

2023年5月16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 執行役員 経営企画室 室長 畑 江 一 生
(TEL 06-6311-4511)

2023年12月期 第1四半期決算説明会書き起こし

2023年5月11日に開催しました2023年12月期 第1四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

■2023年12月期 第1四半期決算説明会 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】

[2023年12月期 第1四半期決算短信](#)

[2023年12月期 第1四半期決算説明資料](#)

以 上



株式会社ブロードエンタープライズ

2023年12月期 第1四半期決算説明会

2023年5月11日

イベント概要

[企業名]	株式会社ブロードエンタープライズ		
[企業 ID]	4415		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2023 年 12 月期 第 1 四半期決算説明会		
[決算期]	2023 年度 第 1 四半期		
[日程]	2023 年 5 月 11 日		
[ページ数]	45		
[時間]	18:00 – 19:26 (合計：86 分、登壇：48 分、質疑応答：38 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	3 名		
	代表取締役社長	中西	良祐 (以下、中西)
	執行役員 経理部 部長	渡邊	宗義 (以下、渡邊)
	執行役員 経営企画室 室長	畑江	一生 (以下、畑江)

登壇

栢本：定刻となりましたので、ただいまより、株式会社ブロードエンタープライズ 2023 年 12 月期第 1 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。司会を務めさせていただきます、ブロードエンタープライズの栢本と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

まずは本日のスピーカーをご紹介します。画面中央がブロードエンタープライズ代表取締役、中西です。

中西：よろしくお願いいたします。

栢本：続きまして、画面右側が執行役員経理部部長、渡邊です。

渡邊：よろしくお願いいたします。

栢本：続きまして、画面左側が執行役員経営企画室室長、畑江です。

畑江：畑江です。よろしくお願いいたします。

栢本：それでは説明会の流れをご説明させていただきます。

代表の中西より、第 1 四半期決算について説明させていただき、その後質疑応答の時間となります。質疑応答については、まずは事前にいただいたご質問から回答差し上げます。その後、残りのお時間に応じて、ご覧いただいている Zoom 画面に、Q&A と表示されているボタンからいただいたご質問に回答してまいります。説明会の終了時刻は 19 時を予定しております。質疑応答によっては、お時間が前後する可能性がございますので、あらかじめご了承ください。

INDEX

<small>Quarterly Update</small>		
1.	2023年12月期 第1四半期決算概要	P 3
<small>Company</small>		
2.	会社・事業概要	P 26
<small>Appendix</small>		
3.	参考資料	P 43

ただいまより、2023年12月期第1四半期決算内容についてご説明いたします。本日の流れは、表示の通りとなります。

それでは中西よりお話をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

中西：皆様お忙しい中、当社の決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。まずはこの目次の通り、進めさせていただきたいと思います。

それではよろしくお願いいたします。

- ・前年同期比で28.9%増収。売上高の通期計画進捗率は上振れで着地
- ・減資による適用税率変更により、当期純利益のみ通期業績予想133百万円から217百万円に上方修正
- ・B-CUBIC事業において、契約期間を撤廃した新たな契約プランをリリースし、1Qで60百万円の売上増に寄与

売上高

680 百万円	前年同期 527 百万円	増減額 +152 百万円	前年同期比 +28.9 %	通期計画 3,666 百万円	進捗率（実績） 18.6 %
----------------	-----------------	------------------------	-------------------------	-------------------	--------------------------

営業利益

△11 百万円	前年同期 △32 百万円	増減額 +21 百万円	前年同期比 - %	通期計画 366 百万円	進捗率（実績） - %
----------------	-----------------	-----------------------	--------------	-----------------	----------------

当期純利益

当期純利益を上方修正

66 百万円	前年同期 △115 百万円	増減額 +182 百万円	前年同期比 - %	通期計画 217 百万円	進捗率（実績） 30.7 %
---------------	------------------	------------------------	--------------	-----------------	--------------------------

まず、サマリーです。

第1四半期が終了いたしました。前年同期比で28.9%プラスとなっております。売上高の通期計画進捗率は期初に発表させていただいた通り、売上高15%となり、着地としては18.6%の上振れとなります。

次に減資による適用税率変更により、当期純利益のみ通期業績予想1億3,300万円から2億1,700万円に上方修正しております。また、B-CUBIC事業において、契約期間を撤廃した新たな契約プランをリリースし、第1四半期で6,000万円の売り上げ増に寄与しております。

営業利益に関してはマイナス1,100万円、前期比プラス2,100万円、当期純利益は前期比プラス1億8,200万円、着地しております。今期は2022年の新収益認識基準適用から約1年が経ち、同じ会計基準で前期比較ができておりますので、売上高、営業利益、当期純利益に関する前期プラス分は基本的に成長している部分とお考えいただければと思います。

主力のB-CUBICが好調。新プランのB-CUBIC Nextも業績貢献
BRO-LOCKは堅調に推移。BRO-ROOMは前期のテストマーケティングを経て今期より稼働

B-CUBIC

工事完了棟数

345 棟

前年同期比 **+31.2%**

- B-CUBIC Nextはテストマーケティングにおいて好評であったため、正式にリリース。

BRO-LOCK

工事完了棟数

38 棟

前年同期比 **+100.0%**

- 新設支店、2022年度新卒メンバーが稼働し始め、受注数・工事完了数が伸長。

BRO-ROOM

工事完了部屋数

3 部屋

前年同期比 **-%**

- 前期のテストマーケティングを経て今期より稼働。



業績ハイライトです。

今回から B-CUBIC、BRO-LOCK、BRO-ROOM という三つの柱でセグメントを分けてご説明させていただきます。まず、第1四半期の B-CUBIC 工事完了棟数は 345 棟、前年同期比 31.2%増、BRO-LOCK は工事完了棟数 38 棟と、前年同期比 100%増です。BRO-ROOM に関しては、昨年第4四半期からテストマーケティングでスタートしており、今期より本格的に稼働していく中で、まず 3 部屋完了したところになります。

売上高・利益共に順調に推移

当期純利益は減資の影響もあり、前年同期比で約182百万円の増加。

(単位：百万円)	2022年12月期 第1四半期	2023年12月期 第1四半期	増減額	増減率	要因
売上高	527	680	+152	+28.9%	計画を上回る進捗ペース。
売上原価	265	347	+82	+31.1%	売上高に比例し機器原価が増加。
売上総利益	262	332	+70	+26.7%	売上高に比例し売上総利益が増加。
販売費及び一般管理費	294	343	+49	+16.7%	支店開設、採用強化により増加。
営業利益	△32	△11	+21	-	売上高に比例し増加。
経常利益	△161	△35	+125	-	前年同期では債権流動化の構築費用が計上されたが、今回は無し。
当期純利益	△115	66	+182	-	減資の影響により84百万円の増加。

6

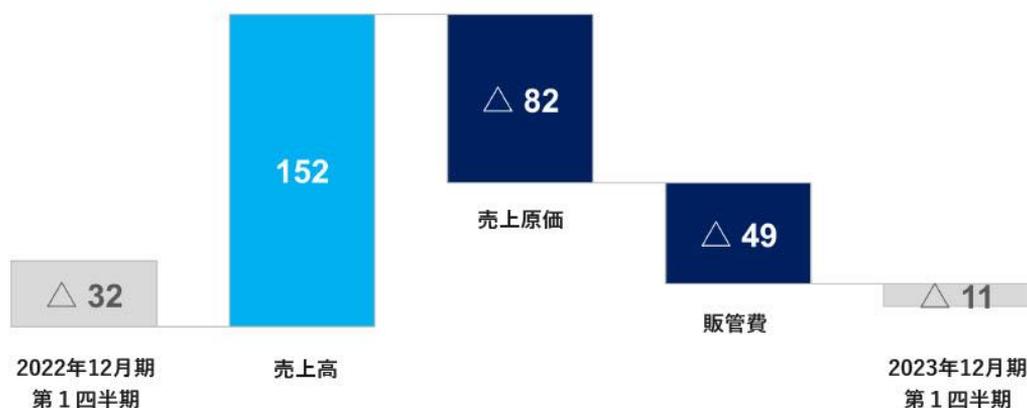
各段階利益です。

売上高 6 億 8,000 万円、営業利益がマイナス 1,100 万円、経常利益はマイナス 3,500 万で、当期純利益はプラス 6,600 万円となっております。

売上高の増加に伴った機器原価の増加や、採用強化による販管費の増加があったものの、営業利益は前年同期比で約21百万円増と好スタート

営業利益の前年同期比

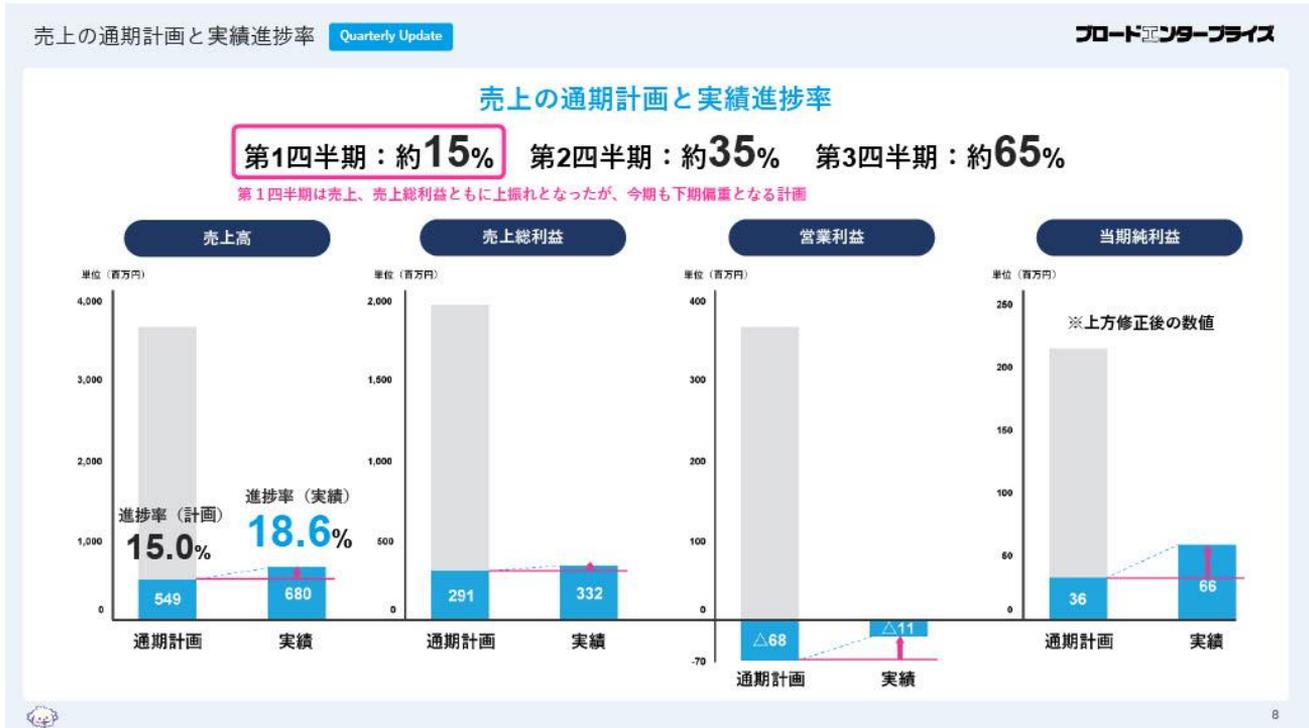
(単位：百万円)



7

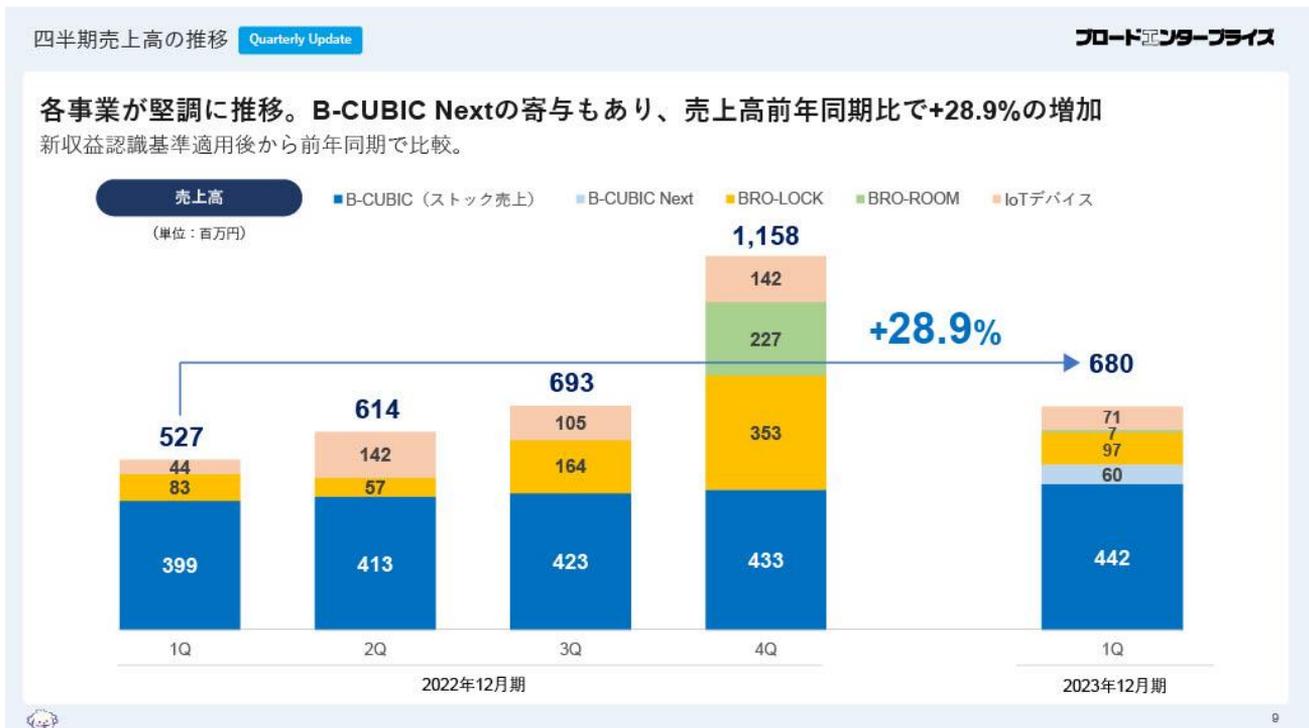
営業利益の変動要因分析です。

1億5,200万円、昨年度より売上高が上昇していますが、売上原価や販管費もそれに伴って増加し、その差額分で、営業利益は前期比2,100万円増と好スタートを切っております。



通期計画進捗率です。

第1四半期の売上計画は約15%、実績は約18.6%となりました。第2四半期計画は約35%、第3四半期で約65%と、通期を通して100%を達成する計画で進めております。



四半期売上高の進捗です。

今回から、各セグメントの売上も開示しております。

まず、濃いブルーが B-CUBIC ストック売上です。オレンジが BRO-LOCK で、グリーンが BRO-ROOM、ピンクは IoT デバイスで、メインサービスとクロスセルするようなスマートロックやスマートカメラ等の売上となります。前期比 28.9%増の成長をしております。

(単位：百万円)	2022年12月期 期末 実績	2023年12月期 第1四半期 実績	増減額	要因
流動資産	4,173	4,664	+490	初期導入費用 0 円プラン ¹ による売掛金の増加。
うち現預金	990	1,187	+197	当座貸越契約による預金の増加。
固定資産	1,467	1,555	+88	
資産合計	5,640	6,219	+579	
流動負債	4,109	4,694	+584	主に当座貸越契約による借入金の増加。
固定負債	1,016	944	△72	
負債合計	5,126	5,638	+512	
純資産合計	514	581	+66	
負債・純資産合計	5,640	6,219	+579	

1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。

B/S です。

こちらはまたご覧いただければと思います。

減資の影響により当期純利益を上方修正



■ 計画修正の背景

減資については、資本金・資本準備金の一部を利益剰余金に振り替え、早期に配当ができる体制を目指すため2023年3月23日の株主総会にて決議。

減資により期末時点の繰延税金資産の金額が約84百万円増加し、法人税等調整額が約84百万円発生（利益の増加）。

今期業績予想の税引後純利益のみ上方修正（133百万円→217百万円）となった。

当期純利益の上方修正についてです。

減資の影響により、当期純利益を上方修正しております。本来、当期純利益は1億3,300万円と発表しておりましたが、8,400万円プラスし、2億1,700万円の着地を目指してまいります。

安定したストック収益事業を基軸に、集合住宅IoT化のシェアを拡大し増収増益を見込む

(単位：百万円)	2022年12月期 通期	2023年12月期 通期	前期比
売上高	2,992	3,666	+22.5%
営業利益	289	366	+26.2%
経常利益	125	200	+59.0%
当期純利益	77	上方修正 217	+179.1%

改めて通期業績予想となりますが、今期売上高36億6,600万円、営業利益3億6,600万円、経常利益2億、当期純利益は上方修正を加味し、2億1,700万円を見込んでおります。

B-CUBICによるストック売上は概ね計画通り。BRO-LOCK・BRO-ROOM・その他IoTデバイスによるフロー売上は計画を上回るペースで好調に推移

(単位:百万円)	2022年12月期 第1四半期	2023年12月期 第1四半期	増減額	増減率	要因
売上高	527	680	+152	+28.9%	
ストック売上高					
- B-CUBIC / B-CUBIC Next	399	442	+43	+10.9%	計画通りの推移。B-CUBIC Nextはインターネットサービス提供分がストック売上に計上。
フロー売上高					
- B-CUBIC Next	-	60	+60	-	テストマーケティングにおいて好評であったため、正式にリリース。
- BRO-LOCK	83	97	+13	+16.5%	計画通りの推移。
- BRO-ROOM	-	7	+7	-	前期のテストマーケティングを経て今期より稼働。
- その他IoTデバイス	44	71	+27	+61.7%	スマートカメラ、スマートロックなどIoTデバイスのセット販売が堅調に推移。

13

事業別売上高です。

ストック売上高がB-CUBICで4億4,200万円、フロー売上高で、契約期間を撤廃した新たなプランB-CUBIC Nextが6,000万円、BRO-LOCKで9,700万円、BRO-ROOMで700万円、その他IoTデバイスでは7,100万円となります。

「B-CUBIC」累計導入棟数の前年同期比は17.1%増で、計画通りに推移



14

B-CUBICの累計導入棟数です。

前年同期と比較し、17.1%増となります。また、累計導入棟数は7,000棟を超えてまいりました。



B-CUBICの四半期ストック売上高の推移です。

前期比で10.9%増となります。

B-CUBIC事業 - B-CUBIC Next Quarterly Update ロード証券プライス

B-CUBICの新たなプラン「Next」をスタート

契約期間の縛りを撤廃し、お客様の導入ハードルを下げ、既築市場のシェア獲得を目指す。

提供開始の背景

全戸一括型インターネット業界の契約期間は5～7年が主流。サービス提供側としては期間で縛った方がメリットが大きい。しかし、この契約期間が長いと感じる、数年後に物件を取り壊すなど、契約期間の縛りによる不満のお声が少なからず存在。

▼

お客様の声から契約期間の縛りを撤廃した新たなプランをスタート。

 **通常のビー・キュービック** ▶ **契約期間6年**

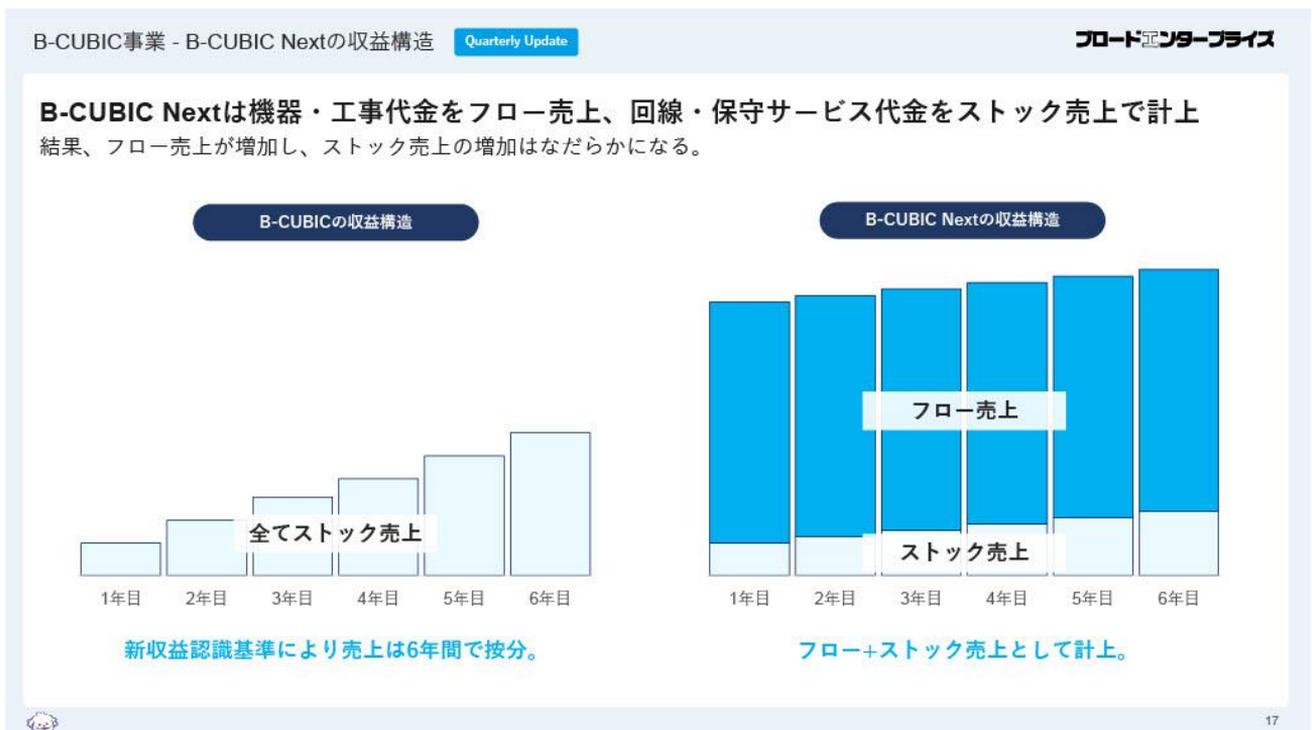
 **ビー・キュービックネクスト** ▶ **契約期間の縛り無し**

16

B-CUBICの新たなプラン、B-CUBIC Nextについて具体的にお話させていただきます。

全戸一括型インターネット業界で2005年からサービスを開始しておりますが、同業他社も含めて、契約期間は5年から7年というのが主流となっております。

サービス提供側からすると、契約期間の縛りは、解約されにくいというところで、メリットがあるのですが、マンションオーナー様にとってはこの契約期間が長いと感じられたり、また数年後に物件を取り壊すなどの予定があるオーナー様もいらっしゃいますので、契約期間の縛りによる不満の声が少なからず存在しました。本来 B-CUBIC の契約期間は6年ですが、B-CUBIC Next はお客様の声から契約期間の縛りを撤廃した新たなプランとしてスタートすることにいたしました。



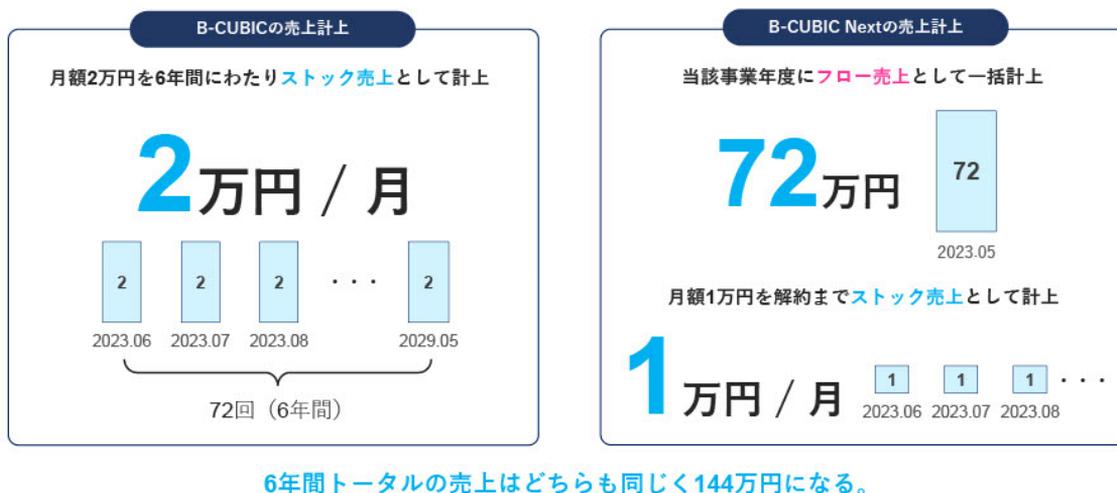
B-CUBIC Next で大きく変わる収益構造の部分をご説明させていただきます。

新収益認識基準の適用により、契約期間で売上を案分するというルールが2022年からスタートし、全てがストック売上となりました。イメージとしてスライド左側のように階段状にストックが積み上がっていくという形ですが、B-CUBIC Next の場合は、機器と工事代金の導入に対する費用がフロー売上になり、回線の提供や、障害の対応など、保守関係のメンテナンスサービス部分で契約期間の縛りをなくし、いつでも解約できるという形となります。こちらはストック売上として計上していきます。

まとめると、機器・工事代がフロー売上として一括で売上計上、回線保守サービスは今まで通りストック売上として計上となります。フロー売上进行分、ストック売上の増加が、スライド右側のようになだらかになっております。

売上計上をB-CUBICとB-CUBIC Nextで比較

例：2023年5月に工事完了。機器・工事代金72万円、回線・保守サービス代金1万円 / 月の場合。



B-CUBIC と B-CUBIC Next の比較です。

仮に機器・工事代金 72 万円、回線・保守サービスを月 1 万円とした一例です。

B-CUBIC の場合は、6 年契約ですので、72 万円を 72 回で割った 1 万円と、回線・保守サービスの 1 万円を足した 2 万円が 6 年間にわたり毎月ストック売上として計上されます。

B-CUBIC Next の場合は、機器・工事代金部分に関しては、72 万円をフロー売上として計上できますので、工事を行った事業年度に 72 万円を計上します。毎月 1 万円の回線・保守サービス部分は解約まで毎月 1 万円をストック売上として計上していきます。

6 年間トータルの売上は、2 万円×72 回か、72 万円+1 万円×72 回にするかの違いで、どちらも同じ 144 万円になります。計上のタイミングが変わるというところが違いになります。

「BRO-LOCK」累計導入棟数の前年同期比は370.8%増で、好調に推移



19

BRO-LOCK 累計導入棟数です。

現在累計で 306 棟への導入を行っております。BRO-LOCK は、昨年の後半から様々な施策を打ち、後半にかけて伸びるとい形になっております。

共用部のIoT化×リノベーション×初期導入費用0円¹

前期の後半に掴んだBRO-LOCKの勝ちパターンを継続して推進。

エントリーモデルの販売加速

宅内工事が不要で、集合玄関機とスマートフォンライセンスの組み合わせによるシンプルかつ明瞭なプラン「エントリーモデル」を前期にリリースし、案件数が増加。



案件数の増加と提案から受注までのスピードが向上。

1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。

既築物件をオートロック化

既築物件をオートロック化することで空室対策かつ家賃アップに貢献。また、エントランスのリノベーションを同時受注することで受注単価の向上。初期導入費用0円モデルを適用することで、オーナーの初期負担を軽減。



エントランスの壁紙塗装、ドアの造作、鏡の設置、BRO-LOCK集合玄関機設置を実施

	導入前	導入後
入居率	83%	100%
家賃	44,000円	47,000円



20

BRO-LOCK の取り組みについてです。

BRO-LOCK はエントリーモデルにより案件数を増加させてまいりました。また、既築物件のオートロック化にも注力しました。右の写真のようにポストやドアの新設をはじめ、天井、床、壁などをリノベーションし、エントランスを綺麗にした上でIoT インターフォンを導入し、オートロック化することで物件のバリューアップを図り、入居率の向上や、家賃を上げることでオーナー様のキャッシュフロー最大化に寄与します。

事業の強みとしてはやはり初期導入費用0円プランです。共用部のリノベーションは通常何百万円とかがかりますので、オーナー様の経済的負担になります。当社の初期導入費用0円プランを活用いただくことで、初期費用を一切用意せずに毎月の分割金だけでリノベーションを可能にします。入居率が上がればその家賃で支払っていきけるような、そういった仕組みをとっております。

BRO-ROOM事業 - BRO-ROOMとは
Quarterly Update
ブロードリーディングインタープライス

専有部のIoT化×リノベーション×初期導入費用0円¹

三菱地所の総合スマートホームサービス「HOMETACT」とリノベーションで、最新のIoTルームとして差別化を行い、空室対策に寄与。

IoT

三菱地所の総合スマートホームサービス
HOMETACT

リノベーション

※BRO-ROOM施工後の物件写真

今期より新規事業として本格的にスタート。パートナー企業と協力し、受注拡大を狙う。

¹ 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。

BRO-ROOM の概要です。

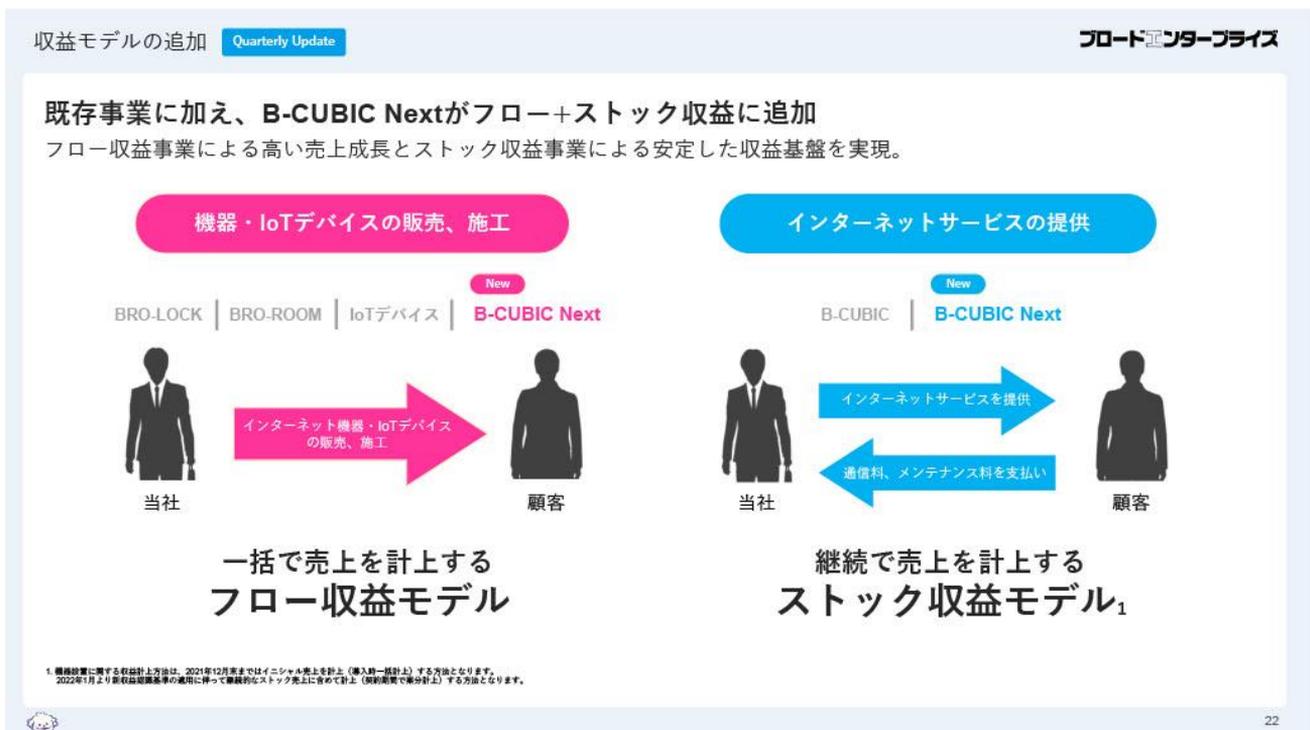
今期から本格的に販売開始しております。三菱地所様の総合スマートホームサービス HOMETACT を設置し、各お部屋のIoT化を進めます。例えば電気、エアコン、音楽設備やリンナイさんの給湯器と連携するなど、様々な家電と接続することで快適な入居者様の生活を実現しようというのが、BRO-ROOMの軸になります。

ただし、トイレとお風呂が一緒など、そもそも人気のないお部屋にIoTを入れてもそこまでの効果が見込めません。なので、IoTプラスリノベーションを施します。部屋を綺麗にリノベーションしてご提供します。もちろんBRO-ROOMにも当社の初期導入費用0円プランが適用可能ですので、

オーナー様は初期費用を準備する必要がありません。リースやローンを組む必要もないというところで、経済的なハードルを下げています。

対象物件としては例えば3年で5室空いているなど、手入れされていない物件になります。リノベーションにお金をかけるにしても1部屋200万円、ファミリー物件であれば、500万円かかるケースもあります。この金額×空室分となると費用負担に足踏みされますが、実際何とかしなければずっと放置になってしまいます。そういったお部屋を、このIoTとリノベーションで、さらには費用を用意することなく提供するというのがBRO-ROOMです。オーナー様にも大変好評で、テストマーケティングの期間、前期の第4四半期となりますが、2億2,700万円の売上が上がりました。さらに今期、受注拡大を狙ってまいります。

BRO-ROOMはパートナー企業様と協力して推進させる事業です。しっかりとパートナー企業様とタッグを組むことと、パートナー企業数を増加させていくことに注力していきます。

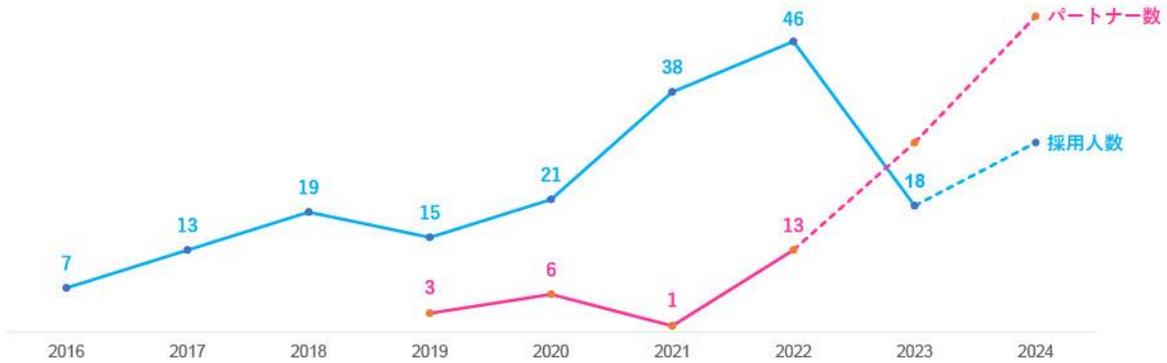


収益モデルの整理です。

左の赤い部分が一括で売上を計上するフロー収益モデルで、BRO-LOCK、BRO-ROOM、IoTデバイス、そしてB-CUBIC Nextが追加されました。右の青い部分、ストック収益モデルは、6年で按分する従来通りのB-CUBICと、B-CUBIC Nextについては回線・保守料金に関する売上がストック収益になっております。成長を牽引するフロー収益と、安定のストック収益、この2本立てで収益基盤を持って、会社を成長させていこうと考えております。

代理店販売をはじめとしたパートナー施策で固定費をかけずに販売が加速。そのため当初予定していた50名前後の採用から18名に変更。2022年より増員した人財の育成と新拠点の地盤固めに注力

パートナー数と採用人数の推移（単年）



2023年度も引き続きパートナー施策の推進により、売上増・生産性向上を見込む。

1. パートナーとは不動産会社（管理会社・デベロッパー）などは含まず、当社の商品を代理店・COM・加盟店として販売いただく企業様です。



採用とパートナー施策についてです。

前期は新卒を40数名採用しましたが、人数が多く、面倒をしっかりと見ることができなかったという部分もあり、一旦今期は18名の採用に絞り、足場をしっかりと固めます。来期は約30名前後の採用を見込んでおります。パートナーは固定費がかからないという利点がありますので、引き続き提携数を増加させてまいります。

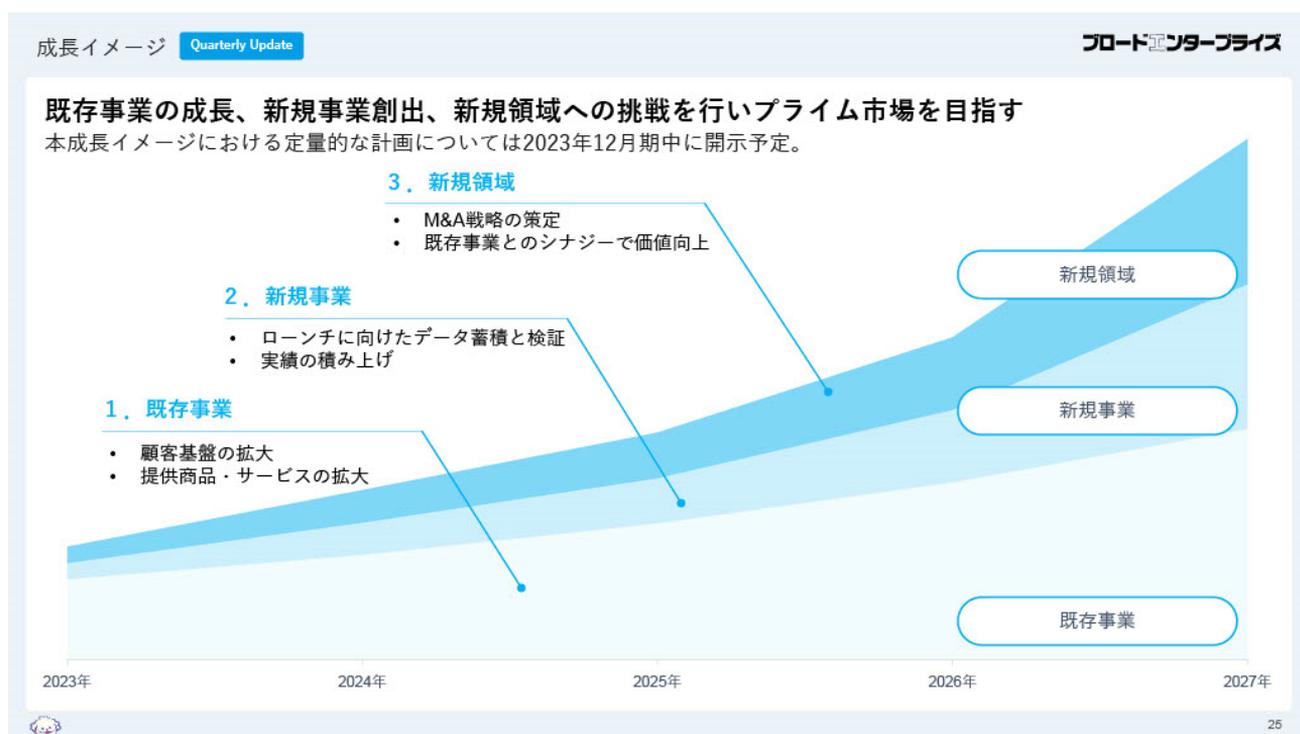
売上高のCAGRは28%。今後も高い成長率を維持し、成長を加速させていく

(単位：百万円)



売上高 2019 年から 2022 年までの CAGR です。

プラス 28%で成長しております。



成長イメージです。

具体的な内容については 2023 年 12 月期中に開示予定をしております。

まずは既存事業を成長させていきます。新規事業は仕込みをしているものもあります。M&A や既存事業とのシナジーで価値を向上させていくような新領域も検討しております。会社を成長させていくことが上場した意味と考えておりますので、その先のプライム市場を見据え、実現に向けて邁進してまいります。

会社名	株式会社ブロードエ ンター プライズ
代表取締役社長	中西 良祐
設立	2000年12月15日
所在地	大阪市北区太融寺町5-15 梅田イーストビル9階
従業員数	130名 (2023年3月末日時点)

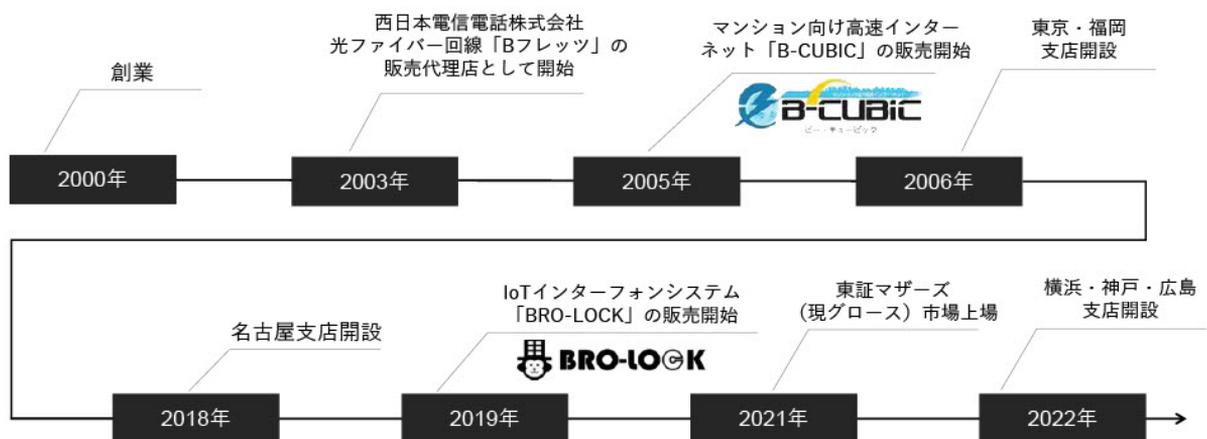


拠点一覧



ここからは、ブロードエンタープライズを最近知ったとか、あまり内容をよくご理解していないという方もいらっしゃると思いますので、簡単に会社のご説明をさせていただきます。

当社は、2000年12月に設立した23年目の会社です。本社が大阪ですが、東京、横浜、名古屋、大阪、神戸、広島、福岡という拠点を運営している会社になります。このブロタンというキャラクターは私が飼ってるマルチーズをモチーフにしたキャラクターです。



- 創業当初は大手キャリアの通信機器等を販売しておりましたが、2003年よりNTTのマンション向けインターネットの販売代理を委託されたことから、マンション向けにサービスを開始しました。
- 2005年より販売開始いたしましたマンション向け高速インターネット「B-CUBIC」は、現在14万世帯以上に提供しております。
- 2019年より新たな柱として、IoTインターフォンシステム「BRO-LOCK」の販売を開始しました。
- 2021年12月に東証マザーズ（現グロース）市場に上場いたしました。



沿革です。

2000年に創業、2005年にB-CUBICという、現在の柱となる事業をスタートしております。2019年からはIoTインターフォンシステムBRO-LOCKの販売を開始し、2021年12月に東証マザーズ、現グロース市場に上場しております。

経営理念とミッション Company **ブロードインターフェイス**

Philosophy

CS = Customer Satisfaction (顧客満足)
私たちは、お客様の笑顔をとコト追求します

ES = Employee Satisfaction (社員満足)
私たちは、社員の笑顔をとコト追求します

SC = Social Contribution (社会貢献)
私たちは、優しさと思いやりを持ち、地域・社会に貢献します

Mission

IoTでマンションのキャッシュフローを最大化します

29

経営理念とミッションです。

CS、ES、SC、この三つを経営理念として、お客様という人のために、社員という人のために、社会貢献は例えば学校に行けない子供たちを支援する、子どもたちという人のために、このような自分たちの関わる周りの人たちの満足、幸せを追求していこうというのが、経営理念になっております。

また、商品としてはIoTを扱っておりますので、ミッションとして、マンションのキャッシュフローを最大化し、マンションオーナー様に最大限の家賃収入を取っていただくお手伝いをするというミッションを掲げております。

CSの実現のために様々な取り組みを担当者単位で実践 (一部をご紹介)

お客様アンケートの紹介1



伊東商事株式会社 伊東俊子様

BRO-LOCKを導入することになった決め手は、営業の方の真摯な姿勢です。「とにかく導入させたい」「何がなんでも売りたい」というガツガツした姿勢で売り込んでくる営業の人はたくさんいらっしゃるのですが、ブロードエンプライズのご担当者さんは「御社（伊東商事株式会社）にとって、いかに利益をもたらすことができるか。」という視点で提案をいただきました。

ご担当者さんのお話は、私の物件（ITOPIA）の周辺にあって、オートロックやWi-Fiがすでに導入されている物件の家賃相場などをすべて調べ上げ、もしBRO-LOCKを導入したら、「きちんと回収ができる」「満室にすることができる」「具体的にこれくらいの家賃収入が上がる」という論理的かつ説得力のあるもので、データと数字に基づき誰もが納得できるお話でした。

私はこの「オーナーと共感し、一緒になって課題を解決していこう」という姿勢に感動し、経営のパートナー企業として信頼することになりました。

1. ご本人様の許可をいただいております。

30

CSの事例です。

お客様に大変喜んでいただいていますという事例になっております。

ESの実現のために様々な取り組み・福利厚生を充実 (一部をご紹介)



日本初! 60歳の定年後に100歳まで継続して働ける再雇用制度を実現。

医療費負担制度 (家族・ペット含む)



医療費を一部負担する制度です。会社が社員とその家族の医療費を負担します。飼っているペットの医療費も負担します。(ペットも家族)

チャリティー有給休暇制度



「有給休暇はなかなかとりにくい...」そんな考え方を壊すためにできた制度です。社員が1日有給休暇を取得する度に、会社がユニセフ等の慈善団体に募金します。

31

ESの事例です。

医療費負担制度は、医療費 3 割負担の一部を、上限はありますが、会社が負担します。安心して働ける環境づくりや、健康第一というところを大切にしております。これは社員が飼うペットの医療費も含めます。

有給休暇制度は、普段有休をなかなか取りにくい、申請しづらいという社員が有休を申請しやすいように、1 日有給休暇を取る度、会社がユニセフ等の慈善団体に募金します、休んだら社会貢献になるという制度です。

また、当社では定年を 100 歳までとしています。今どんどん寿命も延びているというところで、まだまだ働けるけど会社の仕組みとして 60 歳とか 65 歳で定年退職を余儀なくされている人のために働ける間は働いて、元気にやりがいを持っていけるように、このような制度を作っております。

SC = Social Contribution (社会貢献) Company

アロードエンタープライズ

SCの実現のために様々な取り組みを社員自ら実践 (一部をご紹介します)

FREE SCHOOL FORO

不登校の子どもを持つ親御様を中心として大阪に設立されたNPO法人(特定非営利活動法人)フォロ様への支援を行っています。学校を苦しく感じる子どもたちが年々増えています。

フリースクールの役割は、学校と家庭以外の第三の居場所として、子どもの命を守るためにも切実に必要です。基本的に行政からの助成がない中で運営されておりますので、当社としてもささやかながら定期的な寄付と物資による支援を行っています。

フォロ様よりいただいた感謝のお手紙と子供たちの写真!



1. フォロ様の許可をいただいております。

SC の事例です。

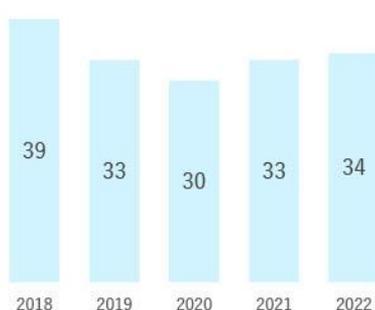
学校に行けない子供たちを支援しております。

既築・賃貸市場では空室の増加が大きな課題

供給戸数が増加する一方、人口は減少し、空室率が上昇。物件は老朽化が進み周辺物件との差別化が難しくなる。結果、マンションオーナーのキャッシュフローが悪化し、リフォーム等のテコ入れをしたくても現金が無かったり、ローンを組むための与信枠が無く、改善できないという悪循環に。

貸家の新設着工戸数推移¹

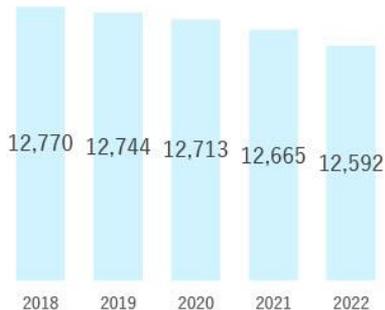
5年で賃貸新築物件は**176万戸の増加**
(単位：万戸)



1.国土交通省 令和4年 新設住宅着工戸数の推移 (利用開始済) より当社作成。

総人口の推移²

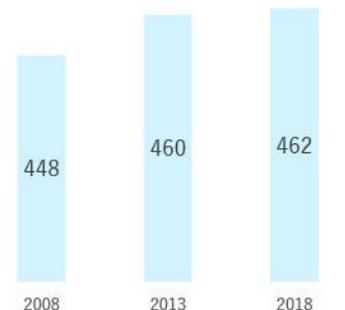
5年で人口は**125万人の減少**
(単位：万人)



2.総務省 人口統計 -2023年(令和5年) 1月報-より当社作成。

賃貸既築市場における空室状況³

10年で空室は**14万戸の増加**
(単位：万戸)



3.国土交通省平成30年住宅・土地統計調査の集計結果より当社作成。



ここからは事業のご説明です。

まずわれわれは主に賃貸マンション・アパート、または分譲マンションの一部、さらにホテル等の宿泊施設にインターネットやWi-Fiなど、IoT設備を導入しています。メインターゲットは賃貸市場になりますので、市場の抱える課題をご説明いたします。この5年間で新築は約170万室ずつ増加しており、年間約35万室、新たな新築マンションが建てられていきます。

一方、少子化の影響で人口は減ってきております。供給は増していくが人は減るところで、マンションの空室数は10年間で約14万戸も増加しております。マンションオーナー様というのは一見、安定した収入というイメージがあるかと思いますが、実際は満室経営を維持することは難しく、そのお手伝いをしている会社となります。

空室対策として他物件との差別化を図ることが重要に

人気設備導入で物件の魅力を高め、入居率UP・家賃UPに繋げ、マンションオーナーのキャッシュフローを改善。

2022年入居者が求める設備ランキング¹



大手仲介ポータルサイトのこだわり検索画面

キッチン	<input type="checkbox"/> ガスコンロ設置済 (100904)	<input type="checkbox"/> 対抗口 (27927)	<input type="checkbox"/> コンロ2口以上 (13221)
	<input type="checkbox"/> システムキッチン (136256)	<input type="checkbox"/> カウンターキッチン (15098)	<input type="checkbox"/> 高級高い乾燥機 (1267)
	<input type="checkbox"/> デイスーパー (1799)	<input type="checkbox"/> 冷暖庫付 (1277)	
バス・トイレ	<input type="checkbox"/> バス・トイレ別 (17448)	<input type="checkbox"/> 高圧洗浄 (9196)	<input type="checkbox"/> シャワー付風呂化粧台 (69512)
	<input type="checkbox"/> 温水洗浄便座 (112226)	<input type="checkbox"/> 浴室乾燥機 (19447)	<input type="checkbox"/> 洗面化粧台 (14976)
	<input type="checkbox"/> TV付浴室 (688)	<input checked="" type="checkbox"/> オートロック (13420)	<input type="checkbox"/> 防犯カメラ (7676)
セキュリティ	<input type="checkbox"/> セキュリティ会社加入済 (7196)		
	<input type="checkbox"/> TVモニタ付インターホン (130697)		
冷暖房	<input type="checkbox"/> ガス暖房 (2)	<input type="checkbox"/> 石炭暖房 (21)	<input type="checkbox"/> エアコン (21467)
	<input type="checkbox"/> 煤暖房 (6329)		
収納	<input type="checkbox"/> トランクルーム (2200)	<input type="checkbox"/> 床下収納 (904)	<input type="checkbox"/> ウォークインクローゼット (18039)
	<input type="checkbox"/> 全庫設備付 (2627)	<input type="checkbox"/> シューズボックス (20364)	
テレビ・通信	<input type="checkbox"/> CS放送 (34717)	<input type="checkbox"/> フローリング付 (66251)	<input type="checkbox"/> BS放送 (7797)
	<input checked="" type="checkbox"/> インターネット有料無料別 (1422)		
その他設備	<input type="checkbox"/> 薪ストーブ (17166)	<input type="checkbox"/> フロアリング (8311)	<input type="checkbox"/> オール電化 (2901)
	<input type="checkbox"/> ネット付 (2128)	<input type="checkbox"/> フローリング (19970)	<input type="checkbox"/> 専用 (1197)
	<input type="checkbox"/> 太陽 (7947)	<input type="checkbox"/> 防犯カメラ (14795)	<input type="checkbox"/> ロフト付 (1388)
	<input type="checkbox"/> 防犯カメラ設置済 (180517)	<input type="checkbox"/> 専有・共用付 (892)	<input type="checkbox"/> 防犯カメラ付 (33370)

人気設備の未導入物件は、こだわり設備にチェックされた時点で検索結果に表示されず、機会損失に。

1. 週刊全国賃貸新聞2021年10月18日号「入居者に人気の設備ランキング2021」より当社作成。



顧客ニーズのご説明です。

競争が激しい賃貸市場で生き残るためには、入居者様から選ばれる魅力的な物件にしていく必要があります。それには、入居者様にとって人気のサービスや設備の導入が必要です。左の図は賃貸住宅新聞という業界誌での人気設備ランキングですが、実は長年インターネット無料設備が、一番人気の設備です。二位がエントランスのオートロックです。単身者向けファミリー向けともに、どちらも毎年上位にランクインする人気設備です。

また、右の図は大手の仲介ポータルサイトです。お部屋を探す際のこだわり検索で、インターネット無料やオートロックがありますので、ここにチェックが入ることで、選ばれる物件になっていきます。



B-CUBIC
ビーキュービック

面倒な手続きなしで、入居したその日から
インターネットが24時間・完全無料で利用可能に。
物件の付加価値を高め、入居者に求められる物件を実現。

 リース・ローン契約不要の 月額料金のみで導入可能 ¹	 契約期間内 交換・保守費用無料 ²	 設置～アフターフォローまで 一括対応
 高スペックな IPv6回線に対応	 埋め込み型Wi-Fiで お部屋もスッキリ	 のぼり・看板で 物件をアピール

1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。
2. 天災および故意・過失を除く。

B-CUBIC 事業のご説明です。

入居者様が無料で使えるインターネットで、入居したその日から使えるところが売りです。今、全国で約 7,000 棟を超えて提供させていただいているサービスになっております。

入居者様がお部屋探しをされる際、間取りや家賃など諸条件が同じで競合した場合、一方はインターネット代が無料、一方は有料であれば、やはり無料の物件が選ばれやすいということで、入居率アップに貢献しているサービスになります。

BRO-LOCK

マンションのエントランスをオートロック化するための、
IoTインターフォンシステム。
スタイリッシュなデザインと安心のセキュリティ対策で物件
の付加価値を高め、管理コストを削減。



リース・ローン契約不要の
月額料金のみで導入可能¹



後付け可能!
施工が簡単で導入しやすい



設置～アフターフォローまで
一括対応



スマートロックと
連携可能



便利な機能と操作性で
使いやすい



管理業務を軽減できる
クラウドサービスの導入

1. 初期導入費用は0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。



BRO-LOCK 事業のご説明です。

例えば宅配業者様がマンションのエントランスでピンポンを押すと、通常お部屋のモニターが鳴りますが、BRO-LOCK ではスマホアプリが起動し、応対が可能で、今誰が来たか分ります。それを確認して実際に話すことができます。また、エントランスを解錠することもアプリでできますので、外出中でも宅配業者に指示を出すことができ、置き配が可能になります。BRO-LOCK は現在、導入棟数 300 を超えてきたサービスとなっております。

専有部のIoT化×リノベーション×初期導入費用0円¹

三菱地所の総合スマートホームサービス「HOMETAQ」とリノベーションで、最新のIoTルームとして差別化を行い、空室対策に寄与。

IoT

三菱地所の総合スマートホームサービス
HOMETAQ

リノベーション

※BRO-ROOM施工後の物件写真

今期より新規事業として本格的にスタート。パートナー企業と協力し、受注拡大を狙う。

1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。



BRO-ROOM 事業のご説明です。

先ほどお話をさせていただいたように、専有部、お部屋をIoT化して、リノベーションするという事業となります。

物件をバリューアップし、空室問題を解決

賃貸（マンション・アパート）市場をターゲットに、社会課題である空室問題に対して入居率を向上させるべく、インターネットサービス「B-CUBIC」を軸にしたIoTデバイスの販売を展開。物件のバリューアップやマンションオーナーのキャッシュフロー最大化に貢献。

マンションにWi-Fiを。
全戸一括型インターネットサービス
「B-CUBIC」

×

IoTデバイス¹

IoTインターフォンシステム「BRO-LOCK」

スマートロック

スマートカメラ

スマートサイネージ

スマートホーム

1. 現在開発中の商品を含みます。



当社が提供するソリューションのまとめです。

B-CUBIC という、インターネットインフラが前提として入っていますので、IoT デバイスをつなげるのに、それぞれで別途インターネットを引くという必要がありません。B-CUBIC が導入されていれば、ランニング費用が不要で、BRO-LOCK やスマートロック、スマートカメラなど、さまざまなデバイスに接続して、遠隔で操作ができたり、IoT としての価値を発揮することができます。物件自体をバリューアップすることで入居率・家賃を上げて、高収益のマンションを目指していきましょうというご提案をしております。

当社が提供するソリューション（初期導入費用 0 円プラン） ブロードインターネットプライズ

既築市場においてオーナー負担を軽減する初期導入費用 0 円プラン¹
 業界では稀な債権流動化²により実現。

ローンやリースなどの借入必要無し

初期費用

0

円

	他社	当社
お支払方法	リース・ローン・借入を行い、多額のキャッシュを準備	初期導入費用 0 円 月額費用のみお支払い
支払方法比較	△ ファイナンス契約の審査が必要 △ 借入となるため与信枠を圧迫	○ ファイナンス契約の審査が不要 ○ 借入では無いため与信枠を使用せず

顧客の70%以上がご利用になる当社独自のファイナンスプラン。
当社が提供するサービス全てに適用可能。

1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。 2. 債権流動化とは保有する債権を分離し、その債権が生み出すキャッシュフローを裏付けにして資金調達を行なう手段。

39

初期導入費用 0 円プランのご説明です。

われわれの強みとして、初期導入費用 0 円プランがあります。これまでご紹介してきたサービスでは通常、他社であれば数百万円の初期投資がかかります。その投資に対して、リース・ローンや銀行の借入を行ったりと、キャッシュを準備する必要があります。当社では初期導入費用 0 円で、月額費用のみお支払というプランをご用意しており、これが非常に好評で顧客の約 70%以上がこのプランをご利用されています。

賃貸・既築市場で約20年培ってきたノウハウで確固たるポジションを獲得
 契約プラン・商品・サービス・ポジショニングそれぞれの分野で強みを活かし、高い参入障壁を実現。



1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。 2. 当社契約・解約履歴（2015年～2022年）より算出。

競合優位性です。

約20年、賃貸市場においてインターネットサービス、IoTサービスをご提供してきた中で、初期導入費用0円プランや、IoTデバイスの同時提供など、様々な強みを持っており、競合他社や新規参入に対して、高い参入障壁があるのではないかと考えております。

事業展開に必要な技術・知識が多岐に渡るため、模倣が困難

← 必要な知識・技術 →

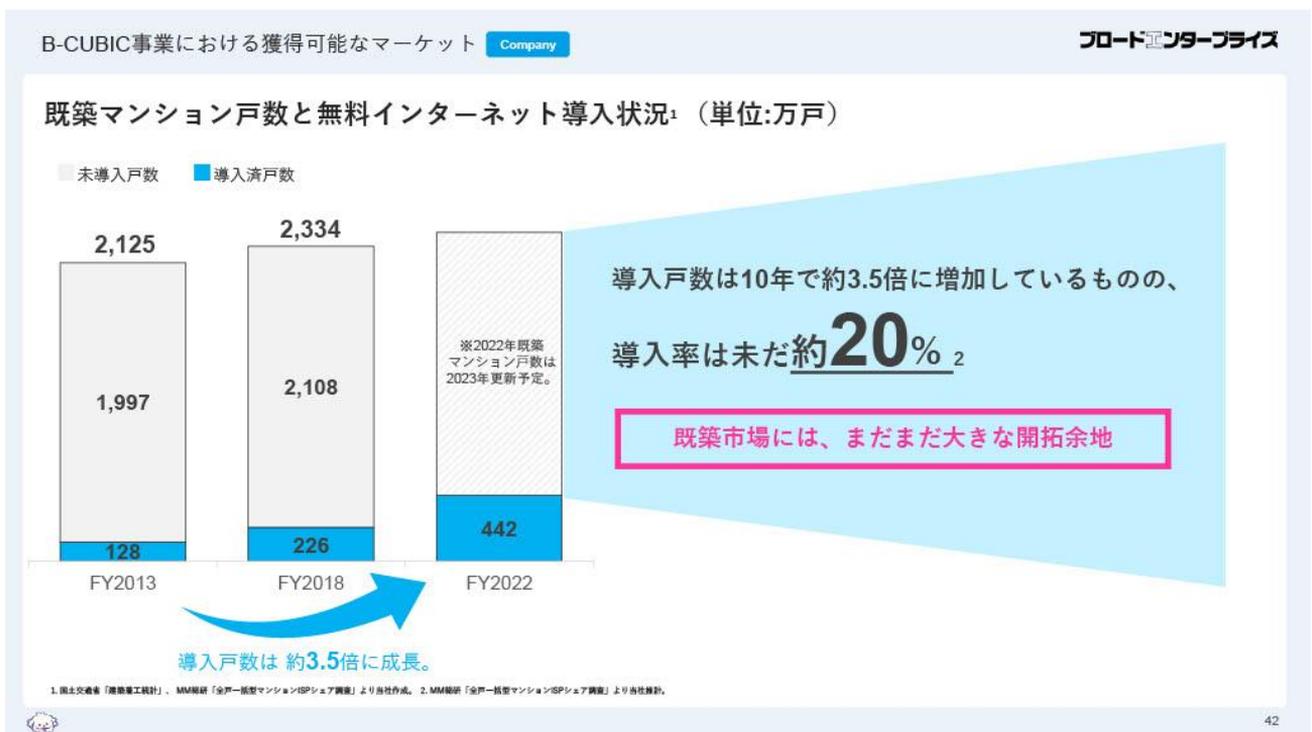
サービス	電気工事	ネットワーク技術	鍵工事	アプリ	クラウド	消防法対応	共用部工事	運用
	○	○	-	-	-	-	-	○
	○	○	○	○	○	○	○	○
	電気通信事業者の届け出が必要	幅広いネットワークの知識・技術が必要	オートロック化による鍵の知識・技術が必要	スマートフォンアプリ開発リソースが必要	クラウドサービス開発リソースが必要	火報器連動などセキュリティシステムの知識・技術が必要	ポストの移設などエントランスリフォームの知識・技術が必要	導入後のアフターフォロー・メンテナンスが必要

主要事業の専門性についてです。

B-CUBIC 事業を長くやってきましたが、この図の通り、電気工事やネットワーク、さらには運用面と、多くの知識・技術を必要とします。BRO-LOCK 事業ですが、IoT インターフォンということで、われわれとしても技術的なところで非常に悩みましたし、運用開始までとても大変でした。

BRO-LOCK は、鍵部分の工事や、オートロック化するための制御盤だとか、元々そういった知識のないところから、スマートフォンアプリの開発、クラウドサービスの開発、さらには人の安全面である消防法の対応などセキュリティ面でも難しい対応があります。他にも共用部のポスト・宅配ボックスの知識だったり、エントランスのリフォームやリノベーションといったところも関わってきますので、かなり広範囲な知識や技術が必要になっており、非常に模倣が困難と考えております。なおかつ、インターネット設備と、この BRO-LOCK 両方を同時に提供するというところで、なかなか追従することが難しいんじゃないかと考えております。

さらに上場企業、非上場企業を含めて、初期導入費用 0 円プランという、いわゆる債権の流動化を行い、これを実現しているのは当社のみとなっております。



獲得可能な市場規模です。

全国の既築マンションの戸数が、2018年時点で約2,334万世帯ございます。その中で無料インターネットを導入してる戸数が、現状442万世帯です。つまり、導入率は未だ20%です。新築マンションへのインターネット無料設備の導入はほぼ100%です。既築マンションにもいずれ絶対に導入しておかなければならない設備となっておりますので、既築マンション市場にはまだまだ大きな開拓余地が残っております。

今期第1四半期の決算説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。

栢本：ありがとうございます。第1四半期決算説明については以上となります。

質疑応答

栢本 [Q]：それでは質疑応答に移らせていただきます。お時間の許す限り、いただきましたご質問にお答えさせていただければと思います。時間の都合上、全てのご質問に回答できない場合がございます。また、ご質問に対しての回答が前後する可能性もございますので、どうぞご容赦くださいませ。それではまず、事前にいただいていたご質問に回答させていただきます。

無配なのに、自社製品でない優待実施というのは優先順位が逆のような気がしますが、いかがでしょうか。

中西[A]：ありがとうございます。当社の現状としまして、まだまだ認知度が低く、日々の出来高も少ないという事実があります。やはりもっと個人投資家の皆様に、当社を知っていただいて、認知度を向上させていきたいと考えております。

宝くじという、あまり前例のないものを選定した理由としましては、例えば Quo カードやギフトカード、カタログギフトなど、そういったことも検討はしましたが、やはり他社と差別化ができません。また、例えばレストランであれば体験割引券など、自社サービスを利用していただくのですが、インターネットという目に見えないものであったり、オートロックという BtoB のサービスであったり、個人投資家様にプレゼントするというような製品がございません。

年間約 100 社が上場してくる中で、ちょっと違うことをしよう、目立っていこうというのが宝くじにした理由です。今回宝くじは連番 10 枚綴りですので、300 円は必ず当せんします。500 円分の Quo カードと迷いましたが、300 円プラス夢というところで、少しでも目立っていって、1 人でも多くの個人投資家の皆様に投資をしていただきたいなという思いで、この優待を実施いたしました。

また、税引後利益 5 億円を達成した時点で、配当性向 20%ということを上場直後からお話しておりますが、これに関して早期実現できるように、事業を成長させ、企業価値向上に努めていきたいと考えております。

栢本[Q]：最近ブロードエンタープライズさんを知りました。調べてみると、前期予算未達で残念でしたが、予算修正後の未達で予算達成への執着があまりないのかなと思う部分もあります。社員さんの予算への意識があまりないのか、経営陣の予算設定目標は高すぎたのかなという気もしますが、どちらの要因で未達になったのでしょうか。そして、今後の対策を教えてください。

中西[A]：まず前期の予算未達について、投資家の皆様にお詫び申し上げます。本当に申し訳ありません。前期について、目標設定を高くし過ぎたというところは正直ありました。

ただ予算について経営陣も含めて軽く考えているということではなく、予算策定の確からしさと、目標必達を今期でいかに改善して示していけるかということが重要だと考えております。上場1年目というところで、しっかりと結果を出さないといけないと、少し気負いすぎた部分がありましたが、今期に関しては、まず目標達成必達というところで、例えば営業社員の営業体制を変えてみたり、または評価の部分について、やはり頑張ったものが報酬を受け取れるというようなしっかりとした評価体制に変えたりと工夫を行っております。

また、営業マン一人一人が自走できるような体制に変えたりと、様々な取り組みを行っておりますので、今期に関してはしっかりと予算達成していきたいと考えております。

栢本[Q]：マンション向けのネット接続は結構広まったと思いますが、まだ市場の伸びの余地はあるのでしょうか。

中西[A]：こちらは先ほど申し上げた通り、日本の賃貸市場 2,000 万世帯以上に対してネット接続はまだ2割、行くか行かないかというところですので、まだまだ8割の市場が残っており、余地はあると考えております。

栢本[Q]：三菱地所、大和ハウスと提携されていますが、シナジーなどを教えてください。

中西[A]：三菱地所様に関しましては、BRO-ROOM のIoT サービス、この部分で提携しております。今後 BRO-ROOM についてはパートナー様とタッグを組んで広げていくところですので、シナジーが出てくるかと思えます。また大和ハウス様について、実際提携したのは大和ハウス様のいわゆる本体ではなくてグループ会社である大和ハウス賃貸リフォーム株式会社様と大和ハウスリアルエステート株式会社様となります。この2社様も、管理物件が多く、マンションオーナー様のお取引が多い会社様になりますので、オーナー様を紹介いただいて、われわれのサービスを提供していくという形となります。

栢本[Q]：競合他社はどちらになるのでしょうか。

中西[A]：上場企業におきましては、アルテリア・ネットワークさんと、ギガプライズさんと、ファイバーゲートさんの3社です。われわれが上場企業としては最後発となります。

栢本[Q]：次回から社長ではなく、営業コンサル部門の統括責任者から営業の状況を聞きたいのですが、どうでしょうか。

中西[A]：そうですね。ありがとうございます。また社内で検討させていただきたいと思えます。

栢本[Q]：ありがとうございます。以上がいただいております事前質問でした。ここからは、Q&A 機能よりご投稿いただいたご質問に回答してまいります。

昨年に多くの企業が業務提携先として名前が挙がりました。大きなところでは三菱地所ですが、どういった状況でしょうか。ミサワホーム、大和ハウス系列の企業もありましたが、主だった成果の例を教えてください。

中西[A]：各会社様との関係性は良好で、随時われわれの BRO-LOCK をご提供させていただき、導入棟数も増えている状況です。各社様の詳細は申し上げられませんが、提携の効果は順調に上がっております。

栢本[Q]：YouTube の動画を拝見いたしました。初期費用 0 円モデルが差別化になっていて、あみつの時点で、他社に対して相当に優位性を保った営業ができてるように思いましたが、御社の資料にも、成長可能性に関する説明資料に、主要事業の模倣困難性と記載がありますが、初期費用 0 円モデルと主要事業の模倣困難性がある、予算も保守的に見積もり、それでも予算が達成できなかったというのはちょっとよくわからないのですが、ご説明いただけるようお願いします。

併せて、営業組織体制を四つのセクションに分割されてどうなったのか、その経過、効果をお話いただければと思います。

中西[A]：ありがとうございます。主要事業が先ほど申し上げた通り模倣が困難というところは事実で、初期導入費用 0 円プランも、われわれの最大と断言していいほどの強みとしてあります。昨年度の予算が達成できなかったのは、成長性というところで気負いすぎて、予算を高く見積もり、背伸びした目標を設定したために達成できなかったというところがありますので、今期は前期の反省を生かした上での予算見直し発表をさせていただいております。今期のわれわれの達成度合いを見守っていただければと思っております。

また、営業組織のセクション分割について、新規開拓や契約内容のご説明など、得意、不得意それぞれの適性に合わせて組織を分けて配属しておりますので、うまく回り始めているといったところが正確な表現かと思えます。

栢本[Q]：商品ごとの利益率を知りたいのですが、どこを見たらよろしいでしょうか

渡邊[A]：この部分に関しては非開示とさせていただきます。

栢本[Q]：資料 9 ページに記載の今期売上高が前 4Q と比較すると、B-CUBIC を除いては大きく下がっているようですが、売上の季節性によるものでしょうか、それともその他の要因でしょうか。

畑江[A]：決算説明会資料の 8 ページをご覧ください。当社の通期計画が、第 1 四半期で 15%、第 2 四半期で 35%、第 3 四半期で 65%、最後に 100%で着地するという、下期偏重型の計画になっています。第 4 四半期が最も売上が上がり、第 1 四半期は売上がまだ大きくは上がらない時期になり、この下期偏重が季節要因となります。

栢本[Q]：BRO-ROOM についてお尋ねします。悪い方に考えると、マンションオーナー様と共倒れするという事も考えられるのですが、この辺り対策をどのようにお考えなのでしょうか

畑江[A]：BRO-ROOM はまず、ご契約にあたって非常に厳しい審査をさせていただいております。また、BRO-ROOM をご契約いただく条件として、B-CUBIC か BRO-LOCK を必ずご導入いただく、もしくは導入いただいているオーナー様に限らせていただいております。

さらに、BRO-ROOM の料金の引き落としは管理会社様からとさせていただいております。つまりは管理会社様とオーナー様と一緒にした契約となります。また、管理会社様の中でも、サブリースをされている会社様にご契約させていただくなど、BRO-ROOM で入居率を上げ、その家賃収入の中から料金を支払っていただくモデルを継続していけるような形をとっています。

まとめると、一つは審査基準と当社他サービスがセットというところ、もう一つは管理会社様とパートナーを組んでご契約させていただくというところで対策を練っています。

栢本[Q]：新卒の研修体制が整っていなかったことがショッキングということです。終わったことを言っても仕方ないのですが、教育体制が構築されていれば、去年は予算が達成できていたのかもしれないということでしょうか。

中西[A]：研修体制について、当社は基本的に新卒メインで採用する会社です。今年 4 月入社の新卒社員は新卒 14 期生というところで、当然研修体制はできあがっております。昨年度失敗したとお伝えしたのは人数の部分となります。46 名という多くの人数を採用したのが初めてというところで、一人一人にきめ細かい指導をすることができてなかったという反省があります。

栢本[Q]：資料 23 ページに記載のパートナーとはどのようなカテゴリーの先でしょうか、住宅管理会社とかでしょうか。

畑江[A]：パートナー様というのは当社がお取引させていただく管理会社様ではなく、例えばガス業者様やリフォーム業者様など、当社と同じ市場で他サービスを提供している会社様となります。

また、非上場の同業他社様に BRO-LOCK を取り扱っていただく事例もあり、こちらもパートナー様に含めております。



栢本[Q]：減資が原因の上方修正とのことですが、参考資料の 46 ページを見てもよくわからないので、もう少しわかりやすくご説明いただけますでしょうか。

渡邊[A]：この部分は、専門家でも理解が難しいところなので、イメージでご説明させていただきます。

まず税率について、2021 年度までは 34.5%で、2022 年度に関しては資本金が 1 億円を超え、30.6%に変更されました。その後 2023 年度は減資により資本金が 7,000 万円になり、元の 34.5%に戻りました。

この税率がどう影響するかと申しますと、例えば、2021 年度に税引前利益が 100 万円出ていたとします。税率が 34.5%なので、税金を 34 万 5,000 円納めておりました。翌期になり、新収益認識基準が適用され、前期までの税引き前利益 100 万円がなかったことになりました。ただ、税金は 34 万 5,000 円を既に支払っているのので、今後、税引き前利益 100 万円が発生した際、この 34 万 5,000 円を免除しますよという形で、繰延税金資産を計上しておりました。ただ、その繰延税金資産も 34 万 5,000 円計上できるのではなく、適用税率 30.6%にあたる 30 万 6,000 円を計上しております。

そうすると、34万5,000円の税金を払ったのに、30万6,000円分、前払税金しか認めないということは、3万9,000円を損したことになるっております。この部分の影響が2022年度においては期首にPLを通さずに、直接純資産の減少という形で行ってまいりました。

2022年度はその分の損が出ていたところが、2023年度になって減資によって税率が元に戻り、その逆の影響で利益が出たということになっております。今期に関してはその税率の影響は、純資産を直接増減させるのではなく、利益の増加という形となります。以上が今回の減資による税率変更での上方修正のご説明となります。

栢本[Q]：新サービスの初期0円など、資金負担が重いと思いますが、その部分も含めて、パートナーの協力を仰ぐ形になるのでしょうか。

渡邊[A]：パートナーの協力を仰ぐと言うよりかは、債券の流動化という形で金融機関の協力を仰ぐ形になります。

栢本[Q]：B-CUBIC Nextのフロー収益は全契約72万円なののでしょうか。また、これについても初期費用ゼロプランが使えるのでしょうか。

中西[A]：こちらもちろん初期費用0円プランが使えます。6年分割払いになりますと、月々1万円のフロー部分と、回線・保守料1万円のストック部分で、合計2万円をオーナー様がお支払いする形になります。

全契約72万円というわけではなく、72万円という数字は例となります。B-CUBIC Nextの初期費用の契約金額は戸数によって変わります。当社は4世帯からサービスを提供しており、4世帯と100世帯であれば、イニシャルの金額は大きく変わります。

栢本[Q]：株主優待の件で二つ質問いただいておりますので同時に読み上げさせていただきます。

①この優待はインパクトがあると思いますが、注目度アップなど投資家からの問い合わせなどありましたか。②株主優待で宝くじが採用されていますが、宝くじは申し上げにくいのですが、やって欲しくないです。他のサービスや商品をご検討いただけないのでしょうか。

畑江[A]：投資家の方からお問い合わせは複数いただきました。連番かどうかのお問い合わせをはじめ、優待内容を非常にご好評いただいたお声もありました。他サービスの検討について、ご意見をいただき誠にありがとうございます。今後の参考にさせていただければと思います。

栢本[Q]：資金の借入れに関するお知らせが出ていましたが、今まで発表していなかったと思います。今後は発表していくということなのか、今までの借入と異なるものなのでしょうか。

渡邊[A]：重要な決定事実があった場合には適時開示を行うというルールがあり、その一つに、昨年度純資産の30%に相当する借入の決定を行った場合は、適時開示をしなければならないというルールがございます。今回、前年度の純資産約5億円に対しての30%である1億5,000万円以上の借入があった場合には、適時開示を行わなければならないということが判明しましたので、遅れましたが開示させていただきました。今年度はこの基準で開示していく予定です。

栢本[Q]：12月末時点と比べて6名ほど減っていますが、2022年に採用した人は何名ほど残っていますか。

中西[A]：2022年に採用させていただいた人数は46名で、2023年3月末で在職してるのは36名、退職者は10名になっております。

栢本[Q]：採用人数を減らした点は2022年12月に比べて第1四半期比で2Qの販管費の増加の幅は低下するという認識で合っていますでしょうか

渡邊[A]：仰る通り、確かに増加幅の低下はありますが、4月から新卒社員の給与がまた計上されていきますので、それほど変化はないというイメージでおります。

栢本[Q]：初期費用0円で、その資金は債権の流動化しているとのことですが、詳しい仕組みを教えてください。例えばマンションオーナーが破産したときは、貴社が損失を被ることはないでしょうか。

渡邊[A]：債権は流動化ということで売却しておりますので、基本的に当社が損失を被ることはございません。ただ一定割合は、場合によっては負担する可能性もありますが、基本的に負担はないものとお考えいただければと思います。

栢本[Q]：B-CUBIC Nextは契約期間の縛りがないということで、リスクはどうでしょうか。

畑江[A]：通常のB-CUBICBは契約期間内の解約率は0.1パーセント、契約満了後の継続率が90%で、そもそもサービス自体の解約率は高くはありません。

もちろん解約のリスクもございますので、今後慎重に進めてまいります。補足として、B-CUBIC Nextの初期費用の部分、こちらは70%以上が初期導入費用0円プランで、この場合、72回分割支払いとなります。6年間分割支払いの部分だけ残して、インターネットサービスを解約するケースはあまりなく、解約リスクは非常に少ないものと見込んでおります。

栢本[Q]：商品の利益率についてですが、最低限主力商品のB-CUBIC、BRO-LOCについては知りたいです。

中西[A]：今回初めてセグメントごとの売上を発表させていただきました。その中で利益率に關しまして、今後開示するかどうかも含めて検討してまいります。投資家の皆様にお伝えしたいという思いはありますが、他社の動向もありますのでご理解いただければと思います。

栢本[Q]：BRO-LOCKの導入棟数は前期比で100%増となっていますが、売上で見ると、増減率が16.5%増、これはどのように理解したらよろしいでしょうか。

畑江[A]：一番の要因には、昨年発表したエントリーモデルの売上・契約数が伸びたというところ
です。エントリーモデルとは別に標準モデルと呼称するタイプがあり、標準モデルとエントリーモデルを比較すると、エントリーモデルの方が安価な設定になっています。今回の工事棟数の6～7割以上がエントリーモデルとなり、売上の増減率としては少し下がっているという形になります。

栢本[Q]：上方修正は、税率変更による法人税など調整額を担当する会計上のからくりによるものと考えていいですか

渡邊[A]：ご理解の通り今回の修正は税率変更の影響のみとなっております。

栢本[Q]：質問ではありません。不躰ながらアドバイスですが、パートナー先として住宅物件を多く受託しているPM会社をターゲットにされた方が、一度に大量に獲得できる可能性があると思います。株買いますのでぜひ頑張ってください。

中西[A]：PM会社様との取引はわれわれとしてもどんどん増やしていきたいところです。頑張っ
てまいりますので、株を大量に買っていただき応援いただければ幸いです。

栢本[Q]：ありがとうございます。それでは今確認できる質問がございませんので、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 2023年12月期第1四半期決算説明会を終
了とさせていただきます。

今回、Zoomを用いたウェビナー形式でお送りさせていただきましたが、不慣れな点も多く、途中
お見苦しい点もあったかと思いますが、ここまでご視聴いただきありがとうございました。今後と
も株式会社ブロードエンタープライズをどうぞよろしく願いいたします。

それでは失礼いたします。ありがとうございました。

[了]

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。