

2025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

2026年2月13日

## 目次

---

### 01 2025年12月期 決算概要

### 02 2026年12月期 – 2028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

2025年12月期 通期

# 決算概要

—



# 業績ハイライト

## 2025年12月期 通期 決算概要

売上収益	8,307 百万円	前年同期比 +5.2%
営業利益	2,649 百万円	前年同期比 ▲2.6%

### クラウドソリューション(CS)事業

売上収益	百万円 5,664	前年同期比 +14.9%
営業利益	百万円 2,498	前年同期比 +15.6%

### マーケティングソリューション(MS)事業

売上収益	百万円 2,643	前年同期比 ▲11.0%
営業利益	百万円 148	前年同期比 ▲73.4%

- 期初計画に対して、ZAC新規契約獲得は小型増・中型減となり、件数も下振れたが、ストック収益は成長基調を維持
- 当期は大型案件の引合・受注が増加、2026年12月期も同様のトレンドが続くと想定

- 主要クライアントの広告宣伝費予算削減による影響が下期にも及んだ結果、減収減益となるも、概ね修正予想通りに着地
- 2026年12月期のV字回復実現に向けて体制変更を実施、足場固めに注力する

# 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50円00銭**を予定しております。

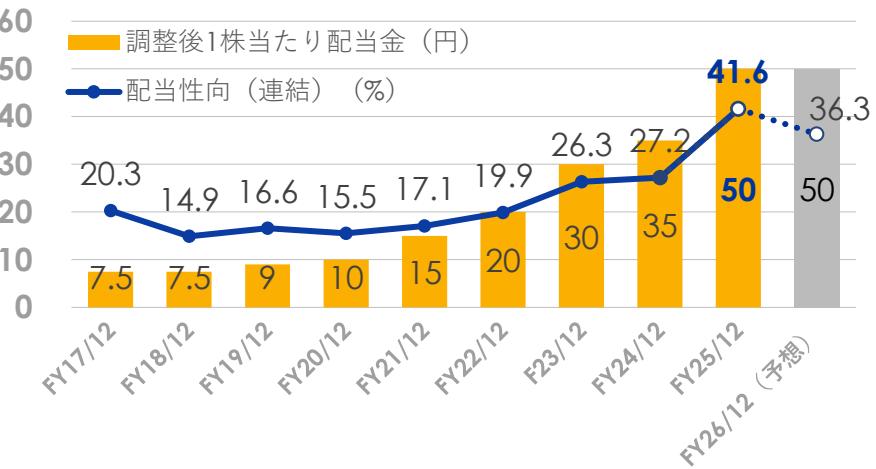
なお、配当の決定機関は、中間配当は取締役会、期末配当は株主総会であります。

また、株主還元の機会を充実させる目的で、次期より中間配当を実施し、期末配当と合わせて年2回の剰余金の配当を行う予定です。

## 当期配当実績・予定および次期予想

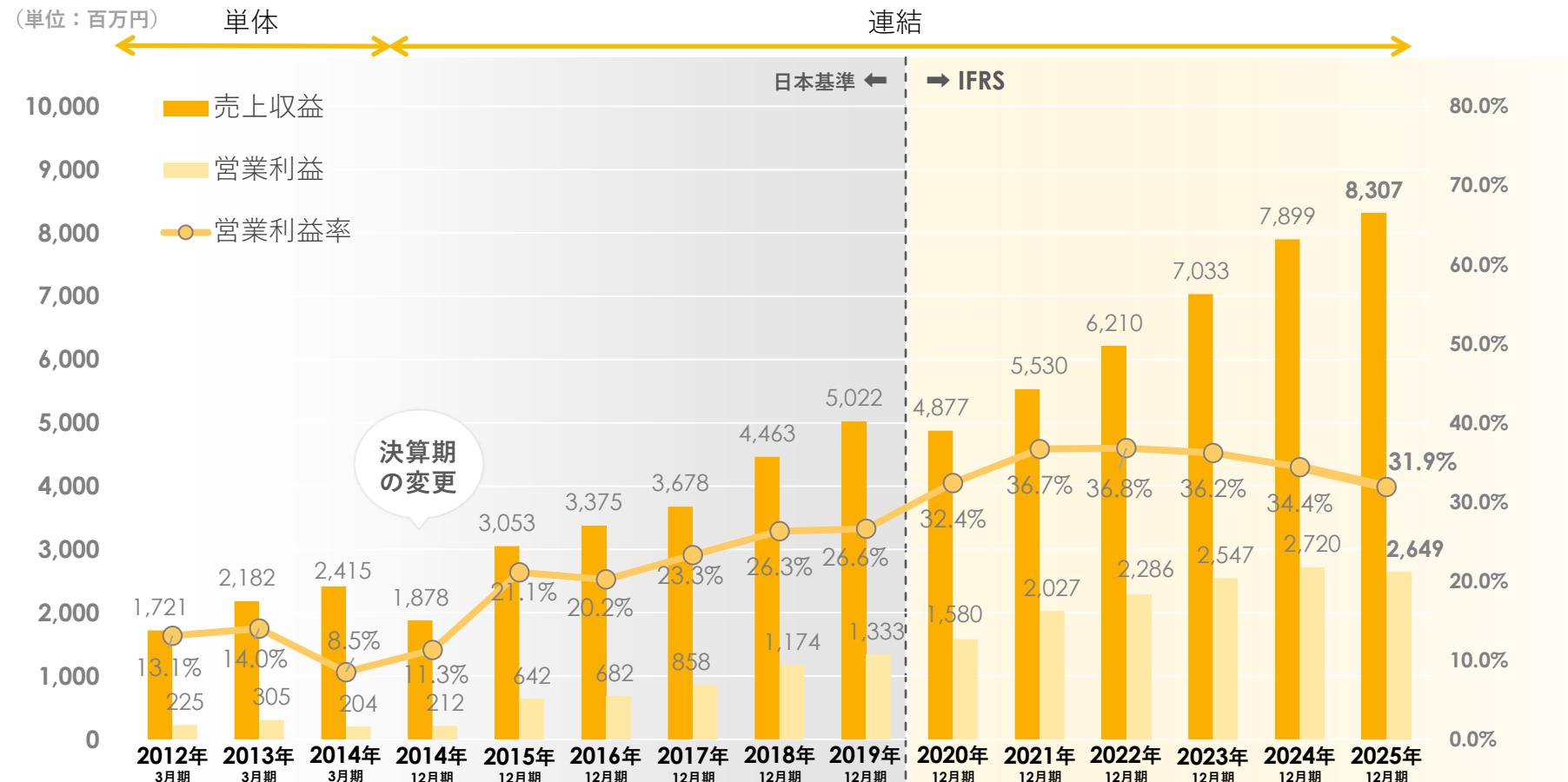
基準日	1株当たり配当金		
	第2四半期	期末	合計
当期 実績・予定 (2025年12月期)	0円00銭	50円00銭	50円00銭
次期予想 (2026年12月期)	25円00銭	25円00銭	50円00銭

## 調整後1株当たり配当金・配当性向（連結）の推移



# 売上収益・営業利益・営業利益率推移

前年同期比 5.2%増収により売上収益は8,307百万円、2.6%減益により営業利益は2,649百万円



※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。

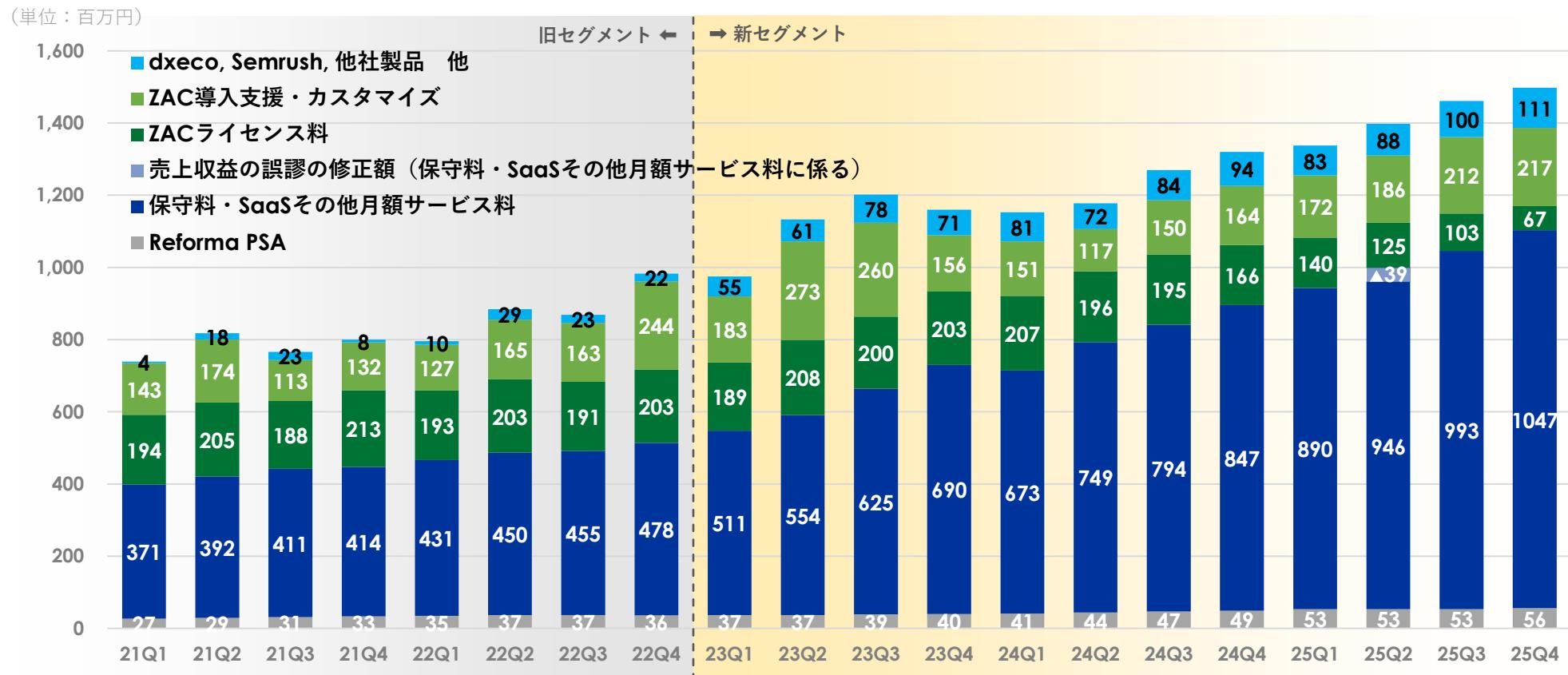
この変更に伴い、2017年12月期の売上収益については遡及適用後の金額（純額表示）を記載しております。

※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。

# クラウドソリューション事業

## セグメント別売上構成

**Q4も直近のトレンド同様、小型を中心に新規契約獲得件数を積み上げる。大型の獲得も堅調**  
大型の新規契約獲得・既存顧客の新環境移行により、ZAC導入支援・カスタマイズ売上も成長



※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。

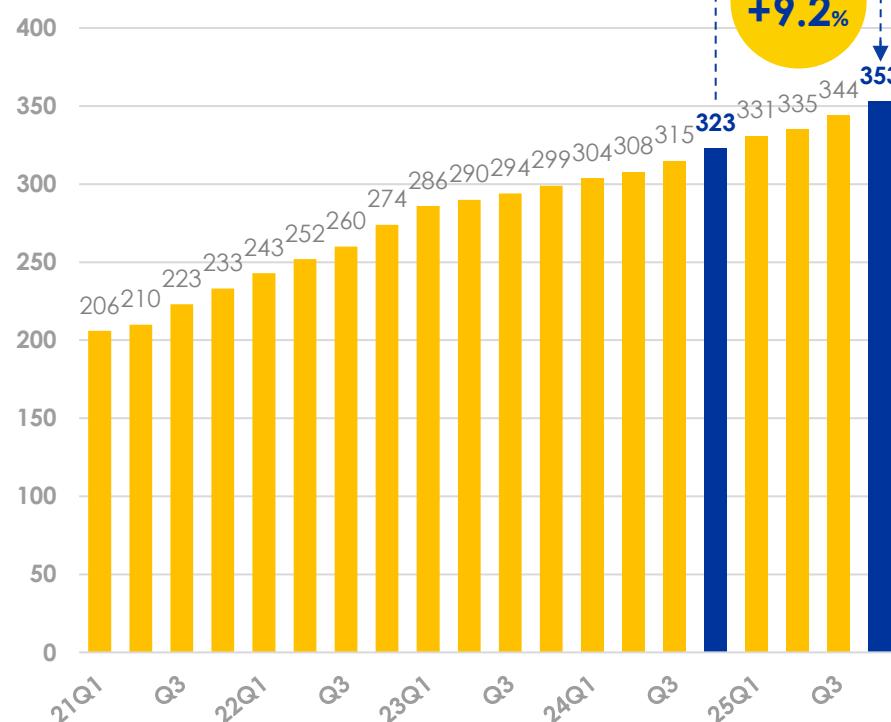
※2025年12月期第2四半期に行った、売上収益の誤謬の修正を表示しております。

# 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

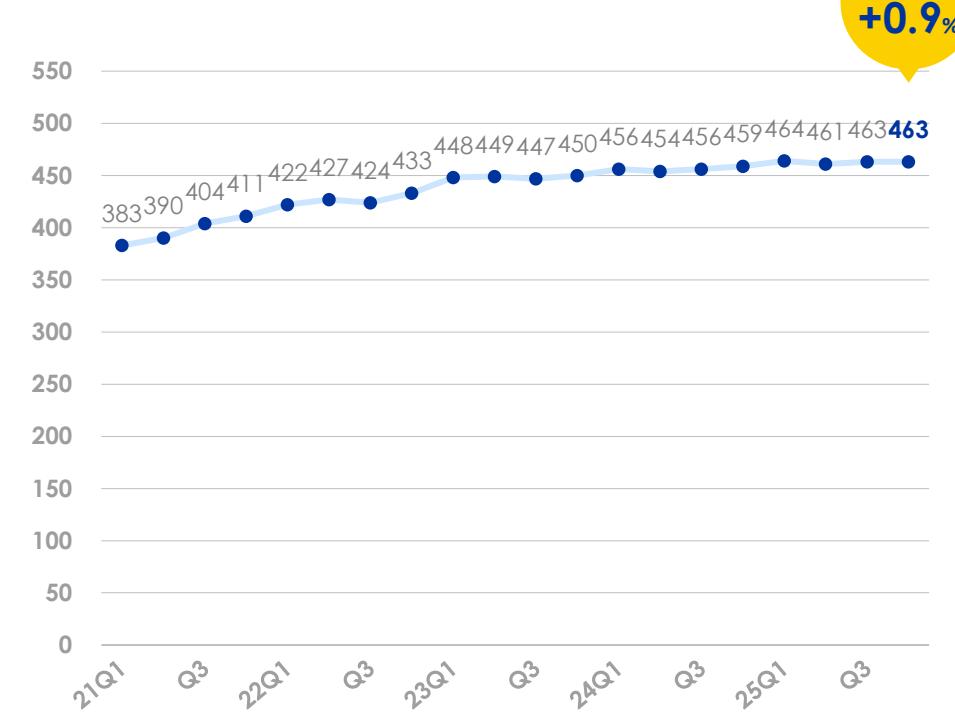
(単位：千ライセンス)



※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

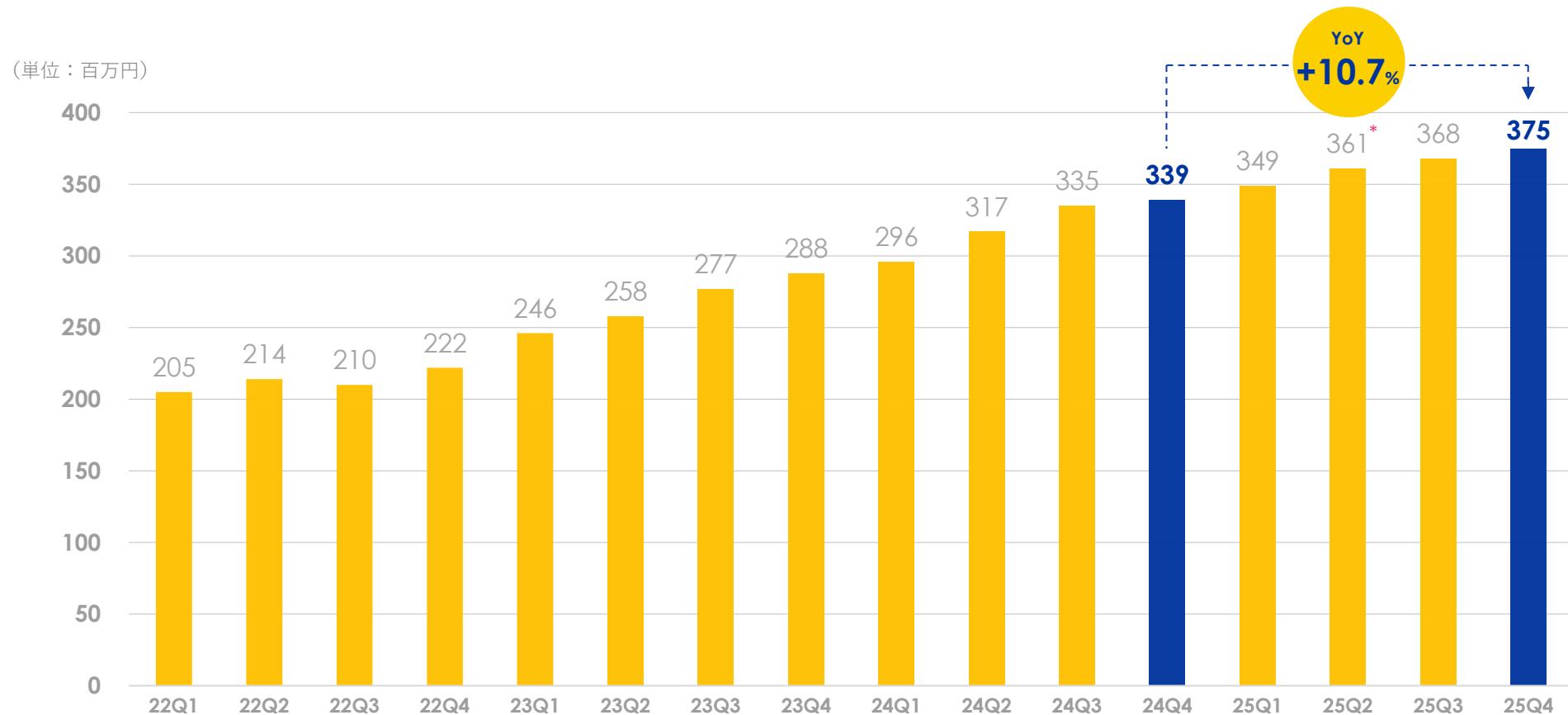
(単位：ライセンス)



※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

## 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



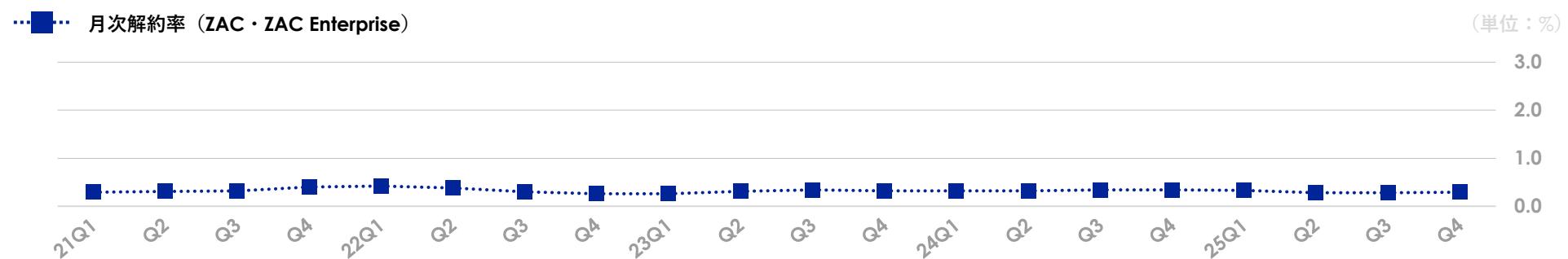
※MRR: Monthly Recurring Revenueの略、月次経常収益。当該四半期末月の「ZACライセンス料」「保守料・SaaSその他月額サービス料」の合計で計算。

\* 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

トレンドは変わらず、安定的に0.3%前後で低位に推移



※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

通期の新規契約社数は82社と、修正予想84社に対して概ね計画通りに着地

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

	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	25/12 Q1	25/12 Q2	25/12 Q3	25/12 Q4
契約 社数	17	6	21	19	21	15	23	28	13	16	16	9	13	21	17	17	17	22	19	24
解約 社数	5	8	7	5	11	3	0	7	9	7	4	3	11	9	4	4	8	8	3	6

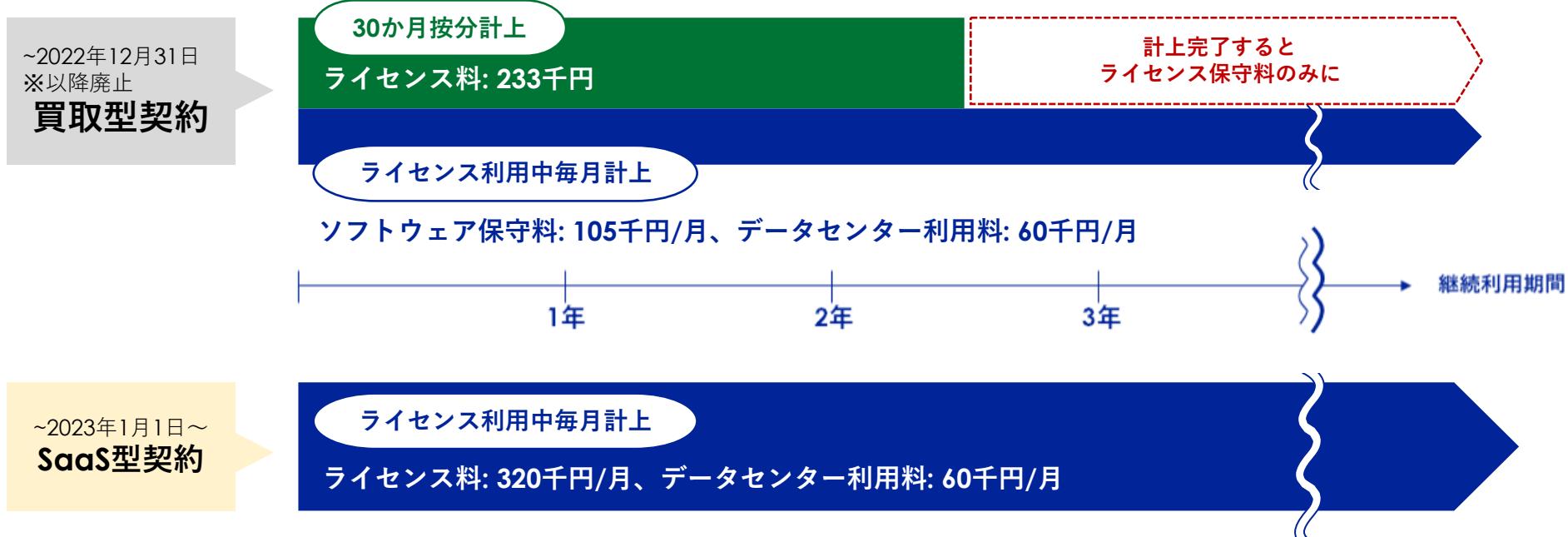
# ライセンス価格改定（買取型契約の廃止）と収益認識について

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:

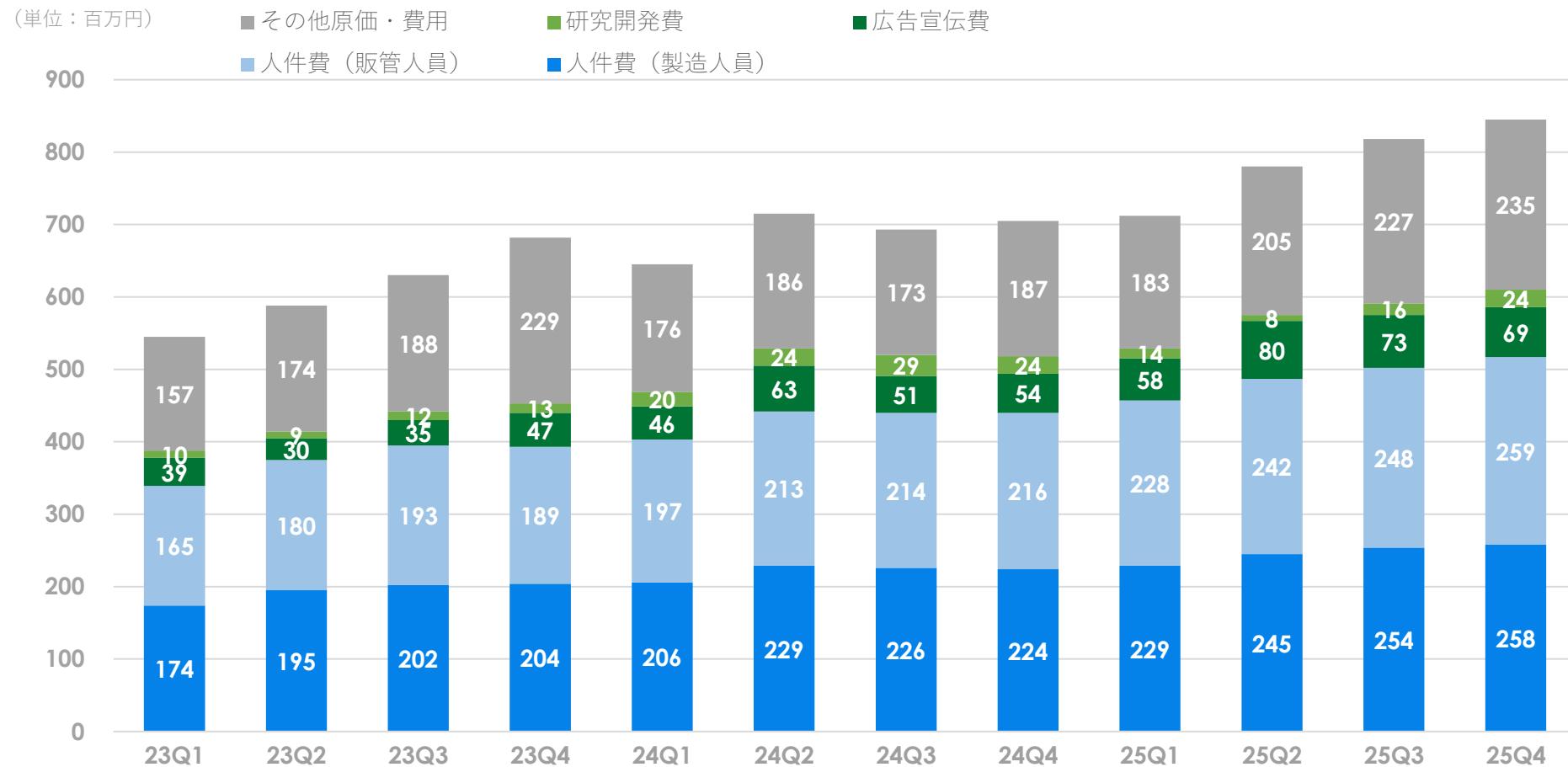
84.5% (2025年12月末現在)

Q4は主要チャネルであるTEL営業やWEBサイト経由でのアポイント獲得で若干苦戦したものの、案件 (SQL) の増加が見られました。結果として通期ではアポイント数・案件数ともに概ね期初計画通りとなりました。

### 次期 (2026年12月期) の計画

新規接点の獲得に向けて展示会への出展を継続しつつ、ZACの機能強化にあわせてダイレクトマーケティングを強化する計画です。次期のZAC・Reforma PSAに関する広告宣伝費は、160百万円 (+15.8% YoY) を計画しております。

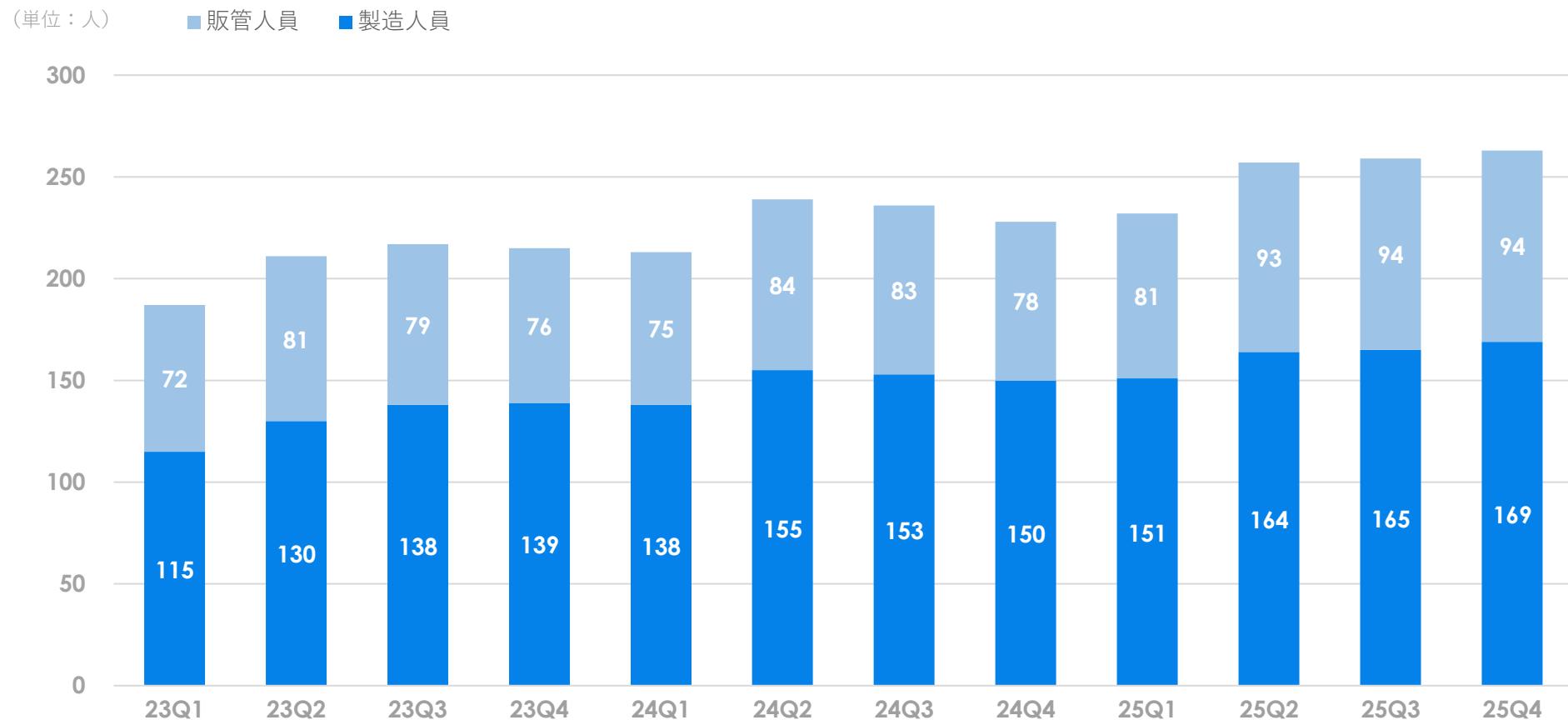
# クラウドソリューション事業 費用構成（連結）



※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。

# クラウドソリューション事業 従業員数の推移（連結）

2026年12月期もこれまで同様、4月に25名前後の新卒社員の入社を予定



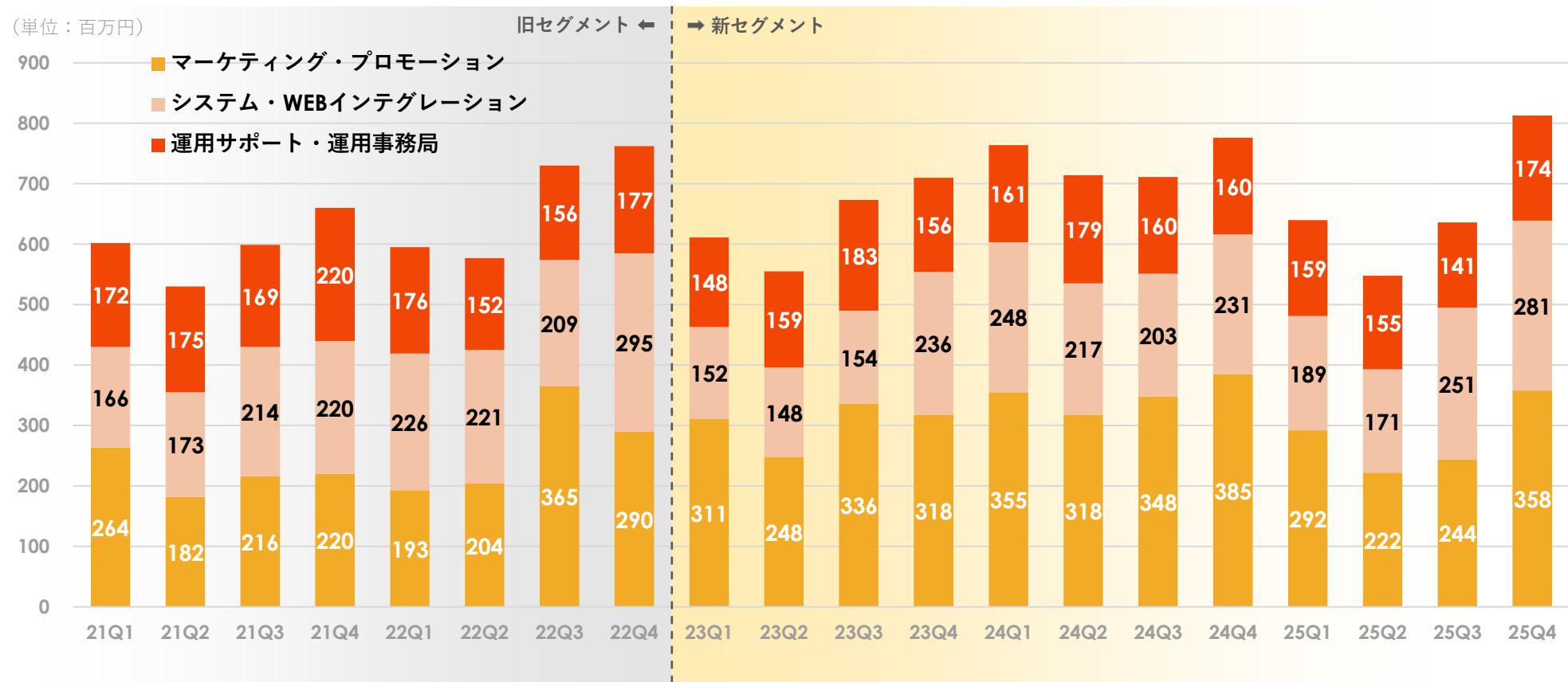
※2024年12月期より、報告セグメントの変更を行っております。この変更に伴い、2023年12月期の従業員数については遡及適用後の人数を記載しております。

※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。

# 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

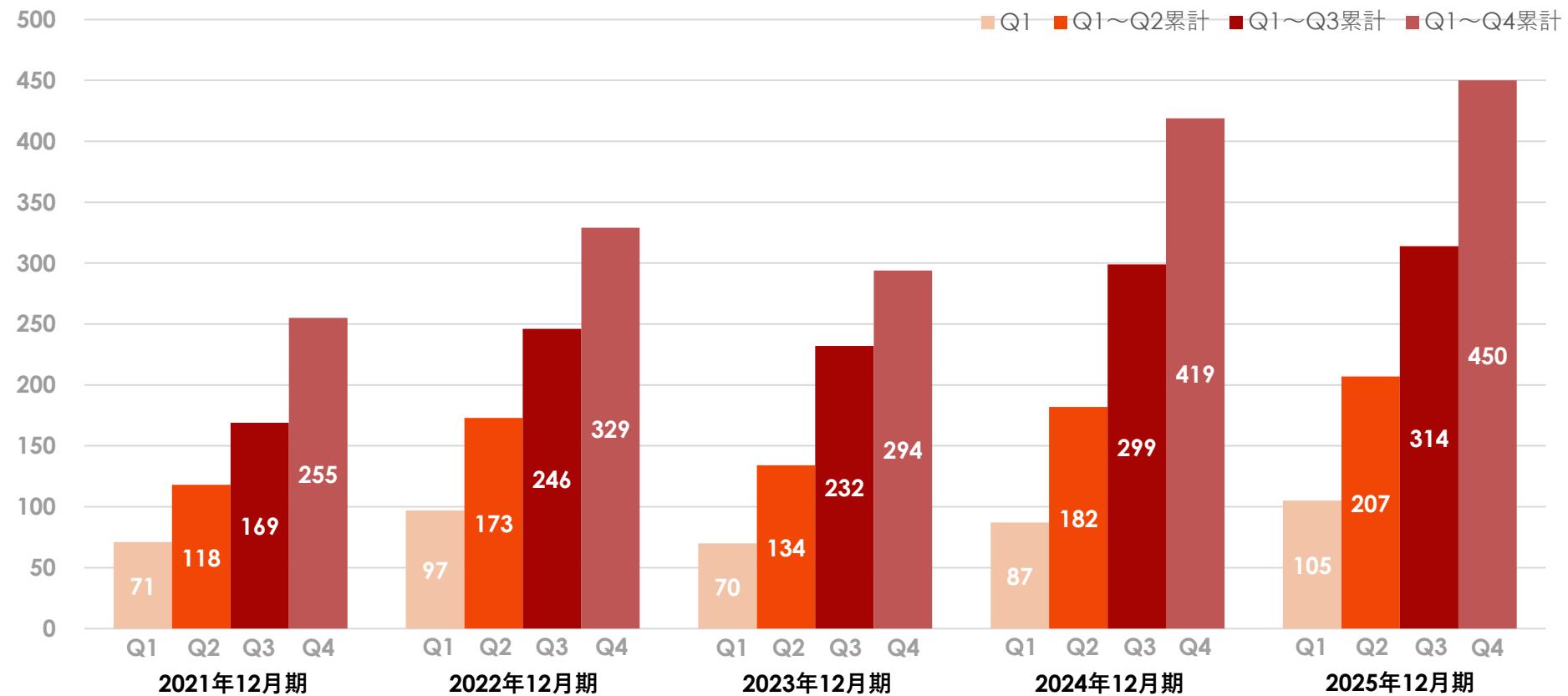
季節性による売上増に加えて、WEBサイト制作の大型案件が複数進行



※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。

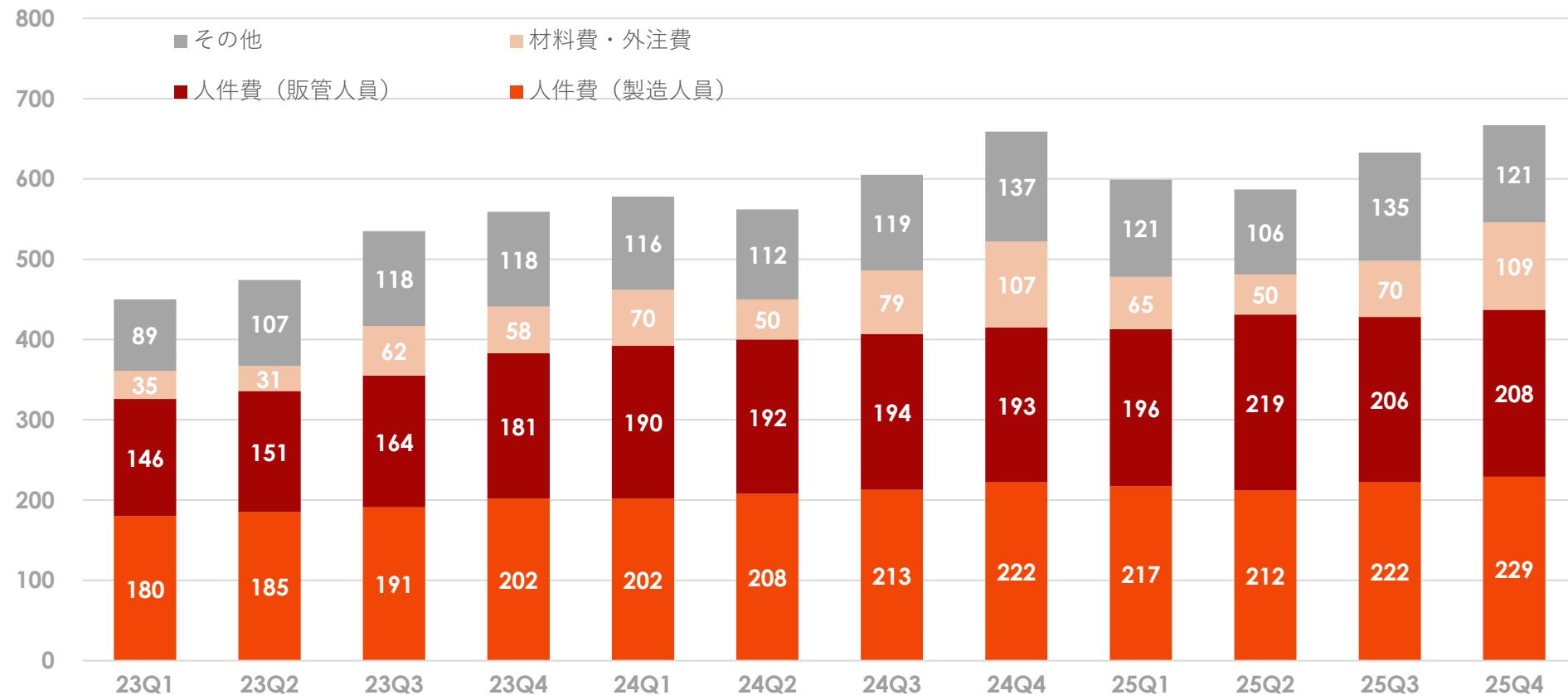
# マーケティングソリューション事業 海外売上

(単位：百万円)



# マーケティングソリューション事業 費用構成（連結）

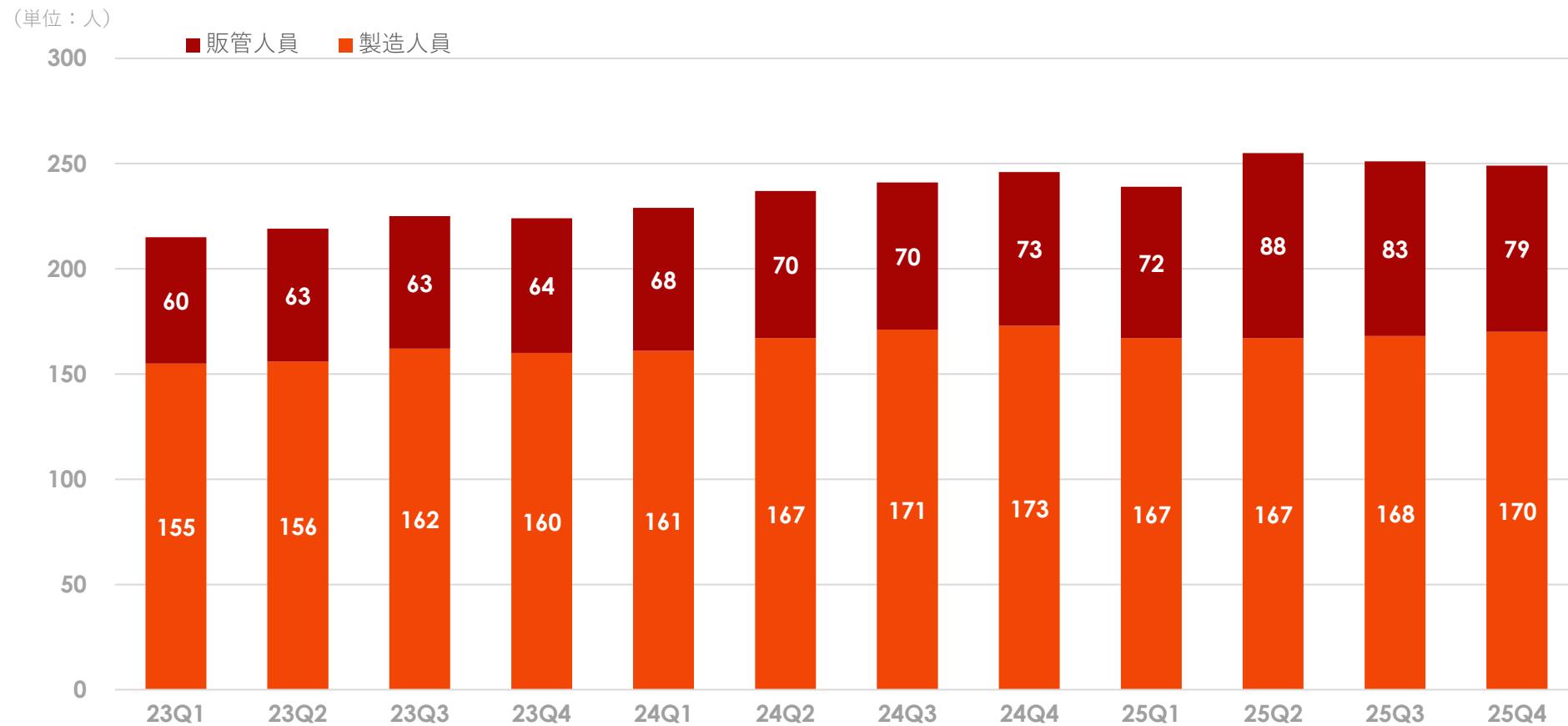
(単位：百万円)



※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。

マーケティングソリューション事業  
従業員数の推移（連結）

2026年12月期は4月に10名前後の新卒社員の入社を予定



※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。

# 修正後の通期業績予想と実績値の差異

(単位：百万円)

	2025年12月期 修正予想 [構成比]	2025年12月期 実績値 [構成比]	差異	主な要因
売上収益	8,265 [100.0%]	8,307 [100.0%]	42	
CS事業	5,643 [68.3%]	5,664 [68.2%]	20	
MS事業	2,622 [31.7%]	2,643 [31.8%]	21	
営業利益	2,523 [30.5%]	2,649* [31.9%]	125	
CS事業	2,421 [29.3%]	2,498 [30.1%]	76	
MS事業	102 [1.2%]	148 [1.8%]	46	
税引前利益	2,471 [29.9%]	2,656 [32.0%]	185	為替差損が修正予想の想定よりも少なく着地したため
親会社の所有者に帰属する 当期利益	1,671 [20.2%]	1,896 [22.8%]	225	

\* 報告セグメントに帰属しないその他の損益 2.4百万円を含みます。

連結

## 損益計算書（前年同期比）

(単位：百万円)

	2024年12月期 [構成比]	2025年12月期 [構成比]	増減額	主な要因
売上収益	7,899 [100.0%]	8,307 [100.0%]	408	
売上原価	2,622 [33.2%]	2,851 [34.3%]	229	技術系専門人員の増加及び給与の増加、材料費、外注費、保守管理費の増加、減価償却費の減少等
売上総利益	5,277 [66.8%]	5,456 [65.7%]	179	
販管費	2,458 [31.1%]	2,746 [33.1%]	287	営業・管理系人員の増加及び給与の増加、広告宣伝費、支払手数料の増加、株主優待引当金繰入額、研究開発費の減少等
研究開発費	98 [1.2%]	63 [0.8%]	▲35	
その他の損益	0 [0.0%]	2 [0.0%]	2	
営業利益	2,720 [34.4%]	2,649 [31.9%]	▲71	
金融損益	135 [1.7%]	7 [0.1%]	▲128	為替差損の増加
税引前利益	2,856 [36.2%]	2,656 [32.0%]	▲199	
当期利益	2,070 [26.2%]	1,895 [22.8%]	▲175	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	2,072 [26.2%]	1,896 [22.8%]	▲176	

連結

## 財政状態計算書（前期末比）

科目名	2024年12月期	2025年12月期	増減額
流動資産	12,455	12,431	▲23
現金及び現金同等物	9,903	10,058	154
営業債権及びその他の債権	974	1,112	137
契約資産	434	399	▲34
その他の流動資産	1,143	861	▲282
非流動資産	1,134	1,315	180
有形固定資産	574	807	233
無形固定資産	119	170	51
その他	440	337	▲103
資産合計	13,590	13,747	157

科目名	2024年12月期	2025年12月期	増減額
負債合計	3,308	3,393	85
流動負債	2,986	2,842	▲144
契約負債	1,600	1,249	▲351
未払法人所得税等	233	344	111
営業債務及びその他の債務	472	440	▲31
その他の流動負債	680	807	127
非流動負債	321	551	229
資本合計	10,281	10,353	71
親会社の所有者に帰属する持分	10,283	10,357	73
非支配持分	▲2	▲3	▲1
負債・資本合計	13,590	13,747	157

(単位：百万円)

2026年12月期 - 2028年12月期

# 中期的な経営の 見通し



# 2026年12月期 業績予想 および 2028年12月期までの業績見通し

2026年12月期は売上収益15.2%、営業利益10.6%の成長を予想

(単位：百万円、[ ]内は前年比増減率)

決算期	2025年12月期 (実績)	2026年12月期 (予想)	2027年12月期 (見通し)	2028年12月期 (見通し)
売上収益	8,307 [+5.2 %]	9,572 [+15.2 %]	11,157 [+16.6 %]	12,924 [+15.8 %]
CS事業	5,664 [+14.9 %]	6,603 [+16.6 %]	7,911 [+19.8 %]	9,274 [+17.2 %]
MS事業	2,643 [▲11.0 %]	2,968 [+12.3 %]	3,246 [+9.4 %]	3,650 [+12.4 %]
営業利益	2,649 [▲2.6 %]	2,930 [+10.6 %]	3,632 [+23.9 %]	4,586 [+26.3 %]
CS事業	2,498 [+15.6 %]	2,780 [+11.3 %]	3,454 [+24.2 %]	4,288 [+24.1 %]
MS事業	148 [▲73.4 %]	150 [+1.3 %]	178 [+18.9 %]	298 [+67.3 %]
営業利益率	31.9%	30.6%	32.6%	35.5%
CS事業	44.1%	42.1%	43.7%	46.2%
MS事業	5.6%	5.1%	5.5%	8.2%
ROE	18.4%	20% 以上	20% 以上	20% 以上

# 2026年12月期 業績予想の前提

## CS事業

### ZAC・ZAC Enterprise KPIサマリ

- ・ 新規契約社数 104社 (前年同期比+22社)
- ・ ARPA 599.9千円 (前年同期比+46.0千円)
- ・ 月次解約率 0.33% (前年同期比+0.04pt)
- ・ NRR 115.9% (前年同期比-0.2pt)

### 主要な前提

- ・ ZAC新規契約社数104社のうち、下期にグループ12社の同時導入予定あり。数社はベトナムでのZAC販売分として織り込む
- ・ 2025年12月期の実績に鑑みて、2026年12月期以降のZAC新規契約獲得は小型案件で7割程度を占める想定
- ・ 過年度に受注した大型案件の本稼働がZACのARPA向上を牽引
- ・ ZACの月次解約率0.33%は過去のトレンドを踏まえて設定、1月に発生したグループ8社の同時解約を織り込み済み

## MS事業

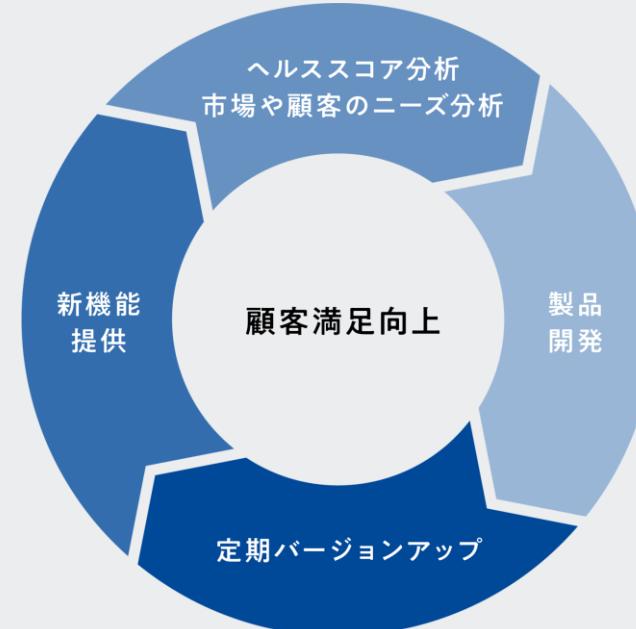
- ・ 現時点でも外部環境の不透明さが継続しているものの、2026年12月期は既存顧客との関係強化に注力
- ・ 事業の立て直しに向けて事業横断型の開発本部を設置、あわせて事業部長のバトンタッチを実施予定。新体制でV字回復を目指す

# 製品開発による提案力向上

## 従来の高い業務適合力を基盤に、新機能開発・自社製品連携で対象業種でのフィットをさらに深める

約2,700個の機能パラメータを持つZACは、IT・広告・コンサルティング業の多様な業務フローにアドオン開発なしで対応できます。こうした業種特化型の強みを伸ばすべく、これまで培ってきた請負型を軸に、サブスクリプション型や人月・時間課金型、（役務提供に付随する）物品販売など、ZAC対象業種において一般的なビジネスモデルへの対応力を高めます。

大型案件で求められる**物販管理機能の開発**や、  
**サブスクリプション管理OPの提供**（ハヤサブ連携）  
など、製品力強化によって提供価値を拡大する



# 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

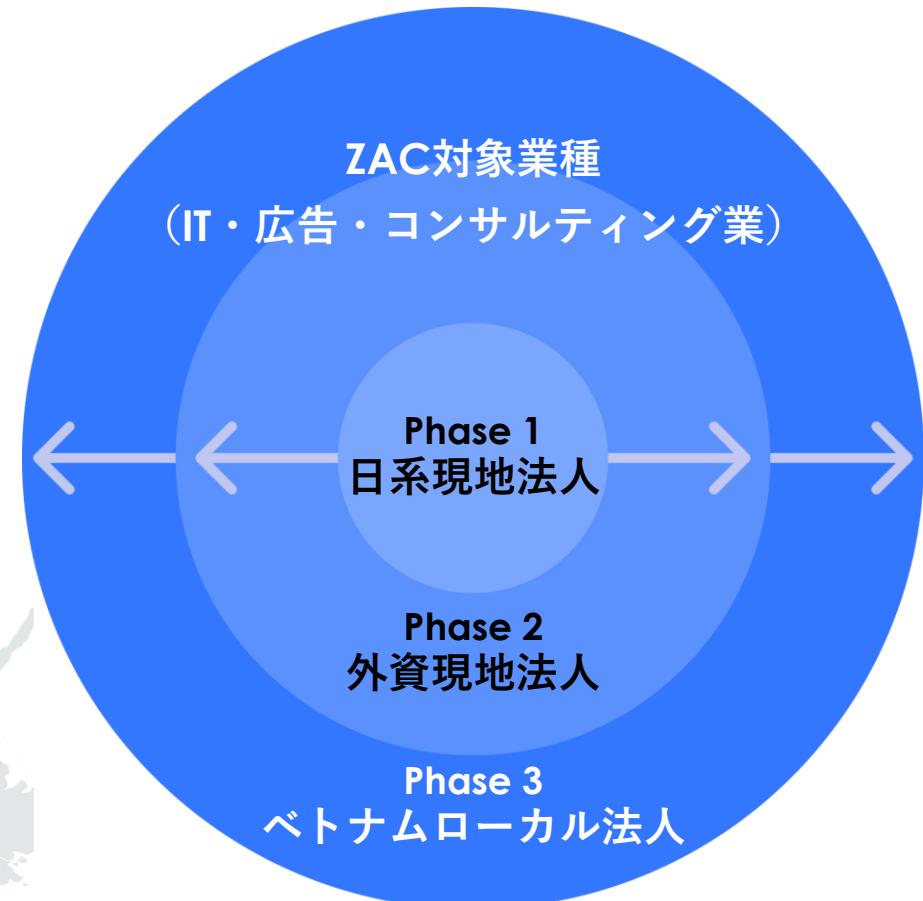
既に日系ベトナム現地法人から受注を獲得、ZAC導入が進行中。2026年は着実なPMFに注力

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。



段階的に  
マーケットを拡大



# 生成AIを応用した機能の開発を継続

## 生成AIは脅威でなく補完関係、ZACのデータを活用する高付加価値機能は中長期テーマで検討・推進

ZACは、厳格な権限管理・承認フロー（内部統制）を備え、引合・見積から請求・入金までをプロジェクト単位で一元管理できる統合型のシステム（ERP）です。最大約13,000個\*の機能パラメータに裏打ちされた業務ノウハウに加えて、広範なビジネスプロセスの一元管理によって実現するリアルタイムなプロジェクト損益管理は、**生成AIには再現が困難なZACの強み**です。

また、ZACに蓄積された**高品質な経営データは生成AIとの親和性が高い**ため、2025年よりAI関連の専任チームを設置し、足元ではデータ入力の効率化に取り組みつつ、中長期ではデータに基づいて意思決定・マネジメントを支援する機能の提供を目指しています。

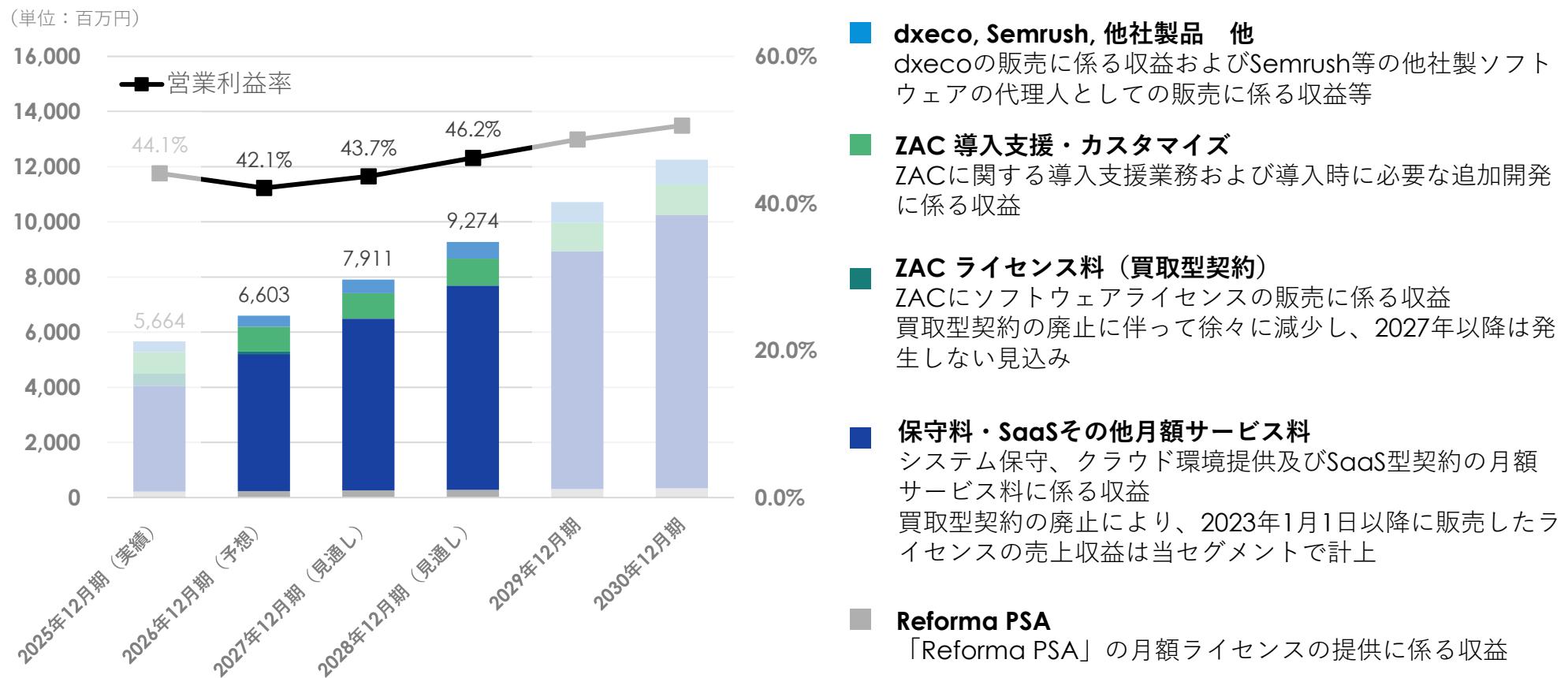
### ZAC機能構成図: 一連のビジネスプロセスの網羅によって信頼性の高い経営データを蓄積可能



\* 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。

## セグメント別の売上収益・営業利益率推移

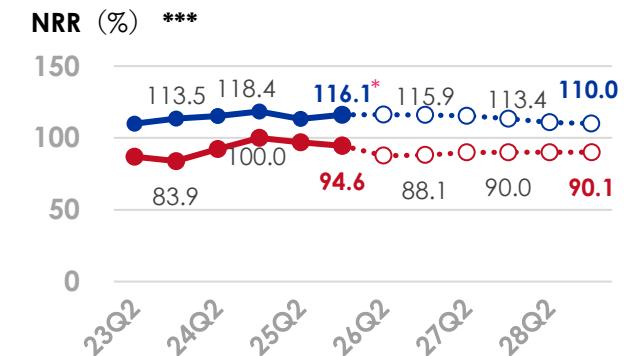
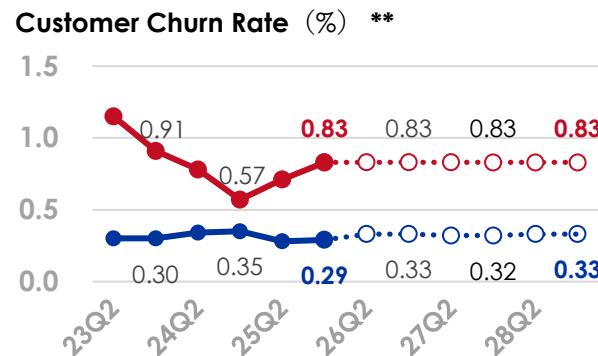
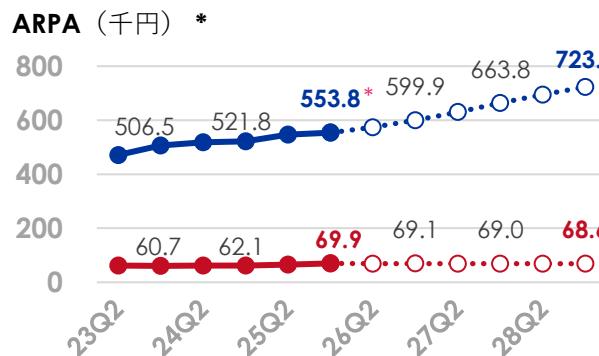
小型案件回復の受注トレンドを反映、ZACとの親和性が高い新サービスの開発に向けた投資は継続



## 2028年12月期 業績見通しにおけるKPI設定

## 2025年12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)



## ZAC・ZAC Enterprise

ARPAは、想定より小型案件の契約獲得が増加した影響で、2025年2月14日に公表した計画値を下回りました。

2026年12月期は引き続き小型案件の受注を見込むものの、案件の大型化が継続していることを踏まえて、ARPAは継続的に改善すると想定しております。

Customer Churn Rateは、過去と同様の水準で推移する見通しです。

NRRは、大型案件の本稼働に伴うMRR増加を踏まえて、2025年12月期に公表した計画値をやや上回って推移する見通しです。

\* 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反映する前のARPA・NRR推移を表示しております。

## 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ます。

NRRは、Reformaの利用拡大が進んだユーザーのうち、年間数社がZACに移行する想定をしております。

\* 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。

# 体制変更を実施、足場を固めてV字回復へ

新体制のもとで事業の強みを最大限に發揮し、既存顧客への高付加価値な提案を強化

## 事業部長のバトンタッチ

約1年進行していた事業立て直しの準備に一定の目途が立ったため、3月下旬に事業部長のバトンタッチを実施予定  
下記の開発本部設立と合わせた新体制のもとで、強みを発揮できる領域に資源を集中させる

## 開発本部の新設

技術力・開発力の強化に向けて、各事業から独立した機能別組織として「開発本部」を設立  
繫閑差の吸収だけでなく、事業・組織を横断したシステム・プロダクト開発のナレッジ共有によって提案力を強化する

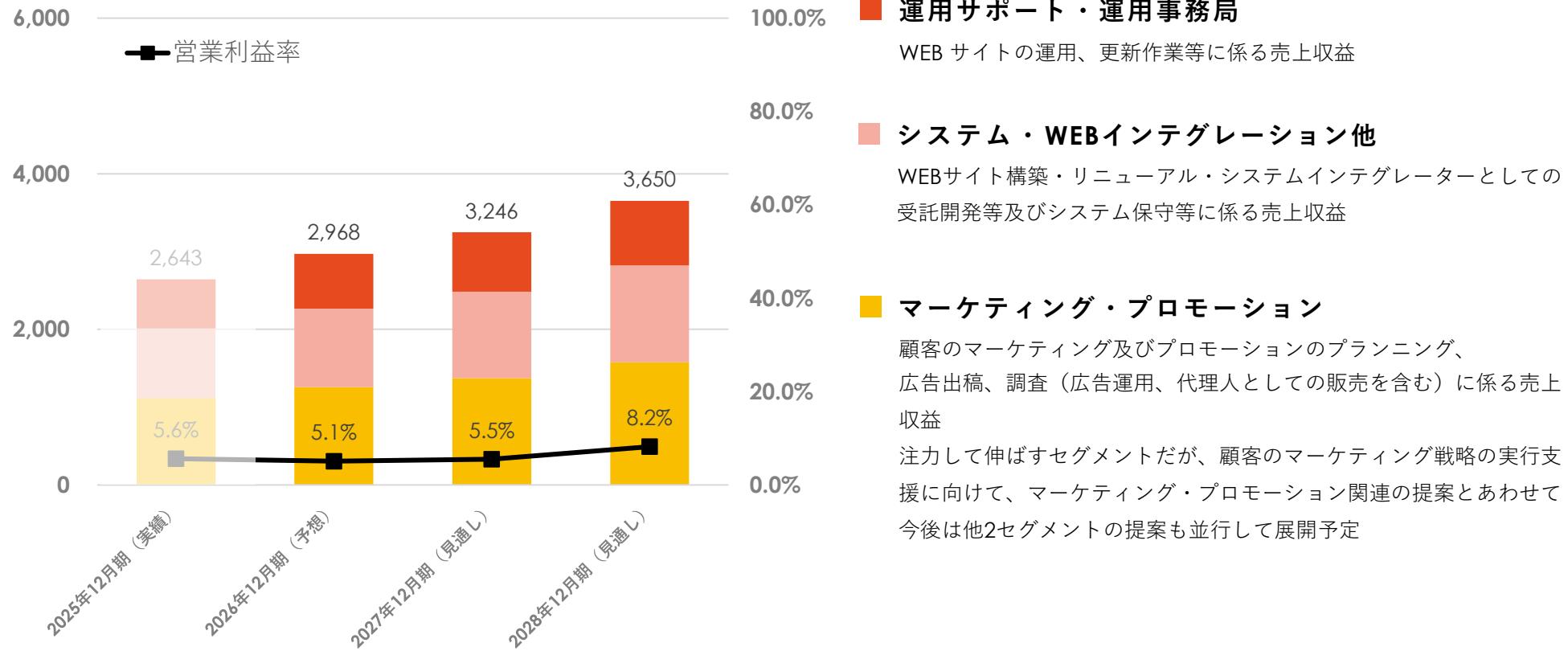
## 既存顧客との関係強化

既存顧客への深い理解に基づく提案力、および具体的なマーケティング課題を解決できる組織体制は当事業の強みの1つ  
V字回復の実現に向けて、まずは着実に既存顧客に対する高付加価値な提案に取り組む

# 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)



# 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

  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



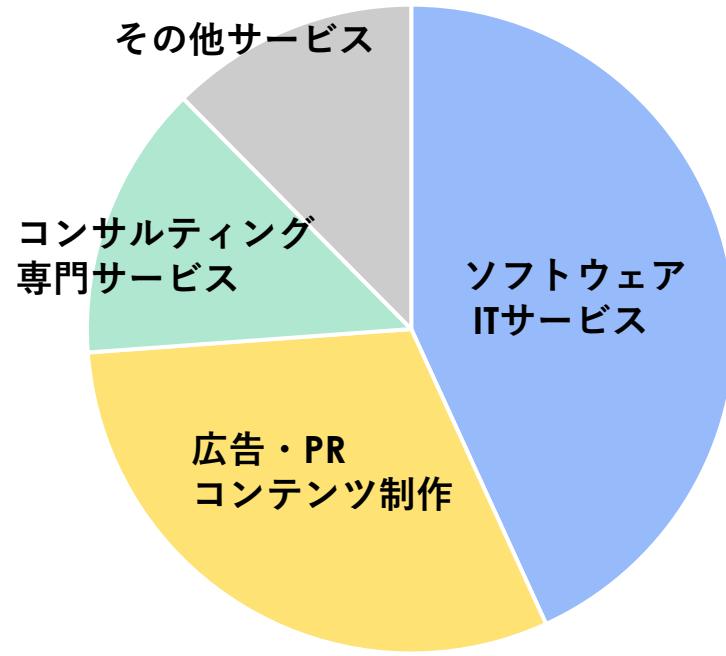
### クラウドERP **ZAC Enterprise**

- 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

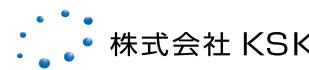
ZACはソフトウェア・ITサービス業・広告業を中心に、累計1,100社以上で導入

2025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



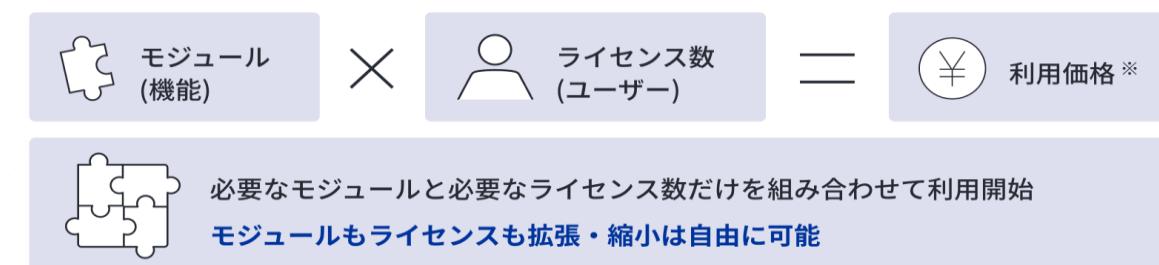
株式会社INA新建築研究所  
Institute of New Architecture

# 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



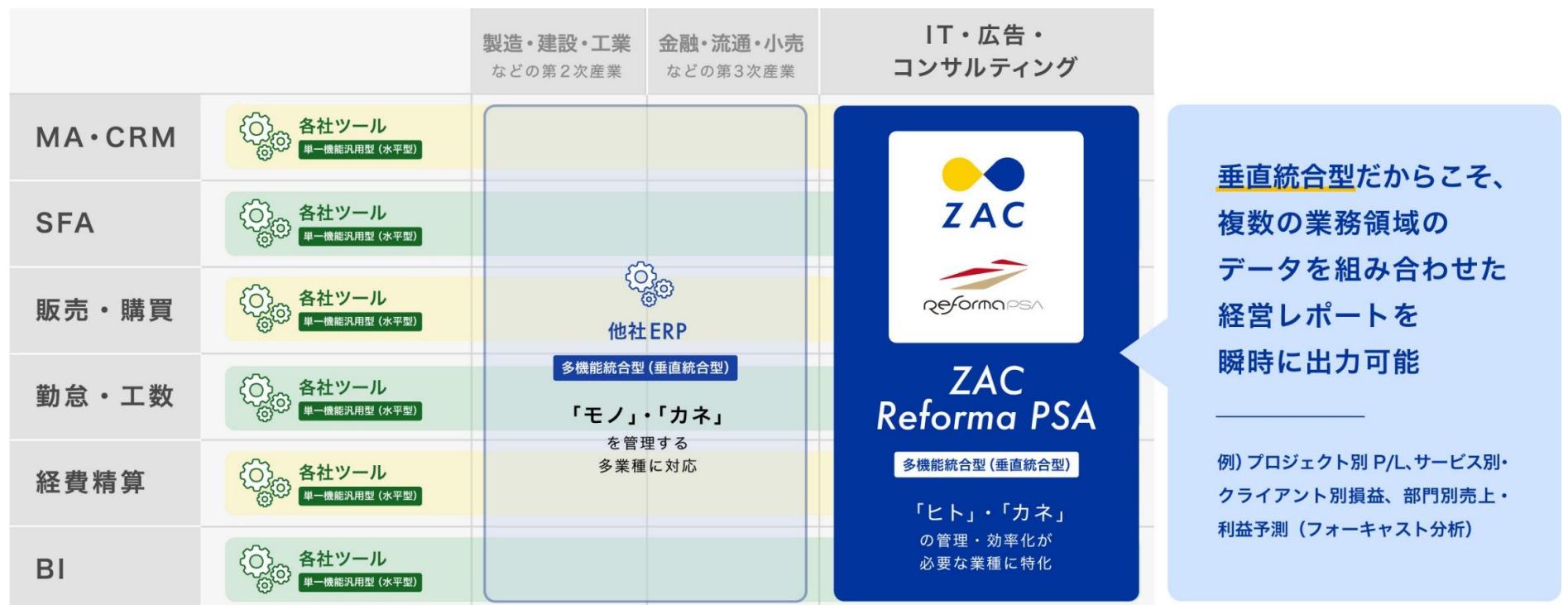
\*オプション機能は別途見積となります。Reforma PSAは、ZACの主要機能の一部を提供しております。

# 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。

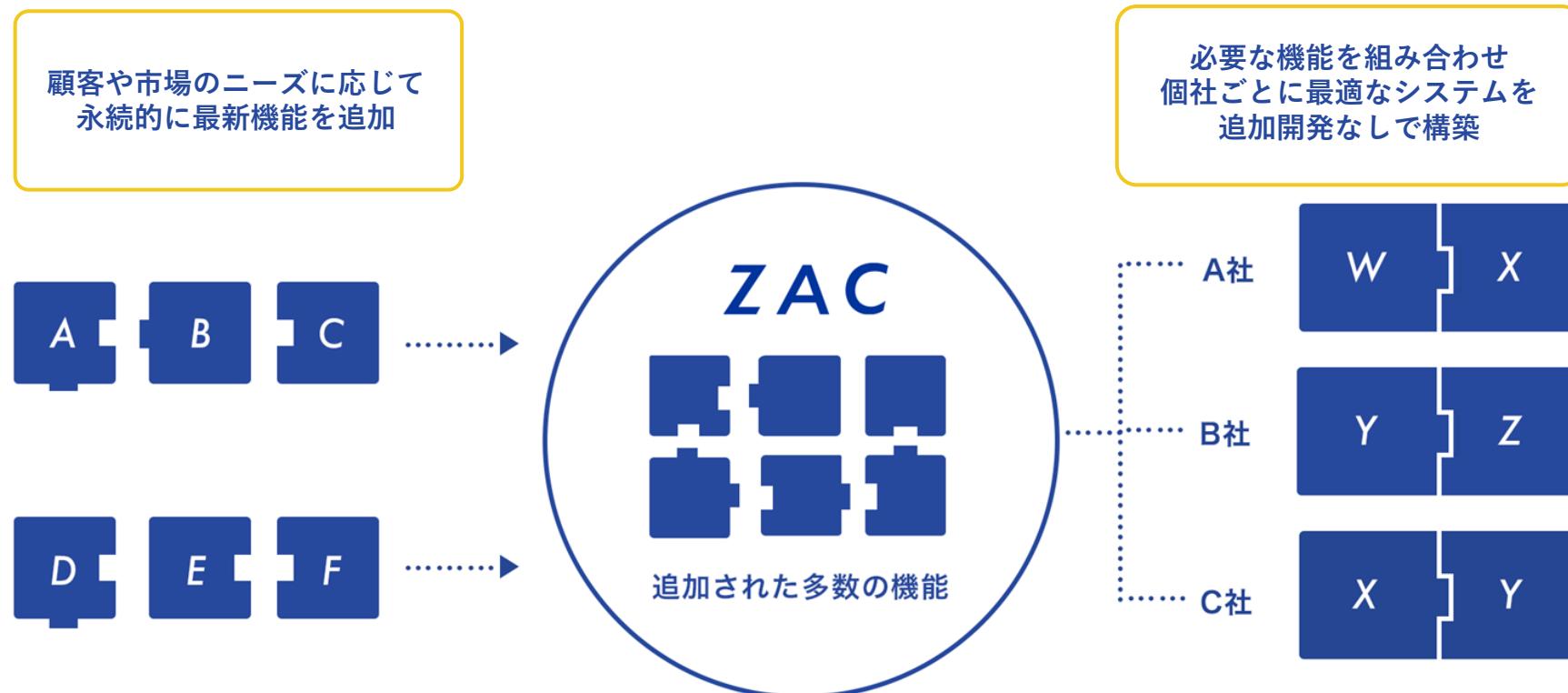
ZAC / Reforma PSAは**多機能統合型(垂直統合型)**であり、特にIT・広告・コンサルティング業に特化し、業種特有の商慣習や細かな要望・課題に対応する業種特化・多機能統合型のシステムです。

## 産業別・業務領域別 ポジショニングマップ



# 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

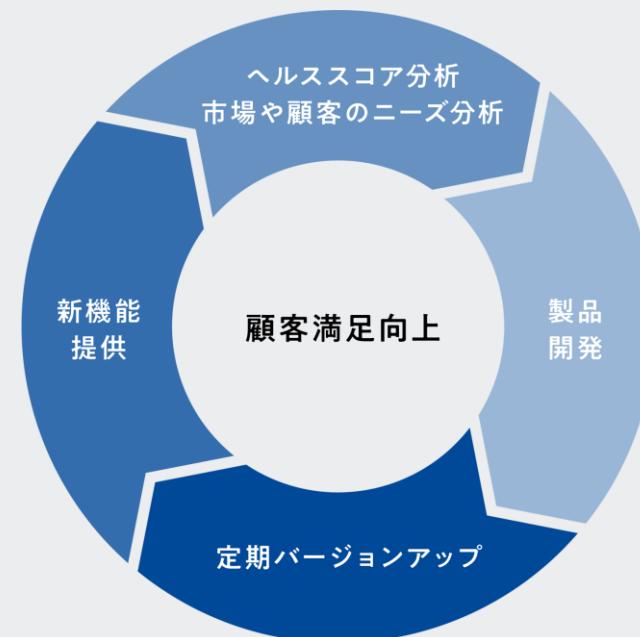
**POINT2** (当社目線) 新機能や個別の顧客のために作った機能の横展開が可能、営業提案や機能提供の効率が高い

\*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2,700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：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

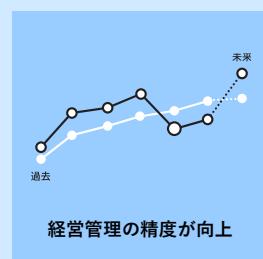
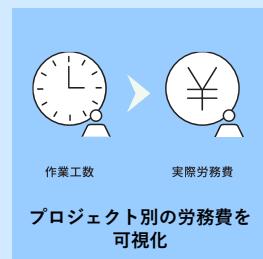
### 規模拡大で、Excelでの原価計算が限界に

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。

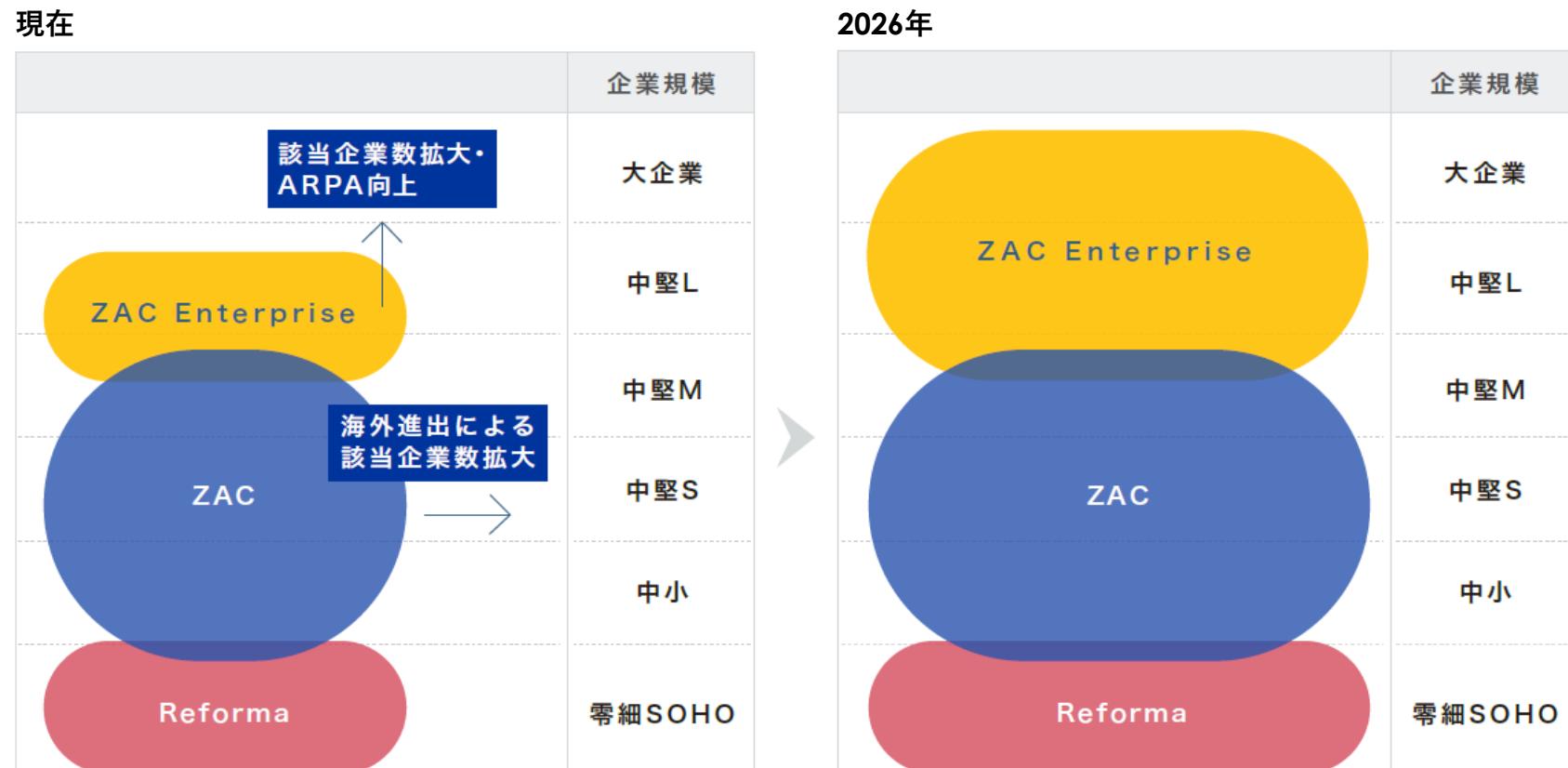
※株式会社カヤック様は2010年にZAC Enterpriseを契約し、勤怠・工数管理機能の利用を開始後、販売管理・購買管理・経費管理を段階的に導入されました。2023年、法改正への対応やグループ会社の増加に備えた管理体制を構築するため、2019年提供開始の「ZAC」へ利用環境を移行されました。記載の内容はZAC Enterprise導入時の状況に基づいております。

# 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



※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。

## 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
- ・ZAC連携ソリューションとしてZAC既存顧客に提案中

### 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

## 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: SES・人材派遣業向け販売管理 Perluna (パールナ)

Perlunaはコンサルティングやソフトウェア開発・SESなど、今後も拡大が見込まれる人月単位の役務提供（準委任型ビジネス）における複雑な契約・請求管理を効率化します。



- ・SES・人月ビジネス特有の計算ロジックやBPの契約管理に対応
- ・勤怠データに基づき、超過・控除精算を含めた請求計算を自動化
- ・要員ごとの稼働状況・稼働履歴に基づいて案件マッチングを検討可能

### 解決できる課題

#### 導入前の課題

- 複雑な契約条件と勤怠データを手作業で照合しているため、集計作業に工数がかかり請求漏れや金額間違いなども発生
- 契約更新の管理が属人的な運用になっているため、手続き漏れによる「契約切れ稼働」などの重大なミスが発生

#### 導入後の効果

- 契約条件・請求パターン・勤怠データが複雑であっても、システム化により工数削減とミスのない請求管理が実現
- 全案件の契約期間を一元管理し、アラートで更新時期を通知  
● 更新漏れや手続き遅延を未然に防止

# 海外製ツールの拡充・拡販

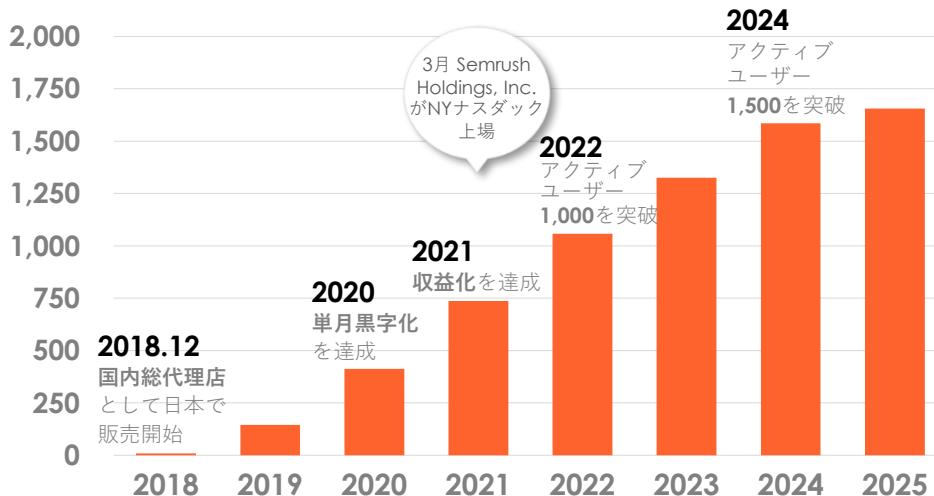
## Semrushのローカライゼーションおよび国内販売代理業務は順調に成長

「Semrush Enterprise」\* の提案を通じたMRR の最大化に取り組んでおります。



### 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)



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

### 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

\* 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べユーザー数

\*\*\*\* 2025年11月19日、Adobe Inc.によるSemrush Holdings, Inc.買収の最終合意に達した旨および2026年前半の買収完了の見込みが発表されました。これによる当社事業への影響は現在精査中です。

# 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。

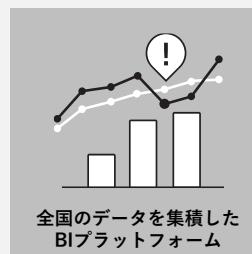
### メーカー側で販売会社の広告配信結果を集約しにくい

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инг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かけていく状況であった。

### 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инг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想いから、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

**TOPPAN**



#### 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](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

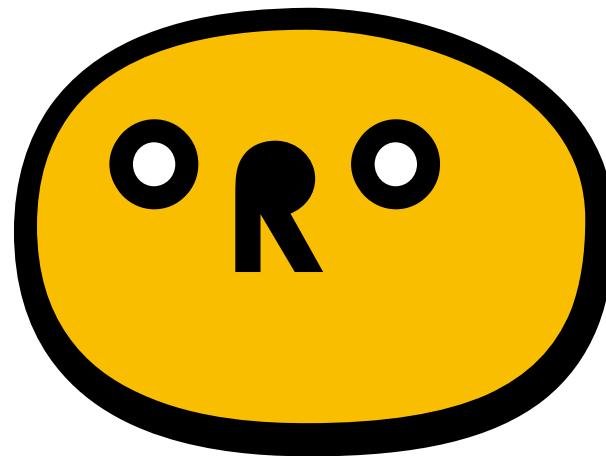
# 会社概要



04

# 経営理念

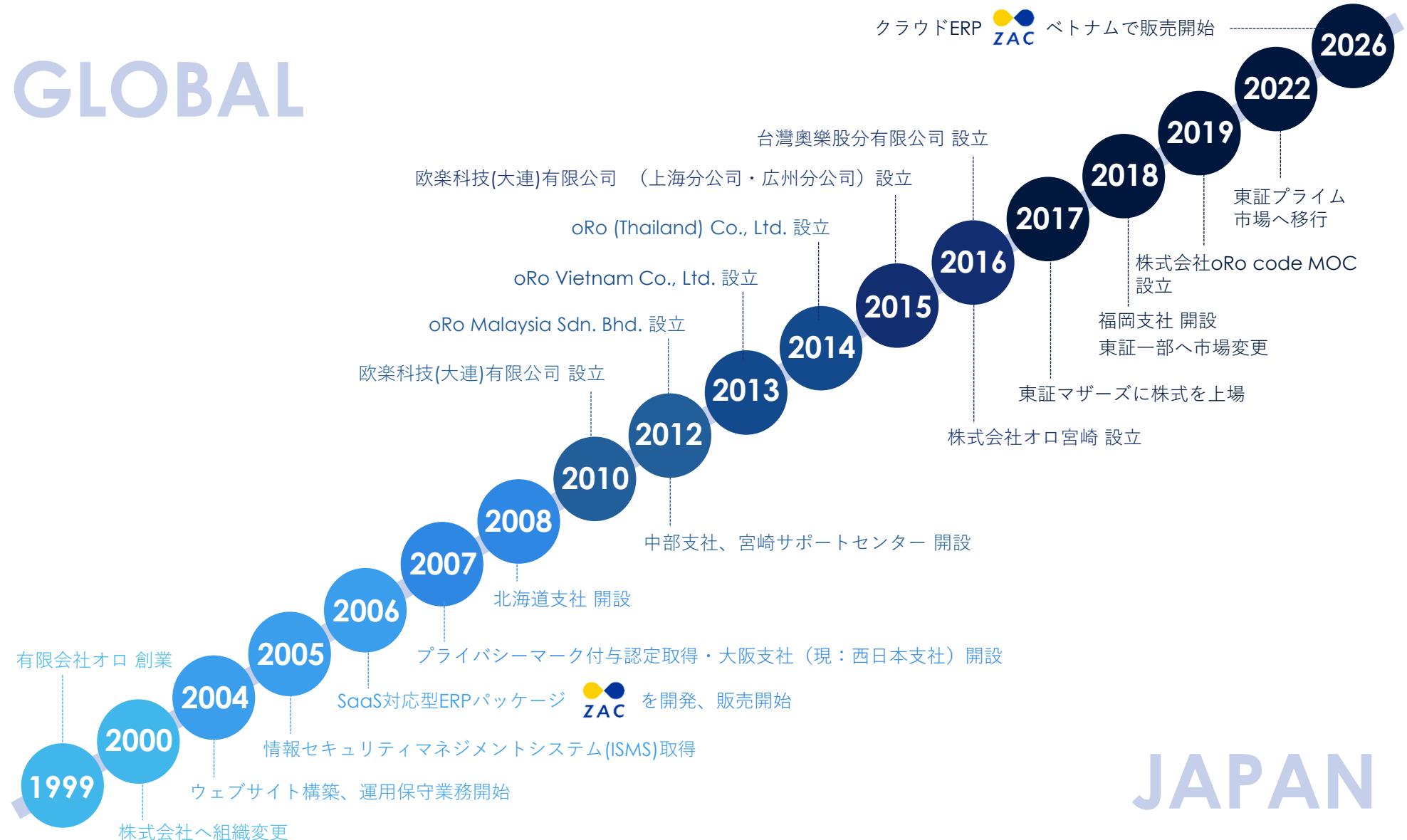
---



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

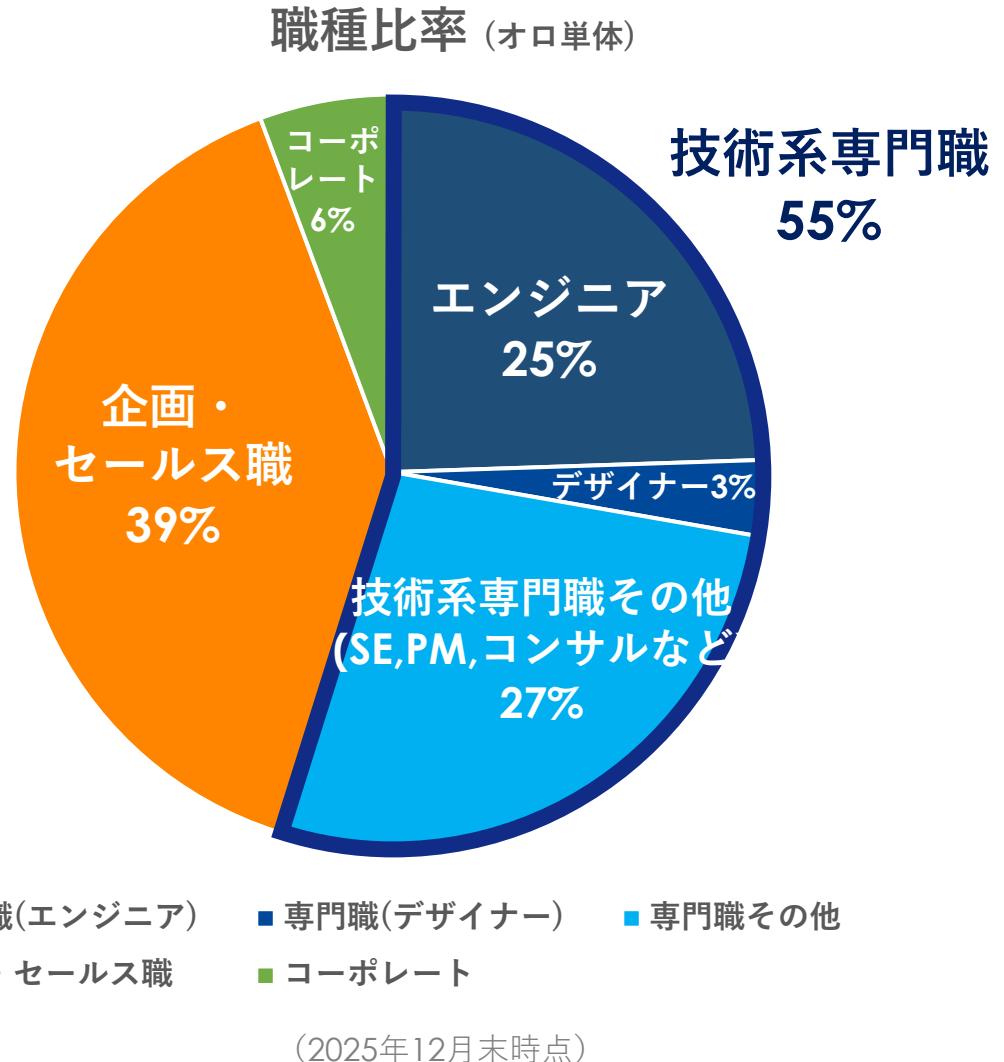
## GLOBAL



## JAPAN

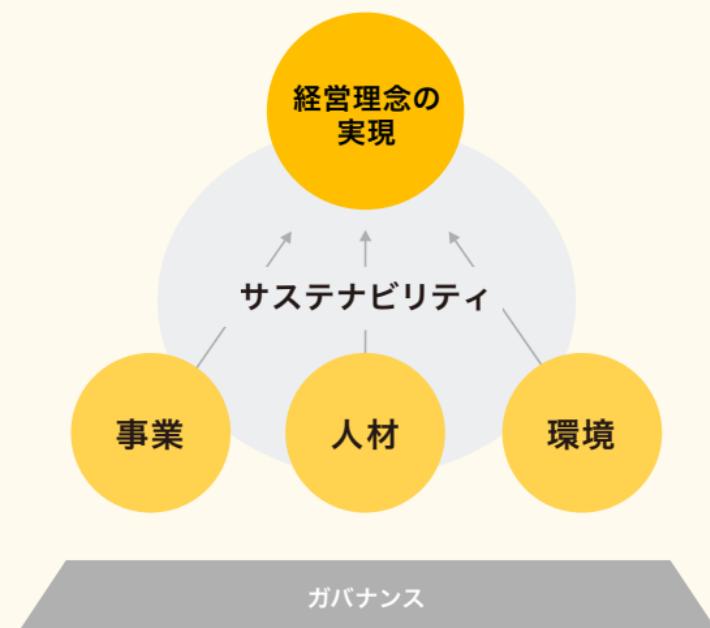
# ものづくり人材を中心とした「組織構成」

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



# 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います。

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、適正に待遇します。
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發揮して、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。

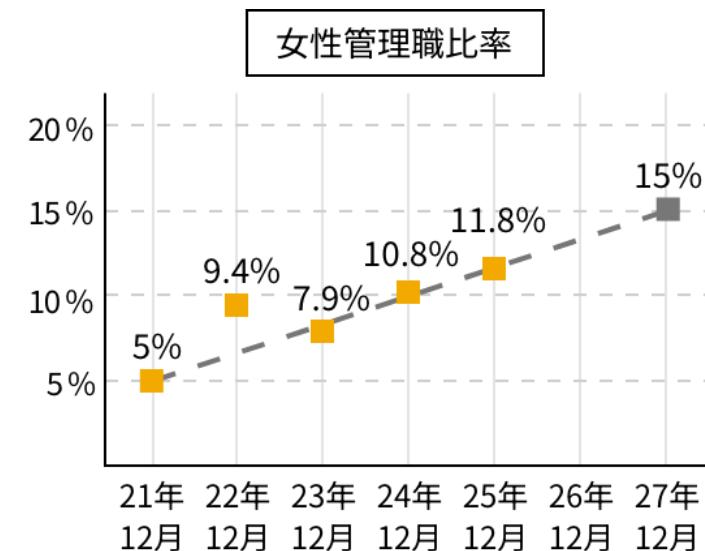
### 女性管理職比率

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。

# サステナビリティの追求に向けた取り組み

## 環境への取り組み

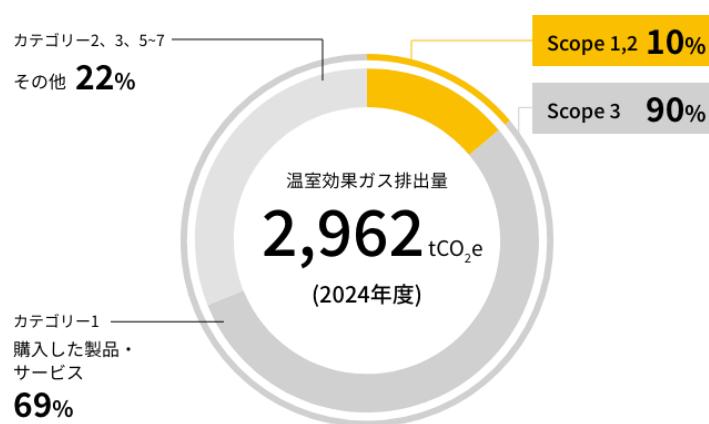
気候変動は、事業活動の成長にも中長期的に影響を与えると考えております。

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。

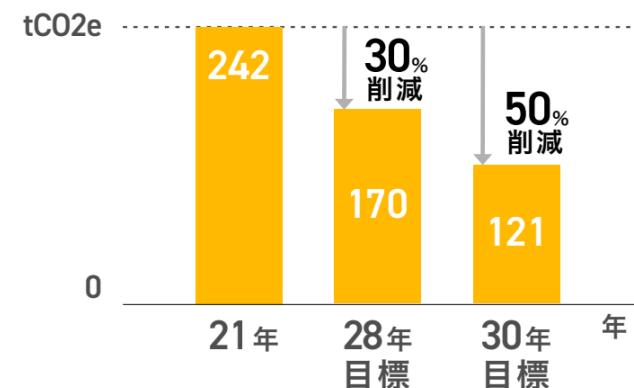
### 温室効果ガス排出量と削減目標

当社、2024年度の温室効果ガス排出量は 2,962 tCO<sub>2</sub>e 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 Scope1,2 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.orocom/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	<p><b>クラウドソリューション事業</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・クラウドERP「ZAC」「Reforma PSA」、SaaS管理ツール「dxeco」の開発・販売</li><li>・SEOツール「Semrush」の国内販売代理業務</li></ul> <p><b>マーケティングソリューション事業</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>・デジタルを基軸にしたマーケティング支援</li></ul>
従業員数	単体335人／連結585人（2025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) 大連奥楽廣告有限公司 台湾奥樂股分有限公司 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。

