



2026年7月8日



## 2026年12月期第1四半期 機関投資家 QA

この質疑応答集は、2026年5月13日発表の2026年12月期 第1四半期決算以降に機関投資家との1on1ミーティングでいただいたご質問と回答をまとめたものです。ご理解を賜る事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

事業内容に関するご質問	P.2～P.5
株式・株主還元に関するご質問	P.6
業績に関するご質問	P.7～P.8
財務に関するご質問	P.9～P.11

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。

【2026年12月期1Q 質疑応答集】機関投資家との1on1ミーティングのQA公開！

<https://youtu.be/vQrMcWulo3>

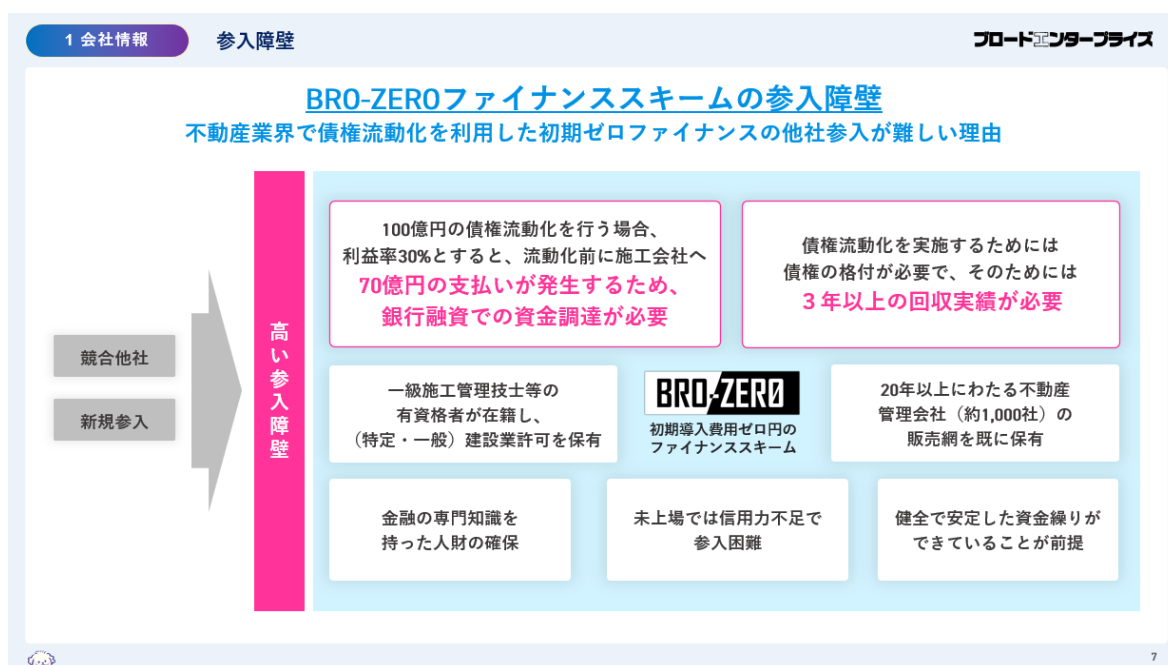


## Q/01 当社の事業モデルはどのように変化していますか。

- A 当社は、従来の集合住宅向けインターネット設備「B-CUBIC」を中心とした事業から、初期導入費用ゼロ円のファイナンススキーム「BRO-ZERO」を軸に、リノベーション、外壁・大規模修繕、宿泊施設向け設備導入などへ提供領域を広げています。B-CUBICのストック収益は安定的な下支えとなる一方、現在の成長ドライバーは、案件単価の大きいBRO-ROOMやBRO-WALLなどのフロー型サービスです。共通するテーマは、不動産オーナー・不動産投資家の初期投資負担を抑え、キャッシュフロー最大化に貢献することです。

## Q/02 BRO-ZEROの競争優位性と参入障壁について教えてください。

- A BRO-ZEROは、単に「分割払い」を提供するだけのサービスではありません。当社が工事・設備導入を元請けとして受注し、契約に基づく将来債権を一定期間蓄積したうえで、金融機関等との債権流動化により資金回収する仕組みです。参入障壁は大きく2点あります。1点目は、債権流動化には回収実績、債権品質、金融機関との関係、資金調達力が必要であること。2点目は、不動産オーナー・管理会社・代理店との営業ネットワークを構築する必要があることです。当社は20年以上にわたり不動産オーナー向け事業を展開しており、金融スキームと営業基盤を組み合わせている点が競争優位性です。



### Q/03 BRO-ROOM および BRO-WALL の受注伸長の背景を教えてください。

---

A BRO-ROOM は、従来の賃貸住宅向けリノベーションに加え、宿泊施設・民泊向けの改装案件が増加していることが受注拡大の背景です。インバウンド需要を背景に宿泊施設への転用ニーズが高まり、初期導入費用ゼロ円で改装できる点が評価されています。

BRO-WALL については、大規模修繕・外壁工事の性質上、商談開始から受注・完工まで一定のリードタイムがあります。過去に仕込んできた案件が徐々に受注・完工へ進んでおり、現在の営業体制における実力値として着実に伸びていると考えています。

### Q/04 販売チャネルや代理店施策に変化はありますか。

---

A 販売チャネルの基本構造は大きく変わっていませんが、代理店チャネルの重要性が高まっています。従来からの管理会社経由に加え、リフォーム会社、設備会社、エレベーターメンテナンス会社など、不動産オーナーに接点を持つ事業者が代理店となるケースが増えています。

代理店にとっても、自社サービスを BRO-ZERO と組み合わせることで「初期導入費用ゼロ円」で提案できるため、顧客への提案力が高まります。当社としては、直接営業人員を大幅に増やすよりも、代理店網や業界内ネットワークを活用し、効率的に顧客接点を拡大していく方針です。

### Q/05 宿泊施設・民泊向けの取り組みとインバウンドの影響を教えてください。

---

A 宿泊施設・民泊向けでは、空き家や既存物件を宿泊施設へ転用する際のリノベーション、家具・家電、設備導入等に BRO-ZERO を活用しています。また、当社子会社が物件を借り上げ、宿泊施設として運営するモデルもありますが、今期計画に大きく織り込んでいるわけではないため、稼働が順調に進めば業績上のアップサイド要因になり得ると考えています。

中国人観光客の動向など、インバウンドには国・地域ごとの変動がありますが、現時点で当社事業に大きな影響は出ていません。インバウンド全体の動向、宿泊需要、物件稼働率を注視しながら取り組みを進めます。

## Q/06 日本中央管理株式会社の子会社化によるシナジーを教えてください。

A 日本中央管理株式会社は、当社として初の M&A 案件です。買取再販、共有不動産の権利調整・解決、賃貸管理など、不動産領域における事業基盤を有しており、当社との高いシナジーが見込めると考えています。

具体的には、買取再販・共有不動産領域において、日本中央管理が販売する中古マンションや、共有不動産に対し、当社の BRO-ROOM を提案することで、新たな受注機会を創出できます。

一方、日本中央管理にとっても、物件の再販時に初期導入費用ゼロ円のリフォームをセットで提案することで、購入者の初期資金負担を抑えながら、物件の競争力向上につなげることが可能です。

また、賃貸管理領域においては、日本中央管理が管理する賃貸物件で空室が発生した際に、BRO-ROOM を即時に提案・施工することで、当社にとっては継続的な受注機会の創出につながります。

日本中央管理にとっても、空室に対して初期導入費用ゼロ円のリフォーム提案を行い、BRO-ROOM の月額料金を家賃収入と相殺する形にすることで、オーナー様の資金負担を抑えながら、早期入居付け、賃料の維持・向上、管理業務の効率化を実現できると考えています。

WEB マーケティング領域においても、当社がこれまで培ってきた顧客基盤や、集客・マーケティングノウハウを活用し、日本中央管理の案件獲得数を増加させる施策を進めています。

会計上は第 2 四半期から BS を連結し、第 3 四半期から PL を連結する予定です。

Topics ①日本中央管理株式会社の株式取得		フロードエンタープライズ	
BRO-ROOM による事業シナジーを創出			
事業	シナジー効果		
	当社	日本中央管理	
買取再販 共有不動産	日本中央管理が販売した中古マンションや権利調整・解決を完了した共有不動産に対し、BRO-ROOMを提案することで、新たな受注機会を創出	物件の再販時に、初期導入費用ゼロ円のリフォームをセットで提案することで、購入者の資金負担を抑えながら、競争力向上を実現	
賃貸管理	日本中央管理が管理する賃貸物件において空室が発生した際、BRO-ROOMを即時に提案・施工することで、継続的な受注機会を創出	空室に対し、初期導入費用ゼロ円のリフォーム提案とBRO-ROOM月額料金の家賃相殺により、オーナー様の負担を抑えつつ、早期入居付け・賃料維持向上・管理業務効率化を実現	

## Q/07 今後も M&A を検討していきますか。

A 今後も、当社の成長戦略に合致する M&A は検討していきます。特に、リフォーム会社、外壁修繕会社、民泊代行会社、不動産関連会社など、BRO-ZERO とのシナジーが見込める領域は有力な検討対象です。

M&A では、単に売上・利益を上乗せするだけでなく、当社グループ内で施工・管理機能を取り込み、利益率改善や提案力強化につながるかを重視します。一方で、買収価格、財務健全性、PMI の実現可能性を慎重に見極めて進めます。

## Q/08 AI 活用や今後の新たな成長領域について教えてください。

A AI については、現時点では単独の新規収益事業というより、営業支援・提案力向上のためのツールとして活用を進めています。例えば、リノベーション後の想定賃料、周辺相場、BRO-ZERO 利用後のキャッシュフローを可視化し、オーナーに分かりやすく提案できる仕組みを検討しています。

また、今後の成長領域としては、空き家の活用など地方自治体と連携した地方創生、M&A による施工・管理機能の強化、定期的なリフォーム・修繕需要のある米国マーケットへのアプローチなどを想定しています。



## Q/09 流動株式比率や株式流動性の改善について教えてください。

A 当社は、株式の流動性向上と投資家層の拡大を重要な課題と認識しています。流動性が高まることで、より多くの投資家に当社株式を検討いただきやすくなると考えています。

具体策としては、IR 活動の強化、機関投資家との対話、個人投資家向け情報発信、必要に応じた資本政策の検討などが挙げられます。また、大株主の保有比率が高い点についても、将来的な流動性改善の観点から検討課題と認識しており、証券会社とも連携しながらさまざまな施策を検討いたします。

## Q/10 現在の株価評価に対して、会社としてどのように取り組みますか。

A 当社は、BRO-ZERO を軸とした事業モデルにより、BRO-ROOM、BRO-WALL、宿泊施設向けサービスなどの成長領域を拡大しており、売上高だけでなく、フロア粗利や利益額の成長を重視して経営を進めています。一方で、投資家の皆様に当社の成長性、事業モデル、債権流動化の仕組み、M&A シナジー、財務戦略などを十分にご理解いただく余地はまだあると考えています。今後は、決算説明資料、IR 動画、個人投資家向け説明会、機関投資家との対話などを通じて、当社の成長ストーリーの認知と、利益成長の蓋然性をより分かりやすく発信してまいります。これにより、市場評価の改善を図り、中長期的な企業価値および株主価値の向上を目指してまいります。

## Q/11 配当および株主優待の方針を教えてください。

A 当社は成長フェーズにあり、BRO-ZERO の拡大、M&A、システム・人材投資など、企業価値向上に向けた資金需要があります。一方で、株主の皆様への還元も重要な経営課題です。株主優待については、より多くの株主様に当社を継続的に応援いただける制度となるよう見直しを実施しました。配当についても、今期より開始できる見込みです。事業の成長とともに株主の皆様にしっかりと還元できるよう仕組みと制度を整えてまいります。

**株主還元について**

配当政策として、税引後当期純利益5億円以上で配当性向20%を実施予定

FY2026	予想
売上高	100億円
営業利益	17億円
経常利益	11億円
当期純利益	6.5億円

**FY2026予想では  
税引後当期純利益  
6.5億円**

⇒ 1株あたり21円16銭を予想

※2025年12月31日時点の発行済株式数145,000株。税引後当期純利益6.5億円を基準としています。※あくまで予想として計算しており、配当実施を決議したものではありません。

**株主還元について**

当社株式の投資魅力および流動性の向上を目的として、株主優待制度を変更および拡充

①優待品の主体の変更  
現行はQUOカード主体の優待であるところ、デジタルギフトを主体とする優待へ変更  
※従来の優待品であるオリジナルQUOカードも継続可能

②優待金額の増額

保有株式数	変更前	変更後
100株以上200株未満	QUOカード1,500円相当	デジタルギフト2,000円相当 (半期では1,000円)
200株以上400株未満	QUOカード2,000円相当	デジタルギフト4,000円相当 (半期では2,000円)
400株以上	QUOカード3,000円相当	デジタルギフト8,000円相当 (半期では4,000円)

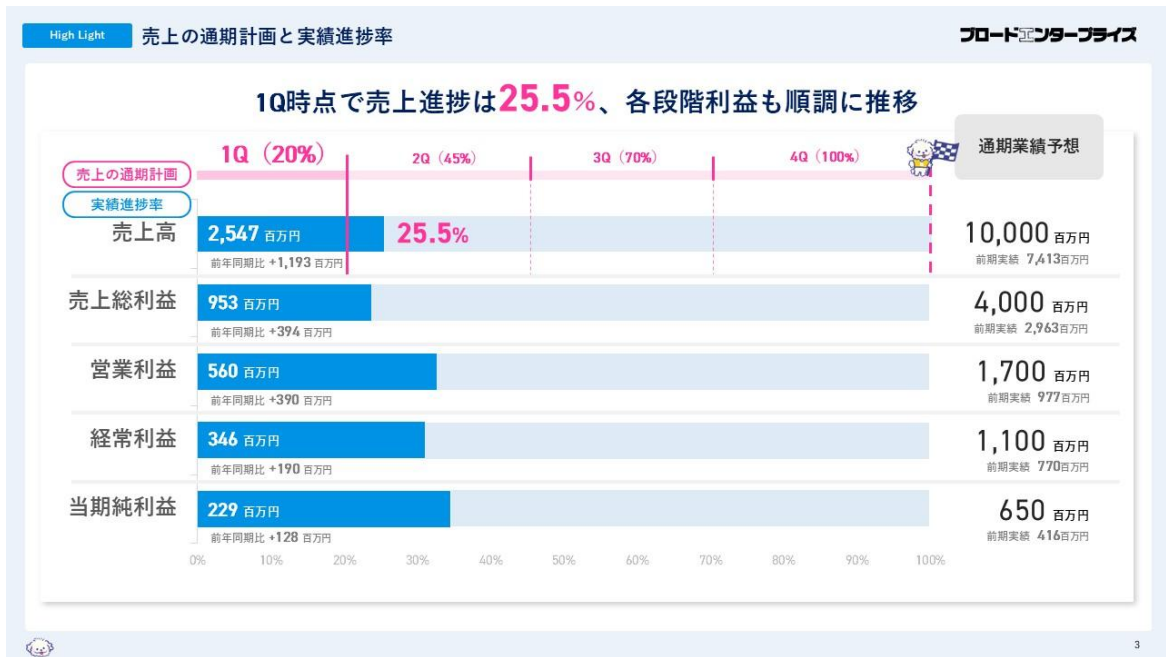
③継続保有要件の見直し  
現行の「1年継続保有による権利確定条件」を撤廃

④実施頻度の変更  
現行の年1回(12月末を基準日として実施)から、年2回(6月末および12月末を基準日として実施)へ変更

⑤変更時期  
2026年6月末日現在の株主名簿に記載または記録され、かつ1,000円(100株)以上の当社株式を保有されている株主を対象として、変更後の株主優待制度を開始。6月権利確定の株主には同年9月下旬までに発送、12月権利確定の株主には翌年3月下旬までに発送を予定

## Q/12 第1四半期の業績進捗をどのように評価していますか。

- A 第1四半期は、売上高・各利益ともに順調に進捗したと評価しています。第2四半期以降も引き続き BRO-ROOM・BRO-WALL の案件獲得に注力し、受注案件の完工時期、資材・工期の影響、債権流動化のタイミング等を確認しながら、通期計画の達成を目指していきます。



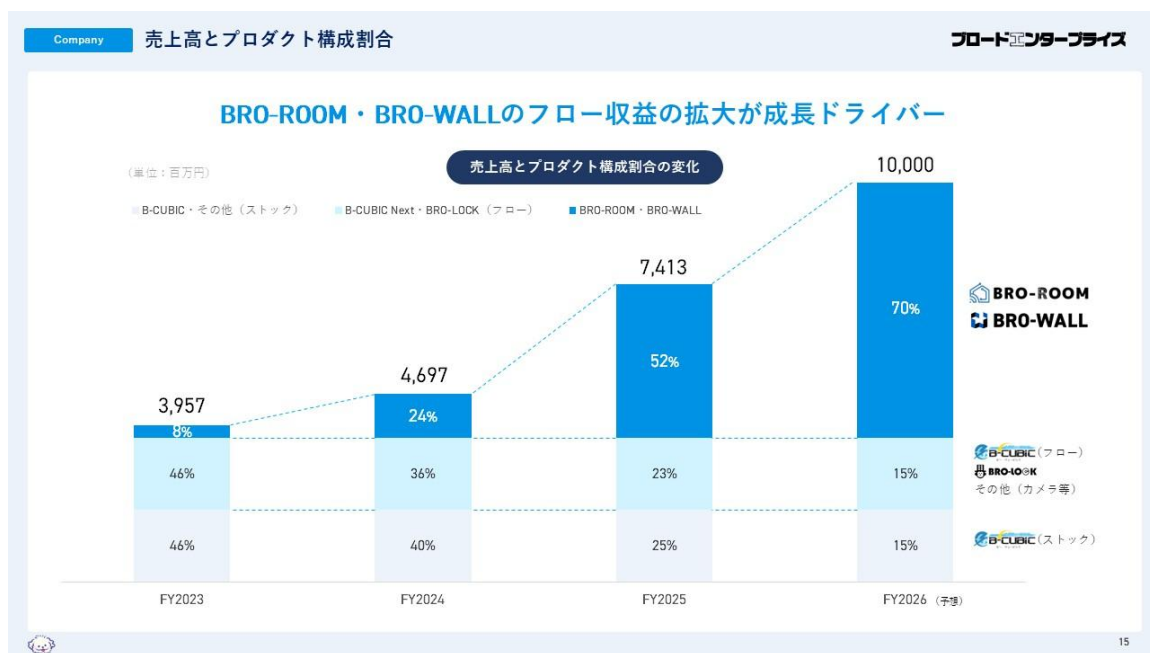
## Q/13 受注済みのフロー粗利と業績計上の関係を教えてください。

- A 受注済みのフロー粗利は、将来の業績につながる重要な先行指標です。ただし、受注した案件がすべて同じ四半期内または当期内に売上計上されるわけではありません。工事完了・検収をもって売上計上されるため、案件の規模や工期によって計上時期は変動します。特に大規模な案件であるほど、リードタイムは大きくなる傾向にあります。
- そのため、受注高を単純に年間で換算するのではなく、完工時期、工事進捗、受注残の消化ペースをあわせて見るのが重要です。第1四半期末の受注残は、今後の売上・粗利の基盤として積み上がっています。



## Q/14 商品ミックスの変化により粗利率は低下しますか。

- A B-CUBIC や BRO-LOCK に比べ、BRO-ROOM や BRO-WALL は相対的に粗利率が低くなる傾向にあります。これは、工事を外注に出し、当社はファイナンススキーム部分のみの粗利を得るモデルであることに起因します。外注先が得る実際の工事粗利は一般的なリフォーム・修繕工事に近い粗利率となります。そのため、BRO-ROOM や BRO-WALL の構成比が上がると、全体の粗利率はミックス上、低下する可能性があります。
- ただし、BRO-ROOM や BRO-WALL は案件ごとの粗利額が大きく、コストパフォーマンスに優れていることから、プロダクトに占める構成割合は高まっていくものと見込んでおります。



## Q/15 資材価格上昇や中東情勢による影響はありますか。

- A 第1四半期時点では、資材価格上昇や中東情勢による工事遅延・業績影響は限定的です。一方で、塗料、住設機器、ユニットバス等の一部資材について、価格上昇や納期遅延の可能性はリスクとして認識しています。
- 当社は、案件ごとの採算管理、販売価格の見直し、仕入先・施工先との連携、納期確認を行うことで対応しています。価格が上昇した場合には、受注率への影響を見極めながら、必要に応じて価格転嫁を行います。

## Q/16 債権流動化関連費用の考え方を教えてください。

- A BRO-ZERO は、債権を流動化することで資金回収を行うモデルであり、流動化に伴う金融コストは営業外費用等として計上されます。  
見た目上は費用が発生しますが、これは BRO-ZERO の事業拡大に必要な資金回収コストです。当社としては、流動化コストを含めたうえで採算管理を行い、利益成長につなげていきます。



## Q/17 貸倒リスクと貸倒引当金の考え方を教えてください。

- A BRO-ZERO では、契約者からの将来回収を前提とするため、一定の貸倒リスクがあります。当社は契約時の審査を行い、必要なエビデンス確認や与信管理を徹底しています。  
顧客属性としては不動産投資家が多く、複数案件で継続利用いただくケースもあります。一方で、貸倒リスクはゼロではないため、過去実績や回収状況を踏まえて貸倒引当金を計上し、保守的な管理を行っています。

## Q/18 債権流動化の仕組みを分かりやすく教えてください。

A 当社の BRO-ZERO は、契約者が本来一括で支払う工事費・設備導入費を、当社が先行して負担し、契約者には月額でお支払いいただく仕組みです。これにより、契約者は初期費用を抑えながら、リノベーションや大規模修繕、宿泊施設化などに取り組むことができます。

一方で、当社から見ると、工事代金を先に支払い、回収は長期間にわたるため、そのままでは資金回収に時間がかかります。そこで当社は、契約に基づく将来の月額回収債権を多数集めたうえで、金融機関等に流動化し、早期に資金化しています。この流動化により、会計上は債権売却損等の金融コストが発生しますが、これは BRO-ZERO を拡大するために必要な成長投資コストであり、当社の事業モデルの中核となる仕組みです。

債権流動化によって資金を早期に回収できるため、当社は回収を待たずに次の案件へ再投資できます。その結果、受注可能額が拡大し、売上・粗利の成長スピードを高めることができます。つまり、債権流動化は一時的には売却損が発生するものの、BRO-ZERO の提供力を高め、売上成長をブーストするために不可欠な仕組みです。

当社は、流動化コスト、貸倒リスク、資金回収期間を管理しながら、BRO-ZERO を軸に不動産オーナー様のキャッシュフロー最大化と、当社の持続的な成長の両立を目指してまいります。



**Q/19 債権は貸借対照表上どこに計上され、どの程度保有しますか。**

---

- A** 流動化前の契約債権は、貸借対照表上は売掛金等として計上されます。債権を一定期間保有し、一定額まで積み上がった段階で流動化を実施します。保有期間は案件や流動化タイミングによりますが、概ね半年から1年程度を想定しています。

**Q/20 借入・自己資本比率・エクイティファイナンスの方針を教えてください。**

---

- A** BRO-ZERO の拡大に伴い、流動化までのつなぎ資金として銀行借入が必要になります。借入には短期借入・長期借入があり、資金用途や返済期間に応じて使い分けています。
- 当社としては、借入と債権流動化だけに依存し続けるのではなく、財務健全性や自己資本比率も重要な経営課題と認識しています。エクイティファイナンスについては、現時点で具体的に決定した事項はありませんが、成長投資、株式の流動性、M&A、財務健全性、既存株主への影響を総合的に勘案し、適切なタイミング・手法を検討していきます。