

2026年2月期第1四半期 決算補足説明資料



株式会社ジオコード（東証スタンダード：7357）

2025年7月15日

1. 2026年2月期 第1四半期 決算概況
2. 会社・事業概要
3. 社長インタビュー
4. Topics (2024年～2025年 7 月)
5. Appendix

1. 2026年2月期 第1四半期 決算概況

業 績

- 売上高：408百万円 前年同四半期比 +8.2%
 - オーガニックマーケティング：191百万円、前年同四半期比 $\triangle$ 7.6%
 - Web広告：159百万円、前年同四半期比 +32.5%
 - クラウドセールステック：58百万円、前年同四半期比 +14.8%
- 営業利益(損失)： $\triangle$ 23百万円 四半期純利益(損失)： $\triangle$ 11百万円

ポイント

- 売上高は、オーガニックマーケティングが減収となるも、Web広告及びクラウドセールステック（ネクストSFA）が大きく伸長し、前年同四半期比 +8.2%となる
- 営業利益(損失)は、Web制作案件の一時的な受注の落ち込み等の影響もあり $\triangle$ 23百万円となるも、赤字幅は当初予算よりも縮小

※本資料では、「オーガニックマーケティング」及び「Webサイト制作」の売上高に、財務諸表の注記事項「セグメント情報等の注記」記載のWebマーケティング事業に係る「その他の収益」の数値を含めて表示しております。

- 売上高は、オーガニックマーケティングが減収となるも、Web広告及びクラウドセールステックが大きく伸
長し、前年同四半期比+8.2%となる
- 営業利益(損失)は、Web制作案件の一時的な受注の落ち込み等の影響もあり△ 23百万円となる
- 経常利益(損失)は、カード決済に係るキャッシュバック収益等の営業外収益4百万円を計上したこと等により
△ 18百万円となる

(単位：百万円)

区分	25/2期 1Q累計	26/2期 1Q累計	増減	前年同四半期比
売上高	377	408	+30	+8.2%
売上原価	177	210	+32	+18.3%
売上総利益 (利益率)	199(52.9%)	198(48.6%)	△1	△0.8%
販売費及び一般管理費	218	221	+3	+1.4%
営業利益(損失) (利益率)	△18(－)	△23(－)	△4	－
経常利益(損失)	△10	△18	△7	－
四半期純利益(損失)	△6	△11	△4	－

- Webマーケティング事業：Webサイト制作は一時的に受注が落ち込み、前年同四半期比△ 26.5%となるもWeb広告は引き続き堅調に推移し、前年同四半期比+32.5%と大きく伸長
- クラウドセールステック事業：ネクストSFAは新規受注が順調に推移し、前年同四半期比+21.0%と伸長

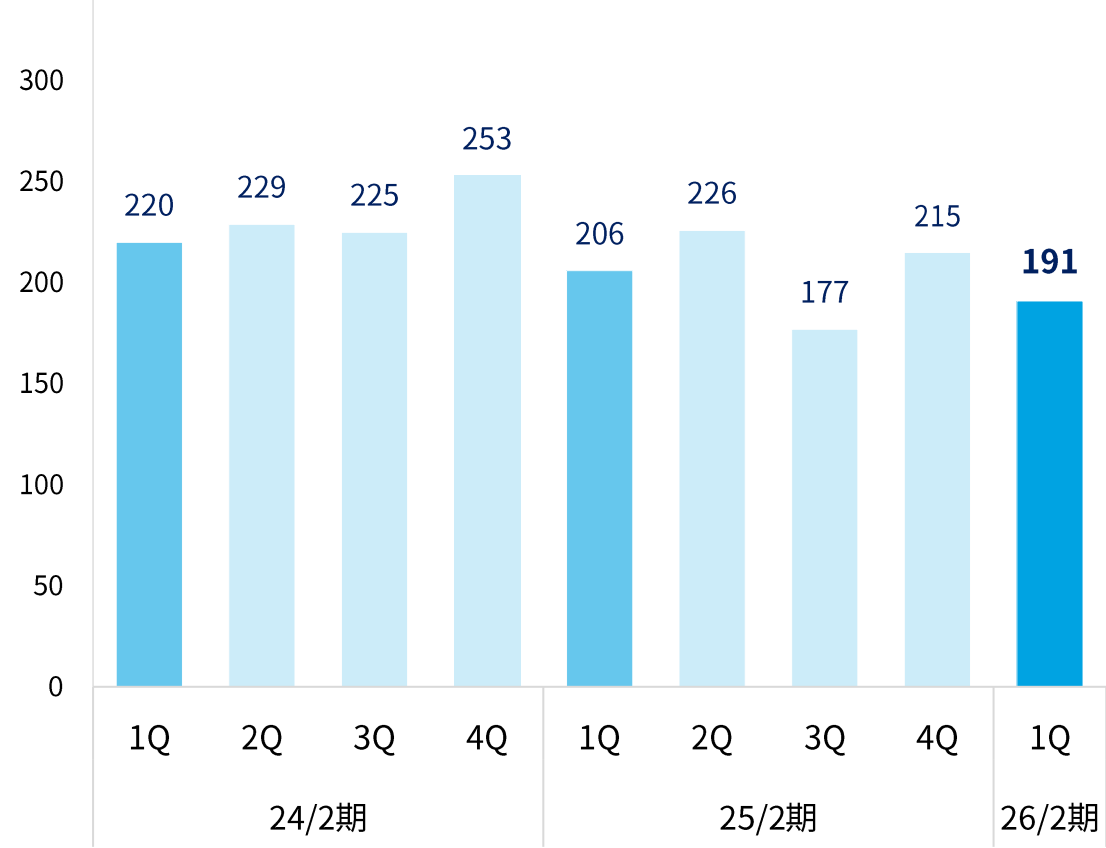
(単位：百万円)

区分		25/2期1Q累計	26/2期1Q累計	増減	前年同四半期比
Web マーケティング 事業	オーガニックマーケティング	206	191	△ 15	△ 7.6 %
	SEO対策	159	156	△ 3	△ 1.9 %
	Webサイト制作	47	34	△ 12	△ 26.5 %
	Web広告	120	159	+ 39	+ 32.5 %
	小計	327	350	+ 23	+ 7.2 %
クラウド セールステック 事業	ネクストSFA	36	44	+ 7	+ 21.0 %
	ネクストICカード	13	13	△ 0	△ 2.0 %
	小計	50	58	+ 7	+ 14.8 %
合計		377	408	+ 30	+ 8.2 %

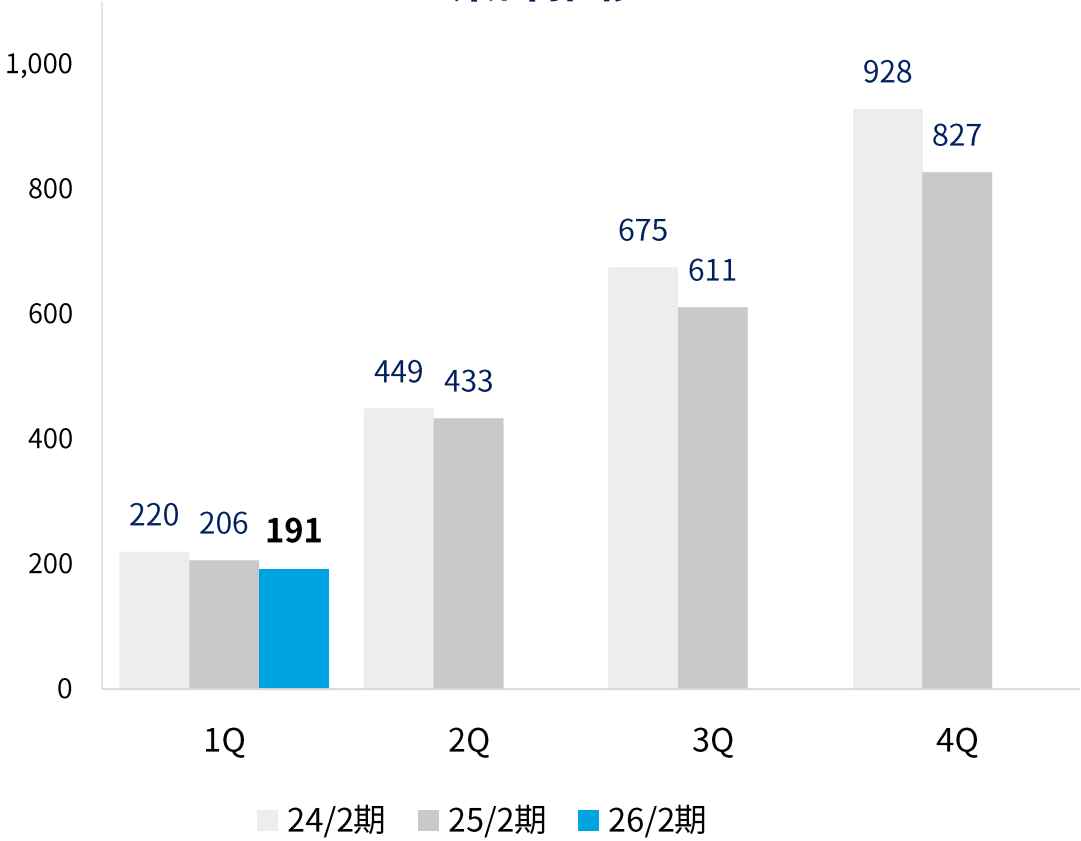
- 既存サービスの新規受注が伸び悩むなか、AI検索への対応や、AI技術を活用したWebサイトのセキュリティ診断サービスの提供、さらに自社メディアの強化等を積極的に推進

(単位：百万円)

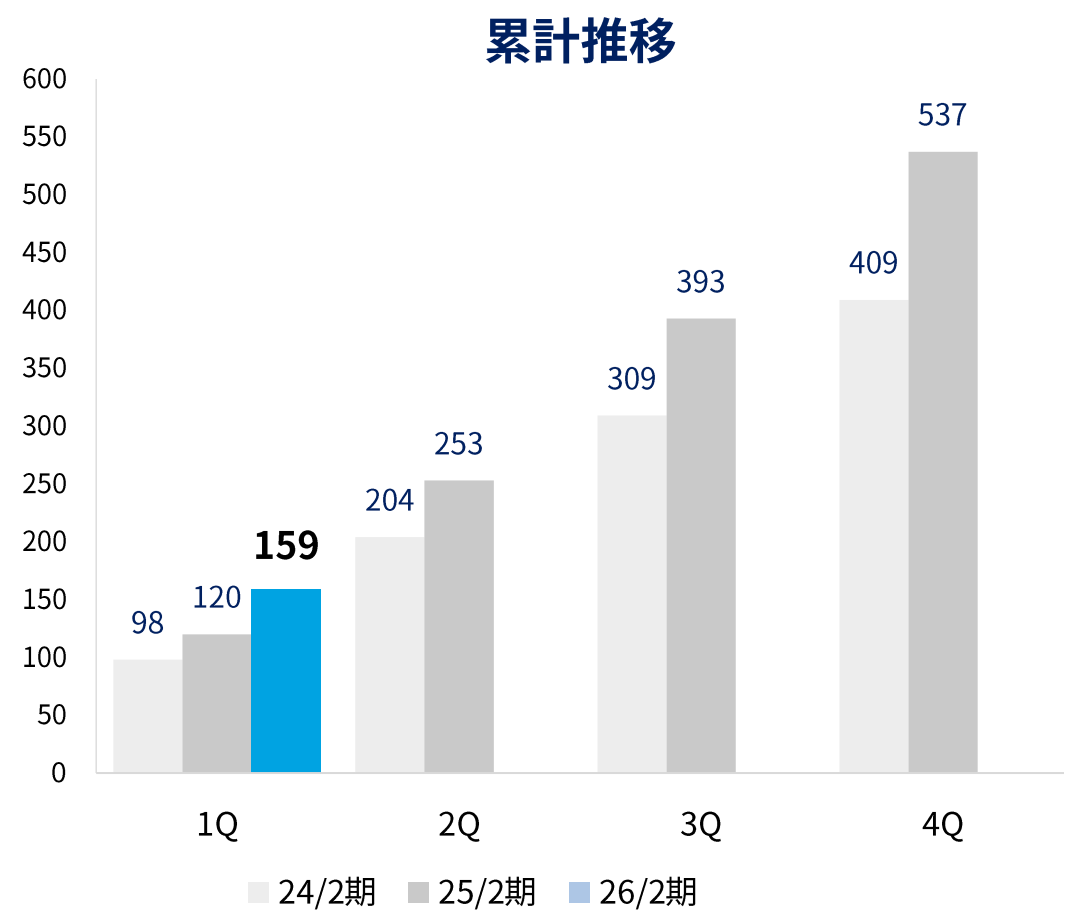
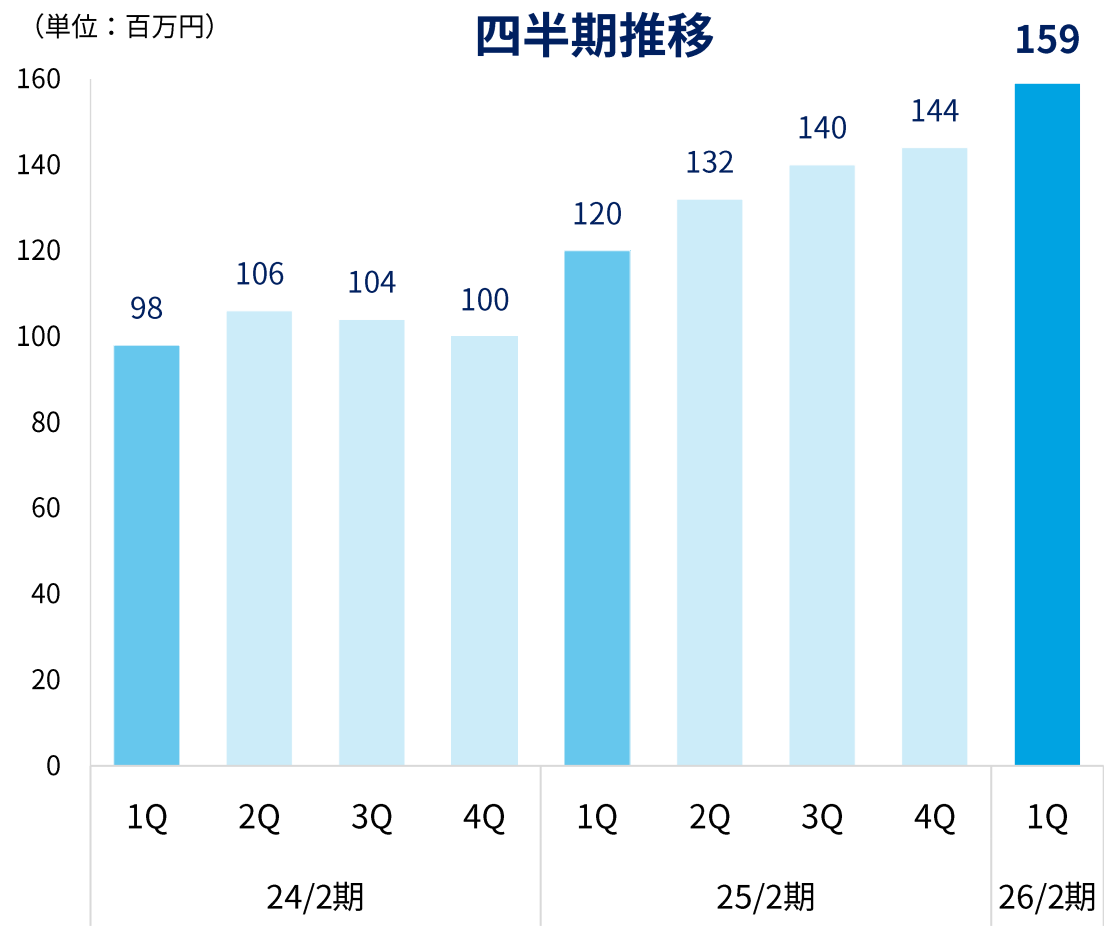
四半期推移



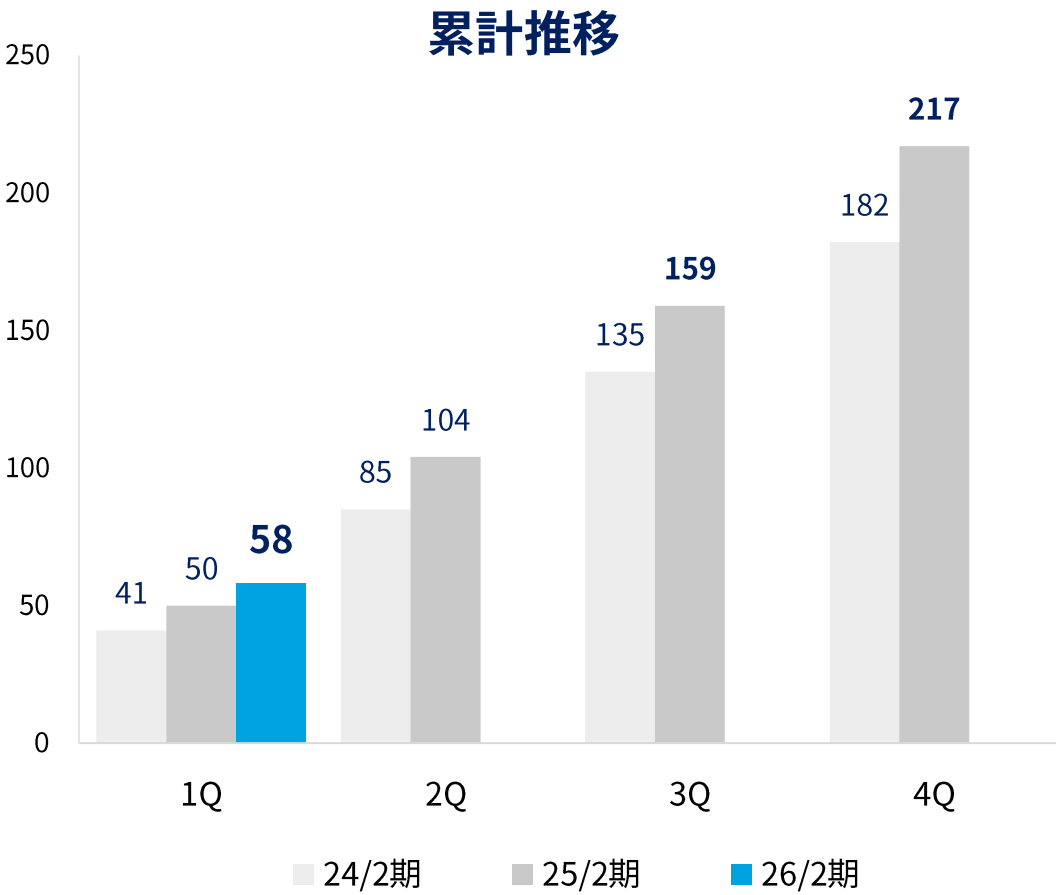
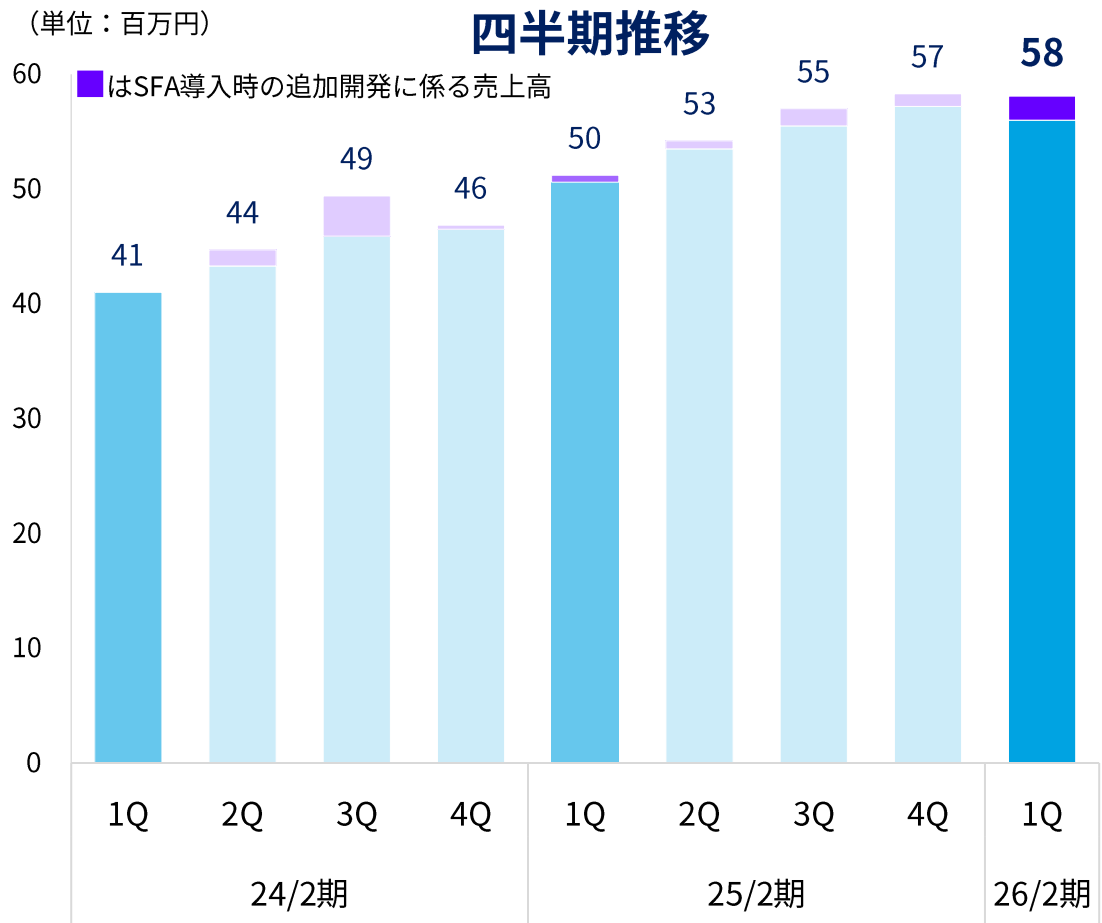
累計推移



- 社会のデジタル化を背景としてインターネット広告市場は引き続き拡大傾向にあり、その追い風も受けて前年同四半期比+32.5%と大幅に増加



- 顧客への導入・定着支援を推進するとともに、生成AIを活用した新機能（名刺管理、議事録の作成・要約、営業活動・商談内容及びその結果の解析・分析等）の開発・提供等も寄与し 前年同四半期比+14.8%と伸長



- アフィリエイト広告の自社運用(収益総額表示) を強化した結果、媒体費が増加
- 歩合給規程の改定に伴い、歩合給の計上を半期ごとに変更

(単位：百万円)

区分	25/2期1Q累計 (対売上高比率)	26/2期1Q累計 (対売上高比率)	増減 (前年同四半期比)
媒体費	10 (2.9%)	45 (11.2%)	+34 (+323.2%)
労務費(※1)	85 (22.7%)	82 (20.1%)	△3 (△3.8%)
外注費(※1)	46 (12.4%)	50 (12.3%)	+3 (+7.6%)
経費 (※1)	33 (8.9%)	31 (7.8%)	△1 (△5.3%)
その他(※2)	0 (0.3%)	0 (0.0%)	△0 (—)
売上原価合計	177 (47.1%)	210 (51.4%)	+32 (+18.3%)
1ヵ月あたり平均人員数	68人	70人	+2 (+2.9%)

※1. 労務費、外注費及び経費は、仕掛品棚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等の合計を記載

- ・ 販 売 費 ：販促・マーケティング費用等は、前年同四半期と同水準で推移
- ・ 人材関連費 ：積極的な採用活動の成果は徐々に表れ、営業人員が増加、定着化・戦力化も促進
- ・ その他管理費：地代家賃が1百万円増加するも、コストの見直し等の結果支払手数料が3百万円減少

(単位：百万円)

区 分	25/2期1Q累計 (対売上高比率)	26/2期1Q累計 (対売上高比率)	増 減 (前年同四半期比)
販売費	14 (3.8%)	15 (3.7%)	+0 (+5.0%)
人材関連費(※)	137 (36.3%)	141 (34.7%)	+4 (+3.5%)
その他管理費	66 (17.7%)	64 (15.8%)	△2 (△3.5%)
販管費合計	218 (57.8%)	221 (54.2%)	+3 (+1.4%)
1ヵ月あたり平均人員数	60人	69人	+9 (+15.0%)

※人材関連費には、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

- 余剰資金を活用した有価証券の取得（100百万円）や、剰余金の配当（69百万円）等により、現金及び預金を含む流動資産が減少（△171百万円）

(単位：百万円)

区分	25/2期	26/2期1Q	増減	前期末比
流動資産	1,301	1,130	△171	△13.2%
売掛金	252	285	+33	+13.4%
貸倒引当金	△1	△1	△0	—
固定資産	536	628	+91	+17.1%
資産合計	1,838	1,758	△79	△4.3%
流動負債	591	614	+23	+4.0%
固定負債	75	57	△17	△23.7%
負債合計	666	672	+5	+0.8%
純資産合計	1,171	1,086	△85	△7.3%
負債・純資産合計	1,838	1,758	△79	△4.3%
貸倒引当率(※)	0.6%	0.5%	—	—
自己資本比率	63.7%	61.8%	—	—

※貸倒引当率には、貸倒引当金（流動資産）計上額を売掛金期末残高で除した算定値を記載

- ・ 利益還元の機会を充実させることを目的として、これまでの年1回実施（期末配当）から年2回実施（中間配当と期末配当）へ配当方針を一部変更
- ・ 2026年2月期の配当予想は、年間の1株当たり配当金(合計)は25円に据え置きつつ、中間配当実施に伴い、中間配当12円、期末配当13円に修正

＜1株当たり配当金＞

	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
年間配当金	15.00円	20.00円	25.00円	(予想) 25.00円
（中間配当）	(－ 円)	(－ 円)	(－ 円)	(12.00円)
（期末配当）	(15.00円)	(20.00円)	(25.00円)	(13.00円)
配当総額	40百万円	55百万円	69百万円	－
DOE（純資産配当率）	3.4%	4.5%	5.8%	－

※中間配当の実施および配当予想の修正につきましては、2025年7月15日付適時開示資料「配当方針の一部変更（中間配当の実施）及び配当予想の修正に関するお知らせ」を併せてご参照願います。

- 当社株式の投資対象としての魅力を高め、流動性を向上させ、より多くの投資家の皆様に保有して頂くことを目的として、株主優待制度を新設（2025年6月26日公表）
- 初回基準日を2025年8月末日として、以降は毎年2月末日及び8月末日現在の株主名簿上に記載または記録された、当社株式を2単元（200株）以上保有されている株主様が対象

＜株主優待の内容＞

項 目	対象株主様	優待内容
年間株主優待	2単元(200株)以上	デジタルギフト® 10,000円分

＜内訳＞

毎年2月末	2単元(200株)以上	デジタルギフト® 5,000円分
毎年8月末	2単元(200株)以上	デジタルギフト® 5,000円分

※(1)デジタルギフト®は、株式会社デジタルプラスの登録商標であります。
(2)株主優待制度の詳細につきましては、2025年6月26日付適時開示資料「株主優待制度の新設に関するお知らせ」(<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2645074/00.pdf>)を併せてご参照願います。

2. 会社・事業概要

【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
やらまいか
デジタルラボ 静岡県袋井市高尾町12-3

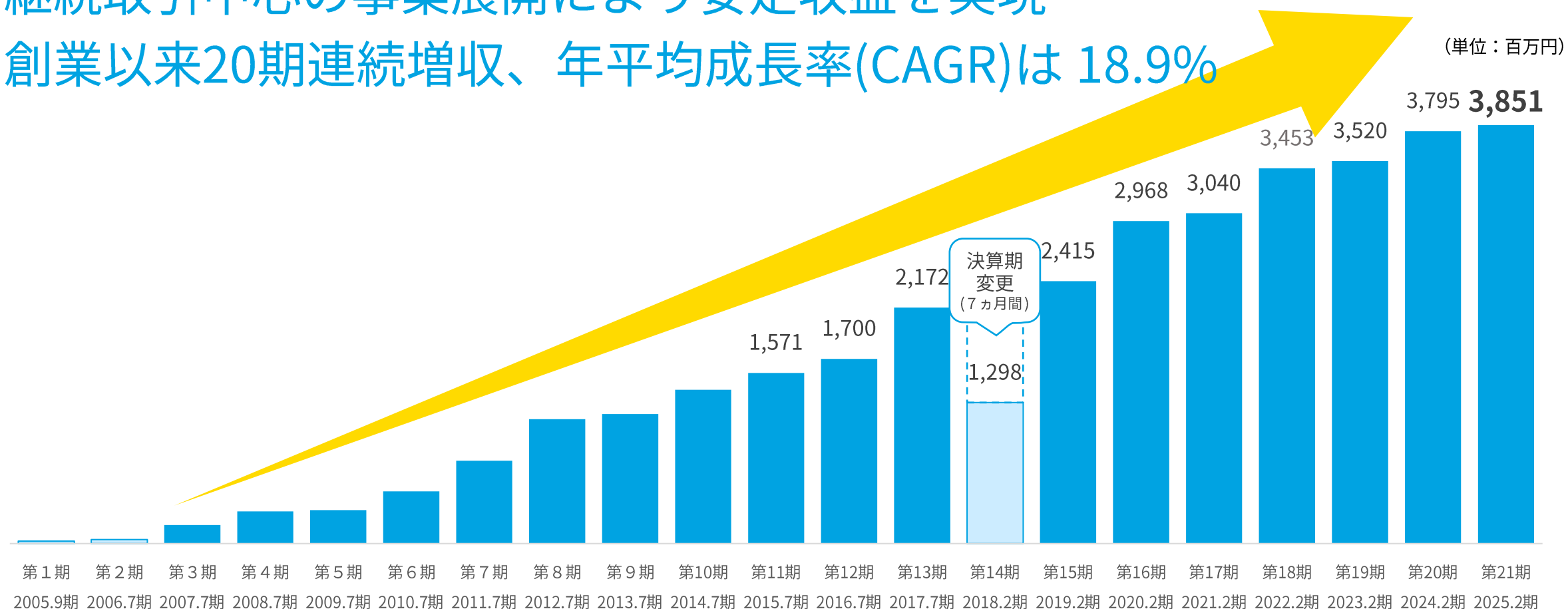
【設 立】 2005年 2 月

【資本金】 363百万円（2025年 5 月末現在）

【社員数】 136名（2025年 7 月 1 日現在 正社員）



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20期連続増収、年平均成長率(CAGR)は 18.9%



※1. 本ページの「取引|高」は、Web広告取引に係る売上について「総額表示」を用いた場合の売上数値です。当社が決算で開示している「売上高」は第19期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用し、Web広告取引に係る売上については広告媒体(仕入先)に支払う広告媒体費(売上原価)を控除した後の「売上高(純額表示)」を用いていますが、本ページでは第1期からの売上推移を同一の基準で比較するため、「売上高(総額表示)」の数値を用いています。そのため、第19期から第21期の「取引|高」については決算で開示している「売上高」と一致しません。

※2. 第14期は、決算期の変更による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ヵ月換算した数値をもって増収としています。

※3. 第1期～第14期は、会計監査の対象外です。

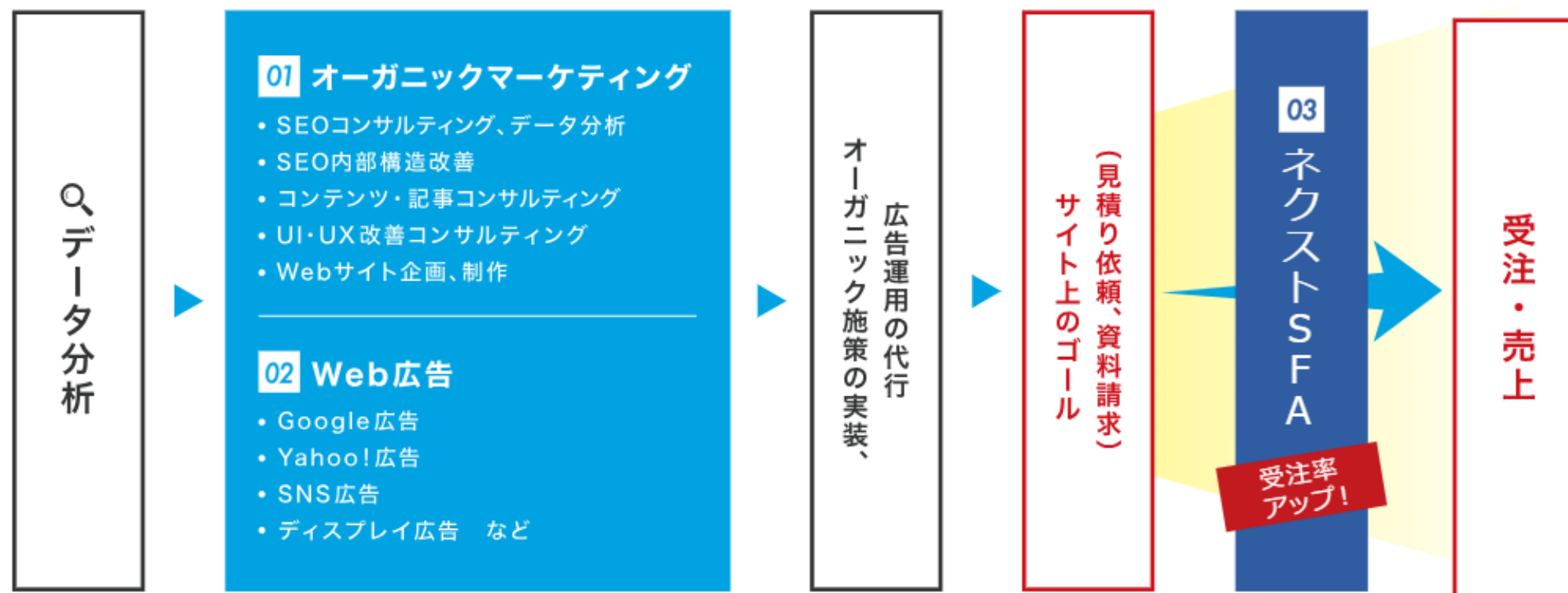
※4. 年平均成長率(CAGR)は第3期から第21期で計算しています。

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（現 静岡やらまいかデジタルラボ）を開設
2020年 11月	東京証券取引所JASDAQ（スタンダード）に株式を上場
2022年 4月	東京証券取引所スタンダード市場に移行

**”Webマーケティングによる集客のお手伝いと、
集めたリード(問い合わせ・見込み客)に対して、
受注率アップから売上アップまでを、トータルで支援する会社です。”**

Webマーケティング&営業DXで、

集客から、受注までの全てを一社完結



01

オーガニックマーケティング事業 (SEO、Web制作)

ゴールは売上アップ！
SEO・コンテンツ・オウンドメディアから、
AIO・LLMOなど**AI最適化も徹底支援！**

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。



02 | Web広告事業

Google Yahoo! Instagramまで
全運用型広告を網羅！
あらゆる業種で 1,500社4,000アカウントの集客実績！

リスティング広告、DSPを中心とする運用型広告は、特定業種に偏ることなく、全ての業種を網羅する実績！
Googleプレミアムパートナーアワード5期連続ファイナリスト、Yahoo!広告運用パートナーなど、サービス品質を評価された称号や、アワードを獲得。**プロダクト(成果がでやすくなる仕組みや、機能)導入率が、日本トップレベル！**
クリエイティブ作成、LP作成、改善も可能！D2C(単品通販)の、美容、健康食品、アパレルなどの運用実績も多数。

主な取扱媒体





リスティング広告

Google検索や、Yahoo!検索の、**検索キーワードに応じて、テキスト形式で表示される**広告。



SNS広告

Instagram、TikTokなどのSNSに配信される広告。**「タイムライン」「ストーリーズ」**などに表示。



ディスプレイ広告

Googleや、Yahoo!の、**提携メディア上に、画像や、動画形式で表示される**広告。



アフィリエイト広告

有力アフィリエイターに、**自社メディアや、比較サイトなどで、掲載してもらう成果報酬型**広告。



ネイティブ広告

SmartNews、LINE NEWSなどの記事一覧に、**コンテンツの一部のように自然に表示**される広告。



純広告

Yahoo! JAPANトップページや、日経など**主要なメディアの枠を買い取って掲載**される広告。



動画広告

YouTubeや、Instagramのリール、TikTokフィードなどで配信される**動画形式の**広告。



インフルエンサーマーケティング

インフルエンサーを起用し、InstagramやTikTokなどで、**商品を自然な形で発信**する広告手法。

Google Premier Partner、LINEヤフー Sales Partnerなど、 各媒体最上位パートナー、数々の受賞実績

Web広告運用の実績と信頼性を評価され、数々の認定や受賞を獲得しています。

Google Premier Partner Awardsで5期連続ファイナリスト、国内上位3%のGoogle Premier Partnerとして認定されているほか、LINEヤフーの【Select】認定パートナーや【Ads Operation badge】の取得など、複数の受賞歴を誇ります。

Google Premier Partner

★国内上位3%



Google広告において国内上位3%の広告代理店に与えられる「**2025 Premier Partner**」に認定されました。

Google Premier Partner Award

★5期連続は2社のみ



Googleの「Premier Partner Awards」で**5期連続ファイナリストに選出**されました。
5期連続ファイナリストに選出されたのは2社のみ(当社調べ)

Microsoft 広告パートナープログラム



日本マイクロソフト株式会社が開催するMicrosoft 広告パートナープログラムにて**パートナー認定**されました。

YouTube Works Award

★選出率わずか15%



クリエイティブな広告戦略が評価され「**Breakthrough Advertiser**」の部門で**ファイナリストに選出**されました。

LINEヤフー Sales Partner

★公式認定「Select」



広告商品やサービスの取扱実績が基準を満たし、高い評価を受けたパートナーとして「**Select**」に認定されています。

LINEヤフー Ads Operation Badge

★国内21社のみ



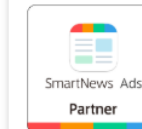
特定の運用実績が認められたパートナーに付与される認定バッジ「**Ads Operation Badge**」を取得しています。

X広告認定代理店



X広告の取り扱い実績や運用経験が評価され、規定の基準を満たした広告会社として「**X広告認定代理店**」として認定されています。

SmartNews Ads パートナープログラム



広告商品やサービスを取り扱う代理店として基準を満たし、審査のもと「**Partner**」として認定されています。

03 | クラウドDX事業

見込み顧客の獲得、育成から、商談管理、顧客管理まで、
MA、SFA、CRMの全てを搭載！

ネクストSFA

ネクストSFAは、営業をしやすくする機能に特化しています。
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です。




設定・データ移行・マニュアル作成から、
定着するまで、徹底サポート！
全て無料！継続率98.6%！（2025年3月末時点）



初期設計が不要！設定のみで、
ありとあらゆる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、会計、請求、Google広告、
Yahoo広告など、さまざまなサービスと連携！



アプローチ管理



案件管理



受注管理



行動管理



日報・週報・月報



請求書・
見積書作成



メール一括配信



スコアリング&
トラッキング



フォーム生成



データ分析

- 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、「シンプルで使いやすい」に重点をおいたツール

ネクストICカード

自動集計で**申請、確認の手間を大幅削減！**

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

勤怠管理

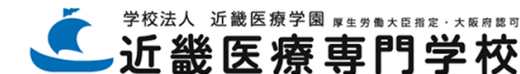
交通費精算

経費精算

基本利用料 + **200** 円〜/月[※]
(別途お見積もり)

※ご利用ユーザーごとに加算

01. オーガニック マーケティング事業



02. Web広告事業



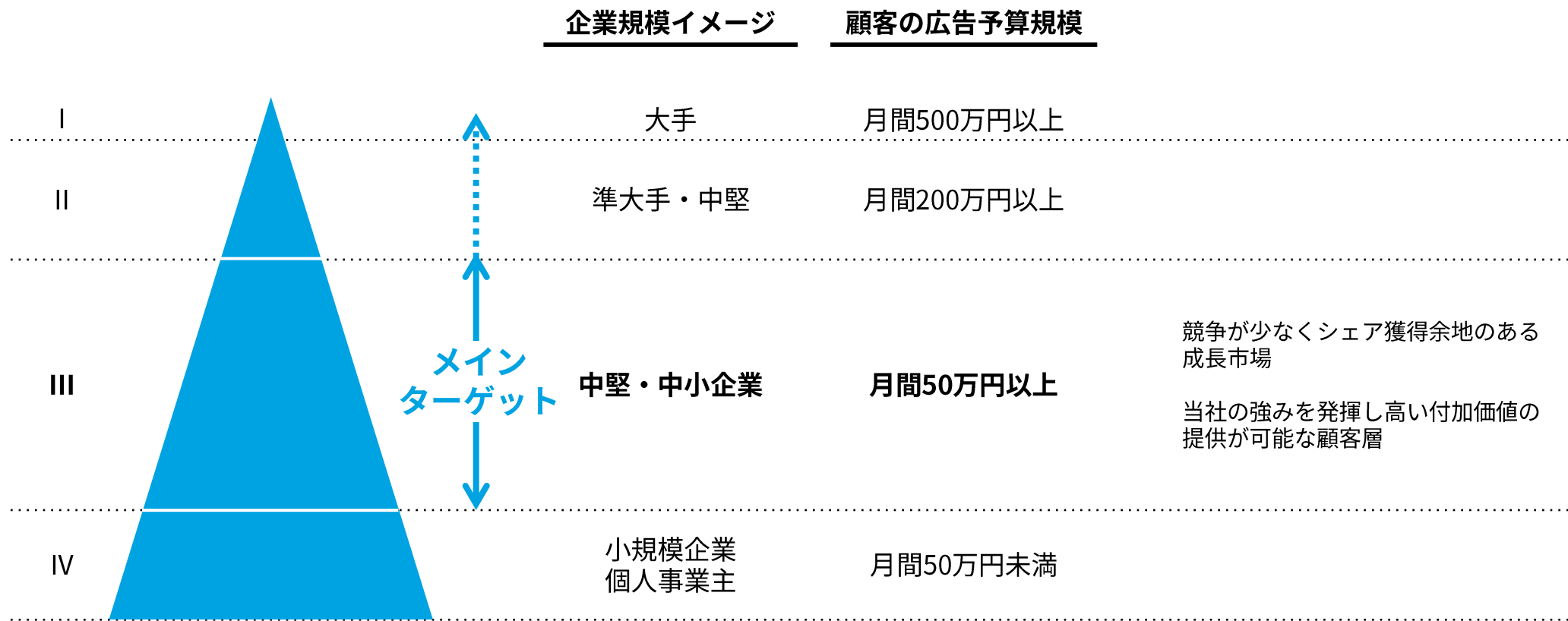
03. クラウドDX事業



SAVE the DIGITAL WORLD



- 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



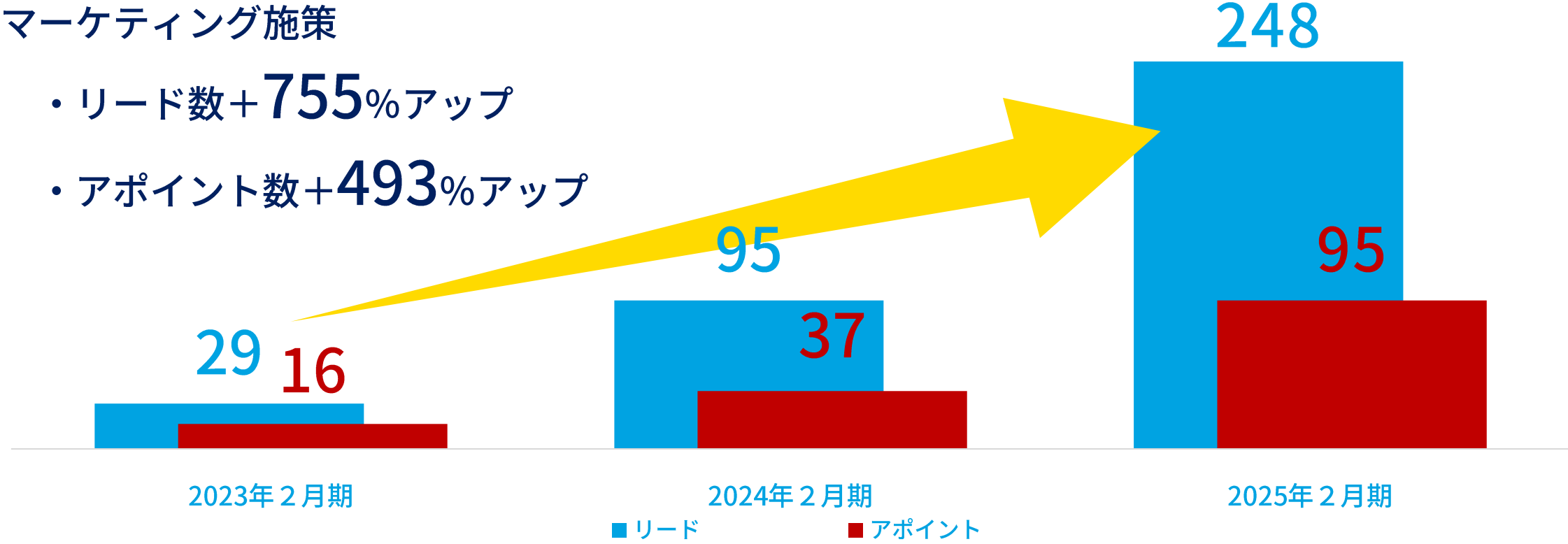
3つの戦略的KPI（販路・採用・M&A）強化で、
確実な成長と目標達成を実現する

1. マーケティング販路強化
2. 採用・従業員定着率強化
3. M&A戦略強化

- ① Web 広告 や オーガニックマーケティング、② クロスセル、アップセル、③ 展示会の出展や他社との共同セミナーの開催など、各種マーケティング施策を拡充

マーケティング施策

- ・リード数+755%アップ
- ・アポイント数+493%アップ



※各期最終四半期平均の比較

- 過去5年間で離職率は△10.5%減少し、2025年2月期末日時点では11.8%まで低下
- 平均勤続年数も過去5年間で1年1ヵ月伸長し、2025年2月期末日時点では4年4ヵ月となる
- 従業員数も増加に転じ、2025年2月期末日時点では前年同期比10人増の128人となる

<従業員の状況>

(2025年2月期末日現在)

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期
従業員数	117人	117人	116人	118人	128人
離職率	22.3%	20.9%	17.9%	14.0%	11.8%
平均勤続年数	3年3ヵ月	3年7ヵ月	4年	4年3ヵ月	4年4ヵ月
採用人数	26人	33人	23人	21人	27人

目標採用人数25名～30名

- M&A により非連続な成長を加速（対象領域：本業のWeb マーケティングが中心）

想定する主な対象企業（事業）

（１）業種

- Web広告代理店
- SEO対策会社
- コンテンツマーケティング会社
- Webメディア運営会社

（２）事業規模

- 売上 1 億円～10億円程度
- 社員数10名～50名程度

年間 2 社程度の買収を目指す

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。

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、2021年5月に従来の企業理念を発展的に改定し、新たな企業理念を策定しました。なお、この企業理念は、ジオコードが何をす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



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15年連続で寄付を実施

本年は災害支援や子どもの教育、医療、文化遺産などに関連する7箇所を選定し、日本赤十字社等を通して寄付を実施
累計額は1,843万円以上に

2025年3月11日プレスリリース： <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000295.000006185.html>

3・11 東日本大震災がきっかけで始まったジオコードの社会貢献活動とこれまでの寄付先： <https://geocode.blog.jp/archives/82311711.html>

3. 社長インタビュー

Q 配当、株主優待はいつまで続ける予定ですか？

A 配当および株主優待は、基本的に今後も継続して実施していく方針です。
現在公表・実行している水準から引き下げる予定もございませんのでご安心ください。



Q

目標株価はいくらですか？
また、目標売上高、目標利益についても教えてください。

A

当社は、2～3年以内に時価総額100億円達成を目指しています。

当社の売上の約9割がストック型のビジネスモデルからの収益であるため、売上高や利益が每期着実に積み上がる仕組みとなっています。このビジネスモデルを前提にすれば、株価も毎年着実に上昇していくものと考えています。

したがって、当面は売上規模の拡大を最優先し、目先の利益よりも成長のための投資を優先していく方針です。毎年成長し続けるための仕組みを構築するために、知恵を絞りながら積極的に投資を行っていきます。



Q 今期の業績予想は達成できそうですか？
また、現在の進捗状況はいかがですか？

A Web広告事業とネクストSFA事業については、目標達成の見込み、進捗状況ともに問題ない状況です。
また、オーガニックマーケティング事業についても、当初より予算を控えめに設定しており、現時点では計画通りに進捗しています。

Q 3カ年計画は公表しないのですか？

A 業績好調なWeb広告事業とネクストSFA事業は、毎月売上が積み上がるストック型のビジネスモデルを採用しています。現在取り組んでいるオーガニックマーケティング事業の改善に関する見通しが立ち次第、速やかに中期計画を公表する予定です。
時期としては、今期中の公表を目指しています。



Q 今後、買収・提携の予定はありますか？

A 当社は、既に公表しているM&Aの方針に基づき、現在、積極的に案件検討に取り組んでいます。
具体的な目標として、年間2社程度の買収を目指しています。資金調達が可能であれば、当社と同規模以上の案件も積極的に検討していくつもりでいます。

ターゲットとしては、同業の中でも特にWeb広告事業を展開する企業を中心に、選定を進めていく予定です。



Q

今後、自社株買いの予定はありますか？

A

自社株買いは、株主還元策として有効な手段の一つであると認識しています。個人的には現在の株価水準に満足しているわけではないので、自社株買いを実施したい気持ちはあります。しかしながら当社は現在、流通株式時価総額の低さを課題としていることから、自社株買いについては慎重に検討する必要があり、今すぐ実施する予定はありません。

Q

今後、株式分割の予定はありますか？

A

1株当たりの株価水準が一定の水準に達するまでは、当面株式分割を実施する予定はありません。



Q ジオコードの強みは何ですか？
また、他社との差別化要因は何ですか？

A ジオコードの強みは、Web広告、SEO、Web制作といったWebマーケティングの主要サービスをすべてワンストップで提供できる点にあります。これにより、お客様は複数のベンダーとやり取りする手間なく、包括的なデジタル戦略を効率的に実行できます。

さらに、自社開発の営業支援・顧客管理ツール「ネクストSFA」を保有していることも大きな差別化要因です。マーケティング戦略の立案から、実際の営業活動、運用、そしてプロダクト開発まで、製販一体で対応できる体制を整えています。この体制により、お客様のビジネス成長をより深く、多角的にサポートすることが可能です。

当社の売上の約9割はストック型ビジネスモデルから生まれており、毎月700社から800社のお客様と継続的に取引しています。また、特定の業種や一部の大企業への依存度が低いいため、安定した収益基盤を築いています。おかげさまで、21期連続で取引高の増加を達成しており、これも当社の強みと安定性を示す証だと考えています。



Q 絶好調なWeb広告事業は今後も伸びるのですか？

A 当社は、その実力が認められ「Googleプレミアパートナー」や「LINEヤフーアドオペレーション認定バッジ」といった称号を取得しています。特に注目すべきは、これら2つの称号を両方取得している企業が、株式会社電通デジタルをはじめ、全国でもわずか8社しかないという点です。

その中でも、当社は中堅企業様の予算帯における運用力に強みを持っており、現在も順調に事業を拡大しています。インターネット広告市場自体も今後10年以上は成長が続くと見ており、さらに当社と同水準で新規参入ができる企業は多くないと考えています。

このような市場環境と当社の強みを踏まえ、Web広告事業は今後も堅調に伸びていくと確信しています。



Q 好調なネクストSFA事業は今後も伸びていきますか？

A 国内のSFA・CRM市場は、複数の主要調査機関の予測に基づけば、5,000億円規模を既に超え、2027年から2028年には1兆円規模に到達する可能性が極めて高いと言われており、現在も毎年拡大を続けています。

一方で、この市場における主要な競合は意外と少なく、7～8社程度と認識しています。

このクラウドサービスは、開発、営業、カスタマーサクセスの全てにおいて高い専門性と難易度が求められるので、仮に今から新規参入しようとしても、サービスとして確立するまでには、少なくとも3～4年はかかると考えられます。

つまり、市場は拡大を続けるものの、競合が増えにくい非常に有利な環境にあると言えます。今後の成長は、ひとえに私たちのサービス品質の向上と、マーケティング・営業戦略の実行力にかかっています。「絶好調」と自信を持って言える水準まで引き上げられるように、引き続き全力を挙げて取り組んでいきます。



Q

現在不調なオーガニックマーケティング事業は、今後、改善する見込みはありますか？

A

当社では現在、AI検索への対応、Webセキュリティの強化、自社メディアの改善を進めています。これらの取り組みを通して、サービス内容を変化させ、受注率、継続率、収益性の改善を図っています。

特に、AI検索の進化によって、これまで飽和状態だったサービスのニーズが再び拡大する可能性が見えてきており、大きな期待を寄せています。

引き続き、自社マーケティングおよび営業人員の採用を強化し、オーガニックマーケティング事業の再成長を目指していきます。



Q 原口社長は、日頃どんな仕事をしているのですか？

A 社長の役割は、大きく分けて新規事業の開拓と新サービスの創出、そして不調事業の立て直しだと考えています。私もこの考えに基づき、日々業務に取り組んでいます。

具体的には、毎週すべての事業の進捗報告を受け、改善に向けた指示を出しています。また、当社の重点事項であるマーケティングと採用活動については、最終責任者として常に進捗を確認し、必要な改善策を適宜指示しています。

加えて、すべてのM&A案件にも目を通し、多角的な視点から会社の成長を推進するために日々活動しています。



Q

原口社長はどれくらい株を売ったのですか？

A

上場時に一定の流通株式比率を確保するために、必要最低限の株式のみ売却しました。それ以降は、1株も売却していません。自らが引き続き指揮を執り、当社の業績と株価をさらに向上させられると確信しているからです。

なお、私の当社株式の保有比率が低下しているように見えることがありますが、これはストックオプションの行使などによるものであり、私自身にストックオプションが付与されているわけではありませんので、ご安心ください。



Q

最後に、株主・投資家の皆さまへメッセージをお願いします。

A

いつも当社を応援いただき、誠にありがとうございます。

ジオコードは、おかげさまで21期連続で取引高が増加しており、Web広告事業とネクストSFA事業を中心に売上・利益を着実に積み上げています。

現在、一部の事業が苦戦を強いられていること、また先行投資も積極的に行っていることから、利益面ではさらなる改善の余地があると認識しています。しかしながら、当社はストック型ビジネスモデルの強みを最大限に活かし、每期着実に売上・利益、そして株価が伸びていく仕組みを構築し、実行していく所存です。

株主の皆さまにとっても「持っていてよかった」と思っていただける会社を目指し、これからも挑戦を続けてまいりますので、引き続きご支援ご鞭撻のほど、何卒よろしくお願いいたします。



4. Topics (2024年～2025年7月)



2025 Premier Partner

- Google広告代理店の上位3%に付与される最上位ステータスに4年連続で認定される（2025年3月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2593099/00.pdf>
 - ✓ Premier Partnerは、Google広告における高度な専門性に加え、新規クライアントとの関係を構築し、クライアントの成長を支援する十分な能力を有していることが証明された各国内のGoogle Partners参加代理店の上位3%に授与される
 - ✓ Google Partnersプログラムには、Member、Partner、Premier Partnerの3つの参加ステータスがあり、最上位ステータスのPremier PartnerはGoogleとの関係をさらに深めるための特典と機会が提供される



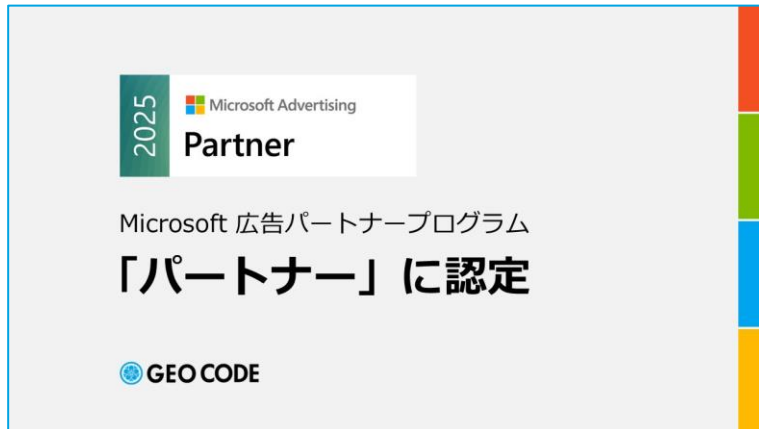
LINEヤフー Sales Partner

- LINEヤフーの新たなパートナー制度において「**Select**」、「**Ads Operation badge**」に認定される（2025年5月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2622348/00.pdf>
 - ✓ LINEヤフー Sales Partner（認定パートナー）とは、LINEヤフーが提供するサービスの導入や広告出稿の支援を行う豊富な実績があると認められたパートナーに付与される称号
 - ✓ Ads Operation badge（広告運用バッジ）とは、2025年度上半期にパートナー認定を受けたLINEヤフー Sales Partner約900社の中から、さらに優れた実績を持つ約21社だけに付与された栄誉ある称号（上位約2%のステータス）



LPO AWARD SECOND HALF OF 2024

- 「**SILVER**」を受賞する（2024年11月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2518566/00.pdf>
 - ✓ 「LPO AWARD」とは、ランディングページやWebサイトの改善を行う事業者の中で、優れた活動や実績を取り上げて表彰する国内初・国内唯一の顕彰制度
 - ✓ 定量的・定性的のいずれかの観点で成果が出ている「成果改善」と、独自性・再現性のいずれかの観点で市場を盛り上げられる「市場啓蒙」、この2つの視点から審議・評価され、受賞企業が選出される



Microsoft 広告パートナープログラム

- 「**パートナー**」に認定される（2025年3月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2582464/00.pdf>
 - ✓ Microsoft 広告パートナープログラムとは、優れた実績を持つパートナー企業を認定し、表彰するロイヤリティプログラム
 - ✓ 本認定を受けることで、専門的な技術のサポートやトレーニング、マーケティング、販売リソースの提供を受けることができ、新機能のベータ版のアクセスが可能になる



霞ヶ関キャピタル株式会社（東証プライム、証券コード：3498）

- ・ 月次レポート作成時間を約50%削減し業務効率の大幅改善を実現（2024年3月）

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2410966/00.pdf>

株式会社TWOSTONE & Sons（東証グロース、証券コード：7352）

- ・ 営業担当者の行動の可視化を実現、営業進捗の確認時間を約50%削減（2025年1月）

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2552241/00.pdf>

株式会社ブロードエンタープライズ（東証グロース、証券コード：4415）

- ・ 案件情報の社内共有、状況確認にかかる時間を削減し業務効率の大幅改善を実現、顧客対応の品質向上にも寄与（2024年5月）

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2429437/00.pdf>

株式会社プロディライト（東証グロース、証券コード：5580）

- ・ 顧客情報の一元管理を実現、業務引き継ぎ・情報把握にかかる時間を最大60%削減（2024年10月）

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2510970/00.pdf>



BOXIL SaaS AWARD Autumn 2024

- SFA(営業支援システム)部門で「**Good Service**」ほか4つのNo.1に選出（2024年9月）

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2498766/00.pdf>

- ✓ 「BOXIL SaaS AWARD（ボクシルサース アワード）」とは、SaaS比較サイト「BOXIL SaaS（ボクシルサース）」を運営するスマートキャンプが、優れたSaaSを審査、選考、表彰するイベント
- ✓ 「ネクストSFA」は「Good Service」のほか「料金の妥当性 No.1」、「初期設定の容易さ No.1」、「サポートの品質 No.1」、「営業担当の印象 No.1」の各カテゴリで最も高いポイントを獲得



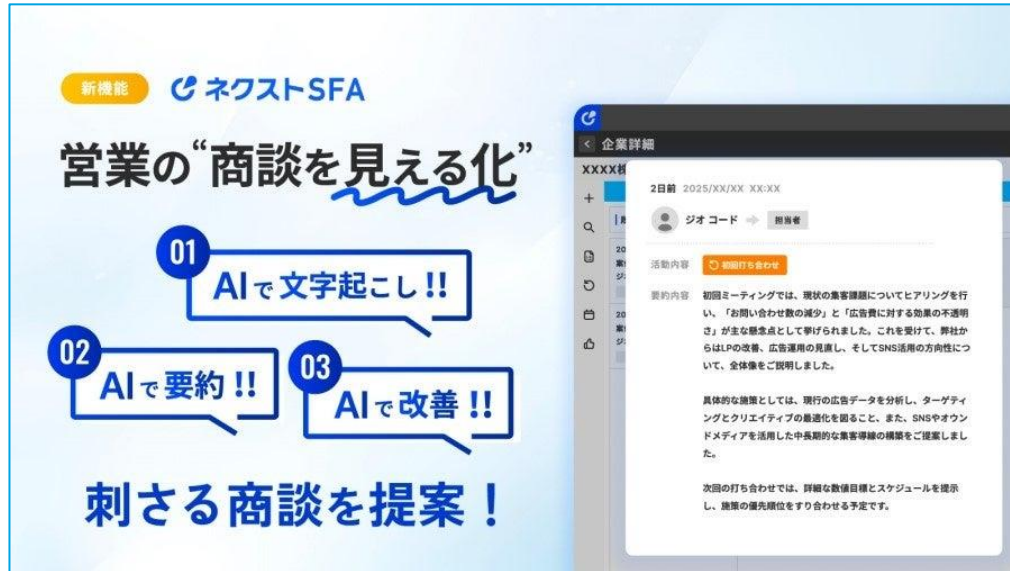
ITreview Grid Award 2025 Winter

- 最高位の「**Leader**」を受賞（2025年1月）

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2550551/00.pdf>

- ✓ ITreview Grid Awardとは、B2B向けIT製品/SaaSのレビュープラットフォーム「ITreview」で投稿されたレビューをもとに四半期に一度ユーザーに支持された製品を表彰するイベント

生成AI技術を活用したAI商談レポート機能



新機能  ネクストSFA

営業の“商談が見える化”

01 AIで文字起こし!!

02 AIで要約!!

03 AIで改善!!

刺さる商談を提案!

企業詳細

2日前 2025/XX/XX XX:XX

ジオコード

活動内容

初回ミーティングでは、現状の集客課題についてヒアリングを行い、「お問い合わせ数の減少」と「広告費に対する効果の不透明さ」が主な懸念点として挙げられました。これを受けて、弊社からはLPの改善、広告運用の見直し、そしてSNS活用の方針について、全体像をご説明しました。

具体的な施策としては、現行の広告データを分析し、ターゲットとクリエイティブの最適化を図ること、また、SNSやオンラインメディアを活用した中長期的な集客戦略の構築をご提案しました。

次回の打ち合わせでは、詳細な数値目標とスケジュールを提示し、施策の優先順位をすり合わせる予定です。

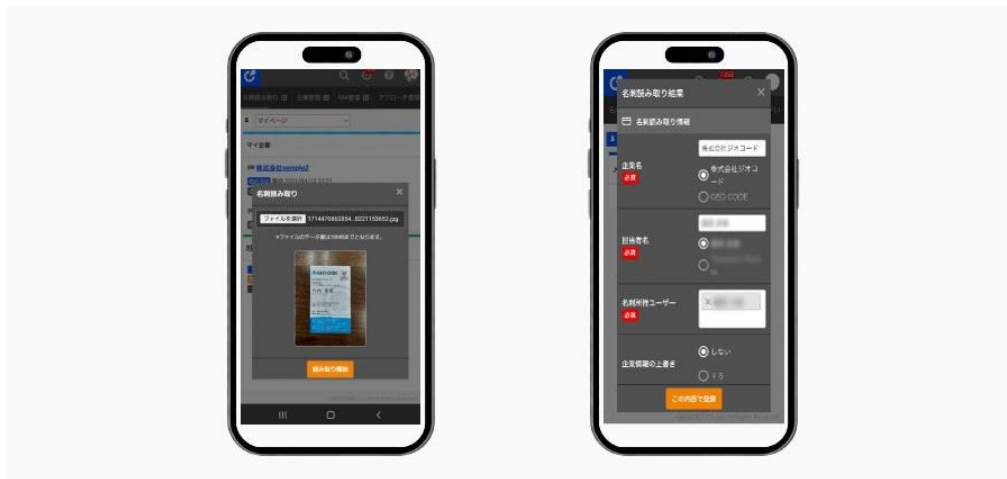
- 「ネクスト SFA」の新機能として生成AI技術 を活用した「AI商談レポート機能」をリリース（2025年 6 月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2590485/00.pdf>
- Google MeetやZoom等の主要なWeb会議サービスで記録された商談動画ファイルを「ネクストSFA」にアップロードするだけで、①AIによる高精度な文字起こし、②AIによる要約、③SFA(顧客管理ツール)との連携が自動で実行される
- 本機能導入により、①議事録作成時間の削減、②記録漏れの防止・精度の向上、③情報共有の効率化、④過去の商談内容の有効活用等が期待できる

生成AI技術を活用したAI活動レポート機能



- 「ネクスト SFA」の新機能として生成AI技術 を活用した「AI活動レポート機能」をリリース（2025年 7 月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2650687/00.pdf>
- 「ネクストSFA」内に蓄積された顧客情報や商談履歴などの膨大なデータをAIが高度に解析することで、①顧客との対応履歴を要約、②営業活動や商談内容の解析、③追客状況の解析、④受注・失注要因の解析といった洞察を提供
- 本機能導入により、①営業力の底上げ、②営業担当者の追客状況の把握と改善、③チーム全体の営業プロセスにおけるボトルネックの見える化等が期待できる

AIを活用した「名刺管理機能」



- 「ネクスト SFA」の新機能として生成AI技術を活用した「**名刺管理機能**」をリリース（2024年6月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2454339/00.pdf>
- 名刺の写真やスクリーンショット等の画像をネクストSFAにアップロードすると、AIが文字データを認識して、社名、部署名、役職、氏名、電話番号、メールアドレスなどの企業情報を自動で登録
- データ入力時間の削減、顧客情報の精度向上、顧客情報の共有・分析の迅速化が期待できる



WordPress セキュリティプラン



- Webサイト制作サービスの一環として、WordPress向けの包括的セキュリティサービス「**WordPress セキュリティプラン**」の提供を開始（2024年10月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2511553/00.pdf>
- 増加するサイバー攻撃に対応し、法人企業業で広く導入されているWebコンテンツ作成ツール「WordPress」に特化したセキュリティサービス
- 企業の働き方改革やテレワークの普及により、問い合わせはWebのみというサービスが多い中、本サービスでは当社Webエンジニアへ電話で直接問い合わせが可能
- 特定非営利活動法人日本ネットワークセキュリティ協会に加盟（2024年11月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2519170/00.pdf>



特定非営利活動法人
日本ネットワーク
セキュリティ協会

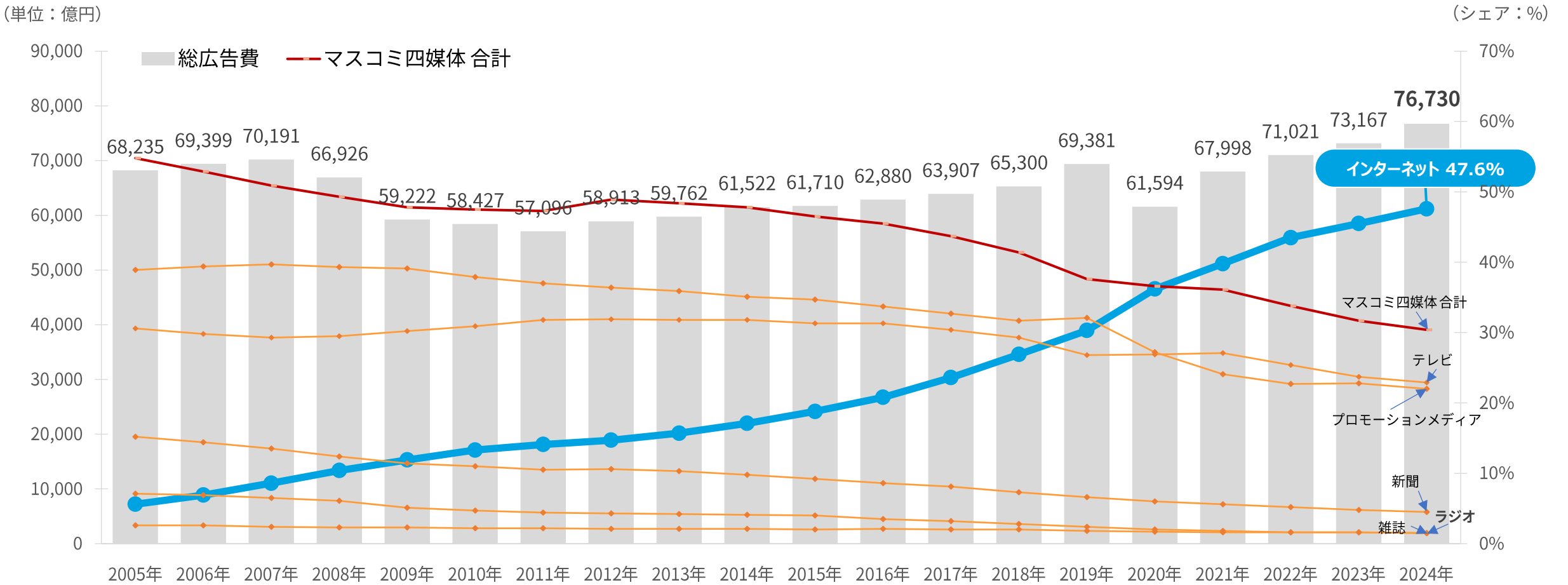
ネクスト セキュリティ プラグイン



- WebサイトのAIセキュリティ診断ツール「ネクスト セキュリティ プラグイン」の無料提供を開始（2025年6月）
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2639790/00.pdf>
- WordPressで作成されたWebサイトの潜在的な脆弱性要素を自動的に抽出し、それらを総合的なリスクレベルとして5段階で評価
- 本サービス活用で、Webサイトのセキュリティリスクを検知できるようになり、「WordPress セキュリティプラン」併用で、検知されたリスクに対する具体的な対策を専門的かつ包括的にサポート

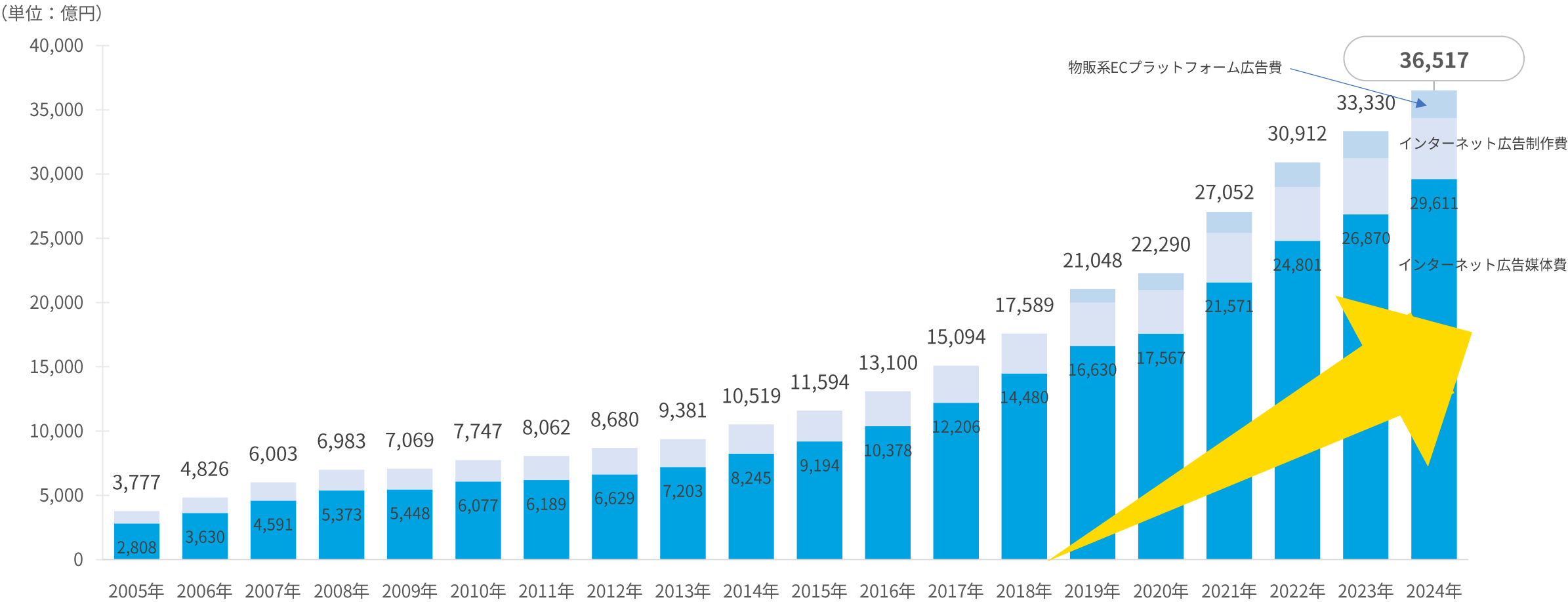
5. Appendix

2024年の広告費の国内市場規模は 7 兆6,730億円（前年比104.9%）
このうち インターネット広告費は47.6%と 5 割に迫る規模に拡大



出所：「2024年 日本の広告費」株式会社電通

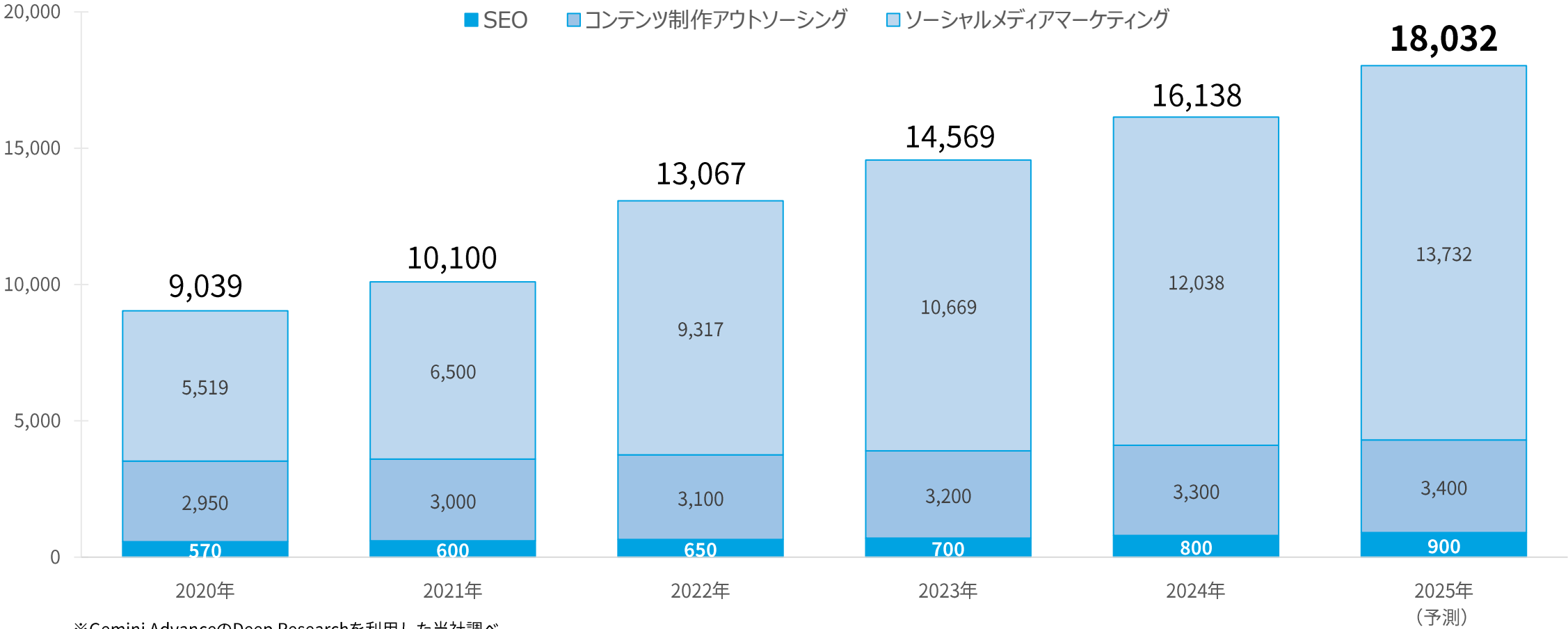
2024年のインターネット広告費の国内市場規模は 3 兆6,517億円（前年比109.6%）
社会のデジタル化を背景に市場の拡大が継続



出所：「2024年 日本の広告費」株式会社電通

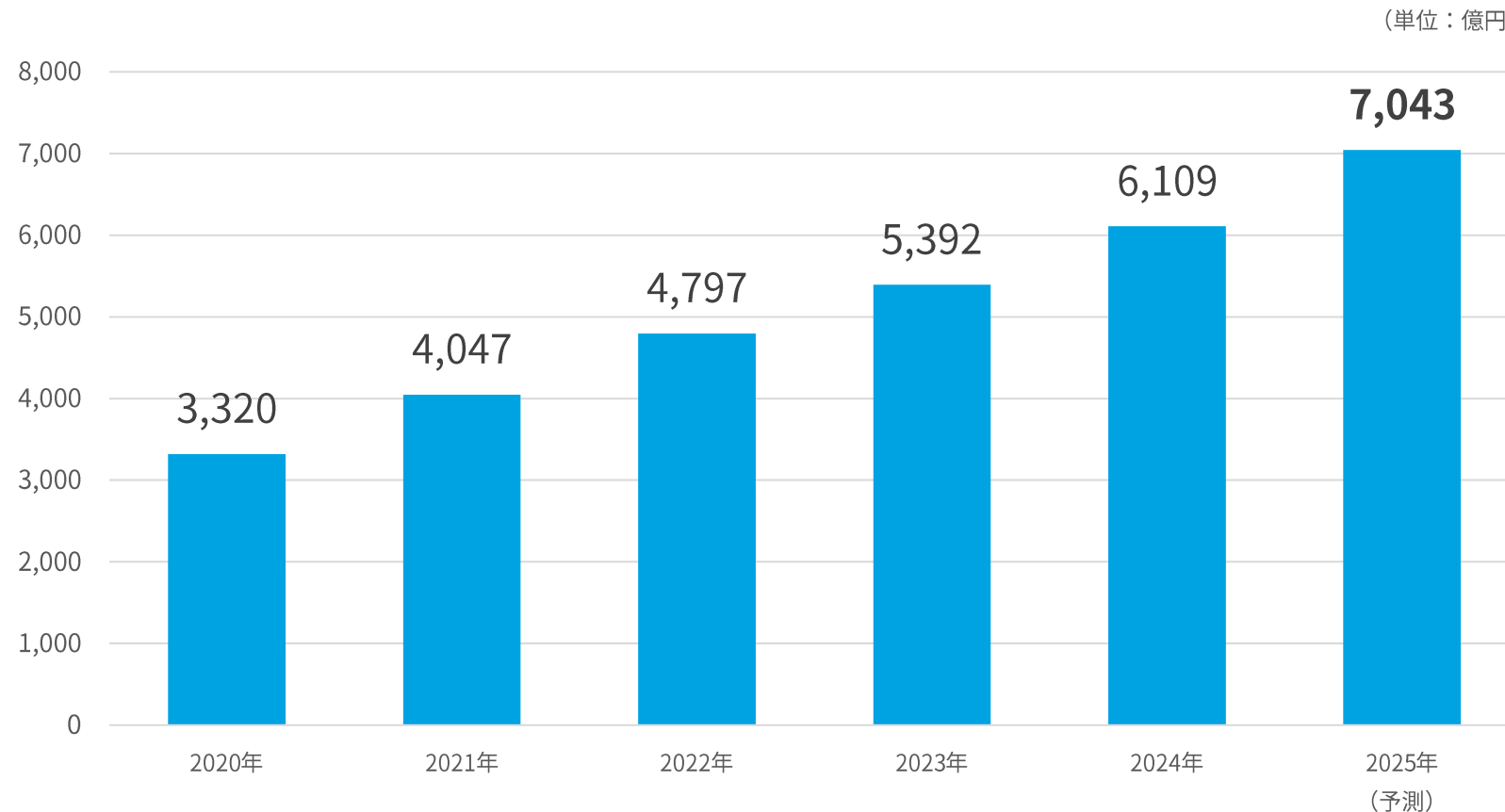
オーガニックマーケティング市場は動画コンテンツの需要増加や生成AIの活用、個別最適化されたコンテンツの普及により、さらなる市場成長を見込む

(単位：億円)



※Gemini AdvanceのDeep Researchを利用した当社調べ

SFAを含む国内CRM市場は、年平均成長率+15.3%で成長し、2025年度には7,000億円を超え、2028年度には1兆円規模まで達すると予測される



出所：デロイト トーマツ ミック経済研究所「マーテック市場の現状と展望 2024年度版 クラウド型CRM市場編」

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。

本資料に記載されている見通し、予想数値等の将来に関する事項は、発表日現在において当社が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、あらかじめご承知おきください。

