



2026年4月10日

各位

会社名 B R A N U 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 C F O 宇都宮 久之  
(TEL 03-5413-4820)

## 2026年10月期第1四半期決算開示後にいただいた質問と回答について

当社は、2026年3月17日に2026年10月期第1四半期決算を開示後、投資家の皆様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。[「2026年10月期第1四半期決算について想定されるご質問への回答について」](#)もご覧ください。

なお、本開示は投資家の皆様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーの観点から、当社が自主的に実施するものです。皆様のご理解を賜ることを目的として一部に内容・表現の加筆、修正をおこなっております。

### 【2026年10月期第1四半期業績について】

Q: 今後のリカバリープランで触れている、インバウンドマーケティングによる販売拡大戦略の具体的な内容や、どのように第2四半期以降のリカバリーにつながっていくのか教えてください。

A: インバウンドマーケティングの拡大は、新規獲得の流入経路を多様化させ、成長の加速化を意図して行っております。具体的には、SNS広告への投資を拡大し、顕在顧客層へ「課題解決型ストーリー」による購買意欲喚起を行い、引きの商談獲得を狙いました。インバウンドマーケティングへの投資の結果、商談や受注は増加したものの、与信審査を通過せず売上計上につながらない案件が数多く発生し、当該商談へ営業リソースを費やした分の機会損失が生じました。

この結果へのリカバリープランとして、商談アポイントを獲得する段階での事前ヒアリングにより与信情報を把握し、経営面で安定的な与信状況の良い企業に絞って商談するフローへと変更しました。また、SNS広告の集客フェーズでは、商談結果から得られたユーザーの与信属性をデータ化し、チューニングを実施することで、与信状況が良い顧客へのアプローチを行なう改善を実施しております。今回の改善により、インバウンドマーケティングによる新規顧客拡大を効率よく実現するノウハウを獲得し、営業リソースの最適な配分を保ちながら、第2四半期以降の収益拡大につなげることが可能となりました。

Q: 建設業界の働き方改革が第1四半期業績に影響したそうですが、実際の働き方改革の現状について教えてください。

A: 建設業界は2024年に働き方改革（上限規制）が本格始動しました。2024年4月、建設業に5年間猶予されていた「時間外労働の上限規制」がついに適用され、残業時間は原則として月45時間・年360時間以内、月60時間を超える残業代の割増率を25%から50%へ引き上げ、年5日の確実な有給休暇取得が完全義務化となりました。この働き方改革の影響が、今期本格的に中小建設企業にも波及しております。当社の第1四半期は、年末年始を挟むため、顧客の長期休暇取得が想定より多く、特に12月後半から1月前半の新規営業の商談が後ろ倒しとなりました。一方で、労働力不足の問題、2024年問題に伴う残業代や外注費等のコスト増も課題となっていることから、経営管理の成否が中小建設企業の存続を左右する環境下、「CAREECON Plus」への需要は必然的に高まっており、これからが最大の販路拡大期であると確信しています。

## 【ビジネスモデルについて】

Q：「CAREECON」の掲載は無料と書かれていますが、一方でサイト内でのプレミアム掲載という表現もあります。「CAREECON」のサービス概要や収益モデルについて、具体的な説明をお願いします。

A：以下のような流れで収益をあげております。

フロー収入は、マッチングメディアの「CAREECON」へのプレミアム掲載と自社サイトの構築（集客を強化する目的でのオウンドメディアの構築料）からなる「メディアパッケージ」です。マッチングメディアを利用して工事案件を受注するには、自社サイトで自社の施工分野の強み等を事前に閲覧してもらうことが有効であり、これらをパッケージとして提供することで受注機会を最大化するサービスとして提供しております。

マッチングメディア「CAREECON」上での「掲載無料」と「プレミアム掲載」の使い分けですが、プラットフォームの価値を最大化する戦略的な棲み分けです。

掲載無料:「CAREECON」自体は無料でご登録、ご掲載いただけます。無料会員も、協力業者の募集や工事案件への応募が可能であり、まずは多くの「CAREECON」登録ユーザーを増やすことで、マッチングの機会が増加しマッチング媒体としての付加価値が高まります。また、サイト内のコンテンツ量が増加しサイト全体の検索エンジン順位（SEO）を高める「呼び水」として機能させています。

プレミアム掲載（フローおよび一部ストック）:サイト内で競合よりも目立つ位置（検索結果の上位や特集枠）に表示させかつ、ページをリッチな内容として制作するサービスです。登録者が増えるほど、上位表示を希望する「CAREECON」間の競争が生まれるため、優先掲載枠としての価値が自然と上昇する構造になっています。ここに、「メディアパッケージ」をご契約された顧客の企業紹介をプレミアム掲載として掲出するパッケージとなっております。

また、当社の収益モデルの全体像は、初期に「メディアパッケージ」で顧客の新ビジネス開拓に繋がる案件獲得や採用支援に繋がるオウンドメディアを構築します。このオウンドメディアの維持運用のため、CMSの利用を含む「CAREECON Plus」miniプラン（月額1.2万円）の導入が必須となっております。

「CAREECON Plus」miniプランはストック収益型のサービスであり、カスタマーサクセス部門が伴走支援を行いながらより高度な機能を具備したStandardプラン（月額10万円）へのアップセルを図ります。このように、当社の収益モデルは、フロー収益型とストック収益型が両輪となって安定収益を積み上げる、LTV（顧客生涯価値）を重視した設計となっております。

## 【株価について】

Q：公募価格を頂点に株価が低迷しておりますが、株価対策を行なう予定はありますか？

A：株価対策としては、「持続的な成長」と「株主還元への姿勢」を数字で証明し続ける必要があると考えており、以下の3点に注力してまいります。

### 1. 第1四半期の先行投資を「確実な収益」に変える実行力

第1四半期の利益減は、建設業界における労働力不足に起因する2024年問題を背景とした建設DX市場の急拡大を捉えるための、戦略的な人材採用（営業部門、プロダクト開発部門）、および積極的なインバウンドマーケティング施策への投資によるものです。IT投資ポテンシャルを持つ中小建設業市場において、初期費用220万円（フロー収益）で顧客に深く入り込み、その後のプラン別の月額1.2万円～10万円（ストック収益）へと繋げるモデルは、着実に進捗しておりまして、第2四半期以降は有効リードの獲得は図れていることから良好な収益伸長を予想しております。この投資が今期後半以降、どのようにトップラインの成長に寄与するか、適時開示を通じて透明性高く説明してまいります。

## 2.株主還元の検討

株主の皆様への還元は、経営の最重要課題の一つです。現在は成長投資を優先しておりますが、バリュエーション（株価水準）が事業実態を正しく反映していないと判断される場合には、配当実施等の株主還元の実施や将来的には自己株式の取得（自社株買い）についても、取締役会において真剣に検討してまいります。実施時期やボリュームは、成長投資のための資金需要とバランスをとって判断してまいります。

## 3. IR（投資家向け広報）の抜本的改善

IR体制整備について、現在は当社代表取締役、取締役 CFO、1月から採用した IR 担当者の体制をとっており、積極的な情報開示と株主様との対話を深めてまいります。半期ごとの決算説明会の開催・書き起こし配信、機関投資家との個別面談、個人投資家向け説明会、当社に寄せられた質問への回答を定期的に公表、公式 X・note の運用等を予定しております。決して目先の利益や上場に満足しているわけではなく、中長期的な企業価値向上により、株主の皆様のご期待に応えてまいります。

### 【マクロ環境が及ぼす影響について】

Q：現在、建築資材と労務費の高騰や、イラン情勢などのマクロ環境の変化が、解約率などのビジネスに与える影響を教えてください。

A：まず、現在の国際情勢における日本国内の景気への影響でございますが、長期化することになれば、当社がメインターゲット層の中小建設企業においても、資材高騰や労務費の上昇により、徐々に厳しい経営環境になる可能性は十分に認識しておりますが、今期の見通しとして回答いたします。

今期の解約率（チャーンレート）の想定につきましては、開発投資により段階的に低下させることを計画していますが、今期の解約率は「CARECON Plus」mini プラン、Standard プランともにほぼ同水準（年間チャーンレートで mini プランは 0.25% 台、Standard プランは 2.5% 台）を想定しております。解約率の据え置きを想定している理由ですが、市場では資材・労務費の 20～30% 高騰が叫ばれておりますが、当社の主要顧客層である中小建設企業においては、以下の理由から経営体力への直撃は「緩やか」かつ「後方的」とであると分析しています。

1. 調達には元受け企業が負い、支給材である：多くの公共工事や大手ゼネコンが発注する案件では、主要な資材（鋼材、コンクリート、設備機器など）を発注元が用意し、中小建設企業は「労力」のみを提供する「労務単価契約」に近い形をとっております。従いまして、資材価格が 20～30% 上がる場合、それは発注元のコスト増となります。当社の顧客である中小建設企業は、労働を提供する『施工の対価』を受け取る立場にある企業様が非常に多いため、原価高騰による逆ざやリスクを直接的には背負わない立場となります。
2. イラン情勢とエネルギー価格の転嫁：原油高の影響が末端の建材価格や物流費に完全に転嫁され、中小建設企業・工務店の利益を圧迫し始めるまでには、サプライチェーンの構造上、少なく見積もっても半年以上のタイムラグが生じると想定しております。日常的に業務用車両を使用する際にガソリン代の上昇が懸念されますが、製造業や運送業とは異なり、建設業（特に工務店や専門工事会社）におきましては、ガソリン代や軽油代が総原価に占める割合は一般的に 1～3% 程度です。
3. 地域密着型のビジネス展開：都市部の大型案件と異なり、地場の中小建設企業は地域密着型での業務が多いことから固定費が低く、施主との価格交渉（スライド条項の適用や仕様変更）も柔軟に行えるため、即時の倒産リスクは限定的にとらえております。

このような理由から、当社では、現時点の国際情勢におけるパニック的な解約増を織り込む必要はなく、むしろ「原価管理を厳格化するための IT 投資」という逆説的な需要をチャンスであると捉えております。

【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