

About BRO-ROOM

BRO-ROOMについて

株式会社ブロードエンタープライズ

東証グロース（証券コード：4415）

物件をバリューアップし、空室問題を解決

賃貸（マンション・アパート）市場をターゲットに、社会課題である空室問題に対して入居率を向上させるべく、インターネットサービス「B-CUBIC」を軸にしたIoTデバイスの販売を展開。物件のバリューアップやマンションオーナー様のキャッシュフロー最大化に貢献



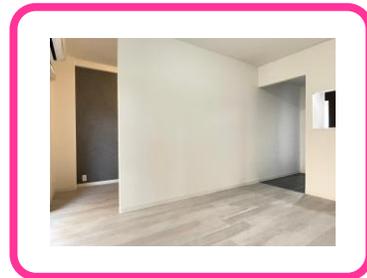
マンションにWi-Fiを。
全戸一括型インターネットサービス
「B-CUBIC」



IoTデバイス¹



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」



スマートカメラ



スマートロック



スマートサイネージ



スマートホーム

1. 現在開発中の商品を含みます。



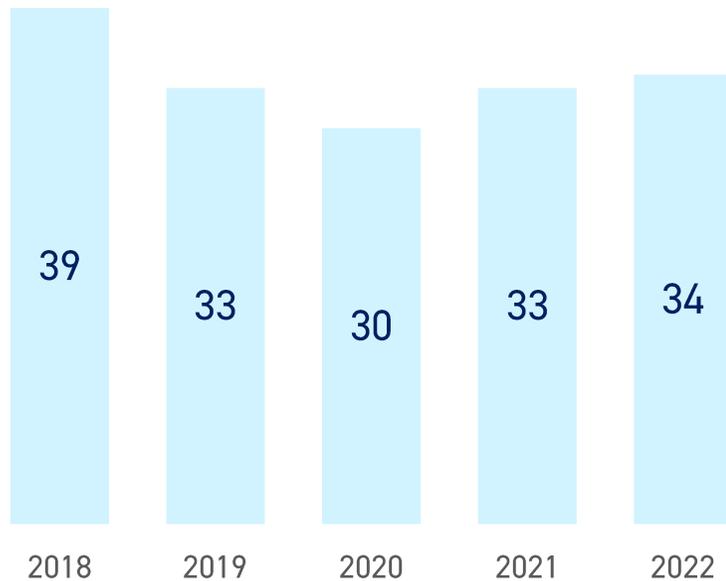
既築・賃貸市場では空室の増加が大きな課題

供給戸数が増加する一方、人口は減少し、空室率が上昇。物件は老朽化が進み周辺物件との差別化が難しくなる結果、マンションオーナー様のキャッシュフローが悪化し、リフォーム等のテコ入れをしたくても現金が無かったり、ローンを組むための与信枠が無く、改善できないという悪循環に

貸家の新築着工戸数推移¹

5年で169万戸の増加

(単位：万戸)



総人口の推移²

5年で178万人の減少

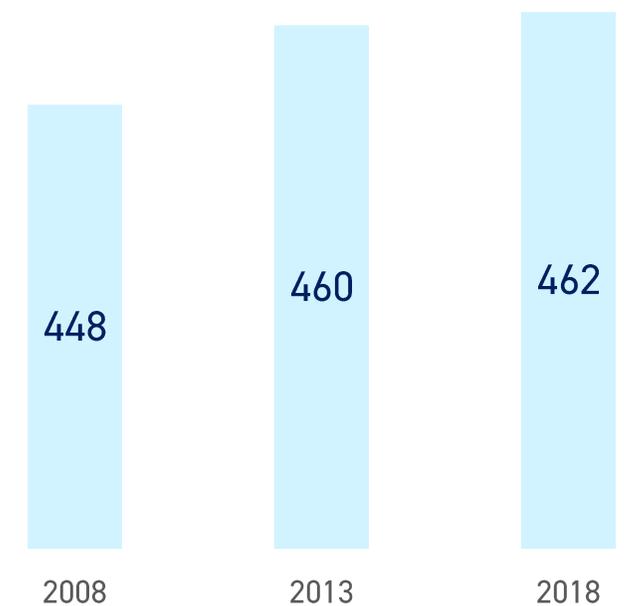
(単位：万人)



賃貸既築市場における空室状況³

10年で14万戸の増加

(単位：万戸)



1. 国土交通省 令和4年 新設住宅着工戸数の推移 (利用関係別) より当社作成。

2. 総務省 人口推計 - 2023年 (令和5年) 1月報 - より当社作成。

3. 国土交通省平成30年住宅・土地統計調査の集計結果より当社作成。



空室リノベーション市場の獲得可能なマーケット規模



約 **17.5**兆円¹

空室数の増加

収益を生まないお部屋

賃貸用住宅の空き家率は約**20%**に



IoTとリノベーションで生まれ変わり

初期導入費用0円プラン²を活用した
稀有なビジネスモデルでシェアを獲得

1. 総務省「平成30年住宅・土地統計調査、住宅及び世帯に関する基本集計」より得た2018年時点マンション戸数に直近4年間の新築戸数も加算した2022年時点の総マンション戸数に、賃貸用住宅の空き家率と当社「BRO-ROOM」の2022年度戸当たり売上単価を乗じ、算出。
2. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。



社会的課題である空室問題を解決するサービスを展開 専有部のIoT化×リノベーション×初期導入費用0円¹

専有部 IoT化



BRO-ROOM
宅内IoTリノベーション

リノベーション



三菱地所の総合スマートホームサービス

HOMETACT

※BRO-ROOM施工後の物件写真

IoTルームを構築するため、B-CUBICをセットで導入

1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。



代理店販売を主軸に販管費を抑えながら売上増を推進していくビジネスモデル

契約対象	賃貸住宅の空室 1 部屋ごと	
売上の詳細	リノベーション施工代金 + IoTデバイス販売・施工代金	
原価の詳細	リノベーション施工費用 + IoTデバイス仕入・施工費用	
(参考) FY2022 テストマーケティング時 1部屋あたり平均売上単価	シングルタイプ 約 2.8 百万円	ファミリータイプ 約 4.7 百万円
収益構造	フロー売上	

BRO-ROOMのメリット

- オーナー様：空室対策として効果の高いIoTリノベーションが初期導入費用0円で実施できる。
- 当社：リフォーム会社など代理店による案件獲得が主なため、販管費を抑えながら売上増加を狙える。



既築市場においてオーナー様負担を軽減する初期導入費用0円プラン¹ 業界では稀な債権流動化²により実現

ローンやリースなどの借入必要無し

初期費用 0円

	他社	当社
お支払方法	リース・ローン・借入を行い、多額のキャッシュを準備	初期導入費用0円 月額費用のみお支払い
支払方法比較	△ ファイナンス契約の審査が必要 △ 借入となるため与信枠を圧迫	○ ファイナンス契約の審査が不要 ○ 借入では無いため与信枠を使用せず

顧客の70%以上がご利用になる当社独自のファイナンスプラン。当社が提供するサービス全てに適用可能

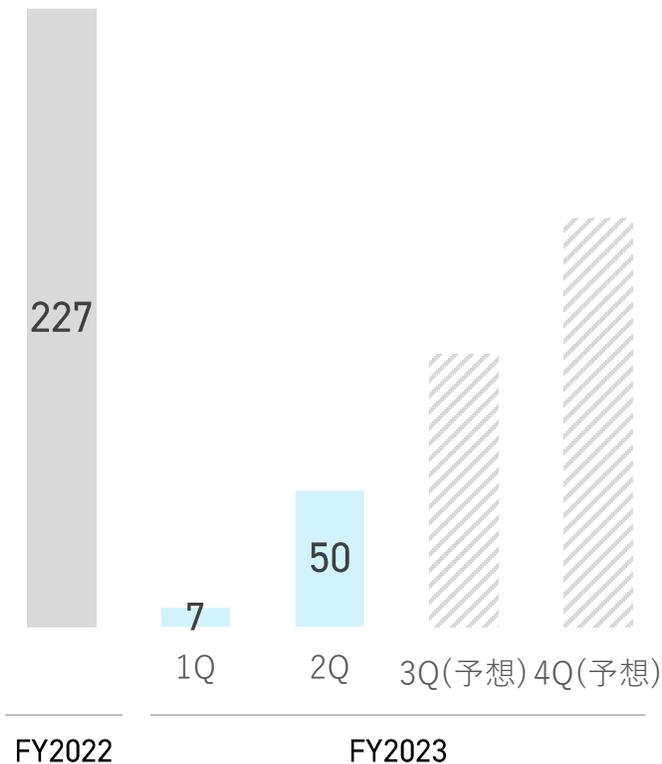
1. 初期導入費用0円プランとは、初期費用相当額を分割払いにしたプラン。 2. 債権流動化とは保有する債権を分離し、その債権が生み出すキャッシュフローを裏付けにして資金調達を行なう手段。



上半期で販売体制を構築。下半期より本格稼働し、当期で**250百万円**以上の売上を想定

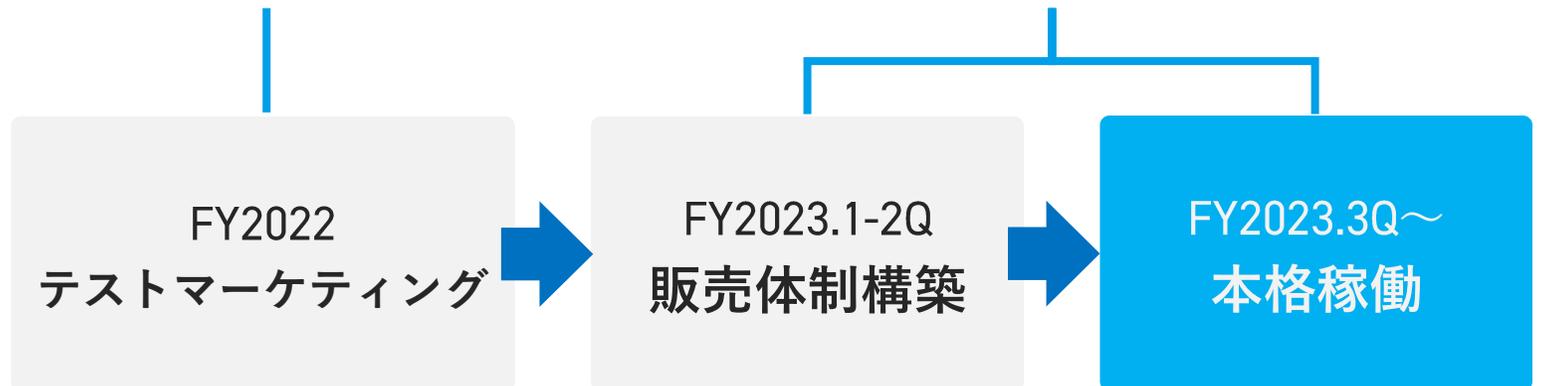
「BRO-ROOM」売上高の推移

(単位：百万円)



(参考) FY2022売上高
227百万円

FY2023売上高見込み
250百万円以上



(参考) 導入室数

FY2022
72室

FY2023 1-2Q
10室





BRO-ROOMの提案方法や営業手法はどういったものになるのでしょうか？



空室が多い物件や、リノベーションしたくてもキャッシュを回せず、お困りのオーナー様にご提案します。案件獲得は主に管理会社様やリフォーム会社様など、パートナー・代理店経由となり、既存のパートナー・代理店に取り扱いを促す提案を行っております。直販も徐々にスタートしており、第3四半期以降本格稼働しております。





売上計上タイミングは導入時でしょうか？その場合、期ズレのリスクはあるのでしょうか？



計上タイミングは導入・施工完了時となります。

期ズレについては、当社他商材と比較して高くなります。リノベーション施工において、お部屋ごとに様々なパターンが存在し、施工に必要な材料調達や工期自体の変動幅が大きいためです。





シングルとファミリータイプの導入比率について教えてください。



シングルタイプのお部屋が約80%、ファミリータイプは約20%となります。
FY2022のテストマーケティング時の結果であること、比率を算出するサンプルとしてのボリュームがまだ少ないことから、今後大きく変動する可能性がございます。



本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合において、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

