



2022年10月期
通期決算説明資料

2022年12月9日

株式会社CINC（グロース 4378）

/// 決算サマリー（2022年10月期）

売上高

1,805百万円
(前期比+37.4%)

営業利益

292百万円
(前期比+44.7%)

当期純利益

201百万円
(前期比+55.5%)

- **新型コロナウイルス感染症の拡大、資源価格の上昇、円安等、先行きが不透明な状況が続いたものの、企業のマーケティング活動のデジタルシフトにより、引き続き当社の提供する「Keywordmap」シリーズ、DXコンサルティングサービスともに需要は高く、受注が堅調に推移**
- **売上高は前期比37.4%増**
—— ソリューション事業は36.6%増、アナリティクス事業は38.3%増
- **積極的な人材投資を行いながらも、営業利益は前期比44.7%の増益**
- **営業利益率は16.2%**

/// 2023年10月期見通し

売上高

2,227百万円
(前期比+23.4%)

営業利益

104百万円
(前期比▲64.4%)

当期純利益

66百万円
(前期比▲66.9%)

- 企業のマーケティング活動のデジタルシフトが続くことにより、当社の提供する「Keywordmap」シリーズ、DXコンサルティングサービスともに需要は継続すると予想し、売上高は前期比23.4%増の2,227百万円を見込む
—— ソリューション事業は20.5%増、アナリティクス事業は26.1%増
- 将来の売上成長のための人員増強による人件費、採用費の増加、円安によるサーバー費の負担の増加、新オフィス移転による地代家賃の増加などにより営業利益は前期比64.4%減の104百万円を見込む
- ソリューション事業
 - 有効リード獲得のためにオウンドメディアの強化、新規受注案件数増加のための営業部隊の強化、解約率を低減させるためのカスタマーサクセスチーム人員の強化を図る
 - サービスの値上げも検討
 - 「Keywordmap」シリーズは顧客対象がハイリテラシー層からライトユーザー層に変化しており、ライトユーザー層に支持される「マーケティング業務の運用サポート」機能や、UIUX改善の開発を行っていくために開発体制を強化する
- アナリティクス事業
 - 既存サービスに関しては、顧客層を大手企業や地方中堅企業にまで拡大し、月額単価のアップを目指す
 - マーケティングプロ人材と企業をマッチングして、企業のマーケティング施策を支援するエキスパートソーシングサービスの成長を見込む

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、2023年1月を目処に開示を行う予定です

/// INDEX

01 | 事業説明

02 | 業績ハイライト

03 | 各種KPIと事業の状況

04 | 2022年10月期通期の取組みについて

05 | 2023年10月期通期業績予想について

06 | よくいただくご質問

01

—

事業説明

01 | 事業説明

02 | 業績ハイライト

03 | 各種KPIと事業の状況

04 | 2022年10月期通期の取組みについて

05 | 2023年10月期通期業績予想について

06 | よくいただくご質問

/// VISION・MISSION

VISION

マーケティングソリューションで 日本を代表する会社を創る

MISSION

①

業界スタンダードの プロダクトの創出

あらゆるデータを様々な分析手法で活用し、革新的ソリューションを提供することで実現いたします。

②

利益の最大化

取引先と全従業員の物心両面の幸せを追求します。

③

プロフェッショナル 集団の形成

ビジョンを達成するため、No.1になるため、勝ちきれぬ集団の形成を目指します。

確信をもつ

Certainty

他の追随をゆるさない
圧倒的な技術力・分析力で
多様なデータを読み解き、
確信ある情報に変えていきます。

核心をつく

Core

目の前の課題も、まだ課題として
認識されていない事柄も。
本質を見抜き、利益を最大化する
ソリューションを提供します。

革新をおこす

INnovation

日常から世界まで、
あらゆる単位でより良い未来を追求。
これまでの常識に捉われず挑戦を続け、
革新を起こします。

キャッチコピー

今ある正解は、本当の正解なのか。
期待を超える驚きや感動がそこにはあるのか。

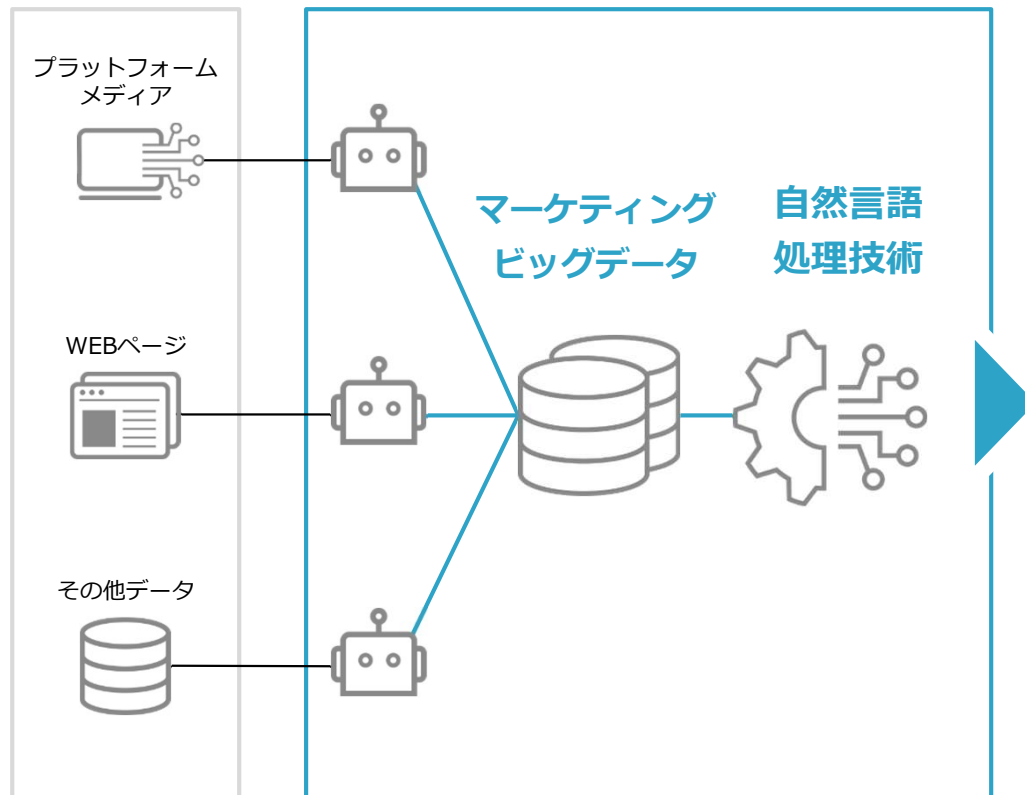
世界を変えるのはいつだって、
世界を疑った人だ。
常識は一瞬で覆ることを、
僕たちはもう知っている。

そうきたか。

C/N/C

/// 事業概要

- ビッグデータと自然言語処理技術※1等で、顧客のマーケティング課題をデータドリブンに解決し、ビジネスの成果創出を支援
- マーケティング用調査・分析ツール「Keywordmap」シリーズの開発・提供を行うソリューション事業、「Keywordmap」シリーズを用いてDXコンサルティング※2を提供するアナリティクス事業を展開



ソリューション事業

マーケティングの調査・
分析ツールの開発/提供

 Keywordmap  Keywordmap SNS



アナリティクス事業

DXコンサルティング
の提供



※1 自然言語処理技術とは、人間が日常使っている“言葉”をコンピュータで処理できるようにする一連の技術のことを言います。

※2 DXとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立することを言います。

/// 主要サービス

サービス名

基本料金体系

料金詳細

ソリューション事業



月額固定料金
初期費用あり

■ 事業会社向け

初期費用：150,000円～
月額：ライト 98,000円～
 スタンダード 148,000円～
 エキスパート 198,000円～

■ 広告代理店向け

初期費用：300,000円～
月額：スターター 198,000円～
 ライト 248,000円～
 スタンダード 348,000円～
 エキスパート 448,000円～
利用機能数、ポイント数(※)、ユーザー数等の追加オプションメニューに応じて月額利用料金を設定



月額固定料金
初期費用あり

■ 事業会社向け

初期費用：150,000円～
月額：120,000円～

■ 広告代理店向け

初期費用：300,000円～
月額：200,000円～

利用機能数、ポイント数(※)、ユーザー数等の追加オプションメニューに応じて月額利用料金を設定

アナリティクス事業



DXコンサルティング

月額固定料金
初期調査費用あり

初期調査費用：調査内容により変動
月額：400,000円～

コンサルティングサービスの提供内容に応じて、月額コンサルティング料金を設定

NEW **エキスパートソーシング**
(プロマーケット紹介)

プロマーケットのスキル・業務内容に応じて料金を設定

※ データのCSV書き出しや、全量ツイート情報の取得表示等を行った際に、ポイントは消費されます。

/// Keywordmap 概要

- 日本語キーワードのビッグデータと自然言語処理などの機械学習技術を用いたデジタルマーケティングの調査・分析プラットフォーム
- 専門性や高度なスキルを要するデジタルマーケティングの調査分析・戦略立案・施策実行・効果測定・改善の一連のプロセスを、誰でも・再現性を持ち・短時間で実行することが可能



Keywordmapの基本的な活用方法（具体例）

注力すべきキーワードを見つける

キーワードを対策する

「競合獲得ワード」機能

① 自社と競合のサイトURLを入力

<例>

- ・自社：賃貸仲介業 A社 (https://●●●●●.jp/)
- ・競合：賃貸仲介業 B社 (https://XXXXXX.co.jp/)

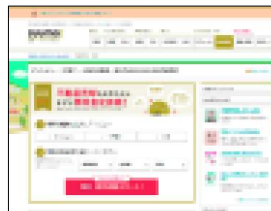
自社	競合1
https://●●●●●.jp/	https://XXXXXX.co.jp/
/	/

② キーワード別の順位一覧から、自社と競合で大きく差のついているキーワードを特定

キーワード	順位	順位
家の査定	7位	2位
マシンの査定	4位	9位
車の査定	7位	2位
不動産査定サイト	13位	3位
査定額を上げる	9位	7位

・自社：7位 ↓
・競合：2位 ↑

③ 評価の対象になっているサイト内のページを確認



自社：家の査定ができるコンテンツ



競合：家の査定関連の知識を提供するコンテンツ

ユーザーの検索意図は「家の査定をしたい」ではなく「家の査定に関する情報を知りたい」であることが考えられる。

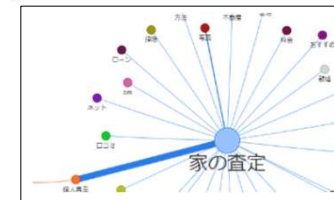
ワードマップ

ユーザーは「家の査定」についてどのような情報を必要としているのか調査

① 検索欄にキーワード「家の査定」を入力

家の査定

② 検索時に「家の査定」と同時に用いられているキーワードを可視化



- ・家の査定－写真→「写真だけで家の査定ができるか知りたい」
- ・家の査定－高く→「家の査定価格を高くする方法を知りたい」
- ・家の査定－相場→「家の査定の相場を知りたい」

共起語分析

① 検索欄にキーワード「家の査定」を入力

② 「家の査定」というキーワードを含み、現在、評価の高いコンテンツで用いられている関連性の強いキーワードを抽出

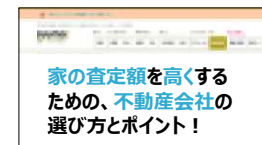
▼5位以内のページ40%以上が含む共起語

共起語	出現数	出現頻度%	重要度
不動産会社	507回	90%	392
査定額	213回	70%	289
売却	335回	95%	208
一括査定	95回	40%	140
不動産売却	96回	90%	122
不動産	170回	95%	120
査定価格	75回	65%	102

「不動産会社」「査定額」「査定価格」などが上位。査定方法よりも、査定額の上下に関わる情報が注目されると考えられる。



コンテンツ制作



「家の査定」とは
.....
.....
査定価格を決めるポイント
.....
.....

/// Keywordmap for SNS 概要

- Twitterをビジネスで活用する際の運用プラットフォーム
- SNS上での商品やサービスの反響を調査する「[ソーシャルリスニング](#)」機能に加えて、自社のTwitterアカウントで良質なコンテンツを提供し、潜在顧客との接点を作り、購買へ導く「[コンテンツマーケティング](#)」機能を兼ね備える



 Keywordmap **SNS**

Keywordmap for SNSの基本的な活用方法

注力すべきキーワードを見つける

コンテンツを投稿する

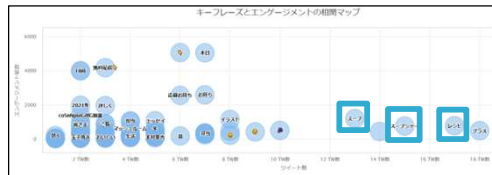
アカウントを運用する

■ インフルエンサー検索

ユーザ名・プロフィール文章からアカウントを抽出し、フォロワー数の推移を可視化。成果を出しているアカウントを把握し、フォロワー数が大きく変動したタイミングでどのような投稿を行っているかの成功要因を分析。



■ 全量ツイート調査



先行する他社アカウントは「スープ」をテーマにした投稿が多く、エンゲージメントを獲得していることが判明。

ベンチマークアカウントの投稿内容から特に反響の大きいテーマを調査

■ ハッシュタグ分析



ハッシュタグ	ツイート数	エンゲージメント	平均エンゲージメント
#テント	1,234	567	0.46
#アウトドア	2,345	1,234	0.53

#テントよりも#アウトドアのほうが、ツイート数は少ないがエンゲージメント平均が高く拡散が狙いやすい

実数値を根拠に最適なハッシュタグを選択

■ 投稿管理

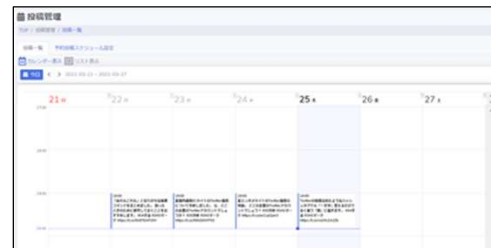
① カテゴリやハッシュタグ別に投稿内容を作成・管理。カテゴリ・ハッシュタグ別の数値データが自動集計される。



② 担当者ごとに権限を設定し、ツール内で投稿コンテンツ管理から投稿承認管理までを一括管理。誤投稿の防止など安全でスムーズなチームでのSNS運用が可能。



③ 投稿(予約投稿)されたツイートをカレンダー形式で管理し、俯瞰的に投稿状況を把握



SNSのチーム運用におけるムダ・リスクを解決

■ レポート作成

アカウントツールに連携させることで、エクセルの数値レポートが自動で作成される。レポートを作成するための工数や手間を大幅に削減。



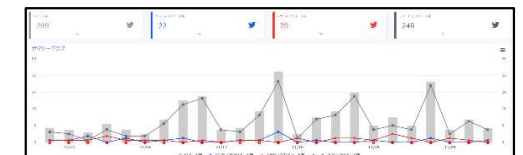
■ 運用アカウント分析

ツイートをカテゴリに分類、カテゴリごとの数値を自動集計し、どのカテゴリの反響が大きいかを可視化。反響の大きいカテゴリの投稿を強化し、効率的に成果を創出

カテゴリ	投稿数	imp	eng	eng率	いいね	RT	リプ	フォロー
レシピ	1	4,761	439	9.2%	2	6	0	0
食材	1	1,023	88	8.7%	0	21	0	0
商品	1	700	75	10.7%	53	7	0	0

■ 炎上モニタリング

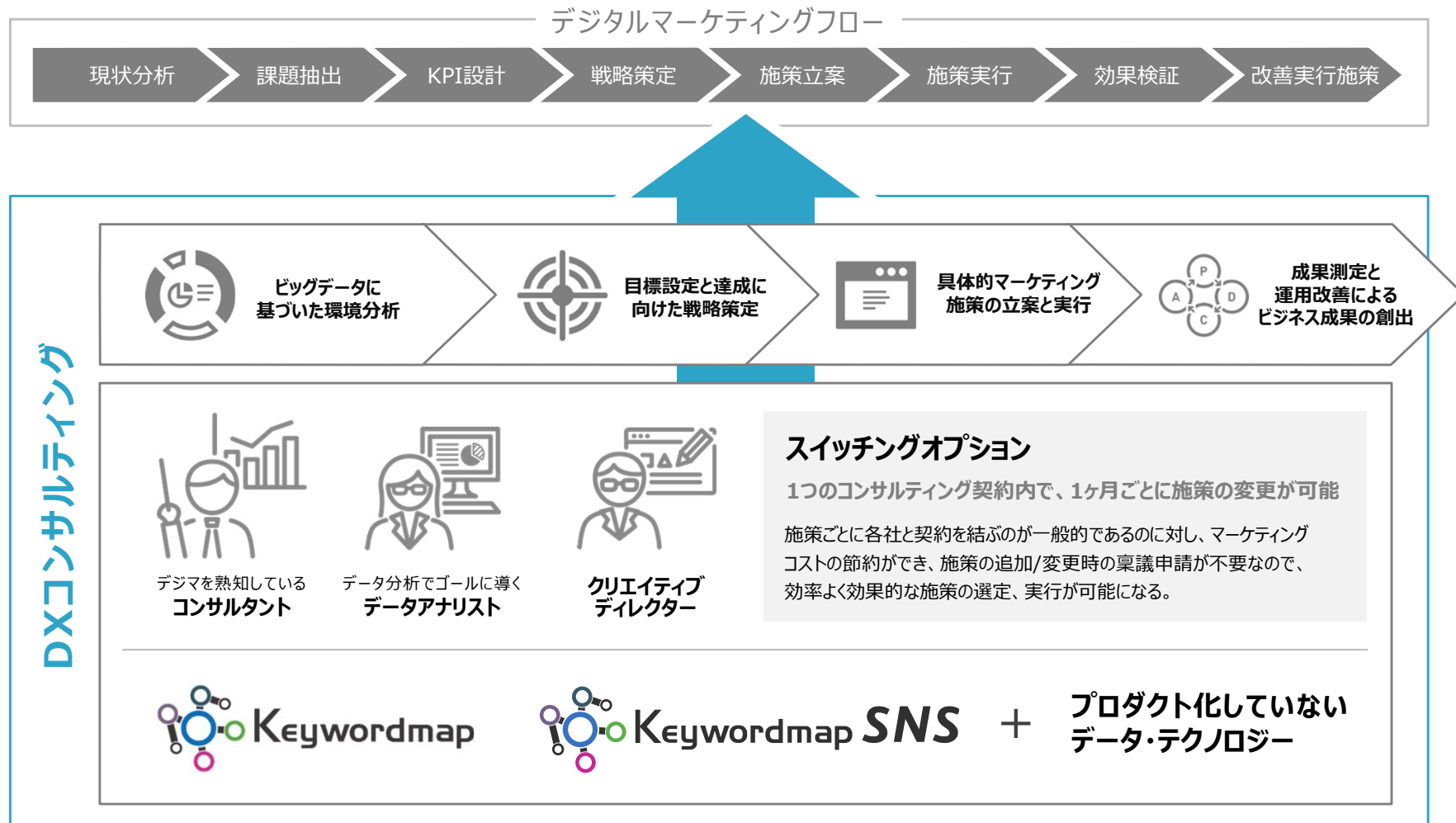
指定したキーワードを含むツイートを収集し、反響数をリアルタイムで自動集計・レポートして通知。炎上リスクの早期発見・対応に活用可能。



自動化によって効率よく、安全なSNS運用

DXコンサルティング 概要

- デジタルマーケティングを熟知したコンサルタント、アナリストがKeywordmapシリーズなどを活用し、データに裏打ちされたクライアントオリジナルの戦略策定、施策実行までをワンストップで伴走し、成果創出を支援
- 1つのコンサルティング契約内で、1ヶ月ごとに施策の変更が可能な**スイッチングオプション**により、ワンストップ型のサービスを提供



/// 特徴・強み

I

データ×テクノロジーでマーケティングのDX化を支援

II

2事業の連携によって生み出されるシナジー

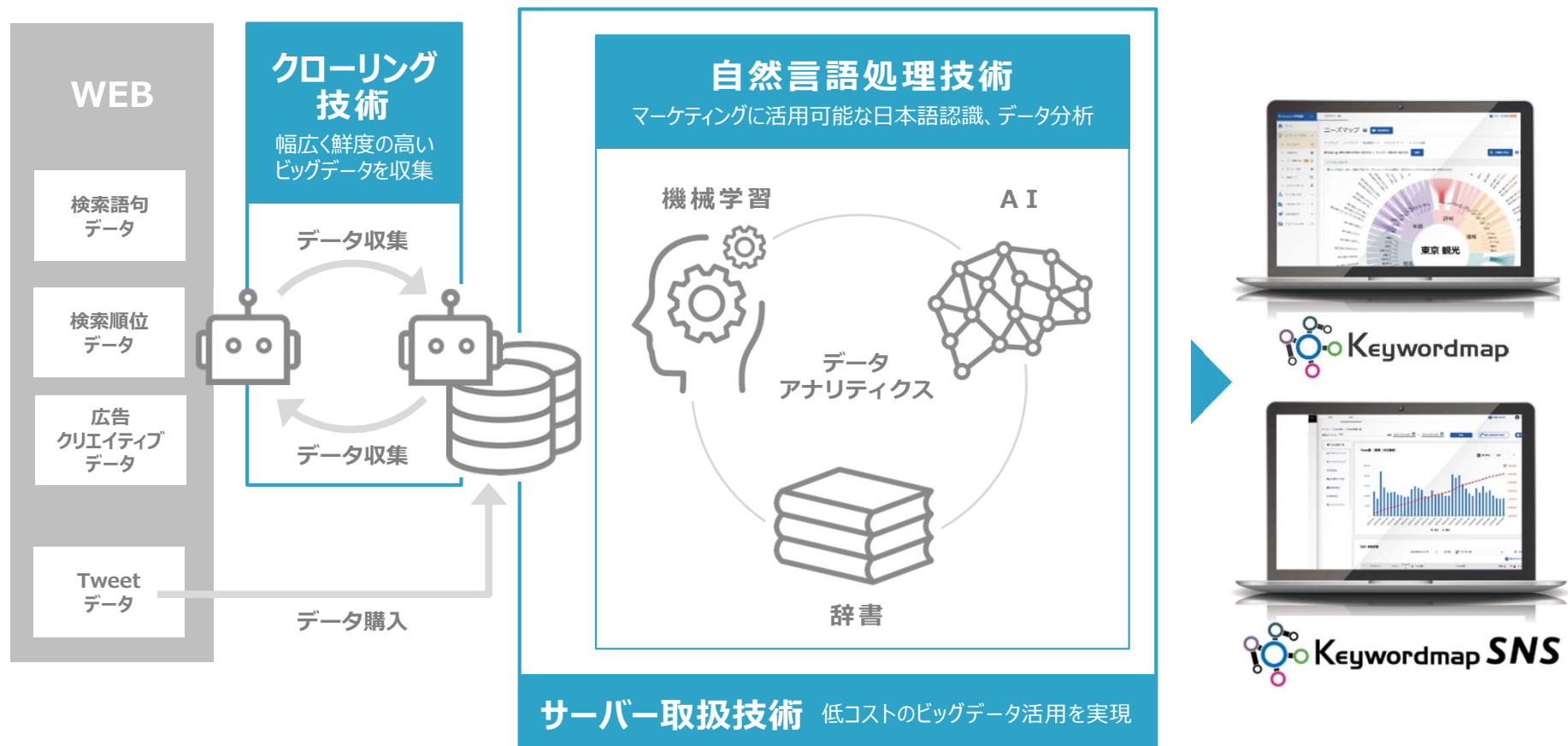
III

マーケティングのプロフェッショナル集団

CINCの代表的なテクノロジー

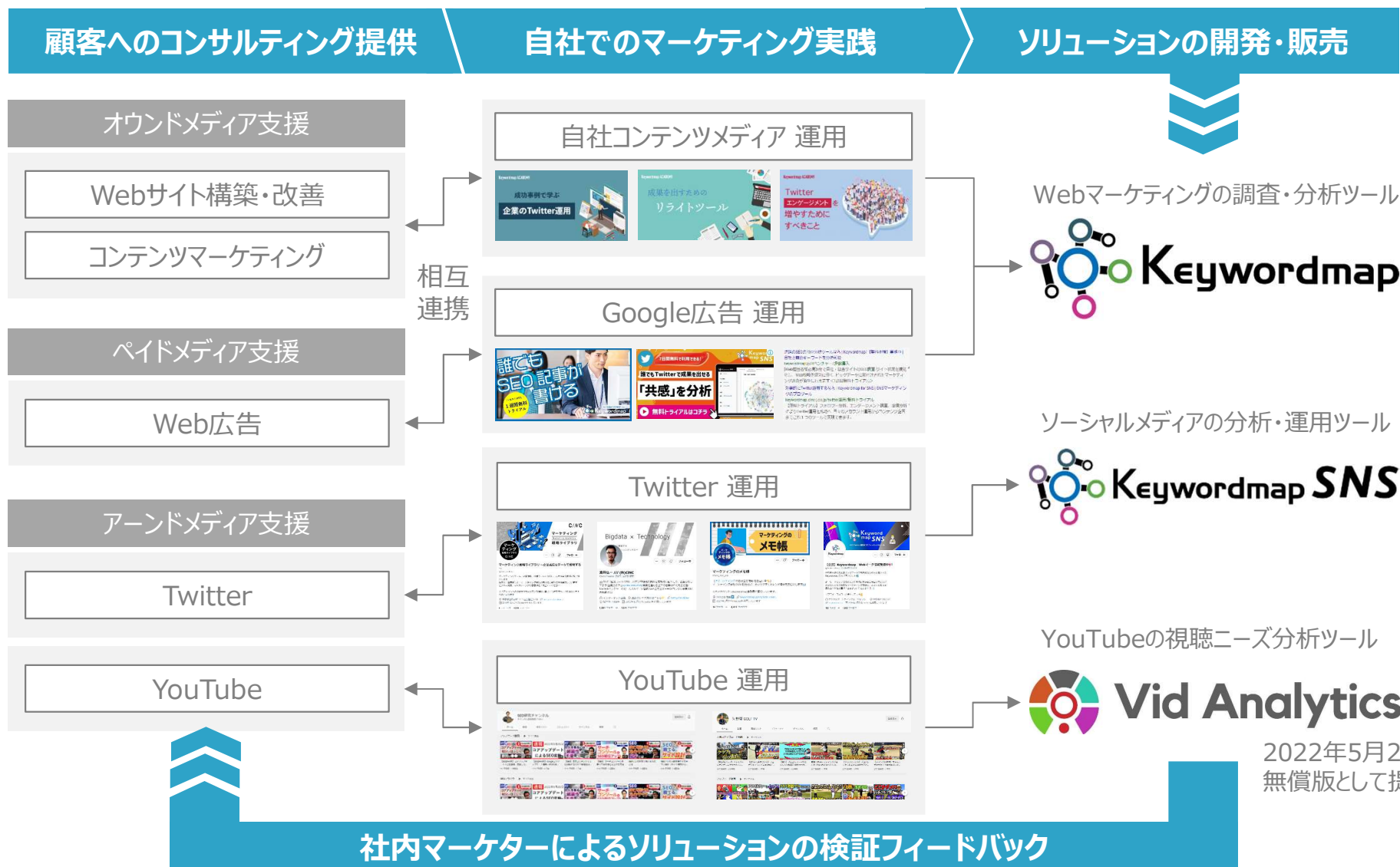
/// I.データ×テクノロジーでマーケティングのDX化を支援

- 当社独自で開発したクローリング技術、サーバー取扱技術、自然言語処理技術により、データドリブンなデジタルマーケティング戦略が可能に
- これらの技術は継続的に研究開発を行っており、Keywordmapシリーズは進化を続けている



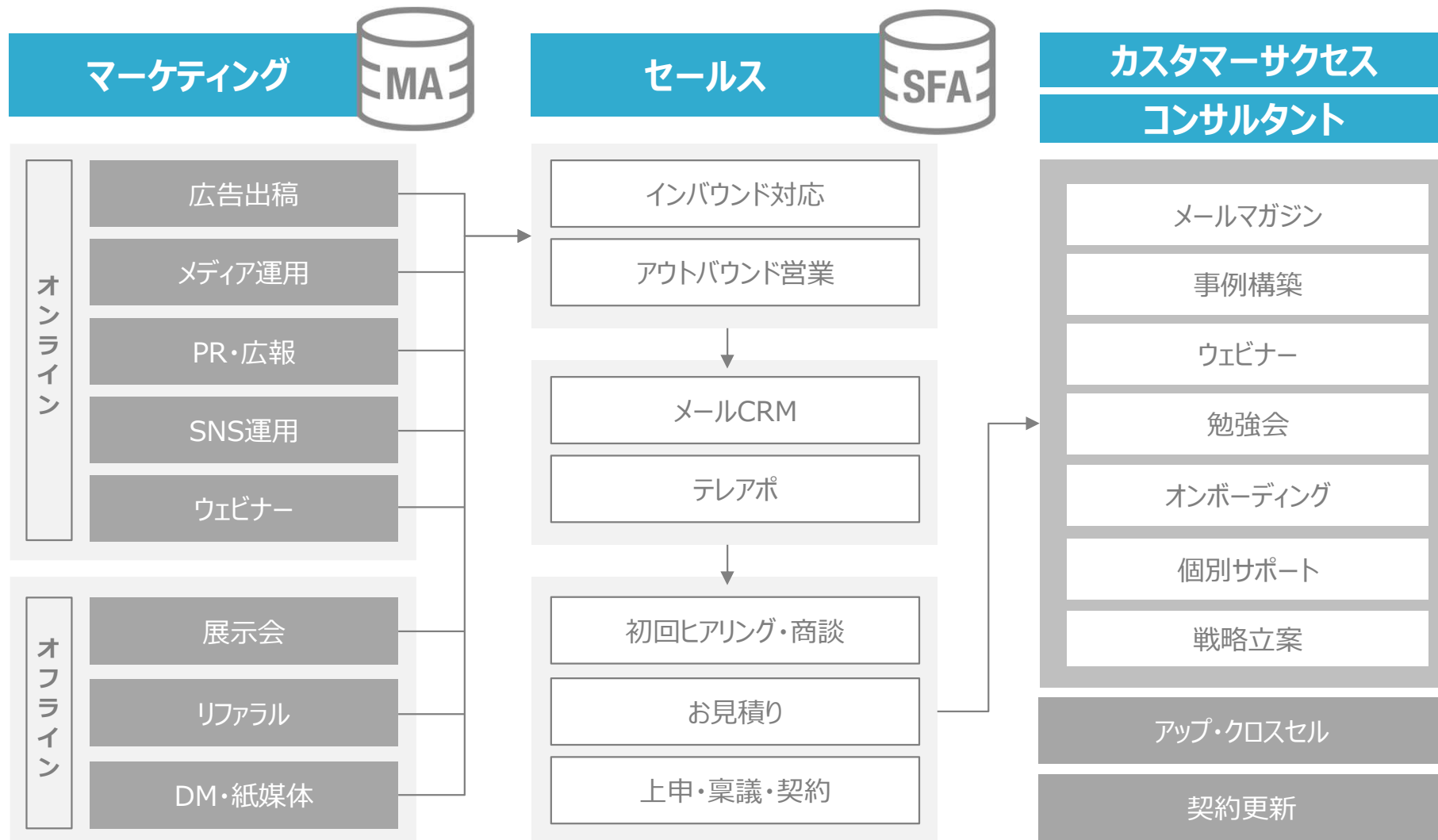
/// II. 2事業の連携によって生み出されるシナジー

- 顧客支援に当たるマーケター（アナリティクス事業）の知見を基に自社（ソリューション事業）のマーケティングを実践
- 顧客支援時と自社実践時に発生するマーケティング運用課題の解決をソリューションとして開発・販売



/// Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

- マーケティングのプロフェッショナル集団として、費用対効果の高いマーケティング施策を実施
- マーケティング施策により獲得したリードから、商談化したものをSFAで管理するなど、効率的な営業活動を推進



Keywordmapシリーズの導入実績

会社説明

サービス
説明

強み・
特徴

当期説明

成長戦略

/// Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

- デジタルマーケティングを支援する広告代理店に採用される等、専門事業者からの評価も高いツールでありながら、優れたユーザビリティによって、直近は事業会社での導入も好調であり、提供市場のすそ野が拡大

広告代理店向け（35%※）

NTT DATA
株式会社NTTデータスマートソリューションズ

CloudCIRCUS

CRCCO

**DENTSU
DIGITAL**

HOKUTOSHA

事業会社向け（65%※）

intloop **WingArc 1ST** **Wedding Park** **WANTEDLY**
The Data Empowerment Company

**ケーエー
引越センター** **KDDI** **STUDY
HACKER** **ZENRIN
DataCom**

type **dinos** **doda
キャノパス** **nissen,**

NEWS PICKS **PERSOL** **好きな街。好きな暮らし。
ひかりノベ
hikari・renovation** **PLAY LIFE™**

**MUSÉE
WHITENING** **GARMENT
FACTORY
8
YAHASHI SOUIN** **Retty** **RID
RAINMAKER**

※ 2022年10月のMRR割合

02

—

業績ハイライト

01 | 事業説明

02 | 業績ハイライト

03 | 各種KPIと事業の状況

04 | 2022年10月期通期の取組みについて

05 | 2023年10月期通期業績予想について

06 | よくいただくご質問

/// 2022年10月期通期 業績

- 企業のマーケティング活動においてデジタル化が加速していることに伴い、「Keywordmap」シリーズやDXコンサルティングの需要は引続き拡大傾向にあり、前期比37.4%の増収
- 各段階利益で期首業績予想を全て達成

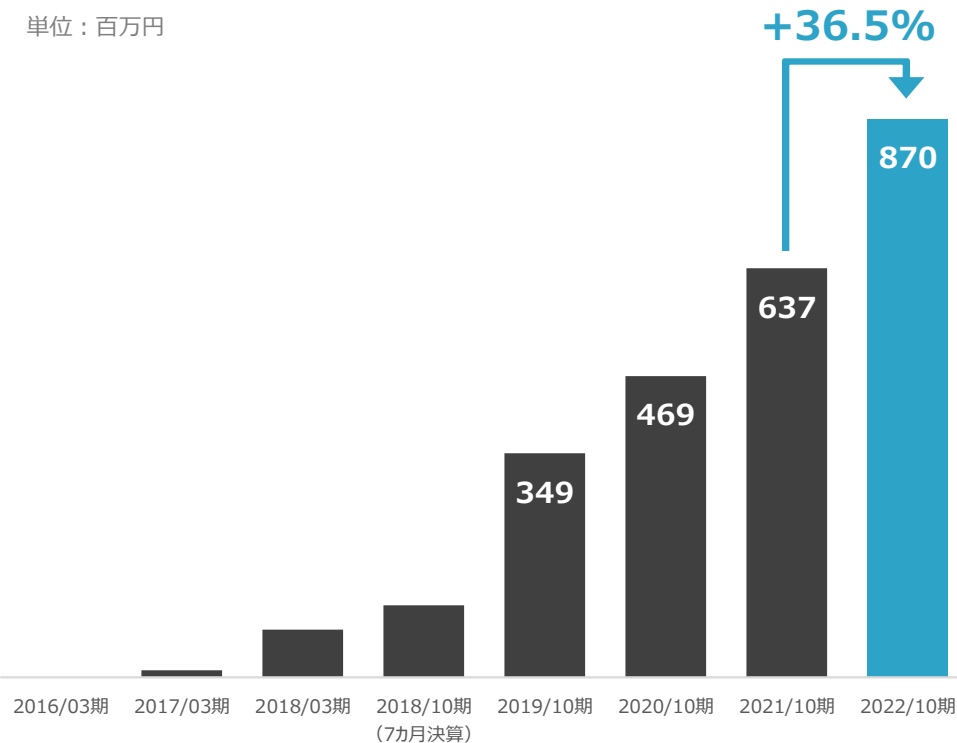
(単位：百万円)	2021年10月期 4Q (実績)	2022年10月期 4Q (実績)	前期比 (増減率)	2022年10月期 (期首業績予想)	達成率
売上高	1,313	1,805	37.4%	1,736	104.0%
ソリューション事業※1	649	886	36.6%	876	101.2%
アナリティクス事業	675	934	38.3%	875	106.7%
売上総利益	920	1,311	42.5%	1,269	103.3%
営業利益	202	292	44.7%	239	122.1%
ソリューション事業	117	206	75.7%	184	111.7%
アナリティクス事業	84	86	2.0%	54	157.2%
経常利益	190	291	53.1%	237	122.8%
当期純利益	129	201	55.5%	150	133.5%

※1 内部取引による売上高を含んでいます。

/// 事業別売上高推移

ソリューション事業

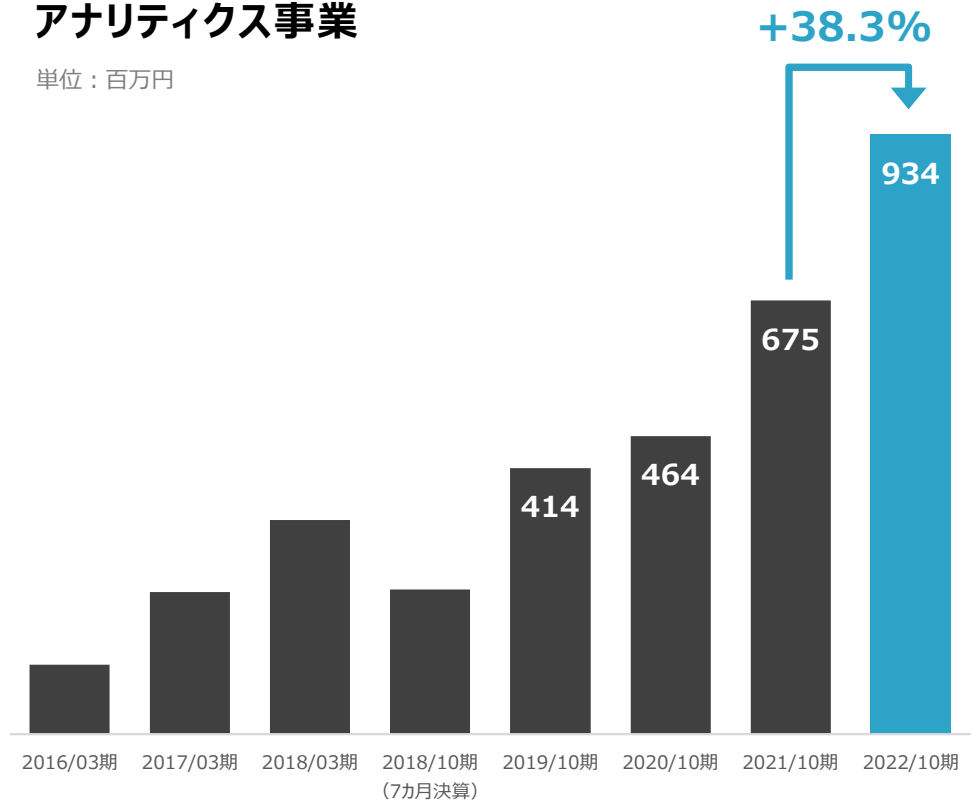
単位：百万円



- オウンドメディア「Keywordmap Academy」などのマーケティング施策により「Keywordmap」、「Keywordmap for SNS」ともに受注が順調に進捗
- 期初から解約率が上昇に転じたため、CS人員増、モニタリングシステムの導入、CS業務効率化などを実施し、CS体制を強化

アナリティクス事業

単位：百万円



- 営業部員の増員及びウェビナーやSNSを活用したマーケティング施策が順調に推移したことにより、契約件数、月額顧客単価ともに増加
- 動画マーケティング支援サービスなどの新規サービスのノウハウの蓄積が進み、案件獲得が順調に推移
- エキスパートソーシングサービスの提供を本格的に開始

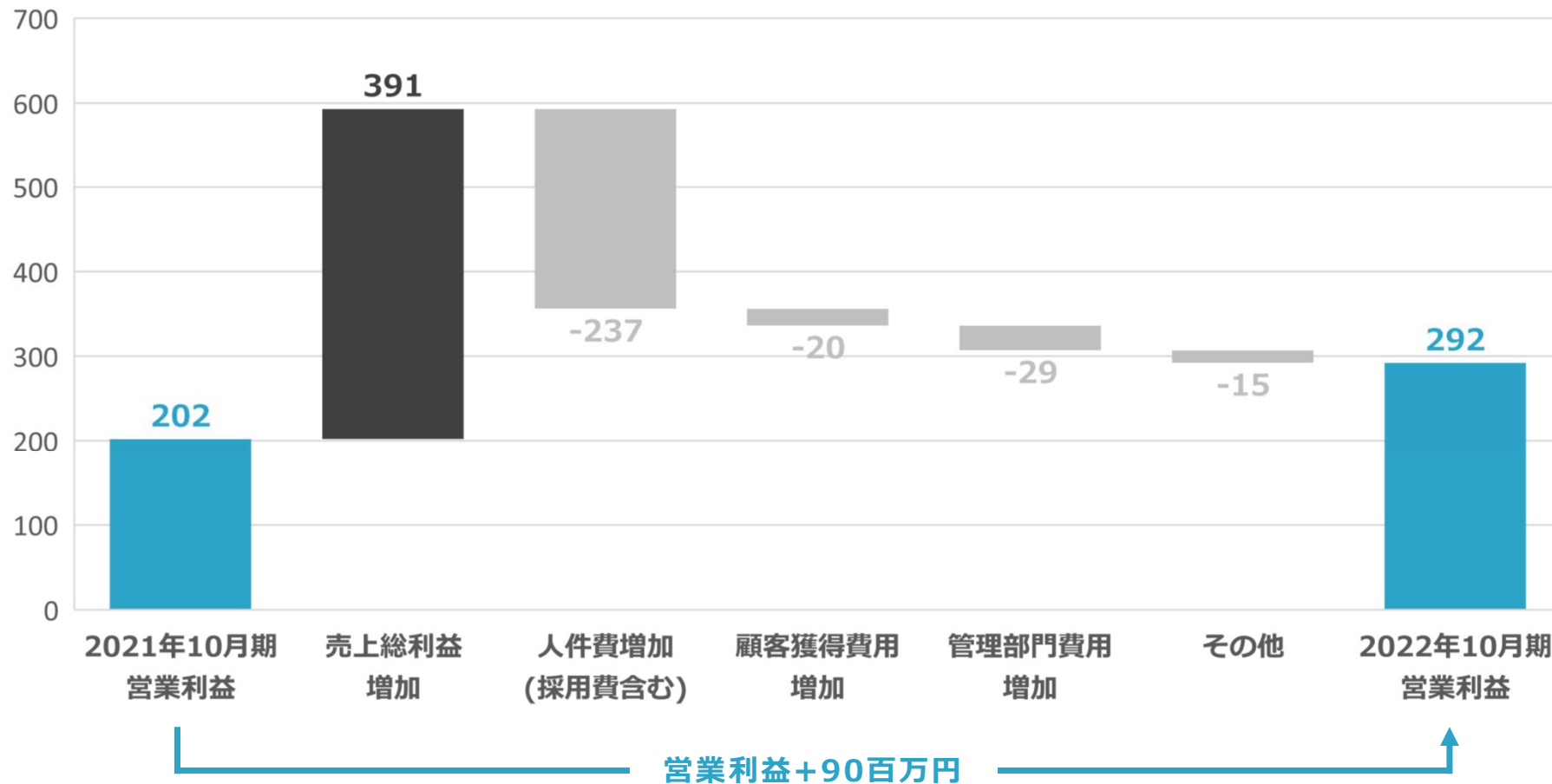
※ 2018/10期は決算月変更により会計期間が7カ月
 ※ 外部顧客への売上高
 ※ 売上高は百万円未満を切捨

/// 営業利益の増減要因分析

- 売上拡大による増収の影響が増益に大きく寄与
- 事業拡大及び将来の成長のための人員増強を行ったため人件費が増加

単位：百万円

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計

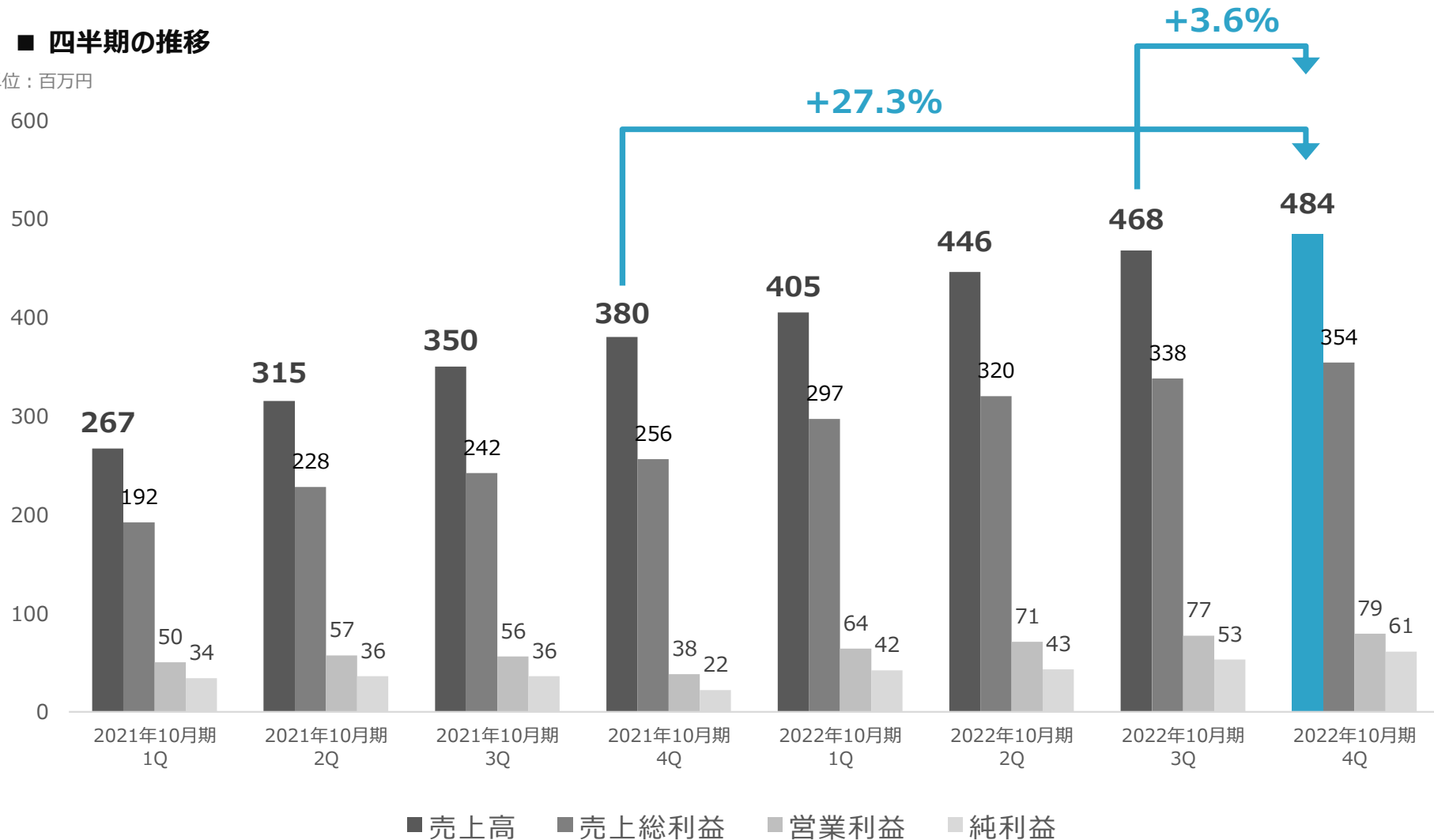


/// 四半期ごとの推移

- 売上高は前期4Qから27.3%増加、当期3Qから3.6%増加と成長

■ 四半期の推移

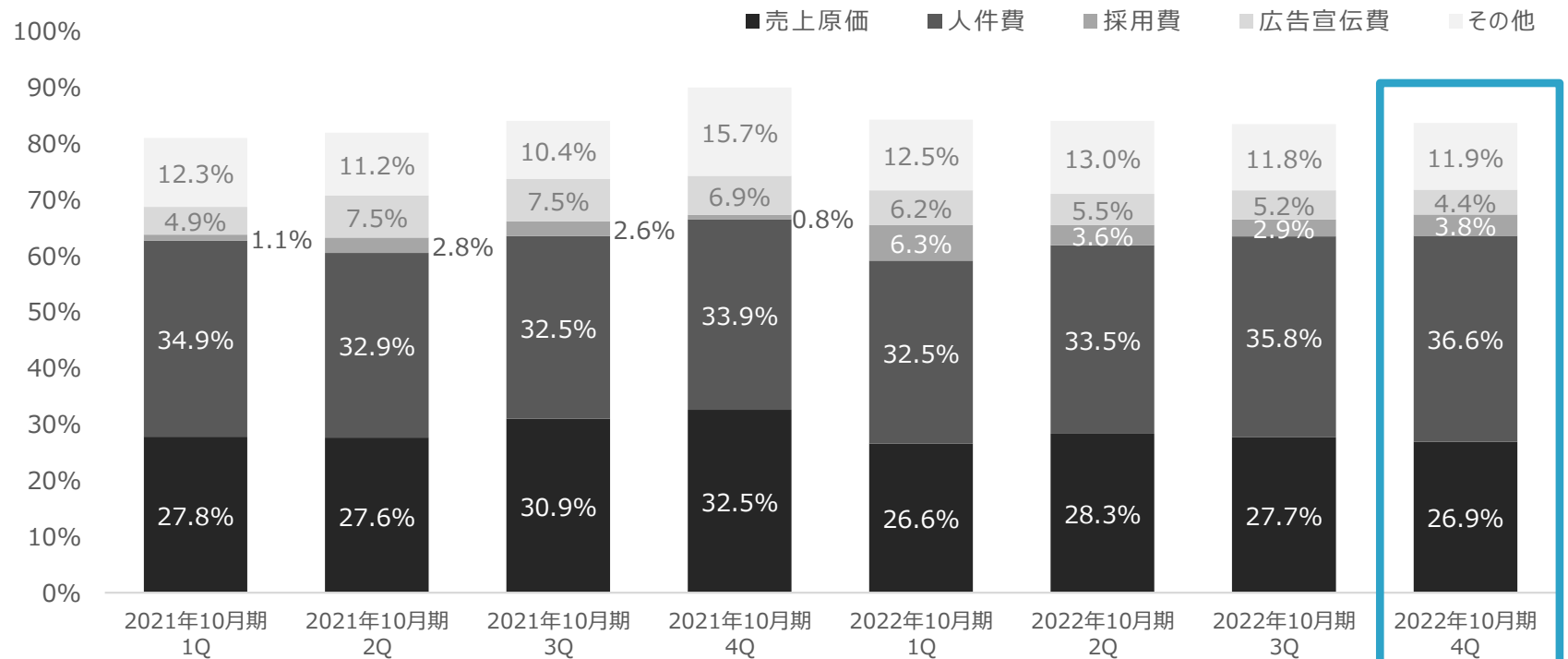
単位：百万円



/// 四半期ごとの費用推移

- 売上総利益率は、安定的に70%超を推移
- 新サービスへの人材投資は順調に進捗しており、人件費の負担が増加
- 営業利益率は、16%前後を安定的に推移

■ 四半期の費用項目の内訳（対売上高）の推移

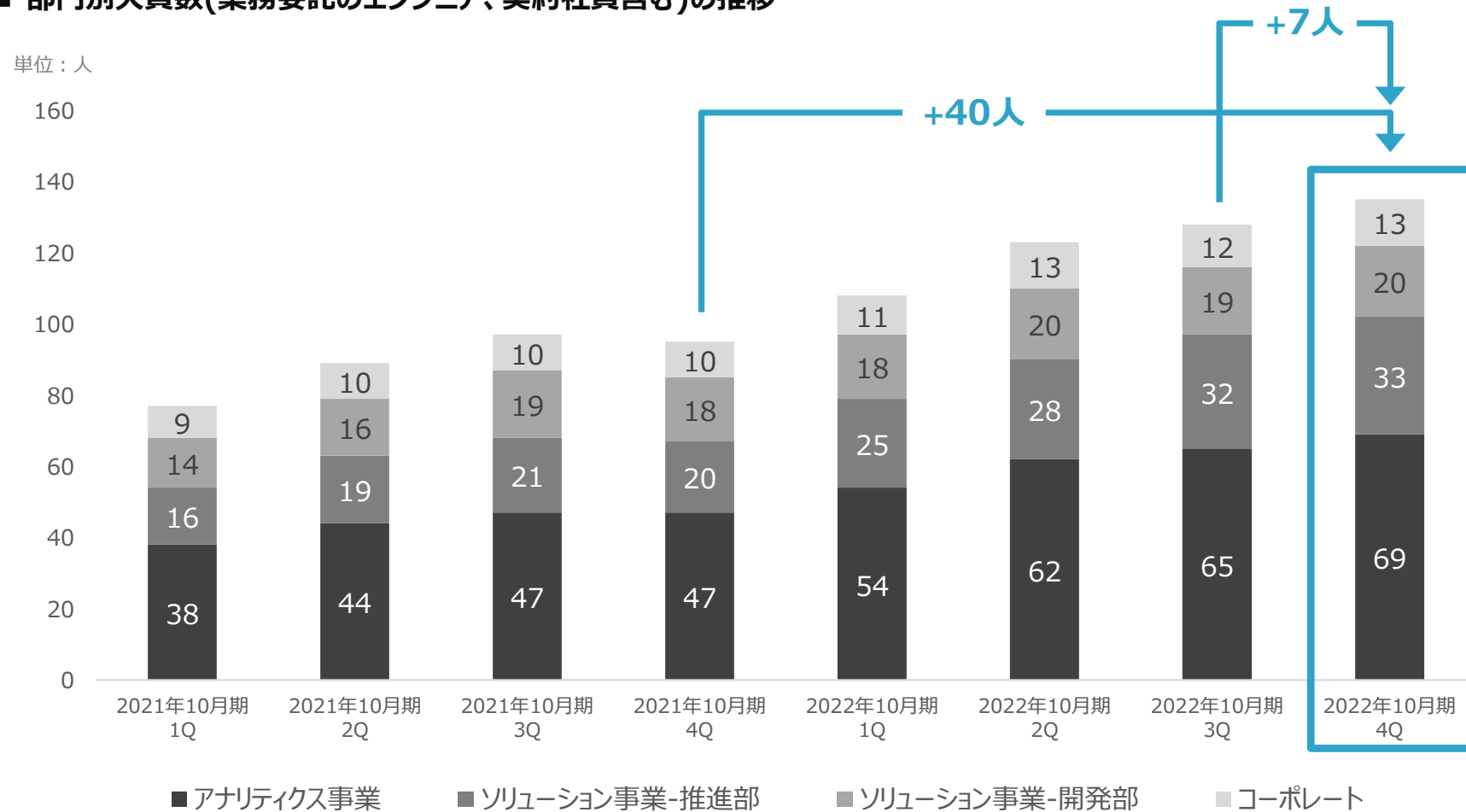


売上総利益率	72.2%	72.4%	69.1%	67.5%	73.4%	71.7%	72.3%	73.1%
営業利益率	19.1%	18.1%	16.0%	10.1%	15.8%	16.0%	16.6%	16.4%

/// 人員の推移

- 既存サービス、新サービスともに人員を増強し、通期で40人の純増
- 前期4Qからアナリティクス事業で22名、ソリューション事業の営業人員で13名の増加

■ 部門別人員数(業務委託のエンジニア、契約社員含む)の推移



- ※ 新卒の人件費は管理本部にて計上しておりますが、本データにおいては配属されている部門でカウントしています。
- ※ ソリューション事業本部-開発部には業務委託のエンジニアも含めています。
- ※ コーポレートには契約社員も含めています。

/// 貸借対照表

- 自己資本比率は73.9%と、財務安全性は高い

(単位：百万円)	2021年10月末	2022年10月末	増減額（増減率）	
流動資産	1,773	1,773	0	0.0%
（現金及び預金）	1,603	1,523	▲80	▲5.0%
固定資産	115	251	135	117.2%
資産合計	1,889	2,025	136	7.2%
流動負債	437	456	18	4.3%
固定負債	157	71	▲85	▲54.5%
負債合計	594	527	▲66	▲11.3%
純資産合計	1,294	1,497	203	15.7%

/// キャッシュ・フロー

- 2022年10月期末の現預金残高は、前期末から80百万円減少し1,523百万円
- 営業活動によるCFは法人税の支払額が増加したものの、税引前当期純利益が順調に推移したことで185百万円のプラス
- 投資活動によるCFは新オフィスの敷金支払などにより174百万円のマイナス

(単位：百万円)	2021年 10月期	2022年 10月期	増減額
営業活動によるCF	289	185	▲104
投資活動によるCF	▲26	▲174	▲148
財務活動によるCF	811	▲91	▲902
現金及び現金同等物 期末残高	1,603	1,523	▲80

03

—

各種KPIと事業の状況

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況**
- 04 | 2022年10月期通期の取組みについて
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

/// KPIスナップショット

ソリューション事業 (Keywordmapシリーズの開発・販売)

顧客数 ※1

527社Keywordmap 391社、SNS 136社
両方導入27社

ARR ※2

9.3億円

平均月次解約率 ※3

1.9%

アナリティクス事業 (DXコンサルティングの提供)

顧客数 ※1

138社

月額単価平均 ※4

61万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

90%

※1：2022年10月末時点の契約社数。ソリューション事業はKeywordmap、Keywordmap for SNS両方契約している会社は2社として計算しています。

※2：ARR（Annual Recurring Revenue）は、2022年10月MRRを12倍して算出。

※3：前月末のMRRに占める当月の解約により減少したMRRの割合である月次解約率の直近6ヶ月平均値。

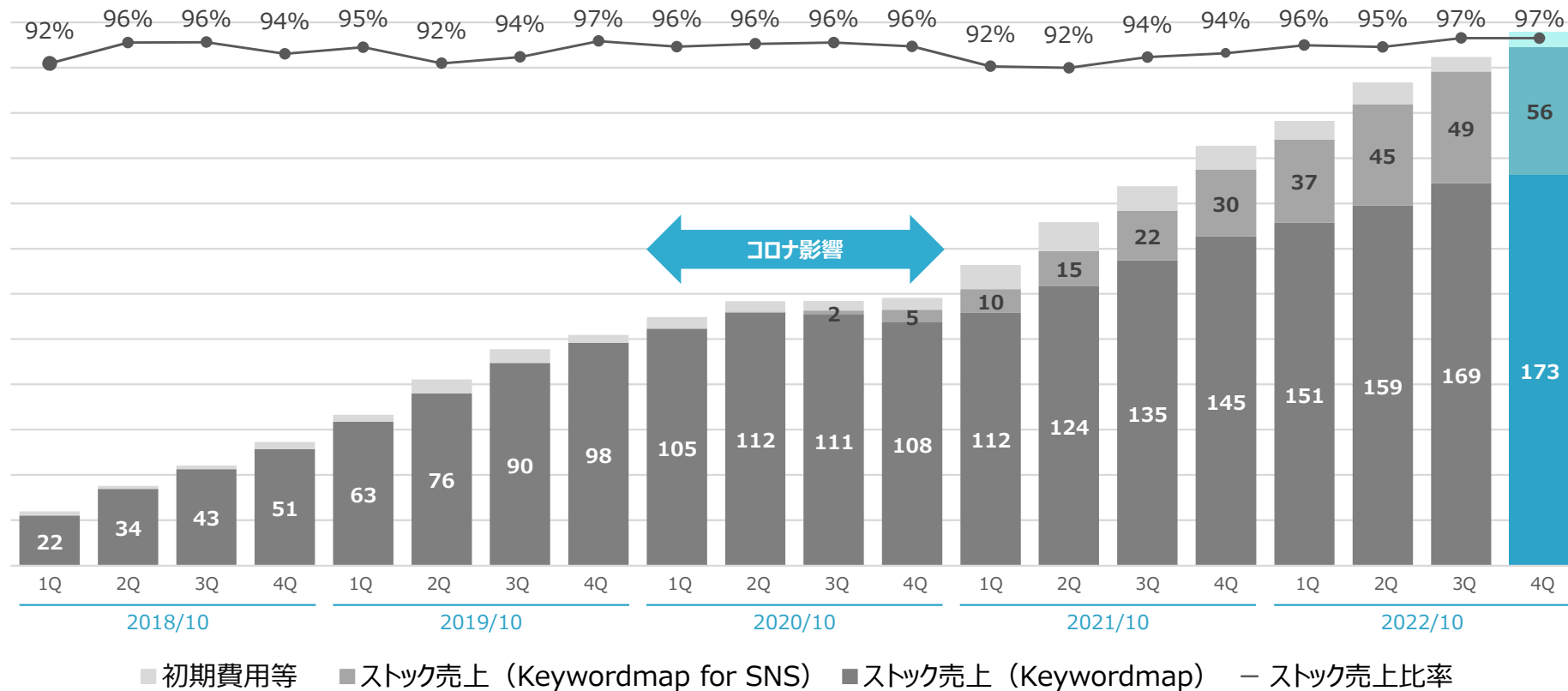
※4：2022年10月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

ソリューション事業 ストック売上高推移

- 「Keywordmap」シリーズのストック売上高は前期4Q比30.8%増加
- ストック売上比率は97%と高い水準を維持

■ ソリューション事業 ストック売上高※推移

(百万円)



※2018/10期に決算月変更を行ったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、
2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示

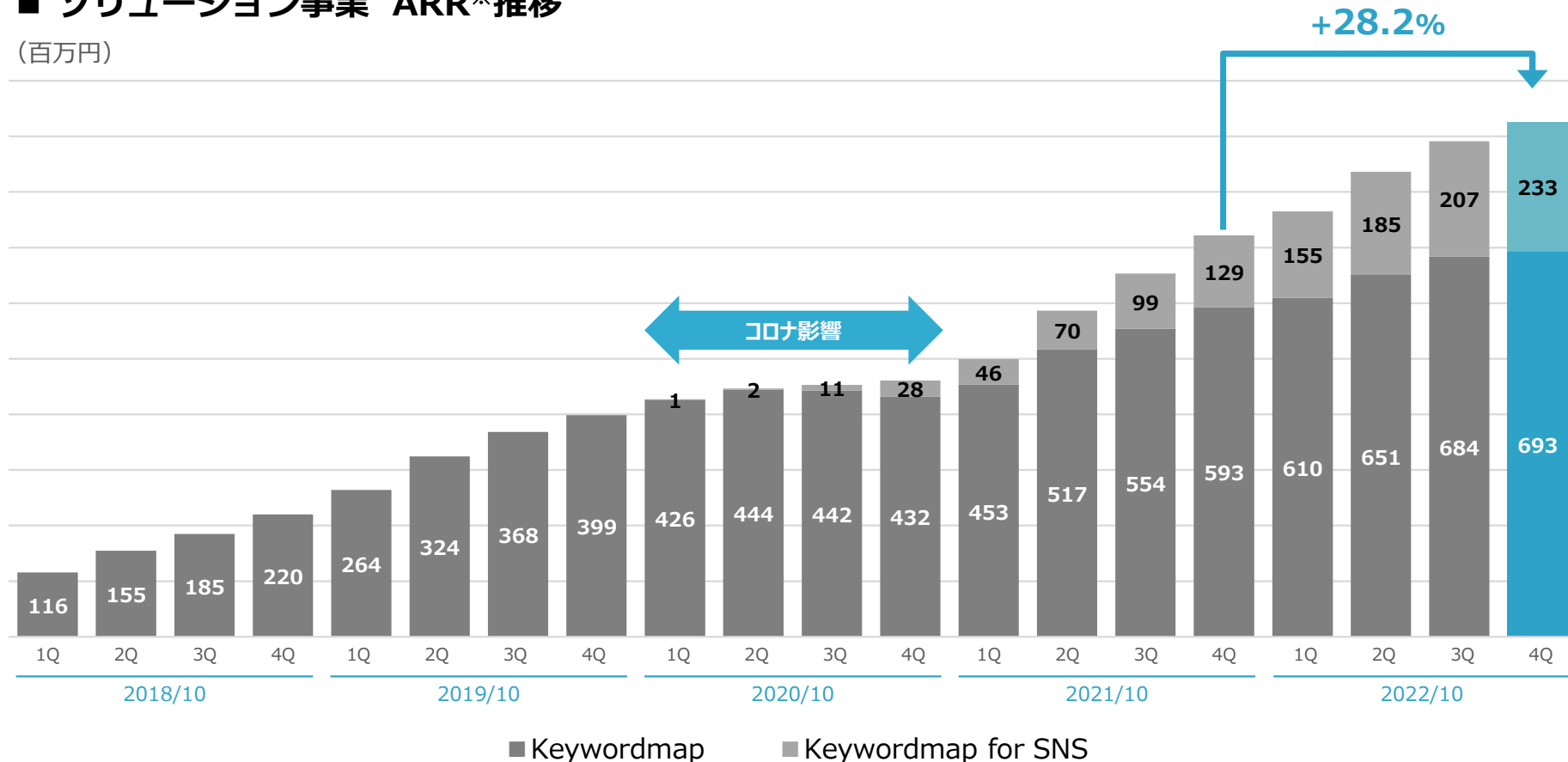
※ストック売上高は、売上高のうち定期的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

ソリューション事業 ARR推移

- ARRは前期4Q比28.2%増加、当期3Q比3.8%増加
- 「Keywordmap」が前期4Q比16.9%増加、「Keywordmap for SNS」が前期4Q比79.8%増加
- 「Keywordmap for SNS」の伸びがARRの成長に大きく寄与
- 「Keywordmap」は新規案件獲得が減少し、成長率が鈍化

■ ソリューション事業 ARR*推移

(百万円)



※2018/10期に決算月変更を行ったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示

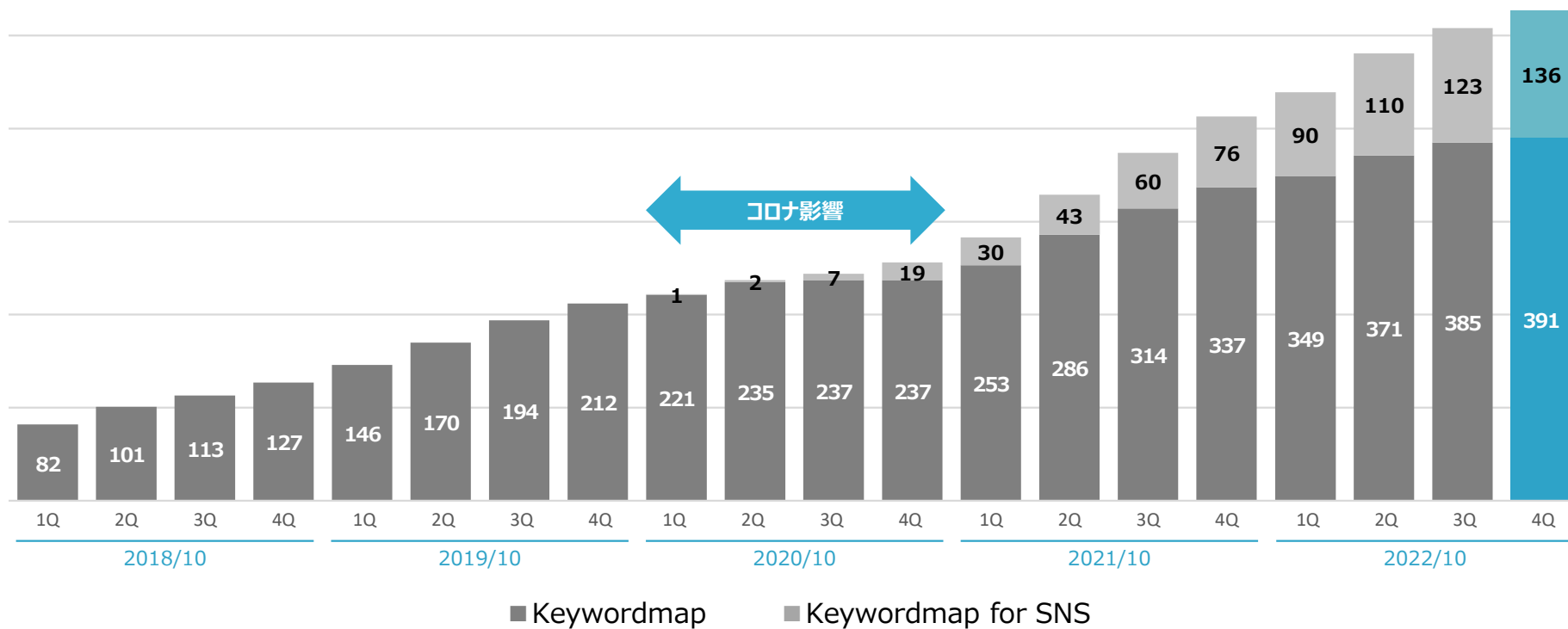
※ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出

ソリューション事業 契約件数推移

- 「Keywordmap」は、新規案件獲得が鈍化
- 「Keywordmap for SNS」が販売体制が整い、新規契約件数は好調に推移

■ ソリューション事業 契約件数推移※

(件)

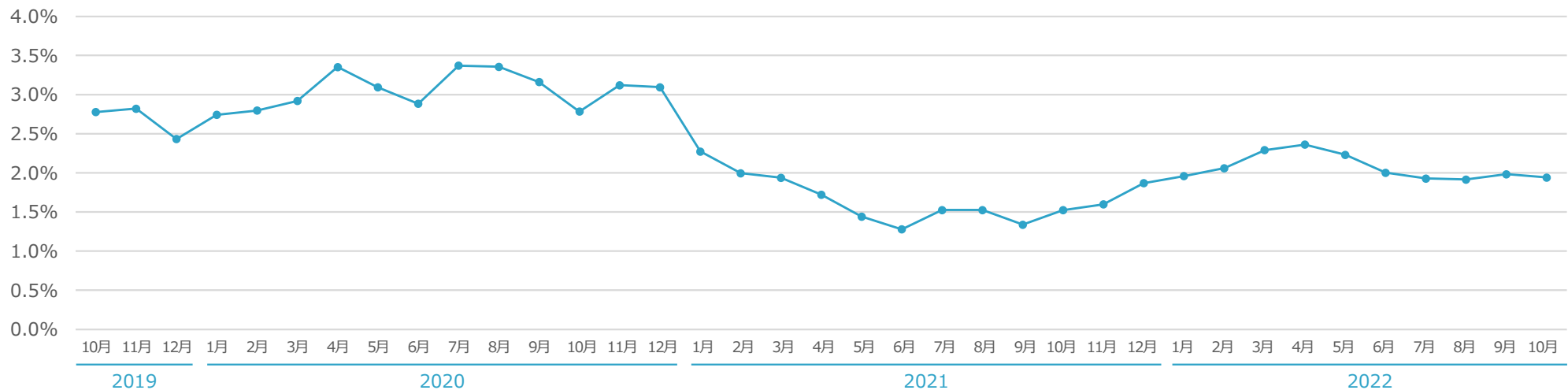


※2018/10期は決算月変更があったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示。

ソリューション事業 解約率推移

- 当期初から6ヶ月平均解約率が上昇していたが、各種施策を実行し、解約率は改善し、2%前後で推移
- 引き続き、モニタリングシステムを活用し、解約率の低減活動を行っていく

■ ソリューション事業 Keywordmapシリーズ解約率※推移



解約率上昇の背景

CS担当者一人当たりの担当件数が増加し、全ての企業に対して十分なサポート・サクセス支援を提供できなかったことが要因

解約率低減のための施策を実行

【1】CS人員の拡充

追加採用、他チームからの異動を実施し、CSチームの人員を拡充

【2】CS工数の削減

キックオフでの機能説明や問い合わせ対応の工数削減のため、ナビゲーション構築システムの実装、メール・チャット・メッセージ等の各種連絡手段を一本化するためのシステムを導入

【3】CS品質の維持

クライアントごとに各種モニタリングKPIを設けシステムで管理し、個別にその達成度を計測し、低スコア企業に対しては改善提案を行う

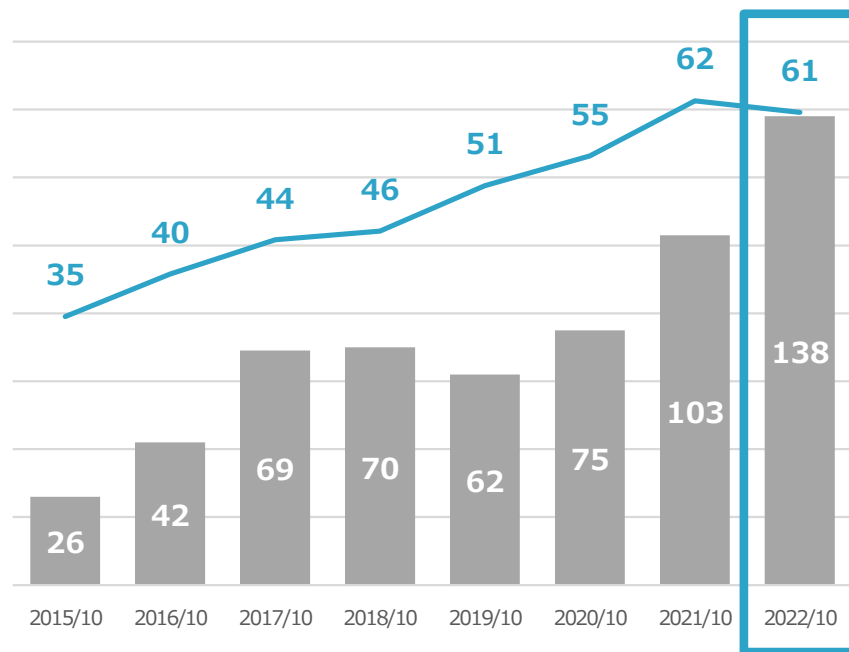
【4】継続機能の利用促進

2月にリリースされた検索順位レポート等、継続し企業のマーケティングデータを蓄積する機能により、クライアントのKeywordmapシリーズの利用を促進

/// アナリティクス事業

- サービスクオリティの向上やサービスラインナップの増加に伴い契約件数が増加
- 一方、新収益認識基準の代理人取引に該当する取引(エキスパートソーシング)が増加したことにより、月額単価(売上計上額の平均)は低下したが、売上総利益ベースでの影響はなし

■ アナリティクス事業 契約件数・単価推移 ※1



■ 契約件数(件) — 単価(万円)

■ 単価が下がった背景

新収益認識基準で代理人取引に該当する取引が増加したため

前提：顧客から受領するサービス料金100、外注先に支払う外注費70

通常の コンサルティングサービス売上

売上高	100
売上原価	70
売上総利益	30

単価 100

エキスパートソーシング売上 (新収益認識基準の代理人取引に該当)

売上高	30
売上原価	0
売上総利益	30

単価 30

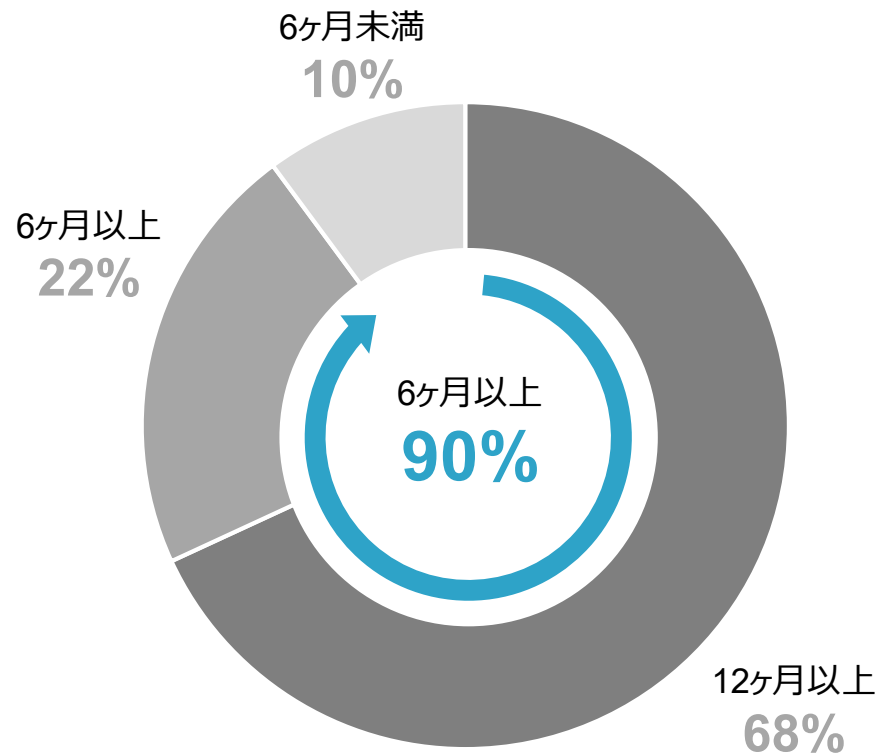
※1：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

※2：2022年10月末時点の取引先における契約開始から契約更新月までの契約期間を基に算出

/// アナリティクス事業

- サービス契約期間が6ヶ月以上のお客様が90%を占める安定した収益モデルを実現

■ アナリティクス事業 契約期間別顧客数割合 ※2



当社のサービスが長期間にわたって支持される理由

- ・DXマーケティングは短期的な実践では成果が出ないため、中長期的に取り組む必要があること
- ・当社のサービスが特定施策に限定されないスイッチングオプション型でありトレンドの変化に対して柔軟に対応できること

※1：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

※2：2022年10月末時点の取引先における契約開始から契約更新月までの契約期間を基に算出

04

—

2022年10月期通期の 取組みについて

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2022年10月期通期の取組みについて**
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

/// ソリューション事業

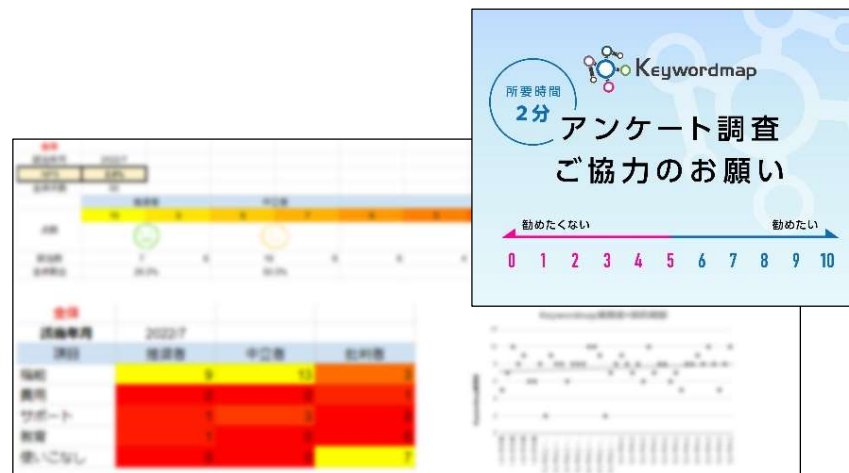
- クライアントの「Keywordmap」シリーズの利用率などをスコア化し、クライアントの解約可能性を事前に把握することにより、先回りしてフォローすることが可能になり、解約率低下に寄与

全クライアントの利用状況の把握 (定量ヘルススコア)

A screenshot of a data table with multiple columns and rows, likely representing client usage metrics. The table is partially obscured by a blue header box.

各個別クライアントの健康状態を可視化。
利用回数・利用ユーザー数・利用率などから点数化し、
優先的に対応すべきクライアントを特定。

サービスへの好感度アンケートの実施 (NPS)



顧客満足度の可視化。
アンケートにより、推奨者・中立者・批判者の把握と、
個別課題の確認によるアクション。

サクセスプランのリリース

/// ソリューション事業

- 「Keywordmap」シリーズを導入してマーケティング業務を効率化したいものの、社内のリソースやノウハウが不足してマーケティング施策を実行できないクライアントに対して、当社のカスタマーサクセスチームがクライアントに代わり「Keywordmap」シリーズを活用したマーケティング業務の一部代行や内製化支援を行うサクセスプランをリリース
- 「Keywordmap」シリーズがクライアントのマーケティング業務のプロセスに組み込みこまれることで解約率の低下も見込まれる

<https://keywordmap.jp/>
<https://keywordmap.jp/sns/>

BOXIL
Good Service
 Autumn 2022

内製化や戦略整理・実行に向けて

Keywordmap
Keywordmap for SNS
サクセスプラン

Keywordmap Keywordmap SNS

プラン別の提供内容

サポート内容	無料サポート内容	NEW Keywordmapサクセスプラン	NEW Keywordmap for SNS サクセスプラン
	-	内製化サポート	制作トレーナー カスタマイズサポート
チャット・メールサポート/ツール支援	●	●	●
運用マニュアル/レポートサンプル提供	●	●	●
SEO/SNSの施策実行トレーニング	●	●	●
社内体制構築 (KPI設計等)	●	●	●
KickoffMTGの実施	●	●	●
月次MTG	●	●	●
月次レポート作成	●	●	●
SEO/アルゴリズム勉強会	●	●	●
記事作成レクチャー/体制構築支援	●	●	●
内部施策SEOにおける壁打ち	●	●	●
外部リンク調査	●	●	●
記事作成スケジュール整理/施策実施記録	●	●	●
新規記事/リライトチェック (開始3か月)	●	●	●
キャンペーン企画/キャンペーン後管理	●	●	●
投稿案作成/いいね付与/投稿画像提案	●	●	●
アカウント設計/施策ロードマップの作成	●	●	●

解約率低下、新規受注増加に寄与する機能の開発

/// ソリューション事業



データ量の増加やタイムリーなデータの取得が可能となったことにより精度の高い分析が可能に

「検索順位レポート」機能を実装

- Googleのアルゴリズム変動や競合の動向によって、自社サイトの評価状況も影響を受けるため、自社Webサイトへの見込み顧客の集客のためには、外部環境の変化に伴う自社サイトの評価状況をタイムリーに把握し、対応していくことが重要
- 本機能によって、外部環境の変化に伴う自社サイトの評価状況をタイムリーに把握・対策することが可能に



「リスティング競合分析」の一部機能を「リスティング広告分析」としてリニューアル

- リニューアルに伴い、扱えるリスティング競合のデータはおよそ3倍へ増加。更にデータの収集頻度が2ヶ月から約1ヶ月に短縮されたことで、より直近の動向から精度の高い分析を行うことが可能に



解約率低下、新規受注増加に寄与する機能の開発

/// ソリューション事業



ユーザビリティの向上により

効率的でより成果につながる運用が可能に

新規・解除フォロワー属性／ニーズ傾向を 分析できる機能実装

- 「フォロワーが興味を持つ投稿テーマがわからない」「キャンペーンによってフォロワーは増えたが、キャンペーン終了後にフォロワーが減ってしまう」などがユーザーの課題
- 新規・解除フォロワーの興味関心や属性を詳細に分析できるようにすることで、これまで以上に売上に繋がるTwitter運用が可能に

そのフォロワー本当にターゲット顧客ですか？

**新規 & 解除
フォロワー**
の分析が可能に！

Keywordmap SNS

数分で分析完了！

POINT 1 日別分析
POINT 2 ニーズ傾向の分析
POINT 3 属性分析

過去のツイートを活用した「再投稿」が可能に

- 時間短縮でさらなるアカウント運用効率化を実現



全量ツイート分析に対象データの絞り込み機能を実装

- 広告投稿と通常投稿の自動分類・集計が可能に

Keywordmap SNS

Twitterの広告投稿の自動分類が可能に！

ツイート分析の「絞り込み機能」搭載

広告・通常投稿から対象データを選択！

全量ツイート分析

ツイート数の推移 (7年平均投稿数: 6.2 / エンゲージメント平均値: 206.5 / RT平均値: 24.1 / いいね平均値: ...)

動画マーケティングコンサルサービスの強化

/// アナリティクス事業

- 動画マーケティングのコンサルティングサービスを強化し、YouTube Shorts／TikTokなどの短尺動画にも対応
- 動画制作の企画に役立つ、動画視聴ニーズ分析ツール「Vid Analytics（ビッドアナリティクス）」を開発し、5月25日にリリース。サービス開始から利用企業数はすでに[310社を突破](#)

サービス拡張

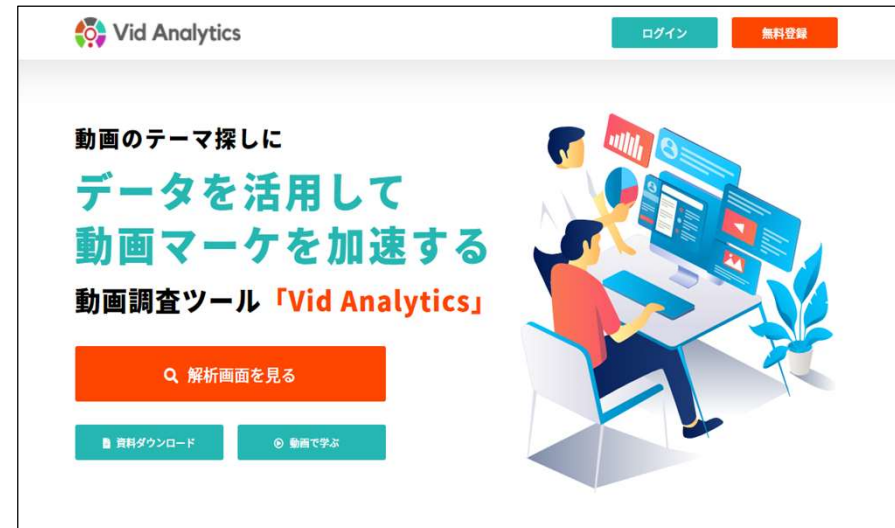


TikTok
YouTube Shorts
コンサルティングサービスを開始

C/N/C

コミュニケーションプラン策定から
運用・改善提案まで、
TikTok、YouTube Shortsの効果最大化を伴走

ツール開発



Vid Analytics

ログイン 無料登録

動画のテーマ探しに
データを活用して
動画マーケを加速する
動画調査ツール「Vid Analytics」

解析画面を見る

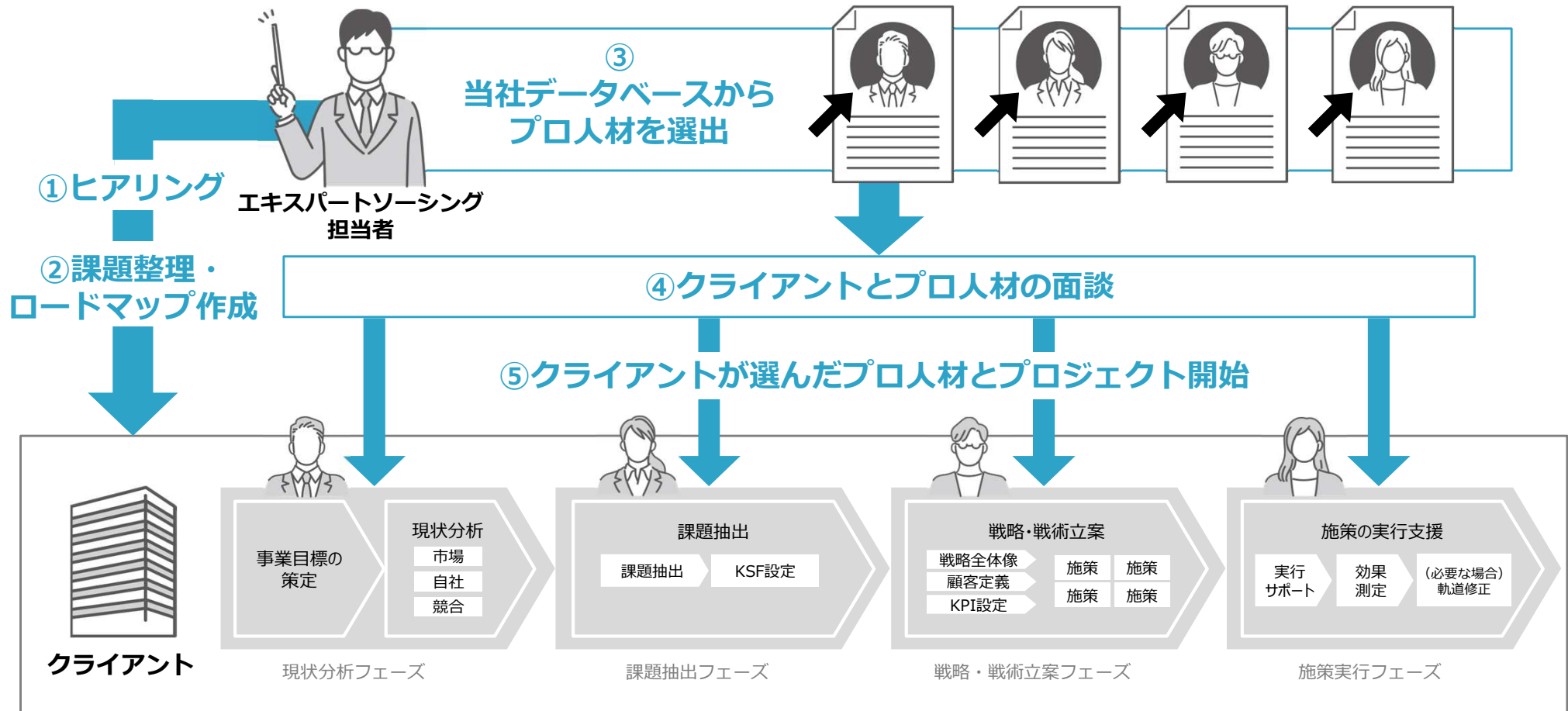
資料ダウンロード 動画で学ぶ

動画を活用し、より効率的に成果創出できる体制

エキスパートソーシングの体制整備

/// アナリティクス事業

- エクスパートソーシングとはCINCと社外のマーケティングプロ人材が協力して、クライアントのマーケティング施策を支援するサービス
- 2021年10月期にマーケターのキャリアを支援するプロジェクトの中でトライアル的に開始し、2022年10月期に体制を整備。2023年10月期から積極的に案件を獲得していく

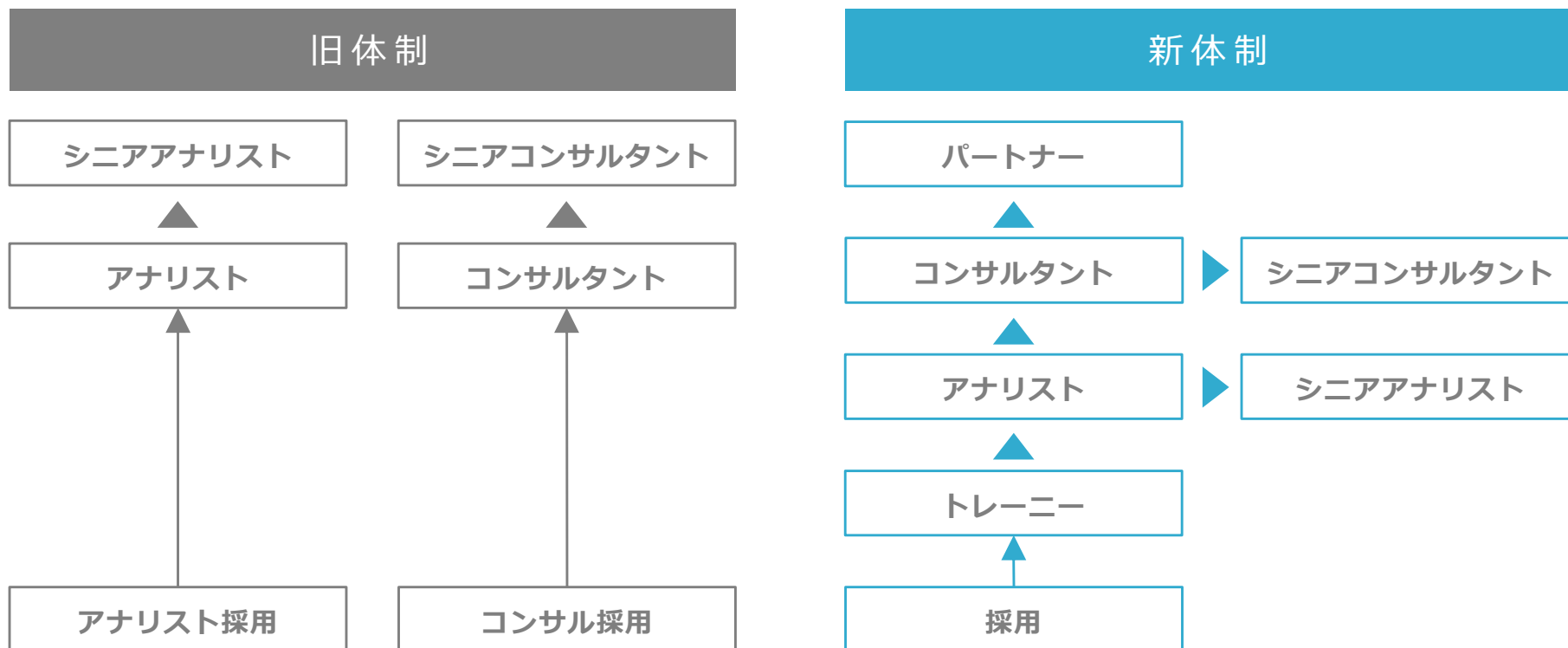


- コンテンツ制作のコスト削減を目的として、人材の安定雇用が見込める福岡天神にラボを開設



/// アナリティクス事業

- 業務の生産性を維持しつつ、コンサルタントが段階的に成長できる体制を構築中
- 未経験者や新卒／第二新卒層も積極的に採用し、マーケティングDXエキスパートとして成長させていく



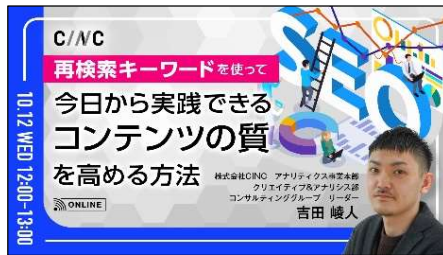
積極的に採用を行いマーケティングDX人材を育成

継続的なウェビナーに加えオフライン展示会も出展

/// アナリティクス事業 / ソリューション事業

- コロナ禍にて今まで継続してきたウェビナーをさらに強化し、有効リードを獲得
- オフライン展示会にも出展を再開することにより顧客との関係値を強化
- 顕在、潜在両面で顧客のWebマーケティング強化に対するニーズをキャッチし問い合わせ増加

※単独セミナー9回、共催セミナー4回、展示会出展2回



部署・プロダクト間を越えた顧客紹介・クロスセルの推進

会社説明

サービス
説明

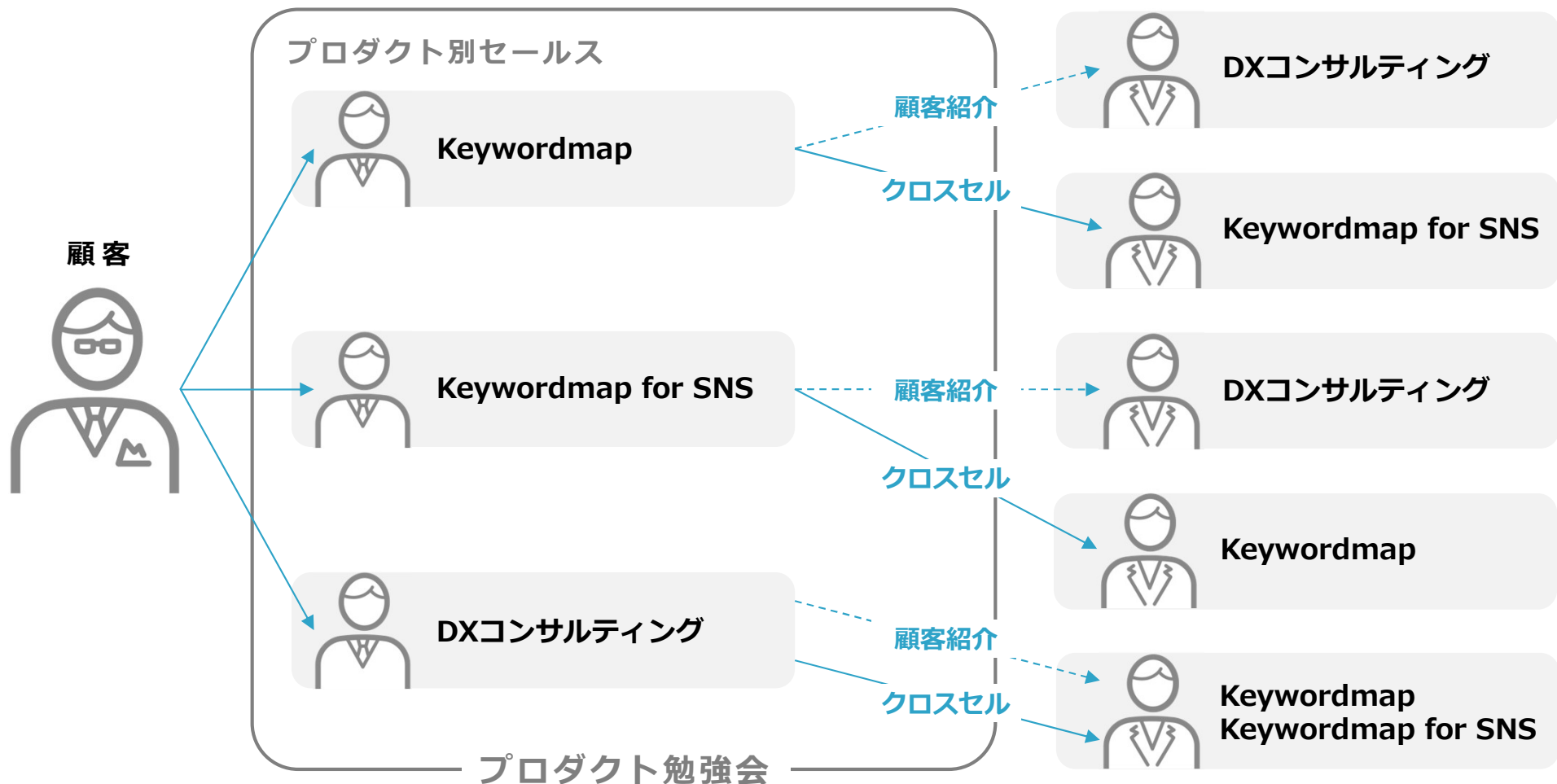
強み・
特徴

当期説明

成長戦略

/// アナリティクス事業 / ソリューション事業

- 各事業部の営業部隊が、顧客ヒアリングを進める中で、顧客の現状にあわせて最適な打ち手を見極め、事業部・プロダクト間を越えた適切な部署への顧客紹介、複数プロダクトのクロスセル販売を実施する機会が増加
- 営業部隊が適切な部署に顧客紹介できるように、全社セールス・コンサルティング部門のプロダクト勉強会を毎月開催



/// IRの取組み



個人投資家説明会

2月開催 リンクスリサーチ社 石松、平登壇
5月開催 湘南投資勉強会 石松、平登壇
6月開催 Kabuberry 石松、平登壇
9月開催 神戸投資勉強会



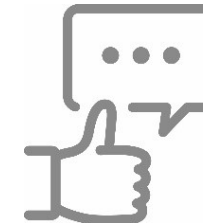
IRメルマガ配信

[IRメルマガ](#)での企業情報の発信開始



代表石松のメディア出演

4月 ラジオNIKKEI : 「ザ・マネー」出演
5月 マネーサテライト「社長に聞く」出演
7月 「株式戦隊アガルンジャー」出演



SNS活用

[Twitter](#) /// [CINC \(シंक\)](#) /// [【公式】](#)
での企業情報の発信開始

今後も当社の情報を発信していきます。

05

—

2023年10月期通期 業績予想について

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2022年10月期通期の取組みについて
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について**
- 06 | よくいただくご質問

/// 2023年10月期 業績予想

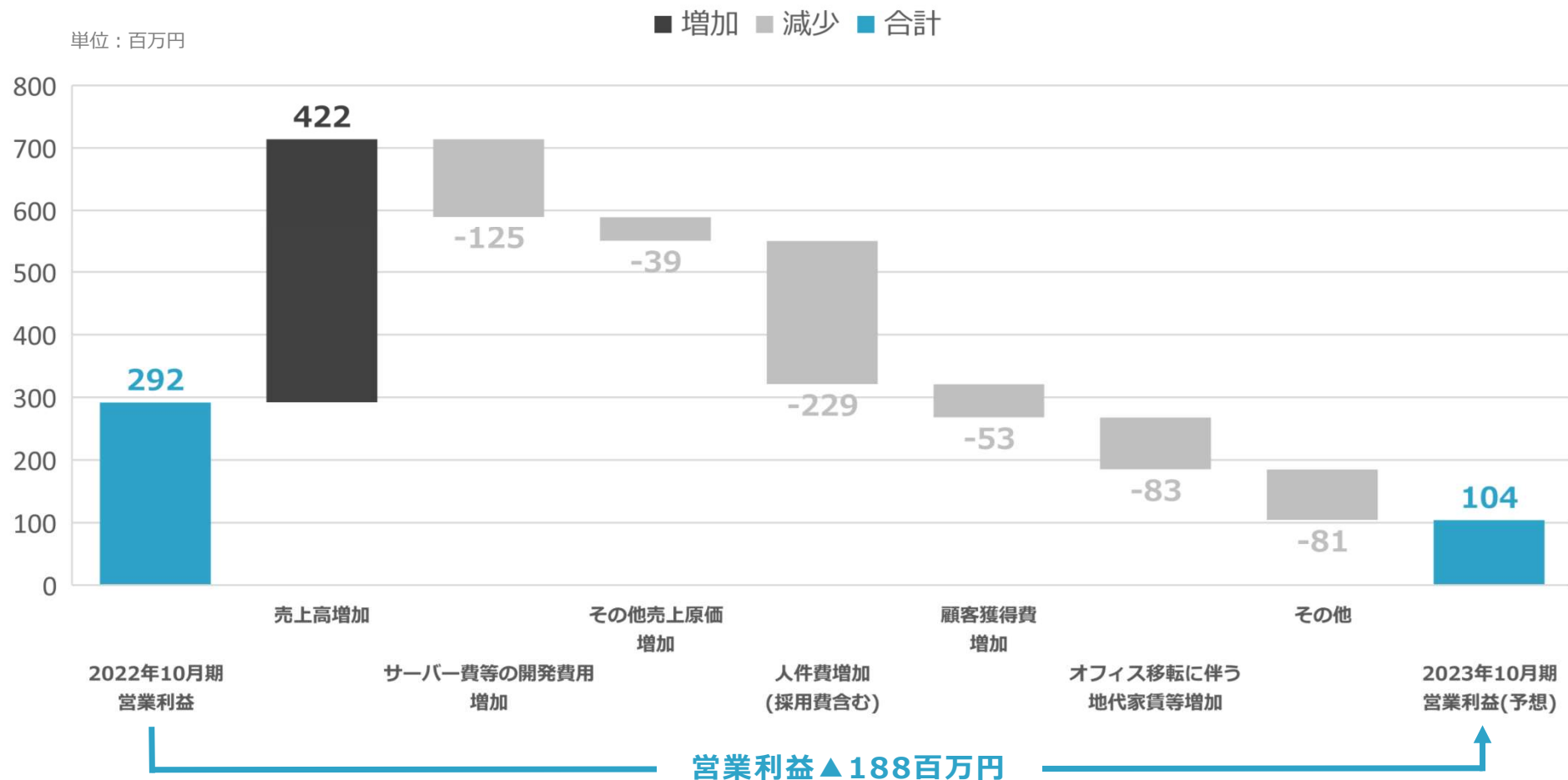
- マーケティング業務の自動化や効率化につながるクラウド型のサービス及びマーケティング活動のデジタル化を支援するサービスについて、引き続き高い需要が継続すると予想し、23.4%の増収を見込む
- 中期的に売上高30%成長を実現するため、積極的な人員の採用やマーケティング費用の投入は継続
- 円安によるサーバー費の負担が増加するほか、新オフィス移転による地代家賃が増加
- その結果、営業利益104百万円（64.4%減）、当期純利益66百万円（66.9%減）を見込む

(単位：百万円)	2023年10月期末 (予想)	2022年10月期比	2022年10月期末 (実績)
売上高	2,227	23.4%	1,805
ソリューション事業※1	1,067	20.5%	886
アナリティクス事業	1,178	26.1%	934
売上総利益	1,537	17.2%	1,311
営業利益	104	▲64.4%	292
ソリューション事業	36	▲82.5%	206
アナリティクス事業	67	▲21.4%	86
経常利益	103	▲64.6%	291
当期純利益	66	▲66.9%	201
1株当たり当期純利益	19円82銭	▲40円46銭	60円28銭

※1 内部取引による売上高を含んでいます。

/// 営業利益の増減要因分析

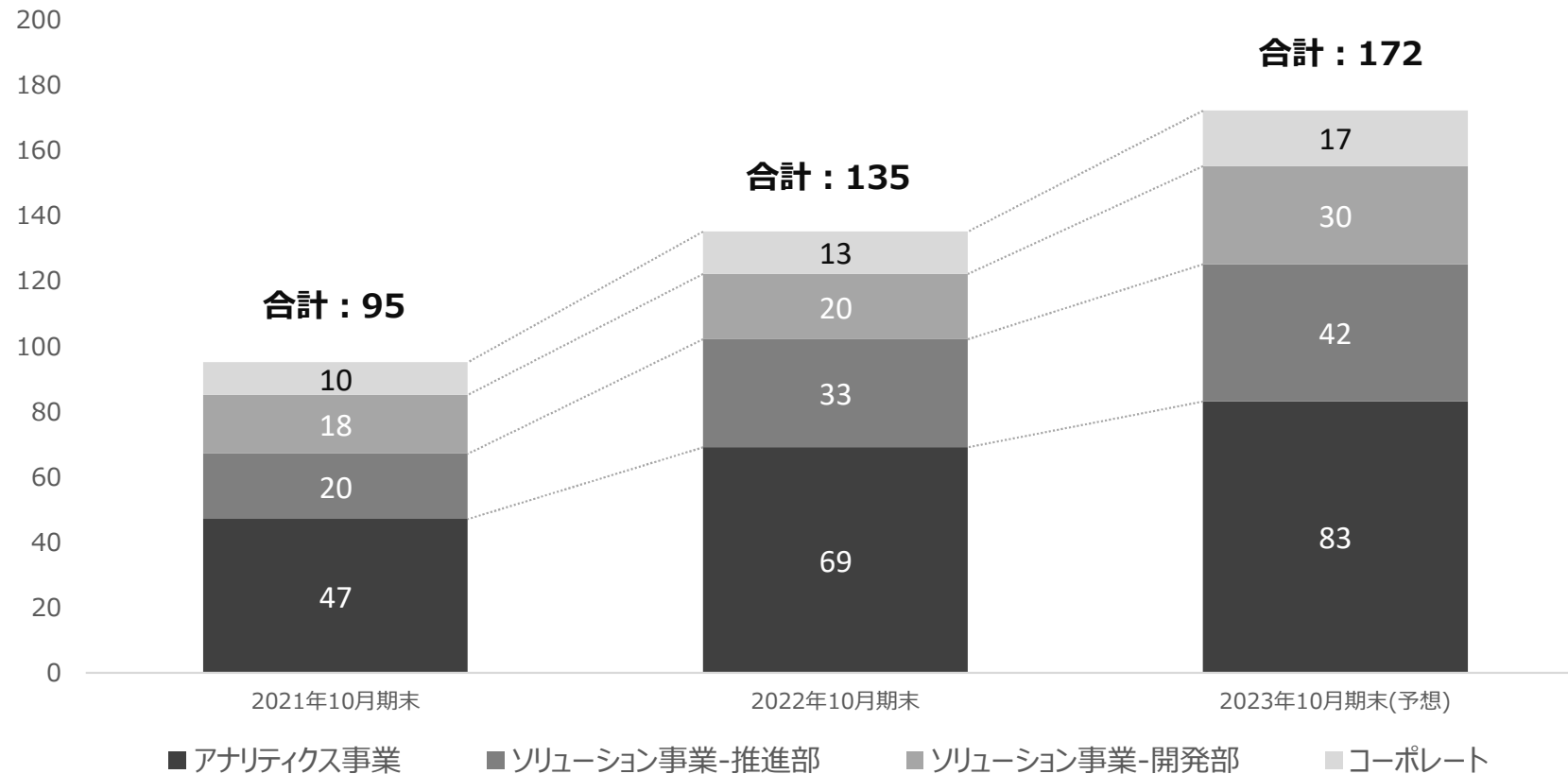
- 円安によるサーバー費の負担が増加
- 事業拡大に伴う人件費・採用費増加に加え、積極的な広告宣伝費への投資は継続
- 新オフィス移転による地代家賃が増加
- その他は、人員増によるツール利用料、福利厚生費の増加など



/// 人員の推移

- アナリティクス事業は、既存サービスに加えて、エキスパートソーシングサービスに係る人員の採用を増加
- 開発部門は「Keywordmap」の開発体制強化のための人員を増加
- ソリューション事業の営業部門は新規獲得人員を増加

■ 部門別人員数(業務委託のエンジニア含む)の推移



※ 新卒の人員費は管理本部にて計上しておりますが、本データにおいては配属されている部門でカウントしています。

※ ソリューション事業本部-開発部には業務委託のエンジニアも含めています。

※ コーポレートには契約社員も含めています。

/// オフィス移転について

- 現在の入居中のオフィスビル取り壊しに伴い、2023年2月末に東急虎ノ門ビル（港区虎ノ門）に移転を予定
- 将来の従業員数の増加を見込み、現在のオフィスの約2倍の広さ
- 従業員がより働きやすい、快適な環境を整備



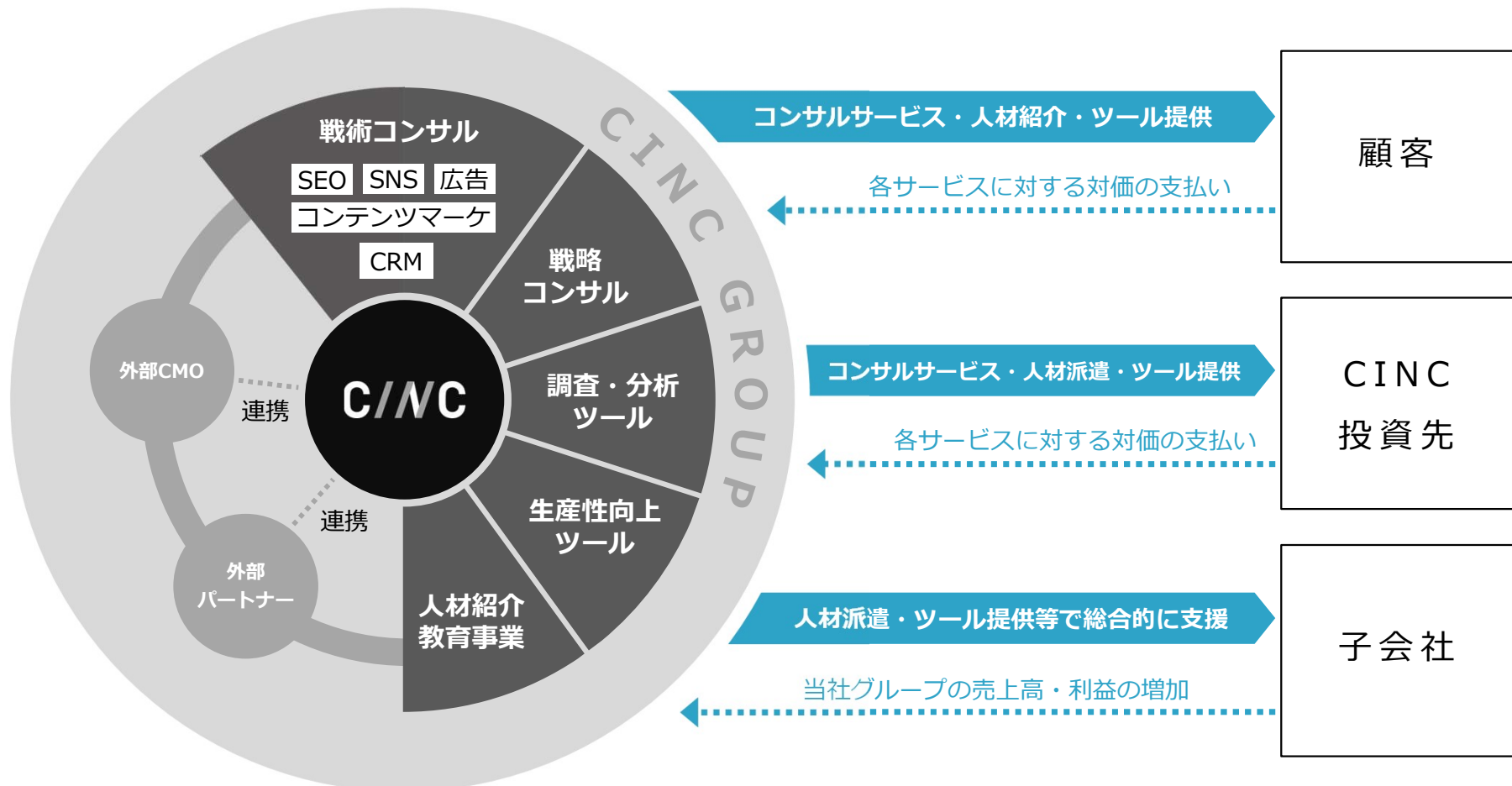
/// 成長戦略-CINCこれまでの取り組み

- 2014年の創業以来、マーケティング支援コンサルティングの領域拡大に加えてマーケティングの調査・分析・運用ツール「Keywordmap」シリーズをリリースし、企業のマーケティング支援のためのサービス領域を拡大
- 引き続き、既存のサービスをより高品質に昇華させていくとともに、マーケティング支援サービスの新規領域も開拓していく

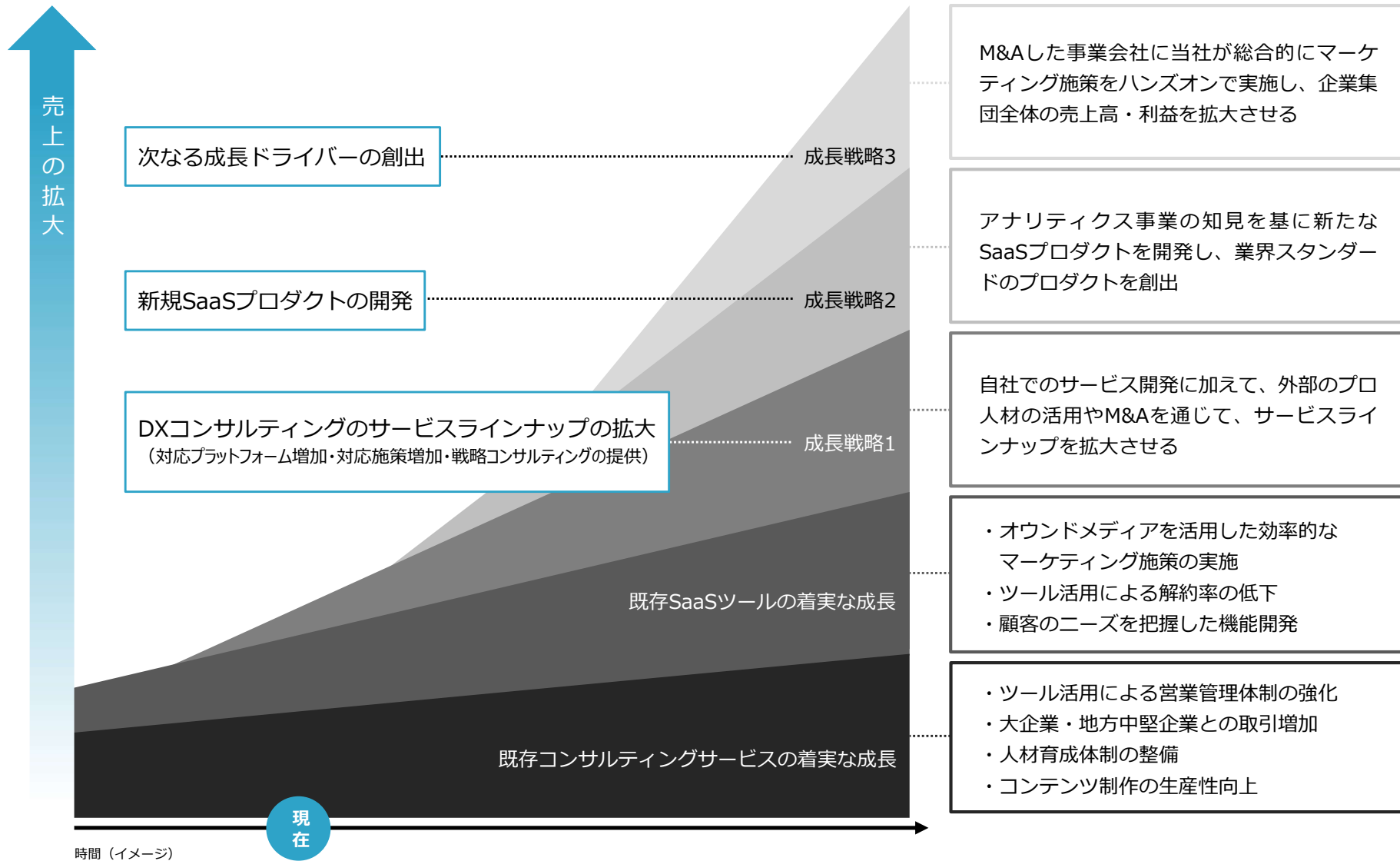


/// 成長戦略-CINCの目指す姿

- マーケティング戦略立案からマーケティング戦術実行まで総合的に顧客のマーケティング活動を支援
- 外部パートナーや外部CMOと連携し、コンサルティングのサービスラインナップを拡充
- 業界スタンダードのプログラムを開発し、顧客のマーケティング業務の生産性向上・品質の標準化を図る
- 社内にマーケターがいる会社にはツールの提供、社内にマーケターがいない会社にはコンサルティングサービスの提供や、プロ人材の紹介(エキスパートソーシング)と、マーケティング活動を行っているすべての企業が当社のクライアントとなる世界観を目指す
- 資本提携やM&Aにより関連会社となった企業に、当社のマーケティングノウハウを提供し、利益の最大化を目指す



/// 成長イメージ



売上の拡大

次なる成長ドライバーの創出

成長戦略3

M&Aした事業会社に当社が総合的にマーケティング施策をハンズオンで実施し、企業集団全体の売上高・利益を拡大させる

新規SaaSプロダクトの開発

成長戦略2

アナリティクス事業の知見を基に新たなSaaSプロダクトを開発し、業界スタンダードのプロダクトを創出

DXコンサルティングのサービスラインナップの拡大
(対応プラットフォーム増加・対応施策増加・戦略コンサルティングの提供)

成長戦略1

自社でのサービス開発に加えて、外部のプロ人材の活用やM&Aを通じて、サービスラインナップを拡大させる

既存SaaSツールの着実な成長

- ・オウンドメディアを活用した効率的なマーケティング施策の実施
- ・ツール活用による解約率の低下
- ・顧客のニーズを把握した機能開発

既存コンサルティングサービスの着実な成長

- ・ツール活用による営業管理体制の強化
- ・大企業・地方中堅企業との取引増加
- ・人材育成体制の整備
- ・コンテンツ制作の生産性向上

現在

時間 (イメージ)

/// 成長戦略-ソリューション事業 ～販売～

高い売上成長率と利益率を安定的に確保できる組織を構築し、 SaaSプロダクトのマーケティングプロフェッショナル集団を目指す

顧客獲得単価を抑えた 有効リード獲得

- オウンドメディア「Keywordmap Academy」の強化によるオーガニックリード最大化
- オフライン/オンラインイベントへの出展、地方の展示会にも積極的に出展

人材育成

- セールスチームの再現性のある教育プログラムの策定
 - ・ 段階別営業力の言語化
 - ・ スキルマップ運用
 - ・ 営業コンピテンシー策定
- MAツール、SFAツール活用による営業管理の強化

解約率の低減

- 分業体制によるカスタマーサクセス業務の効率化
 - ・ オンボーディングチーム（導入後3ヶ月間のサポート強化）
 - ・ サクセスチーム（顧客の成果創出を実現）
 - ・ テックタッチチーム（勉強会の実施・FAQの整備等の実施）
- SFAツールや自社のモニタリングシステム（定量ヘルススコア）の活用により、解約可能性の高い案件を早期に発見し対応策を講じる

顧客単価の向上

- アップセル・サクセスプラン販売の強化
- サービスの料金改定（値上げ）

/// 成長戦略-ソリューション事業 ~開発~

ハイテラシー層からライトユーザー層まで支持される 業界スタンダードのプロダクトを創出する



Keywordmapの潜在顧客層が変化



顧客の「マーケティング業務の運用」を
サポートできる機能を追加

「UI/UX改善」
ユーザー体験の向上のため、分かりやすさと使いやすさ
2つを兼ね備えたユーザーインターフェースに変更



顧客からはTwitter以外の
SNSプラットフォームへの対応要望が多い

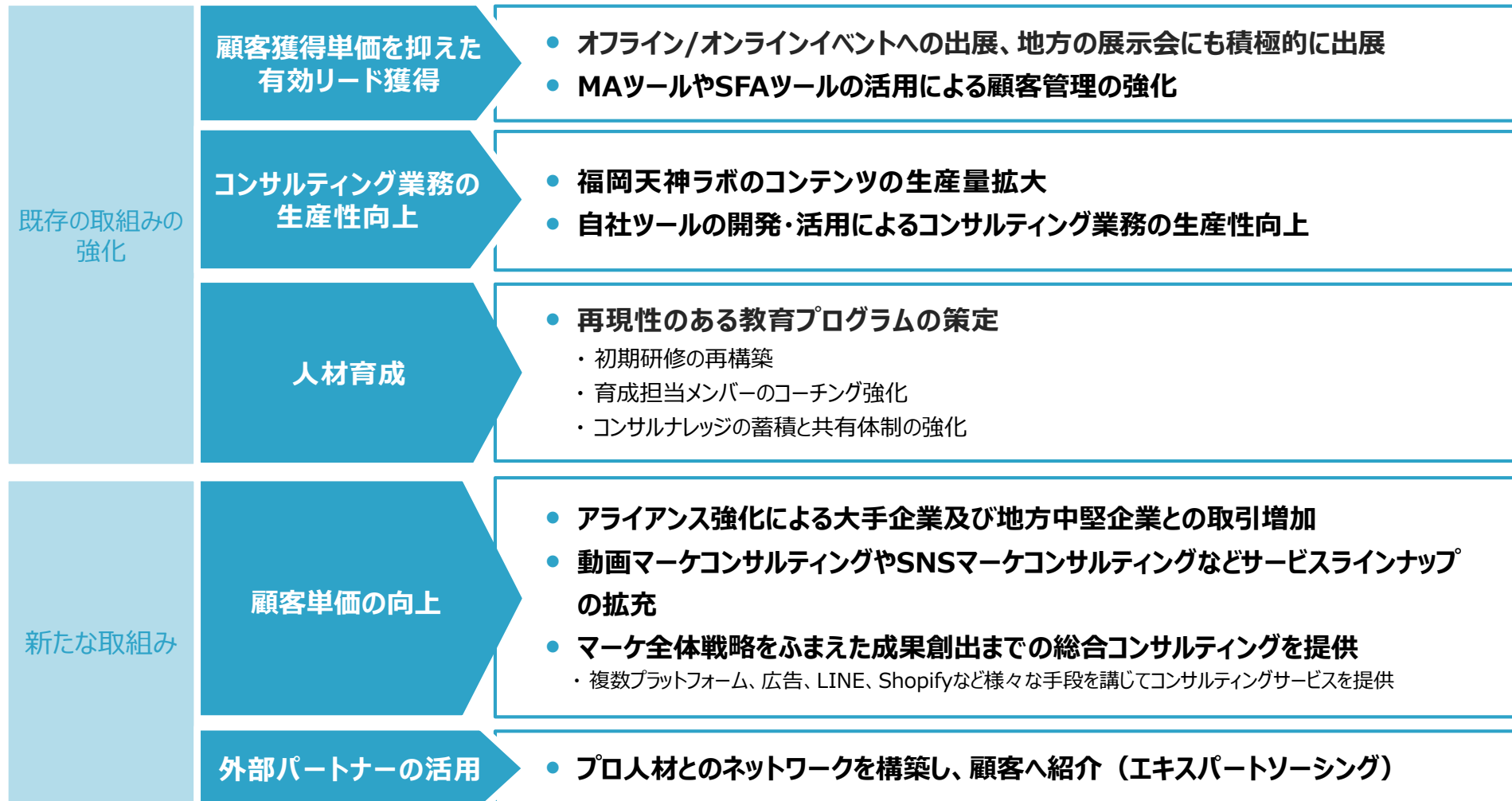
新たなSNSプラットフォームへの対応

サーバ費用の削減

サーバー費が為替の影響を受けるため、
保有データの精査を行い、サーバー費削減を目指す

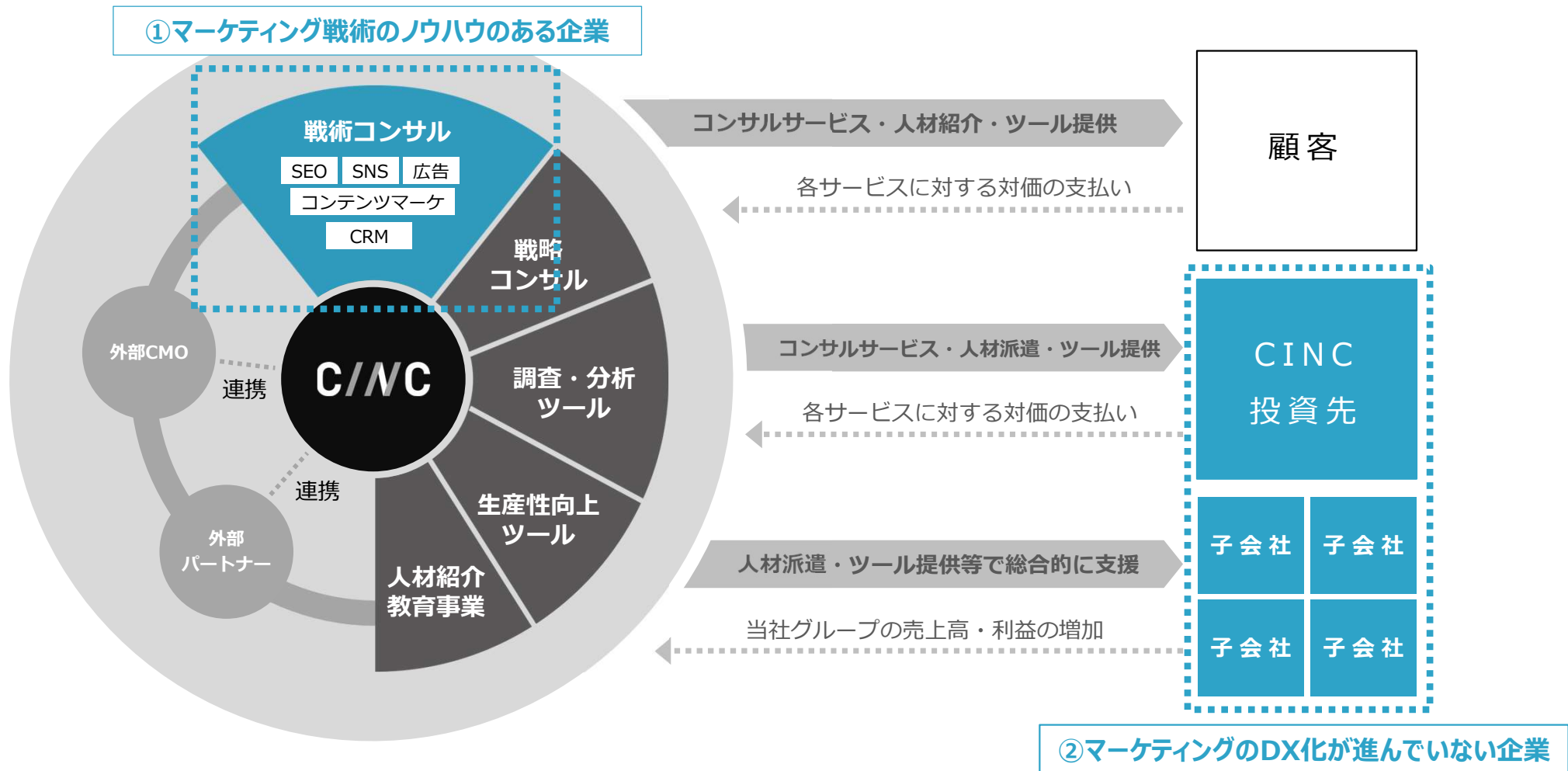
/// 成長戦略-アナリティクス事業

戦略立案から実行支援まで一気通貫かつ領域横断でクライアントのマーケティング活動を支援するコンサルティングサービスの提供を目指す



/// 成長戦略-資本提携・M&A

- 資本提携・M&Aに関しては積極的に検討していく
- 資本提携・M&A企業の選定基準は2つ
 - ①現在、当社が行っていないマーケティング戦術のノウハウのある企業
 - ②マーケティングのDX化が進んでいないことで成長が鈍化している企業



06

—

よくいただくご質問

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2022年10月期通期の取組みについて
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問**

/// よくいただくご質問①

よくいただくご質問	ご回答
円安による業績への影響を教えてください。	<p>開発部にて使用しているサーバー費及びツール利用料の一部がドル建てとなっており、円安が進むことでこれらのコストが増加することになります。</p> <p>2023年10月期の見通しは米ドル円為替レート140円前提で策定しています。</p>
Cookie規制によって受ける影響はありますか？	<p>弊社のKeywordmapシリーズはCookieに依らないWeb上の情報を多く収集しており、影響は軽微です。更に、Cookie規制によりコンテンツマーケティングやSNSなどを活用した自社チャネルの強化がより注目されるようになっており、弊社のKeywordmapシリーズが強みとするキーワード情報やアカウント分析がより必要とされるようになっておられます。（詳細はAPPENDIX参照）</p>
四半期ごとの売上高に季節性はありますか？	<p>売上高の季節性は軽微です。</p> <p>顧客企業の決算期前後である3月、4月、9月に受注は増加する傾向にはありますが、当社のサービスは、ソリューション事業、アナリティクス事業ともに原則12カ月、月額固定料金での契約となっておりますので、月次売上高に与える影響はそれほど大きくありません。</p>
顧客の業種や規模の偏りはありますか？	<p>業種の偏り、規模の偏りはありません。</p> <p>Web上で集客したい会社すべてが当社のターゲットです。</p> <p>東証一部上場の老舗の会社から、IT系のスタートアップ企業まで様々な業種・規模の企業様に当社サービスを提供しております。</p>
ソリューション事業とアナリティクス事業の顧客はどの程度重複していますか？	<p>自社内でマーケティング戦略立案ができる人材がいる場合は、ソリューション事業のサービスを導入いただくケースが多く、自社内でマーケティング戦略立案ができる人材がいない場合は、アナリティクス事業のサービスを導入いただくケースが多くなっております。一方で、社内にマーケターがいるものの、戦略立案については当社にお願いしたいと言われるケースなどで、ソリューション事業、アナリティクス事業の両方のサービスをご導入いただくケースがございます。2022年10月末時点で、アナリティクス事業の2割強のお客様に両方のサービスを導入していただいております。</p>

/// よくいただくご質問②

よくいただくご質問	ご回答
テレビCMなどは実施しないのですか？	当社は、数多くあるマーケティング施策について、費用対効果を検証して、施策を決定しております。当社の提供サービスがBtoB向けであることから、テレビCMがよいのか、タクシー広告がよいのか、その他マーケティング施策がよいのか等、市場動向を見極めて広告宣伝活動を行っていく予定です。
コンサルタントの採用は順調に進捗していますか？	人員の確保と育成が事業成長に大きく影響すると考えております。そのため、採用については人事グループと事業本部長が週1でミーティングを行い採用要件のすり合わせなどを行い、スケジュール通りに人員が確保できる体制としております。 当社の場合、デジタルマーケティングの未経験者や第二新卒を採用し育成しているため、ほぼスケジュール通りに採用ができております。 育成プログラムに関しては、マニュアルの整備、OJT、社内勉強会を通じて、経験者でなくても、半年程度で1人前になるプログラムとなっております。
従業員の採用・定着に向けて行っている施策があれば教えてください。	多様な働き方を希望する社員が増える中で、在宅勤務と副業について原則禁止から許可制へ変更いたしました。（在宅勤務はコロナ禍の特例として運用しておりました） また、男性の育児休業についても社内で勉強会を開くなど取得しやすい環境の整備を行い、すでに取得の実例もでています。
Keywordmapの顧客にKeywordmap for SNSをアップセルしていますか？	Keywordmap導入企業に対して、Keywordmap for SNSをご紹介していますが、現在のところアップセルはそこまで多くありません。一方で、Keywordmap for SNSでKeywordmapシリーズを知っていただき、Keywordmap for SNSとKeywordmapの両方をご導入いただく企業様が一定数ございます。2022年10月末時点で、Keywordmap、Keywordmap for SNS両方導入いただいている企業様はKeywordmapの利用企業の7%程度です。
Keywordmapシリーズの解約理由を教えてください。	主な解約の理由としては以下2点となります。 ①担当者が退職し当社のプロダクトを使える人がいなくなった ②注力するマーケティング施策が変更になり(TVCM等)、当社のプロダクトを必要としなくなった クライアント社内での活用度が解約率へ影響すると考えているため、導入後のサポートを充実させるためにカスタマーサクセスの人員拡充を行っております。

/// よくいただくご質問③

よくいただくご質問	ご回答
<p>Googleのアルゴリズムが変更になるたびに、Keywordmapは影響を受けるのですか？</p>	<p>Googleのアルゴリズム変更の内容によりますが、経常的に行われているアルゴリズム変更により受ける影響は軽微です。</p> <p>Keywordmapは、自社のクローラーを使いWebサイトの情報を取得しており、Googleのアルゴリズム変更により当社のデータベースが影響を受けることはありません。</p> <p>逆に、Keywordmapを活用して、Googleのアルゴリズムがどのように変更されたかを分析することができるため、変更後の影響を捉え、いち早くマーケティングの戦略策定を行うことができます。</p>
<p>デジタルマーケティングの会社は、競合も多いかつSaaSを提供している企業も多いですが、差別化要素を教えてください。</p>	<p>当社のプロダクトはマーケティングファネルにおいて「認知」「興味/関心」「検討」の部分に強みがあります。</p> <p>認知・検討を増やす方法として、従来から広告配信を行うという考え方がありました。広告配信を自動化するツールを提供している企業様もございます。しかし、近年Cookie規制などを背景に、広告配信に加えて、消費者のニーズをとらえ、消費者が能動的に求めている情報を発信するコンテンツマーケティングが重要となってきています。</p> <p>当社のKeywordmapシリーズは、独自の技術により、データ量、提供サービス範囲及び日本語品質において優位性があるため、消費者が自ら検索する興味関心と自社コンテンツが交わる「キーワード」を確実にとらえることができ、効率的かつ効果的なコンテンツマーケティングが実施できるため、クライアントからご支持いただいています。</p> <p>更に、当社は創業よりユーザーのエンゲージメントを高めるコンテンツマーケティングを強みとしており、Keywordmap for SNSは他社が提供していないコンテンツマーケティングに有効な機能が付与されているため、よりマーケティング効果に直結しやすいエンゲージメントの重要性を理解いただくことで選んでいただいております。</p> <p>また、DXコンサルティングサービスを提供するアナリティクス事業と、アナリティクス事業で提供される新たなマーケティング手法をツール化して販売するソリューション事業の2つの事業があることが当社の最大の強みだと考えています。</p> <p>これらの2事業が相互に連携することで、他社にはまねできないツールの開発であったり、自社ツール活用によるDXコンサルティングサービスにおける生産性向上による高利益率を確保できていると考えております。</p>
<p>売上成長率はどの程度目指しているのですか？</p>	<p>2023年10月期の売上成長率は23.4%を見込んでおります。</p> <p>2023年10月期に人員の増強、機能改善を行うことで、2024年10月期以降は売上成長率30%を目指してまいります。</p>

/// よくいただくご質問④

よくいただくご質問	ご回答
営業利益率のターゲットはありますか？	<p>将来的には20%を目指していきたいと考えております。 但し、足元数年は、将来の成長に向けた、新サービスの研究開発などへの投資を行っていくため、営業利益率は20%未満となる見込みです。</p>
収益認識に関する会計基準の変更による影響を教えてください。	<p>収益認識に関する会計基準の変更による売上高への影響は軽微です。</p>
現状の株価についてのお考えをお聞かせください。	<p>株価については、株式市場の売買で決めていただいており、当社としてはコメントする立場にないと考えております。 当社としては、役職員一丸となって本業に邁進し業績を向上させること、自社の実態価値を反映してもらうために情報開示を真摯に行うことが株主の皆様から信頼をいただけるものと考えております。 当社は年2回の機関投資家向け決算説明会をはじめ、個人投資家向け説明会やWEBサイトでの情報開示などを継続的に行ってまいります。</p>
配当方針について教えてください。	<p>しばらくは、配当は行わず、利益は投資に回す予定です。 新サービスをリリースし、企業価値を上げていくことで、株主還元を行っていきたいと考えております。</p>
IR活動の方針を教えてください。	<p>年2回の機関投資家向け説明会に加え、個人投資家の皆様とのコミュニケーションの向上のために、個人投資家向け説明会、Twitter、メールマガジンなどで引き続き当社の事業内容、各種経営指標、各業務の施策等をわかりやすく開示することに努めてまいります。 一層の企業価値の向上ならびにIR活動の充実に努力してまいります。</p>
女性活躍に対する取り組みを教えてください。	<p>2022年10月末時点で男女比率は8:2となっています。 そのためまずは採用における女性比率をあげるため、女性活躍促進のための行動計画を策定しました。 今後も継続して女性活躍ができる職場環境整備に努めてまいります。</p>

/// よくいただくご質問⑤

よくいただくご質問	ご回答
<p>Twitter社のオーナーが変わりましたが、どう影響があると考えていますか？</p>	<p>オーナー変更によるTwitter市場の変化、メディアとしての方向性がまだ不明確なため、現時点では明確な返答は致しかねる状況です。なお、すでに変更が見られるタイムラインについては新オーナーがテスト的な運用を行っている可能性がございます。当社でもこれらの変動を観測しておりますが、Twitterの基幹となる仕組み自体が変わる訳ではないため、Twitterマーケティングの方法論が大きく変わることはなく直近ではKeywordmap for SNSのサービスへの大きな影響は想定しておりません。今後も情報キャッチアップに努め、柔軟に対応していく所存です。</p>
<p>中期経営計画は出さないのですか？</p>	<p>社内では3カ年計画を策定しておりますが、2023年10月期にいくつかの施策を実行し、将来の成長ドライバーを見極める予定であるため、現時点は中期経営計画の開示は行わないと判断しております。</p>

APPENDIX

—

Cookie規制で起きる変化と
活かせる当社の強み

/// Cookieとは

規制が問題視されるCookieとは



Cookieとは

※Wikipediaより引用

HTTP cookie（エイチティーティーピークッキー）は、マジッククッキーの一種。単に**クッキー**（**cookie**）とも表記される。

RFC 6265などで定義されたHTTPにおけるウェブサーバとウェブブラウザ間で状態を管理する**通信プロトコル**、またそこで用いられるウェブブラウザに保存された情報のことを指す。ユーザ識別や**セッション管理**を実現する目的などに利用される。



サイトに訪れたユーザーの情報を一時的にユーザーのブラウザに保存する仕組み

Cookieには『1st Party Cookie』と『3rd Party Cookie』がある



1st Party Cookie

（ファーストパーティーCookie）

・・・ サイトの運営社が発行しているCookie



3rd Party Cookie

（サードパーティーCookie）

・・・ 第3者（サイト運営者以外のインターネット事業者）が発行しているCookie

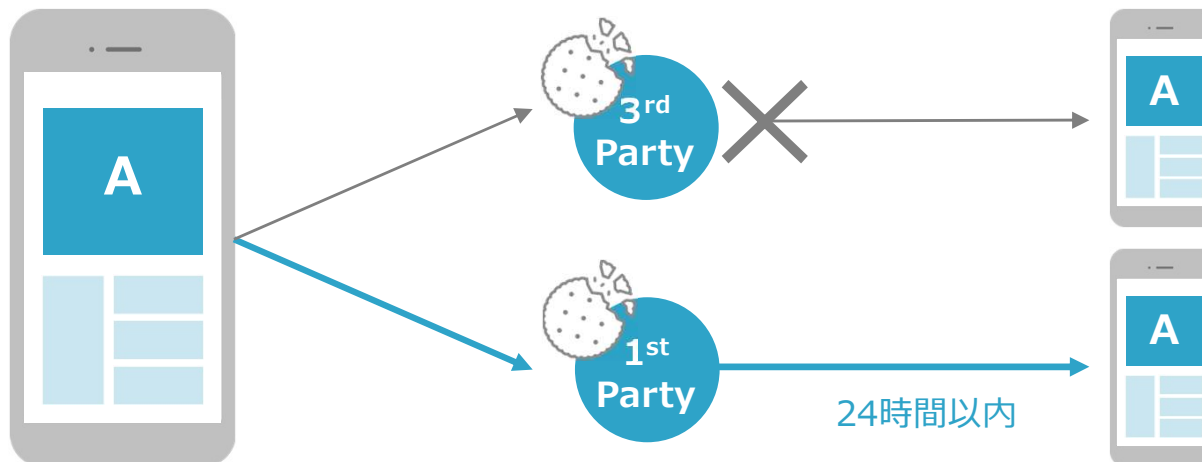
/// 身近で起こるCookie規制

Cookie規制の背景は3rd Party Cookieがプライバシーの観点で問題視されているため

- 自分の趣味・嗜好がトラッキングされることに不信感や不快感を抱くユーザーが世界中で増加
- 国内のブラウザのシェア率はSafariとChromeだけで全体の80%以上
- Apple(Safari)は既に規制済、Chromeは2023年の段階的廃止されていく

ITP（インテリジェントトラッキング防止機能）

サイトを横断したトラッキング（特定のユーザーが、サイト内でどこを閲覧しているのかを追跡、分析すること）に制限がかかる機能



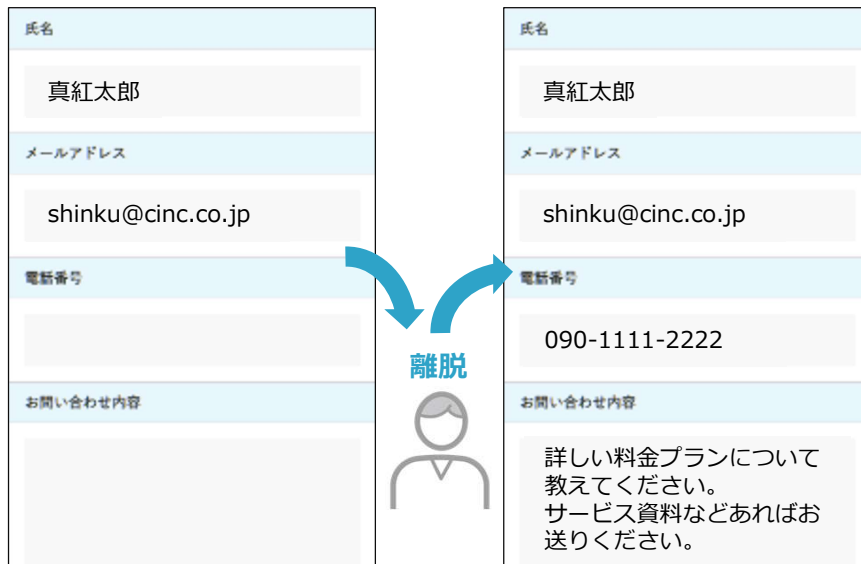
/// 身近で起こるCookie規制

Cookieによる代表的な恩恵の消失

1st Party Cookie

ユーザビリティ

自社Webサイトに訪れたユーザー情報を保存するために活用

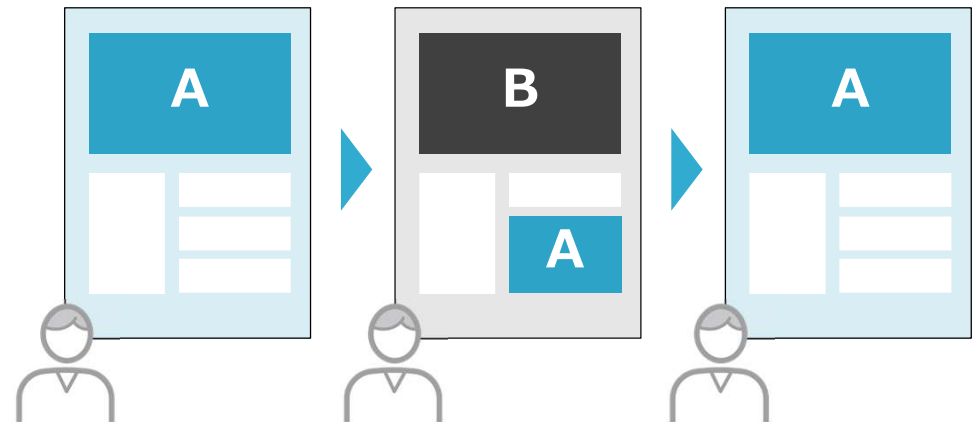


ECサイトで買い物をしており、お客様情報を途中まで入力し離脱。
その後再訪問した際に以前カートに入れた商品情報がそのまま残っている。

3rd Party Cookie

リターゲティング

複数サイトを横断し追跡、データと紐付けて活用



ECサイトで買い物をしており、特定の商品購入の途中で離脱。
その後別のサイトを閲覧していたところ、
先程購入しなかった商品の広告が表示される。

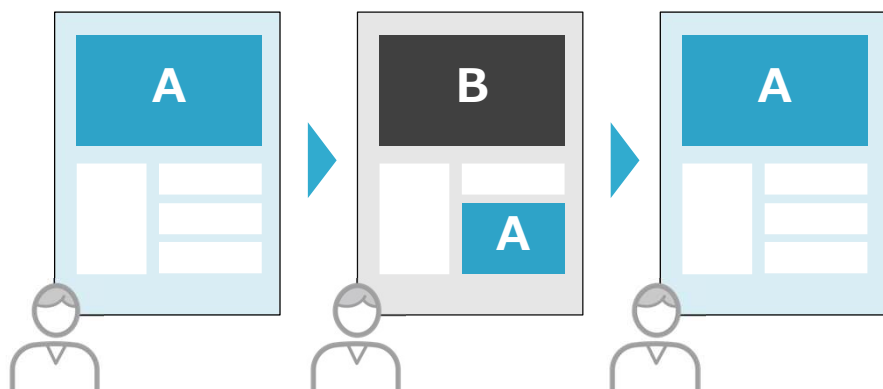
リターゲティング広告だけでなく、A/Bテストや接客ツールなどへの影響も。
まずは自社の施策がどの程度影響を受けるか把握する必要がある。
そのうえで、現行の広告施策に代わる施策を検討することが重要

/// 身近で起こるCookie規制

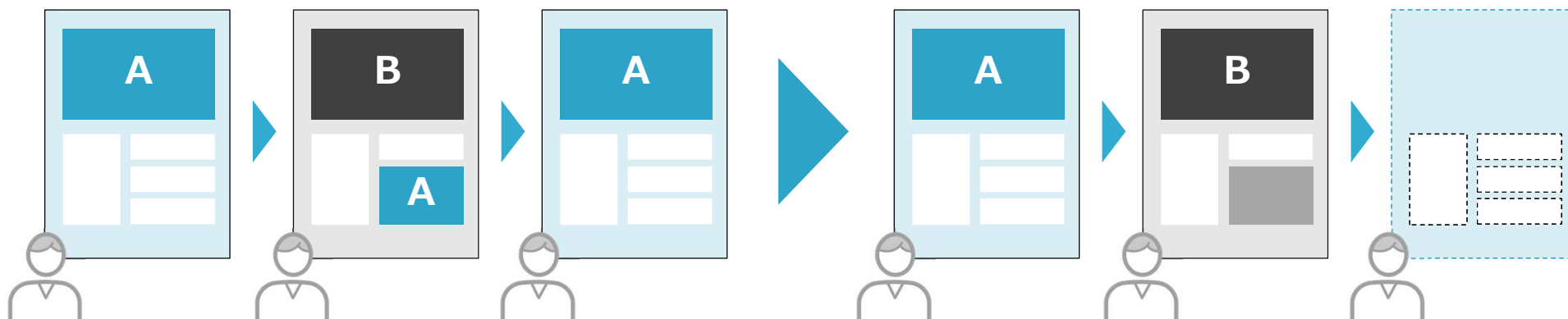
3rd Party Cookieの規制に与える影響

特に、3rd Party Cookieが規制されることにより、Webサイトの閲覧履歴などのユーザー情報を取得することができなくなり、リターゲティング広告（1度自社サイトを訪れたユーザーを、サイト離脱後も追跡する広告）などのユーザー情報を利用し、再度自社サイトへ誘導をするようなデジタルマーケティング手法の効果が著しく下がる可能性があります。

3rd Party Cookie 規制前



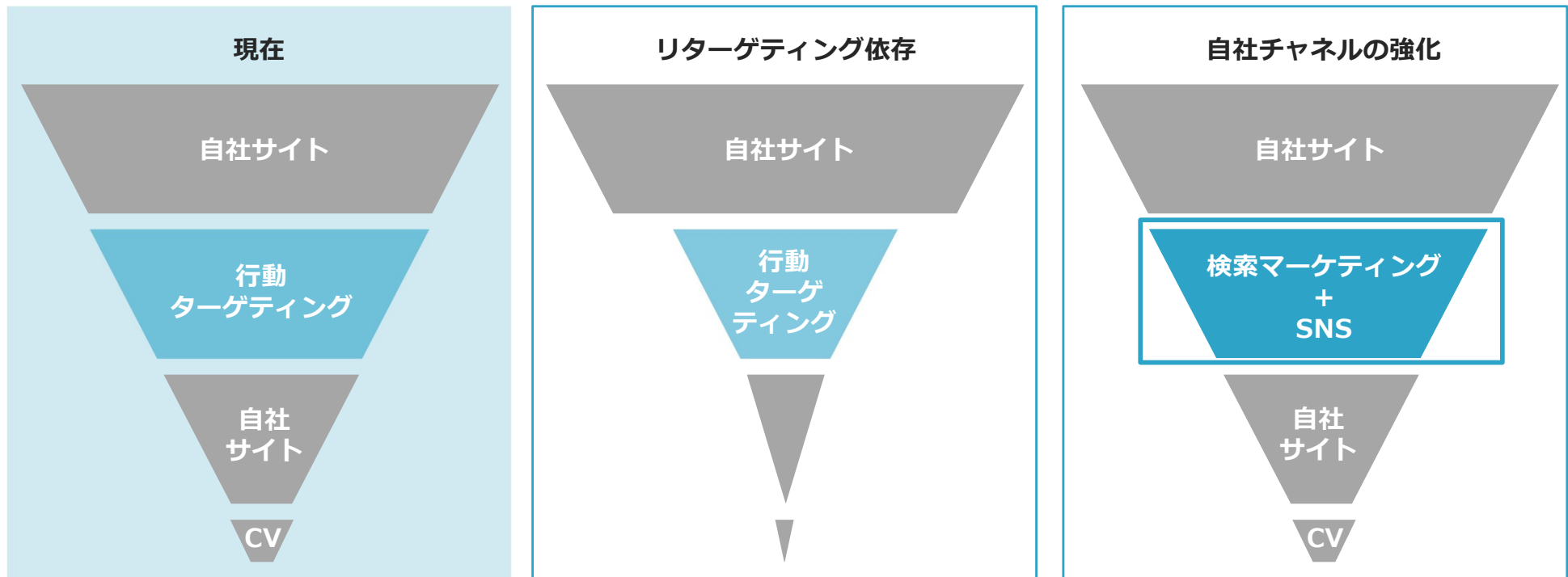
3rd Party Cookie 規制後



/// 自社チャネル強化の重要性

自社サイトやSNS等の自社アカウントといった、自社チャネルの強化が重要

- 自社サイトへの集客は広告に頼り過ぎない基盤を構築する準備が必要
- 集客手段は自社でコントロール可能な「自社サイト・SNS等の自社アカウント強化」へと変化が求められる
- 「検索マーケティング活用による自社サイトへの誘導」と「SNS活用による潜在顧客との接触拡大」強化が鍵



/// Cookie規制に左右されないマーケティングプラットフォーム：Keywordmap

(キーワード・URLの入力で) サイト分析・コンテンツ作成に必要なデータを網羅

- 2,800万語の世界最大日本語データベース、検索分析のマーケティングプラットフォーム
- マーケ担当者の施策精度をデータによって高め、「不必要な失敗」を減らし、コンテンツマーケティングの成功率を高める
- ターゲティングが困難な中、データ収集⇒解析⇒活用がより求められるようになり、Keywordmapのニーズが向上



定期借家契約 or ドメイン

Google

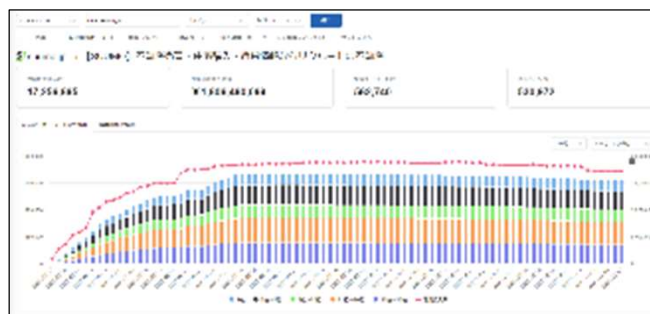
市場・顧客調査

顧客の検索意図調査



自社分析

自社サイトの流入分析



競合他社比較

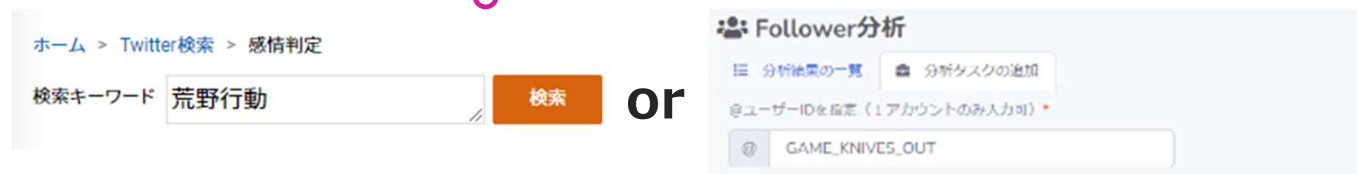
機会・損失箇所の比較



/// Cookie規制に左右されないマーケティングプラットフォーム：Keywordmap for SNS

(キーワード・アカウントの入力で) Twitter分析・運用に必要なデータを網羅

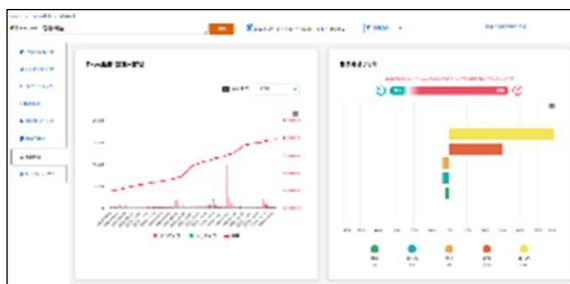
- ソーシャルリスニングだけでなくソーシャルマーケティング（投稿管理、投稿分析、フォロワー分析、ハッシュタグ分析、感情分析等）までを機能網羅
- Twitter上における市場規模の「調査」だけでなく、どうやって市場シェアを引き上げていくかの「運用」にも注目した設計



Twitter

市場・顧客調査

顧客のUGCと感情調査



自社分析

自社アカウントの分析



競合他社比較

他社との成功要因比較



Cookie規制は避けて通れず、自社チャネルの強化が求められる

Point

- ① プライバシー保護の観点からCookie規制の動きは今後も活性化
- ② 自社ターゲットのペルソナやカスタマージャーニー(※)を再設計し、顧客が能動的にサイトに訪れる仕組みを作っていく
※顧客が購入・成約に至るまでの道筋
- ③ Cookie規制に影響を受けないデータ分析プラットフォームを用いた自社チャネルの強化が求められる

/// IRメール配信

決算発表や開示情報をはじめ
当社の情報をメールでお知らせします。

配信を希望される場合はこちらの[リンク先](#)よりご登録をお願いします。

[IRメルマガ登録](#)



/// 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。これらの記述は、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たものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。
- また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は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。

C / N C