



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2024年12月19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

CONTENTS

- 01 会社概要
- 02 市場環境
- 03 競合環境
- 04 業績・主要指標 -2024年9月期実績
- 05 成長戦略 -2025年9月期計画
- 06 SDGs・CSR活動
- 07 リスク情報



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	237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



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



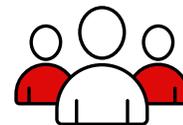
CLIENT

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



COUNTRY COMMUNITY

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



CONSUMER

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、エンドユーザー（消費者）が気持ちいい、笑顔になれる



CHILDREN

公益資本主義※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

01

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。

02

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。

CEOメッセージ

1990年代初頭から日本経済は停滞し、国際的な影響力も失われつつあります。

世界的に見ても、競争力のある産業は著しく減少し、日本はかつての経済的な優位性を失いつつあります。

しかしながら、その中でも、食・美・旅などといった日本のローカルビジネスには、グローバルな視点から見ても高く評価され、非常に競争力のある分野が数多く存在します。

私たちは、ローカルビジネスが抱える課題に対し、革新的なソリューションを提供し続け、日本のローカルビジネスを世界に誇れる産業へと導くことを目指しています。

これらを実現することにより、消費者(CONSUMER)、クライアント(CLIENT)が潤い、ひいては地域(COMMUNITY)、国(COUNTRY)の活性化へとつながると確信しています。

また、当社はビジネスで得た利益の一部を世の中へ還元することにより、ビジネスと社会貢献が両立する世界を創造したいと考えています。

特に、未来を担う子供たち(CHILDREN)への支援を通じて、より良い未来につながると信じております。

こうした取り組みが当社の掲げる理念「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」の実現につながります。

当社の理念、ビジョンは前例のない壮大なプロジェクトとなりますが、CS-Cはこの挑戦を続けていきます。

この理念、ビジョンに共感してくださる方々のおかげでCS-Cは存在し続けることができます。

いつもご協力、ご助言いただき心から感謝申し上げます。

日頃、弊社を支えてくださっている皆様への最大限の感謝を込めて。

株式会社CS-C 代表取締役社長
梶原 健 (すぎのはら たけし)



沿革



CS-C
CREATE SMILE C

2024/04
インバウンド客向け飲食店・食体験予約サービス
「JAPAN FOOD GUIDE」をリリース

2023/10
旅館・ホテル向けコンサル×アウトソーシングサービス
「C+ travel」（現 C-mo Pro travel）をリリース

2021/02
美容室・美容サロン向けSaaS型統合マーケティングツール
「C-mo beauty」をリリース

2018/10
飲食店向けSaaS型統合マーケティングツール
「C-mo gourmet」をリリース

美容室・美容サロン向けコンサル×アウトソーシングサービス
「C+ beauty」（現 C-mo Pro beauty）をリリース

2024年
2024/08
株式会社CS-R設立

2022年
2022/04
株式をグロース市場に移行

2021年
2021/12
東京証券取引所マザーズに上場

2020年
2020/06
テイクアウトやデリバリーを強化する飲食店向けサービス
「C+ togo」（現 C-mo Pro togo）をリリース

2018年

2014年

2014/10
飲食店向けコンサル×アウトソーシングサービス
「C+ gourmet」（現 C-mo Pro gourmet）をリリース

2012年
2012/07
現在の事業の前身である
「外食版SEOサービス」をリリース

2011/10
株式会社CS-C設立

2011年

CONTENTS

- 01 会社概要
- 02 市場環境
- 03 競合環境
- 04 業績・主要指標 -2024年9月期実績
- 05 成長戦略 -2025年9月期計画
- 06 SDGs・CSR活動
- 07 リスク情報

ローカルビジネスとは

● 個人事業主や中小企業を中心とした、地域に根差した店舗ビジネスの総称

一般的には、地元の住民や近隣の人々、そのエリアへの観光客をターゲットにして、店舗やサービスを提供しています。代表的な例としては、飲食店、理美容室、歯科医院、小売店などが挙げられます。



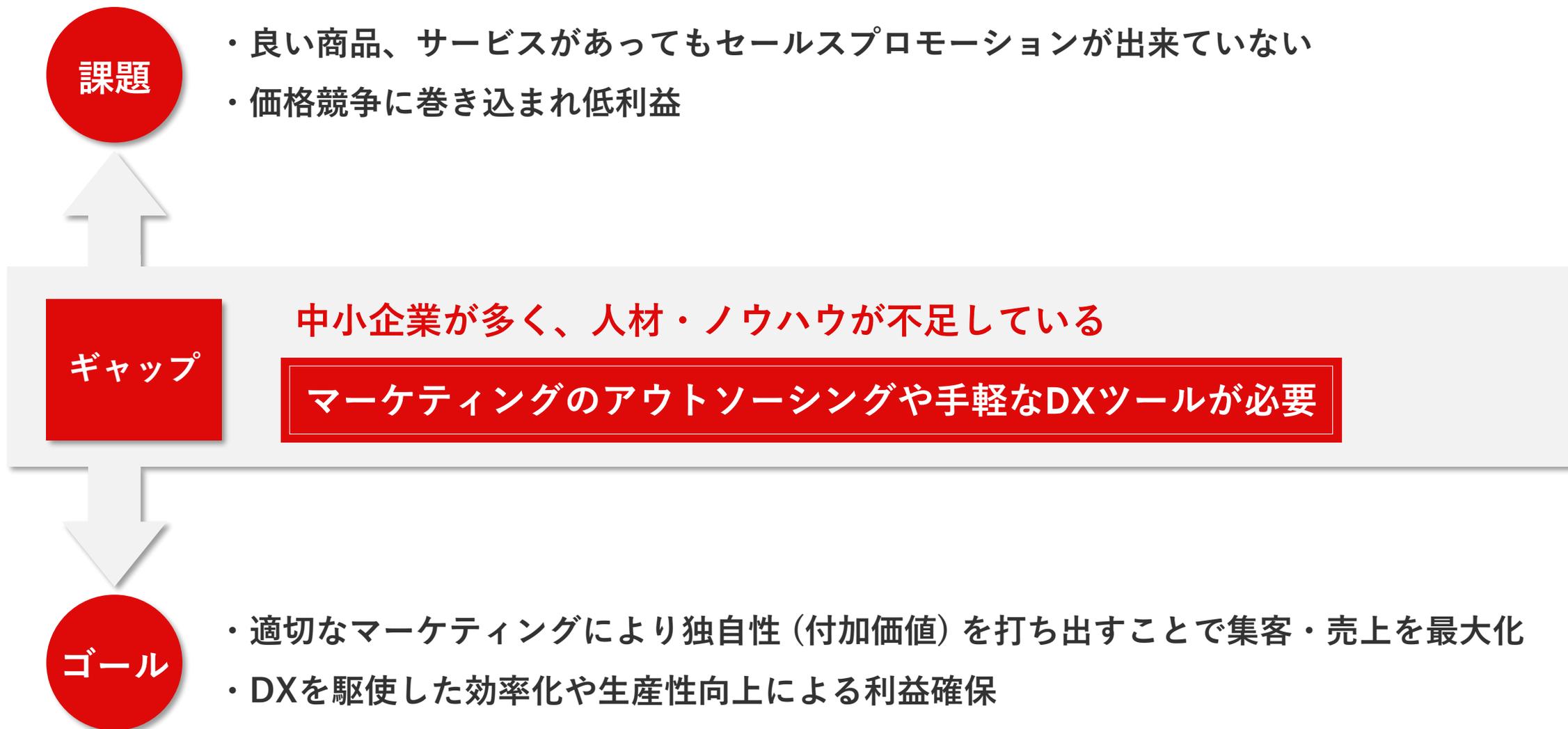
なぜローカルビジネスか

● 広大なマーケットボリューム

現在当社がターゲットとしている、飲食店が属するグルメ業界、美容室・ネイルサロンなどが属するビューティー業界、旅館・ホテルが属するトラベル業界、歯科医院・美容クリニックなどが属するクリニック業界だけでも約120万店舗※を有する



ローカルビジネスにおける現状の課題



市場規模

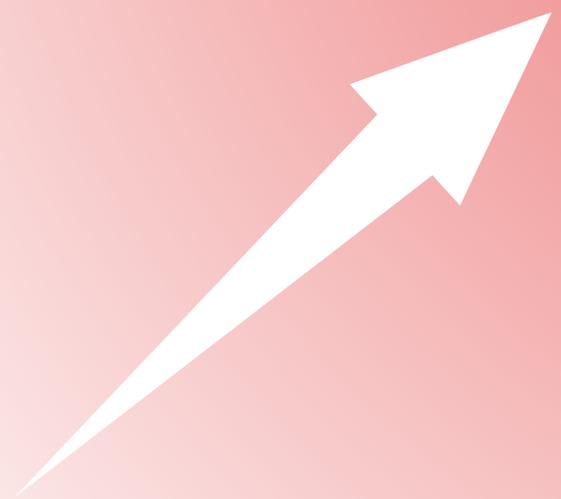
● ローカルビジネス市場のポテンシャル

グルメ、ビューティー、トラベル業界等のデジタルマーケティング予算
 約1.3兆円に対し、2024年9月時点のカバー率は0.2%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 **1.3** 兆円※

平均的なマーケティング予算

飲食店	5%
美容室	12%
旅館・ホテル	10%
歯科医院	5%



CS-Cの2024/9期売上高 … 約 **27** 億円

カバー率
 約 **0.2%**

CONTENTS

- 01 会社概要
- 02 市場環境
- 03 競合環境**
- 04 業績・主要指標 -2024年9月期実績
- 05 成長戦略 -2025年9月期計画
- 06 SDGs・CSR活動
- 07 リスク情報

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

C-mo

シーモ

SaaS型統合マーケティングツール

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で提供

C-mo Pro

シーモプロ

コンサル×アウトソーシングサービス

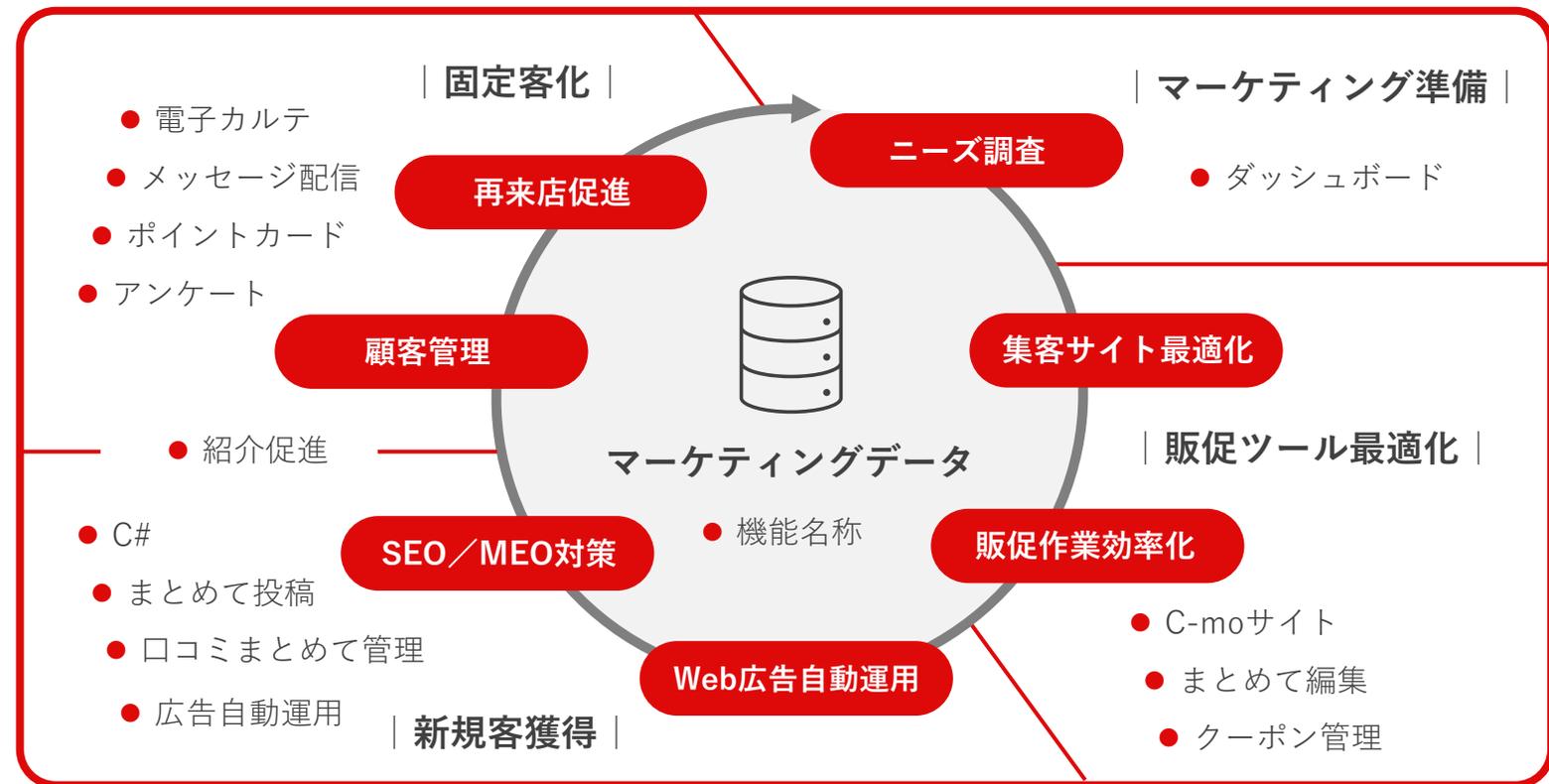
デジタルマーケティングのプラン策定から実行、
効果検証までを一気通貫でサポート

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



コンサルティング×BPOにより、**店舗は本業に集中することが可能**

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



C-mo Pro

コンサルティングによる支援を通じた現地調査「C-mo Pro」で各業界に深く入り込む

業界特有の課題

隠れた真のニーズ

クライアントの生の声



C-mo

「C-mo Pro」による実体験から培ったノウハウを「C-mo」の開発の要件定義としてフィードバック

「C-mo Pro」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

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

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	●				●	●
	予約台帳	各ベンダーとAPI連携予定	●		●	●	●
決済・サポート	決済	各POSメーカーとAPI連携予定			●	●	
	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

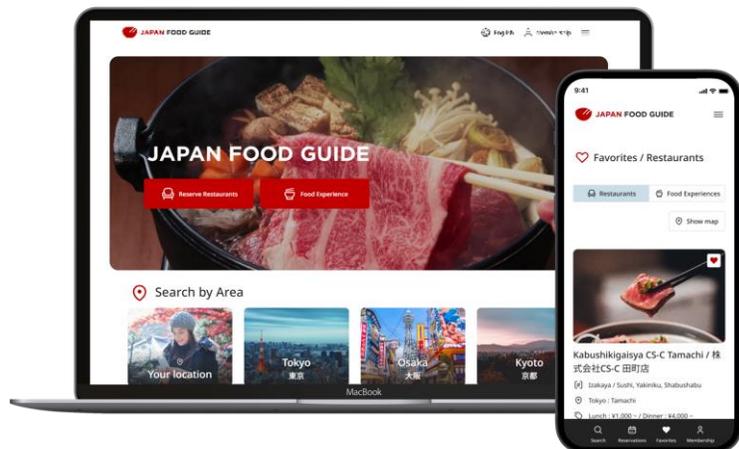
多言語に対応したインバウンド客向け飲食店・食体験予約サービス

お店の味を世界中の人に届けたい。
最高の食体験を提供し、日本を好きになってもらいたい。
日本は飲食でもっと元気になれる。



 JAPAN FOOD GUIDE

このような想いを実現するために、JAPAN FOOD GUIDEを立ち上げました。



今回は、飲食店・食体験予約メディアとしてリリースいたしましたが、今後はエリアを限定した特集による地域創生や飲食店の体験型プログラム造成支援など、国内外食産業の付加価値向上及び訪日外国人の日本食に対する理解を深めるプログラムやコンテンツ提供を進めてまいります。

CONTENTS

- 01 会社概要
- 02 市場環境
- 03 競合環境
- 04 業績・主要指標 -2024年9月期実績**
- 05 成長戦略 -2025年9月期計画
- 06 SDGs・CSR活動
- 07 リスク情報

決算概要

【売上高】 ストック型サービスである「C-mo Pro travel」のリリースや「C-mo gourmet」の伸長により**増収**

【営業利益】 成長促進のための人件費や採用関連費等のコスト増加により**減益**

(百万円)	2023/9期 2022年10月～2023年9月	2024/9期 2023年10月～2024年9月	前期比
売上高	2,428	2,725	112.3%
営業利益 (マージン)	222 (9.2%)	▲ 4 (-%)	NM
経常利益 (マージン)	224 (9.2%)	▲ 3 (-%)	NM
当期純利益 (マージン)	147 (6.1%)	▲ 9 (-%)	NM

計画対比

【売上高】 スtock型サービス「C-mo Pro travel」が順調に伸びる一方で、デジタル広告の売上高が想定を下回り**計画未達**

【営業利益】 採用計画の見直しを図ったことで、成長促進のための人件費や採用関連費等の追加コストが発生し**計画未達**

(百万円)	2024/9期 [計画]	2024/9期 [実績]	計画対比
売上高	3,019	2,725	90.3%
営業利益 (マージン)	14 (0.5%)	▲ 4 (-%)	NM
経常利益 (マージン)	14 (0.5%)	▲ 3 (-%)	NM
当期純利益 (マージン)	7 (0.2%)	▲ 9 (-%)	NM

サービス別売上高 – 前期比

ストック型

【 C-mo 】 グルメ業界は堅調に推移する一方で、ビューティー業界での新規受注が鈍化
 【C-mo Pro】 「C-mo Pro travel」 の新規導入が順調に進み大きく伸長

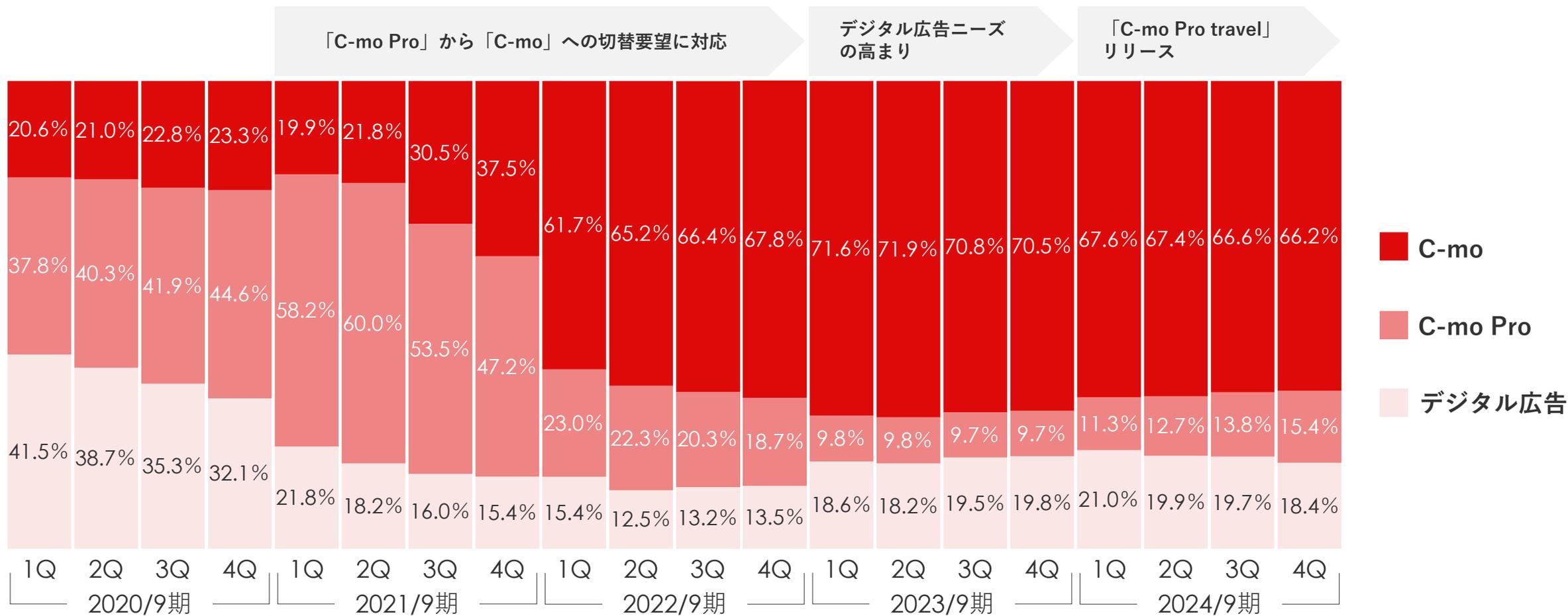
ショット型

【デジタル広告】 クライアントの集客状況が比較的好調だったこともあり、デジタル広告の需要が鈍く、微増にとどまる

		2023/9期 2022年10月～2023年9月	2024/9期 2023年10月～2024年9月	前期比
	(百万円)			
ストック型	C-mo	1,712	1,804	105.4%
	C-mo Pro ※	235	419	177.8%
ショット型	デジタル広告	479	500	104.3%

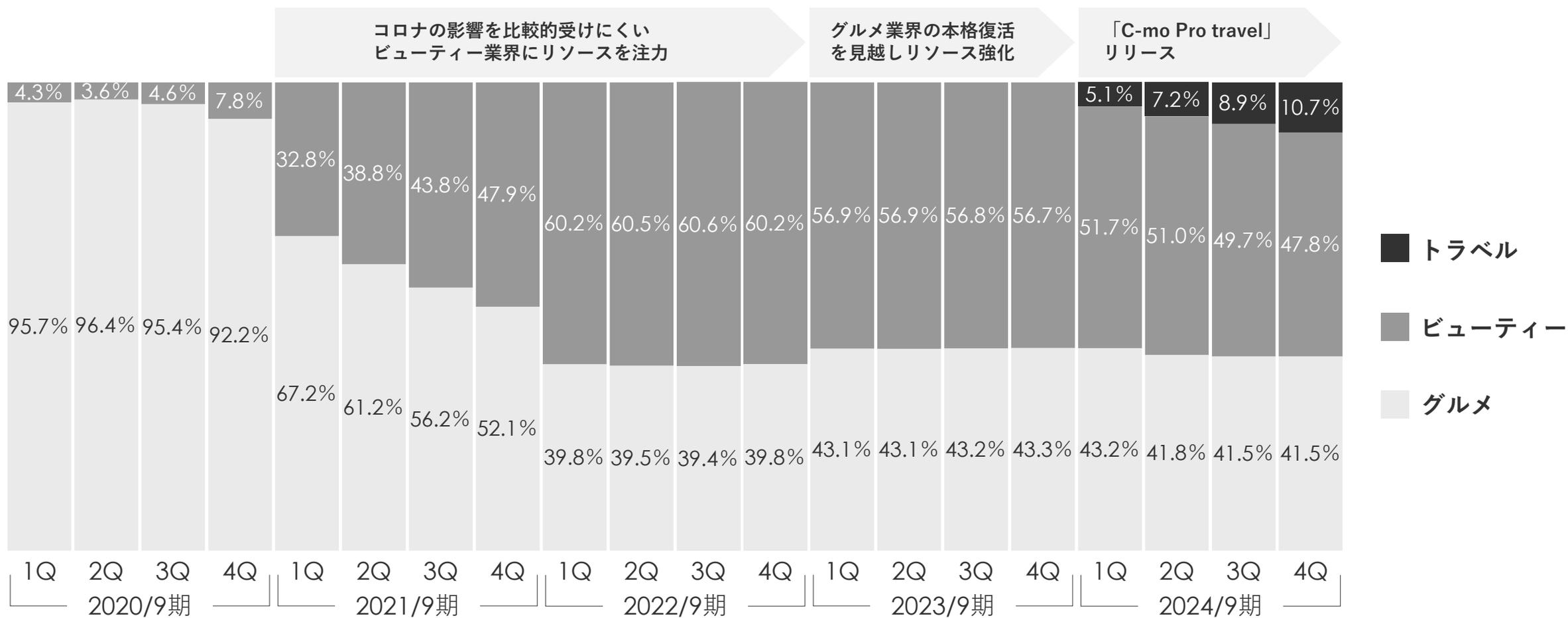
売上高構成比／サービス別

- 「C-mo Pro travel」のリリースにより、「C-mo Pro」の割合が増加傾向
- 「デジタル広告」はクライアントの集客状況が比較的好調だったこともあり、デジタル広告需要が鈍く、横ばいで推移



売上高構成比／業界別

- 「C-mo Pro travel」の売上高が順調に伸び、トラベル業界向けサービスの売上が10%を超えるまでに成長





ストック売上高 ※

1,974百万円 (前期比 105.5%)



(参考)

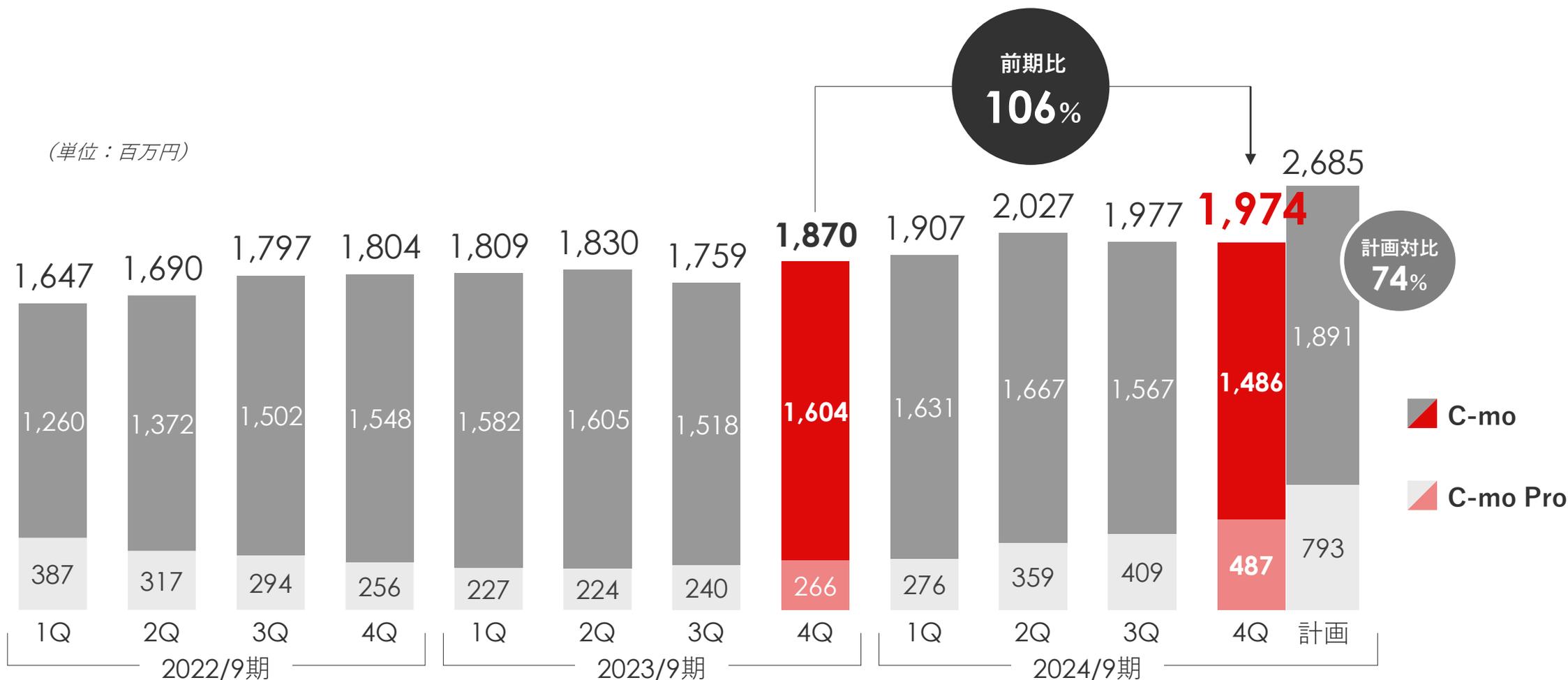
契約店舗数

6,214店舗 (前期比 108.6%)

ストック売上高※

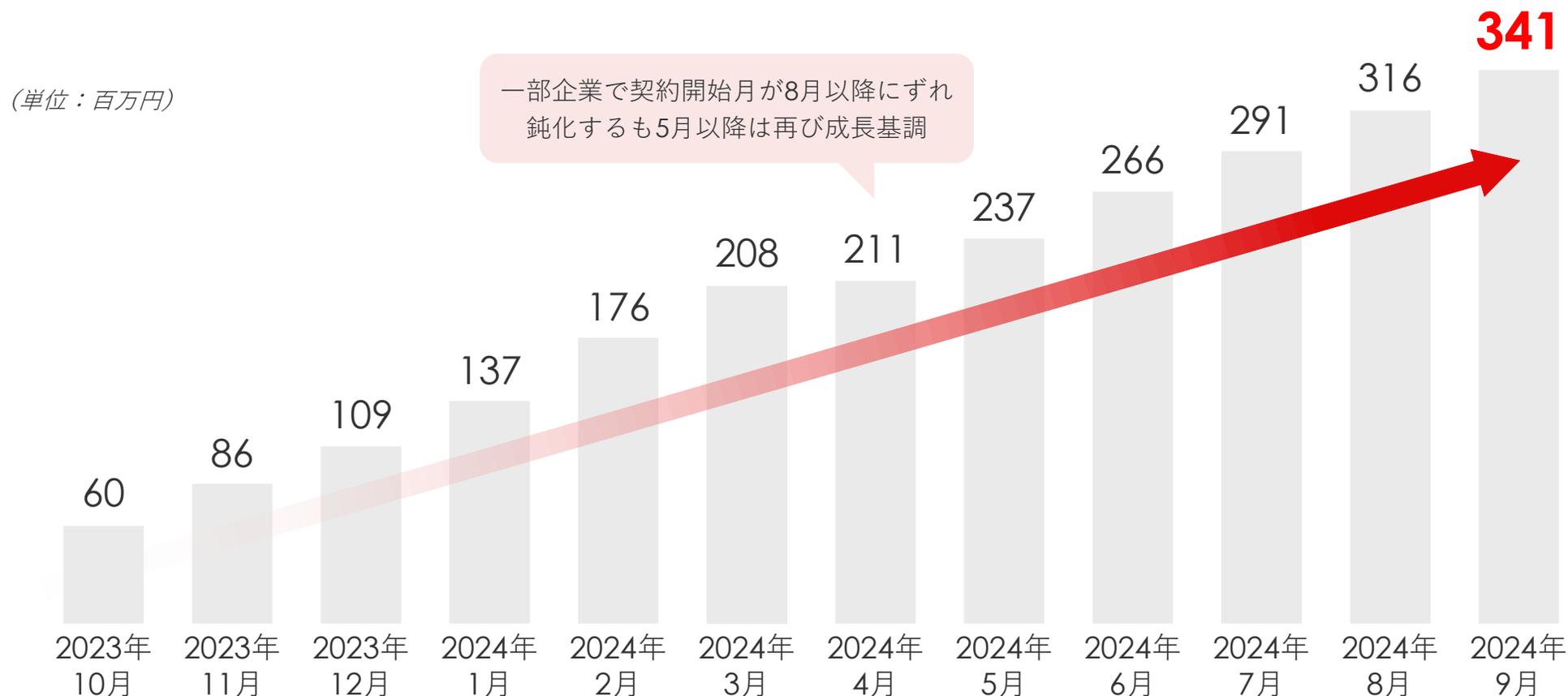
【C-mo Pro】 「C-mo Pro travel」 のリリースに伴いストック売上高が487百万円まで伸長（YoY183%）

【 C-mo 】 グルメ業界が堅調に推移する一方で、ビューティー業界での新規受注鈍化により減少



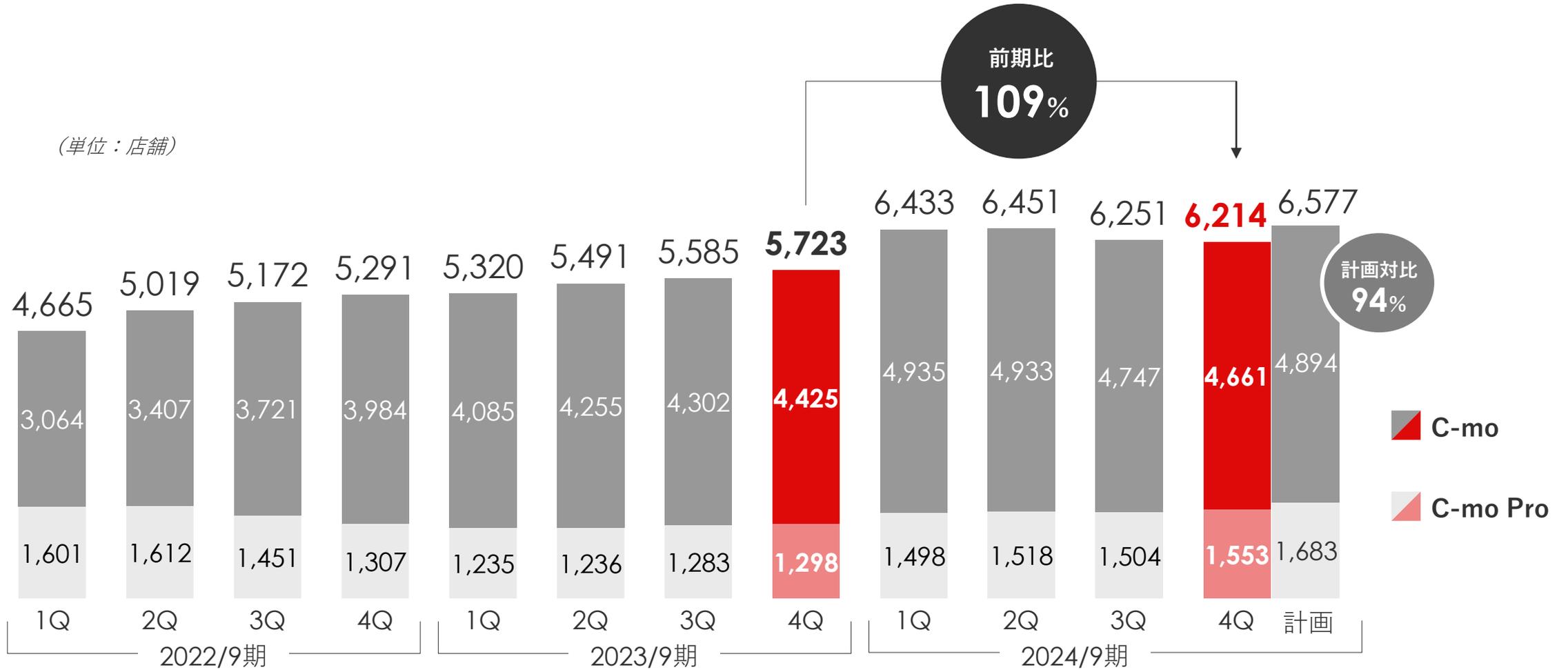
トラベル業界ストック売上高※

- トラベル業界におけるストック売上が、正式リリース後1年で340百万円を突破し順調に成長

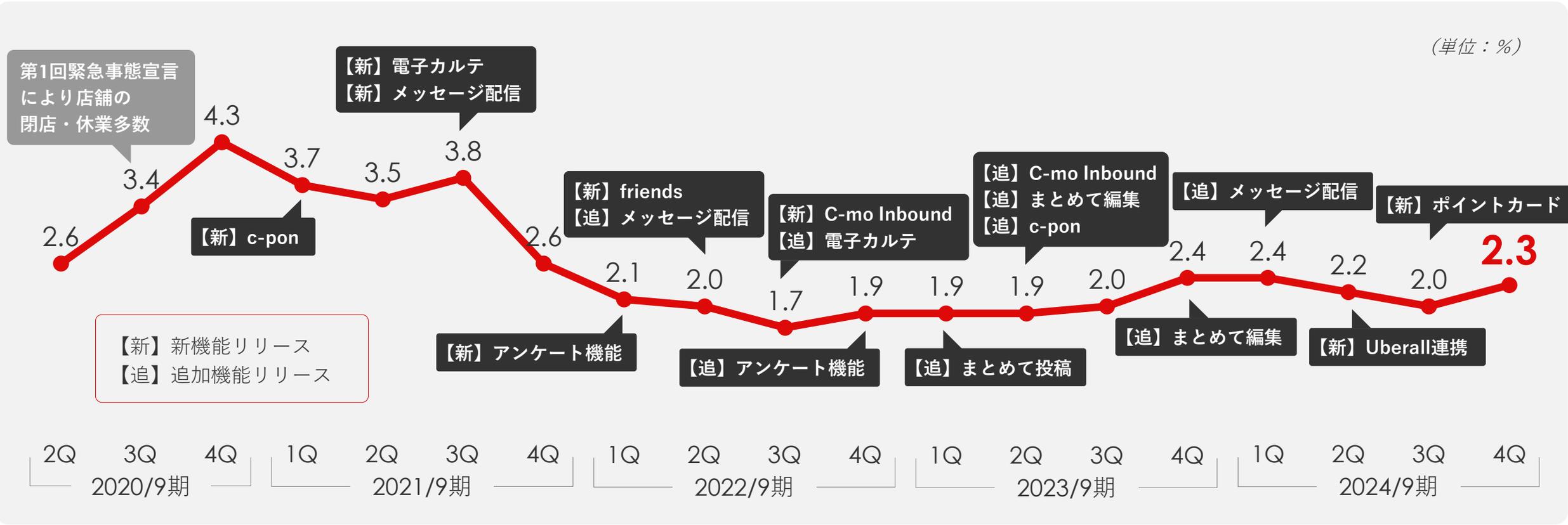


(参考) 契約店舗数

(単位：店舗)



(参考) 6ヶ月平均「C-mo」解約率

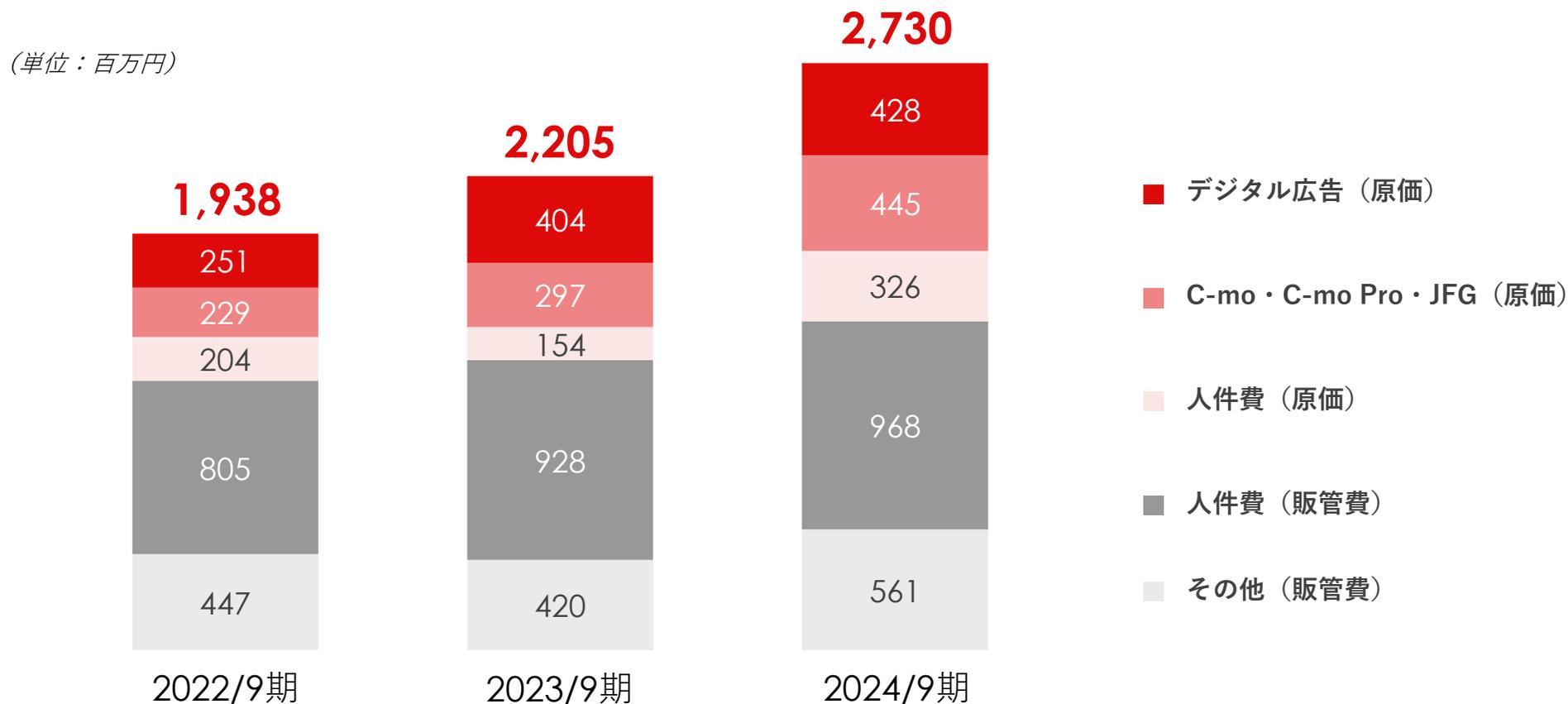


解約率低減策

- ✔ 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

コスト構造

- 損益計算書では「C-mo Pro」のコンサルティング事業に従事する人件費は「売上原価」、
「C-mo」の顧客サクセスに係る人件費は「販管費」として計上



2024年9月期成長戦略振り返り

- ストック売上高の拡大に向けて実施した内容

KPI

ストック売上高の拡大

-  - 直販体制の強化
-   - アライアンス先の拡大

(具体的な取組みは次頁参照)

既存事業の深堀

2024年4月 JAPAN FOOD GUIDEリリース
(詳細はP.18参照)

新業界への横展開

2023年10月 トラベル業界向けサービスリリース
(業績はP.27参照)

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
(2023年9月期はアライアンス企業からの受注割合が80%だったので5%増加)

約 **15%**

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 **85%**

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

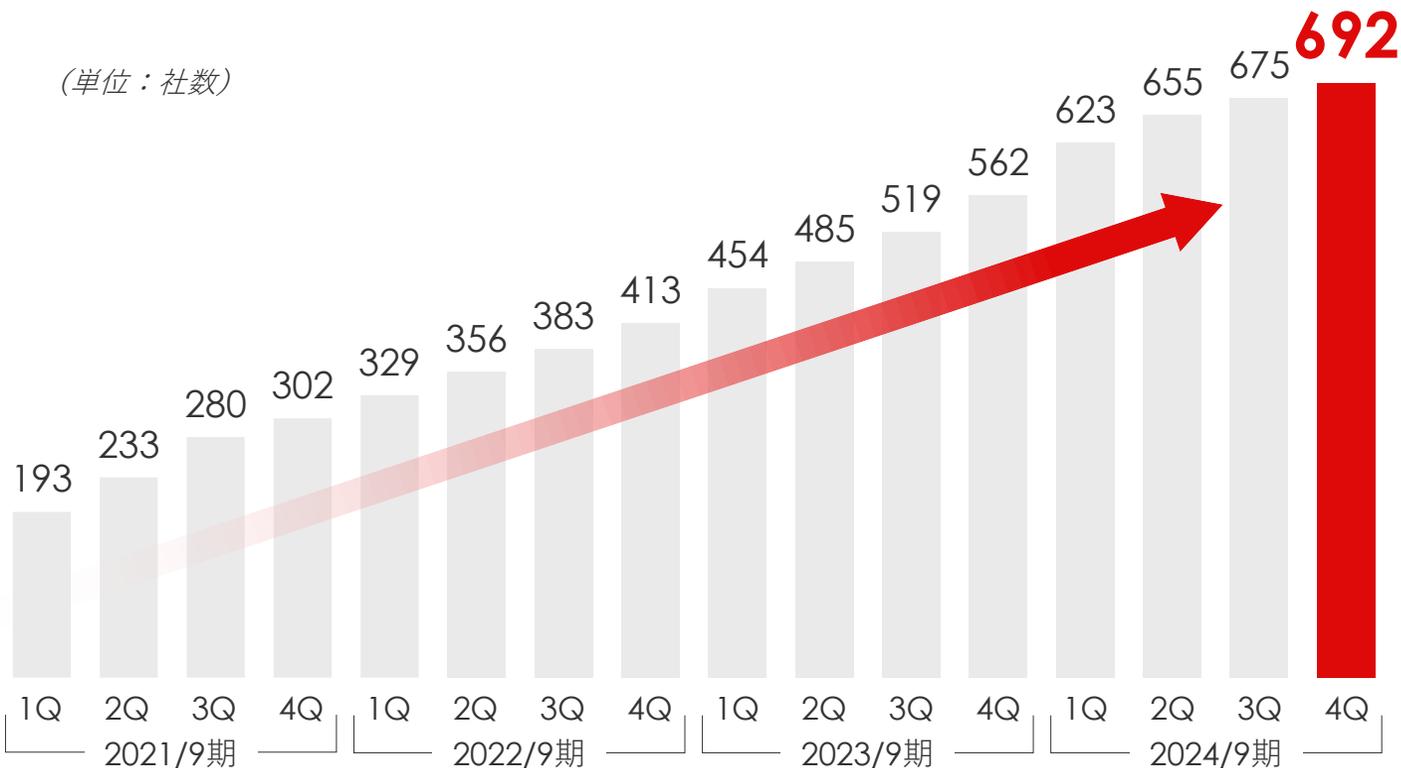
受注の
内訳

アライアンス企業数

- 2024年9月末時点のアライアンス契約は692社
- アライアンス先の拡大により、さら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

- 2024年4月にリリースした多言語に対応したインバウンド客向け飲食店・食体験予約サービス

トピックス

✓ JAPAN FOOD GUIDEの堅調な成長

GMV（流通取引総額）や会員数も増加傾向

GMV（流通取引総額）



バージョンアップ

✓ 決済手段を追加

中国をはじめ、世界各国で広く利用されている様々な決済手段に対応することで、よりスムーズな予約が可能に。

【追加された決済手段】

Alipay／WeChat Pay／Apple Pay／Google Pay

✓ KOL動画表示機能を追加

KOL※による店舗紹介動画を店舗ページ上に表示する機能を追加。これにより、店舗の魅力をユーザーへ届けやすくなり、飲食店・食体験予約を促進。

引き続きJAPAN FOOD GUIDEの**継続的なバージョンアップ**と**認知度向上**に注力

『株式会社CS-R』 設立

- CS-Cのマーケティングとコンサルティングノウハウを活用した**飲食店事業の運営**を目的として設立

事業内容

- 1店舗目は新橋にラーメン店をオープン（詳細は次頁参照）

リアル店舗運営の目的

- エンドユーザー（toC）へのダイレクトアクセス
- マーケティング以外の事業領域へも参入し、多角的な事業展開を行うことで収益機会を拡張

飲食事業を選定した理由

- CS-Cの中でグルメ業界の支援店舗数が最も多く、マーケティングノウハウとデータを持ち合わせているため
 - 既存事業「JAPAN FOOD GUIDE」の運営により得た訪日外国人マーケティングのノウハウが活用可能
 - KOL施策※のテストマーケティングを実施できるため
- ※ 消費者の購買意志決定に強い影響力を与える専門性を持ったインフルエンサーを活用したマーケティング施策

ラーメン事業を選定した理由

- インバウンドニーズが高く、アジアを中心とした海外展開が見込めるため

『株式会社CS-R』 運営店舗詳細

店名	拉麺 江戸壱
業態	ラーメン
オープン日	2024年11月2日 (土)
住所	東京都港区新橋2丁目11番2号 ヒロビル1F
コンセプト	和食の技術で世界に驚きと感動を
メニュー (一部)	和出汁そば (煮干) 1,380 円 和出汁そば (節) 1,380 円 和出汁そば (貝) 1,480 円



[11/14 PR情報開示] WAmazing株式会社との資本業務提携について

当社は、2024年11月14日の取締役会において、インバウンド関連の各種事業を展開するWAmazing株式会社（以下「WAmazing」）の第三者割当増資を引き受けると共に、インバウンド分野における事業面の提携を行うことを決定いたしました。

■ 目的・取組みの概要

地方自治体等に対する「食」「ガストロノミーツーリズム」に関連するインバウンド対策の共同提案において「JAPAN FOOD GUIDE（以下「JFG」）」の活用をはじめとする、インバウンド領域での協業を推進することに合意いたしました。また、この取組みを加速するため、当社からWAmazingへ出資を行うこととし、本資本業務提携を通じて両社の有するノウハウを掛け合わせることで、日本のインバウンド領域の活性化を通じた地方創生、日本経済の更なる発展に貢献してまいります。

■ 想定されるシナジー

- ・ 当社のインバウンドソリューション（主にJFG）の強化
- ・ JFGへの掲載店舗数増加によるメディア信頼度の向上
- ・ 地方自治体や地方のローカルビジネスとのコネクション強化
- ・ 「C-mo」の契約店舗数の拡大

■ WAmazingについて

「地方経済・日本経済の再興をインバウンドで実現する」というミッションを掲げ、OTA（Online Travel Agent）事業（免税オンラインショッピングサービスを含む）、地域観光DX事業、訪日マーケティングパートナー事業を展開しており、インバウンド領域における確固たる実績と豊富なノウハウを有しています。

本社所在地：東京都台東区三筋一丁目17番12号長沼ビル201 / 創業日：2016年7月1日
代 表 者：代表取締役CEO 加藤 史子 / U R L：https://corp.wamazing.com/

経営体制の強化

- 次の成長フェーズへ向けた経営陣のジョイン



向田 光裕

取締役 CFO
経営戦略本部長

2023年 5月 入社
2023年12月 取締役就任



庄子 素史

執行役員
事業開発本部長

2023年 9月 入社
2023年10月 執行役員就任



戸所 岳大

執行役員
第一事業本部長

2024年 5月 入社
2024年 6月 執行役員就任

経営陣に期待される役割

企業戦略立案

M&A・CVC、IR、中期計画作成

新卒で有限責任監査法人トーマツ入所。主に金融機関や外資系製造業の監査業務を担当。シティグループ証券株式会社では主にM&A、ファイナンス、IR支援に従事。株式会社CS-Cでは経営戦略本部を管掌。

新規事業の牽引

メディア事業、海外人材事業

2006年にソーシャルワイヤー株式会社を共同創業。PR事業、レンタルオフィス事業を立上げ、国内と共に海外6拠点の収益化に成功。2015年には東証マザーズ上場を果たす。2023年に同社代表取締役を退任し、株式会社CS-C入社。新規事業部門を管掌。

既存事業の強化

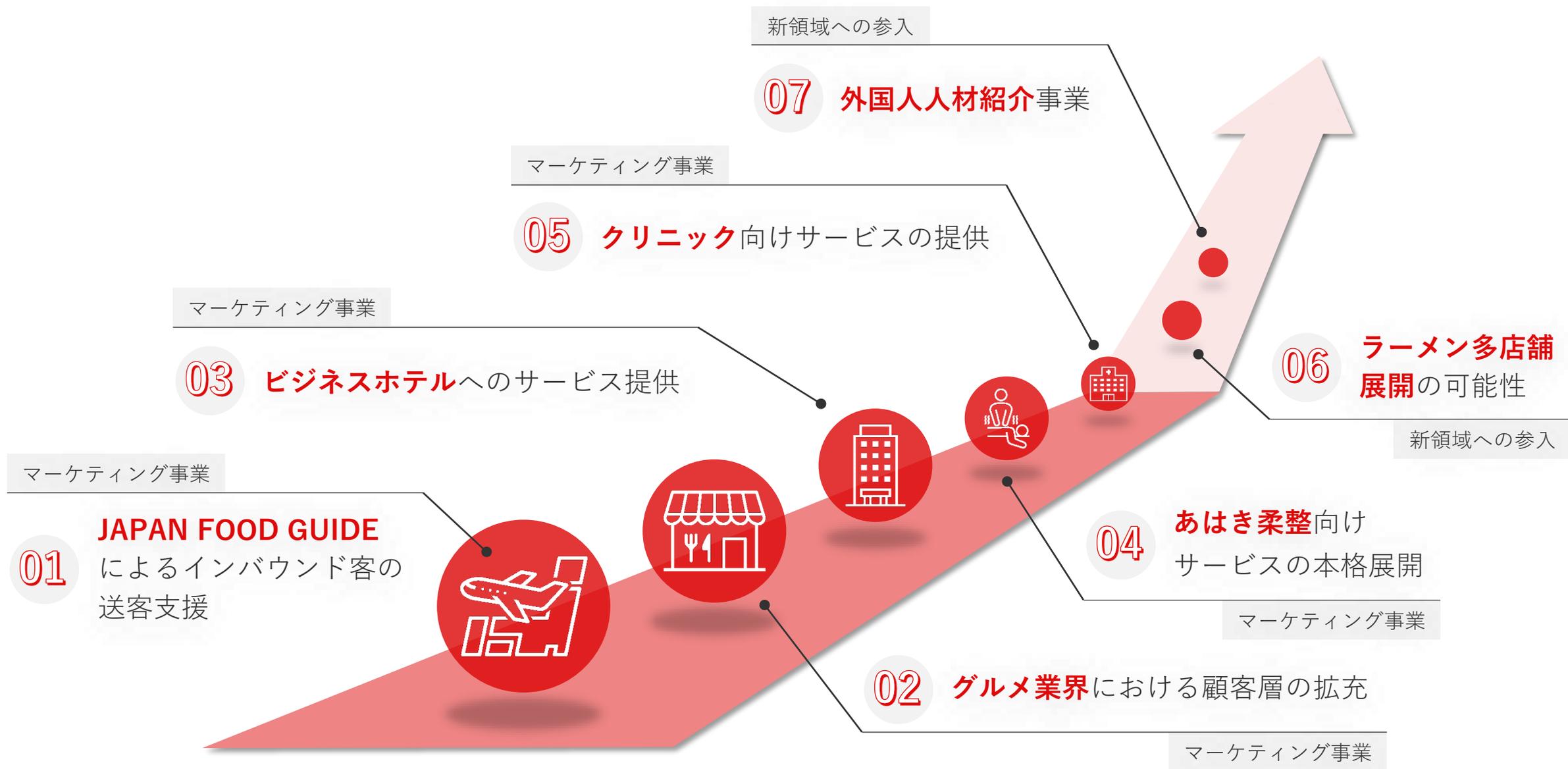
グルメ/ビューティー事業

店舗流通ネット株式会社にて出店コンサルティング、債権管理、人事業務を経て、プロモーション事業を立ち上げ、年商250億円を達成。2024年に同社代表取締役を退任し、株式会社CS-C入社。グルメ/ビューティー事業を管掌。

CONTENTS

- 01 会社概要
- 02 市場環境
- 03 競合環境
- 04 業績・主要指標 -2024年9月期実績
- 05 成長戦略 -2025年9月期計画**
- 06 SDGs・CSR活動
- 07 リスク情報

成長戦略（2025年9月期投資対象）



マーケティング事業の拡大



PLインパクトは2026年9月期以降を予定

01 JFG^{※1}によるインバウンド客の送客支援

- デジマ・KOL^{※2}等のマーケティング費用投下によるJFGの認知度向上
- 「OMAKASE No.1」メディアを目指す
Lシェフの自信のあるメニューを提供してもらえることから、高価格帯のお店を中心に人気を博している「OMAKASEコース」の掲載数No.1を目指す

02 グルメ業界における顧客層の拡充

- 既存クライアント向けの追加商材となる「BPaaSサービス」の提供

※1 「JAPAN FOOD GUIDE」の略称

※2 消費者の購買意志決定に強い影響力を与える専門性を持ったインフルエンサー

マーケティング事業の拡大



PLインパクトは2026年9月期以降を予定

03 ビジネスホテルへのサービス提供

- 旅館・リゾートホテルへの支援実績を活かし新たなノウハウ創出
- トラベル業界におけるSAM（サービス提供可能な市場規模）の拡大

04 あはき柔整向けサービスの本格展開

- ビューティー事業部内にあはき柔整を支援する専門チームを構築
- ビューティー業界におけるSAM（サービス提供可能な市場規模）の拡大

05 クリニック向けサービスの提供

- 既存業界（グルメ・ビューティー・トラベル業界）での集客ノウハウを活かした、クリニックへの集患サービス
- 自由診療の割合が高い、歯科医院や美容クリニック向けにサービス展開

新領域への参入



06 ラーメン多店舗展開の可能性

- 海外出店も視野に入れ「和」にこだわったブランド
- 今後複数店舗展開を予定

07 外国人材紹介事業

- マーケティング支援にとどまらない新たな事業の開始
- ローカルビジネスにおける最大の課題のひとつである人手不足に貢献
- 既存の顧客基盤を活用したサービス展開が可能

PLインパクトは2026年9月期以降を予定

TIMELINE



(前回開示資料からの更新)

- ① 横展開する業界を「クリニック」と明確にし、2025年9月期からテストマーケティング等の準備を開始
- ② 「新領域への参入」としてマーケティング以外の事業の展開を追加し、ローカルビジネスを軸に事業ポートフォリオの多角化を図る

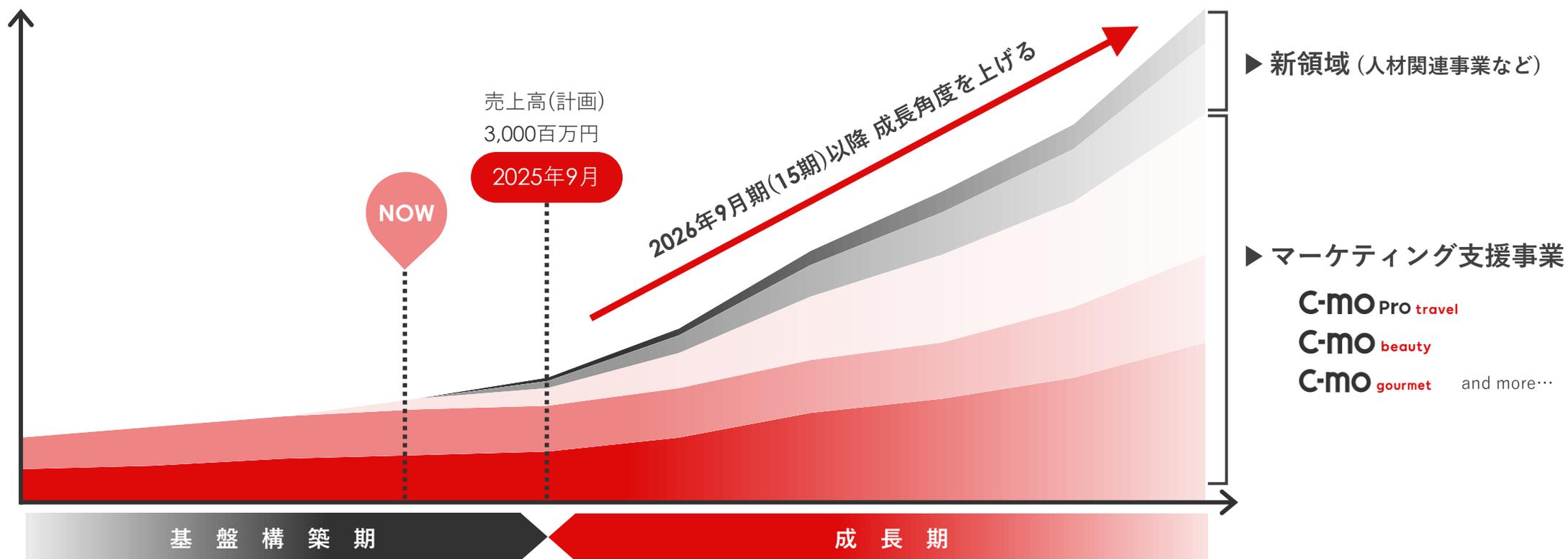
マーケティング事業の拡大				新領域への参入	
グルメ	ビューティー	トラベル	クリニック	リアル店舗の運営	外国人人材紹介事業
業界の深堀		C-mo Pro リリース			
JFGによる インバウンド客の 送客支援					
BPaaSサービスの提供	あはき柔整向けサービスの本格展開	ビジネスホテルへのサービス提供	C-mo Pro リリースに向けた準備	拉麺 江戸壺をオープン	事業開始に向けた準備

2024年9月期

2025年9月期

成長構想

- 2026年9月期以降成長を加速し、ローカルビジネスソリューションにおける市場リーダーとしての地位を確立



2025年9月期計画

【売上高】 「C-mo Pro travel」 や「C-mo gourmet」 の伸長を見込み**増収計画**

【営業利益】 成長促進のための人件費や採用関連費等のコストが発生するものの、2024年9月期の先行投資もあり**増益**

(百万円)	2024/9期 [実績]	2025/9期 [計画]	前期比
売上高	2,725	3,000	110.1%
営業利益 (マージン)	▲ 4 (-%)	5 (0.2%)	NM
経常利益 (マージン)	▲ 3 (-%)	5 (0.2%)	NM
当期純利益 (マージン)	▲ 9 (-%)	3 (0.1%)	NM

2025年9月期サマリー（計画の背景）

- ①インバウンド需要 ②トラベルをはじめとしたローカルビジネス業界の旺盛なマーケティング需要
- ③業界における構造的な人手不足を成長の好機とみなし、複数事業への投資判断へ

2025年9月期の当期純利益は3,500千円の計画



2025年9月期 KPI

- 主要指標は2024年9月期に引き続き「C-mo」と「C-mo Pro」を合算した「ストック売上高※」

ストック売上高※

2,374百万円

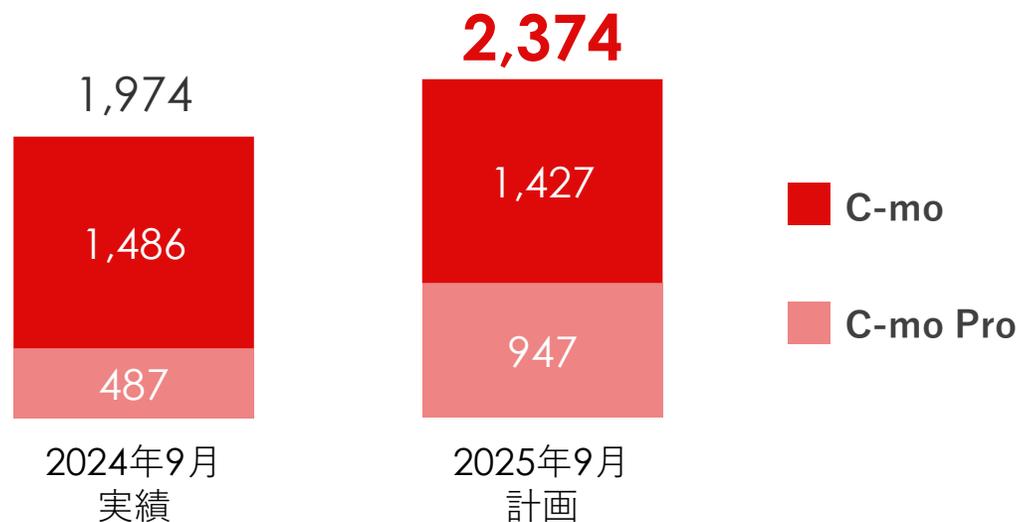
ストック売上高の算出方法

月間定額収益

(9月売上高 - ショット型サービス売上高)

×

12ヶ月



■ C-mo

■ C-mo Pro

CONTENTS

- 01 会社概要
- 02 市場環境
- 03 競合環境
- 04 業績・主要指標 -2024年9月期実績
- 05 成長戦略 -2025年9月期計画
- 06 SDGs・CSR活動**
- 07 リスク情報

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

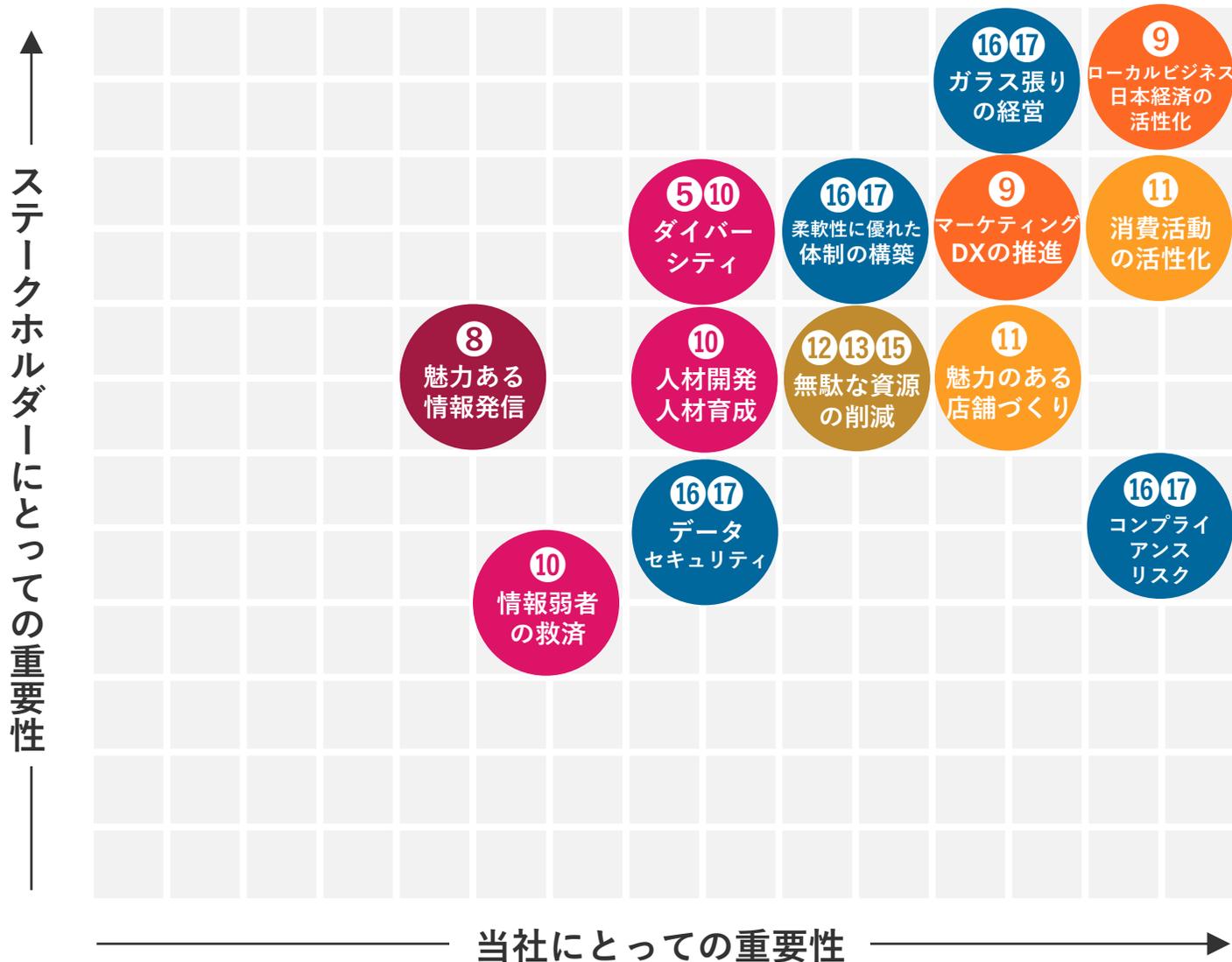
✓ コーポレート・ガバナンス体制の強化



- 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

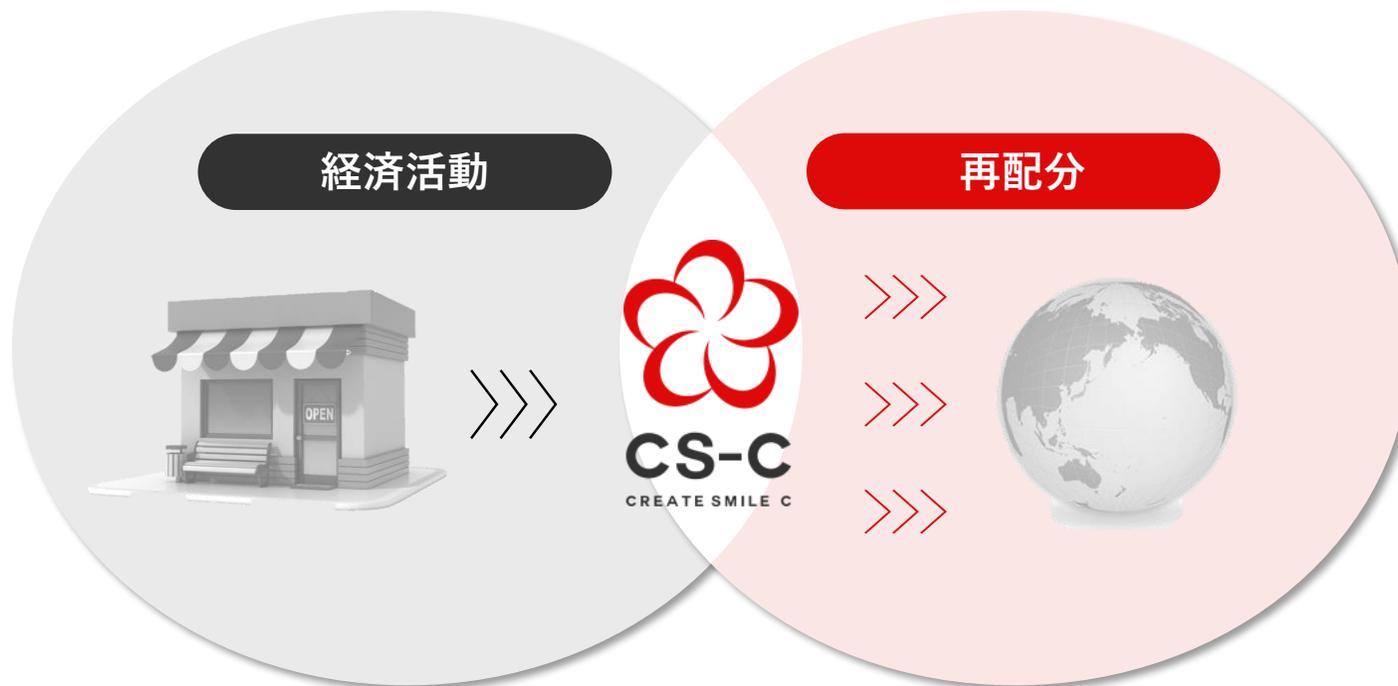
- 重点課題の位置づけ



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

CONTENTS

- 01 会社概要
- 02 市場環境
- 03 競合環境
- 04 業績・主要指標 -2024年9月期実績
- 05 成長戦略 -2025年9月期計画
- 06 SDGs・CSR活動
- 07 リスク情報**

リスク情報

当社が経営におい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。有価証券報告書「事業等のリスク」に記載の内容のうち、成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋し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。

	内容	対応策	顕在化する可能性/時期
市場環境及び競争について	<p>当社の事業領域としておりますデジタルマーケティング市場は、成長途中の市場であり、国内外の事業者による新規参入が増加する可能性があります。</p> <p>また、マーケティング予算の減額やローカルビジネスの各市場を巡る新たな規制の導入等、何らかの予期せぬ要因により、市場規模が想定したほど拡大しなかった場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社といたしましては、ローカルビジネスに特化して独自開発しているSaaS型統合マーケティングツール「C-mo」は、これまで蓄積してきたデータとノウハウを活かし、技術、信頼性の強化等を行っており、ローカルビジネス業界にて、クライアントのDX化に寄与できる等、様々な点から他社と比較して優位性を確保できていると認識しておりますが、先行して事業を推進していくことで、参入障壁を高めるとともに、「C-mo Pro」によるコンサルティング活動から得られたノウハウを「C-mo」の機能開発に活かすことで、クライアントにとって価値のあるサービスを継続的に提供し、市場内での信頼及び地位を早期に確立してまいります。</p>	中/中長期
事業拡大に伴う設備投資	<p>実際のクライアント数及びトラフィックが当初の予測から大幅に乖離する場合は、設備投資の時期、内容、規模について変更せざるを得なくなる可能性があります。このような事態が生じた場合には、設備投資、減価償却費負担の増加が想定され、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社は、サービスの安定稼働やクライアントの満足度向上を図るためには、サービスの成長に即してシステムやインフラに対する先行投資を行っていくことが必要であると認識し、今後予測されるクライアント数及びトラフィックの拡大、並びに新サービスの導入及びセキュリティの向上に備えて、継続的な設備投資を計画しております。</p>	低/中長期
人材の採用及び育成について	<p>当社は、今後急速な成長が見込まれる事業の展開や事業の規模の拡大に伴い、継続的に幅広く優秀な人材を採用し続けることが必須であると認識しております。</p> <p>しかしながら、当社の採用基準を満たす優秀な人材の確保や人材育成が計画どおりに進まなかった場合には、当社の事業展開及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社では、質の高いサービスの安定稼働や競争力の向上のため、成長意欲が高く、一定以上の水準を満たす優秀な人材を継続的に採用しております。</p> <p>また、当社独自の試験などを取り入れたOJTや教育研修を実施し、人材の更なる育成・維持に積極的に努めております。</p>	低/中長期

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知及び未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

当社は、将来の見通しに関する記述の日付以降に発生する可能性のある新たな情報や将来の事象の影響を反映するために、文中の将来に関する事項は、本資料提出日現在において、当社が判断したものであります。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しており、現時点の開示方針は事業年度に対して最低1回以上とし、2025年12月を予定しております。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

参考資料／出典一覽

店舗数

- 各出典元より算出

業界	対象種別	店舗数	出典
グルメ	飲食店、飲食サービス業	550,443	経済産業省「関連産業の動向 2023年」 https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikeizai/pdf/h2amini167j.pdf
	小計	550,443	
ビューティー	理容所	110,297	厚生労働省「令和5年度衛生行政報告例の概況」 https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei_houkoku/23/dl/kekka3.pdf
	美容所	274,070	
	ネイル	30,400	NPO法人日本ネイリスト協会「ネイル白書2023」 https://www.nail.or.jp/media/pdf/press/20230113.pdf
	あん摩・マッサージ・指圧・はり・きゅう	90,730	厚生労働省「令和4年度衛生行政報告例（就業医療関係者）の概況」 https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei/22/dl/gaikyo.pdf
	その他の施術所（リラクゼーション）	2,660	
	柔道制服の施設所	50,919	
	フィットネス	10,610	株式会社矢野経済研究所「2023年版 フィットネス施設市場の現状と展望」 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3387
小計	569,686		
トラベル	旅館・ホテル	51,038	厚生労働省「令和5年度衛生行政報告例の概況」 https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei_houkoku/23/dl/kekka3.pdf
	小計	51,038	
クリニック	歯科医院	67,004	厚生労働省「医療施設動態調査（令和5年12月末概数）」 https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/iryosd/m23/dl/is2312_01.pdf
	美容外科、美容皮膚科	2,675	一般社団法人JSAPS調査委員会「第5回全国美容医療実態調査 最終報告書」 https://www.jsaps.com/explore/5th.html
	小計	69,679	
合計		1,240,846	

マーケティング予算

- 市場規模 × 各市場の平均マーケティング予算 × 広告費に占めるデジタルマーケティング割合 (45%※) にて算出

業界	対象種別	市場規模 (百万円)	デジタルマーケティング予算 (百万円)	出典 (市場規模)
グルメ	飲食店、飲食サービス業	32,211,200	724,752	経済産業省「関連産業の動向 2023年」 https://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikeizai/pdf/h2amini167j.pdf
	小計	32,211,200	724,752	
ビューティー	美容室	1,497,600	80,870	株式会社矢野経済研究所「2024年版 理美容サロンマーケティング総鑑」 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3562
	理容室	594,400	32,098	
	ネイル	204,190	11,026	NPO法人日本ネイリスト協会「ネイル白書2023」 https://www.nail.or.jp/publish/nail_report.html
	エステティック	313,900	16,951	株式会社矢野経済研究所「2024年版 エステティックサロンマーケティング総鑑」 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3444
	リラクゼーション	335,200	18,101	株式会社リクルート「美容センサス2024年上期<リラクゼーションサロン編>」 https://www.recruit.co.jp/newsroom/pressrelease/2024/0625_14501.html
	アイビューティー	500,100	27,005	株式会社アイラッシュガレージ「アイビューティ白書」 https://www.eyelashgarage.jp/pickup/eyebeautymarketingreport
	柔道整復・鍼灸・マッサージ	985,000	22,163	株式会社矢野経済研究所「2024年版 接骨院・鍼灸院・マッサージ院市場の展望と戦略」 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3600
	フィットネス	650,000	14,625	株式会社帝国データバンク「フィットネスクラブ・スポーツジム業界動向調査 (2023年度)」 https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/p240306.pdf
小計	5,080,390	254,915		
トラベル	旅館・ホテル	4,910,000	220,950	株式会社帝国データバンク「「旅館・ホテル業界」動向調査 (2023年度)」 https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/p240708.pdf
	小計	4,910,000	220,950	
クリニック	歯科	3,147,900	70,828	厚生労働省「令和3 (2021) 年度 国民医療費の概況」 https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/k-iryohi/21/dl/data.pdf
	美容医療	594,000	32,076	株式会社矢野経済研究所「2024 美容医療の展望と戦略～市場分析編～」 https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3570
	小計	3,741,900	102,904	
合計			1,303,521	