

2025年2月期 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4月14日

1. 2025年2月期 決算概況
2. 2026年2月期 業績予想
3. 会社・事業概要
4. Appendix

1. 2025年2月期 決算概況

業 績

- 売上高：1,582百万円 前年同期比 +4.0%
 - オーガニックマーケティング売上：827百万円、前年同期比 $\triangle 10.9\%$
 - Web広告売上：537百万円、前年同期比 +31.3%
 - クラウドセールステック売上：217百万円、前年同期比 +19.1%
- 営業利益(損失)： $\triangle 25$ 百万円 当期純利益：16百万円

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、前年同期比 +4.0%となる
- 営業利益(損失)は、先行投資として販売関連費や採用費等を増額したなかで、販売費及び一般管理費全体では無駄な費用の発生を抑え前年同期比+2.2%にとどめたものの、売上高の計画未達をカバーしきれず $\triangle 25$ 百万円となる

※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、前年同期比+4.0%となる
- 営業利益(損失)は、先行投資として販売関連費や採用費等を増額したなかで、販売費及び一般管理費全体では無駄な費用の発生を抑えたものの売上高の計画未達をカバーしきれず△25百万円となる
- 経常利益は、カード決済に係るキャッシュバック収益及び余剰資金を活用した有価証券投資からの配当収益等で営業外収益54百万円（前年同期比+24百万円）を計上したこと等により 27百万円となる

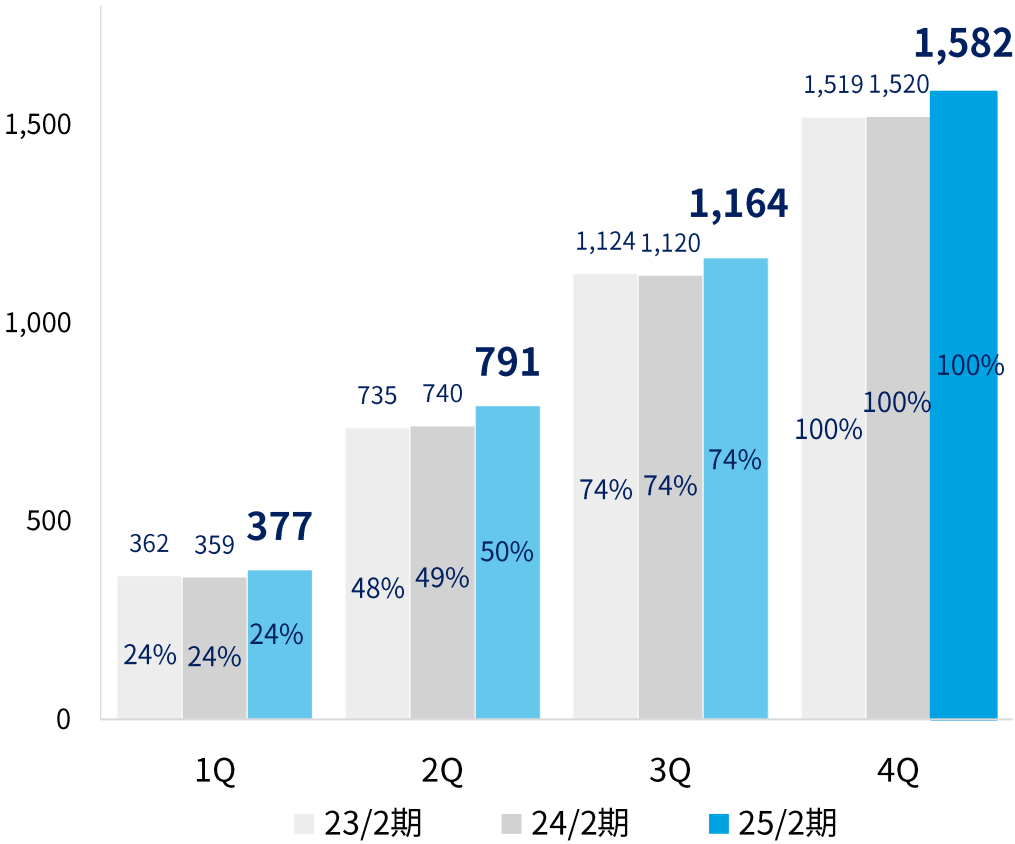
(単位：百万円)

区分	24/2期	25/2期	増減	前年同期比
売上高	1,520	1,582	+61	+4.0%
売上原価	704	767	+62	+8.9%
売上総利益 (利益率)	816(53.7%)	814(51.5%)	△1	△0.2%
販売費及び一般管理費	821	839	+18	+2.2%
営業利益(損失) (利益率)	△5(－)	△25(－)	△19	－
経常利益	22	27	+5	+24.9%
当期純利益	14	16	+2	+17.7%

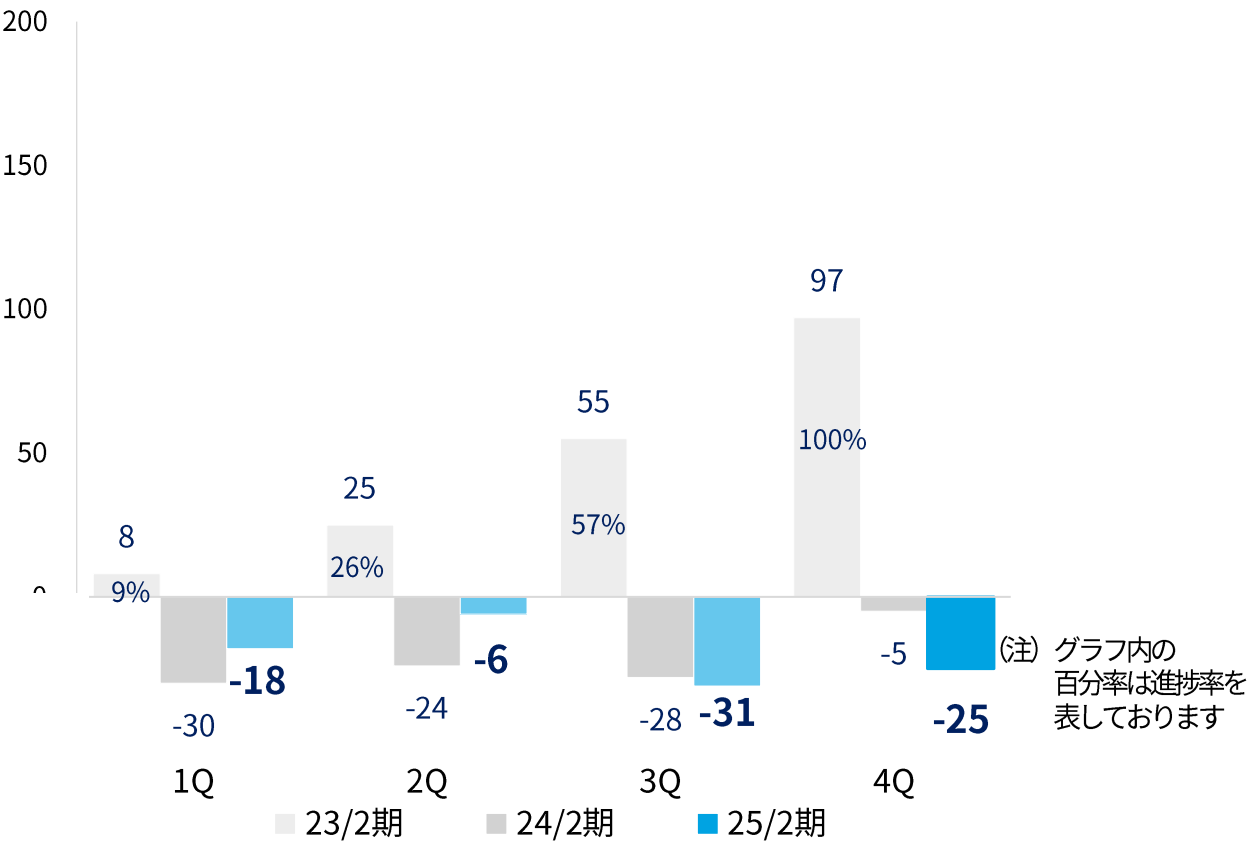
- 売上高 : 直近2期をやや上回る水準で推移し、着地も期初計画は下回るも直近2期を上回る
- 営業利益(損失) : 先行投資として販売関連費や採用費等を増額した影響もあり営業赤字となる

(単位：百万円)

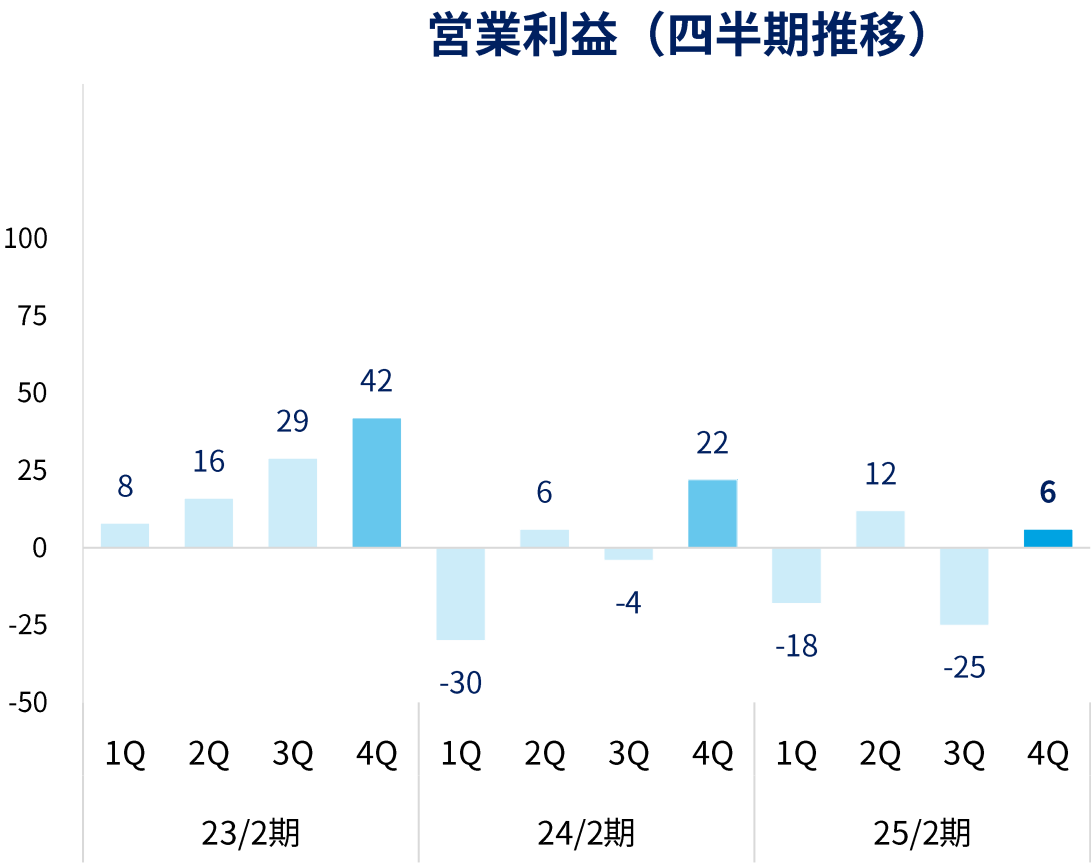
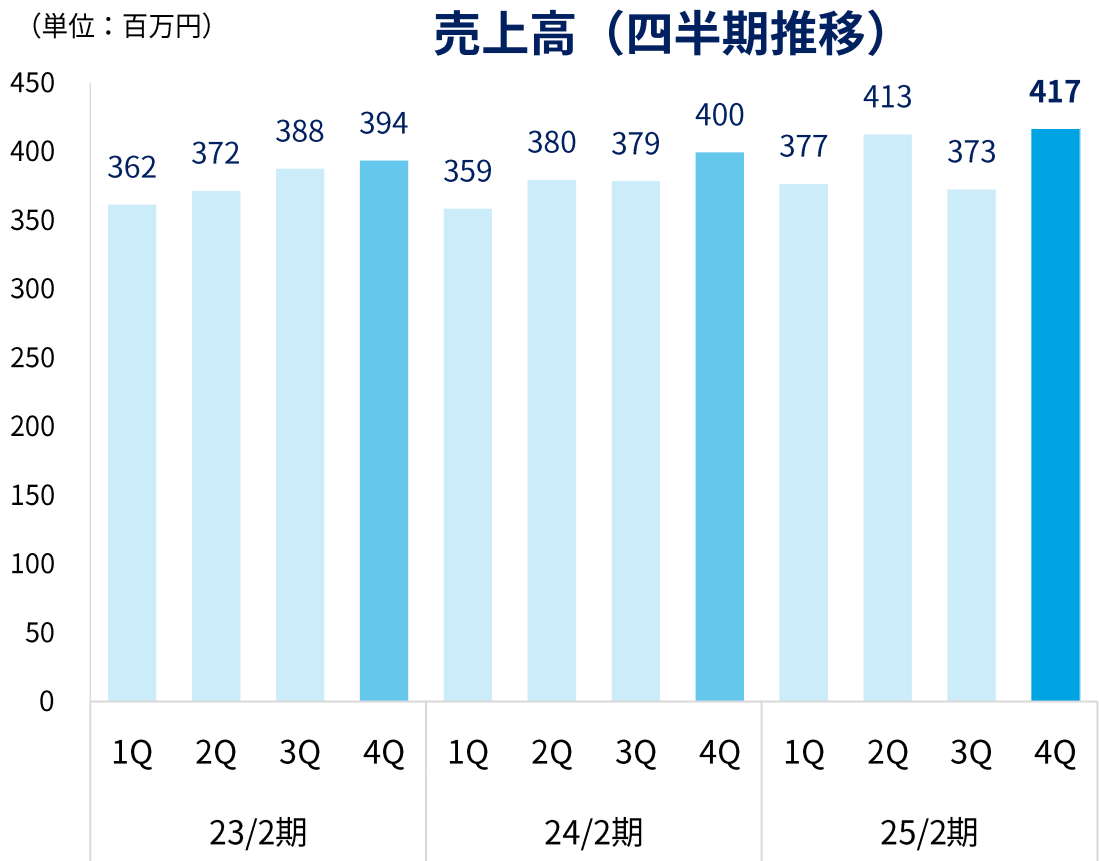
売上高



営業利益(損失)



- 売上高：全サービス合計では直近2期同様、第4四半期に伸長
- 営業利益(損失)：四半期ごとの売上高の増減に伴い、第2四半期及び第4四半期で黒字計上



- Webマーケティング事業：オーガニックマーケティングは新規受注が伸び悩み前年同期比△10.9%となるもWeb広告は市場の拡大が継続するなか前年同期比+31.3%と伸長
- クラウドセールステック事業：ネクストSFAは新規受注が好調に推移し、前年同期比+33.8%と伸長

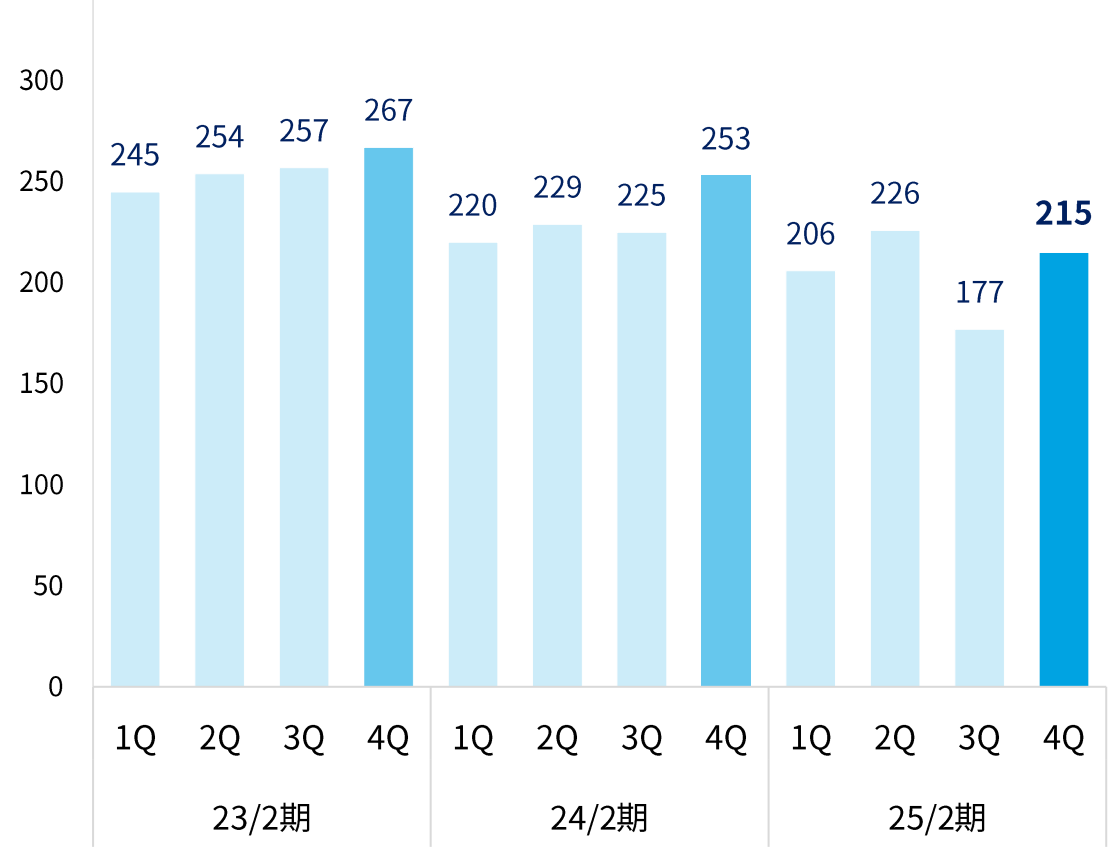
(単位：百万円)

区分		24/2期	25/2期	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	928	827	△101	△10.9%
	SEO対策	680	631	△48	△7.1%
	Webサイト制作	248	195	△53	△21.4%
	Web広告	409	537	+128	+31.3%
	小計	1,338	1,364	+26	+2.0%
クラウド セールステック 事業	ネクストSFA	121	162	+41	+33.8%
	ネクストICカード	60	54	△6	△10.5%
	小計	182	217	+34	+19.1%
合計		1,520	1,582	+61	+4.0%

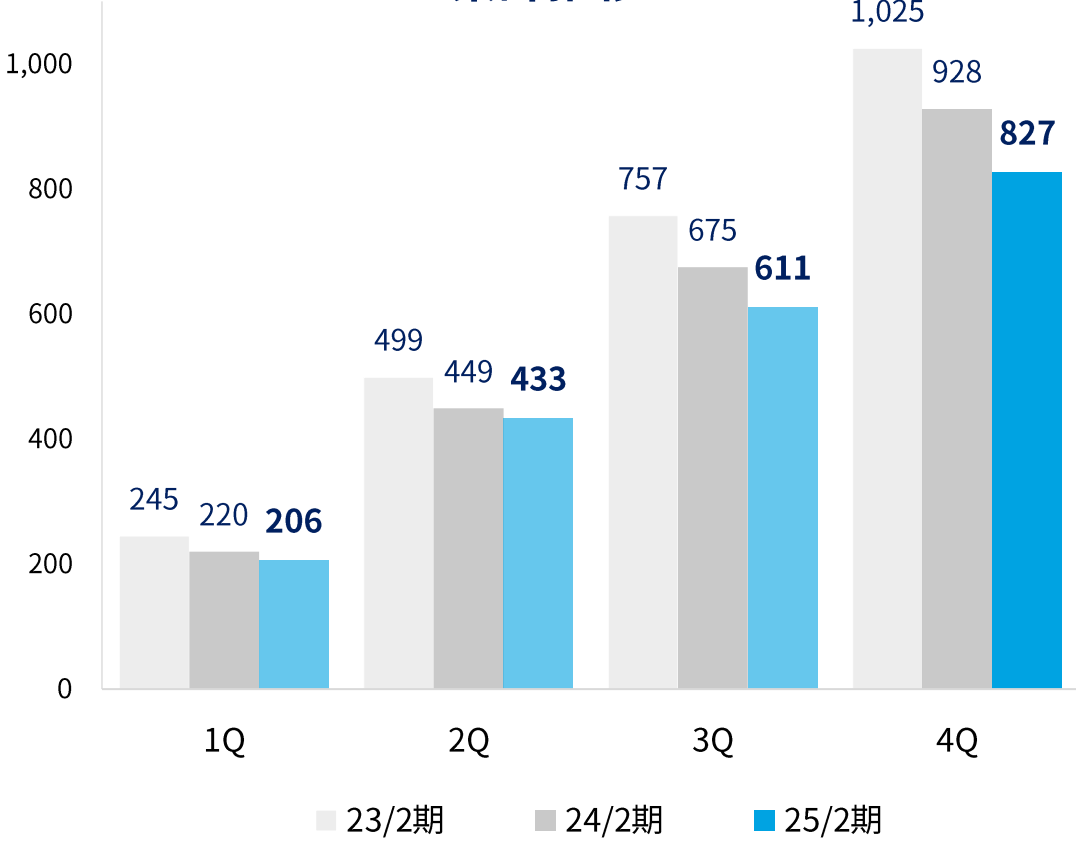
・ 既存サービスの新規受注が伸び悩むなか、自社メディアを活用した成果連動型サービスやセキュリティ関連の新たなサービスの拡充等を進めている状況

(単位：百万円)

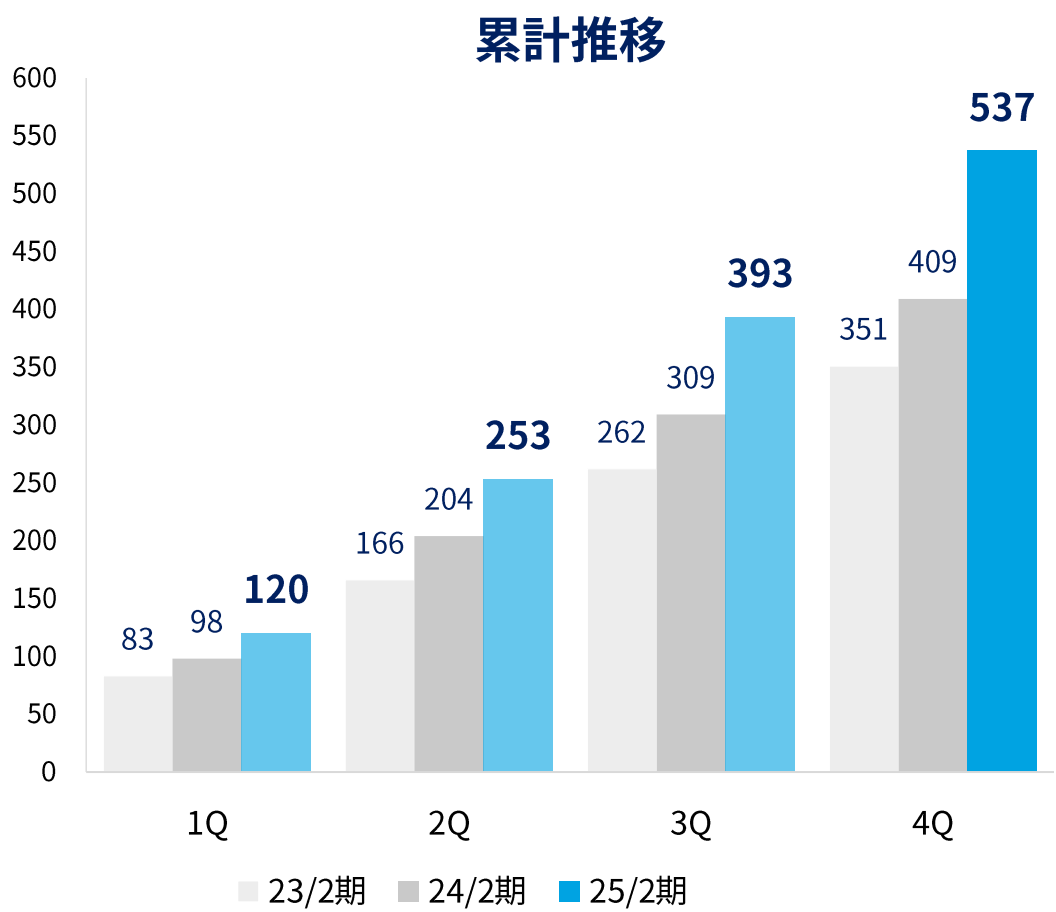
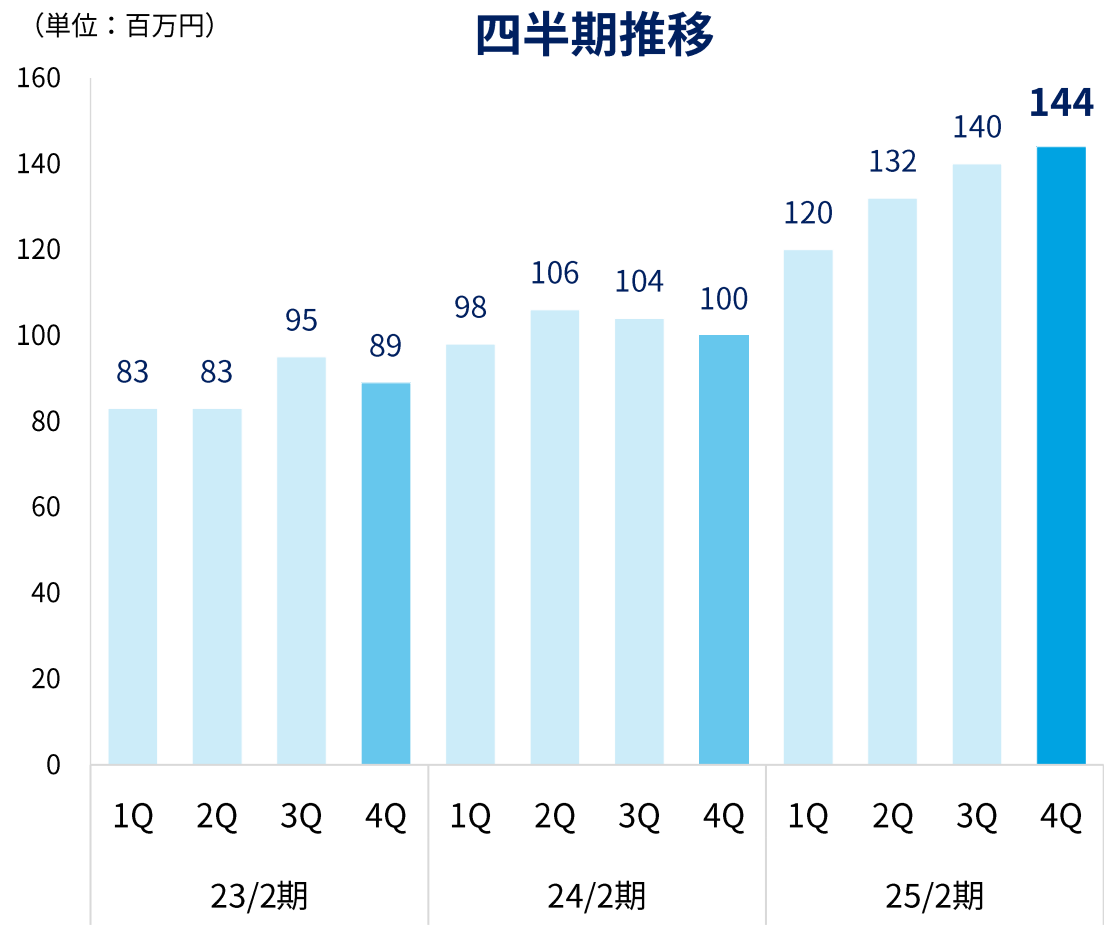
四半期推移



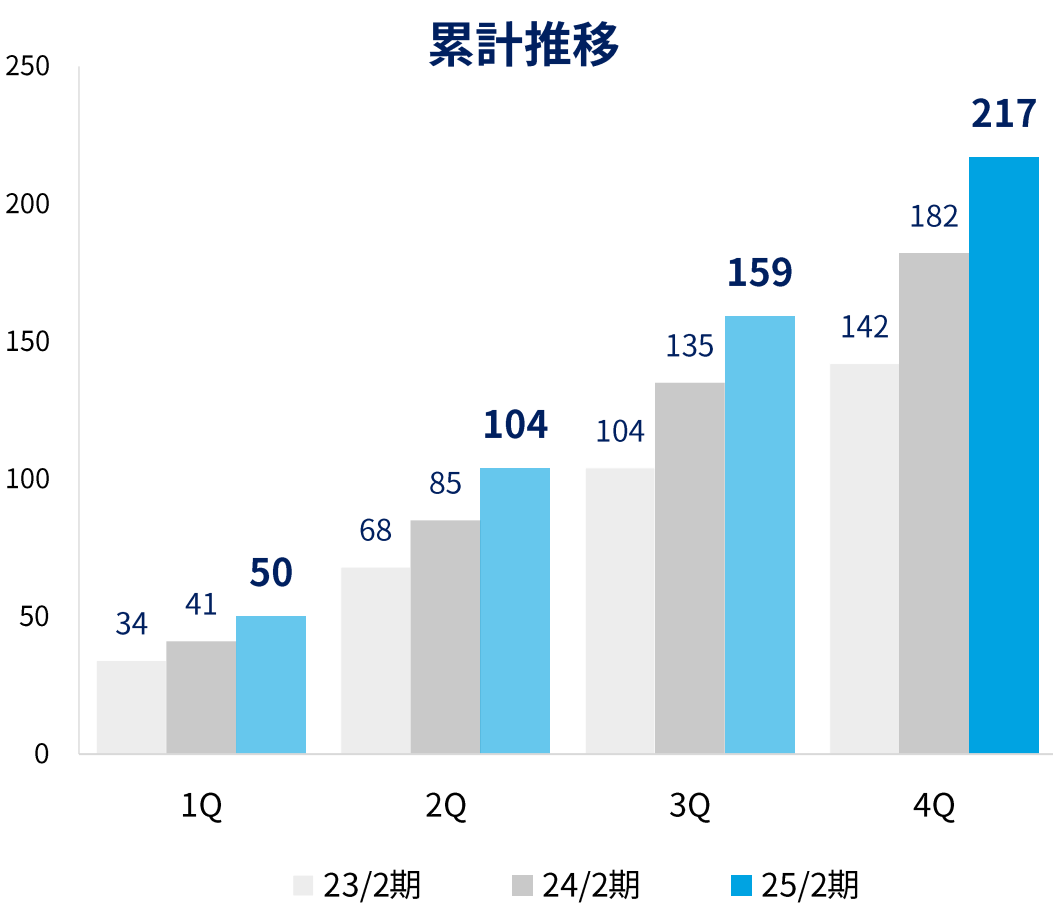
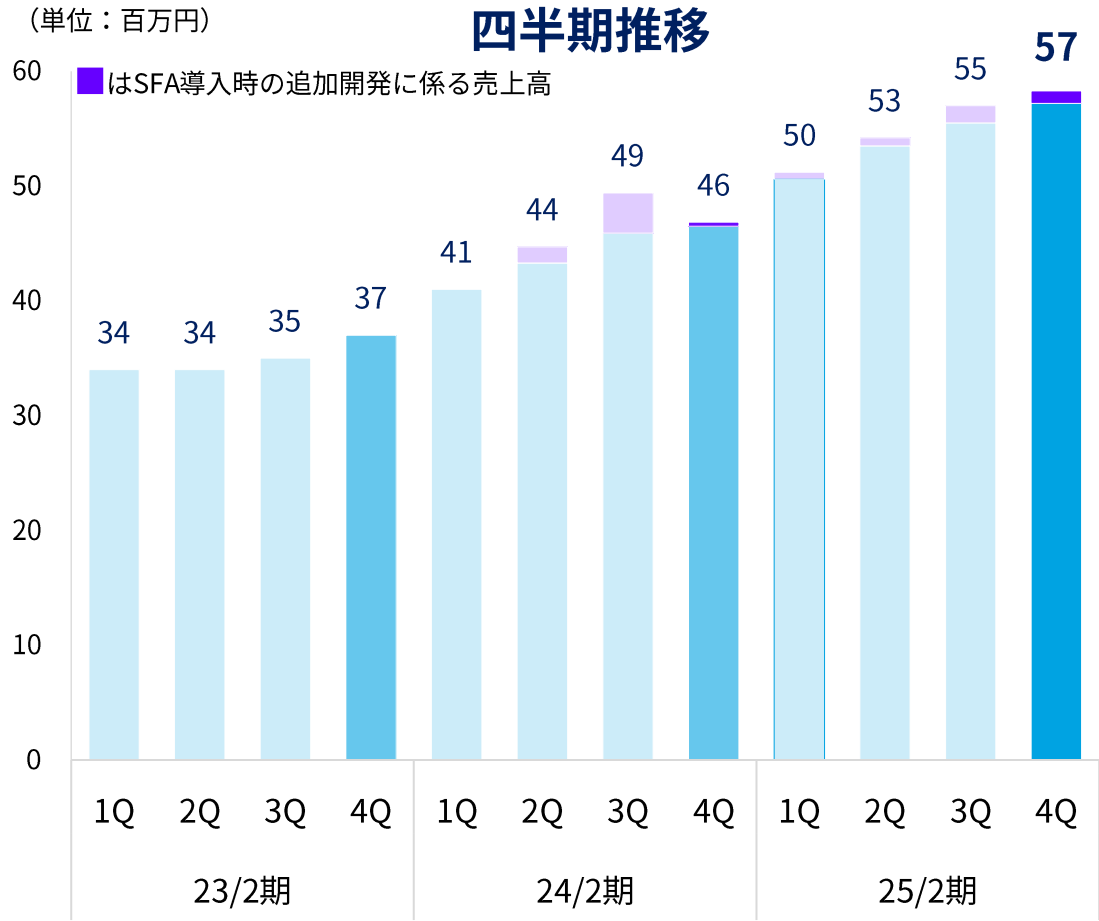
累計推移



・ 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期比+31.3%と大幅に増加



顧客への導入・定着支援、マーケティング機能や生成AIを活用した新機能の開発・提供等の取り組みも寄与し
前年同期比+19.1%と伸長



- ・ アフィリエイト広告の自社運用（収益総額表示）を開始したことにより、媒体費81百万円を計上
- ・ 運用業務の内製化への回帰に伴い、労務費が増加（＋22百万円）し、外注費が減少（△46百万円）

(単位：百万円)

区分	24/2期 (対売上高比率)	25/2期 (対売上高比率)	増減 (前年同期比)
媒体費	0 (0.1%)	81 (5.2%)	+80 (—)
労務費(※1)	318 (20.9%)	340 (21.5%)	+22 (+7.1%)
外注費(※1)	255 (16.8%)	209 (13.2%)	△46 (△18.1%)
経費 (※1)	128 (8.5%)	135 (8.6%)	+7 (+5.5%)
その他(※2)	0 (0.0%)	△0 (—)	△0 (—)
売上原価合計	704 (46.3%)	767 (48.5%)	+62 (+8.9%)
1ヵ月あたり平均人員数	64人	67人	+3 (+4.7%)

※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 ： 展示会への出展などの販促・マーケティング活動強化により先行費用が増加
- ・ 人材関連費 ： 引き続き積極的な採用活動により新規人材の確保を継続、定着化も促進
- ・ その他管理費：24/2期（前年同期）は、インシデント（不正事案）対応関連費を計上したこと等により一時的に費用が増加

（単位：百万円）

区 分	2 4 / 2 期 (対売上高比率)	2 5 / 2 期 (対売上高比率)	増 減 (前年同期比)	
販売費	29 (1.9%)	64 (4.1%)	+34	(+117.3%)
人材関連費(※)	523 (34.5%)	534 (33.8%)	+10	(+2.0%)
その他管理費	268 (17.6%)	241 (15.3%)	△27	(△10.1%)
販管費合計	821 (41.6%)	839 (53.1%)	+18	(+2.2%)
1ヵ月あたり平均人員数	61人	62人	+1	(+1.6%)

※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投資（300百万円）や差入保証金の返還（70百万円）等により、固定資産が増加（+198百万円）し、現金及び預金を含む流動資産が減少（△300百万円）

(単位：百万円)				
区分	24/2期	25/2期	増減	前期末比
流動資産	1,602	1,301	△300	△18.8%
売掛金	287	252	△34	△12.2%
貸倒引当金	△4	△1	+2	—
固定資産	338	536	+198	+58.7%
資産合計	1,940	1,838	△102	△5.3%
流動負債	648	591	△57	△8.9%
固定負債	71	75	+3	+5.5%
負債合計	720	666	△53	△7.5%
純資産合計	1,219	1,171	△48	△4.0%
負債・純資産合計	1,940	1,838	△102	△5.3%
貸倒引当率(※)	1.4%	0.6%	—	—
自己資本比率	62.9%	63.7%	—	—

※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

2. 2026年2月期 業績予想

- AI技術の発展や企業のDX推進によって、今後もインターネット広告市場及びSaaS市場の規模拡大が期待されること等を背景に、売上高については、引き続きWeb広告とクラウド営業支援ツール「ネクストSFA」の伸長に注力するとともに、オーガニックマーケティングにおける自社メディアを活用したサービスやセキュリティ関連の新たなサービスの拡充等を推進する計画
- 営業利益については、積極的な人材採用の継続及び採用後の定着化・戦力化に要する一連の人材関連費用の他、販売促進費用、マーケティング費用等の先行コストの発生を見込むものの、年間を通して売上を積み上げていき、通期での営業黒字化を見込む
- 経常利益については、売上高の伸長に伴うカード決済に係るキャッシュバック収益の増加等を見込む

(単位：百万円)

区分	25/2期 実績	26/2期 予想	増減	前年同期比
売上高	1,582	1,859	+ 277	+ 17.5%
営業利益(損失) (利益率)	△25 (-)	30 (1.6%)	+ 55	—
経常利益 (利益率)	27 (1.8%)	58 (3.2%)	+ 30	+ 110.8%
当期純利益 (利益率)	16 (1.1%)	36 (2.0%)	+ 20	+ 119.7%

2025年2月期の配当は「**1株あたり25円**」（普通配当20円、記念配当5円）

配当方針（※）に基づき 2026年2月期の配当は「**1株あたり25円**」を予定

（※）持続的な事業の拡大と経営基盤の確立のための内部留保に配慮しつつ安定的かつ継続的な配当を行う方針

< 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
中間配当金	0円	0円	0円	合 計 25円 (配当予想)
期末配当金	15円	合 計 20円 〔普通配当 17円〕 〔記念配当 3円〕	合 計 25円 〔普通配当 20円〕 〔記念配当 5円〕	
配当総額	40百万円	55百万円	69百万円	
配当性向	49.7%	384.6%	413.2%	
DOE（純資産配当率）	3.4%	4.5%	5.8%	

3. 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 2 月末現在）

【社員数】 131名（2025年 4 月 1 日現在 正社員）



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

- 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マーケティング事業

オーガニックマーケティング



SEO対策



Web制作



Web広告



クラウドセールステック事業



ネクストSFA



ネクストICカード

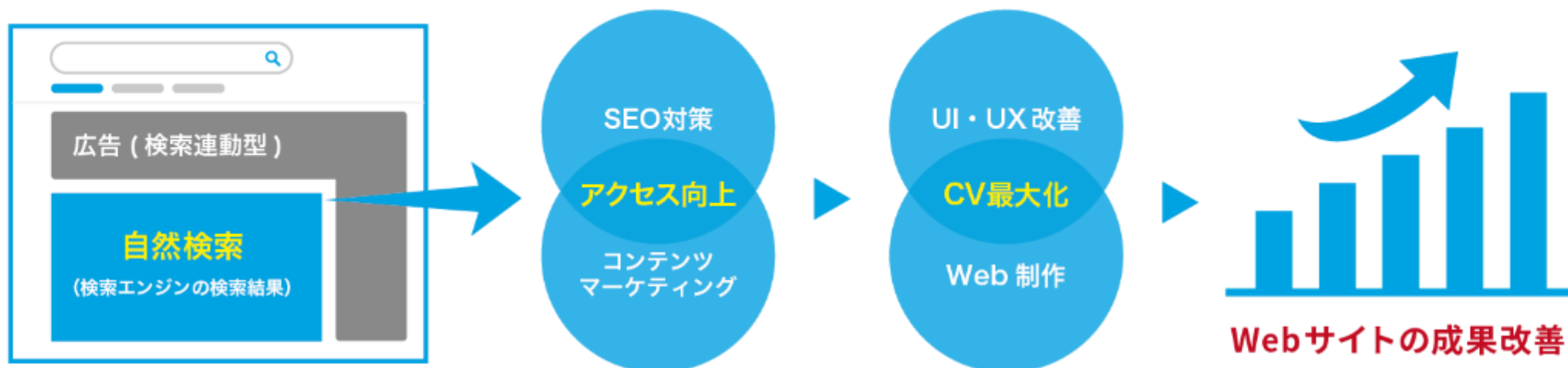
Webマーケティング & 営業DXで、集客から、受注までの全てを一社完結

顧客

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）からの集客、
成約率の改善まで、全ての施策を実施！**



- 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**！

SEO、コンテンツマーケティング、UI・UX改善で**成果にコミット**！



SEOコンサルティング



コンテンツマーケティング

(キーワード調査、記事コンテンツ作成、リライト)



デザイン、

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サイト等を利用する際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
 - 有効なキーワードを調査し、最適なサイトマップを作成
 - 検索結果に上位表示する記事コンテンツを提案
 - 成約率を最大化するUI設計、デザイン
 - Googleの検索アルゴリズムに準拠したSEOコーディング

マーケティング会社だから できるWebサイト制作！
「SEO」「UI設計」「記事コンテンツ」が標準搭載！



コーポレート



サービス



採用



LP



EC



スマホ

- ① Web広告全般の運用サービスを2009年より提供
- ② Google Premier Partner認定取得 (2022年～2025年)
- ③ LINEヤフー Sales Partner認定取得 (2024年)
- ④ Microsoft広告認定パートナー、X広告認定代理店取得 (2024年～2025年)

2018～2023年受賞	2022～2025年取得	2024年	2025年
Google Premier Partner Awards 5期連続ファイナリスト選出！ 	2025 Premier Partner Google Partners プログラム 認定パートナー取得 	LINEヤフー Sales Partner Select Ads Operation Badge  	Microsoft広告 
			2024年 X広告  認定代理店

※Google Premier Partner Awardsとは、広告運用の成果を高めるため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

※Google Partners プログラムとは、Google広告アカウントを管理する代理店等を対象に、「実績」「広告費用」「認定資格」の各要件に基づき認定する制度のことであり、「Premier Partner」とはその中から上位3%に付与される最上位ステータスです

※LINEヤフーSales Partnerとは、LINEヤフーが提供するサービスの導入や広告出稿支援を行うPartnerです。半期の広告取扱高に応じてPartnerは「Premier」「Select」「Certified」いずれかの認定Partnerとして認定されます

※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、表彰するロイヤルティプログラムです。

※X広告認定代理店とは、X広告の豊富な販売実績・運用経験を持つ広告会社・代理店に対して、規定の基準を満たした場合に限り公式に認定する制度です。

- ① 開発から販売、定着化に向けた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UI・UX
- ③ 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
- ④ 他社サービスとも連携、顧客が必要とする機能を厳選して低コストで提供

ネクストSFA

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！**

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！



「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、
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！

メール一括配信機能



地域、業種別、
顧客と、あらゆる
リストを簡単作成！
メール一括送信！

シナリオメール



複雑な設定は
不要！簡単な設定
だけで組むことが
できます。

スコアリング&
トラッキング機能



開封確認、
クリック数、
リード経路が
一目瞭然！

フォーム生成機能



問い合わせフォーム
を、無制限に作成
可能！データ収集も
自動連携！

高価なMAツールの導入は不要！ネクストSFAには厳選したMA機能を搭載！
リードの育成から受注までの営業活動の流れを、1ツールで管理することができます！

初期費用
都度見積もり

基本利用料
50,000円

10ユーザー分を含む

ユーザー利用料
5,000円

11ユーザー以降の
1ユーザーあたり

MA機能利用料
30,000円

メール配信上限10万件/月

- ① 営業をしやすくする機能に特化
- 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



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

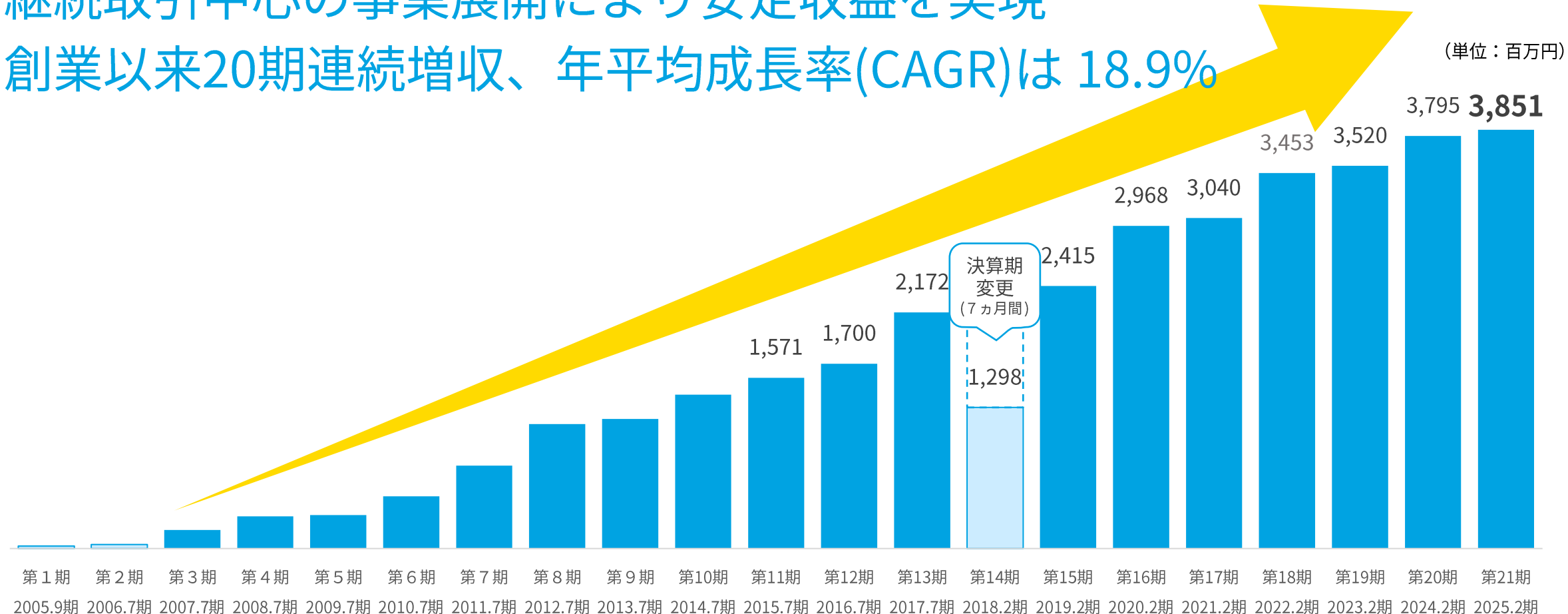
交通費精算

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

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%



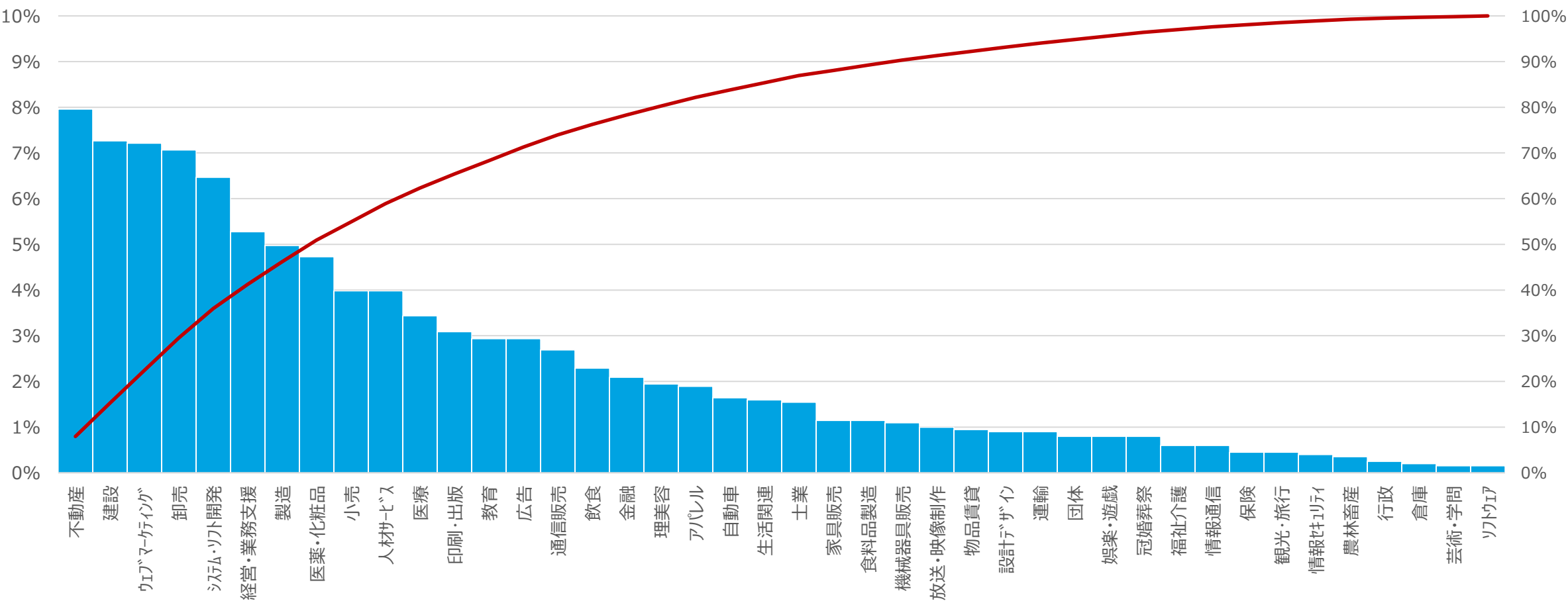
※1. 本ページの「取引|高」は、Web広告取引に係る売上について「総額表示」を用いた場合の売上数値です。当社が決算で開示している「売上高」は第19期より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用し、Web広告取引に係る売上については広告媒体(仕入先)に支払う広告媒体費(売上原価)を控除した後の「売上高(純額表示)」を用いていますが、本ページでは第1期からの売上推移を同一の基準で比較するため、「売上高(総額表示)」の数値を用いています。そのため、第19期から第21期の「取引|高」については決算で開示している「売上高」と一致しません。

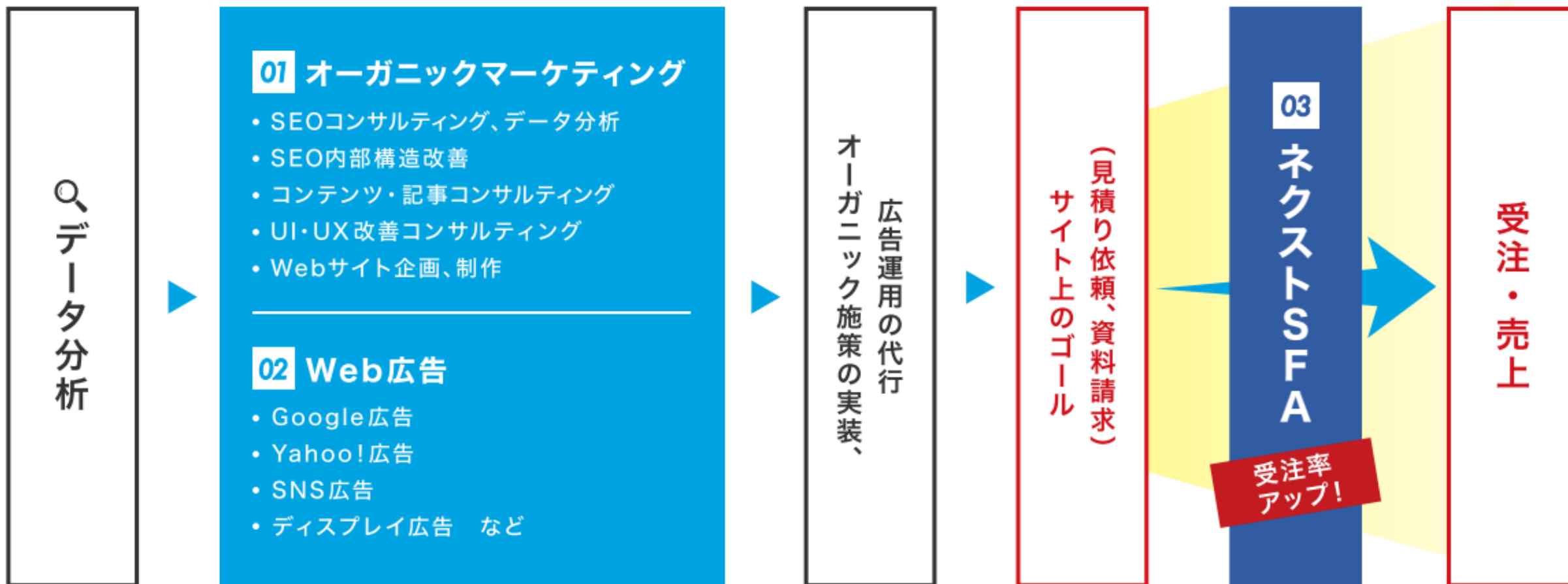
※2. 第14期は、決算期の変更による7ヵ月間 (2017年8月1日～2018年2月28日) の変則決算のため、12ヵ月換算した数値をもって増収としています。

※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。

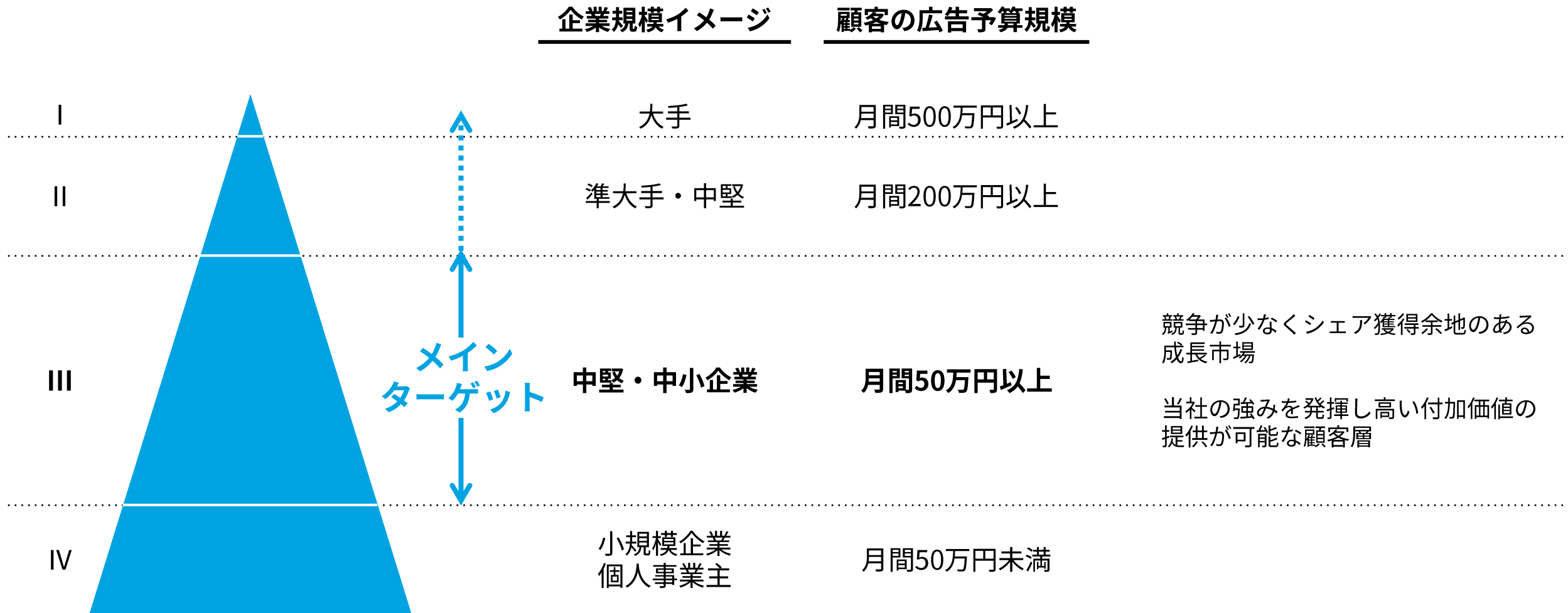
業種が集中せず分散しているため、特定の業界における経営環境
の変化や解約等による当社売上への影響は限定的





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



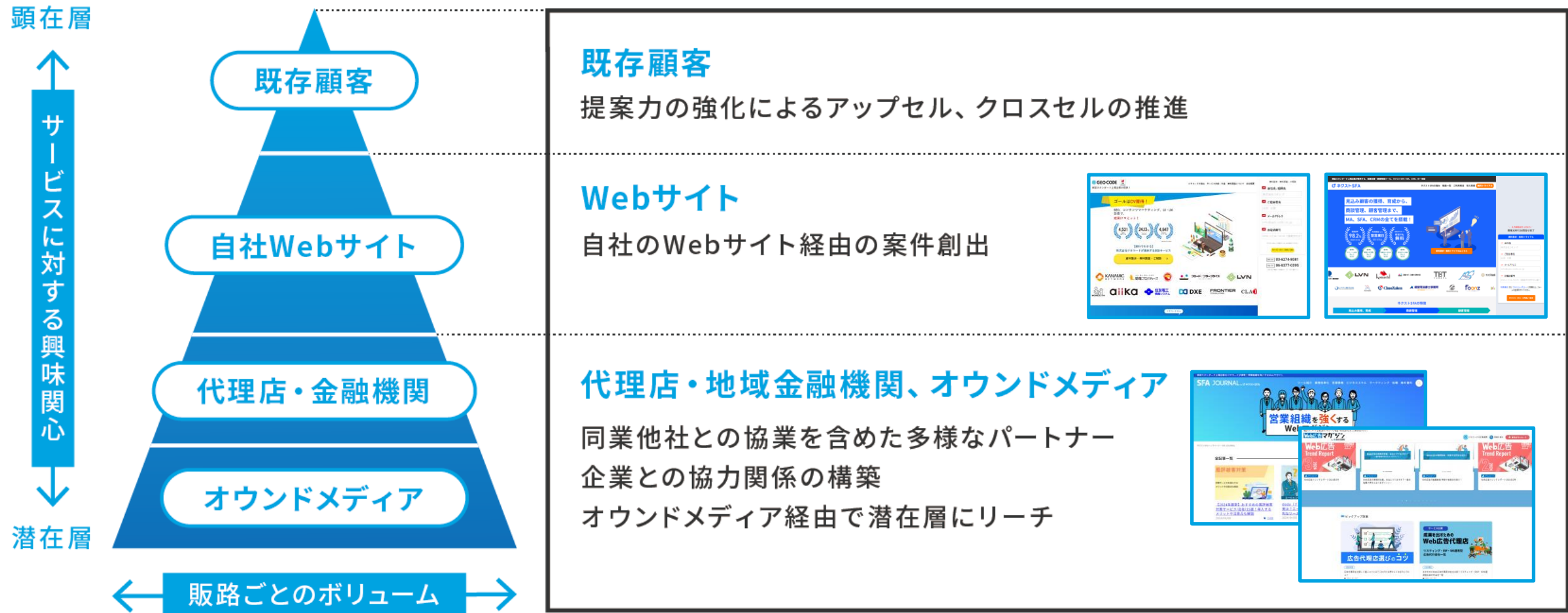
中堅・中小企業をメインターゲットに以下の戦略を展開

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

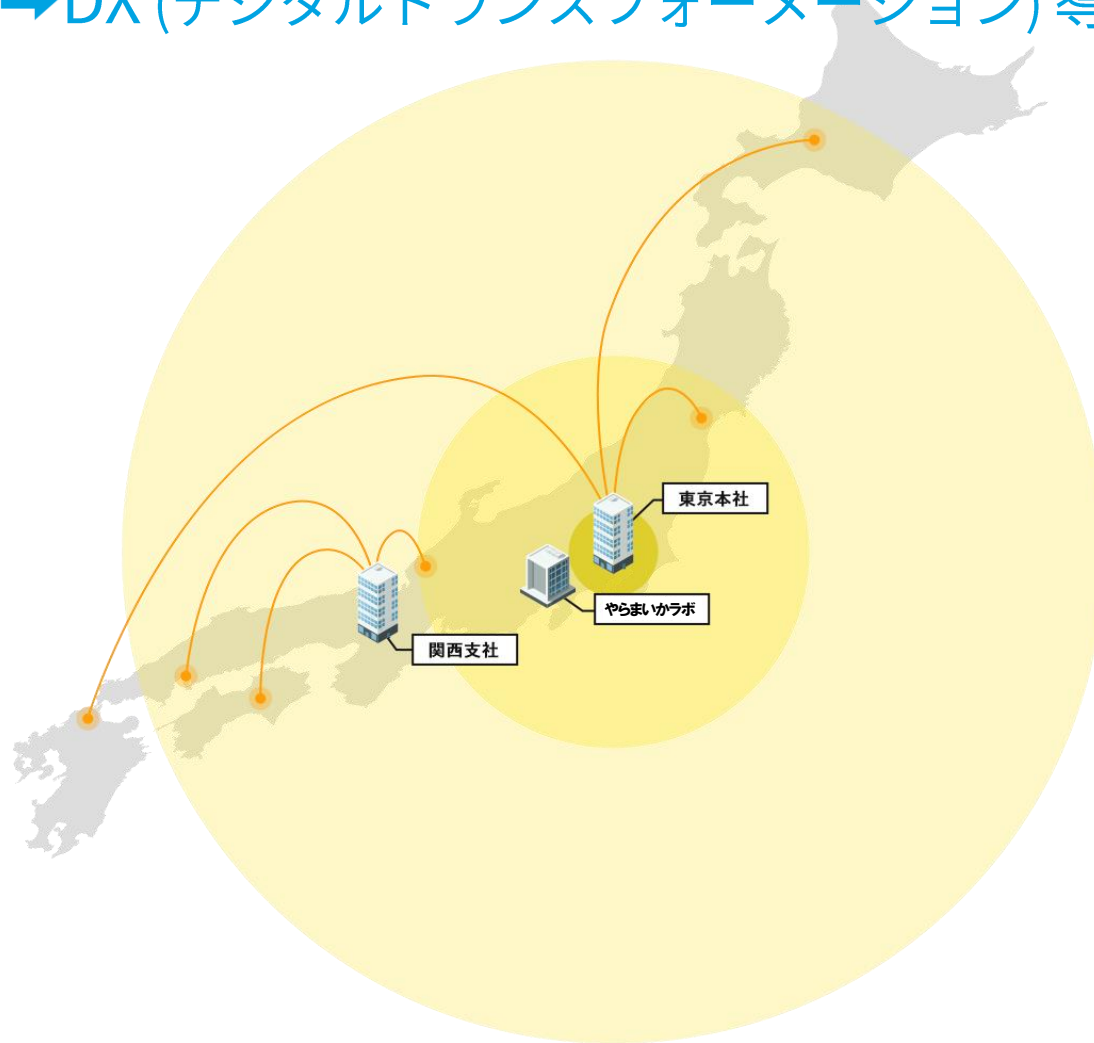
基本戦略①：多様な販路を確立

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



地域経済活性化にも貢献する取り組みを推進

➡DX (デジタルトランスフォーメーション) 導入が期待される地域へも営業展開



● 東京・大阪以外の地域への営業展開

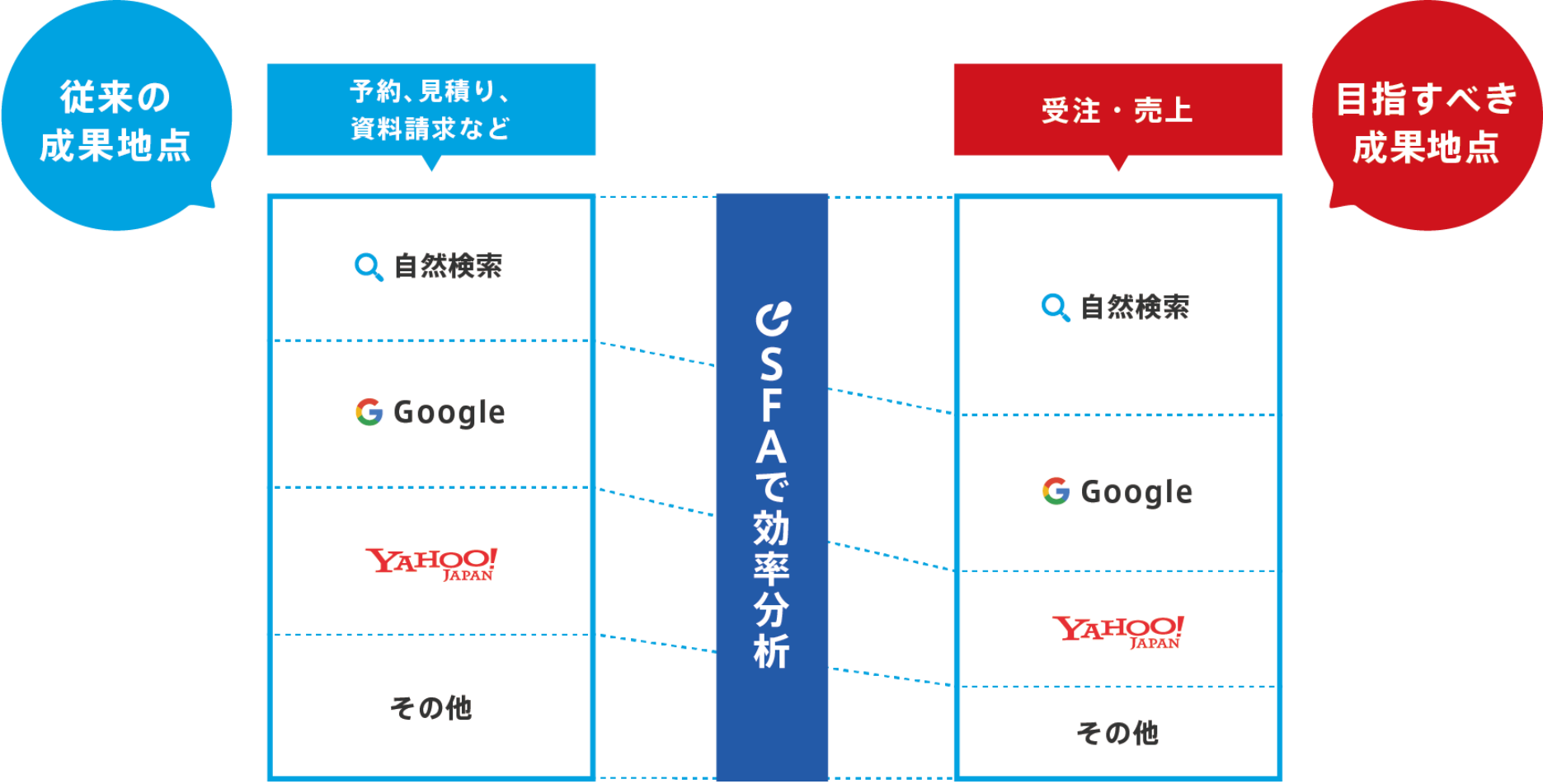
金融機関等との連携を強化

東京・大阪以外の優良企業にも積極的に営業展開

● 地域に根差した事業活動

静岡やらまいかデジタルラボ (旧 静岡営業所) の開設により蓄積した実績とノウハウを活用

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

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、世の中になくても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

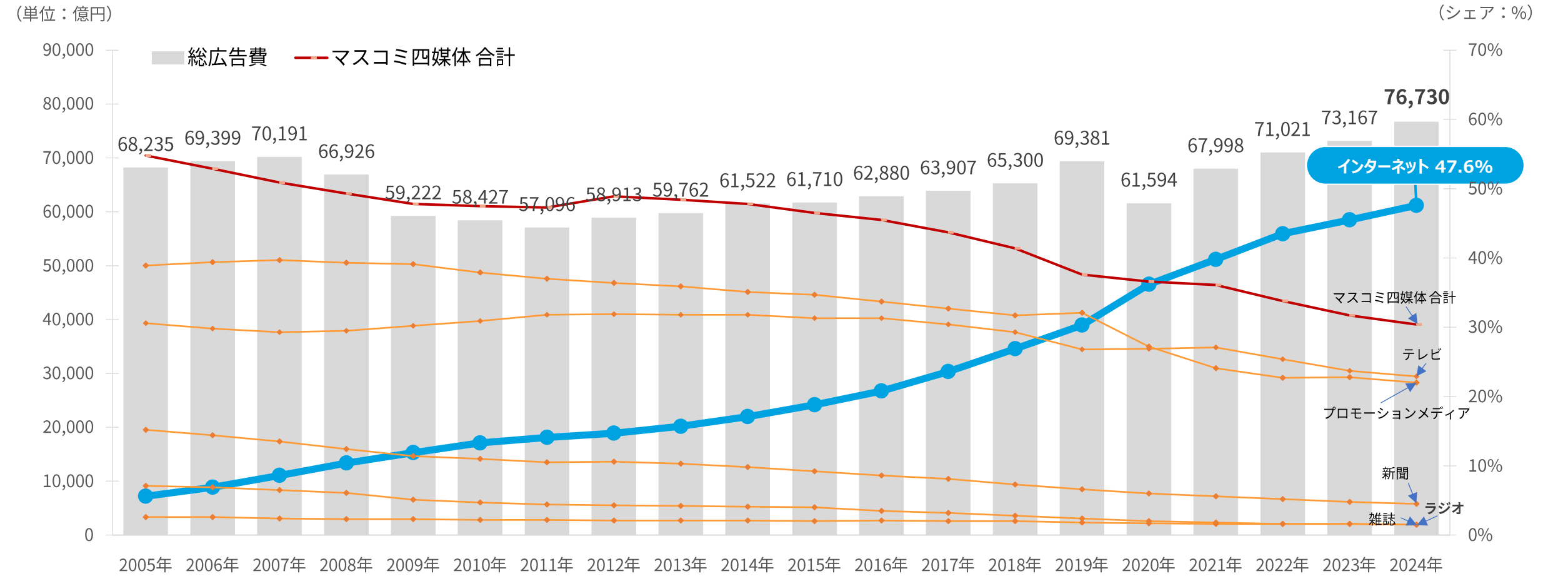
2025年3月11日プレスリリース： <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000295.000006185.html>

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>

4. Appendix

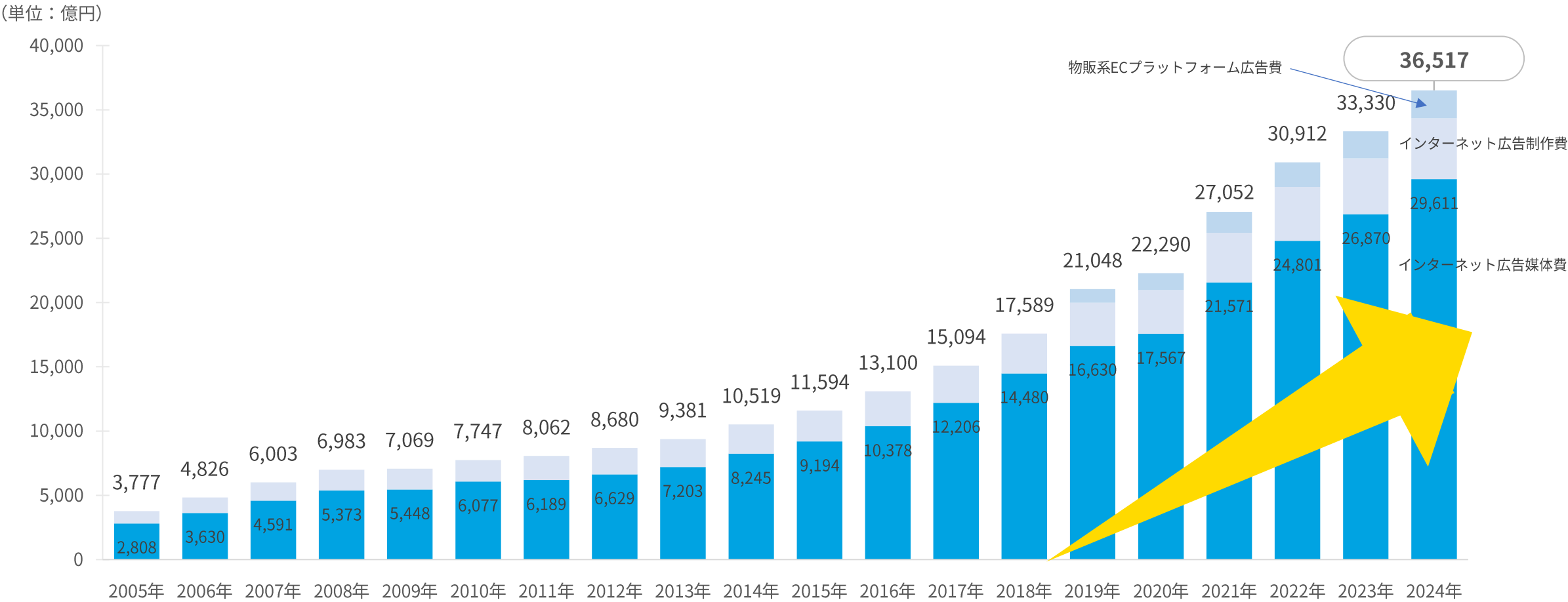
市場環境：日本国内の広告費の推移

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 3 兆6,517億円（前年比109.6%）



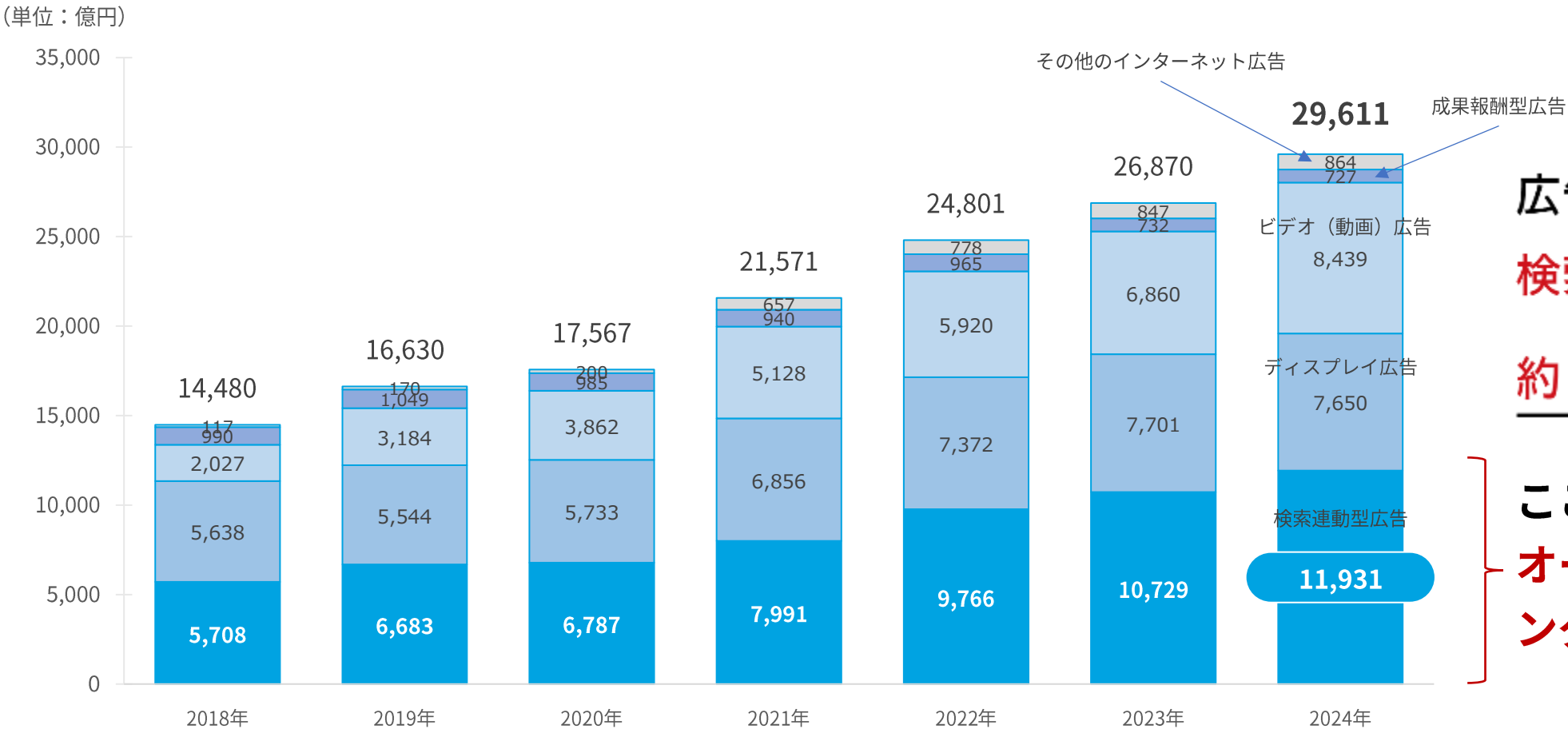
出所：「2024年 日本の広告費」株式会社電通

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

2024年のインターネット広告媒体費の国内市場規模は 2 兆9,611億円（前年比110.2%）
このうち 検索連動型広告は 1 兆1,931億円（前年比111.2%）



広告媒体費のうち、
検索連動型広告が

約**40%**！

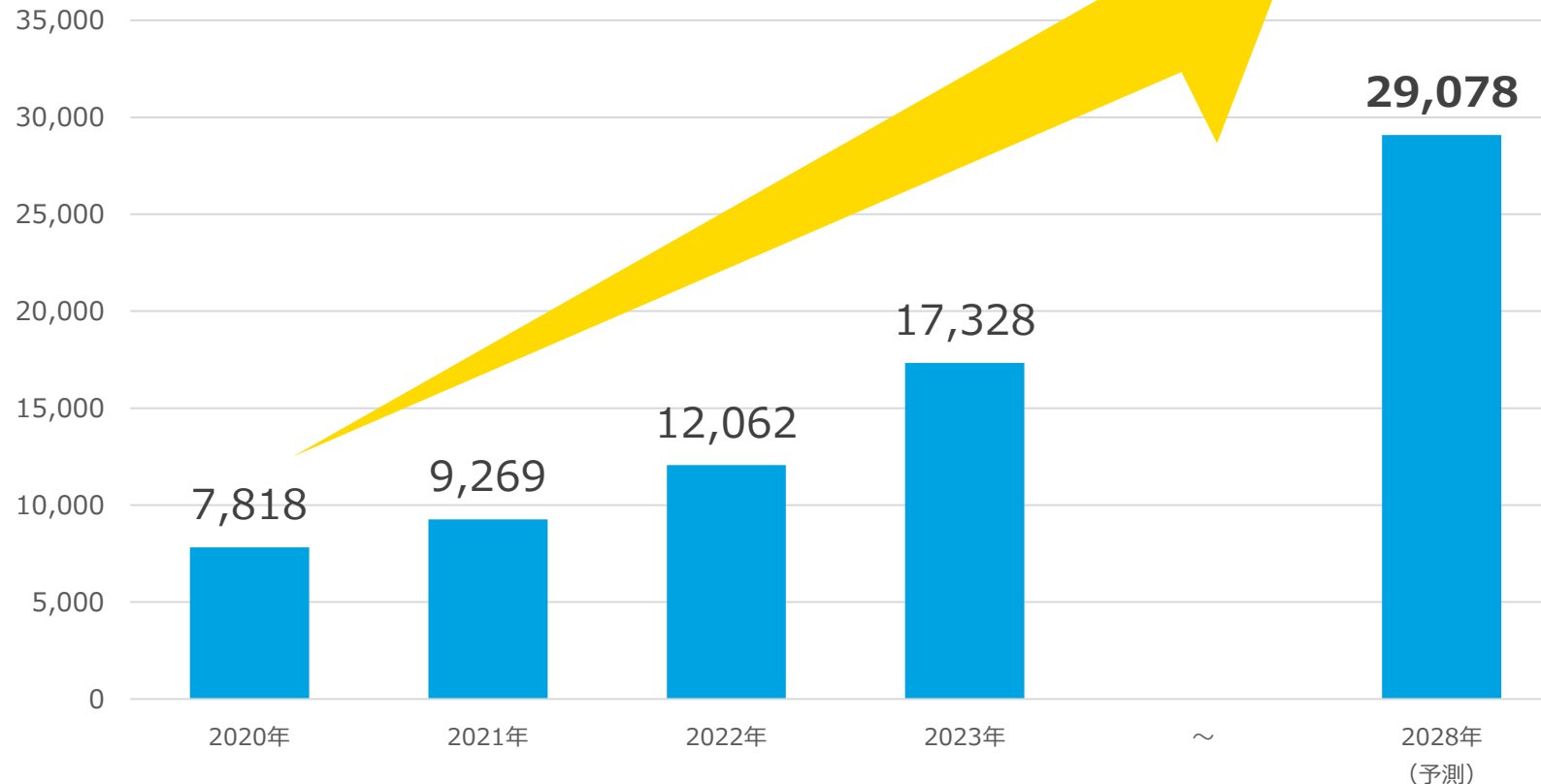
ここがまさに
オーガニックマーケティングを求めている層

出所：「2024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CARTA COMMUNICATIONS、株式会社電通、株式会社電通デジタル、株式会社セブテーニ

2023年のSaaS業界の国内市場規模は 1 兆7,328億円（前年比143.7%）

2023年から2028年までの予想年平均成長率(CAGR)は約10.9%で
2028年には市場規模が 3 兆円に迫ると予測されている

（単位：億円）



出所：「ソフトウェアビジネス新市場2024年版」株式会社富士キメラ総研、「SaaS業界レポート2024」スマートキャンブ株式会社

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。

