



2025 年 11 月 14 日

各 位

会 社 名 株式会社プラスアルファ・コンサルティング
代 表 者 名 代表取締役社長 三 室 克 哉
(コード番号：4071 東証プライム)
問 合 せ 先 取締役 コーポレート部門担当 野 口 祥 吾
(TEL. 03-6432-0427)

2025 年 9 月期 通期決算について想定されるご質問に対する回答

2025 年 11 月 14 日発表の 2025 年 9 月期の通期決算において、関心が高いと予想される事項をとりまとめましたので、詳細は別紙をご参照ください。

Q1：2025年9月期 通期の業績（実績）について

25/9期（通期）の売上高は170億円（前年比 22.8%増）、営業利益は63.7億円（前年比 40.8%増）となり、順調な増収増益となっています。

また25/9期 4Q（7-9月）については、売上高は46.0億円（前年比 13.8%増）、営業利益は19.4億円（前年比 36.9%増）となり、前年比で大幅な増益となりました。

大幅増益の要因は、主にHRソリューションにおいて、売上高が順調に拡大していることに加え、新規顧客の獲得をエンタープライズにシフトする方針転換を継続しており、そのためにマーケティング施策を見直し、費用が抑制された影響となっております。

2025年8月13日に公表した通期見通し（修正後）に対する達成率は、売上高で100.5%、営業利益で104.6%となり、売上高ほぼ計画通りであったものの、営業利益の進捗は前年を大幅に上回っております。4Qは、HRソリューションにおいて、想定以上に売上が好調であったことから利益が高水準に積み上り、計画超過となっております。

各事業の業績進捗は下記の通りとなります。

<HRソリューション>

・タレントパレット

売上の好調に加え、費用の圧縮が進んでおり、前年同期比で大幅な増収・増益となっております。顧客数の増加に加え単価上昇が継続していることから、主要な売上となる月額収入が大きく増加しております。また4Qは、従来に増してコンサルティング案件の受注が多くあり、売上高の継続拡大に寄与しております。25/9期以降では、戦略的にエンタープライズにフォーカスしており、これに伴いマーケティング施策を見直し、関連費用が抑制されております。

・ヨリソル

顧客の増加に伴い、売上高が順調に増加しております。ヨリソルはまだ先行投資段階にあり、事業拡大に向けた成長投資は継続しております。赤字は継続しているものの、赤字幅は想定より抑えられており、効率的な事業運営を行っております。

・グローアップ

受注が弱い状況が継続しており、前年比で売上高、利益ともに落ち込みとなりました。一方で、人件費やマーケティング費などのコスト圧縮などを進めており、3Q、4Qでは黒字に転換し、通期は黒字を確保しております。

新卒学生の採用市場は早期化・長期化しており、その変化に十分に対応できなかったことが受注の弱い要因となっております。対策として、25/9期中から早期に動き出す顧客の取り込みに向けて、26/9期の売上に寄与する27年3月卒学生の採用サービスの販売に活動をシフトしております。

・オーエムネットワーク

順調に顧客数が増加しているほか、大型の案件も増えてきており、計画を上回る順調な進捗とな

っております。

<マーケティングソリューション>

解約率が高水準となっており、顧客数は減少傾向が続いているものの、その一方で顧客単価が上昇しており、前年比で売上高は増加しております。費用面では、マーケティング費用を中心に不急費用の圧縮を行っていることから計画を超過しております。

Q2：第4四半期の営業利益の伸びが想定より大きかった理由について

HR ソリューションにおいて、顧客数の増加と単価の上昇によりリカーリング収入が継続拡大するとともに、戦略的に注力してきたコンサルティング案件が想定よりも大きく積み上がることで、3Q の想定時よりも売上が大きくなっております。

また顧客獲得のターゲットをエンタープライズにシフトすることで、マーケティング費が抑制されてきたことも重なり、想定した利益水準を大きく上回りました。

Q3：HR ソリューションの KPI について

<顧客数>

FY25 4Q の顧客増は+50 件となり、3Q の+36 件から増加ペースは加速しております。

新規顧客の獲得において、エンタープライズにシフトするような方針の転換をしており、顧客数の増加ベースは、1 年前からはやや少なくなっております。

また 24/9 期に拡販してきたタレントパレット Lite 版の顧客を中心に、解約の絶対数が増えつつあったことから、ネットでの増加数が抑えられていた面もあります。

顧客数に関しては、数だけを追いかけるのではなく、高い単価による課金が期待できる当社サービスにマッチする顧客を着実に増加させていくことを方針としております。

<ARPU>

タレントパレットは 2024 年 5 月に値上げを行い、それ以降、契約更新となる顧客に対して、順次、値上げ価格を適用し、その効果が 3Q（2024 年 4 月）まで ARPU の上昇の一部として数字にも反映されております。値上げと並行して、既存顧客への有償オプション拡販や上位プランへのアップセルを進めており、値上げ効果と合わせて、全体の顧客単価（ARPU）の上昇につながっております。

今後の ARPU については、年率数%程度の上昇傾向を見込んでおります。価格改定による ARPU 上昇効果は 25/9 期の 3Q までとなり、4Q 以降は、現在活動を強化している既存顧客への有償オプション等のクロスセルや上位プランへの移行にともなうアップセルが上昇要因となります。このため過去 1 年の上昇ペースと比べると、やや緩やかな上昇になることを想定しております。

<解約率>

計画想定よりも低位かつ安定しており、4Qは僅かながら低下となりました。

タレントパレットの解約内訳としては、小規模顧客による解約が多いことや、導入後、数年以上が経過するような顧客から予算上の見直しや導入時からの状況変化により、契約を見直すケースなどがあります。

時間経過とともに、上記のように契約見直しを検討する可能性がある顧客割合が高まっていくものの、その変化は僅かかつ緩やかであることから、解約率が急に上昇する状況は想定しておりません。

Q4：マーケティングソリューションの KPI について

<顧客数>

FY25 4Qの顧客増は▲18件となり、3Qに引き続き減少しました。

新規顧客の受注ペースに大きな変化はありませんが、足元で下記<解約率>に記載の要因により受注を上回る解約が発生しております。

<ARPU>

足元では緩やかな上昇が継続しております。2024年5月以降、契約更新となる見える化エンジン顧客に対して、順次、値上価格を適用しており、その効果が表面化していることや、上記の解約に至る顧客は簡便な使い方をする単価が低い顧客が多く、そのような解約が全体の平均値を上昇させる効果も反映されております。

<解約率>

主に見える化エンジンの顧客から解約が発生しております。解約に至る顧客属性としては、ライトユーザー（SNSなどのソーシャル分析のみが使用目的）が多く、短期間の利用後に解約するケースが増えております。

今後はエンタープライズ顧客への拡販を強化することや、ライトユーザーに対しても更に幅広い用途でのサービス利用を促進するなどにより、定着率を高めていきたいと考えております。

Q5：ラクス社との資本業務提携について

2025年11月14日に株式会社ラクスとの間で資本業務提携の契約を締結しました。

ラクス社との間では、2025年8月13日付で「業務提携に向けた基本合意」の契約を締結し、両社が提供するクラウドサービスに関する販売・マーケティング面での協業可能性について検討してきました。また、その範囲に留まらず、協業プロダクトの企画から開発、その際の営業・サポートなどの役割分担にまで検討範囲を広げ協議を行っていましたが、大枠の合意に至りましたので、今回の資本業務提携として契約を締結しております。

<業務提携について>

タレントマネジメント市場で人材データ活用プラットフォームを提供する当社とバックオフィス SaaS 市場で強固な顧客基盤を持つラクスが協業することで、両社の顧客に対する一層のサービス浸透とともに、付加価値の高いソリューションを提供し、顧客企業の生産性向上と競争力強化に貢献することを目指しております。

具体的には、以下のようなサービス展開を想定しております。

- ①「タレントパレット」の OEM 製品となる「楽楽人事労務」の開発
- ②営業活動、販売の相互支援
- ③相互への顧客紹介
- ④ウェビナー及びセミナー等を通じた楽楽人事労務及び当社製品等のプロモーション活動
- ⑤楽楽人事労務の利便性向上を目的とした技術的な連携
- ⑥楽楽人事労務及び当社製品等の利用促進を目的としたパートナー・代理店施策の検討及び実行

<資本提携について>

当社株式のうち発行済株式数の 4.09%について、ラクスが当社の既存株主より 11 月 14 日付で譲り受ける予定です。本件は、上記の業務提携をより強固なものとすることを目的としており、協業推進をより確実なものにするものと考えております。

詳細は 2025 年 11 月 14 日発表の以下の資料をご参照ください。

- ・株式会社ラクスとの資本業務提携契約の締結に関するお知らせ

Q5：マイナビ社との提携の進捗状況について

2025 年 8 月 13 日のプレスリリース（「資本業務提携に伴う第三者割当による自己株式の処分に関するお知らせ」）の通り、当社とマイナビ社は、両社が提供するサービスや保有データの融合・連携を図りつつ、学生や社会人のデータを蓄積・活用できるプラットフォームを提供していくことで合意し、具体的な取り組みがスタートしております。

第 1 弾として、協業プロダクトである、新たなタレントマネジメントシステム「マイナビ TalentBase」の提供を 2025 年 10 月 1 日から開始しております。

本サービスは、マイナビ社が独自に提供するサービス機能を「タレントパレット」に搭載した、新しいタレントマネジメントシステムとなっております。具体的には、ポジション管理機能やダッシュボード、人事評価機能やスキル管理機能、研修管理機能など、タレントパレットに搭載されている様々な機能に加え、マイナビ商品である『マイナビ e-learning 研修コンテンツ』、『パーソナリティ診断』、『エンゲージメント診断』等が搭載されております。

本サービスは、マイナビ社の独自サービスとして同社からの提供・販売となり、当社はマイナビ

社への OEM 提供となり、マイナビ TalentBase による獲得収益の一部を当社売上に計上していく予定です。

(ご参考)

マイナビ TalentBase <https://hrd.mynavi.jp/mynavi-talentbase>

Q7：26/9 期の業績予想について

2026/9 期の業績予想について、以下の通り 2025/9 期からの増収・増益を計画しております。2025/9 期に続き、費用を抑制しながら効率的な事業運営を行っていく方針であり、売上高の成長とともに、利益率についても 3-4 ポイント程度、上昇することを見込んでおります。

	25/9 期（実績）		26/9 期（計画）
売上高	17,084 百万円	→	19,500 百万円
営業利益	6,378 百万円	→	7,500 百万円

<売上高について>

- ・HR ソリューションにおいては、顧客増と ARPU 上昇による効果に加え、コンサルティング売上が伸長することを見込んでおります。
- ・マーケティングソリューションにおいては、顧客数は減少トレンドからの持ち直しを見込むものの、落ち込んだリカーリング収入の回復に時間を要することから、売上高はやや減少を見込んでおります。

<利益について>

前期に引き続き、HR ソリューション事業においてエンタープライズ顧客獲得に注力しつつ、マーケティング関連費用を抑制した事業運営とする方針となっております。

Q8：株主還元の方針変更および 2026/9 期末配当について

2026/9 期末の配当については、1 株あたり 38.0 円を予定しております。
以下の通り、2026/9 期の業績と、配当方針を踏まえたものとなります。

<配当方針>

当社は、株主に対する利益還元を経営の重要課題と位置づけており、配当政策については、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していくことを基本方針としております。

配当性向については、足元の資金状況および今後の想定キャッシュ・フロー見通しを踏まえ、30%を目安としております。

Q9：新規事業への投資の成果について、赤字となる期間と利益が計上できるタイミングについて

当社では、現在、新規事業として、「ヨリソル」（教育機関向けソリューション）や「HIcare Wellness」（介護・医療機関向けソリューション）などに取り組んでおります。

いずれもタレントパレットの「業界特化版」的なサービスとなっておりますので、システム開発面では、既存サービスによる資産蓄積を効率的に活用し、立ち上げ期でも大きな開発投資を伴わない方法により、新サービスの開発を行っております。

一方で、サービスの訴求や普及のためには一定のマーケティング活動やそれに必要な営業やサポート人員も必要となるため一定の先行費用が発生しております。

新規事業立ち上げ期の収益イメージですが、最初の1年程度は「トライアル期間」であり、何社かの顧客企業に実際に使用いただく中で、サービス改善や必要機能の実装などを行っていきます。トライアル期間を経て、事業化に進む場合には、10名程度の小組織で事業をスタートさせております。その後、事業が順調に拡大する場合には、初年度（売上1億円未満、1-2億円程度の赤字）、2年目（売上3-4億円程度、1-2億円程度の赤字）、3年目（売上7-8億円程度、収支均衡）、4年目以降での利益貢献 というようなプロセスを想定しております。

現在、新規事業として取り組んでいるヨリソルについても、上記に近い状況で進捗しており、足元では赤字が発生しているものの、それが大きく拡大する状況ではなく、将来の成長力を一層高めるために必要な投資と認識しております。

Q10：M&Aの取り組みとそのリターンについて

当社では、M&Aのターゲット領域として（1）タレントパレットの周辺領域（2025年11月14日発表 決算説明資料P40）、および（2）既存顧客向けの付加価値サービス領域（同P41）を想定しております。

<（1）の領域について>

顧客企業の社員採用・研修・福利厚生・健康経営などの「機能」拡張にフォーカスするものです。タレントパレット外の領域を押さえることで、顧客との関係を強化するとともに、利益にも貢献する事業を対象として想定しております。

基本的に、ある程度の顧客基盤（売上10億円以上を目安）を有し、かつ収益状況も良好な会社を条件としております。

<（2）の領域について>

既存顧客に対してサービスを提供している中で、関連サービスとしてニーズが存在する分野をターゲットとしております。具体的には、HR ソリューションの領域での人事業務企画（コンサルティング等）や、顧客の業務処理を支援する BPO サービスなどが対象となります。顧客にニーズがあるサービスメニューを幅広く準備することで、1 顧客あたりの収益増加と図りつつ、顧客からのエンゲージメント強化を狙いとしております。この領域では、社内で同等のチーム立ち上げることと比べ、効率的にノウハウ蓄積ができると判断できる案件であることが条件となります。(2) の領域では、事業規模の制約は特段考えておりません。

(1) (2)いずれについても、のれんが発生するケースが想定されますので、償却後でプラスとなる見通しであることが実行の条件となります。また当社グループ化後については、営業面での協力（顧客の相互紹介）や開発面での支援（当社ノウハウを活用した機能強化や機能面でのサービス連携）により、出資後 2 年目以降を目安として、出資前の想定以上に売上・利益を増やすことでシナジーを獲得していく方針です。

以上