

MS&C

株式会社 MS & Consulting (証券コード：6555)

# 成長可能性に関する説明資料

2017年10月5日

1. 会社概要	2
2. 主要サービス	4
3. 成長戦略	9
4. 経営指標の推移	19

# 1. 会社概要

---

<b>商号</b>	株式会社MS&Consulting（以下「MS&C」）
<b>事業</b>	一般消費者モニターを活用したリサーチ業務及び外食・サービス・小売業界を中心とした経営コンサルティングに関する業務
<b>設立日</b>	2008年5月16日
<b>本社所在地</b>	東京都中央区日本橋小伝馬町4-9小伝馬町新日本橋ビルディング
<b>代表者</b>	並木 昭憲（代表取締役社長）
<b>資本金</b>	524,041千円（2017年3月末現在）
<b>従業員数</b>	131名（アルバイト・パート除く、2017年7月31日現在）

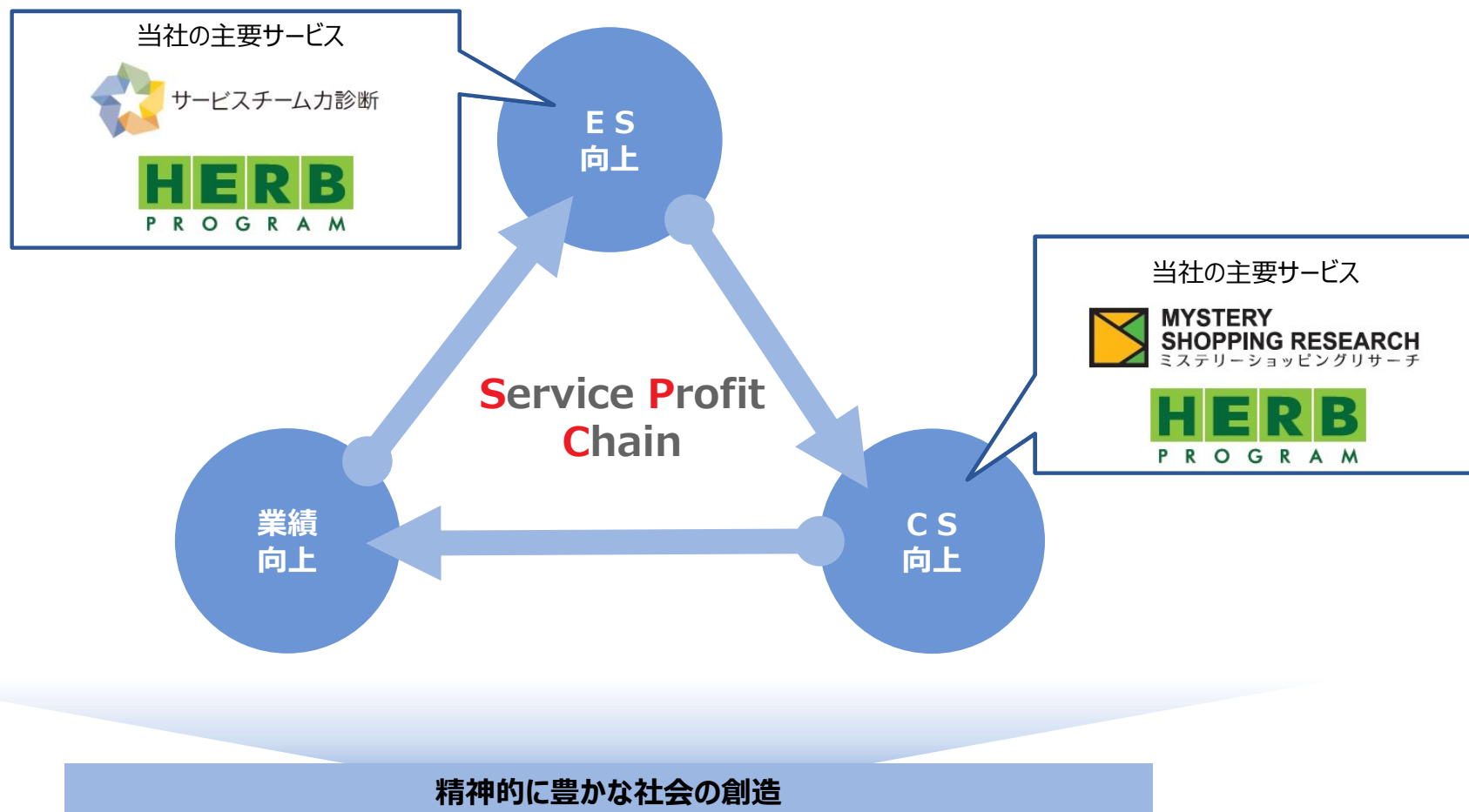
# サービスプロフィットチェーン（SPC）について

MS&C

SPCとは、顧客満足度の向上・従業員満足度の向上・業績の向上が互いに結びついており、好循環サイクルを実現することを指しています。当社は顧客企業がSPCを実現することを通して、精神的に豊かな社会を創造することを目指しています。

## 当社のビジョン

### 顧客企業のサービスプロフィットチェーン経営の実現



## 2. 主要サービス




---

# 当社の主要サービス

MS&C

当社は、MSR、サービスチーム力診断及びコンサルティング・研修の提供により、顧客企業が提供しているサービスの高品質化・高付加価値化を支援しています。

## 当社が提供している主要サービス

サービス	<p>MSR (顧客満足度覆面調査)</p> 	<p>サービスチーム力診断 (従業員満足度調査)</p> 	<p>コンサルティング・研修</p> 
内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティングリサーチの一種で、当社グループの<b>モニターが一般利用者として実際に顧客企業の運営する店舗等を訪れ、商品やサービスを評価</b></li> <li>主に現場の課題把握調査、顧客満足度調査の手法として活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>リーダーシップ、チーム環境、業務モチベーション、組織ロイヤルティの4つの観点で従業員満足度を調査</li> <li>必要最低限の設問数で負担なく回答できる仕様、短いスパンでタイムリーに自店舗の従業員満足度を把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MSRやサービスチーム力診断の調査結果をもとにボトムアップ型でサービス改善を進めるノウハウ</li> <li>調査による現状把握に止まらず、各種調査結果を用いた改善活動の定着化を支援</li> </ul>

CS向上

ES向上

CS向上・ES向上のための  
改善活動の定着化

# 当社の覆面調査（MSR）の特長

MS&C

当社では店舗スタッフの働きがいを高め、サービス品質の向上を目指した支援を行っており、MSRについてもお客様目線によるコメントを重視した設計を行っております。

## コンサルティングノウハウを活かした調査コンセプト

	MS&C 株式会社 MS & Consulting	他の調査手法
調査内容	<b>顧客ロイヤルティ調査</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>「このお店を再度利用したいと思うか」、「誰かに紹介したいと思うか」という顧客ロイヤルティの現状を調査</li> <li>顧客ロイヤルティ向上と関連性が高い業務の実施状況等を確認</li> </ul>	<b>マニュアルチェック調査</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>マニュアル項目のチェック</li> <li>お客様が本当に求めているものが把握しづらい</li> </ul>
調査員	<b>リアルモニター</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>実際に購入意思がある消費者がモニターとして来店</li> <li>登録モニターの中から調査目的に最適なモニターを選定し、お客様目線での調査を実施</li> </ul>	<b>プロ調査員による調査</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>プロ調査員の基準による評価</li> <li>実際のお客様目線とはズレ</li> </ul>
レポート内容・品質	<b>コメント重視</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>モニターがお客様として感じた率直な印象を詳細なコメントで記載</li> <li>課題指摘に留まらず、改善意欲が生まれやすいポジティブなコメントを重視</li> <li>レポートチェッカーがモニターへのヒアリング等を行い、コメントをより具体的かつ効果的なものにメンテナンス、レポート品質の向上・担保</li> <li>提出された全レポートを当社グループの定めるチェック基準で評価し、その結果をモニターへフィードバック、モニター教育に注力</li> </ul>	<b>チェックと簡単なコメント</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>表面的なチェックやコメントに留まる</li> </ul>

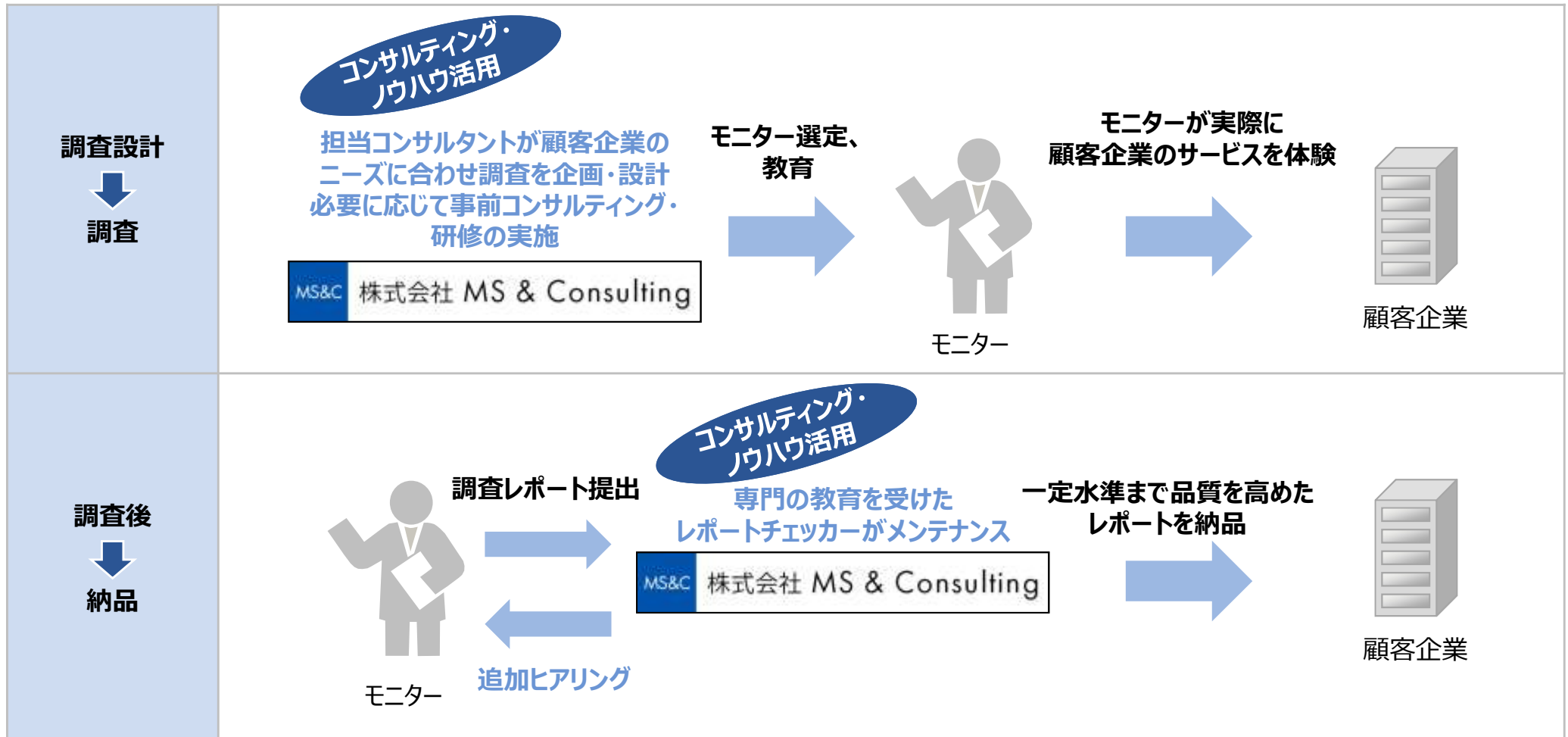


# コンサルティング・ノウハウを活用した調査フロー

MS&C

当社ではコンサルタントが初期段階から顧客企業と直接コミュニケーションを取り、顧客企業の目的に適した調査を実施しております。クライアント企業のスタッフのモチベーション向上に繋がるフィードバックを実現している点が特長です。

## MSRビジネスの流れ



# 従業員満足度調査「サービスチーム力診断」

MS&C

サービスチーム力診断は、従業員の働きがいやモチベーションに焦点を当て、リーダーシップ、チーム環境、業務モチベーション、組織ロイヤルティの4つの観点から組織が抱える問題点を明らかにする調査です。サービスチーム力診断の設問は、各種理論や当社グループのコンサルティング・研修をととして成果が創出された組織・チームの特徴をもとに設計されております。顧客店舗スタッフが負担なく回答できるよう設問数も必要最低限に留めており、年に複数回実施し、短いスパンでタイムリーに自店舗の従業員満足度を確認できる仕様となっております。

## 従業員満足度調査



### 特徴 1 MSR・HERBプログラムの実績ノウハウの活用

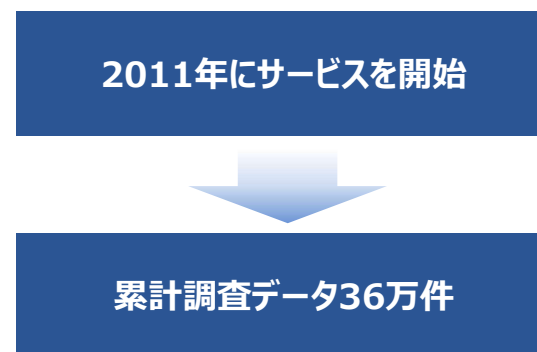
リーダーシップ、チーム環境、業務モチベーション、組織ロイヤルティの4つの観点で従業員満足度を調査

4つの観点で組織・チームの状態を把握



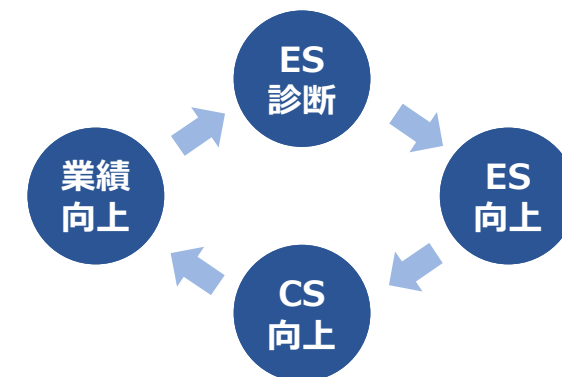
### 特徴 2 36万件の累計調査データ

蓄積データより算出されたサービス業全体やその顧客企業が属する業界、調査結果の高い企業・店舗等の平均値と比較することによって、顧客企業・店舗等の強み・弱みを把握



### 特徴 3 コンサルティングノウハウの活用

調査による現状把握に止まらず、その後のコンサルティング・研修によって調査結果を従業員満足度向上に繋げていく活動を支援



# 改善活動を定着させるコンサルティング・研修

MS&C

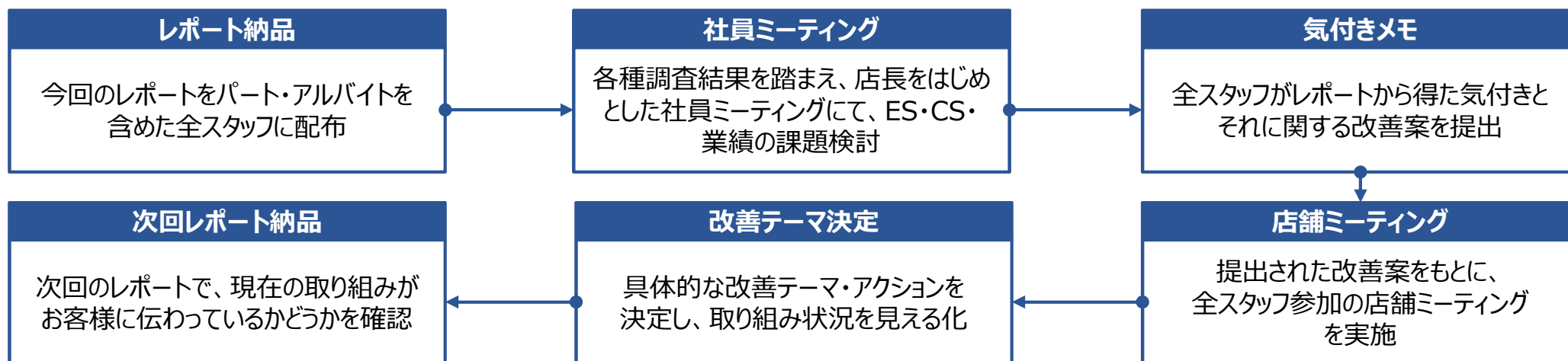
当社グループでは、MSRやサービスチーム力診断を活用した改善サイクルが顧客店舗においてスムーズに定着するよう、調査とその結果に基づくコンサルティング・研修をワンストップで提供できるノウハウを有しており、調査実施前・後で、顧客店舗のスタッフがポジティブに各種調査結果を捉えられるフィードバックのあり方、顧客店舗のスタッフに自発的な改善活動を促す方法、多くの店舗に共通して見られる課題の解決策、顧客企業内における優秀店舗の取り組み事例などを主なテーマとしたコンサルティング・研修を実施しております。

## HERBプログラムの主なテーマ



- 調査実施前・後で、顧客店舗のスタッフがポジティブに各種調査結果を捉えられるフィードバックのあり方
- 顧客店舗の調査スタッフに自発的な改善活動を促す方法
- 多くの店舗に共通して見られる課題の解決策
- 顧客企業内における優秀店舗の取り組み事例

## MSR及びサービスチーム力診断を活用した改善サイクル例



## 3. 成長戦略

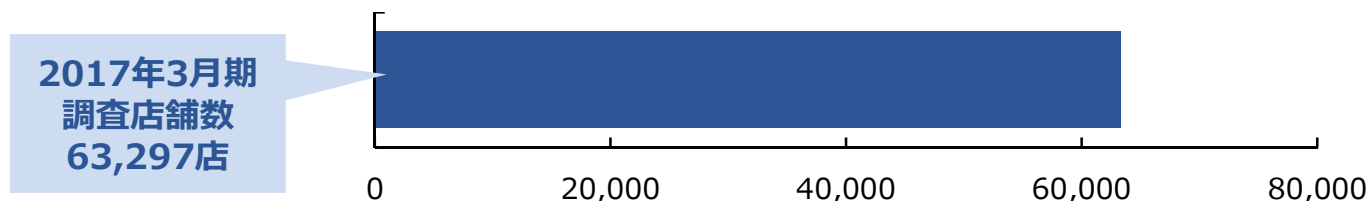
---

# 市場開拓ポテンシャル

MS&C

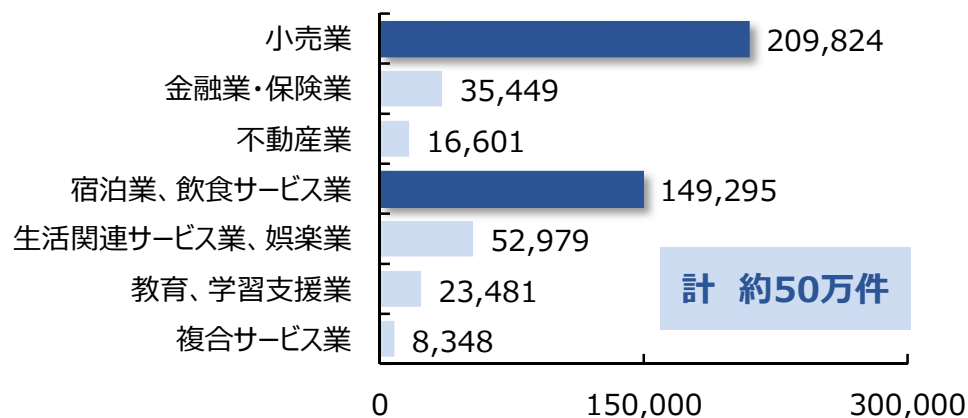
小売・サービス業など現在展開している事業領域での事業所数は約50万件存在します。当社の調査店舗はまだその一部に過ぎず、今後開拓余地がある行政機関や公共交通機関まで含めると大きな市場ポテンシャルがあります。

## 当社の前期の調査店舗数



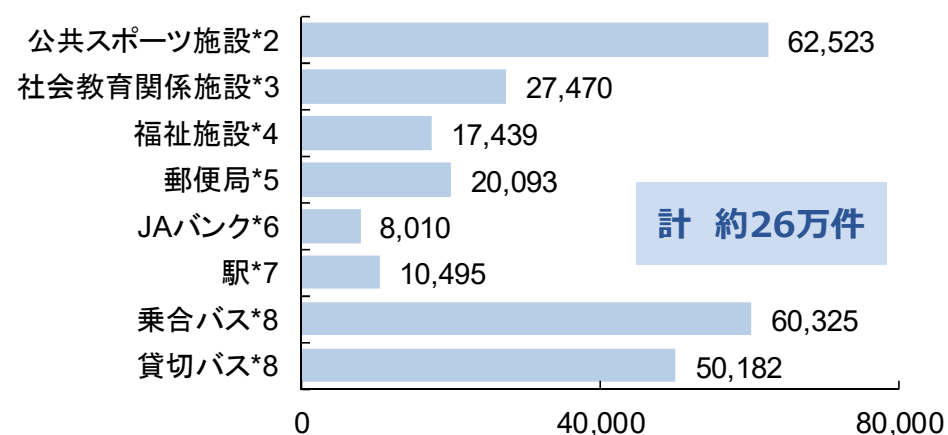
## 現在展開している市場のポテンシャル（2014年度）

### 業種別の事業所数\*1（件）



## 今後開拓が期待できる市場のポテンシャル

### 業種別の事業所数（件）



注1: 従業員10人未満の企業の事業数は除く 出所: 経済センサス

注2: 2015/10/1現在 出所: 文部科学省

注3: 2015/10/1現在 公民館（類似施設含む）、図書館（同種施設含む）、博物館、博物館類似施設、青少年教育施設、女性教育施設、文化会館、生涯学習センター 出所: 文部科学省

注4: 2015/10/1現在 公営のみ（保護施設、老人福祉施設、障害者支援施設等、身体障害者社会参加支援施設、婦人保護施設、児童福祉施設、母子福祉施設、その他の社会福祉施設等の合計） 出所: 厚生労働省

注5: 2017/4現在 出所: 日本郵便 注6: 2017/3現在 出所: JAバンク

注7: 2017/4現在 電車・市電・新交通等の駅数（沿線別駅データ） 出所: 国土地理協会

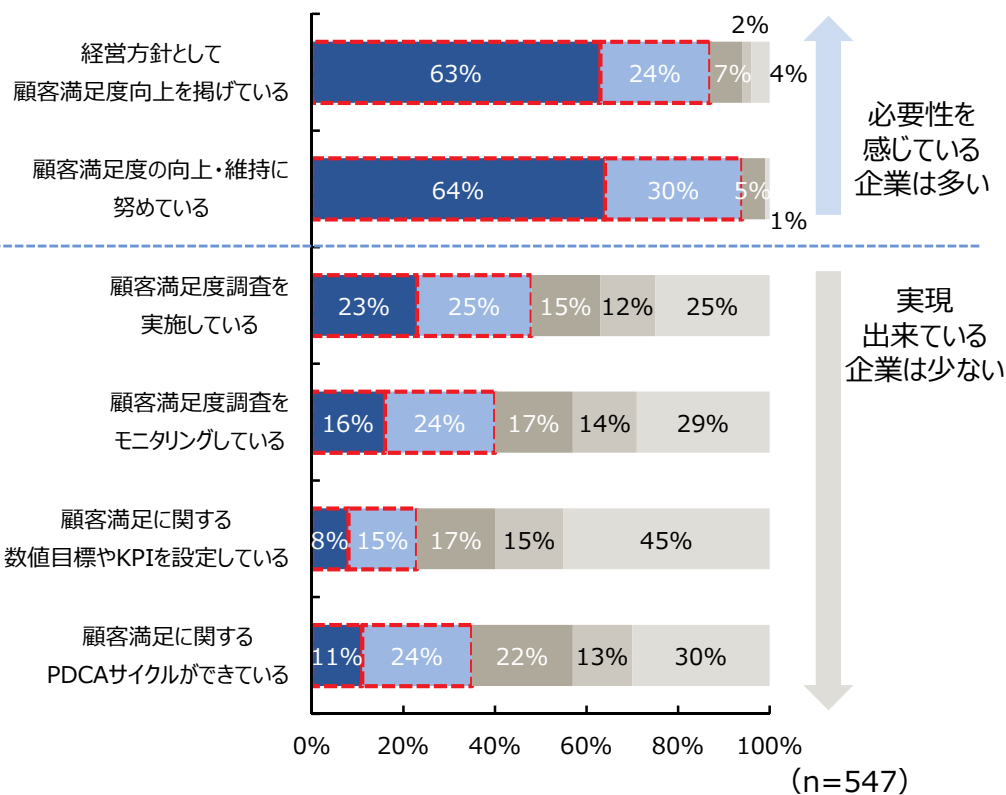
注8: 2015年度現在 出所: 国土交通省

# CS向上・ES向上に対する関心と取り組み状況

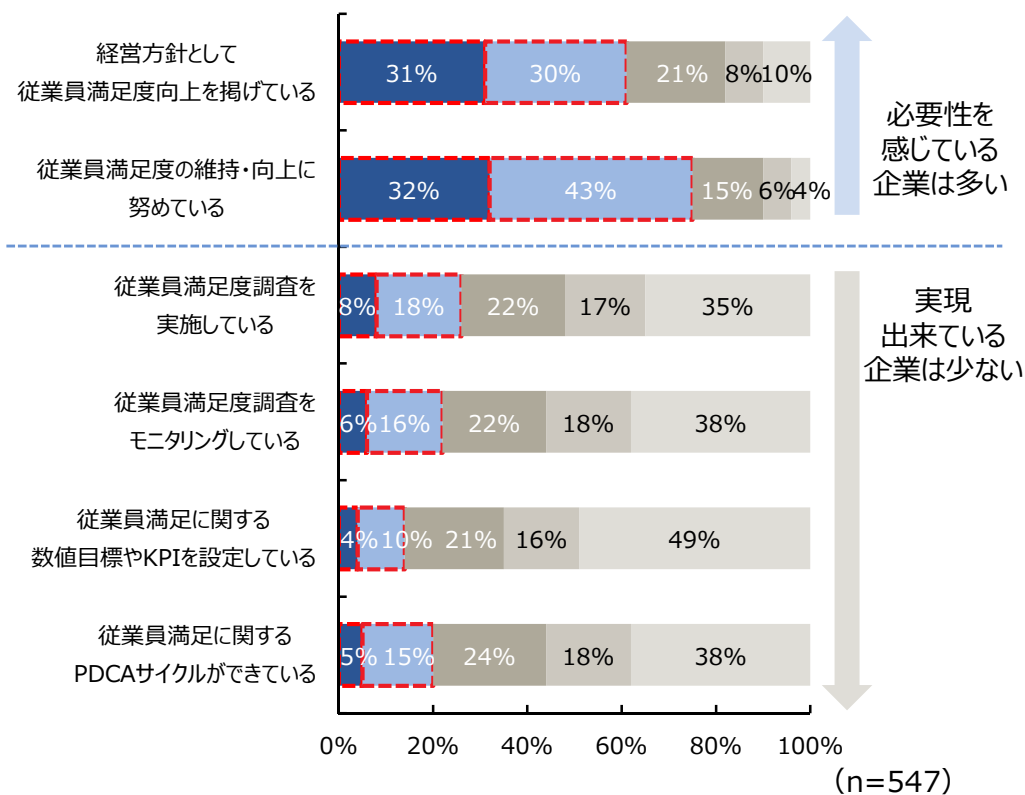
顧客満足度（CS）・従業員満足度（ES）向上の必要性を感じている企業が多い一方で、継続的な調査実施まで取り組んでいる企業はまだ多くない状況です。

## CS・ESに対する関心は高いが、実現している企業は少ない

### CS・顧客共創の取組実現は不十分



### ES・従業員共創の取組実現も不十分



■あてはまる ■一部あてはまる ■どちらとも言えない ■あまりあてはまらない ■あてはまらない

■あてはまる ■一部あてはまる ■どちらとも言えない ■あまりあてはまらない ■あてはまらない

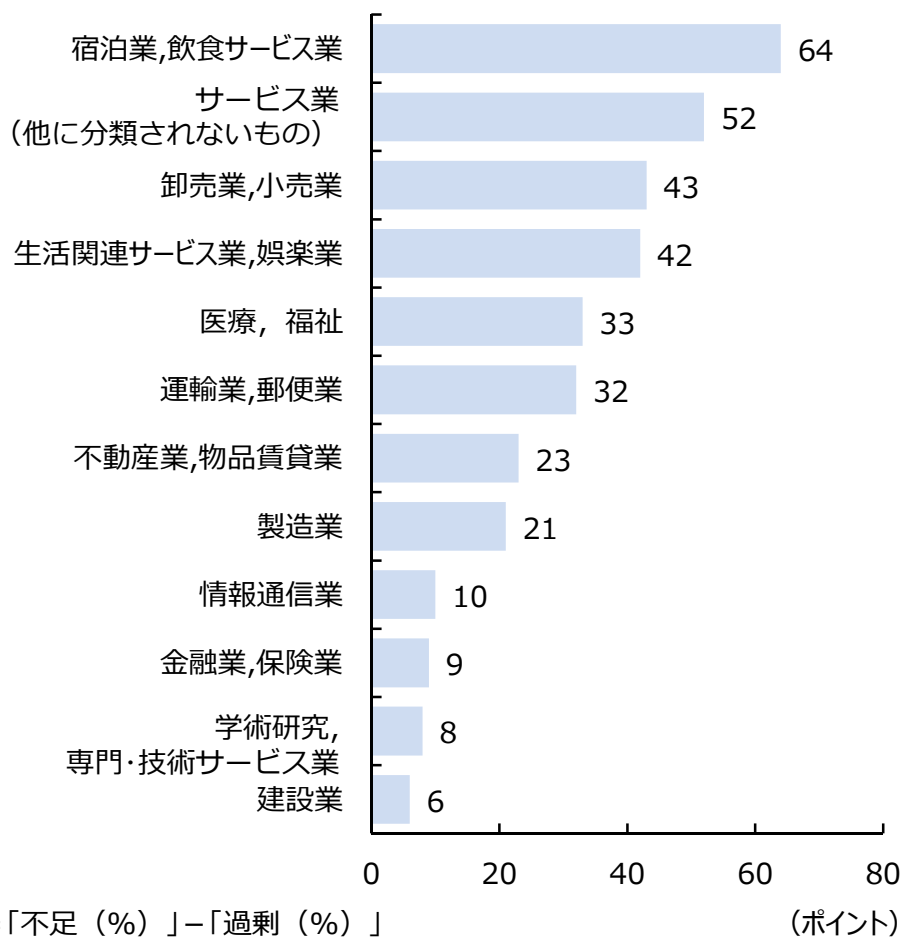
出所： EY総合研究所株式会社「おもてなしの経営に関する企業調査レポート」（2016年11月）

出所： EY総合研究所株式会社「おもてなしの経営に関する企業調査レポート」（2016年11月）

# 人手不足によるES向上の必要性

流通・サービス業界では人手不足が深刻な課題となっています。「職場の雰囲気」や「仕事のやりがい」はアルバイト・パート就業者が職業を選択する上で、重要な要素となっています。

## 産業別労働者の過不足状況 (D.I.) パートタイム 平成29年2月



## アルバイト継続・離職の理由TOP10【複数回答】

続ける理由 (3,787サンプル)		辞めた理由 (1,620サンプル)	
1位	勤務地が自宅 (学校) から近い 38.4%	1位	長い期間働ける仕事ではない 16.7%
2位	自分でも出来る仕事 31.3%	2位	楽ではない仕事 12.2%
3位	時間 (休日) の融通がきく 31.3%	3位	給与が低い 11.6%
4位	1日に働く時間が短い 23.7%	4位	店員や社員の人の雰囲気がよくない 10.8%
5位	仕事の内容に興味もてる 18.8%	5位	勤務地が自宅 (学校) から遠い 6.9%
6位	やりがいのある仕事 18.6%	6位	ほかにもっとよい条件の仕事がある 6.4%
7位	交通費が支給される 17.3%	7位	交通費が支給されない 6.2%
8位	給与が高い 16.4%	8位	時間 (休日) の融通がきかない 5.9%
9位	長い期間働ける仕事 15.7%	9位	やりがいのある仕事ではない 5.7%
10位	店員や社員の人の雰囲気がよい 15.5%	10位	仕事の内容に興味もてない 5.3%

調査概要  
 【調査地域】全国 (インターネットリサーチ)  
 【調査対象】過去1年以内にアルバイト・パート就業経験があり、今後1年以内にも就業意向がある人  
 【調査期間】2016年3月31日～4月15日  
 【有効回答数】5,407サンプル  
 出所： パーソナルキャリア株式会社「an report」～アルバイト・パートを「続ける理由」「辞めた理由」【2016年版】～  
 ([https://weban.jp/contents/an\\_report/repo\\_cont/trend/20161219.html](https://weban.jp/contents/an_report/repo_cont/trend/20161219.html))

## 転職入職者注が前職を辞めた理由

理由	男 (%)	女 (%)
仕事の内容に興味を持てなかった	4.3%	4.3%
能力・個性・資格を生かせなかった	4.4%	5.0%
職場の人間関係が好ましくなかった	6.7%	11.2%
会社の将来が不安だった	9.5%	4.9%
給料等収入が少なかった	10.8%	9.1%
労働時間、休日等の労働条件が悪かった	8.6%	12.1%
結婚	0.6%	2.3%
出産・育児	0.1%	1.6%
介護・看護	1.1%	1.1%
定年・契約期間の満了	19.0%	15.0%
会社都合	5.2%	5.1%
その他の理由 (出向等を含む)	28.1%	25.4%

注： 転職入職者のうち前職雇用者で調査時在籍者についてみたものである (自営業からの転職入職者を含まない)  
 出所： 厚生労働省「平成28年上半年雇用動向調査結果」

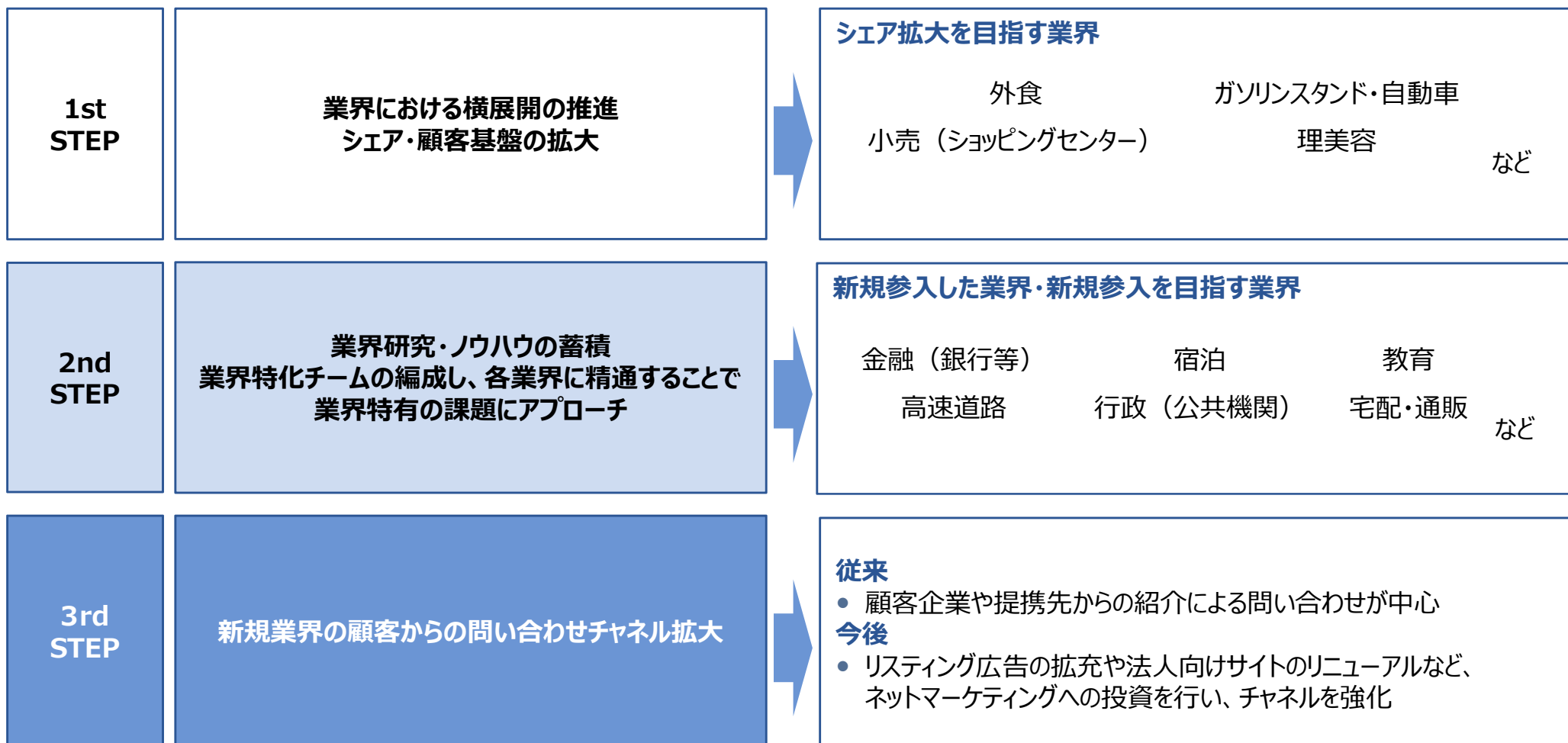
出所： 厚生労働省「労働経済動向調査 (平成29年2月)」

# 顧客基盤拡大に向けた取り組み

MS&C

今後は、既存業界におけるシェア・顧客基盤の拡大に努めてまいります。また、新規業界への参入を図ると共に、顧客からの問い合わせチャネル拡大も進めていきます。

## 顧客基盤拡大プロセスと今後の取り組み





## 深耕・開拓を目指す業種

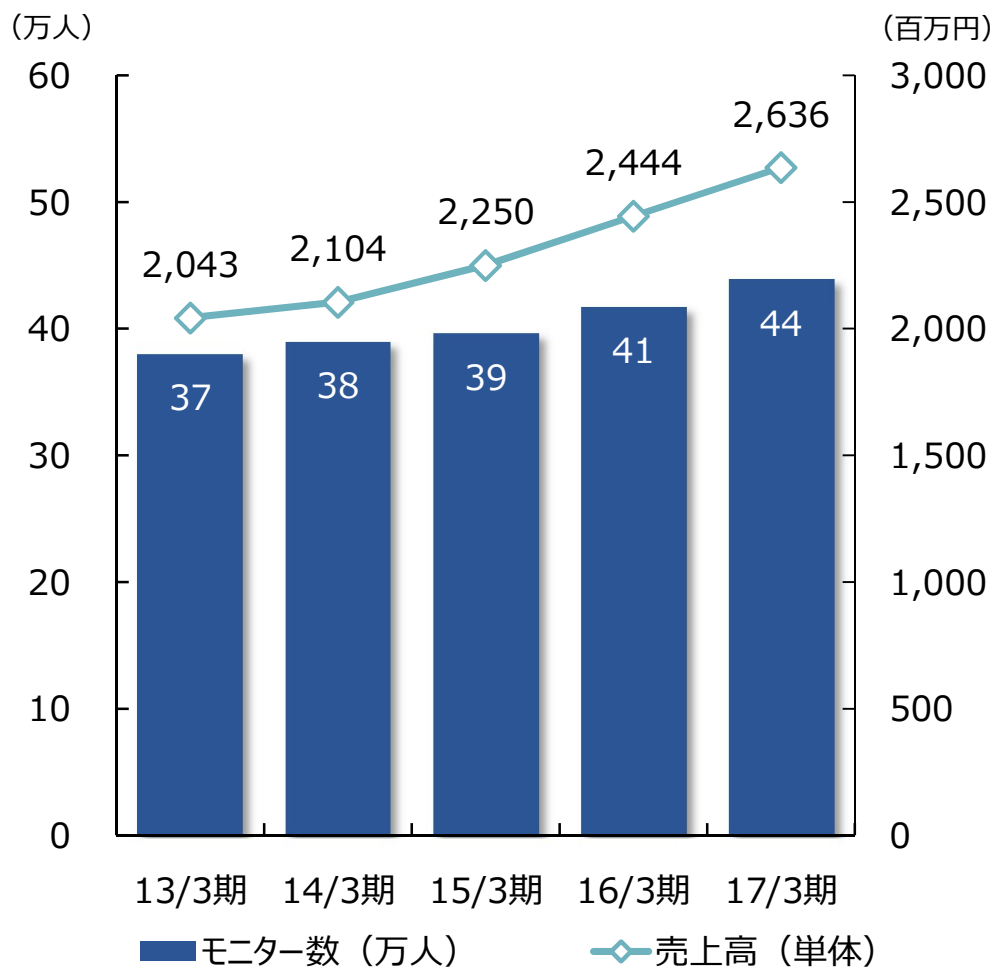
業種	期待される業界のニーズ
宿泊業・飲食業	<ul style="list-style-type: none"> <li>離職率低下を目的とした「サービスチーム力診断」及びコンサルティング・研修の実施</li> <li>訪日観光客需要の取り込みを目的とした「インバウンドMS」の実施</li> </ul>
ショッピングセンター	<ul style="list-style-type: none"> <li>ディベロッパーが運営・管理するショッピングセンターの全テナントに対するMSR及びコンサルティング・研修の実施</li> <li>訪日観光客需要の取り込みを目的とした「インバウンドMS」の実施</li> </ul>
金融業	<ul style="list-style-type: none"> <li>銀行・証券会社等の支店窓口に対するMSR及びコンサルティング・研修の実施</li> <li>保険販売代理店窓口に対するMSR及びコンサルティング・研修の実施</li> </ul>
行政・自治体 (公共機関)	<ul style="list-style-type: none"> <li>行政が民間企業に運営委託している施設に対するMSRの実施</li> <li>行政・自治体が運営する施設における障害者への対応状況把握を目的とした「ユニバーサルMS」の実施</li> <li>保険販売や携帯電話販売等、法整備への対応状況把握を目的としたMSRの実施</li> </ul>
教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験入塾時の保護者による学習塾に対するMSRの実施及びコンサルティング・研修の提供</li> </ul>
高速道路	<ul style="list-style-type: none"> <li>高速道路会社が運営・管理するサービスエリア・パーキングエリアの全店舗（テナントを含む）に対するMSR及びコンサルティング・研修の実施</li> </ul>
公共交通機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅や窓口サービスに対するMSR及びコンサルティング・研修の実施</li> </ul>
宅配・通販	<ul style="list-style-type: none"> <li>注文時の電話対応及びWEBサイトの利便性や配送サービスの状況把握を目的としたMSRの実施</li> </ul>

# モニター基盤の強化・拡大

MS&C

多様化する顧客企業のニーズに対応するために、モニター基盤の強化・拡大も進めてまいります。

## モニター数と売上高（単体）推移



## モニター基盤の拡大に向けた取り組み

### モニター基盤の強化・拡大に向けた取り組み

- ポイントによる報酬の実施（MSポイント注）
- レポートの評価・フィードバックによる優良モニターの把握・囲い込み（モニターランク制度）
- 効果的な宣伝広告の実施

注： MSポイントとは当社が運営する独自のポイント制度。覆面調査を行った日本国内のモニターへの謝礼支払方法として、謝礼相当額をMSポイントとして発行。このMSポイントは、商品交換、ANAマイルや他ポイント（PeXポイント等）への移行、銀行振込による現金化が可能

### 多様な顧客ニーズへ対応できる体制を構築

#### 新たな調査ニーズ例

- モニターの少ないエリアや属性での調査
- モニター自身が会員として数か月に亘るサービスを体験したうえでレポートを記入する調査
- これまで自社サービスを体験した経験がないモニターによる調査
- モニターが行わなければならない指定行動の多い調査

注： 百万円以下、万人以下の数値については切り捨てをして表記

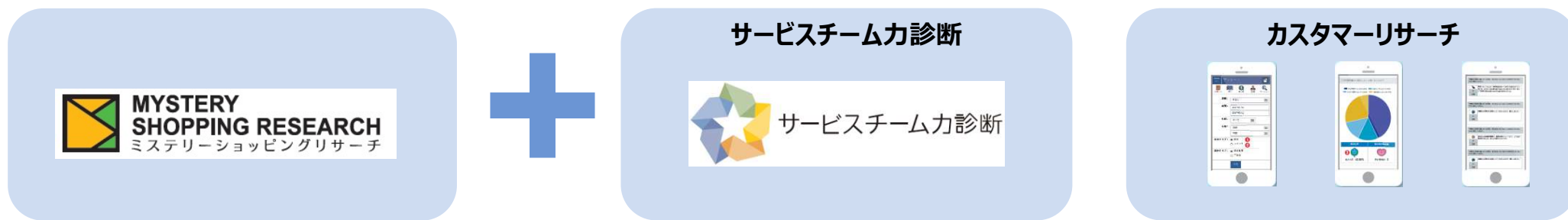
# クロスセルの強化

MS&C

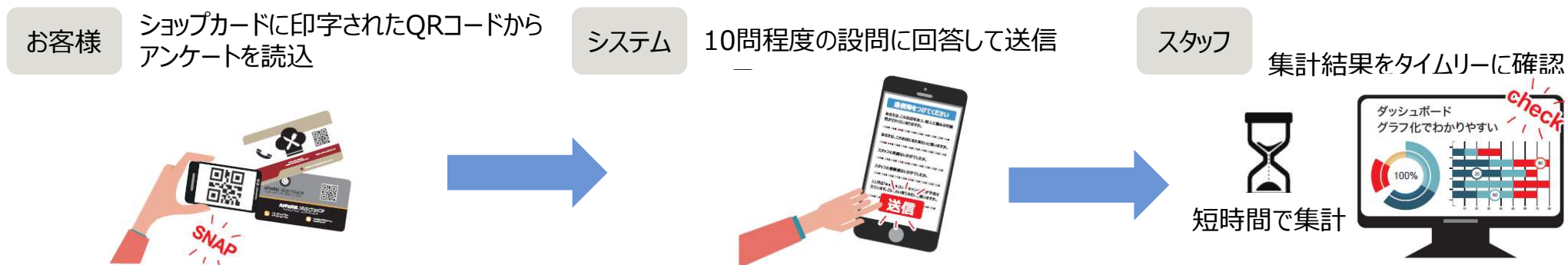
ビジネスポテンシャルを最大限取り込むための戦略として、MSRの既存顧客に対してサービスチーム力診断やカスタマーリサーチ等を追加サービスとして提供することにより、収益機会の最大化を図っています。

## クロスセルの推進

MSRの既存顧客へES・CSの向上に役立つ追加サービスとして提供



新サービス カスタマーリサーチ



来店客からWEB上でタイムリーにアンケートを取得 → 全営業時間帯の店舗状況、顧客満足度を把握可能  
MSRとの併用により顧客満足度向上施策の実行度やその有効性を高めることに役立つ

MSナビ



- 顧客企業の店舗スタッフ個々の私有デバイスからMSRを閲覧し、そこから得た気付きを瞬時に発信・共有できるスマートフォンアプリ及びWEBサイト「MSナビ」(以下「MSナビ」という。)を開発、2017年3月期よりサービス提供を開始
- 顧客店舗におけるMSRの活用状況を詳細に把握
- サービスチーム力診断やeラーニング等とも機能連携を実現



プラットフォーム化

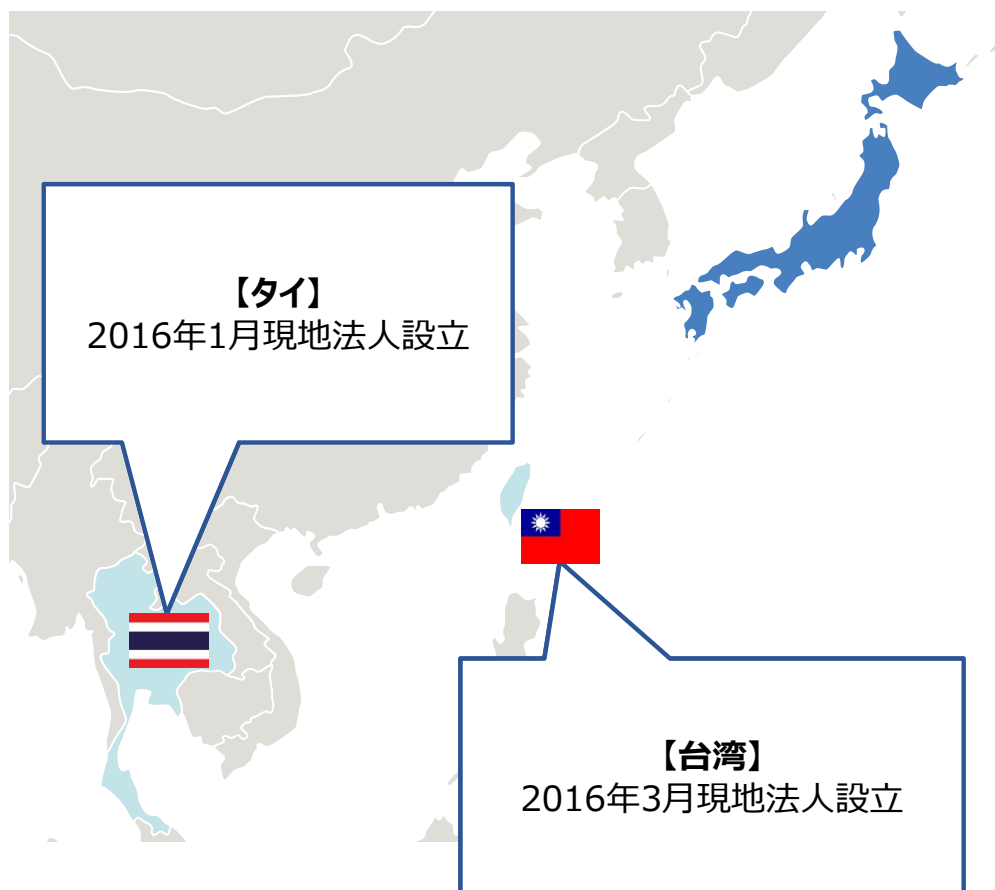
- MSナビを各種サービスのプラットフォームと位置付け、MSR結果、サービスチーム力診断結果をはじめ、業種別・顧客企業別・店舗別・個人別に取得するデータ領域を拡大することで、今後も新たな機能の開発ならびに連携・強化を行い、更なる付加価値向上を目指す

# 海外ビジネスと商品ラインナップ拡大の取り組み

MS&C

台湾、タイに現地法人を設立し、海外ビジネスを開始しております。商品ラインナップの拡大ではインバウンドMSやユニバーサルMSの提供を開始しています。

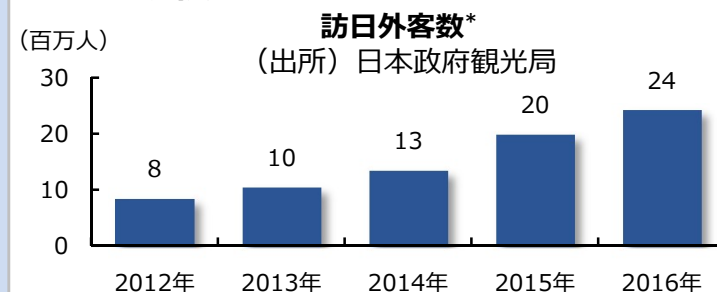
## 海外展開



## インバウンドMS・ユニバーサルMS

### インバウンドMS

- 「外国籍モニター」による来店調査を行い、外国からのお客様目線でインバウンド対応力の向上を支援
- 訪日外客数の増加、東京オリンピックを控えてニーズが拡大



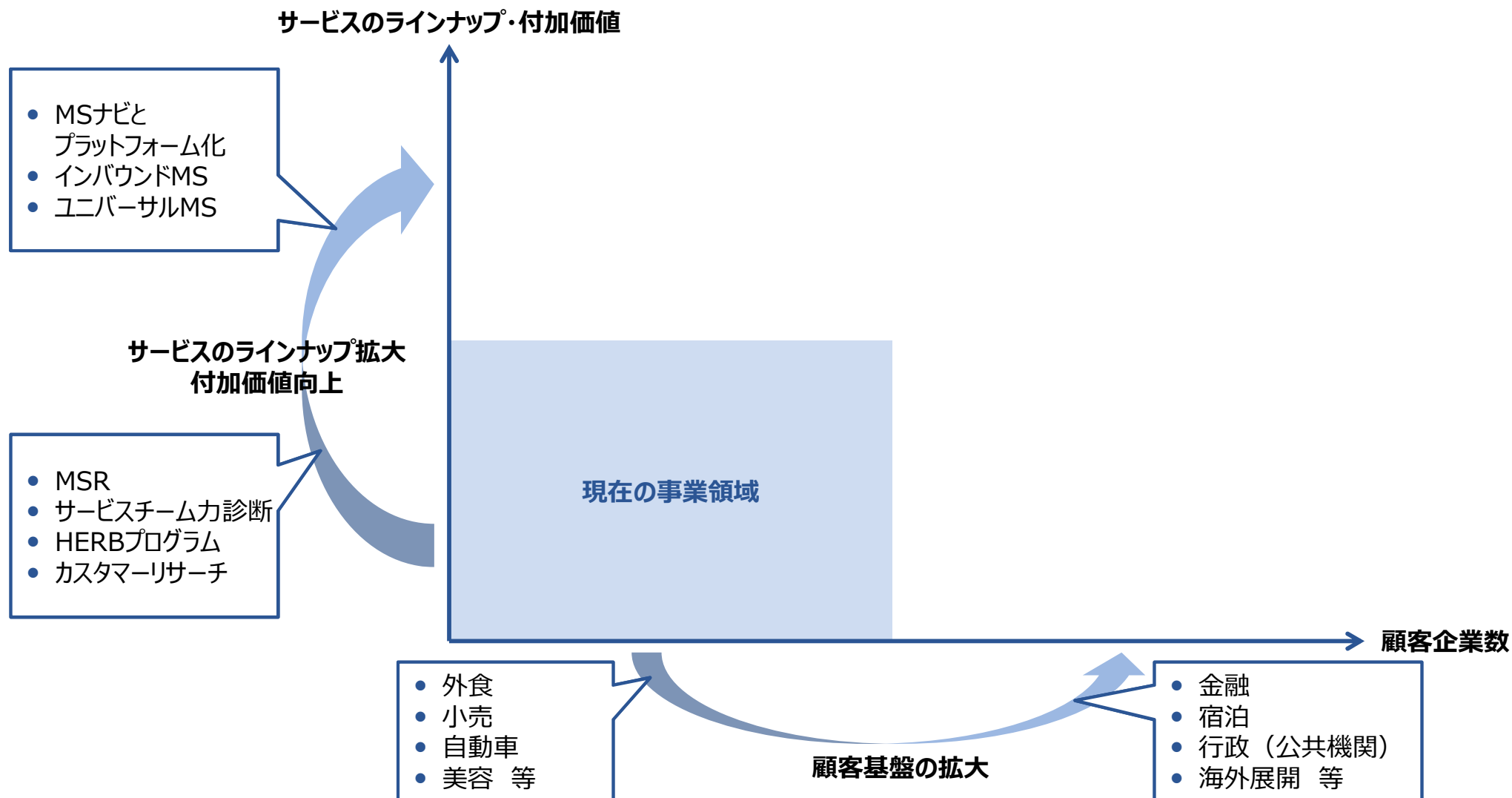
### ユニバーサルMS

- ユニバーサルデザインを手掛けるミライロ社と共同で、高齢者・障害者・ベビーカー利用者向けの調査サービスを開始
- 高齢化の進展や障害者差別解消法（2016年4月施行）への対応に向けたソリューションとして提供



注： 法務省資料に基づき、外国人正規入国者のうちから日本に永続的に居住する外国人を除き、さらに一時上陸客等を加えて集計

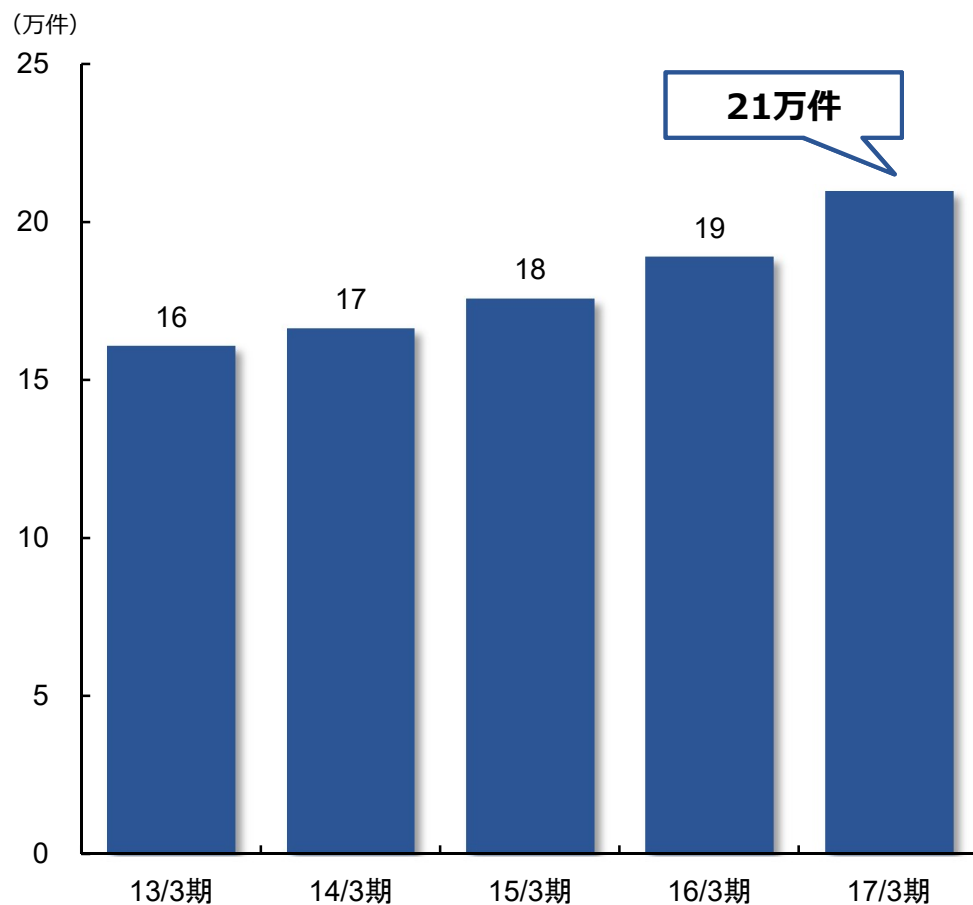
今後は、顧客基盤の拡大及びサービスのラインナップ拡大・付加価値向上に努めていきます。



## 4. 経営指標の推移

---

## 年間調査件数推移



## クライアント企業層と既存顧客の割合

当社グループが国内でミステリーショッピングリサーチ事業を提供している業界別の状況

業界	2017年3月期		主な業種・業態等
	売上収益 (百万円)	売上収益に占める 既存顧客の割合	
外食業界	1,080	93.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>居酒屋</li> <li>ファストフード</li> </ul>
小売業界	518	75.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>ショッピングセンター</li> </ul>
自動車業界	344	99.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>カーディーラー</li> <li>サービスステーション</li> </ul>
美容業界	247	93.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>美容院</li> <li>エステ</li> </ul>
レジャー業界	165	95.7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>カラオケ</li> <li>ホテル</li> </ul>
その他	186	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>金融</li> <li>宿泊</li> <li>行政(公共機関)等</li> </ul>



# 着実な成長実績と高収益力

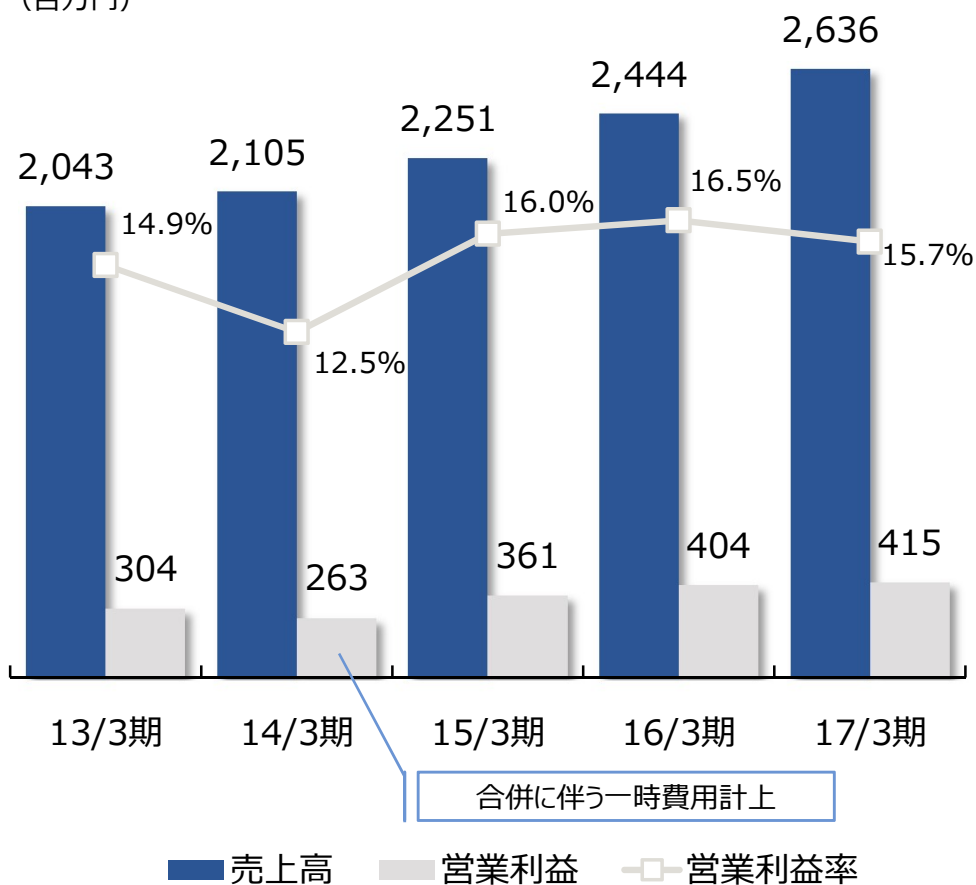
MS&C

当社の経営指標は以下の通りです。2014年3月期は合併に伴う一時的な費用を計上しておりますが、同期を除き増収・増益で推移しております。連結決算については、2015年4月1日を移行日とした国際会計基準（IFRS）を適用しております。

## 当社の業績

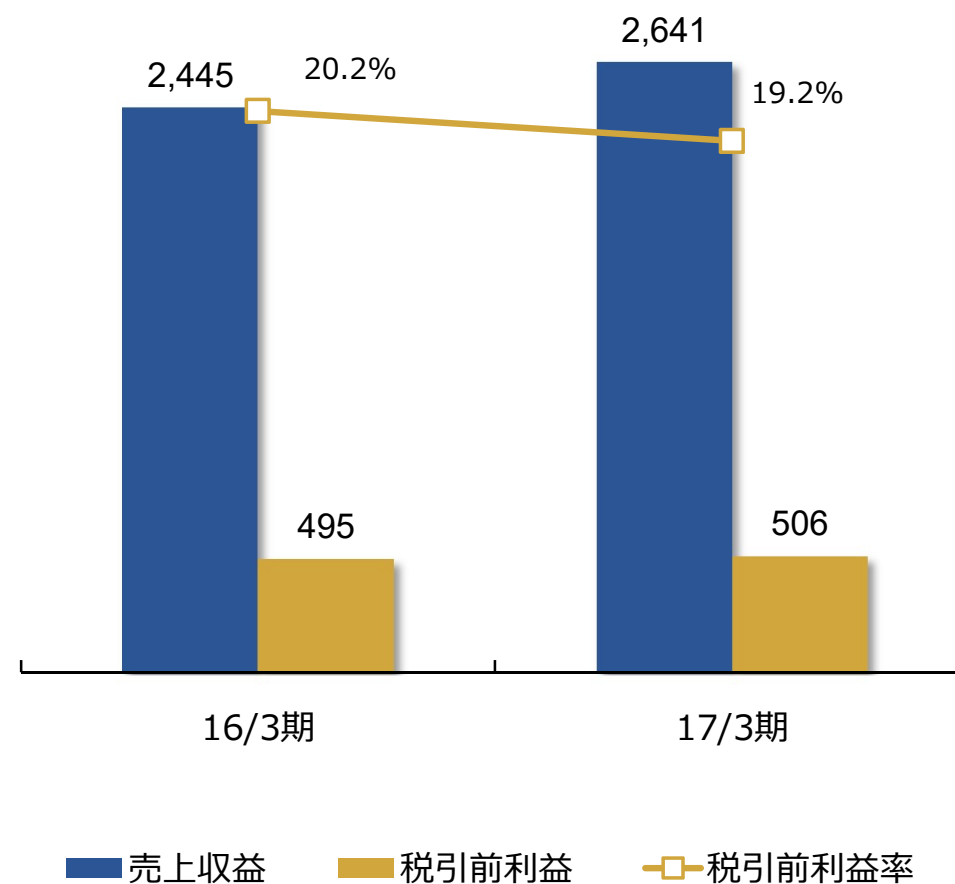
### 単体（J-GAAP）

（百万円）



### 連結（IFRS）

（百万円）



注1： 2013年3月期は旧MS&Consulting(2)の数値、2014年3月期は旧MS&Consulting(2)と当社第2期の合算数値

注2： 百万円以下の数値については四捨五入をして表記

## 免責事項

- 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て、株式会社MS&Consulting（以下「当社」という。）が作成したものであり、いかなる有価証券の売買の勧誘を目的したものではありません。
- 本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しておりますが、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身の責任とご判断においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

## 将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。