

2024年11月13日

各 位

会 社 名 株式会社ブロードエンタープライズ
代 表 者 名 代表取締役社長 中西 良 祐
(コード番号：4415 東証グロース)
問 合 せ 先 常務取締役 経営企画室長 畑 江 一 生
(TEL 06-6311-4511)

2024年12月期 第3四半期決算説明会書き起こし

2024年11月7日に開催しました2024年12月期 第3四半期決算説明会につきまして、当日のご説明内容書き起こし及び皆様からいただいた主なご質問をまとめましたので、お知らせいたします。

なお、本開示は皆様のご理解をより一層深めることを目的に、当社が自主的に実施するものであります。決算内容の詳細につきましては、下記の決算短信及び決算説明資料をご覧ください。

記

■2024年12月期 第3四半期決算説明会 全文書き起こし
※本稿はSCRIPTS Asia株式会社の協力により、書き起こされたものです。
※理解促進のため、一部内容の加筆修正を行っております。

【参照資料】

[2024年12月期 第3四半期決算短信](#)



[2024年12月期 第3四半期決算説明資料](#)



以 上



株式会社ブロードエンタープライズ

2024年12月期 第3四半期決算説明会

2024年11月7日

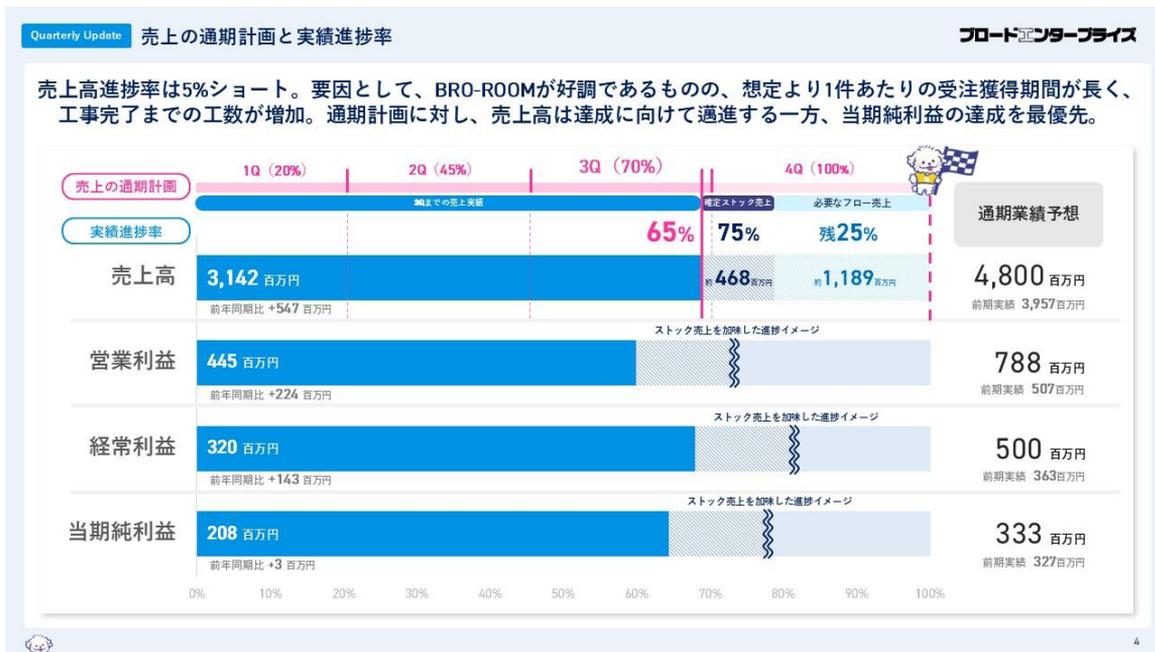
登壇

栢本：お時間となりましたので、ただいまより、株式会社ブロードエンタープライズ 2024 年 12 月期第 3 四半期決算説明会を開催いたします。

この度は、ご視聴いただき、誠にありがとうございます。司会を務めます、ブロードエンタープライズの栢本です。よろしくお願いいたします。

中西：皆様、本日はお忙しい中、ご参加いただき誠にありがとうございます。ブロードエンタープライズ代表の中西です。それでは、2024 年 12 月期第 3 四半期決算概要です。

売上の通期計画と実績進捗率となります。



今回、売上の通期計画 70%に対して、進捗率が 5%ショートいたしました。要因として、BRO-ROOM が好調であるものの、想定より 1 件当たりの受注獲得期間が長く、また工事完了までの工数が増加いたしました。通期計画に対しましては、売上高に関しては達成に向けて邁進する一方、当期純利益の達成を最優先に動いてまいります。

売上高の進捗率ですが、ストック売上高がほぼ確定したものがありますので、その 4 億 6,800 万円を足した場合の現状の進捗としては 75%で、必要なフロー売上は残り 25%、11 億 8,900 万円となります。また、各段階利益におきましては、波線の辺りまではストック売上を加味した進捗イメージとなっております。

損益計算書です。

Quarterly Update 損益計算書 (累計期間) フロートエントープライズ

売上高の前年同期比は+21.1%で3Qの過去最高を更新

(単位: 百万円)	累計期間 (1-3Q)			
	FY2023	FY2024		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	2,595	3,142	+547	+21.1%
売上総利益 (粗利)	1,224	1,426	+202	+16.6%
営業利益	220	445	+224	+101.7%
経常利益	177	320	+143	+81.1%
当期純利益	204	208	+3	+1.9%
当期純利益 (調整後)	116	208	+92	+79.3%

トピックス

- BRO-ROOMによるフロー売上高の積み上げが増収を牽引。
- 既存事業と比較して1契約当たりの粗利額が高いBRO-ROOMの販売比率が増加したことにより全体の粗利額が増加。
- 1Qに実施した債権流動化の実行により資金調達費用 (営業外費用) が発生。※債権流動化の実施回数、時期は例年不定期
- 当期純利益について、前期は減資を行ったことで、税率が変更となり法人税等調整額が大きくプラスとなった。ただし、当該影響を調整した後の数値で比較すると今期の当期純利益は大きく増加。

売上高に関しましては、前年同期比プラス 21.1%で、第 3Q 累計の過去最高を更新しております。また、売上総利益でもプラス 2 億円、営業利益はプラス 2 億 2,400 万円で、経常利益、当期純利益ともに増加しております。

トピックスとして、BRO-ROOM によるフロー売上高の積み上げが増収を牽引しております。また既存事業、いわゆる B-CUBIC、BRO-LOCK と比較して、BRO-ROOM1 件当たりの契約単価が高いところも、総額の粗利益が増加した結果となっております。

また、第 1Q に実施した債権流動化により営業外費用が発生しております。

当期純利益ですが、2023 年の 2 億 400 万円からほぼ増えていないように見えますが、これは前期に減資を行ったことで税率が変更となり、法人税等調整額が大きくプラスとなっております。

実際に今期と同じ処理をした場合はプラス 9,200 万円で、約 80%増加しての着地となります。

営業利益変動要因分析です。



前年同期の2億2,000万円から4億4,500万円と、2億2,400万円の増益となっております。これは、BRO-ROOMの販売増加が寄与しております。また、販売管理費を増やさずに増益ということで、販売代理店の強化が功を奏しております。

直近3期の四半期推移(累計期間)です。



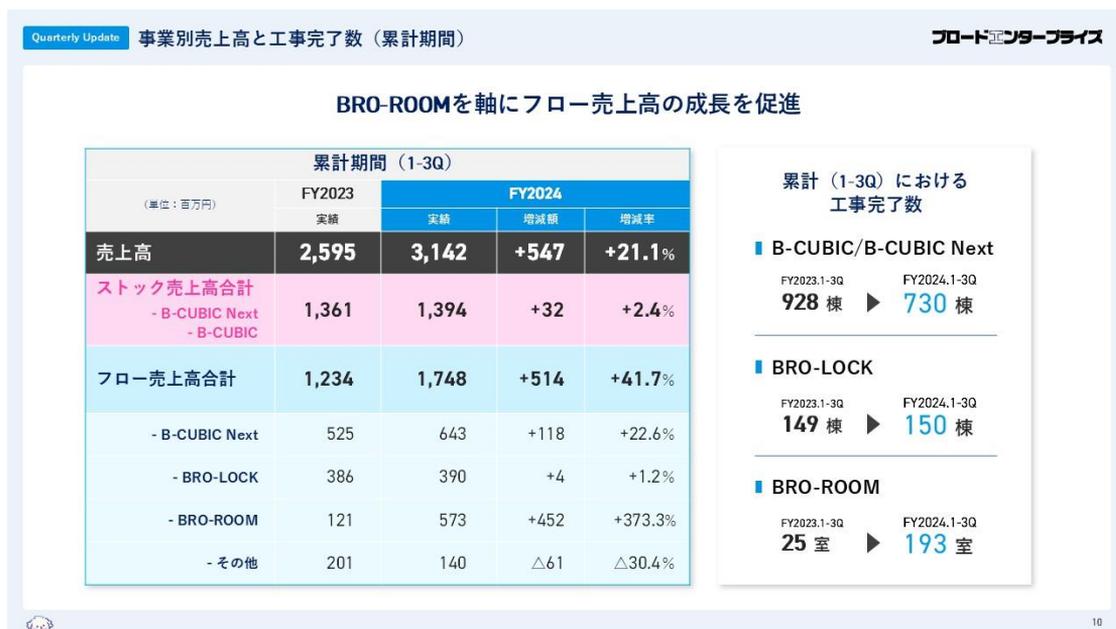
赤が今期で、売上高、営業利益、経常利益、当期純利益全て昨年を上回っております。

直近 3 期の四半期推移（単体）です。



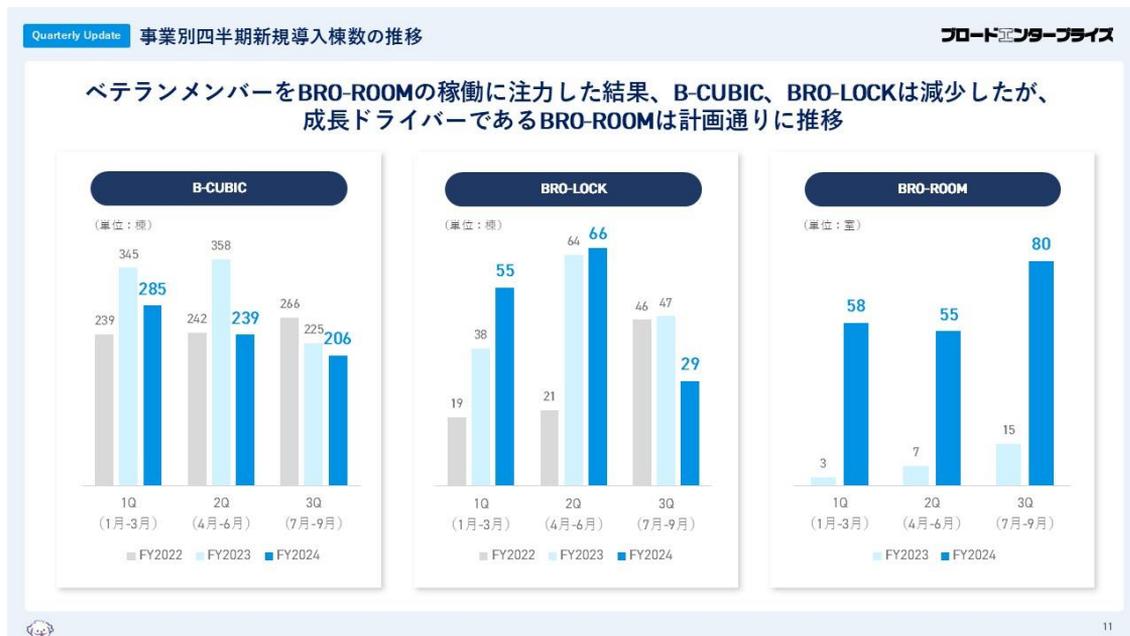
売上高、営業利益に関しても、グラフのとおり増加しております。

事業別売上高と工事完了数です。



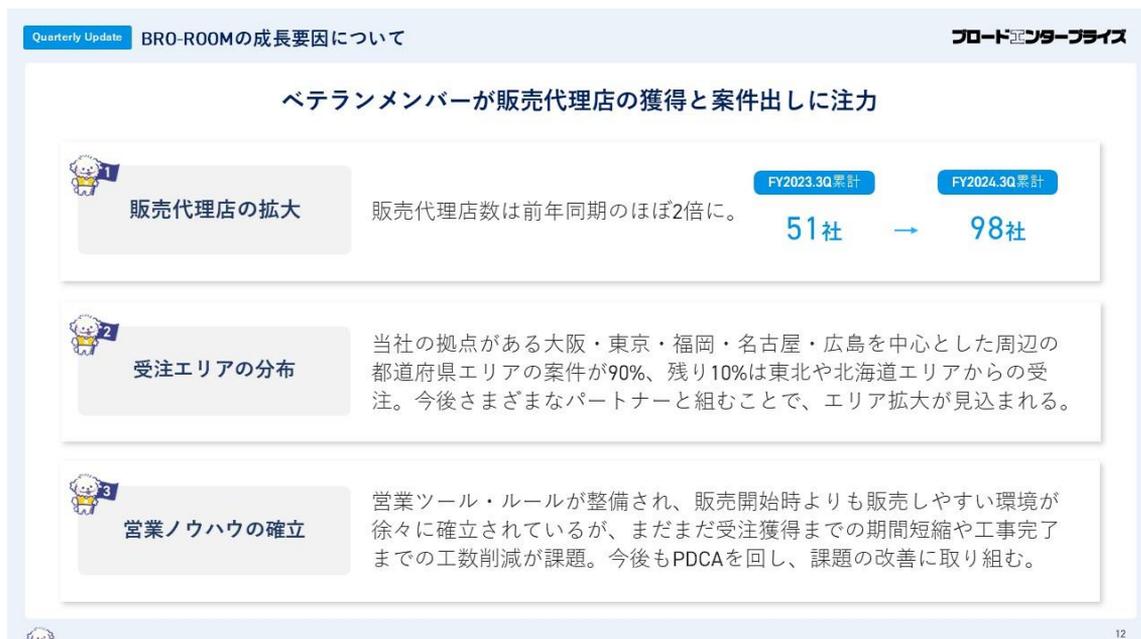
ストック売上に関しては、ほぼ微増になっております。フロー売上高に関しては、増減率としてプラス 40%超です。BRO-ROOM がプラス 4 億 5,200 万円で、大幅増加したところが、フロー売上高増加に貢献しているところとなります。累計工事完了数では、B-CUBIC は減少、BRO-LOCK は横ばい、BRO-ROOM が大幅に増加しております。

事業別四半期新規導入棟数の推移です。



基本的にはベテランメンバーがBRO-ROOMの稼働に注力いたしました。その分、B-CUBIC、BRO-LOCKは前年同期と比較し減少しておりますが、成長ドライバーであるBRO-ROOMは計画通りに推移しております。

BRO-ROOMの成長要因についてです。



ベテランメンバーが販売代理店の獲得と案件出しに注力しております。販売代理店に関しては前年同期のほぼ2倍で、51社から98社まで増えております。

受注エリアの分布では、当社の拠点がある大阪、東京、福岡、名古屋、広島を中心とし、その周辺の都道府県エリアの案件が90%、残りは東北や北海道エリアからの受注となっております。

販売代理店に関しては、今後も様々なパートナーと組むことが戦略として決まっておりますので、今後はさらにエリア拡大が見込まれると思われま

す。また、営業ノウハウの確立ということで、営業ツール・ルールが整備され、販売開始時よりも販売しやすい環境が徐々に確立されておりますが、まだまだ受注獲得までの期間短縮や工事完了までの工数削減が課題となっておりますので、今後もPDCAを回し課題改善に取り組んでまいります。

B-CUBICのストック売上高の推移です。



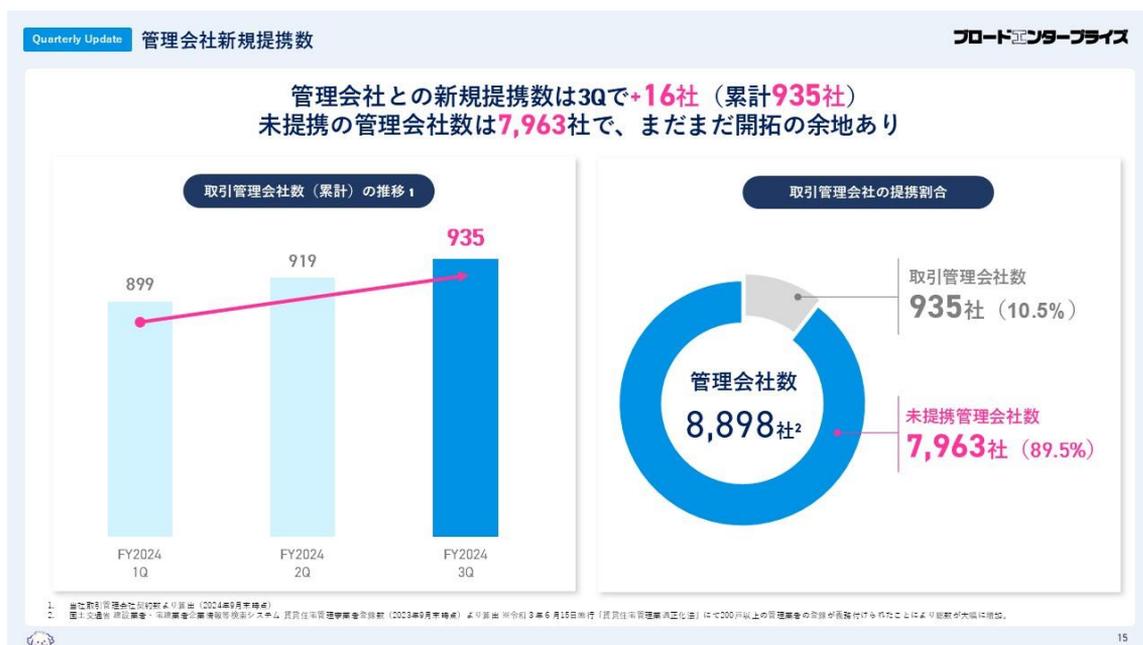
前年同期比プラス0.4%で、微増となります。BRO-ROOMに注力しておりますので、想定の内と考

累計導入棟数です。



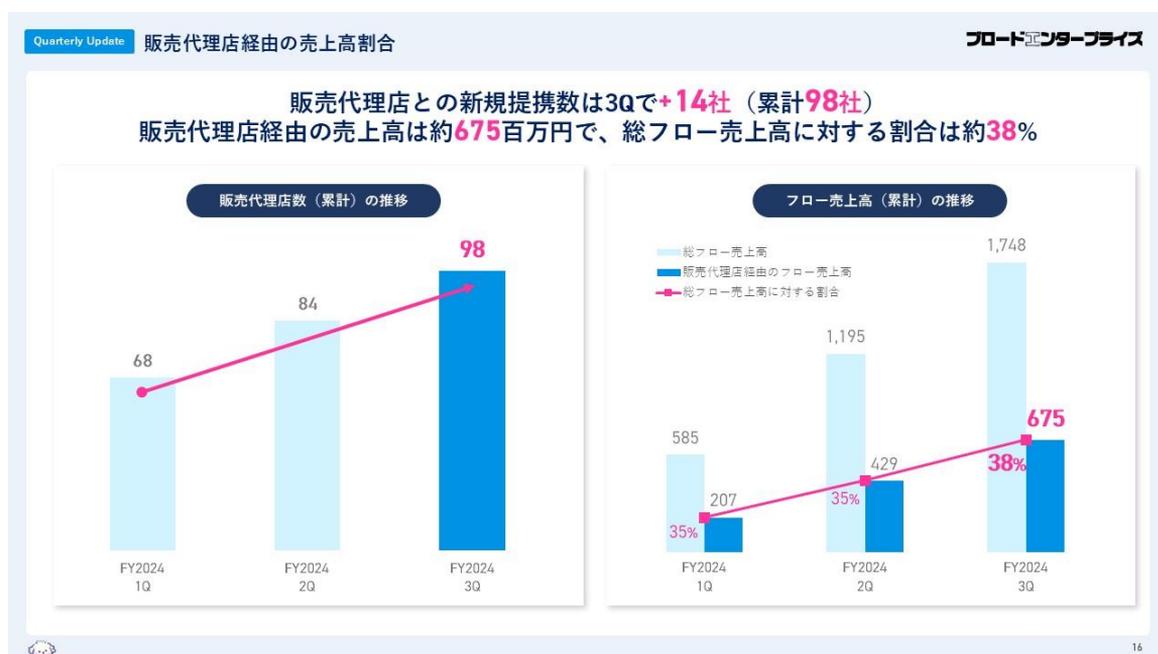
B-CUBIC の累計導入棟数は 8,928 棟で、間もなく 9,000 棟になります。

管理会社新規提携数です。



第1Qから徐々に増え、第3Qでプラス16社、累計935社となっております。ただし、管理会社数の母数は8,000社ほどありますので、まだまだ開拓の余地はあると考えております。

販売代理店経由の売上高割合です。



販売代理店の提携数は累計で98社となりました。販売代理店経由の売上は3Q時点で6億7,500万円、総フロー売上高に対する割合は38%となります。今後、さらに増やしていこうという計画です。

貸借対照表です。

Quarterly Update 貸借対照表（前期末比較） フロードエンタープライズ

（単位：百万円）	FY2023.4Q （実績）	FY2024.3Q （実績）	増減額	<p style="text-align: center;">トピックス</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 流動資産 1Qの債権流動化により一旦売掛金が減少し、その後債権の積上げにより前期比で増加。 ■ 流動負債 主に売上振替による前受金の減少。 ■ 自己資本比率 利益剰余金の積上げにより自己資本比率が改善。
流動資産	5,910	6,351	+441	
（内 売掛金）	(2,928)	(3,129)	(+200)	
固定資産	1,369	1,211	△158	
流動負債	5,162	5,003	△158	
（内 前受金）	(3,228)	(2,614)	(△613)	
固定負債	1,257	1,491	+233	
負債合計	6,420	6,494	+74	
純資産合計	859	1,067	+208	
負債・純資産合計	7,279	7,562	+283	
自己資本比率	11.8%	14.1%	+2.3pt	

17

トピックスです。

Topics トピックス フロードエンタープライズ

FY2024.3Qのトピックス

 AIシステム開発進捗	不動産業界に特化したITベンダーと業務委託契約を締結。年内に開発をスタート。	
 シーラテクノロジーズ社と業務提携	株式会社シーラテクノロジーズの保有・管理する物件に対して、「B-CUBIC」及び「BRO-LOCK」をはじめとする当社サービスの提供を開始。	
 Airbnb Partnersに参画	Airbnb Partners に参画する各事業者と連携し、空き家戸建ての賃貸転用や民泊、シェアハウス等に有効活用し、空き家の活性化を推進。	

19

第3Qのトピックス一つ目はAIシステムの開発です。不動産業界に特化したITベンダーと業務委託契約を締結いたしました。年内にいよいよ開発スタートする予定です。

二つ目は、シーラテクノロジーズ社との業務提携です。シーラテクノロジーズ社は、アメリカのナスダックに上場されている不動産会社様です。不動産の保有、管理物件が多数あり、B-CUBICおよびBRO-LOCKをはじめとする当社サービスの提供を開始いたします。

三つ目は、Airbnb Partners 参画です。Airbnb Partners は約200社弱の事業者が参画しており、空き家戸建ての賃貸転用、民泊、シェアハウス等に有効活用して、空き家の活性化を推進してまいります。空き家に対し、初期導入費用ゼロ円のリノベーション（BRO-ROOM）を実施していきます。また、外国人の方も当然Wi-Fiを使用されますので、B-CUBICも同時に初期導入費用ゼロ円で導入していくといった流れです。

成長戦略です。

Growth Strategy 中期経営計画達成に向けた取り組み フロートエンタープライズ

 BRO-WALLの販売開始	マンション・アパート・ビル・戸建て等の大規模修繕を初期導入費用ゼロ円で実現する「BRO-WALL」の販売を2024年10月より開始。	BRO-WALL
 BRO-ZEROを始動	初期導入費用ゼロ円スキームのサービスラインナップが増えたため、ファイナンススキームの総称を「BRO-ZERO」とし、各サービスを展開。	BRO-ZERO
 債権流動化の実行方針	従来は当座貸越枠をあまり利用せずに債権流動化を行っていたが、今後は当座貸越を積極的に利用し、債権をためたうえで債権流動化を実施していく。	

21

中期経営計画達成に向けた取り組みとして、一つ目は BRO-WALL の販売開始となります。WALL は壁で、外壁塗装などいわゆる大規模修繕になります。マンション、アパート、ビル、戸建てに向けて初期導入費用ゼロ円で実現していきます。

我々のターゲット市場が、3年前はマンション、アパートのみでしたが、今ではビルや戸建てにまでマーケットを広げております。その中で、初期導入費用ゼロ円はやはり物件オーナー様の受けが良く、10月より販売開始をいたしました。

二つ目は BRO-ZERO の始動です。初期導入費用ゼロ円スキームのサービスラインナップが非常に増えてきました。その中で、一つずつ商品名を付けていくと大変ですので、総称を付け、BRO-ZERO という名称で各サービスを展開してまいります。

三つ目は債権流動化の実行方針です。従来は銀行の当座貸越枠をあまり利用せずに債権流動化を行っていましたが、今後は当座貸越を積極的に利用し、債権をためた上で債権流動化を実施してまいります。

こちらに関しては、最後に CFO の渡邊より詳しくご説明させていただきます。

BRO-WALL についてのご説明です。

Growth Strategy 大規模修繕工事「BRO-WALL」を2024年10月より提供開始 ロードエンタープライズ

【オーナー様の課題】 雨漏りやタイルの剥がれなどを修繕し、建物の耐久性や美観を維持しなければ、入居率に影響。また、工事費用が高額であり、多額のキャッシュを準備する必要があることが課題。

【BRO-WALLが解決】 BRO-ROOM（内装）でお部屋をリフォームする際、外装も初期導入費用ゼロ円で行いたいニーズが多数あり、当社のファイナンススキームを活用することで、オーナー様の負担を軽減。

BRO-WALLを提供開始するにあたり、環境を整備

有資格者の採用 建築士、施工管理技士の資格を持つ人材を採用。

建設業許可の取得 建築一式工事をはじめとする一般建設業許可を取得。

取得した建設業の種類

建築工事業 電気工事業 電気通信工事業 大工工事業 左官工事業
とび・土工工事業 石工事業 屋根工事業 タイル・れんが・ブロック工事業
鋼構造物工事業 鉄筋工事業 板金工事業 ガラス工事業 塗装工事業
防水工事業 内装仕上工事業 熱絶縁工事業 建具工事業 解体工事業

回収リスク 顧客属性は変わらず、回収リスクは他商材と同様。ただし、単価が上がるためこれまで以上に**精緻な与信管理を徹底**。

ローンチ後、2週間で25件の案件抽出、3件が受注確定

22

雨漏りやタイルの剥がれ等を修繕して、建物の耐久性や美観を維持しなければ、入居率に影響してきます。仮にお部屋がいくら綺麗でも、外観が良くなければ入居を諦める方も一定数いらっしゃいます。雨漏りなどは、もうそこに住むことはできなくなってしまいますので、大規模修繕というのは、オーナー様としては必ず実施しなければなりません。ただし工事費用が高額になりますので、多額のキャッシュを準備する必要があるということが、オーナー様の課題となります。

その中で、約1年前から始めております専有部、内装のリノベーションである BRO-ROOM をご提案する際に、外装部分も初期導入費用ゼロ円で行いたいという声がありました。我々のファイナンススキームを活用することで、オーナー様の負担を軽減するということが、この10月から様々な整備が終わって、いよいよローンチしたという形になります。

建築士や施工管理技士等の資格を持つ人材を採用し、建設業許可も取得いたしました。ただし、おそらくご心配されているかなと思うのが、回収リスクの部分です。

顧客属性は、いわゆる物件オーナー様で変わりありませんので、リスク自体は他商材と同様ですが、やはり単価が上がるため、これまで以上に精緻な与信管理を徹底する必要があります。

10月のローンチ後、約2週間で25件の案件抽出、3件が受注確定となっており、そこからまだ案件自体は続々と出てきているような状況でございます。

商材別売上・粗利単価です。

商材別売上・粗利単価

粗利獲得に貢献する商材の販売に引き続き注力

商材ごとのフロー粗利のイメージ

商材	売上単価	粗利率	粗利単価	1契約あたりの棟数・室数	1契約あたりの粗利単価	
B-CUBIC Next	100 万円 / 棟	50 %	50 万円 / 棟	1 棟	50 万円	
BRO-LOCK	200 万円 / 棟	50 %	100 万円 / 棟	1 棟	100 万円	
BRO-ROOM	300 万円 / 室	30 %	90 万円 / 室	5 室	450 万円	
BRO-WALL ¹ 2024年10月リリース	専門工事 ²	200～1,000 万円 / 棟	30 %	60～333 万円 / 棟	1 棟	60～333 万円
	建築一式 ³	2,000～4,000 万円 / 棟	30 %	600～1,333 万円 / 棟	1 棟	600～1,333 万円

1. BRO-WALLの単価は2024年10月半報時点の想定。 2. 建築のみでの単価工事。 3. 建築・設備等複数にわたる大規模工事。

23

既存商材である B-CUBIC Next、BRO-LOCK に関しては、それぞれ売上単価が 100 万円、200 万円、粗利率は 50%、粗利単価は 50 万円から 100 万円となります。

BRO-ROOM の単価が 1 室 300 万円、粗利率は 30%で 90 万円となります。

これまでの統計で、20 室のマンションであれば平均 5 室空室があり、5 室とも BRO-ROOM を依頼されることが多く、平均 5 室を掛け合わせると、1 契約当たりの粗利が 450 万円になります。

BRO-WALL はまだ始まったばかりで統計自体あまり取れておりませんが、現状ある案件から見ると、粗利は専門工事であれば 60 万円から 333 万円、建築一式工事であれば 600 万円から 1,333 万円となります。まだ幅があり、中心ラインはこれから明らかになってくるというところです。ただし、B-CUBIC、BRO-LOCK よりも売上単価、粗利額が上がりますので、BRO-ROOM、BRO-WALL に今後はさらに注力していく戦略であります。

初期導入費用ゼロ円のファイナンススキーム「BRO-ZERO」です。

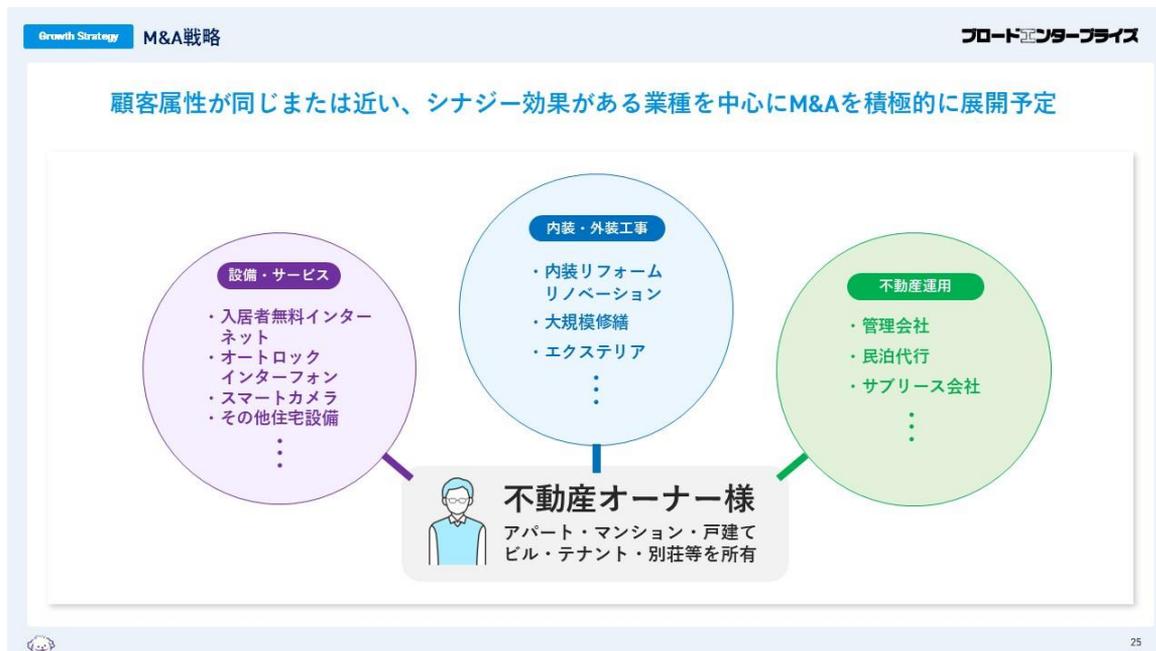


当社が提供する設備・サービスはインターネット、インターフォン、リノベーション、大規模修繕、カメラ等があります。カメラはどんな物件でも汎用的に使うことができるような商品です。

対象物件が、アパート・マンションだけではなく、ビル・テナント、戸建て、宿泊施設、ホテル・旅館と拡大しております。

さらに運用方法の提案もさせていただき、通常の賃貸、ウィークリー・マンスリー、民泊、貸別荘、レンタルスペースのような形で、物件に応じて、収益性の高い運用方法をご提案していきます。オーナー様にしっかりと利益を取っていただき、我々もその収益の中から回収するという形で、このファイナンススキーム「BRO-ZERO」をさらに拡販していきたいと考えております。

M&A 戦略です。



顧客属性が同じまたは近い、シナジー効果がある業種を中心に M&A を積極的に展開予定です。

入居者無料インターネットやインターフォン、カメラ等いわゆる我々の祖業のようなサービスは、当然シナジー効果が高く、ターゲットとなります。

また、BRO-ROOM や BRO-WALL はファイナンススキームを提供しており、実際にリフォーム、リノベーション施工を当社がするわけではなく、現状すべて外注です。こうした業務、業種でやられている会社を M&A すると、その外注先の利益部分を連結で取り込めるということもあり、非常に相性が良いと考えております。

最後は不動産関連です。管理会社、民泊代行、サブリース会社等になります。この領域もシナジーが高く、ターゲットになってまいります。

渡邊：債権流動化の実行方針です。

Growth Strategy 債権流動化の実行方針 ロードエンタープライズ

【見えてきた課題】

- ・単価の高い商材（BRO-ROOM等）の割合が増えてきている。
- ・集中度（※）の関係で流動化するまで時間がかかる。

【解決方法】 流動化できるまでのつなぎの資金として借入枠の増額が必要。

	定期的に流動化（年度末付近）	債権がたまった段階で流動化
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・債権をオフバランスすることで自己資本比率が高まる。 ・借入枠を空けておくことができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・債権をためるまでは借入枠を利用することになり、利用実績に応じて借入枠増額の可能性がでる。 ・債権をためる間は借入金利率が適用されるためコストが低く抑えることができる。 ・流動化する際のイニシャルコストの割合を低くすることができる。 ・多額の債権購入を考えている投資家に売却しやすい。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・借入枠をあまり利用しないため枠増額交渉ができない。 ・売却債権の金額が少ないため流動化する際のイニシャルコストの割合が高い。 ・多額の債権購入を考えている投資家に売却できない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自己資本比率が改善されない。

※集中度1% 例えば10億の流動化をした場合、売却できる1債務者あたりの債権の上限は10百万円までになる。

26

表に記載のとおり、これまでは定期的に年度末付近で流動化を実行してきましたが、今後は債権がたまった段階で不定期に流動化を実行していく考えです。今期に関しては11月頃に流動化を実施予定とお伝えしてきましたが、来年度に延期を考えております。

11月の債権流動化に向けて金融機関様と協議を重ね、見えてきた課題がございます。主に2点あり、BRO-ROOMのような単価の高い商材が増えてきていることと、それに伴い集中度の関係で流動化まで時間が掛かるということが分かりました。

集中度とは、売却する債権金額に対する1債務者あたりの債権額の割合です。例えば、集中度1%の場合、10億円の流動化を実施する場合、売却できる1債務者あたりの債権の上限は1,000万円までになります。

BRO-ROOMの販売で1契約者様から何室もご契約をいただくことがあります。その場合の債権の積み上げが例えば3,000万円に上ったとき、10億円の流動化をした際に1,000万円までしか流動化ができず、残り2,000万円は次回の流動化まで持ち越しということになります。そうなる資金繰りが厳しくなってくるという課題があります。

そこで解決方法として、繋ぎ資金としての借入額の増額が必要になってまいります。スライドの表に、これまでとこれからの方針のメリットとデメリットを記載しております。

これまで、年度末付近に流動化をするメリットというのは、自己資本比率が高まるということがございました。当社のBSの構造からしても、初期ゼロプランを売れば売れば売掛金がたまってき

ます。売掛金がたまると資金繰りが厳しくなるので、短期借入金もそれに連動して上がってきます。流動化した時点で売掛金がキャッシュに代わり、そのキャッシュで借入も返済するので、借入が減って自己資本比率が高まるという流れでした。

ただ、この状況ですと売掛金をためない、すなわち借入をあまり利用しない段階で流動化しており、借入枠をあまり使用しないため、借入枠の増額交渉ができませんでした。枠を増やすためには、枠を目いっぱい使用した上で依頼する流れとなりますが、現状大きく枠が空いている状況でした。その方針を変更し、債権がたまった段階で流動化となった場合、期末時点で流動化を実行せず、債権と借入がたまった状況なので、自己資本比率が改善されないように見えてしまうというデメリットがあります。

ただし、メリットとしては、借入額を目いっぱい使用するため、増額交渉がしやすくなっていくことと、コスト面でもメリットがございます。

初期ゼロプランを維持するために資金繰りとして借入または債権流動化を実施する必要がありますが、借入の方が金利コストは安く、そちらの割合が増えるとトータルコストも低く抑えられるというメリットがあります。

また、流動化をする際、10億円を流動化しようと、30億円を流動化しようと、回数ごとに必ず発生するコストは一定です。したがって、なるべく債権をためて流動化した方が、イニシャルコストの割合を低くすることができるというメリットがあります。

以上のメリット、デメリットを鑑みて、現状は債権がたまった段階で流動化する方がより良いと考えております。以上になります。

栢本：ありがとうございます。第3四半期決算概要については、以上となります。

質疑応答

栢本：それでは、質疑応答に移らせていただきます。まず、事前質問受付フォームからいただいたご質問に回答させていただきます。

質問 [1]：債権流動化についての質問となります。以前、動画にて8月までの債権を期末に流動化している旨、説明がありました。今年度も同様に8月までの債権が流動化される見込みでしょうか。もしくは、9月、10月、11月頃の債権まで流動化可能になっておりますでしょうか。また、9月、10月、11月頃の債権も流動化が可能になるためには、御社の債権流動化の仕組みにどのような変化が必要なのかについて、併せてご確認させてください。

渡邊：先ほどご説明しましたとおり、今年度は流動化を見送って、来年度に実施する予定です。今は債券が流動化するまで時間が掛かってくる傾向にあるので、借入によって資金を繋いでいこうという考えでおります。

質問 [2]：時価総額 280 億を目指すという点に関して質問です。プライム上場に当たり増資することを想定しているとのことですが、こちらの時価総額については、増資分の株式数も含めた時価総額を想定しているのでしょうか。もしくは、現時点の株数を維持した状態で目指す数値となりますでしょうか？

渡邊：時価総額は、株式数×株価なので、株式数が上がると時価総額が上がりますが、希薄化が起きて株価も下がるので、株価がどうなるかは想定が難しく、現時点の株数状態を維持した数値となります。

質問 [3]：BRO-ROOM について質問です。現時点で BRO-ROOM は順調に売上が伸びしており、BRO-WALL についても来年度以降に売上が立っていくことになるかと存じます。将来的、例えば3年後には BRO-WALL もある程度まとまった売上が上がってくることになると思いますが、BRO-WALL の売上比率はどのようになっていることを想定しておりますでしょうか。現時点の手ごたえ的に BRO-ROOM よりも売上が伸びそうなどありましたら、ご共有いただけますと幸いです。

中西：BRO-ROOM、BRO-WALL の1件単価が高く、B-CUBIC、BRO-LOCK と比べ売上比率が上がってくることは間違いないと思います。BRO-ROOM と BRO-WALL に絞った場合、まだどちらが良いかという回答はできない状態です。どちらもニーズがあり相互にクロスセルが可能なサービスとなります。我々は主にマンションやアパートを対象にしてきましたが、最近では戸建てやビルの BRO-WALL の話も増えています。販売しやすい商材が増え、マーケットも拡大している中、人材に限られている上でどう効率よく業績を上げていくかについては、もう少しお時間をいただきたいと思います。

質問 [4]： BRO-ROOM、BRO-WALL に力を入れているということで、施工管理に建築士が必要と伺いました。現状ですが、建築士が何人採用されていて、具体的にどんな業務なのか。また、各支店への配置状況を教えてください

畑江：建築士、施工管理技士合わせて現状は2名になります。今は本社採用にしていますので、施工管理や見積もり作成業務、業者折衝を遂行しております。今後支店での採用、配置も検討しております。

質問 [5]： オーナーにサブリース会社を紹介されるようですが、長期間の運営が大前提になりますから、よって財務力が重要と考えます。上場企業ならともかく、未上場の企業であれば運営が長期的には厳しいと思うのですが、そのサブリース業者の選定基準はどうなっていますか？

畑江：先週にリリースを出させていただきましたが、JPMC 様と提携を発表しております。JPMC 様、元日本管理センター様は、現状プライム上場企業で安定した基盤を築いており、JPMC 様と組んで進めております。

質問 [6]： BRO-ROOM の OEM をやられている代理店が、BRO-ROOM の販売を増やしていると聞きますが、OEM とはどのようなものを意味しているのかがよく分かりません。具体的にどのようなものなのかをご説明いただくと助かります。

畑江：BRO-ZERO のファイナンススキームを使っていただくという形になります。例えば BRO-ROOM という商品を販売する場合に、その会社様のお名前を商品名にした、リブランドのような形で展開していくことが OEM の提供となります。ただし、債権流動化が関わってきますので、事

実上は当社とオーナー様、そこに販売店として OEM の会社様が OEM 商品名で介入してまいります。

質問 [7] : 業績好調であり株価も堅調に推移しておりますが、配当方針に基づき、当面は無配だと思います。そのため、機関投資家の投資対象とはなりにくいと思います。貴社株式の魅力を高めるため、400 株より上の株主優待を拡充すべきだと思います。最近も、大幅な QUO カード優待で 2 日連続ストップする銘柄が出ています。そこまでやる必要はないと思いますが、せめて 5,000 円程度出せば株価を意識した経営と評価されると思いますので、ご検討ください。

中西 : 配当方針は、上場直後からご説明させていただいているとおり、税引き後利益 5 億円で配当性向 20%と、その方針に変わりありません。

株主還元に関して、配当実施がそう遠くないところまで来ているという感触もあり、現状は優待の拡充よりも、いかに早く配当を実施できるかというところに主眼を置いております。

栢本 : ありがとうございます。以上が事前にいただいたご質問への回答となります。それでは、Zoom にいただいた質問に移ります。

質問 [8] : BRO-ROOM について質問です。3Q での BRO-ROOM の単価は 286 万円と、平均単価 300 万円～350 万円から下がっているように見受けられますが、こちらの原因は何でしょうか？

畑江 : BRO-ROOM の実績もまだまだですので、平均単価はこれからも変動があると感じております。シングル物件、ワンルームであれば、単価が下がるということは考えられますし、ファミリー物件が増えると単価は上がります。平均値がまだ精緻ではないというのが現状の答えになります。

中西 : 付け加えまして、最近ビルの BRO-ROOM で受注が進んでいるような案件も出てきており、そうなってくると 1 件粗利が 1,000 万円になってきたりもします。この平均単価は、その時々受注で大きく変わってしまう可能性がありますので、今後は建物種別ごとの数字もある程度参考として出していければと考えております。なにぶん始まったところで、母数データがまだありませんが、今後はもう少し分かりやすいように発表させていただきます。

質問 [9] : B-CUBIC Next のリリースに伴い、ストック売上は微増の状態が続いているかと思いますが、今後ストック売上を増やすような商品を何か考えていますでしょうか？

中西 : スtock売上は経営的にもあればあるほど楽になりますので、増やしていきたいというところではあります。今のところ大きくストック売上を上げていくような商品はありません。現状はどちらかというところフロー売上をしっかりと上げていく基盤を作っていきたいと考えております。

質問 [10] : BRO-LOCK の売上がかなり落ち込んでいるように見受けられます。BRO-ROOM に注力しているという理由以外に何か理由がありますか？

畑江 : ご指摘の通り、BRO-ROOM・BRO-WALL に注力しているというのが理由の一つです。元々中計での数字、目標 KPI に沿ってある程度進んでおりますので、大きく何かが落ち込んでいるわけではないとご認識いただければと思います。

中西 : 商材ごとにどう、というより、今は粗利額の大きなものをベテランメンバー中心に取りに行くという方針で動いておりますので、全社の売上総粗利が今後どれだけ増えていくのかということにご注目いただければと思います。

質問 [11] : BRO-WALL は新たな人材を必要とするなら、目先は費用遂行となり、赤字が続くと見たほうがいいでしょうか？

中西 : 結論としては赤字にはなりません。確かに人件費の部分はいわゆる販管費としてのコストになりますが、実際に既に受注が上がっている商材ですし、既存顧客からクロスセルできる商材でもありますので、案件の増加が見込まれます。コストよりも収益の方が断然大きいと考えており、赤字スタートとは全く見ておりません。逆に成長ドライバーとしてさらに売上利益を来期以降、牽引していくものと考えております。

質問 [12] : 売上が過去最高ですし、今期の累計の粗利額も昨年を上回り、過去最高でした。その中で、2Q と 3Q では 2Q の粗利額が多いのはどういう理由によるものですか？

中西 : 工事完了をどこまで Q 内に入れ込めるかが重要になりますが、3Q より 2Q の方が多かったというところではあります。累計では昨年を上回っておりますし、年間を通して売上、粗利ともに過去最高になる予定ですので、たまたま 2Q に大型案件が入った、等の理由になります。

質問 [13] : JPMC との業務提携ですが、実際に受注も入っているのは心強いです。BRO-ROOM 事業では、不動産オーナーとサブリース業者とのサブリース契約が重要なようですが、ここには借地借家法も関係しています。また、サブリースについての説明がなかったようにも思いますので、オーナーに対してサブリース契約はどう影響してくるのかを、借家法がどういうものなのか、またオーナーのメリット、リスクを含めた内容でお聞かせいただけたらと思います。

畑江 : BRO-ROOM の契約には、サブリースを含む契約と含まない契約の二つがあります。JPMC 様と提携してサブリースを含む場合、当社が BRO-ROOM を提供し、JPMC 様がサブリース契約を提供します。サブリースを含むメリットとして、JPMC 様が全室借り上げますので、BRO-ROOM の月額分割料金を、その保証家賃から当社に支払い、残りをオーナー様に返却するというものがあります。オーナー様からすると、JPMC 様を介さない場合、サブリースの保証家賃が確定しないため、満室になれば利益は大きいものの、リスクを考慮し確実に収益を得たい方にはサブリースが有効です。当社としては、オーナー様から直接ではなく、JPMC 様が保証することで BRO-ROOM の料金を回収できるため、未回収リスクが少なくなります。

また、サブリース契約に関して、JPMC 様が希望すれば契約を解約できる状態であり、また家賃についても、始めに想定した家賃を、例えば 5 年後に入居が付かない等の判断で減額できる権利があります。これはオーナー様にとってリスクやデメリットとなりますが、BRO-ROOM の分割期間に対し、同期間のサブリース契約を組む等、当社と JPMC 様が共同で運用することで、できる限りそうならないように試算して運用してまいります。

質問 [14] : BRO-ROOM や新しい BRO-WALL は売上額も大きいと思いますが、新入社員や年次の若い社員の方が 1,000 万単位の契約を取ってこられるようなこともあるのでしょうか？

中西 : 現状、実績としてはあります。ただし、やはり金額的にも大きく、オーナー様にもしっかりとご説明する必要がありますので、営業幹部やベテランメンバー、畑江を含めた経営企画室メンバーが、リード獲得後、オーナー様と実際にお話をしっかりさせていただいて受注になっています。若い年次のメンバーのみで全て完結するということはありません。

質問 [15] : 今期に債権流動化をしないとのことから、今年度末の債権流動化に掛かる費用がなくなり、純利益としては期初に想定したよりも上がるのが想定されるかと思えます。その点を踏まえ、今年度の純利益予想に変化がありますか？

渡邊：ご指摘のとおり、債権流動化に関する費用はなくなったので、その分プラスになることが想定されますが、代わりとして当座貸越枠の増枠を検討しており、そちらも費用が掛かりますので、その分は純利益からマイナスになります。純利益予想に関しては、まだ読めない段階ではあります。

質問 [16]：気になっていることがあります。三菱地所と総合スマートホームサービス、HOMETACT の業務提携契約を締結とのニュースリリースがあり、その第 1 弾としてエスポワール加西の物件が取り上げられていました。以前の話ですと、アットホーム、スーモのような媒体に載せる前に全て貸し出されるほどの人気という状況だったように思いますが、半月たったところに再度拝見しましたところ、まだ募集されていたように思いますが、現在はどのような状況でしょうか？

畑江：当物件は部屋数が多く、また、BRO-ROOM 導入のお部屋すべてに HOMETACT を導入したわけではありません。スタートのときは HOMETACT が間に合わなかったという経緯があり、一部未導入のお部屋がございます。BRO-ROOM の工事が終わり、HOMETACT も設置して、設定が完了した段階であることと、不動産の繁忙期がこれからであることをふまえ、入居率は今後高まっていくものと想定しております。

質問 [17]：今後、利上げ局面が続いた場合、債権流動化にどんなリスクがあり、どう対処していく考えでしょうか。また、ベテランによる代理店開拓の状況も教えてください。

渡邊：今後、利上げ局面が続いた場合、債権流動化のコストは上がってくることが想定されます。当社としては、そのコストは売価に転嫁していくこととなります。利上げ局面が続いた場合は、市況も良くなっていたり、オーナー様も借入れの利率が上がってきたり等で、状況はよくご存知かと想定されますので、売価への転嫁は可能であると考えております。

中西：代理店開拓について、BRO-ROOM、BRO-WALL に関しては、リフォーム会社が代理店になるケースが多いです。お部屋のリノベーションにしても大規模修繕にしても、リフォーム会社がオーナー様に営業活動を実施します。その中で、例えばご高齢でローンが組めない、キャッシュはあるが次の物件購入のために使いたくない等、そのようなお悩みを解決するために我々の初期ゼロをご利用いただきます。初期ゼロがなければ失注になっていた案件を、リフォーム会社が代理店として、我々の初期ゼロを武器に契約獲得にいたるケースもあります。また、営業代理店の会社もあります。オーナー様や管理会社と元々繋がりがあり、顧客をご紹介いただくという流れです。また、Web からのお問い合わせというケースもあります。

畑江：代理店の開拓に関しては、3Qで14社プラスになって、今年度で見ると約30社プラスになっております。開拓は出来てきておりますが、稼働という面では、販売が加速しているところもあれば、まだ低速なところもありますので、ベテランの営業メンバーによって、テコ入れを順次続けております。

質問 [18]：BRO-ROOMはオーナー会にアプローチをされていると聞いています。ただ、オーナー会というものがよく分からないので、どういう組織で、全国にどの程度の数があって、その会員数はどのぐらいなのかを教えてください。また、こういった手順でオーナーにアプローチされていて、今現在、全国のどの程度の数のオーナー会に既に提案されているのか、その進捗状況を伺えたらと思います。

畑江：オーナー会とは、不動産オーナー様が主体になり、情報交換会や勉強会、物件見学会等を開催している会となります。著名なオーナー様がおり、多くの会でその方が代表になり、それぞれの地域のオーナー様を集めて組織化しています。関西であれば、関西の大家会、東京であれば東京の大家会で、別運営となります。他にもSNS等ネット上で広がっている大家の会もあります。会の数で言うと数百ぐらいはあるかと思いますが、会員数となると不明です。当社では、祖業からさまざまなオーナー様とのネットワークがありますので、オーナー会のセミナーや勉強会に参加してBRO-ROOM等をプレゼンし、ご興味のあるオーナー様に再度個別でアプローチするというアクションを取っております。オーナー会は全国に多くありますので、今後ネットワークを活かして、拡大していけたらと考えております。

質問 [19]：過去最高売上、おめでとうございます。今回の決算についての感想を3人にお願いたします。

渡邊：ありがとうございます。4Q目標に対して着地がどうなるかというところで、今も邁進しております。全社員がそれぞれ自分自身の役割を全うし、目標に向かって突き進んでいきたいと考えております。

畑江：ありがとうございます。過去最高というところで、営業メンバーが本当に良く頑張ってくれているおかげでもありますし、工事完了までしっかり持っていつてくれる施工メンバーや、商品開発の部分で経営企画室メンバーがいたり、債権流動化を構築してくれている経理メンバーであったり、社員が働きやすい環境を作ってくれている総務メンバーであったり。本当に全員が一丸となってきた結果ではありますが、そこを意識し過ぎるのではなく、今期の着地踏まえて、中計の達成

というのが、何よりも重要であり、かつその先にあるプライム上場に向けてさらに躍進するためには、まだまだ通過点かと思えますので、今後も気を引き締めてやってまいります。

中西：ちょっと畑江のコメントが良過ぎてこれ以上あまりないです（笑）

本当に、メンバー一人一人が頑張ったというところではありますが、また通期計画というところではご心配をお掛けしている部分もあります。12月末まで走り切り、株主、投資家の皆様にすこしでもご迷惑、ご心配をお掛けしないよう努めてまいります。

また、今回の中計に関しては、配当の実施や時価総額目標、プライム上場等様々なことに繋がっていきますので、まず目の前のこと、そして今期含めプラス2年をしっかりと結果でお返ししていきたいと考えております。

栢本：ありがとうございます。それでは今確認できる質問がありませんので、質疑応答を終了とさせていただきます。皆様、たくさんのご質問をありがとうございました。

以上をもちまして、株式会社ブロードエンタープライズ 2024 年 12 月期第 3 四半期決算説明会を終了とさせていただきます。

全員：ありがとうございました。