

個人投資家様向け
会社説明会資料

株式会社オロ 証券コード：3983

2023年9月1日



銘柄の特徴: 事業領域

SaaS (ERP)

×

デジタルマーケティング

クラウドソリューション事業

  の開発・提供

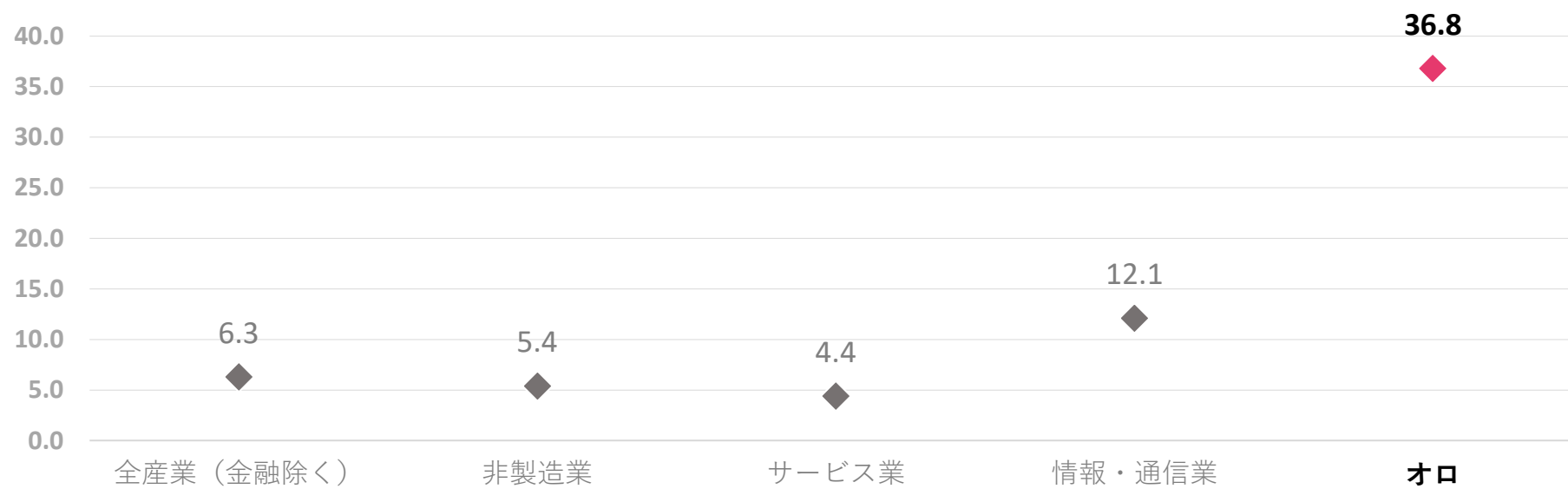
デジタルトランスフォーメーション事業

デジタル戦略立案、デジタル化支援、クリエイティブ

銘柄の特徴: 高い収益性

- **高利益率** 全社営業利益率 **36.8%** (2022年12月期実績)

(単位: %)

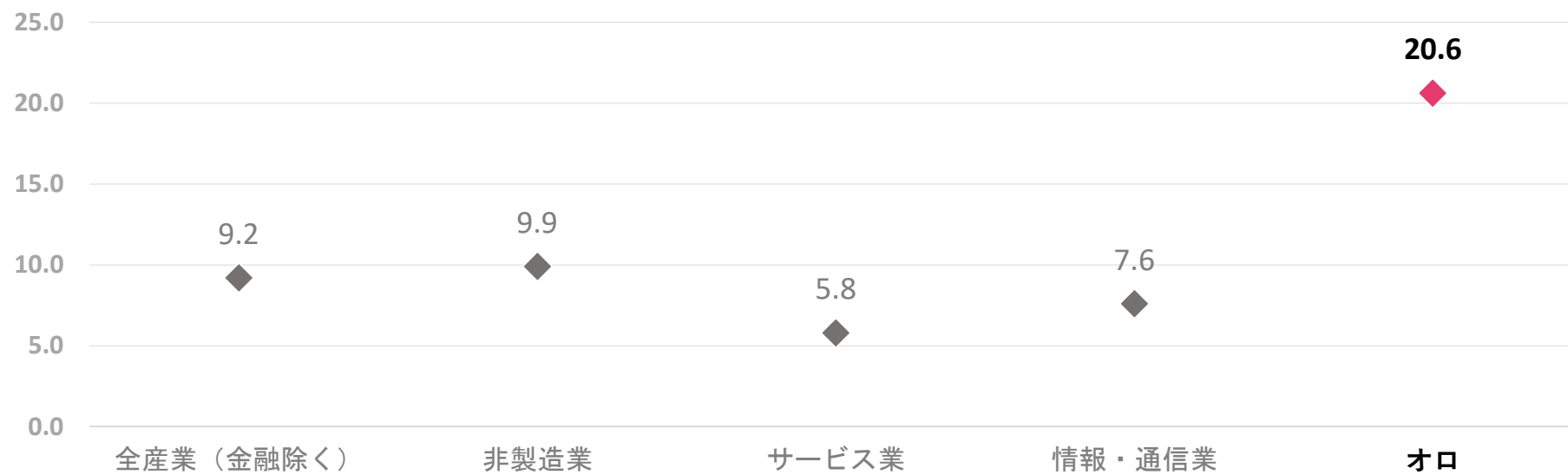


東証プライム上場企業 2022年度平均

銘柄の特徴: 高い収益性

● 高ROE 全社ROE **20.6%** (2022年12月期実績)

(単位: %)



東証プライム上場企業 2022年度平均

今回ご理解いただきたいこと

- **収益性**

なぜ、これだけ営業利益率・ROEが高い事業を展開できているのか？

- **成長性**

今後どのように企業規模を大きくしていくのか？

「売上収益20%増を継続的に達成できる組織」は実現できるのか？

目次

01 会社概要

02 2023年12月期 第2四半期 決算概要

03 事業の状況

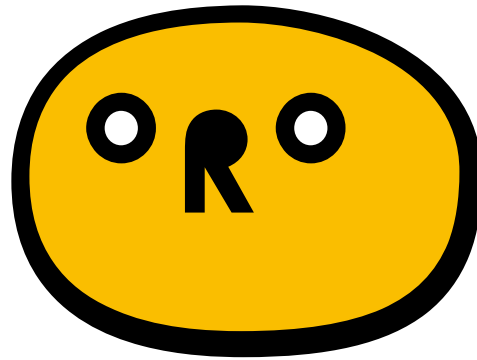
04 事業の成長性

01 会社概要

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」の開発・販売 デジタルトランスフォーメーション事業 ・デジタルを基軸にしたビジネス支援
従業員数	単体284人／連結491人（2023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.

経営理念

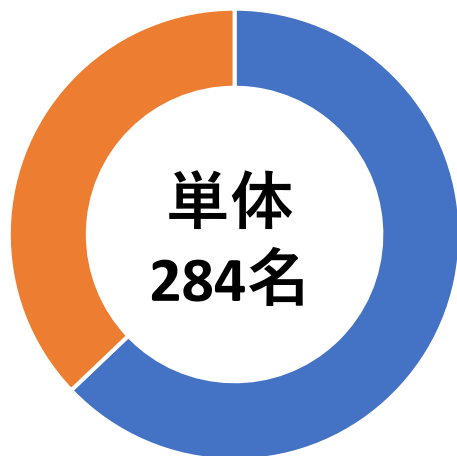
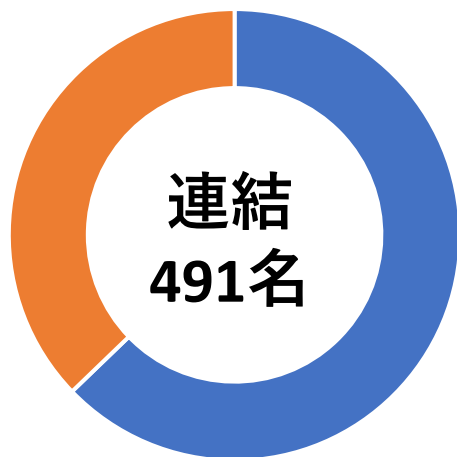


社員全員が世界に誇れる物（組織・製品・サービス）を創造し、
より多くの人々（同僚・家族・取引先・株主・社会）に対して
より多くの「幸せ・喜び」を提供する企業となる。
そのための努力を通じて社員全員の自己実現を達成する。

ものづくり人材を中心とした「組織構成」

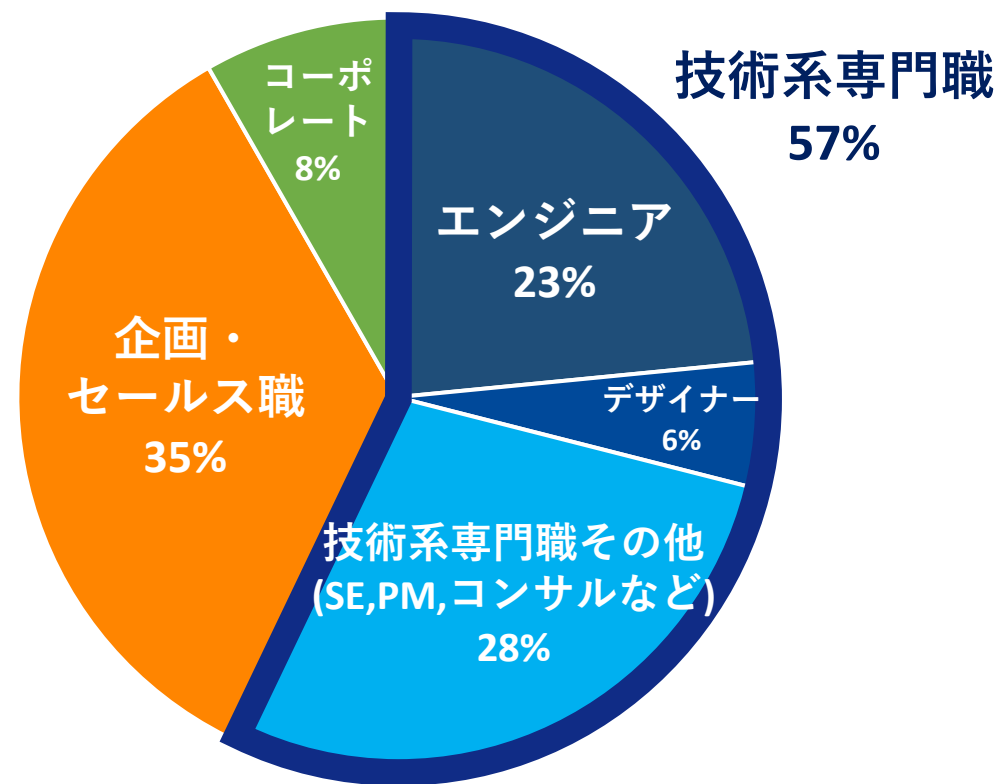
“Technology × Creative”でソリューションを生み出す組織構成

製販比率 ■ 製造 ■ 販管



(2023年6月末時点)

職種比率 (オロ単体)

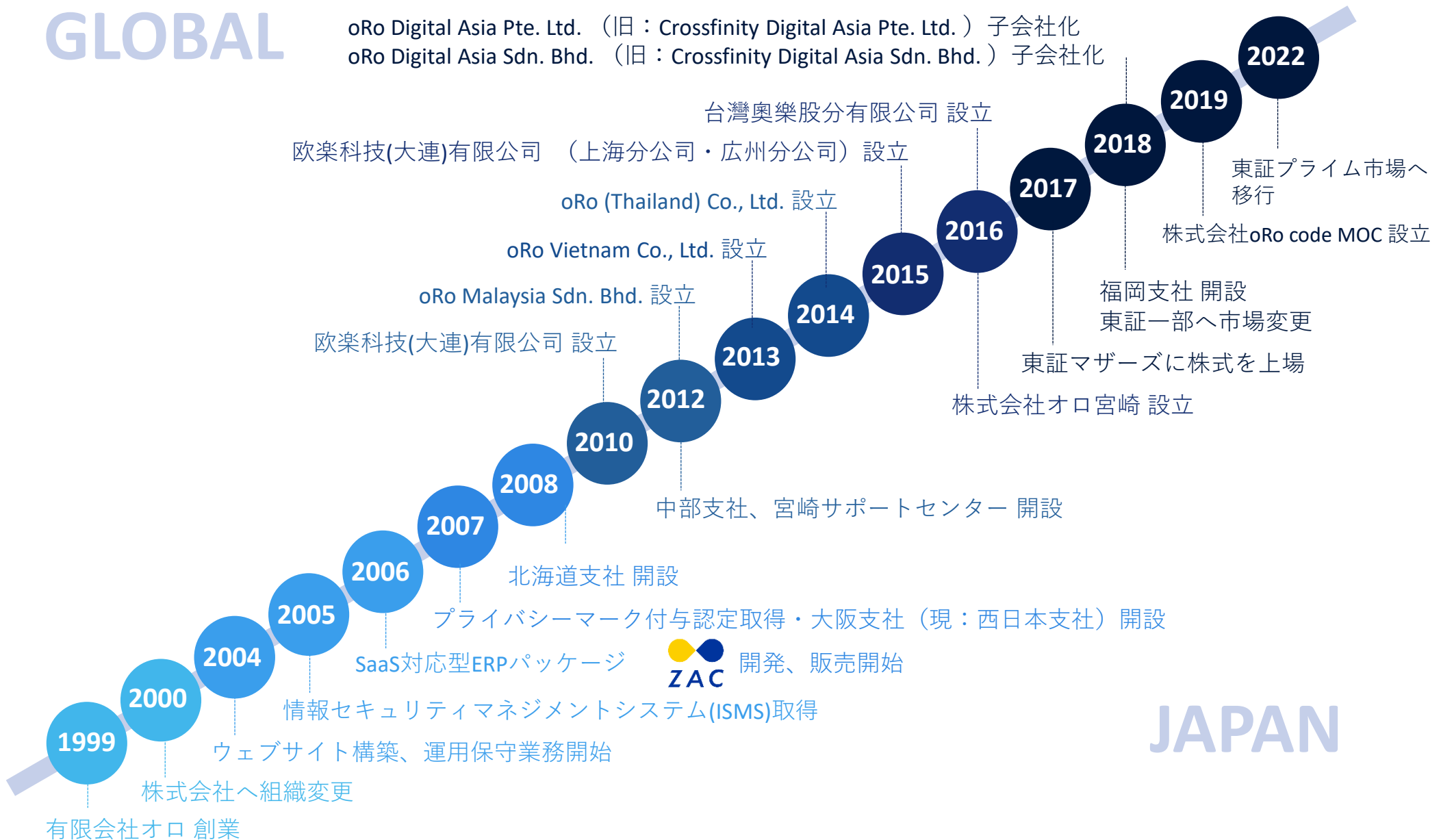


- 専門職(エンジニア)
- 専門職(デザイナー)
- 専門職その他
- 企画・セールス職
- コーポレート

(2023年6月末時点)

沿革

GLOBAL



JAPAN

事業セグメント

クラウドソリューション事業



クラウドERPによる経営管理支援

- 業務オペレーションの効率化
- プロジェクト管理レベルの向上
- 管理会計にもとづく的確な経営判断

デジタルトランスフォーメーション事業

デジタル戦略立案、デジタル化支援、クリエイティブ

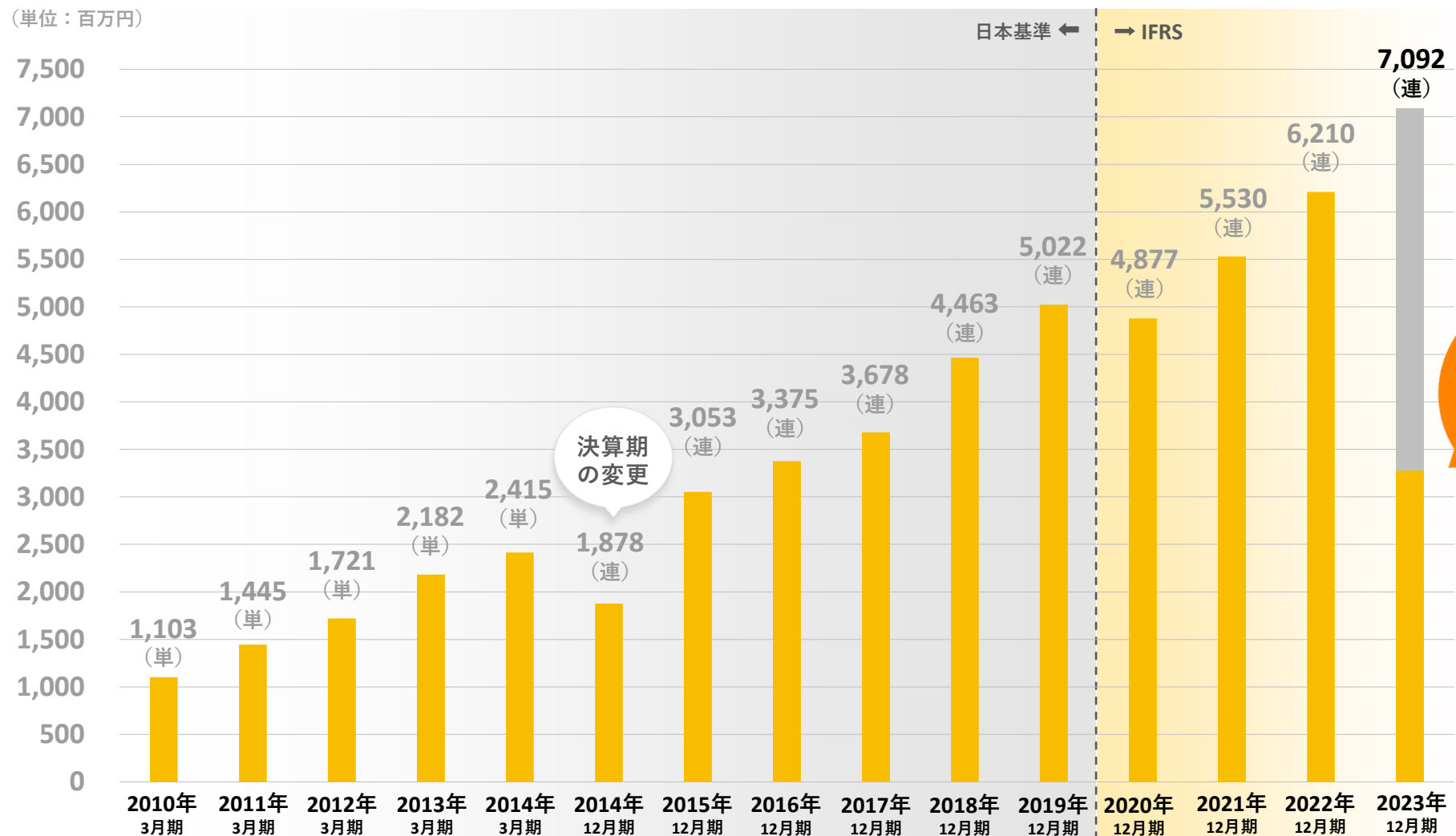
デジタルを基軸にしたビジネス支援

- 企業活動のデジタル戦略立案
- マーケティング活動のデジタル化を促進
- グローバルビジネスを加速

売上収益推移

前年同期比 14.8%増の32.81億円

(単位：百万円)



2Q 進捗率
46.3%

※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、デジタルトランスフォーメーション事業（旧コミュニケーションデザイン事業）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。

02

事業紹介

クラウドソリューション事業

主力製品 クラウドERP「ZAC」

IT・広告・コンサルティング業の経営に求められるデータを1か所に集約し、
「経営の見える化」「データに基づく意思決定」を支えるシステムを提供しています。

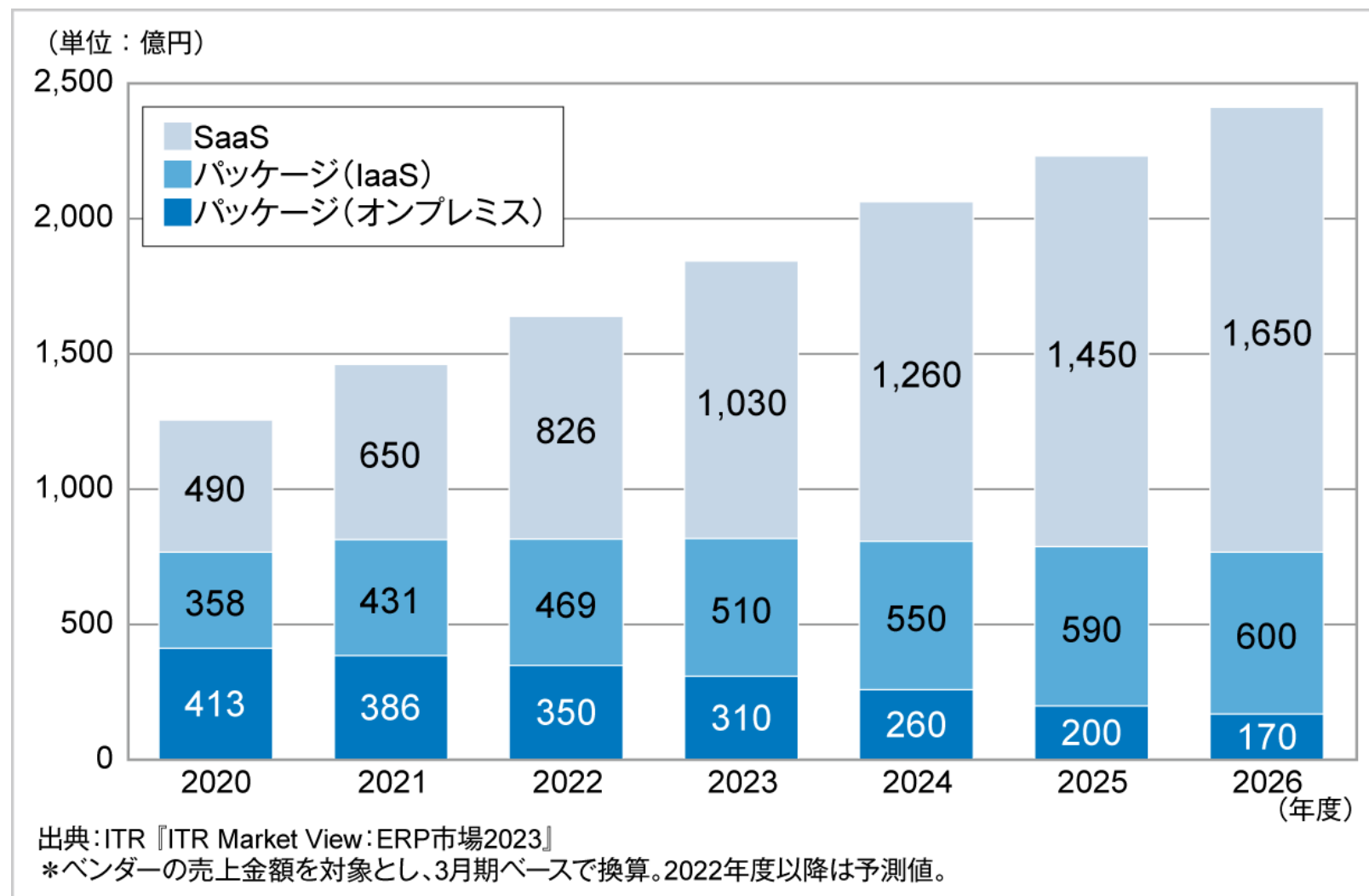


クラウドERP「ZAC」

- 中小企業向け 従業員数50～300名規模の中小企業が主な顧客層
- 業種特化 IT・広告・コンサルティング業に特化
- 柔軟性・拡張性 顧客の希望に短納期で応える「パラメータ設計」
- 継続的進化 大規模システムながら、自動バージョンアップを提供

ERP市場規模の推移および予測

ERP市場の規模はこれまでも拡大基調であり、この先も堅調な伸びが予測されています。
ZACはより高い成長率が見込まれる「■SaaS」に属する製品として展開しております。



2000年代のERP市場（ZACが参入した市場）

従来のERPは数千万～数十億円する、モノ・カネの管理が必要な大企業向けの製品でした。
一方、ZACはヒト・カネの管理が重要な中小企業向けに、数百万円で提供開始しました。

大企業向け

中小企業向け



第二次産業

製造業・建設業など

第三次産業

流通・小売・卸など

第四次産業

IT・広告・
コンサルティング業など

第五次産業

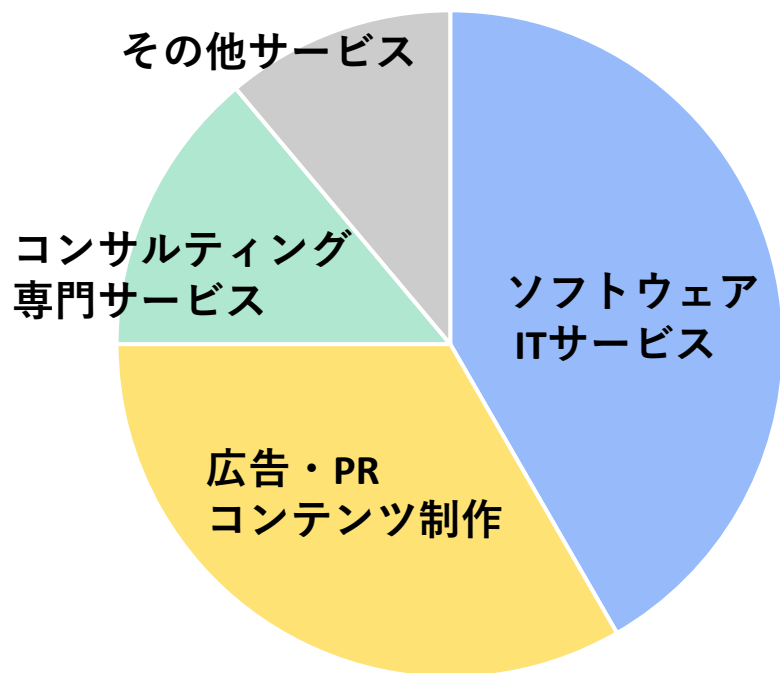
AI・IoTなど

← モノ・カネの管理 → ← ヒト・カネの管理 →

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900社以上に導入されています。

2023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




クラウドソリューション事業 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サービス・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

		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 	<ul style="list-style-type: none"> 海外ERP 	<ul style="list-style-type: none"> 国産ERP 海外ERP 		
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 				
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 				
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

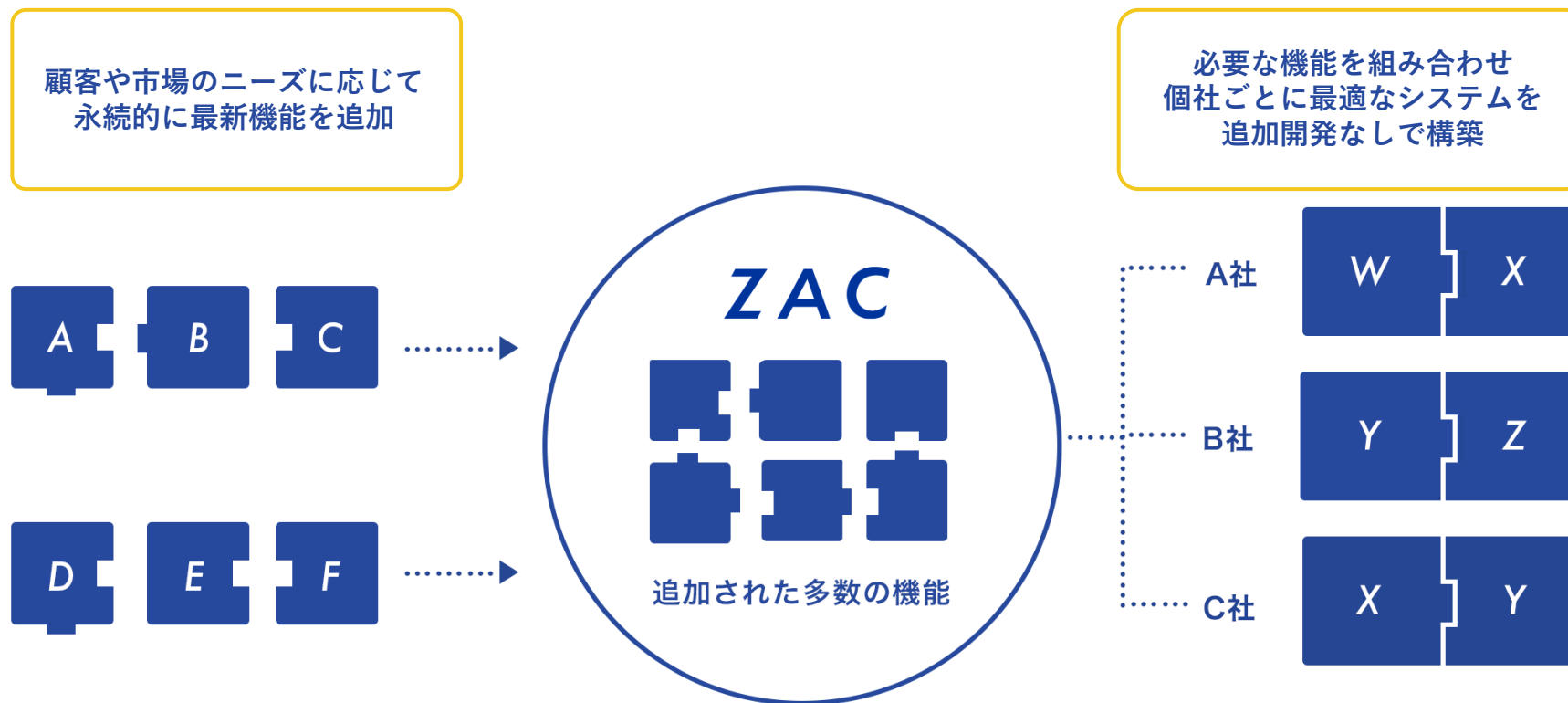
例) プロジェクト別 P/L、サービス別・クライアント別損益、部門別売上・利益予測 (フォーキャスト分析)

クラウドソリューション事業 クラウドERP「ZAC」の機能



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2,000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。

ZAC導入後の2年間、偶発的な赤字プロジェクトがゼロに

大阪府・システム開発業 100名規模の企業様における導入事例

Before

赤字はいきなりやってくる

以前は販売管理と原価管理で別々のシステムを活用。案件別の原価計算は別途Excelで行っていた。Excelでの原価計算には毎月かなりの時間を要しており、**案件別原価のレポートを経営判断に活かさないことが多かった。**

また、登録されずに溜まっていた原価がある月にまとめて入力されることがあり、順調に**黒字推移していたはずの案件**がいきなり赤字になることが多くあった。

After

PJ管理が本来あるべき姿に変化

販売管理、購買管理、勤怠・工数管理がZACに一元化されたことで、「原価計算の自動化」「案件別工数の予実対比」が実現。

導入後半年で月間82時間（11人日）の工数削減に成功。

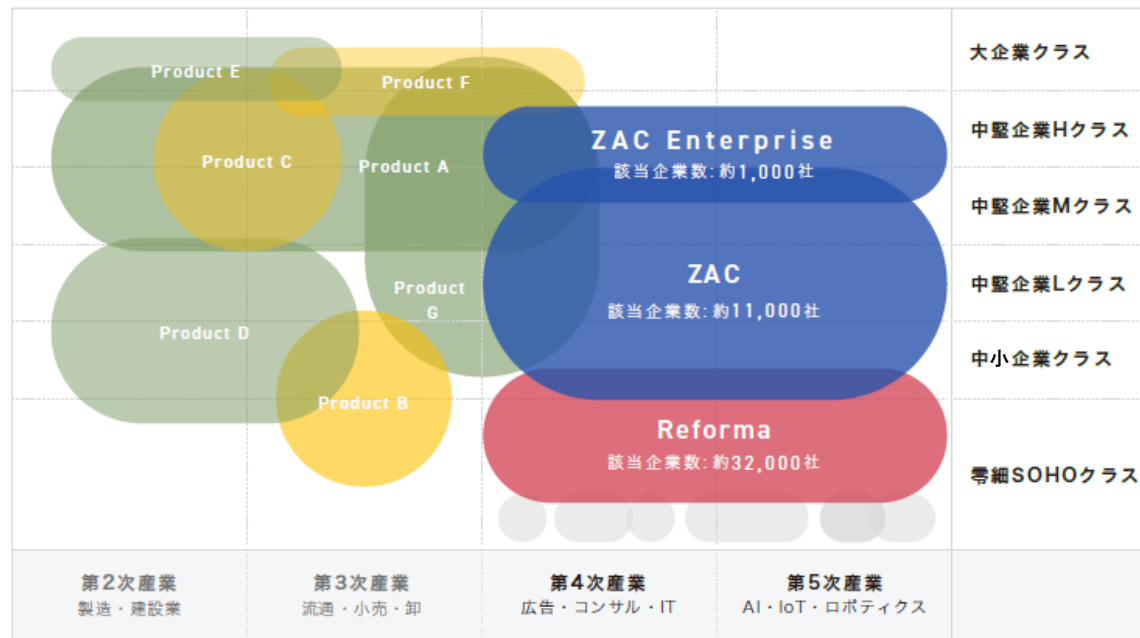
ZACによって原価登録のタイミングに締切が出来たこと、またプロジェクト損益などの経営データを経営者・マネージャーがタイムリーに確認可能になったことで、**ZAC導入後、偶発的な赤字案件の発生がゼロ**に。

「ZAC/Reforma PSA」 国内ターゲット市場規模と中期目標

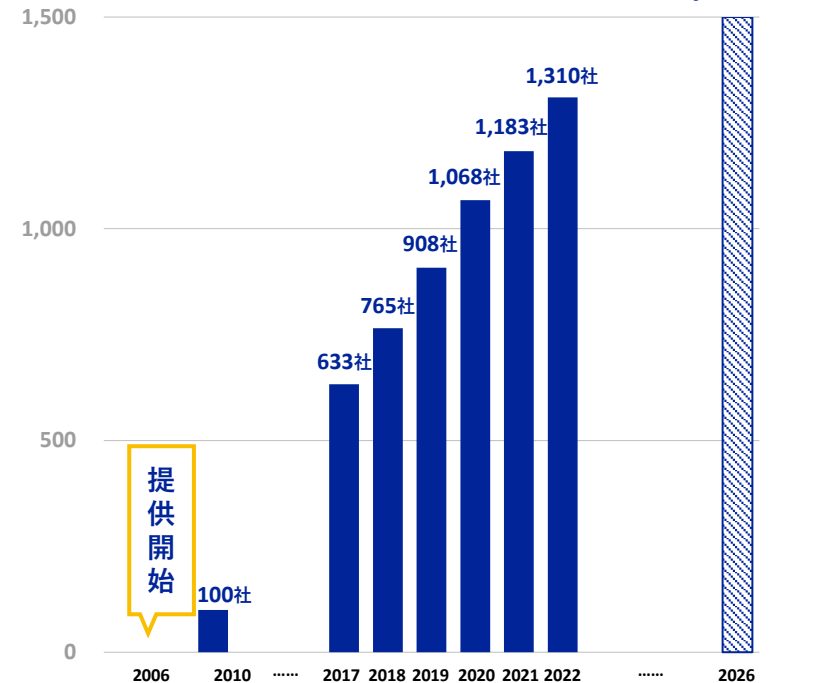
ZAC/Reforma PSAの国内ターゲット企業約44,000社のうち、

2030年までにZAC/Reforma PSA 累計3,000社への確実なシェア向上を目指す

産業別・ターゲット企業規模別 ERPポジショニングマップ



累計導入実績と2026年目標



目標：2026年に1,500社、2030年までに3,000社

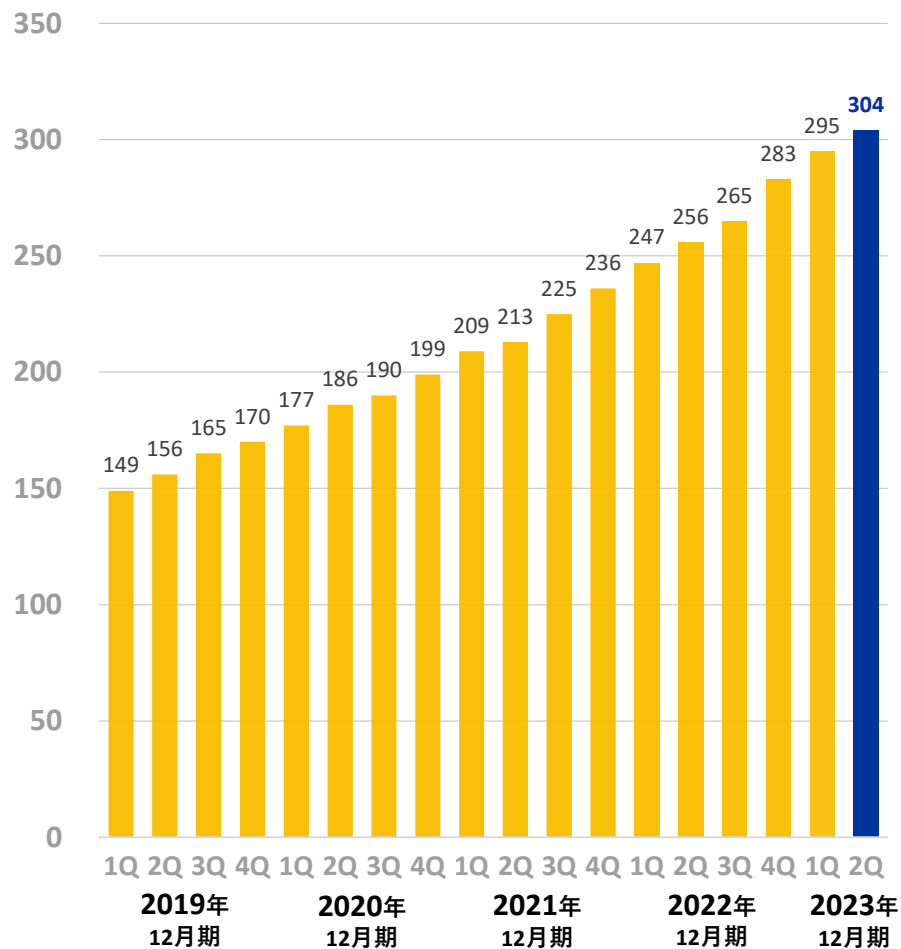
※国内ターゲット企業(44,000社)は、ZAC / Reforma PSAの対象業種であるIT・広告・コンサルティング業を中心とする従業員数1名～2,000名程度の企業です。 2021年度から算出方法をFORCAS(ユーザーベース社)データベースからの抽出に変更しております。
 ※グラフの導入実績は累計の導入社数であり、ZACとReforma PSAの両サービスの実績を足した数字です。

「ZAC」「ZAC Enterprise」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

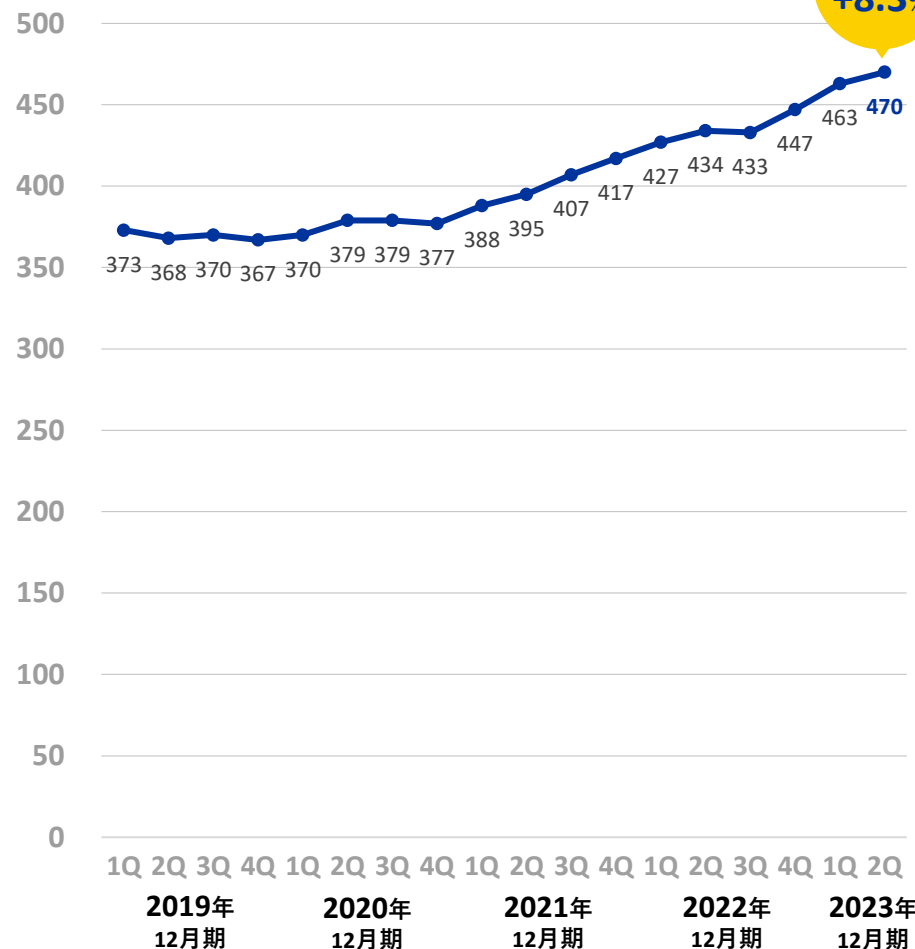
(単位：千ライセンス)



※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

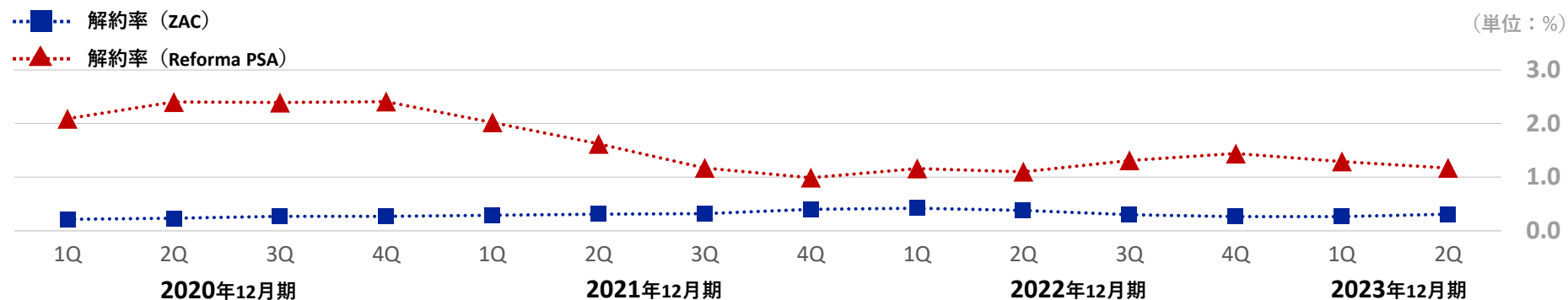
1社あたり契約ライセンス数推移

(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

ZAC/Reforma PSA 月次解約率、契約・解約社数推移



- ・ ZACの月次解約率は安定的に低位で推移。このままの解約率を維持するため、ヘルスコア担当を中心に顧客の運用状況ヒアリングと、利活用促進に向けた運用提案を実行中。
- ・ Reforma PSAの月次解約率は減少傾向。カスタマーサクセス等のフォロー強化施策が機能し解約率を引き下げ。

【ZAC】

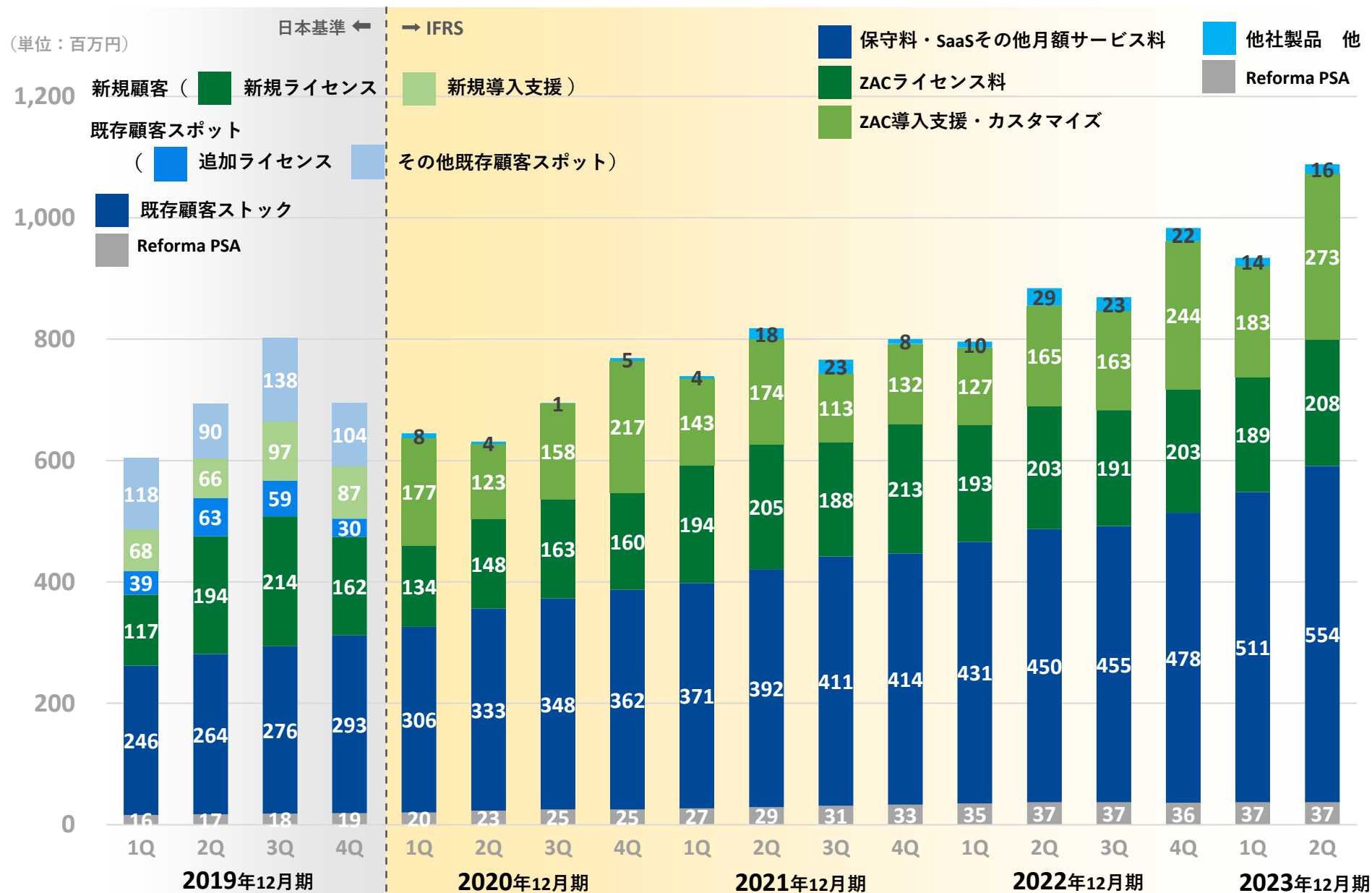
	2020年1Q	2020年2Q	2020年3Q	2020年4Q	2021年1Q	2021年2Q	2021年3Q	2021年4Q	2022年1Q	2022年2Q	2022年3Q	2022年4Q	2023年1Q	2023年2Q
契約社数	22	19	14	34	17	6	21	19	21	15	23	28	13	16
解約社数	4	7	5	11	5	8	7	5	11	3	0	7	9	7

【Reforma PSA】

	2020年1Q	2020年2Q	2020年3Q	2020年4Q	2021年1Q	2021年2Q	2021年3Q	2021年4Q	2022年1Q	2022年2Q	2022年3Q	2022年4Q	2023年1Q	2023年2Q
契約社数	23	18	11	25	10	13	15	10	13	10	9	9	13	10
解約社数	10	10	10	4	6	6	2	7	9	6	8	8	6	4

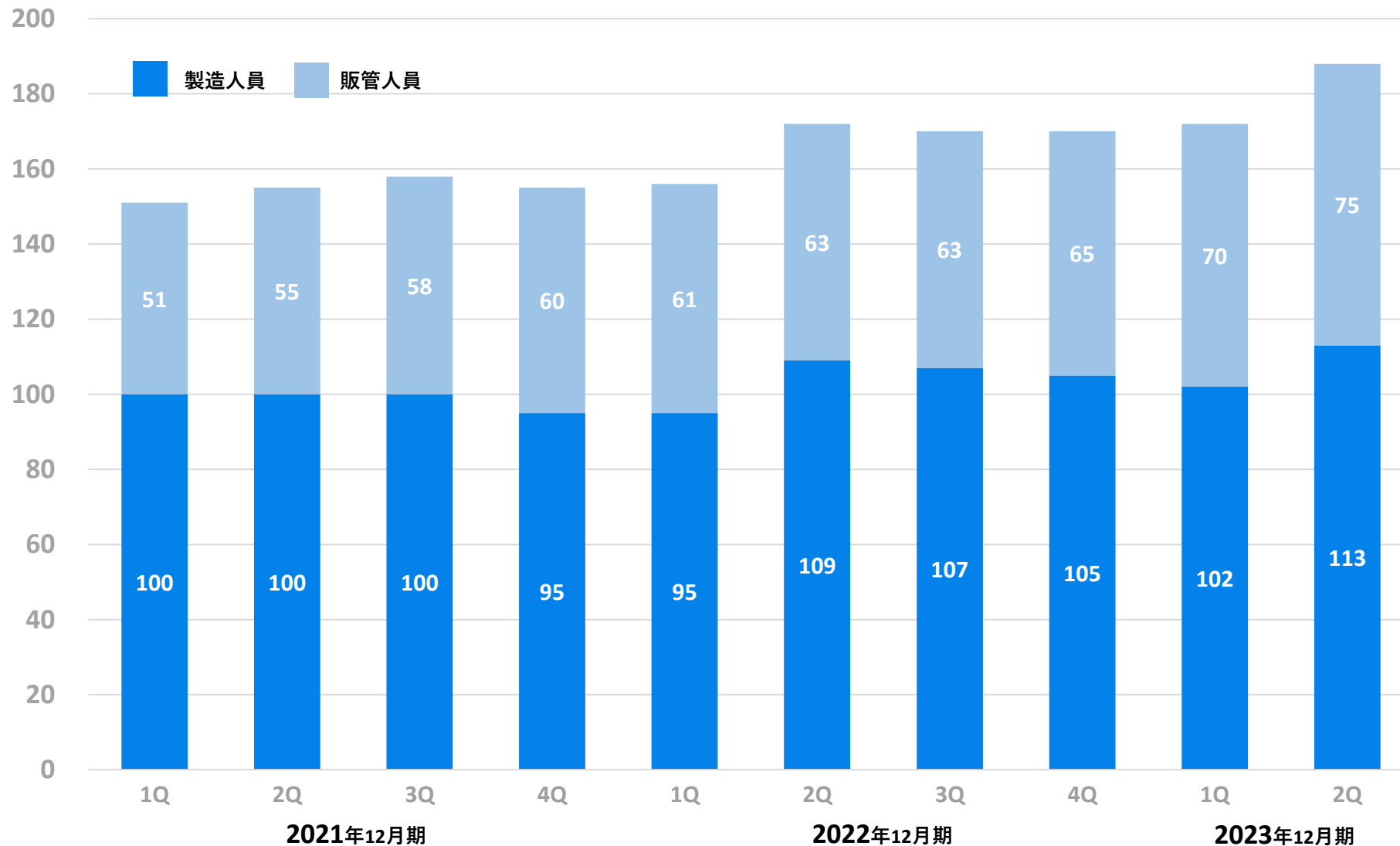
※月次解約率：「月次解約顧客数÷月初顧客数」の直近12カ月移動平均で計算した解約率

クラウドソリューション事業 セグメント別売上構成



クラウドソリューション事業 従業員数の推移（本社および国内子会社2社）

（単位：人）



※2023年12月期第2四半期より、四半期末でなく四半期中平均（小数点第1位を四捨五入）の人員推移を開示しております。

※コーポレート本部および社長室の従業員はグラフに含まれておりません。また国内子会社2社とは、株式会社オロ宮崎、株式会社oRo code MOCの2社を指します。

02

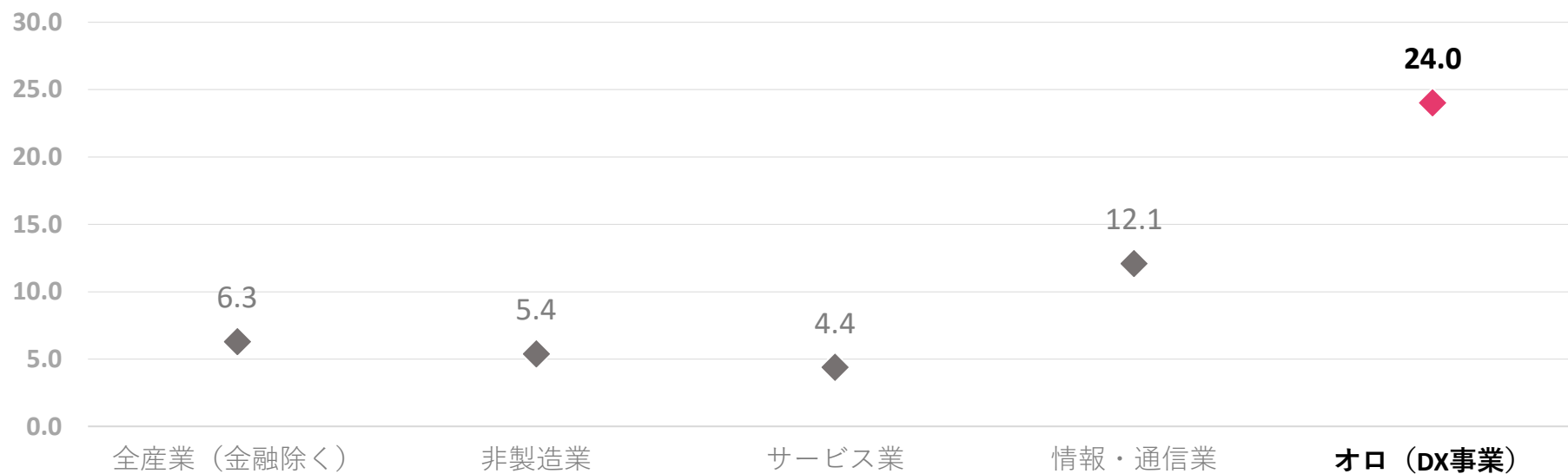
事業紹介

デジタルトランスフォーメーション事業

競争が激しい事業環境で、20%前後の営業利益率を維持

営業利益率の比較 — オロ・DX事業と東証プライム上場企業の平均（2022年度）

（単位：％）



東証プライム上場企業 2022年度平均

主要顧客は「イオングループ」「日産自動車グループ」



- 全国にある店舗のWebサイト制作・運用
- 店舗密着型の、地域特性にあわせたデジタルマーケティングの企画・実施
- 全国での統一的なデジタルマーケティングの企画・実施



- 全国にある販売店のWebサイト制作・運用
- 販売店密着型の、地域特性にあわせたデジタルマーケティングの企画・実施
- 全国での統一的なデジタルマーケティングの企画・実施

全国展開された実店舗への集客ニーズがあり、
アナログな集客手段（CM、折込チラシetc）だけでなく、
デジタルの集客手段も必要としている大手企業への提案に強み

→ 地域・店舗にあわせた「密着型」の「幅広い提案能力」が独自性

クライアントにとって「なくてはならないパートナー」に

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、代理店としての販売を含む)

「顧客の獲得」に関する広告の出稿・運用を得意としている

システム・WEB
インテグレーション
他

Webサイト構築・リニューアルおよび
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
Semrush等海外製ツールの販売に係る売上収益を含む

広告の費用対効果を測定するシステムや接客用ツールの開発・提供、
店舗ごとのWebサイト制作・改修を手掛ける

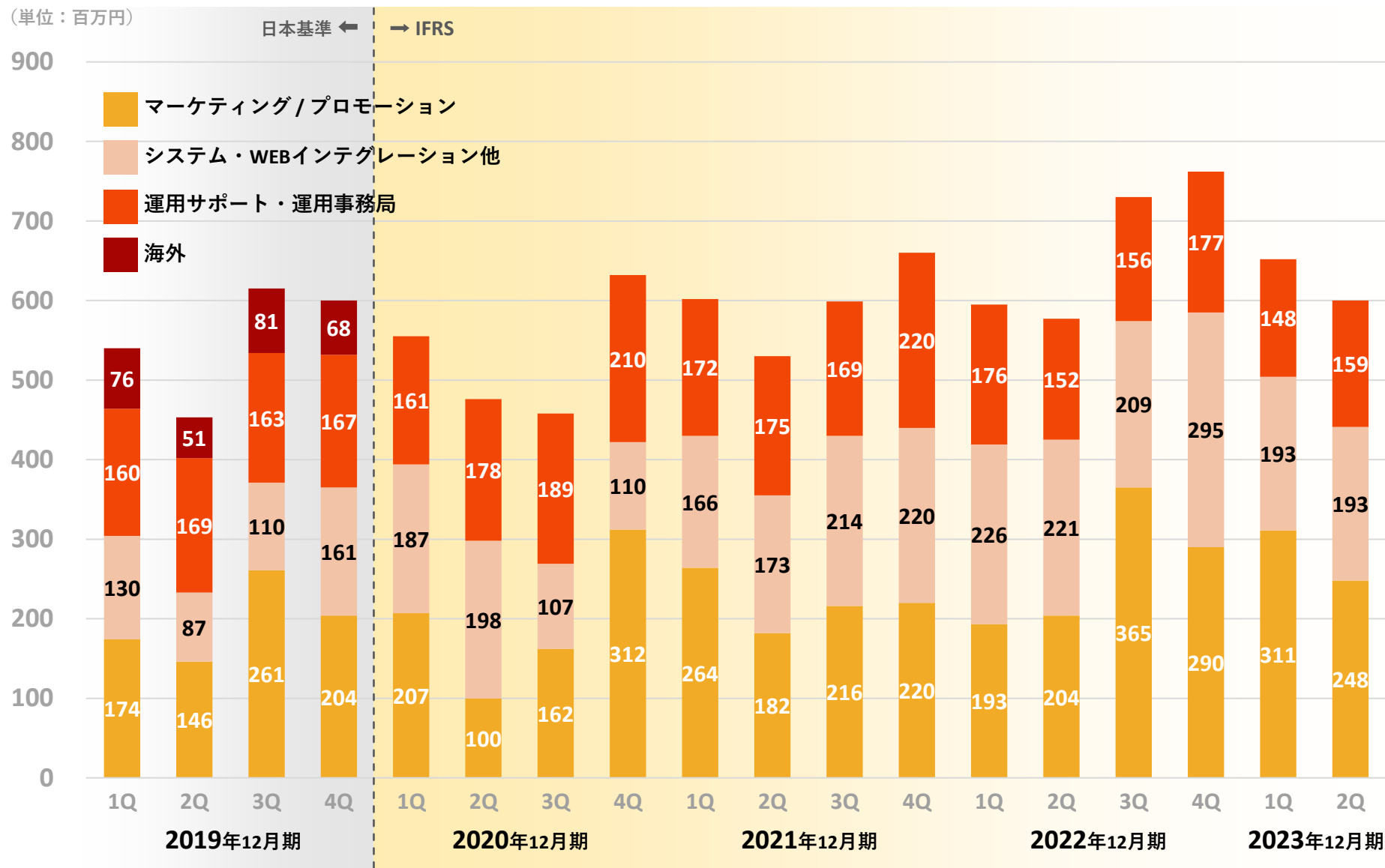
運用サポート・
運用事務局

Webサイトの運用、更新作業等

Webサイトの掲載内容の更新や、広告の差し替えといった
日常的な業務を代行し、円滑で安定的な業務遂行をサポート

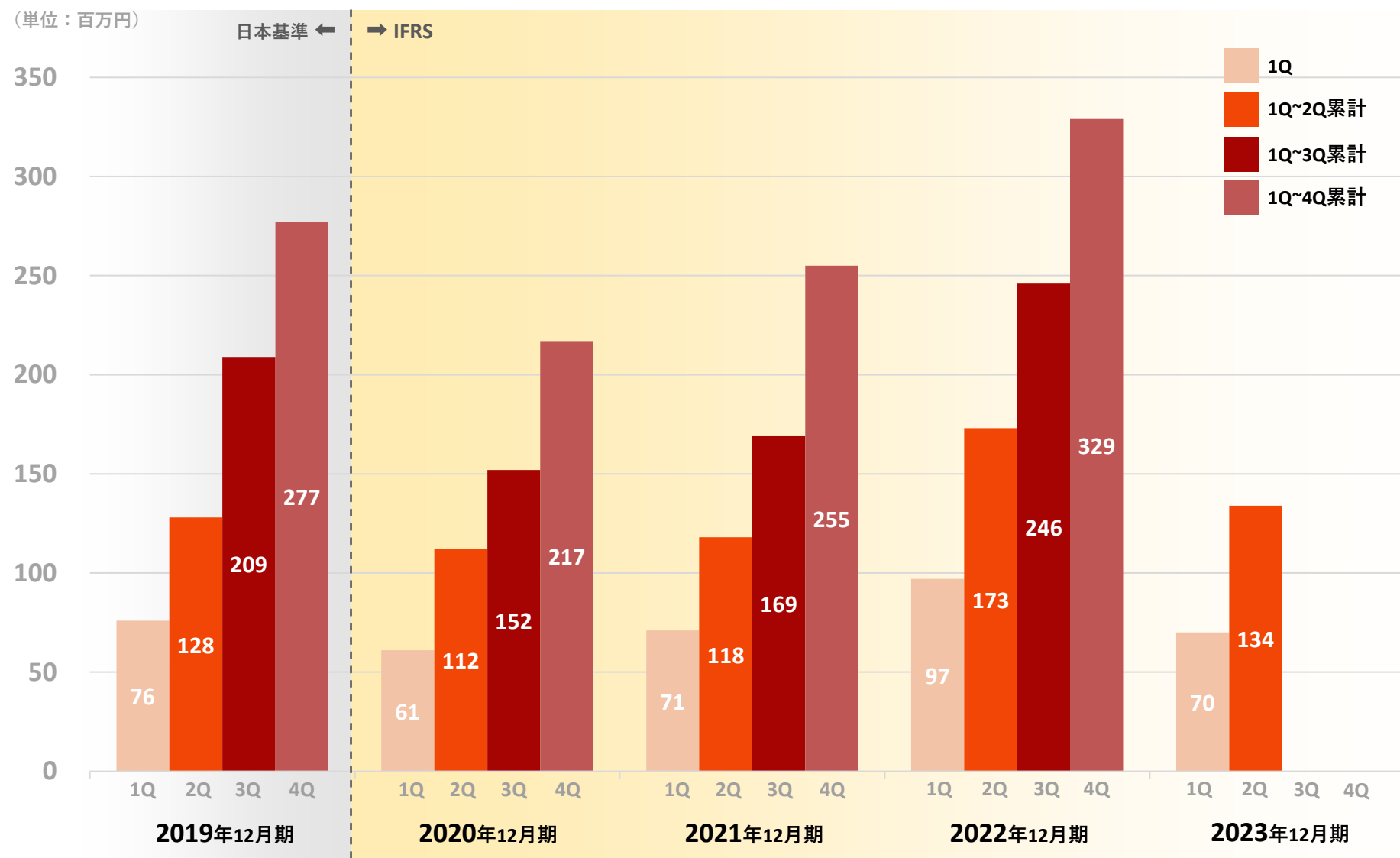
→ 単なるWeb広告会社・Web制作会社に留まらないことで、
デジタルの力で顧客のビジネスを成長させることに強みを持つ

デジタルトランスフォーメーション事業 セグメント別売上構成



※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。

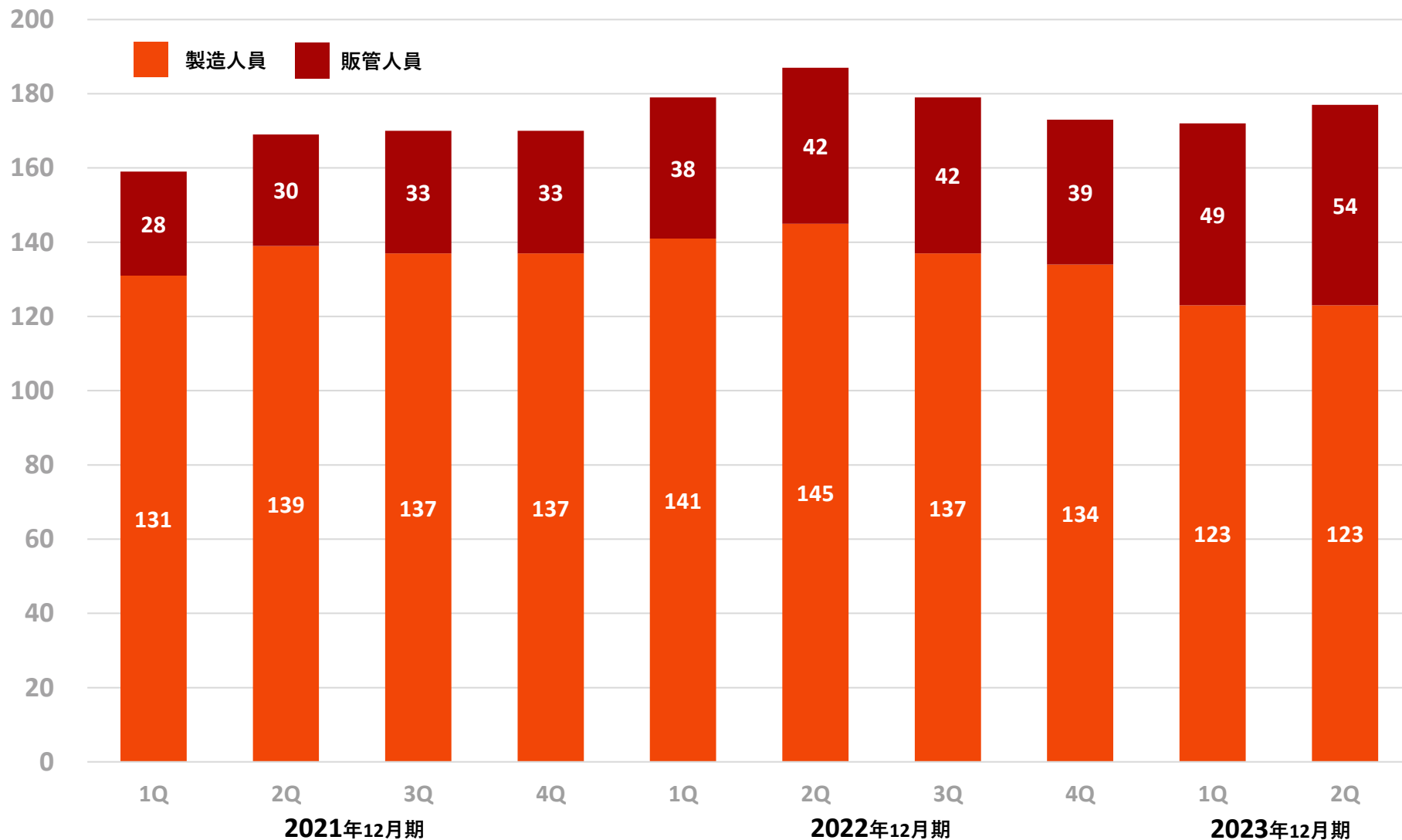
デジタルトランスフォーメーション事業 海外売上



※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。

デジタルトランスフォーメーション事業 従業員数の推移（本社および国内子会社2社）

（単位：人）



※2023年12月期第2四半期より、四半期末でなく四半期中平均（小数点第1位を四捨五入）の人員推移を開示しております。

※コーポレート本部および社長室の従業員はグラフに含まれておりません。また国内子会社2社とは、株式会社オロ宮崎、株式会社oRo code MOCの2社を指します。

03

2023年12月期 第2四半期
決算概要

業績ハイライト

2023年12月期 第2四半期 決算概要

売上収益	3,281百万円	前年同期比 14.8%増
営業利益	1,175百万円	前年同期比 25.6%増

計画に対し売上収益・営業利益ともに堅調に推移しております。

クラウドソリューション(CS)事業

売上収益	2,025百万円	前年同期比 20.2%増
営業利益	945百万円	前年同期比 25.4%増

計画に対し売上収益は堅調、
営業利益は順調に推移しております。

デジタルトランスフォーメーション(DX)事業

売上収益	1,255百万円	前年同期比 7.0%増
営業利益	268百万円	前年同期比 57.9%増

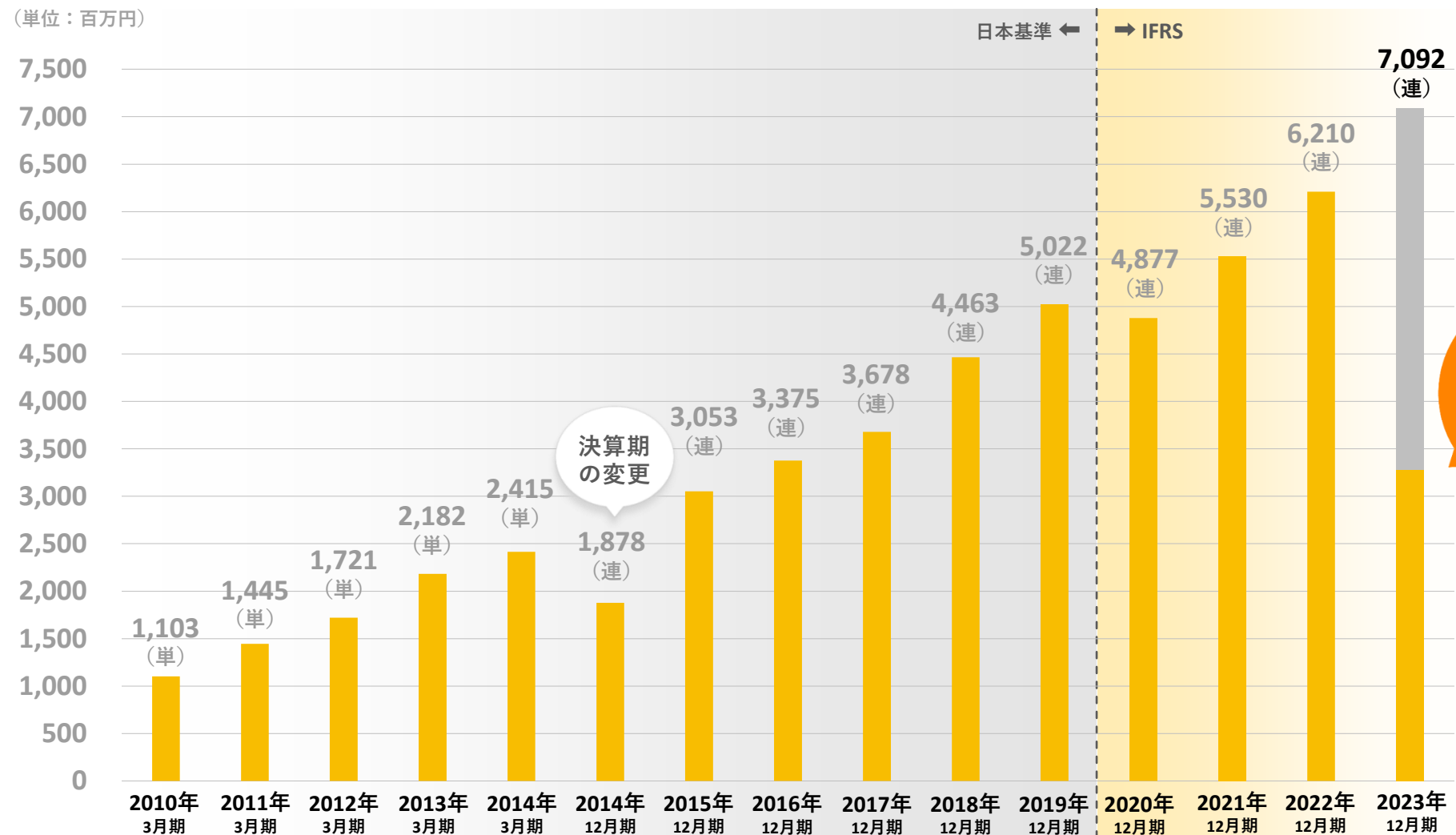
計画に対し売上収益は軟調、
営業利益は順調に推移しております。

※計画に対する進捗の表現：好調>順調>堅調>軟調>低調

売上収益推移

前年同期比 14.8%増の32.81億円

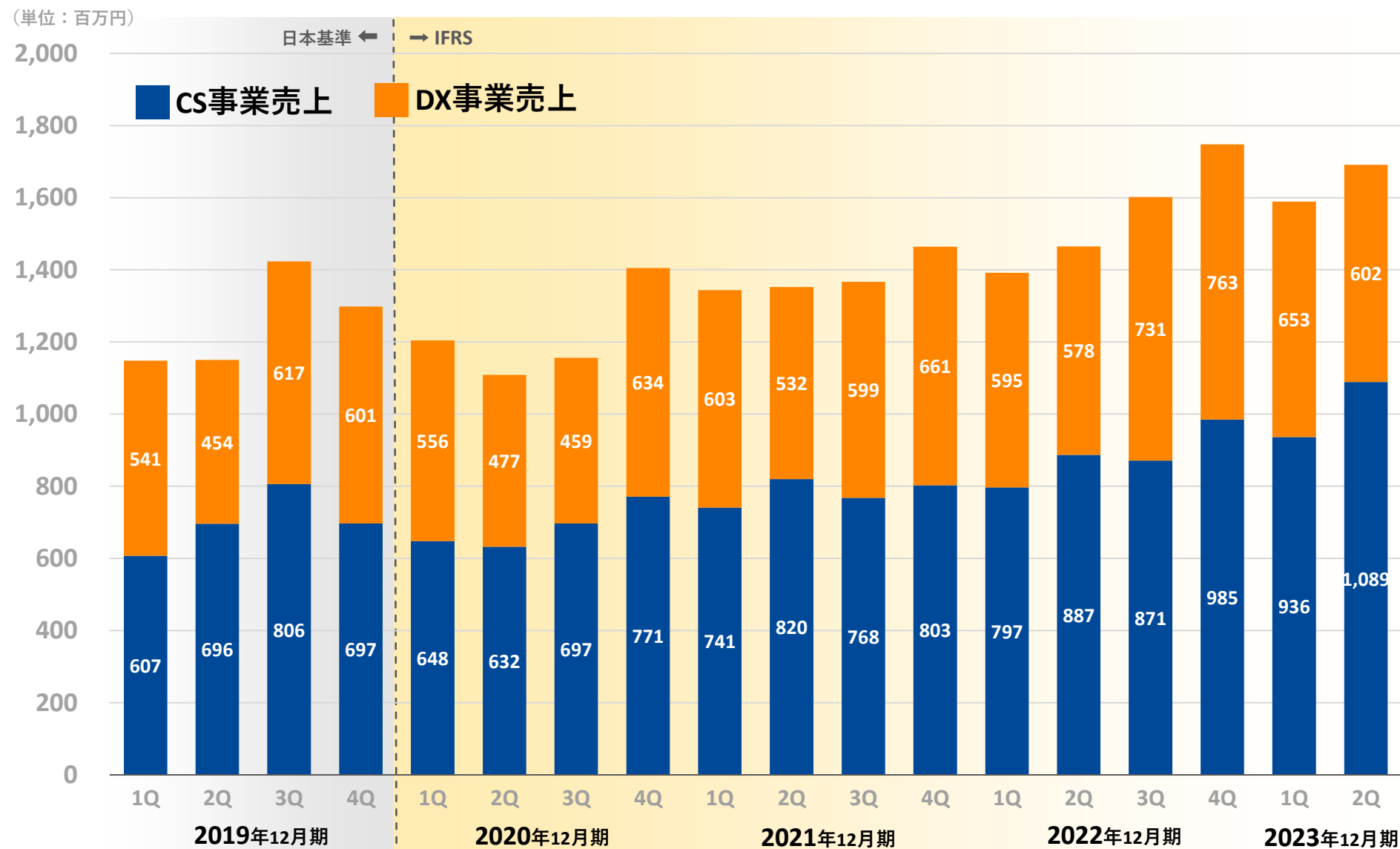
(単位：百万円)



2Q 進捗率
46.3%

※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、デジタルトランスフォーメーション事業（旧コミュニケーションデザイン事業）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。

四半期売上高・売上収益推移



※CS事業：クラウドソリューション事業、DX事業：デジタルトランスフォーメーション事業
 ※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。

通期業績予想に対する進捗

(単位：百万円)

	2023年12月期 通期予想	2023年12月期 2Q実績	進捗率
売上収益	7,092	3,281	46.3%
クラウドソリューション事業	4,132	2,025	49.0%
デジタルトランスフォーメーション事業	2,959	1,255	42.4%
営業利益	2,380	1,175 [※]	49.4%
クラウドソリューション事業	1,712	945	55.2%
デジタルトランスフォーメーション事業	667	268	40.1%
税引前四半期利益	2,386	1,242	52.1%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	1,656	857	51.7%

※報告セグメントに帰属しないその他の損益▲38百万円を含みます。

事前に頂いたご質問への回答

サステナビリティへの
取り組み状況

▶ 週休3日制の導入など、**優秀な人材の確保・定着・育成に向けた魅力ある職場環境づくりを推進**しております。
同時に、**温室効果ガス排出量の削減**にも目標を定めて取り組んでおります。

物価高・円安の
影響

▶ 電気代の高騰など、**一部で物価高の影響**を受けていますが、
データセンター利用料の値上げなどを通じて**価格転嫁**できております。
円安の影響は現状大きくありません（海外売上の比率が5%程度のため）。

コロナ前後の変化・
アフターコロナの戦略

▶ コロナ禍の影響で一時的にERPの需要、およびマーケティングの需要が
減少しておりましたが、現在は回復しております。

知名度アップに
向けた取り組み

▶ **大手企業の案件を手掛けるDX事業での実績公開、**
およびCS事業における有名企業との契約実績の公開を通じて、
知名度アップを図ります。

配当政策の基本方針

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。

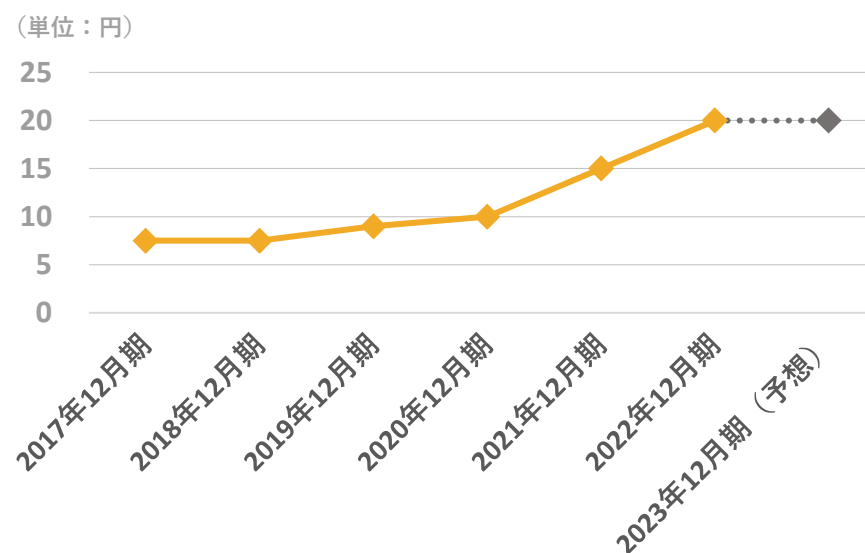
株主の皆様への安定的な利益還元と会社の持続的な成長を実現するため、**配当金については、業績、財政状態及び将来の事業展開等を総合的に勘案し、適宜見直しを行っていく方針**といたします。

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。

前期実績および当期予想

基準日	1株当たり配当金		
	第2四半期	期末	合計
前期実績 (2022年12月期)	0円00銭	20円00銭	20円00銭
当期予想 (2023年12月期)	0円00銭	20円00銭	20円00銭

調整後1株当たり配当金の推移

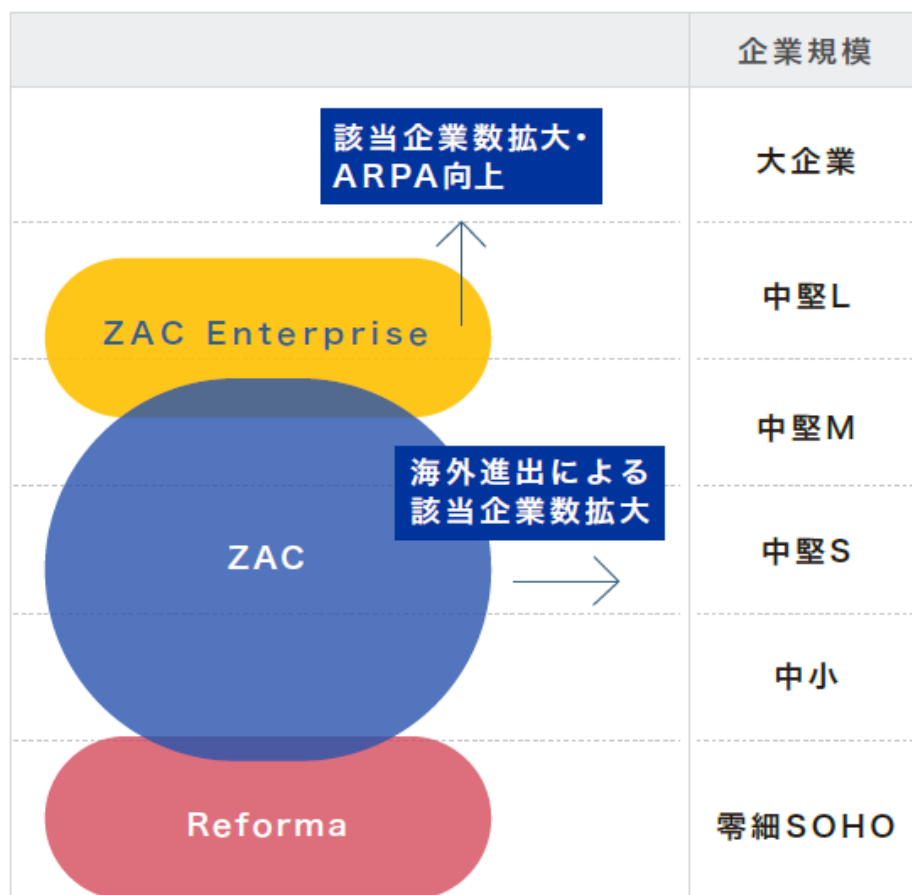


04 事業の成長性

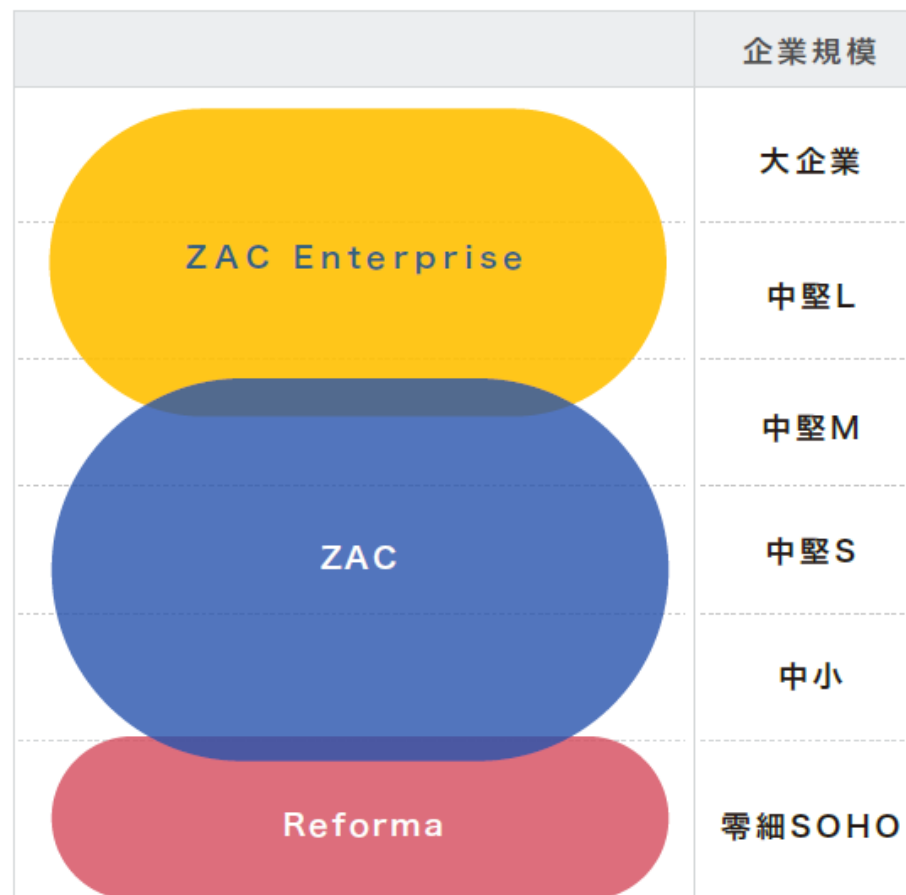
マーケット拡大に向けた開発を継続強化

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ます。

2021年



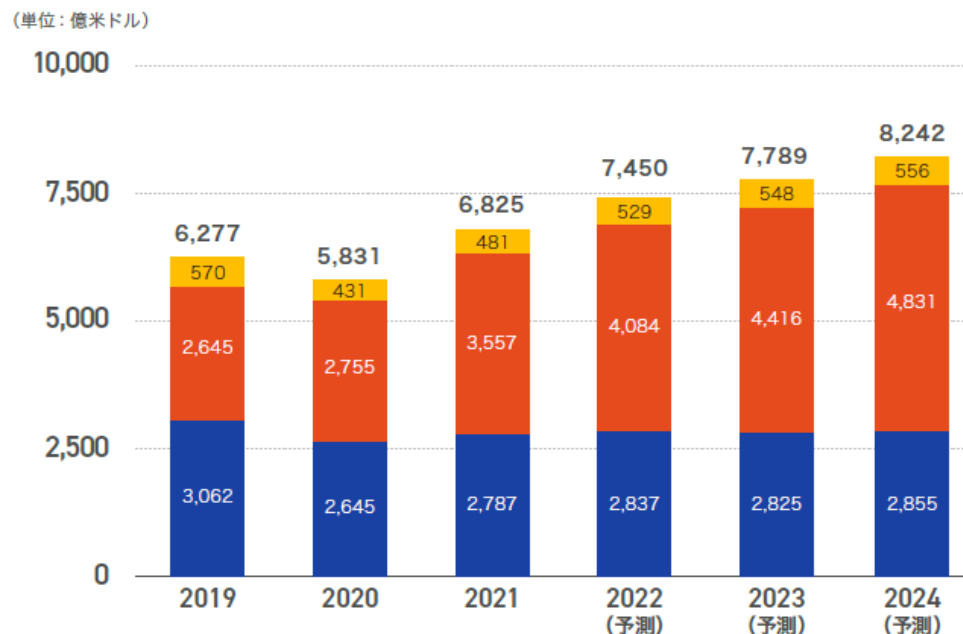
2026年



デジタルトランスフォーメーション事業 デジタル広告市場の概況

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。



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。

「Semrush」をはじめとする海外製ツールの国内販売

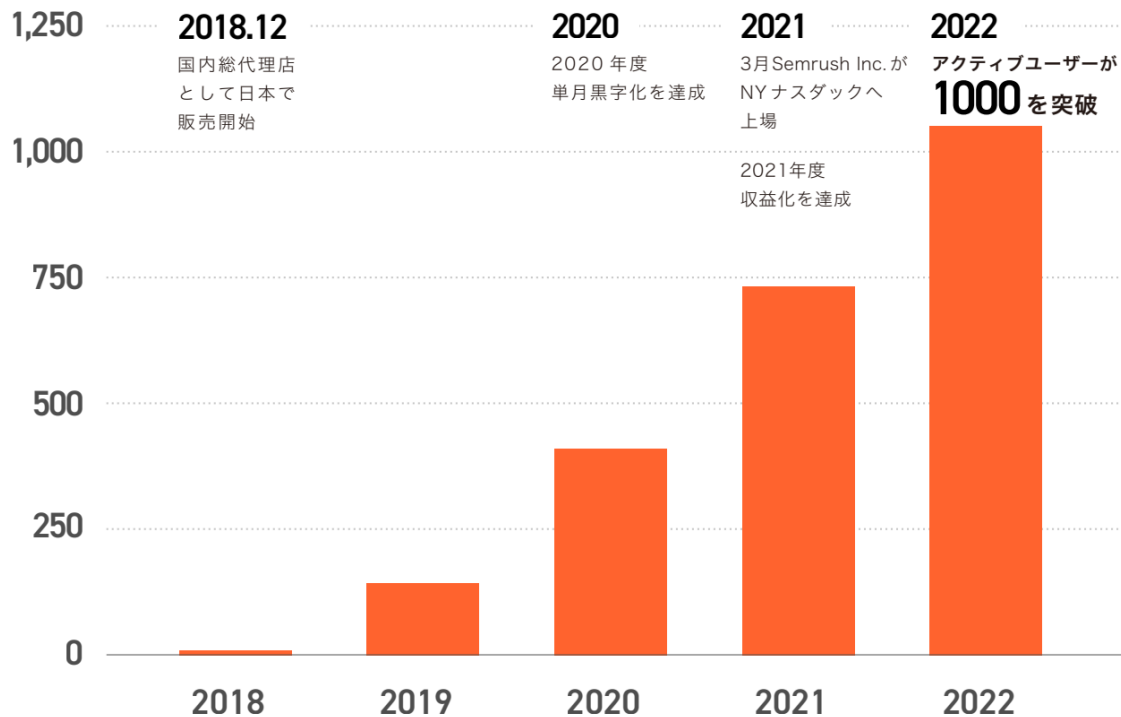


SEO・広告分析・SNS競合対策が可能な
オールインワンの競合分析ツール

米国のSemrush Inc. が開発提供するマーケティングツールです。

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)



Semrushについて

世界最大級のデジタル
マーケティングツール
(全世界1,000万ユーザー)
※2022年6月現在

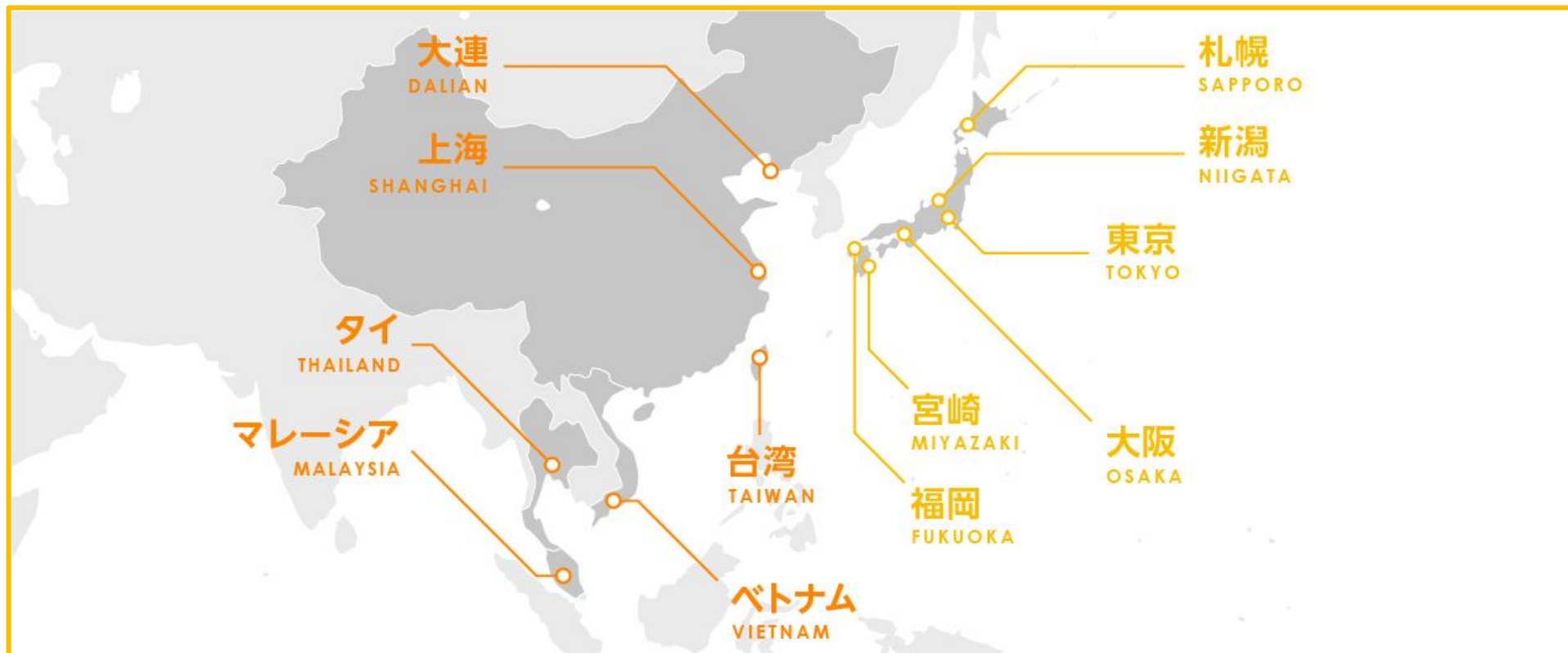
月額費用のストック型
ビジネスモデル

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は、無料トライアルのユーザー、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。

デジタルトランスフォーメーション事業 海外拠点の営業体制強化

コロナ禍前の経済活動の回復時に備えた体制強化



ASEAN・中華圏における広告／プロモーション

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投下

新型コロナウイルス感染症の拡大が収束傾向 インバウンド需要も回復へ

インバウンド需要の完全回復を見据えた準備を行う

新規事業

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。



- ・ Google Chrome拡張機能により、従業員が利用してるツールの情報を自動で収集
- ・ 新機能続々追加中
- ・ API公開が完了し、他社製品との連携リリースを多数公開(2023年8月現在)

※dxeco事業の収益化はまだ先になる見込みですが、ユーザー企業の声をもとに製品に反映するなど、機能強化に注力しております。

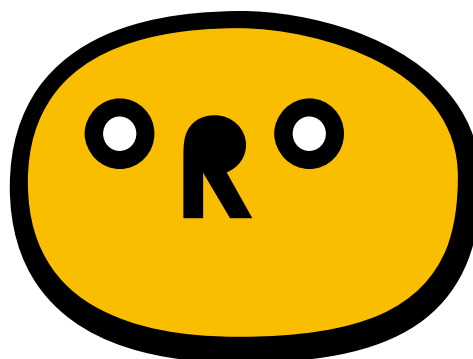
導入事例

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



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。