

2022年12月期 第1四半期
決算説明資料

株式会社オロ 証券コード：3983

2022年5月16日



目次

01 2022年12月期 第1四半期 決算概要

02 事業の状況

03 会社概要



**2022年12月期 第1四半期
決算概要**

業績ハイライト

2022年12月期 第1四半期 決算概要

| | | |
|------|----------|--------------------|
| 売上収益 | 1,393百万円 | 前年同期比 3.6%増 |
| 営業利益 | 486百万円 | 前年同期比 8.7%減 |

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 | 797百万円 | 前年同期比 7.6%増 |
| 営業利益 | 338百万円 | 前年同期比 3.8%減 |

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。

デジタルトランスフォーメーション(DX)事業

| | | |
|------|--------|---------------------|
| 売上収益 | 595百万円 | 前年同期比 1.4%減 |
| 営業利益 | 136百万円 | 前年同期比 23.7%減 |

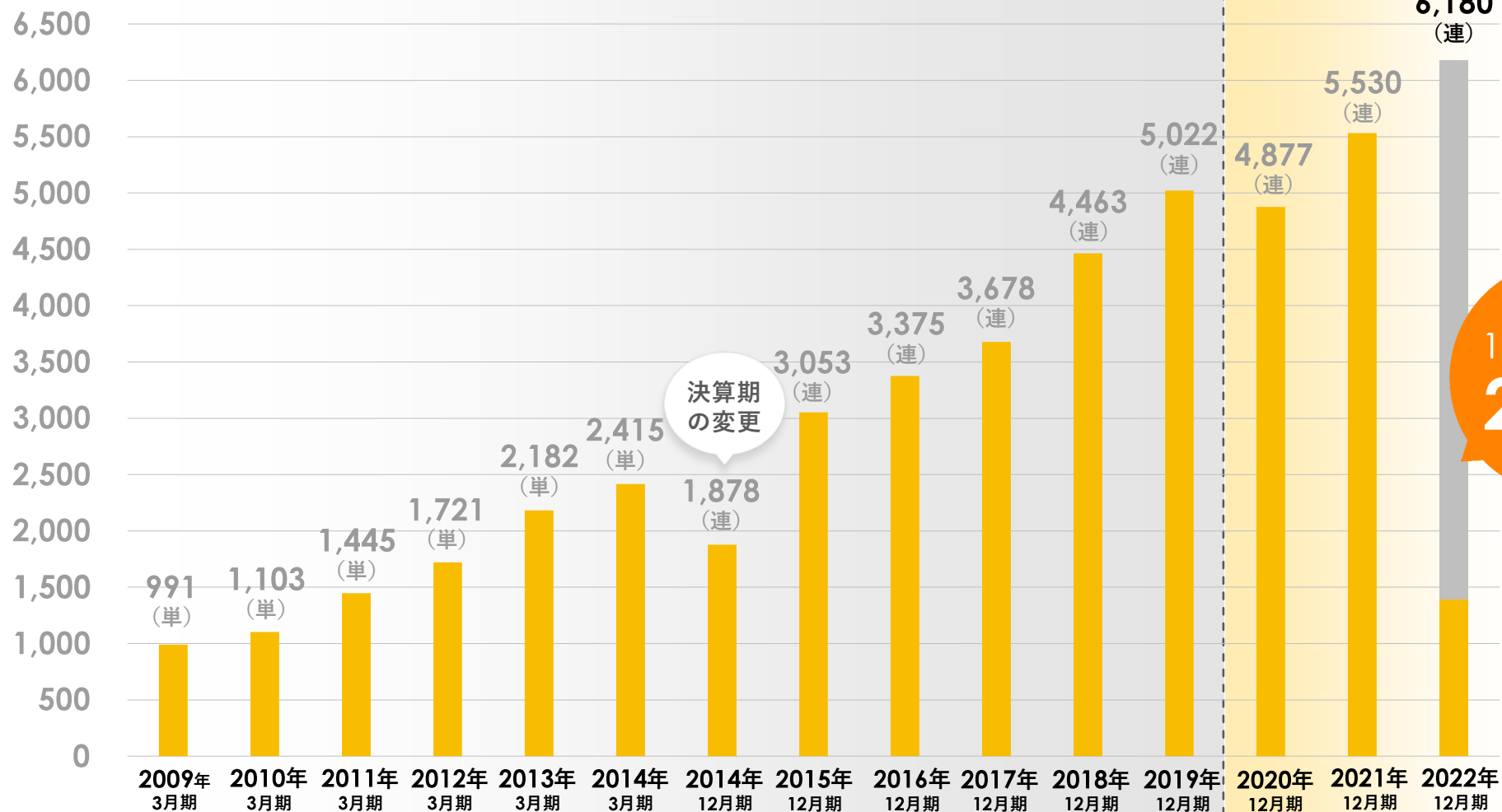
新規獲得遅延やまん延防止重点措置の発令による広告案件の減少等が影響し、計画に対し売上収益は軟調に推移しました。一方、大型案件の効率化等により想定コストを削減できたことで営業利益は好調に推移しております。

※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 3.6%増の13.93億円

(単位：百万円)



1Q 進捗率
22.5%

※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

(単位：百万円)

1,800

1,600

1,400

1,200

1,000

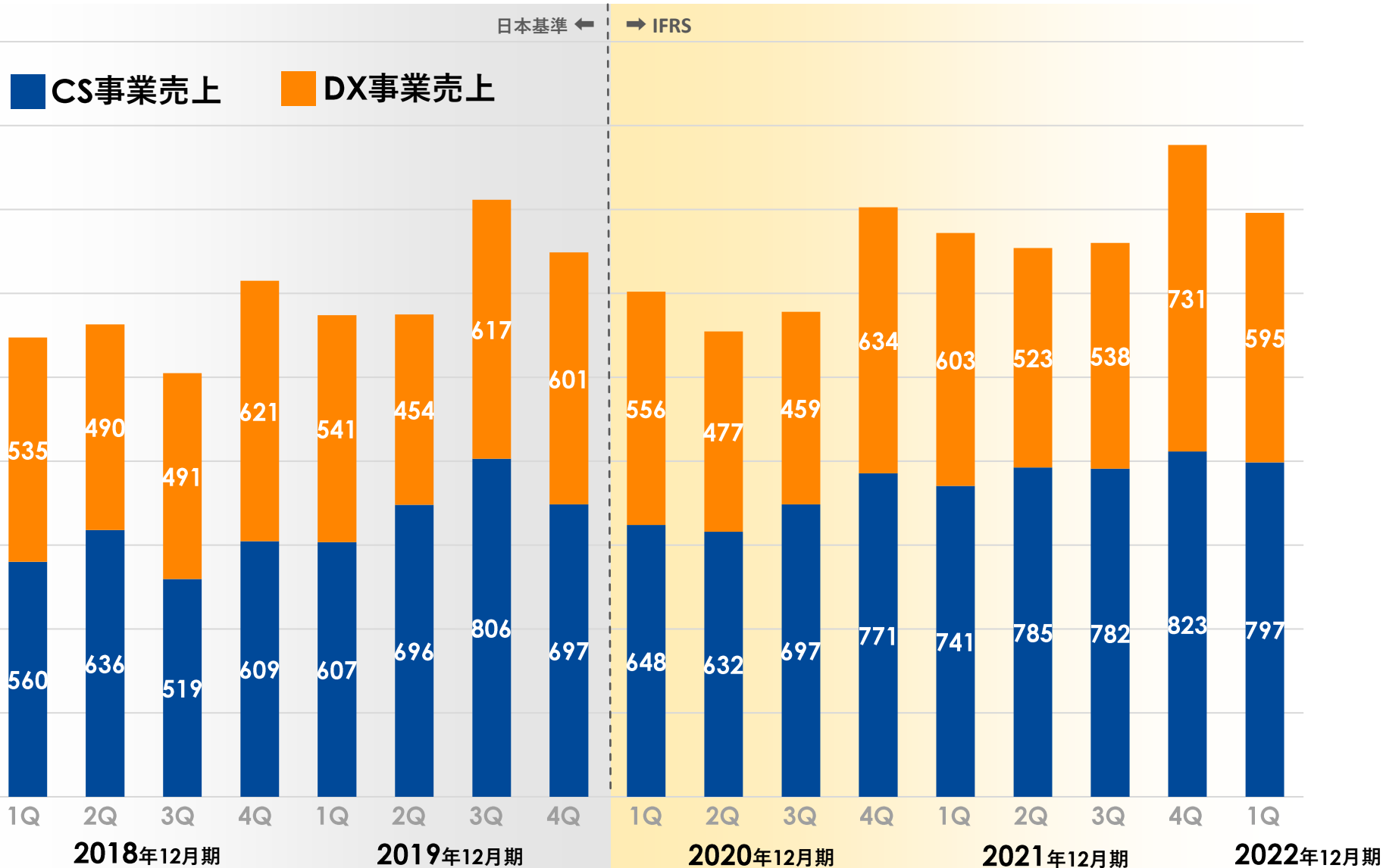
800

600

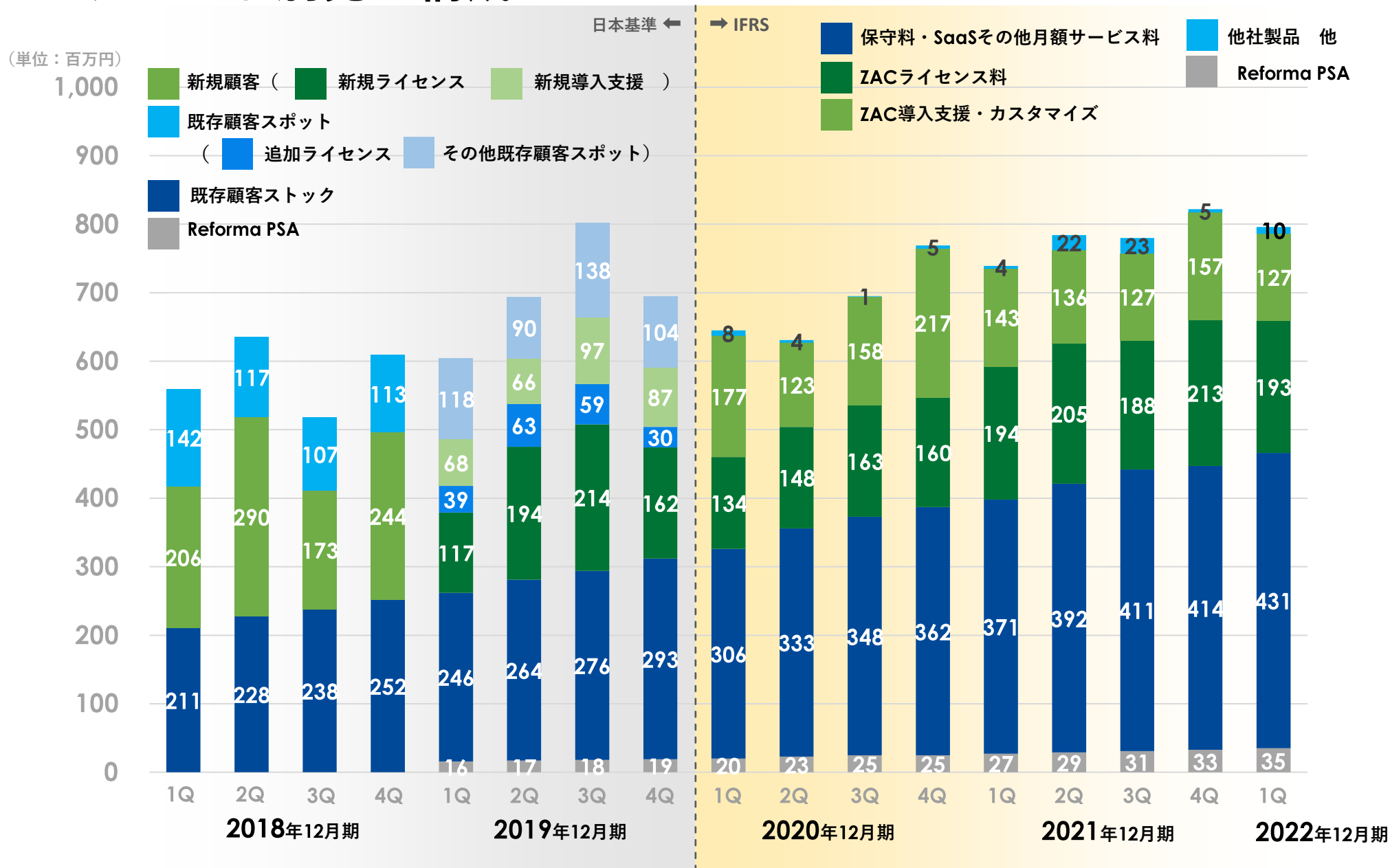
400

200

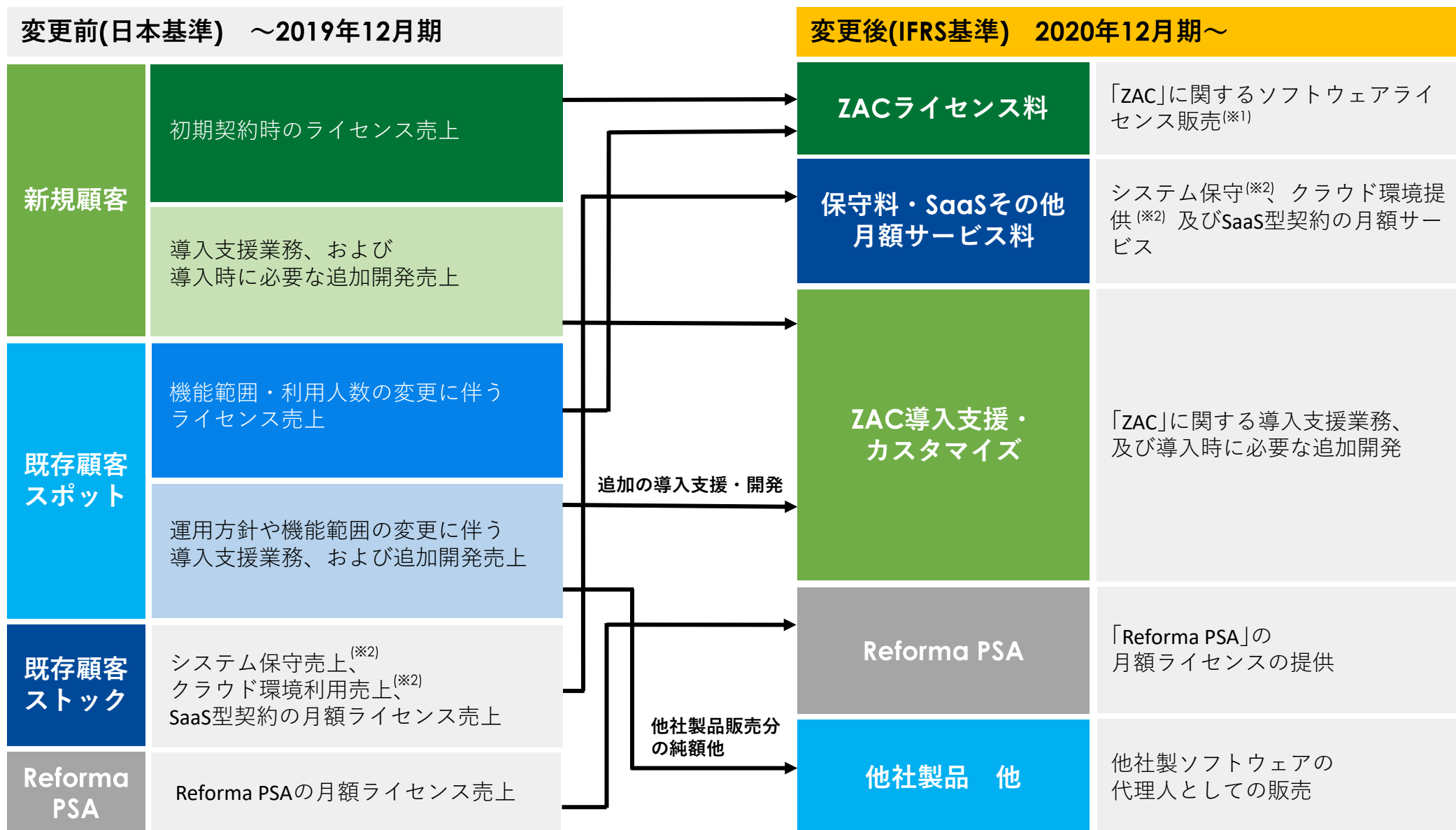
0



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 セグメント別売上構成

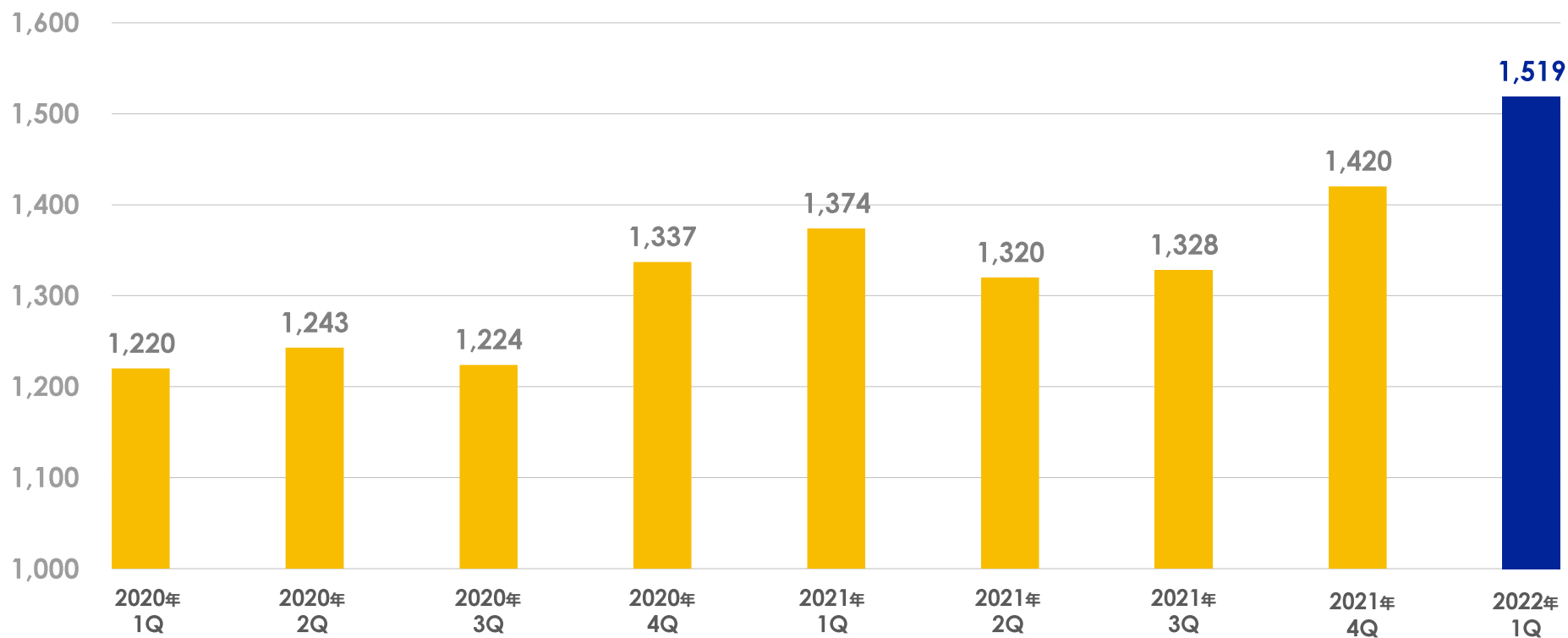


※1：買取型契約のソフトウェアライセンス料は、30か月にわたり配分し収益を認識いたしております。

※2：買取型契約の場合のみ発生します。

ZAC契約負債残高(ライセンス)

(単位：百万円)



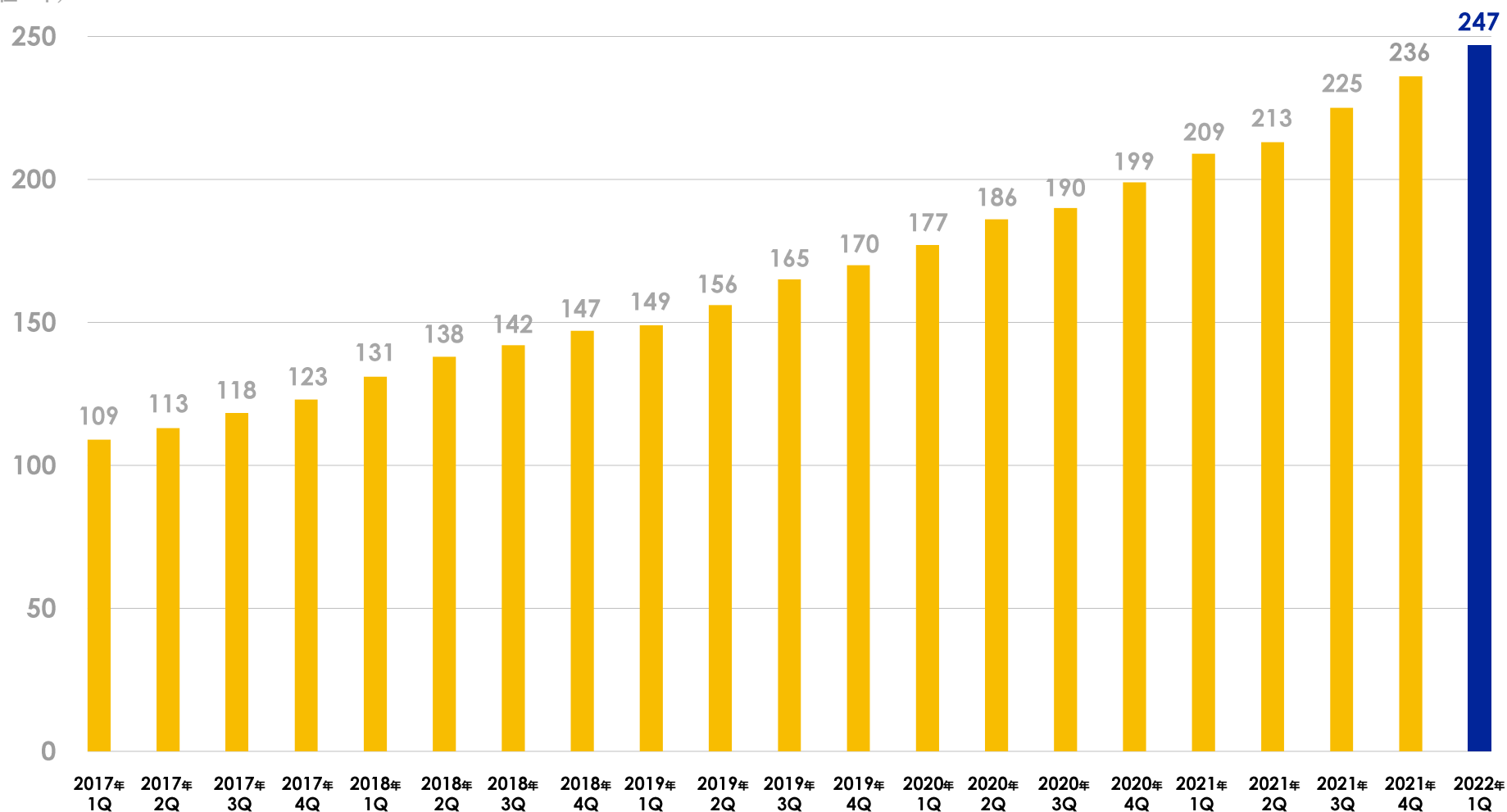
新規契約獲得が順調に推移しており、さらに1社あたりの契約単価が上昇傾向にあるため、ライセンスの契約負債残高が順調に増加しています。

「契約負債残高」とは、すでに対価を収受している契約のうち、翌四半期以降に収益認識が行われるものの残高であります。

「ZAC」「ZAC Enterprise」契約ライセンス数推移

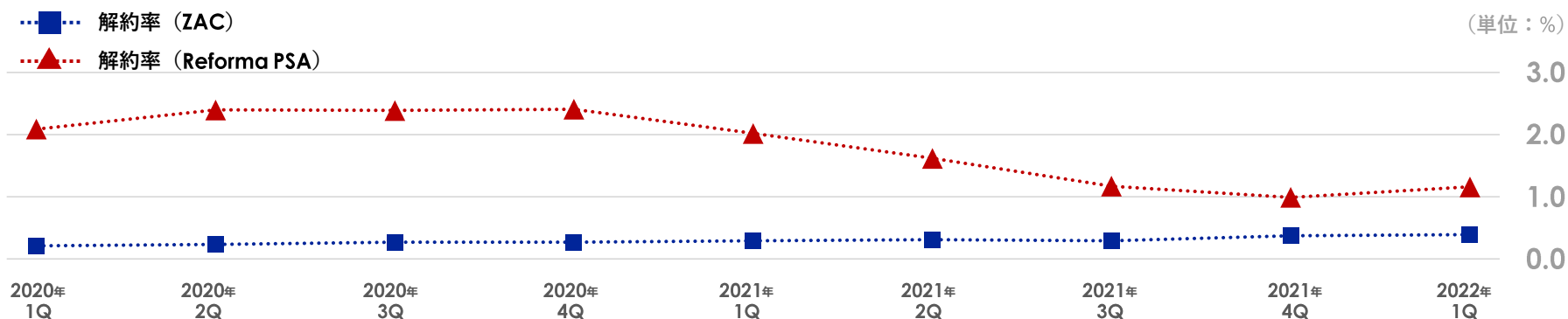
新規顧客の獲得・既存顧客との取引拡大により堅調に増加

(単位：千)



※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

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。さらなる解約率の低下に向け、サービス企画担当・ヘルスコア担当を中心として新たなサービスの企画と提供準備が進行中。

・ 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 |
|------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 契約社数 | 22 | 19 | 14 | 34 | 17 | 6 | 21 | 19 | 21 |
| 解約社数 | 4 | 7 | 5 | 11 | 5 | 8 | 7 | 5 | 11 |

【Reforma PSA】

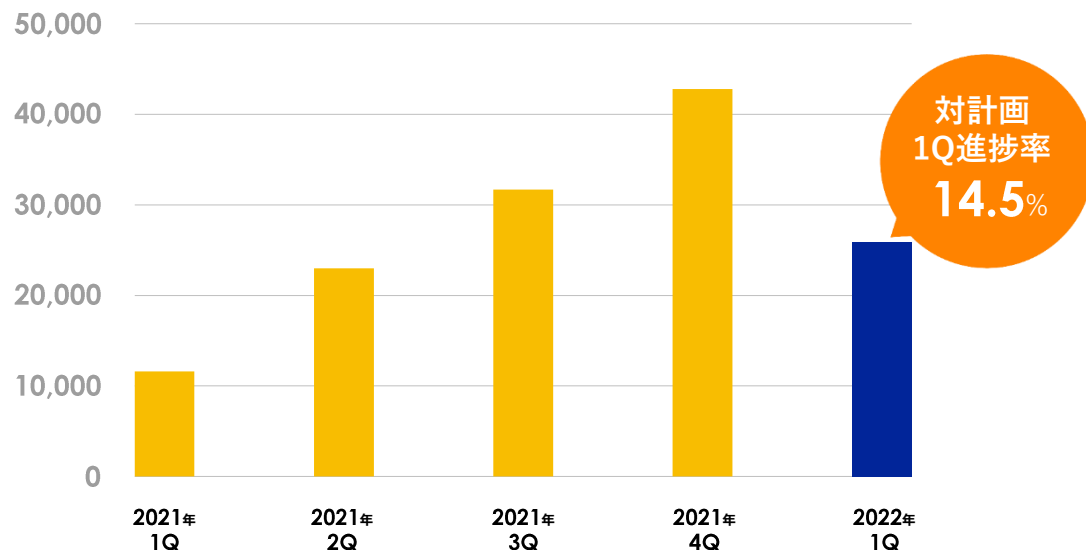
| | 2020年 1Q | 2020年 2Q | 2020年 3Q | 2020年 4Q | 2021年 1Q | 2021年 2Q | 2021年 3Q | 2021年 4Q | 2022年 1Q |
|------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 契約社数 | 23 | 18 | 11 | 25 | 10 | 13 | 15 | 10 | 13 |
| 解約社数 | 10 | 10 | 10 | 4 | 6 | 6 |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

ブランディング・認知向上に向けた取り組み

| | |
|---------------|--|
| 1Q | ・2Q以降の露出強化に向けた広告企画・制作物の作成 |
| 2Q ～ 4Q | ・引き続き2Q以降の露出強化に向けた広告企画・制作物の作成 ・ブランディング広告による露出強化ならびに記事広告の広告出稿等を予定 ・1Qからのブランディング広告強化施策による効果検証、追加施策の検討・実施 |

広告宣伝費推移(CS事業のみ)

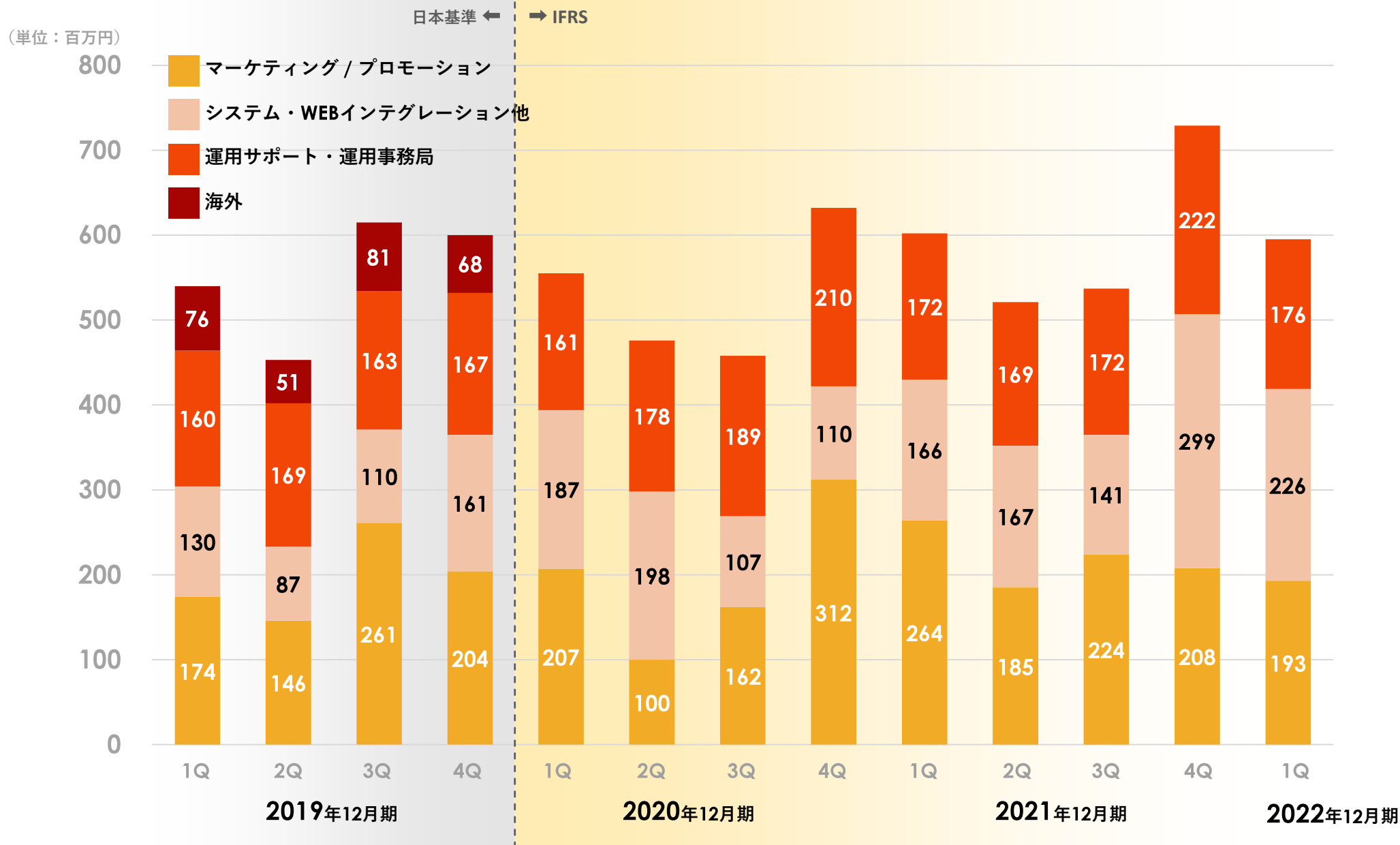
(単位：千円)



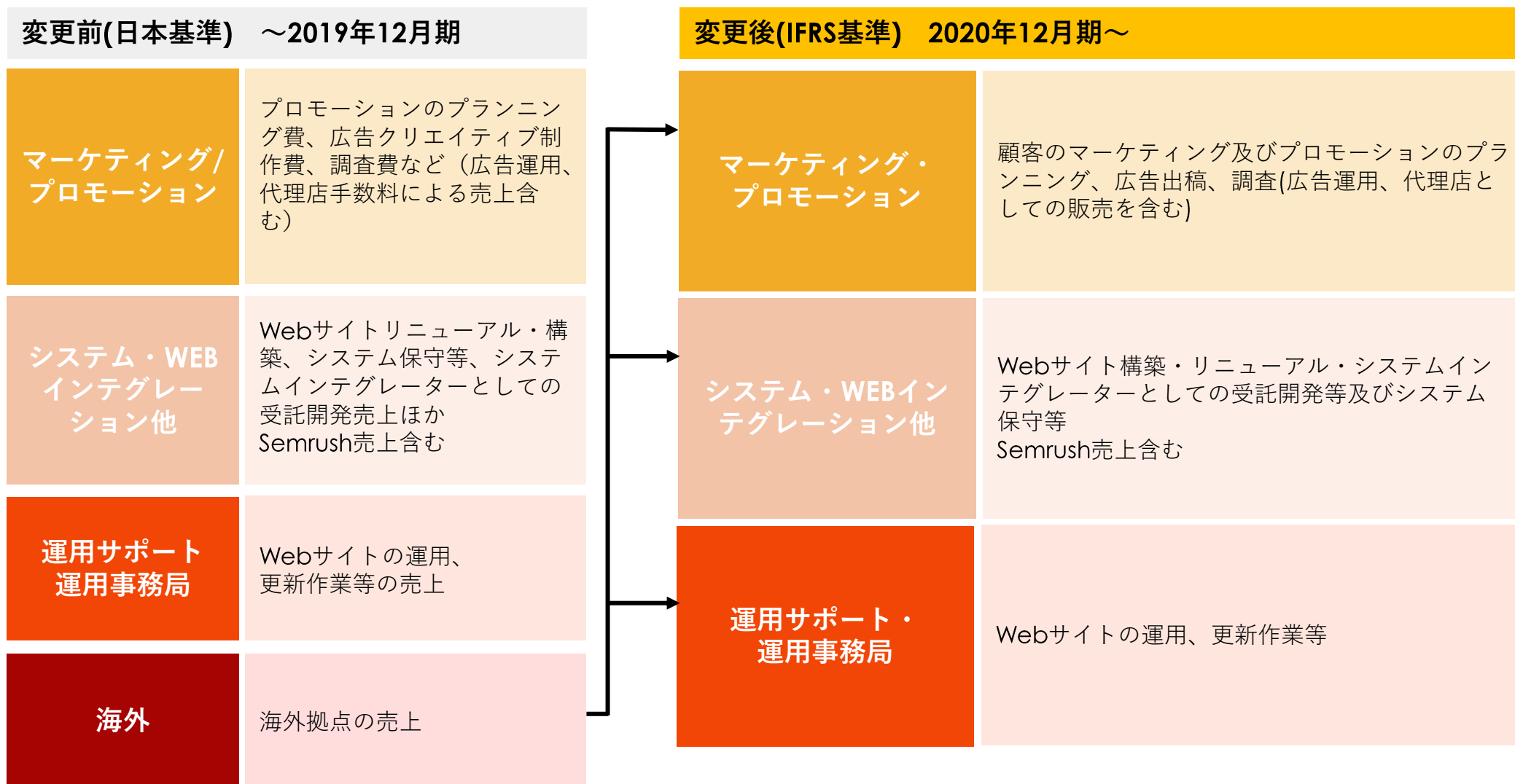
【総括】

- ・1Qの広告宣伝費はほぼ計画通りに推移。
- ・2Q以降は、記事広告出稿やプロモーション等の施策実施を控えており、ブランディング・認知向上を目的とした広告宣伝費が増加予定。

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

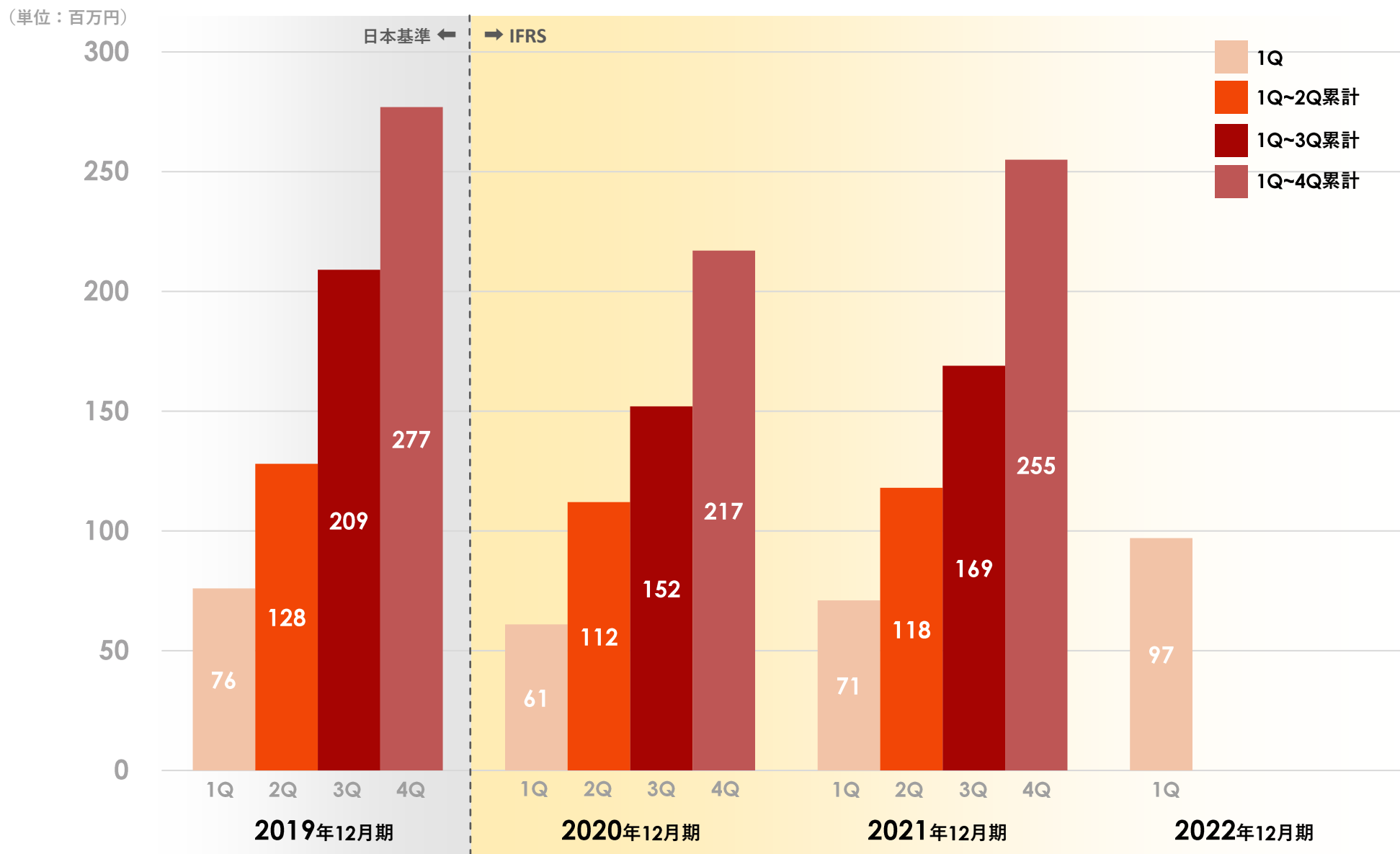


デジタルトランスフォーメーション事業 セグメント別売上構成



※海外拠点の売上について、従来は独立のセグメント「海外」としておりましたが、IFRS適用に際し、サービスの内容に従って上記3セグメントに配分しております。

デジタルトランスフォーメーション事業 海外売上



通期業績予想に対する進捗

(単位：百万円)

| | 2022年12月期 通期予想 | 2022年12月期 1Q実績 | 進捗率 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------|
| 売上収益 | 6,180 | 1,393 | 22.5% |
| クラウドソリューション事業 | 3,530 | 797 | 22.6% |
| デジタルトランスフォーメーション事業 | 2,650 | 595 | 22.5% |
| 営業利益 | 2,050 | 486 [※] | 23.7% |
| クラウドソリューション事業 | 1,550 | 338 | 21.9% |
| デジタルトランスフォーメーション事業 | 500 | 136 | 27.2% |
| 税引前四半期利益 | 2,050 | 504 | 24.6% |
| 親会社の所有者に帰属する 四半期利益 | 1,435 | 348 | 24.3% |

※報告セグメントに帰属しないその他の損益11百万円を含みます。

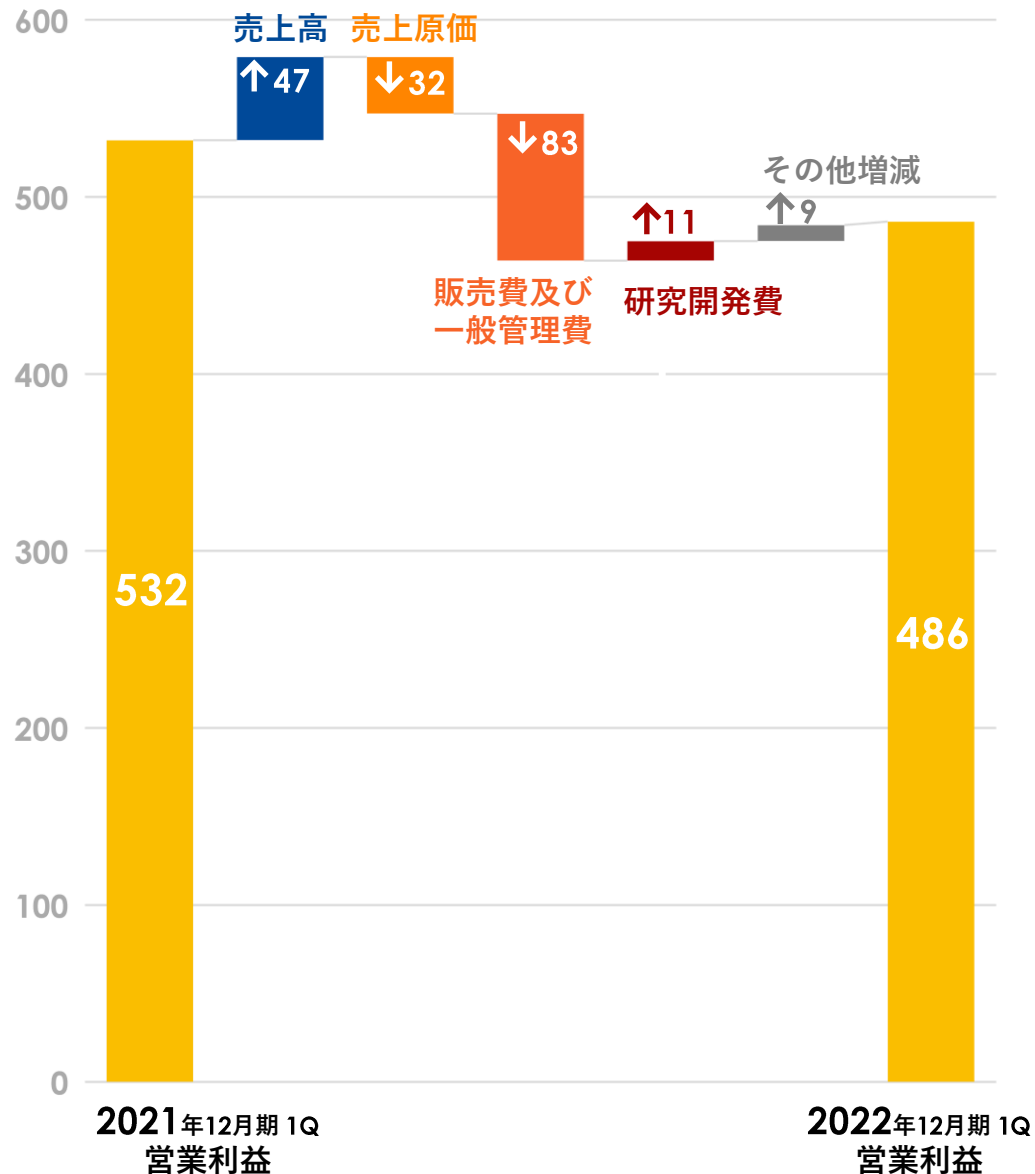
損益計算書（前年同期比）

（単位：百万円）

| | 2021年12月期 1Q (構成比) | 2022年12月期 1Q (構成比) | 増減額 | 主な要因 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----|---|
| 売上収益 | 1,345 [100.0%] | 1,393 [100.0%] | 47 | |
| 売上原価 | 465 [34.6%] | 497 [35.7%] | 32 | 技術系専門職人員の増加による 給与等の増加 |
| 売上総利益 | 880 [65.4%] | 895 [64.3%] | 15 | |
| 販管費 | 326 [24.3%] | 409 [29.4%] | 83 | 営業人員の増加による給与等の 増加、広告宣伝費及び採用費の 増加等 |
| 営業利益 | 532 [39.6%] | 486 [34.9%] | ▲46 | |
| 税引前四半期利益 | 542 [40.3%] | 504 [36.2%] | ▲37 | |
| 親会社の所有者に帰属する 四半期利益 | 363 [27.0%] | 348 [25.0%] | ▲14 | |

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 |
|-----------------------|------------|
| ↑売上収益の増加 | 47 |
| クラウドソリューション事業 | 56 |
| デジタルトランスフォーメーション事業 | ▲8 |
| ↓売上原価の増加 | 32 |
| 技術系専門職人員の増加による給与等の増加 | 17 |
| その他売上原価の増減 | 15 |
| ↓販売費及び一般管理費の増加 | 83 |
| 営業人員の増加による給与等の増加 | 32 |
| 広告宣伝費の増加 | 17 |
| 採用強化施策による採用費の増加 | 12 |
| その他販売費及び一般管理費の増減 | 21 |
| ↑研究開発費の減少 | ▲11 |
| ↑その他増減 | 9 |

財政状態計算書（前期末比）

（単位：百万円）

| 科目名 | 2021年 12月期 | 2022年 12月期1Q | 増減額 | 科目名 | 2021年 12月期 | 2022年 12月期1Q | 増減額 |
|--------|---------------|-----------------|------|--------------------|---------------|-----------------|------|
| 流動資産 | 7,736 | 7,549 | ▲186 | 負債合計 | 3,439 | 3,003 | ▲435 |
| 非流動資産 | 1,611 | 1,502 | ▲108 | 流動負債 | 2,900 | 2,504 | ▲395 |
| 有形固定資産 | 913 | 865 | ▲47 | 非流動負債 | 539 | 499 | ▲39 |
| 無形固定資産 | 45 | 53 | 7 | 資本合計 | 5,908 | 6,048 | 140 |
| その他 | 652 | 583 | ▲68 | 親会社の所有者 に帰属する持分 | 5,908 | 6,043 | 135 |
| 資産合計 | 9,347 | 9,052 | ▲295 | 非支配持分 | ▲0 | 4 | 5 |
| | | | | 負債・資本合計 | 9,347 | 9,052 | ▲295 |

【流動負債の主な内訳】

| | 2021年12月期 | 2022年12月期1Q | 増減額 |
|------------------|-----------|-------------|------|
| 契約負債 | 1,474 | 1,580 | 106 |
| 未払法人所得税等 | 416 | 84 | ▲331 |
| 営業債務及びその他の 債務 | 375 | 235 | ▲140 |

契約負債の増加は、主にZACの契約獲得によるものです。

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

2021年12月20日：Reforma PSA、アウトプット機能拡充・導入社数累計350社突破

2022年2月17日：Reforma PSA、バージョンアップ

2月28日：富裕層をターゲットとするデジタル広告メニューの提供を開始

車メーカー、ハウスメーカー、不動産、ハイブランドアパレルや家具などのオーディエンスボリュームが確保しづらい商材・サービスを扱う企業に向けた広告メニューです。

3月16日：ZAC、2021年度のIT導入補助金にて採択率92%を達成したことを発表

3月23日：凸版印刷とのパフォーマンスマーケティング領域での協業を発表

オロがもつCROのノウハウと、凸版印刷がもつ顧客データ管理・運用技術を活用し、データマネジメント/データ分析を基点にデジタルメディアプランニング、UI/UX設計、コンテンツ開発、デザイン制作等一気通貫でサービスを提供します。

4月1日：TVer広告の取扱を開始

4月4日：「ZAC」「ZAC Enterprise」にて「受託業務に係る内部統制の保証報告書(SOC1)」を取得

4月7日：Semrush、国内利用アカウント10,000突破

4月20日：Semrush、国内オウンドメディア「Semrush Japan Blog」を開設

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  reforma 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」

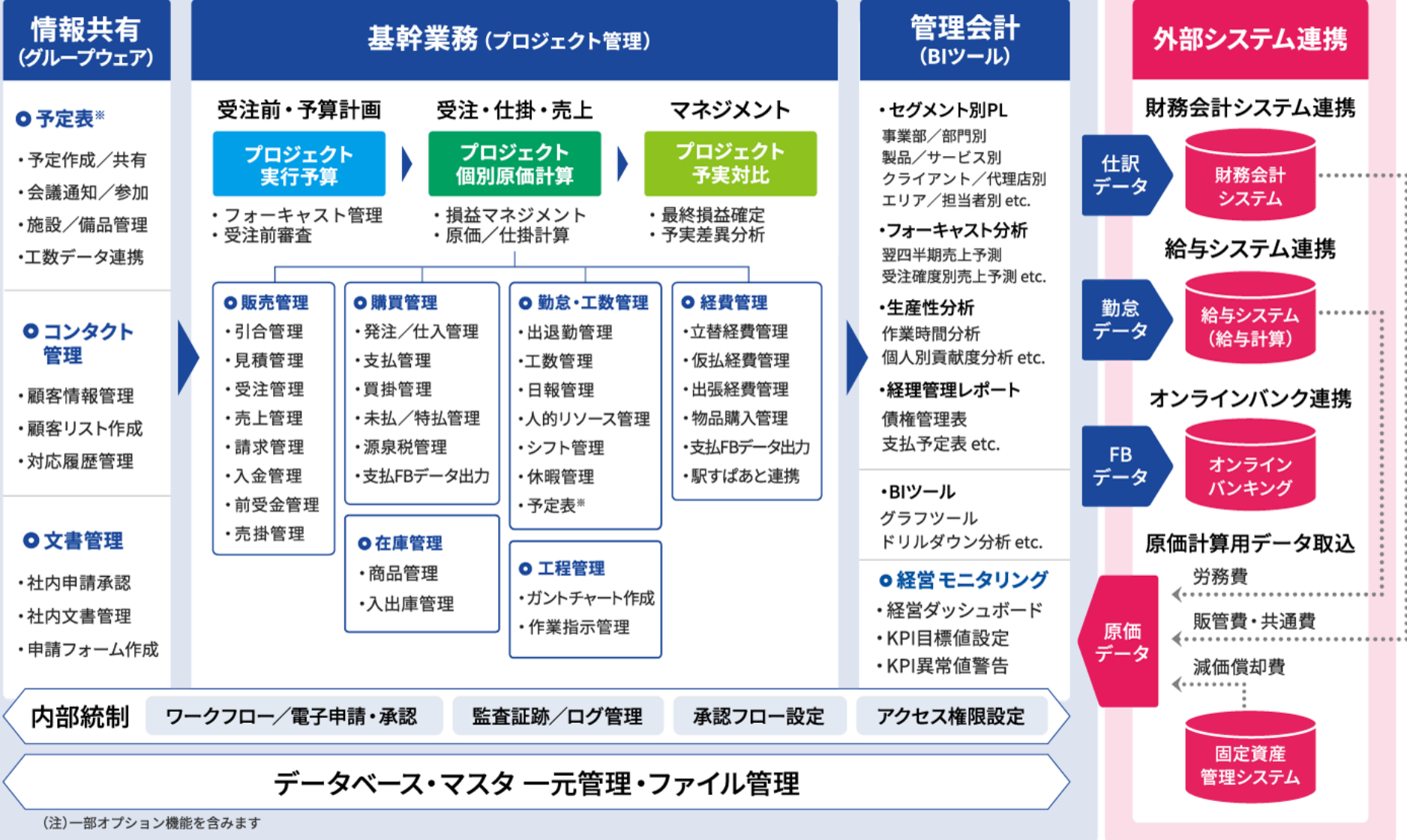
- 50～300名を中心とした中小企業対象
- 多数の汎用パラメータから個社独自の課題に対応
- 当社コンサルタントが導入までサポート



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

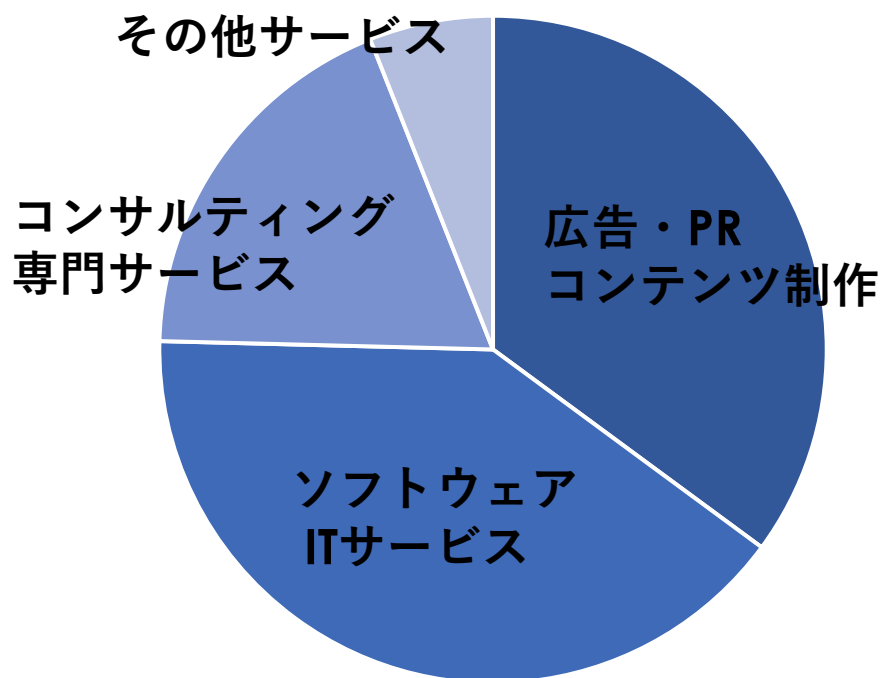
クラウドソリューション事業 クラウドERP「ZAC」の機能



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。

2022年3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



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、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。

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

個社ニーズに応じて
永続的に最新機能を追加



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

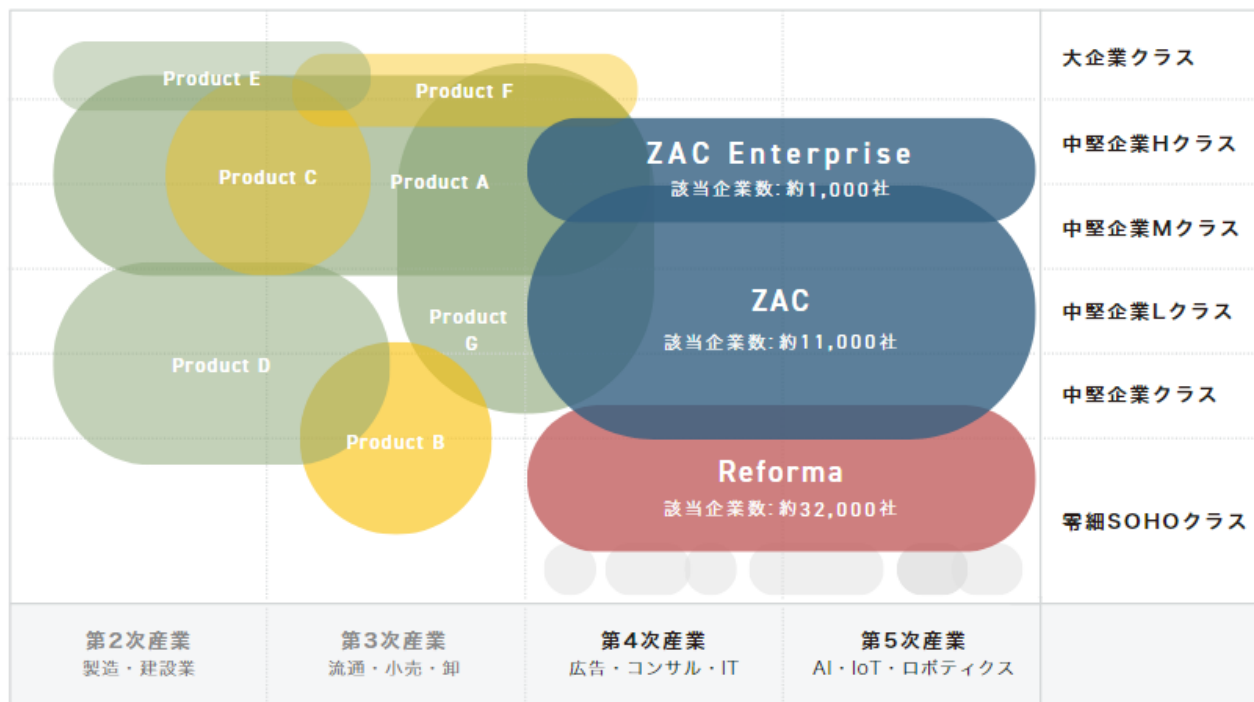
機能例②：広告・イベント・クリエイティブ業における請求書未着での仮仕入計上機能

「ZAC/Reforma PSA」国内ターゲット市場規模と中期目標

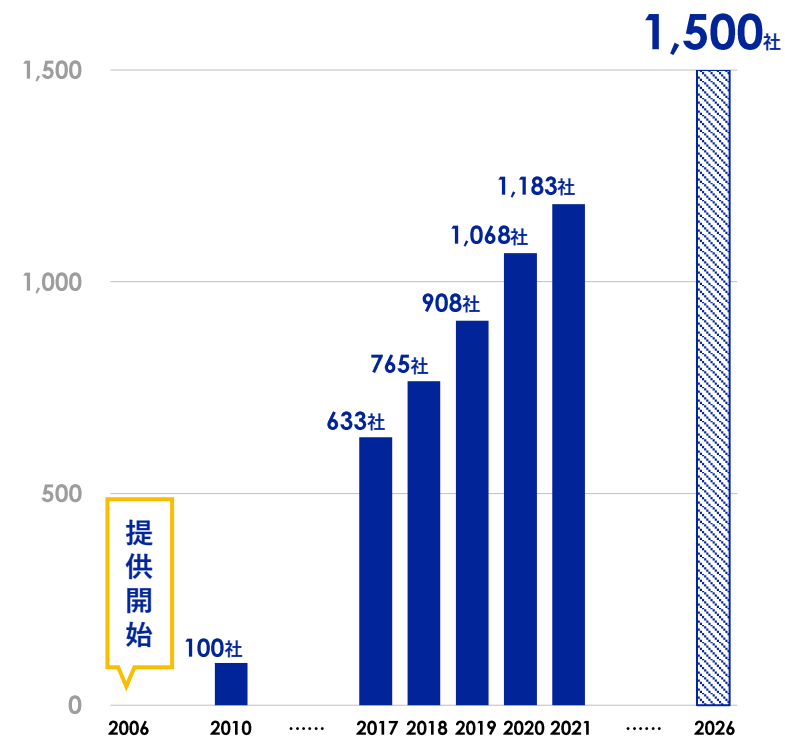
ZAC/Reforma PSAの国内ターゲット企業約44,000社のうち、

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。

クラウドソリューション事業
2022年度の取り組み

広告宣伝費への投資を強化

- ・ 新規リード獲得のためのセミナー開催やWeb広告等を強化
- ・ 記事広告出稿や動画広告等のブランディング施策への新たな投資

認知拡大とブランディング力向上を目的とし、**2022年度から広告宣伝費に本格投資。**

開発投資を継続

- ・ 操作性の高いUI/UX
- ・ 多言語・多通貨対応
- ・ 新機能開発

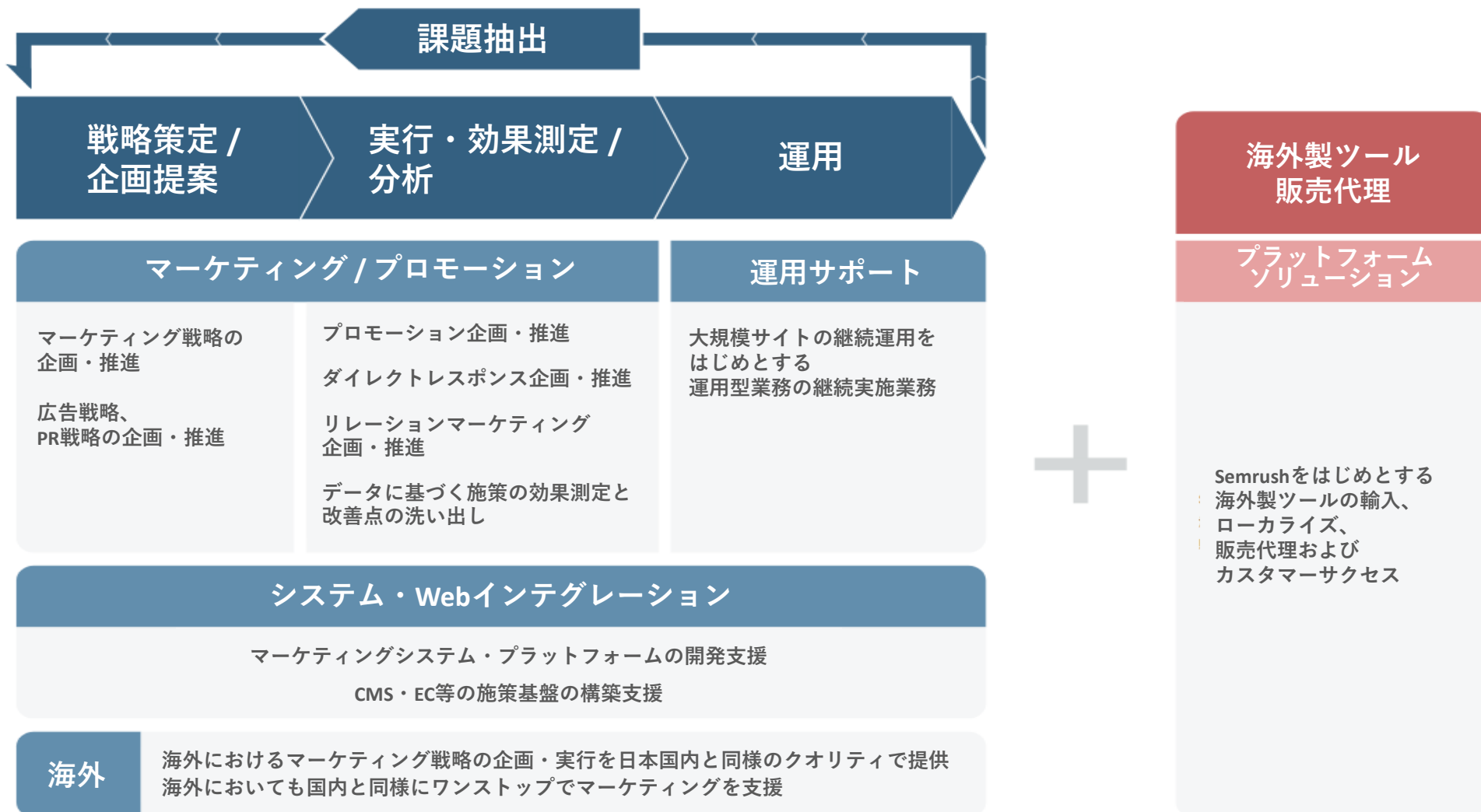
2026年までに海外展開を目標とした開発投資を継続。

デジタルトランスフォーメーション 事業

大企業のデジタルマーケティングを支援

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

オロの強みであるデータ分析を基に、デジタルシフトに対応するサービスを強化します。



デジタルトランスフォーメーション事業

「Semrush」 米国のSemrush Inc. が開発提供するマーケティングツールです。

SEMRUSH 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

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4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

2018.12

国内総代理店として
日本で販売開始

2019

2020

2020年度
単月黒字化を達成

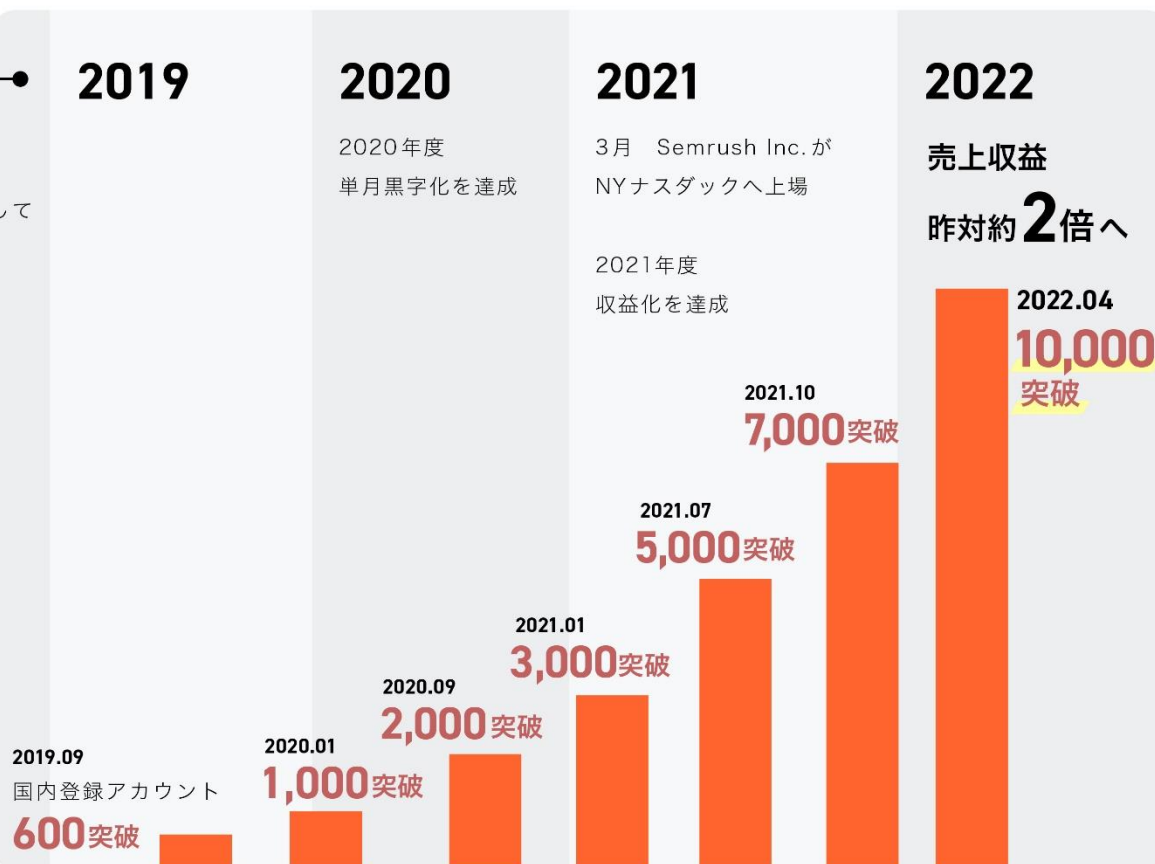
2021

3月 Semrush Inc. が
NYナスダックへ上場

2021年度
収益化を達成

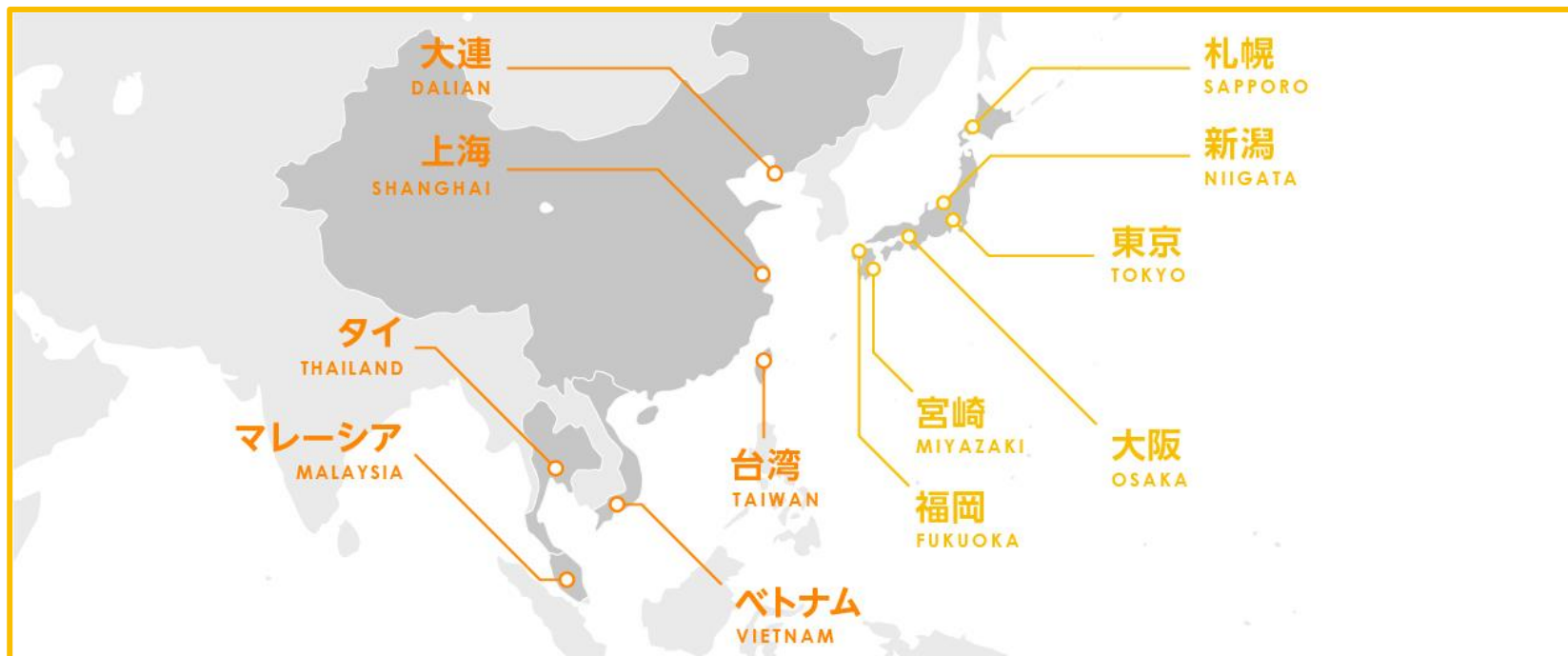
2022

売上収益
昨対約2倍へ



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になるとインバウンド需要も回復へ

2025年以降のインバウンド需要の完全回復を見据えた準備を行う

デジタルトランスフォーメーション事業
2022年度の取り組み

メガクライアントの開拓

- ・ 現在収益の柱となっているクライアントに次ぐ、第3、第4のクライアントの開拓

大手広告代理店との関係強化、他社との協業の他、既存クライアントの売上拡大など、メガクライアントの開拓を目指します。

PR・採用強化

- ・ ブランディングPRの強化
- ・ 営業・プランナーの増員

売上拡大に向けて、認知拡大のためのブランディングPRと、人員強化に取り組みます。

2021年からの取り組み

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
- ・無料トライアル実施中(2022年3月現在)

海外事業

海外ECプラットフォームへの出店企業の越境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2021年に開始。問い合わせ・出店企業増加中。
- ・東南アジアECモール「Shopee」への出店支援サービスも開始。

03

会社概要

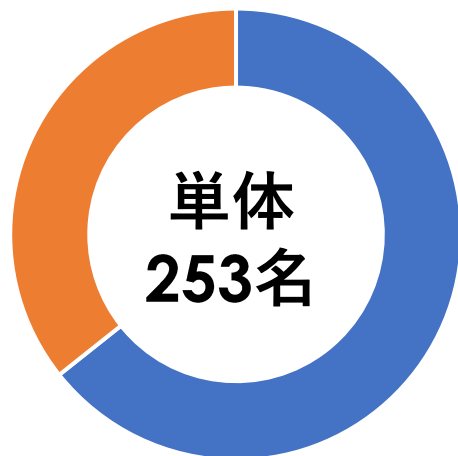
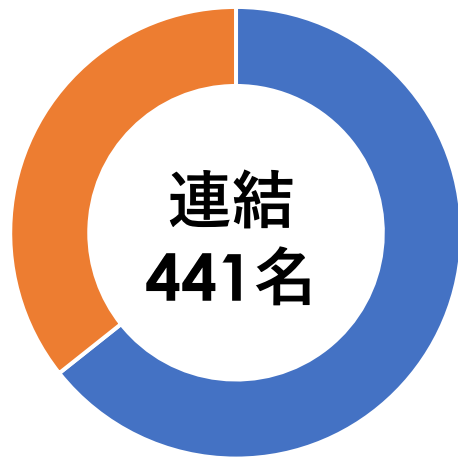
会社概要

| | |
|--------|---|
| 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 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」

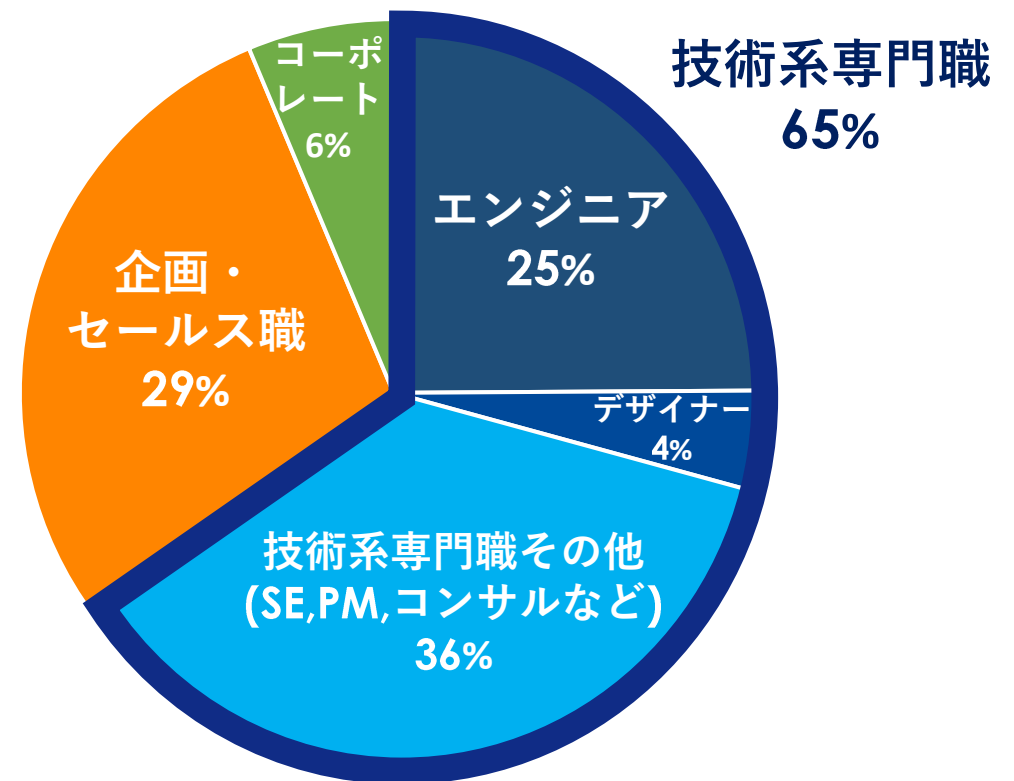
“Technology × Creative”でソリューションを生み出す組織構成

製販比率 ■ 製造 ■ 販管



(2021年12月末時点)

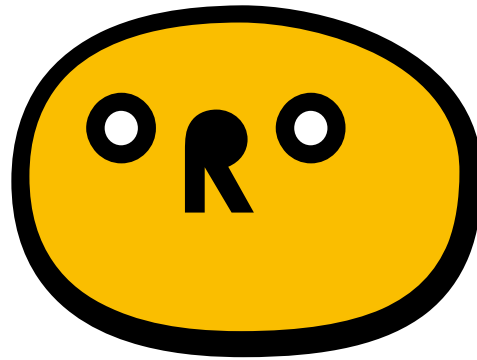
職種比率 (オロ単体)



- 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

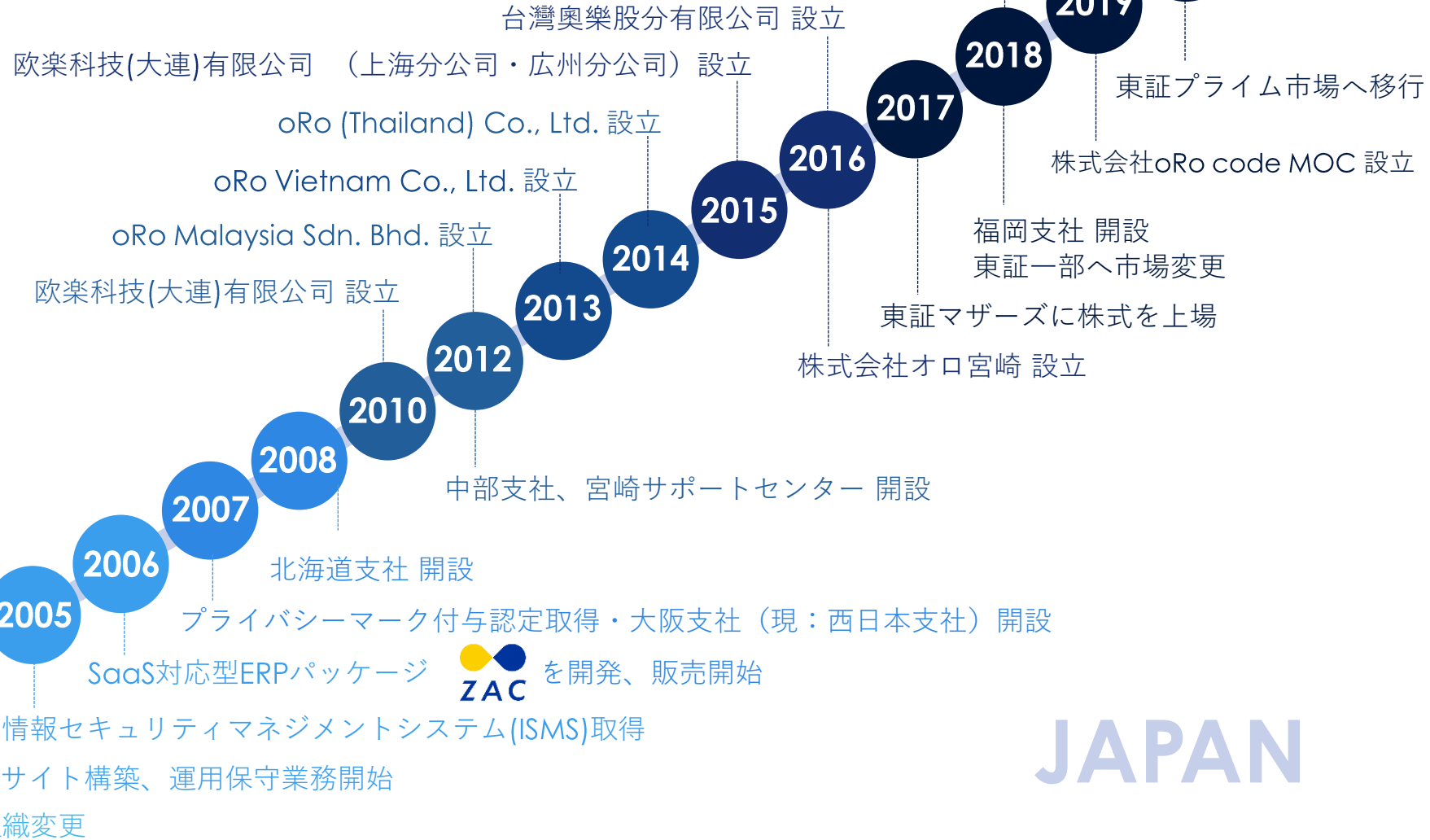


社員全員が世界に誇れる物（組織・製品・サービス）を創造し、
より多くの人々（同僚・家族・取引先・株主・社会）に対して
より多くの「幸せ・喜び」を提供する企業となる。
そのための努力を通じて社員全員の自己実現を達成する。

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



有限会社オロ 創業

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。

