2026年10月26日

各　位

会社名　ＢＲＡＮＵ株式会社
代表者名　代表取締役　名富　達也
（コード番号：460A　東証グロース市場）
問合せ先　取締役ＣＦＯ　宇都宮　久之
（TEL 03-5413-4820）

成長戦略説明会での質問と回答について

日頃より、当社にご関心をお寄せいただき誠にありがとうございます。2026年10月20日に開催された成長戦略説明会でのご質問とその回答について、下記の通り開示いたします。なお、説明会では10月19日に開示いたしました下記資料の詳細を説明しております。

【成長戦略説明会：資料】
事業計画及び成長可能性に関する説明資料

【成長戦略について】

Q：人材採用の拡大が順調とのことですが、急拡大することによる弊害はありますか。地方での採用が順調に推移している理由も教えてください。

A：組織の拡大に伴い、人材育成や業務の標準化、組織間の連携が重要になると認識しております。当社では、営業、カスタマーサクセス、バックオフィスなど、それぞれの業務に応じた教育体制を整備し、育成ノウハウを蓄積しながら組織の拡大を進めております。今後も、人材の採用と育成を両輪で進めることで、組織の拡大と生産性の向上を両立してまいります。

地方での採用については、首都圏と比較して採用競争が相対的に緩やかであり、採用活動において応募者の母集団を確保しやすいことが背景にあります。仙台や福岡などの拠点で現地採用を進めることで、必要な人材の確保が順調に進んでおります。今後も各地域の採用環境を生かしながら、持続的な組織体制の強化を図ってまいります。

Q：地方の営業拠点から顧客に足を運ぶことで成約率が高まるのでしょうか？

A：当社が対象とする中小建設企業では、経営者自身が現場業務に従事しているケースも多く、対面でのコミュニケーションを通じて信頼関係を構築することが、新規顧客の獲得において重要な役割を果たします。
また、新たに拠点を開設した地域には、これまで当社が十分に接点を持てていなかった顧客が多く存在するため、開設初期には高い受注率を獲得できる傾向があります。加えて、地域に営業拠点を設けることで、顧客の課題やニーズを把握しやすくなるとともに、導入後のきめ細かなフォローも可能になります。
こうした営業接点の拡大と継続的な顧客支援を通じて、新規顧客の獲得とサービスの定着を促進し、顧客基盤の拡大につなげてまいります。

Q：SaaSだとRule of 40（40%ルール）のような成長ターゲットがありますが、御社の意識する成長性と収益性の中長期イメージはありますか。

A：当社は、売上成長と収益性の向上を両立させ、持続的な企業価値の向上を目指しております。2026年10月期の売上成長率は当初計画で32%を掲げており、着地は40%を見込んでおります。税引後当期利益率も着地はおよそ10%であり、引き続き利益率の向上を目指してまいります。
売上成長面では、営業拠点の拡充や販売パートナーとの連携、新たなサービスの展開を通じて顧客基盤を拡大するとともに、ストック型収益の成長を図ってまいります。利益成長面では、AIの活用による開発・営業の生産性向上や、地方拠点の拡充による営業体制の効率化などを進めてまいります。
Rule of 40 のような指標も参考になりますが、当社としては、売上成長と利益成長のバランスを重視し、中長期的な企業価値の最大化を目指してまいります。

Q：従来の説明では、2030年までに新規で7,000社の獲得だったと記憶しています。今回の資料では上方修正されていると思いますが、その理由を教えてください。

A：今回の成長戦略では、営業拠点の開設・拡充による営業体制の強化に加え、販売パートナーとの連携や新たな顧客獲得チャネルの開拓などを通じて、顧客基盤の拡大を加速する計画です。支店展開や現地採用が順調に進んでいることを踏まえ、採用計画や組織の増強計画を改めて見直しました。その結果、人材や営業基盤への投資を進めることで、顧客獲得のペースをさらに加速できると判断し、今回の成長戦略に反映しております。今後も、営業体制の拡充と顧客獲得チャネルの多様化を着実に進め、掲げた目標の達成を目指してまいります。

Q：M&Aについてどのように考えていますか？

A：M&Aは、当社の成長を加速させるための有効な選択肢の一つと考えており、継続的に情報収集を行っております。当社は、建設 AX プラットフォームの拡大と、中小建設企業への提供価値の向上を目指しています。その実現に向けては、自社でのプロダクト開発や営業基盤の拡充に加え、外部企業との連携やM&Aなど、さまざまな選択肢が考えられます。今後も、当社の成長戦略との整合性、事業上のシナジー、投資対効果、財務健全性などを総合的に勘案し、持続的な企業価値の向上につながる成長機会を検討してまいります。

【特許戦略について】

Q：特許戦略について、詳細と業績影響の期待感を教えてください。

A：当社は、建設業に特化した AI 技術の開発と知的財産の確保を進めております。その一環として、これまで蓄積してきた建設業に関するデータや知見を活用し、AI による危険予知・安全管理に関する技術について特許を出願しております。今後は、こうした技術を「CAREECON Plus」に実装し、顧客企業の現場における安全性や業務効率の向上につなげていくことを目指しております。また、継続的に利用する価値の高い機能を拡充することで、サービスの定着を促進し、チャーンレート（解約率）の低下にも寄与することを期待しております。さらに、危険予知・安全管理の分野にとどまらず、AI 技術全般における知的財産の確保を進め、独自技術の競争優位性を強化してまいります。なお、現時点では、特許戦略による業績への具体的な影響額をお示しする段階にはありません。

【ビジネスモデルについて】

Q：フロー型収益のメインは何でしょうか。Web 作成なのでしょうか。マッチングなのでしょうか。ストック収益のご説明はかなりいただいたのですが、フロー収益のイメージができないので教えてくださ

い。

Ａ：当社のフロー型収益の主力は、建設マッチングメディア「CAREECON」への優先掲載と、顧客企業のWebサイトを含むオウンドメディアの構築を組み合わせた「メディアパッケージ」です。
「CAREECON」への掲載を通じて顧客企業への集客機会を提供するとともに、同サイトから顧客企業のWebサイトへ誘導する仕組みを構築しております。メディアパッケージは、基本料金220万円で提供しており、顧客のニーズに応じてオプションを追加する場合もあります。フロー型収益の約8割をこのメディアパッケージが占めており、主力商材となっております。一方、ストック型収益は、「CAREECON Plus」などの月額利用料を中心とした継続収益です。フロー型サービスを通じて顧客との接点を構築し、その後、顧客の経営課題や事業成長に応じてストック型サービスの導入や利用範囲の拡大につなげることが、当社のビジネスモデルの特徴です。今後も、新規顧客の獲得と継続的な収益の拡大を両立してまいります。

Ｑ：中小建設企業にとって初期導入費220万円に対して、導入顧客が得られる効果はどのようなものでしょうか？感覚的に高いように感じるのですが、そのようなことはないですか。

Ａ：メディアパッケージは、単にオウンドメディアを企画・制作するだけでなく、マッチングメディア「CAREECON」への優先掲載や顧客企業のWebサイト構築を組み合わせ、集客・受注や人材採用の機会創出を支援するサービスです。当社の強みは、中小建設企業に特化して事業を展開してきたことで蓄積した業界知見やデータを活用し、顧客企業それぞれの課題やニーズに応じた提案ができる点にあります。さらに、施工管理、採用管理、マーケティング、CRM、経営管理までを一気通貫で支援するSaaS「CAREECON Plus」と組み合わせることで、集客や採用といった個別の課題にとどまらず、企業の業務改善や経営基盤の強化までを見据えたDX支援を提供できることも、大きな特長です。メディアパッケージの基本料金は220万円（税込）で、顧客のニーズに応じてオプションを追加する場合もあります。導入費用の妥当性は、制作物の費用だけでなく、集客機会の拡大や受注への貢献など、導入によって得られる効果も含めて評価されるものと考えています。例えば、新たな工事案件の受注につながれば、その受注金額や収益によって導入費用を回収できる可能性があります。今後も、中小建設企業に特化して培ってきた知見と、メディアおよびSaaSの双方を提供できる強みを生かし、顧客企業の課題解決と持続的な成長に貢献してまいります

Ｑ：Middleプランの導入はどのような効果をもたらしていますか。

Ａ：Middleプランは、従来のminiプランとStandardプランの間に位置する選択肢として、2026年1月に提供を開始しました。従来は、miniプランとStandardプランの価格や機能に大きな差があり、その間を埋めるプランへの需要がありました。実際にMiddleプランの導入によって、顧客企業の規模や成長段階、業務上のニーズに応じた柔軟な提案が可能になっております。導入は順調に進んでおり、顧客層や利用ニーズに応じたプラン提供を通じて、ARPU（顧客1社当たりの平均売上高）やARR（年間経常収益）の拡大にも寄与しております。今後も、顧客企業の課題や成長段階に応じたサービスの提供を通じて、ストック型収益の成長を図ってまいります。

【チャーンレート（解約率）について】

Ｑ：社員数の少ない中小建設企業がサービスを使い切れず解約してしまうことはありますか？

Ａ：中小建設企業では、企業規模やIT活用の状況、抱えている経営課題がそれぞれ異なるため、サービスの活用状況にも違いがあります。当社では、サービスの導入にあたり、顧客企業の課題やニーズに応じたプランや機能を提案するとともに、導入後もカスタマーサクセスの担当者が各社に付き、活用方法の案内や運用面の支援を行っております。こうした伴走支援を通じて、顧客企業がサ

ービスを使いこなし、導入効果を実感できるよう取り組んでおります。また、当社のサービスは、顧客企業の成長や課題の変化に応じて、利用する機能や範囲を広げられることも特徴です。今後も、導入後の支援と機能の拡充を通じてサービスの定着を促進し、継続利用の向上に努めてまいります。

【マクロ環境について】

Q：中東情勢やコスト高の影響による中小建設企業の経営状況の悪化を理由とした契約社数の伸びの鈍化等はありますか。

A：中東情勢やナフサショック、資材価格の上昇など、中小建設企業を取り巻く経営環境には不透明な要素があると認識しております。一方、現時点では、こうした外部環境が当社プラットフォームの契約社数の増加に大きな影響を与えている状況は見られておりません。新規顧客の獲得は順調に進んでおり、外部環境の悪化を理由とする解約の増加も、現時点では確認されておりません。また、当社が運営する建設マッチングメディアでは、工事を求める募集が増加するという変化も見られております。これは、当社のマッチングサービスにとって追い風となる動きと捉えております。今後も、外部環境の変化が顧客企業の投資判断や当社の事業に与える影響を注視しながら、中小建設企業の集客や業務効率化などの課題に対応したサービスの提供を通じて、継続的な顧客獲得と顧客基盤の拡大に取り組んでまいります。

【免責事項】 本資料の一部には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績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。将来の業績は環境の変化などにより、実際の結果と異なる可能性があることにご留意ください。本資料に関して、当社は細心の注意を払っておりますが、内容に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、事由の如何を問わずに一切責任を負うものではありません。今後、新しい情報・将来の出来事などがあった場合であっても、当社は、本資料に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。また、本資料に誤りが含まれている場合、通知なしに内容の変更を行うことがあります。

以上