

|| 企業調査レポート ||

ブロードエンタープライズ

4415 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年3月28日(木)

執筆：客員アナリスト

清水陽一郎

FISCO Ltd. Analyst **Yoichiro Shimizu**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2023年12月期の業績概要	01
2. 2024年12月期の業績見通し	01
3. 中期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 収益構造	04
3. 事業内容	05
4. 市場環境と強み	08
■ 業績動向	09
1. 2023年12月期の業績概要	09
2. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	13
■ 中期の成長戦略	14
■ 株主還元策	15

■ 要約

マンションオーナーのキャッシュ・フロー最大化に貢献 2023年12月期は8期連続増収で過去最高売上を更新

ブロードエンタープライズ<4415>は、マンション向けインターネットサービス事業を展開している。マンション・アパートの空室対策になるオーナー向け入居者無料インターネット設備「B-CUBIC」「B-CUBIC Next」と、月額払いでオーナーの初期投資を抑えながら宅内IoTリノベーションを実現できる「BRO-ROOM」を軸に、集合住宅の付加価値を高め、マンションオーナーのキャッシュ・フローを最大化するためのサービスを提供している。同社サービスの特徴は、債権流動化の仕組みを活用して「初期導入費用0円」で導入できる仕組みを構築していることだ。これによりオーナーの初期投資を抑制しながら、物件の価値向上を実現している。

1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の業績は、売上高が前期比32.2%増の3,957百万円、営業利益が同75.1%増の507百万円、経常利益が同188.9%増の363百万円、当期純利益が同321.7%増の327百万円となり、売上高は8期連続で過去最高を更新した。賃貸業界において空室問題とそれによるキャッシュ・フローの悪化などを背景に、物件の付加価値向上を実現するサービスに対する需要が好調に推移するなか、新規サービスの投入や新規顧客と販売代理店の獲得などに注力し、売上高を押し上げた。特に、「B-CUBIC Next」(2023年3月提供開始)と「BRO-ROOM」(2023年7月提供開始)によって、フロー売上高が急伸したことが過去最高売上の更新に寄与した。利益面に関しては、販管費を抑制したことにより、営業利益の伸びが売上高の伸びを大きく上回って着地した。

2. 2024年12月期の業績見通し

2024年12月期の業績に関しては、売上高で前期比21.3%増の4,800百万円、営業利益で同55.2%増の788百万円、経常利益で同37.6%増の500百万円、当期純利益で同1.6%増の333百万円を見込んでいる。物件の付加価値を高めるインターネット環境整備に対する需要の高まりや、利便性を向上させるIoTデバイスに対する関心の高まりが継続すると見込まれるなど、事業環境の見通しは引き続き良好である。そうしたなか、「B-CUBIC」「B-CUBIC Next」から生み出されるストック収益を着実に成長させながら「BRO-ROOM」の拡販に注力することによってフロー収益を拡大し、過去最高売上の9期連続更新を目指す。利益面に関しては、利益額が相対的に大きい「BRO-ROOM」の拡販によって売上総利益を積み上げながら、パートナー施策の継続強化によって販管費を抑制し、収益性を高めていく。

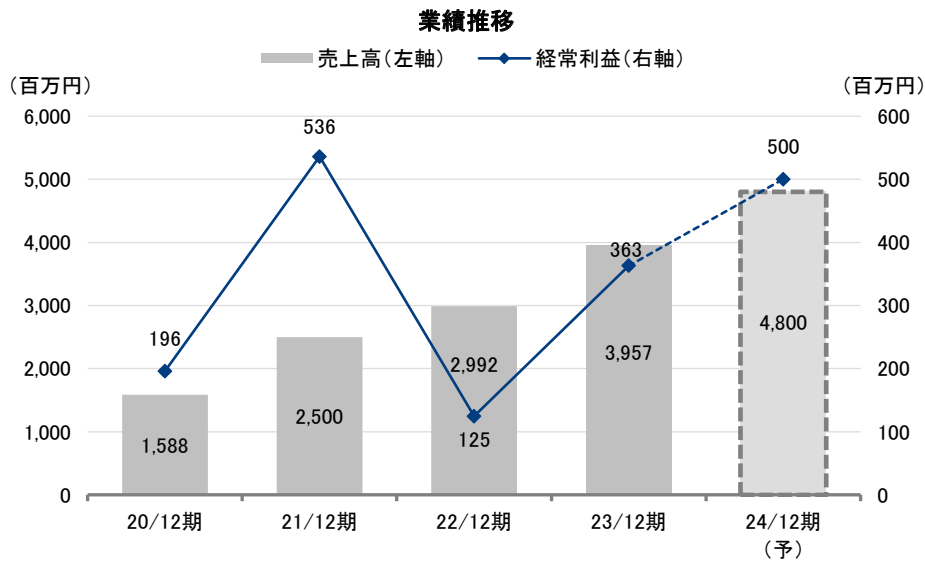
要約

3. 中期の成長戦略

同社は2024年2月、新たな中期経営計画を策定し、「マンションISP領域から脱却し、AIとファイナンスを強みとした不動産Tech企業への変貌」を目指すべき姿として掲げた。「既存事業の着実なシェア拡大」「新規事業の創出」を推進しながら、M&Aも視野に入れた「新領域への挑戦」によって企業価値を向上させていく。財務の健全性を確保しつつ、積極的な成長投資の実行により、2026年12月期に売上高74.8億円、営業利益14.8億円（営業利益率19.8%）、経常利益10.0億円を達成する計画である。2027年12月期以降はさらに、時価総額約280億円、売上高100億円の達成とプライム市場への上場を目指す。

Key Points

- ・「B-CUBIC」と「BRO-ROOM」を軸に、物件の価値向上を実現する商材・サービスを包括的に提供
- ・2023年12月期は8期連続増収で過去最高の売上高を更新
- ・2024年12月期も増収増益を見込む
- ・AIとファイナンスを強みとした不動産Tech企業へ変貌し、プライム市場への上場を目指す



出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 会社概要

「B-CUBIC」を中心に、マンションオーナーのニーズに応える サービス・製品をワンストップで提供

1. 会社概要

同社は、「IoTでマンションのキャッシュ・フローを最大化する」をミッションとして掲げ、マンション向け高速インターネット「B-CUBIC」「B-CUBIC Next」、IoTインターフォンシステム「BRO-LOCK」、宅内IoTリノベーション「BRO-ROOM」を軸に、スマートロックやスマートカメラなどの各種IoTデバイスを提供し、オーナーが所有する物件の価値向上を実現している。同社が提供するサービスの導入によって、マンションの入居率や家賃の上昇が可能となり、オーナーは物件から得られるキャッシュ・フローを最大化できる。加えて、同社が提供する「初期導入費用0円プラン」によって、オーナーは初期投資も抑えられる。

同社は2000年に、代表取締役社長である中西 良祐（なかにし りょうすけ）氏により創業した。2003年に西日本電信電話（株）（NTT 西日本）の光ファイバー回線「B フレッツ」の販売代理事業を委託した後にマンション向けインターネットサービス事業に参入した。その後、2005年にマンション向け高速インターネット「B-CUBIC」、2019年にIoTインターフォンシステム「BRO-LOCK」、2023年には契約期間の縛りをなくした「B-CUBIC Next」、宅内IoTリノベーションサービス「BRO-ROOM」の販売を開始し、事業領域を順調に拡大させてきた。事業内容の拡大に伴い、サービス提供地域も順調に広がっており、2005年に東京、2006年に京都・福岡・神戸、2018年に名古屋に支店を開設し、2022年には横浜・神戸・広島に支店を開設した。これらの新サービス・エリア拡大によって、オーナーのキャッシュ・フロー最大化を一段とサポートすると同時に、業績拡大を推進している。

本社は大阪、従業員数は127名（2023年12月末日時点）、資本金77百万円（2023年12月末日時点）となっている。北は北海道、南は沖縄まで日本全国にサービスを提供している。

会社概要

沿革

年月	沿革
2000年12月	(有)ブロードエンタープライズ設立
2003年 3月	株式会社に組織変更
2003年11月	NTT 西日本光ファイバー回線「B フレッツ」の販売開始
2005年 6月	マンション向け高速インターネット「B-CUBIC」販売開始
2005年 7月	資本金を 3,000 万円に増資
2005年 8月	電気通信事業者届出
2005年 9月	東京支店開設
2006年 8月	京都支店、福岡支店、神戸支店開設
2007年 3月	資本金を 9,000 万円に増資
2007年 9月	プライバシーマーク付与認定
2008年 8月	神戸支店を大阪本社に統合
2014年10月	社会・地域に貢献した企業に贈られる「宗次賞」の受賞
2018年 1月	大阪市女性活躍リーディングカンパニーに与えられる「二つ星認証」認定
2018年 5月	名古屋支店開設
2019年 1月	IoT インターフォンシステム「BRO-LOCK」の販売開始
2021年12月	東京証券取引所マザーズ市場上場
2022年 4月	東京証券取引所グロース市場に移行
2022年 6月	横浜支店、神戸支店、広島支店開設
2023年 3月	契約期間を撤廃した新たなプラン「B-CUBIC Next」販売開始
2023年 7月	宅内 IoT リノベーション「BRO-ROOM」販売開始

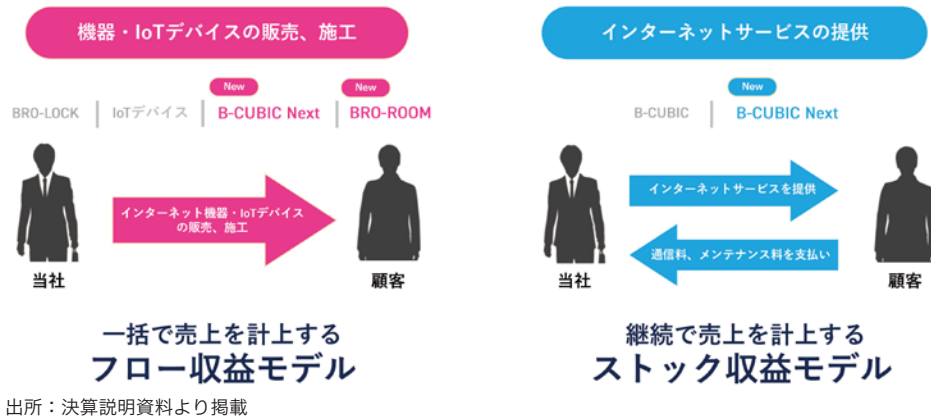
出所：ホームページよりフィスコ作成

2. 収益構造

同社の収益構造は、インターネットサービスの提供によるストック収益モデルと機器・IoT デバイスの販売、施工によるフロー収益モデルで構成されている。「B-CUBIC」と「B-CUBIC Next」の販売から継続的に計上される売上（ストック売上）と、「BRO-LOCK」、各種 IoT デバイス、「BRO-ROOM」、「B-CUBIC Next」の販売から一括で計上される売上（フロー売上）によって、安定した収益基盤と高い売上成長の両立を可能にしている。2023年の3月と7月に「B-CUBIC Next」、「BRO-ROOM」の提供が新たに開始された。「B-CUBIC Next」は契約期間の縛りを撤廃すると同時に、ストック売上として毎月計上される回線・保守サービス代金に加えて、従来は契約期間に応じて按分されていた機器・工事代金がフロー売上として一括で計上されるという特性を有している。「BRO-ROOM」に関しては、IoT デバイス販売・施工代金とリノベーション施工代金がフロー売上として一括で計上される。これらの特徴を有したサービスが新たに加わったことにより、ストック型収益基盤の安定性とフロー型事業がもたらす成長性がさらに強化された。

会社概要

同社の収益モデル



3. 事業内容

(1) 「B-CUBIC」 「B-CUBIC Next」

「B-CUBIC」は、マンションの全居室に対してインターネット環境を一斉に導入する「全戸一括型」のインターネットサービスである。マンションオーナーは「B-CUBIC」でインターネット環境を整えることによって空室対策ができる。インターネット環境が整っていることは入居者からの要望が強い部分であり、賃料上昇だけでなく下落防止の効果もあると言う。加えて、物件資料の設備欄に「インターネット無料」と表記できるため、大手集客サイト上で入居希望者が検索をする際に、物件がピックアップされやすくなるメリットもある。

物件の入居者にとっては、マンションオーナーが一括してインターネット環境を導入することにより、個別に申し込みをする手間がなくなり、入居日から早速インターネットができることに加えて、無料で利用できるメリットがある。

同サービスは、「『初期導入費用0円プラン』で導入可能」「高スペックなインターネット設備による快適なインターネット利用が実現」「自社運営のコールセンターをはじめとした迅速なアフターフォロー」が特徴である。「初期導入費用0円プラン」は、本来は契約時に一括で支払う初期費用相当額が毎月の利用料金に分割できるプランである。これによりマンションオーナーは初期投資を抑えながら、物件の価値向上を実現できる。「初期導入費用0円プラン」は債権流動化を活用したファイナンスプランであり、顧客の70%以上が利用している。また自社運営のコールセンター、遠隔監視機能による障害対応・メンテナンスサポートをはじめとするアフターサービスを提供しているほか、のぼりや看板の無償提供といった入居促進サポートも提供している。2005年の販売開始以来、18万世帯以上に提供してきた実績を持つ。

2023年3月には新たに、契約期間の縛りをなくした「B-CUBIC Next」を提供開始している。全戸型のインターネットサービス業界では4年～6年にわたる長期契約を締結することが通例だが、「B-CUBIC Next」には契約期間がなく、マンションオーナーに対して、導入のハードルを下げる効果が期待される。実際、同サービスに対するオーナーからの評価は高く、契約の約8割が「B-CUBIC Next」であるという。また、契約期間の縛りがないという差別化ポイントが競合に対する優位性になることに加えて、機器・工事代金がフロー売上として一括計上されることから、中長期的な売上拡大に資するサービスとして期待がかかる。

会社概要

同社の収益モデルについては、「B-CUBIC」がストック型、「B-CUBIC Next」がストック型とフロー型である。同社の安定した収益基盤であると同時に、トップラインの加速度的成長に資するサービスとなっている。販売方法は、直販、取扱店・代理店などのパートナーによる販売のほか、OEM による提供も行っている。

B-CUBIC と B-CUBIC Next のプラン比較

例：6年契約、機器・工事代金 72万円、回線・保守サービス代金 1万円 / 月の場合

	 通常のビー・キュービック	 ビー・キュービックネクスト
サービス開始時期	2005年～	2023年3月～
サービス内容	同じ	
契約期間（役務提供期間）	6年	無し
入金	初期導入費用0円プラン適用 2万円 / 月額	
売上計上	機器・工事代金 1万円 / 月 <small>※72万円÷72回（6年）</small> 回線・保守サービス代金 1万円 / 月	機器・工事代金 72万円 回線・保守サービス代金 1万円 / 月
収益構造	ストック売上	フロー売上 + ストック売上

出所：決算説明資料より掲載

同社はインターネットサービスである「B-CUBIC」を起点として、様々な IoT サービスやデバイスを提供している。

(2) 「BRO-LOCK」

「BRO-LOCK」は、インターネット回線を介して、マンションのエントランスをオートロック化するための顔認証付き IoT インターフォンシステムである。「顔認証」「IC カード認証」「QR コード認証」「時限式暗証番号認証」などの方法による解錠が可能である。室内モニターから通話・解錠ができるうえ、スマートフォンがあれば外出先から来訪者への対応もできる。このほか、訪問履歴の確認や不在時の訪問者の画像確認など、様々な機能がある。

「B-CUBIC」と同じく、「初期導入費用 0 円プラン」で導入可能である。加えて、インターネット回線を利用したインターフォンシステムであるためスマートフォンライセンスのみのプランであれば取り付け工事が簡易で、後付けが可能な点も訴求ポイントの 1 つである。そのほか、設置からアフターフォローまでの一貫対応や、管理業務を軽減できるクラウドサービスが導入できるという特徴もある。

クラウドサービスは、掲示物の代わりに入居者へ通知できるメッセージ送信、時限式 QR コードの発行（解錠用の QR コードを有効期限や使用回数を限定し発行可能）、サブ暗証番号の発行（一時的な解錠用暗証番号をいつでも発行・削除可能）、入居者カードキーの情報管理、入室履歴管理、モバイルアプリ管理、などのサービスを提供しており、マンションオーナーまたは管理会社の管理業務の効率化に貢献している。

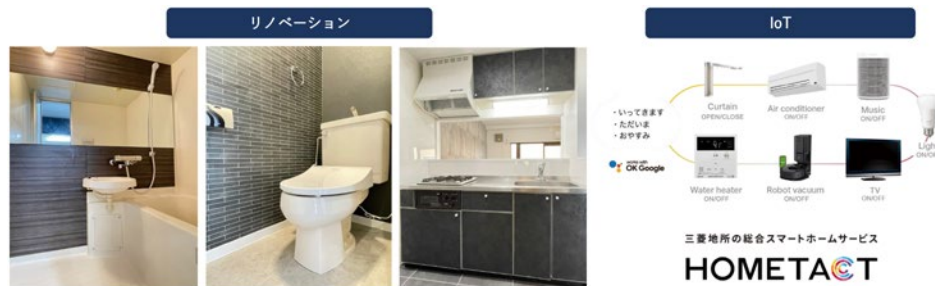
販売方法としては、直販、取扱店・代理店を通じた販売のほか、OEM での提供も行っている。2023 年 12 月期末時点の累計導入棟数は、482 棟にのぼっている。

会社概要

(3) 「BRO-ROOM」

マンションオーナーの初期導入費用を抑えながら空室のIoTリノベーションを可能にするサービスとして、2023年7月に提供を開始した。これは、三菱地所<8802>の総合スマートホームサービス「HOMETACT」をはじめとしたスマートホームデバイスの設置と、提携先のリフォーム会社による宅内のリノベーションを同時に施工することで、IoTリノベーションを実現するサービスである。「HOMETACT」は、アプリやスマートスピーカーでエアコンやテレビ、照明、カーテンといった複数メーカーの幅広いIoT機器をコントロールできる総合スマートホームサービスである。マンションオーナーは「BRO-ROOM」の導入によって、初期投資の負担を軽減しながら、空室対策をより強化できる。同社によると、既築賃貸市場で債権流動化の仕組みを活用し、初期導入費用0円を実現しているサービスがないことから、サービスの仕組み自体が大きな差別化ポイントになっている。実際、マンションオーナーからの引き合いは好調であり、2023年7月に提供を開始してから数ヶ月で契約と施工実績は200室以上にのぼっている。

BRO-ROOM



出所：成長可能性に関する説明資料より掲載

(4) 各種 IoT デバイス

「B-CUBIC」をベースにIoTデバイスをワンストップで提供しており、スマートカメラ（セキュリティカメラ）、スマートロック、宅配ボックス、スマートサイネージなどを提供している。これらのデバイスも、初期導入費用0円で導入できる。

同社の製品群

賃貸市場をターゲットに、社会課題である空室問題の解決を図るため、
 物件やお部屋のバリューアップに貢献



その他ご提案可能な商材・サービス



出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

4. 市場環境と強み

同社は、集合住宅の中でも賃貸・既築をメインターゲットに事業活動を行っている。日本の総人口が減少傾向にありながらも貸家の新設着工戸数は増加しているため、空室率の上昇によりマンションオーナーのキャッシュ・フローが悪化しているという現状がある。同社はインターネットサービス「B-CUBIC」、IoT インターフォンシステム「BRO-LOCK」、宅内 IoT リノベーション「BRO-ROOM」を軸にしながら、関連する各種 IoT デバイスの提供によって、物件のバリューアップとマンションオーナーのキャッシュ・フローの最大化に貢献している。入居者は「インターネット無料」や「オートロック」といった設備を導入している集合住宅に魅力を感じるため、同社のサービスの導入により、空室率の改善、賃料の上昇などが実現できると言う。

既築賃貸市場で事業活動を行っている同社の強みとしては、以下のものが挙げられる。

(1) マンションに特化した IoT サービスをワンストップで提供

同社は、複数のソリューションと商材の組み合わせによって、インターネットサービスから宅内リノベーションまで、入居者ニーズが高く、物件の付加価値向上に資する IoT サービスをワンストップで提供している。マンションオーナーにとっては、従来別々に契約し、導入する必要があったものを一括で導入できるため、費用負担を軽減できるメリットがある。一方で、同社にとっては、複数の商材・サービスの提供によって、マンションオーナーの多様なニーズに対応し、案件数の上昇やクロスセルによる売上の拡大を見込めるメリットがある。

(2) 管理会社との強固なネットワーク

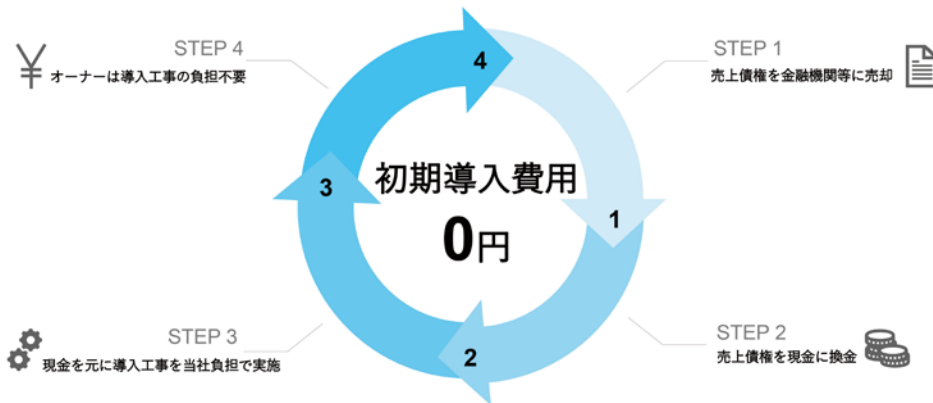
同社が取引している管理会社の数は 876 社（2023 年 12 月時点）であり、賃貸住宅管理事業者登録数 8,898 社（2023 年 9 月末時点）のうち、9.8% との取引実績を有していることになる（2021 年 6 月 15 日施行の「賃貸住宅管理業適正化法」によって 200 戸以上の管理者の登録が義務付けられたことから、賃貸住宅管理事業者の総数が大幅に増加）。管理会社とマンションオーナーは入居率の向上という目標が一致するため、管理会社はマンションオーナーの紹介に協力的であることから、同社は効率的な営業活動が可能になっている。取引管理会社 876 社とは強固な取引関係にあるため、新規参入企業や競合にとっての競争優位の 1 つとなっている。

(3) 「初期導入費用 0 円プラン」の導入

同社は債権流動化の仕組みを賃貸・既築市場に応用することでマンションオーナーが初期投資を抑えながら同社のサービスを導入できる仕組みを構築している。賃貸・既築市場で「初期導入費用 0 円プラン」を提供している競合はほとんどいないと言う。実際に、同社顧客の 70% 以上が同プランを利用しており、同社サービスの訴求ポイントの 1 つになっている。

会社概要

「初期導入費用0円プラン」の仕組み



出所：決算説明資料より掲載

業績動向

8期連続の増収で過去最高売上を更新 パートナー施策の推進により収益性も高まる

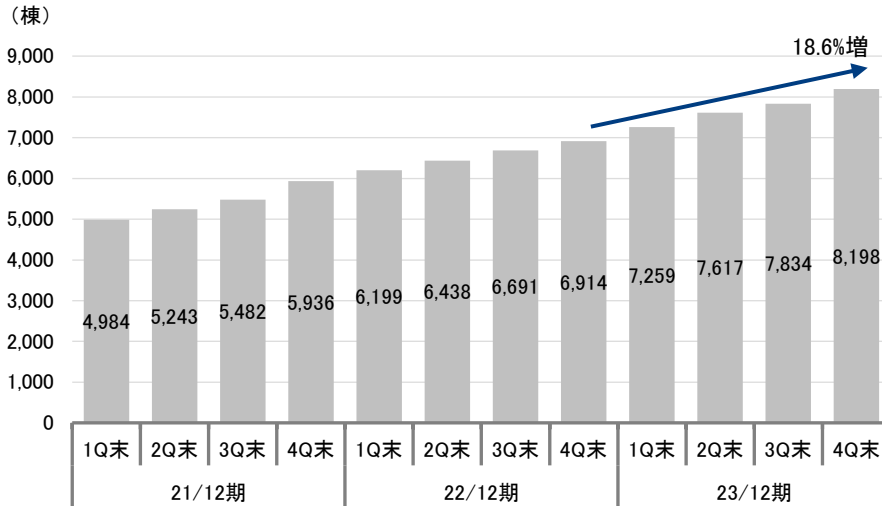
1. 2023年12月期の業績概要

2023年12月期の業績は、売上高が前期比32.2%増の3,957百万円、営業利益が同75.1%増の507百万円、経常利益が同188.9%増の363百万円、当期純利益が同321.7%増の327百万円となり、売上高は8期連続で過去最高を更新した。賃貸業界において、空室問題とそれによるキャッシュ・フローの悪化などを背景に、物件の付加価値向上を実現し、入居率向上に繋がるサービスへの需要が好調に推移するなか、新規サービス「B-CUBIC Next」「BRO-ROOM」の投入や、新規顧客と販売代理店の獲得に注力し、既存サービスの品質向上を継続してきたことなどが業績の拡大に寄与した。また同社は、社員一人ひとりの特性に合わせた最適な人材配置を実現するために、営業組織体制の再構築も実施しており、このことも業績の拡大に寄与した模様だ。

「B-CUBIC」に関しては、契約期間を撤廃した「B-CUBIC Next」に対する顧客からの引き合いが好調な中、新規顧客と販売パートナー企業の獲得及び連携強化の推進により受注件数が順調に増加し、2023年12月期末時点の累計導入棟数は、前期末比18.6%増の8,198棟にまで拡大した。受注が好調に推移し、導入棟数が順調に積み上がったことを受け、ストック売上高は前期比9.3%増の1,825百万円に拡大した。また、「B-CUBIC Next」は、全体の売上高増加にも大きく寄与した。全体の売上高増加額964百万円に対して、「B-CUBIC Next」がもたらしたフロー収益は952百万円だった。これにより、フロー売上高も前期比61.3%増の2,132百万円に急伸した。

業績動向

「B-CUBIC」の新規導入棟数(累計)の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

「BRO-ROOM」の売上高は、前期比 43.6% 増の 327 百万円だった（前期実績はテストマーケティング期間の販売実績）。2022 年 12 月期第 4 四半期からのテストマーケティング期間を経て、2023 年 12 月期第 3 四半期からの本格稼働となったものの、2023 年 12 月期の業績にしっかりと寄与した。初期導入費用 0 円で宅内 IoT リノベーションを実現できることから、マンションオーナーからの引き合いは好調に推移し、2023 年 12 月期第 4 四半期だけで新規導入室数は前四半期比約 4.5 倍の 68 室に急伸した。これにより、売上高実績も目標の 250 百万円を大きく上回って着地した。「BRO-ROOM」は利益の絶対額が相対的に大きく、全社ベースの利益積み上げへの貢献が期待できる。そのため、2024 年 12 月期以降も「BRO-ROOM」にリソースを重点配分し、拡販に注力する。

「BRO-LOCK」の売上高は、前期比 15.2% 減の 558 百万円だった。オートロック・インターホンの新設やリニューアル工事を希望する新規顧客の獲得を推進したものの、「B-CUBIC Next」と「BRO-ROOM」に戦略的にリソースを重点配分したことを受け減収となった。

同社が推進するパートナー連携・販売代理店獲得に関しても順調な進捗が見られ、2023 年 12 月期末時点の取引管理会社数は、前期比 12.6% 増の 876 社まで拡大している。また、パートナー連携に関しては、2023 年 1 月の大和ハウス賃貸リフォーム（株）との業務提携から 2023 年 10 月の（株）タスキとの業務提携まで、順調にパートナー連携を拡充させた。

利益面に関しては、売上高が伸長する中で、販売代理店・パートナー施策の推進により販管費を抑制したことを受け、営業利益の伸びは前期比 75.1% 増と売上高の伸びを大きく上回った。これにより収益性も向上しており、営業利益率は同 3.1 ポイント増の 12.8% まで上昇した。

業績予想との比較では、上方修正後の予想に対して売上高のみ若干の未達となったものの、各段階利益に関しては上方修正後の予想も上回って着地した。

業績動向

2023年12月期の業績概要

(単位：百万円)

	22/12期		23/12期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	2,992	-	3,957	-	32.2%
売上総利益	1,555	52.0%	1,847	46.7%	18.8%
営業利益	289	9.7%	507	12.8%	75.1%
経常利益	125	4.2%	363	9.2%	188.9%
当期純利益	77	2.6%	327	8.3%	321.7%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

自己資本比率は改善、当座貸越枠も35億円まで拡大

2. 財務状況と経営指標

2023年12月期末の資産合計は、前期末比1,638百万円増の7,279百万円となった。流動資産は、同1,736百万円増の5,910百万円となった。これは主に、未収消費税等が125百万円、前払費用が44百万円減少した一方で、売掛金が1,687百万円、現金及び預金が122百万円増加したことなどによるものである。固定資産は、同97百万円減の1,369百万円となった。これは主に、工具、器具及び備品が56百万円、繰延税金資産が32百万円減少したことなどによるものである。

負債合計は、前期末比1,293百万円増の6,420百万円となった。流動負債は、同1,052百万円増の5,162百万円となった。これは主に、買掛金が63百万円、未払法人税等が11百万円減少した一方で、前受金が522百万円、短期借入金が405百万円、1年内返済予定の長期借入金が109百万円増加したことなどによるものである。固定負債は、同241百万円増の1,257百万円となった。これは主に、長期借入金が197百万円、固定負債のその他が38百万円、アフターコスト引当金が5百万円増加したことなどによるものである。純資産合計は、同344百万円増の859百万円となった。これは主に、当期純利益を計上したことにより利益剰余金が327百万円増加したことによるものである。なお、2023年4月の欠損填補を目的とした減資により、資本金が681百万円、資本準備金が256百万円それぞれ減少し、利益剰余金が937百万円増加している。

自己資本比率は前期末比2.7ポイント増の11.8%、流動比率は同12.9ポイント増の114.5%、固定比率は同125.4ポイント減の159.3%となり、各指標が改善した。自己資本比率に関しては、当期純利益の計上によって、しっかりと繰越利益剰余金を積み上げたことが寄与した。売掛金が増加しているものの、当座貸越枠が合計35億円まで拡大しており、資金繰りの安定性は強化されている。

業績動向

貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	22/12 期末	23/12 期末	増減
流動資産	4,173	5,910	1,736
現金及び預金	990	1,112	122
固定資産	1,467	1,369	-97
資産合計	5,640	7,279	1,638
流動負債	4,109	5,162	1,052
固定負債	1,016	1,257	241
負債合計	5,126	6,420	1,293
純資産合計	514	859	344
< 主要経営指標 >			
自己資本比率	9.1%	11.8%	2.7pt
流動比率	101.6%	114.5%	12.9pt
固定比率	285.0%	159.6%	-125.4pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 営業活動によるキャッシュ・フロー

2023年12月期における営業活動の結果、631百万円の支出となった。これは主に、前受金の増加額522百万円などの収入があった一方で、売上債権の増加額1,687百万円、棚卸資産の増加額54百万円などの支出があったことによるものである。

(2) 投資活動によるキャッシュ・フロー

2023年12月期における投資活動の結果、21百万円の支出となった。これは主に、定期預金の払戻による収入2百万円などがあった一方で、無形固定資産の取得による支出7百万円、有形固定資産の取得による支出6百万円などがあったことによるものである。

(3) 財務活動によるキャッシュ・フロー

2023年12月期における財務活動の結果、775百万円の収入となった。これは主に、長期借入金の返済による支出542百万円などがあった一方で、長期借入れによる収入850百万円、短期借入金の純増405百万円などがあったことによるものである。

要約キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	22/12 期	23/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	-560	-631
投資活動によるキャッシュ・フロー	-208	-21
財務活動によるキャッシュ・フロー	80	775
現金及び現金同等物の増減額	-688	122
現金及び現金同等物の期首残高	1,639	951
現金及び現金同等物の期末残高	951	1,074

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年12月期も9期連続の増収を見込む 販管費抑制などにより、利益の積み上げと収益性の向上に注力

2024年12月期の業績に関しては、売上高で前期比21.3%増の4,800百万円、営業利益で同55.2%増の788百万円、経常利益で同37.6%増の500百万円、当期純利益で同1.6%増の333百万円を見込んでおり、9期連続の増収と過去最高売上の更新を目指す。事業環境に関しては、物件の付加価値を高めるインターネット環境整備に対する需要の高まりや、利便性を向上させるIoTデバイスに対する関心の高まりが継続すると見込まれるため、引き続き良好である。そうしたなか、「B-CUBIC」「B-CUBIC Next」から生み出されるストック収益を着実に成長させながら「BRO-ROOM」の拡販に注力しフロー収益を積み上げていく。「BRO-ROOM」に関しては、2023年12月期第3四半期からの本格稼働であるが、顧客からの引き合いが好調ななか、PDCAを回しながらベストプラクティスを早期に確立し、新たな収益基盤に育成する方針だ。

利益面に関しては、相対的に粗利の絶対額が大きい「BRO-ROOM」の拡販に注力することによって、効率的に利益を積み上げていく。加えて、直販の比率を一定に保ちながら販売代理店経由の売上を増加させることで販管費を抑制し、収益性も高める計画だ。「BRO-ROOM」による粗利の積み上げと販管費の抑制によって、営業利益率は前期比3.6ポイント増の16.4%まで上昇する見通しだ。販売代理店に関しては、年間20社以上の新規開拓を目指すことで、2024年12月期の売上高に占める販売代理店経由の割合を20%（2023年12月期は約10%）まで高める方針だ。2023年12月期に取引を開始した代理店は約30社である。このことを踏まえると、年間20社純増という目標は決して無理な水準でないと弊社は見ている。なお、当期純利益の伸びが1.6%に留まっているのは、2023年12月期に減資を実行し、法人税等調整額が一時的に減少したことが要因だ。減資による影響は一過性のものであることから2024年12月期の法定実効税率は従来どおりの水準を想定している。

また、2024年12月期は新中期経営計画の初年度となる。「AIとファイナンスを強みとした不動産Tech企業」への変貌を遂げるためにAIシステムの開発に着手する。具体的には、同社が保有するマンションオーナー情報と、賃貸不動産に関する膨大なデータをAIで分析し、同社の強みの1つである「初期導入費用0円」のファイナンスモデルとの掛け合わせによって、賃貸不動産市場に新たな価値を創出していく。

2024年12月期の業績見通し

(単位：百万円)

	23/12期		24/12期		前期比
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	3,957	-	4,800	-	21.3%
営業利益	507	12.8%	788	16.4%	55.2%
経常利益	363	9.2%	500	10.4%	37.6%
当期純利益	327	8.3%	333	6.9%	1.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中期の成長戦略

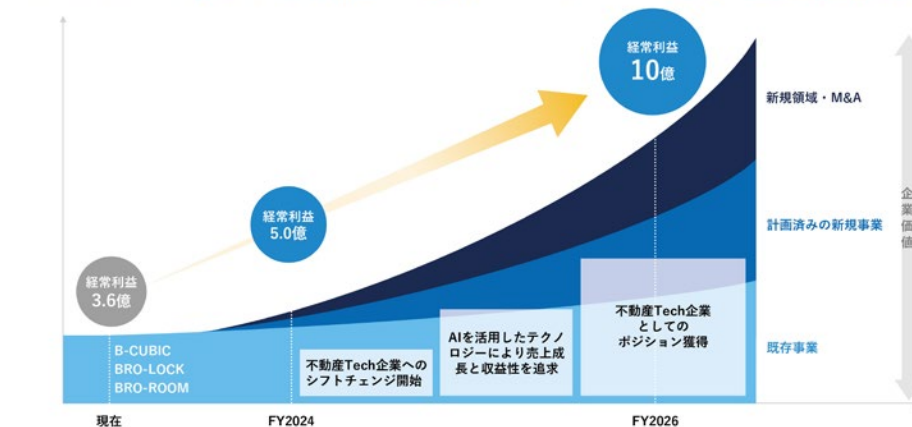
不動産 Tech 企業への変貌により、時価総額 280 億円を目指す

同社は 2024 年 2 月、新たな中期経営計画を策定し、「マンション ISP 領域から脱却し、AI とファイナンスを強みとした不動産 Tech 企業への変貌」を目指すべき姿として掲げた。「既存事業の着実なシェア拡大」と「新規事業の創出」を推進しながら、「新規事業領域への挑戦」も果敢に行い、売上成長と収益性を追求していく。財務健全性を確保しつつ、積極的な成長投資の実行により、2026 年 12 月期には、売上高 74.8 億円、営業利益 14.8 億円（営業利益率 19.8%）、経常利益 10.0 億円、時価総額約 280 億円を達成する計画である。財務的な定量目標としては、流動比率 150% 以上、自己資本比率 25% 以上、ROE30%、EPS100 円などを掲げている。時価総額 280 億円に関しては、予想経常利益の 10 億円に 2024 年 2 月 9 日時点の不動産 Tech 上位 20 社の平均想定 PER である 25 ～ 30 倍を乗じることによって算出した。経常利益 10 億円の達成に向けては、粗利額の大きいサービスの拡販に注力するほか、パートナー施策の推進による販管費の抑制によって収益性を高める方針だ。これにより、2026 年 12 月期の全社売上に占める販売代理店経由の割合を 40% まで高める計画である。

AI とファイナンスを強みとした不動産 Tech 企業へシフトチェンジするために、まずは物件ごとの収益予測や対策が数十年先までシミュレーション可能な AI システムを開発し、同社独自のファイナンスモデル「初期導入費用 0 円」プランと組み合わせて顧客に提案し、既存事業のシェアを着実に拡大させていく。同時に、計画済みの新規事業の市場投入や、AI とファイナンスを組み合わせた新規事業領域への進出を積極的に推進し、企業価値向上を図る。新規事業領域への挑戦に関しては M&A も選択肢であり、不動産 Tech 領域、フィンテック領域、ISP 領域、リノベーション領域を中心に、同社事業とシナジーを見込める案件の具体的検討を開始している。2027 年 12 月期以降はさらに、売上高 100 億円の達成とプライム市場への上場を目指す。

成長イメージ

AIとファイナンスを強みとした不動産Tech企業へのシフトチェンジを通じて企業価値向上を図る



出所：中期経営計画資料より掲載

株主還元策

2022年12月から株主優待制度を導入 2026年12月期からの配当開始を見込む

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題の1つと位置付けているものの、現在はさらなる企業価値の向上を目指して財務体質の強化と事業拡大のための投資を優先し、配当は実施していない。ただ、税引後当期純利益が5億円を超えた段階から配当性向20%での配当開始を計画している。配当開始後は、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への活用によって株主価値の増大に努めることを基本方針としている。同時に、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、同社株価の水準、成長投資機会、資本効率向上等を考慮し配当を行う方針だ。現時点での配当開始予想時期は、2026年12月期としているものの、業績次第によっては配当開始時期が早まる可能性もあるとしている。

そのほかの還元策に関しては、2022年12月より株主優待制度を導入した。毎年12月31日時点の株主名簿に記録された1単元（100株）以上を保有する株主を対象にオリジナルQUOカードを贈呈している。

株主優待

保有株式数	優待品詳細
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

出所：決算説明資料より掲載

そのほか、株主数の増加や適正な株価形成に向けてIRサイトコンテンツの充実やWebメディア媒体を活用し、IR施策を積極的に推進している。これらのことから、企業価値の向上を重視しながら経営活動を行っていることが窺える。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp