



SBI証券

個人投資家向けオンライン会社説明会

株式会社CS-C

東証グロース 証券コード：9258

2022年7月5日

AGENDA

- 01 会社概要
- 02 市場規模と成長戦略
- 03 2022年9月期第2四半期業績
- 04 CSR／CS-Cの社会的責任
- 05 上場による資金使途

社名	株式会社 C S - C
設立	2011年10月
資本金	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（シーモ）」
- 社外CMO（Chief Marketing Officer・最高マーケティング責任者）「C+（シープラス）」



認定パートナー



※ Digital transformationの略で、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革すると共に、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。



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。

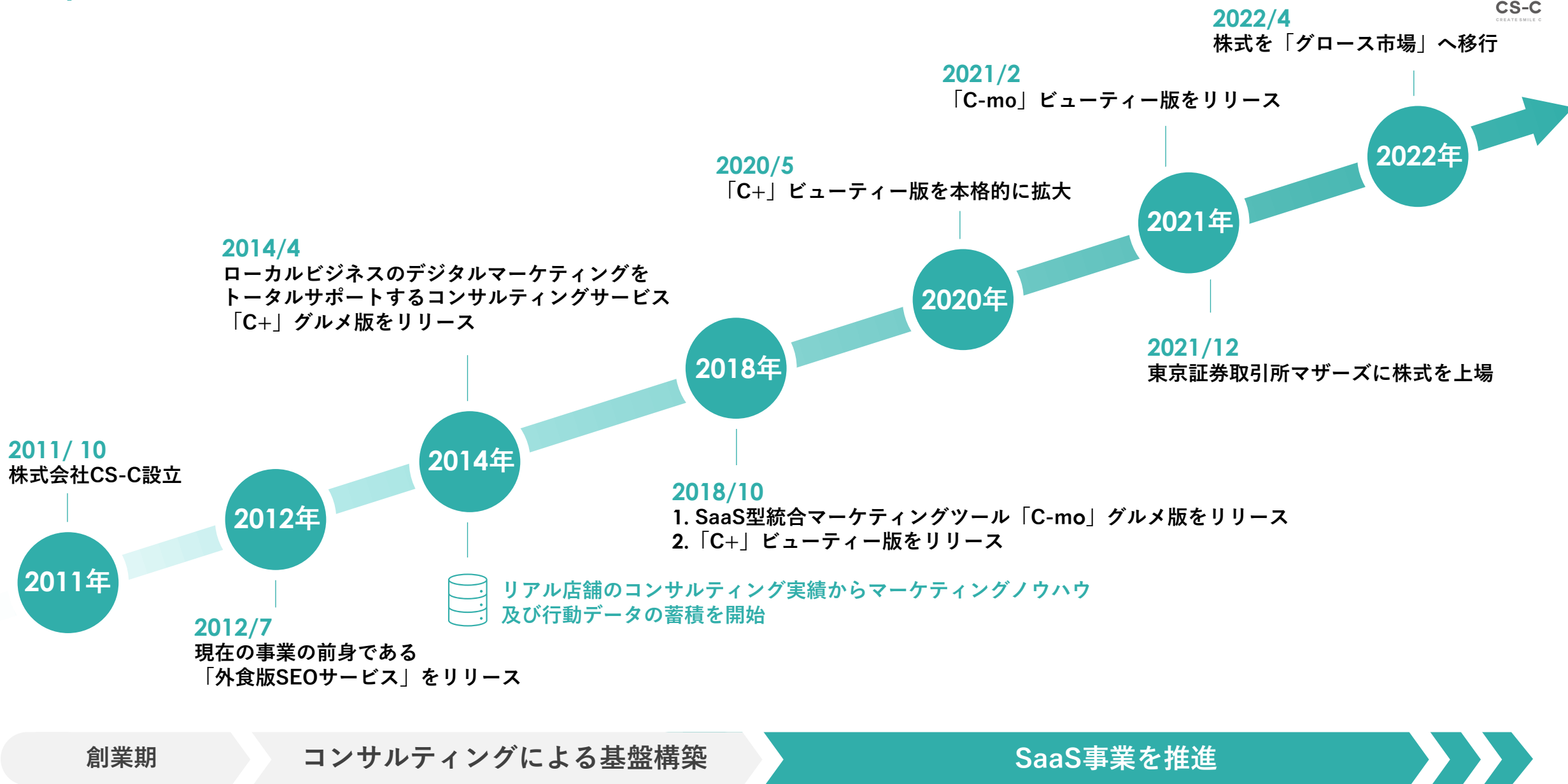
株式会社ベンチャー・リンクにて店舗コンサルティングに従事。その後、当時全国に約300店舗展開していた食品小売りFCチェーン「三代目茂蔵」の事業責任者を担当。
2014年4月に株式会社CS-Cへ入社。

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。



ローカルビジネス※（お店）が元気になれば商店街が元気になり、消費活動が活性化する。
商店街が元気になれば地域が元気になり、日本の活性化につながる。
という想いをもち、ローカルビジネスの活性化に寄与するサービスを展開。

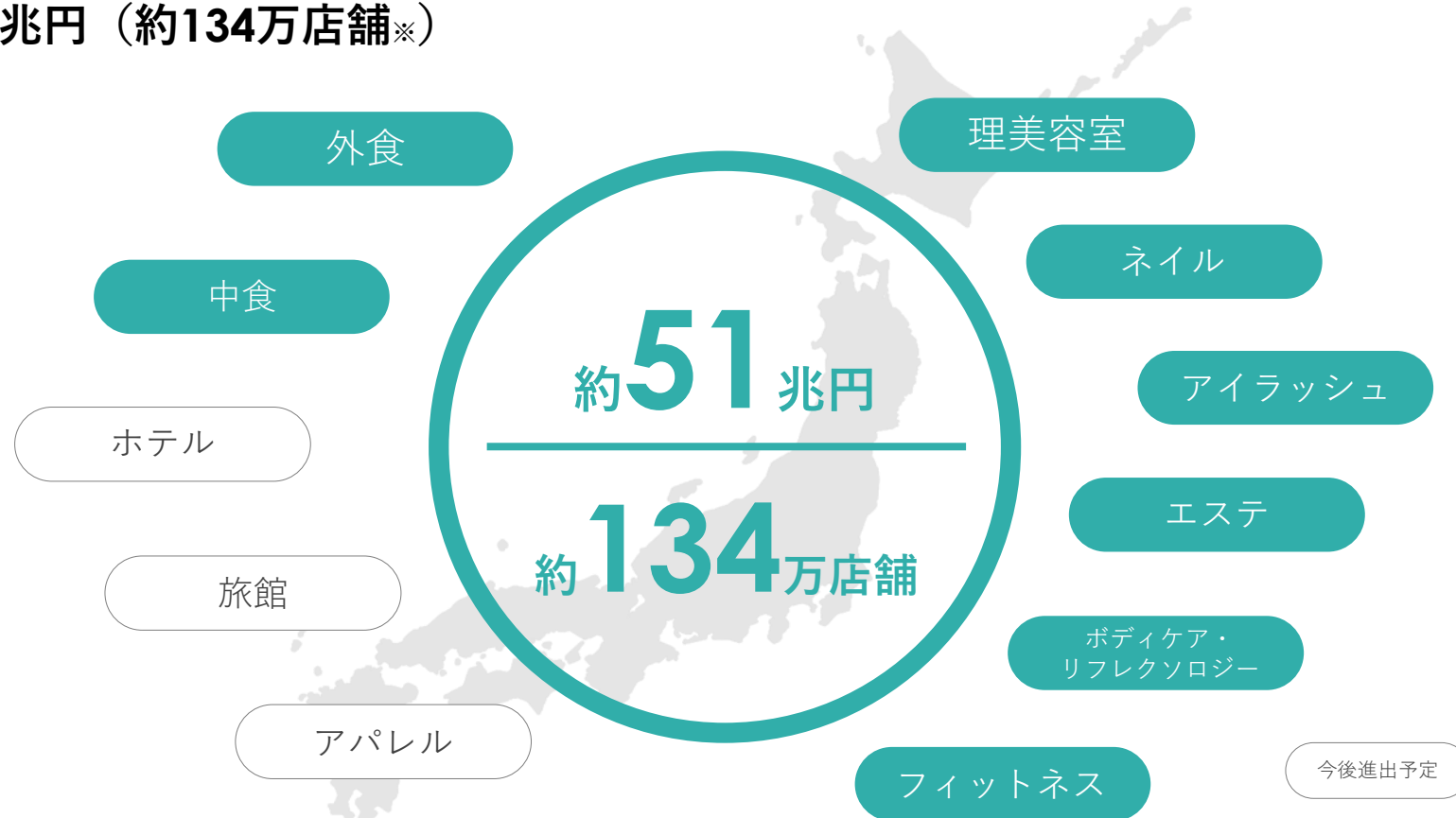
近年は、海外からの人気も高い日本のローカルビジネス（食・美・旅など）を磨き上げ、
インバウンドビジネスの活性化及び、海外展開していくことで日本の発展に貢献したいと考えている。



なぜローカルビジネスか

● 広大なマーケットボリューム

当社がターゲットとしている美容室及びネイルサロン等が属するビューティー業界、飲食業が属するグルメ業界、旅館及びホテルが属するトラベル業界、紳士・婦人・子供服販売が属するアパレル業界の市場規模は51兆円（約134万店舗※）



※ 総務省・経済産業省「平成28年経済センサス・活動調査結果」、「厚生労働省 令和元年度_衛生行政報告例」等より集計

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



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

- 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



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

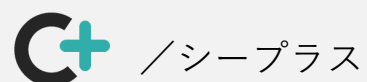
中小企業が多く、人材・ノウハウが不足しておりマーケティングの必要性が顕在化

- 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



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。業績評価指標は「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）

- 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。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。



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

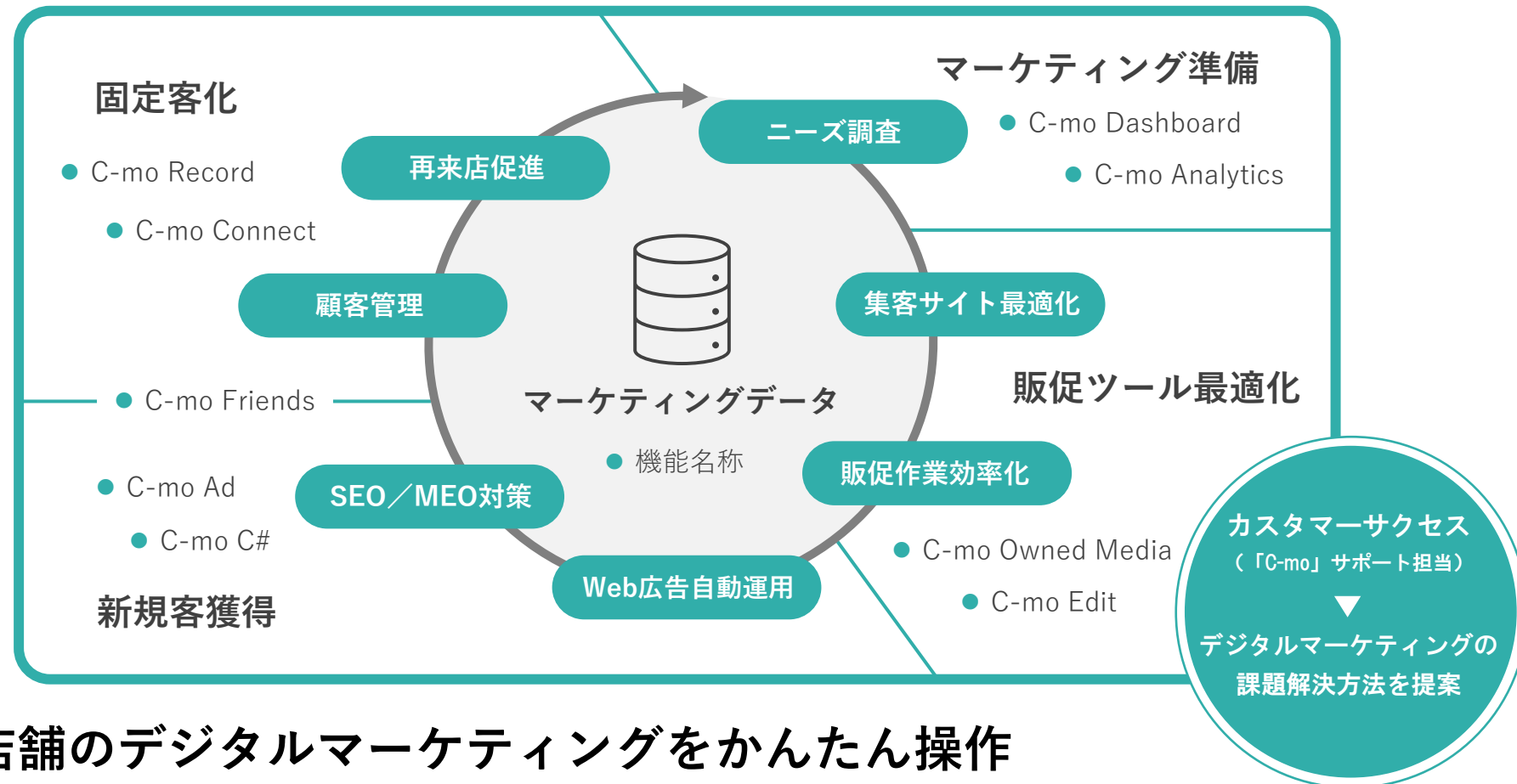


C+による実体験から培ったノウハウを反映したSaaS型マーケティングツール

「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

C-moとは

- デジタル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



店舗のデジタル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

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

動画は弊社IRサイトの「IRライブラリー《動画集》」からご覧いただけます

▼「C-mo」説明動画

<https://ir.s-cs-c.com/irnews/#movie>



● 直近は新型コロナウイルス感染症の影響があるものの、売上高は右肩上がりに成長



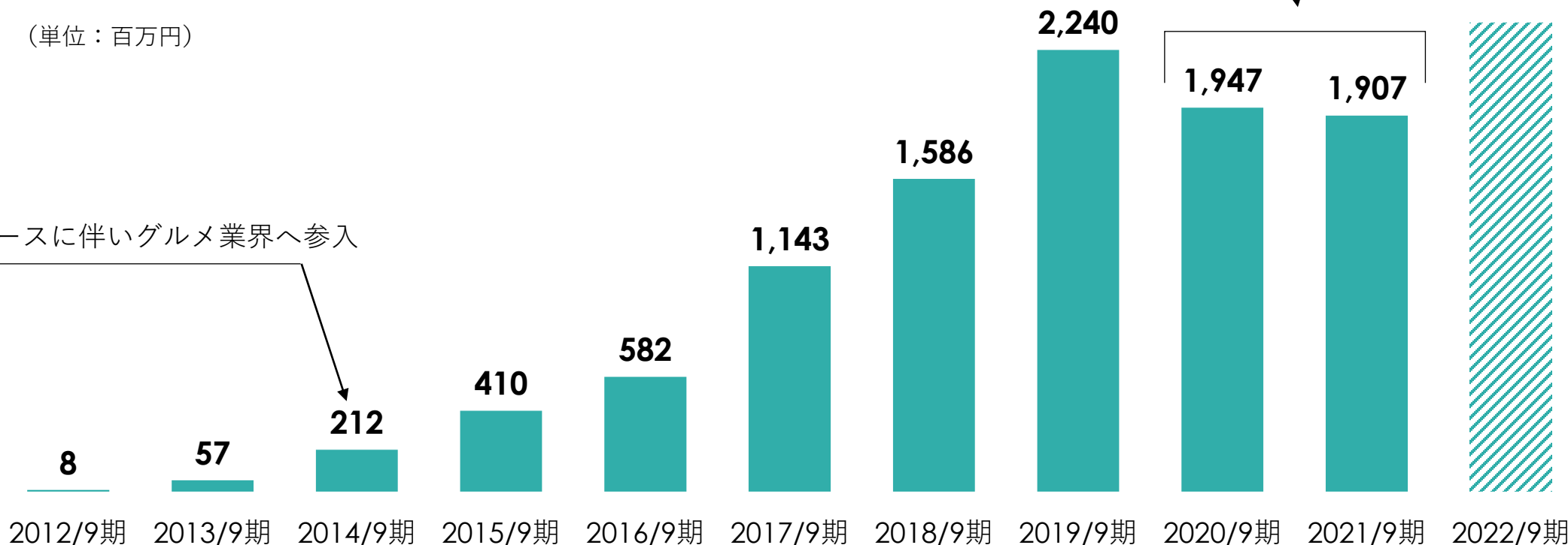
- ・ C-moグルメ版の本格リリース
- ・ ビューティー業界へ参入（C+ビューティー版をリリース）

- ・ グルメ事業は新型コロナウイルス感染症による減免または閉店に伴う解約が影響
- ・ ビューティー業界へ本格的に展開

（単位：百万円）

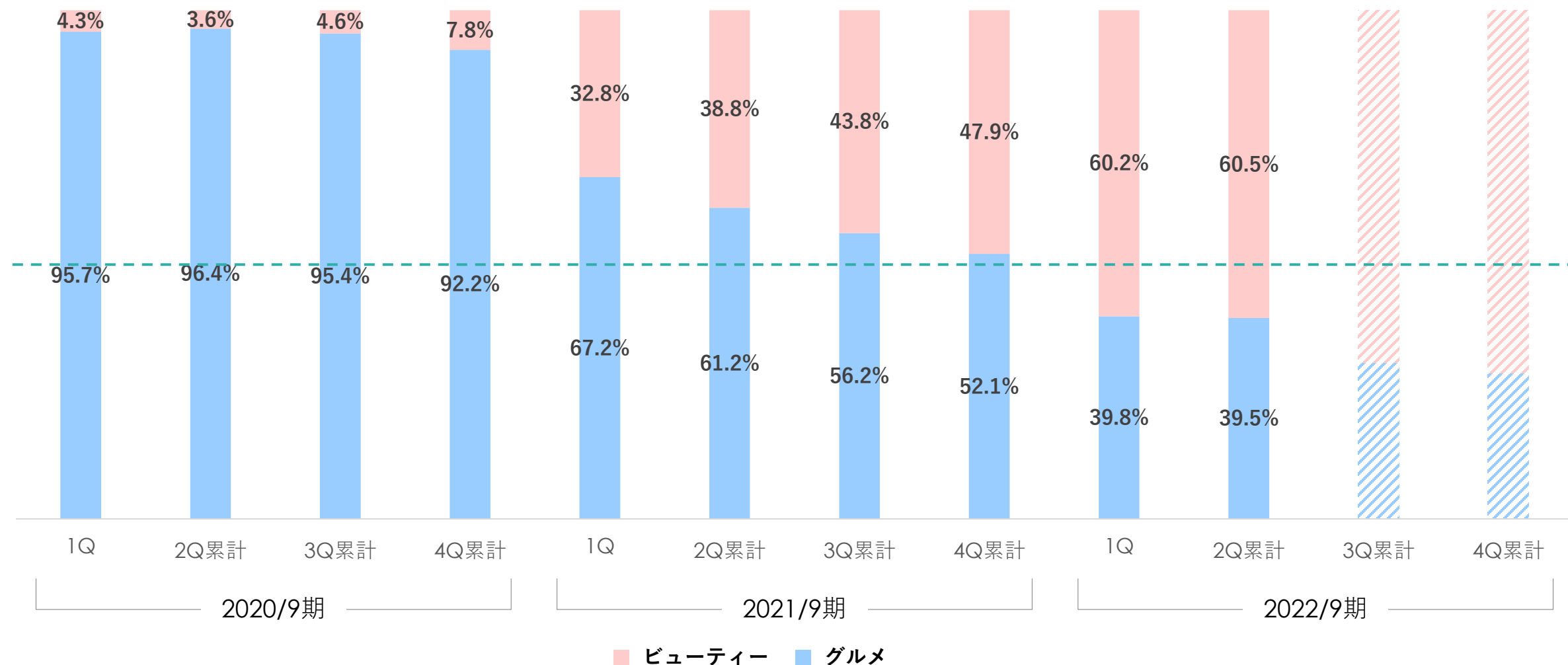


- ・ C+リリースに伴いグルメ業界へ参入



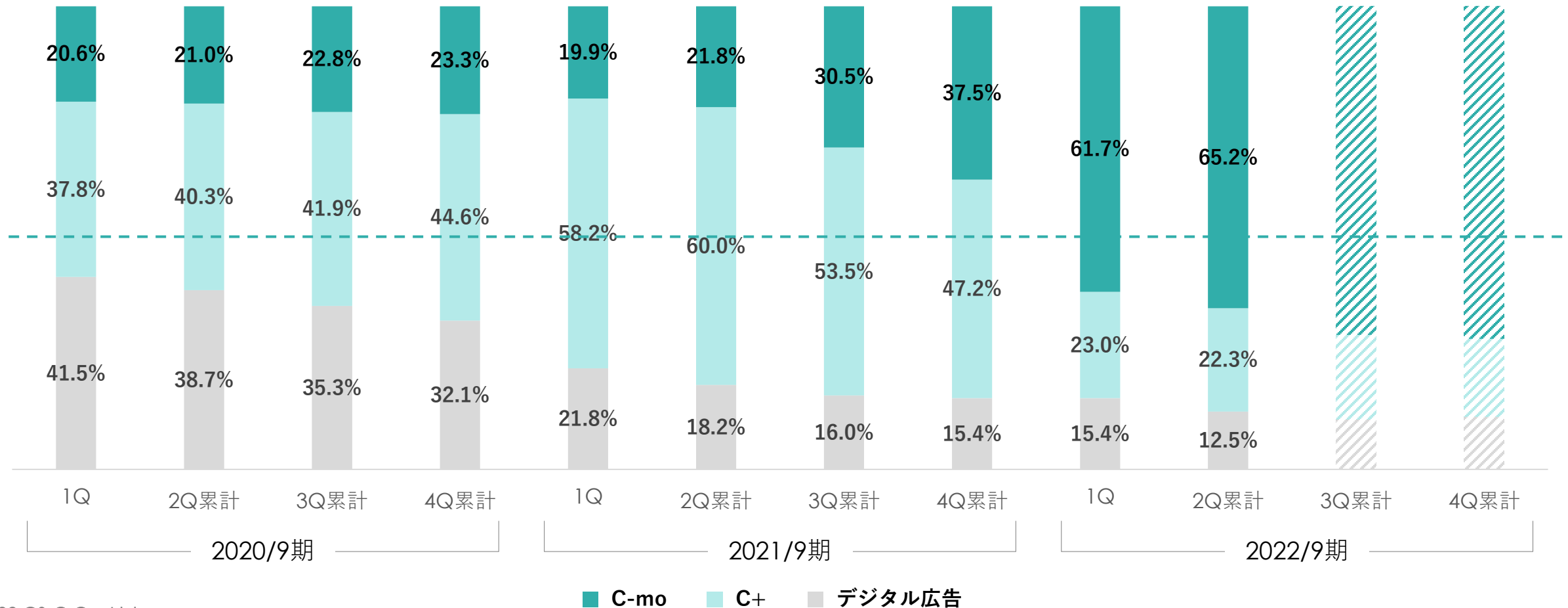
業界別売上比率推移

- 2021年9月期よりコロナの影響を比較的受けにくいビューティー業界へシフト
- 2022年第3四半期以降も新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、ビューティーの割合が増加する見込み



サービス別売上比率推移

- 新規獲得は主力サービスである「C-mo」に特化
- 「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
- 今後も粗利率の高い「C-mo」の割合が増加していく見込み



AGENDA

01

会社概要

02

市場規模と成長戦略

03

2022年9月期第2四半期業績

04

CSR／CS-Cの社会的責任

05

上場による資金使途

● 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）

契約店舗数の拡大

● 参入業界の深堀と他業界への横展開を加速

ビューティー
約**55.2**万店舗

美容室…25.4万

整骨院・整体院等…13.8万

理容室…11.7万

ネイル/エステ/フィットネス/リラク…4.3万

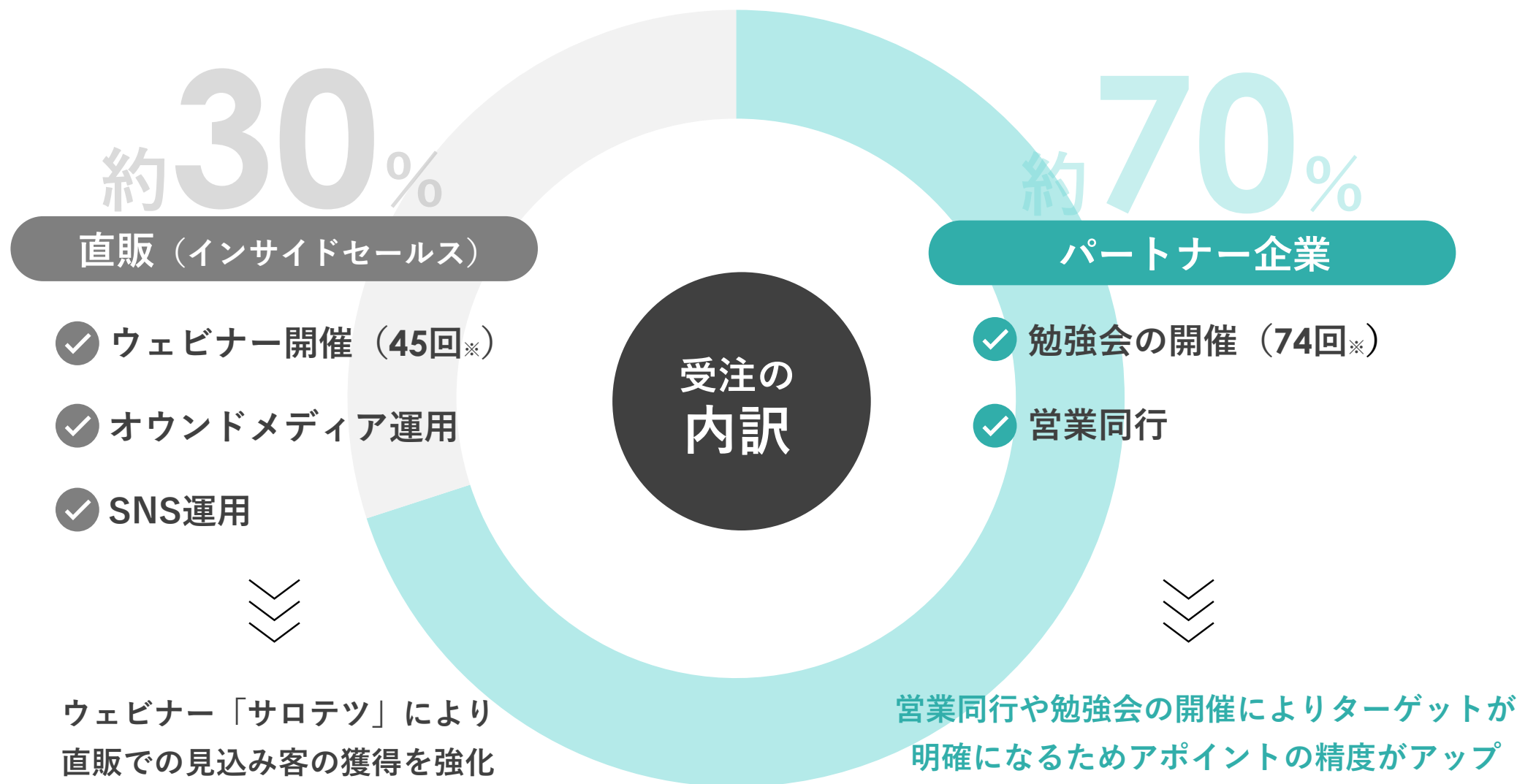
グルメ
約**60.1**万店舗

トラベル
約**5.1**万店舗

今後進出予定

アパレル
約**14.0**万店舗

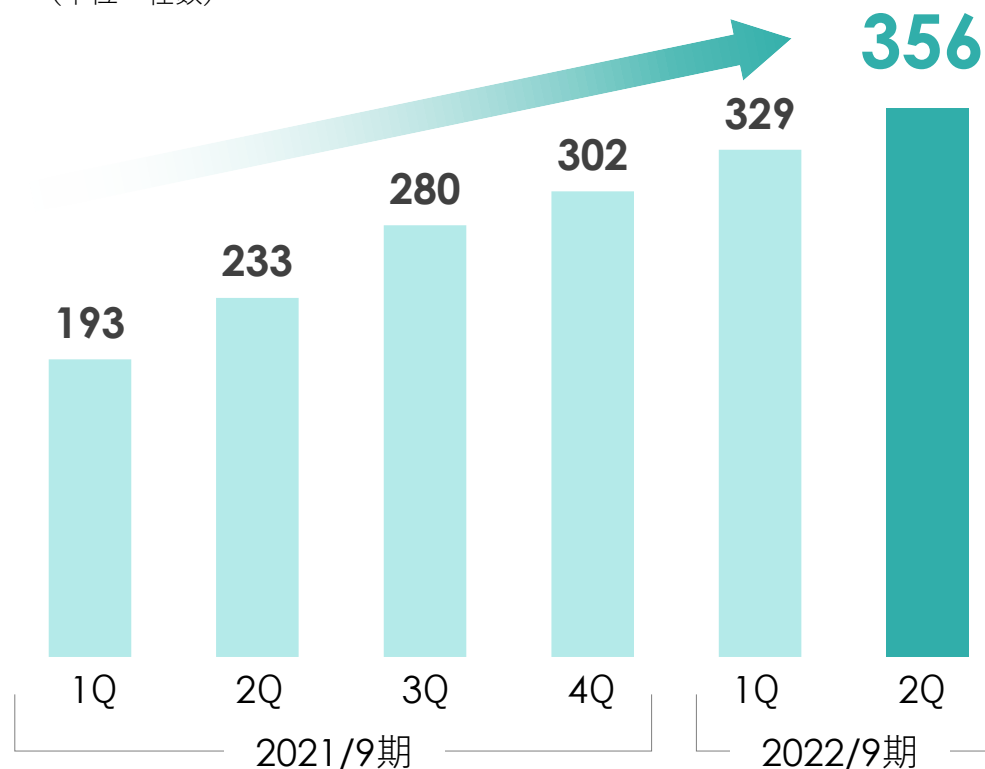
今後進出予定



● 2022年3月末時点のパートナー企業契約は356社となり、計画通りに進捗

取引実績推移

(単位：社数)



一部パートナー企業 ※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

パートナー企業へは1年目10%、2年目5%の紹介手数料を支払い

● 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
及び効果的な見込み客獲得の仕組みを構築

● トラベル業界でのノウハウ検証開始

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
- ✓ デジタル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

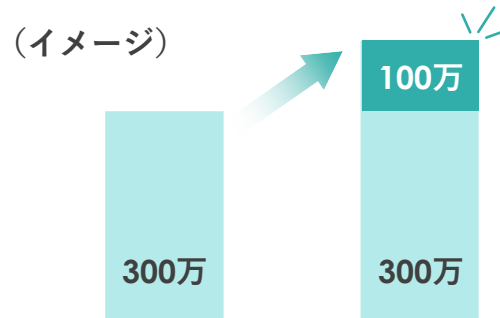
オンライン収益機会の創出_店舗版オンラインビジネス支援サービス

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」



- 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

※ Direct to Consumerの略で、製造者がダイレクトに消費者と取り引きをすること

AGENDA

- 01 会社概要
- 02 市場規模と成長戦略
- 03 2022年9月期第2四半期業績**
- 04 CSR／CS-Cの社会的責任
- 05 上場による資金使途



「C-mo」 売上高は前年同期比336%

»» P.28

- 「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_{※1}は前年同期比305%

»» P.31



「C-mo」 導入店舗数が好調に推移

»» P.32

- パートナー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

※ 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。

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%

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
- ストック型サービス（「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2四半期決算（前四半期比）

- 2022年1月21日～3月21日の期間、各地でまん延防止等重点措置が実施され、
広告出稿を控える店舗が増加
- それに伴い、第2四半期は「デジタル広告」の売上高が第1四半期に比べて減少

単位：百万円	2022/9期 1Q 21年10月～21年12月	2022/9期 2Q 22年1月～22年3月	増減率
売上高	531	521	△ 1.9%

「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%)

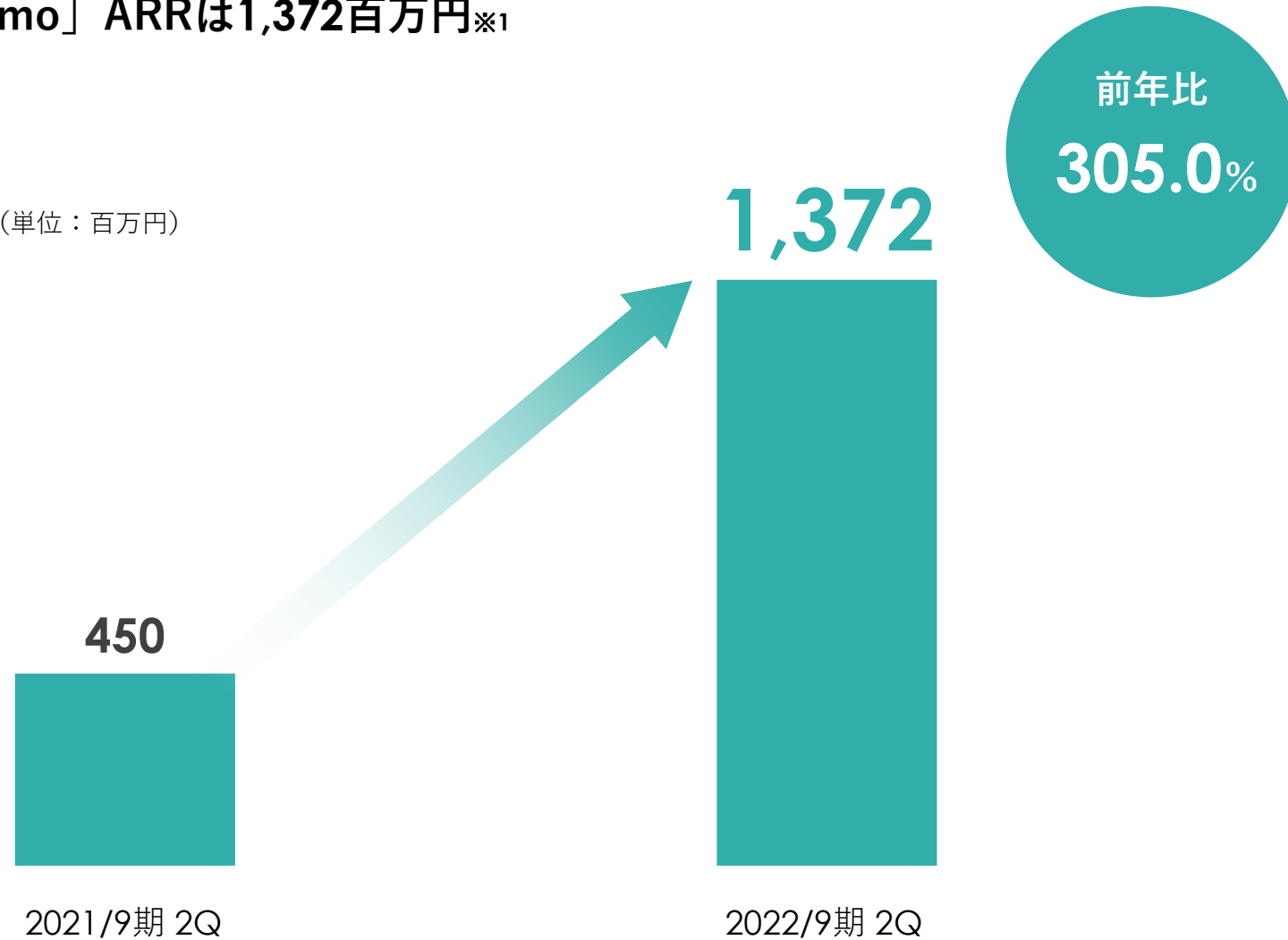
解約率※

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

(単位：百万円)

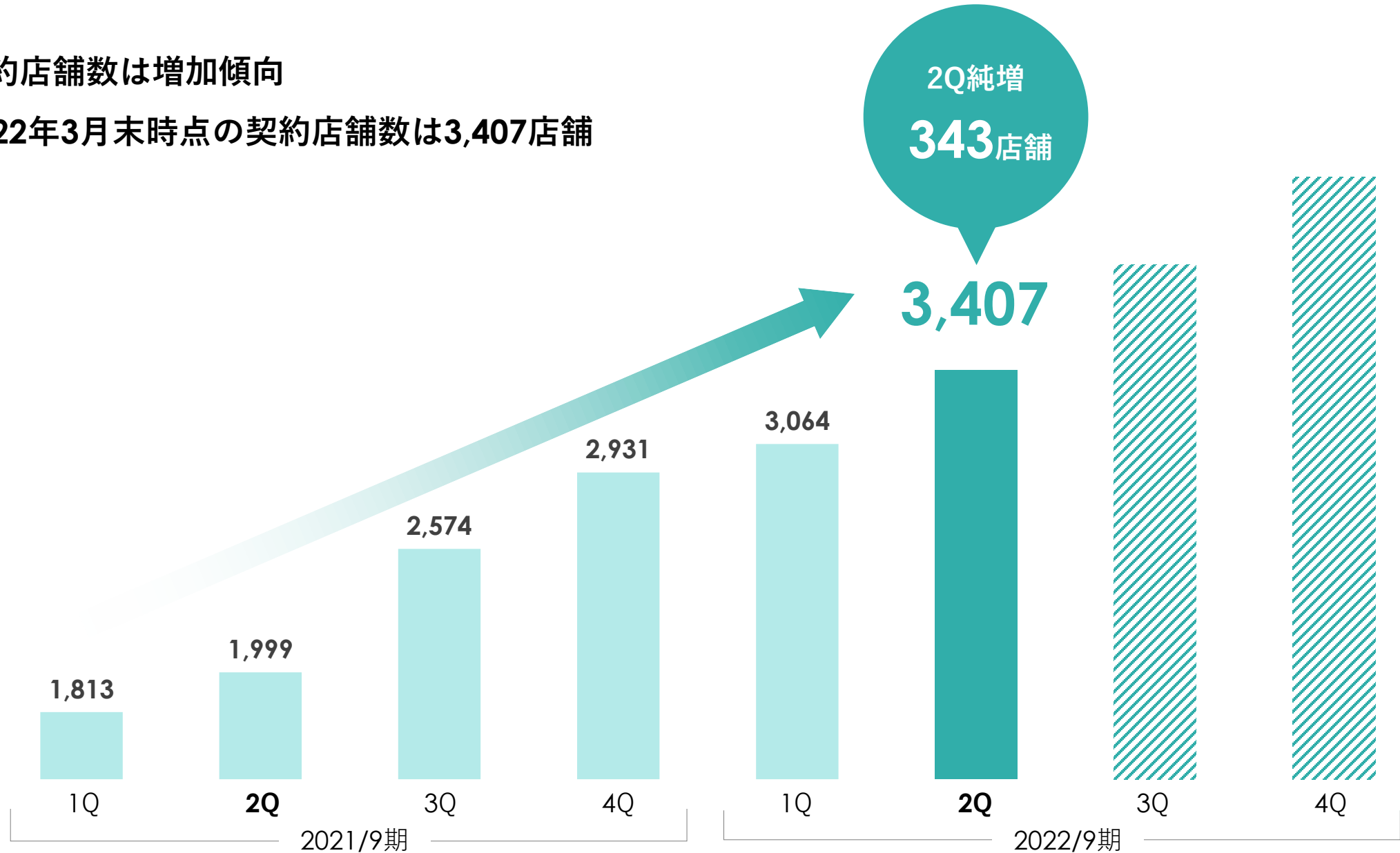


※1 各第2四半期末（3月）のMRR※2を12倍することにより算出

※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

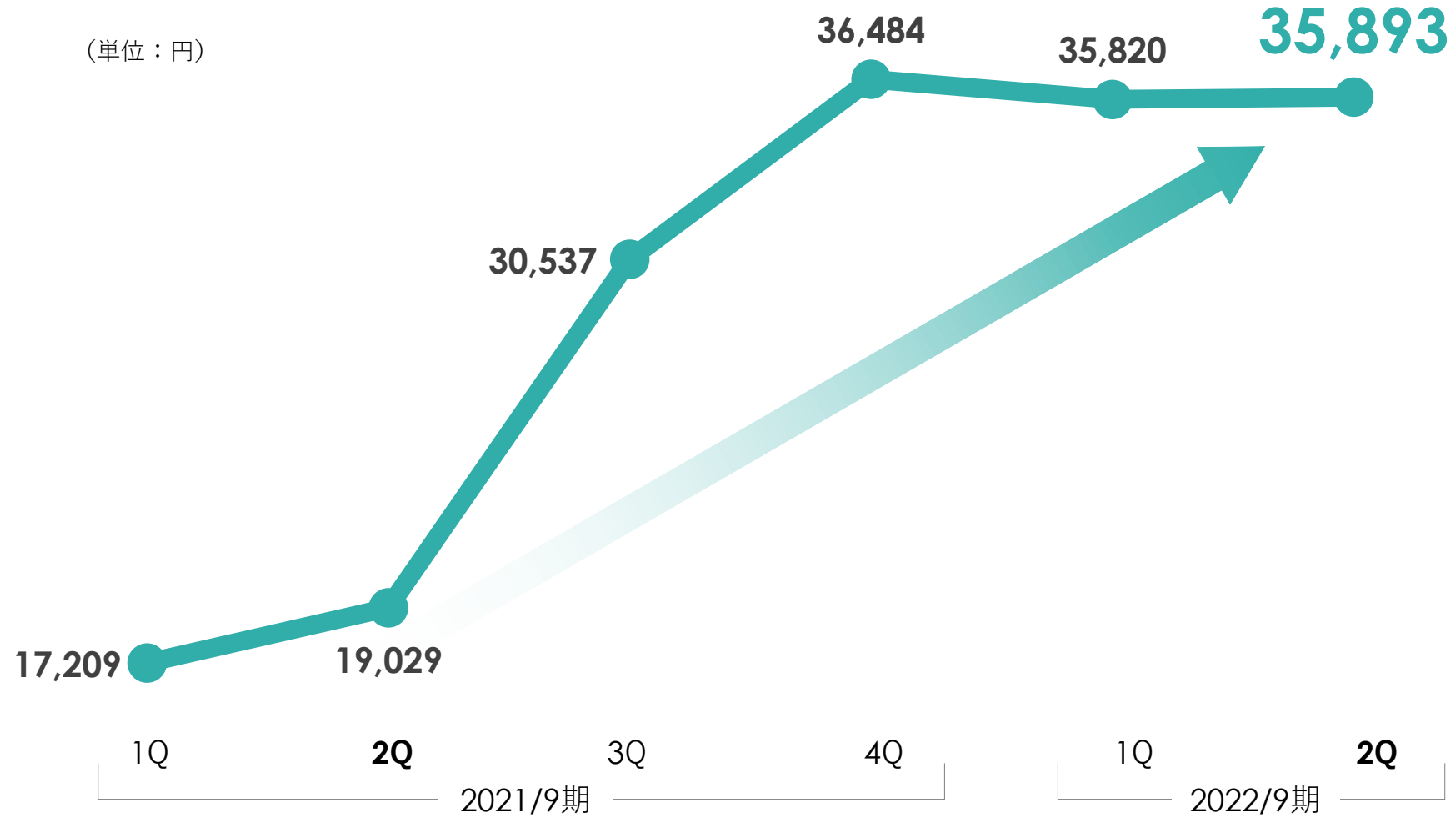
契約店舗数／C-mo

- 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



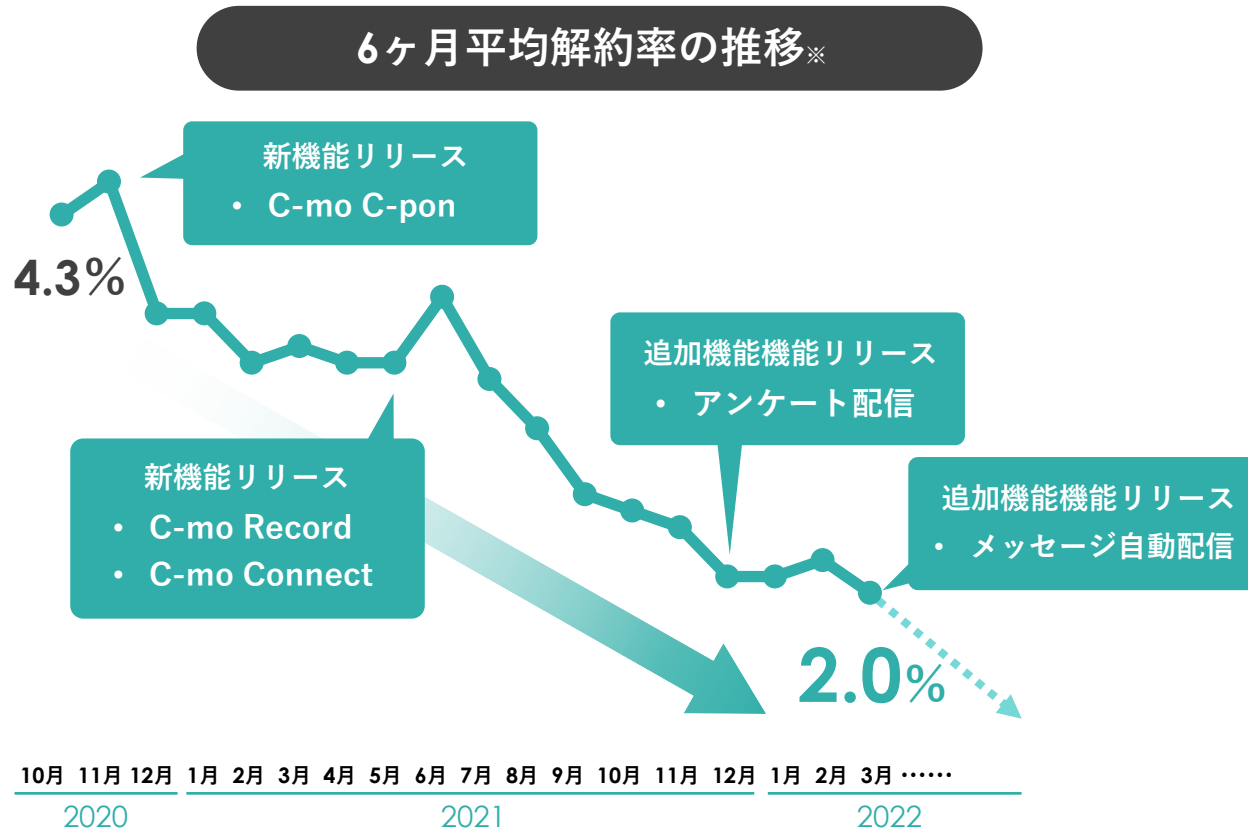
平均単価／C-mo

- 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
- 継続的な機能拡充及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



※グルメ、ビューティの平均値

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

AGENDA

- 01 会社概要
- 02 市場規模と成長戦略
- 03 2022年9月期第2四半期業績
- 04 CSR／CS-Cの社会的責任**
- 05 上場による資金使途

● 目指すはビジネスと社会貢献の両立（公益資本主義※2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。



毎年、当期純利益の3%を当該活動に充当

※1 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

※2 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配分するという考え方

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 会社概要
- 02 市場規模と成長戦略
- 03 2022年9月期第2四半期業績
- 04 CSR／CS-Cの社会的責任
- 05 上場による資金使途**

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。

[企業理念]

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

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
ことにより、笑顔が増えていく

C H I L D R E N

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

[ビジョン]

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



DX	Digital transformationの略で、企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革すると共に、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。
ローカルビジネス	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で、食・美・旅・衣などのジャンルがある。
レッドオーシャン	競争の激しい市場のこと。
CRM	Customer Relationship Managementの略で、顧客関係管理を指す。
D2C	Direct to Consumerの略で、製造者がダイレクトに消費者と取引きをすること。
ARR	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。
MRR	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のこと。
CSR	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。
公益資本主義	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配分するという考え方。