

# 2026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)

2026年4月14日

1. (2026年2月期) 決算ハイライト
2. (2026年2月期) 個別業績
3. 資本政策
4. M&A戦略
5. 会社・事業概要
6. 社長インタビュー
7. Topics (2025年10月～2026年3月)
8. Appendix

# 1. (2026年2月期) 決算ハイライト

---

# 決算ハイライト① (連結業績と個別業績の差異)

(単位：百万円)

	個別業績 ①	連結業績 ②	差異 ②－①
売上高	1,898	1,893	△5
営業利益	69	△7	△77
経常利益	96	19	△77
当期純利益	69	△7	△76

※連結業績の当期純利益欄には、親会社株主に帰属する当期純利益を記載しております。

連結決算に移行するも、子会社損益の取り込みは次期から適用  
M&A関連費用は、連結P/Lのみで損益に反映（個別F/Sは資産計上）  
その結果、連結初年度は、連結P/Lと個別P/Lで利益が乖離

- 2025年12月にTria株式51%とミニマリスティック持分51%を取得、連結子会社化に伴い、当期より連結決算に移行
- 両社を当期末にみなし取得する会計処理を採用したため、両社の損益は次期以降の連結P/Lに反映（当期連結P/Lには反映されない）
- M&A関連費用（75百万円）は、個別決算では「子会社株式」に含めて資産計上されるが、連結決算では「販売費及び一般管理費」として費用計上するため、営業利益が減少
- 連結グループ内における内部取引消去により、売上高△5百万円、売上総利益以下の各段階利益△2百万円それぞれ減少

# 決算ハイライト② (個別業績の概要)

## <業績予想比>

(単位：百万円)

	当期予想 ①	当期実績 ②	差異 ②-①
売上高	1,859	1,898	+39
営業利益	30	69	+39
経常利益	58	96	+37
当期純利益	36	69	+32

## <前期比>

(単位：百万円)

	前期実績 ①	当期実績 ②	差異 ②-①
売上高	1,582	1,898	+316
営業利益	△25	69	+94
経常利益	27	96	+68
当期純利益	16	69	+52

業績好調で前期比+20%の増収を達成し、通期予想も上回り着地  
営業利益は、増収効果により先行投資を吸収して黒字化し、  
各段階利益も業績予想を上回り着地

### 【売上高】

- ・インターネット広告（前期比+42.8%）、クラウドセールステック（前期比+21.3%）が順調に推移
- ・AI最適化・SEO・Web開発は、新規受注の改善により増収に転じる（前期比+4.9%）

### 【営業利益】

- ・積極的な採用活動や販売促進活動強化等の先行投資を増収効果で吸収して黒字化達成。業績予想も上回り着地

### 【経常利益・当期純利益】

- ・有価証券投資に係る配当収益やカード決済に係るキャッシュバック収益により、株主優待費用等を吸収して業績予想も上回り着地

# 決算ハイライト③ (2027年2月期 連結業績予想)

(単位：百万円)

	当期実績 ①	連結予想 ②	差異 ②-①
売上高	1,893	2,870	977
営業利益	△7	242	250
経常利益	19	283	264
当期純利益	△7	183	191
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△7	107	114

個別業績伸長と連結子会社2社の業績寄与で当期比+51%の増収、営業利益も連結上で黒字化し、+250百万円の大幅増益を見込む

- 次期（2027年2月期）より連結P/Lに連結子会社2社の業績を反映
- 積極的な採用活動、販売促進・マーケティング活動の強化等の先行投資やM&Aによる非連続な成長戦略の推進は次期も継続
- AI検索環境への対応やセキュリティ関連サービス拡充で、サービスの高度化、差別化を推進
- 各種施策による個別業績の伸長と連結子会社2社の業績寄与で、先行投資やM&A関連費用を吸収し、売上高は当期比+51%の増収、営業利益も連結上で黒字化し、+250百万円の大幅増益を見込む親会社株主に帰属する当期純利益も1億円台を見込む

# 決算ハイライト④ (連結貸借対照表の内訳)

(単位：百万円)

	親会社 個別	子会社 合算	連結 調整	連結貸借 対照表
流動資産	1,209	494	△2	1,701
現金及び預金	699	355	—	1,055
固定資産	1,324	6	△220	1,110
無形固定資産	10	—	458	468
資産合計	2,534	500	△223	2,811
流動負債	1,024	195	△0	1,219
固定負債	354	19	—	373
負債合計	1,378	215	△0	1,593
純資産合計	1,155	285	△222	1,218
非支配株主持分	—	—	140	140
負債・純資産合計	2,534	500	△223	2,811
自己資本比率	45.6%	—	—	38.4%

連結決算に移行し、連結子会社2社のB/Sを連結B/Sに取り込みのれん458百万円を計上  
現預金はグループ全体で355百万円増加し手元流動性が向上

- 連結子会社2社合算で、グループ全体の現預金が355百万円増加、手元流動性が向上
- 個別B/S上の子会社株式（固定資産）679百万円を消去し、連結B/S上の無形固定資産にのれん458百万円を計上  
（なお、子会社株式のうちM&A関連費用相当額75百万円は連結P/Lへ組み替え）
- 子会社B/S上の純資産合計のうち49%相当額を、連結B/S上の非支配株主持分140百万円に組み替え

## 2. (2026年 2 月期) 個別業績

---

## 1. 「オーガニックマーケティング」 ➡ 「AI最適化・SEO・Web開発」

2025年7月より

オーガニックマーケティングから  
AI最適化・SEO・Web開発

サービスを進化



- 2025年7月より新たに「AI最適化サービス (AIO/LLMO)」の提供を開始し、提供サービスを拡張したことに伴い、従来の「オーガニックマーケティング」を発展的に改称し、2026年2月期第2四半期より「AI最適化・SEO・Web開発」に名称変更しております。

## 2. 「Web広告」 ➡ 「インターネット広告」

サービスを拡大

Web広告からインターネット広告へ

様々な広告チャネルによる事業成長に伴い  
インターネット広告としてサービスを拡大しました



- リスティング広告やディスプレイ広告に加え、最近ではSNS広告やアフィリエイト広告などの取扱い高も増加傾向にあり、提供サービスが拡充していることから、2026年2月期第2四半期より従来の「Web広告」から「インターネット広告」へと発展的に名称を変更しております。

## 業績

- **売上高：1,898百万円 前年同期比 +20.0%**
  - AI最適化・SEO・Web開発(※2) : 867百万円、前年同期比 + 4.9%
  - インターネット広告(※2) : 767百万円、前年同期比 +42.8%
  - クラウドセールステック : 263百万円、前年同期比 +21.3%
- **営業利益：69百万円 経常利益：96百万円 当期純利益：69百万円**

## ポイント

- 売上高は、インターネット広告及びクラウドセールステック（ネクストSFA/CRM）が順調に推移したことに加え、AI最適化・SEO・Web開発の受注状況の改善により増収に転じ、前年同期比 +20.0%となる
- 営業利益は、増収効果に加え、AI活用による業務プロセスの一部内製化を通じた費用抑制等が寄与し、前年同期の損失から+94百万円となり、黒字転換

※1. 本資料では、「AI最適化・SEO・Web開発」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」の数値を含めて表示しております。

※2. 提供サービスの拡張・拡充を踏まえて2026年2月期第2四半期よりサービス名称を変更しております。詳細はP.8「サービス名称の変更」をご参照願います。

# 2026年2月期 個別実績 (前年同期比)

- 売上高 : インターネット広告及びクラウドセールステックが順調に推移したことに加え、AI最適化・SEO・Web開発の受注状況の改善により増収に転換し、前年同期比+20.0%となる
- 営業利益 : 増収効果に加え、AI活用による業務プロセスの一部内製化を通じた費用抑制等が寄与し、69百万円となり黒字転換
- 経常利益 : 営業外費用に株主優待関連費用等33百万円を計上するも、営業外収益に余剰資金の一部を活用した有価証券投資に係る配当収益等60百万円を計上し、96百万円となる

(単位：百万円)

区分	25/2期	26/2期	増減	前年同期比
売上高	1,582	1,898	+316	+20.0%
売上原価	767	919	+152	+19.9%
売上総利益 (利益率)	814(51.5%)	978(51.6%)	+164	+20.1%
販売費及び一般管理費	839	908	+69	+8.2%
営業利益(損失) (利益率)	△25( - )	69( 3.7%)	+94	—
経常利益	27	96	+68	+246.9%
当期純利益	16	69	+52	+314.6%

- AI最適化・SEO・Web開発 : AI関連サービスの拡充や制作案件の受注の持ち直し等を背景に、期初から増収基調で推移し、前年同期比+4.9%と増加に転換
- インターネット広告 : 引き続き好調に推移し、前年同期比+42.8%と大きく増加
- ネクストSFA/CRM : AI活用機能の開発・提供を推進したこと等により、前年同期比+29.2%と伸長

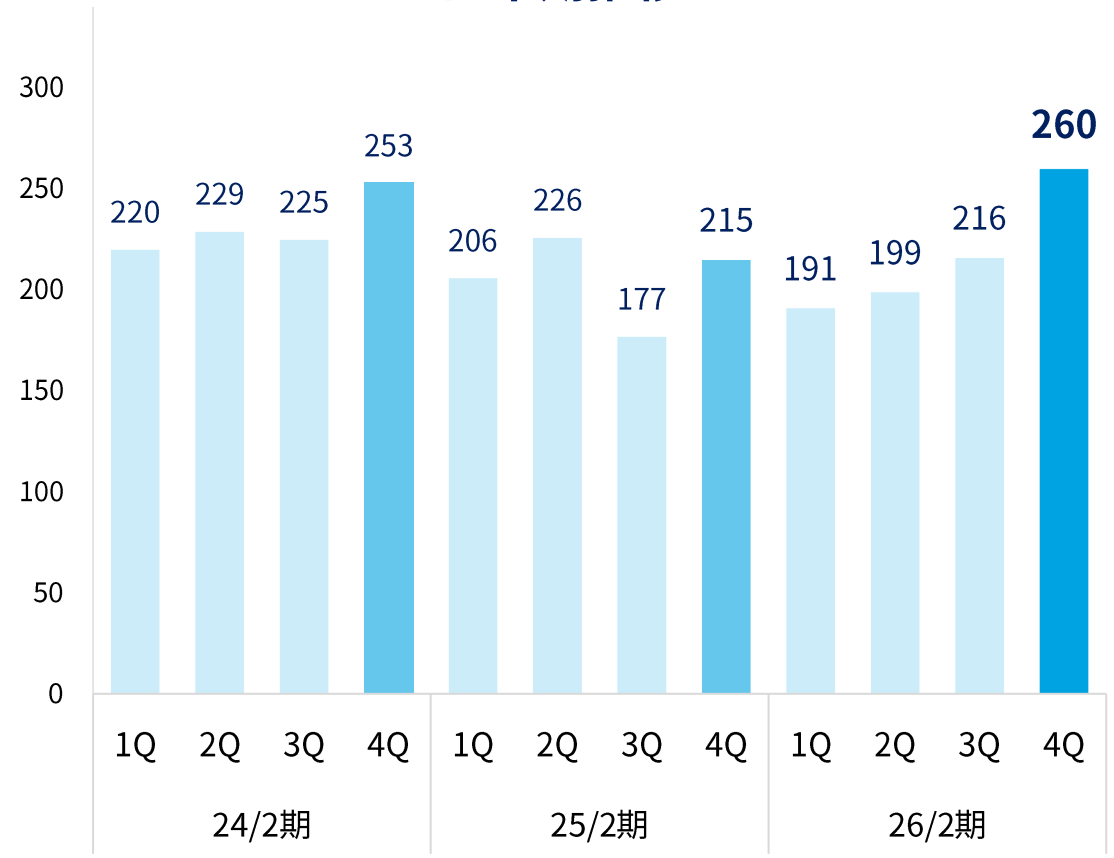
(単位：百万円)

区分		25/2期	26/2期	増減	前年同期比
Web マーケティング 事業	AI最適化・SEO・Web開発	827	867	+40	+4.9%
	インターネット広告	537	767	+229	+42.8%
	小計	1,364	1,635	+270	+19.8%
クラウド セールステック 事業	ネクストSFA/CRM	162	210	+47	+29.2%
	ネクストICカード	54	52	△1	△2.5%
	小計	217	263	+46	+21.3%
合計		1,582	1,898	+316	+20.0%

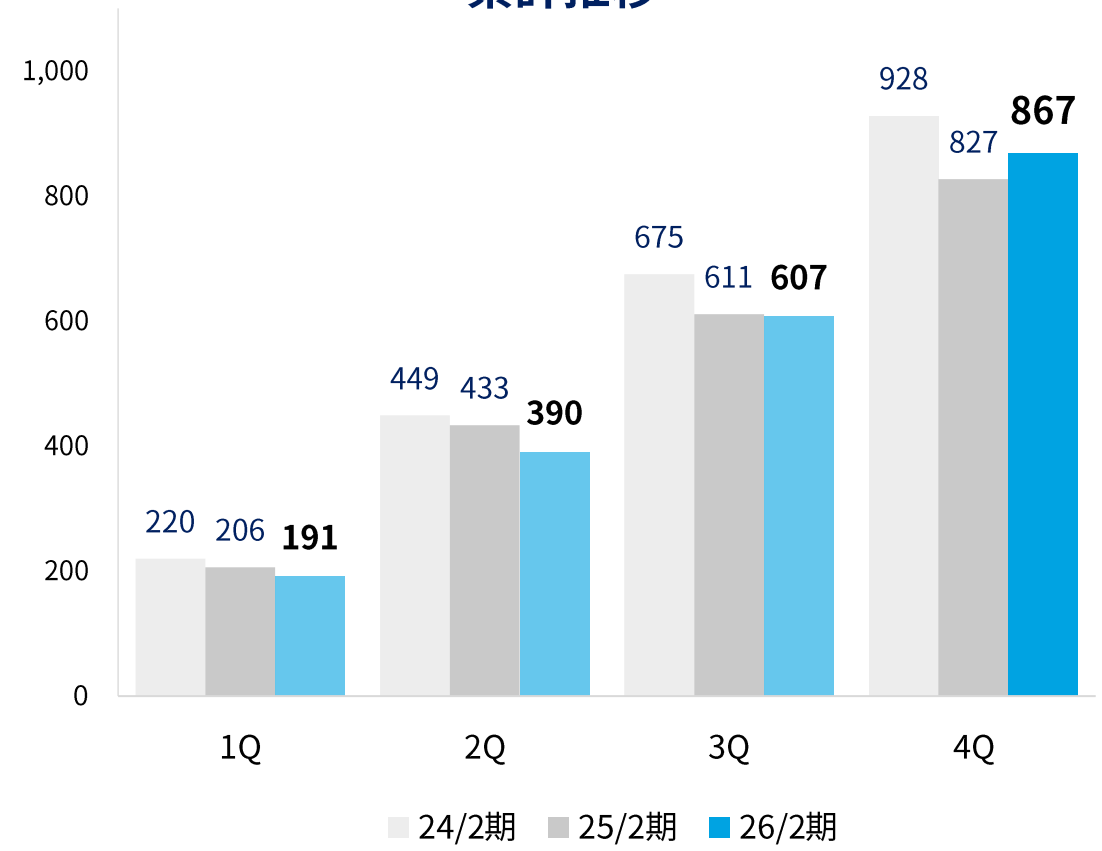
• AI検索環境への対応、AI技術を活用したWebサイトのセキュリティ診断サービスの提供、自社メディアの強化に加え、制作案件の受注状況の改善等もあり、期初から増収基調で推移し、通期でも増益に転換

(単位：百万円)

### 四半期推移



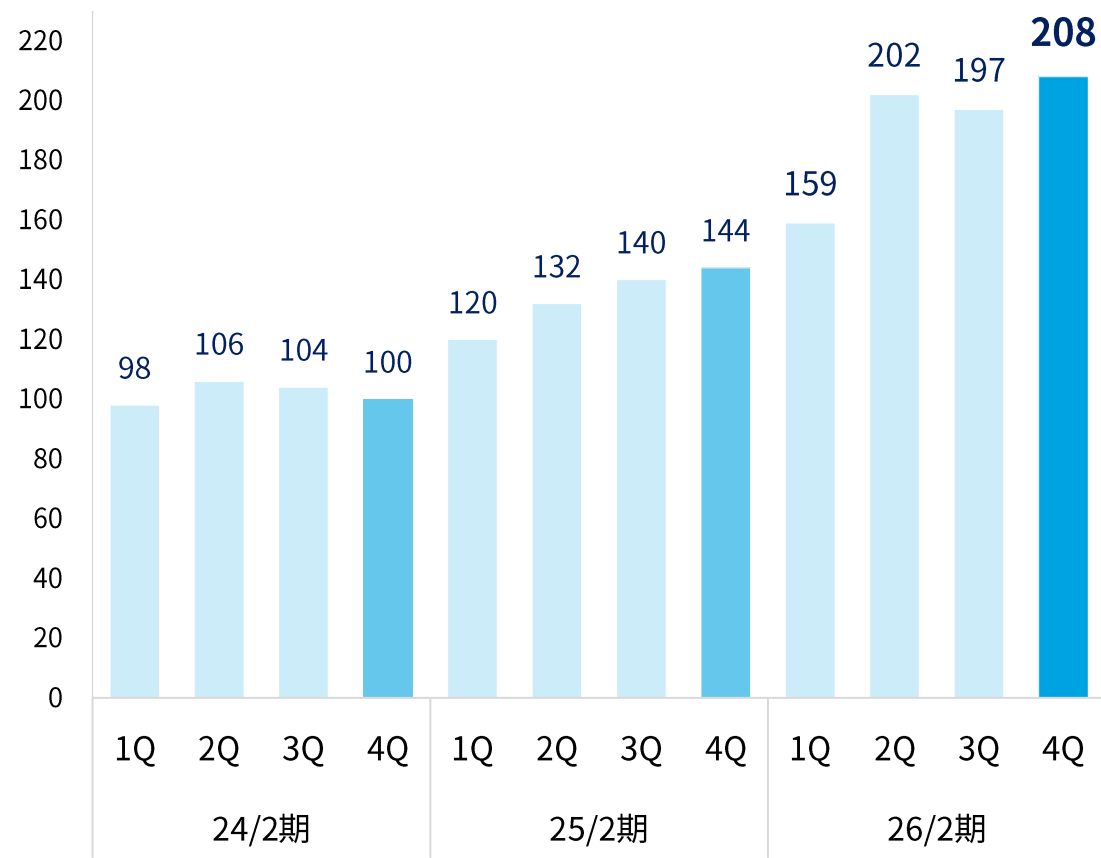
### 累計推移



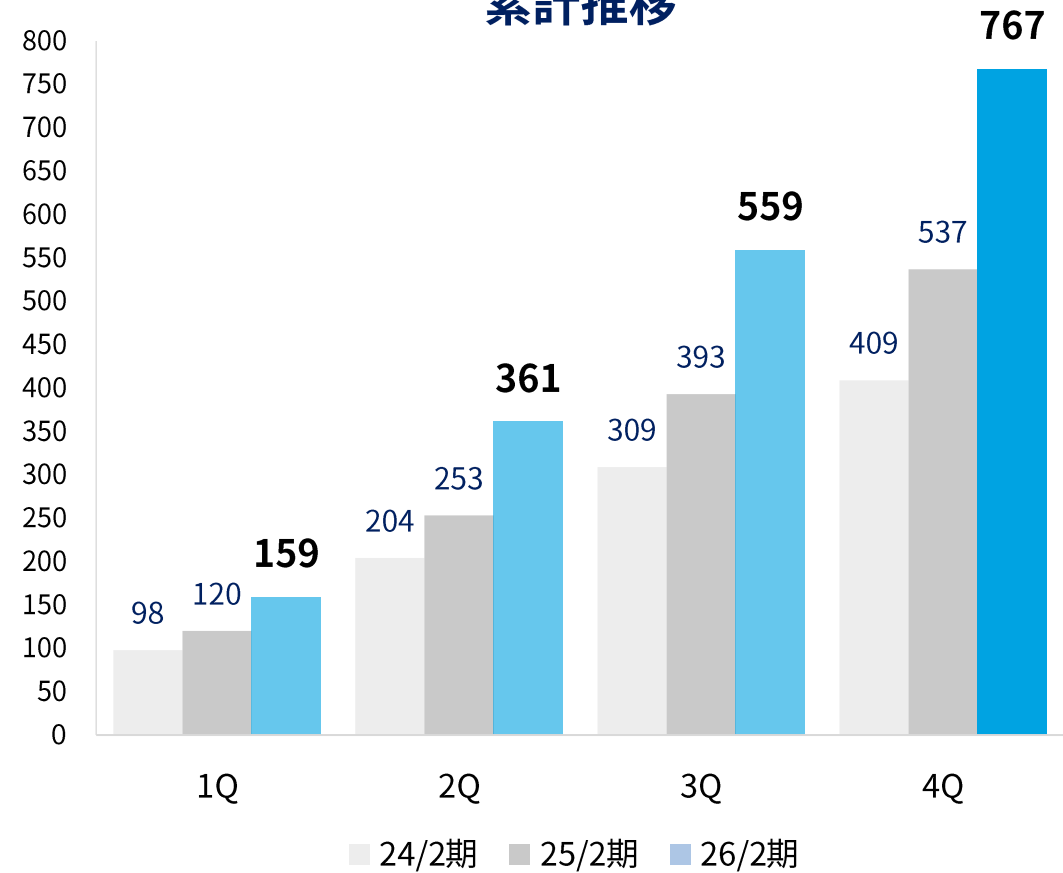
• 社会のデジタル化を背景としてインターネット広告市場は引き続き拡大傾向にあり、その成長を着実に取り込み前年同期比+42.8%と大きく増加

(単位：百万円)

### 四半期推移



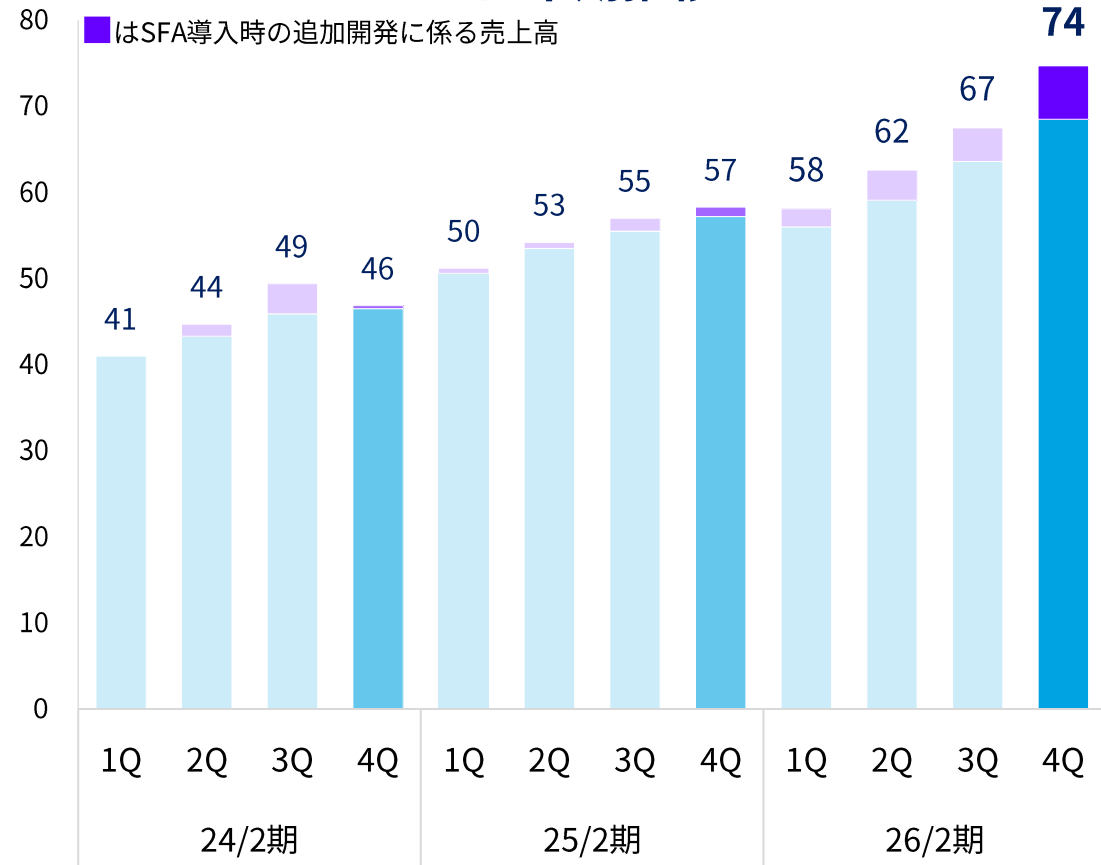
### 累計推移



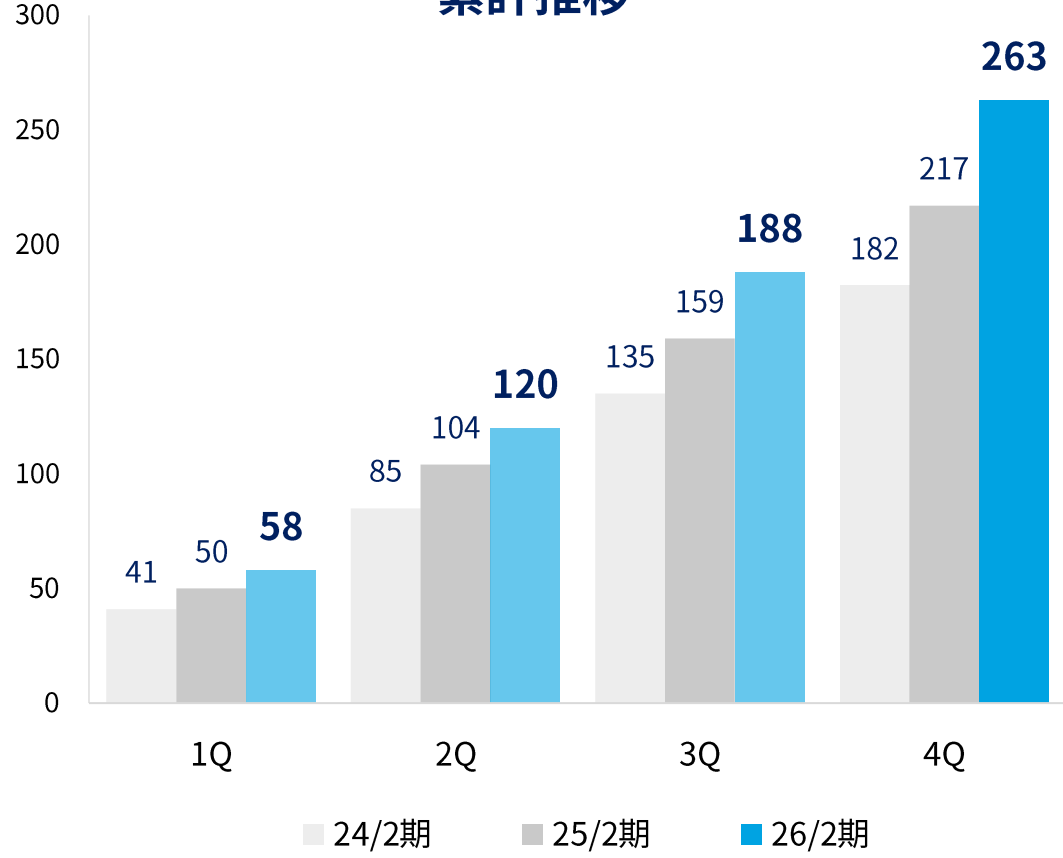
顧客への導入・定着支援を徹底するとともに、生成AIを活用した新機能(名刺管理、議事録の作成・要約、営業活動・商談内容及びその結果の解析・分析・履歴の自動入力等)の開発・提供が寄与し前年同期比+21.3%と伸長

(単位：百万円)

### 四半期推移



### 累計推移



- 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
- ライティング業務を中心に、AIを活用した内製化の推進により、外注費が減少

(単位：百万円)

区分	25/2期 (対売上高比率)	26/2期 (対売上高比率)	増減 (前年同期比)
媒体費	81 ( 5.2%)	237 ( 12.5%)	+155 ( +190.7%)
労務費(※1)	340 ( 21.5%)	367 ( 19.3%)	+26 ( +7.8%)
外注費(※1)	209 ( 13.2%)	186 ( 9.8%)	△22 ( △10.9%)
経費 (※1)	135 ( 8.6%)	131 ( 6.9%)	△3 ( △2.9%)
その他(※2)	△0 ( 0.0%)	△3 (△0.2%)	△2 ( — )
売上原価合計	767 ( 48.5%)	919 ( 48.4%)	+152 ( +19.9%)
1ヵ月あたり平均人員数	67人	70人	+3 ( +4.5%)

※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

# 2026年2月期 販売費及び一般管理費

- 販売費：販促・マーケティング費用等は、前年同期の水準をベースに安定的に推移
- 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
- その他管理費：その他管理費についても、多少の変動はあるものの前年同期の水準で推移

(単位：百万円)

区分	25/2期 (対売上高比率)	26/2期 (対売上高比率)	増減 (前年同期比)
販売費	64 (4.1%)	66 (3.5%)	+2 (+3.2%)
人材関連費(※)	534 (33.8%)	597 (31.5%)	+62 (+11.8%)
その他管理費	241 (15.3%)	245 (12.9%)	+4 (+1.7%)
販管費合計	839 (53.1%)	908 (47.9%)	+69 (+8.2%)
1ヵ月あたり平均人員数	62人	71人	+9 (+14.5%)

※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

# 3. 資本政策

---

# 株主還元①（剰余金の配当）

- 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
- 1株当たり中間配当12円の実施
- 1株当たり期末配当は従来予想どおり13円（年間合計25円）の実施を決定

## <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	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	69百万円
DOE（純資産配当率）	3.4%	4.5%	5.8%	6.0%

※1. 中間配当の実施及び配当予想の修正については、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」（<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2655932/00.pdf>）を併せてご参照願います。

※2. 中間配当に関するお知らせについては、2025年10月15日付適時開示資料「剰余金の配当（中間配当）に関するお知らせ」（<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2698254/00.pdf>）を併せてご参照願います。

※3. 期末配当に関するお知らせについては、2026年4月14日付適時開示資料「剰余金の配当（期末配当）に関するお知らせ」を併せてご参照願います。

## 株主還元② (株主優待制度の新設)

- 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>

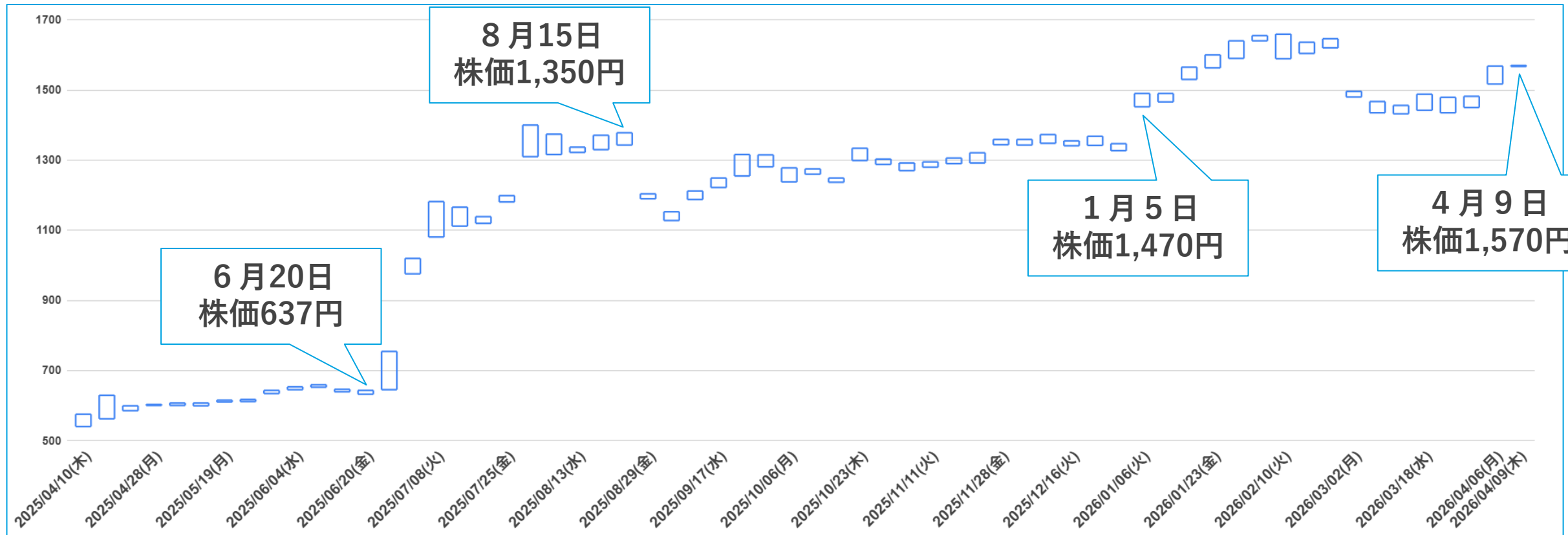
毎年2月末	2単元(200株)以上	デジタルギフト® 5,000円分
毎年8月末	2単元(200株)以上	デジタルギフト® 5,000円分

※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。

# 株主還元③ (株価推移)

株主還元施策として株主優待制度の新設 (2025年6月26日公表) 及び中間配当の実施 (同年7月15日公表) を受け、株価は2025年6月下旬以降、従前水準の約2倍に上昇し、その後も堅調に推移



- ※1. グラフは、2025年4月10日～2026年4月9日の株価のローソク足チャート
- ※2. 株価は、各日の終値を採用

# 株主還元④（上場維持基準への適合）

- 流通株式時価総額の上場維持基準への適合を目的に、株主還元策の強化として中間配当を実施するとともに株主優待制度を新設
- 2025年2月28日時点では、流通株式時価総額が適合水準を下回っていたが、2026年2月28日時点においては、スタンダード市場の全ての項目に適合

## <上場維持基準への適合状況の推移>

		株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
当社の適合状況	2025年2月28日時点	1,722人	9,526単位	6.1億円	34.2%
	2026年2月28日時点	4,082人	10,242単位	<b>15.2億円</b>	36.6%
	上場維持基準	400人	2,000単位	10億円	25%
2026年2月28日時点の適合状況		適合	適合	<b>適合</b>	適合

※ 上記の詳細につきましては、2026年4月3日付適時開示資料「上場維持基準へのお知らせ」（<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2786778/00.pdf>）を併せてご参照願います。

# 4. M&A戦略

---



名称	株式会社Tria
所在地	東京都新宿区西新宿1-25-1 新宿センタービル49階
代表者の役職・氏名	代表取締役 石原 匠悟
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル広告運用</li> <li>データマーケティング</li> <li>マーケティング伴走支援</li> </ul>
資本金	1百万円
設立年月日	2024年3月5日
大株主及び持株比率	株式会社ジオコード 51.0% Tria代表取締役 石原 匠悟 17.0% Tria取締役 尾関 将樹 16.0% Tria取締役 渡邊 大輝 16.0%

(単位：百万円)

経営成績	2024年12月期 (10か月間)	2025年12月期
売上高	147	534
営業利益	76	199
経常利益	84	219
当期純利益	53	141

- Triaは、大手広告代理店出身のプロフェッショナル人材により設立され、デジタルマーケティング分野で高い専門性を発揮し、創業2年ながら実績を積み上げ、業績を急速に拡大している
- 当社の顧客基盤・人材とTriaの高度な広告運用ノウハウを融合し、広告運用力と提供価値を高めることで、当社グループの事業成長を加速させ、企業価値のさらなる向上を図るため、子会社化を決定した
- 最近2事業年度の業績は、当社の連結決算には含まれておらず、また、会計監査を受けていない
- Triaは2024年3月設立のため、2024年12月期の会計期間は10か月間となる
- 売上高の一部は、広告媒体（仕入先）に支払う広告媒体費（売上原価）を控除せずに総額で表示しており、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等に基づき売上高を純額表示している当社の表示方法とは相違しているが、利益への影響はない



名称	合同会社ミニマリスティック
所在地	東京都新宿区新宿 4-1-6 JR新宿ミライナタワー
代表者の役職・氏名	代表社員 株式会社ジオコード
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルマーケティング事業</li> <li>・インターネットビジネスの企画・開発・運営</li> </ul>
資本金	10百万円
設立年月日	2018年3月1日
代表社員及び出資持分比率	株式会社ジオコード 51.0% 舞田 純也 49.0%

(単位：百万円)

経営成績	2023年5月期	2024年5月期	2025年5月期	2025年12月期 (7か月間)
売上高	252	435	449	297
営業利益	11	22	42	23
経常利益	11	22	41	23
当期純利益	8	15	28	15

- ・ ミニマリスティックは、創業以来7年以上にわたりデジタルマーケティング分野で実績を積み重ね、主要顧客である時価総額1兆円超の上場企業との取引も創業当初より継続し、現在もなお取引規模を拡大している
- ・ Webマーケティング事業の発展には大口顧客との中長期的かつ安定的な取引関係の構築が必要不可欠であり、同社との資本関係構築は当社の成長戦略に合致し、当社グループの事業成長の加速と企業価値の向上に資すると判断し、子会社化を決定した
- ・ 最近4事業年度の業績は、当社の連結決算には含まれておらず、また、会計監査を受けていない
- ・ 2025年12月の会計期間は、決算期変更のため7か月間となる
- ・ 売上高の一部は、広告媒体（仕入先）に支払う広告媒体費（売上原価）を控除せずに総額で表示しており、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等に基づき売上高を純額表示している当社の表示方法とは相違しているが、利益への影響はない

# 5. 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26-2

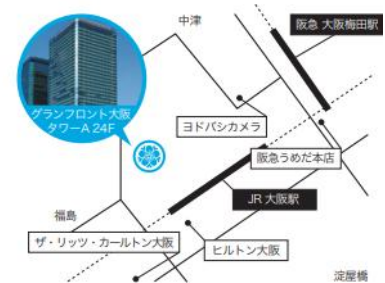
【設 立】 2005年 2月

【資本金】 364百万円（2026年2月末現在）

【社員数】 136名（2026年4月1日現在 正社員）



【東京本社】 JR新宿駅直結

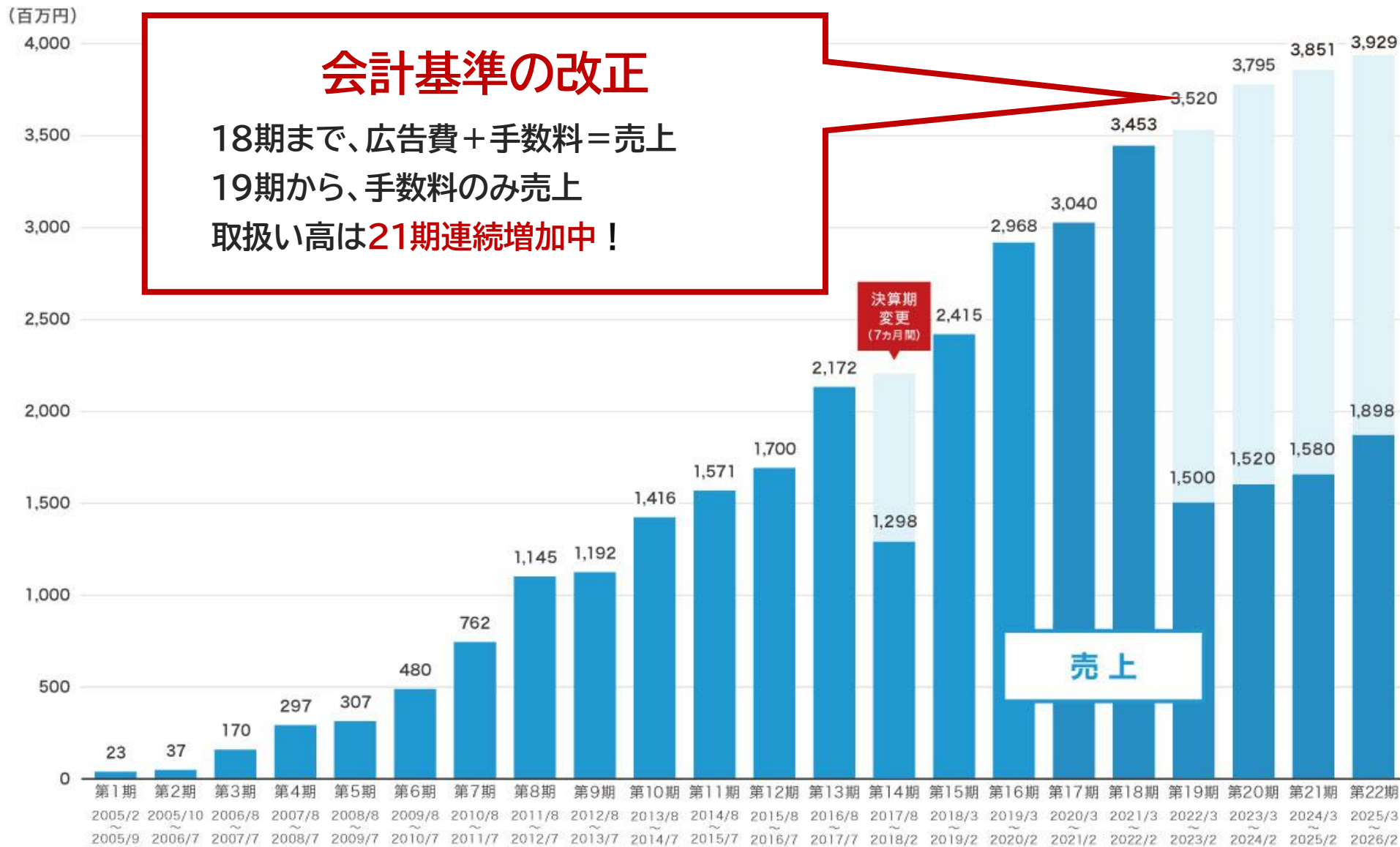


【関西支社】 大阪駅 徒歩3分



【静岡やらまいかデジタルラボ】 袋井駅 徒歩1分

# 取引高推移 (総額表示の売上高)



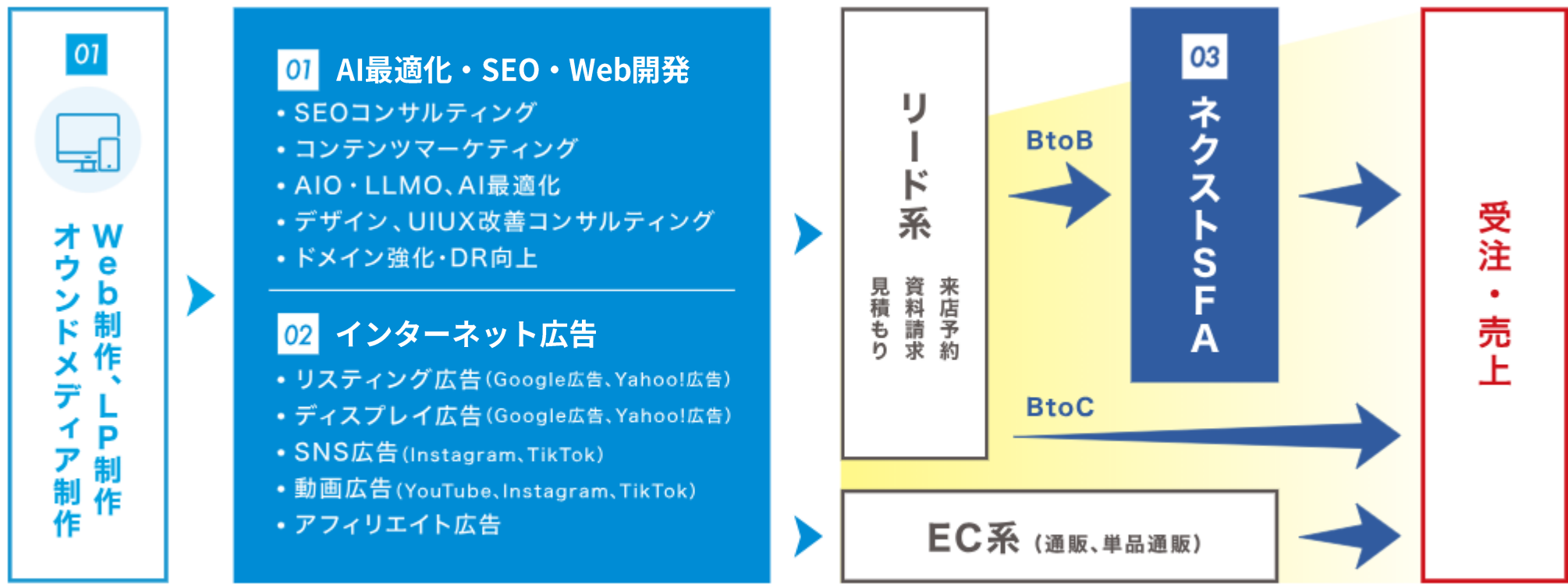
- 第14期は、決算期変更より7カ月間（2017年8月1日～2018年2月28日）の変則決算のため、12カ月換算した値をもって増収としております。
- 第19期以降は、収益認識会計基準適用により売上を純額表示に変更しておりますが、グラフでは比較のため従来の総額表示の数値を表示しております。

- |           |  |
|-----------|--|
| 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                     |
| 2025年 12月 | 株式会社Triaの株式を51%取得し連結子会社化               |
| 12月       | 合同会社ミニマリスティックの出資持分を51%取得し連結子会社化        |

**”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 | AI最適化・SEO・Web開発

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マ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、検索順位を高めるためのサイトマップ構築やSEO対策に加え、コンテンツマーケティング、AIO、LLMOといったAI時代に対応した施策を実施。さらに、ユーザーのアクセスを成約へと効果的に結びつけていくため、UI・UXの改善にも取り組みます。これらの施策を、Webサイトの現状や目的に応じて複合的に設計・立案し、コンサルティングとしてご提案。加えて、実施に必要な各種作業もワンストップで代行することで、効率的かつスピーディーにWebサイトの成果最大化を支援します。



## 02 | インターネット広告

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





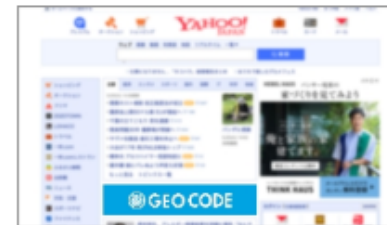
## リスティング広告

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、掲載してもらった成果報酬型**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のルール、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14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。

会社名	ステータス	登録日
株式会社A	OCに繋がる案件	2018/03/13
株式会社B	OCに繋がる案件	2018/04/12
株式会社C	OCに繋がる案件	2018/02/28
株式会社D	OCに繋がる案件	2018/02/28
株式会社E	OCに繋がる案件	2018/02/28
株式会社F	OCに繋がる案件	2018/02/28
株式会社G	OCに繋がる案件	2018/02/28
株式会社H	OCに繋がる案件	2018/02/28
株式会社I	OCに繋がる案件	2018/02/28
株式会社J	OCに繋がる案件	2018/02/28



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!



企業・顧客管理



売上管理



案件管理



行動管理



日報・週報・月報



請求書・  
見積書作成



名刺管理



AI 記録・  
分析・改善



MA 機能一式



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<sup>※</sup>

(別途お見積もり)

※ご利用ユーザーごとに加算

## 01. AI最適化・SEO・Web開発



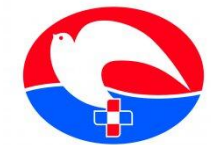
## 02. インターネット広告



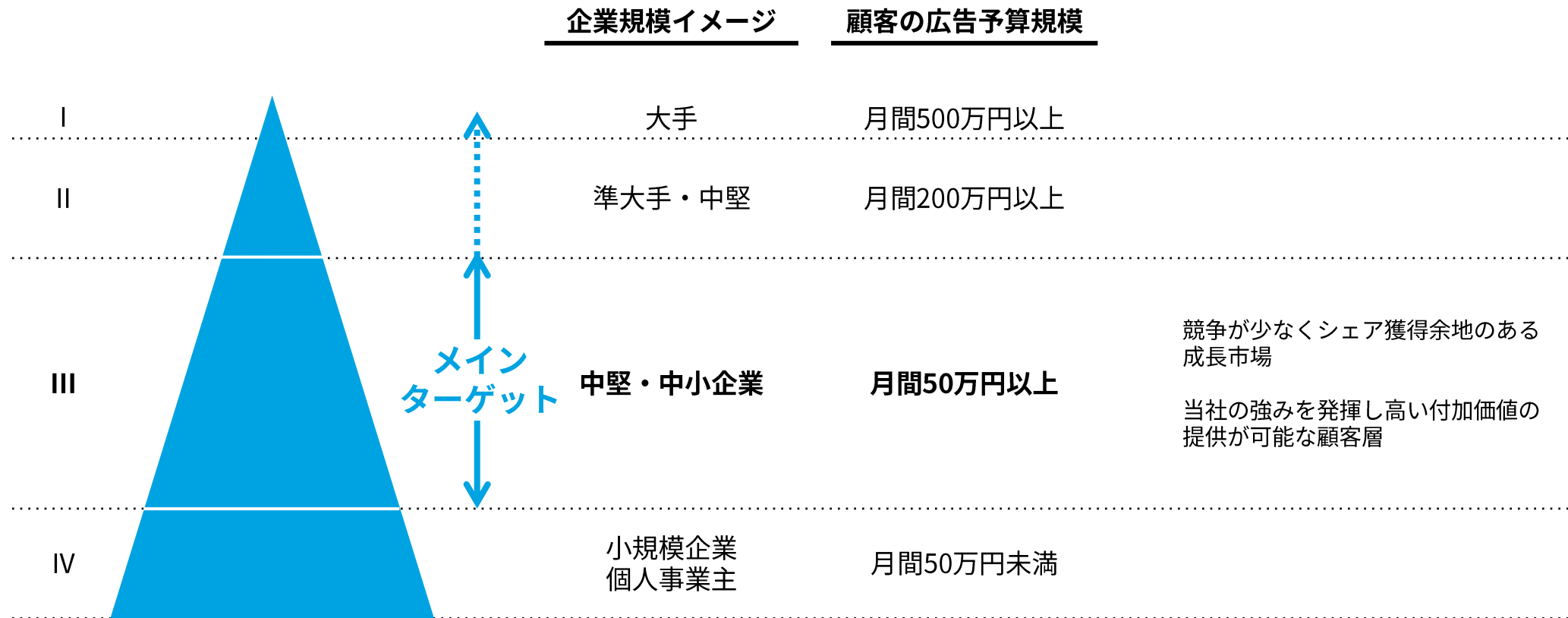
## 03. クラウドDX



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



- 過去3年間で離職率は△4.5pt減少し、2026年2月期末日時点では9.5%まで低下
- 平均勤続年数も過去3年間で7ヵ月伸長し、2026年2月期末日時点で4年10ヵ月
- 従業員数も増加し、2025年2月期末日から2026年2月期末日時点で5人増の133人

## <従業員の状況>

(2026年2月末日時点)

	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
従業員数	118人	128人	133人
離職率	14.0%	11.8%	9.5%
平均勤続年数	4年3ヵ月	4年4ヵ月	4年10ヵ月
採用人数	21人	27人	20人

- 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。

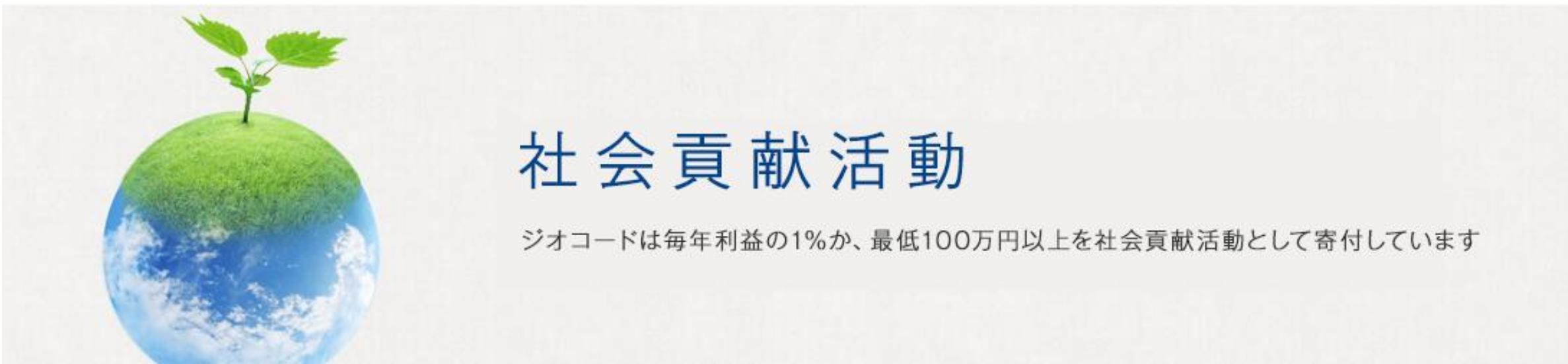
## 企業理念策定の背景

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グループ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。

当社グループでは、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



### ・社会貢献活動の一環として、東日本大震災の年から16年連続で寄付を実施

本年は理化学研究所、国立がん研究センター、ゴールドリボン・ネットワーク、国立文化財機構、大阪大学へ寄付を実施

累計額は1,943万円以上に

2026年3月18日プレスリリース：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000394.000006185.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>

## 6. 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。  
加えて、業績や成長投資とのバランスを踏まえ、増配や株主優待の拡充についても検討してまいります。



**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100億円の達成を目指しています。  
成長戦略としては、ジオコード単体で年120%成長を継続し、M&Aも機動的に活用することでグループ全体では年150%成長を狙う方針です。

ジオコード単体の売上の約9割はストック型モデルに基づく収益であり、売上高・利益が每期積み上がりやすい構造です。こうした積み上げ型の成長を土台に、企業価値（時価総額）の継続的な拡大を通じて株主価値の向上を図っていきます。

利益については、当面は人材採用・プロダクト強化への投資を優先しつつ、収益性とのバランスも取りながら、持続的な成長を実現していきます。



**Q** 3カ年計画は公表しないのですか？

**A** 当社グループは当面、3カ年計画の公表は行わないことにしました。売上は年率120～150%成長を目指し、M&Aや各種施策による非連続な成長、さらに時価総額100億・200億・300億を見据えた投資方針などは3カ年に織り込むことが難しく、適切な評価につながらない可能性があるためです。

このため、個別施策の進捗を適時開示していく方が、企業価値のより適切な評価、ひいては株価への反映につながると考えています。



**Q** 今後、買収・提携の予定はありますか？

**A** 当社グループは、公表済みのM&A方針に基づき、買収・提携を継続して推進しています。前回の開示以降も実際に2社の買収を発表しており、現在も複数案件を同時並行で積極的に検討しています。

今後も年間2社程度の買収を目線に取り組み、ターゲットはインターネット広告領域を中心に周辺領域へも拡張しながら、スピード感を持って意思決定していきます。



**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。しかしながら当社の流通株式比率は約36%であることから、自社株買いについては慎重に検討する必要がありますが、現時点で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/CRM」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。

ジオコードの売上の約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高くないため、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、これもジオコードの強みと安定性を示す証だと考えています。



**Q** 絶好調なインターネット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6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グループの強みを踏まえ、インターネット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** 好調なクラウドDX（ネクストSFA/CRM）は今後も伸びていきますか？

**A** 国内のSFA・CRM市場は既に5,000億円規模を超え、今後も拡大が見込まれます。  
一方で主要な競合は限られており、参入障壁の高い領域です。「SaaS is dead」との見方もありますが、顧客データを蓄積・活用するSFA・CRMは企業活動の基盤であり、今後もなくなるしない領域と考えています。

また日本企業はサポートやコンサルニーズが強く、当社は営業・DX・AIコンサルまで展開し、単価向上と成長を図ってまいります。



**Q** AI最適化・SEO・Web開発は今後も伸びていきますか？

**A** 当社では現在、AI検索サービスやWebセキュリティサービスの拡販、営業人員の拡充を進めています。特にAI検索の進化によって、市場全体が拡大する可能性が高まっており、大きな成長機会になると期待しています。

今後は、AI検索サービスとWebセキュリティサービスを新たな柱として、事業の再成長を実現していく方針です。



**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、改善に向けた施策立案、指示を出しています。また、当社グループ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す。なお、ストックオプションは私自身に付与されているわけではありません。



**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** いつも当社グループを応援いただき、誠にありがとうございます。  
ジオコードは21期連続で増収を継続し、インターネット広告とクラウドDXを軸に成長してきました。今期（23期）の業績予想は前年比150%を見込んでおり、自社の成長に加えM&Aの成果も着実に寄与しています。来期以降もさらなる成長に向けた施策を進めています。今後は単体年120%成長、M&Aを活用したグループ年150%成長を目指します。成長投資を優先しつつ収益性も高め、ストック型モデルを武器に株主価値の最大化に取り組んでまいります。引き続きご支援のほどよろしく願いいたします。



# 7. Topics (2025年10月～2026年3月)

---



## 2026 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5年連続で認定される（2026年3月）  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2773631/00.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ヤフーのパートナー制度において、2年連続で「**Select**」、「**Ads Operation badge**」に認定される（2025年11月）  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2714085/00.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荣誉ある称号（上位約2%のステータス）



## ITreview Grid Award 2025 Fall

- 営業支援ツール「ネクストSFA/CRM」が「ITreview Grid Award 2025 Fall」で最高位の「Leader」を受賞 (2025年10月)  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2700601/00.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
  - ✓ 「ネクストSFA/CRM」は使いやすさ、操作性の高さ、コストパフォーマンス、機能連携・拡張性、サポート体制、導入のしやすさにおいて高い評価を獲得



## ITreview Grid Award 2026 Winter

- 営業支援ツール「ネクストSFA/CRM」が「ITreview Grid Award 2026 Winter」で最高位の「Leader」と「High Performer」を受賞 (2026年1月)  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2745767/00.pdf>
  - ✓ ITreview Grid Award 2026 Winterでは、ITreviewに集まった約15.1万件のレビューをもとに、顧客満足度の優れた製品を「Leader」「High Performer」として表彰、バッジが発行される

## 生成AI技術を活用したAI商談レポート機能が オンライン会議ツールと連携可能に



- 2025年6月にリリースした「AI商談レポート機能」にオンライン会議ツールとの連携機能を追加（2025年10月）  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2694366/00.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Googleドライブなどのクラウドストレージから直接選択・連携するだけで、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 AI新機能登場

# AI履歴登録機能

かんたん履歴登録  
クイック入力履歴

1. 履歴を登録したい内容を入力してください  
手入力  
文字起こし結果 (編集可能)

未定アタックの山田さんと3Qの案件について商談。コスト面において競合特にA社。来週くらいに具体的な比較資料を作って持っていくことに。

AIによる履歴補正 補正アンブレート 履歴用補正

確認 / 変更 AIアシスト

- 01 業界最高レベルの“入力ストレス軽減”
- 02 商談内容のメモを音声から自動登録!
- 03 該当企業の検索～要約まで対応!

- 「ネクスト SFA/CRM」の新機能として生成AI技術 を活用した「AI履歴登録機能」をリリース（2025年12月）  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2727802/00.pdf>
- 音声や簡易的なテキストメモを「ネクストSFA/CRM」に送信するだけでAIが内容を整理し、適切な企業ページを見つけ出し、AIが自動補正した内容を簡単に履歴登録できる
- 音声入力なら「ネクストSFA/CRM」での履歴登録に必要なだった「企業検索」「企業ページに移動」「履歴登録」といった複数のステップが、1ステップで履歴登録を完了することができる

## AIO/LLMO、AI最適化サービス提供開始



AIからの“見え方”をまとめて診断  
**AIO調査サービス**

御社サイトがChatGPT・Gemini・Perplexity  
などにどの程度引用・推薦されやすいかを調査。  
AIに選ばれるための改善案と実行ステップまで  
セットでご提示します。

Google aio

AIによる概要  
AIOにはいくつかの意味がありますが、ここでは主なものを紹介します。

- 1. AIO (AI Optimization):**  
AI検索エンジンにおけるコンテンツ最適化を指します。従来のSEO（検索エンジン最適化）が検索エンジンアルゴリズムへの最適化を目的とするのに対し、AIOはAIが生成するコンテンツや回答に自社情報が適切に反映されるように最適化する戦略です。記事、...
- 2. AIO (Activities, Interests, Opinions):**  
消費者のライフスタイルや嗜好性を分析するマーケティング手法です。消費者の活動、興味、意見を分析することで、ターゲット層の嗜好を深めます。...
- 3. AIO (Allied Intent-based Orchestrator):**  
ネットワーク管理システムを指す場合もあります。...
- 4. AIO (All-in-One):**  
電子カバコ (NAPE) など、パワースタックとアトマイザーが一体化した製品を指すことがあります。...

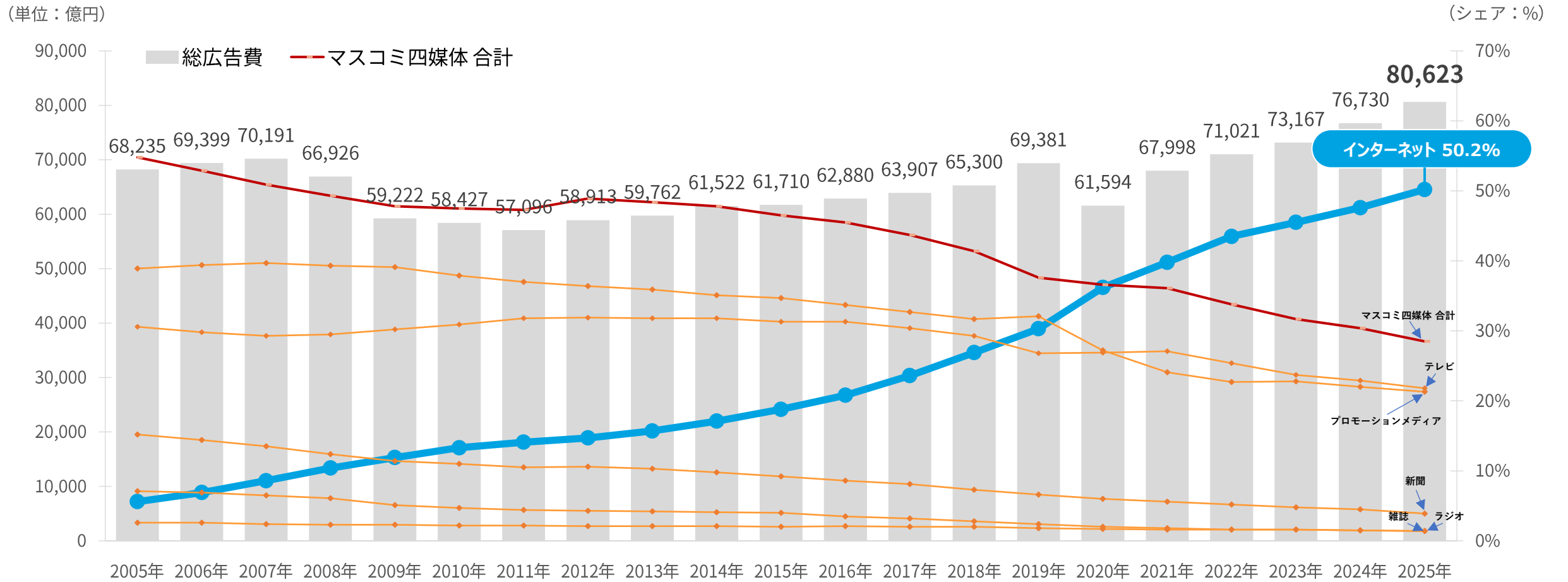
- AIからの“見え方”をまとめて診断「**AIO調査サービス**」提供開始（2025年12月）  
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7357/tdnet/2729374/00.pdf>
- ChatGPT・Gemini・Perplexityなどにどの程度引用・推薦されやすいかを調査し、AIに選ばれるための改善案と実行ステップまでセットで提示
- これまでのSEO対策で蓄積したキーワード戦略やデータ解析、サイト内部リンクの最適化などのノウハウと、AIの回答生成プロセスの分析を組み合わせ、AIに引用・推薦されやすいWebサイトの状態を多角的に診断

# 8. Appendix

---

# 市場環境：日本国内の広告費の推移

2025年の広告費の国内市場規模は 8 兆623億円（前年比105.1%）  
 このうちインターネット広告費は50.2%と初めて過半数を超える



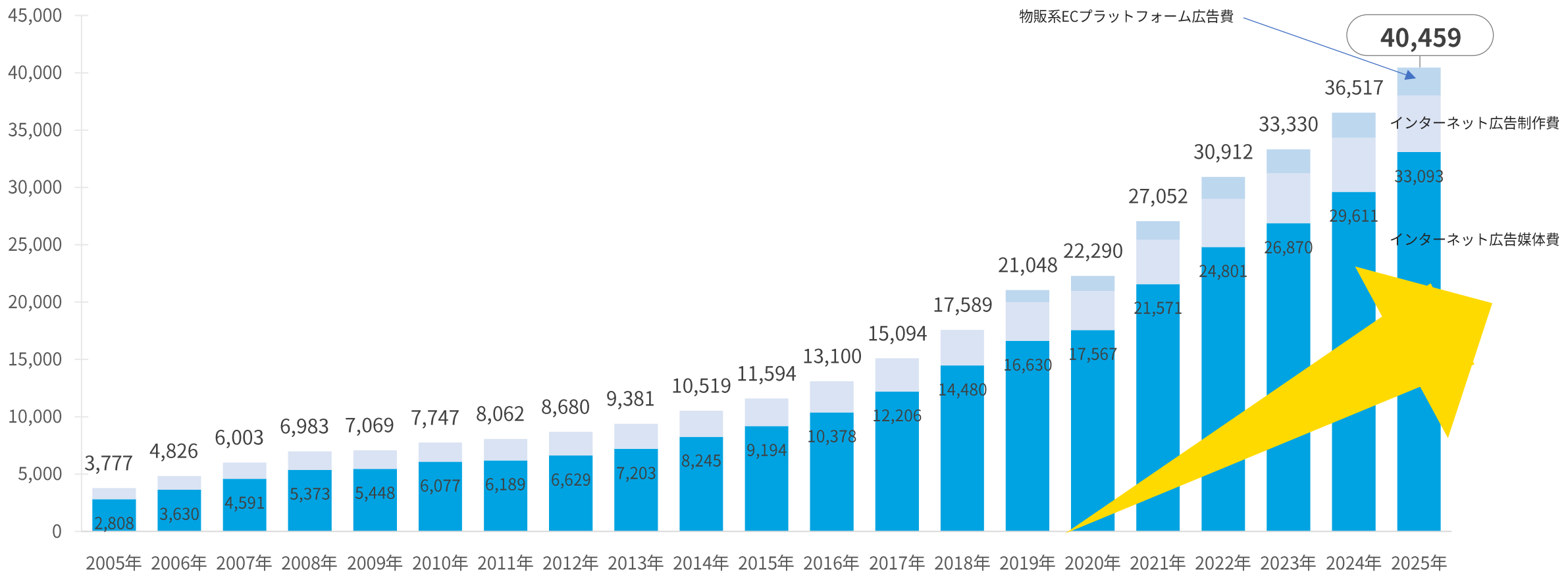
出所：「2025年日本の広告費」株式会社電通

# 市場環境：インターネット広告費の推移

2025年のインターネット広告費の国内市場規模は 4兆459億円 (前年比110.8%)

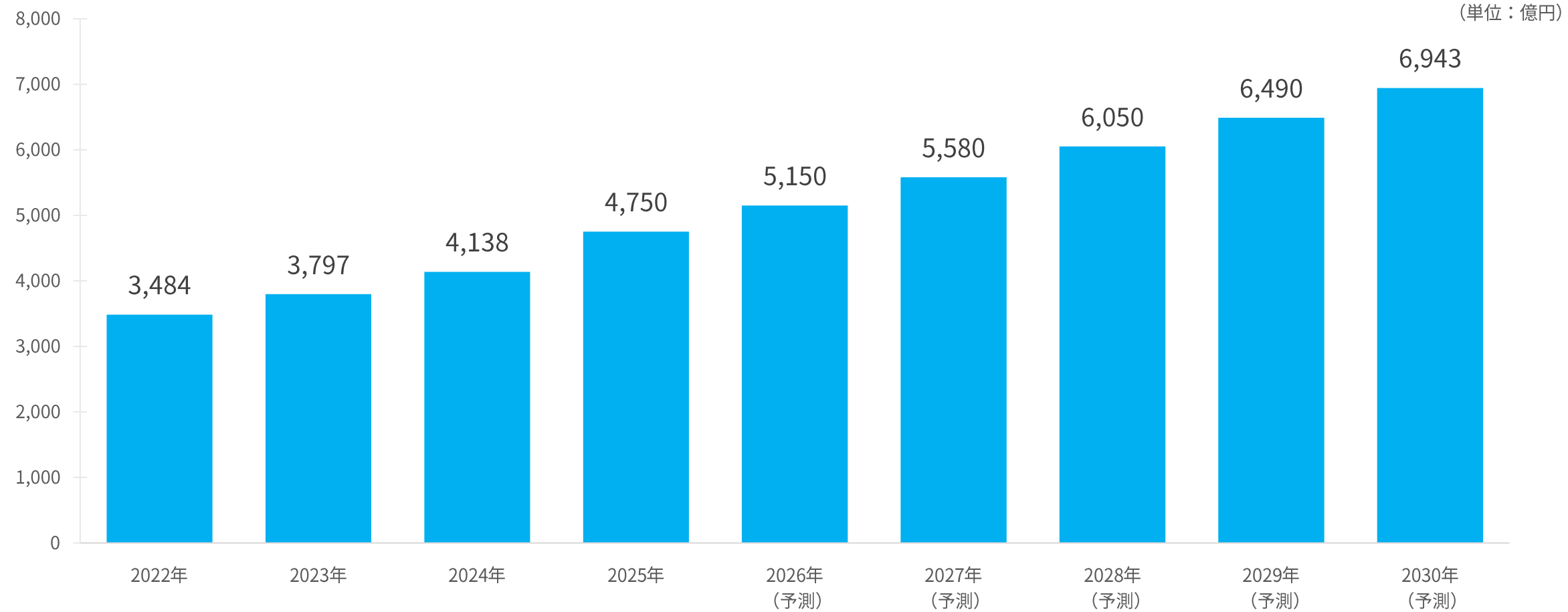
社会のデジタル化を背景に市場の拡大が継続

(単位：億円)



出所：「2025年日本の広告費」株式会社電通

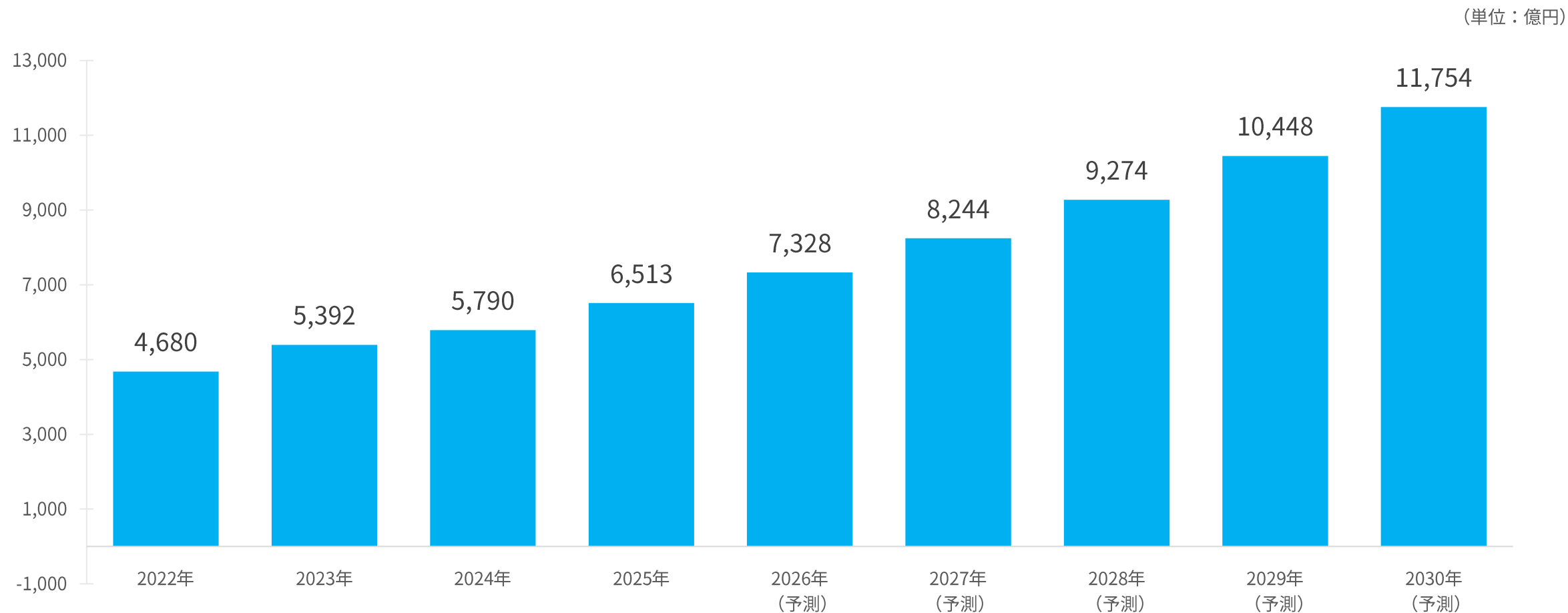
SEO・コンテンツマーケティング市場は動画コンテンツの需要増加や生成AIの活用、個別最適化されたコンテンツの普及により、さらなる市場成長を見込む



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

# 市場環境：CRM市場の推移

SFAを含む国内CRM市場は、年平均成長率+12.5%で成長し、2026年度には7,000億円を超え、2029年度には1兆円規模まで達すると予測される



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

本資料は、株式会社ジオコード及びその連結子会社（以下「当社グループ」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グループ以外の企業等に関する情報及び当社グループ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、当社グループは、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グループ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。

