



2024年9月期 第1四半期

# 決算説明資料

2024年2月14日

株式会社CS-C

東証グロース 証券コード：9258



LOCAL BUSINESS



MARKETING DX

商号	株式会社CS-C
所在地	東京都港区芝浦4-13-23
設立年月	2011年10月
上場年月	2021年12月 東証マザーズ上場（2022年4月より東証グロースへ移行）
資本金	758百万円（2023年9月30日時点）
従業員数	200名 ※アルバイト、パートタイマーを含む（2023年9月30日時点）

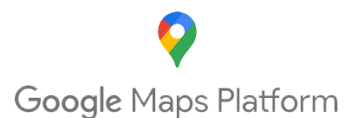
## 事業内容

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

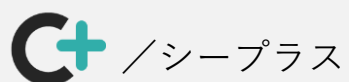


# 売上高構成サービス



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



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

## 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

会社概要・サービスの詳細は、IRサイトに掲載の「Company Profile」をご参照ください



# エグゼクティブサマリー

2024年9月期1Q

売上高 **649**百万円 YoY **107**% 計画対比 **100**%

営業利益 **44**百万円 YoY **63**% 計画対比 NM

トピックス

- 「C+ Travel」正式リリース
- 「C-mo」機能アップデート
- 沖縄海邦銀行との業務提携を開始
- 事業部制への移行

# 決算概要

- **【売上高】** 「C+ Travel」の正式リリースや、グルメ業界のコロナからの復活に伴う受注増加により前年同期比107%と増収し、計画対比も100%と計画どおり推移
- **【利益】** 前年同期比では成長促進のための人件費や採用コスト等の販管費が増加したものの、予算対比ではコストの下振れにより、計画を上回る進捗を達成

(単位：百万円)

	2023/9期 1Q 2022年10～12月	2024/9期 1Q 2023年10～12月	前年同期比
売上高	605	649	107.4%
営業利益 (マージン)	71 (11.8%)	44 (6.9%)	62.6%
経常利益 (マージン)	71 (11.8%)	44 (6.9%)	62.8%
当期純利益 (マージン)	46 (7.7%)	27 (4.2%)	58.3%

# サービス別売上高

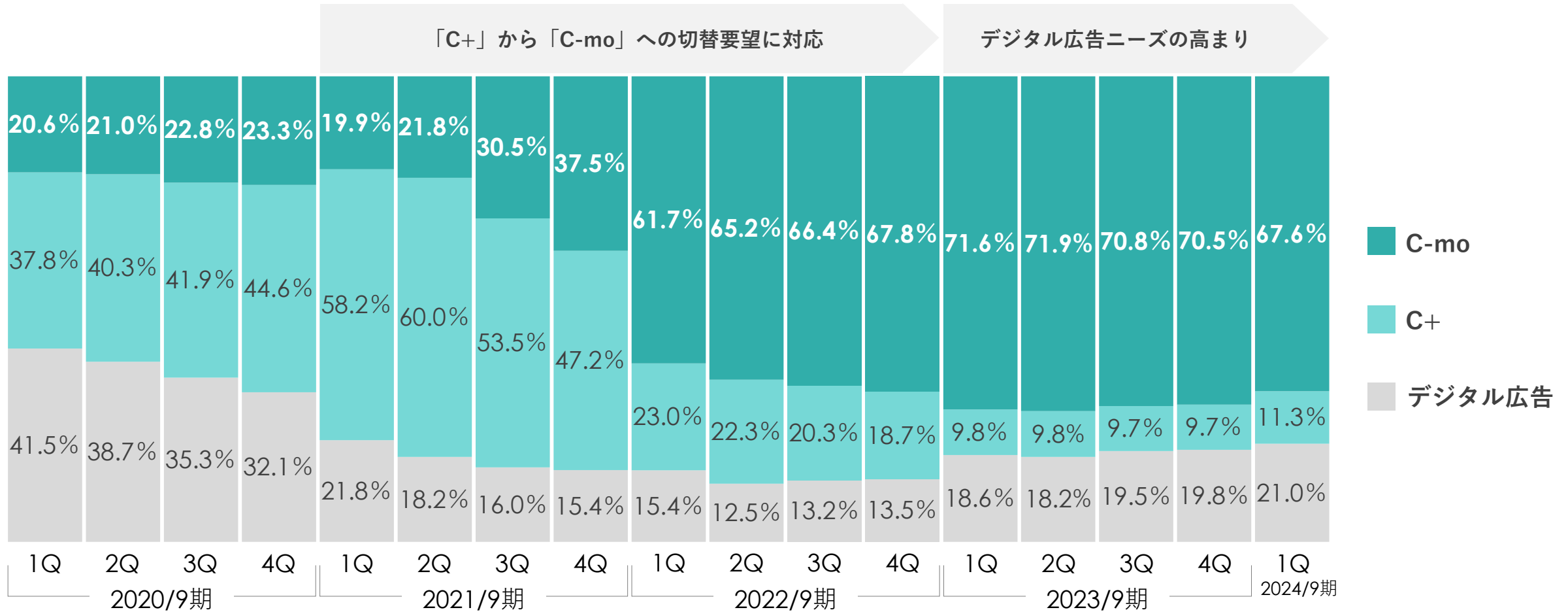
- 【C-mo】 グルメ・ビューティー業界での新規受注により伸長
- 【 C+ 】 「C+ Travel」 の新規導入が順調に進み大きく伸長
- 【 広告 】 コロナの落ち着きによりクライアントからの依頼が増加したため大きく伸長

(単位：百万円)

	2023/9期 1Q 2022年10～12月	2024/9期 1Q 2023年10～12月	前年同期比
C-mo	432	439	101.5%
C+	59	73	123.9%
デジタル広告	112	136	121.3%

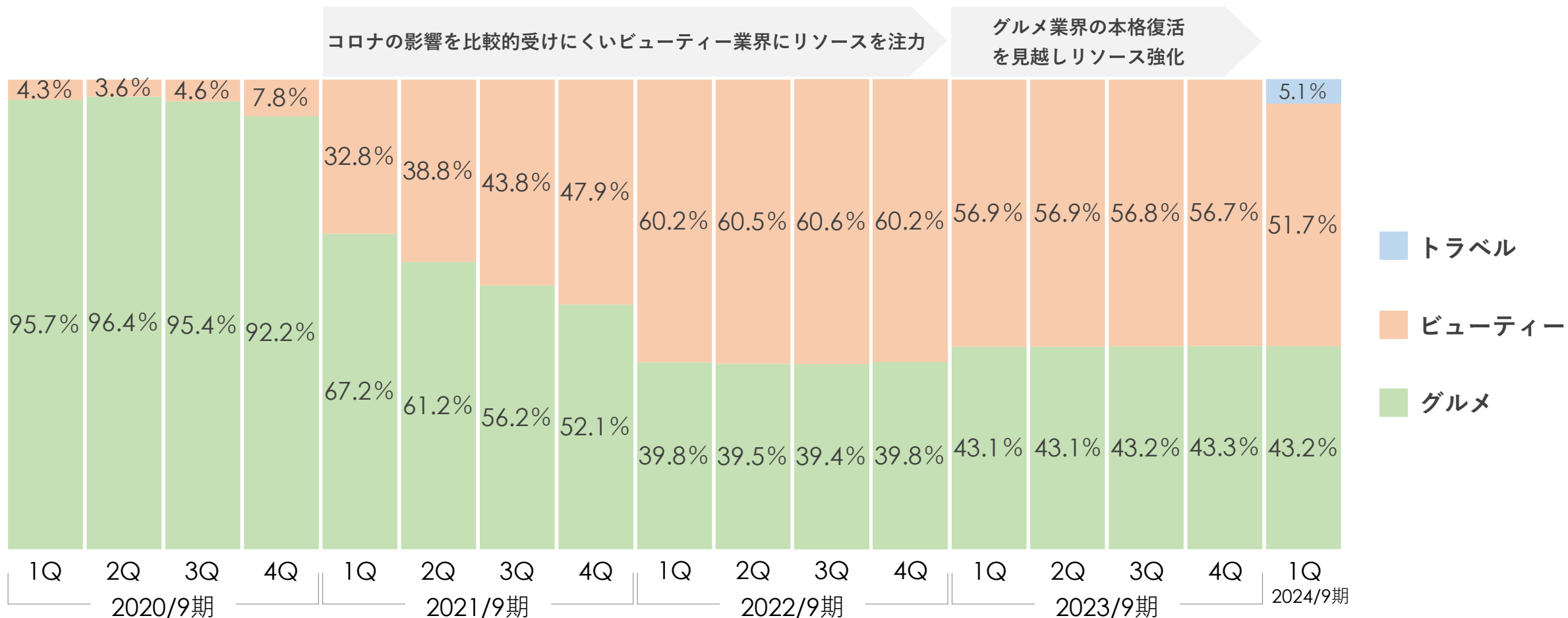
# 売上高構成比／サービス別※

- 2022/9期以降は「C+ Gourmet」「C+ 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構成比率が上昇傾向



# 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+ Travel」を正式リリース







ストック売上高 ※

**1,907**百万円 (前年同期比 105.4%)

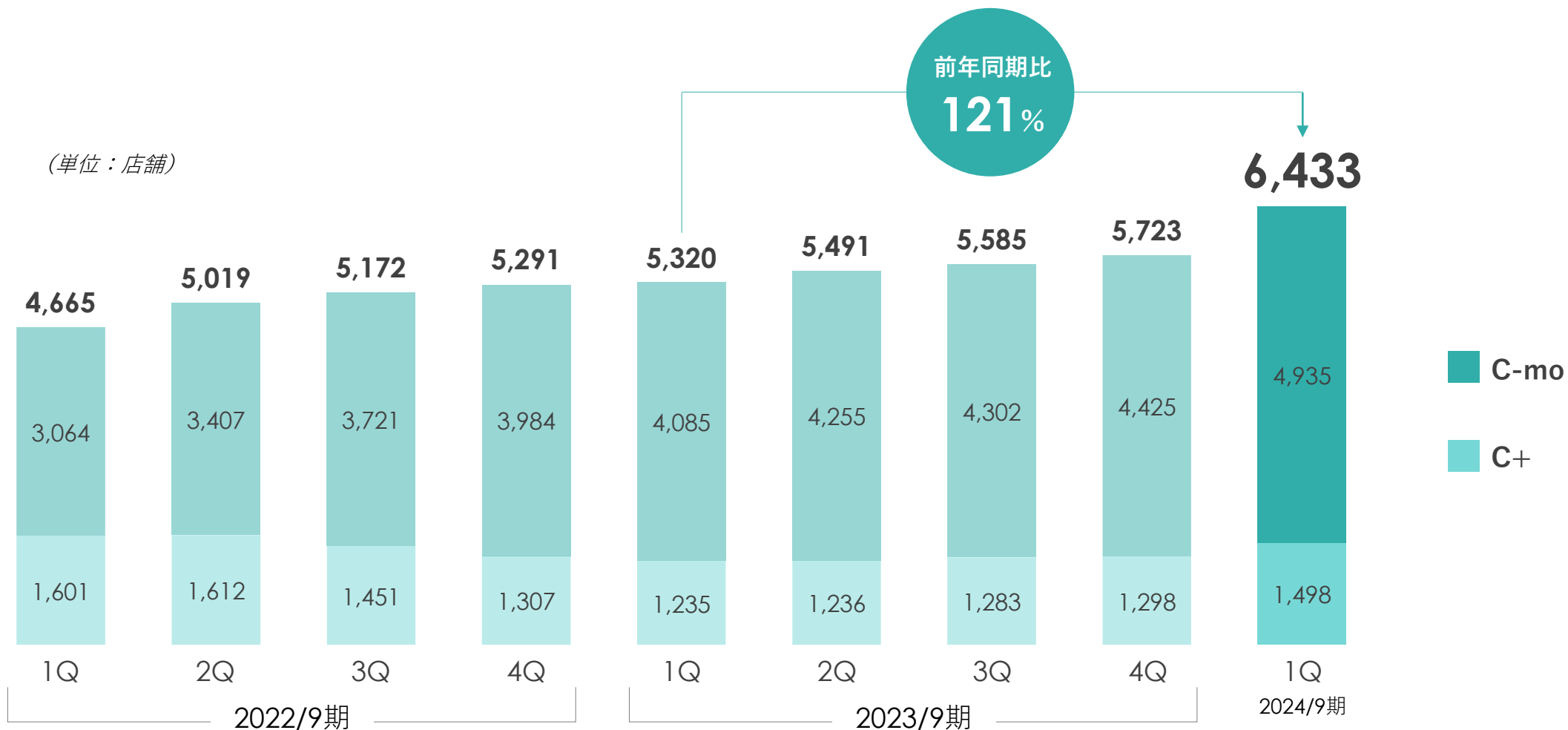


契約店舗数

**6,433**店舗 (前年同期比 120.9%)

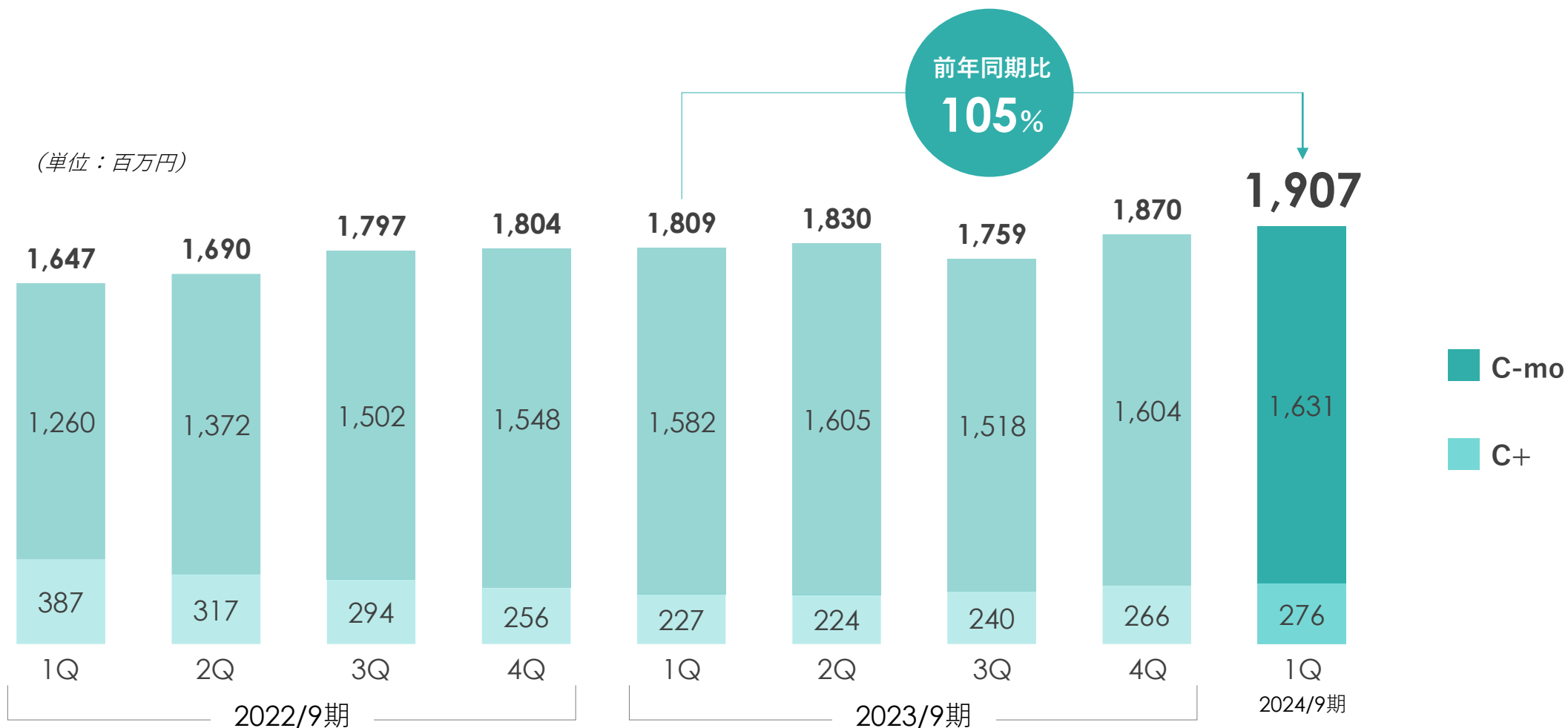
# 契約店舗数

- 「C+ Travel」のリリースに伴い「C+」の店舗数が増加
- コロナ収束によるグルメ業界の復活に伴い「C-mo」の店舗数も増加



# ストック売上高※

- 大手企業への**ボリュームディスカウントが影響**し、前年同期比が契約店舗数121%に対しARRは105%で着地
- 「C+Travel」のリリースに伴い「C+」のARRも伸長



# 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

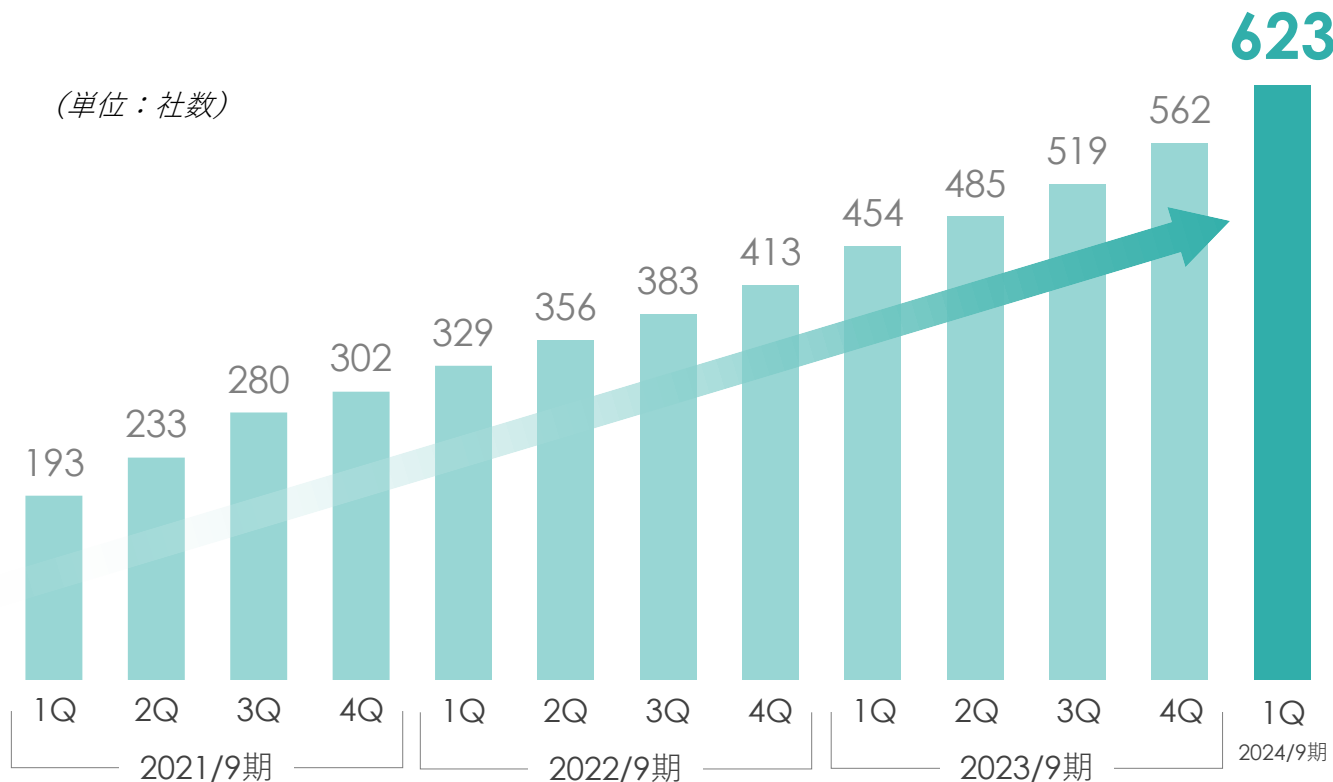
受注の  
内訳

# アライアンス企業数

- 2023年12月末時点のアライアンス契約は623社
- 沖縄海邦銀行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

## 新サービス

### ✓ 「C+ Travel」を正式リリース

2023年10月に旅館・ホテル向けのマーケティングソリューション「C+ Travel (シープラス トラベル)」を正式リリースいたしました。

当社がクライアント企業の社外CMO (Chief Marketing Officer・最高マーケティング責任者) として直接顧客の事業に参画し、デジタルマーケティングのプラン策定から実際の実行、効果検証までを一気通貫でサポートします。

<ニュースリリース> <https://s-cs-c.com/archives/news/20231109>

## アップデート

### ✓ 「C-mo Connect<sup>※</sup>」の自動配信機能がアップデート

任意の配信対象に向けて毎月指定日にメッセージを自動配信することができるようになりました。

配信先を絞り込むことで、「〇日以上来店していないお客様に毎月自動でメッセージを配信する」といったように、リピーター化を促進するCRMとしての活用が可能になります。

<ニュースリリース> <https://s-cs-c.com/archives/cmo/20231205>

# 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

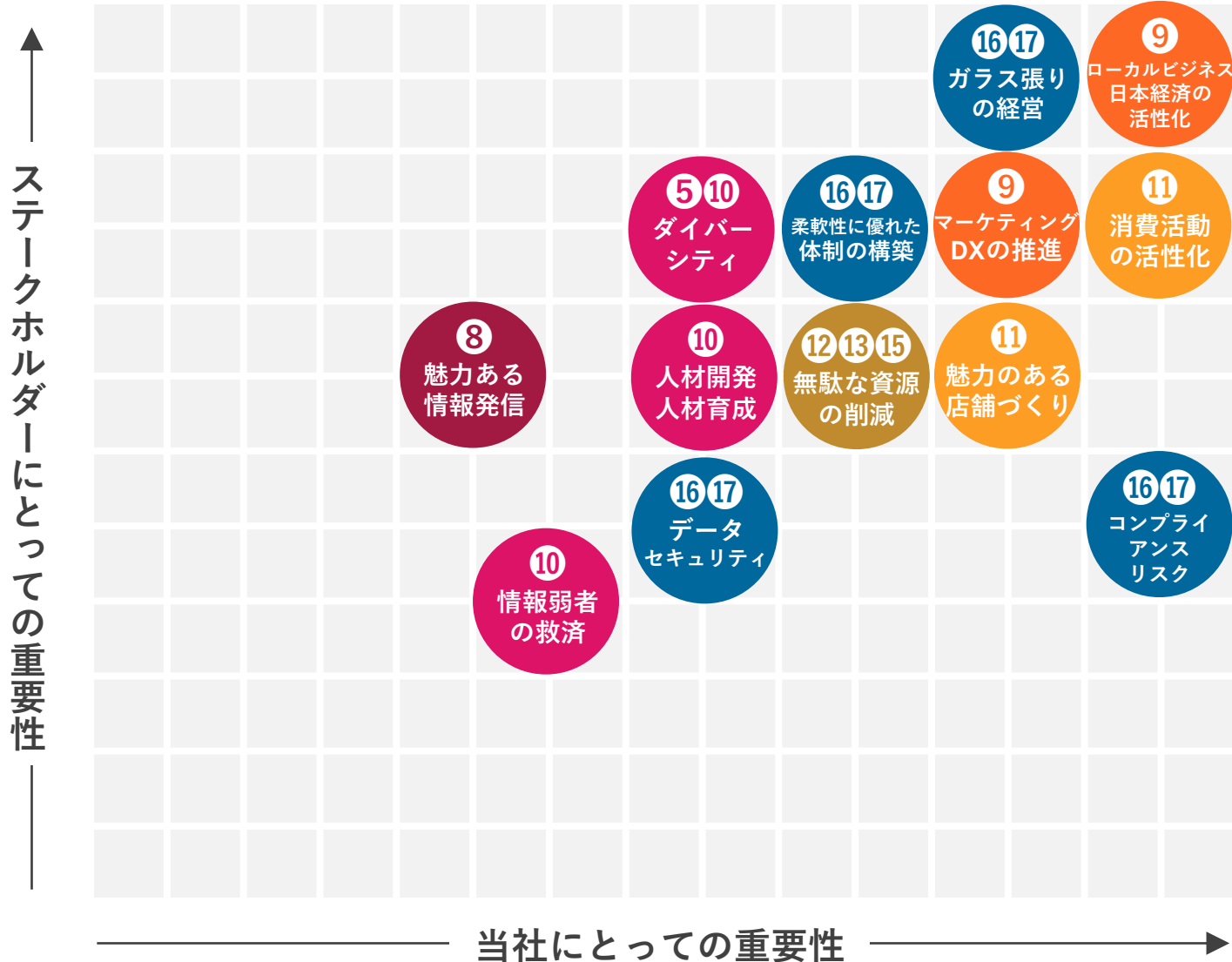
## ✓ コーポレート・ガバナンス体制の強化



- 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 パートナリーシップで目標を達成しよう



# CSR※/CS-Cの社会的責任

- 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まいります



当社のCSR基本方針や  
実際の活動内容はIRサイトに掲載

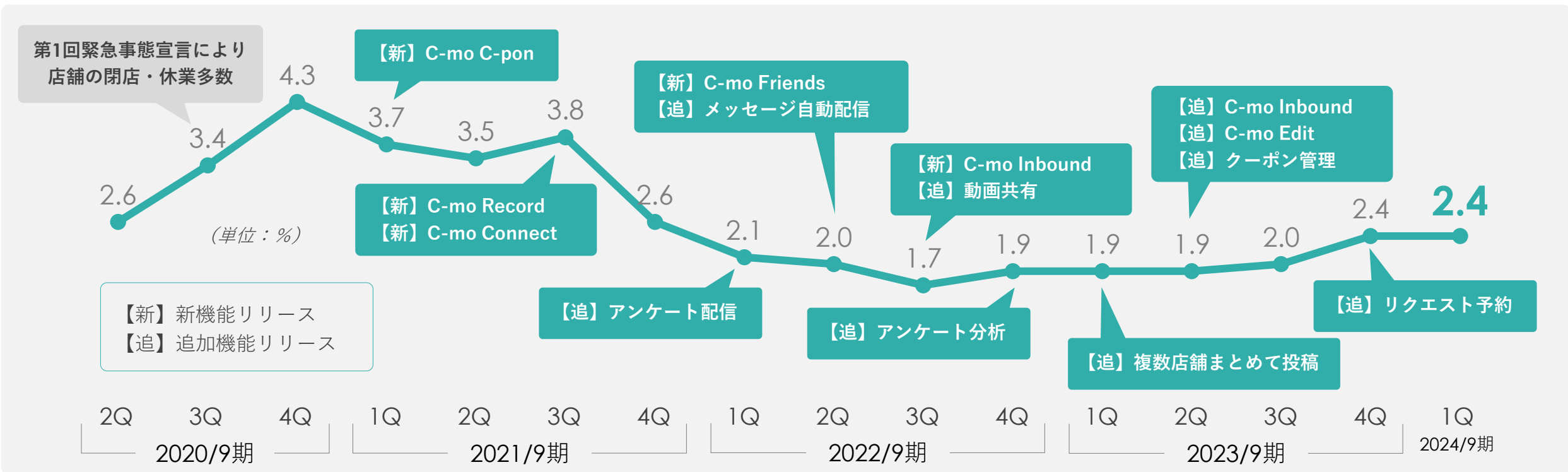


「CS-C CSR」で検索

# Appendix

# 6ヶ月平均「C-mo」解約率

- 大手企業（1社）の解約により2023/9期4Qに解約率が上昇
  - 「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
- 2023/9期4Qの一過性要因を除くベースの解約率は2.0%



## 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、リリース後は「C+」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+」によるアウトソーシングのニーズのほうが高いため、「C+」を広げていく計画です。

今年の春には「C-mo Navi (シーモ ナビ)」という施設案内のDX化ツールのリリースを予定しており、こちらはSaaS型のアップセル商材として提供を考えております。

## 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。