



2025 年 8 月 13 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 第 3 四半期決算について想定されるご質問に対する回答

2025 年 8 月 13 日発表の 2025 年 9 月期の第 3 四半期決算において、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 第3四半期の業績（実績）について

25/9期 3Q（10-6月）の売上高は124億円（前年比 26.5%増）、営業利益は44.3億円（前年比 42.6%増）となり、順調な増収増益となっています。

また25/9期 3Q（1-3月）については、売上高は43.0億円（前年比 26.4%増）、営業利益は16.3億円（前年比 74.4%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。

通期見通し（修正前）に対する進捗率は、売上高で70.4%、営業利益で79.1%となり、売上高の進捗率はほぼ前年水準であるものの、営業利益の進捗は前年を大幅に上回っております。

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

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、売上高が拡大しております。25/9期以降は、エンタープライズ・シフトに伴うマーケティング施策見直しにより、費用を抑制した事業運営となっており、前年同期比で大幅に利益増となっております。4Qの費用についても引き続きコントロールしていく方針です。

・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。一方で、事業拡大に向けた成長投資は継続していることから、赤字は継続しているものの、赤字幅は抑えられております。

・グローアップ

受注が弱い状況が継続しており、売上高、利益ともに前年比で落ち込んでおります。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においてはそれまでの赤字から黒字に転換しております。

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ていなかったことが受注が弱い要因となっております。今期（25/9期）の売上に寄与する26年3月卒学生を対象とした採用サービスは、受注ピークを過ぎており、来期（26/9期）の売上につながる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。

4Qにおいては、3Qより売上増加となる見込みであることと、費用面の圧縮は継続するため、通期では黒字としていく方針です。

・OM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>

解約率が高水準にあるため顧客数はやや減少しましたが、その一方で単価が上昇しており、売上高は前年比で増加となっております。

Q2：第3四半期の営業利益の伸びが大きかった理由について

主に HR ソリューションにおいて、売上高が順調に推移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の転換に伴い、特に 24/9 期の 3Q はマーケティング費用が高水準であったのに対して、25/9 期ではかなり抑制した水準となったことから、前年比で大きな利益成長となっております。

また子会社のオーエムネットワークの業績も引き続き想定以上に順調に推移していることや、新規事業であるヨリソルが順調に拡大しており、赤字幅が圧縮されていることなども増益寄与となっております。

4Q のマーケティング費用についても、必要な投資は行っていくものの、引き続きコントロールした水準としていく方針です。

Q3：HR ソリューションの KPI について

<顧客数>

FY25 3Q の顧客増は+36 件となり 2Q の+66 件からは増加ペースはスローダウンとなりました。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方針を転換しており、顧客数の増加ペースはやや少なくなっておりますが、顧客全体の母数が増える中で、特に 24/9 期に拡販してきたタレントパレット Lite 版を中心に、解約の絶対数も増えつつあることから、ネットでの増加数が少なくなっております。

<ARPU>

2024 年 5 月以降で契約更新となるタレントパレット顧客に対し、順次、値上げ価格を適用しており、その効果が 3Q も引き続き表面化していることや、既存顧客への有償オプション拡販が進み、全体の顧客単価（ARPU）が上昇している効果が反映されております。

24/9 期の ARPU はほぼ横ばいでありましたが、25/9 期から上昇トレンドとなってきております。24/9 期中は、値上げは実施していたものの、同じタイミングで単価が低いヨリソルが増えてきたことや、3Q-4Q では新規導入顧客に対して期間限定の値引きなどを実施していた等の影響により、値上げによる上昇が相殺され横ばいとなっております。

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、その後は、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が、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と想定しております。

<解約率>

計画想定よりも低位かつ安定しておりますが、僅かながら上昇となりました。

タレントパレット導入後、数年以上が経過するような顧客の割合が高まってきていることから、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が発生しております。

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 3Q の顧客増は▲43 件となり、2Q に引き続き大きく減少しました。

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>

2024 年 5 月以降で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してい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含まれております。

<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、ライトユーザー（SNS などのソーシャル分析のみの使用目的）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：マイナビ社との資本業務提携について

当社とマイナビ社は、HR 領域におけるビジネス拡大を目的とした包括的業務提携を 2025 年 4 月 22 日に発表しております。本件は、就職や転職を起点にその後の活躍までを支援する「革新的なサービス×プラットフォーム」を協業により構築することで、シナジーを創出することを目指すものとなっております。

上記の発表後、両社では「短期」および「中長期」のそれぞれのスコープでの協業領域を設定し、協業プロダクトの企画から開発、および営業・サポート・コンサルティングなど役割分担などについて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ました。

<業務提携について>

「科学的人事」の実現を目指しながらタレントマネジメント市場を牽引する当社と、就職・採用

分野で豊富な実績を持つマイナビがタグを組むことで、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方針です。

採用・育成・配置などの人事業務において、スキル情報などを軸にしたマッチング精度を向上させることで、求職者には最適な活躍の場でのキャリア形成を支援しながら、企業には自社にマッチした人材獲得や社員のエンゲージメント向上などのソリューションを提供することを目指します。

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 協業プロダクトの開発・販売（2025 年 10 月よりサービス提供開始予定）
- ② タレントパレット顧客に対するマイナビ研修コンテンツの提供
- ③ マイナビの新卒応募者管理システムと協業プロダクトの連携
- ④ 両社データ活用によるリスキリング推進・採用マッチングの高度化

<資本提携について>

当社が保有する自己株式のうち発行済株式数の 3.03%について、マイナビを処分予定先として割り当てる予定です。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、これにより事業の推進をより確実なものにしてまいります。

詳細は 2025 年 8 月 13 日発表の以下の資料をご参照ください。

- ・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

Q6：ラクス社との業務提携について

2025 年 8 月 13 日に株式会社ラクスとの間で、今後の業務提携に向けた基本合意を締結しております。具体的には、両社が提供するクラウドサービスに関して、以下の内容による協力に向けて協議を開始するものです。

- ① 営業活動、販売の相互支援
- ② 顧客紹介
- ③ ウェビナー及びセミナー等のプロモーション活動
- ④ 利便性向上を目的とした技術的な連携
- ⑤ 利用促進を目的としたパートナー・代理店施策
- ⑥ その他、両社間で合意した事項

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。

詳細は 2025 年 8 月 13 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業務提携に向けた基本合意のお知らせ

Q7：業績予想の修正について

2025 年 9 月期の業績予想について、2025 年 8 月 13 日に以下の修正を行っております。

	従来計画		変更計画
売上高	17,730 百万円	→	17,000 百万円
営業利益	5,600 百万円	→	6,100 百万円

<売上高予想の変更について>

HR ソリューションにおいて、主力のタレントパレットが顧客数の増加とともに単価上昇が継続し、主要な売上となる月額収入が大きく増加し順調に拡大しておりますが、子会社のグローアップ、D4DR、Attack において受注が弱い状況が継続していることから、売上高は期初計画を下回る見込みです。

<利益予想の変更について>

タレントパレットにおいて、新規顧客獲得をエンタープライズにシフトする方針転換により、マーケティング施策を見直すことで費用が抑制され、計画を上回る見込みであります。

Q8：株主還元の方針変更および 2025/9 期末配当計画の変更について

以下の通り、配当方針を変更するとともに、2025/9 期末配当計画を変更いたします。

<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、目標を配当性向 20%としておりました。

上記の考え方には変更ありませんが、現状の資金状況および今後の業績見込み等を勘案し、配当性向を 10 ポイント引き上げ、30%と変更します。

なお新たな配当方針については 19 期（2025 年 9 月期）から適用することとします。

<第 19 期期末配当について>

上記方針のもと、1 株当たり配当金は 18 円としておりましたが、これを 29 円へと変更します。

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（2024年11月8日発表 決算説明資料P11）、および（２）既存顧客向けの付加価値サービス領域（同 P12）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