

2026年12月期 第2四半期

決算説明資料

株式会社オロ 証券コード：3983



2026年8月14日

目次



01 2026年12月期 第2四半期決算概要

02 事業の状況

03 会社概要

2026 年 12 月期 第2 四半期

決算概要



業績ハイライト

2026年12月期第2四半期 決算概要

売上収益	4,552百万円	前年同期比 +17.0%	上期計画比 ▲2.2%
営業利益	1,410百万円	前年同期比 +17.3%	上期計画比 +1.9%

クラウドソリューション(CS)事業

売上収益	百万円 3,043	前年同期比 +12.7%	上期計画比 ▲3.1%
営業利益	百万円 1,240	前年同期比 +3.1%	上期計画比 ▲2.2%

マーケティングソリューション(MS)事業

売上収益	百万円 1,509	前年同期比 +26.7%	上期計画比 ▲0.2%
営業利益	百万円 169	前年同期比 -	上期計画比 +46.4%

- 大型案件の受注増加によりストック収益が伸長。広告宣伝費等の費用が増加
- 中小型案件の獲得遅れにより、売上収益・営業利益ともに上期計画に対して若干未達

- 主要顧客からの案件獲得の回復により、前年同期比で増収増益
- 売上収益は概ね上期計画通りに着地。営業利益は海外で外注費が抑えられたこと等により、上期計画を上回って着地

中間配当の実施

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。

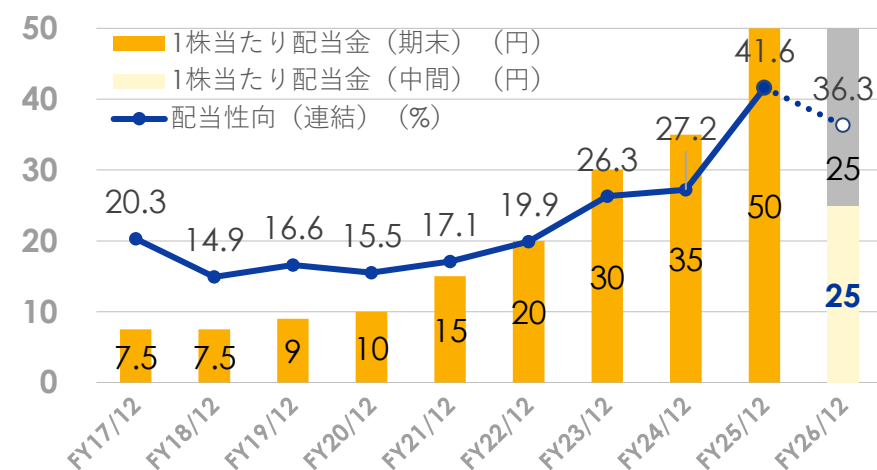
なお、自己株式の取得につきましては、経営環境に応じた成長投資の計画及び財務体質への影響等を考慮したうえで、総合的に判断してまいります。

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、当期の**中間配当は1株当たり25円00銭**としました。期末配当は25円00銭、合計50円00銭とする予定です。
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

基準日	1株当たり配当金		
	第2四半期	期末	合計
当期 予想 (2026年12月期)	25円00銭	25円00銭	50円00銭
当期 実績 (2026年12月期)	25円00銭	-	25円00銭

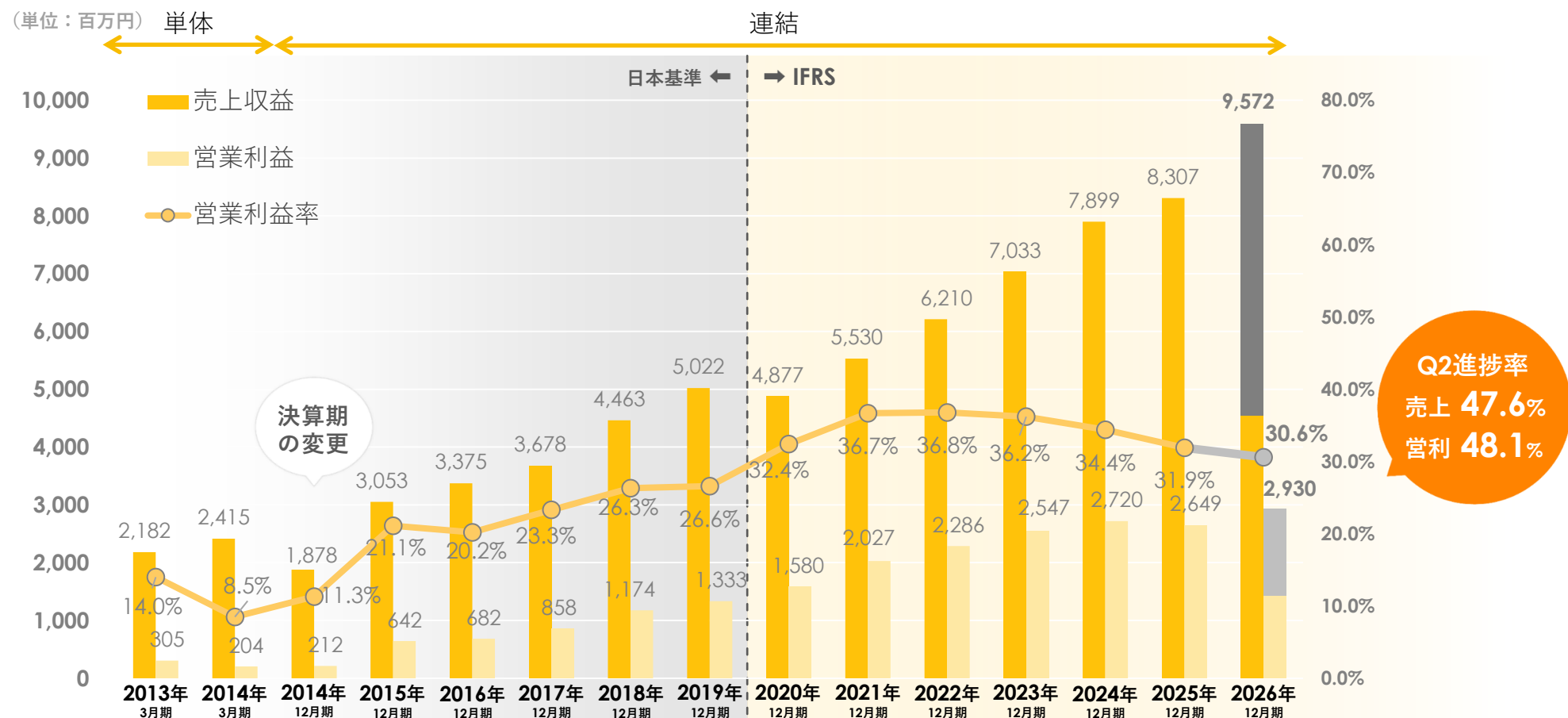
調整後1株当たり配当金・配当性向（連結）の推移



連結

売上収益・営業利益・営業利益率推移

前年同期比 17.0%増収により売上収益は4,552百万円、17.3%増益により営業利益は1,410百万円



※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。

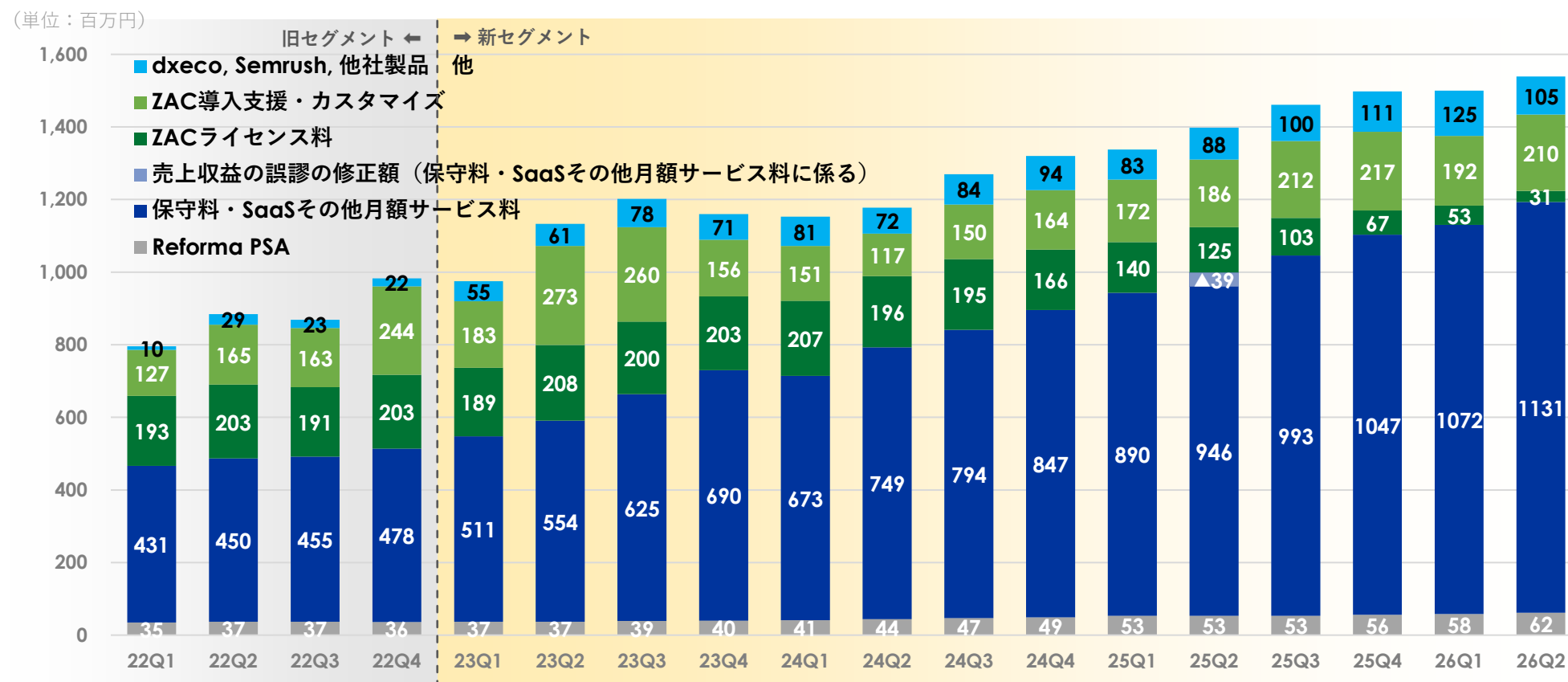
※2018年12月期より、マーケティングソリューション事業の売上収益の計上方法を総額表示から純額表示に変更しております。

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

大型案件の本稼働によりストック収益は増加



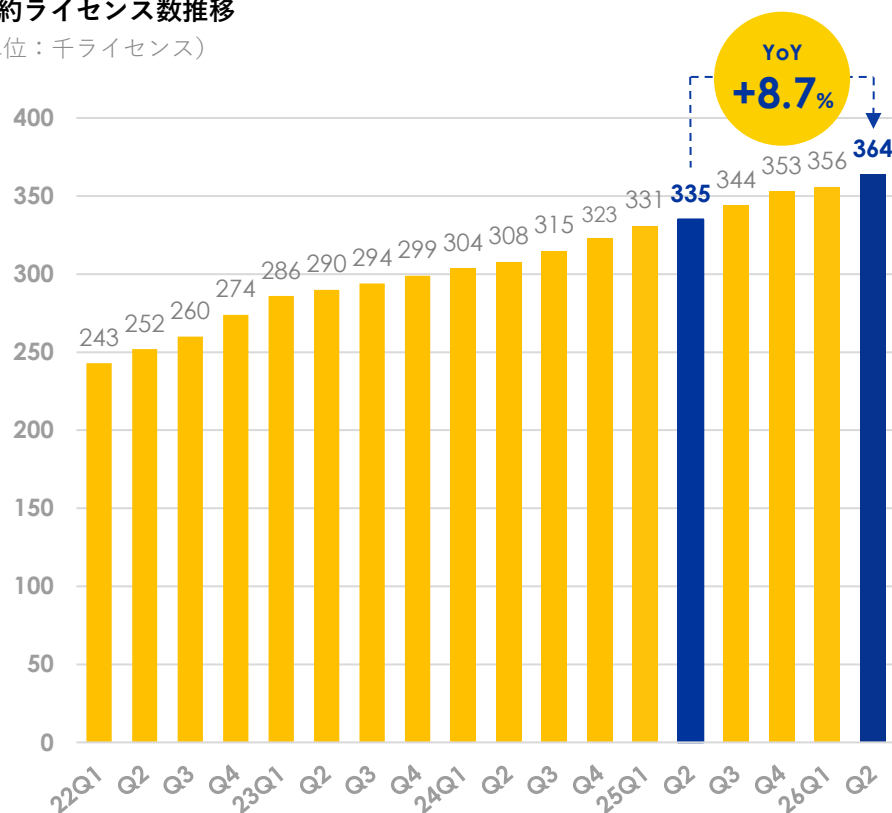
※2024年12月期より、報告セグメントの変更に伴い、2023年12月期の売上収益については遡及適用後の金額を記載しております。
 ※2025年12月期第2四半期に行った、売上収益の誤謬の修正を表示しております。

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

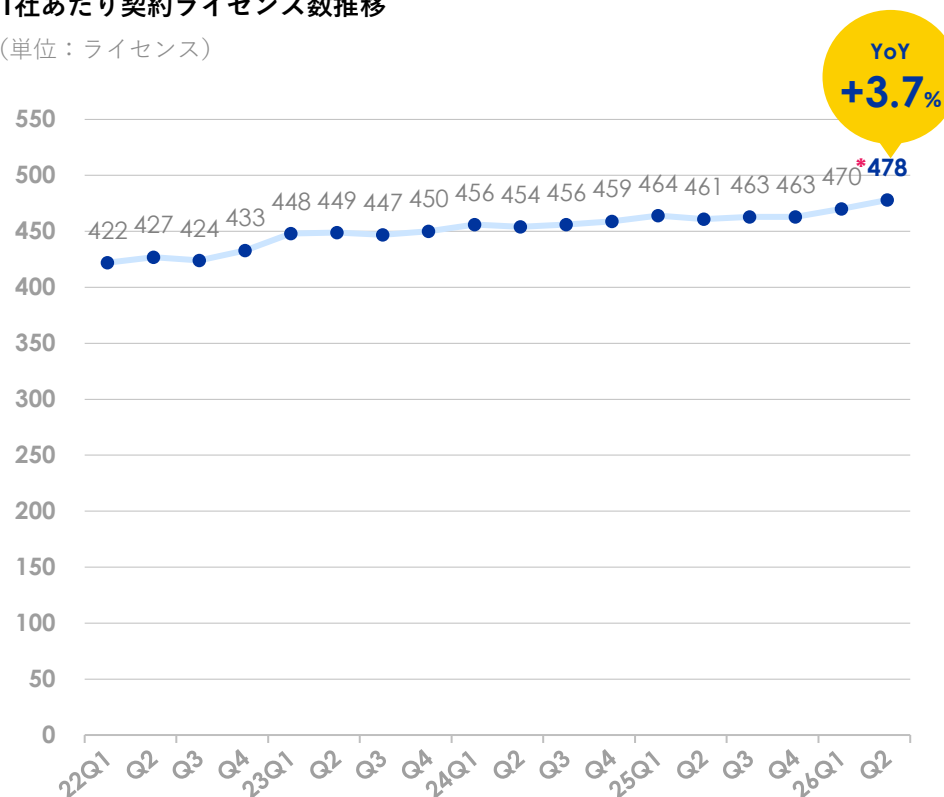
(単位：千ライセンス)



※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)



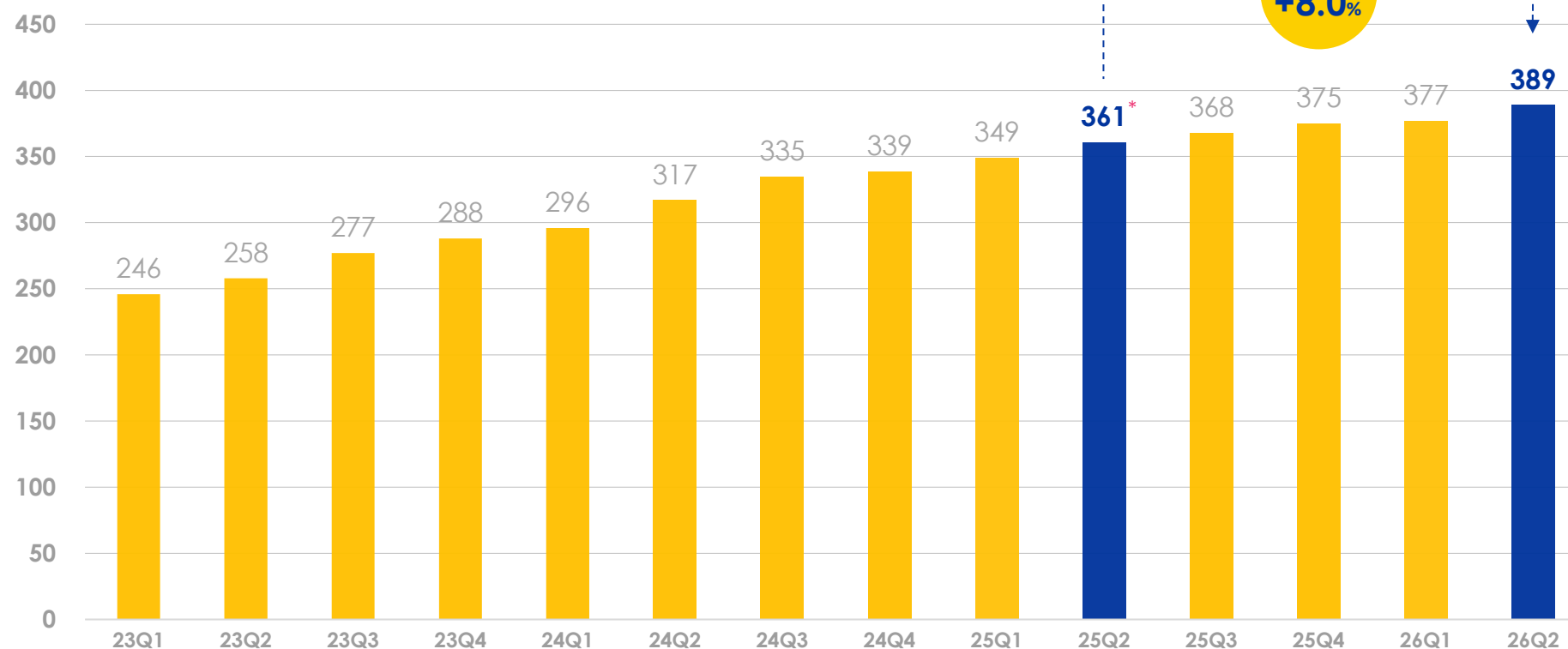
※1社あたりライセンス数 = 契約ライセンス数 ÷ 四半期末時点で稼働中の顧客社数

* 2026年12月期 第1四半期の「1社あたり契約ライセンス数」に誤りがあったため、当該データを修正しております（誤: 461 → 正: 470）。

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

(単位：百万円)



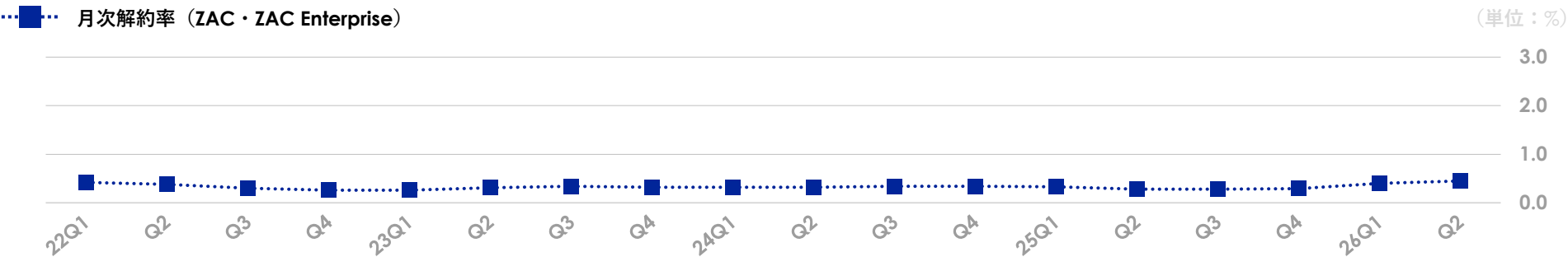
※MRR: Monthly Recurring Revenueの略、月次経常収益。当該四半期末月の「ZACライセンス料」「保守料・SaaSその他月額サービス料」の合計で計算。

* 2025年12月期第2四半期に行った、売上収益の誤謬の修正を反映する前のMRR推移を表示しております。

月次解約率および契約・解約社数推移

月次解約率推移

当期Q1の一時的要因（2つの企業グループの同時解約）により解約率が上昇も、同影響を除けば過去と同水準（0.3%台）で推移



※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

新規契約社数は通期計画104社に対して進捗31.7%
社数は通期計画を下回る見込みだが、下期の大型顧客の本稼働による寄与等を踏まえ、業績の通期計画は維持
Q2の解約理由は事業の統廃合や、ZACの利用範囲が限定的であった顧客の離脱による

	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	25/12 Q1	25/12 Q2	25/12 Q3	25/12 Q4	26/12 Q1	26/12 Q2
契約 社数	21	15	23	28	13	16	16	9	13	21	17	17	17	22	19	24	18	15
解約 社数	11	3	0	7	9	7	4	3	11	9	4	4	8	8	3	6	22	10

ZAC 新規契約後のスケジュールと収益認識の例

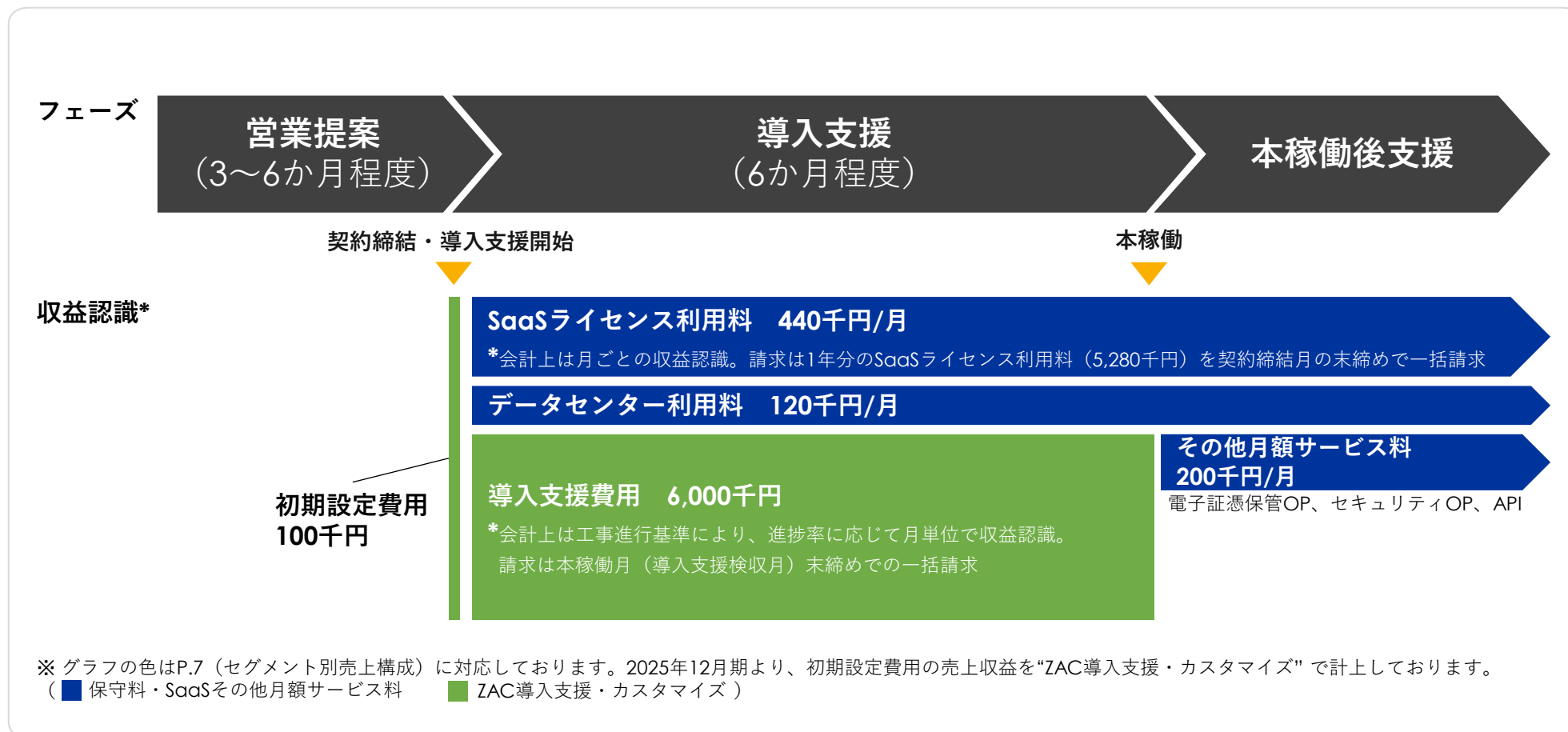
従業員数200名のクライアントにおけるモデルケース

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

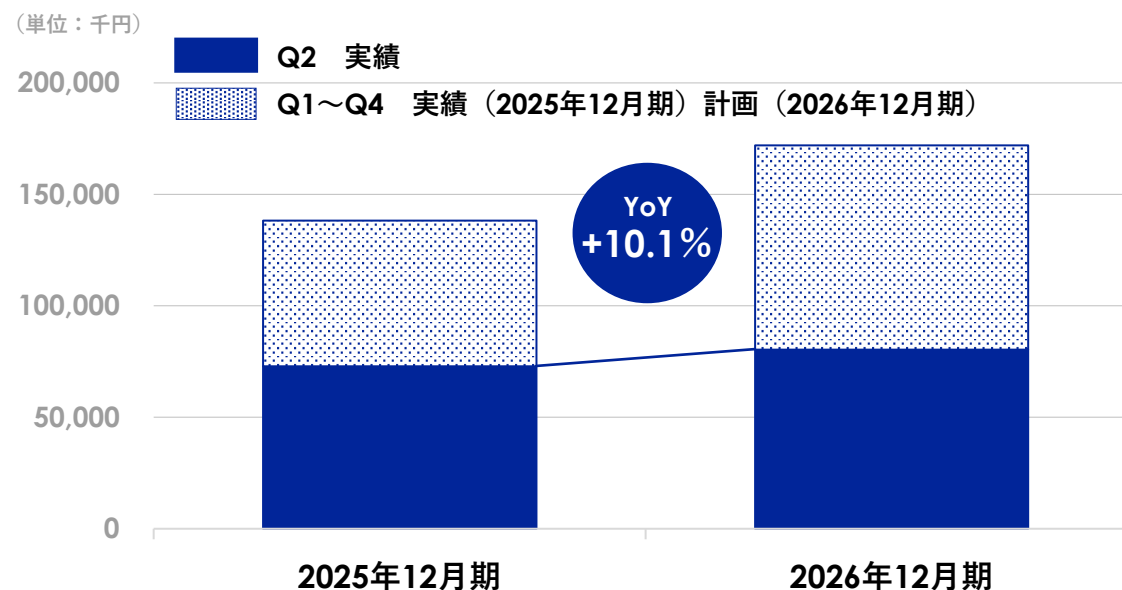
その他月額サービス構成

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：

46.7%（2026年6月末現在）

Q2も計画通りに広告宣伝費を投下し、アポイント・案件（SQL）を期初計画をやや上回るペースで効率よく獲得できました。

展示会には継続的に出展しており、いずれも良好な成果を上げています。

当期の計画

Q3以降も展示会出展など、成果が期待される取り組みの強化に向けて、広告宣伝費を投下していきます。
現時点では、無駄な投資は避けつつも、計画通りに広告宣伝費を活用する想定です。

AI活用に向けた取り組み

AIを活用したZACの提供価値向上を目指し、AI機能の開発に加え、AIエージェントとの連携も構想

AIは脅威ではないと考えられる理由

ZACのように大規模な統合型の基幹業務システムには、**高い正確性・堅牢性**に加え、**法改正への継続的な対応**が求められます。そのため、たとえAIを活用した場合でも、エンドユーザーがZACと同水準のシステムを開発・運用する負担は大きいため、この業務領域においては実績ある製品が選択されやすいです。

ZACがAI活用に適している理由

ZACには売上・費用・工数・業務日報だけでなく、引合状況や見積のデータ、仕掛中の案件損益に至るまで、**企業経営に関する1次データが幅広く蓄積**されます。この豊富なデータの分析にAIは有効と捉えているため、2025年よりAI専任チームを設立し、2026年5月提供の「AI日報補完機能」をはじめ、業務効率化や経営判断に寄与する製品開発を推進中です。

より「AIフレンドリー」なZACへ

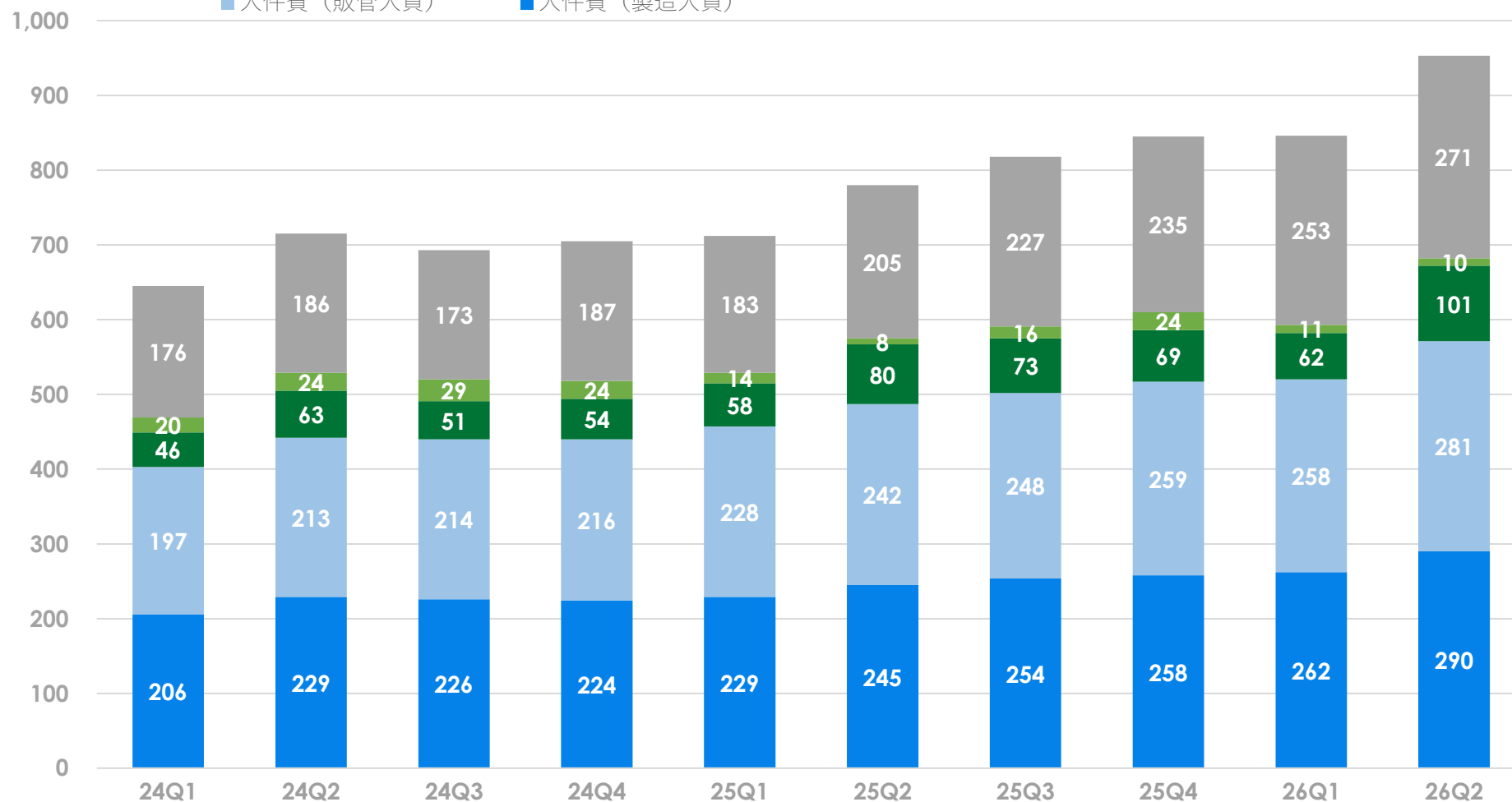
エンドユーザー側でのAI活用による業務・ニーズの変化を事業機会にできるよう、AIを活用した新機能の搭載に加えて、MCPサーバ*の提供など、**AIエージェントがZACを利用しやすい環境の整備**を進めてまいります。

* ChatGPTやClaude等のAIがZAC等のシステムを参照・操作するための、標準化された連携基盤のこと

クラウドソリューション事業 費用構成（連結）

（単位：百万円）

■ その他原価・費用 ■ 研究開発費 ■ 広告宣伝費
■ 人件費（販売人員） ■ 人件費（製造人員）

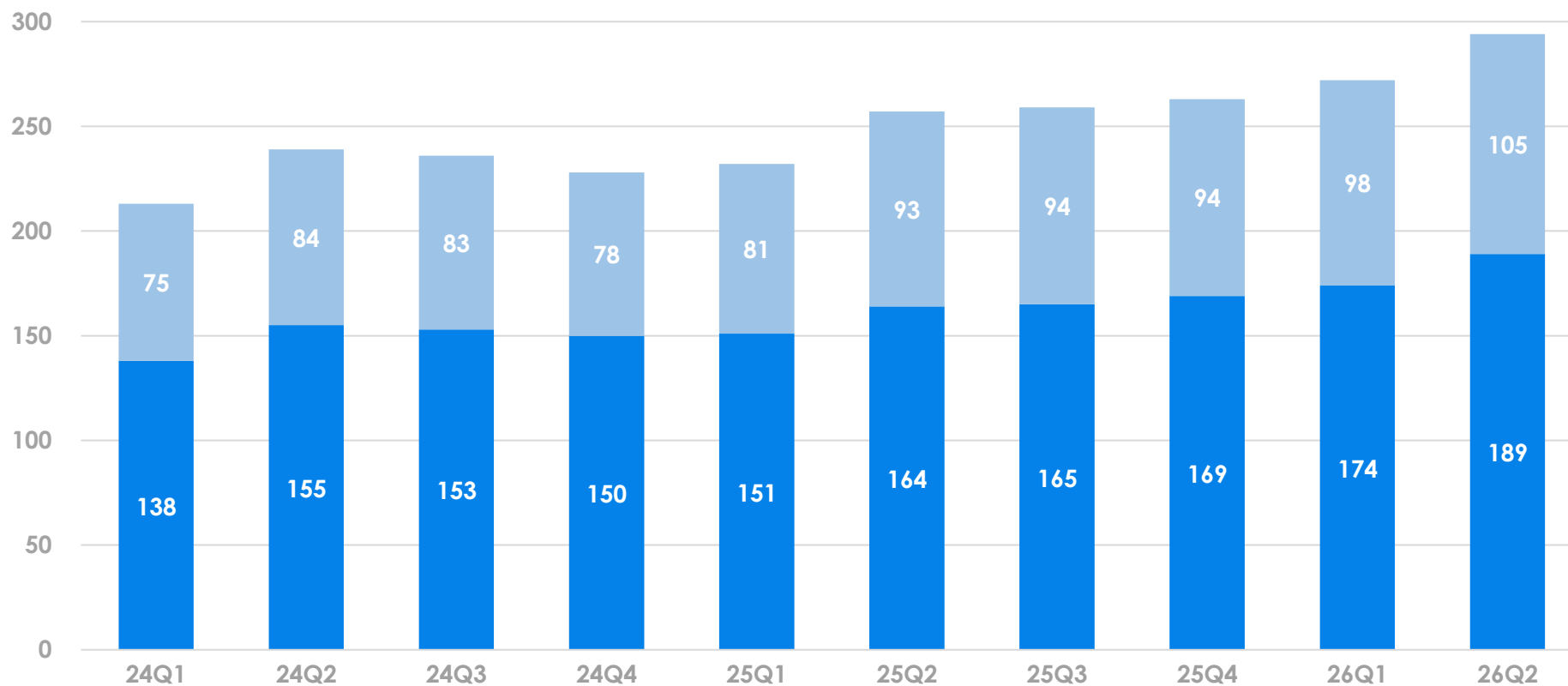


従業員数の推移（連結）

4月入社の新卒社員は22名

（単位：人）

■ 販管人員 ■ 製造人員

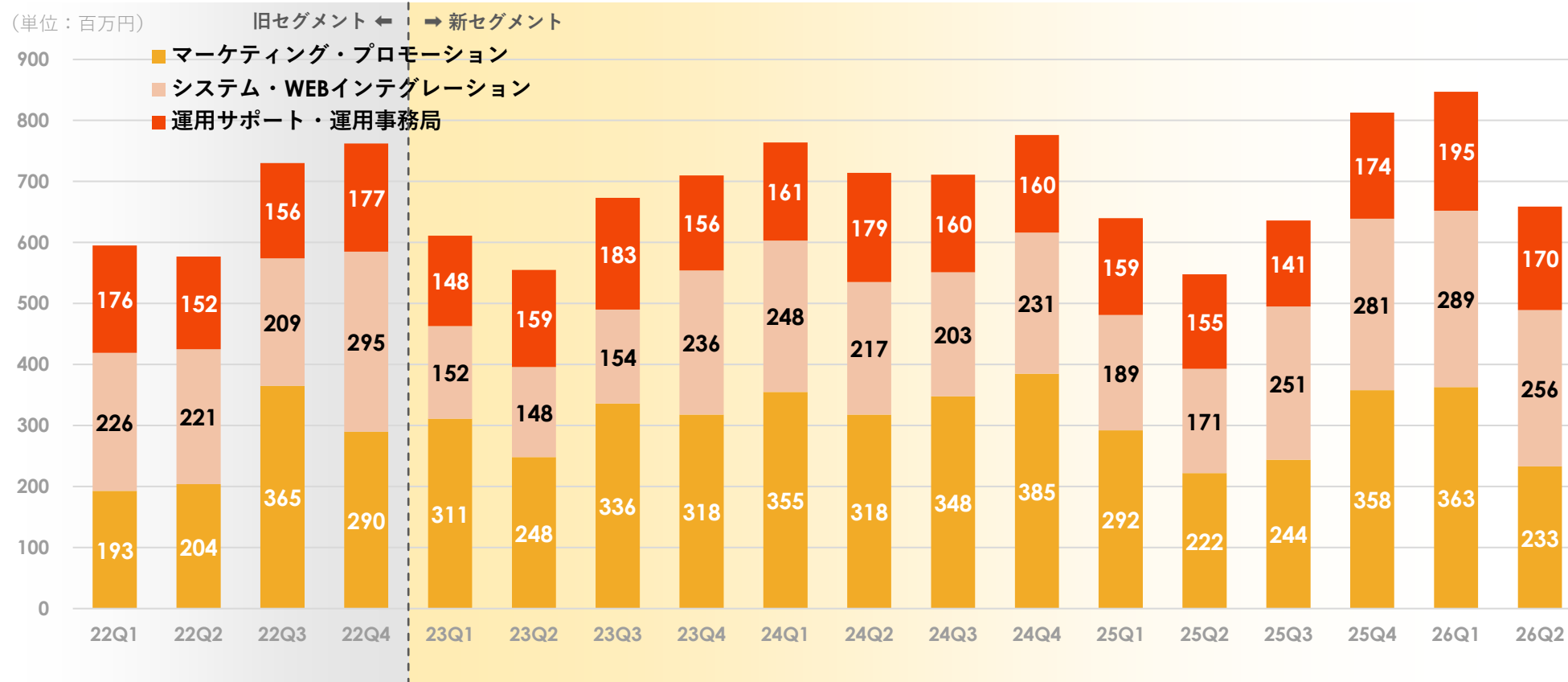


※四半期末でなく四半期中平均（小数点第1位を四捨五入）の従業員数推移を開示しております。

※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

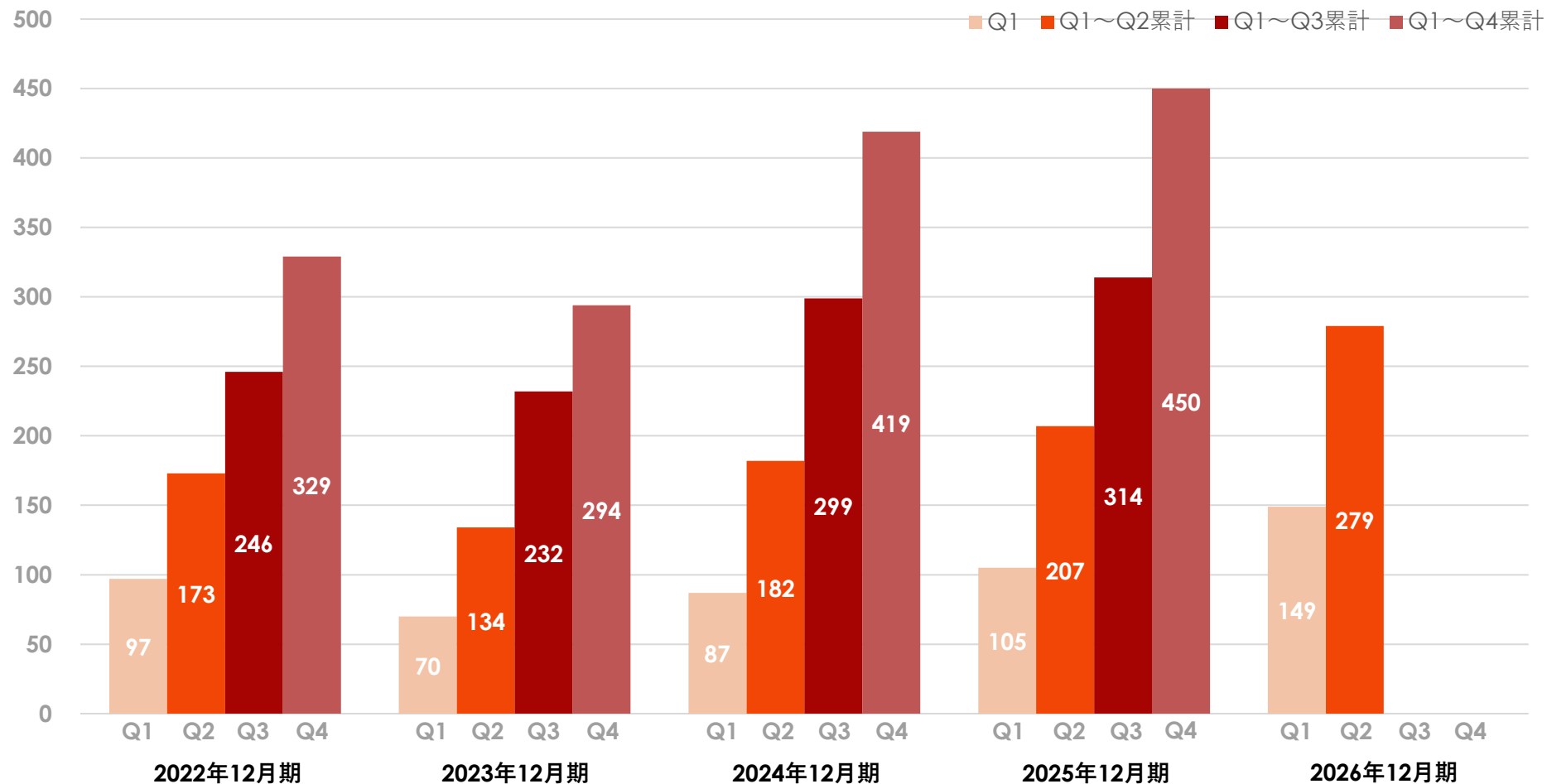
Q2に見込んでいた売上の一部がQ1に前倒しで計上、上期は概ね計画通りに着地



※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。

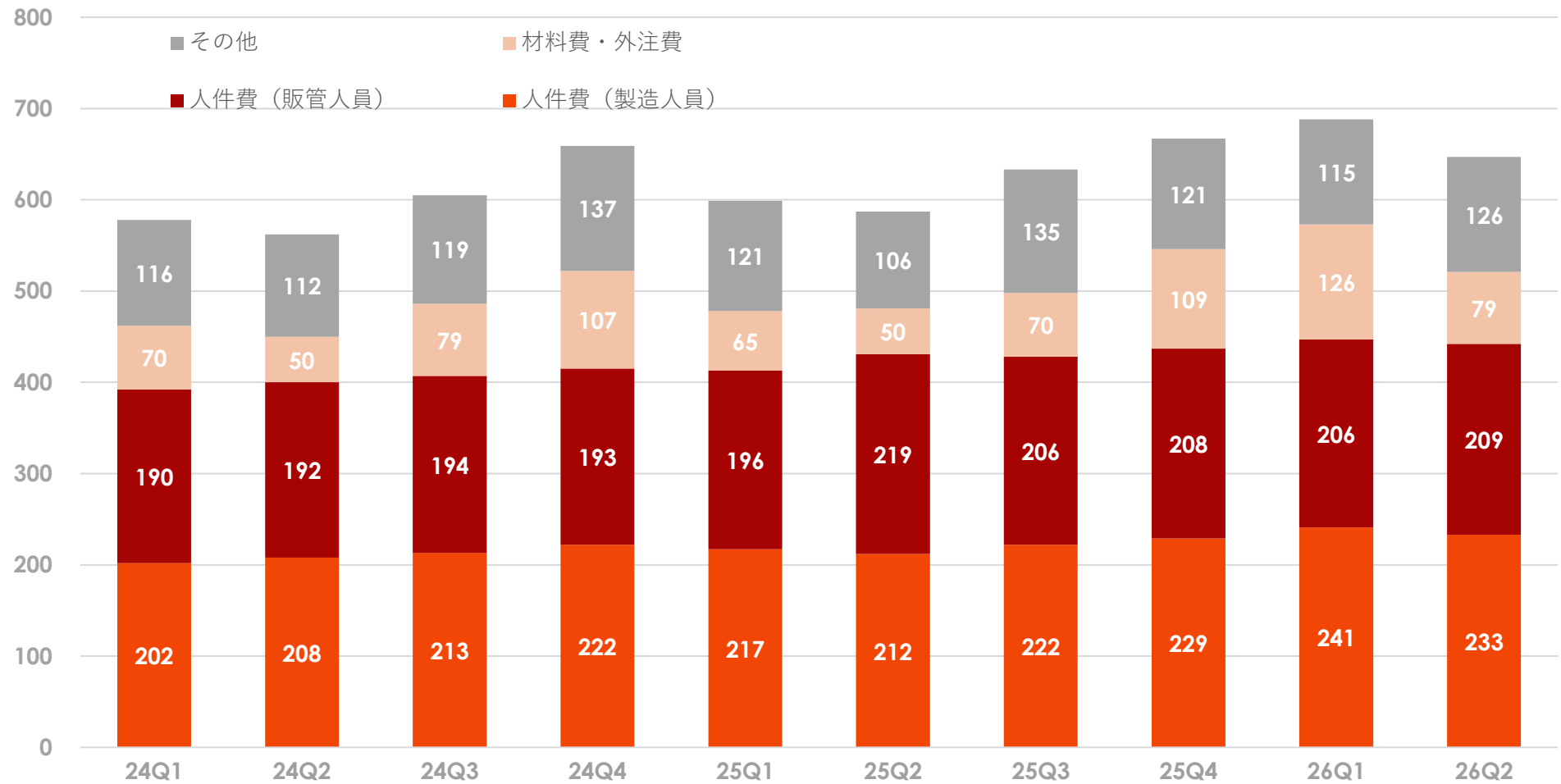
海外売上

(単位：百万円)



費用構成（連結）

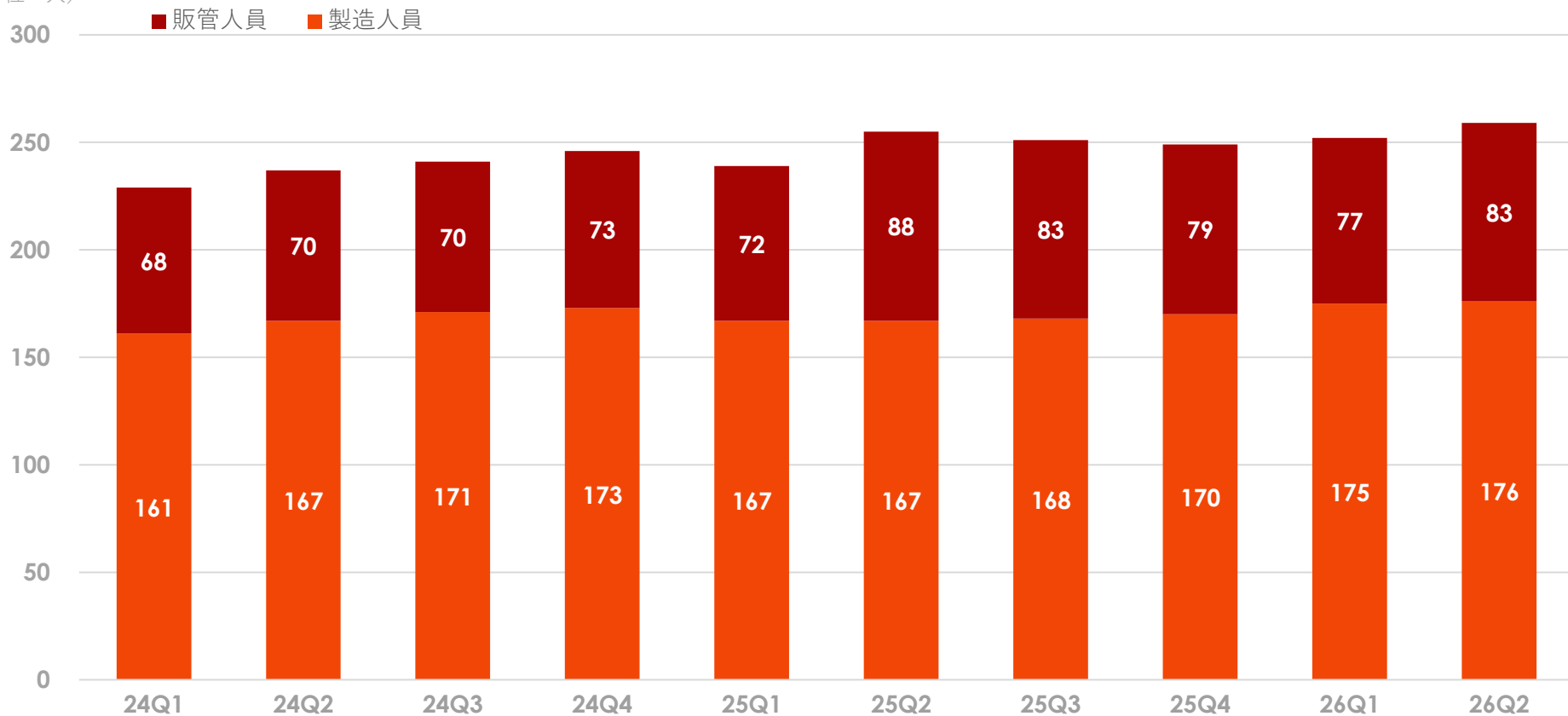
（単位：百万円）



従業員数の推移（連結）

4月入社の新卒社員は8名

（単位：人）



※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

業績予想に対する進捗

(単位：百万円)

	2026年12月期 Q2実績 [構成比]	2026年12月期予想 [構成比]			
		通期	進捗率	上期	進捗率
売上収益	4,552 [100.0%]	9,572 [100.0%]	47.6%	4,654 [100.0%]	97.8%
CS事業	3,043 [66.8%]	6,603 [69.0%]	46.1%	3,142 [67.5%]	96.9%
MS事業	1,509 [33.2%]	2,968 [31.0%]	50.8%	1,512 [32.5%]	99.8%
営業利益	1,410 [*] [31.0%]	2,930 [30.6%]	48.1%	1,384 [29.7%]	101.9%
CS事業	1,240 [27.2%]	2,780 [29.0%]	44.6%	1,268 [27.3%]	97.8%
MS事業	169 [3.7%]	150 [1.6%]	113.0%	115 [2.5%]	146.4%
税引前利益	1,461 [32.1%]	2,964 [31.0%]	49.3%	1,400 [30.1%]	104.3%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,003 [22.0%]	2,147 [22.4%]	46.7%	1,014 [21.8%]	98.9%

* 報告セグメントに帰属しないその他の損益 0.5百万円を含みます。

連結

損益計算書（前年同期比）

（単位：百万円）

	2025年12月期 Q2実績値 [構成比]	2026年12月期 Q2実績値 [構成比]	増減額	主な要因
売上収益	3,891 [100.0%]	4,552 [100.0%]	661	
売上原価	1,329 [34.2%]	1,645 [36.1%]	315	技術系専門人員の増加及び給与の増加、 外注費、保守管理費、消耗品費、材料 費、減価償却費の増加
売上総利益	2,561 [65.8%]	2,907 [63.9%]	346	
販管費	1,335 [34.3%]	1,476 [32.4%]	140	営業・管理系人員の増加及び給与の増 加、広告宣伝費、採用費、消耗品費の 増加
研究開発費	22 [0.6%]	21 [0.5%]	▲1	
その他の損益	0 [0.0%]	0 [0.0%]	0	
営業利益	1,202 [30.9%]	1,410 [31.0%]	207	
金融損益	▲110 [▲2.9%]	50 [1.1%]	161	為替差益の増加
税引前利益	1,091 [28.1%]	1,461 [32.1%]	369	
当期利益	758 [19.5%]	1,002 [22.0%]	244	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	754 [19.4%]	1,003 [22.0%]	248	

財政状態計算書（前期末比）

自己株式取得に伴う証券会社預託金によりその他の流動資産、本社増床により有形固定資産が増加

（単位：百万円）

科目名	2025年 12月期	2026年 12月期Q2	増減額	科目名	2025年 12月期	2026年 12月期Q2	増減額
流動資産	12,431	12,018	▲413	負債合計	3,393	3,566	172
現金及び 現金同等物	10,058	9,436	▲621	流動負債	2,842	2,899	57
営業債権及び その他の債権	1,112	928	▲183	契約負債	1,249	1,289	40
契約資産	399	352	▲47	未払法人 所得税等	344	433	88
その他の 流動資産	861	1,300	439	営業債務及び その他の債務	440	335	▲105
非流動資産	1,315	1,538	223	その他の 流動負債	807	841	33
有形固定資産	807	1,028	221	非流動負債	551	667	115
無形固定資産	170	171	0	資本合計	10,353	9,990	▲362
その他	337	338	1	親会社の所有者 に帰属する持分	10,357	9,994	▲362
資産合計	13,747	13,557	▲190	非支配持分	▲3	▲3	▲0
				負債・資本合計	13,747	13,557	▲190

事業の状況



02

事業セグメント

クラウド ソリューション事業



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

中堅～大企業向け



クラウドERP

ZAC

- 約2,700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

カスタマイズ可能



クラウドERP

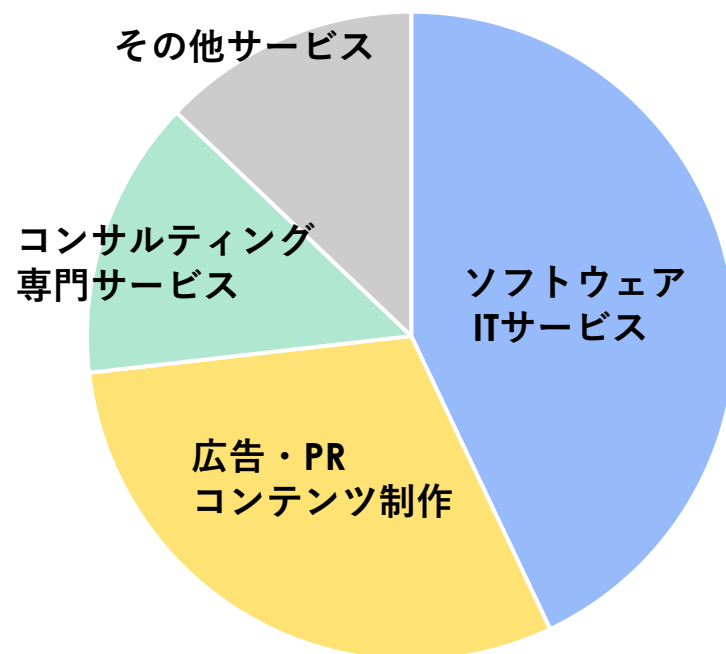
ZAC Enterprise

- 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1,100社以上で導入

2026年6月30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



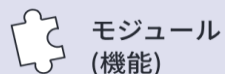
クラウドERP「ZAC」の機能

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。財務会計領域は他社システムと連携

財務会計は中小企業でもいち早くシステム化される領域。Excel・内製システムでの管理が根強く残る領域の一元管理がZACの強み



**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

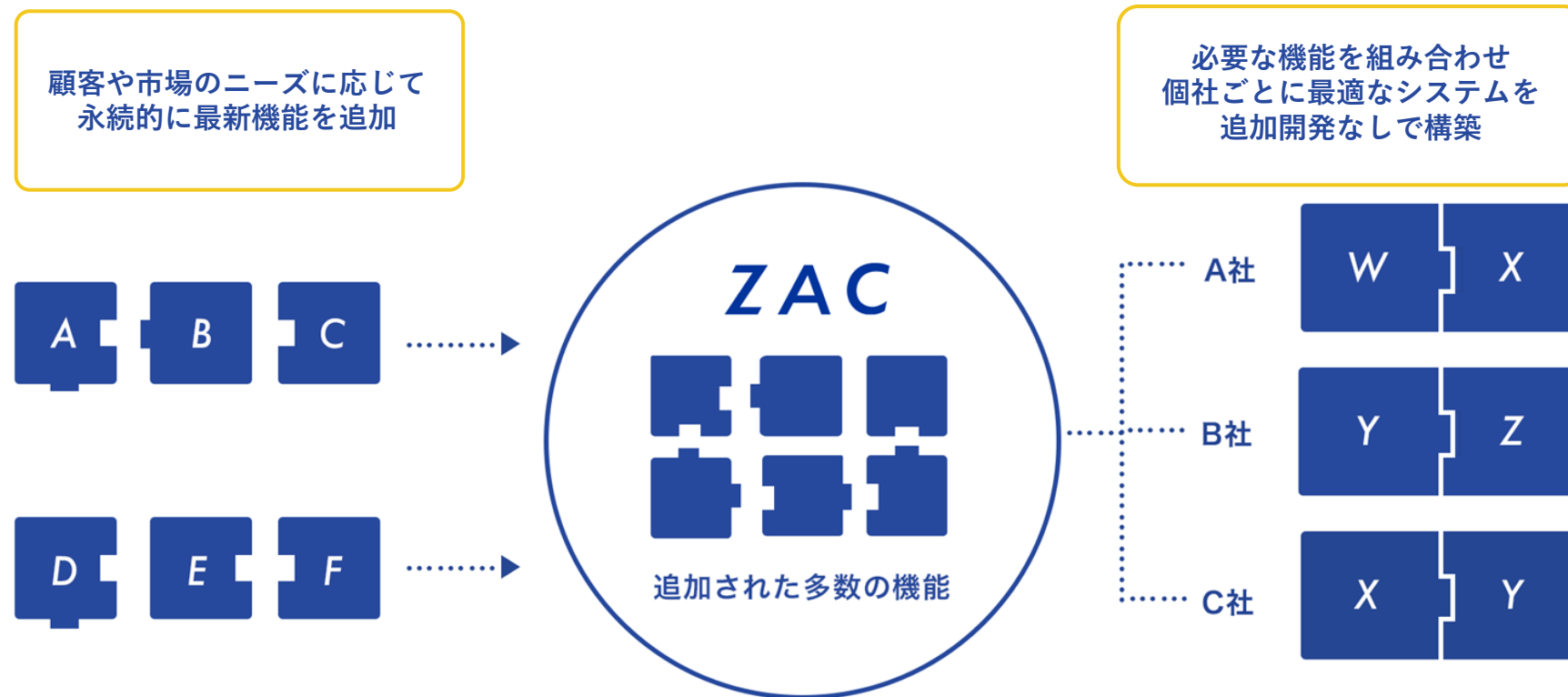
		製造・建設・工業 などの第2次産業	金融・流通・小売 などの第3次産業	IT・広告・ コンサルティング
MA・CRM	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)	 他社ERP 多機能統合型(垂直統合型) 「モノ」・「カネ」 を管理する 多業種に対応		 ZAC Reforma PSA 多機能統合型(垂直統合型) 「ヒト」・「カネ」 の管理・効率化が 必要な業種に特化
SFA	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
販売・購買	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
勤怠・工数	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
経費精算	各社ツール 単一機能汎用型(水平型)			
BI	各社ツール 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

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)

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

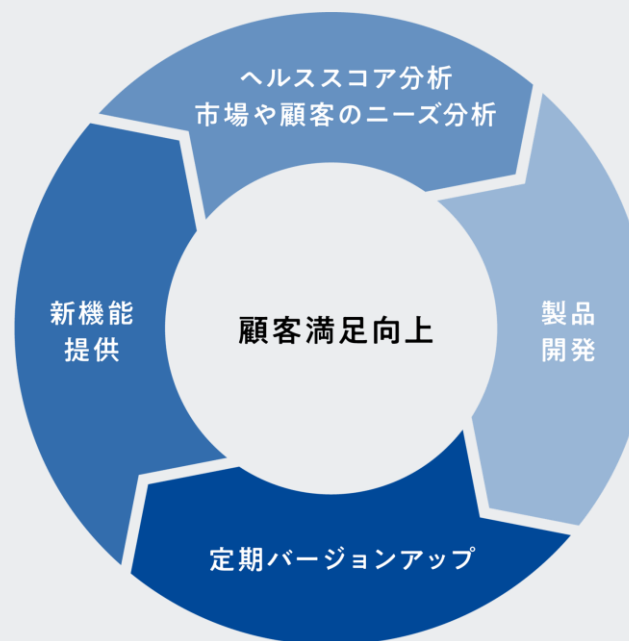
POINT2（当社目線）新機能や個別の顧客のために作った機能の横展開が可能、営業提案や機能提供の効率が高い

*ZACでは約2,700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2,700 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、
解約率の引き下げ、
顧客単価・売上維持率の向上を図る



* ZACでは約2,700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：618名（連結・2025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。

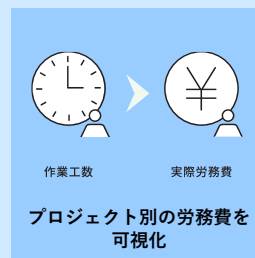
2010年 ZAC Enterprise導入前の課題

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。

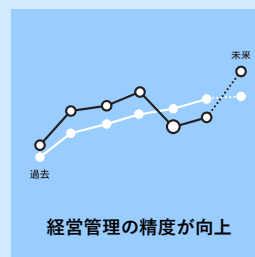


2010年 ZAC Enterprise導入後のメリット



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。

クラウドソリューション事業

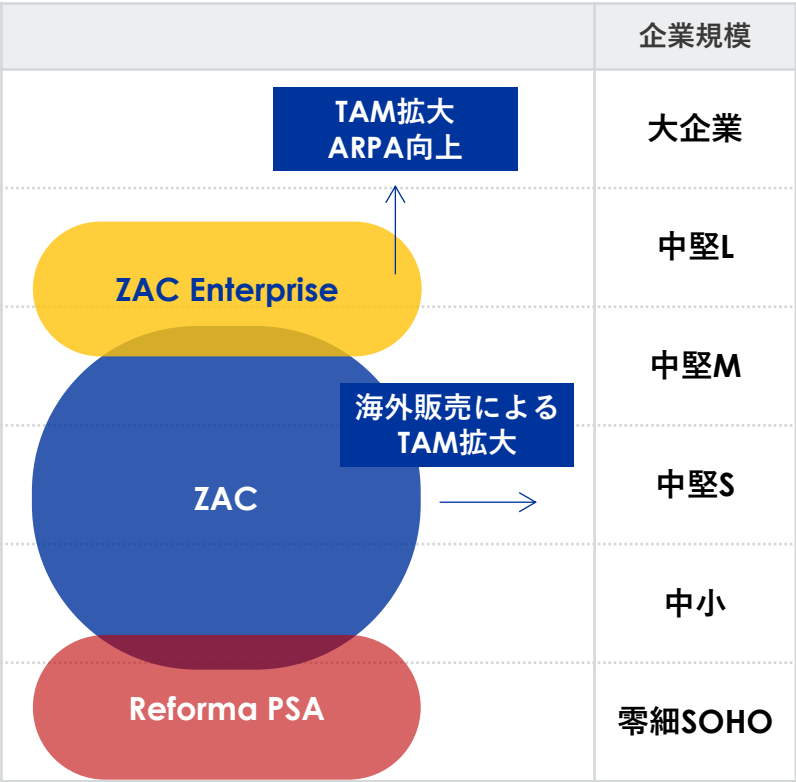
さらなるマーケット拡大に向けて

現状の国内ターゲット企業は約44,000社、ベトナムのターゲット企業は約24,000社と推定

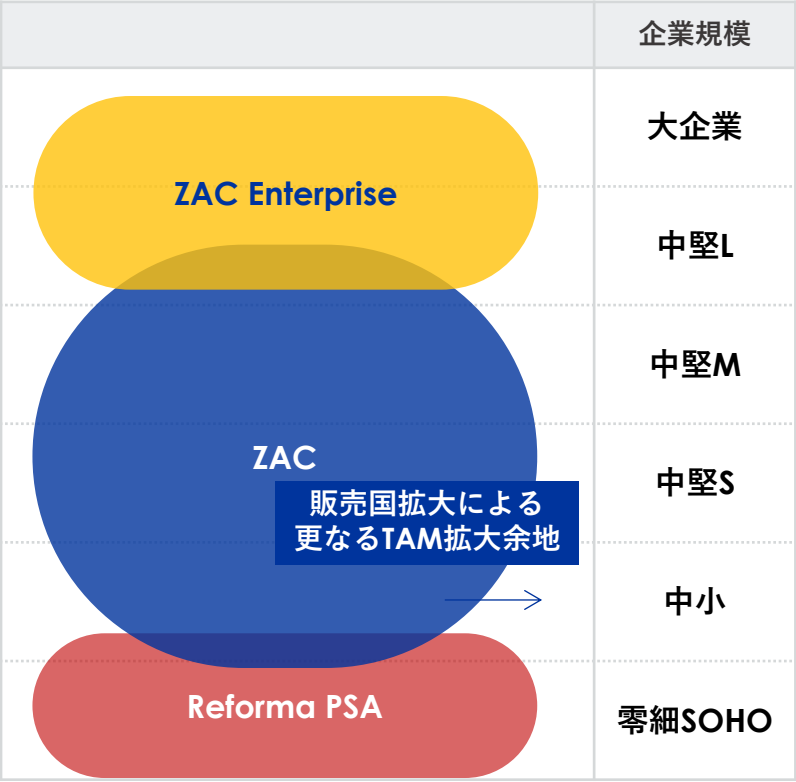
2026年を目標としていた「従業員数1万人規模の大企業向けの提案準備」は完了、また2026年1月よりベトナムでのZAC販売を開始。
特に海外販売の開始によってターゲット企業数が拡大しています。

マーケット（TAM）拡大のイメージ

2022年時点



現在



※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～10,000名程度の企業です。

ZACの競争環境

他社ERP製品との競合は大型案件に概ね限定、中小型案件は実質「現状維持かZAC導入か」の2択

2021年から現在にかけて競争環境は緩和傾向にあり、中小型案件で他社ERP製品と競合するケースは少なくなっています。

中小型案件では、Excel・単一機能汎用型システムが乱立する現行運用か、ZAC導入による統合管理の実現かが主な検討軸です。

競争環境のイメージ

企業規模	ZACの主要な競合
大企業	vs 競合ERP製品 多岐に渡る複雑な業務パターンや 個社独自の業務要件への対応力が問われる
中堅L	
中堅M	vs 現行の運用 (Excel・単一機能汎用型システムの乱立) クライアントのIT予算が限られている中での ERP導入による全体最適化のメリットが問われる
中堅S	
中小	

ZACが選ばれる理由

1. クライアントの業務フローにフィット

直近では9割以上の顧客がカスタマイズ開発なしにZACを導入。パラメータ設計により標準機能で多くの業務要件を充足、特殊要件にはZAC Enterpriseで柔軟に対応。

2. 業務効率の改善と、理想の経営管理を同時に実現

従来Excelや複数のシステムに分散していたデータの集計・加工を不要にし、売上着地予測やプロジェクト損益をタイムリーに可視化。経営判断の早期化により、業績改善や赤字案件の予防が可能に。中小型案件では人件費換算で約1人月のZAC利用料でこれらのメリットを享受できる。

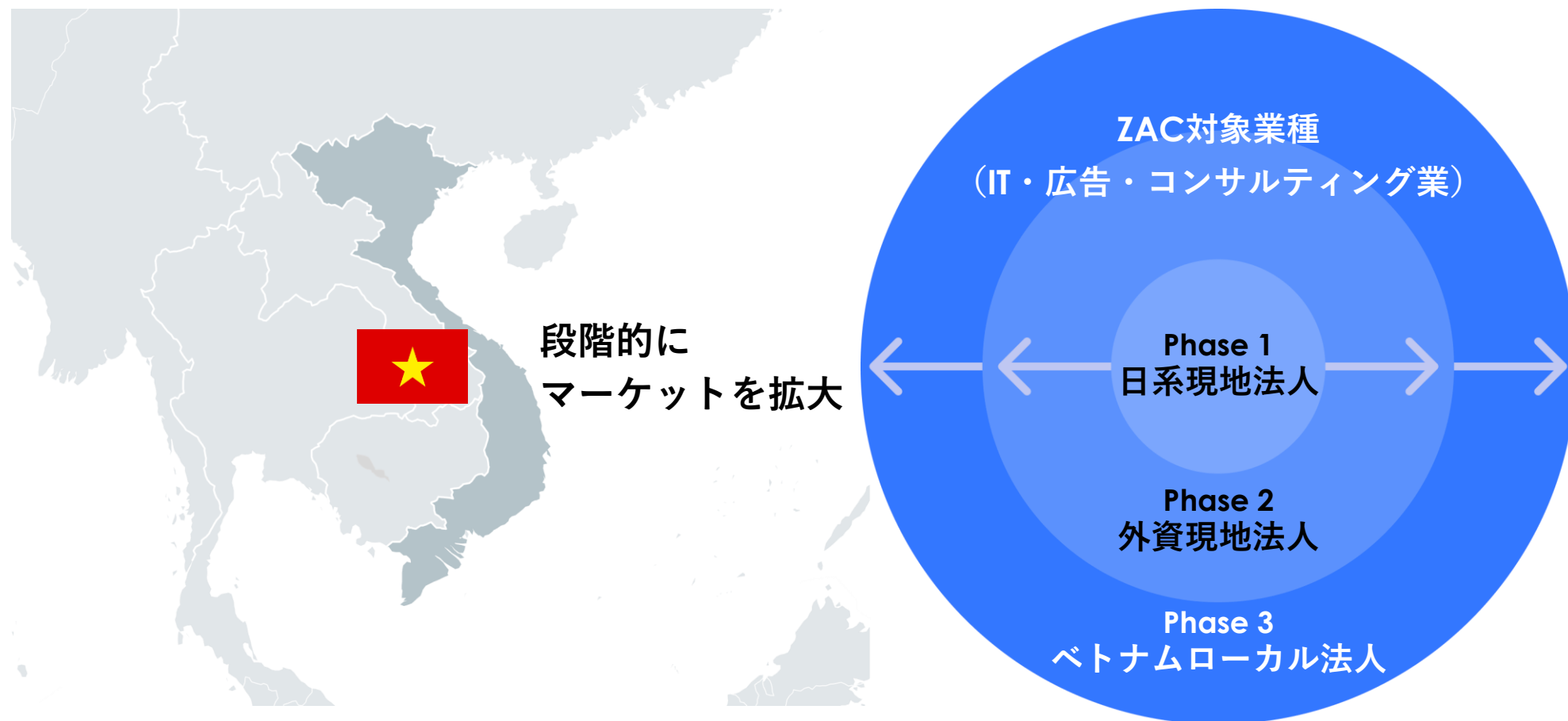
3. 上場企業レベルの内部統制を担保、法改正にも対応

Excelや内製システムでは構築が難しい内部統制と、継続的な法改正対応をアウトソース可能。上場準備企業が監査法人から「ZACを使っているなら大丈夫」と言われるほどZACは高い信頼性を持つ。

さらなるマーケット拡大に向けて、ベトナムでの販売を開始

既に日系ベトナム現地法人から受注を獲得、ZAC導入が進行中。2026年は着実なPMFに注力

ベトナムのターゲット企業数は約24,000社と推定しており、中長期ではベトナムローカル法人への提供を目標としつつ、まずはZAC対象業種の日系法人（約500～700社）への提案に注力します。初年度は数社のZAC導入を確実に成功させながら、現地企業のニーズを収集し、その先の成長に向けて製品力・提案力を高めていきます。



自社製品: 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
- ・シャドーITを高精度に可視化し、不要ツールの削減を実現

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

自社製品: 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

自社製品: システム間連携プラットフォーム Synqlet (シンクレット)

ノーコードツールでは対応が難しい複雑なシステム間連携を、コーディングによって実現するプラットフォームです。個別開発の強みである柔軟性と、共通基盤が持つ開発・運用のしやすさが両立しており、さらに生成AIによるコーディング支援によって連携プログラムを高速に開発できます。



- ・ ツールのみ利用も、オロへの連携プログラム開発・保守委託も可能
- ・ ログ・バージョン管理機能で、連携の実行状況や変更履歴を追跡
- ・ ZACとのAPI連携用コードを標準機能として順次展開予定

解決できる課題

導入前の課題

- 既存の連携ツールでは、個社独自の業務フローに合わせた細かな条件分岐・複雑なデータ加工を実装しきれない
- セキュアな連携環境を用意したいが、設定・権限・ネットワーク構築が煩雑であり、実行環境を維持する負荷も大きい

導入後の効果

- コーディングにより複雑な連携・加工を柔軟に実装可能、連携処理をフローとして視覚化することで、保守性も両立
- セキュアな実行環境と認証機能を共通基盤として提供し、自前での連携環境の構築・運用負荷を軽減

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」*1の提案を通じたMRRの最大化に取り組んでおります。

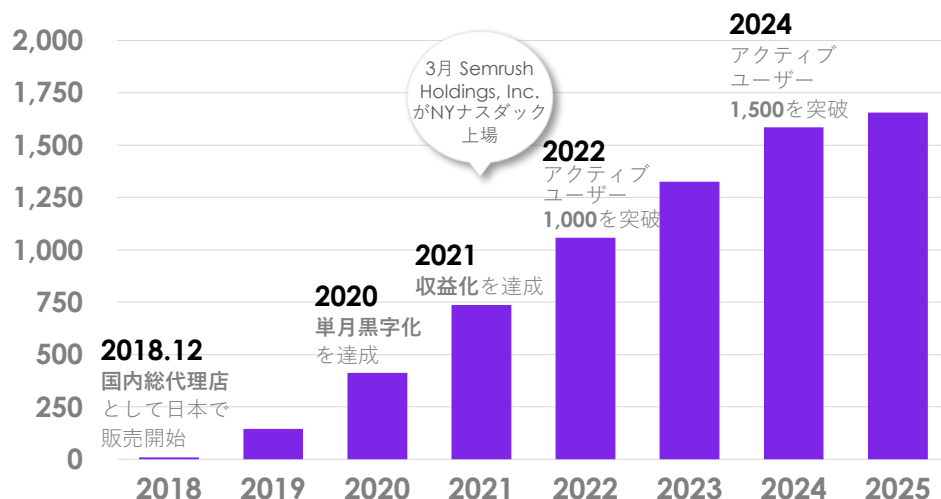


世界で1,000万人以上が利用する*3

SEO・AIO*4・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)*2



2026年の目標

2026年はEnterpriseユーザーを増やし、
事業基盤の強化を目指す

施策

Semrush
Enterprise
の導入と拡充

リード獲得のための
マーケティング
チャネルの拡充

高MRR
ユーザー
の維持・拡大

その他 ▶ Semrushに次ぐ海外製ツールの拡充に向けて準備中

*1 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

*2 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 *3 トライアルを含むのベユーザー数

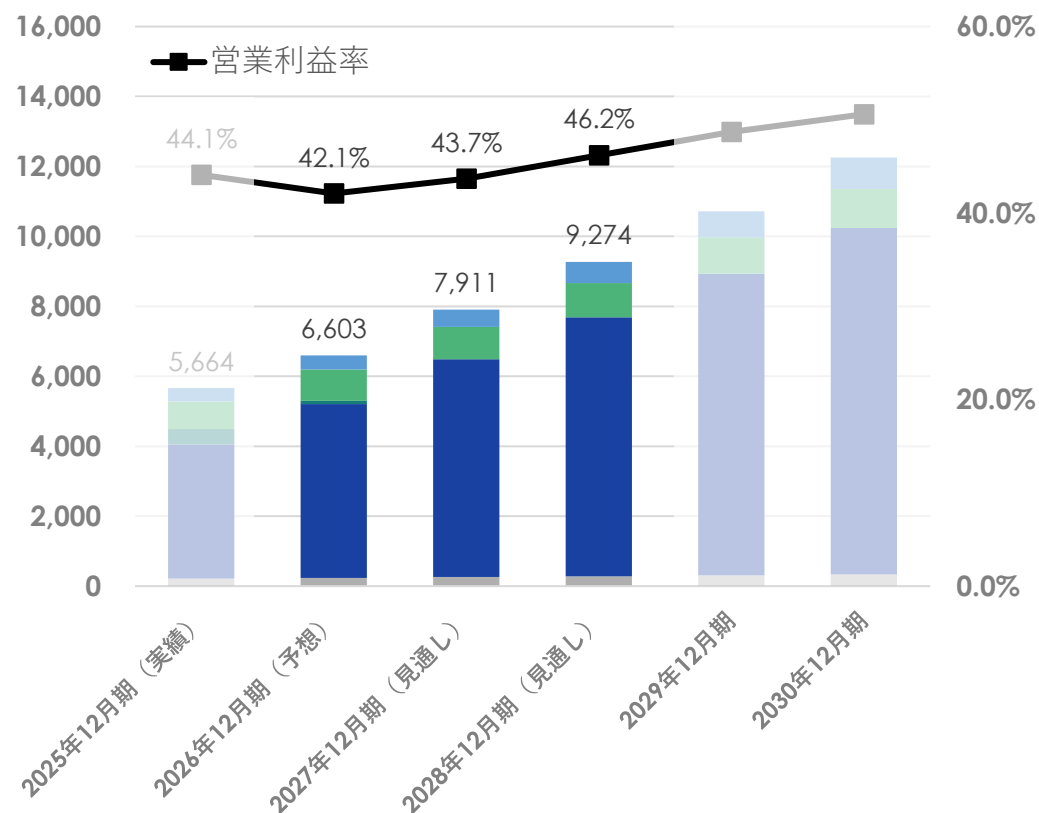
*4 AIOは、Googleの「AIによる概要 (AI Overviews)」やChatGPTなどの生成AI検索エンジンにおいて、自社サイトが情報源として引用・推奨されるための最適化手法です。

*5 2026年4月28日、Adobe Inc. によるSemrush Holdings, Inc. の買収完了が発表されました。これによる当社事業への影響は現在精査中です。

セグメント別の売上収益・営業利益率推移

小型案件回復の受注トレンドを反映、ZACとの親和性が高い新サービスの開発に向けた投資は継続

(単位：百万円)



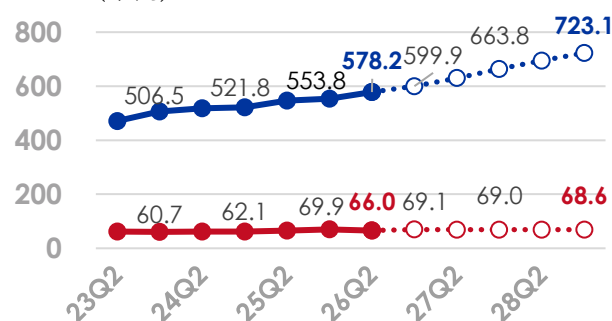
- dxeco, Semrush, 他社製品 他**
dxecoの販売に係る収益およびSemrush等の他社製ソフトウェアの代理人としての販売に係る収益等
- ZAC 導入支援・カスタマイズ**
ZACに関する導入支援業務および導入時に必要な追加開発に係る収益
- ZAC ライセンス料 (買取型契約)**
ZACにソフトウェアライセンスの販売に係る収益
買取型契約の廃止に伴って徐々に減少し、2027年以降は発生しない見込み
- 保守料・SaaSその他月額サービス料**
システム保守、クラウド環境提供及びSaaS型契約の月額サービス料に係る収益
買取型契約の廃止により、2023年1月1日以降に販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

「2028年12月期 業績見通しにおけるKPI設定」 に対する進捗

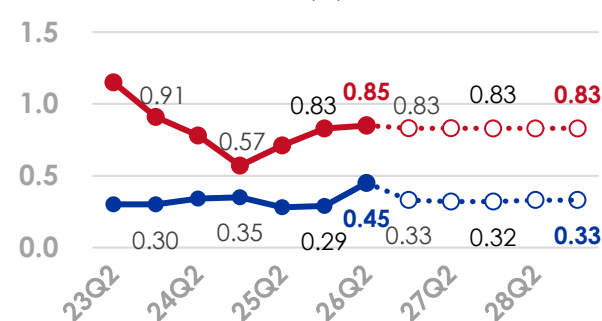
2026年6月末時点の実績および業績予想・業績見通しの計画前提

(青: ZAC, ZAC Enterprise 赤: Reforma PSA 実線: 実績値 点線: 予想および見通し)

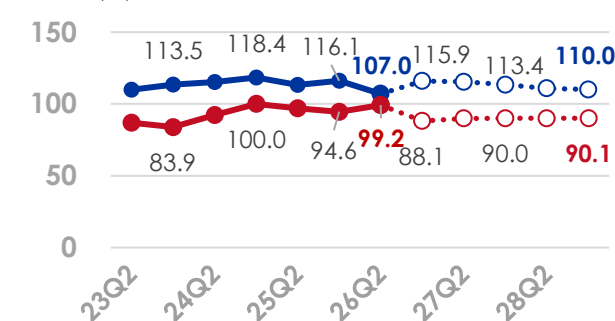
ARPA (千円) *



Customer Churn Rate (%) **



NRR (%) ***



ZAC・ZAC Enterprise

ARPAは、顧客構成の変化（大型案件の獲得進展および中小型案件の獲得遅れ）によって上昇しております。

Customer Churn Rateは、当期Q1のグループ企業同時解約（計12社）により一時的に上昇しており、2026年12月末も当初計画を上回る見込みです。

NRRは、上記の解約等の影響を受けて一時的に低下したものの、引き続き100%を上回る水準で推移しています。

Reforma PSA

Customer Churn Rateは年度によってバラツキがあるものの、0.83%を過去数年の平均に近い値として設定しており、概ね同水準で着地しております。

* 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。

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

大手企業の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。

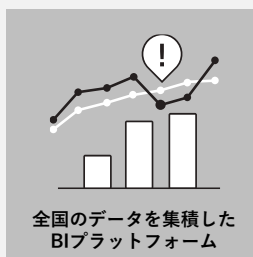
メーカー側で販売会社の広告配信結果を集約しにくい

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



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。

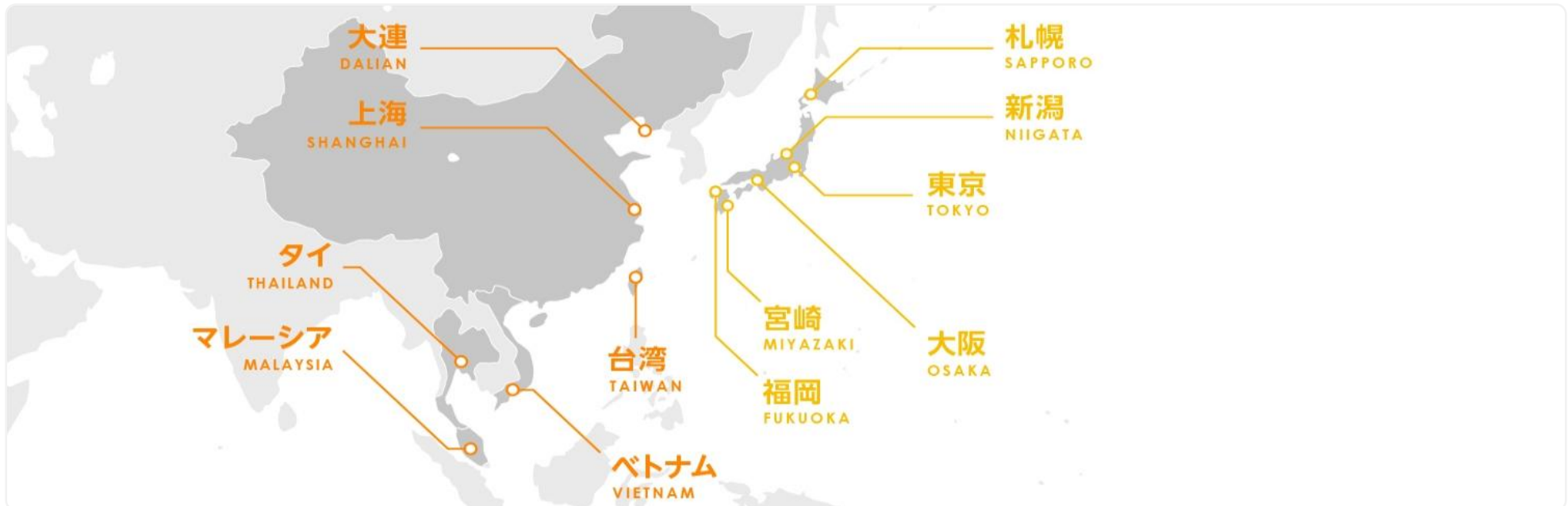
WEBサイトのデザイン・実装をオロが担当

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

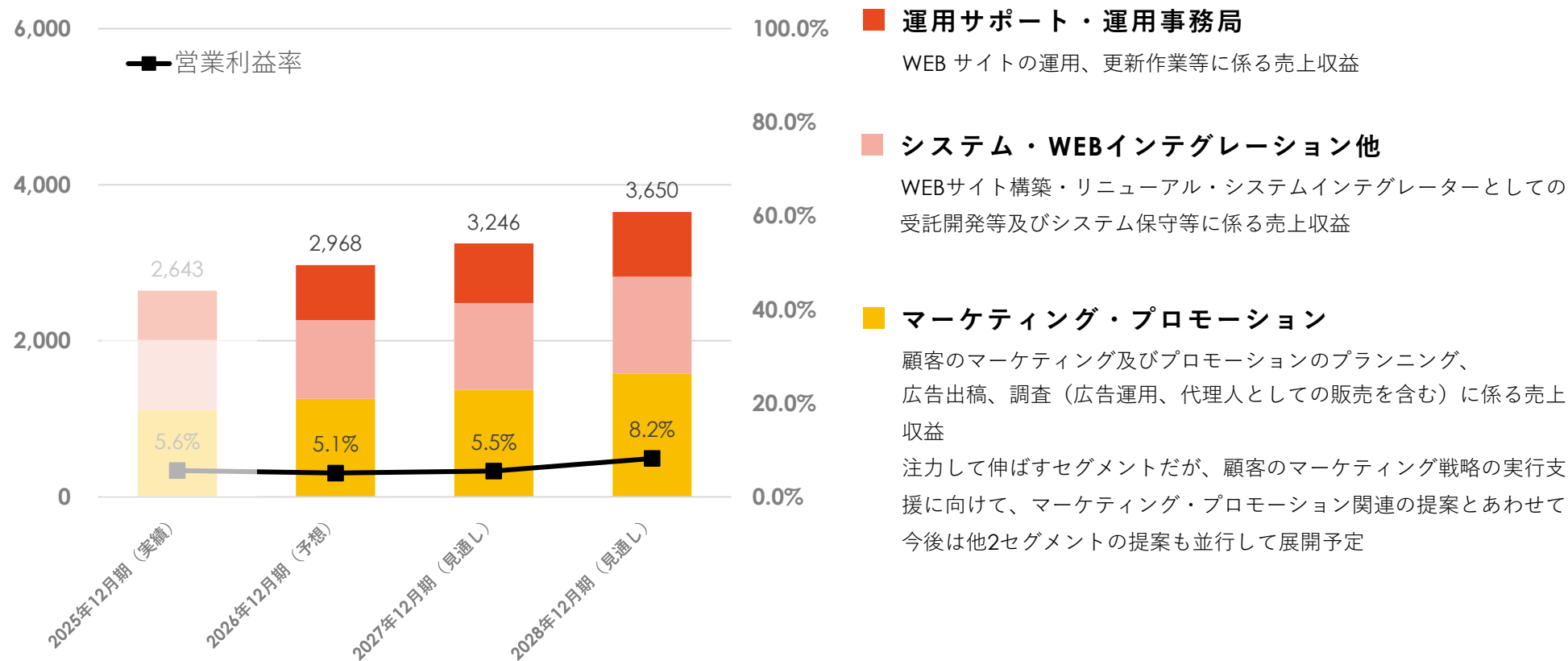
制作体制の強化

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

セグメント別の売上収益・営業利益率推移

依然として先行きは不透明だが、状況改善に向けて、新体制の下で既存顧客との取引深耕に努める

(単位：百万円)

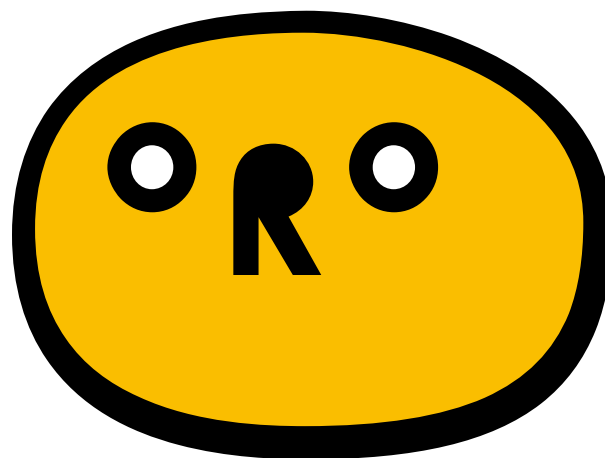


会社概要



03

経営理念

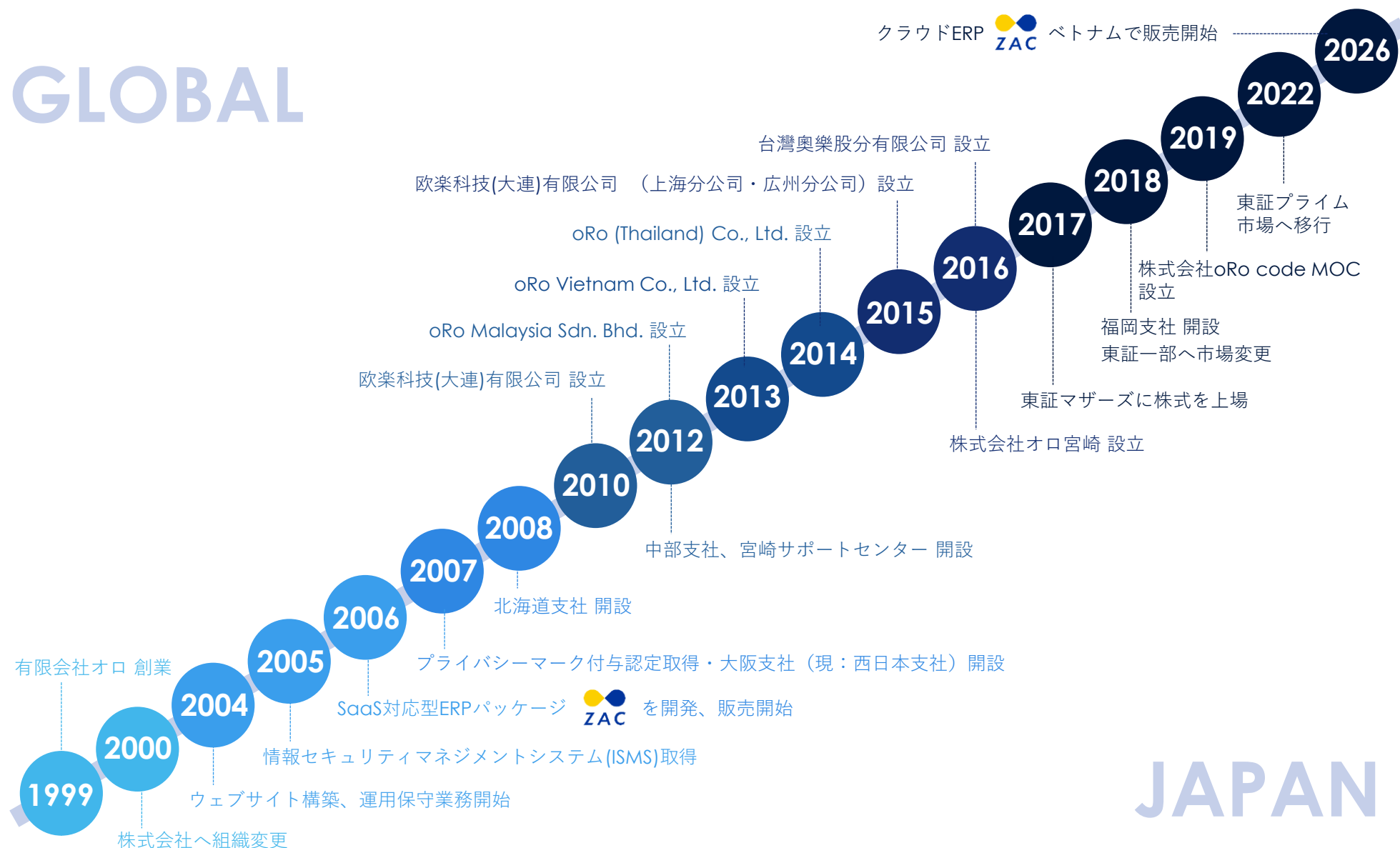


社員全員が世界に誇れる物（組織・製品・サービス）を創造し、
より多くの人々（同僚・家族・取引先・株主・社会）に対して
より多くの「幸せ・喜び」を提供する企業となる。
そのための努力を通じて社員全員の自己実現を達成する。

沿革

GLOBAL

クラウドERP  ベトナムで販売開始



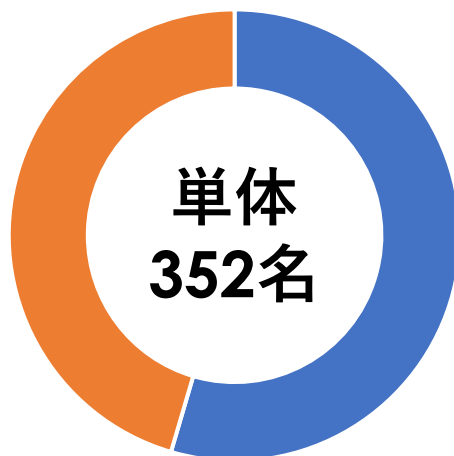
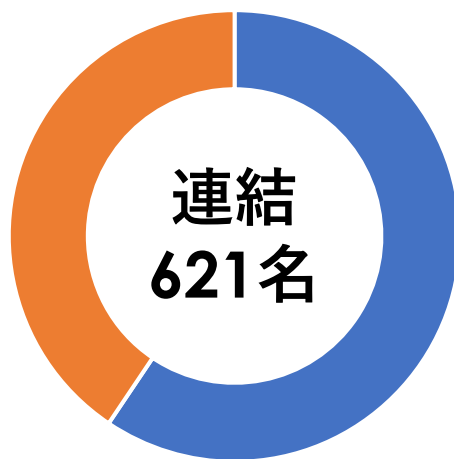
JAPAN

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

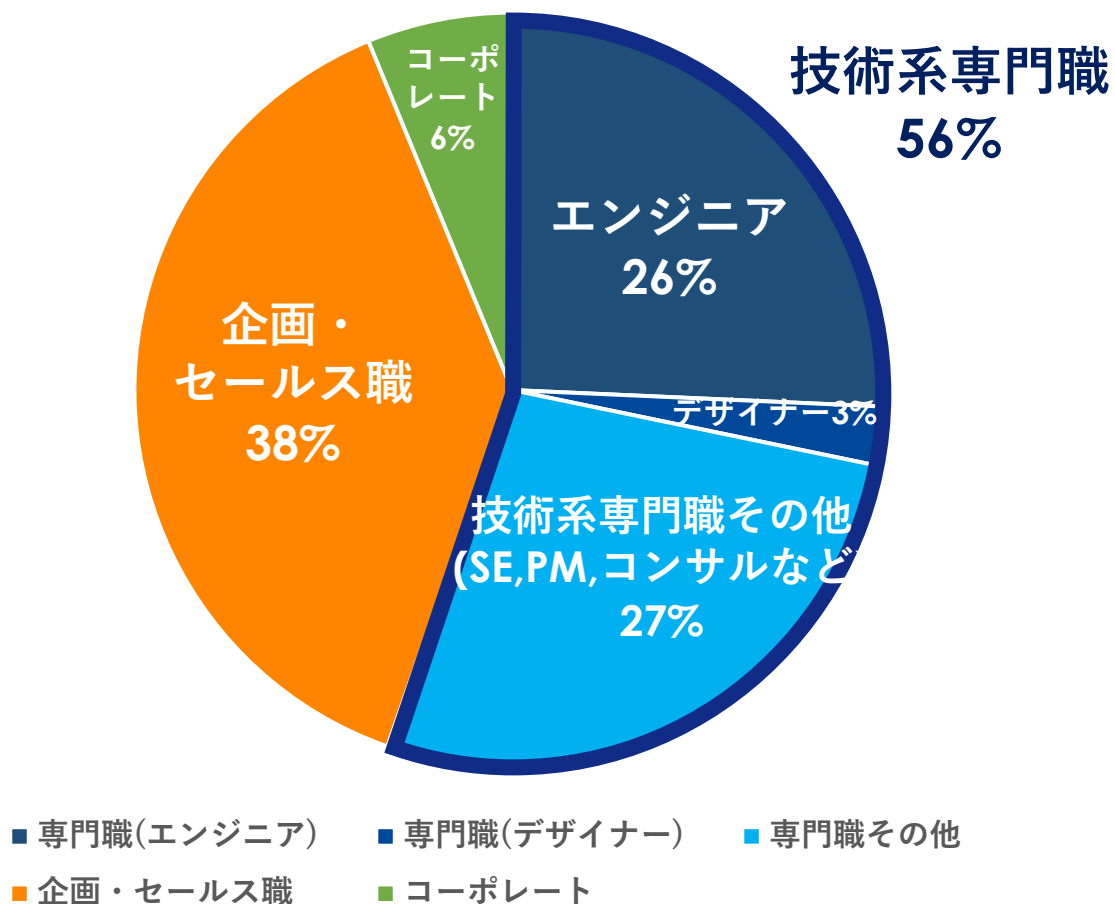
製販比率

■ 製造 ■ 販管



(2026年6月末時点)

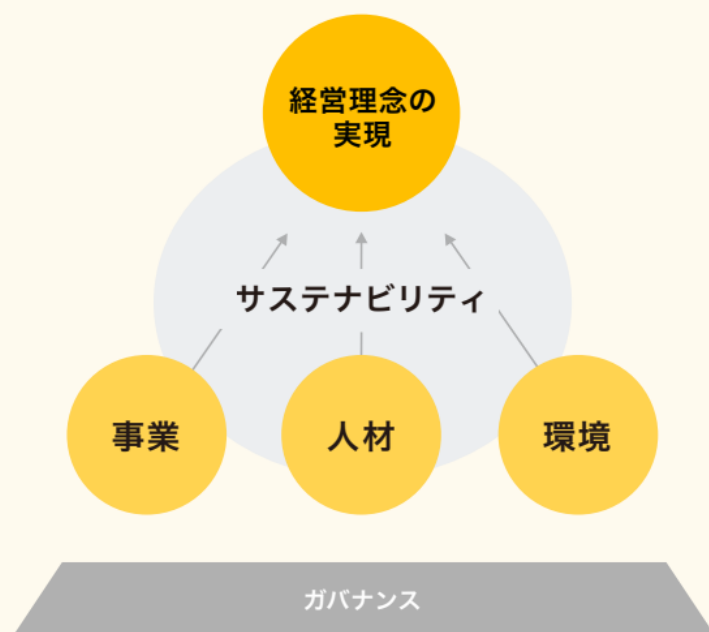
職種比率 (オロ単体)



(2026年6月末時点)

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。

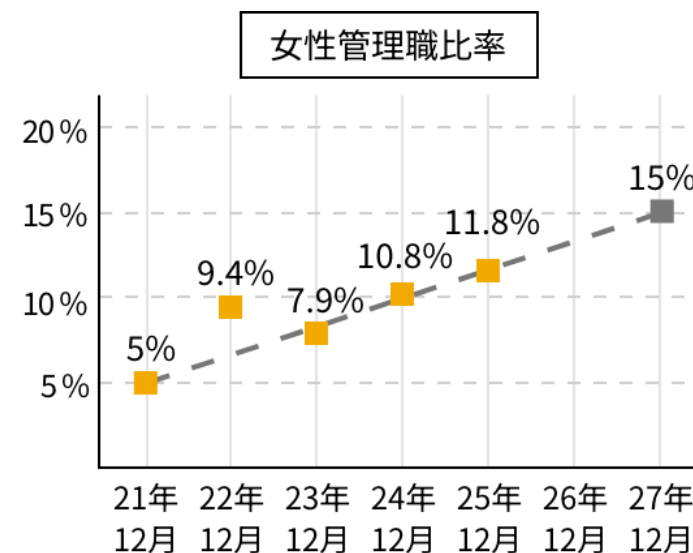
女性管理職比率

2023年2月より、「2027年までに15%」を目標としております。

2025年12月末時点の実績は11.8%となり、概ね計画線通りに推移しております。

2025年8月より「早期復職支援手当（通称: キャリフル）」を施行し、所定の条件を満たした早期復職者に最大で月30万円を支給しております。

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。



サステナビリティの追求に向けた取り組み 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。



*このほか当社および国内子会社は「健康経営優良法人2025」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

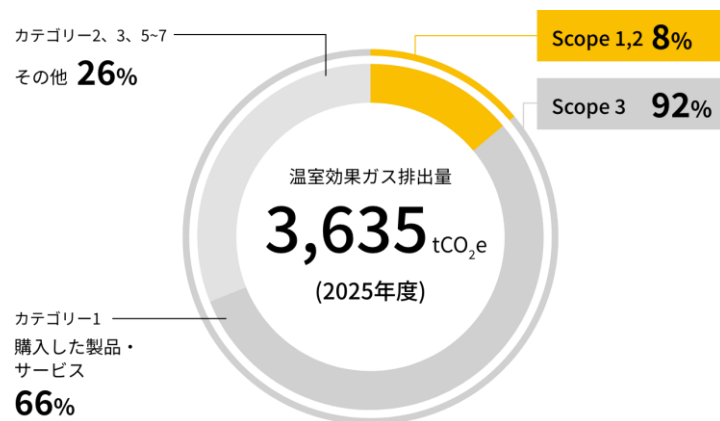
気候変動は、事業活動の成長にも中長期的に影響を与えると考えております。

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、2025年度の温室効果ガス排出量は 3,635 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。



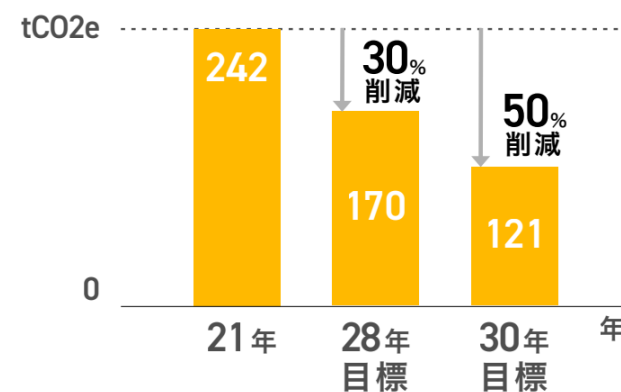
* 2021年を基準年、対象を Scope1, 2 とした目標設定です。

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/>

温室効果ガス排出量 Scope1,2削減目標



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 ・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 ・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352人／連結621人（2026年6月30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。

