



## 2022年9月期 第3四半期 決算説明資料

---

SaaS型統合マーケティングツール「C-mo」売上高 前年同期比253%に成長  
ストック型サービス（C-mo／C+）売上高 前年同期比120%に成長

株式会社CS-C

東証グロース 証券コード：9258



**「C-mo<sup>※1</sup>」 売上高は前年同期比253%**

**▶▶▶ P.7**

– 「C-mo」の契約店舗数の増加に伴い売上高も好調な伸び



**「C-mo」 ARR<sup>※2</sup>は前年同期比213%**

**▶▶▶ P.16**



**2022年度は新卒が28名入社**

※1 「C-mo」とは弊社が開発・提供しているSaaS型統合マーケティングツールです。  
サービスの詳細はP.24~28をご覧ください。

※2 Annual Recurring Revenueの略で、毎年決まって得ることができる売り上げのこと。対象月の月末時点における顧客との契約において定められたID単位で毎月課金される月額利用料の合計金額（MRR）を12倍して算出。

# AGENDA

- 01 2022年9月期 第3四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション
- 05 SDGs・CSR活動

## 2022年9月期 第3四半期決算概要（前年同期比）

- 売上高1,622百万円（前年同期比116.2%）、営業利益199百万円（前年同期比206.8%）と業績は大幅に伸長
- 営業利益が好調な主な要因は、利益率の高い「C-mo」の受注伸長

単位：百万円 (売上高比率)	2021/9期 3Q 20年10月～21年6月	2022/9期 3Q 21年10月～22年6月	前年同期比
売上高	1,395	1,622	116.2%
営業利益	96 (6.9%)	199 (12.3%)	206.8%
経常利益	99 (7.1%)	199 (12.3%)	201.2%
四半期純利益	64 (4.6%)	116 (7.2%)	180.2%

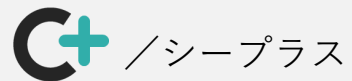
# 売上高構成サービス

- ・ 主に3つのサービスによって売上を構成



月額5万円ストック型（年間契約）

ニーズ調査から新規客獲得、固定客化までを「ワンストップ」提供するSaaS型統合マーケティングツール



月額5万円ストック型（年間契約）

デジタルマーケティングのプラン策定から実際の実行、効果検証までをトータルサポートするコンサルティングサービス

- ・ 広告運用サービス（デジタル広告）

ショット型（都度契約）

Google や Yahoo!、SNS等の広告代理店事業

## 2022年9月期 第3四半期決算概要（売上前年同期比）

- 新規獲得は主力サービスである「C-mo」に特化
- 「C+」利用中のクライアントが「C-mo」への切替を要望されることもあり「C-mo」の比率が増加
- 2021年2月から「C-mo」ビューティー版をリリースし、店舗数が急拡大
- 「C-mo」の売上高は前年同期比253.2%に成長
- ストック型サービス（「C-mo」／「C+」）売上高 前年同期比120.1%に成長

単位：百万円	2021/9期 3Q 20年10月～21年6月	2022/9期 3Q 21年10月～22年6月	売上前年同期比
<b>C-mo</b>	<b>425</b>	<b>1,078</b>	<b>253.2%</b>
C+	747	330	44.2%
デジタル広告	222	214	96.2%

# 売上高／2022年9月期 第3四半期 計画対比

- 新型コロナウイルス感染症の影響により「C-mo」の新規契約の課金開始月が後ろ倒しになっているため、第3四半期の売上高計画対比は96.3%で推移  
 ↳ストック型のため継続的に売上が積み上がるビジネスモデル
- 売上の内訳は粗利率の高い「C-mo」の割合が増加

(単位：百万円)

1,685



(計画)  
2022/9期  
3Q

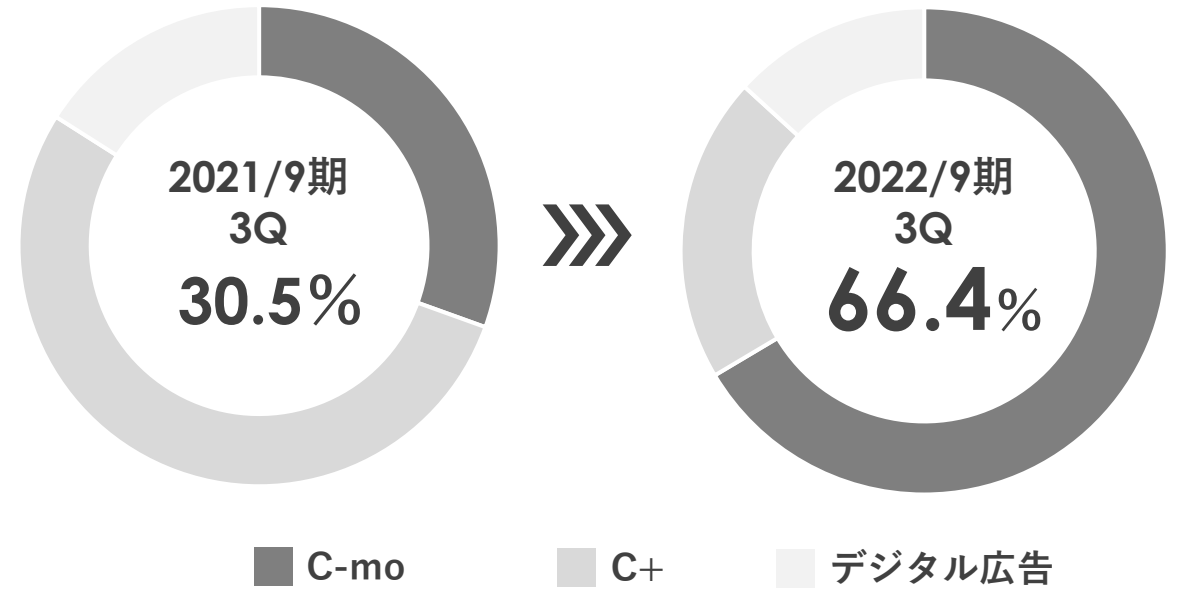
1,622



(実績)  
2022/9期  
3Q

達成率  
96.3%

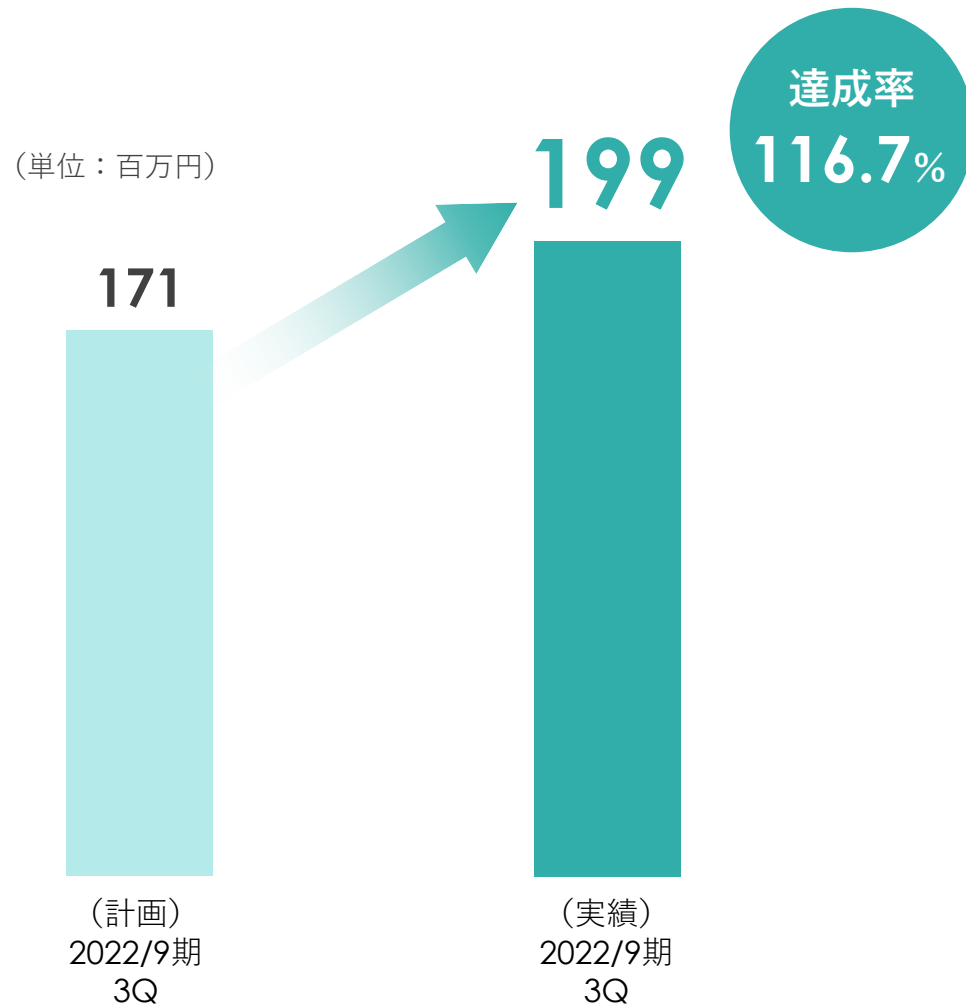
「C-mo」の割合が大幅に増加



売上に対する「C-mo」の比率

# 営業利益 / 2022年9月期 第3四半期計画対比

- 営業利益は第3四半期の計画に対し116.7%と大幅に達成



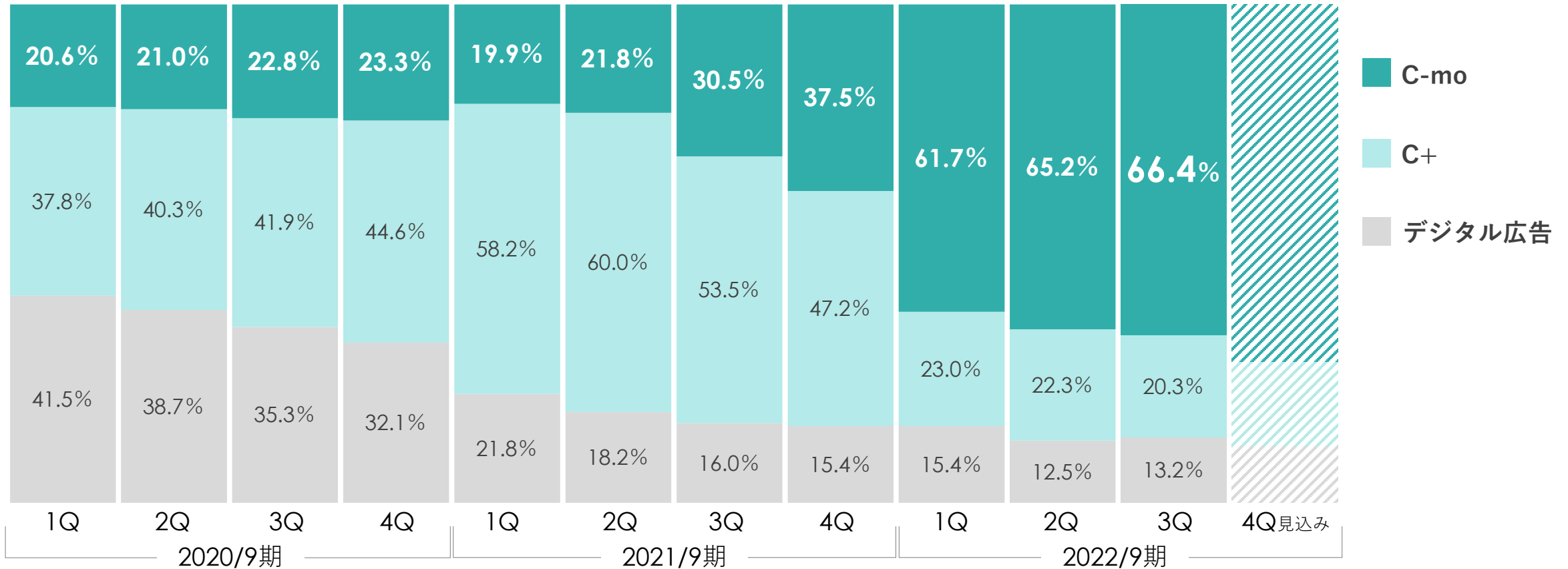
## 計画対比大幅達成の要因

カスタマーサクセス（「C-mo」サポート担当）のオペレーションフロー確立が想定より早く進捗し、安定した体制構築の早期実現によって、人員の追加採用の必要がなくなったため



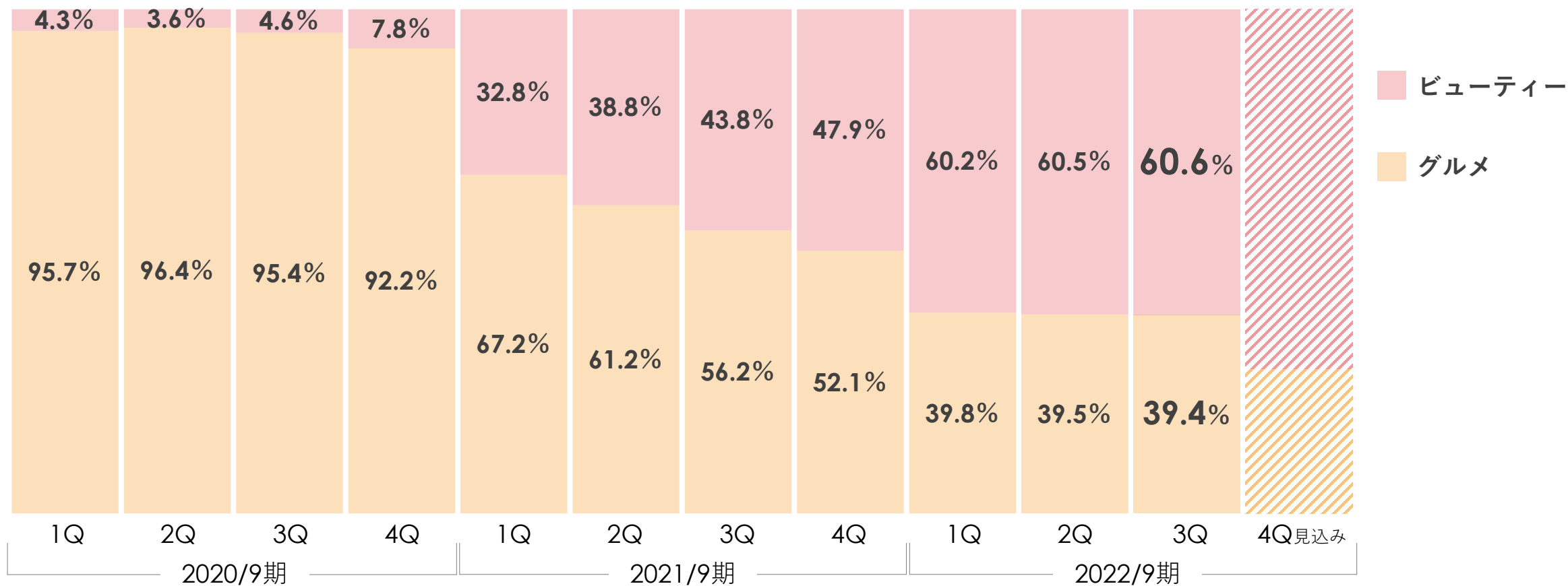
# サービス別売上比率推移

- 新規獲得は主力サービスである「C-mo」に特化
- 「C+」利用中のクライアントが「C-mo」への切替を要望されることもあり「C-mo」の比率が増加
- 今後も粗利率の高い「C-mo」の割合が増加していく見込み



# 業界別売上比率推移（ストック型サービス「C-mo」／「C+」）

- 2021年9月期より新型コロナウイルス感染症の影響を比較的受けにくいビューティー業界へシフト
- 2022年第3四半期はグルメ業界の新規クライアントも増加傾向にあり、ビューティー：グルメ＝6：4を維持
- 新型コロナウイルス感染症の収束後は、グルメ業界での新規獲得件数が加速する見込み



# AGENDA

- 01 2022年9月期 第3四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション
- 05 SDGs・CSR活動

## 「C-mo」 主要指標

- グルメ、ビューティーの合算値

ARR

**1,502**百万円  
(前年比213.2%)

契約店舗数

**3,721**店舗  
(前年同期比144.6%)

平均単価

**36,267**円  
(前年同期比118.8%)

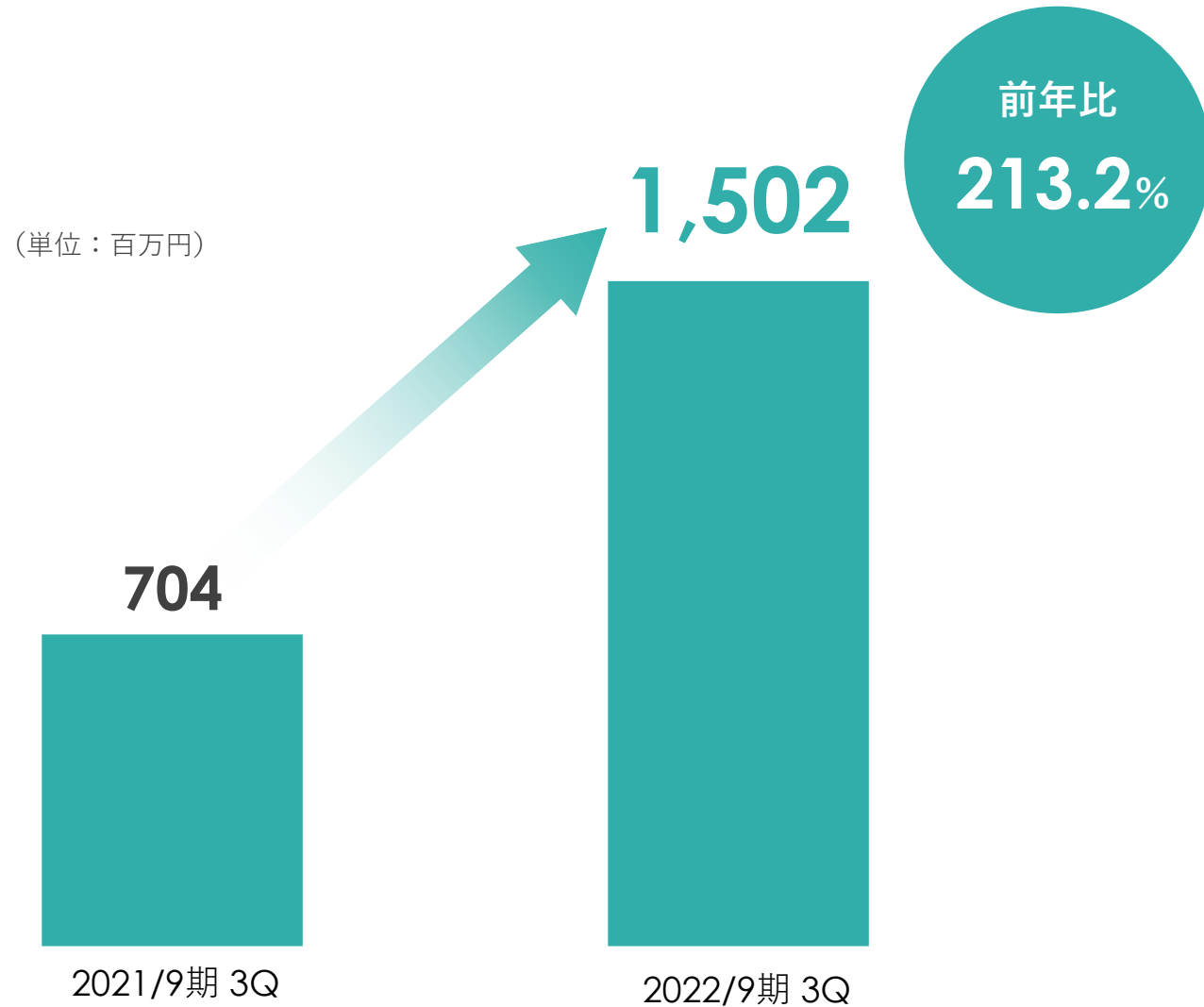
解約率※

**1.7**%

※2022年6月時点の直近6ヶ月平均

# ARR推移 / C-mo

- 2022年6月末時点の「C-mo」ARRは1,502百万円※1



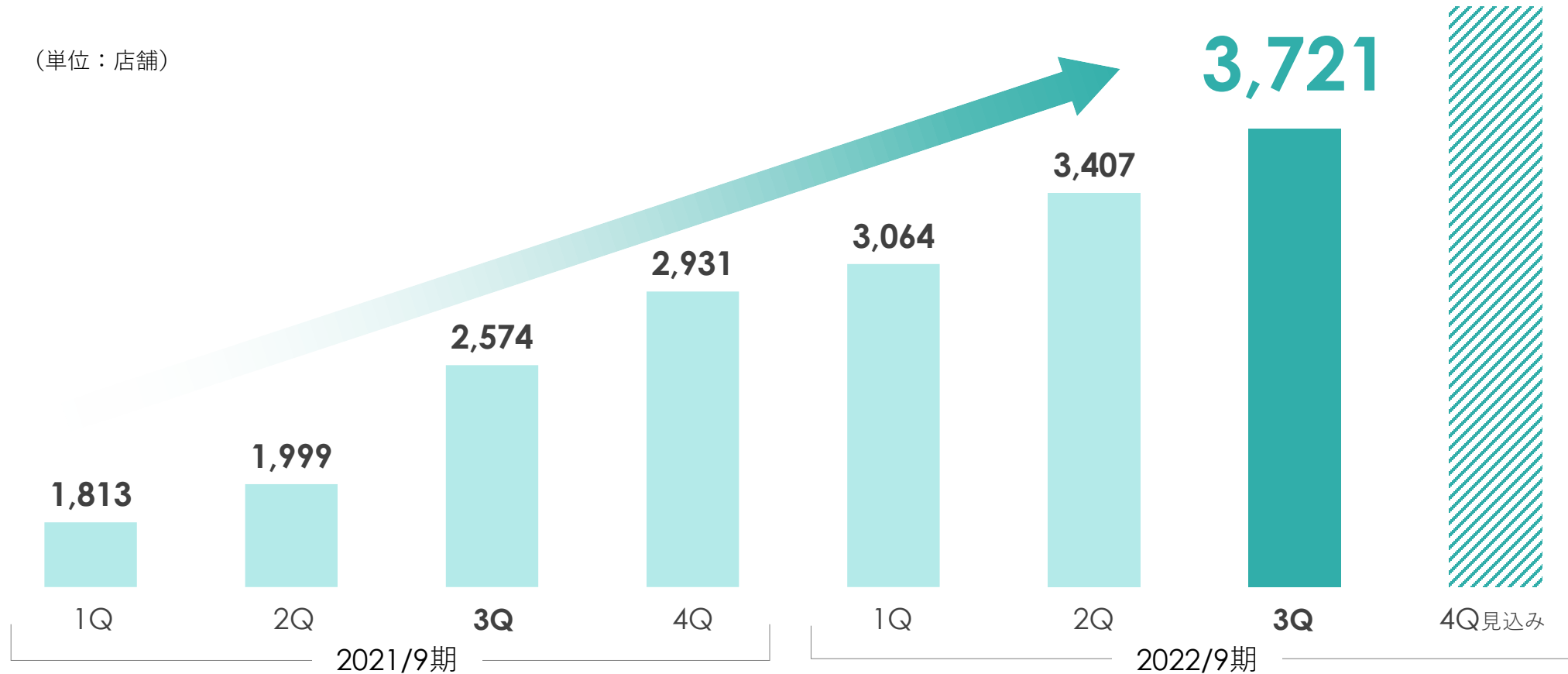
※1 各第2四半期末（3月）のMRR※2を12倍することにより算出

※2 対象月の月末時点における顧客との契約において定められたID単位で毎月課金される月額利用料の合計金額

## 契約店舗数／C-mo

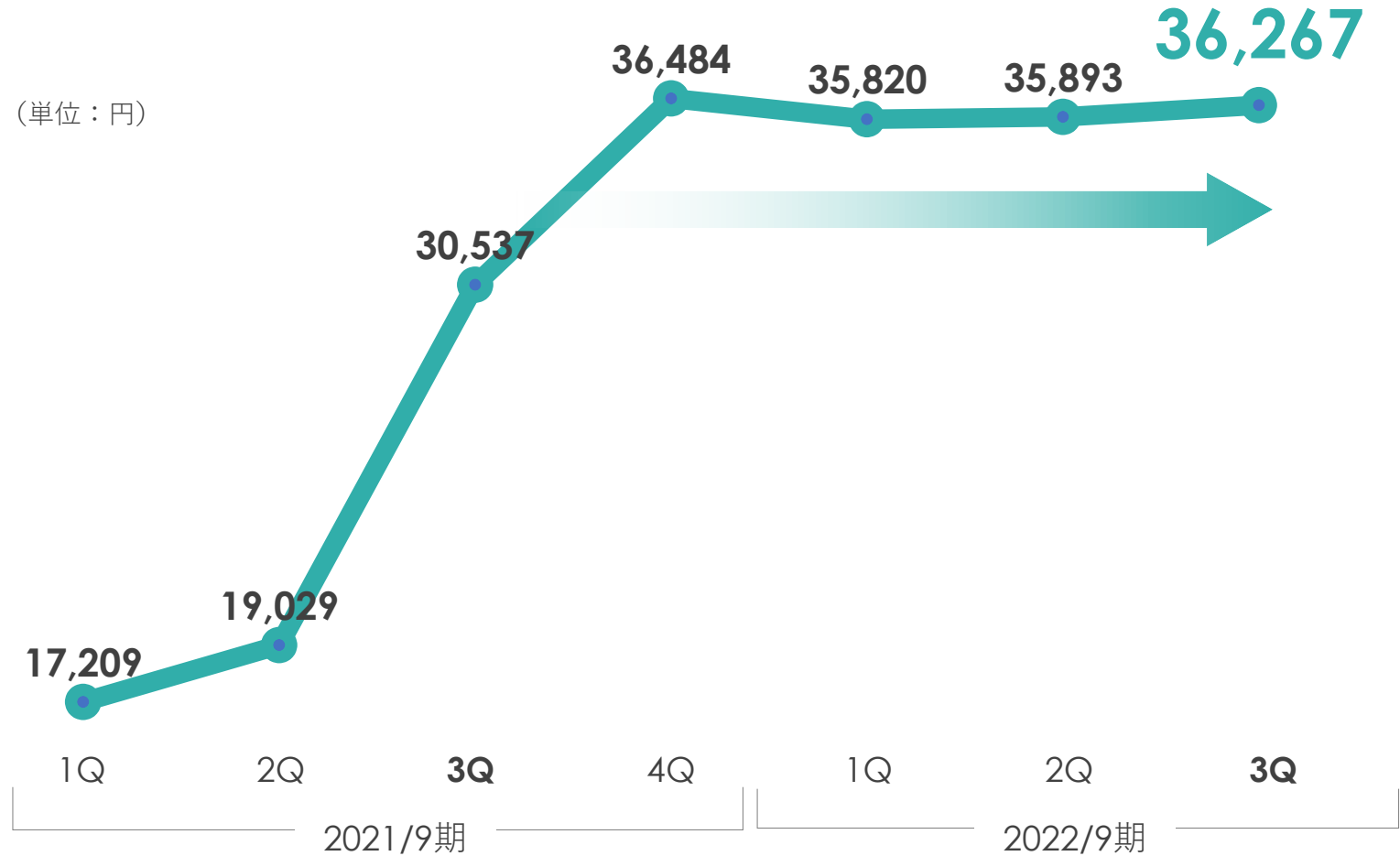
- 契約店舗数は増加傾向
- 2022年6月末時点の契約店舗数は3,721店舗
- 新型コロナウイルス感染症の影響が大きいグルメ業界には、初年度29,800円でサービス提供し、敷居を下げることでシェアの拡大を進める（2年目以降は通常価格の50,000円）

（単位：店舗）



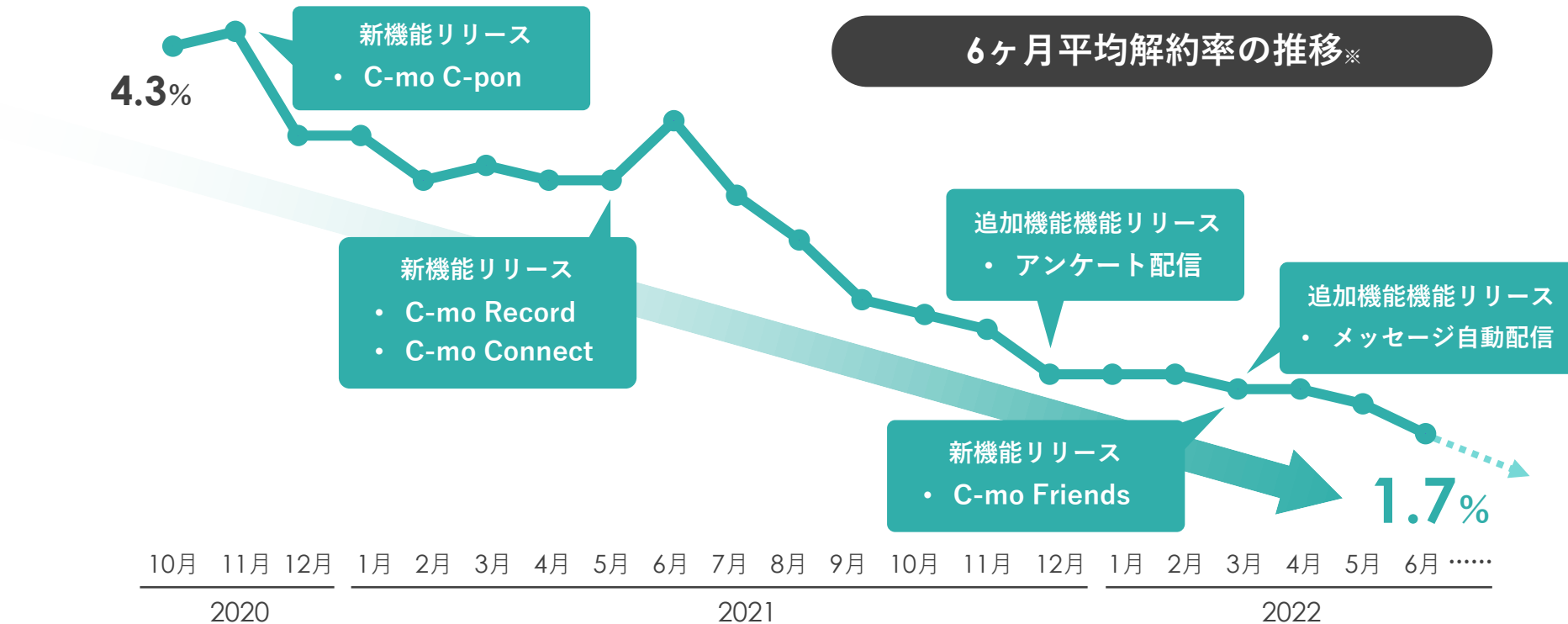
# 平均単価／C-mo

- 2022年9月期の平均単価は36,000円前後を維持



# 6ヶ月平均解約率／C-mo

- 2022年6月時点の6ヶ月平均解約率は1.7%※と低下傾向
- 継続的な機能拡充およびカスタマーサクセス（「C-mo」サポート担当）の体制強化によって、解約率の低減を実現



## 解約率低減の要因

- ✔ 継続的な機能拡充
- ✔ カスタマーサクセス（「C-mo」サポート担当）の体制強化



# AGENDA

- 01 2022年9月期 第3四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要**
- 04 直近のアクション
- 05 SDGs・CSR活動

社名 株式会社CS-C

設立 2011年10月

資本金 751,685,380円

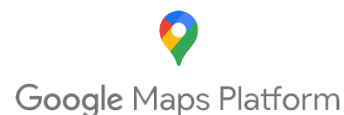
従業員数 200名 ※アルバイト、パートタイマーを含む（2022年3月31日時点）

受賞歴 「働きがいのある会社ランキング ベストカンパニー」6年連続受賞  
「ベストベンチャー100」6年連続受賞

事業内容 ローカルビジネスDX事業  
- SaaS型統合マーケティングツール「C-mo」  
- 社外CMO（Chief Marketing Officer・最高マーケティング責任者）「C+」



認定パートナー



# 〔 企業理念 〕

かかわるCに次のステージを提供し、笑顔になっていただく

## C L I E N T

経営課題を解決することによって、クライアントの悩みや不安が笑顔に変わる

## C O N S U M E R

普段の生活の中で世の中に少し良いことができることで、いい気持ち、笑顔になれる

## C O U N T R Y / C O M M U N I T Y

クライアントが元気になり、地域・国の活性化につながることで、笑顔が増えていく

## C H I L D R E N

公益資本主義※1の浸透により、世の中の不均衡が少しずつ改善されていき、子供たちに笑顔が増えていく

# 〔 Vision 〕

マーケティング・テクノロジー・コンサルティングスキルを武器とし、ローカルビジネス※2の活性化を通じて消費者に日々の楽しみを提供し、店舗、街・地域、国が活性化されている状態

公益資本主義の浸透により、ビジネスと社会貢献が両立する世界が確立している状態

※1 世の中の不均等を是正することを目的とし、会社経営で得た利益の一部を社会の課題解決へ再配分するという考え方

※2 個人事業主や中小企業を中心とした、地域に根付いた店舗ビジネスの総称で、グルメ・ビューティー・トラベル・アパレルなどのジャンルがある



**梶原 健**  
代表取締役



**森田 大輔**  
取締役



**宇田川 政幸**  
取締役



**河野 圭介**  
取締役



**林 宏一**  
取締役

## 「店舗 × デジタル」のプロフェッショナル

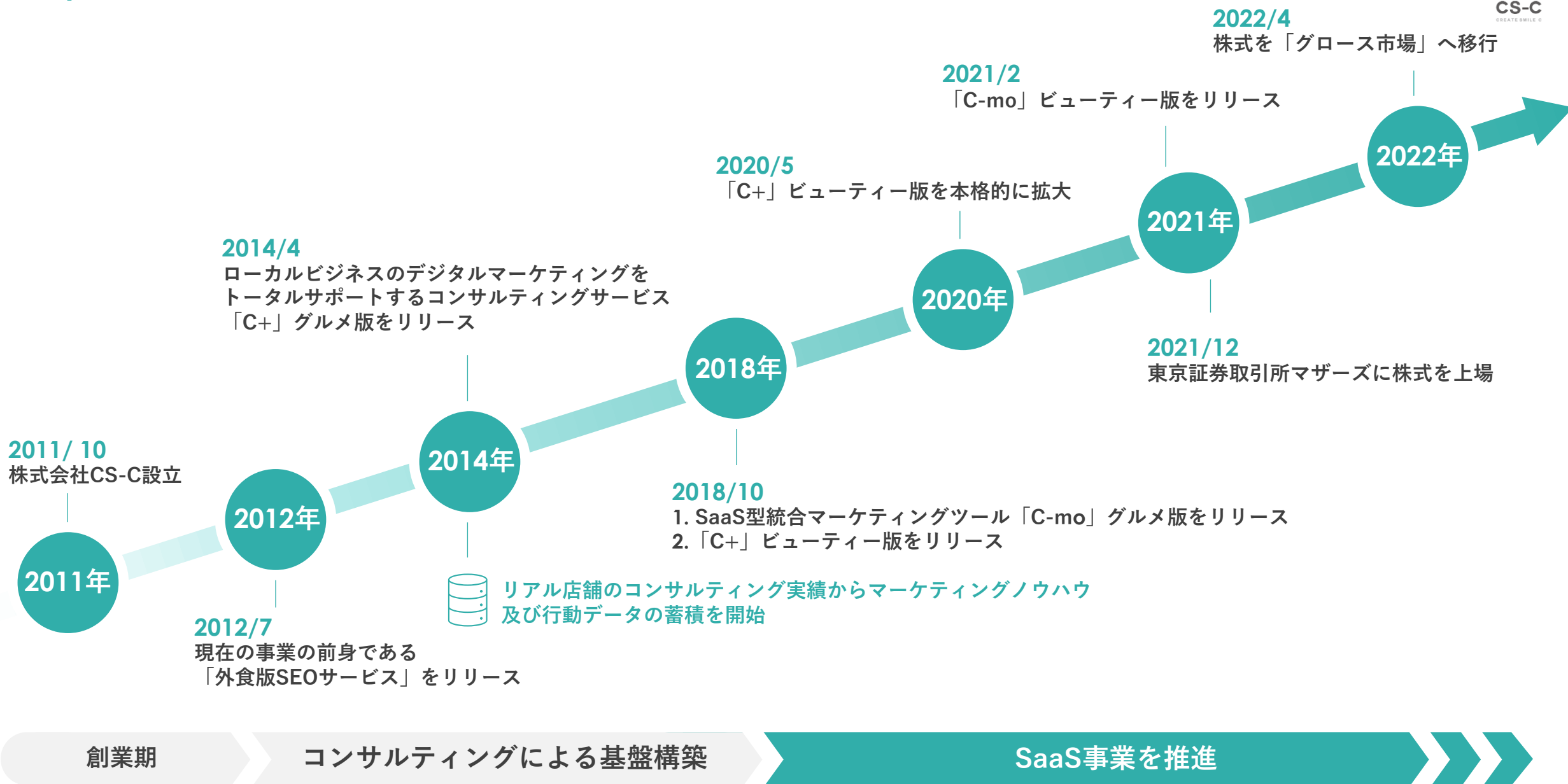
株式会社ベンチャー・リンクにて店舗コンサルティング業務に従事。その後、「店舗×デジタル」をテーマに店舗向けITサービス及び、メディア事業責任者を歴任。  
2011年に株式会社CS-Cを創業。

SBMグルメソリューションズ株式会社（現：株式会社EPARK）にて「Yahoo!グルメ」、「Yahoo!ロコ」の拡大、運営に携わる。  
2013年1月に株式会社CS-Cへ入社。

株式会社ベンチャー・リンクにて店舗コンサルティング業務に従事。その後、株式会社ネットプライスドットコム（現BEENOS株式会社）にてネットビジネスのスキーム構築に従事。「転送コム」「ブランドディア」の企画、立ち上げ担当。2013年12月に株式会社CS-Cへ入社。

株式会社ベンチャー・リンクにて店舗コンサルティングに従事。その後、当時全国に約300店舗展開していた食品小売りFCチェーン「三代目茂蔵」の事業責任者を担当。  
2014年4月に株式会社CS-Cへ入社。

株式会社住友銀行（現三井住友銀行）にて法人担当に従事。その後、株式会社アプレシオ（現株式会社Aprecio）では経営企画室長として上場準備及び、IRを担当。  
2016年8月に株式会社CS-Cへ入社。



# なぜローカルビジネスか

- 広大なマーケットボリューム

当社がターゲットとしている美容室及びネイルサロンなどが属するビューティー業界、飲食店が属するグルメ業界、旅館及びホテルが属するトラベル業界、紳士・婦人・子供服販売が属するアパレル業界の市場規模は51兆円（約134万店舗※）



※ 総務省・経済産業省「平成28年経済センサス - 活動調査結果」、厚生労働省「令和元年度\_衛生行政報告例」等より集計

## 生産性の低さ

- 参入障壁が低いため店舗過多になりやすい
- レッドオーシャン※化する傾向が強い
- 商圏が限定かつ箱型ビジネスのため収益に上限がある
- 収益構造がオフラインのみになっている

マーケティングで差別化する必要があるが、  
中小企業が多く資本力・人材・ノウハウ不足  
によりマーケティングのDX化が遅れている

オンライン上でも収益機会を創造する  
必要があるが、そのリソースがない

### 工程のDXニーズ



### オンラインビジネスへの拡大ニーズ

今後、オンラインでも収益を得ることができる新しい  
お店のスタイルを確立するサービスの提供を目指す

## ローカルビジネス市場におけるマーケティング課題を解決する 2つの独自ソリューションを展開



シーモ

月額5万円ストック型（年間契約）

ニーズ調査から新規客獲得、固定客化に  
必要な機能を「ワンストップ」提供  
SaaS型統合マーケティングツール



シープラス

月額5万円ストック型（年間契約）

デジタルマーケティングのプラン策定から  
実際の実行、効果検証までをトータルサポート  
コンサルティングサービス





コンサルティングによる支援を通じた現地調査

業界特有の課題

隠れた真のニーズ

顧客の生の声

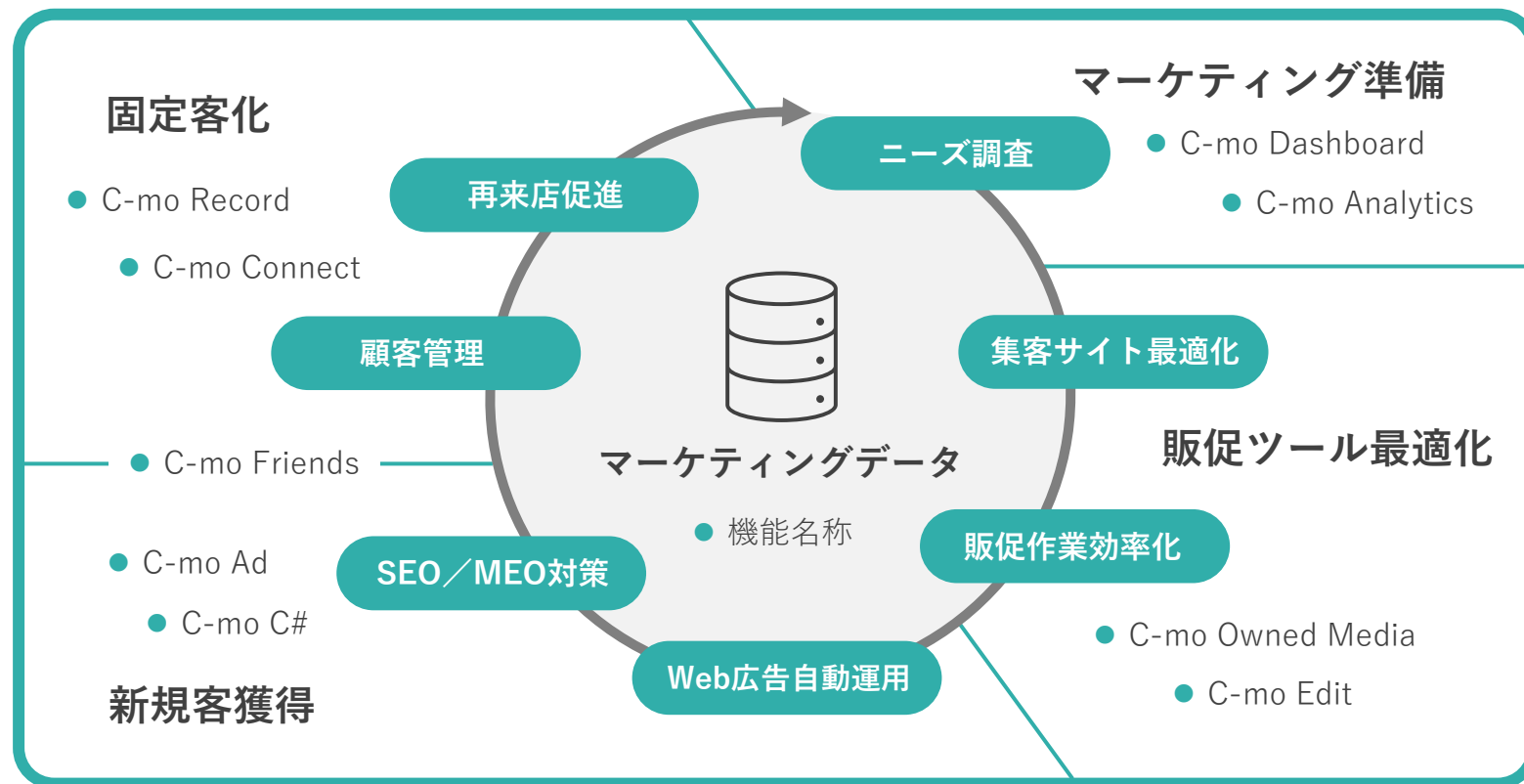


C+による実体験から培ったノウハウを反映したSaaS型マーケティングツール

「C+」によって常に最新のノウハウを反映していくことにより  
陳腐化せず汎用性が高い「C-mo」の継続的な提供が可能

# C-moとは

- デジタルマーケティング領域のDX化をワンストップ実現
- カスタマーサクセス（「C-mo」サポート担当）が導入から運用までをトータルサポート



お店のデジタルマーケティングをかんたん操作

ITやマーケティングが苦手な方でも手軽に使えて成果が出せる機能を集約

# 機能比較

国内で唯一ワンストップ提供

機能一覧 ※1	C-mo	マーケティング SaaS	ホームページ制作会社	集客ポータルサイト	POSメーカー	CRMベンダー
集客	ダッシュボード	●	●	●	●	●
	オウンドメディア	●	●	●		
	コンテンツマーケティング	●				
	広告自動運用	●				
	サイト一括管理	●				
CRM ※2	アプリ or 会員化	●			●	●
	配信	●	●	●		●
	紹介促進	●				
	顧客カルテ	●			●	●
決済・サポート	予約台帳	●	●	●	●	●
	決済	●		●	●	
	カスタマーサクセス	●	●	●	●	●

※1 各社ホームページ及びサービスサイトを当社が独自に調査

※2 Customer Relationship Managementの略で、顧客関係管理を指す

## 「C-mo」説明動画

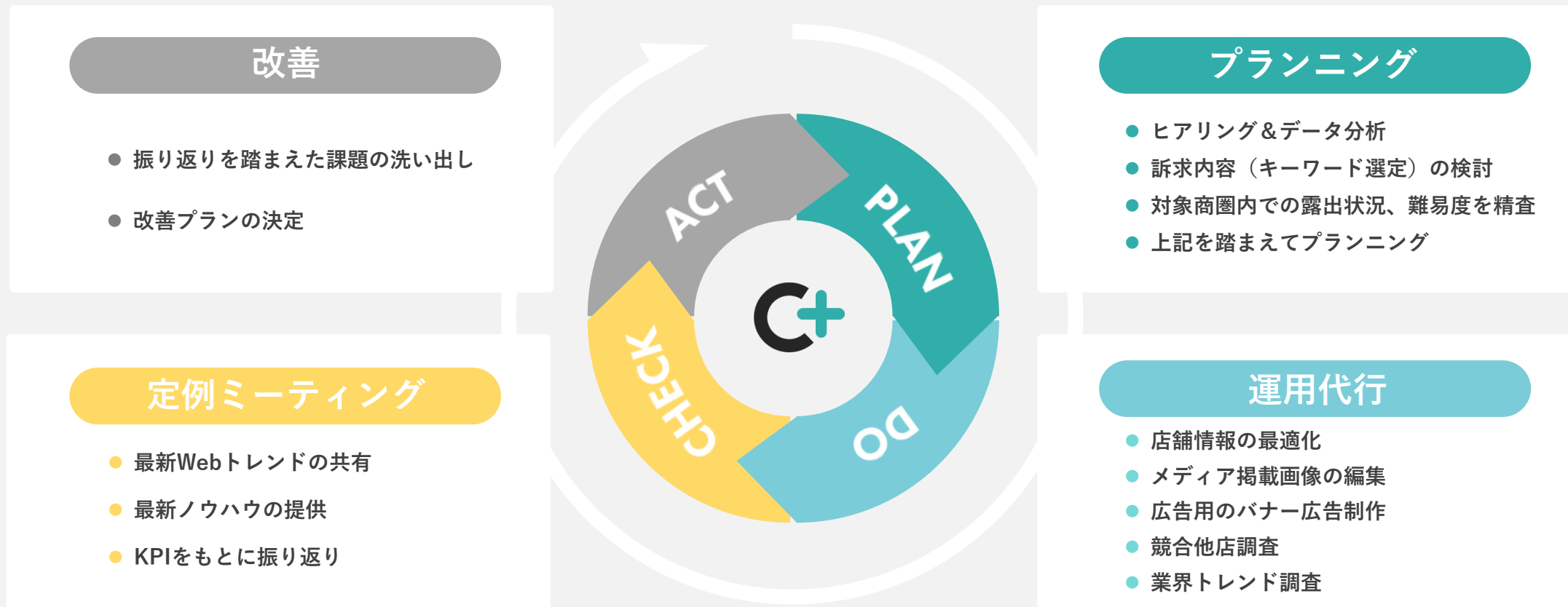
- 弊社IRサイトの「IRライブラリー《動画集》」にて、「C-mo」の機能について紹介した動画を公開中

### ✔ 「C-mo」紹介動画



<https://ir.s-cs-c.com/irnews/#movie>

- デジタルマーケティングを運用するハンズオン型コンサルティング



Web販促の施策提案から運用までを担うことで、**店舗は本業に集中することが可能**

# 市場規模

- ローカルビジネス市場のポテンシャル

当社がターゲットとしているグルメ、ビューティー、トラベル、アパレル業界のマーケティング予算約2.8兆円に対し、2021年9月時点のカバー率は0.068%程度

売上高を伸ばすことが可能なポテンシャルが非常に高い

約**2.8**兆円<sup>※1</sup>

## 平均的なマーケティング予算<sup>※2</sup>

グルメ	5%
ビューティー	12%
トラベル	10%
アパレル	3%

CS-Cの2021/9期売上高 … 約**19**億円

カバー率  
**0.068%**

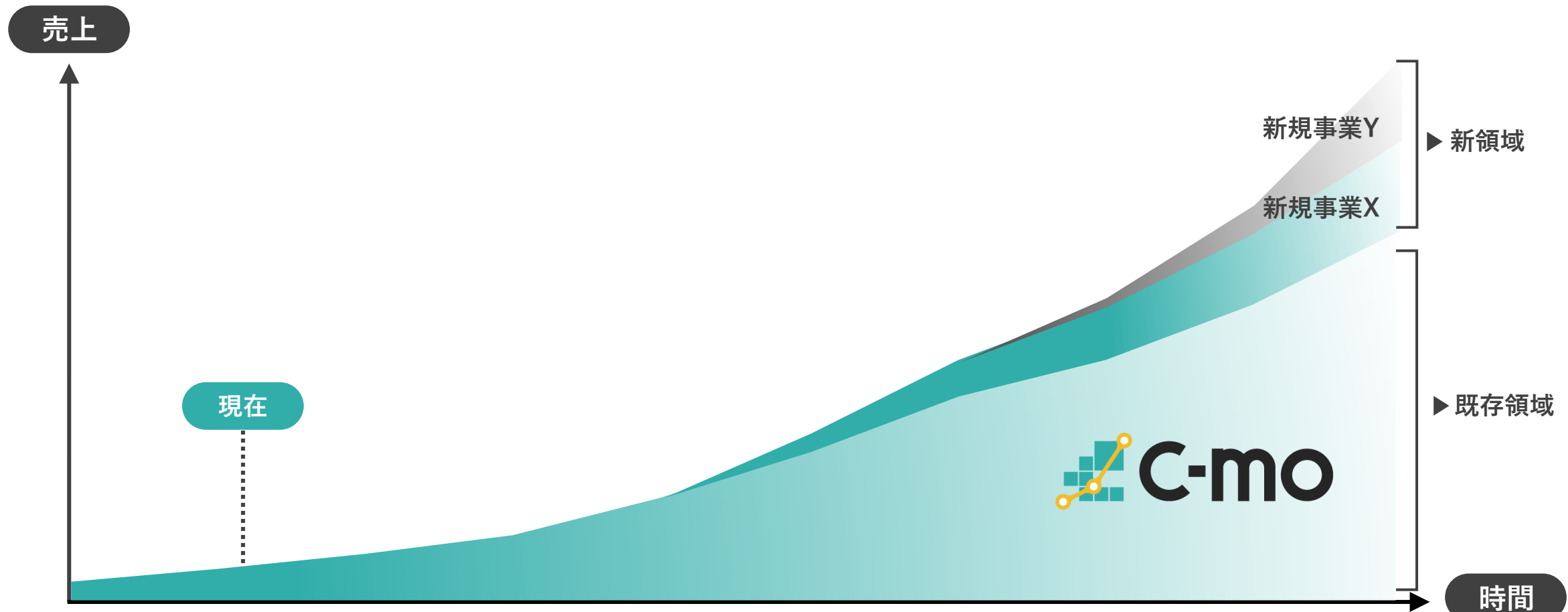
※1 グルメ、ビューティー、トラベル、アパレル業界のマーケティング予算の合計

※2 弊社独自調べ

# 新事業への参入

- ローカルビジネスはマーケティング以外にも多くの課題が存在

既存事業と親和性のある新サービスの提供も視野に入れながら、既存領域（ビューティー、グルメ）の拡大、新領域（トラベル、アパレルなど）への横展開を行うことで、企業全体の売上を伸ばしていく



# AGENDA

- 01 2022年9月期 第3四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション**
- 05 SDGs・CSR活動



## プロダクト

- ✓ 「C-mo」アップデート
- ✓ トラベル業界でのノウハウ構築・効果検証

## 営業構造

- ✓ 営業力の強化  
～中京銀行との業務提携開始～

## 人材・組織

- ✓ サポート品質向上・人材育成、ガバナンス強化

## 新機能リリース

### ✓ 飲食店のインバウンド対応を強化する「C-mo Inbound」

100以上の多言語化によって、訪日観光客向けのプロモーション強化が可能

<プレスリリース> <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000029037.html>



## 追加機能リリース

### ✓ ヘアセットなど静止画では伝わりづらい部分を動画で共有できる「動画共有」

来店時のみならず、自宅に帰ってからも顧客と接点を持つことで、再来店を促進

<プレスリリース> <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000012.000029037.html>

### ✓ カルテ共有の手間を削減できる「入力アシスト」

手間を削減しつつコミュニケーションを活性化させることで顧客満足度を向上

<プレスリリース> <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000019.000029037.html>

## トラベル業界を取り巻く現状と課題

- ✓ 宿泊施設それぞれの特徴や独自性が消費者に届かない
- ✓ 差別化できないため価格競争に巻き込まれ利益が出しづらい
- ✓ 人材・ノウハウ不足によりマーケティングのDX化が遅れている



マーケティングによって施設の認知を広げ、ブランディングやセールスプロモーションによる消費者へのアプローチが必要

## 効果検証では昨年対比で予約件数245%などの成果を創出中

約30%

直販（インサイドセールス）

- ✓ ウェビナー開催（48回※）
- ✓ オウンドサイト運用
- ✓ SNS運用



ウェビナー「サロテツ」により  
直販での見込み客の獲得を強化

約70%

アライアンス

- ✓ 勉強会の開催（126回※）
- ✓ 紹介店舗の経過報告会
- ✓ 営業同行



営業同行や勉強会の開催によりターゲットが  
明確になるためアポイントの精度がアップ

受注の  
内訳

- 2022年1月開始している「サロテツ～SALONの鉄人～」は引き続き好評  
日本全国から一流と呼ばれるサロンオーナー（SALONの鉄人）を招き、集客から採用、育成など経営にまつわる様々な話を語っていただくオンラインセミナーを毎週開催
- 7月には飲食店向けウェビナーも開催



2022年1月～6月実績

延べ**5,000**名以上の申し込み

セミナーを通じてCS-Cの認知度向上  
および効果的な見込み客獲得の仕組みを構築

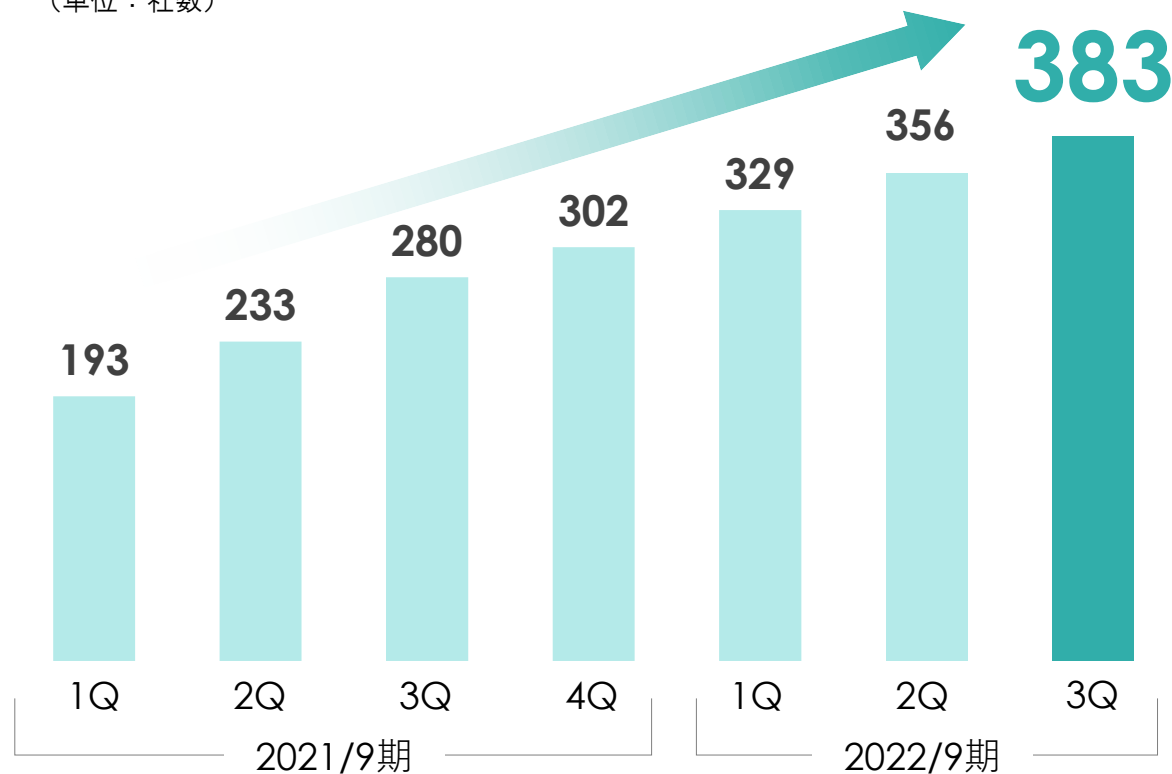


# 営業力の強化

- 2022年6月末時点のアライアンス契約は383社
- 中京銀行とも業務提携を開始し、更なる地域の活性化を目指す

## 取引実績推移

(単位：社数)



## 一部アライアンス先 ※五十音順

- アサヒビール株式会社
- エクシードシステム株式会社
- サッポロビール株式会社
- タマリス株式会社
- 株式会社ガモウ関西
- 株式会社きくや美粧堂
- 株式会社ダリア
- 株式会社中京銀行
- 株式会社ビューティガレージ
- 株式会社みずほ銀行
- 株式会社三菱UFJ銀行

# 人材・組織力の強化

✓ 既存施策

✓ 追加施策

## 会社の価値観・理念浸透

✓ クレド※トーク

- ・ 毎週金の全社MTGにて実施  
クレド振り返りの機会（ペアトーク）

✓ クレド※カフェ

- ・ 月～木の朝10:00から実施  
クレド振り返りの機会（ディスカッション）

## サポート品質向上・人材育成

✓ 社内試験制度

- ・ 業務習熟度を測るための各種テスト

✓ CS-Cアカデミー

- ・ カスタマーサクセス（「C-mo」サポート担当）の品質向上を目的としたマーケティング、コミュニケーションなどの研修
- ・ 将来の経営層（マネジメント層）の育成・教育

## ガバナンス強化

✓ 社外取締役の増員準備

✓ 任意の指名報酬諮問委員会の設立準備

# AGENDA

- 01 2022年9月期 第3四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション
- 05** SDGs・CSR活動



# SDGsに関する取り組み

## ・ 当社の重点課題

### ✓ ローカルビジネスの生産性向上



- ・ ローカルビジネスの活性化を通じて日本経済を活性化させる
- ・ マーケティングDX化の推進
- ・ 経営改善による無駄な資源の削減
- ・ 魅力ある情報発信

### ✓ 街・地域、国の活性化



- ・ 魅力ある店舗作り
- ・ 消費活動の活性化

### ✓ 平等性の確保



- ・ 情報弱者の救済
- ・ ダイバーシティ推進
- ・ 人材開発、育成

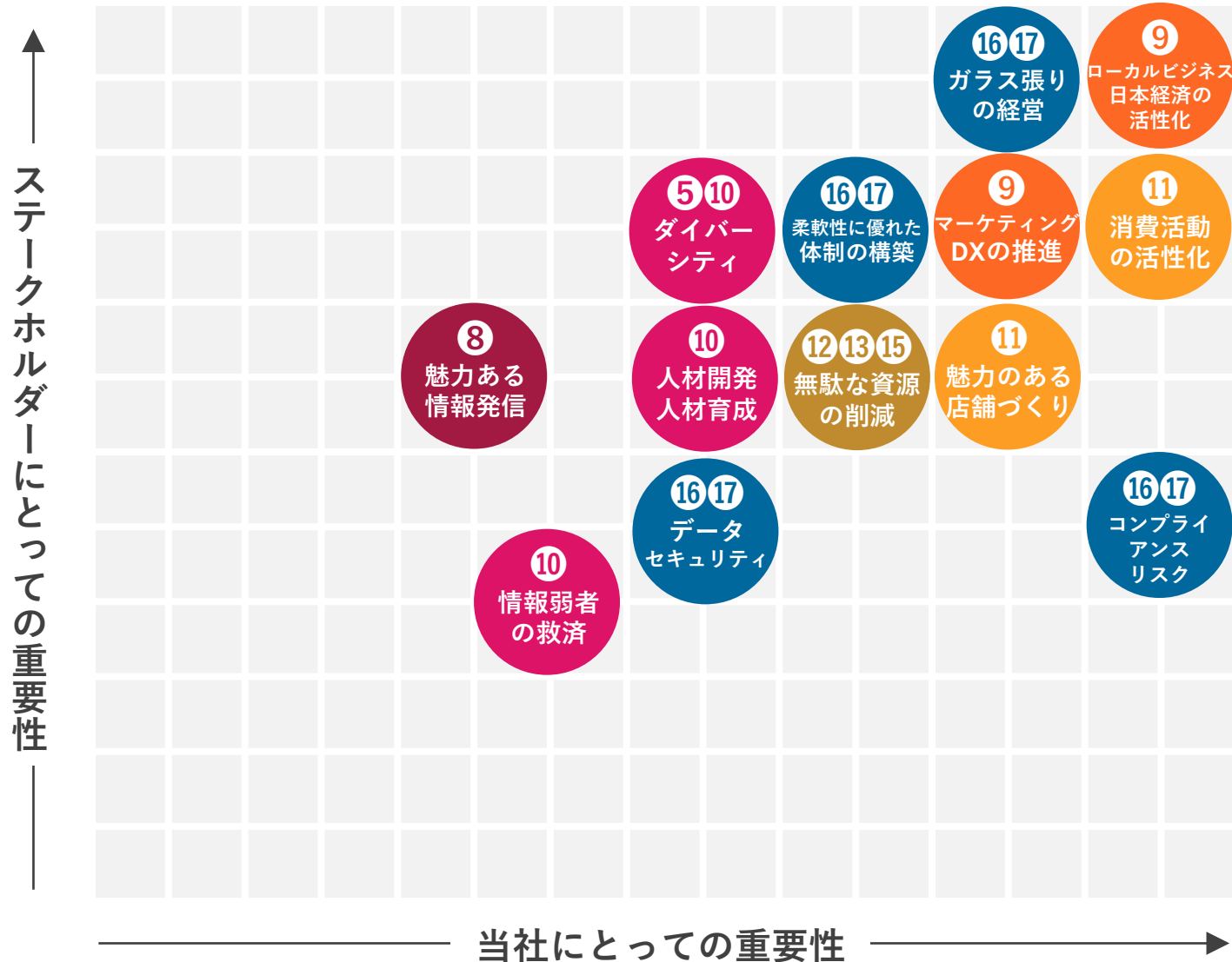
### ✓ コーポレート・ガバナンス体制の強化



- ・ ガラス張りの経営
- ・ 柔軟性に優れた体制の構築
- ・ コンプライアンス・リスクに対する体制構築
- ・ データ・セキュリティに対する安全性の確保

# SDGsに関する取り組み

## 当社の重点課題の位置づけ



数字は持続可能な開発目標 (SDGs) の番号

- ⑤ ジェンダー平等を実現しよう
- ⑧ 働きがいも経済成長も
- ⑨ 産業と技術革新の基盤をつくろう
- ⑩ 人や国の不平等をなくそう
- ⑪ 住み続けられるまちづくりを
- ⑫ つくる責任 つかう責任
- ⑬ 気候変動に具体的な対策を
- ⑮ 陸の豊かさを守ろう
- ⑯ 平和と公正をすべての人に
- ⑰ パートナリシップで目標を達成しよう

- 目指すはビジネスと社会貢献の両立（公益資本主義の実現）

「ローカルビジネスの活性化」に寄与する事業を通じて得た利益を、ヒト・モノ・カネが足りないエリアへ再配分し、世の中の不均衡を改善することで、社会の持続可能な発展に貢献して参ります。

経済活動



再配分

毎年、当期純利益の3%を当該活動に充当

## • 2021年度の活動実績

- ✓ 新型コロナウイルス感染症対策として、衛生向上を目的とした水道・井戸をカンボジアに建設
- ✓ 国内児童養護施設の支援活動をしているNPO法人へ資金支援
- ✓ 国内児童養護施設の子ども達と世の中にある様々な仕事を繋げる「おしごと探検隊」プロジェクトに対する支援
- ✓ ペットボトルキャップ回収 → 31人の子ども達にワクチンを提供

## • 2022年度以降の活動予定

- ✓ カンボジアに幼稚園を2園建設
- ✓ 引き続き、国内児童養護施設の支援活動



活動状況はオウンドメディアに随時掲載



「CS-C カルチャー」で検索

## 上場による資金使途



「C-mo」の機能開発



見込み客獲得のためのマーケティング予算



体制強化のための人材採用



新サービスへの投資

### 株主還元について

財務体質の強化と開発投資による事業拡大のため内部留保の充実等を図ることが重要であると考え、現状は事業推進に資金を投入いたします。今後の中期経営計画の進捗を鑑みながら、早期の配当開始ができるよう事業拡大に邁進していきます。

## 免責事項およびご注意

本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

また、本資料に記載された業績見通し等の将来に関する記述は、作成時点において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、不確実性を含んでおります。

今後、様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

四半期会計期間については「1Q～4Q」と記載しております。