

2021年12月期

決算説明資料

株式会社オロ 証券コード：3983

2022年2月14日



目次

- 01 2021年12月期 決算概要**
- 02 事業の状況**
- 03 2022年12月期 業績の見通し**
- 04 会社概要**

01 2021年12月期 決算概要

※国際財務報告基準(IFRS)を適用した2021年12月期決算概要は、有価証券報告書提出日に開示する予定です。

業績ハイライト

2021年12月期 決算概要

売上高	5,762百万円	前年同期比 9.9%増
営業利益	2,120百万円	前年同期比 24.2%増

クラウドソリューション(CS)事業

売上高	3,372百万円	前年同期比 10.3%増
営業利益	1,578百万円	前年同期比 16.6%増

デジタルトランスフォーメーション(DX)事業

売上高	2,389百万円	前年同期比 9.5%増
営業利益	541百万円	前年同期比 53.3%増

(単位：百万円)

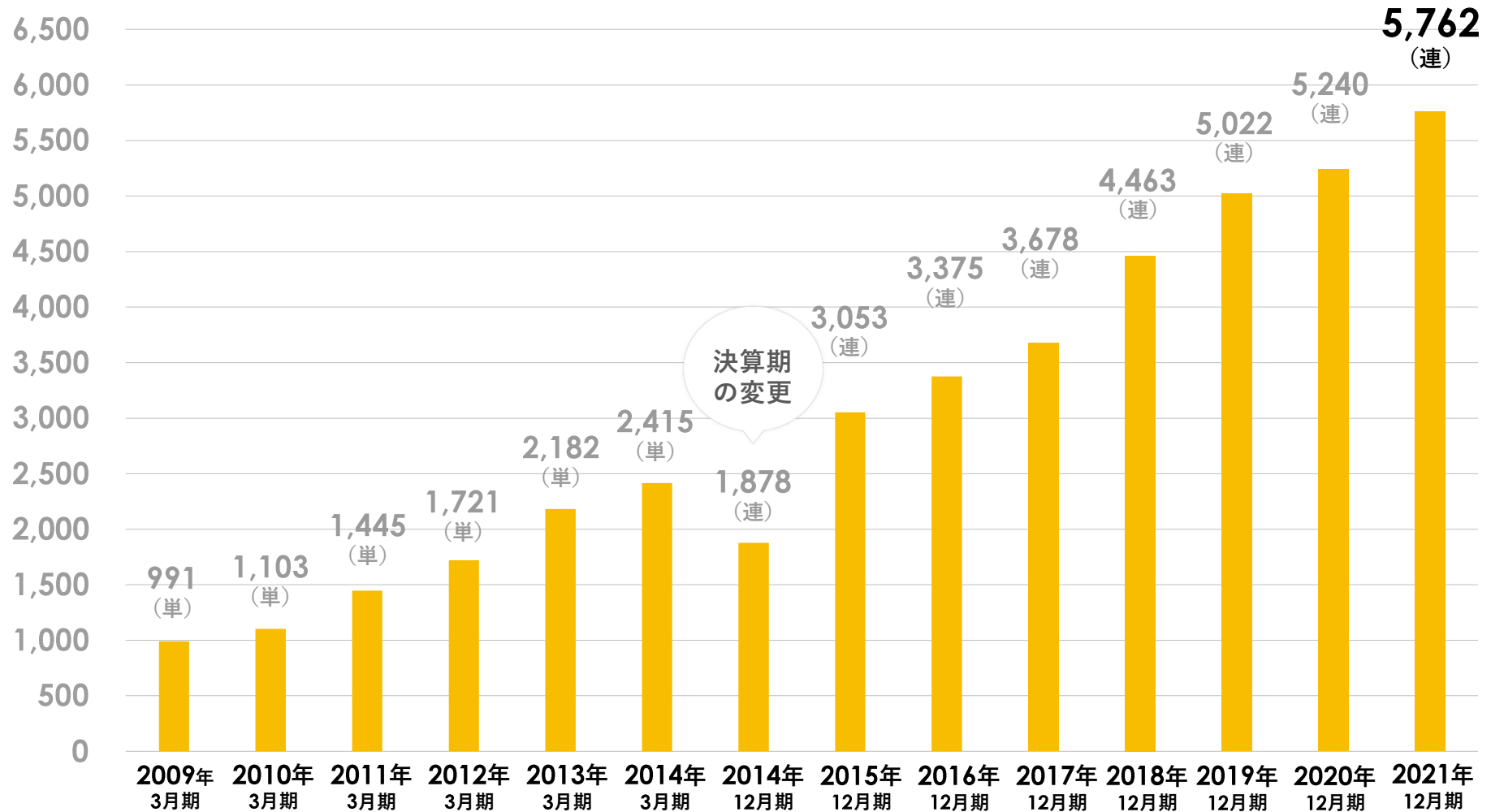
通期業績予想と実績値の差異

	2021年12月期 通期予想 (構成比)	2021年12月期 実績値 (構成比)	差異	主な要因
売上高	6,050 (100.0%)	5,762 (100.0%)	▲288	
CS事業	3,415 (56.5%)	3,372 (58.5%)	▲43	2021年1月の営業体制の変更に伴い新規契約に要する期間が増加し、上期に新規の契約数が伸び悩みました。下期には回復基調になったものの、上期の契約数の減少及びそれに伴う導入支援の売上減少を回収するに至りませんでした。
DX事業	2,634 (43.5%)	2,389 (41.5%)	▲245	世界的な半導体不足による顧客側の予算削減の影響により、自動車業界に対する広告案件が減少しました。
営業利益	1,931 (31.9%)	2,120 (36.8%)	188	
CS事業	1,552 (25.7%)	1,578 (27.4%)	26	
DX事業	379 (6.3%)	541 (9.4%)	162	
経常利益	1,940 (32.1%)	2,132 (37.0%)	191	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,338 (22.1%)	1,490 (25.9%)	151	

売上高推移

前年同期比 9.9%増の57.62億円

(単位：百万円)

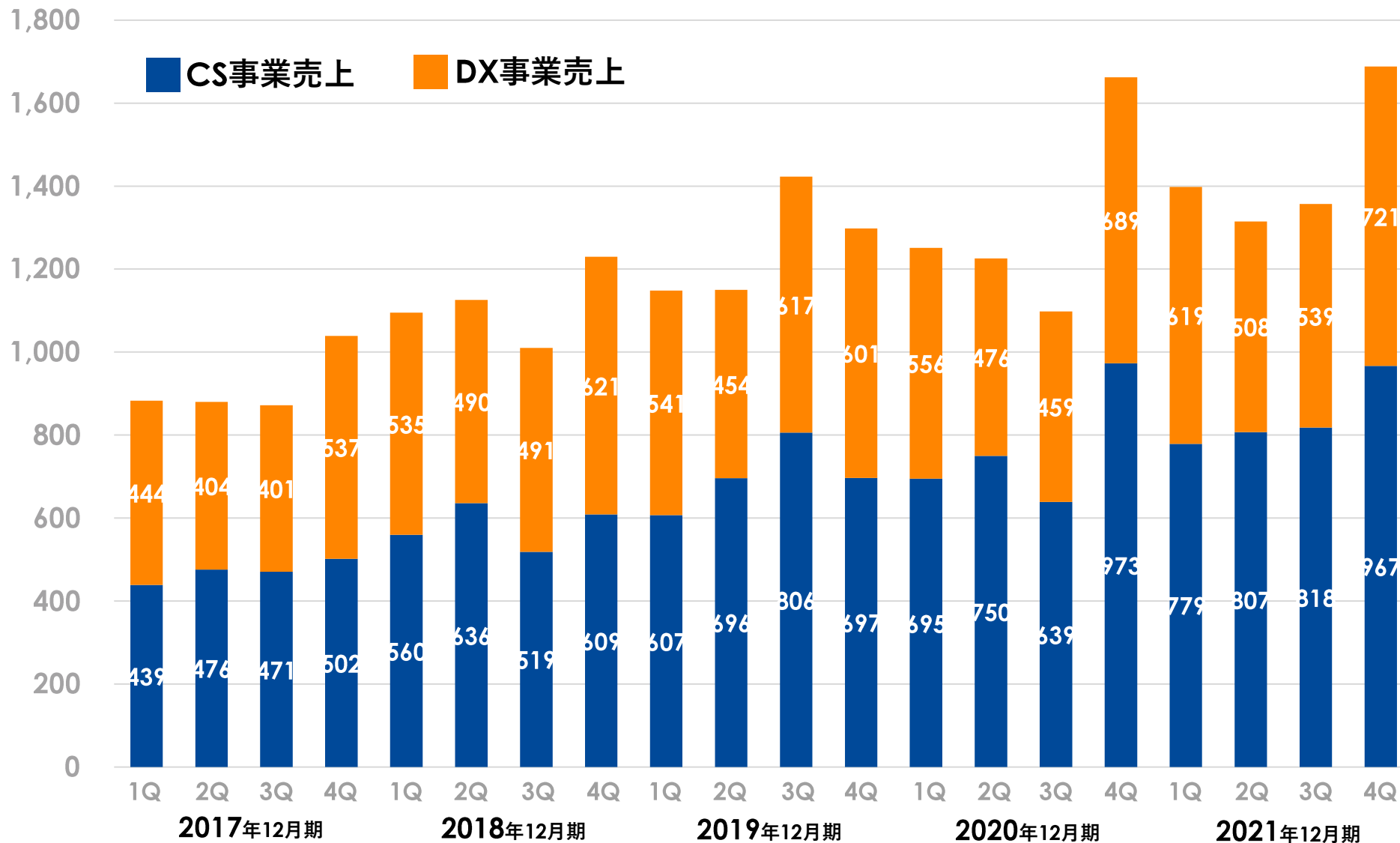


決算期
の変更

※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）の売上高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月期の売上高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。

四半期売上高推移

(単位：百万円)



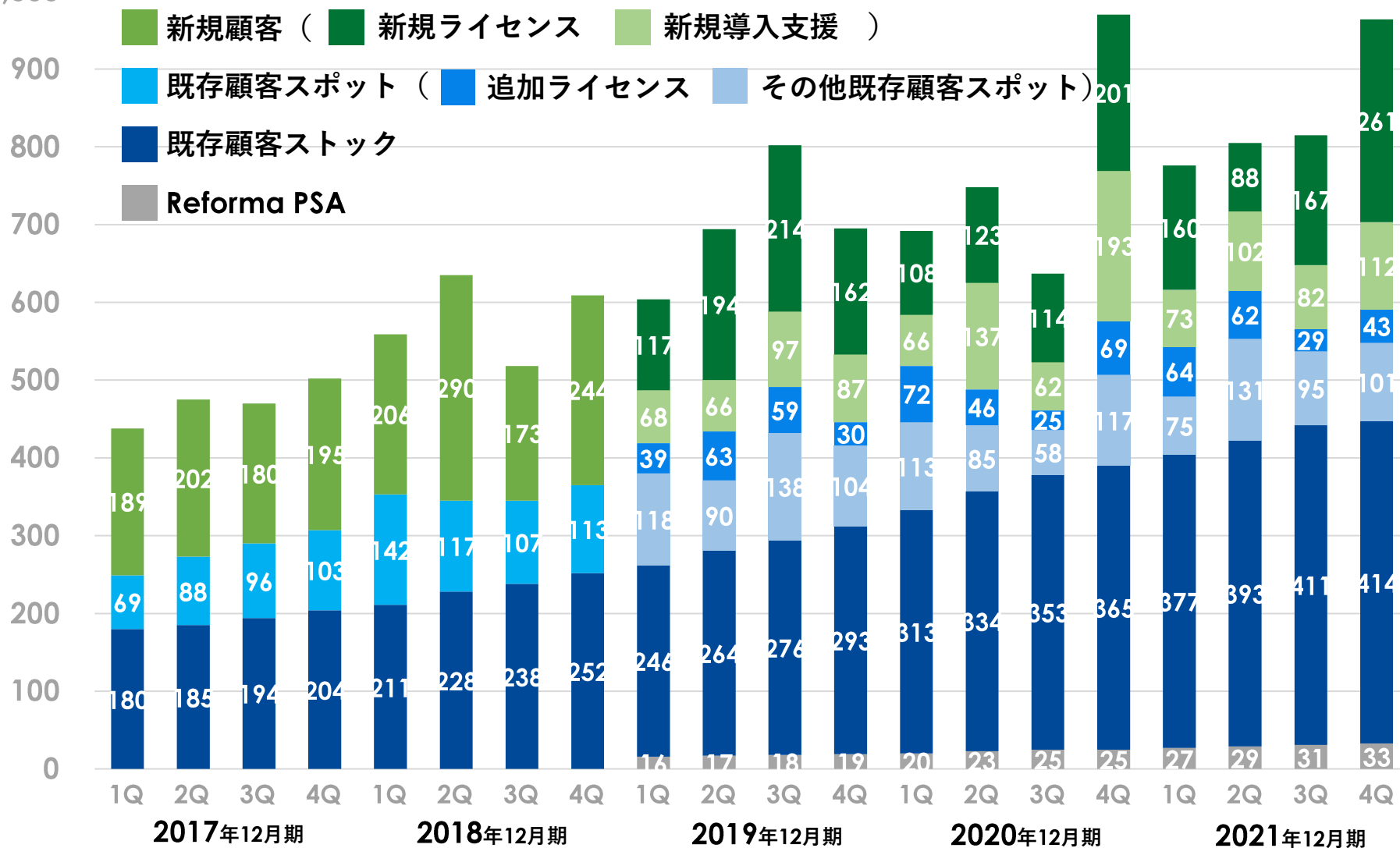
※CS事業：クラウドソリューション事業（旧ビジネスソリューション事業）
 ※DX事業：デジタルトランスフォーメーション事業（旧コミュニケーションデザイン事業）
 ※2018年12月期より、デジタルトランスフォーメーション事業（旧コミュニケーションデザイン事業）の売上高の計上方法を総額表示から純額表示に変更しております。
 この変更に伴い、2017年12月期の売上高については遡及適用後の金額（純額表示）を記載しております。

クラウドソリューション事業 セグメント別売上構成

日本基準

(単位：百万円)

1,000



セグメント別売上構成

新規顧客	初期契約時のライセンス売上 ^(※1)
	導入支援業務、および導入時に必要な追加開発売上 ^(※2)
既存顧客スポット	機能範囲・利用人数の変更に伴うライセンス売上
	運用方針や機能範囲の変更に伴う導入支援業務、および追加開発売上 ^(※2)
既存顧客ストック	システム保守売上 ^(※3) 、クラウド環境利用売上 ^(※3) 、SaaS型契約の月額ライセンス売上
Reforma PSA	Reforma PSAの月額ライセンス売上

※1：ZAC月額ライセンス（SaaS型）契約の場合、ライセンス売上は既存顧客ストックに集計されており、契約初月においても新規顧客には集計されておりません。

※2：追加開発は、パラメータの拡張は行いますが、個社カスタマイズは行っておりません。

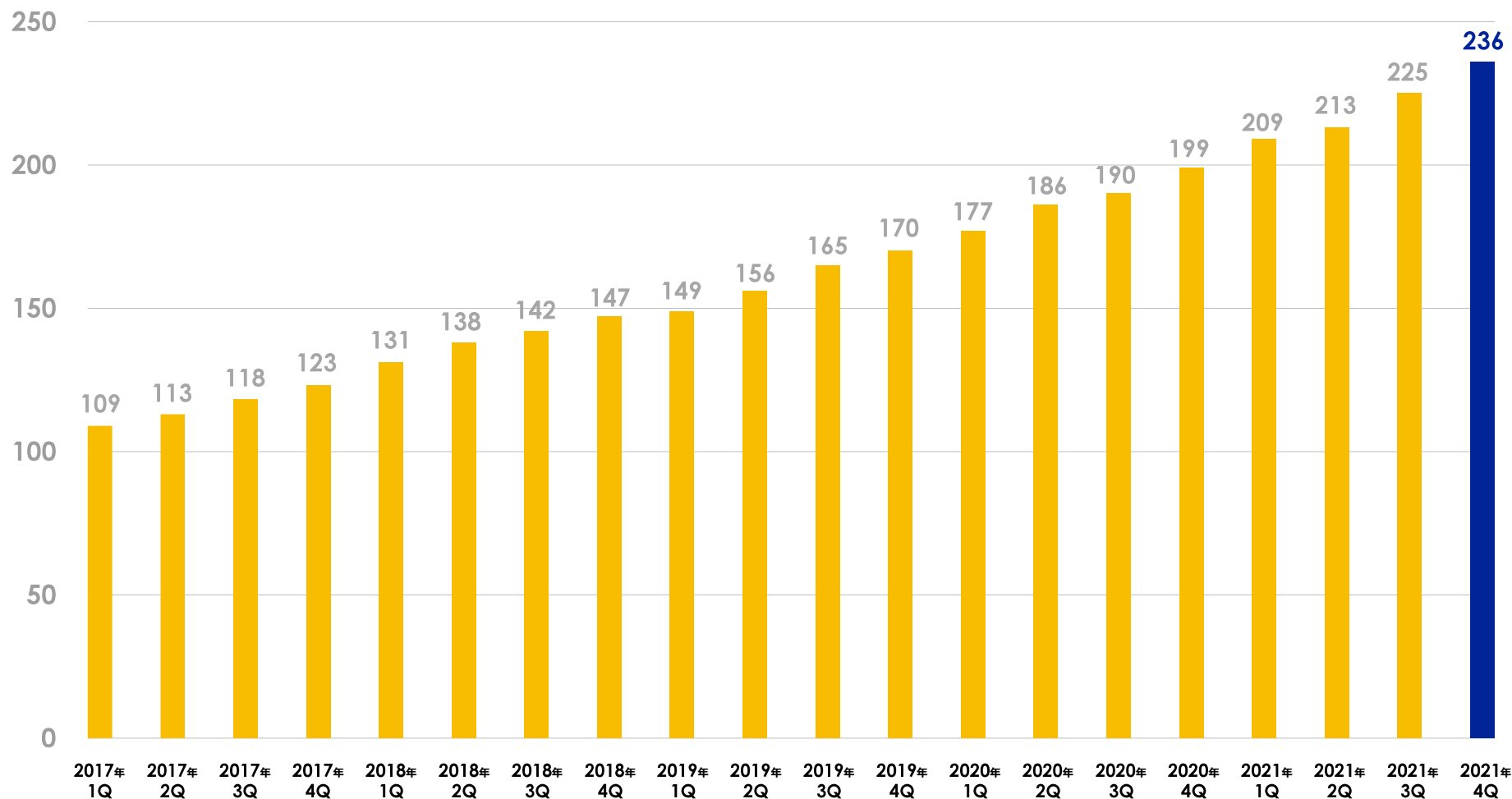
※3：買取型契約の場合のみ発生します。

	結果	要因
売上	<p>【ZAC】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 新規契約時のライセンス売上：昨対23.4%増 ・ 新規導入支援売上：昨対19.1%減 ・ 既存顧客ストック売上：順調に増加 <p>【Reforma PSA】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 売上：昨対28.6%増 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2021年1月の営業体制の変更に伴い新規契約に要する期間が増加し、上半期に新規契約数が伸び悩み。この影響で新規導入案件が減少。一方、下半期は新規契約数が回復、また通年で1社あたりの顧客単価が増加し新規ライセンス売上増に貢献。解約率も低位に安定。 ・ マーケティング・カスタマーサクセス体制を強化し、新規獲得数が増加し解約率が低下。
コスト	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販管費の増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・ マーケティング強化による広告宣伝費の増加及び、製品力向上のための研究開発費の増加。

「ZAC」「ZAC Enterprise」稼働ライセンス数推移

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

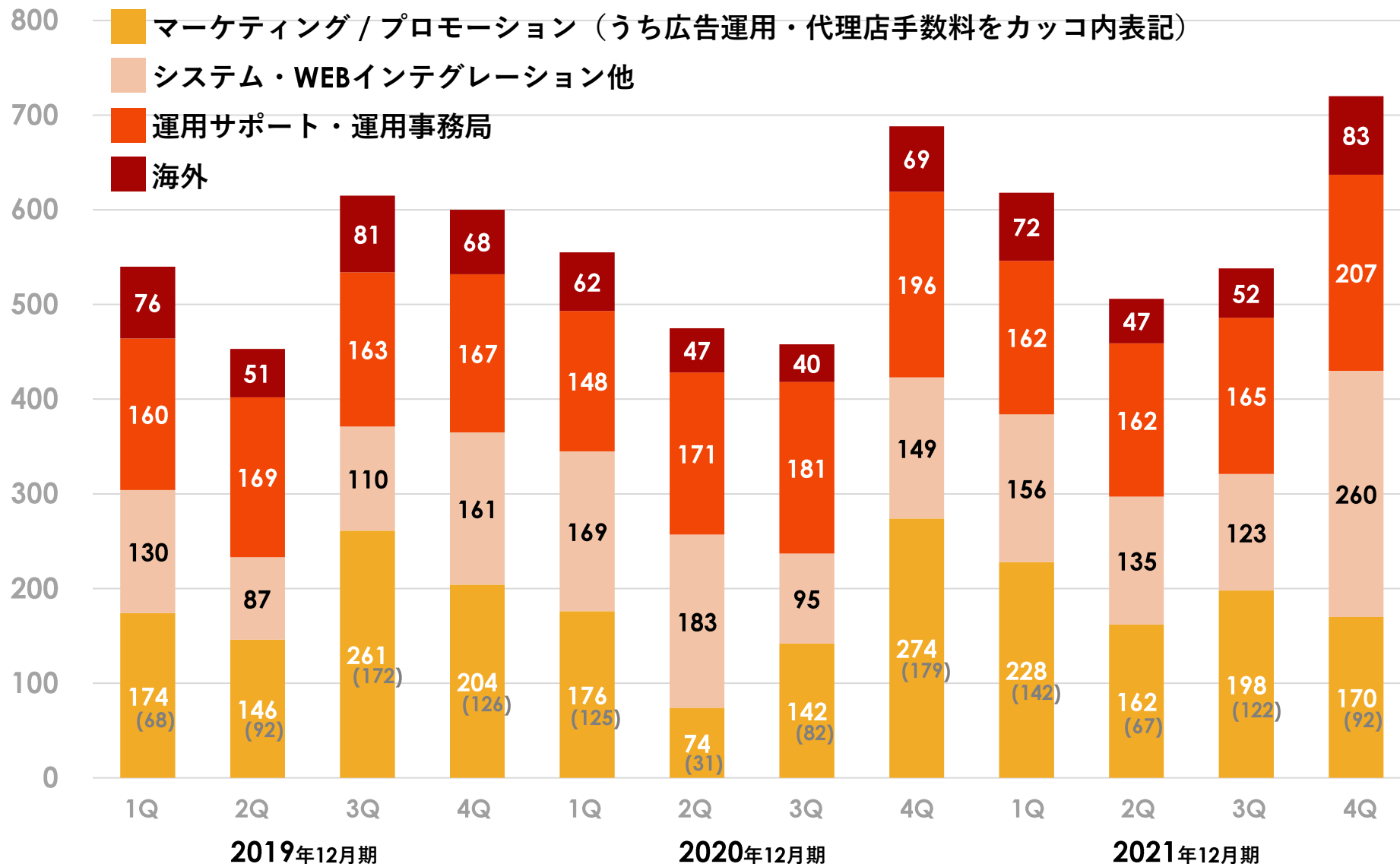
(単位：千)



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

日本基準

(単位：百万円)



セグメント別売上構成

マーケティング/ プロモーション	プロモーションのプランニング費、広告クリエイティブ制作費、調査費など（広告運用、代理店手数料による売上含む）
システム・WEB インテグレーション 他	Webサイトリニューアル・構築、システム保守等、システムインテグレーターとしての受託開発売上ほか Semrush売上含む
運用サポート 運用事務局	Webサイトの運用・更新作業等の売上
海外	海外拠点の売上

	結果	要因
売上	<ul style="list-style-type: none">・ 広告案件売上：計画より下振れ・ 海外売上：前年比16.8%増	<ul style="list-style-type: none">・ 世界的な半導体不足による顧客側の予算削減の影響により、自動車業界に対する広告案件が減少。・ 2020年度は新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大の影響により海外売上も大きく減少したが、2021年度は状況が改善し前年比売上増加。同時に収益も改善し2021年度下半期には黒字化を達成。

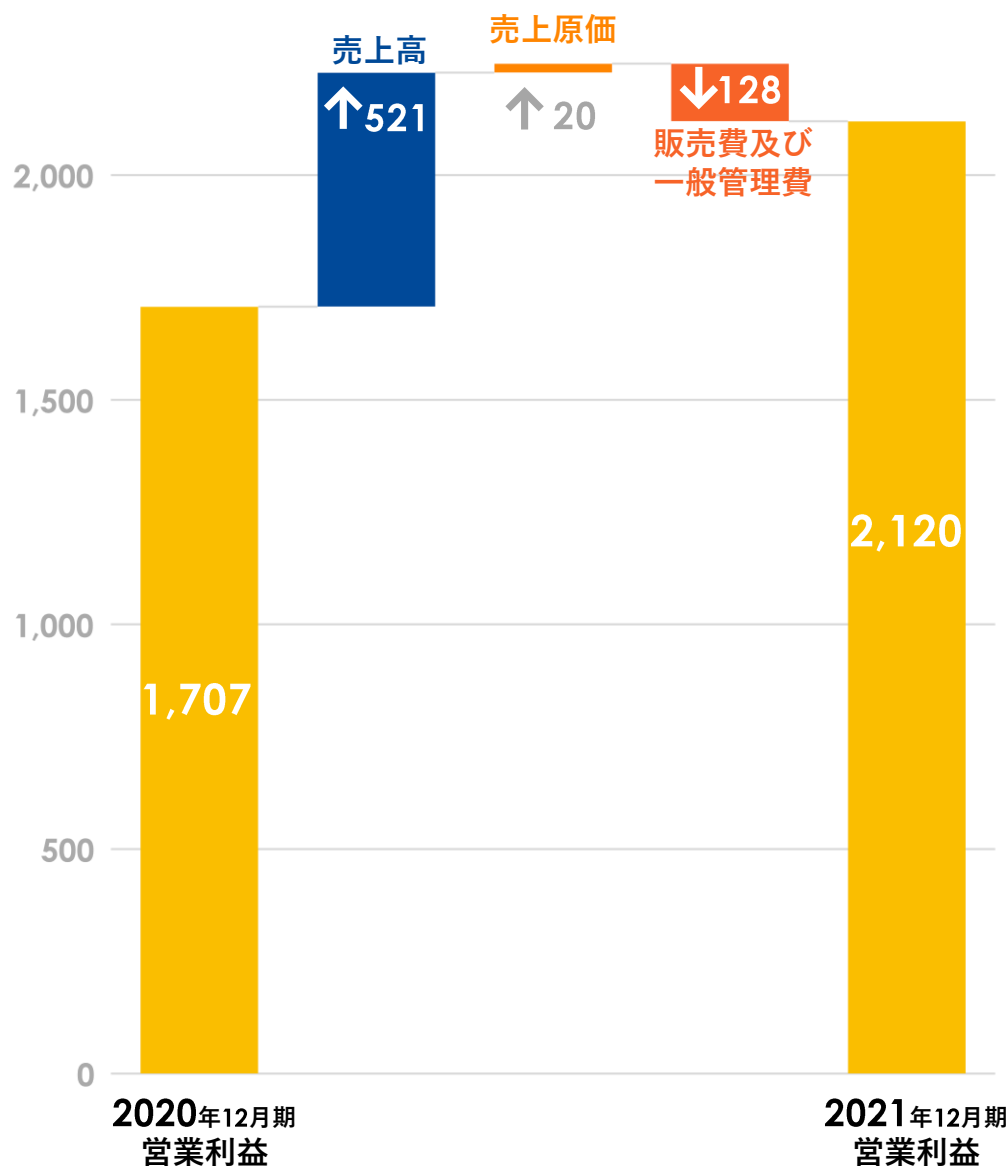
損益計算書（前年同期比）

（単位：百万円）

	2020年12月期 （構成比）	2021年12月期 （構成比）	増減額	主な要因
売上高	5,240 (100.0%)	5,762 (100.0%)	521	
売上原価	2,138 (40.8%)	2,118 (36.7%)	▲20	不採算案件の前年比における収束及び赤字計上による影響、上記特定案件以外の仕掛品の変動、技術系専門職人員の増加及び給与の増加等
売上総利益	3,102 (59.2%)	3,643 (63.2%)	541	
販管費	1,395 (26.6%)	1,523 (26.4%)	128	旅費交通費・接待交際費・研修費の減少、研究開発費の増加、広告宣伝費の増加、営業・管理系人員の増加及び給与の増加等
営業利益	1,707 (32.6%)	2,120 (36.7%)	412	
経常利益	1,713 (32.7%)	2,132 (37.0%)	418	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,182 (22.6%)	1,490 (25.8%)	308	

営業利益の変動要因（前年同期比）

（単位：百万円）



（単位：百万円）

主な要因	金額
↑売上高の増加	521
クラウドソリューション事業	314
デジタルトランスフォーメーション事業	207
↑売上原価の減少	▲20
不採算案件の前年同期における収束及び赤字計上による影響	▲51
上記特定案件以外の仕掛品の変動	▲5
技術系専門職人員の増加及び給与の増加	32
その他売上原価の増減	4
↓販売費及び一般管理費の増加	128
旅費交通費・接待交際費・研修費の減少	▲11
営業・管理系人員の増加及び給与の増加	104
研究開発費の増加	25
広告宣伝費の増加	39
その他販売費及び一般管理費の増減	▲30

貸借対照表（前期末比）

- ① 現金及び預金の増加、受取手形及び売掛金の減少
- ② 支払手形及び買掛金の減少、未払い法人税等の増加
- ③ 親会社株主に帰属する当期純利益の増加、自己株式の取得による減少、配当金の支払いによる減少

（単位：百万円）

科目名	2020年 12月期	2021年 12月期	増減額	科目名	2020年 12月期	2021年 12月期	増減額
流動資産	① 7,920	7,707	▲212	負債合計	1,391	1,497	▲106
固定資産	688	650	▲37	流動負債	② 1,218	1,337	119
有形固定資産	454	394	▲60	固定負債	173	160	▲13
無形固定資産	31	45	14	純資産	7,216	6,859	▲356
投資その他資産	202	210	7	株主資本	③ 7,218	6,822	▲396
資産合計	8,608	8,357	▲250	その他の 包括利益累計額	▲1	37	39
				負債純資産合計	8,608	8,357	▲250

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。

上記の方針に基づき、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、当期につきましては、1株当たり15円00銭の配当を予定しております。

	1株当たり配当金		
基準日	第2四半期	期末	合計
当期実績および予定 (2021年12月期)	0円00銭	15円00銭	15円00銭
次期予想 (2022年12月期)	0円00銭	15円00銭	15円00銭

クラウドソリューション事業・デジタルトランスフォーメーション事業 ニュースリリース

11月10日：PR×アドテクの独自サービス「Release Boost AD」を開始

PRとアドテクの2方向から消費者にとって有益な情報発信を行います。

11月19日：ZAC、AIチャットボット導入でカスタマーサービスを強化

11月26日：インストリーム広告に特化したCM制作サービスを開始

12月1日：KOL/インフルエンサーマーケティングサービスを開始

独自のデータ分析から最適なキャスティングを行い、プロモーションと組み合わせることで統合的なマーケティング効果を底上げします。

12月6日：ZAC、ZAC Enterpriseの累計導入社数が800社を突破

12月20日：Reforma、アウトプット機能を拡充、累計導入社数は350社を突破

12月15日：データドリブンなCRM促進により、顧客LTVを最大化

企業が持つ顧客の行動ログや属性情報を活用した、データドリブンなCRM促進を支援するサービスを開始。

02

事業の状況

事業セグメント

クラウドソリューション事業

 ZAC  の開発・提供

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

クラウドソリューション 事業

クラウドERP「ZAC」・クラウドPSA「Reforma PSA」

案件・プロジェクト別の収支管理を中心機能とし、企業内における業務処理および情報共有を推進する、クラウド型の統合基幹業務システムです。



クラウドERP「ZAC」

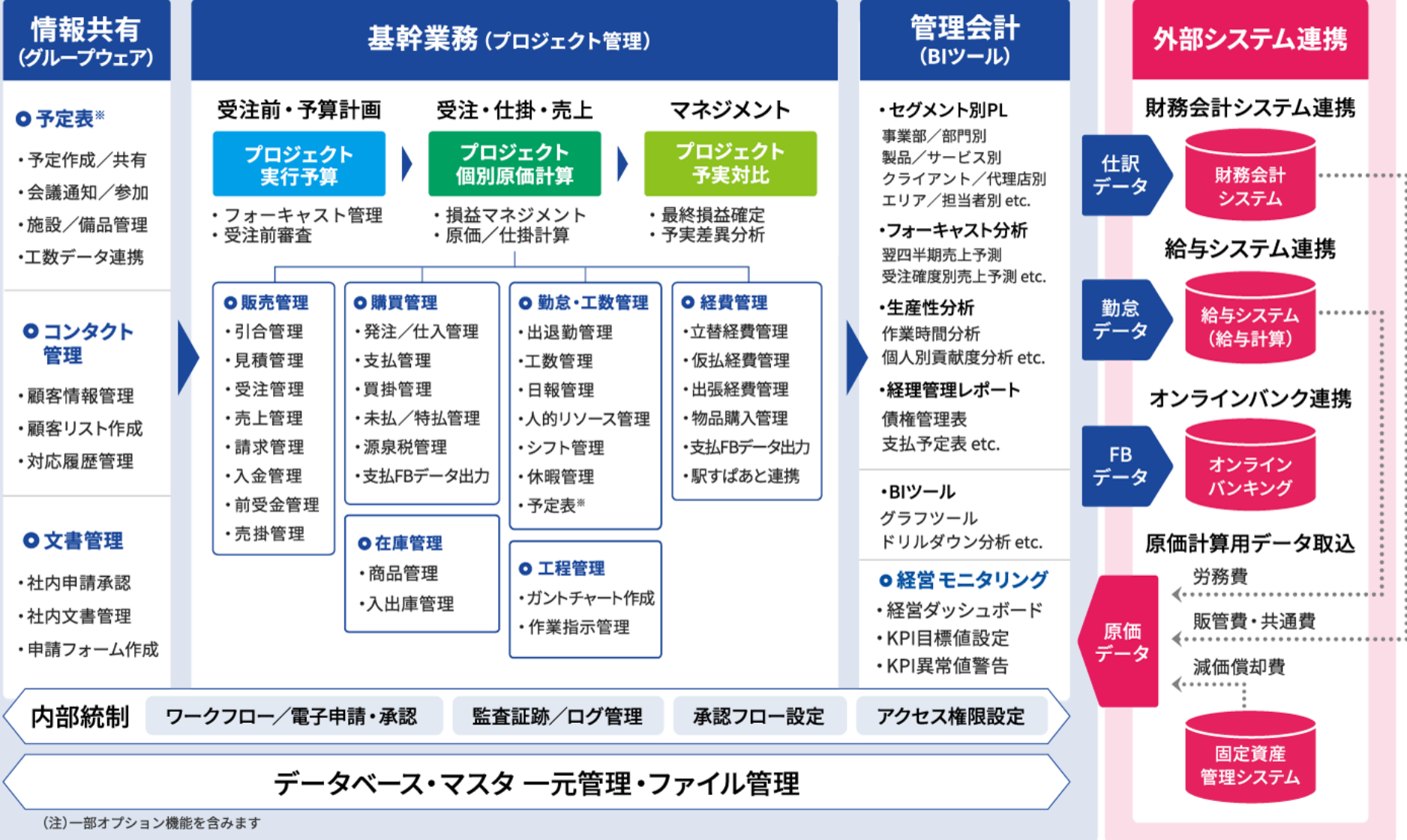
- 50～300名を中心とした中小企業対象
- 多数の汎用パラメータから個社独自の課題に対応
- 当社コンサルタントが導入までサポート



クラウドPSA「Reforma PSA」

- ～50名のスタートアップ・ベンチャー企業対象
- ZACの主要機能に絞って提供
- 初期費用なし、低コストから導入可能

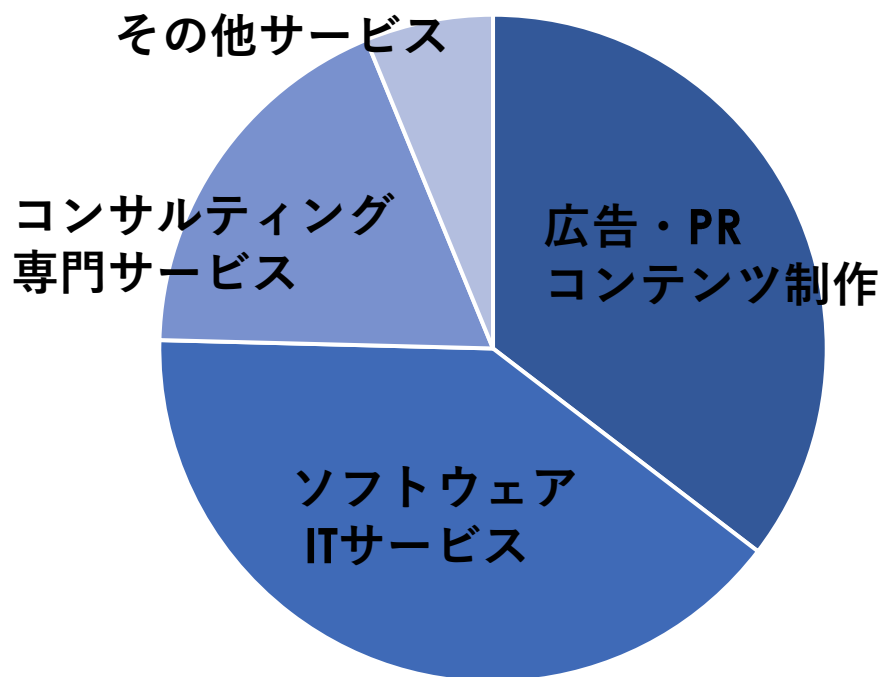
クラウドソリューション事業 クラウドERP「ZAC」の機能



クラウドソリューション事業 業種特化型ERP

ZACは、ITサービス・広告業を中心に導入されています。

2021年12月31日現在



広告・PR・コンテンツ制作



ソフトウェア・システム開発・ITサービス



コンサルティング・専門サービス



その他サービス



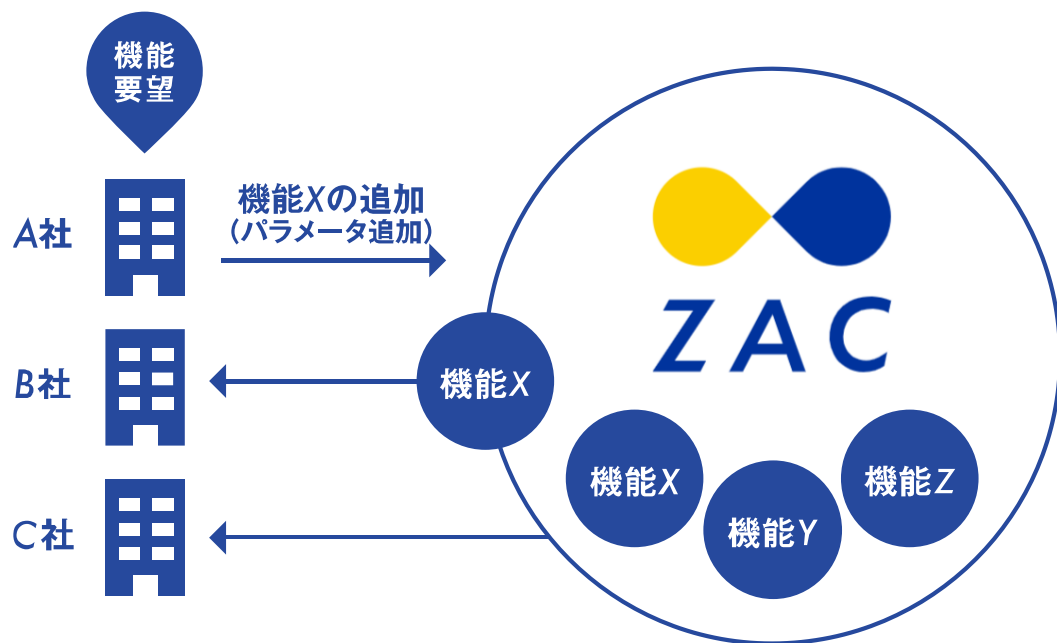
業種特化・統合型ERP

業種にとらわれず利用できる**単一機能汎用型**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**のシステムがあります。ZAC/Reforma PSAは**多機能統合型**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、これら業種特有の細かな課題に対応する**業界特化・多機能統合型**のシステムです。



クラウド型の機能優位性

パラメータ設計によるシステム自身の持続的成長が可能



業種特化型・パラメータ設計 におけるメリット

POINT1

2006年提供開始から業界に特化した多数のパラメータを開発。追加開発なしで個社独自の課題に対応。

POINT2

導入までのリードタイム短縮と開発費用のコスト削減

機能例①

受託制作・開発業におけるプロジェクトごとの社内発注に対応する工数管理機能

機能例②

広告・イベント・クリエイティブ業における請求書未着での仮仕入計上機能

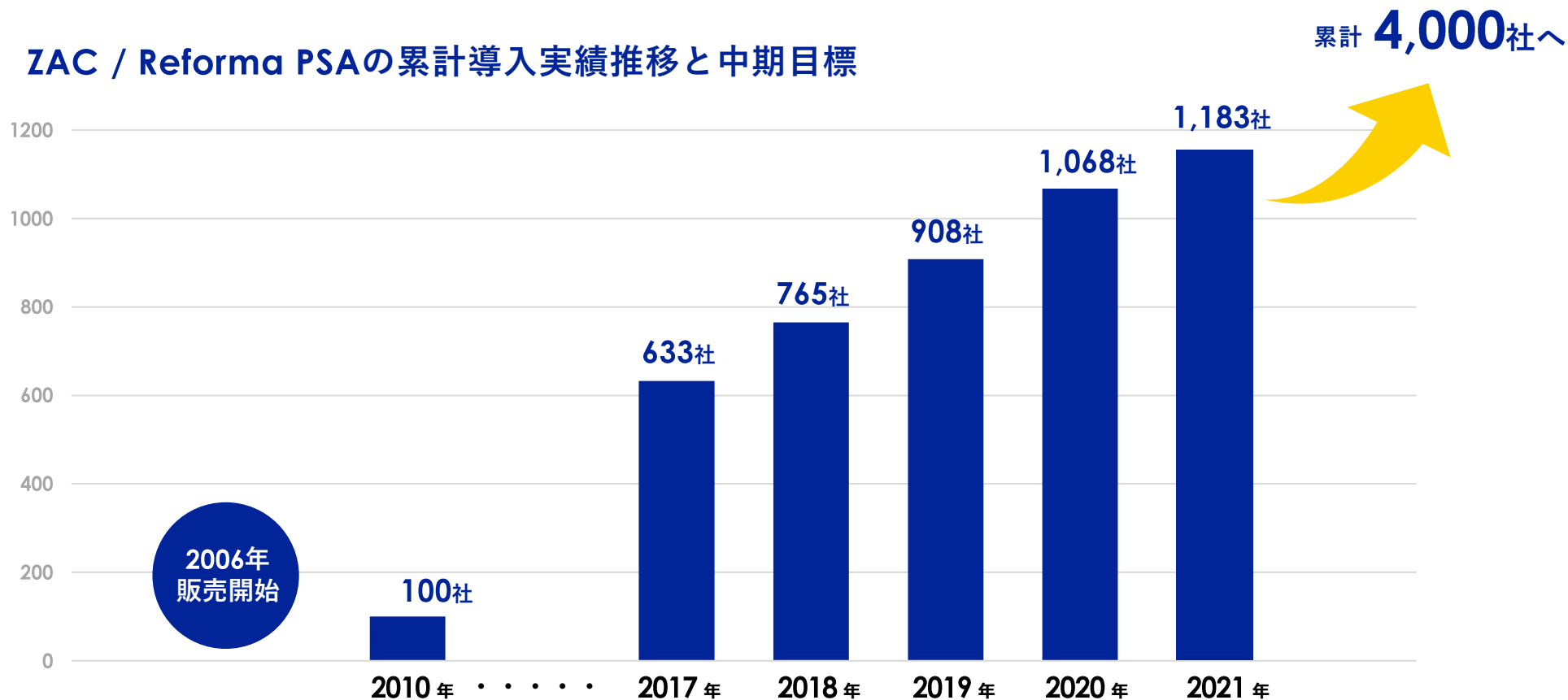
「ZAC/Reforma PSA」 国内ターゲット市場規模と中期目標

2021年6月30日現在

国内ターゲット企業約**44,000社**のうち、

約10%にあたる**4,000社**への確実なシェア向上を目指す

ZAC / Reforma PSAの累計導入実績推移と中期目標



※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。2020年までは帝国データバンクのデータから算出しておりましたが、よりターゲット業種の精度を高めるため、2021年度から算出方法をFORCAS(ユーザベース社)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、販売累計ライセンスと解約累計ライセンスを足した数字です。

※グラフの導入実績はZACとReforma PSAの両サービスの実績を足した数字です。

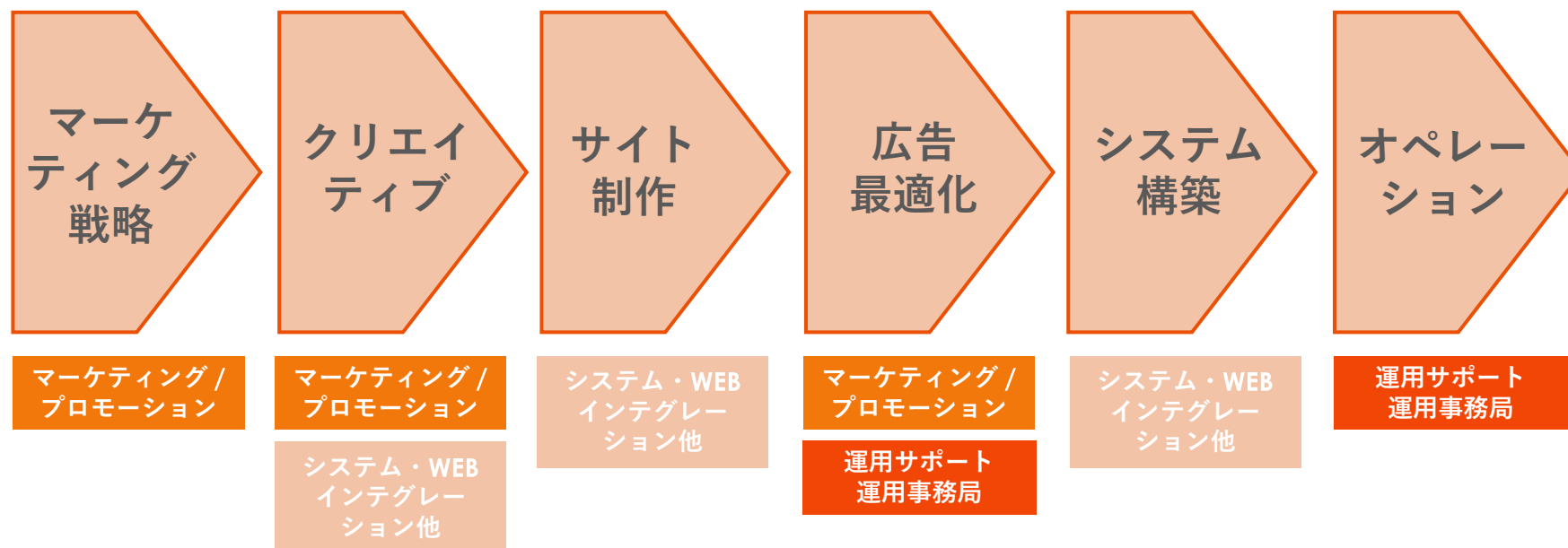
デジタルトランスフォーメーション 事業

デジタルトランスフォーメーション事業(1/2)

マーケティング効果を

テクノロジーで最大化。

WE TRANSFORM
THE USER EXPERIENCE



デジタルトランスフォーメーション事業(2/2)

戦略設計から運用までを一気通貫で実施することで、
一貫性・スピード・コストパフォーマンスを実現します。

	ビジネス戦略	マーケティング戦略	クリエイティブ	サイト制作	広告最適化	システム構築	オペレーション
oRo	×	◎	○	○	◎	○	◎
総合広告代理店	△	◎	◎	△	○	×	×
Web制作会社	×	×	△	◎	×	△	△
コンサルティング会社	◎	△	×	×	×	△	×
Sler	△	×	×	×	×	◎	×

デジタルトランスフォーメーション事業 エリアマーケティング

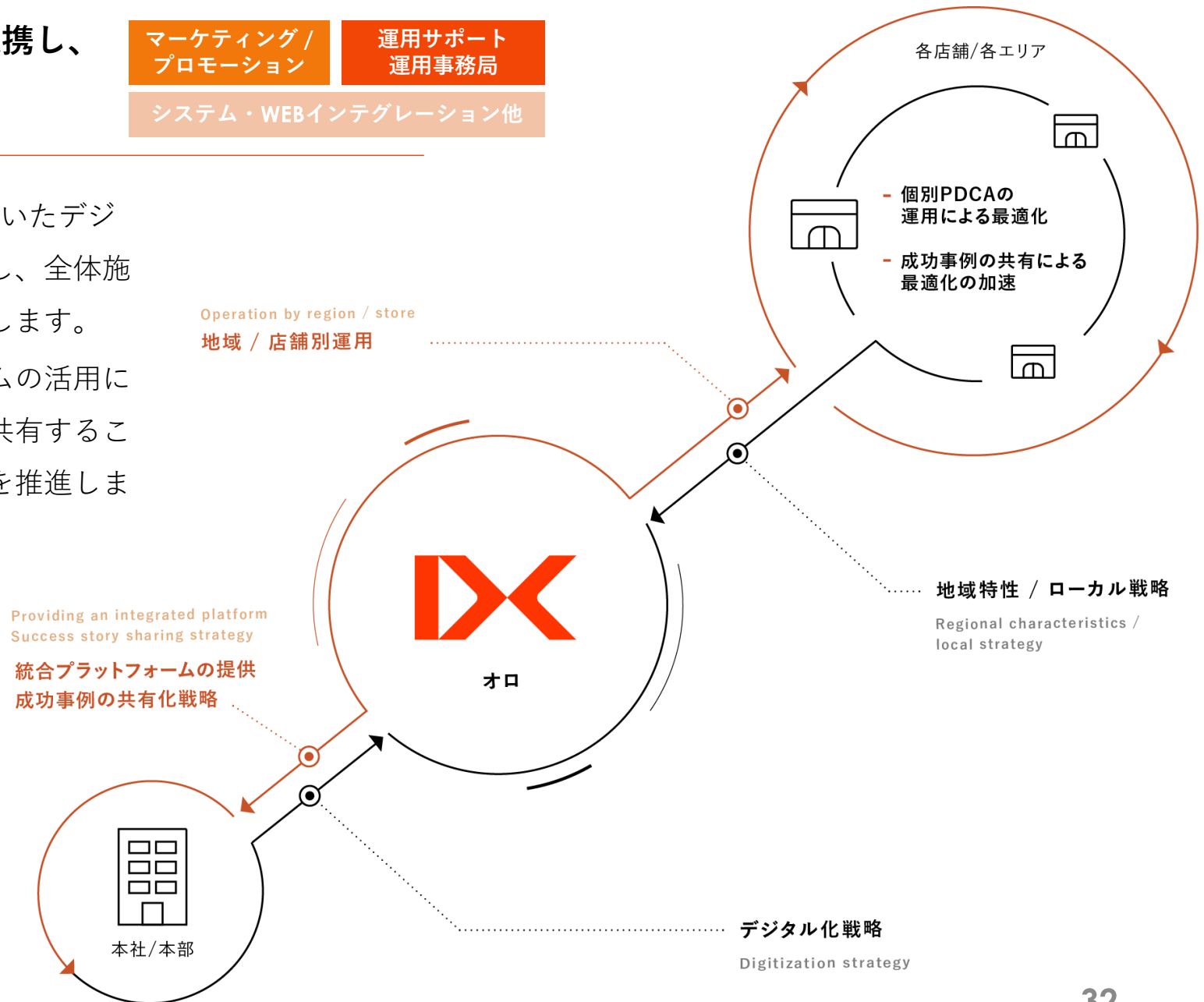
全体戦略と地域特性を連携し、
施策効果を最大化

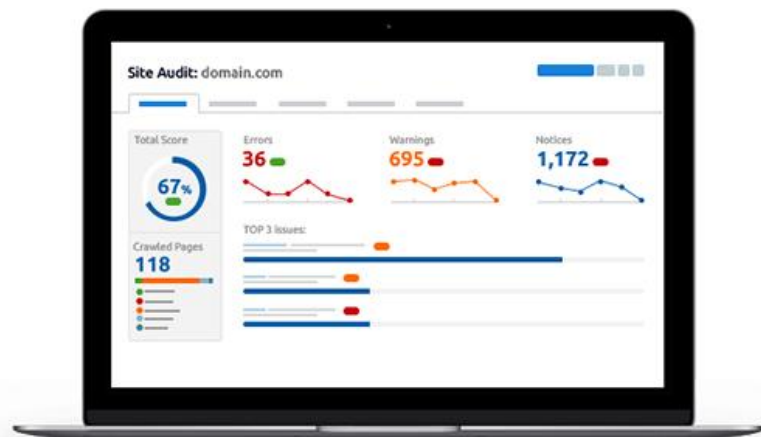
マーケティング /
プロモーション

運用サポート
運用事務局

システム・WEBインテグレーション他

地域別/店舗別を実施されていたデジタルプロモーションを統合し、全体施策の実施リソースを最適化します。同時に統合プラットフォームの活用による最適化情報を全店舗に共有することで、全体での個別最適化を推進します。





2021年10月現在

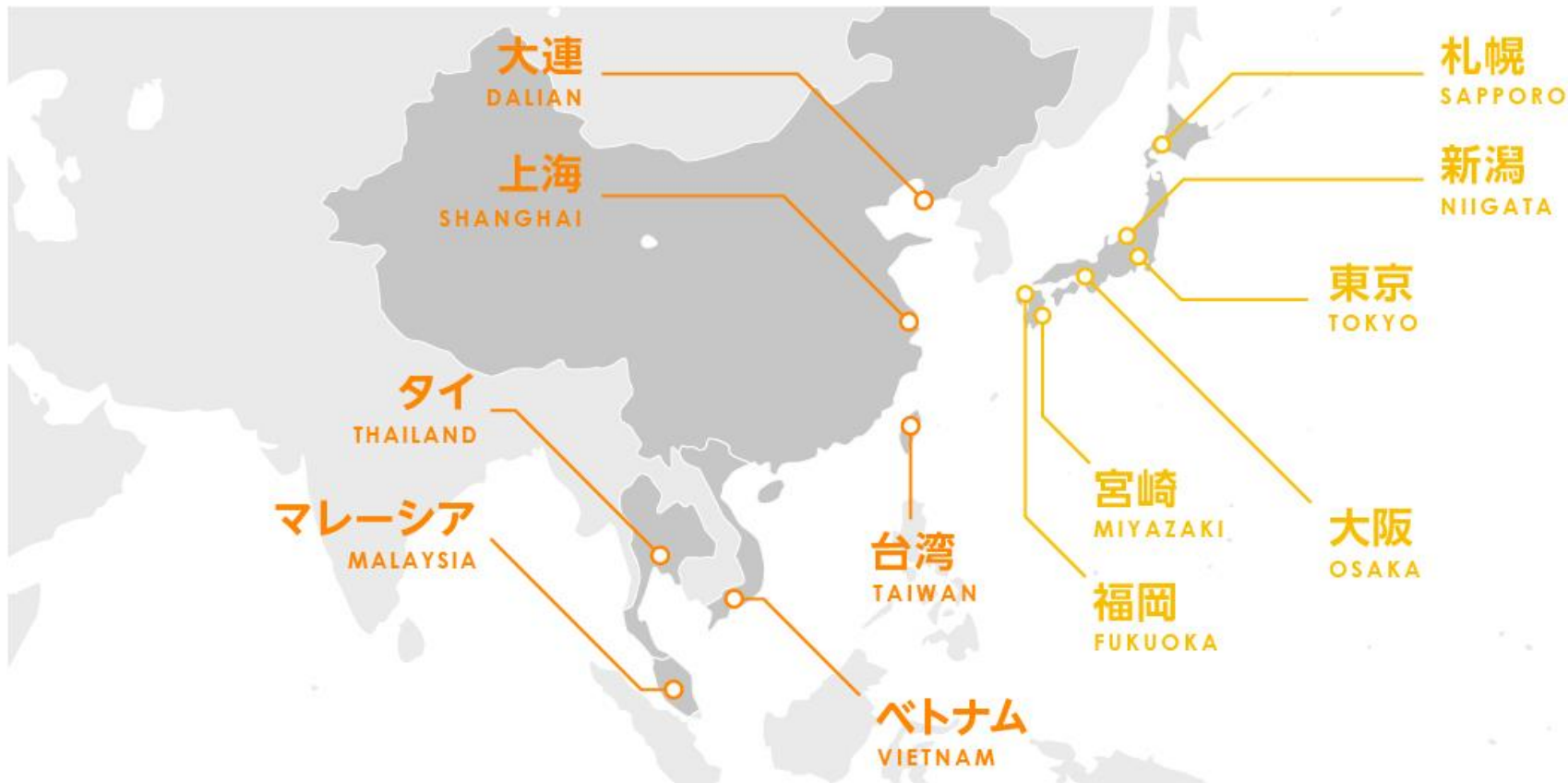
2018年12月 国内独占販売を開始 ▶▶▶ 2020年 単月黒字化を達成 ▶▶▶ 2021年 収益化達成

- ▶ 世界最大級のデジタルマーケティングツール（全世界700万ユーザー） ※2021年4月現在
- ▶ 競合分析・SEO対策・広告効果改善 すべてが完結するオールインワンツール
- ▶ 月額費用のストック型ビジネスモデル

海外展開を強化

海外

収益性の高い内製体制を実現する拠点としての活動、主に日系企業等の現地でのデジタルマーケティングを強化



新しい取り組み

■新規事業

SaaS管理プラットフォーム「dxeco(デクセコ)」

- ・ 企業内のSaaSを検出し、費用対効果を見える化。コスト削減・最適化を促すプラットフォーム
- ・ α版無料トライアル実施中(2021年9月現在)

■海外事業

Lazada出店企業の越境EC支援

- ・ 東南アジアへの販路拡大を目指す日系企業に向けて、ECプラットフォーム「Lazada」を利用した越境EC支援サービスを開始
- ・ 市場調査フェーズからLazadaへの出店、顧客対応やオンラインマーケティングといった実行フェーズの施策までを一気通貫でサポート

03

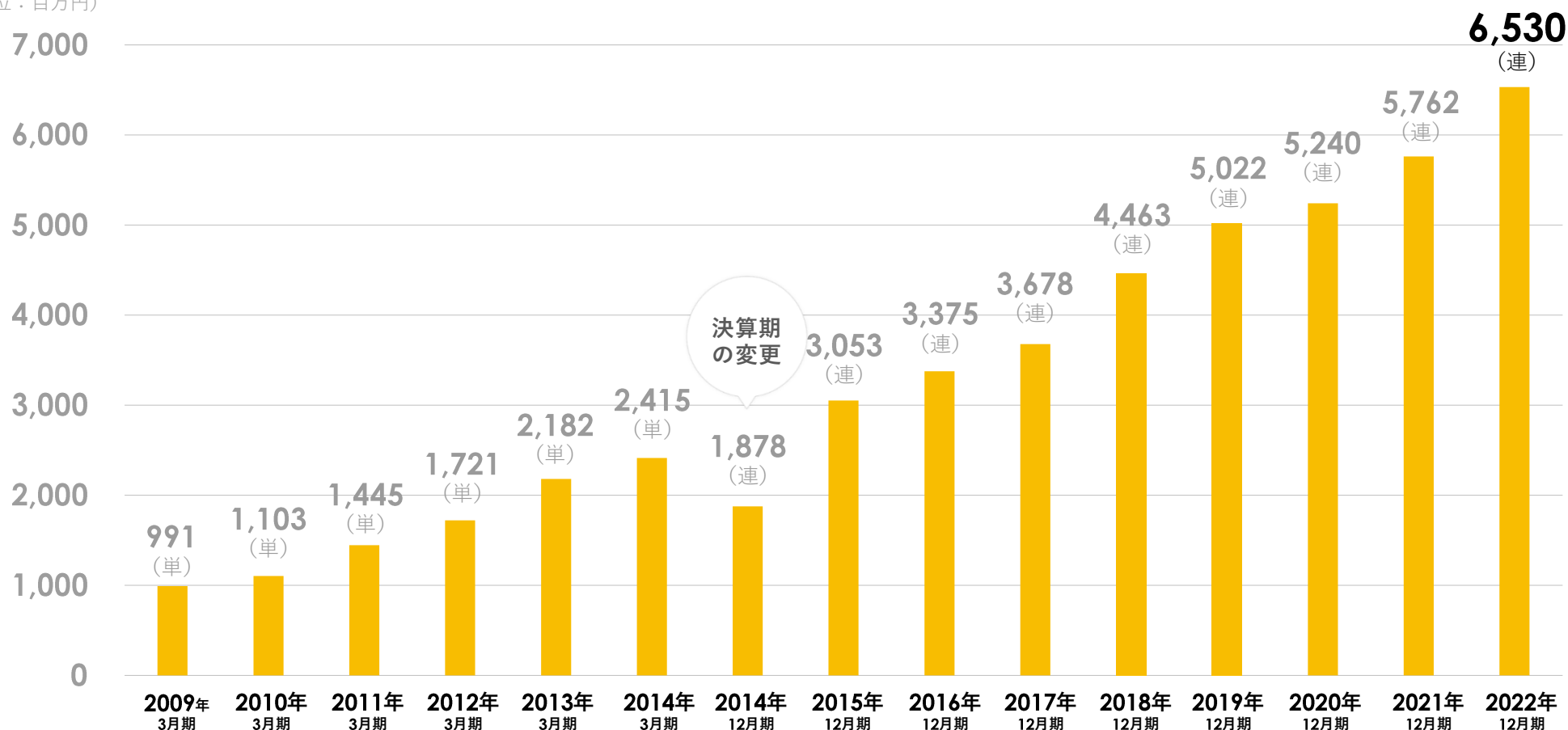
2022年12月期 業績の見通し

※国際財務報告基準(IFRS)を適用した2022年12月期業績見通しは、有価証券報告書提出日に開示する予定です。

2022年度 業績見通し

両事業ともに顧客基盤のさらなる拡大に注力し、
売上高 前年同期比 13.3%増の65.3億円を予想しております

(単位：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、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）の売上高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月期の売上高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。

2022年度 業績見通し

クラウドソリューション事業においては、マーケティング予算の拡充による販売強化を行います。その結果、売上高は13.3%の成長を予想しております。

(単位：百万円)

	2022年12月期 予想	2021年12月期 実績	増減額	増減率
売上高	6,530	5,762	768	13.3 %
クラウドソリューション事業	3,880	3,372	507	15.1 %
デジタルトランスフォーメーション事業	2,650	2,389	260	10.9 %
営業利益	2,245	2,120	125	5.9 %
経常利益	2,245	2,132	113	5.3 %
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,555	1,490	64	4.3 %

04

会社概要

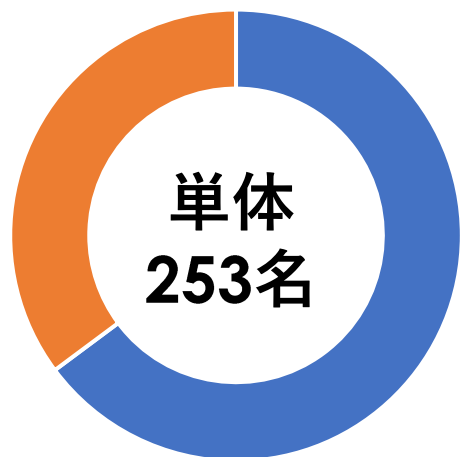
会社概要

会社名	株式会社オロ
上場取引所	東京証券取引所市場第一部（証券コード：3983）
代表者	代表取締役社長 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253人／連結441人（2021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.

ものづくり人材を中心とした「組織構成」

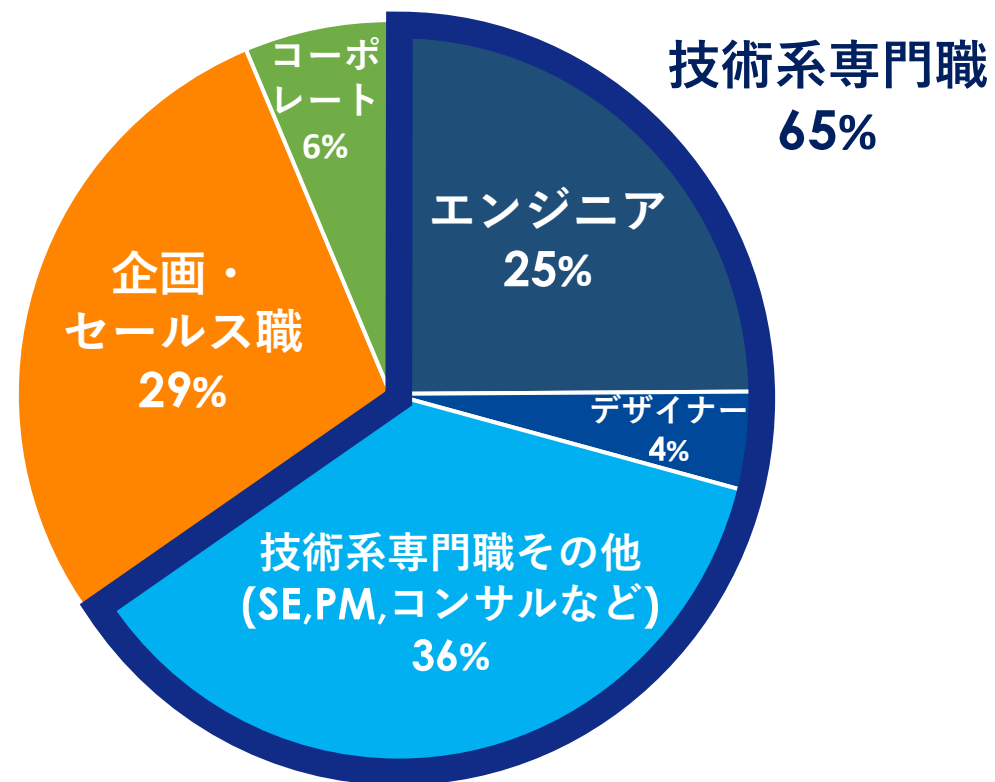
“Technology × Creative”でソリューションを生み出す組織構成

製販比率 ■ 製造 ■ 販管



(2021年12月末時点)

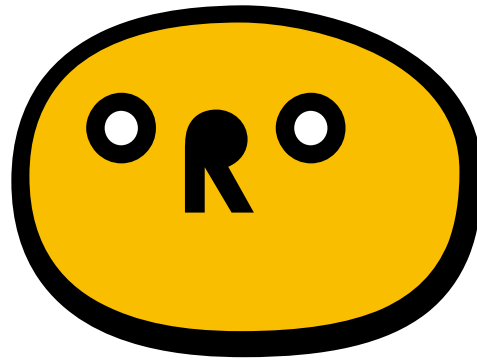
職種比率 (オロ単体)



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

(2021年12月末時点)

経営理念

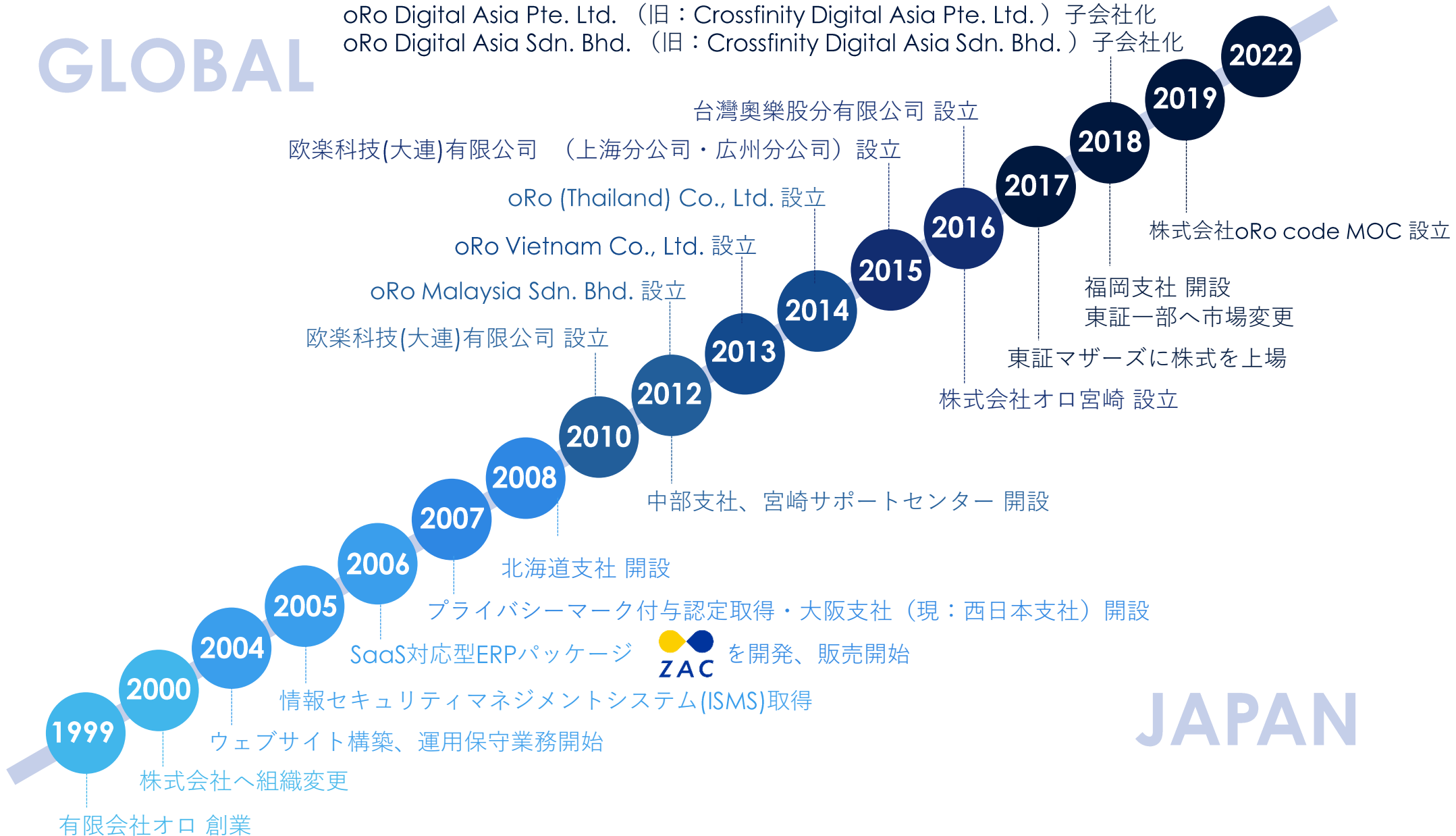


社員全員が世界に誇れる物（組織・製品・サービス）を創造し、
より多くの人々（同僚・家族・取引先・株主・社会）に対して
より多くの「幸せ・喜び」を提供する企業となる。
そのための努力を通じて社員全員の自己実現を達成する。

沿革

GLOBAL

oRo Digital Asia Pte. Ltd. (旧: Crossfinity Digital Asia Pte. Ltd.) 子会社化
oRo Digital Asia Sdn. Bhd. (旧: Crossfinity Digital Asia Sdn. Bhd.) 子会社化



JAPAN

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。

