

2019年3月期 第2四半期 決算補足説明資料



株式会社 MS & Consulting

目次

1. 事業とビジネスモデルの概要	2
2. 2019年3月期第2四半期の決算状況	10
3. 事業の現況	20
4. 2019年3月期の通期業績予想	23
5. 今期重点施策の進捗	27

1. 事業とビジネスモデルの概要

会社概要

商号	株式会社MS&Consulting
事業	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
設立日	2008年5月16日
本社所在地	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
代表者	並木 昭憲（代表取締役社長）
資本金	570,523千円（2018年9月末日現在）
従業員数	129名（アルバイト・パート除く、2018年3月末日現在）

当社の主要サービス

当社は、ミステリーショッピングリサーチ、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

	主力サービス	競合との差別化要因	次の成長エンジン
サービス	ミステリーショッピングリサーチ (顧客満足度覆面調査) 	コンサルティング・研修 	次の成長エンジン サービスチーム力診断 (従業員満足度調査)  サービスチーム力診断
内容	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングリサーチの一種で、当社グループの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 「2ストライク1ボール」のレポートを理想とし、現場改善ツールとして活用 	<ul style="list-style-type: none"> ミステリーショッピングリサーチ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のサービス改善を支援するコンサルティングノウハウ 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ワンストップで支援 	<ul style="list-style-type: none"> 「リーダーシップ」「チームの遂行力」「チームの風土」「スタッフの主体性」「スタッフの満足度」の5つの観点で従業員満足度を調査 必要最低限の設問数で負担なく回答できる仕様で、店舗の課題を把握、改善につなげる

顧客満足度向上

顧客満足度・従業員満足度向上のための改善活動の定着化

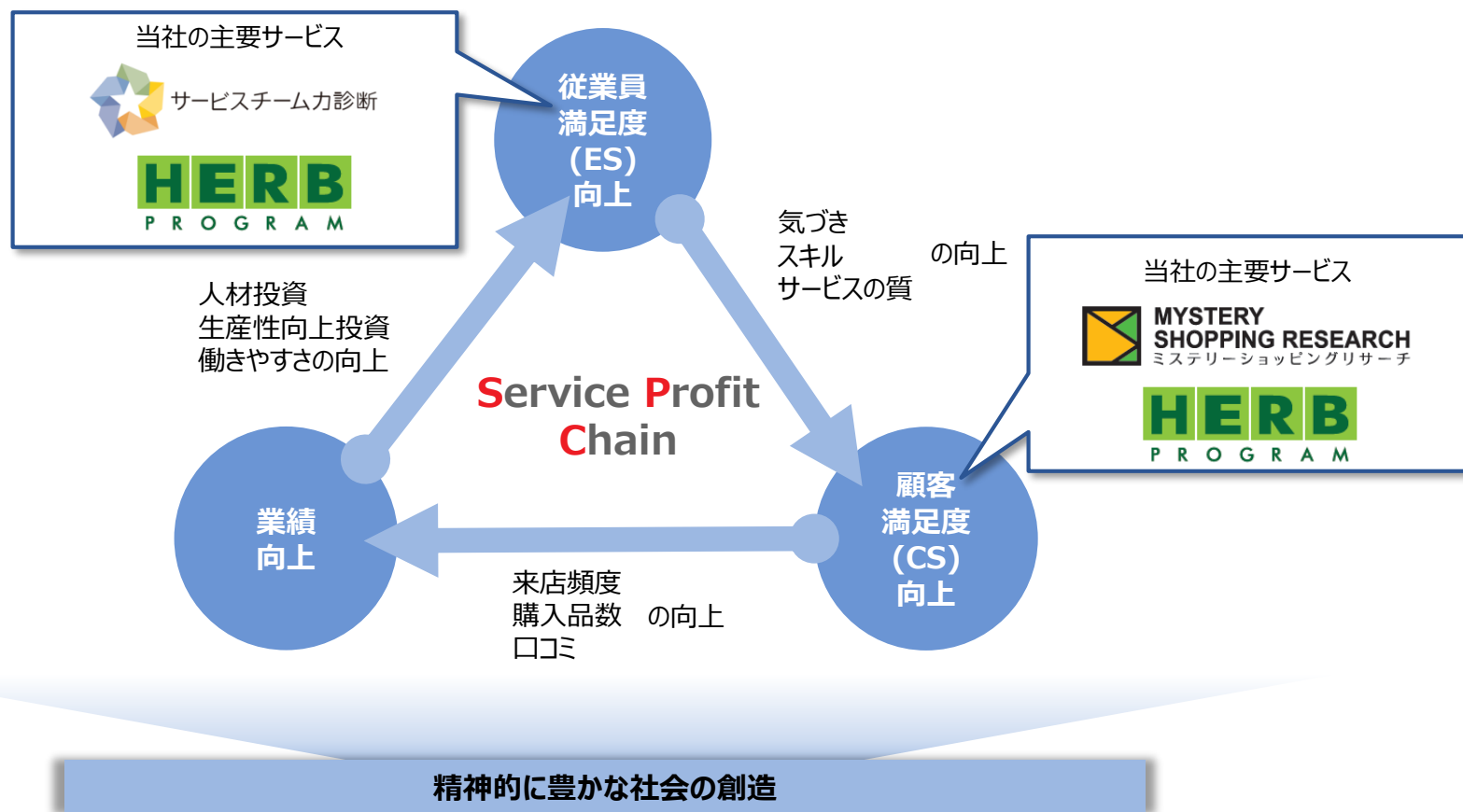
従業員満足度向上

サービスプロフィットチェーン (SPC)

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



沿革

2000年	ミステリーショッピングリサーチ（覆面調査、以下MSR）開始
2003年	「2ストライク1ボール」をコンセプトにMSR活用法を開発
2006年	第1回居酒屋甲子園開催、MSRが審査に活用される
2007年	テレビ東京『ガイアの夜明け』で紹介される
2008年	株式会社MS&Consulting創業
2010年	店長塾スタート
2011年	サービスチーム力診断（従業員満足度診断、以下STAR）開始
2012年	経済産業省主催「平成24年度おもてなし経営企業選」事務局
2013年	経済産業省主催「平成25年度おもてなし経営企業選」事務局
2014年	優良モニター制度開始
2015年	産業技術総合研究所と共同研究開始
2016年	タイ・台湾に進出、MSR開始
2017年	経済産業省「おもてなし規格認証制度」認証支援事業者(全国)認定、株式会社ぐるなびとの業務提携
	東京証券取引所マザーズ市場へ上場

ストック型ビジネスモデルの構築

ミステリーショッピングリサーチ
開始当初
(2000~2003年)

労働集約型になりがちなコンサルティングビジネスからの脱却を目指したが、当初の継続率は低かった

- ・ 調査に対する現場のマナー化
- ・ モニター（調査員）による点数のバラつき
- ・ 高評価レポートは課題指摘がないため使えない

「悪いところの指摘」から、
「いろいろなお客様の生の声」特に「お褒めの言葉」
を届ける方針に転換

「2ストライク1ボール」のレポートで改善のモチベーションと気づきのツールに！
(よいところ) (もったいないところ)

活用法開発
(2003年)

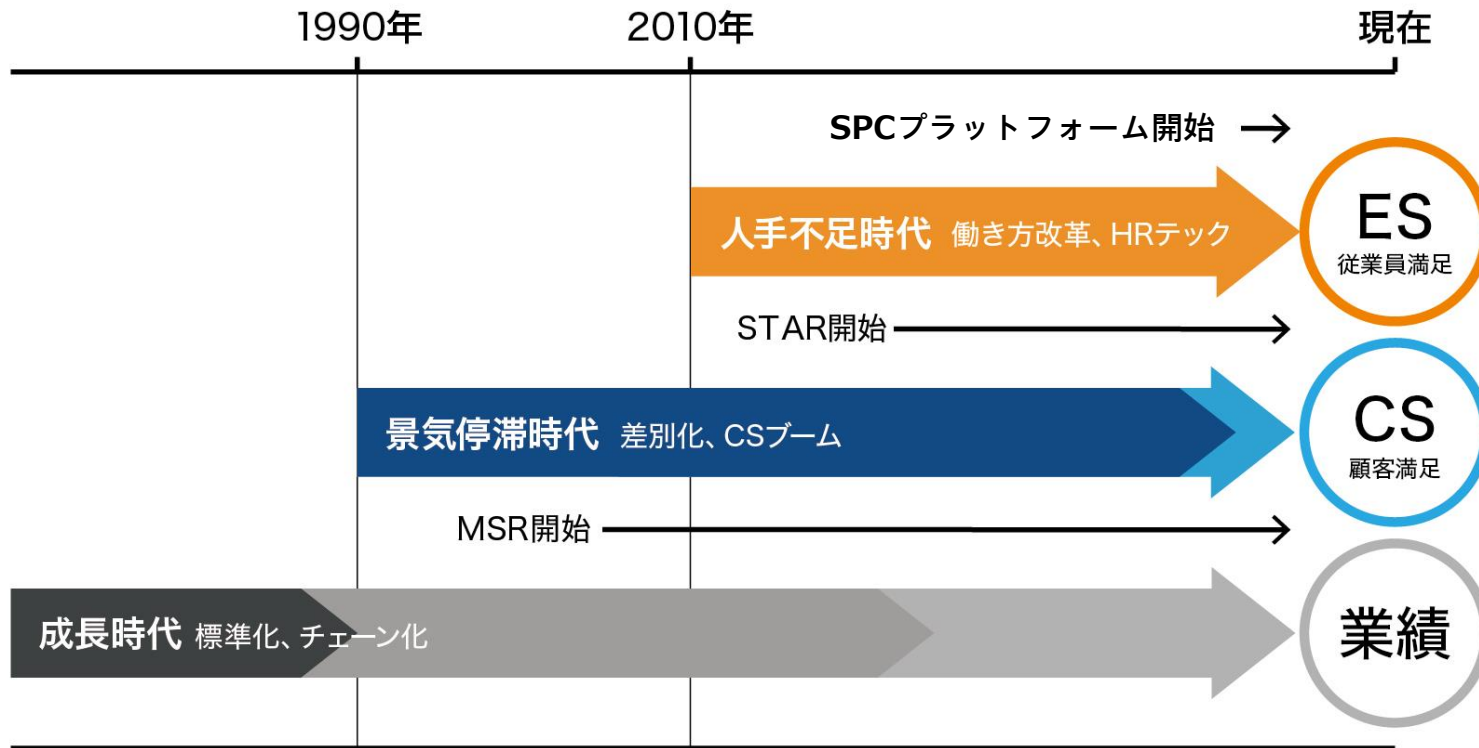
継続率90%超の**ストック型ビジネスに成功**

2018年3月期既存顧客の売上継続率*

93.1%

*前年度の既存顧客の売上に対する
同一顧客からの売上金額の比率

SPC経営の重要度の高まり：時代背景と商品開発

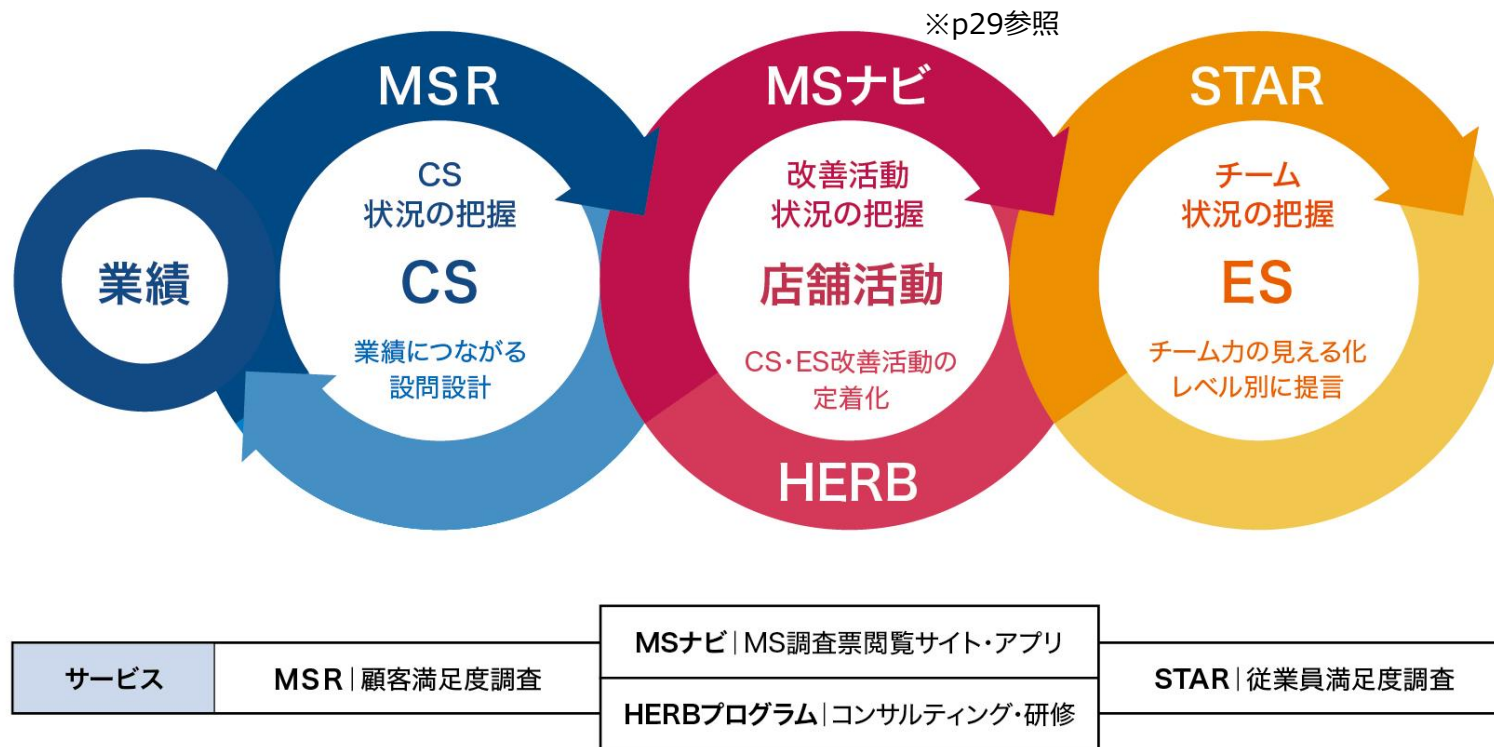


「成長時代」は急速に店舗網を拡大させるために標準化やチェーン化が求められ、その後の「景気停滞時代」は他社との差別化を目的としたCSブームが起きました。

そして近年の「人手不足時代」では、高齢者の就労促進による働き手の拡大、長時間労働の是正による労働生産性の向上が、企業生き残りのためのキーワードになっています。

当社ではこうした時代背景に合わせて、マネジメントするポイントを変化させるための商品開発を行ってきました。

SPC支援ソリューション



CS調査を行っても、それが業績につながっていかなければ意味がありません。そのためには、業績につながるCS設問設計を行い、その設問が日々の現場の取り組みによって向上しているのか、取り組みが進んでいないのであればその原因はどこにあるのかを把握する必要があります。

当社では、結果指標、プロセス指標、チームビルディングのつながりを見える化し、マネジメントするためのツールを提供しています。

2. 2019年3月期第2四半期の決算状況

決算ハイライト①

● 前年同期比で増収増益

- ✓ 売上収益は1,261百万円（前年同期比44百万円増、同3.6%増）となりました。
- ✓ ミステリーショッピングリサーチ（以下、MSR）に付随したコンサルティング・研修（以下、コンサル）を含む国内におけるMSR事業の売上収益は1,222百万円（前年同期比44百万円増、同3.7%増）となりました。
- ✓ 営業利益は111百万円（前年同期比41百万円増、同58.9%増）となりました。

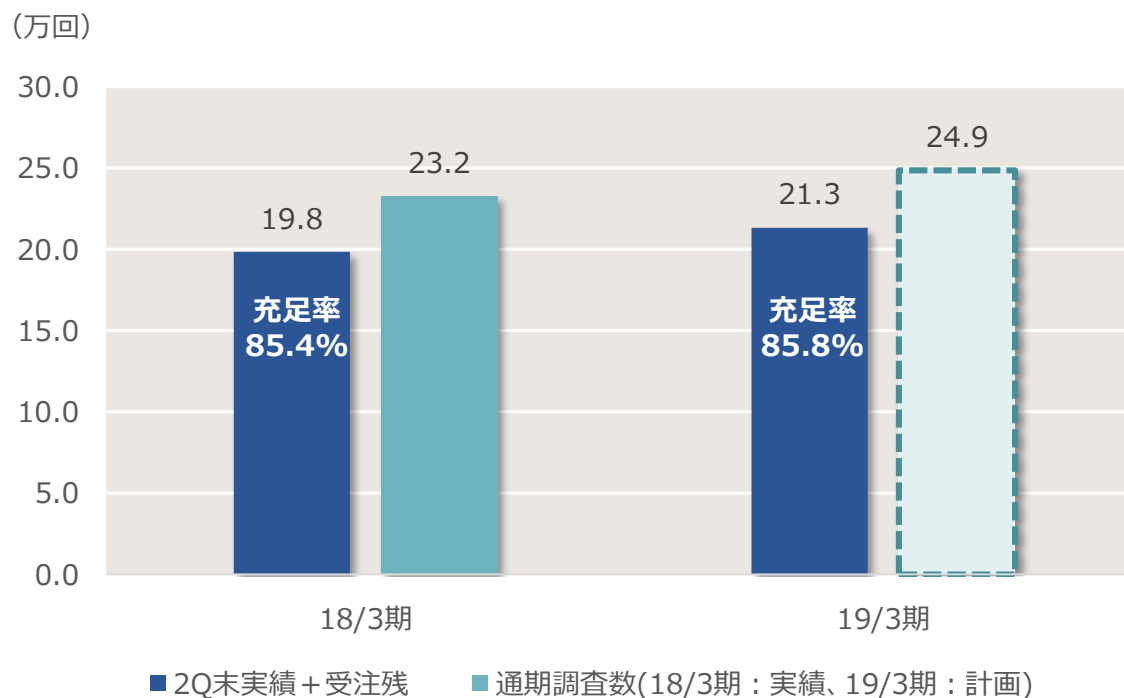
● MSRの調査数は堅調

- ✓ 国内におけるMSRの調査数は12.1万回（前年同期比2.0%増）となりました。
- ✓ 国内におけるMSRの調査店舗数は5.1万店（前年同期比1.7%増）となりました。

参考：2019年3月期・MSRの調査数の進捗

- ✓ 地震や豪雨の影響で上期のMSRの調査数は前年同期比2.0%増にとどまりましたが、2019年3月期第2四半期末時点で、国内における受注残を含めたMSRの調査数は21.3万回(前年同期比1.5万回増、同7.5%増)、2019年3月期通期計画調査数に対する充足率は85.8%

2019年3月期第2四半期末時点における受注残を含む調査数及び通期計画調査数



決算ハイライト②

● サービスチーム力診断の調査店舗数は大幅に増加

- ✓ 国内におけるサービスチーム力診断の調査数は11.3万人(前年同期比46.7%増)となりました。
- ✓ 国内におけるサービスチーム力診断の調査店舗数は9,700店(前年同期比55.2%増)となりました。

注：MSRの調査店舗数はユニーク数、MSR及びサービスチーム力診断の調査数ならびにサービスチーム力診断の調査店舗数は延べ数となります。

● 2019年3月期第2四半期の営業利益は業績予想を達成

● 2019年3月期通期業績予想は達成の見込み

- ✓ 2019年3月期第2四半期末時点で、通期業績予想に対する売上収益進捗率は42.2%、営業利益進捗率は18.3%となりました。ただし、国内における受注残を含めた通期業績予想に対する売上収益の充足率は75.9%となっております。
- ✓ 売上収益及び営業利益は、他の四半期と比較して第4四半期連結会計期間に高くなるという季節変動性があり、それを織り込んだ予算編成となっております。通期においても業績予想は達成の見込みです。

連結P/Lサマリー

✓ 前年同期比、増収増益

MSRの調査数は堅調、サービスチーム力診断の調査店舗数が大幅に増加

✓ 業績予想比、売上収益は若干未達も、営業利益では達成

地震や豪雨によるMSRの中止・後倒しが発生した一方、粗利率の高いサービスチーム力診断の売上収益が拡大
市場変更に伴う上場一時費用が第3四半期以降に繰り延べとなり、その他の費用が減少

(百万円)

	2019年3月期 第2四半期累計 (実績)	2018年3月期 第2四半期累計 (実績)	前年同期 差異	前年同期 比	2019年3月期 第2四半期累計 (予想)	予想 差異	予想 達成率
売上収益	1,261	1,216	44	3.6%	1,284	△ 23	98.2%
営業利益	111	70	41	58.9%	86	25	129.7%
税引前利益	111	69	41	59.8%	85	25	129.9%
当期利益	82	40	42	105.8%	54	28	151.7%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	85	43	41	95.8%	54	31	156.9%

連結P/Lサマリー（国内における売上収益の内訳）

- ✓ 既存顧客へのクロスセルによりサービスチーム力診断の調査店舗数が大幅に増加、加えて収益化(マネタイズ)が伸展
- ✓ 粗利率の高いサービスチーム力診断の売上収益拡大に伴い、売上総利益率が向上

(百万円)

	2019年3月期 第2四半期累計 (実績)	2018年3月期 第2四半期累計 (実績)	前年同期 差異	前年同期比
売上収益	1,247	1,211	36	3.0%
MSR事業の売上収益	1,222	1,179	44	3.7%
(内、MSR)	1,109	1,103	5	0.5%
(内、コンサルティング・研修)	114	76	38	50.5%
(内、サービスチーム力診断、カスタマーリサーチ)	35	7	28	385.5%
その他の売上収益	25	32	△ 8	-23.5%
売上総利益	431	398	33	8.3%
<売上総利益率>	34.6%	32.9%	1.7%	-
MSR調査数	12.1万回	11.9万回	0.2万回	2.0%
サービスチーム力診断調査店舗数	9,700店	6,200店	3,400店	55.2%

連結P/Lサマリー（段階利益内訳）

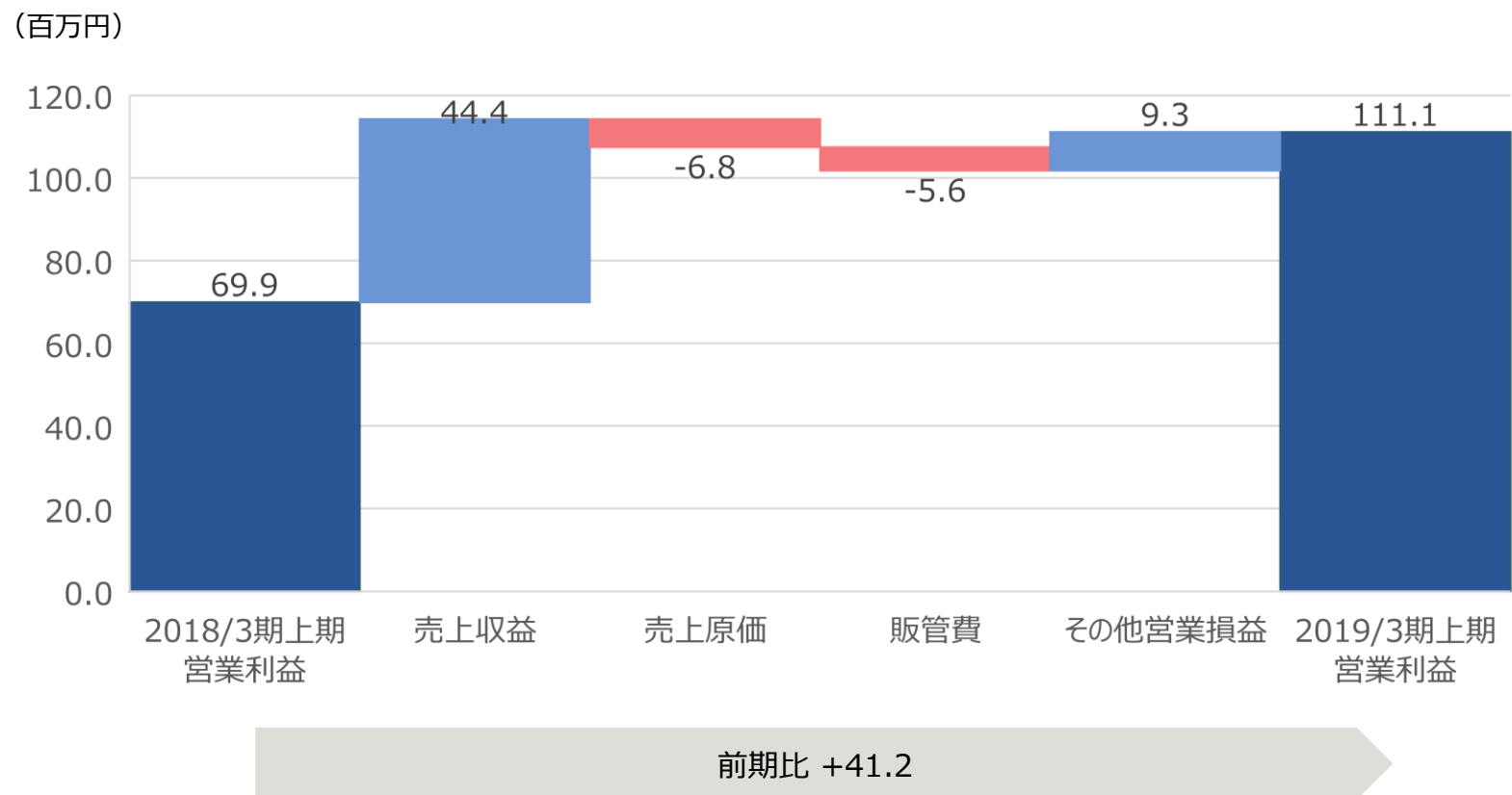
- ✓ 販管費は、旅費交通費、株主総会費用、システムセキュリティ強化費用等が増加したものの、各種コストダウンにより前年同期比1.7%増にとどまる
- ✓ その他の費用は、市場変更に伴う上場一時費用が第3四半期以降に繰り延べとなり、減少

(百万円)

	2019年3月期 第2四半期累計 (実績)	2018年3月期 第2四半期累計 (実績)	対売上収益	前年同期比
売上収益	1,261	1,216	100.0%	3.6%
売上原価	824	817	65.4%	0.8%
売上総利益	437	399	34.6%	9.4%
販管費	332	327	26.4%	1.7%
その他の収益	7	6	0.6%	19.0%
その他の費用	0	8	0.0%	-98.3%
営業利益	111	70	8.8%	58.9%
EBITDA	119	82	9.5%	44.9%
金融収益	0	0	0.0%	-95.4%
金融費用	0	1	0.0%	-45.5%
税引前利益	111	69	8.8%	59.8%
当期利益	82	40	6.5%	105.8%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	85	43	6.7%	95.8%

EBITDA=営業利益+減価償却費にて算出

連結P/Lサマリー（段階利益増減内訳）



連結B/Sサマリー

- ✓ MSRの調査数の増加により営業債務及びその他の債務が増加
- ✓ 法人税等の支払により未払法人所得税等が減少

資 産

(百万円)

	2018年3月期 連結会計年度 (2018年3月31日)	2019年3月期 第2四半期 (2018年9月30日)
現金及び現金同等物	627	493
営業債権及びその他の債権	756	738
棚卸資産	3	5
その他の流動資産	33	51
流動資産合計	1,419	1,287
有形固定資産	28	35
のれん	2,224	2,224
その他の無形資産	36	50
その他の金融資産	41	44
繰延税金資産	19	15
非流動資産合計	2,348	2,368
資産合計	3,768	3,655

負債及び資本

(百万円)

	2018年3月期 連結会計年度 (2018年3月31日)	2019年3月期 第2四半期 (2018年9月30日)
借入金	95	68
営業債務及びその他の債務	453	488
未払法人所得税等	118	46
引当金	7	7
その他の流動負債	25	6
流動負債合計	697	615
借入金	75	42
引当金	14	14
非流動負債合計	89	55
負債合計	786	670
資本金	570	571
資本剰余金	1,905	1,905
その他の資本の構成要素	-13	-11
利益剰余金	534	538
親会社の所有者に 帰属する持分合計	2,997	3,003
非支配持分	-15	-18
資本合計	2,982	2,985
負債及び資本合計	3,768	3,655

連結CFサマリー

- ✓ 営業活動によるキャッシュフローは、法人税等の支払を含む
- ✓ 投資活動によるキャッシュフローは、システムセキュリティ強化のための設備投資
- ✓ 財務活動によるキャッシュフローは、借入金の約定返済、配当金の支払による支出が発生

(百万円)

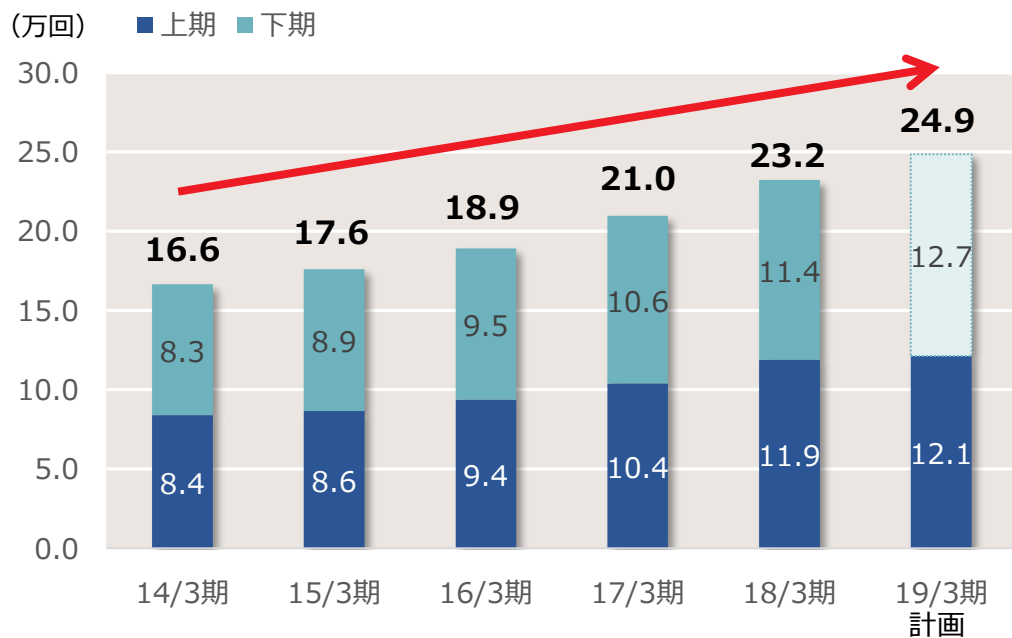
	2018年3月期 第2四半期累計 (実績)	2019年3月期 第2四半期累計 (実績)	前年同期 差異	前年同期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	28	20	△ 8	-28.8%
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 18	△ 14	4	-24.8%
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 577	△ 140	437	-75.7%
現金及び現金同等物の 四半期末残高	452	493	41	9.1%

3. 事業の現況

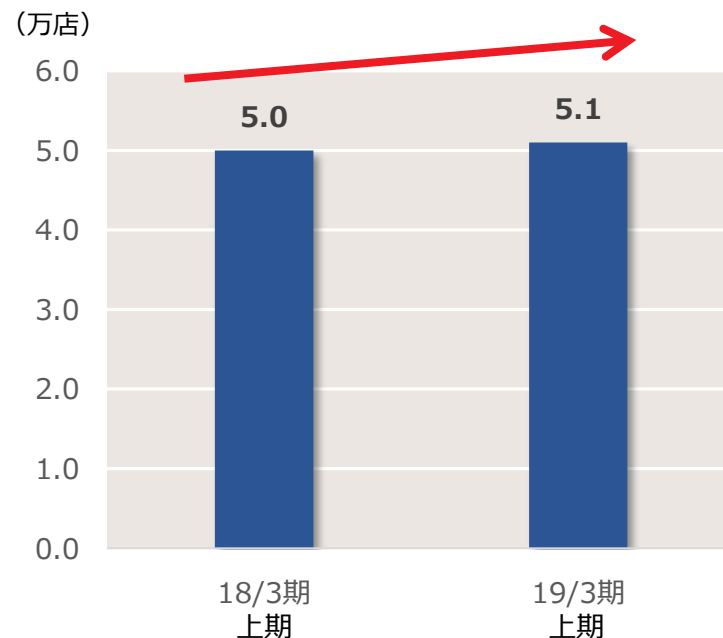
ミステリーショッピングリサーチ | 調査数の推移

- ✓ 国内におけるMSRの調査数は、通期計画**24.9万回**に対し、上期で**12.1万回**の実績
- ✓ 国内におけるMSRの調査店舗数は、上期で**5.1万店**の実績
- ✓ 国内におけるMSRのモニター数は、前期末から**約1.4万人**と、大幅に増加

ミステリーショッピングリサーチ調査数の推移



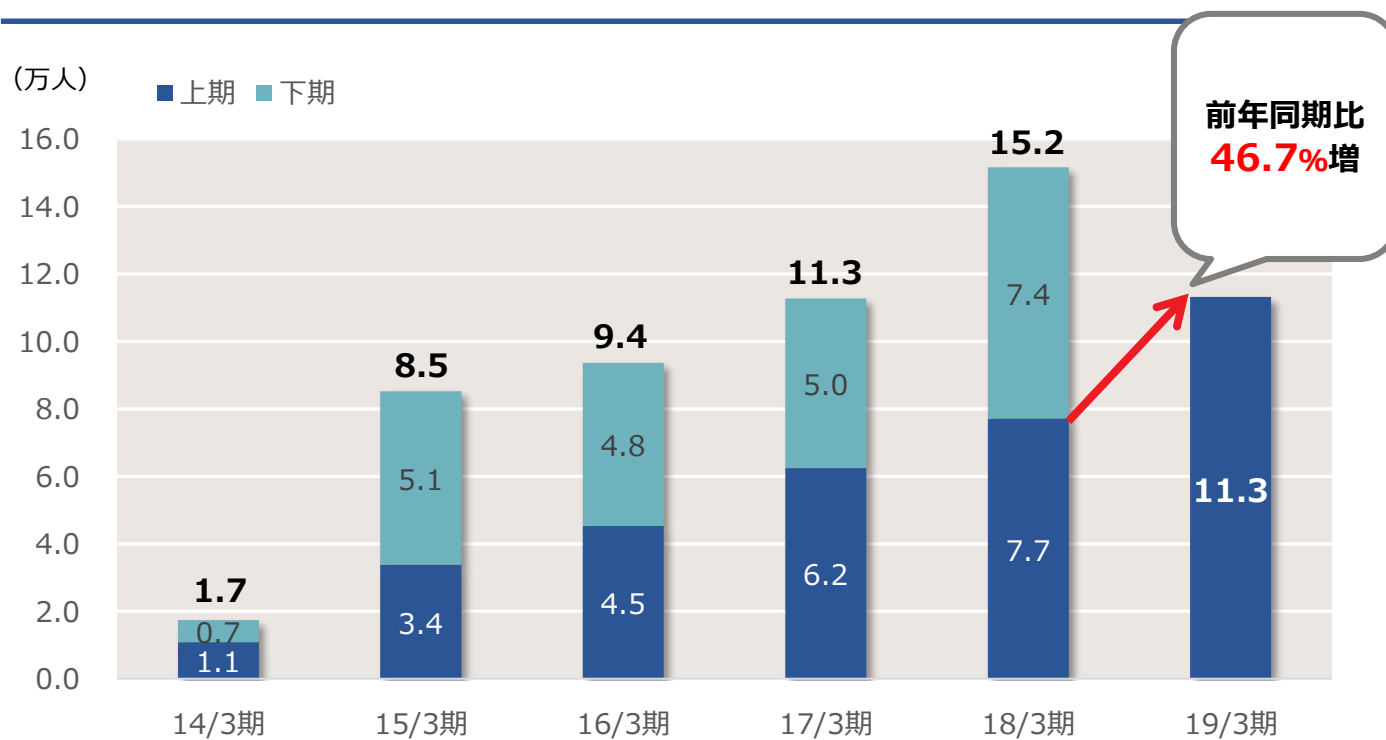
ミステリーショッピングリサーチ調査店舗数の推移



サービスチーム力診断 | 調査数の推移

- ✓ 国内におけるサービスチーム力診断の調査数（延べ）は、上期で**11.3万人**の実績

サービスチーム力診断調査数の推移

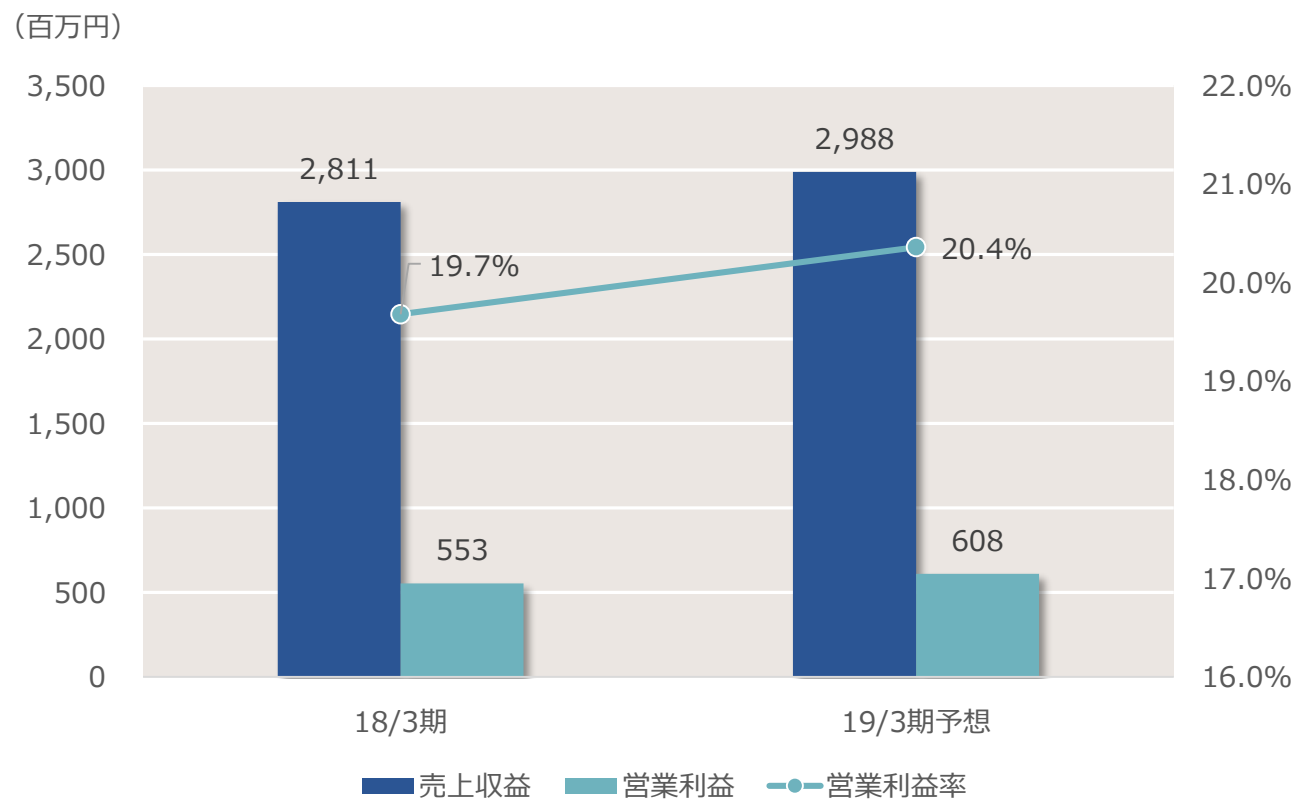


4. 2019年3月期の通期業績予想

2019年3月期通期業績予想

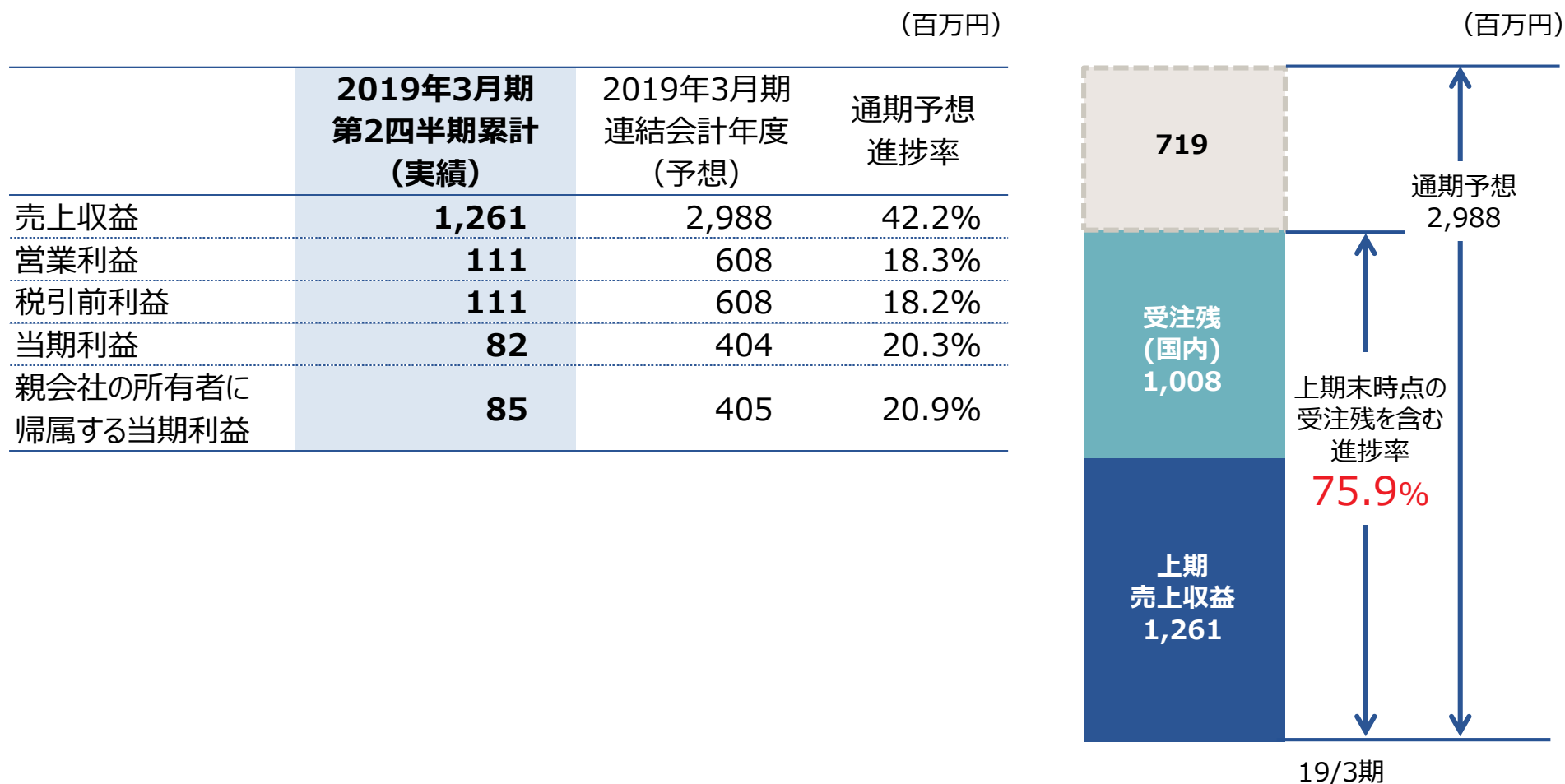
- ✓ 2018年5月10日「2018年3月期 決算短信〔IFRS〕(連結)」で公表した通期業績予想に変更なし
- ✓ 売上収益は前期比6.3%増、営業利益は前期比10.0%増を見込む、第4四半期連結会計期間に高くなるという季節変動性も織り込む

通期業績推移



2019年3月期通期業績予想の進捗

- ✓ 2019年3月期第2四半期末時点で、国内における受注残を含めた売上収益は2,269百万円（前年同期比165百万円増、同7.8%増）、2019年3月期通期業績予想に対する売上収益の充足率は75.9%と順調に推移



配当の基本方針及び2019年3月期の配当予想について

● 配当の基本方針

- ✓ 当社の利益配分につきましては、株主の皆様に対する安定的かつ継続的な利益還元を経営の最重要課題のひとつと位置付けた上で、将来の事業の発展と経営基盤の強化のための内部留保の充実と経営成績等を勘案し、IFRSベースの配当性向20%、日本基準（単体）ベースの配当性向30%を目安として、配当を実施することを基本方針としております。

● 今期の配当予想

- ✓ 2018年5月10日「2018年3月期 決算短信〔IFRS〕(連結)」で公表した通期の配当予想からの変更はありません。
- ✓ 2019年3月期の期末配当予想は1株当たり18.0円としております。

5. 今期重点施策の進捗

施策①② 既存顧客へのクロスセル／調査頻度の向上

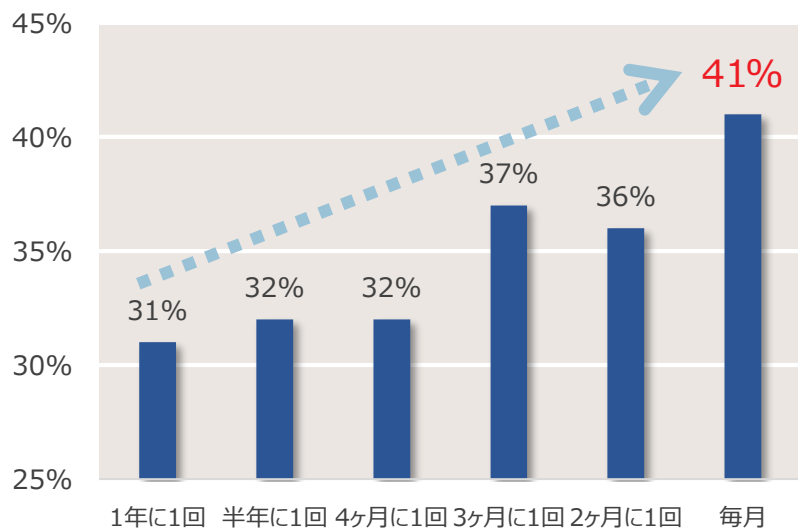
既存顧客への
クロスセル

サービスチーム力診断 | 現クライアントの導入率 **18.2%**
(前年同期実績12.8%、**42.3%増**)

調査頻度の
向上

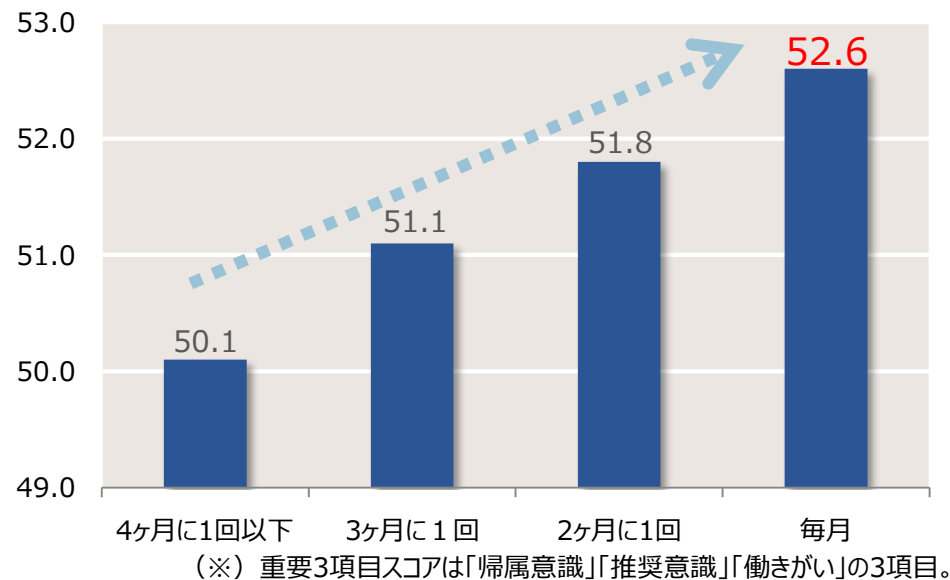
MSRの調査頻度 | 2.38回/店・半期 (前年同期実績2.37回、0.3%増)

■ MSR調査頻度別の再来店意志(必ずまた来たい)獲得比率



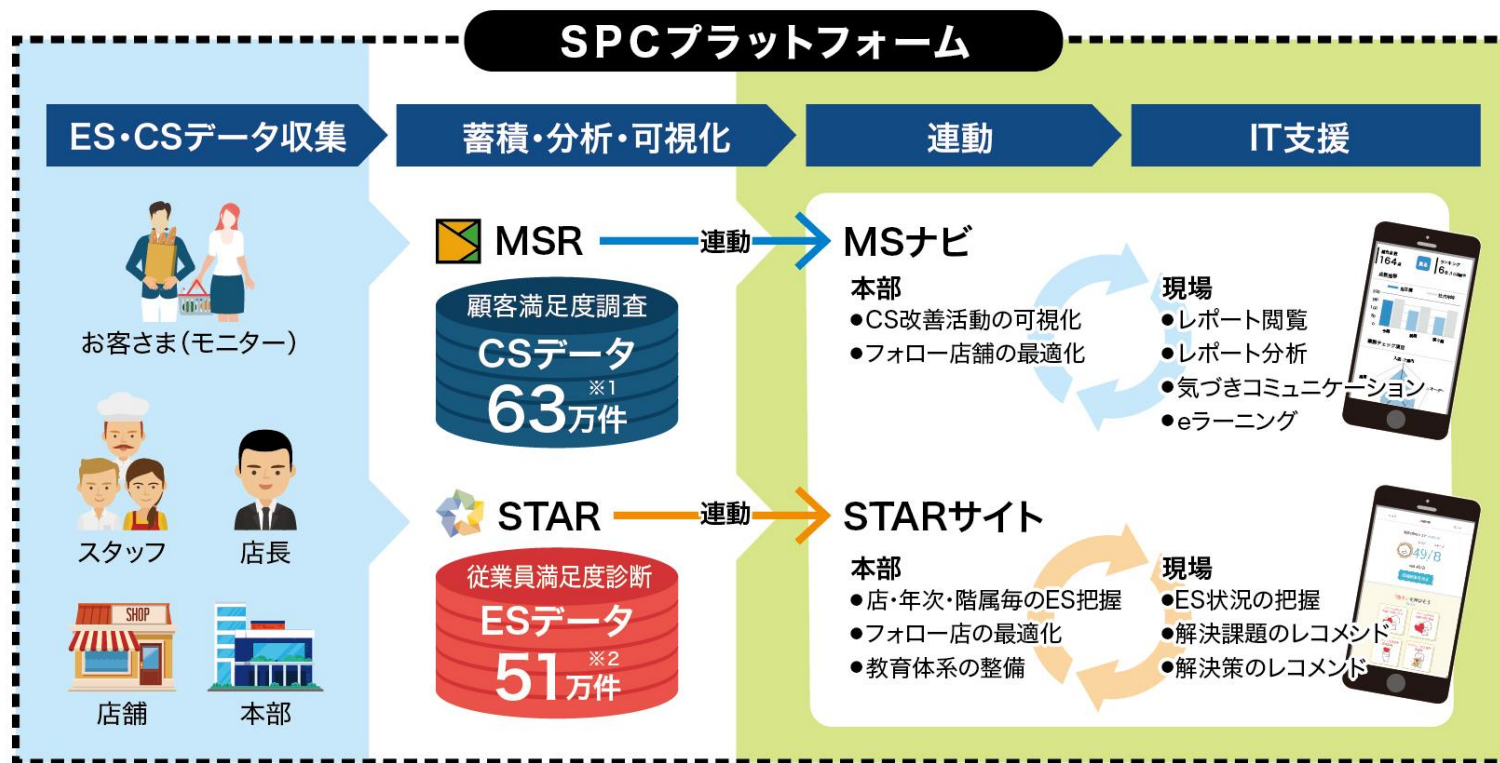
調査頻度が高いほど顧客満足度が高まる

■ MSR年間調査回数別の『従業員満足度』重要3項目の偏差値(※)



調査頻度が高いほど従業員満足度が高まる

施策③ SPCプラットフォームによる顧客価値の向上

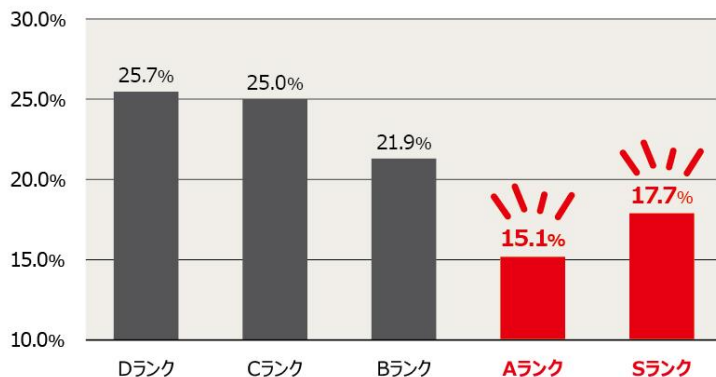


※1:直近3年度 (2015年4月1日から2018年3月末日まで) 合計 ※2:2018年3月末時点

MSナビ登録ID数 | 39,880件(2018年3月末実績19,620件、**103.3%増**)

事例紹介 | 株式会社ストライプインターナショナル

表1 | Aランク以上になると、お客さまの不満がグッと減る



従業員満足度調査「サービスチーム力診断」や顧客満足度覆面調査「ミステリーショッピングリサーチ」をどのように活用されていますでしょうか？

CSの重要性は店長も理解していたのですが、CSを向上させようと言っても、従業員満足（以下、ES）の状態が整っていないと取り組みを進めていくことができませんでした。あるいは、取り組みが継続されないということが起きていました。

そのため、店舗の実情に合わせて、

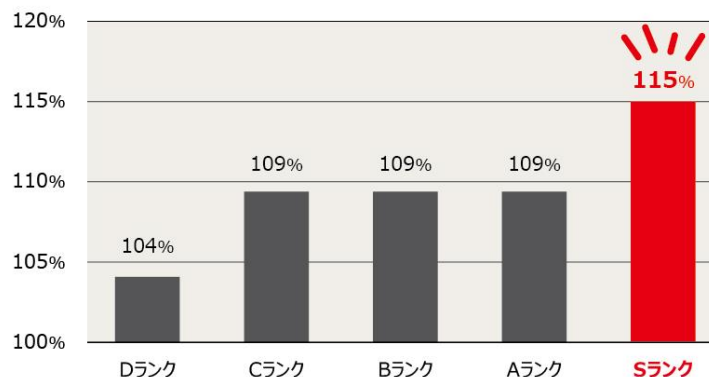
- 今はESに取り組むべき状態
- CSに取り組むべき状態
- ESとCSが整っているので、売上拡大を目指す

し新規客獲得の販促施策に取り組むべき状態と取り組むべきテーマを設定しています。

ミステリーショッピングリサーチとサービスチーム力診断によって各店舗のCS・ESレベルが分かるので取り組むべき内容に優先順位をつけることができるようになりました。店長は現場にいれば、本部からの指示などいろいろやらないといけないことが多くなり、思考停止に陥ってしまいます。そのため、何から手を付けたら良いのかが明確になったのはとても良いと思います。

実際、ESが高い店舗はお客さまの不満比率が低く（表1）、予算達成率や売上前年比が高いことが分かりました。Dランクの店舗とSランクの店舗で、売上前年比で10%以上違いがあ

表2 | Sランクの店舗は売上前年比も高い



ることは驚きでした（表2）。この結果を見て、店長たちは会社が推し進めようとしていることに対して、確信が持てたと思います。



弊社HPにて、記事の全文をお読みいただけます。

その他の施策の状況

- **東証本則市場への市場変更申請**
- **役員持株会設立**
- **株式会社ぐるなびとの協業が本格化**
 - ✓ 業務提携基本契約を締結(2017年7月)
 - ✓ 業務提携個別契約を締結(2017年11月)
 - ✓ 両社による営業体制構築(営業ツール制作、営業勉強会の実施など)
 - ✓ ぐるなびパイロット拠点による営業活動が本格化(2018年4月)
 - ✓ ぐるなび全国拠点での営業活動を開始(2018年8月29日)
- **産総研との共同研究を継続**

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

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。