

nulab

中期経営計画

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

株式会社ヌーラボ (証券コード: 5033) | 2026年6月22日



1. Nulabのミッション・強み
2. Nulabの成長戦略と中期経営方針・財務目標・新経営体制
3. ポジショニングと当社が目指す方向性：ナレッジプラットフォーム構想
4. プロダクト戦略・マーケティング戦略・M&A戦略・新規事業戦略
5. Appendix

To make creating simple and enjoyable



Nulabの強み

これまで培ってきた 事業の強みを最大限に活用し、ミッションの実現を目指す

顧客資産



- Backlog有料ユーザ数^{*1} 150万人
- Backlog有料契約件数^{*2} 1.5万件
- 顧客理解・育成を促進するユーザーコミュニティ (JBUG)
- 蓄積される豊富なナレッジデータ資産

開発力



- Japan AWS All Certifications Engineers に選ばれた高い技術力
- 解約率0.27%^{*3} の満足度の高い製品開発実績

ライセンス形態



- PLG (製品主導による成長) を支える気軽に社外の人を招待できるライセンス形態
- コスパの良さと独自のポジショニングによる競争力

財務基盤



- 約30億の現預金^{*4} と、前受金モデルによる安定したCF
- 自己資本比率44%^{*4} の健全な財務基盤
- 有利子負債の無いB/Sから得られる借入余地

ミッションの実現

To make creating simple and enjoyable

注記1: 2026年3月末時点の集計データ。旧課金体系で同程度の金額を支払っていたプランを含む

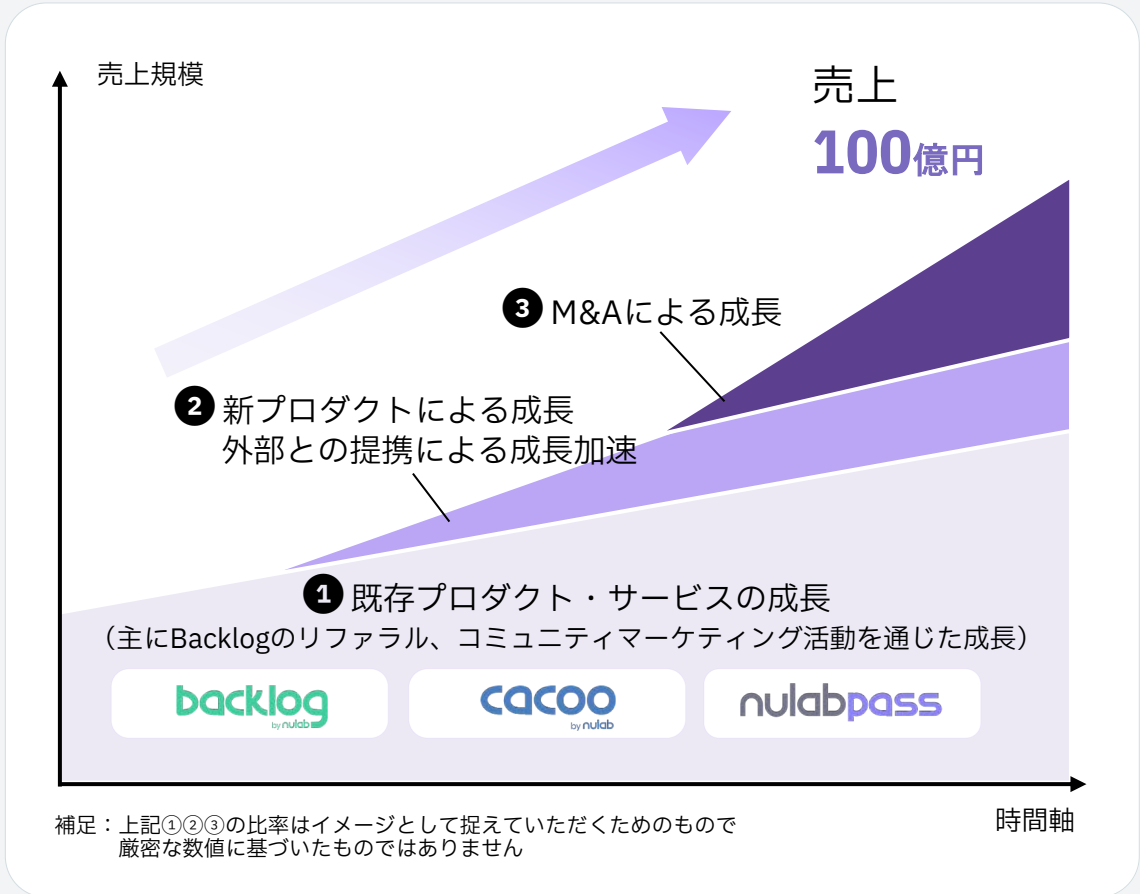
注記2: 有料契約内でBacklogを使用している利用者数の合計 (契約者に招待されて同一スペースで使用しているユーザーを含む)

注記3: 各前月の月額利用料合計に占める解約に伴い減少した月額利用料合計の割合

注記4: 2026/3期末時点 (連結)

Nulabの成長戦略

既存プロダクトの事業拡大を軸としつつ、経営リソースの最適化を図り、新プロダクトの開発と、M&Aにも注力することで、将来的にBacklogに依存しない新たな成長モデルを確立する



売上高 100億円 達成はミッション実現のために必要な通過点

- 1 既存プロダクトの持続的な成長**
リファラル成長を維持しつつマーケ支援を強化。AIを活用した製品機能拡充でユーザー基盤を拡大
- 2 新プロダクトによる成長**
ナレッジデータを集めるプロダクト・サービスを拡充。新規創出に向けたR&Dを強化
- 3 M&Aによる成長**
シナジーが見込める企業を対象に、3年で3社ペースのM&Aで非連続な成長を支える

中期経営方針

「チームの仕事を前に進める世界」の実現に向け、利益創出を最優先に高収益体質へ転換

中期基本方針

既存事業 × AIナレッジ基盤 × 非SaaS事業創出 → 非連続的な成長を実現

生成AIによる事業環境の変化を機会と捉え、利益創出を優先課題として FY29に営業利益18億円規模の達成を目指します。

達成すべき3つの財務KPI（FY29時点）

売上高

70億円

年平均成長率

16%以上を目標

営業利益

18億円

2027年3月期 6.5億円

→ 2029年3月期 18億円

営業利益率

25.7%

2026年3月期 8.1%

→ 2029年3月期 25.7%

【売上高目標の期間変更について】

目標の変更 : 従来「2028年3月期まで」としていた既存事業のみでの売上高70億円の達成目標を、「2029年3月期まで」へと1期延期いたします。

変更の理由 : 2026年3月期において、成長の再加速を狙い一段高い獲得目標を設定しましたが、通期計画に対する未達が生じたため、達成タイムラインを現実的な業績進捗に合わせて見直しました。

今後の見通し : 施策の成果は着実に始まっており、今後の成長に向けた基盤は整いつつあります。2026年6月17日開示の「Backlog」のプラン改定を事業計画に反映させることのみならず、顧客層の拡大や新機能の提供といった各成長戦略の推進・実現を通じて、2029年3月期での売上高70億円達成を確実に目指してまいります。

財務目標

Backlogのプラン改定、および海外拠点の清算を含む構造改革の影響を中長期計画に反映
高収益を追求する体制へシフト

3か年 財務ターゲット（連結）

(百万円・%)

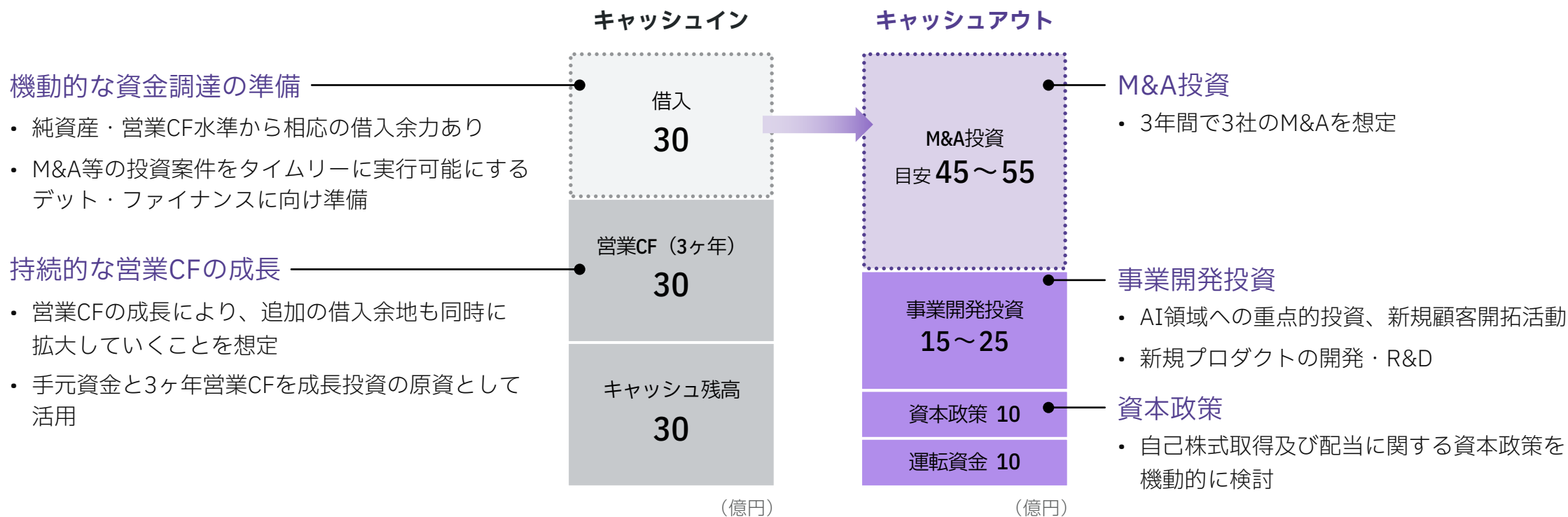
	FY26 実績	FY27 計画	FY28 計画	FY29 目標	3年CAGR
売上高	4,393	4,734	6,140	7,000	+16.8%
売上総利益	3,242	3,427	4,799	5,535	+19.5%
営業利益	354	650	1,200	1,800	+71.8%
営業利益率	8.1%	13.7%	19.5%	25.7%	
経常利益	374	652	1,200	1,800	+69.2%
当期純利益	178	484	890	1,335	+95.2%

予算編成・コスト規律：販管費を（広告費を除き）FY26水準を上限とする。一人当たりの生産性向上を重視 / 広告費：対売上比率の規律内で運用 / 通信費（ツール利用料等）、全領域で適正化しコストダウン。

キャピタルアロケーション

持続的な営業キャッシュ・フローの成長により、追加の借入余地も同時に拡大していくことを想定
手元資金・3ヶ年営業CF・借入余力の活用で 最大80億円規模の成長投資 を見込む

2030年3月までの累計イメージ



経営体制と組織カルチャーの刷新

経営体制を刷新*。戦略の転換とともに、組織カルチャーの変革を推進



代表取締役 CEO

橋本 正徳

飲食業・建築業を経て2001年にプログラマーへ転身。オープンソース文化に影響を受けWebアプリケーション開発およびチーム開発の知見を深め、2004年株式会社ヌーラボを設立し代表取締役CEO就任。



取締役 COO

小川 淳

同志社大学卒業後、リクルートおよびGoogle日本法人にて事業立ち上げと営業責任者を歴任。Great Manager Awardを国内唯一受賞。複数社にて取締役として成長フェーズの経営を担い、2025年よりヌーラボに参画。2026年6月より取締役COO就任。



取締役 CPO

中島 成一朗

関西学院大学卒業後、IHI・デロイトトーマツ ファイナンシャルアドバイザー・住友電気工業にて財務経理およびコンサルティングを担当。フリー株式会社にて事業部CPOを務め、2025年よりヌーラボに参画。2026年6月より取締役CPO就任。



社外取締役

小笹 文

リクルートにてブライダル領域の営業・マーケティングを経て、Googleにて広告プロダクトのセールスマーケティングを担当。イベントレジストを共同創業し取締役COOとして組織体制を整備。合同会社カラフルを創業。2024年より株式会社ヌーラボ社外取締役就任。

非連続成長を支える
人材・組織カルチャーの変革

Before

担当領域を守る・改善する

衝突回避・現状維持の傾向

安定運営を重視



After

機会を見つけ挑戦

越境し事業を創る

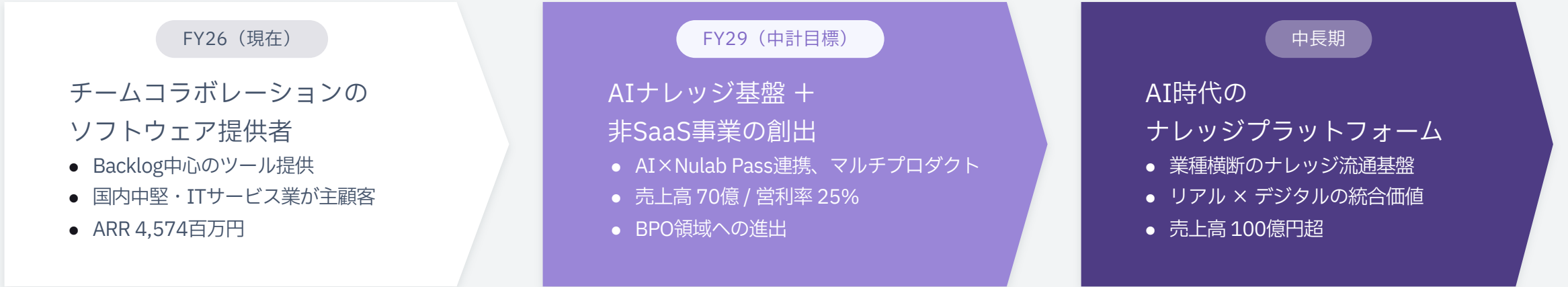
自律したプロフェッショナルとして責任を持つ

変化を生み出しインパクトを出す

ポジショニングと当社が目指す方向性：ナレッジプラットフォーム構想

ナレッジプラットフォーム構想

外部環境の変化： 生成AIとAIエージェントの登場によりSaaSの価値構造が変化。「SaaS is Dead」の議論も生まれる中
Backlogの従量課金でない事業構造と20年分のナレッジデータを強みに、AI時代の中核基盤への進化が急務



ナレッジPF を構築する重点投資領域

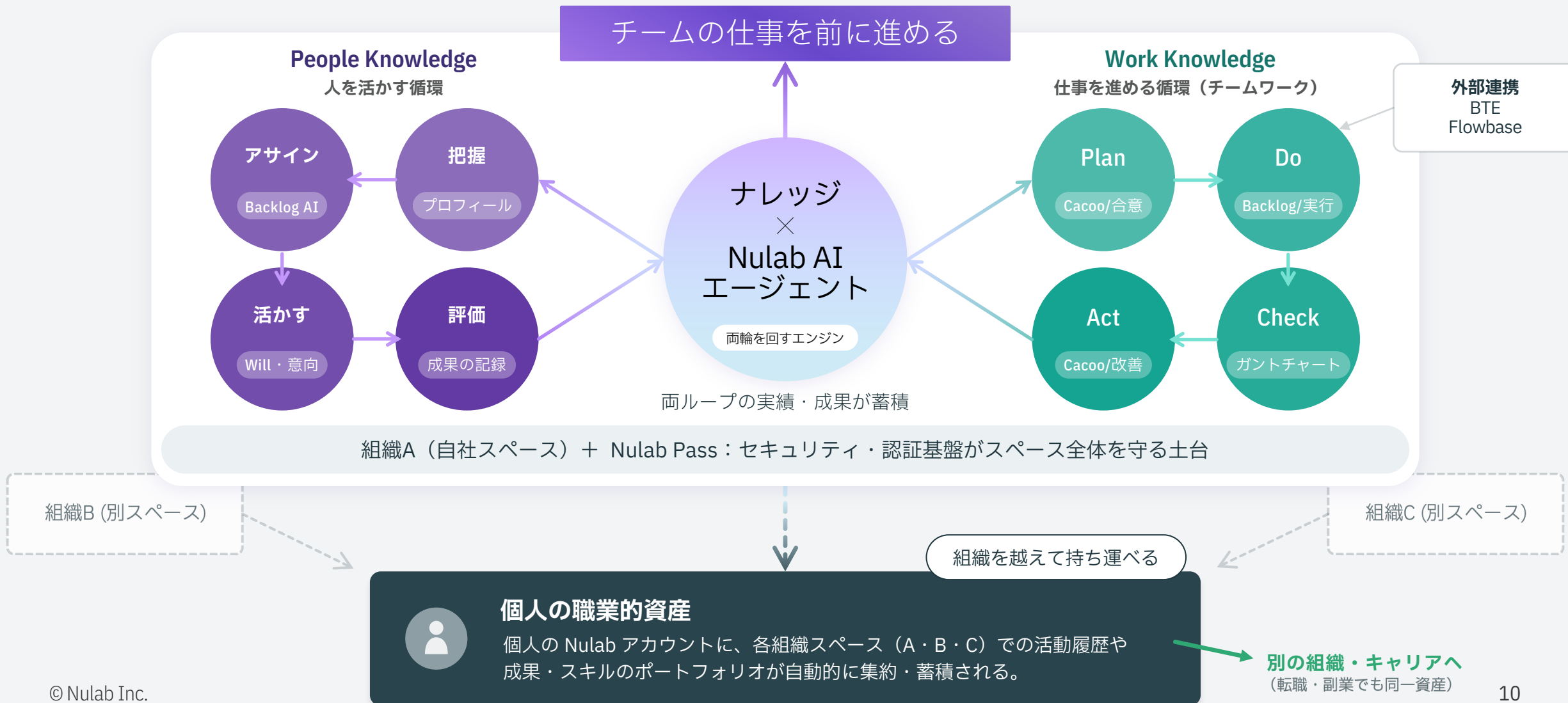
ナレッジ収集・構造化
Backlogデータを横断検索可能な形に整理。
タグ付け・要約の自動化機能を強化。

AIによるナレッジ活用
過去課題から類似事例を提示し意思決定を加速。
Backlog AIアシスタントで標準提供。

プラットフォーム化への投資
他SaaSとのデータ連携、API・Webhook拡張。
R&D・M&Aを推進。

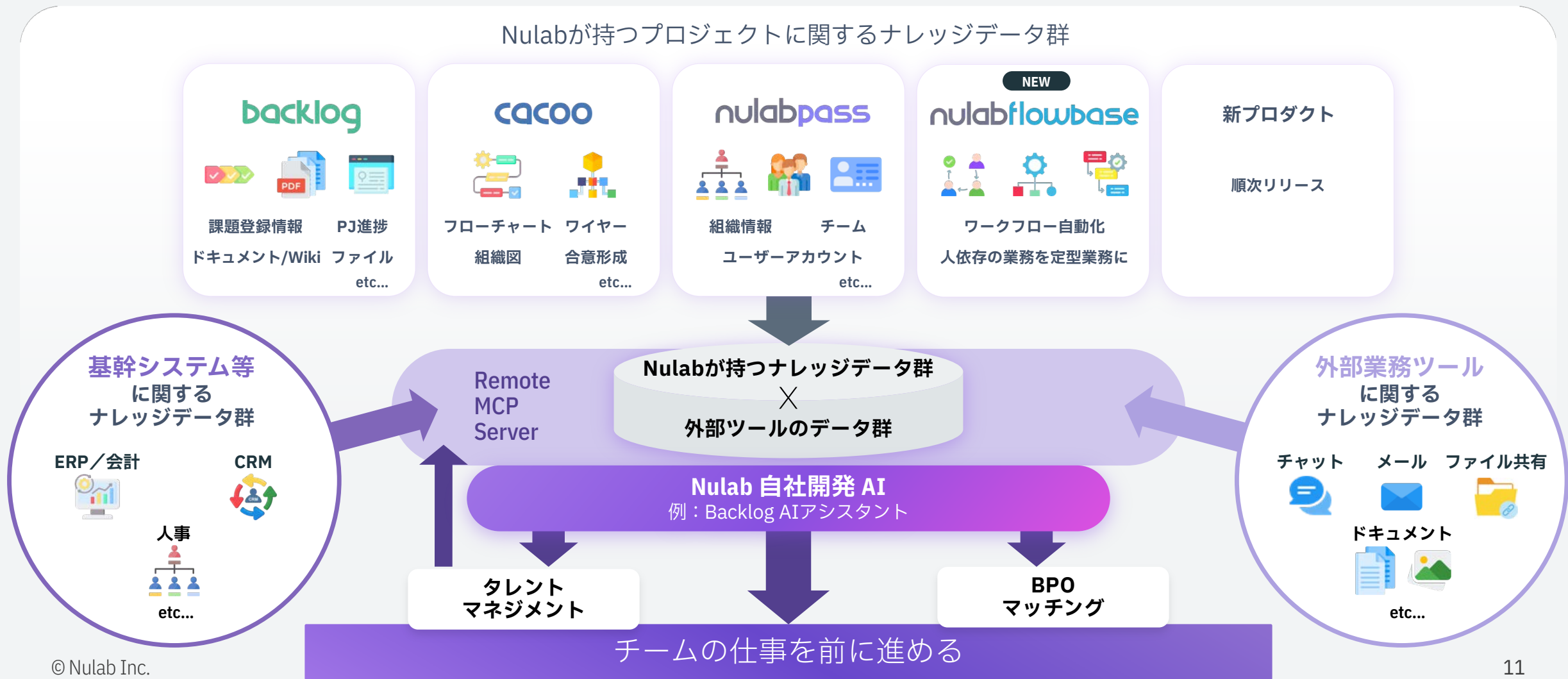
「世界の仕事を人とAIで前に進めるためのナレッジプラットフォーム」

ナレッジプラットフォーム × AI が描く「働く」の全体像



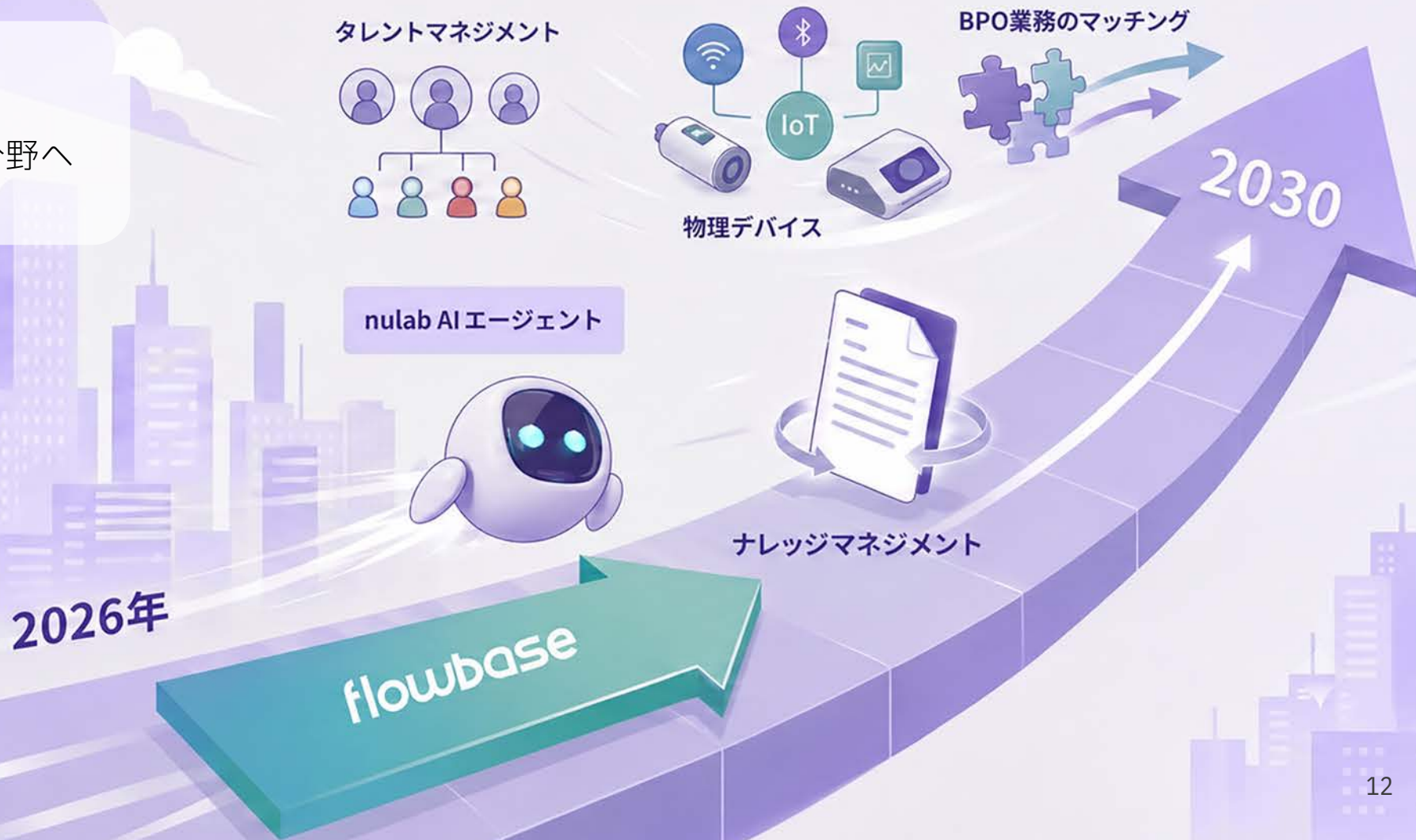
ヌーラボのプロダクト戦略

Nulabプロダクトを起点とした業務のナレッジデータを基にAIで「チームの仕事を前に進める世界」を実現する



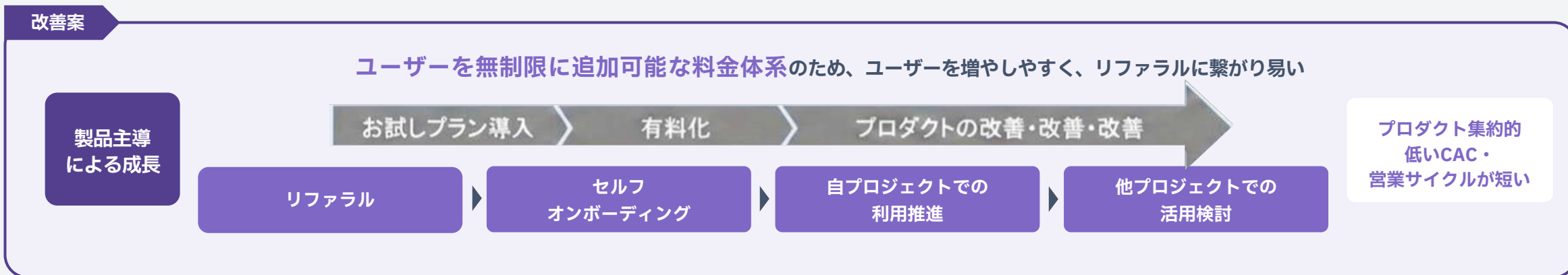
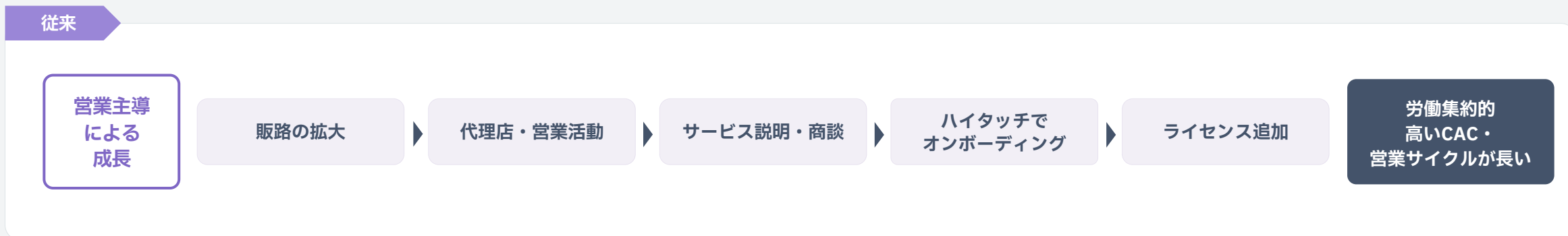
FY27以降はAIを起点としたプロダクト提供を目指す

ナレッジ × AIを活かして
タレントマネジメント／人材分野へ



製品主導による成長モデルの確立

“製品主導”により、顧客獲得コストを抑えながら成果を最大化させるオペレーションモデルを確立

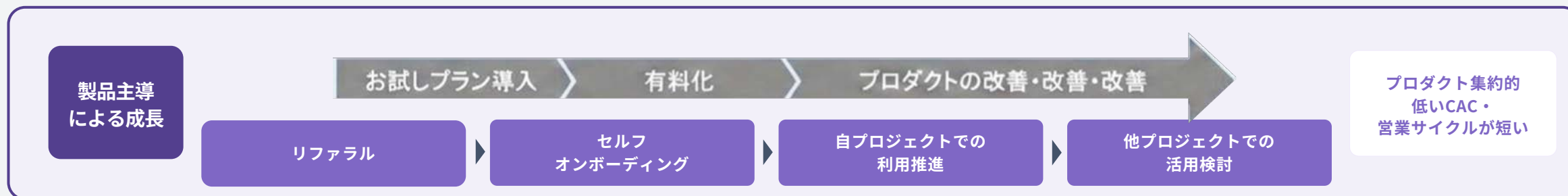


結果として製品主導による成長を志向し、新規ユーザーの74.3%がリファラルによる流入※

※ Backlog契約管理者がユーザー登録時のアンケートへ回答した結果をもとに集計（2020/4/1～2024/3/31）

Nulab Marketing Models : オペレーションモデルの実現/実行

これからはマーケティング施策を付け加えながら顧客・Nulabの成果を最大化させる



Operation Models 網羅的にマーケティング施策を実現/実行する

利用事例 成功事例	業種・職種 利用事例	AIヘルプ	ユーザーコミュニティ 支援
セミナー 勉強会	有人 導入サポート	習熟度別 セミナー	AIアシスタント オプション
SEO/AIO	テックタッチ オンボーディング	ヘルススコア	大規模導入 サポート

マーケティング体制の構築

新たな成長機会 への対応

現在の戦略的イニシアチブ

1



既存活動の強化

顧客成果最大化のオペレーションを確立

2



パートナーチャネルの検討

新たな販売チャネルの開拓と連携

3



ISMAP

行政機関向けISMAP獲得

セキュリティ基準準拠による市場拡大

将来への準備（新プロダクト・M&A対応）



新プロダクト
立ち上げ体制

新サービスの迅速な市場展開



M&A時の
シナジー最大化

統合プロセスの効率化と価値創出

直ちに立ち上げられるマーケティング体制

M&Aターゲット方針

- 隣接領域を中心に **クロスセルによるARPUの増加・ナレッジデータの蓄積** を目的としたM&Aを実施
- 中長期の成長性を担保する当社事業と親和性の高い新領域のM&Aは、経営戦略に従い実施予定

注力領域 ▶ 隣接領域への展開

■ : SaaS業界における検討領域

基幹業務系	ERP	販売管理	生産管理	購買管理	在庫管理
フロント系	セールス	CRM	カスタマーサポート	カスタマーサクセス	マーケティング
バックオフィス系	経営管理	財務会計	人事労務 タレント マネジメント <small>隣接領域</small>	法務	総務
Work OS系	チャット	ドキュメント管理	PM backlog by nulab	ナレッジ管理 <small>隣接領域</small>	ワークフロー
IT・データ基盤系	セキュリティ	SaaS管理	ホスティングサーバー	データ/クラウド	AI/自動化

経営戦略に従い実施 ▶ 新領域への展開例

BPO系 例

ナレッジ基盤構築の実現施策の1つとしてBPOを検討

タレントマネジメント系 例

目標/業績管理、アサイン管理、従業員スキルに見える化、etc

デバイス 例

支援領域拡大の観点から、AIスピーカー等の会議用ハードデバイス等を検討

期待 シナジー

両社顧客へのクロスセルによるARPUの増加 / ナレッジデータの蓄積

新規事業の経営戦略の実現スピードを高める手段として検討

非SaaS事業の創出

デジタルだけでは生まれない価値をフィジカル要素との組み合わせで創出

非SaaS事業の創出

BPOやデバイスなどフィジカル要素を組み込んだ、再現困難な独自価値の創造

背景 — なぜ非SaaS領域か

- デジタル完結型 SaaS だけでは、AI 時代の競争優位を維持できないと認識
- Backlog の強みを物理世界へ拡張
- 再現困難な独自価値を創出する

取り組みの方向性

- 現場業務（建設・製造・医療等）に密着したフィジカル連携機能
- オフラインの働き方・コミュニケーションを統合する体験設計
- ハードウェア/IoT との連携によるリアル業務データの取り込み
- Nulab Flowbase 等の新規プロダクトで先行検証

投資方針： R&Dの一部を本領域へ配分、M&Aの戦略的対象領域とする / **非連続成長の重要な柱として育成**

Nulab *BTE* (構想)

Backlogのタスクを
AIエージェントとBPOで完了させる
Backlog Task Execution



Nulab BTE：提供価値

Nulab BTE CORE MESSAGE

Backlogに課題を立てるだけで、AIと人のハイブリッドチームが業務を "完了" まで運ぶ。

STEP 01

Backlogに課題を立てる
普段どおりの起票

STEP 02

BTEにアサイン
AIが処理を判定

STEP 03 / ハイブリッド

AIで完結
AIエージェントが実行

STEP 03 / ハイブリッド

人が必要
BPOパートナーが実行

STEP 04

“完了”がBacklogに残る
履歴・成果物も

🔗 切り出しゼロ

課題をBTEにアサインするだけ。発注書も業務委託先探しも不要。

vs. BPO発注・業務委託先選定

👥 ハイブリッド実行

AIでは難しい判断作業も、裏側の人的リソースがカバー。

vs. AI単独ツール・BPO単独

✅ Backlog上で完結

進捗・履歴・成果物すべてがBacklogに残り、属人化を防ぐ。

vs. メール・別ツール連携

Appendix

経営において認識される主なリスク及び対応策

投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性があるとして認識する主要なリスク及び当社グループの対応方針

カテゴリ	主要リスク	当社グループの対応策
特定サービスへの依存	当社グループの売上高は主力サービスである Backlog が92% を占めており、何らかの要因で Backlog の売上が大幅に減少した場合、当社グループの業績に深刻な影響を及ぼす可能性があります。	Backlog の競争力の維持・強化、Cacoo・Nulab Pass の成長やクロスセル拡大、新プロダクトの創出を通じて、Backlog への依存度を段階的に逡減してまいります。
AI技術の進展・競合	生成 AI の登場により SaaS の価値構造が変化中、AI 技術を持つ異業種企業を含めて競争が激化しており、当社グループが想定する事業展開を実現できない可能性があります。	AI 技術の積極的な取込みとサービス開発力の強化、Backlog AI アシスタント等の付加機能拡充、継続的なサービス改善活動を通じて競争力の維持・強化を図ります。
システム障害 / AWS依存	サービスはインターネット通信網および AWS に基盤を依存しており、自然災害や予期せぬ事象による障害、AWS の経営戦略変更や価格改定が発生した場合、サービス提供に支障が生じる可能性があります。	システム・サーバーの冗長化と稼働状況の監視、品質管理体制の強化を継続して実施するとともに、特定基盤への過度な依存リスクを定期的に評価いたします。
情報管理・セキュリティ	顧客から機密情報および個人情報を預かる事業特性上、何らかの要因により情報の漏洩や不正利用等が発生した場合、損害賠償や社会的信用の失墜により当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）認証の継続維持、外部専門業者による脆弱性診断、社内規則整備と情報セキュリティ研修等の対策を継続的に実施いたします。

※上記は有価証券報告書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋して記載しており、顕在化の可能性は低～中確度、また顕在化する時期は中長期と想定しています。いずれも現段階において危急のリスクではなく、掲載したリスク対応策により日常的にリスク管理しております。その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください

外部環境と競合の状況：二極化するSaaS

生成AIの進化を「機会」と捉え、「ナレッジプラットフォーム」としてプロダクトを進化させる

	淘汰されるSaaS (脅威)	成長するSaaS (機会)
提供価値	「データの器」 ヒトが情報を入力し、それを保持・表示するだけのツール	「意思決定の支援・伴走者」 蓄積されたデータをAIが分析し、次のアクションの提案、リスク検知、進捗レポートの自動生成
ユーザー体験	「手入力前提のUI」 情報の整理やタスクの起票をヒトが主導で行い、ツールが受動的に管理する	「AIアシスト・自律型」 会議の議事録などから自動でタスクを抽出したり、チャットUIを通じてAIと対話しながら業務を進められる
コラボレーションの質	「情報の断片化（点の協働）」 情報がバラバラに存在し、ヒトが情報の紐付けやコンテキストの理解に多大な労力を費やしている	「情報の自動統合（線の協働）」 コミュニケーションから即実行へつながり、創造的活動に集中できる
データの独自性と活用度	「汎用的な機能」のみの提供 要約や検索など、汎用AIツールで代替可能な低付加価値	「独自ナレッジの資産化」 蓄積された業務データ、チームに最適化されたレコメンドを行う「代替できないインフラ」化
収益モデル	「ID課金（ユーザー数課金）」への固執 AIエージェントによって人間の作業者が減ると、そのまま収益減少に直結する	「成果・価値ベース」への転換 ナレッジ×AIによるチームの成果に連動した収益モデル

独自ナレッジの統合

BacklogやCacooに蓄積された膨大な業務・プロジェクトのナレッジデータをAIが横断的に整理・連携

コラボレーションへの集中

ヒトが管理・調整業務から解放されることで、対話・意思決定・創造的な実行といった、“はたらく楽しさ” = 高付加価値な活動に専念できるツールへ進化

外部環境と競合の状況：「SaaSの死」リスクへの構造的対応

業界が直面する「SaaSの死」リスク

シートベース収益モデルの崩壊

1

多くのSaaSは「1ユーザー月額〇円」型の課金を採用している。AIの導入で「10人で行っていた仕事が1人でできる」ようになると、顧客の業務効率が上がるほどSaaS企業の収益が減るといった構造的矛盾が生じる。

参入障壁の低下・コモディティ化

2

従来SaaSの競争優位は、UXの磨き込みや機能の積み上げによって構築されてきた。しかしAIを活用すれば、新規参入者も短期間で同等の機能を実装できる。差別化の源泉が陳腐化し、市場がコモディティ化するリスクが高まっている。

UIの不要化（エージェントがAPIを直接操作）

3

SaaSの価値のひとつは「使いやすいUI」だった。しかしAIエージェントがAPIを直接叩いて作業する世界では、GUIを介した人間の操作そのものが不要になり、UIの価値が薄れるとされる。

ヌーラボの構造的対応

スペース課金で構造的に影響を受けない

- スタンダードプラン以上でユーザー数無制限（料金はスペース単位）
- AIが業務支援しタスク量が増加しても追加費用なし
- 「気軽に社内外のステークホルダーを招待できる」設計が顧客に支持

AIで複製不能な三層構造の競争優位

- 20年近い日本市場への深い適合と顧客との関係性。世界で150万人以上に利用されており、開発チームから非エンジニア部門まで幅広く浸透
- 新規ユーザーの70%超がリファラル流入—— 広告費に依存しない有機的な成長
- 技術・導入・拡張支援のパートナー網によるエコシステム

UIは「合意形成の場」—— 代替困難な人間的価値

- ガントチャート・カンバン・課題管理は意思決定・責任所在の可視化基盤
- AIが個別作業を担うほど「誰が何をいつ（どのエージェントに）」の管理UIが重要

先行技術対応： BacklogのMCPサーバーを2025年5月に公開済み。UIを介さずBacklogを直接操作する世界にも対応し、Backlog自体をAIエージェントのインフラとして積極的に位置づける。

3か年 財務目標 推移

利益創出を優先課題に据え、高収益体質への転換を目指す

売上高

vs FY26 +59.3%
(CAGR +16.8%)

70 億円

営業利益

vs FY26 約5.1倍
(CAGR +71.8%)

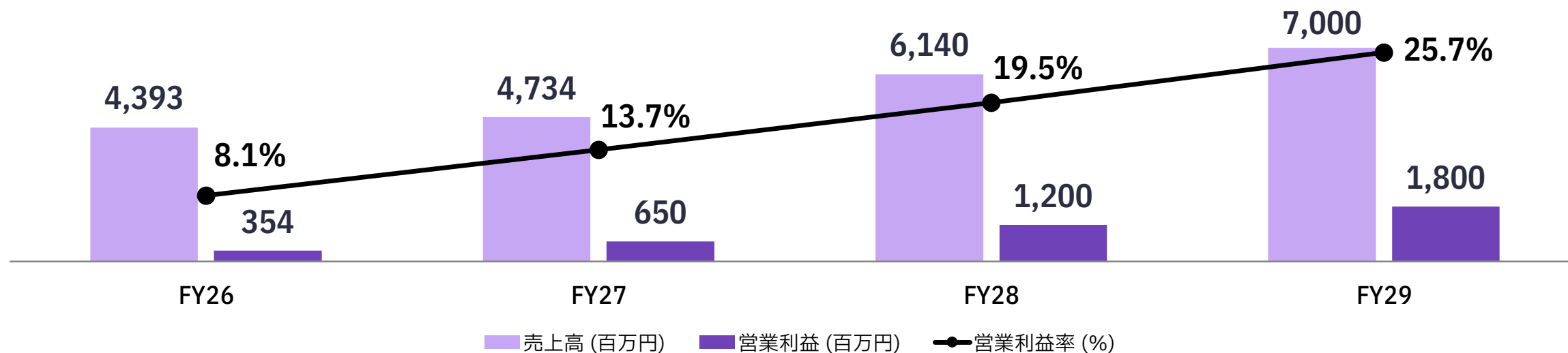
18 億円

営業利益率

vs FY26 +17.6pt
(8.1% → 25.7%)

25.7 %

売上高・営業利益・営業利益率の推移



2026年3月期の成長戦略の進捗について

成長戦略

既存プロダクトの持続的な成長

- 創業来のリファラル成長を維持しつつ、セールス強化でユーザー基盤を拡大
- AIを活用した製品機能拡充による競争優位性の強化

新プロダクトによる成長

- Cacoo・Nulab Pass へのクロスセルによる他プロダクト拡大
- 新規プロダクト創出のための R&D 強化 (Nu Source 推進)

M&A による非連続成長

- シナジーの見込める企業を対象に3年で3社ペースで M&A を実施

進捗の状況

既存プロダクトの持続的な成長

- Backlog 有料契約件数は前年比 **+913件**と前期 (+623件) を大幅に上回り成長が加速
有料ユーザー数 **150万人**を突破
- 月次解約率(売上ベース)は **0.27%**と低水準を維持。成長の鈍化に底打ちの兆しを確認
- Backlog AI アシスタントを **2026年3月**に正式リリース。ベータ版での高い評価を背景に強い引き合いを獲得

新プロダクトによる成長

- Nulab Pass のライセンス数が **10万件**を突破。新規契約の積み上げと既存顧客のライセンス追加が継続。
- 社内新規事業創出プログラム「Nu Source」第3回公募を実施。複数プロジェクトがプロトタイピング中

M&A による非連続成長

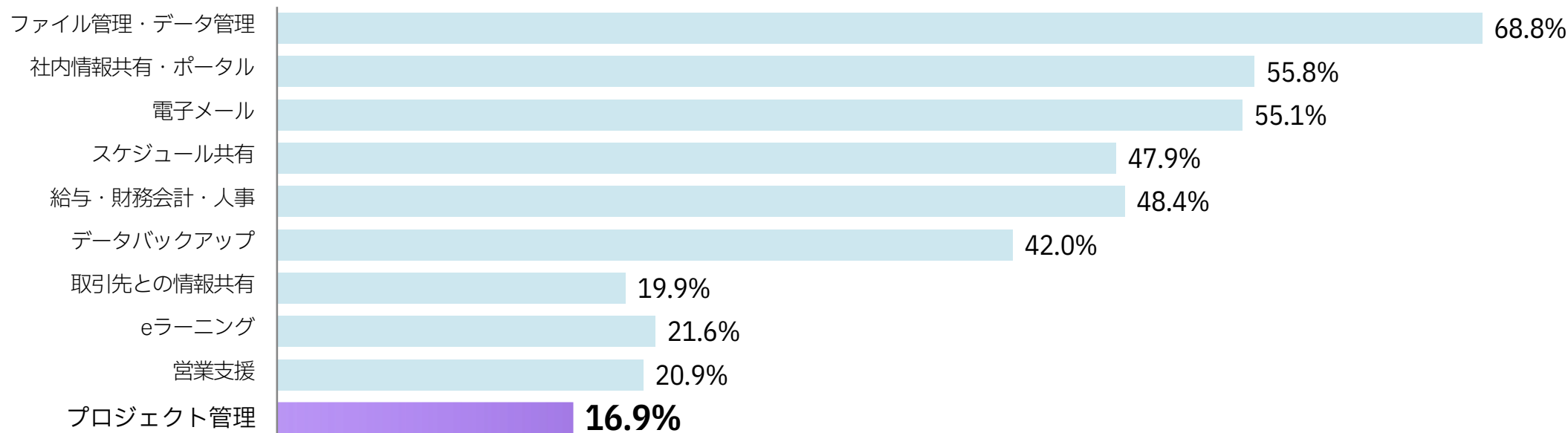
- 業務コラボレーション領域およびその隣接領域での M&A を検討中。**2027年3月期**中の実行を視野に入れ、ソーシング活動を加速
- 現預金 **2,975百万円**・自己資本比率 **43.8%**の堅固な財務基盤を背景に、機動的な資金調達が可能な状況

Backlogのターゲット市場の現状

プロジェクト管理という業務に課題・不満を抱えているユーザーは少なくない一方、現状、プロジェクト管理ツールは利用率が低く、今後の拡大余地は大きいと見込んでいる

各種ビジネスツール利用率*

未だ利用率は低水準 が故に 成長ポテンシャル大



ビジネスの成長に伴い拡大する広大なTAM

コラボレーションツール市場



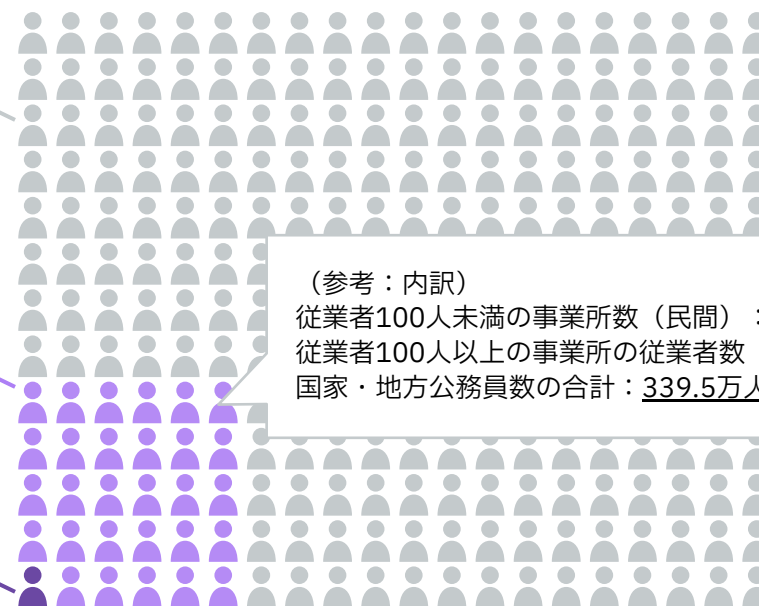
対象ユーザー数

(内、対象ユーザーとなりうるオフィスワーカーは半分程度を想定)

世界の労働力人口
約37億人
(2025)*3

日本の労働力人口
7,004万人
(2025)*3

2026/3期末の
ユーザー数*6
150万人



(参考：内訳)

従業者100人未満の事業所数（民間）：505万所*4

従業者100人以上の事業所の従業者数（民間）：1,740万人*4

国家・地方公務員数の合計：339.5万人*5

注記1：IDCのレポートを参照。Collaborative Applications（世界市場）として、会議、eメール、エンタープライズ向けコミュニケーション、チームコラボレーティブ関連のアプリケーションを含む

注記2：QYResearchレポートを参照。Web会議、コミュニケーションツール、ファイル共有等の関連サービスを含む

注記3：世界及び日本の労働力人口は、The World BANKからLabor force (ages 15 and older)の数値を参照（2025年5月12日時点）

注記4：総務省「産業、従業者規模別民営事業所数と従業者数」から、2021年のデータを参照

注記5：人事院「令和7年度 人事院の進める人事行政について」参照

注記6：有料契約内でBacklogを使用している利用者数の合計（契約者に招待されて同じBacklog上で一緒に使用しているユーザーを含む）。

出所：QYResearch「Global Collaborative Computing Market Insights, Forecast to 2029」、IDC「Worldwide Collaborative Applications Forecast, 2022–2026: Adoption Creates the Collaboration Stack」、The World BANK、総務省「産業、従業者規模別民営事業所数と従業者数」、人事院「令和7年度 人事院の進める人事行政について」

2027年3月期業績予想

- AIを活用した製品機能拡充、セールス強化によるユーザー基盤拡大などにより、トップラインは前期比+7.7%を目指す
- セールス体制・開発体制を強化し、今後の更なる成長のための積極投資に注力。営業利益以降の段階利益では前期比減益の見込み

	2026/3期 (実績)	2027/3期 (予想)	前期比
売上高	4,393	4,734	+ 7.7%
営業利益	354	650	+ 83.3%
経常利益	374	652	+ 74.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	178	484	+ 171.4%

有料契約件数*1 (うちBacklog)	18,906 (15,676)	19,700 (16,620)	+ 794件 (+ 944件)
解約件数*2 (うちBacklog)	287 (167)	396 (175)	+ 109件 (+ 8件)

(百万円)

トップラインは足元の状況に、単価向上施策等の効果を考慮

- 「Backlog AIアシスタント」の有料オプション拡販、新プロダクトの投入、NulabPassの拡販、など単価向上施策を実施し、AI機能の拡張により更なる成長を目指す
- 新規契約件数を大幅に伸ばす方針から、契約の質を重視する方針へ転換
- 新プロダクト開発とM&Aに注力。今期に新プロダクトリリースを目指す。新規事業創出プログラム「Nu Source」も推進し非連続な成長

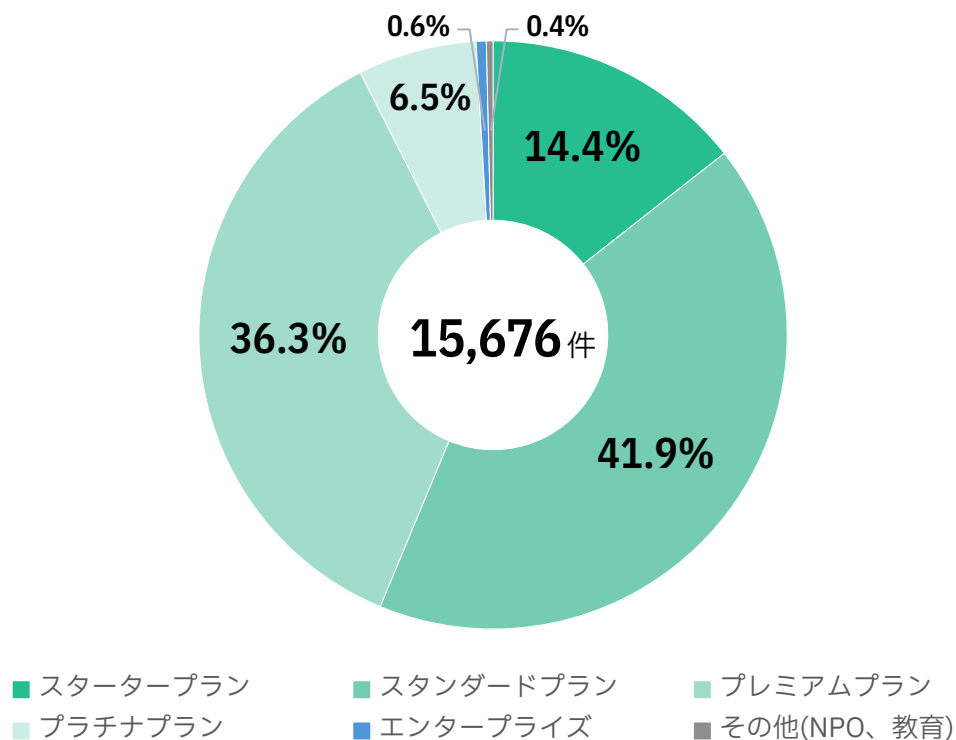
主力事業の収益性向上と、海外子会社の清算による費用削減効果により、大幅増益・過去最高益更新を見込む

- 通信費（売上原価）はユーザ数の増加、効率化ツールの導入、機能開発・実装によるAWS使用量増加等を見込み、通期で646百万円（前期比20.7%増）の計画
- 広告宣伝費はリード・トライアルの獲得、有料コンバージョン率向上のための施策を実施するも、海外分の減少を織り込み、通期で566百万円（前期比18.7%減）の計画
- 海外子会社人員減少により、全社人件費は通期で1,987百万円（うち労務費744百万円、前期比3.4%減）の計画
- AI等の活用による開発効率の改善と非生産活動時間の短縮により、生産性を向上
- 既存事業への依存を超えた新たな成長モデルの確立に向け、中期的な売上成長を最優先課題として資源を戦略的に配分

Backlogの主要KPI

- 有料契約件数*1、は3Q比で+221件増となり、有料ユーザ数は150万人を突破
- 各施策の結果、月次解約率*3 は、売上ベースで0.27%と低い水準で継続推移

有料契約数*1とプラン別構成比



有料ユーザー数*2

150万人

(2026/3末時点)

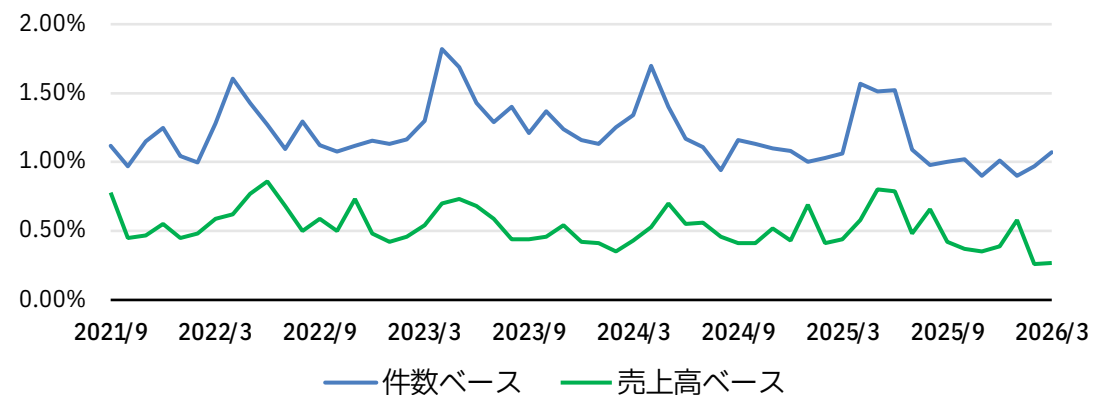
月次解約率

売上ベース*3 **0.27%**

件数ベース*4 **1.07%**

(2026/3末時点)

月次解約率の推移



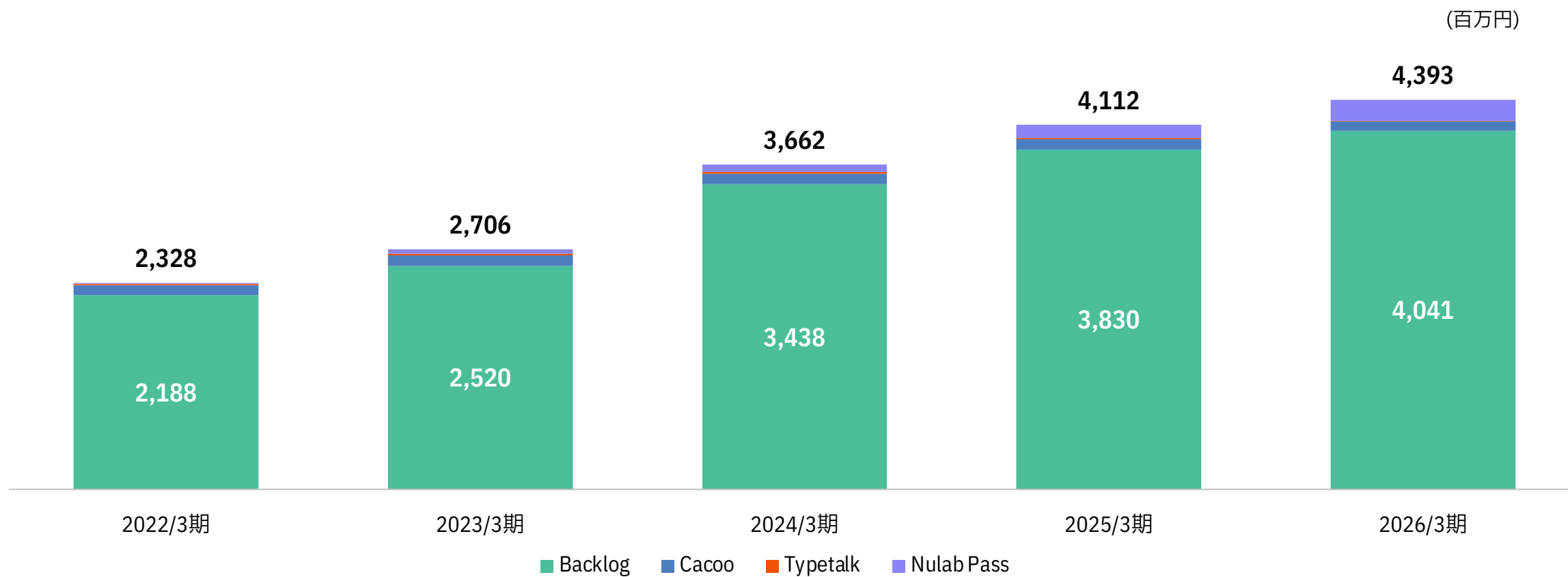
注記1：2026年3月末時点の集計データ。旧課金体系で同程度の金額を支払っていたプランを含む

注記2：有料契約内でBacklogを使用している利用者数の合計
(契約者に招待されて同一スペースで使用しているユーザーを含む)

注記3：各前月の月額利用料合計に占める解約に伴い減少した月額利用料合計の割合

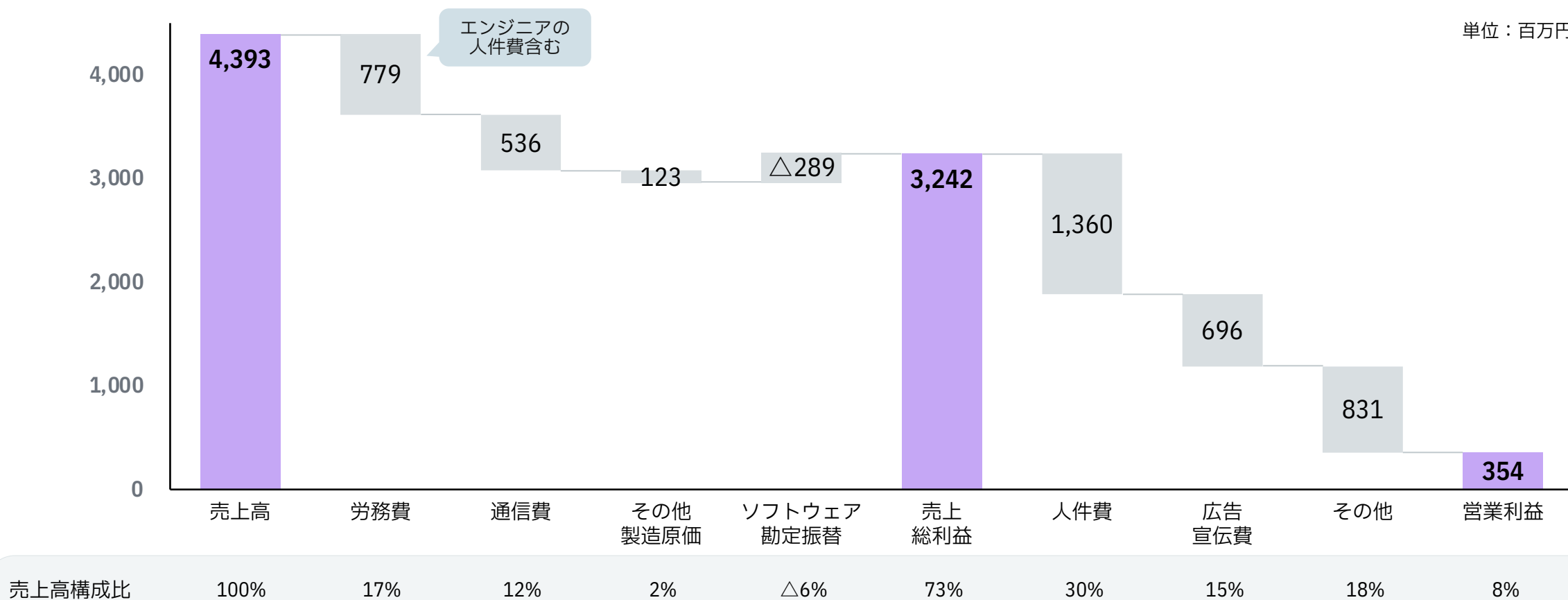
注記4：各前月の有料契約総数に占める解約数の割合

売上高の推移（通期）



コスト構造（全社） 2026年3月期 通期

単位：百万円



Nulabはこれからも、ヌーマンとともに — サイモン・オクスリー氏を偲んで

Simon Oxley, the designer of our mascot Nuuman and a world-renowned illustrator, passed away on April 4, 2026.

Born from his exceptional creativity and playful spirit, Nuuman continues to be cherished by many as a symbol of Nulab. We are deeply grateful for his contributions and honor his memory with respect and gratitude.

2026年4月4日、当社マスコットキャラクター「ヌーマン」のデザイナーであり、世界的に著名なイラストレーターであるサイモン・オクスリー氏が逝去されました。

ヌーマンは、氏の優れた創造性と遊び心によって生み出され、現在も当社の象徴として多くの方々に親しまれています。当社は、氏が残した功績に深く感謝するとともに、心よりお悔やみ申し上げます。



本資料の取り扱いについて

- 本資料は、当社及びその子会社の関連情報の開示のみを目的として作成したものであり、国内外を問わず、当社の発行する株式その他の有価証券の勧誘を構成するものではありません。
- 本資料には、将来予想に関する記述を構成する記載（推定値、予想値、目標値及び計画値を含みます。）が含まれる場合があります。当該将来予想に関する記述は、将来の業績について当社の経営陣が保証していることを示すものではありません。
当社は、将来予想に関する記述を特定するために、「目指す」、「予測する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」等の用語及びこれらに類似する表現を使用する場合があります。
本資料に記載されている将来予想に関する記述は、当社が現在入手可能な情報を勘案した上での、当社の現時点における仮定及び判断に基づくものであり、既知及び未知のリスク、不確実性その他の要因を含んでいます。当該リスク、不確実性その他の要因により、当社の実際の業績又は財務状態が、将来予想に関する記述により表示又は示唆されている将来の業績又は財務状態から大きく乖離する可能性があります。
- 上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。
- 「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、定時株主総会前までを目途として開示を行う予定です。尚、次回の更新は2027年6月を予定しております。