



2026 年 8 月 12 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)

2026 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

2026 年 8 月 12 日発表の 2026 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。

Q1：2026年9月期 第3四半期の業績（実績）について

26/9期第3四半期累計期間(10-6月)の売上高は140.1億円(前年比12.3%増)、営業利益は53.6億円(前年比21.2%増)となり、安定的に増収・増益を継続しております。2025年11月14日に公表した通期見通しに対する進捗率は、売上高で71.8%、営業利益で71.6%となり、売上高は概ね前年並み、営業利益は前年同期より高い進捗となっております。

売上高については、主にHRソリューションにおいて想定通り順調に拡大していること、営業利益については、前期(25/9期)の第2四半期以降、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に伴い、マーケティング費用の抑制を継続していることから、計画に対する営業利益の利益進捗率が前年より高くなっております。

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、費用の圧縮も進んでおり、前年同期比で大幅な増収・増益となっております。リカーリング収入については、顧客数の増加に加え、単価上昇も継続していることから、主要な売上となる月額収入が増加しております。解約率は低位で落ち着いた水準にあり、顧客のLTVベースは引き続き順調に拡大しております。

費用面では、顧客ターゲットの戦略的なエンタープライズ・フォーカスに伴い、マーケティング費用の抑制を継続しており、収益性が一段と上昇しております。

・ヨリソル

顧客数の増加に伴い、売上高は順調に増加しております。現状は、顧客ベースを拡大するステージにあり、新規顧客は塾や専門学校などの小規模な教育機関が多くなっているものの、顧客数の増加により売上高が拡大しております。

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を継続しております。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。

・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、大型案件も増えてきていることや、既存顧客へのアップセルなども積極的に行っており、顧客単価の上昇と合わせ、リカーリング収入は順調に拡大しております。

<マーケティングソリューション>

見える化エンジンの解約率が高い水準となっており、顧客数は減少傾向が続いております。顧客単価は上昇しておりますが、顧客数の減少による影響を補うには至っておらず、売上高は前年比で減少となっております。費用面では、マーケティング費用を中心に費用圧縮を行っていることから、ほぼ計画通りの利益水準となっております。

Q2：売上高や営業利益の前年比成長率について

26/9 期 3Q 期間(4-6 月)における前年同期比成長率は、売上高は+8.5%、営業利益率は+2.3%と、前 Q などと比べて緩やかな伸びとなっております。

前年の 25/9 期 3Q 期間においては、タレントパレットの料金改定に伴う売上高の上昇や、マーケティング費の抑制により、売上・営業利益とともに高水準だったことにより、相対的に前年比が緩やかに見えていることが影響しております。

Q3：HR ソリューションの KPI について

<顧客数>

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方針転換を行ってから 1 年程度の時間が経過するなかで、ターゲット顧客に対するアプローチ方法が固まりつつあり、営業効率が向上しております。

4-6 月の増加数のうち、一部は資本業務提携先であるマイナビ社およびラクス社経由の案件が含まれております。

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

従業員 50-300 名未満の低単価の顧客（当社直販は概ね従業員 300 名超の企業が主対象）を主対象とするマイナビ社およびラクス社経由案件獲得が順調に推移していることもあり、ARPU の前年比上昇率はやや緩やかになっております。

ARPU の伸びが緩やかであっても、リカーリング収入増に寄与しており、これは業務提携の目論見通りの進捗であります。

2024 年 5 月～2025 年 4 月の 1 年間をかけて料金改定を行ってきましたが、その効果は FY25 3Q（2025 年 4 月）までの ARPU 上昇の一部に含まれております。また料金改定と並行して、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などを進めておりますので、改定効果が一巡した FY25 4Q 以降も、顧客単価（ARPU）は継続した上昇をしております。FY26 3Q 期間の ARPU については、前年同期間の ARPU は改定効果が反映された高い水準となっていることも、前年比の上昇率がやや緩やかとなっている要因となります。26/9 期 4Q 以降の ARPU についても、前年比での上昇率は、年率数%程度を見込んでおります。

・ヨリソル

足元では顧客ベースを拡大するステージととらえ、顧客数を増やすことを優先していることから、新規の顧客としては塾や専門学校などの小規模な教育機関が多くなっております。その結果、ARPU

は 10 万円台の低い水準となっております。

・OM ネットワーク（R-Shift／R-kintai）

新規の大型案件の増加や、既存顧客へのアップセルなども積極的に行っていることから上昇傾向となっております。

<解約率>

26/9 期 3Q 期間の解約率は 2Q 期間からほぼ横ばいであり、顧客ベースは安定しております。

タレントパレットの解約については、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顧客の割合が高まっていますが、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：HR ソリューションの「コンサルティング売上」の前年比成長率について

エンタープライズ顧客にフォーカスする方針のなかで、コンサルティング・ビジネスの拡大に注力しております。26/9 期 3Q 累計期間においては、前年同期間比での成長率は 33.7%となっているものの、3Q 期間では 4.5%と微増にとどまっております。コンサルティング売上には一定季節性が存在し、2Q と 4Q に売上が偏る傾向があることが要因になります。既に 4Q に向けた体制強化や案件獲得も進んでおり、通期では高成長を見込んでおります。

Q5：マーケティングソリューションの KPI について

<顧客数>

26/9 期 3Q 期間の顧客増は▲8 件となり、2Q に引き続き減少しました。

下記 <解約率> に記載の通り、解約はやや高い水準にあるものの、生成 AI を活用した新規サービスである「AI プラストーク」などの受注が増えていることや、解約も下げ止まりの兆しが見えていることから、顧客の減少傾向から脱却できる目途は立ちつつある状況と認識しております。

<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いることや、カスタマーリングスでも従量料金の改定を行っており、その効果が表面化していること、また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。解約に至る顧客の属性としては、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。

足元では、上記ライトユーザーの解約一巡や、解約防止策の効果が始まっていることから、解約は下げ止まりの兆しが出てきております。

今後はエンタープライズ顧客での活用場面を広げていくことや、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。

Q6：ラクス社との資本業務提携の強化について

2026 年 7 月 14 日に、ラクス社による当社出資比率の引き上げに伴い、資本業務提携に基づく覚書を締結いたしました。2025 年 11 月 14 日にラクス社との間で資本業務提携の契約を締結して以来、「タレントパレット」のラクス向け OEM 製品「楽楽人事労務」の展開を通じ、緊密な協業を推進してまいりましたが、サービスが順調に立ち上がっていることや、足元の市場環境の変化に迅速に対応し、従来の枠を超えた新サービスの開発や新たな市場の共創を加速させるため、ラクス社は当社出資比率を引き上げ、当社を持分法適用関連会社化することとなりました。それに伴い、戦略的パートナーとして両社が保有するサービスの開発力や運営ノウハウ、顧客基盤などを一層活用し、強固な協業関係を構築・推進して更なる連携を深めるべく、覚書の締結に至りました。

本連携強化は、中長期的には当社の事業拡大および企業価値の向上に大きく資するものと考えておりますが、26/9 月期の業績に与える影響は軽微となります。

Q7：マイナビ社との提携の進捗状況について

マイナビ社との資本業務提携に伴いスタートした、両者の協業プロダクトで、新たなタレントマネジメントシステム「マイナビ TalentBase」の提供が 2025 年 10 月 1 日から開始しております。26/9 期 3Q に関しましては、マイナビ社の顧客のニーズに合わせた特化プランの提供を開始するなど連携を強化しており、マイナビ社経由での顧客獲得が順調に進んでおります。今後においても、マイナビ社が有する幅広いサービス・ラインアップとの連携を更に深めることで、マイナビ社の顧客層への浸透を図り、顧客拡大のペースを早めたいと考えております。

<補足：マイナビ TalentBase 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。

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・販売され、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おります。

Q8:Cradle 社の株式取得による子会社化について

2026年8月12日開催の取締役会において、Cradle 社の発行済み株式の85%を取得し、子会社化することを決議いたしました。

Cradle 社は、組織のダイバーシティ推進・従業員の健康・ウェルビーイング支援をするための法人向けサービス「Cradle」を提供しております。ウェルビーイング向上やDE&I への認識拡大を追い風に、エンタープライズ企業を中心に Cradle の導入は進んでおり、Cradle 社の業績も順調に拡大しております。

当社タレントパレットのユーザーの中にも DE&I 強化に取り組む顧客は多数存在しており、当社においても拡張を模索していた領域となります。

本株式取得により、以下のようなシナジーを想定しております。

- ① DE&I 強化に取り組む顧客への販売協力
- ② イベントなどを通じたコミュニティ連携の強化
- ③ 新領域のサービス開発

これらにより、エンタープライズ市場の開拓をさらに進めるとともに、ダイバーシティ推進や従業員の健康、ウェルビーイング支援といった人事の周辺領域へサービスを拡張させ、新たな顧客や付加価値を開拓できると考えております。

詳細は2026年8月12日発表の以下の資料をご参照ください。

- ・ 株式会社 Cradle の株式取得（子会社化）に関するお知らせ

Q9：26/9 期の業績予想について（変更なし）

2026/9 期の業績予想について、以下の通り増収・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、営業利益率についても 1 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。今期中は底固めの時期であり、来期以降の本格的な増収回帰を目指しております。

<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。

以上