



株式会社 メンバーズ (2130)

2016年3月期 1H 決算説明資料
2015/4 - 2015/9

本資料に記載された将来の事項は現時点の当社の判断を参考として記載したものであり、その確実性を保証するものではありません。
また経済情勢などの事業環境の変化によって予告なく変更することがございます。

目次

- **ミッション・ビジョン2020**
- **2016年3月期 1H 決算サマリー**
- **2016年3月期 1H 戦略サマリー**
- **2016年3月期 業績予想**
- **参考資料**

ミッション・ビジョン2020

ミッション

“MEMBERSHIP”でマーケティングを変え、心豊かな社会を創る

ビジョン2020

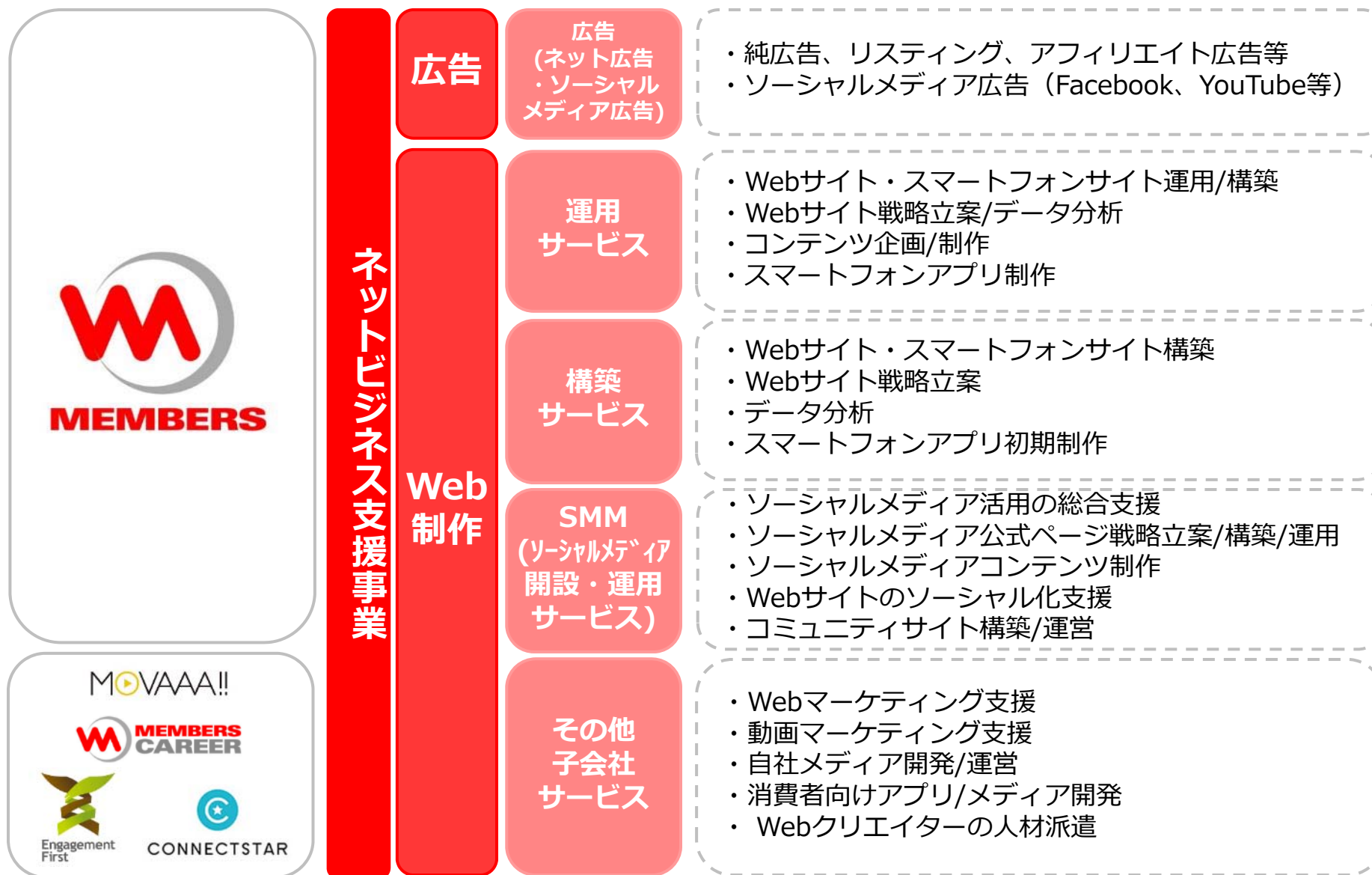
ネットビジネスパートナーとして、
企業と人々のエンゲージメントを最も多く創出する

- ・エンゲージメント総量**100**億件
- ・EMC（エンゲージメントマーケティングセンター）
導入顧客企業 **50**社 *EMC:エンゲージメント向上を通じてマーケティング成果を創出する総合的なWeb運用サービス
- ・社員数**1000**名
- ・売上**150**億円、営業利益率**10**%

2016年3月期 1H 決算サマリー

※特に記載がない場合、金額は百万円単位・単位未満切り捨て、パーセンテージは単位未満四捨五入にて記載しております

サービスセグメント (2015年9月30日現在)



※SMMとは「Social Media Marketing」の略。

2016年3月期 1 H 連結決算サマリー

■ 2016年3月期 1 H 売上高 2,858百万円

- 収益性の低い広告案件の撤退やスポットのキャンペーン案件の終了により売上は前年同期比▲306百万円。
計画比ではほぼ想定どおり。

■ 2016年3月期 1 H 営業利益 157百万円

- 運用サービスを代表とする収益性の高い制作案件が堅調に増加。
また内製化施策等、前期より計画的に行われた収益性強化の取り組みにより営業利益が前年同期比+83.8%の157百万円。
- 期初業績予想を大幅に達成すると共に、上半期において過去最高の営業利益を達成。

連結損益計算書概要

- 収益性の低い広告案件の撤退や前期より継続して行われた内製化施策の成果により、売上総利益率は前期比+4.4P増加し22.1%。また販売管理費抑制の効果もあり、営業利益率は+2.8P増加し5.5%を達成。
- 営業利益、経常利益、四半期純利益いずれも上半期における過去最高の利益額を達成。

(単位：百万円)

| | 16/1H | 15/1H | 前年同期比 |
|----------------------|-------|-------|---------|
| 売上高 | 2,858 | 3,165 | ▲9.7% |
| 売上総利益 | 630 | 559 | +12.7% |
| (売上総利益率) | 22.1% | 17.7% | - |
| 販売管理費 | 472 | 473 | ▲0.2% |
| 営業利益 | 157 | 85 | +83.8% |
| (営業利益率) | 5.5% | 2.7% | - |
| 経常利益 | 172 | 100 | +71.0% |
| 税金等調整前四半期純利益 | 170 | 100 | +69.2% |
| 法人税等合計 | 67 | 51 | +30.6% |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 105 | 51 | +102.6% |

連結貸借対照表概要

- 資産の減少は主に受取手形及び売掛金の減少によるもの。資産合計は前期末比▲302百万円。
- 負債の減少は主に買掛金の減少によるもの。負債合計は前期末比▲388百万円。

(単位：百万円)

| | 15年9月末 | 15年3月末 | 増減 |
|---------|--------|--------|------|
| 流動資産 | 2,313 | 2,642 | ▲328 |
| (内、現預金) | 1,097 | 1,204 | ▲106 |
| 固定資産 | 466 | 440 | +25 |
| 資産合計 | 2,780 | 3,082 | ▲302 |
| 流動負債 | 877 | 1,260 | ▲383 |
| 固定負債 | 86 | 91 | ▲5 |
| 負債合計 | 963 | 1,352 | ▲388 |
| 純資産合計 | 1,816 | 1,730 | +85 |
| 自己資本比率 | 63.8% | 54.9% | - |

2016年3月期 1H 戦略サマリー

※特に記載がない場合、金額は百万円単位・単位未満切り捨て、パーセンテージは単位未満四捨五入にて記載しております

テーマ

EMC（エンゲージメント・マーケティング・センター）モデルの確立

EMCモデルを増やす

- ・顧客の専任チームによる“成果創出型”のオウンドメディア運用
- ・ユーザーインサイトに基づく最高のWeb体験の提供
- ・多様な背景を持つプロフェッショナルが一体となるスクラム運営

PDCA運用力の確立

- ・「品質・生産管理」「マーケティング」「エンゲージメント」の3つの観点で成果指標向上のPDCAサイクルを確立・推進
- ・オウンドメディアの特性を活かしたデータ活用の推進

体制の拡大 技能スキルの向上

- ・プロデューサー150名、1000名体制に向け教育カリキュラム確立
- ・アジャイル開発部隊、システム開発人員の拡大
- ・技能スキルの向上（UI/UXエンジニアリング、人間中心設計）
- ・地方拠点展開の推進

2016年3月期 1 Hにおける戦略トピックス

EMC（エンゲージメント・マーケティング・センター）モデルの確立

EMCモデルを増やす

- **顧客軸の体制構築と統括プロデューサーの配置／養成**
 - 各クライアント毎に提供価値／成果向上方針を明確化
 - 大型運用案件における“アカウントプラン”の継続作成
- **売上高に占める「制作サービス」比率の向上、内製化の進展**
 - 上半期における売上高付加価値率※60.1%。継続的な付加価値率向上を実現。
- **EMCモデル導入顧客における売上の継続的な向上**
 - 上半期におけるEMCモデル導入顧客の売上高は、前年同期比+34.4%の1,789百万円

PDCA運用力の確立

- **“顧客成果”実現を競う社内コンテスト「P-1グランプリ」の開催**
 - ユニット間における競争意識の醸成、およびナレッジシェアを狙いとし顧客企業のマーケティング成果を最も創出したユニットを表彰するコンテストを開催。

体制の拡大 技能スキルの向上

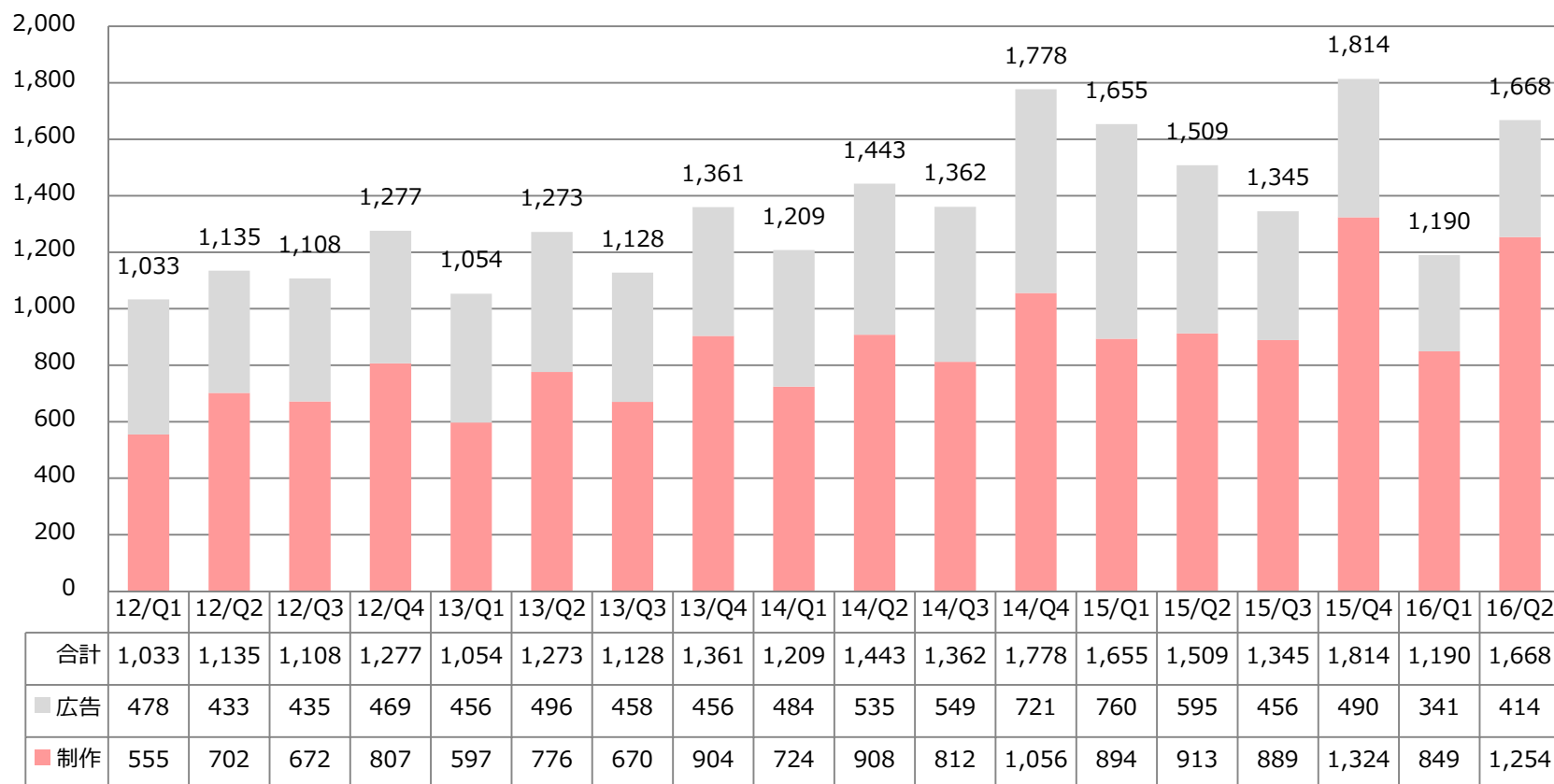
- **新卒採用の活性化／地方拠点の拡大**
 - 新卒60名の採用。1on1のOJTによる早期戦力化を実現
 - 北九州オフィス開設。地方人材は前年同期比+22名
- **M&Aを含めた子会社の体制拡大**
 - 株式会社マイナースタジオを子会社化

※付加価値売上高=売上高-外注費・仕入 社内リソースによる売上高を示す

【連結】 Q別サービス別売上高の推移

- 広告サービスは不採算案件からの撤退等を要因とし、16/Q2の売上高は前年同期比▲30.4%の414百万円。一方で収益性の高い制作サービスは堅調に売上を伸ばし、16/Q2の売上高は前年同期比+37.3%の1,254百万円。

(売上：百万円)



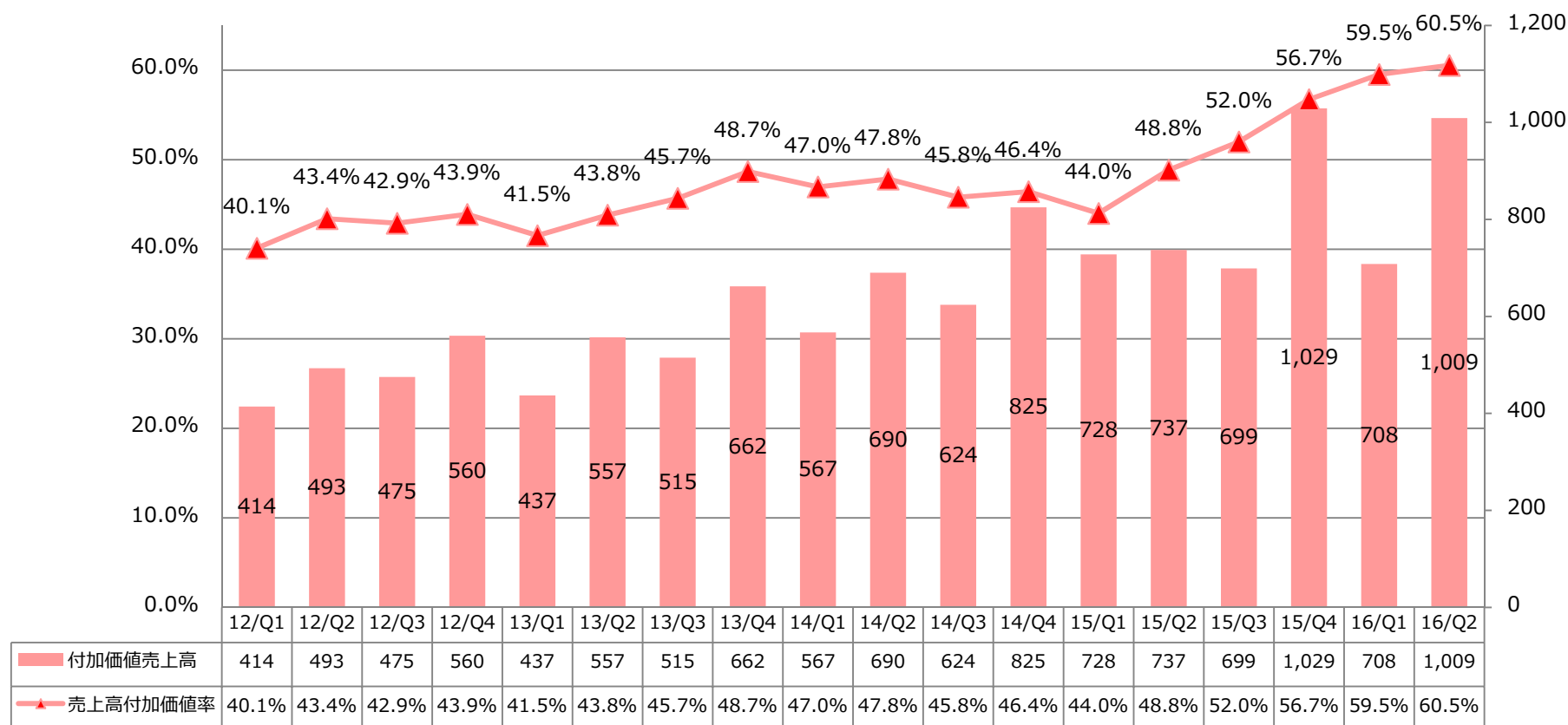
※上記グラフ中の数値は、サービス別売上合計金額。

※「広告」はSMM広告を含みます。

【連結】 Q別付加価値売上高・売上高付加価値率の推移

- 広告案件の減少による制作案件比率の増加に加えて、地方拠点の増設、新卒採用拡大等による内製化により付加価値売上高は継続的に向上。16/Q2の売上高付加価値率は前年同期比+11.7Pの60.5%と、四半期においては過去最高を更新。

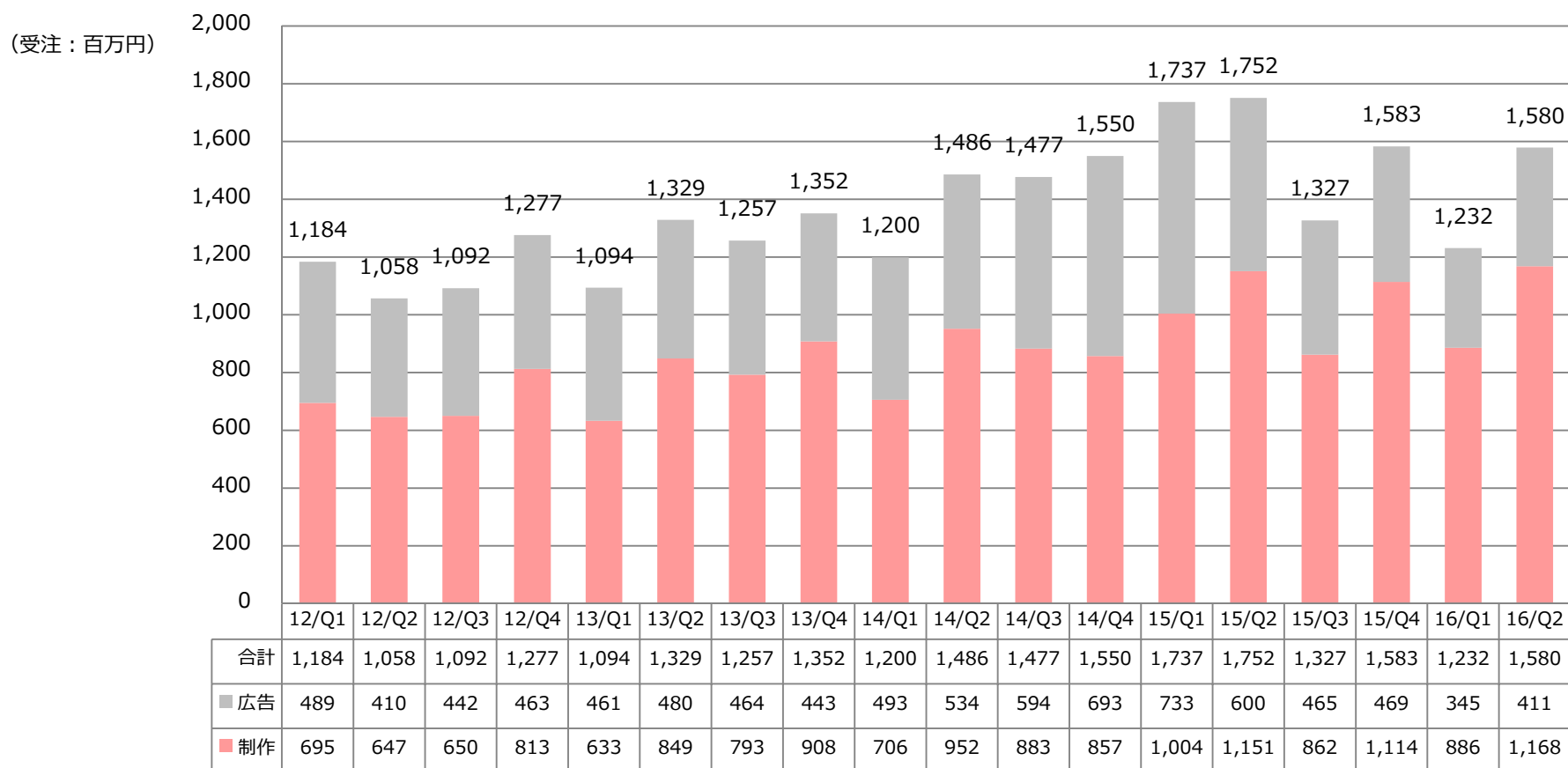
(売上：百万円)



※付加価値売上高=売上高-外注費・仕入 社内リソースによる売上高を示す

【連結】 Q別サービス別受注高の推移

- 不採算の広告案件の撤退、スポットのキャンペーン案件終了により16/Q2におけるサービス全体の受注高は前年同期比▲9.8%。一方、16/Q2の制作サービス受注高は前年同期比+1.5%の増加し1,168百万円。



※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

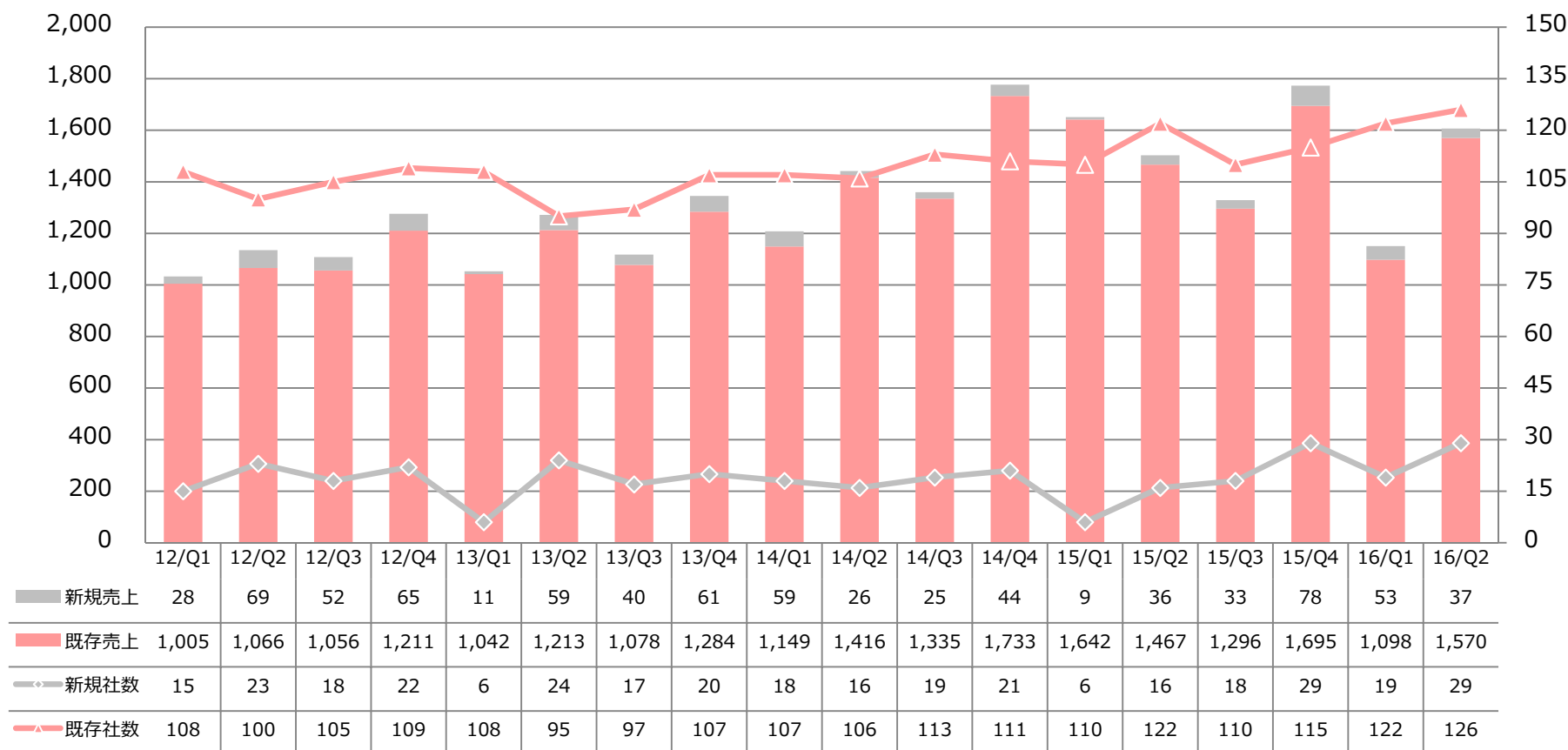
※「広告」はSMM広告を含みます。

【単体】 Q別新規/既存別の売上高と顧客数の推移

- 前年同期比で新規取引が29件増加。主にソーシャルメディア運用や構築などの制作案件において新規取引が拡大。

(顧客別売上：百万円)

(社数)



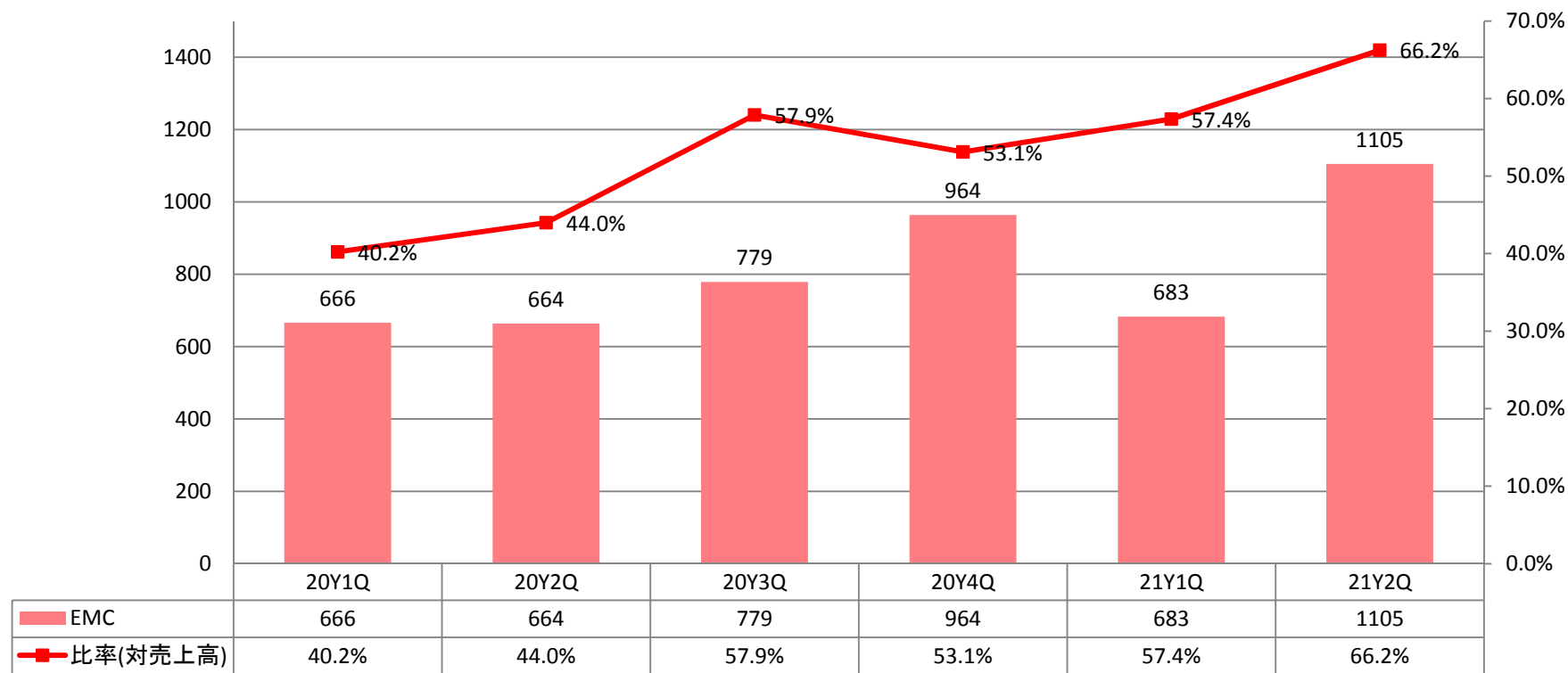
※当該四半期より4四半期間取引のなかった顧客を新規顧客としております。

【連結】 EMCモデル導入社数/Q別売上高推移

- EMC (※) モデル導入企業の売上高は前年同期比 + 441百万円の1,105万円。売上高に占める割合は+22.2Pの66.2%。引き続きEMCモデル確立に注力。

(売上：百万)

(比率：%)



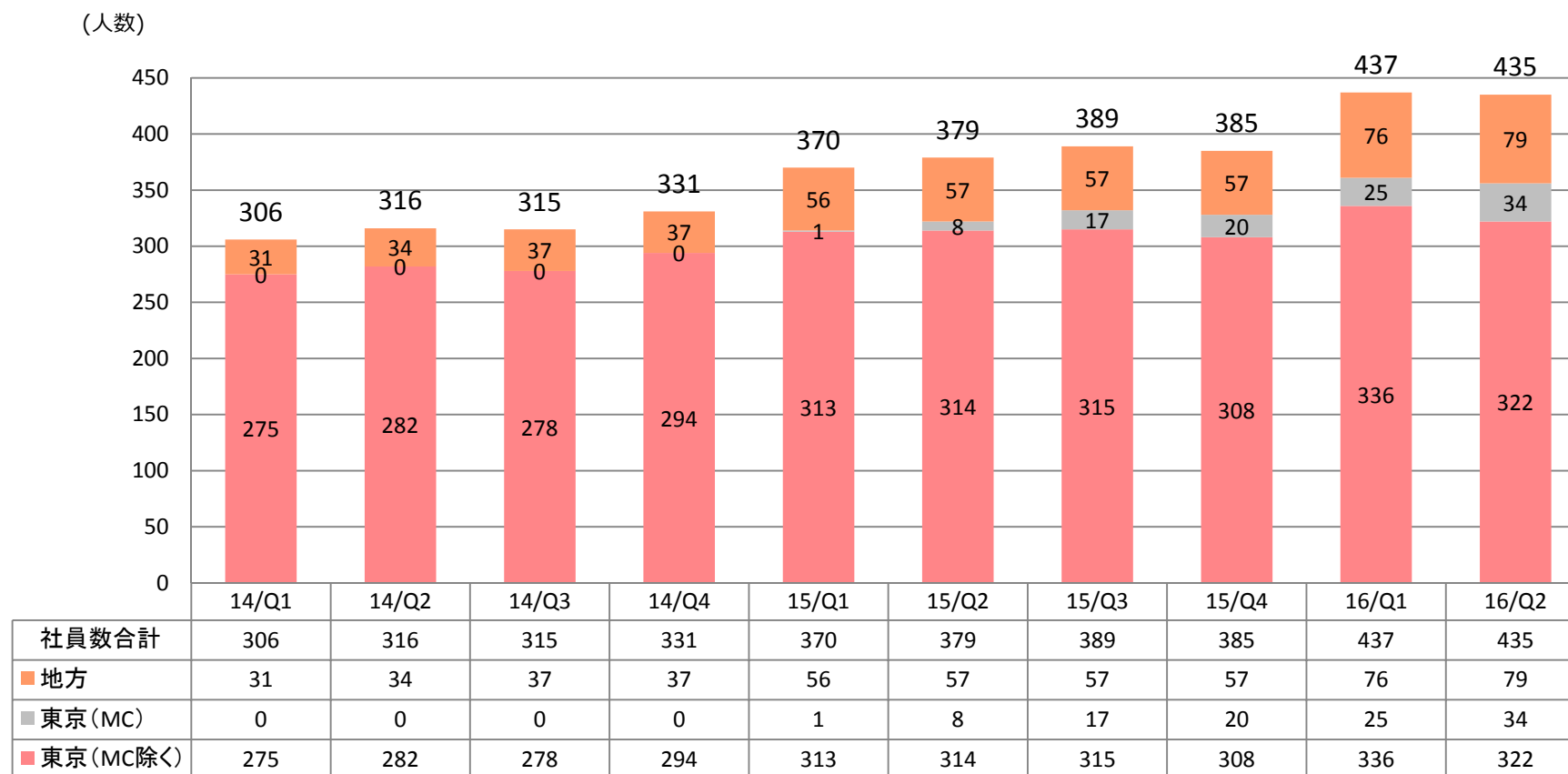
※エンゲージメント向上を通じてマーケティング成果を創出する総合的なWeb運用サービス

※2015年9月30日時点で、EMCモデル導入社数：13社。

※上記グラフ中の数値は、アカウント別売上高の合計金額。

【連結】 Q別社員数の推移(拠点別)

- 北九州オフィスの開設や60名の新入社員の受け入れ等により、全社員数/地方社員数共に順調に増加。引き続きEMCモデル確立に向けて積極的な人材の獲得、体制の拡大を行う。



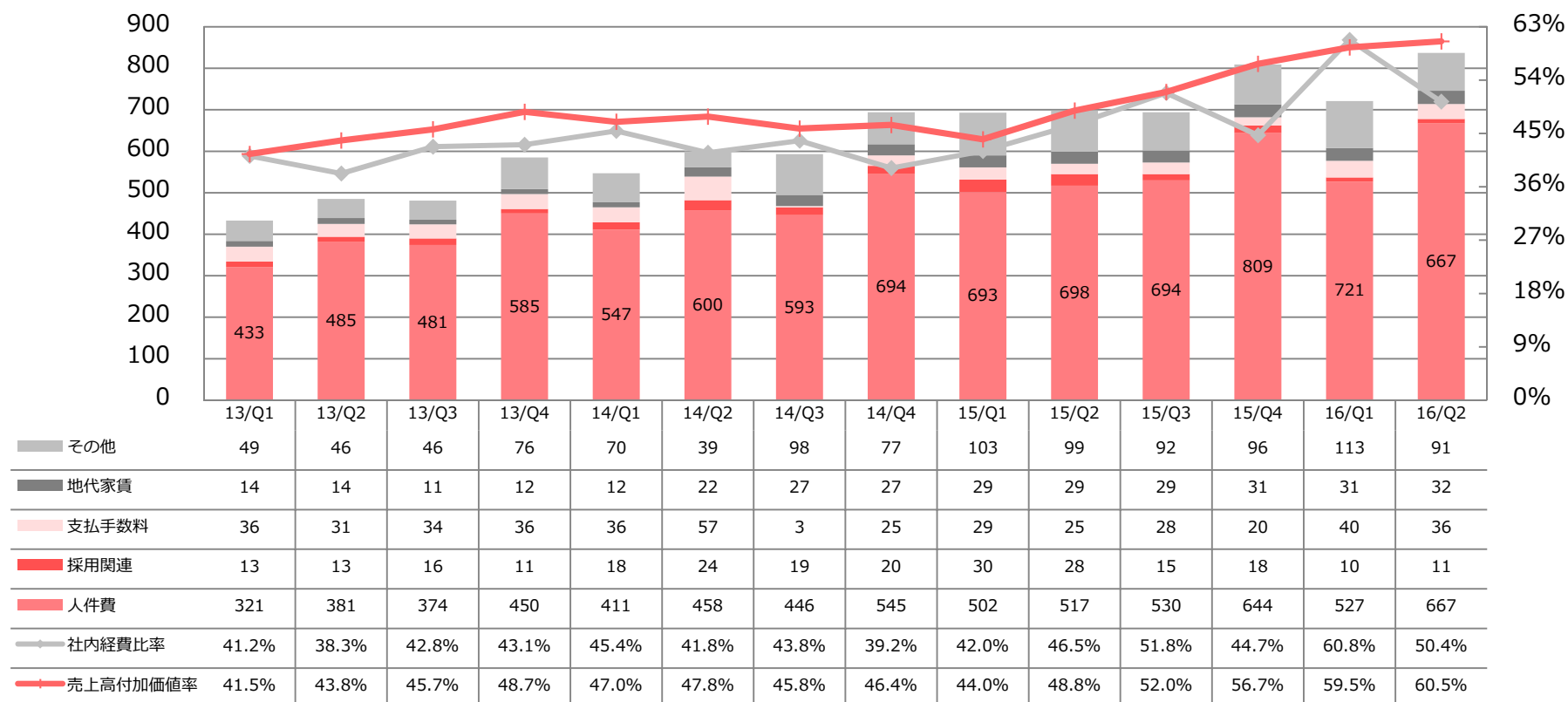
※地方=仙台オフィス+北九州オフィスに在籍する社員数
 ※MC=子会社メンバーズキャリア

【連結】 Q別社内経費の推移

- 計画的な内製化方針により売上高付加価値率 (※) は増加、同時に社内経費率も継続的に増加傾向。人件費は前年同期比+149百万円の667百万円。新入社員受け入れによる増加が主な要因。

(社内経費：百万円)

(社内経費比率：%)



※「社内経費」は、当該四半期において発生した「製造費用」+「販売管理費」の合計金額。ただし、仕掛品の影響を除く。

※「売上高付加価値率」は社内リソースによる売上高が全体の売上高に占める割合を示す。

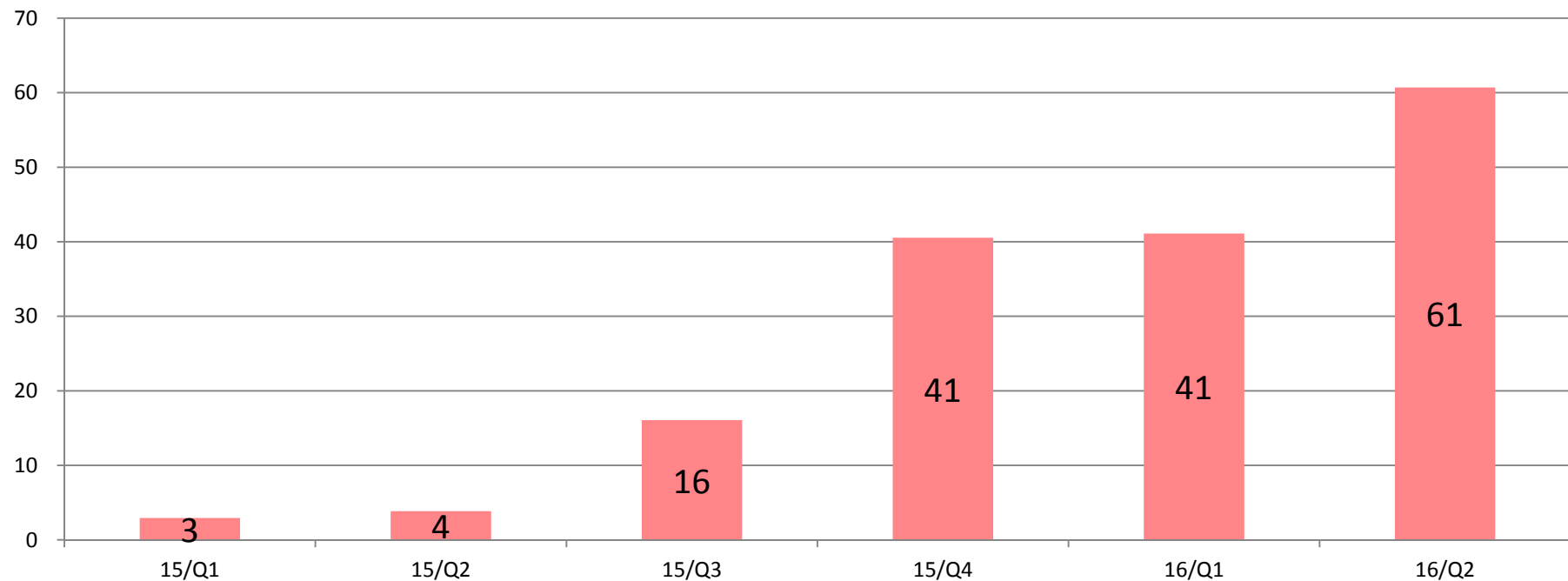
※「社内経費比率」は、「社内経費」÷「売上高」の比率。

※上記グラフ中の数値は、社内経費の総額。

【子会社】 Q別売上高推移

- 子会社は堅調に成長を続けており、全体の売上高は前年同期比 + 56百万の61百万円。
- 特に、メンバーズキャリアはWeb人材市場の活性化も後押しとなり順調に成長。売上高は前年同期比 + 44百万円、社員数は34名に成長。

(売上：百万円)



※上記グラフ中の数値は、子会社全体の売上高合計。

リリース情報①： インバウンド（訪日外国人旅行者）ビジネスにおける デジタルマーケティング支援事業に本格参入

- 継続的な訪日外国人旅行者数の増加を背景とし、国内企業と訪日外国人旅行者とのエンゲージメント強化・拡大をデジタルマーケティング領域で総合的に支援するインバウンドビジネス事業に本格参入。
- 海外拠点の開設、研究所の設立、インバウンド・メディアの立ち上げ等、事業拡大に向けた取り組みに注力。


SNS公式アカウント 開設&運用 パッケージサービス

SNS公式アカウントの開設および運用サービスをパッケージ化してご提供します。
 期間限定のプランとして、**インバウンド向けWEBマーケティング支援サービスの全体像**

サービス内容


ご希望のSNS1アカウントを対象に、下記のサービスを提供

1. アカウント開設




SNS公式アカウント開設のための要件定義や、実際の開設作業を代行します。

2. ライト




投稿原稿を各種に加工して、15コンテンツ量 ※投稿頻度

3. 投稿代行



投稿業務を代行します。弊社の投稿専任チームが担当することで、投稿の抜け漏れや作業時のミスを防ぎます。

4. レポート



数値を分析した成果や課題レポートを月に1回ご報告会にて

Phase1. 調査・分析

- 各国毎にアンケート調査
ブランド認知、商品認知、情報入手媒体、コンテンツトレンドなど、深層に合わせてアンケート設計から、アンケート集計までを実施。WEB戦略立案のインプットをご提供。
- リスニング調査
Twitter、Weiboを対象としてリスニング調査を実施。潜在的なマーケティング課題や、懸念ニーズ発見のきっかけとします。

Phase2. Web戦略策定

- Web戦略、SNS戦略策定
対象国、注力商品に合わせたWeb戦略（コミュニケーション）
- 現状のWeb施策の
・対象ユーザーへの
・対象ユーザーの力
マップ
- SNSメディアの選
・コンテンツ制作、

Phase3. SNS・メディア立ち上げ

- 各SNSアカウントの立ち上げ
※別途定額プランにて提供したSNSメディア

日本旅行に行く際に参考にしてしている情報を何ですか？

各国とも知人・友人からの口コミが最も参考にされている点は共通。
日本企業発信のWEB・SNSは台湾、中国、香港では高い数値を記録。

| | 🇰🇷 韓国 | 🇹🇼 台湾 | 🇨🇳 中国 | 🇺🇸 アメリカ | 🇭🇰 香港 | 🇹🇼 タイ |
|---|---------------------------|---------------------------|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|
| 1 | 日本在住知人の 口コミ 65.2% | 日本在住知人の 口コミ 85.7% | 日本在住知人の 口コミ 95.2% | 日本在住知人の 口コミ 95.2% | 訪日経験あり 知人の口コミ 77.8% | 日本在住知人の 口コミ 85.0% |
| 2 | 訪日経験あり 知人の口コミ 52.2% | 訪日経験あり 知人の口コミ 85.7% | 訪日経験あり 知人の口コミ 66.7% | 訪日経験あり 知人の口コミ 66.7% | 日本政府観光局の WEB・SNS 61.1% | 訪日経験あり 知人の口コミ 60.0% |
| 3 | 訪日経験者 ブログ・SNS 47.8% | 訪日経験者 ブログ・SNS 71.4% | 日本政府観光局の WEB・SNS 66.7% | 旅行ガイド誌に WEB・SNS 42.9% | 日本在住知人の 口コミ 44.4% | 訪日経験者 ブログ・SNS 55.0% |
| - | 日本企業の WEB・SNS 4.4% | 日本企業の WEB・SNS 57.1% | 日本企業の WEB・SNS 42.9% | 日本企業の WEB・SNS 23.8% | 日本企業の WEB・SNS 38.9% | 日本企業の WEB・SNS 30.0% |

Phase4. コンテンツ企画・制作

- コンテンツ企画・制作
アンケート結果および弊社ラボの調査を元に、各国のコンテンツトレンドに合わせた、コンテンツを企画・制作をしていく。
- ・クラウドサービスを活用した現地ライターによるライティング
- ・在日外国人による取材コンテンツの制作
- ・在日外国人を編集者に加えてのコンテンツ企画/編成の作成

リリース情報②：株式会社マイナースタジオの子会社化

- お出かけガイド「Banq (バンク)」をはじめとする、複数のバーティカルメディア（テーマ特化型メディア）運営を行うMINER STUDIO社を10月1日に子会社化。
- 同社が持つコンテンツ制作、SEOに関する豊富な知見を取り入れ、インバウンド（訪日外国人旅行者）向けメディアの立ち上げ、運営を共同で行う。

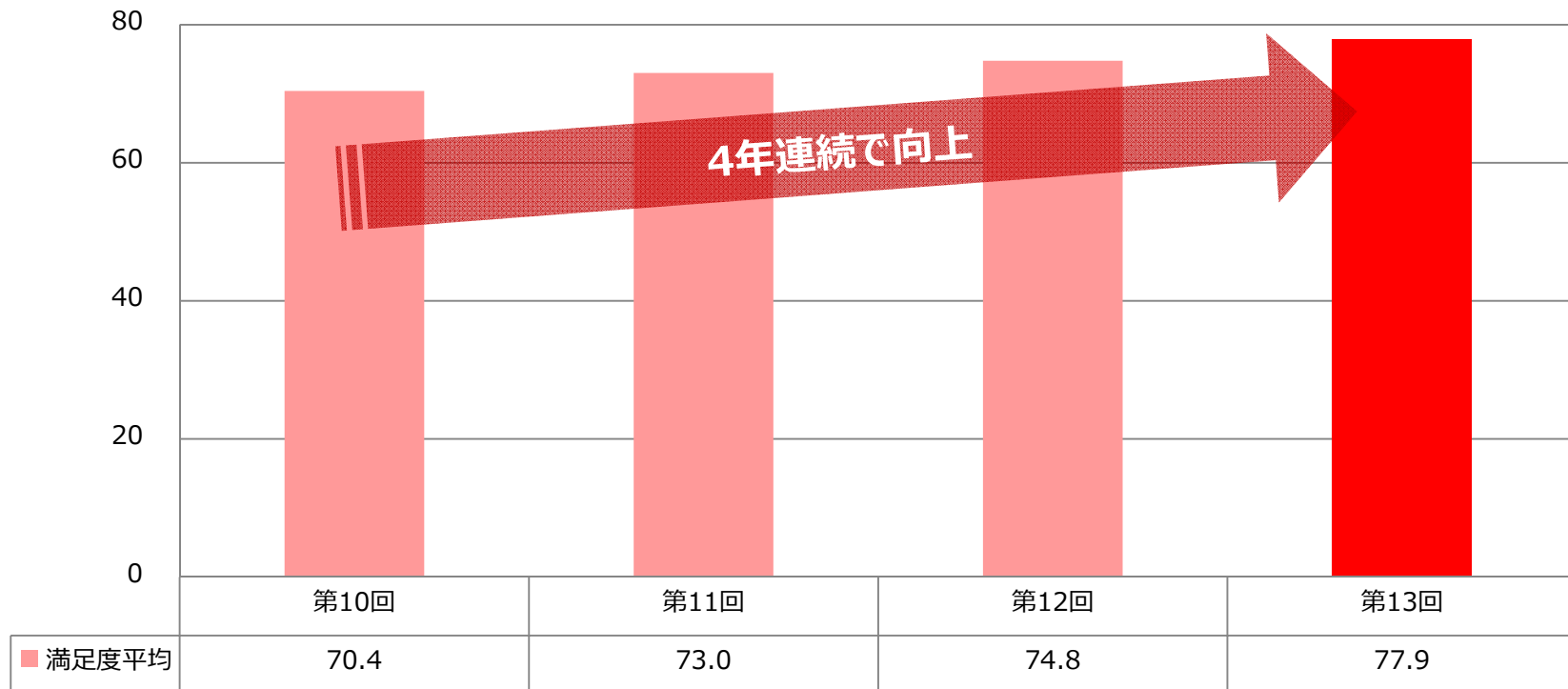


| | |
|-----|--------------------------------------------------------------------|
| 会社名 | 株式会社マイナースタジオ (英: MINER STUDIO, Inc.) |
| 資本金 | 3.3百万円 |
| 設立 | 2011年9月 |
| 所在地 | 東京都渋谷区渋谷2-10-14青山アルファビル8階 |
| 役員 | 代表取締役社長: 石田健 取締役: 岩山裕一 取締役: 剣持 忠 取締役: 高野 明彦 監査役: 小峰 正仁 |

リリース情報③：第13回お客さま満足度調査の実施

- サービス品質向上の取り組みの一環として、取引先の顧客企業に対し「第13回お客さま満足度調査」（アンケート調査）を実施。
- 回答いただいた全お客さま企業の平均満足度スコアは4年連続で向上。第6回目（2008年）の実施以来、過去最高値をマーク。

全体平均の満足度スコア推移



2016年3月期 業績予想

2016年 3月期 業績予想について

- 期初上半期業績予想に対し上方修正をリリース（15年10月15日）し、結果として上半期としては過去最高の営業利益を更新。内製化／体制の拡大等、継続的な収益性向上の取り組みによる成果。
- 通期業績予想は、期初予想通り売上高+1.2%（前期比）営業利益+5.7%（前期比）の見込み。業績を注視しつつ、修正が必要な場合は速やかに公表を致します。

| | 2015年3月期 実績 | | 2016年3月期 | | | |
|-------------------------------|-------------|-------|----------|---------|-------|-------|
| | 1H | 通期 | 1H 実績 | 前年同期比 | 通期 予想 | 前年同期比 |
| 売上高 | 3,165 | 6,325 | 2,858 | ▲9.7% | 6,400 | +1.2% |
| 営業利益 | 85 | 303 | 157 | +83.8% | 320 | +5.7% |
| 経常利益 | 100 | 320 | 172 | +71.0% | 331 | +3.4% |
| 親会社株主に 帰属する当期 (四半期) 純利益 | 51 | 184 | 105 | +102.6% | 187 | +1.4% |

參考資料

会社基本情報

株式会社メンバーズ

沿革

設立： 1995年6月

資本金： 783百万円(2015/3月期)

代表者： 剣持 忠

社員数： 385名
(2015/3月期 契約社員含む)

売上高： 6,325百万円(2015/3月期)

事業内容：

“インターネット・ビジネス・パートナー”
インターネットの専門知識やスキルを駆使し、
顧客のインターネットビジネスにおける
パートナーとして顧客のビジネスを成功に導く

- 平成7年6月 株式会社メンバーズを東京都港区に設立
- 平成7年10月 eビジネス構築サービスを開始（現ネットビジネス支援事業）
- 平成9年7月 インターネット上の広告取扱事業を開始
（現 ネットビジネス支援事業）
- 平成16年5月 英国規格「BS7799」および国内規格「ISMS適合性評価制度」
を同時取得
- 平成17年3月 財団法人日本情報処理開発協会（JIPDEC）による
「プライバシーマーク」使用の許諾事業者として認定
- 平成18年5月 「BS7799」および「ISMS適合性評価制度」から移行した
国際認証規格「ISO/IEC27001」および国内規格
「JISQ27001」を取得
- 平成18年11月 名証セントレックス市場に上場
- 平成22年7月 デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社と資
本・業務提携
- 平成23年4月 株式会社コネクタスター設立（当社100%出資による子会
社）
- 平成24年5月 宮城県仙台市にWeb制作拠点として「ウェブガーデン仙台」
を開設
- 平成24年10月 株式会社エンゲージメント・ファースト設立
（100%出資による子会社）
- 平成24年11月 東京都中央区晴海に本社移転
- 平成26年4月 株式会社MOVAAA設立（株式会社メンバーズ 55%、
モバーシャル株式会社 45%出資による子会社）
- 平成26年5月 株式会社メンバーズキャリア設立
（100%出資による子会社）
- 平成26年9月 株式会社インフォバーンと資本業務提携
- 平成27年4月 福岡県北九州市にWeb制作拠点として
「ウェブガーデン北九州」を開設
- 平成27年10月 株式会社マイナースタジオを子会社化



MEMBERS, The Internet Business Partner!

ソーシャルメディア時代をリードし
顧客と共にビジネスを創造するネットビジネスパートナー