



2023年10月期
通期決算説明資料

2023年12月8日

株式会社CINC（グロース 4378）

/// 決算サマリー（2023年10月期）

売上高

1,945百万円
(前期比+7.8%)

営業利益

78百万円
(前期比▲73.1%)

当期純利益

5百万円
(前期比▲97.4%)

● 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
- ライト層からハイリテラシー層まで幅広いユーザーに対応するために、ライト層向けのガイド機能の追加やコンテンツの制作・運用のサポート対象範囲を拡張するなど、大幅な刷新を2023年11月に実施
- 「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及び退職者の増加により、売上高の成長が鈍化

/// 2024年10月期見通し

売上高

1,871百万円
(前期比▲3.8%)

営業利益

▲134百万円
(前期比－)

当期純利益

▲93百万円
(前期比－)

- 企業のマーケティング活動のデジタルシフトが続くものの、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、売上高は前期比3.8%減の1,871百万円を見込む
 - ソリューション事業は12.1%減、アナリティクス事業は2.8%増
- 売上高の減少に加え、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小によるソフトウェアの資産化金額の減少、将来の売上成長のための施策に従事する人員増による人件費の増加などにより営業損失は134百万円を見込む
- 2024年10月期は、既存サービスの組織体制強化および次の成長の柱となる事業の見極めを行う

ソリューション
事業

- サービスを縮小した「Keywordmap for SNS」の売上高については、大幅な減少を見込む
- 2023年11月に実施した「Keywordmap」の大幅アップデートで、ハイリテラシー層からライト層まで幅広いユーザーに対応したため、新規獲得の増加および解約の減少を見込む
- ChatGPTなどの生成系AIを活用した新規プロダクトの開発による、新たな収益機会の創造を目指す

アナリティクス
事業

- マーケティング施策支援サービスのフルファンネル化に向けたプロダクト開発と拡販体制の検証を行う
- 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サービス提供体制の強化を行う
- 自社ツールの開発・活用による業務効率化および提供サービス品質の向上を行う

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、2024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 | 2023年10月期通期の取組みについて

05 | 2024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月期通期の取組みについて

05 | 2024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

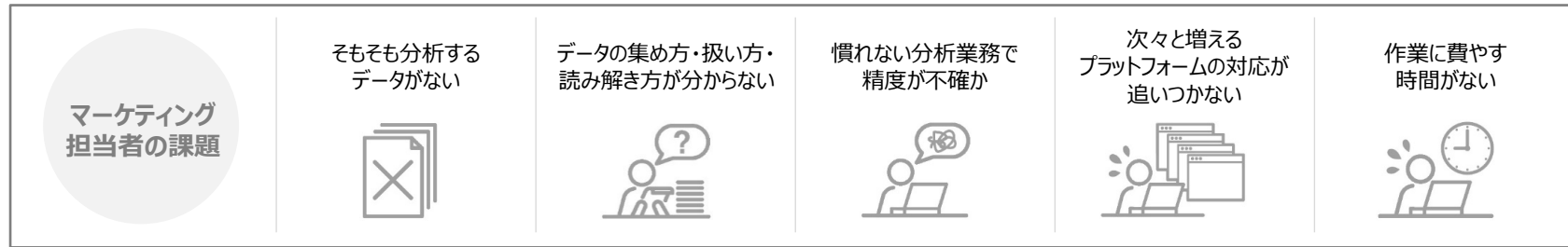
当社の人材ネットワークから、マーケティングのプロ人材を紹介し、企業のマーケティング活動を支援（エキスパートソーシング）

・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）

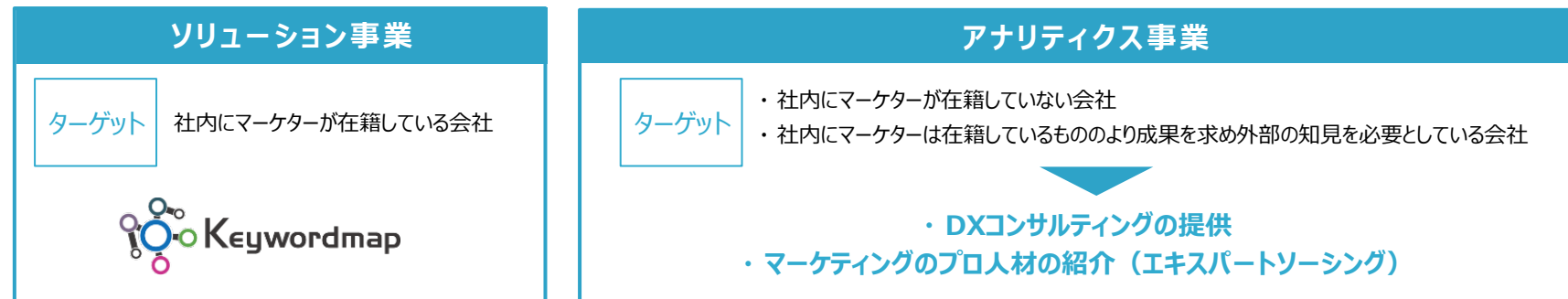
※ 出典：内閣府「令和4年版高齢社会白書」

/// 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

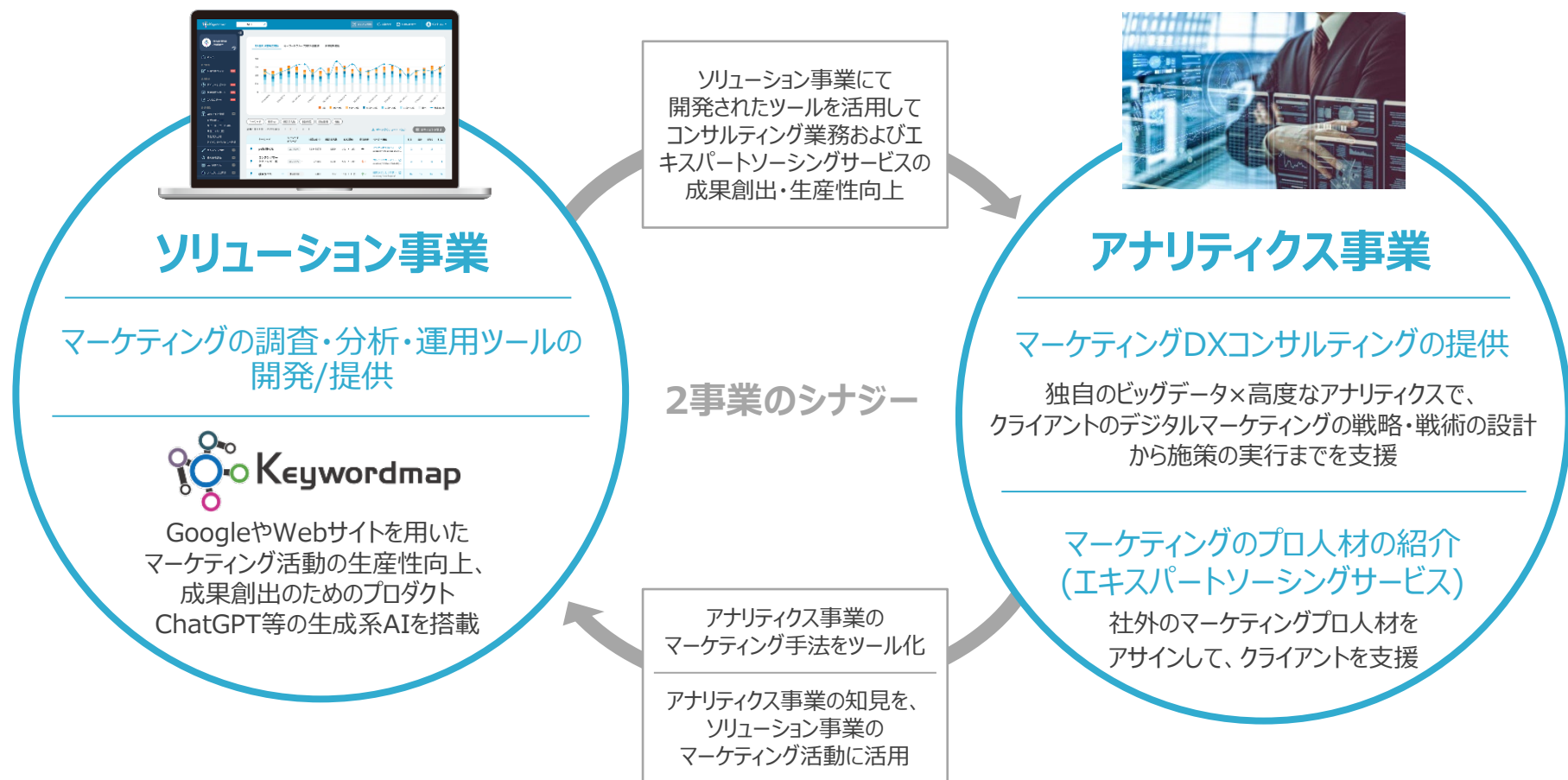


CINCのソリューションを導入



/// 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

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：120,000円～

■ 広告代理店向け

初期費用：300,000円～
月額：218,000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

Keywordmap for SNSはオプションとして、事業会社向け48,000円～、広告代理店向け98,000円～にて販売

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



エキスパートソーシング (プロモーター紹介)

月額固定料金

月額：原則、固定

プロモーターのスキル・業務内容に応じて料金を設定

M & A 仲介事業 (新規事業)



完全成功報酬制
株価レーマン方式

※ 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について

- CINC独自のGoogle検索結果ビッグデータを活用することで検索上の競合比較から狙うべきキーワードを選定したり、上位表示するためのコンテンツ制作をワンストップで実行することが可能

01 キーワード選定

競合サイトのURLを入力するだけで、競合性やSEO難易度の観点から自社が対策すべきキーワードを抽出



膨大な調査時間をかけた結果、自分たちが対策すべきキーワードがわからないという課題を1ボタンで解決

02 記事構成案作成

CINCが保有する膨大なサジェスト、共起語、上位サイトページ構成のデータを基に、記事構成案を自動作成



国内最大級のビッグデータに裏付けられた構成要素の分析により、構成案作成の効率化と最適化を同時に実現

ChatGPT搭載によりさらに効率化！

03 記事執筆

ツール上で執筆のタスク管理や品質スコア計測が可能



煩わしいツール間の行き来をなくし、関係者がワンストップかつ共通基準で制作をすることが可能

04 効果検証

キーワードベースで定点観測を行いつつ、順位が下がった時はツールからアラートを出すことが可能



定点観測で効果検証を行いつつ、順位下落時はリライトを行うなど、効率的にPDCAが回せる

Keywordmapの評価

ソリューション事業

- BOXIL SaaS AWARD Winter 2023 SEOツール部門にて、6つの賞に選出



BOXIL SaaS AWARD Winter 2023



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

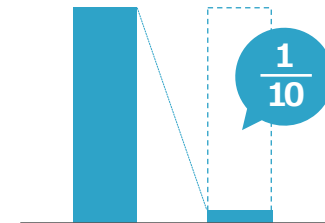
業種

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。

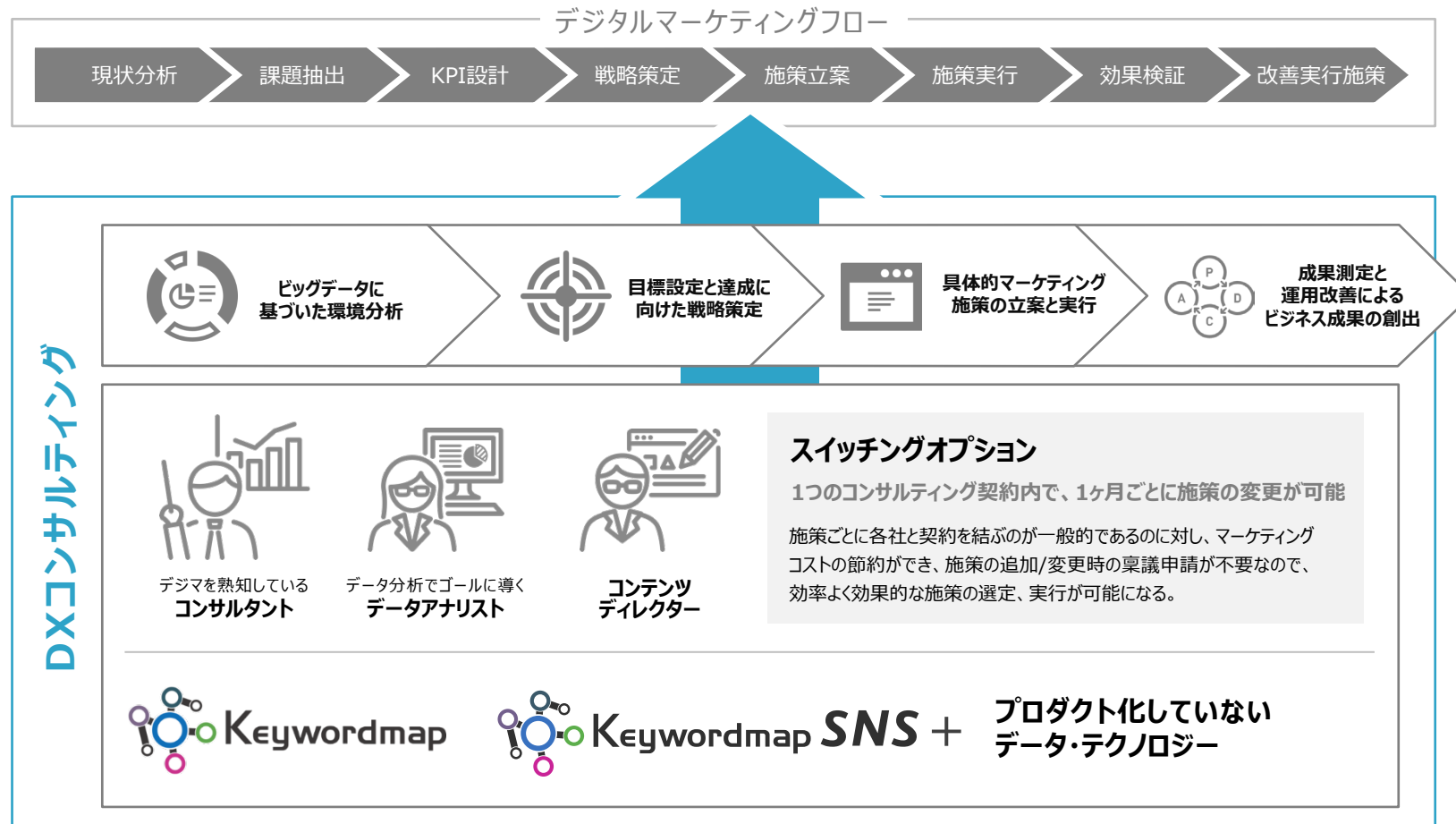
導入後の成果

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。

/// マーケティングDXコンサルティング 概要

アナリティクス事業

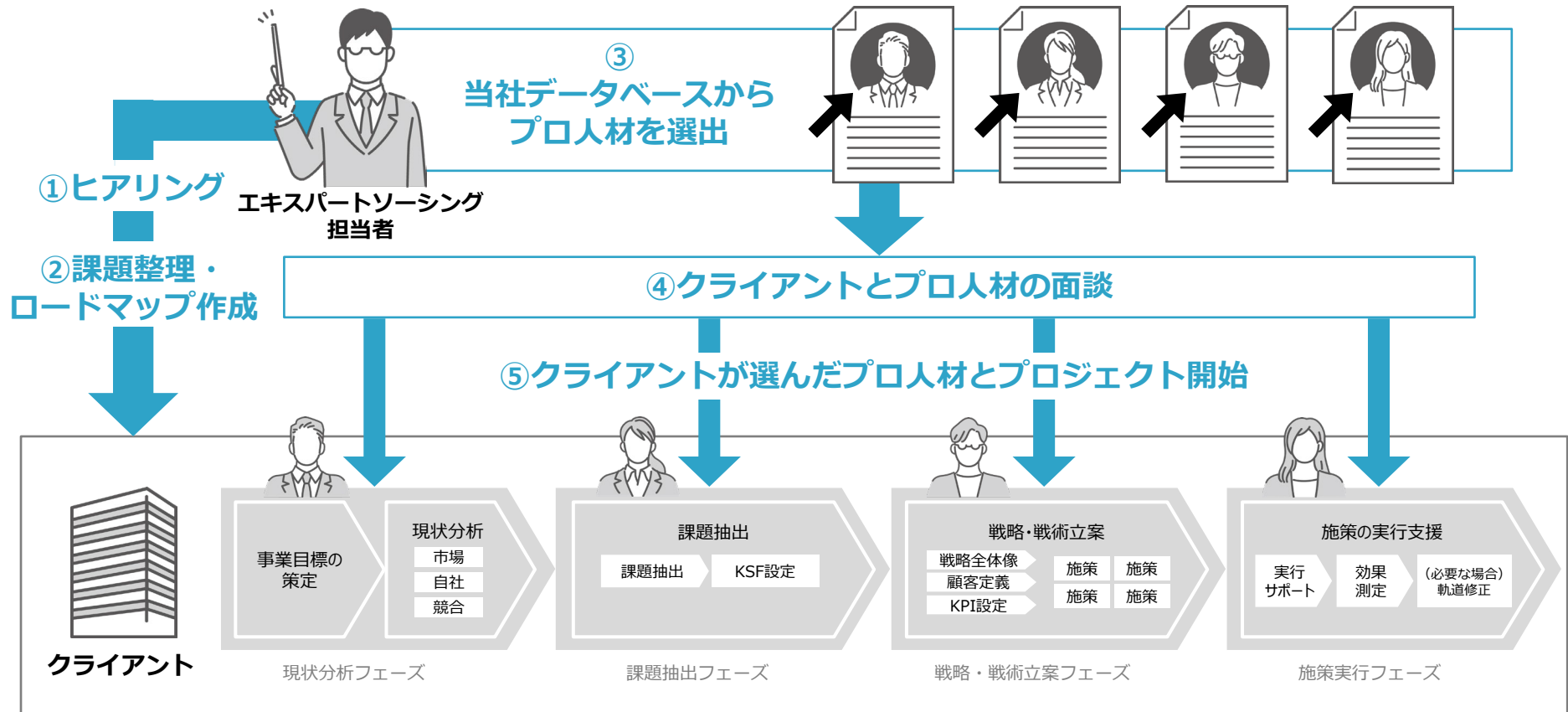
- デジタルマーケティングを熟知したコンサルタント、アナリストがKeywordmapシリーズなどを活用し、データに裏打ちされたクライアントオリジナルの戦略策定、施策実行までをワンストップで伴走し、成果創出を支援
- 1つのコンサルティング契約内で、1ヶ月ごとに施策の変更が可能な**スイッチングオプション**により、ワンストップ型のサービスを提供



/// 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



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

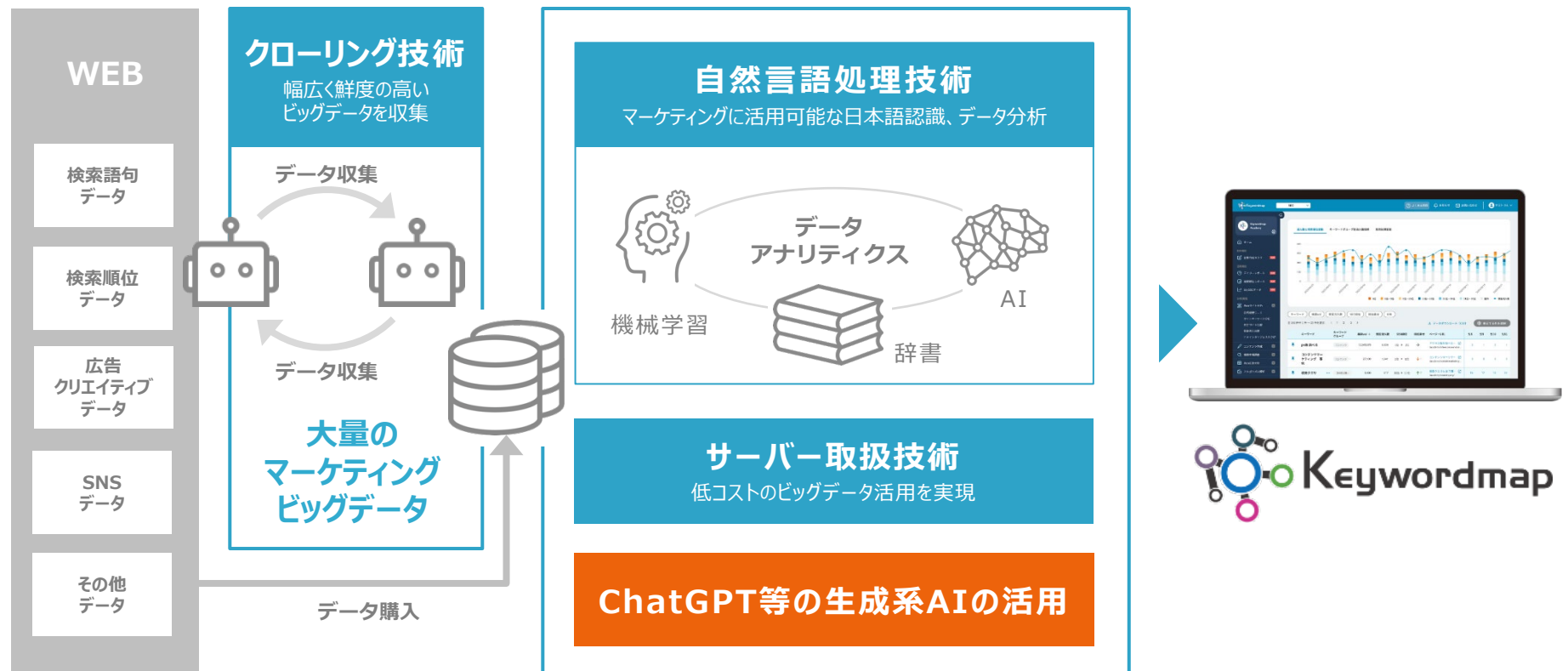
III

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

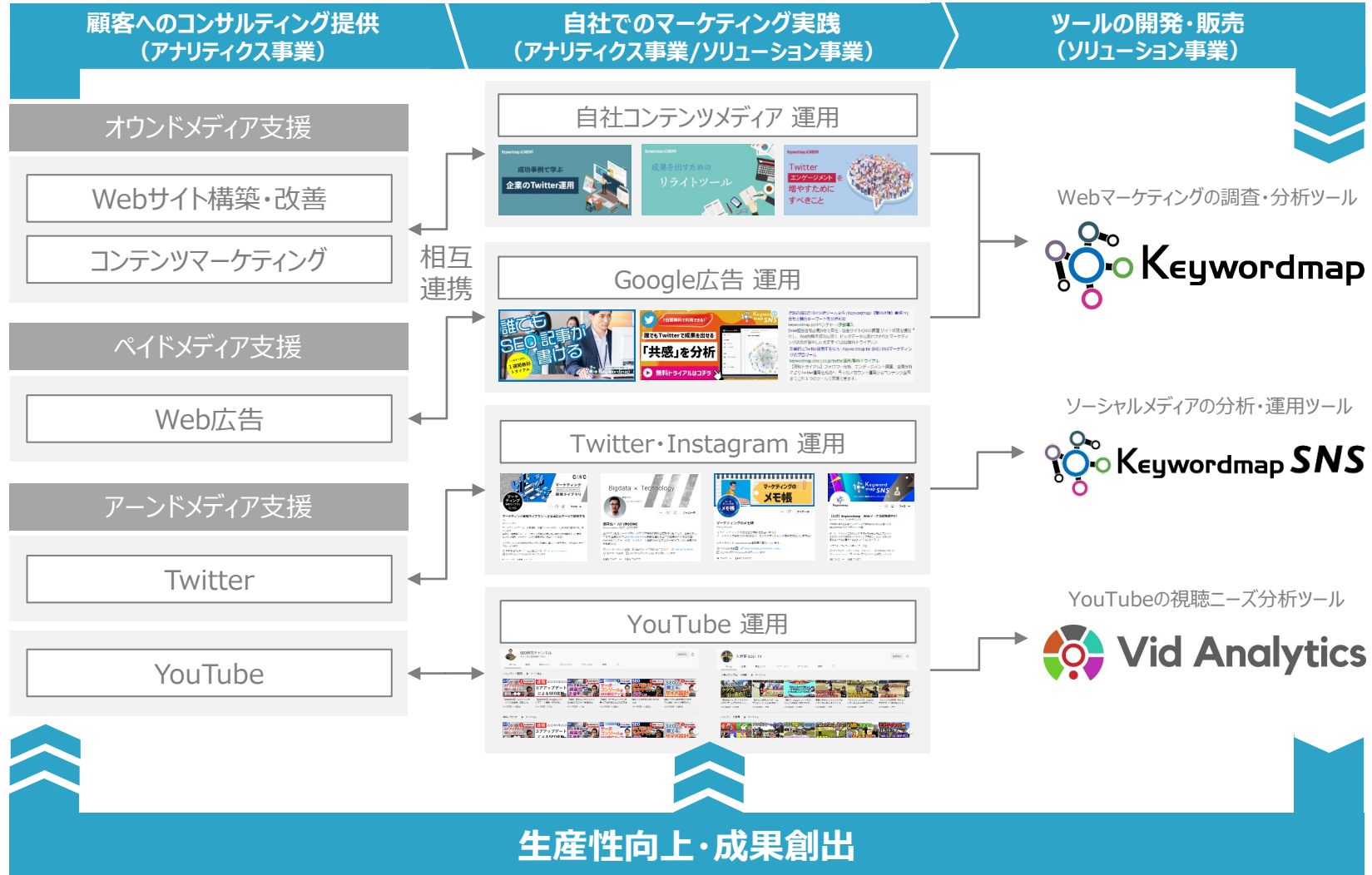
- 当社独自で開発したクローリング技術、サーバー取扱技術、自然言語処理技術により、大量のマーケティングデータを保有しており、データドリブンなデジタルマーケティング戦略が可能に
- これらの技術は継続的に研究開発を行っており、Keywordmapシリーズは進化を続けている



/// 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

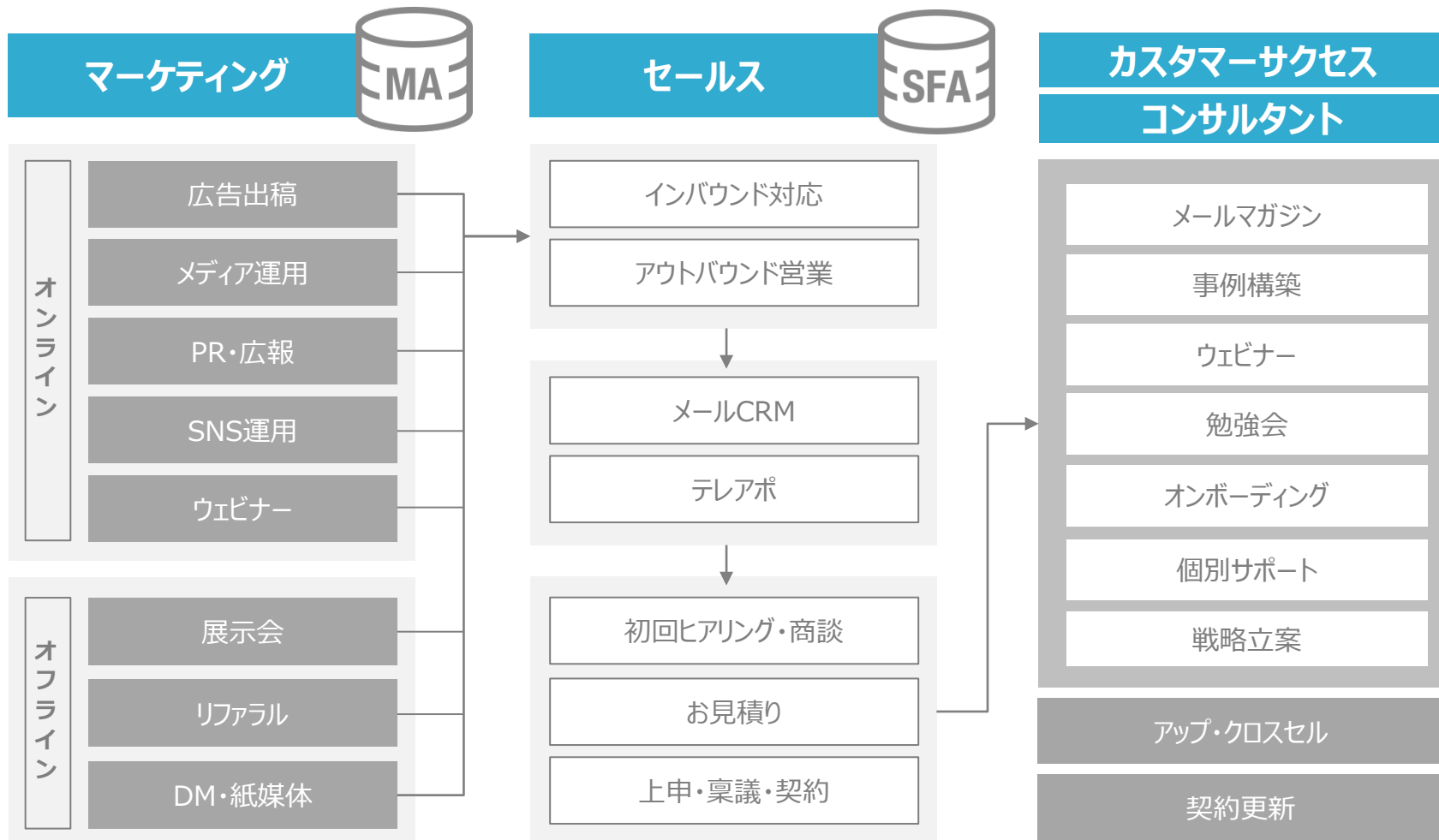
- 顧客支援に当たるマーケター（アナリティクス事業）の知見を自社のマーケティング活動に還元
- 顧客支援時と自社実践時に発生するマーケティング運用課題の解決を一元的にソリューションとして開発・販売



/// 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



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月期通期の取組みについて
- 05 | 2024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」やマーケティング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7.8%の増収。「Keywordmap for SNS」のサービス縮小にともない、7月に値下げを行ったため、ソリューション事業の売上高の成長が鈍化。
- 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73.1%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

(単位：百万円)	2022年10月期 通期 (実績)	2023年10月期 通期 (実績)	前期比 (増減率)	2023年10月期 (修正後業績予想)	達成率
売上高	1,805	1,945	7.8%	1,897	102.5%
ソリューション事業※1	886	888	0.2%	881	100.8%
アナリティクス事業※1	934	1,079	15.5%	1,037	104.1%
売上総利益	1,311	1,366	4.2%	1,311	104.1%
営業利益	292	78	▲73.1%	▲29	—
ソリューション事業	206	57	▲72.1%	▲4	—
アナリティクス事業	86	21	▲75.5%	▲25	—
経常利益	291	77	▲73.3%	▲30	—
当期純損益	201	5	▲97.4%	▲67	—

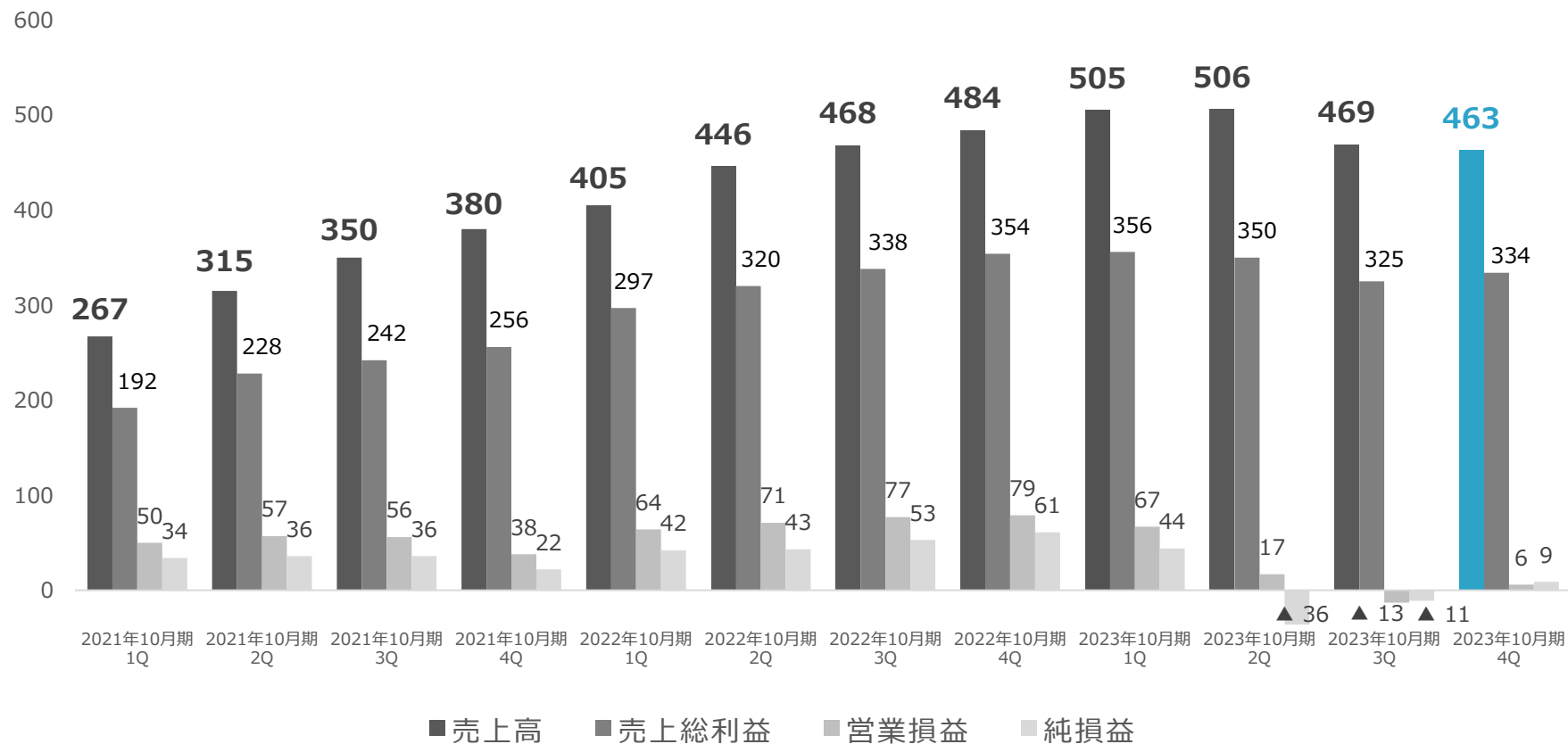
※1 内部取引による売上高を含んでいます。

/// 四半期ごとの推移

- 売上高は前期4Qから4.4%減少、3Qから1.3%減少
- 3Qから売上高の減少はあったものの、一過性の費用負担が発生せず、営業損益は黒字

■ 四半期の推移

単位：百万円

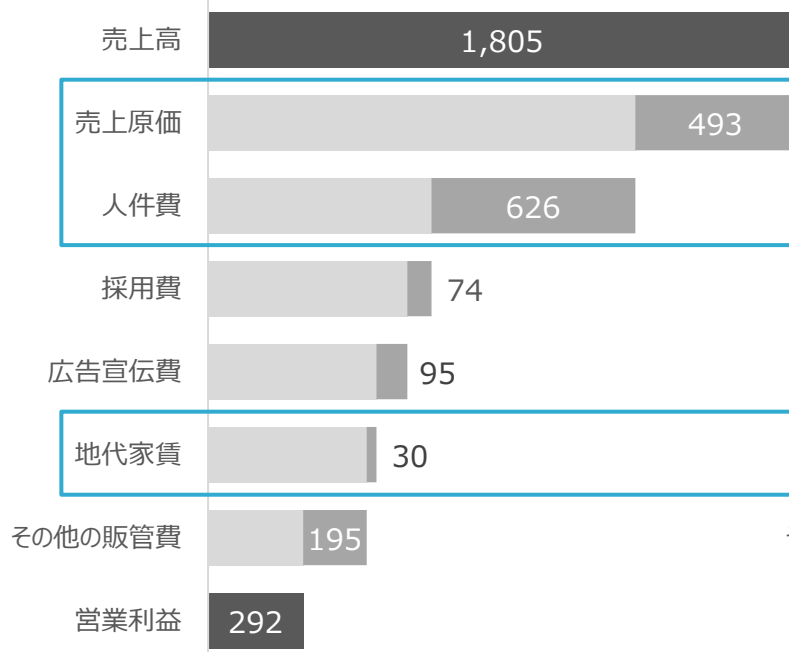


/// 営業利益の増減要因

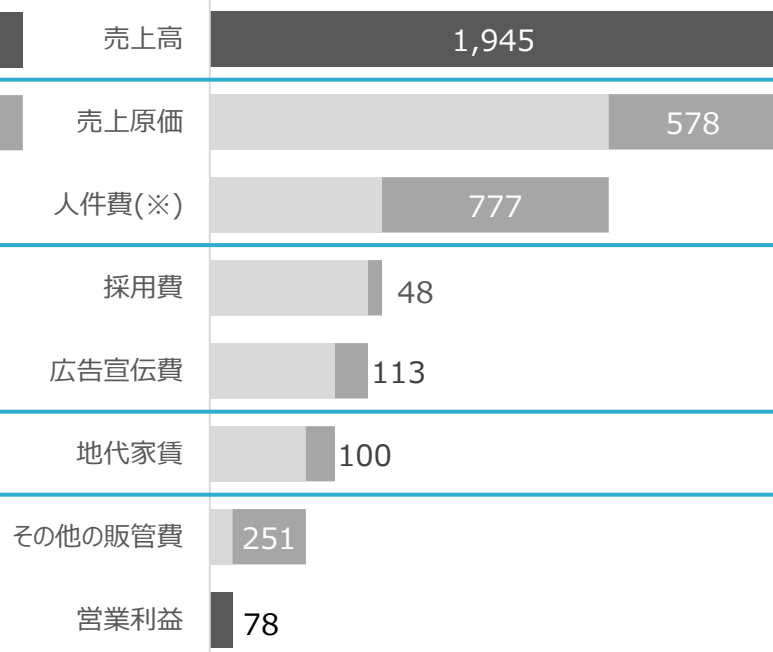
- 円安によるサーバー費の増加、人員増及び信託SO関連費用による人件費の増加、オフィス移転による地代家賃の増加、組織体制強化のためのコンサルティング費用により、売上原価、販管費が増加

■ 2022年10月期 実績

(単位：百万円)



■ 2023年10月期 実績



■ 前期比

+140
+85
+151
▲26
+18
+70
+56
▲214

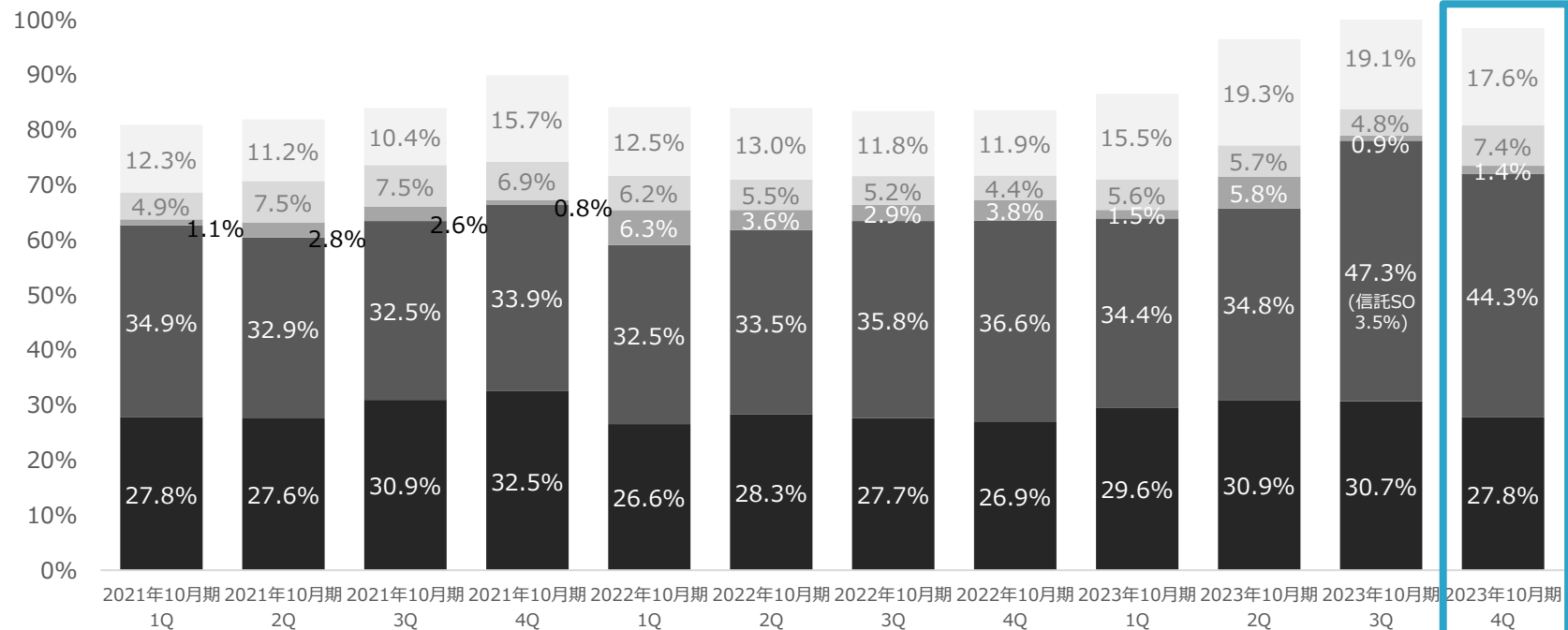
※2023年5月30日に、国税庁が公表した「ストックオプションに対する課税(Q&A)」の中で、役職員等が信託SOの権利を行使して株式を取得した時点で、会社からの実質的な給与とみなされるとの見解が示され、過去に権利行使済みの信託SOについて、国税庁が発行会社に源泉所得税の支払いを求めたことを受け、役職員の追加的な負担増の一部を会社が金銭で補填する想定費用等16百万円を人件費として当第3四半期に計上しています。今回の対応で完了とすることから、発生する費用は一過性のものであり、当社の本質的な事業成長に与える影響は軽微です。

/// 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
- 新規事業の人員および新卒がまだ売上貢献フェーズではないため、人件費の割合が44.3%と引き続き高い水準

■ 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



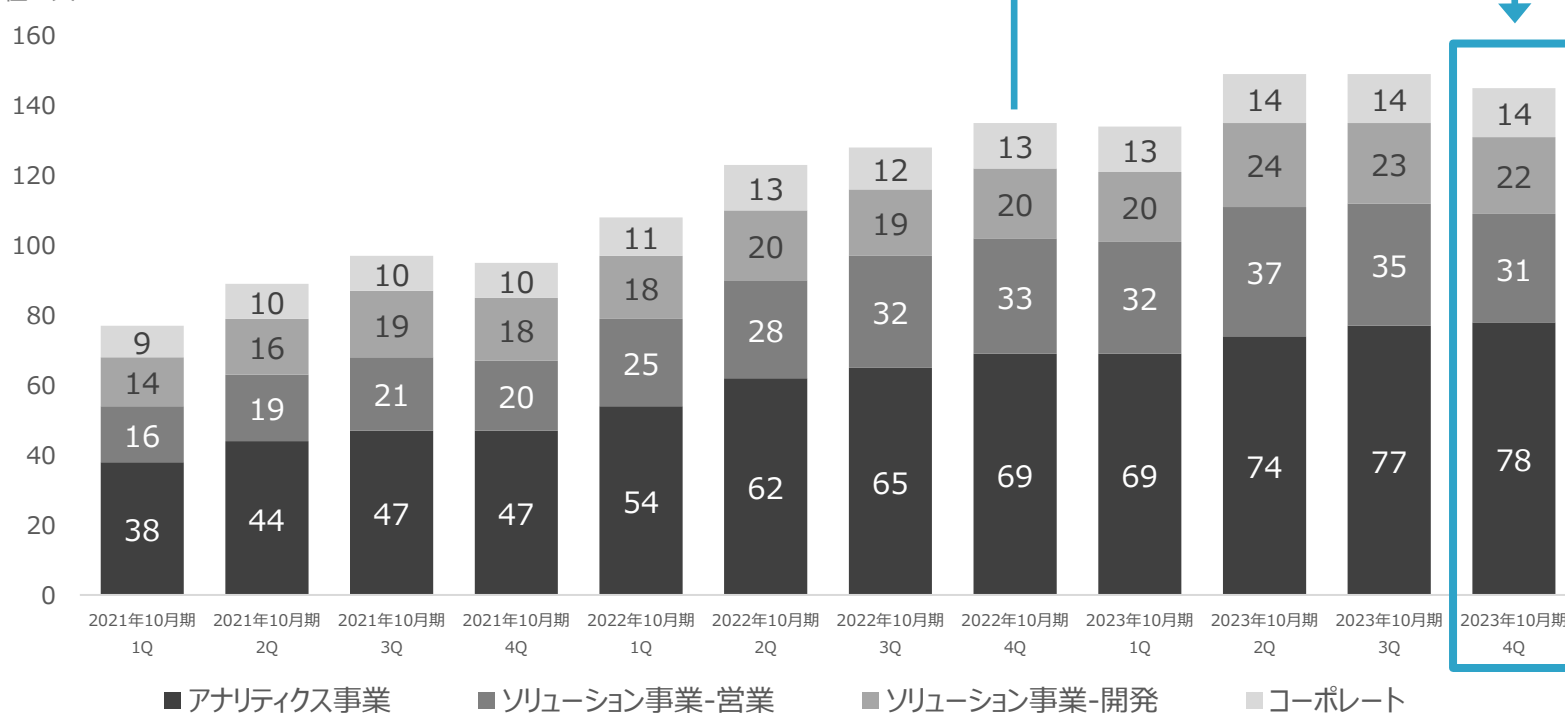
売上総利益率	72.2%	72.4%	69.1%	67.5%	73.4%	71.7%	72.3%	73.1%	70.4%	69.1%	69.3%	72.2%
営業利益率	19.1%	18.1%	16.0%	10.1%	15.8%	16.0%	16.6%	16.4%	13.4%	3.5%	▲2.9%	1.5%

/// 人員の推移

- 前期4Qからは10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、3Q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中

■ 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

単位：人



※ 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80.5%と、財務安全性は高い

(単位：百万円)	2022年10月末	2023年10月末	増減額（増減率）	
流動資産	1,773	1,532	▲241	▲13.6%
（現金及び預金）	1,523	1,277	▲245	▲16.1%
固定資産	251	308	56	22.6%
資産合計	2,025	1,840	▲184	▲9.1%
流動負債	456	319	▲136	▲29.9%
固定負債	71	38	▲32	▲45.6%
負債合計	527	358	▲169	▲32.0%
純資産合計	1,497	1,482	▲15	▲1.0%

/// キャッシュ・フロー

- 2023年10月期末の現預金残高は、前期末から245百万円減少し1,277百万円
- 営業活動によるキャッシュフローは法人税の中間納付の影響で17百万円のマイナスとなったが、その影響を除けばプラス

(単位：百万円)	2022年10月期 通期	2023年10月期 通期	増減額
営業活動によるCF	185	▲17	▲202
投資活動によるCF	▲174	▲127	46
財務活動によるCF	▲91	▲100	▲9
現金及び現金同等物 期末残高	1,523	1,277	▲245

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月期通期の取組みについて
- 05 | 2024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}**446社**Keywordmap 370社、SNS 76社
両方導入9社ARR^{※2}**7.5億円**

Keywordmap 7.0億、SNS 0.5億

Keywordmapの平均月次解約率^{※3}**2.4%**

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}**142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

94%

※1：2023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、2023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。

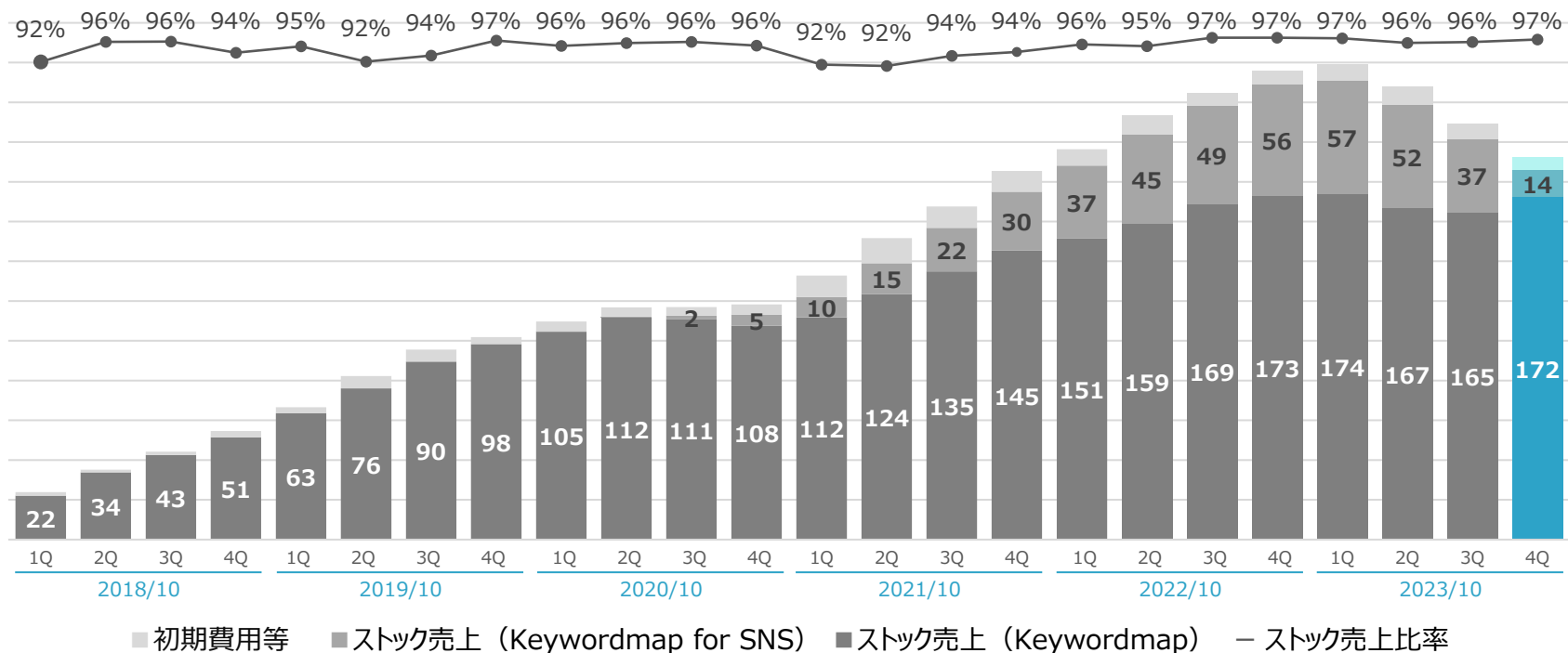
※4：2023年10月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

ソリューション事業 ストック売上高推移

- 「Keywordmap」のストック売上高の減少は、3Qで底打ち。ARR改善施策が功を奏し、回復傾向
- 「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

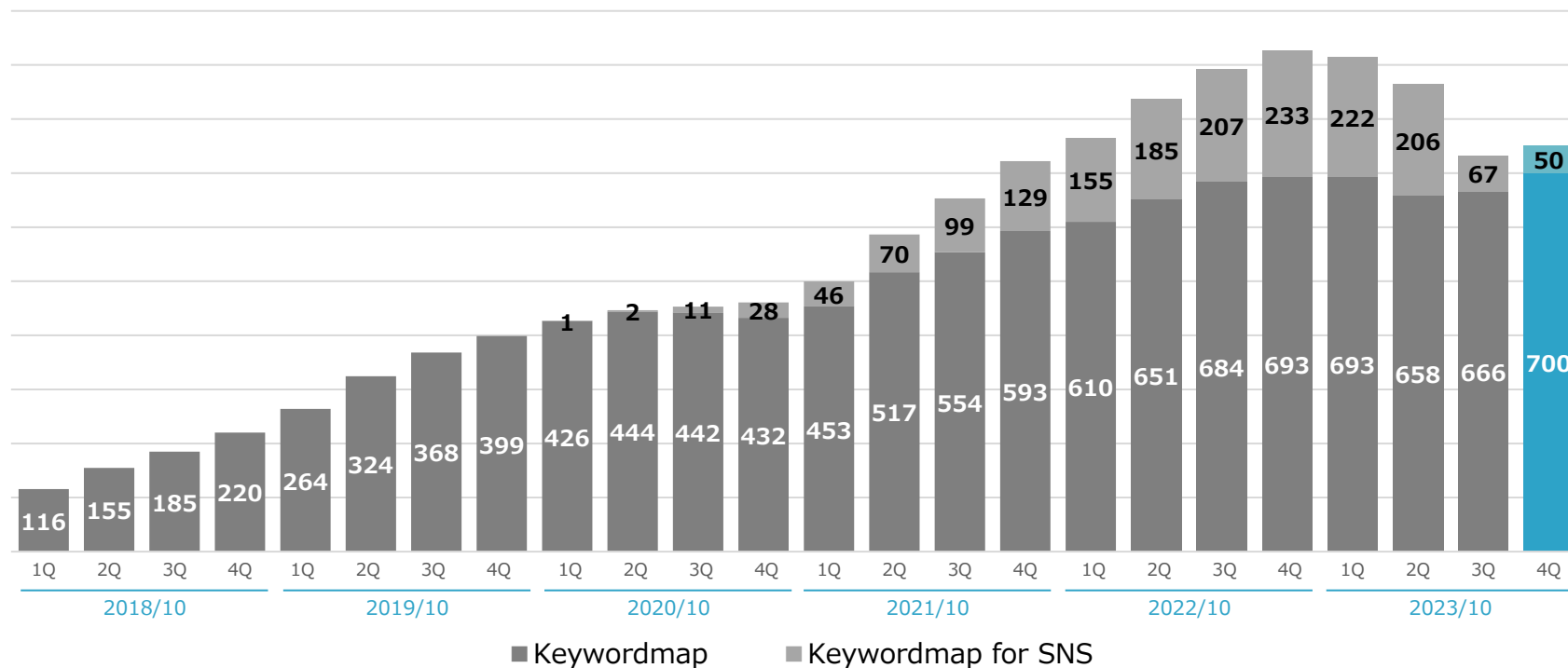
※ストック売上高は、売上高のうち経常的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

/// ソリューション事業 ARR推移

- 「Keywordmap」のARRの減少は、3Qで底打ち。ARR改善施策が功を奏し、回復傾向
- 「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

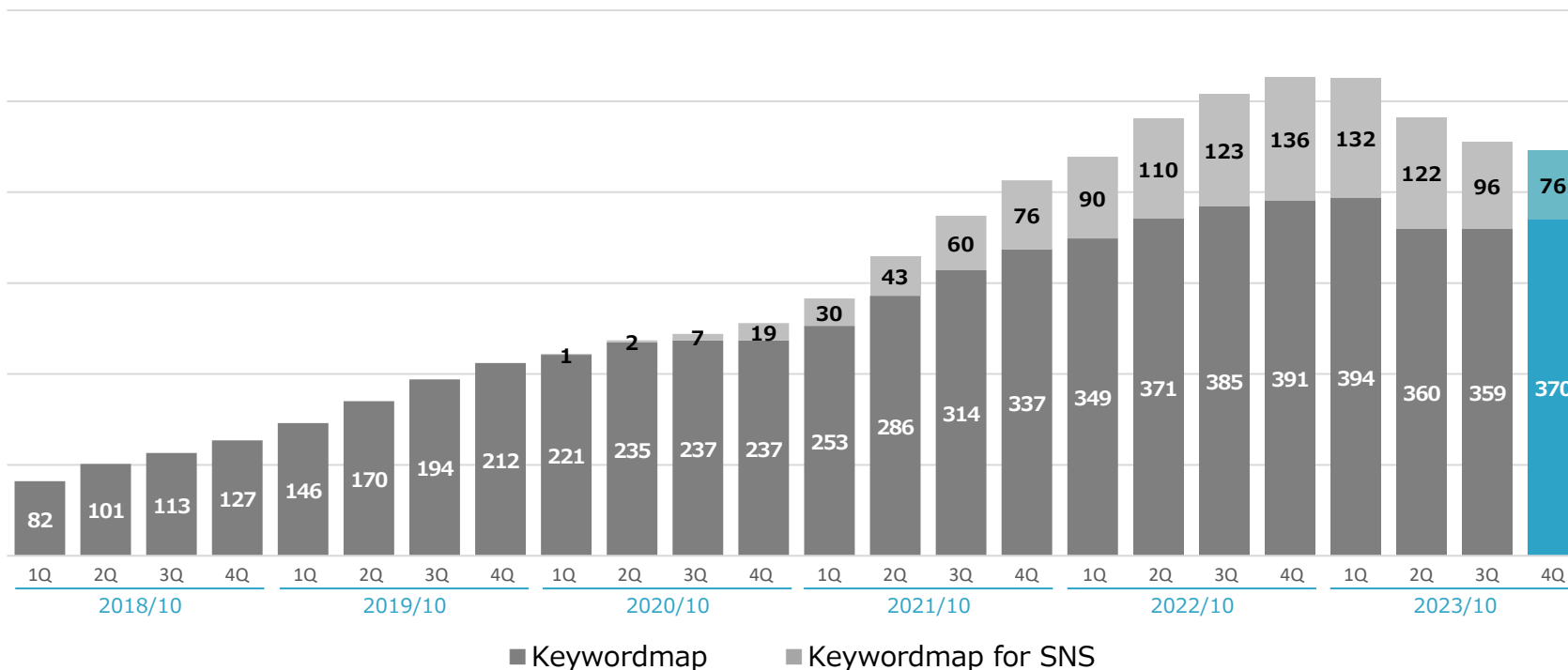
※ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出

ソリューション事業 契約件数推移

- 「Keywordmap」の契約件数の減少は3Qで底打ち。ARR改善施策が功を奏し、増加傾向
- 「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 ARR改善に向けた取組み

- 取組みが功を奏し、新規顧客獲得が増加し、解約は減少

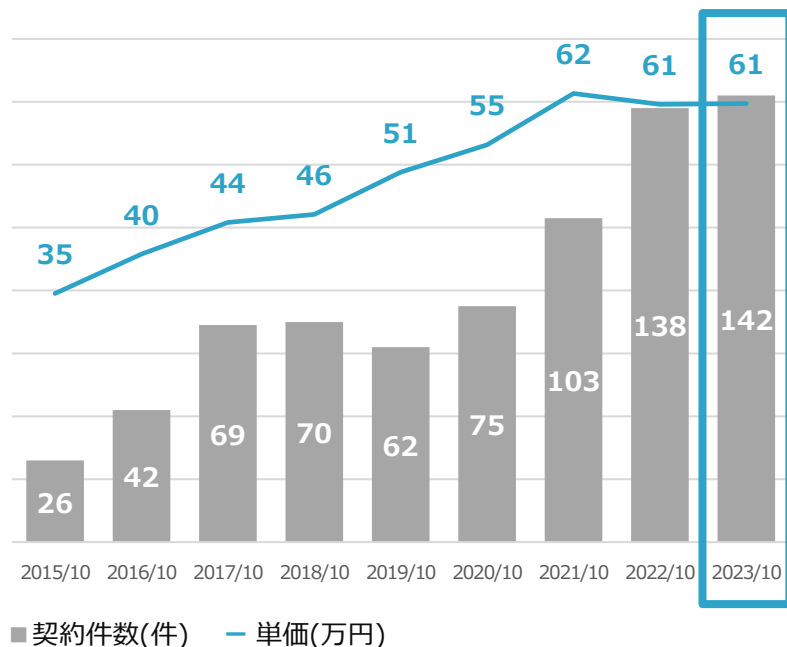
		ARRの成長が鈍化した理由	行っている取組み・進捗
Keywordmap	新規顧客獲得	<ul style="list-style-type: none"> インバウンドリードの獲得が不調 営業人材の育成が予定通りに進捗せず、見込み顧客へのアプローチが弱く、受注率が低下 	<ul style="list-style-type: none"> オウンドメディアの継続強化によるインバウンドリードの創出 大型セミナーへの登壇 SFAツールを利用した行動の見える化 顧客の受注傾向分析による営業深度の向上 「マーケティング業務の運用」を軸に大幅なプロダクトリニューアル完了 ユーザー体験の向上のため、分か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 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"> CSチームを導入初期担当、成果創出期担当、情報共有担当の3つに分け、業務を効率化 新たに自動で顧客の状態を可視化できるヘルプスコア開発中 「マーケティング業務の運用」を軸に大幅なプロダクトリニューアル完了 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)は横ばい

■ 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

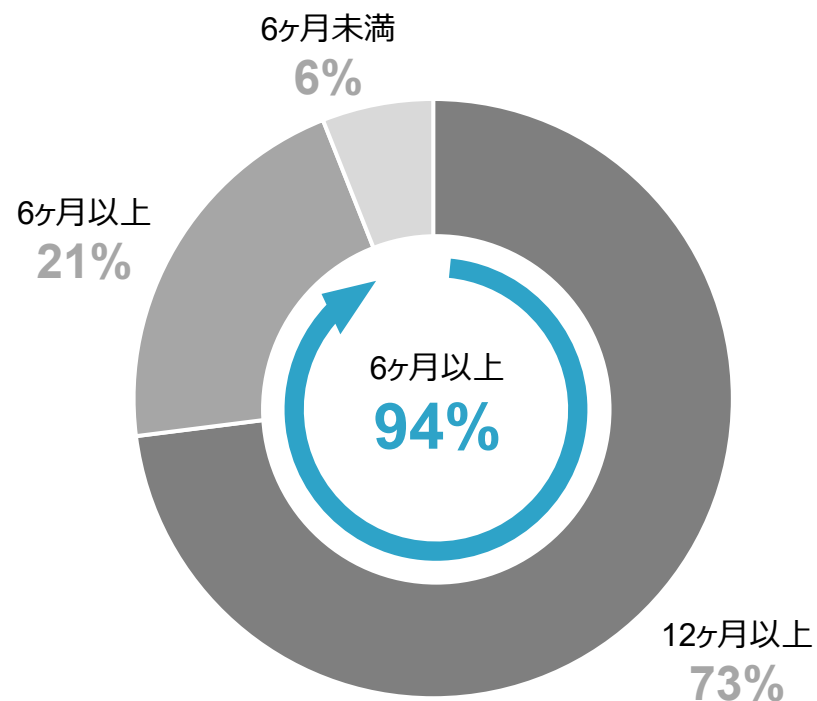
単価 30

※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94%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

—

2023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 | 2023年10月期通期の取組みについて**
- 05 | 2024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～

		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"> 記事数の最大化 わかりやすい導線の追加
	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"> 受注傾向分析を行い、ターゲットリードへの営業活動を実施
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"> 教育プログラムは一通り終了 採用要件の再策定 担当、クローザーなどの役割分担を適切に行った
	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"> SFAツールへ完全移行し、KPI進捗を見える化 営業の行動管理の徹底
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実施
	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～

		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。 9月には、ペルソナ自動作成機能を追加。
	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し、2023年11月にリリース
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

Keywordmap 大幅リニューアル

従来の強みである「競合分析」に加え
「コンテンツの制作・運用」まで
サポート対象範囲を拡張します!



初心者向けのガイド機能を追加

豊富な機能をユーザーの判断で選択・使用する従来の使用方法に加えて、コンテンツの制作、公開後の効果検証、改善といった一連の業務で使用すべき機能を作業順にレコメンドし、実行すべきアクションを提案するガイド機能を追加することで、初心者でもKeywordmapを十分に活用できるように

「分析のみ」から「分析～制作・運用」まで、サポート範囲を拡張

Keywordmapの強みである豊富なデータ量をもとにした分析に加え、その先に続く、分析結果をもとにしたコンテンツの制作・運用まで、サポート対象となる範囲を拡張します。コンテンツ制作においては、制作に必要なフローがレコメンドされるように

運用においては新たにGoogle Analytics・Google Search Consoleと連携し、Keywordmapで一元管理する各種データを自動で集計・分析し、効果検証と同時に改善策が提案されるように

/// アナリティクス事業

		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	<ul style="list-style-type: none"> オフライン/オンラインともにイベントへの出展を強化 トレンドをおさえた「生成系AIに関連するウェビナー」によって集客数が増加 他社イベント参加および自社イベント開催によりナショナルクライアントとの接点構築が進捗
	コンサルティング業務の生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> MA/SFAを活用した顧客情報管理体制の整備が進捗 ABMツールの導入/活用によって商談獲得の効率が改善
	人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 生産性が当初想定よりも順調に増加し、計画を前倒してオフィス拡張を実施 外注と比較した場合のコスト削減額が累計の投下コストを超過 検索/SNSマーケティングの調査・分析ツールの企画開発によりレポートや提案作成が効率化
新たな取組み	顧客単価の向上	<ul style="list-style-type: none"> 再現性のある教育プログラムの策定 <ul style="list-style-type: none"> 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 OFFJTを中心とした初期研修導入によりコンサルタントのナレッジ獲得速度が向上 新入社員の育成を担当できるメンバーが増加
	顧客単価の向上	<ul style="list-style-type: none"> 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 代理店/ウェブ制作会社など、顧客紹介をしてくれるアライアンス企業が増加 顧問のネットワークを活用した大手企業との接点獲得施策が進捗
	外部パートナーの活用	<ul style="list-style-type: none"> 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 企業のSNS関連課題のヒアリング調査およびサービスの仮説検証が進捗 Instagramのアカウント運用/インフルエンサーマーケティングを支援するプロジェクトが進捗 マーケティング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 <ul style="list-style-type: none"> 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 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増加 取り組みを通じて、従来よりも成果に繋がる支援のあり方について知見を獲得 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） 月次商談数が想定よりも大幅に増え、大手企業中心に求人需要獲得が進捗

05

—

2024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月期通期の取組みについて
- 05 | 2024年10月期通期業績予想について**
- 06 | よくいただくご質問

/// 2024年10月期 業績予想

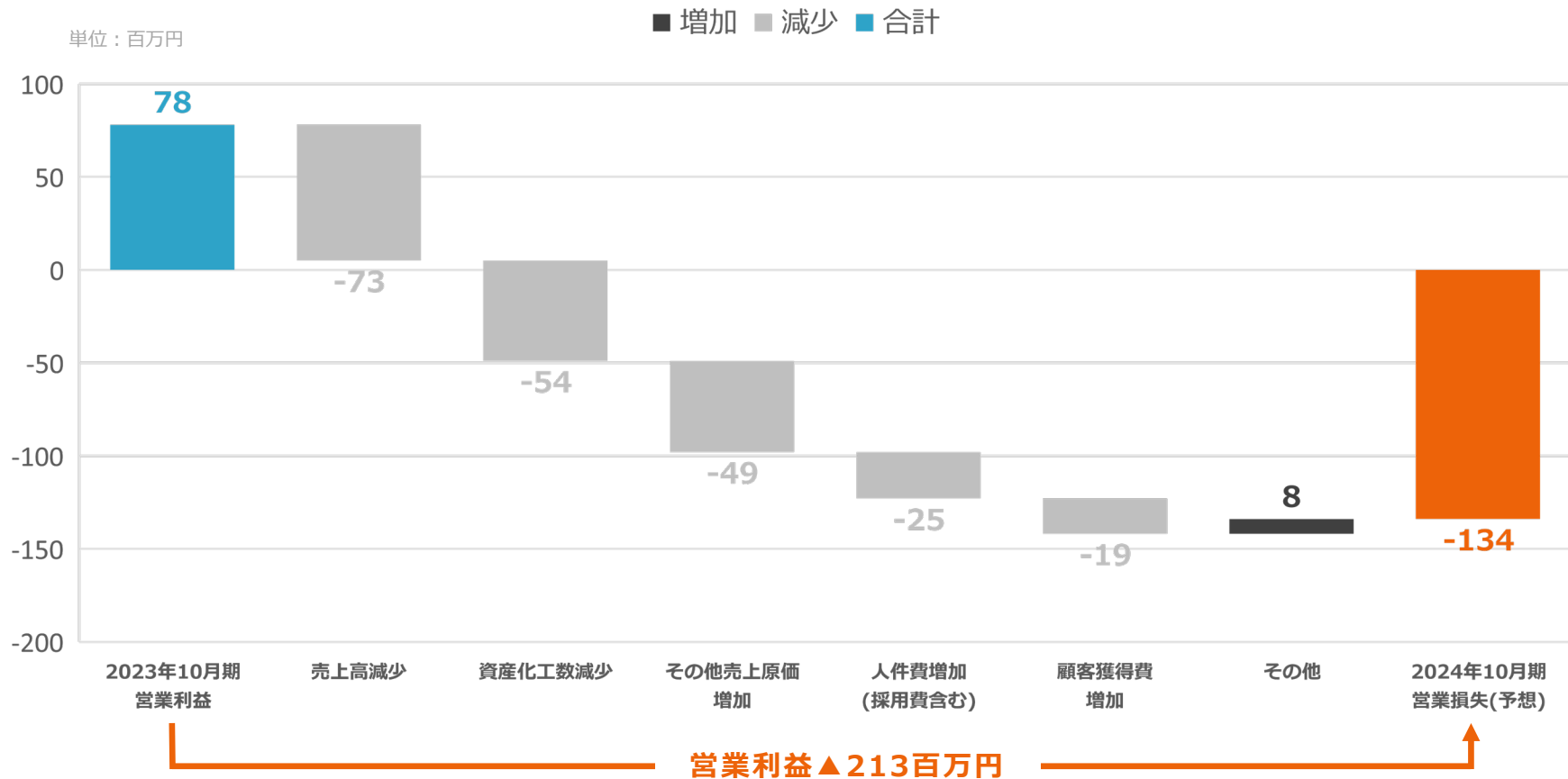
- マーケティング業務の自動化や効率化につながるクラウド型のサービス及びマーケティング活動のデジタル化を支援するサービスについて、引き続き高い需要が継続するものの、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、売上高は前期比3.8%減の1,871百万円を見込む
- 売上高の減少に加え、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小によるソフトウェアの資産化金額の減少、将来の売上成長のための施策に従事する人員増による人件費の増加などにより、営業損失134百万円を見込む

(単位：百万円)	2024年10月期 通期 (予想)	2023年10月期比 (増減率)	2023年10月期 通期 (実績)
売上高	1,871	▲73 (▲3.8%)	1,945
ソリューション事業※1	781	▲107 (▲12.1%)	888
アナリティクス事業※1	1,109	30 (2.8%)	1,079
売上総利益	1,189	▲176 (▲12.9%)	1,366
営業損益	▲134	▲213 (-)	78
ソリューション事業	▲50	▲118 (-)	57
アナリティクス事業	▲84	▲95 (-)	21
税引前損益	▲135	▲156 (-)	20
当期純損益	▲93	▲99 (-)	5

※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

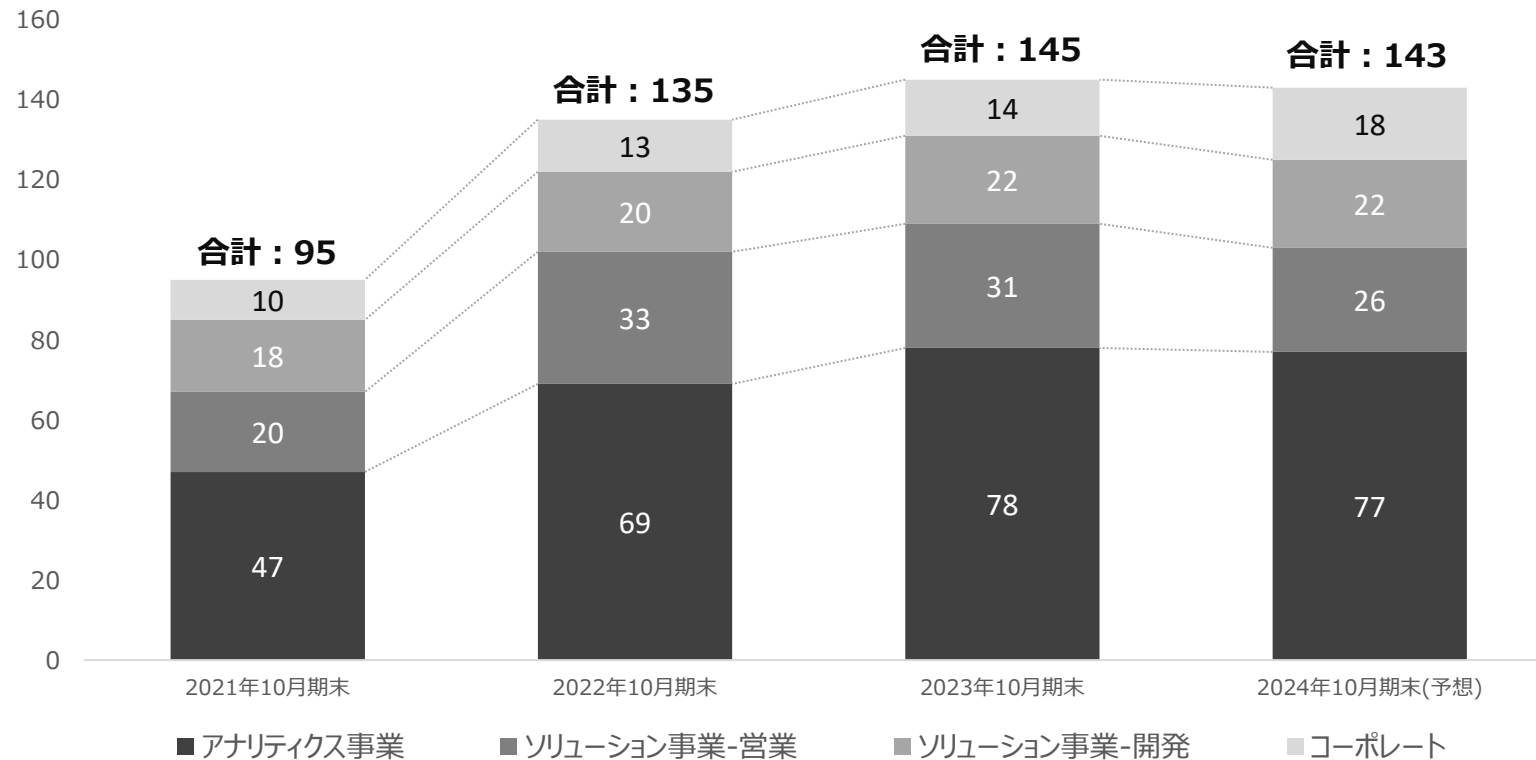
- 「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、売上高が減少
- 「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、資産化工数が減少
- マネジメント層および優秀人材の採用を見込むため、人件費が増加



/// 人員の推移

- アナリティクス事業は、既存サービスの組織体制立て直しおよび新規事業の見極めを行うため、増員は行わない
- 「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、ソリューション事業の営業は減少

■ 部門別人員数(業務委託のエンジニア含む)の推移



※ 新卒の件数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。

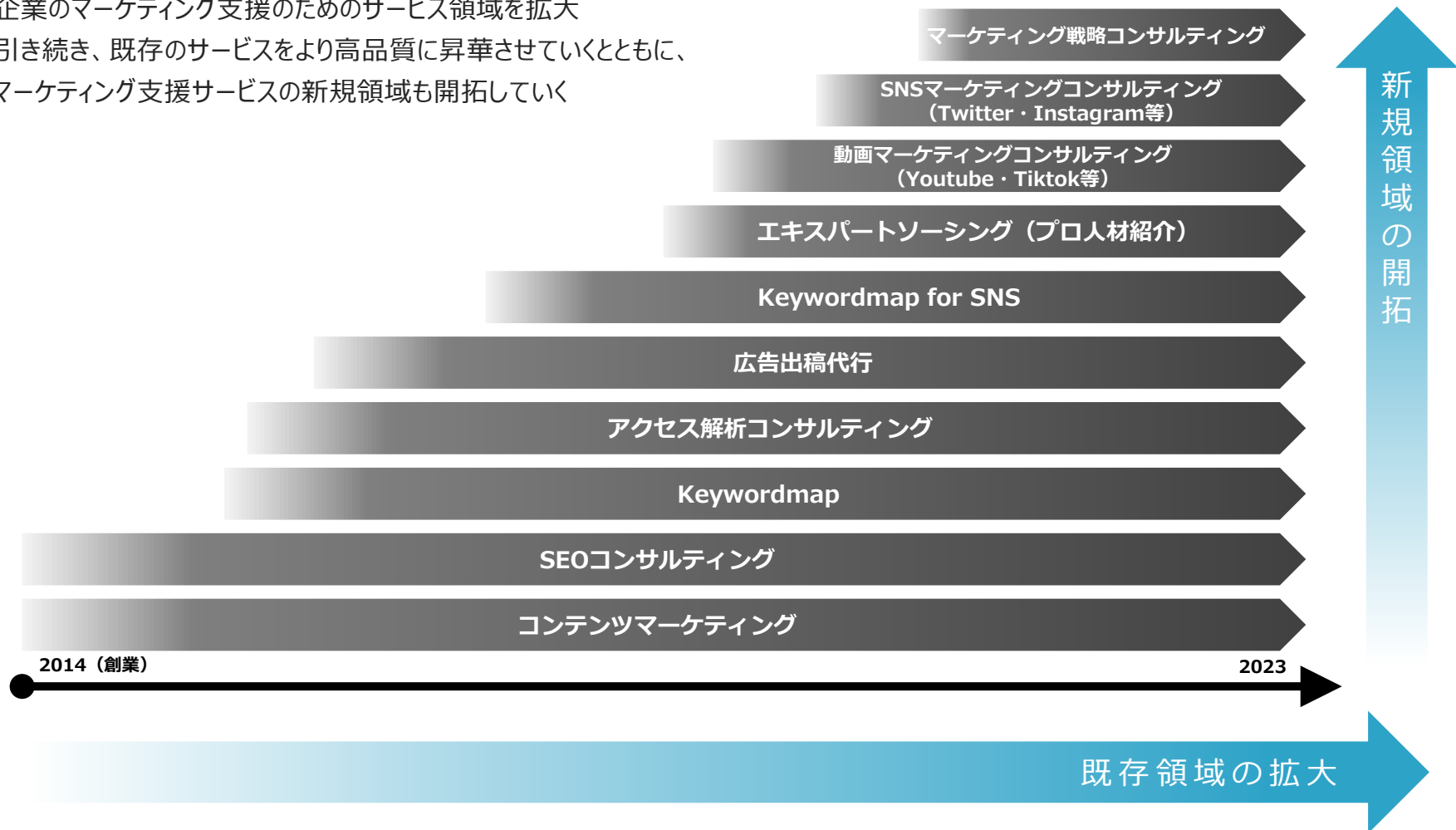
※ ソリューション事業本部-開発には業務委託のエンジニアも含めています。

※ コーポレートには契約社員も含めています。

※ コーポレートには新規事業のM&A仲介事業に従事する従業員も含めています。

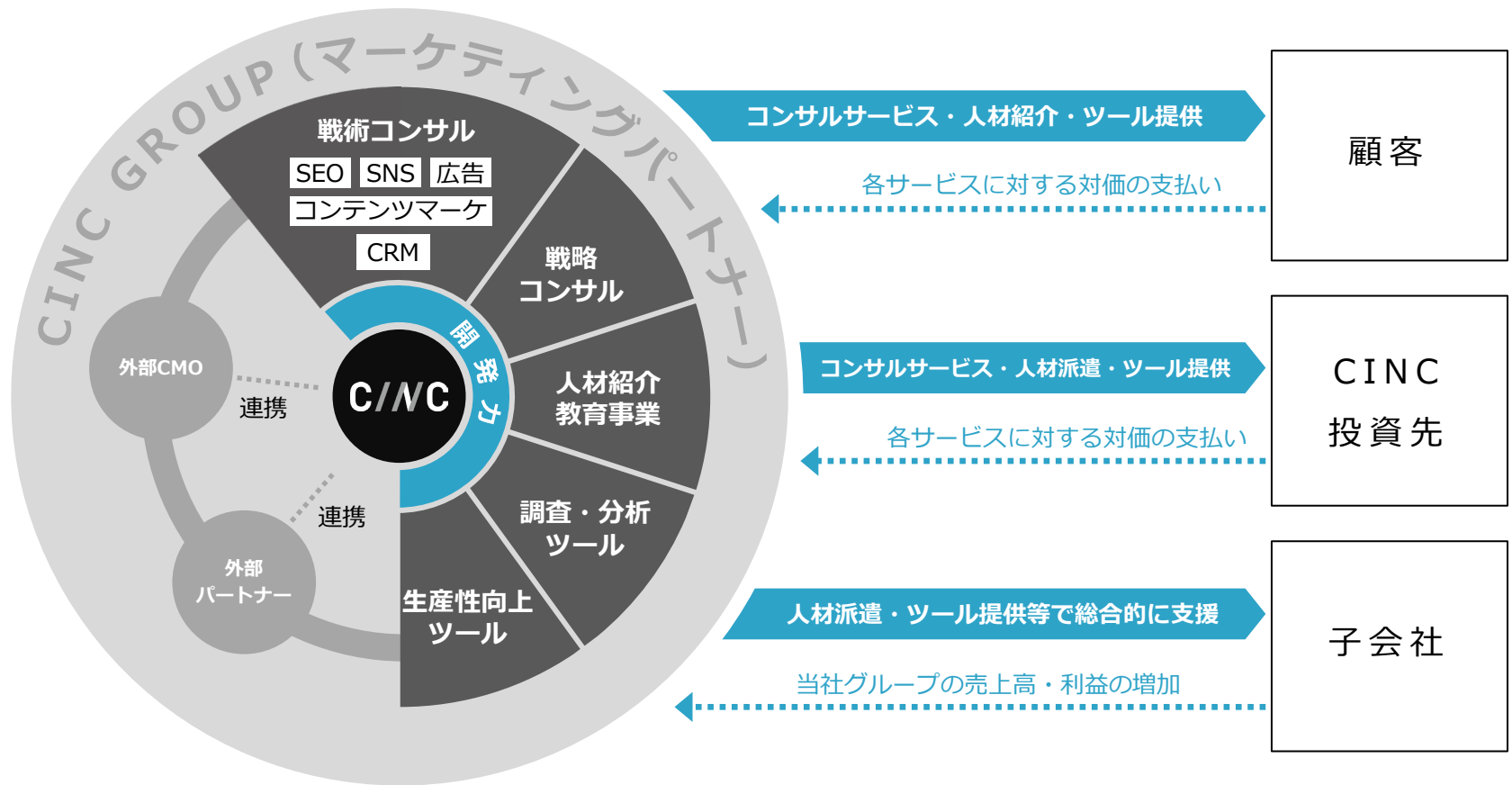
成長戦略-CINCこれまでの取り組み

- 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

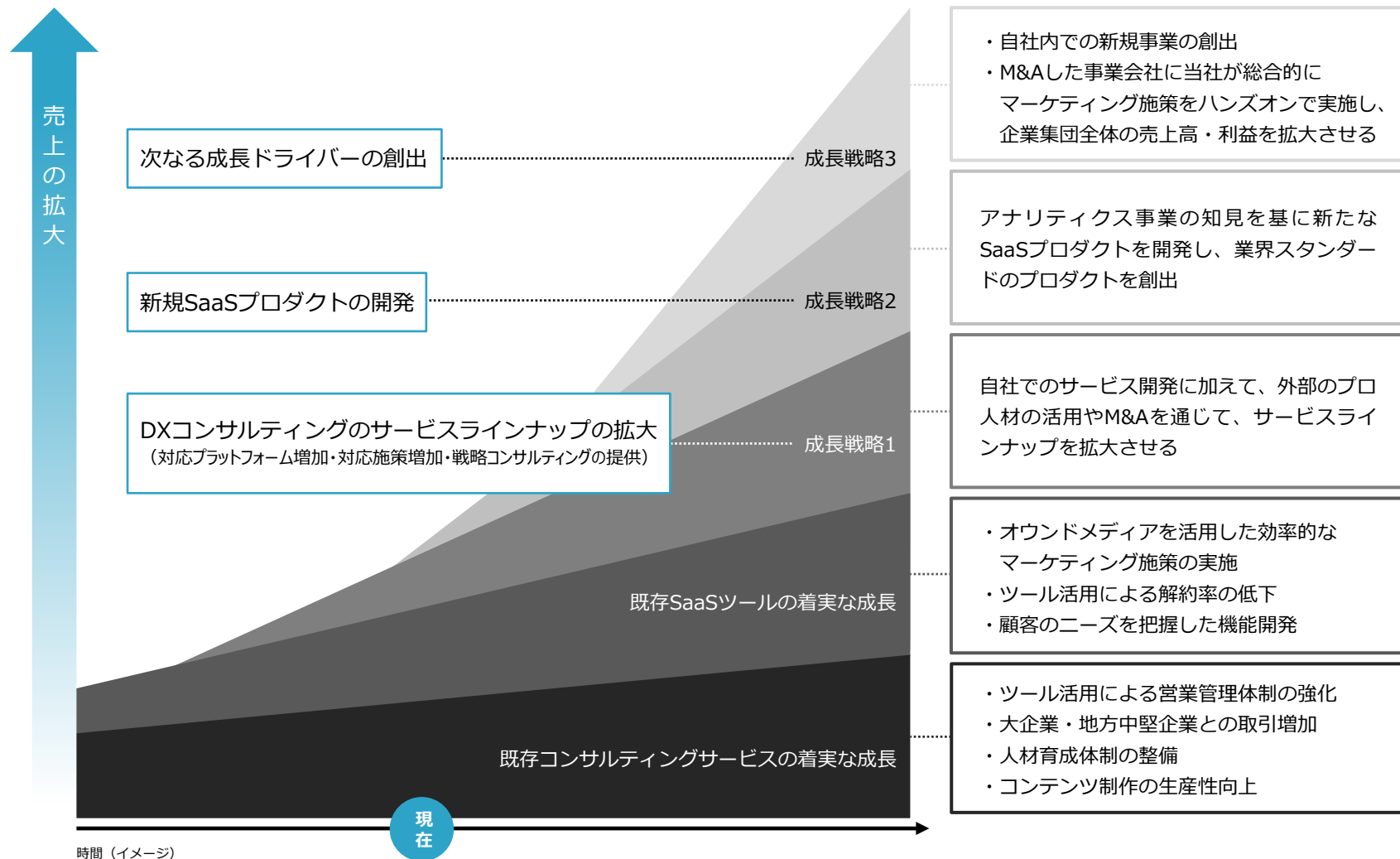


成長戦略-CINCの目指す姿

- 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し、顧客のマーケティングパートナーに
- 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 ～開発～

Keywordmap

- 11月にリリースしたKeywordmap運用機能の新規機能開発と既存機能改善

- 機能によってデータの更新周期が異なっており、データ取得元を統一し、顧客が安定的に新しいデータにアクセスできる状態を目指す

新規プロダクトの創出

- Keywordmapの次の柱になるプロダクトを生み出すため、MVP開発を短いサイクルで繰り返し新規プロダクトの創出を行う

サーバー費用の削減

- 数十テラバイトに拡張されているデータベースのデータ精査を行い、容量を削減
- 複数あるデータベースを統一

社内業務改善

- 社内業務を可能な限りAIも活用しつつ自動化し、成果活動へ注力できる体制構築

/// 成長戦略-ソリューション事業 ～営業～

解約率の低減

- 11月に実施したKeywordmapリニューアルにより、既存顧客の利用促進を図る
- 分業体制によるカスタマーサクセス業務の効率化
- 新たに自動で顧客の状態を可視化できるヘルススコアの開発

顧客単価の向上

- 既存プロダクトの機能開発およびオプション提供によるアップセル
- 高単価の広告代理店向けプラン案件の開拓

顧客数の増加

- 新規プロダクト開発による新たな収益機会の創造

/// 成長戦略-アナリティクス事業

顧客数・単価の向上

- マーケティングのプロジェクト推進を総合的に支援するコンサルティングサービスの提供
- マーケティング施策支援サービスのフルファネル化に向けたプロダクト開発と拡販
- 大型案件獲得に向けた新たなマーケティング・セールスの手法およびプロセスの検証

業務効率・ サービス品質向上

- 自社ツールの開発・活用による業務効率および提供サービス品質の向上

採用の強化

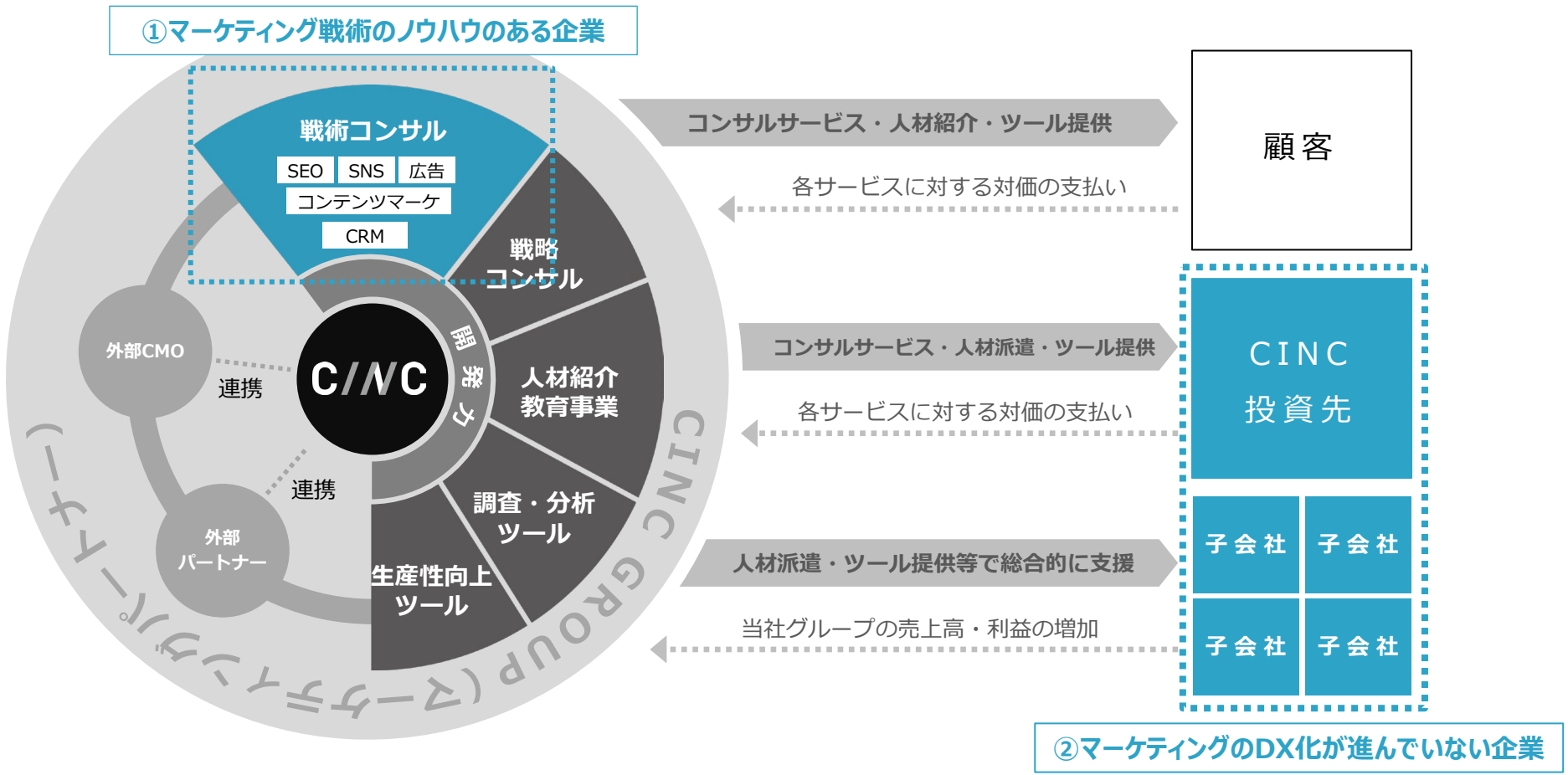
- 外部のアドバイザーを活用し、採用戦略の策定から実行までを行う

外部パートナーの活用 (エキスパートソーシング)

- プロ人材とのネットワークを構築

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



/// 成長戦略-M&A仲介事業への参入



M&A仲介事業への参入背景

成長している市場環境

近年、高齢化や後継者不足による事業承継の選択、企業規模拡大や事業多角化の手段としてのM&A件数が増加しており、大企業だけでなく、中小企業においてもM&A件数が増加。こうした背景から、M&A仲介の需要は今後も高まっていくことが予想される。

CINCの強みを活用できる

CINCが培ってきたマーケティングとテクノロジーによるビジネスプロセスの効率化の知見を活用し、マーケティングによって優良な売り手企業と買い手企業を集客し、テクノロジーを用いて仲介プロセスのシステム化、適切でスピーディーなマッチングの実現が可能。

CINCの他事業とのシナジー

経営者に対して、売上、利益を伸ばすマーケティングの提案に加え、M&Aの提案も可能となり、経営者へアプローチする商材を多角化することで経営者との強固な関係性を構築していく。

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月期通期の取組みについて
- 05 | 2024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
<p>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？</p>	<p>弊社としてはポジティブに考えています。3Q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。</p>
<p>四半期ごとの売上高に季節性はありますか？</p>	<p>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。</p>
<p>顧客の業種や規模の偏りがありますか？</p>	<p>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。</p>
<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>	<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。2023年10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。</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。
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。
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、しばらくは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、在宅勤務や一部部署でフレックス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
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>
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。 一方で、現在の株価の状況を鑑み、2023年9月13日付で自己株式の取得を決定しています。 今後も、資本効率の向上、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策を行ってまいります。</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、適宜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>

/// 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