

2024年12月期 通期決算補足資料（質疑応答集）

この質疑応答集は、2025年2月12日発表の2024年12月期 通期決算に関して、発表以降に株主、投資家などの方々からいただいたお問い合わせ、感想、当社からの回答をまとめたものです。ご理解を賜ること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

Q.1	債権流動化の時期変更と通期への影響	P.2
Q.2	業績予想の増加率について	P.2
Q.3	コミットメント契約の詳細	P.3
Q.4	コミットメント契約の経緯	P.3
Q.5	上期と下期の売上比率	P.4
Q.6	BRO-ROOM の工事目標数	P.4
Q.7	工事完了までのリードタイム	P.5
Q.8	新年度の営業体制	P.5
Q.9	若手の研修体制	P.5
Q.10	M&A 戦略について	P.6

IRYouTube チャンネル動画でも解説しておりますので、下記よりご確認ください。

【企業 IR】2024年12月期通期決算 質疑応答解説【ブロードエンタープライズ 4415】

<https://youtu.be/kTL0j86PoEg>



Q/01 債権流動化実行時期の変更理由と、変更していなかった場合の通期結果について教えてください。

- A 本来は2024年3月と11月に予定していましたが、11月分を2025年に変更したことにより、支払手数料と債権売却損の計上がなくなりました。変更理由として、可能な限り債権を貯めて、1回に行う額が大きくなれば、流動化コストの割合が低くなるためです。また、投資家としてもまとめて購入する方が、効率が良くなります。かかる手間は同じなので債権を貯めていく方向に変更しました。また、変更していなくても経常利益は達成していた可能性があります。達成率としては100%ほどになっていたと想定されます。

2-1 資金調達方針 借入金の詳細 フロートエンタープライズ

当社の強みは初期導入費用ゼロ円プランであり、プランを支える安定的な資金調達手段が必要

	長期借入	債権流動化	短期借入（当座貸越等）
期間	5年	-	1年
金額	約10億	無制限	45億円の枠
メリット	利息費用のみ発生	資金調達の上限枠なし 営業CFの改善に働く	審査なしで借入可能 利息費用のみ発生
デメリット	・資金調達の上限枠がある ・銀行の審査が通るか不明 ・財務CFの増加	・1回あたりの債権流動化コストが多額 ・債権売却損（6年分の利息費用相当）が発生	期限の利益がない
用途	コストが安いので優先的に実施	できる限り債権をプールしてから実施	債権をプールする期間の預金残高調整として利用。債権流動化のタイミングで返済

Q/02 2025年業績予想における対前年の増加率が、営業利益と経常利益で差がある（経常利益の伸びが小さい）理由を教えてください。

- A 債権流動化予定時期を変更したこと最もが大きな要因になります。変更がなければほぼ同じ伸び率になっておりました。

Full-year forecasts 2025年12月期 通期業績予想 フロートエンタープライズ

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

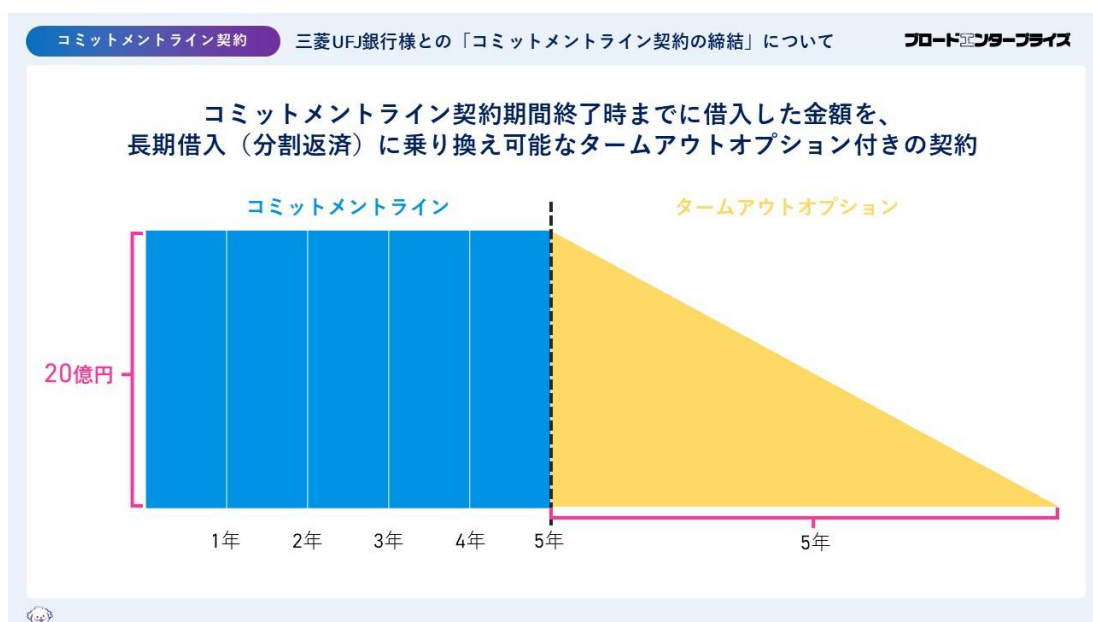
(単位：百万円)	累計期間（1-4Q）			
	FY2024	FY2025		
		実績	予想	増減額
売上高	4,697	6,000	+1,302	+27.7%
営業利益	738	905	+166	+22.5%
経常利益	564	655	+90	+16.1%
当期純利益	346	400	+53	+15.6%

Q/03 フィーが発生してまでコミットメントライン契約締結した理由と資金使途、 タームアウトオプションについて詳しく教えてください。

- A 方針変更により、債権を貯めれば貯めるほど当社のキャッシュが厳しくなるので、可能な限り借入枠を増やしておきたいという意図があります。また、戦争による混乱や、金融市場の変化などで借入がストップするというリスクは常に考えなければならず、この二つの観点からコミットメントライン契約を締結しました。コミットメントラインとはいわば銀行様との約束で、契約年度内（1年間）であれば、枠内の借入が必ず実行できるという契約になります。当社財務のリスク面をヘッジできるということで、フィーが発生してでもコミットメントライン契約を締結したかった、というのが理由になります。

使途として、工事代の支払いや販管費の支払いの原資となるキャッシュは債権を流動化するまでは入って来ないので、今回の借入を運転資金として利用します。

コミットメントラインの契約期間は1年間ですが、毎年銀行様の判断で更新を判断いただき、最長5年間まで更新が可能です。契約を万が一更新できなかった場合でも、当社が希望すればいつでも5年の長期借入に変更できるという権利がタームアウトオプションです。トータル10年間の借入と等しくなります。



Q/04 コミットメントライン契約 20 億円の枠は御社から申し入れられたのでしょうか？

- A 当社からの申し入れになります。三菱UFJ銀行様にビジネスモデルを良くご理解いただいているという点と、長年のお付き合い、そして成長性に期待していただいているという点から枠を設定いただけました。

Q/05 今期も下期偏重なのでしょうか？ 上期と下期の売上比率を教えてください。

A 上期（1月～6月）で40～45%、下期で（7月～12月）で55～60%を想定しております。BRO-ROOM等の伸長により下期偏重度合いは例年よりも平準化していく予定ですが、やはり12月度に比率が高まることは予想されます。

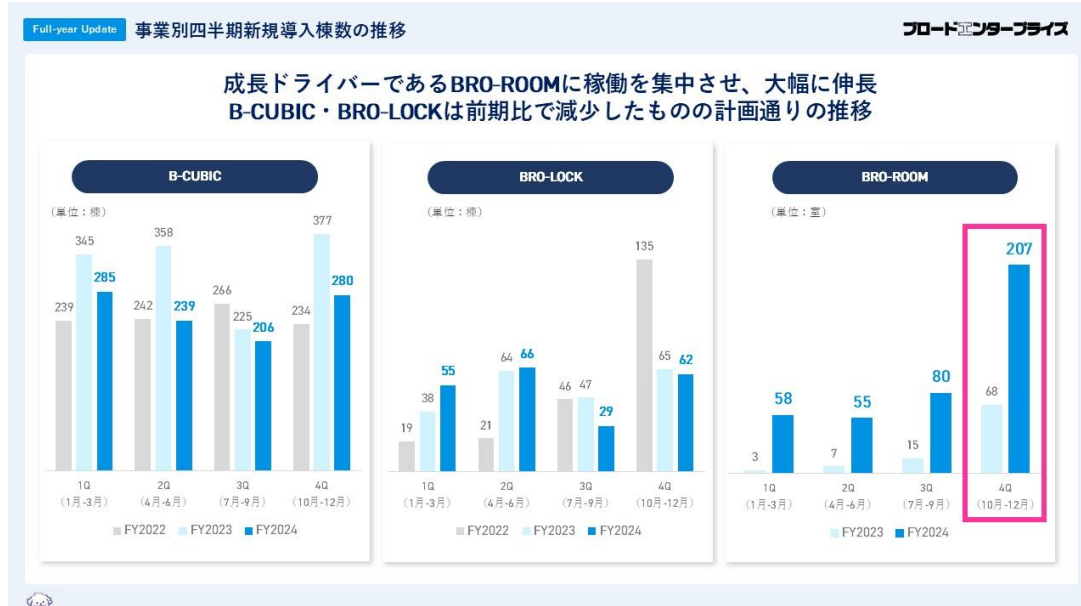
Q/06 BRO-ROOMの今期の目標販売数の幅がかなり広いレンジ(1.25倍から2倍)の予想になっていますがその理由を教えてください。

A 今期のBRO-ROOM工事完了室数は500室～800室と予想しております。前期の4Qでは207室が工事完了となりました。上期と比較すると、案件数や工事手配等も徐々に安定してきております。今期最低ラインの500室を四半期で割ると125室ですが、2024年の結果も踏まえ、500室は必達と考えております。四半期平均で200室を達成できれば800室となり、最大値として設定しております。他商材もふまえ、トータルでの売上高、粗利益を達成するための計画値であり、あくまで参考値となります。

Full-year forecasts 事業別工事完了数の推移予想 フ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 <small>2Qリリース</small>	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 <small>3Qリリース</small>	400 室	500 室 ~ 800 室	800 室 ~ 1,000 室
	BRO-WALL	-	12 棟 <small>4Qリリース</small>	50 棟 ~ 100 棟	200 棟 ~ 400 棟



Q/07 BRO-ROOM・BRO-WALLの工事完了までのリードタイムについて教えてください。

A さまざまなパターンがあります。
BRO-ROOMで1R（ワンルーム）となると工事期間は短くなります。逆にファミリー物件かつ2DK⇒1LDKの間取り変更ありの工事を5～6室まとめてとなると、3～4ヶ月かかる場合もあります。BRO-WALLのリードタイムの幅はより大きく、例えば塗装工事だけであれば1ヶ月以内に完了することが多いのですが、規模の大きいマンションの大規模修繕となると6ヶ月以上かかることもあります。今後事例が増えていく中で、平均値をお伝えできるようデータを取ってまいります。

Q/08 2024年下期は商材担当を分けたことが功を奏したとのことですが、新年度はその体制を引き継げるという認識で問題ないでしょうか？

A 2024年下期はベテランメンバーがBRO-ROOM・BRO-WALL、若手メンバーがB-CUBIC・BRO-LOCKを販売し、その中でBRO-ROOM・BRO-WALLの見込み顧客をベテランメンバーにトスアップするという体制で進めていきました。新年度も引き続きこの体制で案件獲得に繋げてまいります。

Q/09 営業がベテラン社員に依存しているように見受けられるのですが、若手の研修体制について教えてください。

A B-CUBIC・BRO-LOCKは新人研修やOJTを経て若手でも問題なく販売できます。BRO-ROOM・BRO-WALLはまだ始まったばかりの事業かつ、建築や修繕の知識も必要になる商材ですので、若手メンバーは先輩に同行したり、社内でテストを実施するなど、現在知識を習得中となります。
今後マニュアル化も進めていき、標準化するようにしてまいります。

Q/10 M&A は今のところ実施されていませんが、どのような部分に時間がかかっているのか教えてください。また、M&A は中計数値にどの程度織り込まれていますか？最後に、ターゲット領域それぞれの意図について詳細を教えてください。

A 前期も M&A を推し進め、最終段階にまで進捗したものもありましたが、先方の事情や金額面で折り合わず、見送りとなった案件が数件ありました。その中には現在当社の代理店として活動いただいている同業系の会社様もいらっしゃいます。また、前期から引き続き、現在交渉中の案件もあります。双方の事情、事業シナジー、価格目線等、さまざまな要因が絡み合い、お互いに協議しながら進めていくので、想定よりも時間がかかっていますが、徐々にスピード感を高めてまいります。

中計数値について、M&A は読めない部分も多く、織り込んでおりません。

ターゲット領域について、設備・サービス系はいわゆる同業他社になり、同じ顧客基盤として拡大が可能となります。同業他社の中でも、インターネット領域ではストック収益を取り込むことで、安定した事業展開が見込めます。

不動産運用系では、現在特に案件として注力しているのが民泊運用代行会社様になります。当社に民泊物件の依頼があった際は、代行会社様に運用を依頼するのですが、その際に手数料として 15~20%程度お支払いします。代行会社様と組むことで、ノウハウを吸収し運用までワンストップで実施することができます。また、手数料ビジネスのストック収益を取り込めます。

内装・外装工事も現在は外注していますが、取り込むことで外注分のコスト削減になり、利益率の向上に繋がります。

今期も案件を多く出せる体制を整え、M&A を進捗させてまいります。

Growth Strategy M&A戦略		フロントエンタープライズ	
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