

ThinkMove

シンクムーブ株式会社

会社概要・主要サービスご紹介

会社概要

会社概要

会社名	シンクムーブ株式会社 (ThinkMove inc.)
住所	〒150-0041 東京都渋谷区神南1-11-4 FPGリンクス神南 5F
設立	2024年12月
代表取締役	豊藏翔太
事業内容	インターネットを利用したマーケティング支援／検索エンジン最適化に関するコンサルティング及び運営支援／ウェブサイト及びウェブコンテンツの企画、制作、運営及び管理／人工知能を活用したシステム及びソリューションの企画、開発及び運用／マーケティング、検索エンジン最適化及び人工知能に関するセミナー、講演及び教育プログラムの企画、実施及び運営／デジタルコンテンツ及び教育コンテンツの企画、制作、販売及び配信／前各号に附帯又は関連する一切の事業

代表取締役プロフィール



豊藏 翔太 Shota Toyokura

1992年東京都生まれ。法政大学経営学部卒。

エン・ジャパンで営業を経験後、小規模ITコンサルティング会社に入社し、ITコンサルタントとしてAI-OCRやRPAの導入支援、業務フロー改善に従事。並行して個人で7サイト・600記事を運営。自ら手を動かし、成果を出す経験を積む。

2019年、アイオイクスに入社。セールス、マネージャーを経て事業責任者に就任し、大手企業を中心にSEO・マーケティング支援を担当した。

2024年12月、シンクムーブを創業し、インハウスマーケティング共創支援に取り組む。最近は大バイブコーディングに夢中。

著書に「AI時代のSEO戦略」。

日経クロストrendをはじめ各媒体への寄稿、登壇も積極的に行なっている。

戦略・設計・Slackの裏方・ベンダー橋渡しまで一気通貫でカバーする“共創型の右腕”

メディア・共催実績

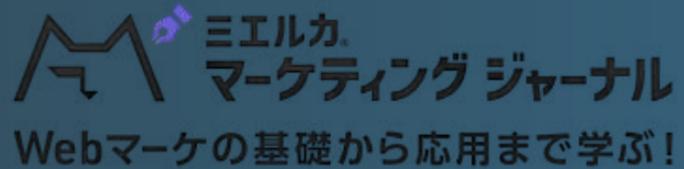
The screenshot displays the Nishinichi XTREND website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'マーケティングがわかる 消費が見える 日経XTREND'. Below this, there are several article teasers. A prominent article titled '生成AIが台頭する今 SEO担当者に求められる新スキル' (In the current era of generative AI, new skills required for SEO specialists) is highlighted. The article is by 豊蔵翔太 (Shota Toyozumi), CEO of Shinkumubu Co., Ltd. The article content includes the text: 'あなたの知らない「生成AI」新仕事術' and '高に1度ニュー日経Gaming録はこちら'. The article is dated 2025年6月16日 and 2025年6月12日. Other visible articles include 'セブン、紅茶マシンを全国1万店設置へ 女性層取り込みの切り札に' and 'AI時代の「SEO戦略」に3つのポイント 推測の「AIO」は避けるべき'.



日本最大級のAIツール検索エンジン



マーケティングがわかる 消費が見える
日経 **XTREND**



※五十音順

主要サービスのご紹介

採用する前に。 外注する前に。

わからない状態から始められる、マーケティングの相談相手
顧問より近く、採用より軽く。

施策は動いているのに、なぜか前に進まない。



本当の敵は
「タスクの量」ではありません。

「決めきれない状態が続くこと」が、
負荷と停滞感の正体です。

- 判断材料が揃わないまま、意思決定を迫られる。
- 誰も確信を持ってないまま、施策だけが進む。
- ひとりで抱え込み、うまく説明できない。
- 相談できる相手が見つからない

「前に進まない」の正体は、 この5つのパターンのどれかです。

①判断基準がない



この施策、
いいのか悪いのか
わからない…

②KPIが多すぎる



どの数字を
見ればいいのか？
全部大事に見える

③部門で正義が違う



営業はこう言うけど
開発はこう言う

④外注に丸投げ



任せただどこか
自社とフィットしてない
気がする

⑤納得がない



施策は進んでるけど
これでいいのか？

なぜ、「私たちは決めきれない」のか？

「情報」「仮説」「意思決定の場」が、バラバラに存在している。

経営



経営者の言っていること

現場



現場のしている数字

パートナー



外部パートナーの提案

「誰も間違っていないのに、誰も納得していない状態」が生まれる。

特にOrganicは「不確実なゲーム」

絶対的な正解が存在しない領域

- 「これさえやれば上がる」というレシピを探してしまう。
- 記事数など、“量”のKPIで安心してしまう。
- 目的と手段の因果が曖昧なまま、施策だけ積み上がる。



不確実性を前提に、
「どう観測し、どう学習するか」
を設計し直すこと



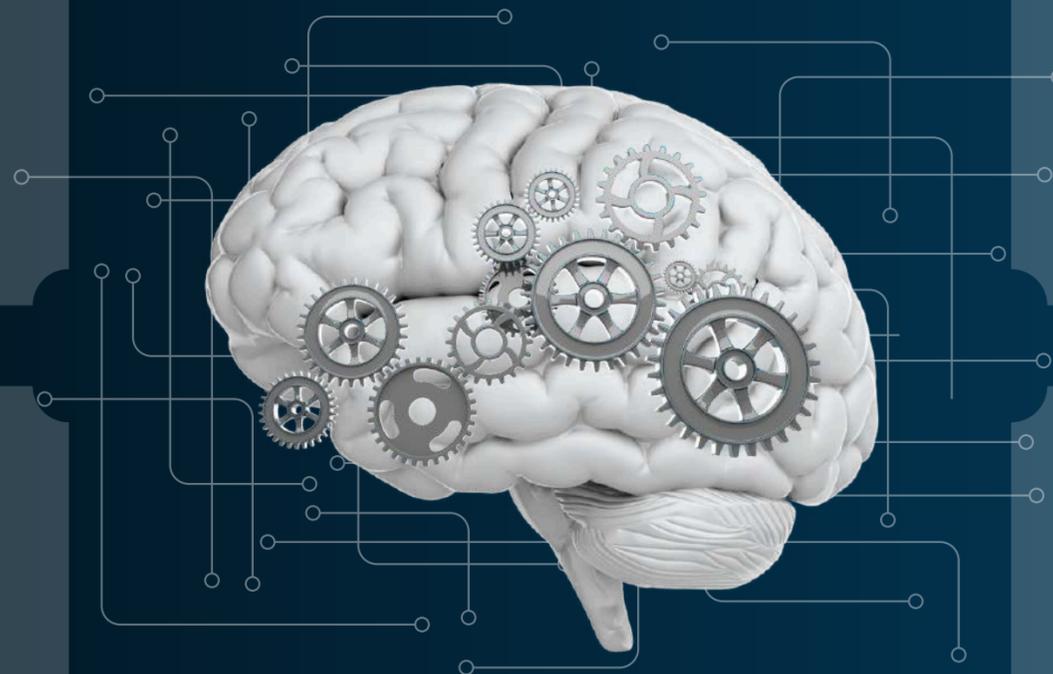
答えではなく、「問い」を共につくる。

インハウスマーケティング共創支援

“選択の質”を高めるための共通の軸を共創します。

どの問いから考えるべきか？

どこまで決めれば
実行に移せるか？



どの順番で決めれば、
現場が動きやすいか？

どんなサイクルで検証すれば、
学習が進むか？

週2時間で、マーケティングのリズムを整える。

1~2名体制のインハウスマーケターを対象にした「週2時間の共創型R&Dプログラム」



我々の役割

事業戦略と日々の施策、経営と現場、
インハウスと外部パートナーの“通訳役”

あえて「1~2名のマーケチーム」に特化。
「右腕」かつ「編集者」として伴走します。



意思決定を再現可能にする5つのステップ

Step1：観測 (Observe)

何を見る？



何を示唆？



Step2：意味 (Interpret)

今週何を決める？



Step3：問い (Question)

誰がいつまでに何を作る？

判断基準として何を残す？



Step4：実行 (Execute)

Step5：学習 (Learn)



「なんとなく不安」な1週間が、「次の一歩がわかる」1週間に

導入前



- どのような作業を依頼するか定義する必要がある
- 会議後、「結局何から？」が曖昧
- 方向性が「OKか？」自信が持てない



導入後



- 「今週決める問い」が明文化される
- 会議の論点が1枚のメモに整理される
- RFPが整理され「いい提案」が出やすくなる



シンクムーブの支援の特徴とは？

一般的なマーケティング支援

支援スタンス 決めたスコープで取り組む

成果物 レポート・提案書

関わり方 外部パートナー

時間軸 プロジェクト型



シンクムーブの共創支援

支援スタンス 共に考え、共に動く

成果物 意思決定ログ・ナレッジ

関わり方 内部の壁打ち相手

時間軸 リズム型



採用するよりも確実に、外注するよりも簡単に。
今自社で必要なことをディスカッションしつつ
着実に前に進めるパートナーとして機能します

シンクムーブのポジショニング

競合比較マトリクス



戦略だけ渡して終わらない。作業だけ請けて終わらない。
判断の「設計」から「実行」まで、横で伴走します。

他の選択肢との比較

採用・コンサル・運用代行、それぞれの「得意」と「苦手」

	採用	コンサル	運用代行	ThinkMove
月額	50~80万 ※採用コスト別途	40万~200万	30~80万	45万 ※スタンダードプランの場合
立ち上がり	3~6か月	1~2か月	即日~	即日~
戦略	△	◎	×	○
実行	◎	×	◎	○
判断の支援	△	△	×	◎
壁打ち相手	×	△	×	◎
発注の前提	要件定義 & 採用 & 定着	何を頼むか言語化	継続的な作業	わからない状態でOK

採用より早い。コンサルより安い。運用代行より上流。そして、「判断の型」が組織に残る。

なぜ、この支援ができるのか？

「考える」「動かす」「組織を回す」を全部やってきた。

営業
(エン・ジャパン)



課題を
言語化する力

ITコンサルタント
(AI-OCR、RPA導入)



構造化して
動かす力

個人事業
(7サイト600記事)



自分で手を
動かす経験

SEO事業責任者
(アイオイクス)



組織を動かす力

「戦略だけ」の人でも「作業だけ」の人でもない。
組織を動かして、判断を前に進めてきた経験があります。

週2時間の「共創セッション」



毎週、迷いが晴れて、次の一歩が決まる。



最初の30分

意思決定の為の深掘り

「何が進んで、
何が詰まっているか」
が見える

真ん中70分

ディスカッション
プロト作り

「今週、何を決めるか」
「どんな施策を試すか」
がハッキリする



最後の20分

来週のアクション決定

「月曜から何をやるか」
が決まっている



「相談してスッキリ」で終わらせない。毎回、次の一手が手元に残ります。

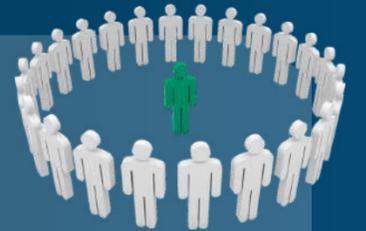
プロジェクトで作成する成果物

議論の論点整理メモ



施策アイデアの
優先順位リスト

RFPドラフト
(外注への依頼書)



プロトコンテンツ
(構成案・原稿・メルマガ等)

意思決定ログ



成果物サンプル

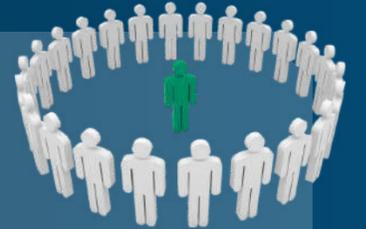
議論の論点整理メモ

論点整理メモ

- **結論：今週決めたこと**
〇〇施策は一旦停止、△△に集中する
- **未決事項：次に決める問い**
■ の効果検証方法をどうするか
- **判断材料：必要なデータ・確認**
GA4の ■ レポート、営業からの△△ヒアリング
- **やること：ToDo**
〇〇の調査（担当：山田／期限：1/6）
△△のドラフト作成（担当：鈴木／期限：1/7）
- **レビュー観点：OK／NGの軸**
CVR改善に寄与するか、工数は週10時間以内か

社内と社外を
前に進める1枚

RFPドラフト (外注・メンバーへの依頼)



RFPドラフト

- **依頼背景**
〇〇の課題解決の為、△△が必要
- **目的・ゴール**
■ を達成すること（目標数値：CVR+X%）
- **スコープ：やること**
〇〇の設計
△△の制作
- **スコープ外：やらないこと**
運用代行、継続的な保守
- **要件・制約**
納期：20XX年X月X日
予算：〇〇万円以内
- **検収要件**
〇〇が確認できた時点で検収

外注への依頼が
「丸投げ」から
「意図を持った発注」
へ変わります。

支援を通じて、組織に起きる変化

Before

議論の起点

施策の是非から議論が始まる

ROIへの
向き合い方

ROIが出ないと動けない

会議の成果

会議が報告で終わる

役割分担

AI・外注・人の役割が曖昧

判断の属人化

判断が属人化している

After

「今、何を決めるフェーズか？」
から始まる

やり方を決めてからROIで裏取り

会議中に決めて、その場で動く

「誰が何をやるか」が明確

判断基準が言語化され、
組織に残る

共創事例のご紹介① 大規模求人メディア

生成AIを「どう活用すべきか？」から「検証して進める体制」の構築へ

Before

- AI活用への関心はあるが、ハルシネーションへの懸念で踏み出せない
- 不確実な施策に対して、組織として意思決定できない状態

支援で取り組んだこと

- Vertex AI (Gemini) の導入設計
- まず300件で精度とコストを検証する段階的PoC
- 施策起案表・施策要件定義・モックアップ作成など

成果

- CVR +10% 向上
- AI施策の起案・実装が組織として動くように

	PHASE1	PHASE2	PHASE3	PHASE4
ステータス	完了			
検証項目	・そもそもChatbotを利用した時に、生成AIが使われるか	・生成AIではないChatbotを利用したユーザーの方が利用しなかったユーザーよりもCVRが高くなるか	・生成AIChatbotを利用したユーザーの方が利用しなかったユーザーよりもCVRが高くなるか ・PHASE2よりも高いCVRを出すことができるのか	・より厳密な検索条件を、生成AIを利用して出力できるようにする
検証する値	・利用率	・応募CVR	・応募CVR	・応募CVR
検証方針	・空のChatbot作って、クエリを入れるだけのものを置く	・お住まいの地域を教えて ・希望の働き方について教えて ・働きたい店があったら教えて →回答したらその検索結果のURLを出す 1) チャットbotに検索フォームを打ち込む 2) 検索結果を表示させる	・チャットbotで、自然言語をMCP利用して、地域、職種、バイト先の名前抽出して、APIに対してクエリした結果を出せるようにする	・チャットbotで、自然言語をMCP利用して、地域、職種、バイト先の名前抽出して、APIに対してクエリした結果を出せるようにする
エンジニア側の作業内容		・【経】 チャットbotに対して、検索に入れるパラメータをフロントエンド側で取得 ・【経】 フロントエンド側で取得する値を受け付けるAPIの構築 ・【経】 検索結果をチャットbotに出力する実装	1) MCPサーバーで、自然言語で検索したクエリを、API側で解釈可能な状態に変換する処理の実装 2)	・実際にクエリされている内容を出力できるように、そのクエリに合致した、カテゴリ作成や、裏側の辞書データの整備
今Slackでテーマを立てていることを考えるフェーズ				
結果指標	Chatbotの利用率: 0.9%	Chatbot利用ユーザー	リアルタイム開始指数: 1,248円 (前日比+2.3%)	AI市場分析: 「現在、清掃業の求人が急増中! 応募のチャンスです。」
撤退条件				
想定工数		・UI/UX要件定義 / デザイン / フロントエンド: ~3人 ・バックエンド: ~3人 L 既存Controllerで対応のみ L 検索/パラメータのModel層やController層		
期間	25年 - 生成AI検索 - 結果	X月XX日~X月XX日 実 X月XX日~X月XX日 検		



『まず300件で検証しましょう』と言われて、漠然とした不安が『検証可能なリスク』に変わりました。プロジェクトが進むようになったのが一番大きいです。
——マーケティング責任者

共創事例のご紹介② BtoB SaaS企業

サイトリニューアルで情報設計し300%流入増加。データドリブンな環境構築

Before

- 実務経験のないインターンが記事を量産
- 内容がリサーチの羅列で、実務者に刺さらない
- 大量のコンテンツ資産をどう活かすかなや

支援で取り組んだこと

- 新規作成を停止し、既存記事のリライトに集中
- 社員の知見を引き出す「質問テンプレート」を設計
- GTM再設定・CV寄与記事を特定し、優先順位を再設計

成果

- サイトリニューアル後で流入300%上昇。
- オーガニックチームの体制構築・社内の動きを支援
- GTMでタグ設定し、LookerStudioでパフォーマンス可視化



執筆時に判断に迷った点・質問事項

- 書きにくかった/自信がない箇所
 - P● ロジックツリーの説明部分
 - 難読化しすぎている気がするが、詳しく書くと初心者には難しくなりそう
 - →適切なレベル感が確認をお願いします
 - P● 事例部分
 - 具体的な数値 (CTR%) を入れたいが、適切な数値が分からない
 - →実際の事例の数値を入れてもらえますか？
 - P● 品質スコアの説明
 - 最新のGoogle広告の仕様に自信がない
 - →2025年現在の仕様で合っているか確認をお願いします

2. 追加すべきか迷った内容

- Yahoo!広告特有の仮定についても触れるべき？
- 予算規模別の戦略の違いも書くべき？

3. その他の確認事項

- 専門用語の使い方は適切か (特にマーケティング初心者向けとして)
- [] の事例の使い方はこれでOK？

監修者の方へのお願い

以下の方法でご確認ください：

1. Googleドキュメントの「提案モード」で直接修正をお願いします
2. 大きな構成変更が必要な場合のみコメントでご相談ください
3. 修正理由が分かりにくい箇所は、簡単にコメントを残していただけると助かります

特に重点的に見ていただきたい点：



インハウス担当に急遽なって、右も左もわからない状態でした。でも、これまでの成果物やダッシュボードで社内SEOの現状がすぐ分かりました。

記事の監修や今後の方針が見えるようになったのも大きいです。

—— SEO担当者

実績 AIプロダクト開発

コンサルティングだけではない、事業を「創る」力。

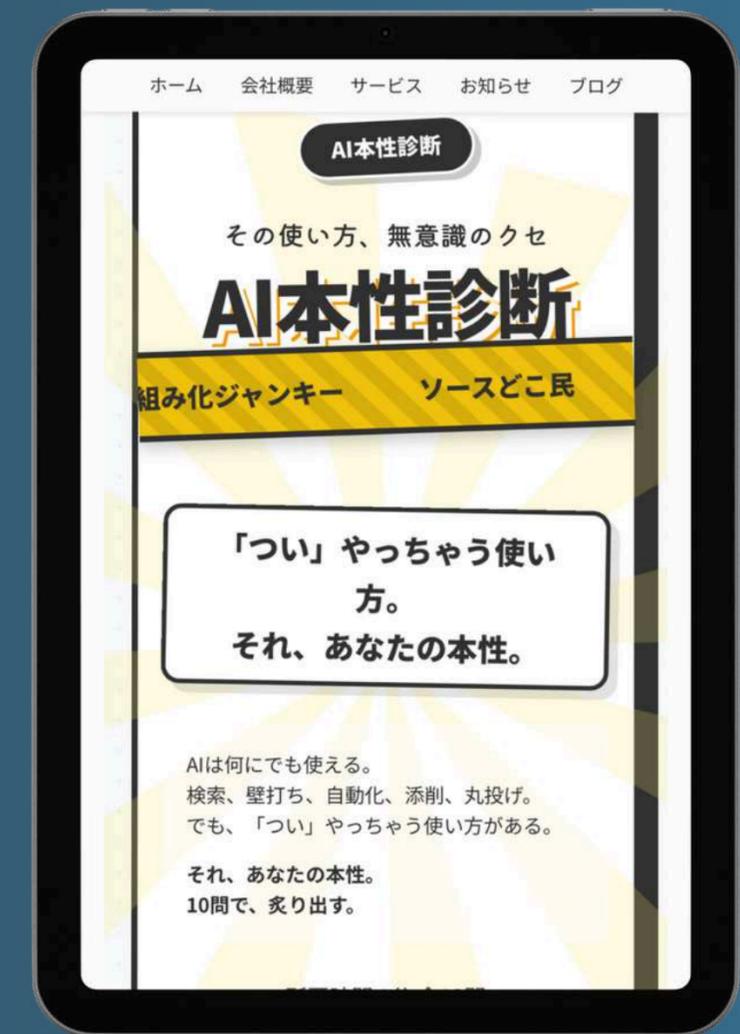


私たちは、自らAIを活用したプロダクトを開発・提供しています。

AI時代のマーケティングを実践し、事業を創出する能力の証明です。

- AI本性診断 (2025.12.15 Release)
- SEO担当10タイプ診断 (2025.12.02 Release)

リリース1ヶ月で合計3500人以上に利用されました。



このような企業様に向いています



向いている企業

- 少人数体制で、判断を1人で抱えがち
- 外部パートナーとの連携に課題がある
- AIやGA4を導入済みだが、活用に苦戦している

向いていない企業



- 短期でPVだけ増やしたい
- 指示通りに制作だけしてほしい
- 短期的なテクニックだけを優先したい

私たちは「何でも屋」ではありません。
判断と推進に必要な範囲だけを担います。

Do この支援でやること

- ✓ 意思決定の論点整理・優先順位づけ
- ✓ 依頼書（RFP）づくり・外注連携の橋渡し
- ✓ 施策レビュー（評価軸づくり）
- ✓ KPI / 計測の整理
- ✓ プロトタイプ作り

Don't この支援の外

- ✗ 制作代行（記事・LP・バナーなどの量産）
- ✗ 運用代行（常時運用の手足になること）
- ✗ 成果保証（順位・PV・CVの保証）
- ✗ 社内稟議の肩代わり（最終決定は貴社）
- ✗ 24時間対応（緊急対応は別途相談）

どのプランが合うか、3つの問いで判断できます。

Q1：判断は詰まっているが、実行は回っている

YES →

アドバイザリープラン

↓ NO

Q2：判断も詰まっているし、実行との接続も弱い

YES →

スタンダードプラン

↓ NO

Q3：判断も実行も詰まっていて、推進力自体が足りない

YES →

フルカスタマイズ（要相談）

プラン	こんな状態の方向け	MTG頻度	Slack対応
アドバイザリー	判断だけ詰まる。実行は自走できる。	月1回	原則質疑応答のみ
スタンダード	判断+実行の接続が必要	週1回	施策相談可
フルカスタマイズ	推進力自体が不足。深い関与が必要。	要相談	要相談

※上記は取り組みの目安です。プロジェクトの特性や性質を踏まえ、MTGと作業頻度のバランスをご提案いたします。

料金プランとご契約について

すべてのMTGは「原則：2時間」。報告で終わらず、毎回「ディスカッション」「プロトタイプ」「次の一手」に取り組みます。

アドバイザー プラン

20万円/月

月1回・2時間、その場で整理
迷いを言語化し、次の一手を確定
Slackで質問OK

スタンダード プラン

40万円/月

毎週2時間、その場で形になる
判断材料が手元に残る
いつでも壁打ちできる

フルカスタマイズ プラン

60万円~/月

MTG頻度・作業内容は要相談
貴社の状況に合わせて設計

契約期間：原則として「最低3ヶ月」のご契約をお願いしています（初期設計から検証までをやり切るため）

※事例掲載にご協力いただける企業様は、特別価格でご案内可能です。詳しくはご相談ください。



お客様の声



相原ゆうき @fwh_aihara

豊蔵さんにSEO関連のマネジメントと顧問をご依頼してるんだけど、半年くらいで検索流入300%UPしたのでこの本はきっと読むべきだと思います。(東京都 40代経営者)

豊蔵 翔太@ThinkMove Inc. @shotatykr · 2月3日

【本日発売！】
本日、『AI時代のSEO戦略——組織を動かし成果を引き寄せる実務マネジメント』が発売されました！

組織でSEO業務に取り組むすべての方に役に立つ本を書いたつもりです。...

到来に悩むSEOに関わる全て

生成AIに魅せられた
現役SEOコンサルタントが
SEOってオワコンなの？
生成AIに仕事が取られてし
といった疑問を解決し
AI時代だからこそ求められる
"人間ならではの価値"の出
について考察した渾身の一冊。

本書のコンテンツ

- 第1章 検索上位だけじゃ足りない——"ブランド体験"を創る新時代のSEO戦略
- 第2章 AIが変えるコンテンツと検索の世界
- 第3章 現場で役立つSEOチェックリストと優先度の整理の仕方
- 第4章 2025年以降のSEOはどう変わるのか
- 第5章 組織を動かすファシリテーションとプロジェクトマネジメント
- 第6章 生成AI時代のSEO担当者求められる能力

本書を読み終わる頃には、SEOが"検索エンジンを相手にするだけの小手先のテクニック"ではなく、組織とブランドを動かす総合的な戦略であることに気づくはずです。

ThinkMove

SEOという言葉は時代とともに変わっていくが、AIの普及や発展に伴い、今後の展望が見えてきた。

従来のSEOの認識	AIの普及により...	今後の展望
✓検索アルゴリズムへの対応	✓検索結果の質の低下	✓ブランド全体の価値の一部に
✓マーケティング施策の一部	✓ライティングのコスト削減	✓戦略思考や組織内連携が重要に
✓分析・報告を中心とした業務	✓人間の経験・責任感が重要に	✓AIの強みと人間の強みを活かす

本書では、私が実際に経験した事例やノウハウを中心に、「SEO+AI時代のブランド戦略」と「組織で成果を出すプロジェクトマネジメント」を中心にお話していきます。

本書は、いわゆる「SEOのテクニック書」ではありません。むしろ、「検索順位」という概念すら遠慮しているくらいです。「おたどうき」を積み、企業や事業のブランド価値を高めたいか。を中心に書かれた一冊になっています。AIがどれほど発達しても、組織の価値を高めるのは、人間の責任であり、これは永遠に変わらぬ事実です。本書は、ぜひ読んでほしい一冊です。

「考える」「整理する」「端的に伝える」というステップを
すっ飛ばして相談できる安心感が、最もありがたかったです。
スタートアップ企業 マーケティング担当

Slackで気軽にご意見を伺えてとても助かっています。
企画案やKPI案を出すスピードが上がったと感じています。
SaaS企業 SEO・コンテンツチーム

プロジェクトがスタックしにくい。
バフがかかったような加速感で視界がクリアになりました。
HR領域 マーケティング担当

よくいただく質問にお答えします。

サービス内容について

Q. 「壁打ち」「共創」って、具体的に何をしてくれるのですか？

A. 毎週のMTGで「何を決めるか」の論点整理、施策の優先順位づけ、外注への依頼書（RFP）作成などを一緒に行います。答えを渡すのではなく、判断基準を一緒につくります。

Q. SEO専門ですか？マーケ全般を見てもらえますか？

A. SEO・コンテンツマーケティングを軸としつつ、AIやGA4の活用、外部パートナーとの連携設計など、マーケティング全般の意思決定をサポートします。

Q. 週2時間で本当に成果が出ますか？

A. 「作業」ではなく「判断」に集中するため、週2時間でも意思決定の質は変わります。実行は貴社または外部パートナーが担い、私たちは「何をやるべきか」の整理を支援します。

よくいただく質問にお答えします。

費用・成果について

Q. 成果保証はありますか？

A. 順位やPV、CVの保証は行っていません。ただし、「判断の質が上がったか」「施策の優先順位が明確になったか」など、プロセスの改善を重視します。

Q. 他社のベンダーやコンサルと併用できますか？

A. 可能です。むしろ既存パートナーや他部署との「橋渡し役」として、RFPの整理やレビュー観点の設計などをサポートするケースも多いです。

よくいただく質問にお答えします。

契約・体制について

Q. 代表が全案件担当とのことですが、対応キャパシティは大丈夫ですか？

A. 品質を担保するため、同時に支援できる企業数に上限を設けています。
キャパシティが埋まっている場合は、ウェイトリストでご案内します。

Q. 最低契約期間の3ヶ月の途中で合わなかった場合は？

A. 初月で明らかにフィットしない場合は、相談の上で契約終了も可能です。
無理に続けることはしません。

よくいただく質問にお答えします。

契約・体制について

Q. Slackサポートの範囲を教えてください。

A. 基本的にマーケティングに関するご質問・ご相談には対応いたします。
ただし、以下のような依頼はご相談の上対応可否を決定いたします。

- 作業の丸投げ
- 実装・開発の代行
- 定例MTG外での大量の調査・分析依頼

Slackは「ちょっとした相談」「判断に迷ったときの壁打ち」「次回MTGまでに確認したいこと」にご活用ください。まとまった作業が必要な場合は、定例MTGのアジェンダに追加いただくか、別途スポット対応としてご相談ください。

まずは60分の無料オンライン相談へ

現状のモヤモヤ・詰まりを一緒に言語化しませんか？

相談で得られること

- 現状の課題の棚卸し
- ボトルネックの仮説整理
- お役に立てる範囲のすり合わせ



「施策は動いているのに、誰も納得していない」状態から抜け出すきっかけを、一緒につくれれば幸いです。



無料相談を予約する