

2027年2月期 第2四半期 決算説明資料

MS&C

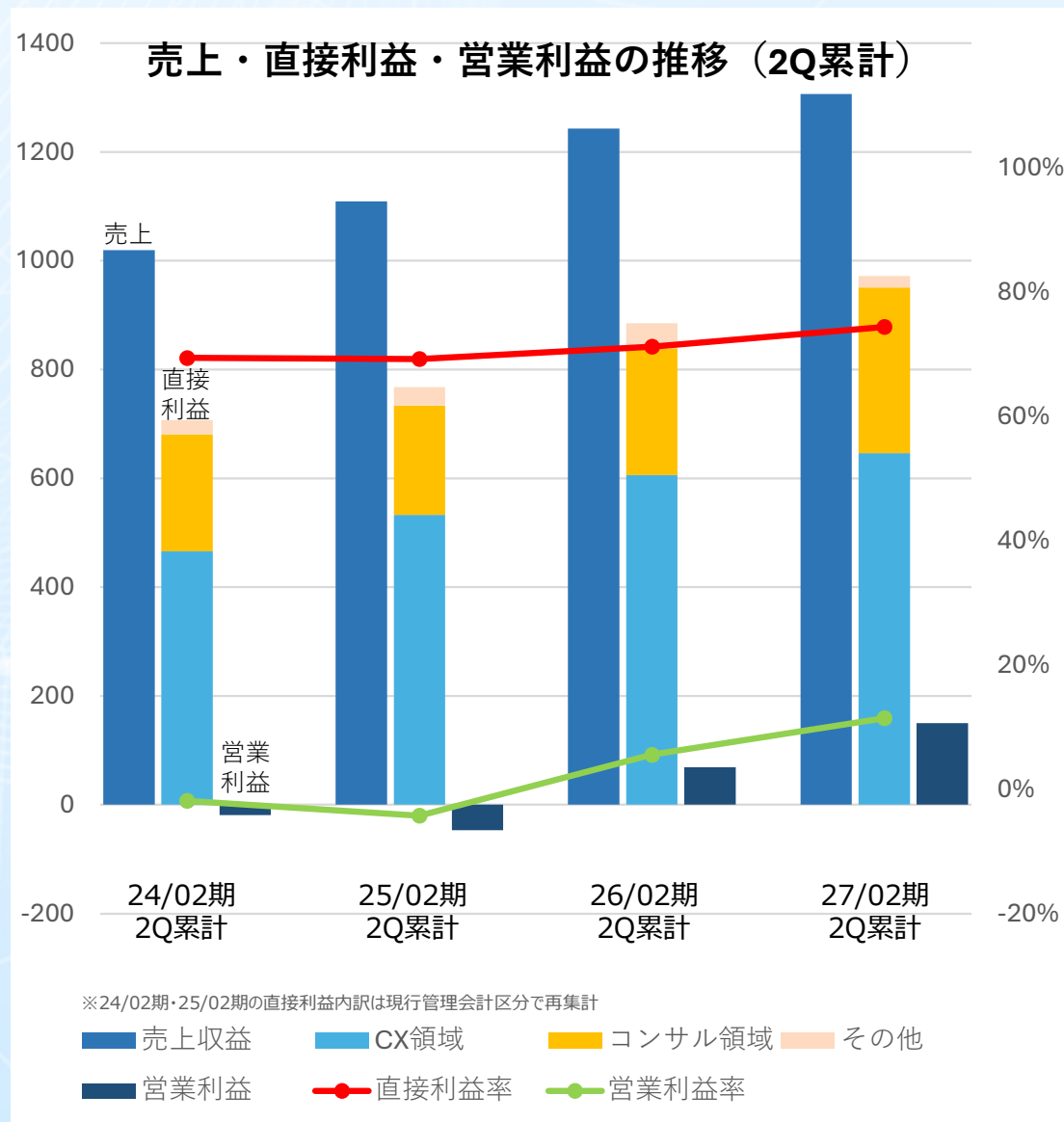
株式会社MS&Consulting
(証券コード：6555)

6555

エグゼクティブサマリー

※直接利益＝売上収益－（モニター謝礼＋外注費） ※以下（）内は前年同期比

収益性改善が進展。受注の質も向上し、成長モデル転換が着実に前進



①収益性の拡大は継続

直接利益：972百万円（+9.8%）
営業利益：150百万円（+117.3%）
直接利益率：74.4%（+3.2pt）

売上成長を上回る直接利益・営業利益の伸長
生産性向上と販売単価改善の効果が継続

②各領域の直接利益も伸長

CX領域：646百万円（+6.6%）
コンサル領域：305百万円（+30.9%）

CX領域の収益性改善に加え、高付加価値サービスが伸長

③受注の「量」と「質」がともに改善

受注高：1,531百万円（+7.4%）
直接利益受注高：1,105百万円（+13.7%）

受注高以上に利益ベースの受注が伸長
上期以降の利益成長を支える受注を確保

成長戦略 | CX Gridで顧客単価・利益率向上を実現

MS調査を活用したCS改善から、CX Gridを活用したCX改善へ

【従来】調査件数拡大型

導入店舗数の最大化



MS調査件数の拡大



売上の増加

成長モデル
の転換

【今後】顧客単価向上→利益率向上型

支援領域の
多角化



高付加価値の提供
→顧客単価UP



商品開発

マーケティング戦略

CRM・LTV向上戦略

CX調査（高単価MS調査）
・カスタマージャーニー改善



MS調査



当社独自の顧客体験データ基盤

利益率向上型が進捗 | 直接利益率74.4% (+3.2pt) / 粗利率36.6% (+5.5pt)

成長戦略 | CX Gridで購入前から継続・離脱まで可視化

顧客の実体験データと継続行動データを同一顧客単位で蓄積・分析し、
購入前から継続・離脱まで可視化

実体験を 伴う持続的 データの収集	購入前 家の中	購入時 店舗・売場	帰宅後 使用開始	1か月後 継続不満の兆候	6か月後 定番化・他社スイッチ
■ 居住形態別 					
■ 商品別 日用品・美容品 食品 家電など					
可視化ポイント	・既存ブランドの印象 ・他利用商品の把握	・来店時の印象変化 ・接客、商品の評価	・初回使用時の印象 ・商品満足度	・使用頻度の変化 ・ブランド印象の変化	・継続・離脱 ・競合ブランドからのスイッチ要因
分析内容	・家内の配置場所 ・事前期待値	・見つけやすさ ・接客の満足度	・商品満足度の差異 ・購入体験の影響	・使用頻度の変化 ・不満の理由	・継続要因 ・離脱要因
導き出される 改善アクション	 ① 店舗改善 接客・売場  ② マーケティング 顧客属性別アプローチ  ③ 商品開発 使用実態の把握・改善				

成長戦略 | CX Gridによる支援領域の拡大

競合比較・購買決定・利用実態まで、店舗改善の先にある改善テーマへ展開



ブランド：競合顧客の
スイッチング要因分析

【目的】
競合ブランド利用客の獲得

【CX Gridによる可視化】

競合利用者の自ブランドの印象
ショップ利用時の顧客体験
利用体験・利用後の評価
継続利用意向を継続的に把握

【提供価値】

競合の利用者が自社へ切り替える
条件を特定し、店舗体験
接客、商品構成
などの改善ポイント
を抽出



SWITCH



メーカー：購買意思の
決定要因分析

【目的】
顧客の購買決定要因の把握

【CX Gridによる可視化】

ショールーム来店前後の印象変化
営業接客、追客活動の印象
商品スペック、競合比較の理解度
ブランドへの購入意欲の把握

【提供価値】

ブランド訴求、店舗体験、営業接客
追客活動
商品戦略などの
改善ポイントを抽出



マーケット：利用実態
分析⇒商品改善支援

【目的】
顧客の商品利用実態の把握

【CX Gridによる可視化】

購入者の自宅での利用シーン
誰と、食べ方、他の商品＆飲料との
組み合わせ、盛り付け方法など
商品評価、再購入意向を継続把握

【提供価値】

商品開発、販促企画、売場提案
カテゴリ提案および
商品戦略の
改善ポイントを
抽出



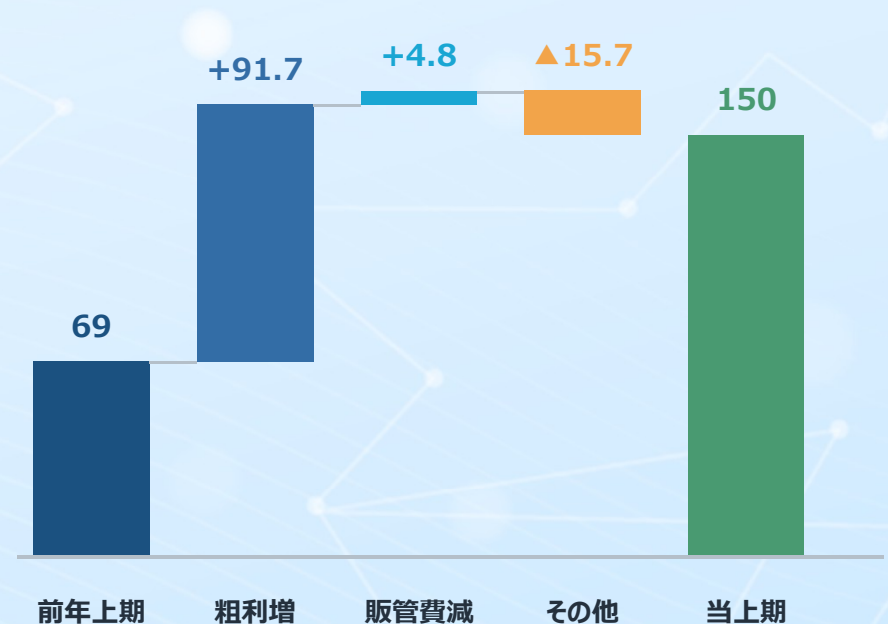
業績ハイライト

※直接利益 = 売上収益 - (モニター謝礼 + 外注費)

売上+5.1%に対し、粗利+23.7%、営業利益+117.3%。利益率改善が鮮明に

単位：百万円	当上期	前年同期	前年比
売上収益	1,307	1,243	+5.1%
直接利益	972	885	+9.8%
売上総利益	478	386	+23.7%
販管費	320	325	▲1.5%
営業利益	150	69	+117.3%
EBITDA	222	134	+66.3%
親会社の所有者に 帰属する中間利益	97	52	+85.1%

営業利益の増益要因



直接利益率

74.4%

+3.2pt

粗利率

36.6%

+5.5pt

営業利益率

11.5%

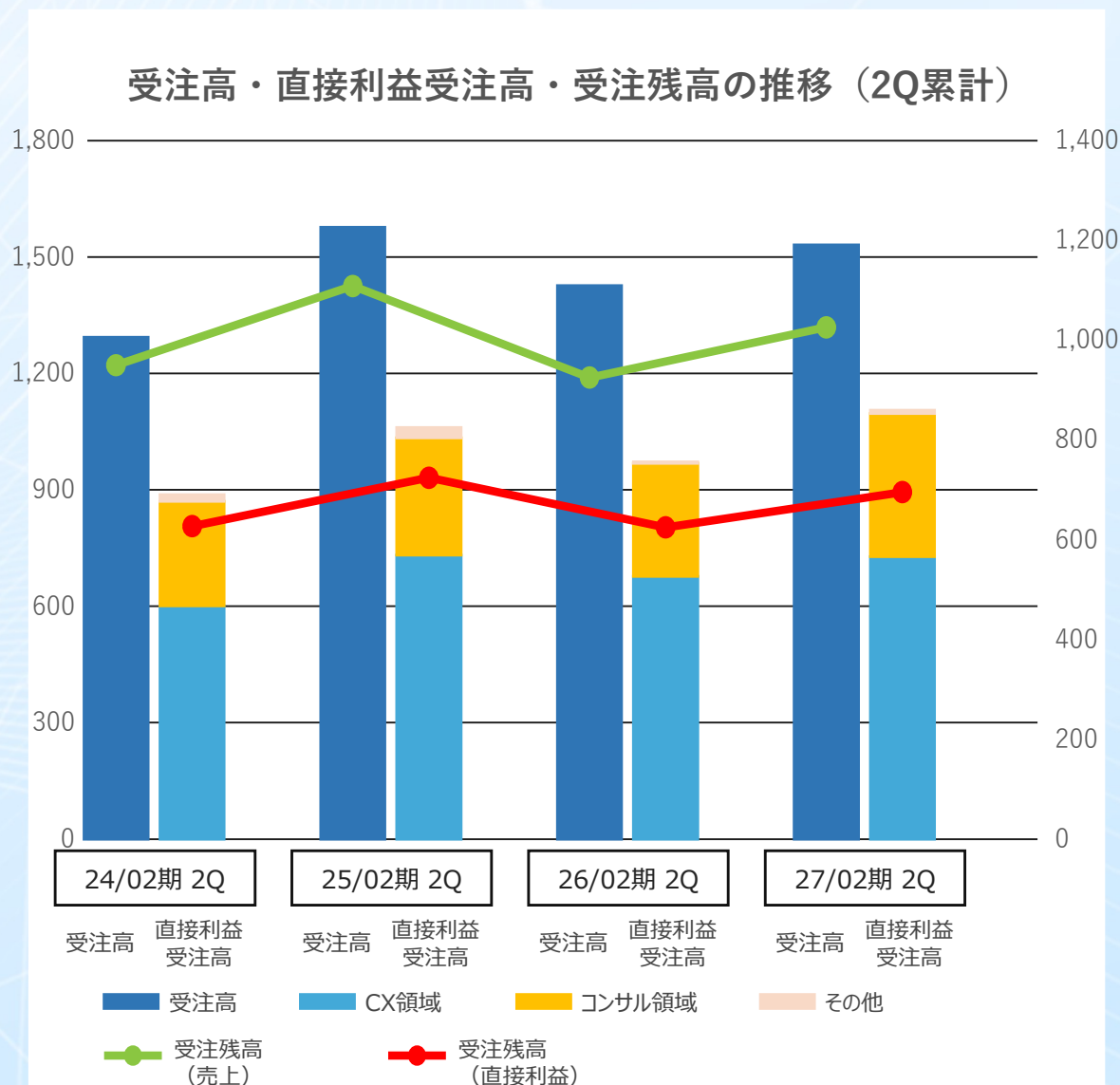
+5.9pt

原価低減・外注費抑制と販管費コントロールが寄与。
粗利率+5.5pt、営業利益率+5.9ptと収益性改善が進展。

受注推移

※直接利益＝売上収益－（モニター謝礼＋外注費）※以下（）内は前年同期比

受注高・直接利益受注高及び受注残高は前年同期を上回る



①受注高推移

受注高 1,531百万円(+7.4%)

直接利益受注高
1,105百万円(+13.7%)

②直接利益受注高内訳

CX領域 728百万円(+7.5%)

コンサル領域 368百万円(+26.4%)

③受注残高推移

受注残高 1,026百万円(+10.9%)

直接利益受注残高
695百万円(+11.3%)

連結P/L（通期予想進捗）

上期実績は順調に進捗。売上は受注残を含め通期予想の約8割をカバー

売上収益進捗率

47.4% (前期45.3%)
1,307百万円

営業利益進捗率

42.2% (前期27.9%)
150百万円

親会社の所有者に帰属する
当期利益進捗率

43.9% (前期34.6%)
97百万円

売上収益の通期カバー状況

上期実績
1,307百万円

通期対応受注残
890百万円

残り
560百万円

上期実績 + 通期対応受注残 = 2,197百万円 / 通期予想 2,757百万円 → 充足率 **79.8%** (前期73.4%)

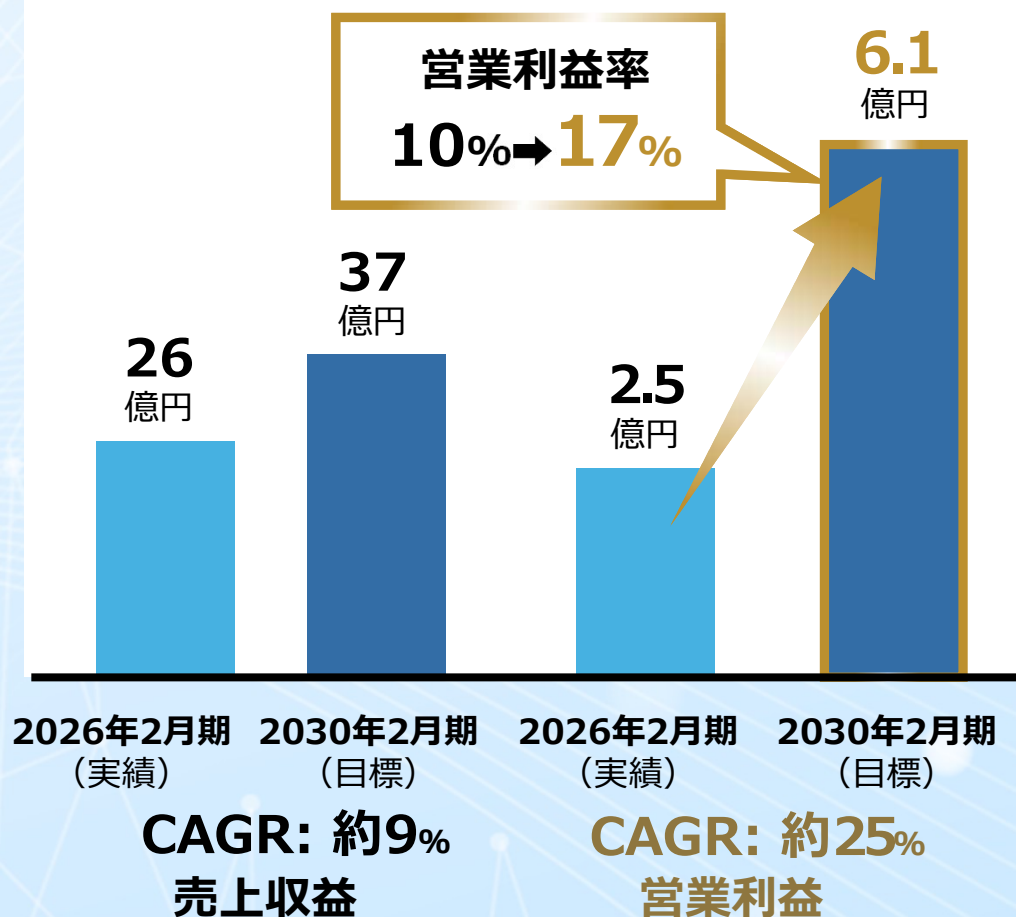
上期時点で通期売上予想の約8割をカバー。通期業績予想は達成に向け順調に進捗。

※充足率は、上期実績と通期売上予想に対応する受注残を合算して算出

中期事業計画

独自の顧客体験データ基盤「CX Grid」を軸に、顧客理解の深化と高付加価値化を推進。
上期は収益性改善と受注品質向上の双方で進捗

売上収益 / 営業利益・率



重点施策の上期進捗



- ① CX改善領域の拡大
CX領域の直接利益 +6.6%



- ② 顧客単価・付加価値の向上
直接利益受注高 +13.7%



- ③ 収益性の向上
粗利率 +5.5pt
営業利益率 +5.9pt

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は負いません。

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。