

Q & A

2022年12月期 第1四半期決算 決算補足資料（質疑応答集 1）

この質疑応答集は、2022年5月13日（金）の2022年12月期 第1四半期決算発表に関して株主・投資家の皆様からのお問い合わせおよび1on1ミーティングにていただいた主なご質問をまとめたものです。ご理解を賜る事を目的として一部内容・表現の加筆・修正を行っております。

INDEX

業績	Q/01	第1四半期の前期進捗との差分について要因を教えてください。	P.2
	Q/02	B-CUBIC戸数未達分による将来への売上積み上げの影響はどこまでありますか？	P.3
	Q/03	純資産（利益剰余金）が大幅に減っているのはなぜですか？	P.4
	Q/04	前期と比べて金額が大きく変わっている売掛金、前受金、前払費用、繰延税金資産も、収益認識会計基準の適用によるものですか？	P.5
	Q/05	債権の流動化による費用について詳しく教えてください。	P.5
	Q/06	来期も債権の流動化費用はかかるのですか？	P.5
	Q/07	通期達成に対しての課題はどのようにお考えでしょうか？	P.6
市場環境	Q/08	既築市場、新築市場の競合環境に変化は生じていますか？優位性確保の施策は？	P.6
	Q/09	BRO-LOCKの業界順位はトップクラスと考えていいですか？	P.6
事業展開	Q/10	顧客の分散状況を教えてください。 大手不動産業者が過半を占めているのかどうか。	P.7
	Q/11	新拠点先での営業活動についてはどのような展開をお考えですか？	P.7
	Q/12	IoTサービスの開発について進捗があれば教えてください。	P.7
	Q/13	BRO-LOCKの広告をネット上で良くお見かけするようになりましたが、問い合わせおよび商談の件数はどの程度ありますか？	P.8
社内体制	Q/14	採用状況（2023年度の採用）の進捗について教えてください。	P.8
	Q/15	女性の新社員が多く見えましたが営業に配属されるのですか？	P.8

Q/01 第1四半期の前期進捗との差分について要因を教えてください。

- A 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。)の影響など、マーケットを見ながら集中する事業ドメインに少し修正があったため差分が生じております。

2021年度は例年通りの社内計画の進捗率となりました。

B-CUBICのイニシャル売上が計上できることから、B-CUBICの営業に集中し、年間の売上が構築。また、将来への積み上げを増やすため年度末に向けて工事完了件数を増やすことに注力しました。

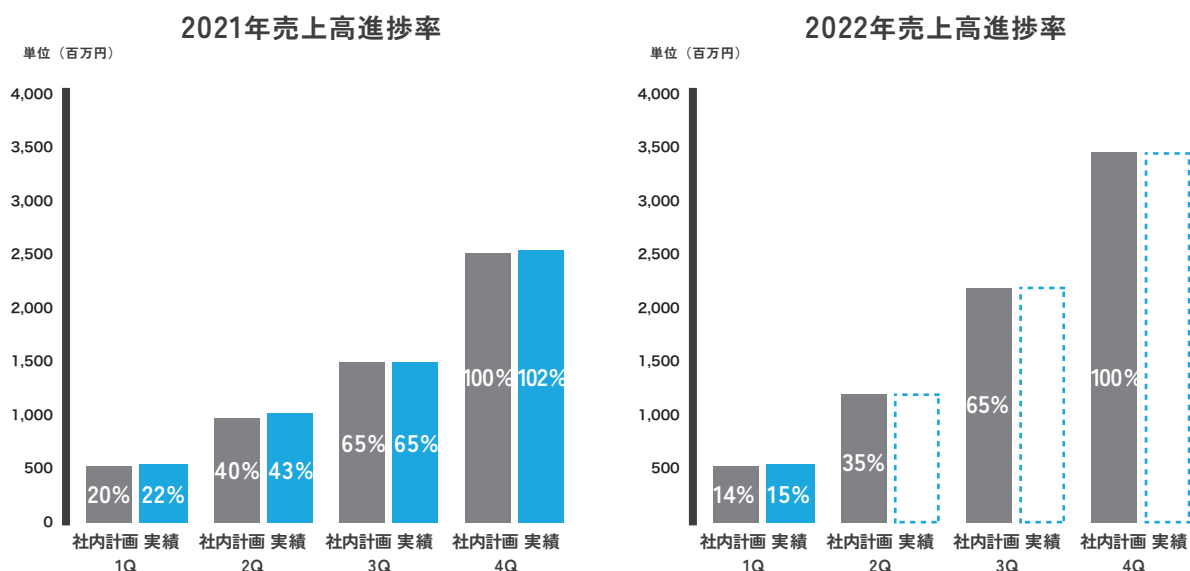
2022年度はB-CUBICがイニシャル売上からストック売上へと変更になり、後半に向けて売上が積み上がる形式に変更となりました。

イニシャル売上はBRO-LOCKやスマートカメラなどのクロスセルが中心となる為、前半で地盤を固め、第3四半期以降に加速する計画となります。

前期も今期も第4四半期に向けて右肩上がりに推移していきます。

※上記の理由については2022年第1四半期決算説明資料のP.7を参照。

売上高の社内計画と実績の進捗率前期比較



2022年の収益構造はB-CUBICのストック売上+「BRO-LOCK」「スマートカメラ」などのクロスセルのイニシャル売上からなります。

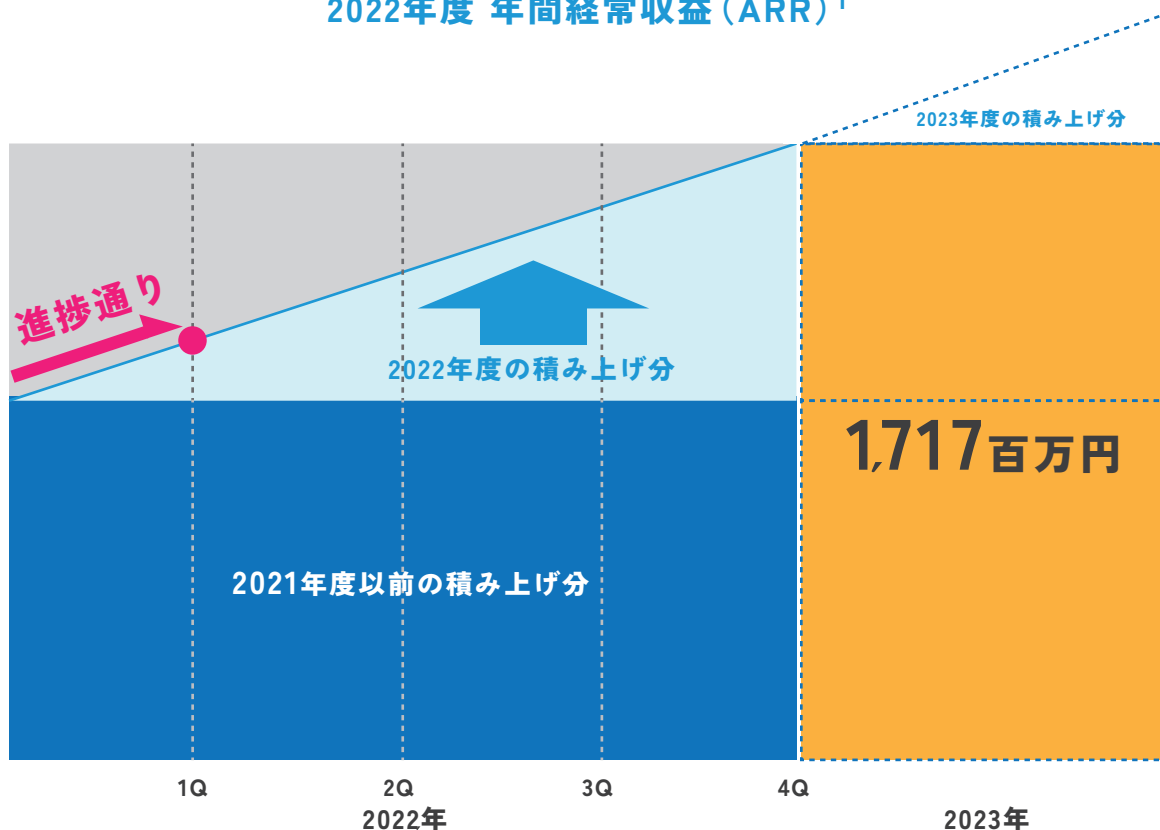
B-CUBICのストック売上は、後半になるほど売上が積み上がるモデルです。

「BRO-LOCK」「スマートカメラ」などのクロスセルのイニシャル売上は、スタートしたばかりなので、営業基盤を第1・第2四半期で構築し、第3四半期以降にその差分を埋めに行くため、第1四半期社内計画の売上高進捗率を少し低めに設定しております。

Q/02 B-CUBIC戸数未達分による将来への売上積み上げの影響はどこまでありますか？

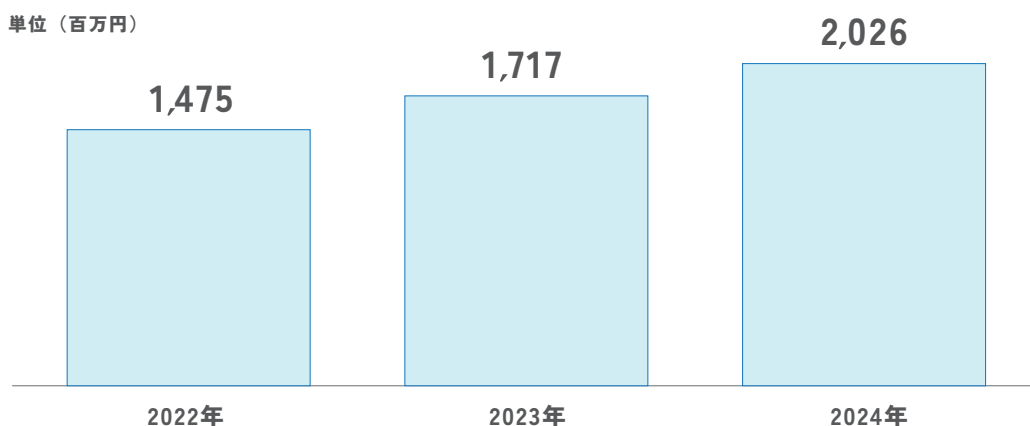
- A 第1四半期の売上・売上総利益は進捗通りであるため、戸数未達による将来への売上積み上げの影響は特にありません。
 なお、将来積み上げのイメージは下図のようになります。

2022年度 年間経常収益 (ARR)¹



(2021年12月期通期決算説明会補足資料P.5より)

年間経常収益 (ARR)¹の三ヵ年推移



1. 各期の新規契約が0と仮定しても、前期末時点で既に確定している売上高

Q/03 純資産（利益剰余金）が大幅に減っているのはなぜですか？

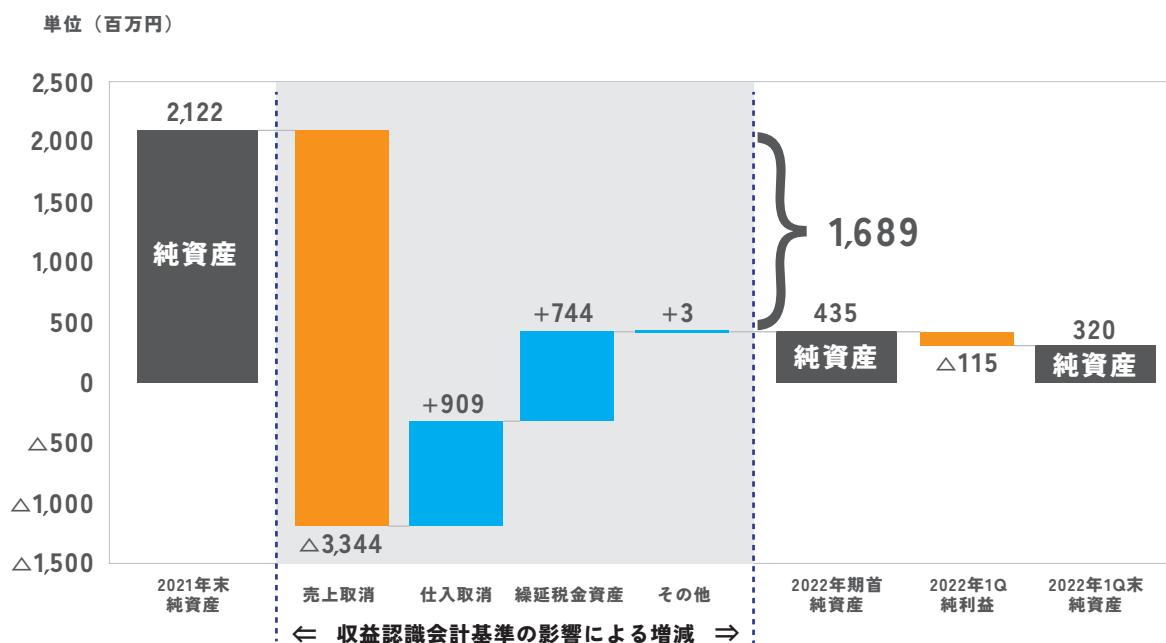
- A 収益認識会計基準による影響で昨年末から当期首にかけて純資産（利益剰余金）が約17億円減少しております。なお、これは将来何もしなくても時の経過に伴い元に戻るものです。

目論見書及び有価証券報告書の記載内容と重複する部分もありますが、2021年以前に利益として既に計上済みのものについても、収益認識会計基準の適用により契約期間に渡って繰り延べる必要があります。その際、2022年期首の純資産（利益剰余金）を減らすことで、利益を将来に繰り延べるための処理を行っております。

これは、利益の最終的な行き先である純資産（利益剰余金）からいったんマイナスすることで、過去利益を取り消すような処理を行い、将来に繰り延べられた利益を計上していく都度、この純資産（利益剰余金）に戻されていくこととなります。

よって、減少した純資産（利益剰余金）約17億円は時の経過に伴い利益になり、純資産（利益剰余金）が元に戻っていくこととなります。将来の売上上のための貯金のようなものとなります。

純資産の増減要因



Q/04 前期と比べて金額が大きく変わっている売掛金、前受金、前払費用、繰延税金資産も、収益認識会計基準の適用によるものですか？

A 仰る通り、収益認識会計基準の適用の影響を大きく受けております。

売掛金については、過去導入時売上として計上したものの取消に伴い、減少しております。

前受金は、将来売上として繰り延べられましたが、既にお金をいただいている、又は流動化により現金化されているものとなります。ですので、返済をするような性質のものではなく将来売上に転化していくものです。

前払費用は、売上と対応する形で繰り延べられた仕入について、既にお支払済みの部分となります。

繰延税金資産は、旧基準で既に納税しているので、この利益が繰り延べられることにより、税金が先払いの状態になり(前払い税金のようなもの)、将来この部分の税金が軽減されることを表しております。

Q/05 債権の流動化による費用について詳しく教えてください。

A 流動化費用の内訳として、仕組み構築の費用と金利相当の費用で構成されます。今回の流動化費用約1.2億円のうち、約0.8億円が仕組み構築費用として、残りが金利相当費用としてかかっております。

流動化という仕組みを構築するための費用は初期に大きくかかり、また金利相当費用は、契約期間となる6年間を一気に計上する必要があります。

第1四半期に約1.2億円を計上していますが、年間で4倍に膨らむわけではなく、約2.5億円を予算として計上しています。

Q/06 来期も債権の流動化費用はかかるのですか？

A 2023年の債権流動化に関する費用については、少し先のことであるため、確定していない部分は多々ありますが、年間約2億円程度を盛り込んでいる状況です。

銀行の借入と流動化の両輪で回していく中では、銀行借入の方がどうしてもコストは安上がりになります。

そのため、コストと借入与信枠、銀行との関係性を鑑みながら、来年以降も引き続き最適な方法を検討してまいります。

なお、流動化の必要性については、2022年12月期第1四半期決算説明資料P.3をご参照ください。

Q/07 通期達成に対しての課題はどのようにお考えでしょうか？

- A 直近の課題として考えられるのは、半導体不足の影響による機器の調達および調達コストの上昇ですが、当社は各メーカー・商社と良好な関係を築いておりますので、来年3月までの機器仕入れについてはしっかりグリップできております。

仕入れ先については開拓を進めており、引き続き適切な在庫の確保に取り組んでまいります。

市場環境に関するご質問

Q/08 既築市場、新築市場の競合環境に変化は生じていますか？ 優位性確保の施策は？

- A 現状では競合環境に変化はありません。

昨年12月に上場しましたが、既築市場に関しては上場の信用性という部分が非常にプラスに働いております。

新築市場に関して、当社はマンションのインターネット設備導入だけでなく、設計段階からBLO-LOCKやスマートロック、スマートカメラなどのIoTデバイスを販売しており、IoTスマートマンションとしてのブランディングを地方の工務店やデベロッパーと進めております。現状ではワンストップで提供できる同業他社は存在しないため、非常に受けがよく、前期までできていなかったことが今期は進んでいる状況です。

Q/09 BRO-LOCKの業界順位はトップクラスと考えていいですか？

- A 「BRO-LOCK」はインターフォン業界になりますが、この業界のシェアは大手2社が大部分を占めております。ただ、IoTインターフォンに関しては、近年脚光を浴びている商品であるものの、全国的に見ても導入率はまだ高くはありません。

ISP（インターネットサービスプロバイダ）である当社は、インターネット事業と並行してインターフォン事業を行っており、ワンストップで提供できるという差別化が可能のため、優位性を持っております。

他社には無い強みを活かし、シェアを高め、トップクラスを目指してまいります。

**Q/10 顧客の分散状況を教えてください。
大手不動産業者が過半を占めているのかどうか。**

- A** 大手不動産業者が過半を占めているわけではなく、どちらかと言うと地域の管理会社との提携が主となります。

大手不動産業者とのお取引についても「管理戸数ランキング¹」の中で18~19社とお取引させていただいております。

1.全国賃貸住宅新聞社が毎年発表

Q/11 新拠点先での営業活動についてはどのような展開をお考えですか？

- A** 主に既存顧客との連携強化と新規開拓になります。

横浜・神戸に関しては、これまで東京・大阪から営業活動を行っておいりましたので、より深く地域に密着し、既存顧客との連携強化を中心に行います。広島に関しては大阪・福岡から営業活動を行っており、中国エリアのお客様とも取引はあるものの、他の地域と比較するとまだ少なく、新規開拓を中心に行います。

Q/12 IoTサービスの開発について進捗があれば教えてください。

- A** BRO-LOCK・スマートカメラ・スマートロックに関しては販売を開始しております。

BRO-LOCKとスマートロックのワンアプリ化およびスマート宅配ボックスに関しては、段階的なリリースを年内に予定しております。スマートサイネージに関しては、具体的な案件も進んでおり、早期リリースを予定しております。

事業展開に関するご質問

Q/13 BRO-LOCKの広告をネット上で良くお見かけするようになりましたが、問い合わせおよび商談の件数はどの程度ありますか？

- A 「BRO-LOCK」の反響として、前期までは月20件～30件のお問い合わせがありました。今期に入ってからからは月30件～40件となり、前期より約10件増加しております。

お問い合わせに対しては、まずインサイドセールスのメンバーがお客様にご連絡します。そのうちの約60%が商談などを行い、その後、約20%～30%が受注に繋がります。

社内体制に関するご質問

Q/14 採用状況（2023年度の採用）の進捗について教えてください。

- A 新卒採用は50名の採用を目標とし、例年通りスタートしております。

ただし、自社で営業活動を行うことを前提とした採用計画であり、現在、代理店や卸での販売など固定費がかからない仕組みを構築しておりますので、その進捗度合いでは採用人数を見直しても良いと考えております。

Q/15 女性の新入社員が多く見えましたが営業に配属されるのですか？

- A 女性新入社員も営業（コンサルティング事業本部）に配属されます。

コンサルティング事業本部以外にも全部署に配属されます。