

2025 年 5 月 23 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 1 四半期決算説明会書き起こし

2025 年 5 月 13 日に開催しました 2025 年 12 月期 第 1 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 1 四半期決算短信](#)



[2025 年 12 月期 第 1 四半期決算説明資料](#)



以 上



ブロードエンタープライズ

ひとくふうで笑みを。

株式会社ブロードエンタープライズ

2025 年 12 月期 第 1 四半期決算説明会

2025 年 5 月 13 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）：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 1 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 1 四半期の決算を報告させていただきます。

損益計算書です。

Quarterly Update

損益計算書（前年同期比較）

ブロードエンタープライズ

売上高・利益共に好調に推移。売上高の前年同期比は+29.0%で過去最高を更新

累計期間（1Q）				
（単位：百万円）	FY2024	FY2025		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	1,049	1,354	+304	+29.0%
営業利益	151	170	+18	+12.4%
経常利益	50	156	+105	+210.2%
当期純利益	32	100	+68	+210.2%

トピックス

■ 売上高増加の大部分をBRO-ROOM・BRO-WALLが牽引。

■ 経常利益・当期純利益の主な増加要因として、前期は1Qに債権流動化を実施したことにより、流動化費用が発生。

4/26

売上高、利益ともに好調に推移しております。

売上高 13 億 5,400 万円、営業利益 1 億 7,000 万円、経常利益 1 億 5,600 万円、当期純利益 1 億円で着地いたしました。

売上高は前年同期比 29%増と、過去最高を更新しており、大部分が BRO-ROOM、BRO-WALL が牽引しているという状況になります。

経常利益・当期純利益も大幅増加しておりますが、主な増加要因として、前期は第 1Q で債権流動化のコストが発生していましたが、今期はまだ流動化を実施していないことに起因しています。

通期計画と進捗率です。



売上高の通期計画として、第 1Q で 20%という見込みでした。

結果は 22.6%という着地で、達成となります。

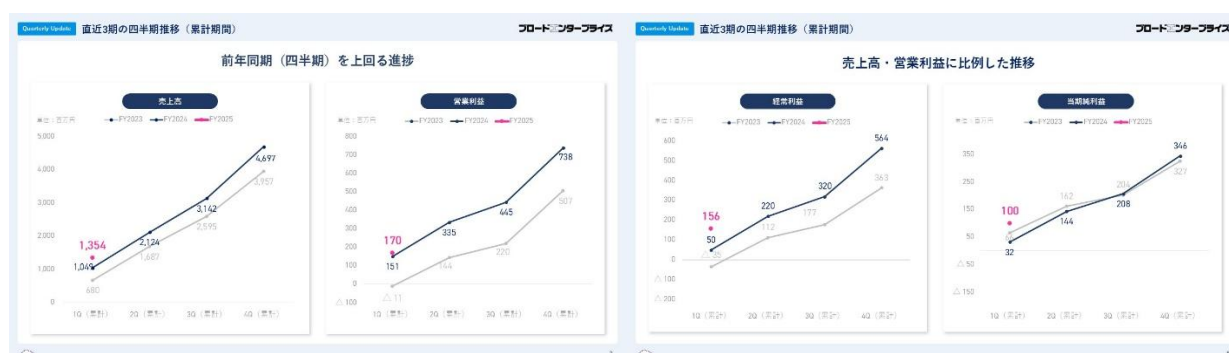
営業利益、経常利益、当期純利益はご覧の通りとなっており、第 1Q として良い滑り出しができました。

営業利益の変動要因分析です。



BRO-ROOM・BRO-WALL の粗利が増加し、前年同期比 1,800 万円の増益で着地となりました。

直近 3 期の四半期推移です。



売上高、営業利益、経常利益、当期純利益、すべて昨年同期を上回っており、順調に推移しております。

事業別売上高と工事完了数です。

Quarterly Update 事業別売上高と工事完了数（累計期間）					フロードインタープライス	
BRO-ROOM・BRO-WALLに注力し、フロー売上高の成長を促進						
累計期間（1Q）						
（単位：百万円）	FY2024	FY2025				
	実績	実績	増減額	増減率		
売上高合計	1,049	1,354	+304	+29.0%		
ストック売上高合計	464	463	△1	△0.2%		
- B-CUBIC						
- B-CUBIC Next						
フロー売上高合計	585	890	+305	+52.2%		
- B-CUBIC Next	233	233	+0	+0.0%		
- BRO-LOCK	120	64	△56	△46.4%		
- BRO-ROOM	177	408	+231	+130.6%		
- BRO-WALL	-	128	+128	-		
- その他	53	54	+1	+2.4%		

累計（1Q）における工事完了数

- B-CUBIC/B-CUBIC Next**
FY2024.1Q 285 棟 ▶ FY2025.1Q 251 棟
- BRO-LOCK**
FY2024.1Q 55 棟 ▶ FY2025.1Q 33 棟
- BRO-ROOM**
FY2024.1Q 58 室 ▶ FY2025.1Q 121 室
- BRO-WALL**
FY2024.1Q - 棟 ▶ FY2025.1Q 17 棟

フロー売上高は 8 億 9,000 万円で、増減率はプラス 52.5%、増減額は 3 億飛んで 500 万円となりました。B-CUBIC は昨年と比べて横ばい。BRO-LOCK はマイナスですが、BRO-ROOM、BRO-WALL に関しては大幅に売上が上がり、このような結果となりました。

結果は工事完了数にも表れており、やはり単価の高い BRO-ROOM、BRO-WALL に、人員含め注力している結果、完了数が伸びております。その分、B-CUBIC、BRO-LOCK は、戦力的には減らした形で動いておりますので、概ね計画通りになっております。

事業別四半期新規導入数の推移です



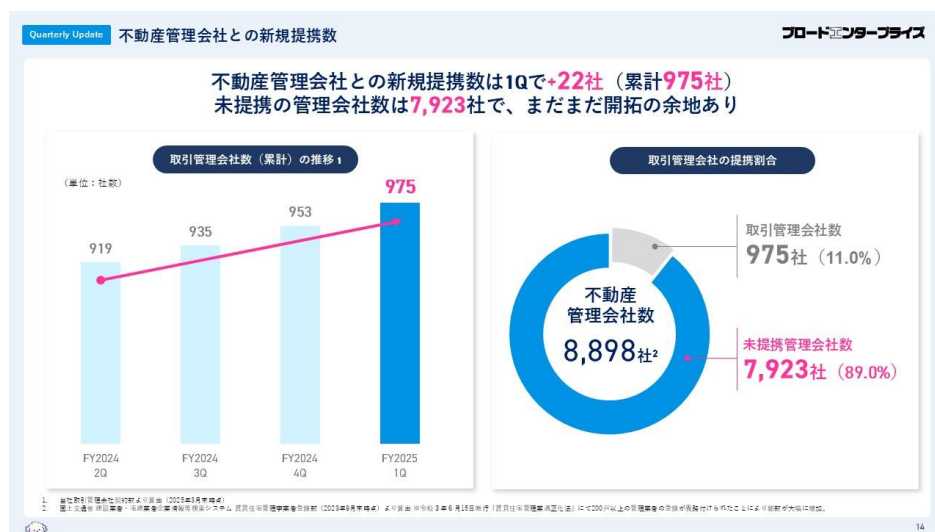
ご覧の通り B-CUBIC・BRO-LOCK は少し減少しておりますが、その分成長ドライバーである BRO-ROOM、BRO-WALL に稼働を集中させ、大幅に伸長しているという状況です。

B-CUBIC 事業のストック売上高と累計導入棟数です。



前四半期から大きな変化はありません。B-CUBIC 事業を始めて約 20 年経ちますが、累計 9,459 棟となり、年内にも 1 万棟を超える見込みとなります。

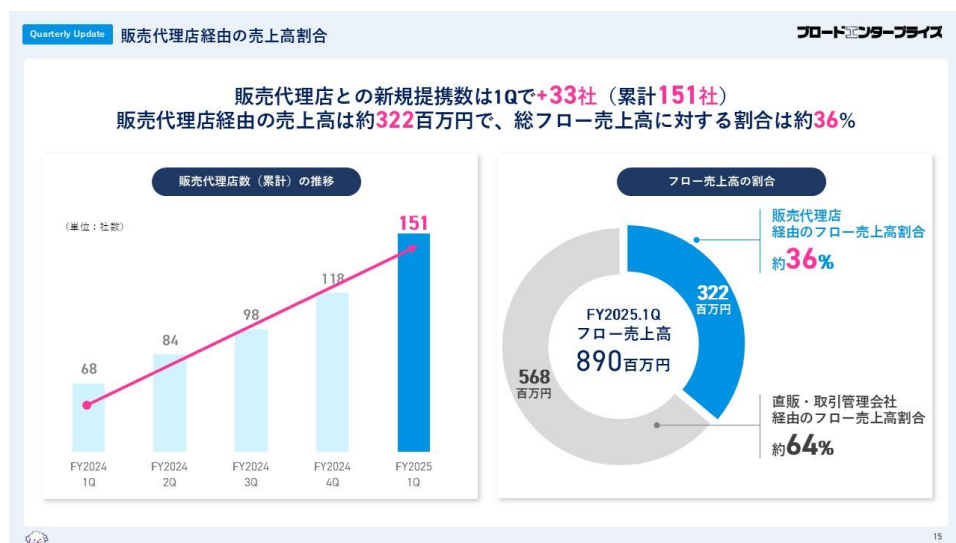
不動産管理会社との新規提携数です。



第1Qで新規提携数は22社増加し、累計は975社となりました。

不動産管理会社数は8,898社あり、提携数は11%というところで、まだまだ未開拓の管理会社様、マーケットがあり、成長の余地を大きく残していると考えております。

販売代理店と売上高割合です。



第1Qで33社増加し、累計151社となりました。

売上高割合としては、8億9,000万円に対して3億2,200万円で、約36%となり計画通りの数字となります。

貸借対照表です。

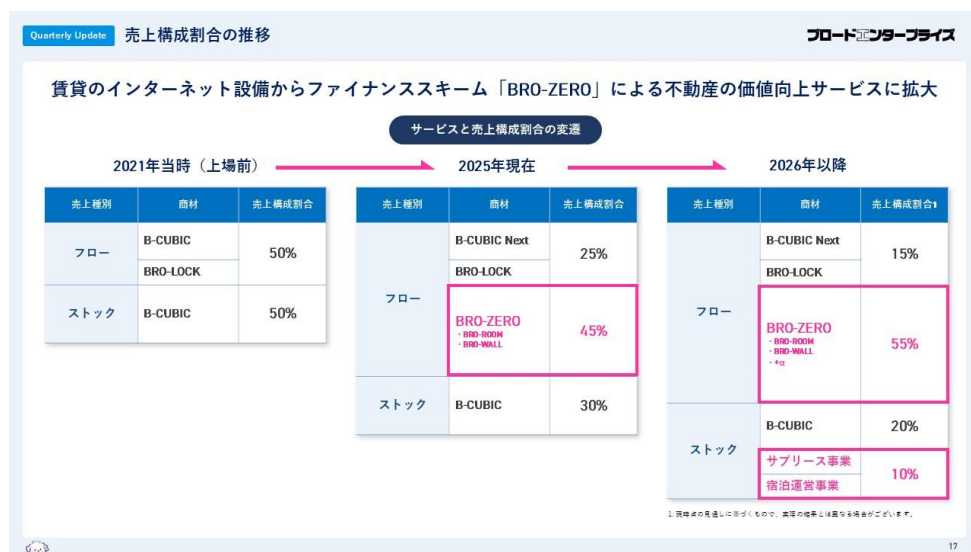
Quarterly Update 貸借対照表（前期末比較） フロートセンタープライス

（単位：百万円）	FY2024.4Q （実績）	FY2025.1Q （実績）	増減額
流動資産	6,860	7,299	+439
（内 現預金）	(1,040)	(890)	(△150)
（内 売掛金）	(4,111)	(4,777)	(+666)
固定資産	1,090	1,018	△71
流動負債	5,390	5,805	+414
（内 前受金）	(2,394)	(2,173)	(△221)
固定負債	1,352	1,204	+147
負債合計	6,743	7,010	+267
（内 有利子負債）	(3,644)	(4,248)	(603)
純資産合計	1,207	1,308	+100
負債・純資産合計	7,950	8,318	+367
自己資本比率	15.2%	15.7%	+0.5pt

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**
利益剰余金の積み上げにより自己資本比率が改善。

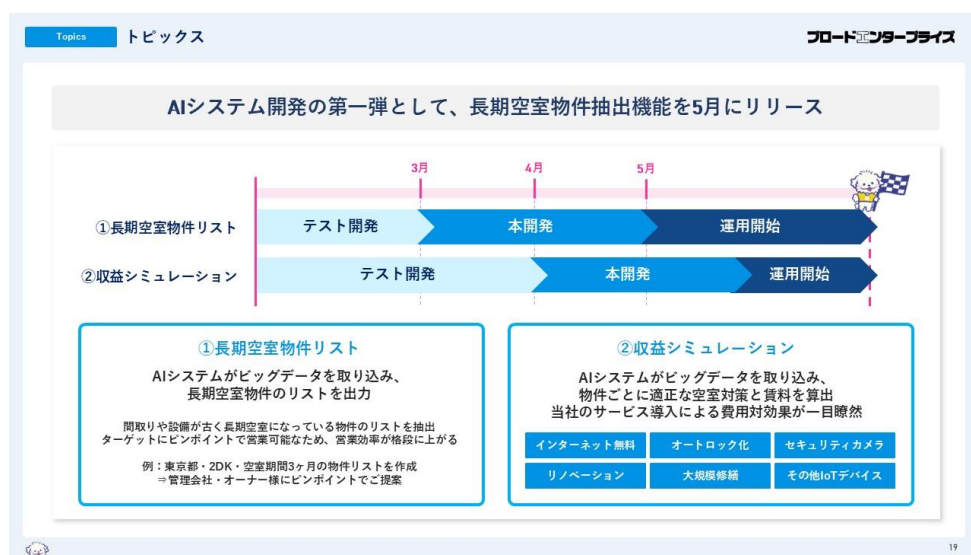
売上構成割合の推移です。



2021年当時（上場前）はBRO-LOCKがスタートするタイミングですが、そのときのフローとストックの売上構成割合は50%と50%でした。現在は「BRO-ZERO」スキームができたことにより、B-CUBIC、BRO-LOCKで25%、BRO-ZEROで45%と既に既存事業よりも大きくなり、ストックとしては30%という割合になります。

来期以降は、さらに売上高自体の総額が上がり、B-CUBIC、BRO-LOCKは15%、BRO-ZEROはBRO-ROOM、BRO-WALLを中心に55%、しっかりとストックも作っていききたいというところで、B-CUBICの20%と、サブリースや宿泊運営事業で10%を作り、売上全体の総額が大きくなった上でも、ストック売上はしっかり30%の割合を確保していききたいと考えております。

トピックス：AIシステム開発です。



AIシステム開発は大きく進めているものが二つあり、一つ目が長期空室物件リストです。このシステムでは、AIがビッグデータを活用して、長期間空室となっている物件のリストを自動で抽出します。たとえば、「東京都内・2DK・空室期間3ヶ月以上」といった条件で絞り込むことが可能です。

このリストをもとに、当社のサービスと相性の良い物件に対して、管理会社やオーナー様へピンポイントで営業を行うことができます。これにより、営業効率が大幅に向上すると見込んでいます。

特に、間取りや設備が古く、なかなか入居者が決まらないファミリー向け物件（例：2DKなど）は、BRO-ROOMのリノベーションサービスと非常に相性が良いです。

例えば月額4万円のBRO-ROOMサービスを導入した場合、10万円の家賃が見込める物件であれば、オーナー様には6万円の利益が残ります。初期費用480万円のリノベーションも、当社が立て替えるため、オーナー様の負担はありません。このように、収益性の高い物件をAIが選定し、効率的な営業活動が可能になります。

二つ目は収益シミュレーションで、こちらもAIがビッグデータを活用し、物件ごとに最適な空室対策や適正賃料を算出します。見える化を行い、当社サービス導入により、費用対効果が一目瞭然になります。

例えば「東京都〇〇区」や「大阪府豊中市」など、地域ごとの家賃相場を分析します。さらに、オートロックを導入した場合、家賃が平均で2,000円上がるといったデータも取得可能です。これらの情報を基に、当社のオートロックサービス「BRO-LOCK」を導入した場合の費用対効果を事前にシミュレーションできます。

20室の物件で家賃が1室あたり2,000円上がると、全体の月額は4万円の増収となります。BRO-LOCKの月額費用が2万円であれば、差額の2万円がオーナー様の利益になります。

このように、営業前に収益性を可視化できるため、提案の説得力が増し、営業効率も大幅に向上します。

AIシステムの二つの機能は、約1年半前から構想していたもので、ようやく実用段階に入ってきました。今後、営業活動の質とスピードを大きく高める武器になると確信しています。

トピックス：ハウスバード株式会社様と業務提携です。

Topics トピックス
ブロードエンタープライズ

ハウスバード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



「ゼロスタバケーション」スタート

ハウスバード株式会社（アグレ都市デザイン株式会社 100%子会社※東証スタンダード市場上場）と空き家・遊休不動産の利活用、貸別荘の運用促進のために業務提携契約を締結し、「ゼロスタバケーション」サービスを開始。当社は「BRO-ZERO」スキームをOEMで提供。



※ゼロスタバケーション件数計が宿泊料金も上回った場合は差額も宿泊に充当

ハウスバード株式会社からの検討案件

エリア	内容
熊本県	空き事務所スペースを活用
兵庫県	空き家戸建
関東圏内	某町の所有する空き家戸建
広島県	空き家戸建
長崎県	新築戸建て
四国地方	某町の所有する空き家戸建
九州地方	某町の所有する空き家戸建

※2025年4月末時点

昨日提携を発表させていただきました。

ハウスバード様は、スタンダード市場に上場しているアグレ都市デザイン様の子会社になります。空き家、遊休不動産の利活用、貸別荘の運用促進という事業をされており、「ゼロスタバケーション」というサービス名で、「BRO-ZERO」スキームを OEM で提供されます。

空き家の所有者様、遊休不動産の所有者様、貸別荘のオーナー様など、ハウスバード様のお客様に BRO-ZERO スキームをご利用いただくというところで、検討案件が 4 月末時点で 7 件いただいております、順次増やしてまいります。

トピックス：「Airbnb Partners ホスト EXPO 関西」にブース出展です。

Topics トピックス
ブロードエンタープライズ

「Airbnb Partners ホスト EXPO 関西」にブース出展

民泊
副業
投資
拡大

民泊ビジネスの扉をひらこう！

Airbnb Partners ホスト EXPO 関西

日本最大級の民泊ビジネスイベント

多くの民泊ホストが参加する「Airbnb Partners ホスト EXPO 関西」。

東京開催に続き大阪開催でも「BRO-ZERO」で出展し、ブースは常に大盛況！サービス認知度の高まりを実感。



ホスト EXPO 出展の様子

新規リード獲得件数・・・59件

いわゆる民泊オーナーが参加される日本最大級の民泊ビジネスイベントとなっており、前回の東京開催も盛況でしたが、今回の大阪開催でも「BRO-ZERO」で出展し、ブースは常に大盛況で、サービスの認知度の高まりを実感しております。既存のマンション以外のマーケットを拡大しているので、「BRO-ZERO」が民泊ホストの皆様にも少しずつ浸透し、初めて聞いたというよりは、聞いたことがあると言われるようになってきました。

このイベントでの新規リード獲得件数は 59 件で、結果としても満足のいく内容となりました。

その他のトピックスです。

Topics トピックス

フロードエンタープライズ

その他のトピックス

1 債権流動化の実行時期 2025年6月末実行予定。約24億円程度の債権売却を想定。

2 株主総会を開催 第25期定時株主総会及びファンミーティングを開催。初開催のファンミーティングでは株主様と経営陣が座談会形式で対話。

3 M&Aの取り組み B-CUBICの同業他社、リフォーム会社、民泊運営代行会社の複数社と協議を実施。今後の進捗は交渉次第だが、引き続き非連続な成長戦略としてM&Aを積極的に検討。次ページより収益力の向上について解説。

22

債権流動化の実行時期は、2025 年 6 月末予定となっております。

来月末ということで、準備を粛々と進めており、約 24 億円程度の債権売却を想定しております。

株主総会を 3 月に開催し、総会終了後には初めてファンミーティングを開催させていただきました。ファンミーティングというのは、総会よりもっとアットホームな感じで、経営陣が座談会形式でご質問にお答えしたり、成長戦略をお話したり、株主様と距離を縮められる形で開催させていただきました。

最後に M&A の取り組みというところで、大きく 3 ジャンル進めております。まずは B-CUBIC の同業他社ですが、当社も 20 年以上の知見・経験から、この業界は理解しているつもりですので、ストックもあるビジネスですし、顧客がオーナー様というところで BRO-ZERO も展開できるというシナジーもあります。

次にリフォーム会社、民泊運営代行会社です。リフォーム会社と民泊運営代行会社のメリットは後ほどご説明させていただきますが、複数社と協議を実施しております。

今後の進捗は交渉次第にはなりますが、引き続き非連続な成長戦略として、M&A を積極的に検討しております。

フロー収益力の向上についての解説です。



■ 現在の収益構造

当社の主な商材は「BRO-ZERO」であり、その中でも「BRO-ROOM」と「BRO-WALL」が中心です。現在、リフォーム業務はすべて外注しており、当社の利益は「BRO-ZERO」のファイナンススキーム部分によるものが中心です。

【フロー売上・利益の例（現状）】

BRO-ZERO の売上：1,560 万円

リフォーム外注原価：1,000 万円（売上の約 65%）

BRO-ZERO の利益：560 万円

総利益：560 万円

利益率：35%

■ 将来の収益構造（リフォーム会社を M&A した場合）

リフォーム会社を M&A することで、これまで外注していたリフォーム業務を自社で行えるようになります。これにより、外注原価の一部が自社利益として計上され、連結決算上の利益が増加します。

【フロー売上・利益の例（M&A 後）】

BRO-ZERO の売上：1,560 万円（変わらず）

リフォーム原価：700 万円（利益率 30%を想定）

リフォーム利益：300 万円

BRO-ZERO のファイナンス利益：560 万円（変わらず）

総利益：860 万円

利益率：55%

■ まとめ

M&A によって、同じ売上でも利益が大きく変わります。

現在の利益率：35%

M&A 後の利益率：55%

利益率の向上：+20 ポイント

このように、リフォーム会社の M&A は、フロー収益の大幅な改善につながるため、積極的に進めていきたいと考えています。

ストック収益力向上についての解説です。



■ 現在のストック収益構造

現在、当社のストック収益は「B-CUBIC」のみが中心となっています。今後はこのストック収益をさらに積み上げていきたいと考えています。

■ サブリースによる収益モデル

すでに設立済みの子会社を通じて、サブリース（借り上げ）事業を展開しています。

【サブリースの仕組み】

例：オーナー様が所有する物件に対し、BRO-ROOM の利用料として当社に月額 4 万円を支払うケース

家賃収入：10 万円

通常であれば、オーナー様の手残りは 6 万円（10 万円 - 4 万円）

しかし、長期間空室だった物件のオーナー様からは、「本当に入居者がつくのか？空室のままだと毎月 4 万円の支払いが発生してしまうのでは？」という不安の声もあります。そこで、当社が物件を借り上げる「サブリース」を提案しています。

【サブリースの例】

オーナー様への保証賃料：8 万円

BRO-ROOM 利用料：4 万円（オーナー様から当社へ）

オーナー様の手残り：4 万円（安定収益）

当社のストック利益：2 万円（10 万円 - 8 万円）

このように、空室リスクを回避したいオーナー様にはサブリースが好評で、現在少しずつ契約数が増加しています。

■ 民泊運営代行会社の M&A による収益拡大

近年、民泊に対するニーズが非常に高まっており、当社も複数の民泊運営代行会社と提携を進めています。今後、自社で民泊運営代行を行うことで、さらなるストック収益の拡大が見込まれます。

【民泊運営代行の収益モデル】

業界相場：運営代行手数料は売上の約 20%

これが毎月のストック収益として継続的に入ってきます。そのため、民泊運営代行会社の M&A を視野に入れ、ストック収益の強化に向けて積極的に動いている状況です。

■ まとめ

現在のストック収益は「B-CUBIC」が中心

サブリースにより安定した収益を確保

民泊運営代行会社の M&A により、毎月のストック収益をさらに拡大可能

今後も、安定的かつ継続的な収益基盤の構築を目指して取り組んでまいります。

第 1 四半期の決算説明としては、以上となります。ご清聴ありがとうございました。

質疑応答

栢本：それでは、質疑応答に移らせていただきます。まずはいただいている事前質問を読み上げさせていただきます。

質問 [1]：日経平均は上がっているのに、上場して以来、株価は上がりず下がっている。今後どのようにしていくのか。また、金利上昇面である現在で御社のスキームでは、自転車操業的にきつくなっていくはずですが、どう対応していくのか？

畑江：もちろん、現在の株価で満足いただけるとは思っておりません。当社としてはしっかり業績向上を積み重ね、成長していくところを見ていただければ幸いです。投資家の皆様にしっかりご期待いただけるよう、事業を推進していき、株主還元施策も配当時期踏まえて、しっかり検討させていただければと思っております。よろしくお願いします。

質問 [2]：債権流動化費用が発生していれば、本来の営業利益はどれくらいになるのでしょうか？

渡邊：仮定の話なので難しいですが、前期の流動化費用が約 9,200 万円でした。同じ費用が今期の第 1 四半期にも発生すると仮定すると、今期の経常利益は差額の 6,200 万円となります。

質問 [3]：営業利益の進捗レベルは計画通りなのでしょうか。

畑江：計画通りです。売上高で通期計画も達成することと、各段階利益も達成する見込みとなっております。

質問 [4]：BRO-LOCK のマイナス影響がやや大きく見えますが、この要因と、今後も継続するのかについて教えてください。

畑江：BRO-ROOM と BRO-WALL に今現在注力しておりますので、BRO-LOCK の前期比での減少については想定通りとなります。

質問 [5]：いわゆる実力ベースの自己資本比率はどうなりますか？

渡邊：短期借入金というのは、弊社の中では債権流動化をするまでの繋ぎ資金として捉えておりますので、仮に短期借入金 25 億円が流動化で全て現金に変わって返済していたとしたらと仮定しますと、自己資本比率は 22.4%になる想定です。

栢本：事前質問は以上となります。それでは Zoom にいただいたご質問に移らせていただきます。

質問 [6]：売上が 3 億円増えている一方で、営業利益は 1,800 万円微増となっていて、総利益額の伸びという観点から見ると少し寂しく感じます。BRO-ROOM、BRO-WALL の利益率の低さが原因だと思いますが、M&A が成就しない限りこの傾向は続くと考えて間違いないでしょうか？

渡邊：確かに、BRO-ROOM や BRO-WALL は他の商材に比べて利益率は低くなりますが、結果として前年同期比で売上総利益は 9,100 万円増となり、利益額は確保できております。

一方で、前年同期比で販管費が 7,200 万円増加しております。この要因としては、主に人件費があります。将来の成長を見込んで早めに人員投資ということで、昨年、2Q 以降で 20 数名の中途採用をしております。加えて、物価高騰に向けて従業員の給与のベースアップを行っております。また、今期から営業幹部が東京に進出しており、最初の費用がかかっております。また、売掛金が増加しておりますので、一般債権に対して貸倒実績率を機械的にかけるといったものがありまして、その貸倒引当金が上がっているのが要因となります。例年、1Q はイニシャル粗利がまだ低い段階で、2Q、3Q、4Q で粗利額がどんどん増えていく傾向にあります。

一方で販管費は一定ですので、残る利益は増加していく傾向になります。

中西から説明がありました通り、M&Aによって粗利率も改善していくと、さらに利益が残る傾向になるかと思っております。

質問 [7] : 15 ページで販売代理店経由のフロー売上比率は、フロー売上の何%程度が適当と考えていますか？

畑江 : 売上目標が上がる中で、代理店様からの売上も順調に増加しています。そのため、売上の増加と代理店様からの売上増加の比率を予測するのは難しいですが、現在は 36%から 40%程度です。この基準から 40%前後が適当ではないかと考えています。ただ、販売代理店様の獲得や協力店様の増加により、売上目標の増加と販売代理店様の売上増加がうまくかみ合えば、50%、60%に達する可能性もあります。現時点では、販売代理店様のご協力を得ながら着実に売上を上げていくことが重要です。パーセンテージについては、まだ当社では明確に意識していませんが、大体 40%前後という回答になるかと思います。

質問 [8] : リリースされる AI システムは Web サイトにて公開されるのでしょうか？

畑江 : AI システムについては、Web サイト上ですべてを公開する予定はありません。ただし、一部の機能については、マーケティングの目的で活用することを検討しています。

つまり、「この Web サイトで AI システムのすべてを提供する」という形ではありませんが、マーケティングの一環として一部を活用する可能性はあります。

質問 [9] : BRO-ROOM、BRO-WALL の新規導入件数について、想定通りなのか、上振れ、下振れしているのか教えてください。今期の想定では幅を持たせて予想されていましたが、単純に×4 すると下振れするように思うのですがどうでしょうか？

畑江 : ありがとうございます。現時点では、想定通りの進捗です。進捗率をご覧いただければ分かるかと思いますが、当社は例年、第 1 四半期の進捗は 20~25%程度で、下期に向けて比重が高まる傾向にあります。そのため、第 1 四半期の結果は、計画通りと捉えていただいて問題ありません。また、前回の決算説明でもお伝えした通り、予測には一定の振れ幅を持たせています。これはあくまで目安としてご理解いただければと思います。BRO-ROOM、特に BRO-WALL は、まだ立ち上げ段階の新規事業です。最終的な導入件数については、売上や粗利といった全体の業績指標を見てご判断いただければと思います。

質問 [10] : 19 ページに記載のシステムは営業の内部ツールという立ち位置でしょうか？

畑江 : AI システムについては、先ほども少し触れましたが、「長期空室物件リスト」は基本的に内部ツールとしての位置づけになります。このシステムは、長期空室となっている物件の情報を Web 上から自動で収集（クロール）するものです。

収益シミュレーションのシステムはそれらのビッグデータを活用し、一部の機能は、外部向けのマーケティング施策として利用を検討しています。また、営業担当が商談や提案の際に活用する、社内向けの支援ツールとしても位置づけています。したがって、全体としては内部利用が中心ですが、用途によっては一部を外部向けにも活用する可能性があります。

質問 [11] : 12 ページの B-CUBIC のストック売上が上がらずに、4 億 6,300 万円の膠着状態に転じていますが、若手社員が契約を取れていないということでしょうか？

渡邊 : 12 ページの表は、B-CUBIC のストック売上の推移を示しています。2025 年の第 1 四半期の合計は 4 億 6,300 万円ですが、これは以下の 2 つに分かれています：

1 億 4,000 万円：過去に販売した B-CUBIC の売上が、新収益認識基準により戻ってきた分（いわば調整分）です。

3 億 2,300 万円：実際に新たに積み上がったストック売上です。

このうち、純粋に増加したストック売上は下の「3 億 2,300 万円」の部分になります。

参考までに、前年（2024 年）の第 4 四半期は 3 億 1,600 万円でしたので、今期の第 1 四半期は順調に増加しています。したがって、若手社員も新規契約をしっかりと獲得できているという状況です。

質問 [12] : ファンミーティングは素晴らしい取り組みですね。

中西 : ありがとうございます。株主様にも複数名残っていただいて、様々なご質問をいただいたので、今後もできる限り継続していきたいと思います。

質問 [13] : M&A によって配当の時期が遅れるということはないですね？

渡邊：ご安心ください。配当の時期が M&A によって遅れることはありません。M&A が成功した場合、新たに買収した会社の利益が連結される一方で、のれんの償却費や M&A にかかる手数料などのコストも発生します。そのため、案件によっては連結ベースでプラスに働く場合もあれば、マイナスに働く場合もあります。ただし、仮に一時的にマイナスの影響が出たとしても、当社の配当方針は変わりません。具体的には、税引き後利益が 5 億円を達成した場合、配当性向 20% を維持するという方針をしっかりと守っていきます。

質問 [14]：24 ページの民泊のサブリースは聞いたことがないのですが、この業界では一般的なビジネスなのでしょうか。民泊ですと安定的な収益が難しいと感じました。

畑江：ありがとうございます。民泊のサブリースは、業界内では比較的一般的なビジネスモデルといえます。

当社でも、これまでお付き合いのあるオーナー様から、空いているお部屋や戸建ての活用についてご相談をいただくことがあります。オーナー様としては、安定した家賃収入が得られるのであれば、運用方法はお任せしたいというケースが多いです。そうした場合、当社がその物件をサブリース（借り上げ）し、家賃をオーナー様にお支払いしたうえで、その物件を通常の賃貸として運用するか、民泊として運用するかを当社で判断します。特に、インバウンド需要や旅行客が多いエリアでは、民泊の方が高い収益を見込めるケースもあります。そのため、当社では収益シミュレーションを行った上で、最適な運用方法を選択しています。つまり、民泊のサブリースは「安定収益を求めるオーナー」と「収益最大化を目指す当社」の双方にとってメリットのある仕組みとなっています。

質問 [15]：現時点で株主還元をするのは、株主優待が適当だとは思いますが。

中西：ありがとうございます。当社では現在も株主優待を実施しております。

近年、他社でも株主優待の拡充が進んでいることを踏まえ、当社としても将来的に優待内容の拡充を検討していく方針です。まずは、現在実施している株主優待に加え、来期に予定している配当をしっかりと実行してまいります。そのうえで、株主優待の拡充については、適切なタイミングを見極めながら進めていきたいと考えております。

質問 [16]：QUO カードからデジタルギフトへの変更は考えていないのでしょうか。最近、株主優待でデジタルギフトを採用する企業が増えています。多分、権利を行使されない株主さんの部分の

費用が返ってくる仕組みのように感じました。コスト面で有利なら採用する価値はあろうかと思いますが、いかがでしょうか？

中西：ありがとうございます。こちらは、先ほどの株主優待に関するご質問とも関連しています。ご指摘のとおり、デジタルギフトには「権利を行使されなかった分のコストが返ってくる」という仕組みがあり、コスト面でのメリットがあると認識しています。当社としても、すでにデジタルギフトの導入については検討を進めており、複数の提供会社のサービスを比較・検討している段階です。現時点では、具体的な導入時期や内容についてはお伝えできませんが、ご指摘のとおり、導入する価値は十分にあると考えております。今後、適切なタイミングで皆さまにご案内できればと思っております。

質問 [17]：グロース維持基準 100 億について、どのようにお考えでしょうか？

中西：ありがとうございます。この件については、実は毎日のようにご質問いただいています。

スタンダード市場への移行という選択肢もあるようですが、個人的にはある意味で「退路を断つ」という形で、上場廃止という選択も一つの覚悟なのではないかと感じています。とはいえ、当社としては、グロース市場の維持基準である時価総額 100 億円は、軽々と超えていかなければならない目標だと考えています。

中期経営計画では、2026 年に経常利益 10 億円を目指しています。仮に株価収益率（PER）を 10 倍とした場合、時価総額は 100 億円となります。PER が 15 倍であれば 150 億円、20 倍であれば 200 億円と、さらに高い水準も見込めます。

そのため、まずは経常利益 10 億円、さらには 15 億円の達成を目指し、5 年という期間を待たずに、できるだけ早い段階でグロース市場の維持基準をクリアしたいと考えています。

質問 [18]：昨年は 2Q が少し落ち込んでいたかと思いますが、現時点の進捗はいかがでしょう？

畑江：ありがとうございます。現時点での具体的な進捗については、まだ詳細をお伝えするのが難しい状況です。ただし、今期に関しては、「BRO-ROOM」の受注が大きく伸びてきており、非常に好調です。また、昨年秋にリリースした「BRO-WALL」についても、順調に数字が伸びており、リード（見込み顧客）の獲得も進んでいます。

一方で、「B-CUBIC」や「BRO-LOCK」については、BRO-ROOM や BRO-WALL に注力している分、やや数字が落ちているように見えるかもしれませんが、社内的には計画通りに進捗しています。第2四半期の結果についても、ぜひご注目いただければと思います。

質問 [19]：売上が上がっていますが、営業利益が伸びておらず、販管費が伸びています。人件費が主な要因なののでしょうか？

渡邊：ありがとうございます。売上が伸びるにつれ、固定費など販管費もある一定以上は増加します。主に人件費と、東京進出のための費用と、債権、売掛金が増えることによる貸倒引当金の繰入、この三つが増加の要因となります。

質問 [20]：中期経営計画は高い目標だと思いますが、営業の方は死に物狂いでやられていますか、どうでしょうか。意気込みを教えてください。

中西：ありがとうございます。「死に物狂いでやっているか」という点についてですが、まさにその通りで、全社員がその覚悟で取り組んでいます。私自身を含め、営業幹部も現在は東京を拠点に活動しており、現場の最前線で動いています。また、各支店のメンバーも日々、お客様にしっかりと向き合い、「お客様のお役に立ち、その対価をいただく」という基本に忠実に、真摯に取り組んでいます。

営業体制についてはどうかご安心いただき、温かく見守っていただければと思います。

質問 [21]：「ゼロスタバケーション」とはどのようなサービスなののでしょうか？

畑江：ありがとうございます。「ゼロスタバケーション」とは、ハウスバード社が当社のファイナンスサービス「BRO-ZERO（初期費用ゼロの仕組み）」を活用し、自社の提案に組み込んで展開しているサービスです。

具体的には、当社の「BRO-ROOM」や「BRO-WALL」といった商品を、ハウスバード社が自社ブランドとしてリパッケージし、「ゼロスタバケーション」という名称で販売しています。いわばOEMのような形です。

契約の仕組みとしては、最終的にご契約者様と契約を結ぶのは当社になります。これは、債権流動化の仕組みを採用しているためです。

資金の流れなどについては複数のパターンがあり、資料の 20 ページに一例を掲載していますが、基本的な構造としては、当社の商品をハウスボード社が「ゼロスタバケーション」というブランド名で販売している、というのがこのサービスの概要です。

質問 [22]：結局、意気込みはどんな感じでしょうか。目標に達成しなければ、給与減額とか、実際どうでしょうか？

畑江：意気込みについては先程中西からお伝え差し上げた通りとなります。

給与の減額といった制度的なペナルティがあるわけではありません。営業メンバーをはじめ、社内の全メンバーが、それぞれの年間目標や個人評価目標に基づいて日々取り組んでいます。目標を達成することで、キャリアアップや評価への反映といったポジティブな成果が得られる仕組みになっています。

したがって、「達成できなければ減給」といった考え方ではなく、全社一丸となって目標達成に向けて前向きに取り組んでいるというのが実情です。

なお、役員についてはストックオプションなどの制度があり、より強い責任感を持って目標達成に向けて努力しています。

質問 [23]：「ゼロスタバケーション」の与信は御社が行うということでしょうか？

畑江：「ゼロスタバケーション」の与信は当社が行います。

質問 [24]：従業員には株式の付与はないのでしょうか。会社の成長のインセンティブが受けられると思います。

渡邊：現在さまざまな施策は協議しており、従業員に対する株式の付与も選択肢の一つとして考えております。

質問 [25]：持株会は欲しいですね。

渡邊：現在も従業員持株会があり、社員も加入しております。

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 2025 年 12 月期 第 1 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。

それでは失礼いたします。ありがとうございました。