



2026年5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)

2026年9月期 第2四半期決算について想定されるご質問に対する回答

2026年5月13日発表の2026年9月期の第2四半期決算において、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2四半期の業績（実績）について

26/9期（第2四半期累計）の売上高は93.4億円（前年比14.20%増）、営業利益は36.9億円（前年比32.2%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47.9%、営業利益で49.2%となり、ほぼ売上高は前年並み、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。

また26/9期の第2四半期（1-3月）はコンサルティング収入が5.3億円（前年比で60.5%増と大幅な増収）となり、売上拡大に寄与しました。エンタープライズにフォーカスする方針のなかで、25/9期からコンサルティング・ビジネス拡大に注力しており、その結果が売上の数値として顕在化した状況となっております（※Q4に追加説明あり）。

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：第2四半期の営業利益の伸びが大きかった理由について

26/9期 2Q累計（10-3月）については、売上高は93.4億円（前年比 14.2%増）であるのに対し、営業利益は36.9億円（前年比 32.2%増）と大幅な増益となりました。

売上高の増収率に比べて、営業利益の増収率が大きくなっている要因としては、主にHRソリューションにおいて、前年の25/9期 1Qのマーケティング費用が大きかったのに対し、25/9期 2Q以降の施策見直しによりマーケティング費用が圧縮されたため、26/9期 1Qの営業利益の伸びが前年比で53.1%と高水準となったことが影響しております。

26/9期 2Q累計としての営業利益の高い伸びは、主に1Qのマーケティング費用抑制が寄与したもののですが、2Q単体でも増収に応じた安定的な利益成長を維持しており、増収基調は継続しております。

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。

また1-3月の期間においては、4月以降の新年度からの運用開始に備えてサービスを導入する顧客を一定数獲得できており、直前の10-12月と比べて、新規導入数はやや大きくなる傾向があることや、1-3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経由の案件が増えていることなども影響しております。

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

新規顧客数が多かった影響により、ARPUの伸びはやや緩やかになっております。通常、新規導入の平均顧客単価は、既存顧客より低く、新規導入数が増えてくることで、全体の平均単価を低下させる影響があります。既存顧客の単価は順調に上昇していることや、新規顧客の増加はリカーリング収入増に寄与するため、ARPUの伸びが緩やかであっても、全体としては大きな問題はないと考えております。

2024年5月～2025年4月の1年間をかけて値上げを行ってまいりましたが、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などを進めておりますので、値上げ効果が一巡したFY25 4Q以降も、顧客単価(ARPU)は上昇を継続しております。FY26 3Q以降のARPUについては、前年のARPUは値上げ効果が反映された高い水準となることから、前年比での上昇率は、やや緩やかな水準となり、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にとらえ、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>

FY26 2Qの解約率は1Q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」が拡大した要因について

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、体制強化などを図ってきた結果、売上の増加に結びついております。

これまでの当社のコンサルティングのサービスの形態は、既存顧客に対するサービスのオンボーディング(データ整備、システムやワークフローの設定代行、他システムとの連携、ダッシュボード画面の構築等)が主力でしたが、25/9期の後半からは、サービス・ラインアップの拡充を図り、対応できる業務範囲を拡大しております。

具体的には、人事業務の上流工程となる業務設計、例えば、人事評価制度の設計・見直し、ジョブ型雇用制度の導入、サクセッションプラン導入、社内公募等の施策導入、エンゲージメント分析・改善、社員スキルデータの定義設定、人的資本開示の設計等に加えて、生成AIを活用した新たな業務プロセスの構築などのメニューを加えております。

顧客がタレントパレットの導入や利用機能を拡大する前段階において、顧客側で分析・整理・決定しておく必要がある事項に対し、当社のコンサルタントが顧客に伴走しながら、業務設計を支

援するサービスとなります。

一般のコンサルティング会社との違いは、タレントパレットの導入や機能利用とセットになっている点にあります。最終的には、タレントパレット機能を利用しながら顧客課題を解決するスタイルとなるため、活用機能に合わせてコンサルメニューをある程度パッケージ化することや、新規に採用する人材への教育体制を整備することで、コンサルタントの属人能力に依存しない形で効率良く事業展開を図っていく方針です。

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 2Q の顧客増は▲8 件となり、1Q 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 トークトレ」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値上げを行っており、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めていることから、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：ラクス社との協業について

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、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や、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などを決定し、その実行に向けて準備を進めてきましたが、2026 年 4 月に協業プロダクトである「楽楽人事労務」がリリースとなりました。

本サービスは、ラクス社の独自サービスとして同社からの提供・販売され、当社はラクス社への OEM 提供となり、楽楽人事労務による獲得収益の一部を当社売上に計上する予定です。

楽楽人事労務は、タレントパレットの多種多様な機能群から、顧客の「業務の痛み」の解消に必要な機能（人事管理、労務管理など）をラクス社が抽出してパッケージ化したもので、各種労務手続き（雇用契約・年末調整・社会保険・雇用保険の申請に必要な書類作成・提出等）や人事評価業務の運用などがシステム上で完結できるものとなっております。

ラクス社側では、サービスリリースに目途がついた 2026 年 3 月頃からプレセールスを開始していたこともあり、4 月以降、順調に顧客獲得が進んでおります。

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。サービス開始以来、当初の目標に沿う形で、マイナビ社経由での顧客獲得が順調に進んでおります。今後は、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：配当方針の変更および2026/9期末配当（増配）について

以下の通り、配当方針を変更し、それを踏まえて2026/9期の配当額が変更となります。
2026/9期末の配当について従来、1株あたり38.0円 → 50.0円の増配を予定しております。

<配当方針>

これまで配当性向を指標とした利益還元を基本とし、配当性向として30%を目途としておりましたが、資本効率をより一層高める経営を目指すとともに、利益水準の変動に左右されにくい安定的な株主還元を実現するため、従来の配当性向の目途を40%に引き上げるとともに、新たにDOE（株主資本配当率 = 配当金総額 / 株主資本）を配当の基準として導入いたします。

- ・配当性向目標の引き上げ : (旧) 30% → (新) 40%
- ・DOE（株主資本配当率）指標 : (新設) 8%

配当の基準として配当性向40% または DOE8%のいずれか高い方を適用します。

<配当額の変更>（増配）

上記の配当方針の変更に伴い、期末配当金を前回予想の1株当たり38.0円から+12円（前年比では+22円）増配し50.0円に増配します。

- ・1株あたり配当額（2026/9期） : (旧) 38.0円 → (新) 50.0円

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