



# 事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年10月  
株式会社CINC

01 | 会社概要

02 | 主力サービス

03 | 特徴・強み

04 | 市場環境

05 | 財務モデル

06 | 成長戦略

# 01

—

## 会社概要

01 | 会社概要

02 | 主力サービス

03 | 特徴・強み

04 | 市場環境

05 | 財務モデル

06 | 成長戦略

# /// 会社概要



# CINC

**会社名** 株式会社CINC（シंक） / CINC corp.

**代表取締役社長** 石松 友典

**設立** 2014年4月1日

**本社所在地** 東京都港区赤坂1-9-13 三会堂ビル7階

**事業内容** 「Keywordmap」シリーズの開発・販売

DXコンサルティングサービスの提供

**従業員数** 87名（2021年8月31日時点）

# 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

ビッグデータを収集し、様々な手法で分析・解析し、  
革新的ソリューションを提供することでビジョンを達成します。

## 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

# /// 経営陣



代表取締役社長

**石松 友典**

Yusuke Ishimatsu

大学卒業後、ソシエテジェネラル証券、JPモルガン証券、株式会社Speee等を経て、2014年4月に株式会社CINC（旧株式会社Core）を設立。



取締役副社長  
ソリューション事業本部  
本部長

**平 大志朗**

Daishiro Taira

アメリカにてエンジニアリングを学んだ後、インターネット関連事業会社、株式会社Speee等を経て、2014年4月に株式会社CINC（旧株式会社Core）を設立。



取締役  
経営管理本部  
本部長

**雨越 仁**

Shinobu Amagoshi

京都大学理学部卒業後、BNPパリバ証券株式会社、JPモルガン証券株式会社、三井物産株式会社等を経て、2018年10月に株式会社CINC入社。公認会計士。



社外取締役

**小塚 裕史**

Hiroshi Kozuka

京都大学大学院工学部卒業後、株式会社野村総合研究所、マッキンゼー・アンド・カンパニー、株式会社バイカレント・コンサルティング等を経て、2019年より株式会社デジタル・コネク代表取締役。2020年1月に社外取締役就任。



常勤監査役

**外石 正行**

Masayuki Sotoishi

慶應義塾大学経済学部卒業後、荏原インフィルコ株式会社、日本合同ファイナンス株式会社、株式会社バンクテックジャパン、株式会社アールキューブ監査役等を経て、2019年1月に常勤監査役就任。



社外監査役

**木山 二郎**

Jiro Kiyama

京都大学法学研究科卒業後、森・濱田松本法律事務所入所し、2021年にパートナー就任。2020年1月に社外監査役就任。弁護士。



社外監査役

**深野 竜矢**

Tatsuya Fukano

早稲田大学文学部卒業後、有限責任あずさ監査法人、株式会社KPMG FAS、株式会社Stand by C等を経て、2020年よりZeLo FAS株式会社代表取締役。2018年10月に社外監査役就任。公認会計士。

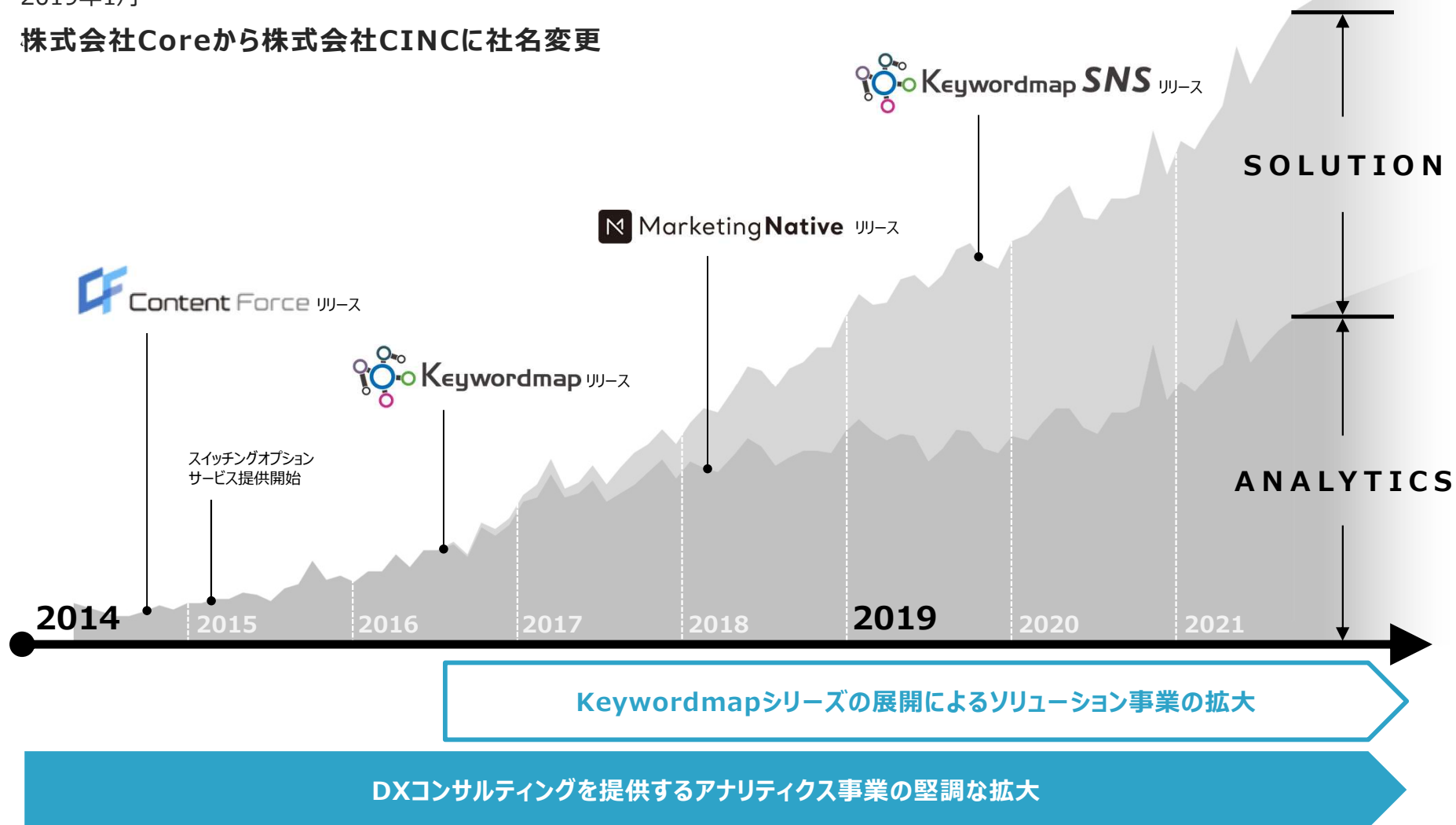
# /// 沿革

2014年4月

コンテンツマーケティング事業を目的に株式会社Coreを設立

2019年1月

株式会社Coreから株式会社CINCに社名変更

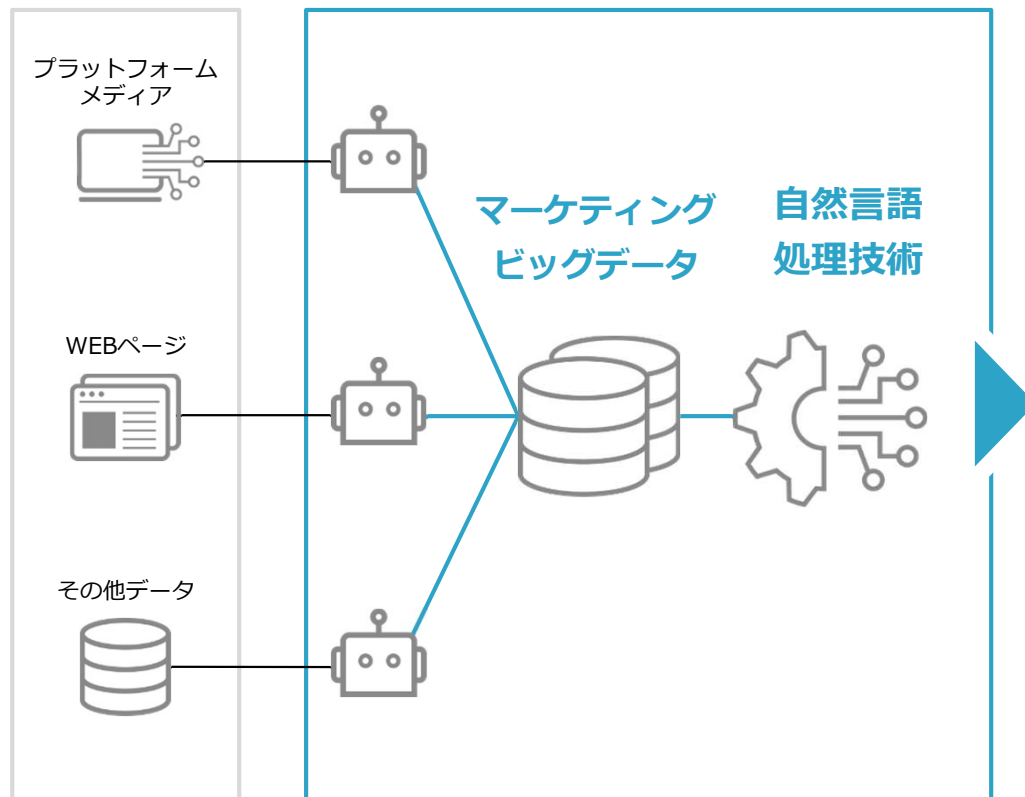


※背景は月次売上高の推移。ただし、2018年10月以前は会計監査を受けておりません。



# /// 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



## アナリティクス事業

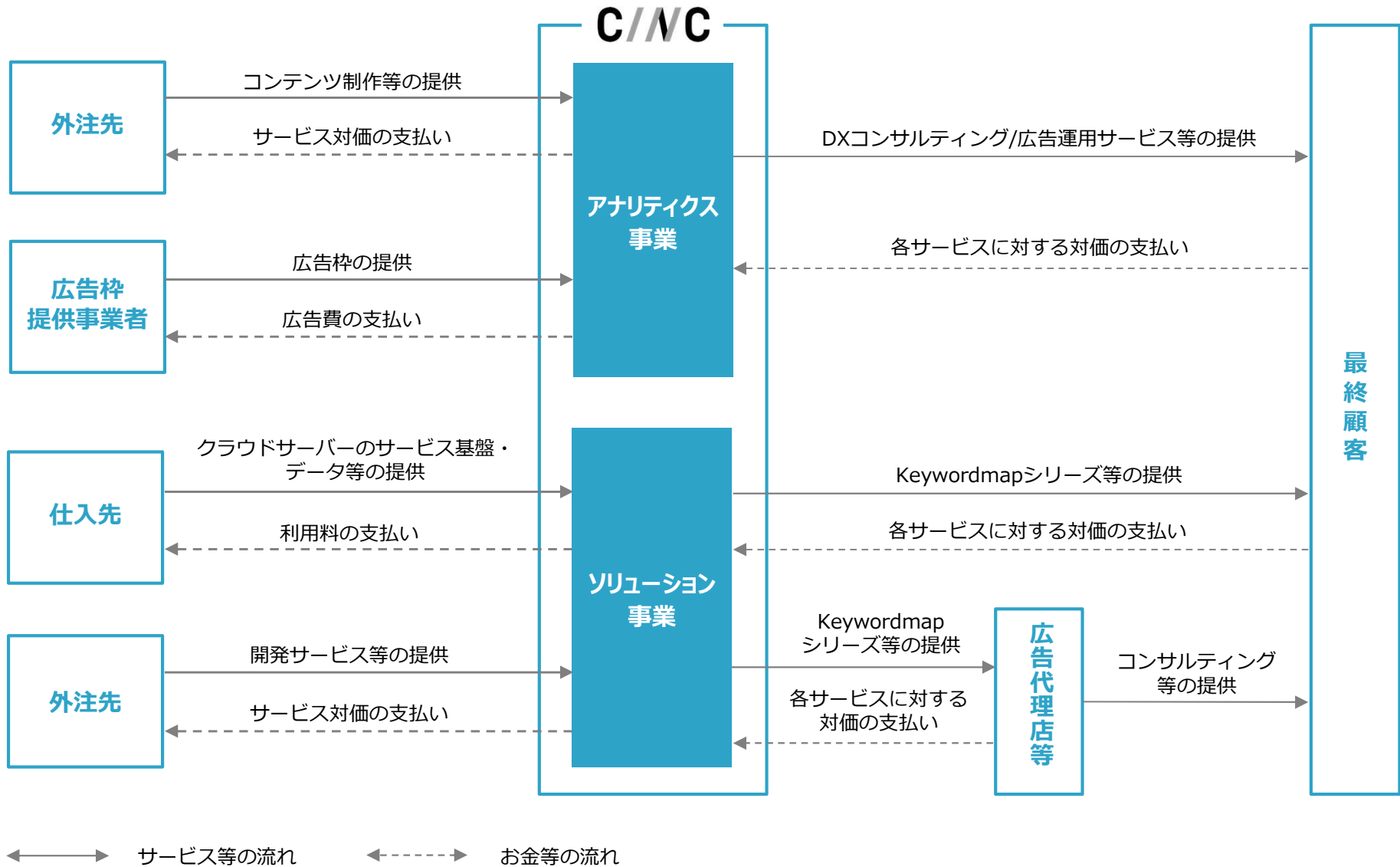
DXコンサルティング  
の提供



※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。

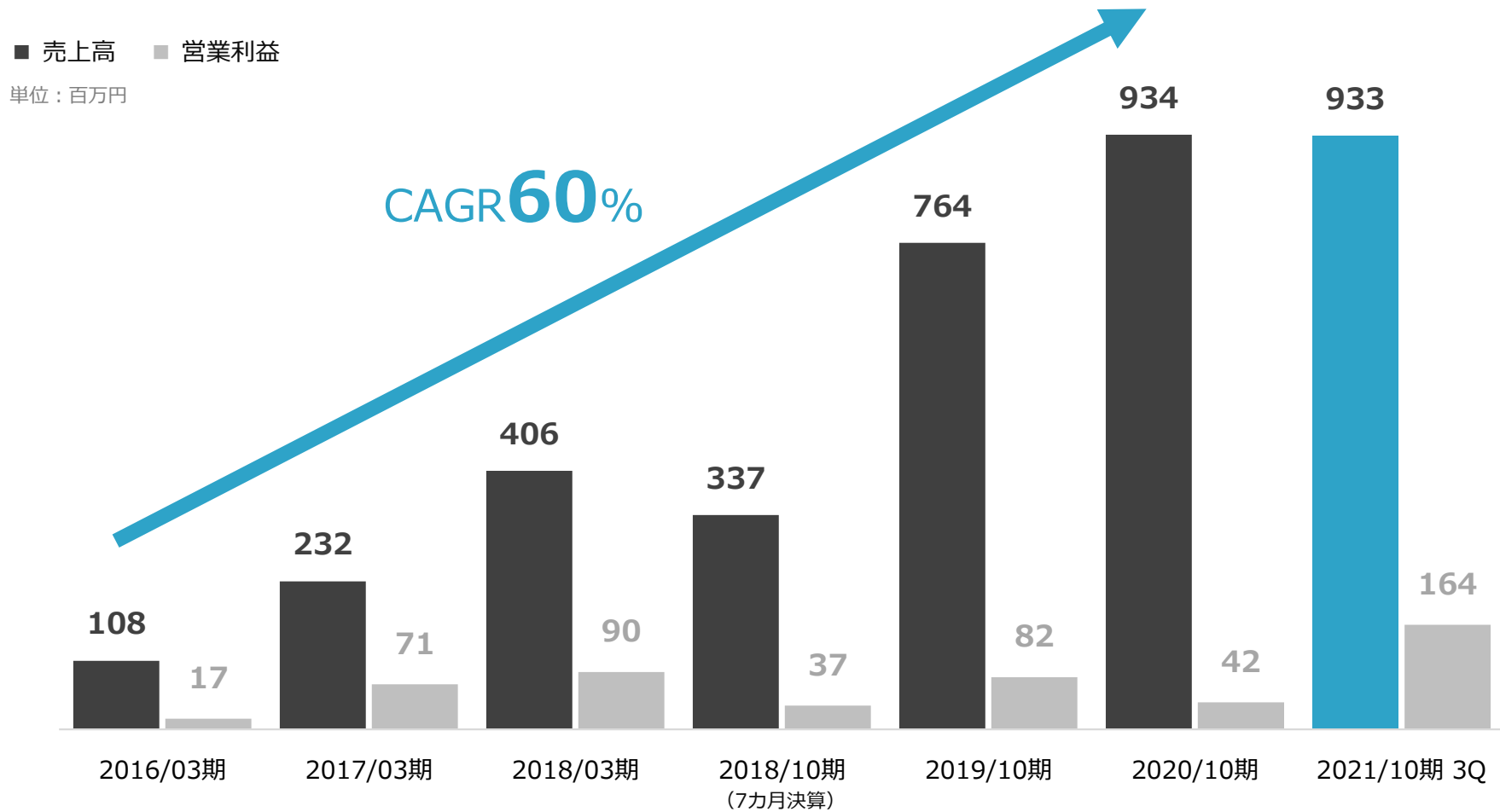
※2 DXとは、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立することを言います。

# /// 事業系統図



# /// 業績推移

- 2016/3期以降、売上高はCAGR60%の成長を実現
- 積極的な開発投資、積極的な人材投資を行いながらも、営業利益は創業期から黒字で推移



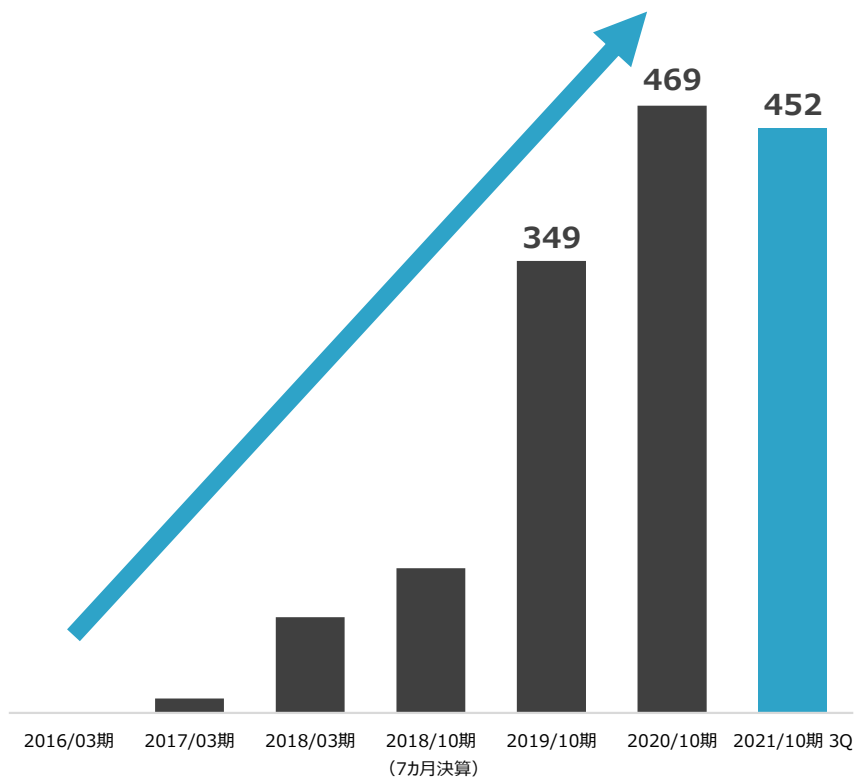
※ 2018/10期は決算月変更により会計期間が7カ月、CAGRは4.58年間の年平均成長率として算出  
※ 売上高、営業利益は百万円未満を四捨五入

# /// 事業別売上高推移

- アナリティクス事業の堅調な成長に加え、2017/3期「Keywordmap」のリリース、販売拡大によりソリューション事業の急速な成長を実現

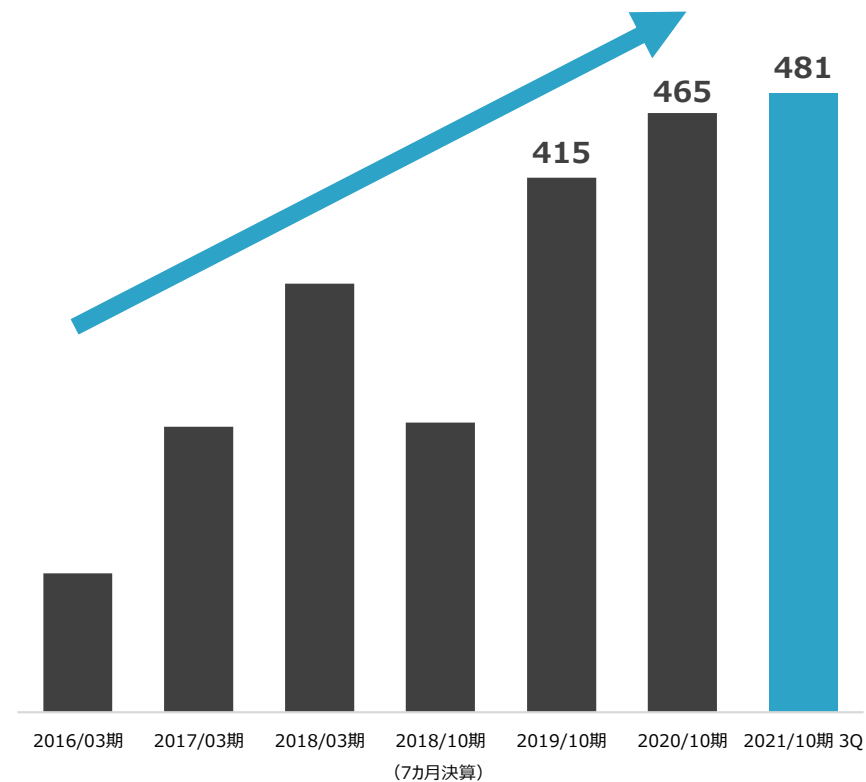
## ソリューション事業

単位：百万円



## アナリティクス事業

単位：百万円



※ 2018/10期は決算月変更により会計期間が7カ月

# /// 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

約**370**社

ARR ※2

**6.5**億円

平均月次解約率 ※3

**1.5**%

## 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

約**95**社

月額単価平均 ※4

**68**万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

**95**%

※1：2021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、2021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。

※4：2021年7月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

# 02

—

## 主カサービス

- 01 | 会社概要
- 02 | 主カサービス**
- 03 | 特徴・強み
- 04 | 市場環境
- 05 | 財務モデル
- 06 | 成長戦略

# /// 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	 	 	 <b>DXコンサルティング</b>
料金詳細	<p align="center"><b>月額固定料金</b></p> <p align="center">初期費用あり</p>	<p align="center"><b>月額固定料金</b></p> <p align="center">初期費用あり</p>	<p align="center"><b>月額固定料金</b></p> <p align="center">初期調査費用あり</p>
	<p>■ 事業会社向け</p> <p>初期費用：150,000円～</p> <p>月額：ライト 98,000円～</p> <p>          スタンダード 148,000円～</p> <p>          エキスパート 198,000円～</p> <p>■ 広告代理店向け</p> <p>初期費用：300,000円～</p> <p>月額：ライト 298,000円～</p> <p>          スタンダード 398,000円～</p> <p>          エキスパート 498,000円～</p> <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>	<p>■ 事業会社向け</p> <p>初期費用：150,000円～</p> <p>月額：120,000円～</p> <p>■ 広告代理店向け</p> <p>初期費用：300,000円～</p> <p>月額：200,000円～</p> <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>	<p>初期調査費用：調査内容により変動</p> <p>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>

※ 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



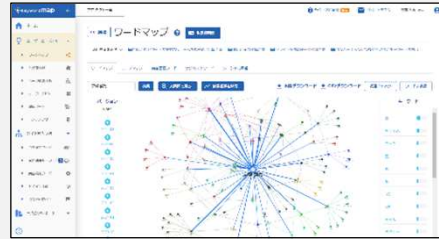


# /// Keywordmapの機能

- 競合分析から広告調査、コンテンツ作成など、検索流入最適化のための50を越える機能を搭載

## ユーザーニーズ分析

消費者がどのような意図を背景に検索しているのか視覚的に表示。顧客の隠れたニーズを見出し、コンテンツマーケティングの企画、商品企画時の立案などに活用できる。



### 主な機能



## サイト流入分析

指定したWebサイトの集客に検索エンジン経由で貢献しているキーワードを調査。他社のWebサイトを調査をすることで、より有効なマーケティング施策を推進できる。



### 主な機能



## 一括分析レポート

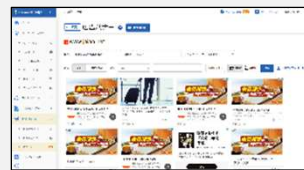


通常、検索順位を示すレポート作成には多大な時間を要すが、半自動的にデータを取得し、従来のレポート作成作業を大幅に削減できる。

### 主な機能



## 広告出稿分析



指定したWebサイトが出稿しているテキストやバナー広告を分析。他社の訴求を分析し、自社のクリエイティブや企画をスムーズに進めることが可能。

### 主な機能



## アルゴリズム分析



公開されない検索順位決定アルゴリズムの変更を「変動値」から検知することが可能。適切なマーケティング施策の策定ができ、安定的な集客を支援。

### 主な機能



# /// 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/)

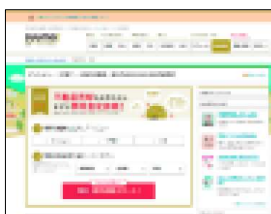
会社	競合1
https://●●●●●.jp/	https://XXXXXX.co.jp/
/	/

### 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	順位差
家の査定	7位	5位差
家の査定	2位	1位差
家の査定	4位	3位差
家の査定	7位	2位差
家の査定	13位	3位差
家の査定	9位	7位差

・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。

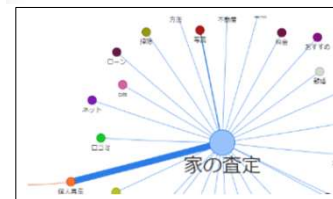
## ワードマップ

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%以上を含む共起語

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	85%	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

家の査定額を高くするための、不動産会社の選び方とポイント！



「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、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



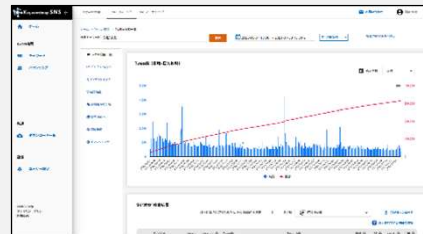
# /// Keywordmap for SNS の機能

- 企画から制作、レポートまでSNSマーケティングを成功に導く機能を搭載

## ソーシャルリスニング

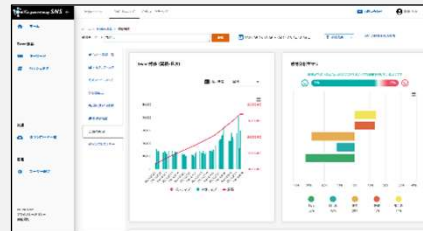
### 需要分析

Twitterの投稿をリアルタイムで解析、キーワード単位で人々の興味関心を読み解くことで、今後の需要を予測、上昇・下落した要因をツイートから解析。



### 感情判定

投稿テキストを6つの感情を判定、特定の感情に絞り込み、ニーズを発見することで、商品開発やサービス改善のフィードバックを抽出する機能。



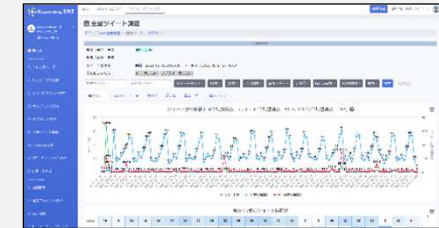
#### 主な機能



## コンテンツマーケティング

### アカウント分析

自社・他社のアカウントのステータスや戦略を調査し、施策方針やKPI設定を明確化、最短での目標達成を指標化するための機能。



### 投稿管理

予約投稿に加えて、カテゴリ付与・スレッド投稿・縦型プレビュー・投稿承認フローなどTwitter運用の効率化やリスク低減に必要な機能が充実。



#### 主な機能



# 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

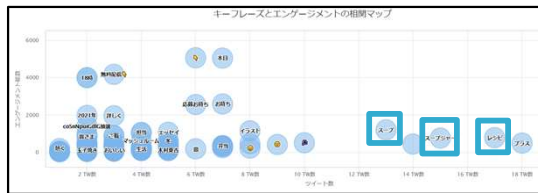
### ■ インフルエンサー検索

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

料理研究家のレミンさん、伊賀料理研究所長、国際料理研究家の伊賀健三さん、そして保温コンサダントの温水保三さんが考案のスープジャーのレシピを公開中！



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

Kakushinが革新的なモノ/モノコト提案人サービス。2021年のキャンペーンはこれでほぼ決まり。手塚まで行ってもスタイリッシュ。ほのほの温かさも持ちもつカラダ。



ハッシュタグ	ツイート数	リツイート数	いいね数	返信数	共有数	シェア数	コメント数	返信率	いいね率	共有率	シェア率	コメント率
#アウトドア	12000	1500	10000	500	200	100	100	12.5%	83.3%	16.7%	8.3%	8.3%
#キャンプ	8000	1000	6000	300	150	80	80	12.5%	75%	18.8%	10%	10%
#テント	5000	600	3500	150	75	40	40	12.5%	70%	15%	8%	8%

#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

## コンテンツを投稿する

### ■ 投稿管理

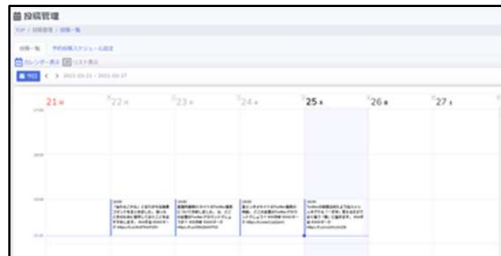
1) カテゴリやハッシュタグ別に投稿内容を作成・管理。カテゴリ・ハッシュタグ別の数値データが自動集計される。



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

## アカウントを運用する

### ■ 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。



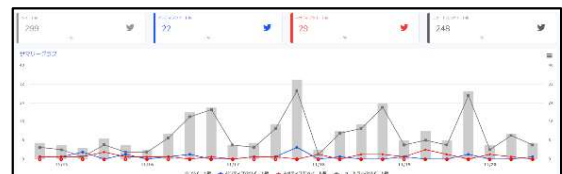
### ■ 運用アカウント分析

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のかを可視化。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	いいね数	リツイート数	返信数	共有数	シェア数	コメント数	返信率	いいね率	共有率	シェア率	コメント率
レシピ	1	4,761	109	114%	2	1	1	12.5%	83.3%	16.7%	8.3%	8.3%
食材	1	10,171	100	2.9%	1	0	0	12.5%	75%	18.8%	10%	10%
商品	1	7,000	110	116%	53	7	0	12.5%	70%	15%	8%	8%

### ■ 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・レポートニングして通知。炎上リスクの早期発見・対応に活用可能。

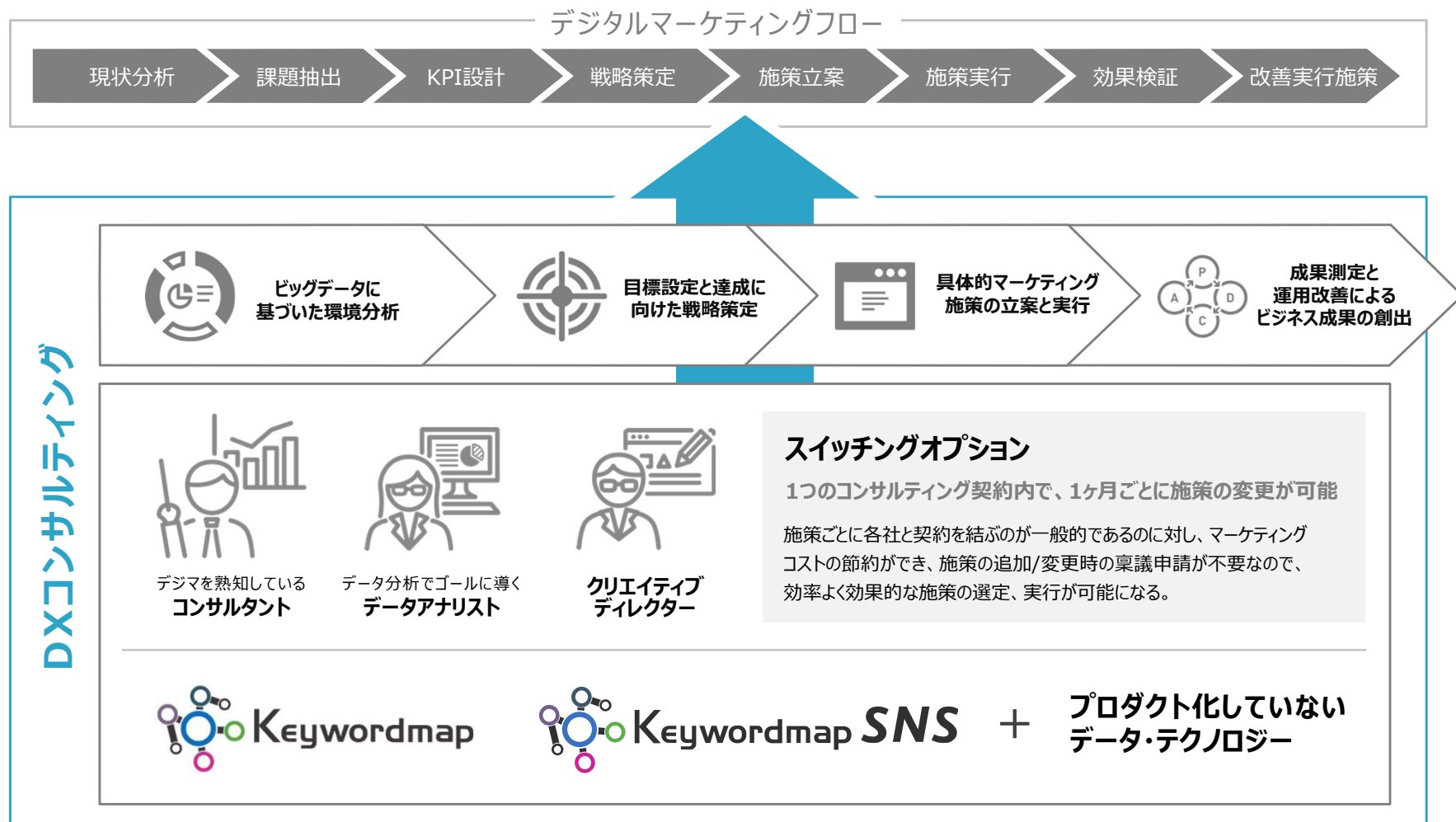


自動化によって効率よく、安全なSNS運用



# /// 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



# 03

—

## 特徴・強み

- 01 | 会社概要
- 02 | 主力サービス
- 03 | 特徴・強み**
- 04 | 市場環境
- 05 | 財務モデル
- 06 | 成長戦略

## /// 特徴・強み

---

I

データ×テクノロジーでさらに進化する『**Keywordmap**』

II

顧客満足度の高いプロダクト『**Keywordmap**』

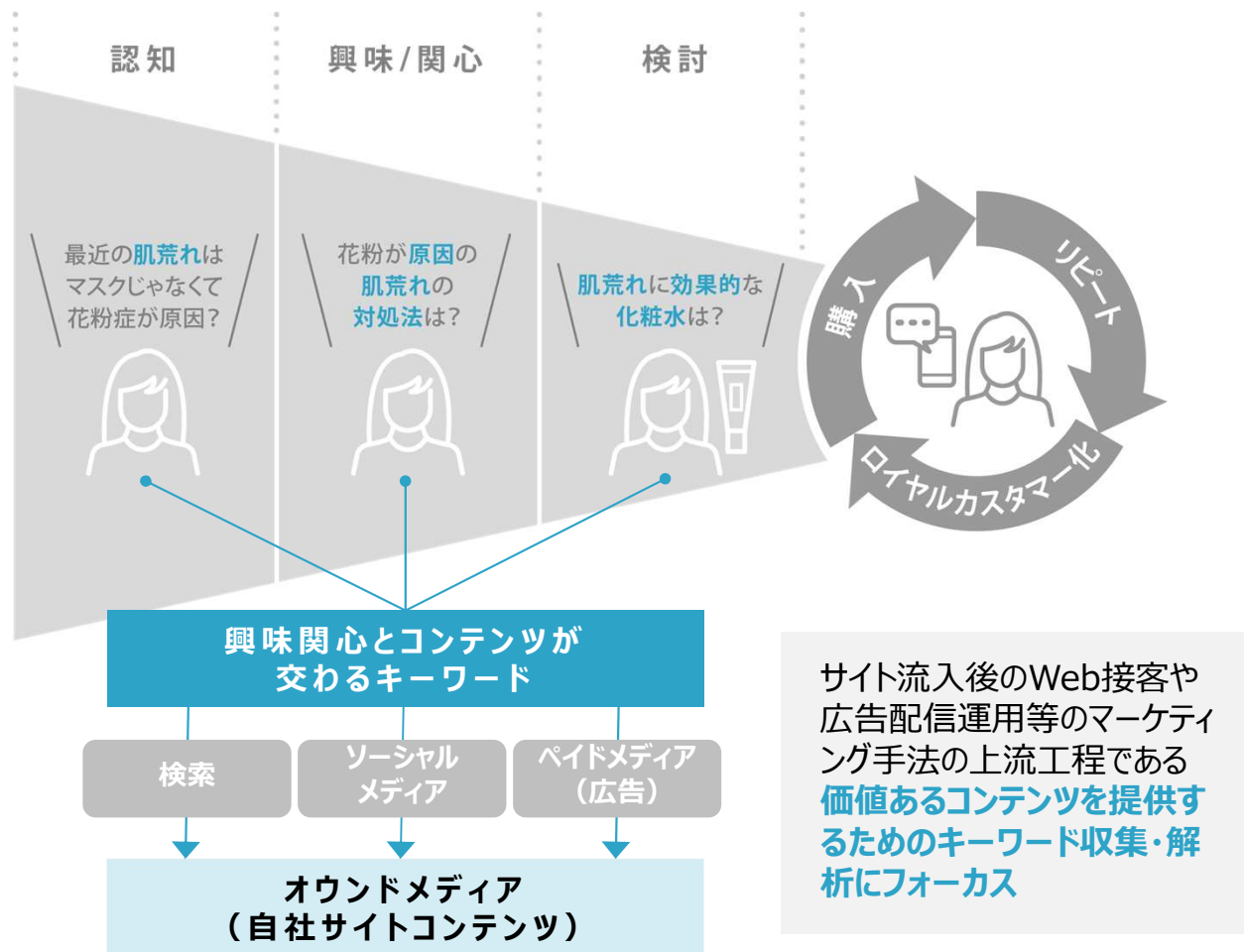
III

2事業の連携によって生み出されるシナジー



# /// 「キーワード解析」の重要性

- デジタルチャネルの拡大や社会情勢の変化に伴い、消費者は自身の個別具体的な課題や悩みを解決する情報を能動的に求めるように変化
- デジタルマーケティングを通じた消費者のファン化を進めるためには、有益な情報の継続提供が重要
- 接点創出に繋がる消費者の興味関心とコンテンツが交わる「**キーワード**」の選定が重要



デジタルマーケティングにおいて、企業は消費者が興味・関心を把握し、それに応える情報発信をすることで、効率的に潜在顧客と接点を作り、認知を得る

有益な情報の継続提供を通じて自社の商品やサービスの購入に繋げる

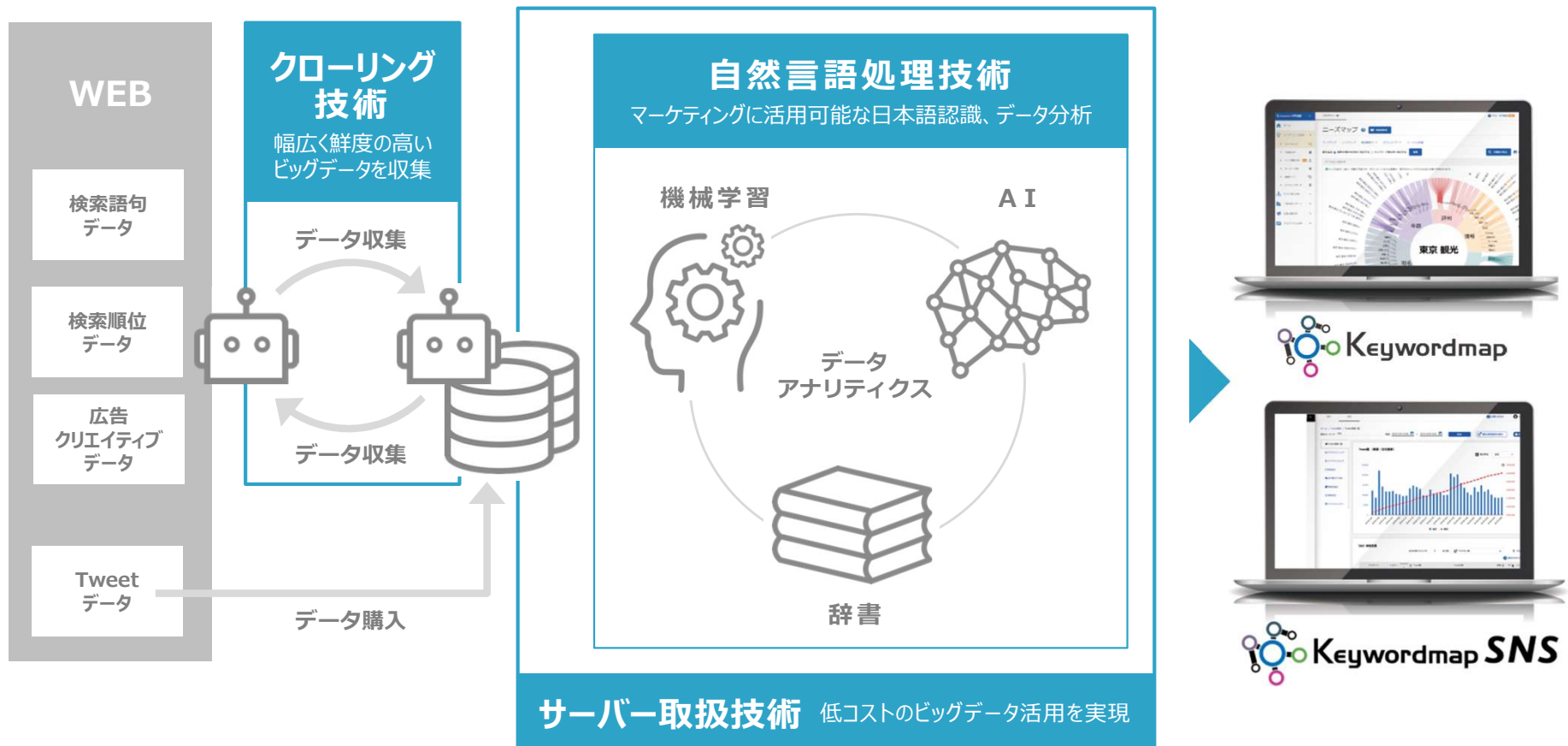
デジタル時代における消費者の興味・関心は、消費者がデジタルデバイスで使用する「キーワード」データで把握できる

サイト流入後のWeb接客や広告配信運用等のマーケティング手法の上流工程である**価値あるコンテンツを提供するためのキーワード収集・解析にフォーカス**

キーワードの選定が、デジタルマーケティングの成果に大きく影響

# /// CINCの代表的なテクノロジー

- 当社独自で開発したクロール技術、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



# /// 自然言語処理による新語の発見・学習

- キーワードのデータ量、辞書の収録単語数、最新性がツールの精度を左右するため、データを定期的更新し常に新鮮なデータベースを維持
- 同時に最新のデータから、SNS等でトレンドとなっている新しい言葉を抽出し、ツールに反映

マーケティングビッグデータ

オリジナル辞書



キーワードの  
集合体

新語の発見・追加



新語の学習・習得

Before

ディスタンス

????????????

ソーシャル



After

ディスタンス

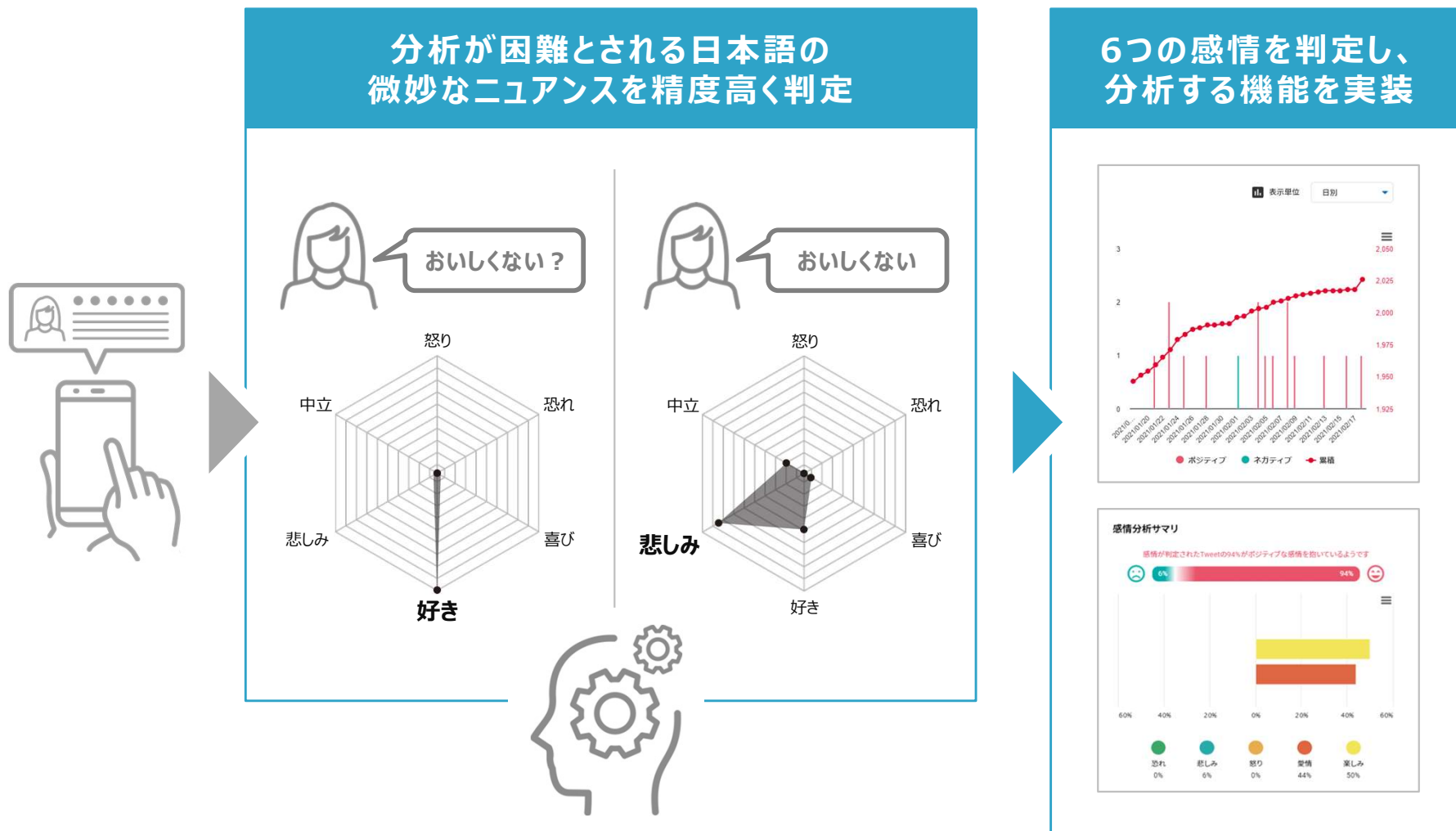
ソーシャルディスタンス

ソーシャル



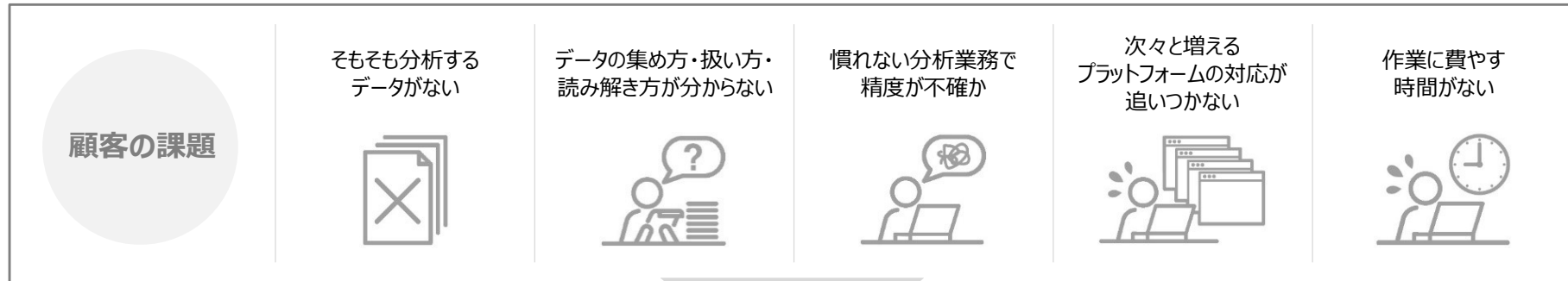
# /// テキストから感情を理解する「感情分析AI」

- 自然言語処理技術を用いてテキストから書き手の感情を判定する感情分析AIを開発し、分析機能の一部としてツールに実装



# /// 高い導入効果

- Keywordmapの活用によって、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の効率化と成果創出が同時に実現



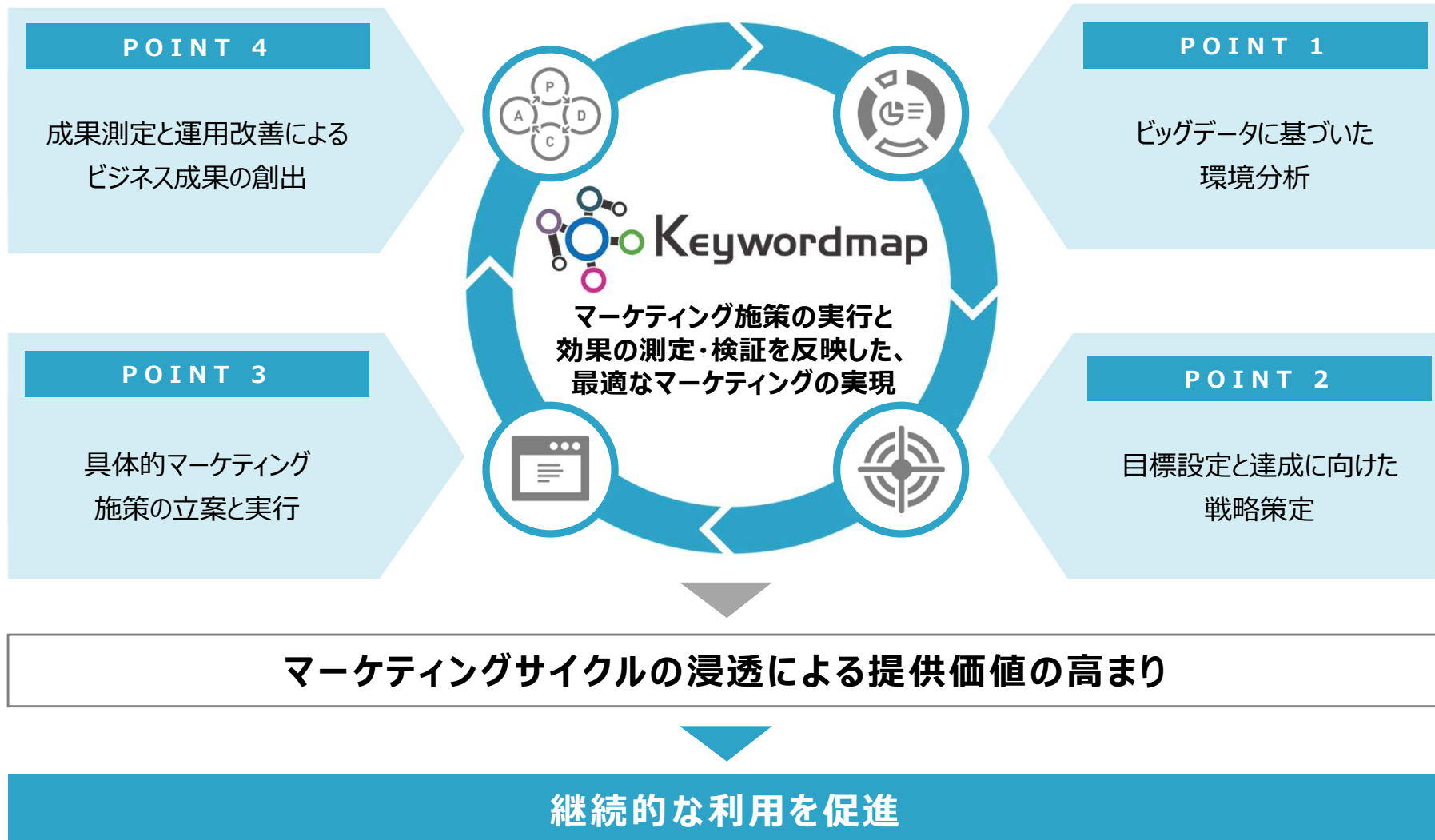
当社ソリューションを導入



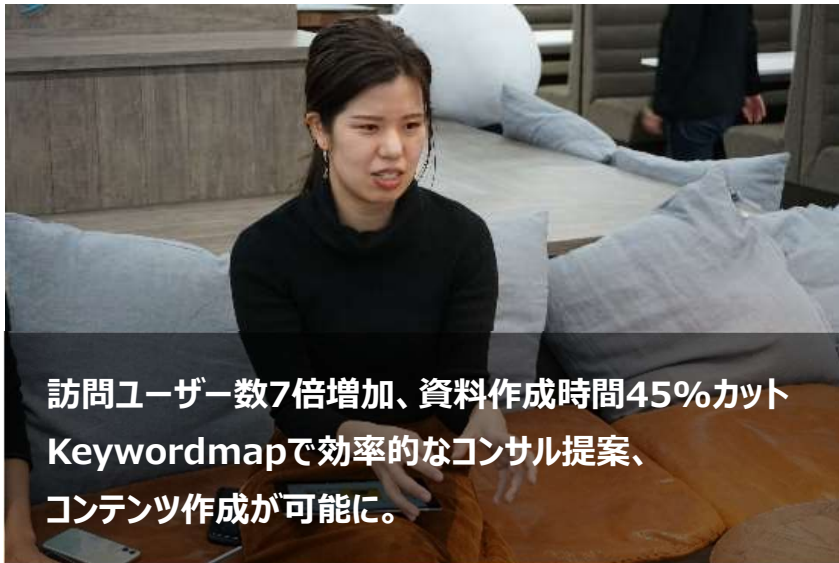
デジタルマーケティングの効率化と成果創出を実現

# /// 継続利用により高まる提供価値

- Keywordmapシリーズを活用したマーケティングサイクル（マーケティング施策の実行と効果の測定・検証の継続）が顧客企業内に浸透することで、より最適なマーケティングが可能となり、継続的な利用を促進







『Keywordmapの導入前の課題』

残業時間と資料の作成時間がいずれも非常に長くなっていたことです。私は、新規営業に加えて、既存のお客様のマーケティング支援を行っています。**Keywordmapの導入前は、資料作成に膨大な時間がかかっていました。**といいますのも、お客様からある特定のキーワードで集客したいという要望をいただくと、必要なデータを集めるためにひたすらキーワードをチェックして、外部ツールにコピー＆ペーストを繰り返すという作業が発生していたからです。そのうえで、さらに定量的なデータに基づいた調査や分析を行うので、とにかく膨大な時間がかかってしまいます。結果的に残業時間が延びてしまうわけです。

残業時間と資料作成時間の推移 (2017/4~2019/9)

● 残業時間 ● 資料作成時間



**残業時間25%、資料作成時間45%削減**

『Keywordmapの導入後の残業時間の変化』

導入前の課題だった残業時間と資料作成時間が具体的な成果だと思えます。**もともと月々40時間ほど残業していたのですが、いまでは3時間くらい**の月もあつたりします。**資料作成時間はKeywordmapで45%も削減されている**ので、非常に大きな成果がありました。

『Keywordmapを導入して得られた具体的な成果』

サジェストワードでの対策を行うようになってから、「マーケティングオートメーション」、「CMSツール」、「Webマーケティング」、「メールマーケティング」で1位を獲得しています。Keywordmapを導入した、翌月からメディアの**オーガニック検索のユーザー数が伸び始めて、ピークで約7倍は増えています。**

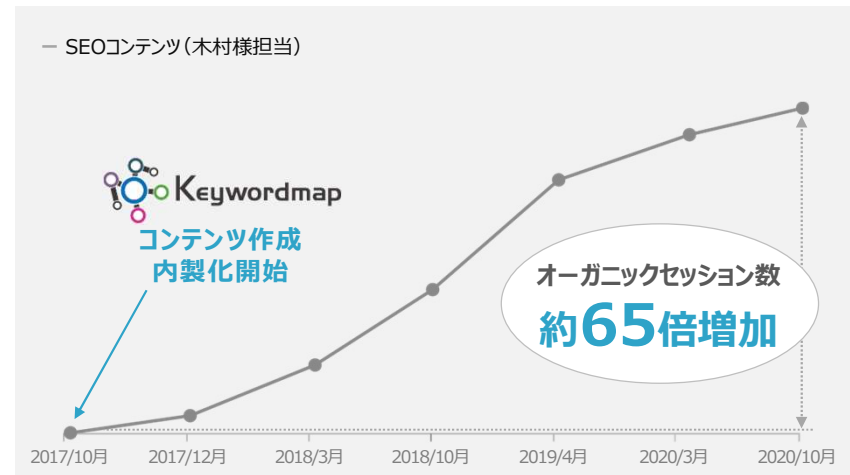
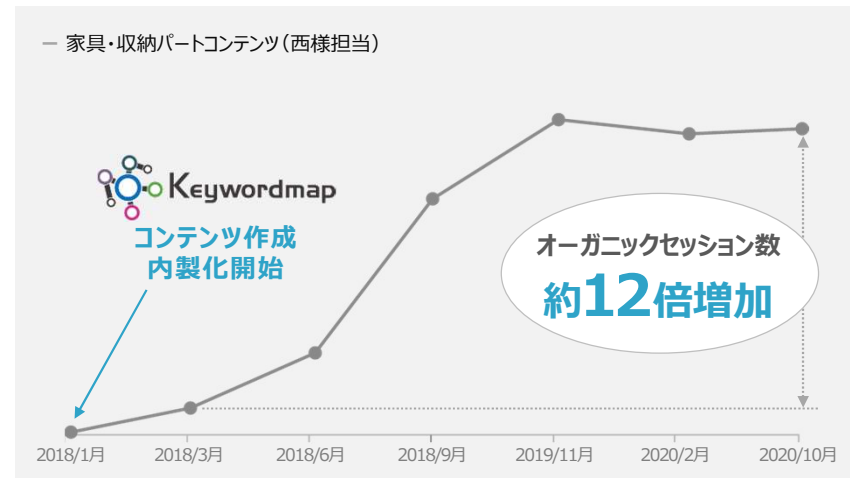
dinos



## オーガニックセッション数65倍を実現

別の領域では、2017年の10月からコンテンツ作成の内製化を開始して、同年12月の時点でSEO記事の**オーガニックセッション数が3.2倍**に増えました。そこから急激に増加して、**2018年の3月で約14倍、2019年の4月には50倍、最終的に2020年の10月には65倍**まで達しています。

なんの指標もないと、どんなキーワードを狙っていいのかなんて、やっぱりわからないですからね。例えば、似たようなキーワードでも検索ボリュームが微妙に異なってくる場合がありますが、その中からどのキーワードが最適なかを担当者レベルで判断できるようになったのはKeywordmapのおかげだと思いますね。



家具・収納部では作成したコンテンツの公開を2018年の1月から開始して、同年3月を基準にすると、2019年の4月でSEO記事の**オーガニックセッション数が約13倍**、その後、アップデートの影響を受けながら上下動を繰り返し、**2020年の10月までに約12倍で推移**しています。



# /// 導入実績

- 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（41%※）

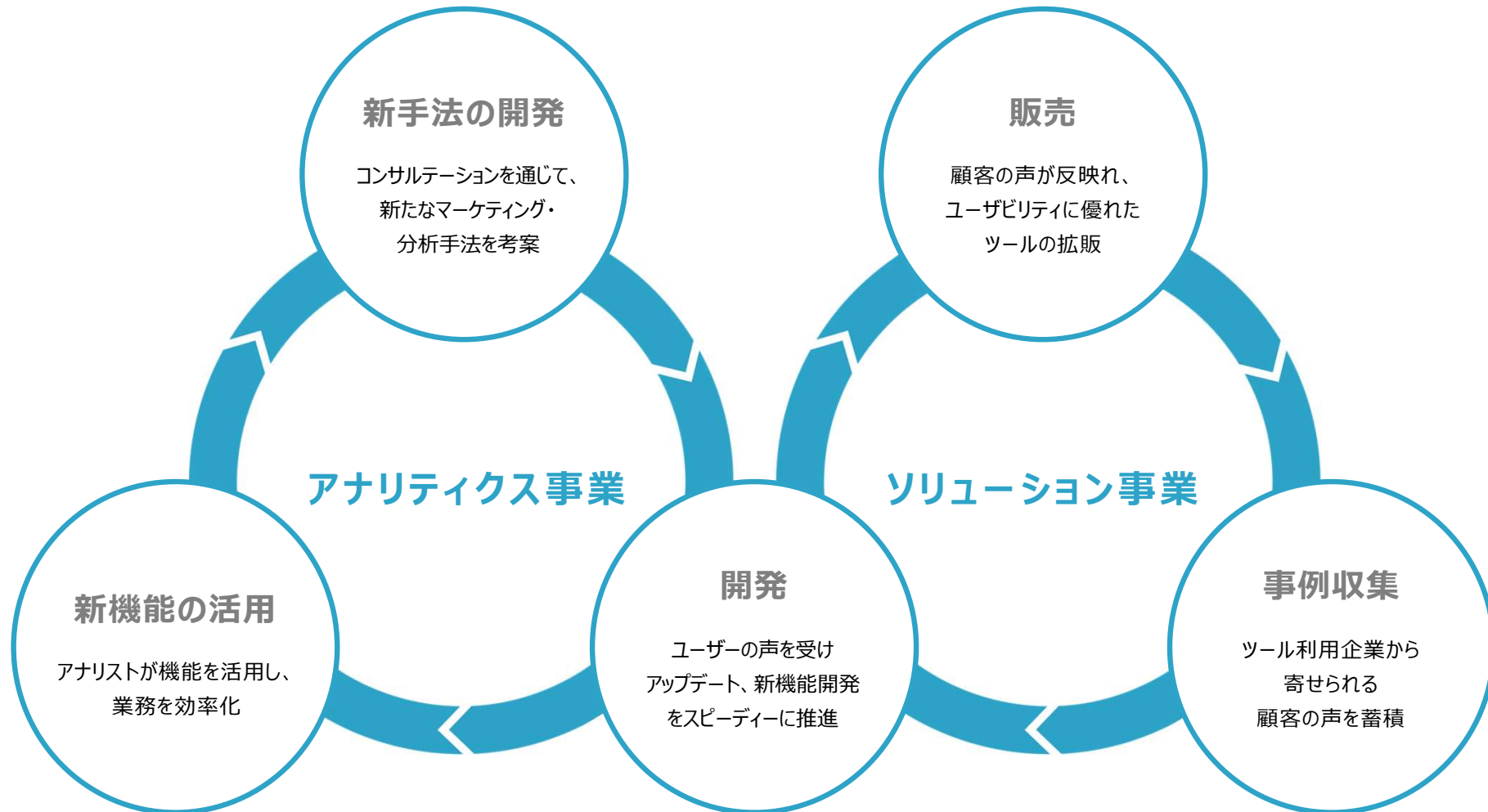


## 事業会社向け（59%※）



※ 2021年7月のMRR割合

- 社内外のユーザーからのフィードバックを反映したアップデート・新機能開発を進めることで、2事業の提供価値を高め続ける好循環を創出





- 2017**
- 4/14 「上位順位ページの強調テーマ一覧機能」実装
  - 4/27 「キーワードDB」実装
  - 5/22 「SERPs変動調査機能」実装
  - 8/14 「スマートフォンの検索順位取得機能」実装
  - 8/16 「競合ドメイン抽出機能」「順位レポート機能」実装
  - 8/28 「検索順位レポートExcel出力」実装
  - 9/29 「競合ドメイン抽出」「競合ページ抽出」「上位流入獲得ページ抽出」
  - 10/26 「競合2サイト獲得キーワード抽出」実装テーマワードを300万単語追加
  - 11/1 「自然獲得キーワードAPI」「トラフィック推移データAPI」実装

- 2018**
- 1/3 「キーワード別SERPs変動モニタリング機能」実装
  - 1/16 「指定キーワード検索機能」実装
  - 3/1 「広告クリエイティブ調査機能」実装
  - 6/7 「競合コンテンツ判定レポート機能」実装
  - 8/7 「地域別SEO順位取得機能」実装
  - 9/5 「人工知能によるクラスタリング機能」実装
  - 10/3 「アルゴノート」提供開始

- 2019**
- 1/9 「上位ディレクトリー一覧機能」「URL・ディレクトリー流入推移機能」実装
  - 5/22 「ニーズマップ」実装
  - 8/7 「ワードマップ検索履歴」実装

- 2020**
- 1/29 対象検索キーワード2,700万語に拡張
  - 5/22 「4社競合比較機能」実装
  - 7/8 「上位ページの特徴分析機能」実装

- 2021**
- 6/29 キーワード単位の検索機能・クエリタイプ・ページ種別の可視化
  - 6/29 スマートフォン検索結果情報取得

- 2019**
- 9/18 「感情分析AI」開発
  - 11/28 「詳細条件検索」実装
  - 12/12 「データDL制限機能」実装

- 2020**
- 1/9 「詳細条件設定」実装
  - 1/9 Keywordmap for SNS（ダウンロード機能追加）
  - 1/16 「日付指定機能」実装
  - 1/16 「効果測定分析追」実装
  - 1/30 「アカウント除外機能」実装
  - 3/11 「全量データ分析」実装
  - 5/25 「セグメント分析機能」実装
  - 6/24 「運用アカウント分析機能」実装
  - 7/21 「投稿画面機能」アップデート
  - 11/24 「キーワードモニタリング機能」実装

- 2021**
- 1/26 「目標・実績管理機能」実装
  - 2/15 「スレッド投稿機能」実装
  - 3/25 「成果レポート自動生成機能」実装
  - 6/30 「RT・キャンペーン分析」実装

# 04

—

## 市場環境

- 01 | 会社概要
- 02 | 主力サービス
- 03 | 特徴・強み
- 04 | 市場環境**
- 05 | 財務モデル
- 06 | 成長戦略

# /// ビジネス・アナリティクス市場

- データソリューションカンパニーとして当社が属する国内ビジネス・アナリティクス※市場は、デジタルデータの増加、AI/ディープラーニングの活用進展、DXに取り組む企業の増加等を背景に、CAGR10%超の成長が続くとの見方が存在

## ビジネス・アナリティクス市場予測

単位：百万円

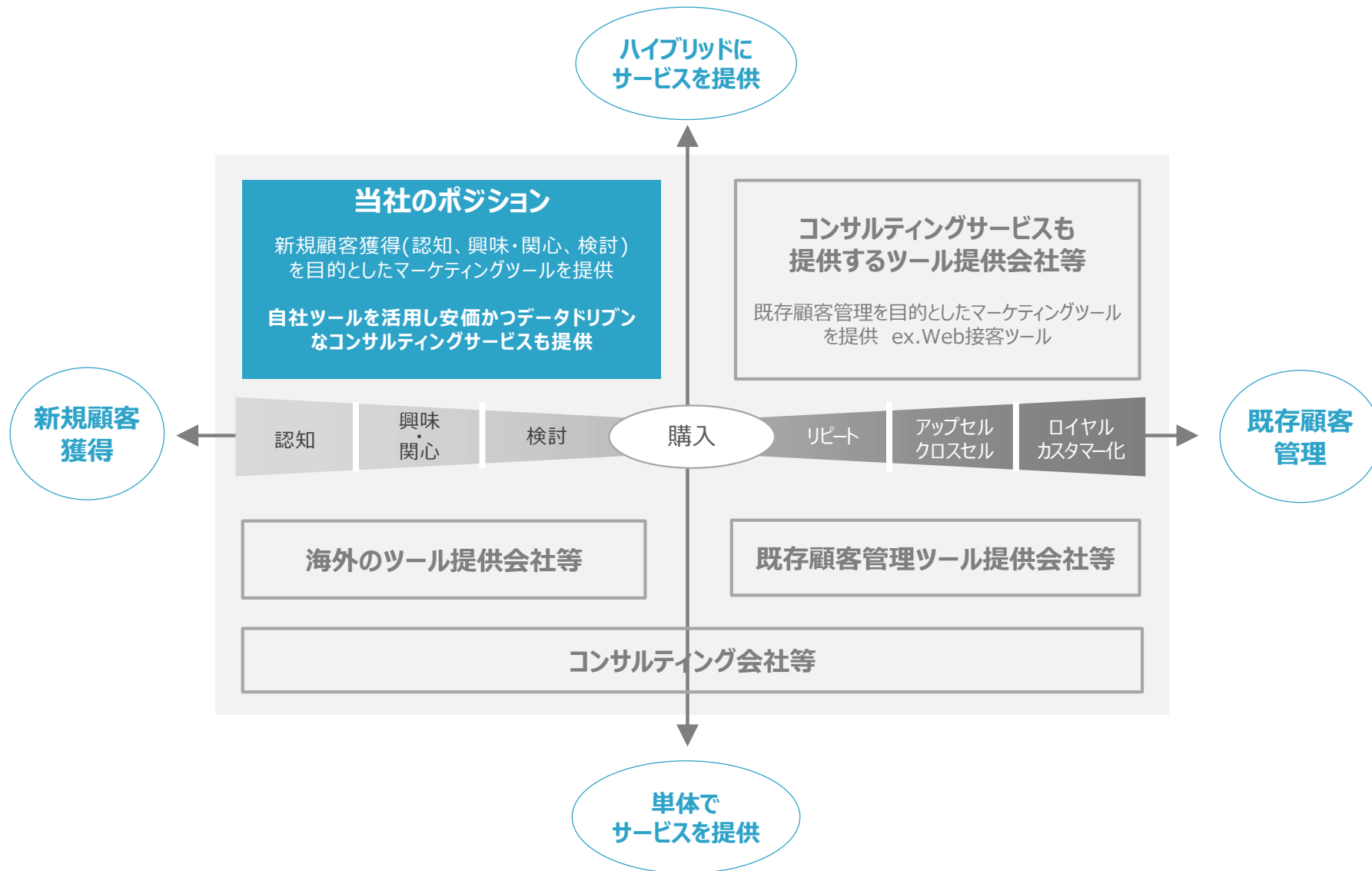
	実績		見込	予測						
	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
ビジネス・アナリティクス市場	306,936	348,422	397,728	450,260	509,595	576,481	651,870	736,848	832,550	940,336
ツール	178,328	204,152	233,232	264,001	298,680	337,744	381,725	431,215	486,876	549,444
構築サービス	112,599	125,618	142,513	160,283	180,239	202,593	227,623	255,635	286,972	322,012
分析サービス	16,010	18,652	21,983	25,976	30,676	36,143	42,523	49,998	58,702	68,880

出典：デロイト トーマツ ミック経済研究所「ビジネス・アナリティクス市場展望2020年版」プレスリリース

※ ビジネス・アナリティクスとは、蓄積された大量のデータを分析し、経験や勘だけでは思い付かない有益なルールを見出し「未来」を予測することまたはそのためのデータ解析手法です

# /// 当社のポジショニング

- 自社でマーケティング手法を開発し、SaaSツールとして提供
- 自社ツールを活用し、安価かつデータドリブンなDXコンサルティングサービスを提供することが可能



# 05

—

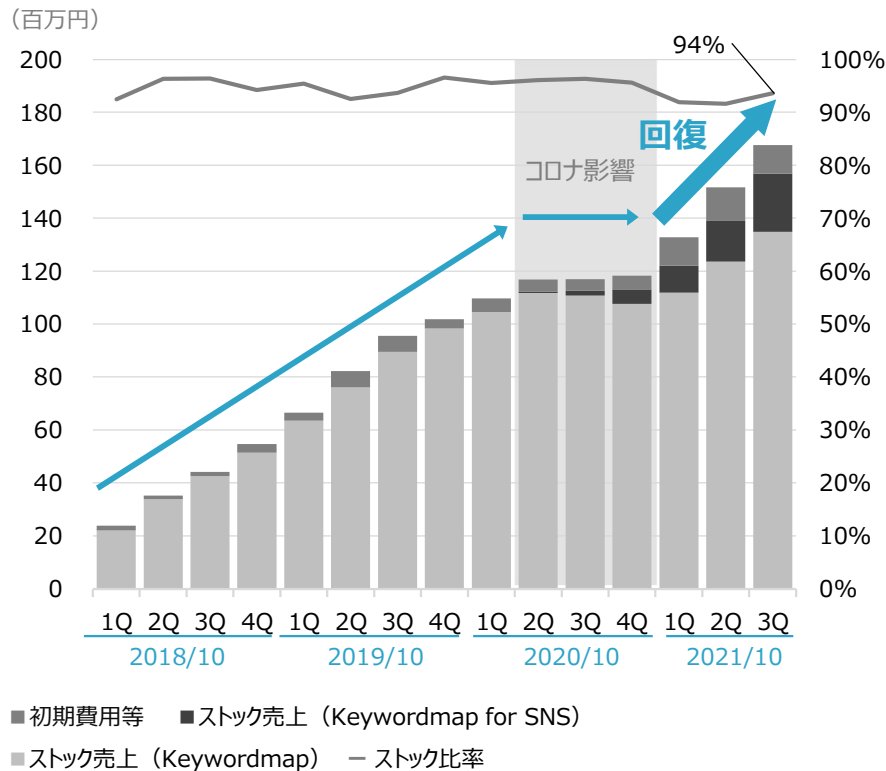
## 財務モデル

- 01 | 会社概要
- 02 | 主力サービス
- 03 | 特徴・強み
- 04 | 市場環境
- 05 | 財務モデル**
- 06 | 成長戦略

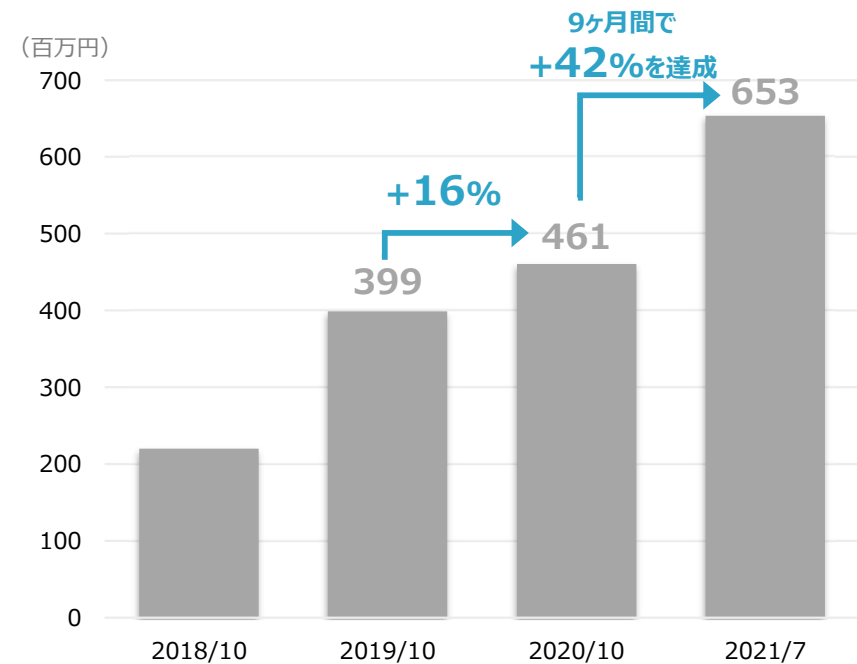
# /// ソリューション事業

- コロナ影響により、2020/10期2Qから4Qにかけて、ストック売上高の伸びが鈍化
- 2021/10期1Q以降は、企業のマーケティングのデジタルシフトが加速し、Keywordmapの受注がコロナ前の水準に回復

### ソリューション事業 ストック売上高※1推移



### ソリューション事業 ARR※2推移



※1：2018/10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

※1：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

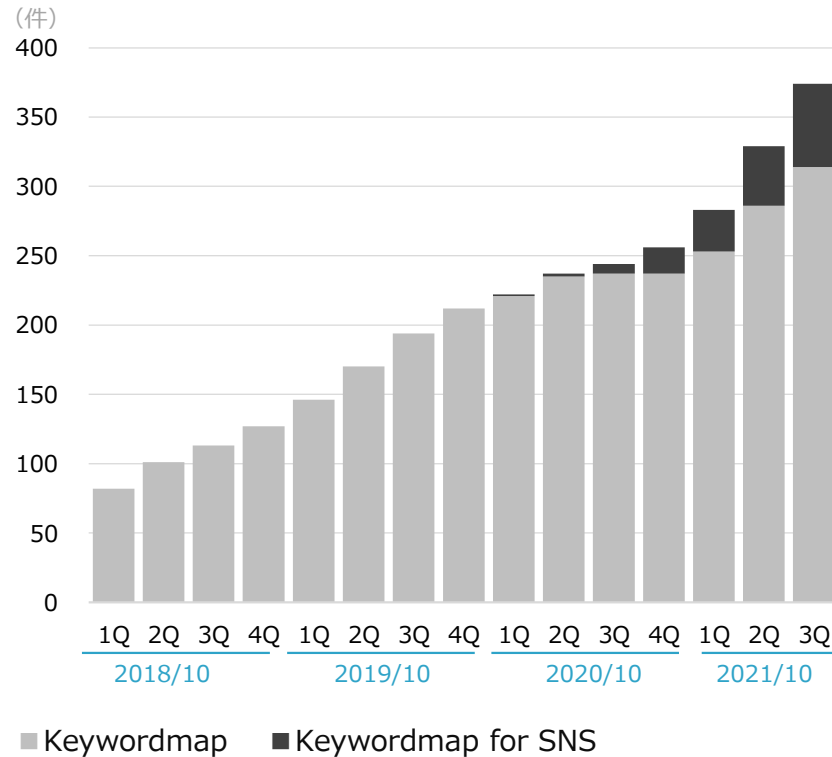
※2：ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出



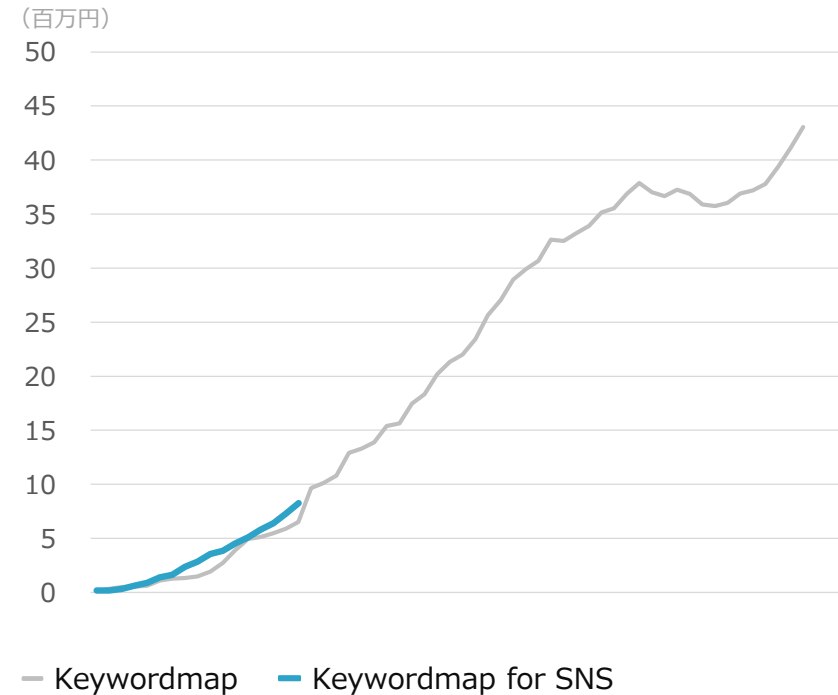
# /// ソリューション事業

- コロナ影響により、2020/10期2Qから4Qにかけて、契約件数の伸びが鈍化したものの、2020/10期4Q以降、Keywordmapの販売回復に加え、Keywordmap for SNSの販売体制が整い、受注が好調に推移

ソリューション事業 契約件数推移※1



ソリューション事業 MRRの立ち上がり推移※2比較



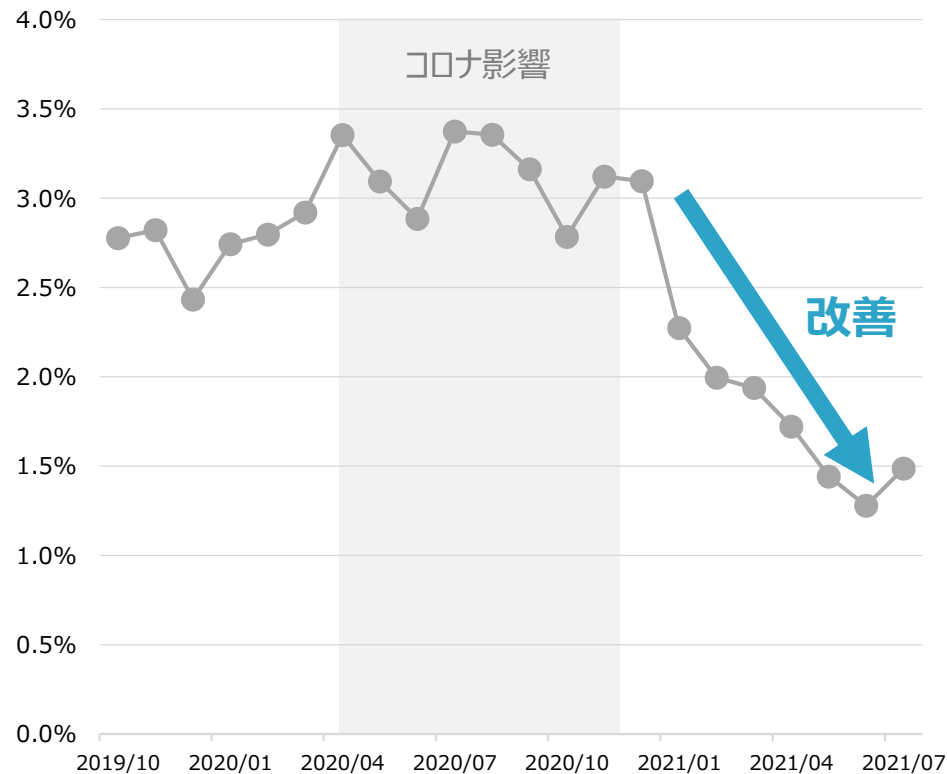
※1：2018/10期は決算月変更があったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示。

※2：Keywordmap for SNSについては、1件受注後販売体制を整備した後に本格的な販売に至ったため、2件目受注以降のMRR推移を表示

# /// ソリューション事業

- 2021年3月以降、6ヶ月平均解約率が2%未満で推移し、さらに改善傾向

ソリューション事業 Keywordmapシリーズ解約率※推移



## 【コロナ影響による解約率の上昇】

- コロナ影響を強く受けた企業(旅行、飲食関連事業者など)の広告費削減から、解約件数が一時的に増加

## 【足元における解約率の低下】

### ■ コロナ影響関連

- 上記企業の解約一巡に加え、マーケティングのデジタルシフトに伴い、企業のデジタルマーケティング予算が回復

### ■ 継続的取り組み

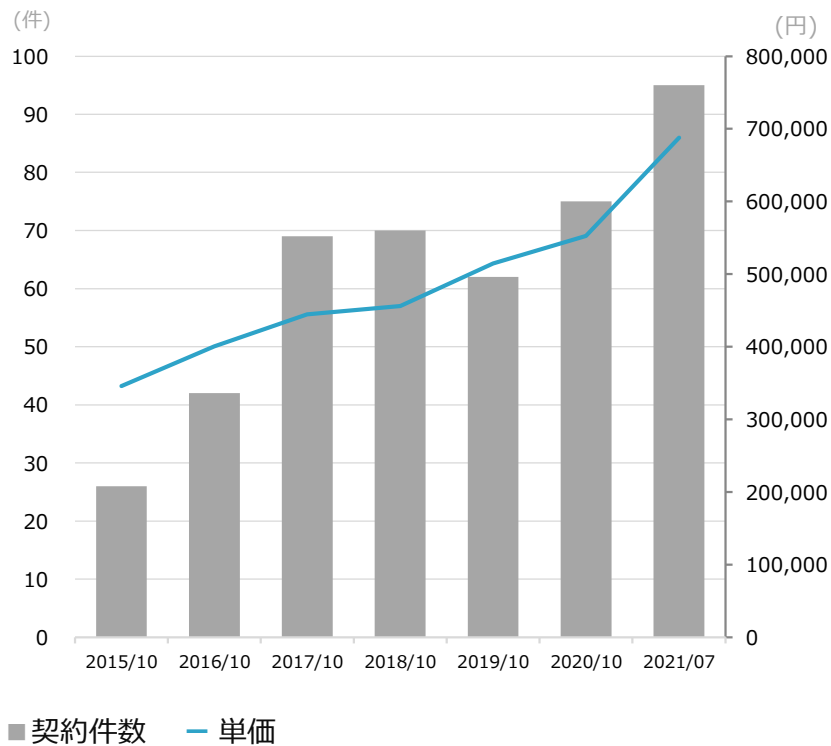
- CSチームの体制整備 (2019年10月期より継続的に強化)
- 機能の拡張と改善によるプロダクト強化

※ 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

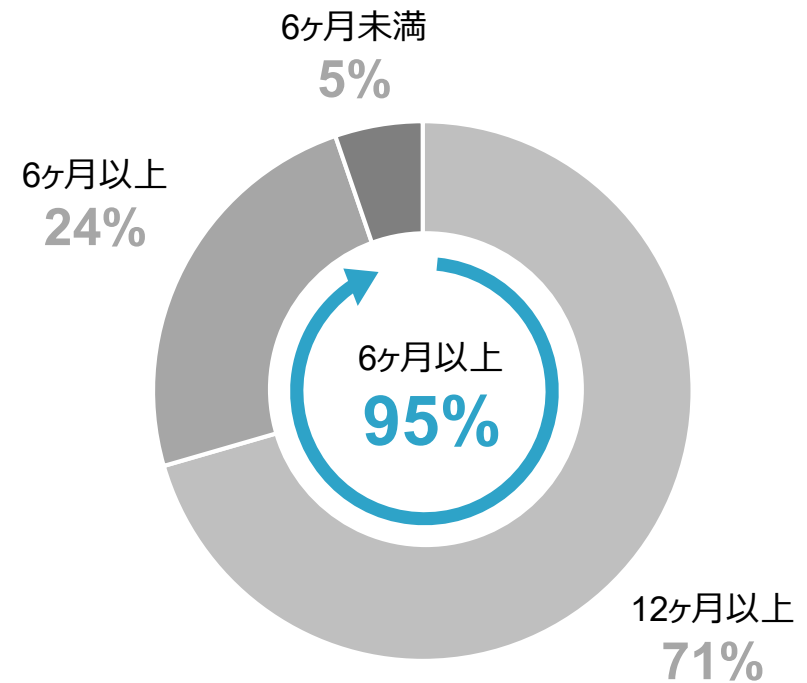
# /// アナリティクス事業

- 契約件数を拡大するとともに、提供サービスクオリティの向上により月額単価も上昇基調
- サービス契約期間が6ヶ月以上のお客様が95%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 契約件数・単価推移 ※1



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

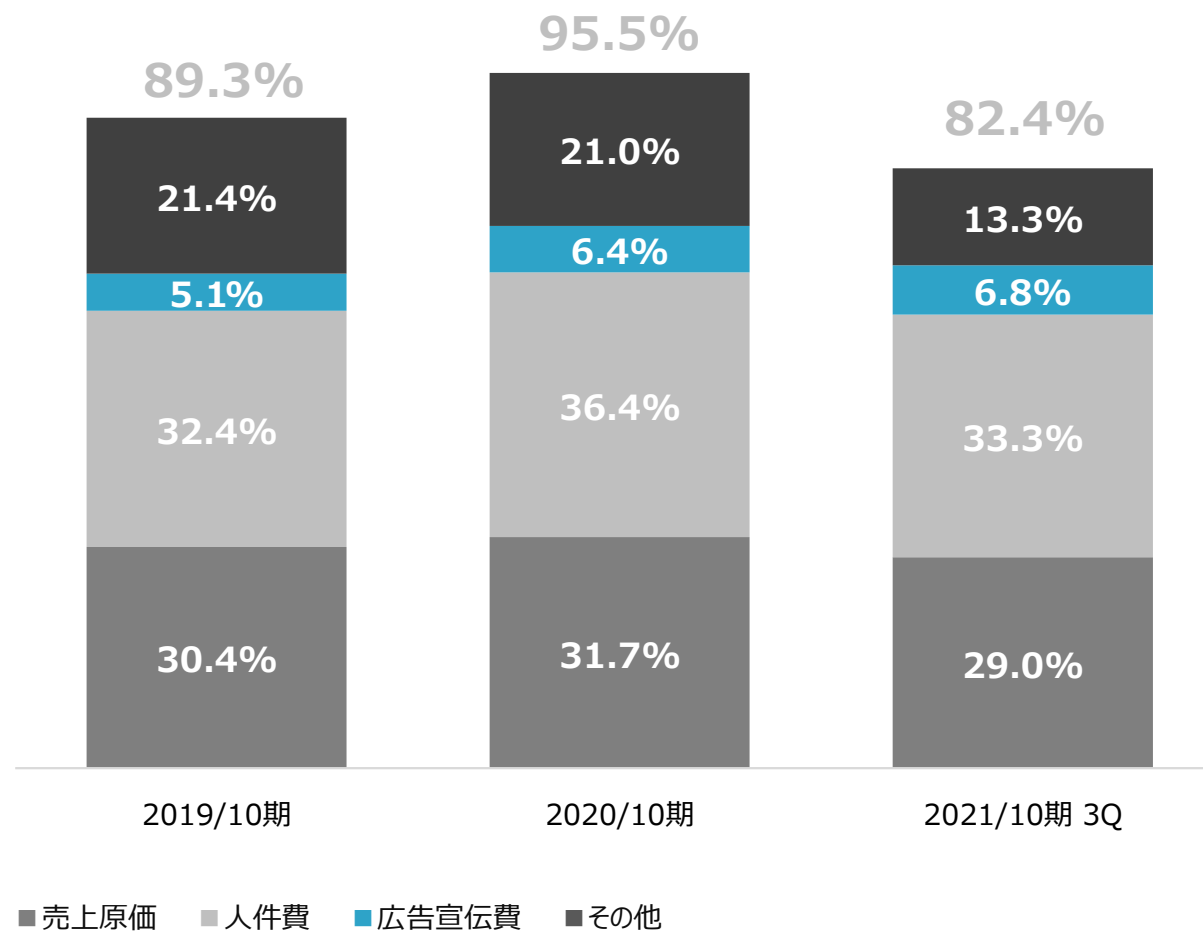
※1：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

※2：2021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

# /// 規律あるコストコントロール

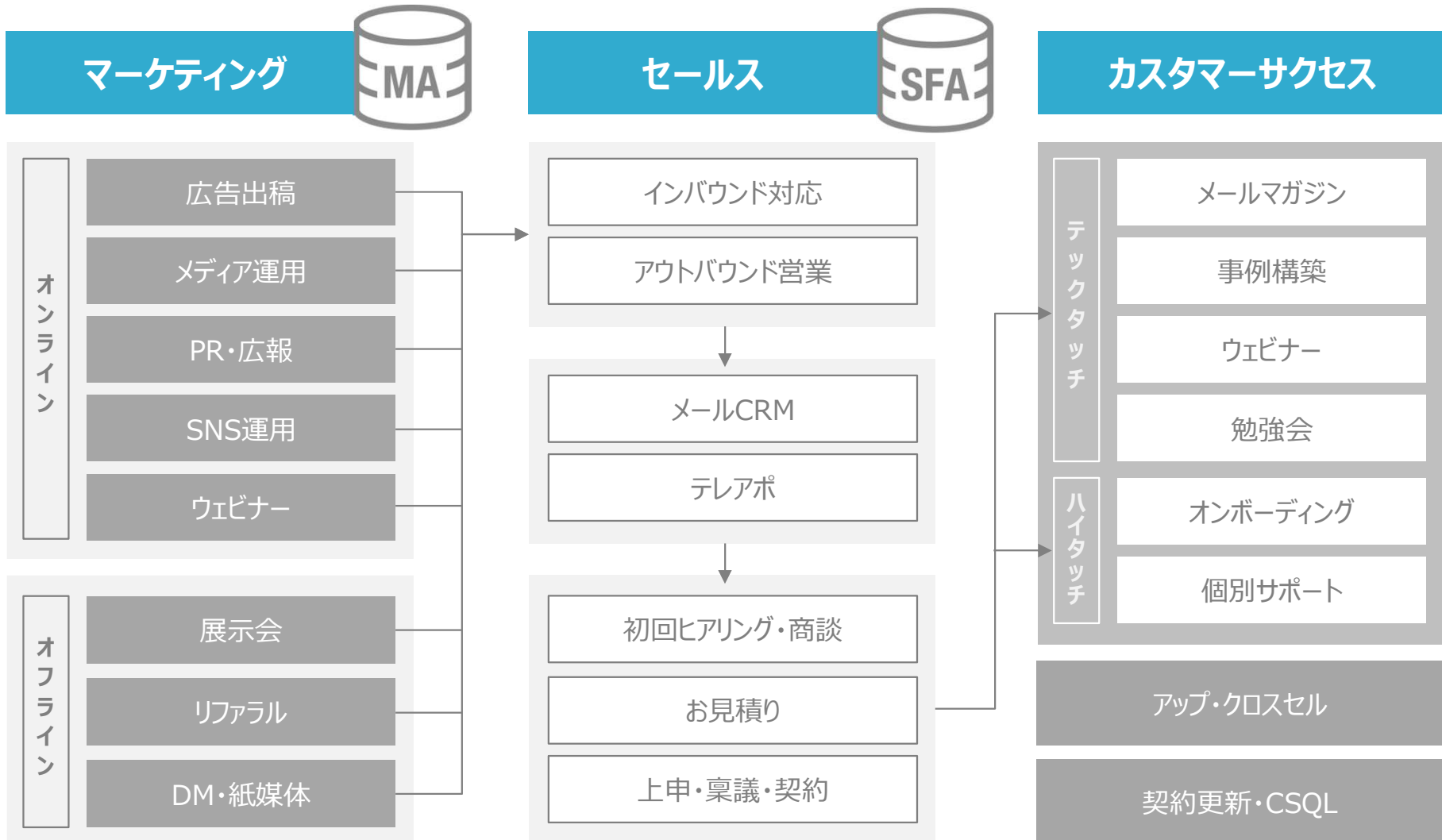
- 人材投資、広告投資を含め、費用対効果を検証しながら規律あるコストコントロールを実施

## 費用項目の内訳（対売上高）の推移



# /// 規律あるコストコントロールを可能にする効率的な営業組織

- 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
- サービス提供開始後は、CSチームにてクライアントの業務に当社サービスが組み込まれるようサポートし、解約率を低減



# /// オウンドメディア・SNS運用によるリード獲得

- 2020年5月より、デジタルマーケティングに関する基礎知識から最新情報までを体系的に学べるWebメディアとして「Keywordmap ACADEMY」(<https://keywordmap.jp/academy/>)を運用。  
これまで事業で培ったナレッジを公開
- 2021年5月に、月間15万PVを達成。「Keywordmap」への問い合わせは、運用開始時の2020年6月と比較して50倍に増加

## Keywordmap ACADEMYの成果



# 06

—

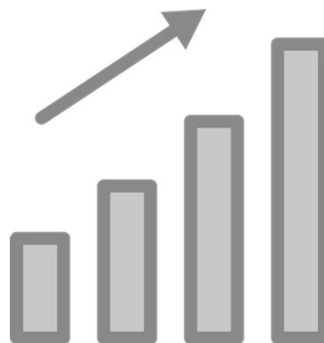
## 成長戦略

- 01 | 会社概要
- 02 | 主力サービス
- 03 | 特徴・強み
- 04 | 市場環境
- 05 | 財務モデル
- 06 | 成長戦略**

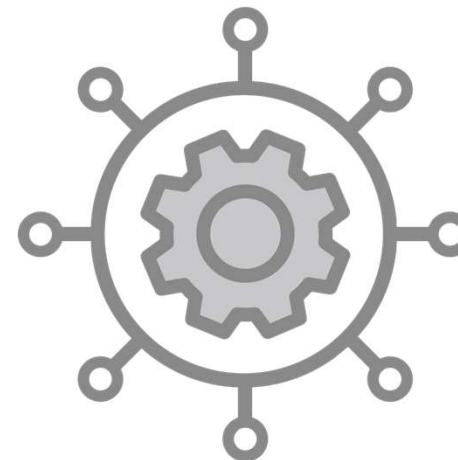
# /// 基本方針



契約件数拡大



契約単価アップ



プロダクト数増加



# /// 契約件数拡大・契約単価アップ

- Webマーケターが知りたい情報を発信するオウンドメディアやSNSを自社で運営することを通じた、効率的な顧客認知の獲得、商圏の拡大、CS体制の強化、新機能開発による契約件数拡大
- 新機能開発、豊富なオプションプランによるアップセルを通じた契約単価の引き上げを推進

## 契約件数拡大

### オウンドメディア・SNSを活用した顧客認知の獲得



### 商圏の拡大



- 関東圏から地方へ商圏を拡大
- 地方販売代理店の活用

### 広告宣伝費増によるメディア露出増加



### CS体制強化による解約減少



- 個別トレーニング会
- ユーザー会
- 活用手順書の配布

### 新機能開発による新規獲得/解約減少



- 顧客からのフィードバックをスピーディーに機能実装
- 日常業務のインフラとなる機能の開発

## 契約単価アップ

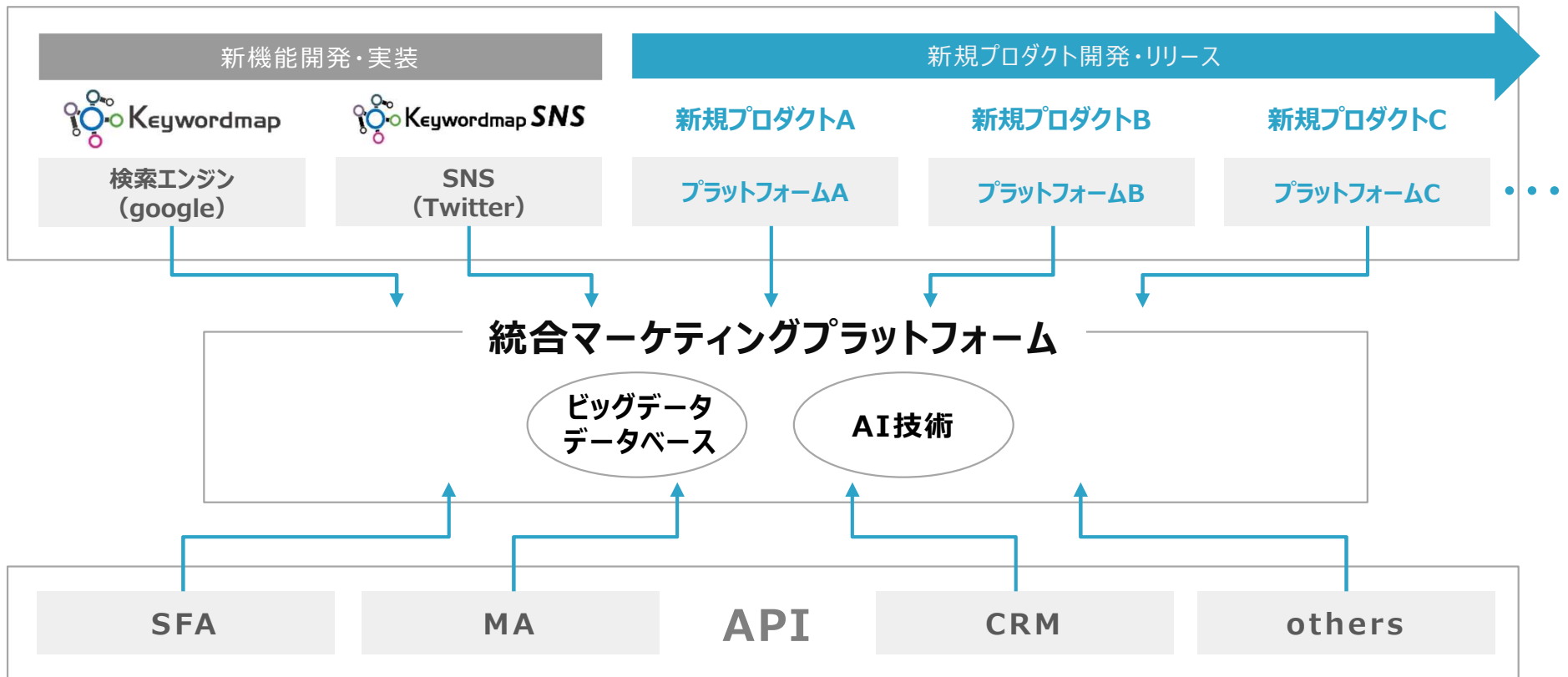
### 既存プロダクトの新機能開発によるアップセル



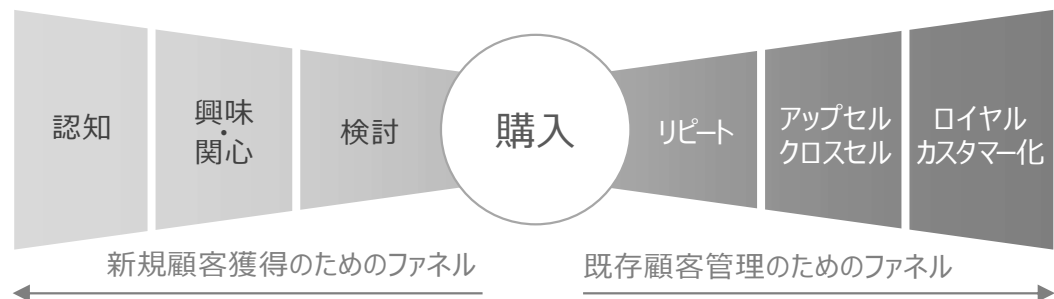
### 豊富なオプションプランによるアップセルの機会



# /// プロダクト数増加～統合マーケティングプラットフォームの可能性

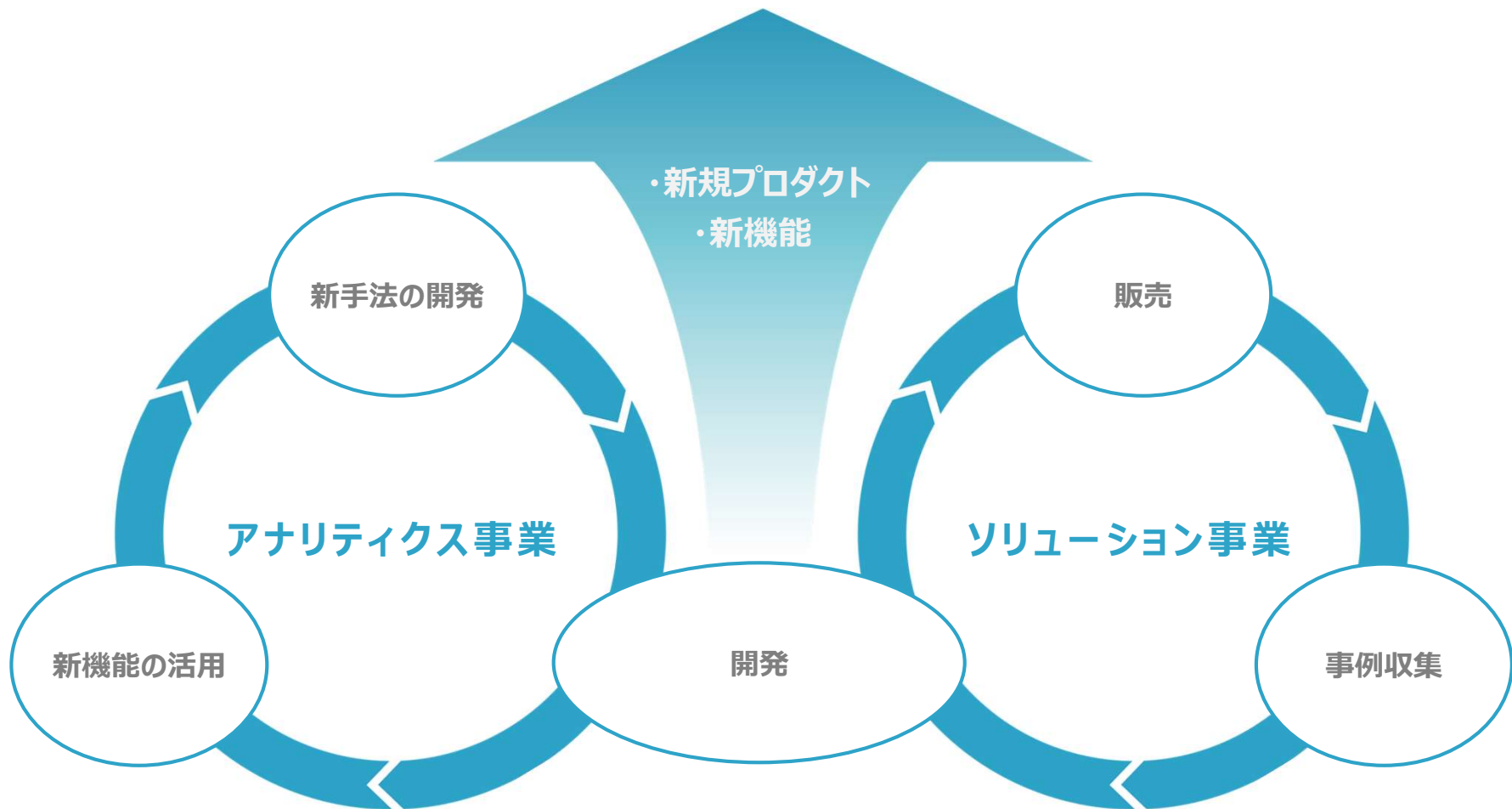


認知からロイヤルカスタマー化まで  
すべてのマーケティング工程の  
戦略立案から施策実行までをサポートし得る  
統合マーケティングプラットフォームへの  
発展を図る



/// ソリューション事業とアナリティクス事業の融合で  
マーケティングソリューションで日本を代表する会社へ

マーケティングソリューションで日本を代表する会社



## /// 資金使途

既存のサービスのさらなる成長に加え、新規サービスの成長資金として、上場時の株式新規発行による手取金(920百万円)を、以下の使途に充当する予定です。

下記以外の残額については、銀行からの借入金の返済資金として充当する予定です。

(単位：百万円)

資金用途	予定金額	使途予定時期		
		2021/10月期	2022/10月期	2023/10月期
<b>① サービス開発費用</b> 新しいマーケティングツールの研究開発及び新しいサービスの研究開発 既存サービスの改善のための開発費用として充当することを予定しております。	311	—	97	214
<b>② 設備投資</b> データの蓄積及びモデルの生成を目的とするサーバー購入費、業務効率化及び内部管理体制強化を目的とするERPシステム導入費用、 オフィス移転にかかる費用として充当することを予定しております。	280	—	53	227
<b>③ 人材投資</b> 新サービスの拡充及び新規事業による増収を目的とした新規採用費 に充当することを予定しております。	82	—	50	32

# /// 経営指標

- 持続的・安定的成長を通じた企業価値向上に向け、事業拡大と高収益性の両立を図っていきます。
- 売上高と営業利益を重要な経営指標と位置づけ、売上成長率30%を目標値※1として経営を行っていきます。

(単位：百万円)

	セグメント	2019年 10月期	2020年 10月期	2020年 10月期 (見込※2)
<b>売上高 (売上成長率)</b>		<b>764 (-)</b>	<b>934 (22.2%)</b>	<b>1,234 (32.2%)</b>
	ソリューション事業	349	471	629
	アナリティクス事業	414	464	616
	内部取引	-	△2	△11
<b>営業利益または損失</b>		<b>81</b>	<b>42</b>	<b>163</b>
	ソリューション事業	15	△20	92
	アナリティクス事業	66	62	73
	その他	-	-	△3

※1：売上成長率の目標値につきましては、年度ごとの目標であります。来期以降も毎年度の目標とします。

※2：2021年10月期の見込数値は2020年10月から2021年2月までの実績数値に、2021年3月以降の予測数値を合算して算定しております。

# /// 事業のリスクと対応方針

以下には、当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

項目	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
競争環境の激化	DX市場やBI市場の盛り上がりを受け新規参入が増加	中	大	当社独自のビッグデータ収集・加工技術、データベース取り扱い技術、AI・機械学習による自然言語処理技術の開発に加え、新たな当社独自の技術開発をおこなっていきます。
技術革新	当社の技術が陳腐化	低	大	様々な情報ソースから最新の情報を取得し、当社独自の技術開発をおこなっていきます。
法的規制	GDPR等の規制の強化によるビッグデータ取得・利用制限	低	大	現時点でヨーロッパでのビジネス展開は行っておらず規制を受けることはありませんが、今後も法規制の動向を注視して柔軟に対応していきます。
新規事業	新たなキャッシュカウとなる新規事業創出の遅れ・失敗	中	中	ソリューション事業本部及びアナリティクス事業本部を横断したプロジェクトとして、両事業本部の知見を活用し、新規事業創出を強く推進していきます。
ストック型の収益モデル	新規獲得減、単価増、解約率の低減の遅延によるMRR上昇の停滞	中	中	リードを効率的に獲得するマーケティング手法の開発、営業人員及びコンサルタント人員の育成、CRMを活用した解約率の低減を行っていきます。
人材確保	当社の求める人材が採用できない、採用した人材の育成が進捗しない、優秀人材の退職	中	中	積極的な採用広報を通じて、当社の求める人材の採用を行っていきます。 現場でのOJTと全社的な人材育成プログラム双方を通じて人材を育成していきます。 上長との定期的な1on1面談、福利厚生施策の充実などを行い、従業員の定着を図っていきます。

## /// 将来の見通しに関する注意事項

---

- 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。
- 当資料のアップデートは今後、2021年10月期通期決算発表時を目途として開示を行う予定です。

**C / N C**