



2022年10月期第3四半期 決算説明資料

2022年9月13日

株式会社CINC（グロース 4378）

/// 決算サマリー

売上高

1,320百万円
(前期比+41.6%)

営業利益

213百万円
(前期比+30.0%)

当期純利益

139百万円
(前期比+30.5%)

- **新型コロナウイルス感染症の拡大、資源価格の上昇、円安等、先行きが不透明な状況が続いたものの、企業のマーケティング活動のデジタルシフトにより、引き続き当社の提供する「Keywordmap」シリーズ、DXコンサルティングサービスともに需要は拡大中**
- **売上高は前期比41.6%増**
 - ソリューション事業は40.4%増、アナリティクス事業は42.6%増
- **積極的な人材投資を行いながらも、営業利益は前期比30.0%の増益**
- **営業利益率は16.2%**
- **通期業績見通しに対して、順調に進捗**
 - 期初公表した業績見通しに変更なし
 - 来期の成長のための積極的な人材投資を行っていく

/// INDEX

01 | 事業説明

02 | 業績ハイライト

03 | 各種KPIと事業の状況

04 | 2022年10月期第3四半期の取組みについて

05 | 2022年10月期通期業績予想について

06 | よくいただくご質問

01

—

事業説明

01 | 事業説明

02 | 業績ハイライト

03 | 各種KPIと事業の状況

04 | 2022年10月期第3四半期の取組みについて

05 | 2022年10月期通期業績予想について

06 | よくいただくご質問



**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**

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。

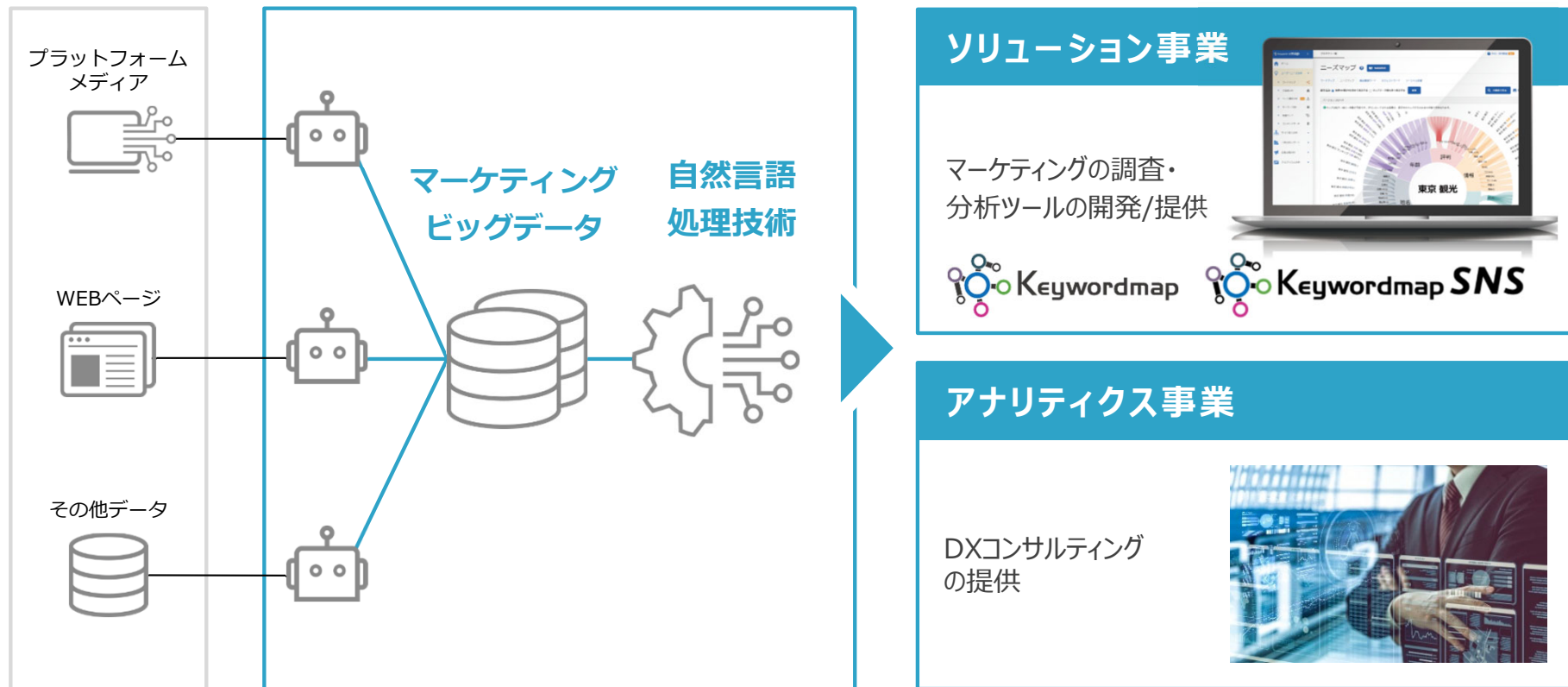
世界を変えるのはいつだって、
世界を疑った人だ。
常識は一瞬で覆ることを、
僕たちはもう知っている。

そうきたか。

C / N C

/// 事業概要

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



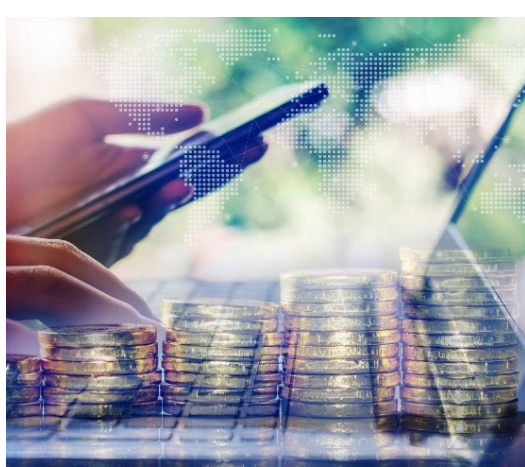
※¹ 自然言語処理技術とは、人間が日常使っている“言葉”をコンピュータで処理できるようにする一連の技術のことを言います。

※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。

/// 社会情勢の変化

デジタルチャネルの普及や社会情勢の変化に伴い、ビジネスの主戦場がデジタル領域へと急速に移行

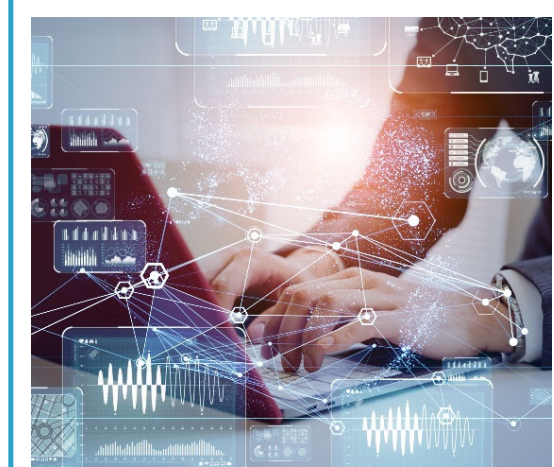
インターネット、スマホ、アプリの
普及によりデジタルチャネルでの
購買が一般化



社会情勢の変化に伴い
消費者のデジタルシフトが加速



消費行動の変化に応じて
ビジネスの主戦場が
デジタル領域へ移行



/// 消費者を取り巻く環境

商品やサービスが溢れる時代、消費者は自身の必要有無に関係なく日々大量の情報が届けられるが、消費者が求めているのは大量の情報を得ることではなく、自身の興味ある情報や悩みを解決する情報を得ること

商品やサービスが溢れる時代、
消費者は日々大量に押し寄せる
PR情報にうんざりしている

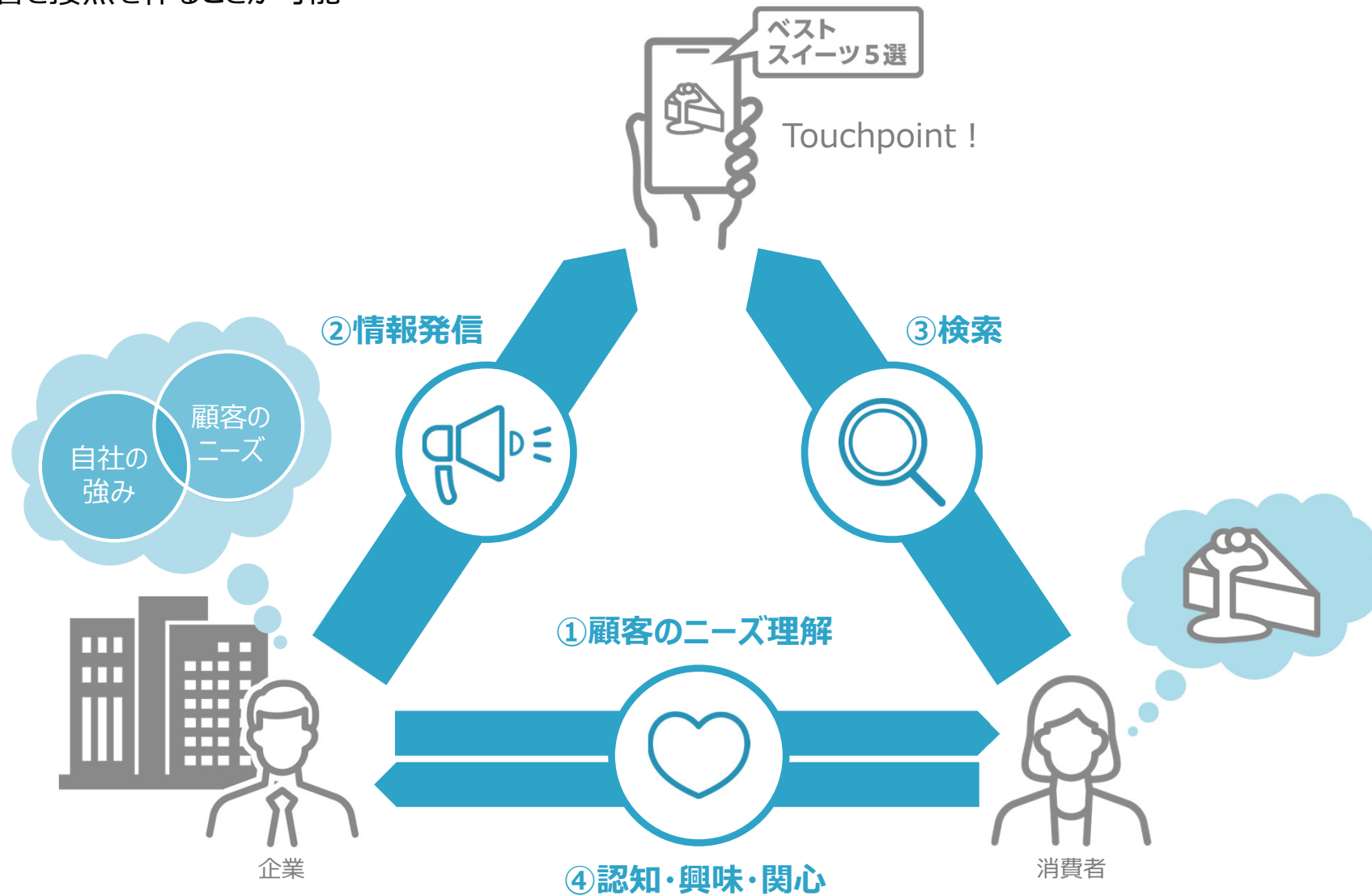


消費者が求めているのは、
大量の情報ではなく自身の興味ある情報
や悩みを解決する情報



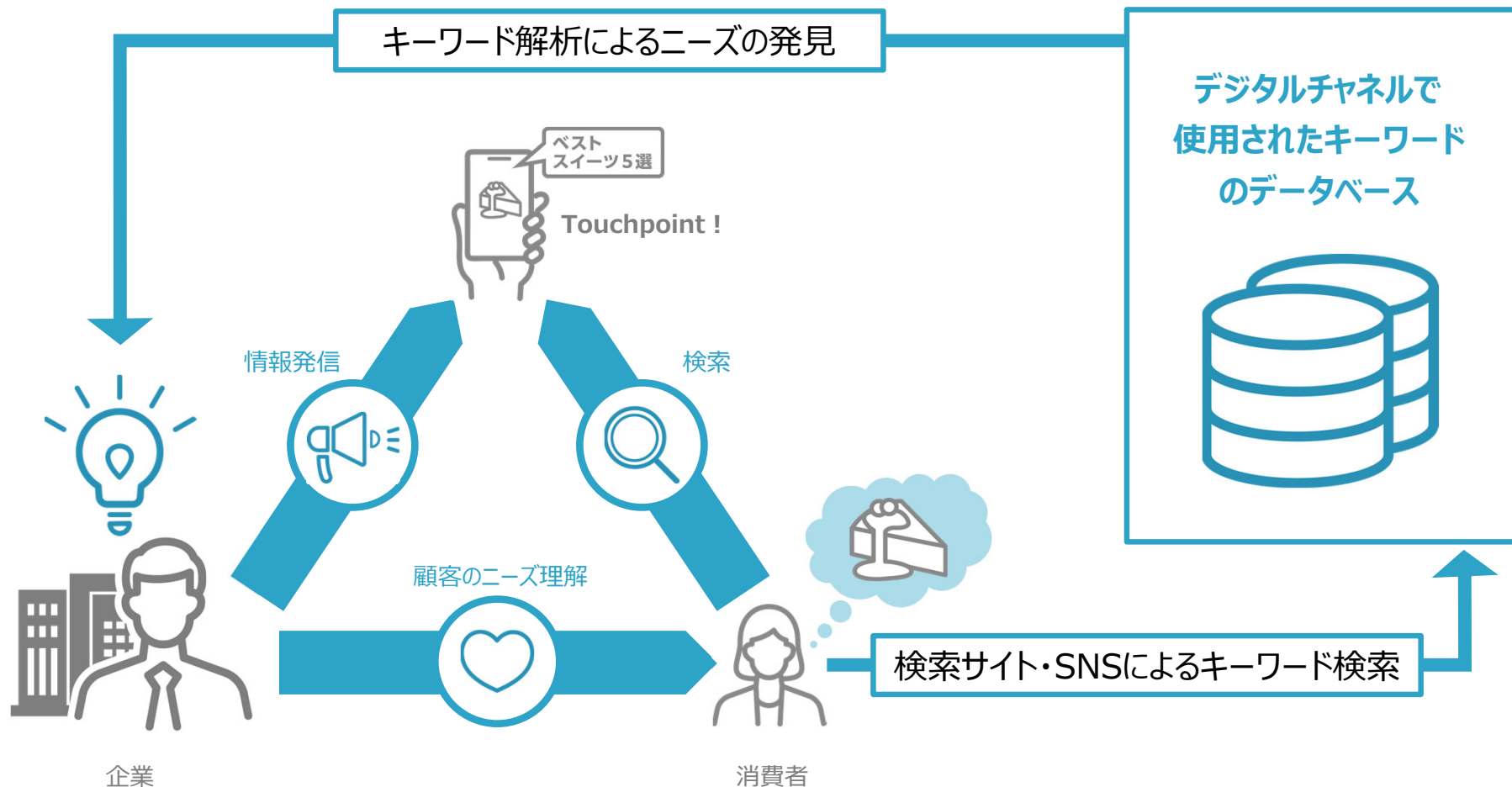
/// デジタル時代のマーケティング

企業は消費者が知りたいと思っていること（ニーズ）を把握し、それに応える情報を発信をすることで、効率的に潜在顧客と接点を作ることが可能



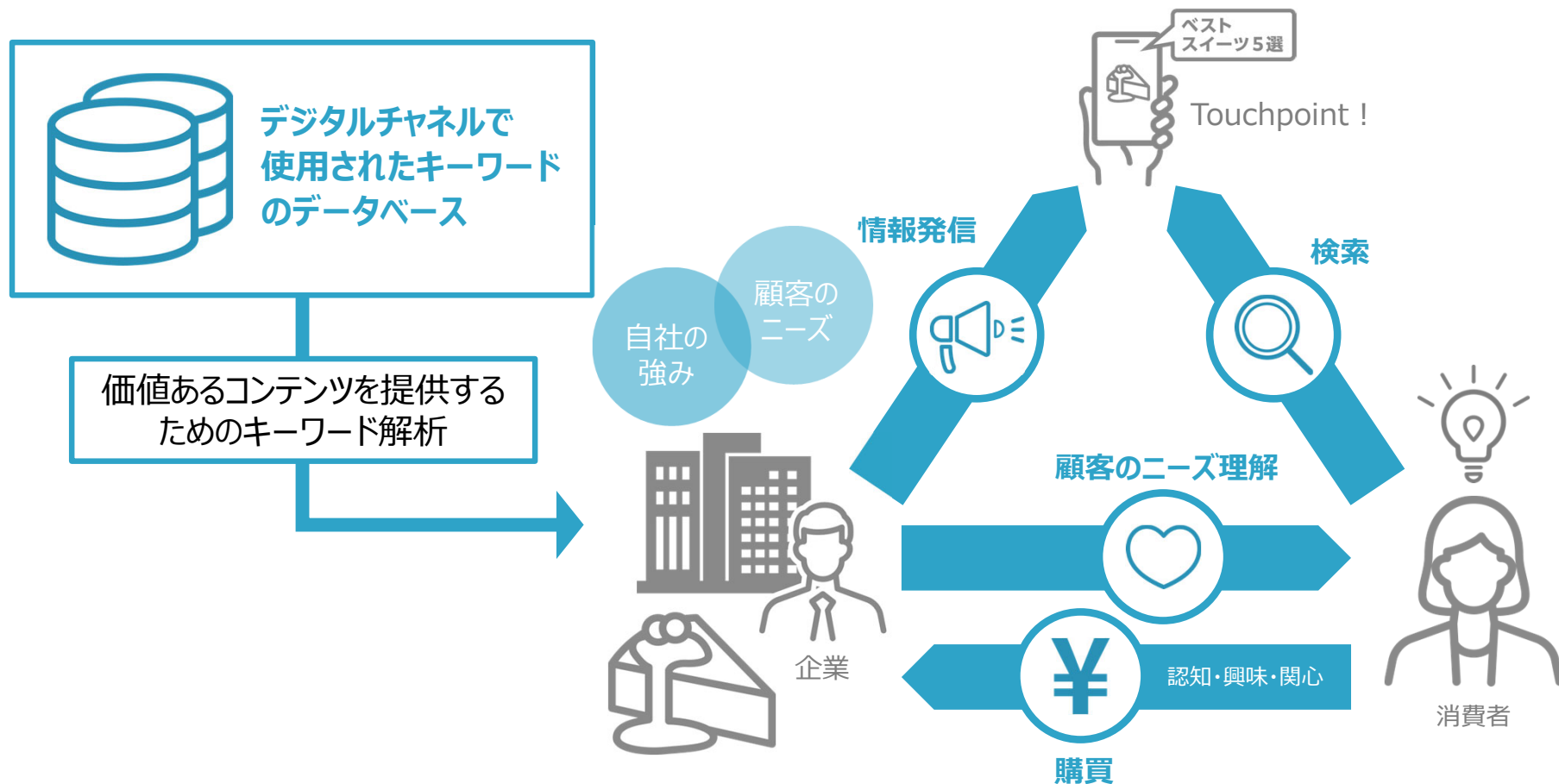
/// 「キーワード解析」の重要性①

- 最適な情報発信をするためには、「消費者のニーズ理解」が重要
- デジタル時代における消費者の興味・関心は、消費者がデジタルチャネルで使用する「キーワード」データで発見できる



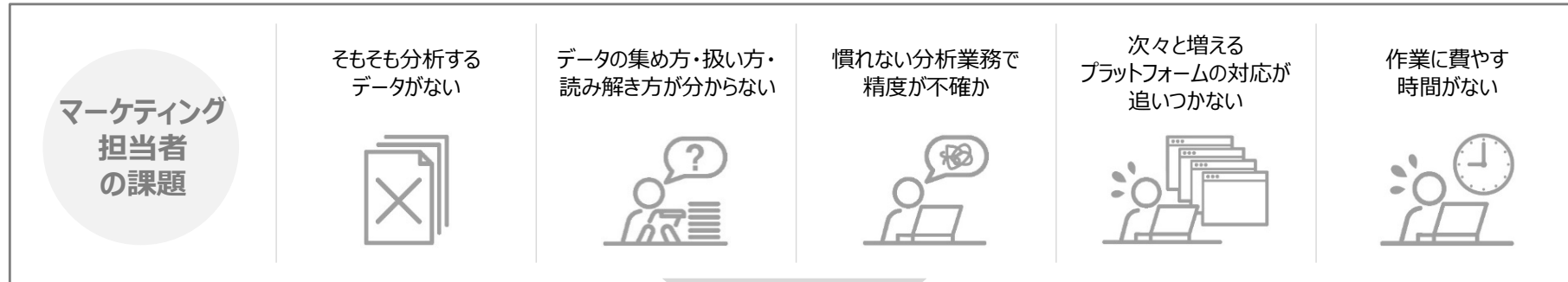
/// 「キーワード解析」の重要性②

- 消費者に自社のサービスへ興味をもってもらうためには顧客のニーズに合った「**情報発信**」が重要
- キーワード解析から、消費者の購買につながる価値あるコンテンツを提供することが可能
- 検索サイトだけでなく、SNSにおいてもキーワードでニーズを表現するため、キーワード解析を起点とするマーケティングが有効



/// マーケティング担当者の課題

- 当社のサービスにより、マーケティング担当者の課題が解消され、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効率化と成果創出が同時に実現可能に



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

/// 主要サービス

サービス名

基本料金体系

料金詳細

ソリューション事業



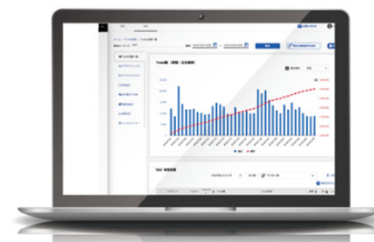
月額固定料金
初期費用あり

■ 事業会社向け

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

■ 広告代理店向け

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



月額固定料金
初期費用あり

■ 事業会社向け

初期費用：150,000円～
月額：120,000円～

■ 広告代理店向け

初期費用：300,000円～
月額：200,000円～

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

アナリティクス事業



DXコンサルティング

月額固定料金
初期調査費用あり

初期調査費用：調査内容により変動
月額：400,000円～

コンサルティングサービスの提供内容に応じて、月額コンサルティング料金を設定

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

/// Keywordmap 概要

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



Keywordmapの基本的な活用方法（具体例）

注力すべきキーワードを見つける

キーワードを対策する

「競合獲得ワード」機能

① 自社と競合のサイトURLを入力

<例>

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

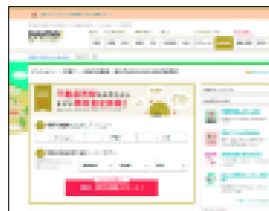
自社	競合1
https://●●●●●.jp/	https://XXXXXX.co.jp/
/	/

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

キーワード	順位	順位
家の査定	7位	2位
家の査定	4位	9位
家の査定	7位	2位
家の査定	13位	3位
家の査定	9位	7位

・自社：7位 ↓
・競合：2位 ↑

③ 評価の対象になっているサイト内のページを確認



自社：家の査定ができるコンテンツ



競合：家の査定関連の知識を提供するコンテンツ

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

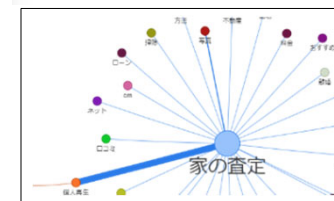
ワードマップ

ユーザーは「家の査定」についてどのような情報を必要としているのか調査

① 検索欄にキーワード「家の査定」を入力

家の査定

② 検索時に「家の査定」と同時に用いられているキーワードを可視化



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

共起語分析

① 検索欄にキーワード「家の査定」を入力

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

▼5位以内のページ40%以上が含む共起語

共起語の含有率チェック

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

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



コンテンツ制作

家の査定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](#)」機能に加えて、自社のTwitterアカウントで良質なコンテンツを提供し、潜在顧客との接点を作り、購買へ導く「[コンテンツマーケティング](#)」機能を兼ね備える



 Keywordmap **SNS**

Keywordmap for SNSの基本的な活用方法

注力すべきキーワードを見つける

コンテンツを投稿する

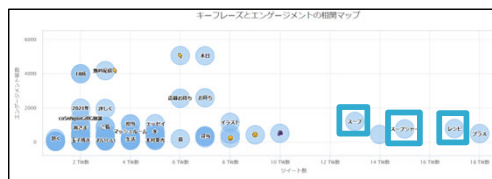
アカウントを運用する

■ インフルエンサー検索

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



■ 全量ツイート調査



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

ベンチマークアカウントの投稿内容から特に反響の大きいテーマを調査

■ ハッシュタグ分析



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

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

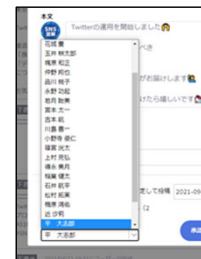
実数値を根拠に最適なハッシュタグを選択

■ 投稿管理

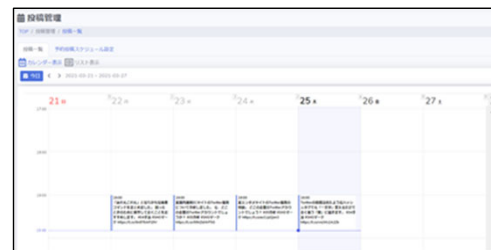
① カテゴリやハッシュタグ別に投稿内容を作成・管理。カテゴリ・ハッシュタグ別の数値データが自動集計される。



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



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



SNSのチーム運用におけるムダ・リスクを解決

■ レポート作成

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



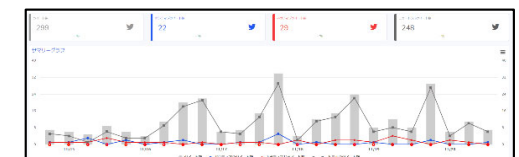
■ 運用アカウント分析

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

カテゴリ	投稿数	imp	eng	eng率	いいね	RT	リプ	フォロー
レシピ	1	4,761	519	10.9%	2	0	0	0
食材	1	1,512	343	22.7%	2	1	0	0
商品	1	7,700	793	10.3%	53	7	0	0

■ 炎上モニタリング

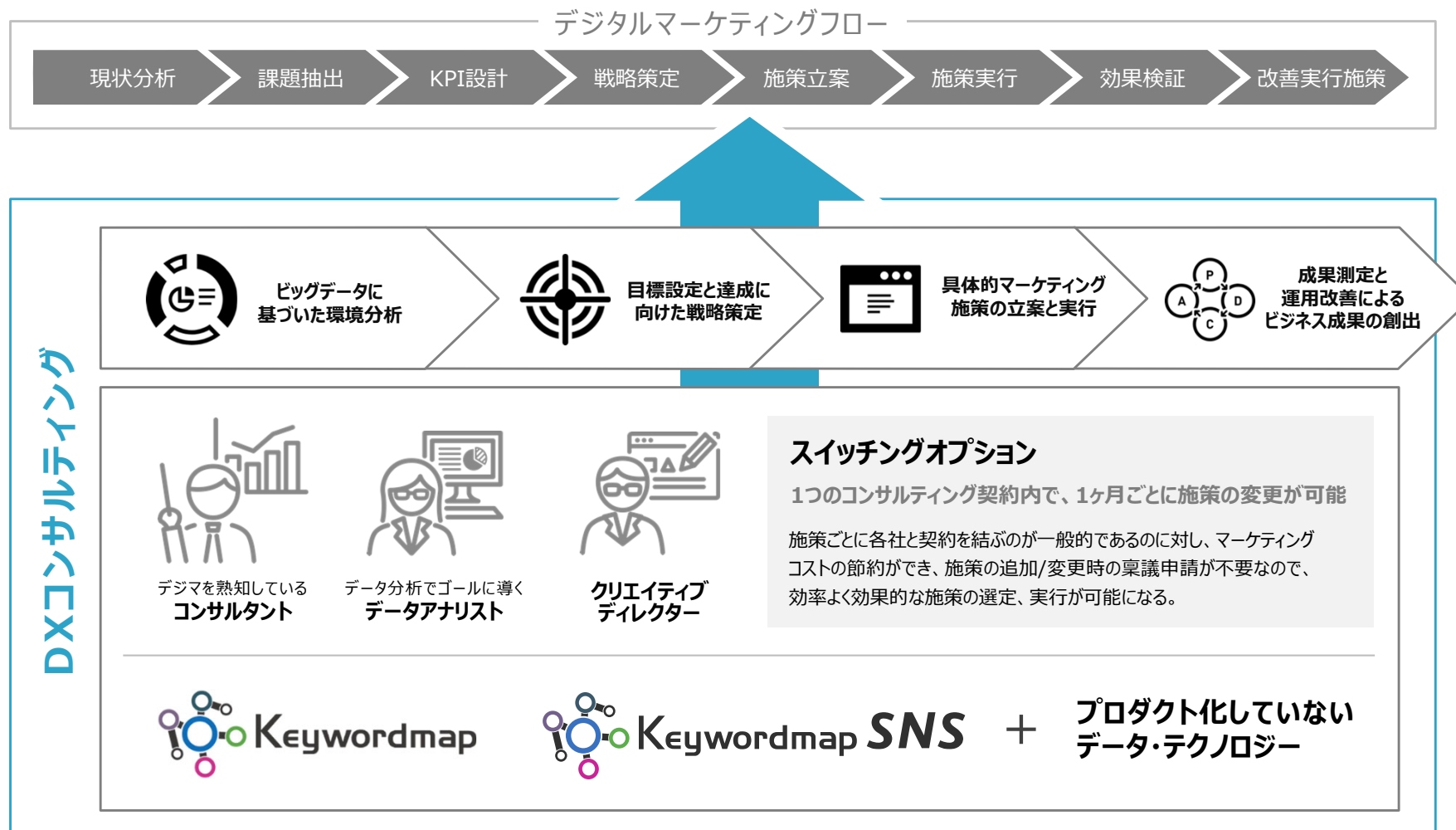
指定したキーワードを含むツイートを収集し、反響数をリアルタイムで自動集計・レポートして通知。炎上リスクの早期発見・対応に活用可能。



自動化によって効率よく、安全なSNS運用

DXコンサルティング 概要

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



/// 特徴・強み

I

データ×テクノロジーでマーケティングのDX化を支援

II

2事業の連携によって生み出されるシナジー

III

マーケティングのプロフェッショナル集団

CINCの代表的なテクノロジー

市場環境

サービス
説明

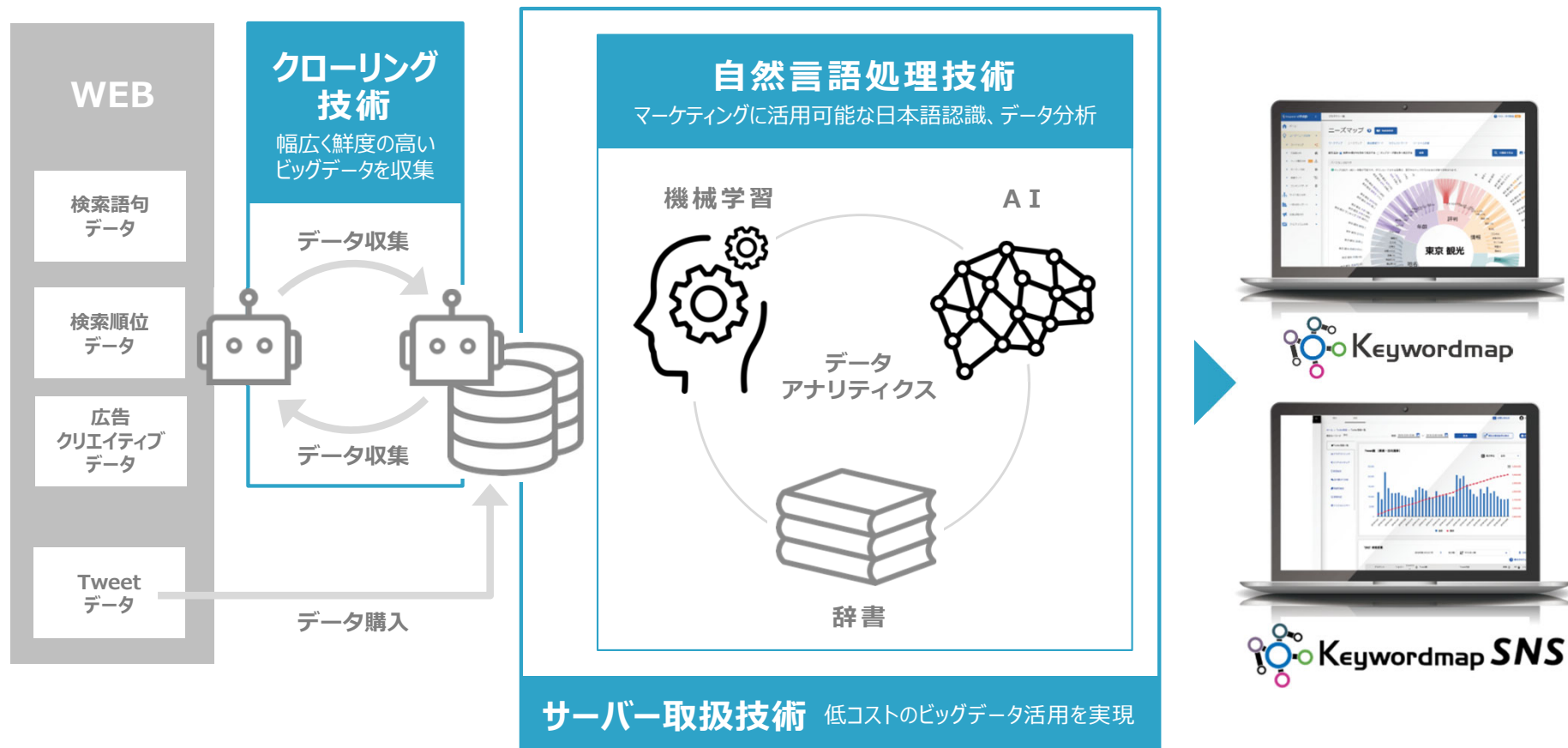
強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

/// I.データ×テクノロジーでマーケティングのDX化を支援

- 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



運用課題から生まれるマーケットインでのサービス開発

市場環境

サービス
説明

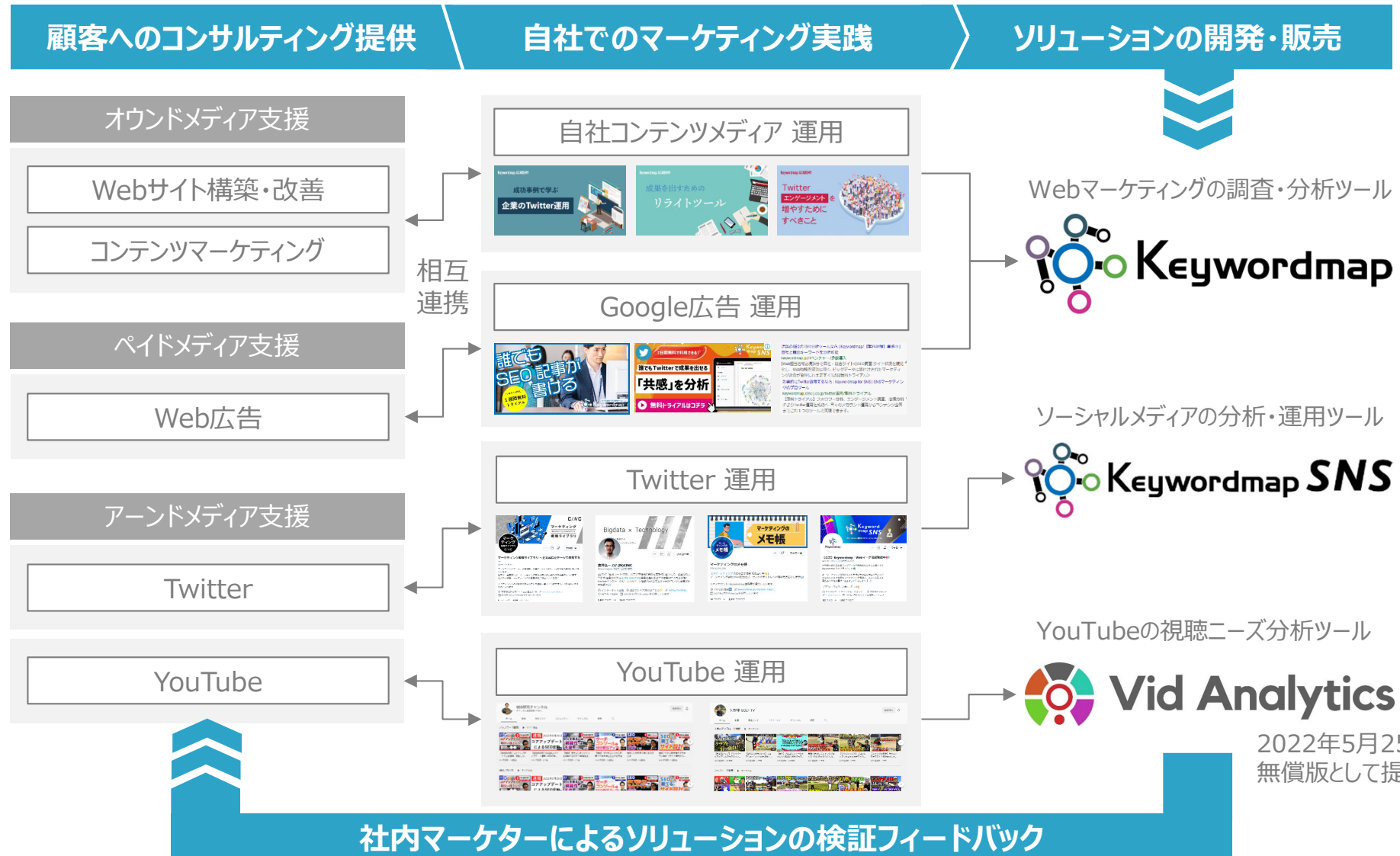
強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

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

市場環境

サービス
説明

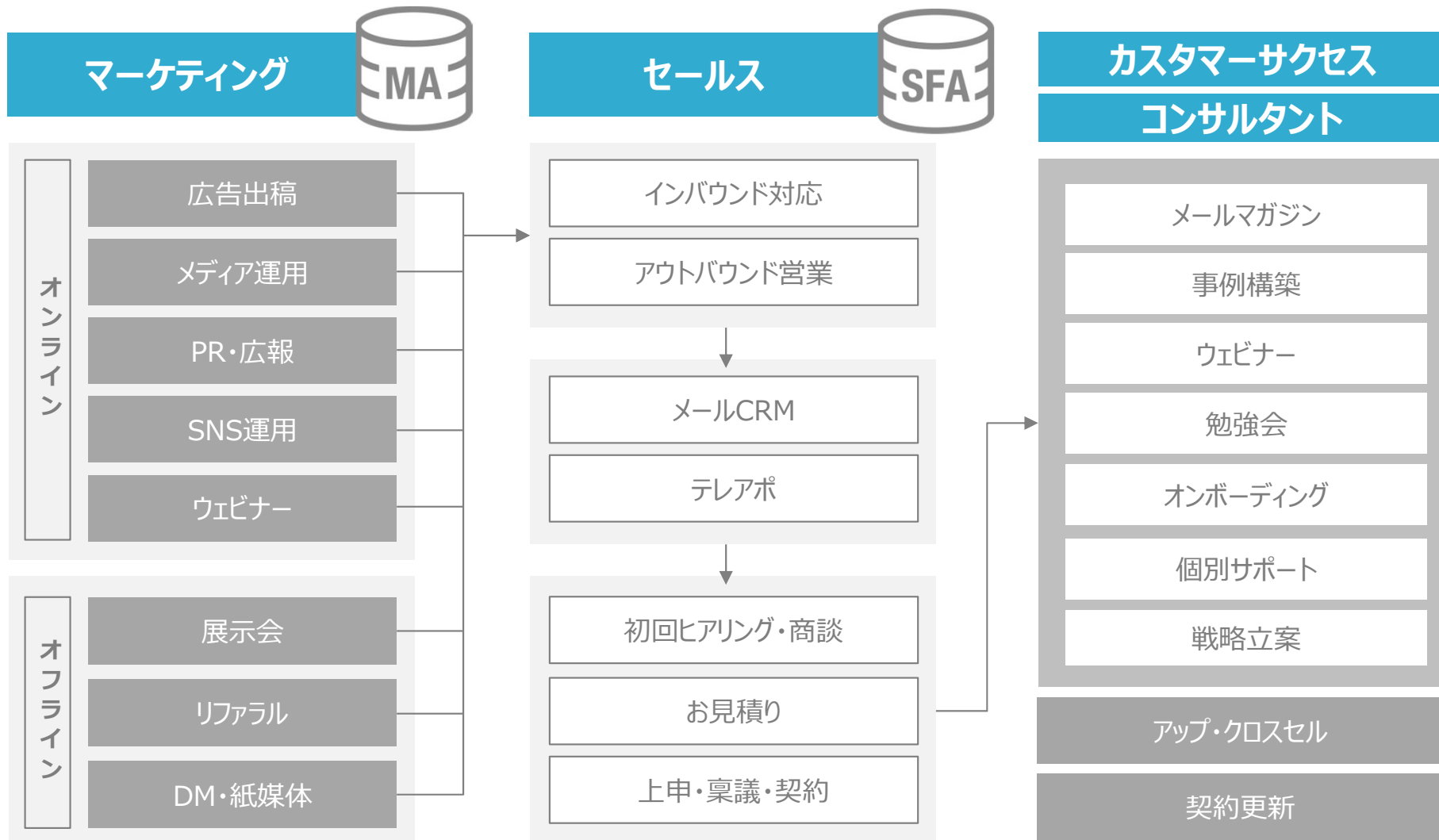
強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

/// Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

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



Keywordmapシリーズの導入実績

市場環境

サービス
説明

強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

/// Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

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

広告代理店向け（36%※）

NTT DATA
株式会社NTTデータスマートソーシング

CloudCIRCUS

CRCCO

**DENTSU
DIGITAL**

HOKUTOSHA

事業会社向け（64%※）

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

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

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

NEWS PICKS **PERSOL** **ひかりノベ hikari renovation** **PLAY LIFE™**

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

※ 2022年7月のMRR割合

02

—

業績ハイライト

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト**
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2022年10月期第3四半期の取組みについて
- 05 | 2022年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

/// 2022年10月期 第3四半期 業績

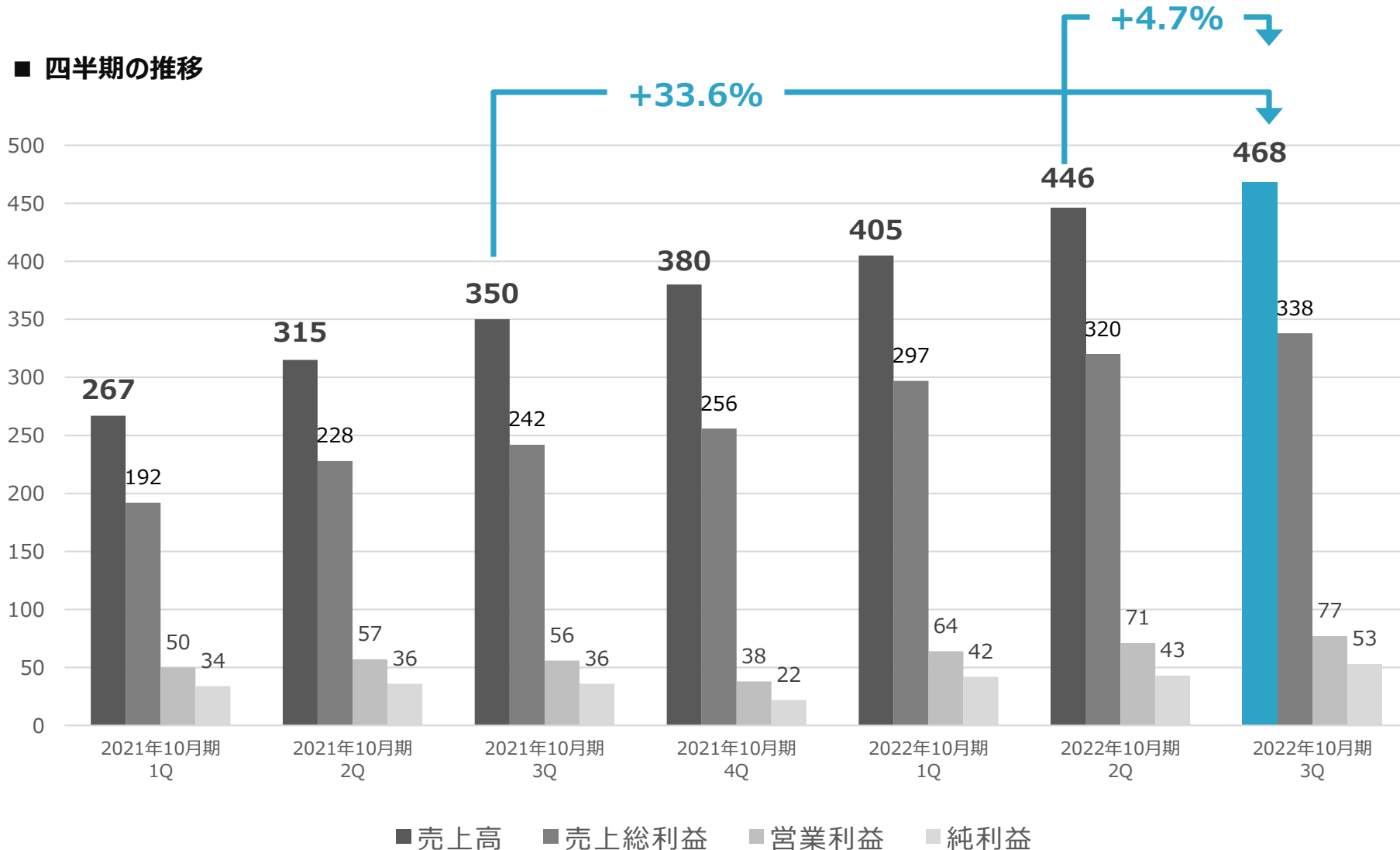
- 企業のマーケティング活動においてデジタル化が加速していることに伴い、「Keywordmap」シリーズやDXコンサルティングの需要は引続き拡大傾向にあり、前期比41.6%の増収
- アナリティクス事業のセグメント利益は、新サービス開発のための増員による人件費増加などを主因として、前期比15.0%の減益
- 売上高進捗率76.1%、営業利益進捗率89.0%を達成

(単位：百万円)	2021年10月期 3Q (実績)	2022年10月期 3Q (実績)	前期比 (増減率)	2022年10月期 (業績予想)	進捗率
売上高	932	1,320	41.6%	1,736	76.1%
ソリューション事業※1	460	646	40.4%	876	73.7%
アナリティクス事業	480	685	42.6%	875	78.3%
売上総利益	663	956	44.3%	1,269	75.4%
営業利益	164	213	30.0%	239	89.0%
ソリューション事業	86	147	70.0%	184	80.0%
アナリティクス事業	77	65	▲15.0%	54	119.2%
経常利益	162	212	30.4%	237	89.4%
当期純利益	107	139	30.5%	150	92.7%

※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33.6%増加、当期2Qから4.7%増加と順調に成長

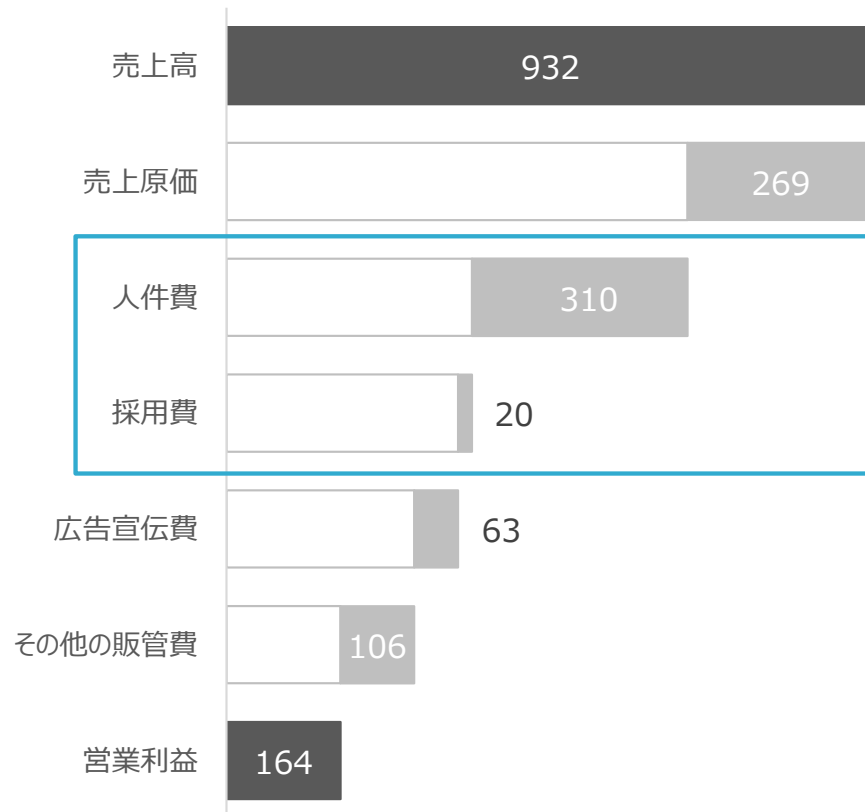


/// 営業利益の増減要因

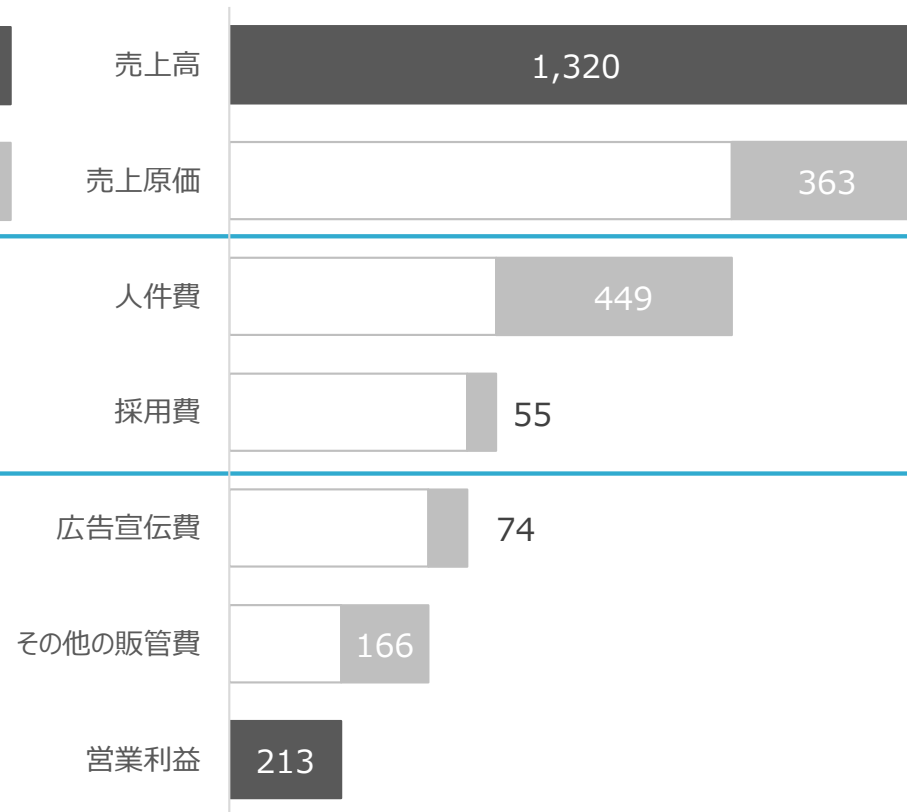
- 人材投資が順調に進捗したため、当期3Qは人件費及び採用費の負担が増加
- 外形標準課税の増加や一過性の支払手数料の増加を主因としてその他の販管費の負担が増加

■ 2021年10月期 3Q実績

(単位：百万円)



■ 2022年10月期 3Q実績



■ 前期比

+388

+94

+139

+35

+11

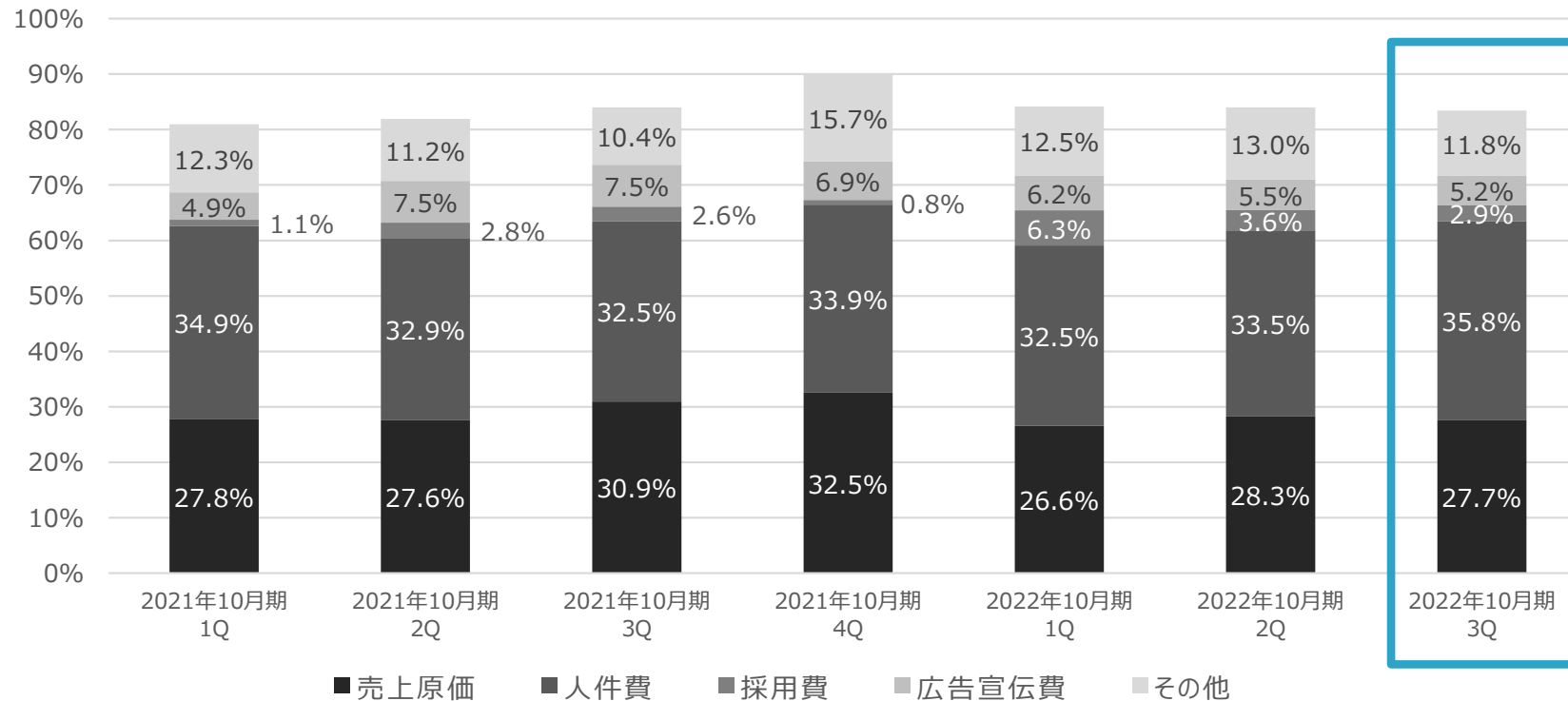
+60

+49

/// 四半期ごとの費用推移

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

■ 四半期の費用項目の内訳（対売上高）の推移

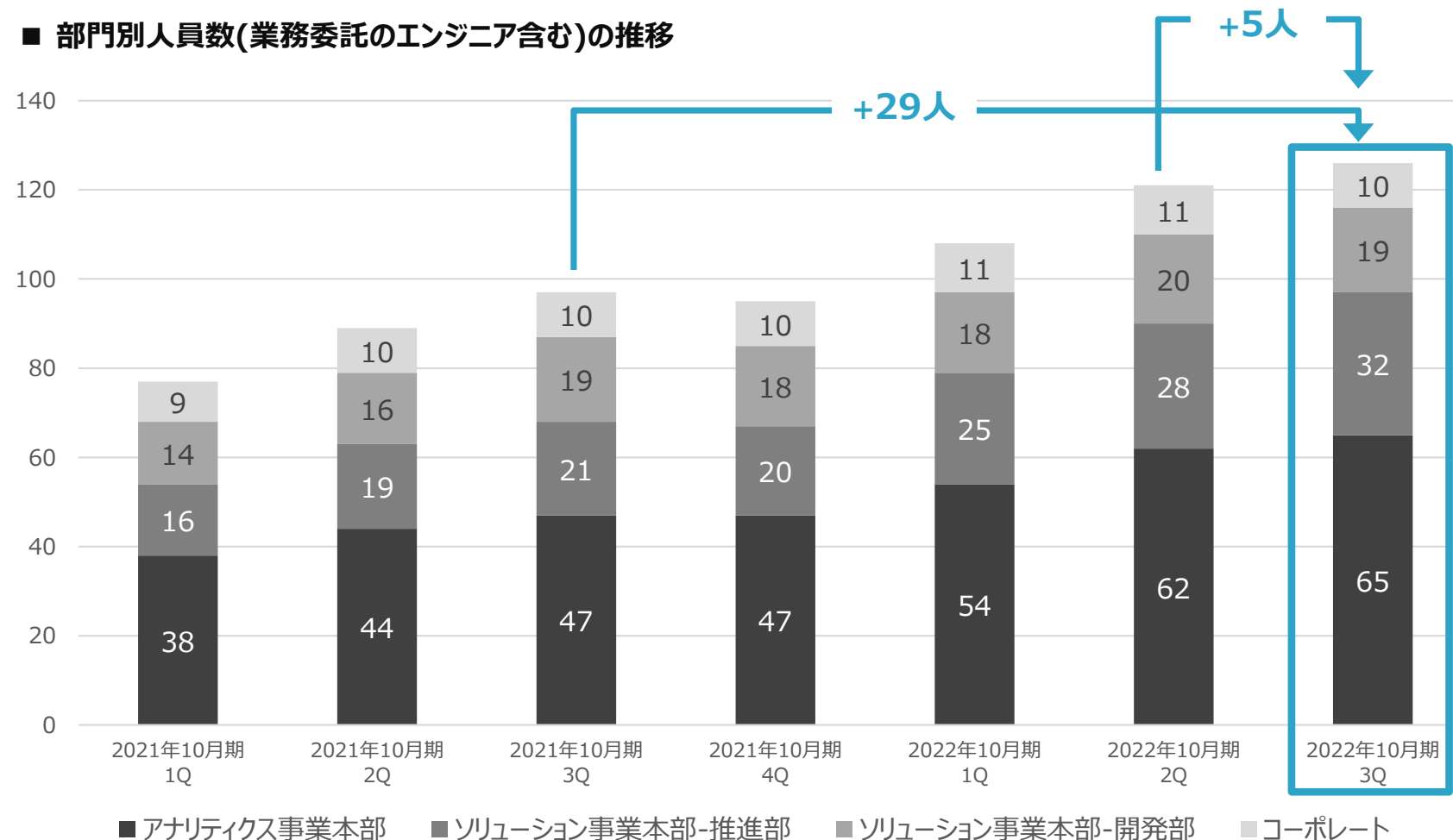


売上総利益率	72.2%	72.4%	69.1%	67.5%	73.4%	71.7%	72.3%
営業利益率	19.1%	18.1%	16.0%	10.1%	15.8%	16.0%	16.6%

/// 人員の推移

- 前期 3 Qからアナリティクス事業で18名、ソリューション事業の営業人員で11名の増加
- 当期 2 Qからアナリティクス事業で3名、ソリューション事業の営業人員で4名の増加
- 当期 3 Qは一部採用が遅延したものの、4 Qで充足する予定

■ 部門別人員数(業務委託のエンジニア含む)の推移



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

※ ソリューション事業本部-開発部には業務委託のエンジニアも含まれています。

/// 貸借対照表

- 自己資本比率は74.6%と、財務安全性は高い

(単位：百万円)	2021年10月末	2022年7月末	増減額（増減率）	
流動資産	1,773	1,691	▲82	▲4.6%
（現金及び預金）	1,603	1,481	▲122	▲7.6%
固定資産	115	232	106	100.8%
資産合計	1,889	1,924	34	1.8%
流動負債	437	396	▲41	▲9.4%
固定負債	157	91	▲65	▲41.8%
負債合計	594	487	▲106	▲18.0%
純資産合計	1,294	1,436	+141	10.9%

03

—

各種KPIと事業の状況

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況**
- 04 | 2022年10月期第3四半期の取組みについて
- 05 | 2022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

508社Keywordmap 385社、SNS 123社
両方導入26社

ARR ※2

8.92億円

平均月次解約率 ※3

1.9%

アナリティクス事業 (DXコンサルティングの提供)

顧客数 ※1

125社

月額単価平均 ※4

65万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

96%

※1：2022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、2022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。

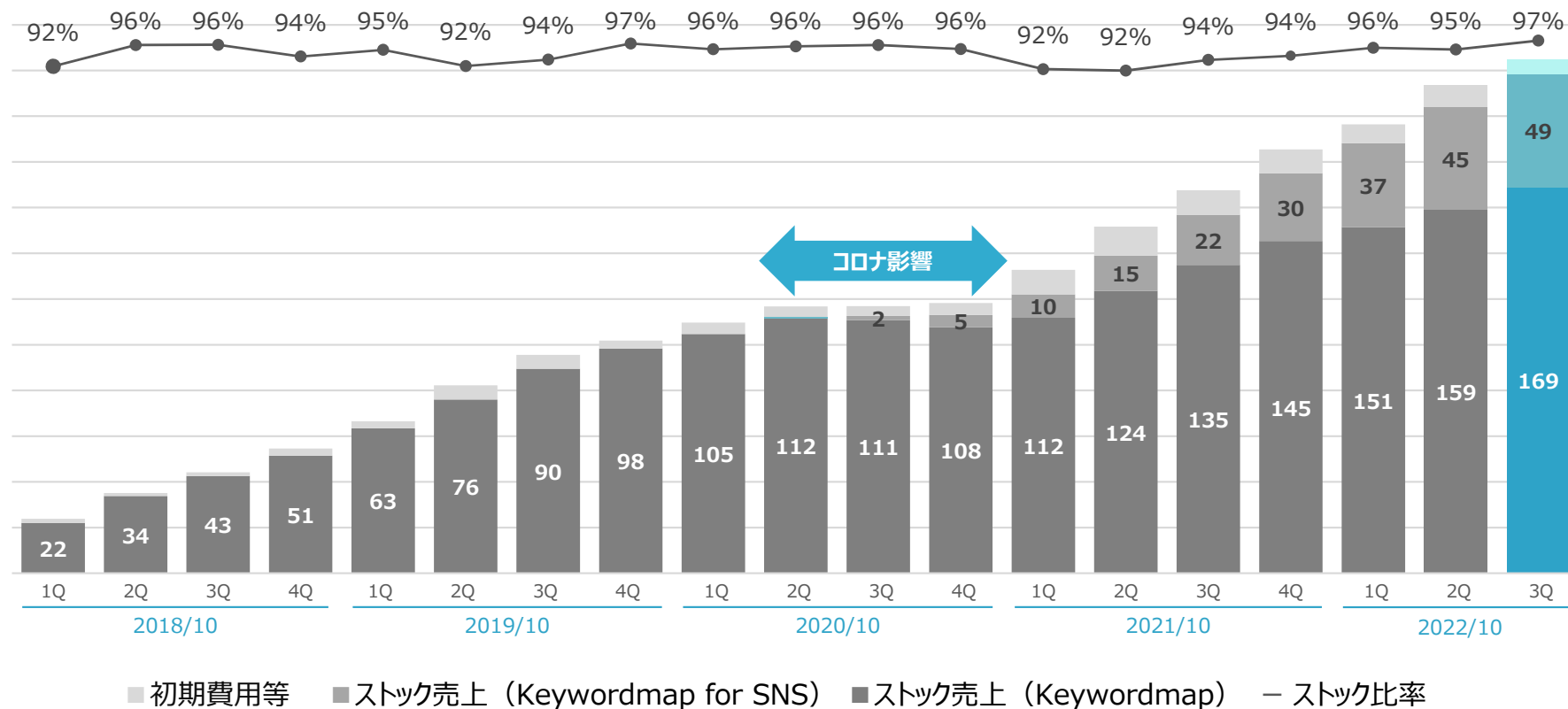
※4：2022年7月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

ソリューション事業 ストック売上高推移

- ストック売上高は前期3Q比39.2%増加と順調に推移
- 3Q末時点のストック売上比率は97%と高い水準を維持

■ ソリューション事業 ストック売上高※推移

(百万円)



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

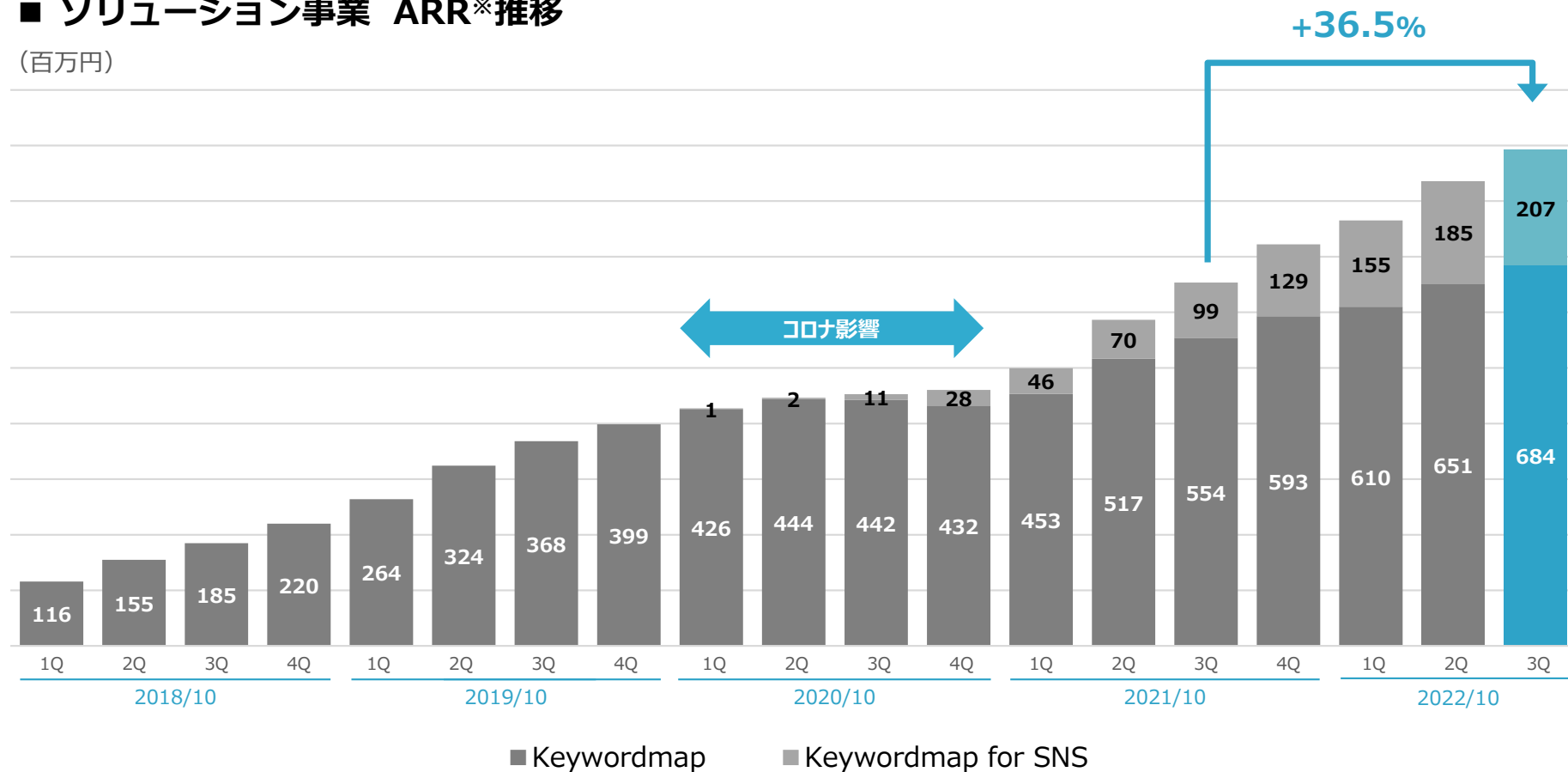
※ストック売上高は、売上高のうち定期的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

ソリューション事業 ARR推移

- ARRは前期3Q比36.5%増加、当期2Q比6.6%増加と順調に推移
- ARRは前期3Q比、「Keywordmap」が23.6%増加、「Keywordmap for SNS」が108.5%増加

■ 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

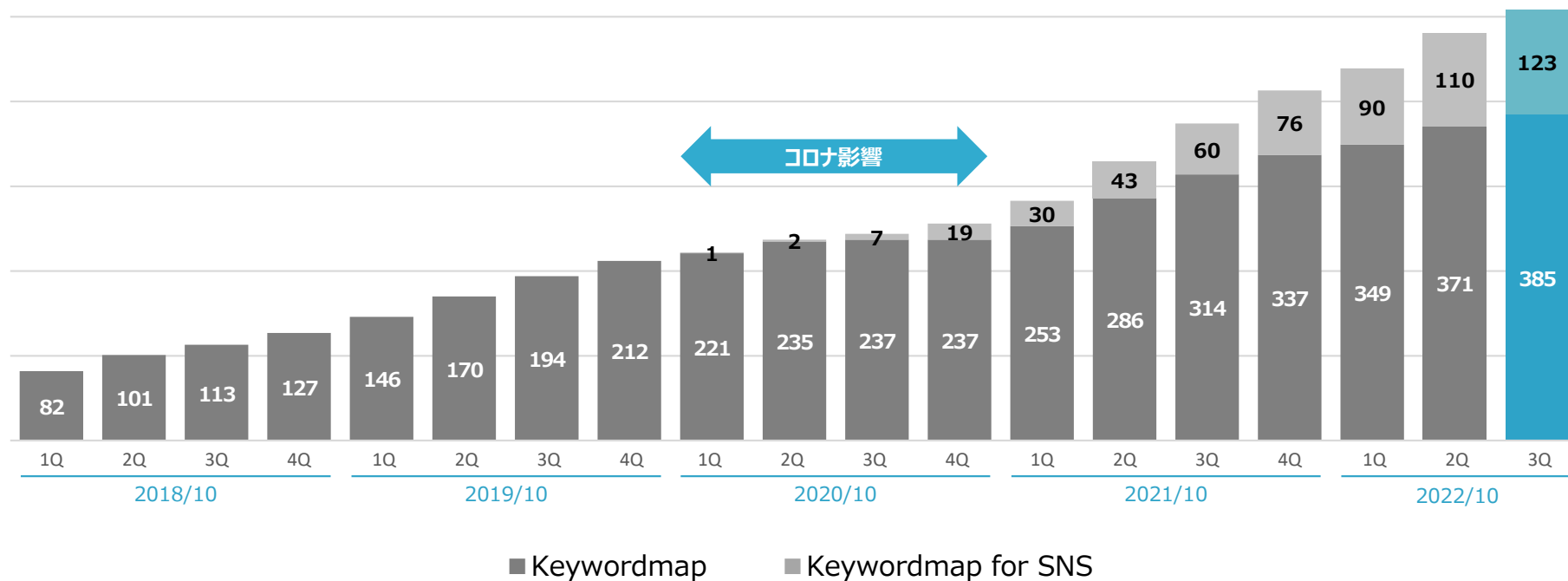
※ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出

ソリューション事業 契約件数推移

- 「Keywordmap」の新規受注は順調に推移
- 「Keywordmap for SNS」の販売体制が整い、契約件数は好調に推移

■ ソリューション事業 契約件数推移※

(件)

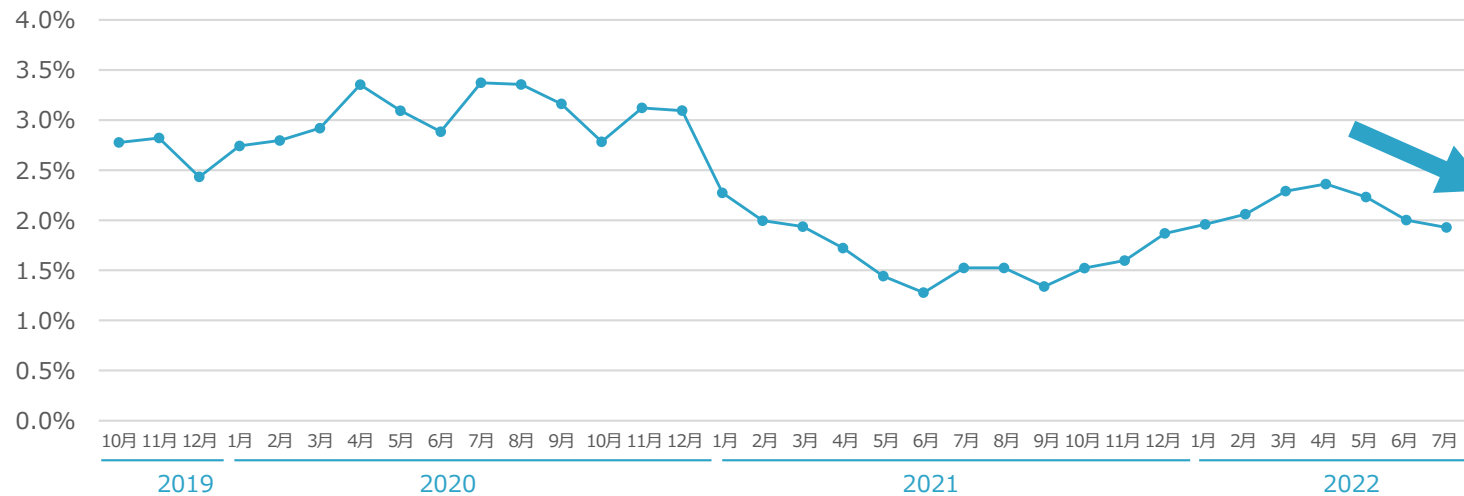


※2018/10期は決算月変更があったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示。

ソリューション事業 解約率推移

- 当期初から6ヶ月平均解約率が上昇していたが、4月をピークに低下傾向に転じる

■ ソリューション事業 Keywordmapシリーズ解約率※推移



解約率上昇の背景

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

解約率低減のための施策を実行

【1】CS人員の拡充

追加採用、他チームからの異動を実施し、CSチームの人員を拡充

【2】CS工数の削減

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

【3】CS品質の維持

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

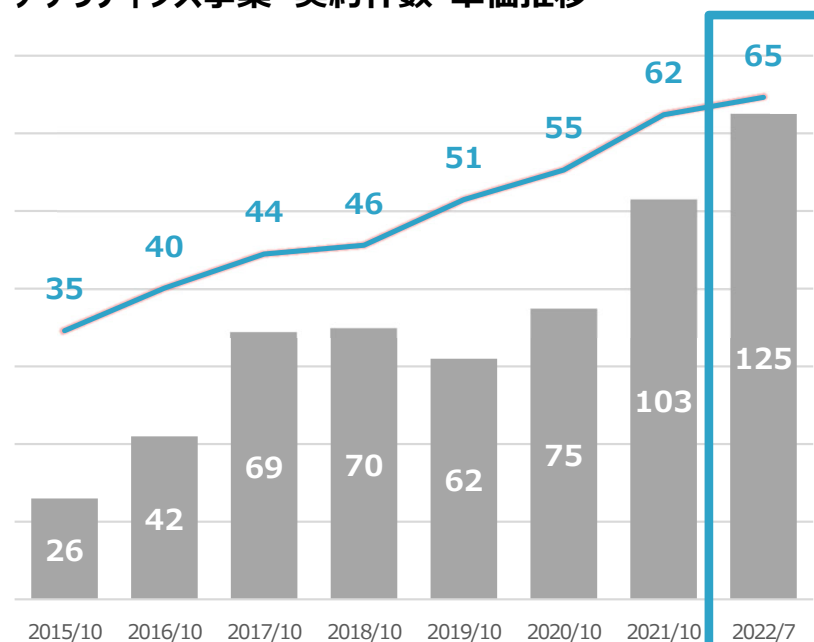
【4】継続機能の利用促進

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

/// アナリティクス事業

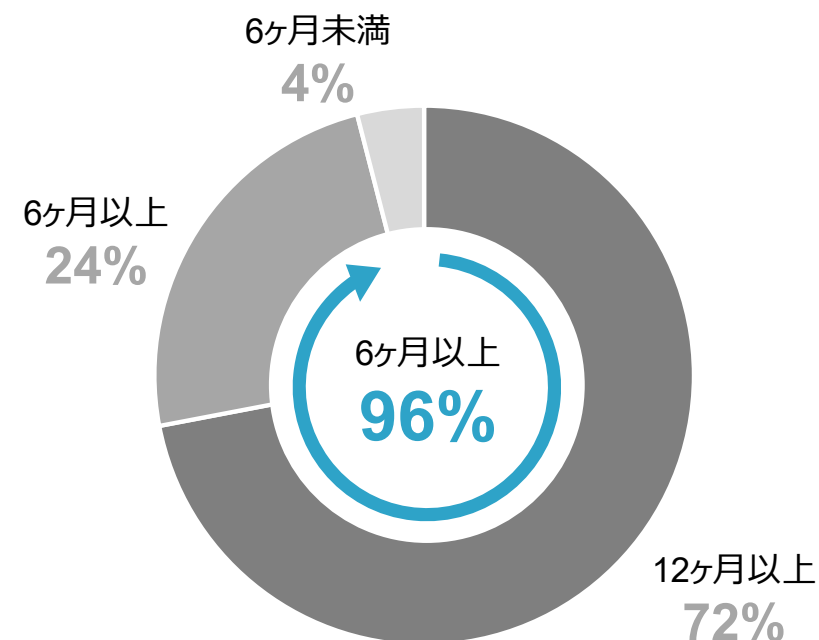
- 契約件数を拡大するとともに、サービスクオリティの向上やサービスラインナップの充実に伴い月額単価も引き続き上昇
- サービス契約期間が6ヶ月以上のお客様が94%を占める安定した収益モデルを実現

■ アナリティクス事業 契約件数・単価推移 ※1



■ 契約件数(件) — 単価(万円)

■ アナリティクス事業 契約期間別顧客数割合 ※2



当社のサービスが長期間にわたって支持される理由

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

※1：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

※2：2022年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

—

2022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 | 2022年10月期第3四半期の取組みについて**
- 05 | 2022年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

サクセスプランのリリース

/// ソリューション事業

市場環境

サービス
説明

強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

- Keywordmap、Keywordmap for SNSにてサクセスプランを新たにリリース
- より直接的にクライアントのリソース懸念を解消し、マーケティング活動の加速をサポート
- リソース不足による解約抑止にも効果的



プラン別の提供内容

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

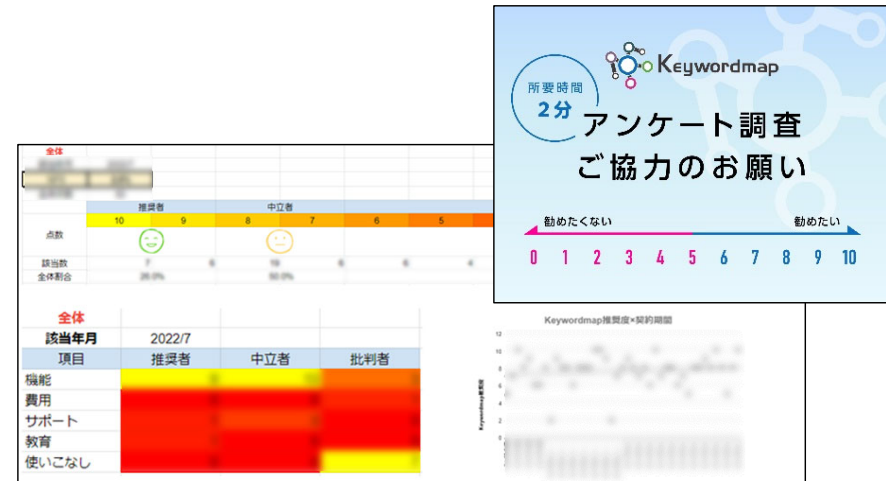
- サービス利用中のクライアントの解約可能性を事前にキャッチアップすることにより、先回りしてフォローすることが可能に

全クライアントの利用状況の把握 (定量ヘルススコア)

企業ID	企業名	ヘルススコア	アクティブユーザー数	月次利用数		月次利用率		前月利用数比較	
				利用数	数値	利用率	数値	数値(%)	SCORE
1	株式会社A	85	100	100	95	95	100	95	
2	株式会社B	70	80	80	75	75	80	75	
3	株式会社C	90	120	120	110	110	120	110	
4	株式会社D	60	50	50	40	40	50	40	
5	株式会社E	75	90	90	80	80	90	80	
6	株式会社F	80	110	110	100	100	110	100	
7	株式会社G	65	70	70	60	60	70	60	
8	株式会社H	78	95	95	85	85	95	85	
9	株式会社I	82	105	105	95	95	105	95	
10	株式会社J	72	85	85	75	75	85	75	

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

サービスへの好感度アンケートの実施 (NPS)



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

継続的なウェビナーに加えオフライン展示会も出展

/// ソリューション事業

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

※単独セミナー9回、共催セミナー4回、展示会出展2回



SEO相談窓口開設

/// ソリューション事業

市場環境

サービス
説明

強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

- 希望のWebサイトに対して、Keywordmapを用いた簡易的な調査・分析、分析結果に基づいたアドバイスを実施するSEO相談窓口を開設
- SEOに興味のある潜在顧客と早期のコンタクトを図る

オウンドメディア運用企業様向け

SEOに関する相談 無料で受付中!

SEO相談窓口を新設!

調査・分析ツール Keywordmap で解決!

<p>自社サイトのSEO課題が分からない</p>	<p>SEOに効果のあるキーワードの選び方が分からない</p>	<p>SEOに効果的なコンテンツを制作したい</p>
<p>正しいベンチマークサイトを見つけない</p>	<p>競合サイトを分析したい</p>	<p>広告の効果を改善したい</p>

Keywordmap for SNSはこちら ブログ よくあるご質問 ログイン

Keywordmap 機能紹介 導入事例 料金プラン サポート内容 セミナー SEO相談窓口 資料ダウンロード 無料トライアル

SEO相談窓口

SEO CONSULTING SERVICE

TOP > SEO相談窓口

SEO相談窓口とは

その場で、あなたのWebサイトを簡易的に無料SEO分析・アドバイスいたします!

SEO集客やコンテンツ制作、リスティング広告といった検索エンジンマーケティング領域のお悩みを抱えた担当者向けの相談窓口です。Keywordmapチームが実際にツールを使いながら、課題解決に向けたアドバイスを実施いたします。まずはお気軽にご連絡ください。

サイトの課題を相談する

解約率低下、新規新受注増加に寄与する機能リリース

/// ソリューション事業

Twitterの広告投稿と通常投稿の
自動分類・集計が可能に。全量ツイート
分析に対象データ絞り込み機能を実装



過去のツイートを活用した「再投稿」が
可能に。時間短縮でさらなる
運用効率化を実現



調査サイトの流入キーワードを分析できる
機能の検索速度を大幅に改善

キーワード	検索順位	SEO順位	過去流入数	検索数	広告クリック数	ページURL
googleアルゴリズム 変更	1102	New	1	50	N/A	https://www.google.com
マーケティングアナリストとは	2710	New	0	40	¥138	https://www.keywordmap.jp
keywordmap 使い方	1202	2	0	10	N/A	https://www.keywordmap.jp
ソリューションカンパニー	802	New	1	170	N/A	https://www.keywordmap.jp
投資家 twitter	2902	New	0	5,400	N/A	https://www.keywordmap.jp
googleアルゴリズム	2710	New	0	700	¥181	https://www.keywordmap.jp
キーワードマップ app	1202	New	0	30	N/A	https://www.keywordmap.jp

機能	修正前 (秒)	修正後 (秒)
概要	180	8
サイトキーワード分析	180	8
競合ドメイン	タイムアウト	45
競合ページ	タイムアウト	10
流入獲得上位ページ	120	20
流入獲得ディレクトリ		未修整
サブドメイン	180	20

福岡天神ラボ開設

/// アナリティクス事業

市場環境

サービス
説明

強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

- 企業におけるマーケティング活動のDX化の促進、コンテンツマーケティングの市場の成長に対応できる受注体制強化を目的として、体制整備に重要となる人材の安定雇用が見込める福岡天神にラボを開設



需要増加に伴う受注体制強化のため福岡に新拠点開設

- 7月より、これまで提供を続け業界で好評を得てきた「アルゴリズムレポート」に加え、新たに「月刊SEO」を提供開始
- SEO・コンテンツマーケティングのプロフェッショナルとして検索アルゴリズムの最新情報の収集、検索結果の動向を引き続き研究し、発信していく

アルゴリズムレポート



SEOやGoogleの検索アルゴリズムにおける「新発見／新知見・新たなアクション」
が得られる“隔月”で提供している研究レポート

月刊SEO



SEOにおける「最新動向」と「推奨アクション」がわかる
Webサイト運営担当者必見の“毎月”で提供がスタートしたホワイトペーパー

最新アルゴリズムから独自見解と対策まで、広くWebマーケターに共有

動画視聴ニーズがわかる分析ツールの利用拡大

/// アナリティクス事業

- 誰でも・短時間で・簡単にYouTubeの視聴ニーズを分析できるツール「Vid Analytics（ビッドアナリティクス）」を開発し、提供を開始
- テーマを入力するだけで、ユーザーに支持されている動画の傾向が分かり、動画制作の企画に役立つツール




サービス開始から3カ月経過で利用企業数はすでに**250社**を突破

DX人材の育成体制整備

/// アナリティクス事業

市場環境

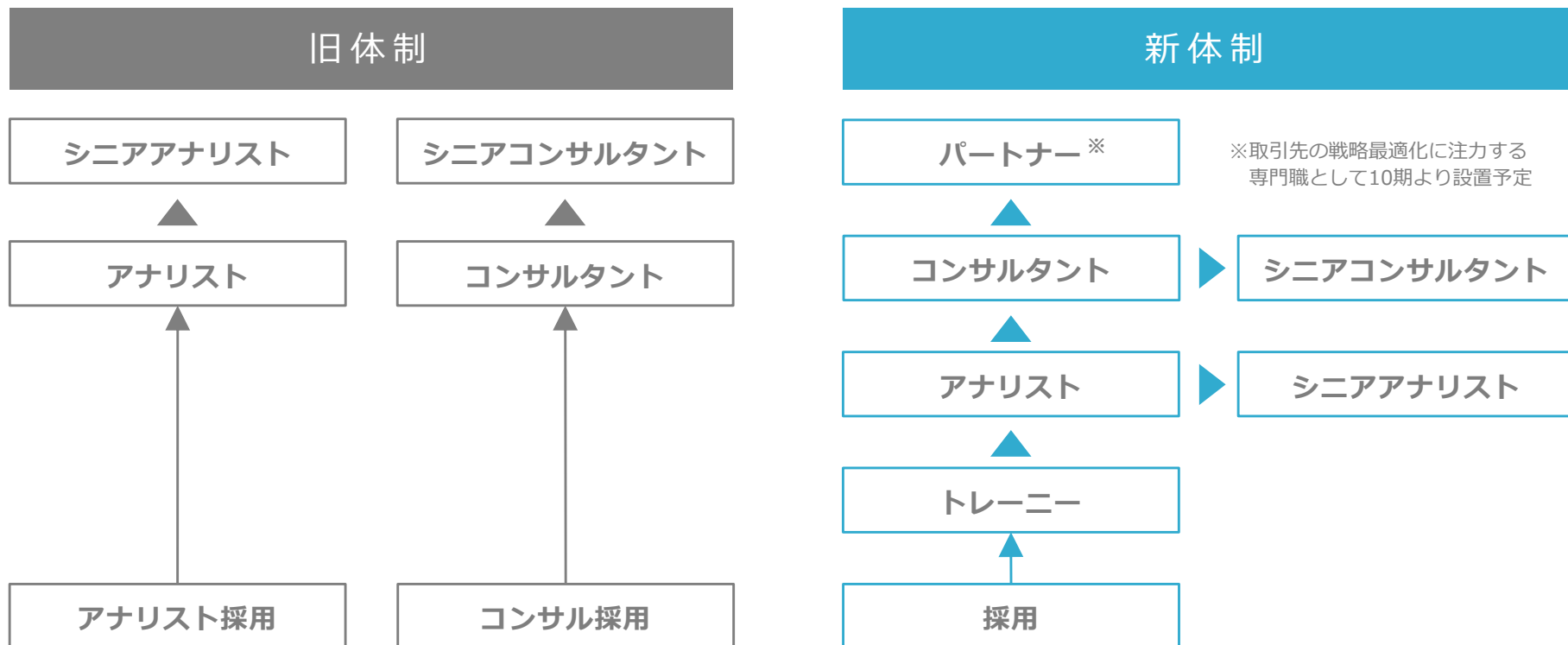
サービス
説明

強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

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



積極的に採用を行いDX人材を育成

部署・プロダクト間を越えた顧客紹介・クロスセルの推進

市場環境

サービス
説明

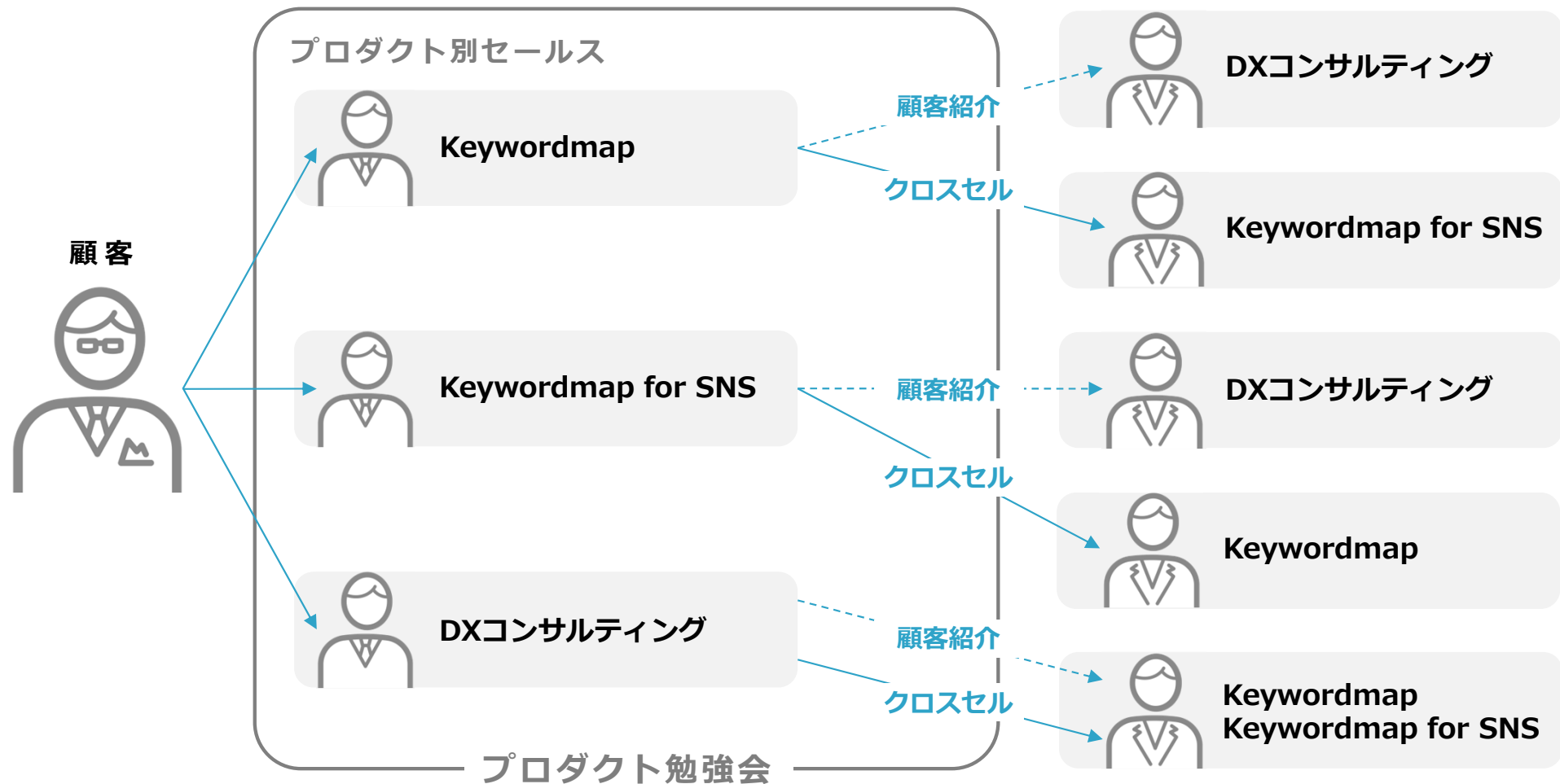
強み・
特徴

業績・
KPI推移

取組み

/// アナリティクス事業 / ソリューション事業

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



/// IRの取組み



個人投資家説明会

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



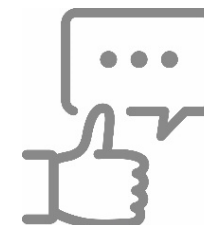
IRメルマガ配信

IRメルマガでの企業情報の発信開始



代表石松のメディア出演

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



SNS活用

Twitter /// CINC (シンク) ///【公式】
での企業情報の発信開始

今後も当社の情報を発信していきます。

05

—

2022年10月期通期 業績予想について

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2022年10月期第3四半期の取組みについて
- 05 | 2022年10月期通期業績予想について**
- 06 | よくいただくご質問

/// 2022年10月期 業績予想

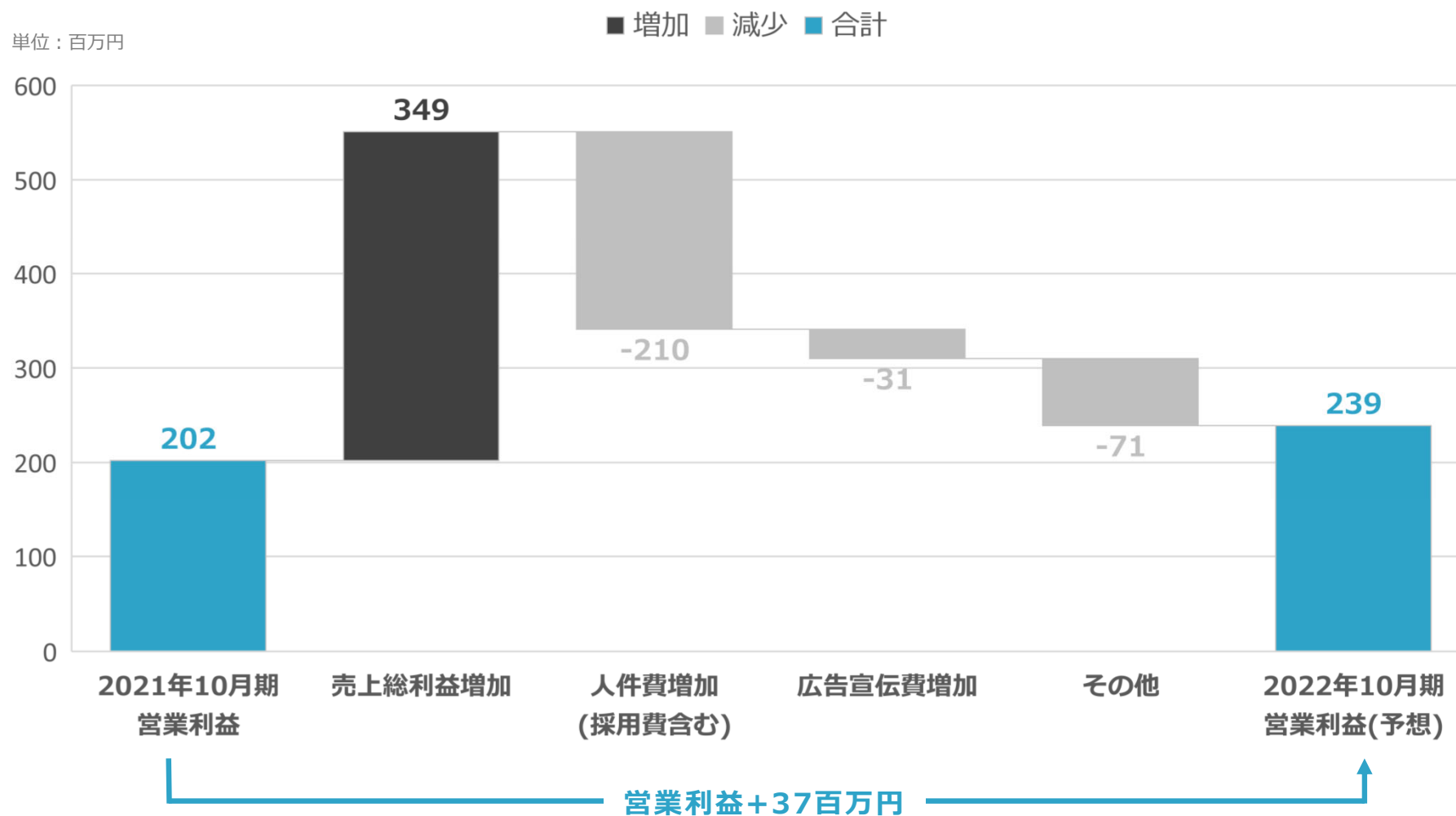
- 業務の自動化や効率化につながるクラウド型のサービス及びマーケティング活動のデジタル化を支援するサービスについて、引き続き高い需要が継続すると予想し、両事業とも30%の増収を見込む
- 事業拡大に伴う、積極的な人員の採用やマーケティング費用の投入、新サービスの研究開発は継続するものの、全社として営業利益以下の段階利益も着実に伸長し、営業利益239百万円（24.8%増）、当期純利益150百万円（16.5%増）を見込む
- 当社は2021年10月末時点で、留保金課税適用事業者であるため、当期純利益には留保金課税金額(見込み)を反映

(単位：百万円)	2022年10月期末 (予想)	2021年10月期比	2021年10月期末 (実績)
売上高	1,736	32.2%	1,313
ソリューション事業※1	876	35.0%	649
アナリティクス事業	875	29.6%	675
営業利益	239	18.5%	202
ソリューション事業	184	57.4%	117
アナリティクス事業	54	▲35.2%	84
経常利益	237	24.7%	190
当期純利益	150	16.5%	129
1株当たり当期純利益	45円34銭	2円24銭	43円10銭

※1 内部取引による売上高を含んでいます。

/// 営業利益の増減要因分析

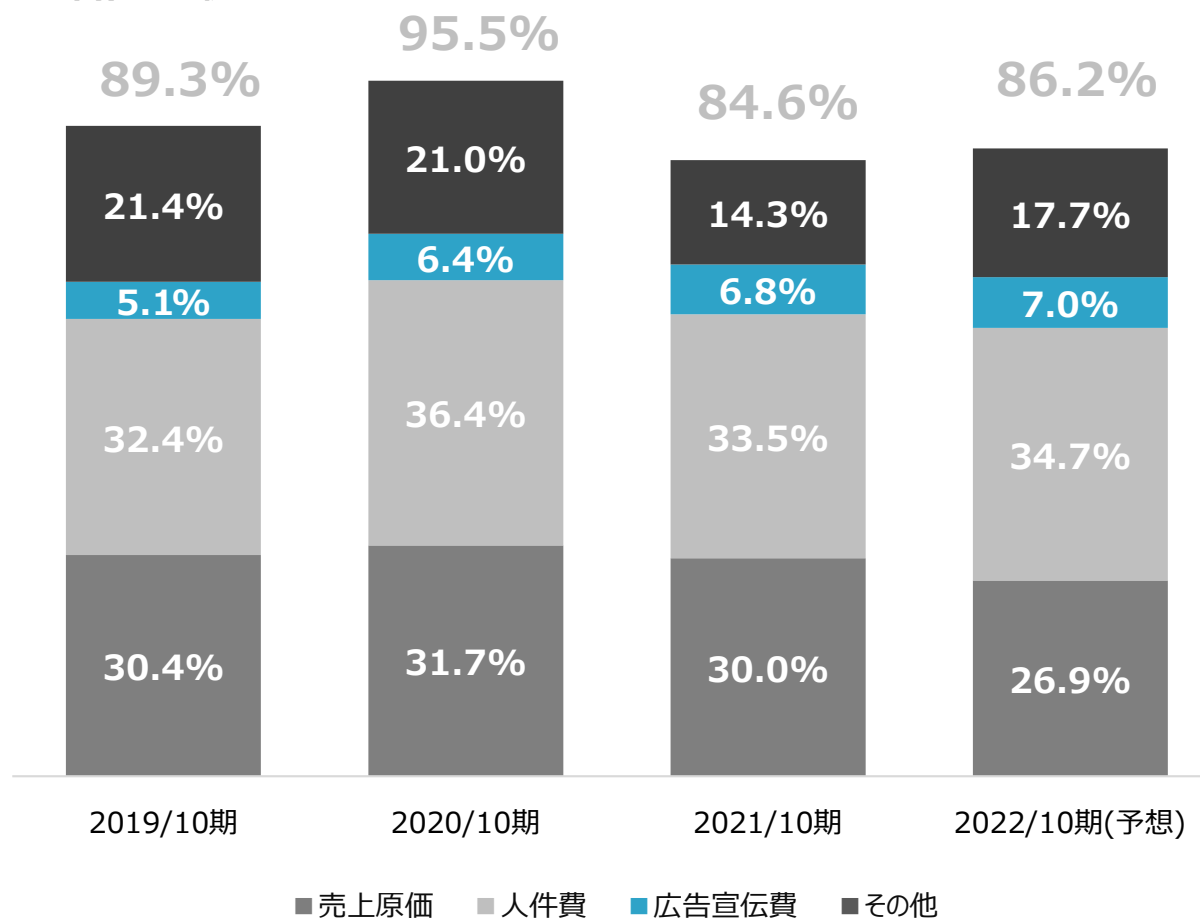
- 売上拡大による増収の影響が増益に寄与
- 事業拡大に伴う人件費・採用費増加に加え、積極的な広告宣伝費への投資は継続
- その他は、新サービスの研究開発費用、人員増によるツール利用料、福利厚生費の増加など



/// 費用の内訳

- 引き続き人材投資、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
- 売上原価は、コンサルティングの生産性向上や開発費用の増加率が売上成長率を下回るため、3.1ポイント減少
- その他は、新サービスの研究開発費用、採用費増加、人員増によるツール利用料、福利厚生費の増加などで3.4ポイント増加

費用項目の内訳（対売上高）の推移



/// 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



06

—

よくいただくご質問

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2022年10月期第1四半期の取組みについて
- 05 | 2022年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問**

/// よくいただくご質問①

よくいただくご質問	ご回答
円安による業績への影響を教えてください	<p>開発部にて使用しているサーバー費及びツール利用料の一部がドル建てとなっており、円安が進むことでこれらのコストが増加することになります。現状は、売上が順調に進捗しており、円安によるコスト増を吸収できているため、当社業績への影響は軽微と予想しております。しかし、今後さらなる円安が進んだ場合には、当社の業績に影響が出る可能性があります。業績に大きな影響が見込まれる場合は、速やかにお知らせいたします。</p>
Cookie規制によって受ける影響はありますか？	<p>弊社のKeywordmapシリーズはCookieに依らないWeb上の情報を多く収集しており、影響は軽微です。更に、Cookie規制によりコンテンツマーケティングやSNSなどを活用した自社チャネルの強化がより注目されるようになっており、弊社のKeywordmapシリーズが強みとするキーワード情報やアカウント分析がより必要とされるようになって考えております。（詳細はAPPENDIX参照）</p>
四半期ごとの売上高に季節性はありますか？	<p>売上高の季節性は軽微です。 顧客企業の決算期前後である3月、4月、9月に受注は増加する傾向にはありますが、当社のサービスは、ソリューション事業、アナリティクス事業ともに原則12カ月、月額固定料金での契約となっておりますので、月次売上高に与える影響はそれほど大きくありません。</p>
顧客の業種や規模の偏りはありますか？	<p>業種の偏り、規模の偏りはありません。 Web上で集客したい会社すべてが当社のターゲットです。 東証一部上場の老舗の会社から、IT系のスタートアップ企業まで様々な業種・規模の企業様に当社サービスを提供しております。</p>
ソリューション事業とアナリティクス事業の顧客はどの程度重複していますか？	<p>自社内でマーケティング戦略立案ができる人材がいる場合は、ソリューション事業のサービスを導入いただくケースが多く、自社内でマーケティング戦略立案ができる人材がいない場合は、アナリティクス事業のサービスを導入いただくケースが多くなっております。一方で、社内にマーケターがいるものの、戦略立案については当社にお願いしたいと言われるケースなどで、ソリューション事業、アナリティクス事業の両方のサービスをご導入いただくケースがございます。2022年7月末時点で、アナリティクス事業の2割強のお客様に両方のサービスを導入していただいております。近年増加傾向にあります。</p>

/// よくいただくご質問②

よくいただくご質問	ご回答
テレビCMなどは実施しないのですか？	当社は、数多くあるマーケティング施策について、費用対効果を検証して、施策を決定しております。当社の提供サービスがBtoB向けであることから、テレビCMがよいのか、タクシー広告がよいのか、その他マーケティング施策がよいのか等、市場動向を見極めて広告宣伝活動を行っていく予定です。
コンサルタントの採用は順調に進捗していますか？	人員の確保と育成が事業成長に大きく影響すると考えております。そのため、採用については人事グループと事業本部長が週1でミーティングを行い採用要件のすり合わせなどを行い、スケジュール通りに人員が確保できる体制としております。 当社の場合、デジタルマーケティングの未経験者や第二新卒を採用し育成しているため、ほぼスケジュール通りに採用ができております。 育成プログラムに関しては、マニュアルの整備、OJT、社内勉強会を通じて、経験者でなくても、半年程度で1人前になるプログラムとなっております。
従業員の採用・定着に向けて行っている施策があれば教えてください	多様な働き方を希望する社員が増える中で、在宅勤務と副業について原則禁止から許可制へ変更いたしました。（在宅勤務はコロナ禍の特例として運用しておりました） また、男性の育児休業についても社内で勉強会を開くなど取得しやすい環境の整備を行い、すでに取得の実例もでています。
Keywordmapの顧客にKeywordmap for SNSをアップセルしていますか？	Keywordmap導入企業に対して、Keywordmap for SNSをご紹介していますが、現在のところアップセルはそこまで多くありません。一方で、Keywordmap for SNSでKeywordmapシリーズを知っていただき、Keywordmap for SNSとKeywordmapの両方をご導入いただく企業様が一定数ございます。2022年4月末時点で、Keywordmap、Keywordmap for SNS両方導入いただいている企業様はKeywordmapの利用企業の7%程度です。
Keywordmapシリーズの解約理由を教えてください。	主な解約の理由としては以下2点となります。 ①担当者が退職し当社のプロダクトを使える人がいなくなった ②注力するマーケティング施策が変更になり(TVCM等)、当社のプロダクトを必要としなくなった クライアント社内での活用度が解約率へ影響すると考えているため、導入後のサポートを充実させるためにカスタマーサクセスの人員拡充を行っております。

/// よくいただくご質問③

よくいただくご質問	ご回答
<p>Googleのアルゴリズムが変更になるたびに、Keywordmapは影響を受けるのですか？</p>	<p>Googleのアルゴリズム変更の内容によりますが、経常的に行われているアルゴリズム変更により受ける影響は軽微です。</p> <p>Keywordmapは、自社のクローラーを使いWebサイトの情報を取得しており、Googleのアルゴリズム変更により当社のデータベースが影響を受けることはありません。</p> <p>逆に、Keywordmapを活用して、Googleのアルゴリズムがどのように変更されたかを分析することができるため、変更後の影響を捉え、いち早くマーケティングの戦略策定を行うことができます。</p>
<p>デジタルマーケティングの会社は、競合も多いかつSaaSを提供している企業も多いですが、差別化要素を教えてください。</p>	<p>当社のプロダクトはマーケティングファネルにおいて「認知」「興味/関心」「検討」の部分に強みがあります。</p> <p>認知・検討を増やす方法として、従来から広告配信を行うという考え方がありました。広告配信を自動化するツールを提供している企業様もございます。しかし、近年Cookie規制などを背景に、広告配信に加えて、消費者のニーズをとらえ、消費者が能動的に求めている情報を発信するコンテンツマーケティングが重要となってきています。</p> <p>当社のKeywordmapシリーズは、独自の技術により、データ量、提供サービス範囲及び日本語品質において優位性があるため、消費者が自ら検索する興味関心と自社コンテンツが交わる「キーワード」を確実にとらえることができ、効率的かつ効果的なコンテンツマーケティングが実施できるため、クライアントからご支持いただいております。</p> <p>更に、当社は創業よりユーザーのエンゲージメントを高めるコンテンツマーケティングを強みとしており、Keywordmap for SNSは他社が提供していないコンテンツマーケティングに有効な機能が付与されているため、よりマーケティング効果に直結しやすいエンゲージメントの重要性を理解いただくことで選んでいただいております。</p> <p>また、DXコンサルティングサービスを提供するアナリティクス事業と、アナリティクス事業で提供される新たなマーケティング手法をツール化して販売するソリューション事業の2つの事業があることが当社の最大の強みだと考えています。</p> <p>これらの2事業が相互に連携することで、他社にはまねできないツールの開発であったり、自社ツール活用によるDXコンサルティングサービスにおける生産性向上による高利益率を確保できていると考えております。</p>
<p>各事業本部の売上成長率はどの程度目指しているのですか？</p>	<p>両事業本部とも30%成長を目指しております。</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？	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。
収益認識に関する会計基準の変更による影響を教えてください。	収益認識に関する会計基準の変更による売上高への影響は軽微です。
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。 当社は年二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。
女性活躍に対する取り組みを教えてください	2022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。

APPENDIX

—

Cookie規制で起きる変化と
活かせる当社の強み

/// Cookieとは

規制が問題視されるCookieとは



Cookieとは

※Wikipediaより引用

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

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



サイトに訪れたユーザーの情報を一時的にユーザーのブラウザに保存する仕組み

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



1st Party Cookie

（ファーストパーティーCookie）

… サイトの運営社が発行しているCookie



3rd Party Cookie

（サードパーティーCookie）

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

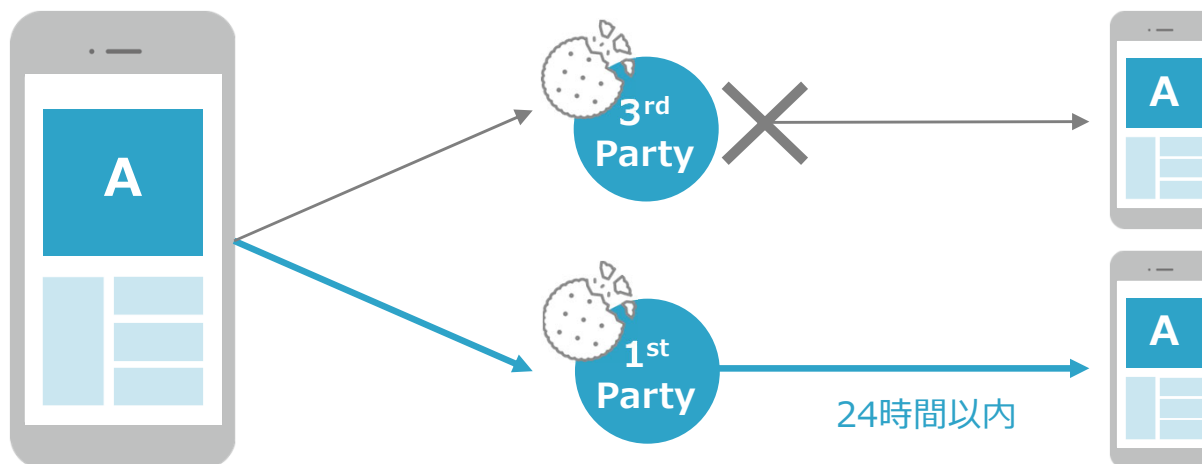
/// 身近で起こるCookie規制

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

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

ITP（インテリジェントトラッキング防止機能）

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



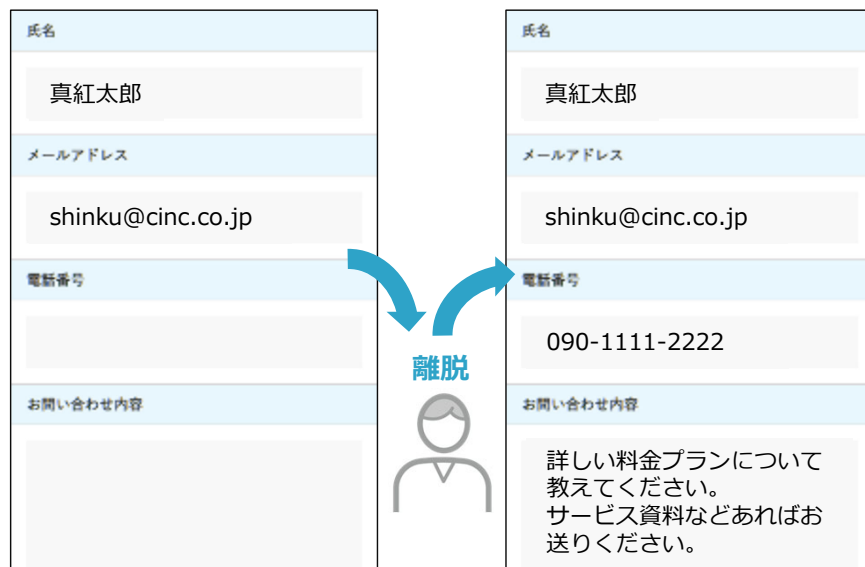
/// 身近で起こるCookie規制

Cookieによる代表的な恩恵の消失

1st Party Cookie

ユーザビリティ

自社Webサイトに訪れたユーザー情報を保存するために活用

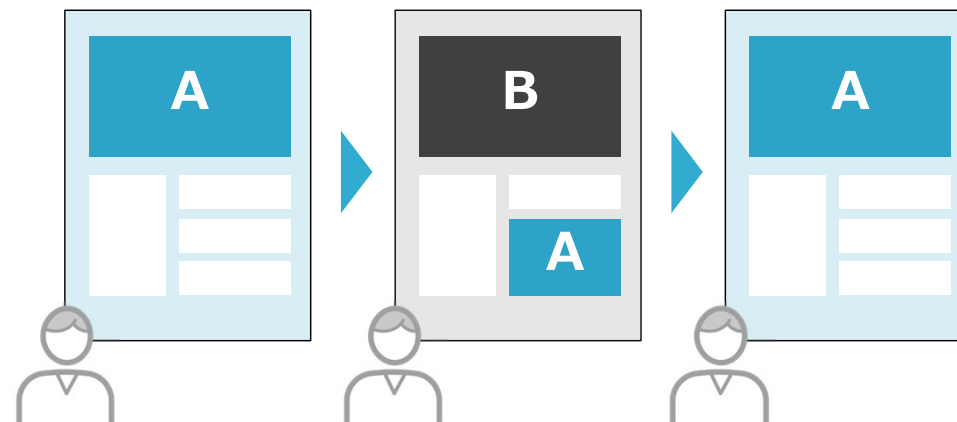


ECサイトで買い物をしており、お客様情報を途中まで入力し離脱。
その後再訪問した際に以前カートに入れた商品情報がそのまま残っている。

3rd Party Cookie

リターゲティング

複数サイトを横断し追跡、データと紐付けて活用



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

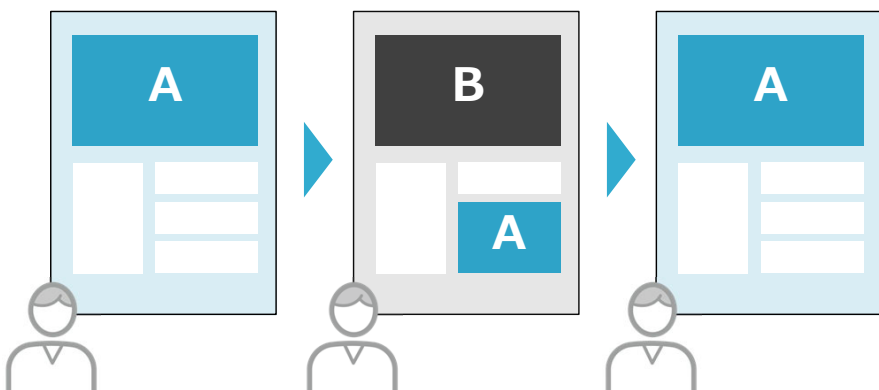
リターゲティング広告だけでなく、A/Bテストや接客ツールなどへの影響も。
まずは自社の施策がどの程度影響を受けるか把握する必要がある。
そのうえで、現行の広告施策に代わる施策を検討することが重要

/// 身近で起こるCookie規制

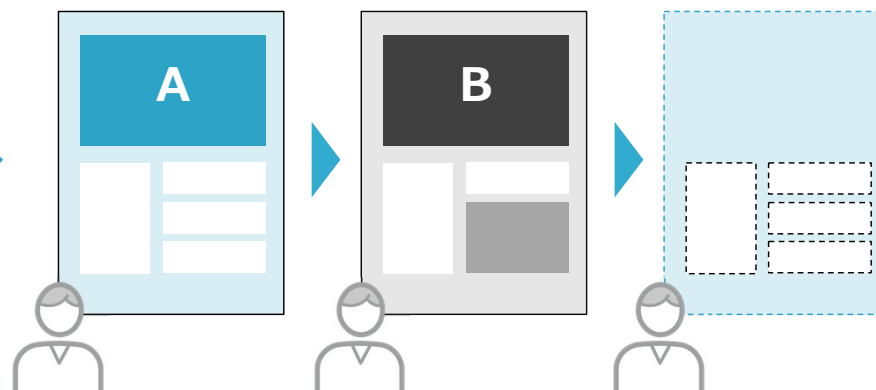
3rd Party Cookieの規制に与える影響

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

3rd Party Cookie 規制前



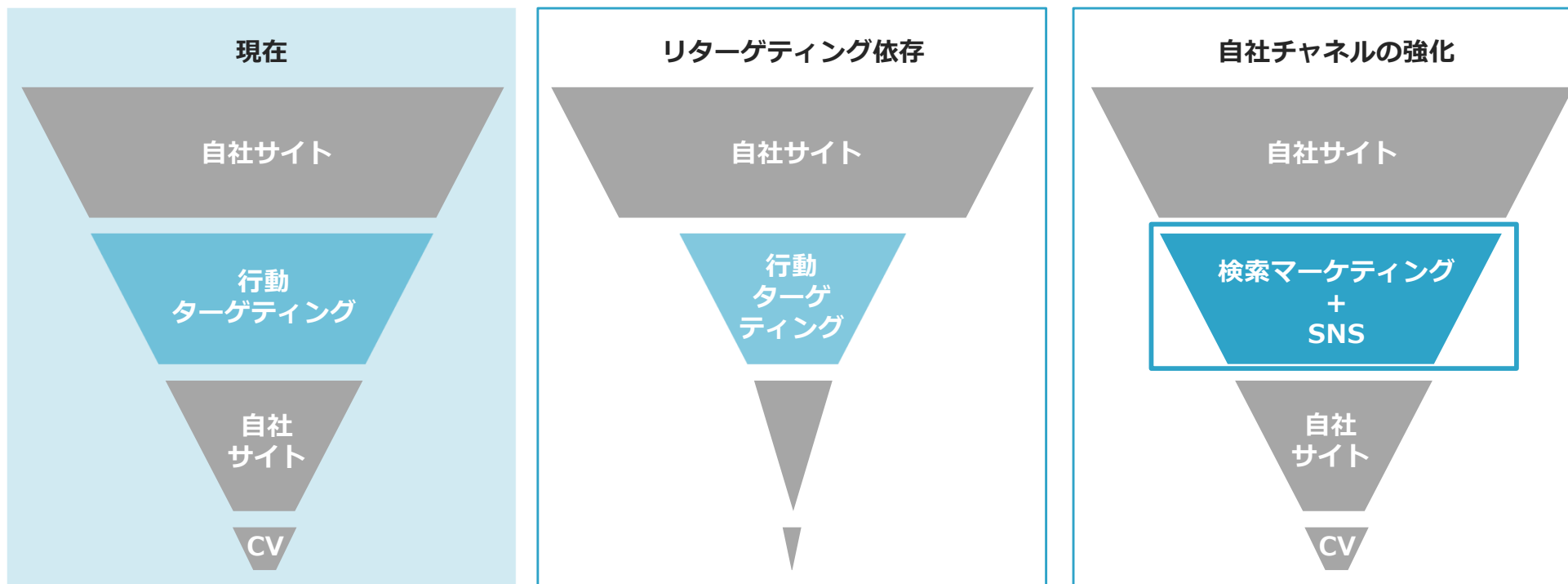
3rd Party Cookie 規制後



/// 自社チャネル強化の重要性

自社サイトやSNS等の自社アカウントといった、自社チャネルの強化が重要

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



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

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

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



定期借家契約 検索 or ドメイン 2021 / 12 検索

Google

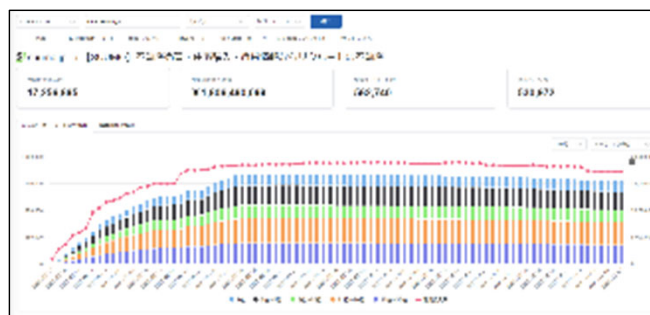
市場・顧客調査

顧客の検索意図調査



自社分析

自社サイトの流入分析



競合他社比較

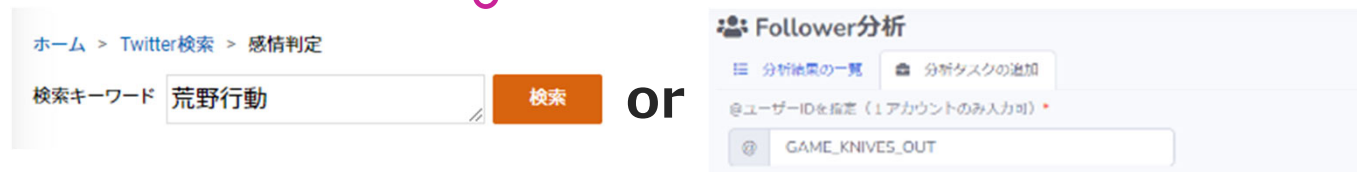
機会・損失箇所の比較



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

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

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



Twitter

市場・顧客調査

顧客のUGCと感情調査



自社分析

自社アカウントの分析



競合他社比較

他社との成功要因比較



Cookie規制は避けて通れず、自社チャネルの強化が求められる

Point

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

/// IRメール配信

決算発表や開示情報をはじめ
当社の情報をメールでお知らせします。

配信を希望される場合はこちらの[リンク先](#)よりご登録をお願いします。

[IRメルマガ登録](#)



/// 本資料の取り扱いについて

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

C / N C