



2023年10月期第3四半期
決算説明資料

2023年9月13日

株式会社CINC（グロース 4378）

/// 決算サマリー

売上高

1,481百万円
(前期比+12.2%)

営業利益

71百万円
(前期比▲66.3%)

当期純利益

▲3百万円
(前期比-)

- ソリューション事業
 - 「Keywordmap」において、営業人材育成が計画通りに進捗しなかったこと、顧客がハイリテラシー層からライト層にまで拡大したことによる競争優位性の低下を要因として、新規案件獲得が鈍化し、解約率が上昇
 - 「Keywordmap for SNS」において、X社（旧Twitter社）から提供されるAPIの仕様変更等により、従前のサービス提供が困難となったため、サービスを縮小。それに伴い第2四半期にソフトウェアの減損損失56百万円を計上
- アナリティクス事業
 - 新規獲得チームの不振、コンサルタントの採用遅延により、売上高の成長が鈍化
- 6月13日に開示した修正業績見通しに変更なし

/// 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 | 2023年10月期第3四半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 | 2023年10月期第3四半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。

/// 経営理念

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/NC

/// CINCの存在意義

社会的な変化

・画一的だった消費者のニーズが多様化

・コロナ禍による、非接触オンラインコミュニケーションの広がり

・スマホ等のデジタルデバイスやSNSの普及、SNSの多様化

消費者の購買行動が変化

購買前に、検索エンジンや様々なSNSで情報収集をして購買することがあたりまえに

・日本の生産年齢人口（15歳-64歳）が減少。2020年に7,509万人 2065年には4,529万人に減少との予測も(※)。

企業の変化と課題

・マーケティング主体（特にデジタルマーケティング）の経営戦略が必要不可欠に

・マーケティング手法が多様化

ノウハウの蓄積が困難

次々と増えるプラットフォームへの対応が追いつかない

・様々なデータ取得が可能に

データの集め方・扱い方・読み解き方が分からない

・マーケティング活動に従事する人材の不足。今後も急激な増加は見込めないため、DXを活用した生産性の向上が必須に

CINCの強みとソリューション

・通常、デジタルマーケティングに関するデータは自社のデータのみしか取得することができないが、当社は独自の技術により、**Web上のデータを収集、分析・解析を行うことで消費者のニーズを把握することができる**ため、精度高くマーケティング戦略の策定から施策実行までを支援することが可能（DXコンサルティング）
・Keywordmapシリーズ

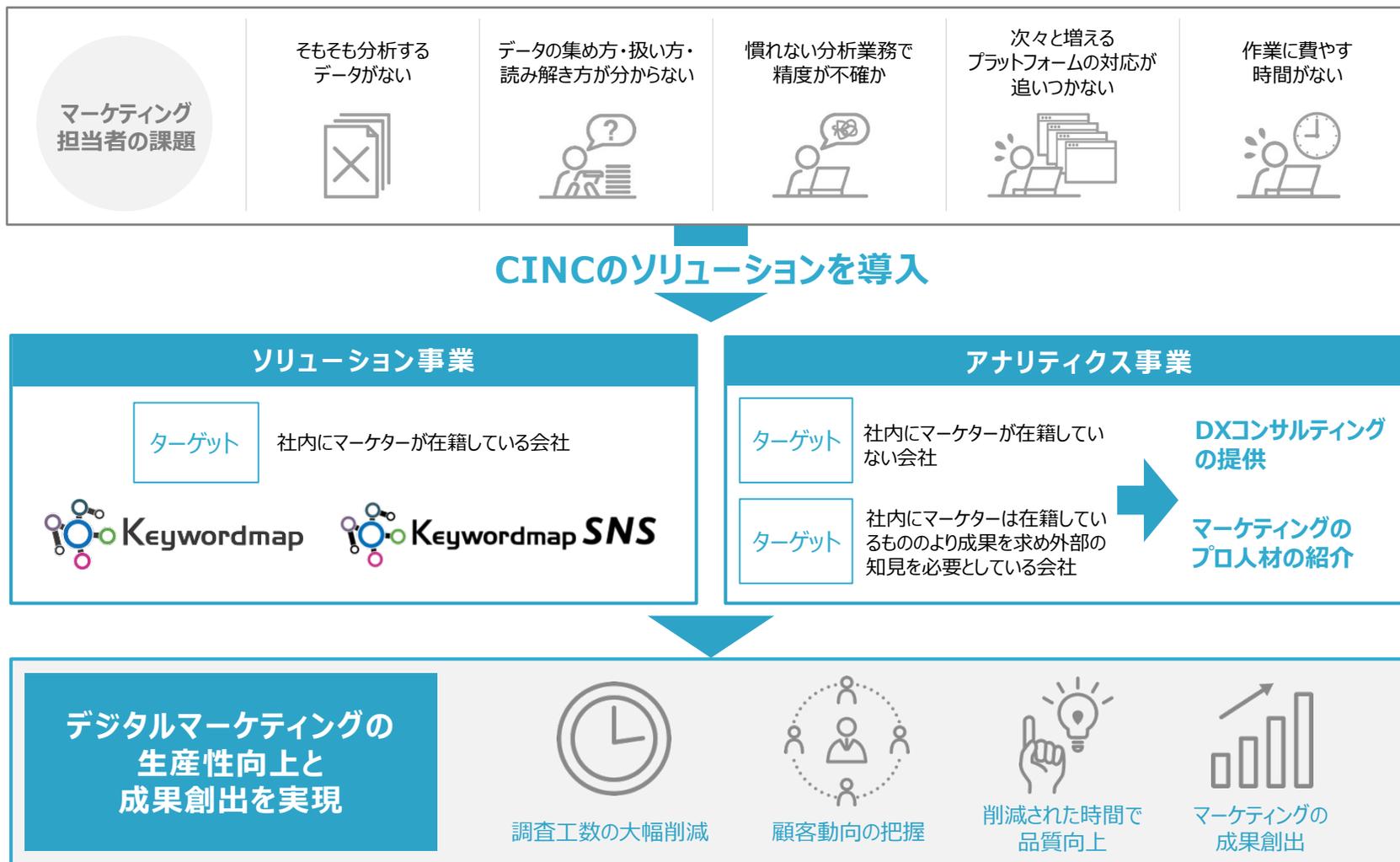
当社の人材ネットワークから、マーケティングのプロ人材を紹介し、企業のマーケティング活動を支援（エキスパートソーシング）

・Keywordmapシリーズの提供を通じて、クライアントのマーケティング活動の生産性向上・成果創出を支援（Keywordmapシリーズ）

※ 出典：内閣府「令和4年版高齢社会白書」

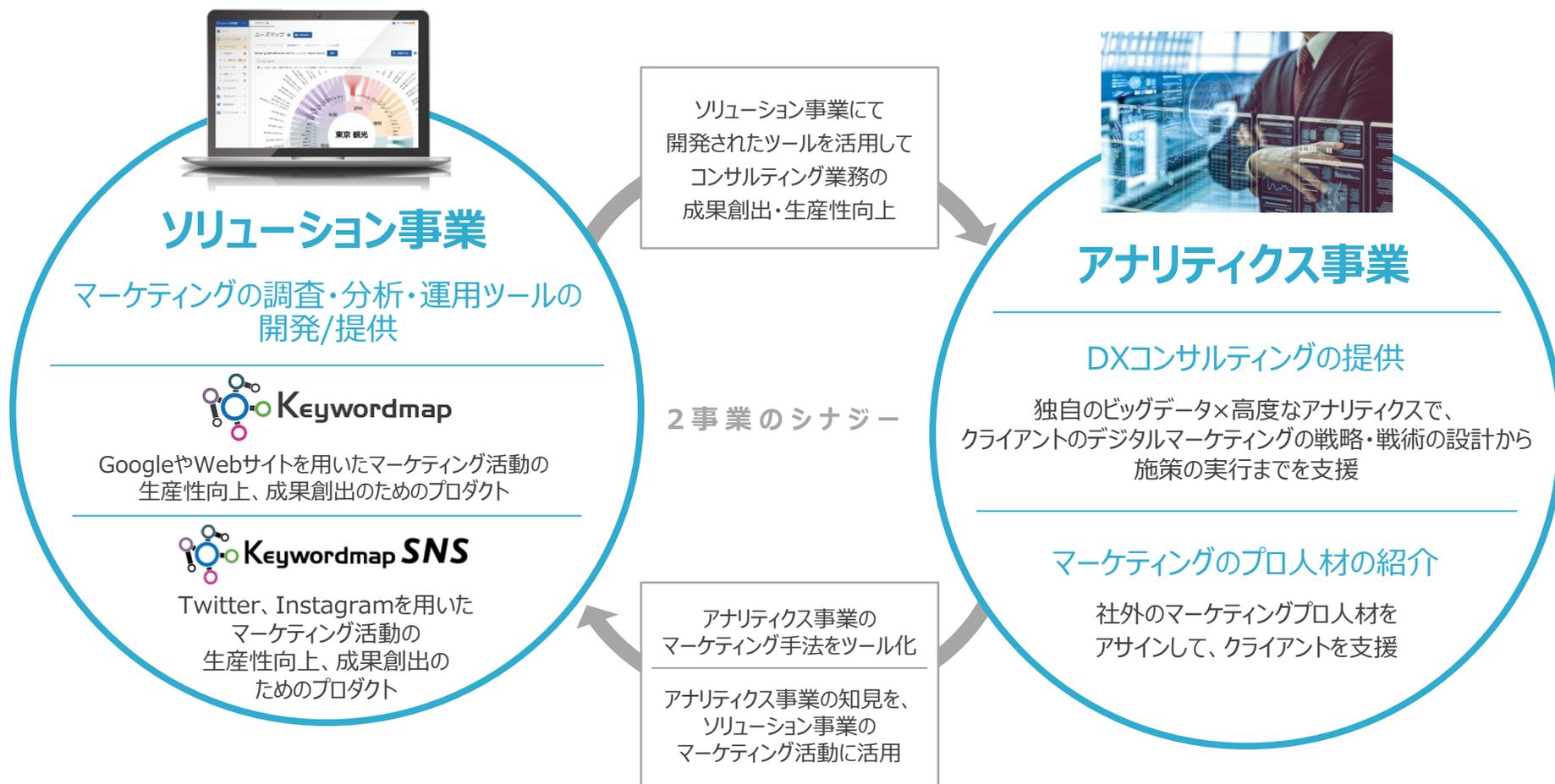
/// CINCの存在意義

- CINCのソリューションを導入することで、クライアントはデジタルマーケティングの生産性向上と成果創出を実現



/// 事業概要

- マーケティングの調査・分析・運用ツール「Keywordmap」シリーズの開発・提供を行うソリューション事業、DXコンサルティングやプロ人材の紹介を提供するアナリティクス事業で顧客のマーケティング課題を解決
- ソリューション事業とアナリティクス事業が相互にノウハウを共有することで、優位性のあるサービスを提供



/// 主要サービス

サービス名	ソリューション事業		アナリティクス事業
基本料金体系			
料金詳細	月額固定料金 初期費用あり	月額固定料金	月額固定料金 初期調査費用あり
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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：218,000円～ <p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業会社向け 月額：48,000円～ ■ 広告代理店向け 月額：98,000円～ <p>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</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">提供機能縮小に伴い 2023年7月1日から値下げ</p>	<p>初期調査費用：調査内容により変動 月額：400,000円～</p> <p>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</p> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px; display: flex; align-items: center;"> NEW <div style="margin-left: 10px;"> <p style="margin: 0;">エキスパートソーシング (プロマーケター紹介)</p> <p style="margin: 0;">プロマーケターのスキル・業務内容に応じて料金を設定</p> </div> </div>

※ データのCSV書き出し等を行った際に、ポイントは消費されます。

Keywordmapシリーズの特徴

ソリューション事業



■ マーケティングビッグデータ

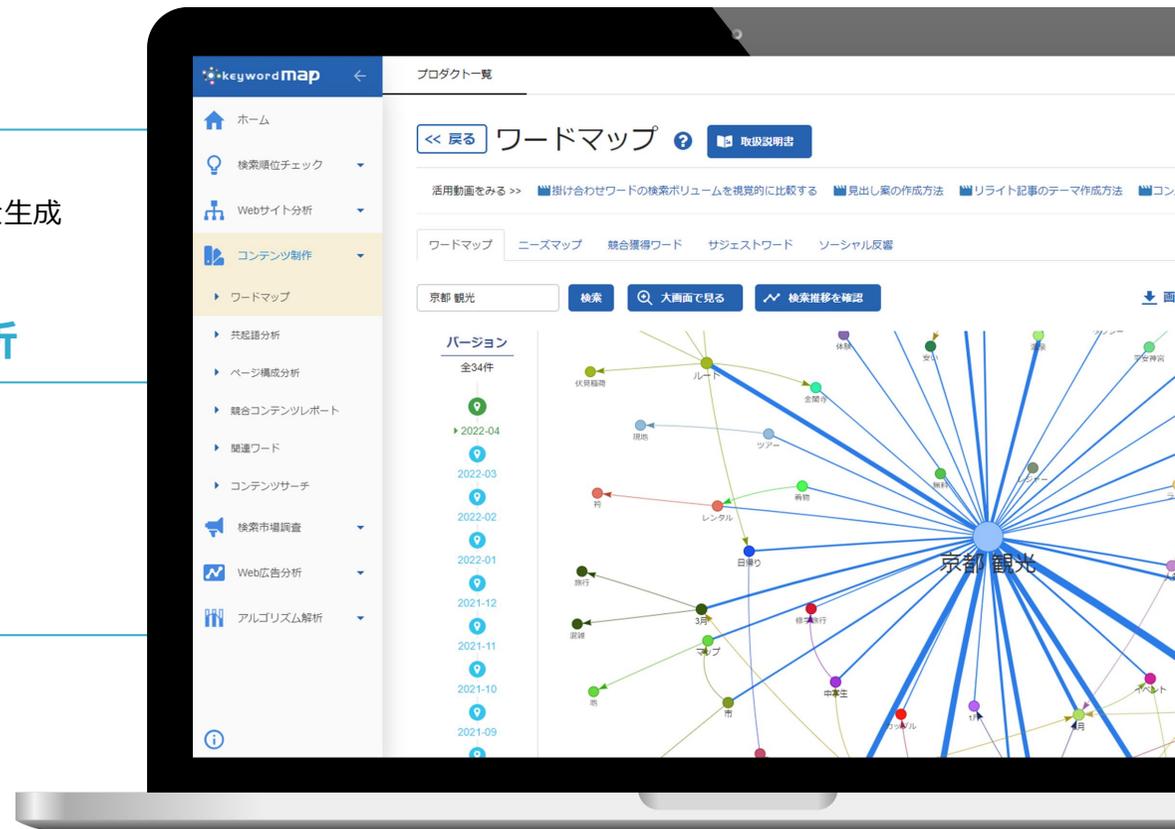
CINCが独自に取得しているビッグデータをもとにデジタルマーケティング用のオリジナルデータベースを生成

■ 属人化を排除した高度なデータ分析

専門性を要するビッグデータ分析をツールで簡略化
誰でも高度な分析が可能に

■ 自動化による圧倒的な業務効率化

機械学習・AIを活用してデータ分析を自動化
本来、人が時間を割くべき戦略を思考する時間を創出



Keywordmapの評価

ソリューション事業

- BOXIL SaaS AWARD Autumn 2023 SEOツール部門にて、3つの賞に選出



導入事例：デジタルリフト

ソリューション事業

- 「必要な人に、必要な情報を、適切なタイミングでお届けする」という理念を掲げ、クライアントのみならず、その先のエンドユーザーの利益最大化を目指す株式会社デジタルリフトが、業務効率化、および成果創出のために「Keywordmap」を導入
- 調査時間・工数を10分の1まで削減。その結果、クリエイティブや提案資料の作りこみに注力することができるように
- 高品質なデータを誰でも簡単かつ迅速に取得できるという「Keywordmap」の特長を生かし、戦略策定や資料作成における再現性を獲得



社名

株式会社 デジタルリフト DIGITALIFT Inc.
東証グロース (9244)

事業内容

トレーディングデスク事業、
DMP導入コンサルティング事業、SNS運用事業、
システム企画・開発・コンサルティング事業

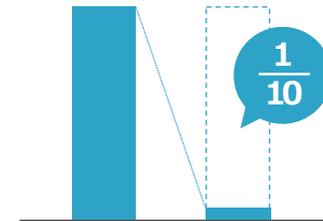
業種

デジタルマーケティング

利用部門

運用型広告・SEO支援

調査時間・工数



導入前の課題

無数の競合サイト、キーワードの調査・分析を人力で行うには限界があった。対象となるキーワードの検索結果を目検でチェックし、競合サイトを人力で調べるため、膨大な工数・時間がかかっていた。

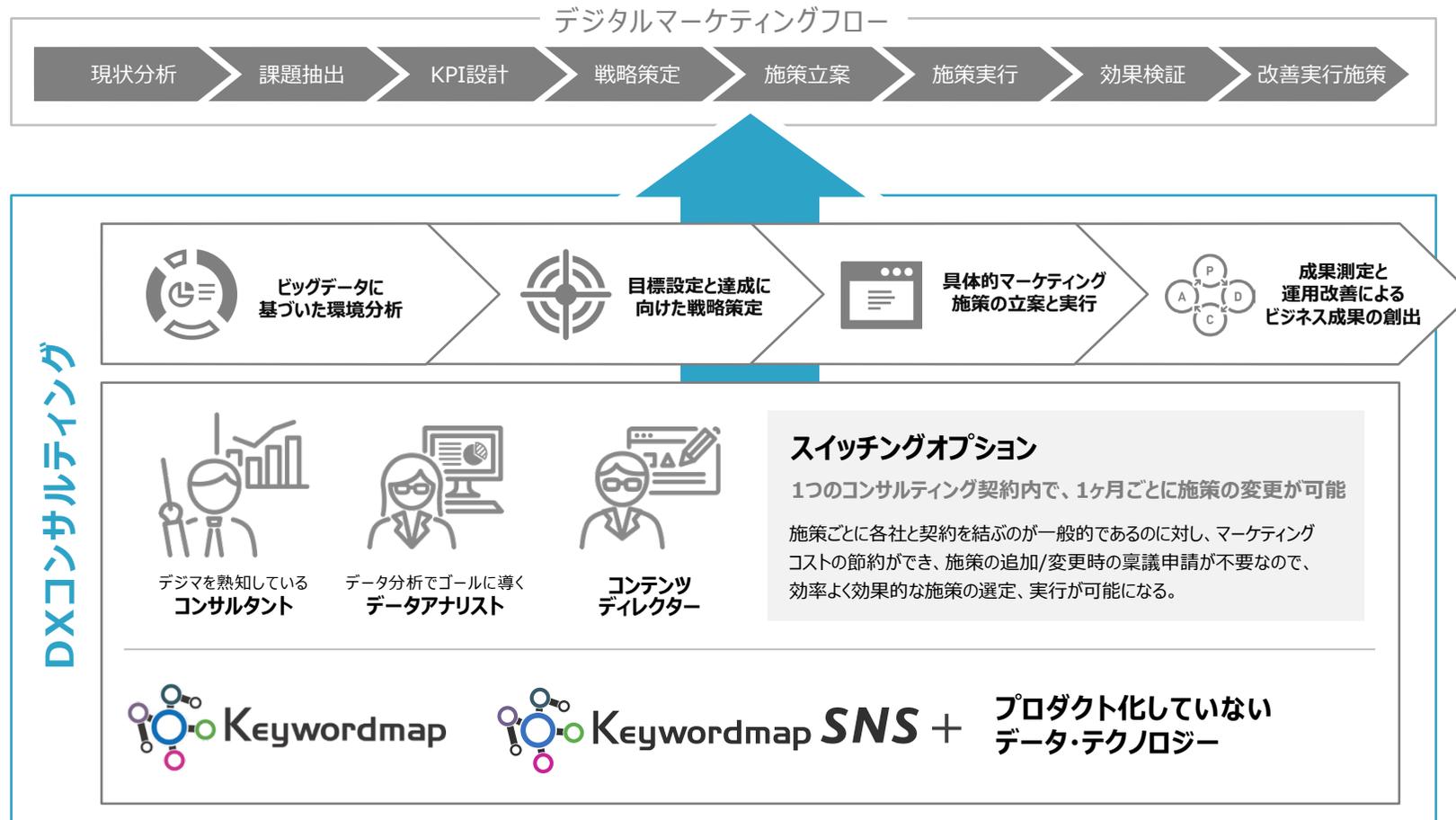
導入後の成果

調査時間・工数を10分の1まで削減。その結果、クリエイティブや提案資料の作りこみに注力できるようになった。また、高品質なデータを誰でも簡単かつ迅速に取得できるというKeywordmapの特長を生かし、戦略策定や資料作成における再現性が獲得できた。

DXコンサルティング 概要

アナリティクス事業

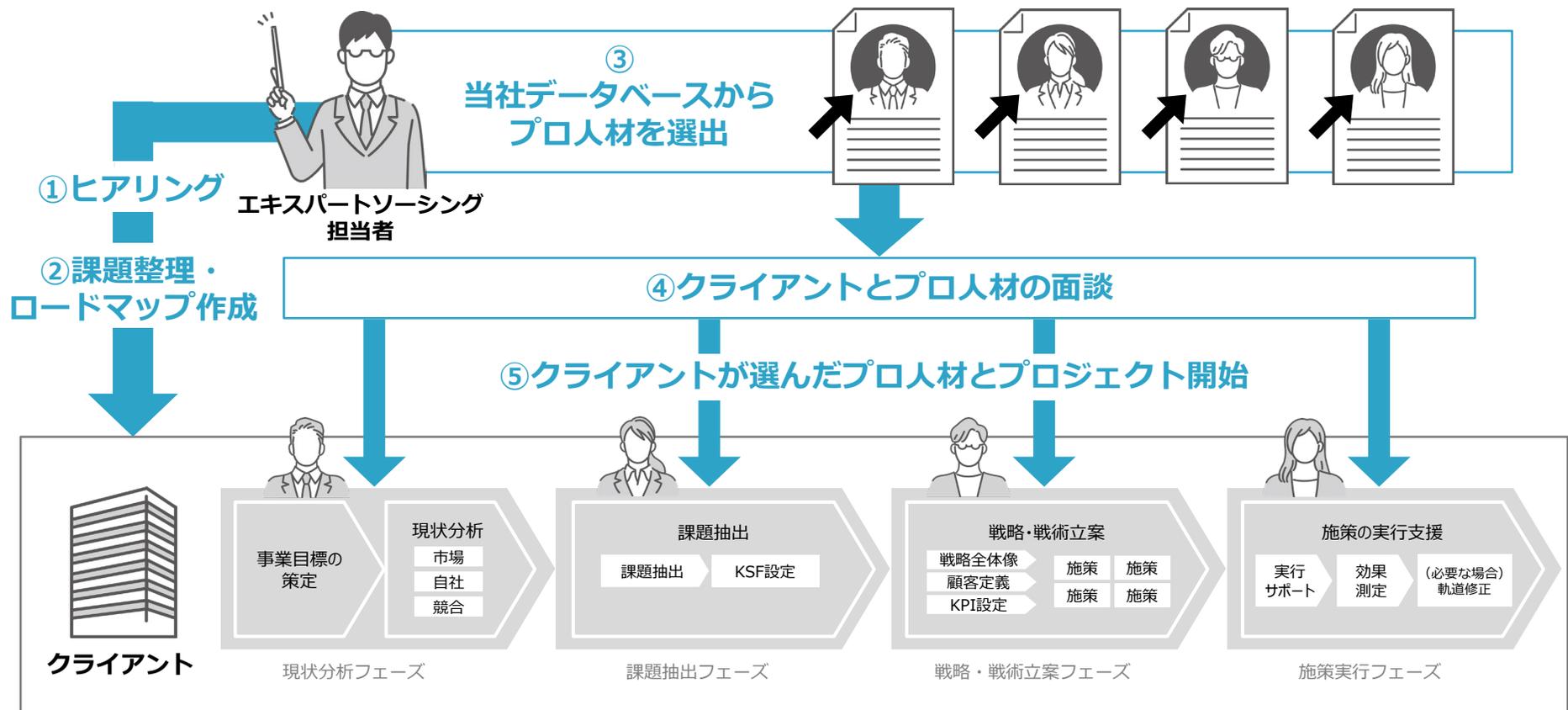
- デジタルマーケティングを熟知したコンサルタント、アナリストがKeywordmapシリーズなどを活用し、データに裏打ちされたクライアントオリジナルの戦略策定、施策実行までをワンストップで伴走し、成果創出を支援
- 1つのコンサルティング契約内で、1ヶ月ごとに施策の変更が可能な**スイッチングオプション**により、ワンストップ型のサービスを提供



/// エキスパートソーシング 概要

アナリティクス事業

- エキ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



導入実績

- Keywordmapシリーズは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、直近は事業会社でも自社のデジタルマーケティングへの活用のため広く導入されている
- DXコンサルティングは様々な規模、業種の企業から支持されている

Keywordmapシリーズ

広告代理店向け

NTT DATA
株式会社NTTデータスマートソーシング

CloudCIRCUS

OROCO

DENTSU DIGITAL

HOKUTOSHA

事業会社向け

intloop

WingArc 1ST
The Data Empowerment Company

Wedding Park

WANTEDLY

ケーエー
引越センター

KDDI

STUDY HACKER

ZENRIN DataCom

type

dinos

doda
キャコパス

nissen,

NEWS PICKS

PERSOL

好きな街。好きな暮らし。
ひかりノベ
hikari・renovation

PLAY LIFE

MUSEE WHITENING

GARMENT FACTORY 8
YAHASHI SOUIN

Retty

RID
RAINMAKER

DX コンサルティング

XPRICE
エクспライス

cybozu

ゼロリノベ

ISETAN

MITSUKOSHI

LifeWorks

REJOB

/// 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

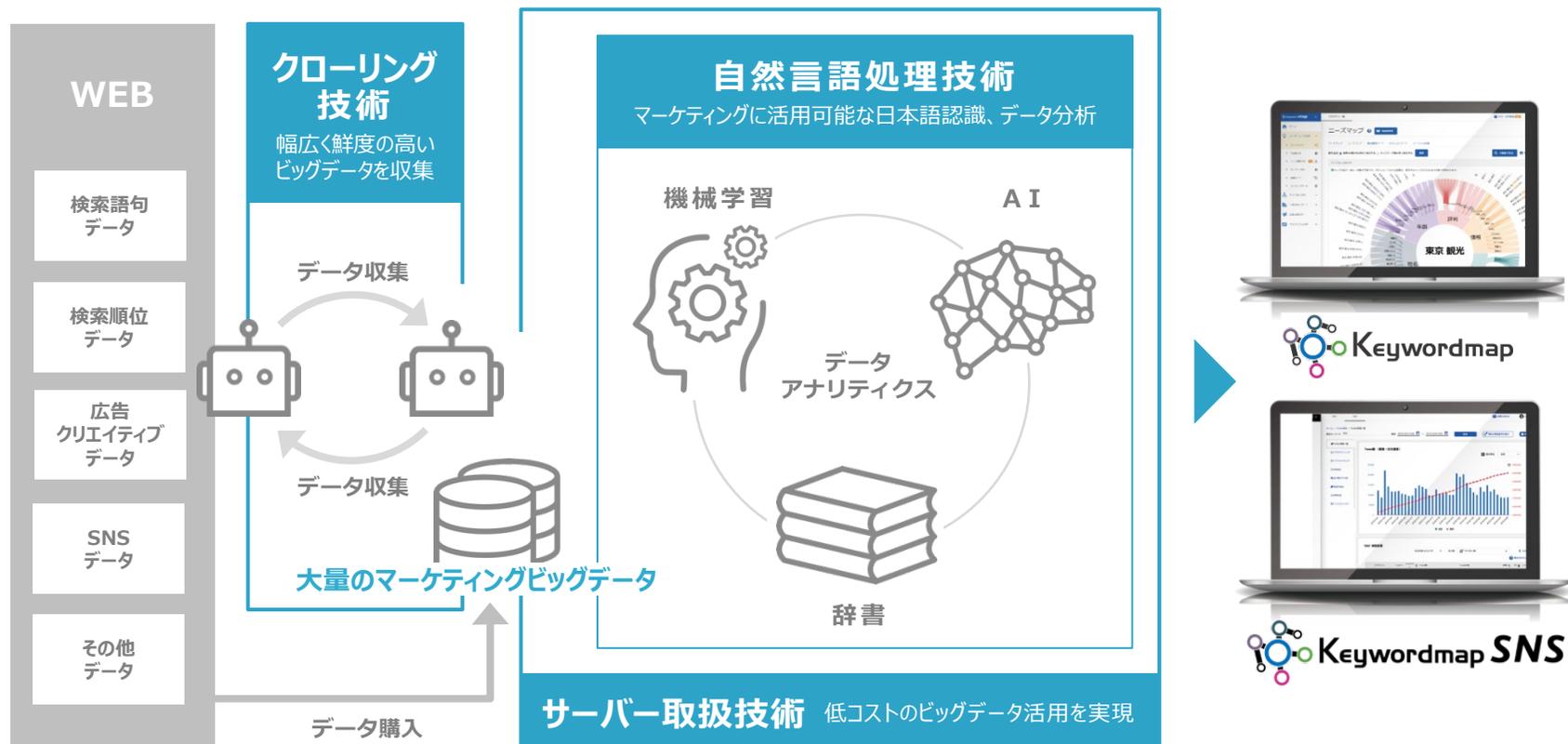
II 2事業の連携によって生み出されるシナジー

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

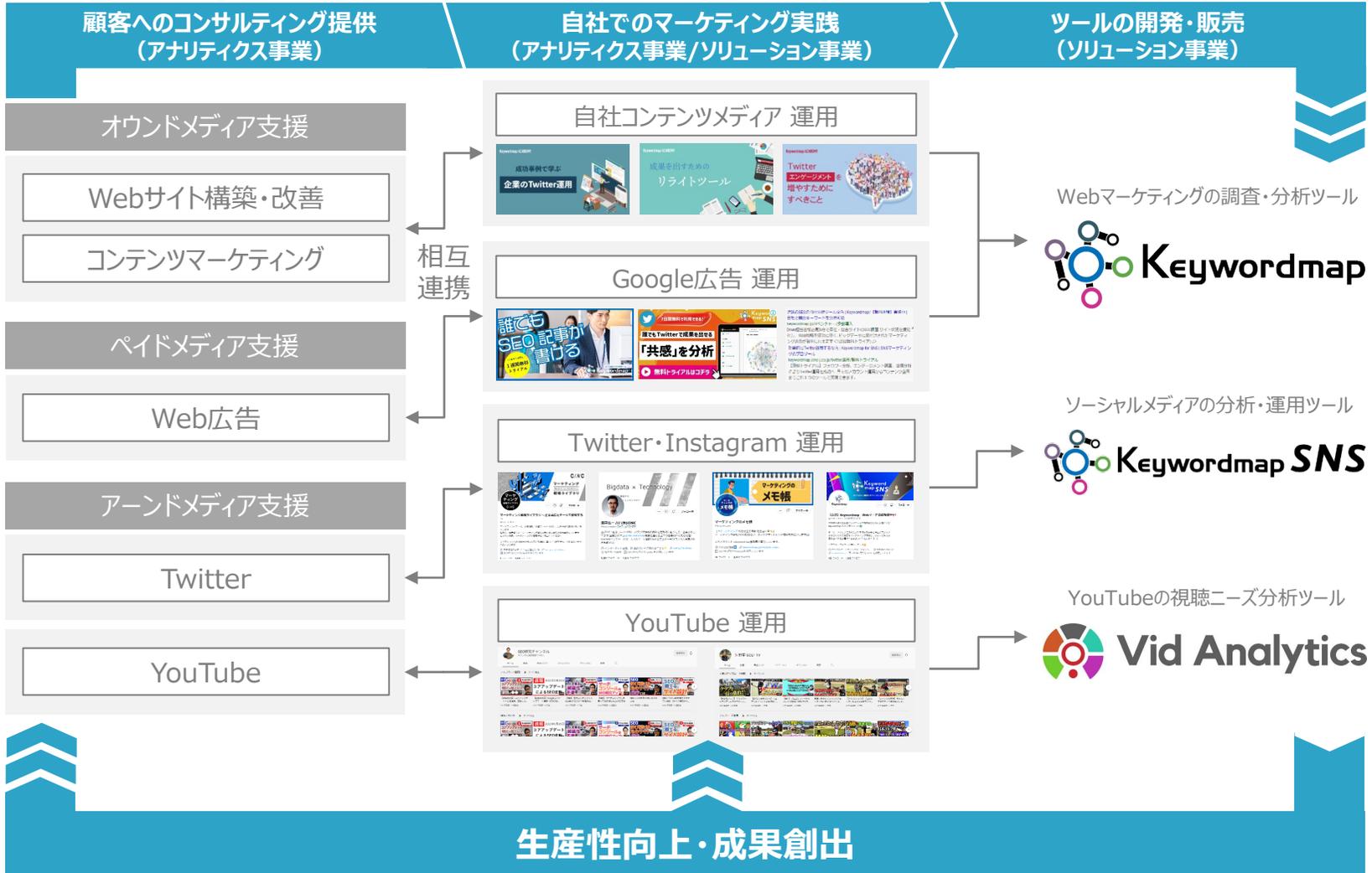
- 当社独自で開発したクローリング技術、サーバー取扱技術、自然言語処理技術により、大量のマーケティングデータを保有しており、データドリブンなデジタルマーケティング戦略が可能に
- これらの技術は継続的に研究開発を行っており、Keywordmapシリーズは進化を続けている



/// マーケットインでのサービス開発

Ⅱ. 2事業の連携によって生み出されるシナジー

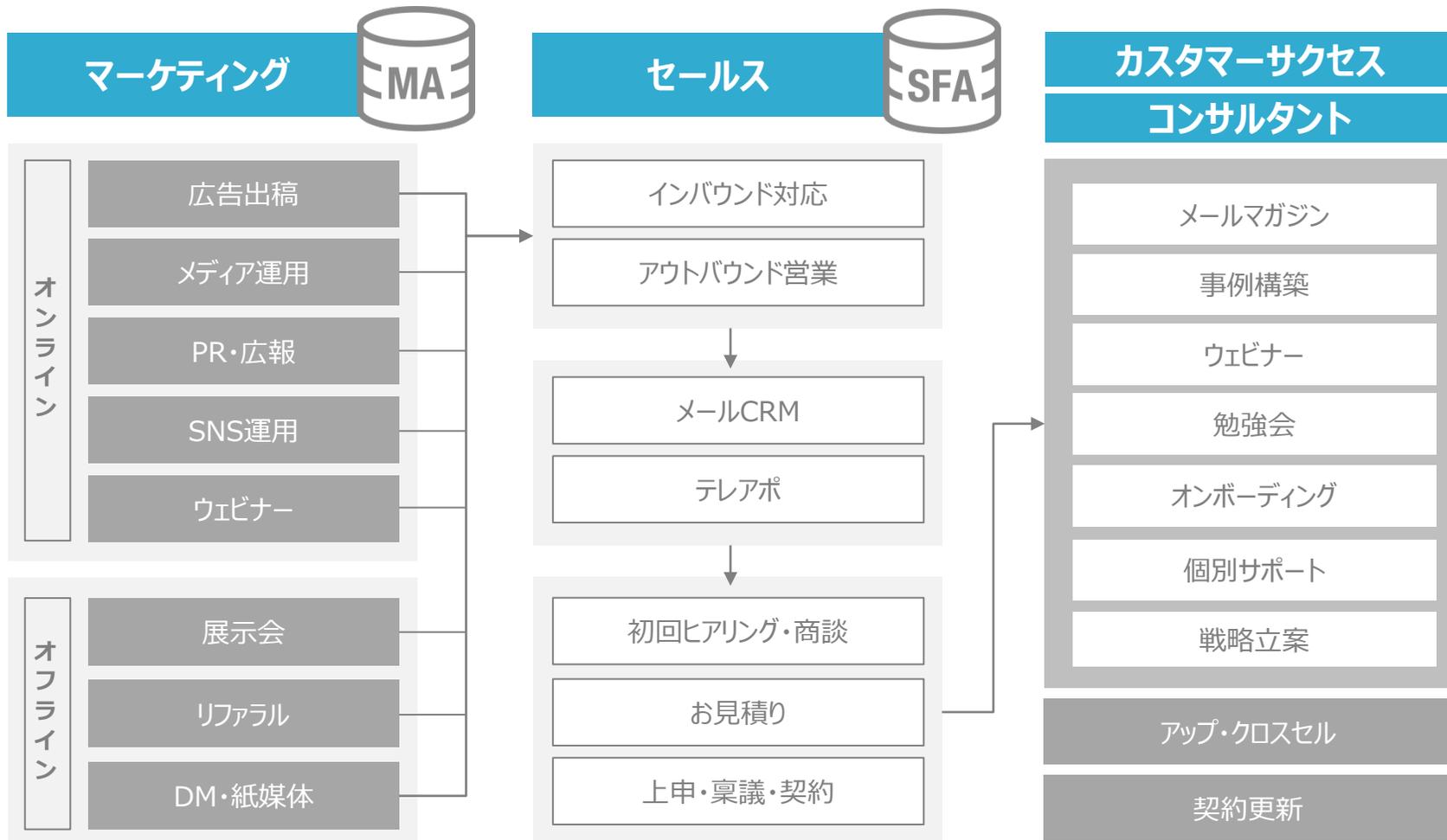
- 顧客支援に当たるマーケター（アナリティクス事業）の知見を基に自社（ソリューション事業）のマーケティングを実践
- 顧客支援時と自社実践時に発生するマーケティング運用課題の解決をソリューションとして開発・販売



/// 効率的な営業組織

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



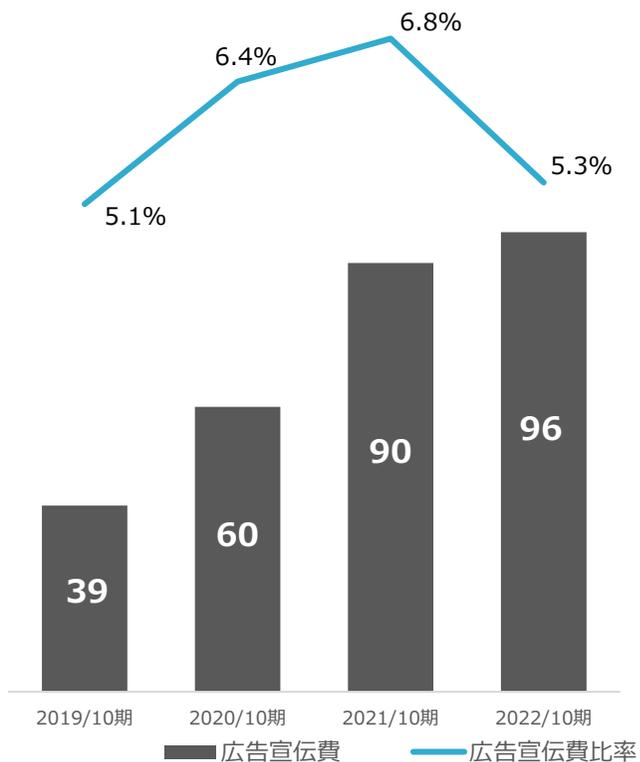
効率的な営業組織

Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

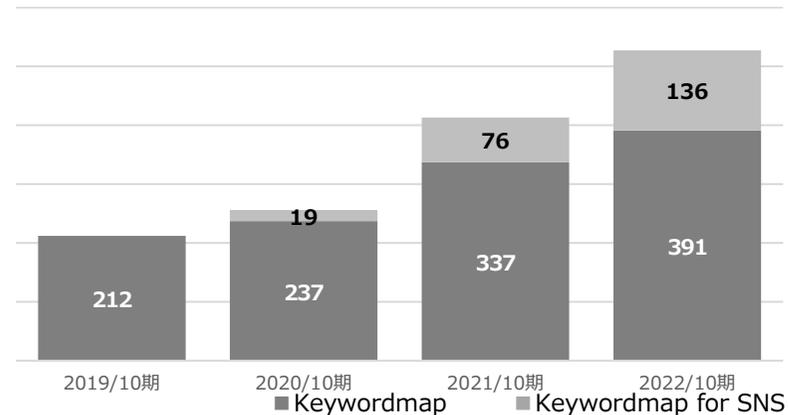
- 広告宣伝費比率は7%を切る低水準にもかかわらず、両事業ともに契約件数は順調に増加

■ 広告宣伝費・広告宣伝費比率の推移

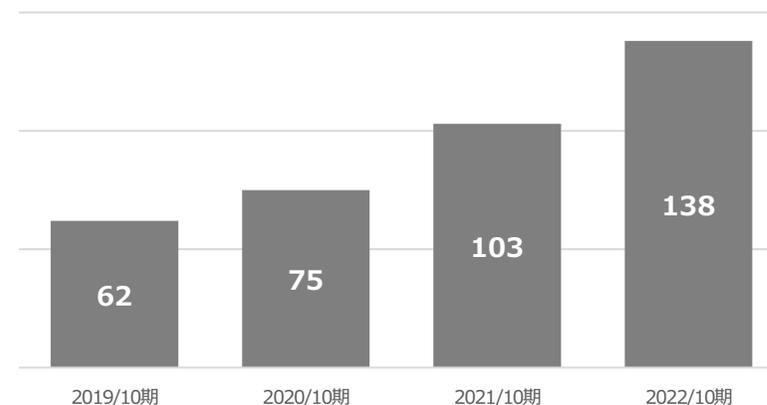
(単位：百万円)



■ ソリューション事業 契約件数推移



■ アナリティクス事業 契約件数推移



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 | 2023年10月期第3四半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月期第3四半期 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12.2%の増収
- 売上高が堅調に推移したものの、円安によるサーバー費の増加、積極的な人材投資及び信託SO関連費用により人件費が増加したこと、新オフィスへの移転に伴い地代家賃が増加したこと、移転費用が一過性で発生したことにより、営業利益は前期比66.3%の減益
- 「Keywordmap for SNS」のサービス縮小に伴い、第2四半期に減損損失56百万円を計上したため、当期純損益は3百万円の赤字

(単位：百万円)	2022年10月期 3Q (実績)	2023年10月期 3Q (実績)	前期比 (増減率)	2023年10月期 (修正後業績予想)	進捗率
売上高	1,320	1,481	12.2%	1,897	78.1%
ソリューション事業※1	646	690	6.8%	881	78.3%
アナリティクス事業※1	685	807	17.8%	1,037	77.9%
売上総利益	956	1,031	7.8%	1,311	78.6%
営業利益	213	71	▲66.3%	▲29	—
ソリューション事業	147	48	▲67.4%	▲4	—
アナリティクス事業	65	23	▲63.9%	▲25	—
経常利益	212	71	▲66.5%	▲30	—
当期純損益	139	▲3	—	▲67	—

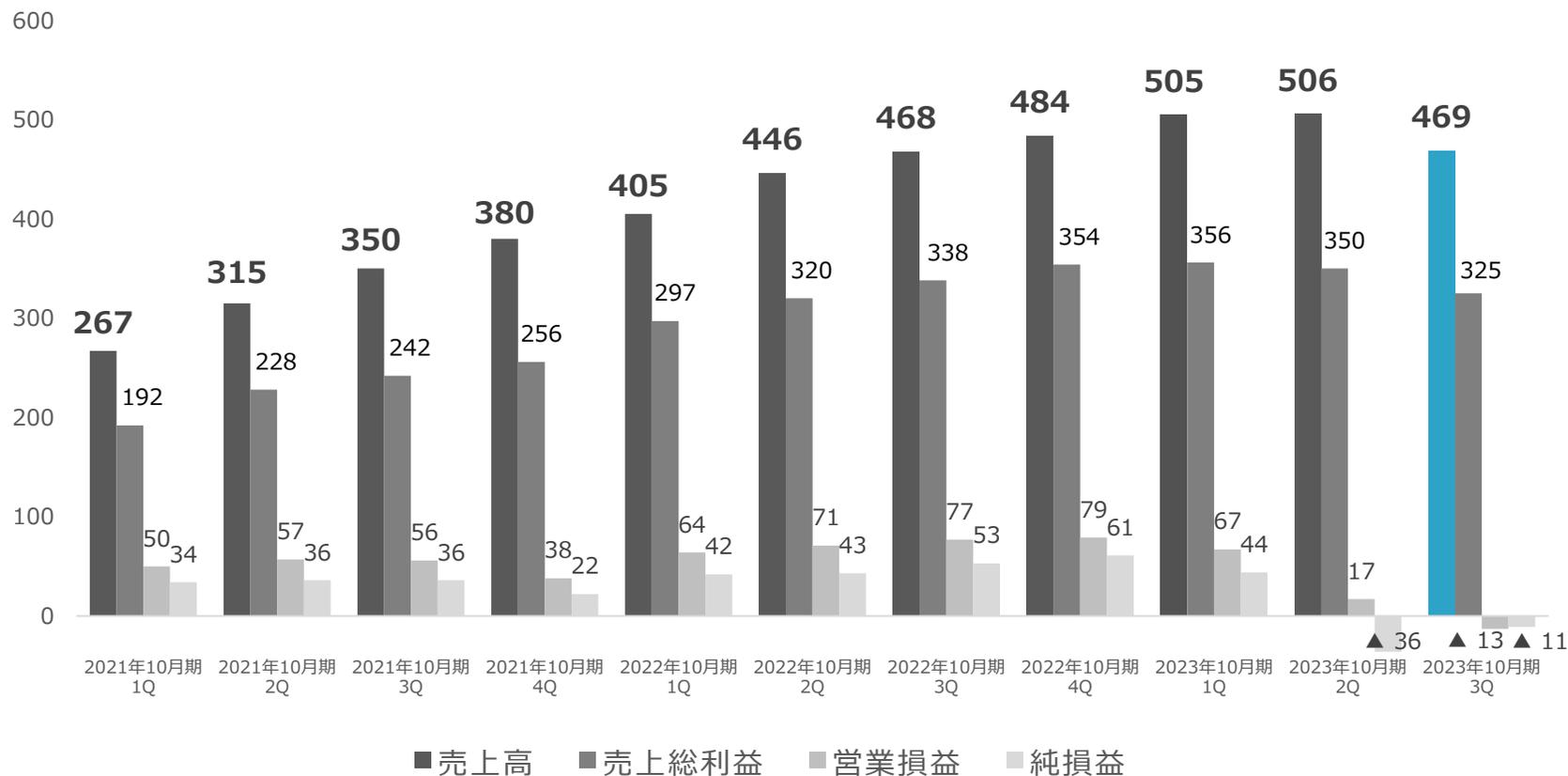
※1 内部取引による売上高を含んでいます。

四半期ごとの推移

- 売上高は前期3Qから0.2%増加、2Qから7.5%減少
- 2Qから売上高の減少、信託SO関連費用による人件費の増加により、営業損益は赤字

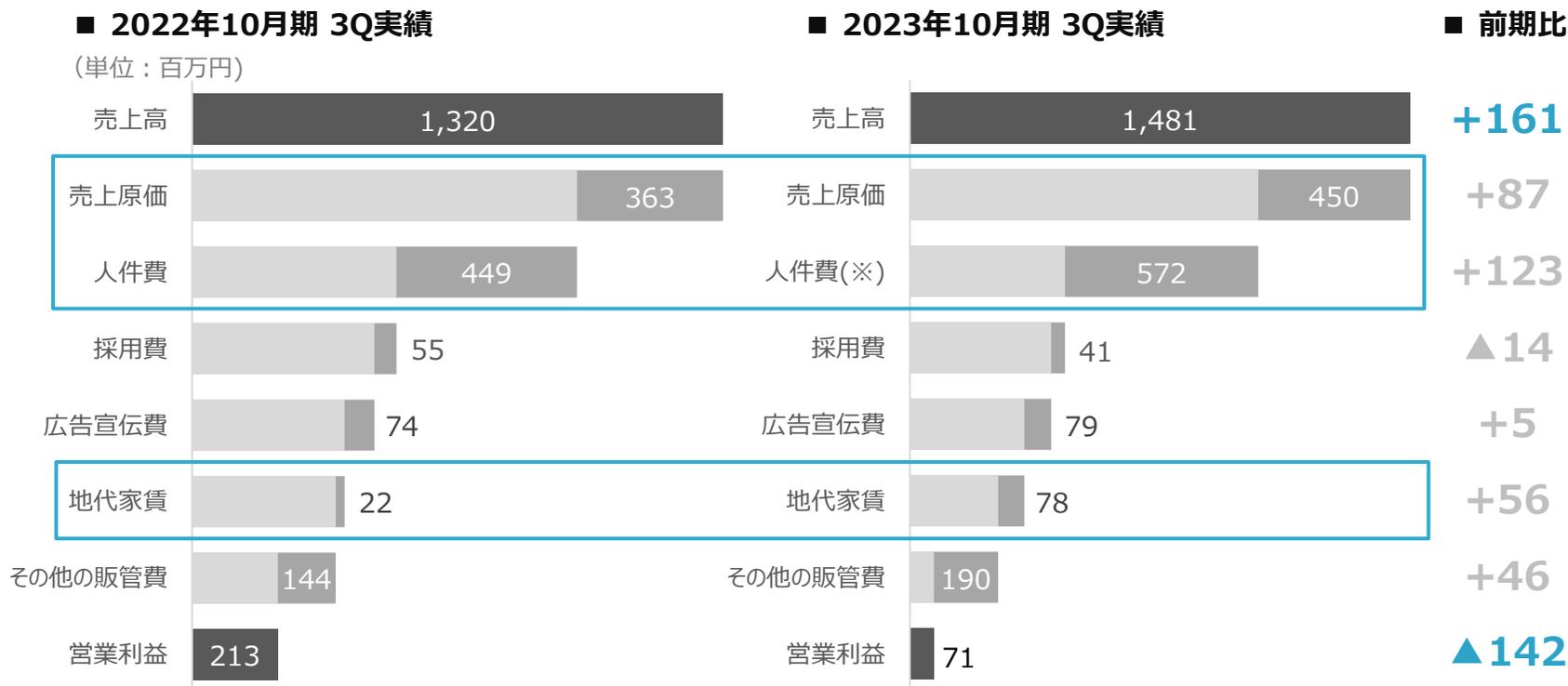
■ 四半期の推移

単位：百万円



/// 営業利益の増減要因

- 円安によるサーバー費の増加、人員増及び信託SO関連費用による人件費の増加、オフィス移転による地代家賃の増加により、売上原価、販管費が増加



※2023年5月30日に、国税庁が公表した「ストックオプションに対する課税(Q&A)」の中で、役職員等が信託SOの権利を行使して株式を取得した時点で、会社からの実質的な給与とみなされるとの見解が示され、過去に権利行使済みの信託SOについて、国税庁が発行会社に源泉所得税の支払いを求めたことを受け、役職員の追加的な負担増の一部を会社が金銭で補填する想定費用等16百万円を人件費として当第3四半期に計上しています。

今回の対応で完了とすることから、発生する費用は一過性のものであり、当社の本質的な事業成長に与える影響は軽微です。

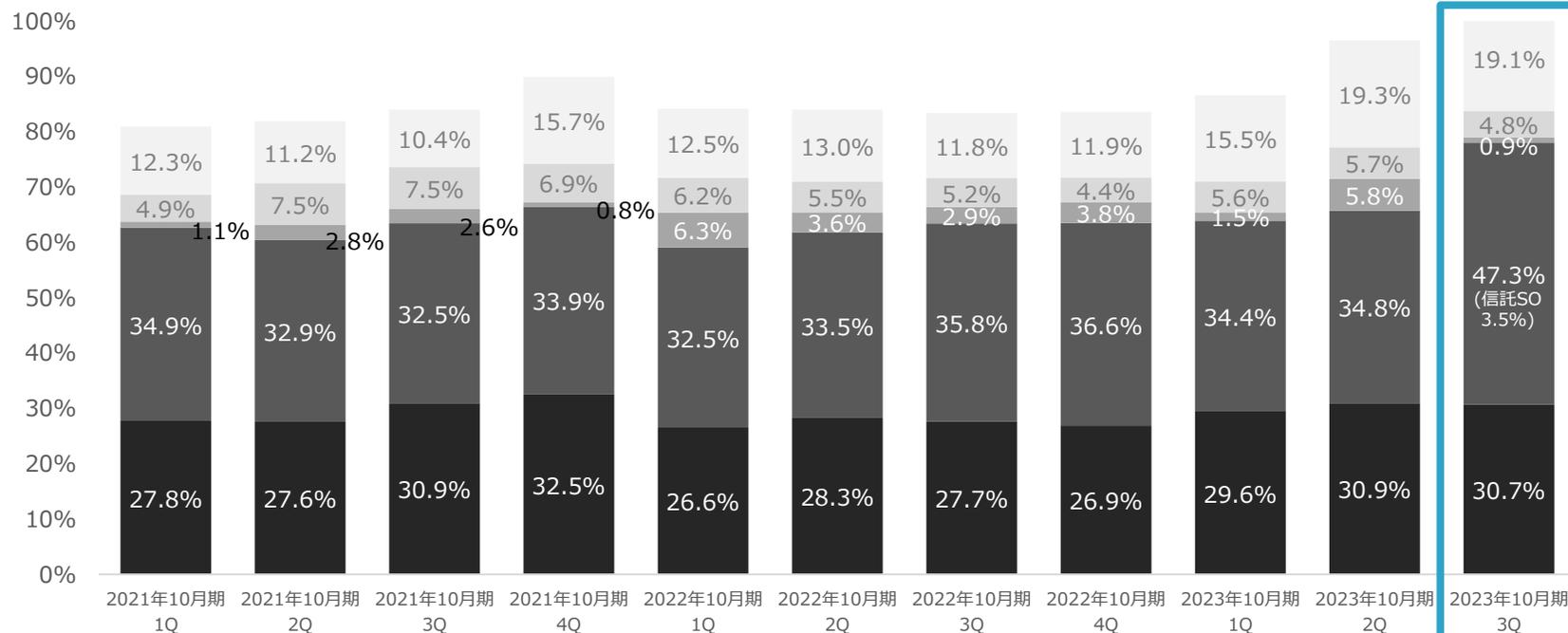
詳細については、末尾の「よくいただく質問」にて説明しています。

/// 四半期ごとの費用推移

- 売上総利益率は、安定的に70%前後を推移
- 売上高が減少した一方、新規事業の人員増、新卒入社及び信託SO関連費用により人件費が増加したため、人件費の割合が47.3%と大幅に増加
 - 2Qから増加した内訳：信託SO関連費用+3.5%、売上の減少による影響+3.0%、新規事業の人員増+2.8%、新卒入社+2.1%
- 組織強化施策費用によりその他の割合が増加

■ 四半期の費用項目の内訳 (対売上高) の推移

■ 売上原価 ■ 人件費 ■ 採用費 ■ 広告宣伝費 ■ その他

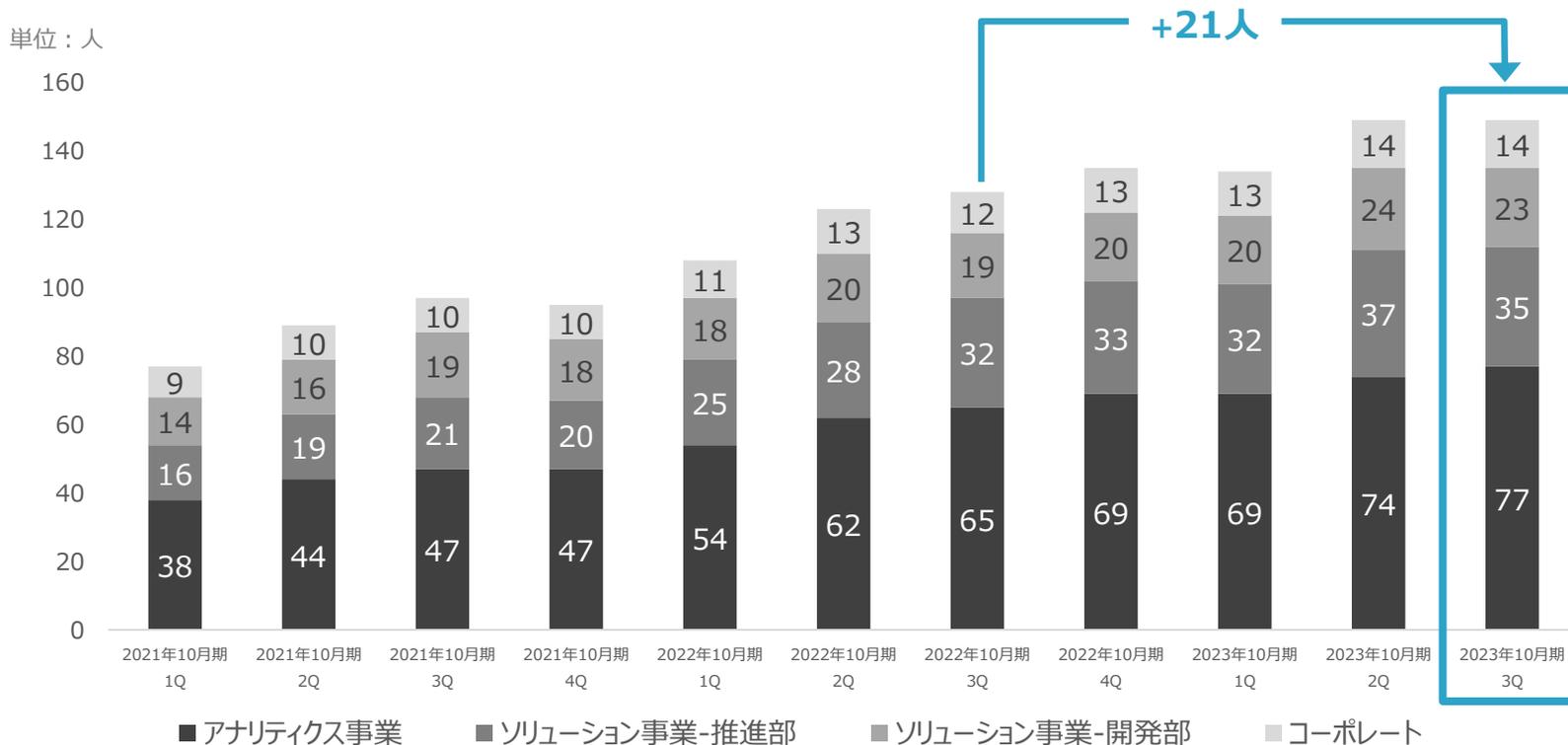


売上総利益率	72.2%	72.4%	69.1%	67.5%	73.4%	71.7%	72.3%	73.1%	70.4%	69.1%	69.3%
営業利益率	19.1%	18.1%	16.0%	10.1%	15.8%	16.0%	16.6%	16.4%	13.4%	3.5%	▲2.9%

/// 人員の推移

- 前期3Qからは21人増加
- ソリューション事業において、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小に伴い、2Qから人員が減少
- アナリティクス事業においては、採用市場の競争は激化は続いており、ダイレクトリクルーティングの強化、採用エージェントとの関係強化等の施策を実行

■ 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78.7%と、財務安全性は高い

(単位：百万円)	2022年10月末	2023年10月期 3Q末	増減額（増減率）	
流動資産	1,773	1,613	▲160	▲9.0%
（現金及び預金）	1,523	1,372	▲151	▲9.9%
固定資産	251	285	33	13.3%
資産合計	2,025	1,899	▲126	▲6.2%
流動負債	456	355	▲100	▲22.1%
固定負債	71	48	▲22	▲31.7%
負債合計	527	404	▲123	▲23.4%
純資産合計	1,497	1,494	▲3	▲0.2%

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 | 2023年10月期第3四半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

455社

Keywordmap 359社、SNS 96社
両方導入15社

ARR ※2

7.3億円

Keywordmap 6.7億、SNS 0.7億

Keywordmapの平均月次解約率 ※3

3.0%

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

148社

月額単価平均 ※4

60万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

90%

※1：2023年7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、2023年7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。

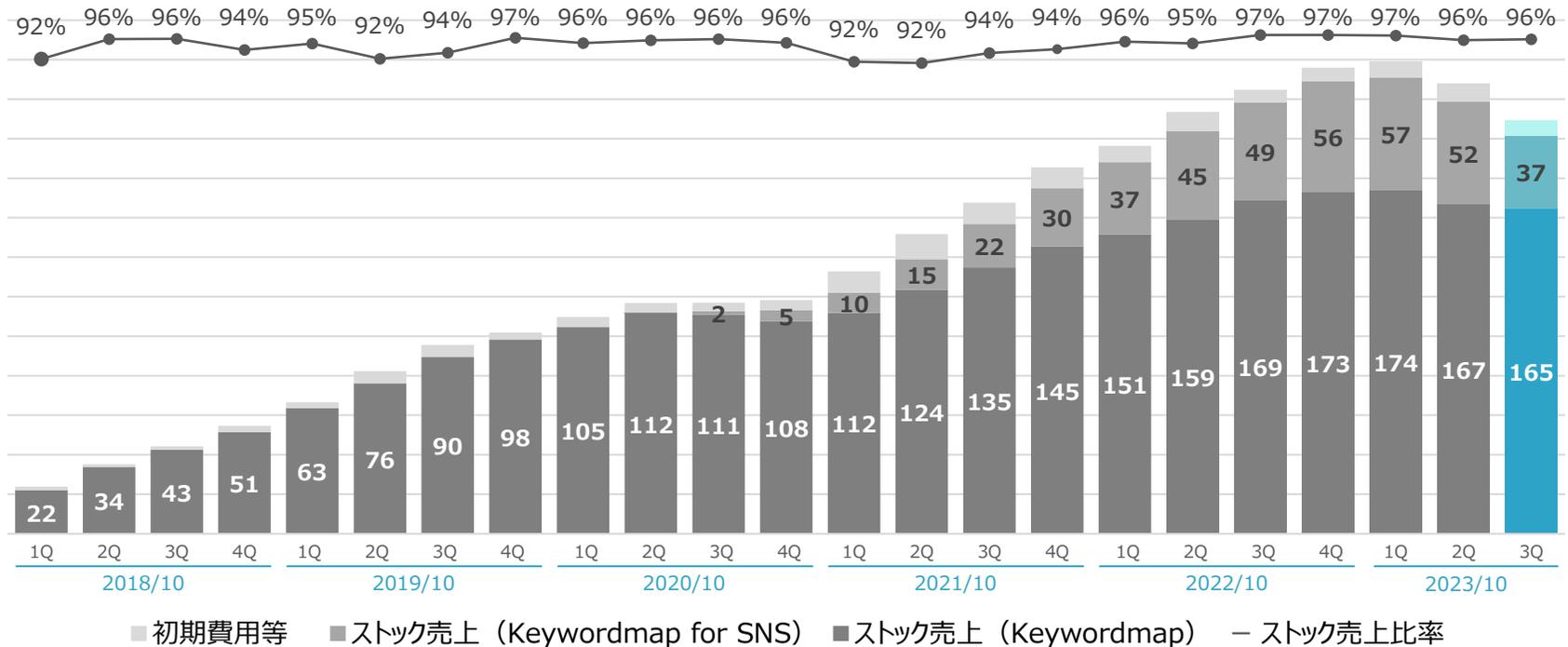
※4：2023年7月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

/// ソリューション事業 ストック売上高推移

- 「Keywordmap」のストック売上高は、2Qからほぼ横ばいで推移
- 「Keywordmap for SNS」はサービス縮小に伴い、契約件数が減少したこと、7月1日から値下げしたことにより、ストック売上高が減少
- ストック売上比率は96%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

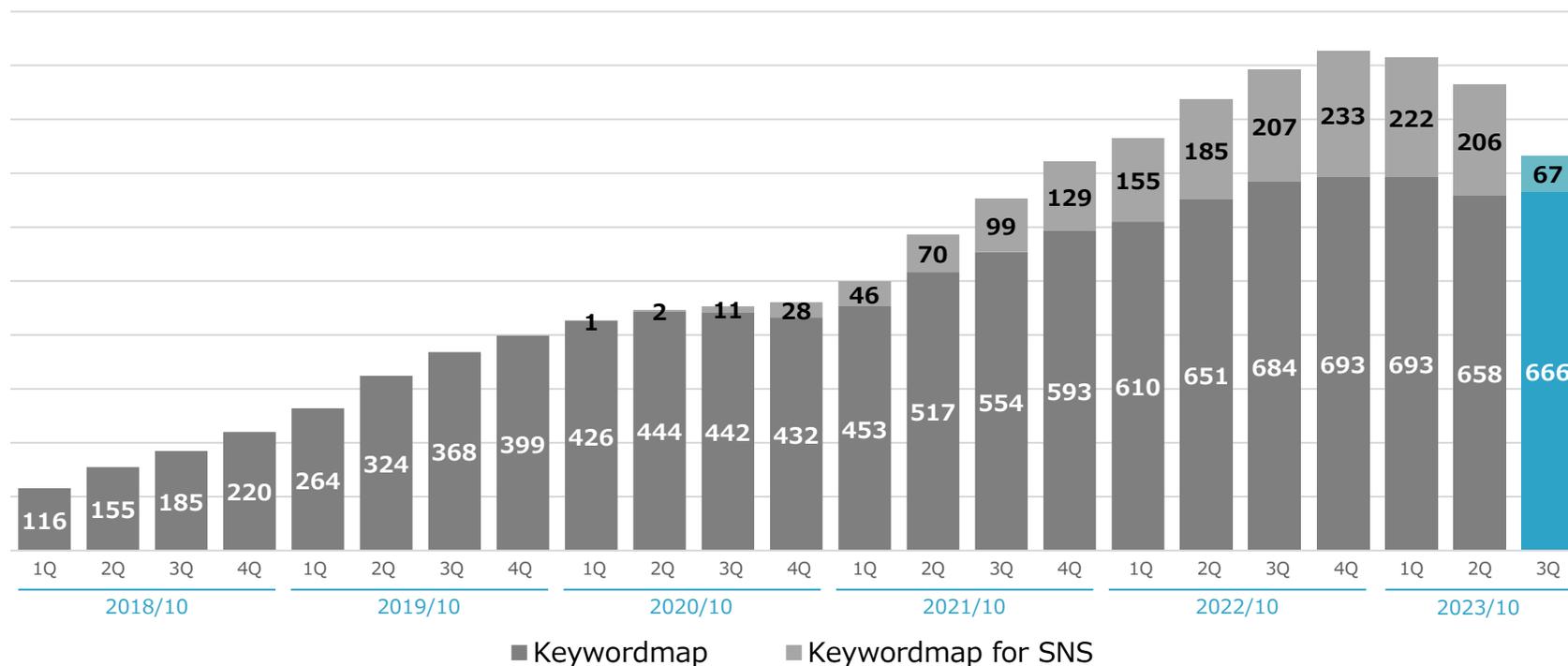
※ストック売上高は、売上高のうち定期的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

/// ソリューション事業 ARR推移

- 「Keywordmap」のARRは、2Qからほぼ横ばい
- 「Keywordmap for SNS」のARRは、サービス縮小に伴い、7月1日から値下げしたことにより減少

■ 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

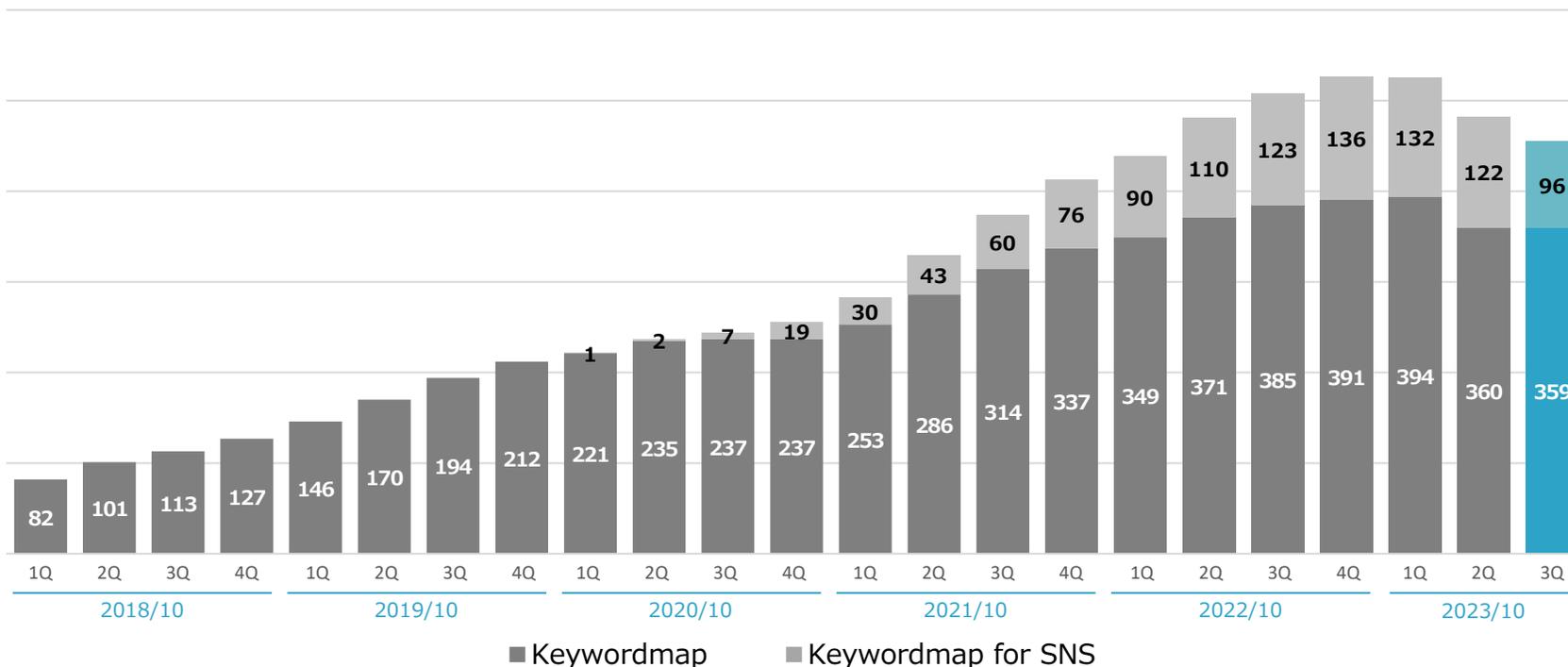
※ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出

ソリューション事業 契約件数推移

- 「Keywordmap」の契約件数は2Qからほぼ横ばい
- 「Keywordmap for SNS」の契約件数は、サービス縮小に伴い、解約が増加したため減少

■ ソリューション事業 契約数推移※

(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

- CS人員の育成および顧客管理体制を強化したこと等により解約率は減少に転じる

■ ソリューション事業 Keywordmap解約率※推移



※ 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

※ Keywordmap for SNSはサービス縮小のため、今回から、Keywordmapのみの解約率を掲載

ソリューション事業 ARR改善に向けた取組み

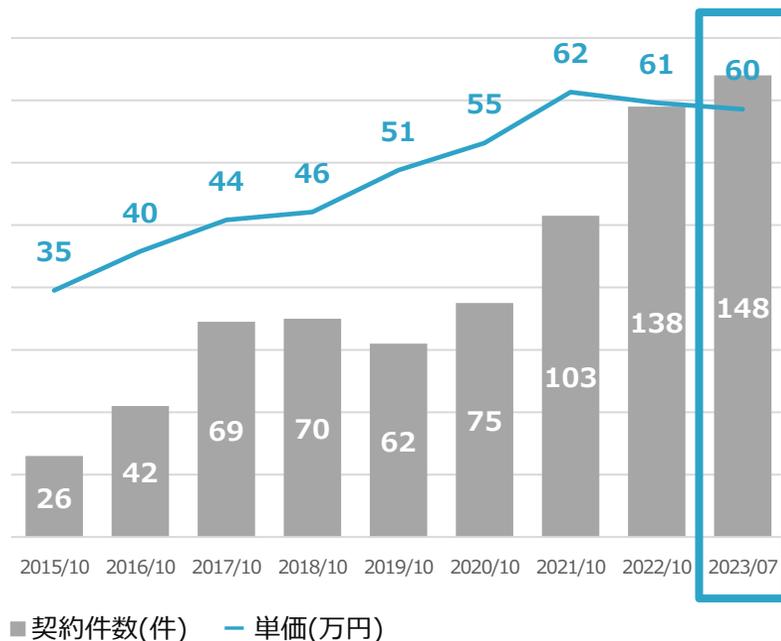
		ARRの成長が鈍化した理由	行っている取組み・進捗
Keywordmap	新規顧客獲得	<ul style="list-style-type: none"> インバウンドリードの獲得が不調 営業人材の育成が予定通りに進捗せず、見込み顧客へのアプローチが弱く、受注率が低下 	<ul style="list-style-type: none"> オウンドメディアの継続強化によるインバウンドリードの創出 SFAツールを利用した行動の見える化 再現性のある教育プログラムの実行 顧客の受注傾向分析による営業深度の向上 ライトユーザー層向けに「マーケティング業務の運用」をサポートできる機能の継続開発 ※生成系AIを利用した機能開発を含む 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(UI/UX改善)
	解約	<ul style="list-style-type: none"> CS人材育成の遅延 3月末の継続対象顧客が1年で最も多く想定以上の解約が発生 CSの一人あたり担当顧客が増加し、十分な提案ができなかった 	<ul style="list-style-type: none"> 再現性のある教育プログラムの実行 オンボーディング後にサクセスチームにてハイタッチサポートを実行 全顧客状況の把握 新たに自動で顧客の状態を可視化できるヘルススコア開発中 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することで、顧客のオンボーディングを促す(UI/UX改善)

「Keywordmap for SNS」はサービス縮小し、今後は専任の担当者は設置せず
「Keywordmap」のアップセルとして販売していく

/// アナリティクス事業

- 営業人員の育成遅延により新規案件獲得が減少し、契約件数の伸びが鈍化
- 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)は減少

■ アナリティクス事業 契約件数・単価推移 ※1



■ 単価について

新収益認識基準で代理人取引に該当する取引が増加することで単価の成長率が低くなる傾向にあります

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

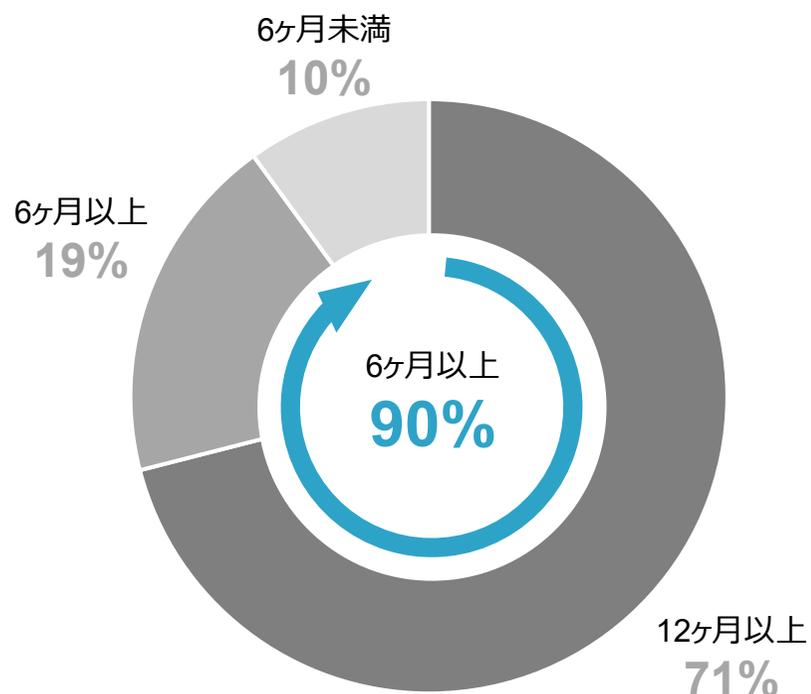
単価 30

※1：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

/// 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

※2：2023年7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

—

2023年10月期 第3四半期の 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 | 2023年10月期第3四半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 ～販売～

		3Q進捗
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 10位以内ヒット記事数の最大化 (=セッションの最大化 & 指名検索の増加) ・ 記事のアップ本数前年対比約3倍の進捗
	インサイドセールスによるインハウスリストのナーチャリング	<ul style="list-style-type: none"> ・ 精緻な受注傾向分析による、ターゲット顧客へのナーチャリングの仕組みを構築
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな教育プログラムを運用中 ・ 採用要件の再策定
	MAツール、SFAツール活用による営業管理の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ スプレッドシート管理を廃止し、SFAツールへ完全移行 ・ 企業情報DB導入により見込み顧客のスコアリングを強化
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	<ul style="list-style-type: none"> ・ オンボーディング期間（顧客のツール運用開始から3か月間）終了後、全顧客へアンケートを展開し継続意向と課題をヒアリングし、その後サクセスチームへの引継ぎ体制を構築
	真の顧客ニーズの把握	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客の目的、決裁フローを明確にすることによる提案力強化 ・ 顧客の状態が自動で可視化できる新たなヘルススコア開発中
顧客単価の向上	アップセル・サクセスプラン販売の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ オプションのアップセル、プランのアップグレード提案による単価向上を実施 ・ 生成系AIを用いた機能開発によるアップセル施策を予定
	サービス料金改定（値上げ）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2022年12月にKeywordmapの値上げを実施。引き続き更新時に値上げを実行中

ソリューション事業 ～開発～

		3Q進捗
Keywordmap	GPT-4を利用した見出し案作成機能を追加	7月に正式版をリリース
	マーケティング業務の運用をサポートできる機能の開発	ライトユーザー層向けの機能を2月から開発スタート 開発進行中
Keywordmap for SNS	X社(Twitter社)のAPI使用変更対応	Keywordmap for SNSのAPI変更に対応した機能制限を実施
サーバー費用の削減	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	Keywordmap : データベースのリプレイスにより2023年6月よりデータベースコストを削減 Keywordmap for SNS : 機能制限に伴いサーバコストを削減

ソリューション事業

ChatGPT(GPT-4)を活用し、AIが自動で記事の構成案を提案する 「AI見出し案自動生成機能」をKeywordmapに実装

見出し案作成時間を大幅削減！

自社ビッグデータ×ChatGPTで
高精度な「AI見出し案生成」
が可能に！



 Keywordmap

高精度なキーワード選定

Keywordmapの強みである日本語キーワードの中から「ユーザーニーズ」「上位ページのタグ構成」「記事文章内のトピック」などの様々なジャンルのビッグデータを総合的に加味し、SEOの観点で実用性の高い見出し案を生成することが可能に

生産性向上

従来は、Keywordmapを用いて抽出したデータをもとに、担当者が見出し案を考える時間が必要でしたが、本機能によって従来より短い時間で見出し案を作成することができるようになるため、記事作成の時間短縮、生産性の向上が期待できる

誰でも見出し案の作成が可能

ユーザーの検索意図や上位ページに必要な情報を自動で取り入れることで、熟練者の経験や勘に頼らず、SEOの知識や経験が浅い方でも簡単に見出し案を生成することが可能に

/// アナリティクス事業

		3Q進捗
既存の取り組みの強化	顧客獲得単価を抑えた有効リード獲得 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 MAツールやSFAツールの活用による顧客管理の強化	<ul style="list-style-type: none"> オフライン：7月にEXPO出展。今後も四半期に1回程度EXPOに出展予定 オンライン：ChatGPTに関するウェビナーを実施し、これまでとは異なる層へアプローチできるようになり新規リード数が増加 導入したABMツールを活用した結果、受注見込みの案件が発生 SFA活用推進のためのエバンジェリスト制度を導入し、顧客管理体制を強化
	コンサルティング業務の生産性向上 福岡天神ラボのコンテンツの生産量拡大 自社ツールの開発・活用によるコンサルティング業務の生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> 計画通りに採用および育成が進捗 生産量が順調に推移しているため、計画より前倒しでより規模の大きいオフィスへ移転 SNSマーケティングの数値確認・分析に必要なデータ取得を自動化する機能を追加開発し、レポート作成や提案作成の効率が向上
	人材育成 再現性のある教育プログラムの策定 <small>↳ 初期研修の再構築、育成担当メンバーのコーチング強化、コンサルナレッジ蓄積と共有体制強化</small>	<ul style="list-style-type: none"> 初期研修の導入により、中途入社コンサルタントのナレッジ獲得速度が向上 新卒社員にもOFFJTによる初期研修の適用を開始 育成を担当するメンバーの数が前Q対比40%増加
新たな取り組み	顧客単価の向上 アライアンス強化による大手企業及び地方中堅企業との取引増加	<ul style="list-style-type: none"> 顧問サービスの活用により大手企業/地方中堅企業の決裁者との接点構築が進捗
	動画マーケティングやSNSマーケティングなどサービスラインナップの拡充 マーケ全体戦略をふまえた成果創出までの総合コンサルティングを提供 <small>↳ 複数プラットフォーム、広告、LINE、Shopifyなど様々な手段を講じてコンサルサービスを提供</small>	<ul style="list-style-type: none"> SNS総合コンサルサービスの開発/販売を推進するため、サービス企画の専任担当者を設置 外部パートナーとの協業によるノウハウ/リソース補完体制構築が進捗 成果創出に向けた総合的な取り組みを当社でマネジメントするプロジェクトが少しずつ増加
	外部パートナーの活用 プロ人材とのネットワークを構築し、顧客へ紹介（エキスパートソーシング）	<ul style="list-style-type: none"> 月次の新規顧客数が順調に推移 プロ人材の獲得体制を強化したことにより新規登録数が増加

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 | 2023年10月期第3四半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
- ソリューション事業においては、「Keywordmap」の営業人員及びCS人員の育成遅延による契約件数の減少、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小による値下げを主因として、減収を見込む
- 円安によるサーバー費の負担が増加するほか、人員増及び信託SO関連費用計上による人件費、新オフィス移転による地代家賃が増加
- その結果、売上高1,897百万円（14.8%減）、営業損失29百万円、当期純損失67百万円を見込む

(単位：百万円)	2023年10月期 通期 (修正予想)	2022年10月期比 (増減率)	2022年10月期 通期 (実績)
売上高	1,897	92 (5.1%)	1,805
ソリューション事業※1	881	▲5 (▲0.6%)	886
アナリティクス事業※1	1,037	102 (11.0%)	934
売上総利益	1,311	0 (0.0%)	1,311
営業利益	▲29	▲322 (-)	292
ソリューション事業	▲4	▲210 (-)	206
アナリティクス事業	▲25	▲111 (-)	86
税引前利益	▲87	▲383 (-)	295
当期純利益	▲67	▲268 (-)	201

※1 内部取引による売上高を含んでいます。

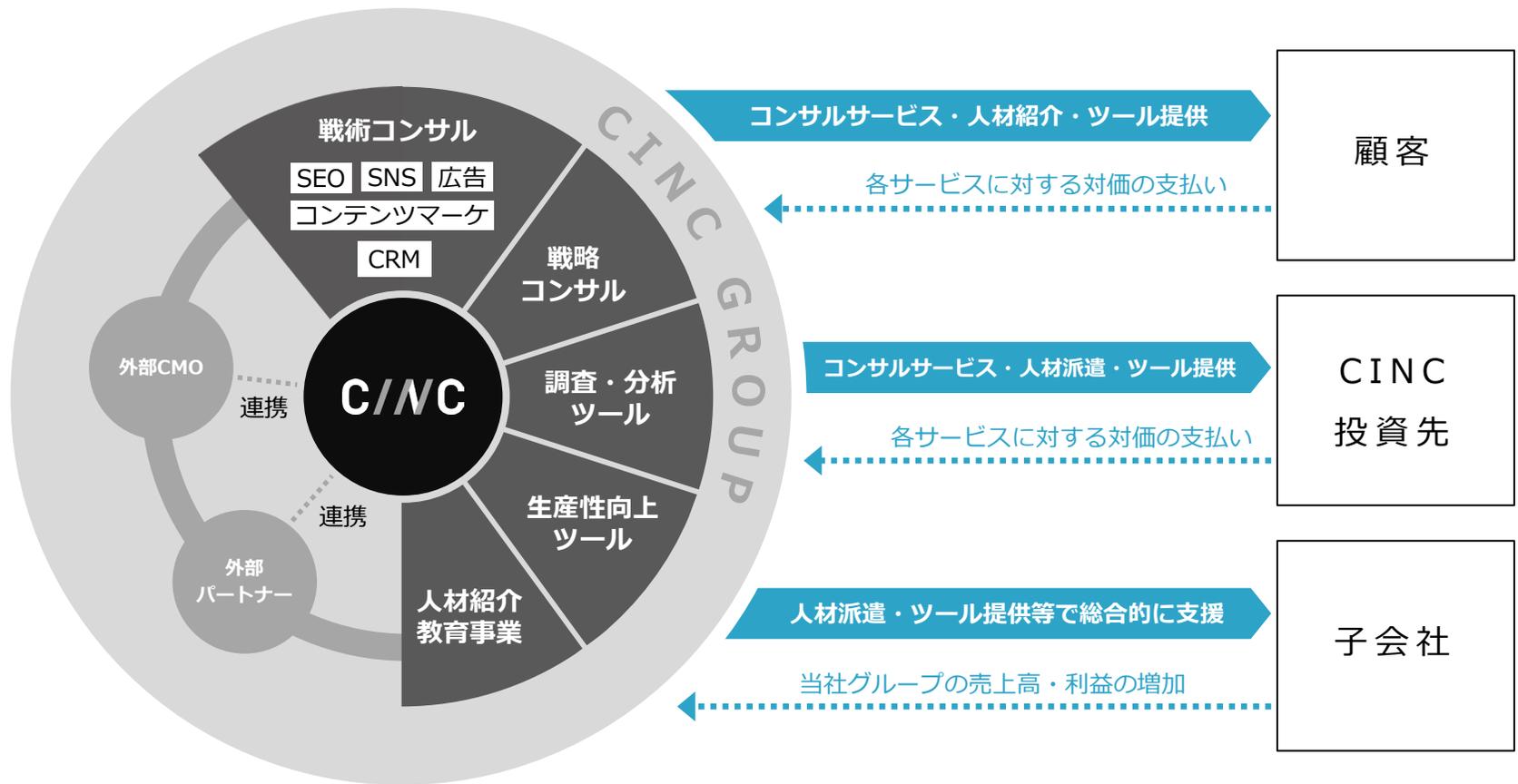
成長戦略-CINCこれまでの取り組み

- 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

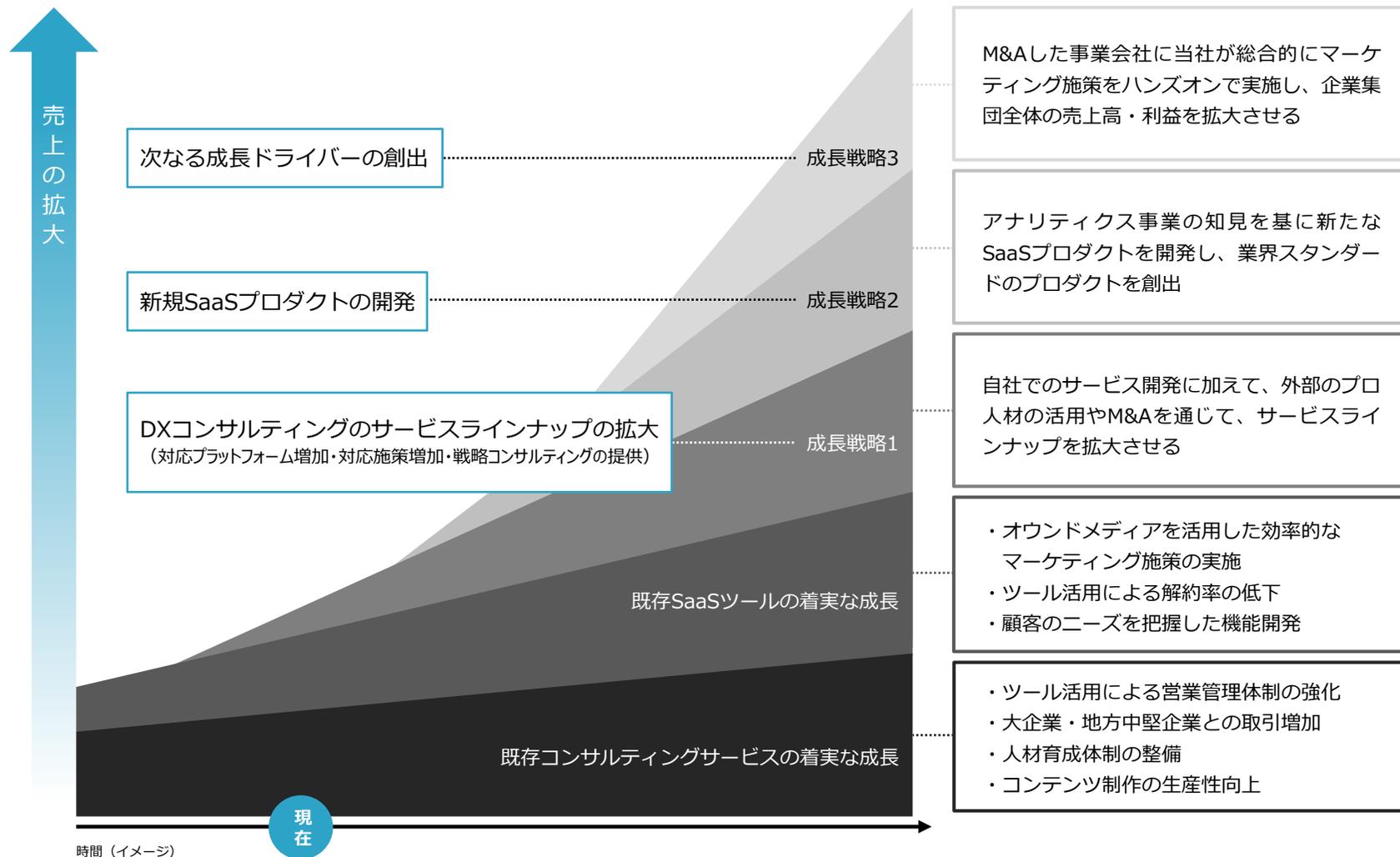


成長戦略 - CINCの目指す姿

- 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ダクトを開発し、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



/// 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steam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

以前



SEO分析者などの
ハイリテラシー層が大半

現在



企業の販促担当者や
営業担当者など
ライトユーザー層が増加



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

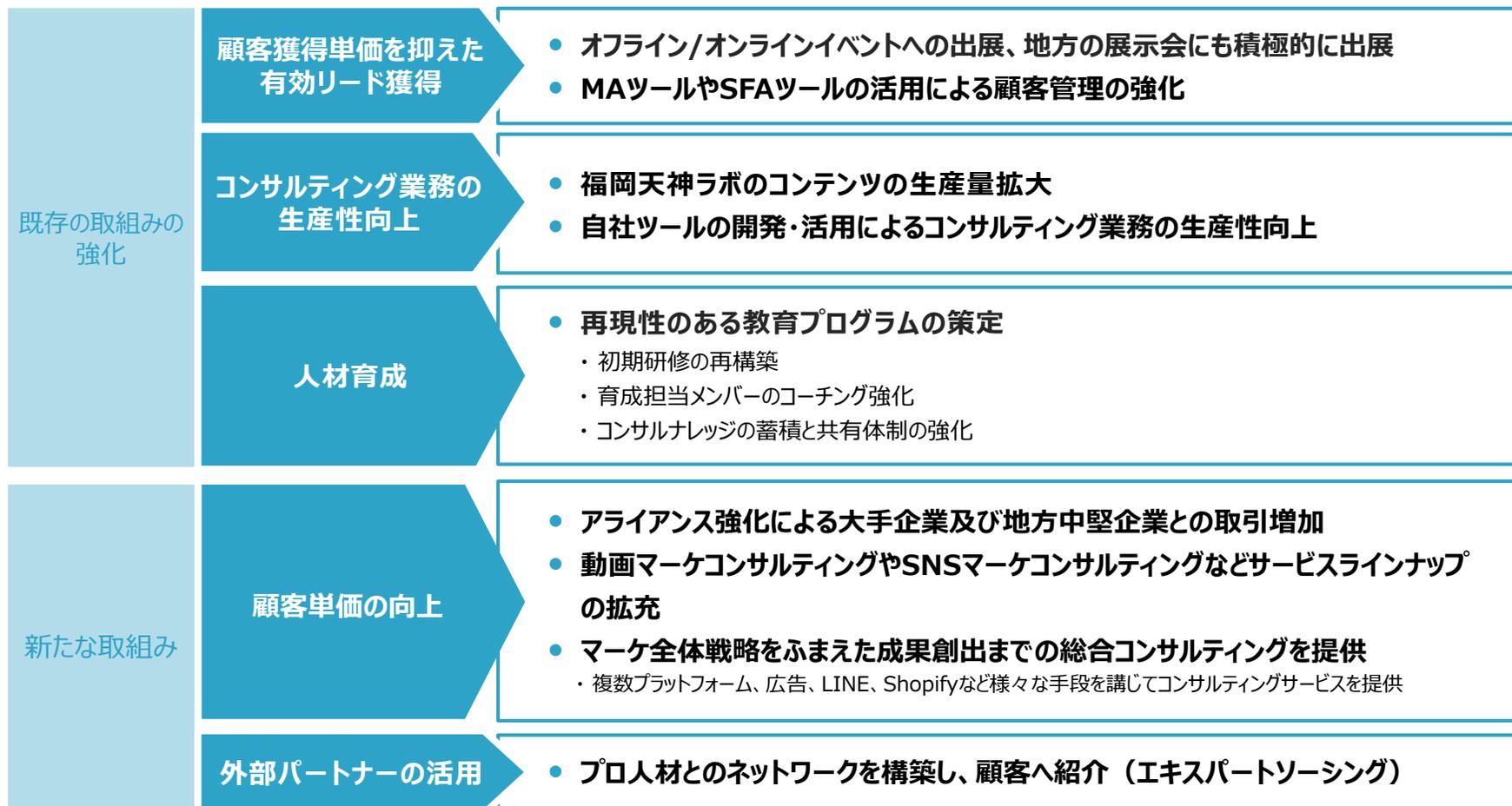
ChatGPT等の生成系AIを活用した
ユーザーの生産性を向上させる機能の開発

サーバ費用の削減

サーバ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

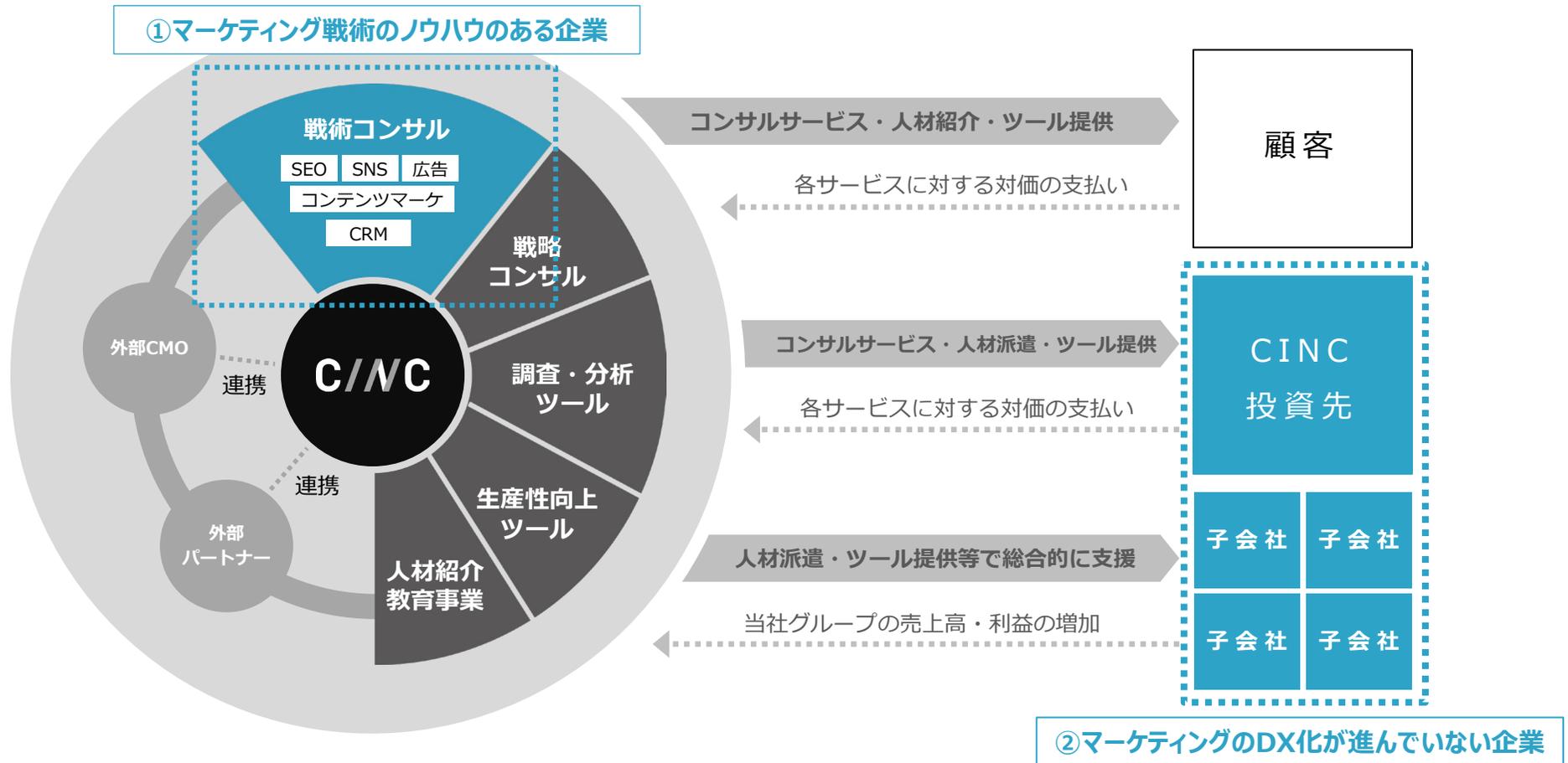
/// 成長戦略-アナリティクス事業

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 | 2023年10月期第3四半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
ChatGPT等の生成系AIの登場はどのような影響があるのでしょうか？ 今後、活用の予定はありますか？	弊社としてはポジティブに考えています。7月20日にはKeywordmapにChatGPTを活用した「AI見出し案自動生成機能」を実装しました。今後も、サービスの開発のみならず、ChatGPT等の生成系AIを活用した業務効率化を推進してまいります。
四半期ごとの売上高に季節性はありますか？	売上高の季節性は軽微です。 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。
顧客の業種や規模の偏りがありますか？	業種の偏り、規模の偏りはありません。 Web上で集客したい会社すべてが当社のターゲットです。 東証プライム市場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。
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？	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。2023年7月末時点で、アナリティクス事業の2割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。

/// 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。
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。
女性活躍に対する取り組みを教えてください。	2023年7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。
中期経営計画は出さないのですか？	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、現時点では中期経営計画の開示は行わないと判断しております。
コンサルタントの採用は順調に進捗していますか？	採用市場の競争激化に伴い、一部募集ポジションにおいて採用計画から遅延が発生しています。対策として、ダイレトリクルーティングの強化、採用エージェントとの関係強化等の施策を実行しています。
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に対応するため、在宅勤務や副業の制度を導入しております。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、取得の実例もでていきます。

/// 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ますため、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。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>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。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>

/// よくいただくご質問④

よくいただくご質問	ご回答
売上成長率はどの程度目指しているのですか？	2023年10月期の売上成長率は5.1%を見込んでおります(予算修正後)。 人員の増強、新規事業の立ち上げを行い、将来的には売上成長率30%を目指してまいります。
営業利益率のターゲットはありますか？	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。
現状の株価についてのお考えをお聞かせください。	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。
配当方針について教えてください。	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きたいと考えております。
IR活動の方針を教えてください。	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。

/// 信託型ストックオプション（信託SO）について

- 2023年10月期第3四半期決算において、信託SOの対応にかかる費用として、17百万円を販管費に計上
- 発生する費用は一過性的のものであり、当社の本質的な事業成長に与える影響は軽微

本件の背景

2023年5月30日に、国税庁が公表した「ストックオプションに対する課税(Q&A)」の中で、役職員等が信託SOの権利を行使して株式を取得した時点で、会社からの実質的な給与とみなされるとの見解が示され、過去に権利行使済みの信託SOについて、国税庁が発行会社に源泉所得税の支払いを求めた

これまでの状況

当社として、これまで給与所得となる扱いをしていなかったことから、権利行使済みの信託SOにかかる源泉徴収は行っていない

今後の主な対応

- 権利行使済みの信託SOにかかる源泉徴収を遡及して行う
- 一定の前提条件とルールの下、当社に在籍する役職員等に対し、追加的な負担増となる一部を金銭にて補填する

本件による業績への影響

- 2023年10月期業績に与える影響は17百万円。内訳は、人件費等で16百万円、延滞税等で1百万円。業績見通しの修正は行わない。
- 2024年10月期以降の業績に与える影響は軽微

/// 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