

2024年12月期 第1四半期

決算説明資料

株式会社オロ 証券コード：3983

oro

2024年5月14日

目次

01 2024年12月期 第1四半期決算概要

02 事業の状況

03 会社概要

2024年12月期 第1四半期

決算概要



01

業績ハイライト

2024年12月期 第1四半期 決算概要

売上収益	1,920百万円	前年同期比 +20.8%
営業利益	694百万円	前年同期比 +17.6%

通期計画に対し、売上収益は軟調、営業利益は堅調に推移

クラウドソリューション(CS)事業

売上収益	百万円 1,155	前年同期比 +18.2%
営業利益	百万円 508	前年同期比 +18.4%

通期計画に対し、売上収益・営業利益ともに堅調に推移

- 新規顧客の獲得、および既存顧客に対する役務提供（カスタマイズ提案など）が計画に対して遅れているため、通期計画の達成に向けて営業・マーケティングを改善中

マーケティングソリューション(MS)事業

売上収益	百万円 764	前年同期比 +24.9%
営業利益	百万円 185	前年同期比 +16.7%

通期計画に対し、売上収益・営業利益ともに軟調に推移

- 前年同期比で売上収益は大きく成長するも、計画に対して売上計上が翌Q以降にずれ込んだ案件が発生。1Qは軟調となる
- 通常、季節性要因で4Qからの反動減が見られる売上収益が、TOPPANとの協業が好調なため、QoQ+7.4%成長となった

※計画に対する進捗の表現：好調>順調>堅調>軟調>低調

報告セグメント変更のご案内

事業の変化を適切に表現すべく、旧DX事業の内容をCS事業およびMS事業（新設）に区分

クラウドサービスに係る売上収益（従来のZAC、ZAC Enterprise、Reforma PSA、他社製品に加え、dxeco、及び旧DX事業に区分されていたSemrush）をCS事業に区分いたします。

一方、DX事業のうちマーケティング支援業務に係る売上収益（マーケティング・プロモーション、システム・Webインテグレーション他（Semrushを除く）、運用保守・運用事務局）を、この度新設するマーケティングソリューション事業（MS）に区分いたします。

旧セグメント

CS	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
	Reforma PSA
	他社製品 他
DX	マーケティング・プロモーション
	システム・Webインテグレーション他 * Semrush売上含む
	運用保守・運用事務局

新セグメント

CS	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
	Reforma PSA
	dxeco, Semrush, 他社製品 他
MS (新設)	マーケティング・プロモーション
	システム・Webインテグレーション他
	運用保守・運用事務局

上記に伴い、従来はdxecoに係る費用を「CS事業・旧DX事業それぞれの売上比率に応じて按分して計上」しておりましたが、今回（2024年12月期第1四半期）より「CS事業での計上」に変更となります。

連結

前期業績ハイライト（報告セグメント変更の前後比較）

報告セグメント変更前（2024年2月14日時点）

2023年12月期実績

クラウドソリューション(CS)事業		
売上収益	百万円 4,299	前年同期比 +21.4%
営業利益	百万円 1,981	前年同期比 +22.6%

デジタルトランスフォーメーション(DX)事業		
売上収益	百万円 2,733	前年同期比 +2.4%
営業利益	百万円 566	前年同期比 ▲11.7%

報告セグメント変更後

2023年12月期実績（遡及適用）

クラウドソリューション(CS)事業		
売上収益	百万円 4,477	前年同期比 — *
営業利益	百万円 2,020	前年同期比 — *

マーケティングソリューション(MS)事業		
売上収益	百万円 2,555	前年同期比 — *
営業利益	百万円 526	前年同期比 — *

* 2022年12月期については報告セグメントの変更を行わないため、報告セグメント変更後の前年同期比については「—」としております。

業績見通し

報告セグメント変更前（2024年2月14日時点）

（単位：百万円）

決算期	2023年 12月期 (実績)	2024年 12月期 (予想)	2025年 12月期 (見通し)	2026年 12月期 (見通し)
売上 収益	4,299	5,019	5,837	6,625
営業 利益	1,981	2,186	2,600	2,999
営業 利益率	46.1%	43.5%	44.6%	45.3%

報告セグメント変更後

（単位：百万円）

決算期	2023年 12月期 (実績)	2024年 12月期 (予想)	2025年 12月期 (見通し)	2026年 12月期 (見通し)
売上 収益	4,477	5,270	6,163	7,032
営業 利益	2,020	2,214	2,649	3,097
営業 利益率	45.1%	42.0%	43.0%	44.0%

業績見通し

報告セグメント変更前（2024年2月14日時点）

（単位：百万円）

決算期	2023年 12月期 (実績)	2024年 12月期 (予想)	2025年 12月期 (見通し)	2026年 12月期 (見通し)
売上 収益	2,733	3,209	3,642	4,181
営業 利益	566	596	728	884
営業 利益率	20.7%	18.6%	20.0%	21.2%

報告セグメント変更後

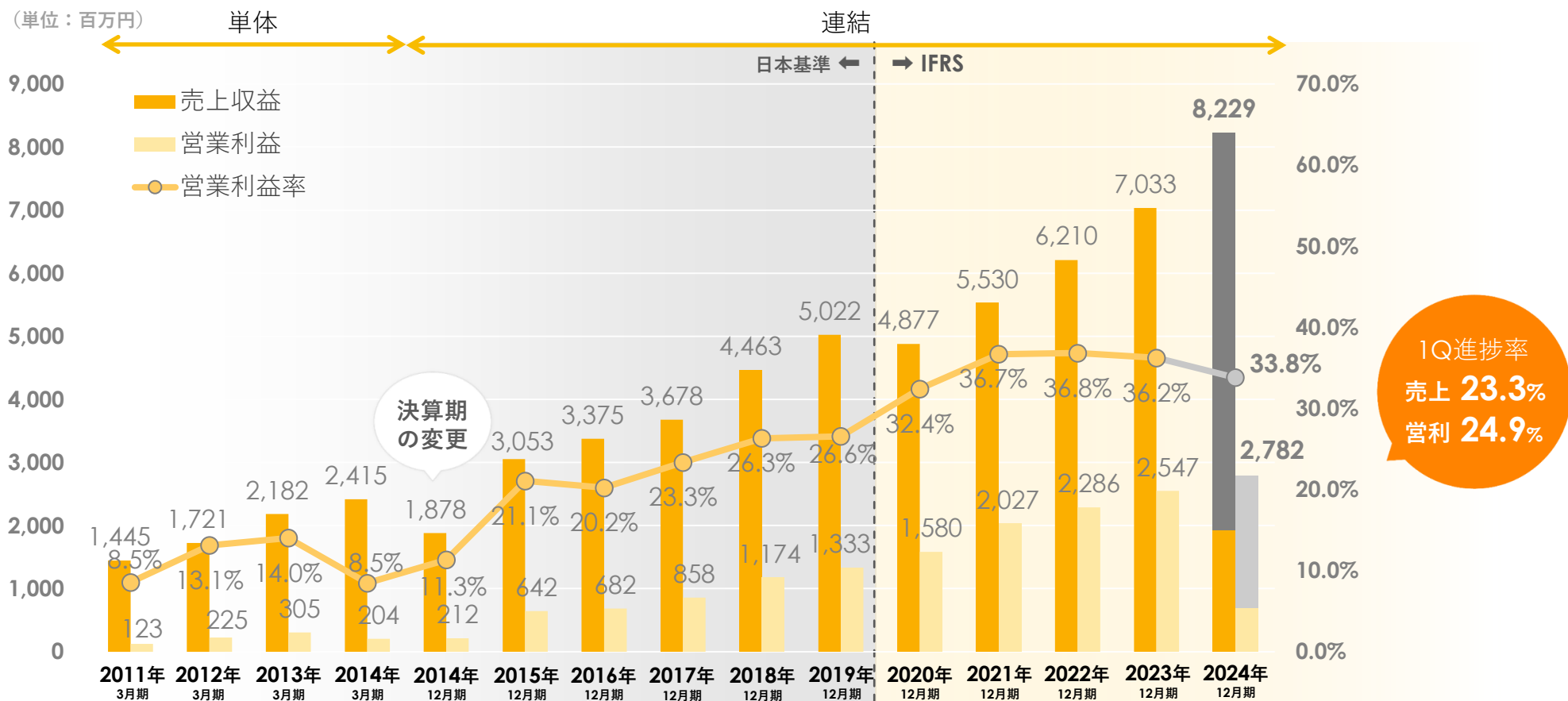
（単位：百万円）

決算期	2023年 12月期 (実績)	2024年 12月期 (予想)	2025年 12月期 (見通し)	2026年 12月期 (見通し)
売上 収益	2,555	2,959	3,317	3,774
営業 利益	526	568	680	786
営業 利益率	20.6%	19.2%	20.5%	20.8%

連結

売上収益・営業利益・営業利益率推移

前年同期比 20.8%増収により売上収益は1,920百万円、17.6%増益により営業利益は694百万円



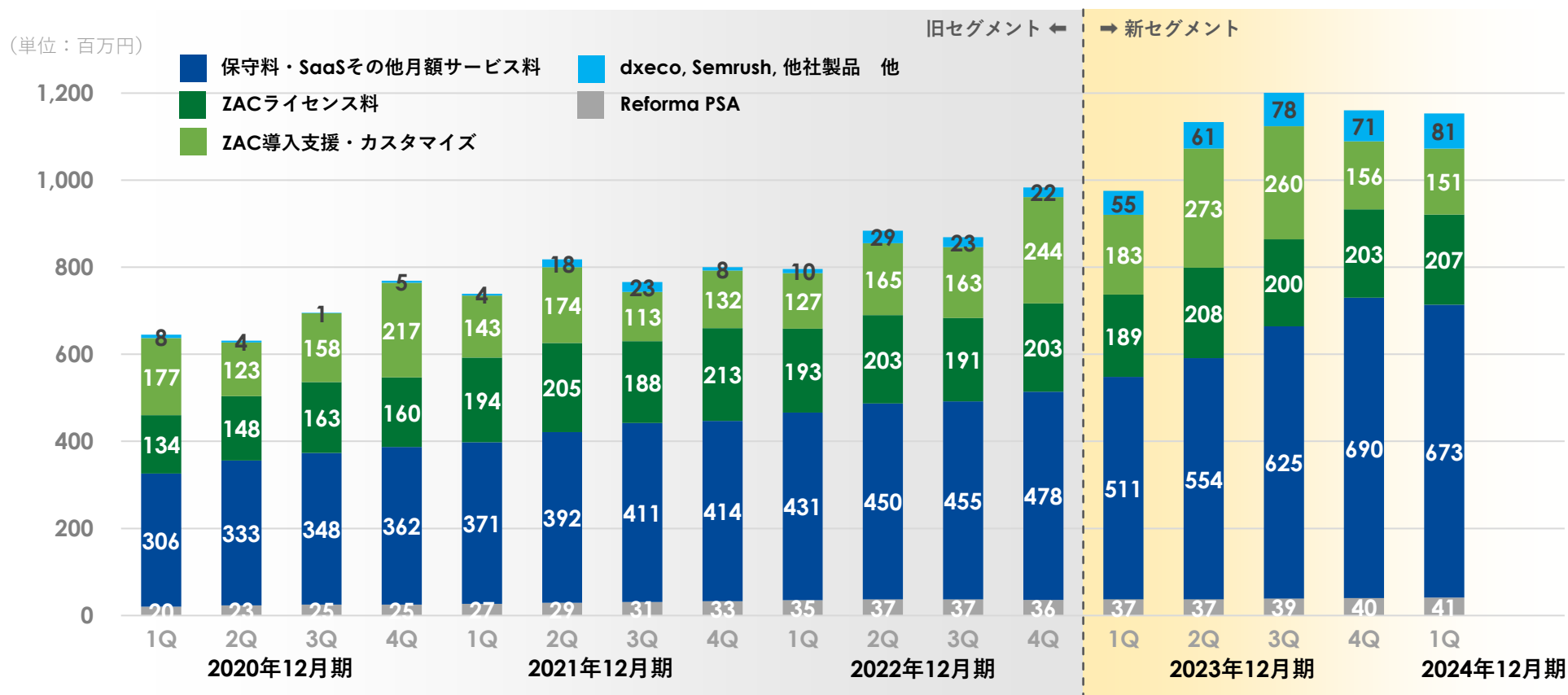
1Q進捗率
売上 23.3%
営利 24.9%

※2014年3月期以前は有限責任あずさ監査法人の監査を受けておりません。
 ※2018年12月期より、マーケティングソリューション事業の売上収益の計上方法を総額表示から純額表示に変更しております。
 この変更に伴い、2017年12月期の売上収益については遡及適用後の金額（純額表示）を記載しております。
 ※2021年12月期より、日本基準からIFRS基準に変更しております。この変更に伴い、2020年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。

セグメント別売上構成

既存顧客の新環境移行需要が一服し、前四半期比 -0.6%となるも、前年同期比では +18.2%

2023年12月期においては、長らくZAC Enterpriseをご利用のお客様のうち、37社が新しいZACへ移行されました。こうした環境移行に伴う役務提供の売上収益（2023年12月期 1Q：20百万円、2Q：0百万円、3Q：37百万円、4Q：49百万円）は「保守料・SaaSその他月額サービス料」として計上しておりましたが、2024年12月期より、同様の売上は「ZAC導入支援・カスタマイズ」に区分することと致しました。



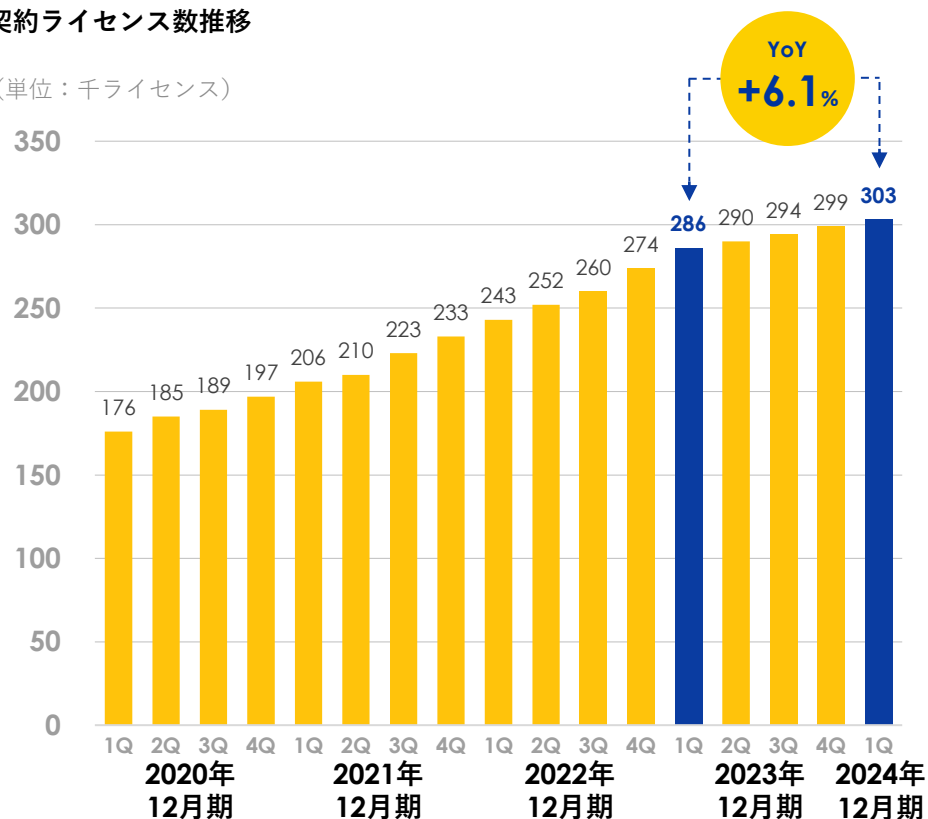
※2024年12月期より、P.5の通り報告セグメントの変更を行っております。この変更に伴い、2023年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2021年12月期より、日本基準からIFRS基準に変更しております。この変更に伴い、2020年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2020年12月期の各四半期の数値については、有限責任 あずさ監査法人の四半期レビューを受けておりません。

契約ライセンス数推移

新規顧客の獲得・既存顧客との取引拡大により、契約ライセンス数は堅調に増加

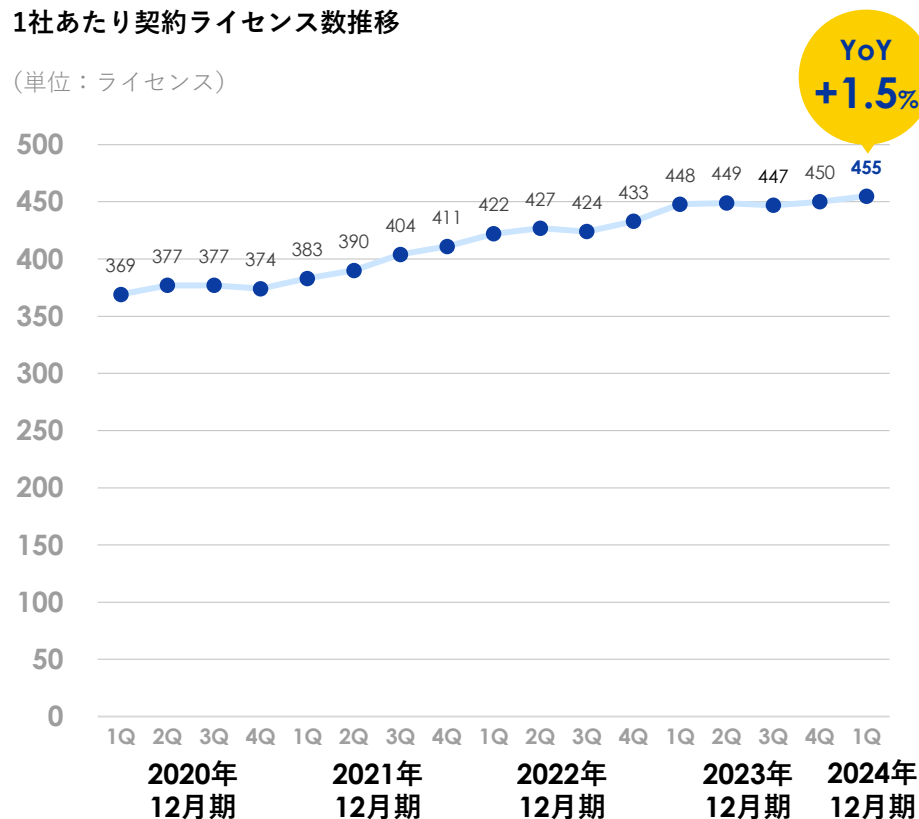
契約ライセンス数推移

(単位：千ライセンス)



1社あたり契約ライセンス数推移

(単位：ライセンス)



※契約ライセンス数 = 販売累計ライセンス数 - 解約累計ライセンス数

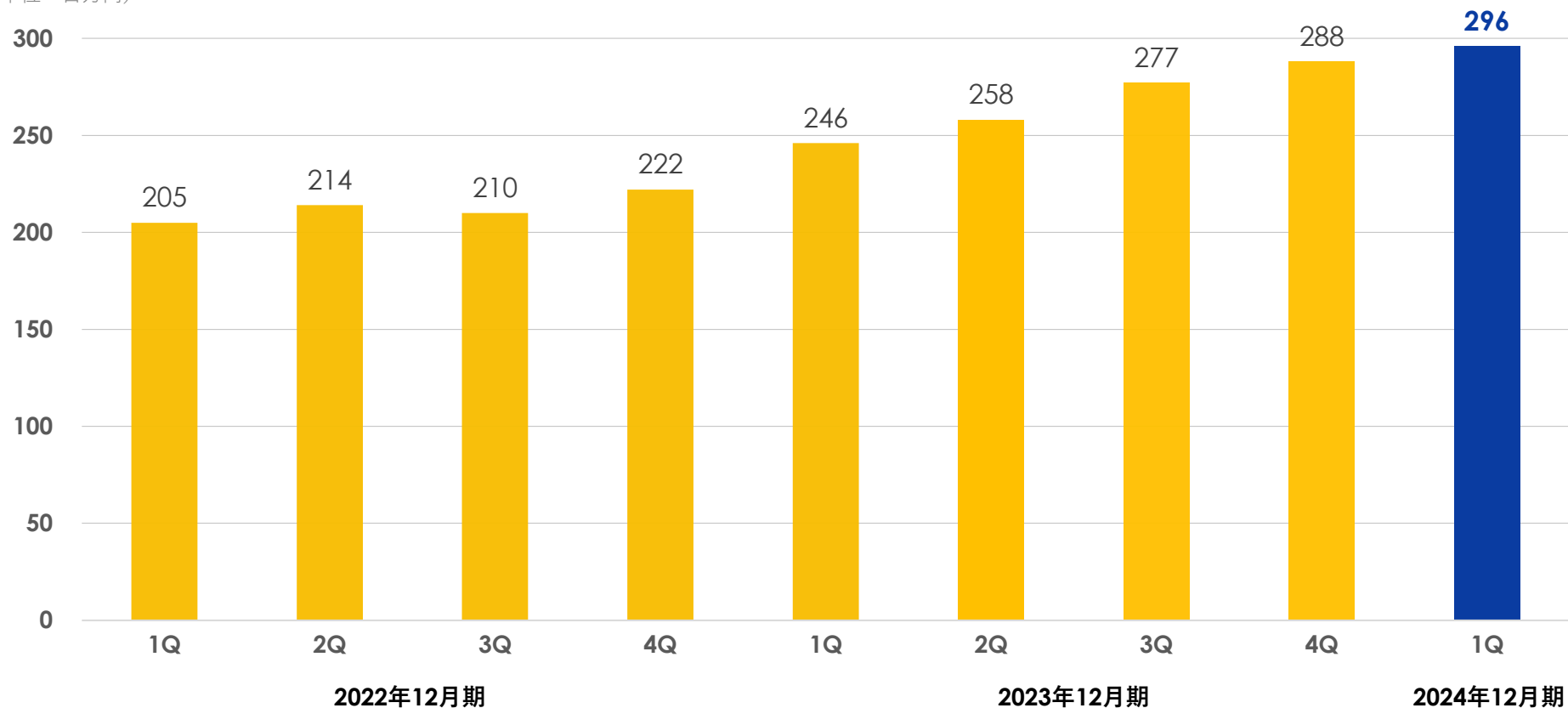
※1社あたりライセンス数 = 契約ライセンス数 ÷ 四半期末時点で稼働中の顧客社数

MRR推移

契約ライセンス数の増加に伴い、MRRは安定的に成長

前年同期比 +20.6%、前四半期比 +3.0%で推移

(単位：百万円)

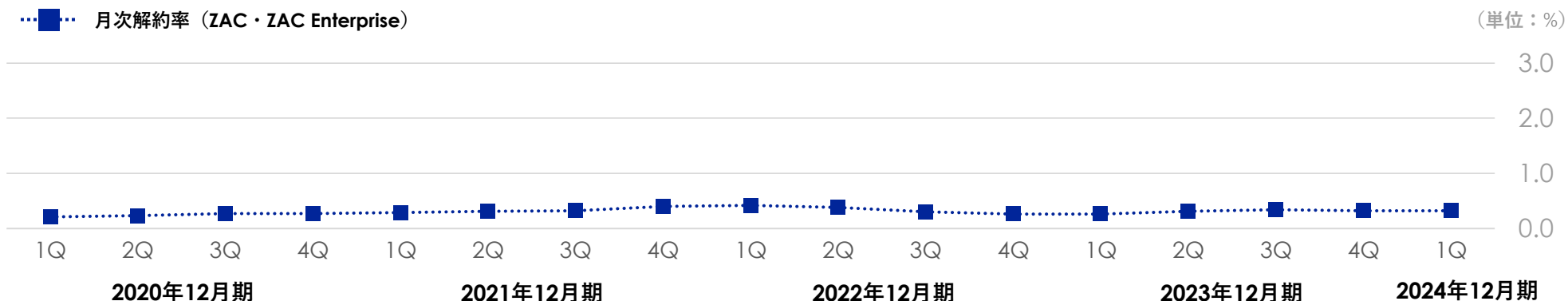


※MRR: Monthly Recurring Revenueの略、月次経常収益。当該四半期末月の「ZACライセンス料」「保守料・SaaSその他月額サービス料」の合計で計算。

月次解約率および契約・解約社数推移

月次解約率推移

トレンドは変わらず、安定的に0.3%前後で低位に推移。2024年12月期からはクライアントのZAC利活用促進に向けた支援体制を強化



※月次解約率: 「月次解約顧客数 ÷ 月初顧客数」の直近12カ月移動平均で計算した解約率

契約・解約社数推移

契約社数の回復に向けて、引き続き販売代理店との連携を強化中

1Qは11社の解約となったが、解約件数は過年度と比較しても想定の範囲内であり、解約理由も含めて特段大きな懸念はなし

	20/12 1Q	20/12 2Q	20/12 3Q	20/12 4Q	21/12 1Q	21/12 2Q	21/12 3Q	21/12 4Q	22/12 1Q	22/12 2Q	22/12 3Q	22/12 4Q	23/12 1Q	23/12 2Q	23/12 3Q	23/12 4Q	24/12 1Q
契約社数	22	19	14	34	17	6	21	19	21	15	23	28	13	16	16	9	13
解約社数	4	7	5	11	5	8	7	5	11	3	0	7	9	7	4	3	11

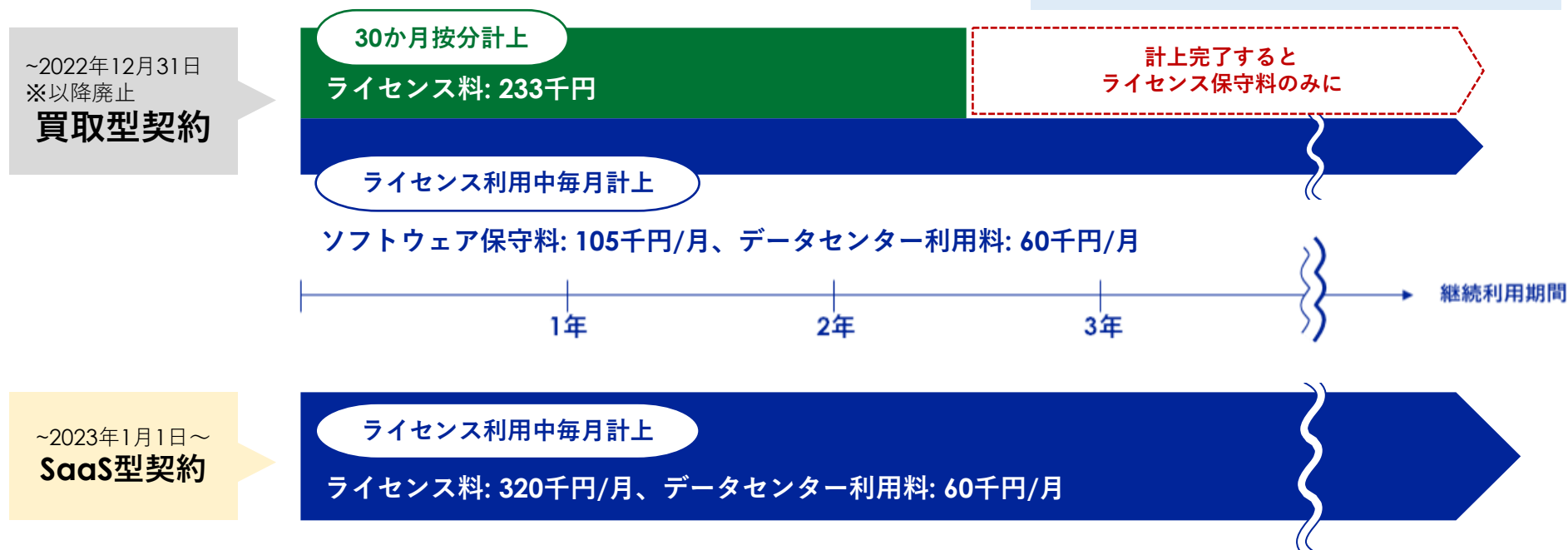
ライセンス価格改定（買取型契約の廃止）と収益認識について

2023年1月1日より、ZAC・ZAC Enterpriseのライセンス販売形態から、
買取型契約（一括ライセンス買取型）を廃止し、SaaS型契約（月額ライセンス利用型）のみに変更

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）

※緑色・青色の部分の面積は、売上収益の額を表します。

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：60千円/月



※2022年12月31日までに買取型契約にてご契約・ご利用のお客様には上記改定は適用されません。
詳細は2022年11月14日に開示いたしました「クラウドERP「ZAC」「ZAC Enterprise」の価格改定に関するお知らせ」をご確認ください。

※2023年4月1日以降、データセンター利用料の20%値上げを順次行っております。

ZAC 新規契約後のスケジュールと収益認識の例

従業員数200名のクライアントにおけるモデルケース

SaaSライセンス構成

販売管理：20ライセンス、購買管理：20ライセンス、勤怠管理：200ライセンス、経費管理：200ライセンス

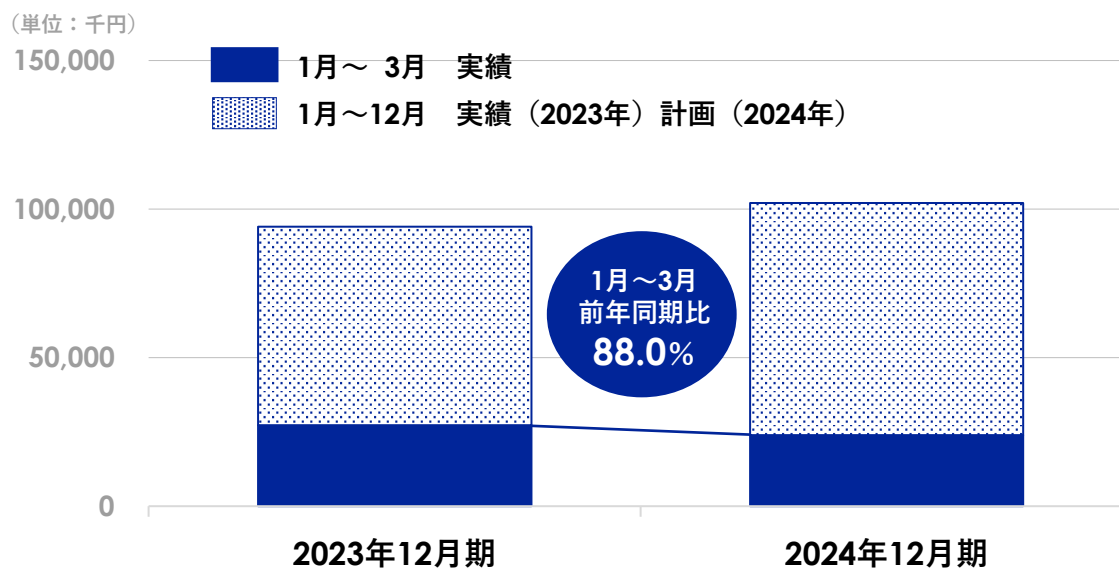
その他月額サービス構成

電子証憑保管OP、セキュリティOP、API



顧客獲得に向けた取り組み

広告宣伝費の状況（ZAC・Reforma PSAのみ）



通期計画に対する予算消化率：

19.4%（2024年3月末現在）

SQL*の獲得進捗は軟調ですが、展示会（Japan IT Week）での名刺獲得および他社との共催セミナーの集客が好調であり、またWeb広告の改善効果が出始めるなど、回復の兆しがみられています。

TEL営業は好調であった前年に比べて停滞しておりますが、IT資産管理オプション（dxeco）やサブスクリプション管理オプション（ハヤサブ:P.26参照）をZACのフックとして活用し、回復に努めております。

当期の計画

新規契約獲得件数の通期計画である67社の達成を目指し、展示会なども含めて成果が期待される取り組みに予算を投下いたします。一方で件数未達の場合でも売上収益が計画に到達するよう、優良な顧客基盤を持つ販売代理店とのアライアンス強化を進めるほか、dxecoやハヤサブをZACのオプション機能として提案し、受注率・MRRの向上を図ります。

* Sales Qualified Leadの略。初回面談後、1年以内に受注可能性があると営業グループが判断したリードを指します。

顧客獲得に向けた取り組み

新規契約社数の増加およびMRRの最大化を狙い、以下の取り組みを実施

中小企業への提案見直し

中小企業からの新規契約獲得数の回復に向けた契約形態の見直しが受注増加に一定程度寄与しております。今後も展示会の出展やセミナーの開催などを通じて接点を創出し、IT導入補助金の活用を含めた提案を行うことで、システム導入に関する意思決定を後押しします。

販売代理店との連携強化

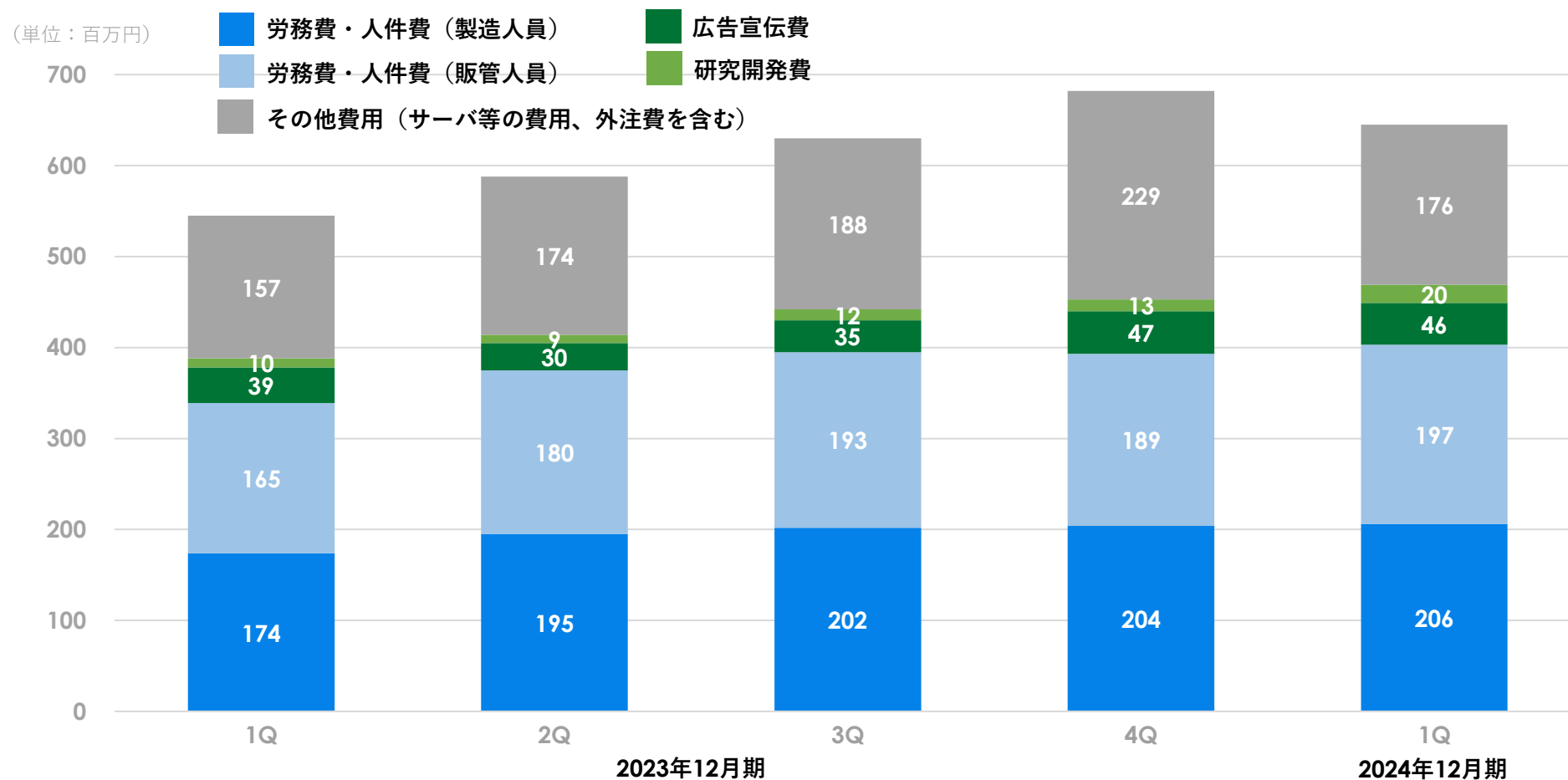
MRR成長に寄与する大型顧客の獲得を目指し、販売代理店との連携を強化する「営業企画チーム」を新設しました。販売代理店との関係構築や販促施策の企画・推進を営業企画チームが担うことで、大型案件の創出の加速、および分業による営業効率の改善（営業チームが顧客への提案に専念）を狙っております。

オプション機能の開発・提供

新規サービスとして開発したdxeco・ハヤサブはZACのオプション機能（それぞれ「IT資産管理オプション」「サブスクリプション管理オプション」）として提案しております。提案中の顧客からの反応は良好であり、ZACのみでは満たせない要件への対応力向上と同時に、クロスセルによるMRRの向上が見込まれます。

クラウドソリューション事業 費用構成（連結）

前期4Qで一時的に発生した販売代理店とのアライアンス強化関連費用の反動減で、その他費用が減少



※2024年12月期より、P.5の通り報告セグメントの変更を行っております。この変更に伴い、2023年12月期の費用については遡及適用後の金額を記載しております。

マーケティングソリューション事業

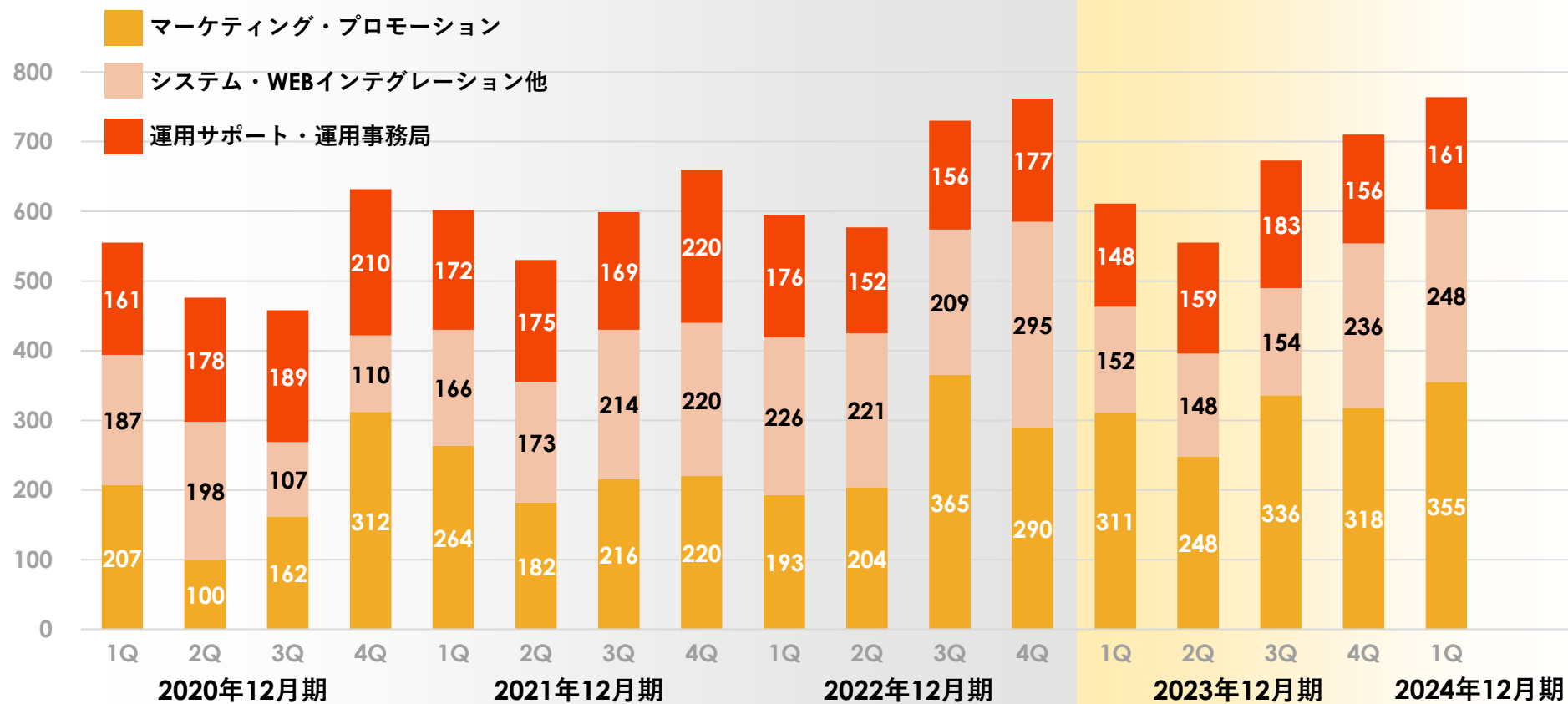
セグメント別売上構成

期ズレに伴い1Qは計画比で軟調も、TOPPANとの協業が好調でQoQプラス成長となる

MS事業は季節性要因により売上収益が下期偏重である中で、前四半期比（QoQ）+7.4%、前年同期比（YoY）+24.9%で着地

(単位：百万円)

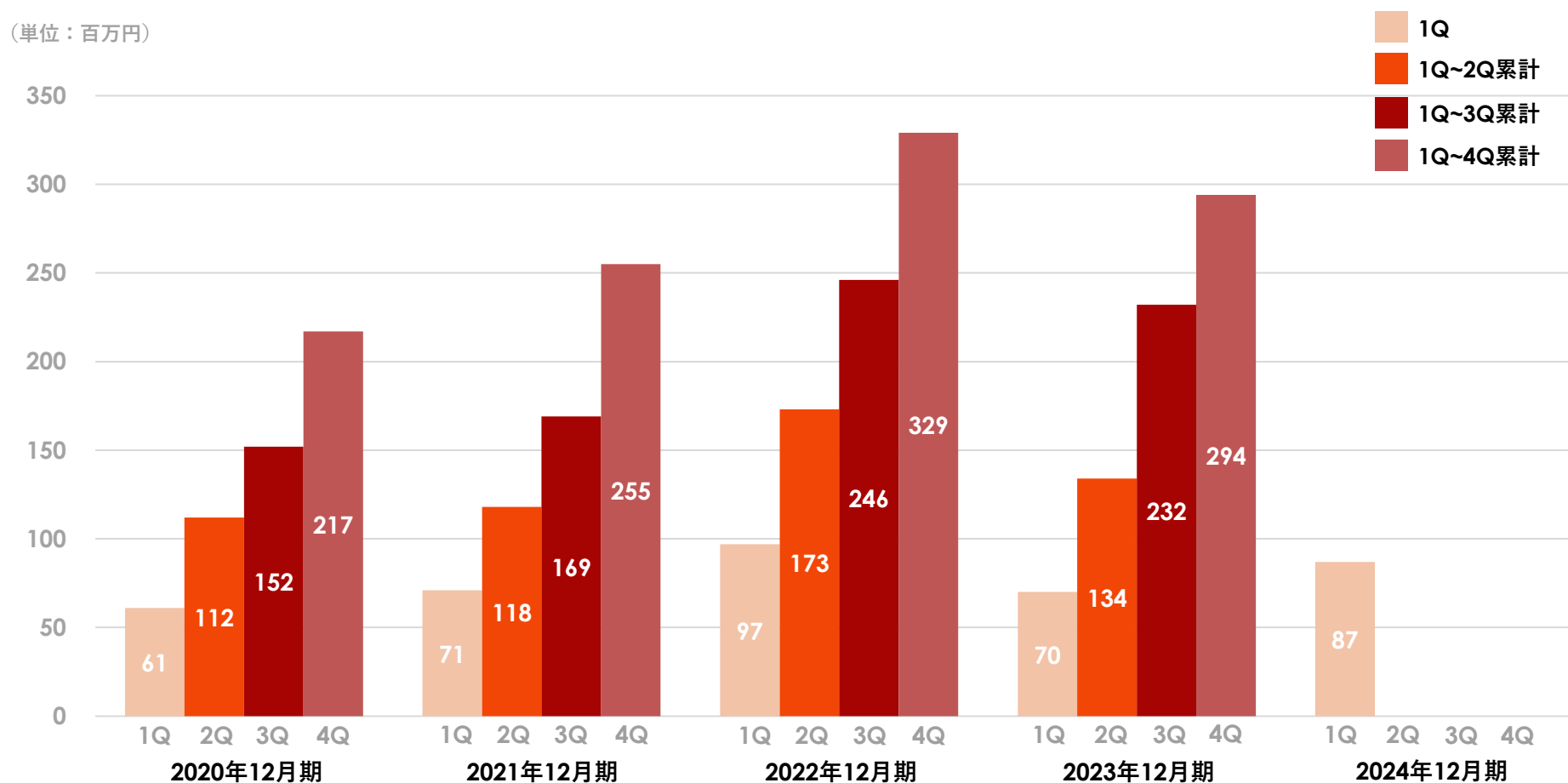
旧セグメント ← → 新セグメント



※2024年12月期より、P.5の通り報告セグメントの変更を行っております。この変更に伴い、2023年12月期の費用については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2021年12月期より、日本基準からIFRS基準に変更しております。この変更に伴い、2020年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2020年12月期の各四半期については、有限責任 あずさ監査法人の四半期レビューを受けておりません。

海外売上

さらなる収益拡大に向けて、営業・制作体制を強化すべく採用活動に注力



※2021年12月期より、日本基準からIFRS基準に変更しております。この変更に伴い、2020年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2020年12月期の各四半期の数値については、有限責任 あずさ監査法人の四半期レビューを受けておりません。

顧客獲得に向けた取り組み

2023年4Q時点での状況

新規顧客の獲得が計画を下回ったため、2024年12月期においても短期・中期の改善に向けた取り組みを推進いたします。



1Q時点の進捗と対応策

TOPPANとの連携強化

2022年3月に凸版印刷株式会社（現・TOPPAN株式会社）との協業を発表して以来、TOPPANの外部デジタルパートナーとして新規クライアントからの受注獲得を強化すべく、2023年6月にはTOPPAN専任チームを設立いたしました。

1Q時点では、デジタルマーケティング領域およびマーケティングコミュニケーション領域において多様な案件の獲得が進み、MS事業の売上収益を押し上げました。通期で継続して新規顧客の獲得を強化すべく、案件受注に備えたリソース確保も含めて、引き続きパートナーシップ強化の取り組みを推進いたします。

自社での顧客獲得

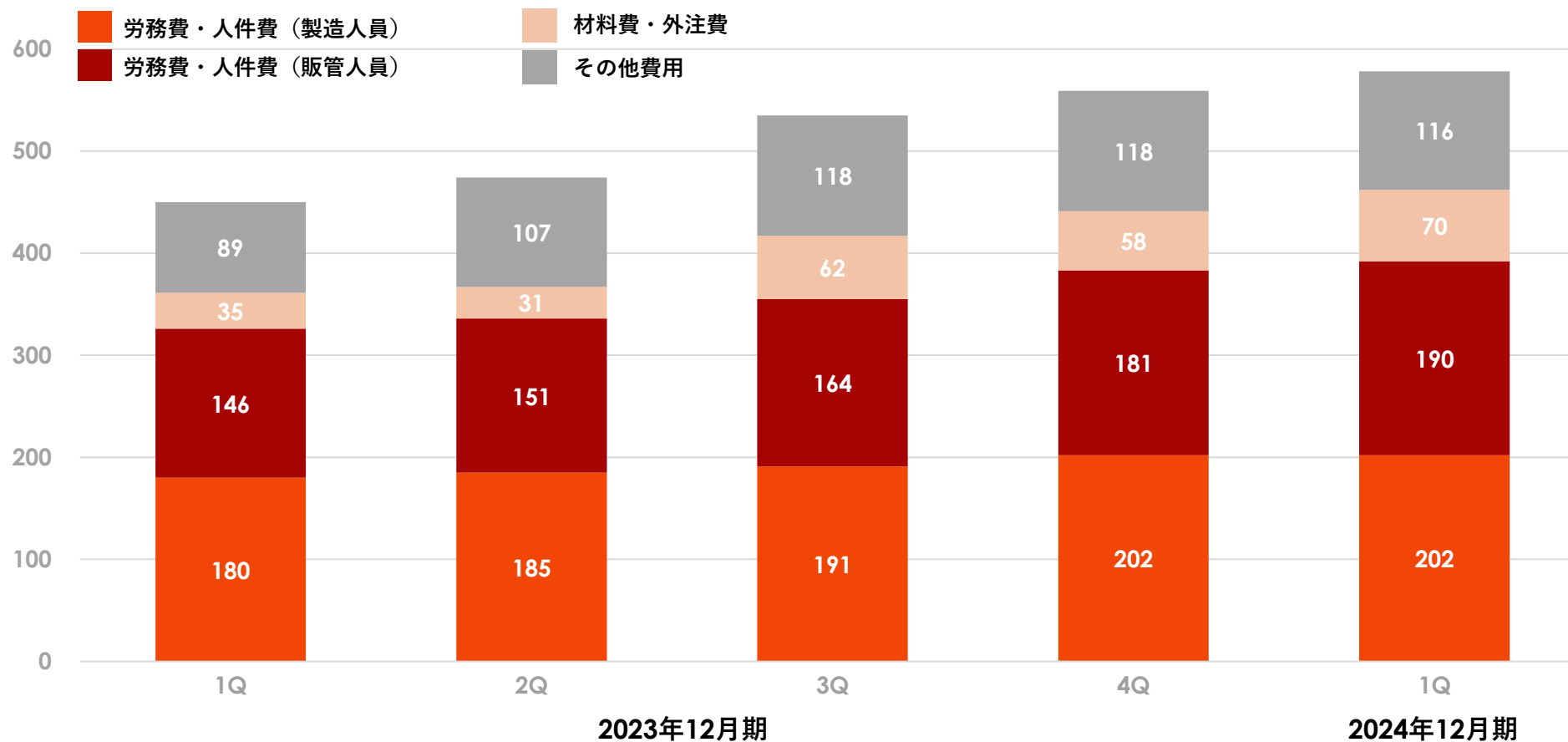
カンファレンスへの参加などを通じて獲得した新規クライアントのリードのほか、休眠顧客に対しても、中長期での案件獲得を目的に、接触・提案機会を創出するためのマーケティング活動を行っております。

並行して、売上収益の積み上げに向けてトップマネジメント層が積極的に提案に加わり、既存顧客から追加の案件を獲得できるよう取り組みます。

費用構成（連結）

案件の増加に伴う外注費の増加、および営業人員の増加によって費用増となる

（単位：百万円）



※2024年12月期より、P.5の通り報告セグメントの変更を行っております。この変更に伴い、2023年12月期の費用については遡及適用後の金額を記載しております。

連結

通期業績予想に対する進捗

(単位：百万円)

	2024年12月期 通期予想 [構成比]	2024年12月期 1Q実績 [構成比]	進捗率
売上収益	8,229 [100.0%]	1,920 [100.0%]	23.3%
CS事業	5,270 [64.0%]	1,155 [60.2%]	21.9%
MS事業	2,959 [36.0%]	764 [39.8%]	25.8%
営業利益	2,782 [33.8%]	694 [36.2%]	25.0%
CS事業	2,214 [26.9%]	508 [26.5%]	22.9%
MS事業	568 [6.9%]	185 [9.7%]	32.7%
税引前利益	2,824 [34.3%]	757 [39.4%]	26.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,963 [23.9%]	521 [27.2%]	26.6%

※各事業の数値については、報告セグメント変更後の数値を反映しております。詳細はP.5をご参照ください。

連結

連結損益計算書（前年同期比）

（単位：百万円）

	2023年12月期1Q [構成比]	2024年12月期1Q [構成比]	増減額	主な要因
売上収益	1,589 [100.0%]	1,920 [100.0%]	331	
売上原価	520 [32.7%]	621 [32.4%]	101	技術系専門人員の増加及び給与の増加、外注費の増加、材料費の増加等
売上総利益	1,069 [67.3%]	1,298 [67.6%]	229	
販管費	470 [29.6%]	583 [30.4%]	113	営業・管理系人員の増加及び給与の増加、採用費の増加、研究開発費の増加、減価償却費の増加等
研究開発費	10 [0.6%]	20 [1.1%]	10	
その他の損益	1 [0.1%]	0 [0.0%]	▲1	
営業利益	590 [37.1%]	694 [36.2%]	104	
金融損益	0 [0.0%]	62 [3.3%]	62	
税引前利益	590 [37.2%]	757 [39.4%]	167	
当期利益	405 [25.5%]	521 [27.1%]	116	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	406 [25.6%]	521 [27.2%]	115	

連結

財政状態計算書（前期末比）

（単位：百万円）

科目名	2023年 12月期	2024年 12月期1Q	増減額
流動資産	10,920	10,816	▲104
現金及び 現金同等物	8,707	8,590	▲117
営業債権及び その他の債権	998	1,234	236
その他の 流動資産	1,215	990	▲225
非流動資産	1,452	1,334	▲118
有形固定資産	731	660	▲71
無形固定資産	83	84	1
その他	638	589	▲49
資産合計	12,373	12,151	▲222

科目名	2023年 12月期	2024年 12月期1Q	増減額
負債合計	3,489	3,211	▲278
流動負債	3,143	2,909	▲234
契約負債	1,759	1,713	▲46
未払法人 所得税等	229	170	▲59
営業債務及び その他の債務	455	315	▲140
その他の 流動負債	699	709	10
非流動負債	346	302	▲44
資本合計	8,884	8,939	55
親会社の所有者 に帰属する持分	8,884	8,939	55
非支配持分	0	0	0
負債・資本合計	12,373	12,151	▲222

新規サービス

サブスクリプション管理ツール ハヤサブ

ハヤサブは、BtoBのサブスクリプションビジネスを支援する販売管理システムです。

商品ごとの料金体系（定額/従量課金など）や、顧客ごとの契約条件（年払/月払、特別値引など）が多様化しやすいビジネスの販売管理を効率化します。

- ・ 引合管理、見積作成、受注・売上・請求管理といった、販売管理業務のプロセス全体をシステム化してムダを削減
- ・ 多様な料金体系・契約条件・請求パターンに対応可能
- ・ ZAC等とのシステム連携により、販売管理の一元化を実現

導入事例

導入前の課題

- 複雑な請求管理を手作業で行っているため、請求漏れや金額間違いなどのミスが発生している
- MRRや解約率など、サブスクリプション型ビジネスで重要なKPIを正確・迅速に集計できていない

導入後の効果

- 料金体系・契約条件・請求パターンが複雑であっても、システム化によりミスのない請求管理が実現
- サブスクリプションビジネスの販売管理の一元化により、主要指標をツール上でリアルタイムに可視化（機能開発中）

サブスク管理に速さを
ハヤサブ

連結

ニュースリリース

CS	4月22日	クラウドERP「ZAC Enterprise」、大手SIer「NECネットエスアイ」のグループ会社「NECネットエスアイ・サービス」「ニチワ」「K&Nシステムインテグレーションズ」に3社同時導入
CS	4月12日	BtoBのサブスクリプション向け販売管理ツール「ハヤサブ」をリリース サブスクリプションビジネス特有の契約・請求の管理業務を効率化
CS	3月27日	クラウドERP「ZAC」と「Reforma PSA」、IT導入補助金2024対象ツールに認定 導入費用のうち最大で450万円が補助対象に
dxeco	3月26日	SaaS管理ツール「dxeco」、デジタルトランスフォーメーション支援を行う「株式会社GIG」が導入
dxeco	3月19日	SaaS管理ツール「dxeco」、PCやスマートフォンなどのIT資産を管理する「IT資産棚卸機能」を追加
oRo	3月18日	オロ、3年連続「健康経営優良法人2024（大規模法人部門）」に認定 国内子会社2社も健康経営優良法人2024（中小規模法人部門）に認定
dxeco	2月27日	SaaS管理ツール「dxeco」、法人向けクラウドストレージサービス「DirectCloud」と連携
DX	1月10日	オロ、大企業のMMM（マーケティング・ミックス・モデリング）施策分析に関する実態調査の結果を発表 「MMMを実施する大企業の92%が成果を実感」

事業の状況



02

連結

事業セグメント

クラウド ソリューション事業



ZAC Reforma PSA をはじめとする

クラウドサービスの開発・提供

マーケティング ソリューション事業

デジタル広告、システム・Web制作をはじめとする

顧客のマーケティング支援等に関する役務提供

クラウドソリューション事業

CLOUD SOLUTIONS

クラウドERP「ZAC」・クラウドPSA「Reforma PSA」

企業内における業務処理および情報共有を推進するクラウド型統合基幹業務システム

案件・プロジェクト別の損益管理を中心に、企業規模に合わせて3製品を提供しております。

小規模・スタートアップ向け



クラウドPSA

Reforma PSA

- 従業員数50名以下の小規模・スタートアップ向け
- ZACの主要機能に絞って提供
- 初期費用0円・月額3万円〜で利用可能

中小企業向け



クラウドERP

ZAC

- 従業員数50～300名規模を中心とした中小企業に提供する主力製品
- 約2,000個のパラメータを搭載、カスタマイズ（アドオン開発）なしで顧客の業務にフィット
- 自動バージョンアップを通じて製品が継続的に進化

大企業向け・カスタマイズ可能



クラウドERP

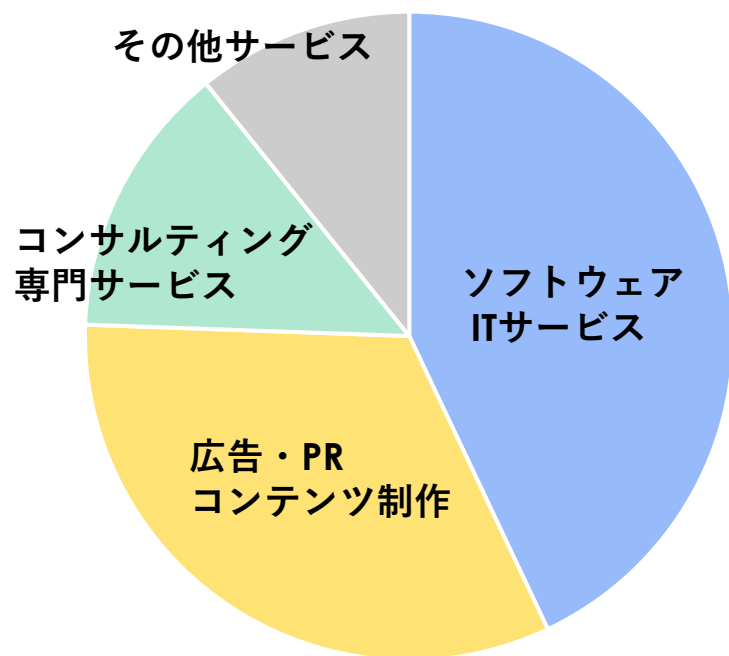
ZAC Enterprise

- 従業員数1,000名以上の大企業にも対応
- 約13,000個のパラメータを搭載
- カスタマイズ（アドオン開発）で個社特有のニーズ・業務要件にも対応可能

クラウドソリューション事業 業種特化型ERP

ZACはソフトウェア・ITサービス業・広告業を中心に、累計950社以上で導入

2024年3月31日現在



直近ではソフトウェア・ITサービス業からの受注が増えており、累計導入実績のうち約4割がITサービス業、約3割が広告業となっております。

ソフトウェア・システム開発・ITサービス



広告・PR・コンテンツ制作



コンサルティング・専門サービス



その他サービス



クラウドERP「ZAC」の機能

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



ZACなら
必要な分だけ
選んで導入

モジュール
(機能)



ライセンス数
(ユーザー)



利用価格※



必要なモジュールと必要なライセンス数だけを組み合わせることで利用開始
モジュールもライセンスも拡張・縮小は自由に可能

*オプション機能は別途見積りとなります。Reforma PSAは、ZACの主要機能の一部を提供しております。

業種特化・統合型ERP

業種にとらわれず利用できる単一機能汎用型(水平型)のシステムと、業種に特化した様々な機能が統合された**多機能統合型(垂直統合型)**のシステムがあります。

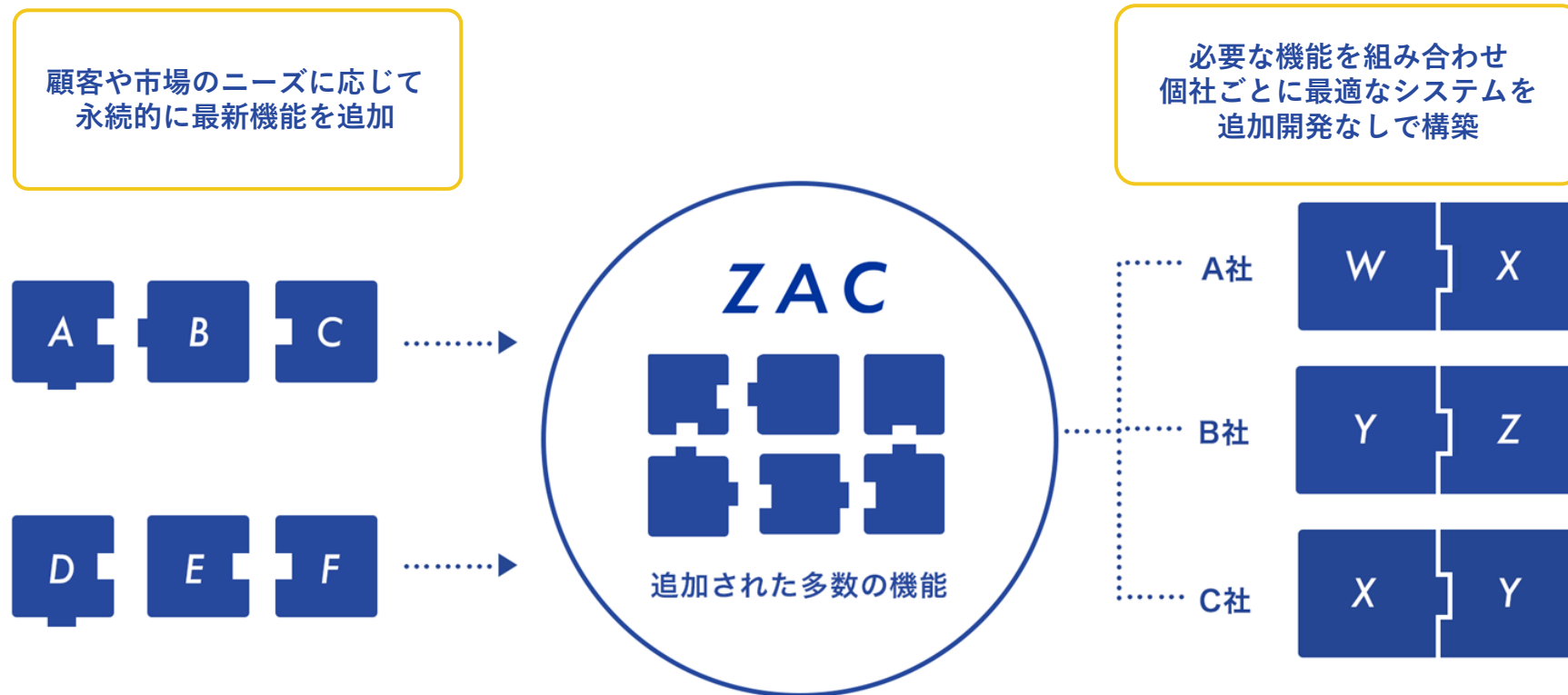
ZAC / Reforma PSAは**多機能統合型(垂直統合型)**であり、特にIT・広告・コンサルティング業に特化し、業種特有の商慣習や細かな要望・課題に対応する業種特化・多機能統合型のシステムです。

産業別・業務領域別 ポジショニングマップ

		製造・建設・工業 などの第2次産業	金融・流通・小売 などの第3次産業	IT・広告・ コンサルティング
MA・CRM	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)	他社ERP 多機能統合型(垂直統合型) 「モノ」・「カネ」 を管理する 多業種に対応	ZAC Reforma PSA 多機能統合型(垂直統合型) 「ヒト」・「カネ」 の管理・効率化が 必要な業種に特化	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)
SFA	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
販売・購買	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
勤怠・工数	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
経費精算	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
BI	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			

パラメータ設計による機能優位性

2006年以来蓄積してきた約13,000個*のパラメータ（機能の部品）で顧客独自の要望に対応



業種特化型・パラメータ設計におけるメリット

POINT1（顧客目線） 低価格・短納期で自社に合ったシステムを利用可能、新機能追加などの仕様変更も容易

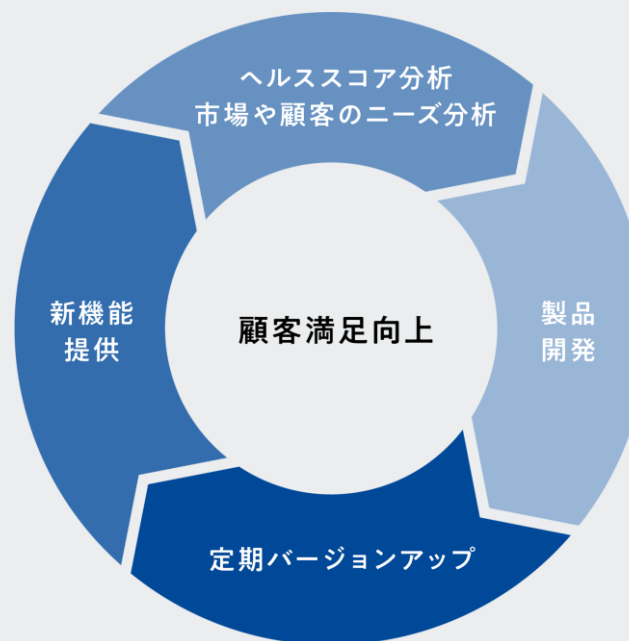
POINT2（当社目線） 新機能や個別の顧客のために作った機能の横展開が可能、営業提案や機能提供の効率が高い

*ZACでは約2,000個、ZAC Enterpriseでは約13,000個の機能パラメータを提供しております。

定期バージョンアップの提供

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、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

定期バージョンアップにより
顧客満足度を向上させ、
Customer Churn Rateの引き下げ、
ARPA・NRRの向上を図る



*ZACでは約2,000個、ZAC Enterpriseでは約13,000個の機能パラメータを提供しております。

ZACでプロジェクト単位の労務費を“見える化”



株式会社カヤック様 < アプリ・ゲーム開発業 従業員：572名（連結・2023年12月末時点） >

「サイコロ給」など独自の経営スタイルと、企画展「うんこミュージアム」の制作や独創的なソーシャルゲーム、スマートフォンアプリを生み出すコンテンツ事業で知られる面白法人。年々業績と規模を拡大中。

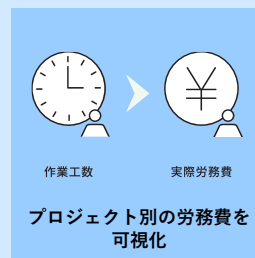
2010年 ZAC Enterprise導入前の課題

規模拡大で、Excelでの原価計算が限界に

プロジェクトごとのExcelファイルで作業工数データを管理していた。しかし従業員の急増により、プロジェクト別の作業工数に会計データ（労務費）を紐づける、手作業での原価計算が大変に。

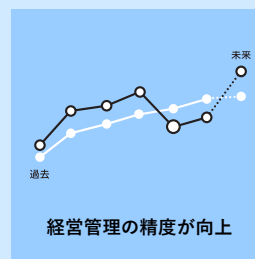


2010年 ZAC Enterprise導入後のメリット



プロジェクト別の労務費把握が楽に

プロジェクト別の作業工数の管理をZAC1か所に集約したことで、プロジェクト別の原価計算（労務費の配賦）がすぐに・楽に行えるようになった。



正確なデータに基づく意思決定が可能に

ZAC導入によって正確な経営数字の整備が進み、直感的な判断に対してデータによる裏付けが得られるようになった。

※株式会社カヤック様は2010年にZAC Enterpriseを契約し、勤怠・工数管理機能の利用を開始後、販売管理・購買管理・経費管理を段階的に導入されました。2023年、法改正への対応やグループ会社の増加に備えた管理体制を構築するため、2019年提供開始の「ZAC」へ利用環境を移行されました。記載の内容はZAC Enterprise導入時の状況に基づいております。

さらなるマーケット拡大に向けた開発を継続強化

現状の国内ターゲット企業は約44,000社、さらなる成長を目指して大企業・海外市場の開拓に挑戦

2026年までに「従業員数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、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ます。

マーケット（TAM）拡大のイメージ

現在



2026年



※国内ターゲット企業は、ZAC、ZAC Enterprise、Reforma PSAの対象業種であるIT・広告・コンサルティング業を中心とする従業員1名～2,000名程度の企業です。

海外製ツールの拡充・拡販

海外製ツールのローカライゼーションおよび国内販売代理業務は順調に成長

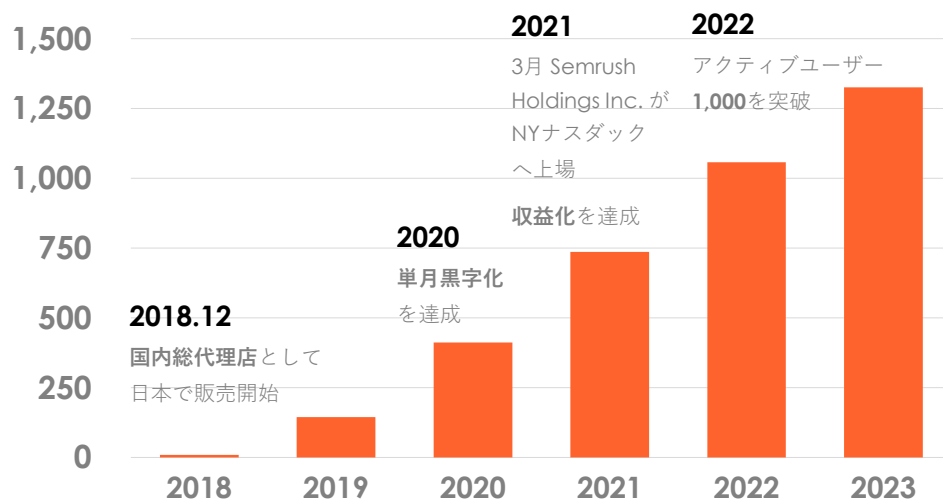
Semrushに次ぐ海外製ツールの拡充に向けた準備に引き続き取り組みます。



世界で1,000万人以上が利用する**
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

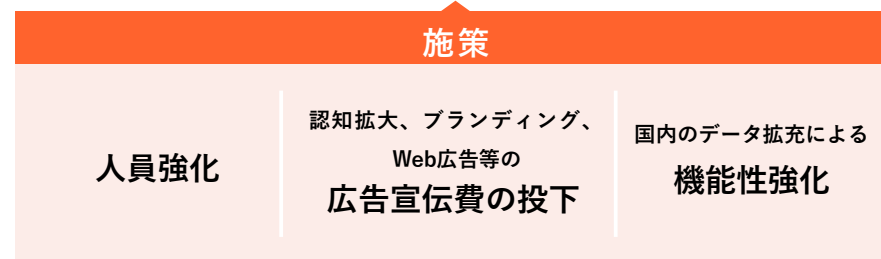
(単位：アクティブユーザー数)



2024年の目標

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**ユーザーを増やし、売上成長率を高める**ことを目指す



その他 ▶ Semrushに次ぐ海外製ツールの拡充に向けて準備中

*アクティブユーザー: 無料トライアルユーザーおよび解約ユーザーを含まない、本利用中のユーザー数 **トライアルを含むのベユーザー数

SaaS管理ツール dxeco (デクセコ)

企業内で利用されているSaaSの契約情報、利用状況、アカウント情報、シャドーITを見える化します。
利用SaaSのコスト適正化、セキュリティリスクの管理・把握、アカウント棚卸業務の効率化を実現可能です。



- ・ チーム管理機能を実装し、組織階層ごとの権限設定が可能に
- ・ ISMS審査の際に活用、自社審査時にも充実点として高評価を獲得
- ・ お客様の声を聞きながら、新機能を続々追加中

導入事例

導入前の課題

- 社内のSaaSアカウント情報を網羅的に把握できていなかった
- 部門単位で導入・管理されているSaaSを把握しにくかった

導入後の効果

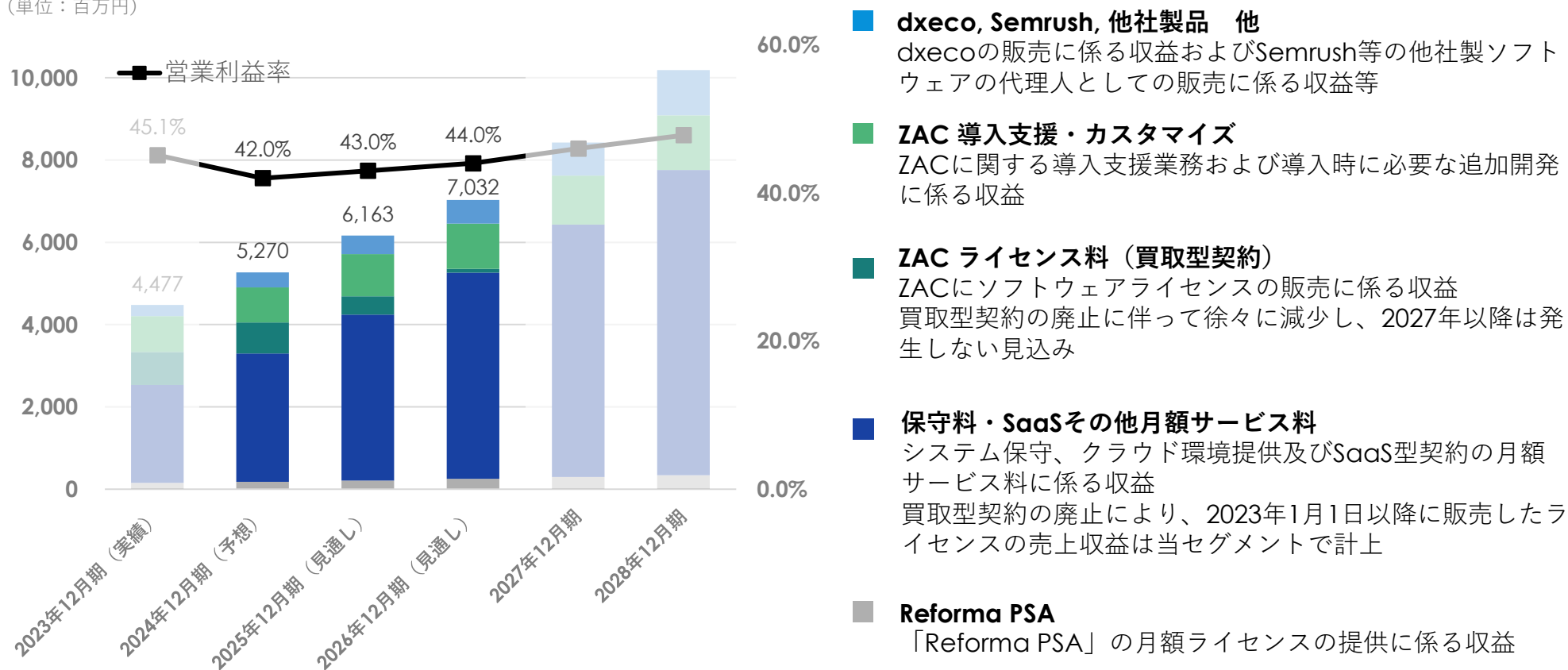
- API・CSV連携により、抜け漏れのない管理台帳を作成可能に
- シャドーITも含めて全社の利用中SaaSを網羅的に把握可能に

セグメント別の売上収益・営業利益率推移 [セグメント変更後]

2026年の海外進出に向けた準備のため、2024年12月期は一時的に営業利益率が低下する見込み

進出先の決定に向けた市場調査や、進出候補地での展示会参加等を検討しており、これらの活動に係る費用を計画に織り込んでおります。

(単位：百万円)



* 2024年第1四半期より、P.5に記載の報告セグメントの変更を反映し、本グラフの2023年12月期以降のデータを修正しております。

マーケティングソリューション事業

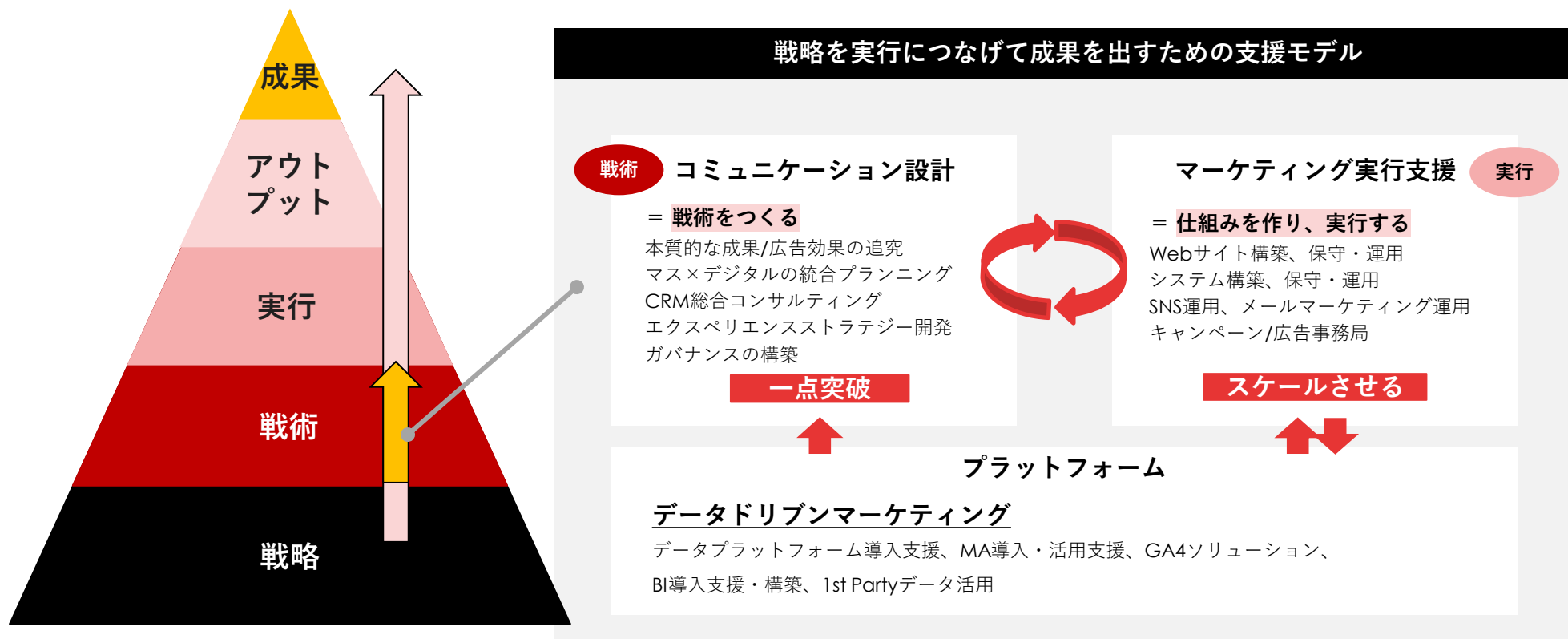
MARKETING SOLUTIONS

エグゼキュションカンパニーを目指して支援モデルを構築

クライアントのマーケティング戦略を具体的施策に落とし込み、着実に実行する体制・仕組みを提供

デジタルマーケティング関連の市場が成長する中、MS事業は「エグゼキュションカンパニー」として、クライアントのマーケティング戦略が「絵にかいた餅で終わらない」よう、コミュニケーション設計（効果的な戦術の立案）と、マーケティング実行支援（その戦術を運用しスケールさせる役割）の両輪で継続的に成果を生み出す支援モデルを提供します。

「エグゼキュションカンパニー」の支援モデル（概念図）



マーケティングソリューション事業

ナショナルブランドのデジタルマーケティングを支援

主要顧客は「イオングループ」「日産自動車グループ」



マーケティング戦略の実行に向けたオロの支援実績（例）

「戦略を実行につなげて成果を出すための支援」に強みを持つ

- 【戦術立案】 地域特性にあわせたデジタルマーケティングのコンサルティング・実行
- 【仕組み化】 全エリアのマーケティングROIを可視化できるダッシュボードの開発・提供
- 【実行支援】 全国に点在する店舗への集客支援施策の企画・実行

店舗型ビジネスのデジタルマーケティングをワンストップで活性化



日産自動車株式会社様 <自動車製造販売業>

「技術力」を強みに、特に電気自動車の技術開発を牽引する自動車メーカー。日産販売会社グループは全国に115社あり、すべての都道府県に約2,100店舗の販売店を展開しています。（2024年4月時点）

課題

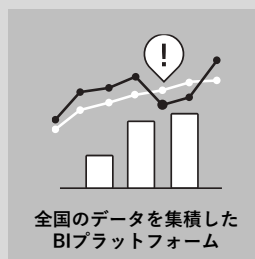
全国の販売会社を統括する仕組みがない
地域ごとに異なる自動車需要に対して、各販売会社がそれぞれ独自に広告配信を行っていた。そのため、メーカーである日産自動車が求めるブランドイメージから外れた広告が展開されてしまうこともあった。

メーカー側で販売会社の広告配信結果を集約しにくい
全国各地で実施された広告の配信結果は、販売会社ごとにメーカーへレポートしていたため、報告の負担が大きく、またメーカー側でも全体的な数字を追いにくい状況であった。

オロによるデジタルマーケティング支援



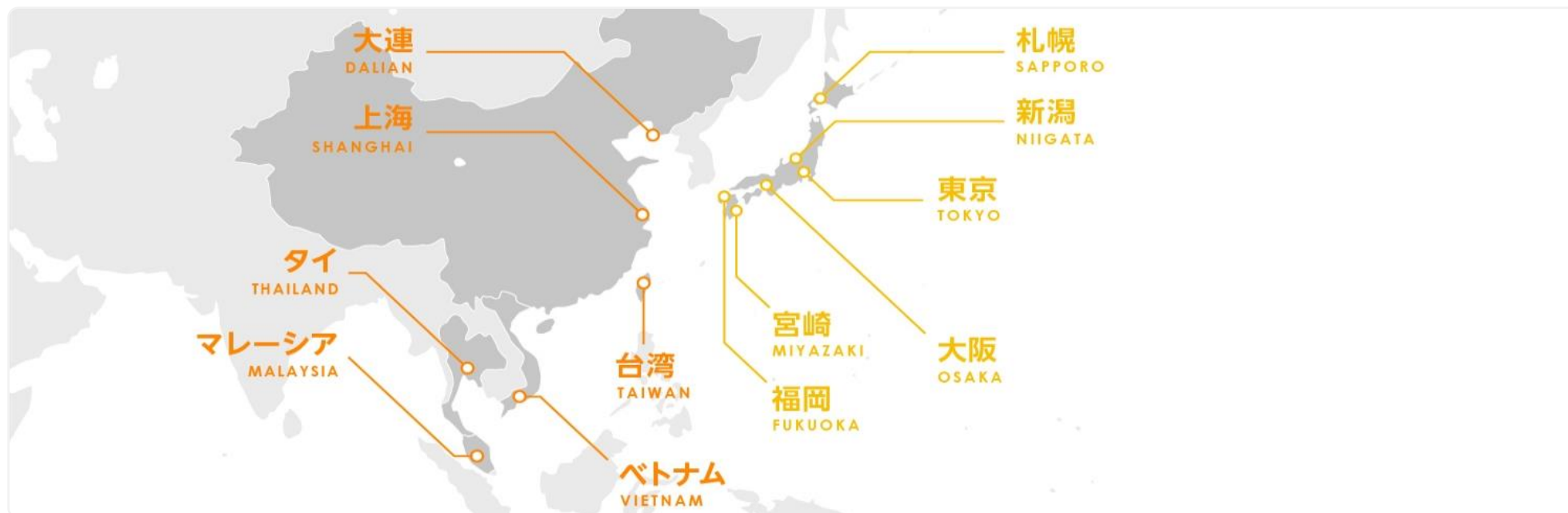
ブランドを守りつつ、地域に沿った広告を可能にオロがメーカーのマーケティング戦略やブランドイメージに沿いながら各販売会社の広告制作や配信のオペレーションを支援することで、ブランドイメージを守りながら、各販売会社で地域のニーズに合わせた広告を配信できる仕組みを確立した。



BI環境の構築で、配信結果が一目でわかるように全国の販売会社で展開されたマーケティング施策の結果を統合・横断して比較できるBI環境を構築。各販売会社のレポートの手間を減らしながら、メーカー側でも配信結果を網羅的・俯瞰的にモニタリングしやすくなった。

海外拠点の体制強化

収益力の改善に向けて、営業・制作それぞれで体制を強化



営業体制の強化

営業職およびストラテジックプランナーの採用を強化し、提案品質を高めることで、指名での案件受注や年間契約での案件獲得を図る

制作体制の強化

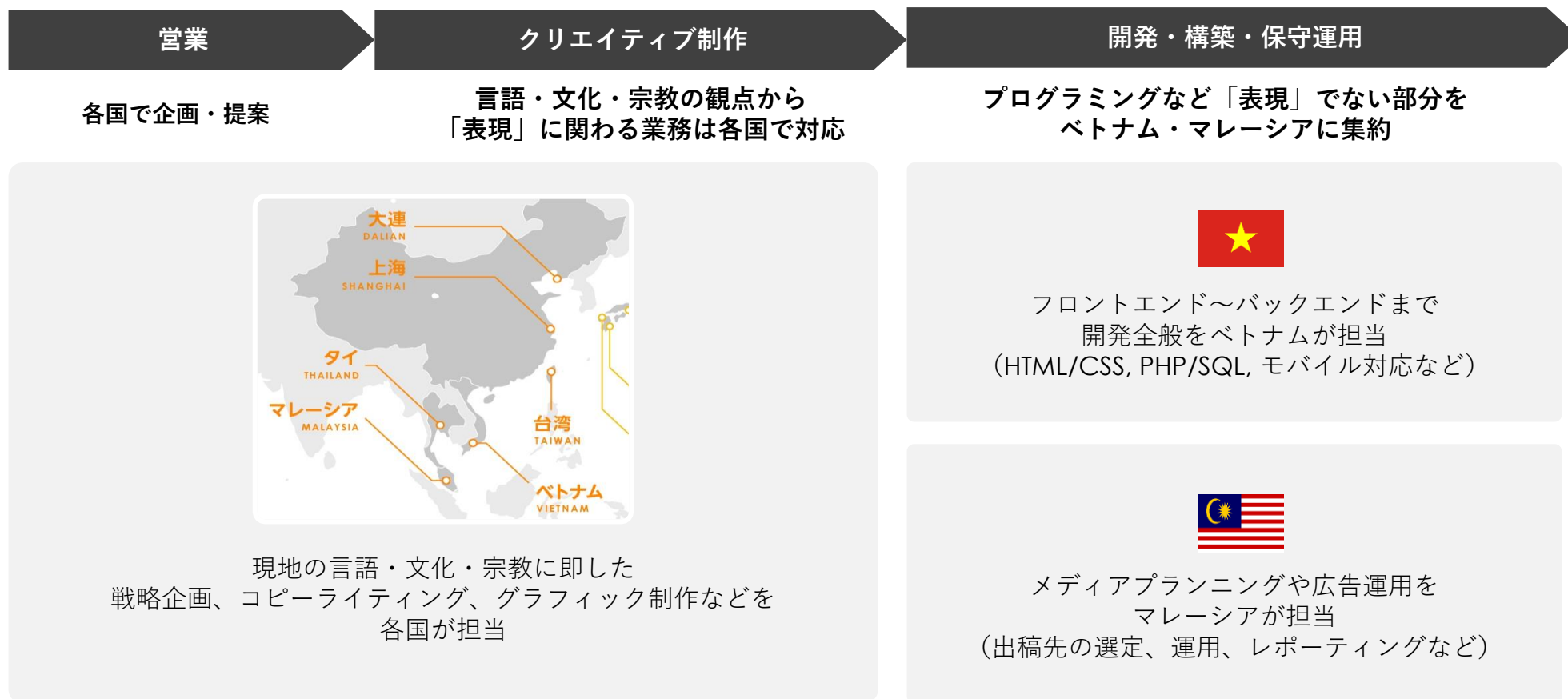
広告代理店から外注先としてのニーズが高まっているため、収益拡大に向けて採用を含めた体制強化を行う
同時に制作業務の内製化を進めることで収益性を改善する

海外拠点の体制強化

内製化の推進に向けて各国の機能を整理・集約し、海外拠点が一体となって価値提供できる体制へ

システム・Webインテグレーション領域はベトナムへ、メディア領域はマレーシアへ集約。クリエイティブ制作は各拠点で対応

制作体制の構想図

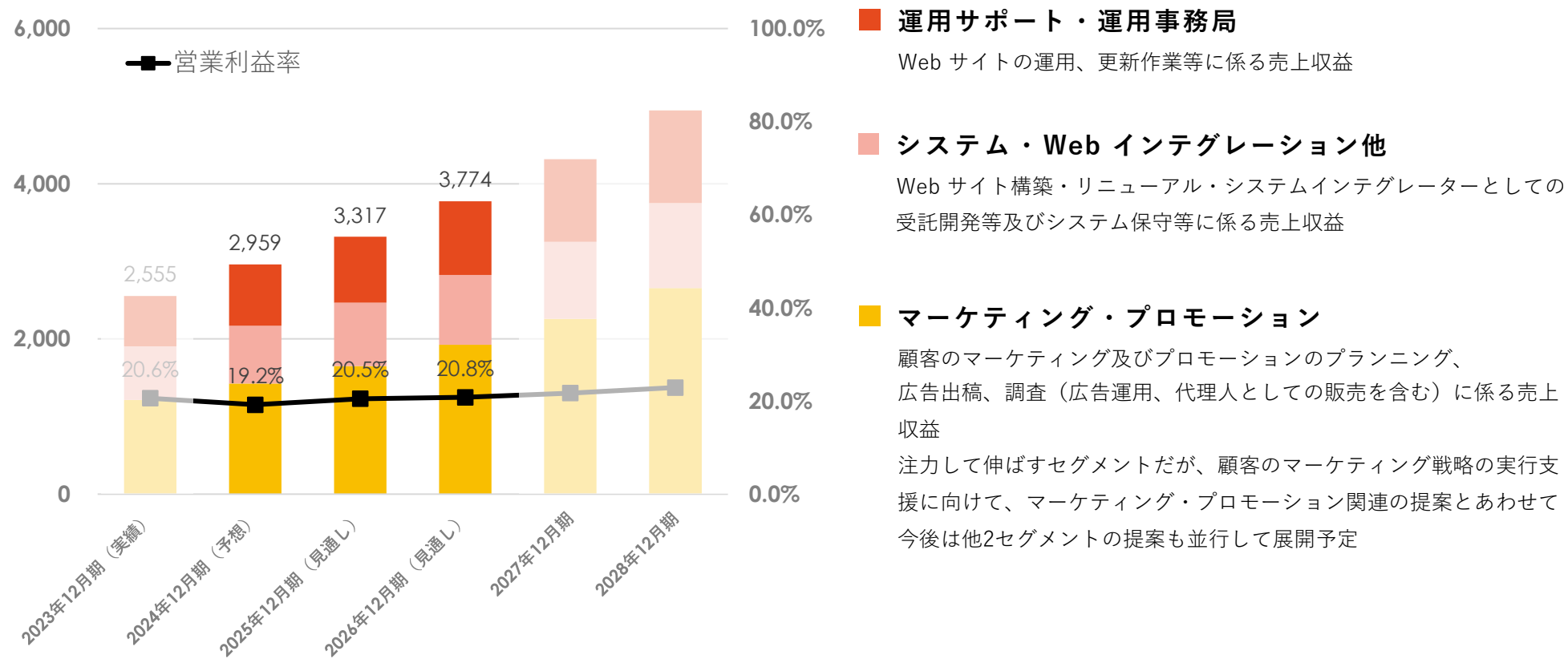


セグメント別の売上収益・営業利益率推移 [セグメント変更後]

国内・海外ともに事業戦略を見直し、売上成長率の回復を目指す


営業利益率は20%前後をターゲットとしながら、3セグメントとも成長基調となるよう取り組んでまいります。

(単位：百万円)



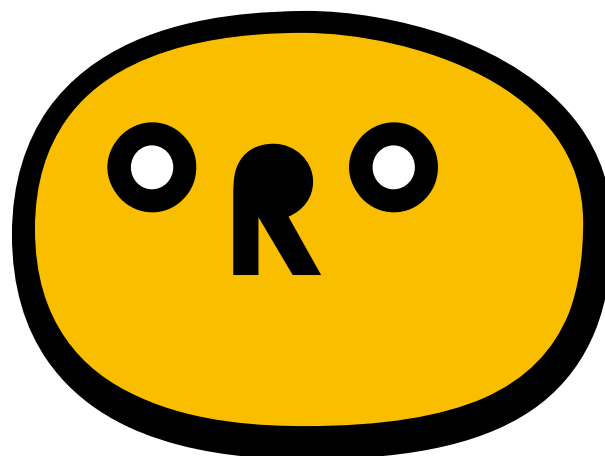
* 2024年第1四半期より、P.5に記載の報告セグメントの変更を反映し、本グラフの2023年12月期以降のデータを修正しております。

会社概要



03

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。

連結
沿革

GLOBAL



JAPAN

連結

ものづくり人材を中心とした「組織構成」

“Technology x Creative”でソリューションを生み出す組織構成

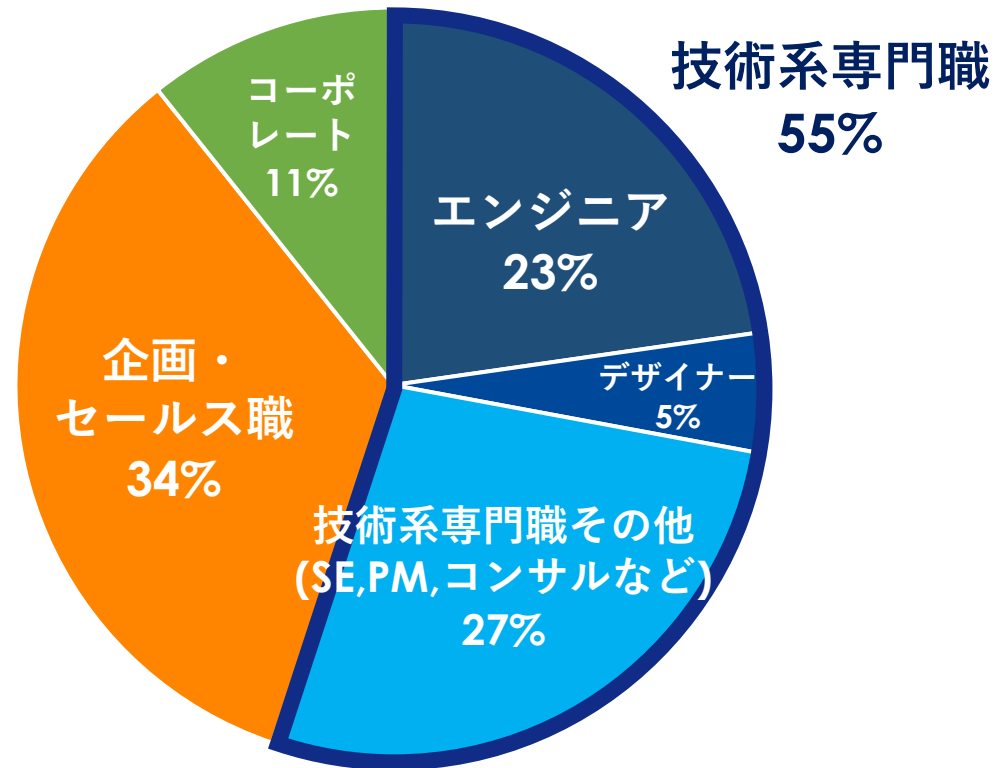
製販比率

■ 製造 ■ 販管



(2023年12月末時点)

職種比率 (オロ単体)



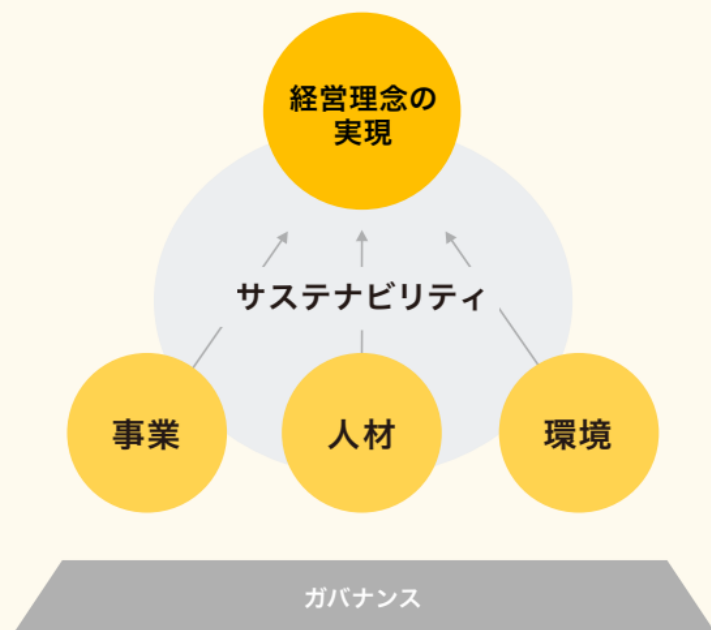
■ 専門職(エンジニア) ■ 専門職(デザイナー) ■ 専門職その他
■ 企画・セールス職 ■ コーポレート

(2023年12月末時点)

サステナビリティの追求に向けた取り組み

マテリアリティ（重要課題）

経営理念を実現するために、持続的な成長に向けて取り組むべき重要課題を、「事業」「人材」「環境」の3つのマテリアリティとして特定しました。



サステナビリティ方針

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。

人材への取り組み（1）

「グループ人材方針」に基づき、多様性の確保に向けた取り組みを進めています。

中核人材の多様性確保に向けて、「2027年までに15%」の女性管理職比率を目指します。

グループ人材方針

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。

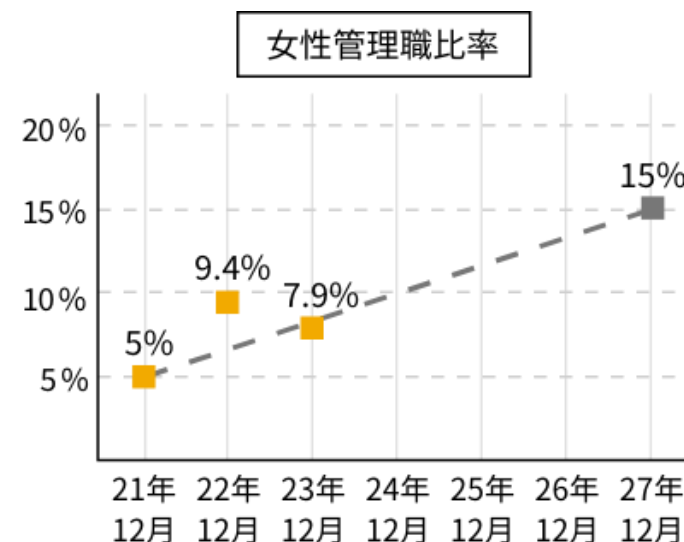
1. 人種、信条、性別、社会的身分、国籍、障がい、雇用形態、年齢、宗教等による差別を行いません。
2. 働く人々を公正に評価し、適正に処遇します。
3. 多様性を尊重し、一人ひとりが自ら考え、その能力と創造性を発揮して、自己実現を図ることができる風土を作ります。
4. 本人及び家族の物心両面の幸福を追求し、キャリア形成、健康、プライベートの充実などについて支援します。

女性管理職比率

2023年2月より、「2027年までに15%」を目標としております。

2023年12月末時点の実績は7.9%となり、概ね計画線通りに推移しております。

引き続き、多様なキャリアパス・働き方を受け容れる環境の整備や魅力ある職場環境づくりに取り組むことを通じて、女性管理職比率を高めてまいります。



人材への取り組み（2）

当社の従業員がいきいきと活躍できるように「健康経営」を推進しております。

その一環で従業員が自己実現できるよう、多様で柔軟な働き方を選択可能にしました。

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時を出勤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。



*このほか当社および国内子会社は「健康経営優良法人2023」認定、また当社および株式会社オロ宮崎は「くるみん」認定を受けております。

環境への取り組み

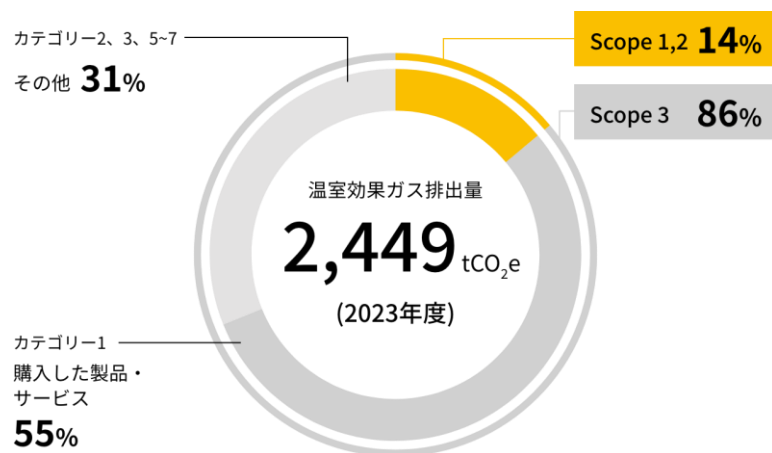
気候変動は、事業活動の成長にも中長期的に影響を与えると考えております。

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みます。

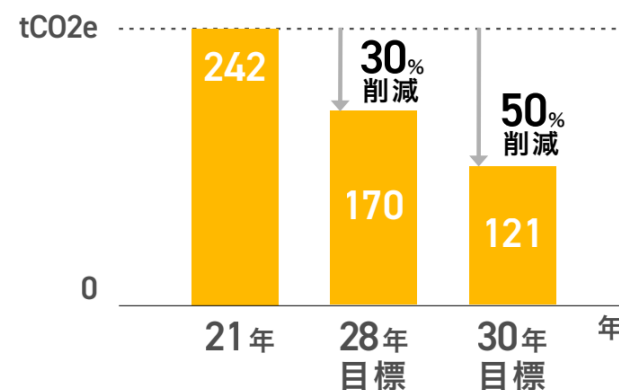
温室効果ガス排出量と削減目標

当社、2023年度の温室効果ガス排出量は 2,449 tCO₂e でした。Scope1,2 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。

今後は「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。



温室効果ガス排出量 Scope 1,2削減目標



* 2021年を基準年、対象を Scope1,2 とした目標設定です。

その他の取り組み状況

TCFD提言に基づく気候変動シナリオ分析を行い、当社Webサイトで開示しております。

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

連結

会社概要

会社名	株式会社オロ
上場取引所	東京証券取引所プライム市場（証券コード：3983）
代表者	代表取締役社長執行役員 川田 篤
創業	1999年1月20日
本社所在地	東京都目黒区目黒3-9-1 目黒須田ビル
資本金	1,193百万円
事業内容	クラウドソリューション事業 <ul style="list-style-type: none">・クラウドERP「ZAC」「Reforma PSA」、SaaS管理ツール「dxeco」の開発・販売・SEOツール「Semrush」の国内販売代理業務 デジタルソリューション事業 <ul style="list-style-type: none">・デジタルを基軸にしたマーケティング支援
従業員数	単体288人／連結507人（2023年12月31日現在）
支社	西日本支社 北海道支社 福岡支社
グループ会社	株式会社オロ宮崎 株式会社oRo code MOC 欧楽科技有限公司(大連、上海) 大連奥楽广告有限公司 台湾奥楽股分有限公司 oRo Malaysia Sdn. Bhd. oRo Vietnam Co., Ltd. oRo (Thailand) Co., Ltd.

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。

