

2025年9月期 第3四半期 決算説明資料

2025年8月8日

株式会社CS-C

東証グロース 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

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	773百万円
従業員数	233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



当社は、2025年2月28日に公表した「株式会社プレディアの株式取得（孫会社化）に関するお知らせ」に記載のとおり、同年4月に株式会社プレディアをグループ化し、2025年9月期第3四半期より連結決算へ移行いたしました。

なお、現時点では業績に影響を与える未確定な要素があり、業績予想を数値で示すことは困難と判断しております。連結業績予想については、合理的な予測が可能となり次第、速やかに公表いたします。



(当社)

株式会社CS-C

代表者 梶原 健

設立 2011年10月

資本金 773百万円

事業内容 ローカルビジネスDX

(子会社)

株式会社CS-R

代表者 戸所 岳大

設立 2024年8月

資本金 30百万円

事業内容 飲食店運営
サブリース事業など

(孫会社)

株式会社プレディア

代表者 戸所 岳大

設立 1989年6月

資本金 10百万円

事業内容 飲食店運営など

<連結業績>
2025年9月期
第3四半期

売 上 高 **2,284** 百万円

営 業 利 益 **▲ 111** 百万円

KPI

ストック売上高※ **2,014** 百万円 (YoY 100.8%)

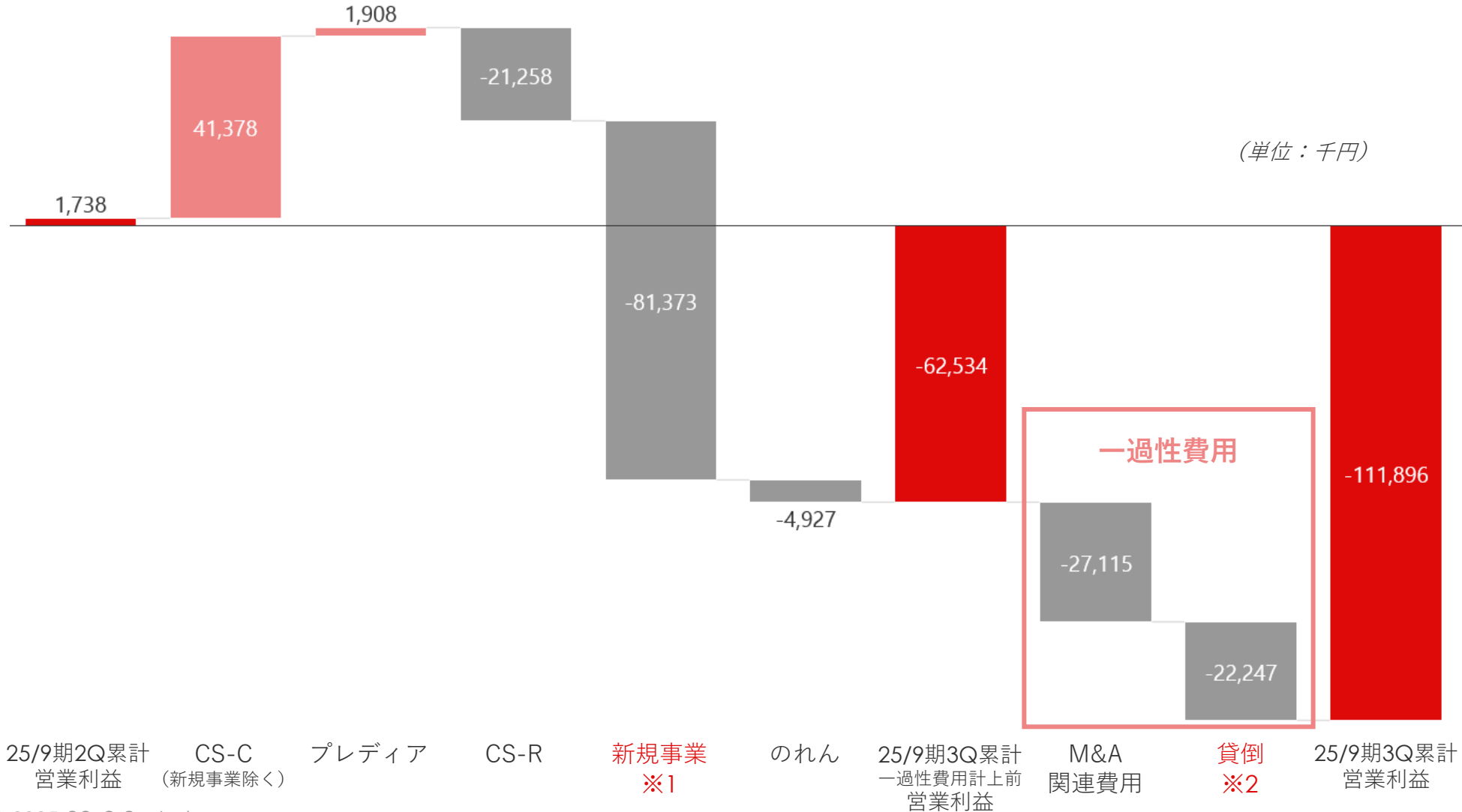
トピックス

- 株式会社プレディアの株式取得により連結決算へ移行
- 報告セグメントの変更
- JAPAN FOOD GUIDEアップデート情報

- 売上高：トラベル業界向けマーケティング支援サービスの伸長に加え、今期より開始した飲食店運営の売上が寄与
- 営業利益：JFG※の認知拡大に向けた広告宣伝費やクリニック業界向けサービスのテストマーケティングなど、新規事業に係る先行投資に加え、プレディアの株式取得に伴うM&A関連費用や貸倒などの一過性費用が発生し、利益を圧迫

	参考	[単 体] 2024/9期 3Q累計 (2023年10月～2024年6月)	[連 結] 2025/9期 3Q累計 (2024年10月～2025年6月)
(百万円)			
売上高		1,972	2,284
営業利益 (マージン)		9 (0.5%)	▲ 111 (－%)
経常利益 (マージン)		9 (0.5%)	▲ 109 (－%)
四半期純利益 (マージン)		1 (0.1%)	▲ 117 (－%)

- M&A関連などの一過性費用を除いた3Q累計営業損失は62百万円
- 既存事業では黒字。将来成長を見据えたCS-Cの新規事業への投資やCS-Rの新店舗立ち上げ準備により利益を圧迫



※1 新規事業

CS-Cにおけるメディア事業（「JAPAN FOOD GUIDE」認知拡大に向けた広告宣伝費）や、クリニック業界向けサービスのテストマーケティング

※2 貸倒

大型受注案件の貸倒

- 連結決算への移行に伴い、経営管理区分を再定義（2025年9月期第2四半期までは単一セグメント）



ローカルビジネスDX

マーケティング領域におけるDX推進を通じて、ローカルビジネスの業績向上支援サービスを展開。

- マーケティング支援

C-mo/C-mo Pro など

- 広告運用

デジタル広告の設計・運用



リアル店舗

マーケティングノウハウを活かし、立地特性や顧客ニーズに応じた柔軟な店舗運営を実施。

- 飲食店運営（8店舗）

拉麺 江戸壺/麺うらた/西海/
ほっかい尾山台/塩そば 一榮/
汐屋だい稀/熊源/みそ熊

※ 4Qからは7月OPENの「かわさ鬼」が追加



その他

その他、多角的なアプローチで、ローカルビジネスの可能性を最大限に引き出し新たな価値を創造。

- メディア運営

(JAPAN FOOD GUIDE)

- サブリース事業

- 代理店手数料

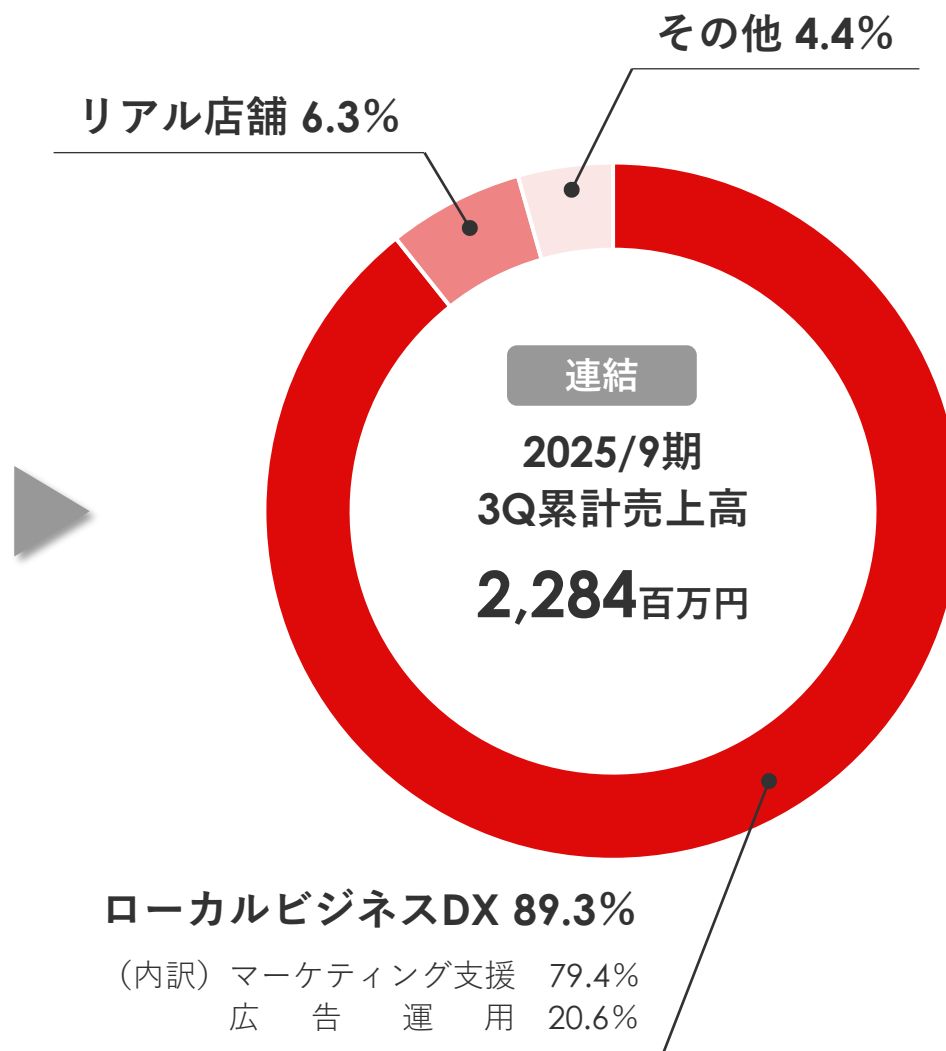
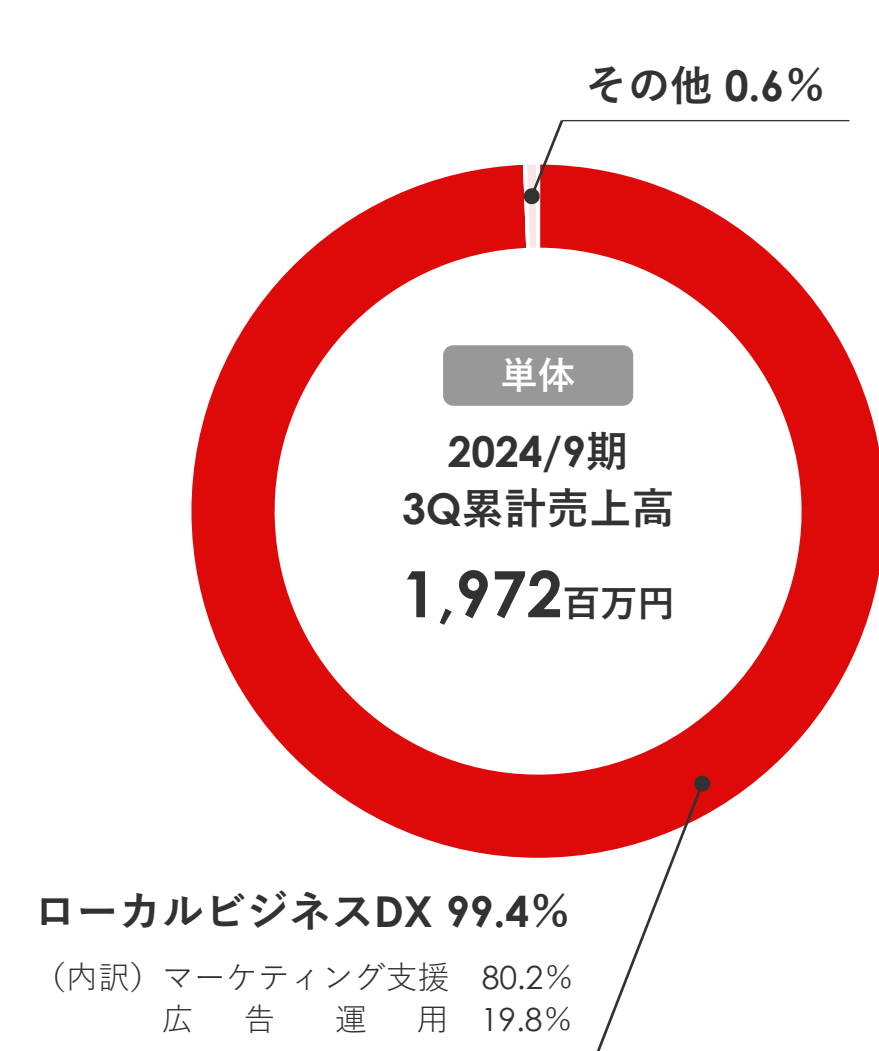
など

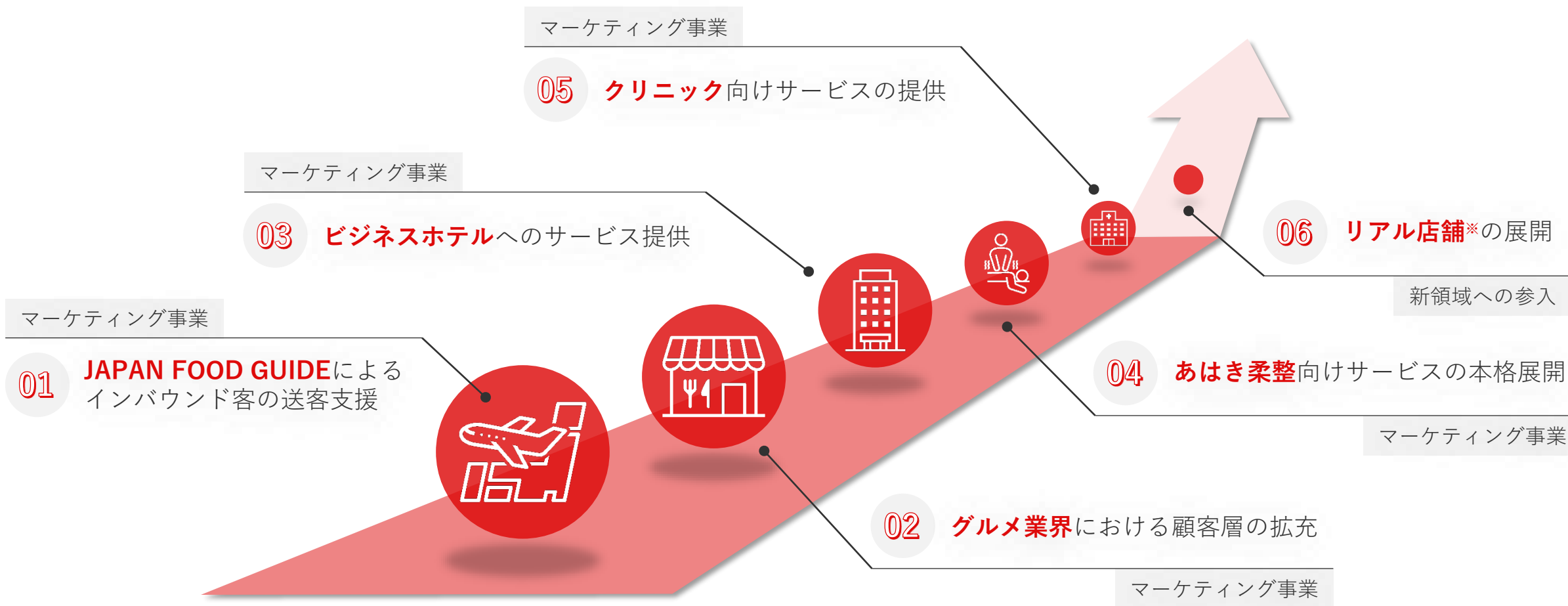
- 主力事業である「ローカルビジネスDX」セグメントは、持続的で緩やかな成長基調を維持
- プレディアの株式取得により、「リアル店舗」セグメントが業績に貢献
※ 2025年4月1日にプレディアの株式を取得したため、同社が運営する7店舗分の業績は、2025年4～6月の3ヶ月分のみを計上
- JFGを中心とする新規事業や一時的な収益の増加により、「その他」セグメントの売上高が拡大

		[単 体]	[連 結]	
		2024/9期 3Q累計	2025/9期 3Q累計	YoY
(単位：百万円)		(2023年10月～2024年6月)	(2024年10月～2025年6月)	
ローカルビジネスDX	マーケティング支援	1,573	1,619	103.0%
	広告運用	387	419	108.2%
リアル店舗	飲食店運営	—	144※	—
その他	その他	11	100	861.7%

合計YoY
104.0%

- 各セグメントが連携し、企業全体の成長を牽引



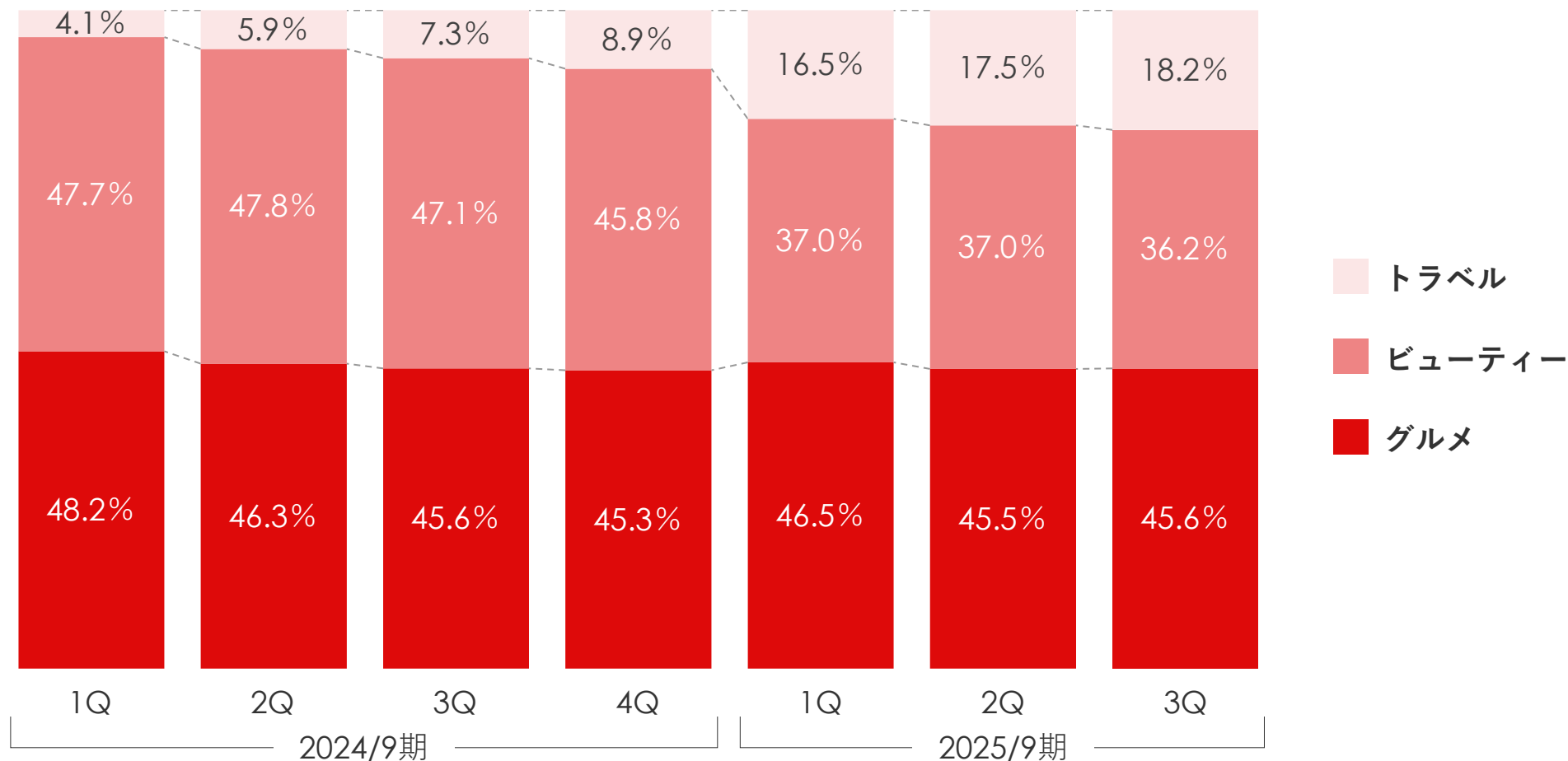




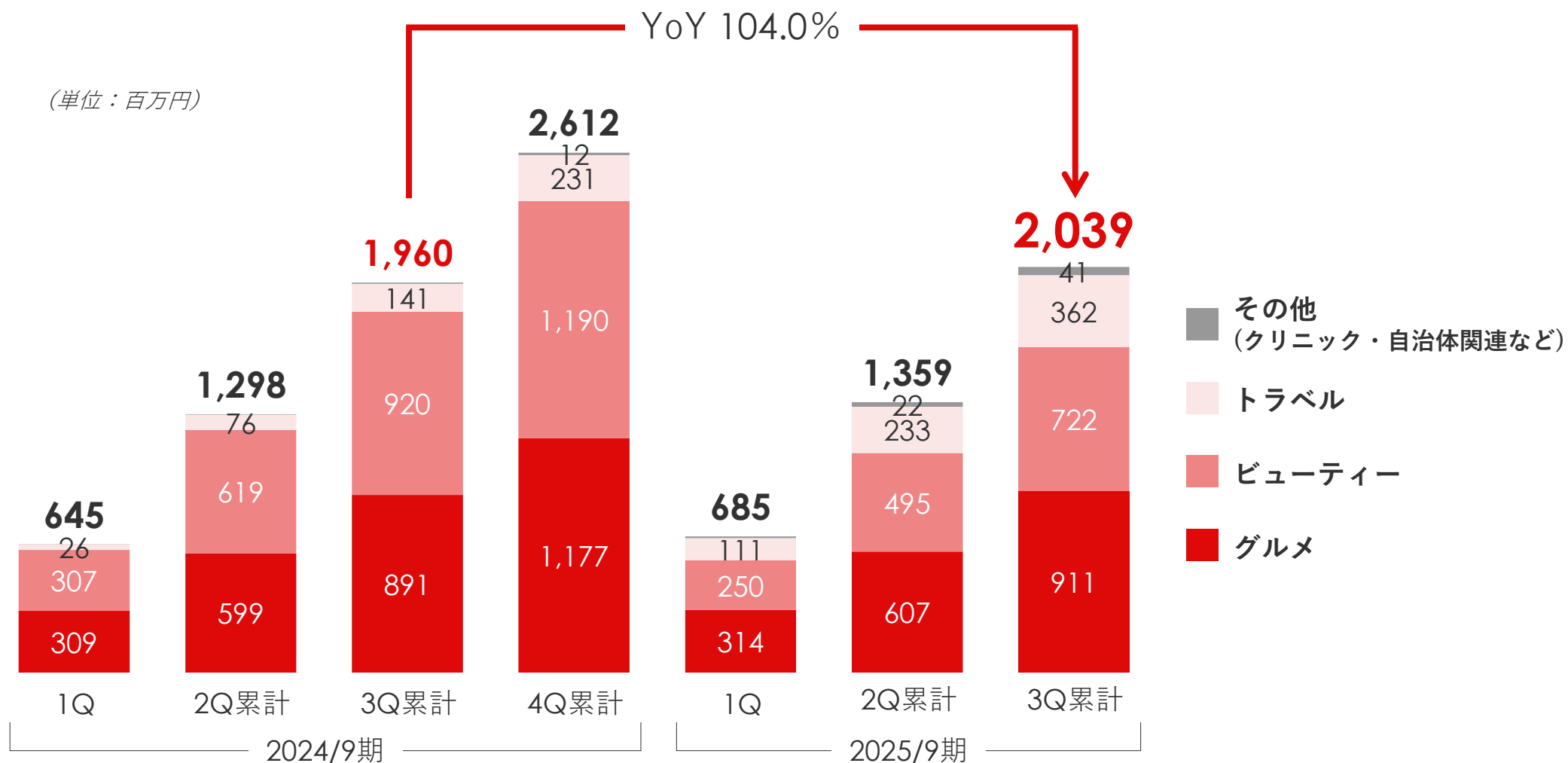
ローカルビジネスDX

（マーケティング支援＋広告運用）

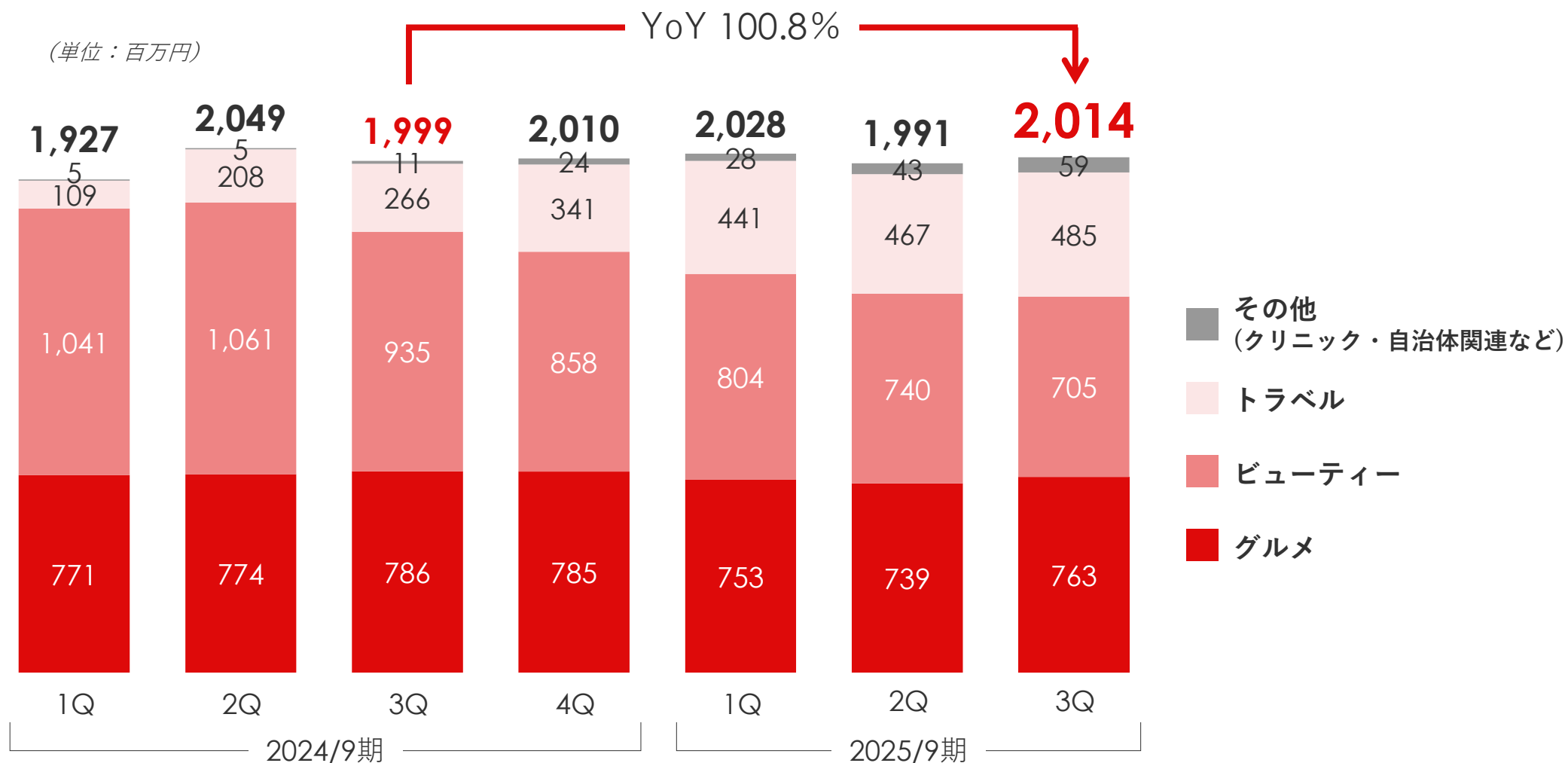
- 「C-mo Pro travel」の堅調な成長により、トラベル業界向けサービスの売上比率は四半期ごとに増加傾向



- グルメ・トラベル業界向けサービスが引き続き堅調に推移し、売上成長を牽引



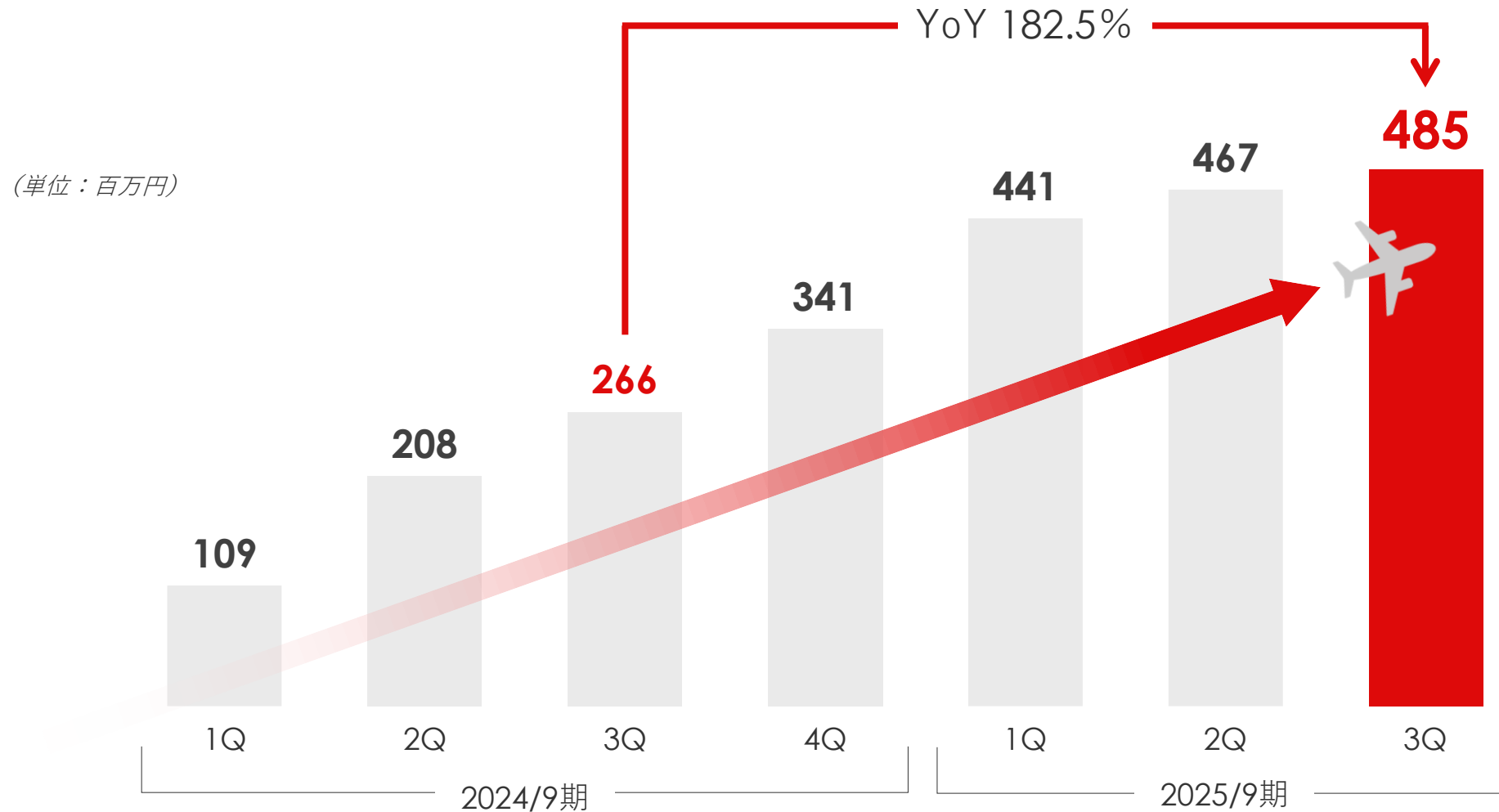
■ トラベル業界の成長が続く一方、ビューティー業界の新規受注鈍化により、ストック売上高は前年同期比でほぼ横ばい

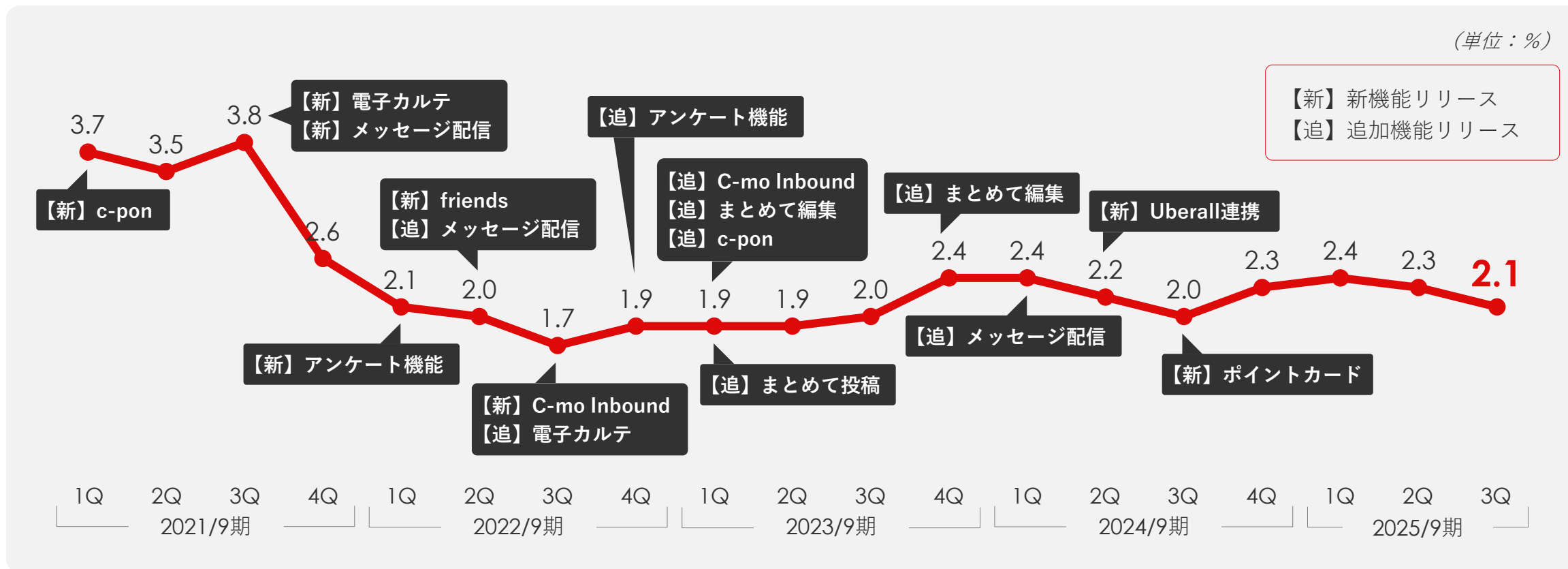


※ 四半期会計期間末（3・6・9・12月）における、月額課金サービスの利用料を年額換算（12倍）して算出

※ 報告セグメントの変更に伴い、ローカルビジネスDXセグメントにおけるC-mo/C-mo Pro以外のストック売上高も加味して改めて算出

- トラベル業界におけるストック売上が4.8億円を突破し、前年同期の1.8倍以上に成長

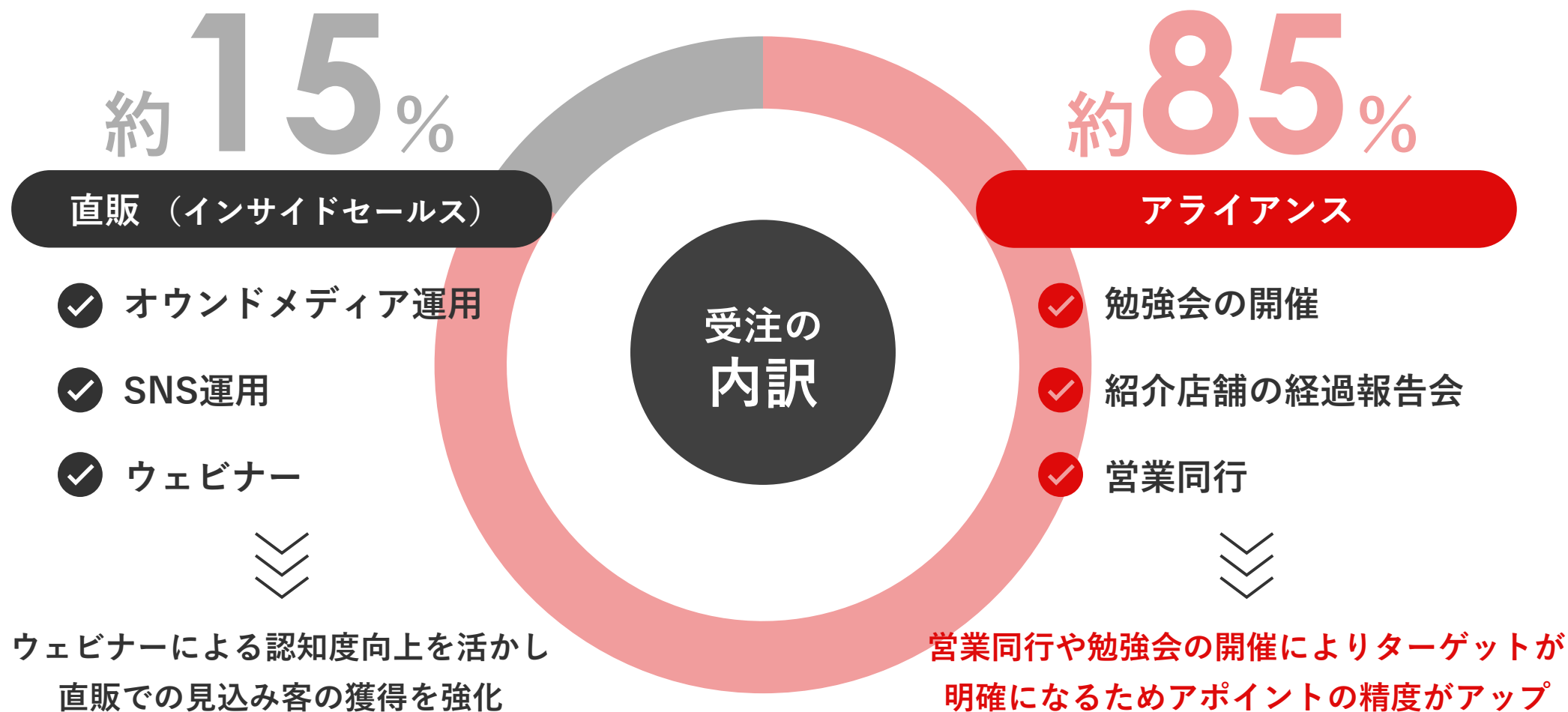




解約率低減策

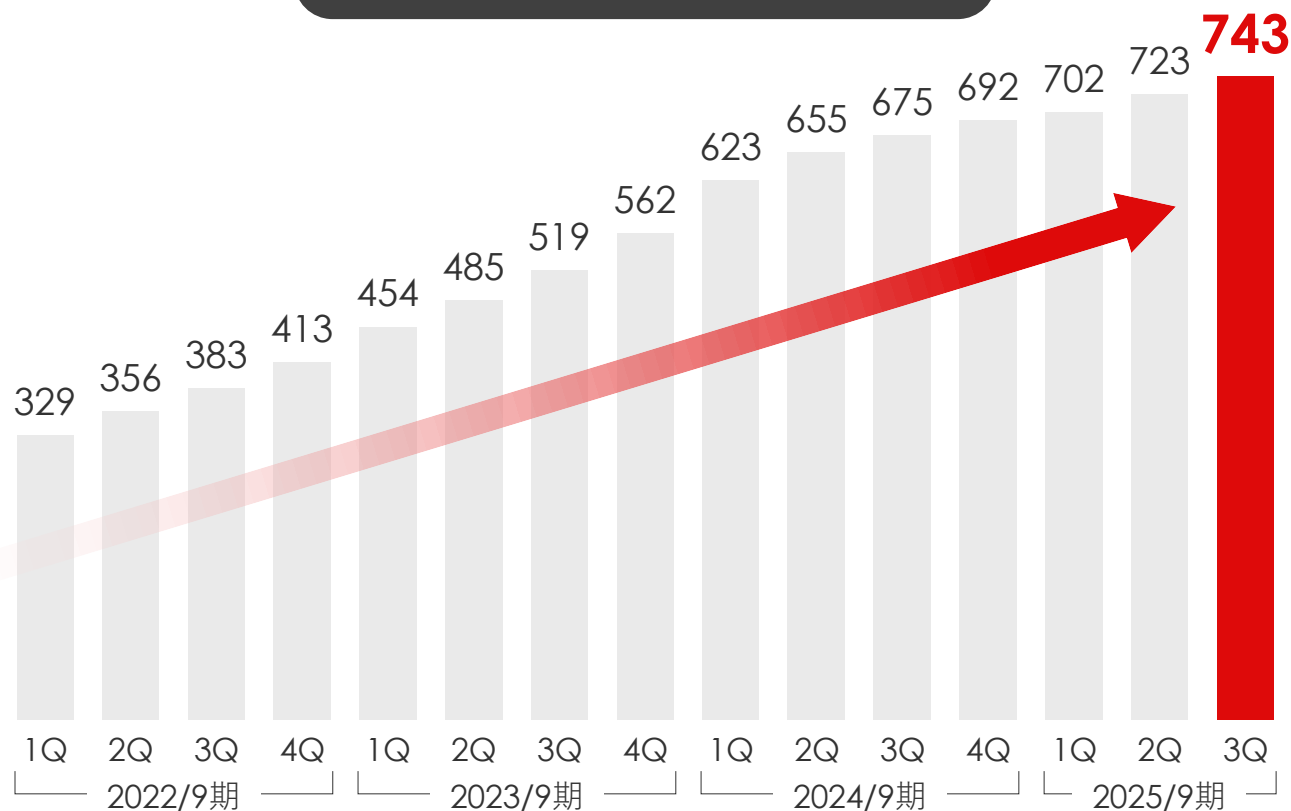
- ✓ 継続的な機能拡充
- ✓ カスタマーサクセス（「C-mo」サポート担当）の体制強化

- 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



- 2025年6月末時点のアライアンス契約は743社
- 京都信用金庫など、地域に根差した金融機関との提携に注力

取引社数



一部アライアンス先 ※五十音順

- ・株式会社あいち銀行
- ・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
- ・京都信用金庫
- ・株式会社群馬銀行
- ・サッポロビール株式会社
- ・株式会社山陰合同銀行
- ・サントリー株式会社
- ・株式会社十六銀行
- ・タマリス株式会社
- ・株式会社ダリア
- ・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
- ・株式会社豊和銀行
- ・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

■ 株式会社UNI'SONとの業務提携



総フォロワー150万人超のグルメメディア「グルメ大学」を運営する株式会社UNI'SON と、SNSマーケティング領域における業務提携を締結いたしました。

本提携を通じて、外食企業向けのデジタルマーケティング支援において、検索を起点とした従来の集客施策に加え、SNSを活用した認知獲得を強化することで、より効果的な集客・販促活動の実現を目指してまいります。



リアル店舗

(飲食店運営)

- 自らが主体的にローカルビジネスの運営にプレイヤーとして参画し、その魅力や価値を直接的に国内外に発信・拡大することで、迅速かつ確実な市場開拓を進めていく

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

- ・ 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
- ・ 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



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、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

※ 世の中の不均衡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配分するという考え方



成長が期待できるマーケット

世界的に中間所得層が拡大しており、消費力の増加によって新たな市場が生まれている。また、グローバル市場における日本食の存在感が高まっており、日本食関連ビジネスはさらなる成長が期待できる。

✈ インバウンド需要の拡大

日本政府は2030年までに訪日外国人旅行者数を6,000万人に増加させる目標を掲げ、国全体でインバウンド客の受け入れを促進していることから、今後もインバウンド需要のさらなる拡大が見込まれる。また、ラーメンは訪日外国人に人気の高い日本食のひとつであることから、まずはラーメン店の運営を通じてインバウンド事業へ参入し、新たな事業ポートフォリオとして確立を目指す。

⚡ 自社のリソースと強み

自社の競争力が発揮できる領域は、国内外を問わず展開可能なマーケティング力、海外人材事業における人材供給力、不動産活用力、多店舗マネジメント力にある。また、ファイナンスやM&A推進体制にも強みを有しており、これらを活用して市場での競争優位を確立できる。



全国6,000店舗以上の支援で培ったノウハウを自社店舗にも供給し競争優位を確立

ラーメンを中心とした多彩なブランドを展開し、立地特性や顧客ニーズに合わせた柔軟な店舗づくりを実践。
店舗とマーケティングの連携で生まれる「勝ちパターン」を再現可能な形で磨き上げ、新規出店へ投資しています。



1 拉麺 江戸寺

新橋 徒歩3分



2 麺うらた

自由が丘 徒歩1分



3 ほっかい尾山台

尾山台 徒歩1分



4 西海

目白 徒歩1分



5 塩そば 一榮

自由が丘 徒歩1分



6 汐屋だい稀

都立大学 徒歩1分



7 熊源

市ヶ谷 徒歩1分



8 みそ熊

自由が丘 徒歩2分

■ 海外進出を視野に入れたリアル店舗事業の拡大

Step.1

国内展開 & インバウンド需要の取り込み



ラーメン以外の業態（寿司・和牛など）も視野に入れた、国内での多店舗展開と、インバウンド需要の取り込みによる国内外での認知拡大



Step.2

海外展開



マーケティングノウハウと実店舗運営の知見を掛け合わせた、海外での店舗展開

日本の食を 自らが世界に届ける



ローカルビジネスDX

リアル店舗

その他（FGなど）

- ローカルビジネスDX事業の拡大に加え、「優れた業態」または「安定したキャッシュ・フロー」を持つ飲食店運営企業をM&Aすることにより、リアル店舗事業の充実を図り、事業ポートフォリオの多角化、事業成長加速を目指す



優れた業態

海外実績があれば尚良

or



安定した
キャッシュ・フロー

A faint, light blue network diagram with numerous nodes and connecting lines is visible in the background. A thick, dark gray rectangular frame is centered on the page, enclosing the text.

そ の 他

(JAPAN FOOD GUIDE・サブリース事業など)

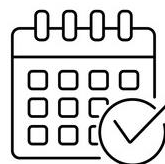
掲載店舗数の拡大



東京都内におけるOMAKASE寿司※¹の掲載店舗数が300店舗を突破し、業界最大級に。訪日旅行者向け飲食予約サービスとして圧倒的な情報量と信頼性を備えたポジションを確立。

(ニュースリリース)
<https://s-cs-c.com/news/20250416/>

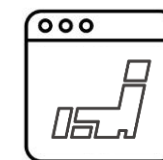
予約管理システムとの連携



「TableCheck」や「Resty」などの予約管理システムとのAPI連携により、予約業務の効率化を実現。飲食店・食体験事業者にとってより使いやすいメディアへと進化。

(ニュースリリース)
<https://s-cs-c.com/news/20250424/>
<https://s-cs-c.com/news/20250526/>

訪日外国人向けメディアとの連携



世界最大級の英語訪日観光メディア「japan-guide.com」と連携し、同サイト内にJFGの予約ページへの導線を新設。英語圏からの流入を強化し、インバウンド集客効果のさらなる向上を目指す。

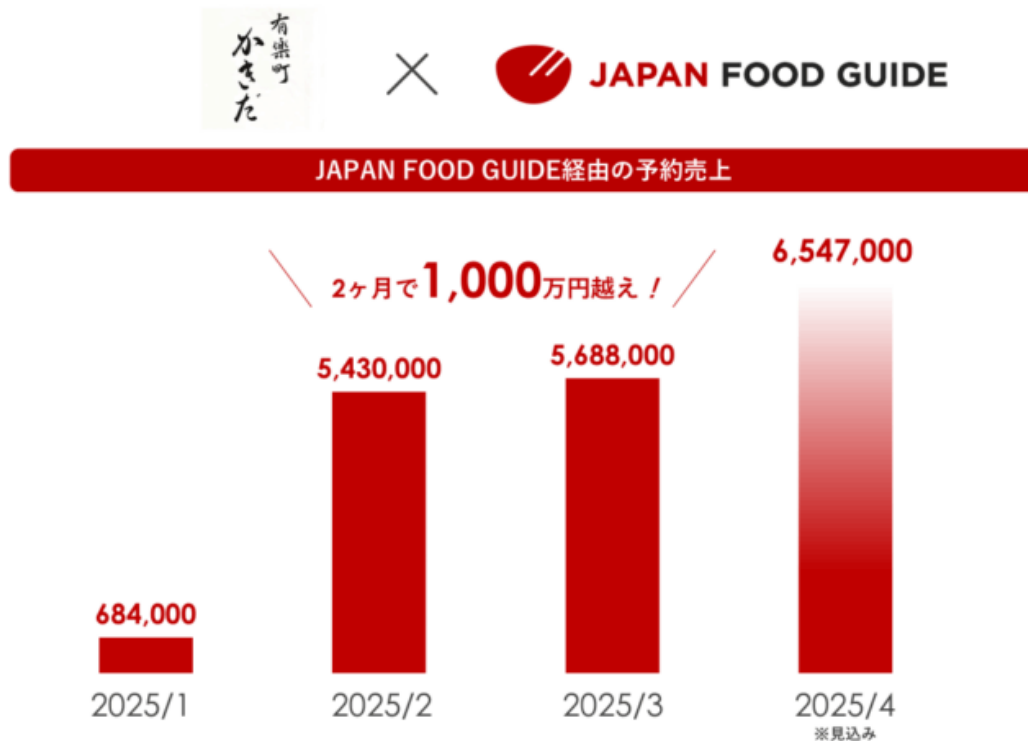
(ニュースリリース)
<https://s-cs-c.com/news/20250626/>

JAPAN FOOD GUIDEは今後も、OTAや飲食店予約サービス、宿泊施設、金融機関などとの連携を強化し、**戦略的パートナーシップを積極的に推進**してまいります。
 さらに、KOL※²を活用したプロモーションにも注力し、多様なタッチポイントで世界中の旅行者に日本食の魅力を発信していきます。

※1 提供される料理を寿司職人に一任し、その日おすすめのネタを一貫ずつ提供するコース形式の寿司のことで、外国人にも大変に人気の高い料理スタイル

※2 Key Opinion Leaderの略で、強い影響力を持つインフルエンサーのこと

- JFG経由での予約のみで、2ヶ月の合計売上が1,000万円を突破



東京都・有楽町に店舗を構える寿司店「有楽町かきだ」は、JFG経由の予約売上が1,000万円を突破いたしました（2025年2月・3月の累計実績）。

同店では2025年1月よりJFGへの掲載を開始し、2月からは台湾のKOL※を活用したインフルエンサーマーケティング施策を実施。これらの取り組みによって東アジア地域での認知度が飛躍的に向上し、訪日旅行のハイシーズン需要を的確に捉えることに成功しました。4月も引き続き堅調に推移しており、過去最高売上の更新が見込まれています。

JFGによるシームレスな予約導線とインフルエンサーによる情報拡散が相乗的に機能したことで、収益性の高い運営体制を実現。訪日マーケットにおけるデジタル施策の有効性を示す好例となっています。

（ニュースリリース）
<https://s-cs-c.com/news/20250428/>

■ 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



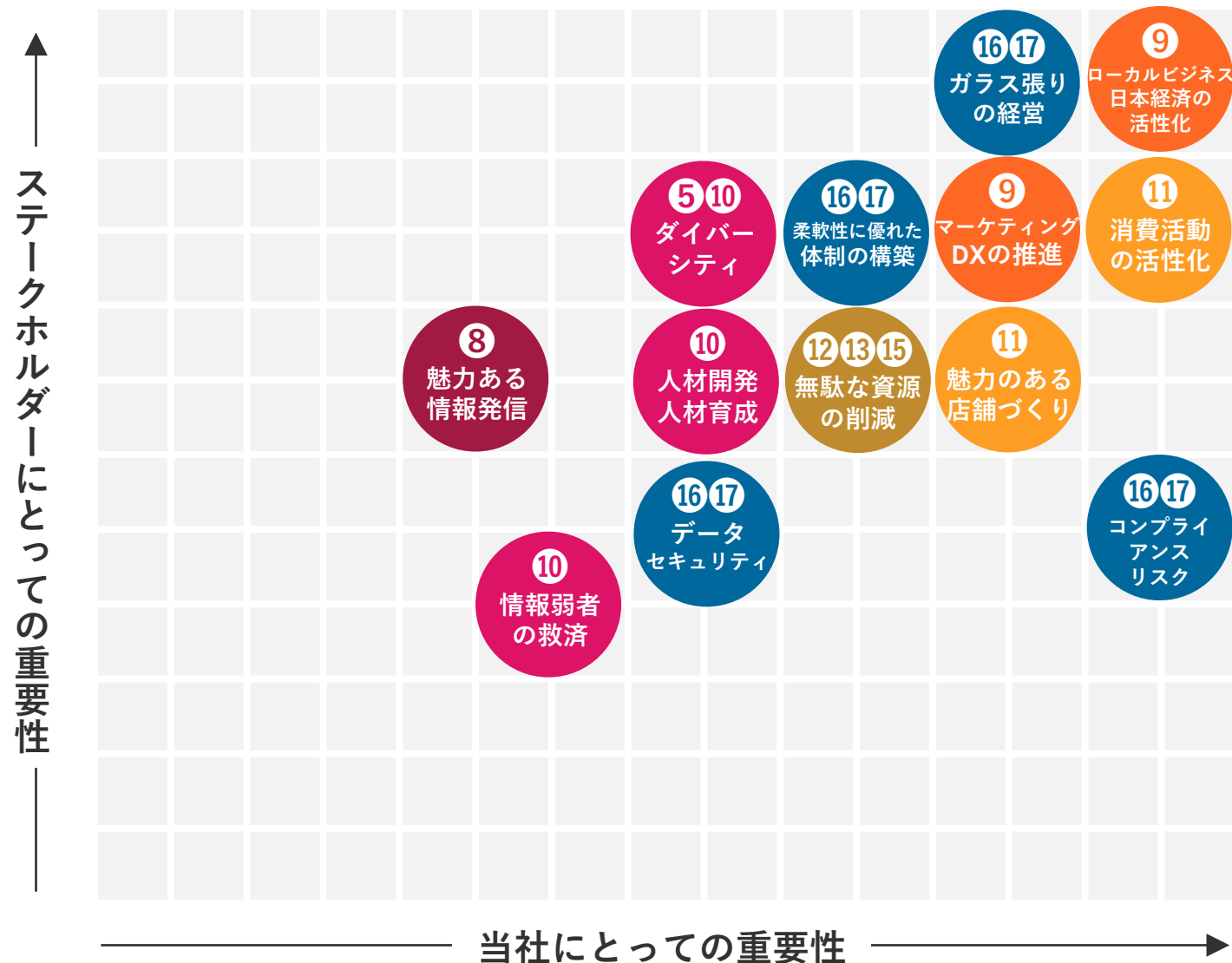
- ・情報弱者の救済
- ・ダイバーシティ推進
- ・人材開発、育成

✓ コーポレート・ガバナンス体制の強化



- ・ガラス張りの経営
- ・コンプライアンス、リスクに対する体制構築
- ・柔軟性に優れた体制の構築
- ・データ、セキュリティに対する安全性の確保

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 パートナリ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

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。