



2024年10月期第1四半期 決算説明資料

2024年3月14日

株式会社CINC（グロース 4378）

/// 決算サマリー

売上高

460百万円

(前期比▲8.9%)

営業利益

5百万円

(前期比▲91.2%)

当期純利益

3百万円

(前期比▲92.5%)

- **「Keywordmap for SNS」のサービス縮小を主因として減収・減益**

- X社のAPIの仕様変更、API利用料金の有料化による「Keywordmap for SNS」の提供サービス縮小のため、2023年7月に値下げを実施。以降、積極的な新規獲得営業は行なわず。

- **ソリューション事業**

- 「Keywordmap」においては、2023年11月にライトユーザー層に対応した新機能をリリースしたことにより既存顧客からのアップセルが増加
- 営業人員の不足により新規案件獲得は鈍化

- **アナリティクス事業**

- マーケティングDXコンサルティングサービスにおいては、ウェビナーや顧問サービスを活用したマーケティング施策が順調に推移し、新規獲得案件が順調に進捗。また、既存顧客からの案件継続も順調に推移。
- エキスパートソーシングサービスにおいては、提供サービスの整理、人材投資、広告宣伝費投資、業務効率化のためのシステム投資を実施

- **期初計画対比、広告宣伝費や採用費の未消化により営業利益は上振れ。第2四半期以降に使用予定のため、期初公表した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 | 2024年10月期第1四半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 | 2024年10月期第1四半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/INC

/// 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 2070年には4,535万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

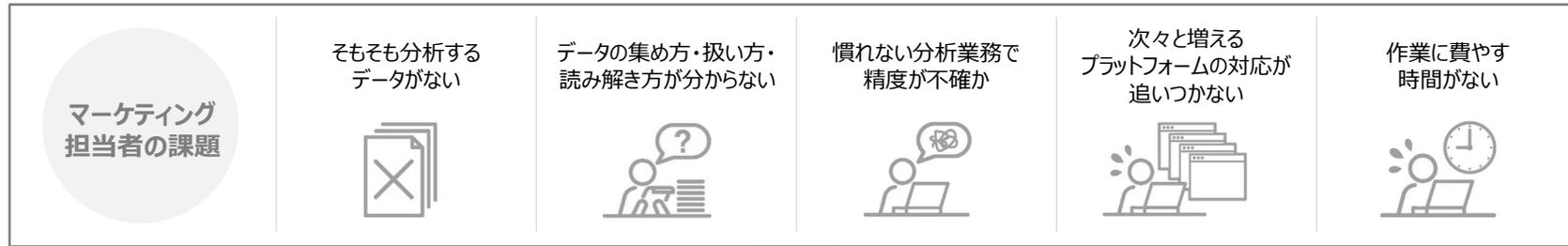
当社の人材ネットワークから、マーケティングのプロ人材を紹介し、企業のマーケティング活動を支援（エキスパートソーシング）

・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）

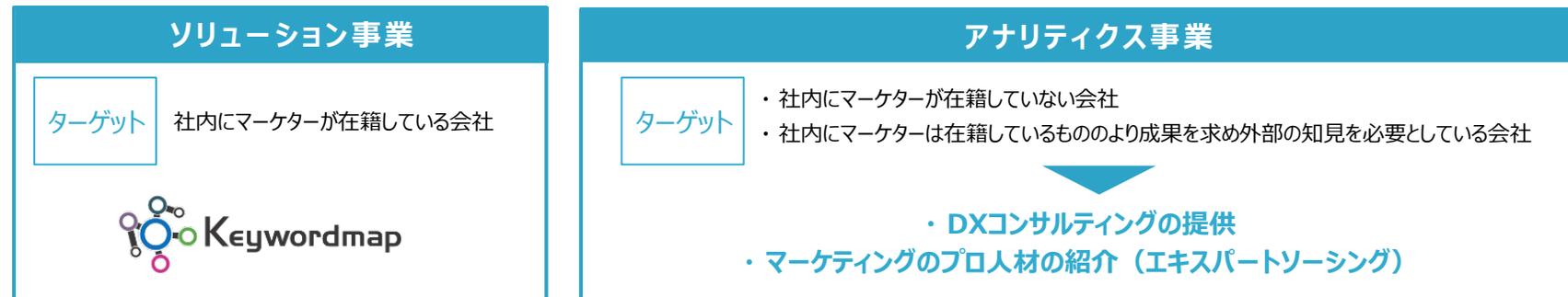
※ 出典：内閣府「令和5年版高齢社会白書」

/// 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

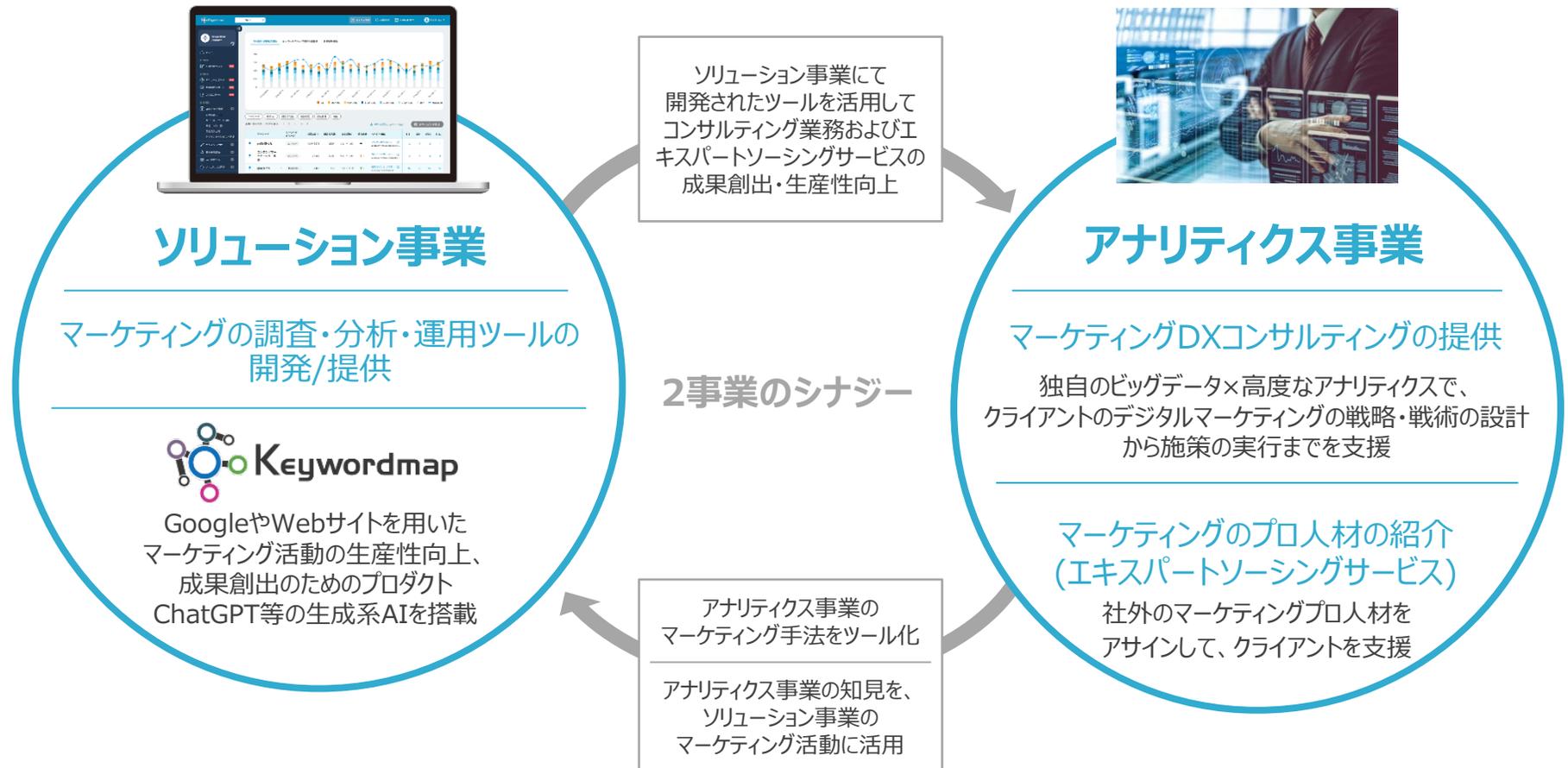


CINCのソリューションを導入



/// 事業概要

- マーケティングの調査・分析・運用ツール「Keywordmap」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2023年4月末でサービス提供を終了

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 Spring 2024 SEOツール部門にて、6つの賞に選出



★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン

SEOに取り組むなら今必須と呼べるツール

★★★★★ 5/5 在籍確認 投稿経路 キャンペーン

データ量が段違い

★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー

SEO対策の必須ツール

★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー

複数のサイトでキーワード対策ができる

★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン

サイトに必要なキーワードを一目で把握

★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン

コンテンツマーケティングの必需品

★★★★☆ 4/5 投稿経路 キャンペーン

SEOコンサルタントも使うくらい便利なツール！

★★★★☆ 4/5 在籍確認 投稿経路 キャンペーン

SEOの分析や対策施策を精度高く考えられる

★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー

ビジュアルリゼーションが綺麗

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

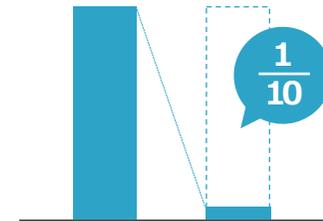
業種

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。

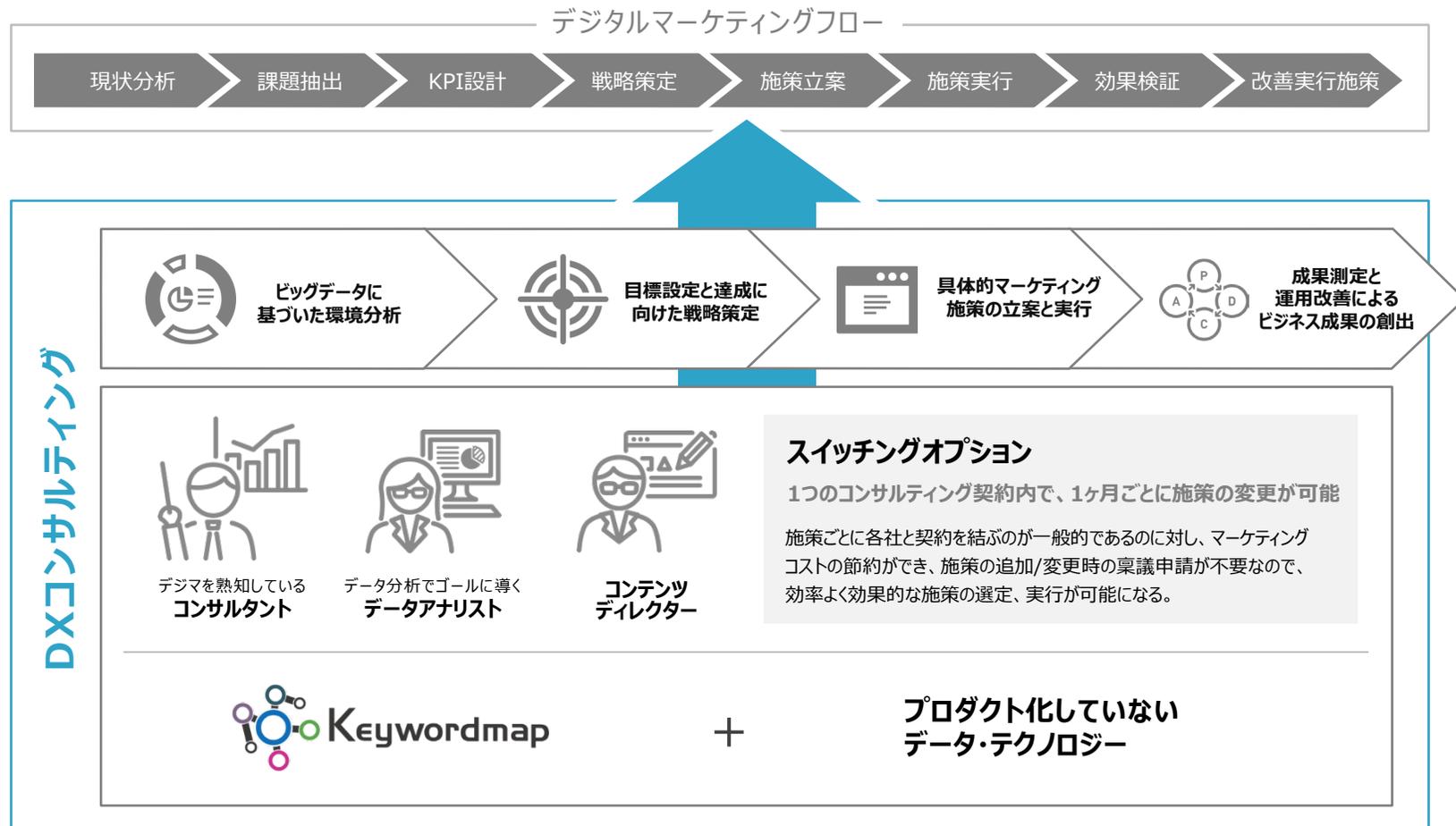
導入後の成果

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



導入事例：Nentrys株式会社

アナリティクス事業

- 2015年から主に集客面で、中古トラックなど商用車の販売・買取を行うオンラインプラットフォーム『トラック王国』のコンサルティングを担当し、事業成長を側面からサポート



事業内容

「世界中で働く人々の笑顔と未来をつなげよう。」をビジョンに掲げ、商用車専門オンラインプラットフォーム『トラック王国』の運営・企画・開発を行う。トラック・バス・重機の買取および販売のほか、海外輸出事業も展開しており、物流・建設業界の活性化に貢献するサービスを提供している。

課題

Webサイトの流入減少や検索順位の維持などが課題。中長期のビジョンとしてはサイト経由の問い合わせ件数を増加させたいと考えていた。

CINCの支援

『トラック王国』は業界の性質上、ユーザーの年齢層が高く、またユーザーの求めるものが人によって大きく異なり、単にWebサイトにトレンドを取り入れるだけで改善が期待できるような状況ではなかったため、コンバージョンに至るには、まずはユーザーにわかりやすく情報を伝えることに注力する必要があった。そのため、検索順位と流入数の向上を目指しつつ、プラスアルファとしてコンバージョンを改善する施策を実施。

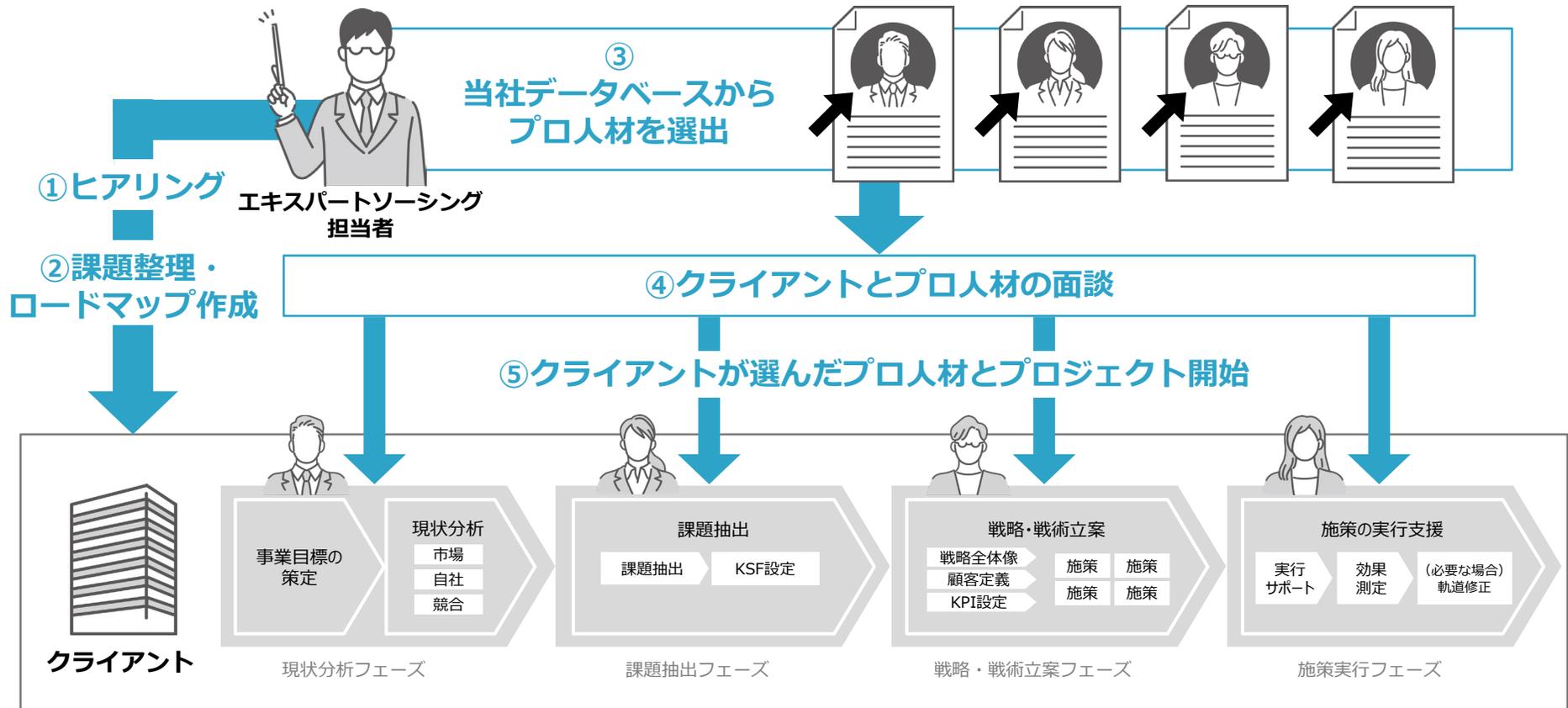
施策の例

- ・CWV（Core Web Vitals）対策
- ・内部リンク集約
- ・低品質ページ排除
- ・対策強化中のクエリのテーマ性強調
- ・タイトル改善
- ・アナリストの常駐によるCVR改善

/// 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、直近は事業会社での導入も好調であり、提供市場のすそ野が拡大
- 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

事業会社向け

DENTSU
DIGITAL

freee

WingArc
The Data Empowerment Company

SEIKO
セイコーソリューションズ株式会社

SEPTENI

KINTO

dinos

nissen,

nikkeisha

KYOCERA

dip ディップのバイト情報
バイトル

地球とつながるよろこび。
YAMAP

docomo
business | NTTコム オンライン

好きな街。好きな暮らし。
ひかりノベ
hikari + renovation

intloop

ベネッセコーポレーション

OROCO

PERSOL

RAIN
RAINMAKER

バイクのことなら
BIKE

DX コンサルティング

The Okura
TOKYO

cybozu

DENTSU
MACROMILL
INSIGHT
a Macromill Group company

SETAN
MITSUKOSHI

弥生

/// 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

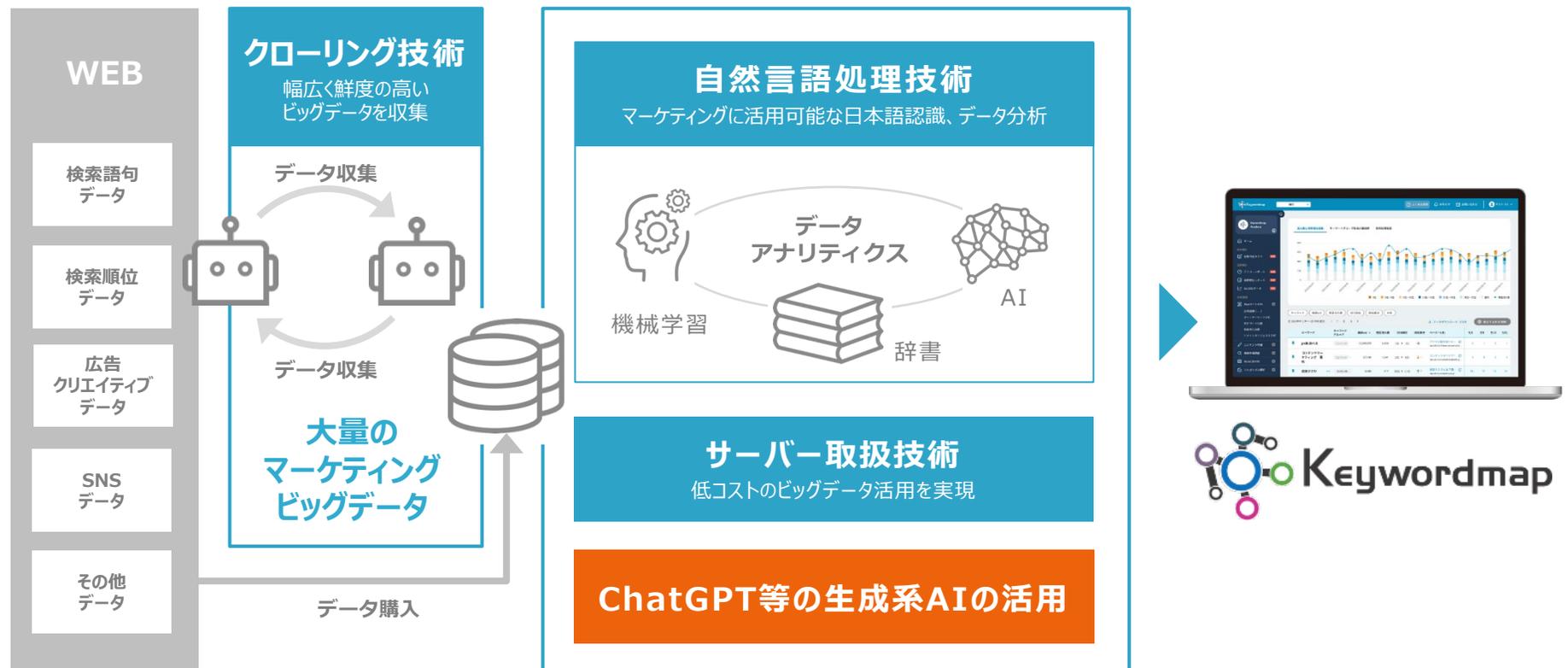
III

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

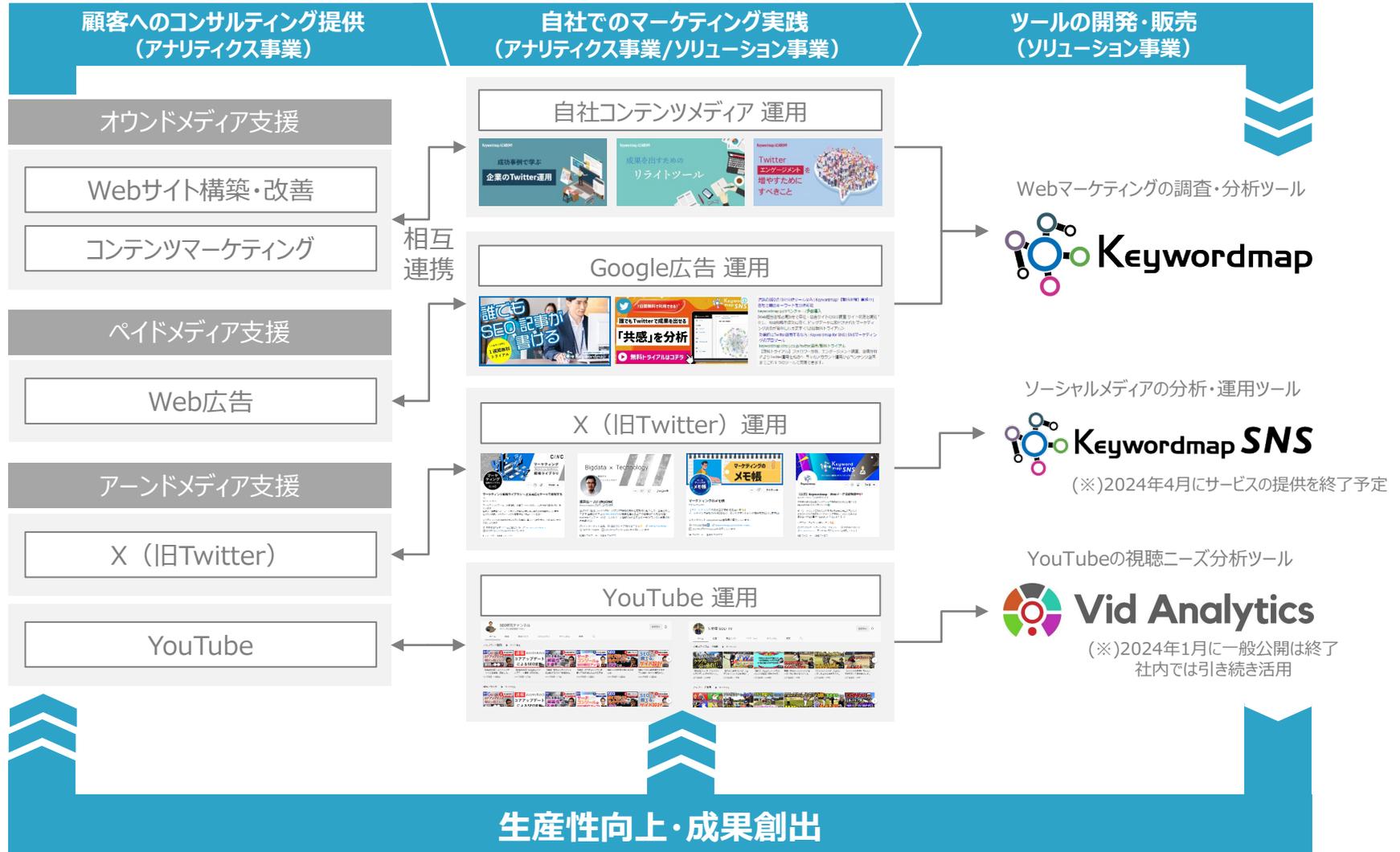
- 当社独自で開発したクローリング技術、サーバー取扱技術、自然言語処理技術により、大量のマーケティングデータを保有しており、データドリブンなデジタルマーケティング戦略が可能に
- これらの技術は継続的に研究開発を行っており、Keywordmapは進化を続けている



III 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

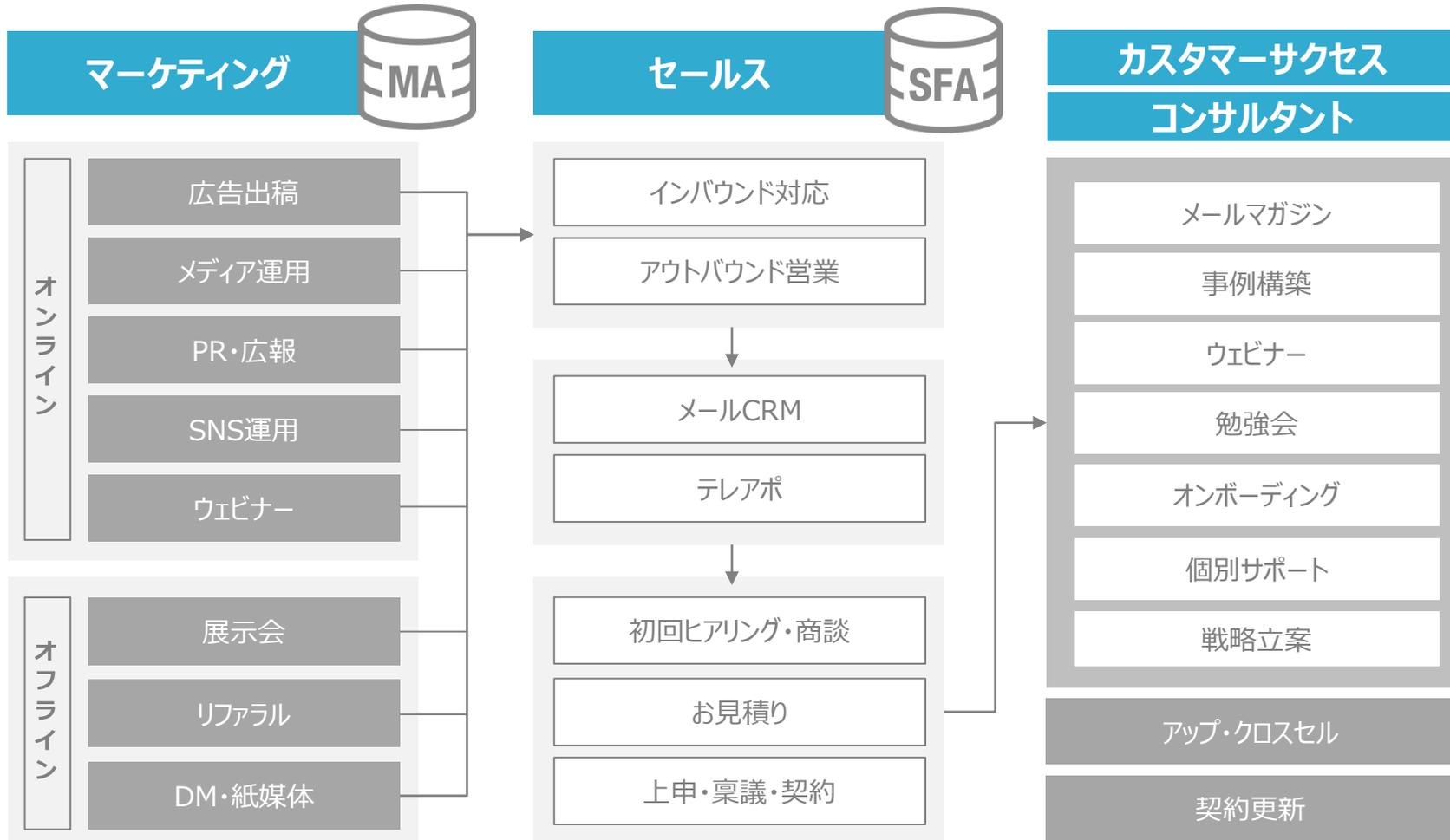
- 顧客支援に当たるマーケター（アナリティクス事業）の知見を自社のマーケティング活動に還元
- 顧客支援時と自社実践時に発生するマーケティング運用課題の解決を一元的にソリューションとして開発・販売



/// 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 | 2024年10月期第1四半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月期第1四半期 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ものの、「**Keywordmap for SNS**」のサービス縮小に伴う売上の減少により、前期比8.9%の減収
- 売上高の減収に加え、新規事業人員の人件費の増加や外注費の増加により、営業利益は前期比91.2%減益
- 期首業績予想に対しては、売上高が24.6%、売上総利益が25.5%となり、順調に進捗
- 1Qに使用しなかった広告宣伝費や採用費は2Q以降に使用する予定

(単位：百万円)	2023年10月期 1Q (実績)	2024年10月期 1Q (実績)	前期比 (増減率)	2024年10月期 (期首業績予想)	進捗率
売上高	505	460	▲8.9%	1,871	24.6%
ソリューション事業※1	243	193	▲20.5%	781	24.8%
アナリティクス事業※1	267	271	1.6%	1,109	24.5%
売上総利益	356	303	▲14.9%	1,189	25.5%
営業利益	67	5	▲91.2%	▲134	—
ソリューション事業	38	24	▲38.0%	▲50	—
アナリティクス事業	28	▲18	—	▲84	—
経常利益	67	5	▲91.3%	▲135	—
当期純利益	44	3	▲92.5%	▲93	—

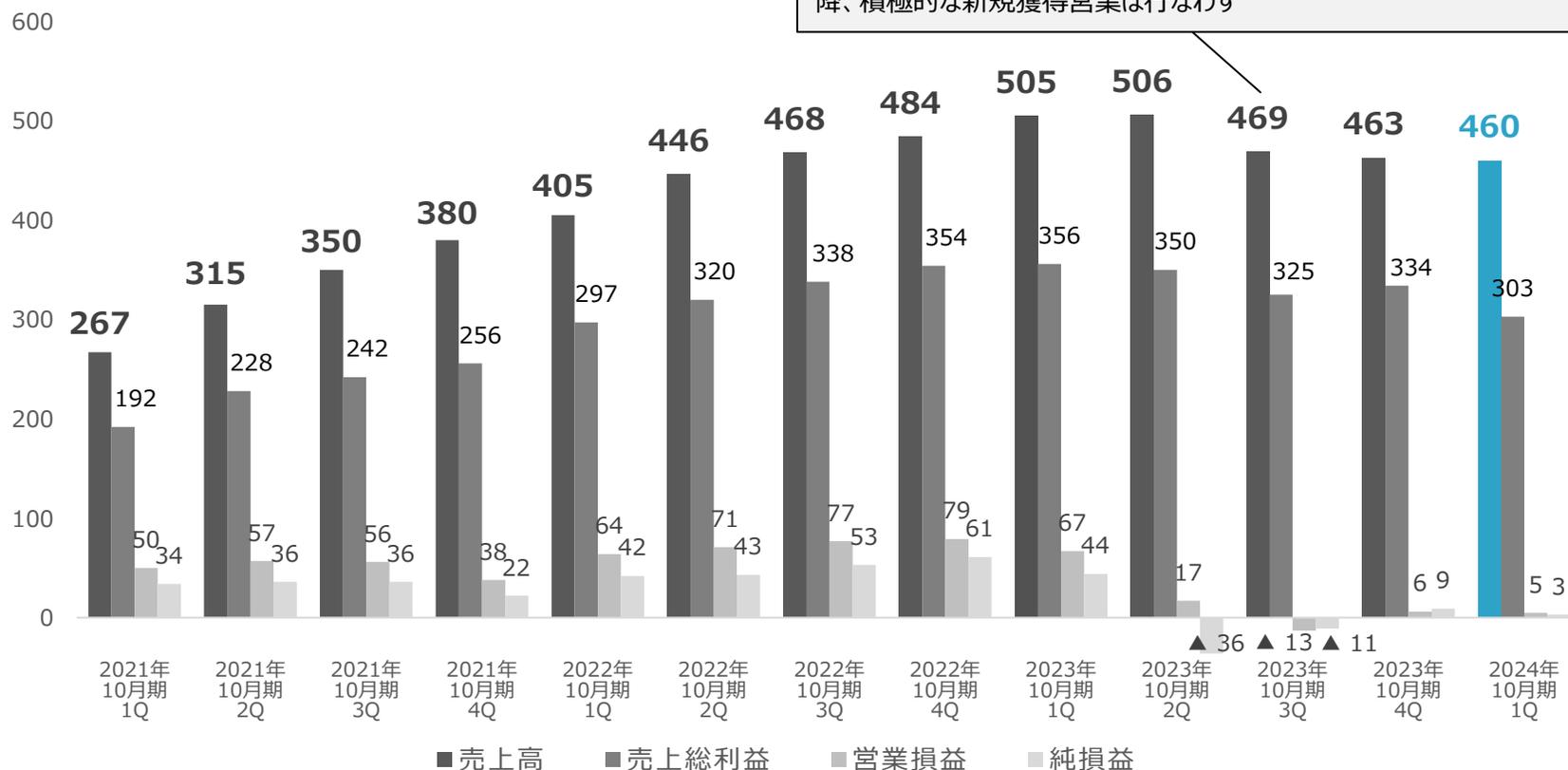
※1 内部取引による売上高を含んでいます。

四半期ごとの推移

- 売上高は「Keywordmap for SNS」のサービス縮小に伴う売上減少により、前期1Qから8.9%減少、前期4Qから0.6%減少
- 「Keywordmap for SNS」を除くサービスの売上高は横ばいで推移

■ 四半期の推移

単位：百万円



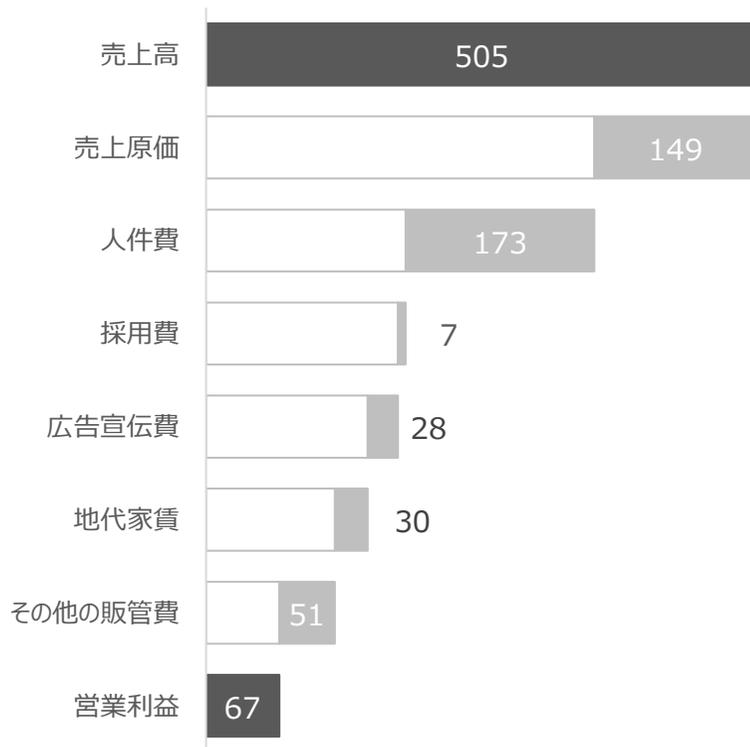
///

営業利益の増減要因

- 組織変更や提供サービスの変更に伴い、原価計上されるコンサルタントの人員が増加し、労務費(原価)が増加したことにより、売上原価が増加
- 業務効率化のための社内システム開発、組織体制強化のためのコンサルティング費用により、その他販管費が増加

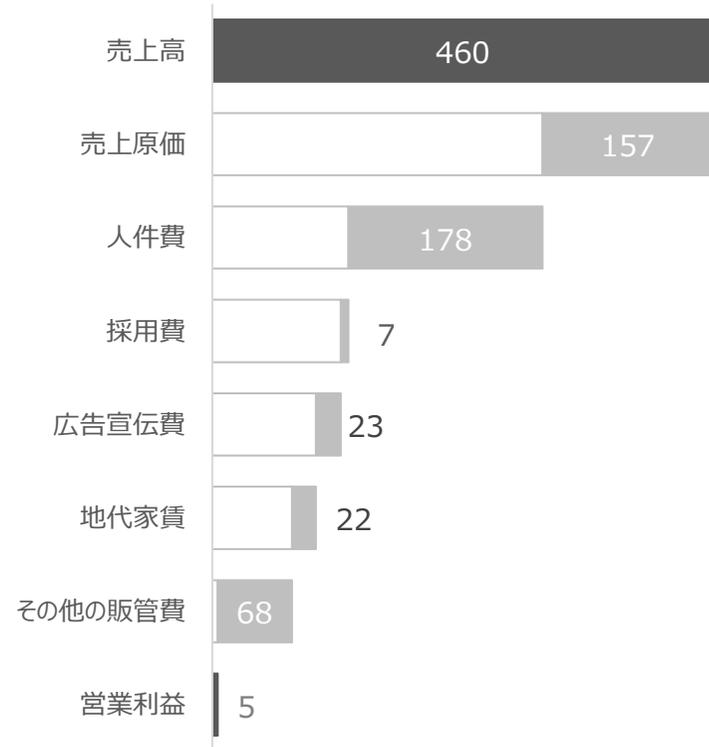
■ 2023年10月期 1Q実績

(単位：百万円)



■ 2024年10月期 1Q実績

(単位：百万円)



■ 前期比

▲45

+8

+5

0

▲5

▲8

+17

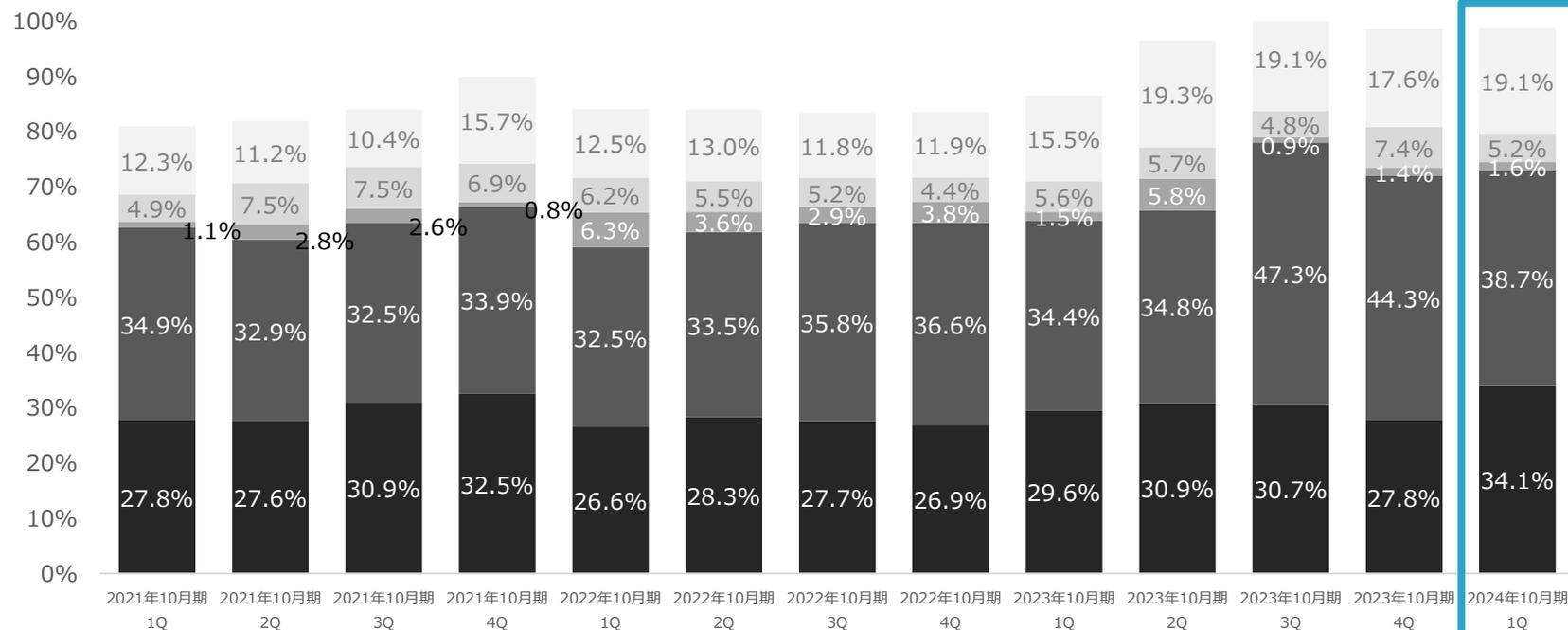
▲62

四半期ごとの費用推移

- 組織変更や提供サービスの変更に伴い、原価計上されるコンサルタントが増加し、労務費(原価)が増加したこと、「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により、売上総利益率が65.9%に低下
- 従来、人件費(販管)に計上されていた人員が一部労務費(原価)として計上されることとなったため、人件(販管)費の割合は38.7%へと低下したものの、人員に係る費用の割合は引き続き高い水準

■ 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



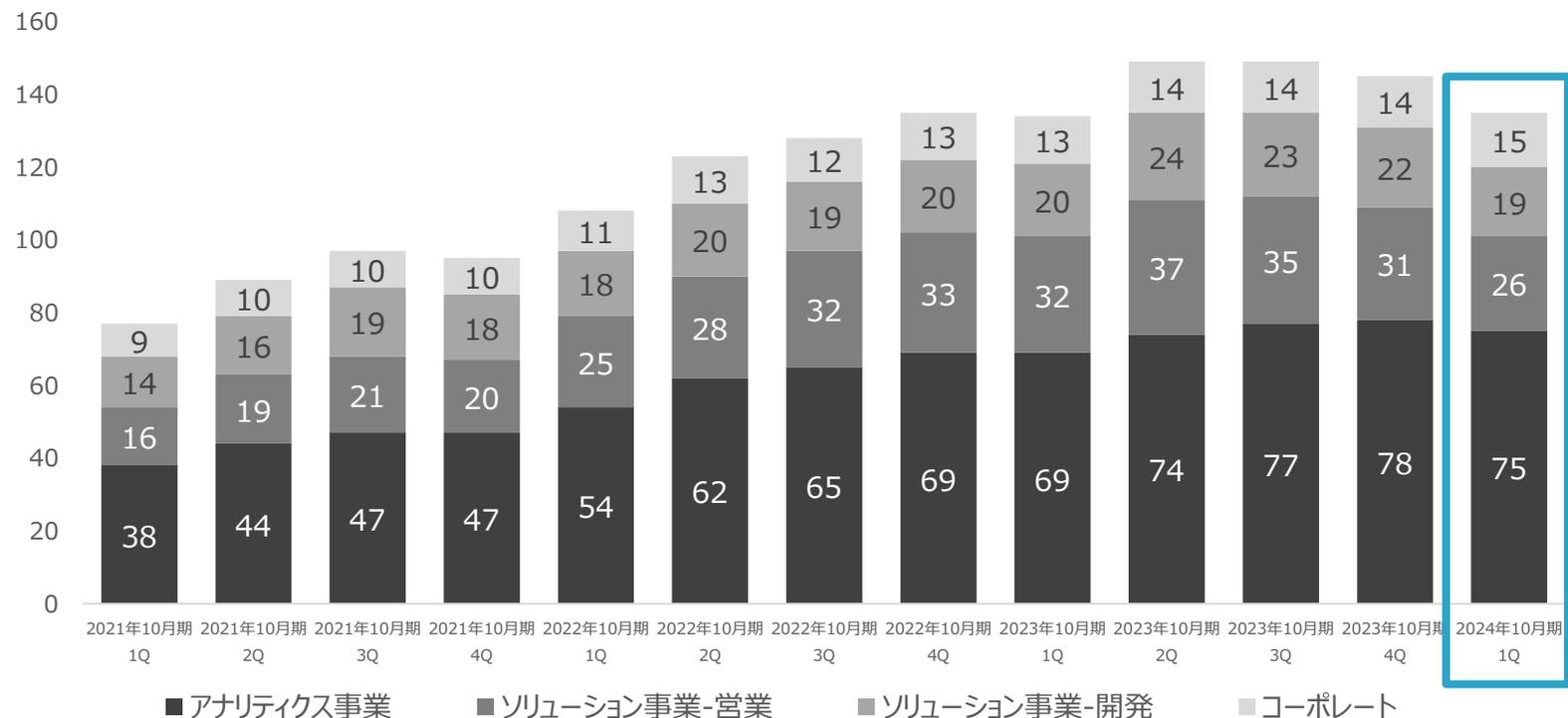
売上総利益率	72.2%	72.4%	69.1%	67.5%	73.4%	71.7%	72.3%	73.1%	70.4%	69.1%	69.3%	72.2%	65.9%
営業利益率	19.1%	18.1%	16.0%	10.1%	15.8%	16.0%	16.6%	16.4%	13.4%	3.5%	▲2.9%	1.5%	1.3%

/// 人員の推移

- 前期4Qからは10人の減少
- ソリューション事業においては、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小に伴い、営業・開発ともに4Qから人員が減少
- アナリティクス事業においては、一部離職が発生。また、採用市場の競争は激化は続いており、採用要件の再策定、社内採用体制の強化、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-開発部には業務委託のエンジニアも含まれています。

※ コーポレートには契約社員も含まれています。

/// 貸借対照表

- 自己資本比率は81.2%と、財務安全性は高い
- 純資産は自己株式取得により減少

(単位：百万円)	2023年10月末	2024年1月末	増減額（増減率）	
流動資産	1,532	1,498	▲33	▲2.2%
（現金及び預金）	1,277	1,253	▲24	▲1.9%
固定資産	308	303	▲4	▲1.5%
資産合計	1,840	1,802	▲38	▲2.1%
流動負債	319	309	▲10	▲3.3%
固定負債	38	29	▲9	▲25.5%
負債合計	358	338	▲20	▲5.7%
純資産合計	1,482	1,464	▲18	▲1.2%

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 | 2024年10月期第1四半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の開発・販売)

Keywordmapの顧客数 ※1

379社

Keywordmap for SNS 57社 ※4

KeywordmapのARR ※2

7.0億円

Keywordmap for SNS 0.4億 ※4

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

136社

月額単価平均 ※5

68万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

90%

※1：2024年1月末時点の契約社数。※2：ARR（Annual Recurring Revenue）は、2024年1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：Keywordmap for SNSは2024年4月末でサービス終了のため、別掲。

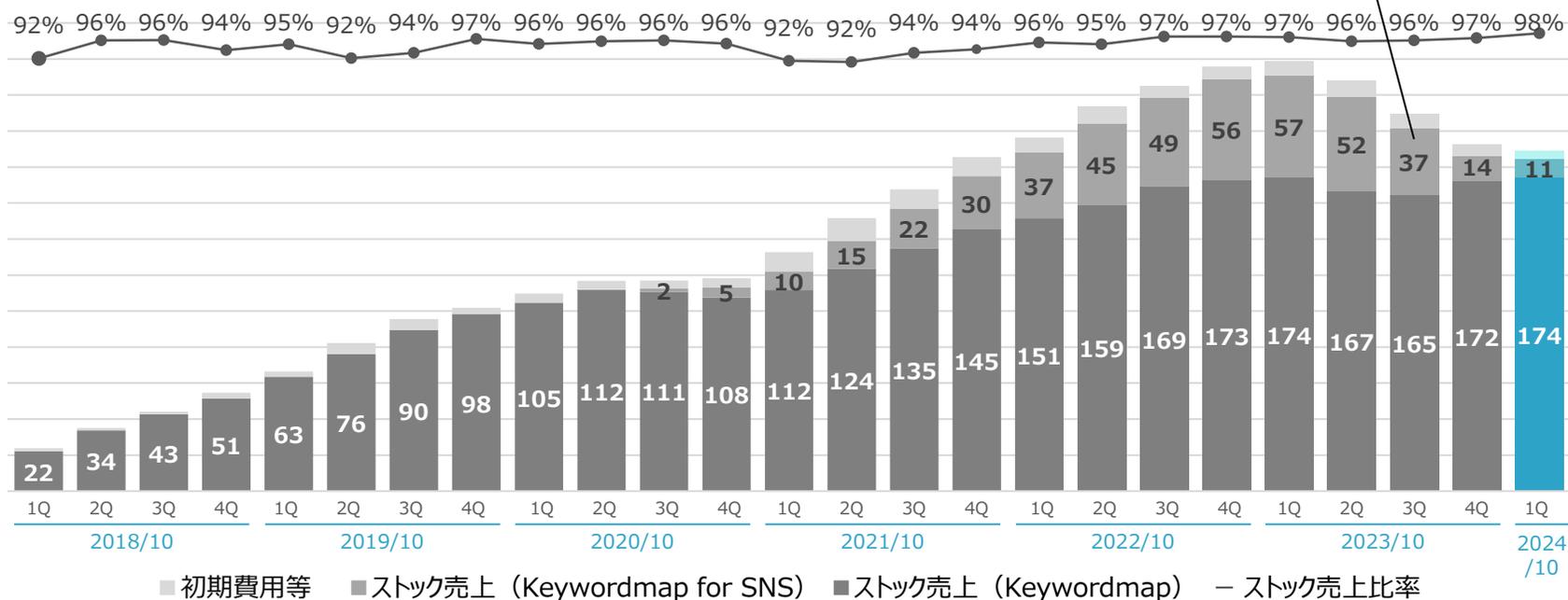
※5：2024年1月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

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、前期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98%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

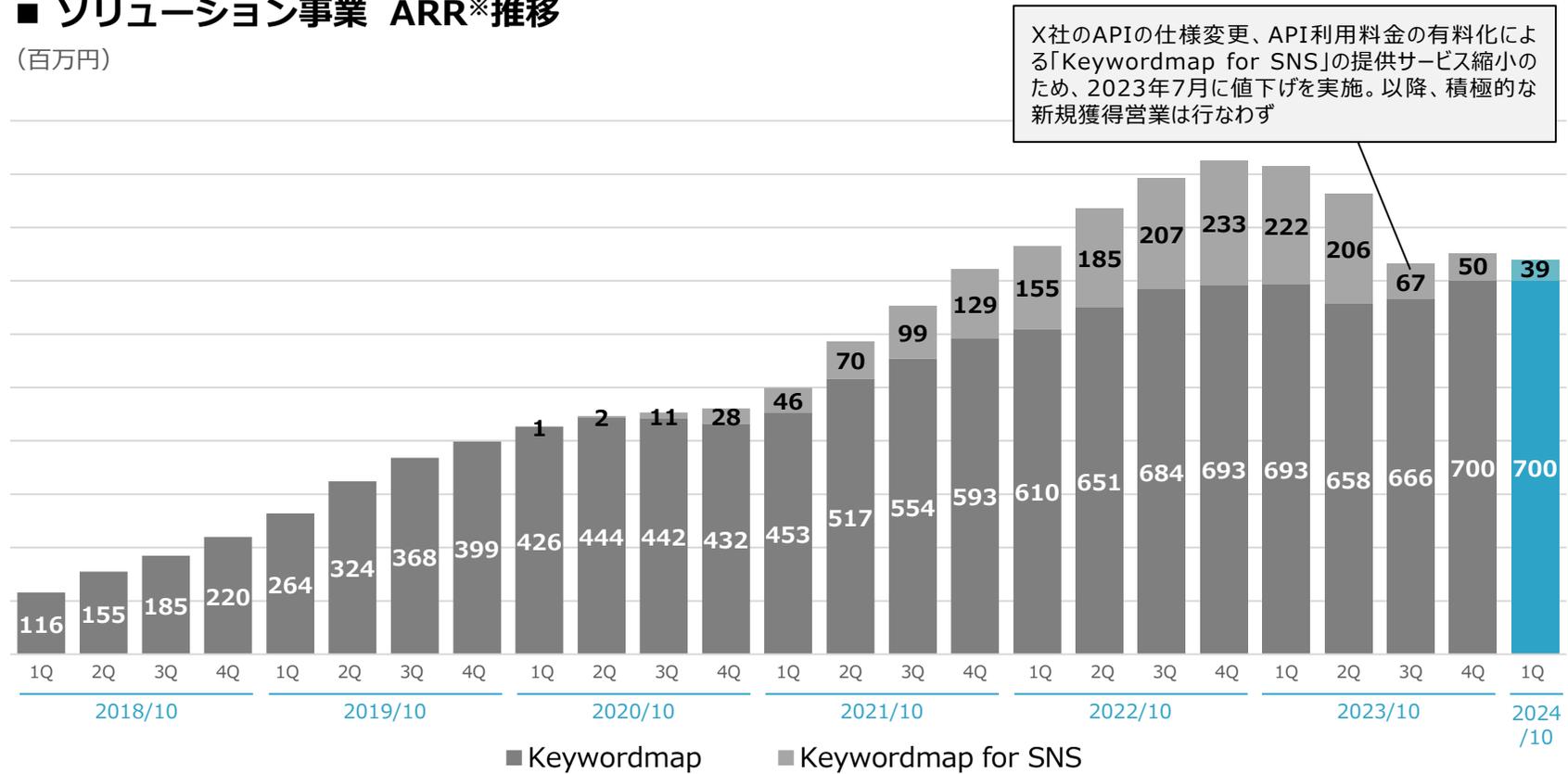
※ストック売上高は、売上高のうち経常的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

ソリューション事業 ARR推移

- 「Keywordmap」のARRの減少は、前期2Q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

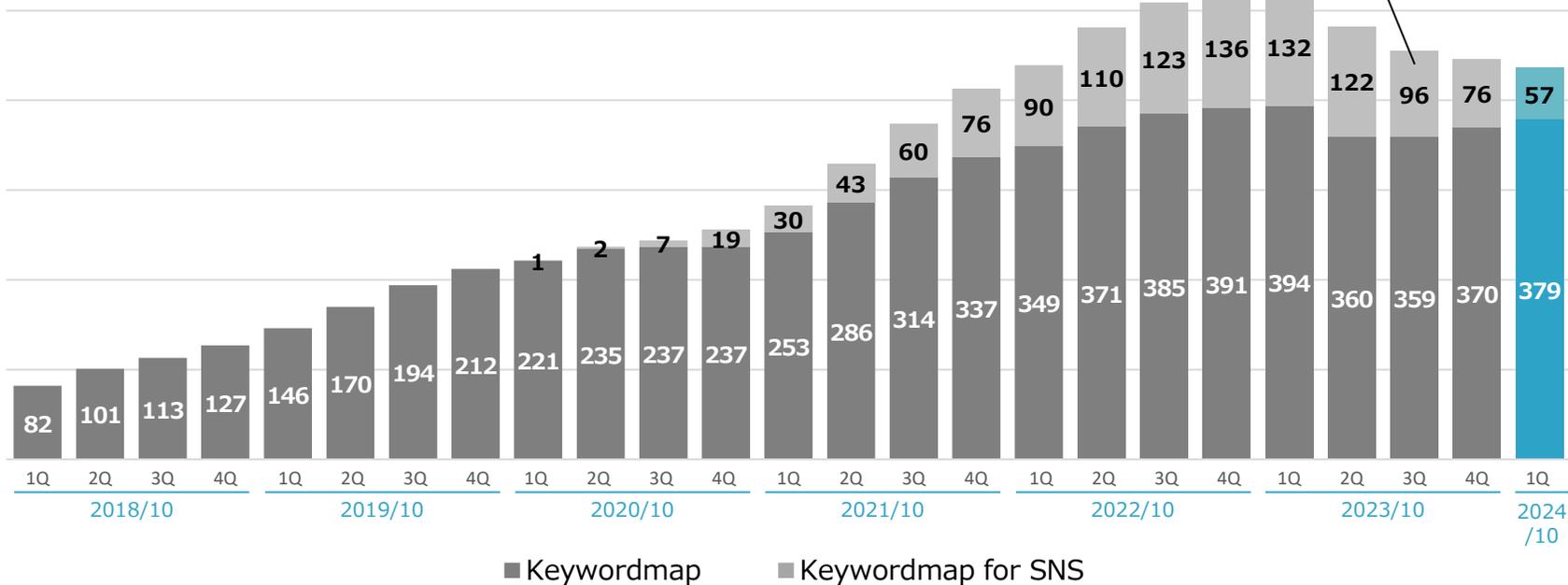
ソリューション事業 契約件数推移

- 「Keywordmap」の契約件数の減少は前期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)

X社のAPIの仕様変更、API利用料金の有料化による「Keywordmap for SNS」の提供サービス縮小のため、2023年7月に値下げを実施。以降、積極的な新規獲得営業は行なわず

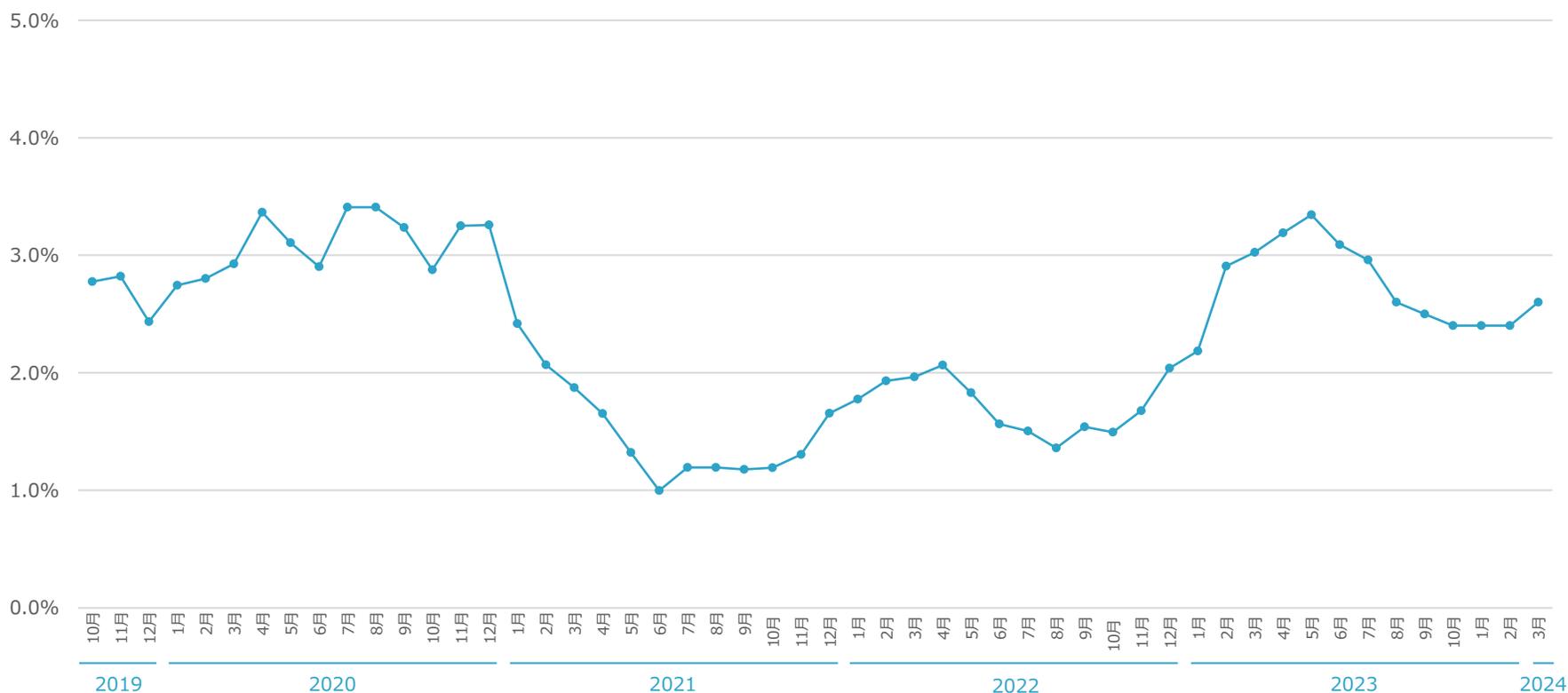


※2018/10期は決算月変更があったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示。

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ていたものの、3月は高単価案件の解約が発生し、解約率は上昇

■ ソリューション事業 Keywordmap解約率※推移

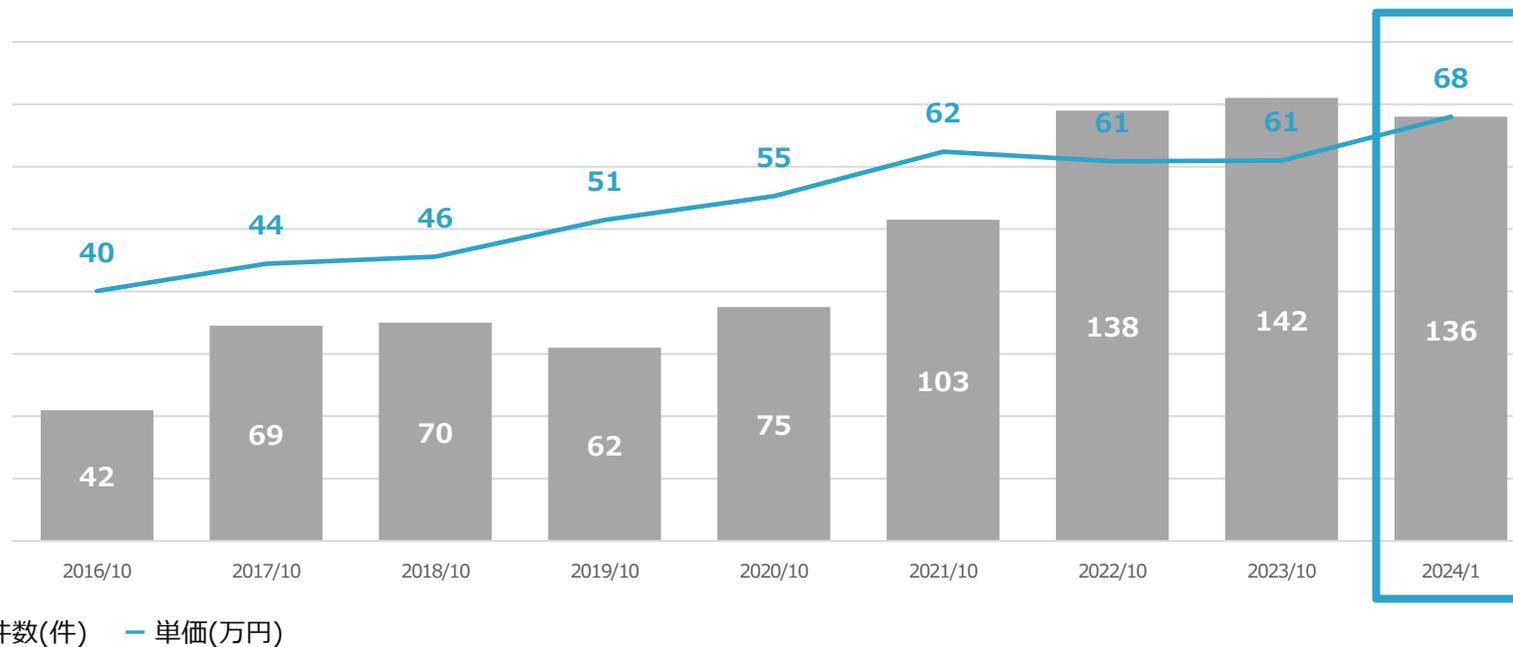


※ 前月末のMRRに占める当月の解約により減少したMRRの割合である月次解約率の直近6ヶ月平均値

/// 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単価が上昇
- 単価の低い案件が終了したことにより、契約件数が減少

■ アナリティクス事業 契約件数・単価推移 ※1

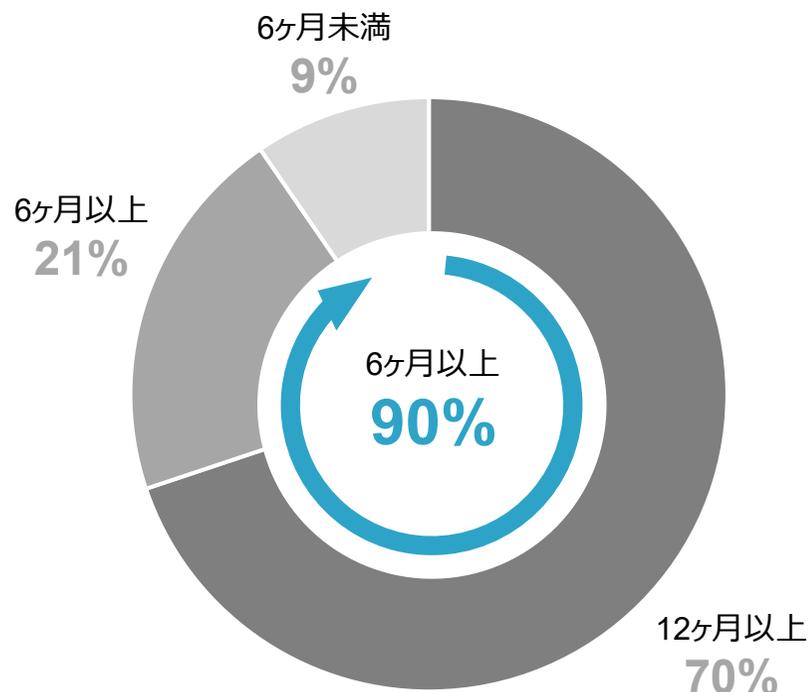


※1：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

/// 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

※1：2024年1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

—

2024年10月期 第1四半期の 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 | 2024年10月期第1四半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 ～開発～

		1Q進捗
Keywordmap	2023年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	<ul style="list-style-type: none"> 主にUI/UXの改善とユーザビリティに関する改修を実施 記事のCSV一括登録機能など運用機能で顧客ニーズに寄り添った改善を実装
	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	<ul style="list-style-type: none"> 1Qでは設計～テストまで実施 2Q以降に、機能毎に段階的リリース予定
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	<ul style="list-style-type: none"> 文書生成AIを活用したプロダクトの社内検証を実施。2Q以降でリリースしていく見込み Keywordmap以外のプロダクトに関しては検討中
サーバー費用の削減	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 上記の更新周期の取り組みと並列で段階的に検証中 データ取得元を統一し構成を整えたくうえで抜本的な改善を目指し、11期中に完了見込み
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	<ul style="list-style-type: none"> Keywordmapの顧客の定量、定性情報を元にモニタリングできる仕組みを構築し、CSチームと連携しつつ日々改善中 議事録自動化システムの試作を開始

ソリューション事業 ～販売～

		1Q進捗
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	<ul style="list-style-type: none"> ・リニューアルに関するヒアリングを既存取引先20社と実施 ・GoogleAnalytics/SearchConsoleの連携項目追加、UIの修正など、受領したフィードバックへの対応を開始
	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"> ・オンボーディングチーム：画一的なカリキュラムから、個別企業にカスタマイズしたカリキュラムに変更 ・サクセスチーム：取引先の成果創出を目的とした工数を確保し、施策改善/ツール活用提案を実施 ・テックタッチチーム：営業非介在型の活用支援として、FAQサイトの整備および既存顧客向けウェビナーを実施
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・要件定義、システム構築まで完了 ・今後、CRMとのつなぎこみを行い、運用開始予定
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	<ul style="list-style-type: none"> ・AIを活用した記事見出し生成機能/サイト管理機能/順位計測機能のアップセルを20件以上獲得
	高単価の広告代理店向けプラン案件の開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・顧問サービスを活用し販路拡大を検討中
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	<ul style="list-style-type: none"> ・データリサーチに関するプロダクト開発の検討 ・CRM領域の新規プロダクトの取り扱いについて検討

/// アナリティクス事業

		1Q進捗
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	<ul style="list-style-type: none"> 複数社の取引先と総合的な支援を行うプロジェクトを開始 再現性をもってプロジェクト創出するための取り組み実施
	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	<ul style="list-style-type: none"> コンバージョンレートを改善支援サービスのパッケージ化を開始
	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	<ul style="list-style-type: none"> イベント主催／参加によるナショナルクライアントとの接点構築が進捗 代理店／コンサルファームとの協業体制強化の取り組みを開始
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	<ul style="list-style-type: none"> コンサルタントが利用する生成系AIを活用したInstagramの投稿企画支援ツールを開発
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	<ul style="list-style-type: none"> 外部アドバイザーを活用し、採用要件を再策定 事業・組織の魅力の再整理・言語化・訴求資料への落とし込み 社内の面接官担当増員による採用体制の強化
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	<ul style="list-style-type: none"> プロ人材獲得のための広告出稿を強化 プロ人材獲得のためのLPを刷新 プロ人材獲得のLINE登録導線を追加 プロ人材獲得のための紹介キャンペーンを実施

/// M&A仲介事業

パートナーシップ

- ・ M&A仲介サービスの品質向上と強化を図る目的で、2023年12月にM&Aビジネス支援などを提供する BizHub社と業務提携



- ・ M&A仲介会社、金融機関、VC、PEファンドなどの協業パートナーとの関係構築を実施。引き続き、協業パートナーを増やす施策を行っていく

商談創出

- ・ 売り手企業との商談件数20件以上
- ・ 買い手企業との商談件数20件以上
- ・ 仲介契約書も複数締結済み

テクノロジーによる 業務効率化

- ・ マーケティング施策の効率化のためのシステムを開発し、マーケティング業務を効率化
- ・ 引き続き、資料作成の自動化など、マーケティング業務以外の業務に関してもシステム開発を行い、業務効率化を行っていく

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 | 2024年10月期第1四半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

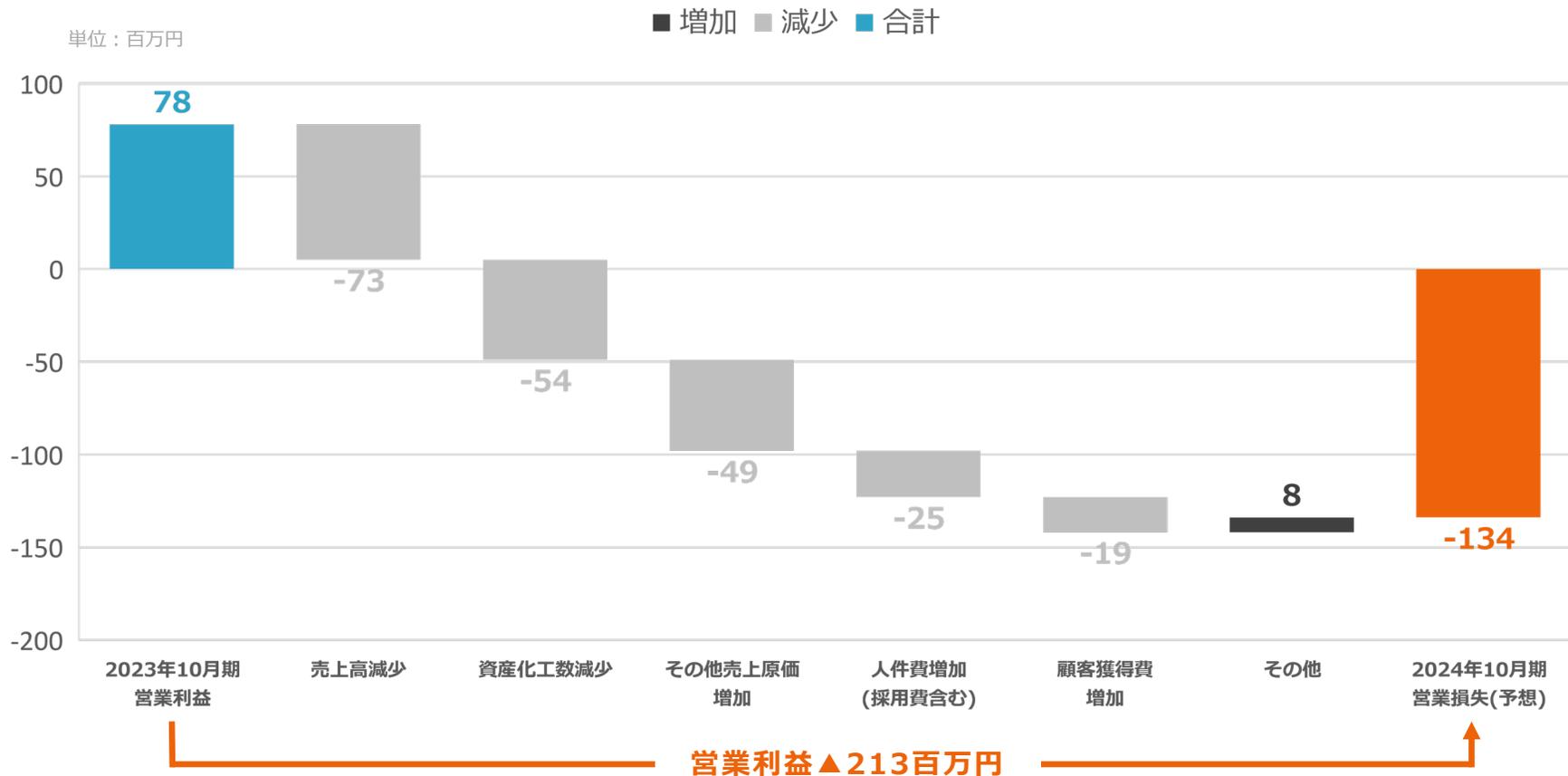
- マーケティング業務の自動化や効率化につながるクラウド型のサービス及びマーケティング活動のデジタル化を支援するサービスについて、引き続き高い需要が継続するものの、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、売上高は前期比3.8%減の1,871百万円を見込む
- 売上高の減少に加え、「Keywordmap for SNS」のサービス縮小によるソフトウェアの資産化金額の減少、将来の売上成長のための施策に従事する人員増による人件費の増加などにより、営業損失134百万円を見込む

(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	▲108 (-)	57
アナリティクス事業	▲84	▲105 (-)	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

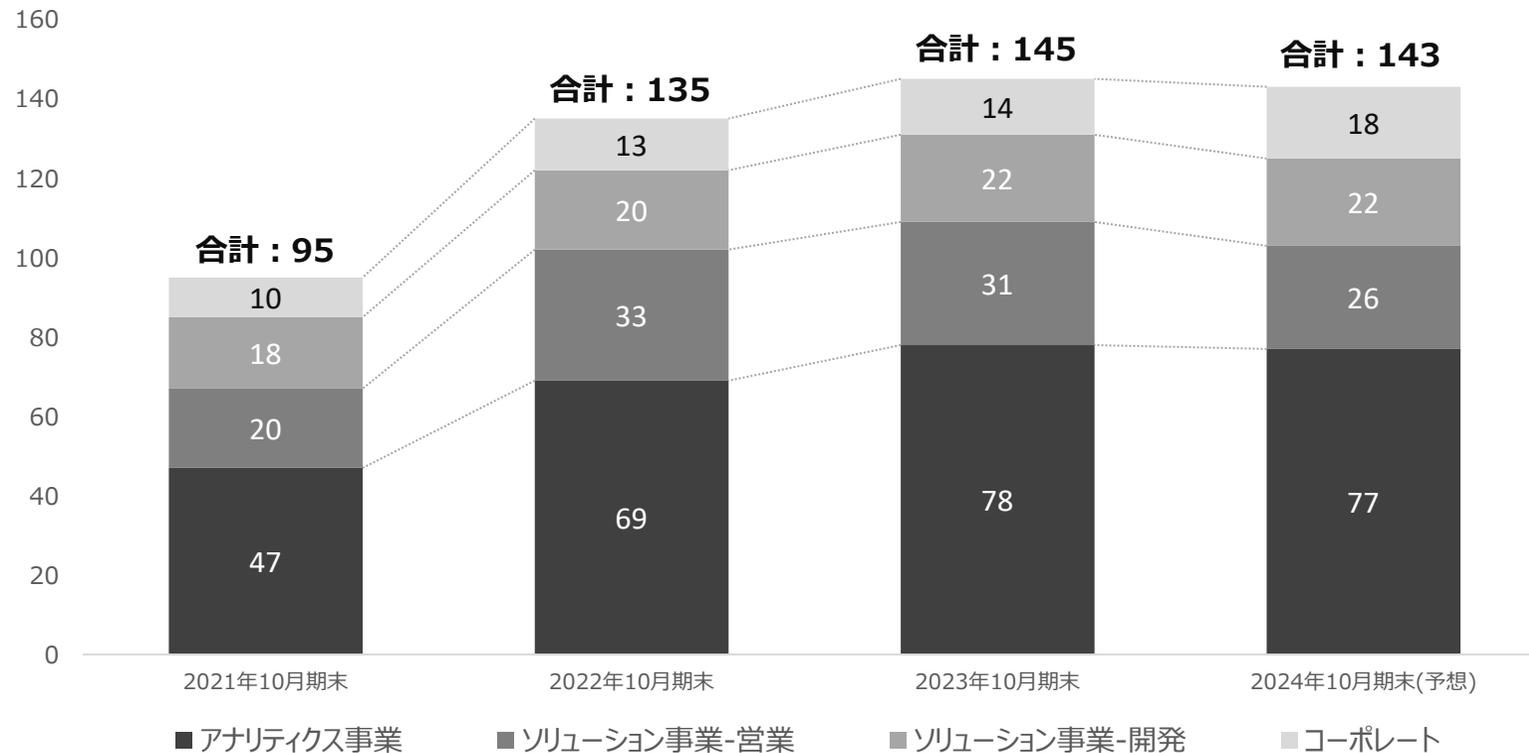
- 「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、売上高が減少
- 「Keywordmap for SNS」のサービス縮小により、資産化工数が減少
- マネジメント層および優秀人材の採用を見込むため、人件費が増加



/// 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。

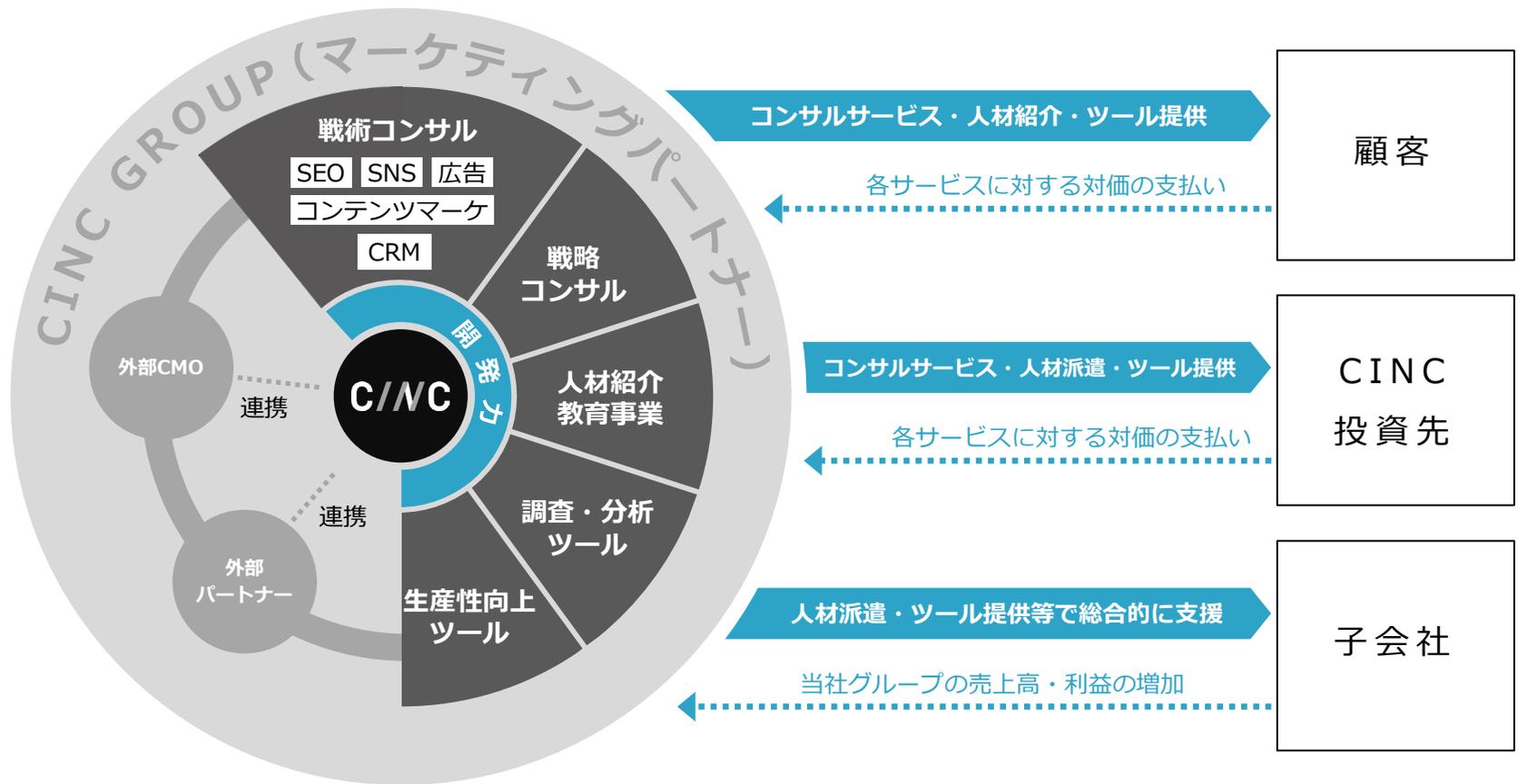
成長戦略-CINCこれまでの取り組み

- 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

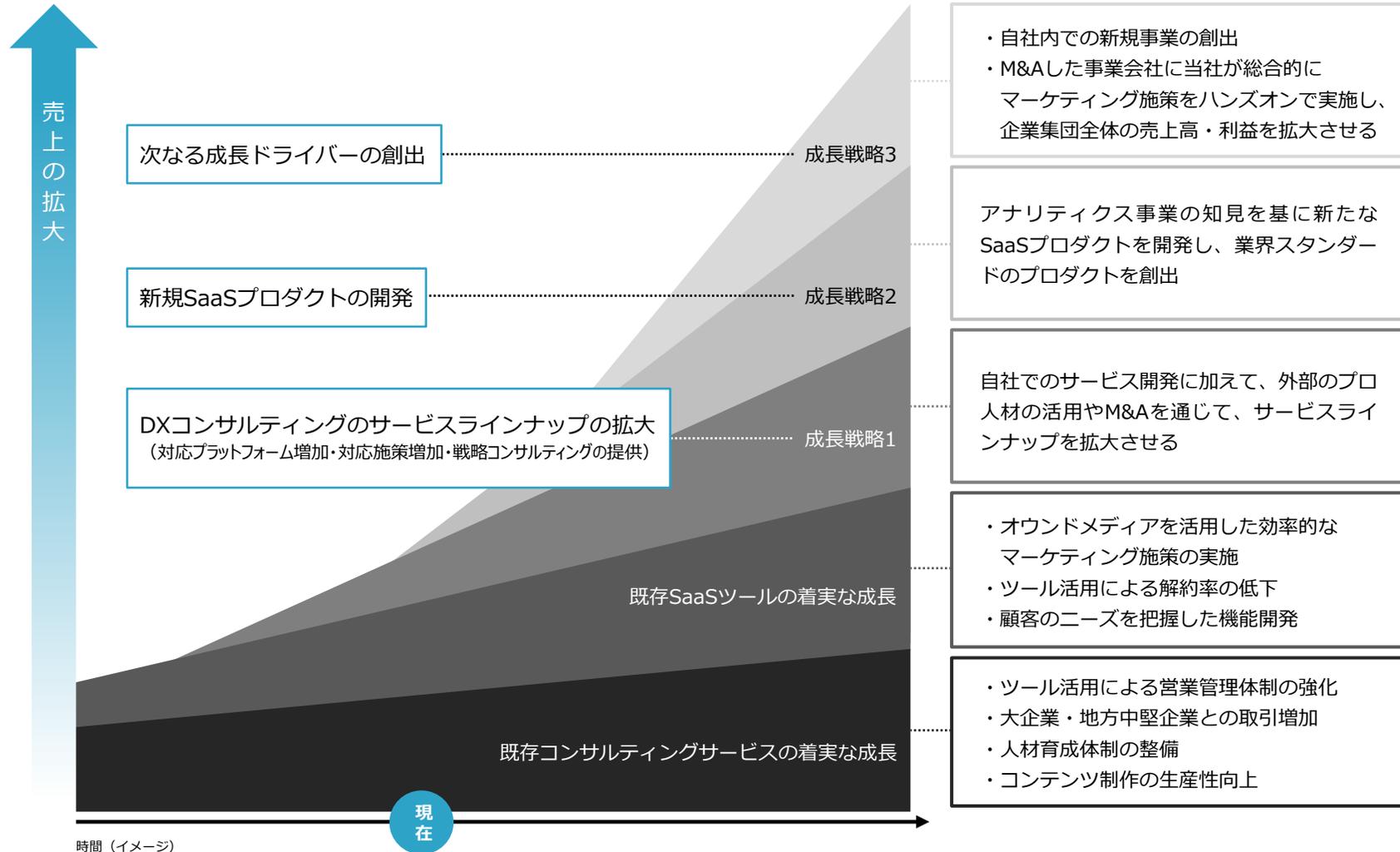


成長戦略 - CINCの目指す姿

- 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

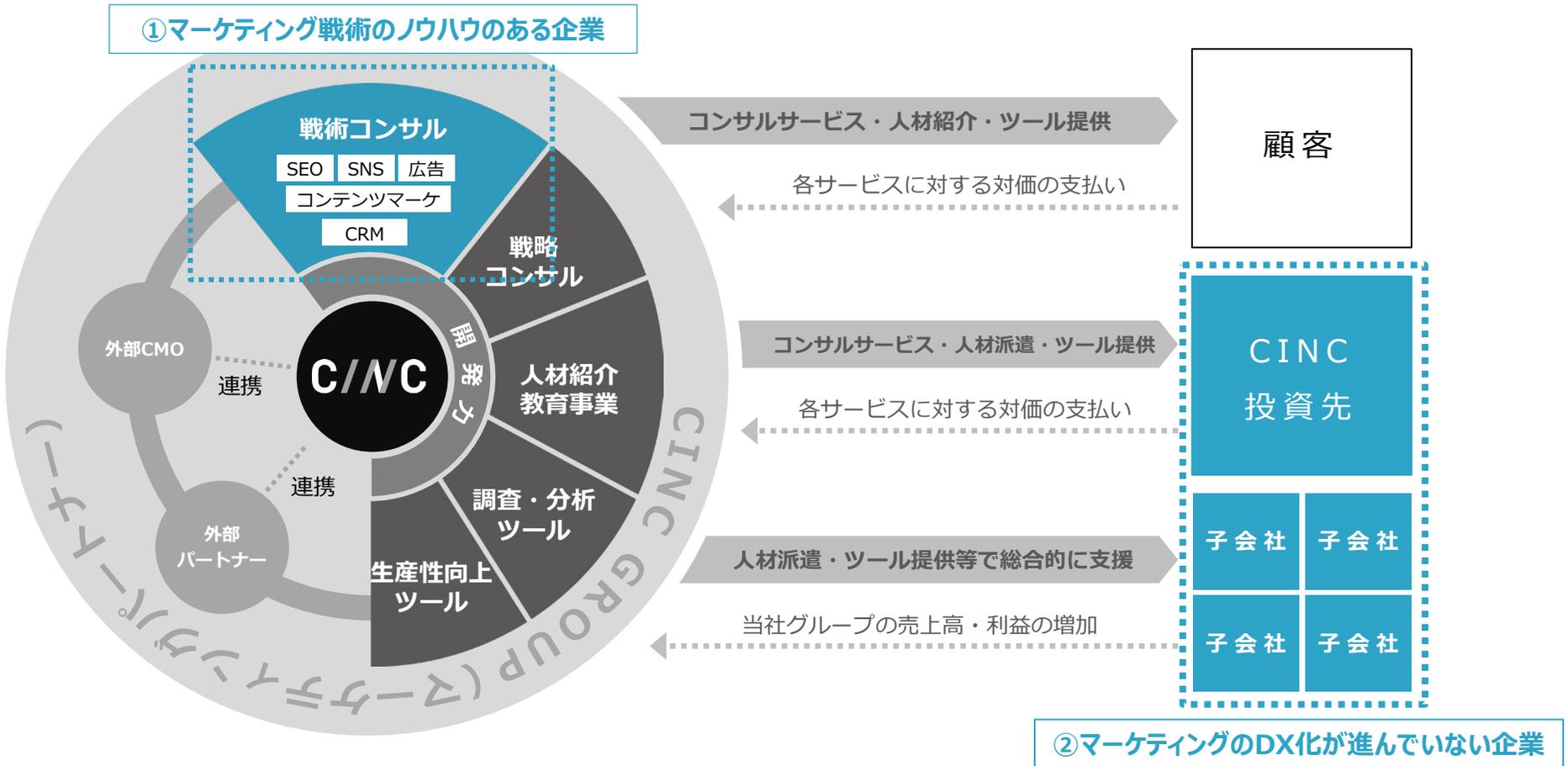
- 外部のアドバイザーを活用し、採用戦略の策定から実行までを行う

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 | 2024年10月期第1四半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
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。2023年9月には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。

/// 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。	2024年1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ございません。</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