

2023年11月15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3四半期決算説明会書き起こし

2023年11月8日に開催しました2023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

■2023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】

[2023年12月期 第3四半期決算短信](#)

[2023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

2023年12月期 第3四半期決算説明会

2023年11月8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 3 四半期決算説明会		
[決算期]	2023 年度 第 3 四半期		
[日程]	2023 年 11 月 8 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 経営企画室 室長	畑江	一生 (以下、畑江)
	執行役員 経理部 部長	渡邊	宗義 (以下、渡邊)

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させていただきます。

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、画面左側が執行役員経営企画室長、畑江です。

畑江：畑江です。よろしくお願いいたします。

栢本：続きまして、画面右側が執行役員経理部長、渡邊です。

渡邊：渡邊です。よろしくお願いいたします。

栢本：それでは、説明会の流れをご説明させていただきます。

この後、代表の中西より、第3四半期決算についてご説明した動画を再生させていただき、その後、質疑応答の時間となります。

質疑応答については、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。

こちらの投稿は、説明会の間、いつでも投稿が可能です。お名前は匿名で、他の視聴者様に投稿された内容は共有されません。

また、チャットボタンからは投稿されないようにお願いいたします。チャットボタンに投稿されましても、対応いたしかねますのであらかじめご了承ください。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。

それではただいまより、2023年12月期第3四半期決算内容についてご説明いたします。動画のお時間は15分ほどとなっております。よろしくお願いいたします。

中西：皆様、本日はお忙しい中、2023年12月期第3四半期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。

改めまして、株式会社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ればと思いますので、お付き合いのほど、よろしくお願いいたします。

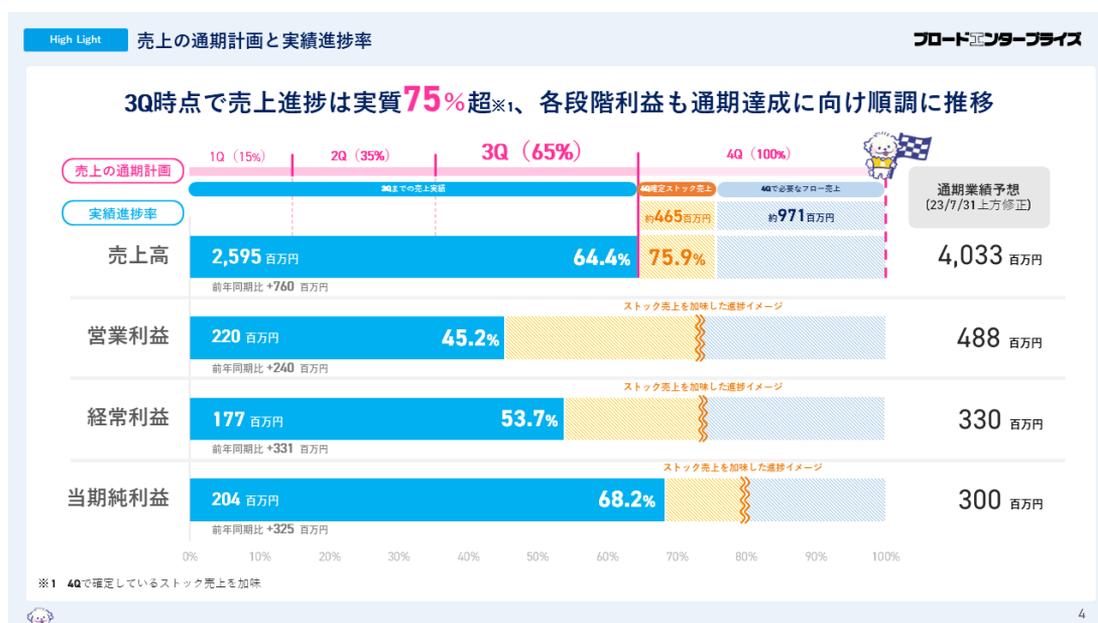
まず、業績ハイライトになります。

High Light FY2023.3Q 業績ハイライト					ブロードエンタープライズ				
売上高：前年同期比 41.4% 増収 営業利益：前年同期比 240 百万円 増益					3Q時点での累計売上高は過去最高を更新し、各段階利益は前年同期から大きく改善				
会計期間 (3Q)					累計期間 (3Q)				
(単位：百万円)	FY2022	FY2023			(単位：百万円)	FY2022	FY2023		
	実績	実績	増減額	増減率		実績	実績	増減額	増減率
売上高	693	908	+215	+31.1%	売上高	1,834	2,595	+760	+41.5%
営業利益	24	76	+51	+204.7%	営業利益	△19	220	+240	-
経常利益	23	64	+41	+181.2%	経常利益	△154	177	+331	-
当期純利益	12	41	+29	+245.2%	当期純利益	△120	204	+325	-

売上高、前年同期比 41.4%増収、営業利益、前年同期比 2 億 4,000 万円増益。

3Q 時点での累計売上高は過去最高を更新し、各段階利益は前年同期から大きく改善しております。

続いて、売上の通期計画と実績進捗率です。



3Q時点で売上進捗は実質75%超、各段階利益も通期達成に向け順調に推移しております。ピンク部分、売上の通期計画としては3Q時点で65%を予定しておりました。

進捗としては、ブルー部分で64.4%と、ほぼ計画通りとなっておりますが、4Qのストック売上高4億6,500万円はほぼ確定しておりますので、こちらを加味しますと、実質は75%超というところで、売上高、また各段階利益も達成ペースに乗っております。

通期を達成するためには、4Q時点で必要なフロー売上が約9億7,100万円となっております。

目次はこのようになっています。



Quarterly Update		
1. 2023年12月期 第3四半期決算概要	-----	P.5
Stock Status		
2. 株式分割・優待変更について	-----	P.19
Company		
3. 会社概要	-----	P.24
Appendix		
4. 参考資料	-----	P.44

続いて、2023年12月期第3四半期決算概要です。

売上高、利益ともに好調に推移しており、過去最高の3Q累計売上高となっております。

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。過去最高の3Q累計売上高
 当期純利益は、税率の変更の影響もあり、前年同期比で約**325百万円**の増加

	会計期間（3Q）				累計期間（3Q）				トピックス	
	FY2022	FY2023			FY2022	FY2023				
（単位：百万円）	実績	実績	増減額	増減率	（単位：百万円）	実績	増減額	増減率		
売上高	693	908	+215	+31.1%	売上高	1,834	2,595	+760	+41.5%	B-CUBIC Nextによるフロー売上高が増収を牽引。 売上高に比例し原価・各段階利益が増加。 販管費は採用人数や外注費を抑えたことにより上昇を抑制。 当期純利益は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。
売上原価	329	499	+170	+51.7%	売上原価	880	1,371	+490	+55.7%	
売上総利益	363	408	+45	+12.4%	売上総利益	954	1,224	+270	+28.3%	
販売費及び一般管理費	338	332	△6	△1.8%	販売費及び一般管理費	973	1,003	+30	+3.1%	
営業利益	24	76	+51	+204.7%	営業利益	△19	220	+240	-	
経常利益	23	64	+41	+181.2%	経常利益	△154	177	+331	-	
当期純利益	12	41	+29	+245.2%	当期純利益	△120	204	+325	-	

当期純利益は税率の変更もあり、前年同期比で約3億2,500万円の増加となっております。

左のブルーが3Q単体数値、ピンクが1-3Qの累計数値となっております。

右側のトピックスです。

増収の要因としましては、B-CUBIC Nextによるフロー売上が増収を牽引しております。売上高に比例し、原価・各段階利益が増加しております。

販管費は採用人数や外注費を抑えたことにより、上昇を抑制しております。

当期純利益は、税率変更の影響により8,400万円の増加および売上高に比例し増加しております。

続いて、営業利益の変動要因分析になります。



増収増益によりコスト増加を吸収、販売代理店の獲得を強化し、採用人数を前年度比で抑えたことで、販管費を想定よりも圧縮、前年同期比ではプラスの2億4,000万円の増益で着地しております。

続いて、事業別のハイライトとなります。

Quarterly Update 事業別ハイライト フロートセンタープライズ

事業別工事完了数

	会計期間 (3Q)				累計期間 (3Q)			
	FY2022 実績	FY2023			FY2022 実績	FY2023		
	実績	実績	増減額	増減率	実績	実績	増減額	増減率
B-CUBIC/ B-CUBIC Next	266棟	225棟 B-C : 49棟 Next : 176棟	△41棟	△15.4%	792棟	928棟 B-C : 488棟 Next : 440棟	+136棟	+17.1%
BRO-LOCK	46棟	47棟	+1棟	+2.1%	86棟	149棟	+63棟	+73.2%
BRO-ROOM	-	15部屋	-	-	-	25部屋	-	-

事業別の工事完了数です。左のブルーが3Q単体、右のピンクが累計となっております。

B-CUBICの3Q単体ですが、266棟の昨年度実績に対し225棟と、41棟減少となりますが、累計では792棟から928棟と、昨対比136棟のプラスとなっております。

BRO-LOCK はほぼ昨年と変わらずというところで、累計ではプラス 63 棟と増加しております。

BRO-ROOM に関しては本格的にサービスを開始したのが今年からになりますので、昨対はなく、このような記載となります。

続いて、事業別の売上高です。

Quarterly Update 事業別売上高（前年同期比較） フロードエンス・プライス

B-CUBIC Nextを筆頭に、前年同期累計を大幅に上回るペースで推移

(単位：百万円)	累計期間（3Q）				トピックス	
	FY2022 実績	FY2023				
		実績	増減額	増減率		
売上高	1,834	2,595	+760	+41.5%		
ストック売上高						
- B-CUBIC / B-CUBIC Next	1,237	1,361	+124	+10.1%	<p>前期にはなかったB-CUBIC Nextによるフロー売上高が全体の売上高増加の主な要因。</p> <p>B-CUBIC事業のストック売上高は累計導入棟数増加に比例して増加。</p> <p>BRO-LOCK事業は堅調に推移。</p> <p>BRO-ROOM事業は3Qより本格稼働し、徐々に売上貢献。</p>	
フロー売上高						
- B-CUBIC Next	-	525	+525	-		
- BRO-LOCK	305	386	+80	+26.4%		
- BRO-ROOM	-	121	+121	-		
- その他	292	201	△90	△30.9%		

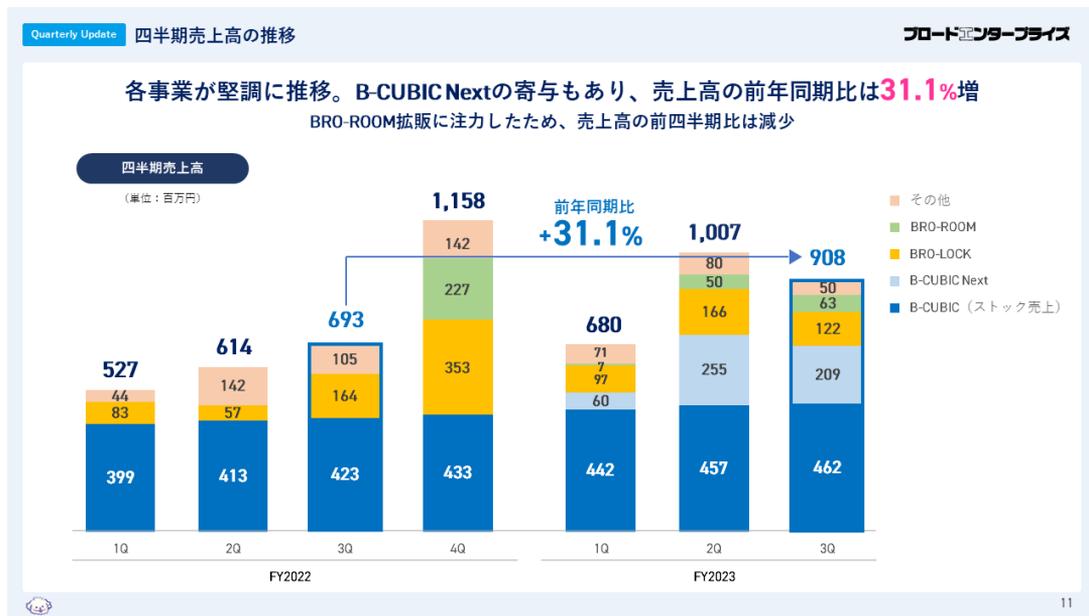
10

増収要因ですが、トピックスにある通り、前期になかった B-CUBIC Next によるフロー売上が、全体の売上高増加の主な要因となっております。

また、ストック売上高に関しては積み上がった分、増えていきますので、その分増加しています。

BRO-LOCK 事業は堅調に伸びております。BRO-ROOM に関しては 3Q から本格稼働しており、徐々に売上貢献していくという状態になります。

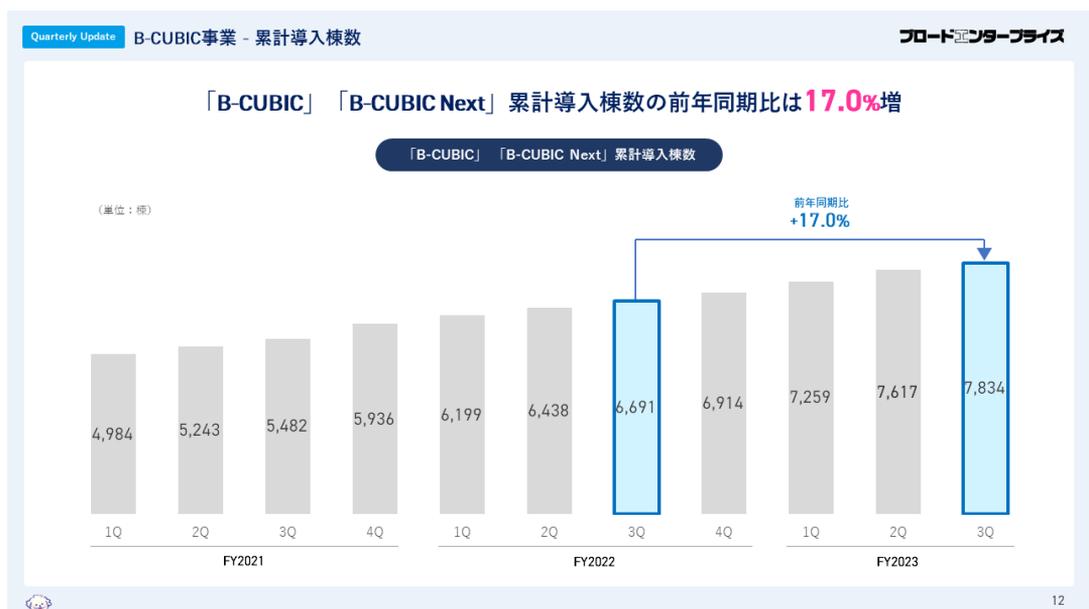
続いて、四半期売上高の推移についてです。



昨年度の3Q売上高が6億9,300万円に対して、今期3Qは9億800万円と、前年同期比31.1%増という形で、順調に推移しております。

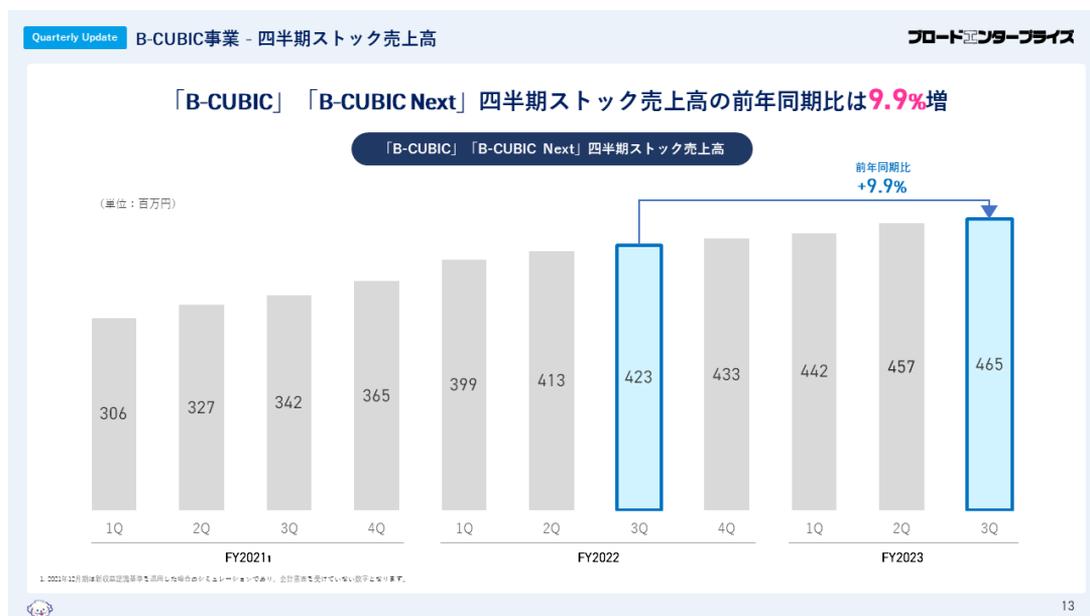
ただし、今期2Qと比べると約1億円の売上減少となり、要因としましては、3QからBRO-ROOM拡販に注力したため、その分下がったという形ですが、こちらはまた4QでBRO-ROOMに注力した分が、形となって帰ってくる予定となっております。

続いて、B-CUBIC事業の累計導入棟数となります。



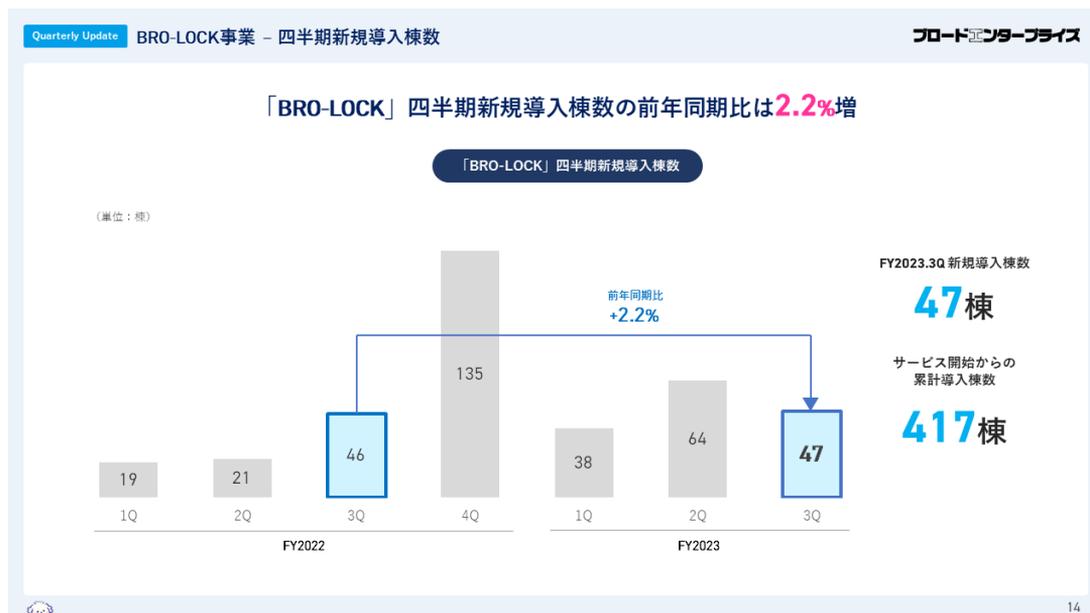
前年度比17%増となります。

続いて、四半期ストック売上高です。



B-CUBIC、B-CUBIC Next におけるストック売上高の前年同期比 9.9%増となっております。

続いて、BRO-LOCK 事業の四半期新規導入棟数です。



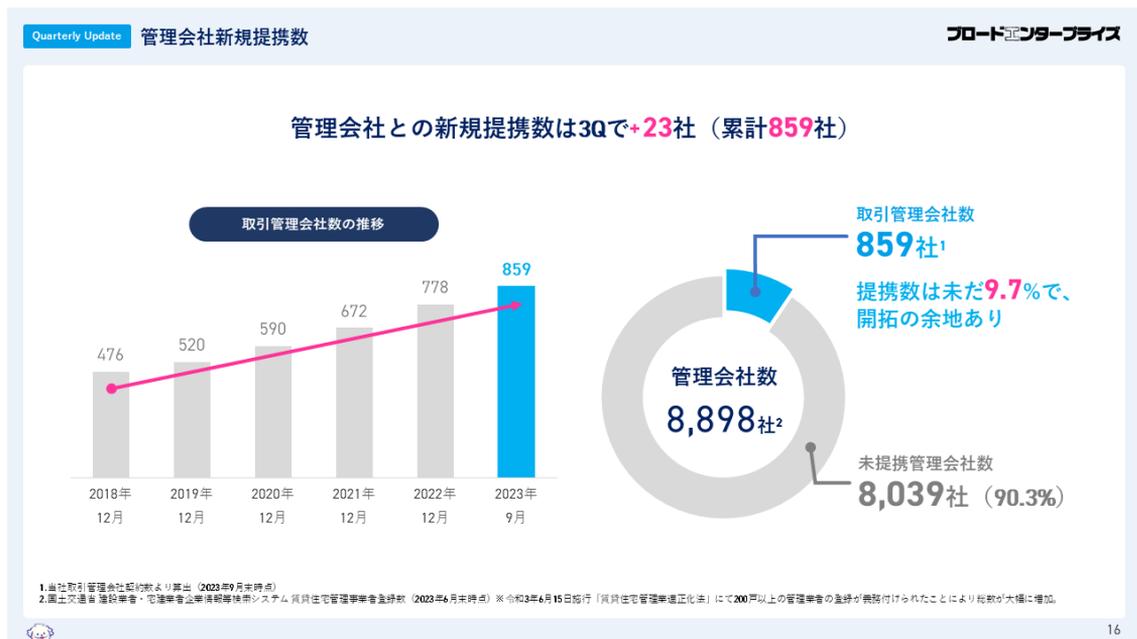
昨年 46 棟に対し 47 棟とほぼ横ばいで、前年同期比 2.2%増となっております。

続いて、BRO-ROOM 事業です。



下半期より本格稼働しており、3Q 新規導入室数は 15 室となります。売上高に関しましては、累計で 1 億 2,100 万円となっております。

続いて、管理会社新規提携数です。



我々の事業を推進していくためには、管理会社様との提携は欠かせません。今回の 3Q 期間でプラス 23 社、累計 859 社の管理会社様と提携をしております。

左の図のように、取引管理会社様数は右肩上がりに増えております。

ただし、全国の管理会社様数 8,898 社からするとまだ 10%ほどで、開拓余地はまだあると考えております。

続いて、販売代理店新規取引数です。

Quarterly Update 販売代理店新規取引数 フロードエンタープライズ

販売代理店との新規取引数は3Qで+7社（累計51社）

	定義	人件費	特徴	方向性
直販	当社の営業社員	増員とともに増加	採用人数、教育、販売数等がある程度 コントロール可能	毎年10~20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 期初時点25社 ▶ 3Q末時点51社 (104%増)	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

1. 2023年8月末時点

管理会社様の取引を増やすにあたって、直販と販売代理店という二つの方法がございます。直販はもちろん社員ですが、今後は販売代理店との取引数を増やしていきたいと考えております。

具体的には、営業代理店・リフォーム会社・ガス会社様との提携を増やしていき、直販と販売代理店で管理会社様のさらなる開拓を行ってまいります。現在累計 51 社となっており、目標としては、年間 10 社以上の新規取引開始を目指しております。

続いて、貸借対照表になります。

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）	FY2022.4Q （実績）	FY2023.3Q （実績）	増減額	トピックス
流動資産	4,173	4,894	+721	4Qに債権流動化を実行予定。 当該取引で主に現預金1,200百万円の増加、売掛金約660百万円の減少、前受金743百万円の増加。 流動化で得た資金で短期借入金650百万円の返済を予定。
うち現預金	990	923	△66	
固定資産	1,467	1,452	△14	
資産合計	5,640	6,347	+706	
流動負債	4,109	4,345	+236	
固定負債	1,016	1,280	+264	
負債合計	5,126	5,626	+500	
純資産合計	514	720	+205	
負債・純資産合計	5,640	6,347	+706	

18

トピックスを読み上げていきます。

4Qに債権流動化を実行予定となっております。

今回の取引で、主に現預金12億円の増加、売掛金約6億6,000万円の減少、前受金7億4,300万円の増加となっております。

また、流動化で得た資金で短期借入金6億5,000万円の返済を予定しております。

続いて、通期達成に向けた4Qの取り組みについて、三つ挙げております。

Quarterly Update 4Qの取り組み フロードエンタープライズ

通期達成に向けた4Qの取り組み

- 
1
マーケティング強化
 - ・メルマガでの集客基盤の構築
 - ・セミナー開催（リアル・WEB）

- 
2
販売代理店の獲得
 - ・BRO-ROOMを中心に引き続き販売代理店獲得を推進

- 
3
工事完了に向けて
 - ・期ズレを最小限に抑えるため、工事会社（協力店）を確保

19

一点目はマーケティングの強化です。

メルマガでの集客基盤の構築、セミナー開催（リアル、WEB）というところで、メルマガでの集客に今後力を入れていこうと考えております。コロナ収束とともにリアルセミナーの数も増えてきておりますので、ウェビナーも活用しながら随時開催していき、マンションオーナー様、管理会社様との接点をさらに増やしていきたいと考えております。

二点目は先ほど申し上げた通り、販売代理店の獲得に注力をしていきたいというところで、BRO-ROOM を中心に獲得を進めていきます。

三点目は工事完了に向けてとなります。4Q は締めめの四半期になりますので、しっかりと数値を積み上げるためにも、工事完了に向けて期ズレを最小限に抑え、工事協力店の確保をしていきたいと考えております。

続いて、株式分割・優待変更についてご報告申し上げます。

Stock Status 株式分割を実施 フロードエンタープライズ

当社は出来高が少なく、流動性の低さを重要課題と捉えており、株式分割を行うことで、出来高の増加と株式の流動性向上を図ります。

株式分割

1株 ▶ 2株

発行済株式総数

2,920,500株 ▶ 5,841,000株

目的

- 出来高の増加
- 株式の流動性向上

基準日 2023年11月30日

効力発生日 2023年12月1日

21

株式分割を実施するにあたり、当社の課題というところで、出来高が少なく、流動性の低さを重要課題と捉えておりますので、株式分割を行うことで、出来高の増加と株式の流動性向上を図ってまいります。

具体的には、1株を2株に分割します。発行済み株式総数が2倍になるという形で、基準日は2023年11月30日、効力発生日は2023年12月1日を予定しております。

続いて、株主優待制度の変更についてです。

Stack Status 株主優待制度の変更 フロードエンタープライズ

**より多くの株主様に当社株式を保有していただきたいという想いを込めて、
株主優待制度の内容を以下のとおり変更いたします。**

保有株式数	優待品の詳細
400株以上※	ドリームジャンボ宝くじ 10枚



※分割前は200株以上

保有株式数	優待品の詳細
100株以上200株未満	QUOカード 1,500円相当
200株以上400株未満	QUOカード 2,000円相当
400株以上	QUOカード 3,000円相当



※進呈条件
当社株式を1年以上継続して保有されている株主様を対象といたします。1年以上保有している株主様とは、毎年12月末時点とその同年の6月末及び前年の12月末から3回連続して、当社株主名簿に記載または記録されている株主様といたします。
但し、2023年12月末権利確定分は1年継続保有の制約はないものとします。

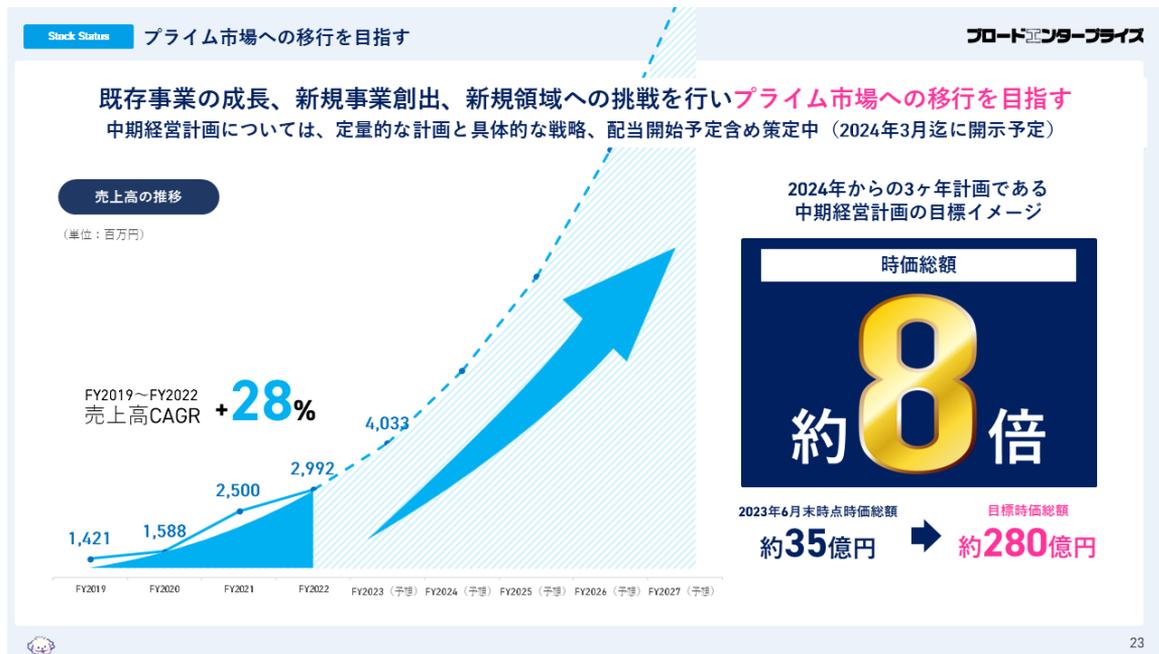
22

より多くの株主様に当社株式を保有していただきたいという想いを込めて、株主優待制度の内容を以下の通り変更いたします。

分割後基準になりますが、変更前は400株以上（分割前は200株）の株主の皆様には優待品として、ドリームジャンボ宝くじ10枚を進呈していましたが、変更後は100株以上200株未満の株主様にQUOカード1,500円相当、200株以上400株未満の株主様にクオカード2,000円相当、400株以上の株主様にクオカード3,000円相当を進呈いたします。

進呈条件は記載の通りとなっております。

続いて、プライム市場への移行を目指すというところになります。



まず既存事業の成長、新規事業創出、新規領域への挑戦を行って、数年後のプライム市場への移行を目指してまいります。

詳しい内容に関しましては、中期経営計画を発表する予定となっております。定量的な計画、具体的な戦略、配当開始予定含めて、現在策定中であり、発表は2024年の3月までに開示する予定であります。

現状、2019年から2022年までの売上高CAGRは約28%で成長してきております。

次に、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についてですが、2023年6月末時点で時価総額は約35億円であり、そちらを3ヶ年計画の最終年度の頃には、約8倍の280億に持っていくという計画イメージになります。

最後に株主・投資家の皆様へという形で、私の考えを述べさせていただきます。

Stack Status 株主・投資家の方へ フロードエンタープライズ



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いただきたいので、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

24

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いただきたいので、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。

今回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3四半期決算内容については以上となります。

質疑応答

質問 1 [Q] : 時価総額 8 倍、楽しみにしております。今後、スピード感を重視した成長戦略として、M&A による同業他社買収をするなどの考えや計画はありますか？

中西 [A] : 現在 M&A 仲介会社様ともお話をさせてもらって、同業他社や、賃貸市場周辺企業の買収を視野に入れております。

ただし、相手さんがあってのお話ですので、いつ頃にどんな会社、といった具体的な内容については、内容が固まり次第開示させていただきたいと思います。

質問 2 [Q] : BRO-ROOM 事業を成長させるということですが、そうすると収益率が低くなるのですが、会社全体として粗利は何%ぐらいと想定されているのでしょうか。

渡邊 [A] : 今年度着地の粗利率は、全体として約 46%を想定しております。

質問 3 [Q] : タスキ様との協業について、進行期よりリファイニング物件で少しでも収益に貢献の予定でしょうか。また、来期以降は売上にどの程度貢献していくとお考えでしょうか。できる範囲でご説明いただけると嬉しいです。リファイニング物件とは、1 棟当たりどの程度の戸数があるものなのでしょうか。

中西 [A] : タスキ様が仕込むリファイニング物件は、基本的に少戸数物件が多くなります。例えば 8 戸数、12 戸数など、比較的小ぶりな物件とお伺いしております。

1 棟あたりの売上は B-CUBIC、BRO-LOCK、宅配ボックスのどれを導入し、どのようなバリューアップを図るのかで変わってきますが、見込みとしては 1 棟当り 100 万円前後ではないかと考えております。

来期以降に関して、タスキ様の仕入れる物件数に依存するところもあり、我々としては 5 棟から 10 棟程度のお手伝いができるのではないかと考えております。

質問 4 [Q] : クラウドサービスは大手の情報通信会社、例えば NTT グループ会社などから、SaaS、PaaS、IaaS のような形態の提供でやられているのでしょうか。情報流出や不正アクセスで、株価へのマイナス影響を防ぐための具体的対応策に関してご説明をお願いいたします。

畑江 [A] : クラウドサービスを利用してシステムを構築しておりますが、提供先となる会社名やサービス名は控えさせていただきます。対策として、サービスへの認証とアクセス管理を実施しており、データを暗号化してネットワークセキュリティを向上させるなどの対策を講じております。

質問 5 [Q] : BRO-ROOM の拡販に注力したため、売上高の前四半期比は減少と記載されていましたが、なぜ BRO-ROOM に注力すると、売上高の前四半期比が減少するのでしょうか。

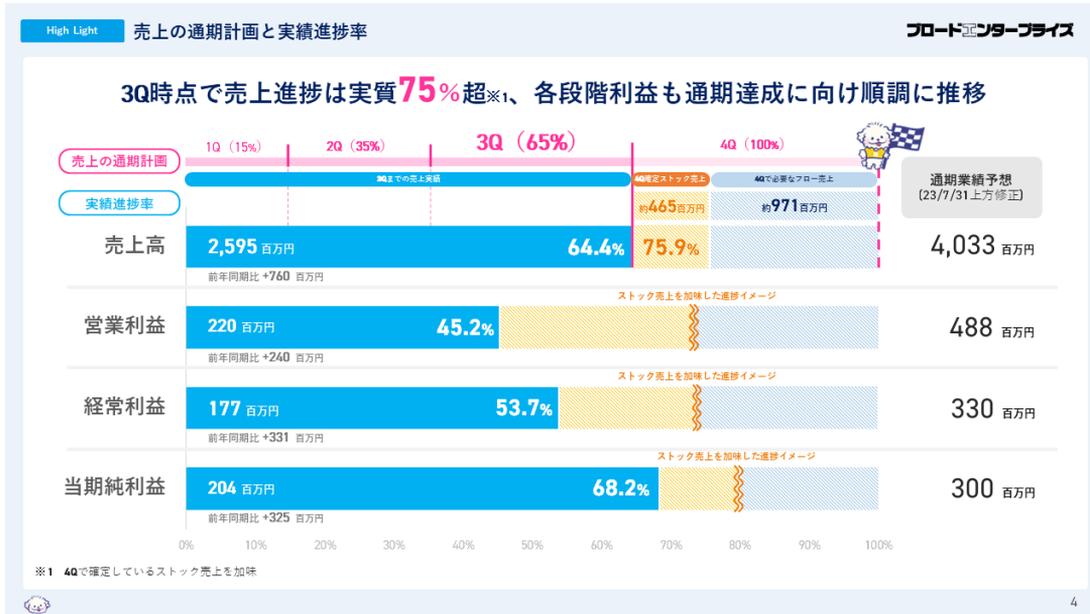
畑江 [A] : BRO-ROOM を今後将来的に伸ばしていくために、まず営業の土台を固めに行く必要があります。ベテランのメンバーを BRO-ROOM への営業活動に充てました。B-CUBIC に関しては累計の昨対では伸長しておりますが、BRO-ROOM に主要メンバーを充てたことによって、前四半期比では売上は減少したという形になります。

質問 6 [Q] : 3Q の B-CUBIC と Next の合計新規導入棟数は 217 棟となり、1Q2Q や前期 3Q と比べても大幅に減少しました。Next は元の B-CUBIC より契約期間の縛りがないので、営業上有利な面があるため、増加することを期待していましたが、どうして減少したのでしょうか。また、2Q 資料には B-CUBIC Next について、3Q 以降に向けて受注が好調とありましたが、なぜ 3Q に向けての受注が好調だったのに、3Q の売上が少ないのでしょうか。

続いて、3Q から若手を B-CUBIC Next の販売に充てるというような記載が過去にありましたが、その分ベテランが BRO-ROOM に異動したようなことがあったのでしょうか。

中西 [A] : B-CUBIC の工事完了数が前期比較で減少した要因については、ベテランのメンバーを BRO-ROOM への営業活動に割いたという点が主な要因となります。また、B-CUBIC において包括的なご契約をいただける会社様で、例えば 4 月から 6 月の 3 ヶ月で一気に工事をしてしましましょうというやり取りがあります。この場合、4 月～6 月に集中し、7 月～9 月は、まとまった導入工事を行う会社が少なく、減少するという形なので、今回のように前四半期から下がるというケースもございます。前四半期比で少し下がってはおりますが、通期計画の達成において、影響はないと考えております。

見ていただきたいのは、累計の部分です。累計としては前期 792 棟に対して 928 棟で、プラス 136 棟の 17.1%増というところや、売上の通期計画が 3Q で 65%を予定しており、結果として 64.4%で、累計でほぼ計画通りとなります。今期の前四半期との比較というよりは、累計でご判断いただければ幸いです。



Quarterly Update 事業別ハイライト フロードエントラプライズ

事業別工事完了数

	会計期間 (3Q)				累計期間 (3Q)			
	FY2022	FY2023			FY2022	FY2023		
	実績	実績	増減額	増減率	実績	実績	増減額	増減率
B-CUBIC/ B-CUBIC Next	266 棟	225 棟 B-C : 49 棟 Next : 176 棟	△41 棟	△15.4%	792 棟	928 棟 B-C : 488 棟 Next : 440 棟	+136 棟	+17.1%
BRO-LOCK	46 棟	47 棟	+1 棟	+2.1%	86 棟	149 棟	+63 棟	+73.2%
BRO-ROOM	-	15 部屋	-	-	-	25 部屋	-	-

質問 7 [Q] : 現状、パートナーさんの販売で、Next ではない元の B-CUBIC を販売されているそうですが、パートナー販売の契約更新のタイミングで Next に切り替えてもらうことはできるのでしょうか。また、パートナーの契約は主にどれくらいの期間なのでしょう。

畑江 [A] : B-CUBIC の契約期間は 6 年というのがありまして、その後の契約更新のタイミングで、B-CUBIC Next に切り替えるというケースはもちろんあります。OEM の場合など、パートナー様ご自身の判断に任せるケースもあり、全てというわけにはいきませんが、順次できるところは進めていくという形になっております。

質問 8 [Q] : 3Q が 2Q より売上、利益、利益率、全てダウンした理由をご教示ください。

渡邊 [A] : 先ほど中西から説明がありました通り、主な要因は B-CUBIC になります。B-CUBIC は販売をしますと、回線売上手数料もありまして、その減少分も影響してくるところです。

質問 9 [Q] : 時価総額 8 倍ができる見込みである数的根拠と、何年に 8 倍達成予定かをご教示ください。

畑江 [A] : 決算説明の中でも中西がご説明させていただきましたが、具体的な内容については中期経営計画で開示してまいります。中期経営計画は 2024 年から 2026 年の計画を予定しておりますので、8 倍のイメージは 2026 年、2027 年ぐらいをイメージして作っていきたいと考えております。

質問 10 [Q] : 機関投資家はどのような質問をされ、どう返答されたかをご教示をお願いいたします。

畑江 [A] : 当第 3 四半期について本日が決算発表となりますので、明日から機関投資家の方とはミーティングが入っております。

その際に、本日いただいたご質問以外の回答は Q&A 集として開示させていただきますので、後日ご確認いただければと思います。

質問 11 [Q]：昨年 4Q のフロー売上はいくらぐらいだったのでしょうか。

渡邊 [A]：昨年度は 2Q、3Q でいただいていた受注の工事が遅れたということで、4Q に工事が集中しました。約 6 億 9,000 万円がフロー売上として上がりました。

質問 12 [Q]：タスキ社との協業についてお聞きします。イメージでいうと片務契約というか、不平等条約のようにも感じてしまいます。つまり、貴社にとってはあまりメリットがないような印象も持ち得るのですが、この協業によるメリット、具体的にどのような効果が貴社にもたらされるのか、お伺いできればと思います。

中西 [A]：タスキ様の ZISEDAL という SaaS サービスを我々が代理店として販売をするというリリースを出させていただきました。我々のミッションとして、不動産会社様のお役に立つというところがございます。今不動産業界では働き手が減っているとか、採用が難しいといったところで、我々の提案にプラスアルファで DX 化のご提案をすると、すごく喜んでもらえます。

その中で、本業の B-CUBIC や BRO-LOCK、BRO-ROOM のお取り扱いをしていただいたりと、決して片務契約ではなくて、お互いメリットがあると感じております。

タスキ様は当然デベロッパー様であり、新築も建てていらっしゃいますので、リファイニング事業も含め、我々の本業の部分をしていただけるよう今後深く協業をしていって、Win-Win な関係になると思っております。我々の売上にも貢献するというリリースになりますので、ご安心いただければと思います。

質問 13 [Q]：社長は投資のご経験がおありでしょうか。どのような会社様に投資されていますでしょうか。

中西 [A]：経験はありますが、結果はあまり良くありません。

ブロードエンタープライズは株式をご購入いただけるように、業績向上に邁進してまいります。

質問 14 [Q]：時価総額 8 倍達成に向けての最大のリスクは何とお考えでしょうか。また、そうしたリスクへの対応スキームがございましたら教えてください。

中西 [A]：8 倍に向けて当然成長していかないといけないというところでは、我々は基本的には新卒採用中心で、価値観の合ったメンバーを育てていくというところに重きを置く中で、どうしても成長するまで時間を要します。企業風土を重要視しており、新卒採用中心という方針を変えはしませんが、ではどうやって成長していくかでございますと、やはり販売代理店に我々の差別化されたサービスを扱っていただくことで、8 倍の達成が見えてくると考えております。直販では新卒を入れてじわじわ、しっかりと成長させていき、プラスで他社さんの力を借りて、一気にスケールさせていくというところを考えて、現在計画を練っている最中です。

質問 15 [Q]：計画を変えなかったので、4Q の利益は減ると思うのですが、何か費用増を見えていますでしょうか。来期に向けての費用のイメージもお知らせください。

渡邊 [A]：4Q での費用増に関しては、来期の成長投資に向けて、広告宣伝費を考えております。また、営業外費用について債権流動化費用を予定しております。来期に向けての費用増加に関しては、現在来期予算の作成中となりますので、もうしばしお待ちいただければと思います。

質問 16 [Q]：売上が 2Q よりも少ないのは、BRO-ROOM 拡販のためということですが、どういった営業体制を敷かれていたのでしょうか。パートナー企業への同行も多かったはずですが、考えものではないのでしょうか。育てたい商品とはいえ、他の商品の販売に影響を与えるような営業体制はどうなのかなと、個人的には思います。予算達成の自信があるのはわかるのですが、株主を安心させるためにも、本来の営業に専念していただければと思います。

中西 [A]：こちらに関しましては、私の想いというところもあり、ご説明させていただきます。

確かに 2Q よりも売上が下がりはしましたが、先ほど申し上げた通り、2Q にまとまった工事が入ったら、売上がグンと上がり、逆にいうと、3Q にずれ込んでいたら 3Q が上がっていただけということになります。そういった観点から、累計で数字を見ていただけると幸いです。

説明資料では BRO-ROOM の累計売上、1 億 2,100 万円と、その上に B-CUBIC Next のフロア売上が 5 億 2,500 万円とあります。B-CUBIC の棟数が 928 棟で Next が 440 棟、BRO-ROOM が 25 部屋とあります。

事業別工事完了数

	会計期間 (3Q)				累計期間 (3Q)				
	FY2022	FY2023			FY2022	FY2023			
	実績	実績	増減額	増減率	実績	実績	増減額	増減率	
B-CUBIC/ B-CUBIC Next	266棟	225棟 <small>B-C : 49棟 Next : 176棟</small>	△41棟	△15.4%	B-CUBIC/ B-CUBIC Next	792棟	928棟 <small>B-C : 488棟 Next : 440棟</small>	+136棟	+17.1%
BRO-LOCK	46棟	47棟	+1棟	+2.1%	BRO-LOCK	86棟	149棟	+63棟	+73.2%
BRO-ROOM	-	15部屋	-	-	BRO-ROOM	-	25部屋	-	-



9

B-CUBIC Nextを筆頭に、前年同期累計を大幅に上回るペースで推移

(単位: 百万円)	累計期間 (3Q)				トピックス
	FY2022	FY2023			
	実績	実績	増減額	増減率	
売上高	1,834	2,595	+760	+41.5%	<p>前期にはなかったB-CUBIC Nextによるフロー売上高が全体の売上高増加の主な要因。</p> <p>B-CUBIC事業のストック売上高は累計導入棟数増加に比例して増加。</p> <p>BRO-LOCK事業は堅調に推移。</p> <p>BRO-ROOM事業は3Qより本格稼働し、徐々に売上貢献。</p>
ストック売上高					
- B-CUBIC / B-CUBIC Next	1,237	1,361	+124	+10.1%	
フロー売上高					
- B-CUBIC Next	-	525	+525	-	
- BRO-LOCK	305	386	+80	+26.4%	
- BRO-ROOM	-	121	+121	-	
- その他	292	201	△90	△30.9%	



10

こちらに関して、売上と棟数で割っていただくと、B-CUBIC Nextの売上が1棟当たり約120万円になります。BRO-ROOMの1部屋当たりの売上が484万円となります。

つまり、B-CUBIC1棟とBRO-ROOM1室では、実は売上の差は4倍あります。

なおかつBRO-ROOMの受注というのは、複数の空室をテコ入れしよう、というマンションオーナー様がほとんどですので、例えば2部屋ですと、売上の1契約で960万円上がるという形にな

ります。私の考えとしては、時価総額 8 倍をやり切るにあたり、特に成長カーブという意味では BRO-ROOM の方が圧倒的に大きな結果を生むと考えております。もちろん B-CUBIC Next もフロア売上を計上できるようになり、祖業で得意な部分であり、ここの積み上げを行うことは前提です。

以上をふまえ、営業体制として、ベテラン勢については、既存顧客の存在もありゼロにするとまでは言わないまでも、B-CUBIC の営業を少し抑えて、その分 BRO-ROOM でアクセルを踏むということを実施していき、時価総額 8 倍を達成していきたいと考えております。

少し言い過ぎかも知れませんが、現状、我々は B-CUBIC、無料インターネットの会社という見られ方を当然されておりますが、数年後には BRO-ROOM、IoT、リノベーションなどの領域がメインの会社という位置づけになっていく可能性もあります。中期経営計画は 2024 年 3 月までに発表しますが、このあたりのお話についても盛り込んでいく予定です。

質問 17 [Q]：トピックスとして M&A の選択肢もあるということですが、価格が高騰している状況でも、必要だと思えば買いに走りますか？

中西 [A]：仮に同業他社を買収する場合、我々が入ることによって利益率を高めたり販売数を増やしたり、相手先が既に入り込んでいる会社様の更なる拡販がどのぐらい見込めるのか、そういったところから何年で回収するということも含め、市場動向はもちろんあるかと思いますが、割高だなと思えば見送りますし、そうでなければ合意に向けて進んでいくものと考えております。

質問 18 [Q]：株主優待を拡充するとのことですが、配当について、いつごろ、どのような状態になったら実施するお考えでしょうか。

中西 [A]：2021 年 12 月に IPO した頃から申し上げている通りですが、税引き後利益 5 億円を達成したときに、配当性向 20%と発表しており、この考えは変わっておりません。

質問 19 [Q] : BRO-ROOM は総利益率が他のサービスより低いと聞いていますが、営業利益率も低くなる見込みでしょうか。低いのなら、なぜこのサービスに注力するのでしょうか。

中西 [A] : BRO-ROOM の総利益率に関しましては、ご質問いただいた通り、B-CUBIC、BRO-LOCK より少し低くなっております。

注力する理由としては大きく二つございます。

一つ目として、先ほど申し上げた通り、今期だけの数字でいけば1室当たりの売上単価が484万円で、既存の商品・サービスよりも単価が大きいという点です。ただし、現状は実績が少なく、まだまだ単価の上下動があることは前提です。

二つ目として、BRO-ROOM は複数部屋からの受注が基本で、単価掛ける2、3室を見込むことができ、トップラインの伸びはB-CUBIC、BRO-LOCK よりも高いという点です。

利益率という点において、BRO-ROOM に関しては販売代理店がキーになります。

BRO-ROOM の拡販は主に販売代理店が中心となります。つまり、粗利率自体は他のサービスよりも少し低いのですが、販管費が抑えられます。粗利額がそのまま営業利益にストンと落ちてくるというイメージを考えております。

まだまだ新規事業ですので、直販部隊も営業を実施しておりますが、最終的にはBRO-ROOM 自体をマンションオーナー様に販売するというより、仕組み化し、販売代理店の獲得を重視することによって、現社員の人数をいたずらに増やさずともトップラインを伸ばし、その粗利益がそのまま営業利益に落ちてくる、という考えで進めております。

質問 20 [Q] : 中小のシステムパートナーでクラウドサービスを開発しているとのことですが、とても総資産8倍になるイメージが湧かないです。

畑江 [A] : 時価総額8倍になるイメージが湧かないということだと思いますので、こちらについても来年度発表予定の中期経営計画で具体的な報告を行い、期待と実績を積み重ねていくしかないと考えております。

質問 21 [Q]：当期は新卒の人数が控え目でしたが、翌期以降も控え目で、パートナー販売を重視するのでしょうか。

中西 [A]：ご質問いただいた通り、社員を増やして売上を立てていこうというよりは、新卒は10～20名程度に抑え、販管費を抑えていきたいと考えております。その上でサービスを磨き、販売しやすい仕組み作りを行い、管理会社様との連携や、販売代理店獲得を今後は重視していきたいと考えております。

質問 22 [Q]：毎回、四半期ごとに丁寧な説明会、本当にありがとうございます。今後も決算内容の善し悪しに関わらず、動画説明会を継続していただけますでしょうか。貴社を応援しています。頑張れ、ブロードエンタープライズ！

中西 [A]：ありがとうございます。励みになります。説明会ももちろん、継続してまいります。

質問 23 [Q]：広告宣伝費とはどのような広告でしょうか。BtoBであまり広告の対象が少ないように感じます。

畑江 [A]：皆様がよく目にするような、例えばCMとか、そういった広告ではなく、業界大手の新聞社やポータルサイトを運営している企業様とお話をさせていただいて、イベントやバナー広告、新聞広告などが対象になります。

質問 24 [Q]：今回の開示資料に受注残の更新はありますでしょうか。見落としていましたら申し訳ございません。受注残が売上化するまでに平均何ヶ月と考えたらよいでしょうか。

畑江 [A]：今回の開示資料に受注残の記載はありません。受注残が工事完了となるまでには商材によって違いはありますが、約1ヶ月半から2ヶ月となります。

質問 25 [Q]：BRO-ROOMがまとまった売上として結果が出てくるのは、いつ頃を見えていますか。またB-CUBICがBRO-ROOMに売上を抜かれる、イコール売上が逆転するのはいつごろを想定されていますか。

渡邊 [A]：まだB-CUBICのストック売上とNextのフロー売上が大きいので、これが逆転するのは2025年頃を目標としていきたいと考えております。

質問 26 [Q] : BRO-ROOM は売上利益額が大きい商品とわかり、期待できることが確認できました。説明会で確認ができてよかったです。新たなサービスの予定はありますか？

中西 [A] : 新サービスのアイデアは多く考えております。どの時期にどのサービスを発表してというのは軽々とは発言できない部分ですが、やはり発表するからにはマネタイズを具体的にご説明できる段階になったタイミングになるかと思えます。現在は BRO-ROOM をブラッシュアップしていく予定があり、例えばオーナー様の投資額に対してどれだけの収益を見込めるか、それが長期保有や売買になったときに、どれくらいの利回りで取引がされているかなどを AI の仕組みを用いてシミュレーションさせるシステムや、賃貸であればリノベーションすることで家賃をどれくらい上げられるのかをシミュレーションできるといった、収益に関わる部分にスポットライトをあて、BRO-ROOM の更なるサービス拡充を考えております。

質問 27 [Q] : BRO-ROOM のパートナー獲得は行っているのでしょうか、これからでしょうか？

畑江 [A] : 行っております。販売代理店が累計 51 社とありましたが、右肩上がりに増加していております。

質問 28 [Q] : 受注残の開示をお願いしたいのと、BRO-ROOM の契約件数の月次開示を希望しますが、可能でしょうか。

畑江 [A] : ご意見いただきありがとうございます。今後の開示を検討してまいります。

質問 29 [Q] : BRO-ROOM は、既存サービスに比べてパートナーが販売しやすい性質があるのでしょうか？

中西 [A] : 例えばリフォーム会社様の場合、オーナー様にリノベーションをご提案しますが、オーナー様がやる気になったとしても、多額のキャッシュを用意できない、ローンが通らないなど、結局工事費の工面ができず、失注となるケースがあります。我々の強みである初期導入費用 0 円プランを活用いただき、オーナー様がキャッシュを準備せずに、リース・ローンも、銀行借り入れも使わずにリノベーションができるという点で、リフォーム会社様に高い評価をいただいております。

質問 30 [Q] : BRO-ROOM についてお聞きします。第 3 四半期での営業の手応えを教えてください。また、現状 BRO-ROOM を採用されているのはメガ大家さんでしょうか。

畑江 [A] : 4 Q での営業手応えに関しまして、全てをお答えするのは難しいのですが、もちろん課題もある中で、現状はしっかりと進めております。採用先について、メガ大家さんもいらっしゃいますし、そうではない普通の大家さんもいらっしゃいます。

質問 31 [Q] : 自己資本比率の低さにリスクを感じますが、そこについてご説明いただけますと幸いです。

渡邊 [A] : 自己資本比率が低くなった原因としまして、2 点ございます。

1 点目は、2022 年に始まった新会計基準による影響と、2 点目は、債権流動化で 10 年債権の流動化ができていないことが原因です。

まず 1 点目の、収益認識基準の変更による純資産減少部分に関しましては、この先 5~6 年で、元に戻っていきます。

2 点目の 10 年債権の流動化に関しましては、今も検討中で、流動化が実現すると売掛金がキャッシュに変わり、借入を返済できますので、自己資本比率は改善していくものと見込んでおります。

質問 32 [Q] : BRO-ROOM のビジネスモデルを模倣する業者が出てきた場合の対応策をご教示ください。

中西 [A] : こちらは当然ながら対策を練っているところです。BRO-ROOM というサービスの特徴は、初期導入費用 0 円でリノベーションができるということになりますので、まず債権の流動化ができる会社様でないと、模倣することは難しくなります。

我々も 2 年前まで未上場で、債権の流動化を目指してきた中で言えば、このスキームを思い付いてから 4~5 年、銀行やファイナンス会社含め、40 社以上に断られましたので、やはり未上場の会社さんが債権の流動化をするのは難しいというのは身をもって知っています。

また上場企業、大企業の場合はどうかということですが、賃貸市場で長くプレイヤーとして実績を出し、IT・IoT のサービス、さらにはリノベーション、内装にも精通していて、かつ債権の流動化も可能という、これらの要素を満たすある程度近い会社様でないとまず真似することもできないと考えております。

このビジネスモデルについて、特許取得も視野に入れており、100%競合や模倣を排除できるとま
では言えなくとも、できうる限りの方策をとっております。

栢本：それでは今確認できる質問はございませんので、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3四半期決算説明会
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願いいたします。

それでは失礼いたします。

中西：ありがとうございました。

渡邊：ありがとうございます。

畑江：ありがとうございました。

[了]

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、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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。