長期保証の販売加速**

2

おうち事業

住宅事業者のストックビジネス支援としての  
**OEM型モバイルアプリの投入**

3

BPO事業

損害保険会社との連携強化による  
**再エネ／G I G A スクールマーケットの開拓**

4

新規事業

決済・金融ノウハウを活かした  
**決済プラットフォームの開発**

5

その他

提供サービス・社内業務・人材における  
**徹底したデジタルシフトの推進**



# おうち事業における成長戦略の鳥瞰

住宅事業者の経営戦略を支援する「戦略提案力」の向上を目指すとともに、  
カスタマーサクセス部署の新設により、ストックビジネスへの転換を支援

		住宅事業者のニーズ	
		フロービジネスへの寄与 (新築住宅販売収益の拡大)	ストックビジネスへの寄与 (修繕リフォーム収益の拡大)
当社が 提供するもの		資産価値保証プログラムを武器にした 「 <u>販売戦略</u> 」の提案推進	OEM型モバイルアプリを武器にした 「 <u>商圏形成</u> 」の提案推進
具体的 サービス		建物保証・設備保証・定期点検 売却価格保証 など	モバイルアプリ・ポイントシステム・ リフォーム発掘型点検・修繕代行 など
当社に もたらすもの		長期保証契約の獲得による 「 <u>売上・利益</u> 」の進展	サービスインフラ提供による 「 <u>契約継続率</u> 」の強化

# 成長戦略 5本の柱

1

おうち事業

資産価値保証プログラムの投入による  
**建物長期保証の販売加速**

2

おうち事業

住宅事業者のストックビジネス支援としての  
**OEM型モバイルアプリの投入**

3

BPO事業

損害保険会社との連携強化による  
**再エネ／G I G A スクールマーケットの開拓**

4

新規事業

決済・金融ノウハウを活かした  
**決済プラットフォームの開発**

5

その他

提供サービス・社内業務・人材における  
**徹底したデジタルシフトの推進**

保証×電子マネー×AIスコアリングで、木造戸建住宅の資産価値向上を目的とした「資産価値保証プログラム」を、2021年6月30日にリリース

## PRESS RELEASE

報道関係者各位

2021年6月30日



業界  
初

保証×電子マネー×AIスコアリングで、木造戸建住宅の資産価値に革命を。  
売却価格保証付き「資産価値保証プログラム」を提供開始

日本の木造戸建住宅は、一般的に、法定耐用年数である22年で、その資産価値はゼロとなるとされています。一方で、適切なメンテナンスを実施した住宅は法定耐用年数を超えても、安心安全に住み続けることが可能です。ここに、現在の木造戸建住宅の資産価値算定における制度と実態のギャップがあると、私たちは考えています。

この度、このギャップを埋めるべく、「資産価値保証プログラム」を開発し、住宅事業者向けに提供を開始しました。日本国内で最も大きなシェアを占める木造戸建住宅が、適切に資産価値評価されることは、国策として推進されている中古住宅流通の活性化、ひいては持続可能な社会の実現に寄与するものと強く確信しています。

住まいを資産に。

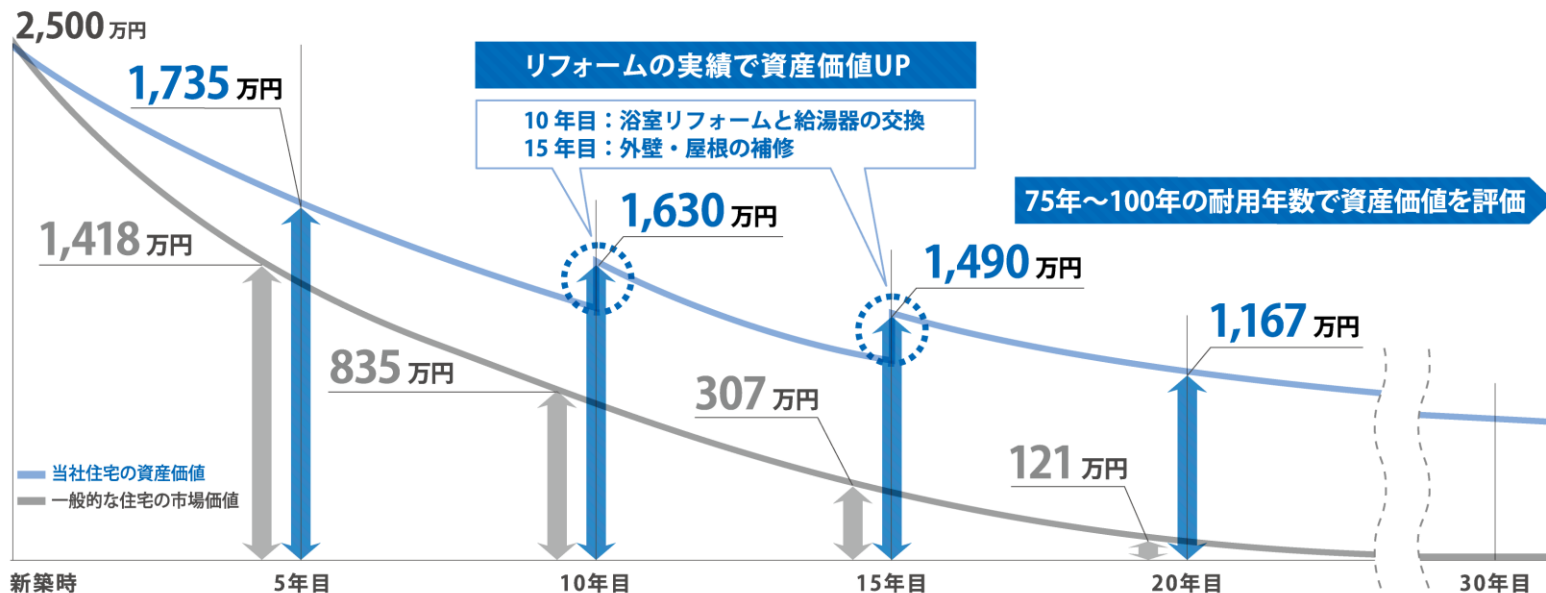


# 成長戦略① 建物長期保証の拡販

当プログラムに含まれる「売却価格保証」は、メンテナンスを住宅資産価値に反映し、木造住宅の価値を最大100年まで評価する極めて画期的なサービススキーム

→ 建物長期保証付帯が前提となったプログラムであり、結果として拡販を推進

## 資産価値保証プログラム



建物長期保証 (初期20年)

最長60年



定期点検・メンテナンス



修繕積立制度



売却価格保証

# 成長戦略 5本の柱

1

おうち事業

資産価値保証プログラムの投入による  
**建物長期保証の販売加速**

2

おうち事業

住宅事業者のストックビジネス支援としての  
**OEM型モバイルアプリの投入**

3

BPO事業

損害保険会社との連携強化による  
**再エネ／G I G A スクールマーケットの開拓**

4

新規事業

決済・金融ノウハウを活かした  
**決済プラットフォームの開発**

5

その他

提供サービス・社内業務・人材における  
**徹底したデジタルシフトの推進**

## 成長戦略② OEM型モバイルアプリの投入

住宅事業者の顧客接点構築に利用いただける  
「OEM型モバイルアプリ（おうちマネージャー）」を本年秋に投入予定



- ✓ 導入クライアント毎の各種カスタマイズが可能  
(カラーバリエーション・ロゴ表示など)
- ✓ 当社が発行する住宅事業者専用のポイント・電子マネー利用を促進
- ✓ 顧客へのお知らせ通知が可能

クライアント毎の商圏形成を支援

# 成長戦略 5本の柱

1

おうち事業

資産価値保証プログラムの投入による  
**建物長期保証の販売加速**

2

おうち事業

住宅事業者のストックビジネス支援としての  
**OEM型モバイルアプリの投入**

3

BPO事業

損害保険会社との連携強化による  
**再エネ／G I G A スクールマーケットの開拓**

4

新規事業

決済・金融ノウハウを活かした  
**決済プラットフォームの開発**

5

その他

提供サービス・社内業務・人材における  
**徹底したデジタルシフトの推進**

## 成長戦略③ 再エネ／G I G Aスクールマーケットの開拓

B P O事業は「再生可能エネルギーマーケット」と「G I G Aスクールマーケット」を主戦場とし、提携する損害保険会社との綿密な連携の中で、マーケット深耕を目指す

### 再生可能エネルギー マーケット

(太陽光・風力・バイオマス等)

太陽光パネル・風力発電所等の  
保証制度構築・運営

蓄電池  
マーケット

国内外の家庭用・産業用蓄電池  
の保証制度構築・運営

### G I G Aスクール マーケット

(P C端末・通信ネットワーク等)

タブレット端末導入時の  
保証付帯制度構築・運営

アフター  
G I G A  
マーケット

保証未付帯端末への  
保守サービス提供



## 成長戦略③ <蓄電池マーケット>

カーボンニュートラル実現に向けた蓄電池マーケットの拡大を背景に、太陽光システム保証で培った業務ノウハウ・ステークホルダーとの関係を活用し、蓄電池保証を推進

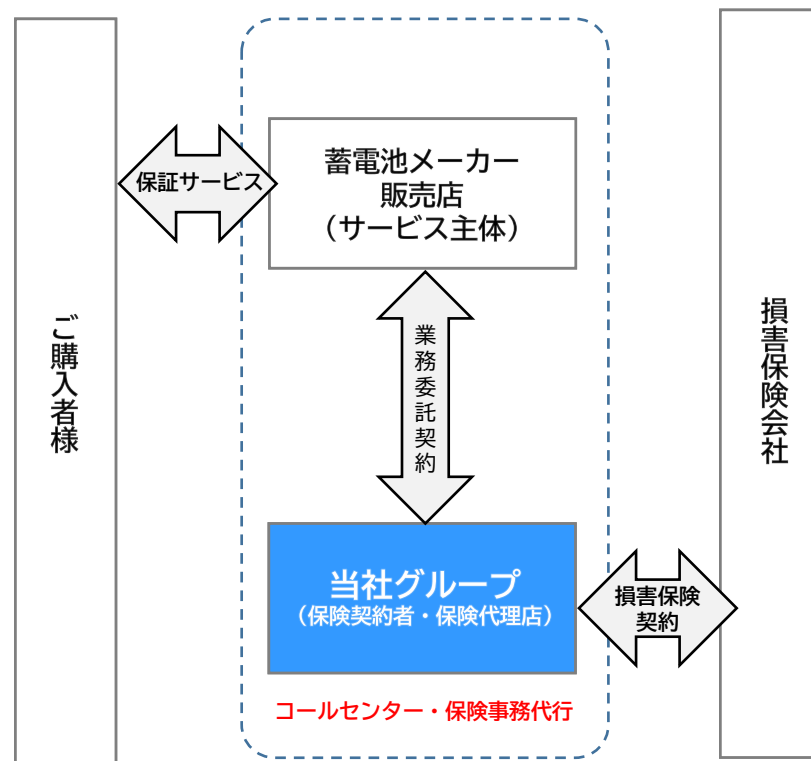
二酸化炭素(CO2)の排出削減には  
再生可能エネルギーの有効活用が必須

再エネの需給コントロール対策として  
「蓄電池」の更なる普及が見込まれる

当社は国の補助金対象となる  
蓄電池メーカー25社中、主要14社と取引開始済

蓄電池メーカーの保証制度構築を支援  
することでCO2排出削減に貢献

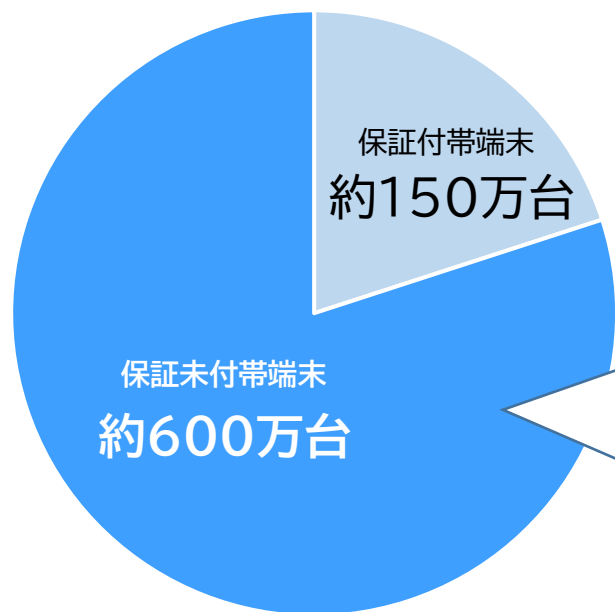
### 蓄電池保証スキーム



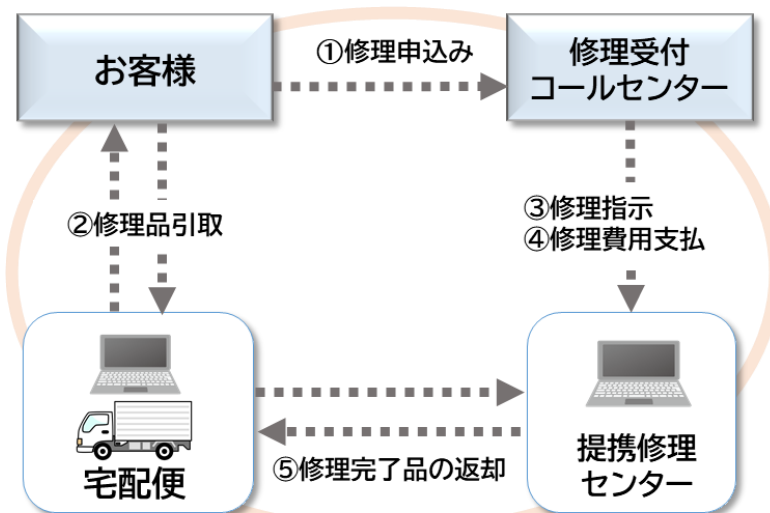
## 成長戦略③ <アフターG I G Aマーケット>

G I G Aスクール構想で導入されたタブレット端末750万台のうち、約600万台が保証未付帯であり、損害保険会社と連携し、保守メンテナンススキームを推進

G I G Aスクール構想で導入された  
タブレット端末の保証付帯状況



### 保守メンテナンスサービススキーム



# 成長戦略 5本の柱

1

おうち事業

資産価値保証プログラムの投入による  
**建物長期保証の販売加速**

2

おうち事業

住宅事業者のストックビジネス支援としての  
**OEM型モバイルアプリの投入**

3

BPO事業

損害保険会社との連携強化による  
**再エネ／G I G A スクールマーケットの開拓**

4

新規事業

決済・金融ノウハウを活かした  
**決済プラットフォームの開発**

5

その他

提供サービス・社内業務・人材における  
**徹底したデジタルシフトの推進**

## 成長戦略④ 決済プラットフォームの開発

住宅業界、とりわけ修繕・リフォーム領域で蓄積した知見と、元来保有する決済・金融のノウハウを組み合わせた“住宅メンテナンス業界特化型プラットフォーム”開発を推進

修繕・リフォーム会社  
が抱える課題

- ✓ アナログな決済
- ✓ アナログな受発注業務
- ✓ 短期的な資金繰り

当社グループ  
が保有するノウハウ・リソース

- ✓ 電子決済システム
- ✓ 受発注フローに関する豊富な知見
- ✓ 潤沢なキャッシュ

提供



開発



住宅メンテナンス業界特化型  
決済・受発注管理・資金支援プラットフォーム  
V-SaaS (Vertical SaaS)

# 成長戦略 5本の柱

1

おうち事業

資産価値保証プログラムの投入による  
**建物長期保証の販売加速**

2

おうち事業

住宅事業者のストックビジネス支援としての  
**OEM型モバイルアプリの投入**

3

BPO事業

損害保険会社との連携強化による  
**再エネ／G I G A スクールマーケットの開拓**

4

新規事業

決済・金融ノウハウを活かした  
**決済プラットフォームの開発**

5

その他

提供サービス・社内業務・人材における  
**徹底したデジタルシフトの推進**

## 成長戦略⑤ 徹底したデジタルシフトの推進

Covid-19をトリガーとした急激なデジタルシフトへの対応は、企業のステージアップに不可欠との認識であり、サービス・業務のデジタル化、デジタル人材育成に注力

### 提供 サービス

- ・ 2020.1リリースの B-to-B保証申込プラットフォーム「アフタマイズプラットフォーム」加盟店数が220社を突破
- ・ 住宅事業者向けOEM型モバイルアプリを本年秋にリリース予定

### 社内業務

- ・ RPA、AI-OCR、AI-チャットボット、業務アプリ構築クラウドサービス等の徹底活用を通じて、現在までに大小30種類以上の業務効率化を実現

### 人材育成

- ・ 各業務部門の選抜社員に対し、3か月に亘る外部研修プログラムを企画・実施し、社内SEを育成・増強  
→ 開発人員と併せ、正社員数の20%超のIT人材率を目指す

# 05

## トピックス

## 期末配当の増配

当初の計画を大きく上回る事となったため、期末配当を以下の通り増配の予定

従来の  
配当予想  
(2020. 8. 14発表)

21/6期  
決定額  
(今回発表)

5円／株 → 10円／株

本件については、2021年9月28日開催予定の第13期定時株主総会に付議予定



ご清聴ありがとうございました。

# 06

## 参考資料



安達 慶高  
代表取締役社長（経営本部 本部長）

東京工業大学工学部卒業後、三和銀行（現三菱UFJ銀行）に入行。主要国金利、外国為替のトレーディング、デリバティブ商品のマーケティング業務に従事。その後、Marsh Inc. 日本人（マーシュ・ジャパン）に入社、大手医療機器メーカーのPLリスク対策やキャプティブ投資案件のコンサルティング等を手掛ける。2013年9月に当社代表取締役に就任。



荒川 拓也  
代表取締役会長（営業本部 本部長）

早稲田大学法学部卒業後、日本火災海上保険（現損害保険ジャパン株式会社）入社。その後、Marsh Inc. 日本人（マーシュ・ジャパン）に入社、上場REIT・プライベートファンド等のリスクマネジメントや商業物件の地震保険手配等の特殊な保険手配を数多く手掛ける。2009年3月に当社代表取締役に就任。

## 戸建てニーズの増加

### 住宅販売の伸びに比例して当社の売上も増加

新型コロナウイルスの影響によりテレワークが増加  
おうち時間が増加したことにより、足元の戸建て住宅の売れ行きは増加傾向

## 設備保証がスタンダード化

### 上場会社としての信頼度や知名度が受注に貢献

「競合対抗上導入せざるをえない」というケースや相見積もりの依頼が増加  
建物保証を新たなスタンダードとするべく、提案を推進

## 住宅会社のビジネスモデルが変化

### 長期保証やアフターサービス充実を当社が支援

「住宅を売って終わり」から「10年後のリフォームまで顧客接点を継続」に変化し、顧客接点を保つためには保証の充実、メンテナンス窓口拡充等が重要

## FITの終了

### 蓄電池マーケットが引続き好調

2019年11月以降、FIT（再生可能エネルギーの固定価格買取制度）の適用期間が順次満了し、電力を売却するよりも貯めて使った方がメリット大

## 再生可能エネルギー普及拡大

### 太陽光発電システムの販売が再び増加見込

2030年までに新築戸建て住宅の約6割に太陽光発電設備の設置を目標に再生可能エネルギーの普及拡大政策が実施される見込

## アフターGIGAマーケット

### ICT関連の売上も引続き好調

小中学校向けタブレット端末保証のピーク後も、高等学校を対象としたタブレット端末保証および小中学校向けの保証未付帯端末への保証の追加提案等により一定の売上が見込まれる

## 住宅業界に 特化

### 住宅会社のニーズに合わせた V-SaaS (Vertical SaaS) を提供

住宅業界に特化しているため、  
業界動向やブランド構築まで情報提供や提案が可能

## 商品開発力

### 競合他社を寄せつけない商品企画力とスピード

住宅・保険・金融業界出身者が多数在籍し  
圧倒的なノウハウと知見でオンリーワンのサービス開発を牽引

## 保険会社との 協業

### 保険組成とマーケティングでの 強固なパートナーシップ

複数の大手損害保険会社との提携により、保険組成および  
マーケティング領域においてWIN-WINな協力関係を構築

## 新型コロナ ウイルス

### オンライン商談の推進により営業効率が向上

- ①オンライン商談の増加により、出張費が減少（販管費の1%程度）
- ②オンライン商談の活用により、営業活動が効率化（商談社数2倍）

## ウッドショック

（木材価格の高騰）

### 住宅価格の戦略的見直しを提案

- ①住宅価格の見直し対応が優先され、商談が遅延するケースが一部あり
- ②コストカット目的の保証サービス縮小の動きはほとんど見られない
- ③「売って終わり」から「アフター重視」へ転換を検討する住宅会社が増加

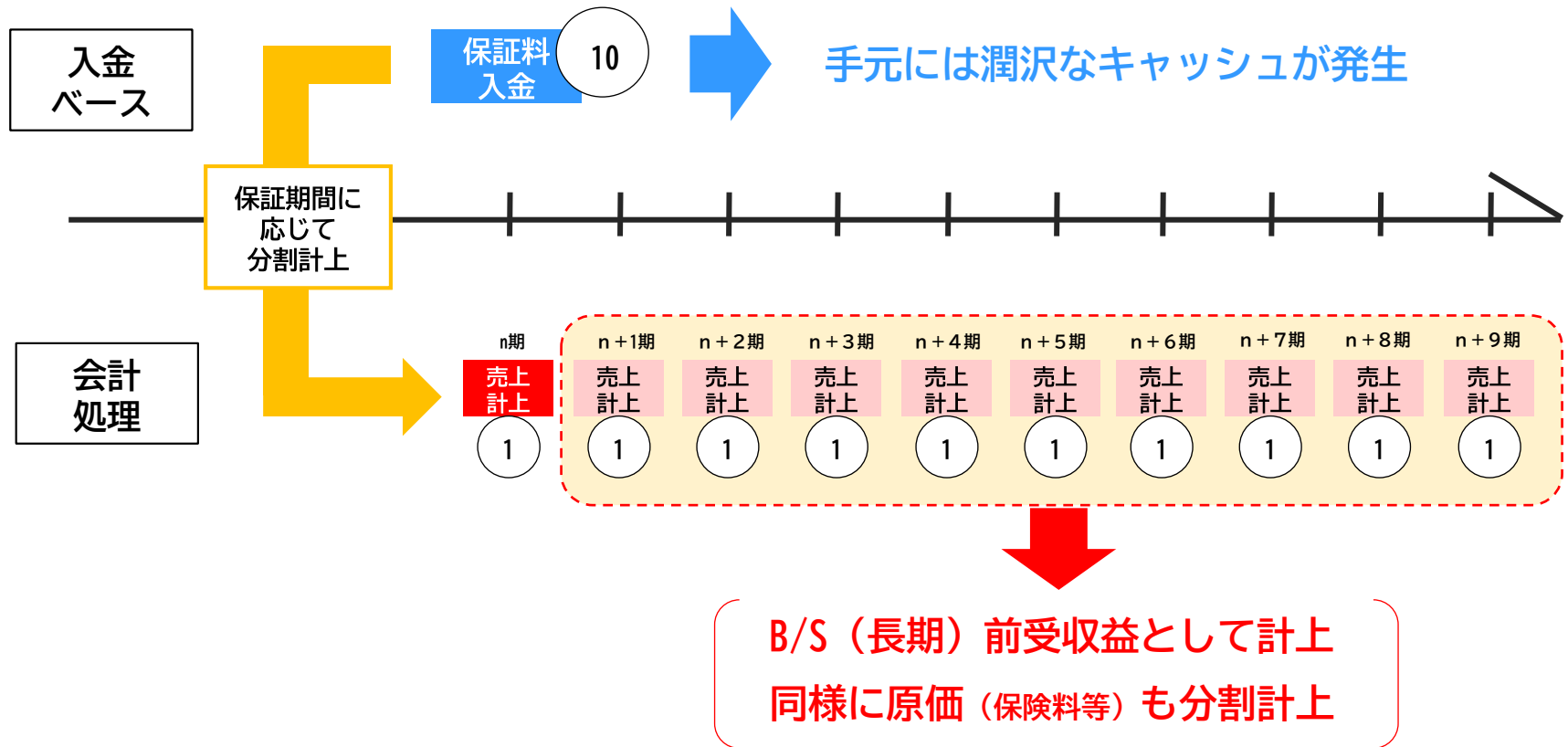
## DX人材の 不足

### IT人材の調達・社内育成は順調に進展

- ①提携先のシステム開発会社との協業を強化、開発人員を昨期比で2倍に
- ②選抜社員に対し、3か月に亘る研修を実施し、社内SEを育成・増強

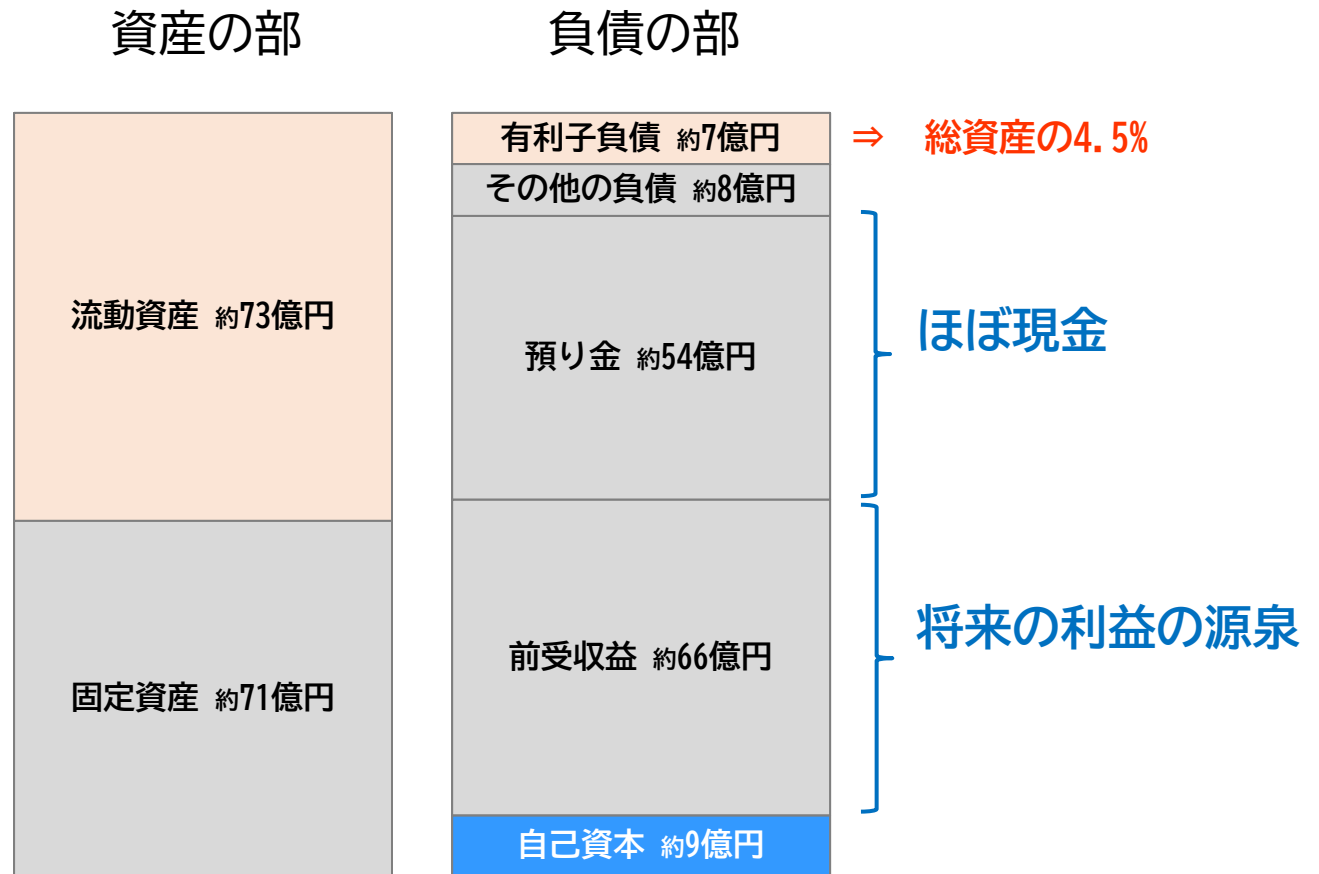
# 分割計上によるストック売上化

(例) 第n期に10年間の保証料を一括領収した場合





# B/Sに表れる極めて高い財務健全性



<2021年6月期期末時点>

## 将来の見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、将来の見通しに関する情報を含みます。

これらは、現在における入手可能な情報に基づく当社の判断によるものであり、将来の業績を保証するものではなく、実際には、これらの記述とは異なる結果を招き得る可能性や確実性を含んでおります。

それらの可能性や不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる将来の見通しに関する情報の更新・修正を行う義務を負うものではありません。