2025年8月8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）

2025年12月期 第２四半期決算説明会書き起こし

2025年８月７日に開催しました2025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

【参照資料】

2025年12月期 第２四半期決算短信

2025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

2025 年 12 月期　第 2 四半期決算説明会

2025 年 8 月 7 日

登壇者

代表取締役社長　中西 良祐（ナカニシ リョウスケ）

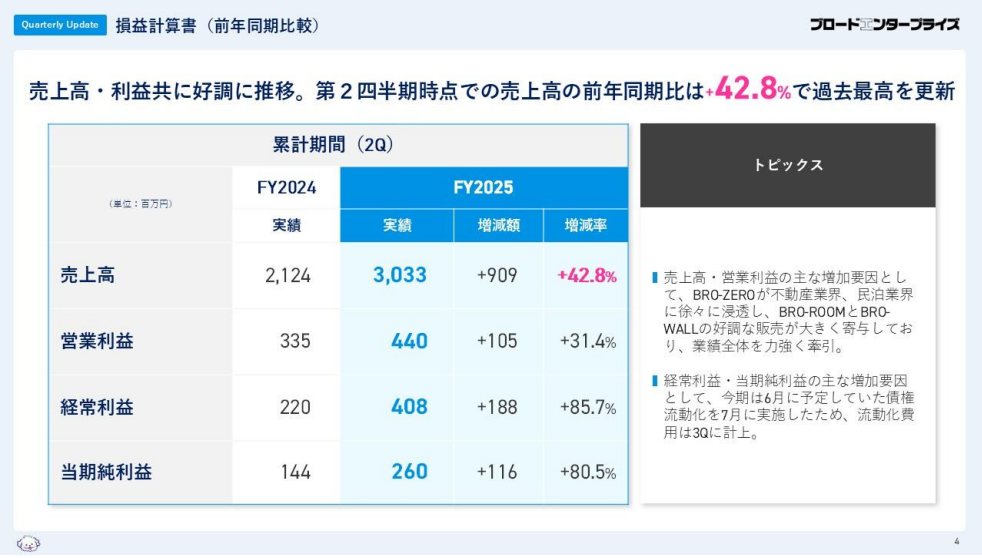
常務取締役　経営企画室長　畑江 一生（ハタエカズキ）

取締役　経理部長　渡邊 宗義（ワタナベ ムネヨシ）

栢本：ただいまより株式会社ブロードエンタープライズ 2025 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。

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と申します。
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。

それでは、2025 年 12 月期第 2 四半期の決算を報告させていただきます。

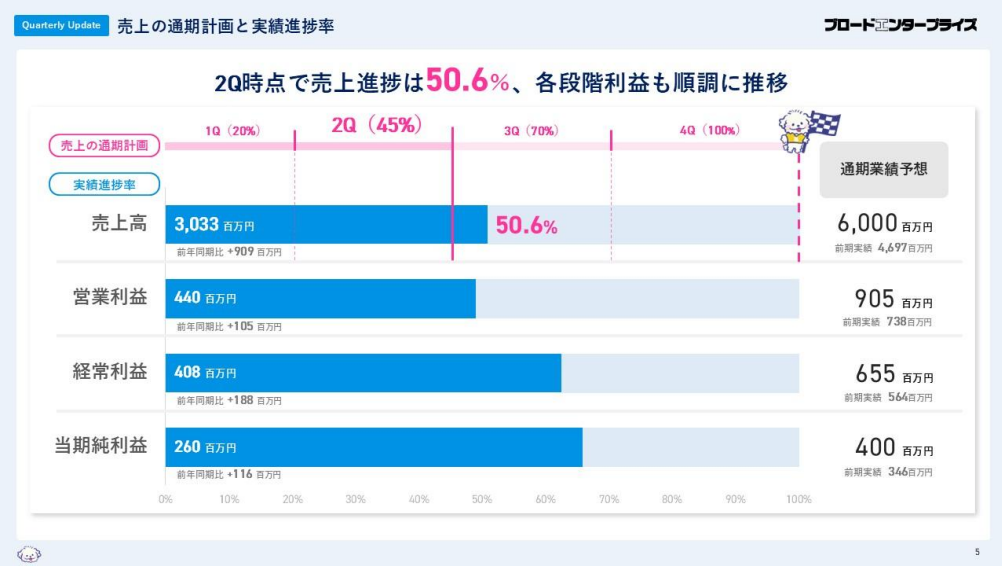


売上高・利益ともに好調に推移しております。第 2 四半期時点での売上高の前年同期比はプラス 42.8%というところで、過去最高を更新しております。

売上高が 30 億 3,300 万円、営業利益 4 億 4,000 万円、経常利益 4 億 800 万円、当期純利益 2 億 6,000 万円という着地となりました。

売上高が 42.8%増加した主な要因として、BRO-ZERO が不動産業界、民泊業界に徐々に浸透し、BRO-ROOM と BRO-WALL の好調な販売が大きく寄与して、業績全体を力強く牽引しております。

経常利益・当期純利益の主な増加要因として、今年 6 月に予定していた債権流動化を 7 月に実施したため、債権流動化の費用が第 3 四半期に計上されることとなりました。こちらについては、事前質問もいただいておりましたので、詳しくは後ほど渡邊から説明させていただきます。

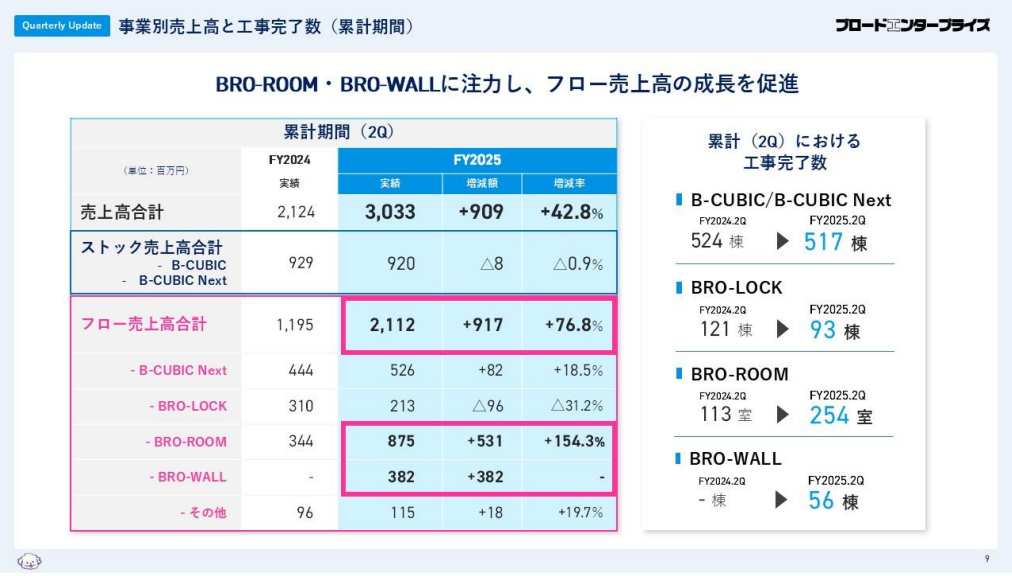


通期計画と実績の進捗率について、第２四半期時点で売上進捗は 50.6%となっており、計画の 45%を上回って着地いたしました。

上場して４期目となりますが、これまでの３年間は下期偏重で、40%、45%程度の進捗から第４四半期で巻き返すという状況が続いておりました。今回、第２四半期時点で初めて 50%を超えることができ、また、右に示している通期業績予想についても、しっかりと達成していきたいと考えております。

営業利益の変動要因分析については、B-CUBIC もプラスとなっておりますが、特に BRO-ROOM、BRO-WALL が売上・利益を牽引しており、前年同期比では１億 500 万円の増益で着地しております。

直近 3 期の四半期推移を見ましても、売上高・営業利益ともに上回る結果となっております。経常利益・当期純利益についても、昨年、一昨年と比較して上回っております。



Quarterly Update 事業別売上高と工事完了数（累計期間）　ブロードエンタープライズ

BRO-ROOM・BRO-WALLに注力し、フロー売上高の成長を促進

累計期間（2Q）

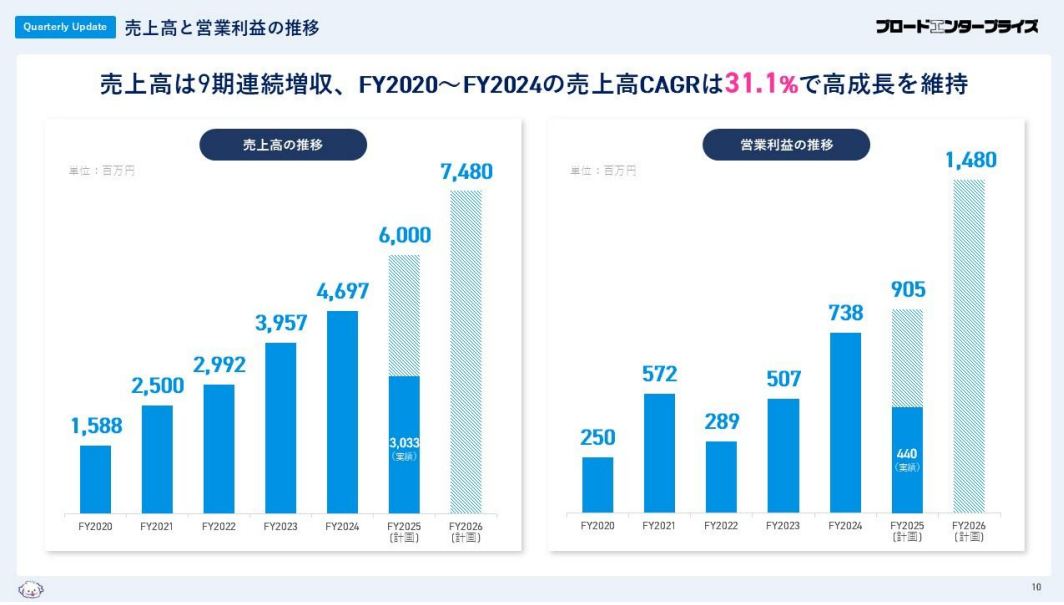
（単位：百万円）	FY2024 実績	FY2025 実績	増減額	増減率
売上高合計	2,124	3,033	+909	+42.8%
ストック売上高合計 - B-CUBIC - B-CUBIC Next	929	920	△8	△0.9%
フロー売上高合計	1,195	2,112	+917	+76.8%
- B-CUBIC Next	444	526	+82	+18.5%
- BRO-LOCK	310	213	△96	△31.2%
- BRO-ROOM	344	875	+531	+154.3%
- BRO-WALL	-	382	+382	-
- その他	96	115	+18	+19.7%

累計（2Q）における工事完了数

	FY2024.2Q	FY2025.2Q
B-CUBIC/B-CUBIC Next	524 棟	517 棟
BRO-LOCK	121 棟	93 棟
BRO-ROOM	113 室	254 室
BRO-WALL	- 棟	56 棟

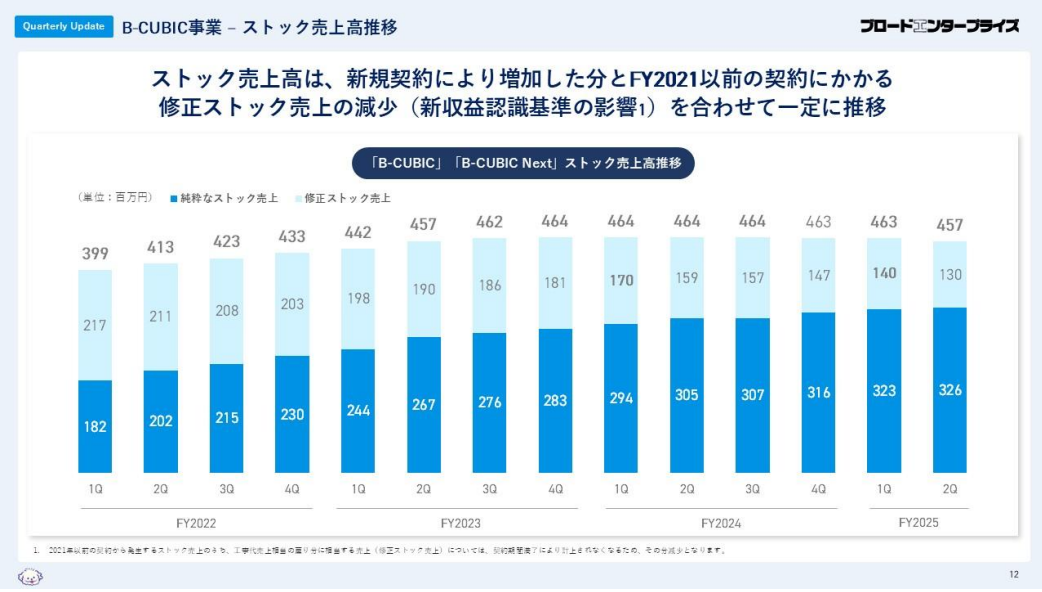
事業別売上高と工事完了数について、第 1 四半期、第 2 四半期の累計でご説明いたします。まず、ストック売上高については微減となっておりますが、工事完了は着実に積み上がっており、減少の理由は新収益認識基準の影響によるものです。

フロー売上高については、前年同期比で 9 億 1,700 万円の増加となっております。下の赤枠で囲っている BRO-ROOM、BRO-WALL の合計がほぼ同様の数字となっており、この二つの売上が順調に伸長している状況です。

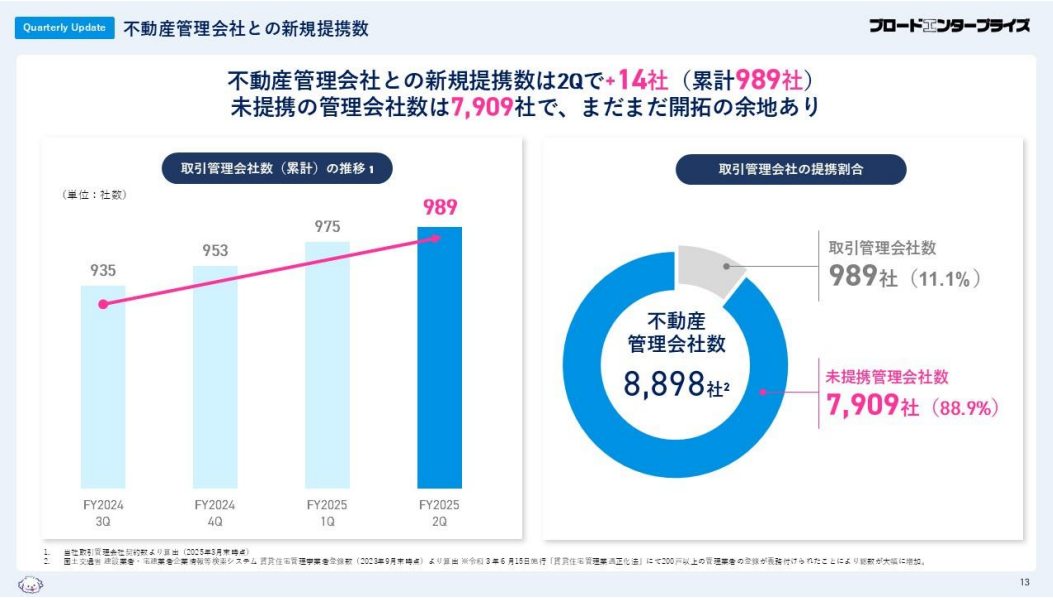


売上高の推移については、2020 年から右肩上がりで推移しており、今期 60 億円に対して約 50%の進捗で、計画通りとなっております。営業利益についても、2022 年は収益認識基準の影響で一時的に減少したものの、その後は順調に成長しております。

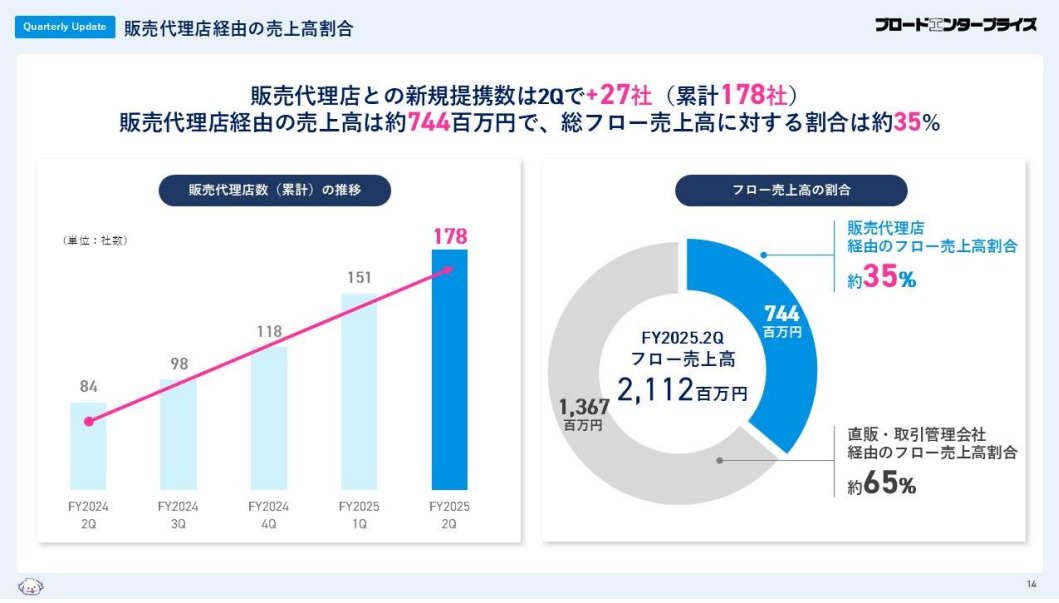
B-CUBIC 事業については、累計導入棟数が 9,725 棟となり、今期中の 1 万棟達成は確実な見通しとなっております。これは、日々インターネットサービスを提供させていただいている棟数、戸数が着実に増加している結果です。



ストック売上高の推移について、数値が上昇し棟数が増加しているにもかかわらずストックが減少している理由については、薄い青の部分が新収益認識基準の影響によるものです。濃い青の部分が実際にストックとして積み上がっている状況とご理解いただければと存じます。



不動産管理会社との新規提携数は 14 社増加し、累計 989 社となっております。ただし、全体の不動産管理会社数は 8,898 社あり、当社との提携は現時点で 11%程度にとどまっており、今後さらなる開拓の余地があると考えております。



販売代理店については 27 社増加し、累計 178 社となっております。販売代理店経由のフロー売上高は、全体の 21 億 1,200 万円に対して 7 億 4,400 万円で、割合としては 35%となっております。社内では 35%から 40%程度を目標として取り組んでおり、順調に推移していると評価しております。

Quarterly Update 貸借対照表（前期末比較）

ブロードエンタープライズ

（単位：百万円）	FY2024.4Q（実績）	FY2025.2Q（実績）	増減額
流動資産	6,860	8,369	+1,508
（内　現預金）	(1,040)	(942)	(△98)
（内　売掛金）	(4,111)	(5,802)	(+1690)
固定資産	1,090	921	△168
流動負債	5,390	6,225	+834
（内　前受金）	(2,394)	(1,975)	(△419)
固定負債	1,352	1,597	+245
負債合計	6,743	7,822	+1,079
（内　有利子負債）	(3,644)	(5,264)	(1,619)
純資産合計	1,207	1,468	+260
負債・純資産合計	7,950	9,290	+1,340
自己資本比率	15.2%	15.8%	+0.6pt

トピックス

流動資産
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借入金の増加。

自己資本比率
利益剰余金の積上げにより自己資本比率が改善。

15

貸借対照表については、債権流動化を含めて、後ほどご質問をお受けする際に詳しくご説明させていただきます。

Topics ①Broom Stay – 事業開始のお知らせ

ブロードエンタープライズ

2025年8月6日「民泊施設Broom Stayシリーズ事業開始のお知らせ」をリリース

民泊施設「Broom Stay」シリーズ事業開始のお知らせ
～第１号施設「Broom Stay 梅田」、大阪市淀川区にて今秋より運用開始～

株式会社ブロードエンタープライズ（本社：大阪府大阪市、代表取締役社長：中西良祐、以下、当社）は、 100%出資子会社である株式会社ブロードリアルティテクノロジーズ（本社：大阪府大阪市、代表取締役社長：中西良祐、以下、ブロードリアルティテクノロジーズ）を通じ、住宅宿泊事業を開始することをお知らせいたします。本事業は民泊施設「Broom Stay」としてシリーズ展開を予定しており、今後複数施設の運営を視野に入れております。

提供開始の背景

近年、都市部を中心に空室率の上昇や不動産の有効活用に対するニーズが高まる中、当社は、住宅のバリューアップとオーナー様のキャッシュフロー最大化を両立するソリューションの提供に注力してまいりました。
その一環として、当社はこれまで「BRO-ROOM」や「BRO-WALL」などの初期導入費用ゼロ円スキーム「BRO-ZERO」※を活用したリノベーション・修繕事業を展開し、全国の不動産オーナー様から高い評価を得ております。

18

昨日発表した Bloom Stay サービスの事業開始についてです。第１号案件として大阪府のテナントビルのワンフロアを民泊施設へリノベーションし、運用を開始する事例をご紹介いたします。

Topics ①Broom Stay – 導入事例（大阪府テナントビルワンフロア）

ブロードエンタープライズ

民泊リノベーション+運用事例

空室となっていたテナントビルのワンフロアを、オーナー様がBRO-ZEROでリノベーションを実施
10名（大人6子供4）宿泊可能でサウナも利用できる高級民泊に転用し、当社が借り上げて運用

フロー売上高（BRO-ZERO）	想定ストック売上高（民泊売上）
4,158万円	**200～250万円/月**
リフォーム工事+サウナ設置+家具・家電 （2025年7月工事完了）	民泊売上 （2025年秋頃運用開始）
▶ ブロードエンタープライズ に計上	▶ ブロードリアルティテクノロジーズ に計上

Topics ①Broom Stay – 導入事例（大阪府テナントビルワンフロア）

ブロードエンタープライズ

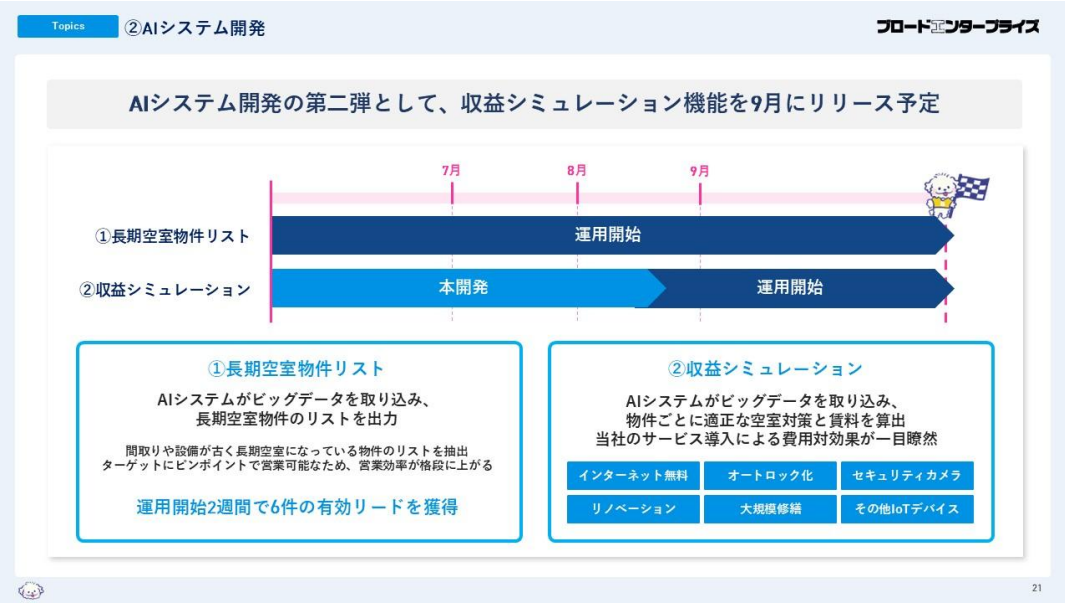
民泊リノベーション+運用事例

20

大阪府塚本地区に所在する当該物件では、空室となっていたテナントビルのワンフロアについて、物件所有者様が BRO-ZERO を活用してリノベーションを実施し、約 10 名が宿泊可能なサウナ付き高級民泊施設への転用を行いました。当社が借り上げて運用する形態となっており、フロー売上高は 4,158 万円を計上しております。従来の賃貸マンション 1 室のリノベーションが概ね 200 万円から 300 万円程度である中、このような大型案件の受注が増加傾向にあります。

具体的には、リフォーム工事、サウナ工事、家具・家電の設置等を実施し、これらは親会社であるブロードエンタープライズに計上されます。また、新たなストック売上の創出を目指しており、民泊売上については月額 200 万円から 250 万円程度を見込んでおります。一泊単価は 10 万円強で、これに対する稼働率を勘案した売上予測となっております。

本案件は今年秋頃から運営を開始し、売上は子会社のブロードリアルティテクノロジーズに計上される予定です。この Bloom Stay の展開により、大型のフロー売上高が発生し、さらにストック収益が積み上がっていく構造となります。具体的には、1 案件あたり年間 2,400 万円から 3,000 万円程度のストック収益を見込んでおり、この分野に注力してまいります。



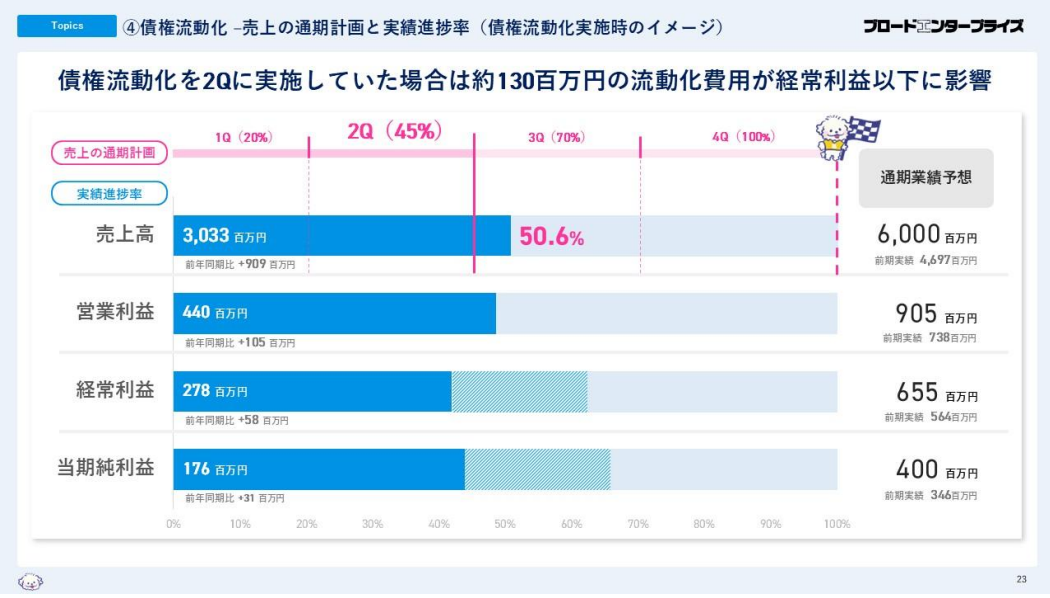
AI システムに関する取り組みについて、まず長期空室物件リストの運用を開始いたしました。この AI システムは、ビッグデータを活用して長期空室物件のリストを作成します。間取りや設備が古く、長期空室となっている物件を抽出し、ターゲットを絞った効率的な営業活動を可能としています。

当社の BRO-ZERO における BRO-ROOM による空室対策提案において、SUUMO などの不動産プラットフォームから半年以上掲載が継続している物件を抽出し、課題を抱える物件所有者様への営業活動に活用しております。運用開始から 2 週間で 6 件の有効なリードを獲得いたしました。

次に、収益シミュレーションシステムについてです。AI システムにより物件ごとに最適な空室対策と適正賃料を算出し、当社サービス導入による費用対効果を明確に示すことが可能となりました。インターネット無料化、オートロック設置、防犯カメラ、リノベーション、大規模修繕など、各種施策の効果を具体的に提示できます。

例えば、大阪の特定エリアにおいて、オートロック未設置の物件に対し、周辺のオートロック設置物件との賃料差を分析し、設置後の賃料上昇額を予測することで、投資対効果を具体的に示すことが可能となりました。これにより、物件所有者様は投資判断をより明確に行えるようになり、本システムの本格運用を開始いたしました。

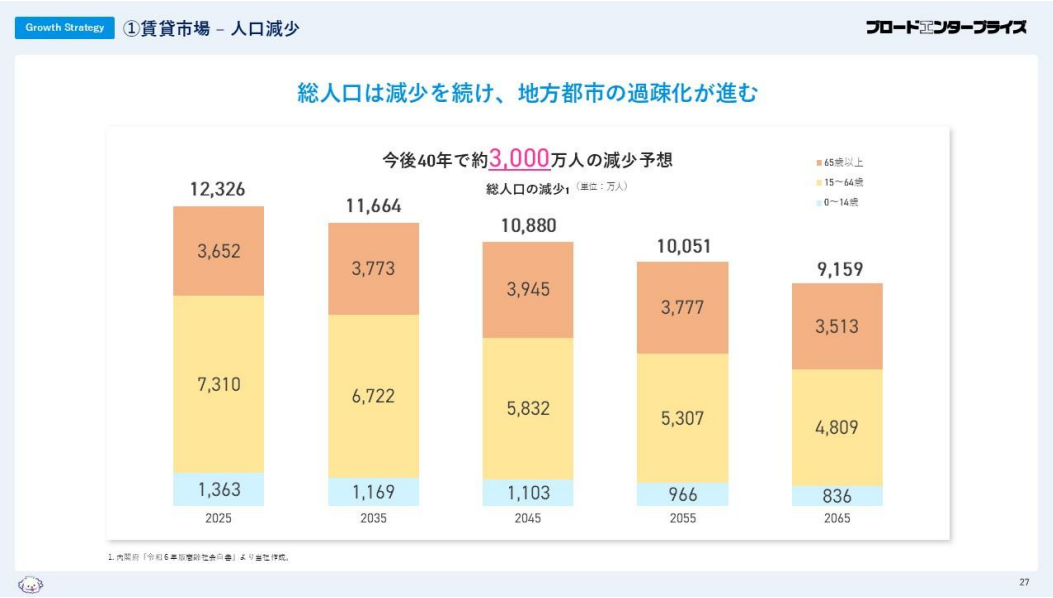
当社主催のセミナーについて、「トッププレーヤーから学ぶ！民泊成功の秘訣セミナー」を 7 月 23 日に開催いたしました。民泊事業への参入意欲が高まる中、民泊ビジネスを主要テーマとし、空き家活用方法から開業手続き、運営開始後の集客方法まで、総合的に学べる無料セミナーを初めて開催いたしました。特に、民泊事業への参入意欲はあるものの融資面での課題を抱える方々に対し、BRO-ZERO の活用を提案する機会となり、認知度向上と新規リード獲得を推進した結果、16 件の有望なリードを獲得いたしました。



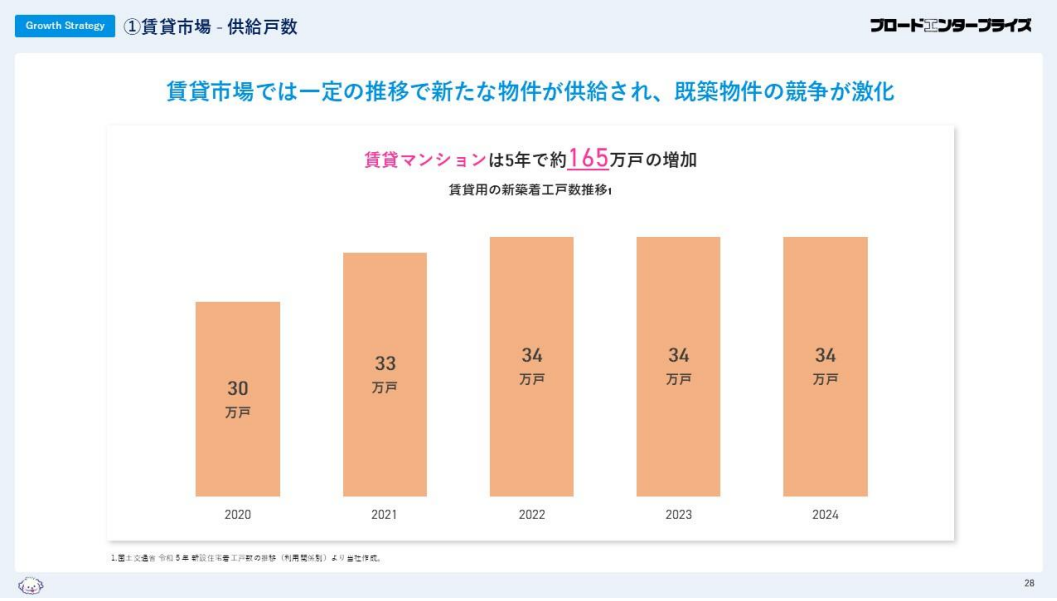
（単位：百万円）	FY2025.2Q（実績）	2Qに流動化した場合
流動資産	8,369	6,910
（内　現預金）	（942）	（942）
（内　売掛金）	（5,802）	（3,948）
固定資産	921	921
流動負債	6,225	4,766
（内　前受金）	（1,975）	（2,234）
固定負債	1,597	1,597
負債合計	7,822	6,363
（内　有利子負債）	（5,264）	（3,546）
純資産合計	1,468	1,468
負債・純資産合計	9,290	7,831
自己資本比率	15.8%	18.7%

債権流動化について、当初 6 月に予定していた流動化を 7 月に実施したことにより、第 2 四半期までに計上予定であった流動化費用約 1 億 3,000 万円が第 3 四半期以降に計上されることとなりました。なお、2025 年 7 月 31 日に約 21 億円の債権流動化を実施し、予定通り完了しております。

次に、成長戦略について四つの観点からご説明いたします。



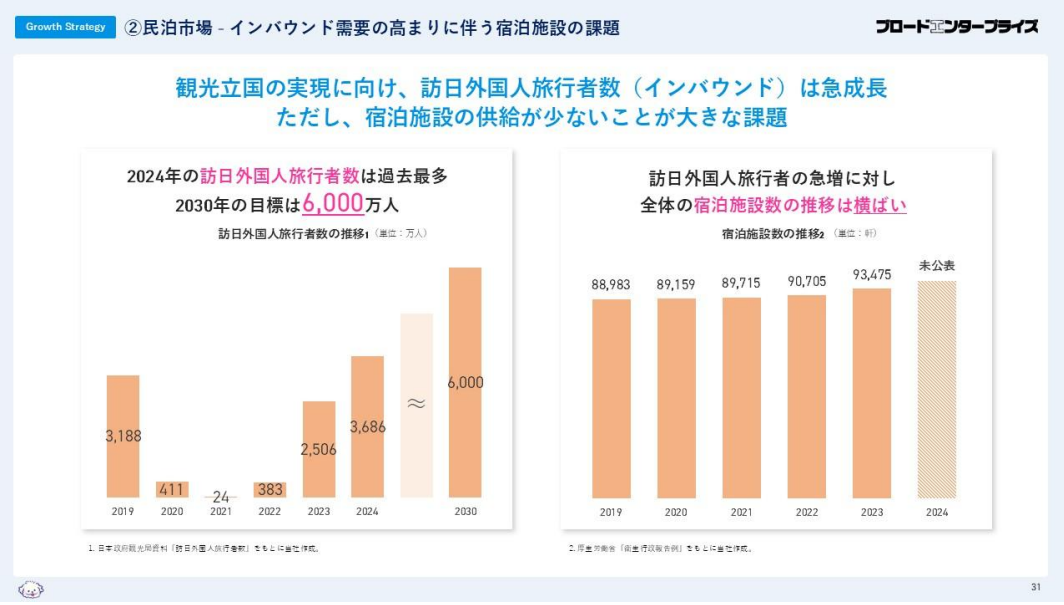
賃貸市場についてです。人口減少、特に地方における過疎化の進行により、今後 40 年間で約 3,000 万人の人口減少が予測されております。



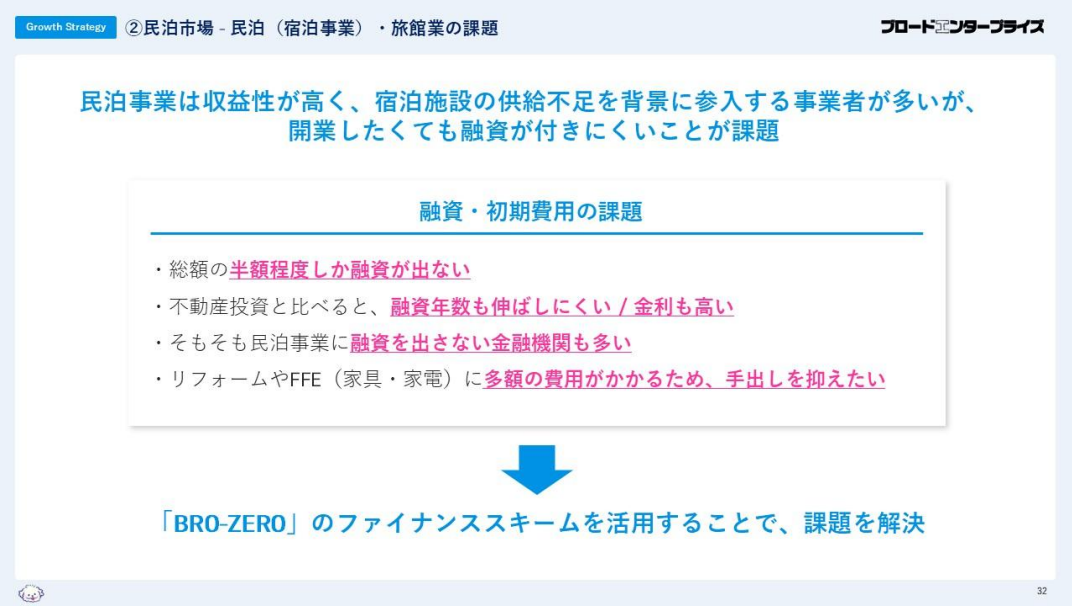
一方で、賃貸市場における新築物件については、ハウスメーカーやデベロッパーにより 2020 年から 2024 年までの間に約 34 万世帯分が供給され、5 年間で 165 万世帯の増加となっております。人口減少下においても新築物件の供給が継続することで、既存物件間の競争は一層激化している状況です。

全国の空き家数は、今後 20 年間で 1,000 万世帯増加するという状況になっております。

このような環境下、当社は競合のないサービスを展開しております。初期導入費用 0 円のファイナンスキームである BRO-ZERO の提案を推進しておりますが、以前は主力商材が B-CUBIC と BRO-LOCK で、ターゲットを賃貸マンション・アパートの約 500 万世帯に限定していました。現在は、BRO-ROOM や BRO-WALL など商材の拡充により、宿泊施設、戸建て、ビル・テナント、シェアハウスなど、より広範な不動産領域へとサービスを展開しております。



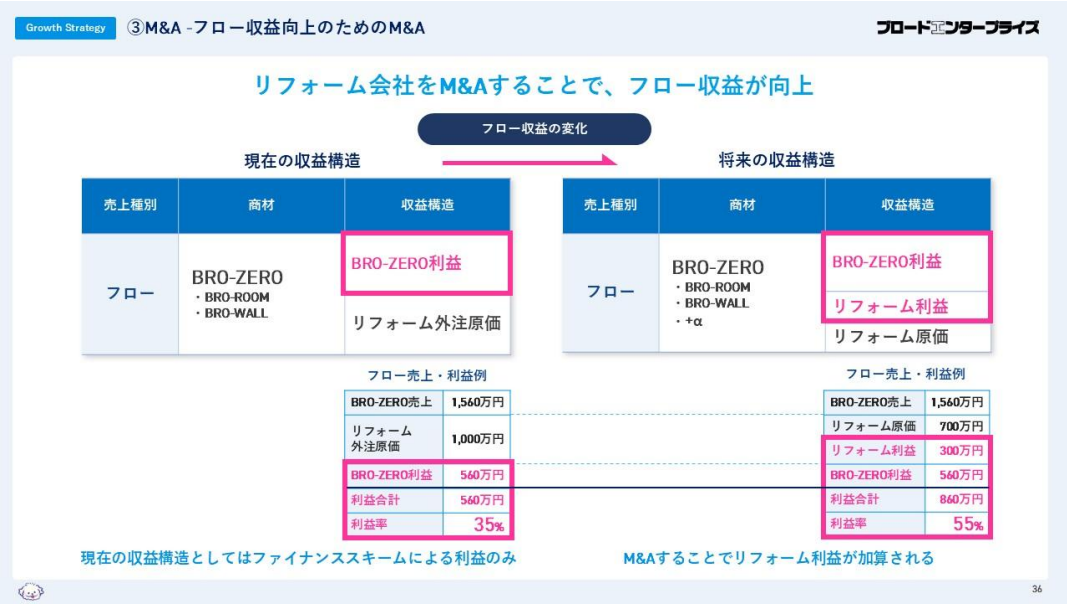
民泊市場については、2024 年の訪日外国人数が 3,686 万人を記録し、政府は 2030 年に 6,000 万人という目標を掲げ、観光立国としての方針を明確にしております。しかしながら、宿泊施設数は新規開業と廃業が拮抗し、横ばいで推移しており、宿泊施設の供給不足が課題となっております。



民泊事業は収益性が高く、宿泊施設の供給不足を背景に参入意欲の高い事業者が多い一方で、融資面での課題が存在します。具体的には、総額の半額程度しか融資を受けられない、融資年数の長期化が困難、金利が高い、あるいは融資自体を受けられないなどの課題があります。また、リフォームや家具・家電（FFE）の導入に多額の費用を要することから、初期投資の抑制ニーズが高く、当社の BRO-ZERO ファイナンスキームによりこれらの課題解決を図っております。

具体例として、愛知県の築 50 年の戸建て物件では、物件所有者様が土地・建物を 350 万円で取得し、民泊施設への転換に必要なリフォームと家具・家電費用 500 万円について BRO-ZERO を活用することで、追加の手元資金なく事業を開始することができました。賃貸運用と比較して約 3 倍の収益（月額約 20 万円の利益）を実現しており、融資面での課題を抱えながらも民泊事業への参入を希望する方々に BRO-ZERO をご活用いただいております。

M&A 戦略については、無料インターネットサービスなどの同業他社、民泊関連事業者、不動産関連事業者、内装リフォーム会社など、顧客属性が同じまたは近接し、シナジー効果が期待できる業種を中心に展開を検討しております。現時点では具体的な成果の公表には至っておりませんが、複数社と協議を進めている状況です。

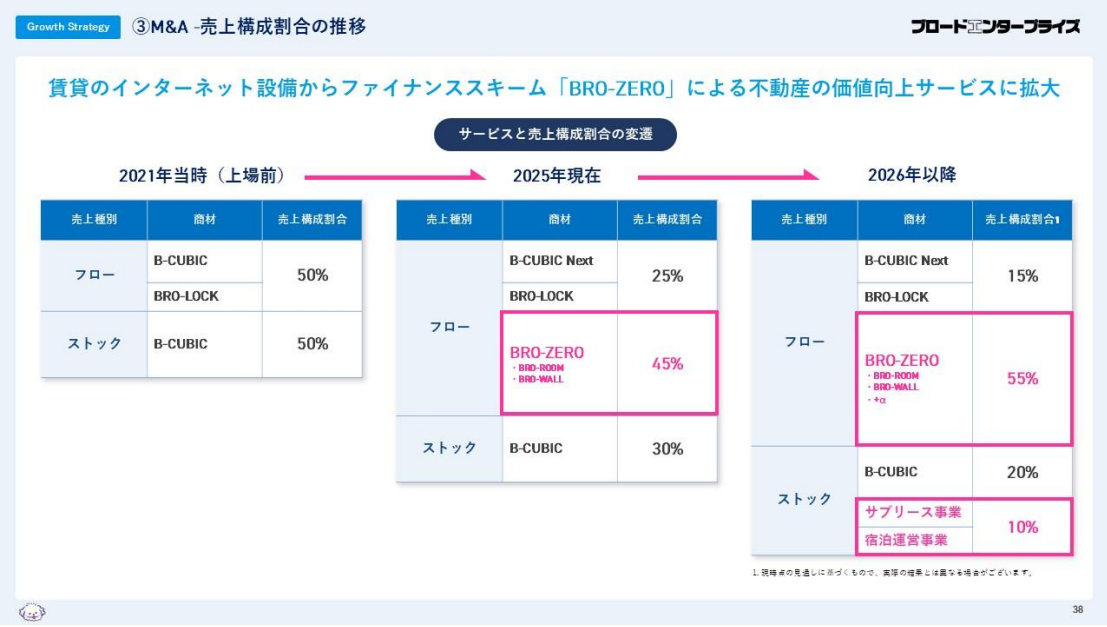


リフォーム会社の M&A による収益構造の変化についてご説明いたします。現在の収益構造では、BRO-ZERO、BRO-ROOM、BRO-WALL のご契約をいただき、当社が元請けとして受注した案件を全て外注しているため、収益はファイナンスによる利益のみとなっております。

例えば、リフォーム見積額 1,000 万円の案件では、当社の売上高が 1,560 万円、利益が 560 万円となり、利益率は 35%となっております。リフォーム会社を M&A した場合、リフォーム会社の利益

（想定利益率 30%）が加算され、リフォーム原価 700 万円に対して 300 万円の利益が見込まれます。これに BRO-ZERO の利益 560 万円を加えると、合計利益は 860 万円、利益率は 55%となり、利益率が 20 ポイント向上する試算となっております。

ストック収益向上のための M&A についても検討を進めております。先述の Bloom Stay に関連し、民泊運営会社の M&A によるストック売上の増加を目指しております。子会社によるサブリース事業が立ち上がっており、民泊運営事業者の M&A を通じてストック収益の拡大を図ってまいります。



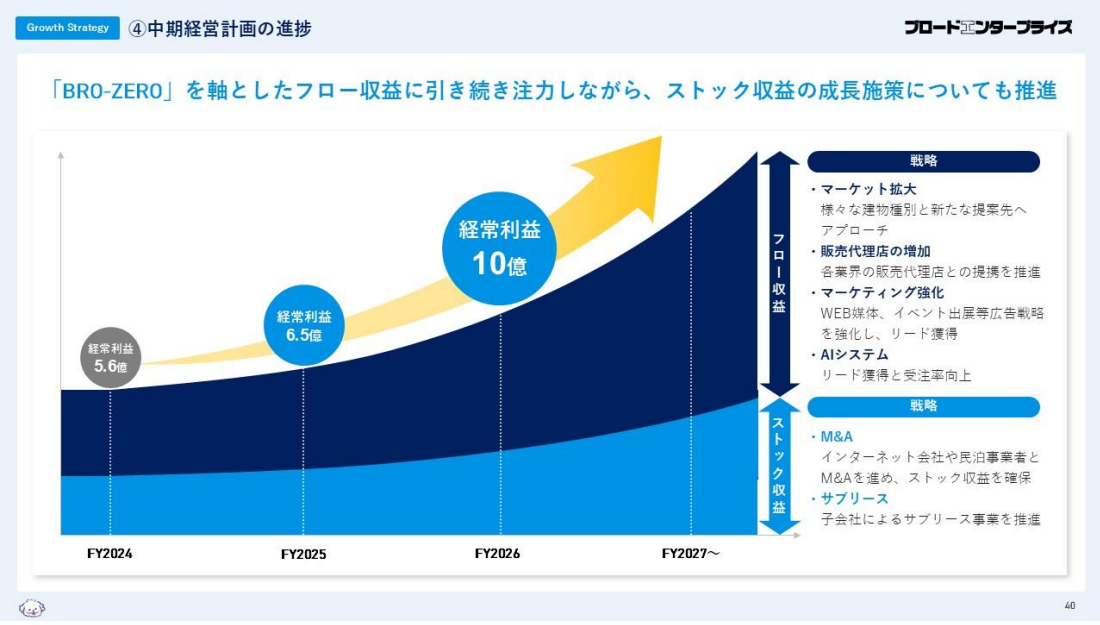
フローとストックの売上構成比率について、2021 年時点では B-CUBIC、BRO-LOCK のストック収益が 50%を占めておりましたが、現在は BRO-ZERO のフロー収益が 45%まで拡大し、B-

CUBIC、BRO-LOCK の約 2 倍の規模となっております。今後も BRO-ZERO の成長を継続しながら、ストック収益の拡大にも注力してまいります。

中期経営計画の進捗状況について、3 カ年計画の最終年度となる来期は、経常利益 10 億円の達成を目指しております。足元の売上高は堅調に推移しており、2025 年度の目標達成は確実な見通しです。

来期については、売上高 75 億円、営業利益 15 億円、経常利益 10 億円を計画しております。当社設立以来初となる経常利益 10 億円（2 桁）の達成に向けて、全社一丸となって取り組んでまいります。

さらに、取締役・執行役員へのストックオプション付与を通じて、利益重視の経営を推進しております。行使条件として 2027 年までの 2 期合計で経常利益 25 億円という高い目標を設定しており、未達成の場合は権利が失効する仕組みとしております。経営陣一同、この目標達成に向けて邁進してまいります。



成長戦略のまとめです。経常利益 10 億円からその次も見据えて、フローだけではなくて、ストック収益も作っていきたいと考えております。

株主還元について、株主優待制度は記載の通り継続して実施しております。

配当政策については、IPO 時からお示ししている通り、当期純利益が 5 億円を超えた時点で配当性向 20%での配当実施を予定しております。来期は当期純利益 6 億円を見込んでおり、配当実施が可能な企業として成長してまいります。

以上で、2025 年 12 月期第 2 四半期決算の説明を終了させていただきます。ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

栢本：それでは、いただいたご質問に回答してまいります。

質問 [1]：新築アパートについて

以前、社長が X にて下記のような投稿をされておりました。

例えば、1 億円のアパートを建てるのに、銀行から 8,000 万円の融資、2,000 万円は自己資金となる場合、当社独自のファイナンスキームを使えば、自己資金なしで新築アパートを建てることができる可能性があります。もともと弊社にあるファイナンスキームを応用したものなのですが、ニーズありますかね。

こちら、例えば BRO-HOUSE など、名前をつけて商品展開する予定はありますか。

畑江：BRO-HOUSE、良い名前ですね。新築の活用に関して、一部の自己資金に対して活用している事例はいくつかあります。ただし、当社がデベロッパーの立場となって新築を建築するという展開は現段階では予定しておりません。

質問 [2]：増資計画について

少し先の話になりますが、今後増資する予定である旨、渡邊さんが YouTube にて言及されていたかと存じます。その際には、既存の株主に配慮した形になるのでしょうか。将来的に、例えば第三者増資が行われる場合、株価の希薄化に伴って既存株主にマイナスになる可能性を危惧しております。

渡邊：当社は資金を必要とするビジネスモデルですので、さまざまな資金調達の一つとして、増資のタイミングはいつか来ると考えております。ご指摘の通り、増資時には希薄化は避けられませんが、その資金を BRO-ZERO に活用して成長を加速させ、結果として企業価値の向上につなげてまいります。ぜひ長期的な視点でご検討いただければと存じます。

質問 [3]：株式保有割合について

中西社長の株式保有割合がかなり多いですが、今後プライム市場への上場にあたり、流動性比率を満たすために保有割合を低くしていく予定でしょうか。また、仮に低くしていく場合、その方法に伴う既存株主への影響はどの程度想定されますか。

渡邊：現在の株式売買高を増やしていくためにも、流通株式数を増やしていく必要があり、その中で固定株式の売り出しも検討の一つとなっております。ただし、具体的な方法やタイミングについては慎重に検討し、証券会社様等のさまざまなご意見を伺いながら、既存株主様への影響を最小限に抑える形で実行してまいります。

質問 [4]：B-CUBIC の累計棟数について

資料にある B-CUBIC の累計棟数の推移グラフには、現時点で分割の支払いが終わっているものも含まれていますか。含まれている場合には、その時点でストックとして売上に計上される棟数の推移についてもご共有いただけますでしょうか。

渡邊：B-CUBIC の累計棟数には、工事代の分割支払が終わっている物件も含まれており、それらについては毎月の回線代と保守代金をストックとしてお支払いいただいております。つまり、現在の累計棟数はストック売上が計上できる物件の推移を示しておりますので、ご要望の情報と一致いたします。

質問 [5]：中期経営計画の営業利益目標について

公表されている中期経営計画の営業利益は 14.8 億円となっております。今年度の営業利益率の目標値は 15%であり、今後、他の商材と比較して営業利益率の低い BRO-ROOM や BRO-WALL の売上がより成長することが見込まれることから、営業利益率は今年度より低下することが予想されます。

以前、渡邊さんから商材に伴う売上の差異はあっても、営業利益以下は中期経営計画の値から変更がない旨について言及がございましたが、仮に FY2026 において営業利益率 15%の場合、売上は 98.7 億円程度必要となります。経営陣の皆様にはストックオプションが付与されておりますことから、この目標値は本気で目指されているものと存じますが、売上を来年度 98.7 億円まで引き上げることは相当な挑戦かと感じております。この目標達成に向けた大まかな方針や戦略についてご共有いただけますでしょうか。

渡邊：ご指摘の通り、2026 年も営業利益率 15%を維持した場合、売上高は 100 億円近くになります。当社としては売上高そのものよりも粗利額を重視しております。非常に高い目標ではありますが、今後の成長分野として BRO-ROOM と BRO-WALL に注力してまいります。

BRO-ROOM は 2023 年の開始以来、急激な成長を遂げ、現在の主力事業となっております。また、BRO-WALL も 2024 年から販売を開始し、順調に推移しております。この 2 本のサービスの拡大により、2026 年の目標達成を目指してまいります。

質問 [6]：民泊の LP について

民泊の LP を拝見したところ、カメラマン費用なども含めて BRO-ZERO にて建て替えている旨の記載がありました。これらの売上は BRO-ROOM に含まれているのでしょうか、それともその他に計上されているのでしょうか。

畑江：BRO-ZERO による建て替えに関しては、原則としてリフォーム工事、修繕工事、家具・家電、住宅設備、および備品等の費用が含まれます。

質問 [7]：子会社の連結について

現在、決算書が非連結で公開されている点について質問です。今期から連結になる場合はご容赦ください。資料によりますと、サブリース事業は子会社側で実施するとの記載がありましたが、今後、サブリース事業の売上が発生した場合、連結決算への移行を予定されていますでしょうか。

渡邊：子会社の連結範囲について、形式的な要件としては子会社の総資産、売上高、当期純利益、利益剰余金がグループ全体の 3%を超えた場合に連結範囲に含める必要があります。現状、親会社

の成長が著しく、子会社はストックビジネスを主としているため、成長の度合いに差が生じております。そのため形式要件に満たなくても連結範囲に含めるかは状況を見て判断してまいります。

畑江：サブリース事業については、賃貸案件が今年から実際に動き始め、入居率・稼働率ともに良好な運用実績を上げております。また、民泊事業も開始し、この子会社は B-CUBIC 以外のストックビジネスを主軸としております。特に民泊事業については、先ほどの中西の説明にもありました通り、年間で数千万円規模のストック売上が見込める案件を複数準備しており、今後の成長が期待できます。

質問 [8]：M&A 戦略について

以前、3 年の中期経営計画値について買収を考慮していない計画値であるとの言及がありましたが、現時点でもその方針に変更はありませんでしょうか。また、M&A について、なかなか案件が成立しない状況が続いているかと存じます。一方で、貴社の M&A クラウドのサイトでは、買収だけでなく出資という選択肢も提示されているように見受けられます。

現状、M&A を成長戦略の一つとして位置づけているものの、1 年半ほど案件が成立していない状況です。このことから、資金負担の軽い出資も有力な選択肢として考えられますが、この点について検討されている事項がございましたら、ご共有いただけますと幸いです。

渡邊：現時点で確度の高い M&A 案件はございませんので、3 年の中期計画に変更はありません。M&A については、以前は資金負担の軽い小規模な出資案件を中心に検討しておりましたが、現在は規模にとらわれず、幅広い形で M&A 案件を検討する方針に転換しております。

質問 [9]：東京進出について

今年度から幹部の方々が東京で活動されているとお聞きしておりますが、実際に東京に来られてどのような印象をお持ちでしょうか。

畑江：私も現在、東京での活動が中心となっておりますが、改めて東京のマーケットの規模や企業規模の大きさを実感しております。これにより、当社のビジネス展開のスピードも格段に向上していると感じております。非常に充実した活動ができています。

質問 [10]：BRO-WALL の季節性について

例年、BRO-ROOM は税金対策の時期である 10 月から 12 月にかけて売上が増加する傾向にありますが、BRO-WALL についても同様の季節性を見込んでいらっしゃいますでしょうか。

畑江：BRO-WALL はまだ取扱件数が多くないため、季節性について明確な傾向を把握できておりません。オーナー様の税金対策という観点では、10-12 月期に売上が増加する可能性はございます。ただし、BRO-WALL は修繕工事が中心となるため、必要性や緊急性に応じた需要が主となり、現時点では季節性の予測が難しい状況です。

質問 [11]：債権流動化について

債権流動化について、予備格付けが当初 6 月末の予定でしたが 7 月末に延期となった理由を、契約手続きとご説明いただきました。具体的な理由と、売却先の決定状況についてお聞かせください。また、1Q 時点での売掛金 47 億に対して、今回流動化した金額が少ないように感じたのですが、集中率等の影響なのでしょうか。

渡邊：予備格付けについては、当初から 6 月末という非常にタイトなスケジュールでした。進行過程で調整が必要な事項が発生し、アレンジャー様との協議の結果、7 月末に変更させていただきました。具体的な内容については控えさせていただきますが、現在はその調整も完了しております。

トリプル A 格付の取得に関して、確かに資金効率は低下いたしますが、債権購入者の立場からすると、シングル A よりもトリプル A の信用力が高く、より投資しやすい商品となります。

債権売却損および支払手数料については、7 月末に実行したばかりで現在精査中ですが、速報値として合計 1 億 3,000 万円の費用計上を見込んでおります。また、売掛金 47 億円に対して流動化額が 21 億円と少額に感じられる点については、集中率の影響に加え、購入者側から 20 億円程度という要望があり、需給バランスを考慮した結果となっております。

質問 [12]：非住宅建造物への展開について

国土交通省の建築物リフォーム・リニューアル調査報告によると、令和 6 年度は住宅関連工事の受注高が減少する一方、非住宅建造物の工事受注高は増加傾向にあるとのことです。債権の集中率等の課題はあるかと存じますが、今後、非住宅建造物の改修工事への展開をお考えでしょうか。

畑江：現在も福祉施設や幼稚園などの非住宅建造物のリフォーム・修繕工事のご相談をいただいております。ただし、債権流動化や与信管理、回収スキームなど、重要な課題がまだ残されており、これらの解決が優先課題となっております。

一方で、建物の活用方法という観点からみると、マンションや戸建てなど、賃貸物件を民泊や宿泊施設として運用する場合と同様、福祉施設などへの展開にも可能性を感じております。今後、検討を進めてまいります。

質問 [13]：YouTube コンテンツについて

御社の YouTube コンテンツについて、主なターゲット層をお聞かせください。また、著名な選手が出演されておりましたが、費用対効果の観点からその成果についてもご教示ください。

中西：ターゲットとしては複数の層を想定しております。まず採用面での活用として、当社の社風や福利厚生制度を知っていただく機会としております。また、社員が出演することで、より具体的な会社の様子をお伝えできればと考えております。

さらに、株主様や投資家様向けの認知度向上も重要な目的としております。費用対効果を数値化することは難しい面もありますが、継続的な情報発信により、企業認知度の向上を図ってまいります。

質問 [14]：クラウドファンディングについて

クラウドファンディングの実施状況について、利用されたプラットフォーム、調達額、コスト、利回り等の詳細をご教示ください。

渡邊：今回のクラウドファンディングは株式会社ファンズ様のプラットフォームを利用し、個人投資家の方々から資金を募り、当社への融資という形で実施いたしました。

調達金額は 1 億円、利回りは 3%となっております。具体的なコストについては、プラットフォーム運営会社様への配慮から控えさせていただきます。

実施の目的は主に二つございます。一つは IR の観点から、投資に関心をお持ちの方々に当社を知っていただく機会とすること。もう一つは、将来的な資金調達手段の多様化を見据えた試験的な取り組みとして、1 億円規模での募集を行ったものです。

質問 [15]：リード案件からの成約率について

リード案件からの成約率についてお聞かせください。

畑江：セミナーや長期空室物件リストから得られたリード案件については、開始からまだ日が浅く、現在は商談段階にあります。ただし、すでに複数のお客様から具体的な案件のご相談や見積もりのご依頼をいただいており、今後、成約に向けて進めてまいります。

質問 [16]：BRO-ZERO の代理店展開について

御社のサポートなしに BRO-ZERO を代理店が単独で成約できる事例はありますでしょうか。

畑江：はい、ございます。全ての代理店様ではありませんが、当社のフォローを受けながら活動される代理店様に加え、オーナー様へのご提案から回収スキームまで単独で完結できる代理店様も存在します。

質問 [17]：民泊市場の競争について

インバウンド需要による好調な業績は喜ばしい一方で、民泊物件の競争激化や供給過多による宿泊料金の下落が懸念されます。御社のリノベーション物件やサブリース事業において、どのような差別化戦略をお考えでしょうか。

畑江：ご指摘の通り、現在は好調であっても、5 年後、10 年後を見据えると、競合物件の増加や世界情勢の変化など、さまざまな要因を考慮する必要があります。特にサブリース事業については、リスクも大きいため、借上げの可否を判断する明確な基準を設けております。

具体的には、長期的な家賃の下落リスクを考慮し、稼働率や ADR（平均客室単価）の詳細な分析を行った上で判断しています。また、3〜5 年後を見据え、競合との差別化が図れない案件は避け、投資回収の確実性を重視した運営を行っております。

質問 [18]：従業員の採用計画と離職対策について

今後の従業員採用計画と離職防止策についてお聞かせください。

渡邊：採用については、現在、具体的な数値目標を策定中です。大幅な従業員増は予定しておらず、代理店施策の強化や DX 化の推進、AI エージェントの活用による業務効率化で売上増加に対応してまいります。

離職対策としては、福利厚生の充実に特に注力しております。具体的には、医療費補助、オンライン診療、医療機関への相談支援、定期健康診断の拡充など、従業員とその家族の健康を重視した施策を実施しております。医療費補助は従業員本人だけでなく、家族やペットまで対象としており、健康診断も配偶者を対象に含めております。従業員とその家族が健康であることが何よりの離職対策だと考えております。

質問 [19]：オーバーツーリズムへの対応について

世界的なオーバーツーリズム問題、特に京都での地域住民の生活への影響や、東京での海外投資家による民泊転換の問題について、御社の見解と対応をお聞かせください。

畑江：オーバーツーリズムによる地域住民への影響や観光の一極集中については重要な課題として認識しております。特に京都では民泊の新規開業に制限がかかるなど、行政による規制も強化されています。

当社としては、宿泊者向けマニュアルの整備や、事業開始前の地域住民への丁寧な説明など、地域との調和を重視した運営を心がけております。また、地方物件においては、地域の方々と協力しながら、その地域に適したサービスの展開を検討しております。

質問 [20]：AI システムの外販について

開発中の AI システムの外販予定はありますか？

畑江：現時点では外販予定はございません。このシステムは営業支援ツールやリード獲得の施策として、また、お客様へのより良いご提案のために活用してまいります。さらに、提携している管理会社様にもご利用いただき新たな可能性を探ってまいります。

質問 [21]：ファンドでの資金調達について

ブロードエンタープライズファンドでの資金調達について、年利 3%という高い利回りで資金調達されるのであれば、株主への配当も検討していただきたいと考えております。上場時からの株主は現状、利回り 0%の状態が続いております。

渡邊：今回の資金調達の主な目的は IR 面での認知度向上と、将来的な資金調達手段の多様化を見据えた試験的な取り組みとなっております。

配当につきましては、上場時からご説明している通り、税引後利益が 5 億円を超えた時点で配当性向 20%とする方針を掲げております。その時期も近づいて来ていると認識しております。

質問 [22]：IPO 時株主について

渡邊様のお話を伺っていますと、増資の時期が早まる可能性が高いように感じられますが、IPO 時に株式を購入した株主への配慮はありますか？

渡邊：増資の時期が早まるということではございません。当社は現在、資本金 1 億円未満の状態を維持することで、税務上さまざまなメリットを享受しております。増資により資本金が 1 億円を超えますと、これらのメリットを失うことになるため、現時点では積極的な増資は考えておりません。ただし、今後の資金需要や事業環境によっては、増資を検討する時期が来る可能性はございます。その際は、IPO 時の株価を意識しており、当時ご購入いただいた株主様への影響を十分に考慮した上で検討を進めてまいります。

質問 [23]：リフォーム会社の M&A について

リフォーム会社の買収における課題と、シナジー効果を考慮したスピード感についてお考えをお聞かせください。

畑江：買収に際しては、相手先企業の意向や人材面での調整など、慎重に検討すべき要素が多くございます。ご指摘の通り、シナジー効果は大きく期待できますので、現在進行中の案件についても、スピード感を持って対応してまいります。

以上をもちまして、株式会社ブロードエンタープライズ 2025 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。