



# 事業計画及び成長可能性に関する事項

2023年1月26日

株式会社CINC（グロース 4378）

01 | CINCの概要

02 | CINCの事業

03 | 事業環境

04 | CINCの特徴と強み

05 | 財務ハイライト

06 | 成長戦略

# 01

—

## CINCの概要

01 | CINCの概要

02 | CINCの事業

03 | 事業環境

04 | CINCの特徴と強み

05 | 財務ハイライト

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**

129名（2022年10月31日時点）

# /// 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

# 経営陣

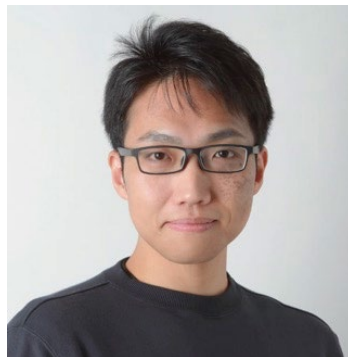


代表取締役社長  
ソリューション事業本部  
本部長

## 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  
R&D事業開発室  
室長

## 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。



取締役  
アナリティクス事業本部  
本部長

## 山地 竜太

Ryota Yamaji

一橋大学社会学部卒業後、日本やカンボジアにおいて新規事業の立上げ・運営に従事。2015年11月に株式会社CINC入社。2018年4月アナリティクス事業本部長に就任。

※2023年1月27日の株主総会で選任予定



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、株式会社ベikal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・コネクト代表取締役。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、荏原インフィロ株式会社、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。

## /// 経営陣のスキルマトリクス

- 各取締役、各監査役は、マーケティング業界における経験、企業経営での経験、財務関連分野での経験、法務関連分野での経験など各分野での専門性をもとに選任

		企業経営	営業・マーケティング	エンジニアリング	財務・会計	組織開発・人事	法務	コーポレートガバナンス
取締役	石松 友典	◎	◎			○		
	平 大志朗		◎	◎				
	雨越 仁				◎	○	○	○
	山地 竜太		◎			○		
	小塚 裕史	◎	◎	○		○		
監査役	外石 正行	○			○	○	○	○
	木山 二郎						◎	○
	深野 竜矢	○			◎			○

※求める知識・知見のバックグラウンドとなる経験に○、その中で特に期待の度合いが高いものに◎をつけています。

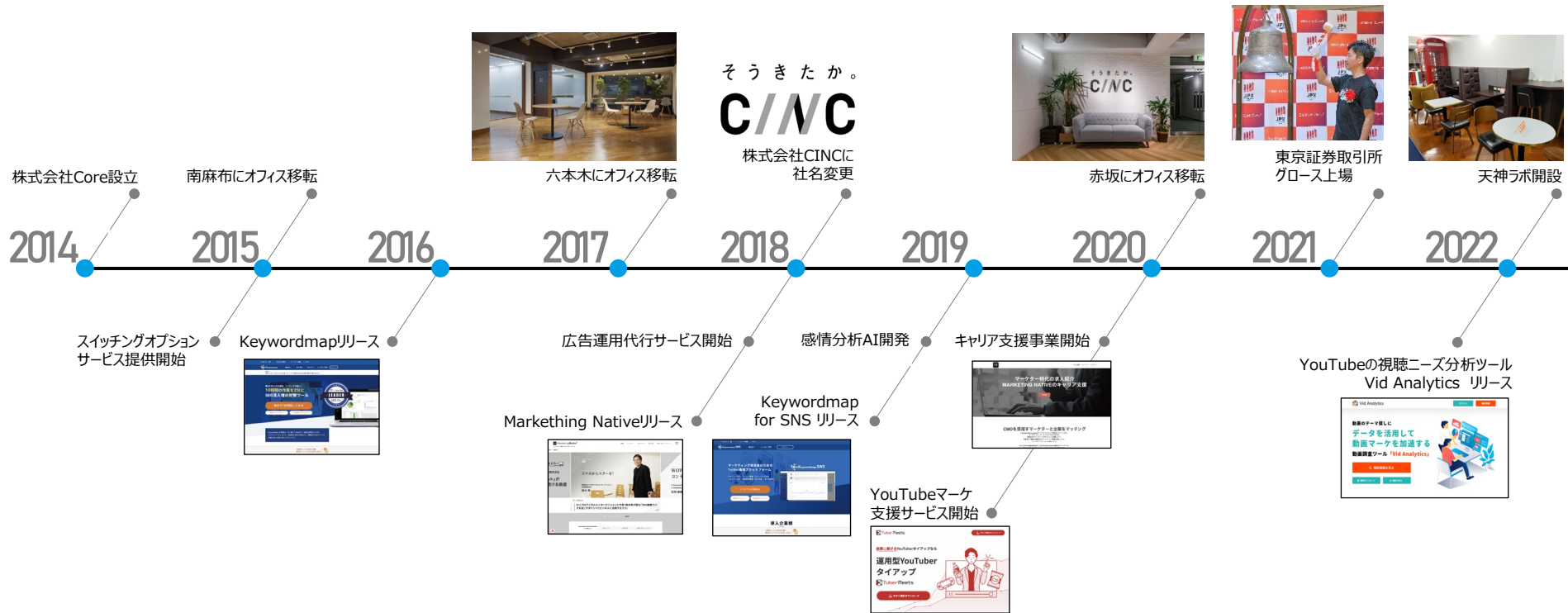


# 沿革

- 創業以来、ビックデータとテクノロジーで、クライアントのデジタルマーケティング活動を支援

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



# /// 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

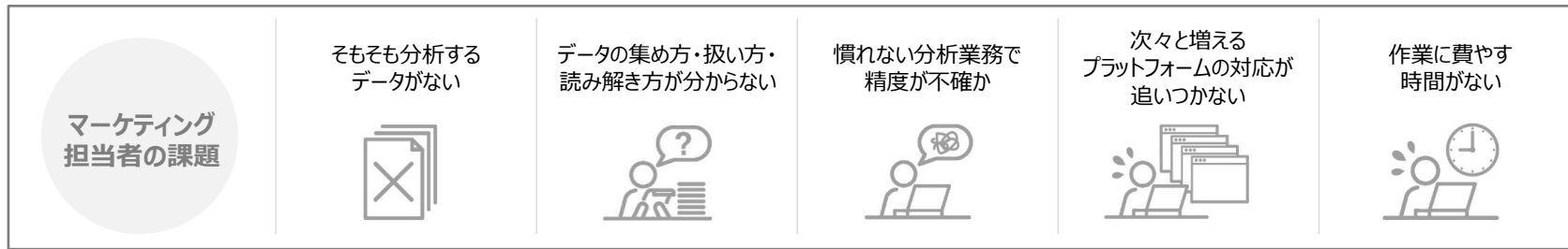
当社の人材ネットワークから、マーケティングのプロ人材を紹介し、企業のマーケティング活動を支援（エキスパートソーシング）

・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）

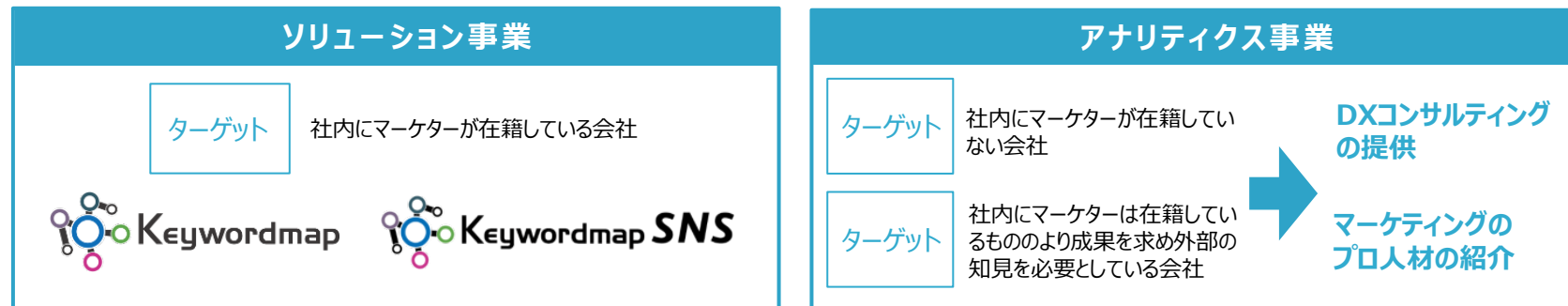
※ 出典：内閣府「令和4年版高齢社会白書」

# /// 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



## CINCのソリューションを導入

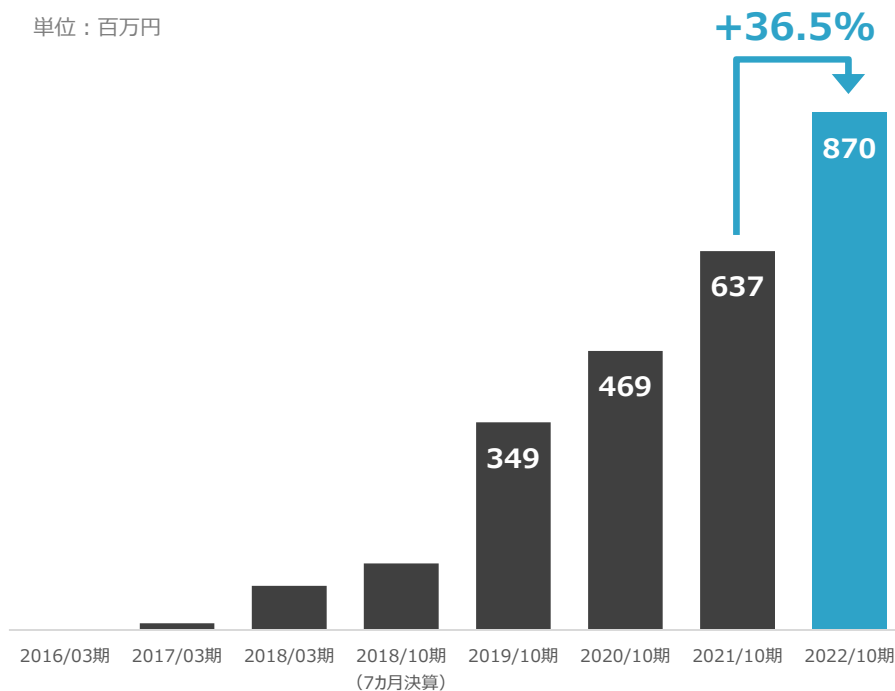


# /// 事業別売上高推移

- サービス開始以降、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ともに高い成長率を実現

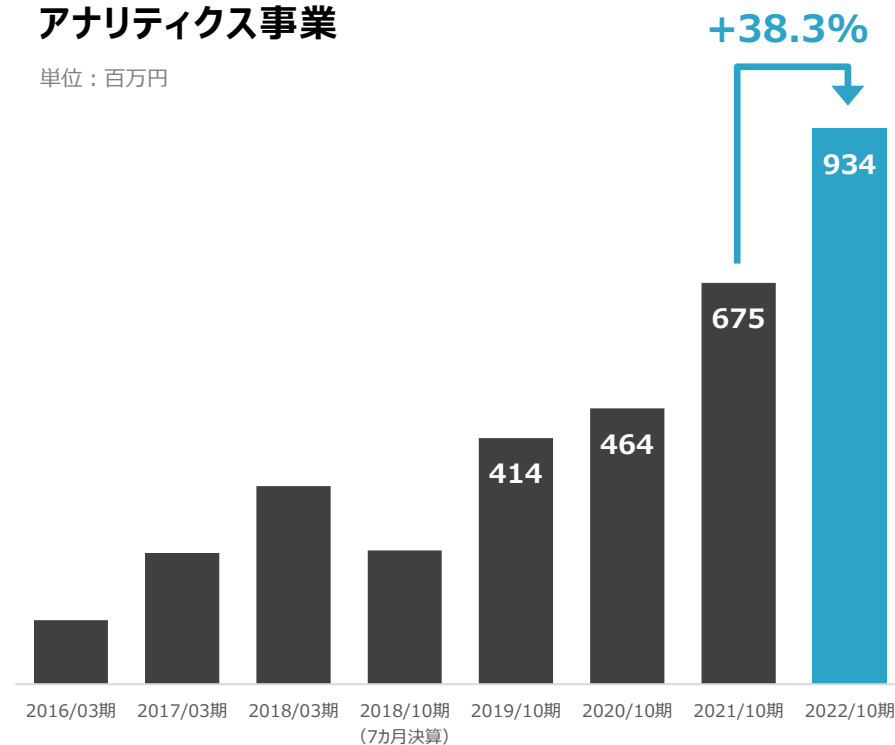
## ソリューション事業

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  
 ※ 外部顧客への売上高  
 ※ 売上高は百万円未満を切捨

# 02

—

## CINCの事業

01 | CINCの概要

**02 | CINCの事業**

03 | 事業環境

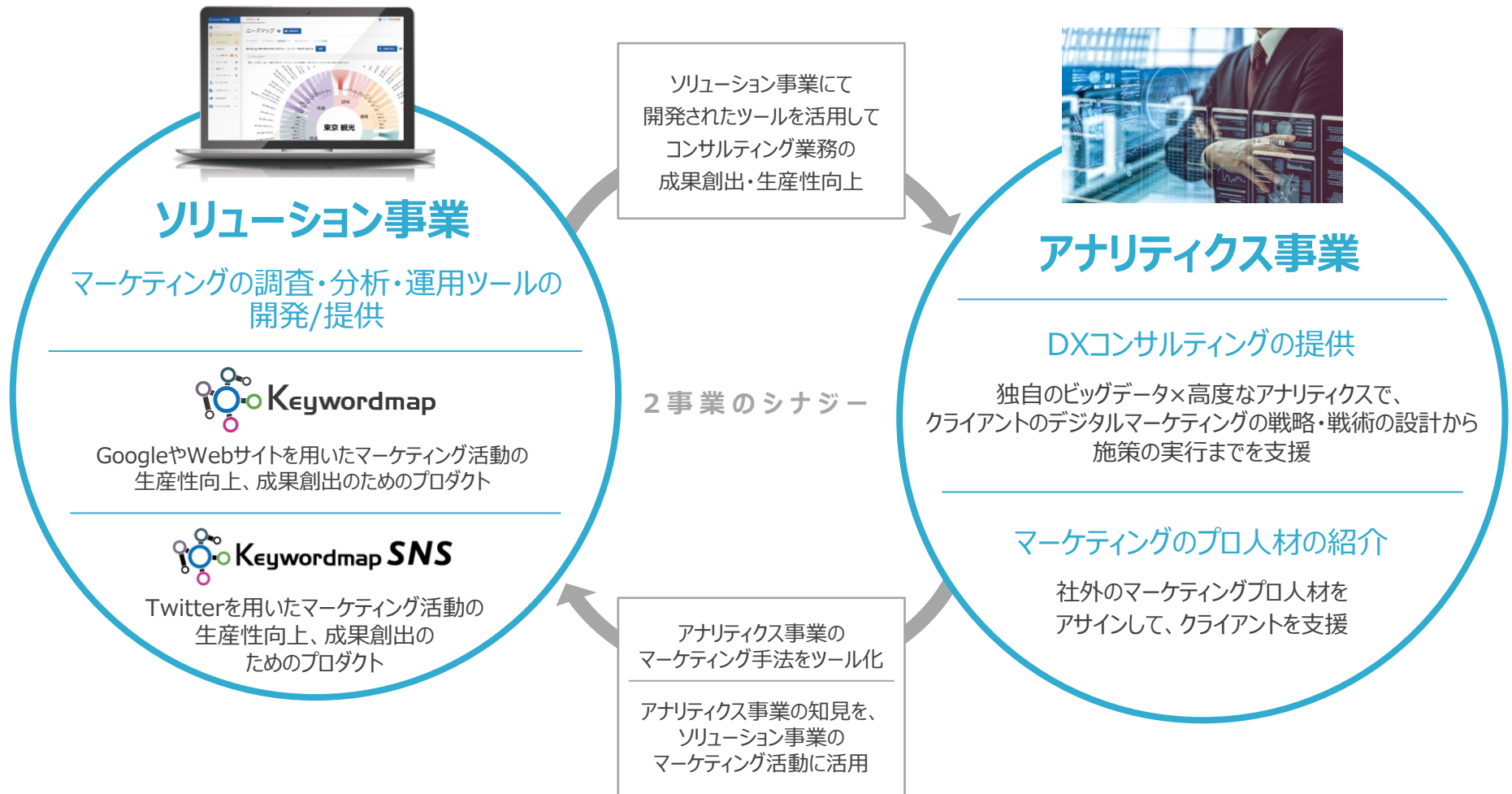
04 | CINCの特徴と強み

05 | 財務ハイライト

06 | 成長戦略

# /// 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

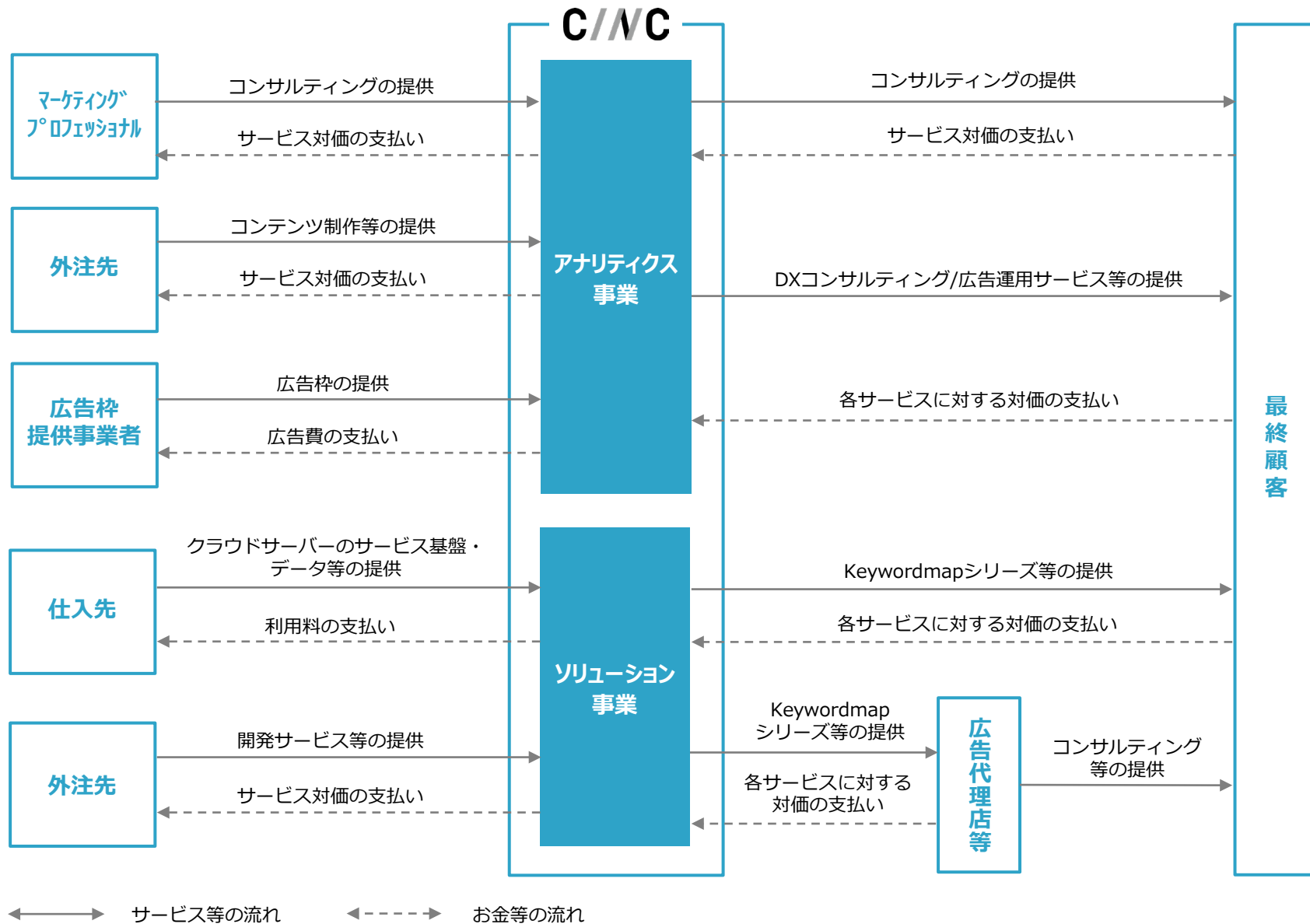


# /// 主要サービス

<p>サービス名</p>	<h2>ソリューション事業</h2>		<h2>アナリティクス事業</h2>
<p>基本料金体系</p>	 <p><b>Keywordmap</b></p>	 <p><b>Keywordmap SNS</b></p>	 <p><b>DXコンサルティング</b></p>
<p>料金詳細</p>	<p><b>月額固定料金</b> 初期費用あり</p>	<p><b>月額固定料金</b> 初期費用あり</p>	<p><b>月額固定料金</b> 初期調査費用あり</p>
	<p>■ <b>事業会社向け</b> 初期費用：150,000円～ 月額：120,000円～</p> <p>■ <b>広告代理店向け</b> 初期費用：300,000円～ 月額：218,000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>■ <b>事業会社向け</b> 初期費用：150,000円～ 月額：120,000円～</p> <p>■ <b>広告代理店向け</b> 初期費用：300,000円～ 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 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><b>NEW エキスパートソーシング</b> (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。

# /// 事業系統図







# Keywordmapのビッグデータ

ソリューション事業

- 約2800万語の日本語ビッグデータを自社保持しており、膨大な量のデータから導かれる正確な分析が、クライアントの施策の成功確率を高める



## 検索ニーズ

消費者の検索のニーズを  
グラフ化しコンテンツ設計を支援



## Google評価フレーズ

変化するGoogle評価を  
リアルタイムに把握し施策対応



## 検索ボリューム推移

掛け合わせキーワード一覧と  
その検索volの増減を可視化



## 上位サイト特徴

上位サイトの特徴を  
理解することで対応方針を決定



## キーワード領域順位

リアルタイムに指定キーワード  
領域の順位・占有を分析



## 自社サイト流入状況

自社サイトの強み・弱みや流入  
状況の変化を把握



## 競合サイト流入状況

分析対象サイトの戦略や劣勢の  
キーワードを抽出



## 広告出稿

キーワード・サイトから出稿状況  
とクリエイティブを表示

# /// Keywordmapで実現できること

ソリューション事業

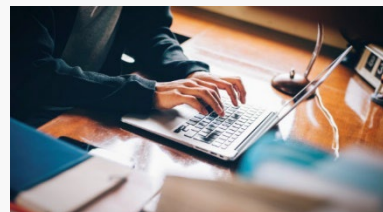


- 再現性のある、質の高いWEBサイト運用が可能に



## ビッグデータを活用したキーワード選定

データの豊富さ = 施策の引き出し。圧倒的なデータ量で、自社に最適なキーワードを選択。



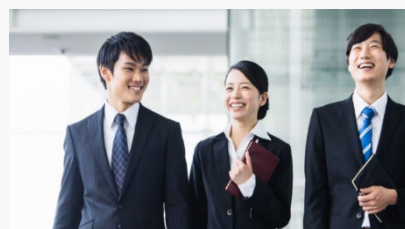
## 再現性のあるコンテンツ運用

属人化したコンテンツ運用の防止と、成果に繋がるコンテンツ設計を。



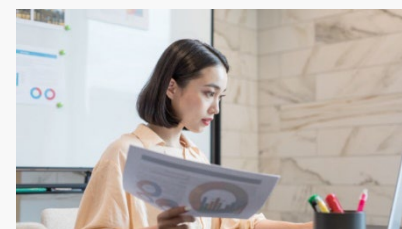
## 広告運用の質を最大化

CV最大化を目指す方程式をKeywordmapで。成果の出る広告運用を実現。



## 教育ツールとしての一面

教育の一端をKeywordmapで。データをどう扱うか。プロフェッショナル人材に育てる。



## 圧倒的工数削減

圧倒的短時間で精度の高い施策運用が可能。競合サイトに勝つための思考を行えます。

# 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



★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン

SEOに取り組むなら今必須と呼べるツール

★★★★★ 5/5  在籍確認 投稿経路 キャンペーン

データ量が段違い

★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー

SEO対策の必須ツール

★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー

複数のサイトでキーワード対策ができる

★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン

サイトに必要なキーワードを一目で把握

★★★★★ 5/5 投稿経路 キャンペーン

コンテンツマーケティングの必需品

★★★★☆ 4/5 投稿経路 キャンペーン

SEOコンサルタントも使うくらい便利なツール！

★★★★☆ 4/5  在籍確認 投稿経路 キャンペーン

SEOの分析や対策施策を精度高く考えられる

★★★★★ 5/5 投稿経路 パートナー

ビジュアルリゼーションが綺麗

# 導入事例：デジタルリフト

ソリューション事業

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



## 社名

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

## 事業内容

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

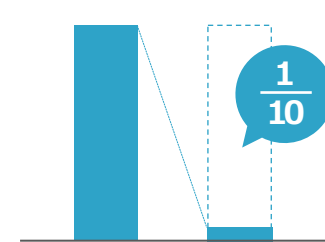
## 業種

デジタルマーケティング

## 利用部門

運用型広告・SEO支援

## 調査時間・工数



## 導入前の課題

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

## 導入後の成果

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

# Keywordmap for SNSで実現できること

ソリューション事業

- 再現性のある、質の高いSNS運用が可能に



## キャンペーン広告の最適化

### ① ターゲットユーザーへのリーチ最大化



#### 効果的なキャンペーンの企画

事前にターゲット市場で拡散性が高いキャンペーンを調査し、適切なインセンティブ・ハッシュタグ・クリエイティブなどを設計

### ② 単発のフォロワー獲得ではなく 継続的なファン化を促進



#### キャンペーン後のファン定着

キャンペーン後に獲得ユーザーの属性・拡散起点・発言傾向などを可視化し、キャンペーン後の施策や投稿を設計することでファン化を促進

### ③ 親和性の高いコミュニティでの拡散と 質の高いフォロワー獲得



#### 広告ターゲティングの最適化

広告の最適化難易度が高いTwitter広告において、Keywordmap for SNS独自の手法により「親和性×拡散性」のターゲティング配信を実現

## 通常投稿の最適化

### ① 成果創出のための運用PDCAサイクルの構築



#### 自社アカウントの数値可視化

自社アカウント運用における成果数値を可視化し、適切なKPIに基づいてPDCAを回す。運用しながら最適化を図る体制を構築する。

### ② 競合や潜在ターゲット市場に 情報発信の裾野を広げる



#### 競合・ベンチマーク分析

競合や市場におけるベンチマークアカウントを抽出し、成果要因を分析。自社が機会損失している要素があれば、積極的に運用に取り入れる。

### ③ 一方的な発信ではなく ユーザーニーズに寄り添う投稿

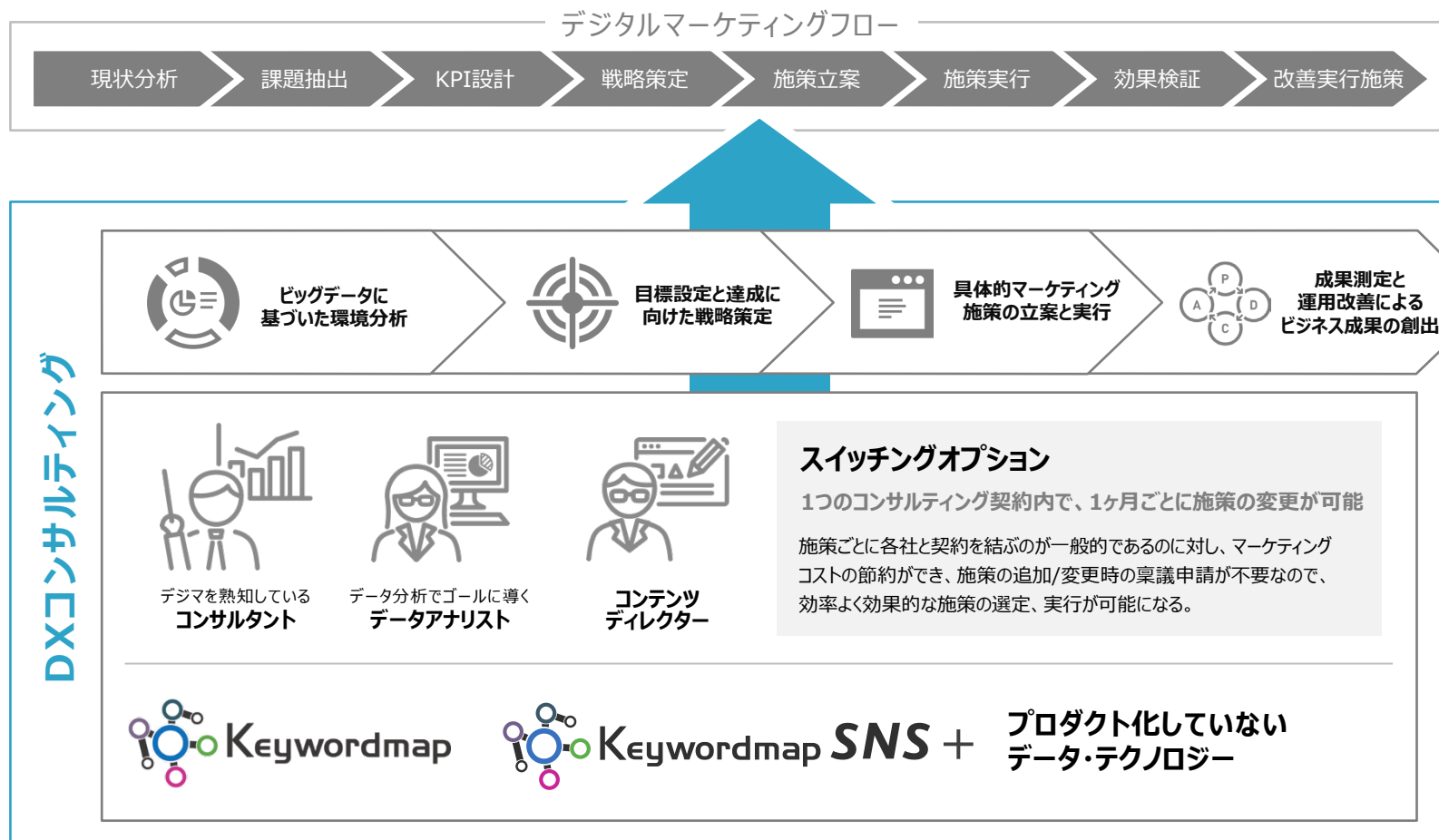


#### 市場ニーズ調査

市場のユーザー投稿（UGC）を調査することで、市場ニーズやトレンドを把握。自社・競合ブランドに対するユーザーニーズなども参考にする。

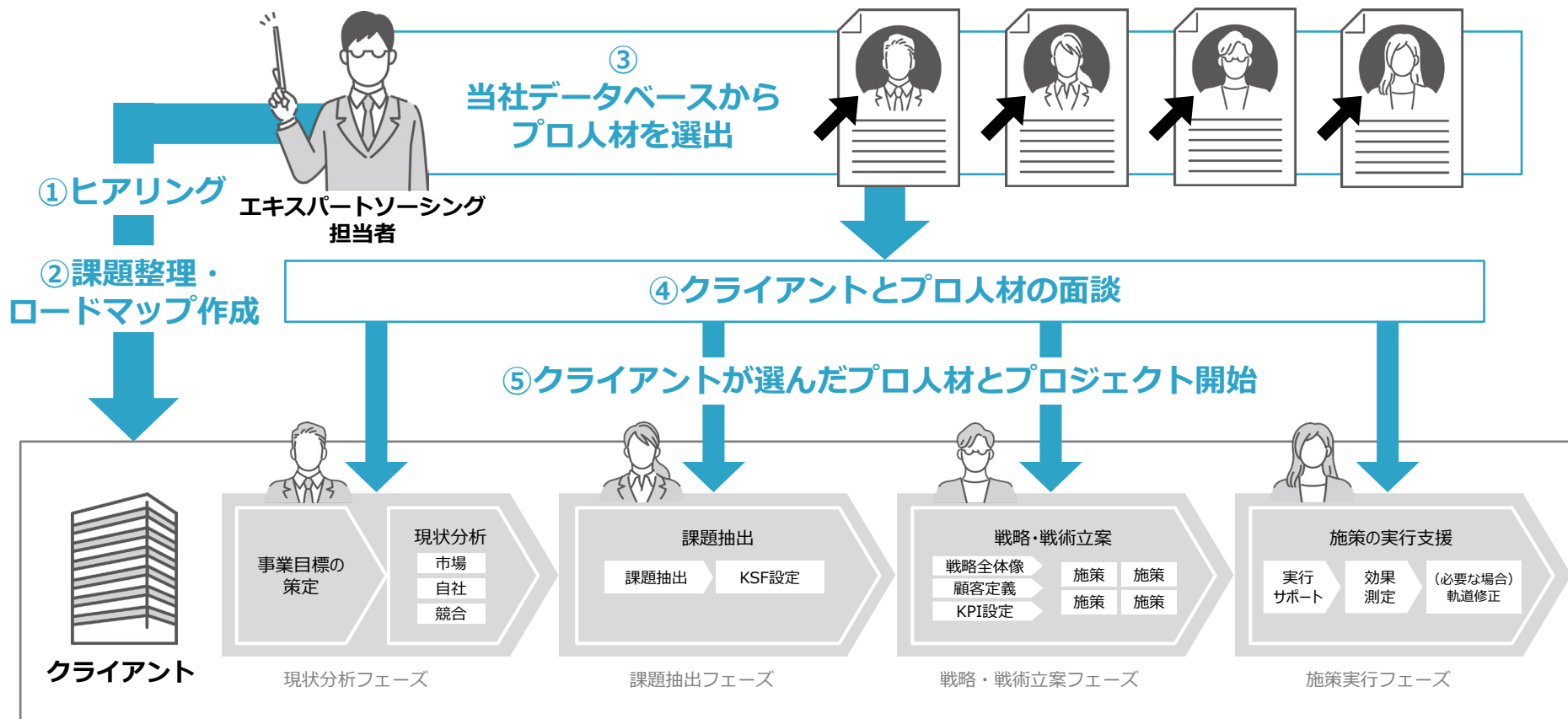
# DXコンサルティング 概要

- 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



# /// エキスパートソーシング 概要

- 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	事業会社向け
 <small>株式会社 NTT データ スマート ソリューションズ</small>	   
	   
	   
	   
	   

## DX コンサルティング

  
エクспライス













# 03

—

## 事業環境

01 | CINCの概要

02 | CINCの事業

**03 | 事業環境**

04 | CINCの特徴と強み

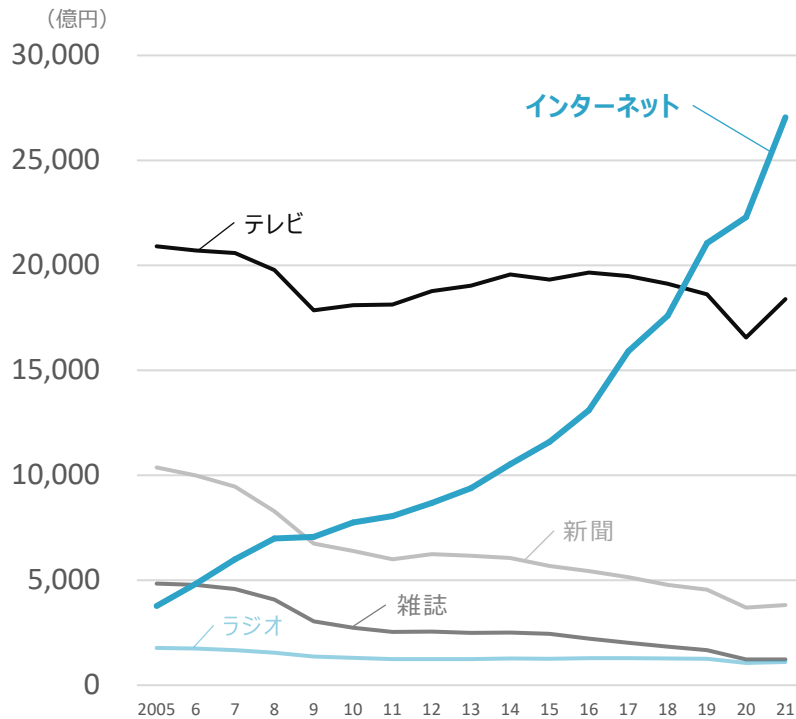
05 | 財務ハイライト

06 | 成長戦略

# /// 市場規模

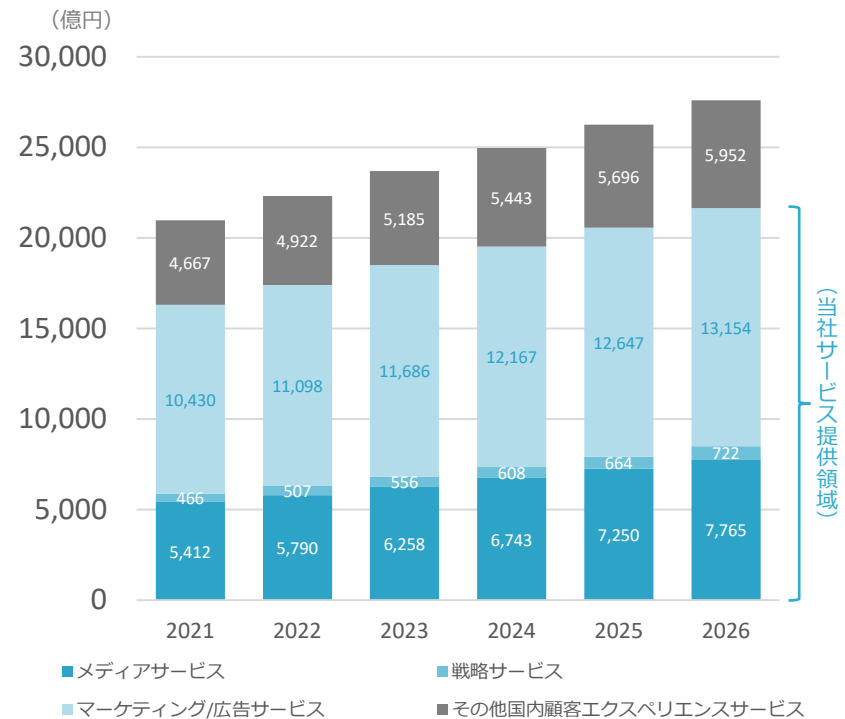
- インターネット広告費は引き続き高い成長を続けている
- 当社が属している国内顧客エクスペリエンス関連サービス市場において、現在当社が主に提供している、メディアサービスの市場規模は2021年時点で5,412億円、2026年で7,765億円、戦略サービスの市場規模は2021年時点で466億円、2026年で722億円が見込まれている

## ■ 媒体別広告費の推移



出典：(株)電通「2021年日本の広告費」(2022年2月)

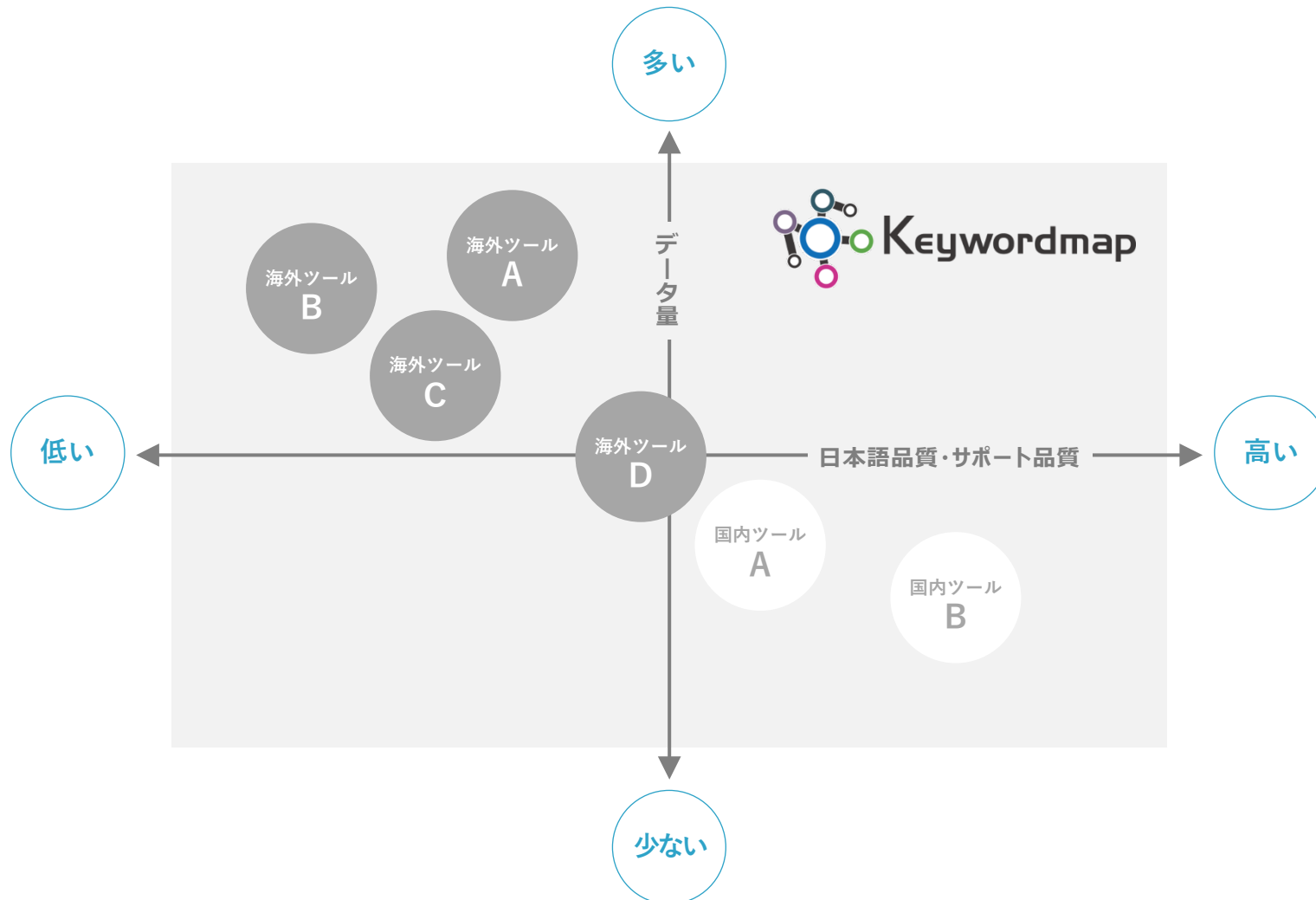
## ■ 国内顧客エクスペリエンス関連サービス市場予測



出典：IDC「国内顧客エクスペリエンス関連サービス市場予測、2022年～2026年」(JPJ47874622)

# Keywordmapのポジショニング

- 海外ツールに対しては日本語データ精度やサポート品質において、国内ツールに対してはデータ量やデータ解析において、優位性を持ったポジショニングでサービスを提供



# Keywordmap for SNS のポジショニング

- 他社との差分は当社の独自のコンテンツマーケティングというユーザーのエンゲージメントを高める機能



		当社 : Keywordmap for SNS	既存のSNS分析ツール
マーケティング思想		SNS上での <b>コンテンツマーケティングの展開</b>	SNS上での <b>言及数の計測</b>
ターゲット		潜在的な見込み顧客	自社の存在や製品を認知している顧客に限定
手法		<ul style="list-style-type: none"> <li>客層となるユーザーがSNS上でどのような情報に興味関心を示すかを分析し、見込み顧客が関心を持つ情報を発信し、SNS上で接点を作る</li> <li>見込み客に自社のアカウントをフォローしてもらい、継続的なコミュニケーションを通じて、商品の購買へと態度変容させる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNSを通じて繋がり、商品やサービスの存在感を強化する</li> <li>既存の顧客に自社のアカウントをフォローしてもらい商品情報やクーポンなどを配布する</li> </ul>
機能	ソーシャルリスニング	<ul style="list-style-type: none"> <li>インフルエンサー分析機能</li> <li>ハッシュタグ分析機能</li> <li>サンプリング分析機能</li> <li>感情分析機能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>クチコミ数の推移を確認</li> <li>どんな言葉と一緒に使われるのかを確認</li> <li>わかりやすい可視化</li> <li>ブログの言及もすぐにわかる</li> <li>属性分析</li> </ul>
	コンテンツマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>Twitter上での見込み顧客の発見</li> <li>興味関心テーマの分析や発見</li> <li>競合アカウントのツイートやフォロー分析</li> <li>自社のアカウントパフォーマンスの分析</li> <li>ツイートしたコンテンツの反応分析</li> </ul>	

# DXコンサルティングの競合比較

- 独自に保有するビッグデータと解析力を用いた包括的な支援は、多くのクライアントから支持されている

	CINC	WEBコンサルティング会社	広告代理店	制作会社
サービス領域	デジタルマーケティング Google / SNS / その他のプラットフォーム	Google検索	集客全般	制作会社
データ量	◎	×	×	×
顧客ニーズの把握	◎	△	△	△
デジタル市場の調査	◎	○	△	△
解析力	◎	○	△	○
デザイン	×	△	◎	◎

# /// エキスパートソーシングの優位性

- KeywordmapシリーズやDXコンサルティングサービスの提供で培った知見やプロ人材ネットワーク、オウンドメディア「Marketing Native」を通じたプロ人材ネットワーク構築により、優位性を確保

## 企業側の課題

自社のマーケティング課題がわからないので、  
 どういったスキルを持った  
 プロ人材に依頼すればいいかわからない



多数のクライアントにDXコンサルティングサービスを提供してきたCINCのノウハウをもとに、当社担当者が企側の課題を抽出し、課題解決に適した人材をアサインすることが可能

自社でプロ人材を適切にマネジメントできない



デジタルマーケティングに知見のある当社担当者がクライアントとプロ人材の間に入り、プロジェクトマネジメントをサポート

## 人材プラットフォームの課題

プロ人材の適切な能力把握が難しい



多数のクライアントにDXコンサルティングサービスを提供してきた経験から、プロ人材の能力を精度高く見極めることが可能であり、企業とプロ人材のアンマッチが起こりにくい

プロ人材とのネットワーク構築が難しい



- Keywordmapシリーズ及びDXコンサルティングサービスの提供を通じて、マーケティングプロ人材とネットワーク構築が可能
- オウンドメディア「Marketing Native」を通じて、プロ人材とのネットワーク構築が可能

# 04

—

## CINCの特徴と強み

01 | CINCの概要

02 | CINCの事業

03 | 事業環境

**04 | CINCの特徴と強み**

05 | 財務ハイライト

06 | 成長戦略



# /// 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

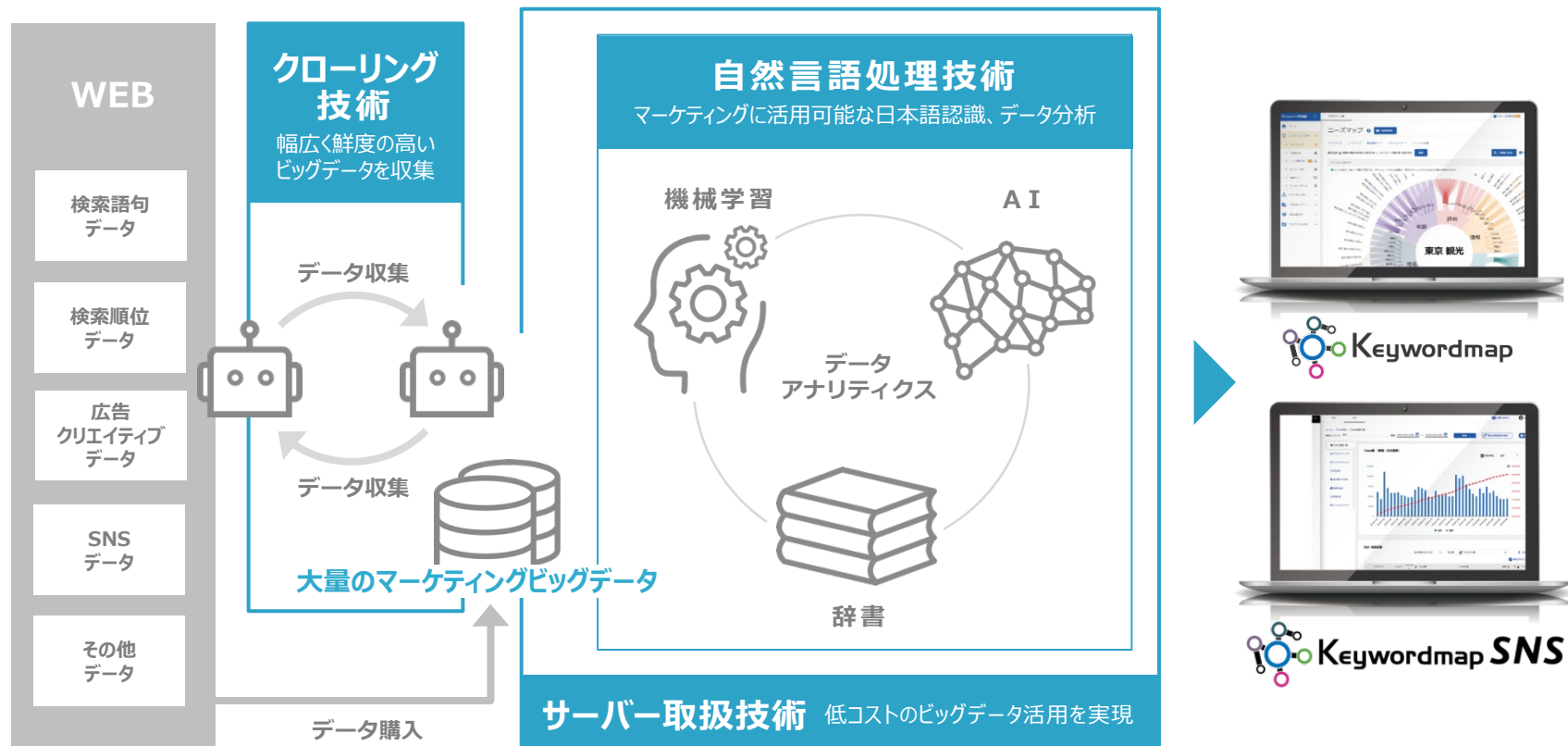
III

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

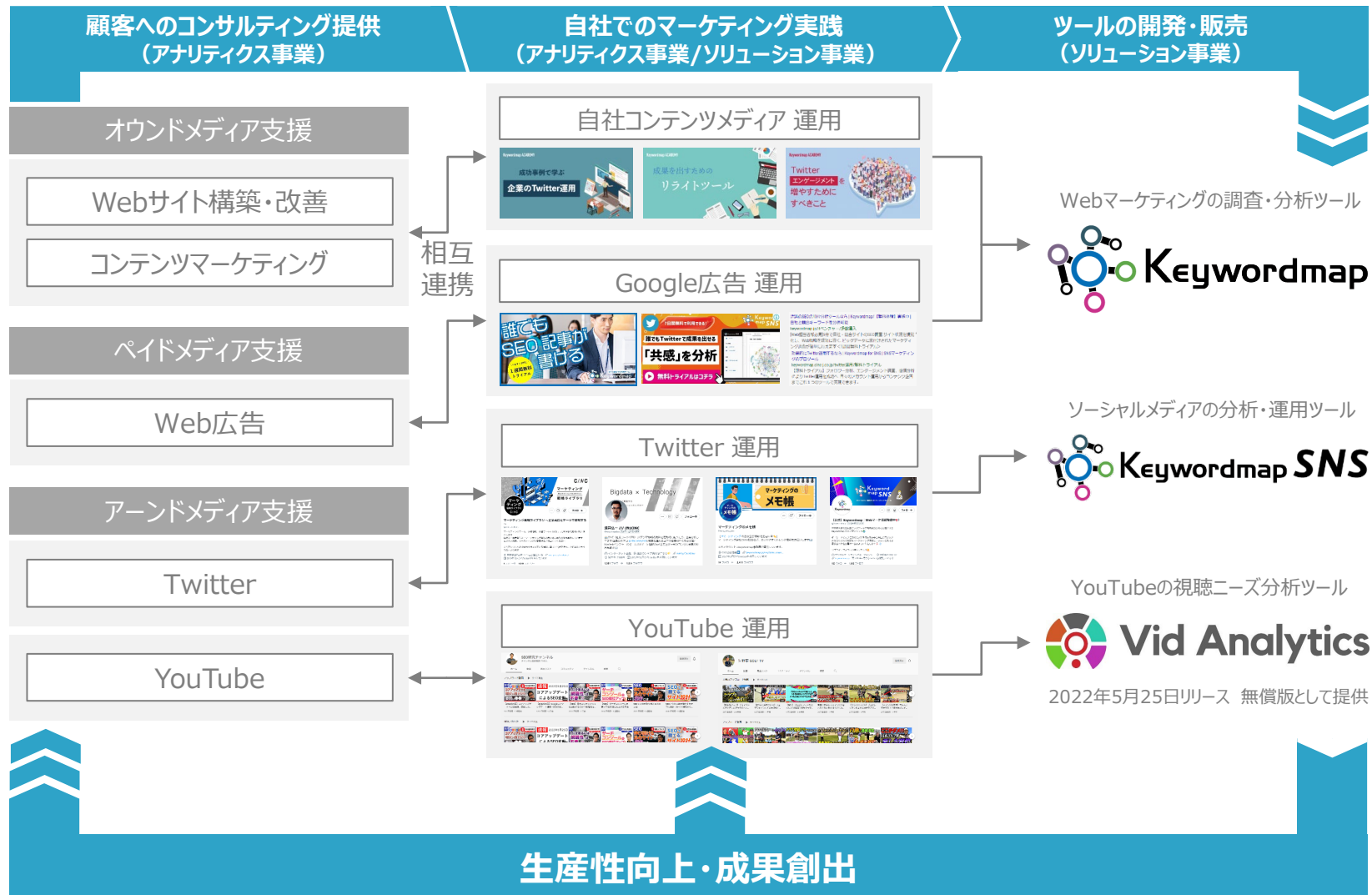
- 当社独自で開発したクローリング技術、サーバー取扱技術、自然言語処理技術により、大量のマーケティングデータを保有しており、データドリブンなデジタルマーケティング戦略が可能に
- これらの技術は継続的に研究開発を行っており、Keywordmapシリーズは進化を続けている



# /// 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

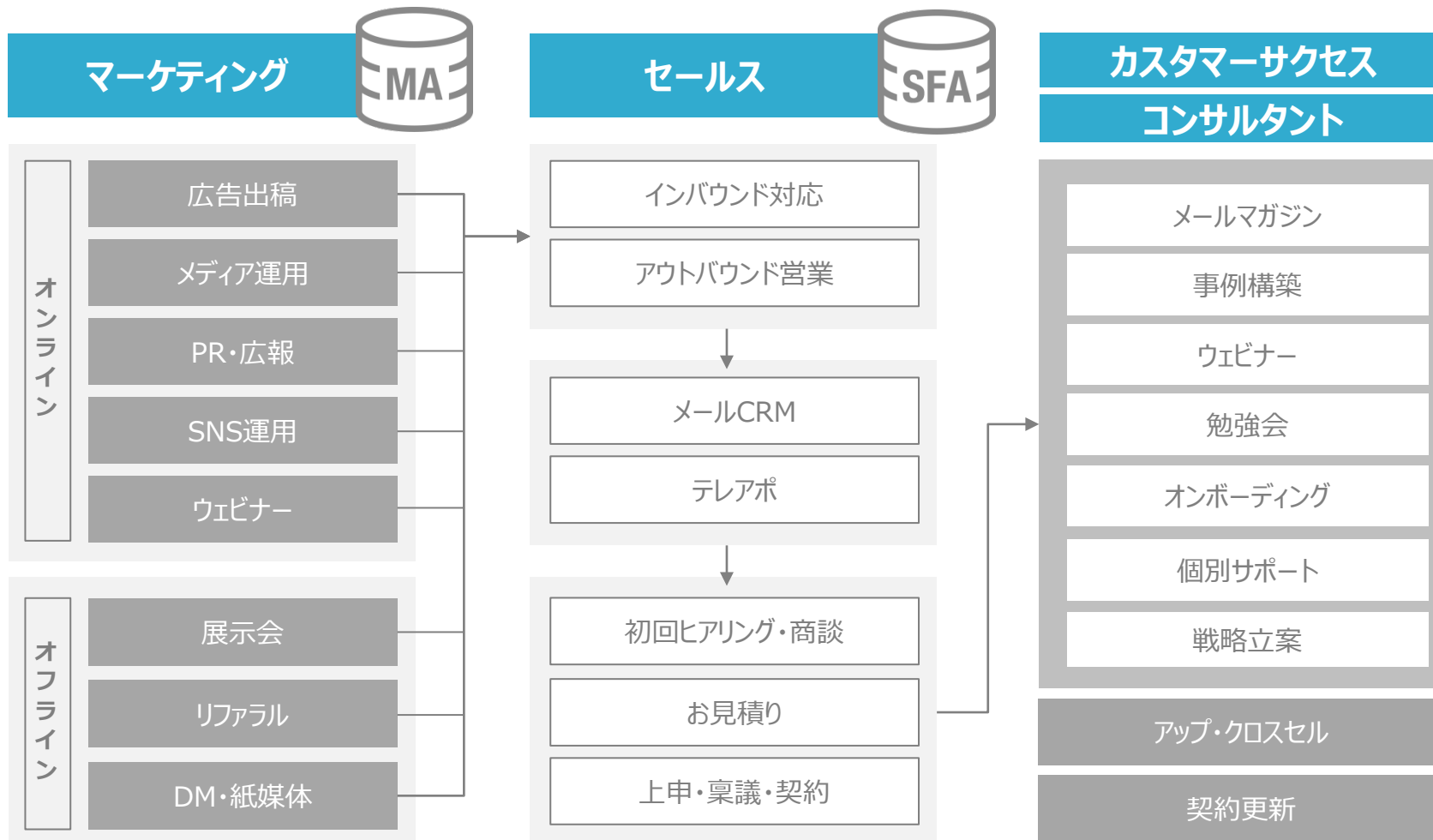
- 顧客支援に当たるマーケター（アナリティクス事業）の知見を基に自社（ソリューション事業）のマーケティングを実践
- 顧客支援時と自社実践時に発生するマーケティング運用課題の解決をソリューションとして開発・販売



# /// 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



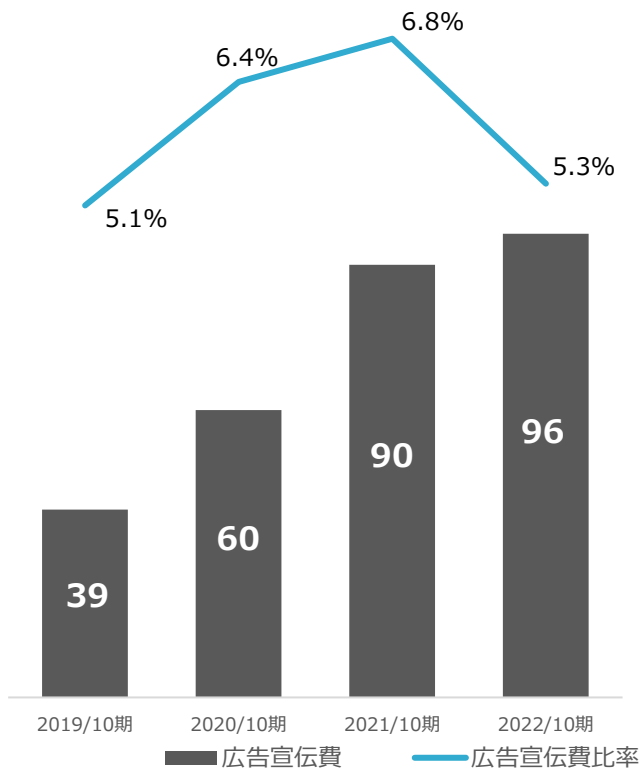
# /// 効率的な営業組織

## Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

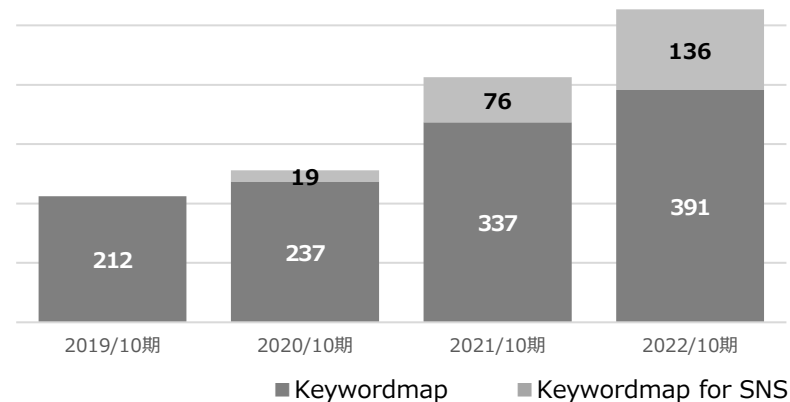
- 広告宣伝費比率は7%を切る低水準にもかかわらず、両事業ともに契約件数は順調に増加

### ■ 広告宣伝費・広告宣伝費比率の推移

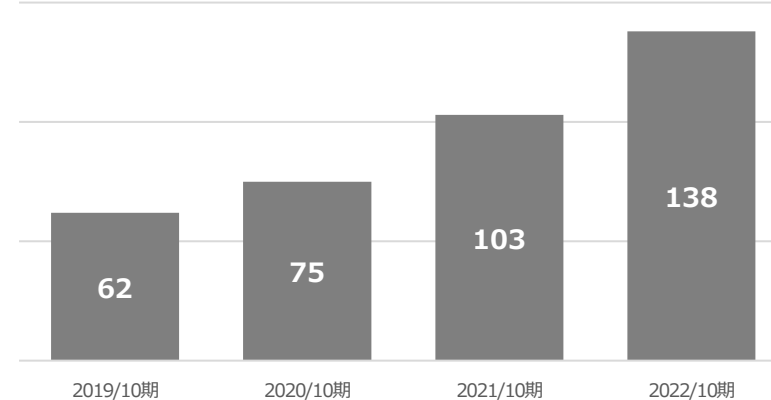
(単位：百万円)



### ■ 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



# /// 人的資本投資

## Ⅲ. マーケティングのプロフェッショナル集団

- 育成人材を含めた積極的な人材採用と、早期活躍及び人材価値の向上・循環を目的とした育成プログラムや制度が充実



### ① 人的価値の向上

早期活躍に向けた育成体制の充実

- 当社独自教材によるマーケティングの基礎の習得
- Keywordmapシリーズを活用したデジタルマーケティングノウハウの習得
- ロープレを通じたクライアントコミュニケーション能力の習得
- ベテランメンバーがコーチにつきOJTを実施し、業務をサポート
- ポジション毎に定義されたスキル要件・知識要件の評価と改善を実施
- 半年ほどで独立プレイヤーへ



### ② 人的価値の活用

1on1面談をベースとした育成サポートやメンバーの特性や適正配置の把握

- 1on1面談を通じた育成サポート
- 1on1面談を活用したメンバー特性や適正配置の把握



### ③ 人的価値の循環

副業や時短・在宅制度導入によるライフバランスの充実

- 許可制による副業の導入
- 時短社員・在宅制度導入によるワークライフバランスの充実



人材活用への投資によるDX人材の確保

# 05

—

## 財務ハイライト

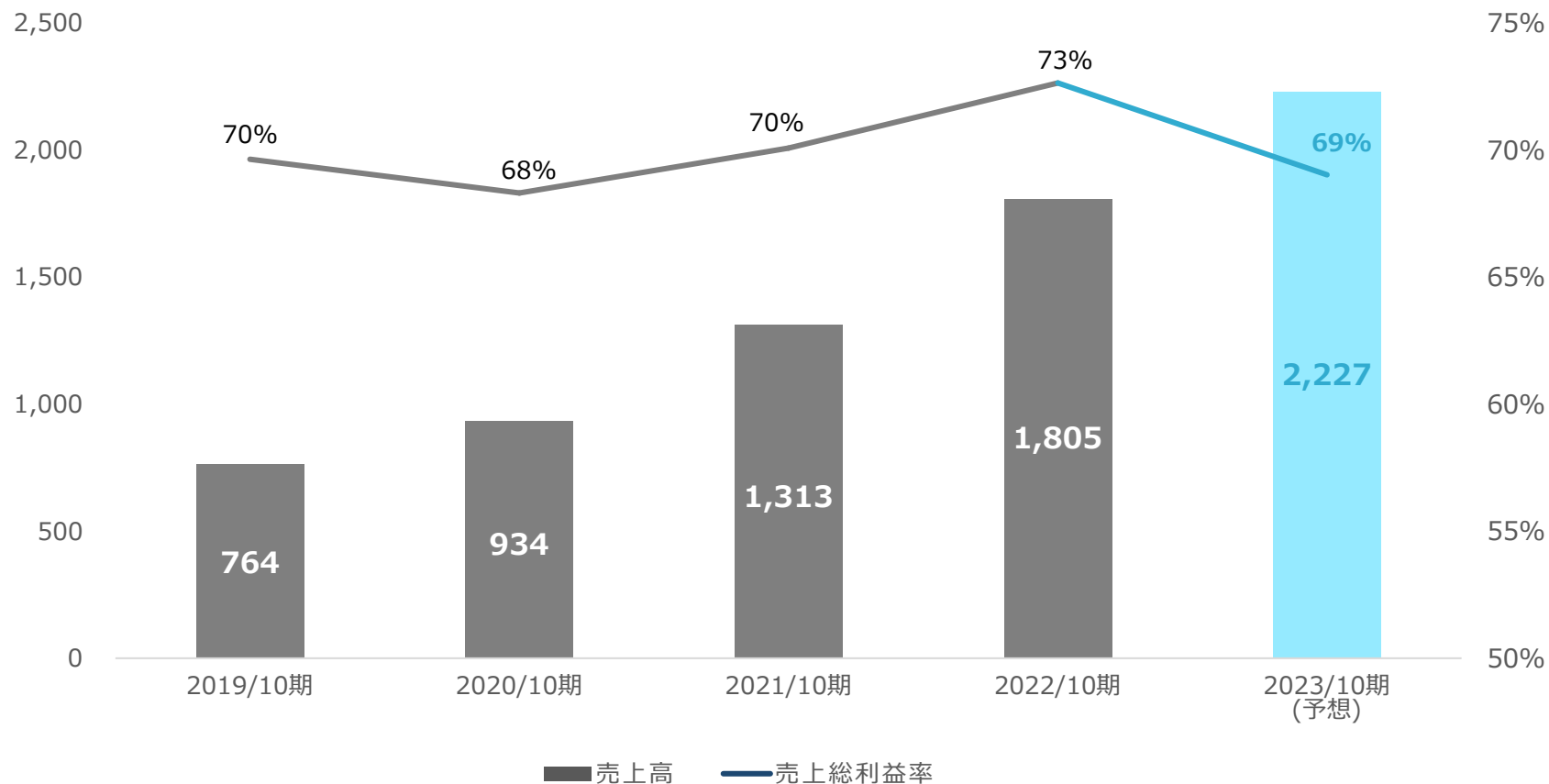
- 01 | CINCの概要
- 02 | CINCの事業
- 03 | 事業環境
- 04 | CINCの特徴と強み
- 05 | 財務ハイライト**
- 06 | 成長戦略

# 売上高・売上総利益率の推移

- 業務の仕組化で、高水準の売上成長率・売上総利益率を実現

## ■ 売上高・売上総利益率の推移

単位：百万円

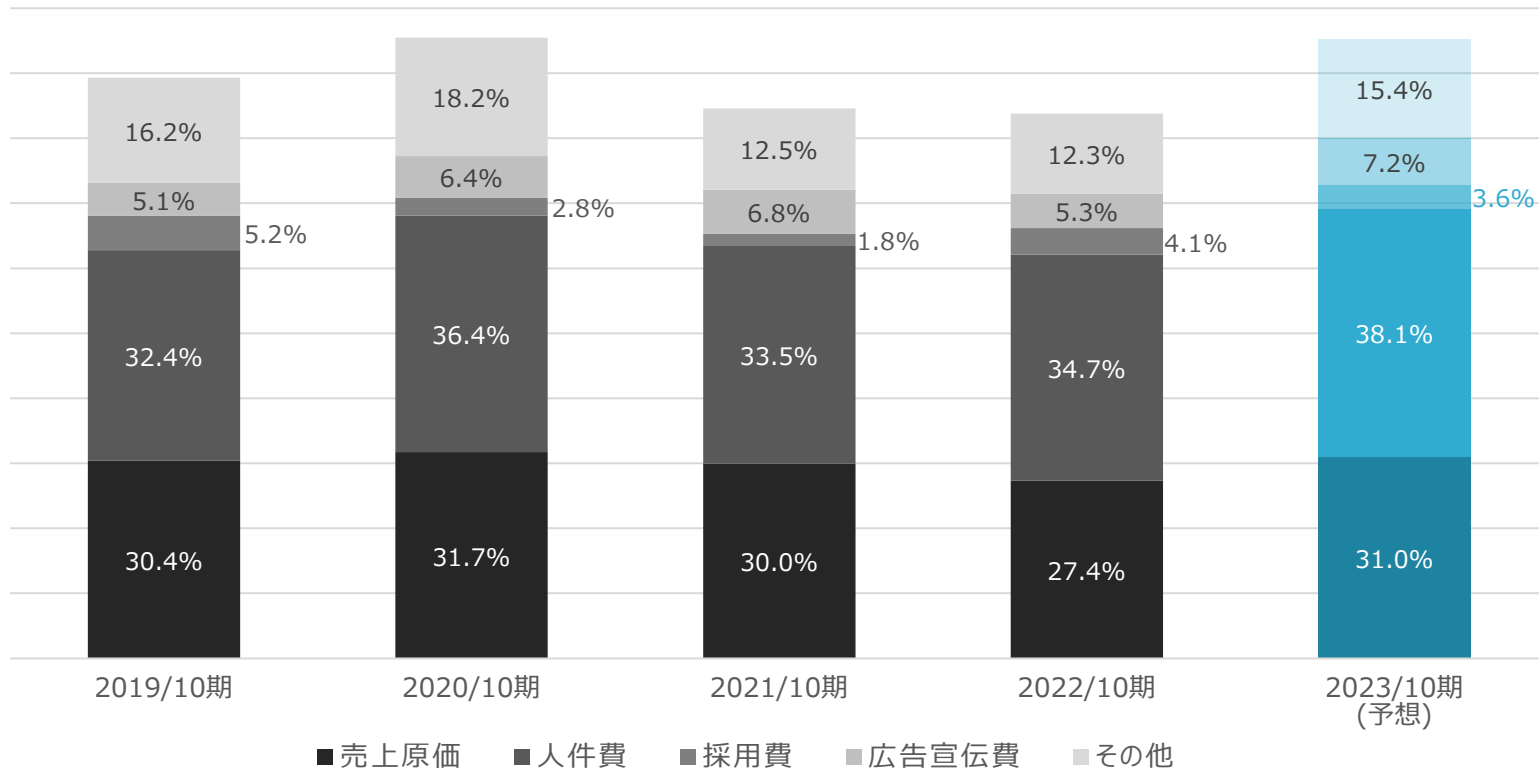




# /// 費用の推移

- 円安によるサーバー費の増加があるものの売上原価率は30%前後で安定的に推移
- 人材投資を積極的に行っていることで、人件費の割合が増加傾向
- オフィス移転に伴う地代家賃の負担が増加したため「その他」の割合が増加

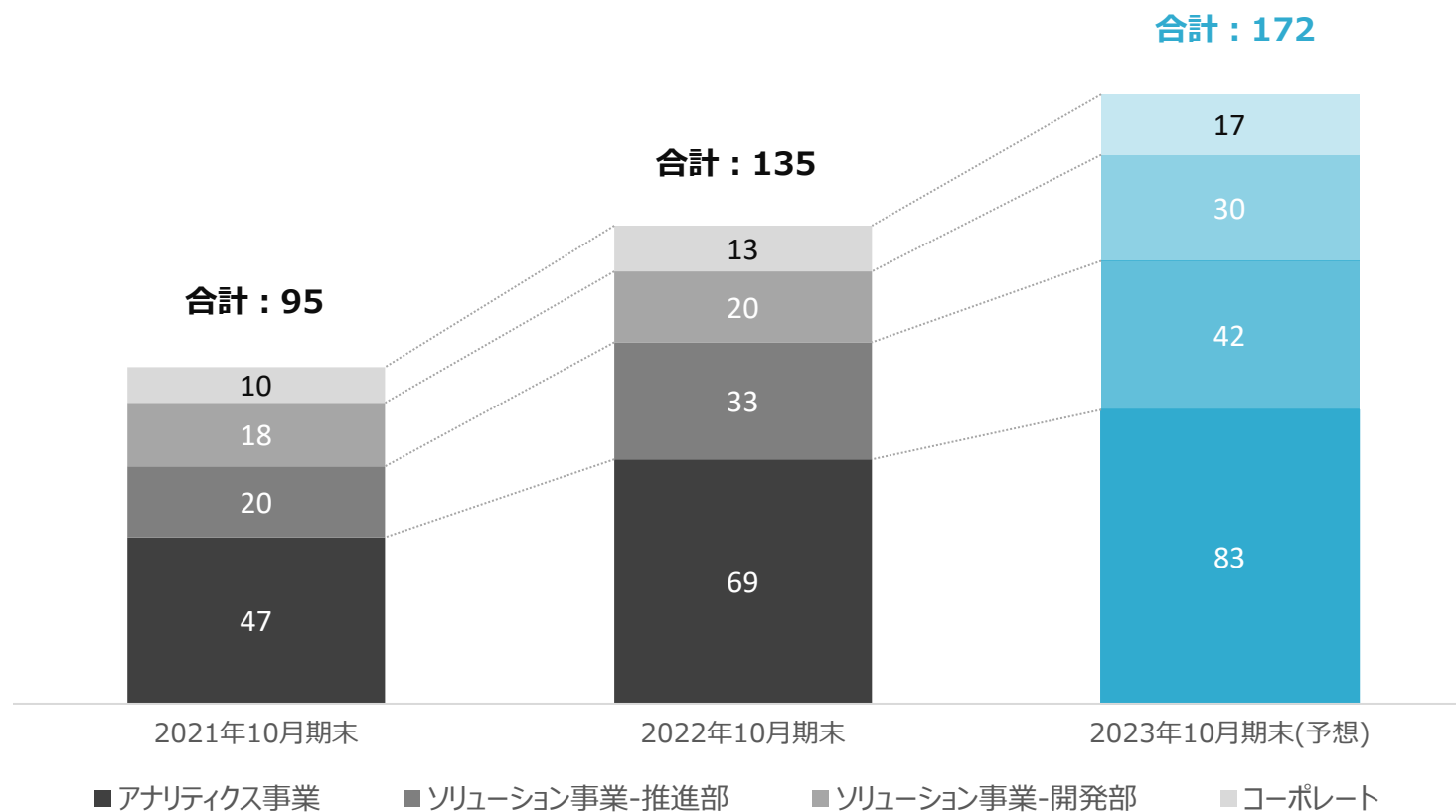
## ■ 費用項目の内訳（対売上高）の推移



# /// 人員の推移

- 各事業とも人材投資は積極的に行っており、引き続き人材投資をおこなっていく

## ■ 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。

# /// 2022年10月期通期 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37.4%の増収
- 各段階利益で期首業績予想を全て達成

(単位：百万円)	2021年10月期 (実績)	2022年10月期 (実績)	前期比 (増減率)	2022年10月期 (期首業績予想)	達成率
売上高	<b>1,313</b>	<b>1,805</b>	<b>37.4%</b>	<b>1,736</b>	<b>104.0%</b>
ソリューション事業※1	649	886	36.6%	876	101.2%
アナリティクス事業	675	934	38.3%	875	106.7%
売上総利益	<b>920</b>	<b>1,311</b>	<b>42.5%</b>	<b>1,269</b>	<b>103.3%</b>
営業利益	<b>202</b>	<b>292</b>	<b>44.7%</b>	<b>239</b>	<b>122.1%</b>
ソリューション事業	117	206	75.7%	184	111.7%
アナリティクス事業	84	86	2.0%	54	157.2%
経常利益	<b>190</b>	<b>291</b>	<b>53.1%</b>	<b>237</b>	<b>122.8%</b>
当期純利益	<b>129</b>	<b>201</b>	<b>55.5%</b>	<b>150</b>	<b>133.5%</b>

※1 内部取引による売上高を含んでいます。

# /// 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

**527**社

Keywordmap

391社

SNS

136社

両方導入

27社

ARR ※2

**9.3**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

**138**社

月額単価平均 ※4

**61**万円

契約期間が6ヶ月以上の顧客の割合

**90**%

※1：2022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、2022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。

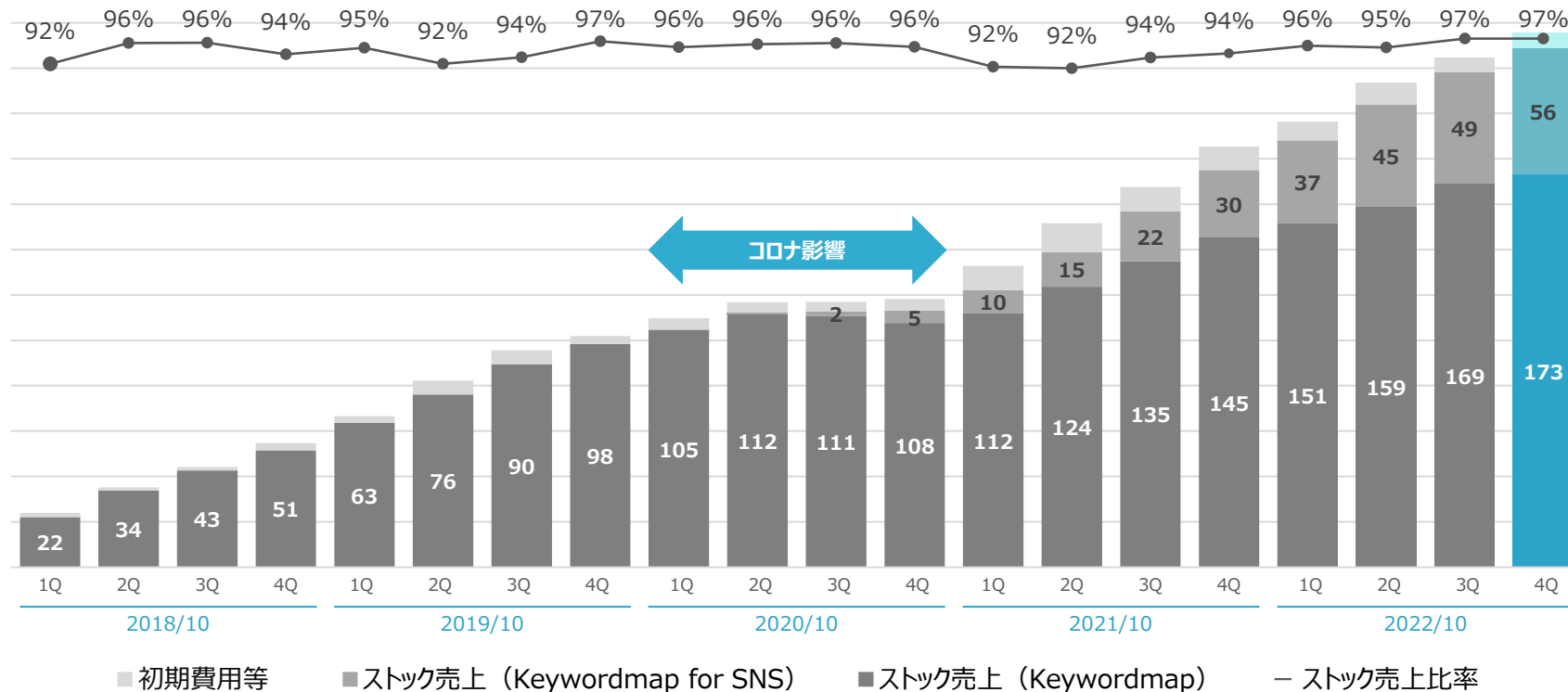
※4：2022年10月末の月間の売上げを契約社数で割って算出。

# ソリューション事業 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4Q比30.8%増加
- 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

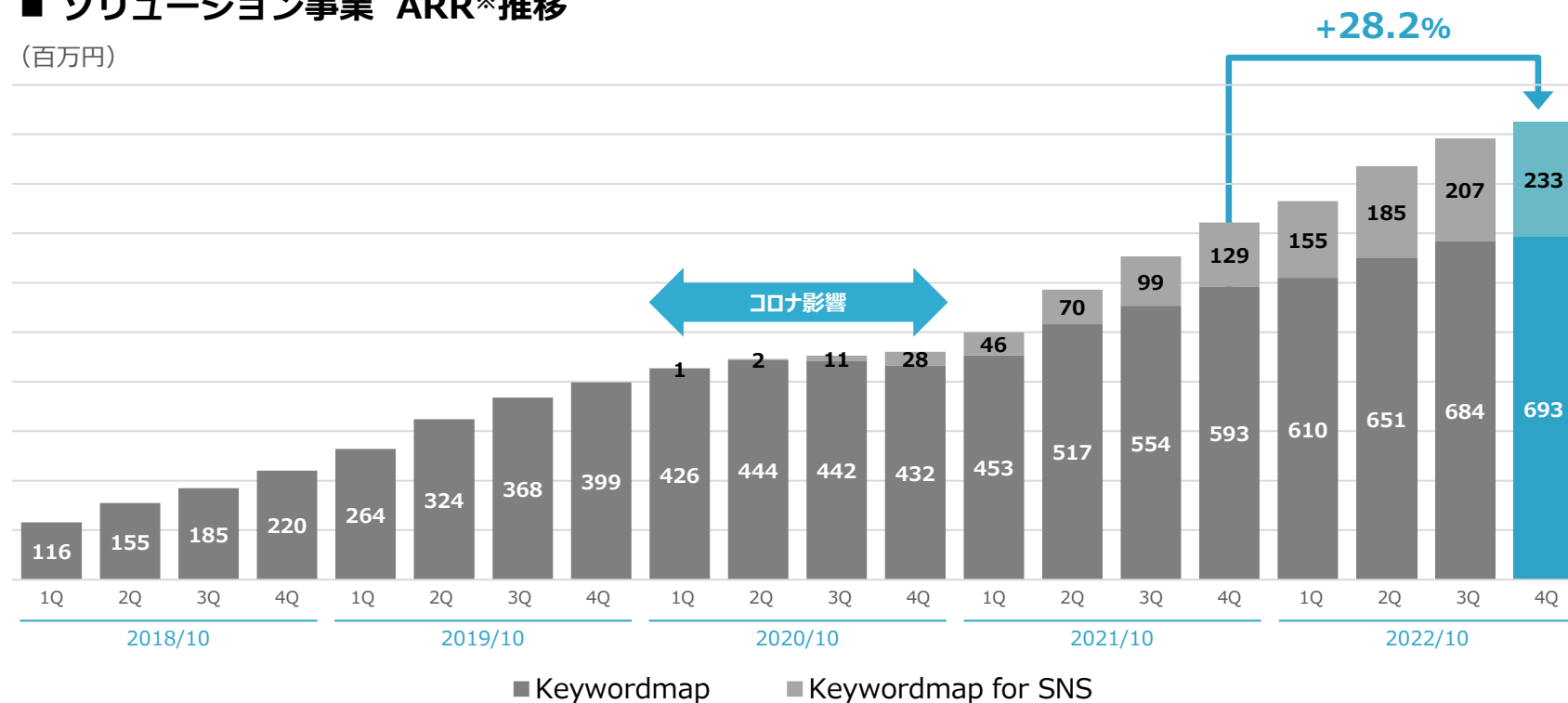
※ストック売上高は、売上高のうち経常的に得られるKeywordmap及びKeywordmap for SNSの月額利用料(MRR<Monthly Recurring Revenue>)の合計額

# ソリューション事業 ARR推移

- ARRは前期4Q比28.2%増加、当期3Q比3.8%増加
- 「Keywordmap」が前期4Q比16.9%増加、「Keywordmap for SNS」が前期4Q比79.8%増加
- 「Keywordmap for SNS」の伸びがARRの成長に大きく寄与
- 「Keywordmap」は新規案件獲得が減少し、成長率が鈍化

## ■ ソリューション事業 ARR※推移

(百万円)



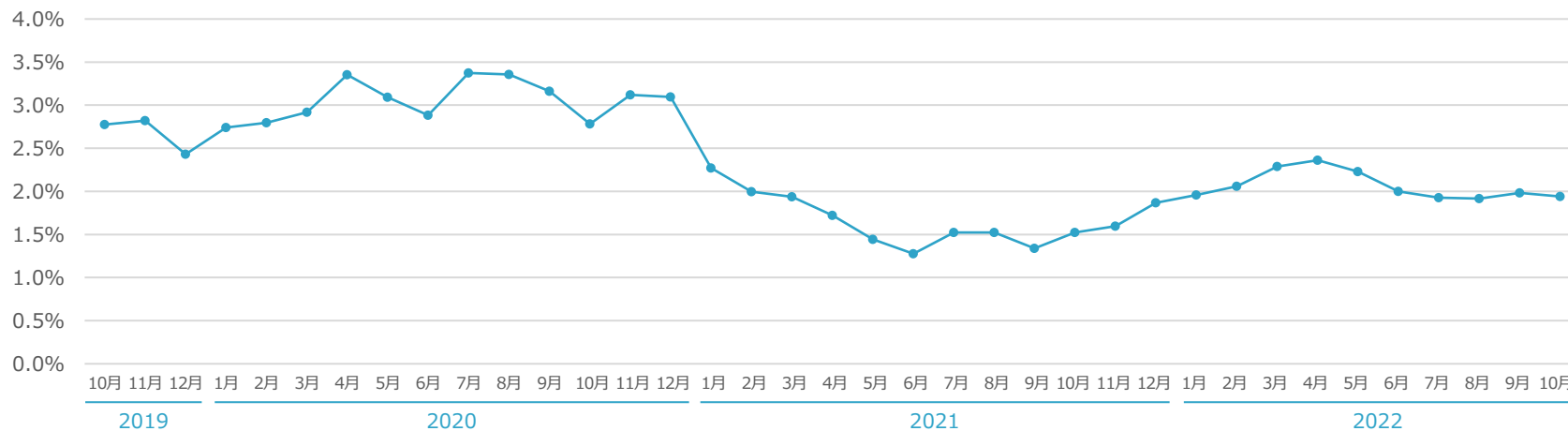
※2018/10期に決算月変更を行ったため、2017年10月～2018年1月を「2018/10 1Q」、2018年2月～2018年4月を「2018/10 2Q」、2018年5月～2018年7月を「2018/10 3Q」、2018年8月～2018年10月を「2018/10 4Q」と表示

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

# ソリューション事業 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、各種施策を実行し、解約率は改善し、2%前後で推移
- 引き続き、モニタリングシステムを活用し、解約率の低減活動を行っていく

## ■ 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

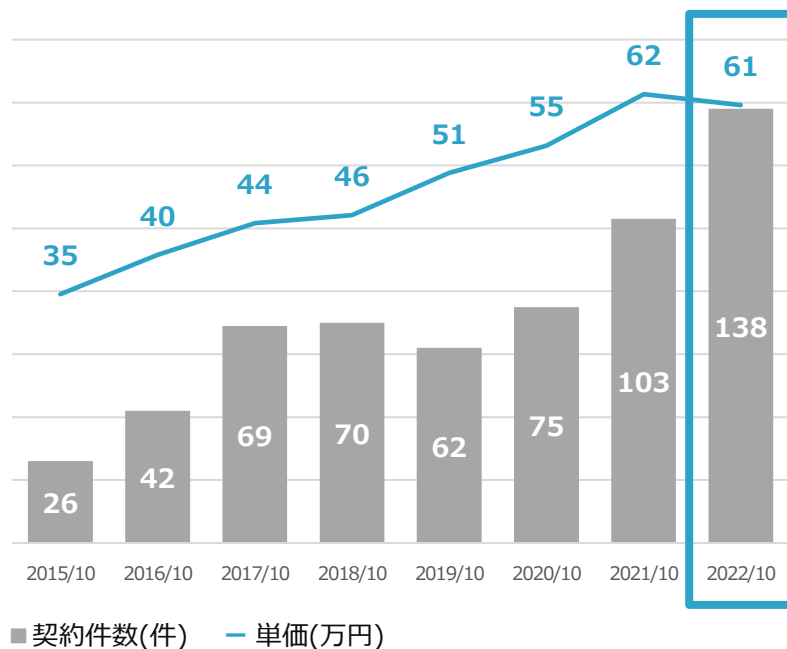
2月にリリースされた検索順位レポート等、継続し企業のマーケティングデータを蓄積する機能により、クライアントのKeywordmapシリーズの利用を促進

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

# /// アナリティクス事業

- サービスクオリティの向上やサービスラインナップの増加に伴い契約件数が増加
- 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)は低下したが、売上総利益ベースでの影響はなし

## ■ アナリティクス事業 契約件数・単価推移 ※1



## ■ 単価が下がった背景

新収益認識基準で代理人取引に該当する取引が増加したため

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

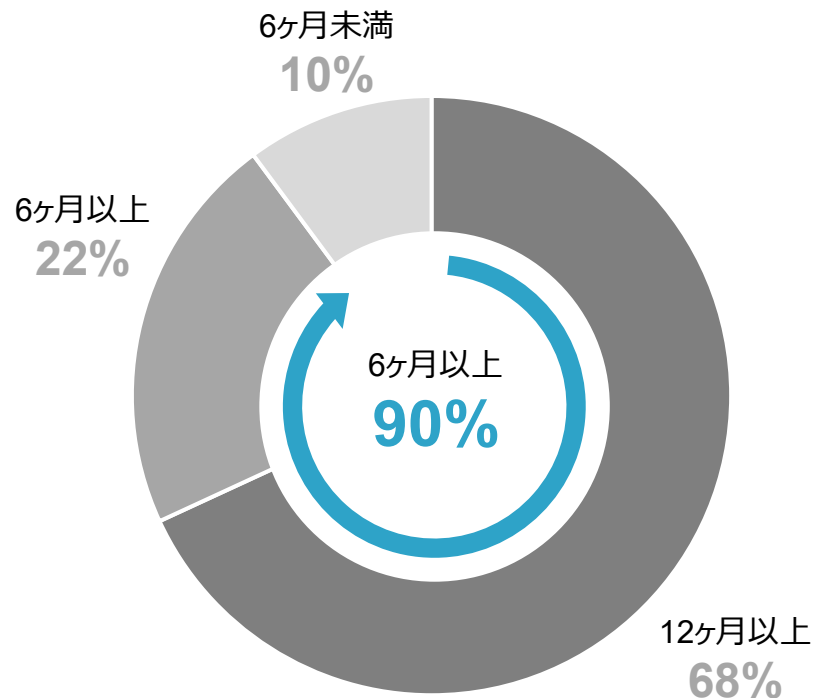
※2：2022年10月末時点の取引先における契約開始から契約更新月までの契約期間を基に算出



# /// 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

※2：2022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

# /// 2023年10月期業績予想

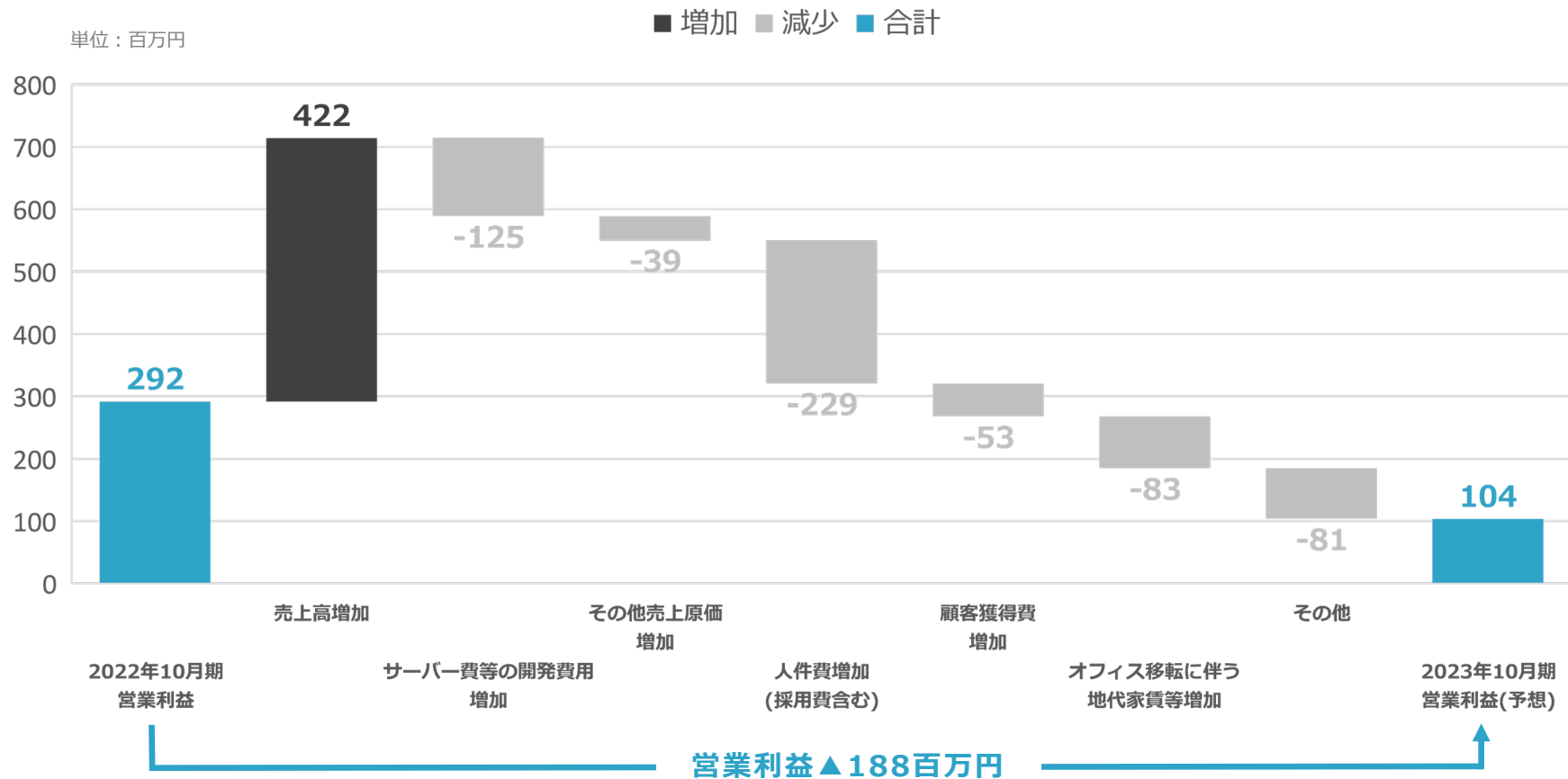
- マーケティング業務の自動化や効率化につながるクラウド型のサービス及びマーケティング活動のデジタル化を支援するサービスについて、引き続き高い需要が継続すると予想し、23.4%の増収を見込む
- 中期的に売上高30%成長を実現するため、積極的な人員の採用やマーケティング費用の投入は継続
- 円安によるサーバー費の負担が増加するほか、新オフィス移転による地代家賃が増加
- その結果、営業利益104百万円（64.4%減）、当期純利益66百万円（66.9%減）を見込む

(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	<b>2,227</b>	<b>23.4%</b>	<b>1,805</b>
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	<b>1,537</b>	<b>17.2%</b>	<b>1,311</b>
営業利益	<b>104</b>	<b>▲64.4%</b>	<b>292</b>
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	<b>103</b>	<b>▲64.6%</b>	<b>291</b>
当期純利益	<b>66</b>	<b>▲66.9%</b>	<b>201</b>
1株当たり当期純利益	<b>19円82銭</b>	<b>▲40円46銭</b>	<b>60円28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

- 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



# 06

—

## 成長戦略

01 | CINCの概要

02 | CINCの事業

03 | 事業環境

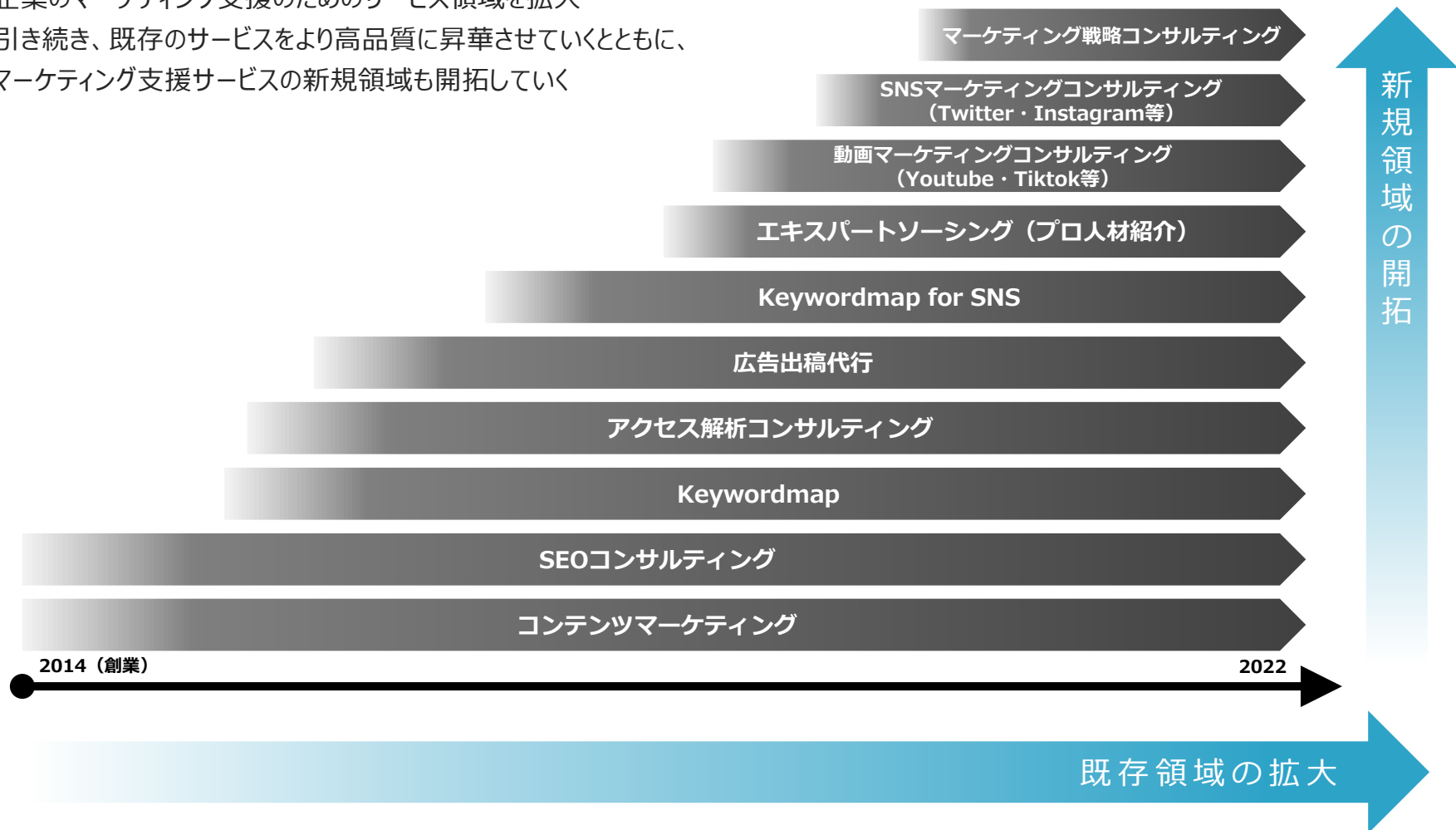
04 | CINCの特徴と強み

05 | 財務ハイライト

**06 | 成長戦略**

## /// 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



# 2022年10月期の取り組み



## 契約件数拡大

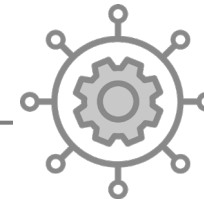
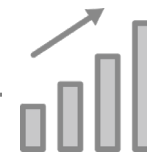
- ・ 継続的なウェビナーに加え、地方のオフライン展示会にも出展
  - ▶ 有効リードの獲得の拡大
- ・ 部署・プロダクト間を越えた顧客紹介・クロスセルの推進
- ・ 解約率低下のための施策を実施
  - ▶ 全クライアントの利用状況の把握（定量ヘルスコア）
  - ▶ サクセスプランリリース
- ・ 解約率低下、新規受注増加に寄与する機能の開発

Keywordmap

- ▶ 「検索順位レポート」機能を実装
- ▶ 「リスティング競合分析」の一部機能を「リスティング広告分析」としてリニューアル

Keywordmap  
for SNS

- ▶ 新規・解除フォロワー属性／ニーズ傾向を分析できる機能実装

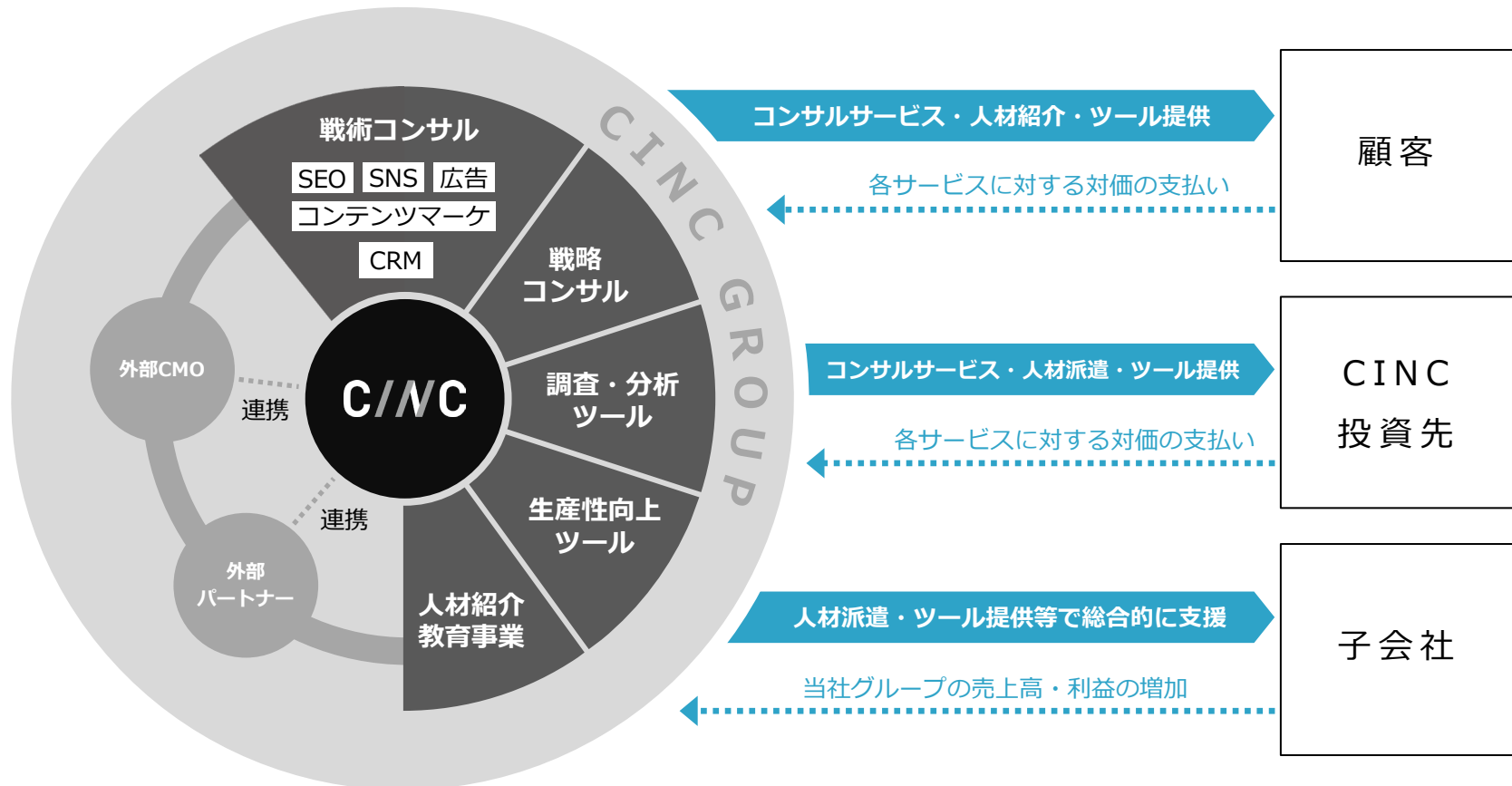


## 契約単価アップ サービス数増加

- ・ 動画マーケティングコンサルサービスの強化
  - ▶ YouTube Shorts／TikTokなどの短尺動画にも対応
  - ▶ 動画視聴ニーズ分析ツール「Vid Analytics」を開発
- ・ エキスパートソーシングサービスの体制整備

# 成長戦略-CINCの目指す姿

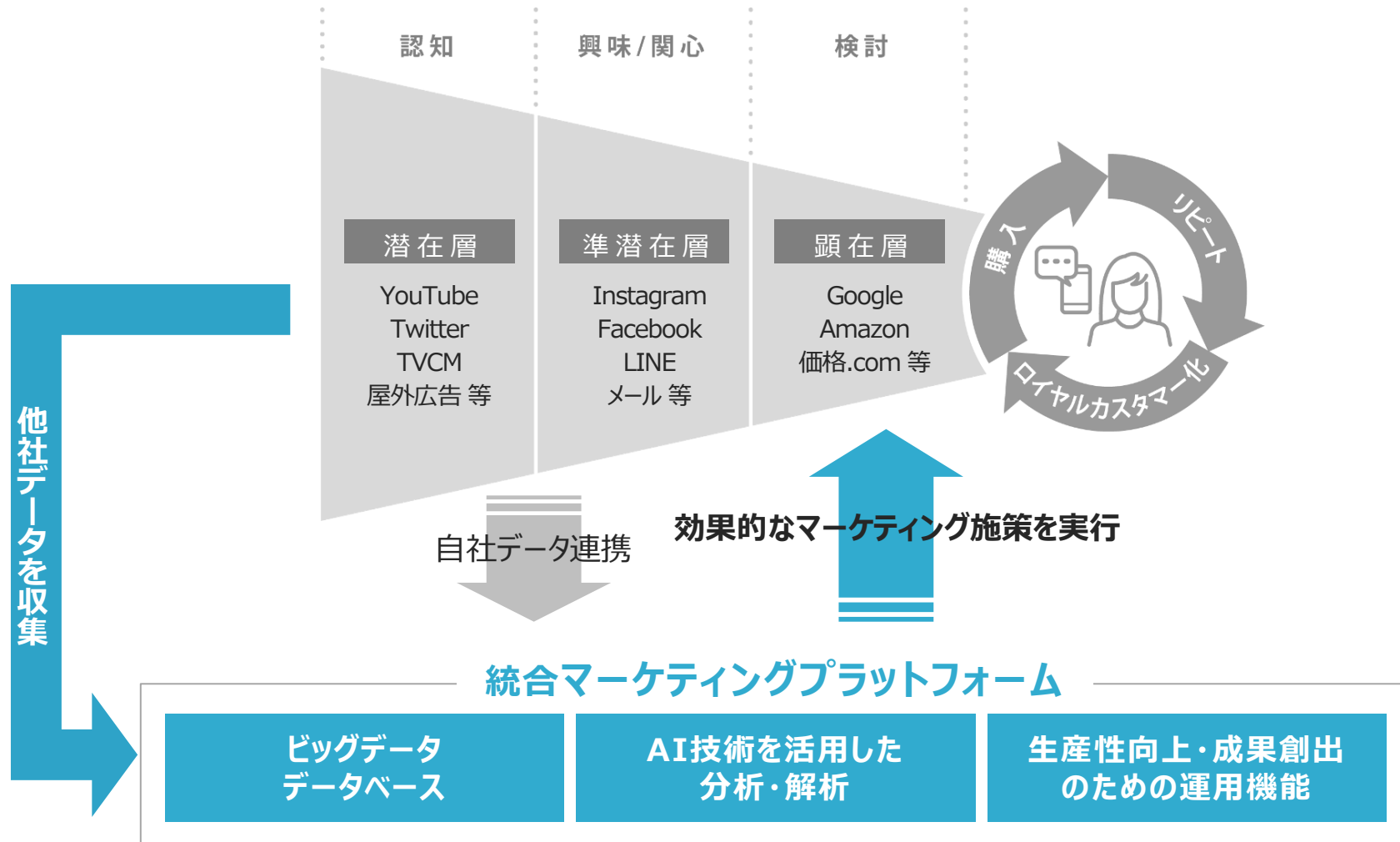
- マーケティング戦略立案からマーケティング戦術実行まで総合的に顧客のマーケティング活動を支援
- 外部パートナーや外部CMOと連携し、コンサルティングのサービスラインナップを拡充
- 業界スタンダードのプロダクトを開発し、顧客のマーケティング業務の生産性向上・品質の標準化を図る
- 社内にマーケターがいる会社にはツールの提供、社内にマーケターがいない会社にはコンサルティングサービスの提供や、プロ人材の紹介(エキスパートソーシング)と、マーケティング活動を行っているすべての企業が当社のクライアントとなる世界観を目指す**
- 資本提携やM&Aにより関連会社となった企業に、当社のマーケティングノ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



# Keywordmapシリーズの目指す姿

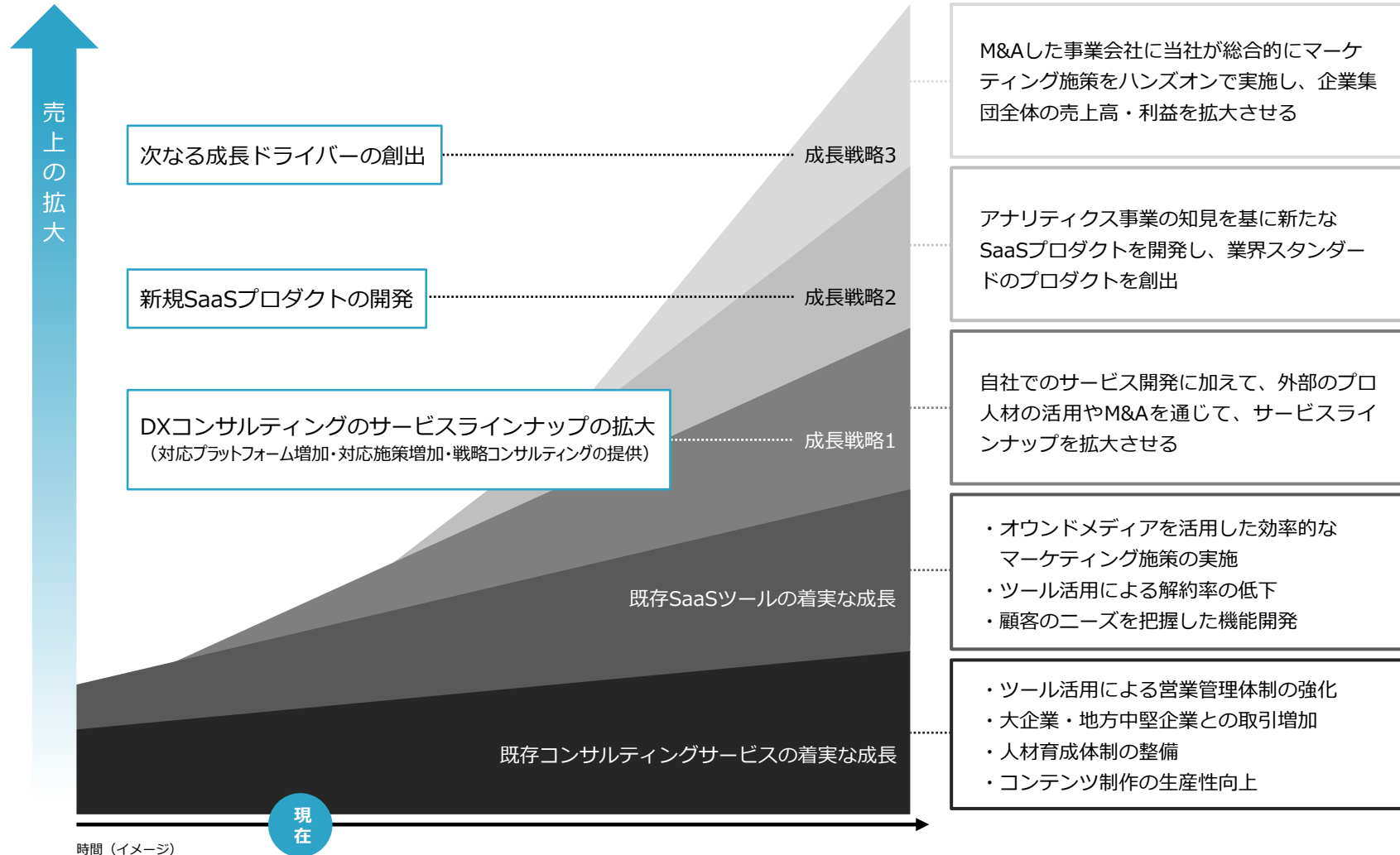
- 認知から購入までのマーケティング工程の戦略立案から施策実行までをサポートし得る統合マーケティングプラットフォームへの発展を目指す

※ 下図は、マーケティング施策を実行する際に、各ファネルに対し一般的に活用されるプラットフォームを記載しています。



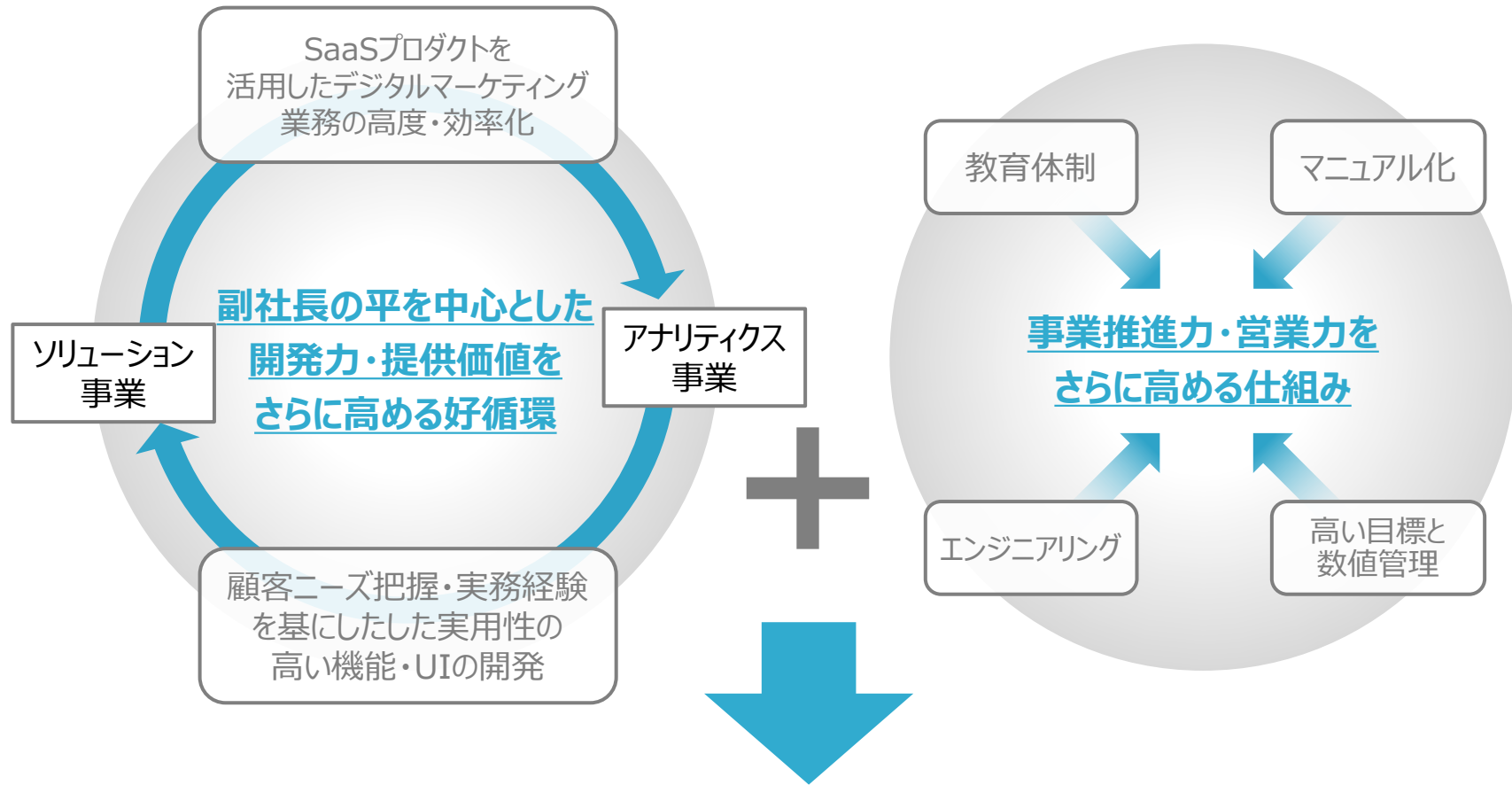


# /// 成長イメージ



# /// 成長イメージ

- デジタルマーケティングへの知見が高い副社長の平を中心としたサービスの提供価値を高める好循環と事業推進力・営業力をさらに高める仕組みにより、成長戦略を実現していく



成長戦略を実現する持続的な高い成長力

# /// 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 業界標準のプロダクトを創出する

### Keywordmap

#### 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

### Keywordmap SNS

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

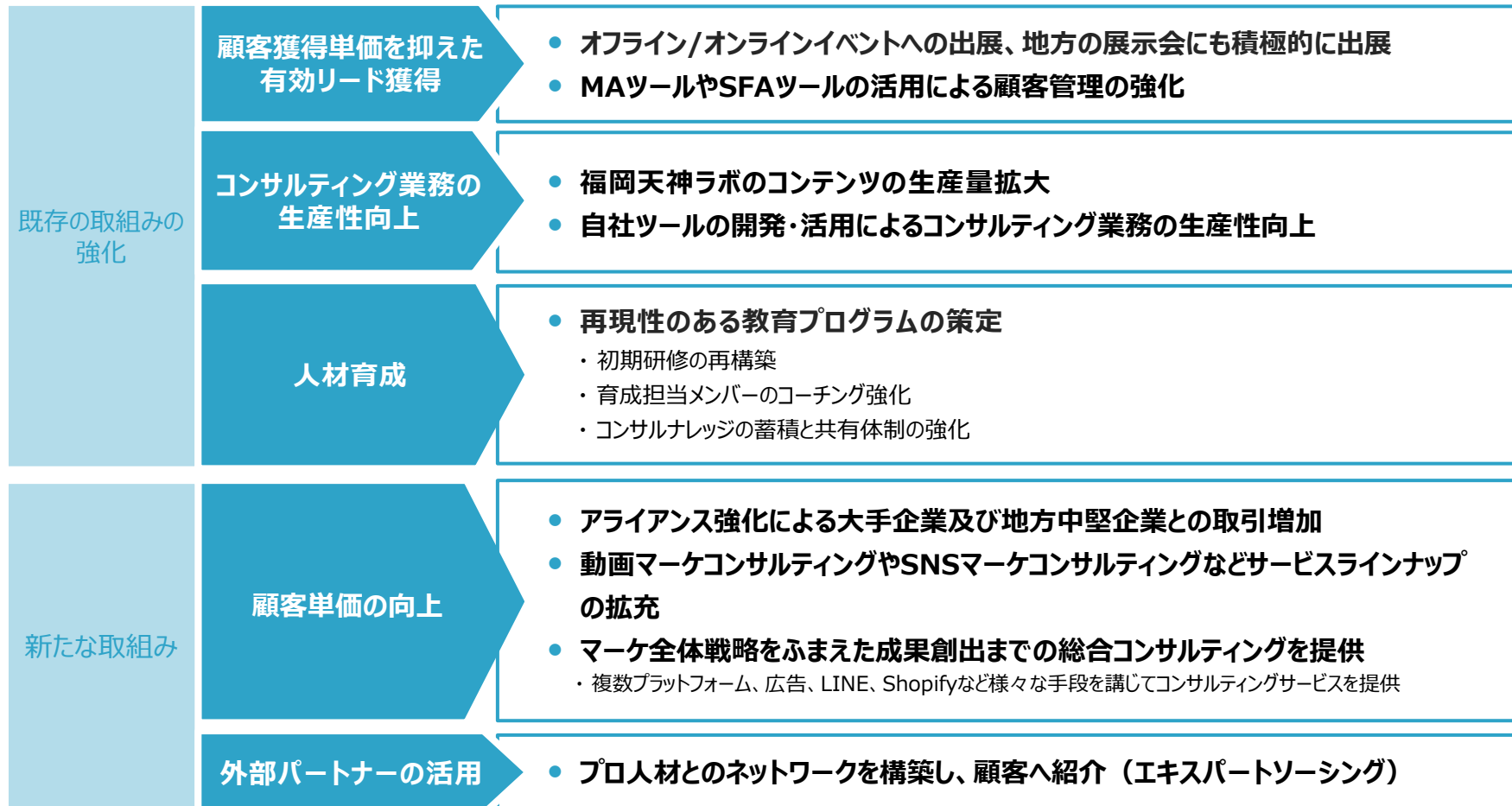
新たなSNSプラットフォームへの対応

### 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

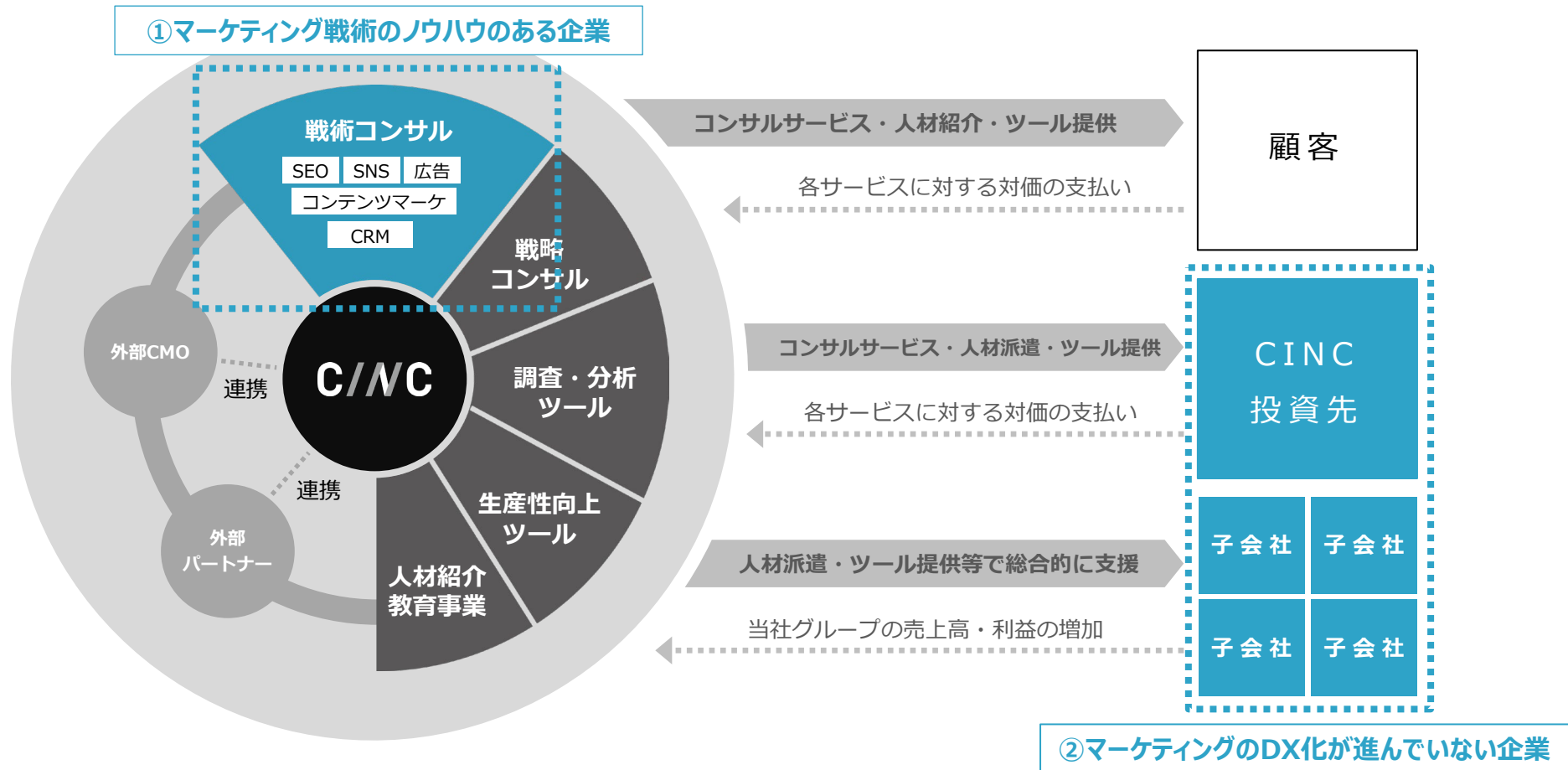
# 成長戦略-アナリティクス事業

## 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



# /// 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、有価証券報告書の「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まいります。
プラットフォームの変化	プラットフォームの方針変更によるデータ取得・利用制限	中	大	現時点では、当社サービスに影響を及ぼす方針変更はありませんが、今後もプラットフォームの動向を注視して柔軟に対応してまいります。
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まいります。
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まいります。
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及びアナリティクス事業を横断したプロジェクトとして、両事業の知見を活用し、新規事業創出を強く推進してまいります。
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まいります。
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まいります。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まいります。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まいります。

## /// 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、2024年1月を目途として開示を行う予定です。



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](#)



**C / N C**