

|| 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 >>>](#)

2023年3月28日(火)

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. 2022年12月期の業績概要	01
2. 2023年12月期の業績見通し	01
3. 中期の成長戦略	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 収益構造	03
3. 事業内容	04
4. 市場環境と強み	07
■ 業績動向	08
1. 2022年12月期の業績概要	08
2. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	12
■ 中期の成長戦略	13
■ 株主還元策	14

■ 要約

インターネットサービスの提供により、 マンションオーナーのキャッシュ・フローを最大化

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」とマンションのエントランスをオートロックするためのIoTインターフォンシステム「BRO-LOCK」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。「B-CUBIC」を軸に複数のサービスを提供しており、それぞれ「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することを可能にしている。

1. 2022年12月期の業績概要

2022年12月期の業績は、売上高が前期比19.7%増の2,992百万円、営業利益が同49.3%減の289百万円、経常利益が同76.5%減の125百万円、当期純利益が同77.6%減の77百万円となった。新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う在宅勤務の増加や賃貸マンションの空室問題などを背景にインターネット導入に対する需要は旺盛となり、「B-CUBIC」「BRO-LOCK」の受注件数が拡大し、売上高は過去最高を更新した。利益面は「収益認識に関する会計基準」等を適用したこと及び拠点の新規開設や人材採用といった成長投資の影響を受け、減益となったが、売上高が順調に拡大しており、成長フェーズにあると弊社は見ている。なお、同社は2022年12月期の期初より「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、前期との比較は参考値として記載している。

2. 2023年12月期の業績見通し

2023年12月期の業績に関しては、売上高で前期比22.5%増の3,666百万円、営業利益で同26.2%増の366百万円、経常利益で同59.0%増の200百万円、当期純利益で同71.0%増の133百万円を見込んでいる。売上高に関しては過去最高を更新、利益面に関しても大幅な増益を見込んでいる。無料インターネット市場の堅調な成長とIoTマンション市場の拡大が見込まれ、「B-CUBIC」の安定したストック収益を軸に「BRO-LOCK」「BRO-ROOM」などのフロー収益事業にも注力し、シェア拡大を目指す。また営業組織体制を4つのセクションに再構築するほか、パートナー施策を推進し、受注の伸長を実現していく。

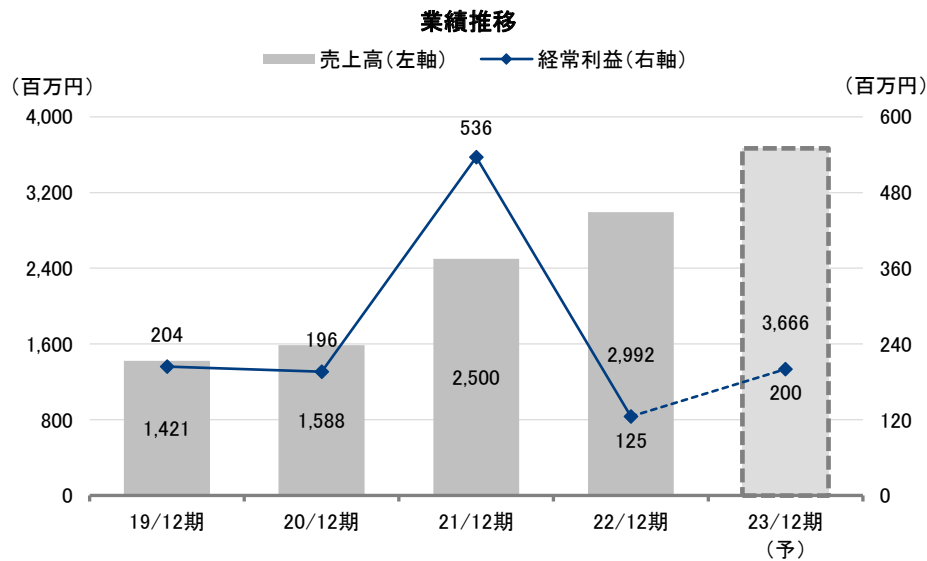
3. 中期の成長戦略

同社は中期的な成長戦略として、「既存事業の着実なシェア拡大」「新規事業の創出」「新規領域への挑戦」の3つを掲げている。賃貸・既築市場において、主力の「B-CUBIC」と「BRO-LOCK」を軸に「BRO-ROOM」「BRO-CLOUD」「スマートサイネージ」など各種新サービスを拡充しながらトップシェアを目指す。新規領域への挑戦も掲げており、M&Aを活用し既存事業とのシナジーを生むことで業績の拡大と企業価値の向上を図る。さらに同社は、3～5年後を目途にプライム市場への移行を目指し、事業を推進している。

要約

Key Points

- ・「B-CUBIC」と「BRO-LOCK」を軸に、物件の価値向上を実現するIoTデバイスを包括的に提供
- ・2022年12月期は過去最高の売上高を更新
- ・2023年12月期は増収増益を見込む
- ・3～5年後を目途にプライム市場への移行を目指す



出所：有価証券報告書、決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「B-CUBIC」を中心に、物件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」「マンション管理をIoTでスマート化する会社」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」とIoTインターフォンシステム「BRO-LOCK」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。同社のサービスを導入すること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ることができるキャッシュ・フローを最大化することができる。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を抑えることもできる。

ブロードエンタープライズ | 2023年3月28日(火)
4415 東証グロース市場 | <https://broad-e.co.jp/ir/>

会社概要

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」の販売を開始した。2005年に東京、2006年に京都・神戸・福岡、2018年には名古屋に支店を開設した。2019年にIoT インターフォンシステム「BRO-LOCK」の販売を開始し、2021年には東京証券取引所マザーズ市場（現 グロース市場）に上場するなど、これまで順調に事業内容とサービス提供地域を拡大させてきた。2022年は、新たに横浜・神戸・広島に支店を開設した。

提供商品・サービスの拡大にも取り組んでおり、2023年12月期にスマートサイネージとスマート宅配BOXのローンチを予定している。また、オーナー・管理会社による物件の管理業務を効率化するDXサービス「BRO-CLOUD」の市場投入に向けても着々と準備を進めている。これらの新サービス・商品によって、オーナーのキャッシュ・フロー最大化を一段とサポートしていくと同時に、業績拡大を推進していく。

本社は大阪、従業員数は136名（2022年12月末日時点）、資本金751,653,900円（2022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。

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

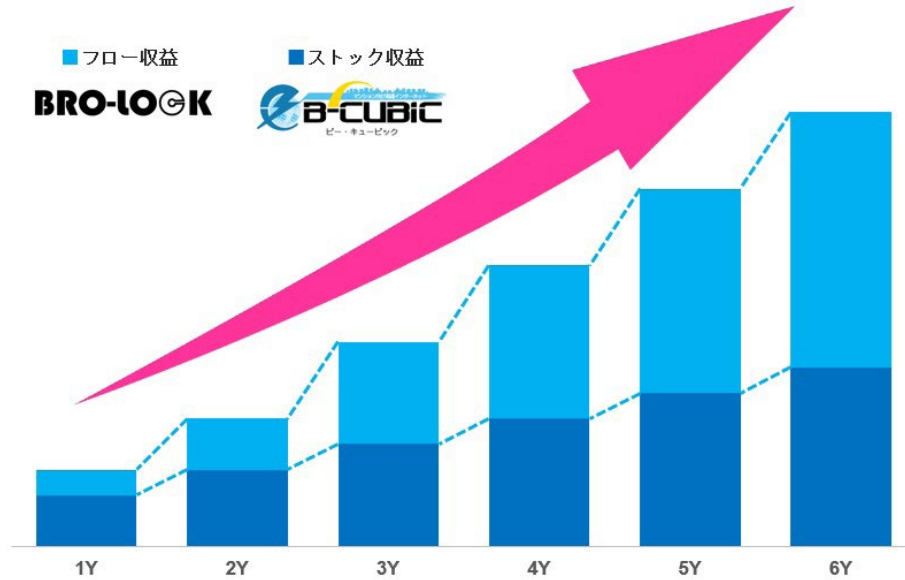
出所：ホームページよりフィスコ作成

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IoT デバイスの販売によるフロー収益モデルから成っている。「B-CUBIC」の販売から継続的に計上される売上（ストック収益）と、「BRO-LOCK」をはじめとするIoT デバイスの販売から一括で計上される売上（フロー収益）で構成されることによって、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。

会社概要

ストック収益とフロー収益による成長イメージ



出所：「成長可能性に関する説明資料」より掲載

3. 事業内容

(1) 「B-CUBIC」

「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、空室対策を行うことができる。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、賃料上昇以外にも下落を防ぐ効果があると言う。加えて、物件資料の設備欄に「インターネット無料」と表記することができるため、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」「自社運営による迅速なアフターフォロー」が特長である。「初期導入費用0円プラン」とは、契約時に一括で支払う初期導入費用はかからず、初期費用相当額が毎月の利用料金に含まれるプランである。これにより物件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することができる。「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、16万世帯以上に提供してきた実績を持つ。

ブロードエンタープライズ | 2023年3月28日(火)
4415 東証グロース市場 | <https://broad-e.co.jp/ir/>

会社概要

収益モデルとしては、既述のとおりストック型であり、同社の安定した収益基盤となっている。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。

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」などの方法で解錠が可能である。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で来訪者と対応することもできる。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、様々な機能を付けることもできる。

「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取り付け工事が簡易で、かつ後付けも可能という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一貫対応していること、管理業務を軽減できるクラウドサービスが導入できることも特長である。

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、物件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。

(3) 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円で導入することができる。同社は、共用部にフォーカスしたIoTデバイスの開発を行っており、2023年にはスマートサイネージ（電子看板）とスマート宅配BOXの市場投入を予定している。スマートサイネージはマンション共用部に設置し、掲示板の代わりに使用されることが想定されている。

ブロードエンタープライズ | 2023年3月28日(火)
4415 東証グロース市場 | <https://broad-e.co.jp/ir/>

会社概要

同社の製品群



出所：決算説明資料より掲載

(4) 「BRO-ROOM」

新規事業として「BRO-ROOM」がローンチした。これは、三菱地所<8802>の総合スマートホームサービス「HOMETACT」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。物件オーナーは「BRO-ROOM」を導入することによって、空室対策をより強化することができる。同サービスも「初期導入費用0円プラン」を適用している。

BRO-ROOM イメージ



出所：決算説明資料より掲載

会社概要

(5) 「BRO-CLOUD」

現在準備中のサービスとして「BRO-CLOUD」がある。これは集合住宅にIoT設備を導入し、物件オーナー・管理会社の管理業務の効率性を向上させるサービスである。物件オーナー・管理会社にとっては、1つのクラウドサービスで同社のIoTサービスを一括して管理することができるようになり、利便性をより高めながら同社のサービスやIoTデバイスを利用することができるようになる。これにより管理業務の削減につながる。

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。これにより空室率が上昇し、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現状がある。同社はインターネットサービス「B-CUBIC」を軸にしたIoTデバイスを提供することによって、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ており、同社のサービスを導入することにより、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、以下のものを挙げることができる。

(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、インターネットサービス「B-CUBIC」を軸に、入居者ニーズの高いマンション向けIoTサービスをワンストップで提供している。物件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して導入できるため、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・サービスを提供することによって、物件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

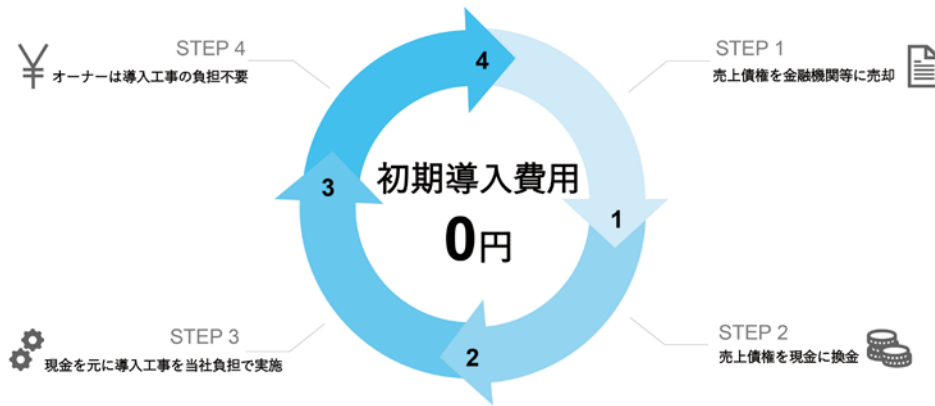
同社が取引している管理会社の数は737社（2022年12月時点）であり、賃貸住宅管理事業者登録数4,601社（2020年7月時点）のうち、16.0%との取引実績を有していることになる。管理会社とオーナーは入居率の向上という目標が一致するため管理会社はオーナーの紹介には協力的であり、これにより同社は効率的な営業を行うことが可能になっている。取引管理会社数737社とは強固な取引関係にあるため、新規参入企業や競合にとっての競争優位の1つとなっている。

(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によって、物件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

成長投資を行いながらも、売上高は過去最高を更新

1. 2022年12月期の業績概要

2022年12月期の業績は、売上高が前期比19.7%増の2,992百万円、営業利益が同49.3%減の289百万円、経常利益が同76.5%減の125百万円、当期純利益が同77.6%減の77百万円となった。在宅勤務やオンライン授業など、新しいビジネススタイルやライフスタイルが誕生し、インターネット環境に対する需要が高まり、物件オーナーの「マンション設備の付加価値向上により、差別化を図りたい」という需要は旺盛となった。こうしたなか「B-CUBIC」と「BRO-LOCK」の受注件数は順調に増加し、売上高は過去最高を記録した。

「B-CUBIC」は、新たに横浜・神戸・広島に支店を開設し販売体制を強化したこと、パートナー企業の増加及び連携の強化を推進したことなどにより、受注件数が堅調に推移した。パートナー企業との連携は順調に進んでおり、2022年6月には一棟収益不動産に関する総合コンサルティングサービスを展開するソリッド(株)、東洋証券<8614>と業務提携を締結したほか、2022年8月にはミサワホーム不動産(株)と業務提携、2022年9月には三菱地所と基本合意書を締結した。また、販売代理店などのパートナー企業も順調に増加しており、このことも、売上高の急伸に寄与したものと推察される。

インターネットの普及に伴いマンションのIoT化も進んでおり、マンションの付加価値向上や、管理の効率化を図るDX設備としてセキュリティカメラやインターフォン設備、スマートロックなどのIoTデバイスの導入が加速した。「BRO-LOCK」においては、シンプルかつ明瞭なプランである「エントリーモデル」をリリースし、新規顧客の獲得に注力した。また、施工体制の強化を図り、物件当たりの工期短縮を推進したことも受注件数の拡大に寄与した。

ブロードエンタープライズ | 2023年3月28日(火)
 4415 東証グロース市場 | <https://broad-e.co.jp/ir/>

業績動向

同社は2022年12月期の期初より「収益認識に関する会計基準」等を適用しているが、それでも過去最高の売上高を更新できたことは、市場の有望性及び同社の成長ポテンシャルの高さを示していると弊社は見ている。

利益面では、各利益が前期比減少となった。これは、会計基準の変更と成長投資（新規拠点の開設と人財の採用）を実行したことが主な要因だ。ただ、売上高は順調に拡大しており、成長フェーズにあると弊社は見ている。加えて、従来の会計基準では売上総利益は1,740百万円となり、前期比で8.9%増加した。このことから、同社の稼ぐ力も健在であると弊社は見ている。

2022年12月期においては、「BRO-LOCK」の導入のメリットが物件オーナーに認知され、導入済みのオートロックのリニューアル需要、新規導入のニーズを取り込むことができた。今後は「B-CUBIC」から安定した収益を上げながら「BRO-LOCK」をはじめとするIoTデバイスの提供により、増収率が加速することが期待される。

2022年12月期の注目トピックとして、新規事業の「BRO-ROOM」をリリースしたことが挙げられる。同社は2021年12月に株式を上場したことをきっかけに、こうした新規事業開発のための提携も増えたと言う。同社の各種サービスや製品の販売を目的とした提携に加えて、新サービス開発のための企業連携が進むことにより、業績拡大スピードが早まることが期待される。

2022年12月期の業績概要

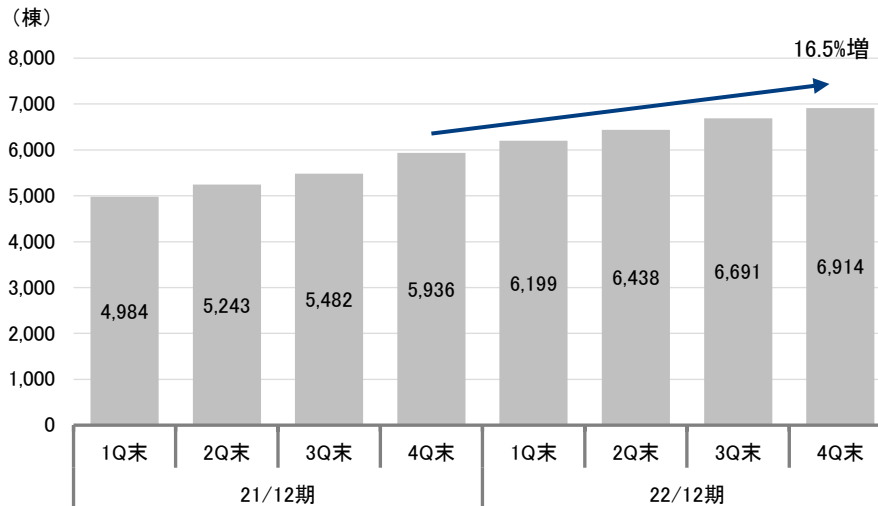
(単位：百万円)

	21/12期		22/12期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	2,500	-	2,992	-	19.7%
売上総利益	1,598	63.9%	1,555	52.0%	-2.7%
営業利益	572	22.9%	289	9.7%	-49.3%
経常利益	536	21.4%	125	4.2%	-76.5%
当期純利益	346	13.9%	77	2.6%	-77.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

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

会計基準変更の影響があるも、資本の厚みは段階的に回復する見込み

2. 財務状況と経営指標

2022年12月期末の資産合計は、前期末比1,185百万円増の5,640百万円となった。流動資産は、同401百万円増の4,173百万円となった。これは主に、売掛金が794百万円、現金及び預金が691百万円減少した一方で、前払費用が1,054百万円増加したことによるものである。固定資産は、同783百万円増の1,467百万円となった。これは主に、繰延税資金資産が709百万円増加したことによるものである。

負債合計は、前期末比2,793百万円増の5,126百万円となった。流動負債は、同2,781百万円増の4,109百万円となった。これは主に、前受金が2,678百万円、買掛金が261百万円、短期借入金が104百万円増加したことによるものである。固定負債は、同11百万円増の1,016百万円となった。これは主に、固定負債のその他が101百万円、アフターコスト引当金が1百万円増加した一方で、長期借入金が90百万円減少したことによるものである。純資産合計は、同1,607百万円減の514百万円となった。当期純利益を計上したことにより利益剰余金が増加したものの、「収益認識に関する会計基準」等の適用により期首繰越利益剰余金が1,687百万円減少したことによるものである。

自己資本比率は前期末比マイナス38.5ポイントの9.1%となった。「収益認識に関する会計基準」等を適用したことにより、期首繰越利益剰余金が減少したことが響いた。ただし、2023年12月期以降は段階的に元の水準に戻る事が想定される。

ブロードエンタープライズ | 2023年3月28日(火)
4415 東証グロース市場 | <https://broad-e.co.jp/ir/>

業績動向

貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	21/12 期末	22/12 期末	増減額
流動資産	3,772	4,173	401
現金及び預金	1,681	990	-691
固定資産	683	1,467	783
資産合計	4,455	5,640	1,185
流動負債	1,328	4,109	2,781
固定負債	1,004	1,016	11
負債合計	2,332	5,126	2,793
純資産合計	2,122	514	-1,607
< 主要経営指標 >			
自己資本比率	47.6%	9.1%	-38.5pt
流動比率	284.0%	101.6%	-182.4pt
固定比率	32.2%	285.0%	252.8pt

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

2022年12月期における営業活動の結果、560百万円の支出となった。これは主に、前受金の増加額1,369百万円などの収入があった一方で、売上債権の増加額1,232百万円、棚卸資産の増加額479百万円など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

2022年12月期における投資活動の結果、208百万円の支出となった。これは主に、定期預金の払戻による収入27百万円などがあった一方で、投資その他の資産の増減による支出130百万円、有形固定資産の取得による支出45百万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

2022年12月期における財務活動の結果、80百万円の収入となった。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500百万円、短期借入金の純増104百万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)

	21/12 期	22/12 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	-427	-560
投資活動によるキャッシュ・フロー	-186	-208
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,658	80
現金及び現金同等物の増減額	1,044	-688
現金及び現金同等物の期首残高	595	1,639
現金及び現金同等物の期末残高	1,639	951

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

好調な外部環境を背景に、過去最高売上と利益の伸長を見込む。 新たな IoT デバイスもローンチ予定

2023年12月期の業績に関しては、売上高で前期比22.5%増の3,666百万円、営業利益で同26.2%増の366百万円、経常利益で同59.0%増の200百万円、当期純利益で同71.0%増の133百万円を見込んでいる。売上高に関しては過去最高を更新、利益も大幅な増益を見込んでいる。マンション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、生活の利便性向上につながるIoTデバイスや管理効率を向上させるDX設備への関心の高まりといった好調な外部環境の継続を背景に、主軸である「B-CUBIC」で安定した収益を創出しながら、「BRO-LOCK」「BRO-ROOM」の拡販によって、成長スピードを加速していく方針である。

組織面では、営業組織体制を4つのセクションに分割し業務の集中と効率化を図り、1案件にかかる時間の短縮と、より顧客満足度の高い接客・サービスの提供に注力する。具体的には、組織体制を新規開拓、クロージング、導入までのサポート、アフターフォローと、業務フローに沿った形で再編成し、社員一人ひとりの特性に合わせ、最適な配置を実施する。加えて、販売代理店などのパートナー施策を推進し、固定費を抑えつつ、受注拡大を目指す。

新たなIoTデバイスや「BRO-CLOUD」も業績の拡大に寄与することが期待される。先述のとおり、2023年にはスマートサイネージ、スマート宅配BOXの市場投入を計画しているほか、「BRO-CLOUD」も市場投入に向けて準備中である。こうしたIoTデバイスや新サービスによって、物件オーナーのニーズにより幅広く応えることができるようになり、業績拡大への貢献が期待される。

2023年12月期の業績見通し

(単位：百万円)

	22/12期		23/12期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	2,992	-	3,666	-	674	22.5%
営業利益	289	9.7%	366	10.0%	77	26.2%
経常利益	125	4.2%	200	5.5%	75	59.0%
当期純利益	77	2.6%	133	3.6%	56	71.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中期の成長戦略

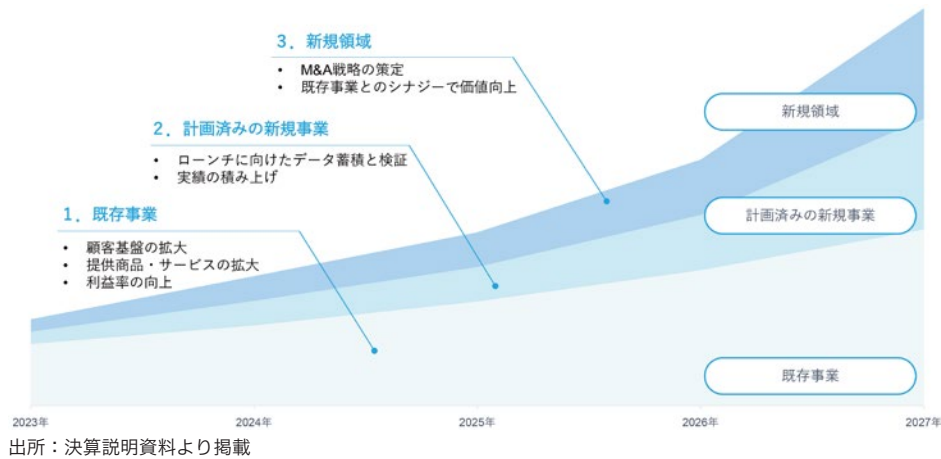
3つの基本方針を軸に、3～5年後にプライム市場への移行を目指す

同社は中期的な成長戦略として、「既存事業の着実なシェア拡大」「新規事業の創出」「新規領域への挑戦」の3つの方針を掲げている。

「既存事業の着実なシェア拡大」は、基盤であるインターネットサービス「B-CUBIC」を軸に、「BRO-LOCK」や既に市場投入済みのIoTデバイス、新規商品・サービスを順次市場に投入することにより、賃貸・既築市場におけるシェアを着実に拡大する構えだ。また、取引オーナー数の増加や複数サービス・商材のクロスセルによっても、シェアの拡大と売上の拡大を目指す。「新規事業の創出」は、計画済みの新規事業である「スマートサイネージ」「スマート宅配BOX」「BRO-ROOM」「BRO-CLOUD」の販売実績を着実に積み重ねていく。「新規領域への挑戦」は、M&Aも視野に新市場への参入を行う計画だ。これら3つの戦略を同時進行で進めることにより、同社は3～5年後にプライム市場への移行を目指している。

なお、本成長戦略における定量的な目標に関しては、2023年12月期中に開示する予定である。

成長イメージ



■ 株主還元策

2022年12月から株主優待制度を導入。 早期配当実施のための減資を予定

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。将来的には必要な内部留保を確保しつつ、経営成績や財務状態等の事業環境を勘案して、株主に対して安定的かつ継続的な利益還元を実施するとしている。本来であれば2022年12月期末に利益剰余金が発生し、配当の早期実現ができたはずであったが、会計基準の変更により利益剰余金が将来に繰り延べられたために、実施時期が遠のいた。そこで、減資により資本金・資本準備金の一部を利益剰余金に振り替え、早期に配当実施ができる体制を目指す。

また、2022年12月より株主優待制度を導入した。対象となる株主は、毎年12月31日時点の株主名簿に記録された2単元(200株)以上を保有する株主で、対象となる株主に対して宝くじ10枚を贈呈する。

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