



株式会社才口

2022-2024

中期的な経営の見通し [アップデート]

2023.02.14

2022年度の総括 および 中期的な経営の見通しについて

2022年3月に公開した中期経営計画の初年度が終了し、業績面では売上収益・営業利益ともに予想を若干上回る着地となりました。

前期はクラウドソリューション事業では、新規顧客の契約単価が向上しました。デジタルトランスフォーメーション事業では、外部環境の変化に伴って第3四半期以降のマーケティング/プロモーション領域での案件が増加しました。また、サステナビリティの追求に関する各種社内施策も着実に進捗しており、健康経営優良法人認定やくるみん認定を取得する事ができました。また、選択的週休3日制の導入などにも取り組みました。今後も多様性確保に向けた環境整備や気候変動対策への貢献にも取り組んでまいります。

前期の活動状況を踏まえて、2022年3月時点で公表した中期経営計画の内容について以下の要点をもとに更新致します。

クラウドソリューション事業では、中長期で売上成長率を高める為には、大規模な広告宣伝費を投下する計画ではなく、組織力を強化するために営業人員や開発人員の採用・育成を着実に進めることが重要と判断しました。そのために、費用対効果を考慮して一時的な広告宣伝の投下施策から方針を変更しております。

また、デジタルトランスフォーメーション事業においては、特に営業人員の確保に苦戦しております。今後事業を拡大するためには、即戦力の採用とさらなる社内人材の育成を強化することが不可欠であると考えています。

引き続き経営理念を実現するために企業活動を行います。環境の変化にも柔軟に対応して正しく企業価値を向上させます。売上収益は今後も引き続き20%の成長を目指し続けることは変わりません。引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 川田 篤

全社 業績見通し

決算期	2021年12月期 (実績)	2022年12月期 (予想)	2022年12月期 (実績)	2023年12月期 (予想)	2024年12月期 (見通し)
売上収益	5,530百万円	6,180百万円	6,210百万円	7,092百万円	8,249百万円
営業利益	2,027百万円	2,050百万円	2,286百万円	2,380百万円	2,710百万円
営業利益率	36.7%	33.2%	36.8%	33.6%	32.8%
ROE	23.3%	20%以上	24.5%	20%以上	

クラウドソリューション事業 業績見通し

決算期	2021年12月期 (実績)	2022年12月期 (予想)	2022年12月期 (実績)	2023年12月期 (予想)	2024年12月期 (見通し)
売上収益	3,133百万円	3,530百万円	3,541百万円	4,132百万円	4,795百万円
営業利益	1,485百万円	1,550百万円	1,615百万円	1,712百万円	1,958百万円
営業利益率	47.4%	43.9%	45.6%	41.4%	40.9%

デジタルトランスフォーメーション事業 業績見通し

決算期	2021年12月期 (実績)	2022年12月期 (予想)	2022年12月期 (実績)	2023年12月期 (予想)	2024年12月期 (見通し)
売上収益	2,397百万円	2,650百万円	2,668百万円	2,959百万円	3,454百万円
営業利益	519百万円	500百万円	641百万円	667百万円	750百万円
営業利益率	21.7%	18.9%	24.0%	22.5%	21.7%



SUSTAINABILITY

サステナビリティの 追求に向けた取り組み

経営理念

当社は下記の経営理念の実現を目指して企業活動を行っています。

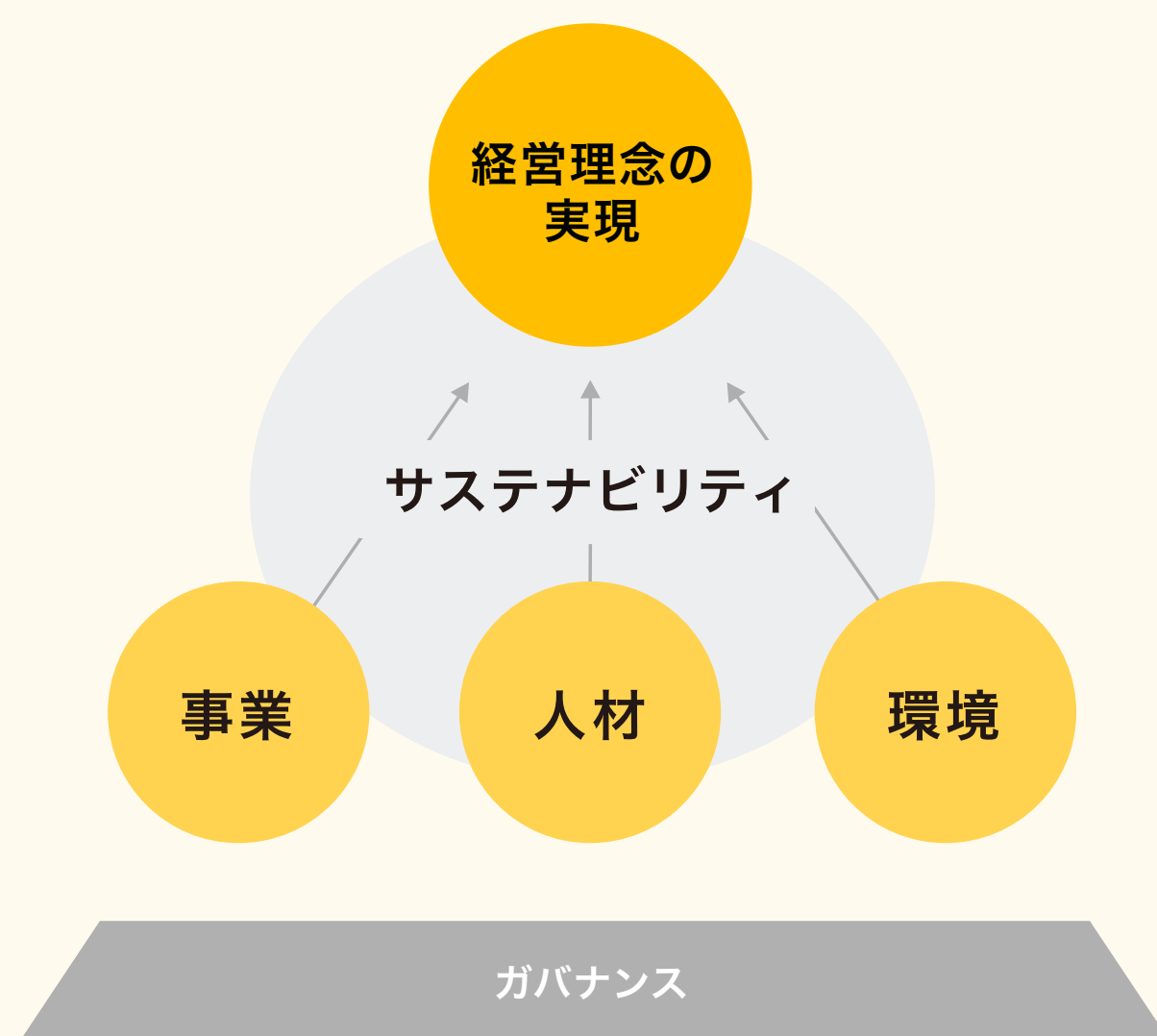
経営理念

社員全員が世界に誇れる物（組織・製品・サービス）を創造し、
より多くの人々（同僚・家族・取引先・株主・社会）に対して
より多くの「幸せ・喜び」を提供する企業となる。

そのための努力を通じて社員全員の自己実現を達成する。

サステナビリティ方針

オロは、世界に誇れる物を創造し、
 より多くの人々により多くの「幸せ・喜び」を提供する企業となることを経営理念に掲げています。
 この理念を実現するには、持続可能な社会の実現と持続的な当社グループの成長の両方を追求することが重要と考えています。
 テクノロジーとクリエイティビティの融合によって新しい価値を世の中に提供し、
 企業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献していきます。

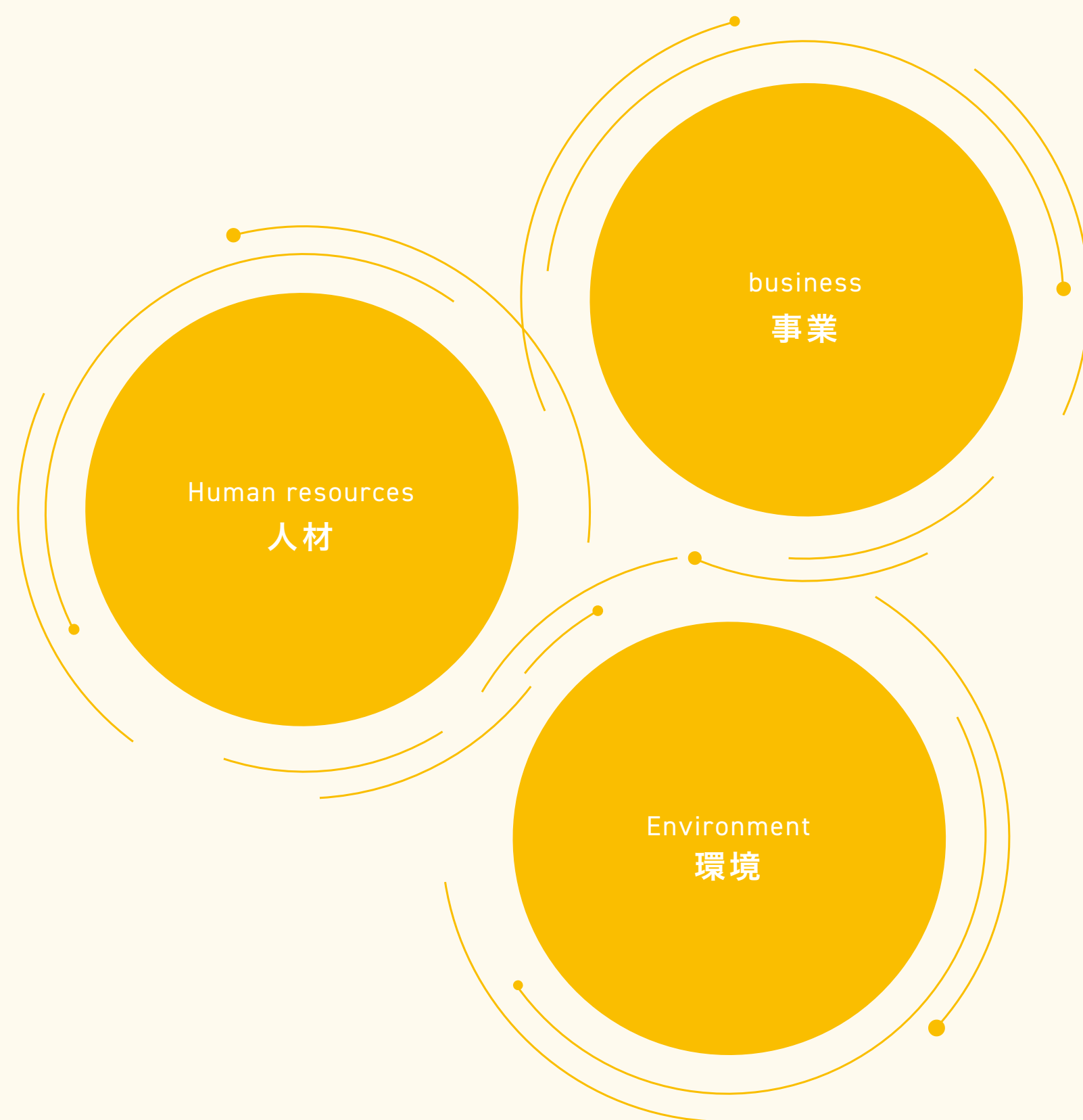


経営理念を実現するには、当社自身の持続的な成長が不可欠です。ただし当社の成長は、あくまでも同僚・家族・取引先・株主・社会に対してより多くの「幸せ・喜び」を提供してはじめて成立するものだと捉えております。

そのため当社は、マテリアリティである「事業」「人材」「環境」への取り組みについて、「サステナビリティ」の観点でベクトルを合わせ、取り組み状況をモニタリングしながら、経営理念の実現に向けて企業活動を展開してまいります。

マテリアリティ（重要課題）

持続的な成長に向けて取り組むべき重要課題を3つのマテリアリティとして特定しました。



■ 事業

当社は、経営理念である「より多くの人々（同僚・家族・取引先・株主・社会）により多くの『幸せ・喜び』を提供する」ことを実現すべく、事業を通じて社会課題の解決に貢献することを志しています。

■ 人材（P10～15）

当社の中長期的な成長を生み出すのは人材であり、高度で多様な人材が集まり創発することで、サービスの高付加価値化が実現されると考えております。そのため多様性の確保や人材育成、人材定着は重要課題として取り組む必要があります。

■ 環境（P16）

当社が、より多くの人々により多くの「幸せ・喜び」を提供する企業を目指すうえでは、同僚・家族・取引先・株主だけでなく、社会に対する責任も観点としては欠かせない要素です。

昨今の情勢から、社会的要請のうち環境問題に対する社会の関心がより高まっている中で、社会の公器としてより多くの人々により多くの「幸せ・喜び」を提供するうえでは、当社としても優先度高く取り組むべき課題だと認識しております。

マテリアリティ（重要課題）

人材への取り組み

1. 中核人材の登用における多様性の確保

多様な個性を持つ人々が自己実現を図り、
結果として事業の成長性および、組織の多様性を確保・強化できるよう、
多様なキャリアパス・働き方を受け容れる環境を整備します。

取り組み実績 [2022年12月期]

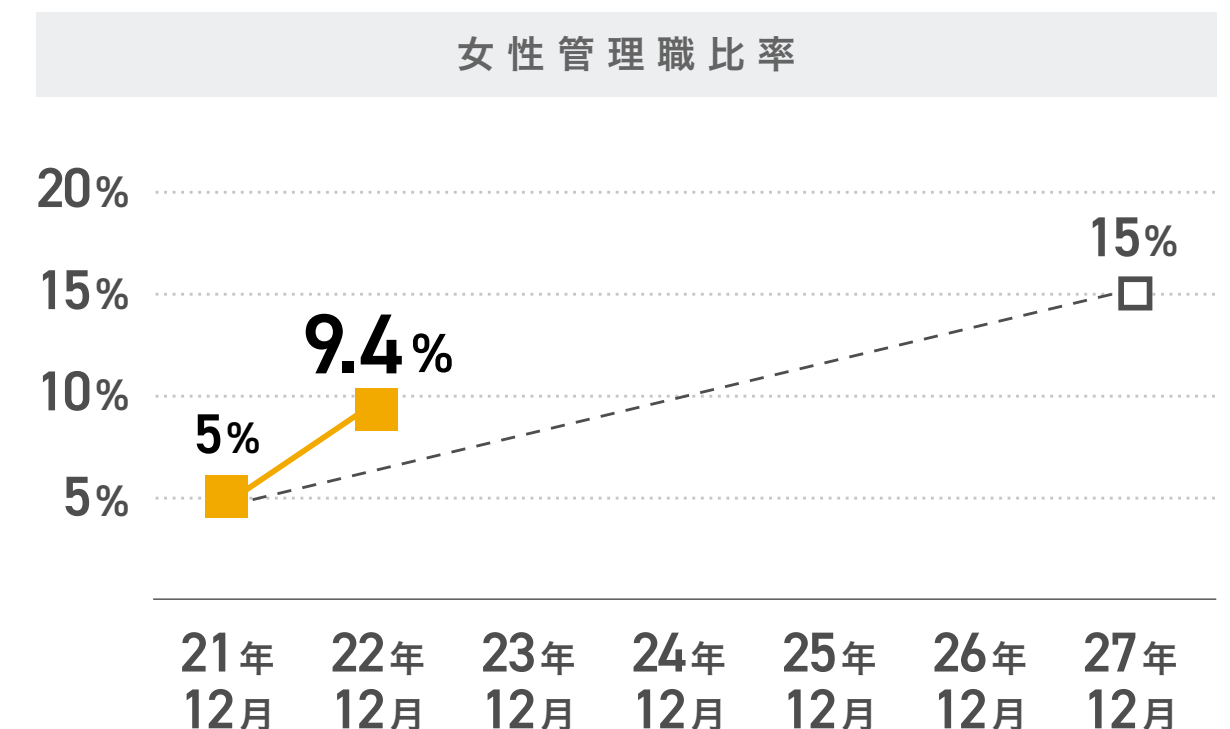
「女性管理職比率を2027年に10%へ」を目標としていましたが、
内部昇格およびシニア層の採用に伴い、
女性管理職比率は2022年12月末時点で **9.4%** となりました。

そのほか環境改善に向け、下記の取り組みによる現状把握を推進しました。

- 女性社員向けのアンケートの実施
- 社員インタビューの実施

今後の取り組み

女性管理職比率について、2022年12月末の到達状況に鑑み、
「2027年までに15%」へと目標を上方修正し、達成に向けて取り組みを推進します。



マテリアリティ（重要課題）

人材への取り組み

2. 中核人材の育成における取り組み

事業を推進する中核となりうる優秀な人材を輩出する採用・育成の仕組みを充実させます。

取り組み実績 [2022年12月期]

特にマネジメント層の教育・研修および幹部候補の育成を目的に、下記の取り組みを行いました。

■ U35 未来会議（35歳以下幹部候補人材へのキャリア研修）

外部から経営者を講師として招聘し、当社の次世代を担う35歳以下の管理職向け勉強会を年3回開催しました。

■ 管理会計領域に特化した幹部向け勉強会の実施

当社の経営管理に関するノウハウを体系的に集約した書籍『ナレッジワーカー・マネジメント』をテキストとして、管理職を対象としたマネジメント研修を実施しました。

今後の取り組み

U35 未来会議を継続するとともに、育成対象者や手法をより良くするための議論を行い、優秀な人材をより多く輩出するための取り組みを推進します。

マテリアリティ（重要課題）

人材への取り組み

3. 多様性の確保に向けた人材方針

当社は下記の「グループ人材方針」にもとづき、多様性の確保を目指しています。

目的：

私たちは、創造力豊かな自律した人材を継続的に育成し、

より多くの人々に対してより多くの「幸せ・喜び」を提供できるよう、組織・製品・サービスを創造します。

1. 人種、信条、性別、社会的身分、国籍、障がい、雇用形態、年齢、宗教等による差別を行いません。
2. 働く人々を公正に評価し、適正に処遇します。
3. 多様性を尊重し、一人ひとりが自ら考え、その能力と創造性を発揮して、自己実現を図ることができる風土を作ります。
4. 本人及び家族の物心両面の幸福を追求し、キャリア形成、健康、プライベートの充実などについて支援します。

取り組み実績 [2022年12月期]

組織マネジメントに関わるメンバーに対し、バイアスを自覚し取り除くための研修を実施しました。

今後の取り組み

引き続きグループ人材方針にもとづき、多様性の確保に向けた社内の啓蒙活動に取り組んでまいります。

（取り組みの一例）

- 採用担当者向けに、採用差別をなくすための研修
- 管理職向けに、評価など処遇における差別をなくすための研修

マテリアリティ（重要課題）

人材への取り組み

4. 人材の活躍に向けての様々な投資とその取り組み

当社の従業員がいきいきと活躍できるように「健康経営」を推進し、心身の健康を充実させます。

取り組み実績（1/3） [2022年12月期]

下記の取り組みを実施し、オロおよびオロ宮崎、ならびに oRo code MOC では「健康経営優良法人 2022」に認定されました。

■ 健康促進手当の支給

1か月の1日平均歩数が一定数を越えた社員に毎月手当を支給する制度を導入しています。

■ 健康診断受診の促進

従業員ならびに被扶養者に対する定期健康診断受診の促進活動を行っています。

■ 喫煙率低下に向けた取り組み

非喫煙者手当の導入、禁煙外来費用の一部補助等を行い、禁煙の促進に努めています。

■ 保健師面談制度の導入

心身で困っていること・悩んでいること等を気軽に専門家に相談できるよう、保健師との面談を無償で受けられる制度を導入しています。従業員であればだれでも面談可能です。

■ 女性特有の健康関連課題に関するセミナーの開催

女性特有の健康関連課題に関する知識を全社的に深めるために、保健師を講師に迎えたセミナーを開催いたしました。



マテリアリティ（重要課題）

人材への取り組み

4. 人材の活躍に向けての様々な投資とその取り組み

取り組み実績（2/3） [2022年12月期]

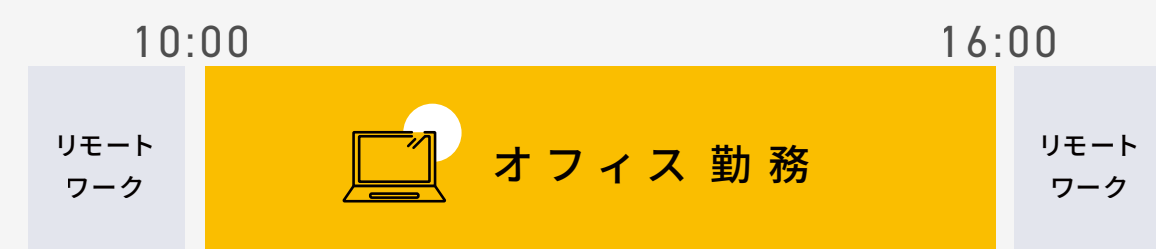
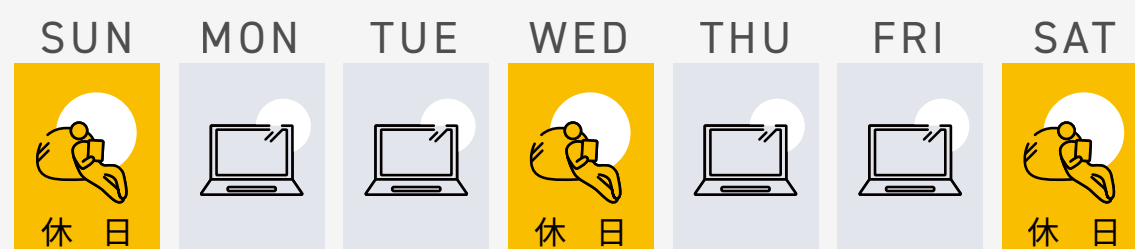
従業員一人ひとりが多様で柔軟な働き方を選択することで、各々が自己実現を達成できるよう、選択的週休3日制【サンライフ】と子育て支援勤務制度【コアライフ】を導入しました。

選択的週休3日制 [サンライフ]

希望者は、8時間勤務タイプか10時間勤務タイプを選択して週休3日の働き方を取り入れることができる制度です。対象者は、火・水・木のいずれかの曜日を休日として選択できます。

子育て支援勤務制度 [コアライフ]

オロの子育て支援勤務制度です。10時～16時を出社して勤務する時間とし、それ以外の時間は働く場所（オフィス or 自宅）と時間を柔軟に選択できるようにすることで、家庭や子育てとの両立を支援します。



マテリアリティ（重要課題）

人材への取り組み

4. 人材の活躍に向けての様々な投資とその取り組み

取り組み実績（3/3） [2022年12月期]

オロは2022年に、子育てサポート企業「くるみん」認定を受けました。
諸制度の周知や男性も制度を利用しやすい風土づくりを継続的に取り組んだ結果、
2022年10月時点で男性の育児休業取得率は75%まで上昇しております。

また、子の看護休暇や時間外労働・深夜業の制限、
育児目的の時短勤務・入社時刻変更等は小学6年生の子まで範囲を拡大しております。

さらに、2022年8月より同性・異性問わず事実婚についても
法律婚と同様の福利厚生を適用可能とするなど、
すべての社員のワークライフバランスの実現を推進しております。



今後の取り組み

社員の様々なライフイベント等を支援するとともに、
長く働きやすい職場となるよう積極的に環境整備を行ってまいります。

（取り組みの一例）

- 育児休業等の取得者事例の収集・提供
- 新制度の利用状況調査と制度改善
- 制度利用者と利用検討者の情報交換会の企画

マテリアリティ（重要課題）

環境への取り組み

気候変動の影響は年々深刻さが増しており、事業活動の成長にも中長期的に影響を与えると考えております。当社の事業活動を推進する中で、温室効果ガス排出削減や環境負荷軽減にも取り組んでいきます。

取り組み実績 [2022年12月期]

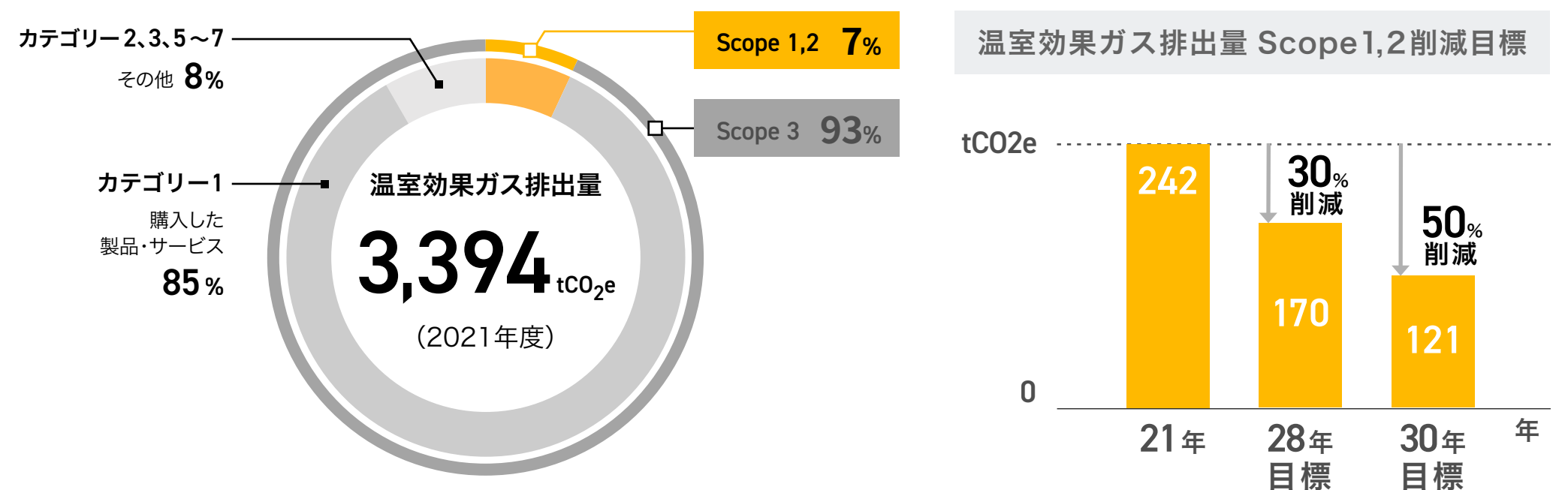
TCFD 提言に基づく気候変動シナリオ分析、および当社グループの温室効果ガス排出量の算定を行い、取り組み状況を当社 Web サイトで開示しております。

<https://www.oro.com/ja/ir/sustainability/environment/>

温室効果ガス排出量の現状把握

当社、2021年度の温室効果ガス排出量は3,394tCO₂eでした。

Scope 1,2 に該当する部分は事業者自らの直接排出および電気の利用のため、当社の努力で削減できると考えています。



今後の取り組み

温室効果ガス排出量について、2030年までに50%削減*を目指し、省エネなど具体的な取り組みを進めてまいります。

* 2021年を基準年、対象を Scope 1, 2 とした目標設定です。

ガバナンス体制

企業価値の継続的な向上のため、社会・経済環境の変化に即応した意思決定ができる組織体制を永続的に運用し、ステークホルダーに対する責務を果たすべく、コーポレート・ガバナンスの強化に取り組んでおります。

実績

■ 2022年3月25日

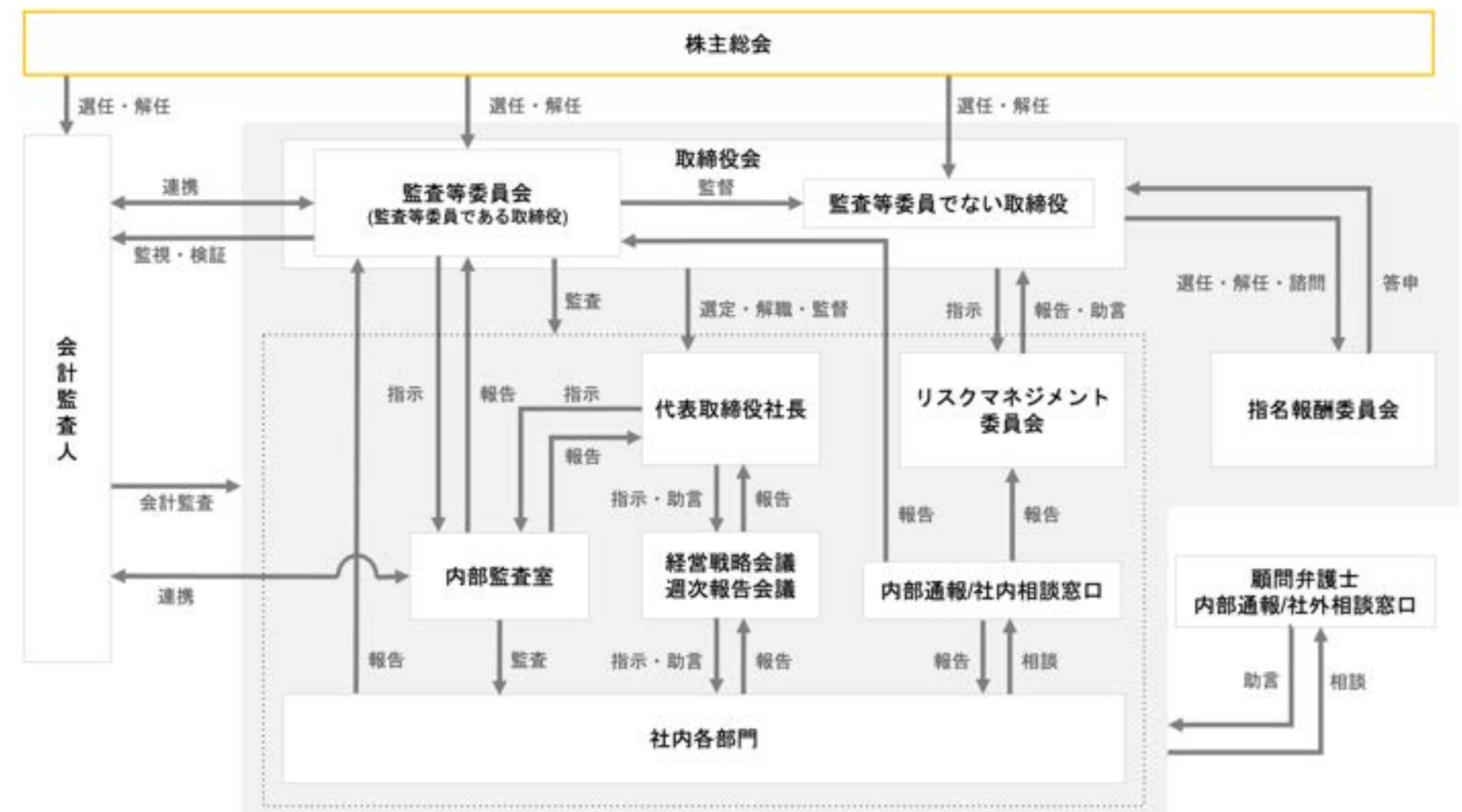
監査等委員会設置会社への移行

取締役会の監督機能の強化、業務執行と監督機能の分離、業務執行取締役に対する取締役会の業務執行決定権限の移譲を図りました。

■ 2023年3月24日（予定）

執行役員制度の導入

業務執行機能と経営の監督機能の分離をさらに推進し、それぞれの機能強化を図ります。



※ 2022年4月5日時点

CLOUD SOLUTIONS

クラウドソリューション事業

戦略および見通しのアップデート

再掲

クラウドソリューション事業 業績見通し

決算期	2021年12月期 (実績)	2022年12月期 (予想)	2022年12月期 (実績)	2023年12月期 (予想)	2024年12月期 (見通し)
売上収益	3,133百万円	3,530百万円	3,541百万円	4,132百万円	4,795百万円
営業利益	1,485百万円	1,550百万円	1,615百万円	1,712百万円	1,958百万円
営業利益率	47.4%	43.9%	45.6%	41.4%	40.9%

2022-2024 クラウドソリューション事業

中長期戦略

1 販売形態を『SaaS型契約』に一本化し、
収益力を強化

2 広告宣伝費の予算増額について
バランスを見直し、人材への投資を強化

3 さらなるマーケット拡大に向けた開発を継続強化

1 販売形態を『SaaS型契約』に一本化し、収益力を強化

2023年1月、これまで15年以上継続してきた2つの販売形態のうち「買取型契約」を廃止し「SaaS型契約」に一本化しました。

今後もさらなる機能強化を行い、LTVの最大化を追求することで、中長期的な収益力を強化していきます。

2つの販売形態とライセンス売上の収益認識の違い

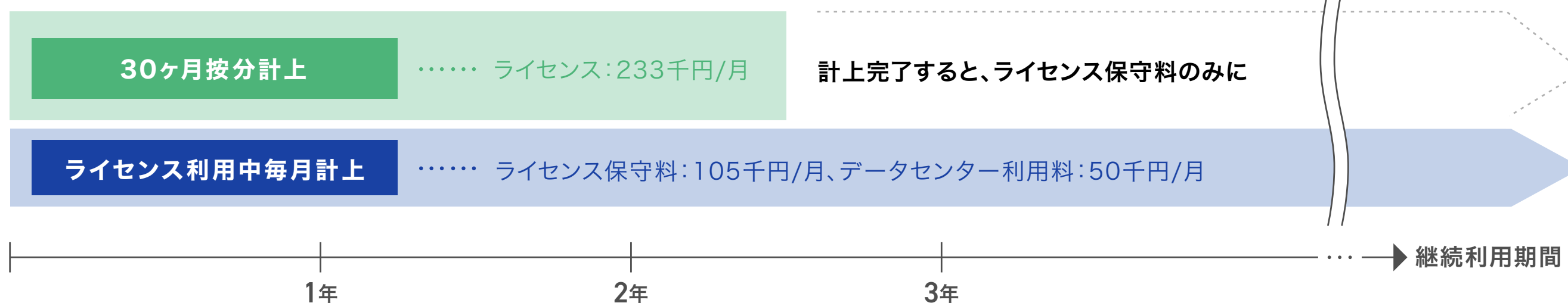
ライセンス売上の収益認識

100名規模クライアントのモデルケース

販売:20ライセンス、購買:20ライセンス、勤怠:100ライセンス、経費:100ライセンス、データセンター利用料:50千円/月

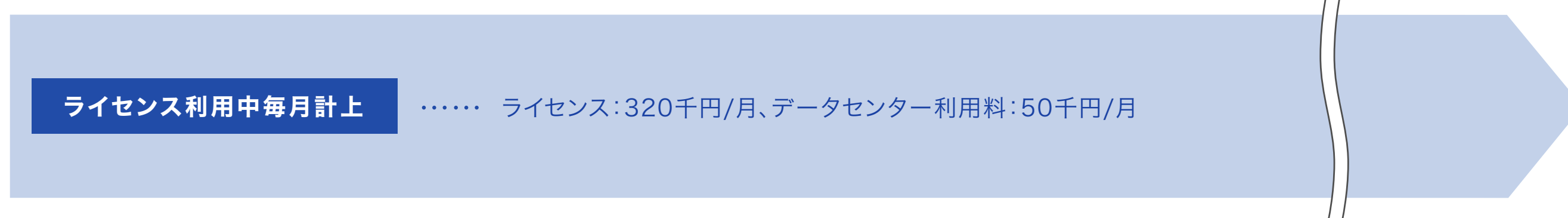
■ ~2022年12月31日

買取型契約



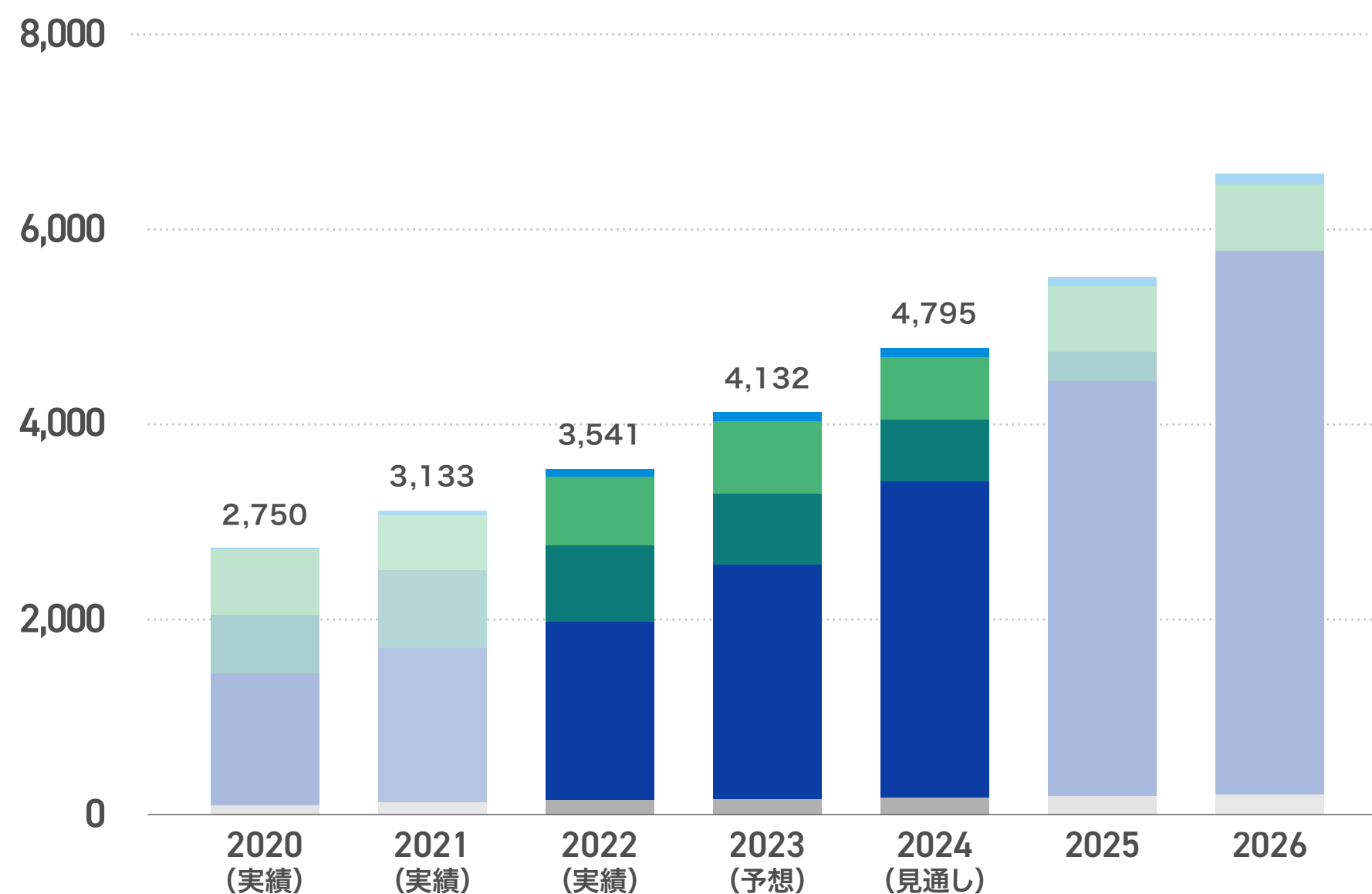
■ 2023年1月1日~

SaaS型契約



セグメントの売上収益推移

(単位：百万円)



■ 他社製品 他

他社製ソフトウェアの代理人としての販売に係る収益

■ ZAC 導入支援・カスタマイズ

「ZAC」に関する導入支援業務及び導入時に必要な追加開発に係る収益

■ ZAC ライセンス料(買取型契約)

「ZAC」に関するソフトウェアライセンスの販売に係る収益
買取型契約の廃止に伴い、2025年は減少、2026年以降は発生しない見込み

■ 保守料・SaaS その他月額サービス料

システム保守、クラウド環境提供及び SaaS 型契約の月額サービス料に係る収益

買取型契約の廃止により、2023年度以降に販売したライセンスの売上収益は当セグメントで計上
(SaaS 型契約でのライセンス販売となるため)

■ Reforma PSA

「Reforma PSA」の月額ライセンスの提供に係る収益

販売形態を『SaaS型契約』に一本化し、 収益力を強化

2024年12月期業績見通しにおける KPI 設定

	ARPA*	Customer Churn Rate**	NRR***
ZAC ZAC Enterprise	490.6 千円 2022 年実績：441.8 千円	0.38 % 2022 年実績：0.33%	109.0 % 2022 年実績：110.0%
Reforma PSA	55.5 千円 2022 年実績：64.8 千円	1.06 % 2022 年実績：1.39 %	106.0 % 2022 年実績：94.0 %

ZAC・ZAC Enterprise においては、Customer Churn Rate は低い水準を維持しており、また新規顧客・既存顧客の契約単価が順調に向上していることから、ARPA・NRR も改善傾向にあります。一方で買取型契約の廃止により、2024年の解約率・NRR は若干悪化する想定です。

Reforma PSA においては、クライアント企業の成長に伴って ZAC へ移行するケースが増えているため、2024年の ARPA は 55.5 千円程度で安定すると想定しております。2022 年は、製品の活用度合いが低いクライアントの解約が相次ぎ、Customer Churn Rate, NRR は一時的に悪化しました。今後はリテンション強化に向けて製品・サービスの改善を図ることを想定し、上記 KPI を設定しております。

* Average Revenue Per Account の略。

ZAC・ZAC Enterprise は 1 顧客社数あたりの「ZAC ライセンス料・保守料・SaaS その他月額サービス料」「ZAC 導入支援・カスタマイズ」に係る 1 か月あたり売上収益で計算。

Reforma PSA は 1 顧客社数あたりの「Reforma PSA」に係る 1 か月あたり売上収益で計算。

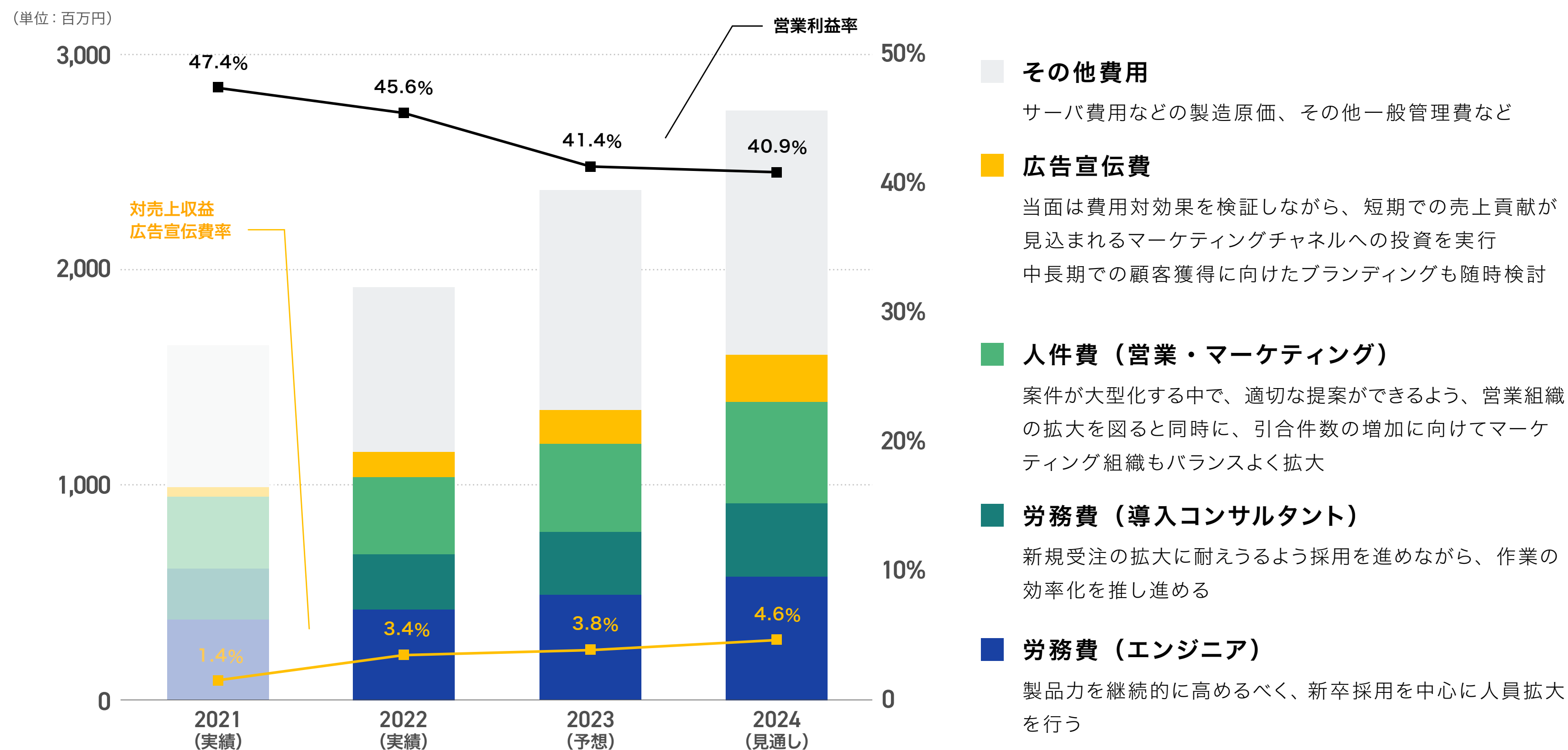
** 月次の顧客解約率。「当月解約顧客数 ÷ 当月初顧客数」の直近 12 か月移動平均で計算。

*** Net Retention Rate の略。n-1 期に売上収益があった顧客における、n 期の ARR ÷ n-1 期の ARR。ZAC・ZAC Enterprise については「保守料・SaaS その他月額サービス料」のみで計算。

Reforma PSA は「Reforma PSA」の月額利用料に基づいて計算。

2 広告宣伝費の予算増額について バランスを見直し、人材への投資を強化

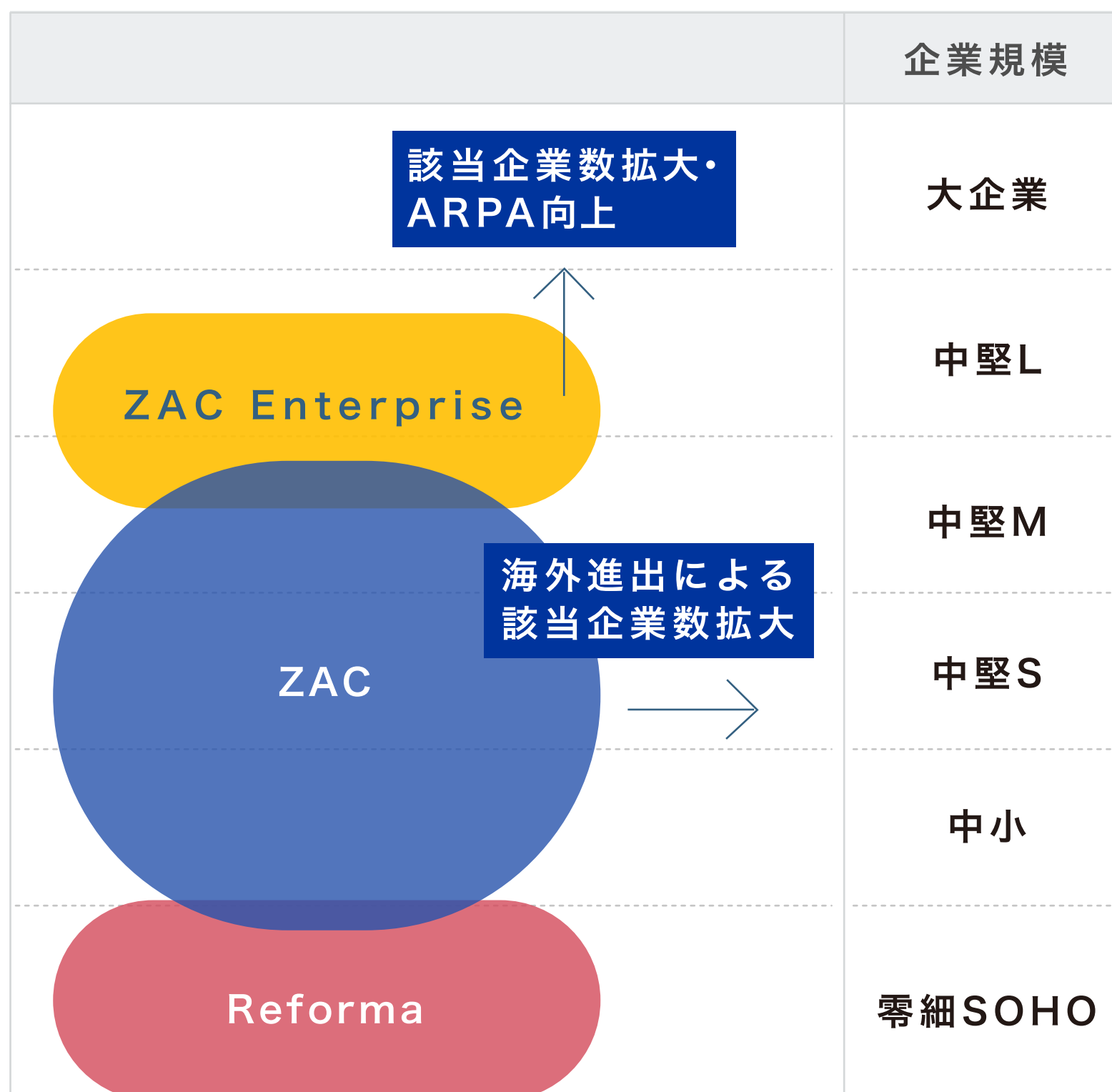
健全な中長期成長を見据えて、前年の中期経営計画内で打ち出した「広告宣伝費」予算の急激な増額を見直し、人材採用・人材育成により多く振り分けることで事業を支え伸ばす人材を増やし、中長期的な組織拡充を実現します。



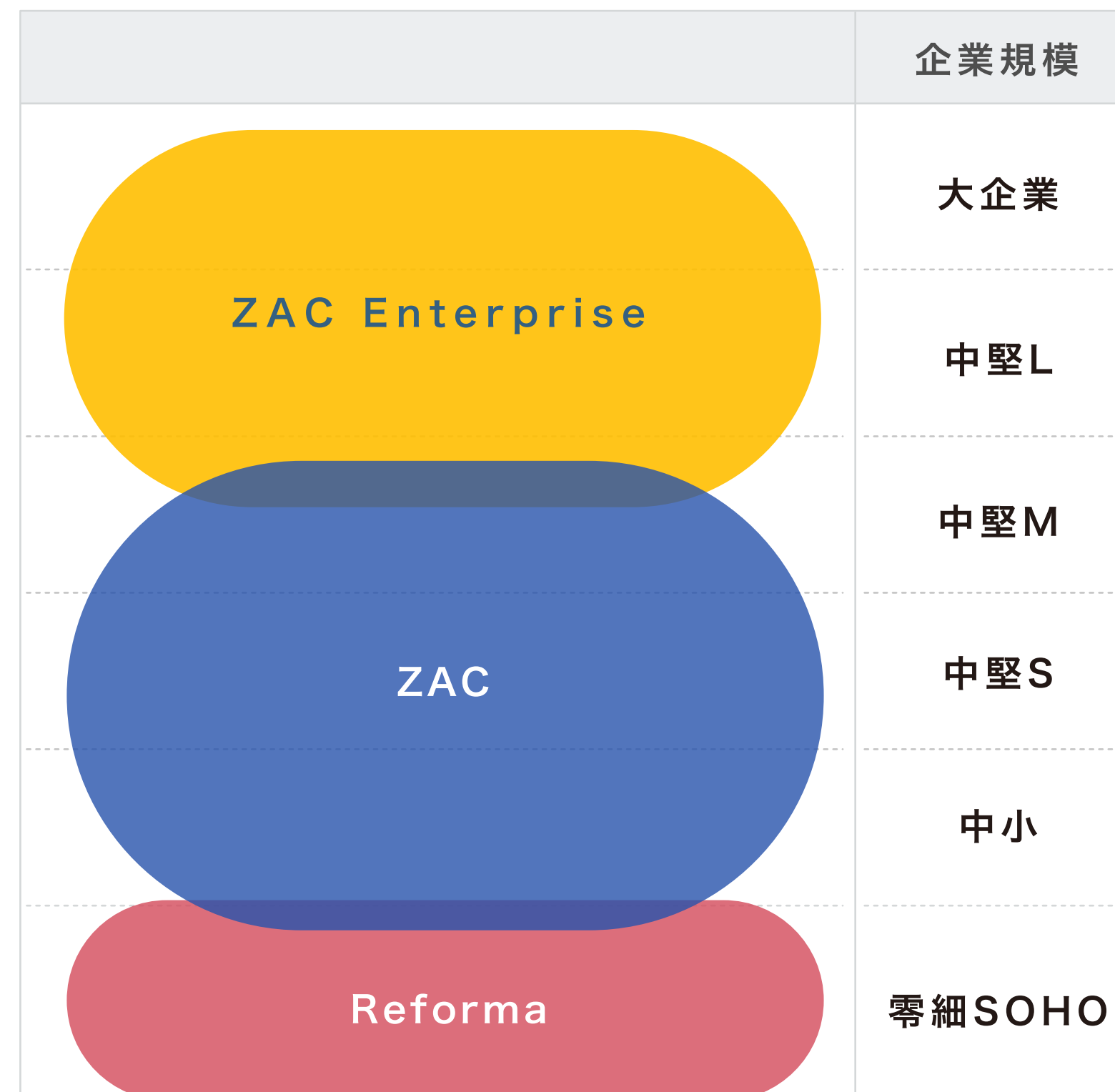
3 さらなるマーケット拡大に向けた開発を継続強化

2026年までに「1万人規模の大企業」と「海外進出による現地中堅中小企業」への提案活動が行えるように、システム構成の見直しや国際化に向けた機能開発を引き続き強化して行きます。

2021年



2026年





DIGITAL TRANSFORMATION

デジタルトランスフォーメーション事業 戦略および見通しのアップデート

デジタルトランスフォーメーション事業 業績見通し

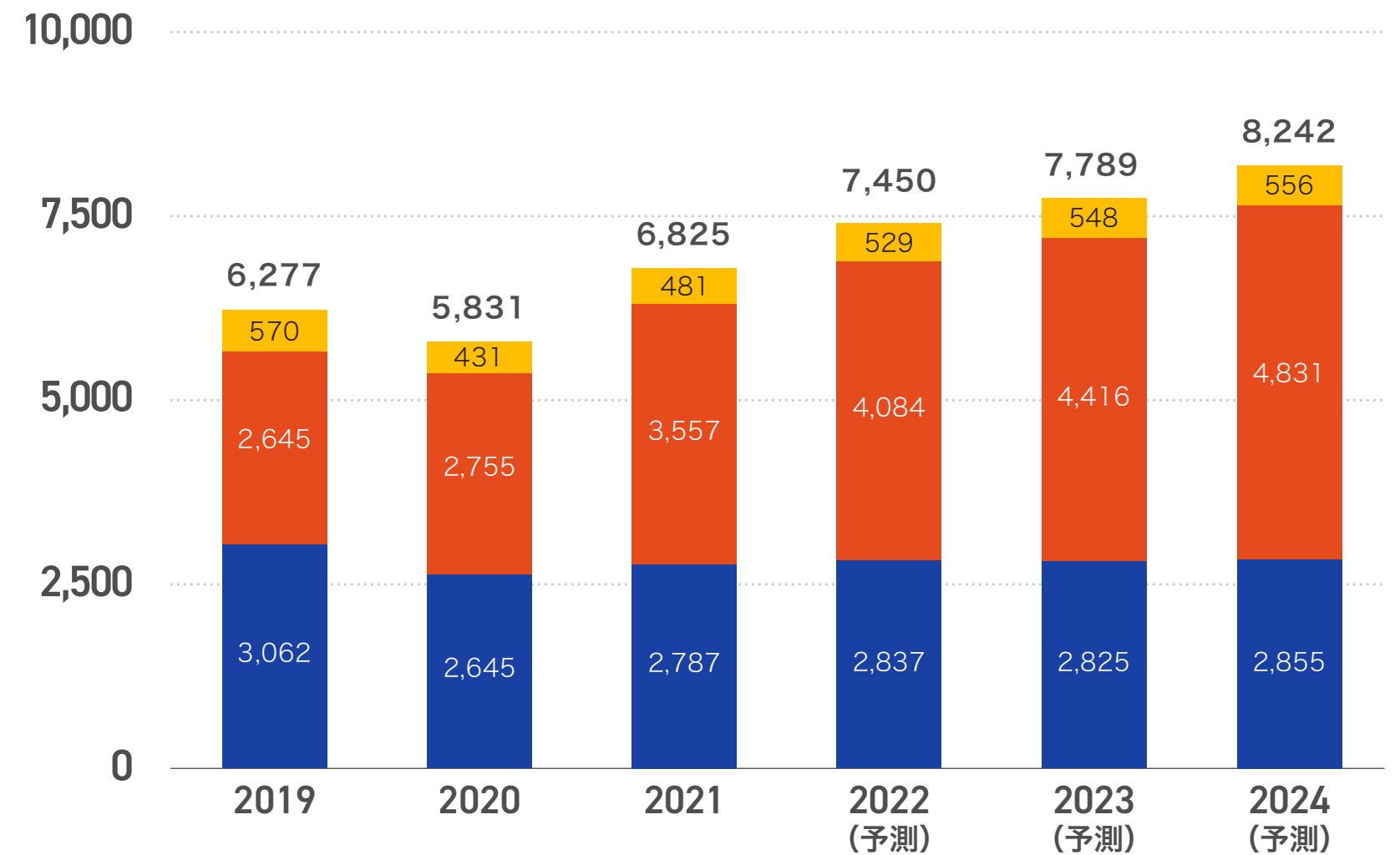
決算期	2021年12月期 (実績)	2022年12月期 (予想)	2022年12月期 (実績)	2023年12月期 (予想)	2024年12月期 (見通し)
売上収益	2,397百万円	2,650百万円	2,668百万円	2,959百万円	3,454百万円
営業利益	519百万円	500百万円	641百万円	667百万円	750百万円
営業利益率	21.7%	18.9%	24.0%	22.5%	21.7%

世界の広告市場

日本そして 世界のデジタル広告市場は 高成長を続ける

インターネット広告市場は、コロナ禍を超えてもなお高成長を続ける見通しです。日本、そして世界中でメディアのデジタルシフトが起こる中、引き続きオロは新たなメディアを含むサービス領域に注力し、サービスの品質向上を目指します。

(単位：億米ドル)



図：総務省「令和4年 情報通信に関する現状報告の概要」を基に(株)オロ作成

デジタルメディアの特徴：
効果の定量化が行えるという特性

→ **オロの強みである「データ分析」が生きる領域**

施策により取得したデータを基に、施策の検証・効果測定のコイルを回し、
より効果の高い商品・サービスのプロモーションをプランニング。
データ分析により広告のROIを最大化します。

2022-2024 デジタルトランスフォーメーション事業

中期戦略

1 デジタルシフトへ対応したサービス提供に向けた
人材投資を積極的に強化

2 長期的な海外事業の拡大を見据えた
海外拠点の営業体制強化

3 海外製ツールの拡充・拡販

1 デジタルシフトへ対応したサービス提供に向けた 人材投資を積極的に強化

デジタルを含むマーケティング・プロモーション領域は変化が特に速く、付加価値の高いサービス提供を行うためには、マーケティング・プロモーションの専門知識と実務経験を持ち合わせた人材が、メディアやテクノロジーの変化をキャッチアップし続け、業務に応用する必要があります。

その実現に向け、採用予算を大幅に増やして経験豊富なシニア人材を確保すると同時に、人材育成計画に基づいたローテーションや外部トレーニングカリキュラムの実施を通じて若手～中堅メンバーの育成スピードを上げる投資を積極的に行います。

採用

- 採用パートナー / BPO の積極的活用
- ハイクラス人材用の採用予算確保 / リファラル採用のインセンティブ強化

育成

- 業務の延長上で学ぶ機会が少ない専門知識の習得機会創出
- 複数分野を経験できるジョブローテーション制
- マネージャー候補者を増やす抜擢人事の推進

2 海外拠点の営業体制強化



2023年以降
コロナ禍の収束を受けて
経済活動回復へ

新型コロナウイルス感染症の拡大が収束傾向になるとインバウンド需要も回復傾向へ

≫ インバウンド需要の完全回復を見据えた準備を行う

特にASEAN・中華圏において、より高いレベルの広告／プロモーションの効果が求められている

≫ 日本国内での広告／プロモーションサービスの実績と知見を活かし、
優れた質の高い商品・サービスを現地日系企業・ローカル企業へ
本格展開するため海外へリソースを投下し営業体制を強化

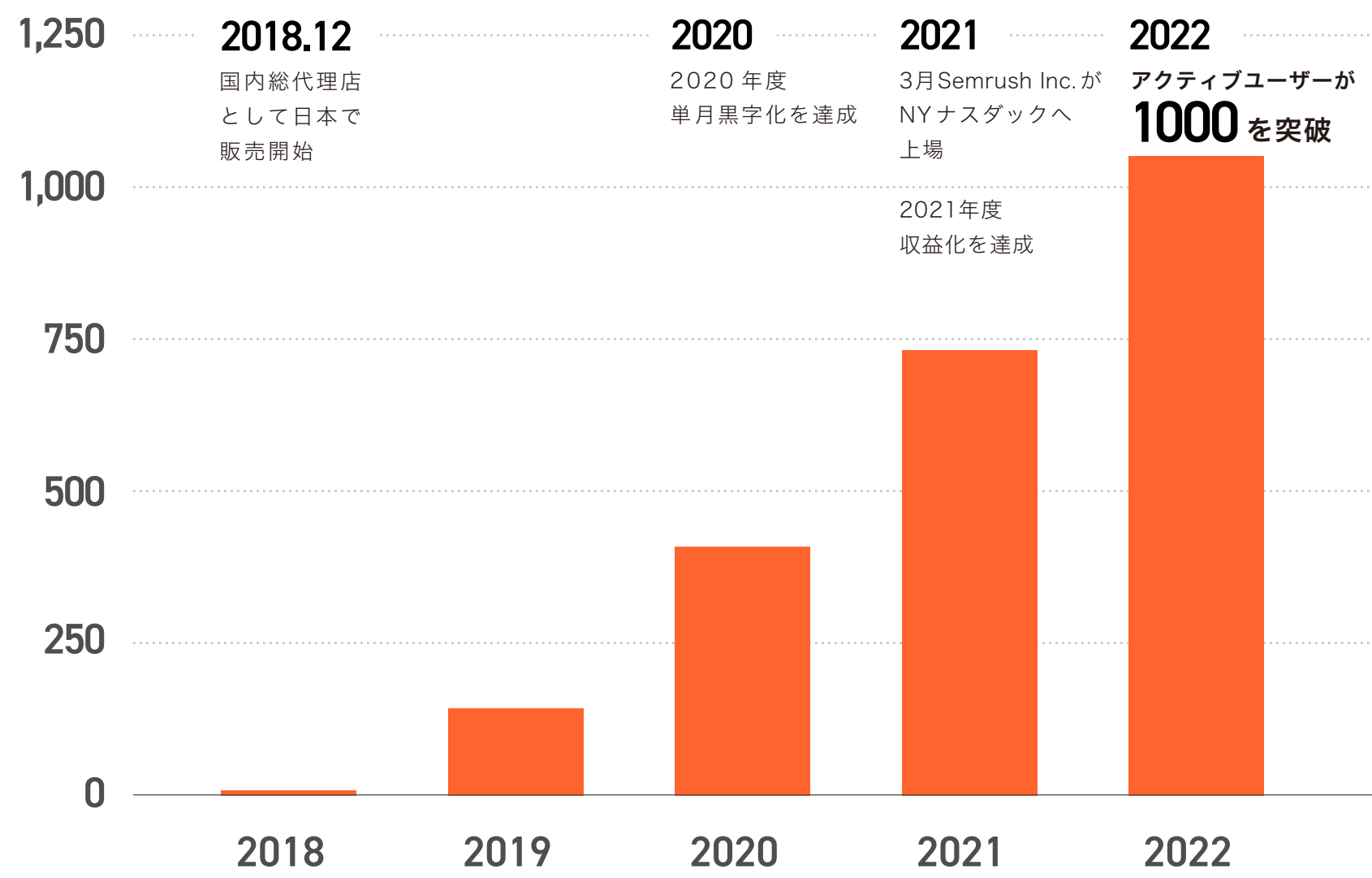
3 海外製ツールの拡充・拡販



SEO・広告分析・SNS競合対策が可能な
オールインワンの競合分析ツール

アクティブユーザー数*の推移

(単位:アクティブユーザー数)



*アクティブユーザーは、無料トライアルユーザー、解約ユーザーを含まない本利用中のユーザーとなります。

2024 目標

国内アクティブユーザー数は販売開始から現在まで順調に推移。

解約率は低位を維持しているが、
2024年はより数値を改善し、
さらにアクティブユーザーを獲得して
売上の成長率を上げることを目指す。

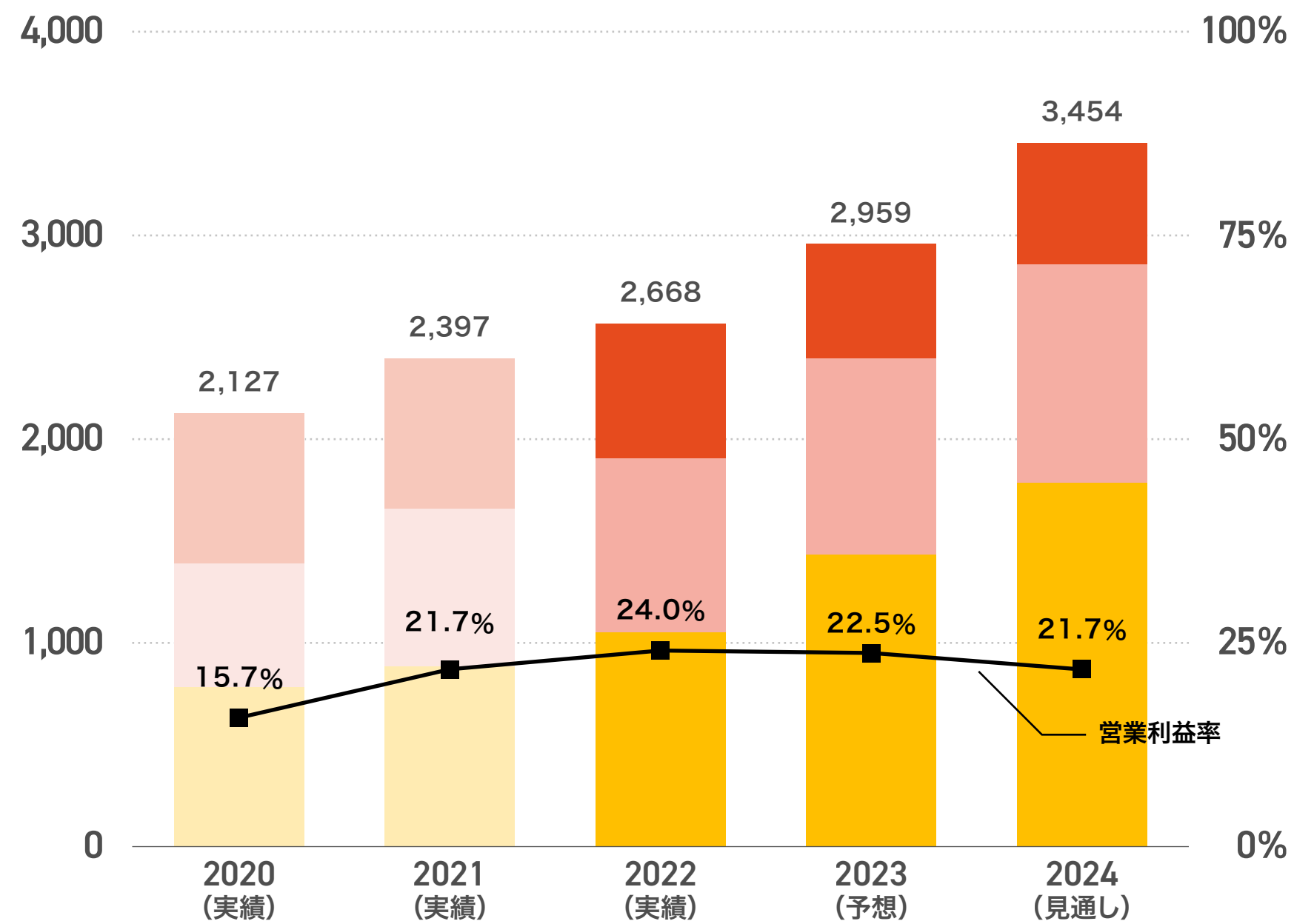
施策



その他 → Semrushに次ぐ海外製ツールの拡充に向けて準備中

セグメントの売上収益推移

(単位：百万円)



運用サポート・運用事務局

Web サイトの運用、更新作業等に係る売上収益

システム・Web インテグレーション他

Web サイト構築・リニューアル・システムインテグレーターとしての受託開発等及びシステム保守等に係る売上収益
Semrush など他社製品の代理人としての販売に係る売上収益も含む

マーケティング・プロモーション

顧客のマーケティング及びプロモーションのプランニング、広告出稿、調査（広告運用、代理人としての販売を含む）に係る売上収益
今後注力して伸ばしていくセグメント

株主還元

当社では、企業価値を継続的に拡大し株主の皆様へ利益還元を行うことを重視しています。株主の皆様への安定的な利益還元と会社の持続的な成長を実現するため、配当金については、業績、財政状態及び将来の事業展開等を総合的に勘案し、適宜見直しを行っていく方針といたします。なお、自己株式の取得につきましては、経営環境に応じた機動的な資本政策等遂行の必要性、財務体質への影響等を考慮したうえで、総合的に判断してまいります。

	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期(予想)
1株当たり配当	15円00銭	20円00銭	20円00銭
配当性向	17.1%	19.9%	19.5%
DOE	4.0%	4.9%	4.0%

※ 2021年3月に、1,737百万円の自己株式を取得しております。

APPENDIX

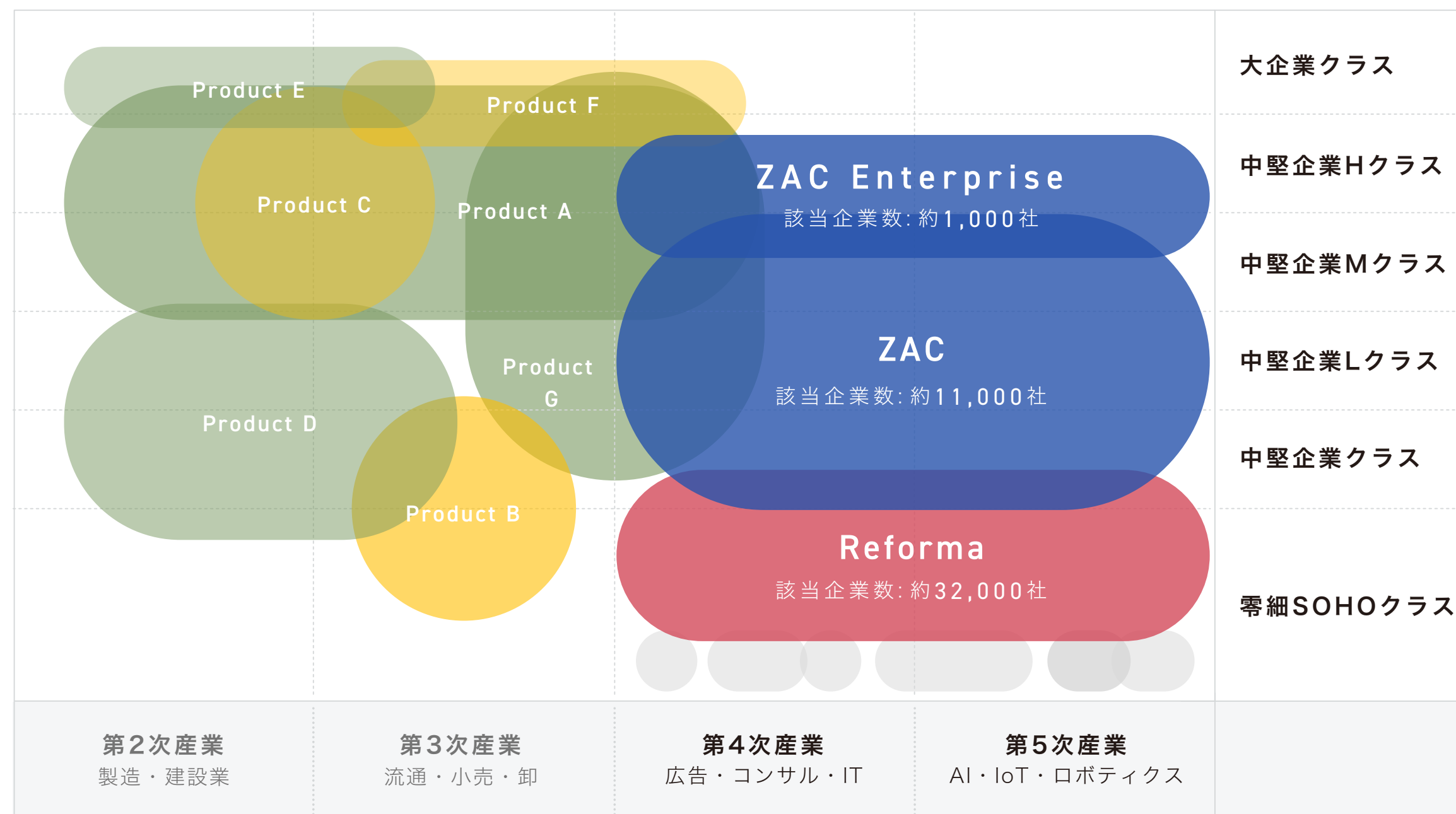
事業内容紹介

中堅・中小規模の知的サービス業に特化した事業を展開

IT・広告・コンサルティング業など“知的サービス業*”に特化したクラウドERPを2006年より展開。

主力製品の「ZAC」は中堅・中小企業向けのVertical SaaS**として独自のポジションを築いています。

産業別・ターゲット企業規模別 ERPポジショニングマップ



* 知的サービス業: 知識労働者(ホワイトカラー)が顧客に「有形・無形の成果物」もしくは「専門性の高い役務」を提供する業種。コスト構造の内訳として労務費の比重が高い。

** Vertical SaaS: 特定の業種に特化したSaaSのこと

経営判断に使えるデータを瞬時に得られる “垂直統合型”

ZAC シリーズはいずれも垂直統合型のため、システムの一元化による業務効率向上を実現しながら、知的サービス業の経営に必要なデータを経営者・マネジャーに対してタイムリーに提供可能です。

産業別・業務領域別 ポジショニングマップ

		第2次産業	第3次産業	第4次産業	第5次産業
MA・CRM	<ul style="list-style-type: none"> 海外 MAツール 国産 CRMツール 				
SFA	<ul style="list-style-type: none"> 海外 SFAツール 国産 SFAツール 				
販売・購買	<ul style="list-style-type: none"> 国産 販売管理システム 国産 購買管理システム 		<ul style="list-style-type: none"> 国産ERP 		
勤怠・工数	<ul style="list-style-type: none"> 国産 勤怠管理システム 国産 工数管理システム 		<ul style="list-style-type: none"> 海外ERP 		
経費精算	<ul style="list-style-type: none"> 海外 経費精算システム 国産 経費精算システム 				
BI	<ul style="list-style-type: none"> 海外 BIツール 国産 BIツール 				



垂直統合型だからこそ、複数の業務領域のデータを組み合わせた経営レポートを瞬時に出力可能

例) プロジェクト別 P/L、サービス別・クライアント別損益、部門別売上・利益予測 (フォーキャスト分析)

フロント業務に特化、 業種特有の要件にも標準機能で対応

2006 年以來、個社独自の業務要件に対応してきた歴史を約 2,000 個の機能パラメータ*として資産化。

直近では 9 割以上**のクライアントが“カスタマイズなし”での ZAC 導入を実現しています。



* 機能パラメータ：追加開発なしに、フラグのON/OFFなど簡易な設定のみで提供可能な標準機能 (Reforma PSAは個社対応での機能パラメータの設定は承っておりません)

** 2020年、2021年、2022年に新規受注したクライアントの実績値

機能の柔軟性を保ちながら、 定期バージョンアップを提供

「ZAC」は約 2,000 個* の機能パラメータを持つ大規模システムでありながら、
保守範囲内で定期バージョンアップを実施し、機能・デザイン改善や新機能を継続的に提供しています。

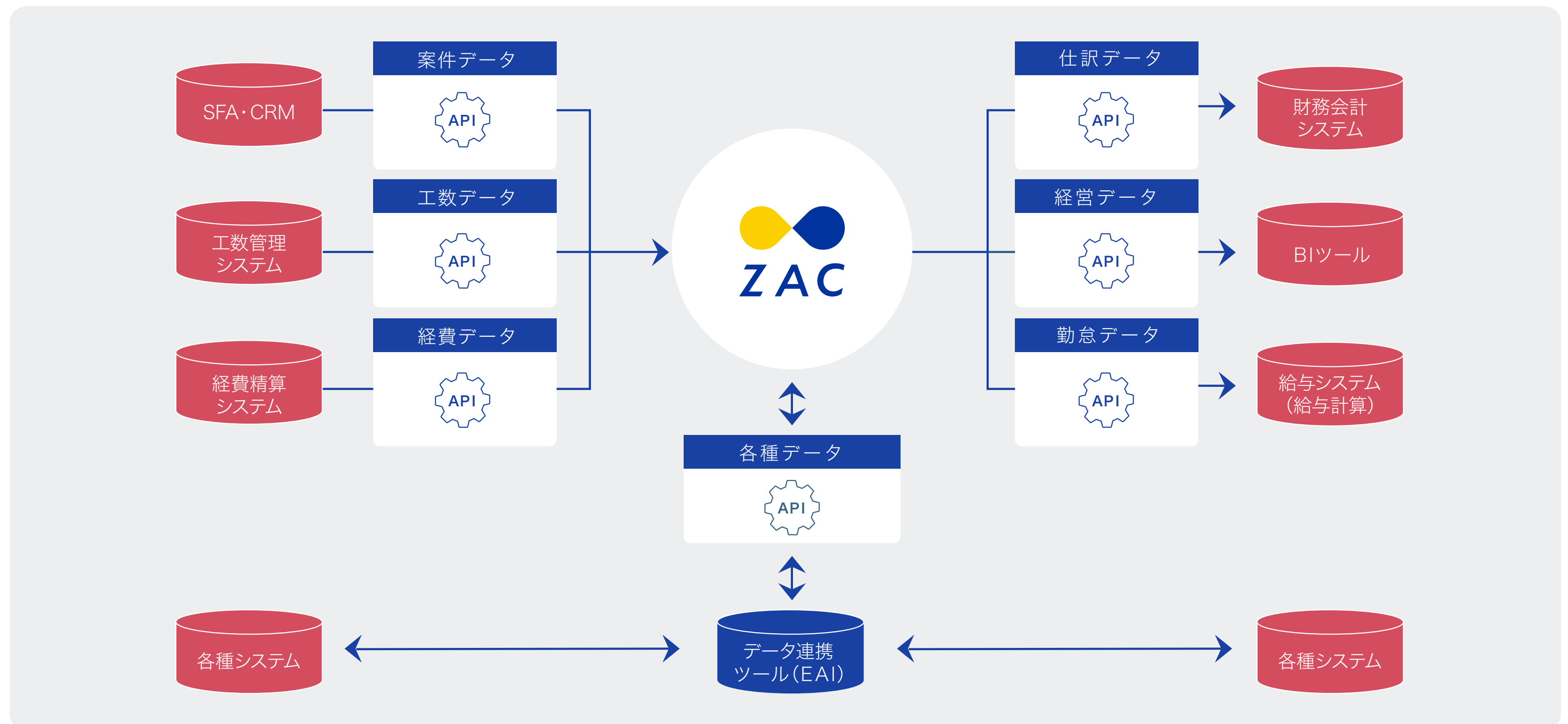
定期バージョンアップにより
顧客満足を向上させ、
Customer Churn Rateの引き下げを図る



* ZAC Enterprise の場合、約 13,000 個の機能パラメータが利用可能です。

クラウド型の強みを活かし、 他社システムと柔軟に連携

企業の SaaS 利用数が年々増大していることを踏まえ、クライアント企業が使い続けたい SaaS はそのままご利用いただきながら、強化が必要な領域を ZAC・ZAC Enterprise で補完できるように、他社製品との連携を強化しています。



大企業のデジタルマーケティングを支援



本資料の取り扱いについて

- 本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本資料のいかなる部分も一切の権利は当社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行わないようお願いいたします。