

2025年2月14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 通期決算説明会書き起こし

2025年2月12日に開催しました2024年12月期 通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

【参照資料】

[2024年12月期 通期決算短信](#)



[2024年12月期 通期決算説明資料](#)



以上



株式会社ブロードエンタープライズ

2024年12月期 通期決算説明会

2025年2月12日

登壇者

代表取締役社長 中西 良祐 (ナカニシ リョウスケ)

常務取締役 経営企画室長 畑江 一生 (ハタエカズキ)

取締役 経理部長 渡邊 宗義 (ワタナベ ムネヨシ)

栢本（司会）：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 月期通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 月期通期決算概要です。

2024 年の総括および 2025 年以降の成長についてとなります。

株主のみなさまへ
～2024年の総括及び2025年以降の成長について～

上場3年目を経験して
2024年度は東証グロース市場に上場して3年目の年でした。事業の一番の成果は、初期導入費用ゼロ円のファイナンススキーム「BRO-ZERO」を軸に、事業領域を拡大し、顧客基盤の強化を図れたことです。これまでアプローチできなかった建物種別や不動産の運用手法に対してご支援が可能になった1年間となりました。結果として売上目標には僅かに届かなかったものの、過去最高の売上高・利益を達成し、利益については収益認識基準適用前の水準以上に戻すことができました。

2025年について
2025年度は中期経営計画の2年目として大変重要な1年となります。「B-CUBIC」「BRO-LOCK」「BRO-ROOM」「BRO-WALL」などの既存事業の強化やブラッシュアップはもちろんのこと、不動産経営の収支を改善させるAIシステムの開発を推し進め、当社最大の強みである「BRO-ZERO」を掛け合わせることで、賃貸のアパート・マンションのみならず、戸建て・ビル・宿泊施設にまで拡大されたターゲットの案件獲得・工事完了に努め、目標達成に邁進してまいります。増え続ける空室・空き家の利活用に、ファイナンススキームとAIシステムで新たな選択肢を提案し、地方創生・活性化に貢献してまいります。

株主のみなさまへメッセージ
いつもご支援いただきありがとうございます。今後も利益の成長に主眼をおき、企業価値を高めていく所存です。また、株主優待・配当政策も含め少しでも株主のみなさまに還元できるよう社員一同日々全力を尽くしてまいります。今後とも、中長期的に当社をご支援賜りますようお願い申し上げます。

株式会社ブロードエンタープライズ
代表取締役 中西 良祐

2024 年度は東証グロース市場に上場して 3 年目の年でした。事業の一番の成果は、初期導入費用をゼロ円にするファイナンススキーム「BRO-ZERO」を軸に、事業領域を拡大し、顧客基盤の強化を図ったことです。

これまで対応できなかった建物種別や不動産の運用手法に対しても支援が可能になった 1 年間でした。結果として売上目標にはわずかに届かなかったものの、過去最高の売上高を達成し、利益については収益認識基準適用前の水準以上に戻すことができました。

2025 年度は中期経営計画の 2 年目として大変重要な 1 年となります。「B-CUBIC」「BRO-LOCK」「BRO-ROOM」「BRO-WALL」など既存事業の強化やブラッシュアップはもちろんのこと、不動産経営の収支を改善させる AI システムの開発を進め、当社最大の強みである「BRO-ZERO」を掛け合わせることで、賃貸のアパートやマンションのみならず、戸建てやビル、宿泊施

設など拡大されたターゲットの案件獲得と工事完了に努め、目標達成に邁進してまいります。増え続ける空室や空き家の利活用にファイナンススキームとAIシステムで新たな選択肢を提案し、地方創生と活性化に貢献してまいります。

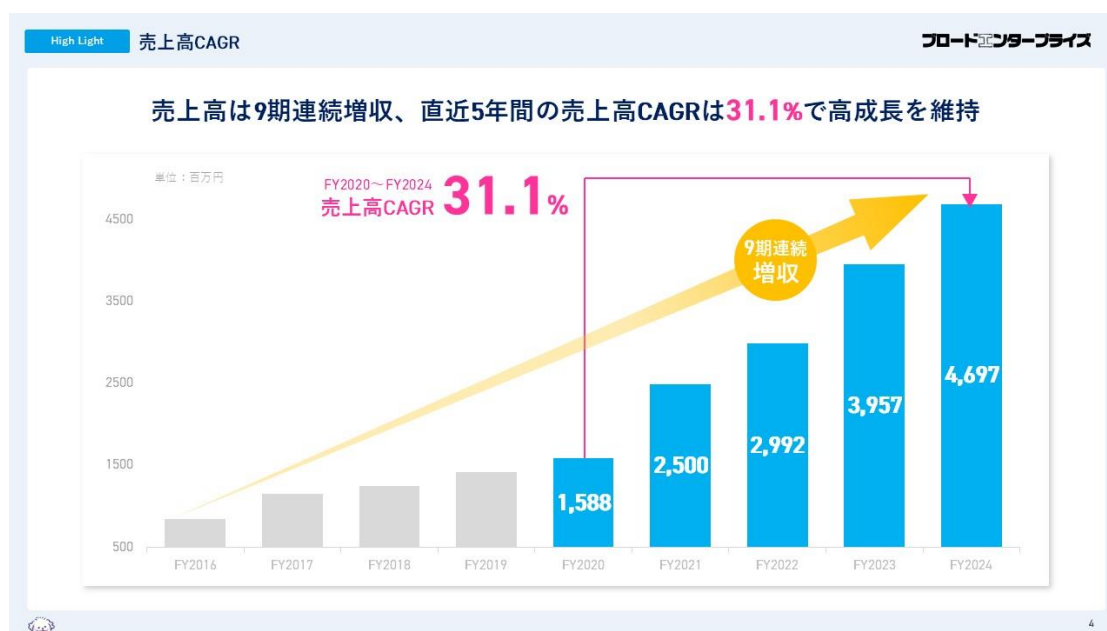
株主の皆様へ、いつもご支援いただきありがとうございます。今後も利益の成長に主眼を置き、企業価値を高めていく所存です。また、株主優待や配当政策も含め、少しでも株主の皆様へ還元できるよう、社員一同、日々全力を尽くしてまいります。今後とも中長期的に当社をご支援賜りますようお願い申し上げます。

売上高の通期計画と達成率です。



売上高、営業利益、経常利益は過去最高を更新し、9期連続増収となったものの、売上高、営業利益は計画に対して未達となりました。経常利益、当期純利益は流動化実行時期を変更したことにより計画に対して上振れで着地しております。

売上高 CAGR です。



売上高は9期連続で増収、直近5年間の売上高CAGRは31.1%と高成長を維持しております。

損益計算書です。

Full-year Update 損益計算書 (累計期間) フロートセンタープライズ

売上高・利益共に好調に推移。売上高の前年同期比は**+18.7%**で過去最高を更新

(単位: 百万円)	累計期間 (1-4Q)			
	FY2023	FY2024		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	3,957	4,697	+739	+18.7%
売上総利益 (粗利)	1,847	2,104	+257	+13.9%
営業利益	507	738	+231	+45.5%
経常利益	363	564	+200	+55.2%
当期純利益	327	346	+18	+5.5%
当期純利益 (調整後)	246	346	+99	+40.3%

トピックス

- 売上高増加の大部分をBRO-ROOMが牽引。
- 粗利額の増加に加え、販管費を抑えたことで、営業利益が大きく増加。
- 前期は減資を行った税率変更の影響があったがその影響を除くと前期の当期純利益は246百万であり、今期の当期純利益は大きく増加。

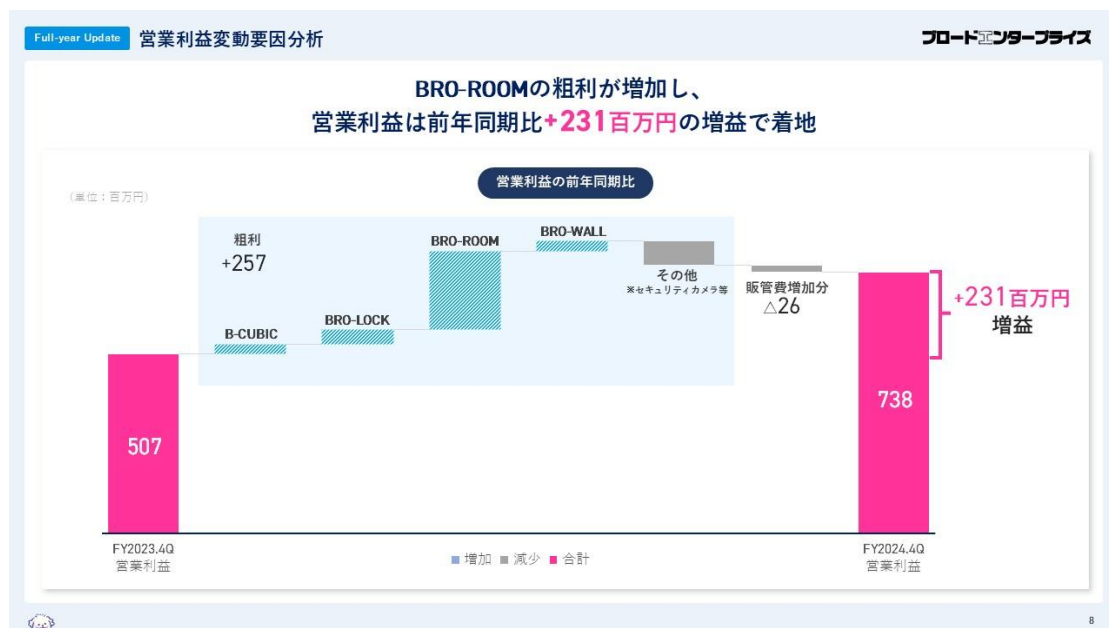
7

売上高、利益ともに好調に推移し、前年同期比は18.7%増と過去最高を更新しております。

売上高 46 億 9,700 万円、営業利益 7 億 3,800 万円、経常利益 5 億 6,400 万円、当期純利益 3 億 4,600 万円となっております。売上高増加の大部分を BRO-ROOM が牽引となりました。粗利額の増加に加えて、販管費を抑えたことで営業利益が大きく増加いたしました。

前期は減資を行った税率変更の影響がありましたが、その影響を除くと、前期の当期純利益は 2 億 4,600 万円であり、今期の当期純利益は前期比 40.3%増と、大きく成長しております。

営業利益変動要因分析です。



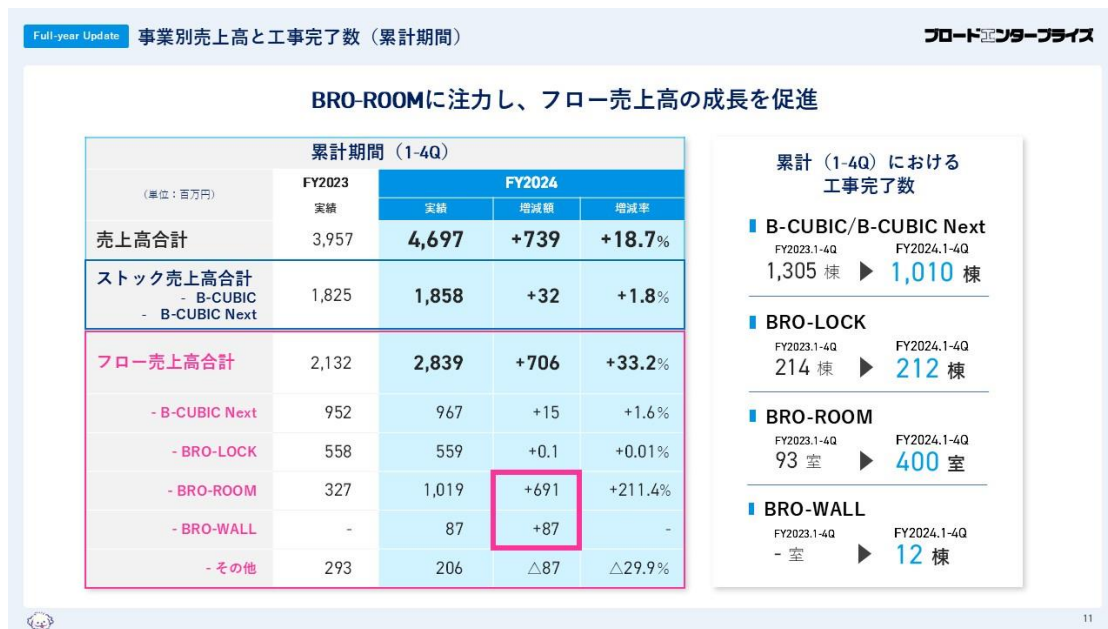
営業利益が前期と比べ、2 億 3,100 万円増益している中身は、主に BRO-ROOM 粗利額の増加によるものです。

直近 3 期の四半期推移 (累計期間) です。



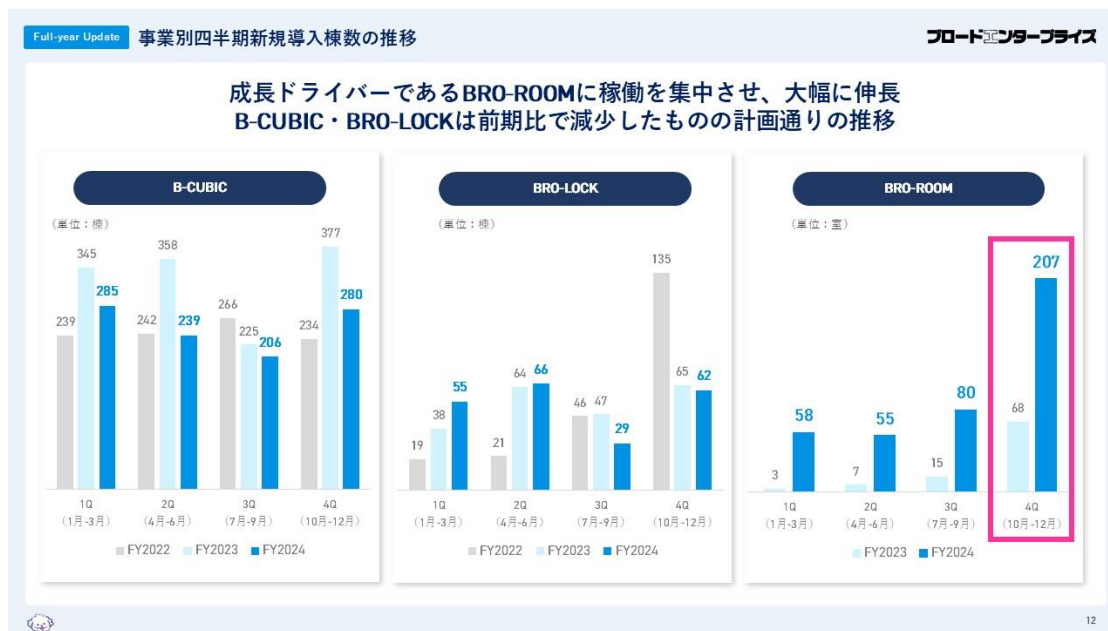
売上高から当期純利益まで、すべて過去 3 年の中で一番成長しているという形になっております。

事業別売上高と工事完了数です。



売上高 46 億 9,700 万円の内、ストック売上高が 18 億 5,800 万円、フロー売上高が 28 億 3,900 万円となります。BRO-ROOM 売上高が前期比 211%増で、大きな成長となりました。

事業別四半期新規導入棟数の推移です。



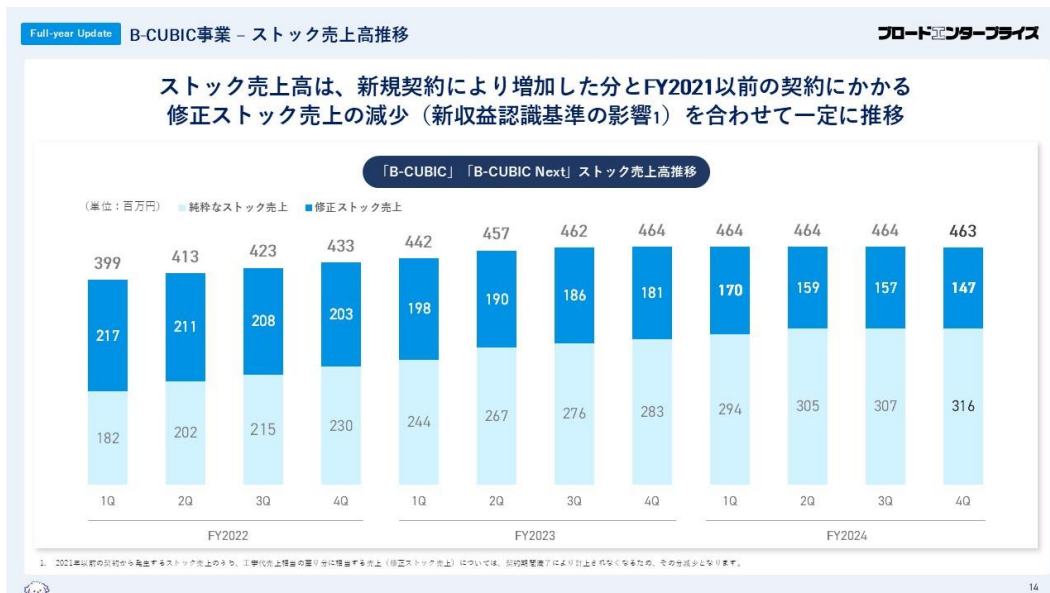
成長ドライバーである BRO-ROOM に稼働を集中させ、大幅に伸長しております。B-CUBIC・BRO-LOCK は BRO-ROOM にベテランメンバーを投入したということもあり、前期比で減少したものの計画通りに推移をしております。

BRO-ROOM の成長要因についてです。



BRO-ROOM の成長要因について、ベテランメンバーによる販売代理店の獲得と、民泊業者との連携など新たな領域でも案件を獲得できております。要因は主に3つあります。1つ、販売代理店の拡大というところで、販売代理店数は前年同期のちょうど2倍に増加しております。2つ目、今までは賃貸マンション・アパートがメインでしたが、それ以外に、戸建てやテナントなど、対象となるターゲットを拡大しました。また、通常の賃貸経営以外に、民泊やシェアハウスなどの業態への提案が増加しております。3つ目、営業ノウハウの確立と、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できております。

B-CUBIC のストック売上高の推移です。



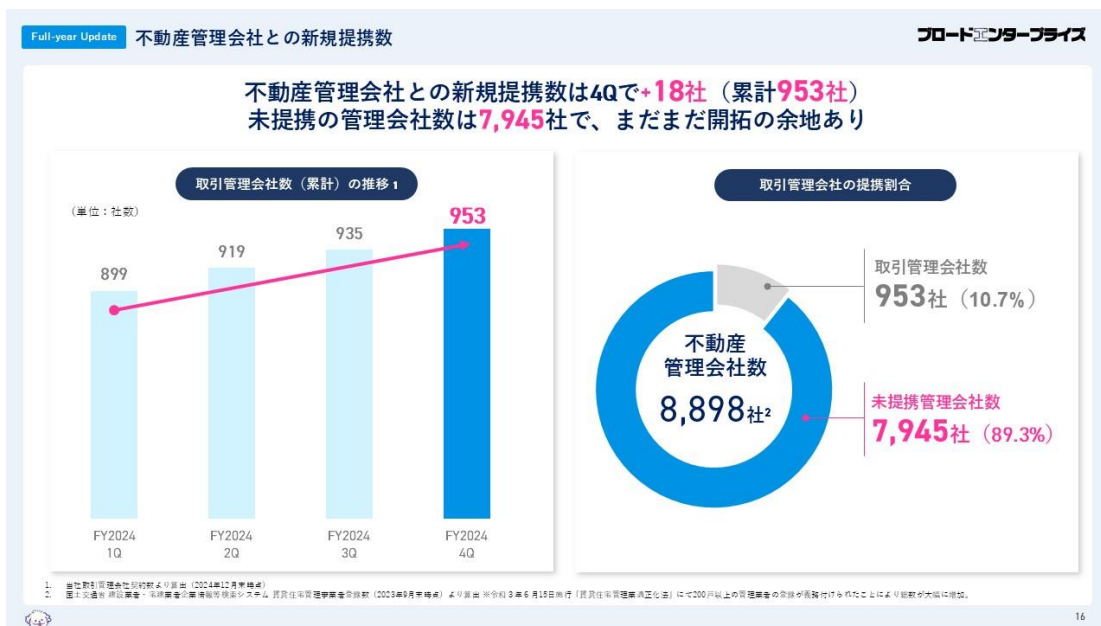
B-CUBIC のストック売上高は、ほぼ変わらず一定に推移しております。

累計導入棟数です。



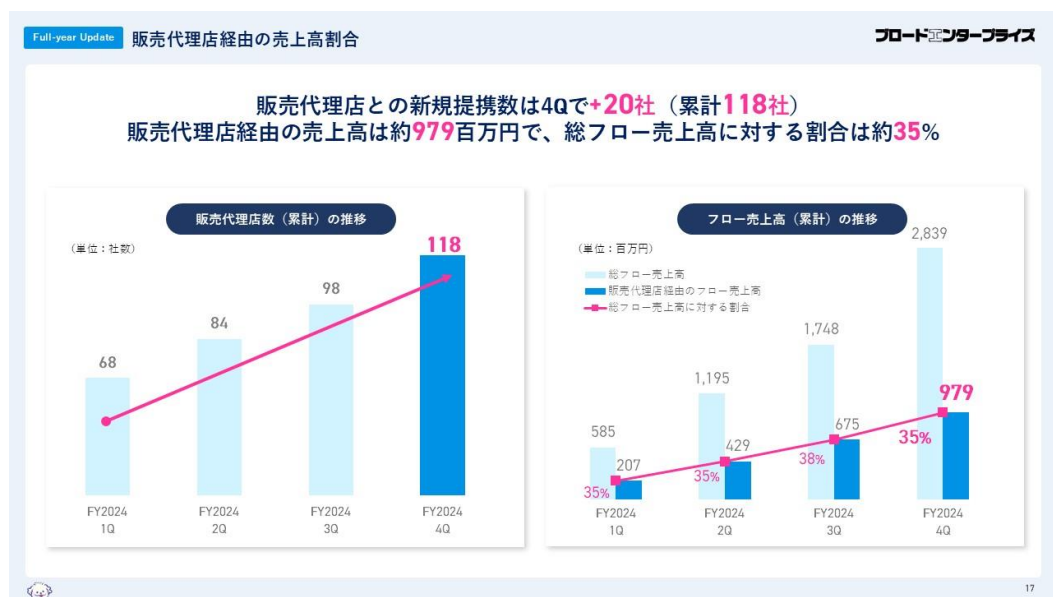
B-CUBIC 累計導入棟数は 2024 年末時点で 9,208 棟、2025 年中に 1 万棟を超える見込みです。

管理会社新規提携数です。



不動産管理会社との新規提携数は4Q単体で18社増加、累計で953社となります。現在不動産管理会社が全体で8,898社ある中の10%程度というところで、まだまだ開拓の余地が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。



4Q単体で提携数は20社増加、累計で118社となり、販売代理店経由の売上高に関しても9億7,900万円ということで総フロー売上高28億円に対して35%の割合となり、目標としている数字に着地しております。

貸借対照表です。

Full-year Update 貸借対照表（前期末比較） フロードエントラープライス

（単位：百万円）	FY2023.4Q （実績）	FY2024.4Q （実績）	増減額	トピックス
流動資産	5,910	6,860	+950	流動資産 4Qの債権流動化を見送ったことと、売上の増加に伴い売掛金が増加。 流動負債 主に売上振替による前受金の減少と短期借入金の増加。 自己資本比率 利益剰余金の横上げにより自己資本比率が改善。
（内 現預金）	(1,112)	(1,040)	(△71)	
（内 売掛金）	(2,928)	(4,111)	(+1,182)	
固定資産	1,369	1,090	△279	
流動負債	5,162	5,390	+228	
（内 前受金）	(3,228)	(2,394)	(△827)	
固定負債	1,257	1,352	+94	
負債合計	6,420	6,743	+323	
（内 有利子負債）	(2,595)	(3,644)	(1,049)	
純資産合計	859	1,207	+348	
負債・純資産合計	7,279	7,950	+671	
自己資本比率	11.8%	15.2%	+3.4pt	

自己資本比率が少し改善しております。

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**

Airbnb Partners参画により、イベント出展や媒体掲載による民泊案件獲得を推進

airbnb partners

2024年9月末に「Airbnb Partners」に参画

500人以上の民泊ホストが参加した「ホストEXPO」へのブース出展や、Partnersプログラムの一環である各種媒体へのサービス掲載により、民泊運用中のオーナー様やこれから民泊を開始したいオーナー様との商談機会を創出。



ホストEXPO出展の様子 「Airbnb Partners Booklet」への掲載



ホームシェアリングのビジネスをもっと安心・安全・快適に！
ホームシェアリング サポート企業特集 @関西エリア

ホームシェアリングサポート企業特集への掲載

20

Airbnb partners 参画により、500人以上の民泊ホストが参加したホスト EXPO へのブース出展、パートナープログラムの一環である各種媒体へのサービス掲載により民泊運用中のオーナー様やこれから民泊運用したいオーナー様との商談機会を創出しております。

Topics トピックス **フロードエンタープライズ**

JPMC株式会社と業務提携し、「BRO-ROOM」と「サブリース」を連携

JPMC

「BRO-ROOM」×「JPMCサブリースシリーズ」

マンションオーナー様は「BRO-ROOM」を利用することで、多額の費用を準備することなく空室をリノベーションし、且つサブリースで安定した収益を確保できる、三方良しのスキームを構築。



オーナー様 ← BRO-ROOM契約 → フロードエンタープライズ

サブリース契約 (BRO-ROOM料金は相殺) ← JPMC → BRO-ROOM 分割料金の代行支払い

※相関図イメージ

JPMC株式会社からの紹介案件

FY2024工事完了室数・・・**48** 室

FY2024合計売上高・・・**88** 百万円

FY2025工事予定室数・・・**32** 室

※2025年1月末時点

21

JPMC 社との業務提携です。BRO-ROOM とサブリースは非常に相性が良く、BRO-ROOM を利用することで、多額の費用を準備することなく、空室をリノベーションし、かつサブリースで安定した収益を確保できる三方良しのスキームを構築できております。

2024 年の工事完了室数が 48 室、売上高としては 8,800 万円となりました。2025 年度も、1 月末時点で 32 室の契約が決まっております。

Topics トピックス ブロードエンタープライズ

空き家活用株式会社と業務提携し、相互の強みを活かした新サービスを展開

空き家活用株式会社
AKIYA KATSUYO CO., LTD.

「ショキゼロ民泊」「ショキゼロ賃貸」スタート

空き家活用株式会社が全国で展開中の空き家の相談窓口「アキカツカウンター」にて、空き家所有者様ならではの相続やリフォーム等の問題解決をし、どのように空き家を活用するかを選択肢として、「BRO-ZERO」をご提案・ご提供。



空き家活用株式会社からの紹介案件

戸建て・・・**4**件
集合住宅・・・**3**件

※2025年1月末時点

22

空き家活用株式会社と業務提携し相互の強みを生かした新サービスを展開というところで、空き家活用株式会社様が全国で展開中の空き家の相談窓口、アキカツカウンターにオーナー様ならではの相続やリフォーム等の問題解決をして、どのように空き家を活用するかを選択肢として、BRO-ZERO のご提案、提供をしております。OEM としてショキゼロ民泊というサービス名で展開をさせていただきます。現在で戸建 4 件、集合住宅 3 件のご紹介をいただいております。

TFOA株式会社と業務提携し、付加価値を高めるコンセプトルームを初期導入費用ゼロ円で提供開始



稼げるゲーミングハウス「CREATORZ WORLD」

TFOAが開発する「CREATORZ WORLD ゲーミングハウス」は、空室をゲームや配信業務に没頭できるお部屋へとリノベーションし、空室対策に貢献。BRO-ZEROと掛け合わせることで、不動産オーナー様の負担を軽減しながら、独自に付加価値を高め、入居率向上に寄与。



内装のイメージ



ローンチ記者会見の様子



業務提携のフロー

大手不動産会社から問い合わせがあり進捗中

TFOA 株式会社と業務提携し、付加価値を高めるコンセプトルームを初期導入費用ゼロ円で提供開始しております。ゲーミングハウス「CREATORZ WORLD」は、空室をゲームや配信業務に没頭できるお部屋にリノベーションし、空室対策として貢献します。BRO-ZERO を掛け合わせることで、不動産オーナー様の負担を軽減しながら独自に付加価値を高め、入居率向上に寄与する取り組みとなっております。

現在大手の不動産会社様から問い合わせがあり、進捗中となります。

FY2024.4Qその他のトピックス



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。FY2025 2Q期間内のテスト運用に向けて進行中。



「大規模修繕BRO-WALL」提供開始

不動産の修繕に関わる建築工事を、初期導入費用ゼロ円のファイナンススキームで実現する「BRO-WALL」の提供を開始し、12棟87百万円の売上高を計上。



コミットメントライン契約を締結

三菱UFJ銀行と借入極度額20億円でのタームアウトオプション付コミットメントライン契約を締結。



4Qのその他のトピックスです。1つ目が、AIシステム開発の進捗ですが、不動産業界に特化したITベンダー様と業務委託契約を締結済みとなっております。2025年2Q期間内のテスト運用に向けて目下進行中であります。

2つ目、不動産の修繕に関わる建築工事を初期導入費用ゼロ円のファイナンススキームで実現するBRO-WALLの提供を開始し、2024年の売上として8,700万円を計上することができました。

3つ目、コミットメントライン契約を締結ということで、三菱UFJ銀行様と借入極度額20億円でタームアウトオプション付きコミットメントライン契約を締結いたしました。トピックスとしては以上となります。

2025年12月期通期業績予想です。

Full-year forecasts 2025年12月期 通期業績予想 **ロードエンタープライズ**

売上高成長率**27.7%**、営業利益成長率**22.5%**の増収増益を見込む

(単位: 百万円)	累計期間 (1-4Q)			
	FY2024	FY2025		
	実績	予想	増減額	増減率
売上高	4,697	6,000	+1,302	+27.7%
営業利益	738	905	+166	+22.5%
経常利益	564	655	+90	+16.1%
当期純利益	346	400	+53	+15.6%

26

2025年の通期業績予想ですが、売上高が60億円、営業利益9億500万円、経常利益6億5,500万円、当期純利益4億円と、売上高成長率+27.7%、営業利益成長率を+22.5%と、2025年も増収増益を見込んでおります。

中期経営計画の進捗です。

Full-year forecasts 中期経営計画の進捗 フロードエントープライズ

中期経営計画3ヵ年最終年度の当期純利益6億円を達成し、株主還元施策としてFY2026に配当実施予定****

中期経営計画	FY2024 (実績)	FY2025 (予想)	FY2026 (予想)	配当方針
売上高	46.9億円	60.0億円	74.8億円	税引後当期純利益 5億円達成で 配当性向20%以上 を基準に継続的な株 主還元実施を予定。
営業利益	7.3億円	9.0億円	14.8億円	
経常利益	5.6億円	6.5億円	10.0億円	
当期純利益	3.4億円	4.0億円	6.0億円 配当実施予定	

27

2025年度は2年目、来年が3年目となっております。3ヶ年最終年度の当期純利益6億円を達成し、株主還元施策として26年に配当実施予定となっております。配当方針として、税引後当期純利益5億円達成で配当性向20%以上を基準に継続的な株主還元実施を予定しております。2021年IPO時に目標として発表させていただいた配当方針となっており、5億円達成が2026年の予定となっております。

2026年の経常利益10億円を目指し、今期の目標達成は当然として、来期も高い目標を掲げておりますので、来期以降の施策も今期並行し、どんどん推進してまいります。

事業別粗利単価です。

Full-year forecasts 事業別粗利単価 フロードエントープライズ

粗利獲得に貢献する商材の販売に注力

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	250万円 / 棟	50%	125万円 / 棟	1棟	125万円
BRO-ROOM ₁	300万円 / 室	30%	90万円 / 室	5室	450万円
BRO-WALL ₁ <small>2024年10月リリース</small>	1,000万円 / 棟	30%	300万円 / 棟	1棟	300万円

上記はイメージであり、実際の状況によっては、売上単価が変動する可能性があります。

28

粗利獲得に貢献する商材の販売に注力とありますが、BRO-ROOM は粗利率としては B-CUBIC、BRO-LOCK よりも低くなりますが、1 件当たりの粗利額が大きなものとなっておりますので、引き続き BRO-ROOM、BRO-WALL に注力していく予定となっております。B-CUBIC、BRO-LOCK も手を抜くという意味ではなく、特に B-CUBIC はストックビジネスでもありますので、しっかりと案件獲得を進め、さらに成長するための BRO-ROOM、BRO-WALL というイメージです。

事業別工事完了数の推移予想です。

Full-year forecasts 事業別工事完了数の推移予想 ロードインタープライズ

各商材の棟数・室数の目安に関しては、FY2024の平均売上単価を基準に算出

		FY2023 (実績)	FY2024 (実績)	FY2025 (予想)	FY2026 (予想)
売上高		39.5 億円	46.9 億円	60.0 億円	74.8 億円
ストック (累計棟数)	B-CUBIC B-CUBIC Next	8,198 棟	9,208 棟	10,300 棟 ~ 10,600 棟	11,500 棟 ~ 12,000 棟
フロー (年間棟数・室数)	B-CUBIC Next	747 棟 20リリース	911 棟	1,000 棟 ~ 1,300 棟	1,100 棟 ~ 1,500 棟
	BRO-LOCK	214 棟	212 棟	200 棟 ~ 300 棟	300 棟 ~ 400 棟
	BRO-ROOM	93 室 21リリース	400 室	500 室 ~ 800 室	800 室 ~ 1,000 室
	BRO-WALL	-	12 棟 40リリース	50 棟 ~ 100 棟	200 棟 ~ 400 棟

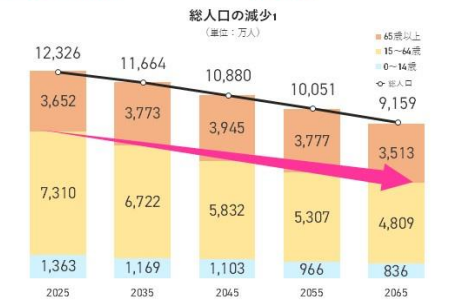
29

23 年 24 年は実績となっております。25 年、26 年は売上高目標 60 億円、74.8 億円に対して、必要となってくる目安の数字となっております。

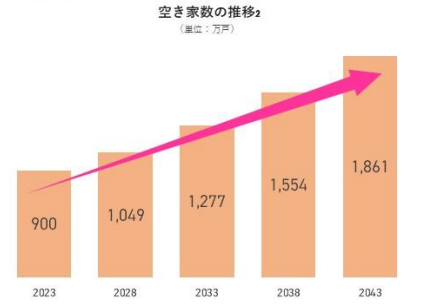
ここから成長戦略です。まずは空き家増加による社会課題です。

総人口は減少を続け、年齢別では日本経済を支える生産年齢人口の減少が最も顕著
人口の減少と地方都市の過疎化により、空き家数は年々増加

生産年齢人口は今後20年で約**1,500万人**の減少予想



空き家数は今後20年で約**1,000万戸**の増加予想



人口減少が及ぼす影響

- ・相続放棄による空き家の増加
- ・経済規模の縮小
- ・地方の過疎化や衰退
- ・人手不足による労働環境の悪化

空き家が及ぼす影響

- ・景観の悪化
- ・空き家周辺不動産価値の下落
- ・犯罪の温床
- ・ゴーストタウン化すること経済が不活性化

1. 内閣府「令和6年版高齢社会白書」より引用。2. 株式会社野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」(2024年6月13日発行)より引用。

31

人口減少と地方都市の過疎化により、空き家数は年々増加しております。特に年齢別では日本経済を支える生産年齢人口の減少が最も顕著となっており、今後20年で1,500万人の減少予想です。また、空き家数が現在約900万戸以上あり、20年後には1,861万戸と、約1,000万戸増加する予想となっております。人が減るのに、空き家数はどんどん増えるという状況になります。

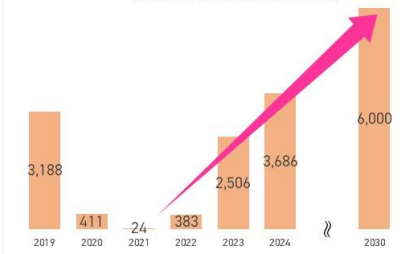
インバウンド需要の高まりに伴う宿泊施設の課題です。

観光立国の実現に向けた政府の支えもあり、訪日外国人旅行者数（インバウンド）は急成長
ただし受け皿となる宿泊施設の供給が現状では少ないことが大きな課題

2024年の訪日外国人旅行者数は過去最多

2030年の目標は**6,000万人**

訪日外国人旅行者数の推移¹ (単位：万人)

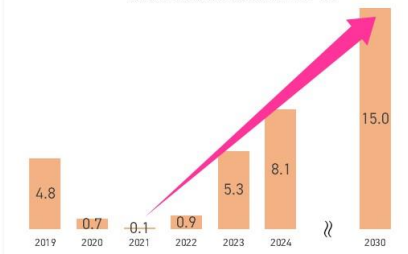


1. 日本政府観光局「訪日外国人旅行者数」を参考に作成。

2024年の訪日外国人旅行消費額は過去最多

2030年の目標は**15兆円**

訪日外国人旅行消費額の推移² (単位：兆円)



2. 観光庁「訪日外国人旅行者数と消費額」を参考に作成。
※2024年は2月3日時点の速報値

32

一方で、観光立国の実現に向けた政府の支えもあり、訪日外国人旅行者数、いわゆるインバウンドは急成長しております。ただし、受け皿となる宿泊施設の供給が現状では少ないことが大きな課題となっております。2024年の訪日外国人旅行者数は3,600万人を超え、2030年には、政府が

6,000 万人を見込むと発表されております。また、訪日外国人旅行消費額も、2024 年で 8 兆円を超え、2030 年には 15 兆円を目標としているというところで、当社のサービスを使って、インバウンドのマーケットを取りに行くという形を目指しております

民泊（宿泊事業）・旅館業の課題です。

Growth Strategy 民泊（宿泊事業）・旅館業の課題 フロントエンタープライズ

空き家や持ち家を民泊運用しようとしても上手く管理や活用ができていない現状
さらに、民泊（宿泊事業）・旅館業は融資が付きにくいケースが多い

融資・初期費用の課題

- ・総額の半額程度しか融資が出ない
- ・不動産投資と比べると、融資年数も伸ばしにくい / 金利も高い
- ・そもそも民泊事業に融資を出さない金融機関も多い
- ・リフォームやFFE（家具・家電）に多額の費用がかかるため、手出しを抑えたい

「BRO-ZERO」のファイナンススキームを活用することで、課題を解決

33

空き家や持ち家を民泊にしようとしても、うまく管理や活用ができてない現状、さらに民泊旅館業は融資が付きにくいという背景がございます。

例えば融資・初期費用の問題ですが、総額の半額程度しか融資が出ない、不動産投資と比べると、融資年数が短く、金利も高い、そもそも民泊事業に融資を出さない金融機関も多いといった融資の問題や、リフォームや FFE（家具・家電）に多額の費用がかかるため、手出しを抑えたいという初期費用の課題に対して、BRO-ZERO のファイナンススキームを活用することで課題を解決できます。

「BRO-ZERO」による課題解決です。



まとめのページになります。融資・初期費用の課題を BRO-ZERO で解決し、空き家を民泊・旅館業に活用することで、インバウンド需要に応え、地方に雇用と人流を生み出し、地方創生に繋げていく形で事業を進めております。

「BRO-ZERO」×民泊導入事例です。

Growth Strategy 「BRO-ZERO」×民泊導入事例 ブロードエンタープライズ

内装リノベーション工事事例 / 愛知県戸建て物件

築50年以上の戸建てを、賃貸運用するのではなく、民泊用の宿泊施設として運用

リフォーム+家具・家電の費用
500万円に「BRO-ZERO」を適用

自己負担	土地・建物	350万円
BRO-ZERO適用	リフォーム+家具・家電	500万円

オーナー様の収益予測
民泊運用・・・想定利益**20万円/月**
※賃貸運用の場合は想定家賃が6.5万円/月
賃貸運用する場合の約**3倍の収益**

リノベーション内容
家具・家電設置
フロアタイル張り替え・クロス張り替え
シーリングライト取り付け・電気工事
トイレ改修工事

ブロードエンタープライズ(4415)IRチャンネルにて
オーナー様取材動画を公開 ▶ <https://youtu.be/Z4QJRhTwwac>

35

愛知県の戸建て物件の事例で、築50年以上の戸建てを賃貸運用するのではなく、民泊用の宿泊施設として運用する例となります。自己負担として土地建物350万円は用意し、リフォーム+家具・家電の部分に必要な500万円部分にBRO-ZEROを使っていただいたという事例になります。

オーナー様の収益予測として、賃貸運用の場合の想定家賃が月6.5万円のところ、民泊運用すると想定利益が20万円と、約3倍の収益となります。

民泊は儲かるのに融資が引っ張りにくいという問題からスタートできない状況を、BRO-ZEROを活用して費用面を賄っていただくという事例になっております。実際に間取りを変更したり、リフォームで水回りを綺麗にして、運用いただいております。こちらは当社のIRチャンネルにてオーナー様の取材動画も公開しておりますので是非ご覧いただければと思います。

市場規模の拡大です。

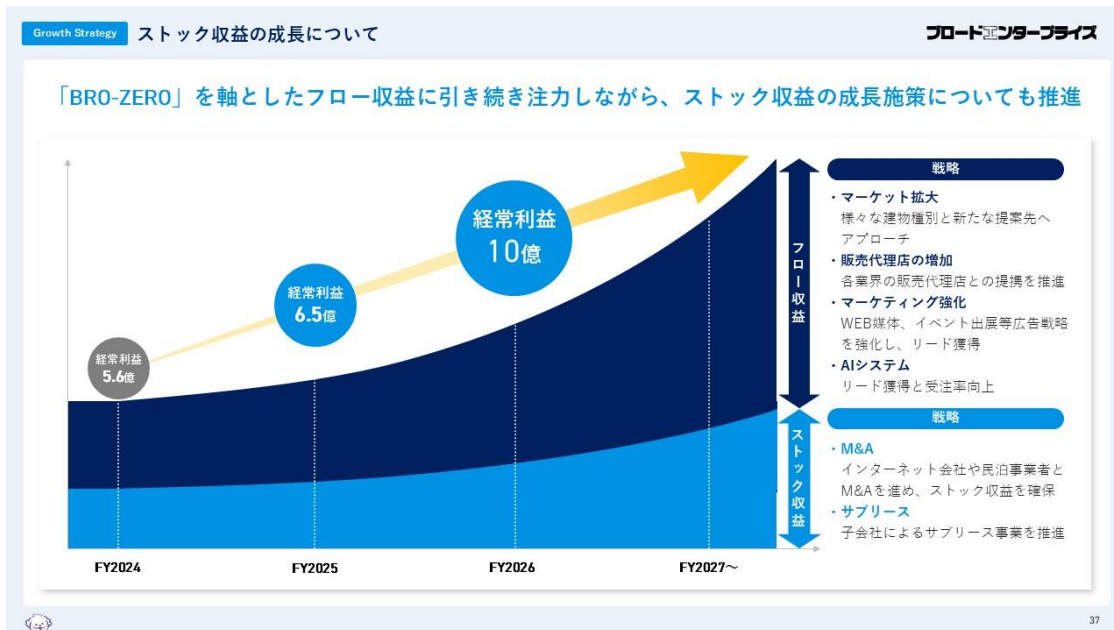


競合がない初期導入費用ゼロ円のファイナンススキーム BRO-ZERO を軸に商材・提案先を拡大しております。ブルーオーシャンの市場になっており、世の中になくサービスというところで、値引きをすることなく利益も確保できるサービスとなっております。

これまでは B-CUBIC と BRO-LOCK を軸とし、賃貸マンションに空室対策としてご提供してきました。共同住宅の空き家数は約 500 万戸あり、この市場にサービス展開していましたが、BRO-ZERO ができたことにより、BRO-ROOM・BRO-WALL を加えた 4 つの商材を軸に、賃貸マンションだけではなく、宿泊施設（ホテル・別荘）や、戸建ての民泊、ビル・テナント・シェアハウスなど提案先を拡大しております。この市場規模が 900 万戸で、約 2 倍のマーケットに広がりました。

た。20年後には空き家が1,800万戸まで拡大するという予想もあり、マーケットとしては広がっていくものと考えております。

フロー収益・ストック収益の成長についてです。



戦略として、様々な建物種別と新たな提案先にアプローチすることでマーケットを拡大してまいります。営業社員をいたずらに増員することなく、販管費の増加を抑えながら、販売代理店を増やし、提案していただく会社様を増やしてまいります。

また、今期は特に、マーケティング面を強化してまいります。WEB媒体やイベント出展、その他広告戦略を強化し、リード獲得を伸ばさせてまいります。AIシステムも、リード獲得と受注率の向上に寄与してまいります。BRO-ZEROはニーズがあり他社にないサービスとなりますので、営業力が必要というよりも、いかにリードを獲得していくかがポイントとなります。

フロー収益のみならず、M&Aやサブリースによるストック収益の成長施策も推進してまいります。

M&A 戦略です。

Growth Strategy M&A戦略 ロードエンタープライズ

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

業種	設備・サービス	不動産運用	内装・外装工事
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・入居者無料インターネット ・オートロックインターフォン ・スマートカメラ ・その他住宅設備 <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・民泊運用代行 ・旅館業運営会社 ・シェアハウス運営会社 ・管理会社 <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・内装リフォーム ・大規模修繕 ・塗装・防水 ・エクステリア <p style="text-align: right;">など</p>
メリット	顧客基盤の拡大		
	ノウハウの吸収		
	ストック収益拡大		内製化によるコスト削減

38

M&A の対象として、顧客属性が同じ、または近いシナジー効果がある業種に絞り、積極的に展開していきたいと考えております。

設備・サービスは、当社の元々の本業と近く、インターネット、インターフォン、カメラ、その他住宅設備を取り扱っている同業他社になります。不動産運用は、とても相性の良い民泊運用代行会社や、旅館業運営会社、シェアハウス運営会社、不動産管理会社などになります。

内装・外装工事について、BRO-ROOM 工事等は、現状全て外注しております。内装リフォーム、大規模修繕、塗装・防水、エクステリアを内部に取り込んで内製化することで利益も取り込めます。M&A を実施するメリットは顧客基盤の拡大であったり、ノウハウの吸収、ストック収益拡大、内製化によるコスト削減、つまり利益が生まれるというところで、大きく三つの業種について、M&A 仲介会社に案件を出していただいているという状況です。

最後に**株主還元**についてです。

Growth Strategy 株主還元について フロードエンタープライズ

配当政策（税引後当期純利益5億円達成後）

当社は、事業活動で得られた利益を主に内部留保として確保し、事業基盤の強化や成長のための投資に活用することにより株主価値の増大に努めてまいります。事業投資による利益成長と株主還元のバランスを重視するという観点から資本の状況、業績動向、当社株価の水準、成長投資機会、資本効率向上等を考慮し、**税引後当期純利益5億円達成で配当性向20%での配当実施を予定**しております。（中期経営計画3ヵ年最終年度の当期純利益6億円を達成し、FY2026に配当実施予定）

→ 1株あたり16円35銭※を予想

※2024年12月31日時点の発行済株式数6,115,500株、税引後当期純利益額5億円を基準としています。

株主優待

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

39

繰り返しとなりますが、税引後当期純利益 5 億円達成で配当性向 20%での配当実施を予定しております。2026 年での達成を実現し、実施したいと考えております。

また株主優待についてはご覧の通りとなります。

栢本：ありがとうございます。通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]：2023年12月に2分の1の株式分割を実施したものの、現時点でもかなり出来高が少ない状況が続いているように見受けられます。例えば2025年1月7日は出来高が1000株のために売買がしにくく、機関投資家も入りにくい状況が続いているかと思いましたが、こちらに対する追加での対策は何か検討されておりますでしょうか

畑江：当社株式の流動性の低さは経営陣としても認識しております。業績の向上が前提ではありますが、過去にも対策の一つとして、株式分割や、優待制度の導入を行ってまいりました。ただし、認知度の向上はまだ課題であるため、今後もプレスリリースをはじめとした積極的な情報発信、オンラインセミナー、株主・投資家様向けのイベントなど、露出機会を増やし、個人投資家様による当社株式売買の活性化に繋げてまいります。

質問 [2]：コミットメントラインは金利とは別に株に対する手数料がかかることから、借入れがなくとも株全体の不必要な手数料を支払う必要が生じる契約であるかと存じます。上記に伴い企業側に得になりにくい契約であるかと思いますが、御社にとっては株全体の手数料を払っても契約する価値があると判断して契約されたものとなりますでしょうか。

渡邊：コミットメントラインは株に対する手数料を払うかわりに、確実に借入ができるという契約になります。有事の際、金融機関が債権を買わないことや融資を困難になることがあります。そのようなときでも確実に借入をできるようにするための施策になり、将来のリスクヘッジする価値がある契約となります。

質問 [3]：BRO-ROOM等の商品は御社が立て替えることによってお客様に初期ゼロにて販売可能となっているかと思えます。立て替えているために販売するためには御社に現金が必要であるかと思えますが、現時点ではどの程度の額まで売る(立て替える)ことが可能なのでしょうか。例えば、

1Qに合計50億の立て替えが必要になる案件が生じた場合、こちらの案件を進めることが可能なのでしょうか。

渡邊：立替は販売から債権流動化するまでの期間です。その時の資金繰りの状況と流動化するタイミングもありますが、例えば1Qでは約20億ぐらいまでなら新規立替を進めていくことができます。

質問[4]：BRO-LOCKについて質問です。BRO-LOCKはスマホアプリからインターフォンの応答が可能であることを強みにしているかと存じます。一方でGoogle Storeのアプリのレビューは44件で平均の星が一つとかなり低評価を受けており、あまり良いアプリであるとは思えない状況です。こちらの点について経営陣の皆様は把握されているのでしょうか。また、今後の改善に向けた施策等が決まっておりますら共有いただけると嬉しいです。

畑江：BRO-LOCKのシステム面や機能面において改善を重ねており、アプリやシステムのバージョンアップを図るとともに、各物件の通信環境の見直しなど、より良いサービス提供ができるよう努めてまいります。

質問[5]：営業利益率について質問です。今期の営業利益率は15.5%、来期計画は15%となっている一方で、2年後計画は19.8%となっており、営業利益率に差異があるように見受けられます。こちらは十分に達成可能な利益率と見込んでの計画となっておりますでしょうか。また、達成可能と見込んでいる場合、2年後に営業利益が5%上がると想定している理由についてご共有いただけますでしょうか。

渡邊：2026年の数字は2023年の時に算出した中計の数字をそのまま持ってきていますので売上金額は最新の数字ではないですが、営業利益額以下は現在も目標値として変更ありません。目標営業利益について変更はないということは、粗利率が低いBRO-ROOM、BRO-WALLの販売が想定よりも増えれば増えるほど74億円の売上より大きくなります。

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 [6] : 当初予定していた債権売却損が発生したらどうなりましたか？

渡邊 : 2024 年 11 月に予定していた債権流動化を 2025 年に延期するということになりましたのでその分債権売却損は発生しなくなりました。ただ、そうすると 2025 年の営業外費用が大きくなるので、できる限り 2025 年で予定していたものを前倒しして費用計上を行いました。昨年度そのような前倒しの費用計上をせずに債権流動化を実施していたとしても、経常利益は達成していたかと思えます。

質問 [7] : 御社グループがサブリースするのはなぜですか。

中西 : まず、BRO-ROOM とサブリースですが、空室を初期ゼロでリノベーションして入居付けするというメリットは十分に感じていただけるものの、お部屋が埋まる埋まらないに関わらず、やはり毎月の支払いは当然発生します。どうせなら同時にサブリースもして、家賃収入を確定させてくれた方が、気が楽だというオーナー様もいらっしゃいます。当社でサブリースを実施した場合、家賃部分がストック売上になります。当社としても良い物件に関してはサブリースをした方が、将来的にストック収益が積み上がるということになります。ただし本格的に実施していくのは、今年からと考えております。

質問 [8] : PTS では株価は下げっていますが、その理由は何だと思われませんか

畑江 : 限定的な理由という点では判断が難しいところではありますが、結果的に PTS が下がっているという市場の動きは真摯に受け止めていくべきであると考えております。今後はやはり業績の積み上げや、目標に対する進捗をしっかりと見ていただいて株価にまた反映していただければと考えております。

質問 [9] : 今後の営業利益率についての考えを教えてください。

中西 : 2023 年当時は BRO-ZERO もなく、B-CUBIC・BRO-LOCK をメインに売上を積んでいっており、営業利益を試算しましたが、現在は BRO-ZERO にシフトチェンジをしていっており、営業利益額、経常利益額、当期純利益額をしっかりと伸ばしていくところに重きを置いております。今期来期である程度 BRO-ZERO の実績がもっと上がってくる中で、適切な営業利益率が出せるのではと考えております。

質問 [10] : 説明会が少なくなっていますが、どう意識されていますか。

畑江 : 2月末に神戸投資勉強会に登壇させていただきます。他にも、IR系のメディアへの掲載等を考えておりますので、少なくなっているというよりも、しっかり選別していきながら実施を検討してまいります。

質問 [11] : BRO-ROOM について質問です。BRO-ROOM を契約されるマンションについて、築年数やエリア、総部屋数についてどのような傾向があるのか教えていただきたい。また、BRO-ROOM による修繕の前後で、賃料がどの程度上昇しているのか教えていただきたい。

畑江 : エリアは関西、1都3県、広島、福岡など基本的には当社の営業拠点のある周辺になります。築年数は築20年以上の物件の割合が多いです。総部屋数では大きい物件もありますが、20戸以下の割合が多いです。

賃料アップ率について、どのようなリノベーションにするかによって大きく変わってきます。多いリノベーションのタイプでいくと、3点ユニット（トイレ・バス・洗面台が一緒）を分離する工事が、1Rや1Kで多く、賃料は10~20%の上昇率となります。

次に多いのが間取り変更で、DKタイプはあまり人気がないのですが、例えば2DKを1LDKタイプに変更すると家賃を上げやすく、市場環境にもよりますが1万円以上上がったところもあります。

質問 [12] : 株価対策、流動性対策として、初配当までのつなぎとしてQUOカードの増額などは検討されるのでしょうか。

中西 : 株価対策、流動性対策というのは非常に重要であると考えておりますので、QUOカードの増額なのか、他の施策を行うのかというところで、社内で検討させていただきます。

質問 [13] : 先の質問のBRO-LOCKですが、直近の不具合の状況はどうなっていますか。

中西 : 品質保証の会議等、私も社内で開催している中で、こういった場合にどのような障害が起こるのかを分析し、障害の多いものから順に解決しており、日々改善を重ねている状況です。

今後、コールセンターに関しても AI 導入を検討して進めていたり、ネットワークに関する障害が
ついても、障害が発生する前に検知する仕組みを導入いたしましたので不具合は減少していくもの
と考えております。

**質問 [14] : サブリースの案件がストック収益になるのは、金利負担を上回って入居がきちんとで
きた場合に限る感じでしょうか？リスク回避の戦略などあれば教えてください。**

畑江 : 入居が決まったときからストック収益が上がります。当社が部屋付けできるためには、パ
ートナーである管理会社様との関係性が非常に重要になります。

リスク回避も、サブリースの査定や保証家賃の部分でしっかりリスクを回避できるような仕組みに
しております。もちろん常に 100%での入居というわけではないという前提で基準・ルールを決め
て行っておりますので、比較的风险ヘッジはできていると考えております。

質問 [15] : 一戸建て築 50 年の物件で再生できるのはどの程度の割合ですか？

中西 : 物件そのものというよりも、やはり民泊のニーズがあるエリアかどうかや、駅から遠けれ
ば駐車場が必須条件になる、など様々な条件が人気になる要因ですので、お金をかけても難しいと
いう物件は、見送った方が良いという判断にもなります。どの程度の割合というのは難しいのです
が、案件ごとに収益が生まれるのかどうなのかをしっかり見定めていくという形になります。

**質問 [16] : 代理店の開拓が進んでいるようですが、どんな地域のどんな規模の代理店が増えてい
るのか教えてください。また、ベテランならではの作戦内容などあるのでしょうか？**

畑江 : 地域として多いのは、当社の営業メンバーがいるところの地域が比較的多くなりますが、
当社が支店をもっていないエリアについても、同業者やリノベーション会社様の代理店を増やして
いっております。ベテランの動きとしては元々さまざまな繋がりが多いため、大家の会や管理会社
の会合などのコミュニティにネットワークを活かしながら入り込んでいくというのが一つの戦略と
なります。

質問 [17] : 今期以降の事業別工事完了数が幅を持たせて記載されていますが、だいたい真ん中の完了数に着地すると計画通りということでしょうか？上限に近づけば決算数値が上振れする可能性があるということでしょうか？

中西 : BRO-ROOM・BRO-WALL の粗利率が 30%となりますが、こちらに振り切れば振り切るほどトップライン自体は上がっていくということになります。また、M&A を今期何としてもしたいと思っておりますが、前例がないということもあり、M&A の数値は盛り込んでおりません。BRO-ZERO の伸び次第と M&A の実施などで上振れする可能性はあります。

質問 [18] : 物件の収益予測はどうやられているのでしょうか。

中西 : マンション・アパートの場合は近隣物件の相場であったり、リノベーション後にどのぐらい家賃を上げるか、地域の仲介会社様や管理会社様にヒアリングし、総合的に判断しています。

民泊に関しては民泊業者、代行業者様が地域のホテルの宿泊料金などから調査をされます。民泊の場合は売上の上下が出てくるので、3 パターンほど売上シミュレーションを出していただき、閑散期でもしっかりと BRO-ROOM 代金を支払っていただけるような設定を組んでいきます。

質問 [19] : 売上高と営業利益の下振れの要因は何でしたか

中西 : 当初の想定獲得粗利が目標に届かなかったというところです。特に上半期が少しこけてしまい、下半期で取り返す形となりました。今期はさらに営業力と商品力の強化をしっかりと行い、必達してまいります。要因としては、シンプルに実力不足だったと考えております。

質問 [20] : 民泊の需要は地域が限られているかと思いますが、気がついたことがあれば教えてください。

畑江 : 当社としても、首都圏や大都市で需要が高いのかなとはじめは考えておりました。実際大阪であれば、万博や IR (統合型リゾート) に向けて、非常に盛り上がっています。民泊の供給数も多くなってきておりますので、物件を差別化しなければならず、その需要があります。

ただ、先ほどの事例でもあった愛知の物件は実を言うと、名古屋の中心地ではなく、岐阜と名古屋の間にある地域で、少し外れた田舎でも需要があるということです。中心から遠くても、そこを起

点にして観光に行かれる方が多いという事実もあり、都心部以外でもちゃんと需要はあると最近は感じております。

質問 [21] : 上半期にこけた理由は何ですか。

中西 : 2023年3QにBRO-ROOMをリリースし、全社号令をかけて販売を推進してきましたが、蓋を開けてみると販売できたメンバーと販売できなかったメンバーで分かれました。世の中になかなかないサービスというところでベテランの40代メンバーがしっかりと話すと、そんな良いサービスないよ、とかこれは聞いたことがない、とやっていただけるケースが多いのですが、特に若手メンバーは、お客様に強みやメリットをご理解いただくことに苦戦し、テーブルに乗らなかった時期が上半期でした。若手メンバーをB-CUBIC・BRO-LOCKメイン、ベテランメンバーにBRO-ZEROを販売してもらうように分けるようにし、どちらも上手くいったというのが下半期になります。2025年もメンバーごとに明確に役割を分けてスタートしております。

質問 [22] : 期ズレはありましたか？

畑江 : 期ズレした物件はいくつかありました。その分2025年1Qに工事が完了しております。期ズレについて、今年度中にしっかり改善を進め、ズレを踏まえた上で達成できるよう進めてまいります。

質問 [23] : 今期から東京で出稼ぎするとの噂を聞きました。意気込みをいただければと思います！

中西 : 私と東京以外の幹部数名で東京に行き、営業活動することを意思決定しました。実際にマンションも借りてスタートしている状況です。私自身大阪が大好きで大阪にいたいという想いはありますが、東京に行く理由はただただビジネスとして稼ぎに行くという、それだけです。しっかりと結果を残してまいります。

質問 [24] : BRO-LOCKの代理店は不具合についてどう思われていますか？

中西 : 現状、代理店としてBRO-LOCKを販売していただく会社様は少なく、何かしらクレームがあるということはありません。

質問 [25] : 販売代理店経由の売り上げ割合は今後どのように計画されていますか？

畑江 : 昨年度 35%という実績で、今年は 40%を目標としてまいります。代理店様の販売件数や 1 社あたりの売上高向上に注力し、割合を高めてまいります。

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 通期決算説明会を終了とさせていただきます。

最後にお知らせとなりますが、2025 年 2 月 26 日に神戸投資勉強会オンラインで個人投資家向け IR セミナーを開催いたします。また、3 月に予定しております株主総会後に、どなたでもご参加いただけるファンミーティングの開催を予定しております。

IR サイトや X にてそれぞれ告知して参りますので、ご興味ご関心ございましたら、ぜひご参加のほどよろしく願いいたします。

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。

全員 : ありがとうございました。