

2021年2月期 第3四半期 決算補足説明資料



**GEO
CODE**

株式会社ジオコード (東証JASDAQスタンダード：7357)

2021年1月14日

1. 2021年2月期 第3四半期決算概況
2. 事業の概要・成長戦略
3. Appendix

1. 2021年2月期 第3四半期決算概況

業績ハイライト

- 売上高 2,227百万円 (前年同期比 5.8%増)
- 営業利益 121百万円 (前年同期比 49.6%増)
- 経常利益 104百万円 (前年同期比 25.2%増)
- 四半期純利益 67百万円 (前年同期比 23.9%増)

ポイント

- 売上高は、コロナ禍のなか前年同期比+5.8%と増収を確保している。
- 営業利益は、積極的なコスト見直しの効果等により前年同期比+49.6%と大きく伸長している。

※前年同期 (2020年2月期第3四半期累計期間) 業績数値については、監査法人による四半期レビューの対象外であります。

2021年2月期 第3四半期実績



- 売上高は、好調なWeb広告が牽引しコロナ禍のなか前期を上回るペースを堅持し増収を確保している。
- 販管費の各項目ごとに積極的なコスト見直しを実施し、前年同期を下回るコスト水準を実現した結果、営業利益は、前年同期比+49.6%と大きく伸長している。
- 上場関連費用を控除した経常利益ベースにおいても前年同期比+25.2%の増益となっている。

(単位：百万円)

区分	20/2期3Q累計	21/2期3Q累計	前年同期比
売上高	2,105	2,227	105.8%
売上原価	1,428	1,587	111.1%
売上総利益 (利益率)	676 (32.1%)	640 (28.8%)	94.8%
販売費及び一般管理費	595	519	87.3%
営業利益 (利益率)	80 (3.8%)	121 (5.4%)	149.6%
経常利益	83	104	125.2%
四半期純利益	54	67	123.9%

2021年2月期 第3四半期 売上高（内訳）

- Webマーケティング事業では、SEO対策がコロナ禍の影響で1Q、2Qと苦戦するなか、Web広告が引き続き売上を牽引している。
- クラウド事業では、テレワークの促進等によりネクストICカードの一部顧客で交通費精算・経費精算の利用減少等が発生したが、反面、DX推進の機運が高まるなかでネクストSFAの売上が伸長している。

（単位：百万円）

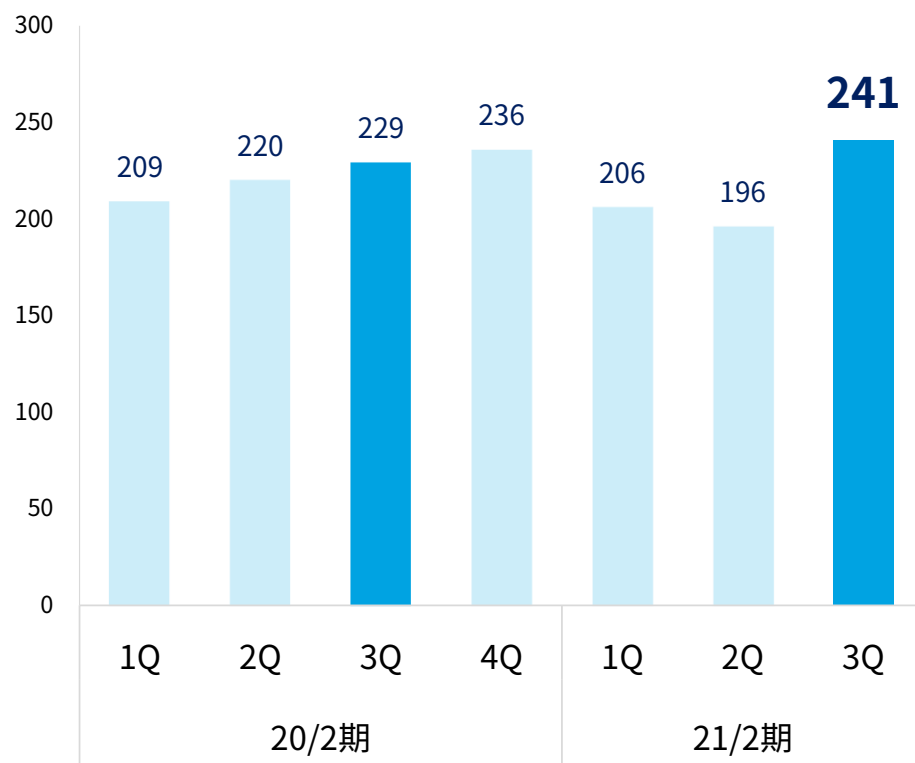
区分	20/2期3Q累計	21/2期3Q累計	前年同期比
Webマーケティング事業			
SEO対策	658	644	97.9%
Web広告	1,230	1,374	111.7%
Webサイト制作	115	103	89.9%
小計	2,005	2,123	105.9%
クラウド事業			
ネクストICカード	81	66	81.6%
ネクストSFA	18	37	206.8%
小計	99	104	104.4%
合計	2,105	2,227	105.8%

2021年2月期 売上高推移 ①SEO対策 前期比

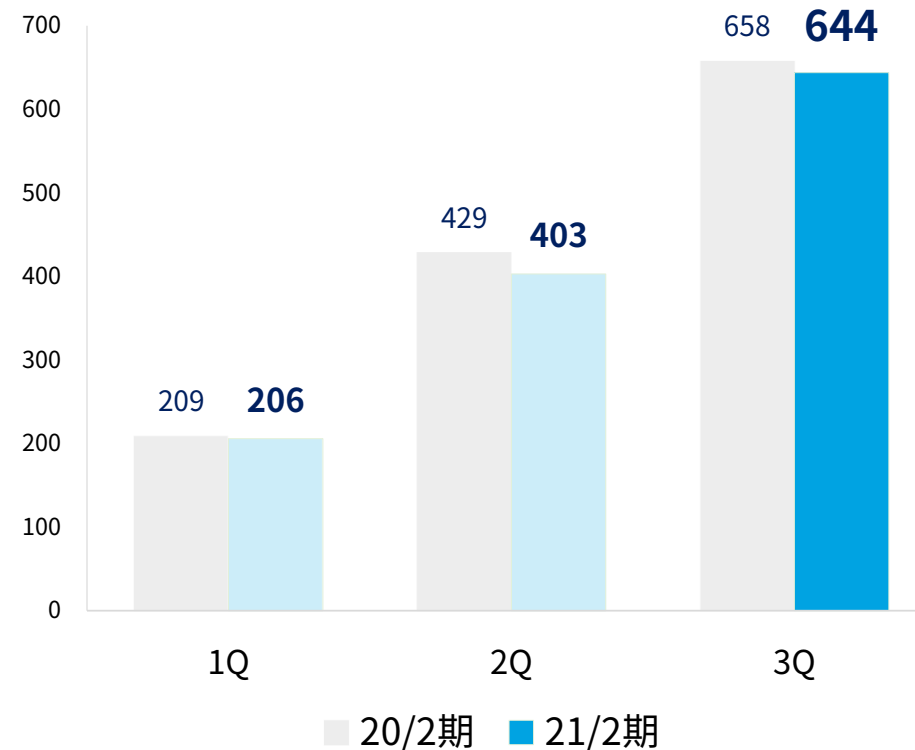
- コロナ禍の影響で1Q、2Qと解約や一時停止により前年同期を下回るペースで推移していたが、3Qに入り前期を上回る受注ペースとなり、累計でも前期水準に近づきつつある。

四半期推移

(単位：百万円)



累計推移

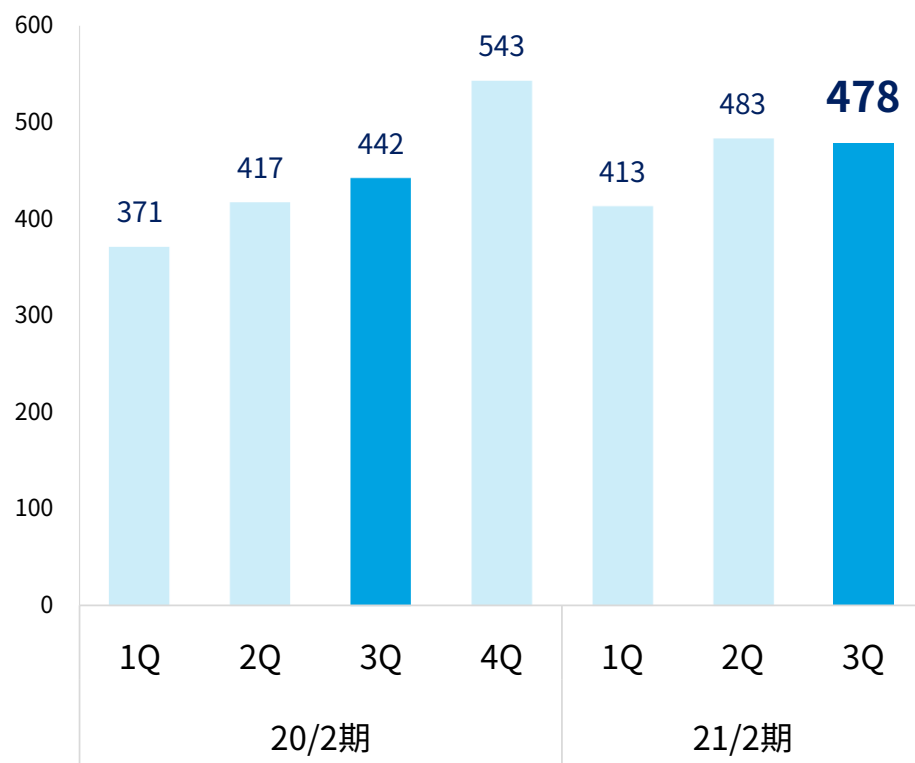


2021年2月期 売上高推移 ②Web広告 前期比

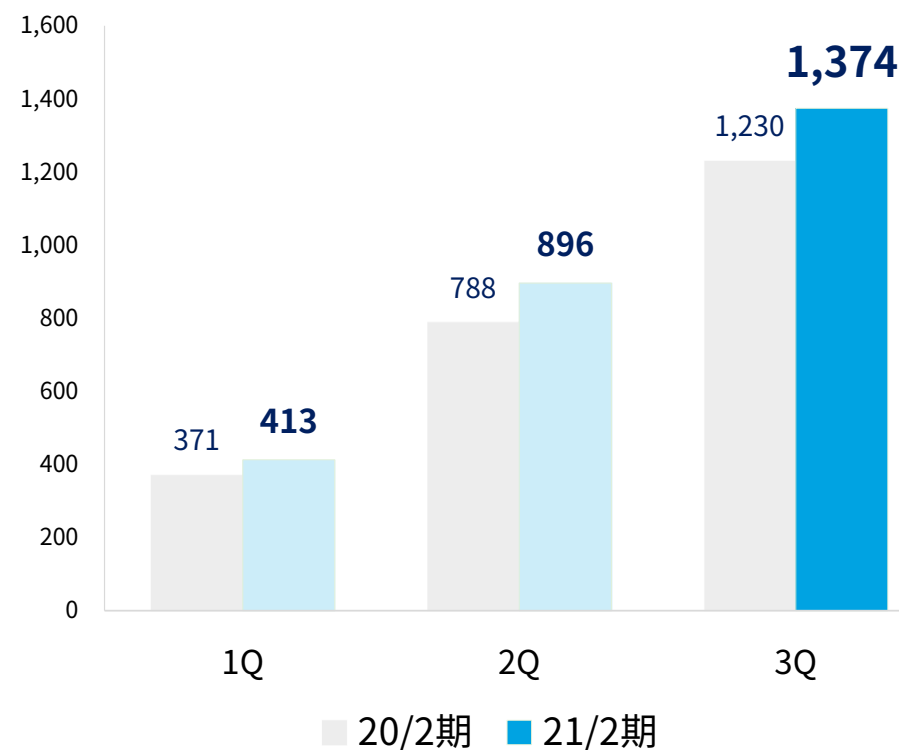
- コロナ禍のなかではあるが、期初から前年同期を上回るペースで推移している。
※20/2期4Qは、大型のキャンペーン案件を受注したことにより一時的に売上が伸びていた。

四半期推移

(単位：百万円)



累計推移

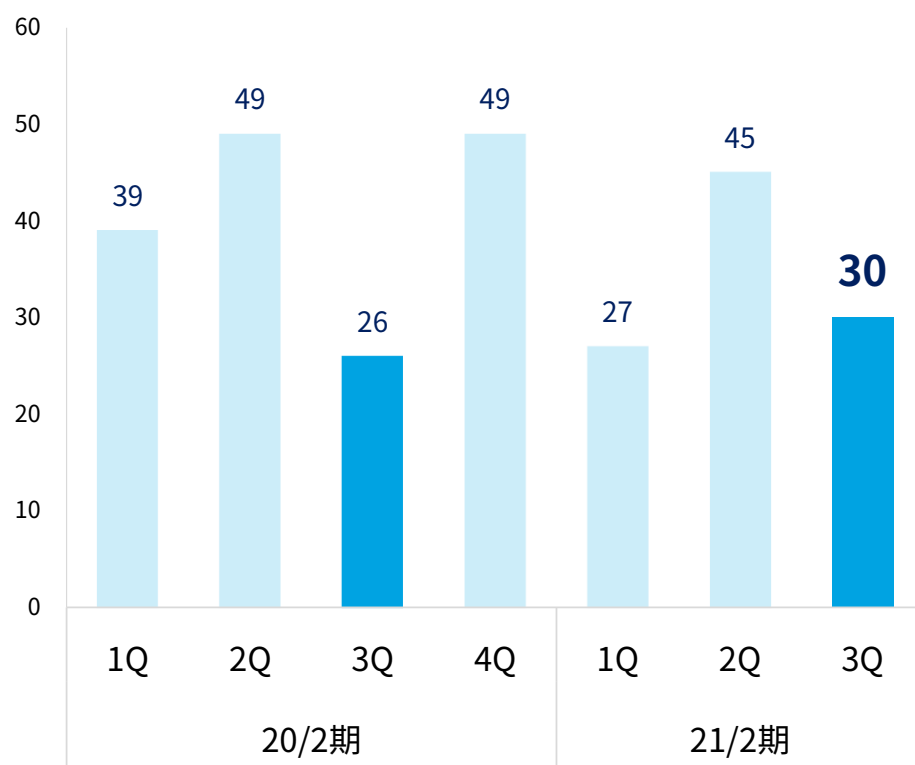


2021年2月期 売上高推移 ③Webサイト制作 前期比 GEO CODE

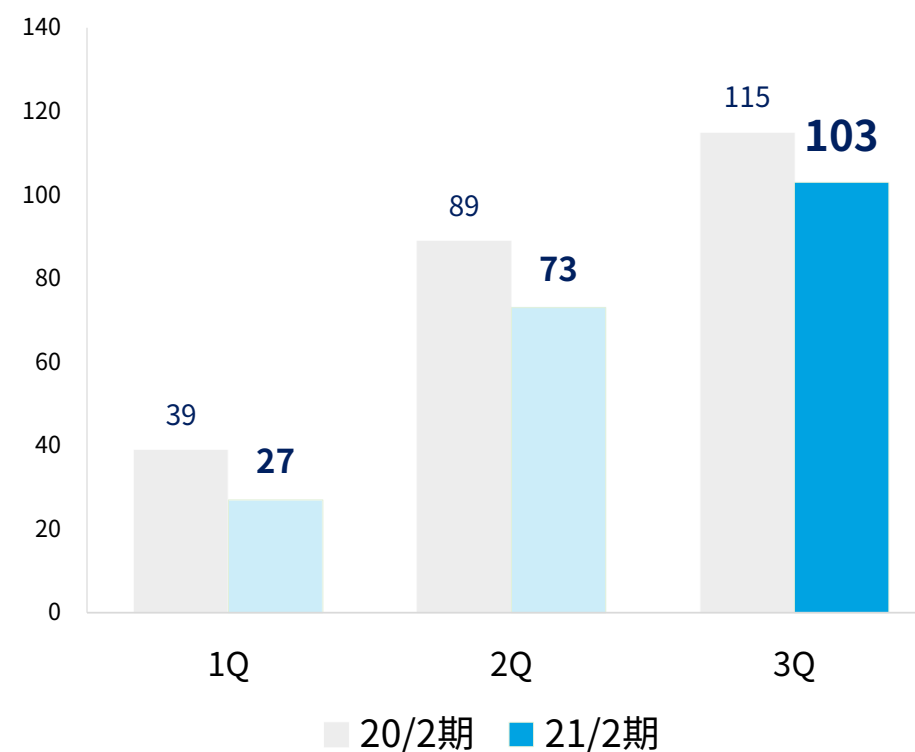
- コロナ禍のなか前年同期を下回るペースで推移していたが、3Qに入り徐々にペースが上がりつつある。

四半期推移

(単位：百万円)



累計推移

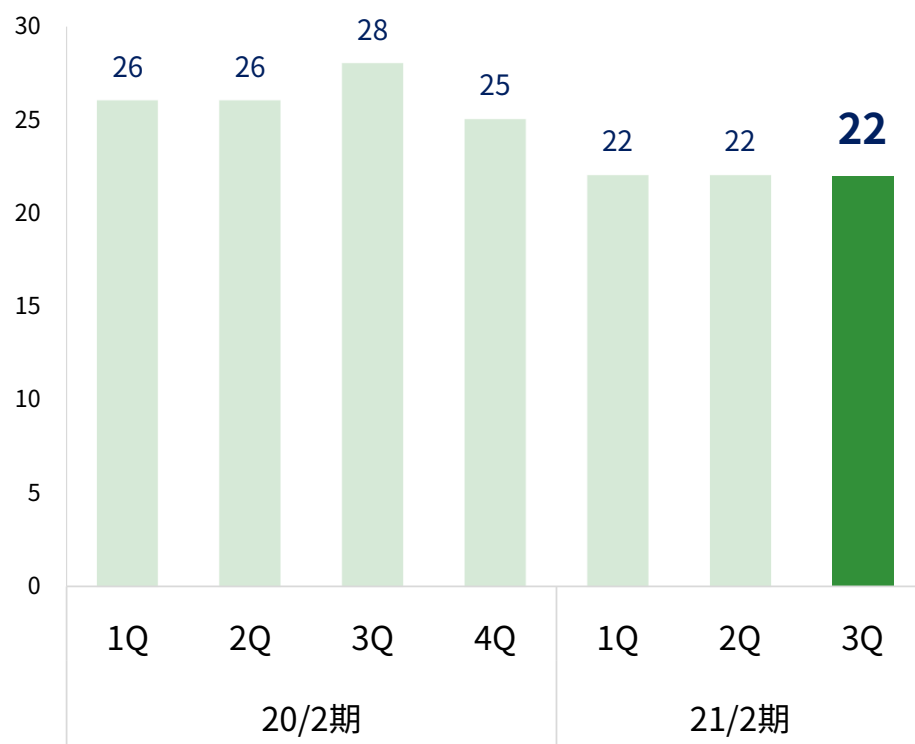


2021年2月期 売上高推移 ④クラウド事業 前期比

ネクストICカード

コロナ禍のなかテレワークの促進等により一部顧客で交通費精算・経費精算の利用減少等があり、前年同期を下回る水準で推移している。

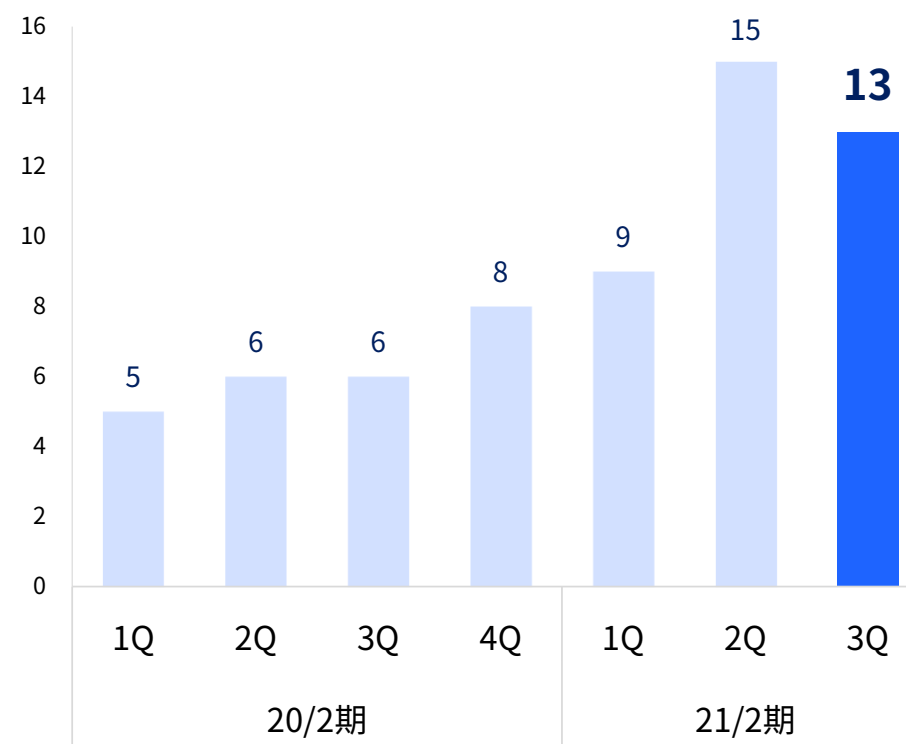
(単位：百万円)



ネクストSFA

コロナ禍の影響でDX推進の機運が高まるなかで、前年同期を上回る水準で伸長している。

※ 2Qは、導入時の追加開発案件を納品したため一時的に売上が伸びている。



2021年2月期 第3四半期 売上原価

- 媒体費：Web広告が売上を牽引するなかで、対応する広告仕入が135百万円増加している。
- 労務費：サービス品質を向上し、取引増加に対応するため運用人員を増員している。
- 外注費：ノンコア業務での外注利用が増加している。
- 経費：積極的なコスト見直しを実施した結果、減少している。

(単位：百万円)

区分	20/2期3Q累計 (対売上高比率)		21/2期3Q累計 (対売上高比率)		差異 (前年同期比)	
媒体費	1,015	(48.3%)	1,151	(51.7%)	+135	(113.3%)
労務費	251	(11.9%)	269	(12.1%)	+18	(107.2%)
外注費	72	(3.4%)	86	(3.9%)	+13	(119.1%)
経費	88	(4.2%)	80	(3.6%)	△8	(90.6%)
その他(※)	0	(0.0%)	0	(0.0%)	△0	(25.3%)
売上原価合計	1,428	(67.9%)	1,587	(71.2%)	+158	(111.1%)

※その他には、仕掛品評価損、受注損失引当金繰入額の合計を記載しております。

2021年2月期 第3四半期 販売費及び一般管理費



- 販売費：与信管理の徹底等により与信費用が前年同期比11百万円減少している。
- 人的関連費用：営業活動の効率改善等により人件費が16百万円、社員紹介制度の積極活用等により採用費が5百万円それぞれ減少している。
- その他管理費：コロナ禍の影響で旅費交通費が8百万円、接待交際費が7百万円それぞれ減少している。

(単位：百万円)

区分	20/2期3Q累計 (対売上高比率)		21/2期3Q累計 (対売上高比率)		差異 (前年同期比)	
販売費	39	(1.9%)	19	(0.9%)	△19	(50.1%)
人的関連費用(※)	385	(18.3%)	353	(15.9%)	△31	(91.7%)
その他管理費	170	(8.1%)	146	(6.6%)	△24	(85.8%)
販管費合計	595	(28.3%)	519	(23.3%)	△75	(87.3%)

※人的関連費用には、役員報酬・給賞与・法定福利費・採用費・教育費・福利厚生費・人材派遣費の合計を記載しております。

2021年2月期 第3四半期 業績予想に対する進捗



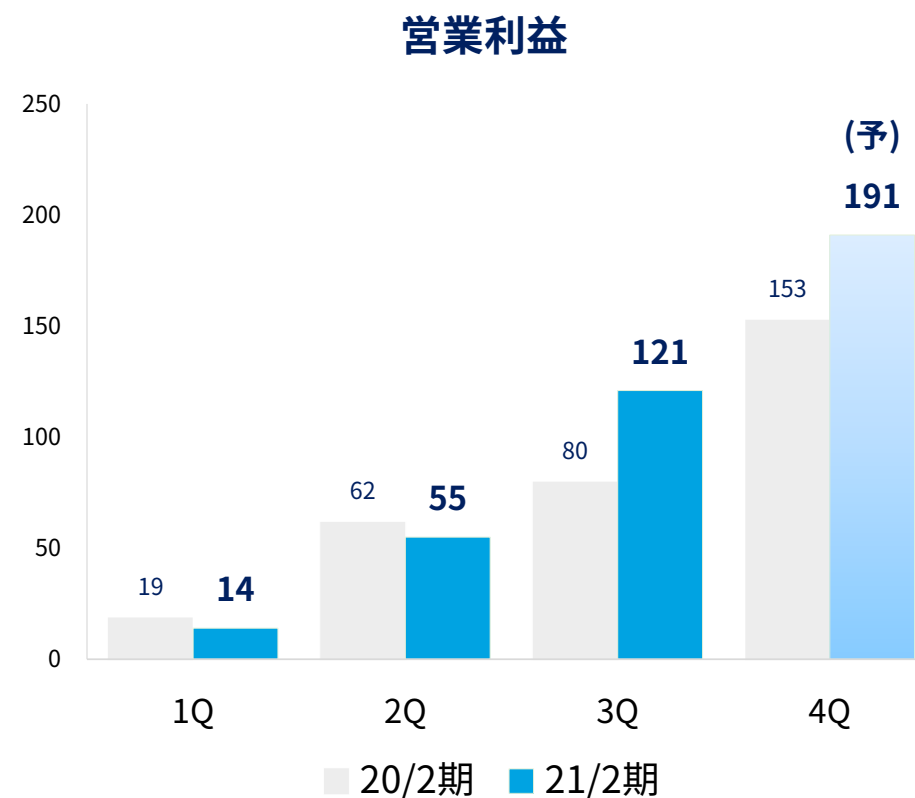
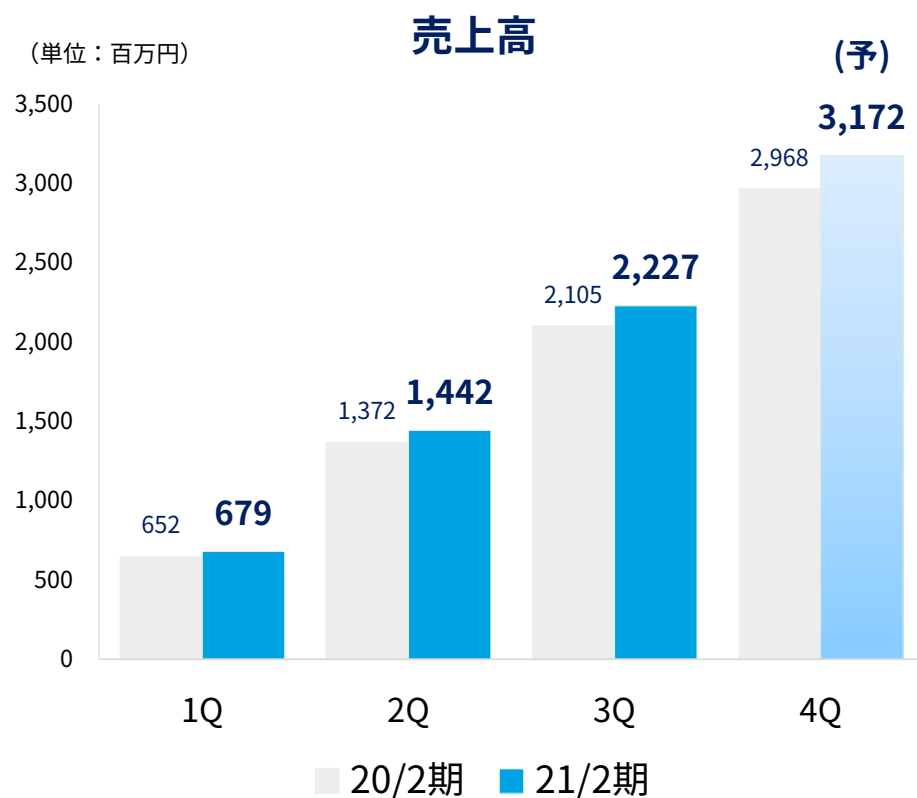
- 売上高は、2Qまでの進捗率45.5%から3Qでは70.2%と堅調に推移している。
- 営業利益は、2Qまでの進捗率28.8%から3Qでは63.2%と大きく伸長している。

(単位：百万円)

区分	21/2期2Q		21/2期3Q		21/2期 通期予想
	累計実績	進捗率	累計実績	進捗率	
売上高	1,442	45.5%	2,227	70.2%	3,172
営業利益 (利益率)	55 (3.8%)	28.8%	121 (5.4%)	63.2%	191 (6.0%)
経常利益 (利益率)	52 (3.6%)	30.8%	104 (4.7%)	61.5%	169 (5.4%)
四半期(当期)純利益 (利益率)	33 (2.3%)	32.0%	67 (3.0%)	63.8%	105 (3.3%)

2021年2月期 四半期累計推移

- 売上高は、1Qより前期を上回るペースで進捗している。
- 営業利益は、コロナ禍の影響により2Qまでは前期を下回る水準であったが、3Qでは前年同期比+49.6%と大きく伸長している。



2. 事業の概要・成長戦略

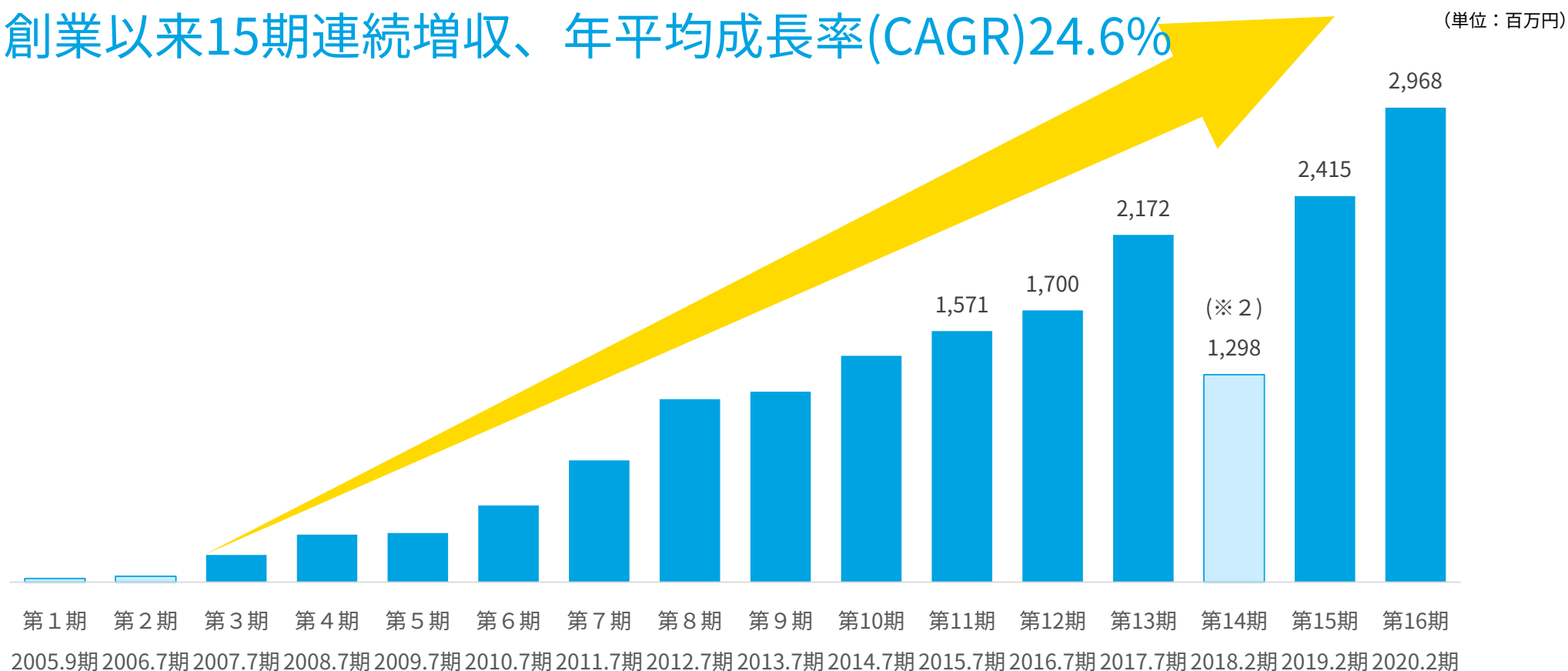
事業内容と特徴：『一社完結』

- ① 開発から販売・運用まで自社で対応可能な体制
- ② 継続取引を中心に事業を展開することで収益を安定化



事業内容と特徴：売上高推移

継続取引中心の事業展開により安定収益を実現
創業以来15期連続増収、年平均成長率(CAGR)24.6%



※1. 第1期～第14期は監査を受けておりません。

※2. 第14期は、決算期変更により、2017年8月1日～2018年2月28日までの7カ月間となっております。

事業内容と特徴：①SEO対策

- ① Google、Yahoo!JAPAN等の主要検索エンジンを通じて集客を行うことを目的としたSEO対策サービスを創業間もない2005年より提供
- ② コンサルティングにとどめるのではなく、具体的な施策としてWebサイトへの実装、必要なコンテンツの企画・提案・制作、UI/UX改善までを一貫して提供
- ③ 検索結果の上位表示を超えてCV獲得の最大化まで踏み込んだサービスを提供

ゴールはCV獲得！

プランニングから、実装、記事作成、UI/UX改善まで全ての施策が出来るSEO！



**SEO対策
コンサルティング**



**コンテンツコンサル
ティング・作成代行**



**UI/UX改善
コンサルティング**



**サイト修正指示・
作業代行**

※UI (User Interface) とはWebサイト等の情報の表示形式や操作性のことで、UX (User Experience) とはWebサイト等を利用して得られる体験、その心地よさや充足感等の概念のこと

CV (Conversion) とはWebサイトにおける最終的な成果のこと

事業内容と特徴：②Web広告

- ① Web広告全般の運用代行サービスを2009年より提供
- ② GoogleやYahoo! JAPANが提供するリスティング広告及びコンテンツ連動型広告を主軸としつつ、SNS広告等も含め幅広い広告媒体に対応
- ③ 「Google Premier Partner Awards」 2年連続ファイナリスト(2018年、2019年)
- ④ Yahoo!マーケティングソリューション パートナー 特別認定パートナー (広告運用パートナー) 認定(2019年)



**Yahoo! JAPAN特別認定パートナー、
Google Premier Partner Awards ファイナリスト、
10年間の量と質で、CV改善!**



※Google Premier Partner Awardsとは広告運用の成果を高めるために効果的に顧客をサポートし、優れた実績を上げた代理店を表彰する制度のこと
特別認定パートナーとはYahoo! JAPANの認定パートナーの中から、Yahoo! JAPANの広告商品・サービスを総合的に活用した広告運用に強みを持ち、運用知識と運用実績が基準以上である代理店を認定する制度のこと

事業内容と特徴：③Webサイト制作

- ① 顧客のWebサイトの企画・制作・保守運用サービスを2006年より提供
- ② SEO対策サービスやWeb広告運用代行サービスにおいて培ってきたノウハウを活用して、企画設計の段階から集客を意識したWebサイト制作サービスを提供

マーケティング会社だから出来るサイト構築！
UI/UXとSEOを基本実装！ 10年間のノウハウで成果にコミット！



SEO対策に“本当に”
強いサイト制作



サイト目的に応じた
柔軟なデザイン力



デジタルマーケティング
集客の同時提案

事業内容と特徴：④ネクストICカード

- ① 開発から販売、安心の無料サポートまで自社で対応
- ② 「勤怠管理」「交通費精算」「経費精算」の機能を一つのツールで提供
- ③ 交通系ICカードを利用し、利用者にとって簡単で使いやすい、業務効率改善に適したツールを低価格で提供

ネクストICカード

ICカードで業務時間を大幅削減！

クラウド型勤怠管理、交通費精算、経費精算ツール「ネクストICカード」

ネクストICカードは安心のサポート無料！



勤怠管理



交通費精算



経費精算

基本利用料金

10,000円/月

2拠点以上の場合は
別途お見積り

+

勤怠管理

交通費精算

200円/月

400円/月

1ユーザーの料金です。
ご利用機能ごとに加算されます。

事業内容と特徴：⑤ネクストSFA

- ① 開発から販売、充実した無料サポートまで自社で対応
- ② 「見やすい」「わかりやすい」を追求した、マーケティング会社が作るUI/UX
- ③ 初期設計不要、設定のみでカスタマイズが可能な設計
- ④ 他社サービスとの連携も可能、顧客が必要とする機能を低価格で提供

ネクストSFA

営業の見える化、生産性向上を実現！
クラウド型営業支援ツール「ネクストSFA」

設定・データ移行・マニュアル作成などの充実したサポートが全て無料！



見やすく、
わかりやすい管理画面！
使いやすい操作性！



初期設計が不要！
設定のみで
カスタマイズ可能！



さまざまなサービスと
連携可能！

初期費用

0円

初期設定なども
0円です

+

基本利用料

50,000円

10ユーザー分
を含む

ユーザー利用料

4,000円

11ユーザーから
1ユーザーあたり

中堅・中小企業をメインターゲットに以下の戦略を展開

戦略① 効率的な営業手法を活用し多様な販路を確立

戦略② ターゲット市場の地理的拡大を推進(地方創生)

基本戦略：メインターゲット

メインターゲットは、中堅・中小企業中心の顧客層

➡多様な販路を確立し、継続的かつ安定的な事業規模の拡大を図る

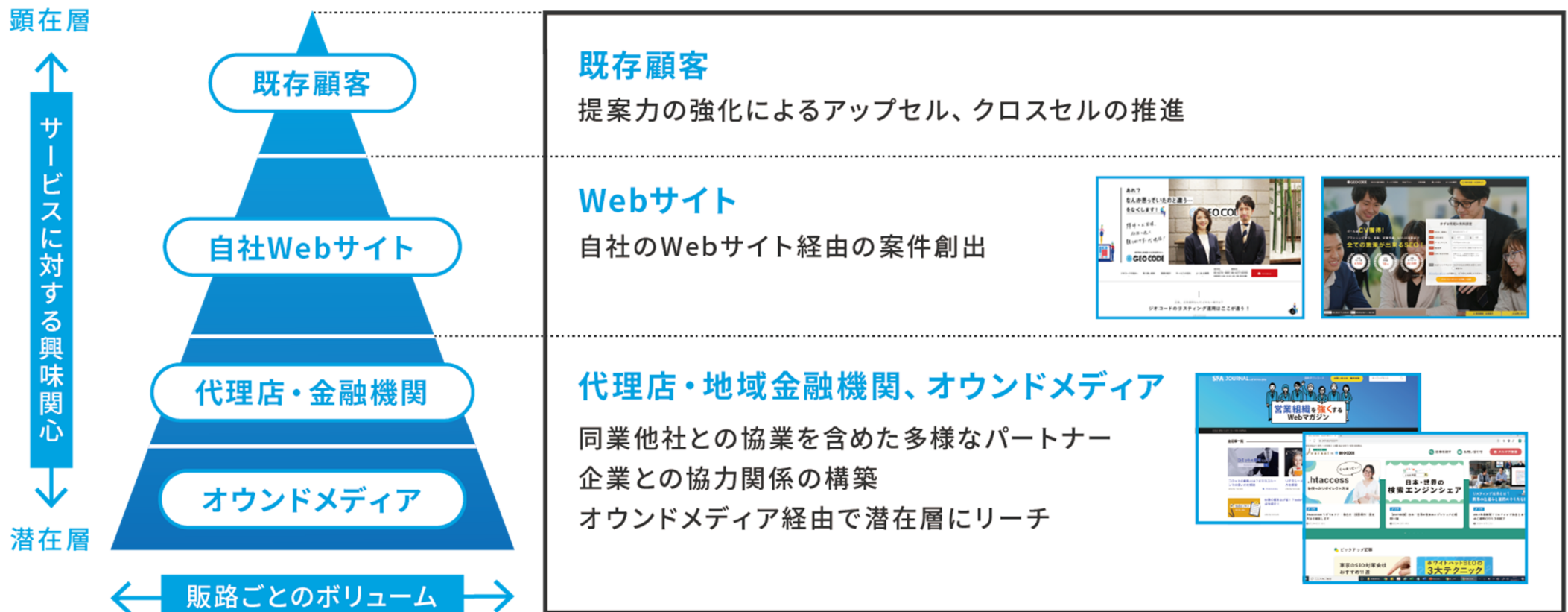
企業規模イメージ

顧客の広告予算規模



基本戦略：戦略①多様な販路を確立

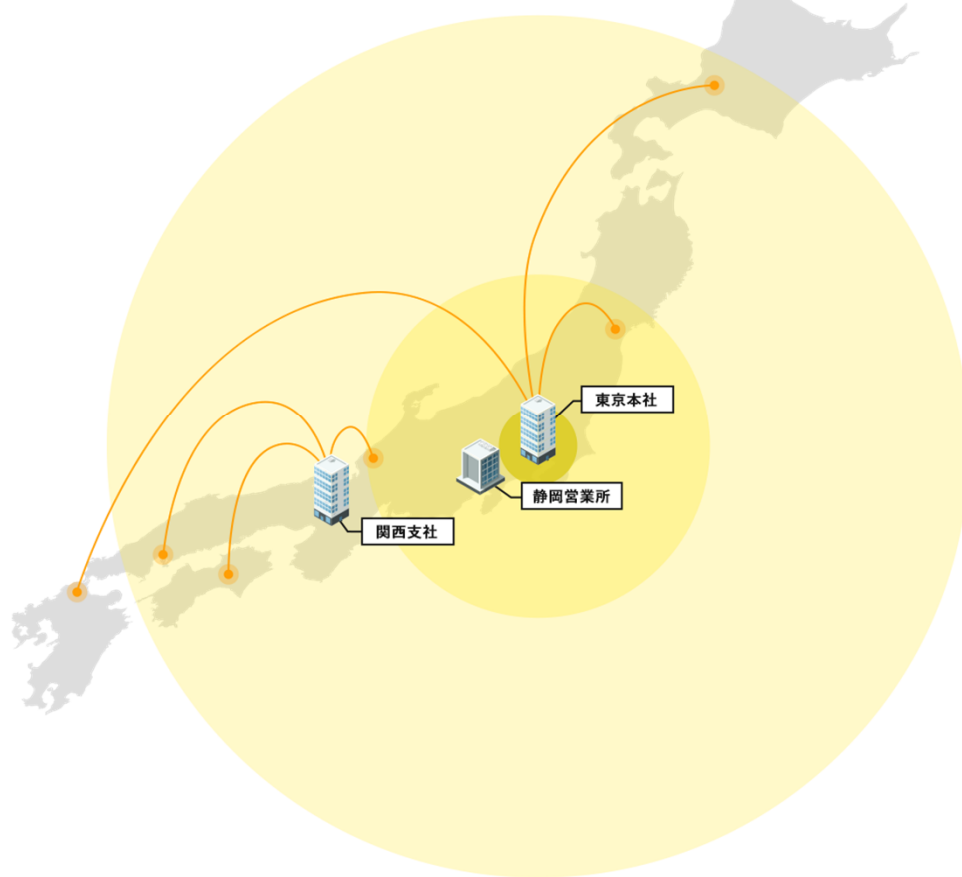
多様な販路を確立し、顕在層から潜在層へとアプローチの裾野を広げより多くの見込み案件の生成を図り、顧客獲得を加速させる



基本戦略：戦略②ターゲット市場の地理的拡大を推進 GEO CODE

地域経済活性化に貢献する地方創生に向けた活動への取り組みを推進

➡ 広告費のさらなるネット化が期待される地域へ営業を拡大



● 東京・大阪以外の地域への営業展開

地域金融機関等との連携を強化

東京・大阪以外の優良企業にも積極的に営業展開

● 地域に根差した営業活動

静岡営業所開設により蓄積した実績とノウハウを活用

ライバル企業のあまりいないBlue Oceanで以下の戦略を展開

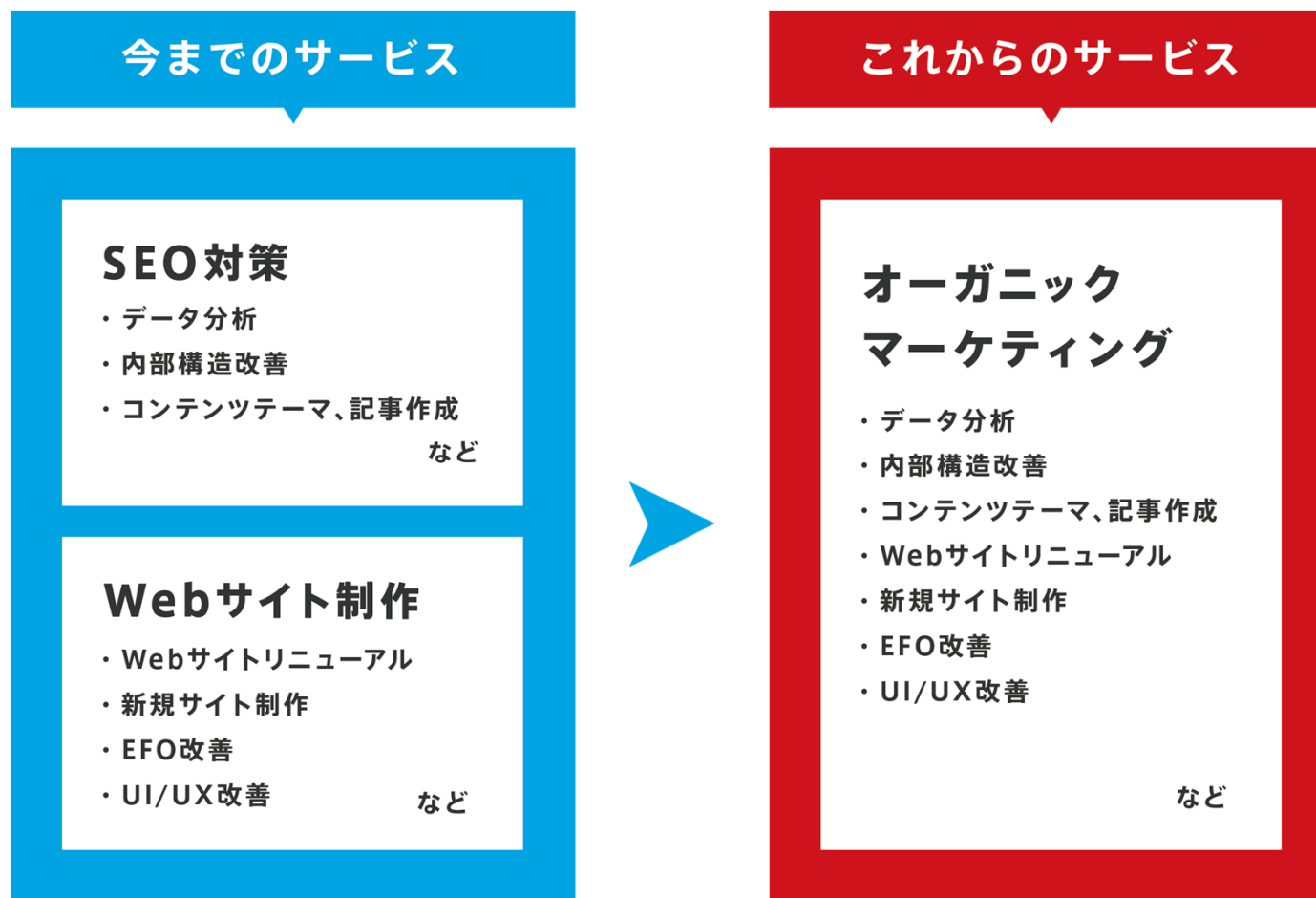
① SEO対策
Webサイト制作 → 「オーガニックマーケティング」への進化

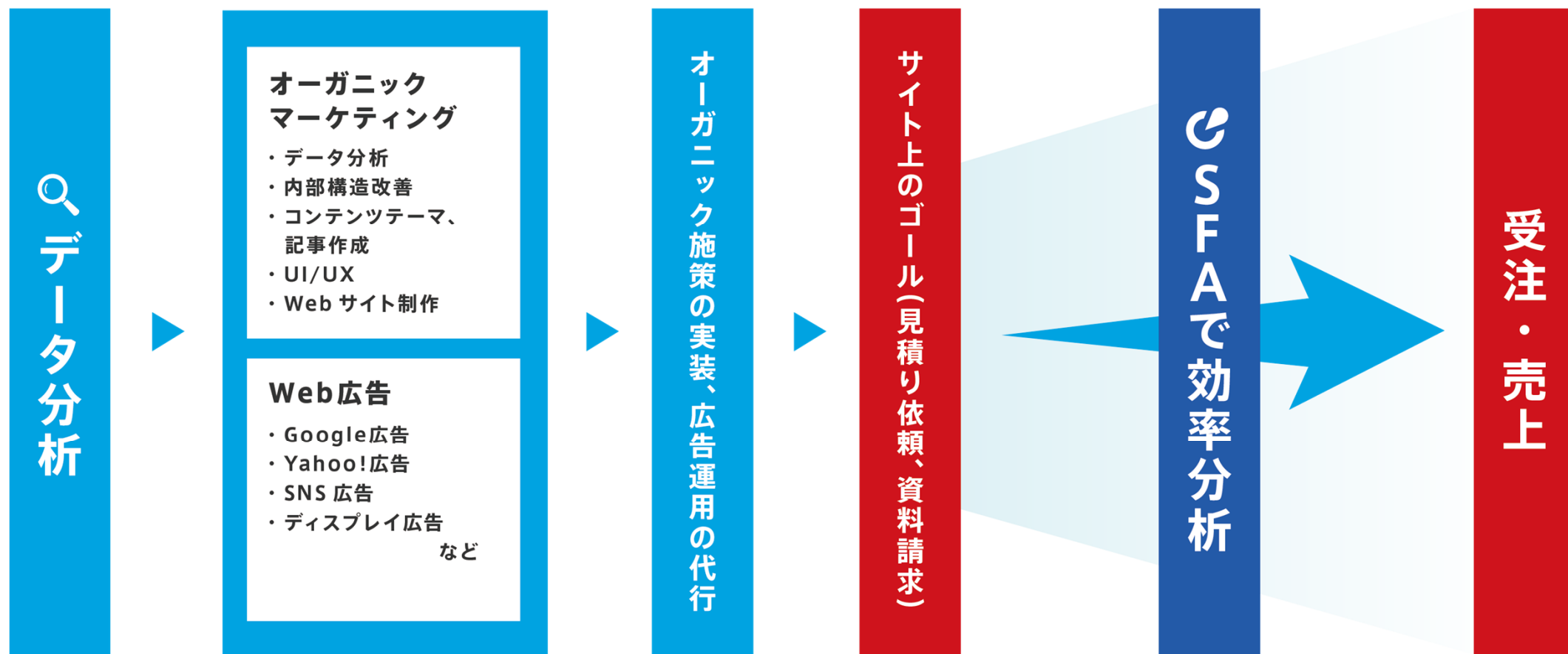


② クラウド事業 「ネクストSFA」の新機能開発、販売拡大

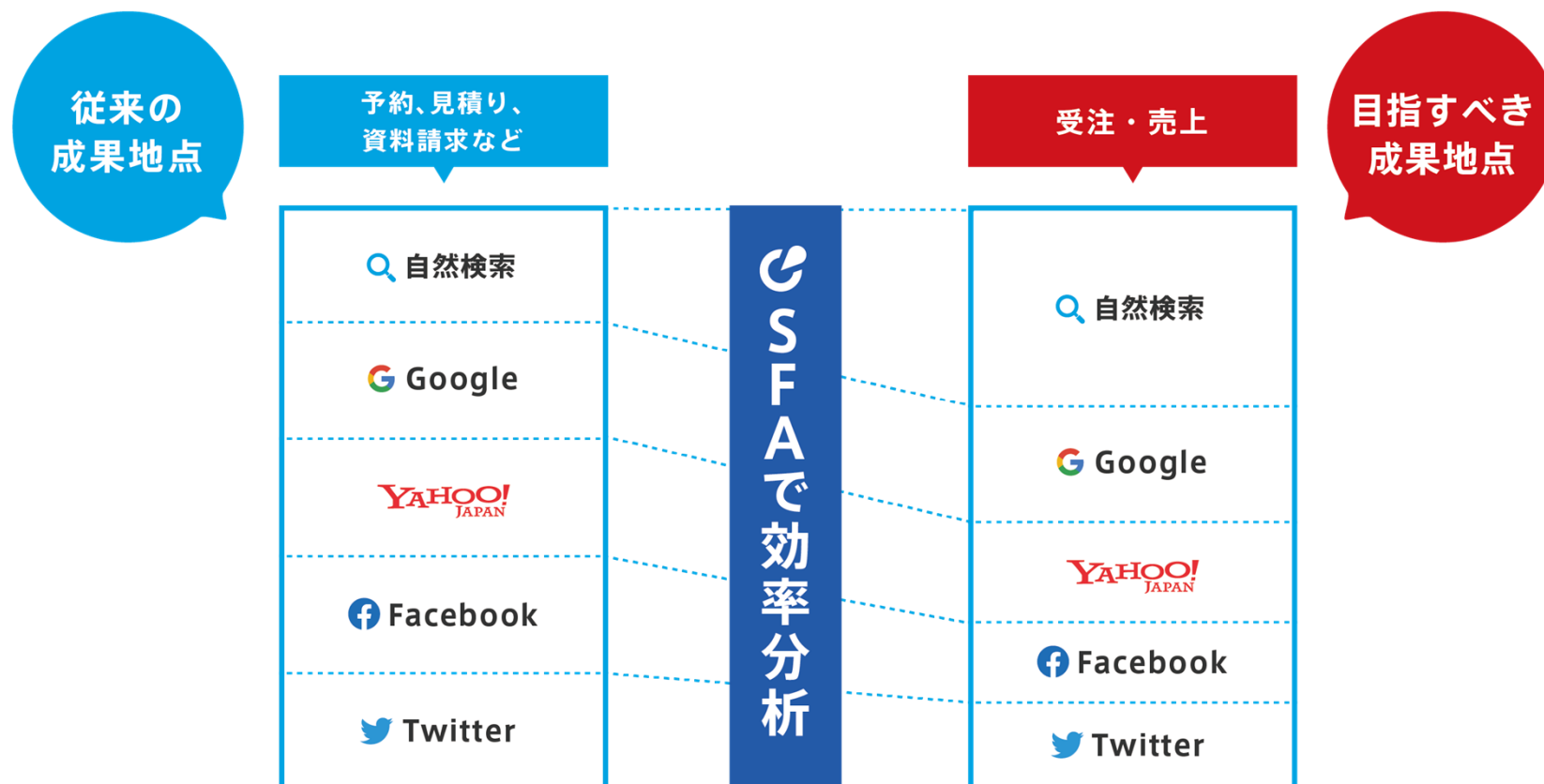
※オーガニックマーケティングとは、広告を使わずに検索エンジンやSNSの自然流入を利用した集客手法で、一般に低コストで長期的な効果が期待される。

SEO対策、Webサイト制作→オーガニックマーケティングへの進化





SFAを活用する事で、サイト上のゴールから、受注を成果地点へ



- どの販路に予算をかければ効果的かを把握できる
- 受注・売上までの流れを把握する事で、より付加価値のあるサービスを顧客に提供できる

3. Appendix

会社概要：基本情報



【会社名】 株式会社ジオコード
GEOCODE CO.,Ltd.

【代表者】 代表取締役社長 原口 大輔

【所在地】 東京
本社 東京都新宿区新宿4-1-6 JR新宿ミライナタワー
関西
支社 大阪府大阪市北区大深町4-20 グランフロント大阪
静岡
営業所 静岡県袋井市高尾町12-3

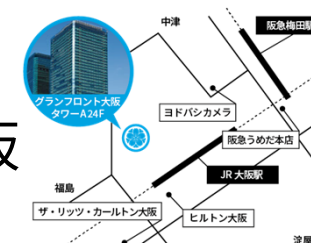
【設 立】 2005年 2月

【資本金】 348,787,500円（2020年12月現在）

【社員数】 126名（2020年12月31日現在 正社員）



【東京本社】JR新宿駅直結



【関西支社】大阪駅 徒歩3分



【静岡営業所】袋井駅 徒歩3分

社会の模範となる、唯一無二の魅力的な会社を創る

1. 有益なサービスを提供し、**毎年、増収、増益を、実現**する。
2. 利益を生み出し、納税、雇用の創出、または**直接的に社会に貢献**する。
3. **新しい分野に挑戦**し、技術、知識、事業領域を広げ続ける。
4. 企業価値、事業内容、問わず、**必ず何かで日本一**になる。
5. 常に社内制度や、事業内容に、**独創的な遊び心**を取り入れる。
6. **洗練された**、空間、雰囲気、そして人を創り続ける。

ジオコードを人に例えるとこんな人

——— **魅力的な人** ———



会社概要：沿革

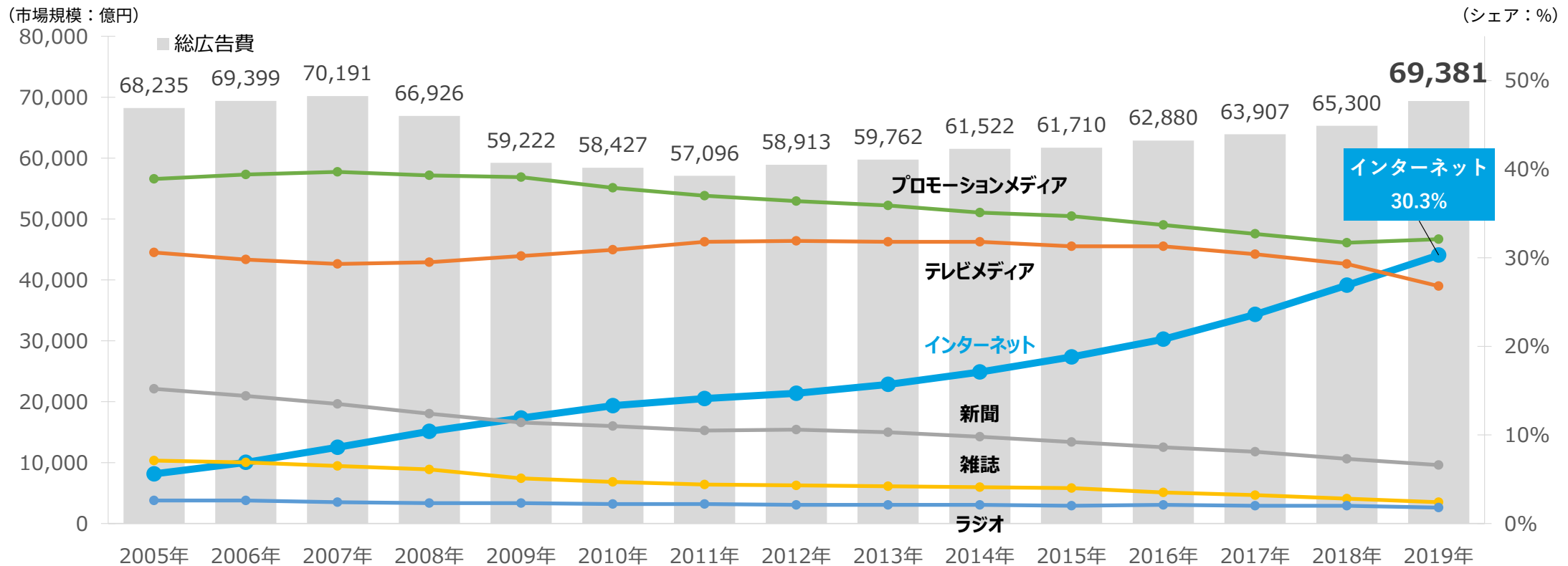


2005年	2月	有限会社ジオコード（資本金3,000千円）を設立
	7月	SEO対策事業を開始、東京都新宿区早稲田に営業所を開設
2006年	5月	株式会社ジオコードへ組織変更
	9月	Webサイト制作事業を開始
2007年	2月	本社を東京都渋谷区東に移転
2009年	8月	Web広告事業を開始
2011年	7月	本社を東京都港区北青山に移転
2012年	12月	クラウド型勤怠管理・交通費精算・経費精算ツール「ネクストICカード」をリリース
2015年	2月	クラウド型営業支援ツール「ネクストSFA」をリリース
	9月	大阪府大阪市北区に関西支社を開設
2016年	8月	本社を現在の東京都新宿区新宿に移転
2018年	8月	静岡県袋井市に静岡営業所を開設
2020年	4月	株式会社ビジョンとの資本業務提携を締結
	11月	東京証券取引所JASDAQスタンダードに上場

市場環境：国内媒体別広告費の推移

2019年の日本の総広告費は6兆9,381億円

インターネット広告費はテレビメディアを超える規模にまで成長



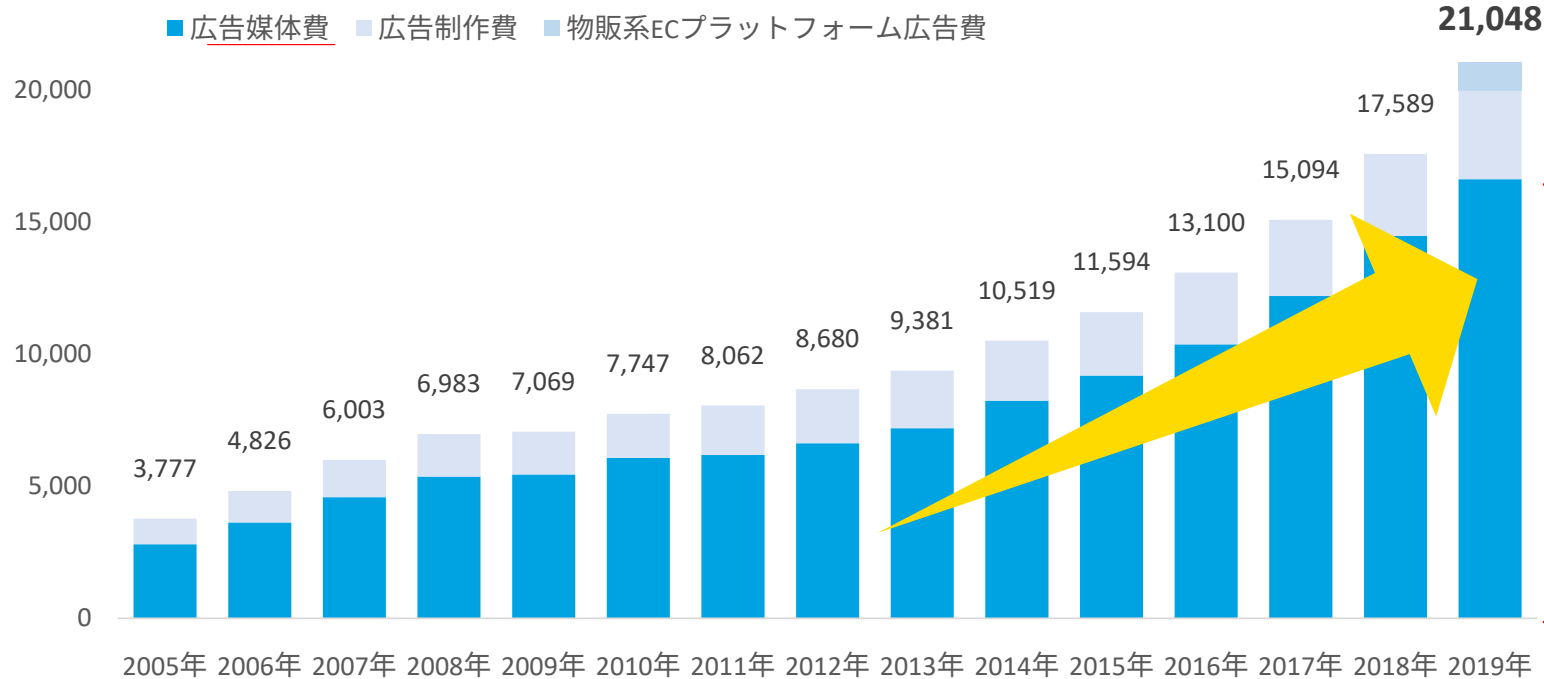
出所：「2019年日本の広告費」株式会社電通

市場環境：国内インターネット広告費の推移

2019年のインターネット広告費は2兆1,048億円（前年比119.7%）
 広告媒体費が伸長し6年連続で2桁成長

(単位：億円)

25,000



広告媒体費のうち、
 検索連動型広告が

約**40%**!

ここがまさに

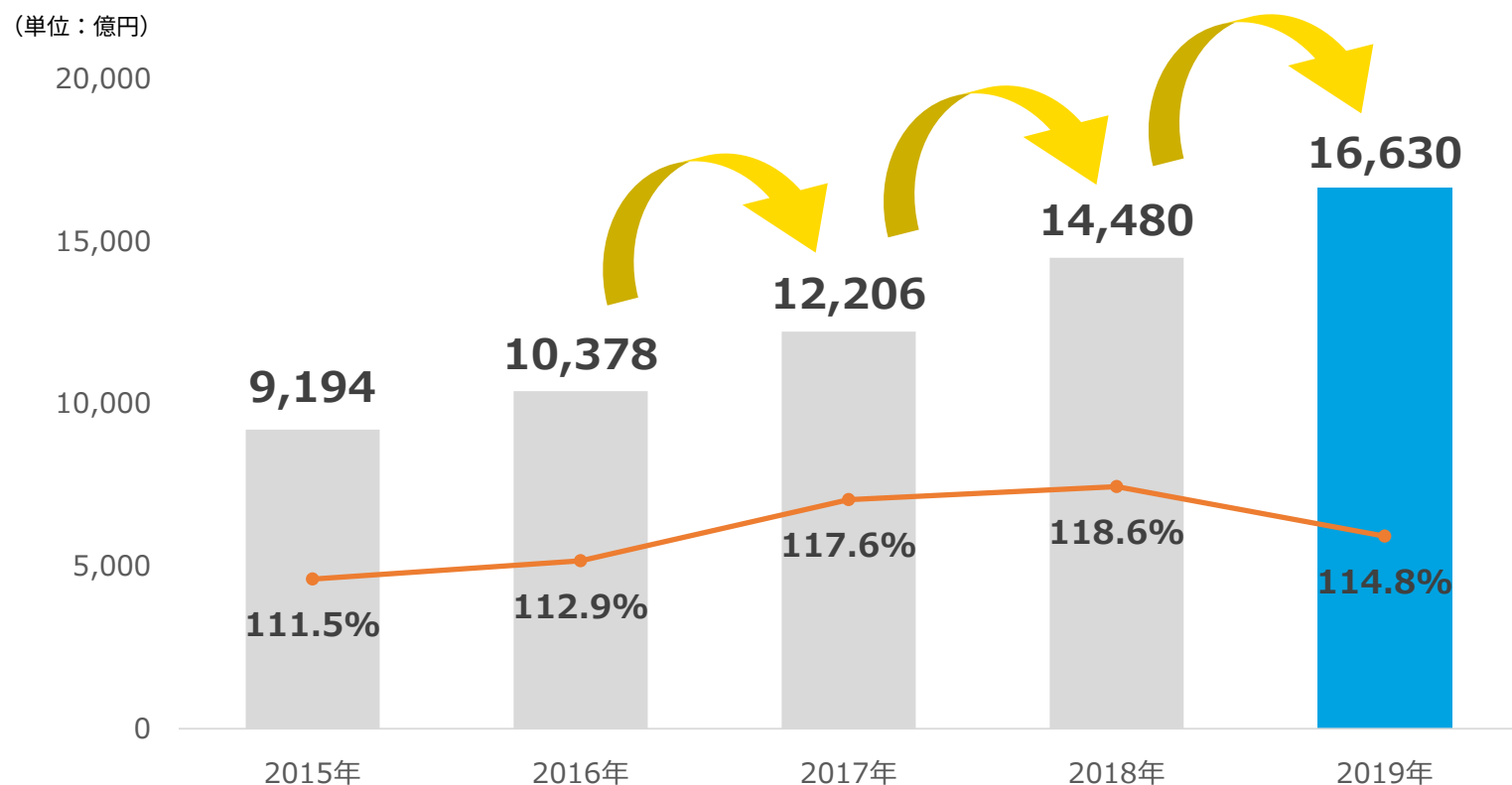
SEOを

求めているユーザー

出所：「2019年 日本の広告費」株式会社電通

市場環境：国内インターネット広告媒体費の推移

広告媒体費は前年比+2,000億円規模の市場成長が続いている



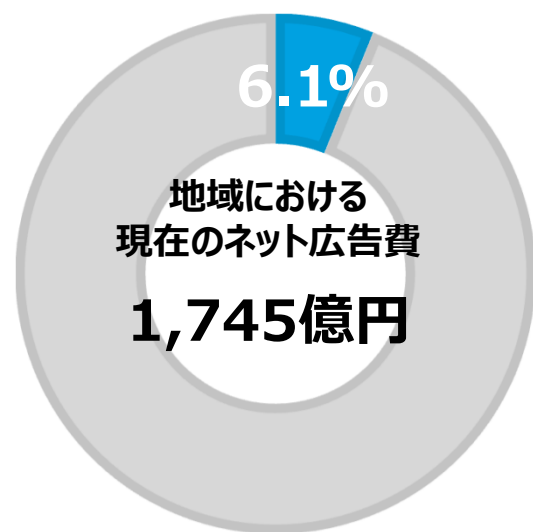
出所：「2019年日本の広告費」株式会社電通

市場環境：地域におけるインターネット広告市場 GEO CODE

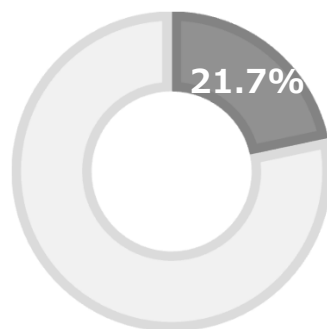
地域広告費のネット化率は、2018年は6.1%で東京都の3分の1以下
3年で4割増加しており、東京都水準へ向けて更なる拡大余地がある

※地域広告費は東京都以外の46道府県の合計

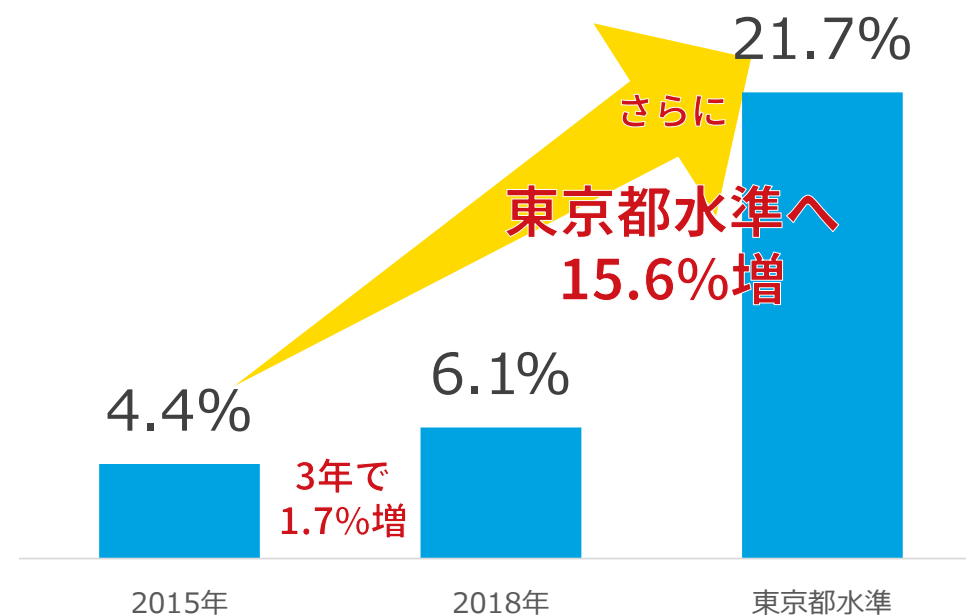
地域広告費のネット化率



東京都広告費の ネット化率



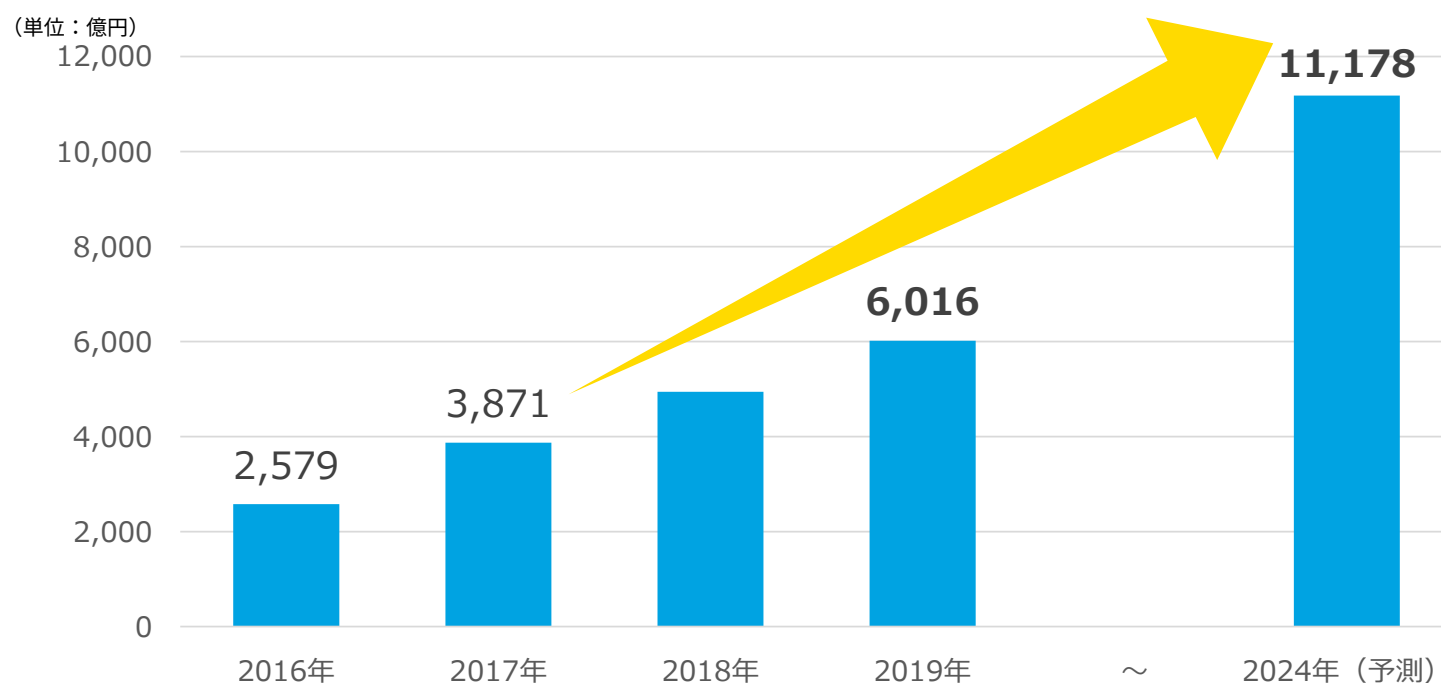
地域広告費ネット化率の推移



出所：「平成30年 特定サービス産業実態調査」経済産業省

市場環境：国内ソフトウェア市場（SaaS）の推移 GEO CODE

国内SaaS市場は2019年に市場規模6,016億円
2019年～2024年の年平均成長率(CAGR)は約13%で推移
2024年には1兆1,178億円規模に成長すると予測される



(注) 2018年は公表されていないため、前年と翌年の平均値を記載

出所：「ソフトウェアビジネス新市場 2020年版」株式会社富士キメラ総研

本資料は、株式会社ジオコード（以下「当社」といいます。）の財務情報、経営情報等の提供を目的としており、内容についていかなる保証を行うものではありません。

本資料に記載されている当社以外の企業等に関わる情報及び当社以外の第三者の作成に係る情報は、公開情報等から引用したものであり、当社は、かかる情報の正確性、完全性及び適切性等について何らの検証も行っておらず、また、これを保証するものではありません。

本資料に記載しております見通し、予想数値等の将来に関する事項は、発表日現在において入手可能な情報に基づき作成しております。今後の業績等は事業運営、経済情勢その他の様々な要因によって、予想と異なる可能性がありますので、予めご承知おきください。