

# 2022年2月期 第3四半期 決算補足説明資料



株式会社ジオコード (東証JASDAQスタンダード：7357)

2022年1月14日

1. 2022年2月期 第3四半期決算概況
2. TOPICS
3. 事業概要・成長戦略
4. Appendix（会社概要・市場環境）

# 1. 2022年2月期 第3四半期決算概況

---

## 業績ハイライト (第3四半期累計期間)

- 売上高 2,539百万円 (前年同期比 14.0%増)
- 営業利益 123百万円 (前年同期比 1.7%増)
- 経常利益 125百万円 (前年同期比 19.9%増)
- 四半期純利益 78百万円 (前年同期比 16.3%増)

## ポイント

- 売上高 コロナ禍が長期化するなかで、Web広告が引き続き売上を牽引し、前年同期比+14.0%と増収を継続
- 営業利益 Web広告運用費用や採用コスト、業務委託費等の増加により、前年同期比+1.7%で進捗
- 経常利益 カード決済に係るキャッシュバックの収益計上等により、前年同期比+19.9%で進捗



- 売上高は、好調なWeb広告が牽引し、前年同期比+14.0%と増収を継続
- 前期から継続する積極的なコスト水準の見直し効果もあって、販管費の増加率は低く抑えられているが、Web広告運用費用や採用コスト、業務委託費等の増加により、営業利益は、前年同期比+1.7%で進捗
- 経常利益は、カード決済に係るキャッシュバックの収益計上等により、前年同期比+19.9%で進捗

(単位：百万円)

区分	21/2期3Q累計	22/2期3Q累計	増減	前年同期比
売上高	2,227	2,539	+311	+14.0%
売上原価	1,587	1,865	+277	+17.5%
売上総利益 (利益率)	640 (28.8%)	674 (26.6%)	+34	+5.3%
販売費及び一般管理費	519	551	+32	+6.2%
営業利益 (利益率)	121 (5.4%)	123 (4.8%)	+2	+1.7%
経常利益	104	125	+20	+19.9%
四半期純利益	67	78	+10	+16.3%

- Webマーケティング事業 : Web広告が売上を牽引するとともに、利益率の高いオーガニックマーケティングも制作案件で契約・納品が好調に推移し、事業単位では、前年同期比+14.8%の増収
- クラウドセールステック事業 : DX推進機運が高まるなか、ネクストSFAはストック売上が積み上がり伸長

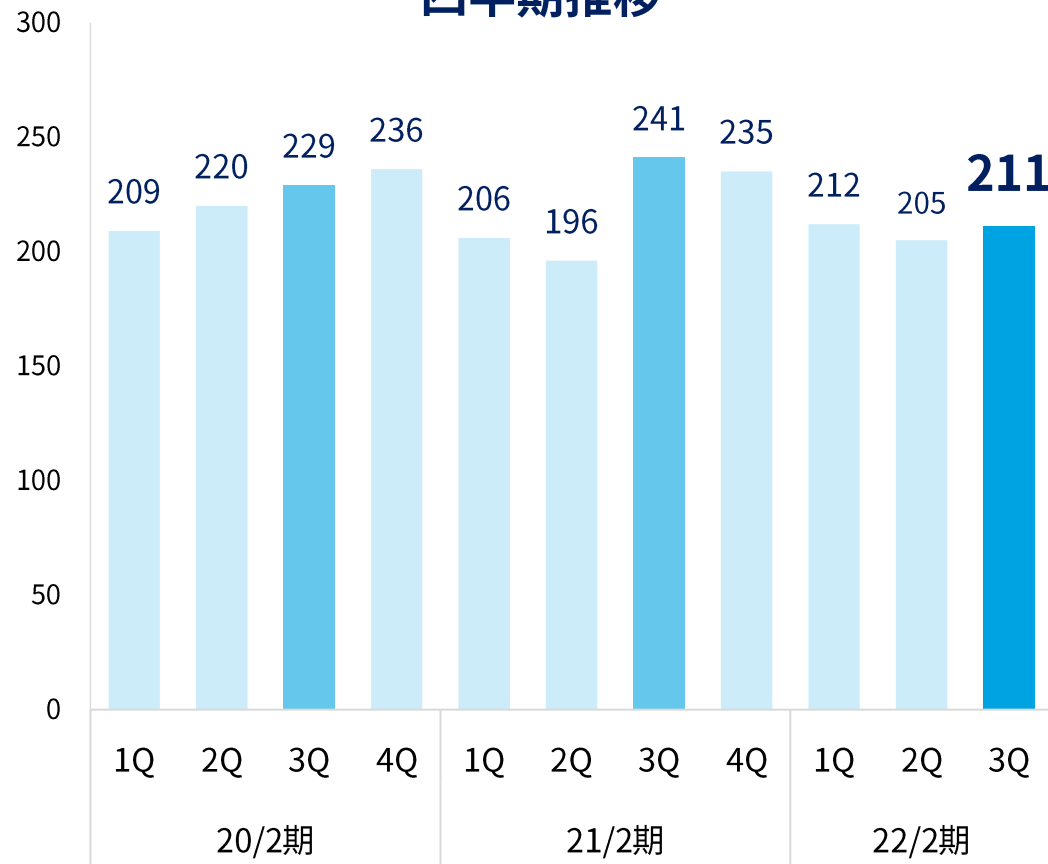
（単位：百万円）

区分		21/2期3Q累計	22/2期3Q累計	増減	前年同期比
Web マーケティング 事業	オーガニックマーケティング	748	786	+38	+5.1%
	SEO対策	644	629	△15	△2.4%
	Webサイト制作	103	157	+53	+51.4%
	Web広告	1,374	1,651	+276	+20.1%
	小計	2,123	2,437	+314	+14.8%
クラウド セールステック 事業	ネクストSFA	37	42	+4	+11.6%
	ネクストICカード	66	59	△6	△10.0%
	小計	104	102	△2	△2.2%
合計		2,227	2,539	+311	+14.0%

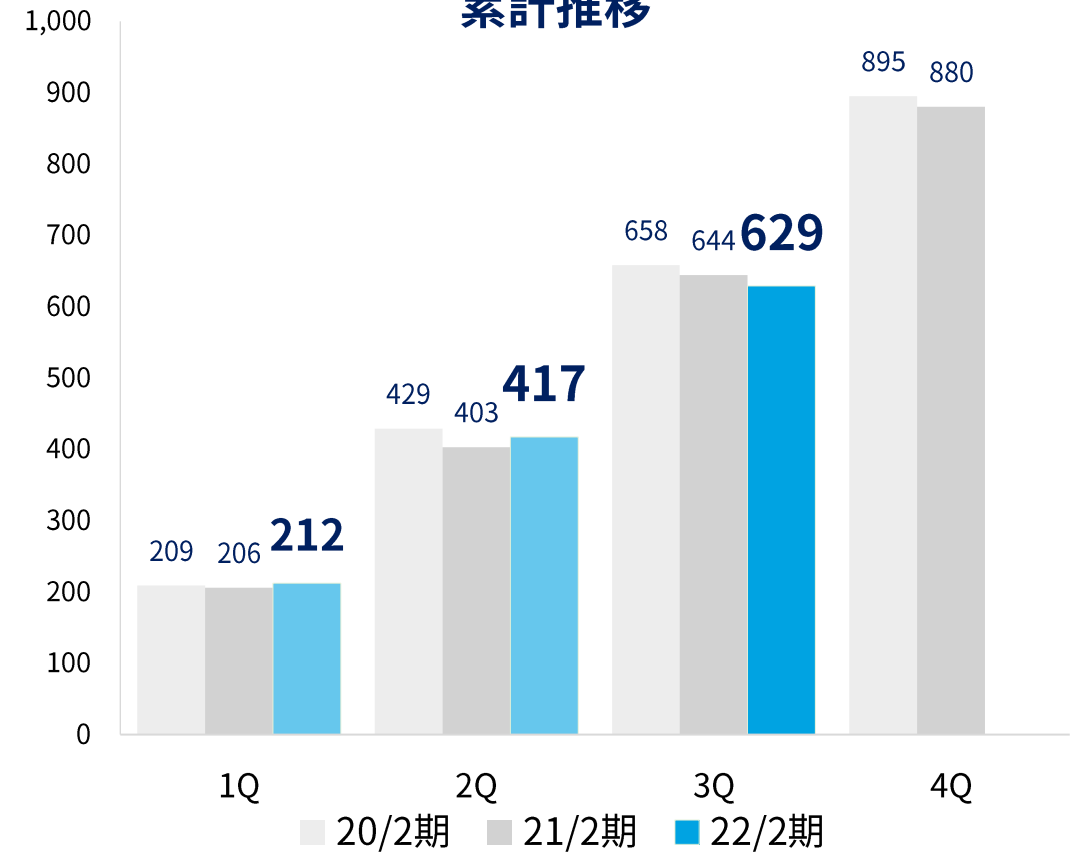
- SEO対策は、効果発現までに比較的時間を要することもあり、コロナ禍が長期化し先行き不透明な状況が続くなかで新規受注が伸びず、売上高（3Q累計）は、前年同期比△2.4%の水準で推移

(単位：百万円)

### 四半期推移



### 累計推移

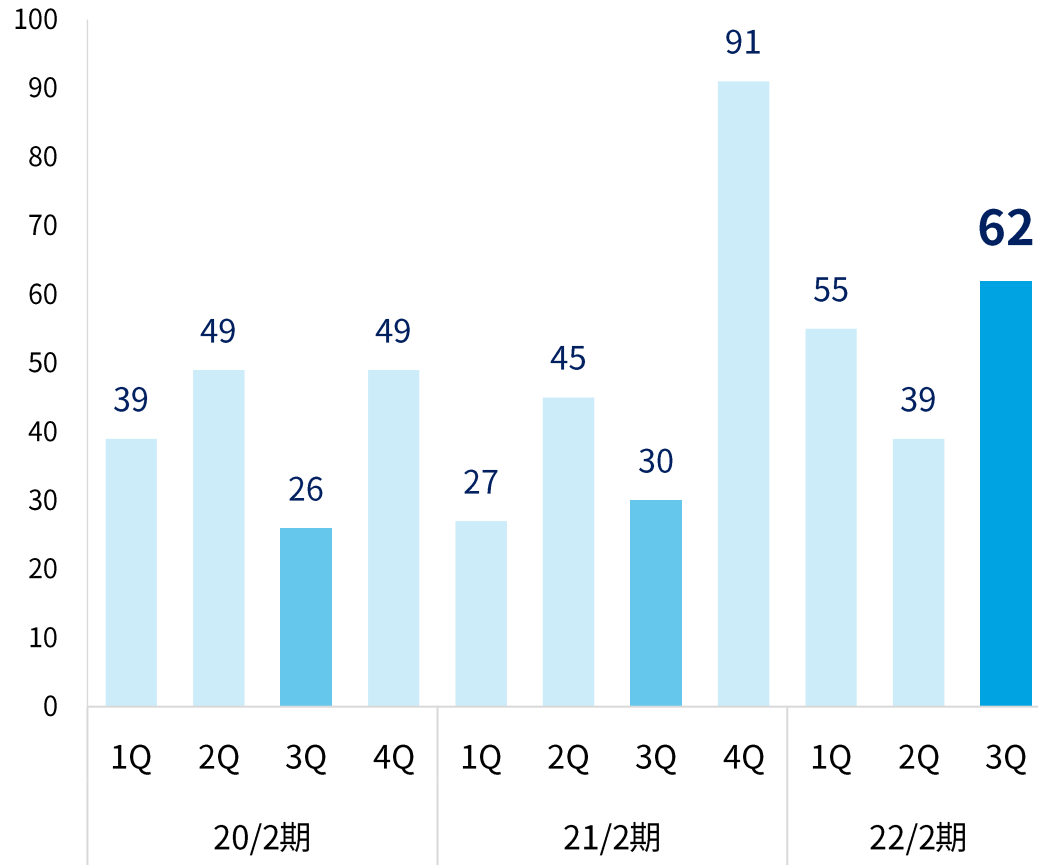


※2020年2月期第1～第3四半期会計期間及び2021年2月期第1四半期会計期間の業績数値については、監査法人による四半期レビューの対象外

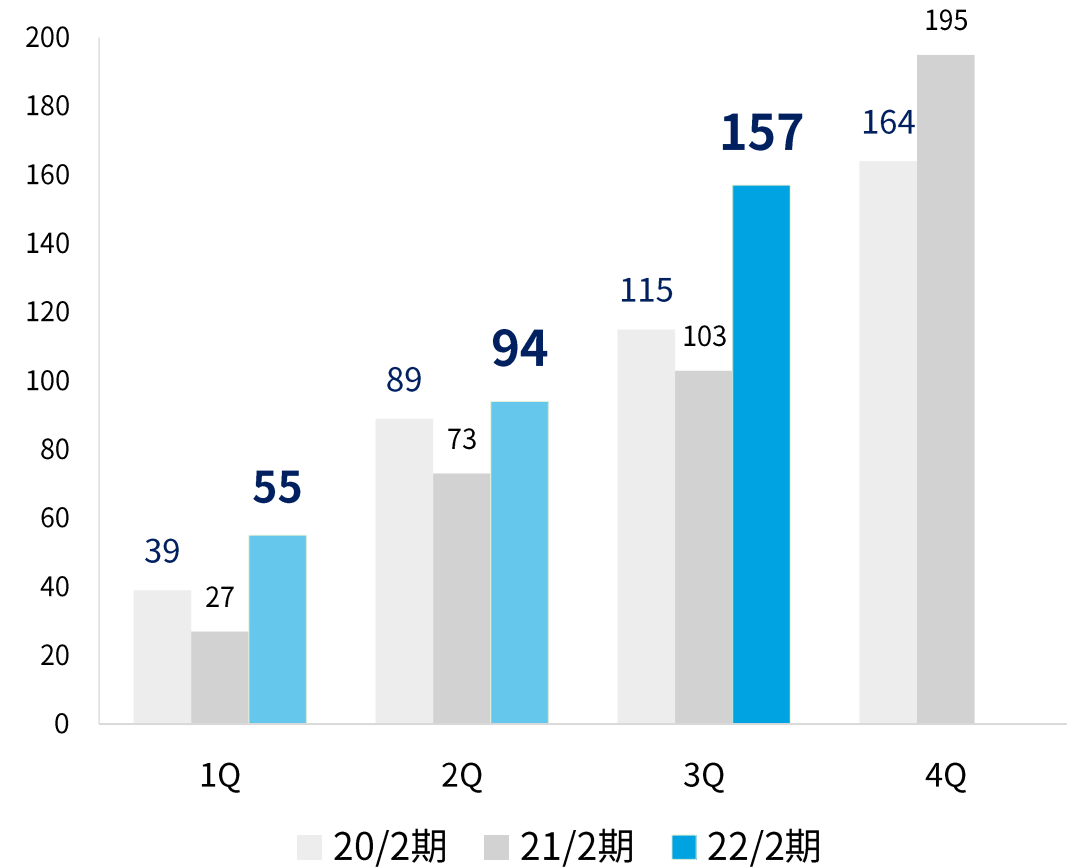
- 売上高（3Q累計）は、好調な受注を背景に積み上がっていた受注残の納品が進んだことに加え、大型案件の納品もあって大きく伸長し、前年同期比+51.4%の水準で推移  
 ※21/2期4Qは、積み上がっていた受注残の納品が集中し一時的に売上が伸びていた

## 四半期推移

(単位：百万円)



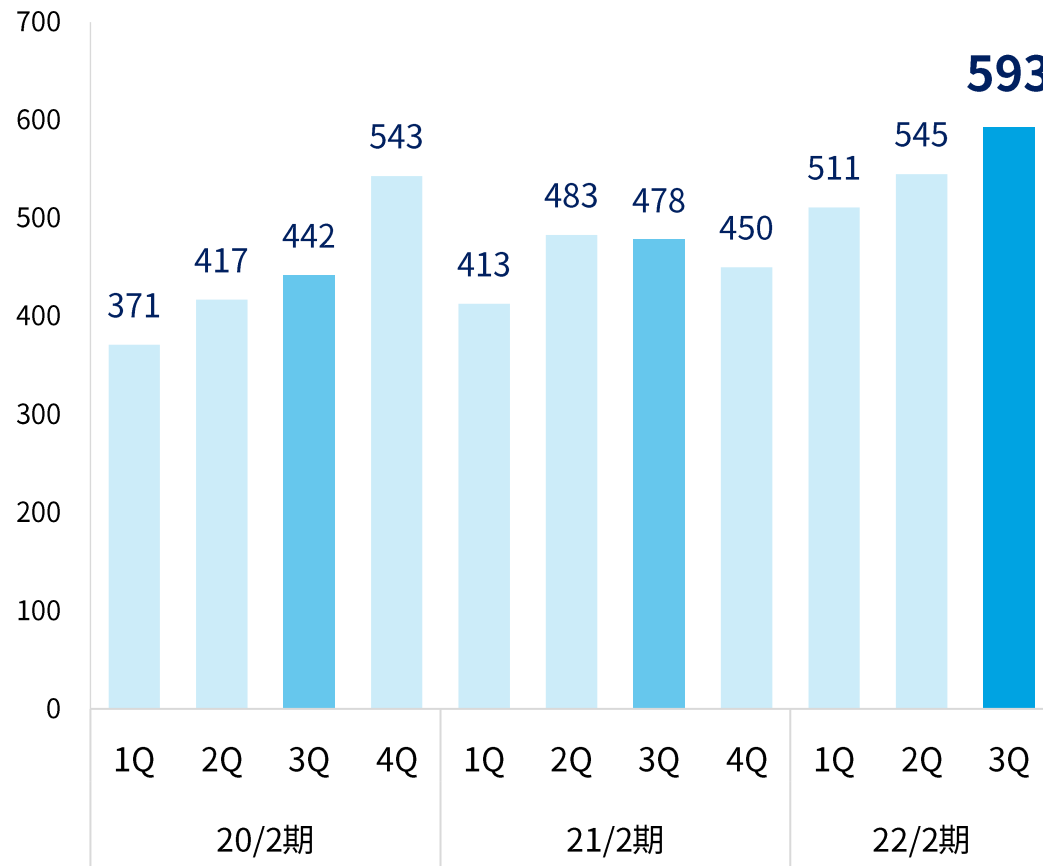
## 累計推移



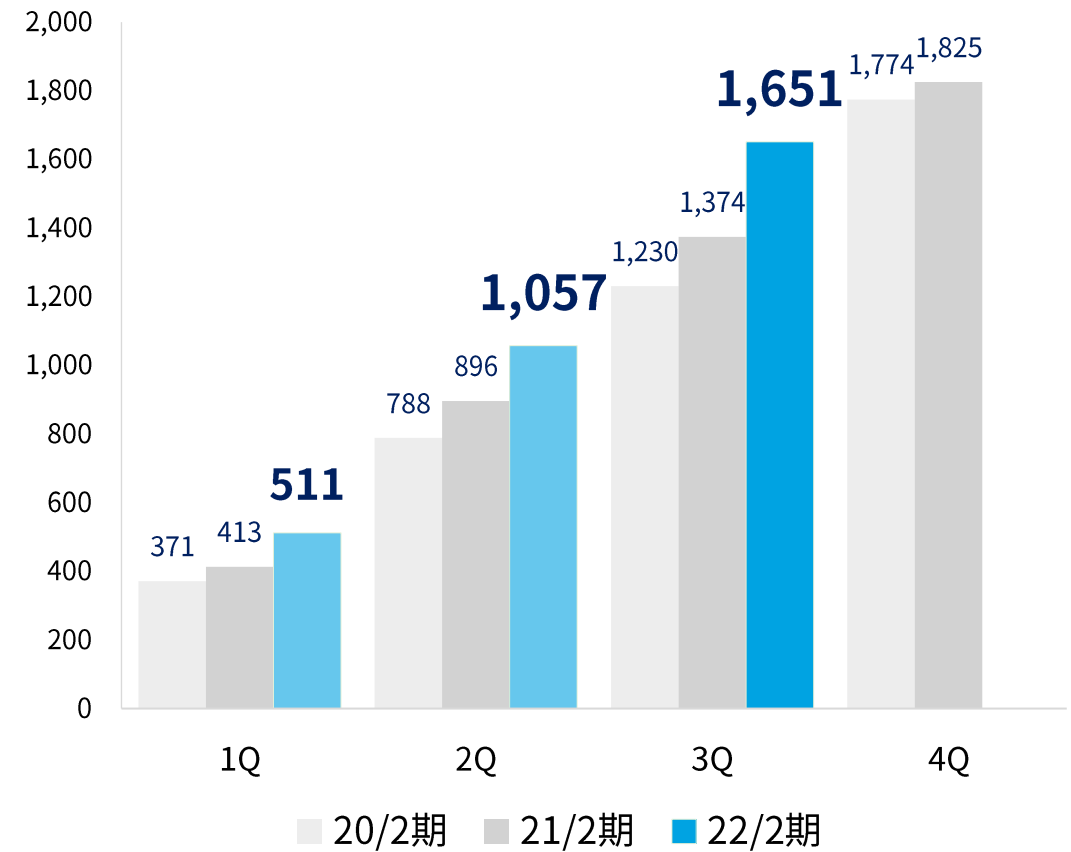
- インターネット広告市場は、コロナ禍が長期化するなかにおいても拡大傾向にあり、Web広告は順調に伸長し、売上高（3Q累計）は、前年同期比+20.1%の水準で推移  
 ※20/2期4Qは、大型のキャンペーン案件を受注したことにより一時的に売上が伸びていた

## 四半期推移

(単位：百万円)



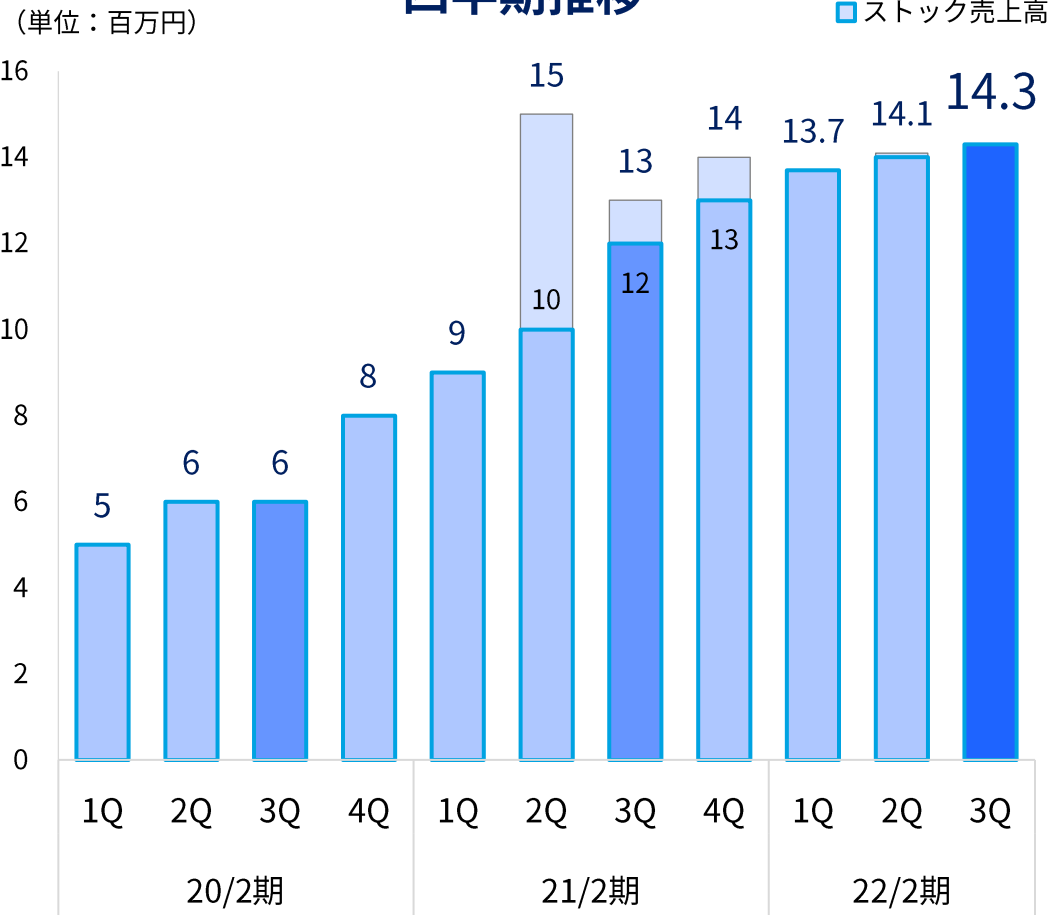
## 累計推移



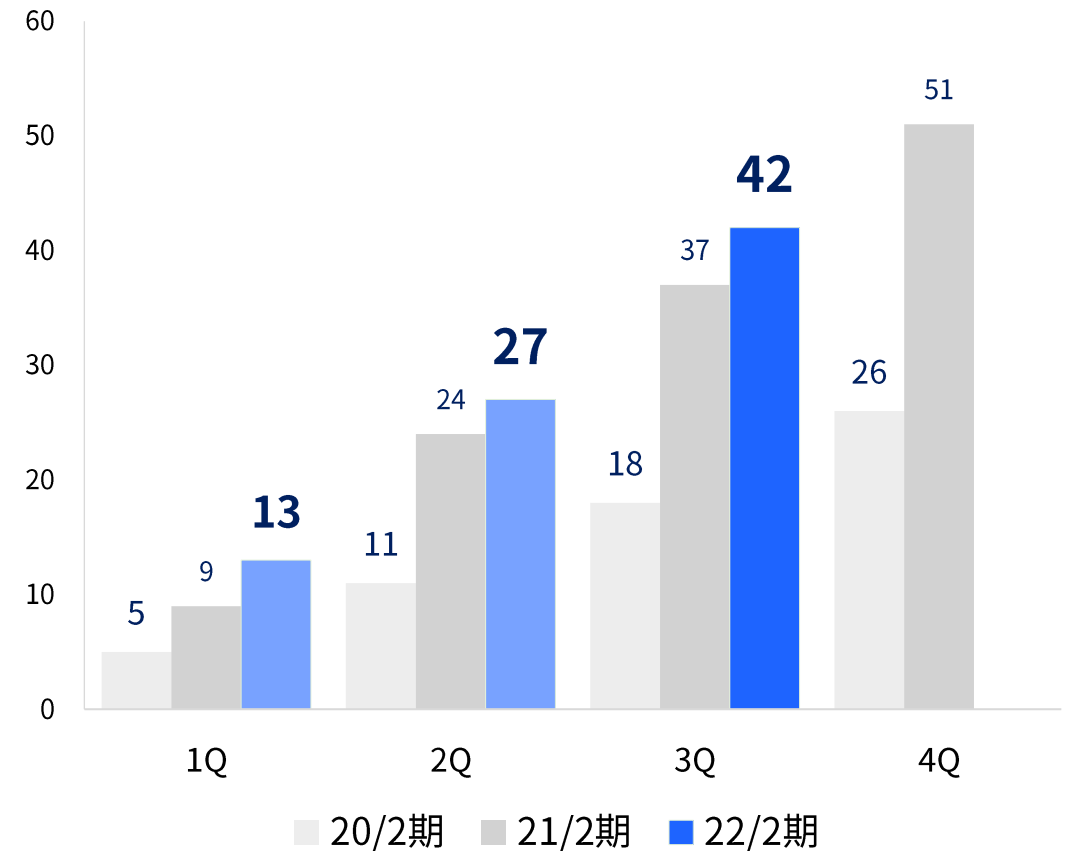
- DX推進機運が高まるなかでネクストSFAの引き合いが増え、ストック売上高も着実に積み上がり、売上高（3Q累計）は、前年同期比+11.6%の水準で推移

※21/2期 2Qは、大型の導入時追加開発案件を納品したため一時的に売上が伸びていた

### 四半期推移



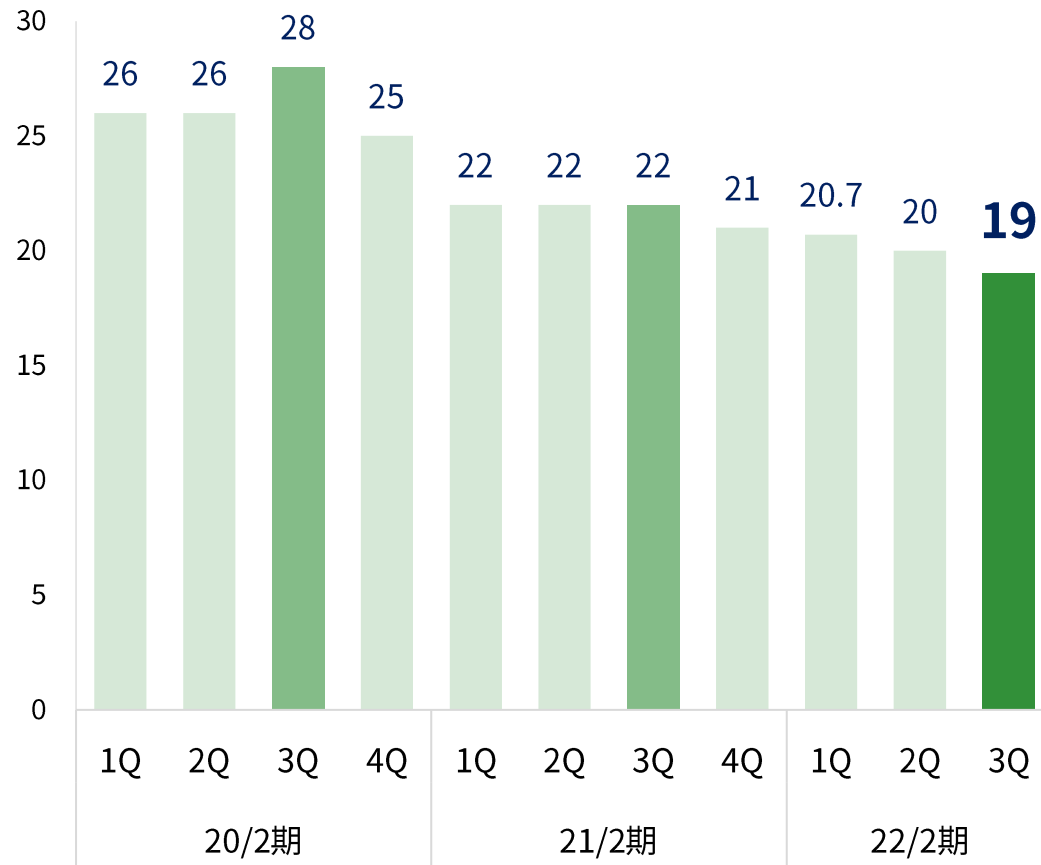
### 累計推移



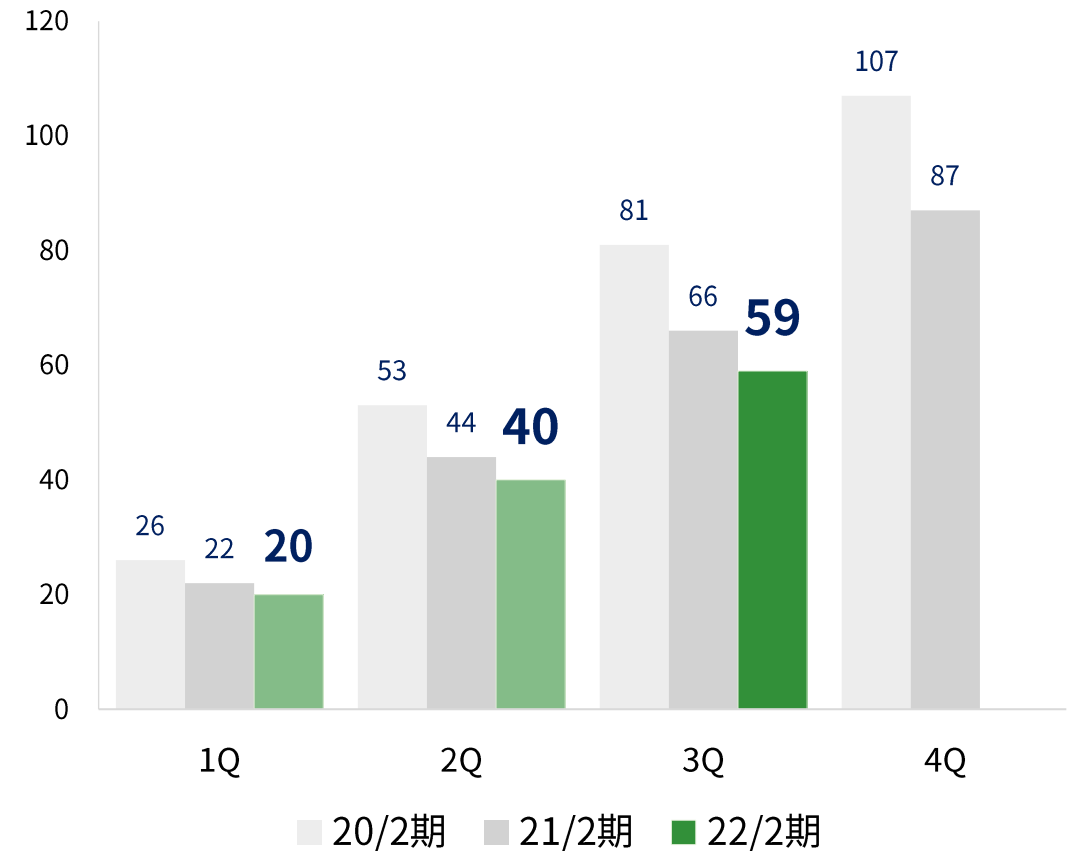
- コロナ禍でテレワーク導入が拡大するなかで、一部顧客で交通費精算・経費精算の利用減少や解約が発生し、売上高（3Q累計）は、前年同期比△10.0%の水準で推移

## 四半期推移

(単位：百万円)



## 累計推移



- 媒体費：Web広告の売上増加に対応して前年同期に比べ257百万円増加
- 外注費：人材採用を補填する形で業務委託を積極活用  
システム開発を伴う大型案件等で外注利用が増加

(単位：百万円)

区分	21/2期3Q累計 (対売上高比率)		22/2期3Q累計 (対売上高比率)		増 減 (前年同期比)	
媒体費	1,151	(51.7%)	1,408	(55.4%)	+257	(+22.3%)
労務費(※1)	269	(12.1%)	267	(10.5%)	△2	(△0.8%)
外注費(※1)	86	( 3.9%)	101	( 4.0%)	+15	(+17.5%)
経費 (※1)	80	( 3.6%)	87	( 3.4%)	+6	(+8.4%)
その他(※2)	0	—	1	—	+0	—
売上原価合計	1,587	(71.2%)	1,865	(73.4%)	+277	(+17.5%)
1ヵ月あたり平均人員数	73人		71人		△2	( △2.7%)

※1. 労務費、外注費及び経費は、仕掛品たな卸高の調整分を加減算

※2. 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



- 販売費：金融機関や代理店からの紹介案件の増加により販売手数料が11百万円増加
- 人的関連費用：積極的な採用活動により採用関連費用が20百万円増加したが、テレワーク導入に伴う業務効率改善等により人的関連費用合計は前年同期に比べ11百万円増加
- その他管理費：オンライン決済システムの利用増やセキュリティ強化費の発生等により支払手数料が19百万円増加した一方で、のれん償却終了により償却費が14百万円減少

(単位：百万円)

区分	21/2期3Q累計 (対売上高比率)		22/2期3Q累計 (対売上高比率)		増減 (前年同期比)	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率
販売費	19	( 0.9%)	30	( 1.2%)	+11	(+56.4%)
人的関連費用(※)	353	(15.9%)	365	(14.4%)	+11	( +3.2%)
その他管理費	146	( 6.6%)	155	( 6.1%)	+9	( +6.7%)
販管費合計	519	(23.3%)	551	(21.7%)	+32	( +6.2%)
1ヵ月あたり平均人員数	56人		55人		△1	( △1.8%)

※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・福利厚生費の合計を記載

- 与信管理、債権管理の徹底により貸倒引当率が大幅に改善
- 金融機関とのビジネスマッチング等での関係強化のために戦略的な借入を継続

(単位：百万円)

区分	21/2期末	22/2期3Q末	増減	前期比
流動資産	1,459	1,557	+97	+6.7%
売掛金	228	280	+51	+22.3%
貸倒引当金	△11	△7	+4	△39.6%
固定資産	235	330	+94	+40.1%
資産合計	1,695	1,887	+192	+11.3%
流動負債	641	649	+8	+1.3%
固定負債	46	151	+105	+228.3%
負債合計	687	801	+113	+16.6%
純資産合計	1,007	1,086	+78	+7.8%
負債・純資産合計	1,695	1,887	+192	+11.3%
貸倒引当率	5.2%	2.6%	-	-
自己資本比率	59.5%	57.5%	-	-

当社は、金融機関との関係を強化し、新たな販路を開拓するとともに、地域経済の活性化に貢献する方針としている

(単位：百万円)

区分	21/2期	22/2期3Q	増減
現金及び預金	1,192	(※) 1,207	+15
借入金	156	283	+127
ネットキャッシュ	1,035	924	△111

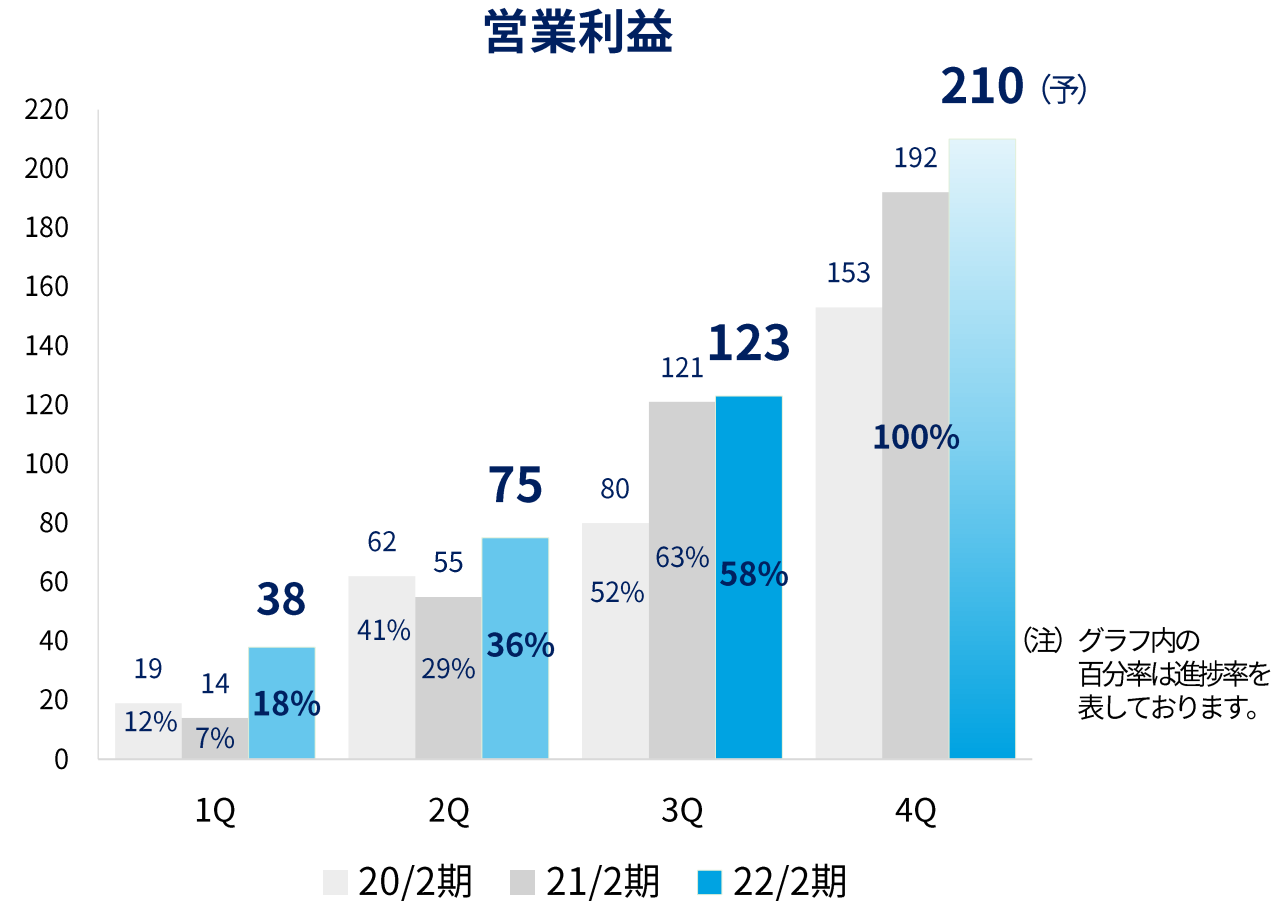
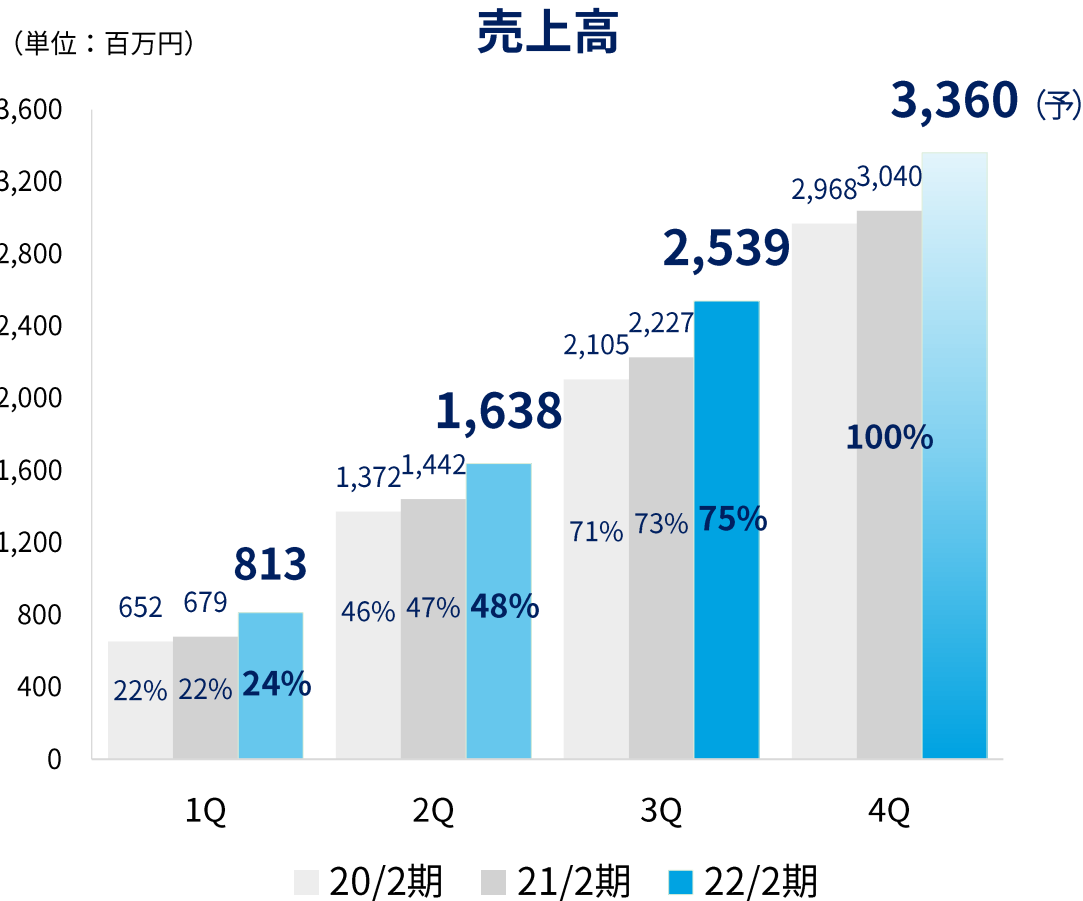
借入先	借入残高
株式会社阿波銀行	50
株式会社八十二銀行	47
日本生命保険相互会社	45
株式会社みずほ銀行	43
株式会社三井住友銀行	43
株式会社りそな銀行	27
株式会社武蔵野銀行	13
株式会社静岡銀行	7
株式会社群馬銀行	5
合計	283

## ＜地域金融機関からの融資実行の方針＞

- ① ビジネスマッチングに積極的であること
- ② 有料マッチングを前提に顧客、金融機関、当社間で長期的視点に立って Win - Win - Win の関係が構築できること
- ③ 変動金利での借入を基本とし、金利水準は当社が許容できる水準であること
- ④ 融資契約に財務制限条項がないこと
- ⑤ 当社の資金ポジションが運転資金を考慮してもなおネットキャッシュポジションであること

(※) 広告媒体費用支払い時のカード利用によってキャッシュバックサービスを受けるため、カード会社へ保証金100百万円を差し入れています。この保証金差入れによる現預金の減少分を加味した場合、現金及び預金は1,307百万円（増減+115百万円）、ネットキャッシュは1,024百万円（増減△11百万円）となります。

- 売上高 : 金額、進捗率ともに直近2期3Qを上回る水準で順調に推移
- 営業利益 : 金額は直近2期3Qを上回り、進捗率は直近2期3Qの平均的な水準で推移



# 2. TOPICS

---

## Webマーケティング事業に関連する主な事項

### • Webメディアの新規立ち上げ (2022年1月)

これまでWebメディア「SEMジャーナル」を運営して検索エンジンマーケティング (SEM) に関する包括的な情報を発信してきたが、SEO、Web制作、Web広告の各分野についてより深掘りした情報をタイムリーに提供することを目的として、新たにWebメディア「SEOマガジン」「Web制作マガジン」「Web広告マガジン」を立ち上げた。

(参考：SEOマガジン <https://gc-seo.jp/journal/>  
Web制作マガジン <https://www.hp-maker.net/magazine/>  
Web広告マガジン <https://www.hp-company.net/magazine/> )

### • オーガニックマーケティングの推進 (2021年3月～)

当社は、主力サービスであるSEO対策とWebサイト制作を統合し、検索エンジン経由でのWebサイト訪問件数の増加から案件成約率の改善に至るまでの一連のマーケティングプロセス全てを一社完結で支援する「オーガニックマーケティング」へとサービス内容を発展・進化させて既存顧客への提案力を高めることで、アップセルやクロスセルをより一層推進するとともに、新たな顧客層の開拓にも積極的に取り組んでいく方針である。

### • 「Google Premier Partner Awards」で3期連続ファイナリスト選出 (2021年10月)

グーグル合同会社が主催し、デジタルマーケティングで最高の功績を収めた取り組みを毎年表彰するWeb広告に関するプログラムが一年半ぶりに開催され、クライアントの小売戦略をeコマースに適応させることで奏功したキャンペーンを表彰する「オンライン販売」部門でファイナリストに選出された。当社は、2018年、2019年に続き、3期連続のファイナリスト選出となる (2020年は未開催)。

(参考：[https://premierpartnerawards.withgoogle.com/intl/ja\\_jp/finalists/](https://premierpartnerawards.withgoogle.com/intl/ja_jp/finalists/) )

## クラウドセールステック事業に関連する主な事項

### • 「ネクストSFA」 フォーム生成機能をリリース (2021年12月)

マーケティングオートメーション機能の一つとしてフォーム生成機能をリリースした。今回の機能追加により「ネクストSFA」でWebサイト上の問い合わせや見積もり依頼の入力フォームを簡単な操作で作成できるようになり、フォームに入力された見込み顧客のデータが「ネクストSFA」に自動登録されるため、顧客管理がより一層効率化され、マーケティング活動から営業活動へのスムーズな移行が可能となった。(39頁、43頁参照)

(参考: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000065.000006185.html> )

### • 「ネクストSFA」 Google 広告、Yahoo!広告との機能接続 (2021年3月、5月)

Web広告運用では従来より、広告をクリックしたユーザーの動線を確認できる最終地点の限界から「問い合わせ / 資料請求 / 見積もり依頼 / 予約」などを運用の成果地点として設定することが一般的であるが、「ネクストSFA」との機能接続が実現したことで、企業業績に直結する「受注獲得 / 売上計上」といった本来広告主が経営上のKPIとして設定すべき成約ベースでの広告配信自動最適化が可能となった。(39頁~42頁参照)

(参考: <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000016.000006185.html>  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000024.000006185.html> )

### • 「おすすめの顧客管理 (CRM) システム5選 (朝日新聞系メディア掲載) 」 (2021年7月)

「ネクストSFA」が、朝日新聞社の運営するメディア (ツギノジダイ) で「おすすめの顧客管理 (CRM) システム5選」の一つとして紹介された。

(参考: <https://smbiz.asahi.com/article/14386806?fbclid=IwAR1iTH0RYyEBdbCK0WjQLRGpZ4y46XQO3YHtSQKhitNYm9JFwiMFvkgbJk> )

## 事業全般に関連する主な事項

### ・ 金融機関との連携強化・地方創生の取り組みを推進

取引金融機関と締結するビジネスマッチングに関する契約において、上場などの効果もあり、従来の個別契約から包括契約へと契約を更新するケースが増えた結果、各種セミナーの開催頻度が高まるなど関係強化が促進され、紹介案件の順調な増加に結び付いている。

当社は、地域金融機関との連携強化を図ることによって、Webの力で地域経済活性化に貢献する地方創生に向けた取り組みを引き続き推進していく方針である。(36頁参照)

### ・ 代理店パートナー制度を刷新(2021年6月)

インターネット広告市場全体の市場規模のさらなる拡大が見込まれるなか、多様な販路確立の一環として、代理店パートナー制度を「取次店」形式へと原則一本化し、新たな代理店を業種業態を問わず幅広く募集することとした。

(参考：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000033.000006185.html> )

### ・ 補助金・助成金活用によるWebマーケティング導入支援の取り組み(2021年6月)

中小企業の経営支援等を行う株式会社ライトアップ(東証マザーズ)と業務提携し、補助金・助成金の活用により全国の中堅・中小企業がWebマーケティングを円滑に導入できるように共同で支援する取り組みを開始した。

(参考：<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000030.000006185.html> )



## 組織に関連する主な事項

- **東証の新市場区分として「スタンダード市場」を選択 (2021年11月)**

2022年4月4日を移行日とする東京証券取引所の新市場区分として「スタンダード市場」を選択した。

- **新しい企業理念を策定 (2021年5月)**

Web業界の良好な市場環境を確実に捉え今後の持続的な成長につなげていくために、当社が何をする会社なのかを明確に示したうえで、Webマーケティングとクラウドセールステックに振り切っていく覚悟を表現するために、従来の企業理念を発展的に改定し新しい企業理念を策定した。(47頁参照)

- **従業員持株会の設立・役員持株会の設立 (2021年3月、9月)**

役職員が、インサイダー取引懸念を回避しつつ当社株式を取得・保有することで、既存株主と株主価値を共有し、更なる企業価値向上を図ること等を目的として持株会を設立した。

(参考 従業員持株会：<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/1942024/00.pdf>

役員持株会：<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2021147/00.pdf> )

- **社会貢献活動 (2021年3月)**

社会貢献活動の一環として、東日本大震災の年から11年連続で、毎年利益の1%又は最低100万円以上を社員アンケートに基づき選定した対象先(複数)に寄付している。(44頁参照)

# 3. 事業概要・成長戦略

---

- 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

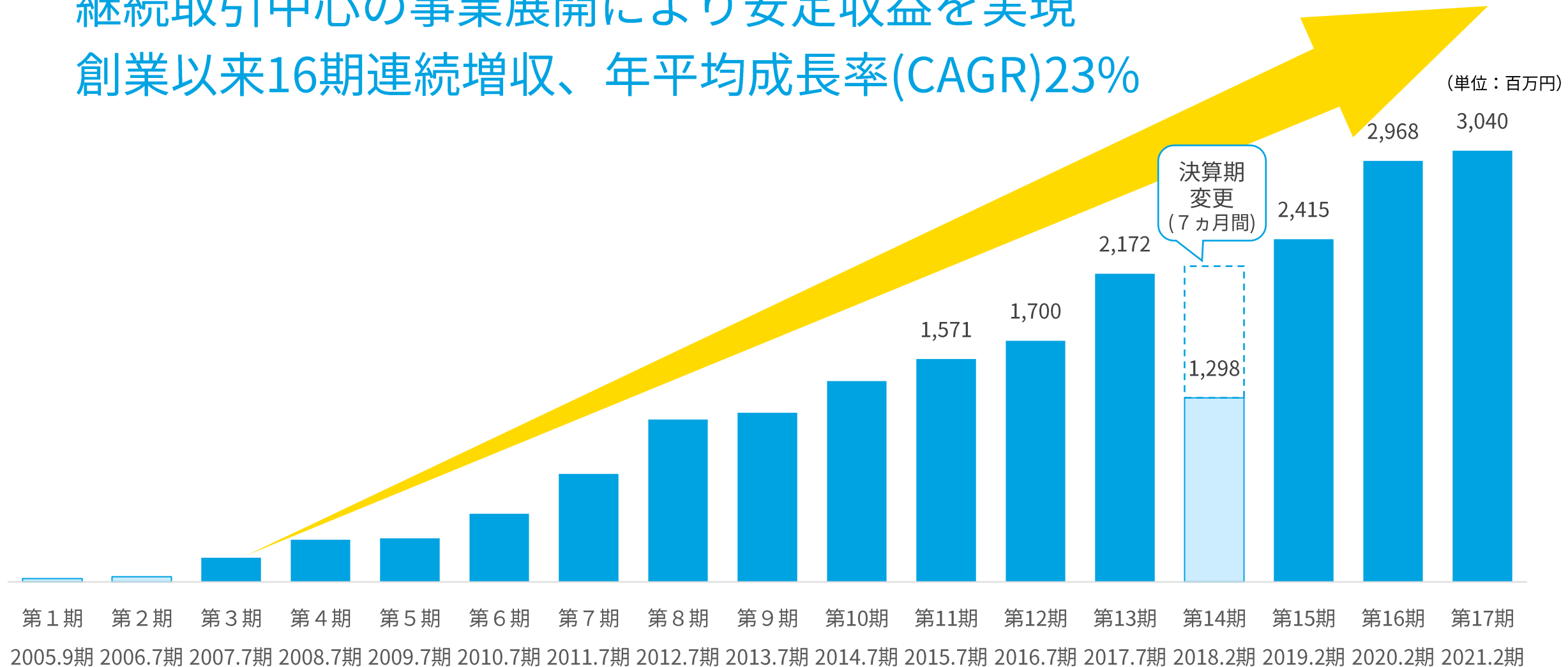
ドメイン | インターネットを活用した顧客支援サービスの提供



**Webマーケティング&セールステックで、集客から、受注までの全てを一社完結！**

顧客

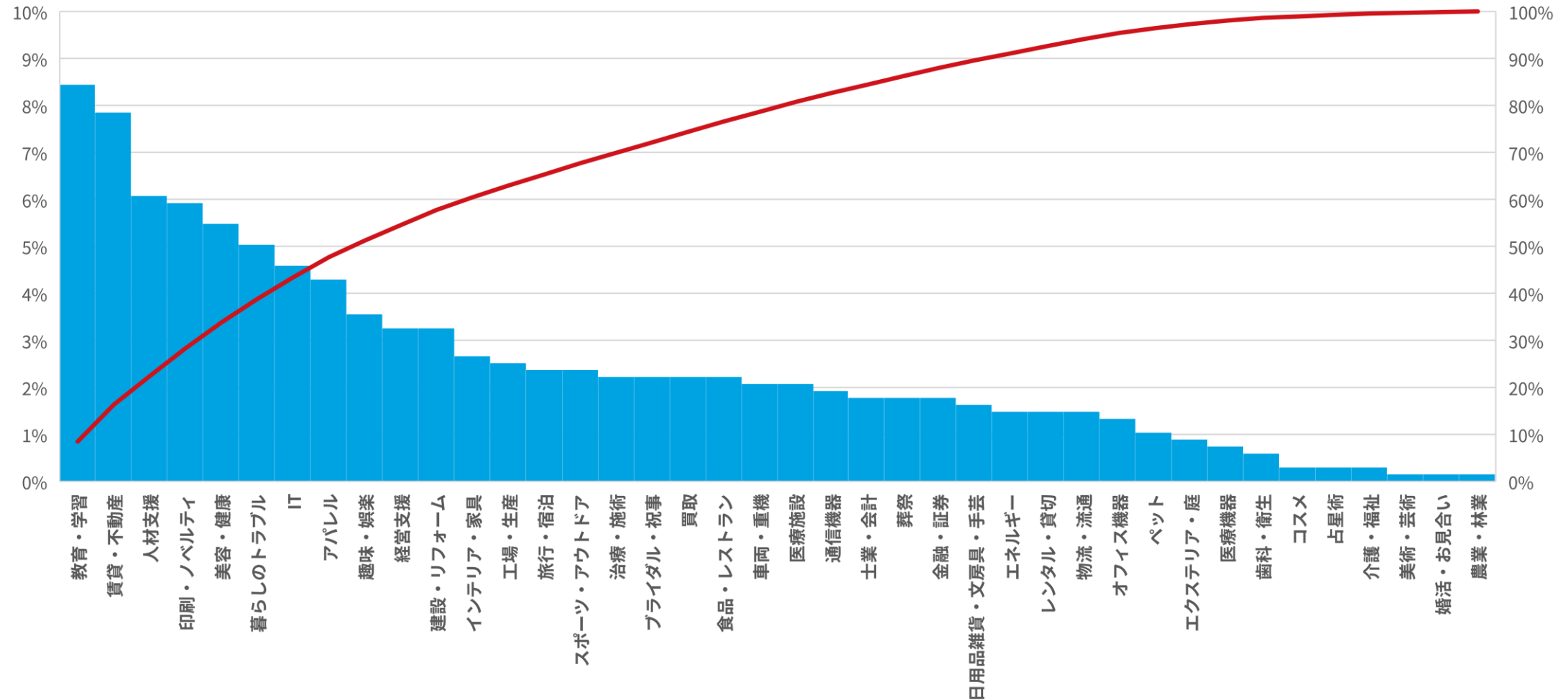
継続取引中心の事業展開により安定収益を実現  
創業以来16期連続増収、年平均成長率(CAGR)23%

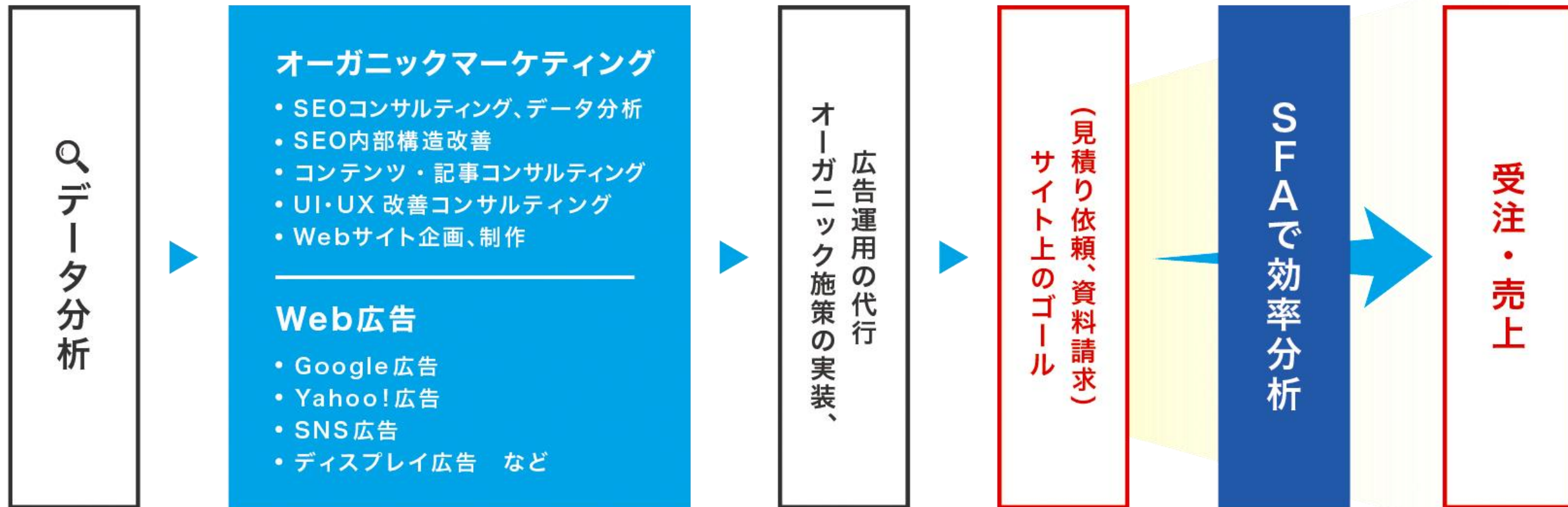


※1. 第1期～第14期は、会計監査の対象外です。

2. 第14期は、決算期変更により7ヵ月間（2017年8月1日～2018年2月28日）の変則決算のため、12ヵ月換算した値をもって増収としています。

業種が集中せず分散しているため、特定の業界における経営環境の変化や解約等による当社売上への影響は限定的



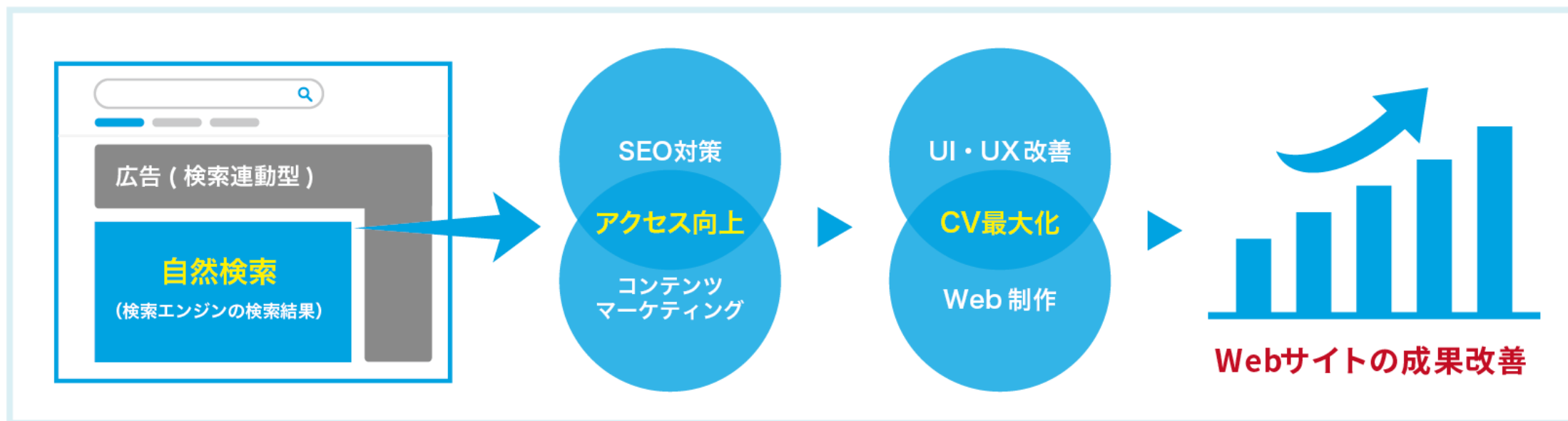


## SEO対策とWebサイト制作を融合・発展

### オーガニック（自然検索）の、アクセスアップから、成約率の改善まで、ワンストップで提供

オーガニックマーケティングとは、広告を使わずに、主にGoogle、Yahoo!などの検索エンジン経由でのアクセスアップから成約に結び付けるマーケティング活動です。具体的にはサイトの検索順位を向上させるためのサイトマップ構築、SEO対策、コンテンツマーケティング、及びサイトへのアクセスを成約へと効果的に結びつけていくためのUI・UX改善などを実施します。

これらの施策を各サイトの状況・状態に合わせて複合的に立案し、コンサルティングとして提案。さらには施策実施に必要な作業も代行することで、効率的かつスピーディーにWebサイトの成功を支援します。





- 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

ゴールはCV獲得！

構造改善から、実装、記事作成、UI・UX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を意味します。

CV (Conversion) とは、Webサイトにおける最終的な成果を意味します。



- 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対策に「本当に」強いWebサイト制作サービスを提供
- ③ Webサイトの目的に応じた柔軟なデザイン力

マーケティング会社だから出来るWeb制作！  
「SEO」と「UI設計」で成果にコミット！



コーポレート



サービス



採用



LP



EC



スマホ

- ① Web広告全般の運用代行サービスを2009年より提供
- ② 国内有数のプロダクト（成果が出やすくなる仕組みや機能）導入率
- ③ Google Premier Partner Awards 3期連続ファイナリスト(2018年、2019年、2021年)  
※2020年は未開催
- ④ Yahoo!マーケティングソリューション セールスパートナー 認定パートナー  
(広告運用認定パートナー) 取得(2019年、2021年)

2021年受賞 | 2019年受賞 | 2018年受賞

## Google Premier Partner Awards

三期連続  
ファイナリスト選出!



2021年受賞 | 2019年受賞

Yahoo! マーケティングソリューション  
セールスパートナー  
認定パートナー  
(広告運用認定パートナー)



Google Premier Partner Awards 受賞、  
Yahoo! マーケティングソリューション 広告運用認定パートナー  
プロダクト導入率トップレベルの広告運用力!



※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を指します。  
広告運用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を指します。

- 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 「使いやすさ」、「見やすさ」を徹底追求したマーケティング会社を作る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

「使いやすさ」「見やすさ」を徹底追求！  
リスト作成、案件管理、データ分析まで、営業管理に特化した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！



「使いやすさ」「見やすさ」を徹底追求した、UI・UX！



初期設計が不要！  
設定のみで営業体制にあわせたカスタマイズが可能！



グループウェア、チャット、名刺管理、ワークフロー、MA、CTI、会計、請求、さまざまなクラウドサービスと連携！

### 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/月

10ユーザー分を含む

### ユーザー利用料

4,000円/月

11ユーザーから1ユーザーあたり

- ① 営業効率を高める機能に特化
- ② リードソース管理から案件管理まで一貫した営業管理が可能



- 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。

# 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
- 上場を機に上位顧客層からの引き合いも増加 ➡ ターゲットを拡大

企業規模イメージ

顧客の広告予算規模



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)**



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

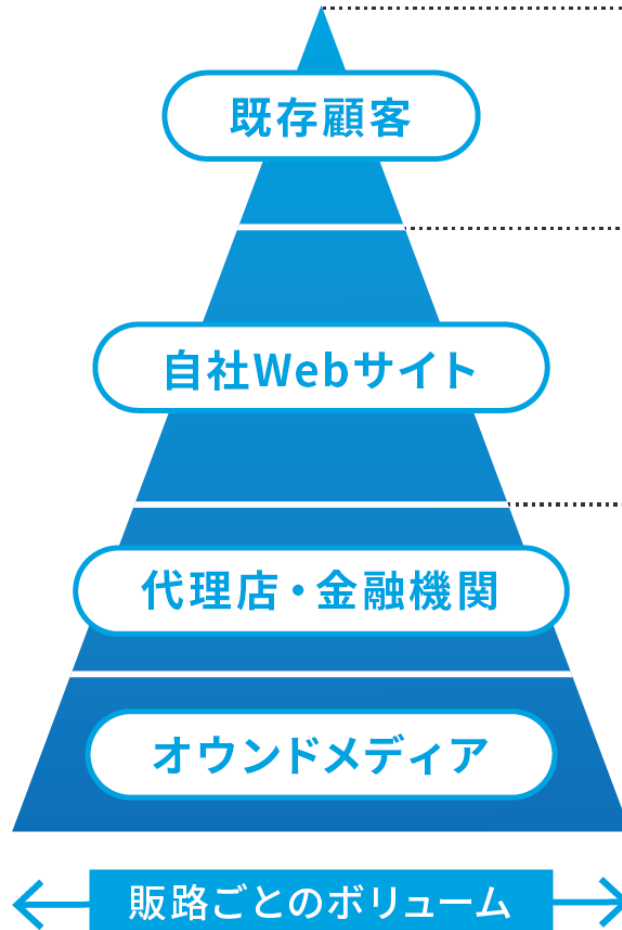
顕在層



↑ サービスに対する興味関心



潜在層



## 既存顧客

提案力の強化によるアップセル、クロスセルの推進

## Webサイト

自社のWebサイト経由の案件創出



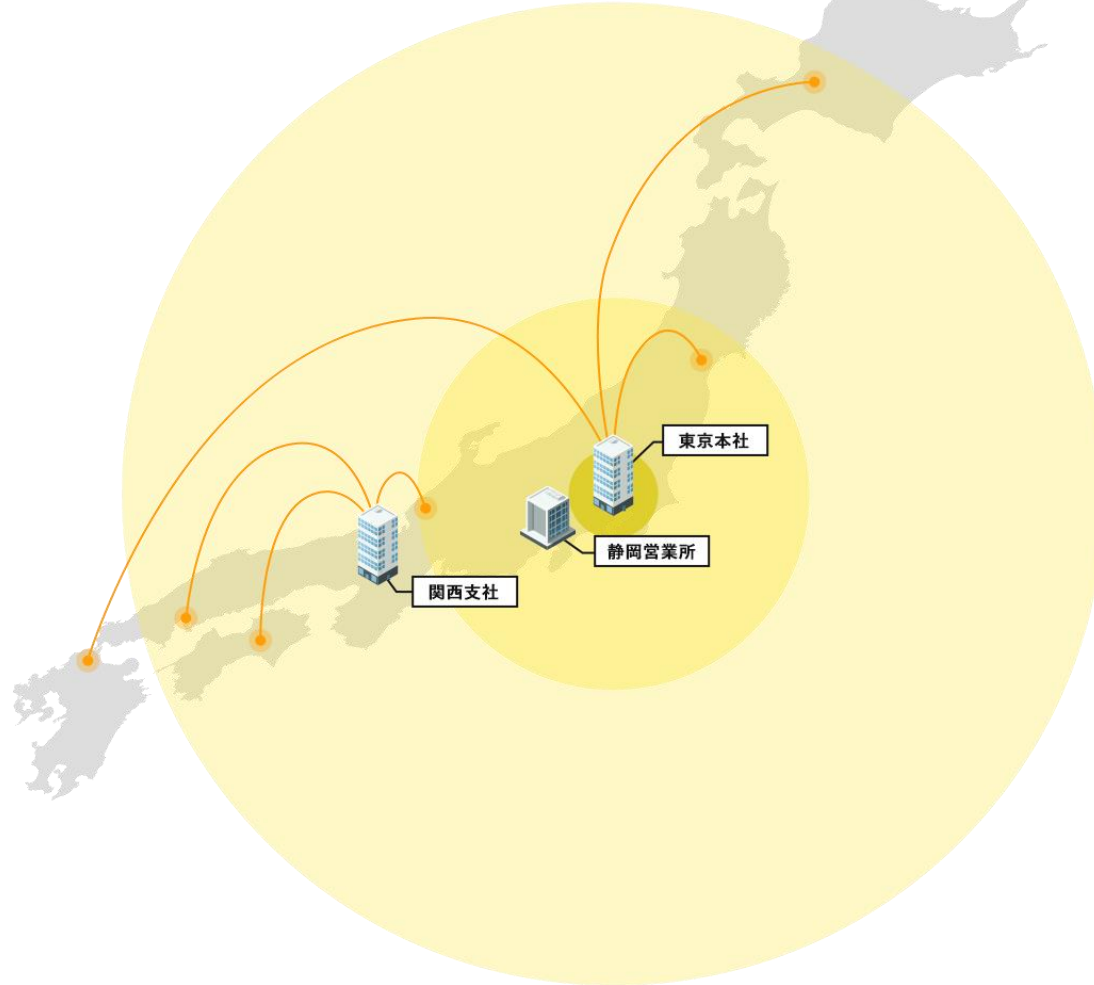
## 代理店・地域金融機関、オウンドメディア

同業他社との協業を含めた多様なパートナー企業との協力関係の構築  
オウンドメディア経由で潜在層にリーチ





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

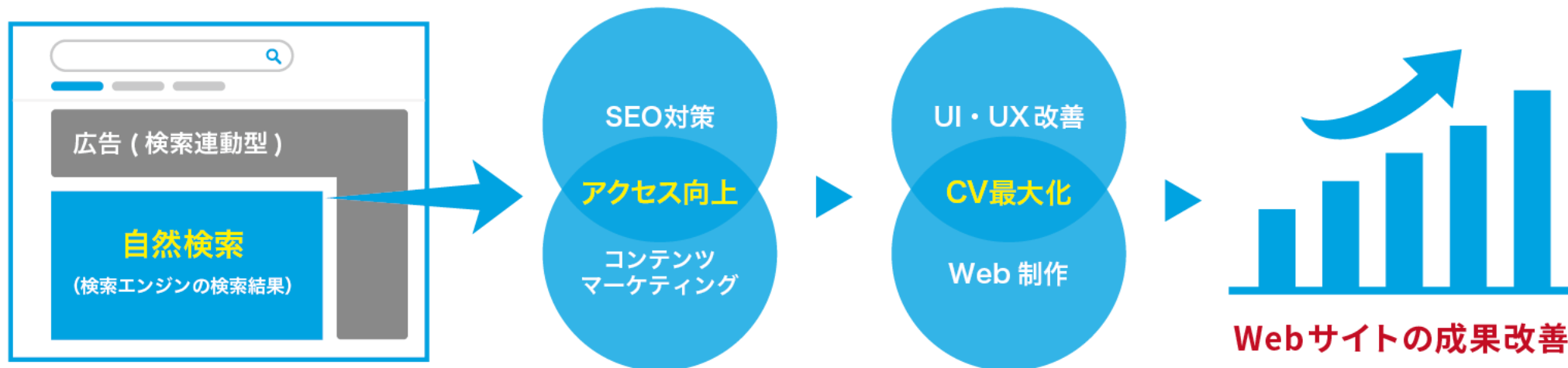


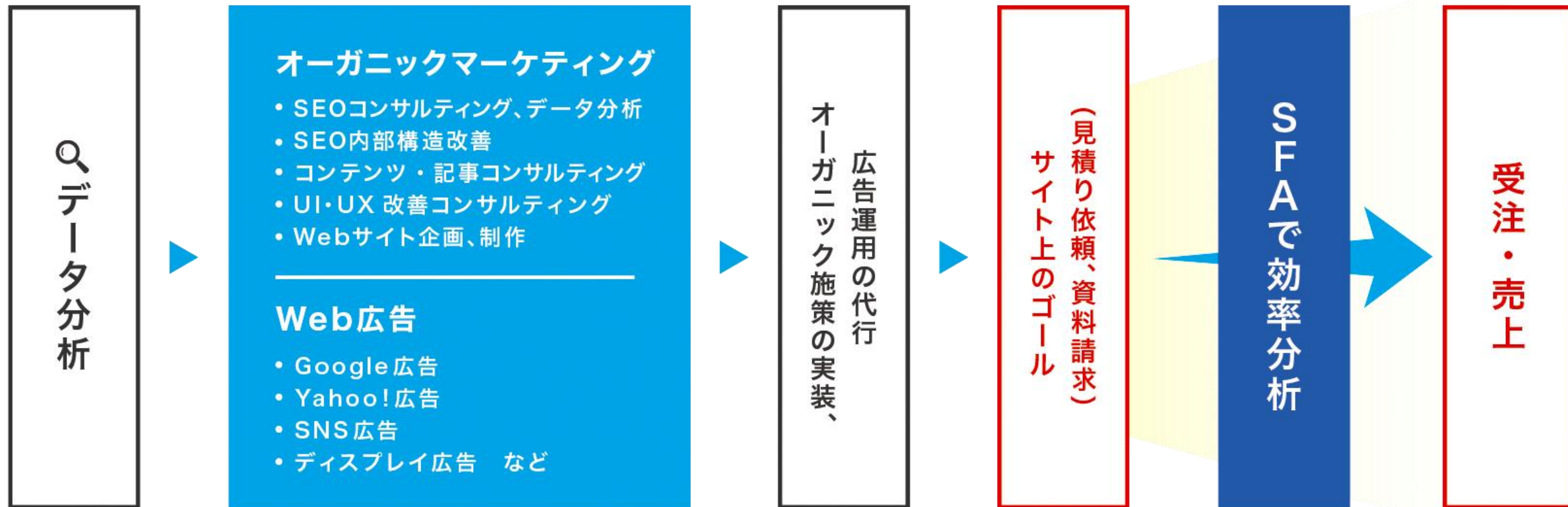
② クラウド事業 → 「クラウドセールステック事業」へと昇華  
「ネクストSFA」の新機能開発や他社サービスとの連携を強化  
セールステック活用によるDX推進に寄与

## SEO対策とWebサイト制作を融合・発展

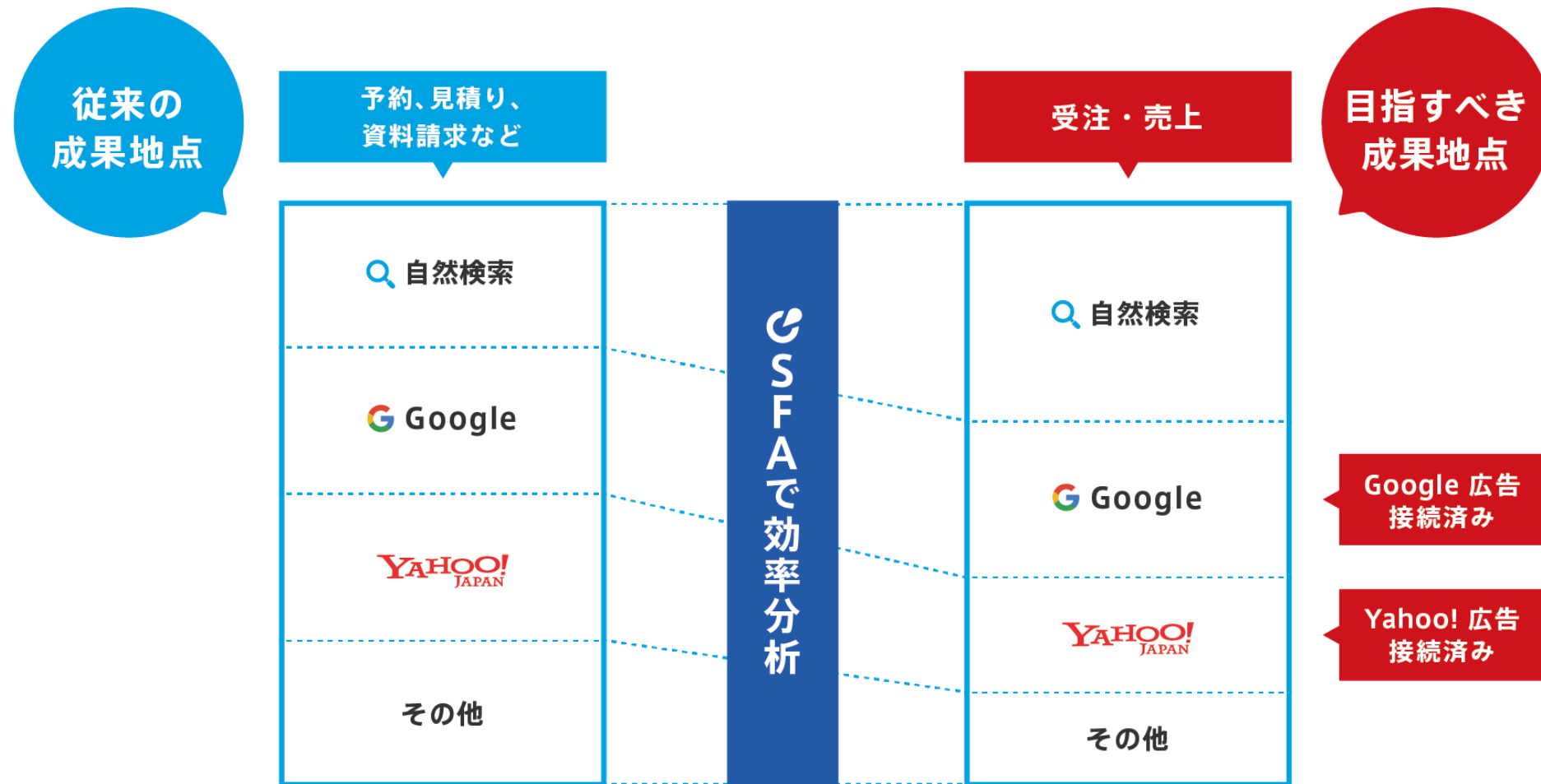
- Webマーケティング業界におけるユニークなポジションを確立
- サービス品質向上により上位顧客層へのリーチも可能

オーガニック(自然検索)の、アクセスアップから、成約率の改善まで、  
ワンストップで提供！





## 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

クラウド営業支援ツール「ネクストSFA」がGoogle 広告と接続し、  
受注までの可視化を実現、セールステックに変革

リードの量から**質**への転換、はじまる！



「お問い合わせ」「資料請求」  
「見積もり依頼」だった成果が…



「受注獲得」「売上計上」まで  
の可視化を実現

2021年3月30日プレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000016.000006185.html>

Yahoo!広告でもGoogle 広告と同様の機能接続を実現  
「ネクストSFA」がマーケティング機能を新たに追加



2021年5月11日プレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000024.000006185.html>

- ・開発体制の充実・強化を図り、新機能開発を推進
- ・周辺サービスを提供する他社ツールとの積極的な機能連携

## <新機能開発>

新機能	22/2期 リリース			
	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q
①パフォーマンスレポート機能	→	済		
②マーケティングオートメーション機能				
・リードトラッキング機能追加	→	済		
・リスト作成機能追加	→	済		
・フォーム生成機能追加			→	済

## <他社サービスとの連携実績>

- ・ Google 広告 (2021年3月)  
(Googleの広告出稿サービス)
- ・ Yahoo!広告 (2021年5月)  
(ヤフー株式会社の広告出稿サービス)
- ・ マネーフォワード クラウド請求書 (2019年6月)  
(株式会社マネーフォワードの請求書作成ソフト)
- ・ クラウド会計ソフト freee (2018年5月)  
(freee株式会社の会計ソフト)
- ・ Sansan (2017年8月)  
(Sansan株式会社の法人向けクラウド名刺管理サービス)
- ・ LINE WORKS (2020年8月)  
(ワークスモバイルジャパン株式会社のビジネスチャット)
- ・ Chatwork (2021年3月)  
(Chatwork株式会社のビジネスチャット)
- ・ Marketo (2020年12月)  
(アドビ株式会社のマーケティングオートメーションツール)





## 社会貢献活動

ジオコードは毎年利益の1%か、最低100万円以上を社会貢献活動として寄付しています

- 社会貢献活動の一環として、東日本大震災の年から11年連続で寄付を実施

社員アンケートに基づき、東日本大震災・コロナ関連など寄付先を選定

累計額は1,290万円以上に




2021年3月11日プレスリリース <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000012.000006185.html>

## 4. Appendix (会社概要・市場環境)

---

【会社名】 株式会社ジオコード  
GEOCODE CO.,Ltd.

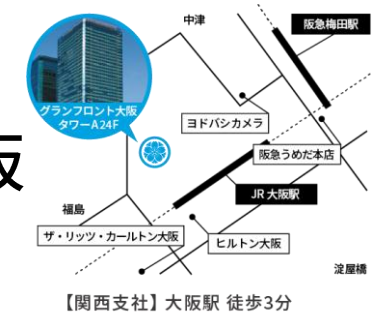
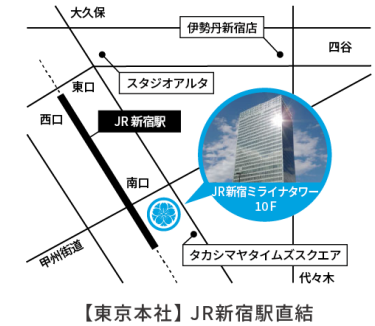
【代表者】 代表取締役社長 原口 大輔

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

【設立】 2005年 2月

【資本金】 348百万円（2021年11月現在）

【社員数】 120名（2022年1月1日現在 正社員）



## Webマーケティングとセールステックを活用し、 顧客、社会にとって有益なサービスを創る。

### 新しい企業理念策定の背景

昨今、Webを活用した集客や広告、営業活動の重要性がますます高まっており、それに伴う需要拡大により当社へのお問い合わせ件数も増加傾向にあるなど、Web業界を取り巻く環境はこれまで以上に良好な状況にあります。

当社では、このような好機を確実に捉え今後の持続的な成長につなげていくには、役職員全員が現状を踏まえた共通の認識を持って日々の業務にあたることが何より重要であると考え、今回、従来の企業理念を発展的に改定し、新しい企業理念を策定することにしました。なお、新しい企業理念は、ジオコードが何をやる会社なのかが一目でわかり、さらに、Webマーケティングとセールステックに振り切っていく覚悟を表現しています。

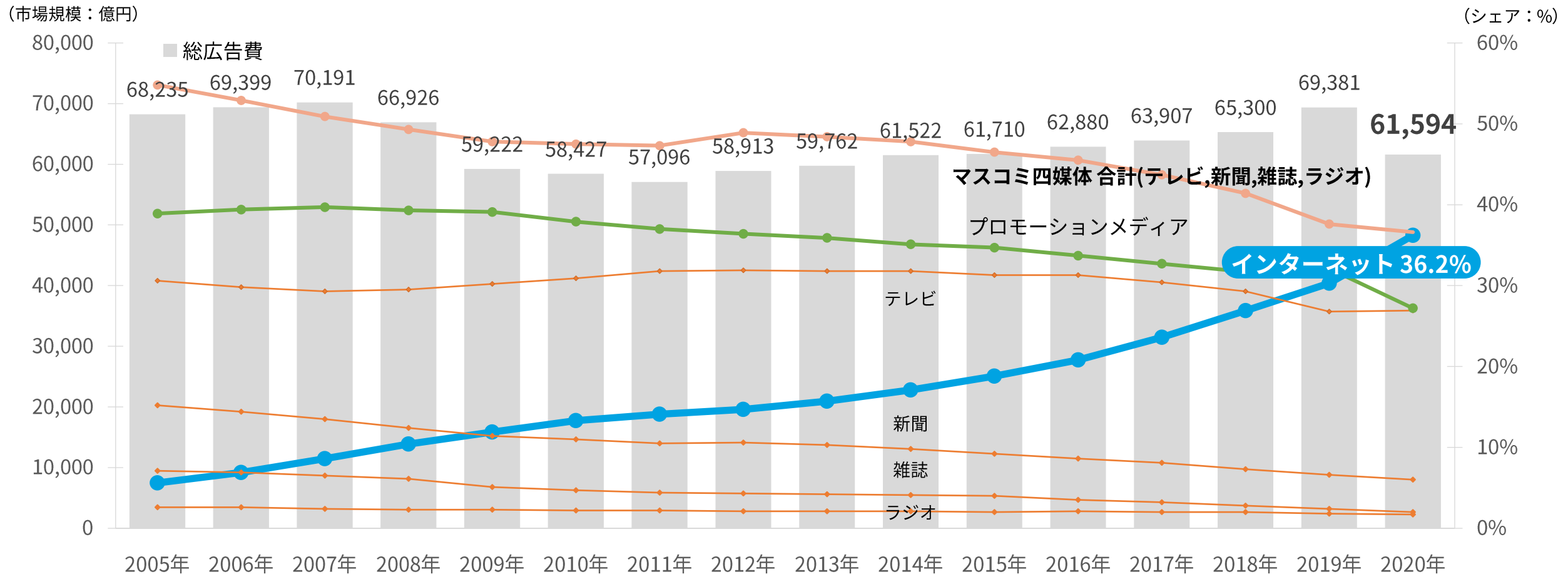
## 有益なサービスを提供し、未来永劫伸び続ける組織を作る。

- 有益なサービスを提供し続けることによって、世の中になくってはならない会社となることを目指す
  - 会社が成長し続けることが、株主・社会・従業員、その他すべての関係者の発展に寄与する唯一の方法である
  - そのためには、掲げた目標を達成し続けることができる強い組織でなければならない
- 経営方針
- サービス品質の向上、業務効率の改善に継続的に取り組むことで、会社全体の生産性を高める
  - コンプライアンス意識を高めるとともに、ガバナンスとブランディングを強化し、真のパブリックカンパニーを目指す
  - 地域経済の活性化に向けた活動を推進し、地方創生に寄与する

- |           |  |
|-----------|--|
| 2005年 2月  | 有限会社ジオコード（資本金3百万円）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                          |
| 2009年 8月  | Web広告事業を開始                             |
| 2012年 12月 | クラウド勤怠管理・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                       |
| 2018年 8月  | 静岡県袋井市に静岡営業所を開設                        |
| 2020年 11月 | 東京証券取引所JASDAQスタンダードに上場                 |
| 2021年 3月  | 「ネクストSFA」とGoogle 広告との機能接続              |
| 2021年 5月  | 「ネクストSFA」とYahoo!広告との機能接続               |

## 2020年の国内総広告費の市場規模は6兆1,594億円

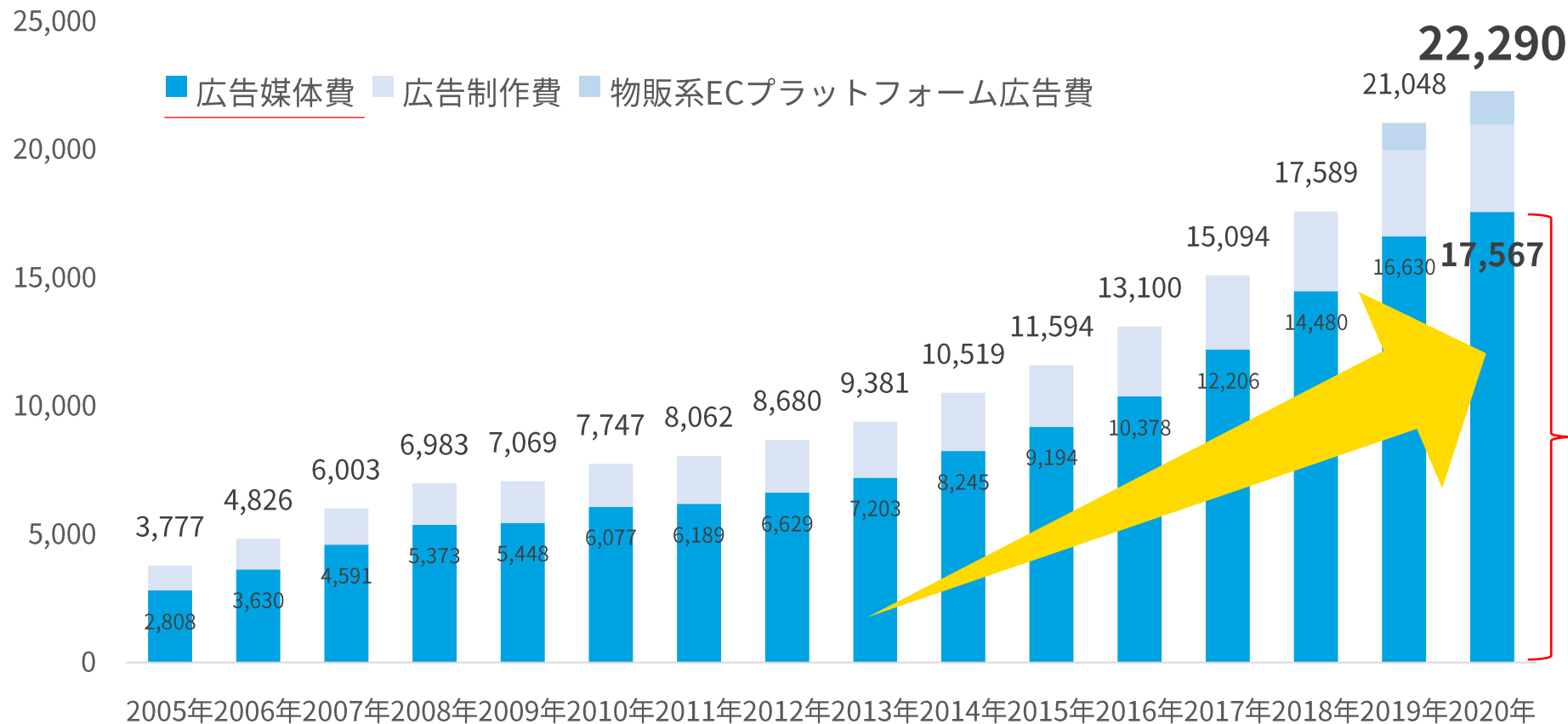
## インターネット広告費はマスコミ四媒体に匹敵する規模にまで成長



2020年のインターネット広告費の市場規模は2兆2,290億円（前年比105.9%）

コロナ禍においても通年でプラス成長

(単位：億円)



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

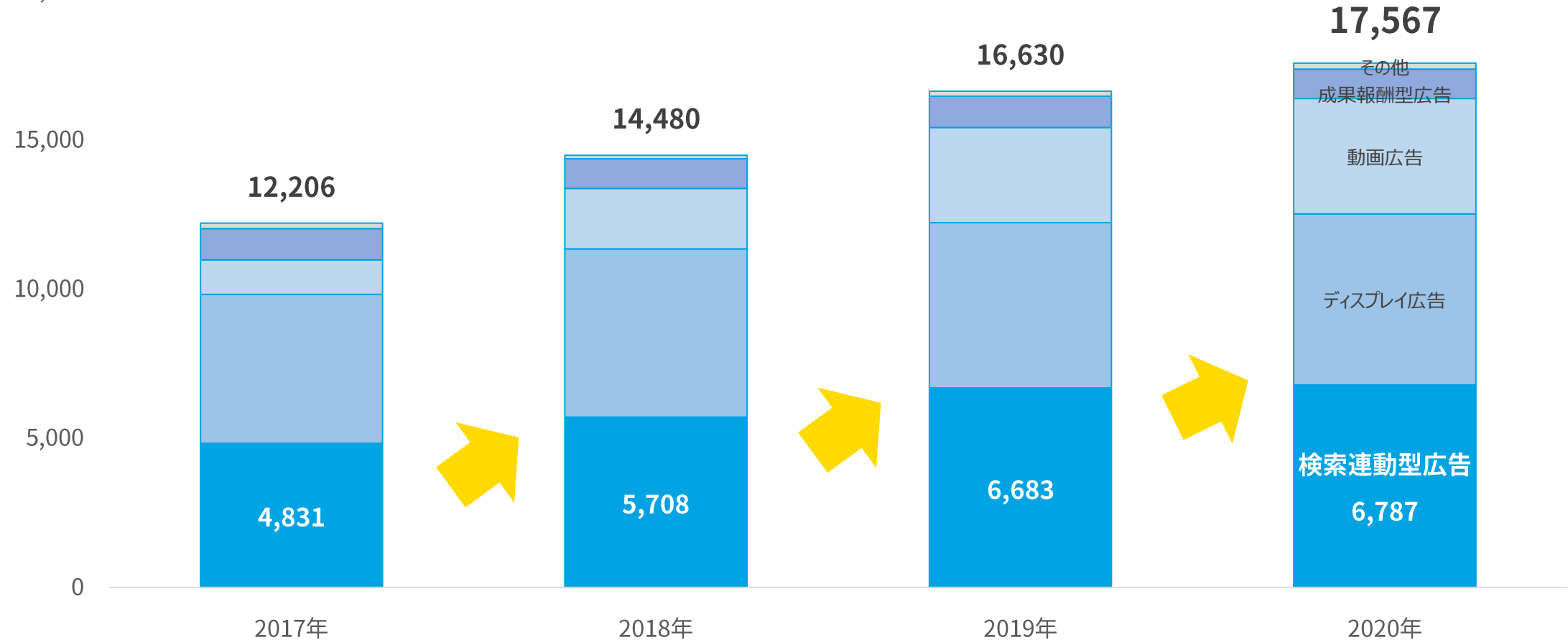
2005年2006年2007年2008年2009年2010年2011年2012年2013年2014年2015年2016年2017年2018年2019年2020年

出所：「2020年日本の広告費」株式会社電通



当社の主力サービスである検索連動型広告は  
コロナ禍においても市場成長が続いている

(単位：億円)  
20,000

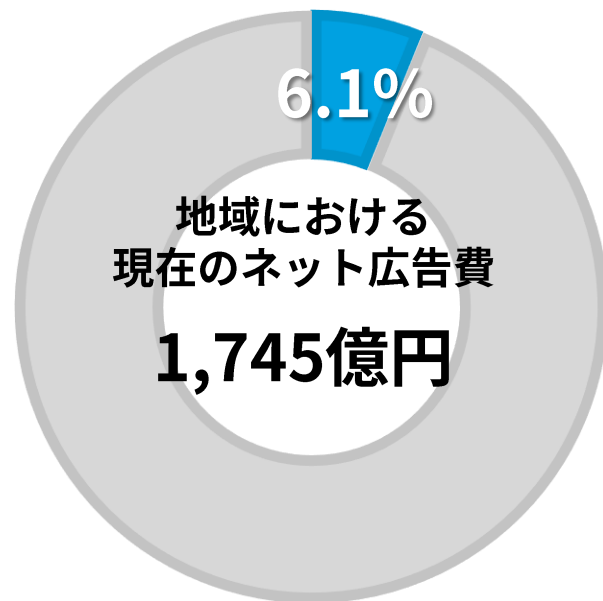


出所：「2020年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」株式会社サイバー・コミュニケーションズ、株式会社D2C、株式会社電通、株式会社電通デジタル

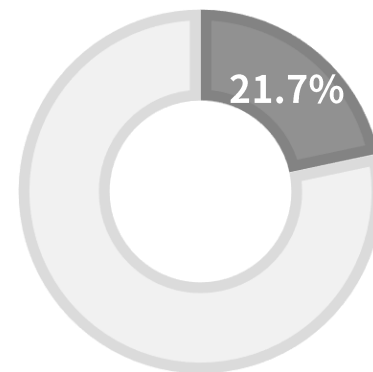
地域広告費のネット化率は2018年時点で6.1%と東京都の3分の1以下  
3年で4割増加しており東京都水準へ向けて更なる拡大余地がある

※地域広告費は東京都以外の46道府県の合計

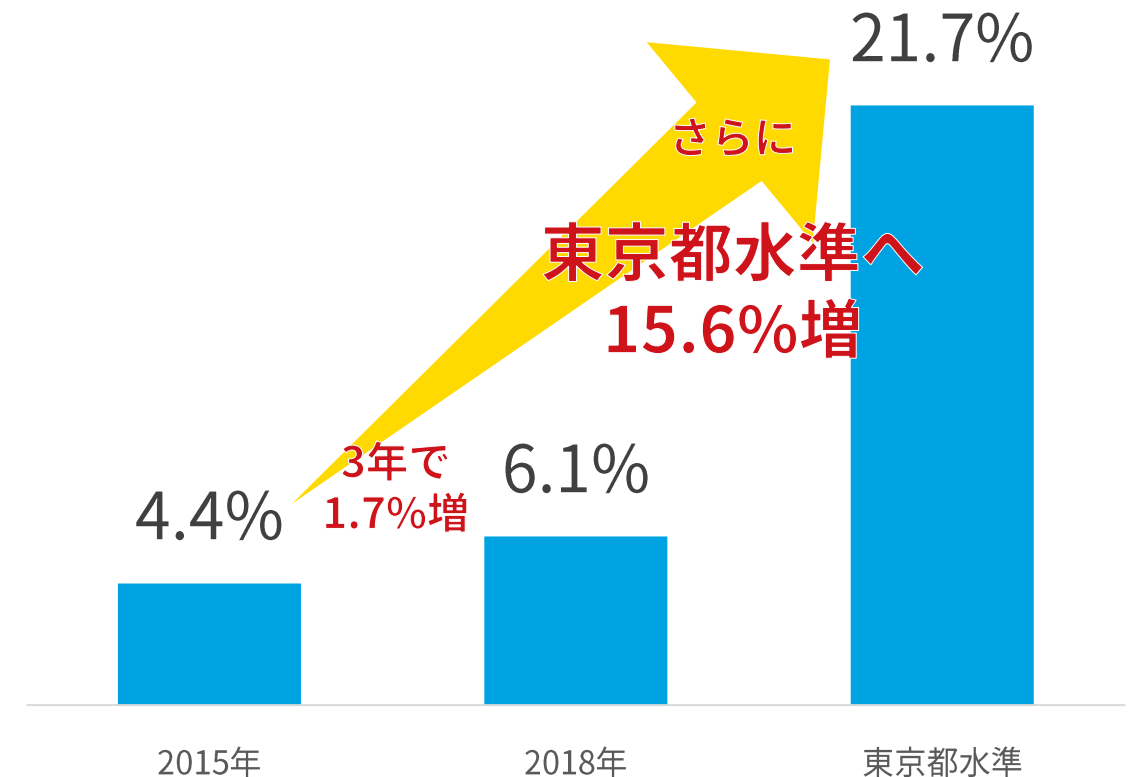
### 地域広告費のネット化率



### 東京都広告費の ネット化率



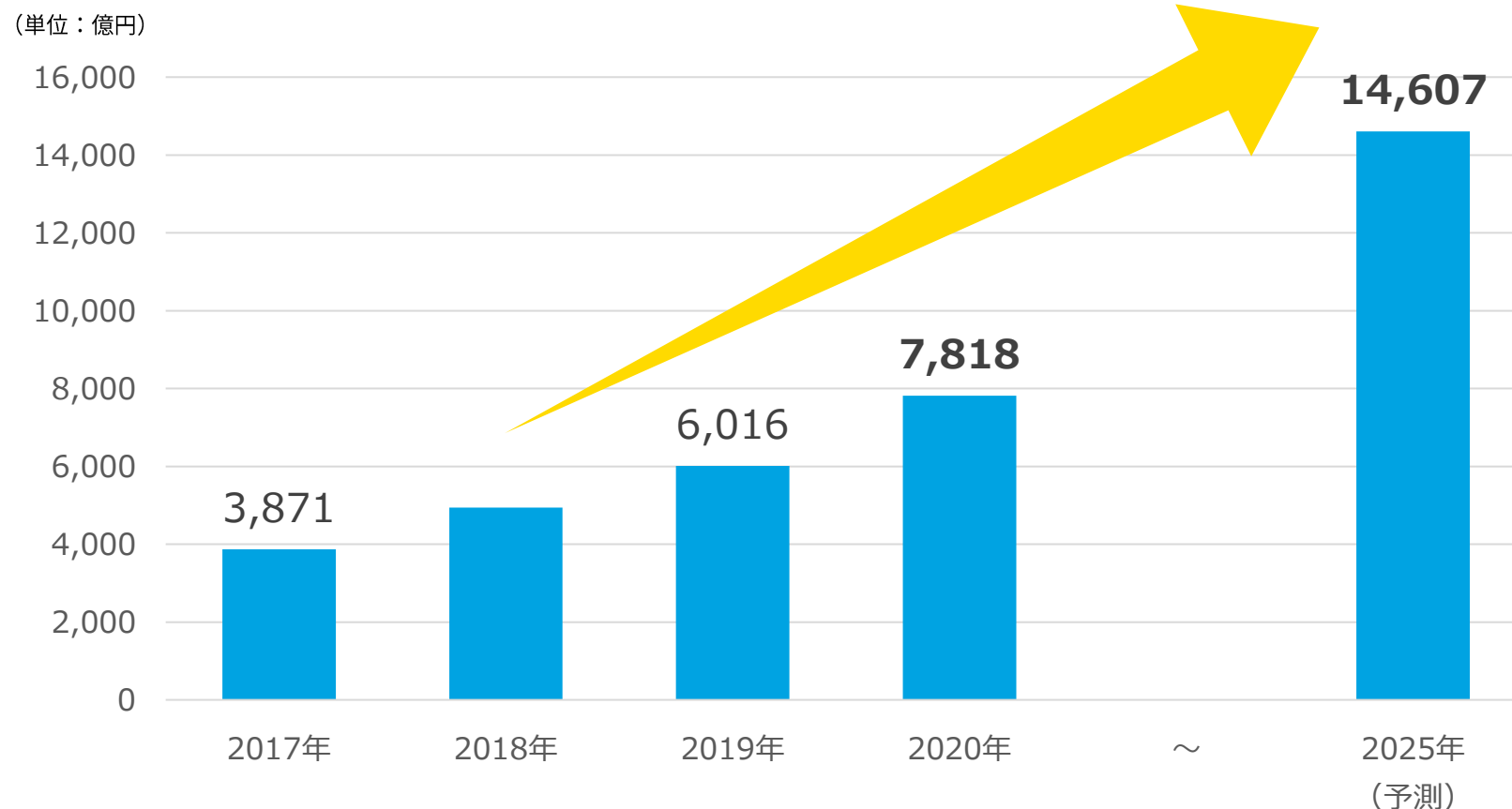
### 地域広告費ネット化率の推移



出所：「平成30年 特定サービス産業実態調査」経済産業省

国内SaaS市場は2020年時点で7,818億円規模

2020年～2025年の予想年平均成長率(CAGR)は約13%と見込まれ  
2025年には1兆4,607億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、「SaaS業界レポート2021」スマートキャンプ株式会社

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も行わない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す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。