

2024年12月期 通期

決算説明資料

株式会社オロ 証券コード：3983

oro

2025年2月14日

目次

01 2024年12月期 決算概要

02 2025年12月期 – 2027年12月期 中期的な経営の見通し

03 事業の状況

04 会社概要

2024年12月期 通期

決算概要



01

業績ハイライト

2024年12月期 通期 決算概要

売上収益	7,899百万円	前年同期比 +12.3%
営業利益	2,720百万円	前年同期比 +6.8%

クラウドソリューション(CS)事業

売上収益	百万円 4,929	前年同期比 +10.1%
営業利益	百万円 2,162	前年同期比 +7.0%

マーケティングソリューション(MS)事業

売上収益	百万円 2,969	前年同期比 +16.2%
営業利益	百万円 557	前年同期比 +5.9%

- ストック収益は堅実に成長。新規契約獲得社数は68社で着地（計画比+1社）、案件数・契約ライセンス数の成長率も復調
- スポット収益であるZAC導入支援・カスタマイズは上期の遅れの挽回が間に合わず。結果、CS事業全体の売上収益・営業利益は計画比でそれぞれ▲6.5%、▲2.4%で着地

- 新規顧客開拓がシステム・WEBインテグレーションセグメントの増収に寄与。既存顧客との取引は概ね計画通りに推移
- 一方、人員増に伴う労務費の増加、および外注費の増加が営業利益を圧迫した結果、MS事業全体の売上収益・営業利益は計画比でそれぞれ+0.3%、▲1.8%で着地

配当金・配当性向（連結）について

株主還元の基本方針

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ながら、累進配当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、経営環境に応じた成長投資の計画及び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。

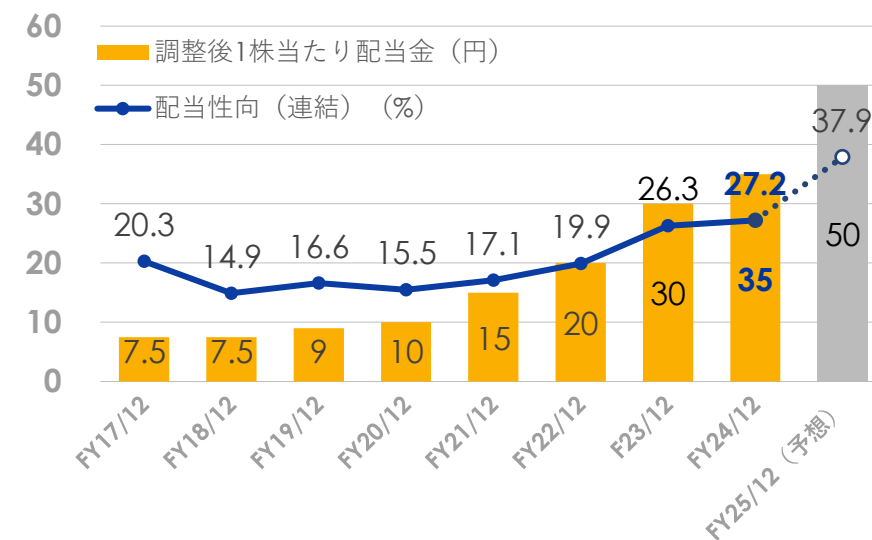
上記の基本方針に基づき、当期の業績と財政状態及び将来の事業展開等を総合的に勘案し、当期は**1株当たり35円00銭（5円の増配）**を予定しております。

なお、配当の決定機関は、中間配当は取締役会、期末配当は株主総会であります。

当期配当実績・予定および次期予想

基準日	1株当たり配当金		
	第2四半期	期末	合計
当期 実績・予定 (2024年12月期 修正予想)	0円00銭	35円00銭	35円00銭
次期予想 (2025年12月期)	0円00銭	50円00銭	50円00銭

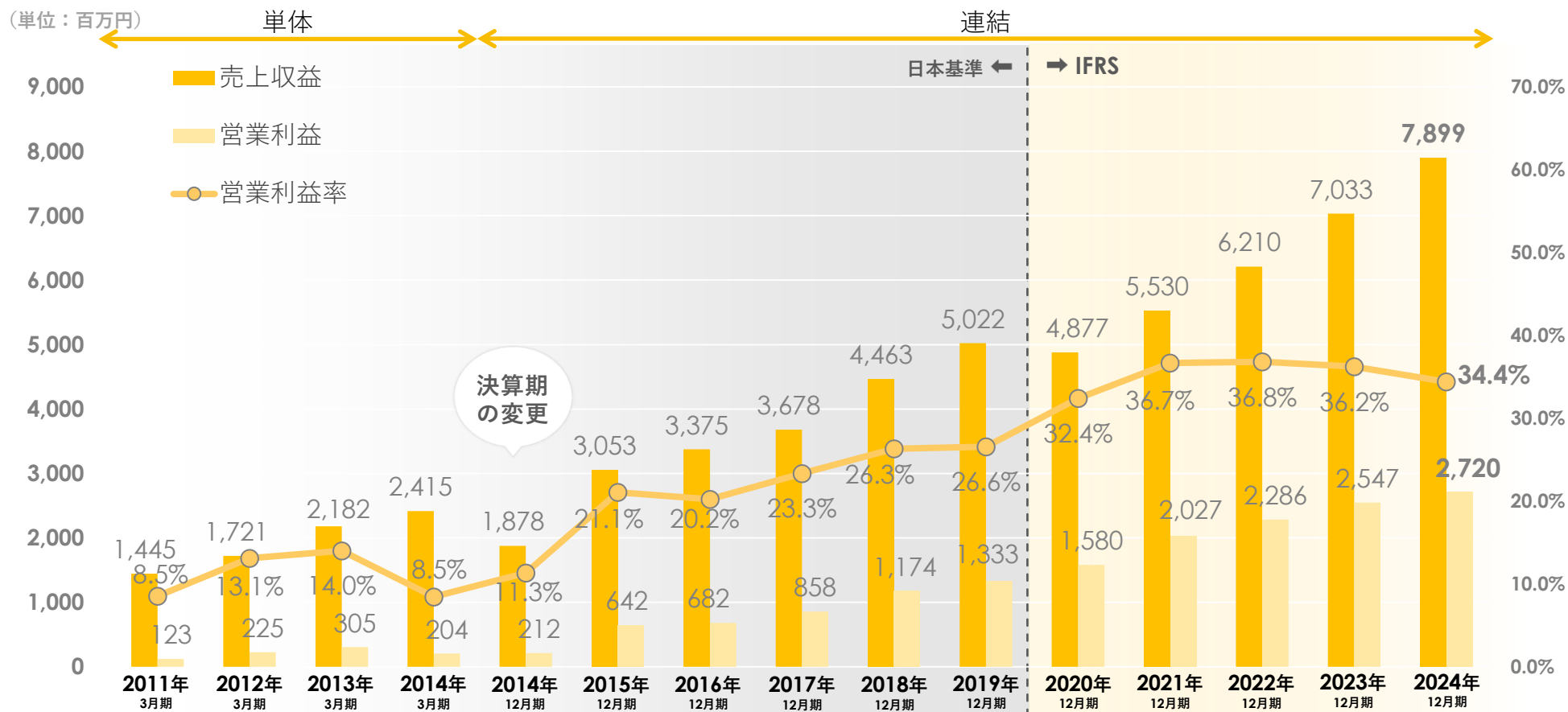
調整後1株当たり配当金・配当性向（連結）の推移



連結

売上収益・営業利益・営業利益率推移

前年同期比 12.3%増収により売上収益は7,899百万円、6.8%増益により営業利益は2,720百万円



※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。

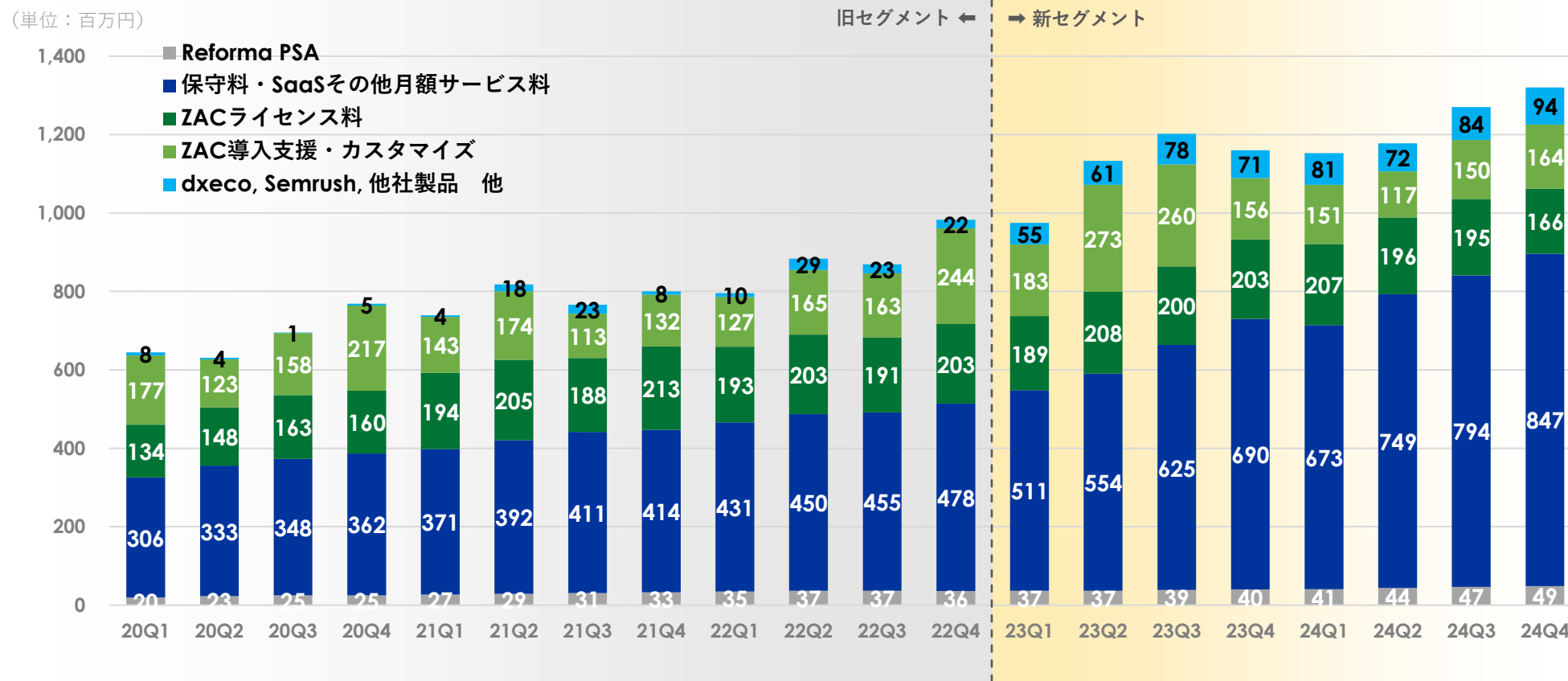
この変更に伴い、2017年12月期の売上収益については遡及適用後の金額（純額表示）を記載しております。

※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

前四半期に続き、新規顧客の獲得がストック収益の伸びを牽引

一方、ZAC導入支援・カスタマイズの遅れは挽回できず



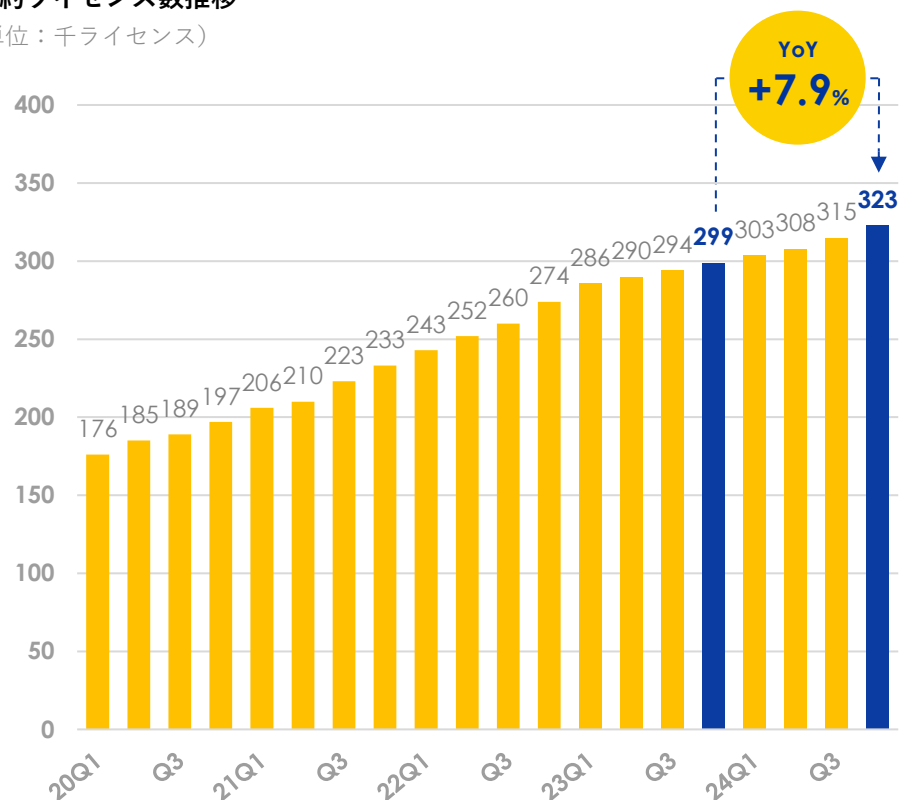
※2024年12月期より、報告セグメントの変更に伴い、2023年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2021年12月期より、日本基準からIFRS基準に変更しております。この変更に伴い、2020年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2020年12月期の各四半期の数値については、有限責任 あずさ監査法人の四半期レビューを受けておりません。

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

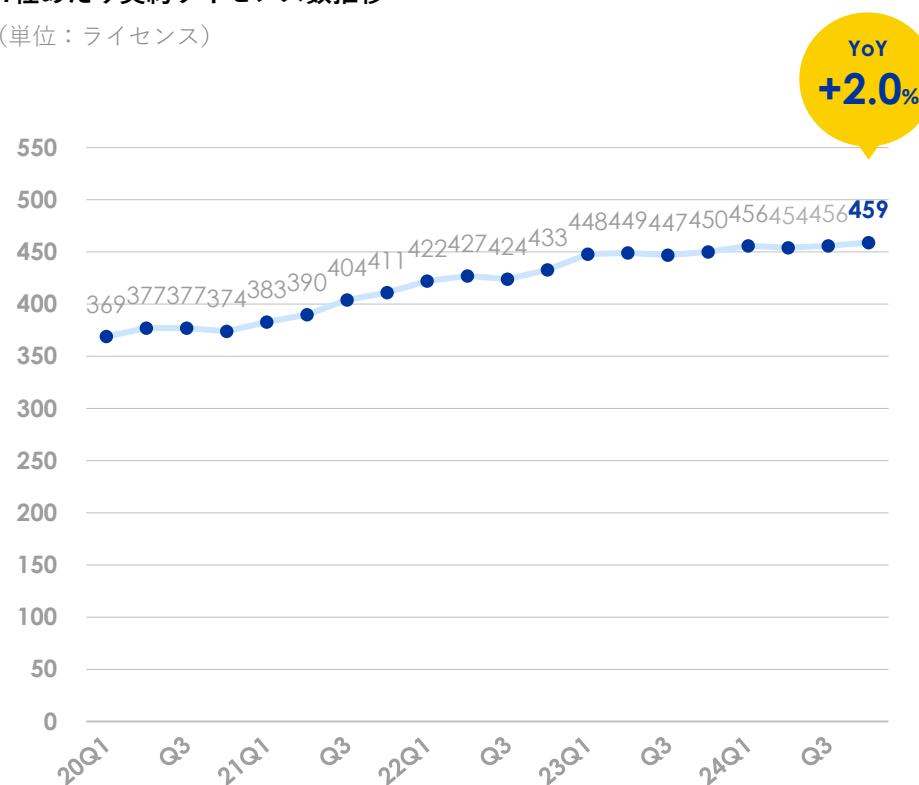
(単位：千ライセンス)



※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社あたり契約ライセンス数推移

(単位：ライセンス)



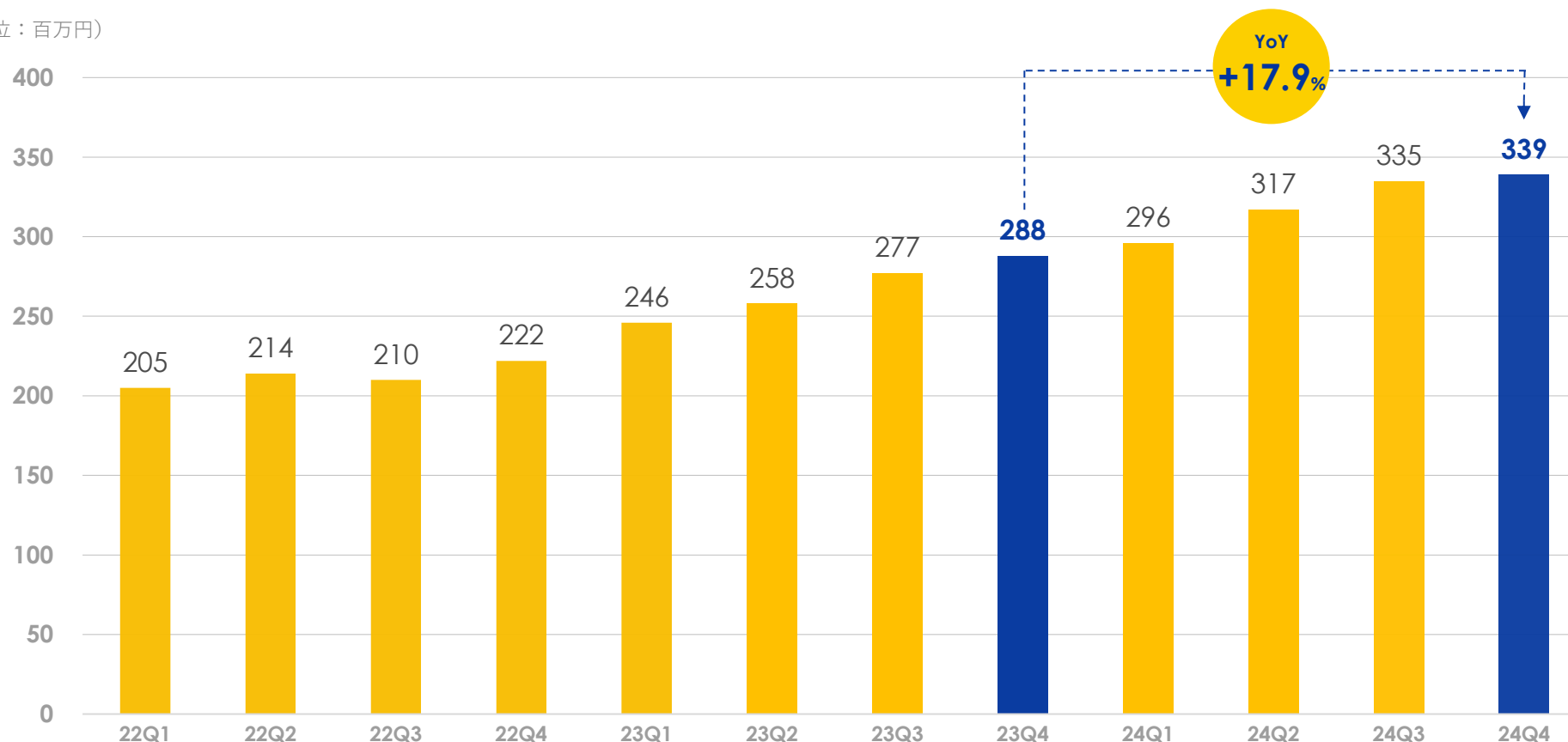
※1社あたりライセンス数 = 契約ライセンス数 ÷ 四半期末時点で稼働中の顧客社数

MRR推移

成長率低下の要因は、ZACライセンス料の減少（前四半期比▲28百万円）による一時的なもの

買取型契約に紐づくZACライセンス料の収益認識終了が、Q4に重なった影響。保守料・SaaSその他月額サービス料は+22.8% YoY

(単位：百万円)

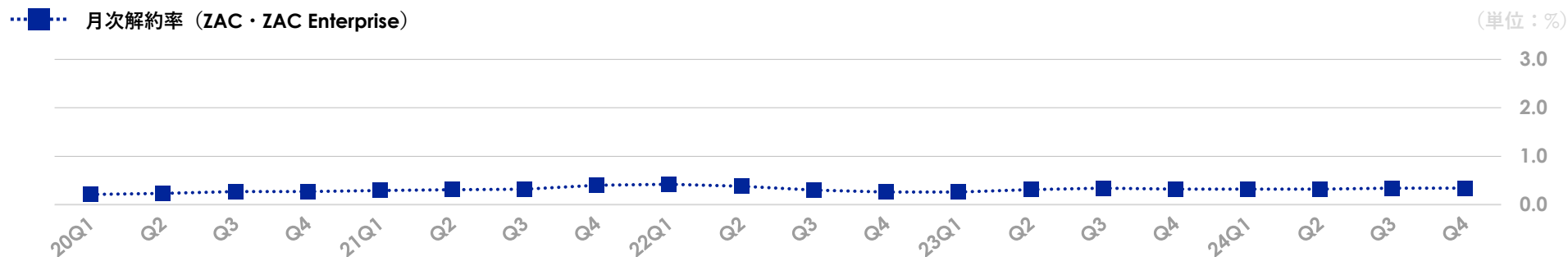


※MRR: Monthly Recurring Revenueの略、月次経常収益。当該四半期末月の「ZACライセンス料」「保守料・SaaSその他月額サービス料」の合計で計算。

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

新規契約社数は68社で着地 (通期予想67社)。大型顧客の獲得は継続しつつ、前期に不調であった中小規模の顧客獲得が回復
解約理由は引き続き、事業の消滅や、吸収合併に伴う親会社のシステムへの移行によるもの

	20/12 Q1	20/12 Q2	20/12 Q3	20/12 Q4	21/12 Q1	21/12 Q2	21/12 Q3	21/12 Q4	22/12 Q1	22/12 Q2	22/12 Q3	22/12 Q4	23/12 Q1	23/12 Q2	23/12 Q3	23/12 Q4	24/12 Q1	24/12 Q2	24/12 Q3	24/12 Q4
契約社数	22	19	14	34	17	6	21	19	21	15	23	28	13	16	16	9	13	21	17	17
解約社数	4	7	5	11	5	8	7	5	11	3	0	7	9	7	4	3	11	9	4	4

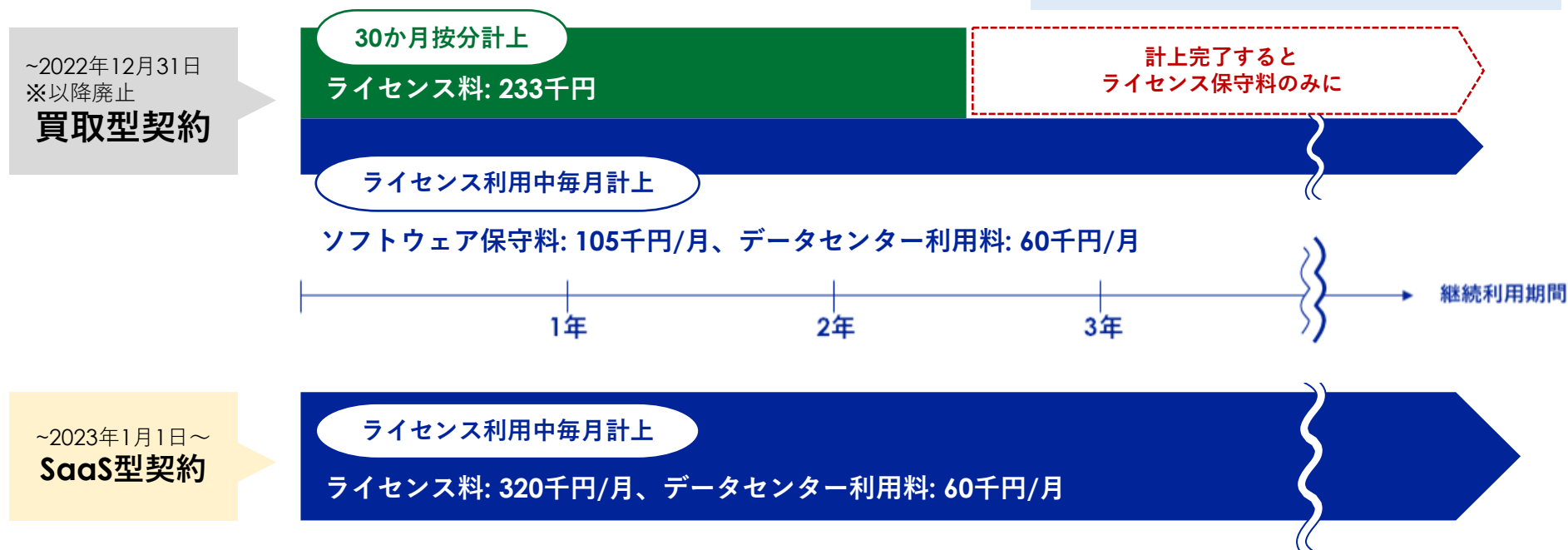
ライセンス価格改定（買取型契約の廃止）と収益認識について

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。

ZAC 新規契約後のスケジュールと収益認識の例

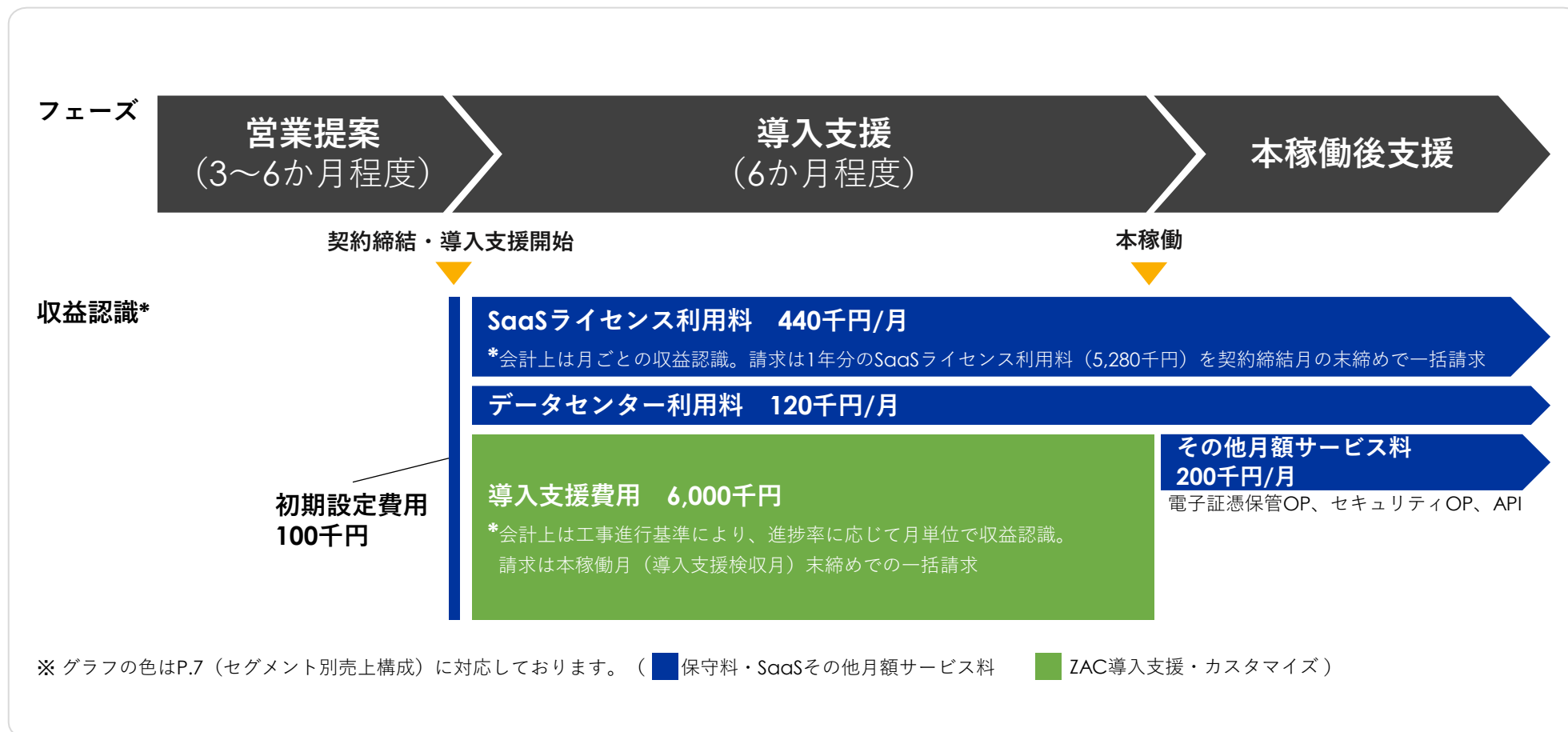
従業員数200名のクライアントにおけるモデルケース

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

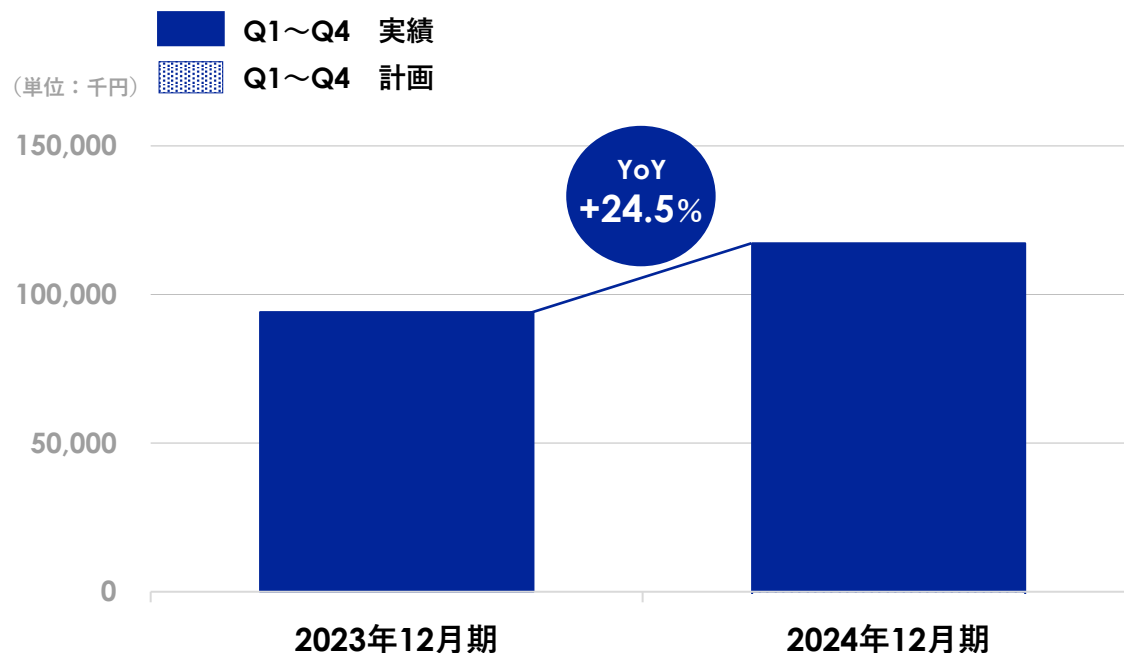
その他月額サービス構成

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：

114.9%（2024年12月末現在）

当期は展示会出展・WEB広告の成果が好調であったため、追加予算を投下した結果、広告宣伝費は通期計画を若干上回る着地となりました。

展示会での名刺獲得が順調に進み、特にQ4からアポイントだけでなく案件（SQL）の獲得も復調しています。またWEBサイト・WEB広告の改善が成果を生んだほか、TEL営業も案件創出に貢献しました。

次期（2025年12月期）の計画

新規契約獲得件数の通期計画である89社の達成に向けた案件の創出はできているため、クロージングに注力してまいります。

次期は引き続き成果が期待される取り組みに予算を投下し、見込み案件（SQL）の創出に取り組めます。

なお次期のZAC・Reforma PSAに関する広告宣伝費は、163百万円（+39.5% YoY）を計画しております。

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

販売代理店との連携強化

案件数の増加を目的に、当期Q2に新設した営業企画チームが販売代理店との協業強化に向けて活動を行っております。販売代理店と協業することで、当社からのアプローチのみでは面談機会を創出できなかった見込み顧客の決裁者と接触可能になるため、引き続き販売代理店との連携を強化しております。

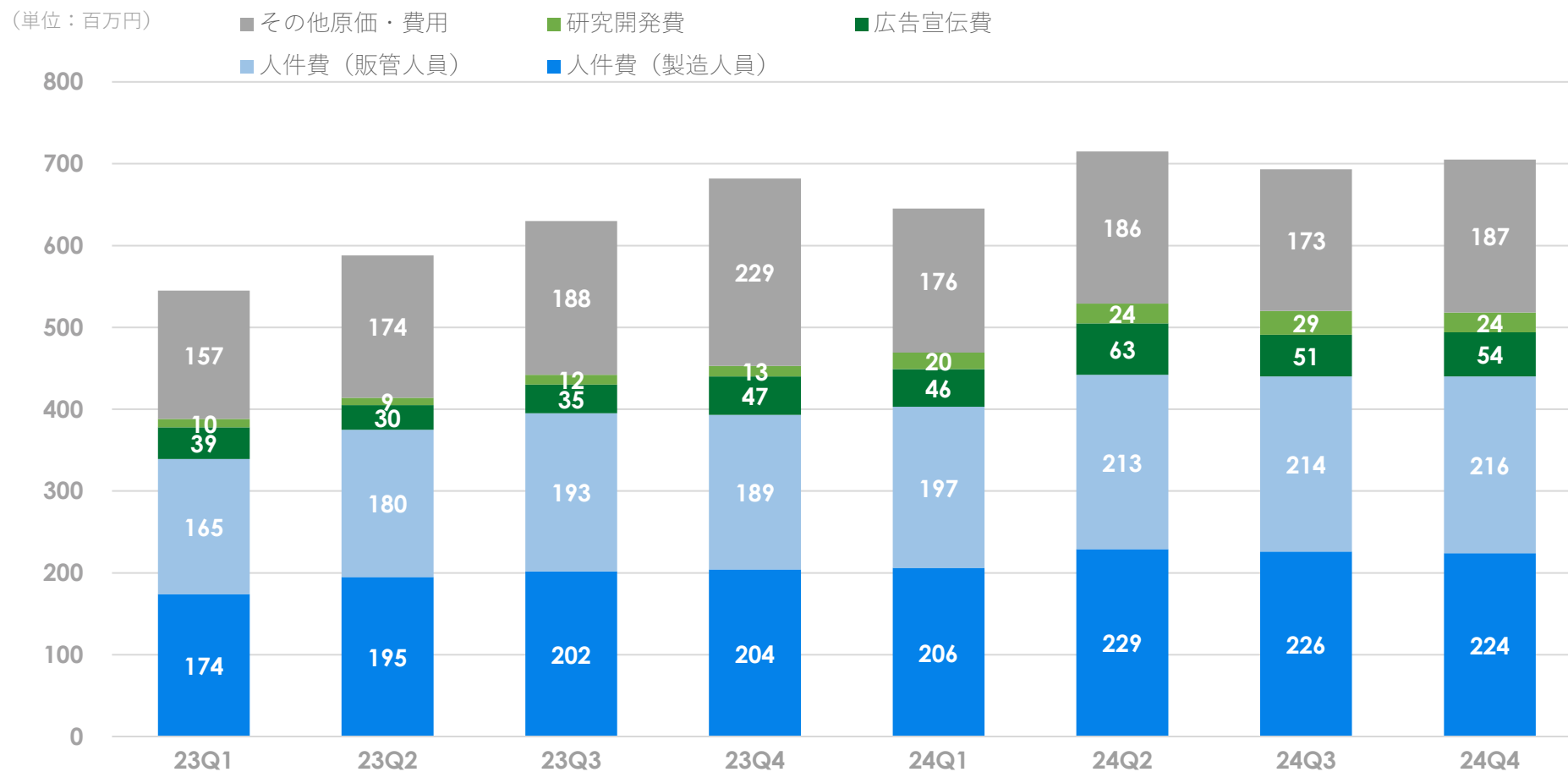
進捗は良好であるため、今後も本施策を継続し、成果につなげてまいります。

オプション機能の開発・提供

当期は「QuickSight連携オプション」「HubSpot連携オプション」の契約獲得が進みました。新規顧客・既存顧客の双方から、ZACの周辺領域も含めた業務効率化が実現できることを評価されております。今後も業務課題の解決に向けて、新たなオプション機能の開発・提供および提案を進めてまいります。

※「QuickSight」はAmazon Web Service（AWS）、「HubSpot」はHubSpot Japan株式会社が提供するサービスです。

クラウドソリューション事業 費用構成（連結）



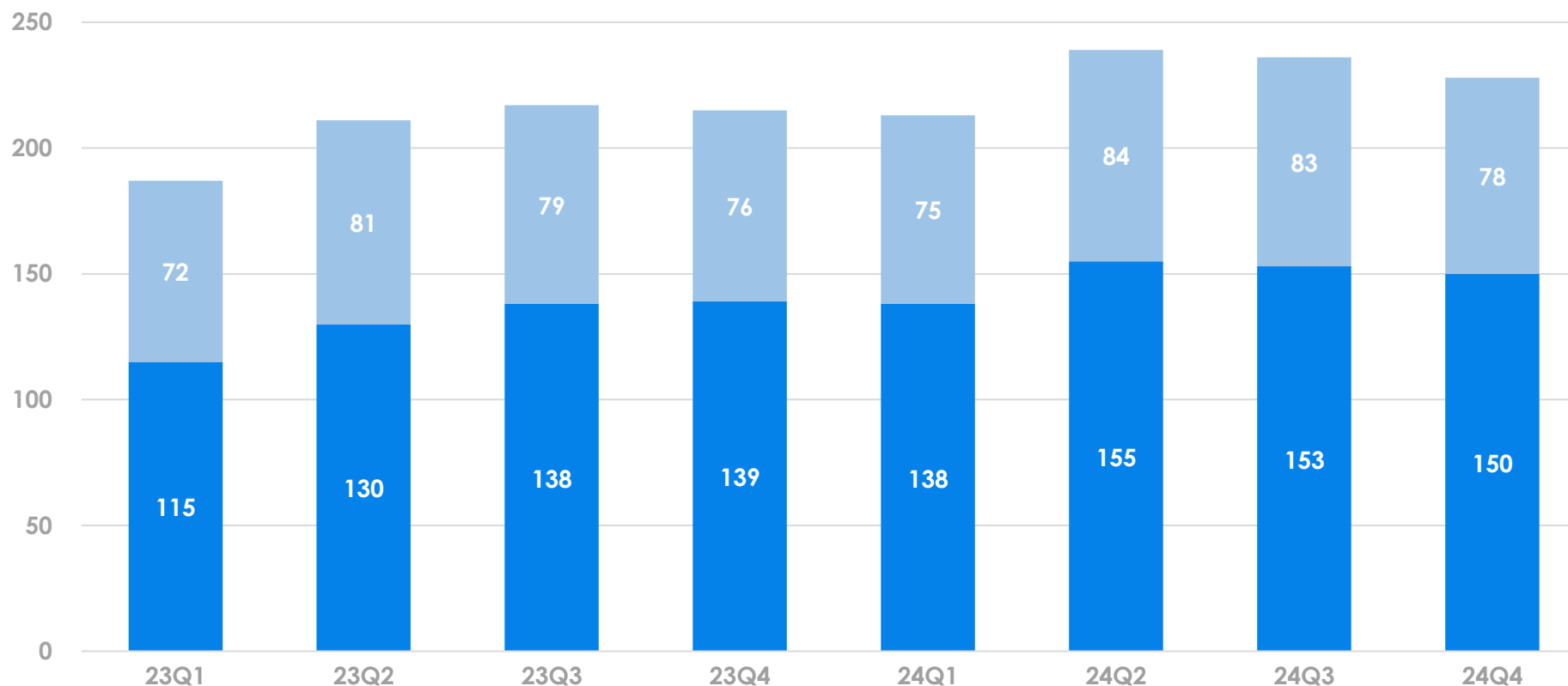
※2024年12月期より、報告セグメントの変更を行っております。この変更に伴い、2023年12月期の費用については遡及適用後の金額を記載しております。

従業員数の推移（連結）

トレンドは変わらず。2025年12月期も新卒の入社でQ2に人員増、その後は安定的に推移する予定

(単位：人)

■ 販管人員 ■ 製造人員



※2024年12月期より、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月期の従業員数については遡及適用後の人数を記載しております。

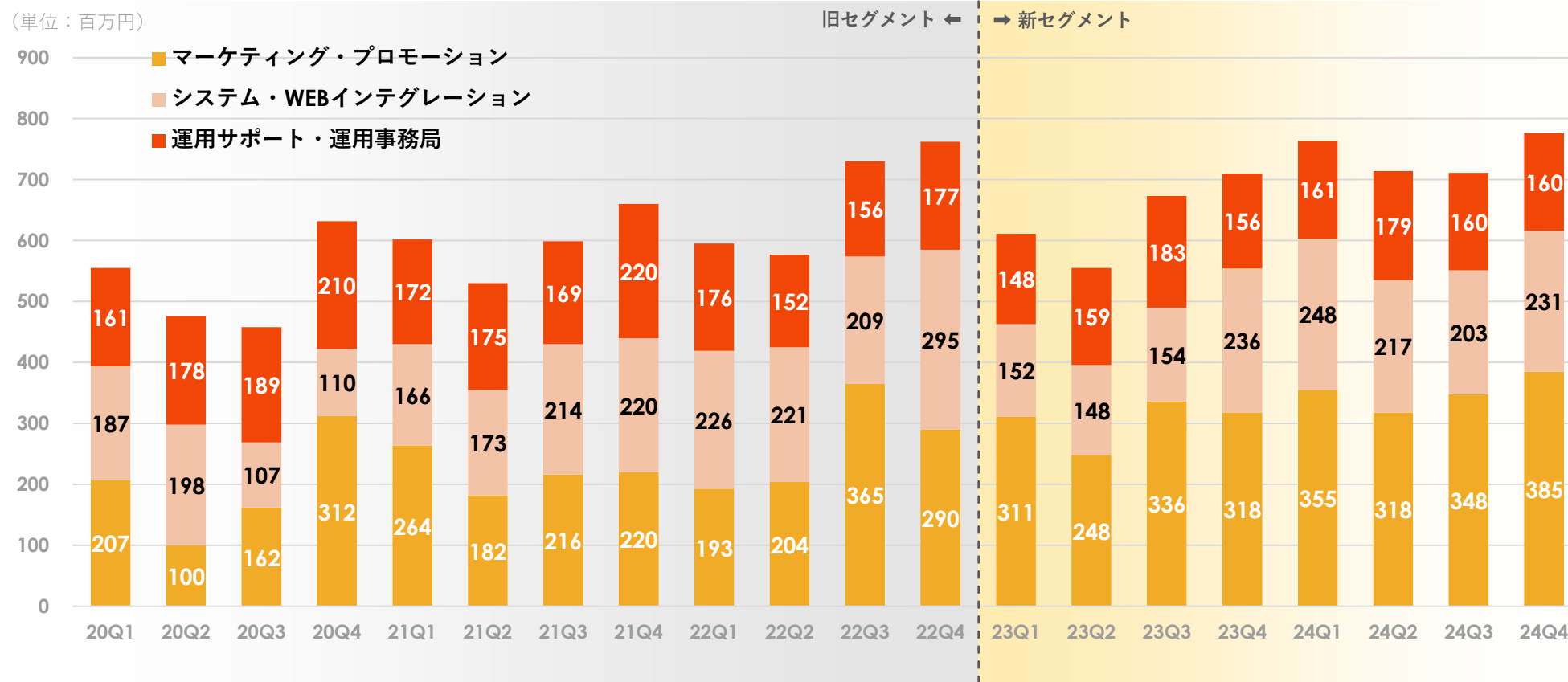
※四半期末でなく四半期中平均（小数点第1位を四捨五入）の従業員数推移を開示しております。

※2024年12月期第2四半期より、国内3社でなく、当社グループ連結での正社員数の推移にデータを変更しております。

セグメント別売上構成

売上収益は概ね計画通りに着地

主要クライアントの広告宣伝費削減に伴う影響も、Q4ではそれほど顕在化せず



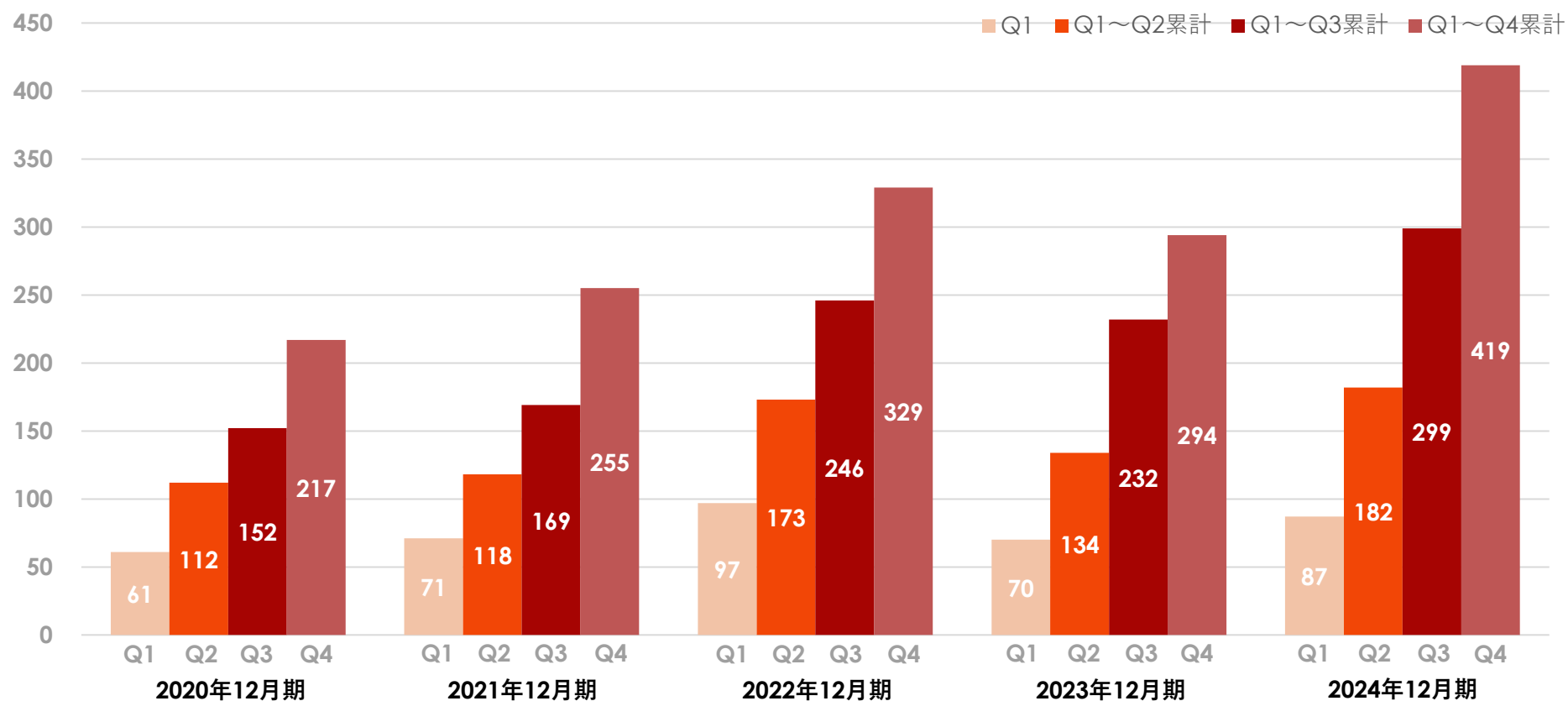
※2024年12月期より、報告セグメントの変更に伴い、2023年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2021年12月期より、日本基準からIFRS基準に変更しております。この変更に伴い、2020年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2020年12月期の各四半期の数値については、有限責任 あずさ監査法人の四半期レビューを受けておりません。

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

現地採用の強化により前年同期比+42.2%、今後も営業体制の強化に向けて営業職・ストラテジックプランナーの採用を推進

(単位：百万円)

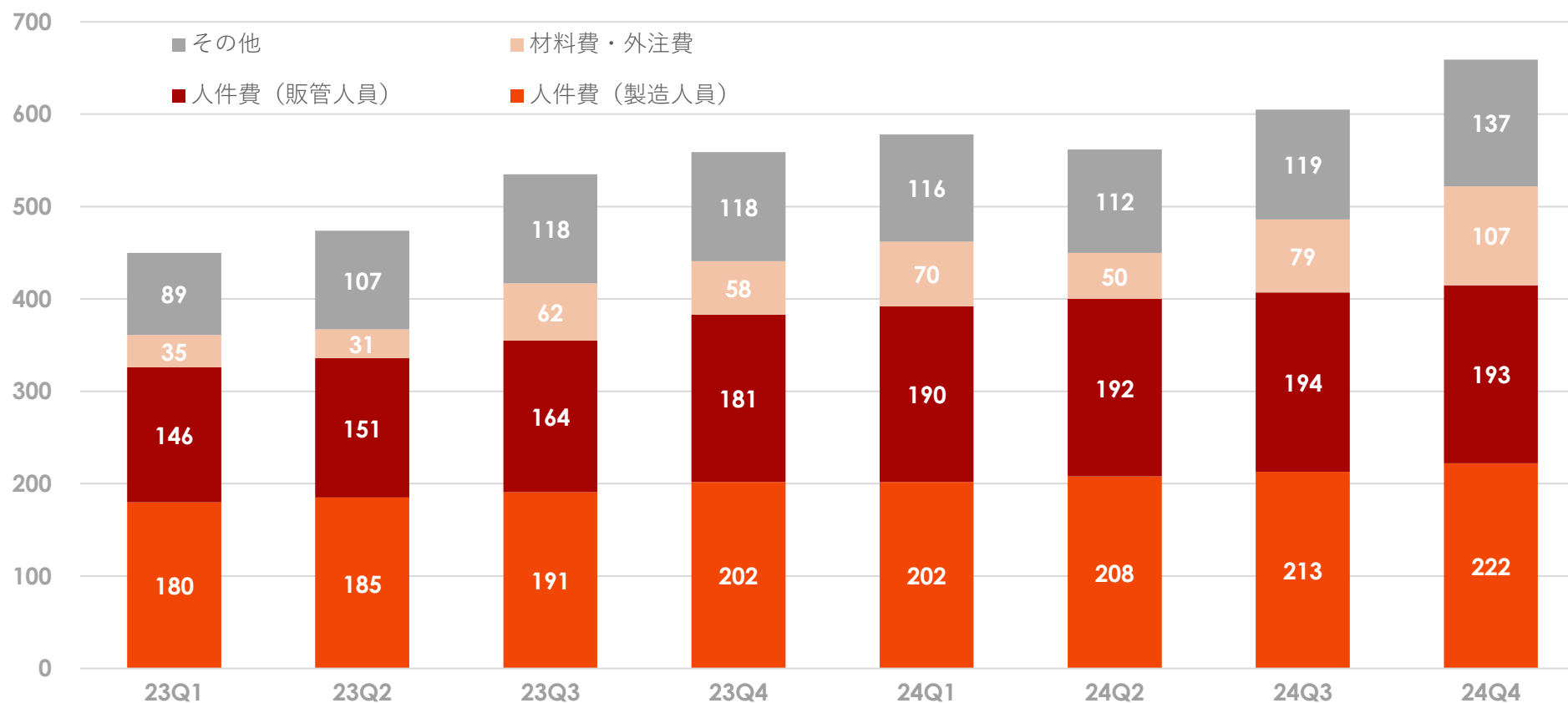


※2021年12月期より、日本基準からIFRS基準に変更しております。この変更に伴い、2020年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
※2020年12月期の各四半期の数値については、有限責任 あずさ監査法人の四半期レビューを受けておりません。

費用構成（連結）

前四半期に続き、一時的に外注費が増加。その他費用は全般的に増加しており、目立つ要因はなし

(単位：百万円)

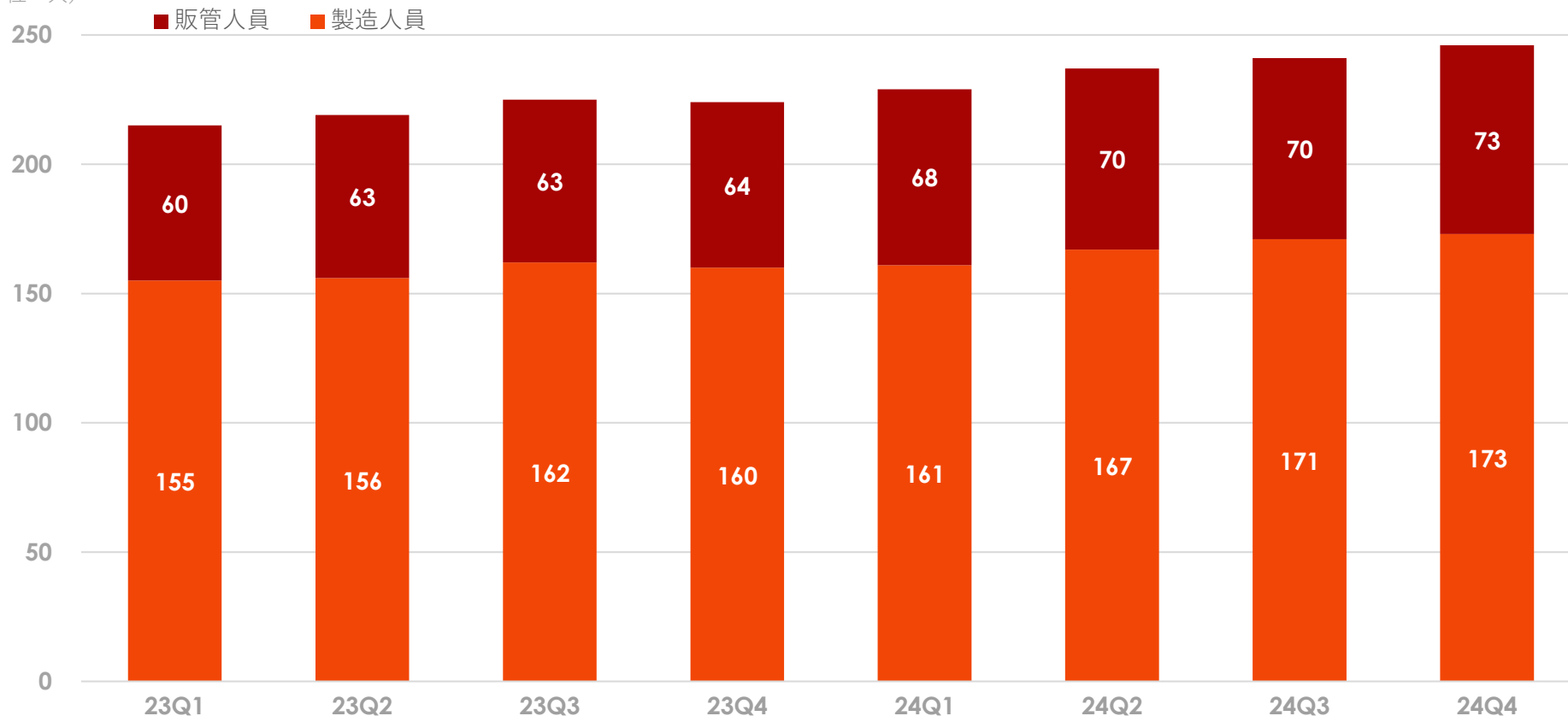


※2024年12月期より、報告セグメントの変更を行っております。この変更に伴い、2023年12月期の費用については遡及適用後の金額を記載しております。

従業員数の推移（連結）

2025年12月期は新卒を受け入れつつ、受注状況や収益見通しを加味して臨機応変に採用活動を展開

(単位：人)



※2024年12月期より、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月期の従業員数については遡及適用後の人数を記載しております。

※四半期末でなく四半期中平均（小数点第1位を四捨五入）の従業員数推移を開示しております。

※2024年12月期第2四半期より、国内3社でなく、当社グループ連結での正社員数の推移にデータを変更しております。

連結

通期業績予想と実績値の差異

(単位：百万円)

	2024年12月期 通期予想 (構成比)	2024年12月期 実績値 (構成比)	差異	主な要因
売上収益	8,229 (100.0%)	7,899 (100.0%)	▲330	
CS事業	5,270 (64.0%)	4,929 (62.4%)	▲341	ZAC既存顧客からのカスタマイズ案件の受注が進まなかったため
MS事業	2,959 (36.0%)	2,969 (37.6%)	10	
営業利益	2,782 (33.8%)	2,720* (34.4%)	▲62	
CS事業	2,214 (26.9%)	2,162 (27.4%)	▲52	売上収益が計画通りに伸長しなかったため
MS事業	568 (6.9%)	557 (7.1%)	▲11	
税引前利益	2,824 (34.3%)	2,856 (36.2%)	32	為替差益 (107百万円)
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,963 (23.9%)	2,072 (26.2%)	109	

* 報告セグメントに帰属しないその他の損益 0.3百万円を含みます。

連結

損益計算書（前年同期比）

（単位：百万円）

	2023年12月期 （構成比）	2024年12月期 （構成比）	増減額	主な要因
売上収益	7,033 (100.0%)	7,899 (100.0%)	866	
売上原価	2,358 (33.5%)	2,622 (33.2%)	263	技術系専門人員の増加及び給与の増加、 外注費、材料費及び保守管理の増加
売上総利益	4,674 (66.5%)	5,277 (66.8%)	602	
販管費	2,081 (29.6%)	2,458 (31.1%)	377	営業・管理系人員の増加及び給与の増加、 広告宣伝費、減価償却費、株主優待引当金および旅費交通費の増加
研究開発費	45 (0.7%)	98 (1.2%)	52	
その他の損益	▲0 (▲0.0%)	0 (0.0%)	0	
営業利益	2,547 (36.2%)	2,720 (34.4%)	173	
金融損益	55 (0.8%)	135 (1.7%)	80	
税引前利益	2,602 (37.0%)	2,856 (36.2%)	253	
当期利益	1,829 (26.0%)	2,070 (26.2%)	240	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,836 (26.1%)	2,072 (26.2%)	236	

連結

財政状態計算書（前期末比）

科目名	2023年 12月期	2024年 12月期	増減額
流動資産	10,920	12,455	1,534
現金及び 現金同等物	8,707	9,903	1,195
営業債権及び その他の債権	998	974	▲23
その他の 流動資産	1,215	1,577	362
非流動資産	1,452	1,134	▲317
有形固定資産	731	574	▲156
無形固定資産	83	119	36
その他	638	440	▲197
資産合計	12,373	13,590	1,216

（単位：百万円）

科目名	2023年 12月期	2024年 12月期	増減額
負債合計	3,489	3,308	▲180
流動負債	3,143	2,986	▲156
契約負債	1,759	1,600	▲158
未払法人 所得税等	229	233	3
営業債務及び その他の債務	455	472	17
その他の 流動負債	699	680	▲18
非流動負債	346	321	▲24
資本合計	8,884	10,281	1,397
親会社の所有者 に帰属する持分	8,884	10,283	1,399
非支配持分	0	▲2	▲2
負債・資本合計	12,373	13,590	1,216

ニュースリリース

-
- CS** 1月27日 クラウドERP「Reforma PSA」導入社数が「500社」を突破！！
クラウドERP「ZAC」とクラウドERP「Reforma PSA」の合計導入社数は「1500社*」を突破！
-
- CS** 1月20日 WEBセミナー：みらいワークス×オロ
「『どんな人材がいればERP導入は成功する？』求められる人物像・スキルセット・組織体制とは」
-
- CS** 12月9日 クラウドERP「Reforma PSA」、新たに「勘定奉行連携用ファイル」を出力可能に
-
- CS** 12月5日 クラウドERP「ZAC」、案件に任意の情報項目を追加できる「カスタムフィールド機能」を提供開始
ユーザーが自由に、案件の情報項目（テキスト・日付、チェックボックスなど）を追加できる機能です。
追加した情報項目はアウトプット帳票に出力されることはもちろんのこと、ZAC上での案件検索にも活用できます。
-
- CS** 12月3日 「監査難民・証券難民調査レポート」を公開
-
- MS** 11月28日 SNSマーケティングに関するユーザー実態調査を実施：「8割の企業が来店/売上効果を実感！
ユーザーと企業の声から導き出された成功要因とは？」
-
- CS** 11月26日 競合分析ツール「Semrush」、**「Eight EXPO 第3回 営業マーケDX 比較・導入展」**に出展
-
- CS** 11月22日 クラウドERP「ZAC」、Googleカレンダーと連携し工数入力ができる新機能を提供開始

* 「ZAC」「ZAC Enterprise」および「Reforma PSA」の契約社数の累計（2025年1月時点）

2025年12月期 - 2027年12月期

中期的な経営の 見通し



02

連結

2025年12月期 業績予想

売上収益15.7%、営業利益9.7%の成長を予想

(単位：百万円)

	2024年12月期 通期実績	2025年12月期 通期予想	増減額	増減率
売上収益	7,899	9,142	1,243	15.7 %
クラウドソリューション事業	4,929	5,959	1,030	20.9 %
マーケティングソリューション事業	2,969	3,182	213	7.2 %
営業利益	2,720	2,985	265	9.7 %
クラウドソリューション事業	2,162	2,569	407	18.8 %
マーケティングソリューション事業	557	415	▲141	▲25.4 %
税引前利益	2,856	3,020	163	5.7 %
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,072	2,099	26	1.3 %

連結

業績見通し

2025年12月期は、MS事業における主要クライアントの広告宣伝費削減の影響を強く受ける見込み
一方、CS事業のストック収益の成長に鑑み、2026年12月期以降の見通しを上方修正

(単位：百万円)

決算期	2024年12月期 (実績)	2025年12月期 (予想)	2026年12月期 (見通し)	2027年12月期 (見通し)
売上収益	7,899	9,142	11,162	13,725
営業利益	2,720	2,985	3,924	5,269
営業利益率	34.4%	32.7%	35.2%	38.4%
ROE	21.6%	20%以上		

業績見通し

2023年1月のSaaS型契約への一本化によるストック収益の成長、
および足元の営業・マーケティング状況の改善を踏まえ、2026年12月期以降の見通しを上方修正

(単位：百万円)

決算期	2024年12月期 (実績)	2025年12月期 (予想)	2026年12月期 (見通し)	2027年12月期 (見通し)
売上収益	4,929	5,959	7,507	9,590
営業利益	2,162	2,569	3,323	4,538
営業利益率	43.9%	43.1%	44.3%	47.3%

* 2026年よりZACの海外販売を予定しておりますが、現時点では業績に与える影響を算定することが困難なため、2026年12月期以降の業績見通しには織り込んでおりません。

中長期戦略

新規MRRの最大化

01

MRR成長の最大化に向けた製品開発の強化

02

さらなるマーケット拡大に向けた開発を継続強化

03

1. 新規MRRの最大化

顧客の規模拡大・新規契約社数の増加を狙い、提案力強化・販売代理店との連携強化を図る

2024年12月期は大型顧客の獲得に加えて、中小規模の受注件数の回復が見られました。案件数も下期から復調しています。新規契約社数はMRR（月次経常収益）の成長ドライバーであるため、新規MRRの最大化に向けて以下の取り組みを推進します。

大型顧客への提案体制強化

2024年2月より正式に、大型顧客専任の営業チームへ、導入支援コンサルティングの経験が豊富なメンバーを配置しました。大型顧客への提案は独自の業務要件への対応が求められるほか、提案範囲が広がるなど難易度が高い傾向にありますが、この人員配置によって顧客の課題を素早く正確に理解したうえでの提案を行っており、顧客からの信頼獲得につながっています。今後は導入支援プロジェクトの受け入れ態勢も強化し、より多くの・より大きな大型顧客から安心して契約してもらえよう、生産性を高めながら組織規模を拡大します。

販売代理店との連携強化

SQL獲得に向けて、販売代理店とのアライアンス強化を実施しておりますが、紹介される見込み顧客の規模が比較的大きいため、新規MRRの最大化に向けて引き続き連携強化を図ります。

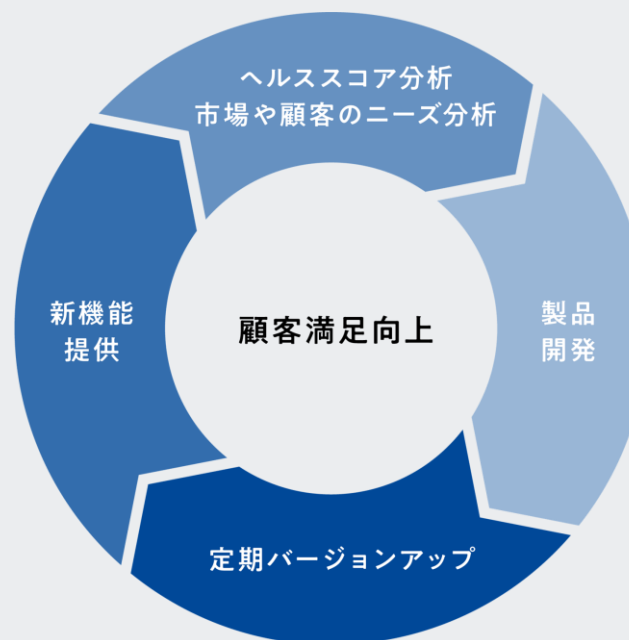
2. MRR成長の最大化に向けた製品開発の強化

顧客の課題解決に向けて、新機能・オプションの開発体制を強化

2024年12月期はZACの周辺領域も含めた提案が新規顧客・既存顧客の双方に受け入れられました。

今後も顧客にとっての付加価値が高いソリューションを開発・提供することで、新規顧客の獲得や既存顧客との取引拡大を実現します。

新機能・オプションを継続的に投入し、
Customer Churn Rateの引き下げ、
ARPA・NRRの向上を図る



3. さらなるマーケット拡大に向けた開発を継続強化

海外での販売開始に向けた機能開発は順調、2025年内のテストマーケティング開始を目指す

現在はベトナムを進出候補地の最有力候補として、多言語・多通貨対応やローカライズ開発を推進しています。

2026年には現地の中堅企業への提案を開始できるよう、2025年は展示会出展等のテストマーケティングにチャレンジする予定です。



ベトナムを最有力の進出候補地としている理由

1

大規模な投資が不要

2013年にベトナム現地法人を立ち上げ済み。新会社設立等の大規模投資が不要で、商慣習の理解も十分現在の仕様で要件を概ね満たせており、製品開発予算を大幅に増やすことなくローカライズ開発が可能

2

ZACユーザーの日系ベトナム法人が約100社存在

テストマーケティングや初期の提案先となる候補企業が多数あり、事業立ち上げの成功確率が高い

3

ベトナム政府によるIT産業の発展の後押し

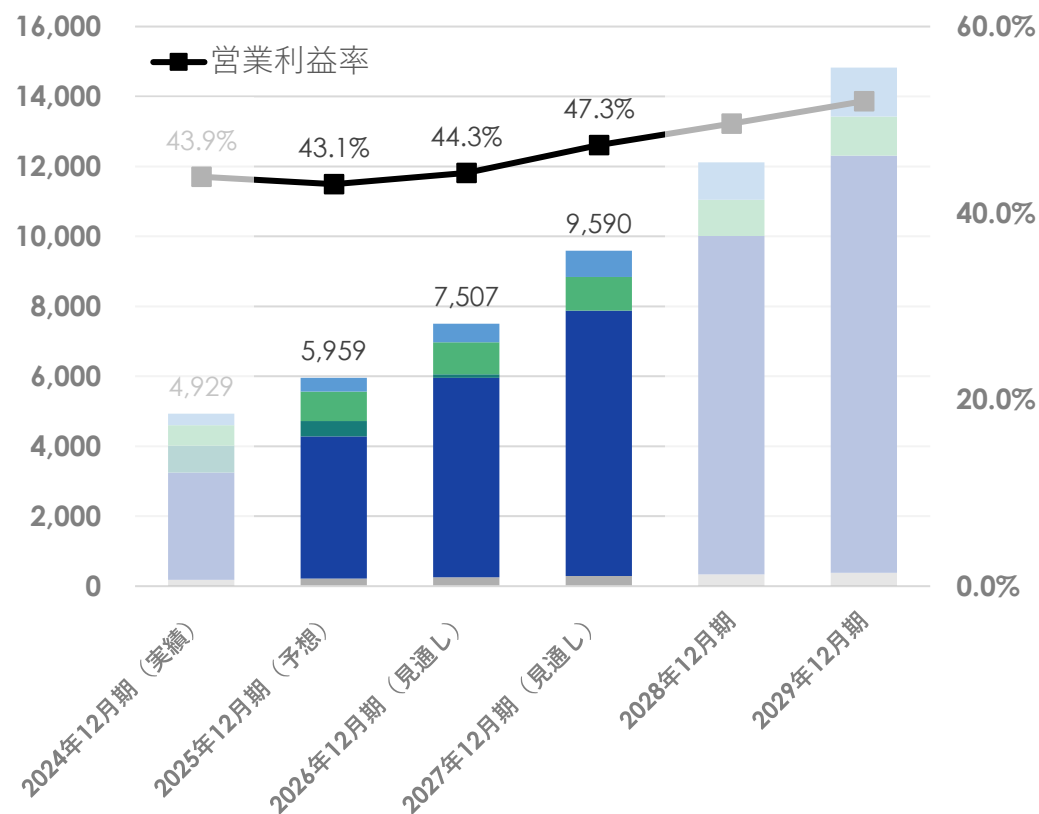
将来にわたりIT企業の増加・成長が見込まれ、ZAC対象企業数（TAM）の拡大が見込まれる

セグメント別の売上収益・営業利益率推移

2023年1月にライセンス販売形態をSaaS型契約に一本化した効果が、2026年12月期以降に出る見通し

売上収益の成長と、業績見通しに含めていない海外販売を見込んで、生産性を改善しながら組織規模を拡大する

(単位：百万円)



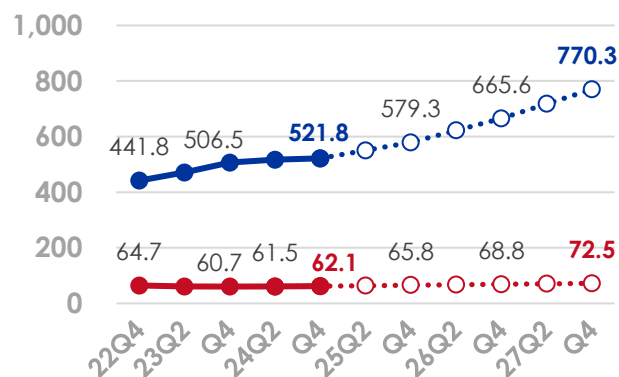
- **dxeco, Semrush, 他社製品 他**
 dxecoの販売に係る収益およびSemrush等の他社製ソフトウェアの代理人としての販売に係る収益等
- **ZAC 導入支援・カスタマイズ**
 ZACに関する導入支援業務および導入時に必要な追加開発に係る収益
- **ZAC ライセンス料 (買取型契約)**
 ZACにソフトウェアライセンスの販売に係る収益
 買取型契約の廃止に伴って徐々に減少し、2027年以降は発生しない見込み
- **保守料・SaaSその他月額サービス料**
 システム保守、クラウド環境提供及びSaaS型契約の月額サービス料に係る収益
 買取型契約の廃止により、2023年1月1日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
- **Reforma PSA**
 「Reforma PSA」の月額ライセンスの提供に係る収益

* 2026年よりZACの海外販売を予定しておりますが、現時点では業績に与える影響を算定することが困難なため、2026年12月期以降の業績見通しには織り込んでおりません。

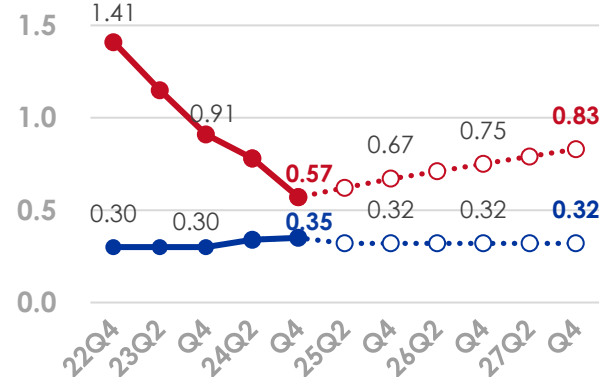
2027年12月期 業績見通しにおけるKPI設定

業績予想・業績見通しの計画前提 (青: ZAC, ZAC Enterprise 赤: Reforma PSA 実線: 実績値 点線: 予想および見通し)

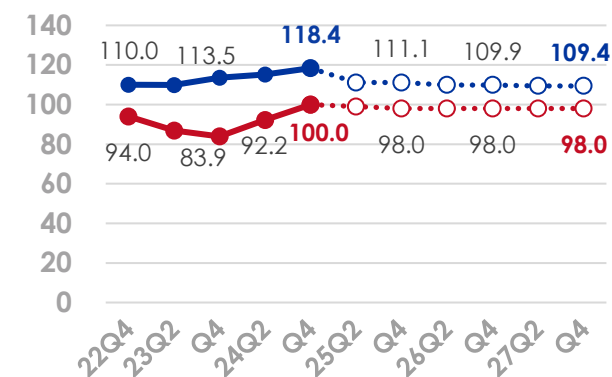
ARPA (千円) *



Customer Churn Rate (%) **



NRR (%) ***



ZAC・ZAC Enterprise

ARPAはSaaSライセンス料の売上収益が積み重なることで、中長期で改善していく想定です。

Customer Churn Rateは、中期的に現在の水準で安定的に推移する想定です。

NRRについて、2024年12月期はSaaSライセンスの拡販に加えて、新たに提供を開始した月額サービス（BI連携オプション、電子証憑保管オプション、HubSpot連携オプション等）の受注が積み上がったことで一時的に大きく改善しましたが、2025年12月期以降は110%前後で推移する想定です。

Reforma PSA

2024年12月期はCustomer Churn Rateが大幅に改善しましたが、業績見通しにおいては年8~10%程度（月0.67~0.83%）を計画前提としております。

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

業績見通し

主要クライアントの広告宣伝費削減が、特に2025年12月期上期の業績に強く影響を与える見込み
 下期以降の見通しは不透明のため、採用活動や人員配置、内製比率などを状況に合わせて最適化する

(単位：百万円)

決算期	2024年12月期 (実績)	2025年12月期 (予想)	2026年12月期 (見通し)	2027年12月期 (見通し)
売上収益	2,969	3,182	3,655	4,135
営業利益	557	415	600	730
営業利益率	18.8%	13.1%	16.4%	17.7%

中長期戦略

エグゼキューションカンパニーを目指して
支援モデルを構築

01

エグゼキューションカンパニーの
ブランドイメージ確立

02

提案力向上を目指して人材育成を強化

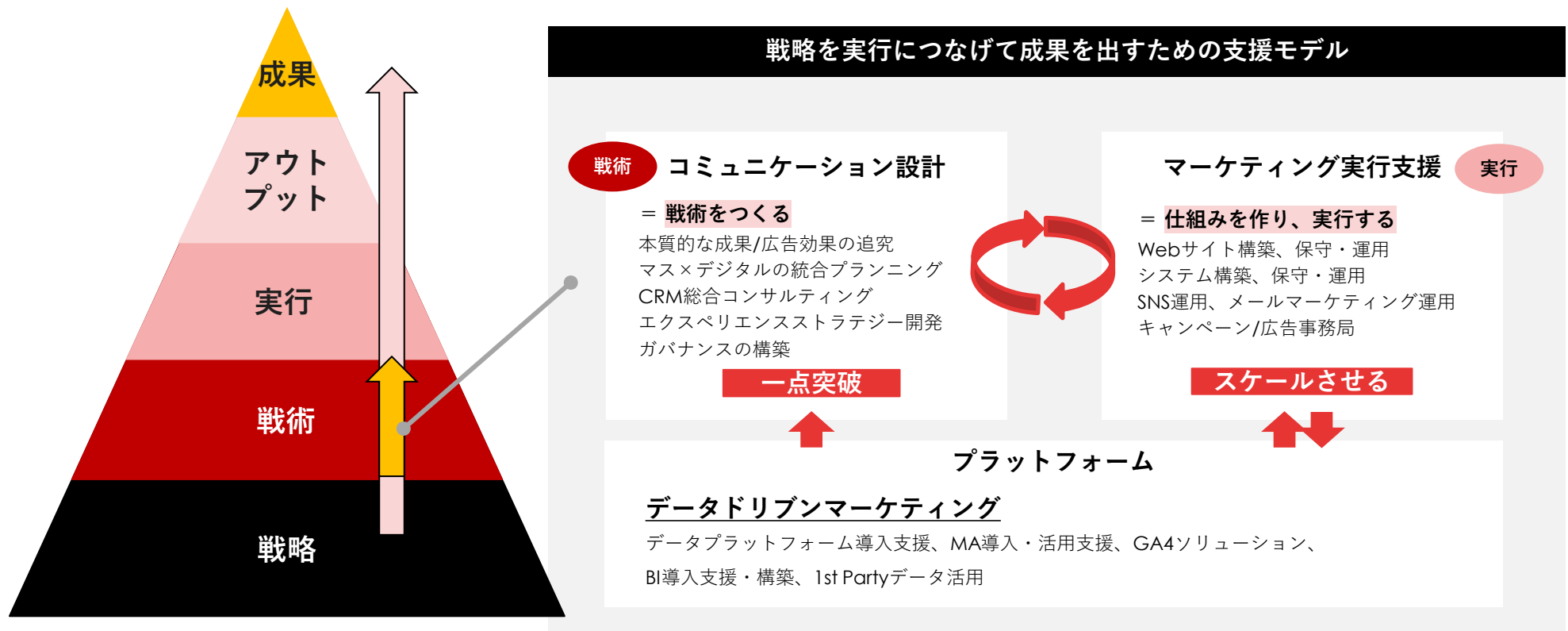
03

1. 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）



2.エグゼキューションカンパニーのブランドイメージ確立

引合獲得に向けて事例・ナレッジを積極的に公開し、ブランディング強化にも活かす

2024年12月期はナレッジマネジメントを強化した結果、過去に提案したサービスや案件実績・事例の体系的な蓄積が進みました。集約された事例・ナレッジを商談時の利用に留めず、MS事業のブランディングの観点から外部へ公開していくことで、新規に接触する企業からのインバウンドでの引合獲得や、既に接点がある顧客のナーチャリングに繋がっていきます。

2025年の 取り組み

- MS事業のWebサイトリニューアル（ <https://mc.oro.com/> ）
- リニューアル後のサービス・事例掲載、コンテンツ掲載の拡充
- コンテンツ配信など、CRMを活用したリードナーチャリングの強化

3. 提案力向上を目指して人材育成を強化

営業戦略の実現に向けて、人材の採用・育成を強化

2024年12月期は即戦力の営業職を重点的に採用しましたが、2025年12月期からは組織拡大に向けて、新卒採用もバランスよく行います。そのため、人材育成計画に基づいたローテーションや社内外での研修実施など、若手～中堅メンバーの育成スピード加速を継続しながら、新卒・中途のオンボーディング強化や、次世代のリーダー輩出に向けた事業部内研修の新設にも取り組みます。

採用

- 即戦力人材の採用に向けた、採用パートナーの積極的活用
- 組織拡大に向けて、新卒採用もバランスよく展開

育成

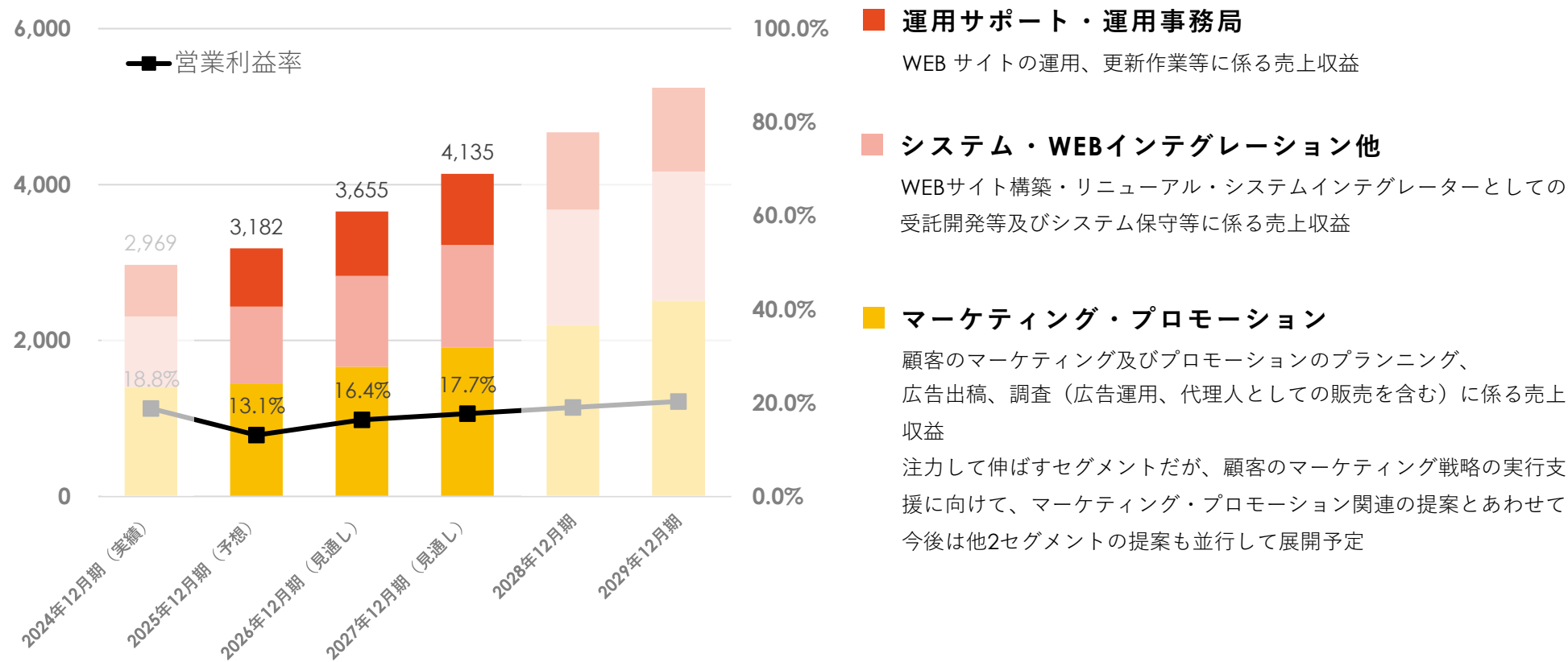
- 業務の延長上で学ぶ機会が少ない専門知識の習得機会を創出
- 複数分野を経験できるジョブローテーション制の運用開始
- 新たな研修プログラムを通じた、個人・組織の成長支援

セグメント別の売上収益・営業利益率推移

一時的に増収・減益となる見込みだが、既存顧客との取引拡大および海外売上の成長を見込む

状況改善に向けて、認知獲得・引合創出に向けたマーケティング活動も2025年12月期より強化する

(単位：百万円)



事業の状況



03

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

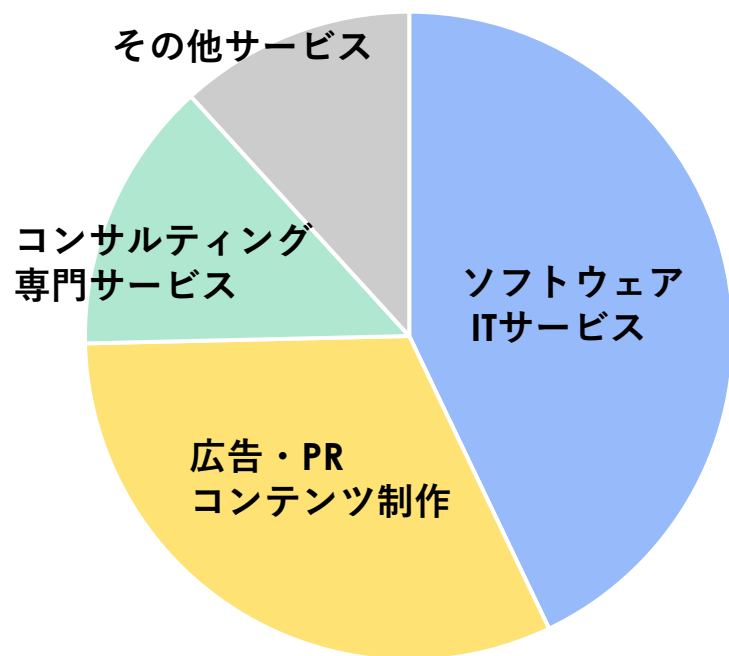
ZAC Enterprise

- 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1,000社以上で導入

2024年12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

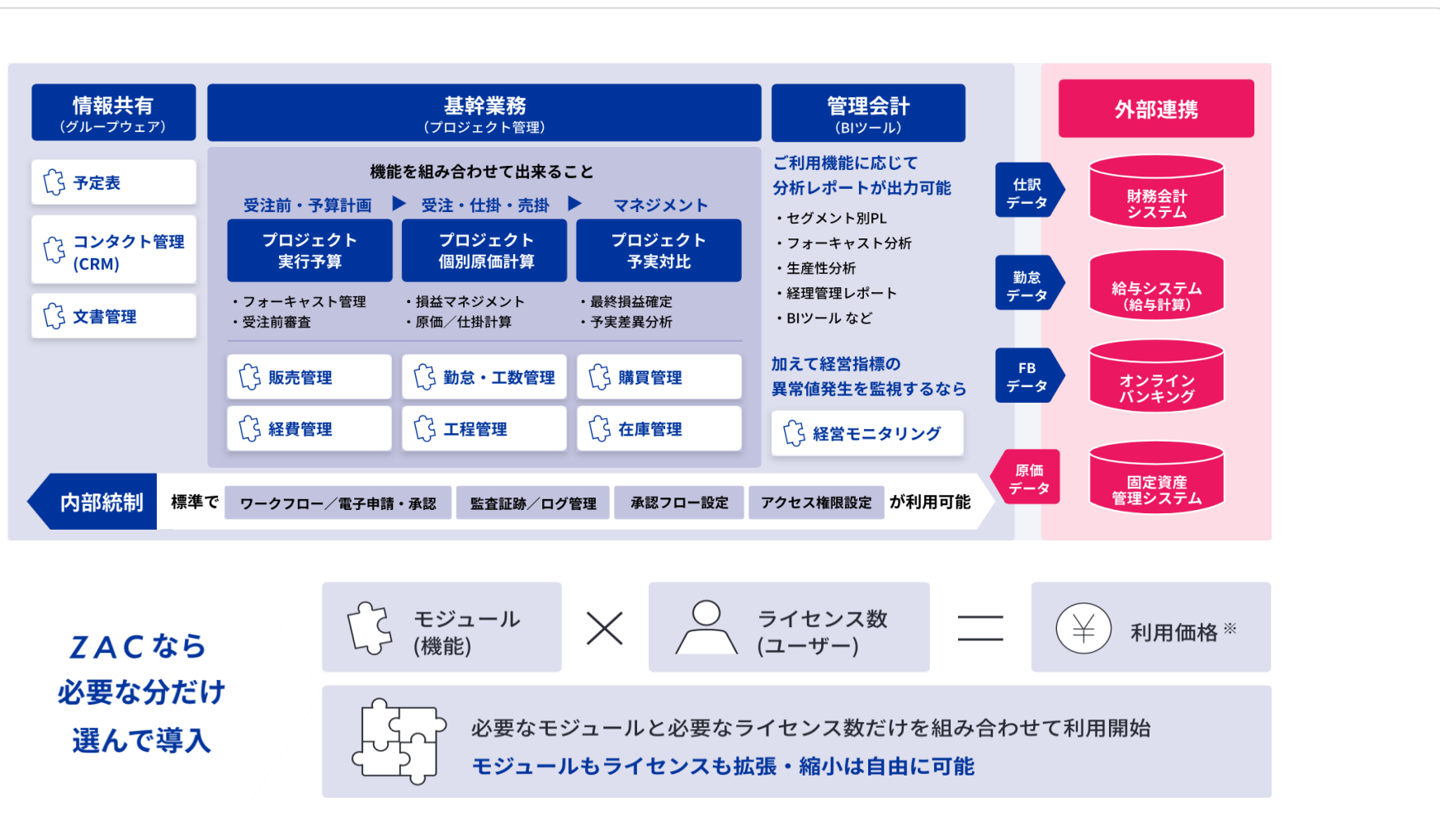


その他サービス



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



*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。

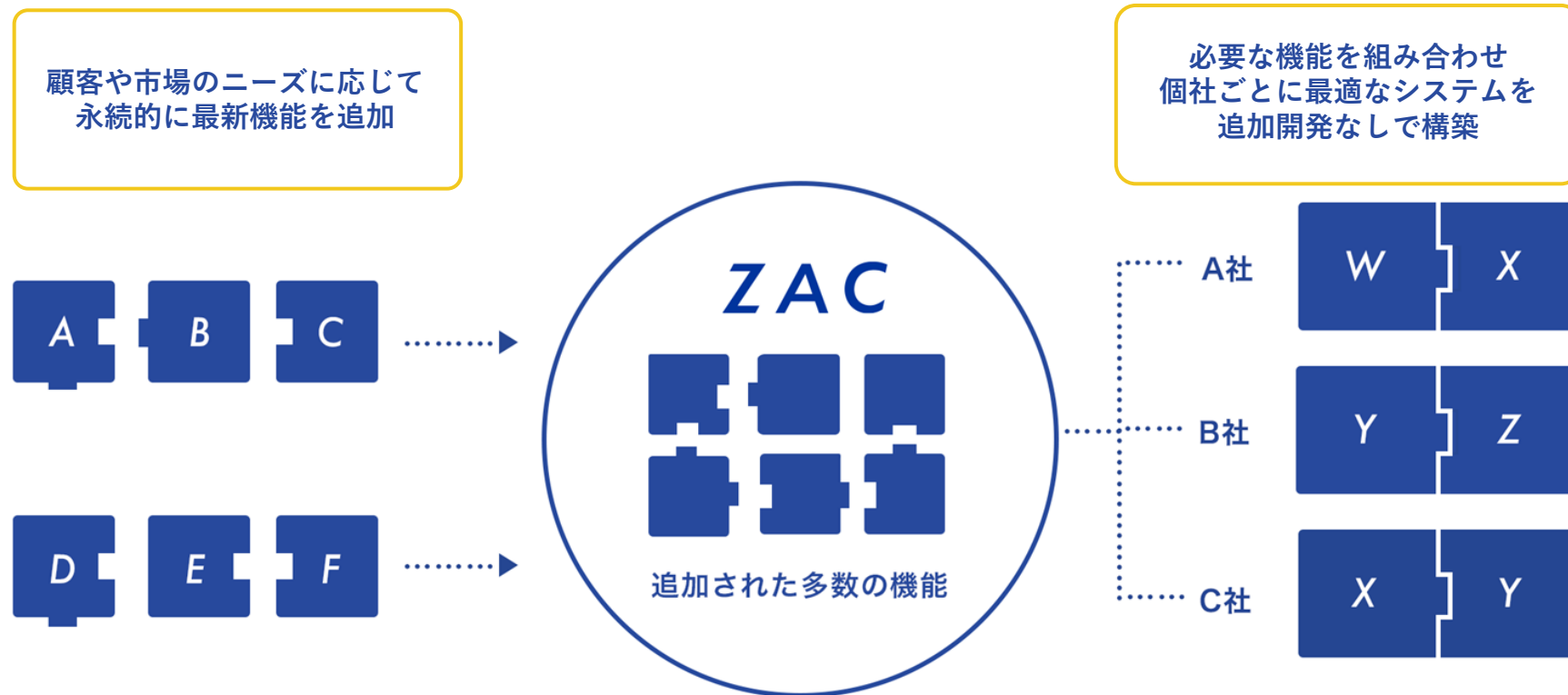
ZAC / Reforma PSAは**多機能統合型(垂直統合型)**であり、特にIT・広告・コンサルティング業に特化し、業種特有の商慣習や細かな要望・課題に対応する業種特化・多機能統合型のシステムです。

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

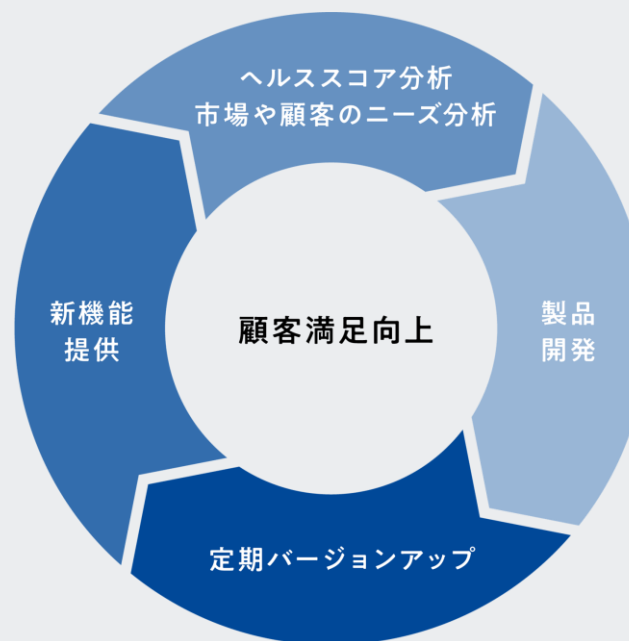
POINT2（当社目線） 新機能や個別の顧客のために作った機能の横展開が可能、営業提案や機能提供の効率が高い

*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。

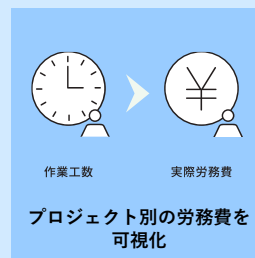
2010年 ZAC Enterprise導入前の課題

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。

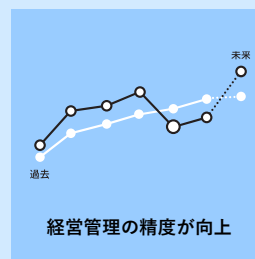


2010年 ZAC Enterprise導入後のメリット



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。

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。



- ・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

サブスクリプション販売管理 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



解決できる課題

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

海外製ツールの拡充・拡販

Semrush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 Enterprise」* など新プランを強化し、MRR の拡大を進めます。

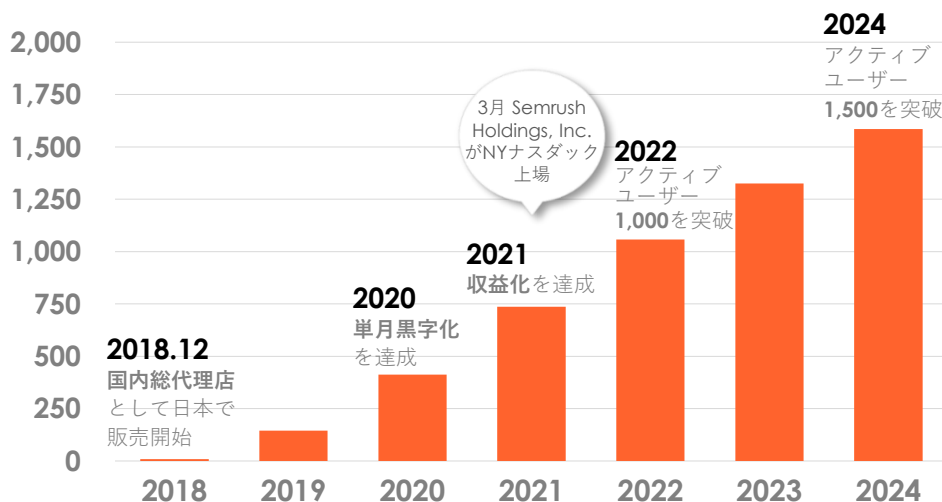


世界で1,000万人以上が利用する***
SEO・広告分析・SNS 競合対策が可能な
オールインワンの競合分析ツール

アクティブユーザー数** の推移

2025年の目標

(単位：アクティブユーザー数)



2025年はEnterpriseユーザーを増やし、
売上成長率を高めることを目指す

施策

伴走支援を意識した
カスタマー
サポート

リード獲得のための
マーケティング
チャネルの拡充

Semrush
Enterprise*
の導入と拡充

その他 ▶ Semrushに次ぐ海外製ツールの拡充に向けて準備中

* Semrush Enterprise: 通常のSemrush (Core) とは別の、BI・AIが強化された新しい大手企業向けSEOプラットフォーム

** 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ペユーザー数

マーケティングソリューション事業

MARKETING SOLUTIONS

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。

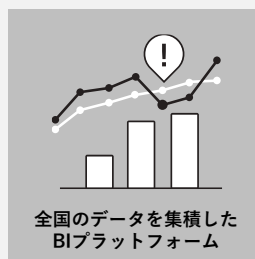
メーカー側で販売会社の広告配信結果を集約しにくい

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。

「読む社史から魅せる社史へ」をコンセプトに130年史サイトを制作



株式会社大林組 様 < 総合建設業 >

『「地球に優しい」リーディングカンパニー』を理念に、国内外で持続可能な社会に貢献する総合建設会社。新時代に向けたグリーンエネルギー事業や新領域ビジネスにも積極的に取り組んでいます。

大林組様の要件

創業130年史をWEBメインで作りたい

世の中の流れを踏まえて、どこからでもさまざまなデバイスから閲覧可能なWEBサイトとして130年史を構築し、検索性やコーポレートサイトへのリンクなど、デジタルコンテンツとしての機能の充実を目指したい。

社史をグローバルに展開したい

社史を初めてグローバルに社外公開すべく、日本語版に加えて英語版を作成したい。その後、大林組様が事業展開する海外のグループ会社の社員やお客様にも届けたいとの思いから、中国語（繁体字）、タイ語、インドネシア語、ベトナム語の4言語対応も追加決定した。

TOPPAN×オロによる提案



企業リブランディングに紐づけて「魅せる」年史サイトを提案

大林組様のリブランディングの意向を汲み取り、WEBメイン・グローバルコンテンツとして取引先以外の一般の方々にまで「魅せる社史」をTOPPANがプロデュース。多言語展開の追加要件も、TOPPANの翻訳チームと年史チームの連携によって実現した。



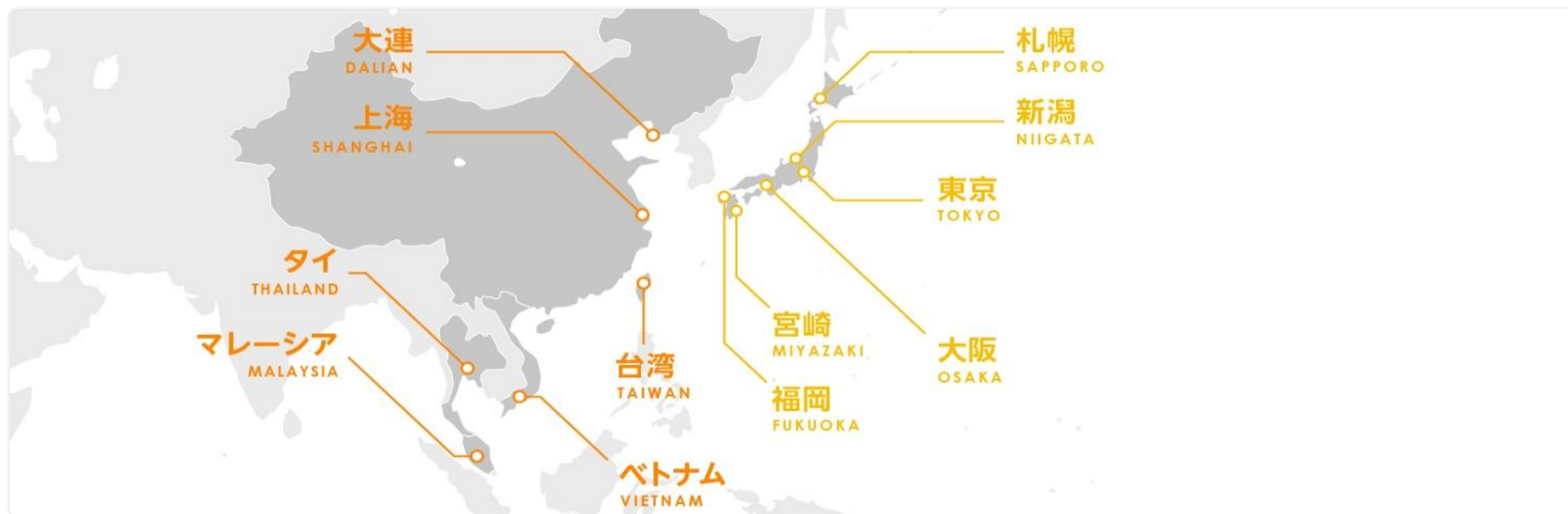
WEBサイトのデザイン・実装をオロが担当

大林組様が描く「宇宙エレベーター建設構想」など6つのストーリーをアニメーションで表現。スマホでの見やすさにも注力しつつ、公開中のサイトへのリンクやサイト内検索など、WEBならではの機能が充実したサイトを制作した。

詳細は下記URLのインタビュー記事をご参照ください（TOPPANホールディングス株式会社様のWEBサイトへ遷移します）。
https://solution.toppan.co.jp/bx/contents/interview_contents05.html

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

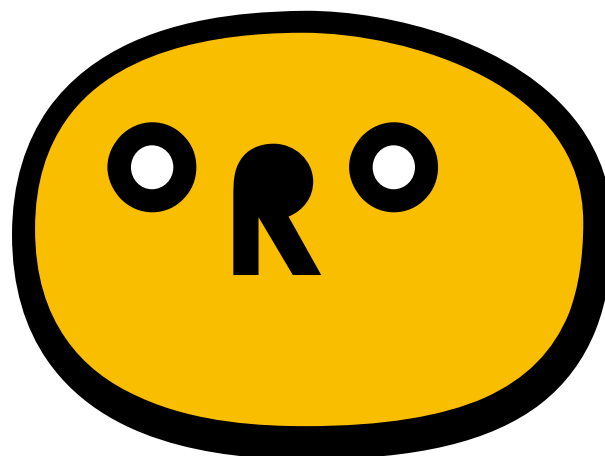
広告代理店から外注先としてのニーズが高まっているため、収益拡大に向けて採用を含めた体制強化を行う
同時に制作業務の内製化を進めることで収益性を改善する

会社概要



04

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。

沿革

GLOBAL



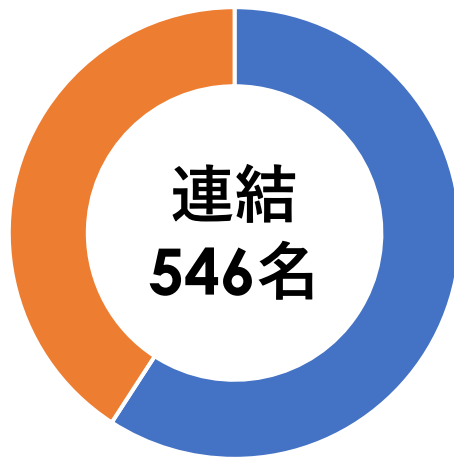
JAPAN

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

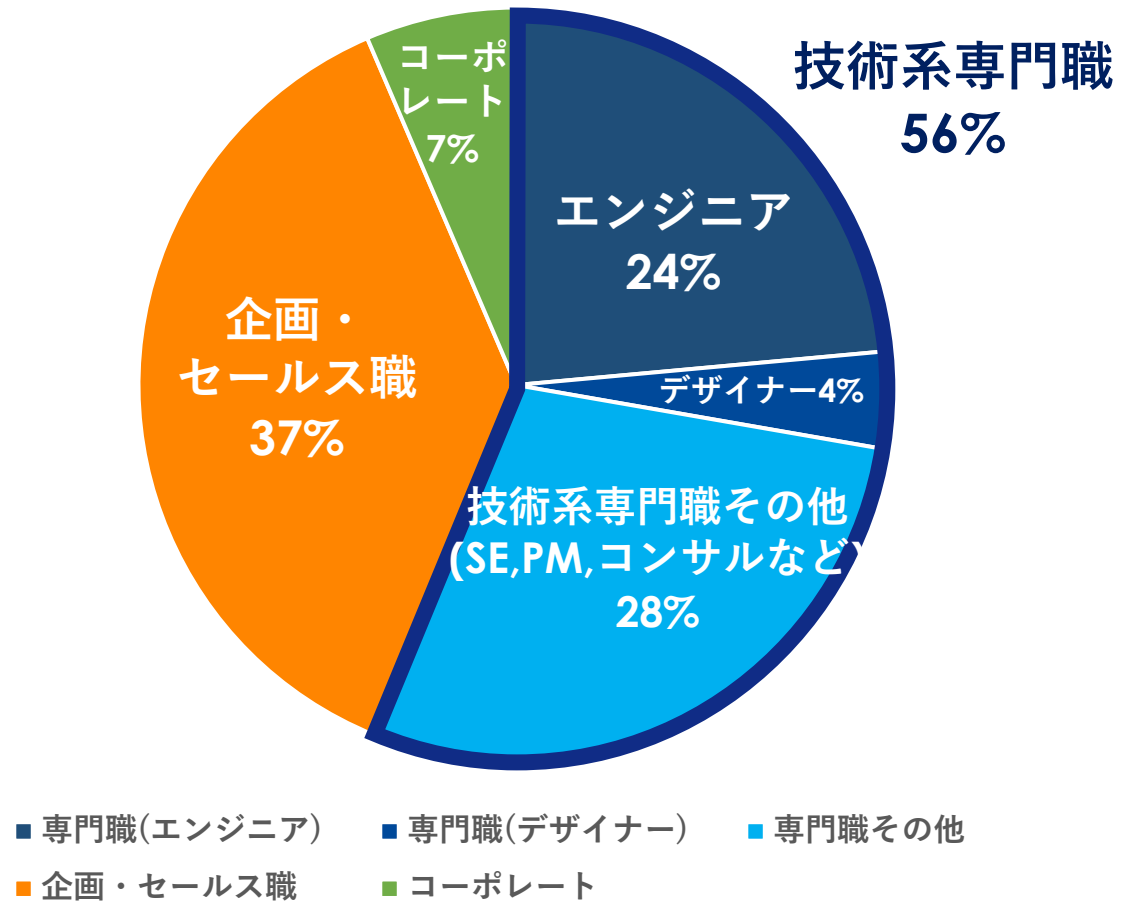
製販比率

■ 製造 ■ 販管



(2024年12月末時点)

職種比率 (オロ単体)

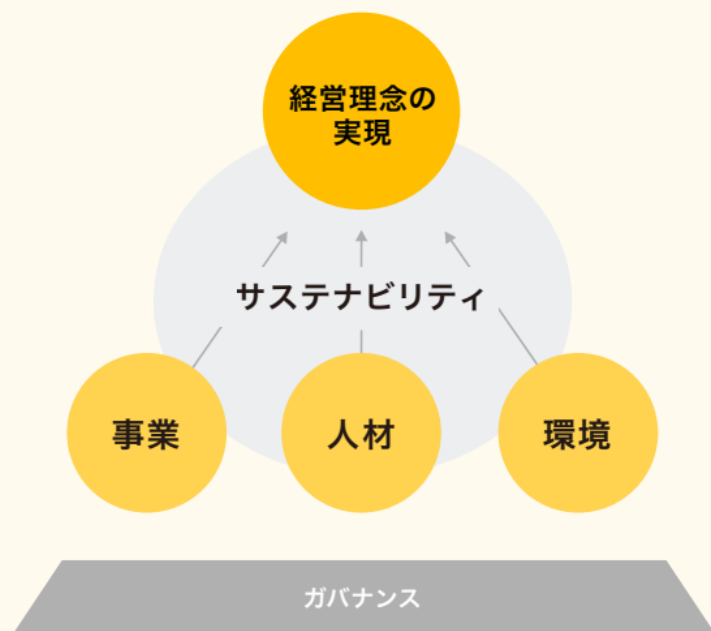


(2024年12月末時点)

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。

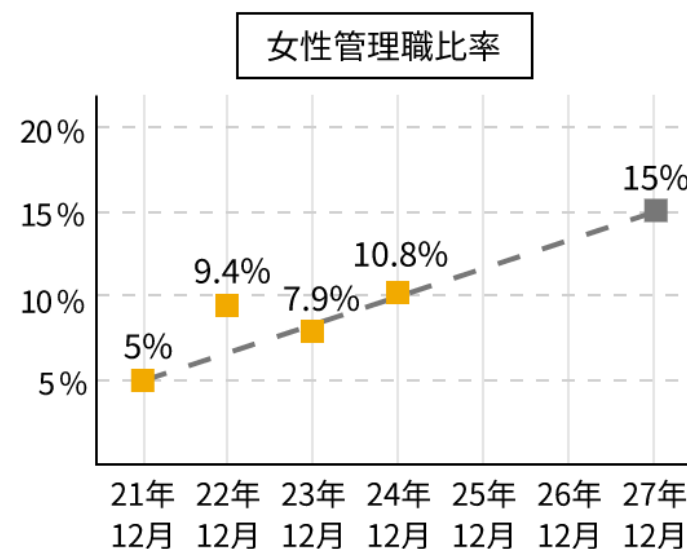
1. 人種、信条、性別、社会的身分、国籍、障がい、雇用形態、年齢、宗教等による差別を行いません。
2. 働く人々を公正に評価し、適正に処遇します。
3. 多様性を尊重し、一人ひとりが自ら考え、その能力と創造性を発揮して、自己実現を図ることができる風土を作ります。
4. 本人及び家族の物心両面の幸福を追求し、キャリア形成、健康、プライベートの充実などについて支援します。

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。

2024年12月末時点の実績は10.8%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2024」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

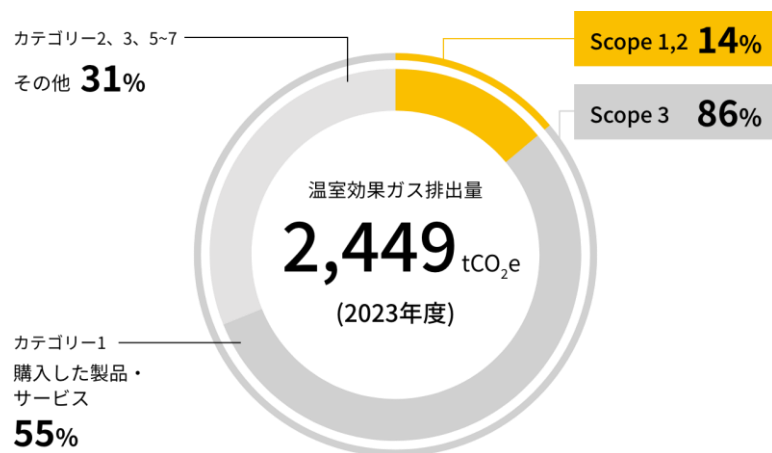
気候変動は、事業活動の成長にも中長期的に影響を与えると考えております。

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。

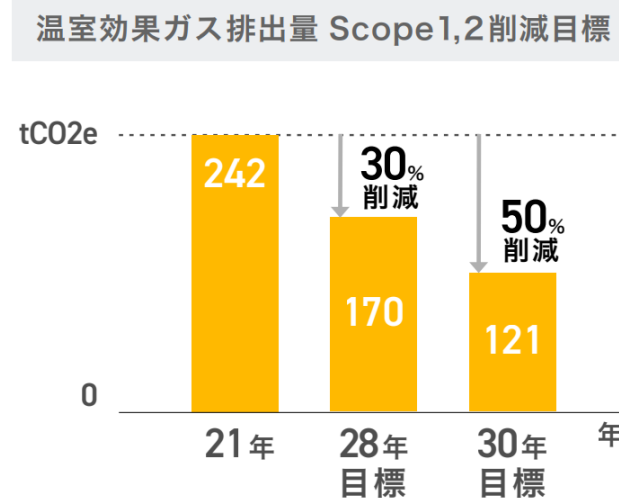


* 2021年を基準年、対象を Scope1,2 とした目標設定です。

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/>



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 マーケティング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310人／連結546人（2024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) 大連奥楽広告有限公司 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。

