

# ホリスティック企業レポート ジオコード 7357 東証 JQS

新規上場会社紹介レポート  
2020年11月27日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター  
審査委員会審査済 20201126

## 中堅・中小企業に対し、Web マーケティングの成果を高める各種サービスと、クラウド型業務支援ツールを提供

アナリスト: 鎌田 良彦 +81(0)3-6812-2521  
 レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

### 【7357 ジオコード 業種: サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2019/2	2,415	-	47	-	55	-	0	-	0.4	104.7	0.0
2020/2	2,968	22.9	153	225.5	155	181.8	109	-	52.3	145.4	0.0
2021/2 予	3,172	6.9	191	24.8	169	9.0	105	-3.7	48.8	-	0.0

(注) 1. 単体ベース。2021/2期は会社予想  
 2. 2020年8月22日付で1:200の株式分割を実施。1株当たり指標は遡って修正  
 3. 2021/2期予想EPSは公募株式数(380,000株)及び自己株式処分株式数(40,000株)を含めた期中平均株式数により算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 (注)	本店所在地 東京都新宿区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 2,470,000株	設立年月日 2005年2月14日	いちよし証券
時価総額 (注)	代表者 原口 大輔	【監査人】
上場初値 (注)	従業員数 129人(2020年9月)	EY新日本有限責任監査法人
公募・売出価格 1,250円	事業年度 3月1日～翌年2月末日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 事業年度終了後3か月以内	

(注) 11月26日に上場したが、売買が成立せず、株価がついていない

### > 事業内容

(注1) SaaS  
 Software as a Service の略。ソフトウェアをインターネット経由のサービスとして提供すること。

#### ◆ 中堅・中小企業に対し Web マーケティング事業とクラウド事業を展開

ジオコード(以下、同社)は、中堅・中小企業に対して、Web マーケティングの成果を高めるための各種サービス及び、クラウド型業務支援ツールを SaaS<sup>※1</sup>形態で提供している。

同社の報告セグメントは、Web マーケティング事業のみであるが、販売実績は Web マーケティング事業とクラウド事業に分類して公表している(図表 1)。

【図表 1】売上内訳

	20/2期	
	売上高 (百万円)	構成比 (%)
Webマーケティング事業	2,833	95.5
(SEO対策)	895	30.2
(Web広告)	1,774	59.8
(Webサイト制作)	164	5.5
クラウド事業	134	4.5
合計	2,968	100.0

(注) 端数処理の関係で合計と一致しない  
 (出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

(注2) SEO  
 Search Engine Optimization の略。検索エンジン最適化を意味する。

#### ◆ Web マーケティング事業

Web マーケティング事業は、SEO<sup>※2</sup>対策、Web 広告、Web サイト制作からなる。

SEO 対策は、Web 上のキーワード検索において顧客のサイトを Web 上の上位に表示させるための施策であり、同社は創業間もない 05 年より同業務を行っている。

キーワード検索で Web サイトの上位表示を実現するためには、検索エンジンの順位決定の特性を理解し、Web サイトが検索エンジンから高い評価を得ることが重要になる。そのためには、検索エンジンの利用者にとって有益な情報を Web サイトに掲載し、検索エンジンがその情報を正しく認識できるように Web サイトの設計や構造・構成を最適化する必要がある。

(注 3) UI  
User Interface の略。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。

(注 4) UX  
User Experience の略。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の概念。

(注 5) CV  
Conversion の略。Web サイト上における最終的な成果を意味する。

(注 6) SSL 証明書  
インターネット上の通信を暗号化するために、信頼できる第三者機関(認証局)が発行する電子証明書。

同社は優先的に対策を行うべきキーワードの選定等の SEO コンサルティングに留まらず、Web サイトの内部構造の改善作業や、Web サイトに掲載する記事の作成、UI<sup>注3</sup>/UX<sup>注4</sup>の改善までを行い、顧客の Web マーケティングの目標である資料請求や見積もり等の CV<sup>注5</sup>獲得の最大化までのサービスを提供している。

Web 広告では 09 年以降、Web 広告全般の運用代行業務を行っている。同社では Google LLC や Z ホールディングス(4689 東証一部)の子会社であるヤフー等が提供する、検索エンジンで検索されたキーワードと関連性の高い広告を表示するリスティング広告や、コンテンツ連動型広告を主軸に、Facebook, Inc. や LINE (3938 東証一部) 等が提供する SNS 広告等も含め幅広い広告媒体に対応した運用代行を行っている。

Web サイト制作では 06 年以降、Web サイトの企画・制作・保守運用サービスを行っている。Web サイトの企画・制作では、コーポレートサイトを始め、サービスサイト、EC サイト、広告用のランディングページ等の多種多様なサイトを手掛け、保守運用では、Web サイトの更新作業、アプリケーションの保守、Web サーバーやドメイン、SSL 証明書<sup>注6</sup>の管理・運用等を代行している。Web サイト制作においても、SEO 対策や Web 広告で培ったノウハウを活用し、企画設計の段階から集客を意識した Web サイト制作を行っている。

#### ◆ クラウド事業

クラウド事業では、主に中堅・中小企業に対して顧客が必要とする機能を低価格で利用できるクラウド型業務支援ツールを SaaS 形態で提供している。具体的なサービスはネクスト IC カードとネクスト SFA の 2 つである。

##### 1) ネクスト IC カード

Suica や PASMO 等の交通系 IC カードを利用して、勤怠管理や交通費精算に加え、交際費や会議費等の経費精算も行える業務支援ツールである。必要な機能だけを選択して、低コストでの導入が可能なサービスとなっている。

2) ネクスト SFA

SFA は Sales Force Automation の略で、見込み顧客や商談履歴の管理から案件成立後の顧客管理までの営業プロセスを見える化して、効率的に管理できる業務支援ツールである。他社が提供する見積書・請求書発行システムや名刺管理システム等とも連携している。

> 特色・強み

◆ Web マーケティングに不可欠のサービスを一社完結で提供

同社は顧客の Web マーケティング活動に不可欠の SEO 対策、Web 広告、Web サイト制作を一社完結で提供することにより、顧客の課題解決に向けた適切なサービスを提供できる体制になっている。社内には営業部門に加え、運用部門ではプログラマーや Web デザイナー等多様な人材を抱え、顧客の様々なニーズに対応できる体制となっている。また、クラウド事業でもシステムを自社開発している。

◆ ストック型ビジネスで安定的な増収を実現

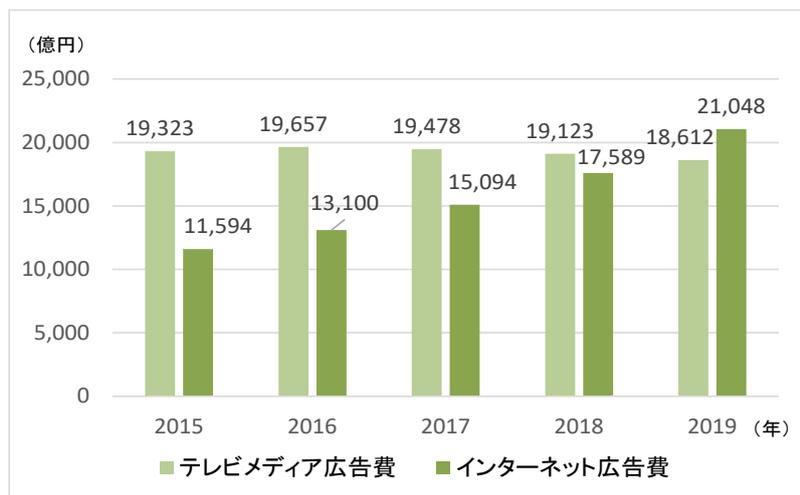
同社の SEO 対策や Web 広告は半年から 1 年の契約が多く、継続率も高いため、顧客数の積み上げによって着実に売上高が拡大する体制となっている。

> 事業環境

◆ 成長が続くインターネット広告市場

電通の「2019 年 日本の広告費」によれば、インターネット広告費は毎年二桁の成長率が続き、19 年には 2 兆 1,048 億円と、テレビメディア広告費の 1 兆 8,612 億円を初めて上回った(図表 2)。

【 図表 2 】 インターネット広告費とテレビメディア広告費



(出所) 電通「2019 年 日本の広告費」より証券リサーチセンター作成

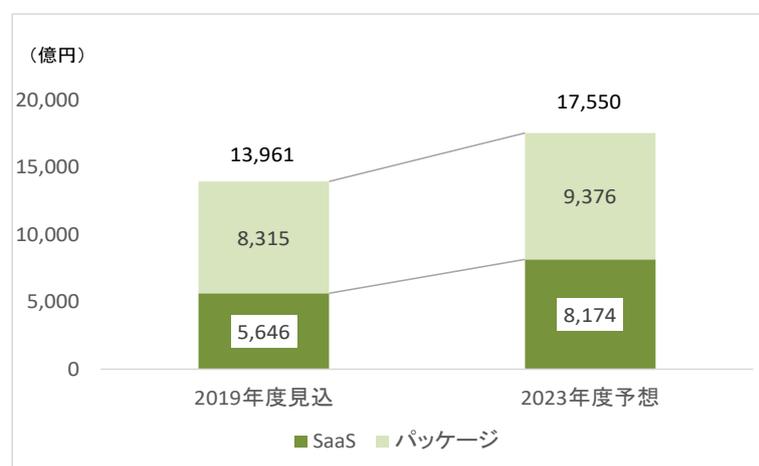
また、D2C、サイバー・コミュニケーションズ、電通、電通デジタルが共同で行った「2019 年日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」によ

れば、インターネット広告費からインターネット広告制作費と物販系 EC プラットフォーム広告費を除いたインターネット広告媒体費は、19年の1兆6,630億円(前年比14.8%増)から20年には1兆8,459億円(同11.0%増)への増加が見込まれている。

#### ◆ 拡大する SaaS

富士キメラ総研の「ソフトウェアビジネス新市場 2019年版」によると、国内ソフトウェア市場は19年度見込みの1兆3,961億円から23年度には1兆7,550億円へと年率5.9%成長が見込まれているが、その中でSaaSは5,646億円から8,174億円へと年率9.7%成長が見込まれている。一方、パッケージソフトウェアは、8,315億円から9,376億円へと年率3.0%成長に留まる見通しとなっている(図表3)。

【図表3】ソフトウェアの国内市場



(出所) 富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場 2019年版」より証券リサーチセンター作成

#### ◆ 競合

Web 広告の分野は、参入企業が多く競合先は多いが、同社は顧客の月間広告予算が50万円から200万円程度の中堅・中小企業をメインターゲットとしており、この分野では同社が広告のみならずWebマーケティング全般のサービスを提供していること等もあり、競合先は比較的少ない。

大企業や準大手企業を顧客とする会社には、サイバーエージェント(4751 東証一部)、デジタルホールディングス(2389 東証一部)傘下のオプトやソウルアウト(6553 東証一部)、Orchestra Holdings(6533 東証一部)等がある。小規模企業・個人事業主を顧客とする会社には、ブランディングテクノロジー(7067 東証マザーズ)等がある。SEO対策の分野では、「Webアナリティクス」業務を展開するSpeec(4499 東証JQS)等がある。

ネクスト IC カードの競合先としては、楽楽精算を提供するラクス(3923 東証マザーズ)等がある。ネクスト SFA の競合先としては、全世界及び日本でトップシェアの Salesforce があるが、ネクスト SFA は低価格を武器に Salesforce からの顧客切り替えを進めている。国内企業では Senses (センシーズ)を展開するマツリカ(東京都品川区)等がある。

> 業績

◆ 業績推移

届出目論見書には過去 6 期分の業績(18/2 期は決算期変更に伴い 7 カ月決算)が記載されている。売上高はストック型ビジネスの特徴を生かして増収が続いている。経常利益は年による変動はあるものの、20/2 期は Web 広告を中心とした増収等により、大幅増益となった(図表 4)。

【 図表 4 】 業績推移



(注) 17/2 期は決算期変更に伴い 7 カ月決算  
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

21/2 期第 2 四半期累計期間の売上高は、1,442 百万円、経常利益は 52 百万円だった。新型コロナウイルス拡大の影響で、第 1 四半期の業績が低調だったため、後述する 21/2 期会社計画に対する進捗率は、売上高で 45.5%、経常利益で 30.8%と低い進捗率となっている。

◆ 21 年 2 月期の会社計画

同社の 21/2 期計画は、売上高 3,172 百万円(前期比 6.9%増)、営業利益 191 百万円(同 24.8%増)、経常利益 169 百万円(同 9.0%増)、当期純利益 105 百万円(同 3.7%減)である(図表 5)。20 年 3~6 月の実績に 20 年 7 月以降の予測値を加算しての計画となっている。

【 図表 5 】 21 年 2 月期の会社計画

	20/2期		21/2期 (予)		
	(百万円)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	2,968	100.0	3,172	100.0	6.9
Webマーケティング事業	2,833	95.5	3,031	95.6	7.0
SEO対策	895	30.2	858	27.0	-4.1
Web広告	1,774	59.8	1,933	60.9	9.0
Webサイト制作	164	5.5	239	7.5	45.7
クラウド事業	134	4.5	141	4.4	5.2
売上原価	2,027	68.3	2,218	69.9	9.4
売上総利益	940	31.7	954	30.1	1.5
販売費及び一般管理費	787	26.5	762	24.0	-3.2
営業利益	153	5.2	191	6.0	24.8
営業外収支	2	-	22	-	-
経常利益	155	5.2	169	5.3	9.0
当期純利益	109	3.7	105	3.3	-3.7

(注) 21/2 期は会社計画

(出所) 「東京証券取引所 JASDAQ への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

Web マーケティング事業の SEO 対策は、第 1 四半期にコロナ禍の影響で解約が増加し、月次売上高が一時的に前期水準を下回る状況になったものの、第 2 四半期に入り新規案件獲得増加で回復傾向となったことから、第 3 四半期以降は前期水準への回復を見込み、売上高は 858 百万円(前期比 4.1%減)を見込んでいる。

Web 広告は、第 1 四半期にコロナ禍の影響による広告出稿停止等も見られたものの、第 2 四半期以降は広告出稿の再開に加え、新規案件獲得も回復傾向となったことから、売上高は 1,933 百万円(前期比 9.0%増)を見込んでいる。

Web サイト制作は、制作営業専担者を配置した効果や、第 2 四半期に大型案件を受注したこと等から、売上高は 239 百万円(前期比 45.7%増)を見込んでいる。その結果、Web マーケティング事業の売上高は、3,031 百万円(同 7.0%増)となる見通しである。

クラウド事業では、ネクスト IC カードは、第 1 四半期にコロナ禍の影響で解約や顧客単価の低下が続く、第 2 四半期に入り回復が見られたものの保守的に横ばいで推移する前提となっている。ネクスト SFA は、前期下半期実績を目安に、ネクスト SFA の機能や料金体系等を紹介する自社メディアの強化による獲得案件の増加を想定し、月間純増額を設定している。その結果、クラウド事業の売上高は、141 百万円(前期比 5.2%増)を見込んでいる。

売上原価については、労務費はサービスごとの人員計画に基づき、該当サービスの運用人員の給与手当、歩合給、法定福利費を原価計上し、経費は、該当サービス提供のための通信費、支払い手数料のほか、全社共通の減価償却費、地代家賃、水道光熱費から該当サービス総合額を原価に振替計上している。

Web マーケティング事業の SEO 対策では、内製化等のコスト削減効果を検討したうえで、一定の外注費を原価計上している。Web 広告では、売上高の約 8 割に相当する広告仕入(広告運用のための広告媒体会社への支払い)を材料費に計上している。Web サイト制作では、プロジェクト別の個別原価計算を行っている。クラウド事業については、機能改修等の業務委託費用を外注費として原価計上している。これらの結果、売上原価は 2,218 百万円(前期比 9.4%増)、売上総利益は 954 百万円(同 1.5%増)を見込んでいる。

販売費及び一般管理費については、全体の約 6 割を占める人件費のほか、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けてコストの見直しを検討・実施したことにより前期を下回る計画としている。販売費及び一般管理費は 762 百万円(前期比 3.2%減)となり、この結果、営業利益は 191 百万円(同 24.8%増)と同社は見込んでいる。

営業外費用に主に上場関連費用 21 百万円を見込み、経常利益は 169 百万円(前期比 9.0%増)が計画されている。特別損益は発生を見込んでいない。当期純利益は前期にあった特別利益や所得拡大促進税制適用による法人税控除を織り込んでいないため 105 百万円(同 3.7%減)の計画である。

#### ◆ 成長戦略

同社は今後の成長戦略として、①SEO 対策や UI/UX 改善等の Web サイト制作機能を組み合わせ、リスティング広告等の広告によらずに、検索からの集客により顧客のマーケティング目的である資料請求、見積もり等の CV を最大化する、オーガニックマーケティング機能の強化、②ネクスト SFA の拡販と機能拡充、③地方銀行等の金融機関との提携による、地方優良顧客の開拓を掲げている。

オーガニックマーケティングについては、サービス内容を SEO 対策コンサルティング、コンテンツコンサルティング、UI/UX 改善コンサルティング、サイト修正指示・作業代行等に細分化し、それぞれの成果を顧客にわかりやすく説明できるようにするとともに、顧客が強化を必要と考える機能を選択できる体制としている。

ネクスト SFA については、自社メディア等を活用して顧客拡大を行うとともに、Web マーケティング事業の顧客向けに機能拡充を行う方針である。現状の

ネクスト SFA の機能は対法人ビジネスを行う顧客向けになっている一方で、同社の Web マーケティング事業の顧客は、対個人向けビジネスを行う顧客が多いため、個人顧客の管理システムの機能開発を行っていく。この結果、オーガニックマーケティングや Web 広告により資料請求・見込み等 CV を達成した顧客に対して、ネクスト SFA を導入することで、その後に実際の受注や売上高に効率的につなげることを目指している。

地方優良顧客の開拓については、地方銀行から顧客の紹介を受けることで顧客拡大を目指している。東京においては、広告費のネット化率が高く、競争も激しいが、地方では広告のネット化率が低く、今後の開拓余地は大きいと同社は見ている。

## ＞ 経営課題/リスク

### ◆ 特定仕入先への依存度の高さ

同社の Web マーケティング事業 では、グーグル及びヤフーからの広告仕入れに大きく依存しており、20/2 期の両社からの広告仕入額は仕入額全体の 83%を占めた(図表 6)。何らかの理由により両社からの広告仕入が滞った場合、同社の事業活動及び業績に影響を与える可能性がある。

【 図表 6 】 広告媒体の大手仕入先

(単位: 百万円、%)

	19/2期		20/2期	
	金額	割合	金額	割合
グーグル	568	53.7	790	54.0
ヤフー	283	26.7	424	29.0

(注) 割合は仕入額全体に対する割合  
(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

### ◆ 検索エンジンの寡占状態

同社の Web マーケティング事業の SEO 対策は、検索エンジンを活用して顧客のマーケティング活動を支援するものだが、国内の検索エンジンは Google 及び Yahoo! Japan の寡占状態にある。これら検索エンジンの順位決定の仕組みの更新に同社が適切に対応できない場合、同社の事業活動及び業績に影響を与える可能性がある。

### ◆ 法的規制の影響

同社 Web 広告の広告主は、広告内容によって「不当景品類及び不当表示防止法」、「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」等の規制を受ける可能性がある。同社では顧客の広告が各種法規制に抵触することがないようにチェックリストを整備して確認を行うとともに、弁護士法人と契約し必要に応じて広告審査を依頼する体制を構築している。顧客の広告内容が法規制に抵触するようなことがあれば、同社の業績及びレピュテーションに影響を与える可能性がある。

#### ◆ 配当政策

同社は株主への利益還元を重要な経営課題と認識しているが、財務体質強化に加え、事業拡大のための内部留保の充実を図り、収益力強化のための投資に充当することが、株主に対する最大の利益還元になると考えている。当面は内部留保の充実を図るとし、21/2 期の配当は無配予想としている。

【 図表 7 】 財務諸表

損益計算書	2019/2		2020/2		2021/2 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	2,415	100.0	2,968	100.0	1,442	100.0
売上原価	1,610	66.7	2,027	68.3	1,031	71.5
売上総利益	804	33.3	940	31.7	411	28.5
販売費及び一般管理費	756	31.3	787	26.5	356	24.7
営業利益	47	1.9	153	5.2	55	3.8
営業外収益	9	-	4	-	0	-
営業外費用	1	-	2	-	2	-
経常利益	55	2.3	155	5.2	52	3.6
税引前当期(四半期)純利益	28	1.2	160	5.4	52	3.6
当期(四半期)純利益	0	0.0	109	3.7	33	2.3

貸借対照表	2019/2		2020/2		2021/2 2Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	563	67.9	871	75.7	860	76.7
現金及び預金	358	43.2	597	51.9	619	55.2
売上債権	179	21.6	256	22.2	197	17.6
棚卸資産	13	1.6	12	1.0	28	2.5
固定資産	265	32.0	280	24.3	260	23.2
有形固定資産	53	6.4	45	3.9	43	3.8
無形固定資産	66	8.0	37	3.2	26	2.3
投資その他の資産	146	17.6	196	17.0	191	17.0
総資産	829	100.0	1,151	100.0	1,121	100.0
流動負債	521	62.8	746	64.8	705	62.9
買入債務	150	18.1	273	23.7	226	20.2
短期借入金	43	5.2	-	-	33	2.9
1年内返済予定の長期借入金	83	10.0	123	10.7	121	10.8
固定負債	89	10.7	107	9.3	84	7.5
長期借入金	87	10.5	106	9.2	83	7.4
純資産	218	26.3	298	25.9	331	29.5
自己資本	218	26.3	298	25.9	331	29.5

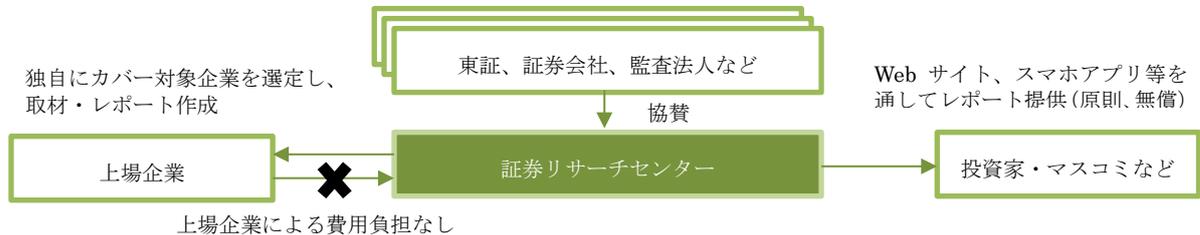
キャッシュ・フロー計算書	2019/2		2020/2		2021/2 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
営業キャッシュ・フロー	28		301		21	
減価償却費	19		20		10	
のれん償却額	32		29		14	
投資キャッシュ・フロー	-19		-48		-6	
財務キャッシュ・フロー	91		-14		7	
配当金の支払額	-		-		-	
現金及び現金同等物の増減額	99		238		22	
現金及び現金同等物の期末残高	358		597		619	

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

## 証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



### ■協賛会員

(協賛)

株式会社東京証券取引所

SMBC 日興証券株式会社

大和証券株式会社

野村證券株式会社

みずほ証券株式会社

有限責任あずさ監査法人

EY 新日本有限責任監査法人

株式会社 ICMG

(準協賛)

有限責任監査法人トーマツ

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会

日本証券アナリスト協会

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

宝印刷株式会社

株式会社プロネクサス

### アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

### 免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。