

2026年9月期 第3四半期 決算説明資料

2026年8月10日

株式会社CS-C

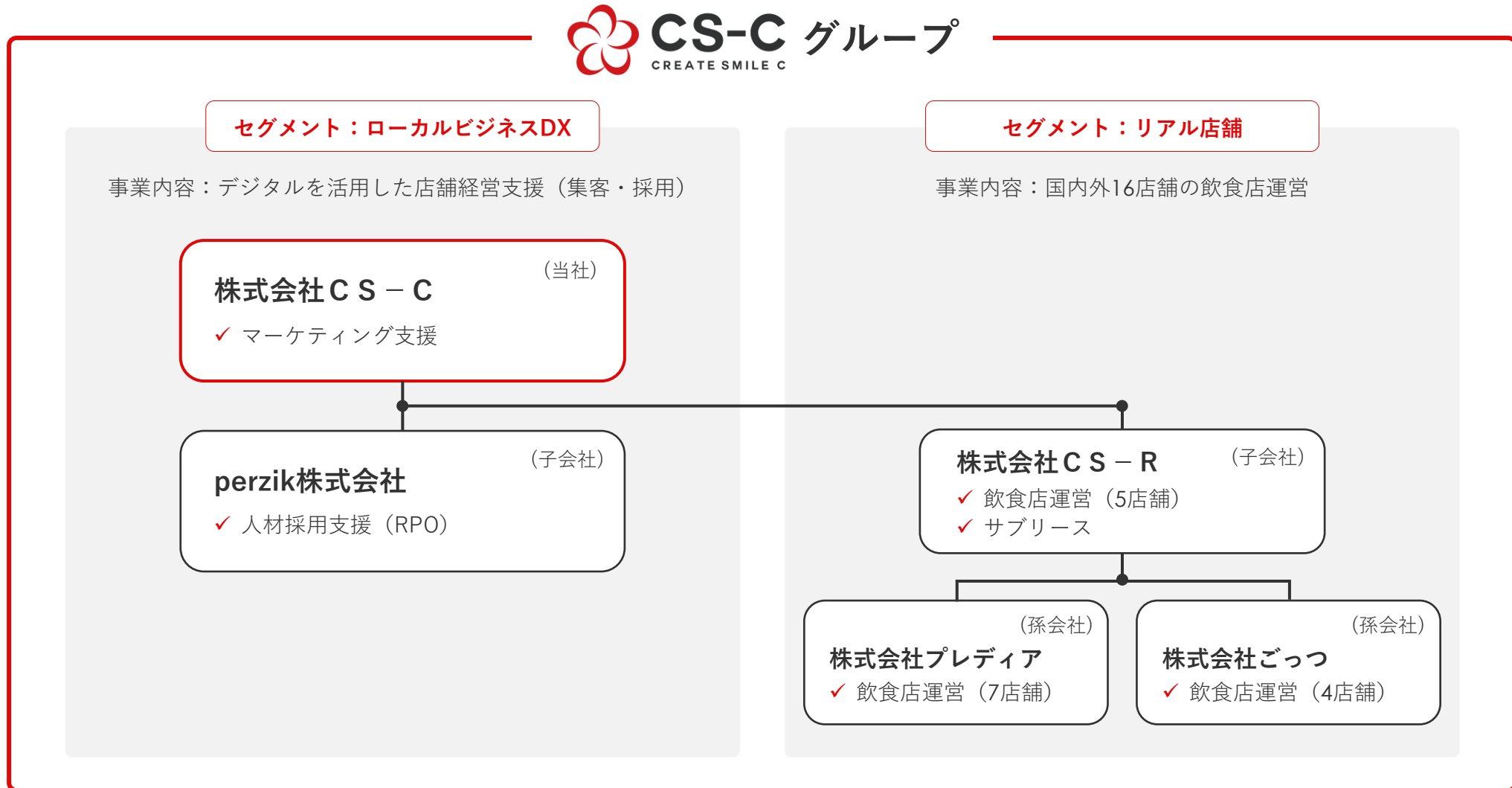
東証グロース 証券コード：9258

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4-13-23 MS芝浦ビル12F
資本金	773百万円
従業員数（連結）	371名（契約社員、パートアルバイト含む）
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」 ・ 人材採用支援（RPO） リアル店舗事業 ・ 飲食店運営
市場	東京証券取引所 グロース市場 証券コード：9258



perzik株式会社のグループ会社化（2026年4月20日付）後の当第3四半期末時点のグループ体制



<連結業績>

2026年9月期
第3四半期

売上高 **2,951** 百万円 (YoY 129.2%) 営業利益 **▲175** 百万円

KPI ストック売上高※ **2,044** 百万円 (YoY 101.5%)

トピックス

ローカルビジネスDX事業

- perzik株式会社の株式取得により、人材採用（RPO）領域へ進出し、店舗経営支援サービスの提供領域を拡大
- 宿泊施設向け価格最適化サービス「C-mo revenue」の提供を開始
- アライアンス契約数が拡大し、地域金融機関との提携数は前四半期末比7機関増加

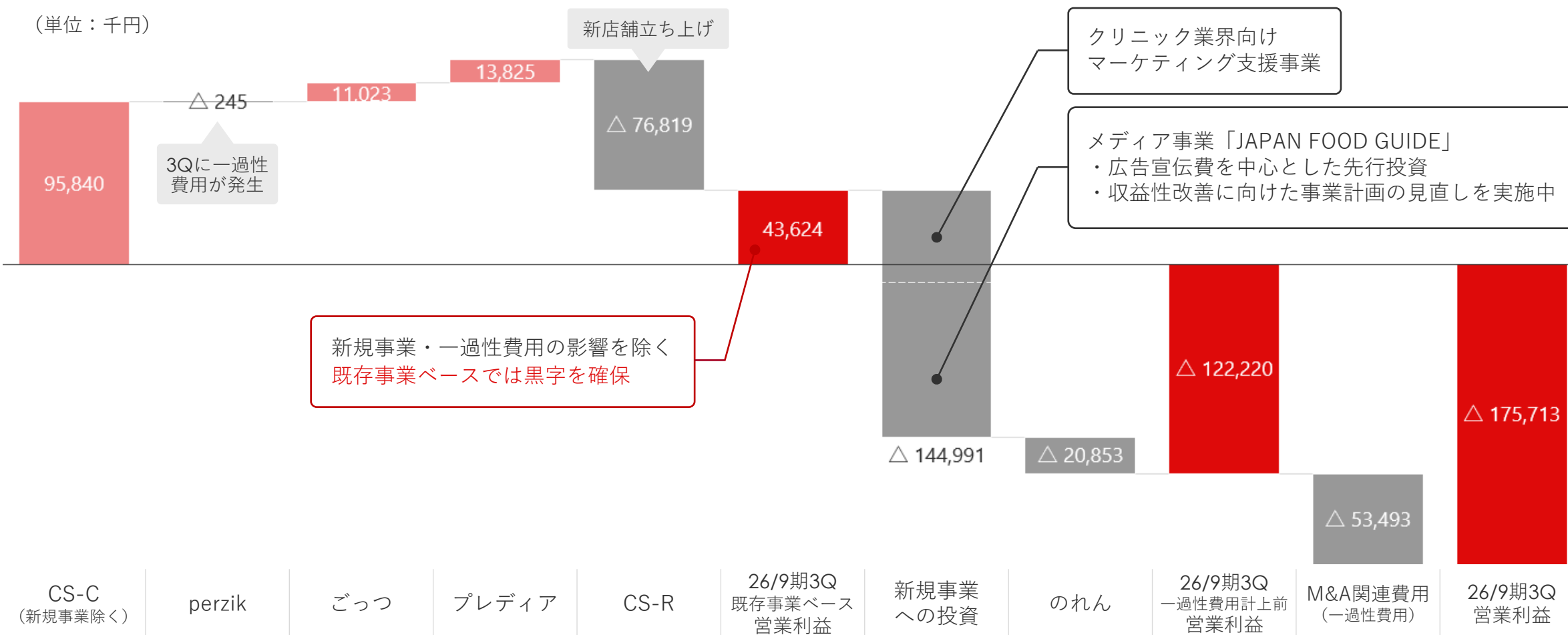
リアル店舗事業

- 株式会社ごっつの株式取得（孫会社化）に伴い、当第3四半期より損益計算書への連結を開始

- 売上高：トラベル業界向けマーケティング支援事業およびリアル店舗（飲食店運営）事業の売上寄与による増収
- 営業利益：将来成長に向けた新規事業（メディア事業・クリニック業界向けマーケティング支援事業）への先行投資が利益を押し下げ

	2025/9期 3Q (2024年10月～2025年6月)	2026/9期 3Q (2025年10月～2026年6月)	YoY
(百万円)			
売上高	2,284	2,951	129.2%
営業利益	▲ 111	▲ 175	—
経常利益	▲ 109	▲ 167	—
四半期純利益	▲ 117	▲ 197	—

- M&Aで譲受したプレディア社・ごつつ社は営業黒字で推移し、PMIも順調
- 既存事業ベースでは営業利益43,624千円を確保
- 営業損失は将来の成長投資（新規事業・新店舗）および一過性費用が主因



- ローカルビジネスの成長を支援するとともに、自ら店舗運営にも取り組む事業を展開



ローカルビジネスDX

店舗経営におけるDX推進を通じて、ローカルビジネスの成長を支援（集客・採用等）。

- **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

- **人材採用支援**

RPO（採用アウトソーシング）



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（16店舗）**

- ・ CS-R：5店舗
 - └ 国内：4店舗
 - 海外：1店舗
- ・ プレディア：7店舗
- ・ ごつつ：4店舗



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、持続的な成長を継続するとともに、perzik株式会社の株式取得により人材採用支援サービスを拡充※1
- 「リアル店舗」セグメントは、店舗数が前年同期の8店舗※2 から16店舗※3 へ拡大

(単位：百万円)		2025/9期 3Q (2024年10月～2025年6月)	2026/9期 3Q (2025年10月～2026年6月)	YoY
ローカル ビジネスDX	マーケティング支援	1,619	1,690	104.4%
	広告運用	419	481	114.9%
	人材採用支援	—	15※1	—
リアル 店舗	飲食店運営	144※2	678※3	470.3%
その他	その他	100	84	83.6%

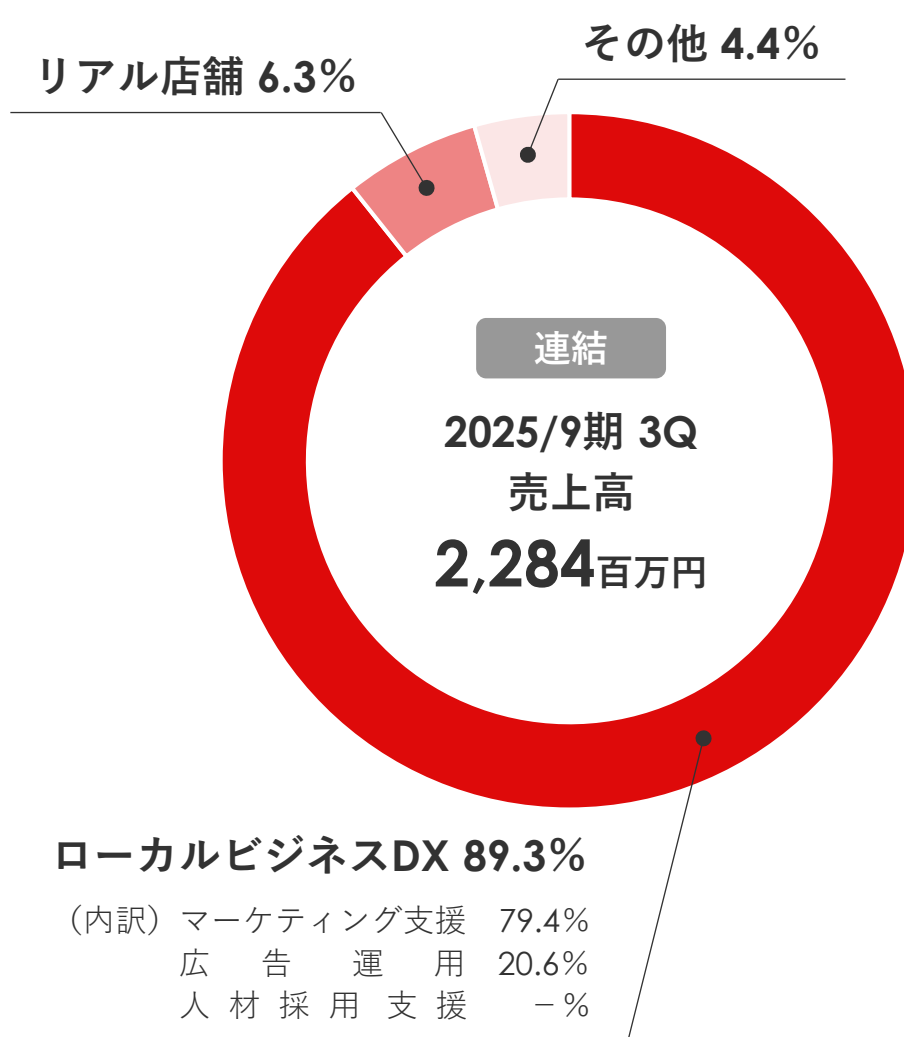
合計YoY
107.3%

※1 perzik株式会社の株式取得のみなし取得日を2026年4月30日としているため、同社の業績は2026年5月～6月の2か月分のみを計上

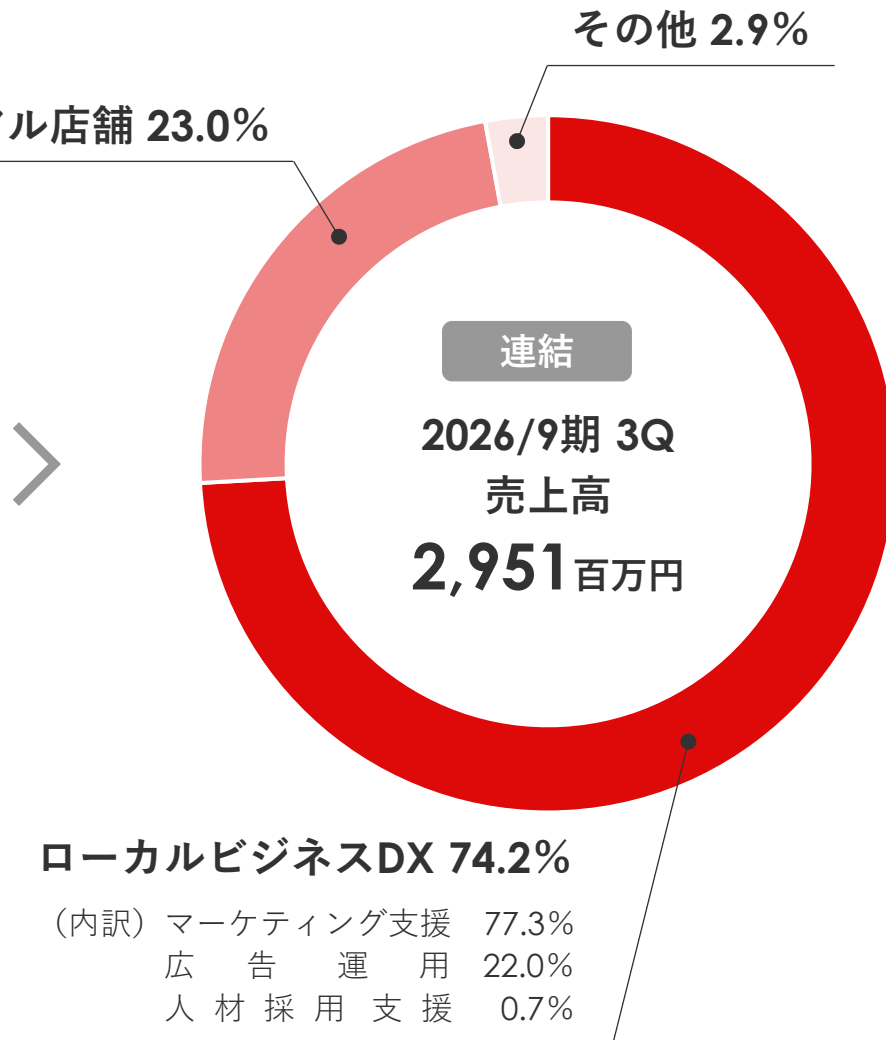
※2 株式会社プレディアの株式を2025年4月1日に取得したため、同社が運営する7店舗分の業績は2025年4月～6月の3か月分のみを計上

※3 株式会社ごっつの株式取得のみなし取得日を2026年3月31日としているため、同社が運営する4店舗分の業績は2026年4月～6月の3か月分のみを計上

- 各セグメントが連携し、企業全体の成長を牽引



>>>

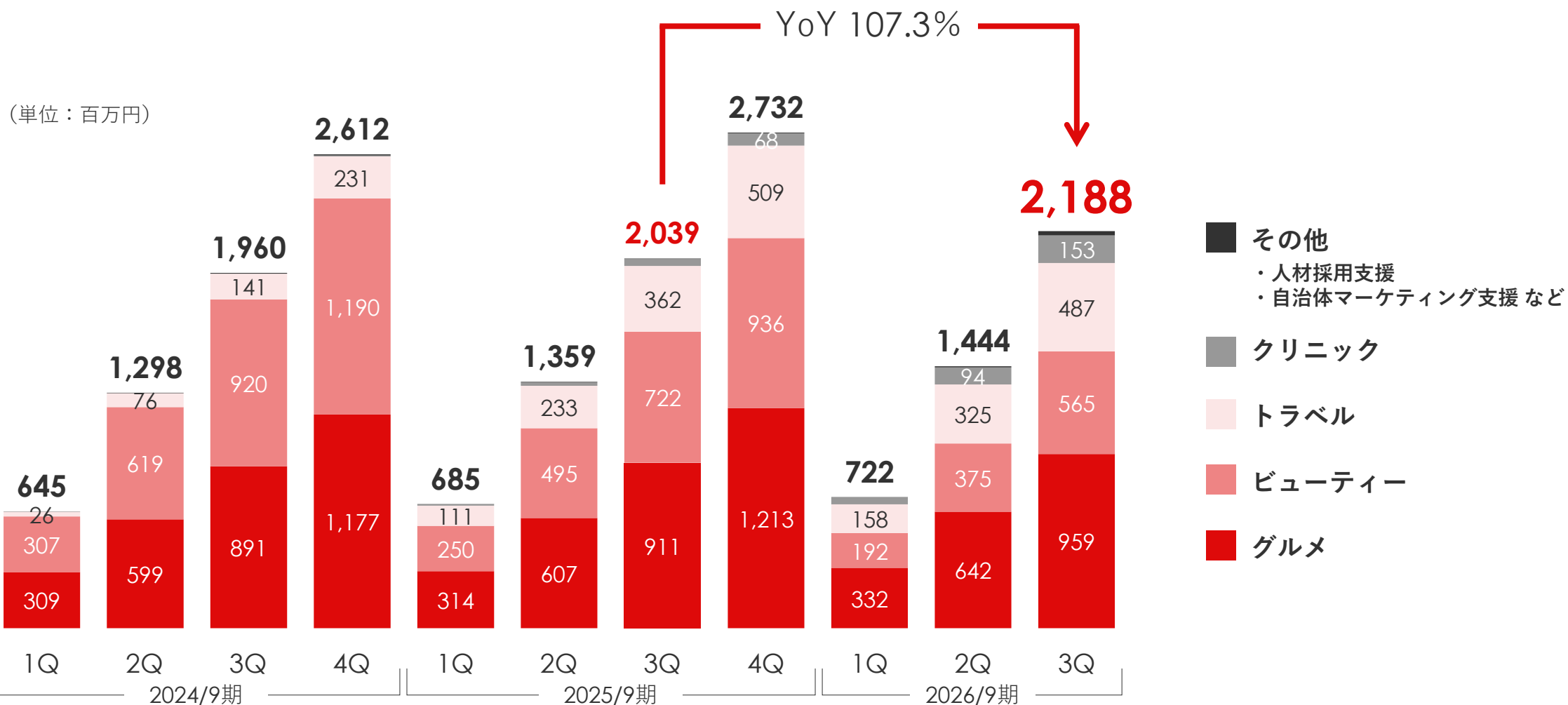




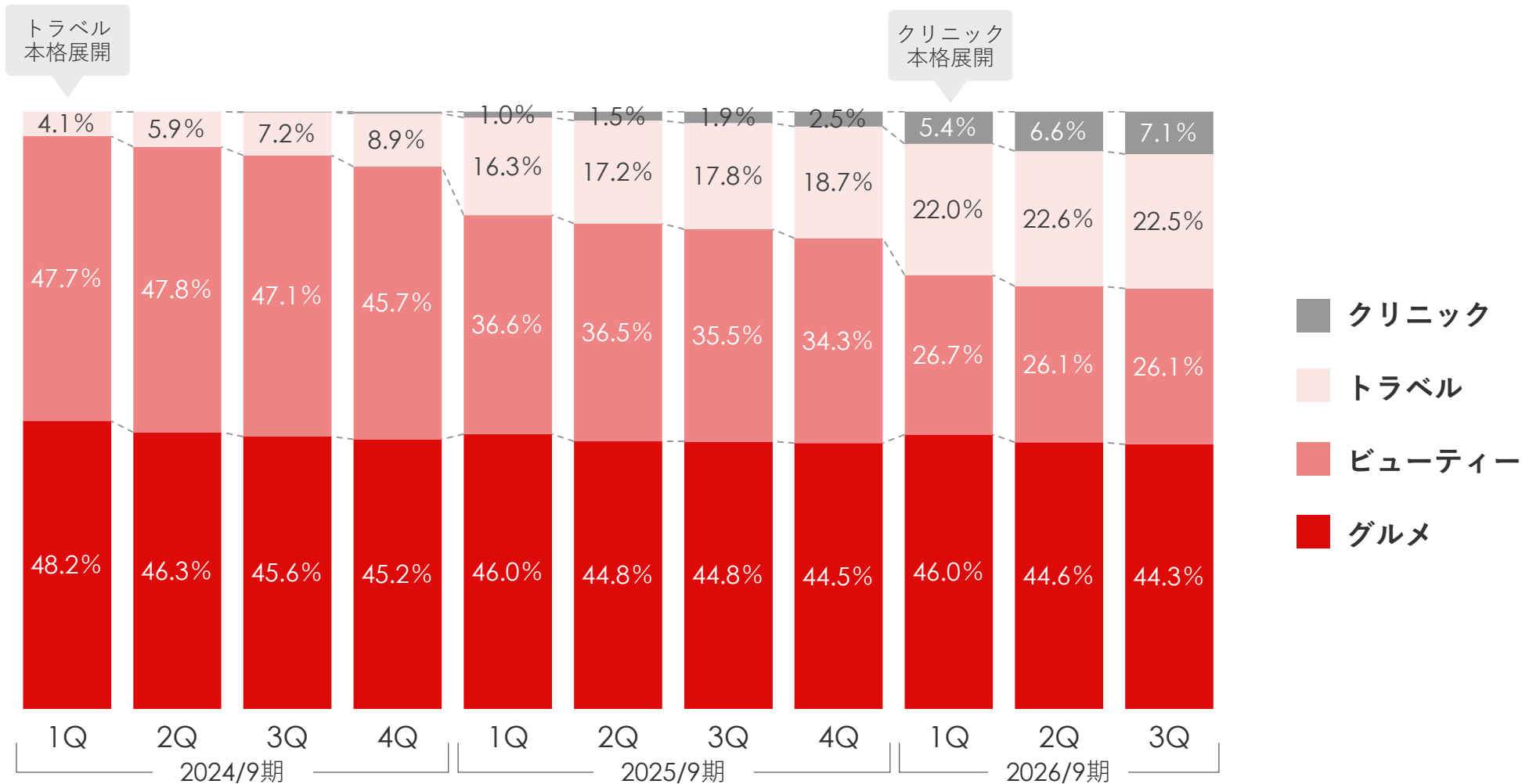
ローカルビジネスDX

(マーケティング支援＋広告運用＋人材採用支援)

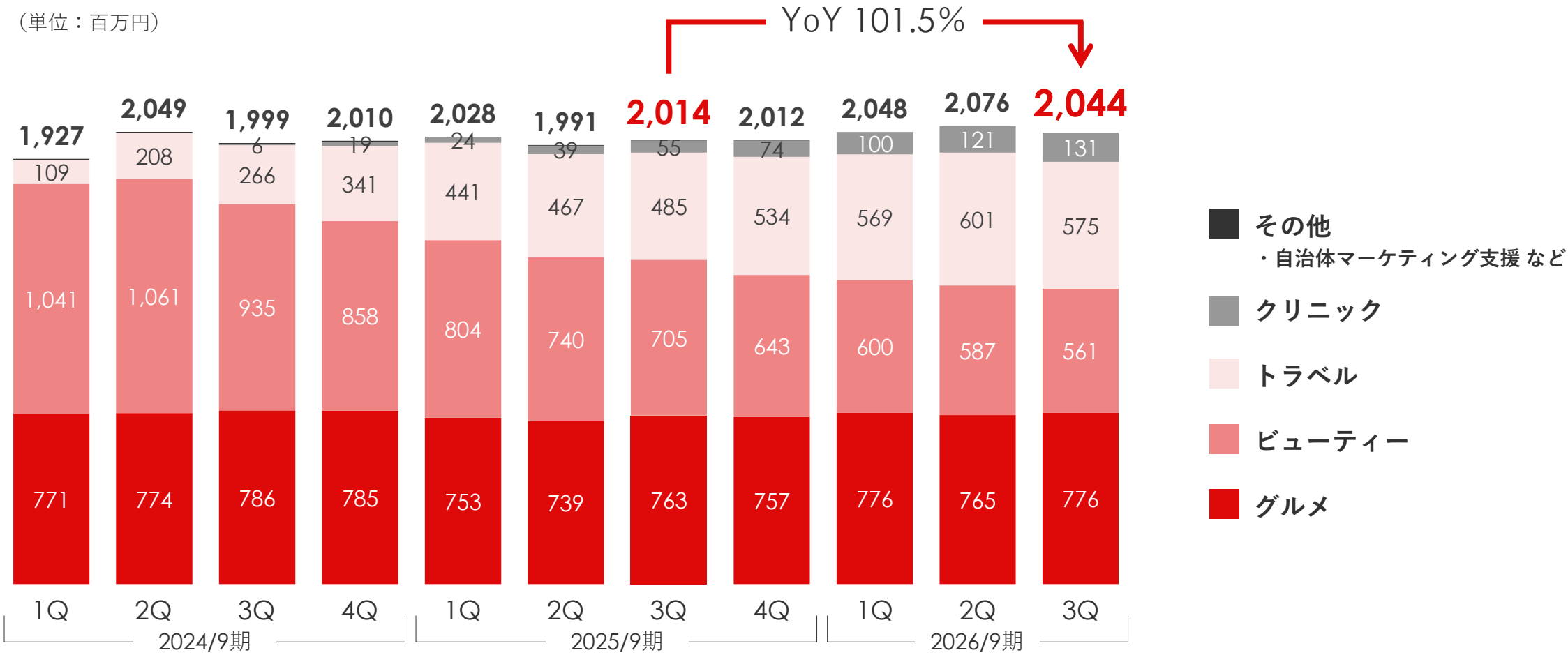
- グルメ・トラベル・クリニック業界向けサービスが堅調に推移し、売上成長を牽引



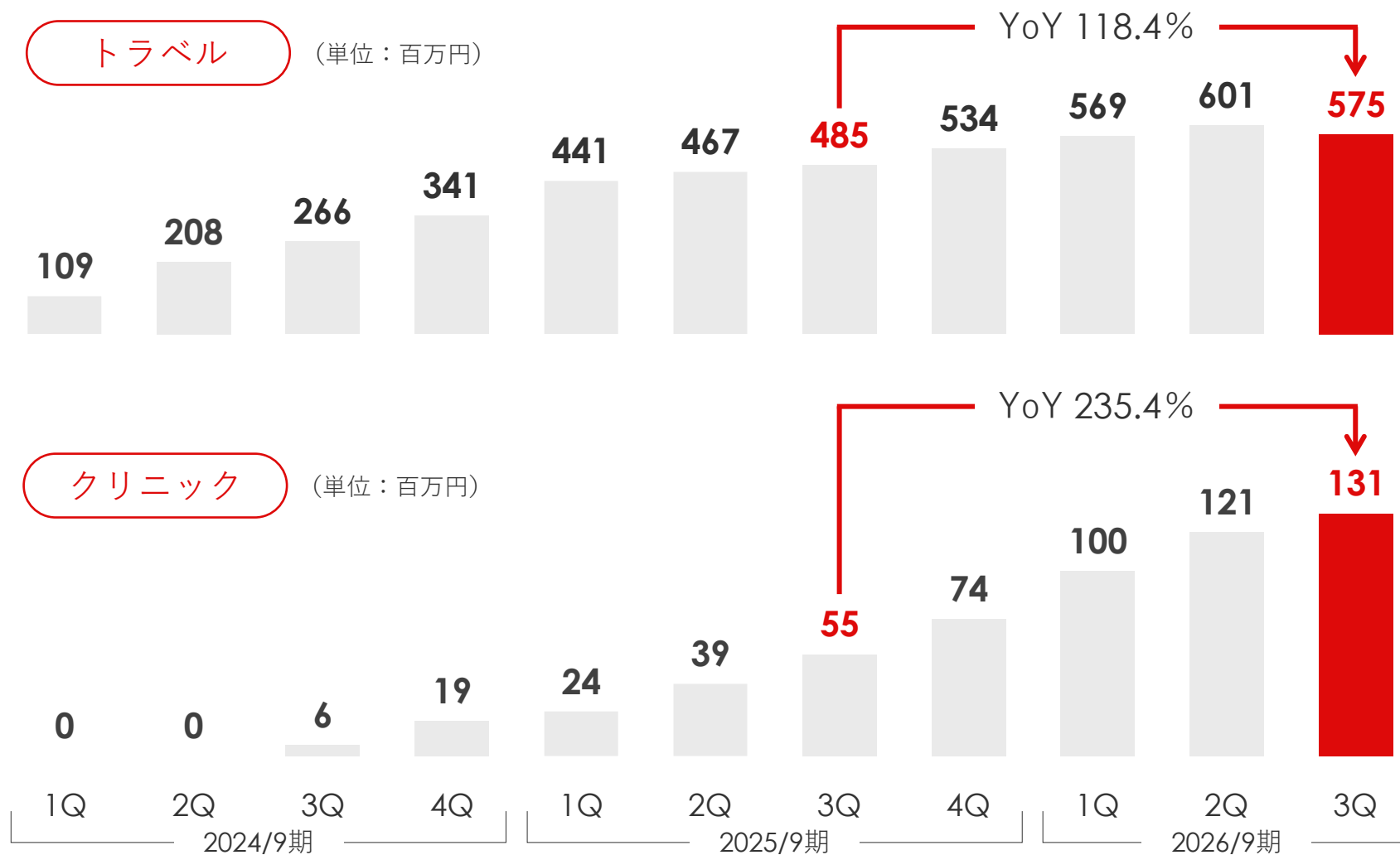
- トラベル業界向けサービスの売上比率は22.5%となり、本格リリースから約2年で売上構成比2割超の事業へ成長。
- クリニック向けサービスについても、本格展開以降、売上構成比は7.1%まで拡大。



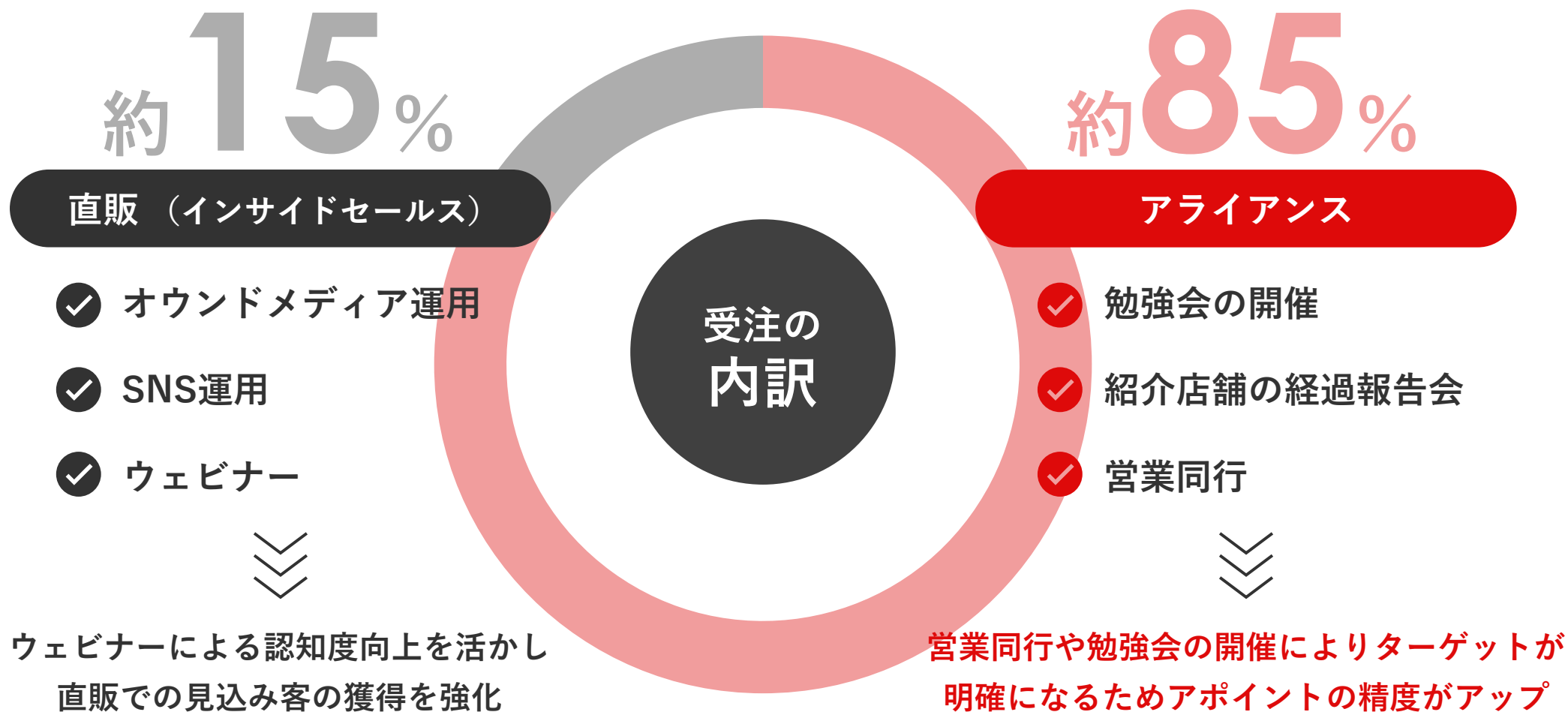
- トラベル・クリニック業界向けサービスが前年同期比で伸長し、主力のグルメ業界向けサービスも堅調に推移した一方、ビューティー業界向けサービスの減収影響により、全体では前年同期比横ばい



- トラベル・クリニック業界向けマーケティング支援を成長領域として拡大し、安定的なストック収益基盤の強化に寄与

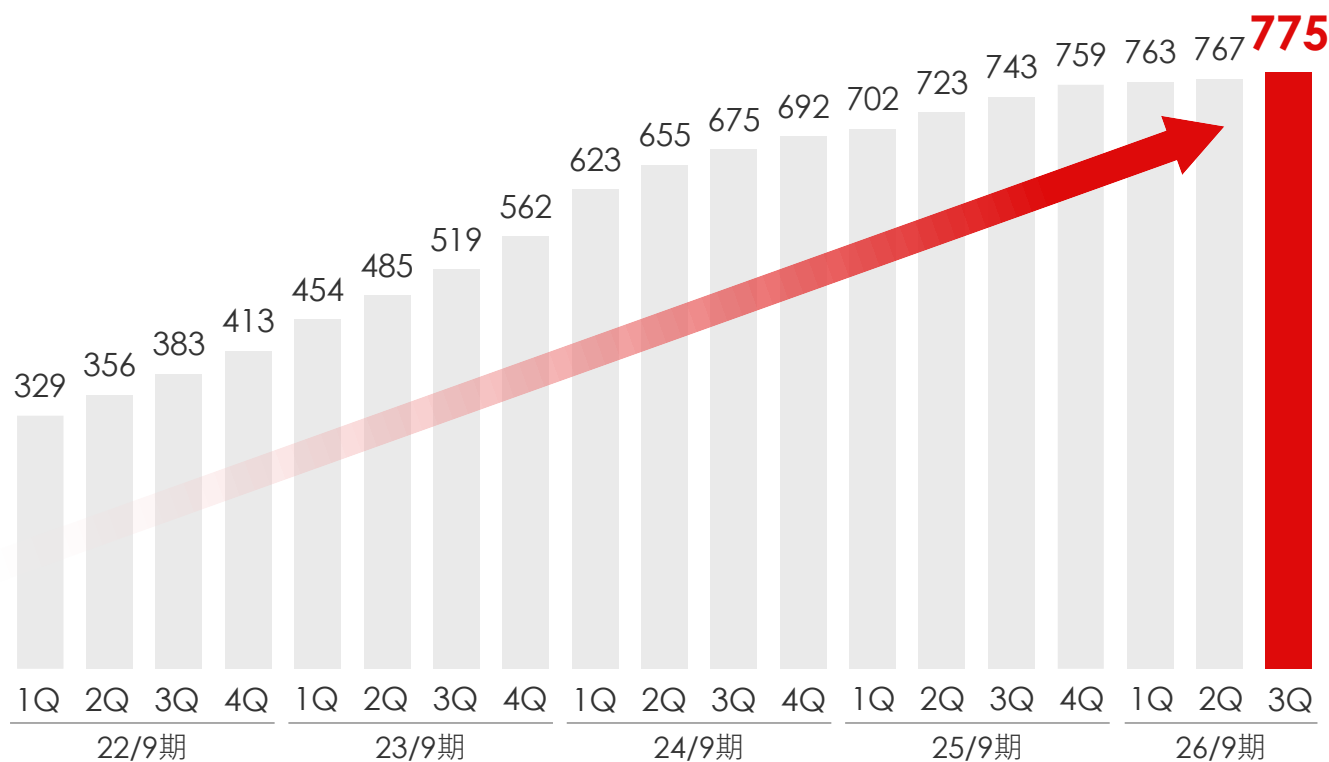


- ビールメーカーや金融機関を始めとするアライアンス企業とのリレーション強化



- 2026年6月末時点のアライアンス契約数は775社となり、地域金融機関との提携も前四半期末比7機関増加するなど、営業基盤を着実に拡大
- 地域金融機関との強固な連携を基盤に、営業基盤の強化と市場シェアのさらなる拡大を推進

取引社数



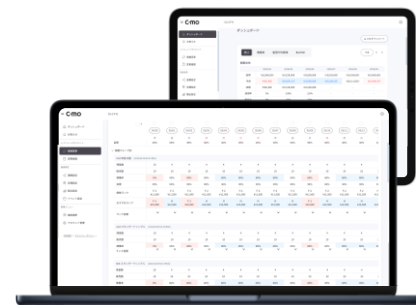
一部アライアンス先 ※五十音順

- | | |
|----------------|------------------|
| ・株式会社あいち銀行 | ・株式会社四国銀行 |
| ・アサヒビール株式会社 | ・株式会社十六銀行 |
| ・茨城県信用組合 | ・タマリス株式会社 |
| ・エクシードシステム株式会社 | ・株式会社ダリア |
| ・株式会社沖縄海邦銀行 | ・株式会社デザインワン・ジャパン |
| ・株式会社沖縄銀行 | ・株式会社東京スター銀行 |
| ・株式会社ガモウ関西 | ・株式会社東和銀行 |
| ・株式会社きくや美粧堂 | ・株式会社名古屋銀行 |
| ・株式会社北日本銀行 | ・奈良信用金庫 |
| ・京都信用金庫 | ・株式会社八十二長野銀行 |
| ・株式会社きらやか銀行 | ・株式会社ビューティガレッジ |
| ・株式会社群馬銀行 | ・株式会社豊和銀行 |
| ・ぐんまみらい信用組合 | ・株式会社北陸銀行 |
| ・サッポロビール株式会社 | ・株式会社みずほ銀行 |
| ・株式会社山陰合同銀行 | ・株式会社三菱UFJ銀行 |
| ・サントリー株式会社 | ・株式会社宮崎太陽銀行 |
| ・株式会社滋賀銀行 | |

- 宿泊施設の価格判断に必要な情報収集から意思決定、価格変更までを一気通貫で支援する新機能を提供開始

毎日の価格判断を、もっとシンプルに。

C-mo revenue



C-mo revenue の特徴



1. 集める

競合価格・稼働率・客室平均単価などを自動で一元管理

必要なデータを自動収集・可視化し情報を一つに集約



2. 判断する

複数指標を横断的に分析し根拠ある価格判断を支援

データに基づく迅速な意思決定と施設方針に応じた価格提案を実現



3. 変更する

情報確認から価格変更までをシステム上で完結

ワンストップで対応でき日々の運用負荷を大幅に削減



4. 価値を最大化

収益最大化と業務効率化を両立し宿泊施設の成長を支援

レベニューマネジメント業務を効率化し、収益最大化に貢献

「集める・判断する・変更する」を、一つのシステムで。宿泊施設の収益最大化と業務効率化を支援。

■ 採用支援（RPO）領域への進出とノウハウの内製化

深刻な人手不足を背景に需要が急増する「採用アウトソーシング領域」へ参入。

ローカルビジネス支援の領域を「集客」から「採用」へと垂直統合し、支援体制を大幅に拡充。

■ 既存事業とのシナジーによるARPU向上

「集客」に加え「採用」をワンストップで提供することで、顧客の経営課題をトータルに解決。

1社あたりの提供価値（ARPU）を最大化させ、LTV（顧客生涯価値）の向上と長期的な信頼関係の構築を図る。

「次世代のローカルビジネスOS」への進化



- ✓ 売上向上（集客）から人材確保（採用）までを一貫してサポートする唯一無二のOS（プラットフォーム）を構築
- ✓ 単一のツール提供に留まらない圧倒的な優位性を確立し、店舗経営に不可欠なインフラとしての地位確立を目指す



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



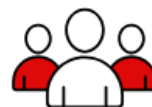
CLIENT

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。

	運営会社	店舗名	エリア
1	株式会社CS-R	麺屋周郷 鶏のとりこ 本店	新橋
2	〃	すず鬼直伝 スタミナらーめん かわさ鬼	川崎
3	〃	麺屋周郷 別邸 雅	目黒
4	〃	わいず一門 池袋ラーメン梟	池袋
5	〃	Torino Toriko 鶏のとりこ	マレーシア・クアラルンプール
6	株式会社プレディア	麺うらた	自由が丘
7	〃	ほっかい 尾山台店	尾山台
8	〃	西海 Saikai 目白店	目白
9	〃	麺屋周郷 鶏のとりこ 自由が丘店	自由が丘
10	〃	汐屋 だい稀	都立大学
11	〃	北海道らーめん 熊源	市ヶ谷
12	〃	北海道らーめん みそ熊 自由が丘店	自由が丘
13	株式会社ごっつ	超ごっ तरी麺 ごっつ 亀戸本店	亀戸
14	〃	超ごっ तरी麺 ごっつ 新小岩店	新小岩
15	〃	超ごっ तरी麺 ごっつ 秋葉原店	秋葉原
16	〃	超ごっ तरी麺 ごっつ 津田沼店	津田沼

- 「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**

■ 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



ラーメンに留まらず、寿司や和牛といった高単価・高需要業態の展開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

・ 2026年2月に海外1号店として、マレーシアのクアラルンプールに半年間（9月まで）のポップアップ店舗を展開

日本の食を 自らが世界に届ける





参 考 情 報

(S D G s / C S R)

■ 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



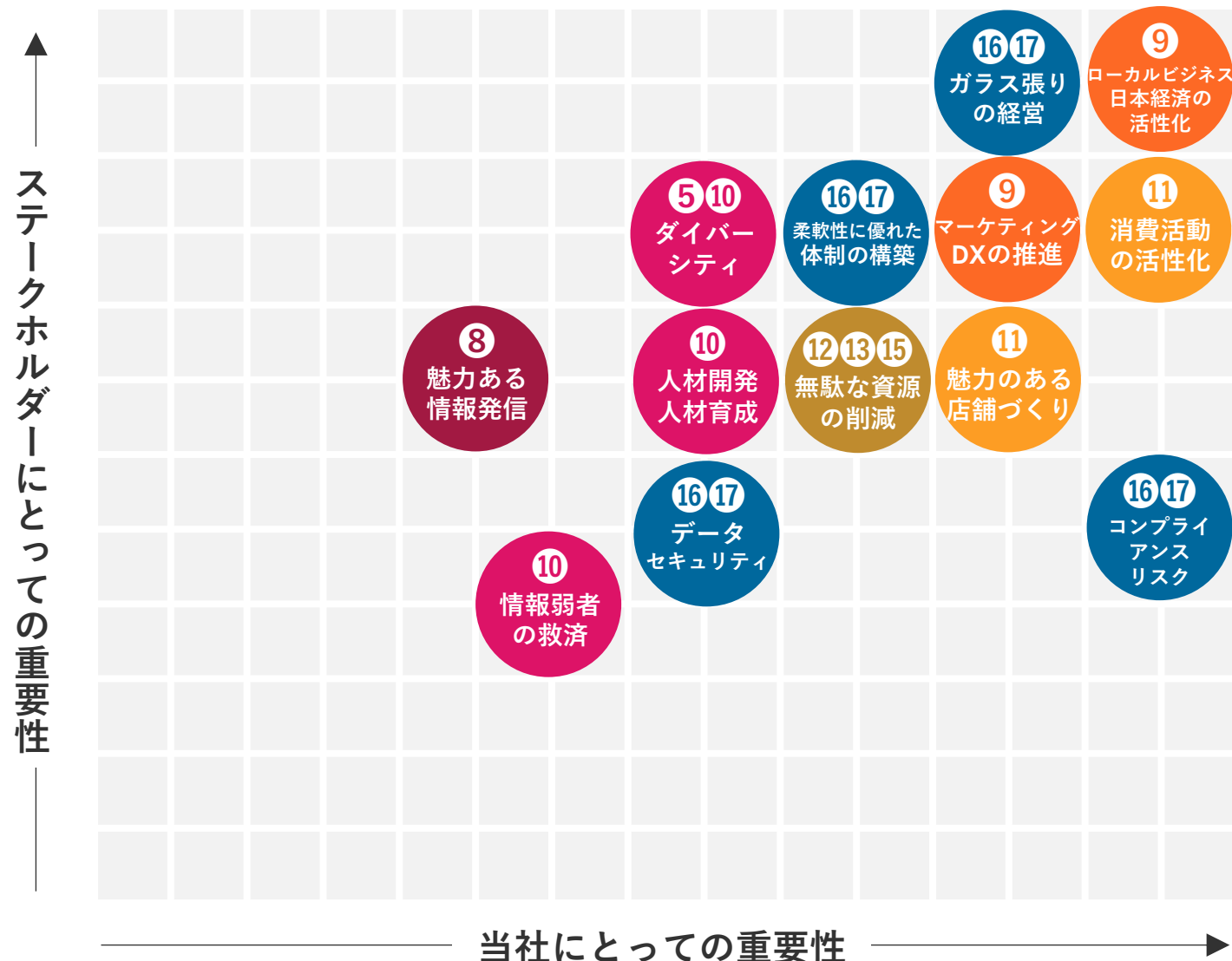
- ・情報弱者の救済
- ・ダイバーシティ推進
- ・人材開発、育成

✓ 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

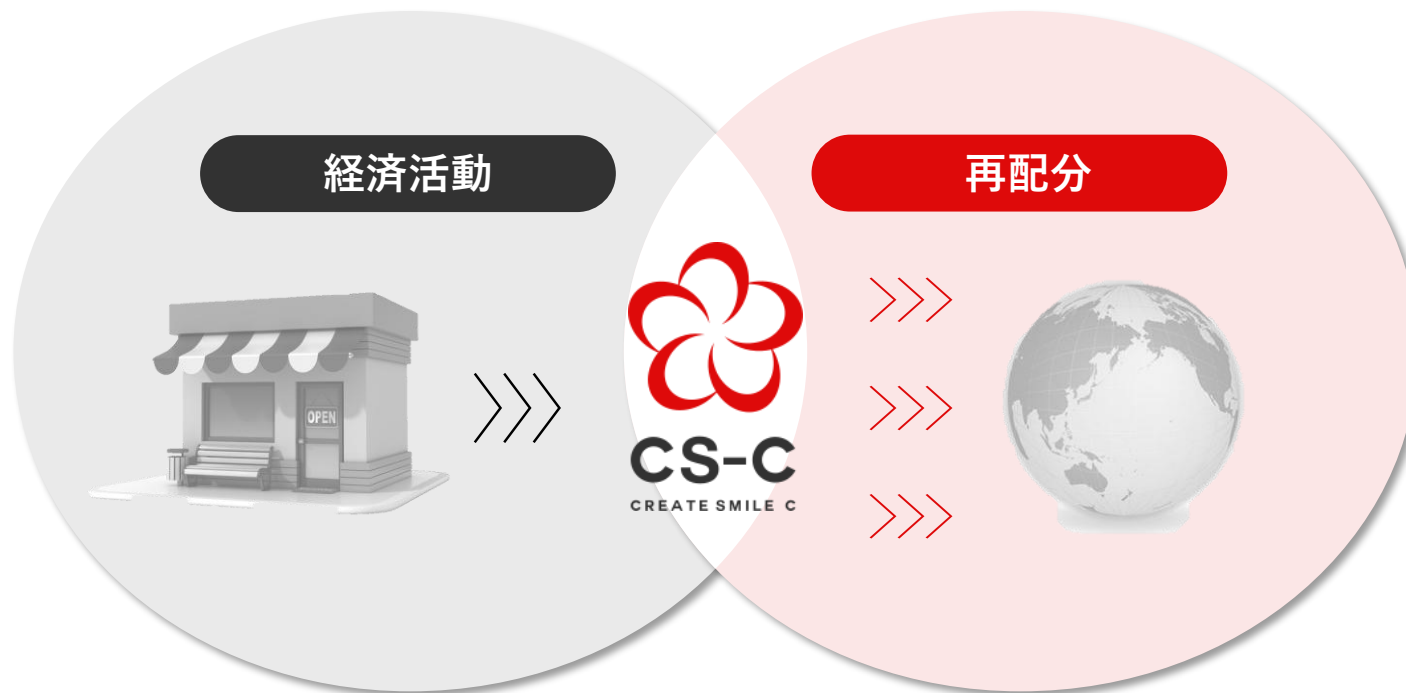
重点課題の位置づけ



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。