



2025年6月3日

各 位

会 社 名 株式会社シー・ヴィ・エス・バイエリア  
代表者名 代表取締役社長 泉澤 摩利雄  
(東証スタンダード市場・コード2687)  
問合せ先 執行役員管理本部長 寺 原 房 江  
(電 話 : 0 4 3 - 2 9 6 - 6 6 2 1)

### 中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、「生活のなかで彩りを感じて頂く、新しいサービスを発見し、創造し、提供する。」の経営理念のもと、2026年2月期より、新たに企業パーパスを「人と社会に感動を。誠実なる挑戦を。」と定めるとともに、2026年2月期を初年度とし、2028年2月期を最終年度とする、計3か年の「グループ中期経営計画」を策定しましたので、お知らせいたします。

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上



# グループ中期経営計画

2026/2-2028/2

証券コード：2687  
株式会社シー・ヴィ・エス・バイエリア  
2025年6月3日

# 目次

---

1. 当社について	P 2 – 6
2. グループ中期経営計画の概要	P 7 – 15
3. 主な主力事業	P 16 – 24
4. サステナビリティ	P 25 – 28
5. 財務計画	P 29 – 32

# 1. 当社について

---

- グループハイライト
- グループシナジー
- グループのあゆみ
- 経営理念／パーパス

# グループハイライト

## ■セグメント別事業内容（2025年2月期）



### マンションフロントサービス事業

売上高 **42.6億円** マンションフロントサービスの受託事業を軸に、ICTを活用したマンションポータルサイト「OICOS」の開発と提供を行い、全国の拠点で事業を展開しております。  
セグメント利益 **3.8億円**



### ホテル事業

売上高 **19.8億円** 千葉・東京の湾岸エリアで全6棟のビジネスホテル等宿泊施設「BAY HOTEL」を運営しております。  
セグメント利益 **4.6億円** 2025年3月、千葉県成田市にアウトドアリゾート施設「THE FARMスロウマウンテン成田」を新規に開業。



### コンビニエンス・ストア事業

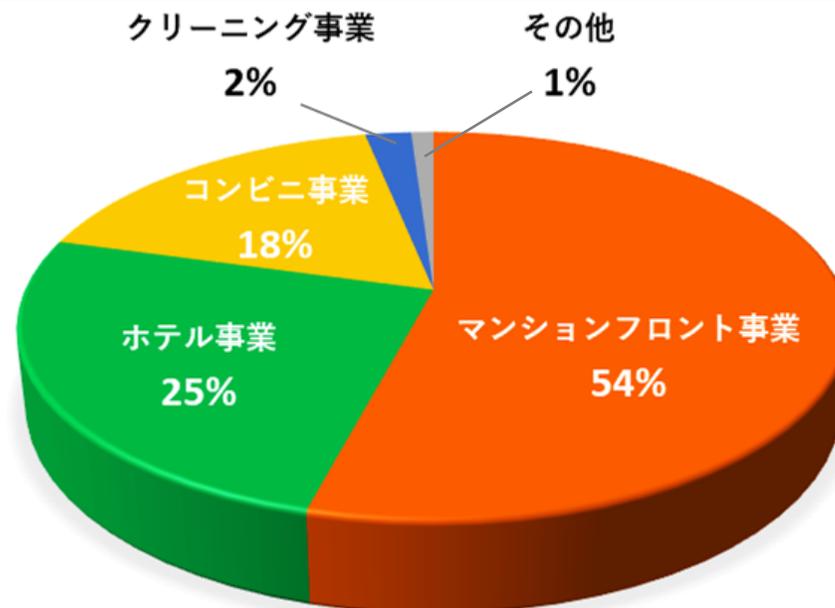
売上高 **13.7億円** 千葉・東京の湾岸エリアで「ローソン」ブランドによるコンビニエンス・ストア事業を直営方式にて展開。  
セグメント利益 **1.0億円** 立地特性を活かした独創性のある店舗展開が強み。自社ホテルと併設で出店するなどシナジー性も追求。



### クリーニング事業

売上高 **1.6億円** マンション居住者向けのクリーニングサービスやハウスクリーニングの提供を軸に、ユニフォームやリネンサプライなど、BtoB取引も展開。提携工場との連携で全国対応可能。  
セグメント利益 **0.3億円**

## ■事業セグメント別売上構成（2025年2月期）



グループ売上高 **78** 億円    グループ営業利益 **4.2** 億円



ホテル

**6** 棟



アウトドアリゾート

**1** 棟



コンビニ

**4** 店



OICOS  
(受注件数)

**164** 件



マンションフロント  
(総受注件数)

**703** 件

# グループシナジー

経営理念／パーパス

## 経営理念

生活のなかで彩りを感じて頂く、  
新しいサービスを発見し、創造し、提供する。

## パーパス

「人と社会に感動を。誠実なる挑戦を。」



株式会社シー・ヴィ・エス・バイエリア

ホテル事業



コンビニエンス・ストア事業

その他事業

各社がこれまでに培った  
人材力・ノウハウ・経営基盤



時代に即したサービスを  
早期に捉え、  
事業化に向けた  
取り組みを加速



株式会社アスク

2009年10月 子会社化



マンションフロントサービス事業



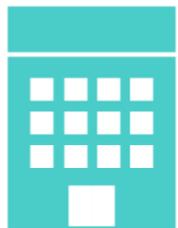
株式会社エフ・エイ・二四

2002年3月 子会社化



クリーニング事業

# | グループのあゆみ



ホテル

6棟



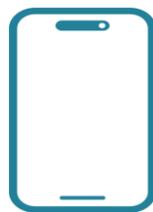
アウトドアリゾート

1棟



コンビニ

4店



OICOS  
(受注件数)

164件



マンションフロント  
(総受注件数)

703件

事業のあゆみ

1989年11月  
株式会社サンクス（現：株式会社ファミリーマート）とのフランチャイズ契約締結しコンビニエンス・ストアの店舗運営事業を開始

1996年11月  
マンションフロントサービスを開始

1997年6月  
マンション内各種取次サービスを開始

2001年11月  
マンション設備予約システムの運用を開始

2007年10月  
自社開発のマンションコミュニティ支援システム「OICOS」をリリース

2009年11月  
千葉県市川市でホテル事業を開始

2012年3月  
株式会社ローソンとのフランチャイズ契約に基づき、「ローソン」ブランドでのコンビニエンス・ストア店舗運営事業を開始

2015年7月  
東京都心部へホテル事業進出を開始

2017年1月  
「OICOS」とノンタッチキー大手「シブタニ」とのIoT連携開始

2021年11月  
「OICOS」とインターホン大手「アイホン」とのIoT連携開始

2024年10月  
「OICOS」と宅配ロッカー大手「フルタイムシステム」とのIoT連携開始

2025年3月  
千葉県成田市に「THE FARMスロウマウンテン成田」を開業



1980~2000

2001~2009

2010~2019

2020~2025 >>>

会社のあゆみ

 1981年2月  
会社設立

1989年2月  
商号を株式会社シー・ヴィ・エス・ベイエリアに変更

2000年12月  
ナスダック・ジャパン市場に初上場

 2002年3月  
株式会社エフ・エイニ四を100%子会社化

2006年2月  
東京証券取引所市場第一部に上場

 2009年10月  
株式会社アスクを100%子会社化

2018年3月  
コンビニエンス・ストア事業の大半を事業譲渡

2021年3月  
大規模組織改正を実施  
代表取締役社長に泉澤摩利雄が就任

2022年4月  
東証市場区分の見直しにより、東京証券取引所市場第一部から「スタンダード市場」に移行。

2025年6月  
グループ中期経営計画を発表

# | 経営理念／パーパス

## 経営理念

生活のなかで彩りを感じて頂く、  
新しいサービスを発見し、創造し、提供する。

## パーパス

「人と社会に感動を。誠実なる挑戦を。」

## 2. グループ中期経営計画の概要

---

- グループ中期経営計画コンセプト
- グループ戦略の方向性
- 重点課題（マテリアリティ）
  - Mission 1 企業の持続的成長に向けたビジネスモデルの変革
  - Mission 2 多様な人材が活躍できる環境づくり、人材投資・教育
  - Mission 3 人・企業・社会の成長を促進するコーポレートガバナンスの強化
  - Mission 4 環境負荷を低減し、地球環境に配慮した事業展開
- グループ経営戦略
  - 戦略① 時代の変化に対応したビジネスモデルの変革
  - 戦略② 人材投資・人材活躍を通じた人的資本の価値向上
  - 戦略③ 業務改革・DX推進による多様化するニーズへの対応
  - 戦略④ コーポレートガバナンスの強化、情報開示の促進

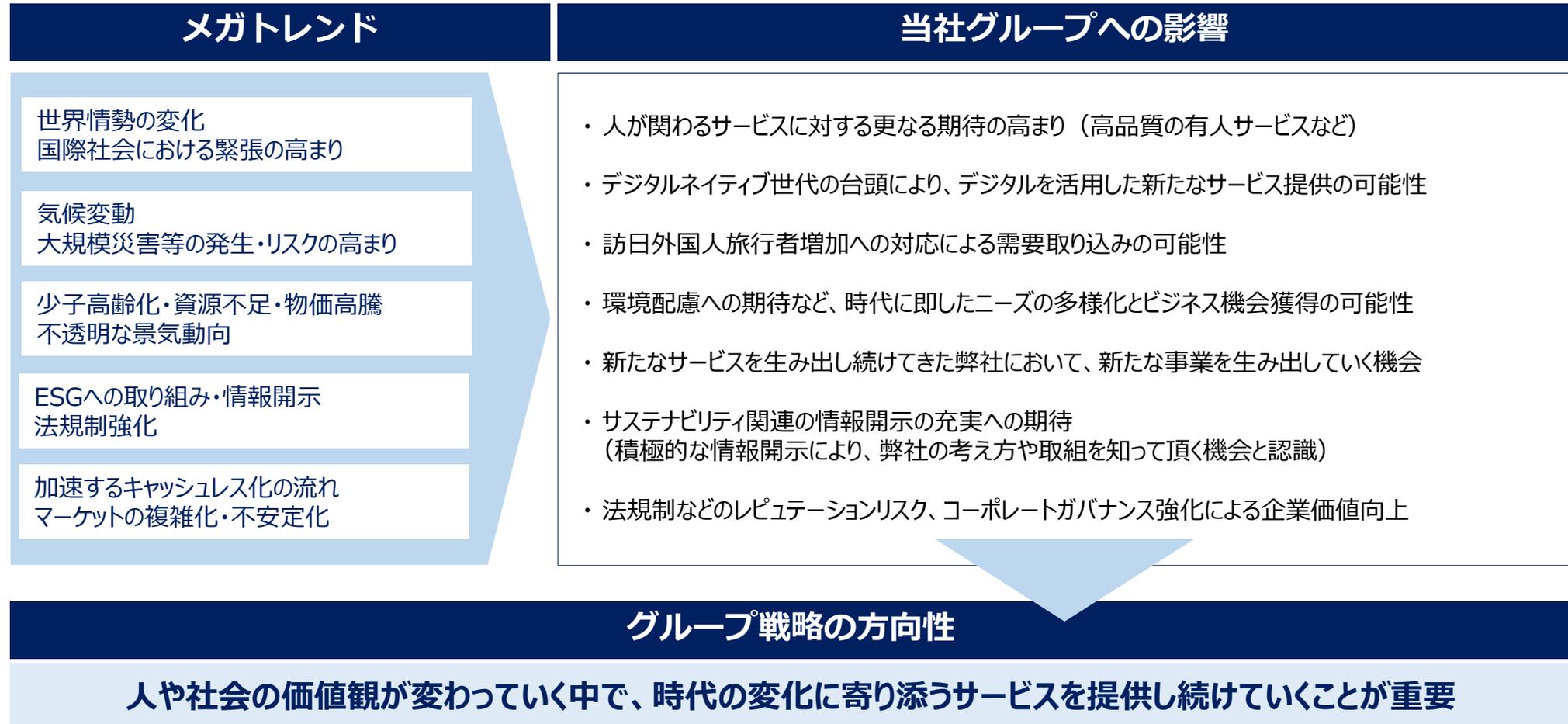
# グループ中期経営計画コンセプト (2026/2~2028/2)



再生はこちらから



# グループ戦略の方向性



- 時代の変化に対応し、ビジネスモデルの変革を加速する
- 人材投資や育成を進め、事業推進の原動力である「人」の付加価値の飛躍的向上を目指す
- DX・省人化・多様化するニーズ取り込みを強力に推進し、利便性向上のみならず、新たな需要を取り込む
- コーポレートガバナンス強化・サステナビリティ等への対応を加速させ、社会から期待される役割を果たす

## | 重点課題（マテリアリティ）

- 1 企業の持続的成長に向けたビジネスモデルの変革
- 2 多様な人材が活躍できる環境づくり、人材投資・教育
- 3 コーポレートガバナンスの強化
- 4 環境負荷を低減し、地球環境に配慮した事業展開

# | グループ経営戦略

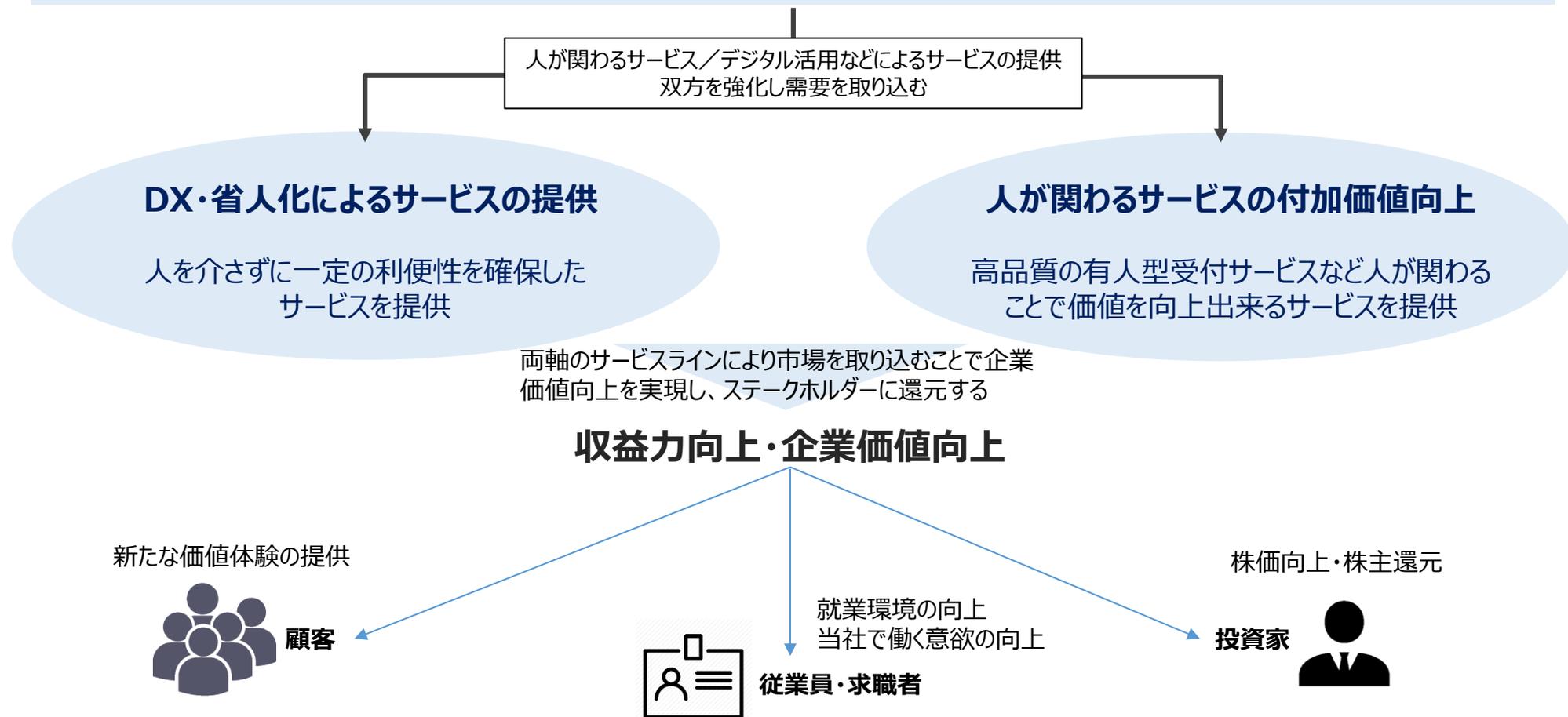
- 1 時代の変化に対応したビジネスモデルの変革**
- 2 人材投資・人材活躍を通じた人的資本の価値向上**
- 3 業務改革・DX推進による多様化するニーズへの対応**
- 4 コーポレートガバナンスの強化、情報開示の促進**

# 戦略① | 時代の変化に対応したビジネスモデルの変革

社会情勢・人口動態の変化に合わせてビジネスモデルを変革し、企業価値向上を実現

【当社を取り巻く環境変化】

- これまで以上に人が関わるサービスに対する需要や期待は高まっていくものと考えられる
- デジタルの活用が当たり前の社会となり、より広範に様々なサービス提供機会が生まれる
- 社会全体でニーズの多様化が進んでいく中において、新しいサービスを生み出し続けていくことが重要と認識



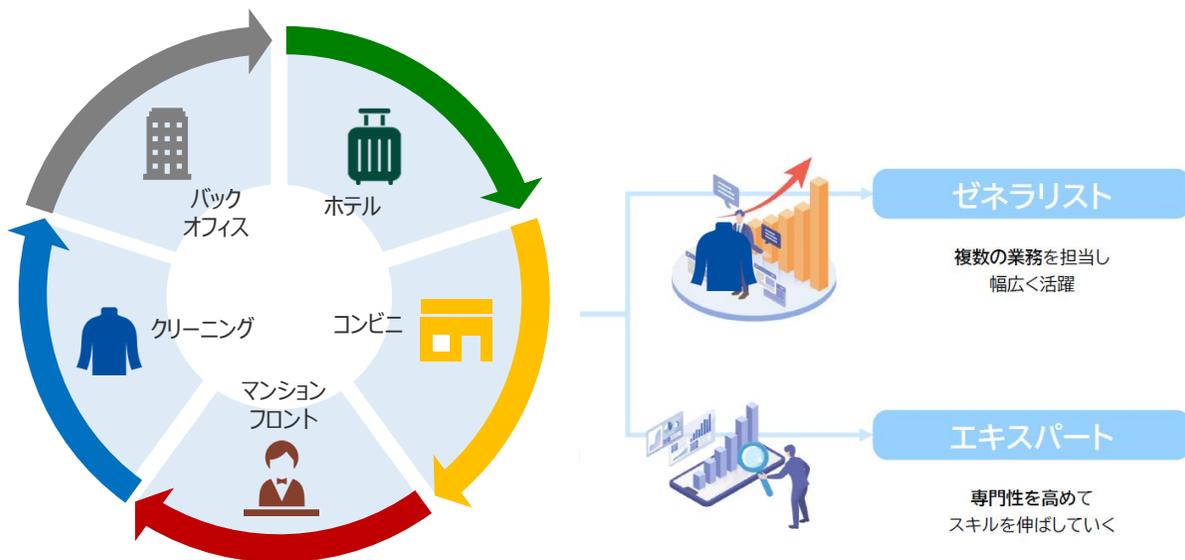
# 戦略② | 人材投資・人材活躍を通じた人的資本の価値向上

**目指す姿** 「パーパスへの共感 × 多様な成長機会の提供 × 挑戦意欲の向上」  
新しい価値を創造し続ける企業へ

## 多様な人材が活躍できる環境づくり

### 年齢や経験などに捉われないポストの提示と登用

高度専門人材（事業を生み出す人材）に加え、年齢や経験に捉われず、多様な人材が活躍できるポストの提示と積極的な登用を実施



### グループ人事制度の見直し

当社グループの総合力を発揮するため、全社共通の人材ポリシーを定め、活躍が見込める人材を採用し育成する。グループ人事制度の全体的な見直しを図ることに加え、理念教育・パーパスの浸透なども推進し、人材力を高める。

グループ横断的に当社の人材が活躍の機会を得られるような仕組みの構築を目指す



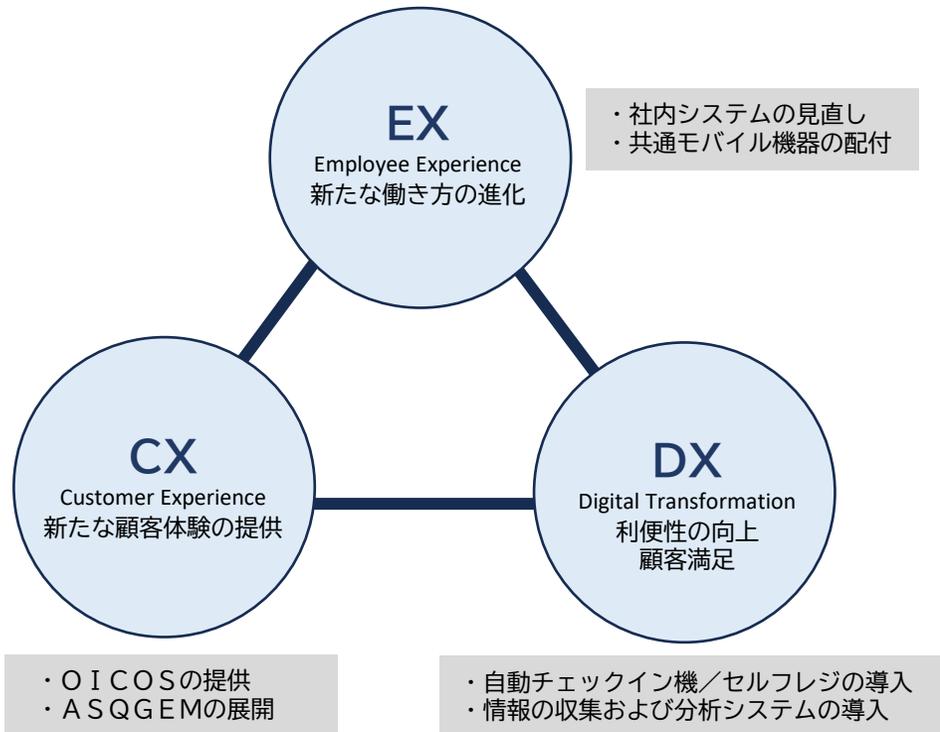
# 戦略③ | 業務改革・DX推進による多様化するニーズへの呼応

**目指す姿** DXによる業務効率化と新たな価値提供でこれからも選ばれる企業へ

## 顧客の利用シーンや業務に着目した業務改革・DXの推進

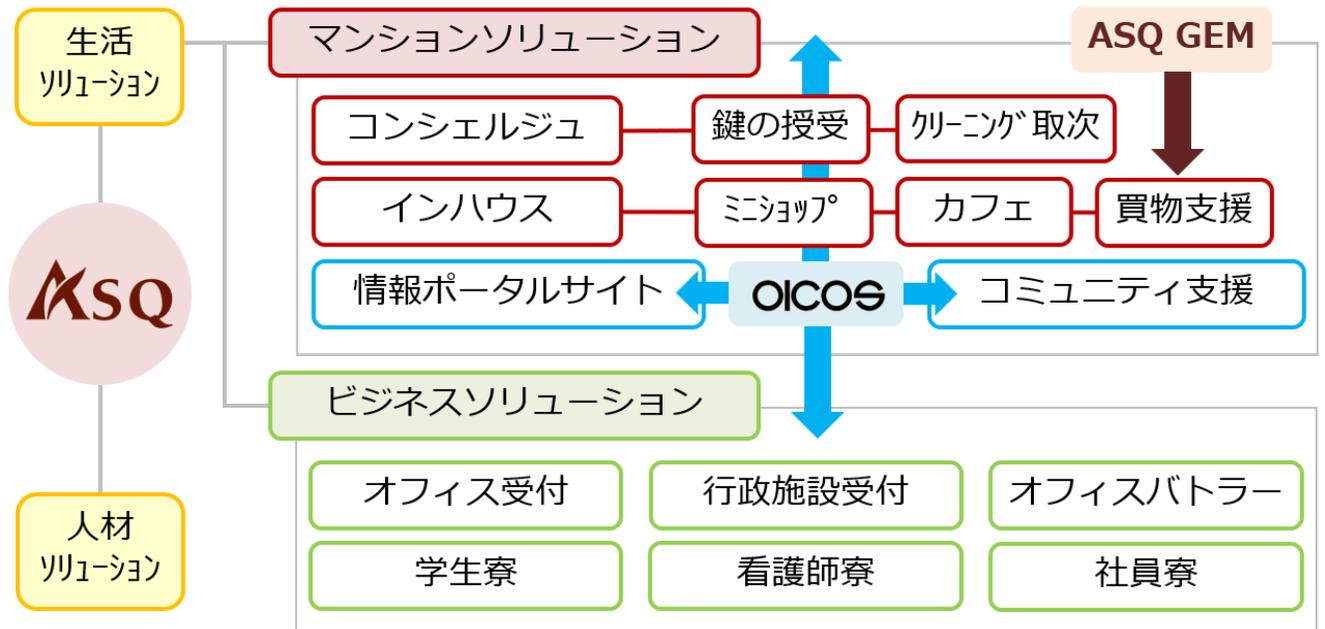
### CX・EXの視点を踏まえたDXの推進

利便性向上、新たな顧客体験の提供、  
新たな働き方の進化なども踏まえてDX戦略を展開



### 新たな顧客体験につながるソリューション拡充

OICOS・ASQ GEM shopを始めとした  
新たな顧客体験につながるソリューションを開発、提供



# 戦略④ | コーポレートガバナンスの強化、情報開示の促進

**目指す姿** 企業イメージを社内外に浸透させ、マテリアリティを踏まえた経営を推進する

## 積極的な情報開示の推進

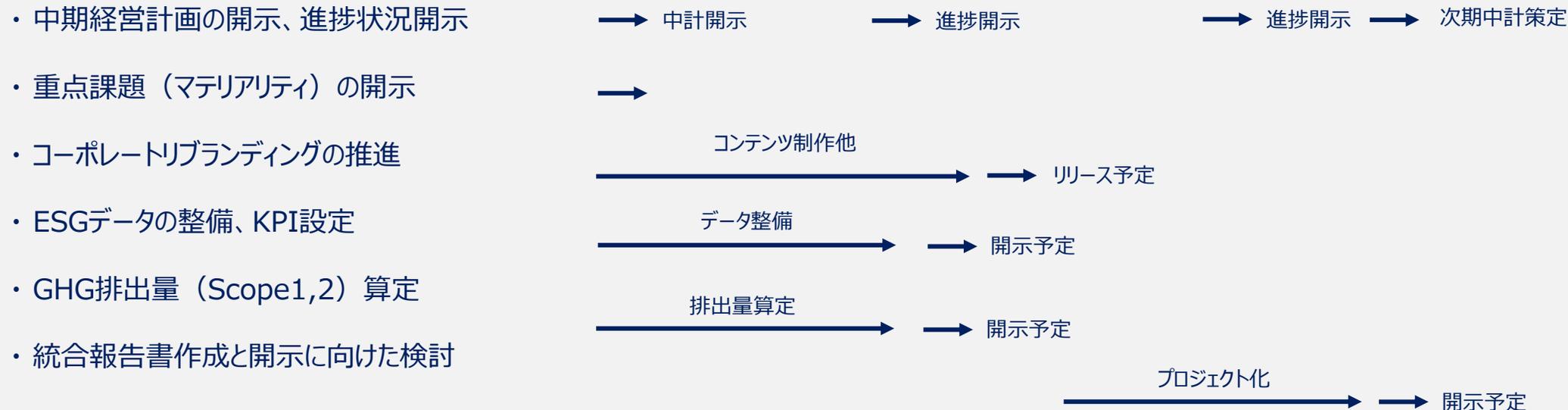
### 重点課題（マテリアリティ）を踏まえた経営

特定した重点課題（マテリアリティ）について、当社グループの事業活動と連携して取り組んでいくほか、進捗や実績について情報開示を実施

### コーポレートリブランディングの取り組み

- ・ 経営理念やパーパス等の社内浸透に向けた取り組み
- ・ ツールや媒体を活用した企業イメージの発信
- ・ コーポレートサイト刷新による情報プラットフォームの確立

#### <スケジュール>



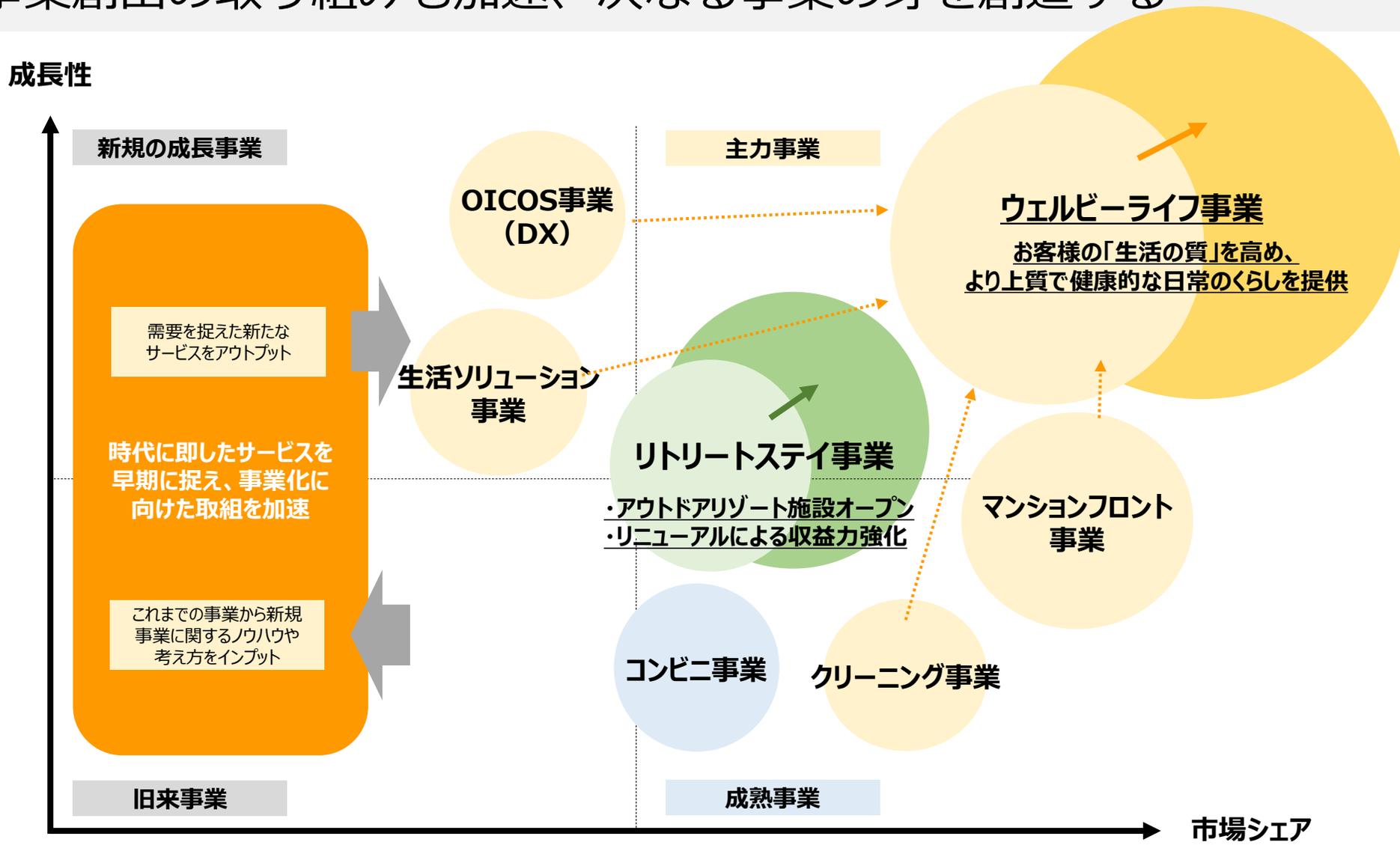
# 3. 主な主力事業

---

- 主力事業と成長イメージ
- 事業戦略：ウェルビーライフ事業
- 事業戦略：リトリートステイ事業

# 主力事業と成長イメージ

- ウェルビーライフ事業とリトリートステイ事業を主力事業とし拡大を目指す
- 新規事業創出の取り組みも加速、次なる事業の芽を創造する



# 事業戦略 | ウェルビーライフ事業

- お客様の「生活の質」を高め「より上質で健康的な日常の暮らし」を提供
- （マンションフロント+クリーニング）× OICOS = 先進的な利便性の実現
- DXソリューション「OICOS」により、未開拓領域の市場化を目指す

## OICOSシリーズ

**対象：**マンション、学生寮、社員寮 など

**内容：**会員登録制Webサイトおよびアプリ  
⇒有人受付サービスのDX化を支援

- ・共用施設の予約、鍵の受渡、料金決済
- ・問合せ等コールセンター機能の代替

OICOS

-提供開始20年で累計900物件超-

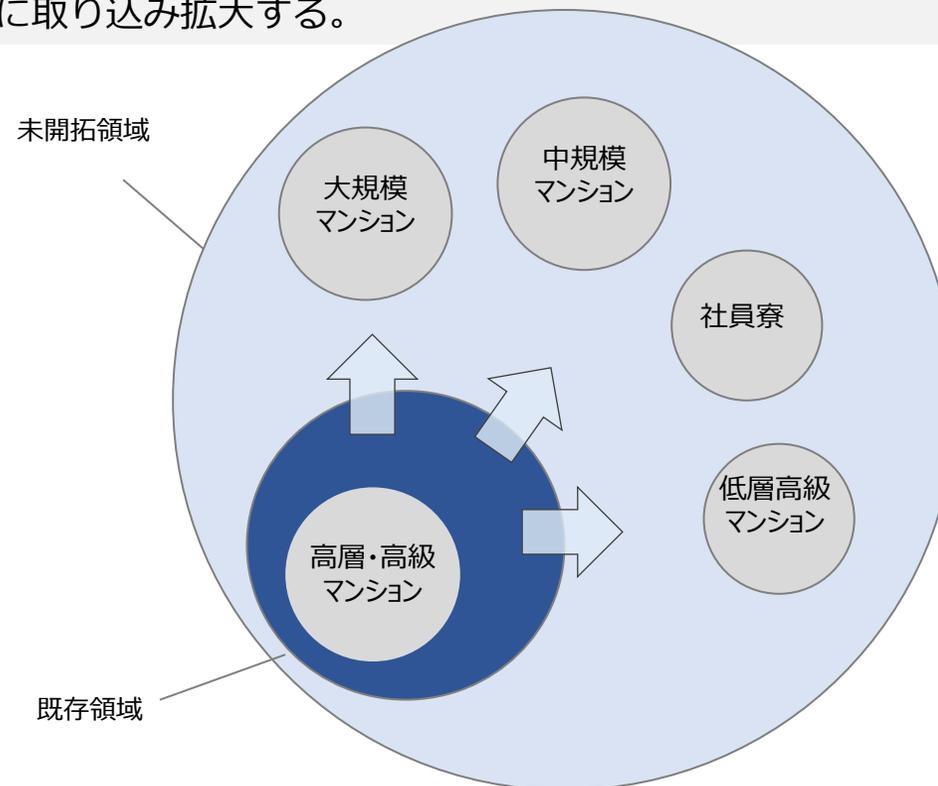
マンション(分譲・賃貸)、学生寮・社員寮他、  
会員登録制のWEBサイトとして圧倒的なシェアと実績を  
誇るアスクのポータルサイトの最新版  
「OICOS(オイコス)」。

居住者様向けの情報配信、共用施設受付と抽選処理、  
理事会の広報手段から生活利便サービスの取次まで、  
入居者様・管理会社様の様々な“欲しい”に  
お応えできるポータルサイトをご紹介します。



## DXソリューションによる既存領域以外への展開

OICOSを活用した各種サービスを展開し、従来の顧客層以外の需要を新たにに取り込み拡大する。



# 事業紹介 | DXソリューション「OICOS」

再生はこちらから



**OICOS**

こうして生まれたのが OICOSです

# 事業成長性 | ウェルビーライフ事業

主要サービス	取組方針	成長性
DXソリューション	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DXソリューション「OICOS」を6大都市18都道府県から中期で20~25に拡大</li> <li>・有人対応を必要とされていない物件においても有人物件に近いサービス提供を実現</li> </ul>	
マンションフロント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・期待される高品質なサービスを提供できる人材の確保が困難な物件は撤退</li> <li>・一方で高付加価値なサービス需要を引き続き取り込むことで単価の上昇を図る</li> </ul>	
企業受付	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マンションフロントサービスで培ったノウハウを企業受付等に対して展開し、高品質なサービスの提供により、新たな需要を取り込む</li> </ul>	
クリーニング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マンションフロントサービスで構築した管理会社等とのネットワークも活かし、衣類と住まいの両面から、生活を豊かにし利便性を高めるサービスを提供する</li> </ul>	
その他サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マンション共用部における家具手配など新たなサービスの展開</li> <li>・宅配ボックスサービス展開企業と連携した利便性向上につながるサービス展開</li> </ul>	

# 事業戦略 | リトリートステイ事業

- 日常の喧騒から離れ心身のリセットを可能とする「記憶に残る非日常」を提供
- 「BAY HOTEL」と「スロウマウンテン成田」のブランディングを強化
- 稼働率よりも「客室1室あたりの収益性」を重視した販売コントロール
- 顧客ニーズの変化に対応するため、ハード面の改修やリブランドに着手



2025年4月1日に改装後グランドオープンを迎えた「CVS・BAY HOTEL本館」館内の様子

# 事業紹介 | THE FARMスロウマウンテン成田



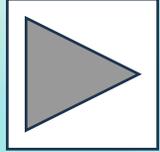
SLOW  
MOUNTAIN  
NARITA

- 2025年3月1日に千葉県成田市にグランドオープン  
“自然”をもっとアクティブに。“泊まる”をもっと上質に。  
(情報開示) [公式リリース情報はこちらから](#)



# 事業紹介 | THE FARMスロウマウンテン成田

再生はこちらから

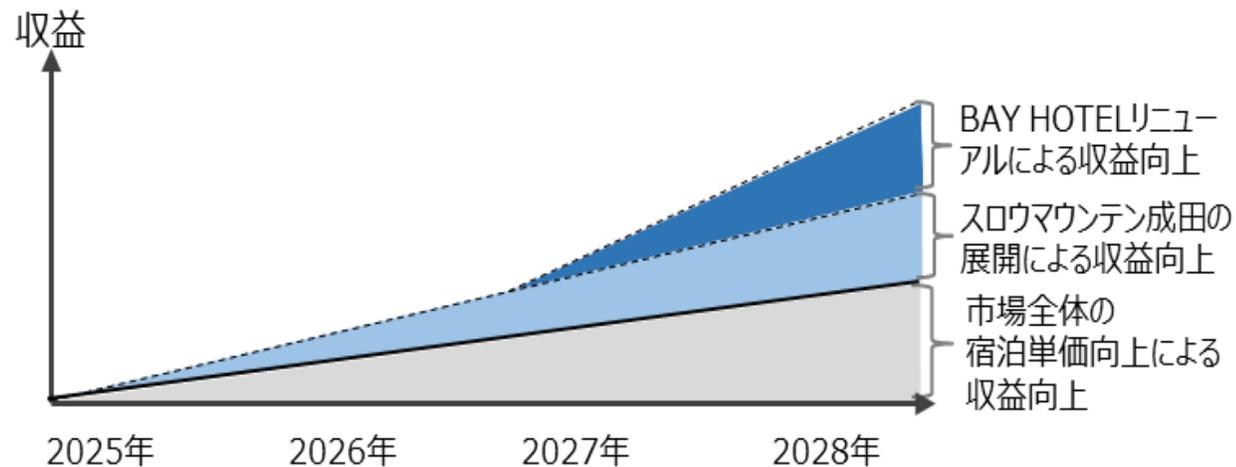
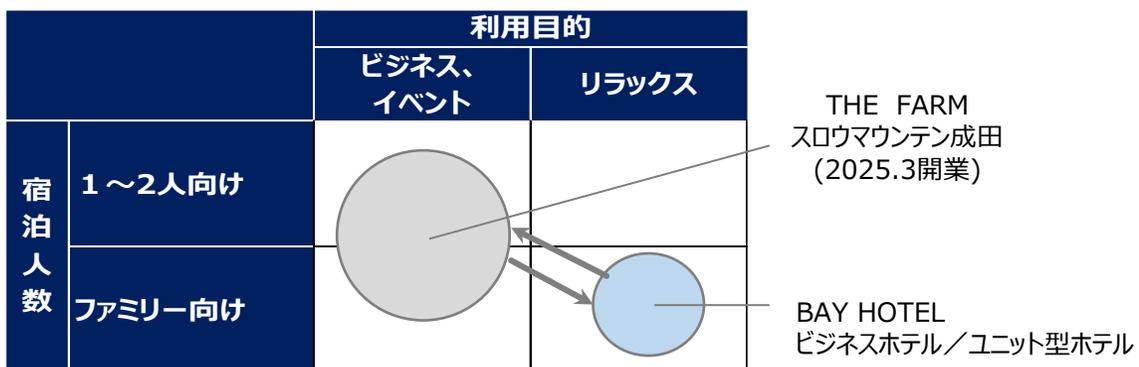


# 事業成長性 | リトリートステイ事業

主要サービス	取組方針	成長性
<b>ビジネス&amp;ユニットホテル (BAY HOTEL)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 手軽で身近な「リトリート」を提供するブランドを確立し、ブランドのファンを獲得する</li> <li>• 顧客ニーズの変化に対応するため、ハード面の改修やリブランドに着手する</li> <li>• インバウンド、グループ、団体の取り込みに注力し「客室1室あたりの収益性」を追求</li> </ul>	
<b>アウトドアリゾート (スロウマウンテン成田)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 贅沢で上質な「リトリート」を提供するブランドを確立し、ブランドのファンを獲得する</li> <li>• 自然と共生した「旅の目的地」としての宿泊滞在施設を2025年3月にオープン</li> <li>• 今後、積極的なマーケティング等により新たな需要の取り込みを期待</li> </ul>	

## 収益向上の施策

ホテル運営経験をもとに、新業態の宿泊施設を展開。高付加価値サービス提供の知見を既存ホテルへ還元し、相乗効果も含め、宿泊単価向上を目指す。



※市場全体の宿泊単価は、2030年までに訪日外国人観光客数が政府目標値まで増加することを想定し、現在の水準からさらに増加すると仮定

## 4. サステナビリティ

---

- サステナビリティに対する考え方
- 重点課題（マテリアリティ）と取り組み
- マテリアリティ・マトリクス

# サステナビリティに対する考え方

- 事業環境の変化を見据え、中長期の視点から4つの重点課題を特定。  
⇒ 重点課題（マテリアリティ）は、事業展開や企業成長にとって重要なテーマと位置づけ、情報開示／内容見直し／取り組みの充実を図ります。

## E (Environment)

### 【重点課題1】

企業の持続的成長に向けたビジネスモデルの変革

- ・ IoT活用やオンライン予約システム、独自のサービスメニューの開発
- ・ 独自のサービスメニューや特典を提供し、他社との差別化を図る

### 【重点課題4】

環境負荷を低減し、  
地球環境に配慮した事業展開

- ・ 事業による環境負荷低減
- ・ 自然と共生した宿泊施設の展開

## S (Social)

### 【重点課題2】

多様な人材が活躍できる環境  
づくり、人材投資・教育

- ・ 多様なキャリアプランの提示
- ・ 専門人材育成プログラム展開

## G (Governance)

### 【重点課題3】

コーポレートガバナンスの強化

- ・ グループを統括した内部監査体制のさらなる推進
- ・ リスク・コンプライアンス対策の強化
- ・ サステナビリティ情報開示の推進

# 重点課題（マテリアリティ）に対する取り組み

重点課題（マテリアリティ）	取組内容	SDGs対応項目
<p><b>【重点課題 1】</b> 企業の持続的成長に向けた ビジネスモデルの変革</p>	<p>お客さまの気持ちを光あふれる明るい方向へと向け、人と社会に感動を与えるサービスを生み出すことに挑戦し続けていくことが、当社グループの事業において重要なテーマと考え、重点課題として特定しました。</p> <p>【取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ IoTの活用によるスマートデバイス導入によるサービスの向上</li> <li>・ オンライン予約システム等の導入により、顧客との接点を増やすことで利便性を向上</li> <li>・ 独自のサービスメニューや特典を提供し、他社との差別化を図る</li> <li>・ 新しいサービスや新しい事業の検討時には横断的な意見交換の会議体やプロジェクトを設置</li> </ul>	
<p><b>【重点課題 2】</b> 多様な人材が活躍できる 環境づくり、人材投資・教育</p>	<p>当社グループ事業は、お客さまと近い距離でサービス提供を行うスタイルであり、すべての原動力は「人」です。そのため、多様な人材が活躍できる環境づくり、人材投資・教育を重点課題として特定しました。</p> <p>【取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多様なキャリアプランの提示と面談等の制度</li> <li>・ 若手社員及び中途採用者でも早期に責任あるポジションへの登用</li> <li>・ 経験豊富なシニア世代等においても長く働ける環境の整備</li> <li>・ 社内外の教育プログラムを活用した専門人材の育成</li> </ul>	
<p><b>【重点課題 3】</b> コーポレートガバナンスの強化</p>	<p>コーポレートガバナンス強化に向けた取り組みは、上場企業としての社会的役割と責任を果たすとともに、当社グループの事業継続において、極めて重要な取り組みと捉え、重点課題として特定しました。</p> <p>【取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ グループを統括した内部監査体制の確立</li> <li>・ 子会社を含めた担当者の人事異動交流による課題の早期発見</li> <li>・ ハラスメント等に関する定期的な研修実施</li> <li>・ サステナビリティ情報開示の推進</li> </ul>	
<p><b>【重点課題 4】</b> 環境負荷を低減し、 地球環境に配慮した事業展開</p>	<p>地球環境に配慮した取り組みは、当社グループがステークホルダーから期待されている重要なテーマと認識しているため、重点課題として特定しました。</p> <p>【取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ホテルアメニティのセルフサービス化による廃プラスチックの削減、連泊時の清掃不要のご案内など</li> <li>・ 自動チェックイン機導入によるペーパーレス化など環境に配慮した運営スタイルの確立</li> <li>・ 自然と共生したアウトドアリゾート施設の展開、雨水の再利用や太陽光パネルの設置、農作物の地産地消の推進</li> <li>・ 過剰在庫を持たない方針によるコンビニ店舗運営を展開するなど、当社独自の取り組みを今後も推進</li> </ul>	

# マテリアリティ・マトリクス

## マテリアリティ・マトリクスによる整理

非常に高い



社会・ステークホルダーにとっての重要度

### 重点課題4：環境負荷を低減し、地球環境に配慮した事業展開

使い捨てプラスチック等の廃棄物削減

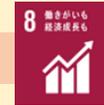


自然環境との共生・保護



### 重点課題1：企業の持続的成長に向けたビジネスモデルの変革

日常をプラスにするサービスの企画・充実



### 重点課題2：多様な人材が活躍できる環境づくり、人材投資・教育

人材への投資・教育



多様な人材の活用・雇用



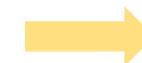
### 重点課題3：コーポレートガバナンスの強化

コンプライアンスの徹底/コーポレートガバナンス強化



高い

当社グループにとっての重要度



非常に高い

# 5. 財務計画

---

- 連結財務目標
- 配当予想
- 株主優待制度

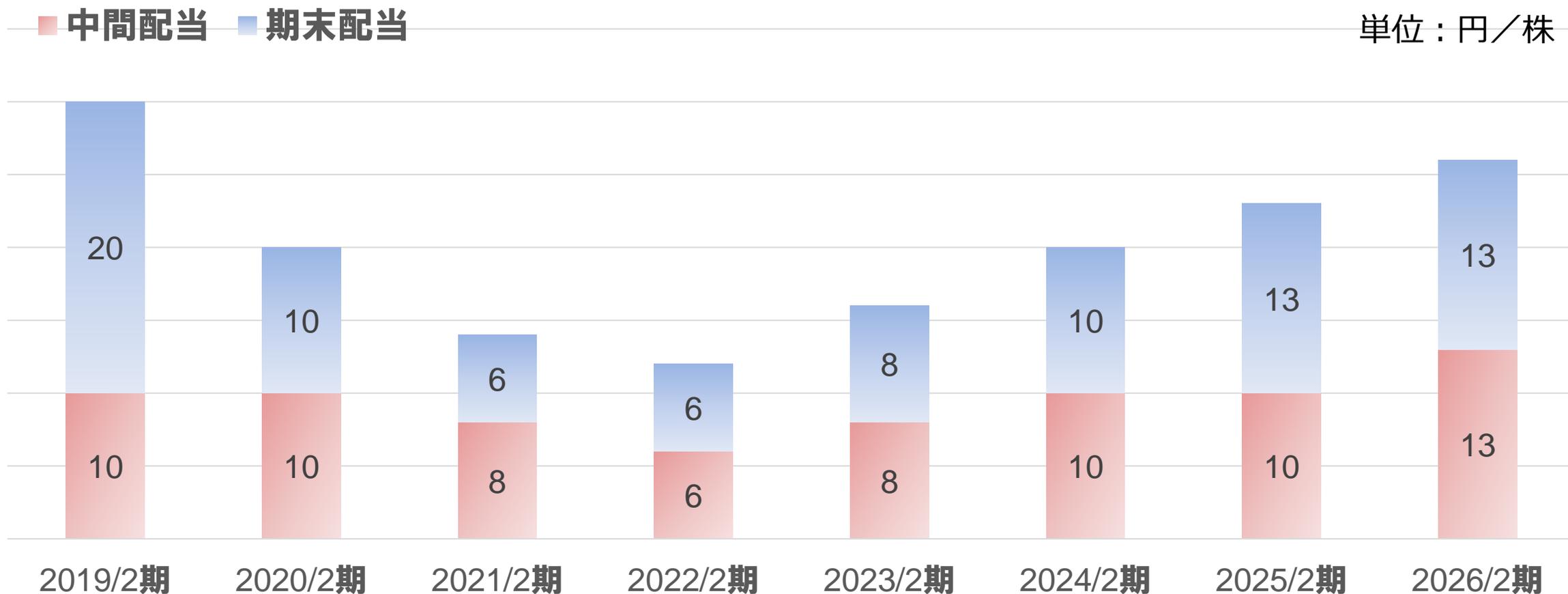
## 連結財務目標 (2026年2月期～2028年2月期)

単位：百万円	2025年2月期 (第45期)	2026年2月期 (第46期)	2027年2月期 (第47期)	2028年2月期 (第48期)
連結売上高	7,822	8,896	9,010	9,593
連結売上総利益	3,645	4,511	4,987	5,781
連結営業利益	421	568	744	1,092
連結営業利益率	5.3%	6.3%	8.2%	11.3%

- 施設のリニューアル改装工事実施に伴う居室売り止めの影響は織り込み済み。
- その他、グループガバナンス体制の強化を目的とする組織基盤整備、人的資本の価値向上に向けた取り組みや待遇改善、サステナビリティ情報の開示や事業継続計画の策定、取締役会実効性評価の実施などにより、管理費用が増加。
- 2028年2月期末には、連結営業利益率10%水準以上の業績着地を目標とする。

# | 配当予想

- 安定かつ継続的な配当を、中間・期末でそれぞれ実施。  
＞ 2026年2月期は年間配当26円（中間13円・期末13円）を予定



# 株主優待制度（2025年2月末時点）

当社事業に対するご理解をより一層高めていただき、長期に亘り当社株式を保有いただける株主様の増加を図ることを目的に、株主優待制度を導入しています。

2月末基準日（2024年2月末基準日～）

①ホテル宿泊割引券

保有株式数	発行枚数	優待内容	ご利用可能期間 (※1)
100株以上	1枚	当社運営の全ホテルで ご利用いただける 2,000円相当の宿泊割引優待券	6月1日～ 翌年2月末日まで
200株以上	3枚		
200株以上 長期保有株主様 (※2)	4枚		

8月末基準日（2024年8月末基準日～）

①ホテル宿泊割引券

保有株式数	発行枚数	優待内容	ご利用可能期間 (※1)
100株以上	1枚	当社運営の全ホテルで ご利用いただける 1,000円相当の宿泊割引優待券	11月中旬～ 翌年5月末日まで
500株以上	4枚		

①ホテル宿泊割引券

スマートホテル

施設名	施設所在地	アクセス
秋葉原(※) BAY HOTEL	東京都千代田区神田練塀町44-4	JR 山手線・京浜東北線・総武線 東京メトロ日比谷線「秋葉原駅」徒歩3分
東京有明 BAY HOTEL	東京都江東区東雲2-10-17	りんかい線「東雲駅」徒歩4分 国際展示場駅 1駅2分

※「秋葉原BAY HOTEL」は、女性専用ホテルです。男性のご利用は出来ませんのでご了承ください。

ビジネスホテル

施設名	施設所在地	アクセス
CVS・BAY HOTEL 本館	千葉県市川市塩浜2-33-1	JR京葉線「市川塩浜駅」改札出てスグ 舞浜駅 2駅6分
CVS・BAY HOTEL 新館(※1)	千葉県市川市塩浜2-3-8	「本館」に隣接 海浜幕張駅（幕張メッセ）まで14分
BAY HOTEL 浦安駅前(※2)	千葉県浦安市北栄1-15-28	東京メトロ東西線「浦安駅」徒歩1分
BAY HOTEL 東京浜松町	東京都港区浜松町1-16-9	JR山手線「浜松町駅」徒歩4分 羽田空港まで 直通19分

(※1)「CVS・BAY HOTEL 新館」は女性専用のユニットタイプの客室（20室）もご用意しております。

(※2)「BAY HOTEL 浦安駅前」は、アパートメントタイプのビジネスホテルです。



## 「人と社会に感動を。誠実なる挑戦を。」

人の心に豊かさを。生活に彩りを。  
人を想う気持ちが、だれかの光になると、私たちは信じています。  
私たち「株式会社シー・ヴィ・エス・ベイエリア」は  
これからも誠実なる挑戦を続け、  
「人」と「社会」に感動を届ける活動を真摯に続けていきます。

*Bay C.V.S*