



2026年6月17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2四半期決算説明会書き起こしおよび動画公開のお知らせ

2026年6月15日に開催いたしました2026年10月期第2四半期決算説明会の書き起こしおよび動画を公開いたしましたのでお知らせいたします。なお、書き起こしには質疑応答も含まれております。

投資家の皆様の当社に対するご理解を深めていただく一助となれば幸いです。

記

### 【2026年10月期第2四半期決算説明会：動画】

下記リンクからご視聴いただけます。

<https://www.youtube.com/watch?v=STc5ZwkTKtk>

### 【2026年10月期第2四半期決算説明会：書き起こし】

次頁以降をご覧ください。

### 【2026年10月期第2四半期決算短信】

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/460A/tdnet/2835011/00.pdf>

### 【2026年10月期第2四半期決算説明資料】

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/460A/tdnet/2835037/00.pdf>

### 【お問い合わせ先】

BRANU 株式会社 経営企画室 IR 推進チーム [investorrelations@branu.jp](mailto:investorrelations@branu.jp)

以上

# BRANU 株式会社

2026 年 10 月期第 2 四半期決算説明会

2026 年 6 月 15 日

# *Branu*

## イベント概要

---

[企業名]	BRANU 株式会社
[企業 ID]	460A
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 10 月期第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2026 年度 半期
[日程]	2026 年 6 月 15 日
[ページ数]	29
[時間]	10:00 – 10:46 (合計：46 分、登壇：28 分、質疑応答：18 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	2 名 代表取締役 名富 達也 (以下、名富) 取締役 CFO 宇都宮 久之 (以下、宇都宮)

## 登壇

---

**司会**：ただ今より BRANU 株式会社、2026 年 10 月期第 2 四半期決算説明会を開催いたします。

はじめに、会社側の出席者をご紹介します。代表取締役、名富達也様でございます。

**名富**：よろしくお願いいたします。

**司会**：取締役 CFO、宇都宮久之様でございます。

**宇都宮**：お願いいたします。

**司会**：それでは名富社長、ご説明よろしくお願ひいたします。

**名富**：本日は BRANU 株式会社の 2026 年 10 月期第 2 四半期決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。代表取締役の名富でございます。

### INDEX

**Branu**<sup>®</sup>

01	2026年10月期 第2四半期決算概要	P2
02	2026年10月期 業績予想	P12
03	Topics	P16
04	成長戦略	P21
05	Appendix	P29

INDEX

1

本日はご覧の順序でお伝えいたします。今回は決算の概要を中心に、トピックスや成長戦略のアップデートを含めましてご説明いたします。

まずは第 2 四半期の決算概要からご説明してまいります。

2026年10月期 第2四半期決算概要  
エグゼクティブサマリー

<b>売上高</b> 2026年10月期 2Q <b>1,294</b> 百万円 前年同期比+40.0%	<b>営業利益</b> 2026年10月期 2Q <b>170</b> 百万円 前年同期比+56.3%	<b>経常利益</b> 2026年10月期 2Q <b>152</b> 百万円 前年同期比+41.4%
<b>営業人員数<sup>※1</sup></b> 2026年10月期 2Q <b>66</b> 人 前年同期比+32.0%	<b>ストック型サービスARR<sup>※2</sup></b> 2026年10月期 2Q <b>963</b> 百万円 前年同期比+45.8%	<b>ストック型サービス ライセンス契約社数<sup>※3</sup></b> 2026年4月末現在 <b>3,145</b> 社 前年同期比+19.9%

※1 各期における平均人数を記載。

※2 「CAREECON Plus」Standardプラン、miniプラン、及び中層となるMiddleプランや広告運用サービス等の一定の期間にわたり継続的提供を行うサービスに係る各期末月の売上高を12倍にして算出。

※3 各時点における「CAREECON Plus」Standardプラン、miniプラン及び中層となるMiddleプランのストック型サービス契約社数の合計。

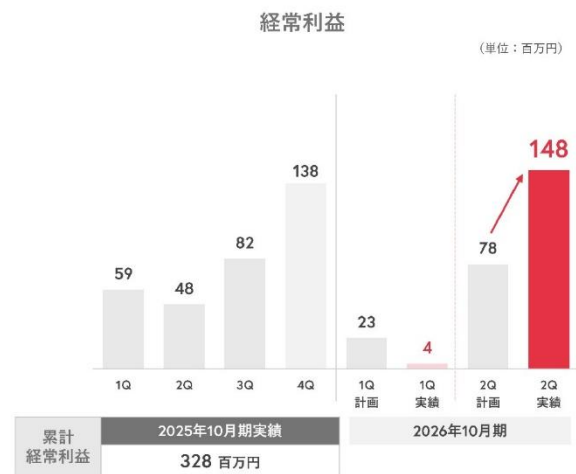
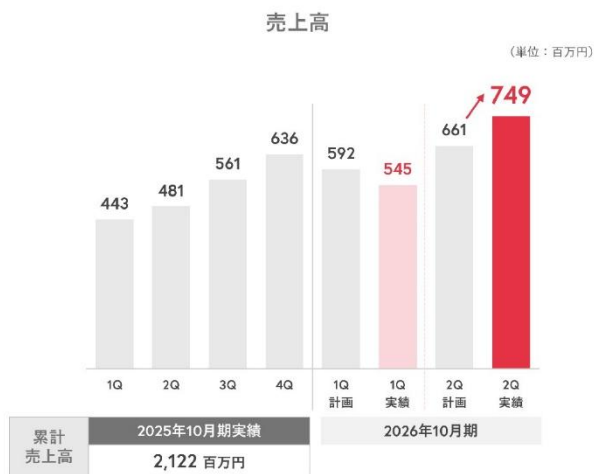
© BRANU Inc. All rights reserved. 3

第2四半期累計期間の決算数値やKPIにつきましては、こちらに記載のとおりとなりまして、売上高は12億9,400万円で、前年同期比40%増。経常利益につきましても1億5,200万円で、41.4%増。その他各種のKPIにつきましても、前年同期と比較して大きな成長を達成することができました。

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



© BRANU Inc. All rights reserved. 4

売上高、経常利益の四半期ごとの過年度からの比較推移と、2026年の予実対比はご覧のとおりとなっております。

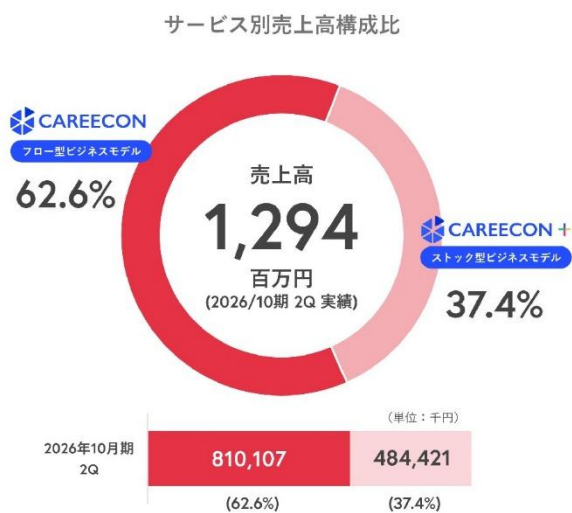
当期の第1四半期は売上高、経常利益ともに未達の結果となりましたが、第2四半期3カ月間でそのビハインド分をキャッチアップいたしまして、達成することができました。

第2四半期累計では計画対比で売上高が103%、経常利益に関しては150%となり、いずれの指標も四半期での再考数値をたたいております。こちら支店拡大に加えまして、既存顧客への提案強化やアップセルの進展が業績拡大に寄与しておりますが、こちらの要因に関しましては後ほど詳細をご説明させていただきます。

## 売上構成

### 建設DXプラットフォーム事業のサービス区別売上構成比は6：4

▶ 新規獲得のフロー型と、アップセルのストック型の割合のバランスを維持しながら、市場シェアトップを狙う



## 成長ドライバー



© BRANU Inc. All rights reserved. 5

マッチングメディア「CAREECON」のフロー型収益と、総合型ビジネス SaaS である

「CAREECON Plus」のストック型収益の売上構成はここ数年、6対4となっておりましたが、半期6カ月間の累計につきましては、特にフロー型の収益の販売が飛躍的に伸びたことで、62.6%とややフロー型の構成比が大きくなる結果となりました。

フロー型の「CAREECON」はマッチングメディアの媒体価値向上や、営業組織規模の拡大が収益拡大のキーファクターとなりますが、こちら新規契約が大きく伸びた結果となります。

ストック型の「CAREECON Plus」はキーファクターである各機能の開発が順調に進んでおるのですが、こちらアップセルが主体となるため、契約数の伸びはやや「CAREECON」に比べて遅れて、伸びが比例してくるものと思います。この6カ月間ではこのようなキーファクターにしっかり投資を行い、その結果が想定より早く表れてきているものをご理解いただければと存じます。

KPI状況

積極的な採用とユーザー増が奏功しKPIは着実に進捗、フローとストックの両面で事業が拡大

- ▶ 支店拡充と積極採用により営業人員数は着実に増加、人員拡大と生産性向上を両立し営業力強化が進展
- ▶ 「CAREECON Plus」 miniとStandardの中間に位置するmiddleプランを新設し、アップセル移行率の向上と新開発機能の付加価値訴求が奏功、順調に顧客基盤を拡大

(単位：千円)		2025年10月期 実績	2026年10月期 2Q実績	増減 (増減率)	業績増減要因/KPI選定理由
主要 KPI	営業人員数※1	57人	66人	9人 (15.8%)	新規顧客の獲得加速化に貢献する重要な指標のため
	営業人員一人当たり売上高※2	37,241	39,228	1,987 (5.3%)	
	「CAREECON」登録ユーザー数(ユーザー) ※3	5,846	6,517	671 (11.5%)	マッチングメディアとしての媒体価値を示す重要な指標のため
	ストック型サービスARR※4	825,112	963,698	138,586 (16.8%)	安定的かつ加速度的な成長を示す重要な指標のため
	ストック型サービスライセンス契約社数※5	2,881社	3,145社	264社 (9.2%)	

※1 各期間における平均人数を記載。  
 ※2 各期間の売上合計を営業人員数で除して算出。  
 ※3 各時点における「CAREECON」へ会員登録しているユーザーのアカウント数。  
 ※4 「CAREECON Plus」 Standardプラン、 miniプラン及び中間となるMiddleプラン、広告運用サービス等の一定の期間にわたり継続的役務提供を行うサービスに係る各期末月の売上高を12倍にして算出。  
 ※5 各時点における「CAREECON Plus」 Standardプラン、 miniプラン及び中間となるMiddleプランのストック型サービス契約社数の合計。

当社の重視する KPI について、昨年度末との比較は表のとおりとなっております。いずれの指標についても、数字を大きく伸ばすことができしております。

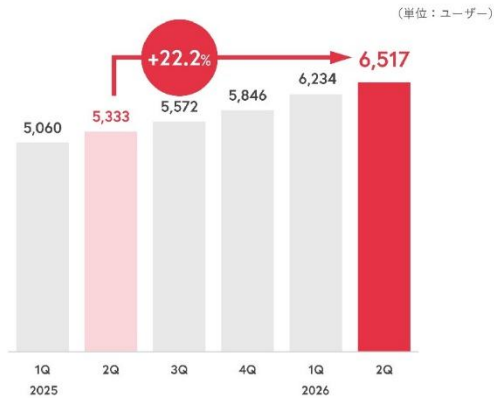
営業人員数は支店の現地採用を始めまして 9 名の増加となりまして、下期からは 4 月に採用した新卒の本格稼働も控えております。営業人員 1 人当たりの売上高も、AI 活用をはじめとして営業生産性を向上させた結果、5.3%の増加となりました。

プロダクトの KPI につきましては、推移とともに次以降のページで詳細を説明差し上げます。

「CAREECON」 Plusの契約社数増加が加速化し、アップセルも順調に進展

- ▶ 「CAREECON」、「CAREECON Plus」の主要KPIは順調な拡大が続く。営業人員拡充と生産性向上、機能開発強化等が奏功
- ▶ 2026年1月からminiプランとStandardプランの中間プラン（Middleプラン）を新設し、顧客の成長フェーズに合わせた多段階のアップセルパスを構築

「CAREECON」登録ユーザー数の推移※1



※1 各時点における「CAREECON」へ会員登録しているユーザーのアカウント数。  
 ※2 各時点における「CAREECON Plus」 Standardプラン、miniプラン及び中間となるMiddleプランのストック型サービス契約社数。

ストック型サービスライセンス契約社数※2  
四半期末契約社数



© BRANU Inc. All rights reserved. 7

「CAREECON」ユーザー数はYoYで22%増加して、6,517ユーザーとなりました。

「CAREECON」登録ユーザーの増加は協力会社のマッチングの機会増加につながりまして、ひいてはフロー商材の新規契約の受注率増加につながっていきます。ナフサショックの鎮静により、止まっていた需要が一時的に爆発しましたが、このユーザー数の着実な増加も、この第2四半期の売上拡大の要因の一つとなっております。

SaaS契約社数はYoYで19.9%増加し、3,145社となりました。こちらプラン別に色分けしておりまして、この第2四半期末ではminiプランが2,721社、Middleプランが179社、Standardプランが245社の内訳となっております。

1月から提供開始をしたMiddleプランへのminiプランからの移行が、想定を上回るペースで進展しておりまして、miniの新規増加とMiddleへのアップセルがほぼ同数に近いかたちとなりました。

このMiddleプランの提供を開始した時点では、Standardプランの導入が難しい場合に、事前のプランでMiddleプランの導入を提案する方針でした。しかしこのように、Middleプランの順調なアップセルが見込めることが徐々に判明してきておりますので、StandardとMiddleを顧客のニーズに応じまして柔軟、かつ早期に提供して、それらアップセルプランへの移行率やARPUを高めていくことが、早期の成長につながっていくものと考え直しております。

「CAREECON Plus」 KPI

アップセル戦略が奏功、ARPU向上とアップセルプランのチャーン低下で収益基盤を強化

- ▶ 「CAREECON Plus」 miniプランを入口としたMiddle・Standardへの段階的アップセルを販売戦略の軸に据え、ストック収益の積み上げを推進

	2025年10月期 4Q	2026年10月期 1Q実績	2026年10月期 2Q実績	増減要因
月次ARPU※1	23,883円	24,733円	25,535円	プラン新設によるアップセル進展と単価改定の効果が寄与し、ARPUは上昇傾向
「CAREECON Plus」 miniプラン 月次チャーンレート※2	0.25%	0.35%	0.36%	2025年10月期の単価改定(10,000円→12,000円)の影響でやや増加しているが、チャーンレートは低水準で安定
「CAREECON Plus」 アップセルプラン 月次チャーンレート※3	2.51%	2.57%	2.44%	経営管理機能を始めとする利用率の向上により、解約率は低下傾向

※1 「CAREECON Plus」のいずれかのプランを契約しているユーザー1社あたりの平均月次売上。  
 ※2 「CAREECON Plus」 miniプランの直近12ヶ月の平均月次解約率。  
 ※3 「CAREECON Plus」 Standardプラン及びMiddleプラン直近12ヶ月の平均月次解約率。

© BRANU Inc. All rights reserved. 8

この第2四半期に、新たに SaaS である「CAREECON Plus」の月次の ARPU と、月次のチャーンレートの KPI を追加して開示しております。先ほど申し上げたとおり、Middle プランを含めストック型サービス全体の ARPU を上げる販売戦略へと舵を切るため、ARPU は非常に重要な指標となります。

表に記載したとおり、月次 ARPU はこの半年で徐々に増加しておりまして、第2四半期では2万5,535円となっております。アップセルプランの構成割合が増えるにつれて、今後もこちらは上昇していくものと見込まれております。

チャーンレートも SaaS では重要な指標でありまして、アップセルプランの提供実績が積み重なって、比率データとして開示できる水準となりましたので、こちら開示する判断に至りました。miniプランのチャーンレートはここ数年、ずっと0.25%前後で推移しておりましたが、昨年度の値上げの影響で0.36%へとわずかに増加しております。ただし、こちらは値上げによる収益拡大がチャーンの増加による収益減少を大幅に上回るため、問題となるような増加とは捉えておりません。

アップセルプランのチャーンレートは低下傾向にございます。経営データなど、1度利用を開始すると解約が難しくなるような機能のユーザーの利用率が上がったことが、要因と分析しております。今後、当社プロダクトが独自の保有するこのデータを AI に読み込ませることで、建設業界特化型の Agentic AI 化を進め、自動化によるチャーンレートを低下させていく戦略となります。

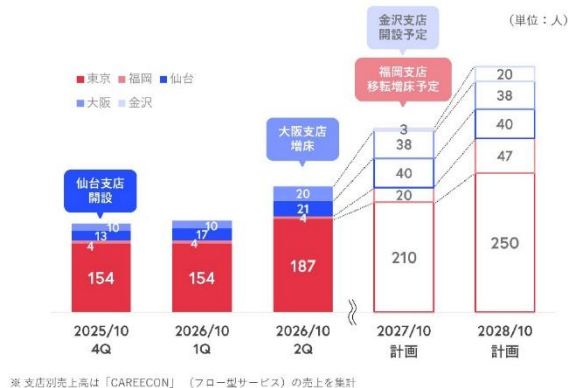
第2四半期業績好調要因①

①支店の開設・拡大による現地採用、組織強化

▶ 仙台・大阪・福岡の拠点展開が軌道に乗り、第2四半期業績を牽引。今後も拠点拡大により成長基盤を強化

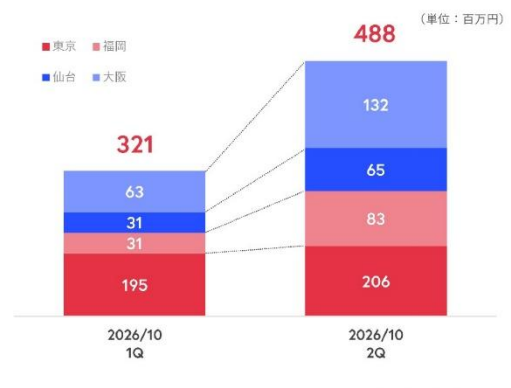
拠点人員数推移（派遣社員含む）

- 東北地域へのアプローチが可能となり、**地域に根ざした営業体制**を確立
- 各拠点でのフィールドセールス・アウトバウンド人員の**現地採用が軌道**に乗り、東京集中モデルからの脱却が加速



支店別売上高推移※

- 福岡増床・金沢新設を次の成長ドライバーとし、**地域密着型営業網**の全国展開を推進
- **拠点拡大・採用増に連動し、売上高のさらなる拡大を見込む**



ここからは、第2四半期の業績好調の要因についてご説明差し上げます。

業績好調の要因は大きく3つあると分析しておりまして、まず1点目が、支店の開設や拡大です。現地採用による組織拡大が可能になりまして、支店の売上が大きく向上したことが挙げられます。

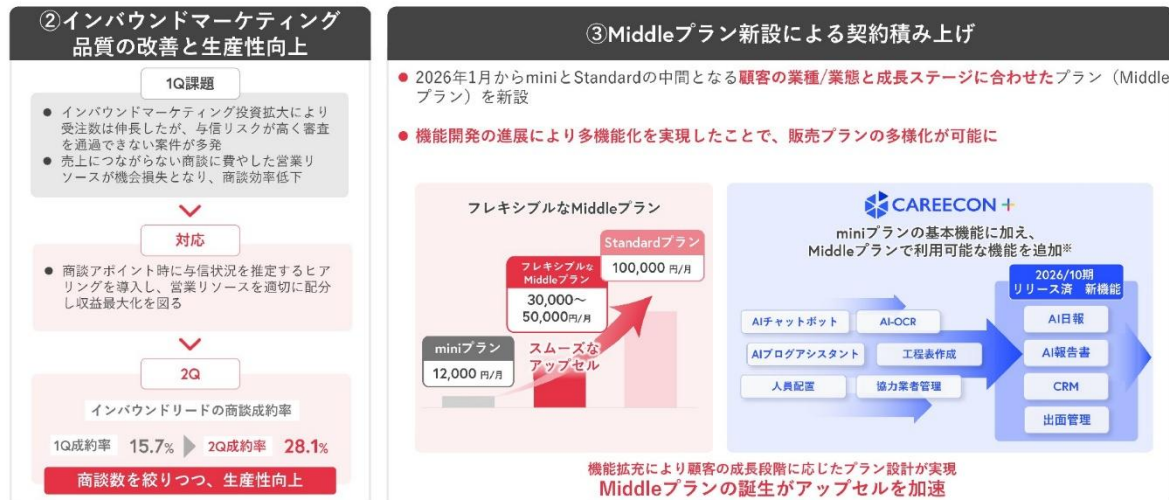
左のグラフが人数の各クォーター末日の推移、右のグラフが1Q、2Qの支店別売上と比較となっております。仙台支店を昨年の9月に開設しまして、大阪支店を今年の2月に3倍許容のキャパシティへと増床しております。これにより、現地においてフィールドセールスやインサイドセールスの採用マーケットを拡大することが可能になりまして、採用が加速化しました。

結果として、この第2四半期は大阪、福岡、仙台支店がいずれも第1四半期と比較しまして2倍以上の売上を計上することができました。

来期2027年10月期には福岡支店の移転による大幅な増床、そして金沢支店の開設が控えておりまして、日本全国を網羅する販売体制を構築することができます。そしてさらなる収益基盤を拡充してまいります。

②③インバウンドマーケティング商談効率の改善とMiddleプラン新設が収益を牽引

- ▶ 商談の選別精度向上と新プラン展開が、売上・生産性の両面で成果
- ▶ 3つの施策が複合的に奏功し、Q2(2月-4月)は構造的な改善局面へ



\* 契約プランの内容により、一部機能が含まれない場合がある

© BRANU Inc. All rights reserved. 10

2点目の要因は、第1四半期に課題となったインバウンドマーケティングの品質の改善と、それによる生産性の向上となります。第1四半期はインバウンドマーケティング投資拡大により、受注数自体は伸長したものの、与信リスクが高く審査を通過できない案件が多発しました。これにより、売上に繋がらない商談に費やした営業リソースが機会損失となりまして、商談の効率が低下しました。この課題につきまして、第1四半期中にアポイント取得段階の詳細ヒアリングを行うことで、こちらの与信リスクの問題は改善しまして、成約率を第1四半期 15.7%から第2四半期の 28.1%へと向上させることができました。

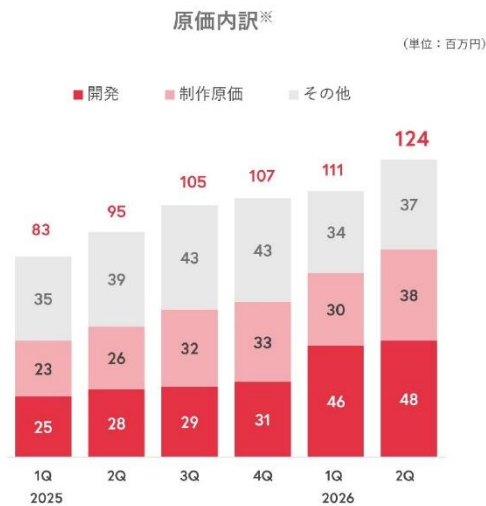
3点目の要因は、先ほどプラン別の内訳で示したとおり、第2四半期末 179 件まで増えてきている Middle プラン新設による契約の積み上げとなっております。Middle プランを提供可能としたのは、ここに記載したように半年間でリリースした機能を拡充できたからであり、従来より行ってきた開発投資の成果の一部となります。

この3つの施策が複合的に奏功しまして、第2四半期は構造的な収益基盤の改善を成し遂げることができたということです。

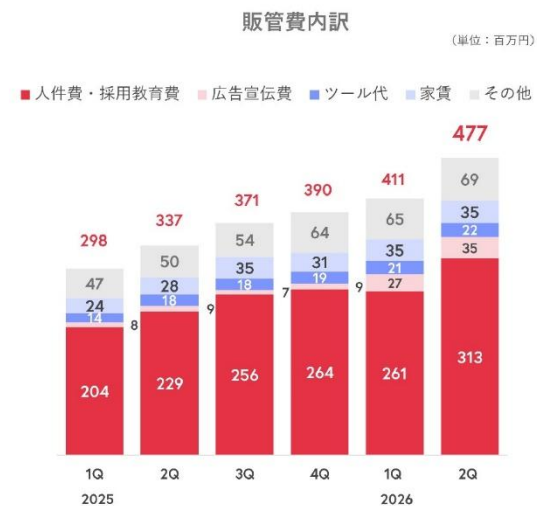
原価・販管費の推移

開発体制および人的資本への重点投資による、中長期的な成長基盤の構築

- ▶ プロダクト競争力の源泉であるプロダクト開発へ経営リソースを重点配分し、開発スピードを加速
- ▶ 販管費は支店現地採用や新卒採用による人件費、及び、インバウンドマーケティング投資による広告宣伝費が増加



※ 科目別の開示を要素別の開示に組み替えて開示しております。



© BRANU Inc. All rights reserved. 11

決算概要の最後となりますが、原価、販管費の推移についてご説明差し上げます。

売上高の増加に伴い、原価および販管費ともに人件費を中心として増加させています。原価は一番下の濃い赤部分です。プロダクト競争力の源泉であるプロダクト企画やエンジニア採用等、外注開発へ経営リソースを重点配分しまして、開発スピードを加速させています。

販管費は一番下の濃い赤の部分、支店の現地採用や新卒採用による人件費、および下から2番目のインバウンドマーケティング投資による広告宣伝費が増加しております。

こちらはいずれも将来の成長に必要な先行投資であり、短期利益だけではなく、並行して将来収益の最大化を見据えた分配を行っております。

続きまして、2026年10月期の業績予想に移ります。第2四半期までの進捗を踏まえまして、今後どのような着地イメージを見ているかをご説明いたします。

### 積極的な営業活動を実施し、顧客基盤の拡充を加速化

- ▶ 新規上場による当社の知名度・信用力向上を背景にプロダクト開発、人的投資を拡大し、成長基盤をさらに強化していく
- ▶ 第2四半期までの業績進捗を踏まえ、引き続き売上高成長率は30%以上の高成長率を維持。上場調達資金のAI等の開発分野を中心とした「攻めの投資」により一時的に利益率は停滞するものの、中長期的な投資回収を志向

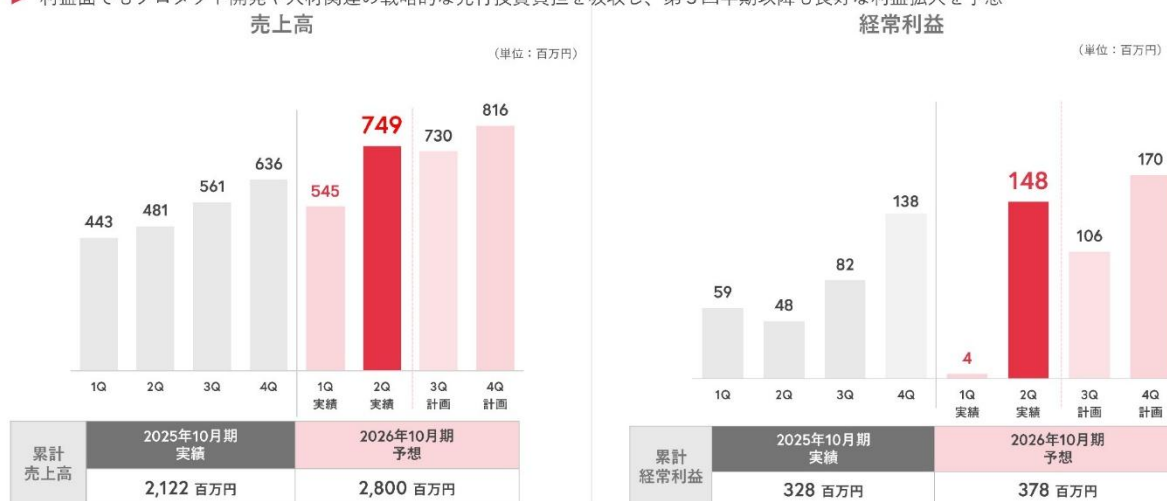
(単位：百万円)	2025年10月期 実績	2026年10月期 予想	増減率	2026年10月期 2Q 実績	進捗率
売上高	2,122	2,800	31.9%	1,294	46.2%
営業利益	331	395	19.2%	170	43.1%
営業利益率	15.6%	14.1%	△ 1.5p	13.2%	—
経常利益	328	378	15.1%	152	40.2%
経常利益率	15.5%	13.5%	△ 2.0p	11.8%	—
当期純利益/ 中間純利益	241	261	8.0%	100	38.3%
当期純利益率	11.4%	9.3%	△ 2.1p	7.7%	—

2026年10月期通期の業績予想公表値は、売上高が28億円、経常利益は3億7,800万円となります。第2四半期累計での進捗率は売上高46.2%、経常利益が40.2%といずれも50%に満たないものの、当社の収益構造上、下期に大きく売上が計上される構造であり、現時点でも計画を上回る進捗となっております。

#### 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



売上高、経常利益について、第2四半期までの四半期ごとの実績と、第3、第4四半期の計画を示すとグラフのとおりとなります。

前のページで示したとおり、進捗率は50%に達していないものの、第2四半期3カ月間の業績は、その水準を下期に継続できれば通期計画に届くレベルのものとなります。第2四半期好業績の要因、例えば支店における採用はまだまだ支店のキャパシティもありまして、今後も採用を続けていくため、さらにこちらは伸長させていけるものだと考えております。

「CAREECON Plus」も Standard プラン、middle プランの増加で ARPU や顧客数を拡大していきけるもの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することはしないので、下期6カ月ではさらに業績を伸ばしていく施策を打っていきます。ですから、通期の業績予想は十分に達成していき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、通期の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て、公表の有無を判断していきたいと考えております。

#### KPI計画

#### 通期予想達成のためのKPI計画

- ▶ 営業人員数は新卒中心に組織拡大を継続すると共に、AIの活用により営業生産性を向上
- ▶ ストック型サービスARRは、「CAREECON Plus」 Standardプランへの移行の他、Middleプランへの移行好調により伸長

(単位：百万円)		2025年10月期 実績	2026年10月期 計画	対前年同期 (増減率)	2026年10月期 2Q 実績
主要 KPI	営業人員数※1	57人	69人	12人 (21.1%)	66人
	営業人員一人当たり 売上高※2	37,241	40,592	3,351 (9.0%)	39,228
	「CAREECON」登録ユーザー数 (ユーザー) ※3	5,846	7,114	1,268 (21.7%)	6,517
	ストック型サービス ARR※4	825,112	1,157,331	332,219 (40.3%)	963,698
	ストック型サービス ライセンス契約社数※5	2,881社	3,506社	625 (21.7%)	3,145社

※1 各期間における平均人数を記載。  
 ※2 各年度の売上高合計を営業人員数で除して算出。  
 ※3 各時点における「CAREECON」へ会員登録しているユーザーのアカウント数。  
 ※4 「CAREECON Plus」 Standardプラン、「CAREECON Plus」 miniプラン、広告運用サービス等の一定の期間にわたり継続的提供を行うサービスに係る各期末月の売上高を12倍にして算出。  
 ※5 各時点における「CAREECON Plus」 Standardプラン、miniプラン及び中端となるMiddleプランのストック型サービス契約社数の合計。

© BRANU Inc. All rights reserved. 15

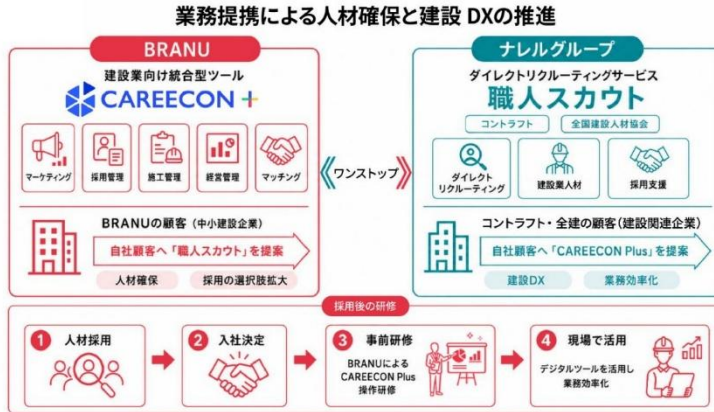
主要 KPI についても、第2四半期までの進捗は通期達成に向け、計画以上の進捗を示しております。こちら通期では営業人員は69名まで増員し、AI活用によって生産性の向上も図ります。また SaaS の ARR は前年比 40.3%増を計画しておりまして、ライセンス数と単価の両面から成長を加速させる方針でございます。

トピックス①

**ナレルグループとダイレクトリクルーティングサービスに関する業務提携を締結**

- ▶ ナレルグループと建設現場における労働力不足の解消とDX推進を目的とした、ダイレクトリクルーティングサービスに関する業務提携を締結
- ▶ 相互連携によるサービス提供は2026年7月1日から開始し、中小建設企業が抱える「人材確保」と「仕組み（DX）」の課題をワンストップで解決

ナレルグループの強みである人材および顧客基盤を活かし、建設DX領域で業務提携を通じてDX単価上昇による収益力を強化



建設業界の全レイヤーをカバーする  
ナレルグループ

株式会社コントラフトと一般社団法人全国建設人材協会は  
ナレルグループのグループ会社です



所在地 東京都千代田区二番町3-5  
 代表者 柴田 直樹  
 資本金 420百万円  
 売上高 24,158百万円 (2025/10期)  
 上場 2023年7月 東証グロース市場(証券コード9163)

＜事業内容＞

- 建設業向け技術者派遣・建設関連作図
- 建設DXコンサルティング
- 建設業向け人材マッチング（職人スカウト/職人スカウト）
- IT技術者派遣・SES

© BRANU Inc. All rights reserved. 17

続いて、直近のトピックスを3点ほどご紹介差し上げます。まず1点目は、株式会社ナレルグループ様との業務提携となります。このナレルグループ様は東証グロース上場企業でありまして、建設業向けの人材に関するサービスを扱う企業グループでございます。

日本で数少ない、職業安定法等で原則的に禁止されている建設業務への有料職業紹介や、人材派遣を許可された法人となります。そのナレルグループ様と当社は建設現場における労働力不足の解消と、DX推進を目的とした人材紹介に関する業務提携を締結いたしました。

業務提携の具体的な内容につきましては当社、およびナレルグループ様、それぞれの既存顧客へ相互送客を通じて販売の拡大を図るものとなります。また「職業スカウト」を利用しまして人材採用に至った場合に関しましては、当社のプロダクトを事前に研修することで、派遣先での「CAREECON Plus」の導入の足がかりとします。

相互連携におけるサービス提供は2026年の7月1日から開始しまして、中小建設企業が抱える人材の確保とAI、DXの課題をワンストップで解決してまいります。

## 2026年4月より「AI駆動型開発」体制へ移行

- ▶ プロダクト開発の「企画」「設計」「実装」の一連の流れにAIを導入。AIが参照する一元化したデータ基盤を整備し、加えて、当該データ基盤に独自の建設特化AIデータ基盤「BRANU BRAIN」を組み込むことで、顧客ニーズに合致した質の高い機能を迅速に開発。







© BRANU Inc. All rights reserved. 18

2点目は、2026年4月より移行した開発体制であるAI駆動開発についてとなります。AI駆動開発とは生成AIを単なる補助ツールではなくて、コーディングの補助ツールでもなく、企画から実装、そしてテストに至るプロダクト開発プロセス全般のパートナーとして組み込む手法をいいます。AI駆動開発を実施することで、プロダクトの開発の生産性はおよそ2倍まで向上させることが見込まれております。今後は開発組織、少数精鋭体制も視野に入れております。

このAI駆動開発自体を導入する企業は大手を中心に増えてはきておりますが、当社はそれだけではなく、当社独自のAIデータ基盤であるBRANU BRAINと組み合わせることで、何をつくるのか、何の機能をつくるのかという部分でも、質の高い企画をAIから導き出すことに成功しております。

この生産性の向上と高品質体制の同時実現により、爆速的な開発スピードとプロダクトの進化を実現していきたいと思っております。

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って、この状況は追い風である

SaaS業界/建設業界の現状	当社の考え方
01  SaaSがAIに代替される	すべてのSaaSがAIに代替されるのではなく、むしろ基幹系のVertical SaaSはAIとの連携（AI on SaaS）が一層進む
02  汎用的なAIの進化・普及が進む	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り、汎用的な生成AIの活用のみでは有効な回答を導き出せない課題が多い
03  中小建設企業 SaaS×AI対応の遅れ	経営層が現場に出ることが多いため、DX自体の普及が遅れ。顧客自らAIを駆使してSaaSに代替するアプリケーションを作成することは困難であり、AIを搭載した当社プロダクトの活用推進に商機
04  競合他社の開発スピードが進む	単に汎用的な生成AIを導入するのみではなく、対象顧客業種に特化したユニークなデータの構造的、体系的な蓄積がキーとなる

© BRANU Inc. All rights reserved. 19

最後に3点目、いわゆる「SaaS is Dead」の状況につきまして。こちらは第1四半期の決算説明資料にも記載しておりますが、さらにアップデート、詳細を加えた内容を本日この場でご説明申し上げます。

AIの進化を脅威と捉える見方ももちろんありますが、当社はこれを脅威ではなくて追い風として捉えています。建設業界のように業務が複雑で、現場があり、業界特化型のデータが重要な領域では、我々のようなVertical SaaSとAIの融合、つまりAI on SaaSこそが価値を生むと考えております。

一般的な生成AIをプロダクトに搭載したのみでは、有効な回答とかソリューションを引き出すことは難しく、今後はいかに建設業に特化したユニークなデータ、構造的なデータ、体系的なデータの蓄積がキーになってきます。この点におきましても、当社は6,000社を超えるユーザーのネットワーク、そして体系的なデータを保有しておりますので、これらのデータをプロダクトに向けて有効活用してまいります。AIによって我々のSaaSは死ぬのではなくて、AIによって我々のSaaSは進化していくと考えております。

トピックス③「Saas is Dead」の状況をブースターとして成長する

## ユニークな建設業データの蓄積と AI によるプロダクト活用事例

▶ 建設業特化のユニークデータを BRANU BRAIN で蒸留・構造化し、AIエージェントとして顧客の業務に届ける



© BRANU Inc. All rights reserved. 20

続きまして、当社が保有する建設業のデータや、プロダクトにおける AI 活用事例についてご紹介します。当社は 6,000 社以上のユーザーの経営データ、そしてそのユーザーの案件ごとの施工データや現場の写真データ、コンサルタントによるコンサルティングのミーティング動画とか、その商談記録のテキスト、そしてウェブコンテンツなどのデータを保有しております。

これらのデータを AI に連携することで、当社にしか導き得ない建設業向けのソリューションを得ることが可能となりまして、こちらは唯一無二の当社の競争優位の源泉としております。

AI エージェントによる各機能の自動化はもちろんなのですが、具体的な一例を挙げますと、カルチャーマッチングという文脈でデータから顧客の企業カルチャーや嗜好性を分析しまして、それを分類して、潜在顧客や求職者に向けたミスマッチを防いだ質の高いマーケティングなども現時点で実現しております。事実、その AI 機能を使うことで集客効果、採用効果が 7 倍になった事例も現時点で登場してきております。

ここから、成長戦略のアップデートに進ませていただきます。

All-in-One Platformの機能強化と人材投資、支店拡大により飛躍的な成長を目指す

### 3 新領域サービス提供

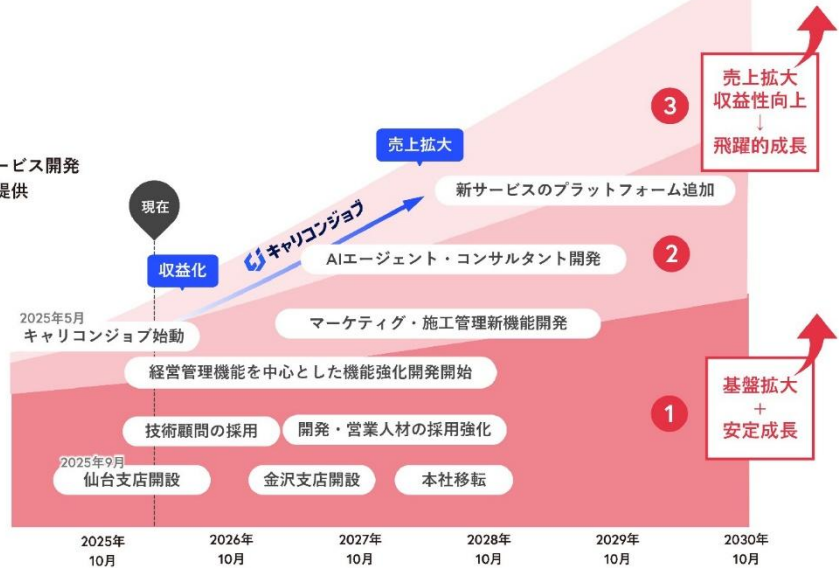
- ✓ 開発基盤を活かした新規プロダクト・サービス開発
- ✓ BRANU BRAIN(AI)を活用した付加価値の提供

### 2 プロダクト強化

- ✓ クロスセル、アップセルの強化
- ✓ ストック型収益基盤の拡大

### 1 基盤拡充

- ✓ 支店拡大、パートナー連携強化
- ✓ 人的投資拡大



© BRANU Inc. All rights reserved. 22

今後の成長戦略の骨子は変わらず3点ございまして、基盤の拡充、プロダクトの強化、そして新領域のサービス提供となります。それぞれの中身について、この半期の経過での進捗がございます。

#### 成長戦略①基盤拡充 -支店拡大、パートナー連携強化-

日本全国に展開可能な拠点体制を構築。販売代理店である渡辺パイプの拠点も活用

#### 日本全国にリーチ可能な体制を構築



※ 拠点カバー率：当社が各拠点から担当顧客の紹介を受け、商談した実績がある場合、当該拠点をカバー率に算入

#### 渡辺パイプが展開する拠点も活用し 全国エリアをカバーする

- 渡辺パイプは全国建設・土木・設備会社、全国水道工事店・電気工事店等に資材を販売し、業界トップの売上高を誇る企業
- 渡辺パイプ顧客に対するアプローチ、共同での営業を実施

2018年より渡辺パイプ株式会社と業務提携開始

SEDIA | 渡辺パイプ

拠点カバー率※ 約28%

© BRANU Inc. All rights reserved. 23

まず1点目、基盤の拡充。つまり支店の拡大、そしてパートナー連携の強化についてです。中小建設事業者への接点の創出は、Face to Faceでのコミュニケーションが必須になりますが、当社にはリーチできていない、もしくはまだリーチの薄い地域が残っておりまして、日本全国にリーチできるように支店の展開と組織の拡充を行ってまいります。

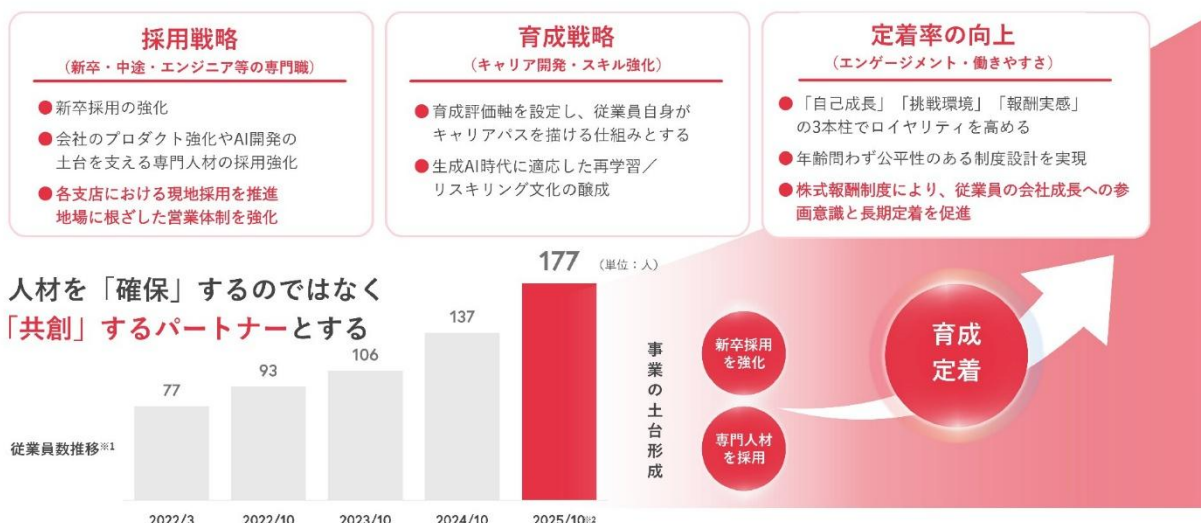
具体的な計画としましては先ほど決算概要のパートでご説明したとおり、この第2四半期では大阪支店が3倍のキャパシティへと増床いたしました。そして2027年10月期中に福岡支店を、現在の6名規模から50名規模にするためのオフィスの移転、そして金沢支店を45名規模で開設していく計画でございます。

また、建材卸の国内最大手である渡辺パイプ社との業務提携を行ったことで、こちら代理店販売も重要な収益ラインに育ってきております。今後は当社がどれだけ渡辺パイプ社の営業拠点を担当できるかが重要になってくるため、引き続きカバー範囲を拡充する方針でございます。

こちらは昨年度末に20%であった拠点カバー率を、第2四半期において28%まで拡大できております。

成長戦略①基盤拡充 -人的投資拡大-

営業、開発、コンサルタント人材への投資強化で成長を加速  
育成や定着のための施策により、持続的な組織体制強化につなげる



※1 従業員数（当社から社外への出向者を除き、社外から当社への出向者を含む。）であり、臨時雇用者数（パートタイマー、人材会社からの派遣社員、季節工）を含む。臨時雇用者数は、最近1年間の平均人員数。  
※2 2025年10月31日時点

人材の獲得が競争優位の源泉になるため、人材への投資は引き続き積極的に行っていく方針でございます。上場により採用や育成、そして定着率にかすかなプラス効果が見てとれます。また先ほどよりご説明している支店展開による現地採用も、組織拡大に大きな役割を果たしております。

今後はAI時代において人とAIで苦手分野を補い互いの強みを伸ばすべく分業化を進めまして、少数精鋭でいくポジション、そしてポテンシャル採用で大量に採用していくポジションなどを具体的に見極めまして、確かなビジョンを持ち、この人的資本投資のリターンを最大化してまいります。

## 経営基盤を核としたプロダクト強化と、プラットフォームへの拡張で顧客基盤を拡大

- ▶ AI駆動開発体制のもとで、所要機能をプラットフォーム構想が進展
- ▶ 経営を中核とした機能深化を図りつつ、プラットフォームの外縁を拡大し、顧客の事業全体をカバーするプラットフォームを構想



当社は 2019 年に DX プラットフォーム構想を公表して以来、CAREECON Plus の開発によりプラットフォーム化も進展してまいりました。こちらは CPO の採用や AI 駆動開発により、当年度に入ってプラットフォームはさらなるスピードで進化しております。

従来のマーケティング機能、施工管理、経営管理機能をベースにしまして、直近では CRM の機能や施工分野のスキルナレッジの管理とか、採用などの HR 領域をカバーするジョブプラットフォームを追加しております。

こちらのプラットフォームの意味するところは、この「CAREECON Platform」を利用さえすれば、中小建設企業の経営の大半をカバーできる土台であることとなります。今後も顧客が本業のみにフォーカスできるように、中小建設企業のバックヤードを支え続けてまいります。

## 中期的効果とロードマップ

- ▶ スtock型サービス「CAREECON Plus」の安定成長基盤を強化する中期的投資戦略
- ▶ 中期的にARR拡大・チャーンレートを低下による収益構造改善を目指す



領域/主な実施計画	FY26	FY27	FY28	FY29	FY30
新領域	キャリアコンジョブ	● LINE連携			
	新規プロダクト開発		● プラットフォームに追加する新しいサービス展開		
	BRANU BRAIN 活用	● AIエージェント	● コンサルタントヘルプAI		
機能強化	経営管理	● ダッシュボード・資金繰管理	● 組織管理・財務分析	● 経営戦略	● 環境経営
	マーケティング	● SNS	● CMS改善	● リード管理	● ブランディング
	施工管理	● 各種機能改善	● 安全管理	● 品質管理	● 施工管理技術
	その他	● 協力会社管理	● 職人データベース	● サプライヤー管理	● バリューチェーン管理

© BRANU Inc. All rights reserved. 26

その実現のためには、開発投資を重点的に行っていく必要がございます。具体的にはプロダクトマネージャーやAIエンジニアの採用を引き続き強化しまして、体制を拡充していくことを重点的に行ってまいります。

2030年までの主な開発ロードマップはご覧のとおりでございまして、市場需要の高い機能から優先的にリリースを行ってまいります。

中小建設企業の経営を支えるプラットフォームとしての機能を拡充させまして、ストック型サービスの増加とテイクレート型サービスの開発につなげていければと思います。これにより、当社のオールインワンプラットフォームとしての優位性を確固たるものとして、非連続な成長を遂げたいと考えております。

以上となります。本日はBRANU株式会社、2026年10月期第2四半期決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございました。引き続き応援のほど、何とぞよろしくお願い申し上げます。

## 質疑応答

---

**司会 [M]**：ご説明、ありがとうございました。それでは、質疑応答に移らせていただきます。

大変恐れ入りますが、ご質問については一問一答形式でお答えさせていただきます。

それでは、ご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。お手を挙げてお知らせください。

**質問者 [Q]**：最近の開発状況ですが、一応オールインワン型を志向されていると思うのですが、施工管理と経営管理、いくつかあると思うのですが、優先順位はあるのでしょうか。

将来的に施工管理 SaaS を目指すのか、それとも中小建設企業向けの経営 OS を目指すのか。その辺りの考え方です。一気に全部オールインワン型でやるのか、もう少し優先順位をつけながらアップデートをやっていくのか。その辺りを整理していただけるとありがたいです。

**名富 [A]**：最終的にはオールインワン型をずっと目指してはまいりますが、優先順位はございます。まずはニーズとして高いのが経営課題の解決なので、経営管理機能の拡充が第 1 で、一番重要なものとして進めています。

経営管理機能を拡充すると、経営にとってなくてはならないデータがたまってくるので、チェーンの抑止とその次のアップセルや、ほかの機能を使うとっかかりになりますので、まずは経営管理機能を重点的に拡充していく。その次に近い機能からどんどん開発していったって、オールインワンのコンパウンド SaaS を目指していく計画となっております。

**質問者 [Q]**：ありがとうございます。まずは、経営管理のほうを重点的にやっていくと。

**名富 [A]**：そうですね。ですが、施工管理機能もマーケティング機能もほとんどコアとなる機能はありますので、その先の痛いところに、かゆいところに手が届くといえますか、細かいところの開発は進めていくのですが、現時点でも別に使えるものにはなっています。

**質問者 [Q]**：ありがとうございます。2つ目、競争優位にはプロダクトやデータ、AI にもあるようにも見えますが、営業網や顧客戦略に非常に、御社の場合は今のところ強みがあると。

**名富 [A]**：そうですね。新規開拓をして、顧客数を増やしていかないとデータも増えていかないので、もちろんネットワーク効果も出ていかないので、48 万社いる中小企業様をどれだけ抱えられるか。我々は 10 万社をまず目指しているのですけれども、そこがやはり一番ですかね。使っていないとやはりデータもたまっていかないので、それは非常に一番の強みになります。

**質問者 [Q]**：それが競争優位、優先順位として考えておられると。

**名富 [A]**：まず、そこですね。その後は、プロダクトによるデータを AI で自動化することが 2 段階目にあります。

**質問者 [Q]**：その場合、競合が同じような機能を開発し、同じように営業を強化した場合でも勝てる理由という、どの辺りが一番ポイントになるという考え方をすればいいでしょうか。

**名富 [A]**：我々は 16 年積み上げてきた営業網とか企業カルチャーもありますので、そこが基になっているのですが、もちろん真似をして同じようにやったとしても時間がかかるとしており、一朝一夕ではできないと思うのです。ですから、周囲が力を付ける間に全てマーケットを取ってしまうおうという戦略になります。

**質問者 [Q]**：ありがとうございます。最後に、5 年後の御社についてです。今ですと経営 OS 的な全体の経営管理のところを重点的にやっていく計画ですが、最終的にはどちらかという施工管理も含めて建設 DX、非常にニーズが多様だと思うので、全方位をどれだけのスピードでやっていくかが重要になってくると思うのですが。

御社の、今のところ 5 年後ぐらいを目安に大体ゴールをどういうところに置かれて、どれぐらいで展開されようとしているのでしょうか。

**宇都宮 [M]**：今のご質問は、数値的なところをどう追いかけているかというご質問でよろしいでしょうか。機能的な面で、どういうところをフォローしていくかということでしょうか。

**質問者 [Q]**：5 年後の御社の企業像みたいなのところですね。

**宇都宮 [A]**：先ほど名富も申し上げましたとおり、コンパウンド SaaS を目指しておりまして、我々の「CAREECON Platform」を使っていただけると、中小建設企業が経営の大半が成り立つところを目指しております。

例えば直近で経営管理をしっかりと開発していくと申し上げましたが、それ以外のところ、例えば営業代行プラットフォームとか、建設業の顧客のマーケティングの部分をしっかりと補助していくようなツールです。あとは職人さんのスキルプラットフォームといって、どうやってスキルを追加していくと、建設業界全体における職人の付加価値が上がっていくかといったプラットフォームの開発も目指しておりますので、5 年後はそういったものを全て完備したようなプラットフォームになっていきたいと考えております。

**質問者 [M]**：分かりました。どうもありがとうございました。

**司会 [M]**：ありがとうございました。ほかにご質問、いかがでしょうか。

それでは、テキストでご質問いただいております。読み上げさせていただきます。

**質問者 [Q]**：SaaS に関しては、今の技術進化を追い風にというお話がありました。社長が見据えている AI の進化に関して、御社にとってポジティブなグッドシナリオと、現状からの見直しを迫られるバッドシナリオに関して、今時点のお考えをお聞かせください。

**名富 [A]**：グッドシナリオは AI と SaaS の融合なので、例えばユーザーさんが入力とかをしなくても、例えば施工写真を撮るだけで施工管理の全部ができるとか、あとは OCR なり領収書、請求書を写真に撮るだけで経営管理まで全部自動化されるような、本当に SaaS と AI が独自のデータをもとに完全にひもづいているとか。

そのプロダクトを使っている感覚すらないと。現場にフォーカスして、現場でものをつくって写真を撮るだけで全ての管理業務、面倒くさいことが全てそこで補えるようなプロダクトになるのが、グッドシナリオになります。我々もそこを本当に目指しているのですけれども、バッドシナリオは結局データがないと AI は使えるものではないので、中小企業の現場に出る社長が現場に出ながら AI を使って、我々と同じようなプロダクトをつくれるような世界線がバッドになりますかね。

それでも 1 社と我々の 6,000 社とか 1 万社とか、10 万社とは全然違うので、ネットワーク効果とかプロダクトの平準化の恩恵は受けることはできないので、結局データを持っているところが絶対勝つと。AI はデータがないと何も使えないですからね。インターネット上にあるデータを全て読み込ませて今の生成 AI ができているので、完全なバッドは今のところでは考えられていないです。回答になっていれば以上です。

**質問者 [Q]**：今期はプロダクト開発の強化のための人員確保をするため、投資の位置づけとのことでしたが、AI 駆動開発体制にすることで、従来ほど人員を確保する必要がないことにはなりませんか。

**宇都宮 [A]**：当期予定している開発投資は、基本的に AI 駆動開発もそうですが、上流の例えば AI の設計ができる人材や、プロダクト企画の設計ができる人材など、比較的上流の人材を採用することを予定しておりますので、ここについては AI 駆動開発でもどうしても必要になってくる投資と考えておりますので、しっかりと資本投下をしていきたいと考えております。

一方で、コーディングができるだけのエンジニアの人材は選別が進んでいくと思いますので、このレイヤーへの投資は、翌年度以降の採用計画において少し絞っていく可能性もございます。以上です。

**司会 [M]**：ありがとうございます。お手が挙がりました。

**質問者 [Q]**：資料の 14 ページに、今回 2Q が計画を上回る着地をされていますが、通期の業績予想は修正されていないので、おそらく期初計画よりも下期は少し減少傾向の数字になると思うのですが。14 ページのグラフを見てしまうと、なんだか 2Q は 3Q の業績の先食いをした部分があった

のかなとも見えてしまうのですが、そういう要因はあるのでしょうか。

**名富 [A]**：先食いはないですね。

**質問者 [Q]**：この3Qが2Qより減るのは一応、期初の予定どおりでしょうか。

**名富 [A]**：これは期初の予算通りでして、修正していません。

**宇都宮 [A]**：こちら今お示ししているのは、当初立てた計画の数字をそのまま載せておまして、確かに成長要因が、先ほど申し上げた持続的に可能なものですので、計画を上回る可能性はあるのですが、現在のところは当初立てた計画の数字を載せております。

**質問者 [Q]**：もう1点、23ページのところの渡辺パイプ社の拠点カバー率28となっていますが、これは最終的には渡辺パイプ社の拠点カバー率と自社のカバーで、100になるという理解でよろしいですか。

**名富 [A]**：渡辺パイプ社で100、自社で100です。渡辺パイプ社の拠点のカバー率ということですね。

**質問者 [Q]**：渡辺パイプ社は、自社で拠点を持たれているわけではないのですか。全部御社でやるということですか。

**名富 [A]**：渡辺パイプ社が持っている拠点（全国690拠点）で、我々が担当している率が28です。

**質問者 [Q]**：それを100まで上げるということなのですか。

**名富 [A]**：100まで上げていくと考えています。

**質問者 [Q]**：すると自社の100や、渡辺パイプ社の100のタイムスケジュールはあるのでしょうか。

**宇都宮 [A]**：渡辺パイプ社の拠点カバー率を上げるために、我々の会社の中にはパートナーセールス部隊がいて、そちらの営業人員の拡充が必要になってきます。それをここに記載している通り各支店で展開していくのですが、支店ごとにパートナーセールスの営業人員を配置していけば、渡辺パイプ社の拠点カバー率もかなり上がっていくものと考えております。

**名富 [A]**：3年ぐらいですかね。

**宇都宮 [A]**：そうですね。おおよそ3年ぐらいを目標に。

**質問者 [Q]**：27年10月期の仙台、金沢、大阪辺りの拡充で、基本的には拠点の整備は終わると考えてよろしいでしょうか。

**名富 [A]**：支店はそうですね。小さいところ、例えば北海道や名古屋や四国を営業所というか、支店のさらにブランチとして出す可能性はあります。けれども、大きい支店といわれるところはこれでカバーは全てできます。

**質問者 [Q]**：今は仙台、大阪が、北海道や四国をカバーされていると。

**名富 [A]**：そういうことです。仙台が北海道に行って、大阪が四国に行っていますが、少し遠いので、もう一段、支店とまではいかななくても営業所は必要かと思っています。

**質問者 [M]**：分かりました。ありがとうございます。

**名富 [M]**：ありがとうございます。

**司会 [M]**：ありがとうございました。テキストでご質問いただいております。

**質問者 [Q]**：第2四半期のみで挽回できた理由は何でしょうか。

**宇都宮 [A]**：先ほど決算の好調要因で3つほど説明させていただきましたが、フロー型の商材の販売が好調であったことが一番大きな理由となります。中でも支店の売上は、採用も順調で、倍までいったことですね。確実に新規獲得できたことが、第2四半期で挽回できた要因となります。

**司会 [M]**：ありがとうございます。テキストでご質問いただきました。

**質問者 [Q]**：新規獲得が好調だったのは新プランの影響でしょうか。

**名富 [A]**：新プランはアップセルなので新規獲得には影響はなく、新規獲得は面を増やしたからですね。支店を展開して、面を増やしたからです。

決算好調の要因はアップセルの新プランの Middle プランが非常に影響しておりますが、新規獲得においては面を増やしたからです。面を増やして、営業人員を増やしたからです。以上です。

**司会 [M]**：ありがとうございます。それでは、この辺りで質疑応答のお時間を終わらせていただきます。以上をもちまして、BRANU 株式会社、2026 年 10 月期第 2 四半期決算説明会を終了させていただきます。本日はお忙しい中ご参加いただきまして、誠にありがとうございました。

[了]

---

## 脚注

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]は司会を示す

## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社 JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。