

2026年6月12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)

2026年10月期第2四半期決算について想定されるご質問への回答について

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月期第2四半期決算において、関心が高いと予想されるご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2四半期業績、通期業績見通しについて】

Q：第2四半期の業績達成の要因について説明してください。

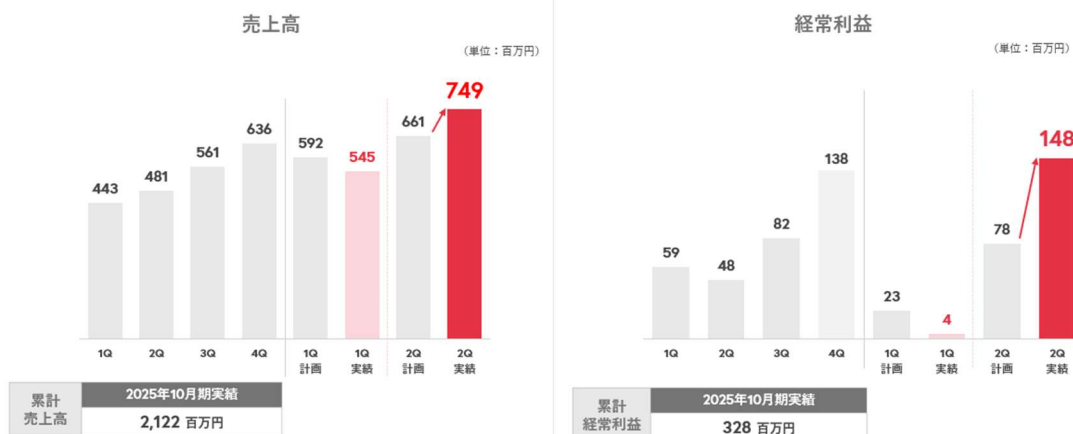
A：第2四半期実績は売上高が計画を上回り、1,294百万円となりました。第1四半期は予想を下回りましたが、第2四半期は2つの主要要因で業績予想を達成し、第1四半期の遅れをとり戻しました。

- ① 営業部門の組織体制を強化：営業支店規模（大阪支店、仙台支店）の拡大、営業人員増強によって、新規顧客の獲得に繋がりました。
- ② 収益基盤の拡大：既存顧客に対して「CAREECON Plus」の新機能拡充に伴う、付加価値の高い提案等により、「CAREECON Plus」miniプラン（月額12,000円）から上位プランであるMiddleプラン（月額30,000円～50,000円）、Standardプラン（月額100,000円）へのアップセルが好調に推移したことで、顧客単価月次ARPUも24,733円（2026年10月期第1四半期）から25,535円（2026年10月期第2四半期）向上しました。また、アップセルプランの解約率（チャーンレート）が、2.54%（2026年10月期第1四半期）から2.44%（2026年10月期第2四半期）へ低下傾向にあることから、収益基盤が拡大いたしました。

第2四半期の売上高および経常利益

売上高は1,294百万円で前年同期比40.0%増、経常利益は同41.4%増の152百万円

- ▶ 支店の規模拡大による顧客接点の増加が業績に貢献。顧客ニーズに的確に応えることで新規顧客の獲得が順調に推移し、売上高・利益ともに計画を上回る着地となった
- ▶ 既存顧客に対しては新機能の拡充に伴う付加価値の高い提案等によりアップセルが好調に推移。顧客単価の向上と収益基盤の拡大を実現



Q：第2四半期に支店別売上推移と拠点別人員推移を公開したのはなぜでしょうか？

A：営業拠点の組織拡大とそれに伴う売上が比例して順調に推移していることをご説明する資料として、今回追加いたしました。

Q：Middleプランを導入進展が決算好調の要因となっているとことですが、Standardプランの販売が鈍化する恐れはないでしょうか？

A：Middleプランの導入が増加しても、依然として新規獲得数のうち10%程度がminiプランからStandardプランへ移行しておりこの比率は鈍化しておりません。商談の流れとしては、まずはStandardプランを提案し、価格、機能の面から導入に至らなかった顧客に対してMiddleプランを提案することとしております。今後はMiddleプランを活用し、企業規模が成長した顧客がStandardへ移行するケースも発生すると見込まれ、長期的にはStandardプランへの移行率は増加するものと見込んでいます。

Q：AI駆動型開発への移行を発表していますが、開発スピードの向上による機能強化が、どの程度今期の業績、来期以降の業績に影響するのか、見通しを教えてください。

A：開発スピードの向上を業績数値で表すのは難しいですが、AI駆動開発体制により当社のプラットフォーム構想の早期実現や、AI on SaaSの実現が早まることは確実です。これらは、営業代行プラットフォーム等でのテイクレート収益モデルなどの収益ラインの多様化、新規顧客獲得の加速化、解約率等のKPIの改善で、大きく業績に影響していく見込みです。

Q：インバウンドマーケティングによる商談成約率が第1四半期で15.7%だったのに対し、第2四半期では28.1%に上昇しています。一方で、スクリーニングを続けることで、今後アプローチできる商談の母数自体がどんどん先細りしていってしまうリスクはないでしょうか？今後の見通しや対策があれば教えてください。

A：スクリーニングにより商談数が減るのは間違いありませんが、営業効率性のメリットが大きく上回っております。また、スクリーニングは一定の内容で行っているため、スクリーニングを行うことを前提とした後の商談の増減はインバウンドマーケティングへの広告投資をどれくらいの金額投じるかによっています。したがって、スクリーニングが原因で先細りすることはなく、しっかりとしたユニット利益が獲得できている限り、広告費を投じてインバウンドマーケティングの規模を拡大させる方針です。

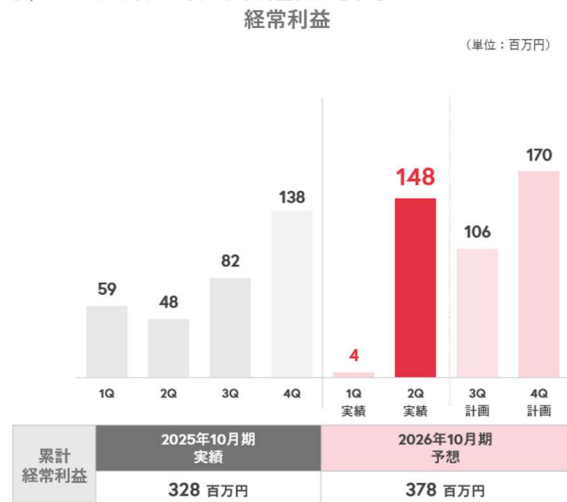
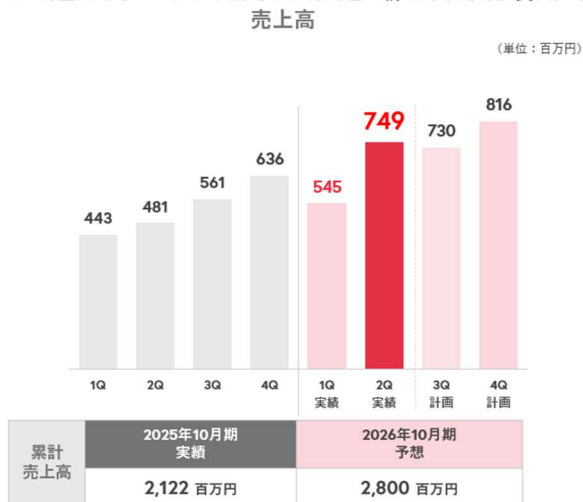
Q：通期業績の達成見込みについて教えてください。

A：第2四半期の3か月間の業績は、その水準を下期6か月間継続すれば通期業績見通しに届くレベルのものです。第2四半期の好業績の要因、例えば支店における採用はまだ支店のキャパシティもあり、今後の採用も続いていくため、さらに伸ばさせていけるものです。「CAREECON Plus」もStandardプラン、Middleプランの増加でARPUや顧客数を拡大させていけると見込んでおります。当然、第2四半期と同水準を継続することに満足せず、下期6か月ではさらに業績をのばしていく施策を打っていきますので、通期業績予想は十分に達成していけるものと判断しております。また、この第1四半期から第2四半期への成長を加味すれば、通期業績予想を大きく上回ることもあり得ますが、業績予想の修正については確度が上がったタイミングを適切に見極め、公表の有無を判断していきたいと考えています。

四半期ごとの売上高および経常利益の予想

四半期業績予想

- ▶ 支店の拡充・規模拡大に加え、下期における新卒採用を中心とした組織拡大、ストック型の「CAREECON Plus」の積上げにより、四半期毎に持続的な売上拡大を見込む
- ▶ 利益面でもプロダクト開発や人材関連の戦略的な先行投資負担を吸収し、第3四半期以降も良好な利益拡大を予想



© BRANU Inc. All rights reserved. 18

【ストックオプションについて】

Q: ストックオプションの発行について、どのような意図で発行しているのでしょうか?

A: 第5回のストックオプションは、上場以前もしくは上場直後に当社に入社した管理職を対象としております。企業価値の向上に向けて長期的に貢献してもらうことを意図した配布となります。人材の獲得競争がし烈になっていく中、入社した優秀な人材の定着を高めることも企業価値形成の上で非常に重要な課題となっています。

【株価について】

Q: 上場後から株価が低迷していますが、現在の株価低迷の要因とその責任、また株価上昇のための取り組みについて教えてください。

A: 株主の皆様には、現在の株価水準によりご期待に沿えず、非常に厳しい状況が続いていることを深くお詫び申し上げます。この株価低迷という結果につきまして、IR担当役員として重く受け止めております。

現在の株価低迷の主な要因は、上場直後の期待値に対する認知不足とグロース市場全体への資金流入の停滞、そして何より当社の本質的な成長力と安定したストック収益基盤が、まだ市場へ十分に伝わりきっていない、情報発信の不足にあると分析しています。

株価上昇および企業価値向上に向け、以下の3点にコミットし、早期の株価反転を目指します。

① 業績予想の必達とストック収益の拡大:

まずは開示している通期業績予想を確実に達成し、新規開拓によるフロー収益と、当社の強みである「CAREECON Platform」を通じて提供する高利益率なストック収益を積み上げ、文字通りの「持続的な高成長」を数字で証明してまいります。

② IR・広報・マーケティングの抜本的強化：

今後は、機関投資家・個人投資家の皆様との対話機会を大幅に増やしてまいります。IR note マガジン上の継続的な発信に加え、決算説明会・会社説明会の動画配信や、投資家向けメディアへの露出を強化し、流動性と認知度の向上を図ります。

③ 資本効率の最適化：

事業成長への投資を最優先としつつも、株価水準やキャッシュ・フローの状況を勘案し、最適な資本構成と株主還元のあり方を柔軟に検討してまいります。

【マクロ経済、社会情勢について】

Q：ナフサ調達の遅れによる建設業界へのインパクトをどのように捉えていますか？売上への影響についても教えてください。

A：現在発生しているナフサの調達遅延（ナフサショック）は、当社の主要顧客層である中小建設事業者様や工務店様に対して、主に「建材価格の高騰」と「工期遅延リスク」という2つの面で深刻な構造的インパクトを与えていると認識しております。マクロ環境の影響は常に注視しておりますが、本件が当社の今期業績へ与える直接的なマイナス影響は軽微、あるいは限定的であると試算しております。業界全体の資金繰りが長期的に悪化すれば、中長期的なIT投資の原資が細るリスクは否定できません。そのため、当社としては、顧客の経営状態を注視しつつ、資金繰り改善に寄与するような機能・サービスの提供も含め、パートナーとして伴走を強化してまいります。

Q：改めて、「SaaS is Dead」という懸念における見解をお聞かせください。

A：AIの登場によって、ソフトウェア開発企業が正念場に立たされていると報道されています。しかしながら、業界特化型の基幹システムを提供するSaaSはAIで完全に代替することは難しく、AIとの連携が一層進むと考えております。

建設業界は特有の複雑な商習慣や現場のワークフローがあり、汎用な生成AIの活用のみでは有効な回答を導き出せない課題が多く抱えております。また、当社のメインとなる顧客層は中小建設企業であり、建設業界特有の複雑な商習慣や現場のワークフローがある中小建設企業が自ら実施するのは困難であるため、AIを搭載した当社プロダクトの活用することでAIの恩恵にあずかる形となりビジネスチャンスが生まれます。

加えて、競合他社が類似のサービス開発のスピードを上げてくることも考えられますが、単に生成AIをプロダクトに導入するのみでは差別化要因にならず、対象顧客業種に特化したユニークなデータの構造的、体系的な構築が差別化のキーとなります。この点、当社は圧倒的な中小建設企業の顧客との取引から得られたユニークデータを保持し、AI活用における競争優位性を築いております。

以上のように、当社はこの状況をむしろ強い追い風であり、AIに代替される側ではなく、AIの進化は当社のプロダクト価値を飛躍させるブースターであると考えております。あくまで顧客ビジネスに深く入り込み、なくてはならない存在となることで、よりビジネスチャンスが広がる状況であると捉えておりますので、生成AIを用いて顧客ニーズを先取りした自社プロダクト開発に注力し、中長期的な企業価値向上に努めてまいります。

【事業戦略、知財戦略、成長戦略について】

Q：ナレルグループとの業務提携において、今期の業績にどの程度寄与すると考えているのでしょうか？

A：今期は、当社の顧客で採用強化をしたい企業に対し、「職人スカウト」を提案してまいります。ナレ

ルグループから営業部門へのオンボーディングも実施し、7月1日から販売していきます。同時に、ナレルグループが彼らの顧客基盤に対し、当社の「CAREECON Plus」を提案していきます。現時点では具体的な目標数値は公表できませんが、両社で案件獲得化を目指してまいります。今期の業績への影響は現段階では軽微なものとなる見込みですが、運用を軌道に乗せて、中長期的には事業拡大及び企業価値向上を実現できるように推進してまいります。

Q：今回の知財戦略についてわかりやすく簡潔に説明してください。また、どのようにマネタイズされるのでしょうか？

A：今回の知財戦略は、当社の建設DXソリューションにおいて、競合他社と比較する中でも圧倒的な優位性を守り、中長期的な成長を確実にするための『成長の羅針盤と、揺るぎない基盤』づくりと言えます。マネタイズにおいては、主に既存SaaSサービスの付加価値向上（客単価・継続率UP）を視野に入れております。特許によって模倣を防いでいるため、価格競争に巻き込まれることなく、高い利益率を維持したままストック収入を積み上げることを目指しています。

Q：成長可能性資料をアップデートしないのですか？

A：当社は『事業計画及び成長可能性に関する説明資料』について、一度開示して終わりではなく、市場環境の変化や当社の事業進捗を織り込んだ「定期的なアップデート」を当然の前提として計画しております。できるだけ早いタイミングで最新の事業戦略をお伝えすべく、検討しております。

【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つた場合であっても、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