



## 2021年10月期 決算説明資料

2021年12月9日

株式会社CINC（マザーズ 4378）

# /// 決算サマリー

## 決算概況

売上高

**1,313**百万円  
(前期比+40.6%)

営業利益

**202**百万円  
(前期比+379.5%)

当期純利益

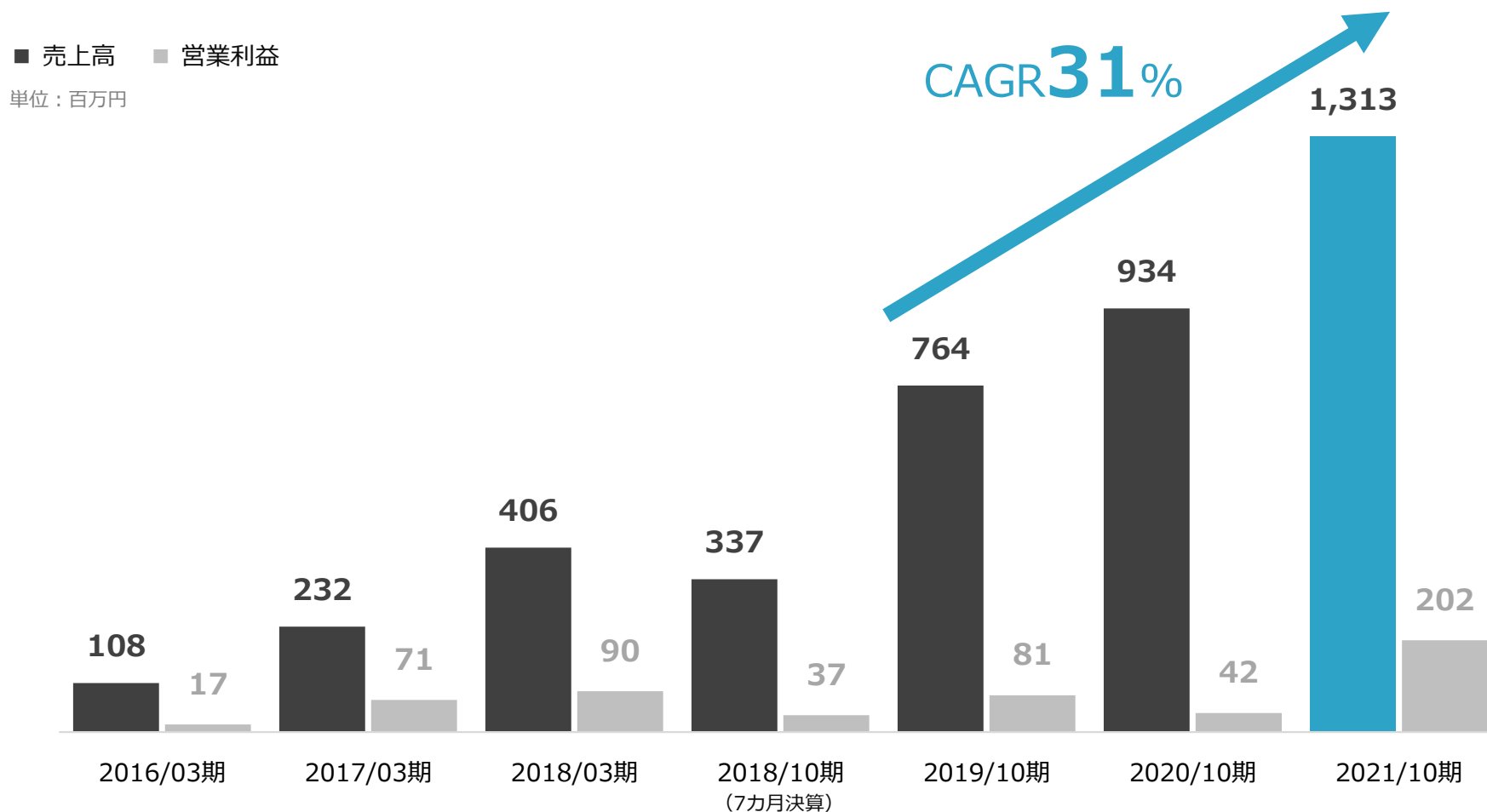
**129**百万円  
(前期比+1033.0%)

## 事業概況

- 企業のマーケティング活動のデジタルシフトの加速により、「Keywordmap」シリーズ、DXコンサルティングともに需要は拡大しており、売上高は前期比+40.6%と順調に増加
- 積極的な人材投資、広告宣伝費投資を行いながらも、営業利益は前期比+379.5%で大幅に増加

# /// 業績推移

- 2019/10期以降、売上高はCAGR31%の成長を実現
- 積極的な人材投資、広告宣伝費投資を行いながらも、当期の営業利益は202百万円となり、前期から160百万円の大  
幅増加



※ 2018/10期は決算月変更により会計期間が7カ月  
※ 売上高、営業利益は百万円未満を切捨

**01** | 会社概要

**02** | 業績ハイライト

**03** | 各種KPIと事業の状況

**04** | 2021年10月期通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

# 01

—

## 会社概要

01 | 会社概要

02 | 業績ハイライト

03 | 各種KPIと事業の状況

04 | 2021年10月期通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

# /// 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10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。

# /// 経営理念

---

## 確信をもつ

**C**ertainty

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

**C**ore

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

**I**Nnovation

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。

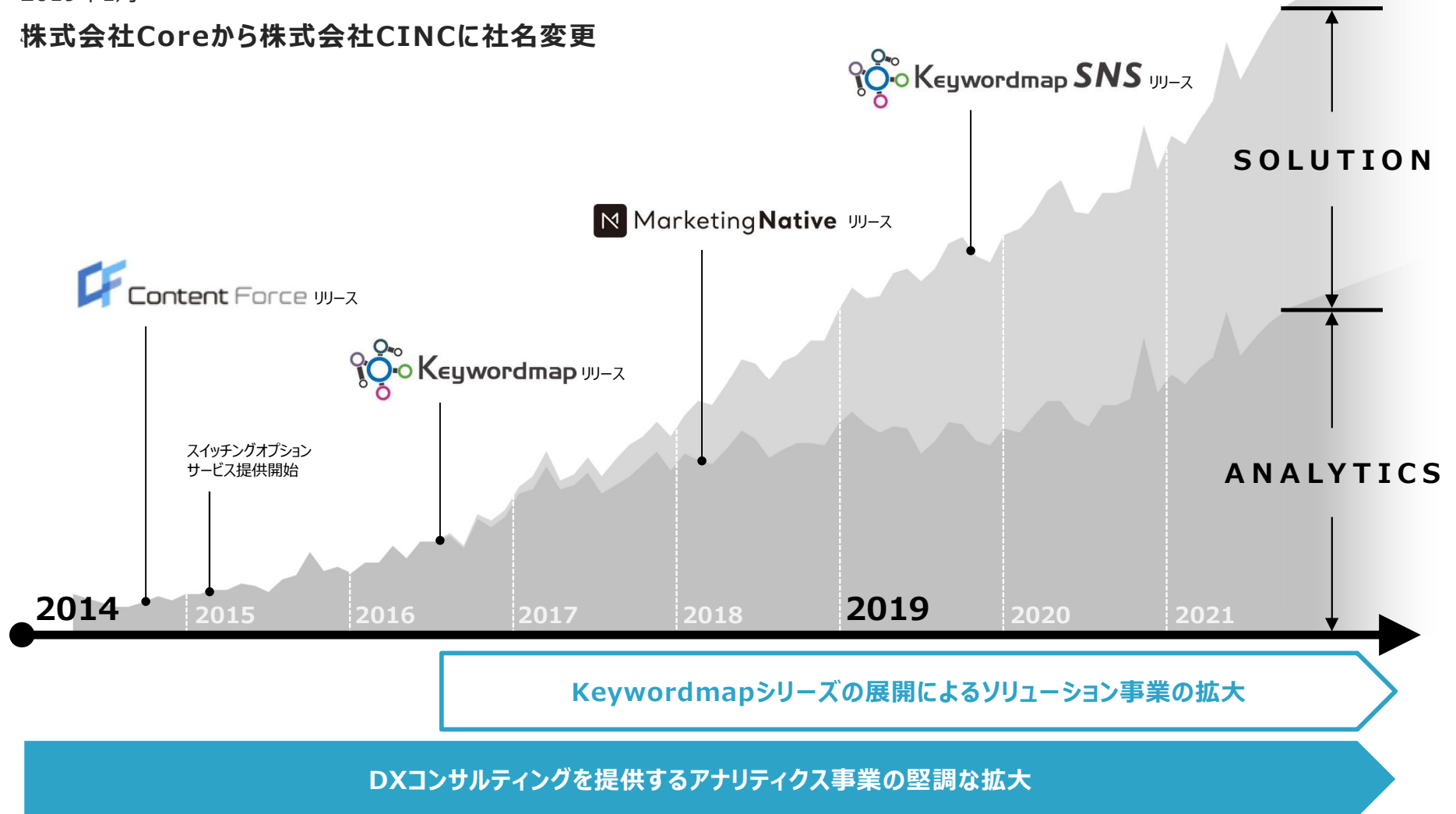
# /// 沿革

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

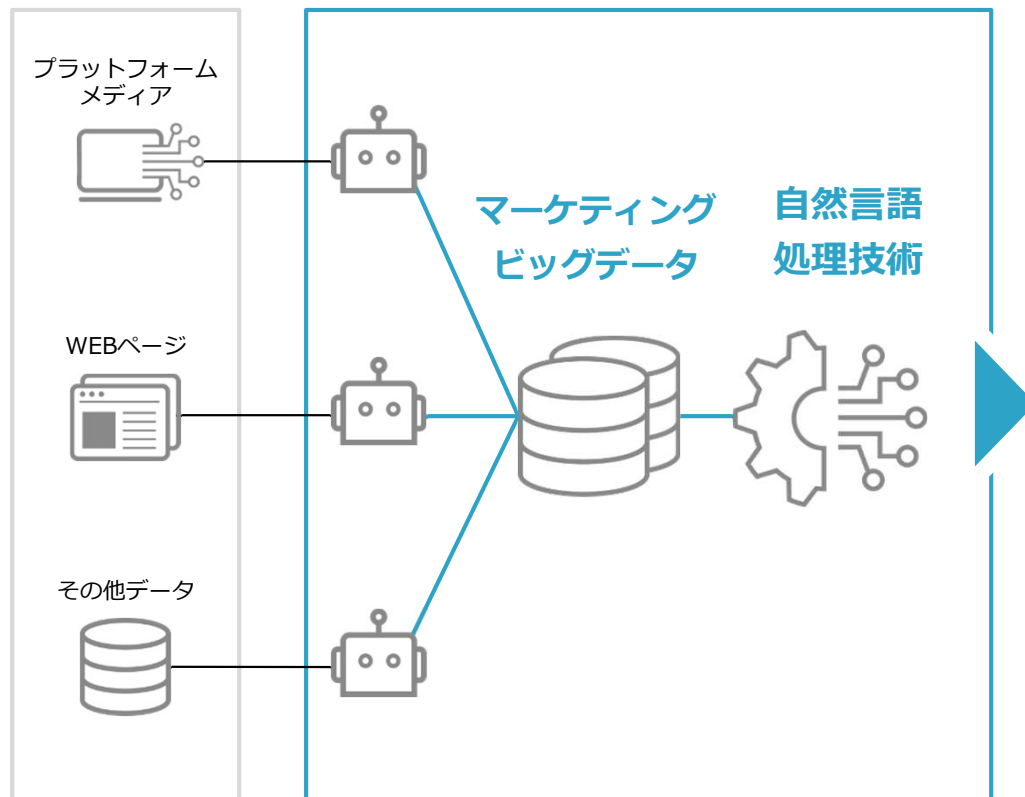
株式会社Coreから株式会社CINCに社名変更



※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

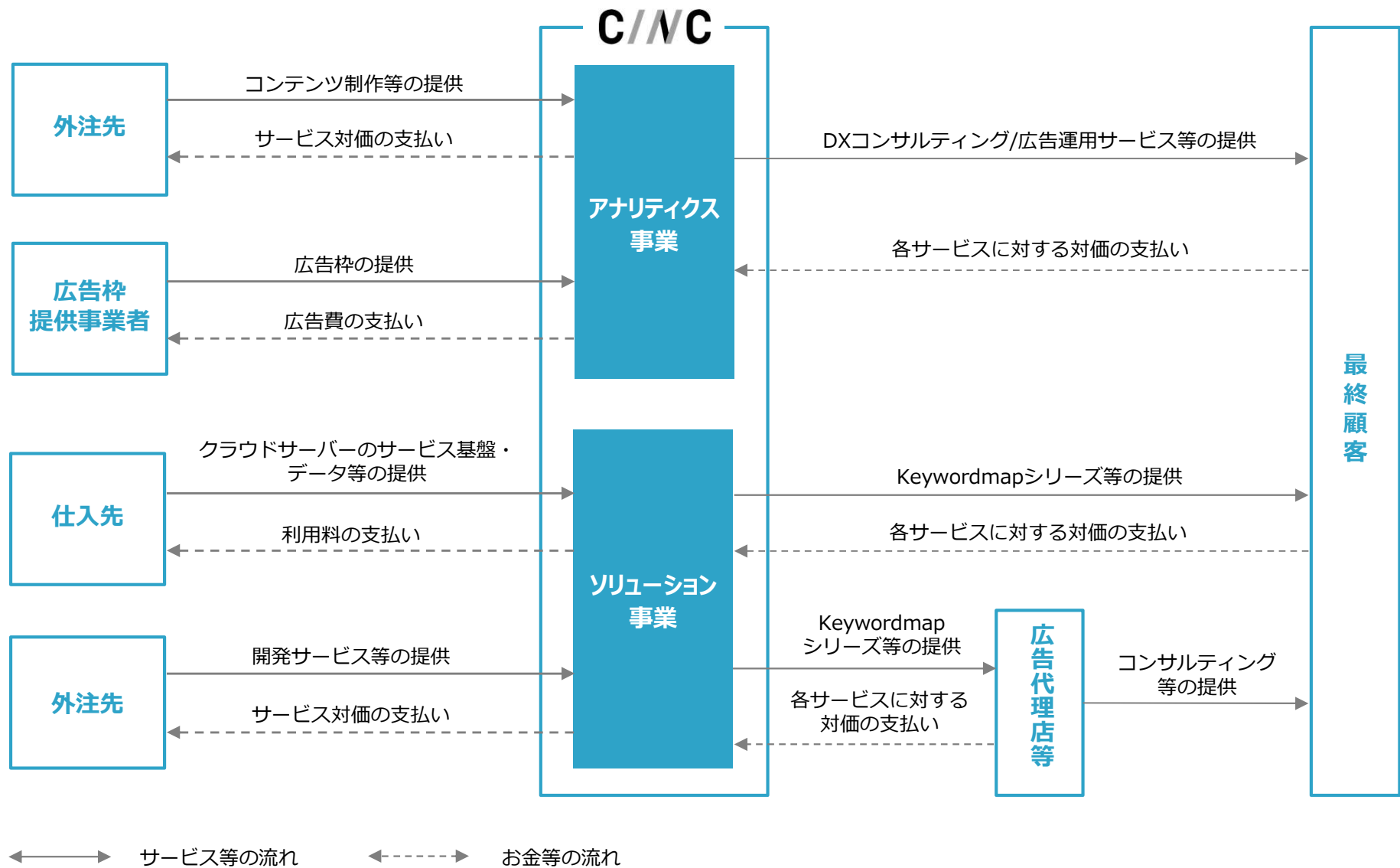
DXコンサルティング  
の提供



※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



# /// 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	<b>月額固定料金</b> 初期費用あり	<b>月額固定料金</b> 初期費用あり	<b>月額固定料金</b> 初期調査費用あり
	<p>■ 事業会社向け</p> 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～ <p>■ 広告代理店向け</p> 初期費用：300,000円～ 月額：ライト 298,000円～ スタンダード 398,000円～ エキスパート 498,000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>■ 事業会社向け</p> 初期費用：150,000円～ 月額：120,000円～ <p>■ 広告代理店向け</p> 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>

※ 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/)

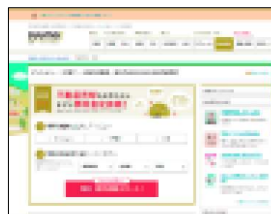
会社	競合1
https://●●●●●.jp/	https://XXXXXX.co.jp/
/	/

### 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。

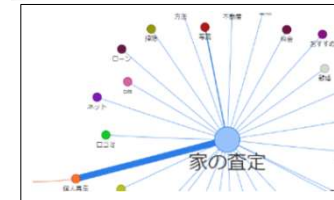
## ワードマップ

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

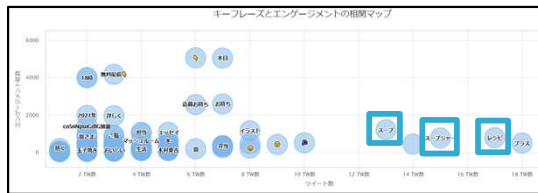
### ■ インフルエンサー検索

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、そして保温コンサタ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！  
寒くなるこれからの季節に、ホーンのスープジャーで心まで温まるレシピをお楽しみください



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。手塚まで行ってでもスタイリッシュにのびのびも盛りもっくろウツ



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	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%
#キャンプ	8000	1000	6000	300	150	75	75	12.5%	75%	18.8%	9.4%
#テント	5000	600	3500	150	75	38	38	12%	70%	22%	7.6%

#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

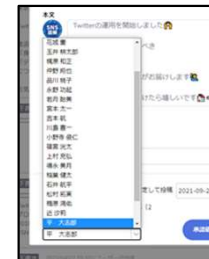
## コンテンツを投稿する

### ■ 投稿管理

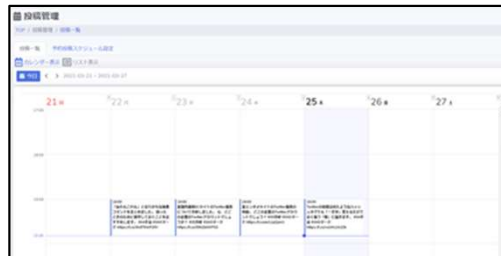
1) カテゴリやハッシュタグ別に投稿内容を作成・管理。カテゴリ・ハッシュタグ別の数値データが自動集計される。



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。



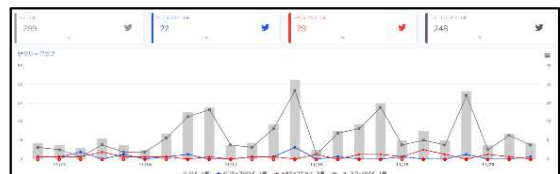
### ■ 運用アカウント分析

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	imp	eng	eng率	いいね	RT	リブ	フォロー
レシピ	1	4,761	109	2.3%	2	0	0	0
食材	1	10,177	209	2.0%	2	0	0	0
商品	1	7,000	110	1.6%	5	7	0	0

### ■ 炎上モニタリング

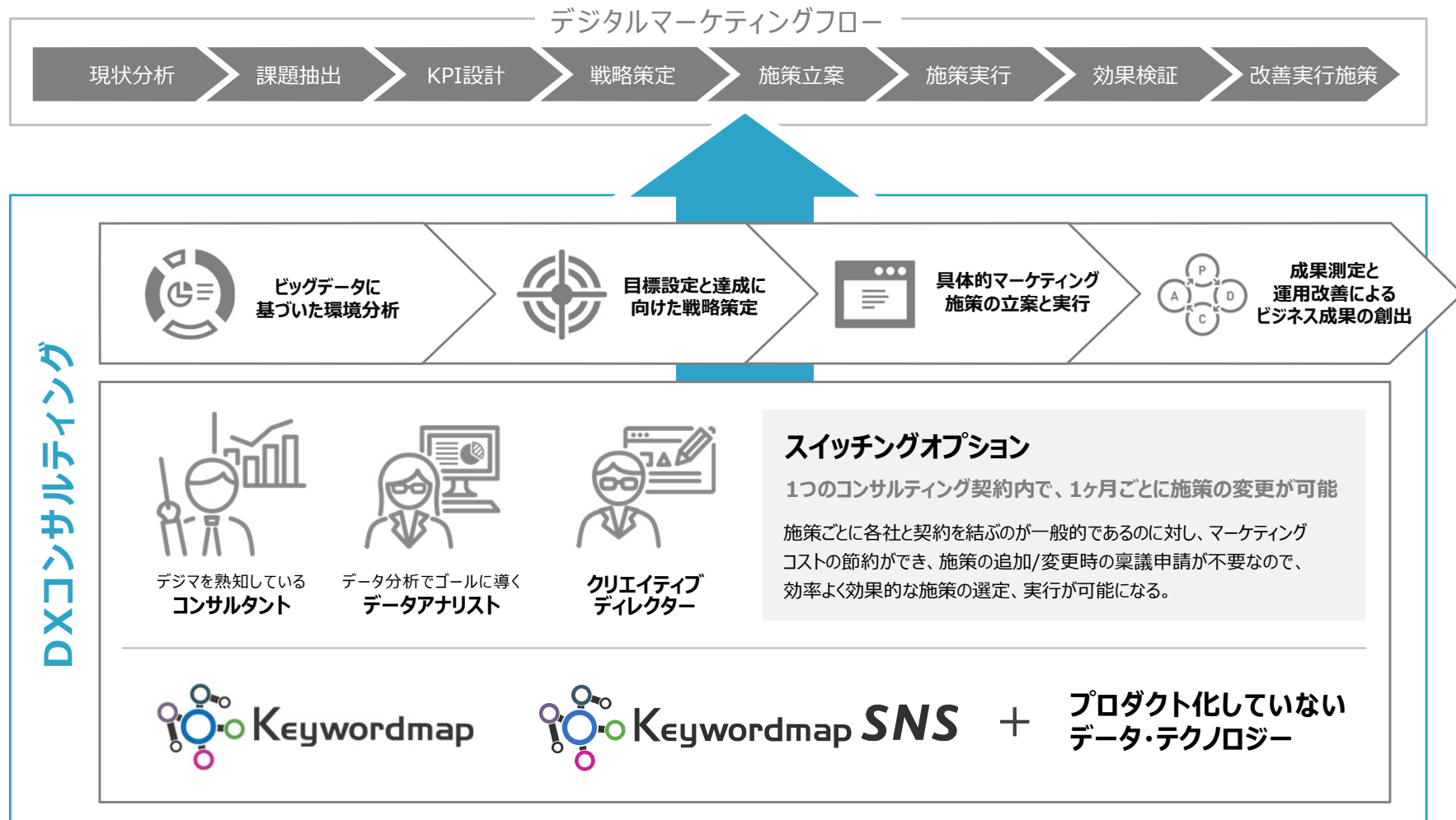
指定したキーワードを含むツイートを収集し、反響数をリアルタイムで自動集計・レポートニングして通知。炎上リスクの早期発見・対応に活用可能。



自動化によって効率よく、安全なSNS運用

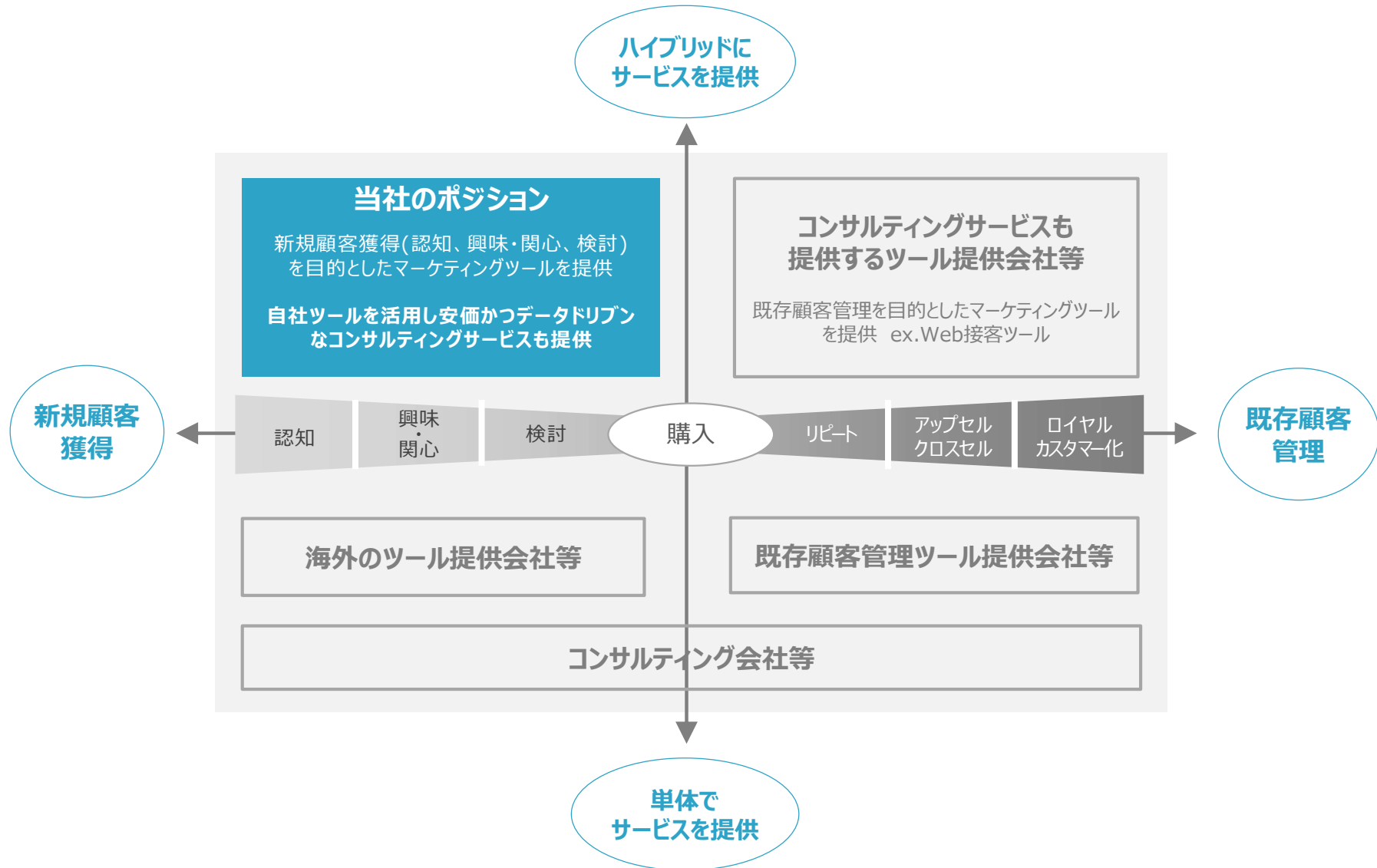
# /// DXコンサルティング 概要

- 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



# /// 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



# 02

—

## 業績ハイライト

- 01 | 会社概要
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2021年10月期通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

# /// 損益計算書

- 企業のマーケティング活動のデジタルシフトの加速により、「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、40.6%の増収
- 売上高以下全ての段階利益で計画を上回り、過去最高益を達成

(単位：百万円)	2021年 10月期末 (実績)	2020年 10月期末 (実績)	前年同期比 (増減率)	2021年 10月期末 (業績予想)	業績予想比 (達成率)
売上高	<b>1,313</b>	<b>934</b>	<b>+40.6%</b>	<b>1,234</b>	<b>106.4%</b>
ソリューション事業※1	649	471	37.6%	629	103.1%
アナリティクス事業	675	464	45.4%	616	109.7%
営業損益※2	<b>202</b>	<b>42</b>	<b>+379.5%</b>	<b>163</b>	<b>123.5%</b>
ソリューション事業	117	▲20	-	92	126.3%
アナリティクス事業	84	62	34.8%	73	114.6%
経常利益	<b>190</b>	<b>39</b>	<b>+382.5%</b>	<b>161</b>	<b>117.9%</b>
当期純利益	<b>129</b>	<b>11</b>	<b>+1033.0%</b>	<b>112</b>	<b>115.5%</b>

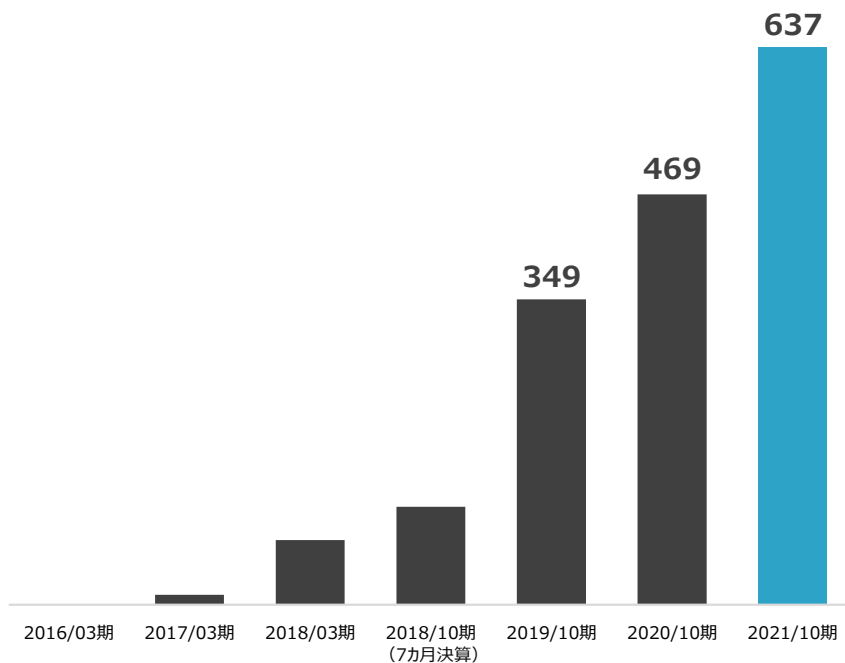
※1 内部取引による売上高を含んでいます。

※2 各セグメント利益の合計と全社営業利益の差異は、各事業に帰属しない全社費用等です。

# /// 事業別売上高推移

## ソリューション事業

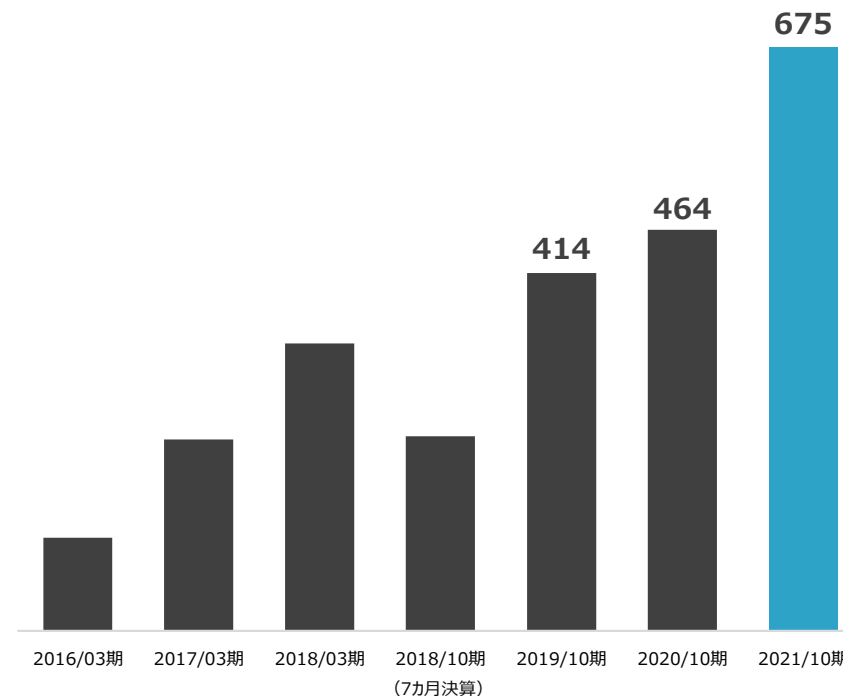
単位：百万円



- 「Keywordmap Academy」などのマーケティング施策により「Keywordmap」の受注が順調に進捗
- CS体制の強化により解約率も減少
- 「Keywordmap for SNS」の販売体制整備により受注が順調に進捗

## アナリティクス事業

単位：百万円

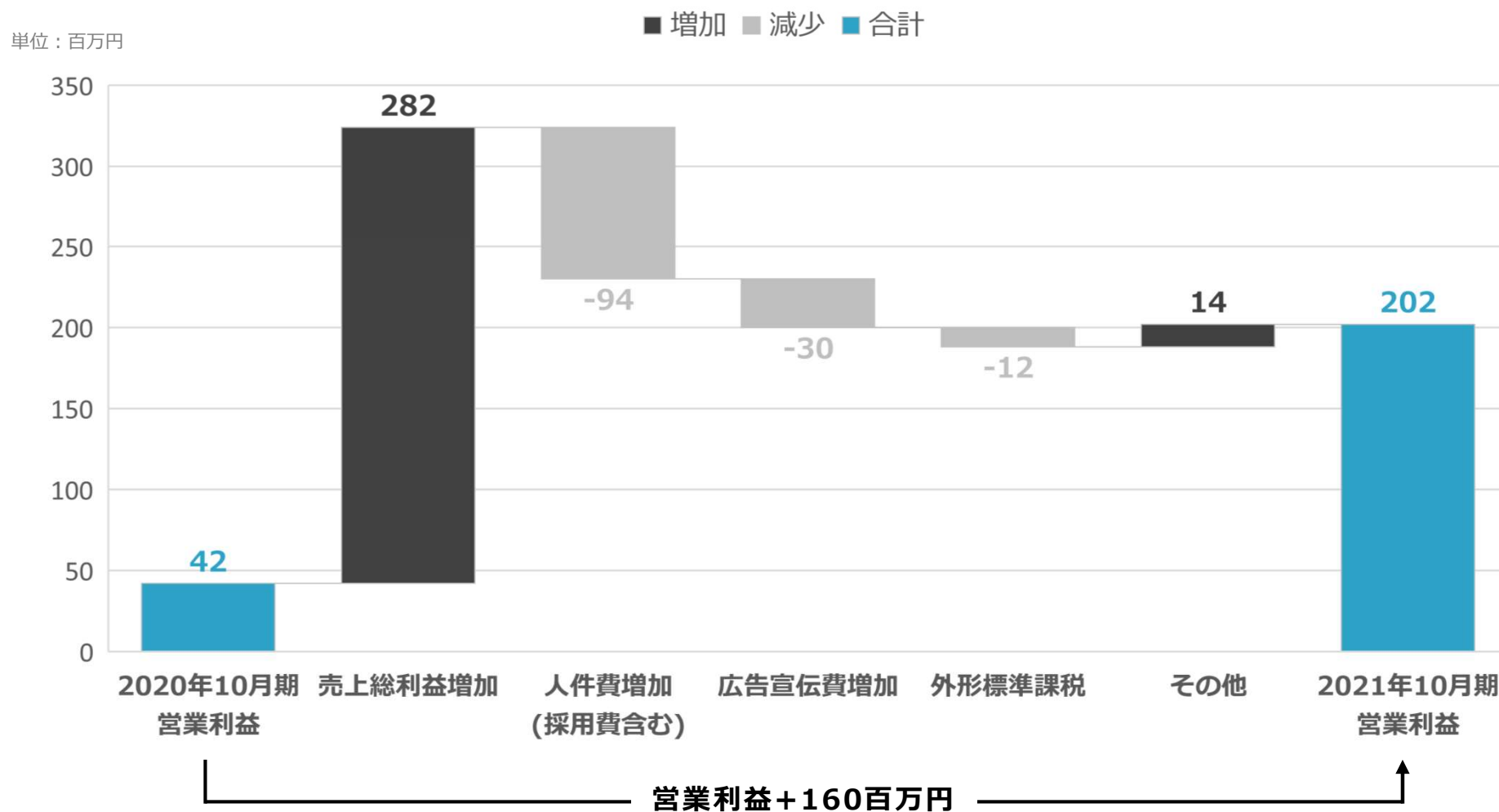


- ウェビナーなどのマーケティング施策や営業人員増により新規の受注が順調に進捗。契約件数、月額顧客単価ともに増加。
- 新サービスであるYouTubeマーケティング支援サービスのノウハウの蓄積が進み、案件獲得が順調に推移。

※ 2018/10期は決算月変更により会計期間が7カ月  
※ 外部顧客への売上高  
※ 売上高は百万円未満を切捨

# /// 営業利益の増減要因分析

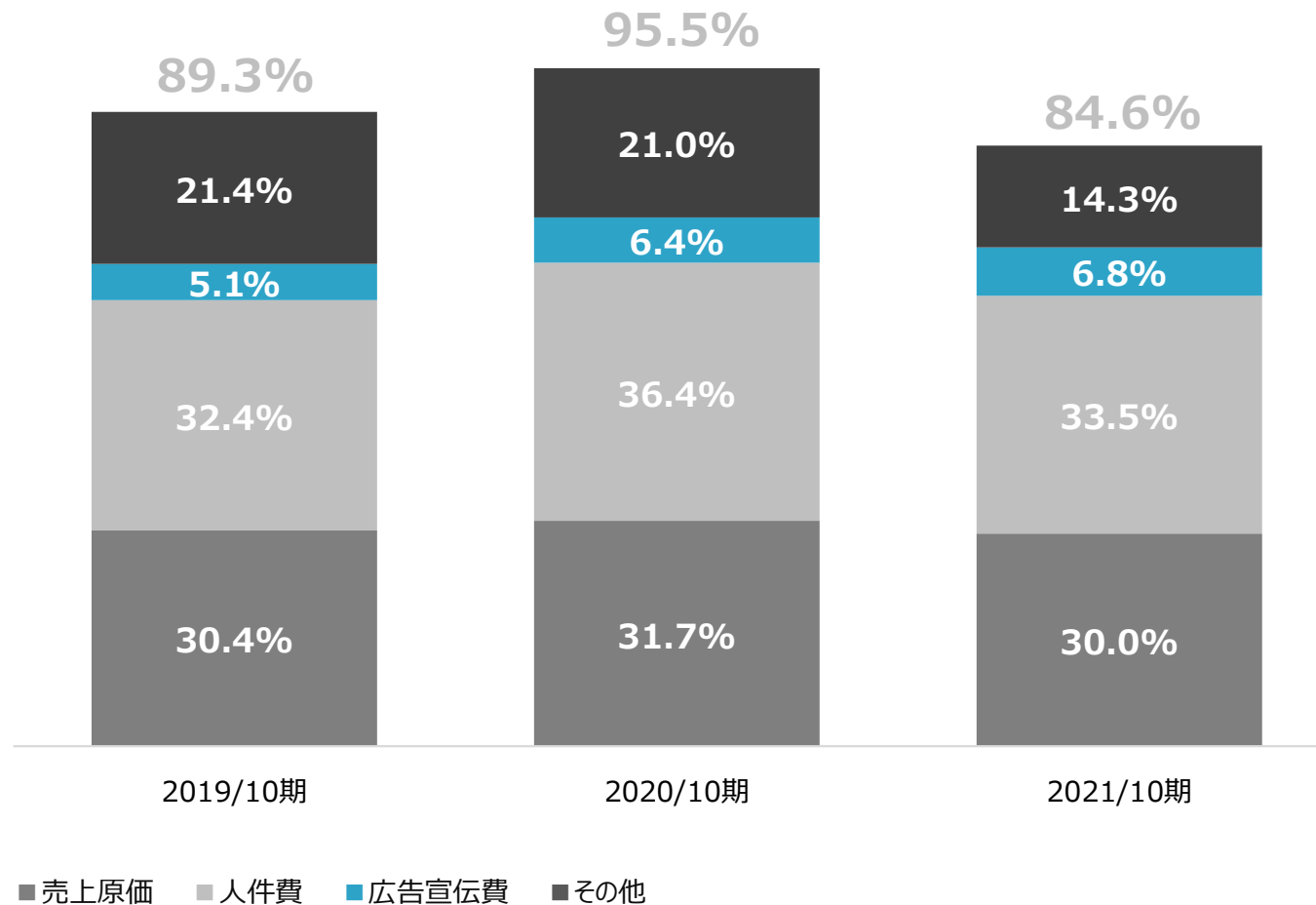
- 売上拡大による増収の影響が増益に大きく寄与
- 事業拡大に伴う人件費増加に加え、積極的な広告宣伝費への投資は継続
- 2021年10月期から外形標準課税の適用対象となったことは、営業利益の押し下げ要因



## /// 費用の内訳

- 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
- その他は、地代家賃の負担減や、営業支援サービス費の負担減などで前期から6.7ポイント減少

### 費用項目の内訳（対売上高）の推移





# /// 貸借対照表

- 新規上場に伴う資金調達（+929百万円）、及び当期純利益（+129百万円）により純資産が増加し、財務健全性が大きく向上（自己資本比率：30.7%→68.5%）

(単位：百万円)	2020年 10月期末	2021年 10月期末	前期比（増減率）	
流動資産	679	<b>1,773</b>	+1,093	160.9%
固定資産	87	<b>115</b>	+28	32.4%
資産合計	767	<b>1,889</b>	+1,122	146.2%
流動資産	282	<b>437</b>	+154	54.5%
固定資産	248	<b>157</b>	▲91	▲36.7%
負債合計	531	<b>594</b>	+63	11.9%
純資産合計	235	<b>1,294</b>	+1,058	449.0%

## /// キャッシュ・フロー

- 2021年10月期末の現預金残高は、株式発行による資金調達に伴い1,074百万円増加の1,603百万円
- 営業活動によるCFは税引前当期純利益が順調に推移したことで289百万円のプラス
- 旧オフィスの敷金返金があった一方、ソフトウェア資産の取得等により、投資活動によるCFはマイナス

(単位：百万円)	2020年 10月期末	2021年 10月期末	前期比
営業活動によるCF	34	<b>289</b>	+254
投資活動によるCF	▲73	<b>▲26</b>	+47
財務活動によるCF	105	<b>811</b>	+705
現金及び現金同等物 期末残高	529	<b>1,603</b>	+1,074

# 03

—

## 各種KPIと事業の状況

01 | 会社概要

02 | 業績ハイライト

**03 | 各種KPIと事業の状況**

04 | 2021年10月期通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

# /// 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**410**社

ARR ※2

**7.2**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**100**社

月額単価平均 ※4

**62**万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

**95**%

※1：2021年10月末時点の契約社数。ソリューション事業はKeywordmap、Keywordmap for SNS両方契約している会社は2社として計算しています。

※2：ARR（Annual Recurring Revenue）は、2021年10月MRRを12倍して算出。

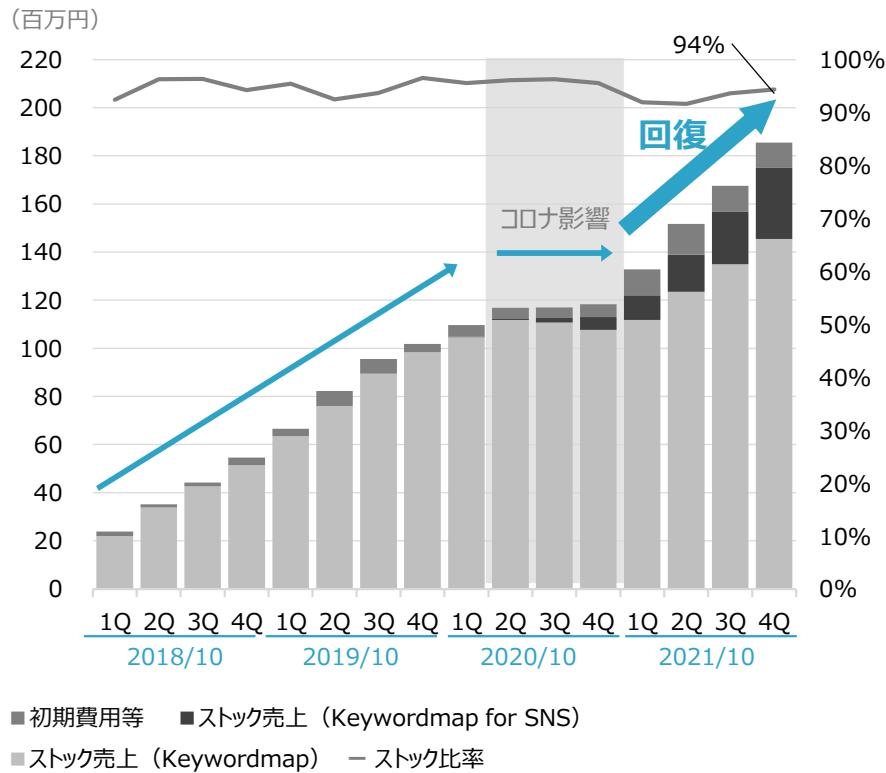
※3：前月末のMRRに占める当月の解約により減少したMRRの割合である月次解約率の直近6ヶ月平均値。

※4：2021年10月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

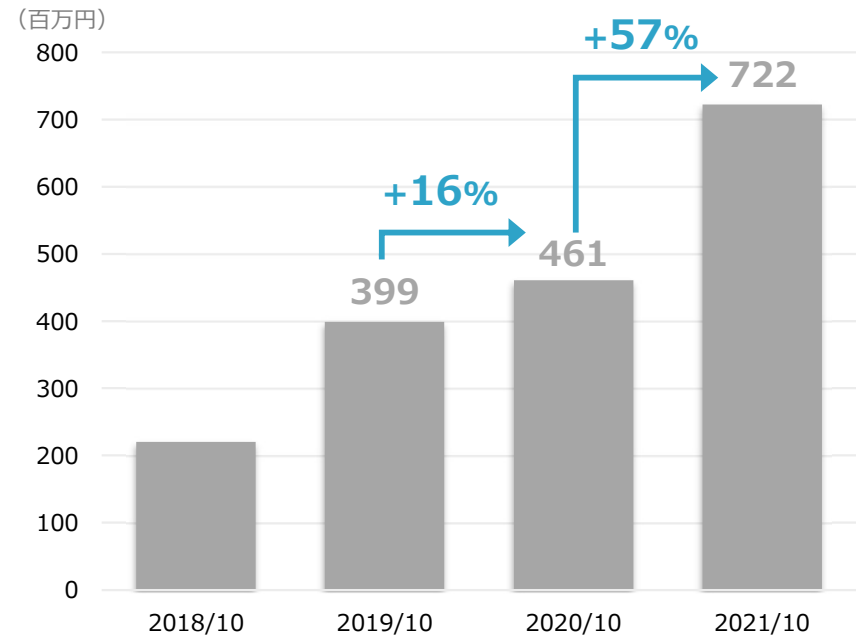
# /// ソリューション事業

- 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
- 「Keywordmap for SNS」の受注も順調に増加
- 期末時点のストック売上比率は94%と高い水準を維持
- ARRは前期末比+57%と順調に増加

### 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

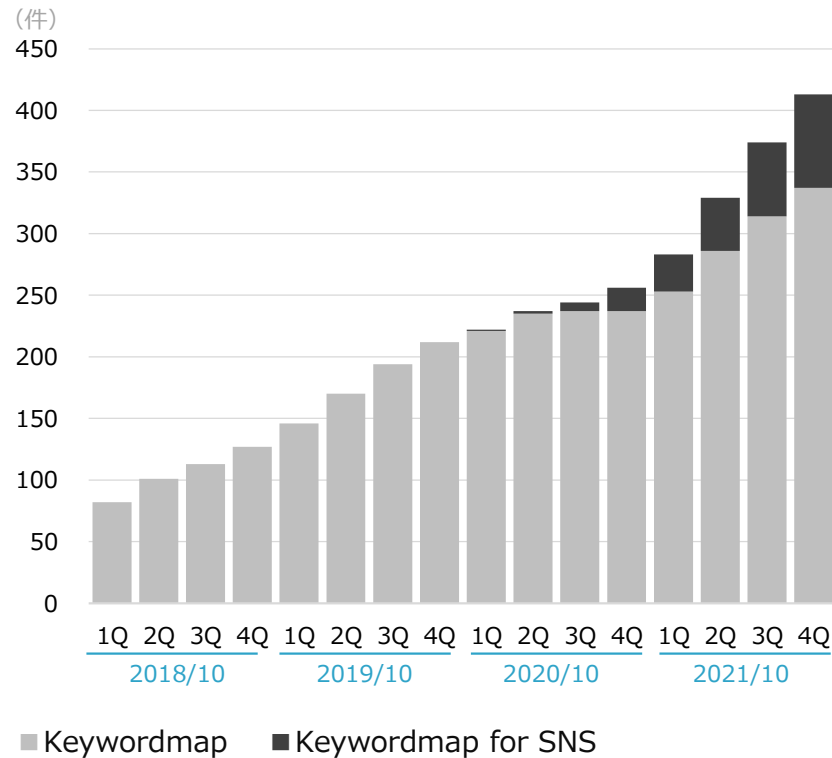
※1：ストック売上高は、売上高のうち定期的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

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

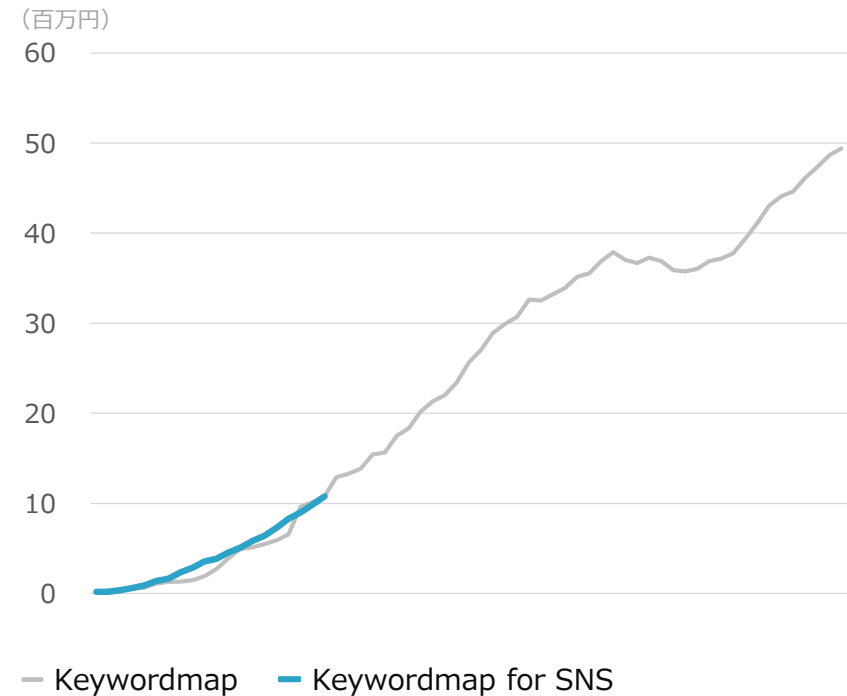
# /// ソリューション事業

- 「Keywordmap」の販売回復、解約率低下に加え、「Keywordmap for SNS」の販売体制が整い、契約件数は好調に推移
- 「Keywordmap for SNS」のMRR立ち上がりは「Keywordmap」のMRR立ち上がりと同水準で推移

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



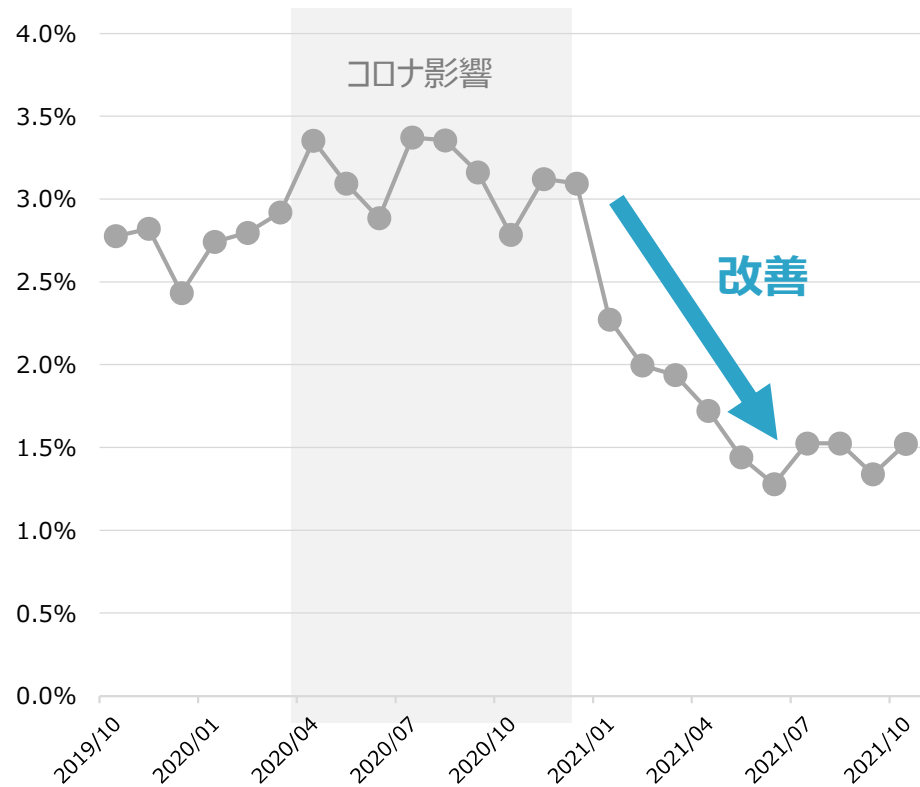
※1：2018/10期は決算月変更があったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示。

※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

- カスタマーサクセスチームの体制整備や機能拡張などによるプロダクト強化により、2021年3月以降解約率が減少し、6ヶ月平均解約率が1.5%前後で推移

ソリューション事業 Keywordmapシリーズ解約率※推移



## 解約率変動の背景と低減のための施策

### 【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

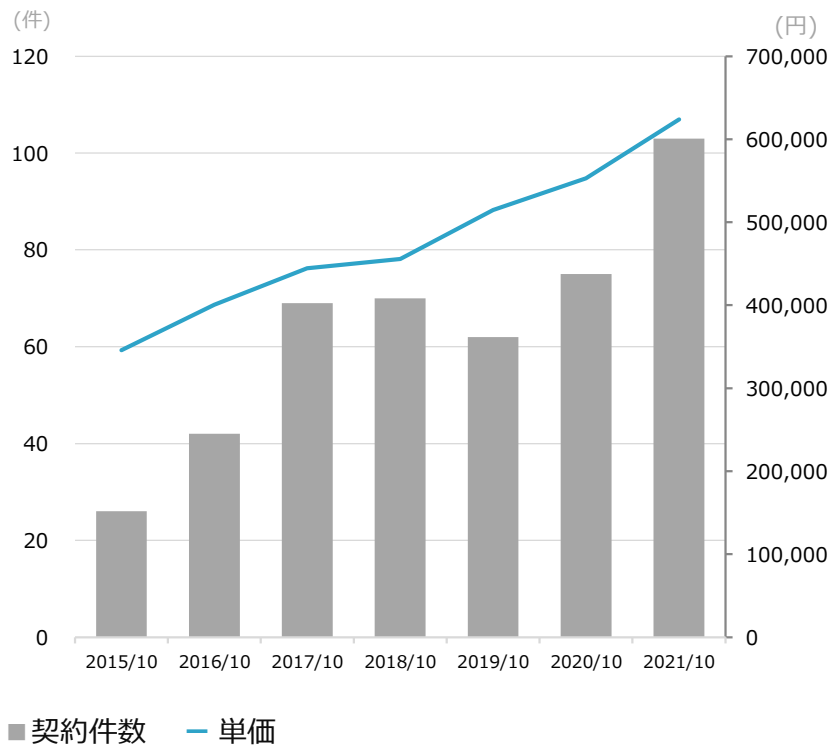
- CSチームの体制整備 (2019年10月期より継続的に強化)
- 機能の拡張と改善によるプロダクト強化

※ 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

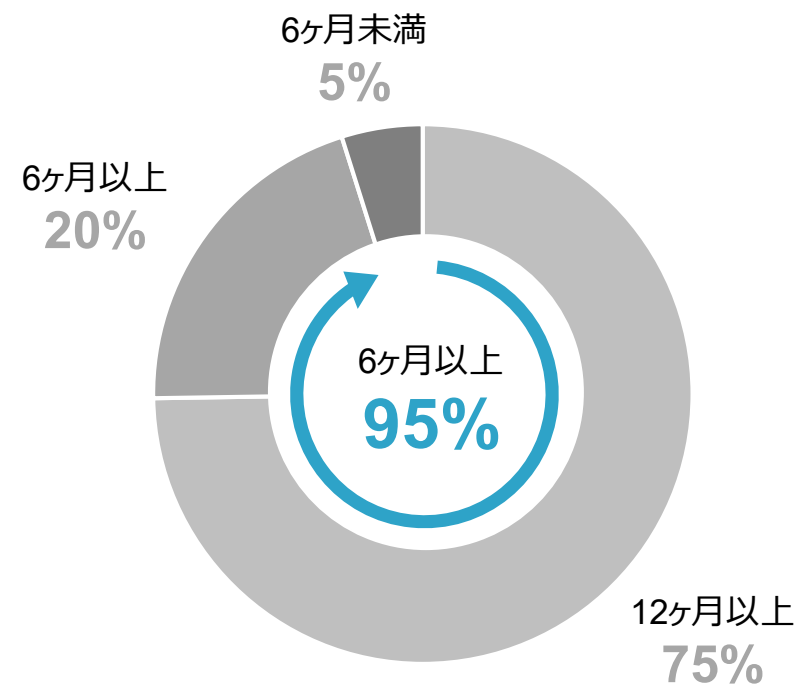
# /// アナリティクス事業

- 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や提供サービスラインナップの増加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10月末時点の取引先における契約開始から契約更新月までの契約期間を基に算出



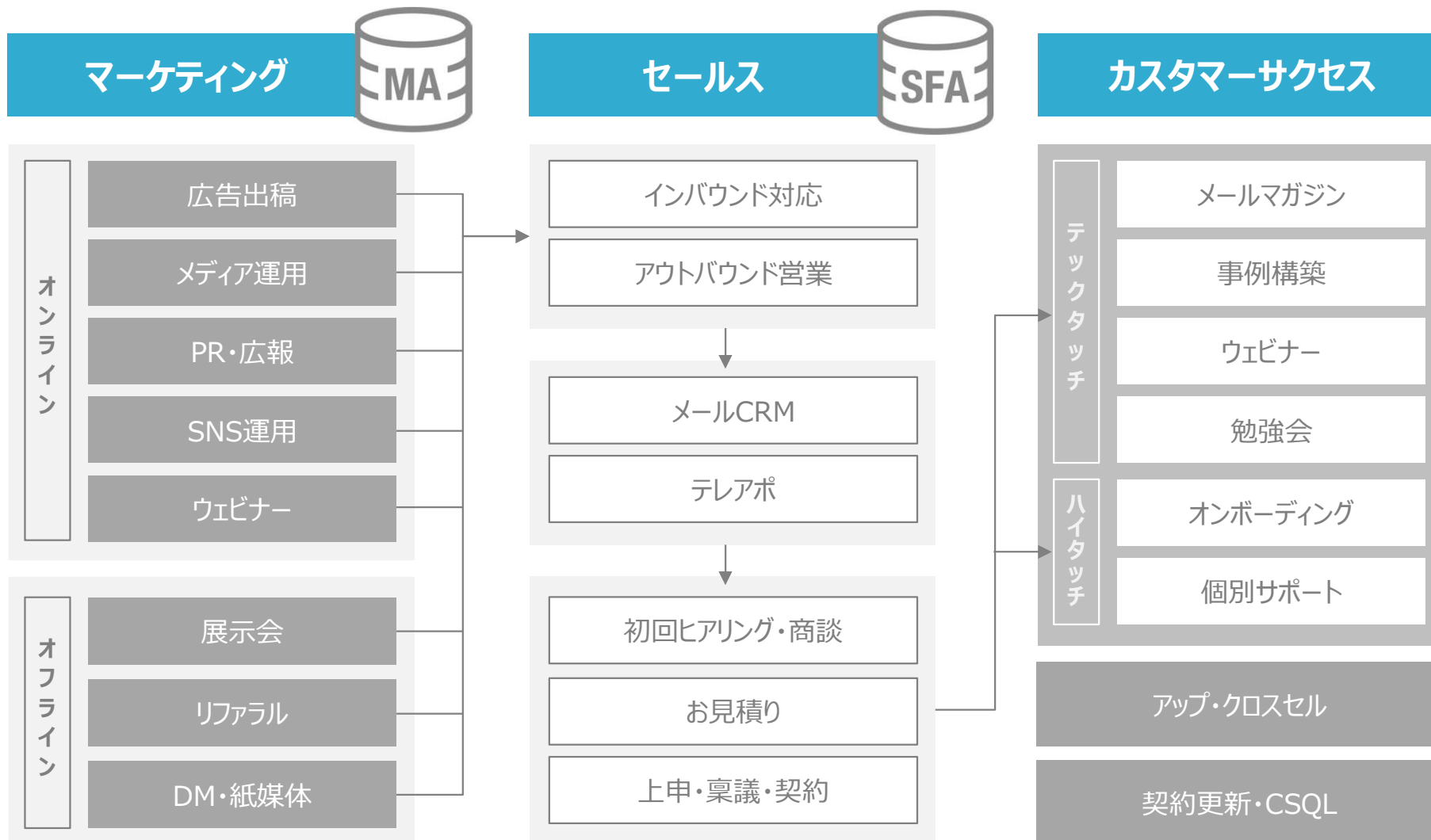
# 04

—

## 2021年10月期通期の 取組みについて

- 01 | 会社概要
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2021年10月期通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

- 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

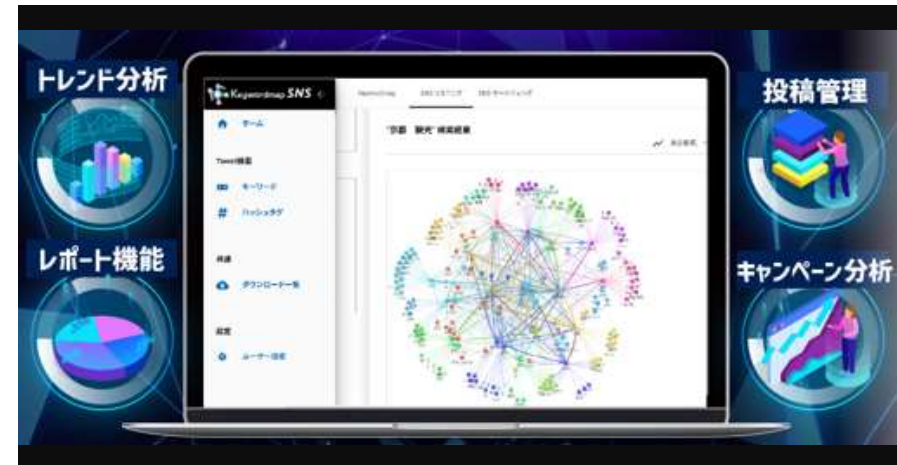


- 2020年5月より、デジタルマーケティングに関する基礎知識から最新情報までを体系的に学べるWebメディアとして「Keywordmap ACADEMY」(<https://keywordmap.jp/academy/>)を運用。  
これまで事業で培ったナレッジを公開
- 2021年5月に、月間15万PVを達成。「Keywordmap」への問い合わせは、運用開始時の2020年6月と比較して50倍に増加

## Keywordmap ACADEMYの成果



- Twitterユーザーとの親和性が高いゲーム業界において、認知を獲得し、「Keywordmap for SNS」の販売促進を見込む



## 「Keywordmap for SNS」を活用し、 SNSマーケティングの最適化を実現、チームの挑戦をサポート

ゲームサービスのファン獲得や売上伸長において、Twitterマーケティングは重要な手段となっています。今回、日本を代表するマルチプロゲーミングチーム「Crest Gaming」とのスポンサー契約締結によって、Crest Gamingの公式アカウントやチームメンバーアカウントのフォロワー属性、Twitterエンゲージメント傾向等の調査分析を行って参ります。

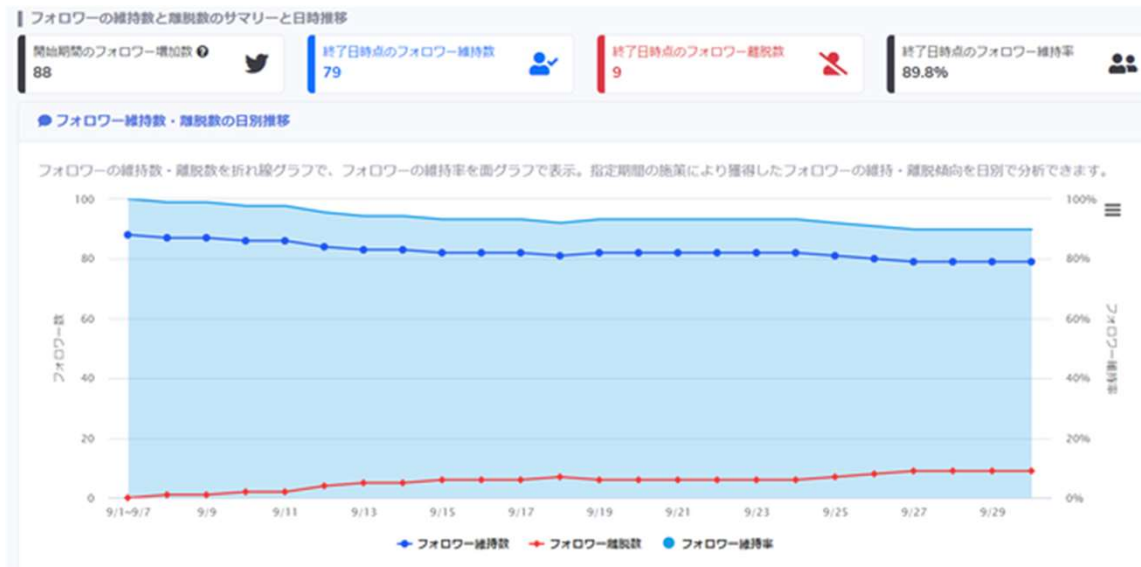
Twitterユーザーとの親和性が高いゲーム業界において、当社が持つデータの活用による仮説検証を繰り返し、より効果的なSNSマーケティングによるチームの支援とともに、更なる知見の蓄積を行って参ります。



## 「Keywordmap」がスマホ時代のWebサイト分析機能として 多様化した検索結果データに対応する「自然獲得キーワード」機能を新規リリース

MFI（モバイルファーストインデックス＝Googleの検索結果の評価対象がPCページからモバイルページに変更されていく方針を指す）の適用に合わせて、Keywordmapのデータ取得もモバイルページデータの取得へ移行。併せて、多様化している検索結果データに表れる検索機能を網羅的に

データベース化。これにより、どのようなコンテンツ形式が上位表示を実現しているかを瞬時に把握することが可能となり、より効果的なデジタルマーケティング施策を行うことができる。



Keywordmap SNS

## 継続フォローの分析機能を実装!

フォロー維持・離脱アカウントのキーワード傾向

フォロー維持・離脱アカウントのキーワード傾向

フォローとして登録・離脱したアカウントによって出現するキーワード、それぞれに共通して出現するキーワードを表示。特に維持・離脱したアカウントの属性や興味関心の傾向を分析します。

維持アカウントによく出現				共通してよく出現				離脱アカウントによく出現			
順位	キーワード	出現数	単価	順位	キーワード	出現数	単価	順位	キーワード	出現数	単価
1位	Web制作	3	1位	勉強	19	1位	せどり	2			
2位	サイト	3	2位	マーケティング	13	2位	1000円	1			
3位	10代	2	3位	フォロー	11	3位	10万円	1			
4位	14歳	2	4位	プログラミング	11	4位	10歳	1			
5位	1歳	2	5位	採用	9	5位	11歳	1			
6位	2020年	2	6位	発信	9	6位	13歳	1			
7位	3歳	2	7位	転職	9	7位	15年勤務	1			
8位	4歳	2	8位	人材	8	8位	14歳	1			
9位	5歳	2	9位	仕事	8	9位	100分	1			
10位	6歳	2	10位	企業	8	10位	22年勤	1			

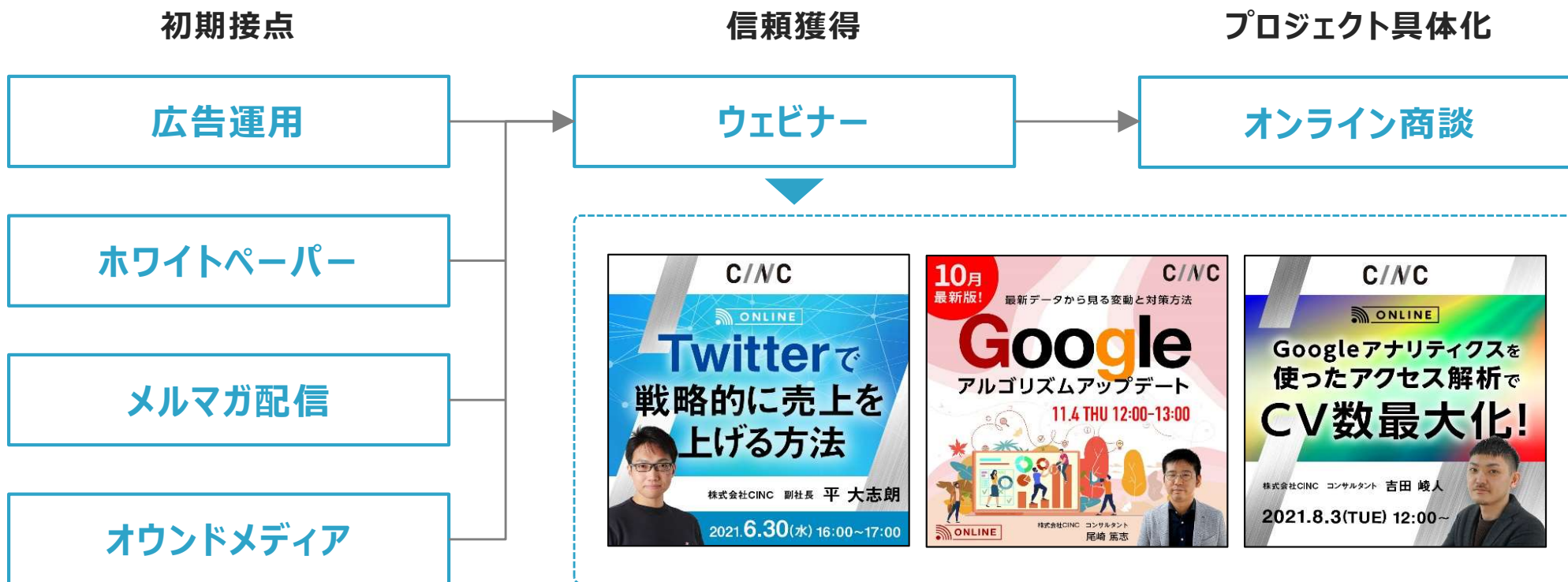
## 「Keywordmap for SNS」が利用中の顧客から要望の多かった 新規フォロー継続・解除アカウントの傾向が調査・分析できる新機能を実装

Twitterキャンペーン施策等の実行後、一定期間を経た時点で獲得したフォローの継続率、フォローを継続しているアカウント、フォローを解除してしたアカウントとその特徴を測定・分析できる機能を開発・実装。これにより、ロイヤリティの高さを表す「フォロー継続率」が新たな

指標として活用できるようになり、本来の目的にそったマーケティング施策の効果測定・改善が可能となりました。

Twitterをマーケティングの軸として積極活用する企業からの機能開発要望を受けての開発要件定義・機能実装しました。

- マーケティングDXの進捗により、獲得リード数および新規案件の受注単価が向上
- リード獲得から受注まで、全プロセスをオンラインで効果的に運用できる状態が確立



獲得リード数が安定 / 受注案件単価が向上

- DXコンサルサービスのうち、YouTubeマーケ支援プランの開発が好調に進捗
- 取引先ごとの課題にあわせた動画マーケティングの戦略提案／施策実行サポートを提供

これからYouTubeチャンネルを始める企業様へ

## YouTubeチャンネルを ”成功させる”ための戦略をご提供

CINCの **戦略的YouTubeコンサルティング**

データを基に改善を回すことで  
高確率で伸びる動画を作成できます

動画公開後も継続的にデータを収集し課題を特定。  
再生数・登録者数が伸びるよう次の動画コンテンツに反映していきます。

The diagram illustrates a PDCA cycle for YouTube marketing strategy. It consists of four main stages: Plan (Plan), Do (Do), Check (Check), and Action (Action), connected by arrows in a clockwise cycle. Each stage is linked to a box of specific tasks:

- Plan (Plan 目標設定)**: Includes '課題の抽出' (Issue identification) and '次のアクション設定' (Next action setting).
- Do (Do 動画制作)**: Includes 'チャンネル運用設計' (Channel operation design) with sub-points '定量・定性調査' (Quantitative/qualitative survey) and '仮説立案' (Hypothesis formulation).
- Check (Check 効果測定)**: Includes '動画コンテンツを作成' (Create video content) with sub-points '動画コンセプト作成' (Create video concept) and '動画プランを作成' (Create video plan).
- Action (Action 改善案)**: Includes '効果を可視化' (Visualize effects) with sub-points 'データ分析' (Data analysis) and '独自の効果測定レポート' (Independent effect measurement report).

The diagram shows the interaction between a client and the company. On the left, a building icon represents the '取引先' (Client). A speech bubble from the client contains two points: '● 動画コンテンツマーケティングに取組みたいが方法がわからない' (Want to start video content marketing but don't know how) and '● インフルエンサーを活用したプロモーションに取り組んでいるが成果が出ない' (Trying to use influencers for promotion but no results). A grey arrow labeled 'ご相談' (Consultation) points from the client to the company. On the right, a blue circle represents '当社' (Our Company). A blue arrow labeled 'ご提案' (Proposal) points from the company back to the client. Below this, a blue box lists the company's services: '● YouTubeチャンネルのコンサルティング／コンテンツ制作ディレクション' and '● YouTuberタイアップの企画提案／ディレクション'. At the bottom, a large blue banner reads '動画を活用したマーケティングコミュニケーションの実現' (Realization of marketing communication using video).

取引先

- 動画コンテンツマーケティングに取組みたいが方法がわからない
- インフルエンサーを活用したプロモーションに取り組んでいるが成果が出ない

ご相談

ご提案

- YouTubeチャンネルのコンサルティング／コンテンツ制作ディレクション
- YouTuberタイアップの企画提案／ディレクション

当社

そうきたか。  
**CINC**

動画を活用したマーケティング  
コミュニケーションの実現



# 05

—

## 2022年10月期通期 業績予想について

- 01 | 会社概要
- 02 | 業績ハイライト
- 03 | 各種KPIと事業の状況
- 04 | 2021年10月期通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**

## /// 2022年10月期 業績予想

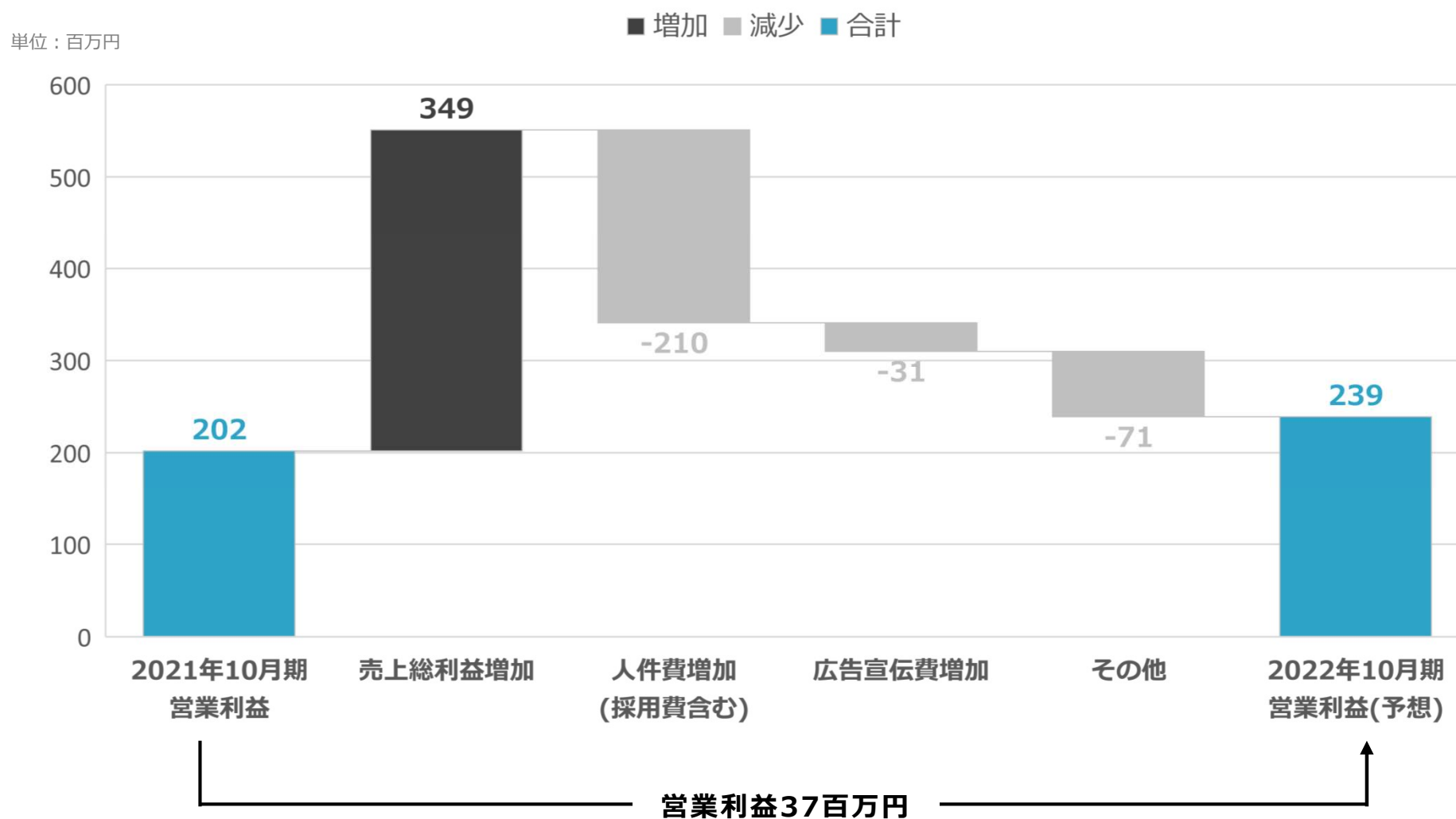
- 業務の自動化や効率化につながるクラウド型のサービス及びマーケティング活動のデジタル化を支援するサービスについて、引き続き高い需要が継続すると予想し、両事業とも30%の増収を見込む。
- 事業拡大に伴う、積極的な人員の採用やマーケティング費用の投入、新サービスの研究開発は継続するものの、全社として営業利益以下の段階利益も着実に伸長し、営業利益239百万円（24.8%増）、当期純利益150百万円（16.5%増）を見込む。
- 当社は2021年10月末時点で、留保金課税適用事業者であるため、当期純利益には留保金課税金額(見込み)を反映。

(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	<b>1,736</b>	<b>32.2%</b>	<b>1,313</b>
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	<b>239</b>	<b>18.5%</b>	<b>202</b>
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	<b>237</b>	<b>24.7%</b>	<b>190</b>
当期純利益	<b>150</b>	<b>16.5%</b>	<b>129</b>
1株当たり当期純利益	<b>45円34銭</b>	<b>2円24銭</b>	<b>43円10銭</b>

※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

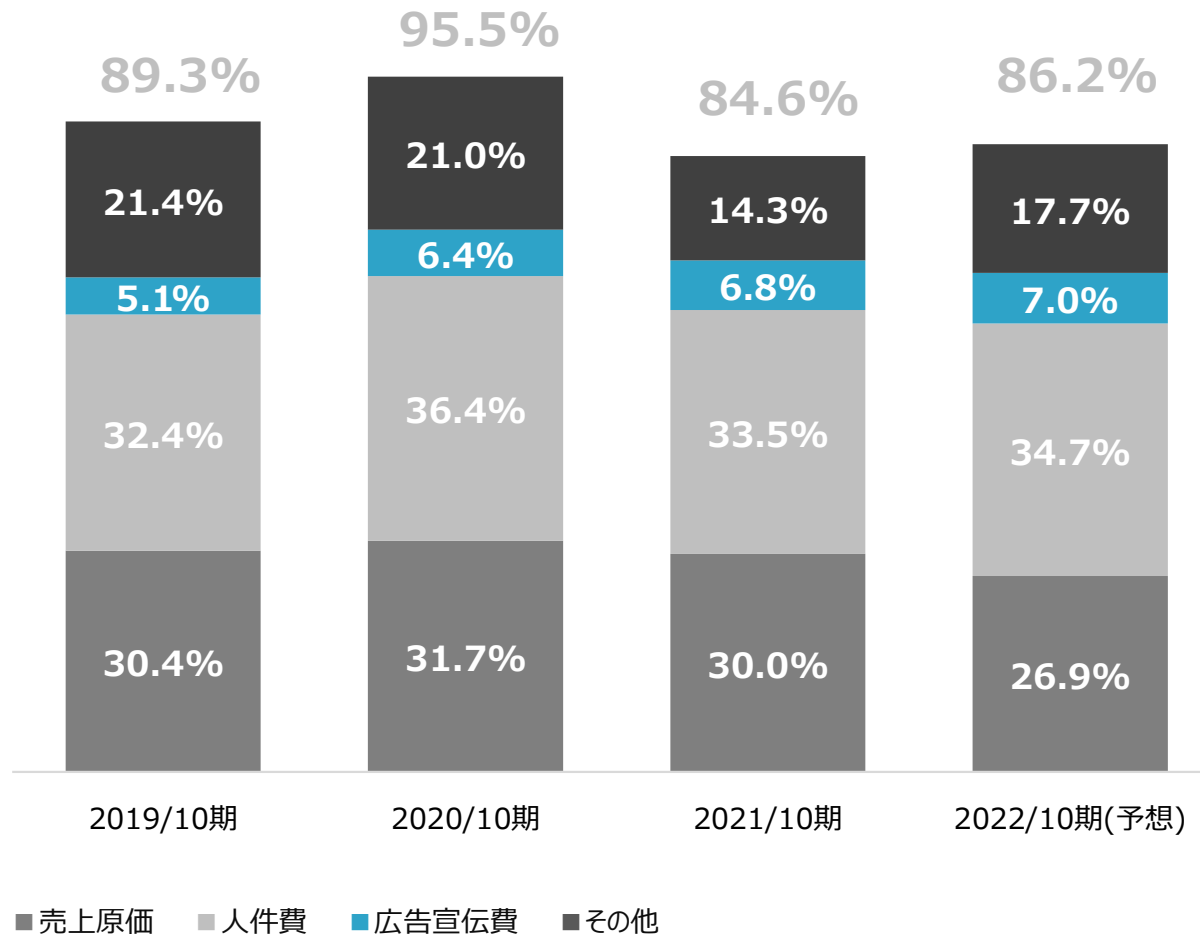
- 売上拡大による増収の影響が増益に寄与
- 事業拡大に伴う人件費・採用費増加に加え、積極的な広告宣伝費への投資は継続
- その他は、新サービスの研究開発費用、人員増によるツール利用料、福利厚生費の増加など



# /// 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の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

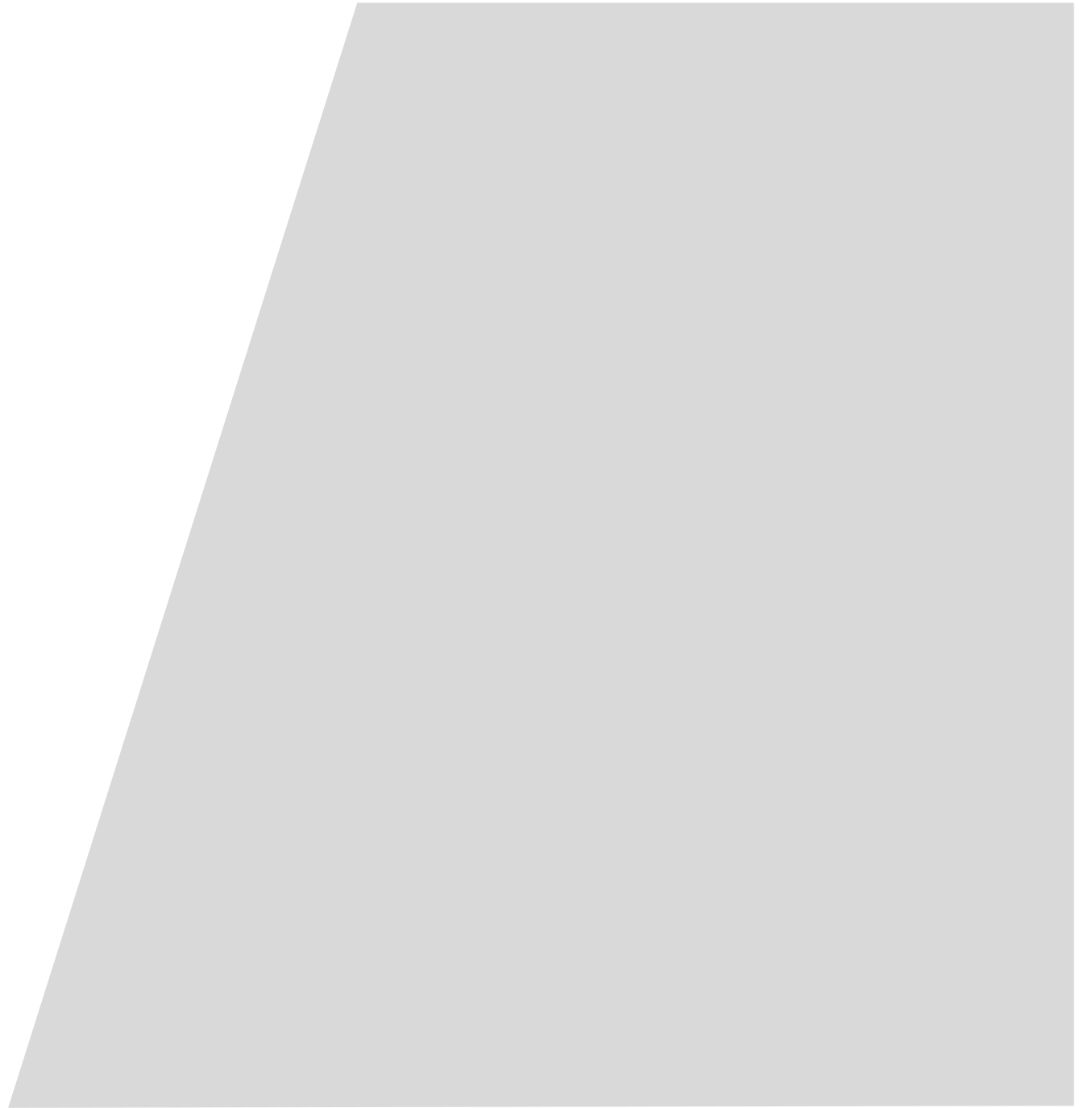
既存プロダクトの新機能  
開発によるアップセル



豊富なオプションプランによる  
アップセルの機会



# Appendix



## /// 特徴・強み

---

I

データ×テクノロジーでさらに進化する『**Keywordmap**』

II

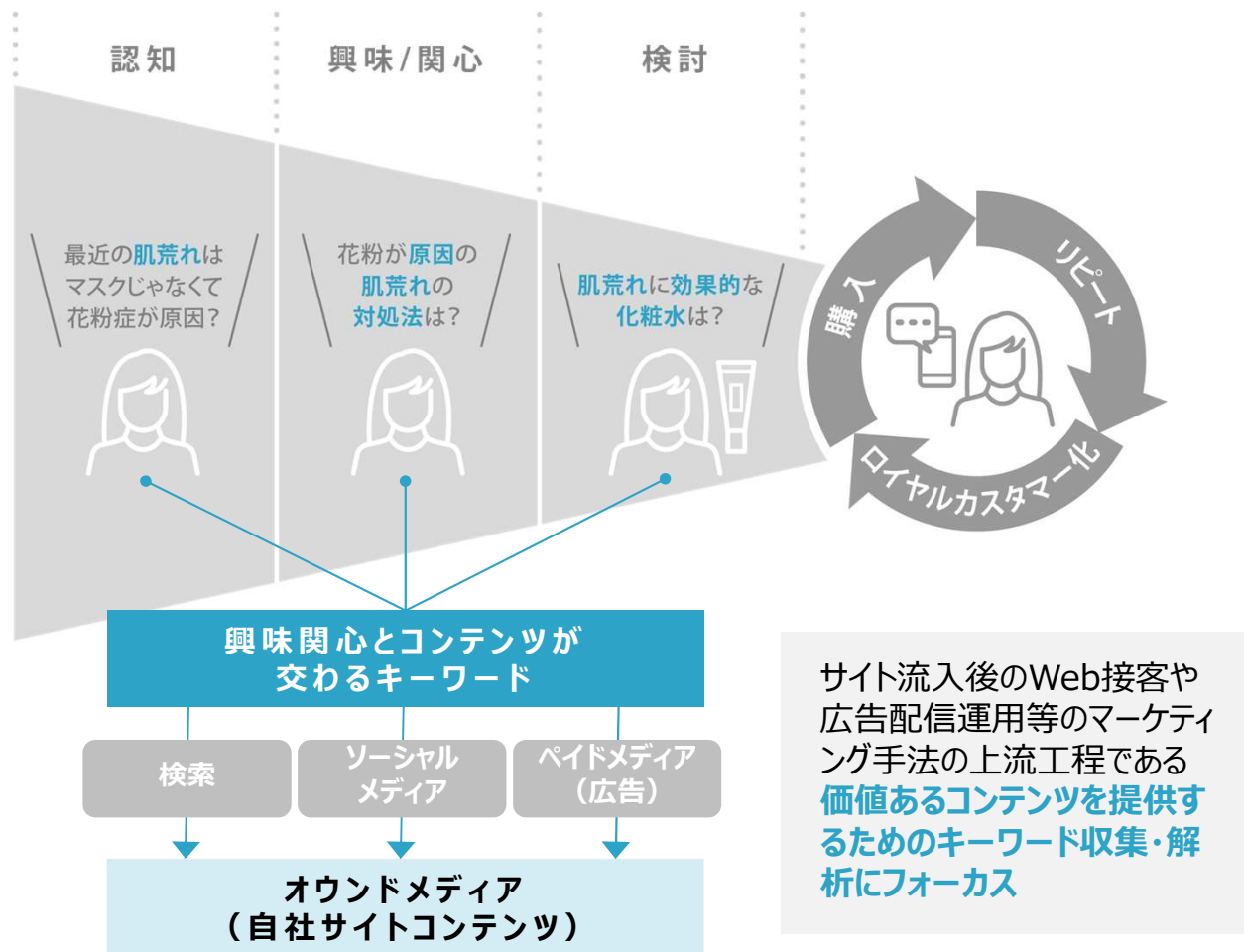
顧客満足度の高いプロダクト『**Keywordmap**』

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

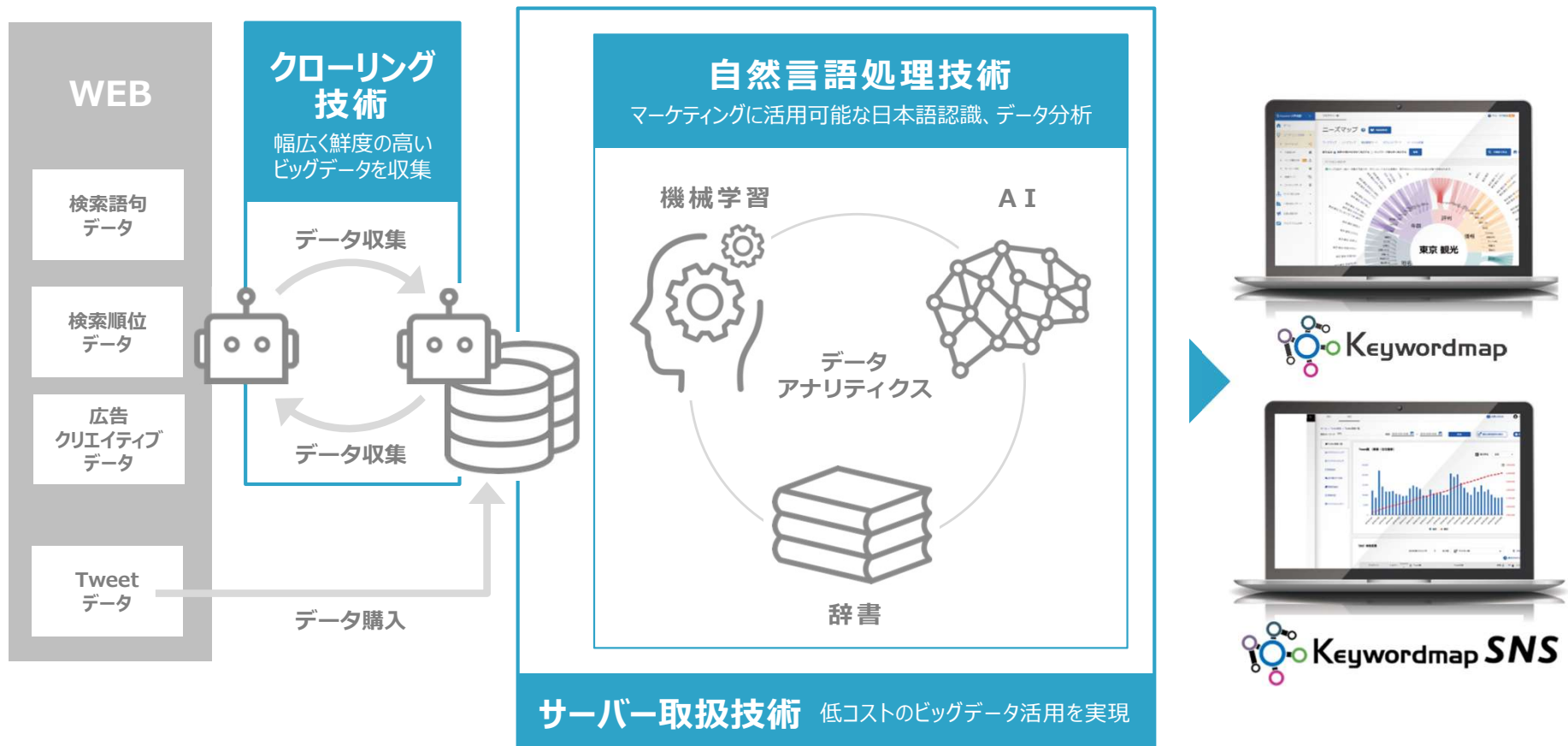
サイト流入後のWeb接客や広告配信運用等のマーケティング手法の上流工程である**価値あるコンテンツを提供するためのキーワード収集・解析にフォーカス**

**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**



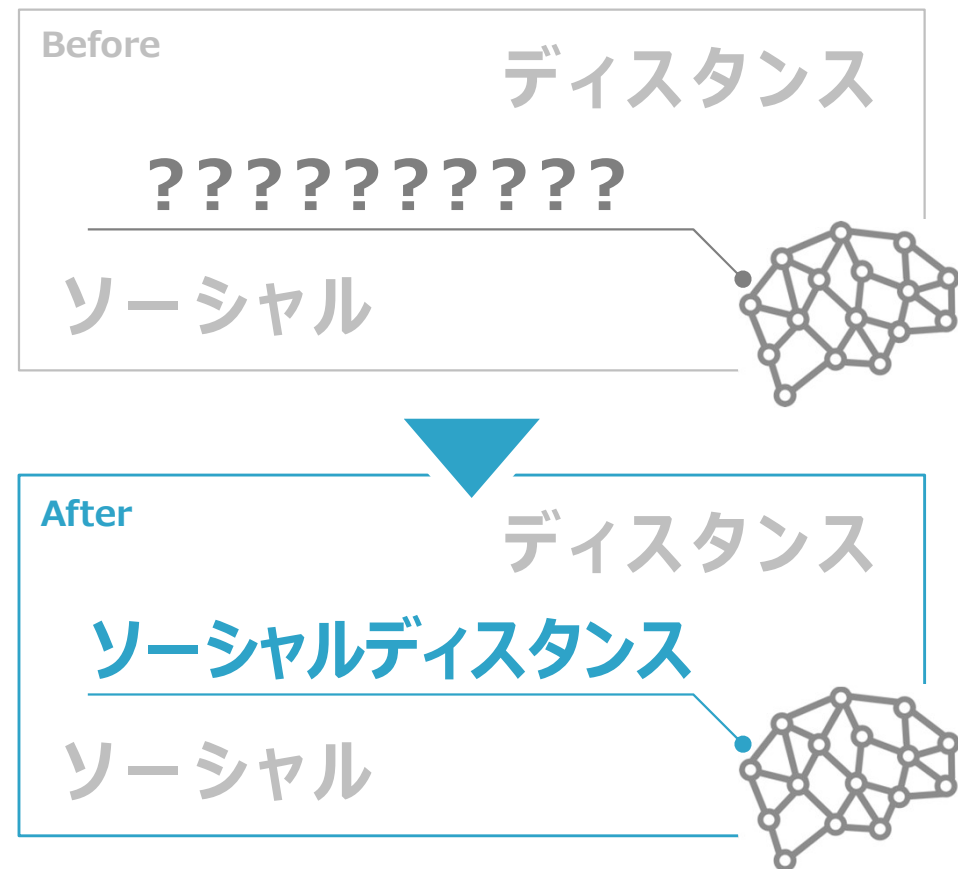
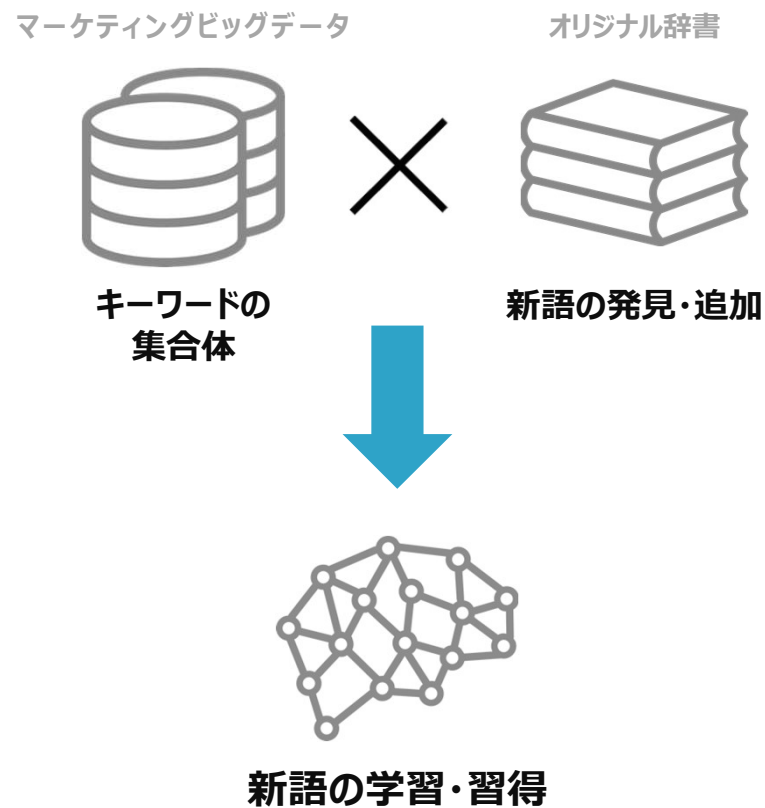
# /// CINCの代表的なテクノロジー

- 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



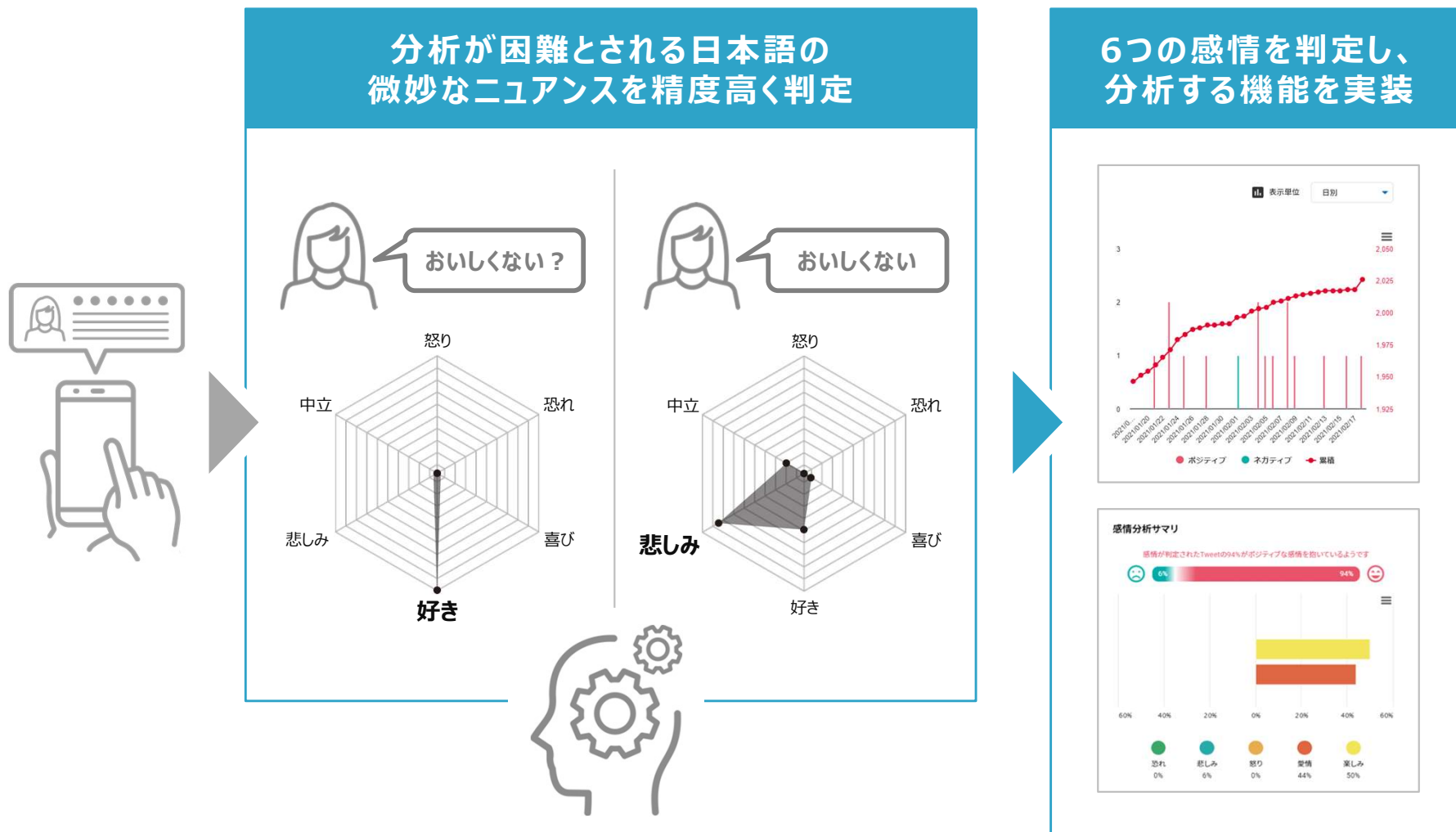
# /// 自然言語処理による新語の発見・学習

- 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



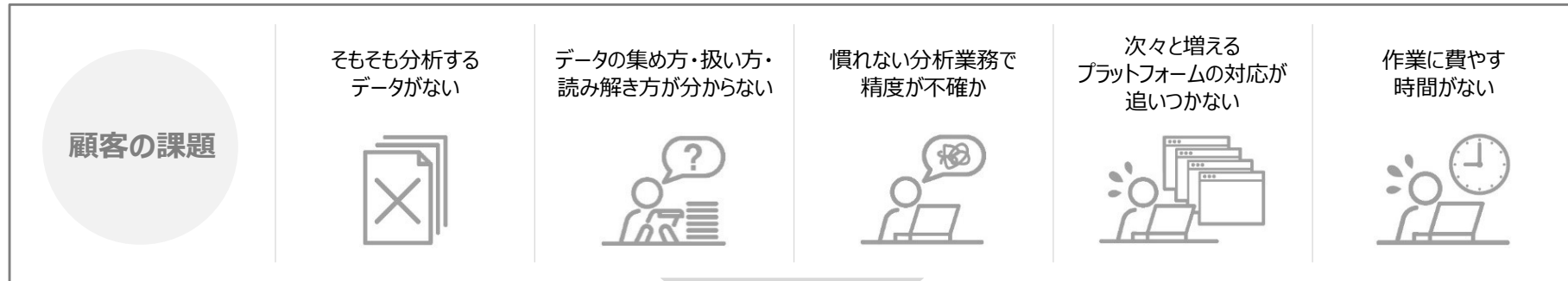
# /// テキストから感情を理解する「感情分析AI」

- 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



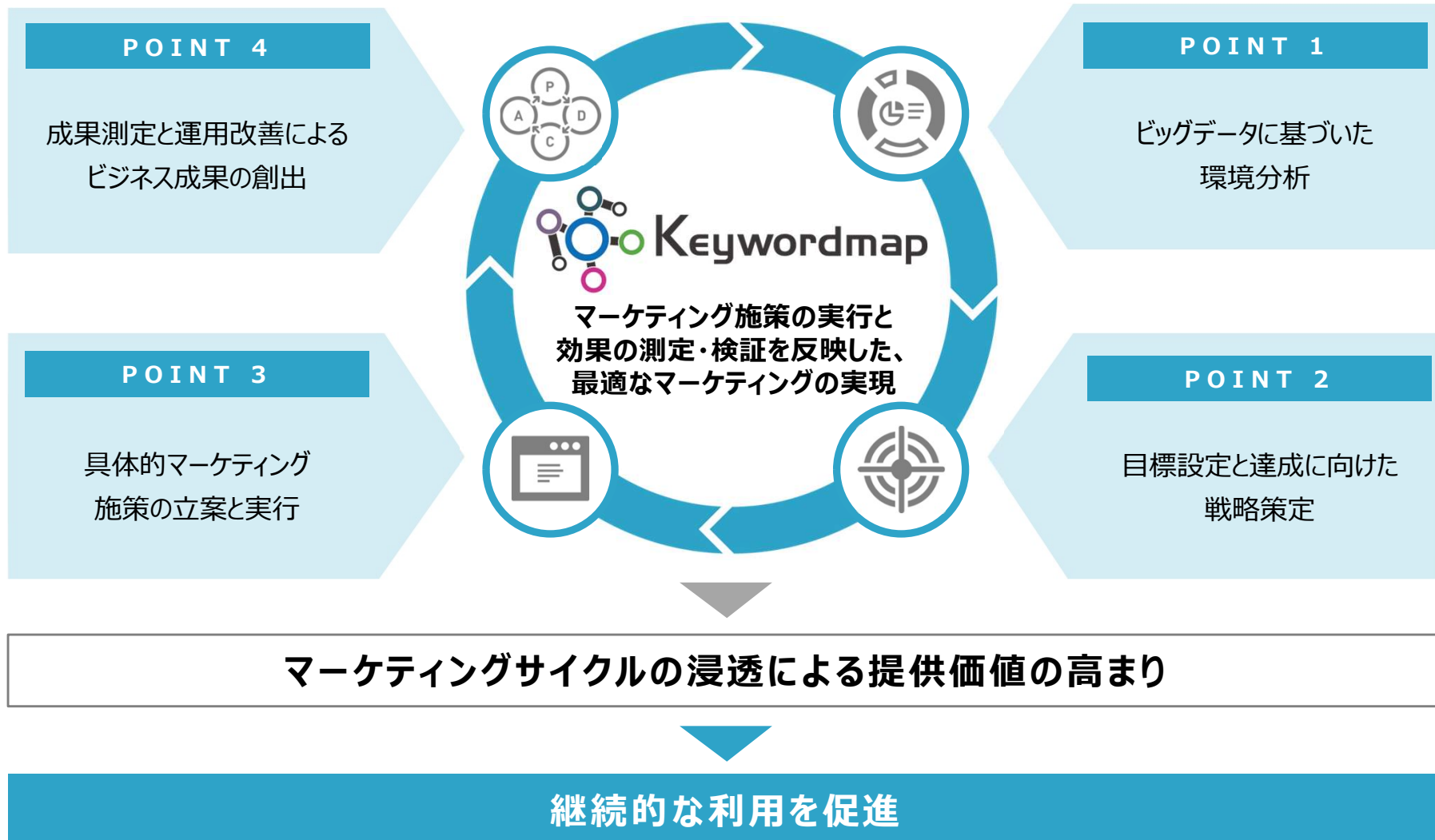
当社ソリューションを導入

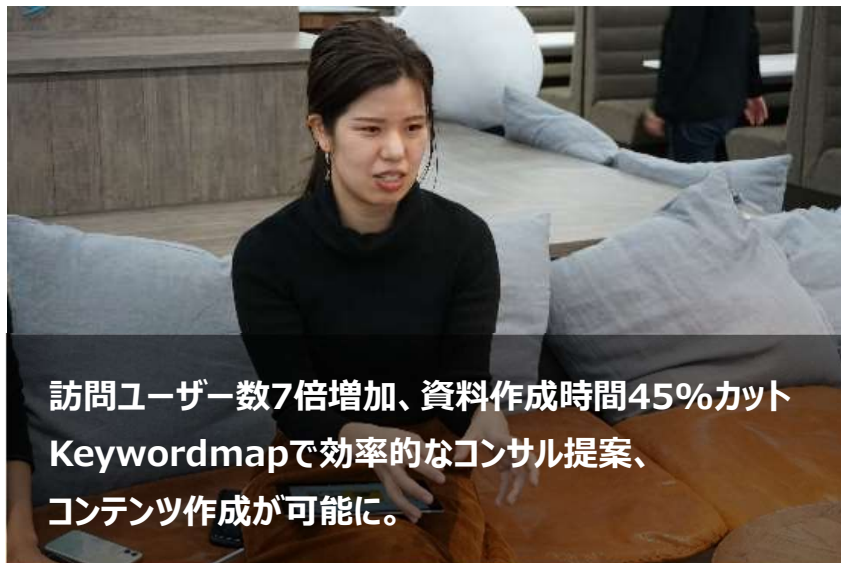


デジタルマーケティングの効率化と成果創出を実現

# /// 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。**

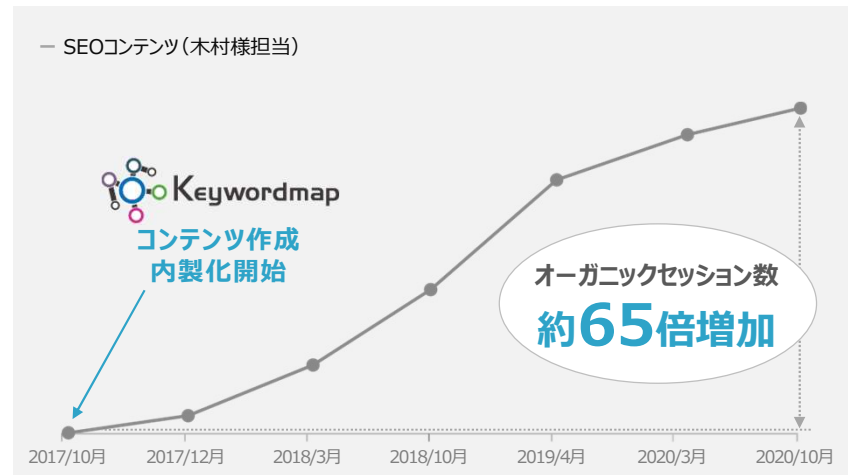
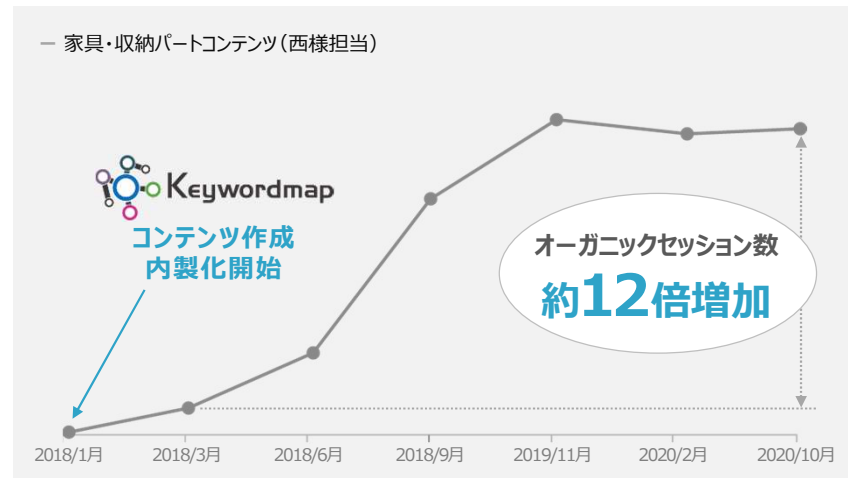
# dinos



### 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（40%※）



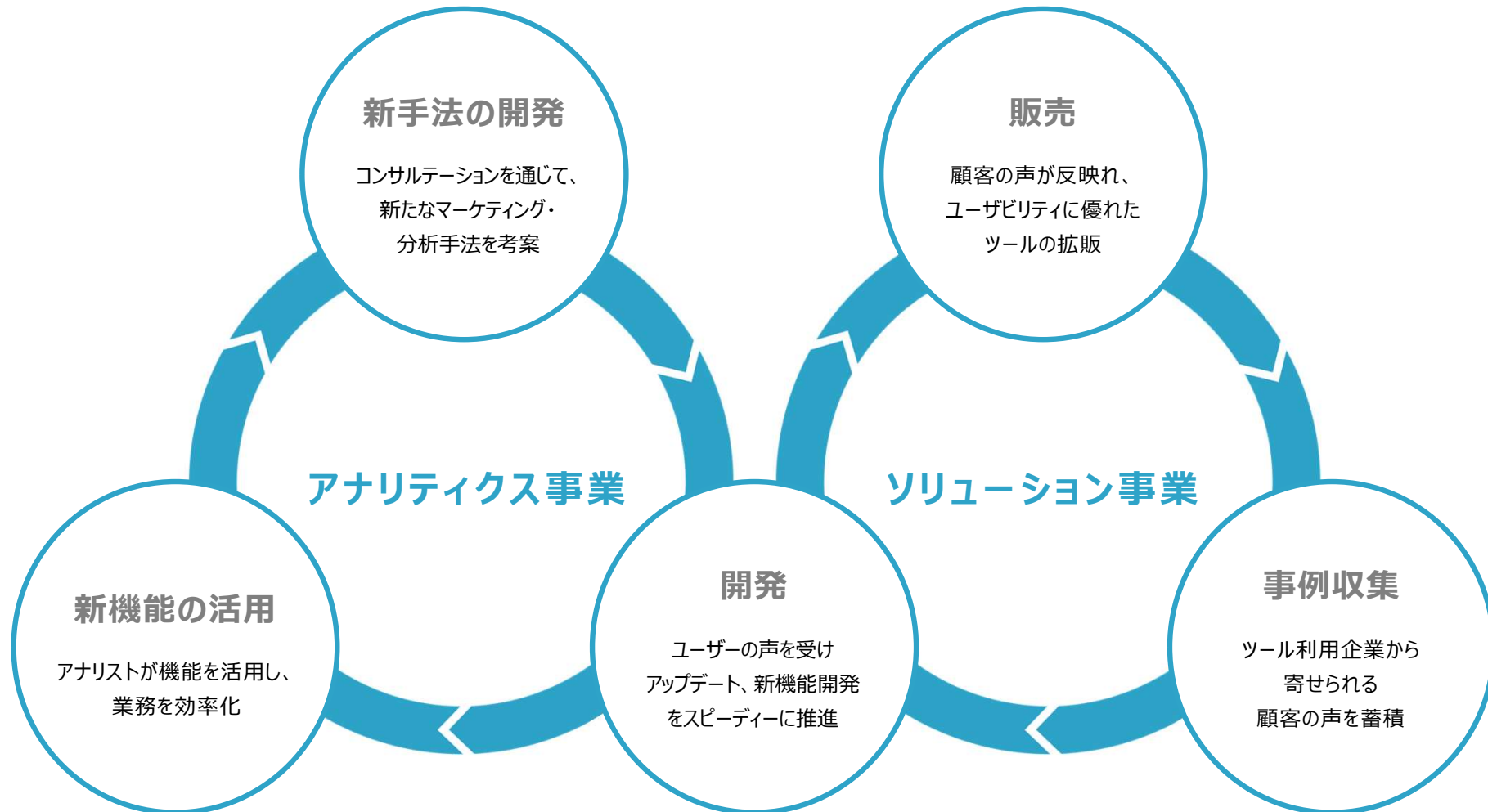
## 事業会社向け（60%※）



※ 2021年10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
2018	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
	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
	6/29	「自然獲得キーワードβ版」実装
	11/15	「検索キーワード分析」実装

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
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
8/5		「投稿内容事前共有・投稿承認管理」実装
8/31		「広告検索β版」実装
10/28		「フォロワー継続分析」実装

**C / N C**