



2024年12月期 通期決算 及び 中期経営計画説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

株式会社エフ・コード | 東証グロース9211

2025.2.14



目次

- 01 2024年12月期 通期業績実績
- 02 2025年12月期 通期業績予想
- 03 事業概要・ビジネスモデル
- 04 M&A投資
- 05 中期経営計画
- 06 質問回答・リスクと対応方針



— 通期業績ハイライト | 2024年12月期 通期 決算サマリー

売上収益 51.3億円（前期比約2.1倍） / 営業利益 14.1億円（同約2.2倍）に増加
過去最高を達成し、売上・利益ともに**継続的な高成長**を実現
将来に向け、2024年12月期下期に事業・人材・AIに投資を実行済

単位：百万円

	2023年12月期 通期実績	2024年12月期 通期業績予想	2024年12月期 通期実績 ※1	前期比	業績予想比
売上収益	2,482	4,633	5,130	207%	111%
営業利益	644	1,350	1,432	222%	106%
税引前利益	604	1,274	1,322	219%	104%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	479	775	905	189%	117%

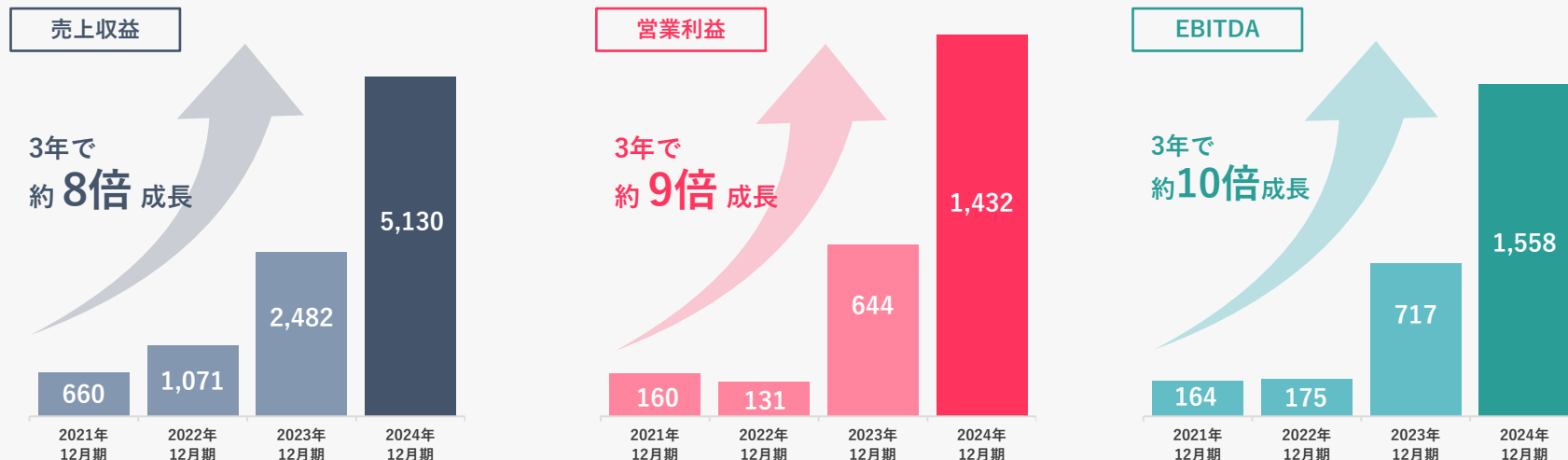
※1：2025年2月13日に業績予想の上方修正を行っておりますが、通期実績と同額のため、2024年2月14日に開示した期初の業績予想との比較を行っております。

通期業績 | 売上収益、営業利益及びEBITDAの推移

上場後3年間で約**8倍**の売上成長・約**9倍**の営業利益成長・約**10倍**のEBITDA成長

売上収益、営業利益及びEBITDA推移

(単位：百万円)



※1 2023年12月期第1四半期及び第3四半期並びに2024年12月期第1四半期において企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2022年12月期及び2023年12月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

※2 2021年12月期に係る各数値については日本基準の数値を記載しております。



通期業績 | 事業領域別

今回より事業領域ごとに業績を開示

Marketing領域の事業利益が約**1.5倍**、AI・Technology領域の事業利益が約**5倍**成長

単位：百万円

	2023年度 実績	構成比	2024年度 実績	構成比	前期比
売上収益	2,482	100.0%	5,130	100.0%	206.7%
Marketing領域	2,139	86.2%	3,951	77.0%	184.5%
AI・Technology領域	342	13.8%	1,179	23.0%	344.1%
事業利益 ※1	974	100.0%	1,836	100.0%	188.4%
Marketing領域	892	91.6%	1,403	76.4%	157.2%
AI・Technology領域	81	8.3%	433	23.6%	529.2%
共通費用 ※2	▲330	--	▲403	--	122.2%

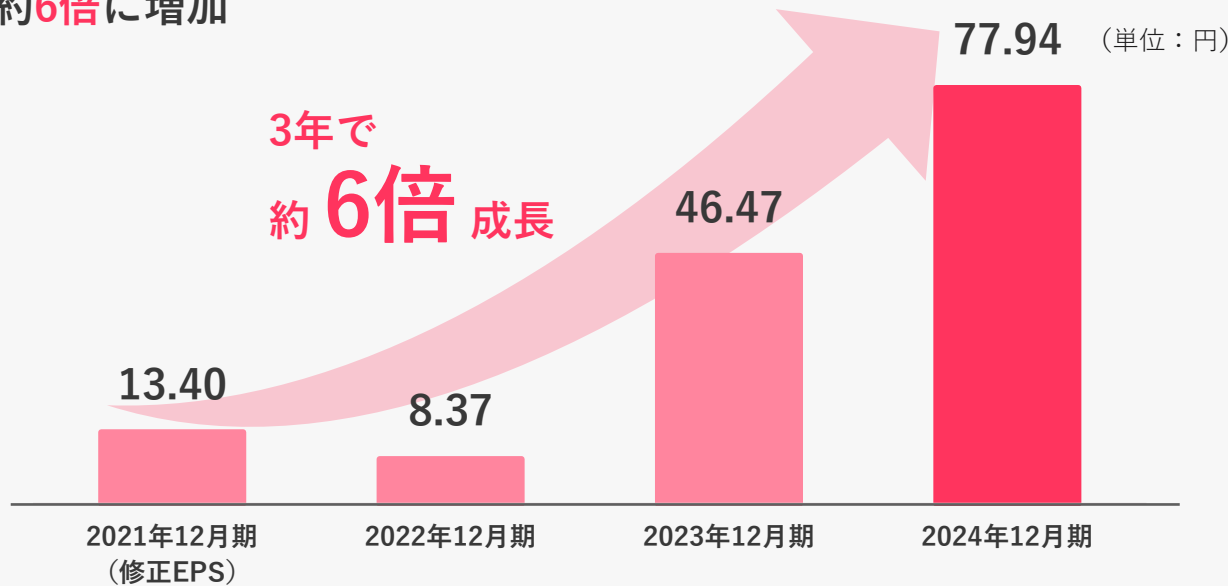
※1 各領域の売上収益から各領域の原価及び販管費を控除した利益

※2 各領域に共通してかかる費用に該当



通期業績 | EPS推移

EPSは上場後3年間で約6倍に増加



親会社の所有者に 帰属する当期利益(億円)	1.5	0.69	4.8	9.0
株式数(千株)	7,755	8,287	10,322	11,620

※ 2021年12月期については、過去の繰越欠損金等による一時差異等の当期利益への影響が大きいため、税前利益に税率を乗じた修正当期利益、当該修正利益を期中平均株式数で除した修正EPSを利用しております
 ※ 2023年12月期第1四半期及び2023年12月期第3四半期並びに2024年12月期第1四半期において企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2022年12月期及び2023年12月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。
 ※ 2021年12月期及び2022年12月期に係るEPSについては日本基準の数値を記載しております。
 ※ 2024年12月期に係るEPSについては通期業績予想の親会社の所有者に帰属する当期利益の金額を想定期中平均株数(公募増資影響反映後)で除して算出しております。
 ※ 各年の株式数は2024年4月1日を効力発生日とする1株につき2株の割合の株式分割を遡及的に反映させた前提で計算・記載しております。



IR関連ご案内 | LINE公式アカウント運用開始

Youtube、Facebook、Xでの情報発信に加え

2025年2月よりLINE公式アカウントによるIRニュースの情報発信を開始

IR公式LINEアカウント **New!!**



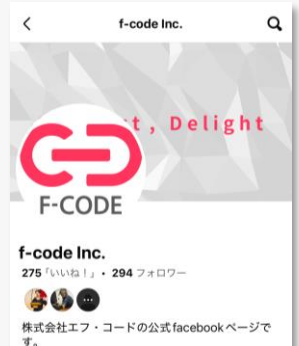
IR公式Youtubeアカウント



IR公式 Xアカウント



IR公式 Facebookページ





目次

- 01 2024年12月期 通期業績実績
- 02 2025年12月期 通期業績予想
- 03 事業概要・ビジネスモデル
- 04 M&A投資
- 05 中期経営計画
- 06 質問回答・リスクと対応方針



— 2025年12月期 通期業績予想

エフ・コード及びグループ各社の事業成長を見込み

売上収益100.0億円（約2倍）、営業利益22.0億円（約1.5倍）を想定

※2025/2/15以降、開示・実行するM&Aは勘案していない業績予想となっております

単位：百万円

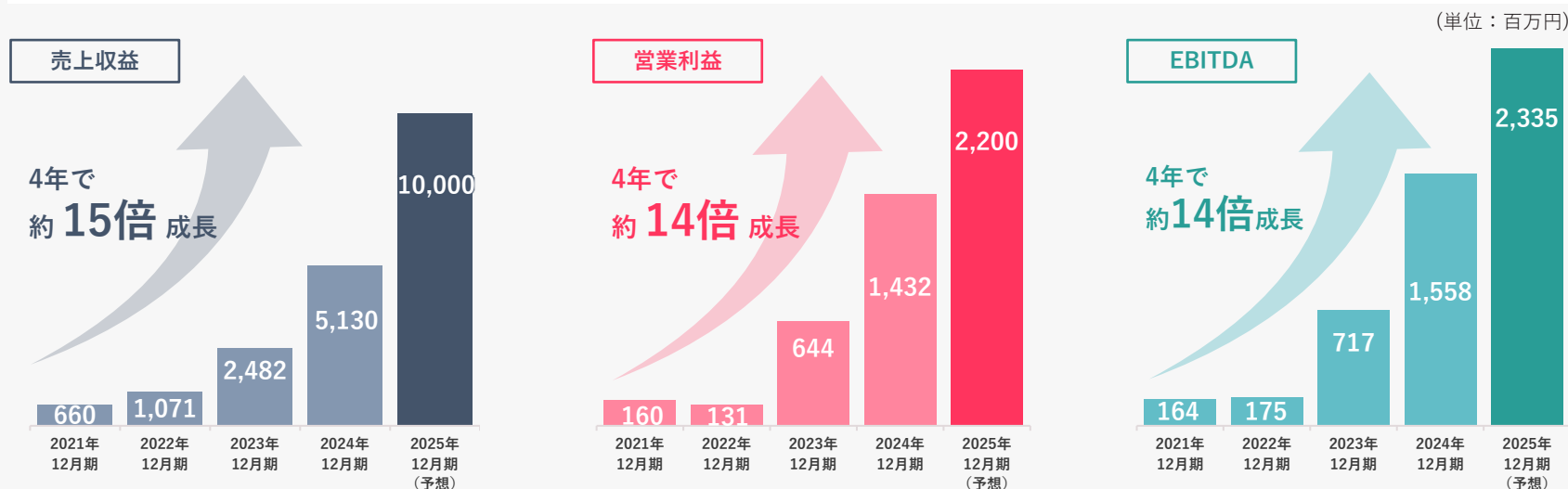
	2024年12月期 通期実績	2025年12月期 通期業績予想	前期比
売上収益	5,130	10,000	194.9%
営業利益	1,432	2,200	153.6%
税引前利益	1,322	2,033	153.7%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	905	1,285	141.9%

— 2025年12月期 通期業績予想 | 売上収益、営業利益及びEBITDAの推移



上場後4年間で約**15倍**の売上成長・約**14倍**の営業利益成長・約**14倍**のEBITDA成長を見込む

売上収益、営業利益及びEBITDA推移



※1 2023年12月期第1四半期及び第3四半期並びに2024年12月期第1四半期において企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2022年12月期及び2023年12月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

※2 2021年12月期に係る各数値については日本基準の数値を記載しております。





2025年12月期 通期業績予想 | 事業領域別

Marketing領域、AI・Technology領域それぞれ引き続き伸長の想定

Marketing領域の事業利益が約**1.5倍**、AI・Technology領域の事業利益が約**1.7倍**成長

単位：百万円

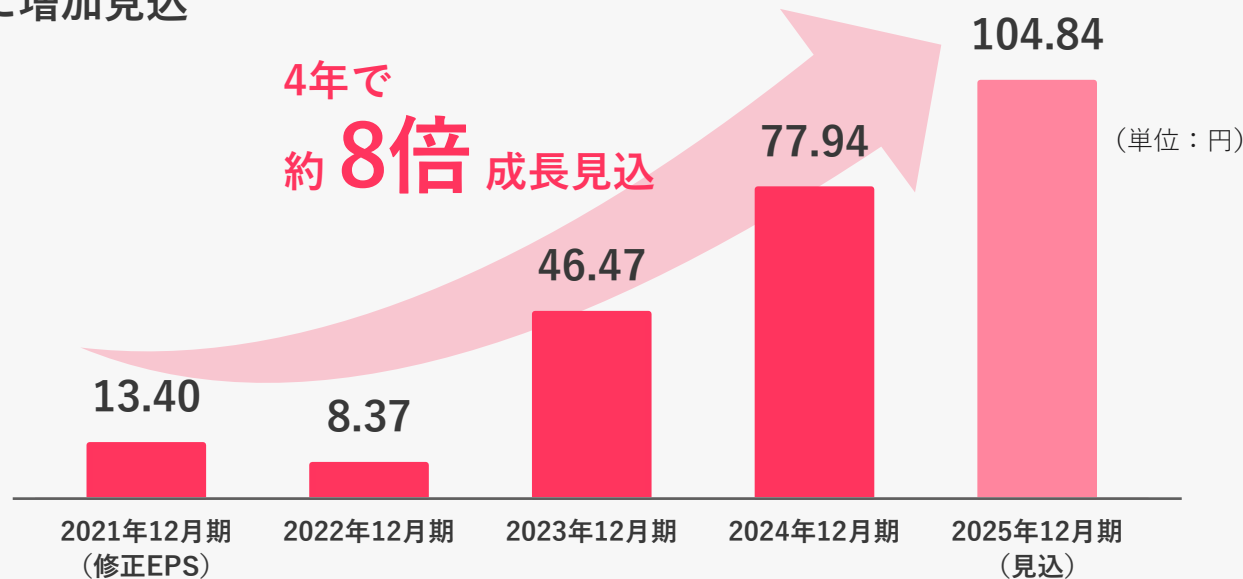
	2024年度 実績	構成比	2025年度 予想	構成比	前期比
売上収益	5,130	100.0%	10,000	100.0%	194.5%
Marketing領域	3,951	77.0%	5,502	55.0%	139.2%
AI・Technology領域	1,179	23.0%	4,497	45.0%	381.3%
事業利益 ※1	1,836	100.0%	2,763	100.0%	150.5%
Marketing領域	1,403	76.4%	2,041	73.8%	145.5% 
AI・Technology領域	433	23.6%	722	26.1%	166.7% 
共通費用 ※2	▲403	--	▲563	--	139.7%

※1 各領域の売上収益から各領域の原価及び販管費を控除した利益

※2 各領域に共通してかかる費用に該当

— 通期業績予想 | EPS推移見込

上場後4年間で約8倍に増加見込



	2021年12月期 (修正EPS)	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期 (見込)
親会社の所有者に 帰属する当期利益(億円)	1.5	0.69	4.8	9.0	12.8
株式数(千株)	7,755	8,287	10,322	11,620	12,260

- ※ 2021年12月期については、過去の繰越欠損金等による一時差異等の当期利益への影響が大きいため、税前利益に税率を乗じた修正当期利益、当該修正利益を期中平均株式数で除した修正EPSを利用しております
- ※ 2023年12月期第1四半期及び2023年12月期第3四半期並びに2024年12月期第1四半期において企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2022年12月期及び2023年12月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。
- ※ 2021年12月期及び2022年12月期に係るEPSについては日本基準の数値を記載しております。
- ※ 2024年12月期に係るEPSについては通期業績予想の親会社の所有者に帰属する当期利益の金額を想定期中平均株数(公募増資影響反映後)で除して算出しております。
- ※ 各年の株式数は2024年4月1日を効力発生日とする1株につき2株の割合の株式分割を遡及的に反映させた前提で計算・記載しております。



— 目次

- 01 2024年12月期 通期業績実績
- 02 2025年12月期 通期業績予想
- 03 事業概要・ビジネスモデル
- 04 M&A投資
- 05 中期経営計画
- 06 質問回答・リスクと対応方針



会社概要

社名 株式会社エフ・コード [英語名：f-code Inc.]

代表名 代表取締役社長 工藤 勉

設立年月 2006年3月15日

本社所在地 東京都新宿区神楽坂一丁目1番地 神楽坂外堀通りビル 2F

資本金 27,910千円 (2024年12月末)

連結総資産 21,864,130千円 (2024年12月末)

役員構成

代表取締役社長	工藤 勉	取締役(社外・監査等委員)	今村元太
取締役	荒井裕希	取締役(社外・監査等委員)	雨宮 玲於奈
取締役	山崎晋一	取締役(社外・監査等委員)	加藤 扶美子
取締役	平井隆仁		



グループ全体



役員・従業員



創業





— ミッション

マーケティングテクノロジーで 世界を豊かに

進化し続けるデジタルテクノロジーとマーケティングノウハウ

デジタル時代では、経営の根幹でのデジタル技術活用が企業の盛衰を分けます

それにも関わらず、未だ多くの企業ではDXの推進度合には差が見られその差が企業間の競争力に大きな影響を与えています

我々エフ・コードは、企業の業種や地域を問わず、最先端のデジタルテクノロジーを駆使し、マーケティング革新に寄与することで、日本そして世界の企業においてDXを推進し、ミッションを実現して参ります

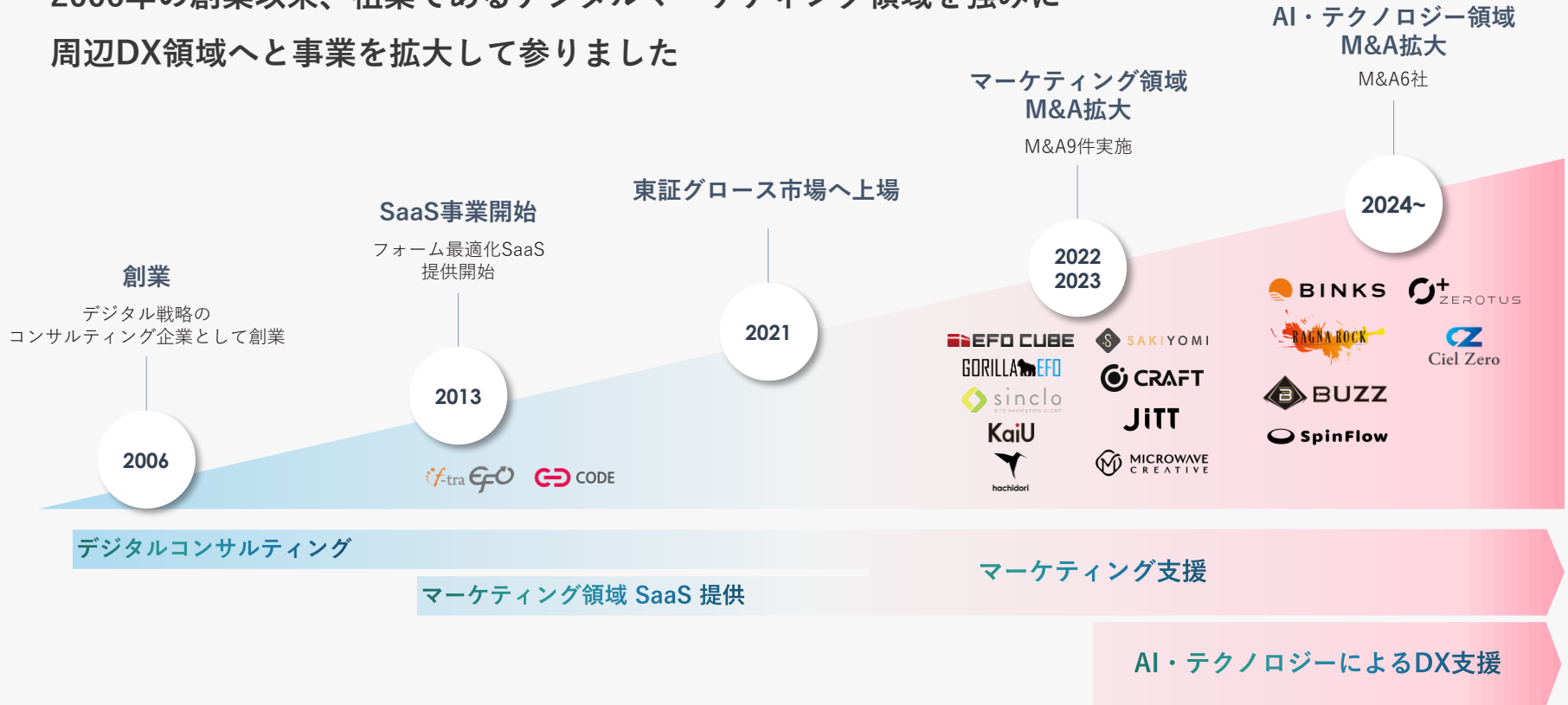


Connect, Delight



沿革

2006年の創業以来、祖業であるデジタルマーケティング領域を強みに
周辺DX領域へと事業を拡大して参りました



— 経営メンバー（常勤取締役）



代表取締役社長
工藤 勉

東京大学在学中に経営コンサルティング会社に参画。
ベンチャー企業支援や大企業向けプロジェクトを経て、自動車学校のポータルサイト運営会社に役員として参画。2006年、株式会社エフ・コード創業。



取締役 事業本部長
荒井 裕希

大学在学中に経営コンサルティング会社に参画。セールス・マーケティング領域を中心に担当。創業期からの事業立ち上げを経験。2007年、株式会社エフ・コードに参画、現職就任。



取締役 経営企画室長
平井 隆仁

日本政策金融公庫入庫。創業ファイナンスへ従事した後、スタートアップの事業責任者を経て博報堂 DY デジタルへ。大手EC等のマーケティングを統括。2020年エフ・コードへ参画、2021年現職就任。



取締役 経営管理本部長
山崎 晋一

株式会社リクルートスタッフィング総務人事部長、エン・ジャパン株式会社取締役管理本部長、スリープグループ株式会社取締役常務執行役員等を歴任。2018年当社入社、2021年取締役就任。

監査等委員



社外取締役
今村 元太

公認会計士・税理士

2006年 株式会社春木家総本店取締役就任。
2010年 有限責任監査法人トーマツ入所。2017年 当社常勤監査役就任。2018年 今村元太公認会計士・税理士事務所開設。2022年 株式会社情報戦略テクノロジー 監査役就任（2024年 東証グロース市場上場）
2024年 現職就任
2025年 コンパスみらい税理士法人 社員就任



社外取締役
雨宮 玲於奈

光通信を経て、リクルートグループに入社、グループ内で代表取締役や執行役員を歴任。2014年株式会社アイ・アム&インターワークス（現：株式会社インターワークス）代表取締役社長に就任、在任中に上場。退任後、株式会社スマートエージェンシーを設立。2018年当社監査役就任、2024年現職就任



社外取締役
加藤 扶美子

公認会計士・税理士

2011年三優監査法人入所。2013年有限責任監査法人トーマツ入所。2017年東京建物株式会社入社。2020年EY新日本有限責任監査法人入所。2023年株式会社KATOコンサルティング設立同代表取締役、加藤扶美子公認会計士事務所開設同所長、加藤扶美子税理士事務所開設同所長（現任）
2024年現職就任

— 多数の幹部人材

多数のファイナンス・マーケティング領域のプロフェッショナルにより
コーポレートアクション及びマーケティング支援を可能に

PE/コンサル/M&A仲介出身



執行役員 アライアンス推進部長
門脇 琢馬



アライアンス推進マネージャー
縦山 晴也

大手マーケティング会社出身



取締役 経営企画室長
平井 隆仁



営業責任者
豊福 康友

監査法人出身



執行役員 CFO
衣笠 慎吾



社外取締役・監査等委員
今村 元太



社外取締役・監査等委員
加藤 扶美子



マーケティング部門責任者
佐野 瑞生



DX部門責任者
中村 瞭



当社事業領域

当社グループは、Marketing領域とAI・Technology領域の事業を展開しクライアントのデジタル改革を支援

Marketing

増え続けるデジタル接点を網羅し、企業のマーケティングの成果最大化を支援いたします

マーケティングSaaS

AIマーケティング

データアナリティクス

LTVマーケティング

SNSマーケティング

マーケター教育

マーケターマッチング

D2C支援



AI・Technology

企業のDX化・高度デジタル化に向けて、AI・テクノロジー領域で質の高いサービスを提供してまいります

生成AIエンジニアリング

システム・アプリ開発

AIリスティング

プロダクト企画・開発

システムエンジニアリングサービス

インフラ構築

サイト制作

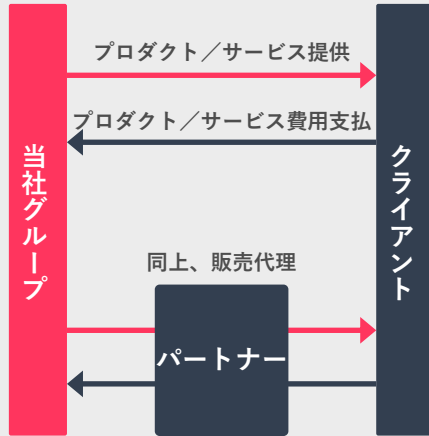
CMS導入



事業カテゴリ・売上比率

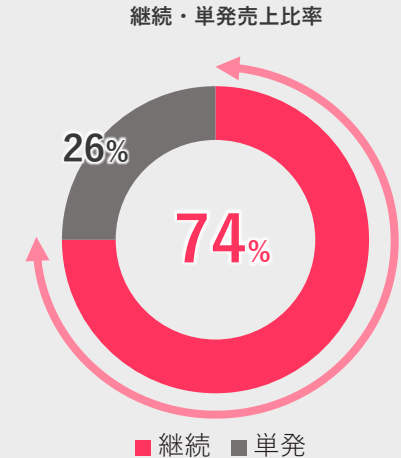
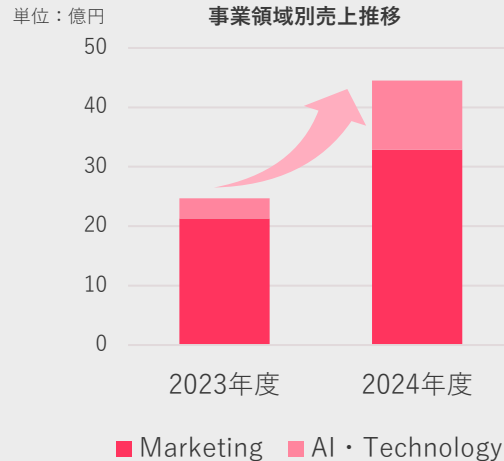
主に企業様向けに継続型サービスを提供。2つの事業領域ともに売上伸長し、継続型売上が大半を占める

事業カテゴリ・提供サービス



直接販売・間接販売（パートナーによる販売代理）の両方にて提供

売上比率（事業領域別、継続※1/単発）



祖業のMarketing領域が売上の大半を占め、伸び率はAI・Technology領域が高い

経営の安定性・収益性を高めるため継続売上が重視し各事業を推進

※1 過去1年のうち合計6ヶ月以上売上が発生している顧客及び6ヶ月以上の契約期間で売上取引の契約を交わしている顧客を継続取引顧客と定義し、当該顧客への売上を継続型売上で定義する。

サービス

クライアントのマーケティング活動やDX化に寄与する各種サービスを展開

事業・サービスカテゴリ		サービス内容	
Marketing 領域	マーケティング	SNSマーケティング SNSマーケター育成 デジタルマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> InstagramやTiktok,Facebook,X等のSNSアカウント構築と運用,Google,Yahoo,Meta等のウェブ広告運用やSEO (検索エンジン対策) SNSでの運用スキル獲得のためのスクール運営
	データサイエンス	LTV改善施策運用 データ基盤構築	<ul style="list-style-type: none"> pLTV※1を算出し,LTV改善施策を運用 (マーケティングやセールス、マーチャンダイジング等の各種領域) pLTV算出のためのデータ解析基盤を構築
	プロダクト	プロダクト提供 チャットボット,UX改善 LINEソリューション等	<ul style="list-style-type: none"> HPをより使いやすくするSaaS(ツール)の提供、運用支援 (チャットボット,LINE活用,フォーム改善,Web接客等のツール群)
AI Technology 領域	エンジニアリング	システム・プロダクト開発 生成AI活用支援・教育研修	<ul style="list-style-type: none"> クライアントのDX、事業やプロダクトの開発をエンジニアリングによって支援 生成AIを活用したクライアント業務のDX化及び業務効率改善、生成AIの教育支援
	クリエイティブ	Web,システム導入	<ul style="list-style-type: none"> 大手から中小企業,店舗向けWebサイト構築,クリエイティブ制作,CMS※2等のシステム導入
		運用保守	<ul style="list-style-type: none"> 構築したWebサイトの運用保守(インフラ,アプリ),更新管理,クリエイティブ改善

※1 pLTV：予想顧客生涯価値の略。Predicted：予測された、LTV：Life Time Value、顧客生涯価値

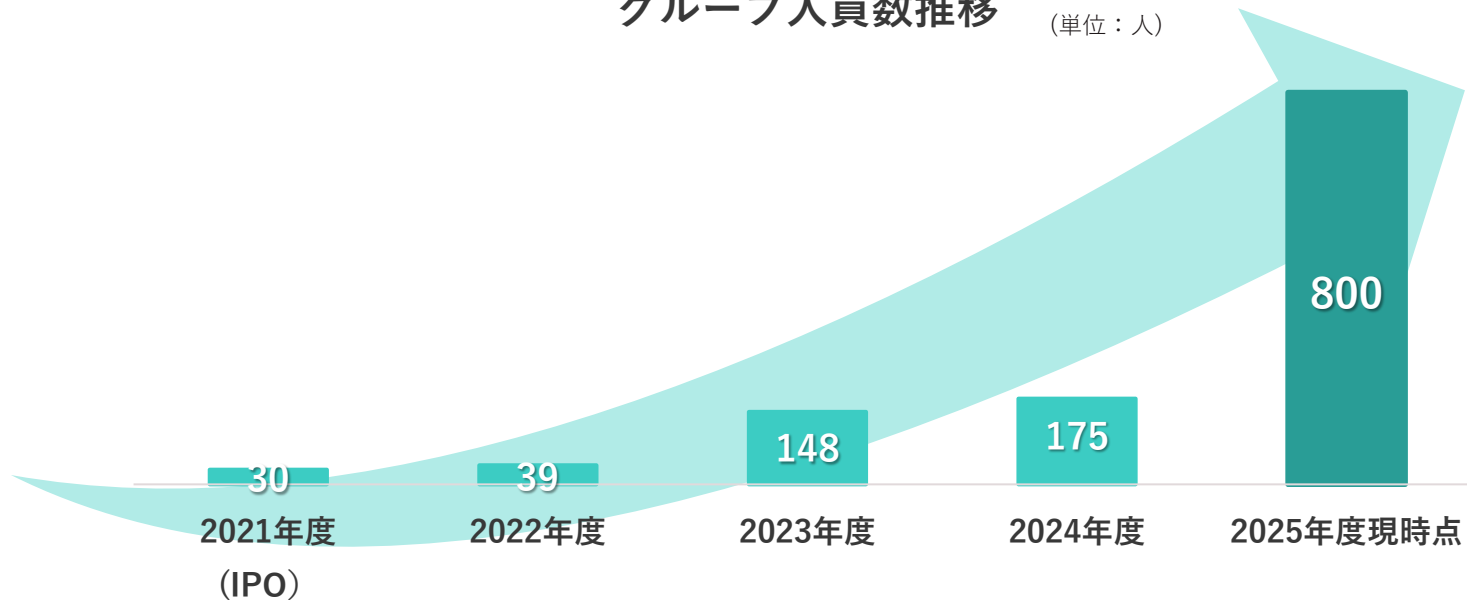
※2 CMS：Contents Management Systemの略。HP更新を簡易化するシステム。



エフ・コードグループ DX人材推移

M&A、人材採用活動を通じてDX人材が順調に増加。今後も組織拡大に努める

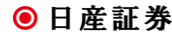
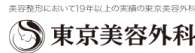
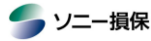
グループ人員数推移 (単位：人)





— お客様 ※一部抜粋

継続取引で2,000社様以上の多様な業種のクライアントをご支援



AI関連の新サービスリリース

AI領域での研究開発を継続し、サービスやプロダクトの開発を進める方針

ラグナロク社



証明写真 + <https://idpict.com/>

○AIで簡単！スマホで証明写真作成

AIにより、スマートフォンで簡単に証明写真が作成できます。スーツ着用の必要がなく、いつでもどこでも利用可能です。



○低価格でお得

1回500円で12枚の証明写真を生成でき、一般的な証明写真機と比較してお得です（一般的な証明写真機は1,000円程度）。

○多様なスタイルとカスタマイズ

背景色や服装、目や髪の色などのカスタマイズが可能で、ニーズに合わせた証明写真の作成が行えます。

○シンプルな操作で即利用可能

ログイン・会員登録後、画像をアップロードし、好みの設定を行うだけで利用可能！アップロードされた画像は生成後に自動削除されるため、プライバシーも安心！

— AI関連の新サービスリリース

AI領域での研究開発を継続し、サービスやプロダクトの開発を進める方針

SAKIYOMI社

SAKIYOMI投稿作成AI (AIによるSNS投稿内容生成ツール)

AIで『伸びる投稿』をサクッと作れるInstagram投稿用テキスト生成サービス「SAKIYOMI 投稿作成AI」を提供開始、運用担当者の負担軽減に貢献

78%の時間を削減し、SAKIYOMIメソッドが讀まれた投稿テキストをサクッと生成。Instagram運用専用のライティングツールです

株式会社SAKIYOMI 2024年2月13日 16時00分

Instagramマーケティング支援を行う株式会社SAKIYOMI（本社：大田区北沢、代表取締役 石川 伸博）は、GPT-4を活用したInstagramの投稿用テキスト生成ツール「SAKIYOMI 投稿作成AI」のサービス提供を2024年2月14日（木）より開始することをお知らせいたします。Instagram運用担当者の負担とされているフィード投稿画像のテキスト原案作成時間を平均120分短縮し、負担を軽減します。

原色の似いや投稿の傾向を取り入れた提案学習を行い、さらに、累計400万フォロワーを超えるアカウント運用で培った「SAKIYOMIメソッド」を組み込んでいるため、運用担当者のSNSマーケティングの知識やレベルを問わず、伸びる投稿を作成することが可能です。

「SAKIYOMI AI 公式LINE」より詳細をご確認ください <https://ln.es/av6C7Zl>

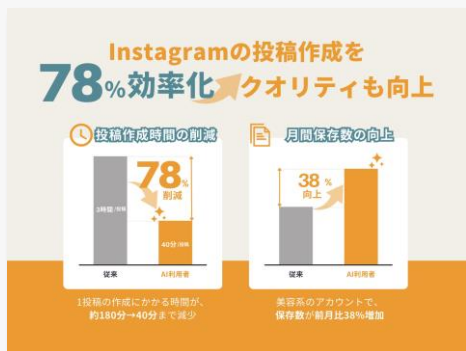
作成時間を平均**78%**削減、大きな時間短縮に

リサーチや企画、ライティングといった作業を「SAKIYOMI 投稿作成AI」が行い、Instagram運用担当者は運用の本質的な部分に注力することができるようになります。

自分で作るよりも「**伸びる投稿**」になりやすい

Instagramの運用スキルや経験がなくても、Instagram内で「伸びる投稿」を手軽に作成することが可能です。

- (1) SAKIYOMIの運用メソッドを反映
- (2) 各種ジャンルにおける伸びた投稿の競合データを学習済み
- (3) アカウントのジャンルごとに、文体や文章量を最適化





ソリューション導入、業務提携例

今後もソリューション導入や改善の実績を作り、機会創出につなげる

株式会社グッピーズ様

Web接客

WEB接客及び離脱防止ツール「KaIU」、医療・介護・福祉の求人サイト「グッピー求人」および医療・歯科・介護の学生向け就職サイト「グッピー新卒」へ導入

株式会社エフ・コード 2024年12月25日 11時00分

当社のWEB接客及び離脱防止ツール「KaIU」は、医療・介護・福祉の求人サイト「グッピー求人」(<https://www.guppy.jp/>) および医療・歯科・介護の学生向け就職サイト「グッピー新卒」(<https://job.guppy.jp/>)へ導入したことをお知らせいたします。



■導入の背景
Webサイトの離断率低下やサイト回帰率向上のため、サイト上の離断防止、適切なタイミングでの復旧促進を目的に、WEB接客及び離脱防止ツール「KaIU」をご提案致しました。

■「KaIU」について
WebサイトのCVRやROの向上が見込めるツールです。「KaIU」を導入したWebサイトでは、来訪者の訪問履歴や検索履歴・ページ滞在履歴や行動履歴をもとにユーザーごとにWebサイト内の体験を最適化することが可能です。当社は「KaIU」の提供と運用の支援も行っており、企業のマーケティングの工数削減やROI向上にお役立ちできます。
「KaIU」サービスサイト：<https://kaui.jp/>

■会社概要
会社名：株式会社エフ・コード
所在地：〒162-0825 東京都新宿区神楽坂一丁目1番地 神楽坂外苑ビル2階
代表者：代表取締役社長 工藤 勉
設立：2006年3月
事業内容：
1. 「CODE Marketing Cloud」等のCVR向上SaaSの提供
2. DDM戦略設計・実行支援、デジタルマーケティング支援
資本金：1,241,049円 (2024年9月末)
社員数：76名 (2024年9月末)

株式会社アイアットOEC様

Web接客

クラウド型業務支援やITソリューションを提供する株式会社アイアットOEC、WEB接客及び離脱防止ツール「CODE Marketing Cloud」を導入

株式会社エフ・コード 2024年10月22日 10時00分

当社は、「@pocket」を運営する株式会社アイアットOEC（本社：岡山県北區、代表取締役：藤田 敦夫、以下「アイアットOEC」）が、「CODE Marketing Cloud」を「@pocket」(<https://at-pocket.com/>)へ導入したことをお知らせします。



■導入の背景
当社はメーカーとしてサービスを提供する一環として、セミナーの請求とCVRの向上、サイト内のガイドの役割を担うことを目的に、「CODE Marketing Cloud」の導入に至りました。

■「CODE Marketing Cloud」について
WebサイトのCVRやROIの向上が見込めるツールです。「CODE Marketing Cloud」を導入したWebサイトでは、来訪者の訪問履歴やページ滞在履歴や行動履歴をもとにユーザーごとにWebサイト内の体験を最適化することが可能です。当社は「CODE Marketing Cloud」の提供と運用の支援も行っており、企業のマーケティングの工数削減やROI向上にお役立ちできます。
「CODE Marketing Cloud」サービスサイト：<https://codemarketing.cloud/>

■アイアットOECについて
会社名：株式会社アイアットOEC
代表者：代表取締役社長 藤田 敦夫
所在地：〒700-0822 岡山県北區東三丁目11番50号 ハレミライフ日新6階7号
設立：2004年9月
事業内容：クラウドサービス「WeWaシリーズ」「@pocket」の開発、システム構築やデジタル集客機の販売等
資本金：5,000万円
URL：<https://www.ait-oec.co.jp/>

株式会社アクティブコア様

業務提携

株式会社エフ・コード、BPaaS「marutto1to」を提供する株式会社アクティブコアと業務提携

株式会社エフ・コード 2024年11月19日 10時00分

株式会社エフ・コード（本社：東京都港区、代表取締役社長：工藤 勉、証券コード：9211、以下「当社」）は、株式会社アクティブコア（本社：神奈川県横浜市、代表取締役：野原 典彦、以下「アクティブコア」）と業務提携を行いましたこととお知らせいたします。



■包括的なデジタルマーケティングの支援ができる業務提携を実施
業務の拡大で顧客対応の効率化や顧客体験の向上を目的に、マーケティング領域に特化したデジタルマーケティングソリューションを提供する当社は、マーケティング支援をワンストップで実現するための業務提携を締結いたしました。これにより、両社はマーケティングプロセス全体をカバーするソリューションを共同で提供いたします。

■業務提携の背景と目的
マーケティングの分野では、ターゲットユーザーのニーズから選別、そしてフォローアップ（返信）までを一貫して実現することが重要となっています。これまで、アクティブコアはCRM領域のデータ加工・集約や顧客とのコミュニケーション、営業支援に注力してきました。一方、当社はデジタルマーケティングの企画・提案領域においてソリューションを提供し、多くのクライアントに成果をもたらしてきました。そして、マーケティング全体をより体系的に統合するために、アクティブコア（marutto1to）（証券コード：181）と協業の推進、業務ノウハウの受け合いを行うことで、ユーザー体験の向上を目的に、クライアント企業のビジネス成長を支援することを目指しました。

■アクティブコアBPaaS「marutto1to」サービスについて
「marutto1to」(<https://marutto.activecore.jp/>)は、複数業務を兼用しながら稼働しているマーケティングオートメーション/CRM/CDP/MAツール提供企業「アクティブコア」が、本来注力すべき成長分野「CDP」領域に注力していくことで、顧客に提供する価値を向上させ、当社のデジタルマーケティング/CRMを一層強化し、顧客体験の向上に貢献していきます。それを支える人の力をさらに高め、企業と顧客がダイナミックに両立するエコシステム構築とマーケティングサービスを提供します。



■株式会社アクティブコア 会社概要
会社名：株式会社アクティブコア
所在地：神奈川県横浜市西区みなとみらい7-1-1 オアシングラートみなとみらい10F
代表者：代表取締役 野原 典彦
設立：2005年2月2日
資本金：1,000万円
事業内容：ITサービス上の課題解決を第一の目的とするプラットフォームの開発・提供・販売
URL：<https://www.activecore.co.jp/>

事業概要・ビジネスモデル



— プロダクトのご評価・受賞

好評いただき、複数のプロダクトが複数のSaaSプロダクトレビューサイトで受賞

BOXIL SaaS AWARD Winter 2024



Web接客ツール sinclo. 「BOXIL SaaS AWARD Winter 2024」チャット部門で「Good Service」「お役立ち度 No.1」「サービスの安定性No.1」に選出

株式会社エフ・コード 2024年12月02日 11時00分

株式会社エフ・コード（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：工藤 勉、証券コード：9211、以下「当社」）が提供する「チャットボット受付けWeb接客ツール「sinclo」（以下、「sinclo」）は、SaaSマーケットで有名な「BOXIL SaaS AWARD Winter 2024」で「Good Service」「お役立ち度No.1」「サービスの安定性No.1」に選出されました。



「BOXIL SaaS AWARD (ボックス サーズ アワード)」は、SaaS (S) 比較サイト「BOXIL SaaS (ボックス サーズ)」が主催するSaaSマーケットで、最も優れたSaaS製品を、毎年、表彰するイベントです。今回の「BOXIL SaaS AWARD Winter 2024」は、2023年10月1日～2024年9月30日まで1年間に「BOXIL SaaS」上で掲載された口コミ計13,000件をもとに審査しています。今回、当社ツール「sinclo」が受賞したチャットボット部門「Good Service」は、「BOXIL SaaS」上で掲載された口コミを参考に、各カテゴリの最優秀（No.1）に選出され、「お役立ち度No.1」「サービスの安定性No.1」は、「BOXIL SaaS」上で掲載された「口コミ」に基づき「Good Service」900件を参考に、各カテゴリ、各項目において一定の標準を満たした上で、最も高い平均点を獲得したサービスに対して付与されるものです。

なお、「BOXIL SaaS AWARD Winter 2024」の定款、審査基準、公式サイト（<https://boxil.jp/awards/2024-winter/>）をご覧ください。

※ SaaSとは、Software as a Serviceの略で、サービスとしてのソフトウェアの提供、従来パッケージソフトとして提供されていた機能が、クラウドサービスとして提供される形態のことを指します。

【sinclo】のここはこちら
URL: <https://sinclo.f-codes.com/sinclo/>

「BOXIL SaaS AWARD Winter 2024」受賞サービス紹介した記事はこちら
URL: <https://boxil.jp/news/9211/>

【株式会社エフ・コードについて】
2006年9月の設立以来、デジタルコンサルティング事業を中心とする事業を展開し、現在は主要のDX推進策の支援に注力しております。SaaS市場で独自開発した「CODE Marketing Cloud」(<https://codemarketing.cloud/>)や「EFO」(<https://efo.f-codes.com/>)をはじめとするソフトウェアを提供し、経験豊富なコンサルタントによるデジタル戦略のコンサルティングに加え、デジタル広告運用の現場とMarketingHubの両方で3年連続1位のソリューションを提供しています。「マーケティングクラウド」で世界をリードし、年間売上総額100億円超の成長を遂げ、成長を続けることで社会に貢献しています。マーケティングクラウドに関するマーケティングテクノロジーカンパニーを創設しています。

ITreview Grid Award 2025 Winter



当社ツール「KaiU」が「ITreview Grid Award 2025 Winter」Web接客ツール部門<Leader賞>受賞のお知らせ

株式会社エフ・コード 2025年1月15日 11時00分

株式会社エフ・コード（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：工藤 勉、証券コード：9211、以下「当社」）が提供するツール「KaiU」が、アイテッククラウド株式会社の運営する、IT製品・クラウドサービスのレビュープラットフォーム「ITreview」の「ITreview Grid Award 2025 Winter」にてWeb接客ツール部門の<Leader賞>を受賞したことをお知らせします。



■Leader賞について
ITreview Grid Awardは、ITreviewで投稿されたレビューをもとにユーザーに支持された製品を表彰するものです。
今回KaiUの受賞したLeader賞は、認知度と顧客満足度の両方に優れた製品が表彰されるもので、KaiUは2度連続の受賞となりました。

Awardの詳細は、以下の専用ページもご覧ください。
https://www.itreview.jp/award/2025_winter.html

■KaiUの受賞力ポイント
Web接客ツール部門
<https://www.itreview.jp/categories/web-customer-service>

■会社概要
会社名：株式会社エフ・コード
所在地：〒162-0825東京都新宿区神楽坂1-1神楽坂外組通ビル 2F
代表者：代表取締役社長 工藤 勉
設立：2006年3月
事業内容：
1. CODE Marketing Cloud)等のCRM上SaaSの提供
2. DX戦略設計・実行支援、デジタルマーケティング支援
資本金：27,910千円 (2024年12月末)
社員数：76名 (2024年9月末)
URL: <https://f-codes.co.jp/>
上場市場：東京証券取引所 グロース市場 (証券コード：9211)



— 目次

- 01 2024年12月期 通期業績実績
- 02 2025年12月期 通期業績予想
- 03 事業概要・ビジネスモデル
- 04 M&A投資
- 05 中期経営計画
- 06 質問回答・リスクと対応方針



— 当社のM&Aのねらい

企業価値の向上に向けて、下記ねらいをもって引き続きM&Aを推進

1

企業価値向上のスピードアップ

黒字化している成長企業が対象のため、
企業価値の向上に直接的に寄与

2

顧客への提供価値の拡大

顧客が求める課題解決に向けて、お役立ち
できる範囲を短期的に広く・深くしてこと
が可能

3

優秀な人材・チームの参画

基本的には経営陣はじめとする人員に参画
いただくことで、短期間での人材・組織強
化に寄与

4

グループ経営による 効率化と機能強化

開発や営業、AI活用、経営管理機能等の
連携により、グループならではの効率化と
強化を実現

— 当社のM&Aの考え方・対象・強み

下記の考え方に沿って、企業価値向上に直結するM&Aを推進

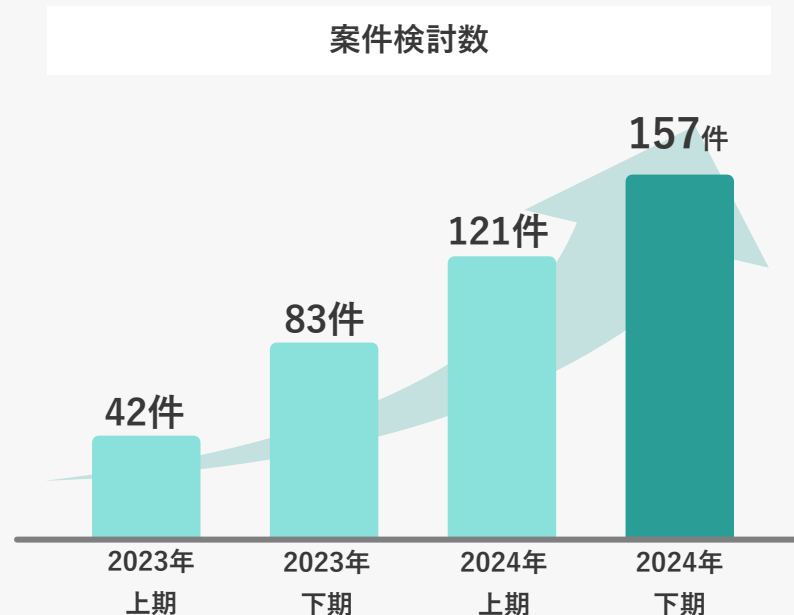
M&Aの前提・考え方	対 象	当社のM&Aの強み・特徴
<ul style="list-style-type: none">● 中長期的な企業価値/EPS増加に資する案件にフォーカス● 主に下記3つの観点で精査。その上で合理的なEV/EBITDA倍率（従来5倍程度）で実行 <ul style="list-style-type: none">✓ 継続性（売上継続期間）✓ 成長性（売上成長率）✓ 分散性（顧客の分散性） <ul style="list-style-type: none">● デットを中心に資金調達し、資本コスト最小化と財務安全性確保を企図	<ul style="list-style-type: none">● 黒字企業/事業が対象● 弊社ミッションに沿っており、従来事業と同種ないし類似・近接領域（下記例示） <p>Marketing領域</p> <ul style="list-style-type: none">マーケティング支援スクール人材マッチングSNSセールス支援CRM/LTVSaaSデータサイエンス <p>AI・Technology領域</p> <ul style="list-style-type: none">生成AI関連IT/システム/SESクリエイティブ	<p>下記観点で強みを活かし、今後もM&Aを推進</p> <p>ソーシング</p> <ul style="list-style-type: none">M&Aアドバイザー 150社以上との接点参画した経営陣による直接紹介イベントの積極参加・開催 <p>クロージング</p> <ul style="list-style-type: none">DD,条件協議,クロージングの速度経営陣のコミットメント <p>ファイナンス</p> <ul style="list-style-type: none">30以上の都市銀行・地方銀行との接点ファイナンスに長けた社内部門・人員

— 当社のM&Aの考え方・取り組み | ソーシング

案件検討数も順調に増加中。25年も従来以上のペースで推進する方針

- 経験豊富なM&A専任チームにてこれまでの15件を全て担当（組織内にナレッジを蓄積）
- 150社以上のM&Aアドバイザーとのネットワークに加え、リファラルによる案件紹介が急増中
- DD、バリュエーションを含めたエグゼキュションおよびPMI※/バリューアッププロセスを型化
- 案件検討数は順調に増加中

（前期比 **2.2** 倍の案件検討数）



※PMI：Post Meger Integrationの略語、M&A後の統合プロセスのことを指します



— 当社のPMI※及びバリューアップの考え方・取り組み

M&Aに着手して約3年経過、引き続きPMI/バリューアップの取組を日々開発し実行中

PMI/バリューアップの前提・考え方



当社のPMI及びバリューアップの取組例

“連邦制”の運営

業績を伸ばしてきた各社の運営方針や文化等を尊重し独立性を遵守。一方、役員派遣等による上場企業基準のガバナンスは担保

“統合”の推進

売上アップ・経営効率化の両面において、機能やアセット等統合するべきところは統合し、グループメリットを活用

売上
アップ
側面

クロスセル

新規・既存顧客向けにグループ(Gr)内サービスを提案

統合営業

各社顧客を分析、ポテンシャルある顧客に共同提案

販路共有

販売パートナー等の既存チャンネルにGr内商材を流通

共同商材開発

特定Gr同士のサービスをかけ合わせ新規商材開発中

経営
効率化
側面

共同購買

サーバ等,ボリュームディスカウントが効くものはGrで購買1本化

バックオフィス統合

小規模Gr会社においては経営管理機能を共通化

Gr内代替(費用削減)

Gr外に発注していたものをGr内で対応

カルチャー
マッチ
側面

Gr代表会議

四半期毎に代表が集まり,短期・中長期の共有,協議

Gr内IR

四半期決算でGr全員に対してIRし目線合わせ

親睦会

適宜、Gr内で会社単位・職種単位等で開催

※PMI：Post Meger Integrationの略語、M&A後の統合プロセスのことを指します



PMI及びバリューアップ例

取組が奏功し、グループ各社での成果も発現

各社の主な実施事項

売上アップ側面

経営効率化側面



Marketing

主にクロスセル,統合営業が奏功し

売上+25%,営利+29%UP

クロスセル

統合営業

販路共有

共同商材開発

共同購買

バックオフィス統合

Gr内代替(費用削減)



AI・Technology

主に販路共有,Gr内代替が奏功し

売上+54%UP

クロスセル

統合営業

販路共有

共同商材開発

共同購買

バックオフィス統合

Gr内代替(費用削減)



Marketing

主にクロスセル,統合営業が奏功し

売上+28%,営利+10%UP

クロスセル

統合営業

販路共有

共同商材開発

共同購買

バックオフィス統合

Gr内代替(費用削減)

※グループ参画当初3ヶ月間と24年4Qの月次平均売上ないし営業利益で対比した結果となります



グループ連携例

売上アップ 経営効率化

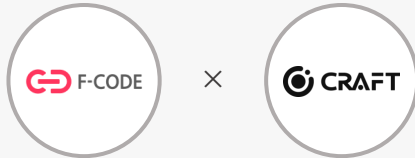
デジタルマーケティングの戦略立案に強みを持つエフ・コードと、D2C等の獲得型広告運用に強みのあるCRAFTとの共同提案によって、大手代理店グループも参加していたコンペで受注。大規模なマーケティング予算をお任せいただくことになり、グループの競争力の高さを証明

領域

営業成約率上昇

算出効果

年間売上高
約**5,000万円**創出



課題認識

エフ・コードは、兼ねてよりDX戦略全体の設計に強みを持っていたが、他方でEC獲得等の細かなメディア運用設計の能力ではダイレクト専門代理店に勝ちきれないでいた

グループシナジーで
解決できたこと

CRAFTの細かなデジタルメディア運用能力とエフコードのDX戦略設計能力が合致
互いの強みを生かし合い、クライアントの期待する戦略-戦術の一気通貫した支援を実現

エフ・コードは、DX戦略全般や戦略企画を得意とする一方、細かなデジタルメディアの運用面では、その専門会社に勝ちきれないこともあり、実行力を重視するクライアントのコンペでは苦戦傾向にあった。一方、CRAFTは抜群のデジタルメディア運用能力はありつつ、大きなデジタル戦略の企画や構想化で同様に課題のある状況であった。この両社が連携してクライアントへご提案を行うことにより、戦略面でも、メディア運用の実行面でも高品質な提案が可能となり、大型クライアントのコンペでも大手代理店グループに勝利する程の高い成果を生み出すことができた。



グループ連携例

売上アップ

経営効率化

システム開発に強みを持っているラグナロクは、技術者として一流の人材が揃う一方、営業出身者が不在のためトップによる紹介営業の依存度が高かった状況。そこにエフ・コードの営業創出ノウハウが加わり、安定的に商談機会を有む新たな施策の開発に成功

領域

営業リード数増加

算出効果

年間売上高
約**3,600万円**創出



課題認識

ラグナロクはエンジニアの技術力を集めた会社のため、評判や人脈に依存し、営業プロセスが科学されておらず、また提案資料等も品質面で課題があった

グループシナジーで
解決できたこと

業歴が高く抽象度の高いレイヤーまで提案可能なエフコードの営業ノウハウを用い営業の社長依存を解決。ラグナロク社の専門性を活かしつつ再現性ある営業プロセスを実装。

ラグナロク社は超一流のエンジニアの集う会社である一方、その評判の良さからくる社長人脈に営業プロセスの依存している状態であり、営業リードの創出から個別提案書の作成等が社長一人に依存している傾向にあった。これに対し、エフコード社の磨いてきた営業プロセスを提供し、ラグナロク社の事例等を基に共に営業資料の型化や個別提案の論理設計・ビジュアルライズ等を支援。結果、再生産可能な形でラグナロク社の営業プロセスが改善し、早期に大規模なプロジェクトの複数受注に至った。



グループ連携例

売上アップ

経営効率化

デジタルメディアを活用したD2C伸長等に得意領域のあるCRAFTに相談が多かったコーポレートサイトや大規模サイト製作領域をMWC社と共同提案。従来はCRAFT単独では請けきれなかった大手建築会社グループのサイト製作領域をMWCと共同で受注可能になり、提案できる領域が拡大

領域

営業リード数増加

算出効果

共同提案依頼規模
約**3,000万円**



×



課題認識

CRAFT社は、高い運用メディアの知見や実績から、デジタル広告や獲得用のLPに留まらずデジタル全般の相談を受けていたが、専門外の領域は断らざるを得なかった。

グループシナジーで
解決できたこと

関連領域ながら専門性の異なり断らざるを得なかった領域も、グループ内に専門会社を持つことによって受け皿が広がり、一気通貫して支援することが出来るようになった

デジタルメディアを活用したD2C伸長等に得意領域のあるCRAFTは、その評判の高さから、コーポレートサイトも含めた企業のデジタル戦略全般を相談されることも多かったが、コーポレートサイトの構築はブランディング要素が強く、EC等と勝手の異なるため、断らざるを得ない状態が続いていた。一方、MWCは斯業で20年の業歴を持つ業界内屈指のサイト構築能力やデザイン能力を持つ企業であり、ブランディングを含めたデジタルサイト設計に強みを有している。両社が同グループ内で協業関係になることにより、CRAFTでは従前断っていたコーポレートブランディングの領域にも、発注可能な状態となった。



グループ連携例

売上アップ

経営効率化

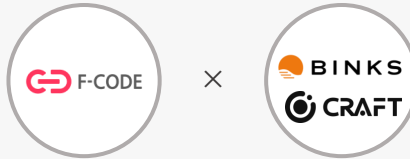
エフ・コードでは、急速な案件需要に対応すべく、案件の一部業務をプロ人材に業務委託していた状況。一方、BINKSやCRAFTがグループに参画したことによりリソースシェアが出来るようになり、外注費用の削減に成功。加えて業務の円滑化や品質の向上にも寄与

領域

グループ内代替

算出効果

経費削減効果
約**2,400万円**



課題認識

単独では、デジタルプロジェクトの急速な増加に合わせ、一時的な人員不足を業務委託で補わざるを得なかった。BINKSやCRAFT社も状況は同一であり、外注効率化が喫緊の課題であった。

グループシナジーで
解決できたこと

業務繁忙のタイミングやプロモーションの稼働時期を複数社ですり合わせながら
リソースをシェア、社内人材のみでより多くのプロジェクトへ対応し、外注費用削減

マーケティング領域では、クライアントのプロモーションの時期に合わせ、急速に稼働の膨らむことも多く、優秀な社員を抱えながらも一時的に業務委託パートナーを活用せざるを得ない場面も多かった。これ自体は各マーケティング支援企業に共通している状況ではあるものの、グループ内に近接したケイパビリティを持つマーケティング支援会社が複数あることにより、各社のクライアントの繁忙に合わせリソースを相互シェア、各社の外注費用を削減し、より効率的な業務運営が可能となった。



グループ連携例

売上アップ

経営効率化

各マーケティング支援領域の提案プロセスにAIによる自動化やRPA※プロセスをさらに適応。ラグナロク
の一流エンジニアが参画したことにより、より業務プロセスの自動化が進行

※RPA：Robotic Process Automation（ロボット・プロセス・オートメーション）の略。人が行っていたデータ入力や資料作成などの作業をルールベースでPCが自動で作業をすることを指します。

領域 業務プロセス改善

算出効果

経費削減効果
約1,500万円



×



課題認識

マーケティング支援領域では、広告キャッチコピーの提案やバナークリエイティブの開発等、ゼロから人間が考えるしかない業務も多く、業務時間を圧迫していた。

グループシナジーで
解決できたこと

ラグナロク社がマーケティング業務に特化した高精度なAI活用や業務プロセス用の
プログラミングを提供してくれたことにより、人的業務負担を大きく軽減できた

エフコードグループ各社でも業務プロセス内にAIを活用する動きは活発ではあったが、各人のプロンプトの開発能力に差があり、有効な業務効率上昇には至っていなかった。ラグナロクのエンジニアがAI活用を前提とするプロンプト開発を行ってくれたことにより、従前は「一から人間の考えていたプロセスが、AIの提案した多数の広告キャッチコピーから峻別をするようなプロセスへと高度化し、より「考える」質的な業務に担当者が集中することに成功。量的な業務負担を軽減することが出来るようになった。



グループ連携例

売上アップ

経営効率化

エフ・コード社が所有してきた各種SaaSツールは、自社のエンジニアが保守運用から追加開発までを実装していたが、製品アップデートのタイミング等が重なることもあり、一部SESの活用も行っていた。ラグナロクの参画により内製化及び実装高度化によるサーバーコスト削減等も実現できた。

領域

開発力向上

算出効果

経費削減効果
約**2,000万円**



×



課題認識

エフコード社所属のエンジニアは、複数のプロダクトの保守運用から開発まで対応していたため、状況に応じリソースが不足し、SES活用等の外注費が発生していた

グループシナジーで
解決できたこと

ラグナロク社の高いスキルを持つエンジニアをグループの開発に活用したことにより従前のSES外注費用削減に成功した他、効率的な実装によりサーバー代節約等にも成功

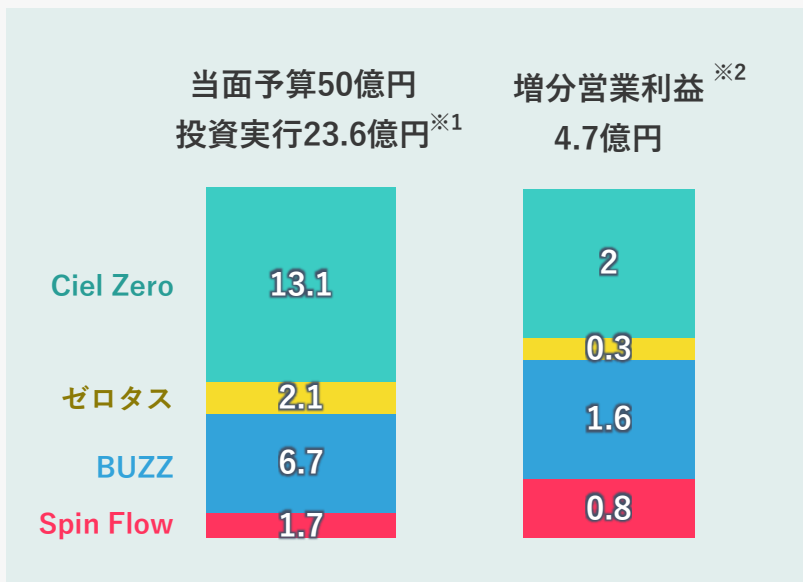
エフコード内のSaaSツールを管理しているチームでは、各エンジニアが複数プロダクトへと対応するため、一時的なりソース不足等の際にSES活用を行うことが少なくなかった。ラグナロク社がグループインしたことによって、これらSES費用の外注費用が純減したのみならず、高度なスキルを持つエンジニアが複数プロダクト間の技術的負債を解消しながら効率的な実装を果たすことでサーバー負担減少等に成功し、高効率かつ高性能なプロダクト開発体制の構築に成功している。



— 当面のM&A投資予算と進捗

昨年発表した当面のM&A投資予算として50億円以上を設定し、半分近く投資実行完了。
引き続き、スピーディに投資を進めていく方針

(単位：億円)



24年5月以降、約9ヶ月間で左記4件実行 (25年2月14日まで)

投資**23.6**億円, 増分営業利益**4.7**億円

マルチプル約**5**倍

投資予算進捗率 **47.2%** (余力**26.4**億円～)

※1 対象企業の株式取得時時点での純資産分を含んだ取得価格になります (純資産の総額約2.4億円)

※2 対象企業の年間想定営業利益 (各案件の開示時情報) に該当します



参考 | 連続的にM&Aする成長企業例

M&Aを連続的に取り組む先行企業を参考にし、当社グループの企業価値向上に向けて今後も推進

金額単位：億円

業種区分	企業名	M&A件数	時価総額		
			上場時	直近	成長率
情報通信	SHIFT	35	36	3,900	108倍
情報通信	ボードルア	4	168	830	5倍
サービス	TWOSTONE&Sons	6	26	585	22倍
サービス	GENDA	38	640	2,240	4倍
卸売	BuySell Technologies	5	133	830	6倍

直近の時価総額は、2025年1月下旬から2月上旬を参照し概算で表記

出所：各社開示資料及びHP、Yahoo!ファイナンス、みんかぶ



— 目次

- 01 2024年12月期 通期業績実績
- 02 2025年12月期 通期業績予想
- 03 事業概要・ビジネスモデル
- 04 M&A投資
- 05 中期経営計画
- 06 質問回答・リスクと対応方針

OUR MISSION

マーケティングテクノロジーで 世界を豊かに

2021年12月のIPO以来、CAGR約100%程度の水準で
事業成長を推進して参りました

当社もマーケティング領域のみならず、AI・テクノロジー領域にも
加速度的に拡大しています

変化の激しい時代に更なる成長を実現するため、
このたび「**FCODE plan 2027**」を定め
更に非連続的な成長を実現して参ります

※CAGR：Compound Annual Growth Rateの略、年平均成長率のことを指します

2027年12月期目標

売上高

150 億円~

営業利益

50 億円~

営業利益 **CAGR50%以上**の継続

(2024年12月期実績 売上51億円・営業利益14億円)

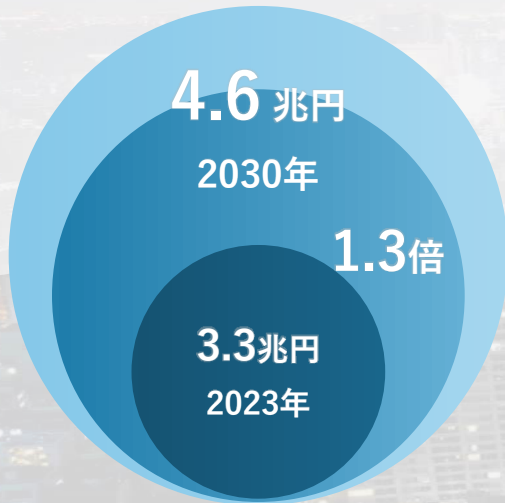


当社がお役立ちする広範なデジタル領域の市場例

規模が大きく、成長率が高い市場が対象

Marketing領域

デジタル広告宣伝市場



AI・Technology領域

業務システムDX市場



生成AI市場



出典：電通グループ「世界の広告費成長率予想」及びキメラ総研「2024 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編／企業編」を参照し、弊社作成



DX支援からDX実践、更なる発展へ

マーケティング領域に加え、AI・テクノロジー領域を伸長。そのノウハウを活かし、実業や海外進出も検討





— 中長期での競争力強化の構造

M&A活用で事業戦略・人材戦略も活性化させ、中長期の競争力を育む

非連続な成長を実現していくために、M&Aによって多彩な経営人材をグループ内に迎え、既存人材との相互刺激・活性化を促進。結果、採用や人材育成の発展へとつながり、事業面での連携を進め、事業戦略自体の高度化・高速化を強力に推進

事業戦略

マーケティング領域、AI・テクノロジー領域のそれぞれで各グループの競争力を発揮

顧客基盤やサービス範囲を拡大しながら相互にクロスセルを通じて顧客への提供価値を増大し、各企業の競争力を強化



財務・M&A戦略

成長志向の財務健全な企業を対象としてM&Aを継続。M&A単体での収益性を維持しながら各事業領域への相互作用を発揮。直接・間接金融を駆使した高速展開を遂行

人材戦略

市場に出現する若い才能のグループへの参画を促進。経営人材・ベンチャーマインドを持つ人材が刺激し合い、相互作用する環境を創出

事業戦略

マーケティングとAI・テクノロジー両面でシナジーを生みながら デジタル改革の総合プレイヤーへ
祖業であるマーケティング領域内でM&Aを繰り返しながら、同種業務の統合と効率化、サービスの得意領域を相互に
補いアップセルや共同提案など数多くの取組を実施。2023年からは、AI・テクノロジー領域にも進出。今後はさらに、
両領域の掛け合わせや、実業・海外など新領域への進出等、非連続的な大きな成長を目指す

Step 1

マーケティング領域での競争力強化

祖業であるマーケティング領域で周辺領域を
M&Aしシェア拡大／コスト削減

共同提案

アップセル

業務効率化



Step 2

AI・テクノロジー領域へ進出

市場規模の大きいAI・テクノロジー領域への進出
当領域内でのノウハウ獲得／シナジー構造の把握

アップセル

業務効率化



Step 3

DX全般支援能力の拡張

マーケティングからさらに広範な範囲へのDX化能力
を武器に、領域横断のサービス提供／クロスセル

クロスセル

業務効率化

Step 4

新領域への進出／市場拡大

DX化が競争力になり得る実業や海外市場進出等に
展開し、非連続な挑戦へ

新市場進出

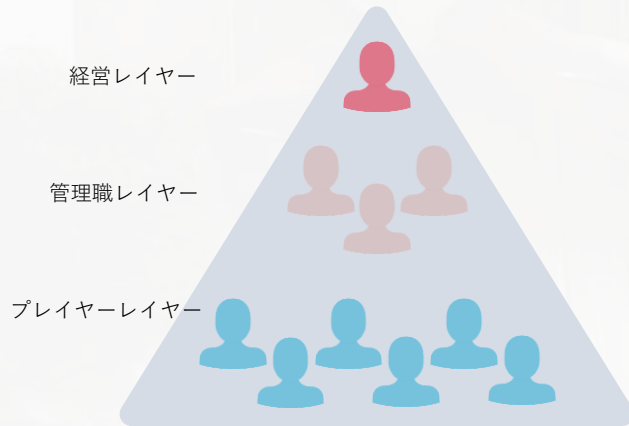
サービス開発

組織戦略

多種多彩な人材の相互作用で、連鎖的に人材を育てていく

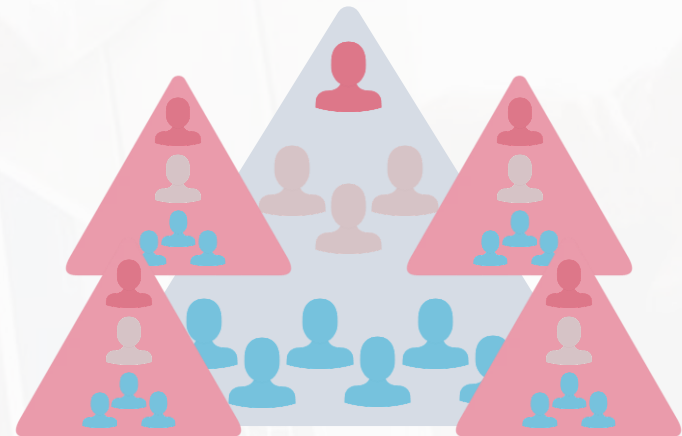
当社グループに若く才能に溢れる人員・チームが続々と参画中。相互作用によって、それまでの延長にはない新たな性質 — スキルやマインド、ひいては顧客への提供価値 — が現れる“創発”がグループ内に起こり始めた状況。これらの環境が非連続の成長を呼び起こし、さらに強い組織への変革を可能に

よくある組織・人材構造



通常の組織構造では各レイヤーで経験や年次に応じた役割が定義されているため、プレイヤーレイヤーでは、関わられて現場管理職のレベルまで。段階的に経験の詰める良さもありつつ、非連続的なロールモデルの学習が難しかったり、成長機会の限定される弊害もある。

当社グループの組織・人材構造

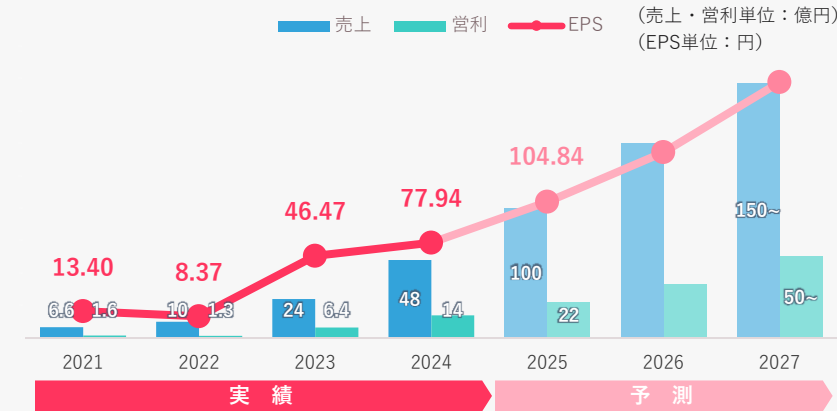


当社グループでは、企業規模の大小を問わずにグループ参画する企業が多く、プロジェクトの属性に応じて経営幹部も含めプロジェクトに関わり合うため、グループ内の他社組織・人材の考え方やスキルを直接体験し学ぶことができ。マインドやスキル両面で非連続的な成長のきっかけに。

財務戦略 | EPS推移

EPSを最重要指標の一つとして位置付け、希薄化を上回る利益獲得能力の向上を目指す
直近3年間で発行済み株式総数は約**1.5倍**に増加しているが、当期利益は約**9.0倍**
結果、増加EPSが約**6倍**成長

業績とEPSの推移



修正当期利益※
1.0億円

→ **9.0倍** →

9.3億円

→ **3.4倍** →

当期利益
28億円~

発行済み株式総数
819万株

→ **1.5倍** →

1,226万株

利益増加が希薄化ベースを大幅に上回ること
EPSを継続的に押し上げる

修正EPS
13円

→ **6.0倍** →

78円

EPSに関する当社実績

- 調整後発行済み株式総数(期末)は2021年12月末 819万株から2024年12月末 1,226万株と約**1.5倍**に増加
- 一方、**当期利益**は2021年12月期 1.0億円から2024年12月期 9.3億円と約**9.0倍**に成長
- **希薄化を大きく上回る利益成長**の結果として、**EPS**は2021年12月期 13円から2024年12月期 78円と約**6.0倍**に成長
- 希薄化を上回る利益成長により株式単位当たりの収益性を改善することが重要であるため、EPSを重視。今後も希薄化を上回る利益成長の実現を目指す方針

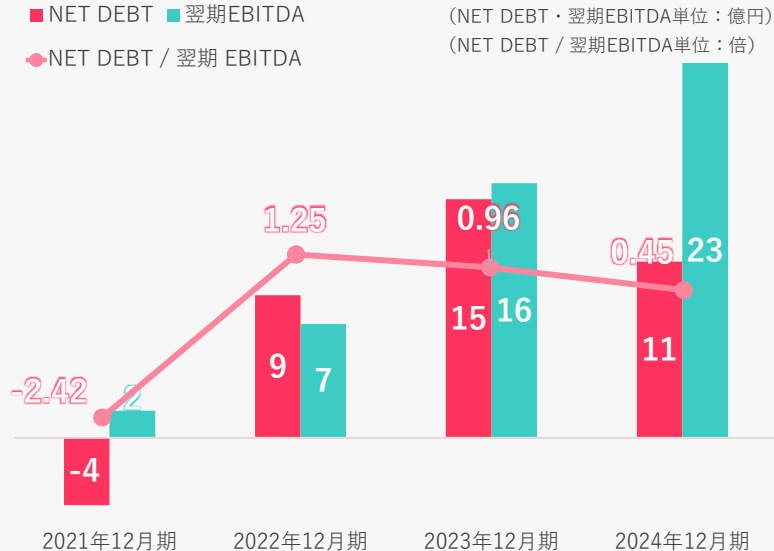
※2021年12月期については、過去の繰越欠損金等による一時差異等の当期利益への影響が大きいため、税前利益に税率を乗じた修正当期利益、当該修正利益を期中平均株式数で除した修正EPSを利用し比較

財務戦略 | 財務安全性

年々増加する分厚い営業キャッシュフローにより、財務安全性を担保すると共に、さらなる融資獲得・追加投資余力を確保。

ネットデット/翌期EBITDA 倍率を重要視、**2.5倍以内**でコントロールする方針

財務安全性の担保



財務安全性の考え方

- 財務安全性指標としては**ネットデット/翌期EBITDA倍率**を重視
- 手元現預金を全て返済に当てた時に残りの有利子負債を翌期の営業CF(≒EBITDA)で何年で返せるか、という指標
- 当社におけるM&Aでは**原則5年以内の回収**が見込める案件のみを対象としており、買収事業のCFから有利子負債の返済が可能となる
- 当社有利子負債の**返済期間**はこれまで**5~7年程度**が多い
- 2024年12月期の**Net Debt / 翌期EBITDA倍率は0.45倍**
- 回収期間・返済期間ともに5年が目安となるが、**ネットデット/翌期EBITDAを2.5倍以内**に抑える方針



— 中期経営計画サマリー

この3年間、売上高CAGR 約98%で業績が伸びて参りました。

直近では、マーケティング領域に加え、AI・テクノロジー領域も大きく伸びております。

組織面では、多数の経営人材と800人のDX人材を擁する組織となりました。

財務的にも年々増え続ける分厚い営業キャッシュフローにより、財務安全性と高いEPS成長率を実現し、さらなる追加投資余力を確保しています。

これらの事業・組織・財務基盤をもとに、

3年後の営業利益50億円、営業利益成長率年50%以上の継続を目指します。

株式会社エフ・コード

代表取締役社長

工藤勉



— 目次

- 01 2024年12月期 通期業績実績
- 02 2025年12月期 通期業績予想
- 03 事業概要・ビジネスモデル
- 04 M&A投資
- 05 中期経営計画
- 06 質問回答・リスクと対応方針

質問回答

中期経営計画・戦略関連 (1/2)

Q：なぜ今回、中期経営計画を発表したのでしょうか

A：21年12月に上場し3年が経過し、上場当時の公募時時価総額約37億円に対し、直近時価総額が約170億円と約4.6倍の成長となりました。一定のご評価はいただけたものと考えておりますが、今後さらに株主様・投資家様から多くのご期待や応援をいただきたいと考え中期経営計画を発表いたしました。引き続き、ご期待にお応えできるよう尽力して参りますのでよろしくお願いたします。

Q：発表した今期目標の達成の蓋然性はどの程度でしょうか。達成した場合の企業価値・時価総額はどの程度になりますか

A：従来の事業成長及び各種取組を考えた場合、十分に達成の蓋然性はあるものと考えます。容易な目標ではありませんが、少しでも早く達成できるよう経営陣・従業員一同、尽力して参ります。

また、目標達成時の企業価値については、その段階の市況等に影響されることも想定し明確にお答えすることがむずかしい状況です。ただし、例えば営業利益でいえば、24年実績約14億円に対して今期目標は約1.5倍の22億円以上となっており、これに伴ってEPS（1株当たり純利益）も大幅増加し、それが時価総額に寄与するものと考えております。一定の難易度もある目標のため、達成が見えてきた段階ではさらに高いご期待もいただけると考えております。



質問回答

中期経営計画・戦略関連 (2/2)

Q：グループ会社も増えてきたこともあり、提供サービスや強みが見えづらくなっている点もあるように感じます。強みなどのようにお考えでしょうか

A：短期間でグループ会社も増え、また、M&Aや資金調達等での活動の幅も広がってきたため、多角的に見える側面があると考えます。まず、事業においては、1つの企業グループとして、マーケティング領域とAI・テクノロジー領域の専門家が揃っており、一気通貫して顧客にサービス提供できることが強みであると考えております。広告代理店やコンサルティングファームとの違いでいえば、私たちは戦略の策定にとどまらず、末端の戦術や施策の実行まで担う点になります。私たちにご依頼いただくことで、多くの課題がより速く解決に向かうことが顧客にとって大きなインパクトになります。

また、マーケティングやAI・テクノロジーにおいて、その中の個別領域を専門とする会社との違いでいえば、営業や経営管理における効率性が圧倒的に異なる点になります。グループ経営としてクロスセル機会が多く、また、グループで経営管理機能を共有することで効率的な事業運営がなされ、ひいては顧客への提供価値創造に向けた時間がより多く拠出されることが強みとなっています。

事業以外のところでいえば、短期間のうちに多くのM&A及びPMI/バリューアップをしてきた実行力、その活動を支えるファイナンス力も強みであると認識しています。いずれも社内に専門人員がおり当社ならではの“型”を作り、当該業務の遂行に尽力しております。

質問回答

グループ会社・M&A関連

Q：短期間のうちにM&Aを通じてグループ会社が増えてきて、統制が取れないといったことはないでしょうか

A：統制が取れない等のことは起こっておりませんのでご安心ください。まず前提として、M&Aを通じて基本的には経営陣・従業員の方々そのまま当社グループにご参画いただいております。各社の中で統制が取れた状態が継続します。また、M&Aの協議時から、例えば上場企業としての基準や運営方針、業務フロー等についても説明し、各社ご理解いただいた上でM&Aが成立しております。実際にグループ参画いただいた後にギャップが出る点もありますが、都度早期にPMI/バリューアップチームや経営管理部が対応し、円滑な運営を心がけております。

Q：今後のM&Aは続けるのでしょうか。資金面は大丈夫なのでしょうか

A：今後も重要な成長戦略の一環としてM&Aは継続してまいります。当社グループがM&Aするのは、基本的には成長中の黒字企業となっております。そのため、M&A資金として銀行から借り入れしやすい側面があります。M&Aした各社事業が順調に進むことで、資金面での懸念もなく継続的に取り組んでいけるものと考えます。また、当面のM&A予算もありますため、さらにペースアップして進めていく方針でおります。



質問回答

その他

Q：プライム市場への鞍替えは検討していますでしょうか（方針や時期など）

A：株主様利益をふまえ、経営陣として検討すべき事項としてとらえております。現時点で市場替えする・しない、するとした場合の時期は未定ですが、選択肢として継続して検討するためにプライム市場基準に対する進捗状況等は適宜確認しております。引き続き、検討してまいります。

Q：グループでの生成AIの取り組み状況はいかがでしょう

A：多くの場面で生成AIを活用しております。例えば、従来行っているプロダクト開発の場面において、エンジニアがAIを活用してより効率的に開発を進めたり、また、顧客対応する営業メンバーやコンサルタントが、顧客向けのメールや資料作成にAIを活用しております。加えて、当社グループにおいては、生成AI活用の教育研修をリスキリングプログラムとして提供していたり、あるいは、SNSへの投稿内容を生成AIが作るツールを提供したりと、顧客が生成AIを活用するご支援も行っております。今後も当社グループ自身が生成AIを上手く活用し、それを元に顧客にお役立ちするサイクルを早く大きくしていきたいと考えております。



事業遂行上の重要なリスクと対応方針（1）

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスク

主要なリスクへの対応策

発生可能性/影響度

技術革新について

当社グループが事業展開しているDX市場及びマーケティングテクノロジー関連市場では、技術革新が行われておりそのスピードが速いことから、技術革新に応じたサービスの拡充及び事業戦略の修正等も迅速に行う必要があると考えております。

そのため、予期しない技術革新等があった場合、それに伴いシステム開発費用が発生する可能性があります。また、適時に対応ができない場合、当社グループの技術的優位性やサービス競争力が低下し、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

当社グループは新たな技術に係る情報の収集、知見の獲得、顧客ニーズに適時に応えることができる情報アセット・技術力を保有するとともに、提供サービスの改良・改善及び新サービス開発に活用し、技術革新に対応可能な開発人員の確保を強化してまいります。

小
中

競争環境について

当社グループの事業が属するマーケティングテクノロジー関連分野においては、市場が急拡大を遂げた背景から歴史が比較的浅く、ニーズが拡大していくに伴って、戦略コンサルティング企業、大手広告代理店、SIベンダー等が同領域に参入するなど、競争環境は激化しております。

また、参入企業が増加する一方で技術の進歩が目覚しく技術革新による競争力を有した競合他社の出現によって当社グループの将来の競争力が低下する可能性があります。今後、当社グループのサービスが十分な差別化や機能向上等ができなかった場合やさらなる新規参入により競争が激化した場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

めまぐるしく変化する生活者の消費行動と、その変化への対応を経営課題として企業が日々葛藤する中、デジタルマーケティング領域の市場において企業がかかえる課題とそのソリューションの在り方も形を変えていくものと考えられます。それらに対応すべく、当社としても最先端のデジタルメディア情報の収集体制とこれまでの顧客成功事例集約を図り、新たな質の高いサービスへ発展させていくことに注力していきます。

中
中



事業遂行上の重要なリスクと対応方針（2）

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスク

主要なリスクへの対応策

発生可能性/影響度

優秀な人材の確保・育成について

当社グループの主要な事業・サービスの要となっているのは人材であり、各種サービスの品質向上、新たなサービスの企画・開発のためには、優秀な人材の採用・育成と定着が欠かせないものとなっております。しかしながら、人材獲得競争の激化により、優秀な人材の獲得が事業の拡大スピードに追い付かず事業運営が非効率なものとなった場合や在職する人材の離職が生じた場合には、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

必要な人材を確保するため十分な採用予算を確保し、優秀な人材獲得のための採用方法の展開に加えて、当社グループの事業戦略と連携した教育内容による人材育成体制の確立により、継続性と安定性を備えた組織体制の構築を進めてまいります。

中
中

情報管理について

当社グループがサービスを提供する事業活動のデジタル化の領域においては、クライアントの機密情報や個人情報を取得することから、秘密保持契約等によって守秘義務を負っております。厳重な情報管理の徹底及び従業員への守秘義務の徹底をしておりますが、何らかの理由によりこれらの機密情報や個人情報が外部に漏洩した場合、当社グループの信用失墜等によって、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

クライアントの機密情報及び個人情報について厳格な管理体制を構築し、情報の取扱い等に関する規程類の整備・充実や従業員等への周知・徹底を図るなど、情報セキュリティを強化しております。

小
大



事業遂行上の重要なリスクと対応方針（3）

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

事業遂行上の重要なリスク

主要なリスクへの対応策

発生可能性/影響度

M & Aに関するリスク

当社グループは、事業の成長による企業価値の向上を目的とし、既存事業とのシナジー効果が期待できる場合や市場における優位性の獲得が見込める場合は、必要に応じてM&Aを実施しております。

M&Aの実施においては、市場動向や顧客のニーズ、相手先企業の業績、財政状況及びM&Aに伴うリスク分析結果等を考慮し進めるように努めております。

しかしながら、事前の調査・検討にもかかわらず、買収後の市場環境や競争環境の著しい変化が生じる、事業上若しくは戦略上の問題又は相手先企業との関係の変化等によりトップラインの成長やサービス間の相互補完、双方の顧客への既存及び獲得サービスの提供等、当初想定していた事業のシナジー効果等が得られない、買収後の事業の維持及び統合につき想定以上のコストが生じる等、買収後に想定外のリスクが顕在化する場合には、期待した投資のリターンが得られない可能性があり、これらに起因して当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

当社グループでは、新たな事業機会を見出すための専門組織としてアライアンス推進部を設置しており、また、新規案件の開始に際してはアライアンス推進部・管理部門・事業部門が連携し、また必要に応じて外部専門家を活用して十分な調査及び検討を行うことで想定外の損失の発生を回避するように取り組んでおります。

M&A対象企業との契約においては、対象企業の基準となる営業利益を設定し、当社グループ参画後に当該営業利益に対する実際の業績進捗に応じて譲渡対価が増減しうる条項を設定しております。これによりM&Aにおける当社グループのリスクを最小化し、更なる業績向上に向けたインセンティブを対象会社と当社グループで共有できる契約形態にしております。

小
大



— 本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これら将来の見通しに関する記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予測に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2026年2月を予定しております。