



2026年4月1日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 う る る
代 表 者 名 代表取締役社長 CEO 星 知 也
(コード番号：3979 東証グロース)
問 合 せ 先 執行役員 CFO 内 丸 泰 昭
(TEL. 03-6221-3069)

よくあるご質問とご回答(FY26/3 第3四半期決算)

日頃より、当社の事業活動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2月13日に公表したFY26/3第3四半期決算について、発表以降にアナリスト、機関投資家の方々との1on1ミーティングや株主・投資家の皆様からのお問い合わせにていただいた主な質問をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部加筆を行っております。

なお、本資料は投資家の皆さまへの情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的として開示するものです。回答内容につきましては、本開示時点を基準としつつ、投資家の皆さまに回答した内容を踏まえて記載しております。

Q 生成AIの進化や安価な新興AIサービスの台頭により、NJSSのデータベース価値の低下や顧客流出が起きる懸念はありませんか？

AIの台頭を脅威ではなく、むしろNJSSの競争優位性をさらに高める「追い風」だと捉えています。

1. 17年間の蓄積による「データの圧倒的な参入障壁」

入札・落札情報は一定期間経過すると、自治体等のHPから消去されるため、新興企業が今日から収集を始めても、過去のデータを遡って取得することは不可能です。当社が約17年間にわたり蓄積してきた膨大な入札・落札結果データは、AIが生成できない「唯一無二の資産」です。また、自治体ごとにバラバラな書式を正しく構造化する「人によるアノテーション(タグ付け)基盤」があるからこそ、AI時代においても精度の高い分析が可能となります。

2. AIには代替できない「人(カスタマーサクセス)」の付加価値

NJSSは単なる情報提供ツールではなく、顧客の「売上(落札)」に直結する伴走支援サービスです。入札特有のノウハウを持つ専門スタッフが、データの活用方法から落札戦略までをサポートします。この「人による付加価値」こそが、AI単体サービスとの差別化の源泉となっています。

3. AIを活用した新機能の実装

AIの進化を背景に、NJSSは「情報を探すツール」から「意思決定を支援するサービス」へと進化しています。

【AI を活用した主な機能】

- ・ AI 要約機能：膨大で難解な仕様書を AI が瞬時に要約。
- ・ AI レコメンド機能：登録されたキーワードや過去の利用履歴に基づき、おすすめ案件や類似案件を AI が個別に提案。
- ・ AI 資料 QA 機能：AI に質問すると公示書・仕様書・関連資料の内容をもとに、資料の読み取り結果を回答。

足元で AI を活用した安価で簡易的な競合サービスがリリースされる中、NJSS は従来の豊富な情報データベースとしての価値に加え、AI を積極的に実装することで、顧客の利便性と提供価値を飛躍的に高めています。この取り組みが、価格改定に対するお客様の納得感や、顧客単価 (ARPU) の上昇に繋がっています。

4. 顧客ニーズに合わせた「二段構え」のサービス展開

安価な情報収集のみを求める層に対しては、自社の廉価版サービス「nSearch」を提供することで、他社への流出を防ぐ「受け皿」を構築済みです。高付加価値な「NJSS」と、手軽な「nSearch」の二段構えにより、市場シェアを確実に維持・拡大してまいります。

Q NJSS において、価格改定による ARPU 上昇はいつまで続くのか。また、3Q で有料契約件数が伸びた (144 件純増) 理由は？

ARPU については、今後も継続的な上昇トレンドが続くと見込んでいます。主な要因は、2025 年 8 月から実施している価格改定の影響が全顧客に一巡するプロセスにあり、今後も順次単価上昇効果が寄与していく見通しです。

今後は、上記に記載した AI を活用した新機能の実装等により、プロダクト機能を継続的に高めていくことで、顧客提供価値の向上を図っていく方針です。

有料契約件数の増加は、以下の複数の施策が同時に奏功した結果です。解約率の安定という土台が固まったことで、今後は LTV を向上させ、事業の継続的かつ安定的な成長を実現できると捉えています。

1. マーケティング施策の最適化

従来の Web 広告に加え、6 年ぶりにオフラインの展示会への出展を再開したことで、オンラインだけではリーチできなかった層の新規リード獲得に成功しました。また、Google の検索アルゴリズム変更の影響で苦戦していた SEO 流入も底を打ち、回復基調に入っています。

2. AI 活用による営業生産性の向上

過年度に増員した営業人員の育成が進み、戦力化しました。特に、商談ロープレの録画を AI で分析・フィードバックする仕組みを内製化したことで、人材の早期戦力化と受注率の向上を実現しています。

3. 解約率の低位安定

カスタマーサクセスによる伴走支援の質が向上し、解約率が低水準で安定しました。流入が増える一方で流出を最小限に抑えられたことが、契約件数の純増という結果に繋がりました。

以上