

2023年8月10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2四半期決算説明会書き起こし

2023年8月7日に開催しました2023年12月期 第2四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2四半期決算説明会 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2四半期決算短信](#)

[2023年12月期 第2四半期決算説明資料](#)

以 上



株式会社ブロードエンタープライズ

2023年12月期 第2四半期決算説明会

2023年8月7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		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2023 年 12 月期 第 2 四半期決算説明会		
[決算期]	2023 年度 第 2 四半期		
[日程]	2023 年 8 月 7 日		
[開催場所]	インターネット配信		
[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2四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：中西です。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：渡邊です。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：それではただいまより、2023年12月期第2四半期決算内容について中西よりお話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、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。

改めまして、ブロードエンタープライズ代表の中西です。

我々ブロードエンタープライズという会社をぜひ知っていただけたらと思いますので、お付き合いのほどよろしくお願いいたします。

売上高：前年同期比 **47.8%** 増収 営業利益：前年同期比 **188**百万円 増益
前年同期から大きく利益改善し、**第2Q時点で営業黒字領域へ**

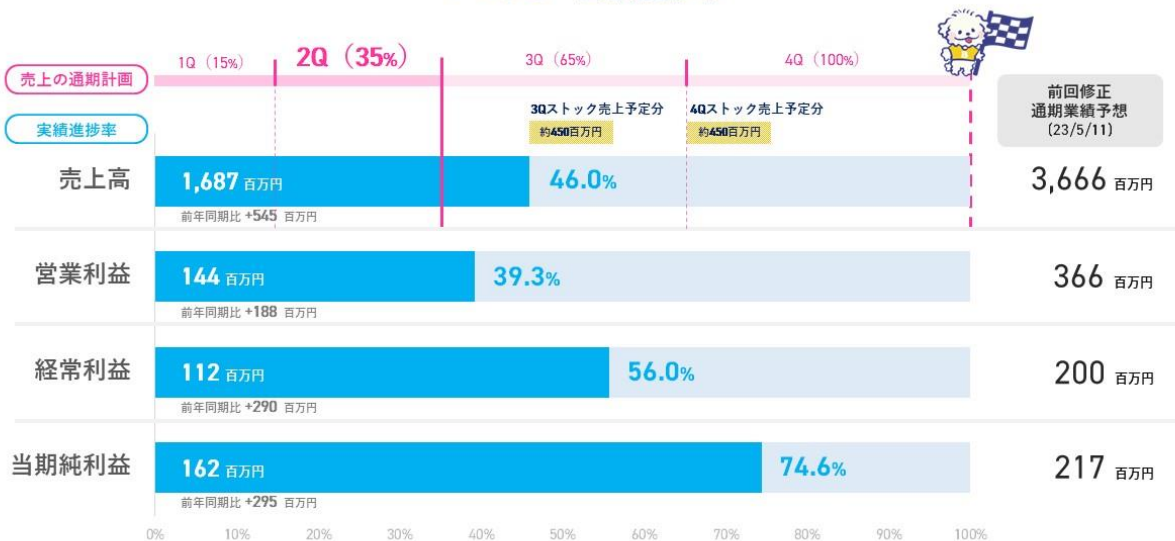
(単位：百万円)	期間 (2Q)				(単位：百万円)	累計 (1-2Q)			
	FY2022 実績	FY2023				FY2022 実績	FY2023		
		実績	増減額	増減率		実績	増減額	増減率	
売上高	614	1,007	+393	+64.0%	売上高	1,141	1,687	+545	+47.8%
営業利益	△11	155	+167	-	営業利益	△44	144	+188	-
経常利益	△16	148	+164	-	経常利益	△177	112	+290	-
当期純利益	△16	96	+113	-	当期純利益	△132	162	+295	-



2

まず、ハイライトになります。売上高ですが、前年同期比累計で47.8%増収になっております。2Q単体ではプラス64.0%増収しております。累計の営業利益は、前年同期比で1億8,800万円プラス、経常利益でプラス2億9,000万円、当期純利益でプラス2億9,500万円という着地です。第1四半期の赤字から、営業黒字領域となりました。

FY2023 実績進捗率

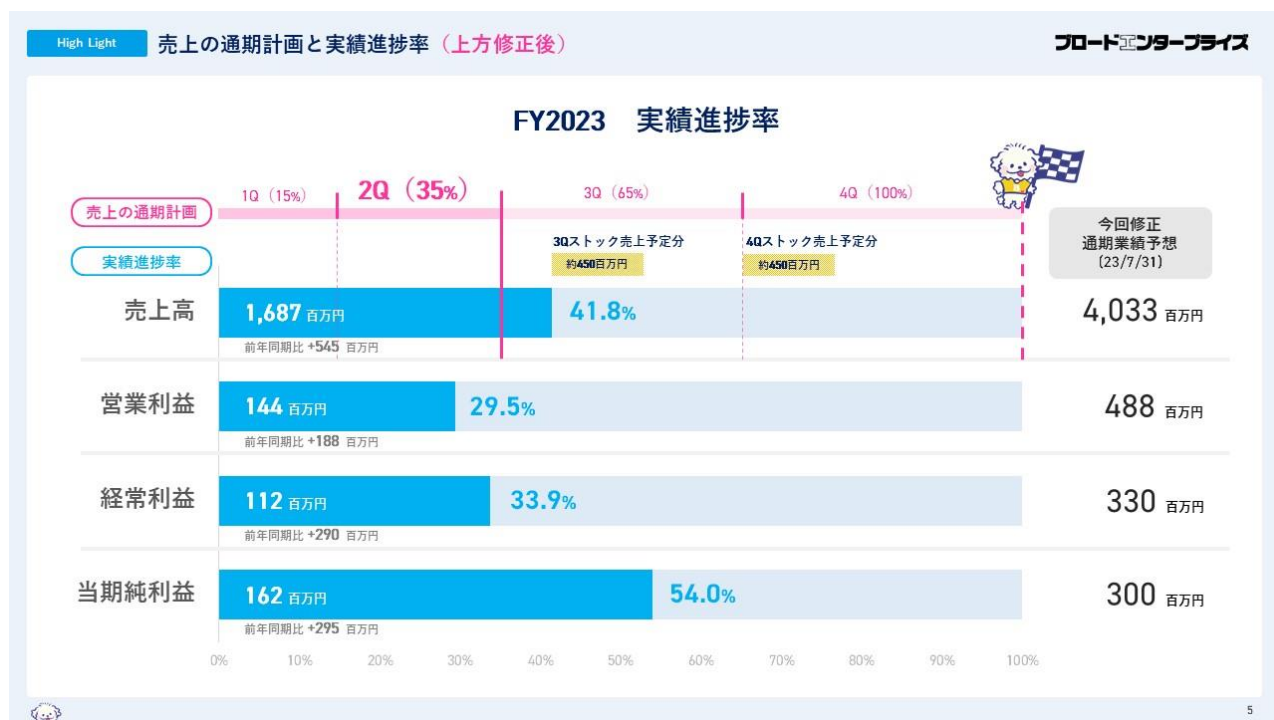


3

売上の通期計画と実績進捗率です。今回上方修正を出させていただきましたが、まず上方修正前の進捗率です。売上の通期計画が第2四半期で35%という計画でしたが、結果売上高が16億8,700万円で46.0%、その他、各段階利益はご覧の通りとなっております、順調な進捗となります。



上方修正した通期業績予想です。売上高でプラス10.0%、営業利益でプラス33.3%、経常利益でプラス65.0%、当期純利益で38.2%プラスになっております。要因として、B-CUBIC Nextの受注が好調、BRO-ROOM 通期売上2億5,000万円以上を想定しており、それらを加味した結果、上振れの着地になる見込みです。



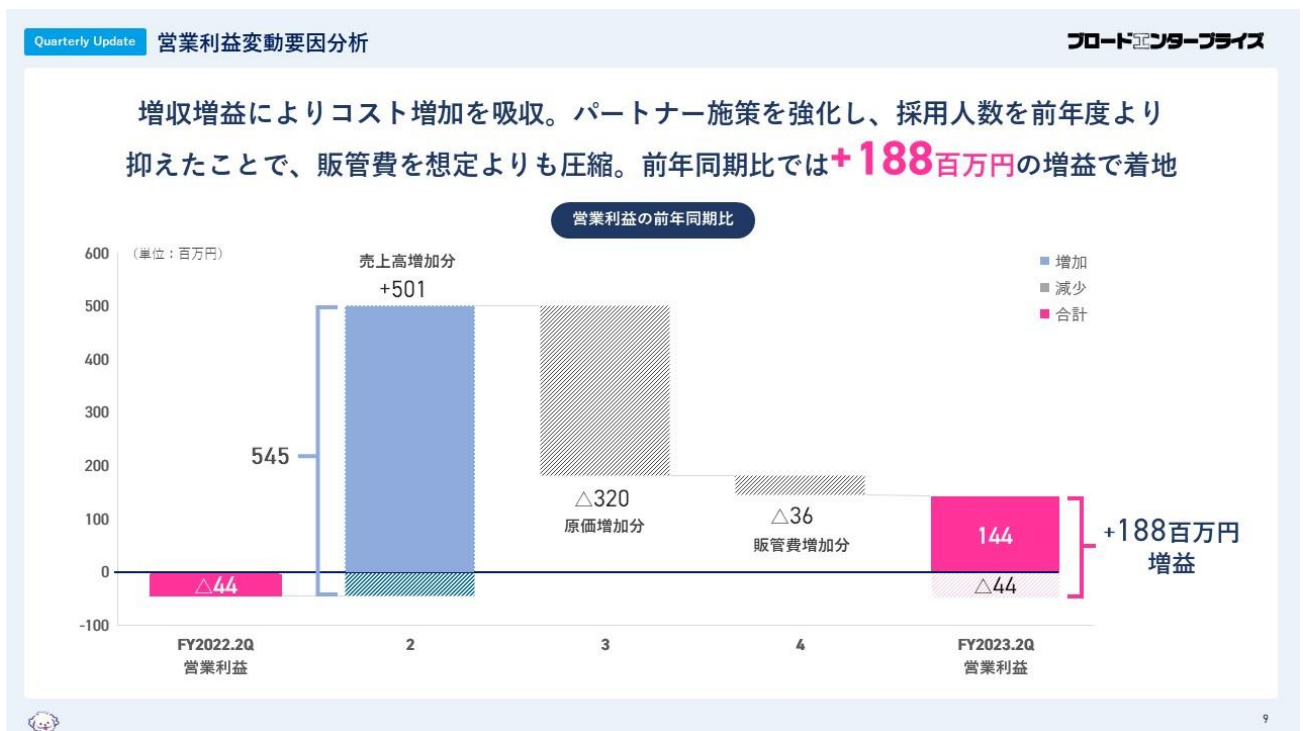
上方修正後の進捗率です。右に修正後業績予想を記載しております。売上高 40 億円、営業利益が 4 億 8,800 万円、経常利益が 3 億 3,000 万円、当期純利益は 3 億円となります。上方修正後も、売上高の計画 35%に対して 41.8%という着地になっております。

Quarterly Update 損益計算書（前年同期比較） フロードエンタープライズ

売上高・利益共に好調に推移し、計画を上回る進捗ペース
 当期純利益は税率の変更の影響もあり、前年同期比で約**295百万円**の増加

項目	期間（2Q）				累計（1-2Q）				要因
	FY2022 実績	FY2023 実績	増減額	増減率	FY2022 実績	FY2023 実績	増減額	増減率	
売上高	614	1,007	+393	+64.0%	1,141	1,687	+545	+47.8%	計画を上回る進捗ペース。
売上原価	286	524	+238	+83.1%	551	871	+320	+58.1%	売上高に比例し機器原価が増加。
売上総利益	327	482	+154	+47.3%	590	815	+225	+38.1%	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	339	326	△12	△3.8%	634	670	+36	+5.7%	採用人数を抑えたことにより上昇率を抑制。
営業利益	△11	155	+167	-	△44	144	+188	-	売上高に比例し増加。
経常利益	△16	148	+164	-	△177	112	+290	-	売上高に比例し増加。
当期純利益	△16	96	+113	-	△132	162	+295	-	税率の変更の影響により84百万円の増加および売上高に比例し増加。

損益計算書です。青い部分が第2四半期単体の数字で、売上高の前年同期比はプラス 64.0%と順調に成長しております。また、赤い部分は累計で、こちらも売上高はプラス 47.8%で、各四半期で過去最高の売上となっております。



営業利益の変動要因です。昨年のマイナス 4,400 万円から 1 億 4,400 万円に転じ、前年同期比プラス 1 億 8,800 万円増益で順調に伸びてきております。

Quarterly Update 事業別ハイライト フロードインタープライズ

B-CUBIC Nextが好調 / BRO-LOCKは堅調に推移 / BRO-ROOMは販売体制を構築

B-CUBIC / B-CUBIC Next

工事完了棟数
(期間)

358棟 (1-2Q累計) **703棟**
(B-C : 145棟 / Next : 213棟)

前年同期棟数 **242棟**
前年同期比 **+47.9%**

- B-CUBIC Nextの販売が好調。

BRO-LOCK

工事完了棟数
(期間)

64棟 (1-2Q累計) **102棟**

前年同期棟数 **21棟**
前年同期比 **+204.7%**

- 勝ちパターンを継続して推進。

BRO-ROOM

工事完了部屋数
(期間)

7部屋 (1-2Q累計) **10部屋**

前年同期部屋数 **- 棟**
前年同期比 **- %**

- 前期のテストマーケティングを経て販売体制を構築。
下半期より本格稼働。

10

事業別ハイライトです。B-CUBIC、B-CUBIC Next に関する工事完了棟数として、第2四半期で 358 棟、累計で 703 棟、前年同期比プラス 47.9%。BRO-LOCK に関して、第2四半期で 64 棟の完了、累計で 102 棟、前年同期比プラス 204.7%。BRO-ROOM に関して、前期比はございませんが、第2四半期で 7 部屋、累計で 10 部屋完了となっております。

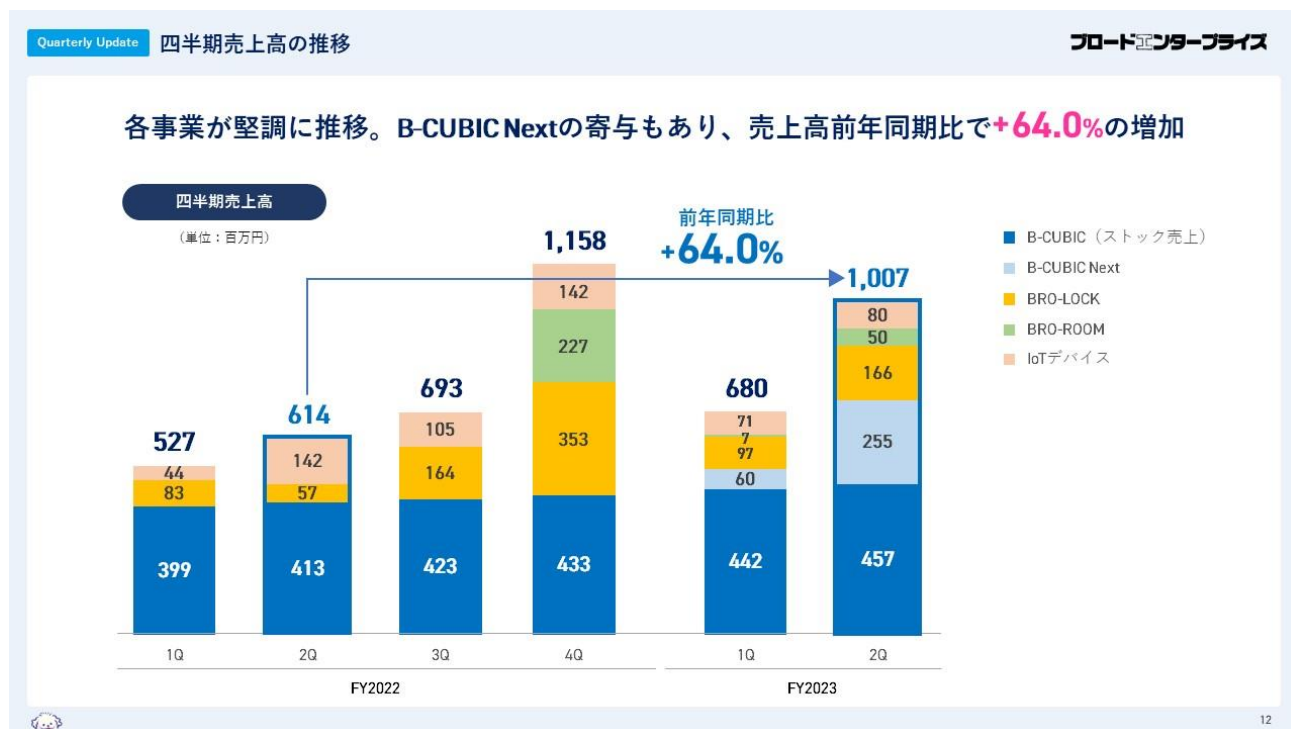
Quarterly Update 事業別売上高 (前年同期比較) フロードインタープライズ

B-CUBIC Nextを筆頭に、前年同期累計を上回るペースで好調に推移

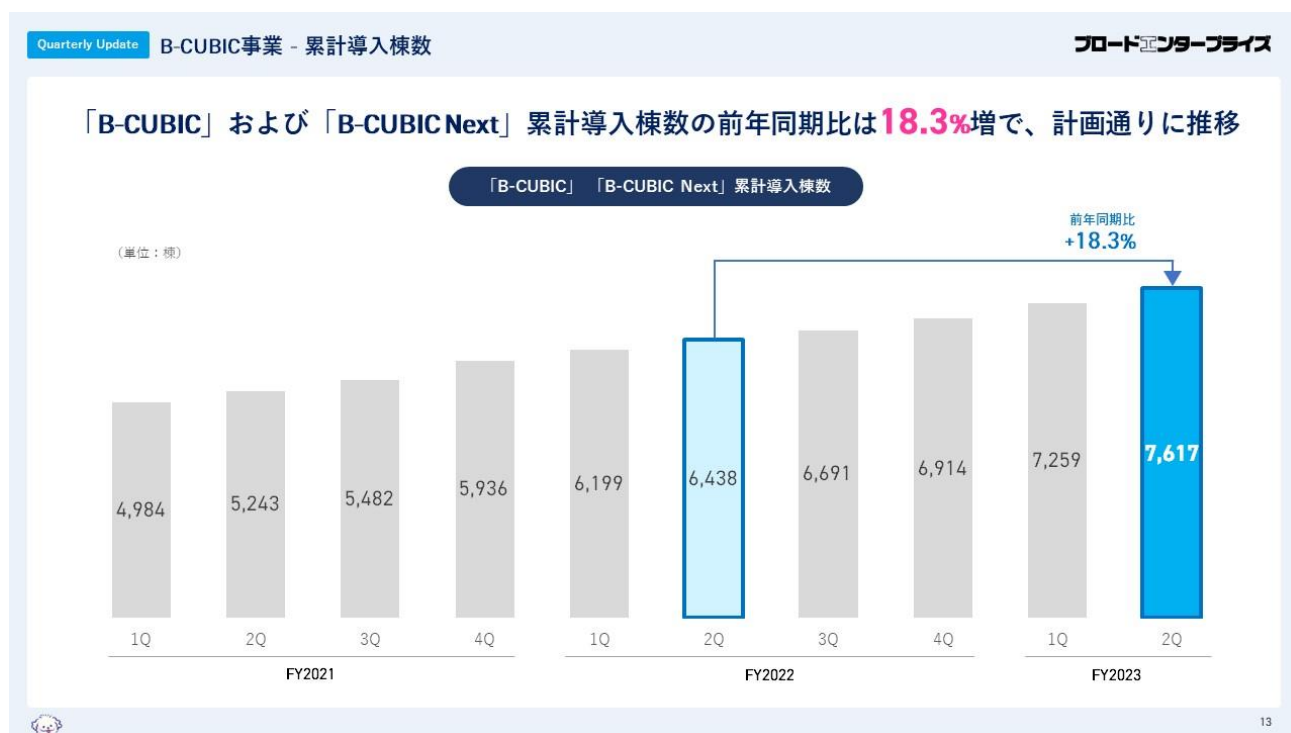
(単位: 百万円)	累計 (1-2Q)				要因
	FY2022	FY2023			
	実績	実績	増減額	増減率	
売上高	1,141	1,687	+545	+47.8%	
ストック売上高					
- B-CUBIC / B-CUBIC Next	813	899	+86	+10.6%	計画通りの推移。B-CUBIC Nextはインターネットサービス提供分をストック売上に計上。
フロー売上高					
- B-CUBIC Next	-	315	+315	-	2Qで想定以上の工事完了。3Q以降に向けて受注が好調。
- BRO-LOCK	141	263	+122	+86.6%	受注は堅調に推移。
- BRO-ROOM	-	57	+57	-	販売体制を構築。下半期より本格稼働。
- その他IoTデバイス	187	151	△35	△19.1%	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を引き続き推進。

11

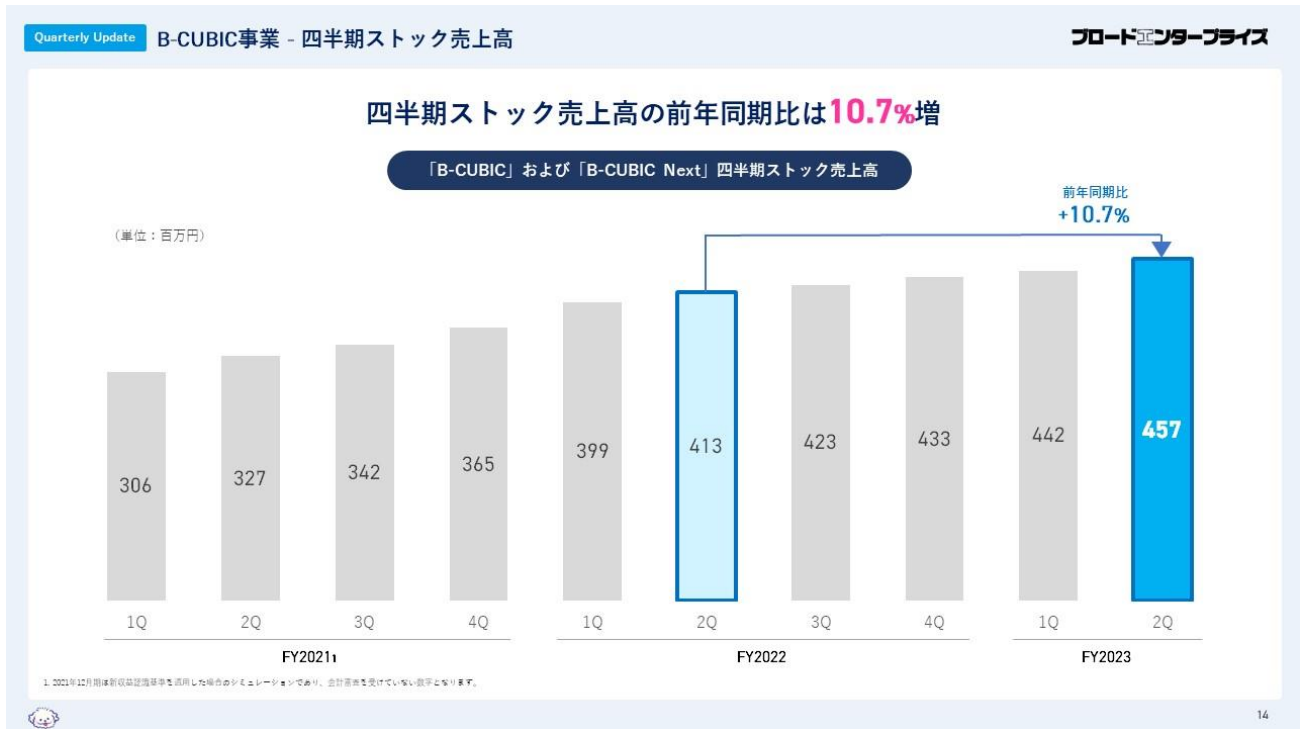
事業部別の売上高です。ストック売上高とフロー売上高に分かれております。ストック売上高が8億9,900万円で全売上の約5割程度となり、各フロー売上高はご覧の通りとなります。



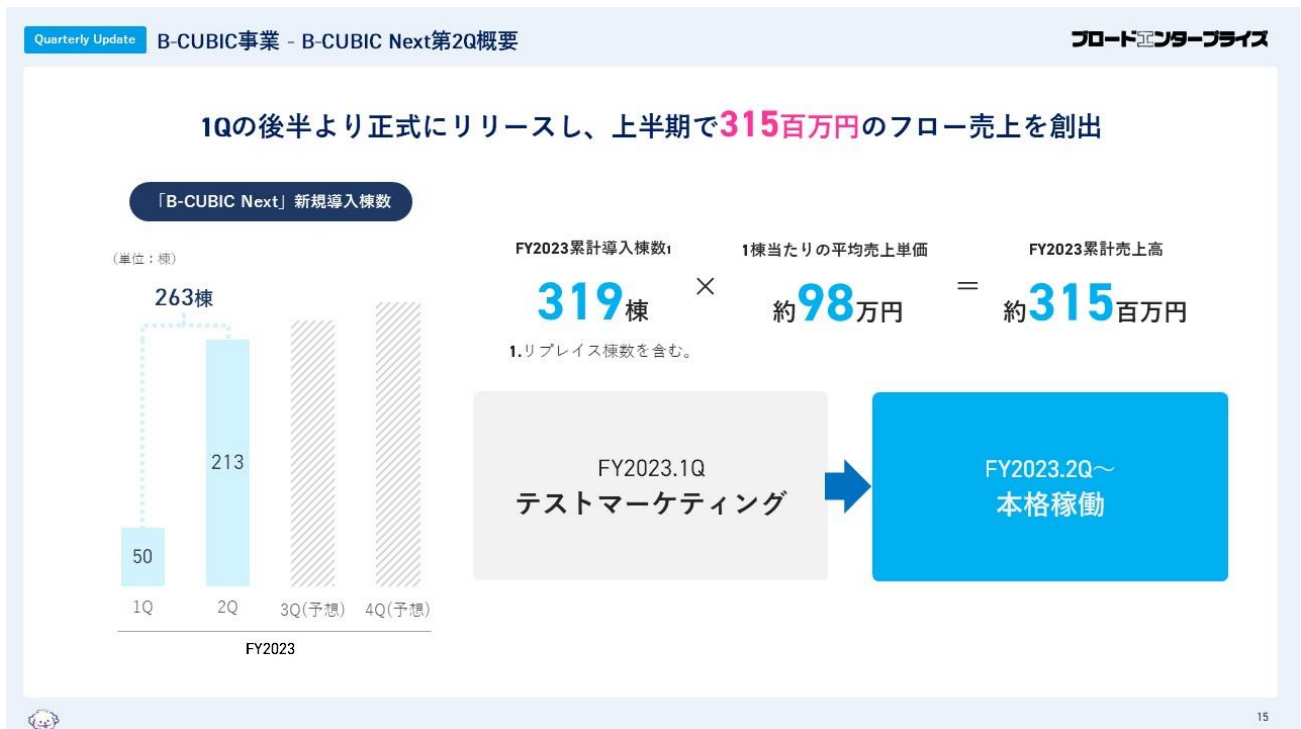
事業別四半期売上高の推移です。各プロダクト・サービス別の変化を記載しております。全体の売上としてはプラス 64.0%という着地となっております。



B-CUBIC および B-CUBIC Next の累計導入棟数です。18.3%成長で、現在 7,617 棟を全国で提供させていただいております。戸数では約 15 万から 16 万戸ほどインターネットサービスを提供しているという状況になります。



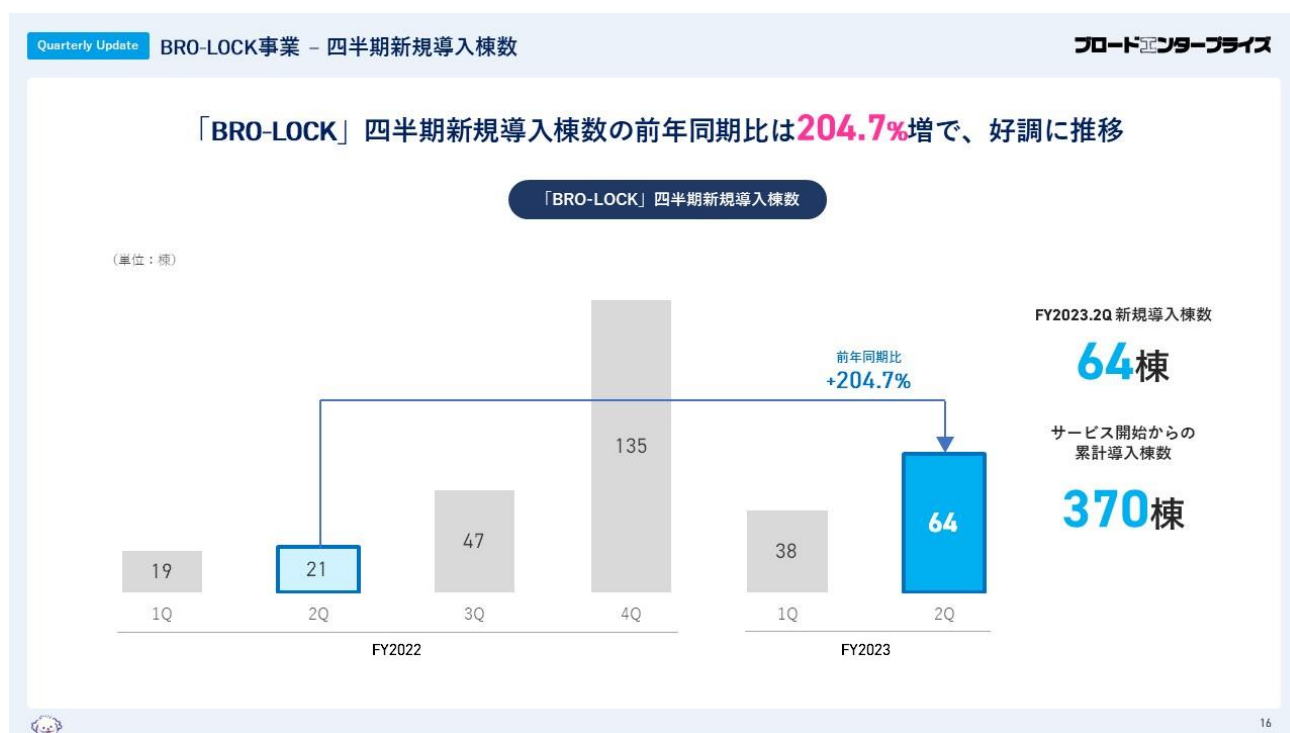
ストック売上高の推移です。前年同期比で+10.7%と徐々に成長しており、ほぼ解約がない商品ですので、純増していくという形になります。



B-CUBIC Next の概要です。第1四半期の後半より正式にリリースし、上半期で3億1,500万円のフロー売上を創出いたしました。元々B-CUBICは全てストック売上で、フロー売上に影響を及ぼさず、積み上げの地道なサービスでしたが、B-CUBIC Nextは、契約期間の縛りが無いという特性から、フロー売上とストック売上二つに分かれます。累計棟数としては319棟となります。

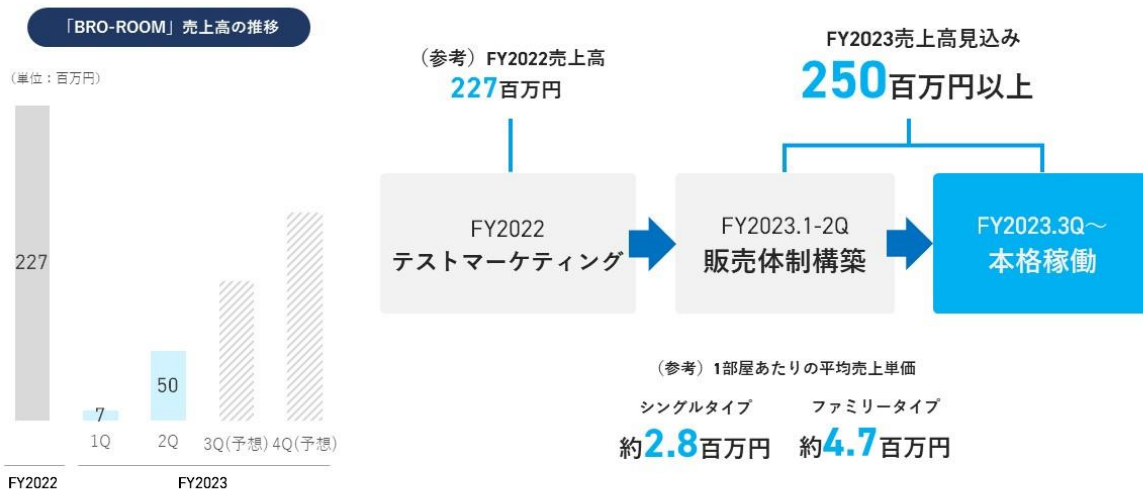
263棟という記載は新規導入棟数です。過去の導入物件において契約満了になった物件のリプレイスを含めると319棟のB-CUBIC Nextの契約がありました。1棟当たりの売上高は約98万円で、合計3億1,500万円の着地となります。

2023年第1四半期はテストマーケティングを含む販売を行っていましたが、第2四半期から本格稼働し、数字に表れてきております。



BRO-LOCK 事業です。前年同期の導入棟数21棟に対し64棟という結果で、前年同期比はプラス204.7%、サービス開始から累計370棟となり、順調に推移しております。

上半期で販売体制を構築。下半期より本格稼働し、当期で**250百万円**以上の売上を想定



17

宅内IoTリノベーションBRO-ROOMの概要です。お部屋をIoTとリノベーションでバリューアップする商品となります。2022年にテストマーケティングを行い、売上高2億2,700万円を計上することができました。業務フローをまだブラッシュアップする必要があり、今期の第1、第2四半期に関しては、PDCAを回して販売体制を構築し、ビジネスモデルを磨いておりました。

ビジネスモデルがしっかりと固まり、第3四半期以降で本格稼働させていく中で、今期の売上高見込みが約2億5,000万円以上となる見込みです。そのうち、約50%~60%程度は既に受注残として見込んでおり、今回の上方修正の要因の一つとなりました。

（単位：百万円）	FY2022.4Q （実績）	FY2023.2Q （実績）	増減額	要因
流動資産	4,173	4,784	+610	B-CUBIC Next好調による売掛金増加
うち現預金	990	971	△19	
固定資産	1,467	1,494	+27	
資産合計	5,640	6,278	+637	
流動負債	4,109	4,230	+120	短期借入金増加による影響
固定負債	1,016	1,369	+352	長期借入金増加による影響
負債合計	5,126	5,599	+473	
純資産合計	514	678	+164	
負債・純資産合計	5,640	6,278	+637	

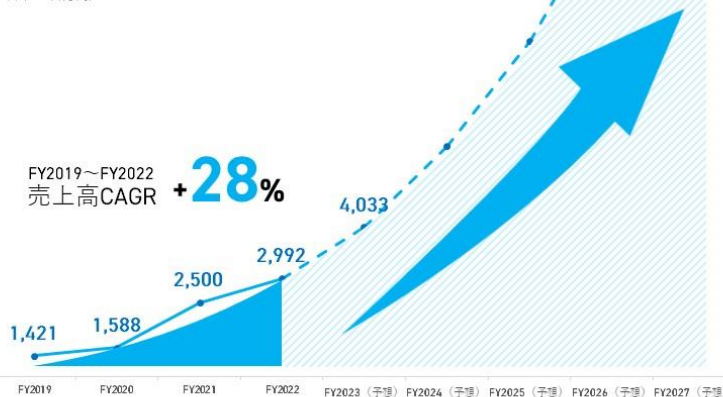
18

貸借対照表です。こちらは割愛させていただきます。

既存事業の成長、新規事業創出、新規領域への挑戦を行い**プライム市場への移行を目指す**
 中期経営計画については、定量的な計画と具体的な戦略、配当開始予定含め策定中（2024年3月迄に開示予定）

売上高の推移

（単位：百万円）



2024年からの3ヶ年計画である
 中期経営計画の目標イメージ

時価総額

約 **8** 倍

2023年6月末時点時価総額

約35億円

目標時価総額

約280億円

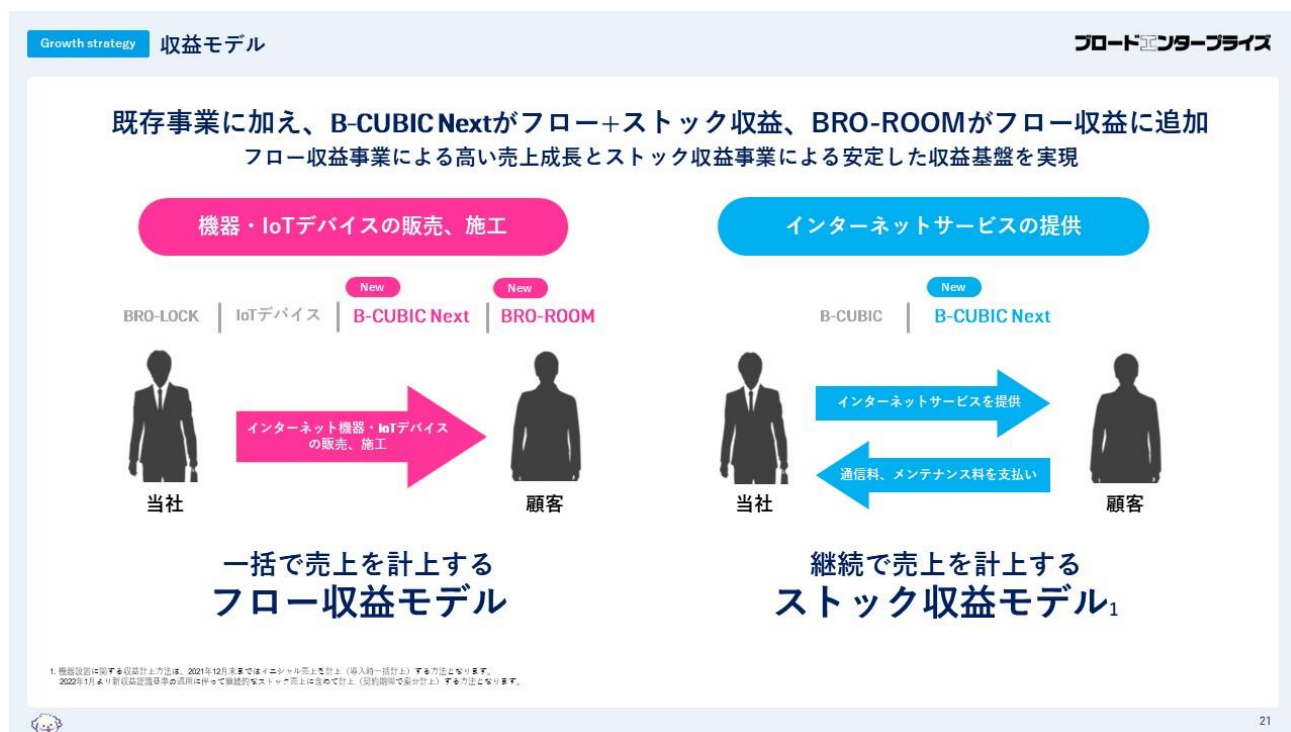
20

時価総額 8 倍(280 億円)を目指す成長戦略です。

2024年3月までに中期経営計画を策定して開示という計画を立てています。定量的な計画、具体的な戦略、配当開始予定がいつなのかを含めて、現在策定しております。また、既存事業の成長や新規事業、新規領域など常に挑戦を行い、プライム市場への移行を目指してまいります。

売上高の CAGR（成長率）は 2019 年から 2022 年で約 28%の成長でしたが、2024 年からの 3 年計画である中期経営計画の目標は、売上高ではなく時価総額で約 8 倍を目指します。2023 年 6 月末時点の時価総額が約 35 億円でしたので、2024 年から 2026 年の目標イメージとして 280 億円に持っていこうという計画を立てております。

これは当然絵に描いた餅ではなく、売上・利益の成長を見込んでの計画となります。既存事業の伸び、新規事業のローンチ、新規領域・M&A も含め戦略を立て、数値に当てはめて、中期経営計画として来年 3 月までに発表する予定です。



収益モデルについてです。一括で売上計上するフロー収益モデルと、継続して売上計上するストック収益モデルがあります。

B-CUBIC Next は、フロー収益とストック収益両方の性質を持っています。BRO-ROOM はフロー収益のみです。また、Next ではない B-CUBIC 自体も販売が止まるというわけではなく、ストック売上を計上していきますので、バランスを取りながら二つのビジネスモデル、成長と安定の両方を追求し、それぞれ伸ばしていこうと考えております。

パートナー獲得の定義と特徴

	定義	パートナー 対象	人件費	特徴	方向性
直販	当社の営業社員	管理会社	増員とともに増加	採用人数、教育、販売数等 をある程度 コントロール可能	毎年 20 名前後の 新卒採用を継続
販売代理店	営業代理店、リフォーム会社、ガス会社等 44 社		増加せず	人件費や社内リソースを 最低限に抑え、 売上増加が見込める	年間 10 社以上の 新規取引開始を目指す

※呼称について

これまでの開示資料では「販売代理店」を「パートナー」と記載しておりましたが、
今後は「販売代理店」はその名称通りとし、「取引管理会社」を「パートナー」と定義し記載してまいります。

1. 2023年6月末時点

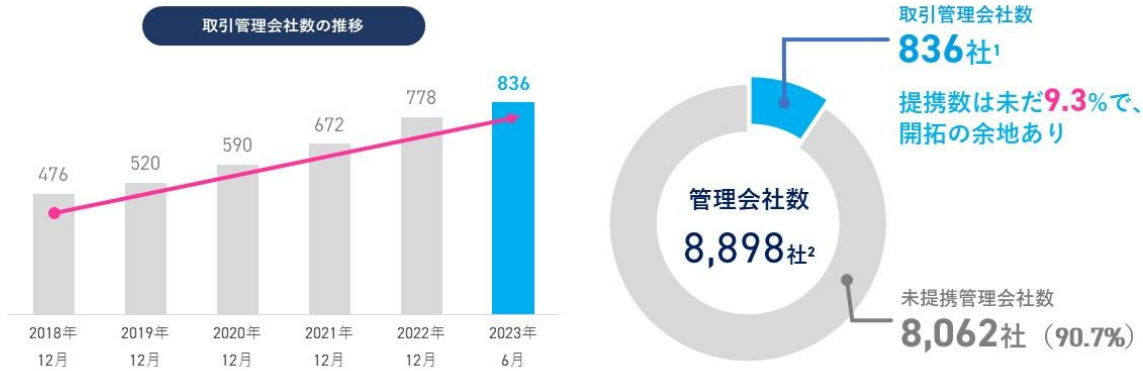


22

パートナー戦略です。前提として、これまではパートナーという呼称が少し分かりにくい部分がありましたので、定義を明確にするため、当社の重要な取引先である管理会社様をパートナーと呼ぶことにしました。営業代理店様や、リフォーム会社様、ガス会社様もパートナーと呼ぶような言い方をしており、誤解を招く部分がありましたので、直販と販売代理店様で管理会社様を開拓していくものと定義いたしました。

簡単な特徴ですが、直販は人件費が当然ですが増員とともに増加します。ただし採用人数や、教育、販売数などある程度こちらでコントロールができます。方向性としては、毎年20名前後の新卒採用を継続していきます。販売代理店様は現在44社あり、人件費は増加せず、社内リソースを最低限に抑えながら売上増加が見込めますので、販売代理店様と年間10社以上の新規取引開始を目指します。

管理会社（パートナー）との提携数は**836社**
 B-CUBIC、BRO-LOCK、BRO-ROOMの売上増加には管理会社（パートナー）との取引拡大がカギ



1. 当社取引管理会社契約数より算出（2023年6月末時点）
 2. 国土交通省「建設業者・宅建業者企業情報検索システム（賃貸住宅管理事業者登録数）（2023年6月末時点）」※令和3年6月15日施行「賃貸住宅管理業適正化法」にて200戸以上の管理業者の登録が義務付けられたことにより数が大幅に増加。



管理会社様(パートナー)の提携数は現在 836 社です。三本柱である B-CUBIC、BRO-LOCK、BRO-ROOM の売上増加にはパートナーとの取引拡大がカギとなります。

左図のように、取引管理会社数は右肩上がりに増えておりますが、国土交通省に登録のある管理会社数は約 8,898 社あり、当社が取引する会社様は未だ 10%弱で、提携数はまだまだ開拓の余地があるのではないかと考えております。

マンションISP市場の獲得可能なマーケット規模



マンションISP事業者全体の導入率は未だ

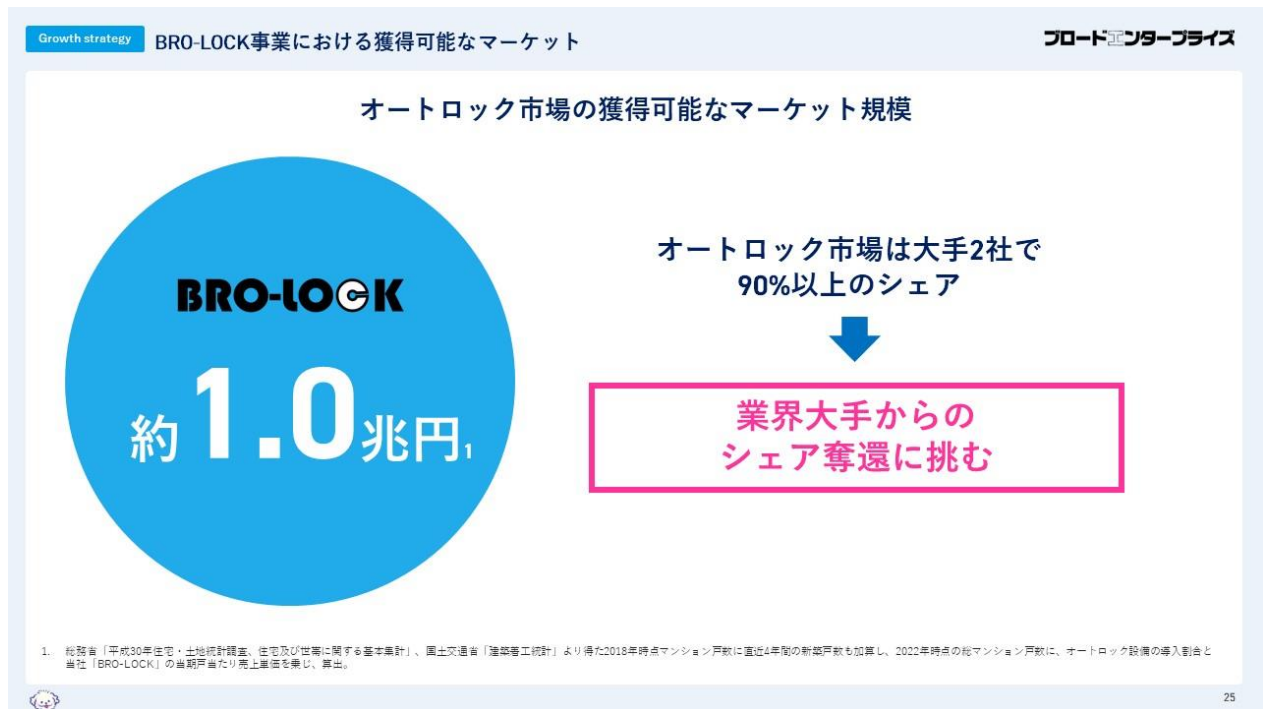
約 **20%**²

まだまだ広大な開拓余地

1. 総務省「平成30年住宅・土地統計調査（住宅及び世帯に関する基本集計）」、国土交通省「建築業工統計」より得た2018年時点マンション戸数に近4年間の新設戸数も加算し、2022年時点の総マンション戸数に、MMR研「全戸一階型マンションISPシェア調査」より得た全戸一階型マンションISPの導入割合と当社「B-CUBIC」の当期戸当たり平均売上高値を乗じ、算出。2023年3月31日開示の「成長可能性に関する説明資料」の「新築・既築Wi-Fiネットワーク市場」は「B-CUBIC」の12ヶ月間の売上を基に算出しておりますが、本資料では稼働約年数（約72ヶ月間）を基に市場規模を算出しております。
 2. MMR研「全戸一階型マンションISPシェア調査」より算出。



B-CUBIC 事業における獲得可能なマーケットです。当社推計では、約 1 兆円というマーケットがあるのではないかと考えております。全国にマンションの部屋数は約 2,400 万世帯、そのうち ISP 事業者全体での導入戸数は約 500 万世帯で、導入率は未だ 20%となり、約 80%の市場が残されているということになります。当社の単価で計算したところ、約 1 兆円の市場が残っており、広大な開拓余地があると考えております。



BRO-LOCK 事業における獲得可能なマーケットです。オートロック市場は大手 2 社で実に 90%以上のシェアがあり、この 2 社からシェア奪回に挑むというところが、BRO-LOCK の挑戦です。



BRO-ROOM 事業における獲得可能なマーケットです。マーケットは非常に大きく、約 17.5 兆円となります。年間約 35 万世帯前後の新築物件が供給されていく中、少子化で空室数は増加していき、収益を生まないお部屋がどんどん増えていく、それを IoT の力とリノベーションで生まれ変わらせるというサービスが BRO-ROOM です。初期導入費用 0 円プランを活用した希少なビジネスモデルでシェアを獲得していきます。昨年のテストマーケティングにおいて、約 2 億円以上の売上を早々に達成できたというところで、今後、市場の大きさも含め、開拓余地は非常に大きいと考えております。



獲得可能なすべてのマーケットです。それぞれの円で囲まれているのですが、実は賃貸マンションという市場においては、全てクロスセルできる商品です。B-CUBIC は、マンションの入居者様へのインターネットサービスですが、そのインターネットを活用して IoT インターフォン BRO-LOCK、つまり IoT につながるオートロックでクロスセルとなり、BRO-ROOM に関しても、宅内のインターネットが必ず必要になりますので、B-CUBIC とのクロスセルとなります。

賃貸マンション市場というマーケットの中で顧客の軸をぶらさず、クロスセル、アップセルを仕掛けていく。そこが当社の強みになるのではないかと考えております。

また、IoT デバイスは記載していないのですが、クラウド管理ができる宅配ボックスや、スマートカメラ、スマートロック、デジタルサイネージなど、クロスセルできる余地が大いにあります。



株主・投資家の方に対して、代表中西の考え

投資家の皆様は、何のために投資するのか。
目的はもちろん利益を得るためです。

社風の良い会社という土台はもちろん必要だとは思いますが、
利益を出す会社にならなければいけません。利益の成長に主
眼をおき、投資して良かったなと思ってもらいたいので、
業績向上が何よりのIRだと考えています。

数年後のプライム市場への移行を目指していますので、
中長期での応援をよろしくお願いいたします。

中西良祐

株主・投資家の皆様へ、私の考えを少しまとめましたので、読ませていただきます。

投資家の皆様は、何のために投資するのか、目的はもちろん利益を得るためです。社風の良い会社という土台はもちろん必要だとは思いますが、利益を出す会社にならなければいけません。利益の成長に主眼をおき、投資して良かったなと思ってもらいたいので、業績向上が何よりのIRだと考えています。数年後のプライム市場への移行を目指していますので、中長期での応援をよろしくお願いいたします。

ということで、これは私の本当の本音の部分を記載させていただきました。

通期業績予想の上方修正を発表

新たなフロー収益モデルであるB-CUBIC Nextが好調かつBRO-ROOM本格稼働が売上高を押し上げ

- B-CUBIC Nextにおいて、上半期で約**315**百万円のフロー売上を創出。下半期に向けて受注が加速。
- BRO-ROOMにおいて、上半期で約**57**百万円のフロー売上を創出。通期で約**250**百万円以上の売上を想定。
- B-CUBIC / B-CUBIC Nextにおいて、ストック売上は前年同期比**10.7%**増。堅調な積み上げ進捗。



30

上方修正の背景です。繰り返しになりますが、一覧にまとめました。新たなフロー収益モデルである B-CUBIC Next が好調、かつ下半期からの BRO-ROOM 本格稼働が売上高を押し上げ。B-CUBIC Next において、上半期で 3 億 1,500 百万円のフロー売上、下半期に向けて受注が加速しております。

BRO-ROOM は上半期 5,700 百万円を計上しており、通期合わせて 2 億 5,000 百万円以上の売上を想定しております。また、B-CUBIC や B-CUBIC Next によるストック売上も前年同期比 10.7%増と、堅調な積み上げで進捗しております。売上高約 40 億円、営業利益 4 億 8,800 百万円、経常利益 3 億 3,000 百万円、当期純利益 3 億円を、しっかりと通期で達成してまいります。

(単位：百万円)	FY2022		FY2023			
	実績	前回修正 通期業績予想 (23/5/11)	今回修正 通期業績予想 (23/7/31)	前期比	増減額	増減率
売上高	2,992	3,666	4,033	+34.7%	+367	+10.0%
営業利益	289	366	488	+68.8%	+122	+33.3%
経常利益	125	200	330	+164%	+130	+65.0%
当期純利益	77	217	300	+289%	+83	+38.2%



31

上方修正の詳細と前期比較です。

通期達成に向けた第3Q以降の取り組み



1 販売体制（直販）

B-CUBIC Nextの販売が好調なため、若手を中心に
に人員を振り分け。BRO-LOCKは引き続き販売人
員を固定化し、受注を獲得。



2 パートナー戦略

BRO-ROOMの**販売代理店獲得を推進**し、拡販に
繋げるとともに、パートナー開拓も同時に推し進
め、固定費を抑えながら受注を伸長。



3 サービス向上

サイネージ連携、宅配ボックス連携を推し進め、
ローンチを目指す。



4 財務基盤の強化

債権流動化を4Qに実施予定。
当座貸越枠を10億円増額し、30億円の枠を確保。



32

最後に、通期達成に向けた第3Q以降の取り組みです。一つ目の販売体制、直販の部分は、B-CUBIC Nextの販売が好調なため、若手を中心にB-CUBIC Nextに人員を振り分けております。

BRO-LOCKに関しましては引き続き販売人員を固定化して受注獲得してまいります。BRO-LOCKは、B-CUBIC Nextに比べ営業の難易度が高く、様々なスキルが必要になりますので、こちらはベテラン、中堅以上を中心に販売していこうと考えております。

二つ目はパートナー戦略です。パートナーは固定の人件費、販管費がかからず、売上・利益が上がると粗利自体がそのまま営業利益に落ちてくるというメリットがあります。しっかりと販売代理店様と協力し、パートナーを獲得してまいります。

三つ目はサービス向上です。デジタルサイネージや宅配ボックスなど、新たなサービスを検証し、開発を進めておりますので、ローンチを目指してまいります。

最後に財務基盤の強化です。債権流動化を第4四半期に実施予定です。当座貸越枠を10億円増額し、30億円の枠を確保で、財務基盤をしっかり強化してまいります。

2023年12月期第2四半期決算のご報告は以上となります。ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

栢本 [M]：ありがとうございます。それでは質疑応答に移らせていただきます。

まず、事前質問が1点ございますので、読み上げさせていただきます。

質問者 [Q]：まずは第2四半期の決算、上方修正おめでとうございます。今回の決算が上方修正という評価で飾れて、こちらも非常に嬉しく思います。実際に数字を上げるのは、社員の皆さんですが、外部の者なのに共に参加し、戦っているような感覚になり、何か達成感というか、成したような気分にしていただきました。今回の決算は、貴社にしてみれば上場後ようやくスタート地点にたどり着き、まさにこれからではないでしょうか。

では本題に入ります。BRO-ROOMですが、第3四半期より本格投入ということで期待が高まります。昨年のテストマーケティング時点での感触、手応え、商品内容、ウエイトが高いのはどんな商品なのか。また、対象顧客、営業地域、アライアンスなど、今後の営業戦略、想定売上の進捗イメージを教えてください。

また、初期ゼロでの販売で、回収が気になるところです。回収漏れが起きにくい仕組みになっているようですが、どういったものなのかをご説明お願いいたします。

畑江 [A]：BRO-ROOMの商品内容は今のところ一つで、お部屋のリノベーションプラスIoTデバイス設置という内容になります。

対象顧客としては完全にオーナー様になり、オーナー様の中でも物件を多く持たれているメガオーナー様の方が多いイメージになっています。

営業地域は基本的には全国です。アライアンス等今後の営業戦略としては、先ほど中西もお話させていただきましたが、販売代理店様としては例えばリフォーム会社様、当社がお付き合いしている管理会社様も営業のパートナーになりますので、こちらを増やしていくことが重要になります。

想定売上の進捗イメージについて、受注自体は今も徐々に出てきているのですが、リフォームを完了しないと売上にならないので、どちらかというとならば第3四半期より第4四半期のウエイトが高くなるかなというイメージです。

初期ゼロでの回収リスクに対する対策として、一つはBRO-ROOMを導入する物件は、B-CUBICかBRO-LOCK、どちらかを必ず同時導入していただくこと、もう一つは管理会社様やサブリース会社様と提携して、回収漏れないような仕組みをつくったという形になります。以上です。

質問者 [Q] : 前期の事業活動大変お疲れ様でした。さて、前期時点での業績が素晴らしいこともあり、上方修正後の予想がちょうど実現された場合には、前年と比較した際に、後期単体では減益となる計算になります。これは予想が保守的なのか、あるいは前年になかった悪材料があるのかを知りたいです。

渡邊 [A] : ありがとうございます。下期における前年同期を比較しますと、売上と粗利に関しましては、前期営業が頑張ってお出した数字を超えた今期の予算になっていますので、決して保守的な予算ではないのですが、順当にいけば達成するであろうと想定された数字になります。

販管費に関して、人件費が昨年対比 30 名増えておりますので、その分の人件費が上がっておりますが、研究開発費を数千万円保守的に積んでおり、結果、営業利益に関しては、前年同期とほぼ同水準になっております。

また、営業外の部分において、前期は下期に債権流動化を約 7 億円実施しましたが、今期はその倍以上の金額を想定しており、その分が多額のコストがかかるということで、最終的に経常利益は前年同期を下回っているという状況です。以上です。

質問者 [Q] : 上方修正後の第 2 四半期累計売上進捗率は、計画の 35%を超過しています。営業利益以下利益についても例年の下期偏重の業績からすると、保守的な予想と認識していますが、その認識で合っているのでしょうか。もしくは下期に特別な支出を検討されているのでしょうか。

渡邊 [A] : こちらも先ほどと同じ回答にはなりますが、営業利益以下に関しては債権流動化の金額が昨年より 2 倍以上を想定しておりますので、その分の費用がかかってまいります。以上です。

質問者 [Q] : 個人投資家で中古マンションをリノベして販売しており、貴社の BRO-LOCK の採用を検討しています。他社製品のクラウドサービスが海外サーバー経由のようで、今まで採用を躊躇していました。BRO-LOCK のサービスに関して R&D と情報セキュリティに関する質問です。貴社のアプリとクラウドサービスは日本国内の開発ですか、開発パートナーを開示いただければ安心できます。

畑江 [A] : お答えできる範囲となりますが、BRO-LOCK には二つのモデルがありまして、一つのモデルは別メーカー様の OEM という形で販売しています。もう一つは、当社のオリジナルとなりまして、アプリ開発や、管理画面、クラウドサービスの開発も当社が外部に委託して、そこで一緒につくっています。開発だけ委託しております。サーバーは国内サーバーを利用しております。以上です。

質問者 [Q] : オートロック大手 2 社に対する貴社の優位性はあるのでしょうか。

中西 [A] : やはり初期導入費用 0 円プランが大きな優位性となっております。

また、基本的に IoT サービスですので、外出先でスマートフォンでの応対や解錠ができる専用アプリがあり、管理会社様からアプリにメッセージを送ることも可能です。通常のオートロックインターフォンではできないことが、IoT でできるという点が強みです。以上です。

質問者 [Q] : 情報漏えいなどが一番心配です。

畑江 [A] : もちろん漏洩漏えいがない仕組み・体制を取っております。

質問者 [Q] : 代表中西の考えですが、なぜあのようなコメントをされたのでしょうか。

中西 [A] : 今回このコメントを出した背景として、昨年様々な会社様との提携リリースを出させていただきましたが、相手様がいて開示できないこともあり、それがどう売上・利益につながり、どういった効果をもたらしたかなど、追跡ができていなかったという反省点がありました。そもそも提携リリースを見て投資家様が投資の判断をする基準として相手先がどんな会社で、どんなサービスでどんな提携なのかを見ても、最終的にどう利益につながっていくかが見えづらかったかと感じました。

出来高・売買代金・EPS・株価を上げていくために、私がこの会社の代表ですので、私の率直な感想、主に方向性を示させていただこうと考えました。社風を大事にはしておりますが、それを土台にして、しっかりと利益を出せる会社を目指していくというメッセージを、株主の皆様、投資家の皆様に送りたいかったというのが経緯となります。以上です。

質問者 [Q] : 直販とパートナーの売上比率はどれくらいですか。

畑江 [A] : 正確な比率の算出や開示はまだこれからになるのですが、BRO-ROOM に関してはパートナー様からの売上が大きくなります。これが今期 2 億 5,000 万円想定となります。B-CUBIC と BRO-LOCK もパートナー様から上がっておりますが、現状は約 10%程度で、直販の割合が多くを占めております。以上です。

質問者 [Q] : B-CUBIC Next はフロー収益がありますが、ストック収益も B-CUBIC と同額なのでしょうか。

中西 [A] : スtock収益に関しては同額ではなく、実際は 2 段構えです。元々、B-CUBIC はストック収益だけというところが、B-CUBIC Next では、約 6 割部分がフロー収益に変わり、4 割部分がストック収益というイメージを持っていただければと思います。

質問者 [Q] : 時価総額 8 倍わくわくします。ありがとうございます。中西社長チャンネル全て見ました。最新の BRO-ROOM 編、マンション ISP 編がとても勉強になりました。今後、BRO-LOCK や BRO-ROOM を導入した物件を YouTube で取り上げてもらえないでしょうか。実物を見たことがないので、どれだけ便利なものなのかを動画で感じてみたいです。ご検討よろしく願いいたします。

中西 [A] : 是非検討させていただきます。

質問者 [Q] : BRO-LOCK や BRO-ROOM の売上に季節性はありますか。

畑江 [A] : BRO-LOCK に関しては、B-CUBIC と同じく、繁忙期対策として第 4 四半期に向け上がるとい季節性があります。当社の下期偏重になる理由もここにあります。

BRO-ROOM に関しては、こちらもお部屋のリノベーションで空室対策になるということを考えて、下期偏重になりやすいという予測はあるのですが、始めたばかりということもあり、検証を進めてまいります。以上です。

質問者 [Q] : B-CUBIC の回線は、どちらの会社の回線を使っているのでしょうか。

中西 [A] : 主に NTT の回線です。また、東海地方以西に関しては、各電力会社の光ファイバーを利用するケースも多くあります。以上です。

質問者 [Q] : B-CUBIC には、既設の建物にも後付けで導入できるのでしょうか。同業他社製品に対する優位性はありますか。

中西 [A] : もちろん既設の建物にも後付け可能です。どちらかということでは新築よりも既築の建物の導入棟数が圧倒的に多く、8 対 2 ぐらいの割合で既築に導入しております。

同業他社に対する優位性ですが、他社にはない初期導入費用 0 円プランはもちろんのこと、自社で運営しているコールセンターの受電率が 100% で、お電話いただいたら必ず出るという体制を取っております。且つ、当社で障害に対してもナレッジ、ノウハウが積み上がっており、即座に対応する体制を整えております。機械ですので、台風、洪水、落雷等で障害が起こる場合も、最短での復旧ができるよう、取り組んでおります。

また、業界では契約期間 5 年～8 年という縛りがあるのが通常ですが、B-CUBIC Next は、契約の縛りがなく、マンションオーナー様は解約したいときに解約できる安心感があるといったところが優位性になります。以上です。

質問者 [Q] : クラウドの情報セキュリティへの取り組みを教えてください。

畑江 [A] : BRO-LOCK のクラウド管理画面ですが、個人情報取得していない点の一つと、ID、パスワードでアクセス制御をかけているという点が取り組みになります。以上です。

質問者 [Q] : 前期苦戦した工期の長期化について、足元どの程度改善していますでしょうか。

畑江 [A] : 昨年度、工期が非常に長かったのが、先行で調査に入るなどの工夫を様々行ってきました。現在は当時の半分程度まで工期短縮ができております。当社内部のフローや調査タイミングを変え、工事業者様が増えたことが改善にはつながったと考えております。以上です。

質問者 [Q] : 新築市場では大手と戦うことになりませんが、地方のデベロッパーなど未開拓の領域は多分にあるのでしょうか。

中西 [A] : 当社の新築割合は全体の約 2 割程度です。新築案件は既築と違い、非常に利益率が低くなります。特に同業の大手と戦うことになると、価格勝負で受注が取れたとしてもあまり実入りがありません。また、当社は B-CUBIC を軸に BRO-LOCK、BRO-ROOM とクロスセルで販売しておりますので、実は新築よりも既築のほうがお役に立てて、利益率も高くなると考えております。

もちろん新築を対象外とするわけではなく、地方のデベロッパー様の開拓は並行して行っております。また、大手のデベロッパー様よりも利益率は取りやすくなりますので、年間10棟、20棟、30棟建てる地方のデベロッパー様にIoTマンションという形での提供や、提携を進めておりますので、開拓の余地は多分にあると考えております。以上です。

質問者 [Q] : B-CUBIC Next は、フロー売上なので、初期導入費用 0 円ではないという認識でよろしいでしょうか。貴社の強みは初期導入費用 0 円だと思っておりましたが、そうでなくても競争力があるのでしょうか。

渡邊 [A] : B-CUBIC Next も B-CUBIC も、ともに初期導入費用 0 円プランがございます。仮に B-CUBIC と B-CUBIC Next が同じ料金設定とし、月々2万円をいただくとします。

ただ、B-CUBIC は契約期間 6 年ですので、6 年間、2万円をいただきます。その2万円の内訳は、初期の工事代金と毎月のインターネット代金合わせて2万円です。B-CUBIC Next は契約期間がないということで、2万円の内訳のうち1万2,000円×72回分、合計86万4,000円部分が初期費用として、売上計上となります。残り8,000円は毎月のインターネット代金として売上計上します。いただく代金は毎月2万円ですが、工事代金に関しては一括計上できるという特徴がございます。以上です。

質問者 [Q] : DOORCOM は貴社のパートナーでしょうか。賃貸住宅フェアで同じ商品を見かけたのですが。

畑江 [A] : はい。パートナー企業様です。BRO-LOCK のモデルの一つをとともに販売させていただいております。以上です。

質問者 [Q] : 時価総額の根拠について説明いただけますでしょうか。280 というのが気になります。

中西 [A] : 時価総額 280 億円という数字について、時価総額は PER×純利益ですので、PER20 倍～30 倍辺りの水準を基に、経常利益と最終の純利益を3カ年で作っていくところを前提として算出しております。より具体的な戦略・数値等に関しては、中期経営計画で発表させていただきます。以上です。

質問者 [Q] : 流動化費用の概算の仕方はありますか。

渡邊 [A] : 内訳はお伝えしづらいところはあるのですが、まずは流動化1回当たりのコストがかかってくるのと、プラスで流動化金額×利息相当額が数パーセントかかり、合計の金額が1回当たり算出されることとなります。以上です。

質問者 [Q] : BRO-LOCK のエントリーモデルのクラウドサービスが DOORCOM から提供されていると聞いたのですが、本当でしょうか。

畑江 [A] : エントリーモデルに関しては当社の自社開発となります。以上です。

質問者 [Q] : アパート市場には進出しないのでしょうか。

中西 [A] : 基本的には4戸数以上の集合住宅にご提供させていただいており、マンションとアパート合わせてアパマン市場全体をターゲットにしております。以上です。

質問者 [Q] : 代理店売上比率の目標や、そのための取り組みがあればご教授ください。

中西 [A] : 目標部分に関してはまだ明確ではないのですが、代理店売上のメインはやはり BRO-ROOM で考えておりますので、今後、決算説明会で一定の結果をご報告させていただけたらと考えております。以上です。

質問者 [Q] : YouTube チャンネル楽しく拝見しております。皆さんの投票で決まりましたババンババンバンから始まる挨拶がとても楽しく見ていて元気をもらえます。これからも配信を楽しみにしておりますといただいております。

中西 [A] : ありがとうございます。

質問者 [Q] : 駅から何分ぐらいの物件が対象になりますか。

畑江 [A] : 駅から何分ぐらいの物件を絞って対象にしているというわけではありません。どちらかといえばパートナーの管理会社様と、空室にお困りの物件に対してピンポイントにサービスをご提供していくという形になります。以上です。

質問者 [Q] : 人材採用や教育体制について課題はありますか。

中西 [A] : 新卒については一定人数の採用ができており、特に課題はないのですが、今後プライム市場への移行を目指すにあたり、専門性の高い人材の採用になりますと、そう簡単にはいかないと感じており、この辺りは様々な人材紹介会社等を活用して、専門性の高い中途採用をしっかりとやっていきたいと考えております。

教育体制については、期初に営業体制を分け、それぞれの教育をしっかりと行っております。今後知識や営業トークなどを各パート分けてテストして認定するような制度をつくる話し合いをしております。以上です。

質問者 [Q] : 今後のIoT商品の販売拡大に伴い、R&Dの人員規模の拡大計画を教えてください。

畑江 [A] : R&D（研究開発）について、自社でエンジニアを採用しているわけではなく、外部のパートナー様と商品をつくる形をとっており、自社で開発メンバーを拡大するということは、現状ではまだ考えておりません。以上です。

質問者 [Q] : メガ大家は全国にどの程度いらっしゃるのでしょうか。

中西 [A] : どの程度というのはすぐにはお答えしづらいのですが、BRO-ROOM のお客様は大きく分けて2パターンで、いわゆるメガ大家様、例えば1人で50棟持っているお客様が BRO-ROOM

を採用いただく場合、リノベーション費用が1部屋300万円とすると、10室3,000万円になります。メガ大家様は潤沢な資金をお持ちですが、レバレッジを利かしていくという不動産の特徴、特性上、借入を行う際はどちらかという、設備投資よりも新しい物件を購入したいので、既存物件のテコ入れのために3,000万円の与信を銀行に取られて、次の物件を買えないぐらいなら、与信枠を削らない初期ゼロプランがある当社にまかせて、新しい物件を買おうというのがメガ大家様の考えです。

もう一方は、空室が何年間も続いている大家様です。テコ入れのための3,000万円を銀行も貸してくれず、部屋もずっと埋まらず、収益を生まない状態が続いている、そういった大家様にBRO-ROOMを活用いただきますので、メガ大家様とお困りの大家様がBRO-ROOMの対象になります。市場としては非常に大きな市場です。メガ大家様ばかり狙っているというわけではありません。以上です。

質問者 [Q]：ソフトウェア開発の人員規模は、現在何人ぐらいいるのでしょうか。

畑江 [A]：ソフトウェア開発人員は社内では採用しておりません。以上です。

質問者 [Q]：自己資本比率が類似企業と比べて低いですが、財務面に課題はありますか。

渡邊 [A]：初期導入費用0円プランでの販売を積極的に行っておりますので、どうしても借入依存度が大きくなります。借入依存度を減らすために債権流動化を行っているのですが、今後、利益が出て、利益剰余金がたまる、あるいは資本増強をして手元預金が増えると自己資本比率が上がってまいりますので、その方向に向かって邁進してまいります。以上です。

質問者 [Q]：前期に流動化した金額はいくらだったのでしょうか。

渡邊 [A]：前期は上期に約10億円、下期に約7億円の流動化をしております。以上です。

質問者 [Q]：開発パートナーとの開発品の不安は、開発パートナーの信用力だと思いますが、開発パートナー名は開示できますか。

畑江 [A]：開発パートナー名は開示できないのですが、開発パートナーと言いましても1社、2社ではなく、様々な商品、サービスごとに多くのパートナー様がいます。また、パートナーの倒産など、リスクとして残らないように、同じサービスでも複数社取引をして、何かあったときの補完となるような形で開発パートナーを選定しております。以上です。

栢本 [M]：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、これにて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2四半期決算説明会を終了とさせていただきます。

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お願いいたします。

それでは失礼いたします。ありがとうございました。

一同 [M]：ありがとうございました。

[了]

脚注

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

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。