



株式会社メンバーズ

2017年3月期 1H

決算説明資料

(2016/4 - 2016/9)

東京証券取引所市場第二部(証券コード2130)

※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。

※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。

17/1H累計 業績ハイライト

連結業績

- 売上高：3,749百万円（前年同期比+31.1%）
 - ✓ 収益性の高いEMC案件が順調。
- EMCモデル提供顧客売上高：2,595百万円（前年同期比+44.2%）
- 営業利益：227百万円（前年同期比+44.2%）
 - ✓ 期初減益予想を大幅に上回り、上半期過去最高更新。

EMC売上が順調に拡大

事業状況

- EMCモデル提供顧客の1社あたり売上高：185百万円
 - ✓ 前年同期比+47百万円と既存拡大が堅調。EMCモデル提供顧客数の増加に注力。
- 95名の新卒社員を採用・育成
 - ✓ EMCモデルの拡大と平行して、新卒社員の稼働率の高まりもあり収益に貢献。
- 子会社売上高合計：354百万円
 - ✓ 前年同期比+107.3%と大幅に伸長。メンバーズキャリアは75名に増加。

業績予想

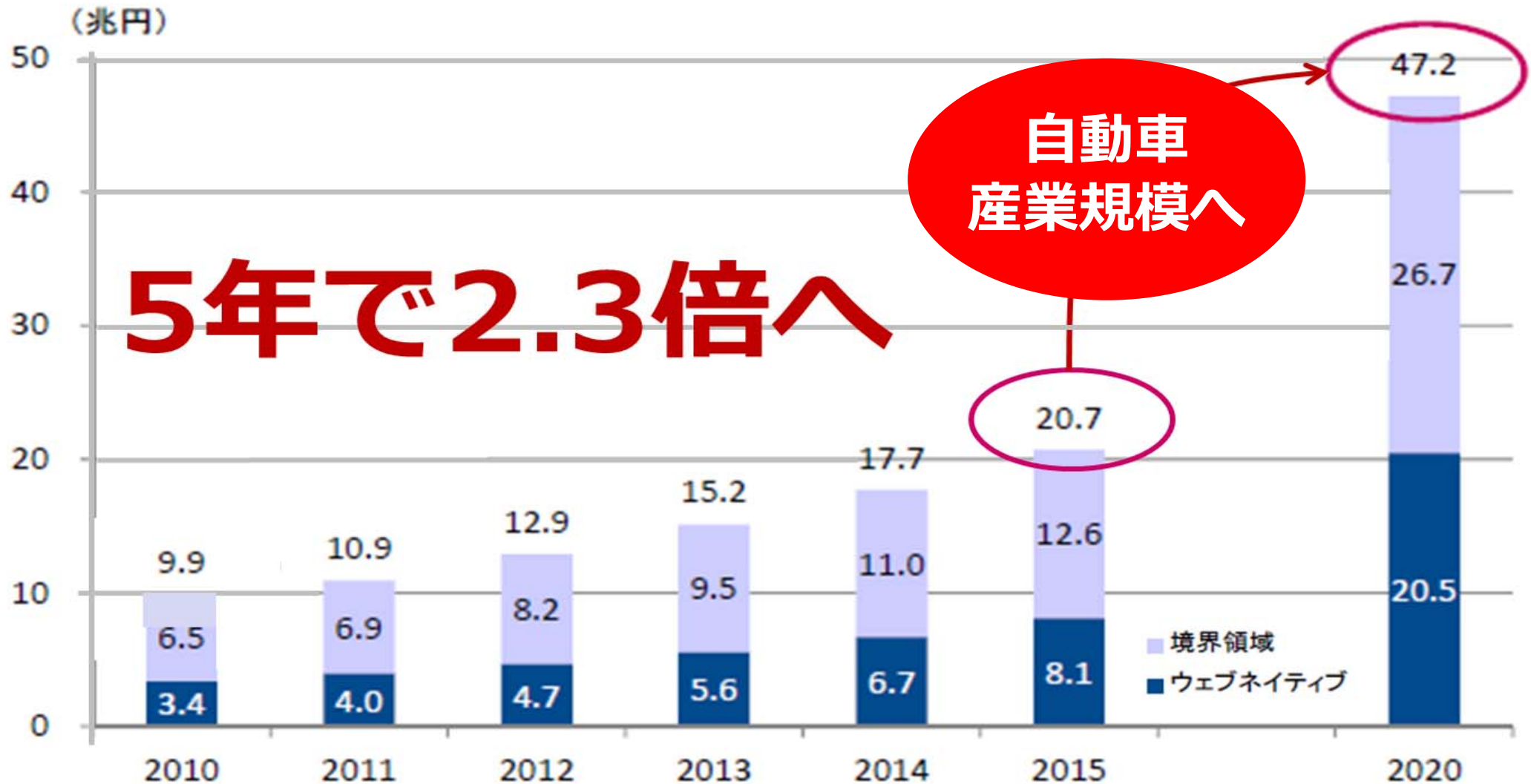
- 1H/通期業績予想を上方修正
- 通期売上高：7,400百万円、営業利益：520百万円
 - ✓ 引き続きEMCモデルの拡大により4期連続の増収増益を目指す。
- 配当方針を変更。配当予想を1株当たり9円→15円と増配予想に修正
 - ✓ 経営成績の伸長に見合った成果の配分や配当金額の継続的な増額を目指す。

外部環境

MEMBERS, The Internet Business Partner!

外部環境①:ウェブビジネス市場規模の予測

デジタルマーケティングへの投資が急速に拡大

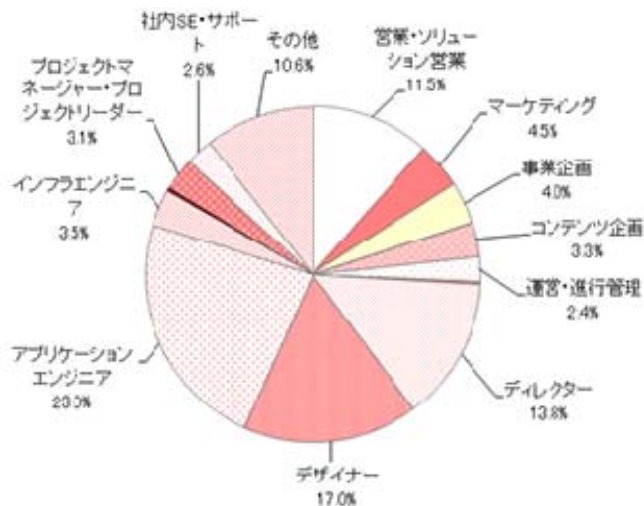


外部環境②：枯渇するネット専門職

人材の採用、育成が競争力に直結

有効求人倍率
「インターネット全般」職

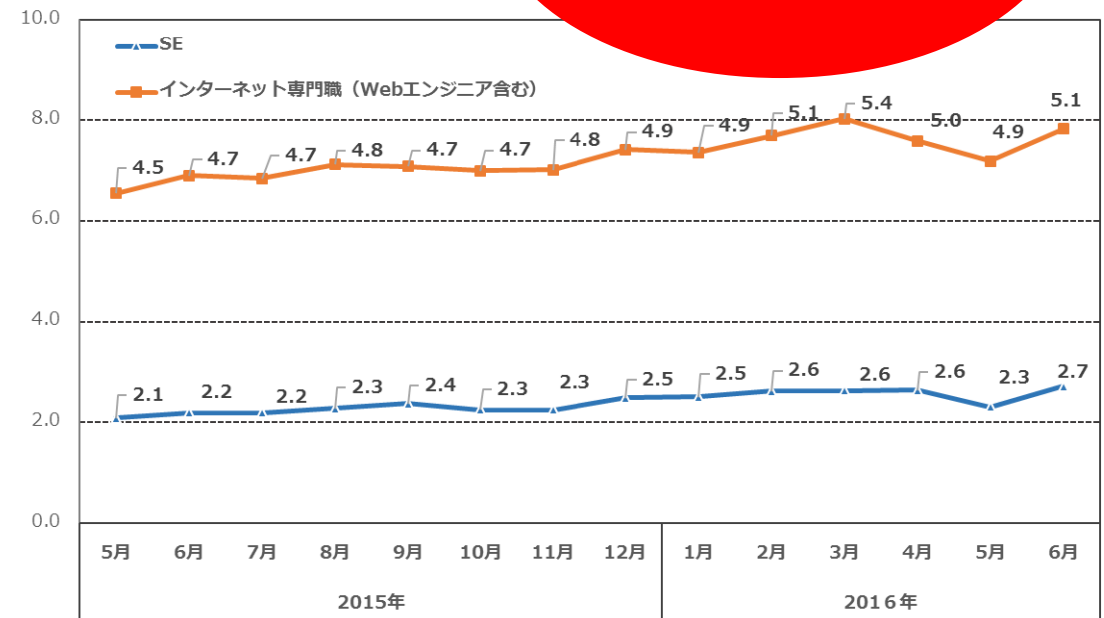
7.28倍
(市場全体1.27倍)



インターネット業界
の求人割合

クリエイター
・エンジニア
が不足

ネット専門職
は争奪戦



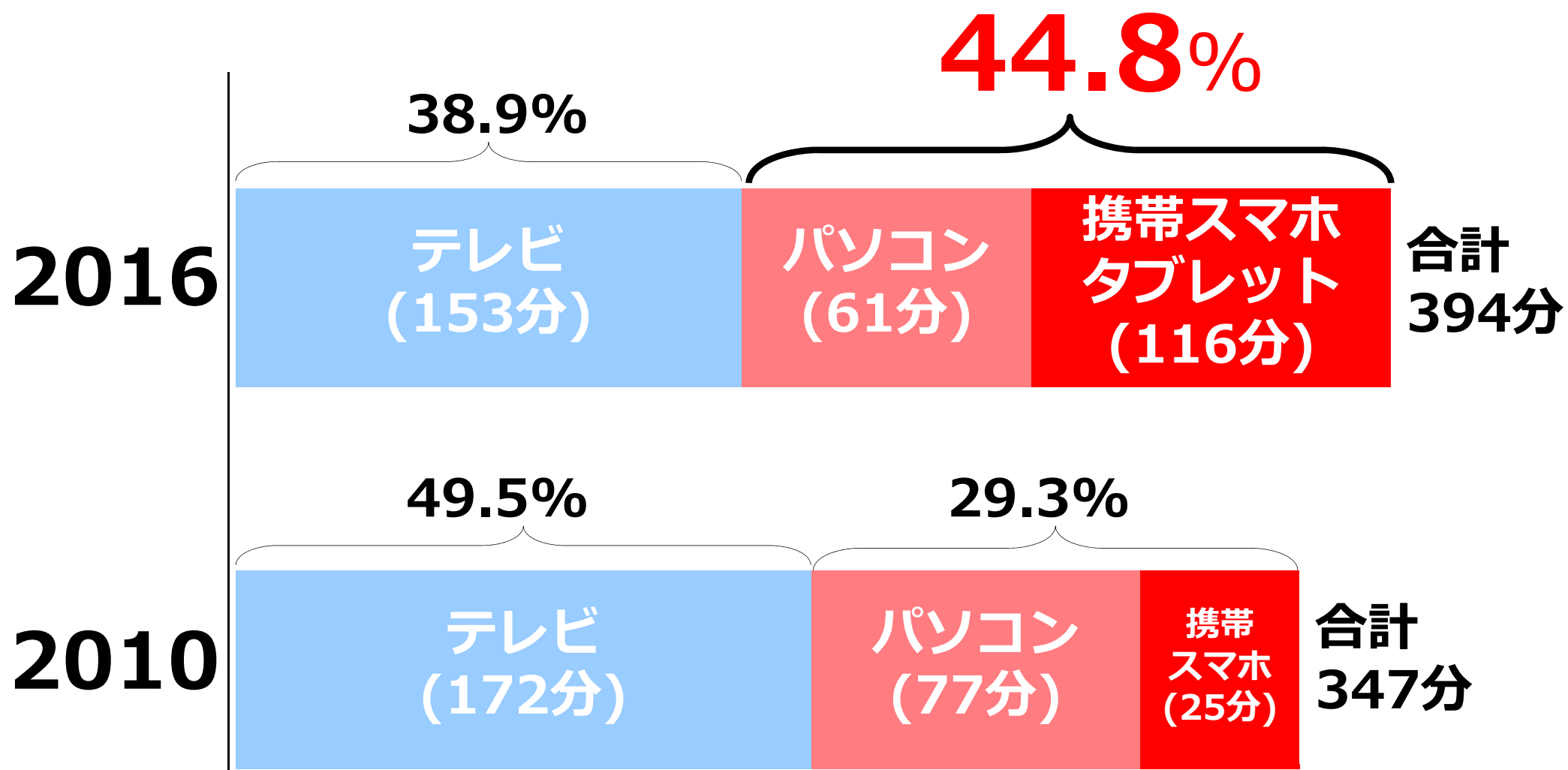
インターネット専門職とSE求人倍率の比較

株式会社リクルートキャリア社内調べ 有効求人人数÷有効登録者数 /2016年7月6日時点

PASONAキャリア「2015年1～3月 IT業界転職市場動向より
有効求人倍率:PASONAキャリアの求人数/登録者数(2015年1月)

外部環境③：メディア接触時間の変化

ユーザーのメディア利用はデジタルへ大きくシフト



博報堂DY調べ(2016年6月)/東京地区 ※総メディア接触時間において、初めてネット接触時間がテレビ接触時間を上回ったのは2014年。

(まとめ)Webサイトを取り巻く状況

消費者にとって
生活インフラ



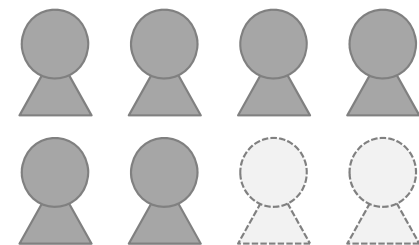
- ・スマホの普及
- ・EC流通金額の増加

更新対象、数が
劇的に増加



- ・SNS、アプリの普及
- ・ブランド、商品、
国別のWebサイト

枯渇する
ネット専門職



- ・人材の争奪戦
- ・クリエイターの不足

事業上極めて重要な
Webサイト運用

課題

十分な運用体制を
企業が持てない

メンバーズの強み

MEMBERS, The Internet Business Partner!

注力サービス：EMCモデル

専任チームによる Web制作支援

Web サイト	EC サイト	SNS
------------	-----------	-----

多言語
グローバル対応

企画プランニング
データ分析

デザイン制作
システム開発

1 専任
チーム

大口取引 に集中

広告宣伝費
上位300社
@売上高の最大化

ビジネス成果

高い品質と
セキュリティ

Web
ガバナンス

グローバル
対応

BCP対策

2 大企業
特化

業務代行ではなく ビジネスパートナー

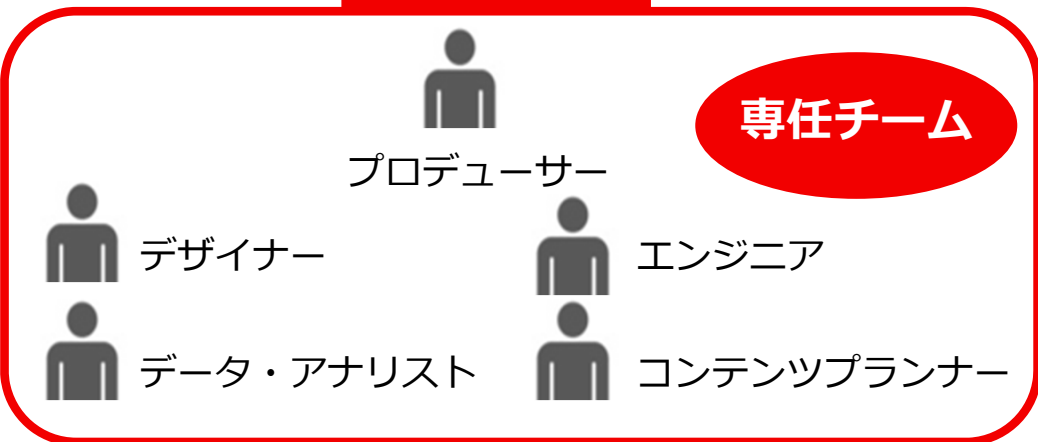
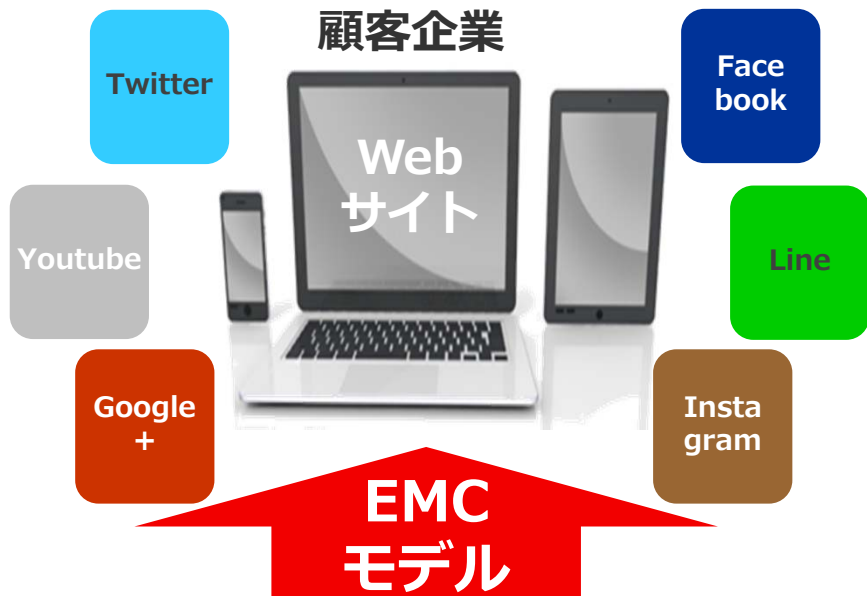
マーケティング
成果向上

品質向上
コスト削減
スピード向上

3 ビジネス
成果向上

EMCモデルの概要、強み

EMCモデル=顧客企業の成果向上を
目標にするWebサイト運用サービス



ビジネス成果向上を可能にするメソッド

UI/UX調査

データ活用PDCA

人材育成

高品質なWeb運用を実現できるメソッド

セキュリティ

品質・生産性
PDCA

ニアショア
/ オフショア

EMCモデル提供クライアント

(株)ユニクロ	スカパーJSAT(株)	(株)ジェーシービー	トレンドマイクロ(株)
(株)みずほ銀行	アスクル(株)	三井住友カード(株)	パナソニック(株)
(株)NTTドコモ	(株)新生銀行	(株)ベネッセ コーポレーション	(株)楽天
(株)リクルート ホールディングス	日本アムウェイ 合同会社		

EMCモデルの特徴

成長性・収益性が高い事業形態

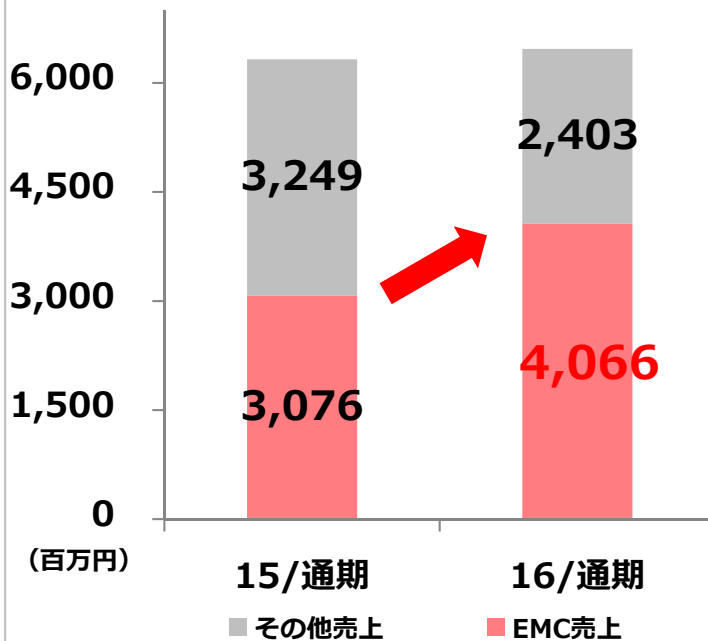
〜〜〜2016年3月期（前期）決算説明会資料より抜粋〜〜〜

EMC売上
+32.2%

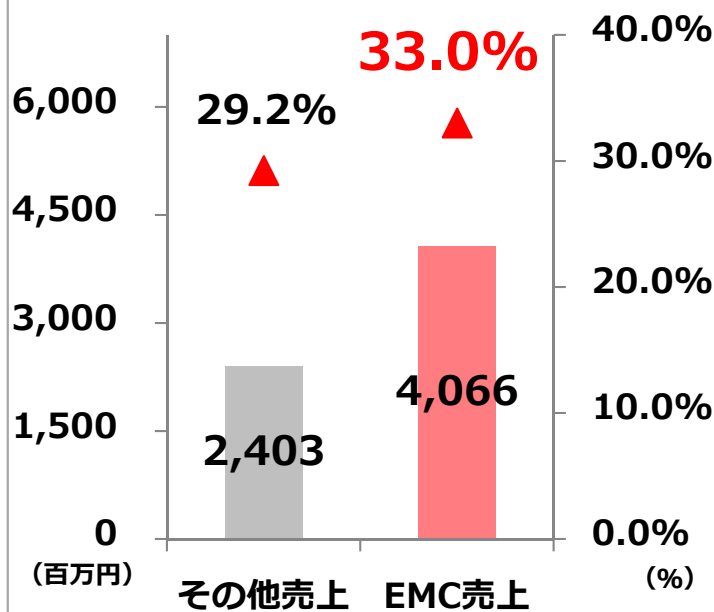
収益性
+3.8Point

1社当たり売上
24.2倍

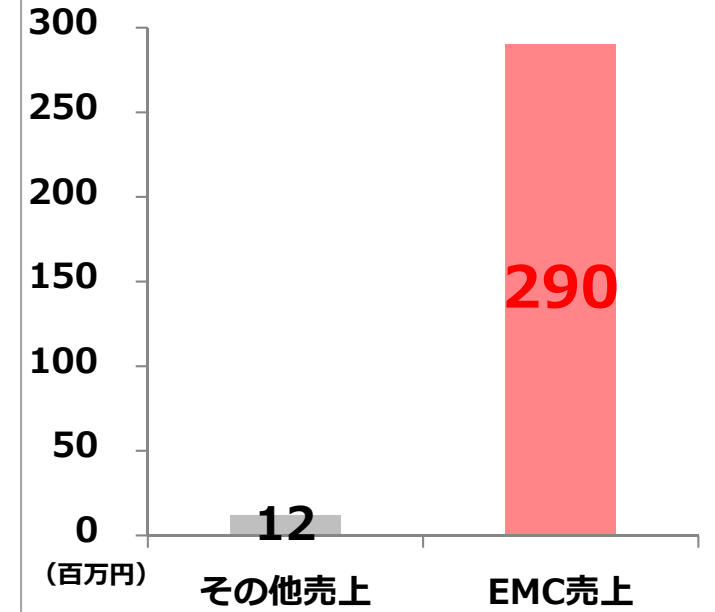
EMC売上推移



EMC案件利益※率



1社当たり平均売上



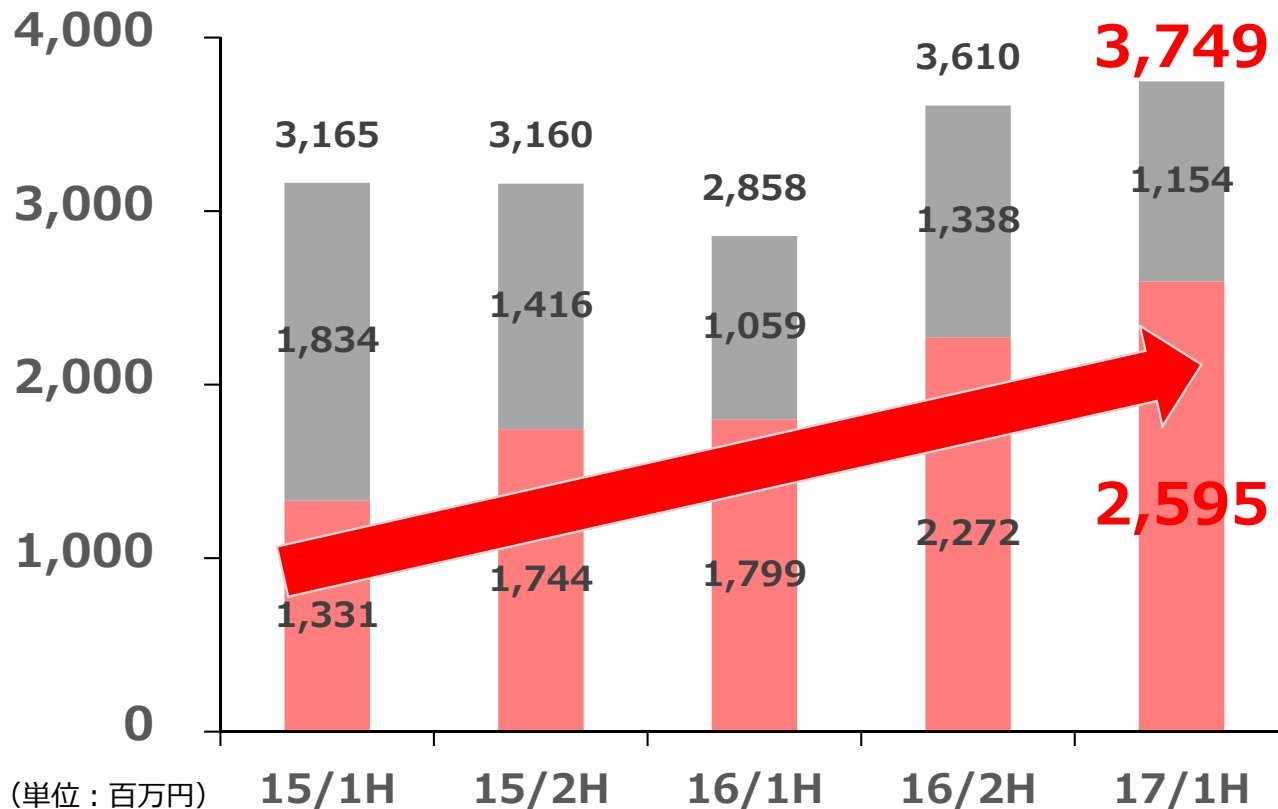
※案件利益率=当該案件の売上÷当該案件にかかる費用を差し引いて残った利益（≒案件毎の粗利率）

2017年3月期 1H 業績サマリー

MEMBERS, The Internet Business Partner!

(連結)EMCモデル売上高 前年同期比

顧客企業のデジタルマーケティング投資の急速な拡大に伴い
EMCモデル顧客を中心とした売上が順調に拡大。



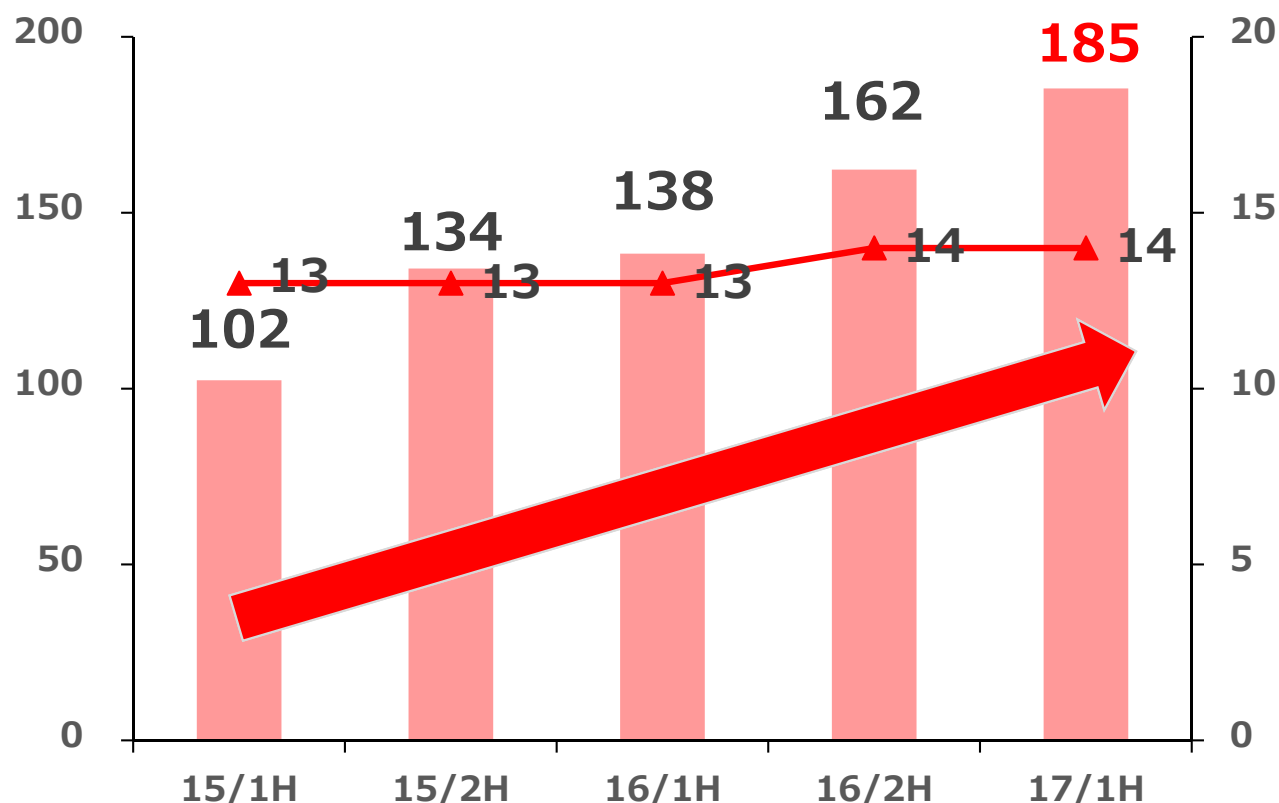
連結売上
+ 31.1%
EMC売上
+ 44.2%

(2016年3月期1H比)

(連結)EMCモデル提供顧客1社当たり売上

既存のEMCモデル提供顧客の1社当たり売上は、
185百万円と順調に拡大。

EMCモデル提供顧客数の増加も含め、引き続きEMC拡大に注力。



EMC提供顧客
1社当たり売上
+ 33.9%

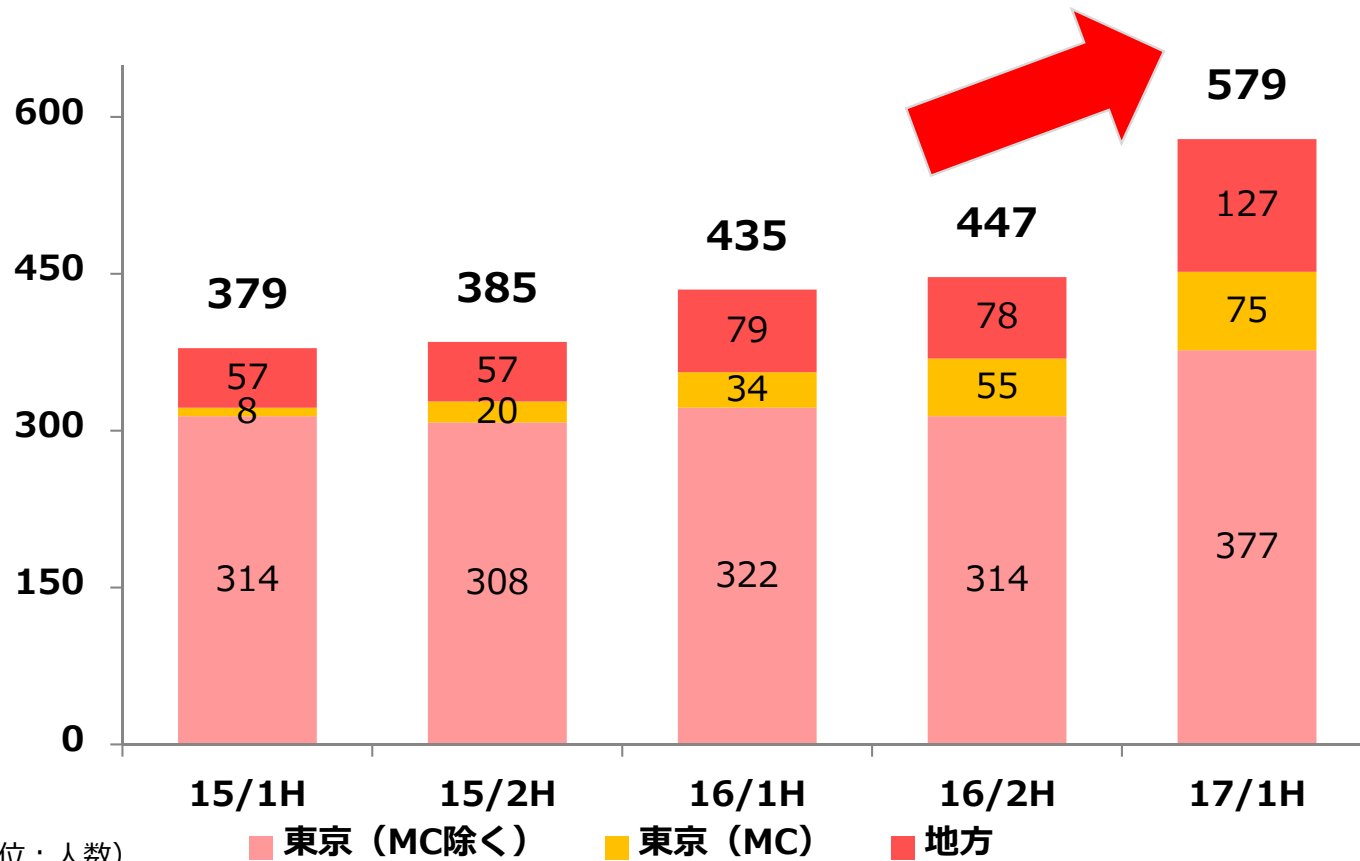
(2016年3月期1H比)

(単位:百万円) EMC1社当たり売上 EMCモデル提供社数 (単位:社数)

※ 15/2H以前の数値は16/1H年以降に再定義したEMCモデル導入顧客数および売上を参考値として算出。

(連結)社員数 推移

更なるEMCモデルの拡大に向けて
新卒・地方を中心とした積極的な人材獲得を継続。



社員数
+132名

(2016年3月期2H末比)

(単位：人数)

■ 東京 (MC除く)

■ 東京 (MC)

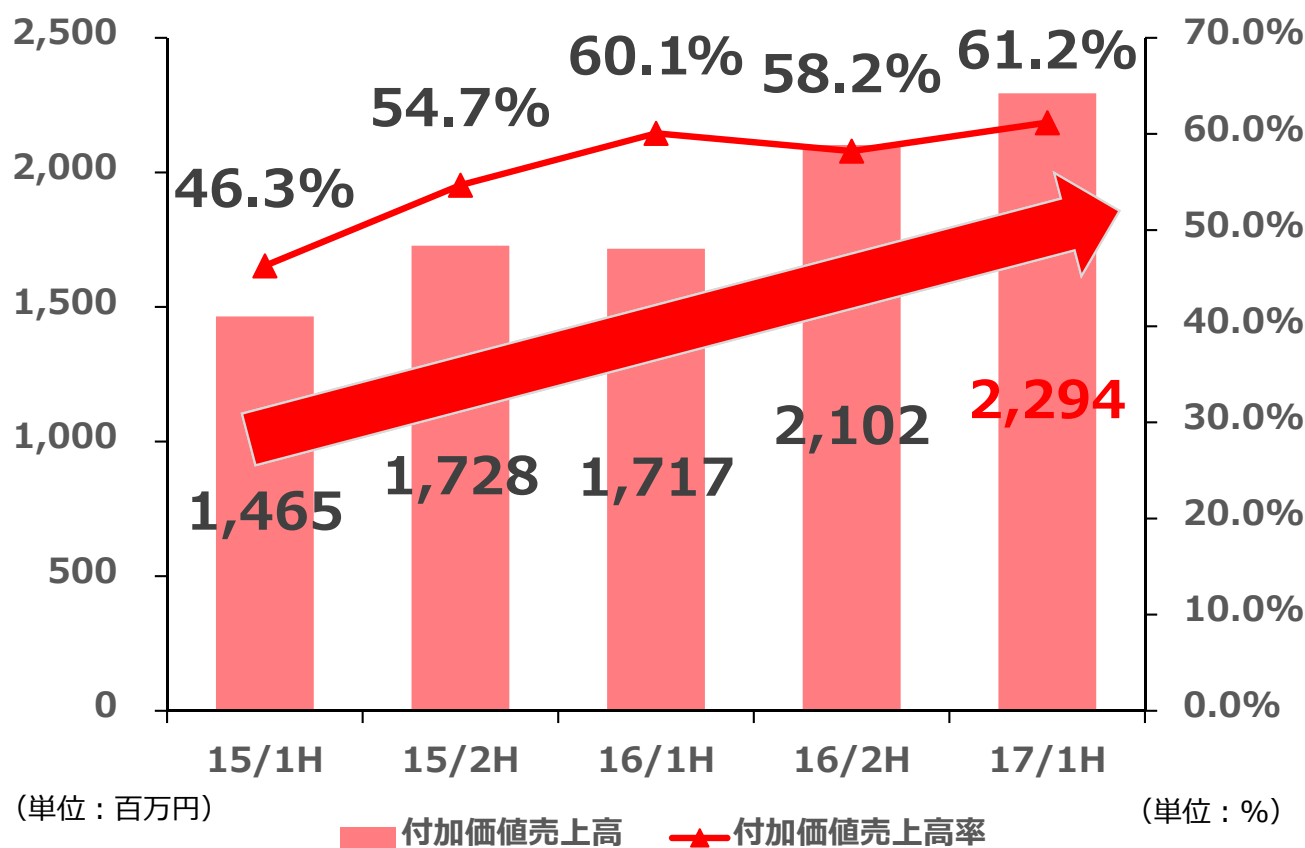
■ 地方

※MC=子会社メンバーズキャリア

※社員数には休職者、契約社員も含まれております。

(連結)付加価値売上高 前年同期比

EMC売上拡大に加え、採用/育成強化による内製化が進み、付加価値売上高は順調に増加。



付加価値売上高

+ 33.5%

(2016年 3月期 1H比)

付加価値売上高率

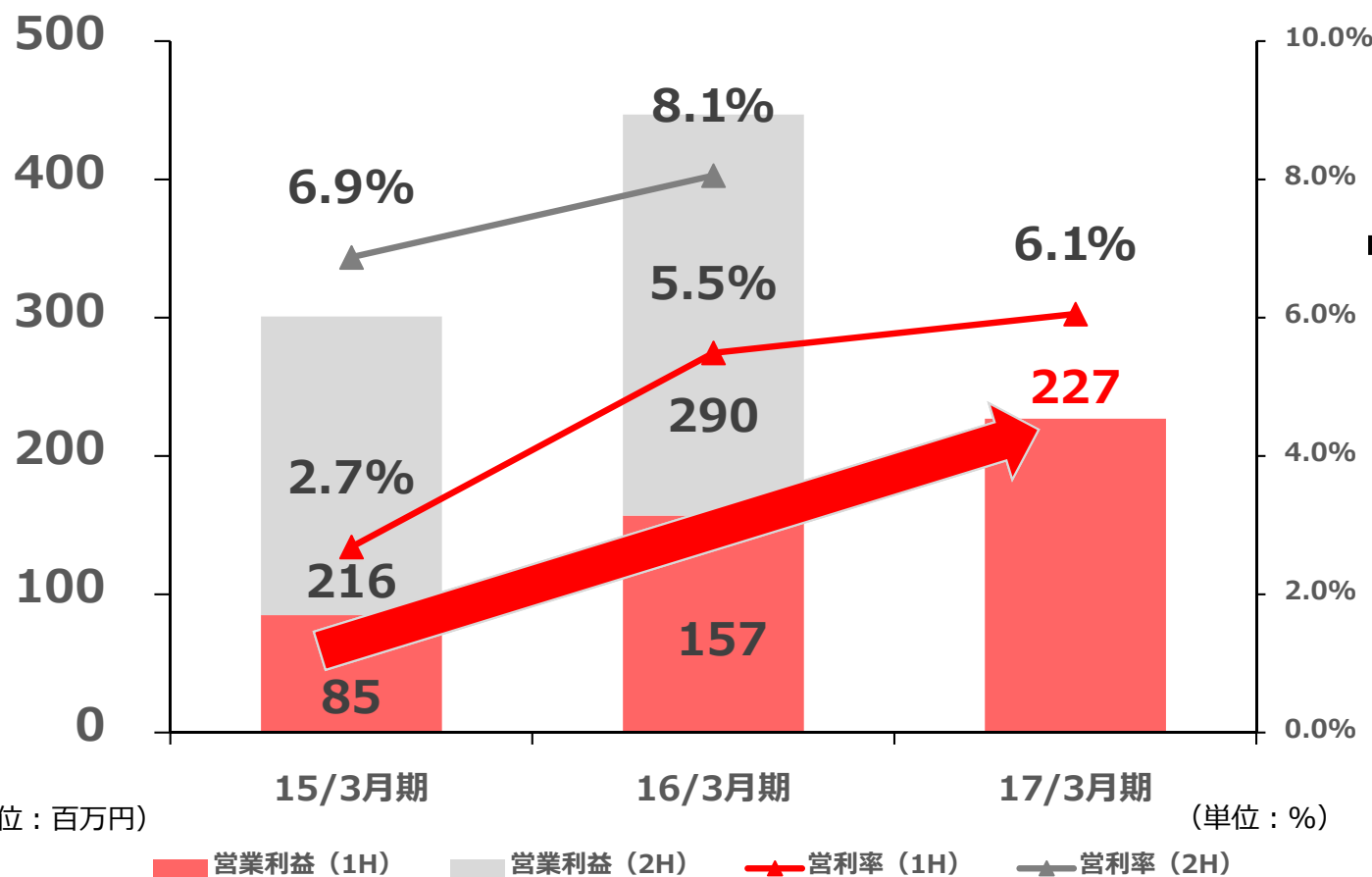
+ 1.1Pt

(2016年 3月期 1H比)

※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)営業利益 前年同期比

新卒社員95名の入社による減益予想から一転して営業利益227百万円と**過去最高益を更新**。人材採用/育成が着実に**収益性の強化**に貢献。



営業利益
+44.2%
(2016年3月期1H比)

営業利益率
+0.6Pt
(2016年3月期1H比)

業績予想および 成長戦略

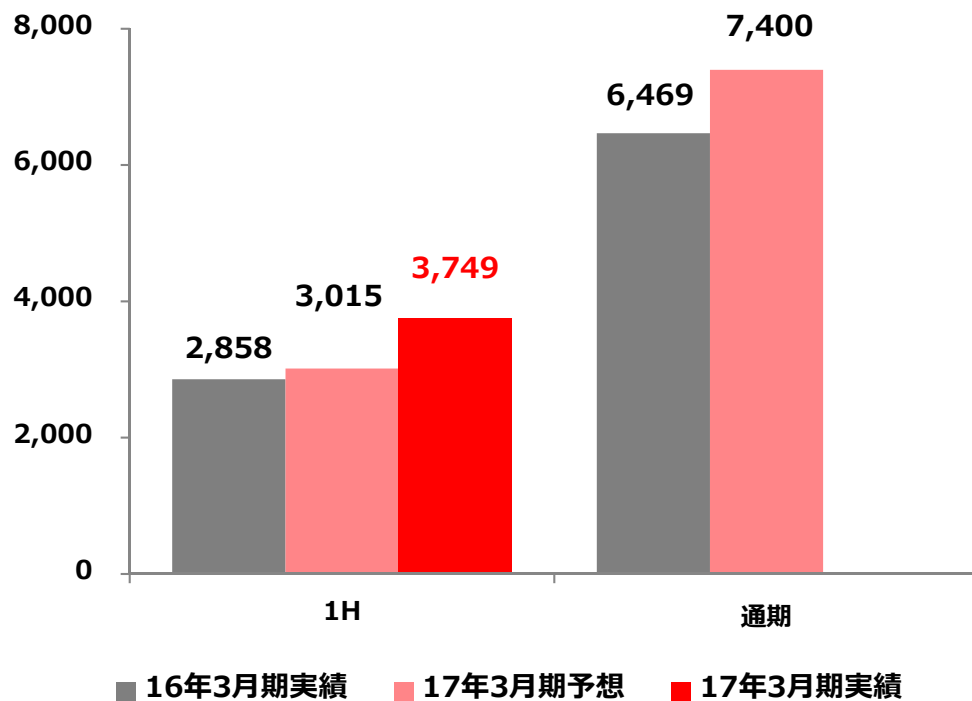
MEMBERS, The Internet Business Partner!

2017年 3月期 業績予想

- 当初減益を見込んでいたものの、**EMC顧客の拡大**により1Hは売上、営業利益ともに過去最高を更新。
- 上記に伴い、2016年10月19日に**通期業績予想を上方修正**。
- 引き続き、**EMC拡大**に向けて、採用、育成に積極的に投資を行いつつ、通期業績でも前期比で**増収・増益**を見込む。

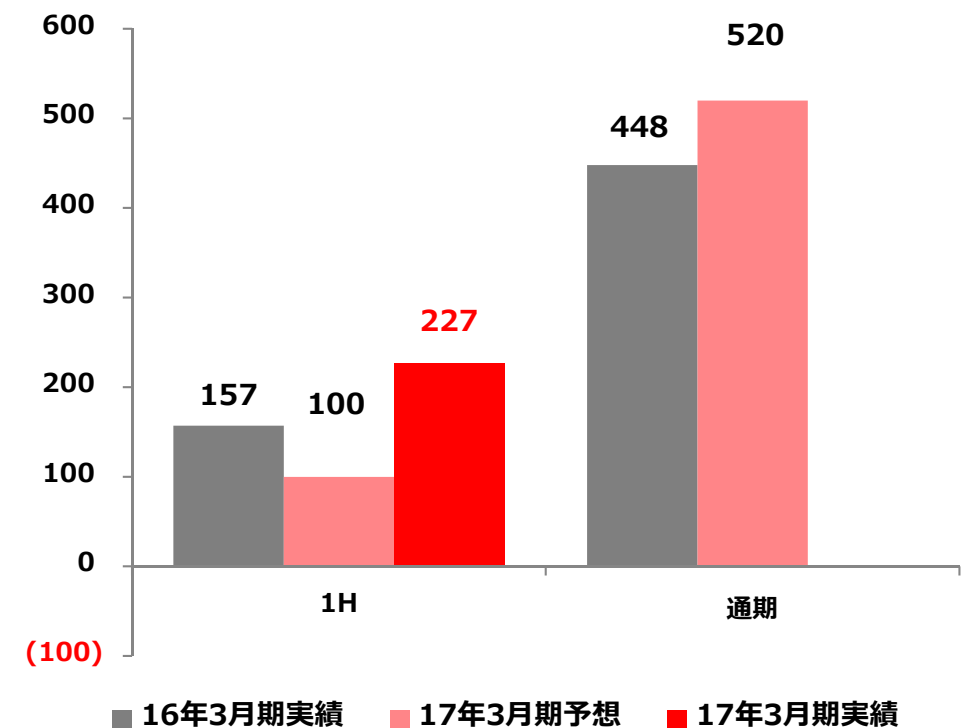
売上高

(単位：百万円)



営業利益

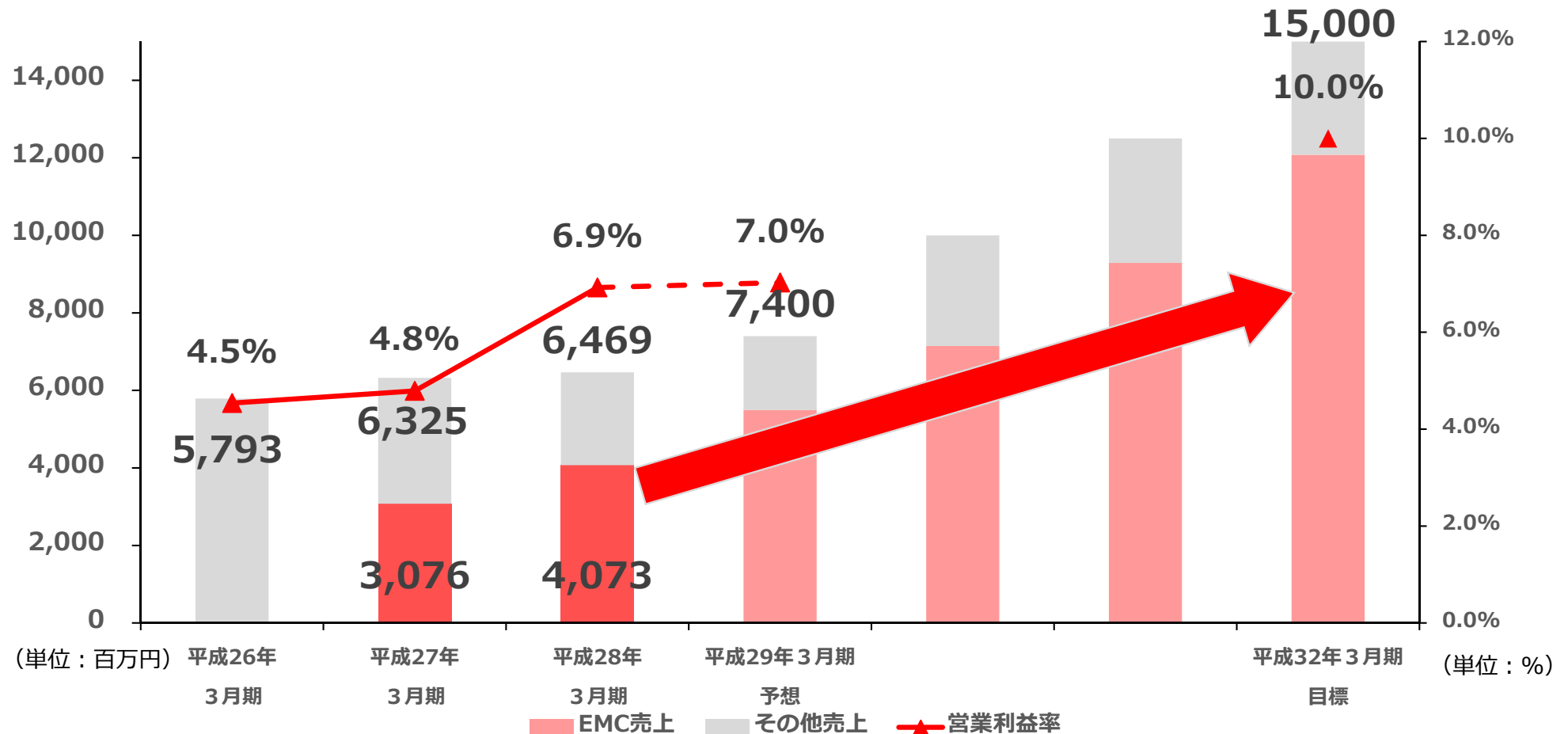
(単位：百万円)



※17年3月期1Hの予想は5月12日時点の予想、通期の予想は10月19日時点の上方修正致しました予想数値を記載しております。

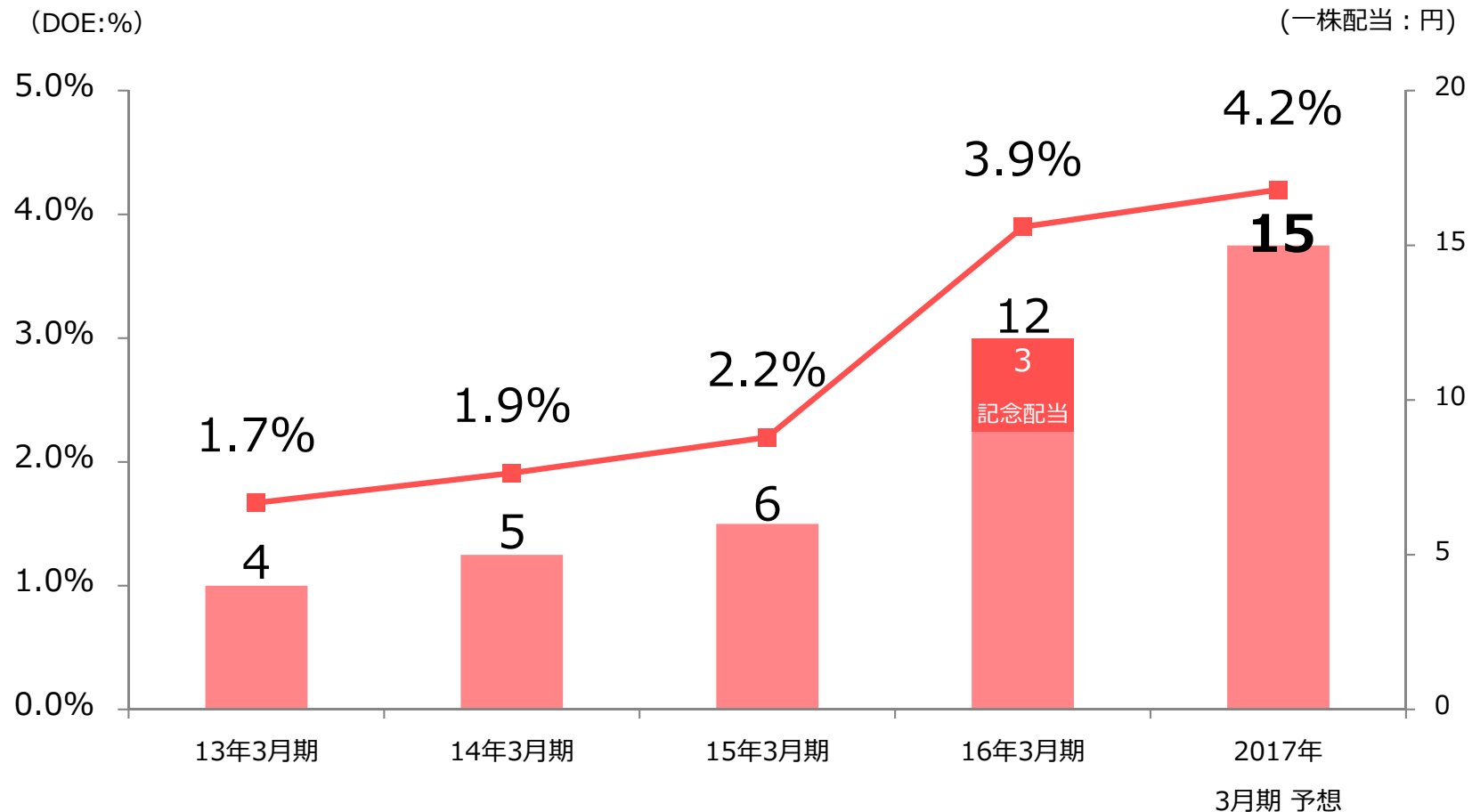
VISION2020達成に向けてEMC拡大

- 残りの約3年半も全社一丸となってVISION2020実現に向けて邁進。
- 引き続き、EMC売上拡大に注力する同時に、サービス開発やM&Aなどの積極的な投資も含めて売上基盤の拡充を目指す。
- 営業利益率目標の達成に向けて積極的な採用、育成による内製化および生産性向上の取り組みを継続。



配当予想(株主還元方針について)

- 長期的な利益成長に向けた新たな事業投資及び業容の拡大に備えるための内部留保を行うとともに、経営成績の伸長に見合った成果の配分や配当金額の継続的な増額を行うことを基本方針として配当方針を変更しております。
- 中長期的に連結純資産配当率 (DOE) 5%を目標とし、今期は財務状況を踏まえて前期比+3円増配の1株当たり15円 (DOE4.2%見込み) を予定。



※ DOE = 連結純資産配当率。配当総額 ÷ 純資産で算出。

今後の成長戦略(基本方針の継続)

① EMCモデル拡大

PDCA

領域	従来型	新モデル
営業	従来の営業マンが顧客のニーズを把握し、提案を行う。営業マンのスキルと経験が重要。	営業マンのスキルと経験を重視し、顧客のニーズを把握し、提案を行う。営業マンのスキルと経験を重視し、顧客のニーズを把握し、提案を行う。
開発	開発マンが顧客のニーズを把握し、開発を行う。開発マンのスキルと経験が重要。	開発マンのスキルと経験を重視し、顧客のニーズを把握し、開発を行う。開発マンのスキルと経験を重視し、顧客のニーズを把握し、開発を行う。
サポート	サポートマンが顧客のニーズを把握し、サポートを行う。サポートマンのスキルと経験が重要。	サポートマンのスキルと経験を重視し、顧客のニーズを把握し、サポートを行う。サポートマンのスキルと経験を重視し、顧客のニーズを把握し、サポートを行う。

メソッド
体系化推進

インバウンド
事業注力

② 体制の拡大

地方拠点
拡大

Web Garden SENDAI

Web Garden KITAKYUSU

MEMBERS

21Y 1H 新規講座
LPデザインプランニング実践講座

クリエイター
育成・教育

2015年9月16日(水) 18:00~20:00(2時間)

講師
山本 文
& 上原 新平

メインカテゴリ	Web Produce	Digital Marketing	Web Development	Web Design	Hierarchical Levels
サブカテゴリ	Web Produce	Digital Marketing	Web Development	Web Design	Hierarchical Levels
研修形式	Web Produce	Digital Marketing	Web Development	Web Design	Hierarchical Levels
申し込み期間	Web Produce	Digital Marketing	Web Development	Web Design	Hierarchical Levels
対象も公開範囲	Web Produce	Digital Marketing	Web Development	Web Design	Hierarchical Levels
費用	Web Produce	Digital Marketing	Web Development	Web Design	Hierarchical Levels

人事制度
改革

③ グループの拡大

MEMBERS CAREER

MOVAAA!!

MINER STUDIO

Engagement First

UX MILK

UX MILK

Webデザイナーがこの夏入れておきたい Chrome拡張機能10選

UXという言葉が登場する以前にUXデザイン

ゆるく学ぶUXイベント TUX JAM 101 イベントレポート

自社メディア
事業

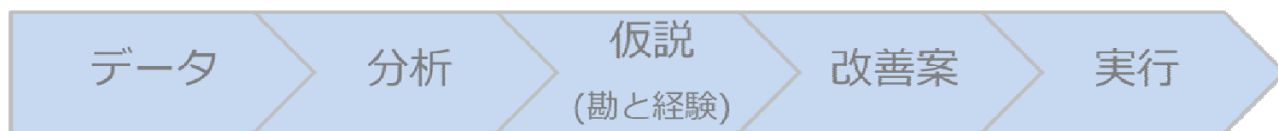
M&Aの
推進

EMCモデル拡大: UNCOVER TRUTH社と業務提携

EMC強化策としてサイト解析・改善ツール「USERDIVE」を提供するUNCOVER TRUTH社と業務提携。「USERDIVE」をEMCモデルの標準ツールとして採用、マーケティング成果の更なる創出を狙う。

USERDIVEによる改善プロセス (イメージ)

log Analytics (Adobe Analytics または Google Analyticsのみ)



国内大手企業
300社超の改善実績

in-Page Analytics
(ログ分析 × USERDIVE併用の場合)



細かな解析や
原因特定が可能に

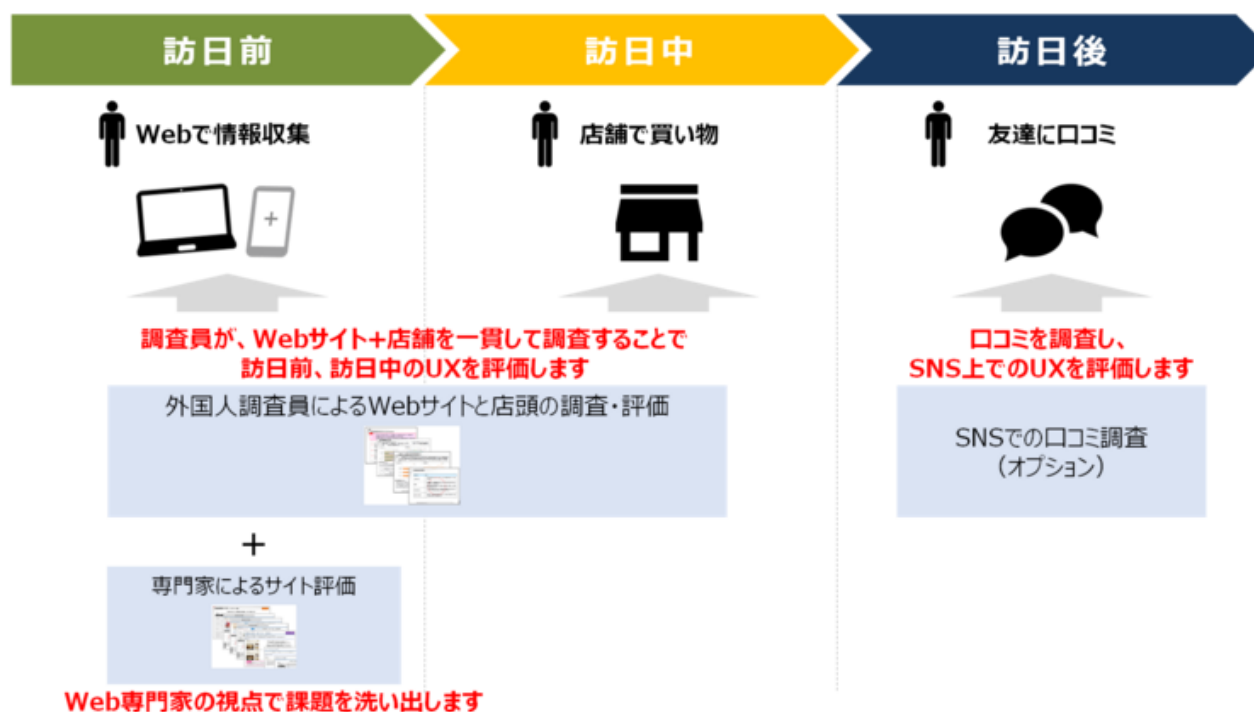
UNCOVER TRUTH



社名	株式会社UNCOVER TRUTH
所在地	東京都新宿区西新宿三丁目20番2号 東京オペラシティタワー 24階
代表者	石川敬三
資本金	2億2,229万円 (2016年9月末時点)

EMCモデル拡大:インバウンド強化「オムニチャネルUXサーベイ」

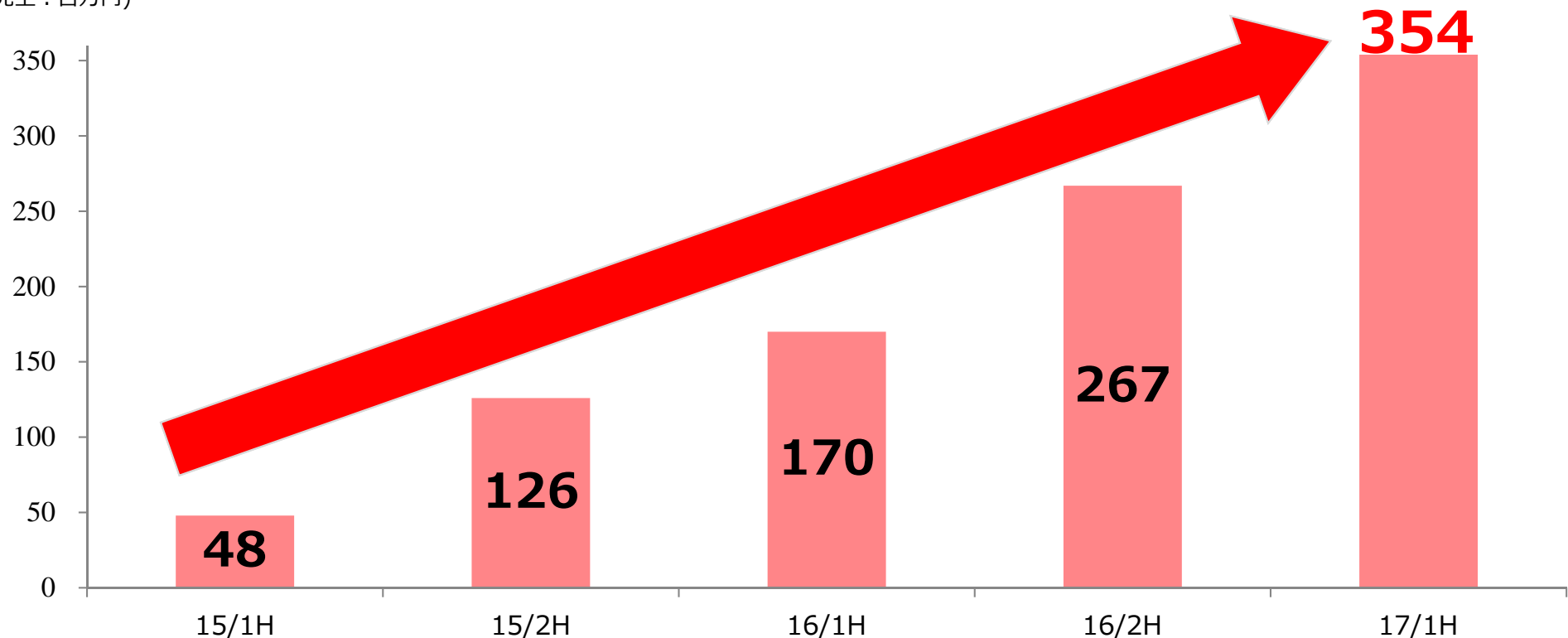
インバウンドビジネスにおけるデジタルマーケティング支援事業の強化として、訪日前のWebサイト閲覧から、訪日中の店舗・施設対応、訪日後のSNSでの口コミ拡散までを一貫して調査するサービスの提供を開始。



グループ拡大：Q別子会社売上高推移

- 子会社は堅調に成長を続けており、17/1Hの全体の売上高は前年同期比+107.3%の354百万円。
- 引き続き、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。17/1Hの売上高は前年同期比+120.9%、社員数は75名に拡大。

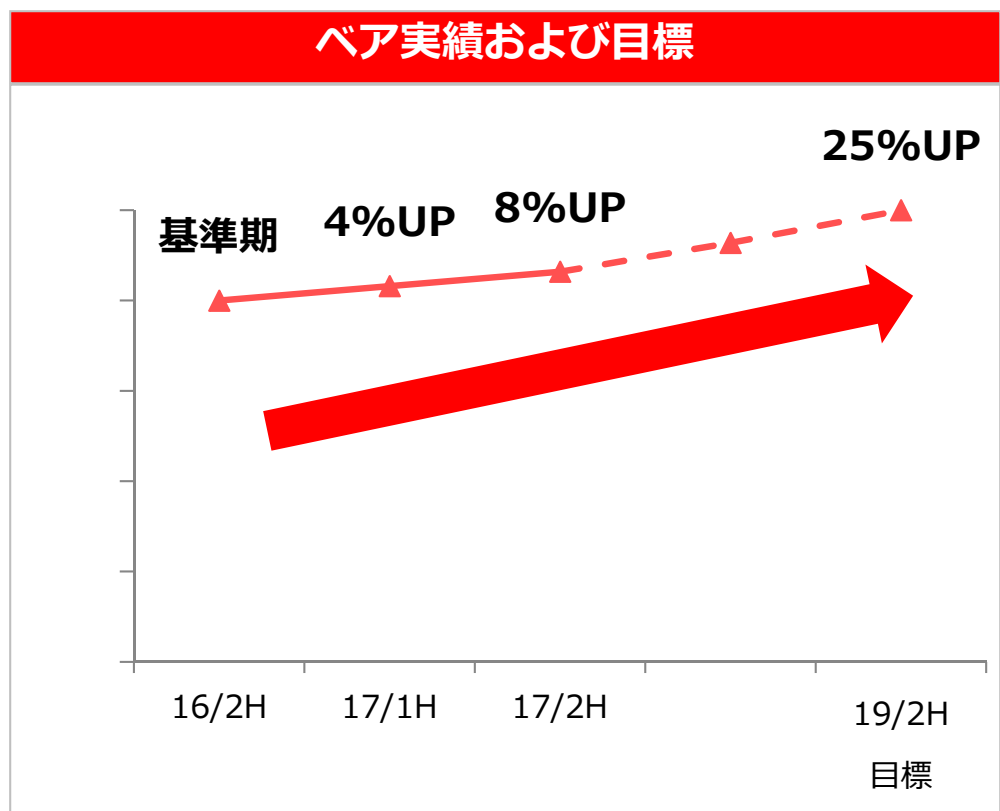
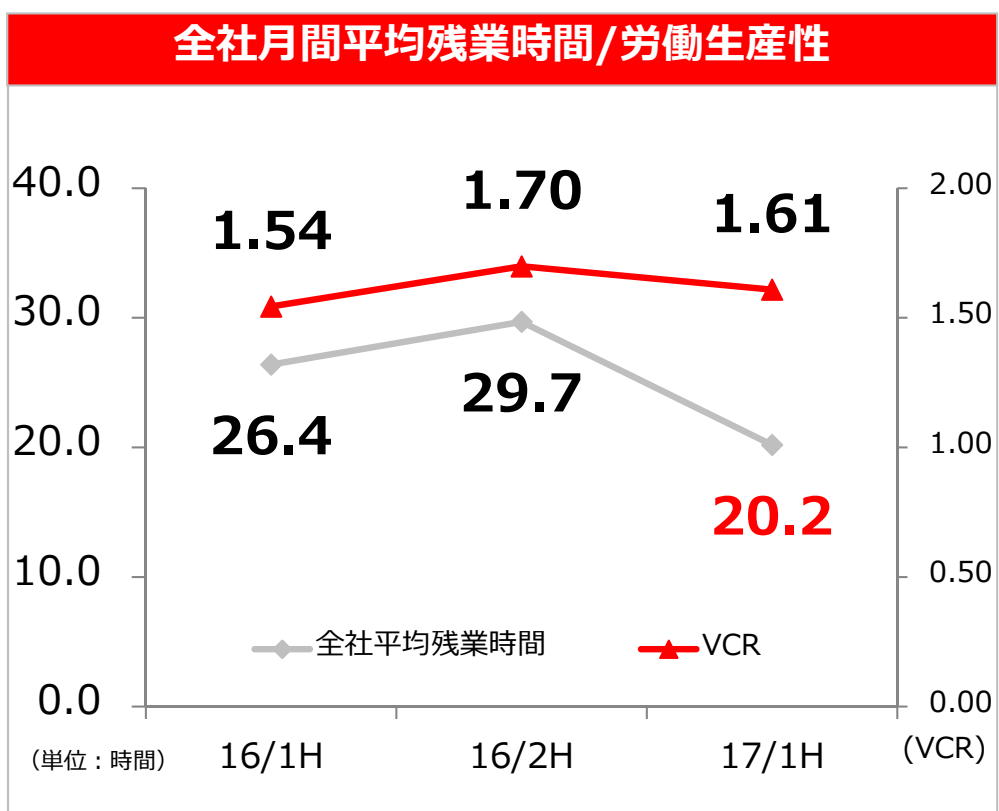
(売上：百万円)



※上記グラフ中の数値は、子会社全体の売上高合計（グループ間取引を含む）。

持続的成長に向けた取り組み：生産性/健康経営

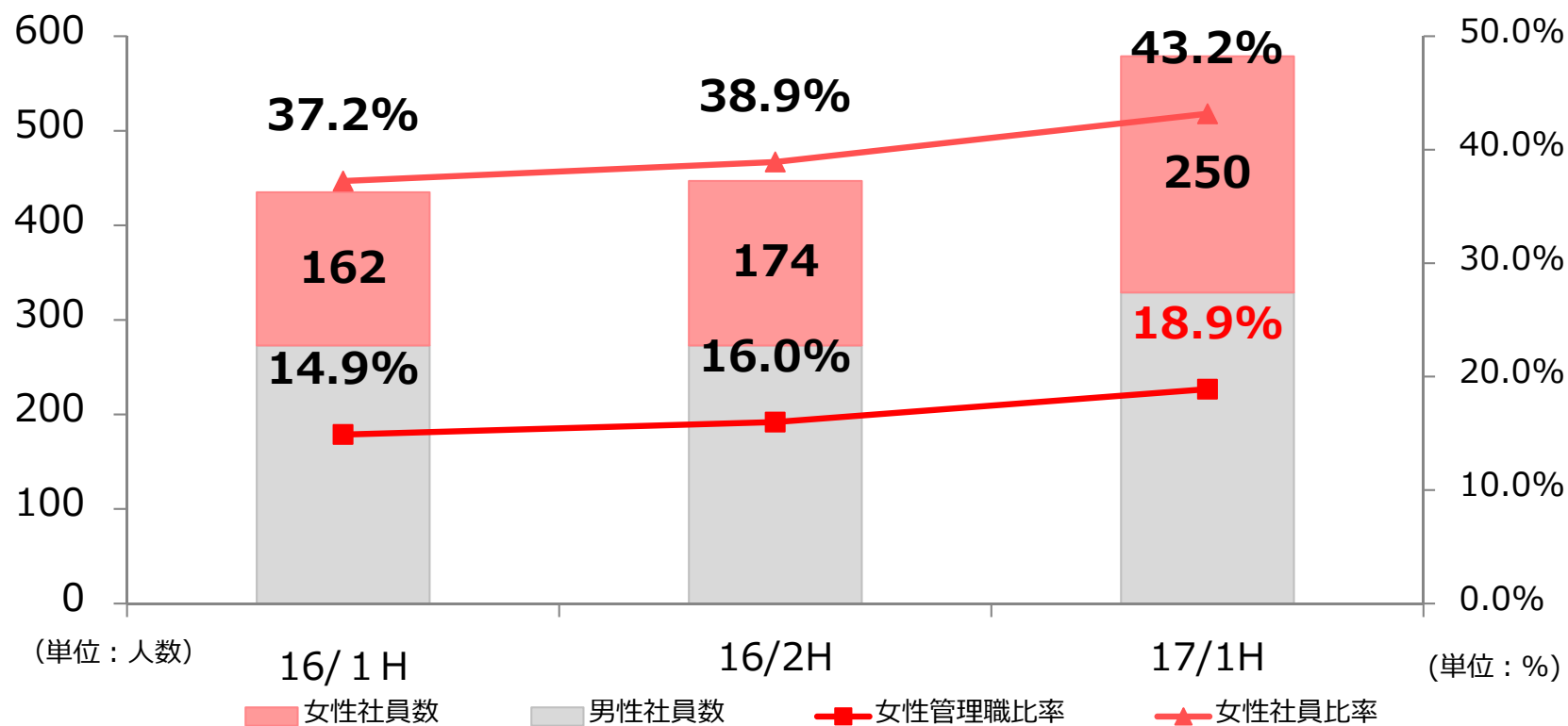
- 労働生産性（社内指標VCR）の向上、残業時間の削減を実現。17/1Hでは全社平均残業時間は20.2時間と前年同期比▲6.2時間大幅改善。
- 上記の生産性向上の取り組みと併せて、2016年10月から全社4%（累計8%）のベアを実施。
- 社員が永く働き続けられる環境の整備による顧客成果の最大化、企業価値向上を目指す。



※ VCR = 付加価値売上高 ÷ 稼働人件費（労務費 + 人件費 + 業務委託費）。当社における労働生産性を測る社内指標。

持続的成長に向けた取り組み：女性活躍推進

- 女性社員の長期的なキャリア形成の支援強化として「Womembers Program（ウィメンバース・プログラム）推進委員会」を設置。
- 17/1H時点では女性管理職比率は18.9%と16/2H比で2.9ポイント上昇。
- 引き続き女性のキャリア形成支援だけでなくワークライフバランスの実現や多様なワークスタイルの確立にも取り組み、社員全員が能力を発揮できる環境づくりを推進し企業基盤の構築による企業価値向上に取り組む。



ミッション・VISION2020

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

VISION2020

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

EMC
50社

社員
1000名

売上
150億

営利
10%



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**

參考資料

MEMBERS, The Internet Business Partner!

決算概要

MEMBERS, The Internet Business Partner!

連結損益計算書概要

- 既存のEMCモデル提供クライアントの売上が堅調に拡大し、売上高は前年同期比+31.1%の3,749百万円。
- 新卒社員95名の入社を含む体制の拡大に伴う人件費の増加や採用/教育研修費、M&Aに伴うのれんの償却費など、積極投資により販売管理費は前年同期比で+127百万円の599百万円。
- 営業利益は前年同期比で+44.2%の227百万円と過去最高を更新。

(単位：百万円)

	17/1H	16/1H	前年同期比
売上高	3,749	2,858	+31.1%
売上総利益	827	630	+31.2%
(売上総利益率)	22.1%	22.1%	-
販売管理費	599	472	+26.8%
営業利益	227	157	+44.2%
(営業利益率)	6.1%	5.5%	+0.6%
経常利益	224	172	+30.1%
税金等調整前当期純利益	224	170	+31.7%
法人税等合計	86	67	+27.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	138	105	+31.3%

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 ▲ 223百万円。
- 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 ▲ 302百万円。
- 純資産の増加は利益剰余金の増加によるもの。純資産合計は前期末比 +78百万円。

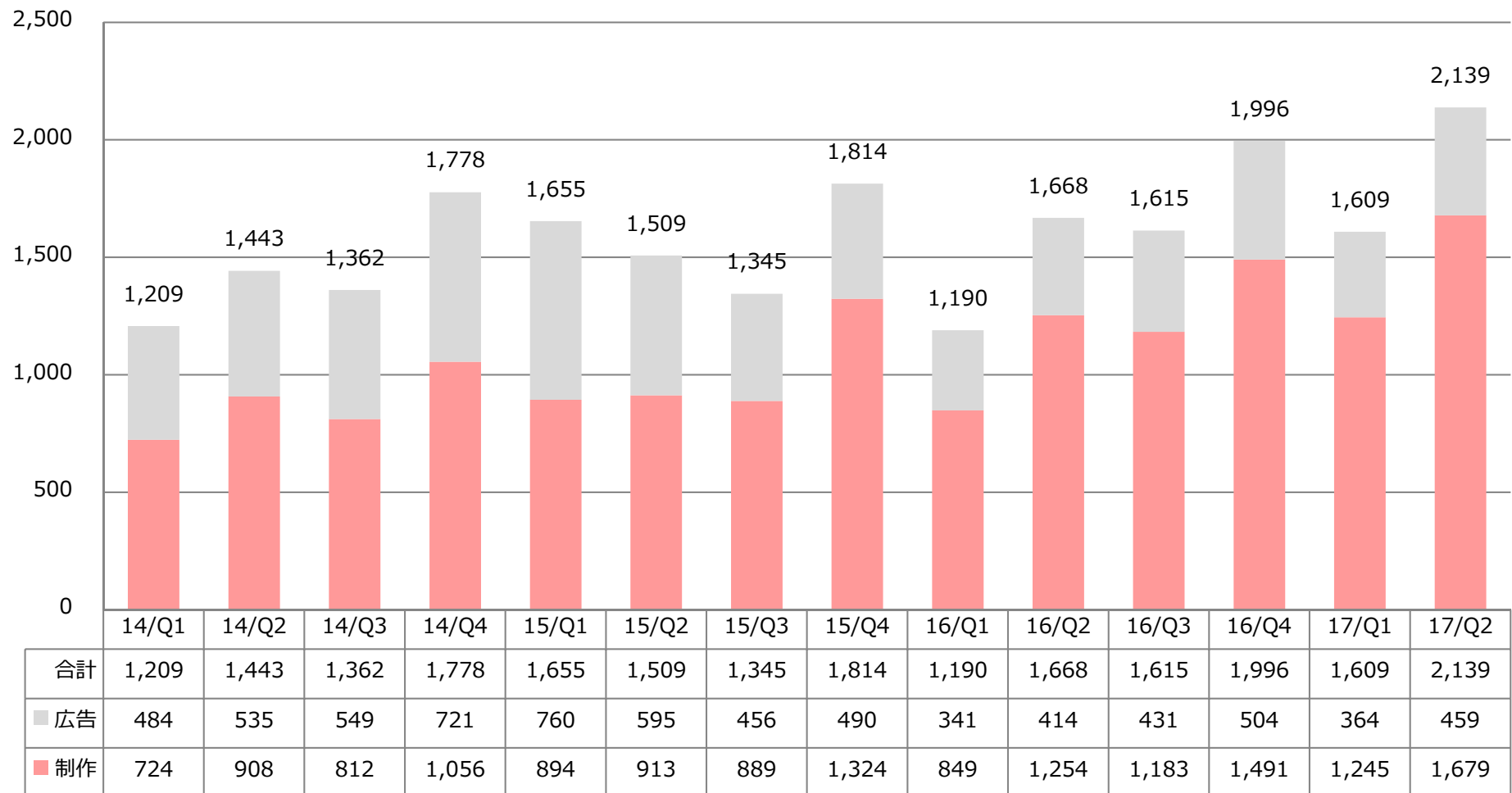
(単位：百万円)

	16年9月末	16年3月末	増減
流動資産	2,789	2,993	▲204
(内、現預金)	1,289	1,366	▲76
固定資産	509	528	▲19
資産合計	3,298	3,522	▲223
流動負債	1,105	1,409	▲304
固定負債	93	91	+2
負債合計	1,198	1,500	▲302
純資産合計	2,099	2,021	+78
自己資本比率	62.0%	56.2%	-

Q別サービス別売上高の推移

- EMCモデルを中心とする収益性の高い制作案件は堅調に増加。17/Q2の制作売上高は前年同期比+33.8%の1,679百万円。

(売上：百万円)



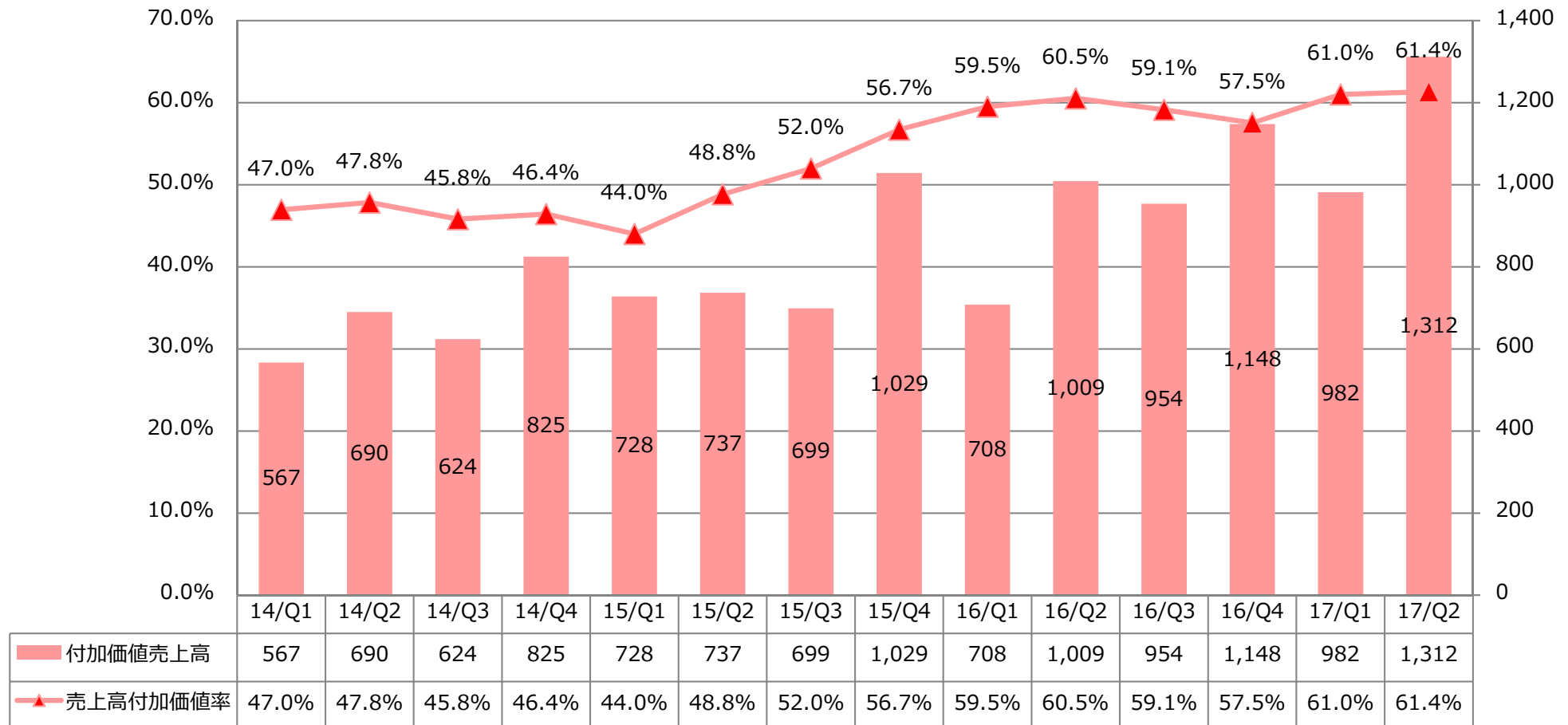
※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

※「広告」はSMM広告を含む。

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、地方拠点の拡大等、計画的な内製化施策により付加価値売上高※は継続的に増加。17/Q2の付加価値売上高は前年同期比+30.0%の1,312百万円。売上高付加価値率はQ別で過去最高を更新。

(売上：百万円)

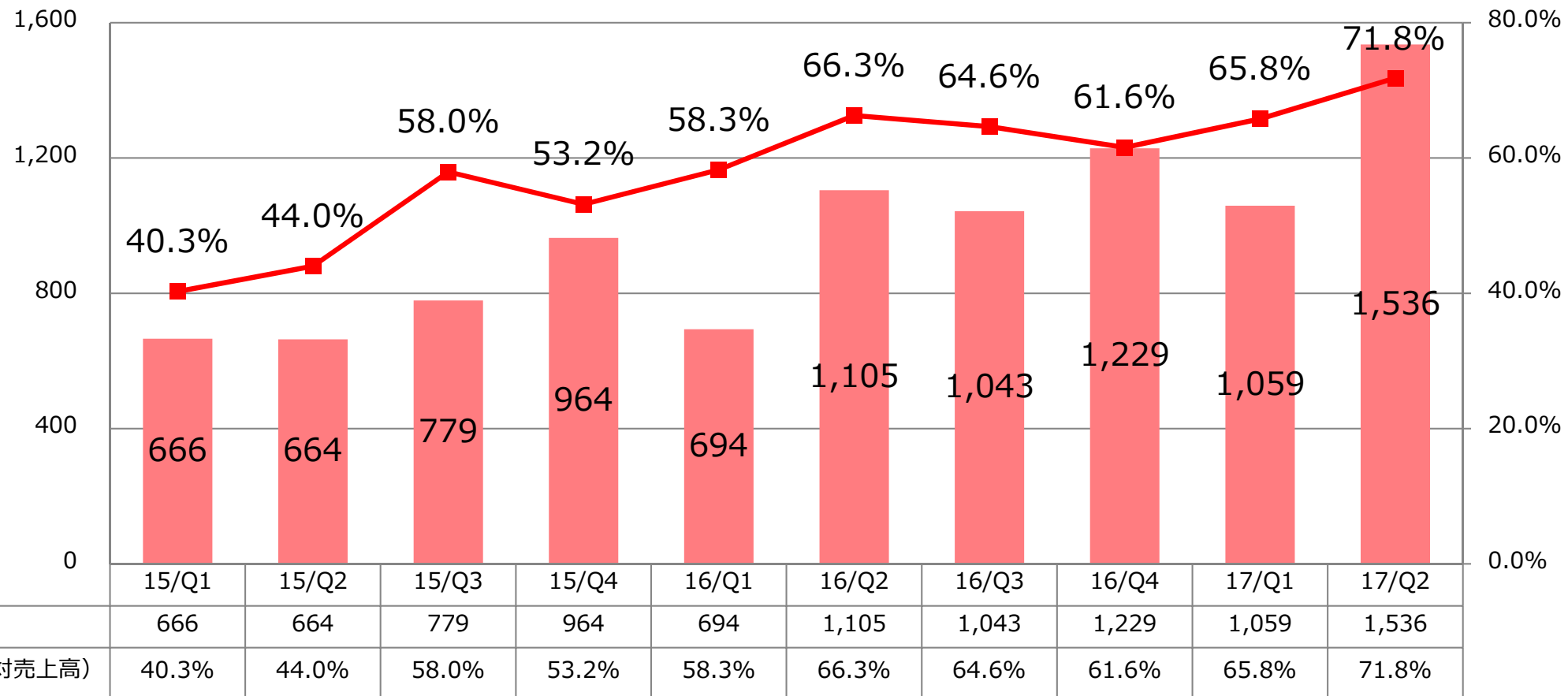


※付加価値売上高=売上高-外注費・仕入 ※社内リソースによる売上高を示す。

EMCモデル導入顧客Q別売上高推移

- EMCモデル※導入顧客の売上高は堅調に増加し、17/Q2の売上高は前年同期比+39.0%の1,536百万円。
- 17/Q2時点でEMCモデル導入顧客数は14社。引き続き重点施策としてEMCモデルの拡大（売上/社数）に取り組む。

(売上：百万)

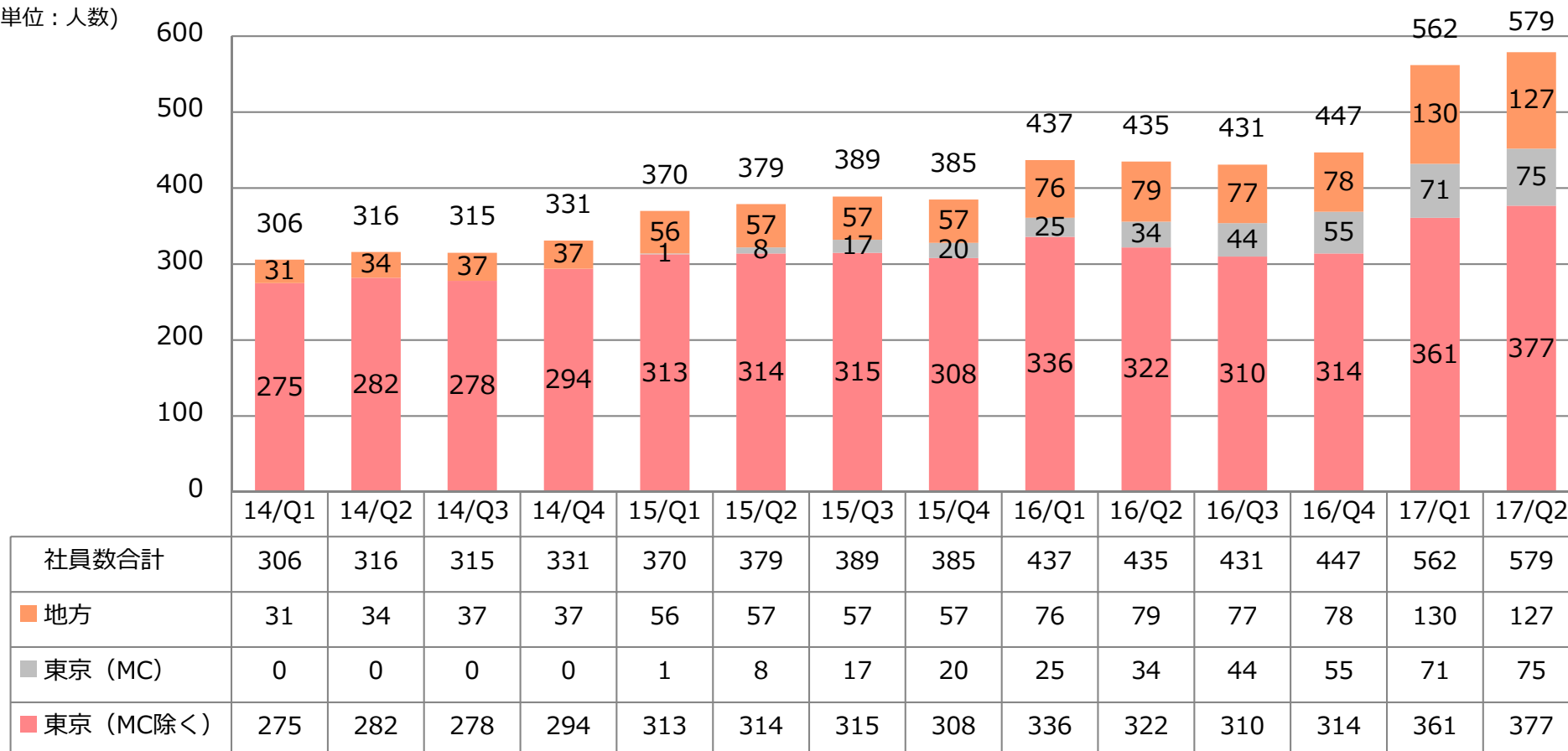


※エンゲージメント向上を通じてマーケティング成果を創出する総合的なWeb運用サービス
 ※上記グラフ中の数値は、アカウント別売上高の合計金額。

Q別社員数の推移 (拠点別)

- 新卒95名の採用により、17/Q2末時点の総社員数は16/Q4末比で+132名。子会社メンバーズキャリアでは16/Q4末比で20名の増加。地方拠点人員数も48名の増加。
- 引き続きEMCモデルの拡大に向けて積極的な人材の獲得、体制の強化を行う。

(単位：人数)



※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
 ※社員数には休職者、契約社員数も含まれております。

Q別社内経費の推移

- 新卒95名をはじめとする積極的な人材採用・事業拡大に向けた投資により、17/Q2の社内経費額は前年同期比+23.1%の1,030百万円。前期同様、期初に先行して人件費が増加傾向にあるが、Q2以降に収益貢献する計画の元、2Q累計営業利益は227百万円と収益に貢献。
- 引き続きEMCモデルの拡大に注力し、積極的な採用、育成を進める。

(社内経費：百万円)

(累計営業利益：百万円)



※「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。

※営業利益額に連動して賞与引当金が発生する賞与制度のため、賞与および賞与引当金は「その他」に含む。

※上記グラフ中の数値は、社内経費の総額。

リリース情報

MEMBERS, The Internet Business Partner!

東証二部上場

2016年4月21日、東京証券取引所市場第二部へ上場いたしました。
株主の皆さまのご支援、ご高配の賜物と心より感謝申し上げます。

—— 東証二部上場の目的 ——

信用力の向上

企業価値の向上

採用力の向上



社会的課題の解決姿勢を訴求する企業のWebマーケティング支援

近年、消費者は社会的課題への解決姿勢を自社サイトで発信する企業を選ぶ傾向へ変化。このような傾向を踏まえ、社会的課題の解決姿勢を訴求する企業のWebマーケティング支援を強化。

第1弾は、ANAのマイレージクラブ会員向けECサイト内に様々な社会的課題への解決を促す新企画「ANA SOCIAL GOODS」の商品紹介・販売を支援を開始。



http://store.ana.co.jp/pickup/socialgoods_top

ANA SOCIAL GOODS 概念図



生産者の思い

社会的な価値/意義

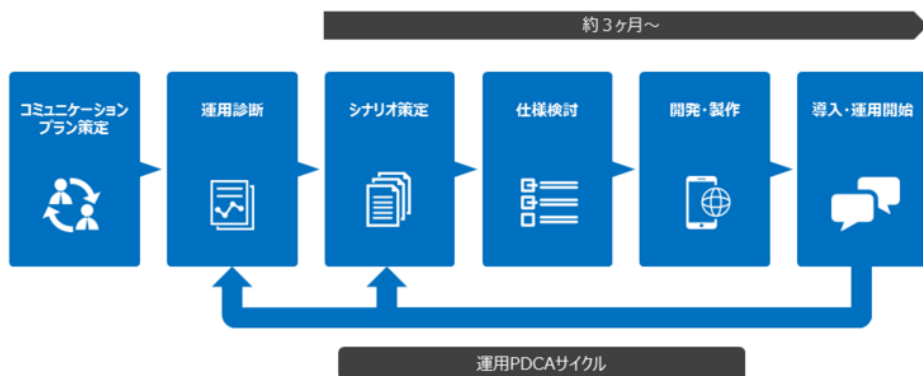
環境や倫理への配慮

「これからの豊かさ」

FB MessengerのBot機能を活用した支援サービスの提供を開始

AIソリューション「AMY」を提供するAutomagiと業務提携し、Facebook MessengerのBot機能を活用したマーケティング支援サービスの提供を開始。カスタマージャーニーに即したコミュニケーションプランの策定、現状のオウンドメディアやSNSの運用診断など、Bot開発から導入・運用まで総合的に支援し、コミュニケーションの強化を実現。

導入までのフローイメージ



導入後の運用サイクルイメージ



iClick Interactive Asiaとの戦略的パートナーシップ提携

WeChat（微信）を運営するTencentの公式DSPパートナーであるiClick Interactive Asia Limitedの戦略的パートナーとして日本企業で初めてサービス提供を開始。
中国最大のモバイルDSPを活用した、独自の訪日中国人向けデジタルマーケティング支援サービスを開始。



国連グローバル・コンパクト(UNGC)への参加

持続可能な成長を実現するための世界的な取組み

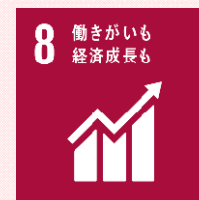
「国連グローバル・コンパクト (UNGC)」に一企業として参加。
メンバーズグループの企業活動全体を通じて
国連で採択された「持続可能な開発目標 (SDGs)」の達成に
貢献すべく、各種の取組みを積極的に進めていく。



質の高い
教育機会を提供



女性社員の長期的な
キャリア形成を支援



地方経済の
活性化を目指す




エンゲージメント
マーケティングの実践




会社概要

MEMBERS, The Internet Business Partner!

会社・事業概要

社名	 株式会社メンバーズ(証券コード：2130)
創業	1995年6月 -創業 22年目 。デジタルマーケティング業界の中では老舗企業
事業内容	企業のデジタルマーケティング支援、Webサイト運用/ 構築を軸としたネットビジネス支援事業
体制	- Webクリエイター を中心に連結社員数 579名 (17/1H末時点) -首都圏の顧客業務を 地方拠点(仙台・北九州) で、品質高く安定的に遂行する環境を実現

会社基本情報

社名	株式会社メンバーズ (英文名称: Members Co., Ltd.)	
設立	1995年6月26日	
事業内容	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 "MEMBERS, The Internet Business Partner!"	
所在地	本社: 東京都中央区晴海一丁目8番10号 晴海アイランド トリトンスクエアオフィスタワーX 37階 ウェブガーデン仙台: 宮城県仙台市青葉区一番町4丁目6-1 第一生命タワービル ウェブガーデン北九州: 福岡県北九州市小倉北区紺屋町9-1 明治安田生命小倉ビル	
資本金	794百万円 (2016年3月期)	
社員数 (連結)	447名 (2016年3月期 契約社員含む)	
代表取締役社長	剣持 忠	
売上高 (連結)	6,469百万円 (2016年3月期)	

沿革	1995年 6月	株式会社メンバーズを設立
	1995年 10月	eビジネス構築サービス (現 ネットビジネス支援事業) を開始
	1997年 7月	インターネット上の広告取り扱い事業 (現 ネットビジネス支援事業) を開始
	2006年 11月	名古屋証券取引所セントレックス市場に上場
	2010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業務・資本提携
	2011年 4月	株式会社コネクトスター設立 (100%出資による子会社)
	2012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
	2012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)
	2012年 11月	東京都中央区晴海に本社移転
	2014年 4月	株式会社MOVAAA設立 (当社55%、株式会社モバーシャル45%出資による子会社)
	2014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)
	2014年 9月	株式会社インフォバーンと資本業務提携
	2015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
	2015年 10月	株式会社マイナースタジオを子会社化
2016年 4月	東京証券取引所・名古屋証券取引所市場第二部に上場	



メンバーズの提供するサービス

戦略立案から構築・運用・広告・プロモーションから効果検証まで、複数のサービスを最適に組み合わせることで、企業のビジネス成果の創出・拡大に貢献します

