



2022年9月期 第2四半期 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336%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^{※1}」 売上高は前年同期比336%

▶▶▶ P.6

- 「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^{※2}は前年同期比305%

▶▶▶ P.11



「C-mo」 導入店舗数が好調に推移

▶▶▶ P.12

- アライアンス企業数の増加に伴い紹介数の増加
- ウェビナーからの見込み客獲得による営業力の強化

※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.22～25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2四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション
- 05 IRの取り組みと株主還元

2022年9月期 第2四半期決算概要（前年同期比）

- 売上高1,052百万円（前年同期比+12.3%）、営業利益131百万円（前年同期比+107.4%）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 2Q累計実績 20年10月～21年3月	2022/9期 2Q累計実績 21年10月～22年3月	前年同期比
売上高	937	1,052	+12.3%
営業利益	63 (6.8%)	131 (12.5%)	+107.4%
経常利益	66 (7.1%)	131 (12.5%)	+98.7%
四半期純利益	43 (4.6%)	72 (6.9%)	+67.7%

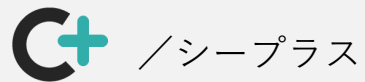
売上高構成サービス

- 主に2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であり、弊社の主力サービス。KPI※は「C-mo」ARR、契約店舗数、平均単価、解約率。



月額5万円ストック型（年間契約）

- Web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。また、「C-mo」開発のためのノウハウを得ることを目的としている。

※ Key Performance Indicatorの略で重要業績評価指標のこと

2022年9月期 第2四半期決算概要（前年同期比）

- 新規獲得は主力サービスである「C-mo」に特化
また、「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
- 「C-mo」の売上高は前年同期比336.0%に成長
- スtock型サービス（「C-mo」／「C+」）売上高 前年同期比120.1%に成長

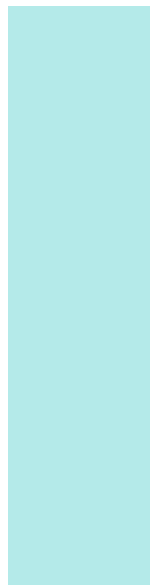
単位：百万円	2021/9期 2Q累計実績 20年10月～21年3月	2022/9期 2Q累計実績 21年10月～22年3月	前年同期比
C-mo	204	685	336.0%
C+	562	235	41.8%
デジタル広告	170	131	76.8%

売上高／2022年9月期 第2四半期累計 計画対比

- 売上高は第2四半期末時点の達成率100%で計画通り推移
 - └ 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（後半にかけて売上が伸長）
- 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)

1,052



(計画)
2022/9期
2Q累計

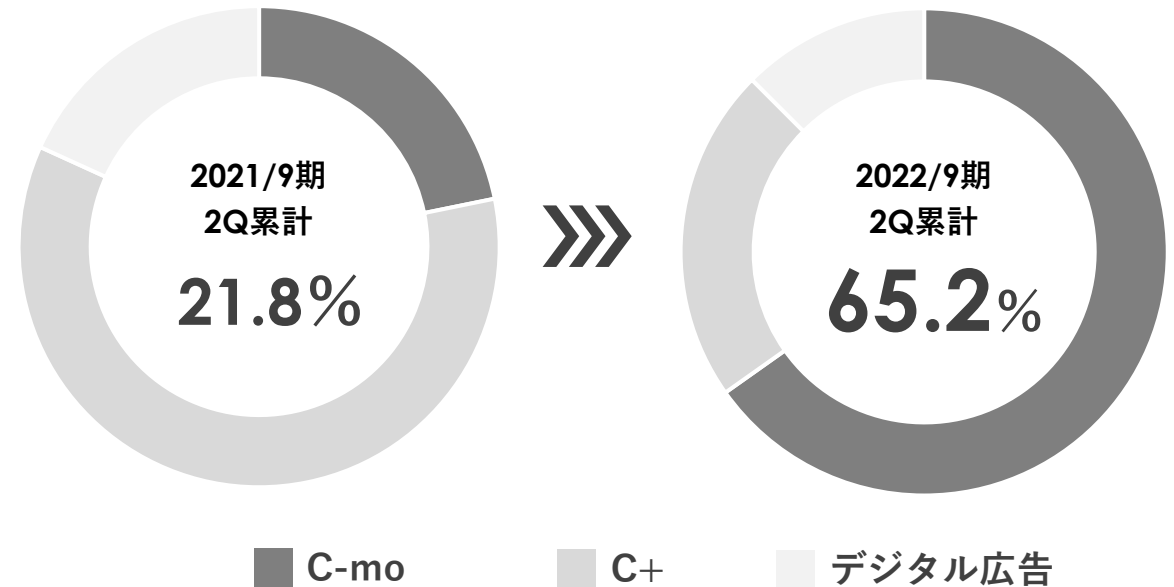
1,052



(実績)
2022/9期
2Q累計

達成率
100%

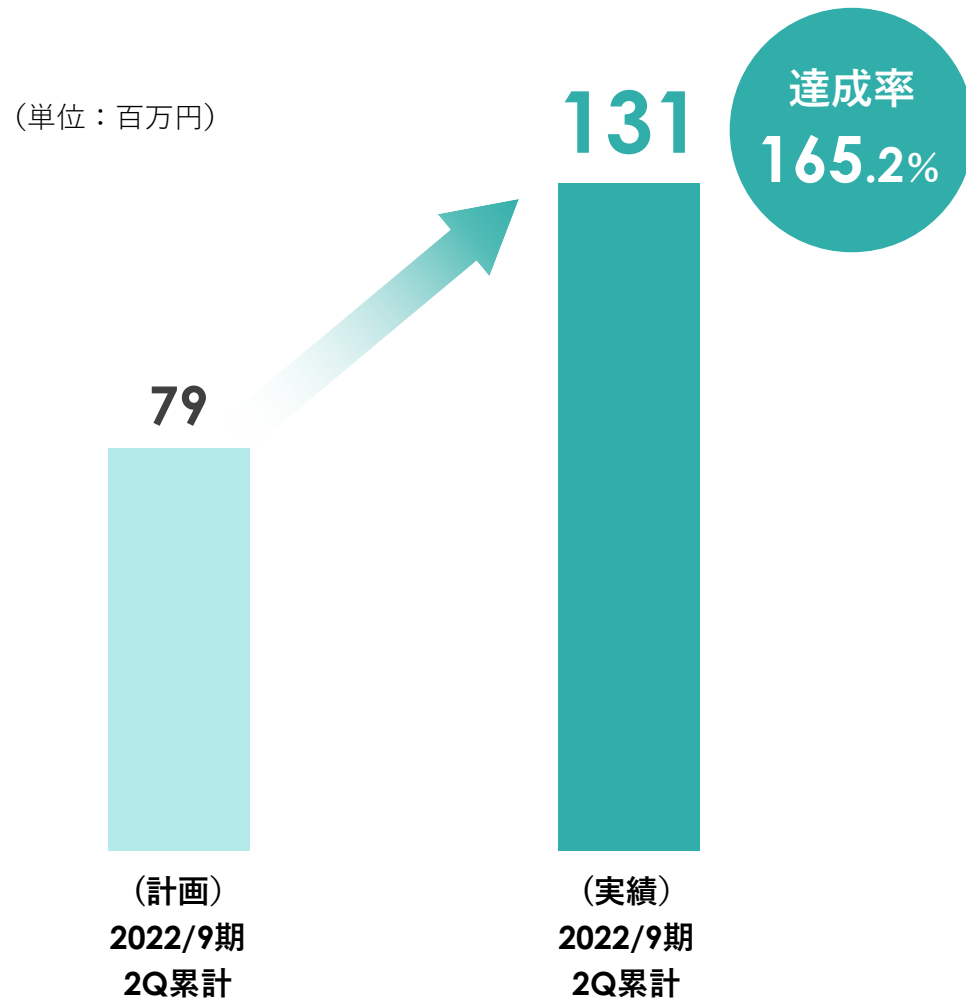
「C-mo」の割合が大幅に増加



売上に対する「C-mo」の比率

営業利益／2022年9月期 第2四半期累計 計画対比

- ・ 営業利益は第2四半期の計画に対し165.2%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計画より早く進捗し、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

AGENDA

- 01 2022年9月期 第2四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション
- 05 IRの取り組みと株主還元

「C-mo」 主要指標

- グルメ、ビューティーの合算値

ARR

1,372百万円
(前年同期比305.0%)

契約店舗数

3,407店舗
(前年同期比170.4%)

平均単価

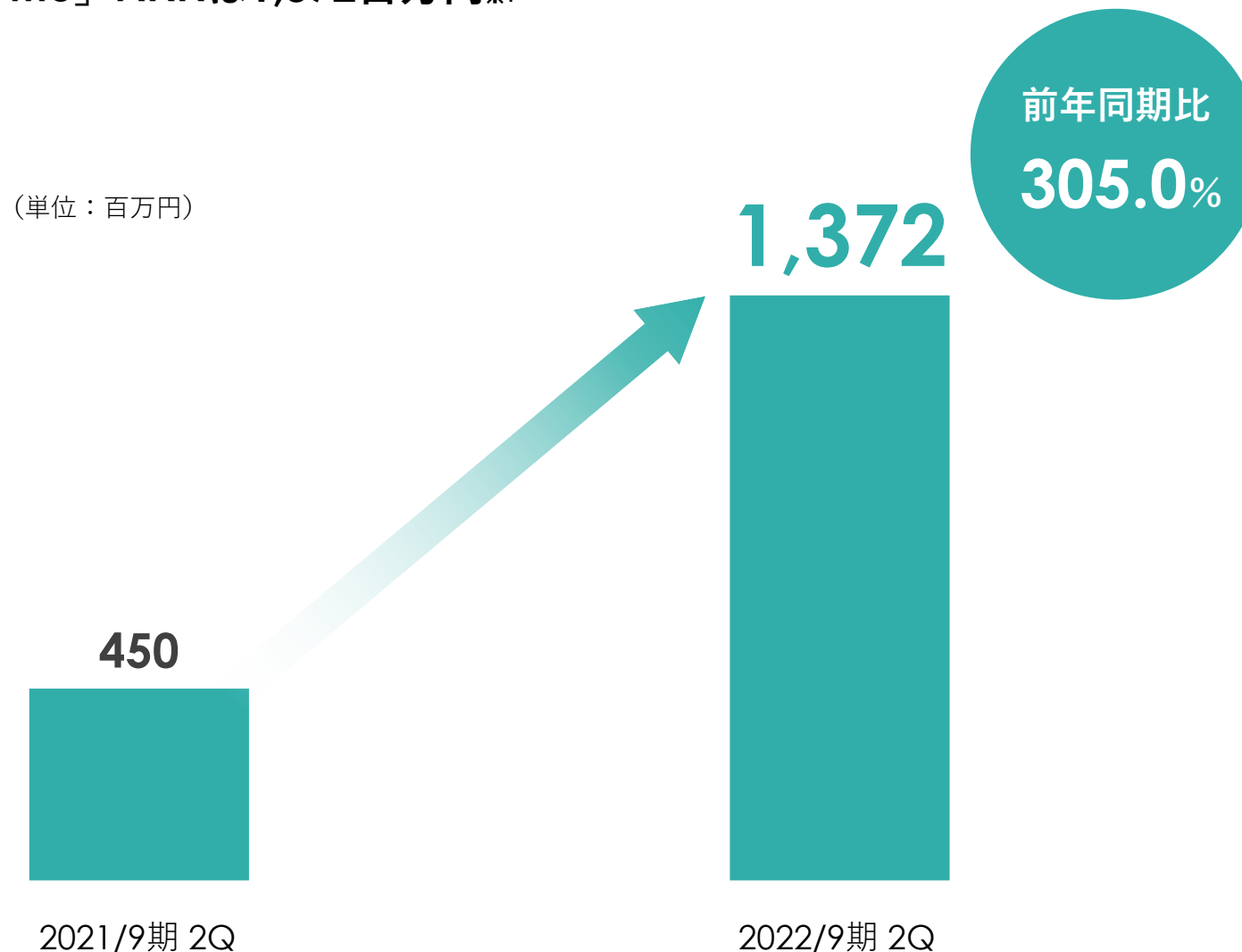
35,893円
(前年同期比188.6%)

解約率※

2.0%

※2022年3月時点の直近6ヶ月平均

- 2022年3月末時点の「C-mo」ARRは1,372百万円※1

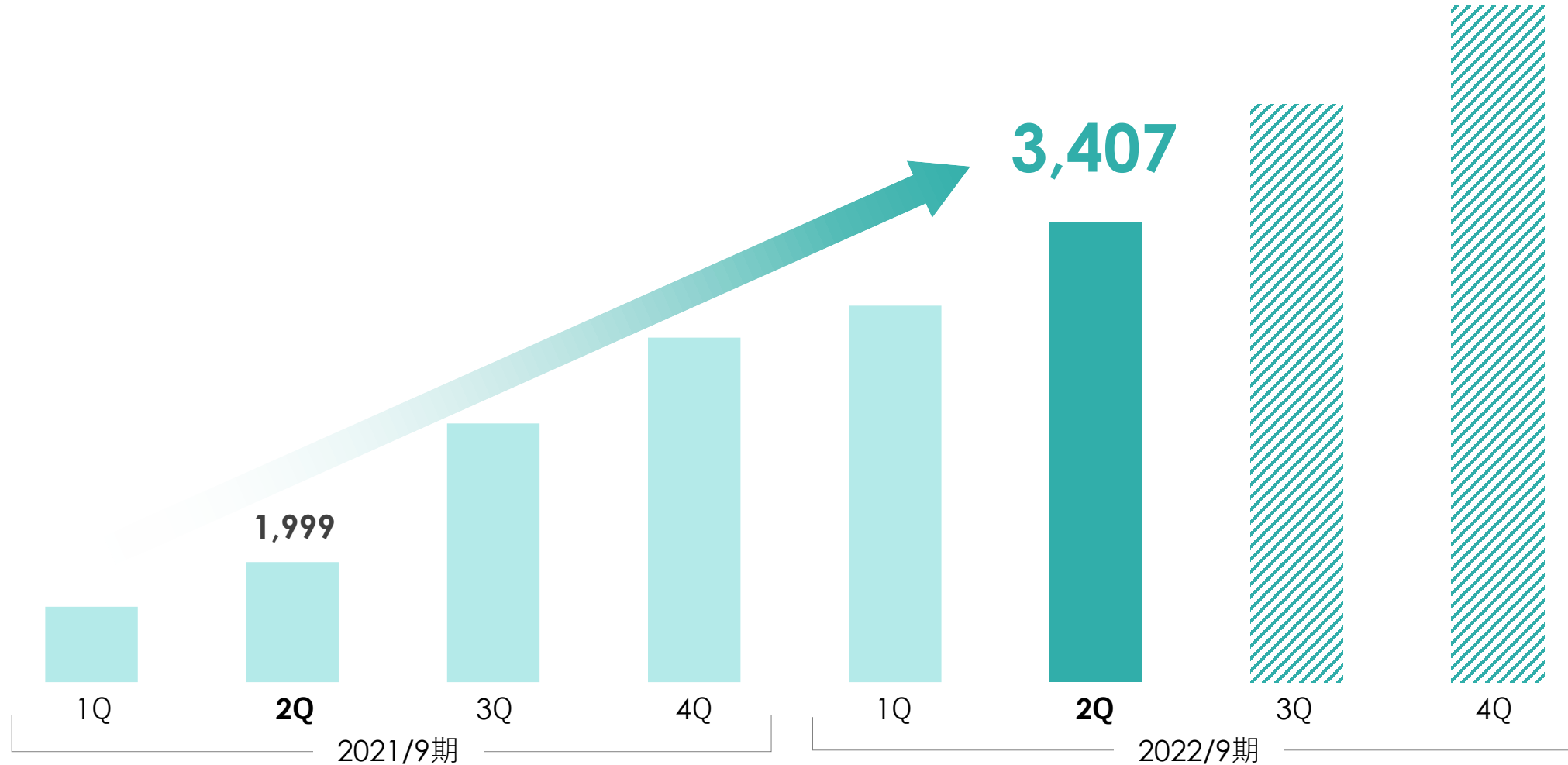


※1 各第2四半期末（3月）のMRR※2を12倍することにより算出

※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

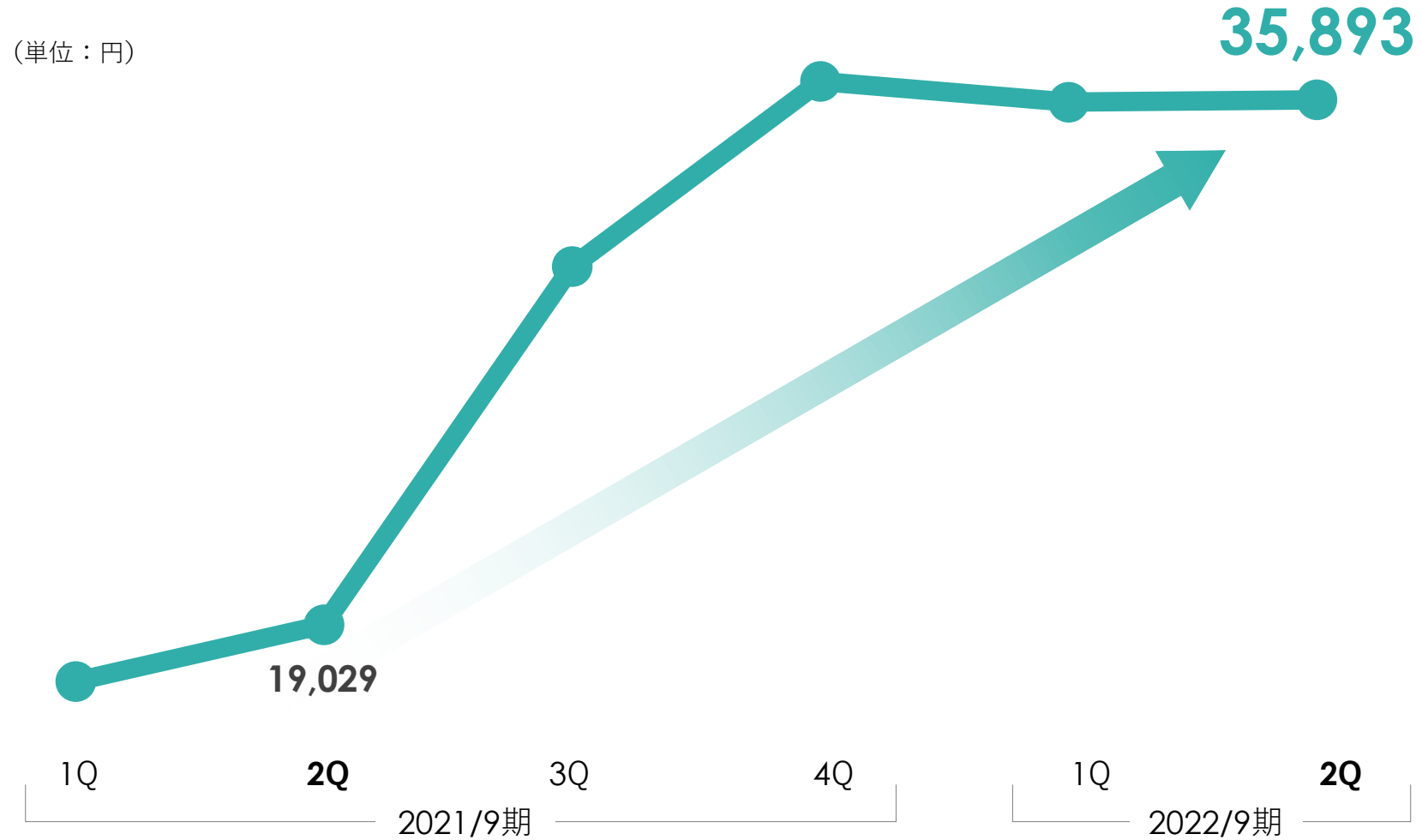
契約店舗数／C-mo

- 契約店舗数は増加傾向
- 2022年3月末時点の契約店舗数は3,407店舗



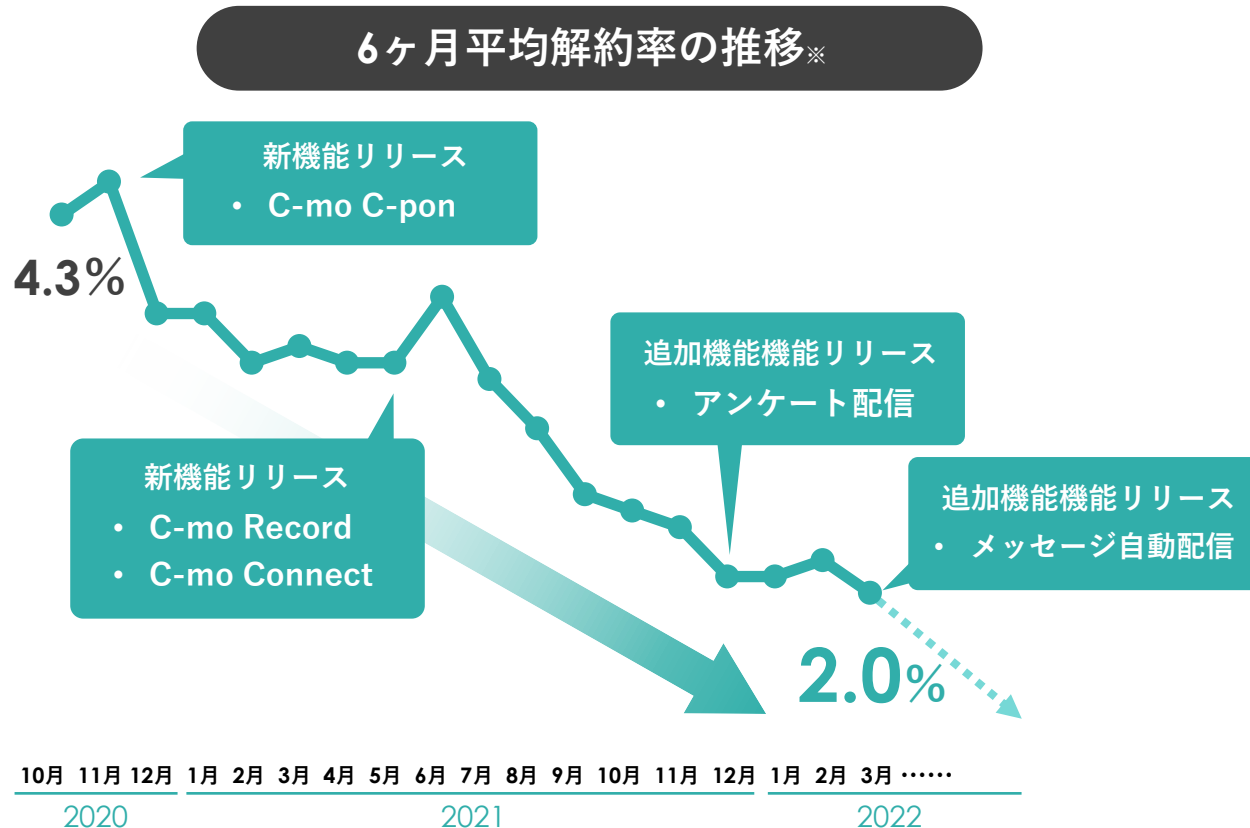
平均単価／C-mo

- 機能拡充によって単価アップを実現



6ヶ月平均解約率／C-mo

- 2022年3月時点の6ヶ月平均解約率は2.0%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

10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 ……
2020 2021 2022

※グルメ、ビューティの平均値

AGENDA

- 01 2022年9月期 第2四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要**
- 04 直近のアクション
- 05 IRの取り組みと株主還元

社名 株式会社CS-C

設立 2011年10月

資本金等 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+」



パートナー企業





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。

[Mission]

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

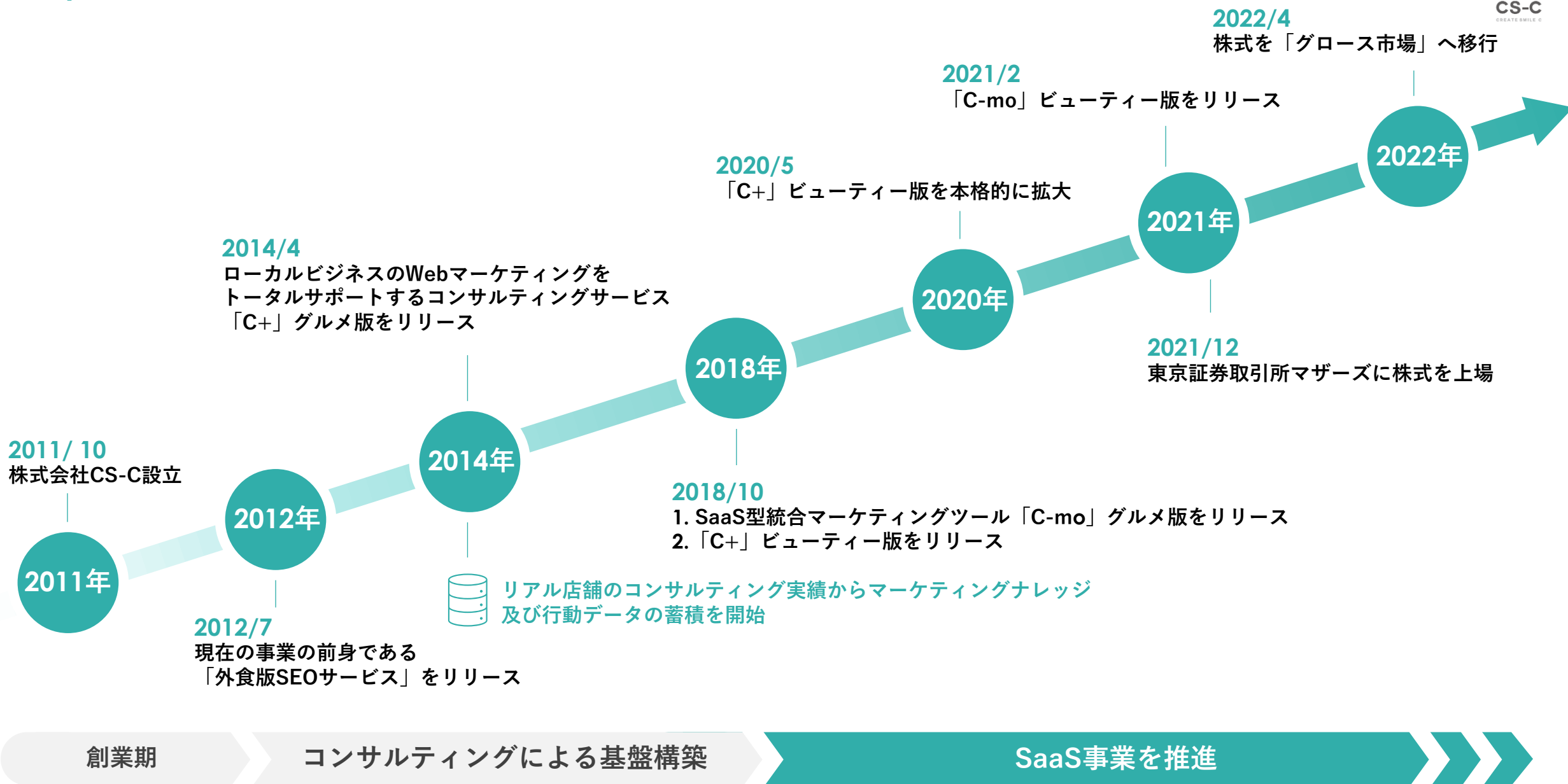
[Vision]

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分配するという考え方。

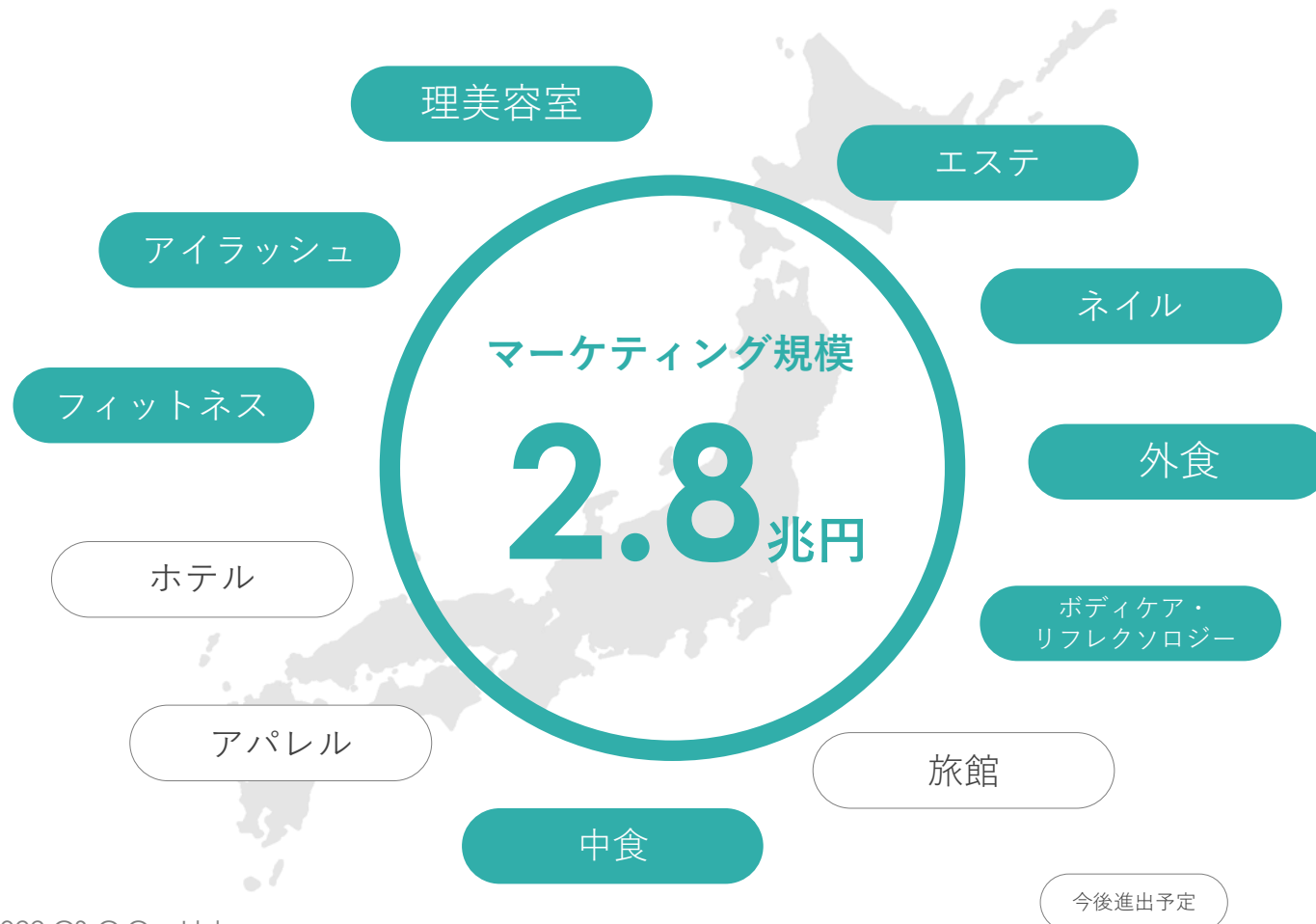
※2 個人事業主や中小企業を中心とした、地域に根付いた店舗ビジネスの総称。食・美・旅・衣などのジャンルがある。



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、店舗ビジネスの総称

ローカルビジネス市場のうち、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、アパレル業界合算は約51兆円。それぞれのマーケティング予算を乗じることにより、マーケティング予算規模は約2.8兆円^{※1}と算出



平均的なマーケティング予算^{※2}

- ✓ グルメ **5%**
- ✓ ビューティー **12%**
- ✓ トラベル **10%**
- ✓ アパレル **3%**

※1 グルメ、ビューティー、トラベル、アパレル市場のマーケティング規模の合計

※2 弊社独自調べ

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

工程のDXニーズ



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

オンラインビジネスへの拡大ニーズ

中小企業が多く、人材・ノウハウが不足しておりマーケティングの必要性が顕在化

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

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

Web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

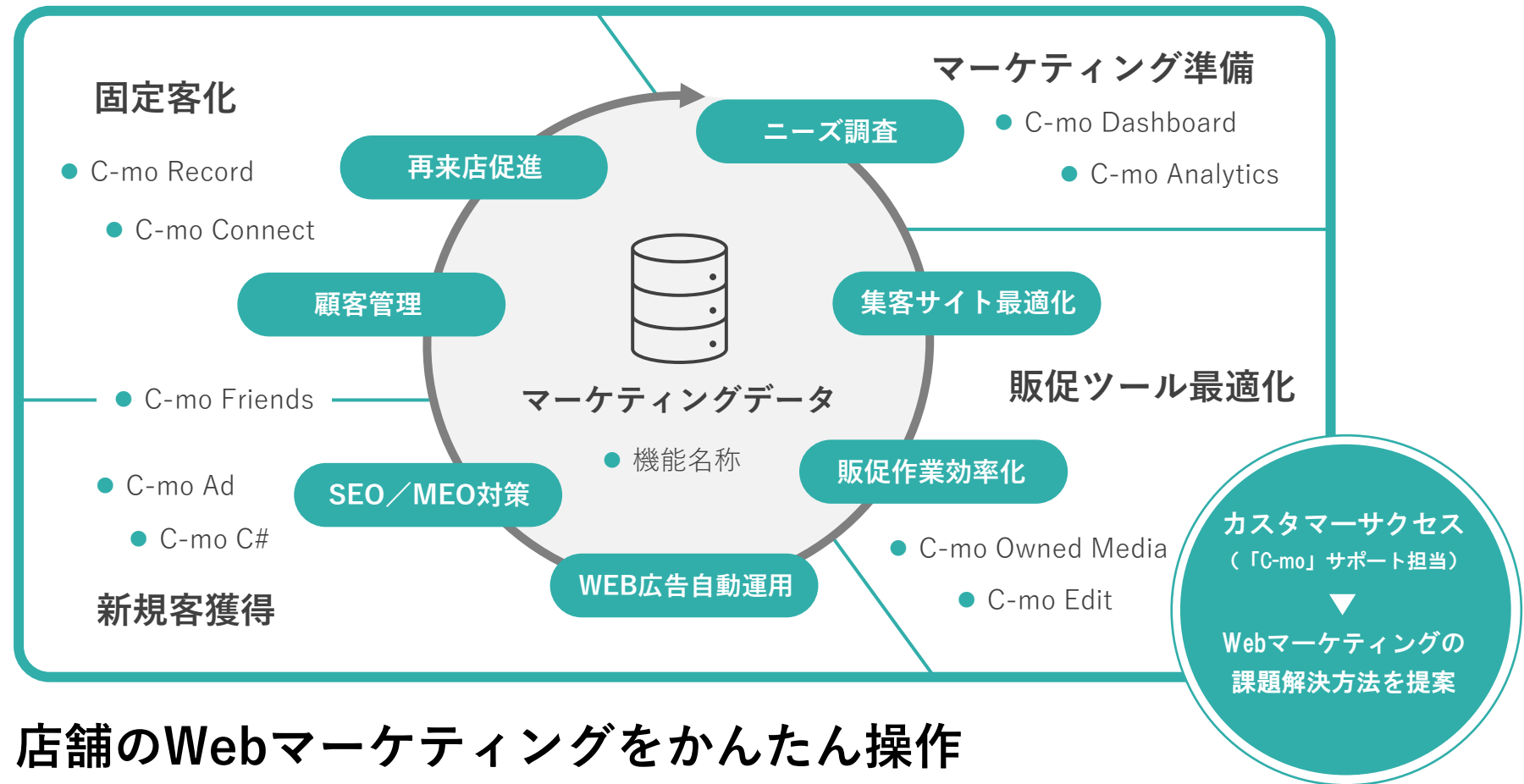


C+による実体験から培ったナレッジを反映したSaaS型マーケティングツール

「C+」によって常に最新のナレッジ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

- Web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



店舗のWeb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

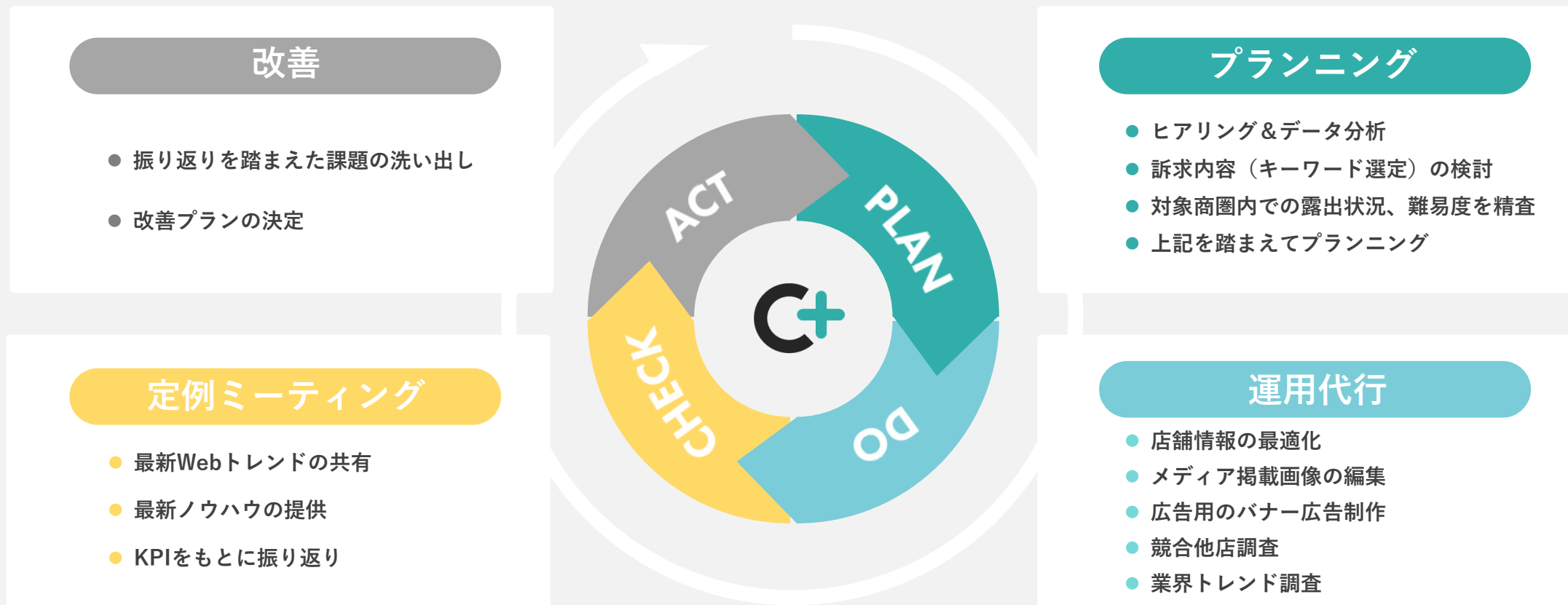
ワンストップ提供

機能一覧	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します

• Web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**

- 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※

CS-Cの2021/9期売上高 … 約**19**億円

カバー率
0.068%

※ グルメ、ビューティー、トラベル、アパレル市場のマーケティング規模の合計（弊社独自調べ）

AGENDA

- 01 2022年9月期 第2四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション**
- 05 IRの取り組みと株主還元

直近のアクション

プロダクト

- ✓ 「C-mo」アップデート
- ✓ 店舗版オンラインビジネス支援サービス
- ✓ トラベル業界でのノウハウ検証開始

営業構造

- ✓ 営業力の強化
ウェビナー「サロテツ～SALONの鉄人～」の開始

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

- ✓ LINEでお店の顧客を増やす紹介促進機能「C-mo Friends」
お店の新規顧客の獲得と既存顧客のLTV※向上を実現

<プレスリリース> <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000010.000029037.html>



追加機能リリース

- ✓ 施術後にLINEですぐにアンケートを送れる「施術後アンケート」
顧客との理想的なコミュニケーションを実現し、固定客化を促進

<プレスリリース> <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000005.000029037.html>

- ✓ 誕生日や会員登録などを起点にメッセージやクーポンの自動配信ができる「自動配信」
コミュニケーションの機会損失を防ぐことで顧客満足度を向上し、再来店を促進

<プレスリリース> <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000009.000029037.html>

- ✓ 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」

2022年5月リリース

※ Life Time Valueの略で、一人、あるいは一社の顧客が、特定の企業やブランドと取り引きを始めてから
終わりまでの期間（顧客ライフサイクル）内にどれだけの利益をもたらすのかを算出したもの

店舗版オンラインビジネス支援サービス

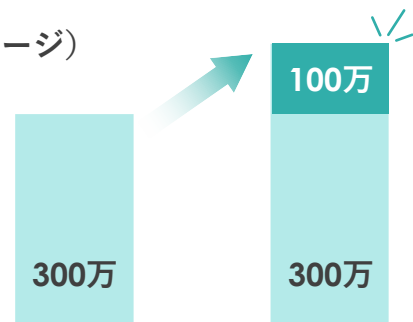
店舗がオンライン上で収益を得ることに寄与する「店舗版オンラインビジネス（店舗版D2C※）」
サービスを2022年秋を目途にリリース

新型コロナウイルスの感染拡大以降、お店で受けたサービスを
オンラインでも利用したいというニーズが増加



店舗で受けたサービス（商材等）を消費者がオンラインで
購入できる「店舗版オンラインビジネスサービス」

(イメージ)



- オンライン売上
- 店舗売上（オフライン）

従来の店舗は箱型ビジネスのため店舗売上には上限があるが、
オンライン上での収益機会創造によって、売上の上乗せが可能

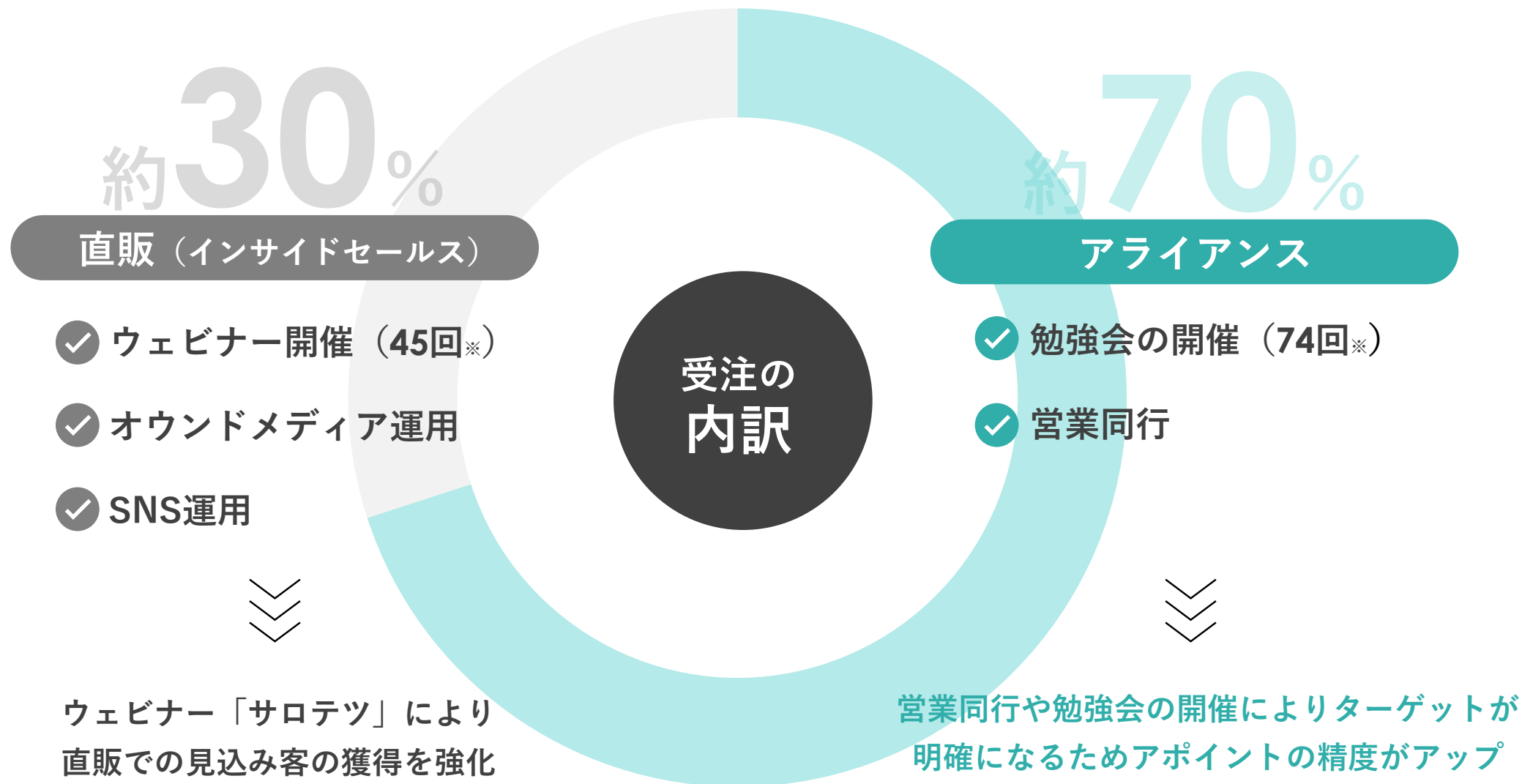
ローカルビジネスの共通項

- ✓ ローカルビジネスの大半が**中小企業**
- ✓ **大手メディアに依存し**、自社にノウハウが溜まらない
- ✓ Webマーケティングを推進できる**人材及びノウハウが不足**



ビューティー、グルメ業界のノウハウを活かし、
トラベル（旅館・ホテル）業界での試験運用を開始

「C+」による現地調査によってトラベル業界のノウハウを構築



営業力の強化

- 2022年1月開始 「サロテツ～SALONの鉄人～」

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



2022年1月～3月実績

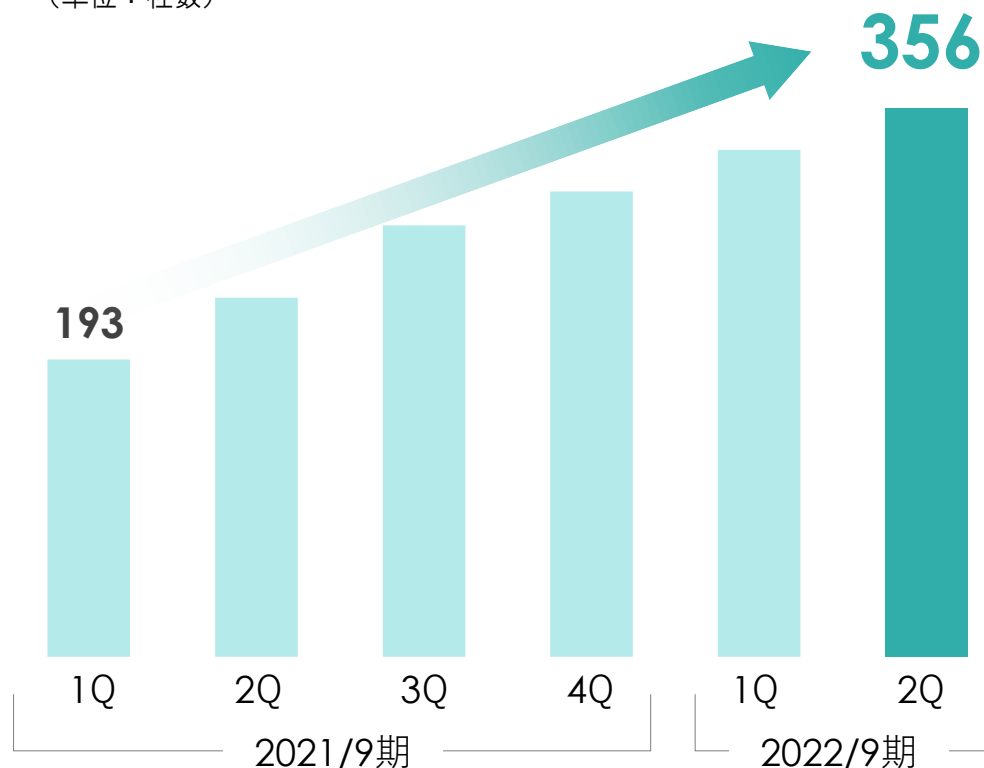
延べ**2,500**名以上の申し込み

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

- 2022年3月末時点のアライアンス契約は356社となり、計画通りに進捗

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等の研修
- ・ 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

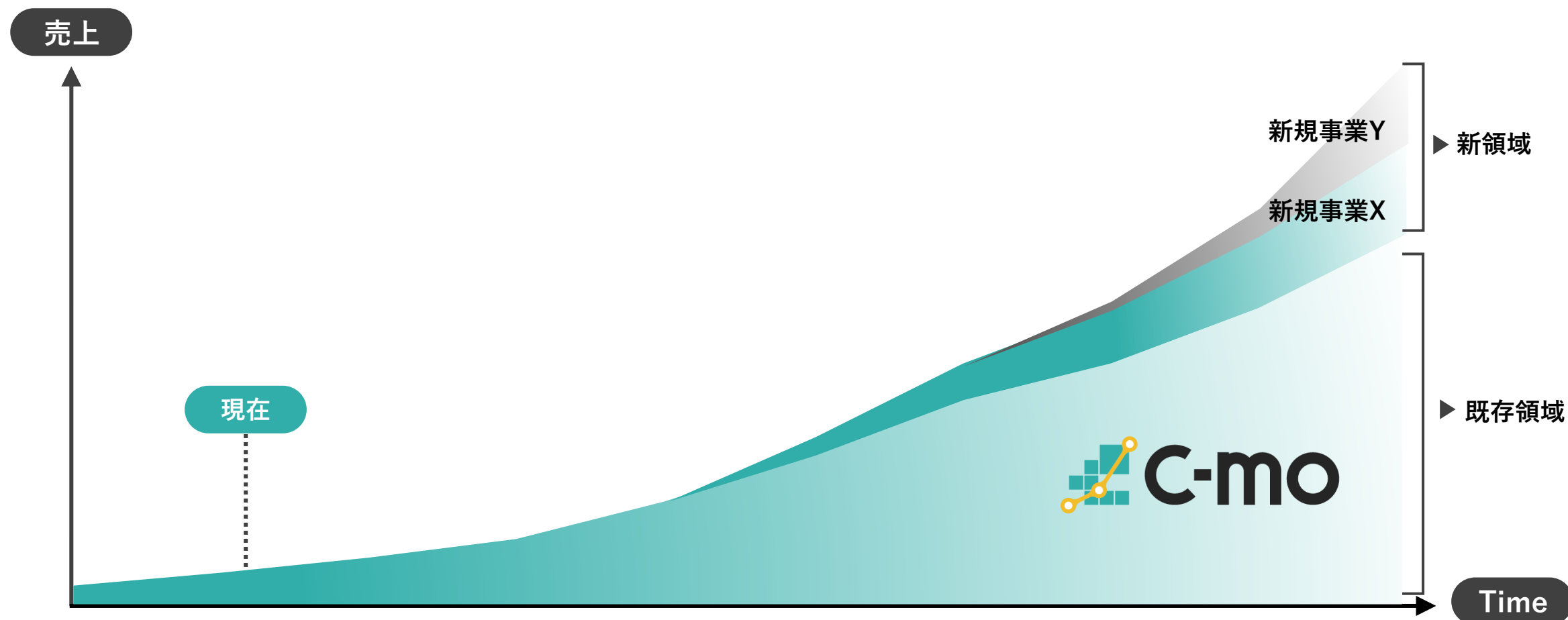
✓ 社外取締役の増員準備

✓ 任意の指名報酬諮問委員会の設立準備

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（トラブル、アパレル等）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



- 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

再分配



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



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

AGENDA

- 01 2022年9月期 第2四半期業績
- 02 「C-mo」 主要指標
- 03 会社概要
- 04 直近のアクション
- 05 IRの取り組みと株主還元**

IRの取り組み

- IRサイトの情報充実化

下記4点の情報が追加でご覧いただけます。



「CS-C IR」で検索

- ✔ C-moアップデート情報
- ✔ メディア出演情報
- ✔ 「CSR活動」ページの追加
- ✔ 「個人投資家の皆様へ」ページの追加

※ Corporate social responsibilityの略で、企業が組織活動を行うにあたって担う社会的責任のこと

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。

Appendix

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。

