



2024年9月期 第3四半期

決算説明資料

2024年8月9日

株式会社CS-C

東証グロース 証券コード：9258

日本のローカルビジネスを
世界に誇れる産業へ





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

社名	株式会社CS-C
代表取締役社長	梶原 健
設立	2011年10月
本社	東京都港区芝浦4-13-12 MS芝浦ビル12F
資本金	761百万円
従業員数	242名（契約社員、派遣社員、パートタイマー、アルバイトを含む）
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」 ・ コンサルティング×アウトソーシングサービス「C-mo Pro」
市場	東京証券取引所 グロース市場 証券コード：9258



C-mo /シーモ

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

C-mo Pro /シーモプロ ※

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×アウトソーシングサービス

デジタル広告（広告運用サービス）

ショット型（都度契約）

Google や Yahoo!、SNS等の広告代理店事業



各サービスの詳細は、当社コーポレートサイトをご覧ください
<https://s-cs-c.com/>

2024年9月期3Q

売上高 **1,972**百万円 YoY **109%** 計画対比 **93%**

営業利益 **9**百万円 YoY **5%** 計画対比 NM

ストック売上高※ **1,977**百万円 YoY **112%**

(うちトラベル業界のストック売上高 **266**百万円)

トピックス

- **三島信用金庫**との業務提携を開始
- 「C-mo」アップデートにより**ポイントカード機能**を追加
- オフィスを拡張（本社の延床面積が1.5倍に）

決算概要

【売上高】 「C-mo Pro travel」のリリースや「C-mo gourmet」の伸長により、前年同期比で増収し概ね計画どおり推移

【営業利益】 成長促進のための人件費や採用関連費等により今期3Qのコストが増加したものの、概ね計画どおり推移（来期の採用計画の見直しを図ったことで追加コストが発生したが、効率的な投資が奏功し、3Q累計コストは当初予算よりも下回る水準で推移）

	2023/9期 3Q累計 2022年10月～2023年6月	2024/9期 3Q累計 2023年10月～2024年6月	前年同期比
売上高 (百万円)	1,803	1,972	109.4%
営業利益 (マージン)	181 (10.1%)	9 (0.5%)	5.3%
経常利益 (マージン)	181 (10.1%)	9 (0.5%)	5.4%
四半期純利益 (マージン)	114 (6.3%)	1 (0.1%)	1.3%

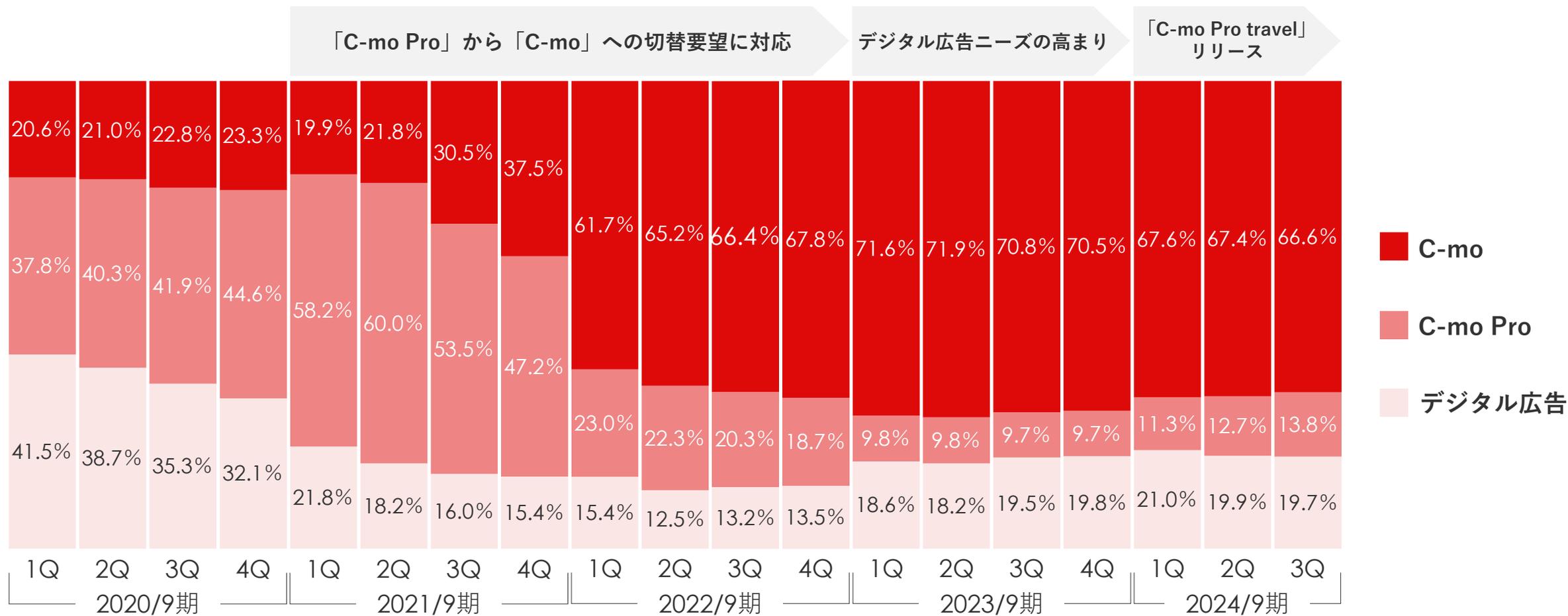
サービス別売上高

- 【 C - m o 】ビューティー業界での新規受注が鈍化する一方で、**グルメ業界は堅調に推移**
- 【 C-mo Pro 】「C-mo Pro travel」の新規導入が順調に進み**大きく伸長**
- 【デジタル広告】コロナの落ち着きによりクライアントからの依頼が増加したため**伸長傾向が続く**

(百万円)	2023/9期 3Q累計 2022年10月～2023年6月	2024/9期 3Q累計 2023年10月～2024年6月	前年同期比
C-mo	1,277	1,313	102.8%
C-mo Pro ※	174	271	155.2%
デジタル広告	351	387	110.3%

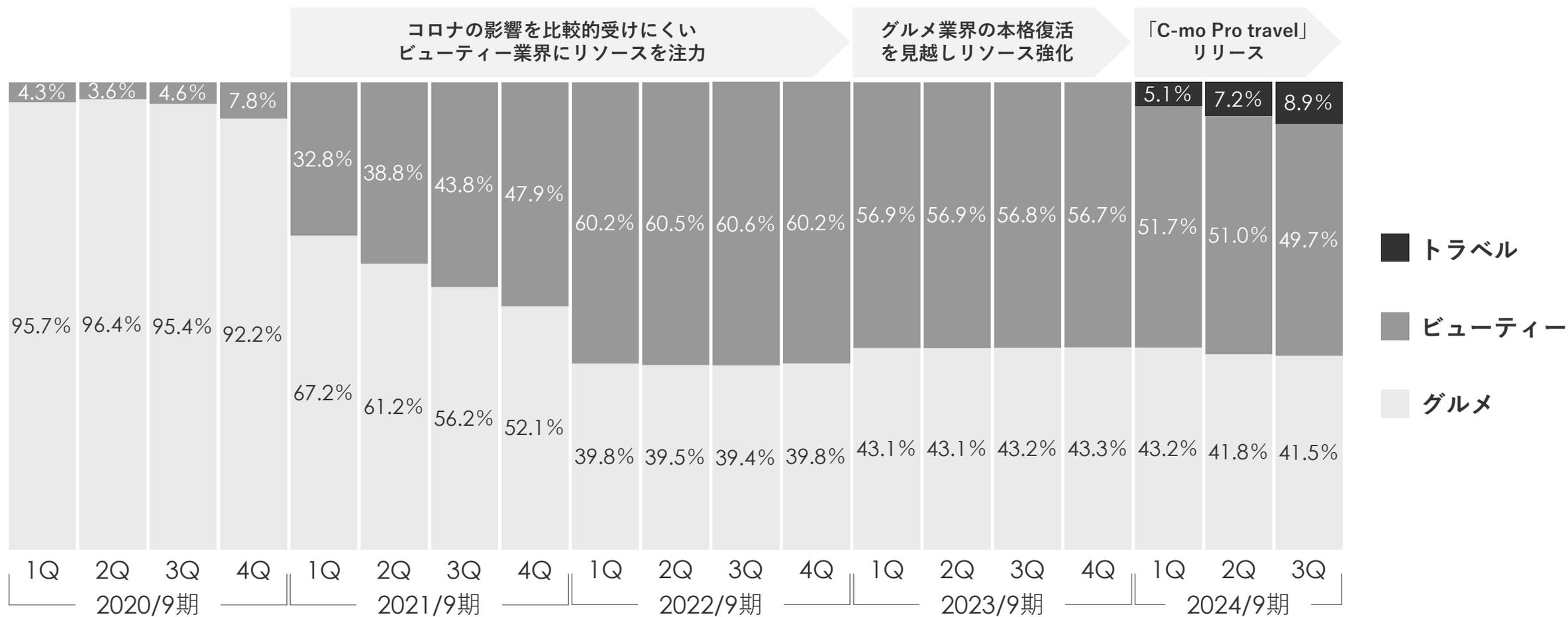
売上高構成比／サービス別

- 2022/9期以降は「C-mo Pro gourmet / beauty」の新規受注停止により「C-mo」の構成比率が上昇
- デジタル広告は顧客ニーズの高まりにより高水準で維持が続く



売上高構成比／業界別

- 2023/9期（12期）以降、コロナ収束による客足の戻りおよびインバウンド需要の回復により、売上高に占めるグルメ業界の割合が徐々に増加
- 2024/9期（13期）から「C-mo Pro travel」を正式リリース





ストック売上高 ※

1,977百万円 (前年同期比 112.4%)



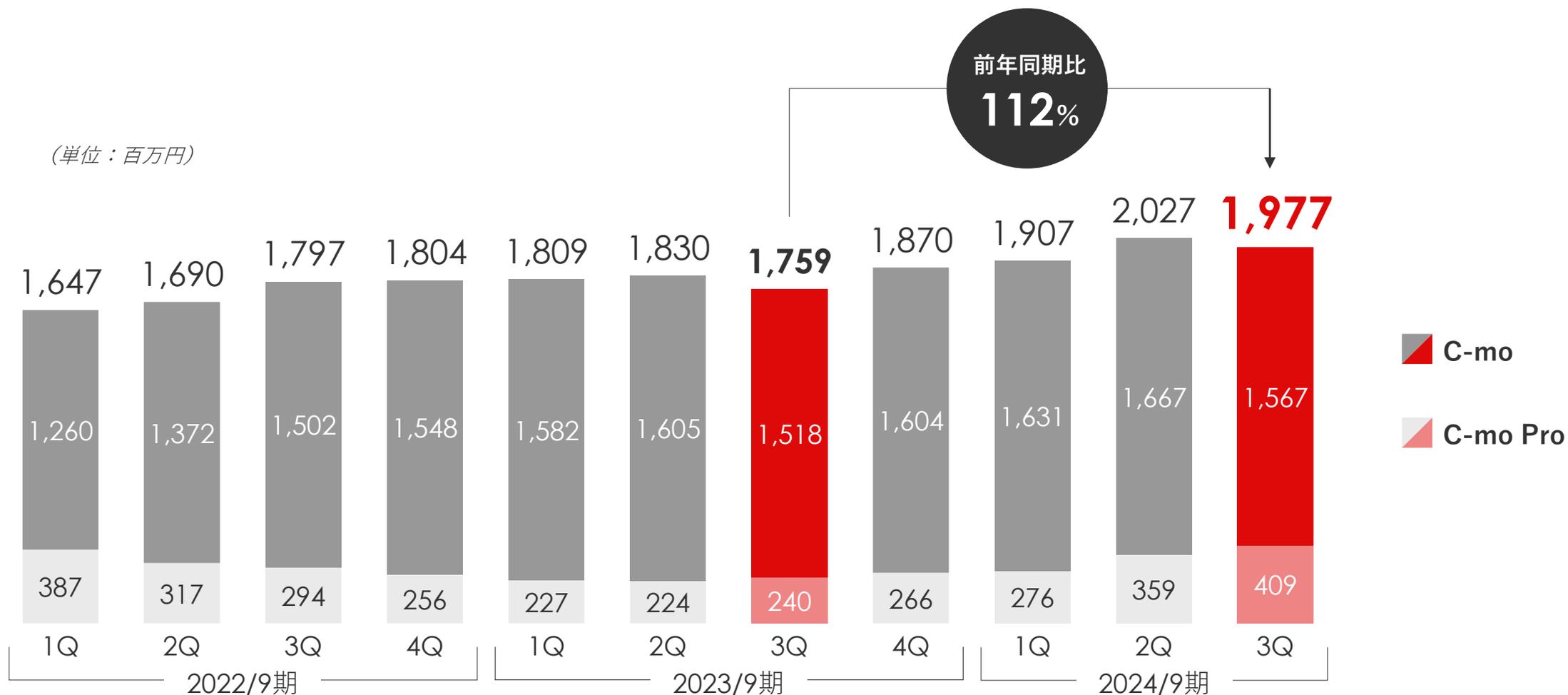
(参考)

契約店舗数

6,251店舗 (前年同期比 111.9%)

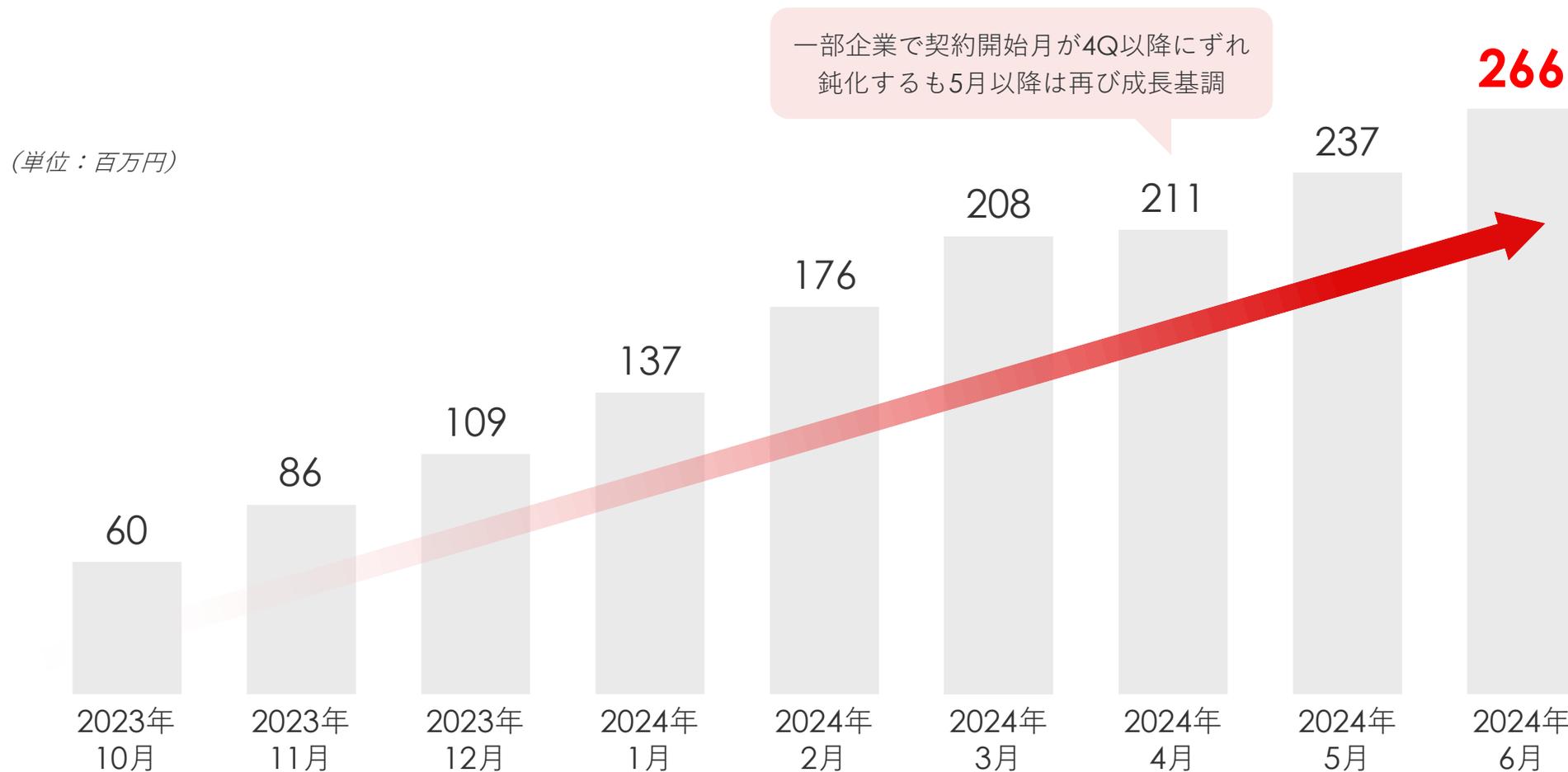
ストック売上高※

- 「C-mo Pro travel」のリリースに伴い「C-mo Pro」のストック売上高が前年同期比170%と伸長
- 「C-mo」はグルメ業界では堅調に推移するものの、ビューティー業界の鈍化により2Qよりも減少



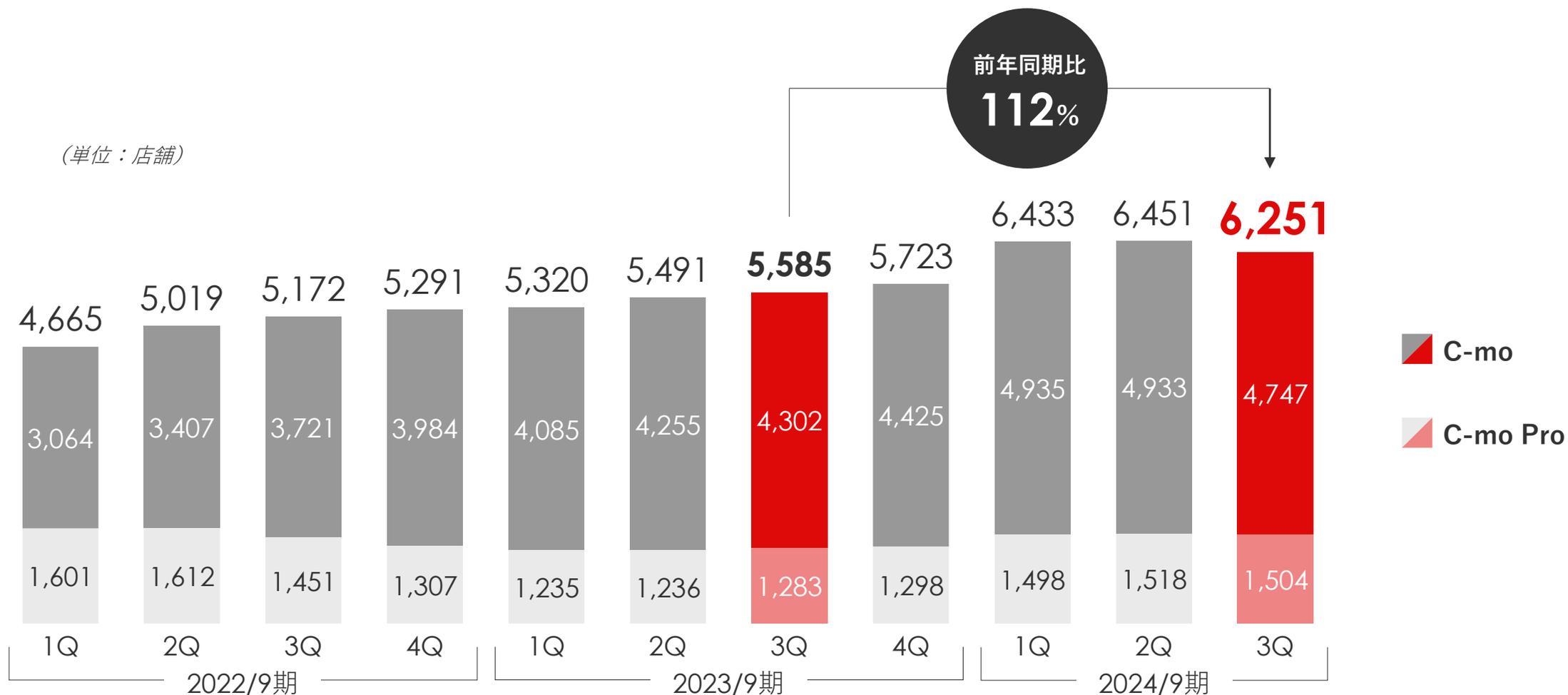
トラベルストック売上高※

- トラベル業界におけるストック売上が、正式リリース後9ヶ月で260百万円を突破し順調に成長



(参考) 契約店舗数

- トラベル業界向け「C-mo Pro travel」が伸長する一方で、ビューティー業界の自然減が影響し、店舗数は2Qよりも減少



新規受注内訳

- インバウンド需要の回復により、ビールメーカーを始めとするアライアンス企業からの紹介が増加

約20%

直販 (インサイドセールス)

- ✓ オウンドメディア運用
- ✓ SNS運用
- ✓ ウェビナー



ウェビナーによる認知度向上を活かし
直販での見込み客の獲得を強化

約80%

アライアンス

- ✓ 勉強会の開催
- ✓ 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

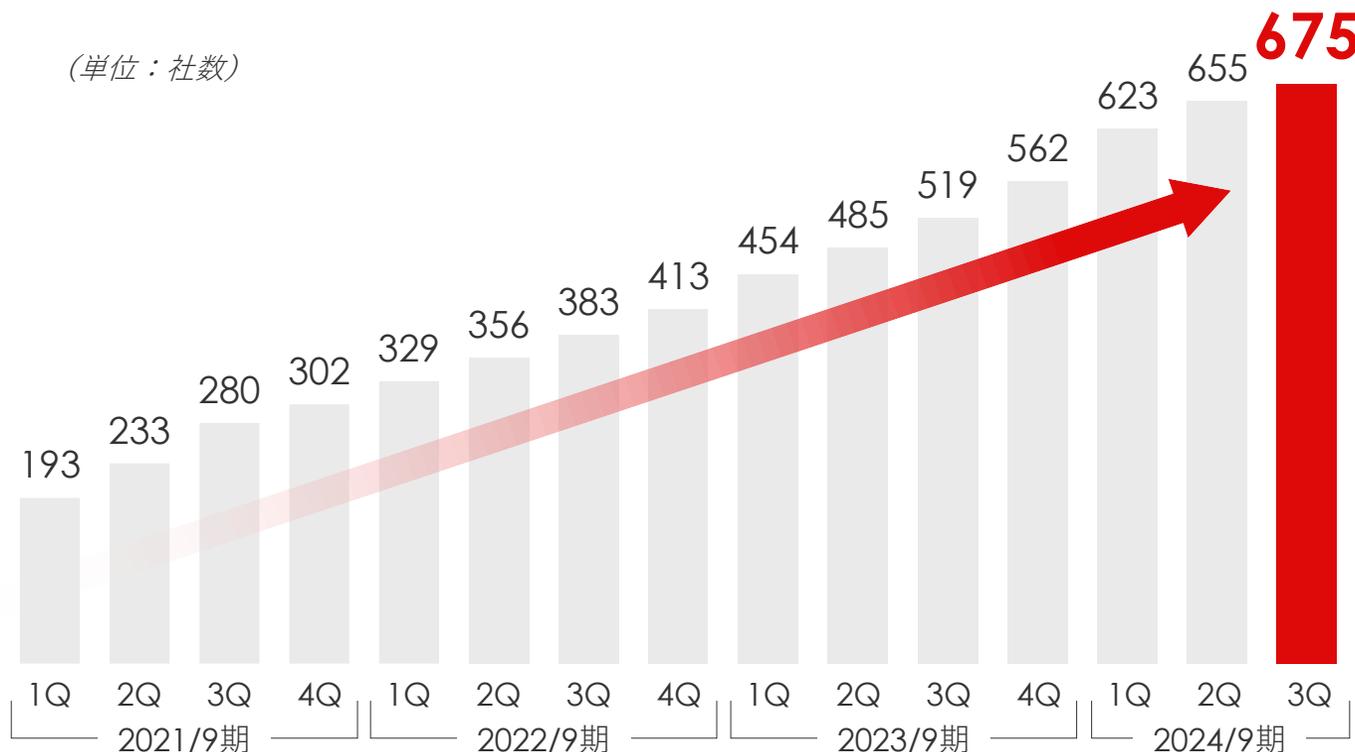
受注の
内訳

アライアンス企業数

- 2024年6月末時点のアライアンス契約は675社
- 三島信用金庫とも業務提携を開始し、更なるシェア獲得を目指す

取引社数

(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
- 株式会社沖縄海邦銀行
- 株式会社沖縄銀行
- 株式会社ガモウ関西
- 株式会社きくや美粧堂
- サッポロビール株式会社
- サントリー株式会社
- タマリス株式会社
- 株式会社ダリア
- 株式会社中京銀行
- 株式会社デザインワン・ジャパン
- 株式会社東京スター銀行
- 株式会社東和銀行
- 株式会社名古屋銀行
- 株式会社ビューティガレージ
- 株式会社北陸銀行
- 株式会社みずほ銀行
- 株式会社三菱UFJ銀行

アップデート

✓ 「C-mo」 アップデートにより**ポイントカード機能**を追加

今回のアップデートにより、店舗独自のポイントカードを発行できるようになりました。

ゴールまでのポイント数とゴール到達時の特典を自由に設定することができ、

さらに会員ランクを設定することで各ランクに合わせた特典を

用意することも可能です。

来店意欲を高める特典で再来店を促進し、

リピーターの増加に寄与します。

<ニュースリリース> <https://s-cs-c.com/news/20240611/>



SDGsに関する取り組み

- 当社の重点課題の位置づけ

✓ 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
- 経営改善による資源の無駄を削減
- 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

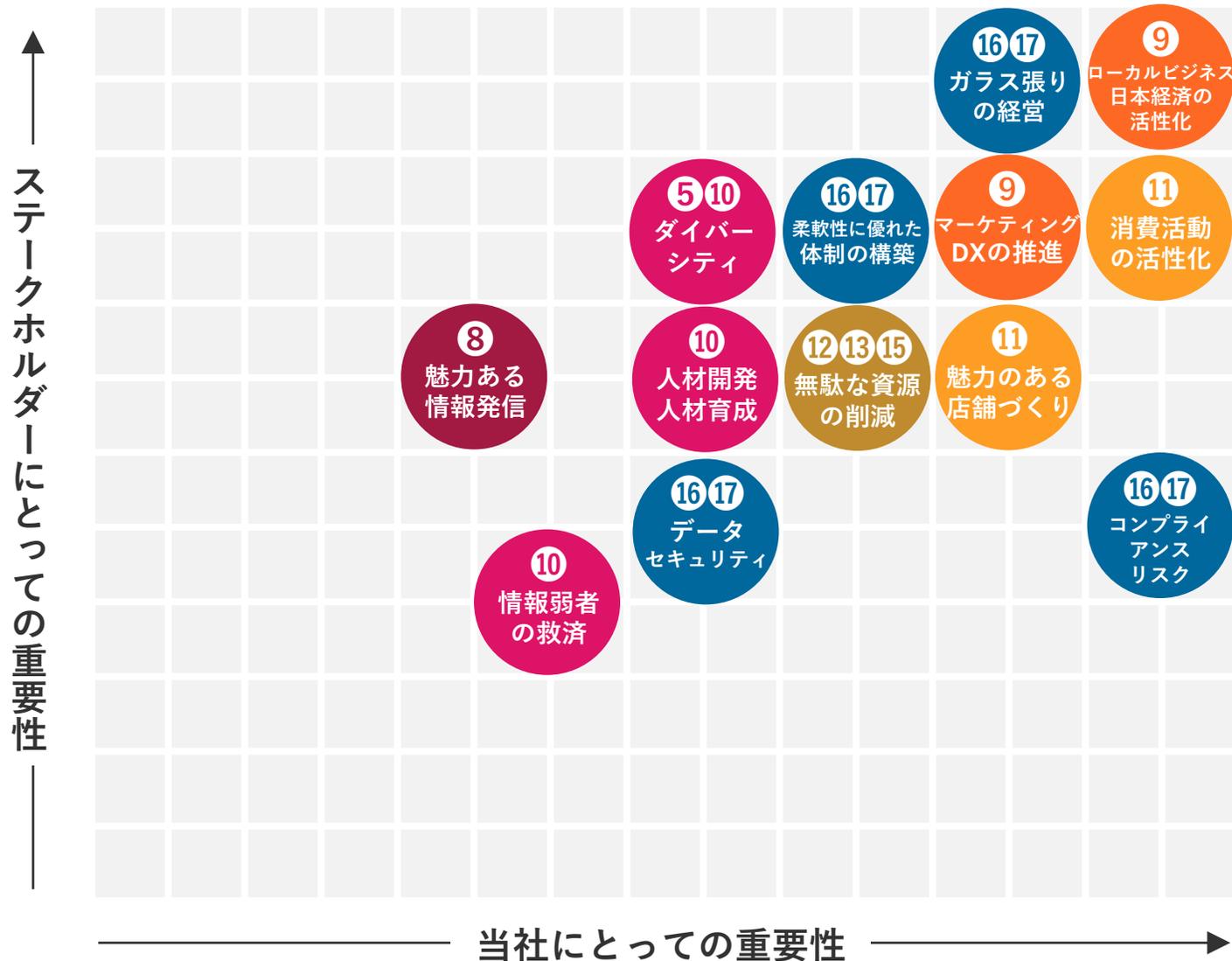
✓ コーポレート・ガバナンス体制の強化



- 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

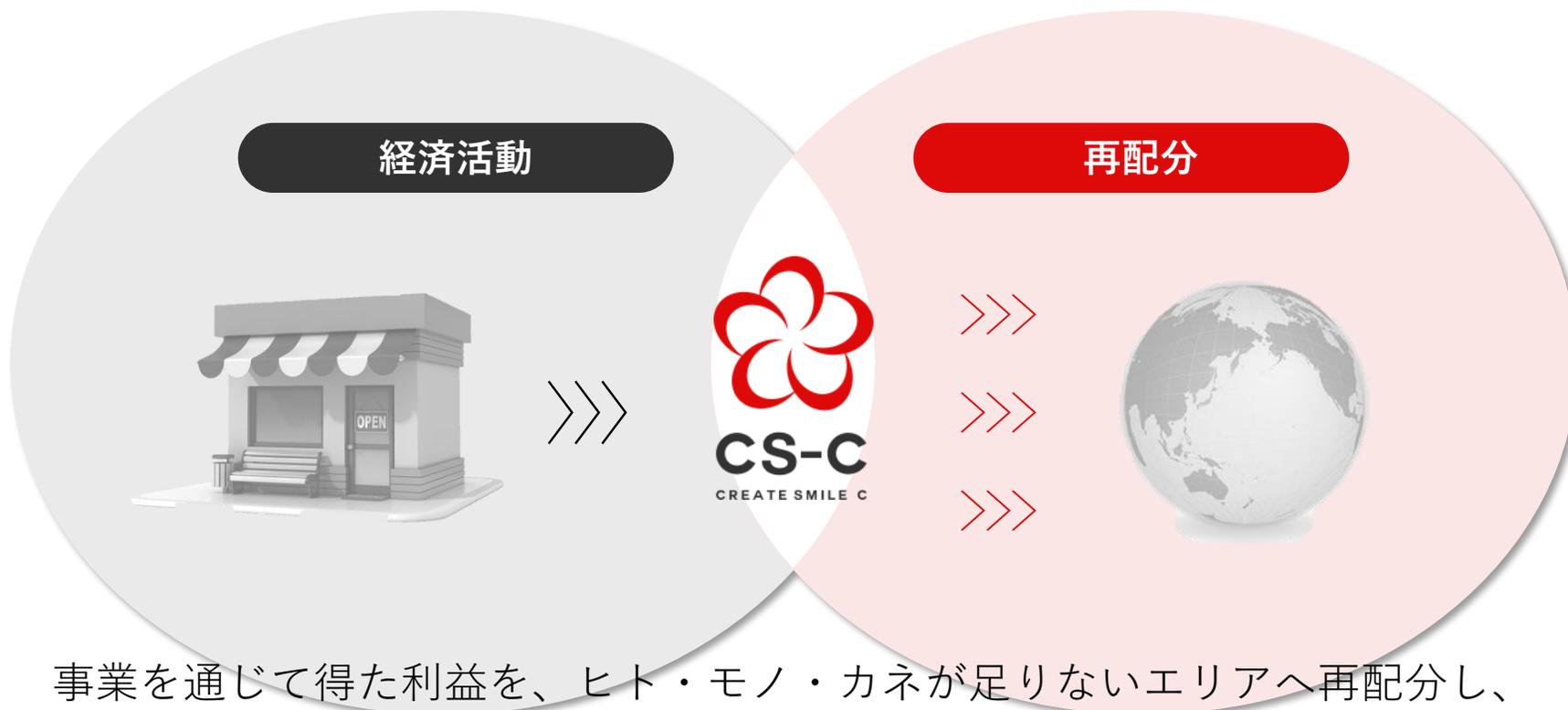
- 当社の重点課題の位置づけ



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 陸の豊かさも守ろう
- ⑯ 平和と公正をすべての人に
- ⑰ パートナー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）

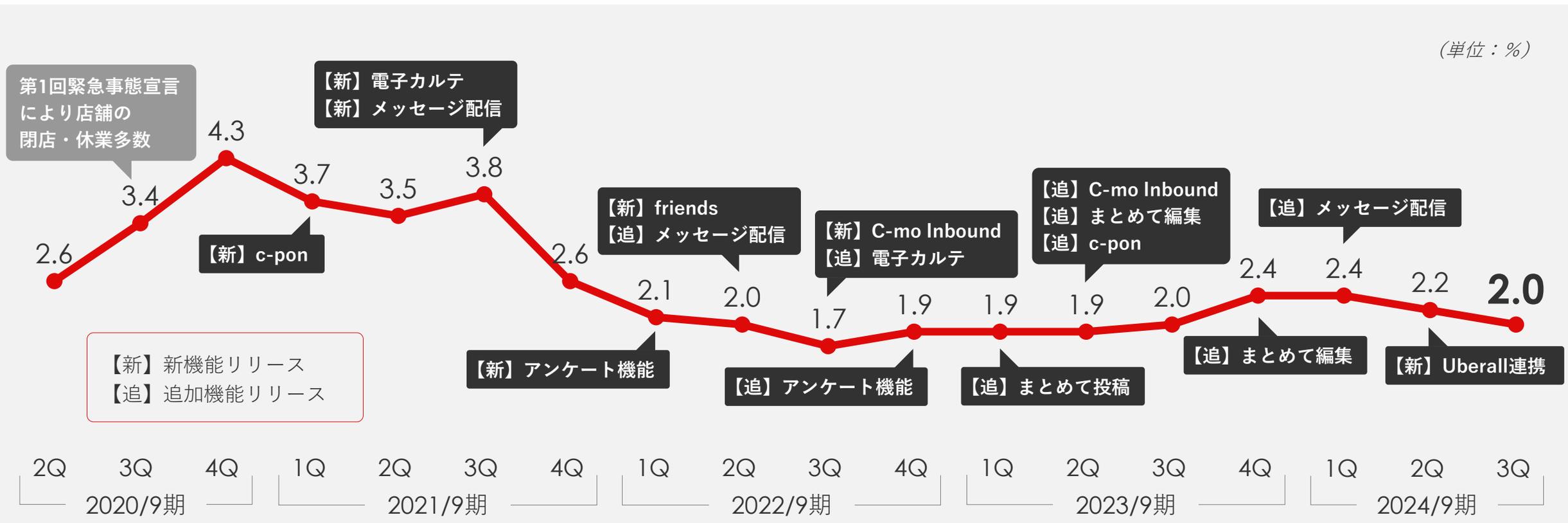


事業を通じて得た利益を、ヒト・モノ・カネが足りないエリアへ再配分し、世の中の不均衡を改善することで、社会の持続可能な発展に貢献してまいります

Appendix

6ヶ月平均「C-mo」解約率

- 2023/9期4Qの解約率上昇は、大手企業（1社）の解約による一時的なもの
 - 「C-mo」の一部機能のみの利用であったため、収益インパクトは1店舗あたり約15,000円/月と経営に与える影響は極めて限定的



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

Q. 新領域としてトラベル業界を選択した理由は？

A. トラベル業界（旅館・ホテル）においても、下記のグルメ業界・ビューティー業界と共通の課題感があり、既存サービスの横展開が可能であると考えているためです。

【共通課題】

時代の進化とともに、消費者がお店・施設を選ぶ手段が、
検索エンジン・メディア・SNSなど多様化している。

お店・施設側がそこに対応するためにはノウハウや人員の確保が必要だが、
運営主体は中小企業が多く、実現が難しい。

Q. トラベル業界にはどのようにアプローチしていくのか？

A. グルメ業界・ビューティー業界同様、アライアンス企業様経由での拡大を検討しております。

Q. 将来計画のうち、トラベルの貢献分はどれくらいか？

A. 2024年9月期におけるトラベル事業の売上は数億円程度を想定しており、グルメやビューティーの規模感と対比するとまだまだ小さい水準と考えております。

Q. 今後トラベルも「C-mo」の開発を進め、リリース後「C-mo Pro」から切り替えをしていくのか？

A. トラベル業界は、グルメ業界・ビューティー業界以上に人手不足の課題があり、現時点では「C-mo」による省人化よりも、「C-mo Pro」によるアウトソーシングのニーズのほうが高いため、「C-mo Pro」を広げていく計画です。

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。