



2023年10月期第1四半期
決算説明資料

2023年3月14日

株式会社CINC（グロース 4378）

/// 決算サマリー

売上高

505百万円

(前期比+24.8%)

営業利益

67百万円

(前期比+5.6%)

当期純利益

44百万円

(前期比+4.9%)

- **新型コロナウイルス感染症の影響、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、当社の提供するデジタルマーケティングを支援するサービスへの需要は引続き拡大**
- **ソリューション事業において、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変化したことによる競争優位性の低下を要因として、新規案件獲得の鈍化し、解約率が上昇。**
- **売上高は前期比24.8%増**
—— ソリューション事業は21.8%増、アナリティクス事業は28.0%増
- **営業利益率は13.4%**
- **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 | 2023年10月期第1四半期の取組みについて

05 | 2023年10月期通期業績予想について

06 | よくいただくご質問

01

—

事業説明

01 | 事業説明

02 | 業績ハイライト

03 | 各種KPIと事業の状況

04 | 2023年10月期第1四半期の取組みについて

05 | 2023年10月期通期業績予想について

06 | よくいただくご質問

/// VISION・MISSION

VISION

マーケティングソリューションで 日本を代表する会社を創る

MISSION

①

業界スタンダードの プロダクトの創出

あらゆるデータを様々な分析手法で活用し、革新的ソリューションを提供することで実現いたします。

②

利益の最大化

取引先と全従業員の
物心両面の幸せを追求します。

③

プロフェッショナル 集団の形成

ビジョンを達成するため、
No.1になるため、
勝ちきれぬ集団の形成を目指します。

/// 経営理念

確信をもつ

Certainty

他の追随をゆるさない
圧倒的な技術力・分析力で
多様なデータを読み解き、
確信ある情報に変えていきます。

核心をつく

Core

目の前の課題も、まだ課題として
認識されていない事柄も。
本質を見抜き、利益を最大化する
ソリューションを提供します。

革新をおこす

INnovation

日常から世界まで、
あらゆる単位でより良い未来を追求。
これまでの常識に捉われず挑戦を続け、
革新を起こします。

キャッチコピー

今ある正解は、本当の正解なのか。
期待を超える驚きや感動がそこにはあるのか。

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

そうきたか。

C/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2065年には4,529万人に減少との予測も(※)。

企業の変化と課題

・マーケティング主体（特にデジタルマーケティング）の経営戦略が必要不可欠に

・マーケティング手法が多様化

ノウハウの蓄積が困難

次々と増えるプラットフォームへの対応が追いつかない

・様々なデータ取得が可能に

データの集め方・扱い方・読み解き方が分からない

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

CINCの強みとソリューション

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

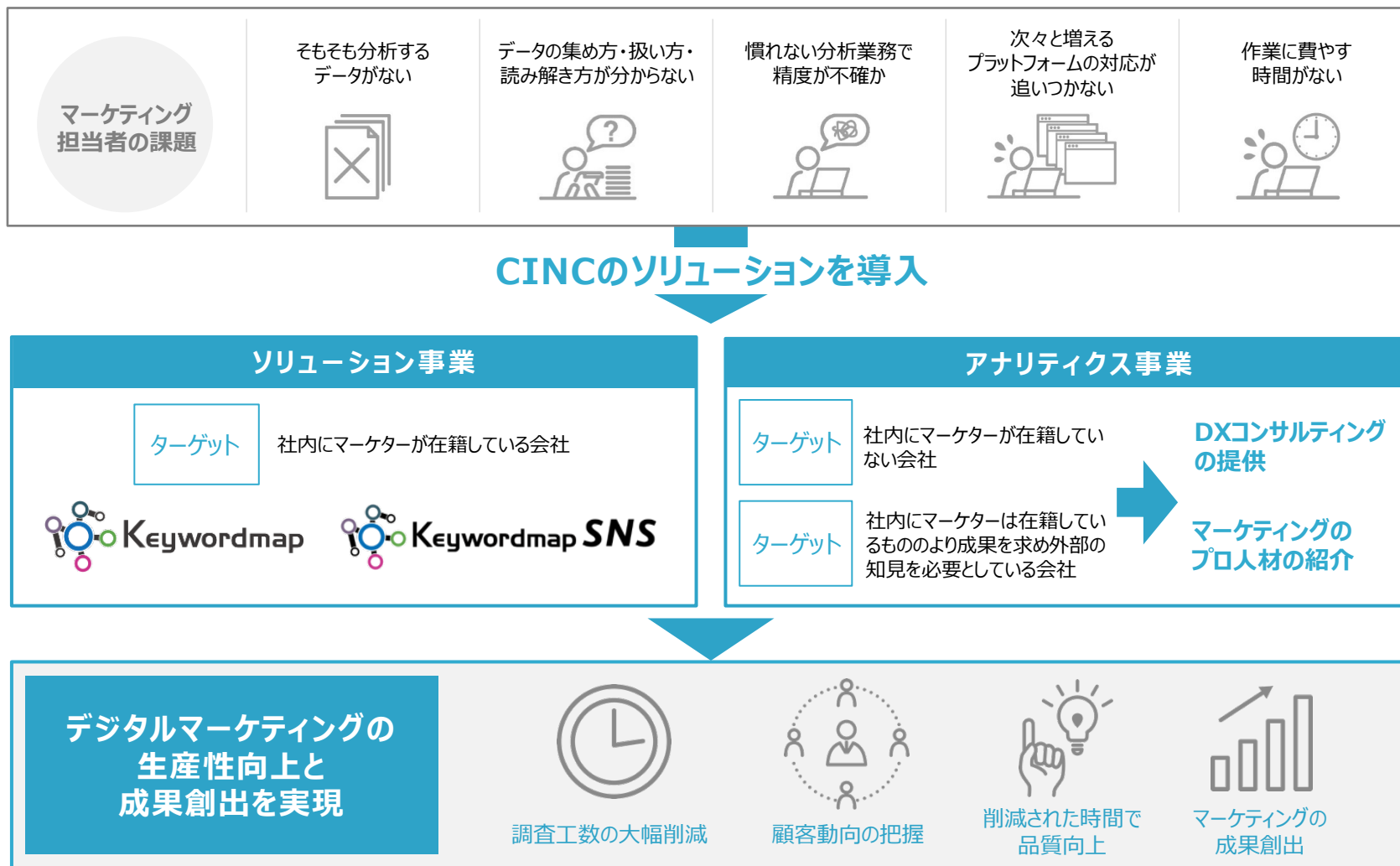
当社の人材ネットワークから、マーケティングのプロ人材を紹介し、企業のマーケティング活動を支援（エキスパートソーシング）

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

※ 出典：内閣府「令和4年版高齢社会白書」

/// CINCの存在意義

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





/// 事業概要

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



/// 主要サービス

サービス名	ソリューション事業		アナリティクス事業
基本料金体系	 	 	 DXコンサルティング
料金詳細	月額固定料金 初期費用あり	月額固定料金 初期費用あり	月額固定料金 初期調査費用あり
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業会社向け 初期費用：150,000円～ 月額：120,000円～ ■ 広告代理店向け 初期費用：300,000円～ 月額：218,000円～ <p>利用機能数、ポイント数(※)、ユーザー数等の追加オプションメニューに応じて月額利用料金を設定</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業会社向け 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～ <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 月額：400,000円～</p> <p>コンサルティングサービスの提供内容に応じて、月額コンサルティング料金を設定</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>NEW エキスパートソーシング (プロマーケター紹介)</p> <p>プロマーケターのスキル・業務内容に応じて料金を設定</p> </div>

※ 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の評価

ソリューション事業



- BOXIL SaaS AWARD Autumn 2022 SEOツール部門にて、6つの賞に選出

Good Service
☆☆☆
Autumn 2022

使いやすさ
No.1
Autumn 2022

サービスの安定性
No.1
Autumn 2022

機能満足度
No.1
Autumn 2022

カスタマイズ性
No.1
Autumn 2022

お役立ち度
No.1
Autumn 2022

<p>★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン</p> <p>SEOに取り組むなら今必須と呼べるツール</p>	<p>★★★★★ 5/5 <input checked="" type="checkbox"/> 在籍確認 投稿経路 キャンペーン</p> <p>データ量が段違い</p>	<p>★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー</p> <p>SEO対策の必須ツール</p>
<p>★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー</p> <p>複数のサイトでキーワード対策ができる</p>	<p>★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン</p> <p>サイトに必要なキーワードを一目で把握</p>	<p>★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン</p> <p>コンテンツマーケティングの必需品</p>
<p>★★★★★ 4/5 投稿経路 キャンペーン</p> <p>SEOコンサルタントも使うくらい便利なツール！</p>	<p>★★★★★ 4/5 <input checked="" type="checkbox"/> 在籍確認 投稿経路 キャンペーン</p> <p>SEOの分析や対策施策を精度高く考えられる</p>	<p>★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー</p> <p>ビジュアライゼーションが綺麗</p>

導入事例：デジタルリフト

ソリューション事業

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



社名

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

事業内容

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

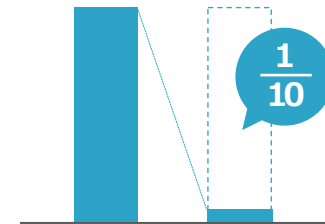
業種

デジタルマーケティング

利用部門

運用型広告・SEO支援

調査時間・工数



導入前の課題

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

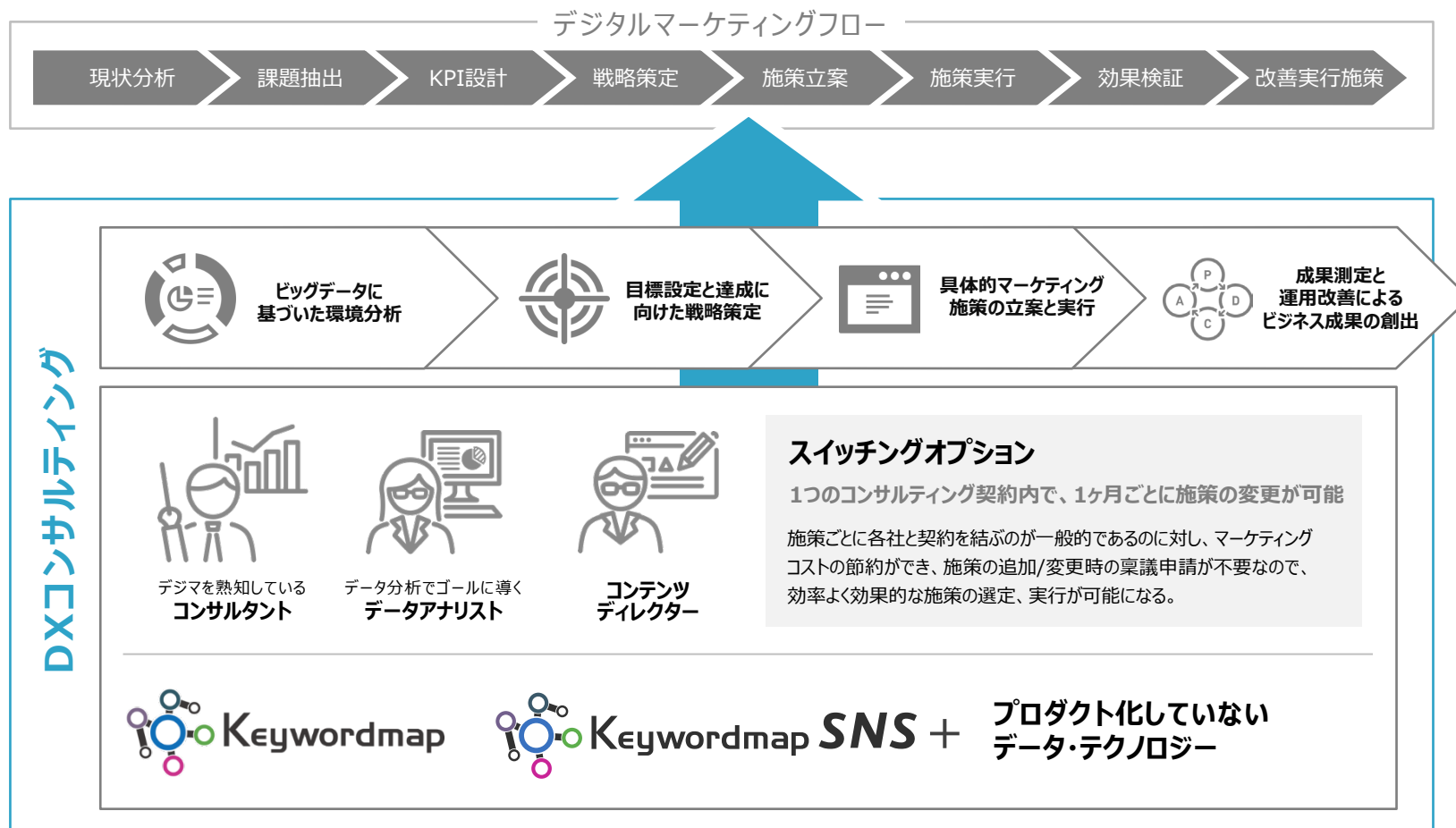
導入後の成果

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

DXコンサルティング 概要

アナリティクス事業

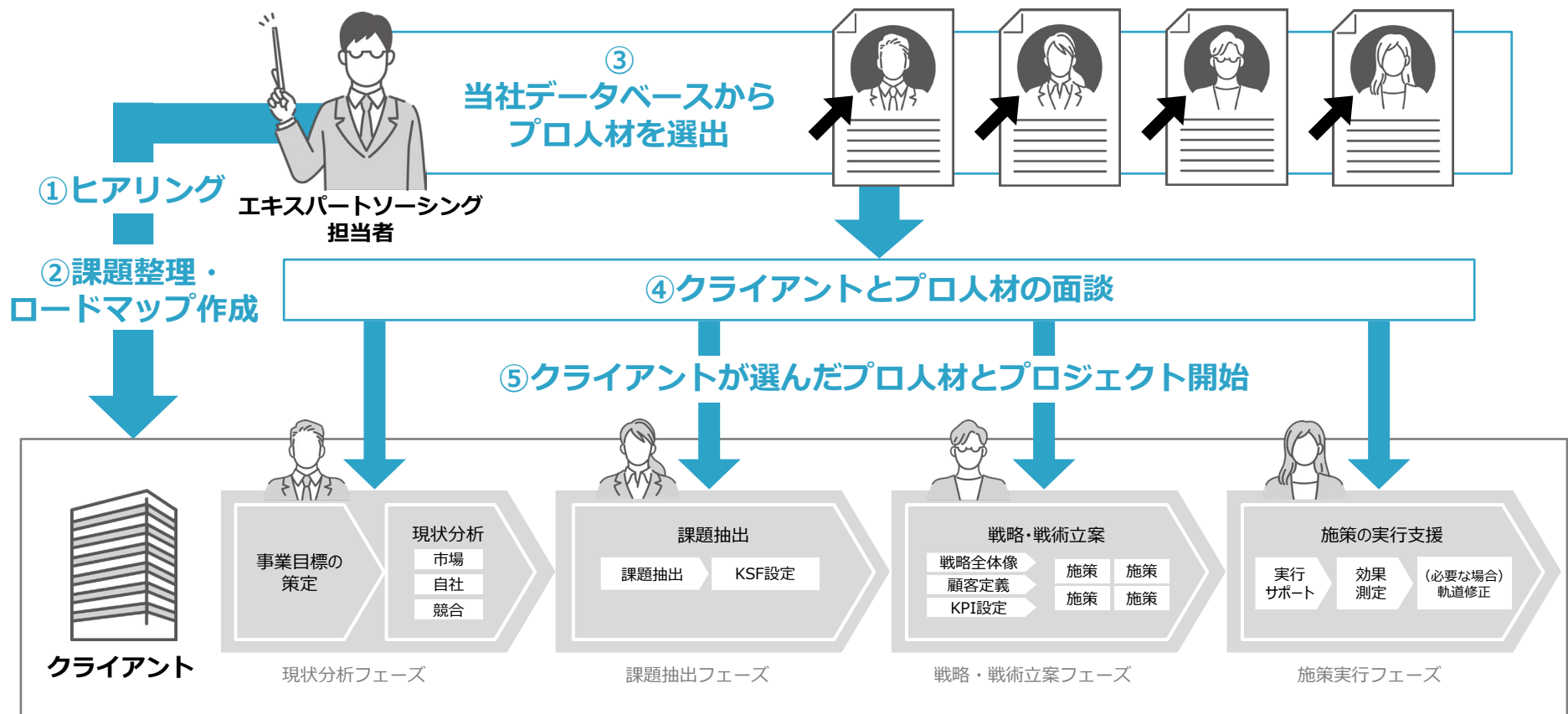
- デジタルマーケティングを熟知したコンサルタント、アナリストがKeywordmapシリーズなどを活用し、データに裏打ちされたクライアントオリジナルの戦略策定、施策実行までをワンストップで伴走し、成果創出を支援
- 1つのコンサルティング契約内で、1ヶ月ごとに施策の変更が可能な**スイッチングオプション**により、ワンストップ型のサービスを提供



/// エキスパートソーシング 概要

アナリティクス事業

- エキスパートソーシングとはCINCと社外のマーケティングプロ人材が協力して、クライアントのマーケティング施策を支援するサービス
- 2021年10月期にマーケターのキャリアを支援するプロジェクトの中でトライアル的に開始し、2022年10月期に体制を整備。2023年10月期から積極的に案件を獲得していく



導入実績

- Keywordmapシリーズはデジタルマーケティングを支援する広告代理店に採用される等、専門事業者からの評価も高いツールでありながら、直近は事業会社で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

NTT DATA
株式会社 NTT データ スマート ソリューションズ

CloudCIRCUS

OROCO

DENTSU DIGITAL

HOKUTOSHA

事業会社向け

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 キャコパス** **nissen,**

NEWS PICKS **PERSOL** **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
エクスペリス

cybozu

ゼロリノベ

ISETAN

MITSUKOSHI

LifeWorks

REJOB

/// 特徴・強み

I

データ×テクノロジーでマーケティングのDX化を支援

II

2事業の連携によって生み出されるシナジー

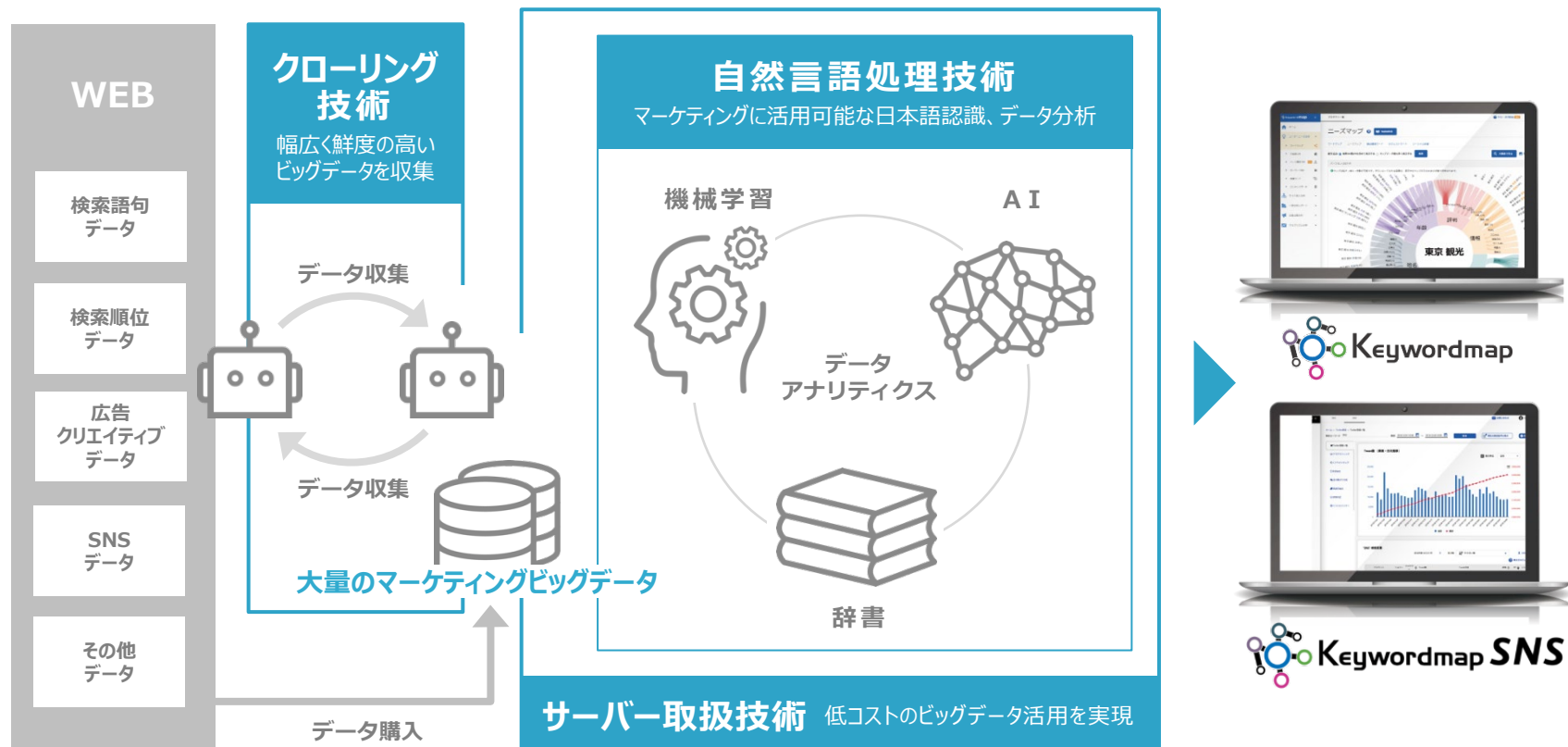
III

マーケティングのプロフェッショナル集団

/// CINCの代表的なテクノロジー

I.データ×テクノロジーでマーケティングのDX化を支援

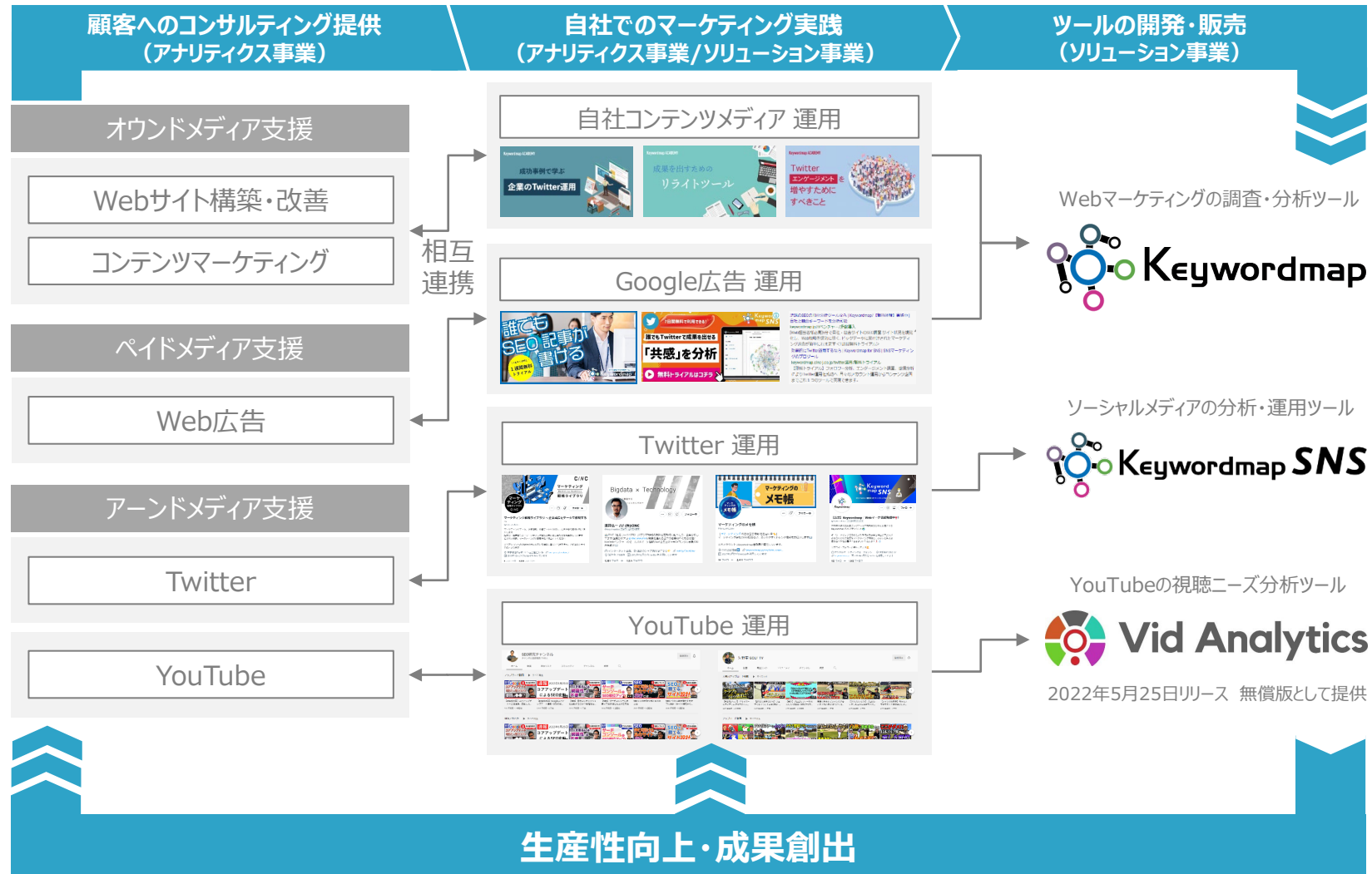
- 当社独自で開発したクローリング技術、サーバー取扱技術、自然言語処理技術により、大量のマーケティングデータを保有しており、データドリブンなデジタルマーケティング戦略が可能に
- これらの技術は継続的に研究開発を行っており、Keywordmapシリーズは進化を続けている



/// マーケットインでのサービス開発

Ⅱ. 2事業の連携によって生み出されるシナジー

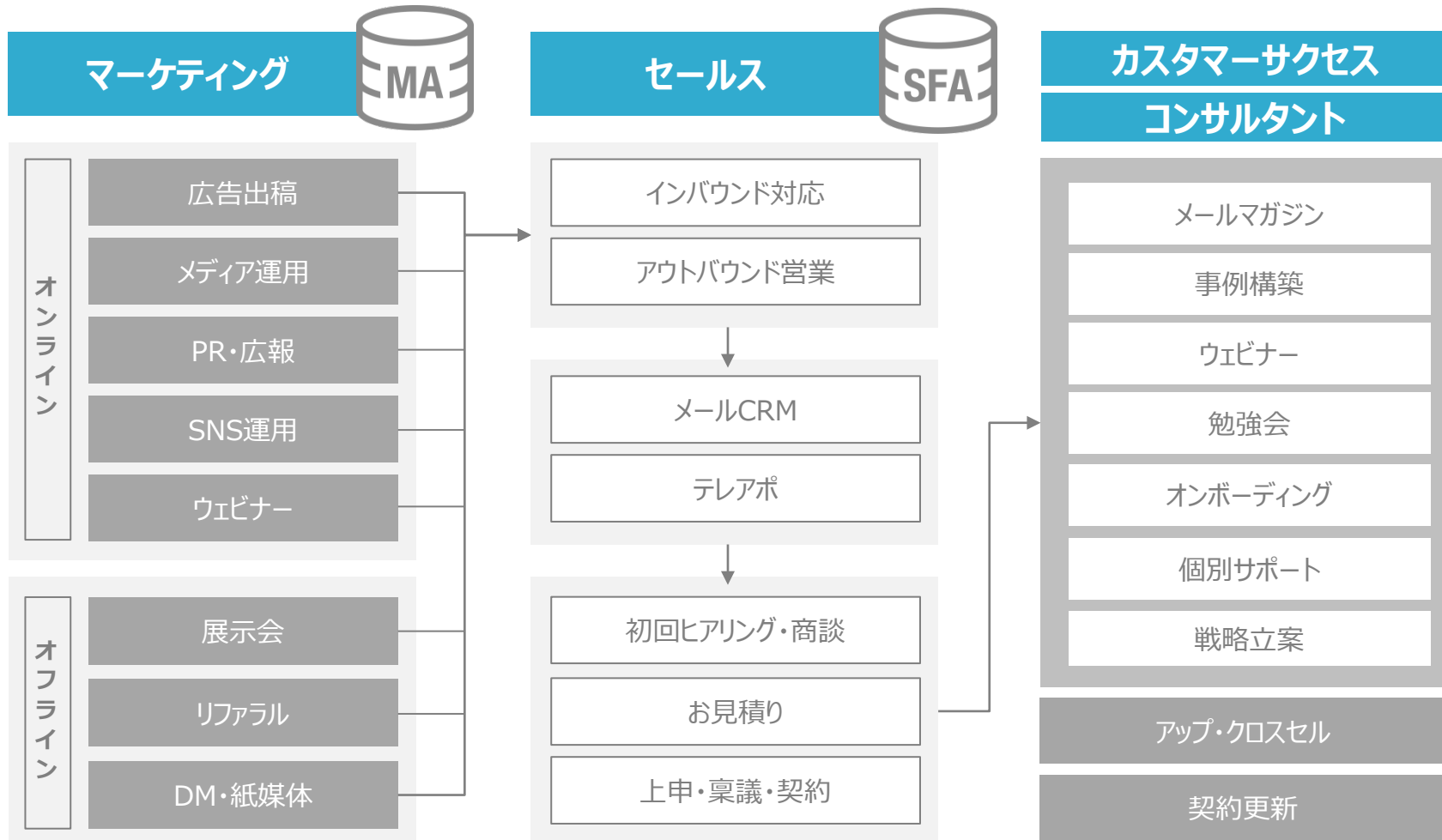
- 顧客支援に当たるマーケター（アナリティクス事業）の知見を基に自社（ソリューション事業）のマーケティングを実践
- 顧客支援時と自社実践時に発生するマーケティング運用課題の解決をソリューションとして開発・販売



/// 効率的な営業組織

Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

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



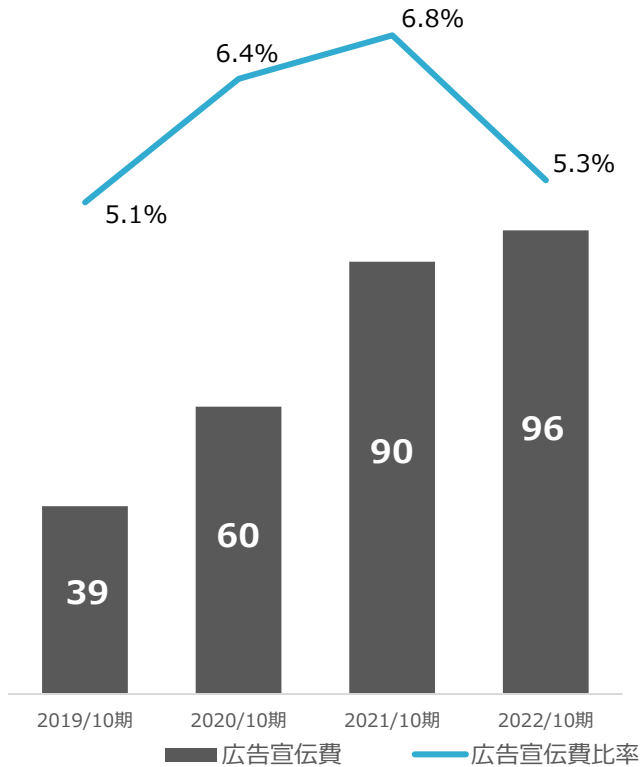
効率的な営業組織

Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

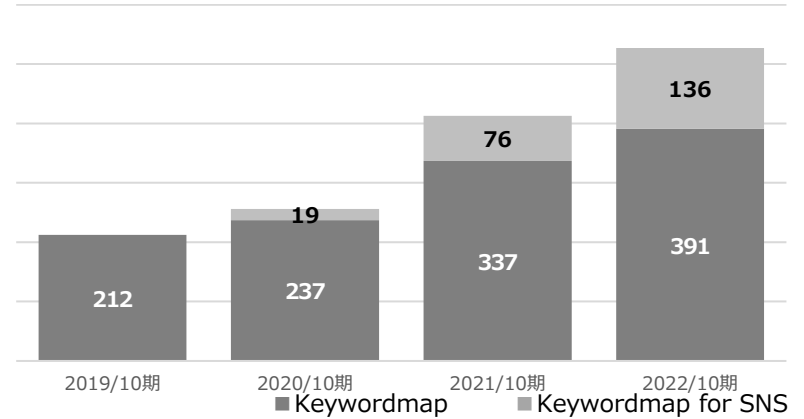
- 広告宣伝費比率は7%を切る低水準にもかかわらず、両事業ともに契約件数は順調に増加

■ 広告宣伝費・広告宣伝費比率の推移

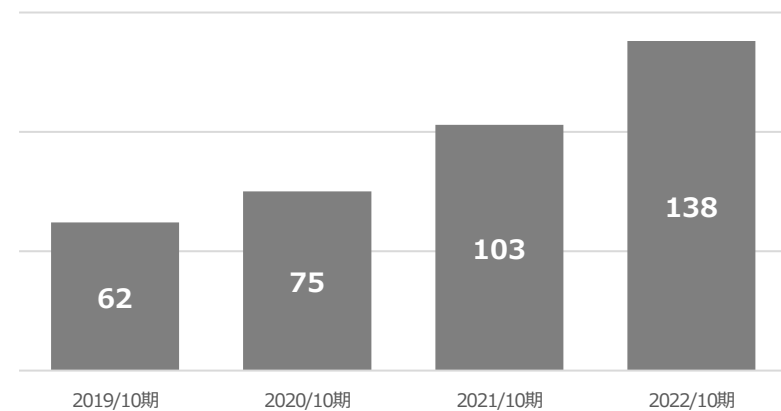
(単位：百万円)



■ ソリューション事業 契約件数推移



■ アナリティクス事業 契約件数推移



02

—

業績ハイライト

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト**
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2023年10月期第1四半期の取組みについて
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

/// 2023年10月期第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24.8%の増収
- 前期に積極的に人材投資を行ったため人件費が増加したものの、売上高が堅調に推移したこと、人材市場の競争激化により採用数が減少し採用費の負担が減少したことにより、営業利益は前期比5.6%増益

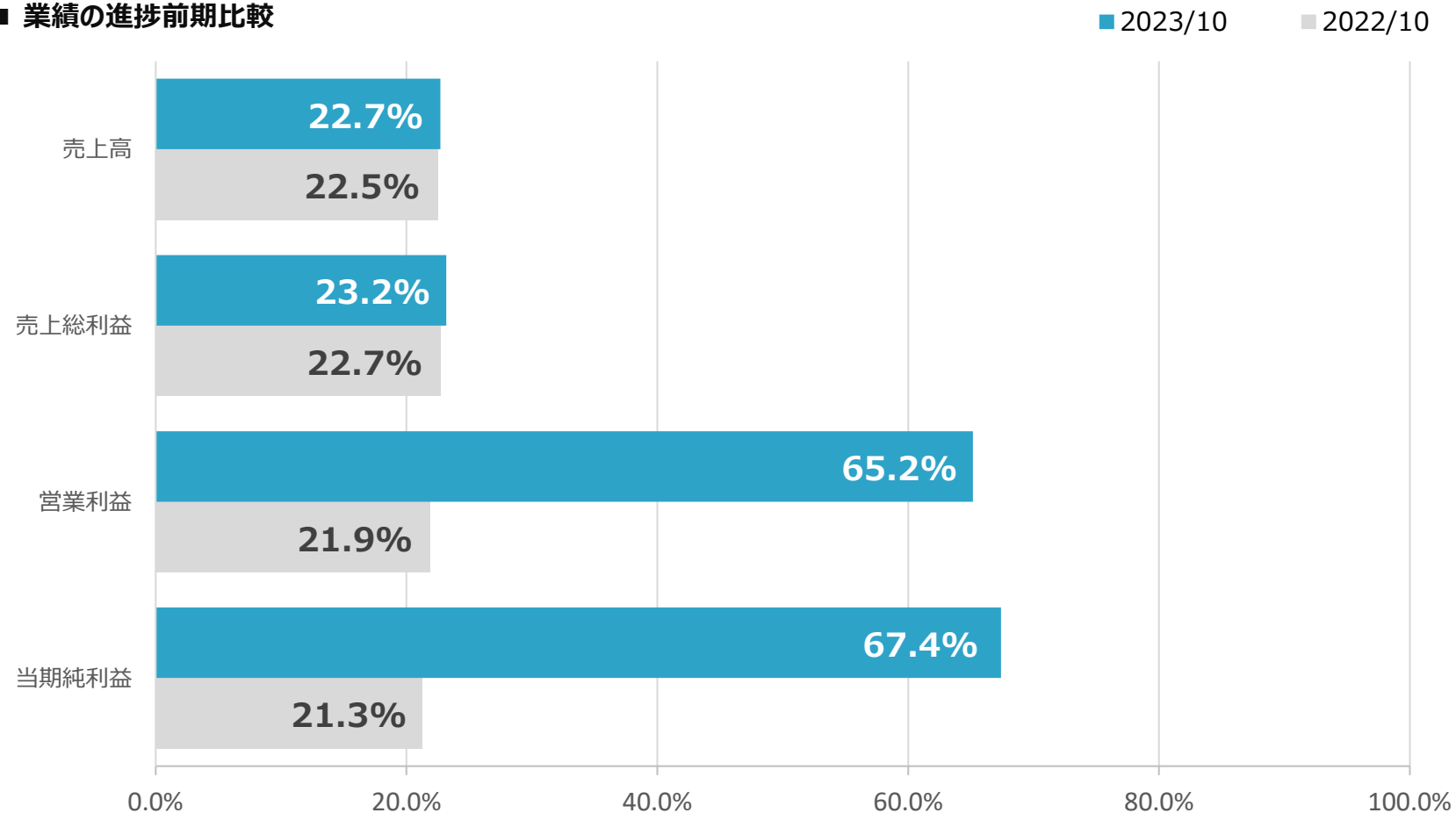
(単位：百万円)	2022年10月期 1Q (実績)	2023年10月期 1Q (実績)	前期比 (増減率)	2023年10月期 (期首業績予想)	進捗率
売上高	405	505	24.8%	2,227	22.7%
ソリューション事業※1	200	243	21.8%	1,067	22.8%
アナリティクス事業※1	209	267	28.0%	1,178	22.7%
売上総利益	297	356	19.6%	1,537	23.2%
営業利益	64	67	5.6%	104	65.2%
ソリューション事業	47	38	▲17.7%	36	107.4%
アナリティクス事業	17	28	70.3%	67	42.7%
経常利益	63	67	6.0%	103	65.5%
当期純利益	42	44	4.9%	66	67.4%

※1 内部取引による売上高を含んでいます。

/// 業績の進捗

- 採用市場の競争激化により、人材採用が遅延したため採用費未消化となり、営業利益の進捗率が高くなっているが、2Q以降に解消予定

■ 業績の進捗前期比較

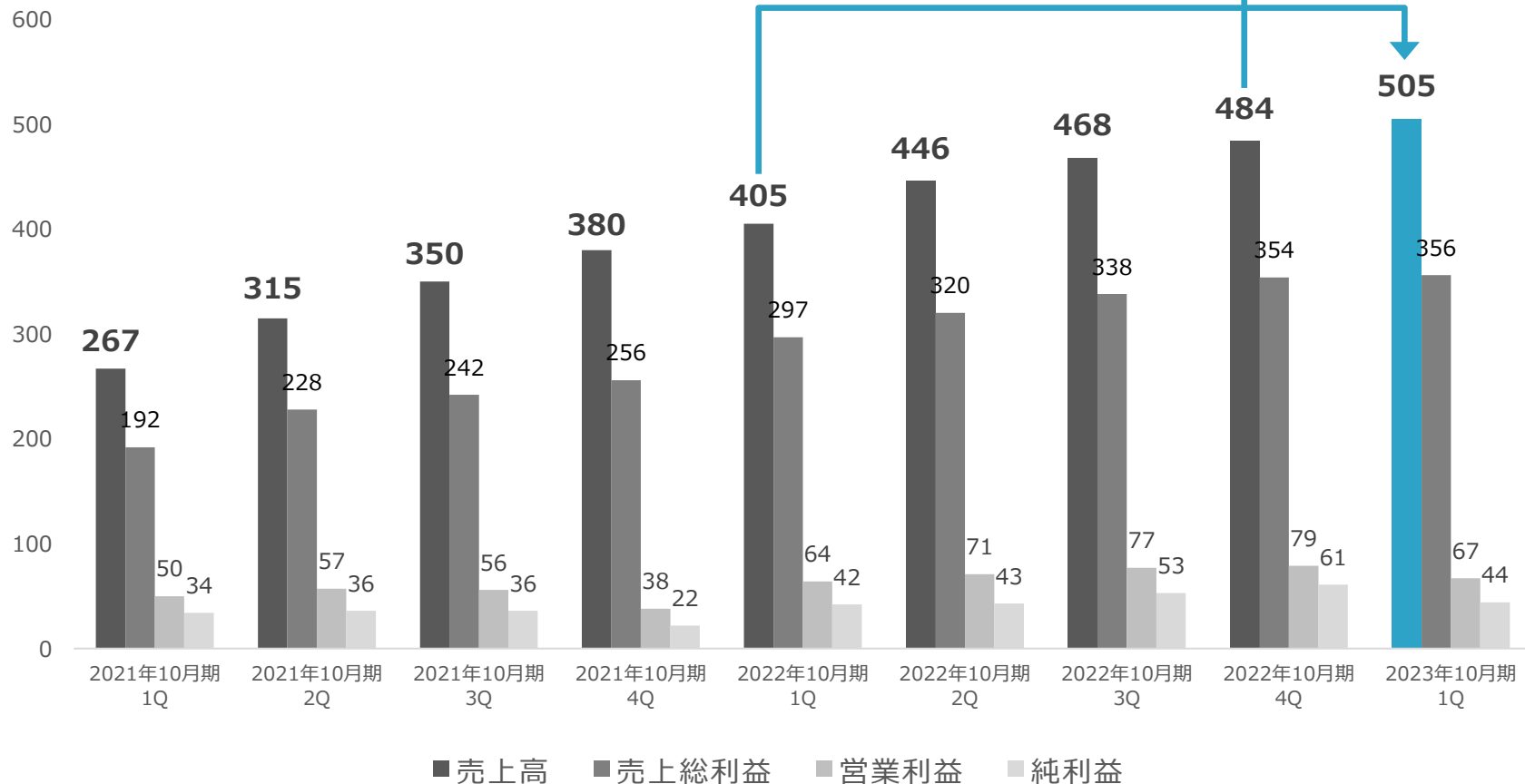


四半期ごとの推移

- 売上高は前期1Qから24.8%増加、前期4Qから4.3%増加と成長
- 人件費の増加及びオフィス移転による地代家賃の増加により、営業利益は前期4Qから減益

■ 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、人員増による人件費の増加、オフィス移転による地代家賃の増加により、売上原価、販管費が増加

■ 2022年10月期 1Q実績

■ 2023年10月期 1Q実績

■ 前期比

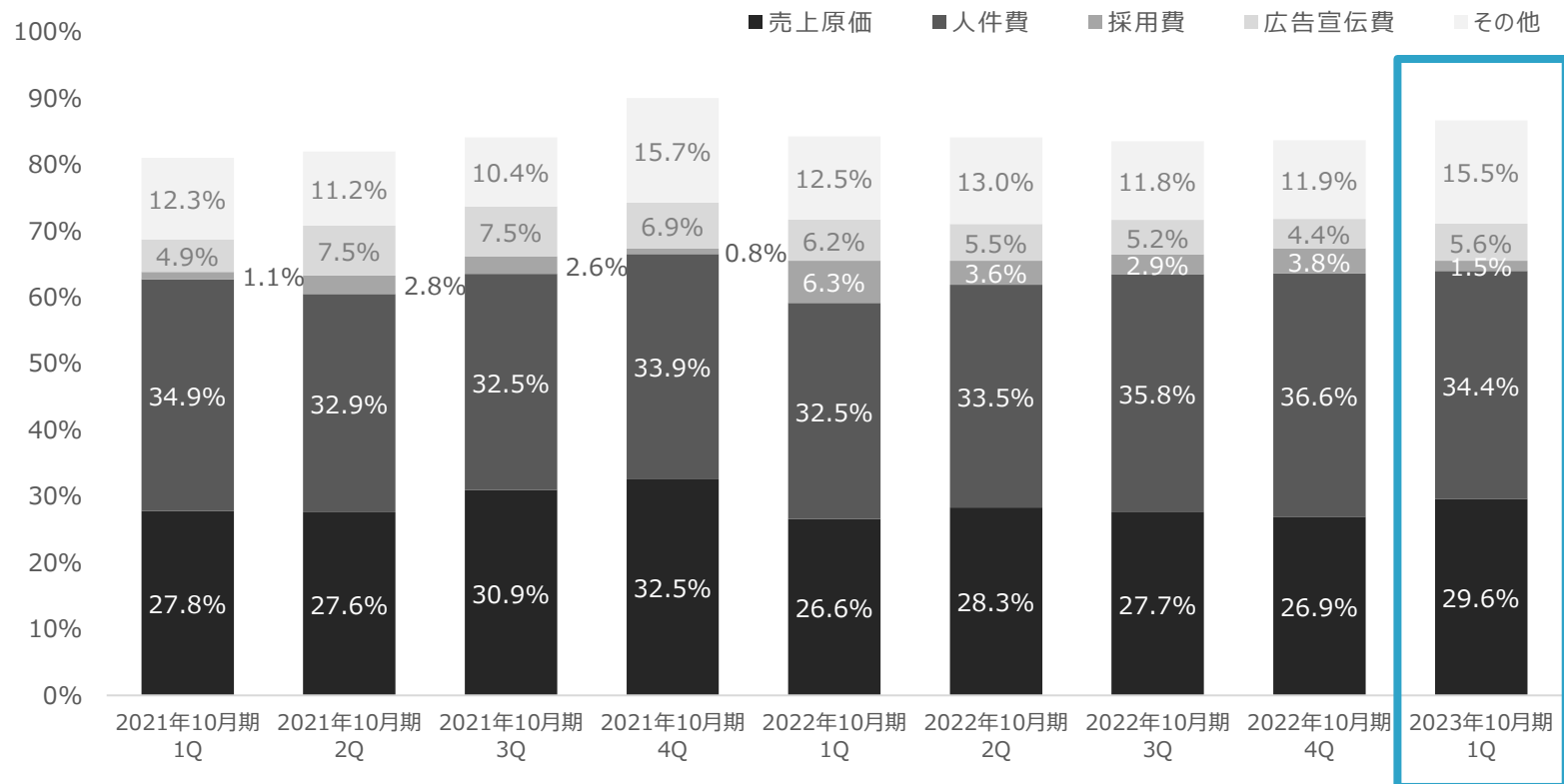
(単位：百万円)

	2022年10月期 1Q実績	2023年10月期 1Q実績	前期比
売上高	405	505	+100
売上原価	107	149	+42
人件費	131	173	+42
採用費	25	7	▲18
広告宣伝費	25	28	+3
地代家賃	7	30	+23
その他の販管費	46	51	+5
営業利益	64	67	+3

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
- オフィス移転による地代家賃の増加によりその他の割合が増加

■ 四半期の費用項目の内訳 (対売上高) の推移



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

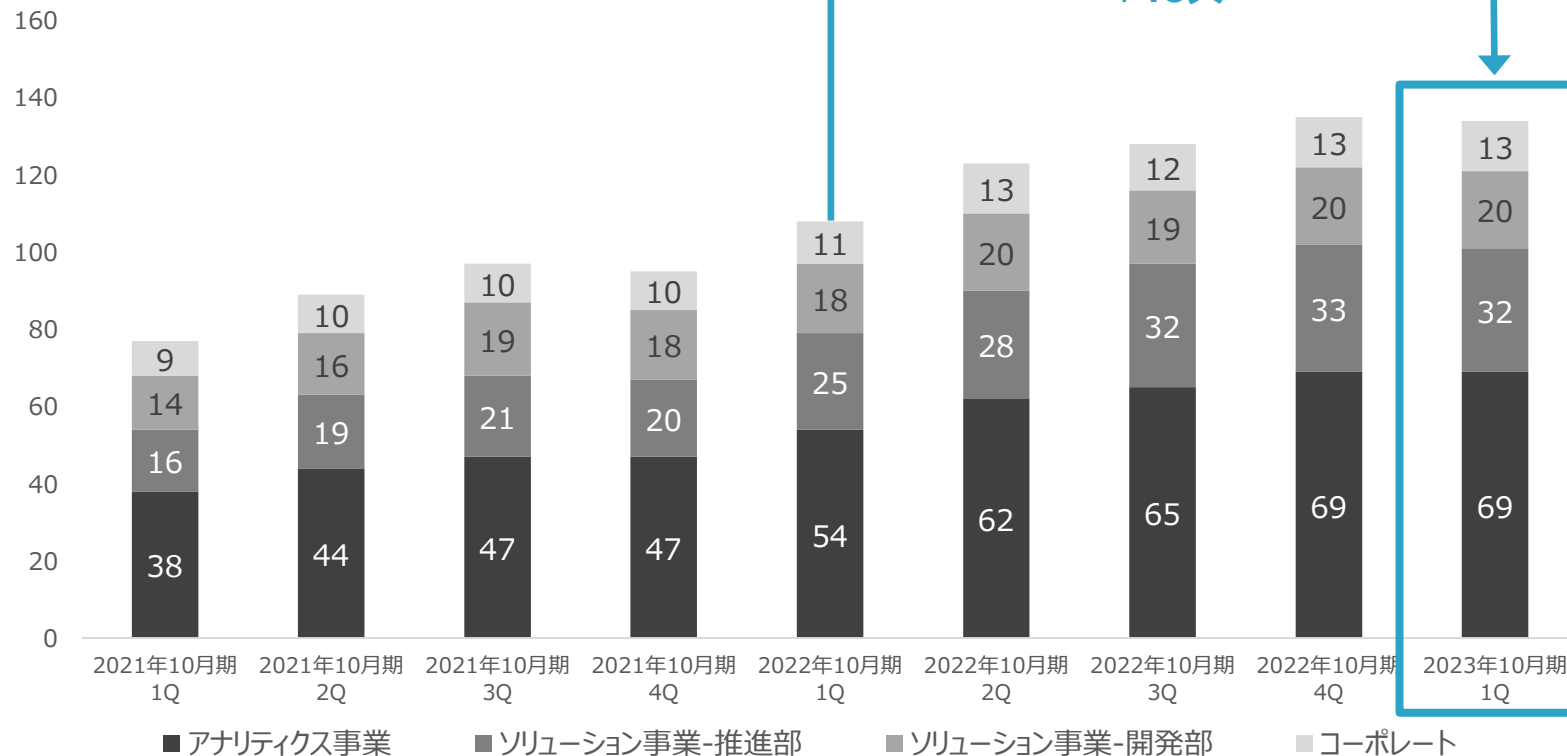
/// 人員の推移

- 前期1Qからは40人増加
- 採用市場の競争激化により、人材採用が遅延したため前期4Qからは1人減少
- 採用遅延の解消のため、ダイレクトリクルーティングの強化、採用エージェントとの関係強化等の施策を実行

■ 部門別人員数(業務委託のエンジニア、契約社員含む)の推移

(百万円)

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78.9%と、財務安全性は高い

(単位：百万円)	2023年10月末	2023年10月末	増減額（増減率）	
流動資産	1,773	1,699	▲73	▲4.2%
（現金及び預金）	1,523	1,438	▲85	▲5.6%
固定資産	251	256	4	1.8%
資産合計	2,025	1,956	▲69	▲3.4%
流動負債	456	361	▲94	▲20.7%
固定負債	71	51	▲20	▲27.9%
負債合計	527	413	▲114	▲21.7%
純資産合計	1,497	1,543	45	3.0%

03

—

各種KPIと事業の状況

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況**
- 04 | 2023年10月期第1四半期の取組みについて
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

/// KPIスナップショット

ソリューション事業 (Keywordmapシリーズの開発・販売)

顧客数 ※1

526社Keywordmap 394社、SNS 132社
両方導入24社

ARR ※2

9.2億円

平均月次解約率 ※3

2.7%

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

147社

月額単価平均 ※4

63万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

93%

※1：2023年1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。

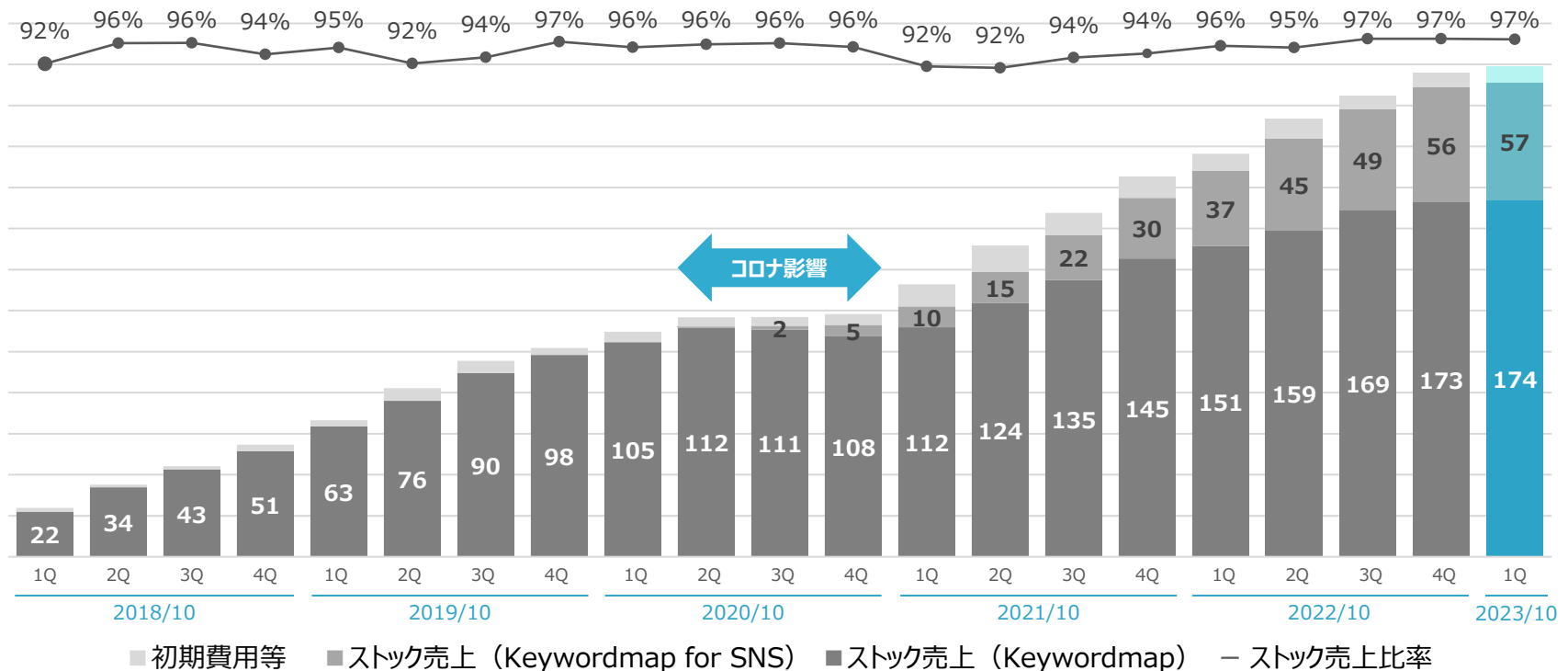
※4：2023年1月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

/// ソリューション事業 ストック売上高推移

- 「Keywordmap」シリーズのストック売上高は前期 1 Q比22.7%増加したものの、前期 4 Q比0.9%増にとどまる
- 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

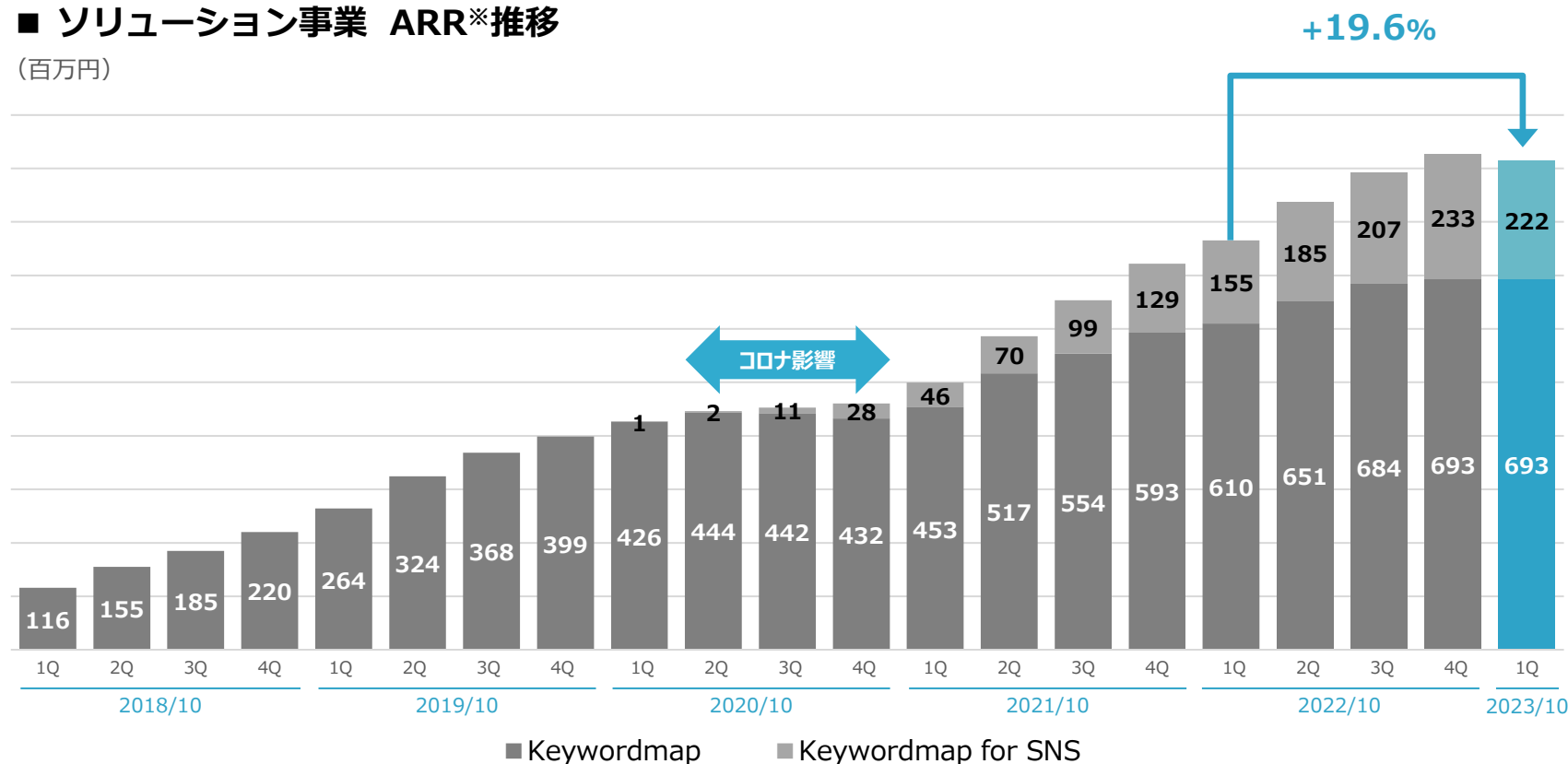
※ストック売上高は、売上高のうち経常的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

ソリューション事業 ARR推移

- ARRは前期1Q比19.6%増加、前期4Q比1.1%減少
- 「Keywordmap」及び「Keywordmap for SNS」ともに新規案件獲得の減少や解約が増加したことで、前期4QからARRが減少

■ 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

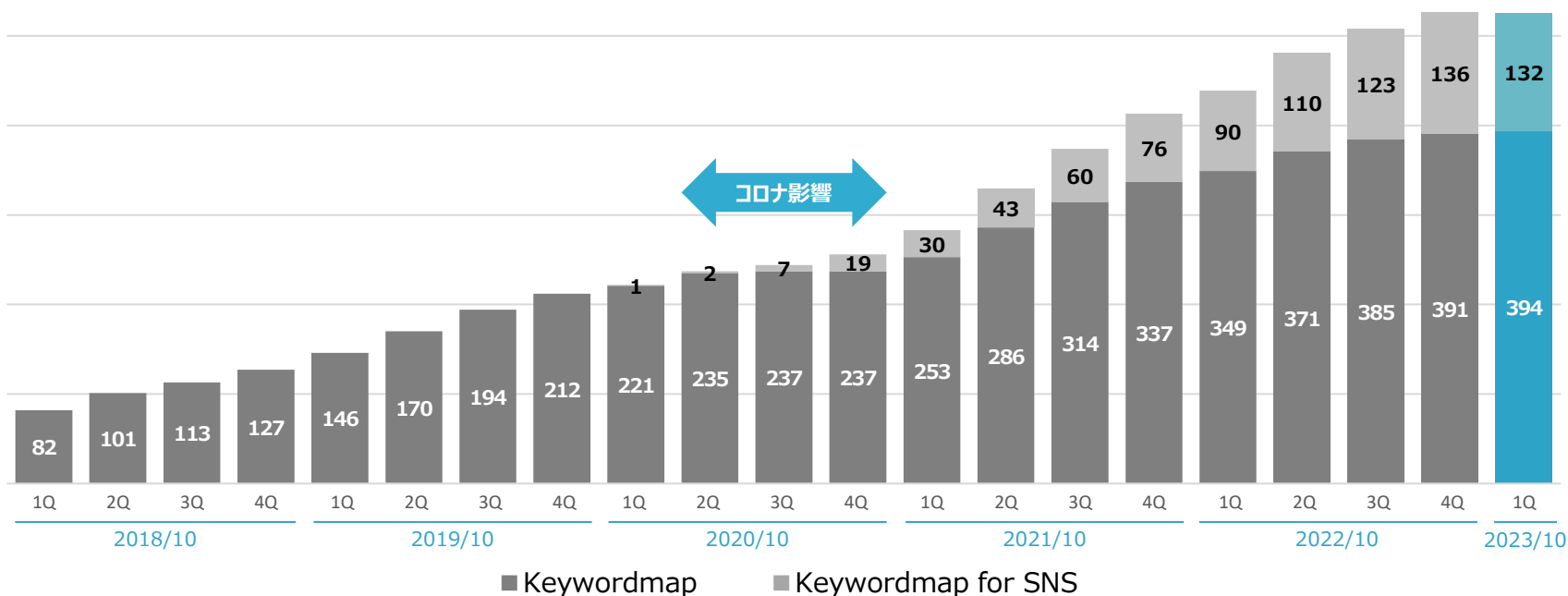
※ARR (Annual Recurring Revenue) は、期末MRRを12倍して算出

ソリューション事業 契約件数推移

- 「Keywordmap」及び「Keywordmap for SNS」ともに新規案件獲得の減少や解約が増加したことで、前期4Q対比契約件数が減少

■ ソリューション事業 契約数推移※

(件)

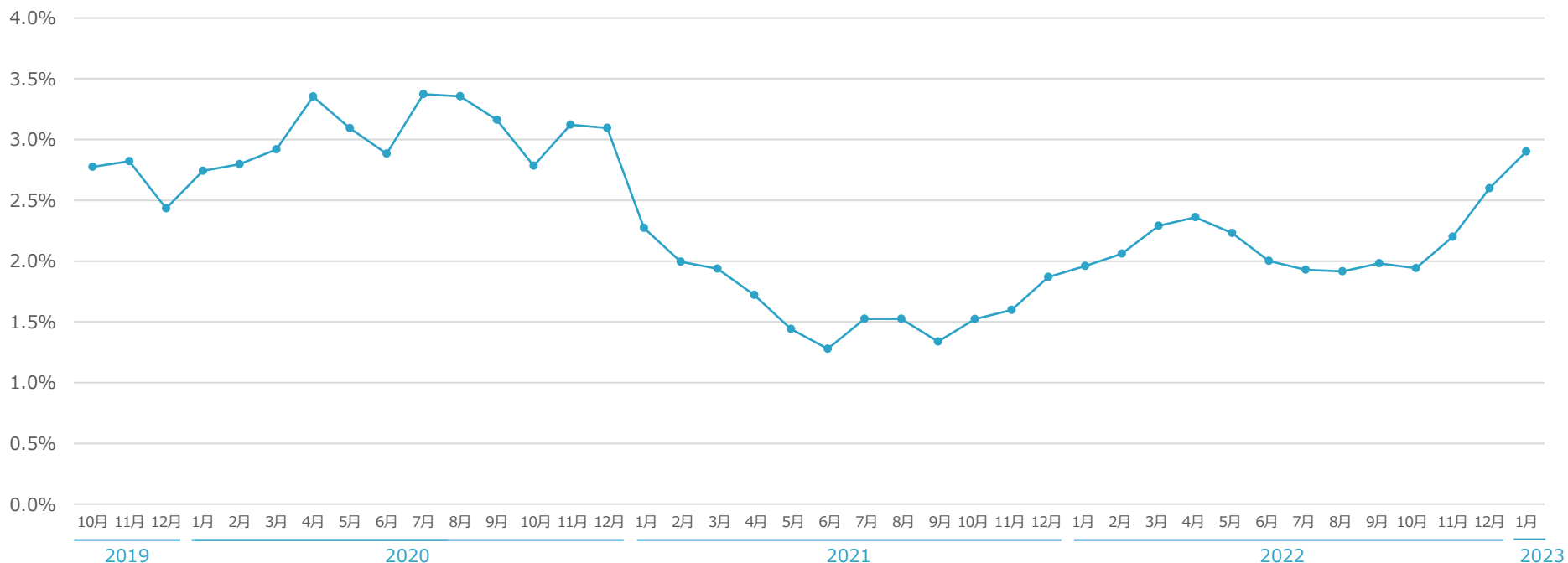


※2018/10期は決算月変更があったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示。

ソリューション事業 解約率推移

- 「Keywordmap for SNS」の解約が増加したため、Keywordmapシリーズの解約率が上昇

■ 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担当者の育成が追いついておらず、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
- 「Keywordmap for SNS」を活用したSNSマーケティングは成果創出まで時間がかかるため、短期的な成果を求めるクライアントのニーズと一致しなかった

※ 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

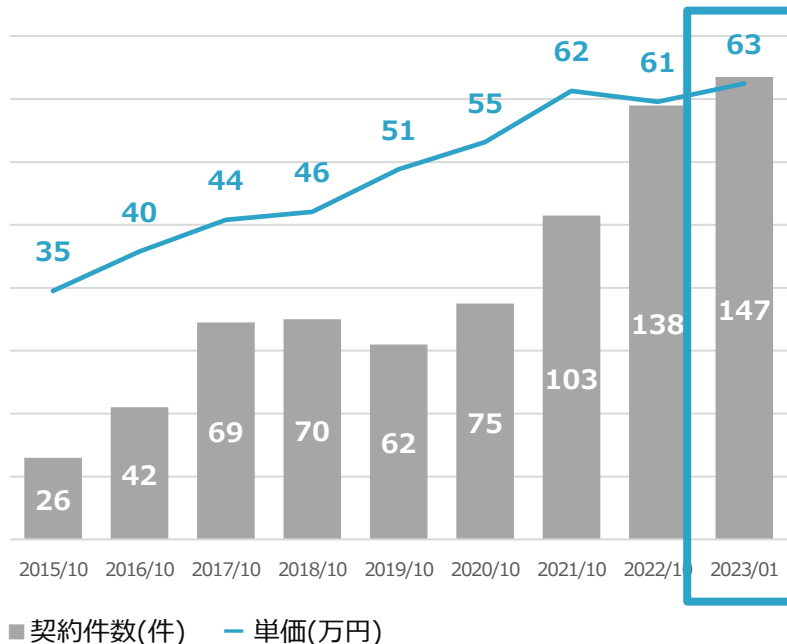
ソリューション事業 ARR改善に向けた取組み

		ARRの成長が鈍化している理由	今後行っていく取組み
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受注率が低下 顧客がハイリテラシー層からライトユーザー層に変化しており、顧客のニーズが分析の精度から使いやすさ・わかりやすさに変化 	<ul style="list-style-type: none"> 教育プログラムを見直し、教育体制を整備 小規模のチーム制による案件管理の徹底 オウンドメディアの強化によるインバウンドリードの創出 インサイドセールスの仕組化による長期案件の安定受注 ライトユーザー層向けに「マーケティング業務の運用」をサポートできる機能の開発 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"> 継続対象顧客が増加する一方で、CS人材の育成が予定通りに進捗せず解約が増加 	<ul style="list-style-type: none"> 教育プログラムを見直し、教育体制を整備 モニタリングシステムの改善 ユーザー体験の向上のため、分かりやすさと使いやすさ2つを兼ね備えたユーザーインターフェースに変更(UI/UX改善)することで、顧客のオンボーディングを促す
Keywordmap for SNS	新規顧客獲得	<ul style="list-style-type: none"> 営業人材の育成が予定通りに進捗せず受注率が低下 Twitter社のオーナー変更によるプラットフォームの不確実性が増加したことによる、導入が遅延になった顧客が発生 	<ul style="list-style-type: none"> 教育プログラムを見直し、教育体制を整備 Instagramリリースによるニーズのカバー範囲拡大
	解約	<ul style="list-style-type: none"> 継続対象顧客が増加する一方で、CS人材の育成が予定通りに進捗せず解約が増加 「Keywordmap for SNS」を活用したSNSマーケティングは成果創出まで時間がかかるため、短期的な成果を求めるクライアントのニーズと一致しなかったことによる解約が増加 	<ul style="list-style-type: none"> 教育プログラムを見直し、教育体制を整備 オンボーディング強化により顧客のSNSマーケティングによるKPIの認識統一と利用頻度の向上

/// 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契約件数が増加
- 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)は微増

■ 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

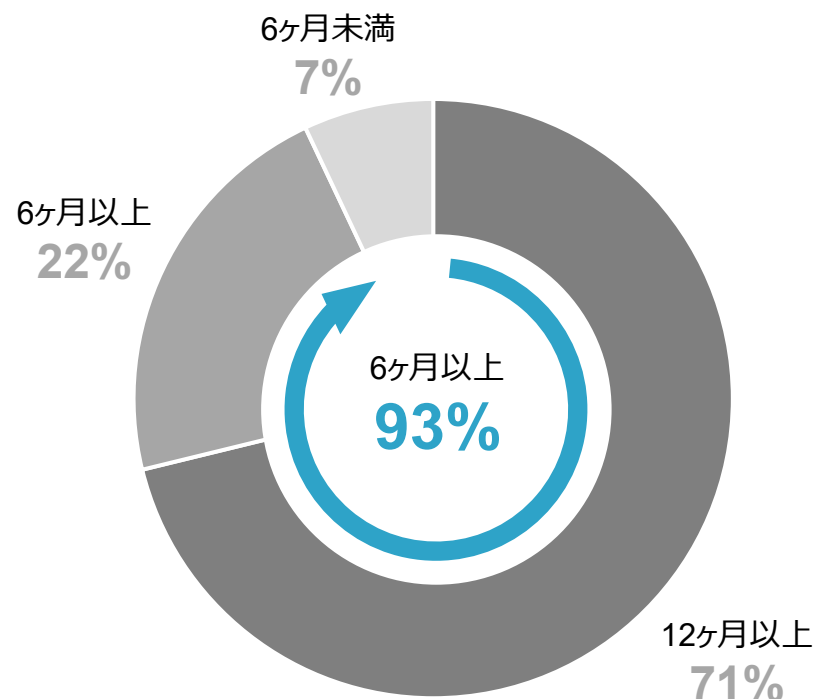
※1：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

※2：2023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

/// 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：各月の月次売上高を当該月の契約社数で除して算出

※2：2023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

—

2023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 | 2023年10月期第1四半期の取組みについて**
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

ソリューション事業 ～販売～

		1Q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"> ・ コンバージョン記事のリライト、新規記事投稿 ・ 記事内にコンバージョンポイントを設置 ・ LPの改修
	オフライン/オンラインイベントへの出展、地方の展示会にも積極的に出展	<ul style="list-style-type: none"> ・ オンライン：マーケティングメディアへの出展、メディアレーターセミナーへの出展 ・ オフライン：2QのEXPO出展に向け準備中
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"> ・ 営業コンピテンシーを策定中(3Q完成予定) ・ ジュニアメンバー向けの教育プログラムの見直し完了、運用開始
	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"> ・ MAツール、SFAツールをつなぎこみ、顧客コミュニケーションを可視化できる体制に。引き続きPDCAを回していく。 ・ 企業情報DB導入により見込み顧客のスコアリングが可能に
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"> ・ オンボーディングチームとサクセスチームを分けることにより、顧客コミュニケーションが効率化
	SFAツールや自社のモニタリングシステム（定量ヘルススコア）の活用により、解約可能性の高い案件を早期に発見し対応策を講じる	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社モニタリングシステムの月次観測により顧客の健康状態が可視化。引き続きPDCAを回していく
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"> ・ CSをオンボーディングチームとサクセスチームを分けたことにより、サクセスチームは継続とアップセル関連の交渉に集中できる体制となり、サクセスチームによるアップセル・サクセスプランの販売が推進された
	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。更新時に値上げを実行中

ソリューション事業 ～開発～

		1Q進捗
Keywordmap	マーケティング業務の運用をサポートできる機能を追加	ライトユーザー層向けの機能を2月から開発スタート
	UIUX改善	リスティング広告分析機能のリニューアル案件でUIUXを重視した改善を実施
Keywordmap for SNS	新たなSNSプラットフォームへの対応	Instagram機能を1月31日リリース、追加機能を段階的にリリース予定
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	DB削減を2月から検証予定

///

アナリティクス事業

		1Q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：1Q中は小規模なイベントに参加、2QのEXPO出典に向けて準備中 オンライン：単独／共済ウェビナーの集客数が好調、特に共済ウェビナーによってこれまでリーチできていなかった層の集客ができています
	コンサルティング業務の生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> MAツールやSFAツールの活用による顧客管理の強化 ABMツールの導入によって、より豊富な情報をもとに顧客／見込み顧客へのアプローチが行えるようになった 蓄積されたデータから分析を行い、各種CPAや受注率向上に向けた対策を立案
	人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 福岡天神ラボのコンテンツの生産量拡大 計画通りに採用および育成が進捗 投下コストが計画を下回っていることもあり、コスト削減目標を1ヶ月前倒して達成 自社ツールの開発・活用によるコンサルティング業務の生産性向上 動画マーケティングの数値分析／レポートを効率化する社内ツールを企画／開発
新たな取り組み	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を試行、2Q以降で更にブラッシュアップを図る 育成担当メンバーの増員と育成が進捗、引き続き人材育成体制の構築を推進する
	外部パートナーの活用	<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 既存アライアンス企業から安定的にリード、有効商談を獲得 新規アライアンス締結に向けたアプローチを開始 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 アカウント運用、キャンペーン、インフルエンサータイアップなどの取引先企業数が増加 マーケ全体戦略をふまえた成果創出までの総合コンサルティングを提供 <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 <ul style="list-style-type: none"> 観光関連企業：広告運用、SEO、SNS運用、顧客分析 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） プロ人材の登録数、顧客への紹介数ともに順調に増加

05

—

2023年10月期通期 業績予想について

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2023年10月期第1四半期の取組みについて
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について**
- 06 | よくいただくご質問

/// 2023年10月期 業績予想

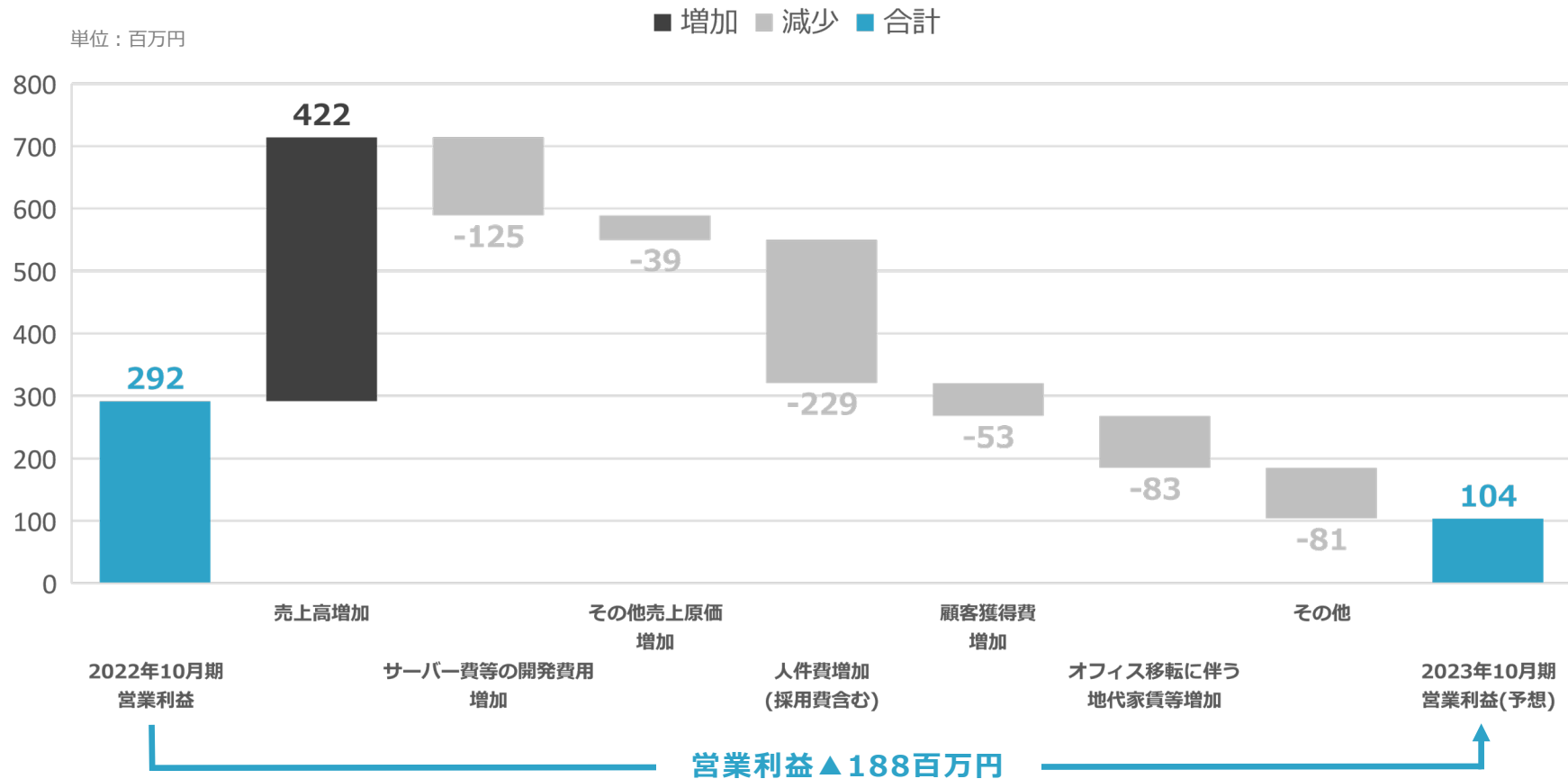
- マーケティング業務の自動化や効率化につながるクラウド型のサービス及びマーケティング活動のデジタル化を支援するサービスについて、引き続き高い需要が継続すると予想し、23.4%の増収を見込む
- 中期的に売上高30%成長を実現するため、積極的な人員の採用やマーケティング費用の投入は継続
- 円安によるサーバー費の負担が増加するほか、新オフィス移転による地代家賃が増加
- その結果、営業利益104百万円（64.4%減）、当期純利益66百万円（66.9%減）を見込む

(単位：百万円)	2023年10月期末 (予想)	2022年10月期比	2022年10月期末 (実績)
売上高	2,227	23.4%	1,805
ソリューション事業※1	1,067	20.5%	886
アナリティクス事業	1,178	26.1%	934
売上総利益	1,537	17.2%	1,311
営業利益	104	▲64.4%	292
ソリューション事業	36	▲82.5%	206
アナリティクス事業	67	▲21.4%	86
経常利益	103	▲64.6%	291
当期純利益	66	▲66.9%	201
1株当たり当期純利益	19円82銭	▲40円46銭	60円28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

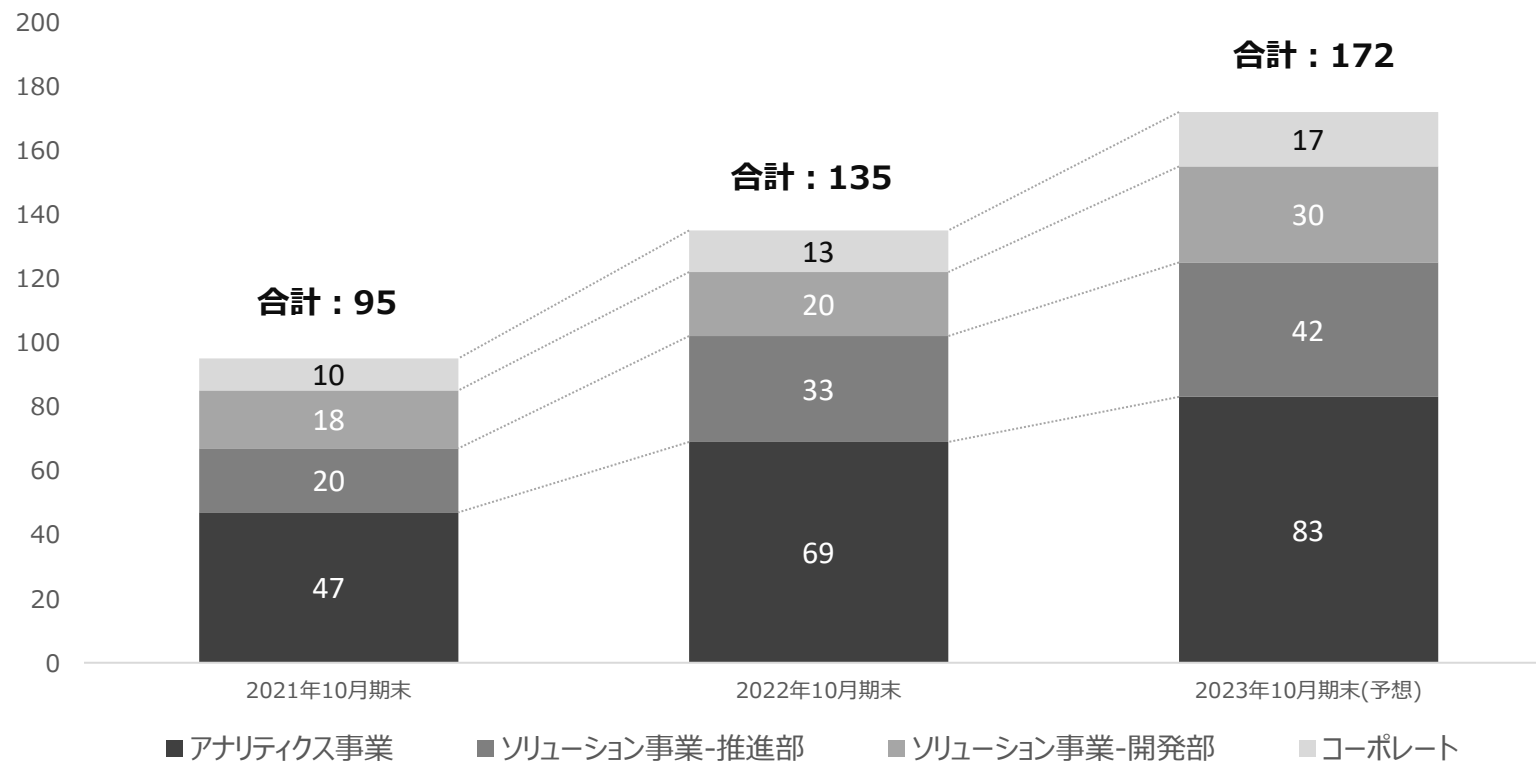
- 円安によるサーバー費の負担が増加
- 事業拡大に伴う人件費・採用費増加に加え、積極的な広告宣伝費への投資は継続
- 新オフィス移転による地代家賃が増加
- その他は、人員増によるツール利用料、福利厚生費の増加など



/// 人員の推移

- アナリティクス事業は、既存サービスに加えて、エキスパートソーシングサービスに係る人員の採用を増加
- 開発部門は「Keywordmap」の開発体制強化のための人員を増加
- ソリューション事業の営業部門は新規獲得人員を増加

■ 部門別人員数(業務委託のエンジニア含む)の推移



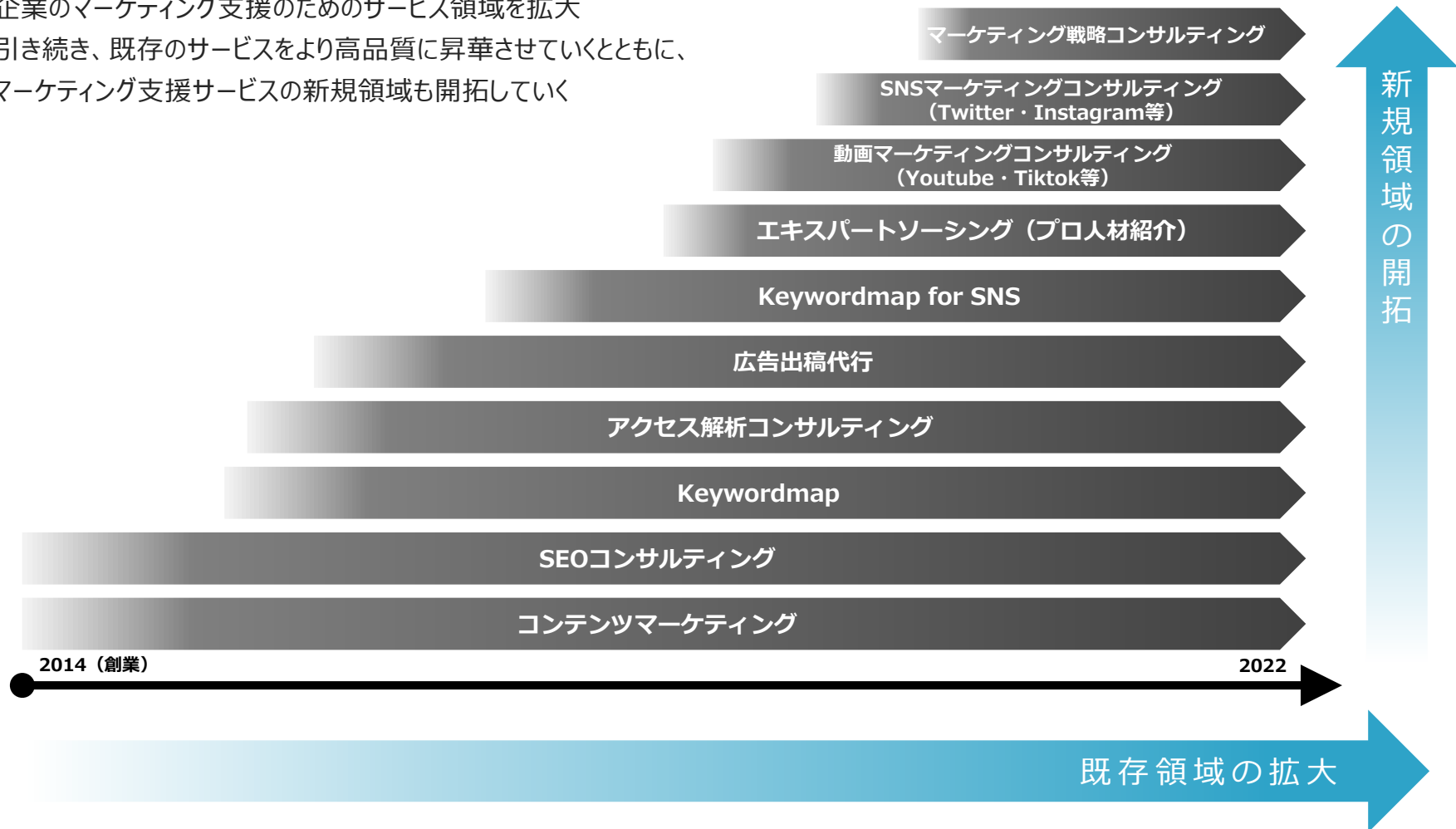
※ 新卒の件数は管理本部にて計上しておりますが、本データにおいては配属されている部門でカウントしています。

※ 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。

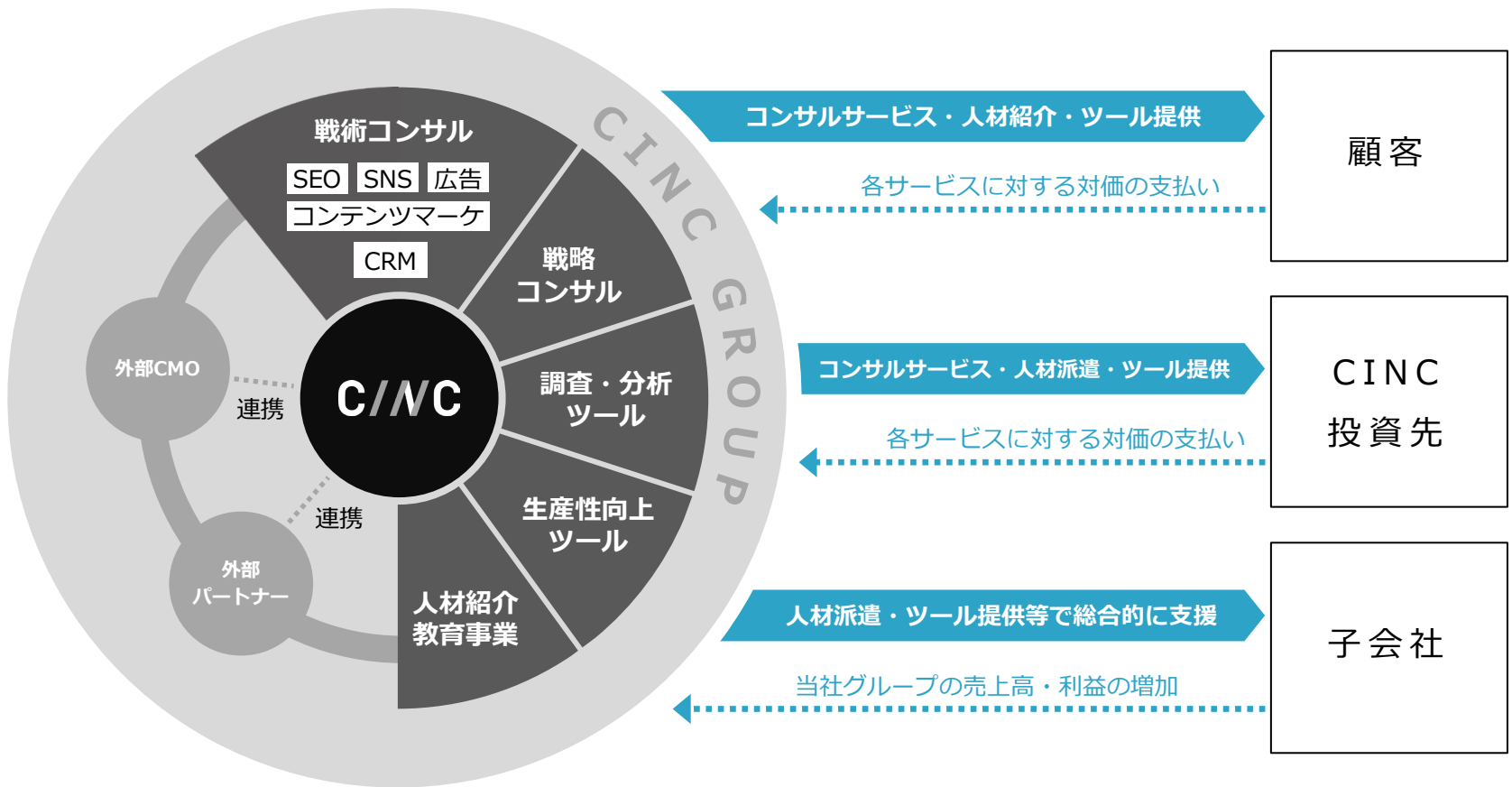
/// 成長戦略-CINCこれまでの取り組み

- 2014年の創業以来、マーケティング支援コンサルティングの領域拡大に加えてマーケティングの調査・分析・運用ツール「Keywordmap」シリーズをリリースし、企業のマーケティング支援のためのサービス領域を拡大
- 引き続き、既存のサービスをより高品質に昇華させていくとともに、マーケティング支援サービスの新規領域も開拓していく

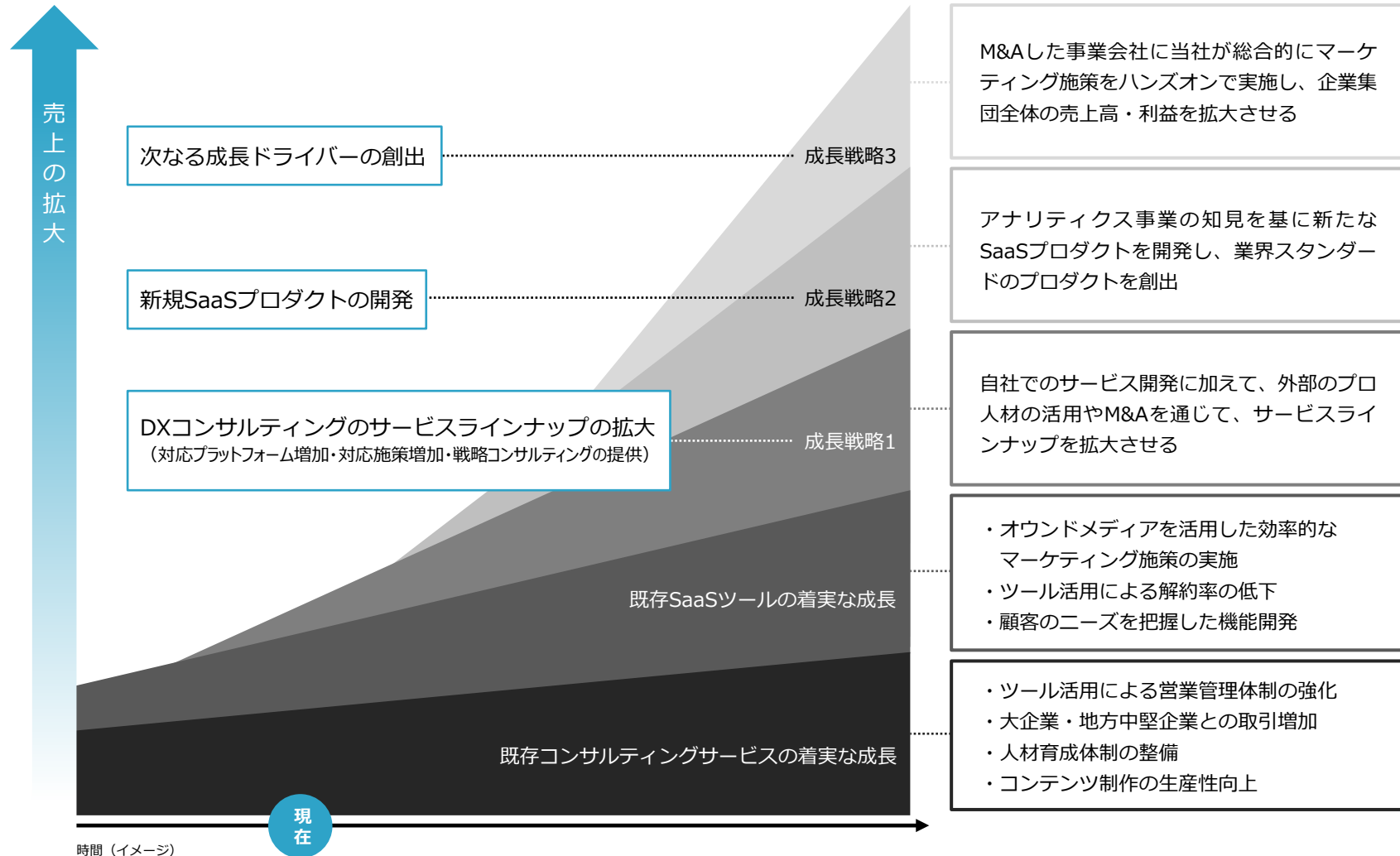


成長戦略 - CINCの目指す姿

- マーケティング戦略立案からマーケティング戦術実行まで総合的に顧客のマーケティング活動を支援
- 外部パートナーや外部CMOと連携し、コンサルティングのサービスラインナップを拡充
- 業界スタンダードのプロダクトを開発し、顧客のマーケティング業務の生産性向上・品質の標準化を図る
- 社内にマーケターがいる会社にはツールの提供、社内にマーケターがいない会社にはコンサルティングサービスの提供や、プロ人材の紹介(エキスパートソーシング)と、マーケティング活動を行っているすべての企業が当社のクライアントとなる世界観を目指す
- 資本提携やM&Aにより関連会社となった企業に、当社のマーケティングノウハウを提供し、利益の最大化を目指す



成長イメージ



成長戦略-ソリューション事業 ～販売～

高い売上成長率と利益率を安定的に確保できる組織を構築し、 SaaSプロダクトのマーケティングプロフェッショナル集団を目指す

顧客獲得単価を抑えた 有効リード獲得

- オウンドメディア「Keywordmap Academy」の強化によるオーガニックリード最大化
- オフライン/オンラインイベントへの出展、地方の展示会にも積極的に出展

人材育成

- セールスチームの再現性のある教育プログラムの策定
 - ・ 段階別営業力の言語化
 - ・ スキルマップ運用
 - ・ 営業コンピテンシー策定
- MAツール、SFAツール活用による営業管理の強化

解約率の低減

- 分業体制によるカスタマーサクセス業務の効率化
 - ・ オンボーディングチーム（導入後3ヶ月間のサポート強化）
 - ・ サクセスチーム（顧客の成果創出を実現）
 - ・ テックタッチチーム（勉強会の実施・FAQの整備等の実施）
- SFAツールや自社のモニタリングシステム（定量ヘルススコア）の活用により、解約可能性の高い案件を早期に発見し対応策を講じる

顧客単価の向上

- アップセル・サクセスプラン販売の強化
- サービスの料金改定（値上げ）

成長戦略-ソリューション事業 ～開発～

ハイテラシー層からライトユーザー層まで支持される 業界スタンダードのプロダクトを創出する



Keywordmapの潜在顧客層が変化



顧客の「マーケティング業務の運用」を
サポートできる機能を追加

「UI/UX改善」
ユーザー体験の向上のため、分かりやすさと使いやすさ
2つを兼ね備えたユーザーインターフェースに変更



顧客からはTwitter以外の
SNSプラットフォームへの対応要望が多い

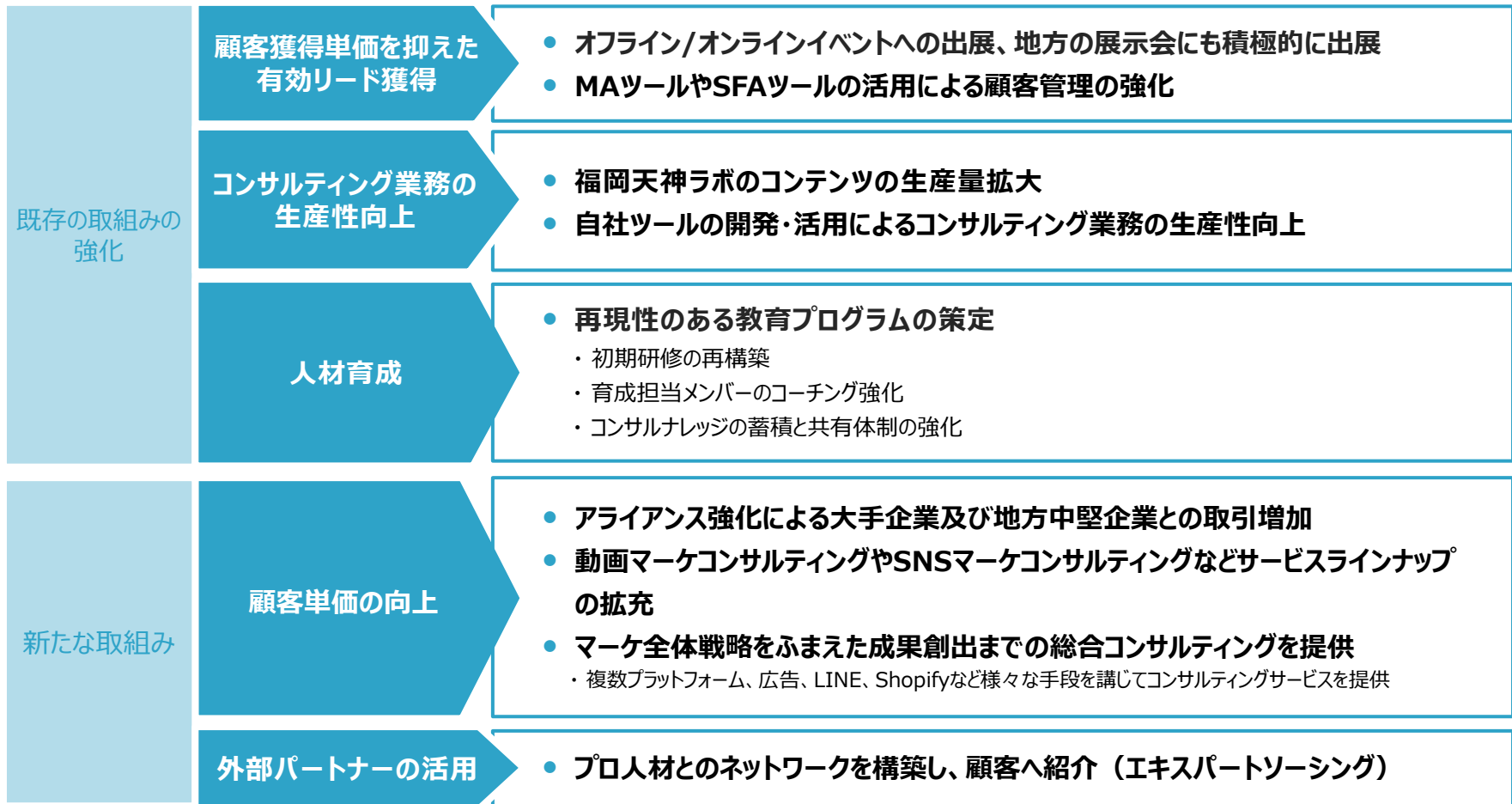
新たなSNSプラットフォームへの対応

サーバ費用の削減

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

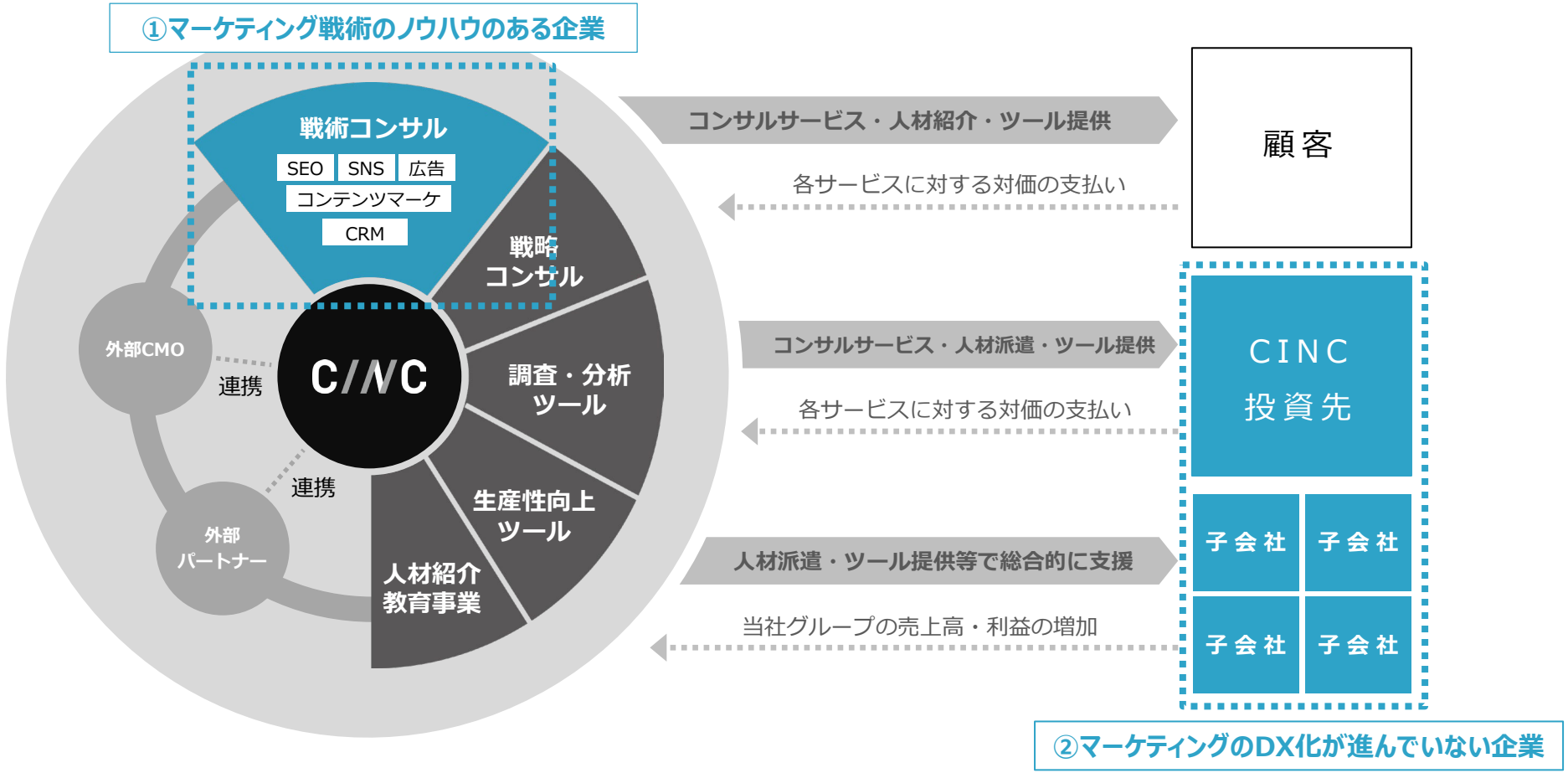
/// 成長戦略-アナリティクス事業

戦略立案から実行支援まで一気通貫かつ領域横断でクライアントのマーケティング活動を支援するコンサルティングサービスの提供を目指す



成長戦略-資本提携・M&A

- 資本提携・M&Aに関しては積極的に検討していく
- 資本提携・M&A企業の選定基準は2つ
 - ①現在、当社が行っていないマーケティング戦術のノウハウのある企業
 - ②マーケティングのDX化が進んでいないことで成長が鈍化している企業



06

—

よくいただくご質問

- 01 | 事業説明
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2023年10月期第1四半期の取組みについて
- 05 | 2023年10月期通期業績予想について
- 06 | よくいただくご質問

よくいただくご質問①

よくいただくご質問	ご回答
円安による業績への影響を教えてください。	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。 2023年10月期の見通しは米ドル円為替レート140円前提で策定しています。
Cookie規制によって受ける影響はありますか？	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。
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はありますか？	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。
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1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。

/// 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？	採用市場の競争激化に伴い、一部募集ポジションにおいて採用計画から遅延が発生しています。対策として、ダイレトリクルーティングの強化、採用エージェントとの関係強化等の施策を実行し、2Q以降からの巻き返しを行っていきます。
従業員の採用・定着に向けて行っている施策があれば教えてください。	多様な働き方を希望する社員に対応するため、在宅勤務や副業の制度を導入しております。また、男性の育児休業についても社内で勉強会を開くなど取得しやすい環境の整備を行い、取得の実例もでています。
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。2023年1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6%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>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。これらの2事業が相互に連携することで、他社にはまねできないツールの開発であったり、自社ツール活用によるDXコンサルティングサービスにおける生産性向上による高利益率を確保できていると考えております。</p>

/// よくいただくご質問④

よくいただくご質問	ご回答
売上成長率はどの程度目指しているのですか？	2023年10月期の売上成長率は23.4%を見込んでおります。 2023年10月期に人員の増強、機能改善を行うことで、2024年10月期以降は売上成長率30%を目指してまいります。
営業利益率のターゲットはありますか？	将来的には20%を目指していきたいと考えております。 但し、足元数年は、将来の成長に向けた、新サービスの研究開発などへの投資を行っていくため、営業利益率は20%未満となる見込みです。
現状の株価についてのお考えをお聞かせください。	株価については、株式市場の売買で決めていただいており、当社としてはコメントする立場にないと考えております。 当社としては、役職員一丸となって本業に邁進し業績を向上させること、自社の実態価値を反映してもらうために情報開示を真摯に行うことが株主の皆様から信頼をいただけるものと考えております。 当社は年2回の機関投資家向け決算説明会をはじめ、個人投資家向け説明会やWEBサイトでの情報開示などを継続的に行ってまいります。
配当方針について教えてください。	しばらくは、配当は行わず、利益は投資に回す予定です。 新サービスをリリースし、企業価値を上げていくことで、株主還元を行っていききたいと考えております。
IR活動の方針を教えてください。	年2回の機関投資家向け説明会に加え、個人投資家の皆様とのコミュニケーションの向上のために、個人投資家向け説明会、Twitter、メールマガジンなどで引き続き当社の事業内容、各種経営指標、各業務の施策等をわかりやすく開示することに努めてまいります。 一層の企業価値の向上ならびにIR活動の充実に努力してまいります。

/// よくいただくご質問⑤

よくいただくご質問	ご回答
<p>女性活躍に対する取り組みを教えてください。</p>	<p>2023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。</p>
<p>Twitter社のオーナーが変わりましたが、どうい影響があると考えていますか？</p>	<p>オーナー変更によるTwitter市場の変化、メディアとしての方向性がまだ不明確なため、現時点では明確な返答は致しかねる状況です。なお、すでに変更が見られるタイムラインについては新オーナーがテスト的な運用を行っている可能性がございます。当社でもこれらの変動を観測しておりますが、Twitterの基幹となる仕組み自体が変わる訳ではないため、Twitterマーケティングの方法論が大きく変わることはなく直近ではKeywordmap for SNSのサービスへの大きな影響は想定しておりません。今後も情報キャッチアップに努め、柔軟に対応していく所存です。</p>
<p>中期経営計画は出さないのですか？</p>	<p>社内では3カ年計画を策定しておりますが、2023年10月期にいくつかの施策を実行し、将来の成長ドライバーを見極める予定であるため、現時点は中期経営計画の開示は行わないと判断しております。</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