



株式会社メンバーズ

2017年3月期 通期 決算説明資料 (2016/4 - 2017/3)

東京証券取引所市場第一部(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。

はじめに

日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます

2017年4月21日、当社株式が東京証券取引所市場第一部に指定されました。ここに謹んでご報告申し上げます。これもひとえに、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。

当社は、1995年の創業以来、大手企業を中心とした顧客企業に対し、企業Webサイトの構築・運用をはじめ、ソーシャルメディア活用等のデジタルマーケティングを支援してまいりました。インターネット業界と共に歩んできた22年間、幾多の困難がありながらも、様々な取り組みを積み重ねていくことで、近年は社員の企業理念への共感度が高まり、定着率も



年々向上しつつあります。また、人材不足が深刻なインターネット業界にありながら優秀な人材を多く採用できしており、結果、顧客に対して質の高いデジタルマーケティング支援サービスの提供を可能にしております。既存顧客の取引拡大、過去最高益の更新にもつながり、今回の東京証券取引所市場第一部指定を実現できました。皆さまにご支援いただきましたこと、改めて御礼申し上げます。

引き続き、VISION2020の実現に向け、社員一同、力を合わせて取り組んでまいりますので、変わらぬご支援を賜りますよう、宜しくお願い申し上げます。

2017年5月
株式会社メンバーズ
代表取締役 剣持 忠

17年3月期 通期 業績ハイライト

連結業績

EMC売上が順調に拡大。売上・利益とも過去最高（4期連続）を更新

- 売上高：8,088百万円（前年比+25.0%）
- EMCモデル提供顧客売上高：5,581百万円（前年比+37.0%）
- 営業利益：617百万円（前年比+37.7%）
 - ✓ 計画通り人材採用/育成が着実に収益性の強化に貢献。
- 親会社株主に帰属する当期純利益：414百万円（前年比+42.6%）

事業状況

- EMCモデル提供顧客の1社あたり売上高：372百万円
 - ✓ 前年比+81百万円と既存拡大が順調。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：845百万円
 - ✓ 前年同期比+92.9%と大幅に伸長。メンバーズキャリアは107名に増加。

業績予想

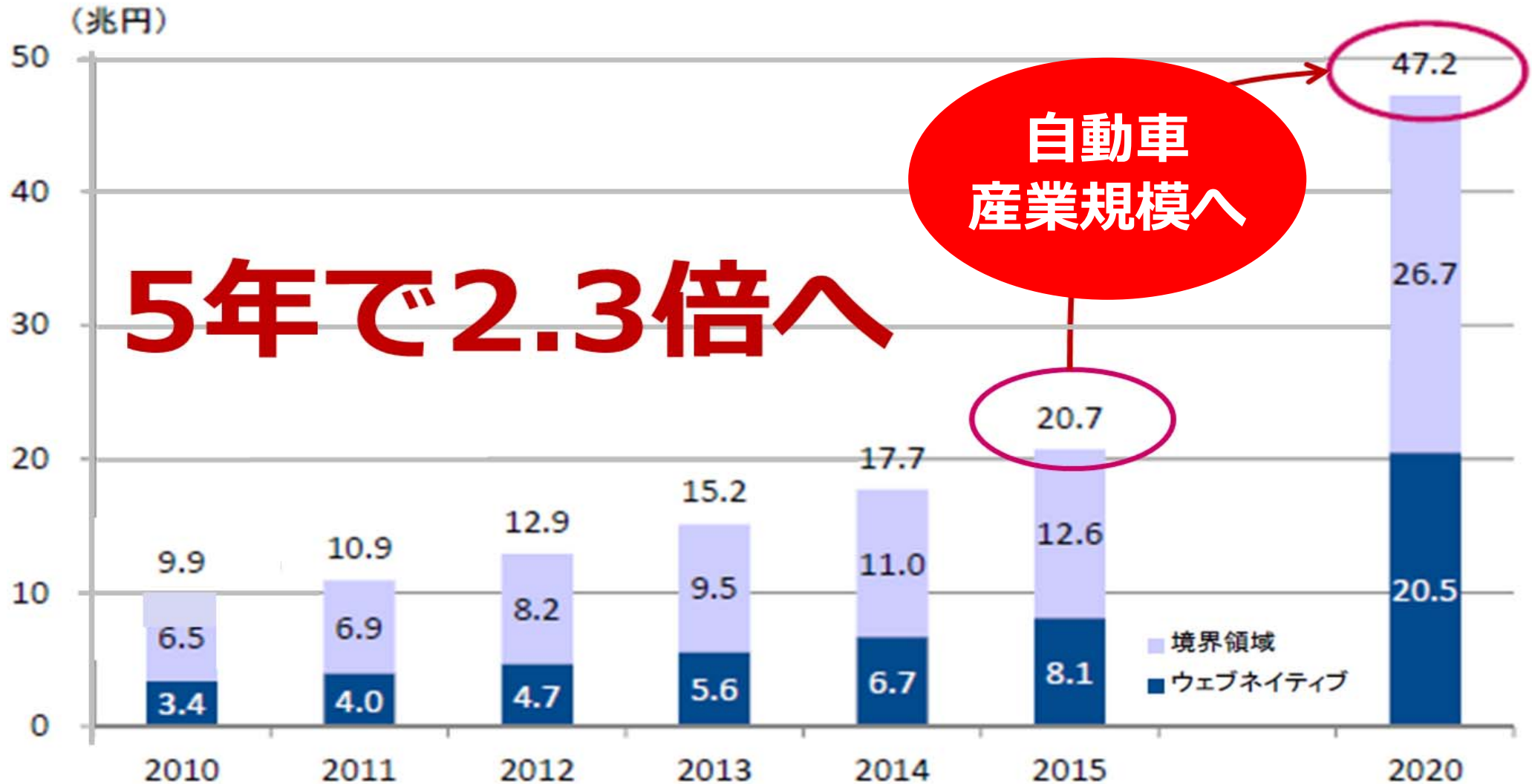
- 18年3月期からIFRSを任意適用
- 通期売上高（IFRS）：7,500百万円、営業利益（IFRS）：640百万円
 - ✓ 日本基準の通期売上予想は9,000百万円。引き続きEMCモデルの拡大により通期での増収増益を目指す。
- 次期配当予想は1株当たり9.5円と前年同期比+2円の増配予想

外部環境

MEMBERS, The Internet Business Partner!

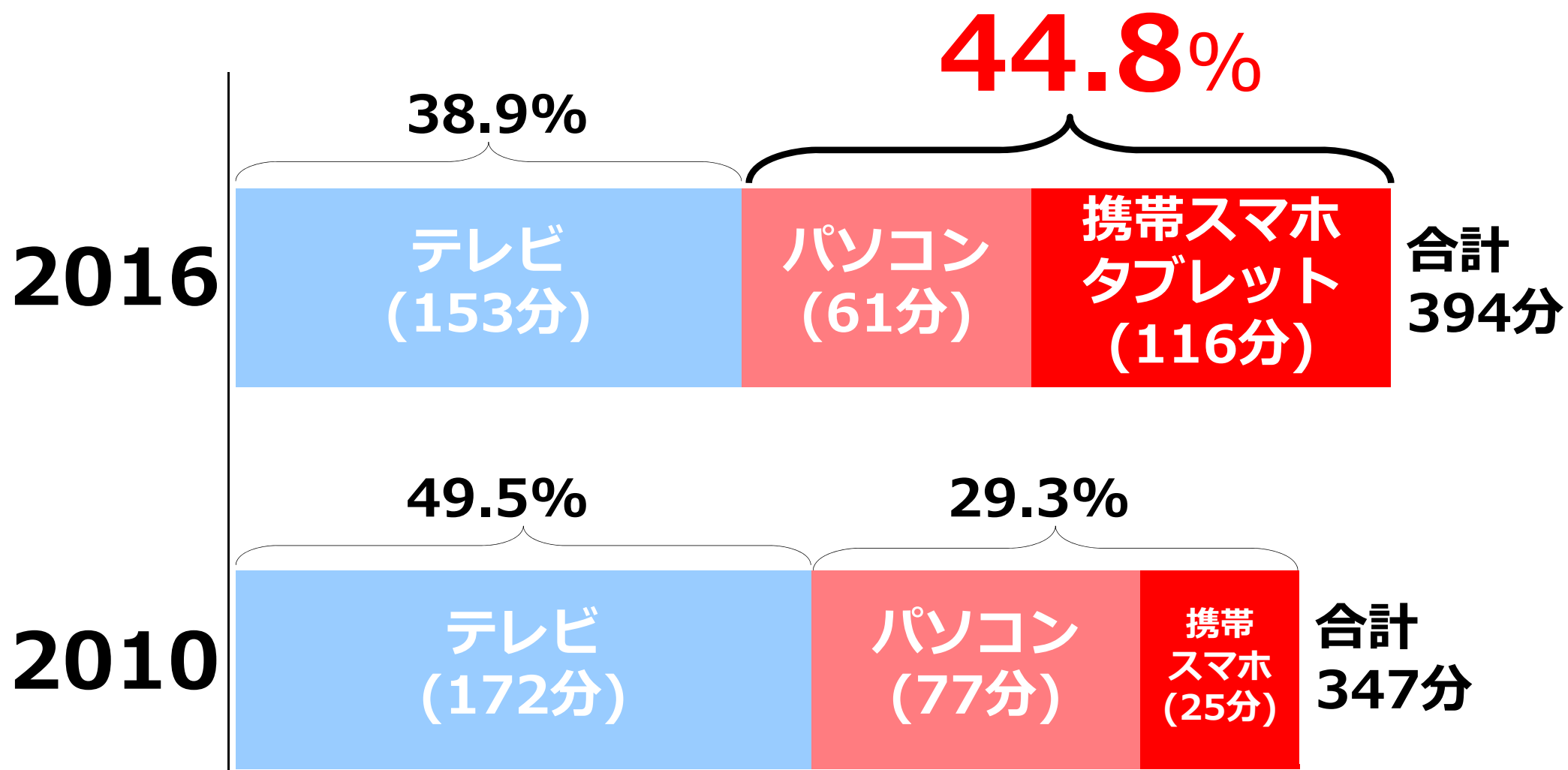
外部環境①:ウェブビジネス市場規模の予測

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：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

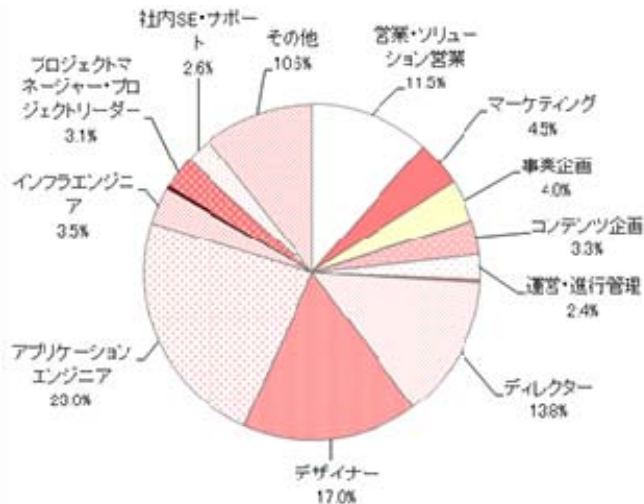
※総メディア接触時間において、初めてネット接触時間がテレビ接触時間を上回ったのは2014年。

外部環境③：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

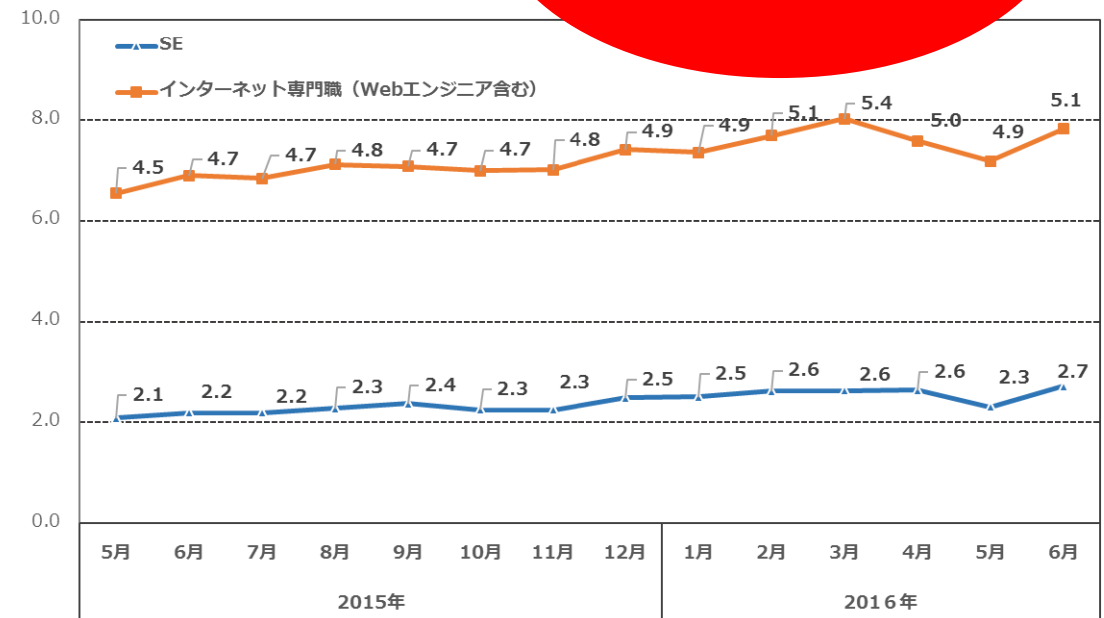
7.28倍
(市場全体1.27倍)



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)

(まとめ)デジタルマーケティングを取り巻く状況

急速に進展する
ビジネスのデジタル化

- ・ EC市場は引き続き年率10数%の成長。
- ・ AI,IoT等のデジタル経済が本格的に離陸。

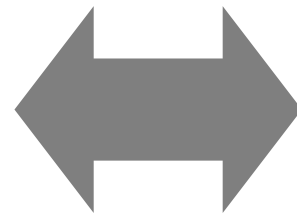
消費者にとって
最も重要な接点

- ・ メディア視聴時間はデジタルメディアが既にテレビを越える。

採用市場は
枯渇状態

- ・ インターネット専門職／デジタルクリエイターは不足。人材は争奪戦。

事業上重要なデジタル
マーケティング運営



十分なクリエイター
体制を企業は持てない

メンバーズの強み

MEMBERS, The Internet Business Partner!

注力サービス:EMCモデル

デジタル時代のビジネス成果とユーザー体験をカイゼンし続ける
デジタルマーケティング支援 専任チーム“EMC”

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

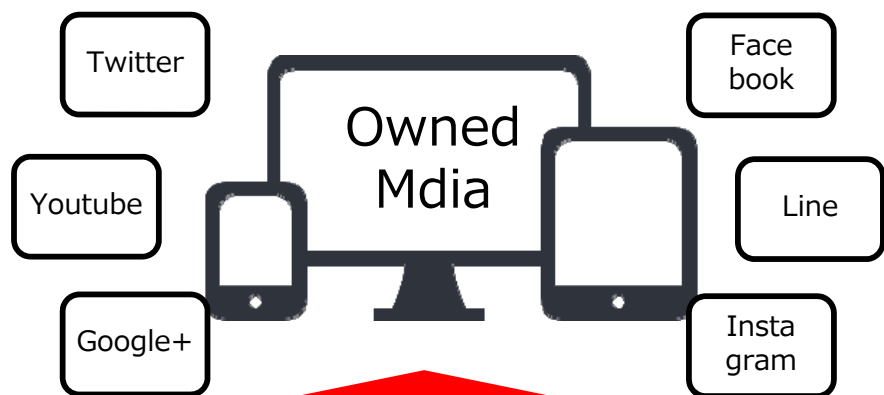
マーケティング
成果向上

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=顧客企業のデジタルマーケティング支援専任チーム

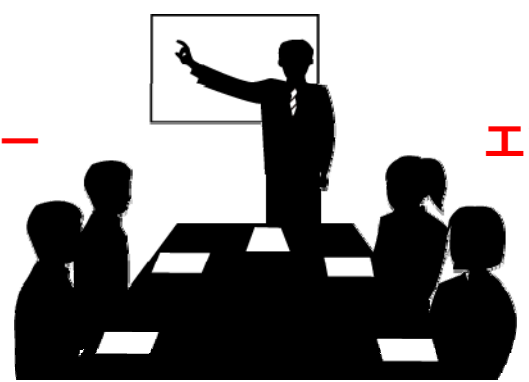


広範囲なデジタル領域を一括運営

ディレクター

デザイナー

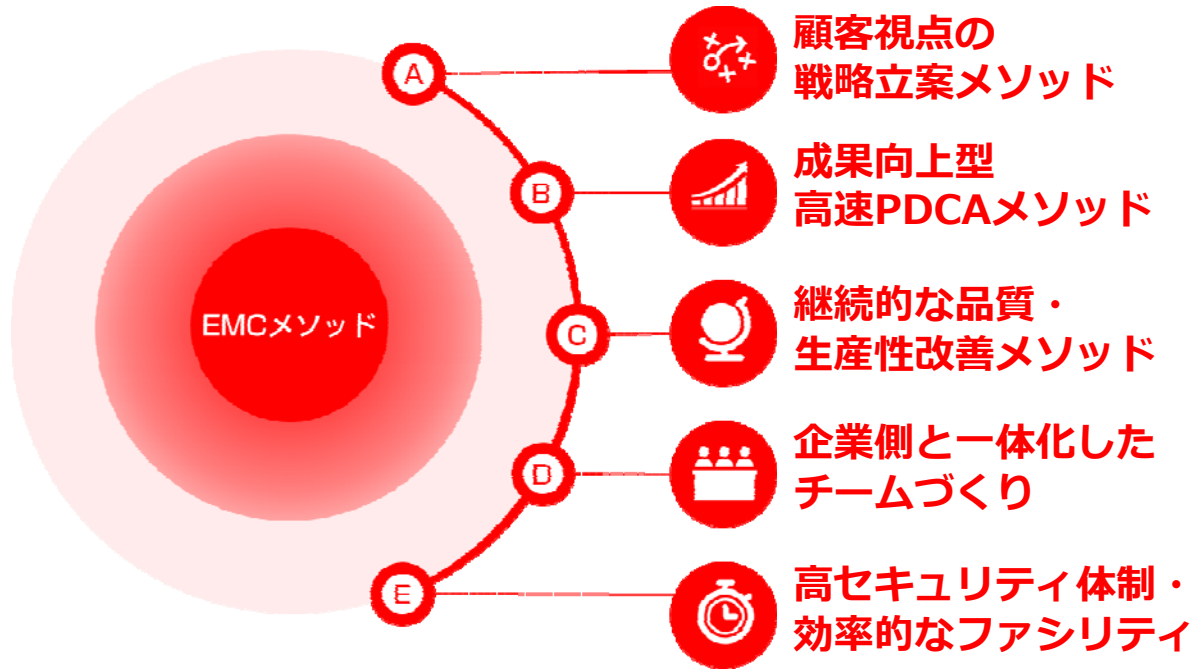
エンジニア



データアナリスト

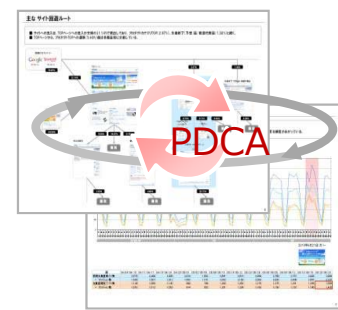
コンテンツプランナー

デジタルマーケティング成果向上を実現するメソッド群



UXデザイン

項目	内容	備考
UI/UX設計	顧客視点でのUI/UX設計、操作性向上のためのUI/UX改善提案	
データ分析	顧客行動データの分析、マーケティング施策の効果測定	
セキュリティ	顧客データのセキュリティ対策、個人情報保護法の対応	
コンテンツ制作	顧客にとって魅力的なコンテンツの制作	
チーム連携	顧客側のチームと連携したマーケティング施策の実施	



データ活用PDCA



セキュリティ

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	(株)資生堂	

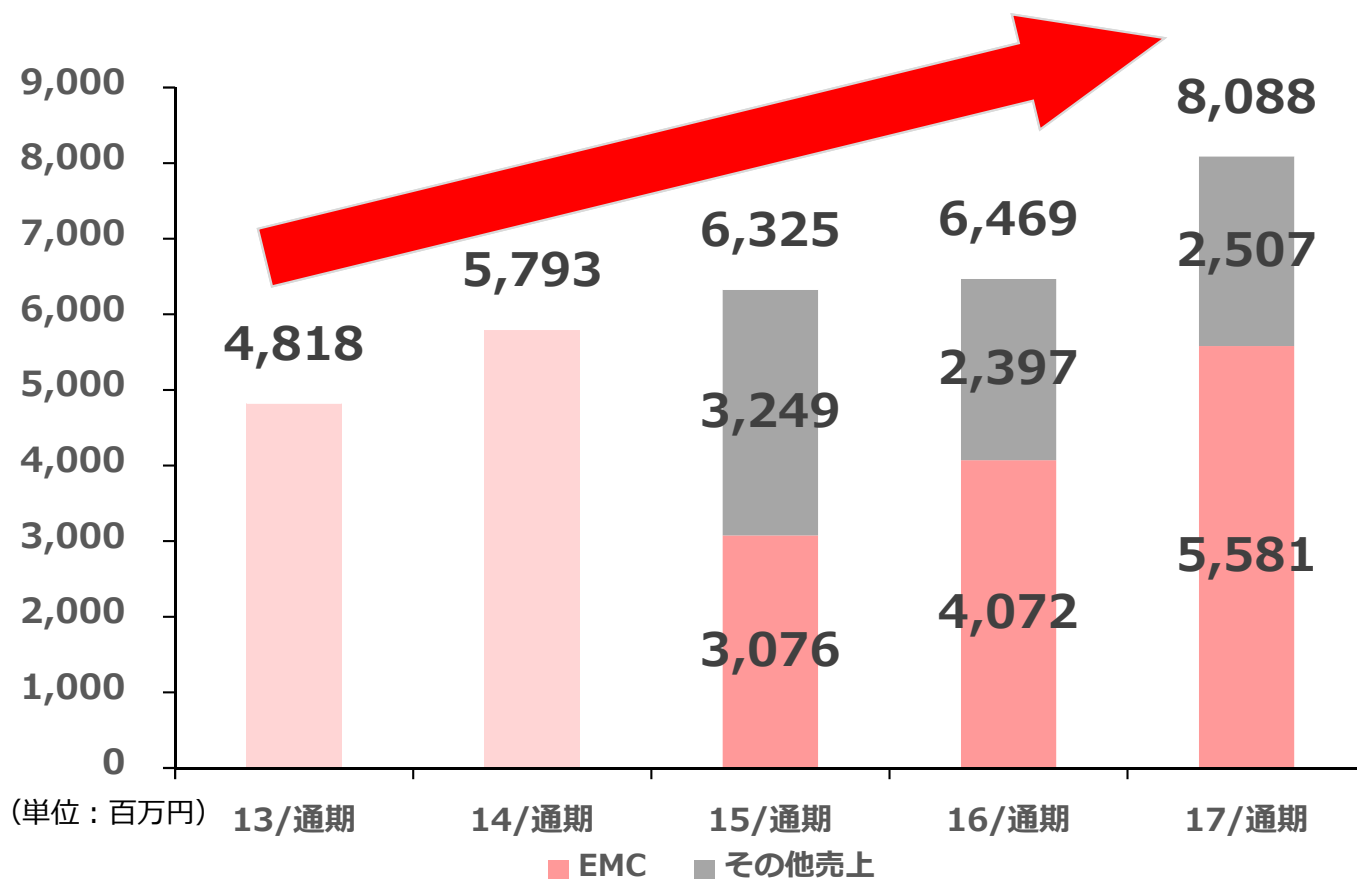
2017年3月期 通期 業績サマリー

MEMBERS, The Internet Business Partner!

(連結)売上高/EMCモデル売上高 前年比

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。

連結売上は過去最高を大幅に更新



連結売上
+ 25.0%

EMC売上
+ 37.0%

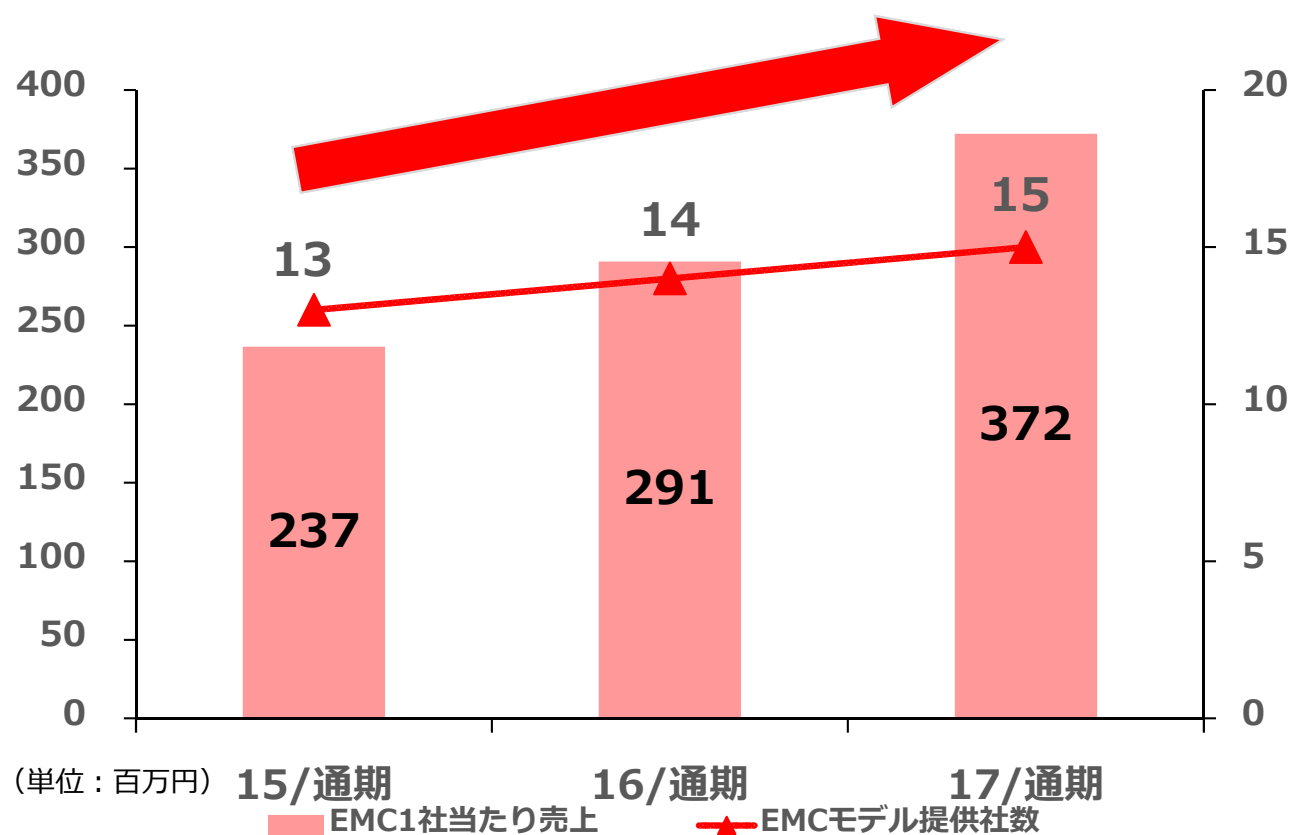
(2016年 通期比)

グラフ上部の数字は通期連結売上高
EMC売上は15/通期からカウントしているため14/通期以前は通期連結売上高を記載

(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、
372万円と順調に拡大。

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。



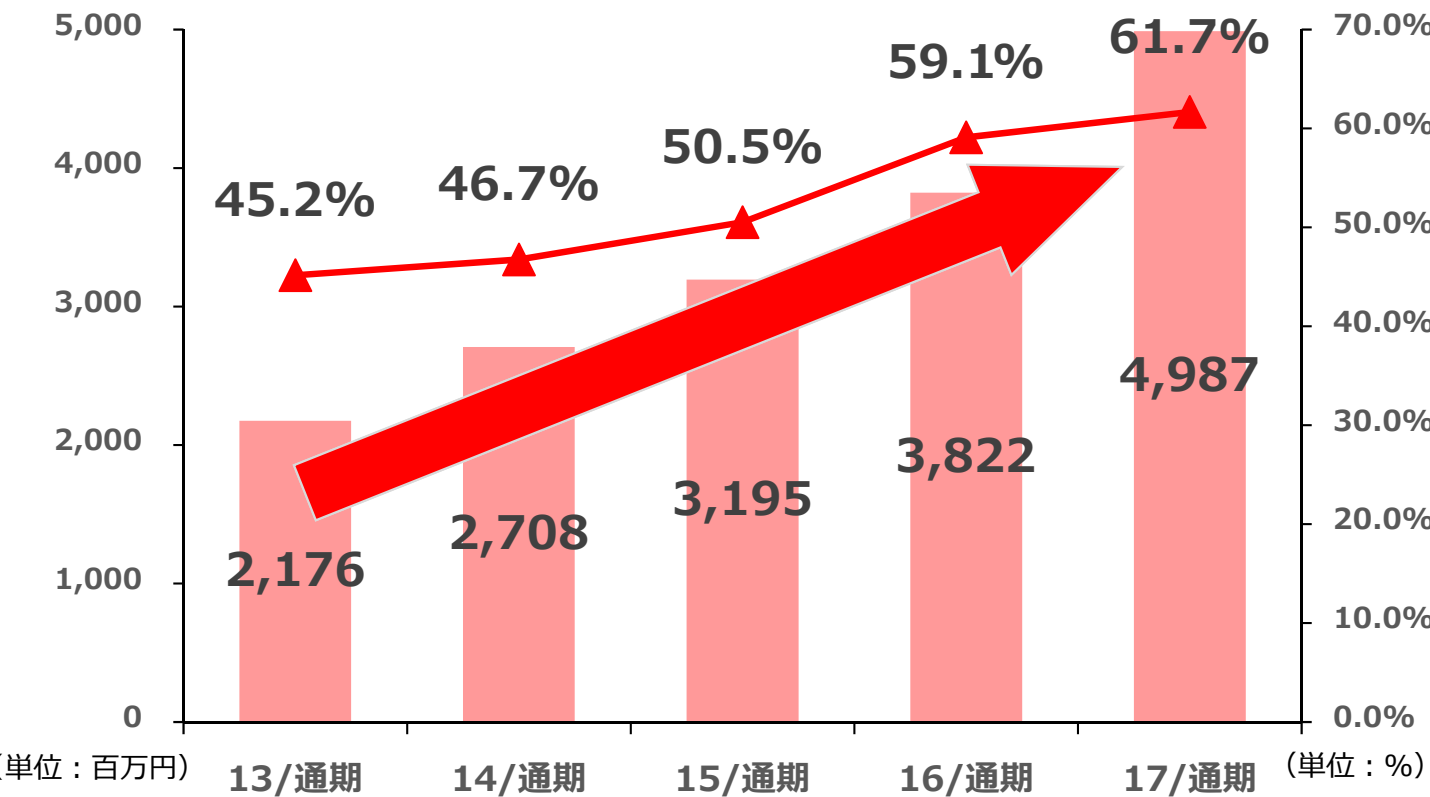
EMC提供顧客
1社当たり売上
+ 27.9%

(2016年 通期比)

※ 15/通期以前の数値は16/通期以降に再定義した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)付加価値売上高 前年比

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(率)は順調に増加。



付加価値売上高
+ 30.5%
売上高付加価値率
+ 2.6Pt

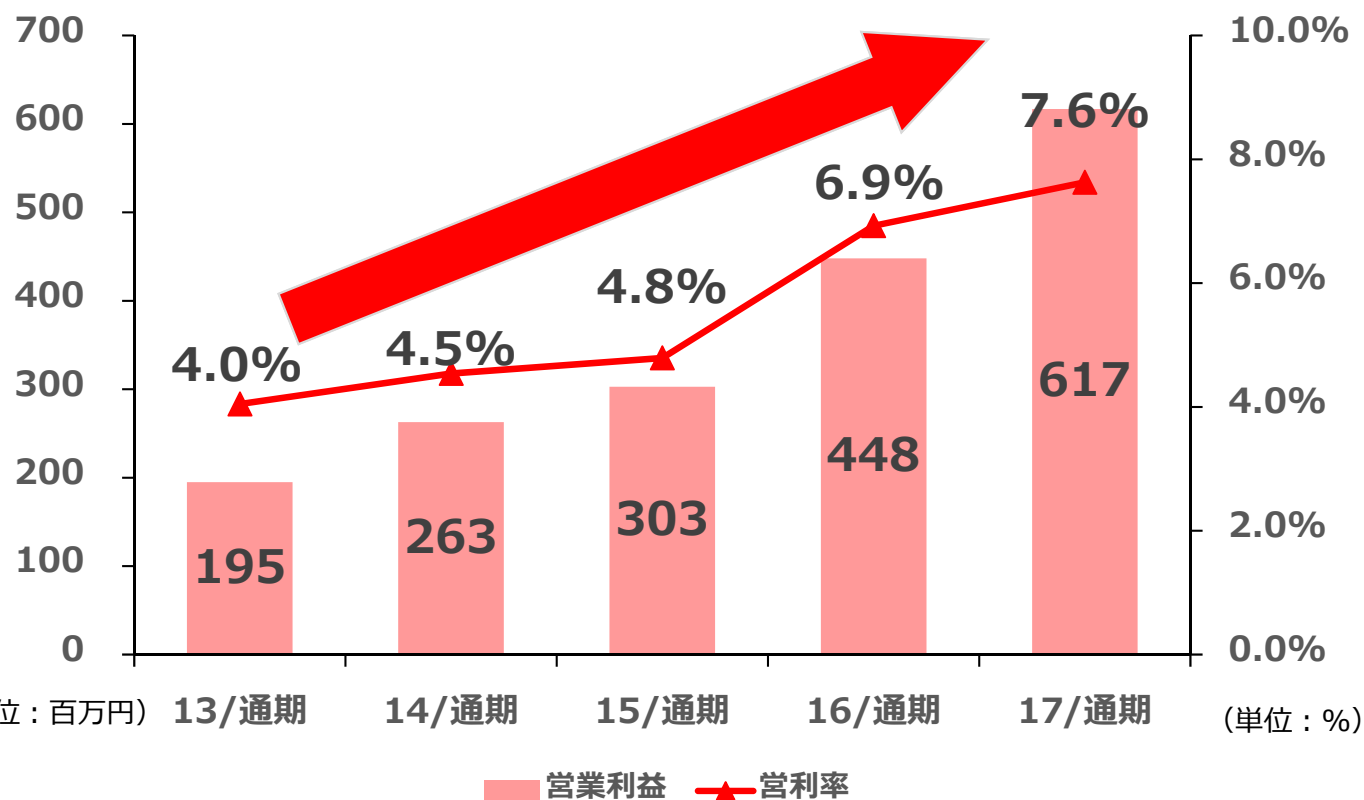
(2016年 通期比)

付加価値売上高 ▲ 売上高付加価値率

※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 前年比

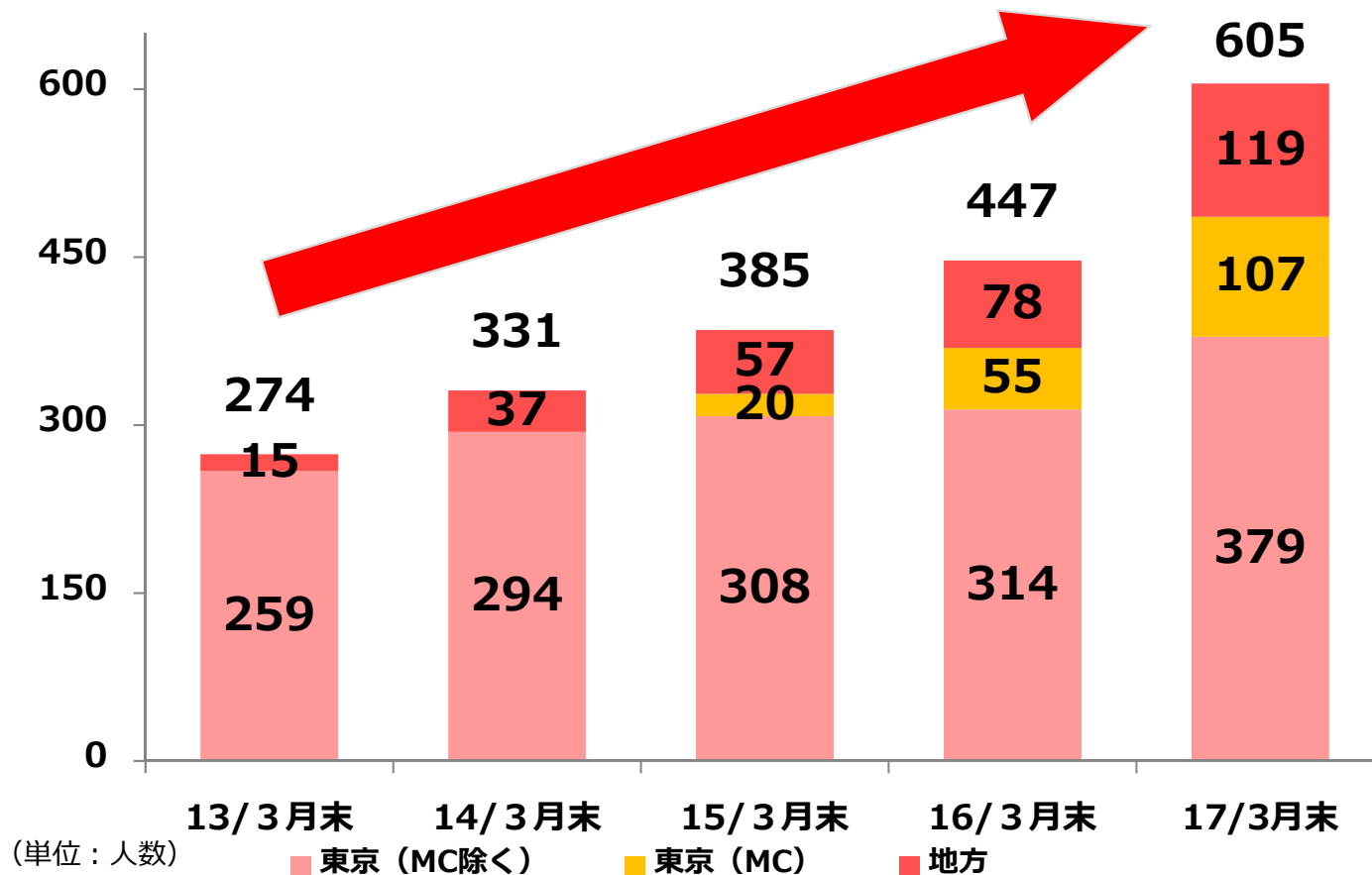
期初の計画通り人材採用/育成が着実に**収益性の強化**に貢献。
営業利益617百万円と**過去最高益を更新**。



営業利益
+37.7%
営業利益率
+0.7Pt
(2016年 通期比)

(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。

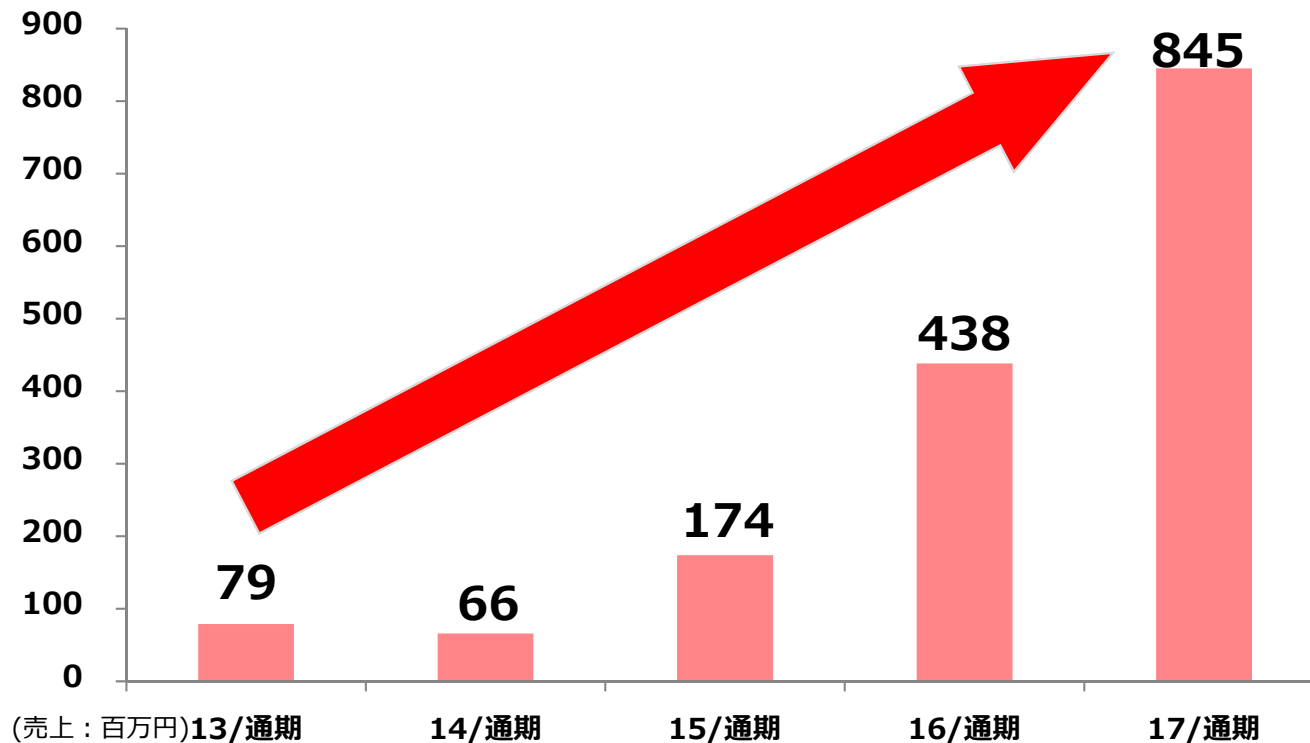


社員数
+ 158名
(2016年3月末比)

子会社売上高推移

子会社全体の売上高は、前年同期比+92.9%の845百万円。

クリエイター派遣サービスの**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+120.8%。



子会社売上
+92.9%
(2016年3月期比)

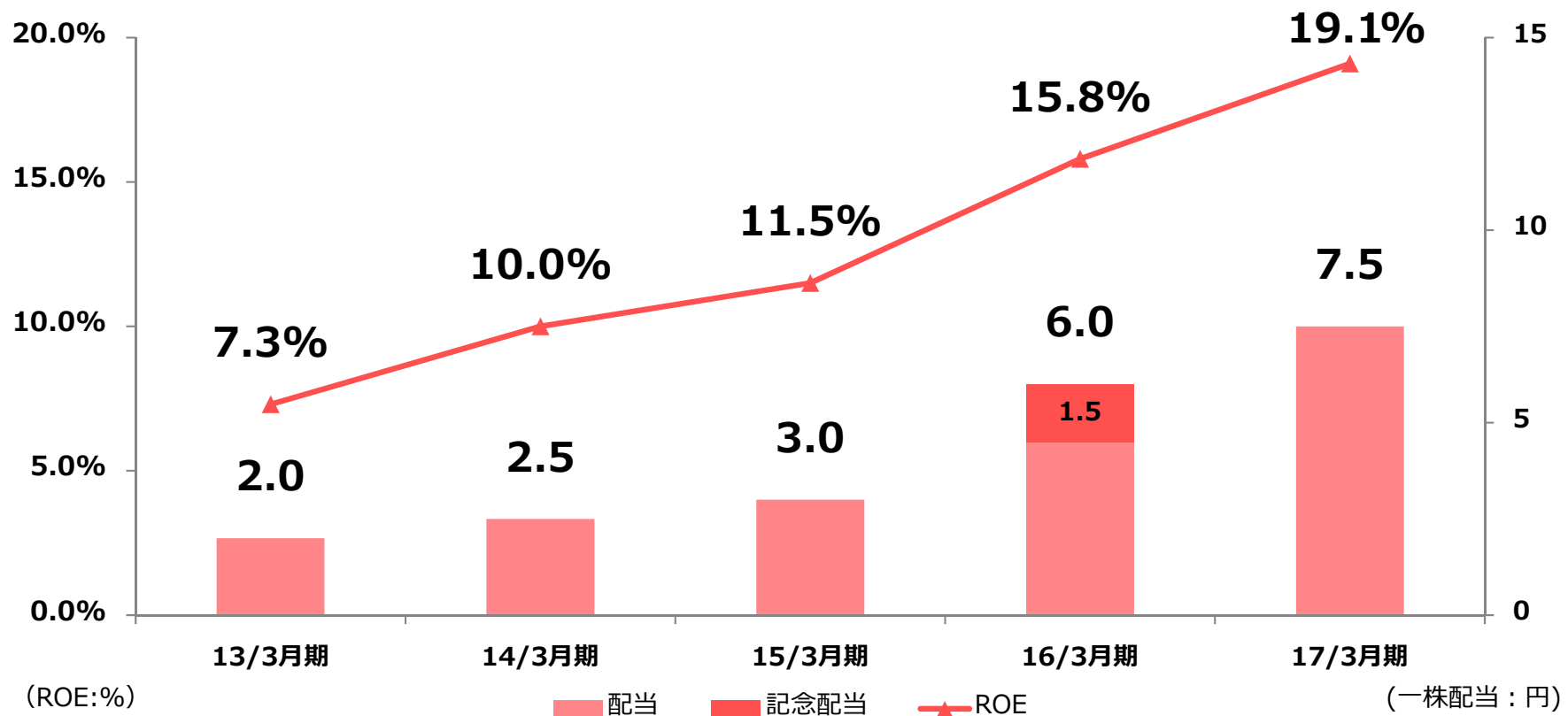
※上記グラフ中の数値は、子会社全体の売上高合計（グループ間取引を含む）。

ROEと一株配当の推移

ROEは継続的に成長し、前年同期比+3.3Pの**19.1%**。

中期的にROE25%を目標とする。

一株あたり配当は、7.5円と前年同期比+**1.5円**の増配。



※当社は2017年1月1日付で普通株式1株につき、2株の株式分割を行っております

※ 2016年3月期までの配当金については、上記株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の金額となります。

※ 2017年3月期の配当金については、取締役会決議後、2017年6月開催予定の株主総会に付議する予定です。

業績予想および 成長戦略

MEMBERS, The Internet Business Partner!

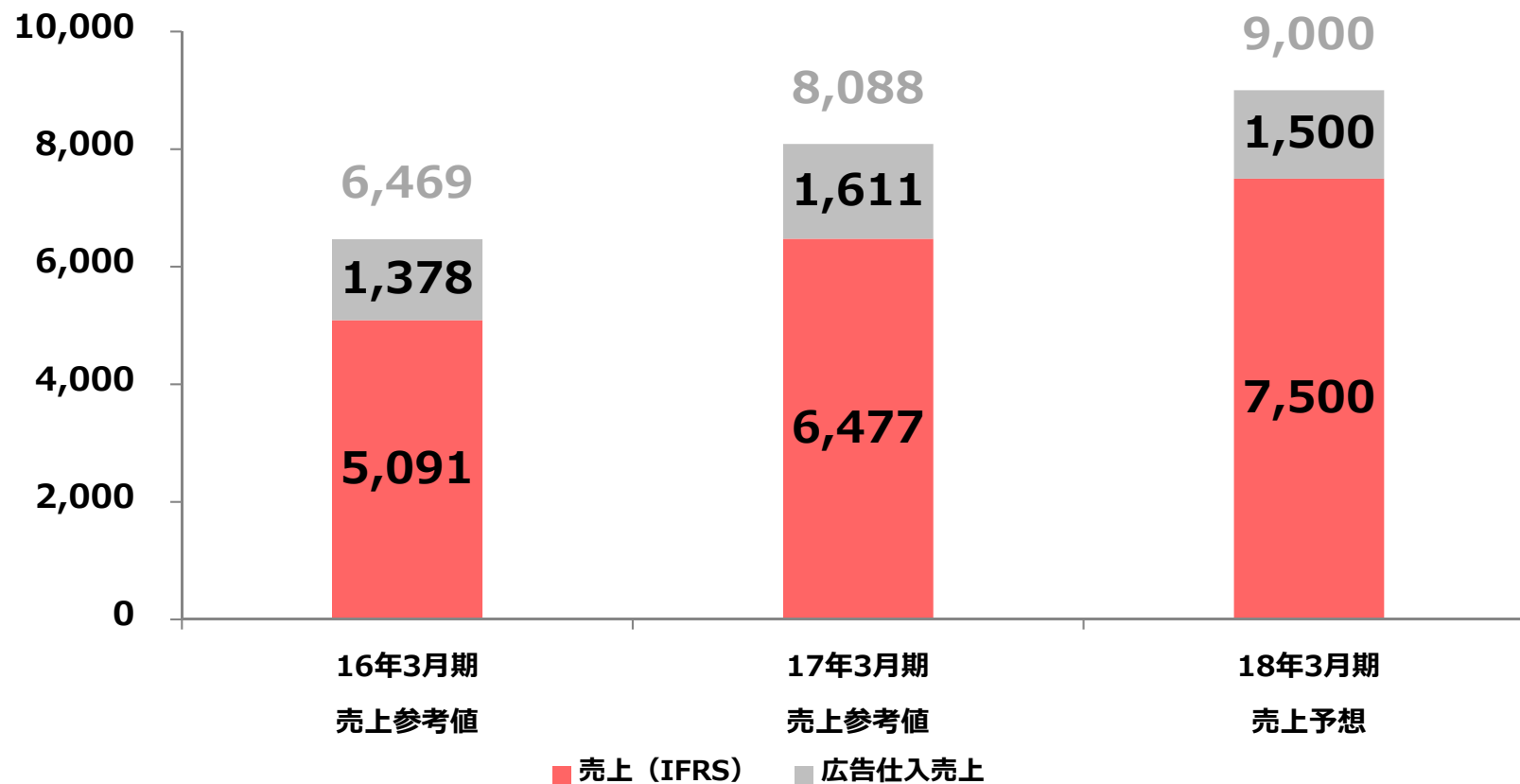
2018年 3月期 業績予想

- EMC拡大、体制の拡大に向けて、新卒や地方、メンバーズキャリアを中心とした積極採用、育成への投資に加え、新規サービス・新規事業投資などこれまで以上に積極的に推進。通期業績で前期比増収・増益を見込む。
- 期初に大量の新卒社員を採用し体制を積極的に拡大。育成期間である1Qは赤字、1Hは減益予定。2Q以降に収益貢献予定。
- 2018年3月期よりIFRS導入に伴い予想値を算出。IFRS適用に伴う業績影響に関しては23ページを参照。

	2018年3月期 予想 (IFRS)					
	1 Q	前年同期比	1 H	前年同期比	通期	前年同期比
売上収益	1,442	-	3,375	-	7,500	-
営業利益	-178	-	90	-	640	-
税引前利益	-183	-	90	-	640	-
当期利益	-183	-	54	-	416	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	-186	-	54	-	416	-

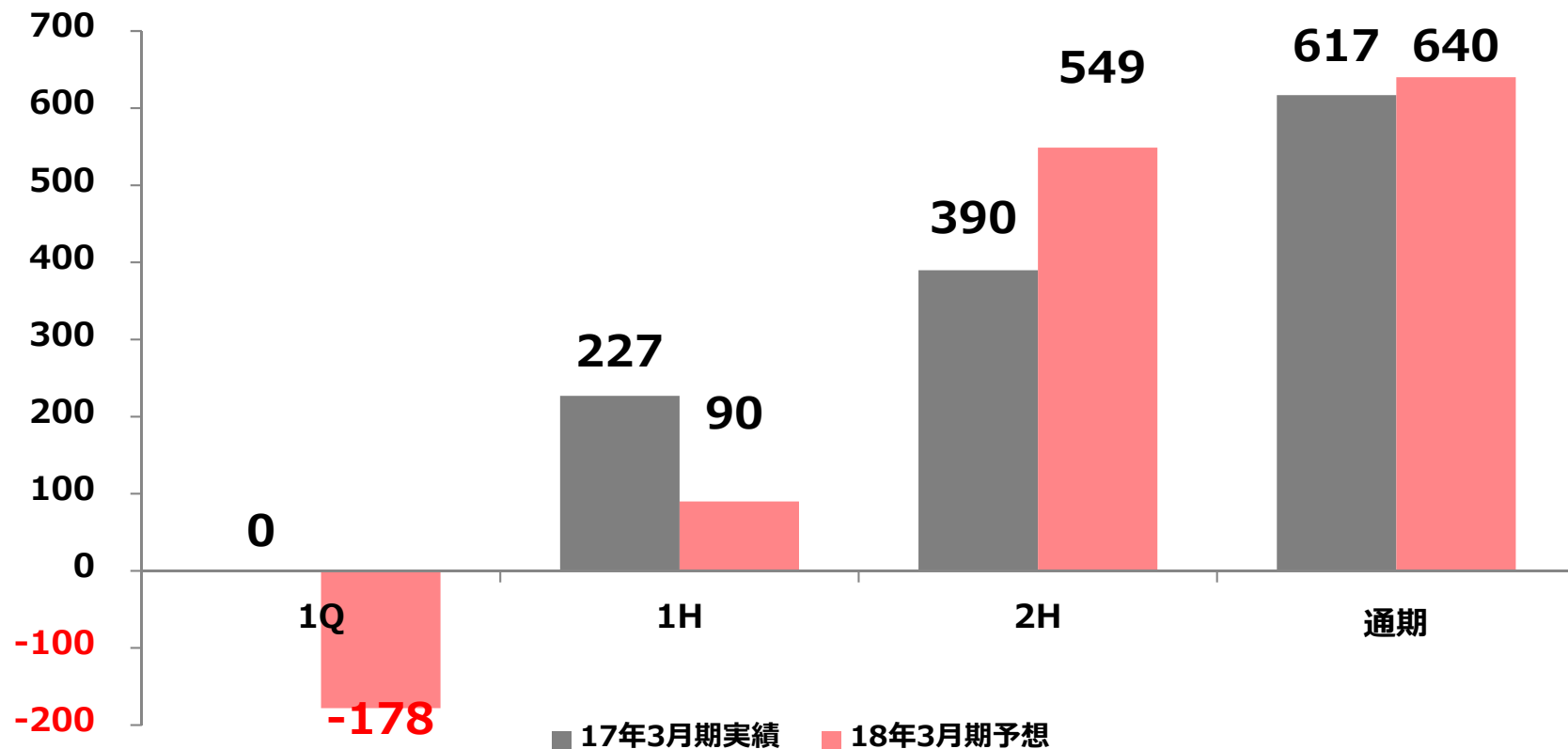
IFRS適用に伴う売上の純額表示へ変更

- IFRS適用に伴い、広告代理売上のうち広告枠仕入費用を控除し純額表示。そのため表記上の売上高は減少しているが同基準で比較すれば約+15%増収。利益面では大きな影響は無し。



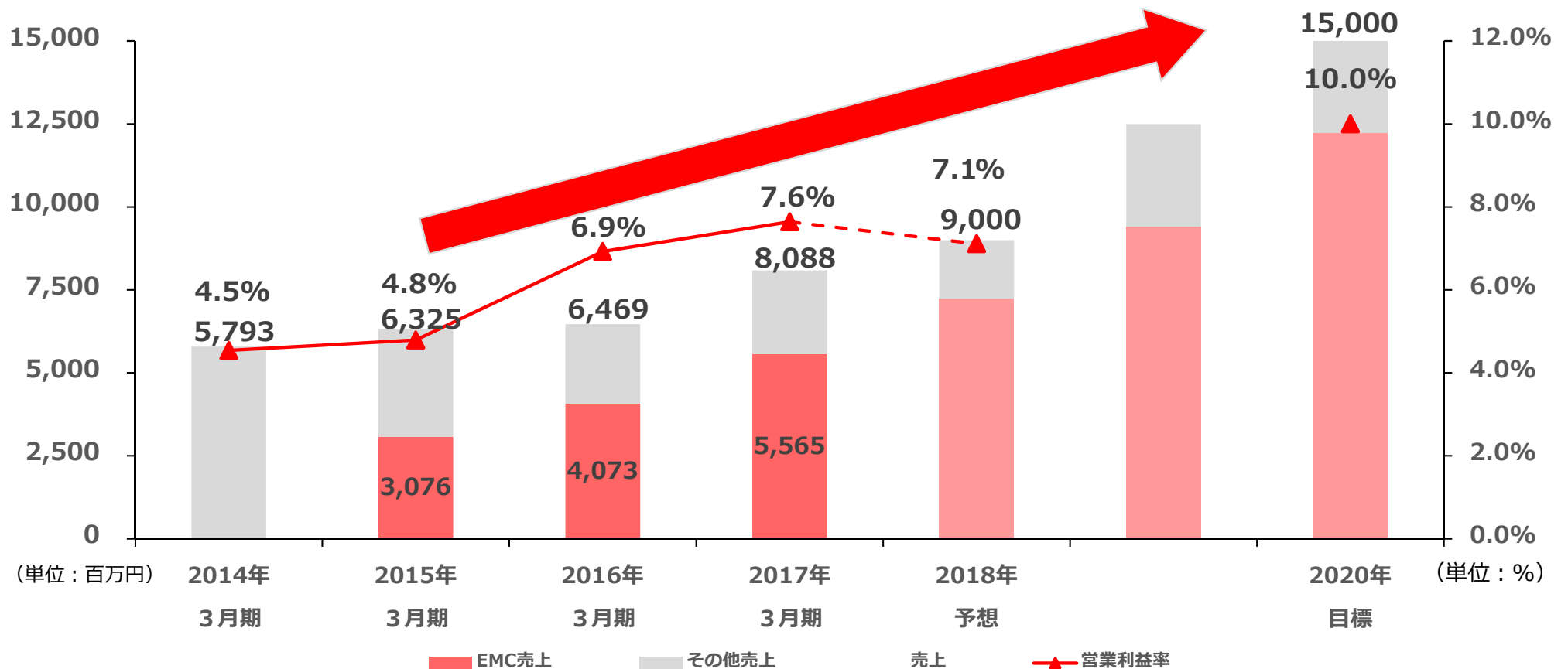
利益計上の季節性について

- 顧客のデジタルマーケティング投資は引き続き拡大しており、EMC売上や子会社の拡大が引き続き見込めるため、新卒人材の採用と、教育による優秀なWeb人材の確保をこれまで以上に積極的に推進。
- 2017年4月に138名の新卒社員を採用し体制を積極的に拡大しており、育成期間である1Qは赤字、1Hは減益予定。2Q以降に収益貢献予定。通期業績で前期比で増収・増益を見込む



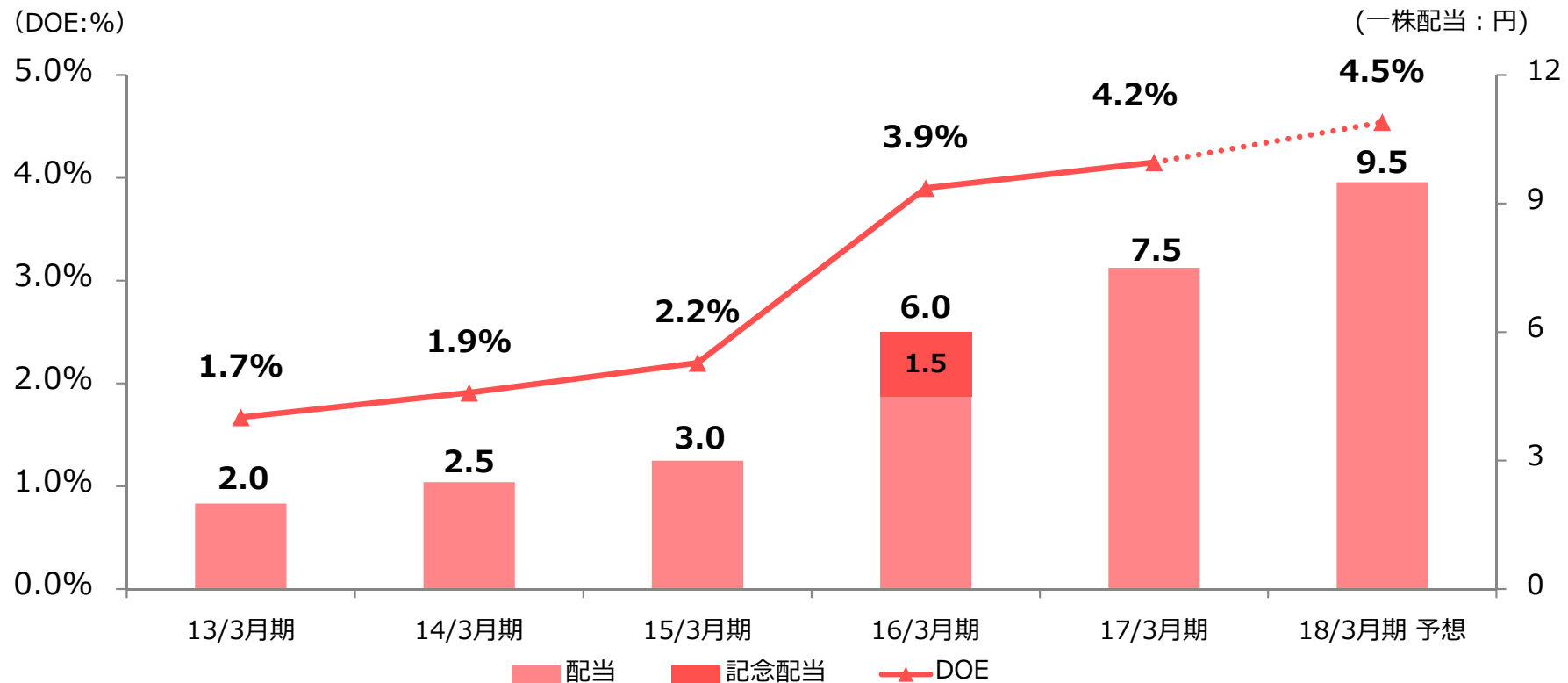
VISION2020(日本基準)達成に向けてEMC拡大

- VISION2020（日本基準）策定から現在まで3年間にはほぼ計画通りに進捗。
- EMC導入社数の進捗が遅れているものの、1社当り売上の上昇により売上高は堅調に拡大、利益率も順調に向上。
- VISION2020達成に向けて、今後の更なる成長のために2018年3月期はこれまで以上に積極的に先行投資を実施予定。そのため利益率は低下見込み。



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+2.0円増配の一株当たり9.5円 (DOE4.5%) の予想。



※ DOE = 連結純資産配当率。配当総額 ÷ 純資産で算出。

※ 当社は2017年1月1日付で普通株式1株につき、2株の株式分割を行っております

※ 2016年3月期までの配当金については、上記株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の金額となります。

※ 2017年3月期の配当金については、取締役会決議後、2017年6月開催予定の株主総会に付議する予定です。

今後の成長戦略(基本方針の継続)

持続的な高収益、高成長を実現するための研究開発やサービス開発、新規事業開発や人材育成などに継続的、積極的に投資をしていく。

① EMCモデル拡大

EMCサービスの
拡大

Usertest Express ^{beta}  USERDIVE

データドリブン
マーケティング注力

中国向けデジタル
マーケティング支援
会社と連携



② 体制の拡大

新卒社員138名
採用/教育



働き方改革を通して
永く働ける環境の整備



残業削減

女性活躍

ベースアップ



③ グループの拡大

クリエイター
派遣事業拡大



里山エンジニア
事業開始



EMC拡大に向け
てグループ会社化



持続的成長のための事業投資：①EMCモデル拡大

- ✓ **ユーザー調査ツールを提供する株式会社ポップインサイトをグループ会社化**



EMCサービス強化の一環として、ユーザーがWebサイトを利用する様子を動画形式で把握することのできるユーザー調査ツール「ユーザテストExpress」を提供するポップインサイト社を子会社。更なるEMC拡大を目指す。

<http://www.members.co.jp/company/news/2017/0327.html>

- ✓ **データドリブンマーケティング事業を強化**

企業のマーケティング活動におけるデータの統合的活用や、PDCAサイクルの実行、ROI最大化を実現するデータドリブンマーケティングの推進が求められており、総合的なWeb運用サービスEMCの強化として当社においても積極的に推進。

http://www.members.co.jp/company/news/2017/0327_2.html

持続的成長のための事業投資：②体制の拡大

✓ 体制の拡大に向けた積極投資の一環として、2017年4月に138名の新卒社員が入社

不足が見込まれる Web人材を自社内で育成すべく、新卒、地方を中心として積極的に新卒採用を拡大。その一環として、2017年4月に138名の新卒社員が入社。翌期以降も継続的に積極投資を実施。



✓ デジタルクリエイター育成の専門部署を設置。育成投資約30%増

Web人材を自社内で育成するスキームの整備、確立を目的として専門部署を設置し、積極的な育成投資（前期比+30%）を実施予定。Web人材を多数有することで人工(にんく)型、労働集約型のプロフェッショナルサービスを提供する企業として継続的に競争優位性を高める。

持続的成長のための事業投資：③グループの拡大

- ✓ **クリエイター派遣事業のメンバーズキャリアで積極的に採用投資を実施**



顧客のデジタルマーケティング投資が加速する中、クリエイター派遣事業のメンバーズキャリアは順調に拡大。更なる拡大を目指し、積極的な採用投資を実施予定。

- ✓ **「里山エンジニア事業」で日本中をシステム開発拠点に変える「株式会社メンバーズエッジ」を設立**



枯渇するIT人材を背景に、Webアプリケーション開発、AI、IoTなど高い専門スキルを持ったエンジニアを日本全国の開発拠点で顧客企業ごとに専任チームを編成しシステム開発サービス事業を提供する子会社メンバーズエッジを設立。

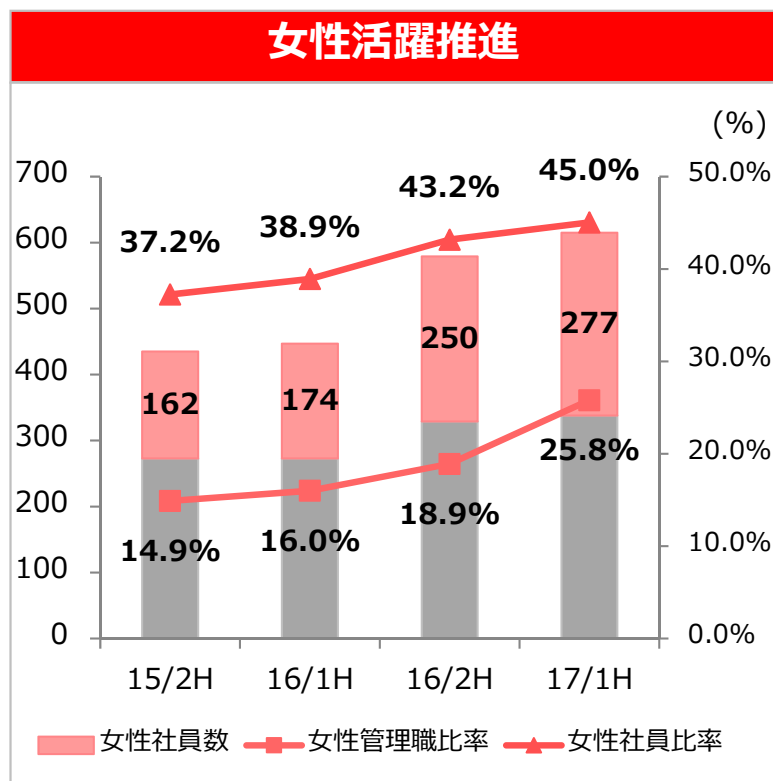
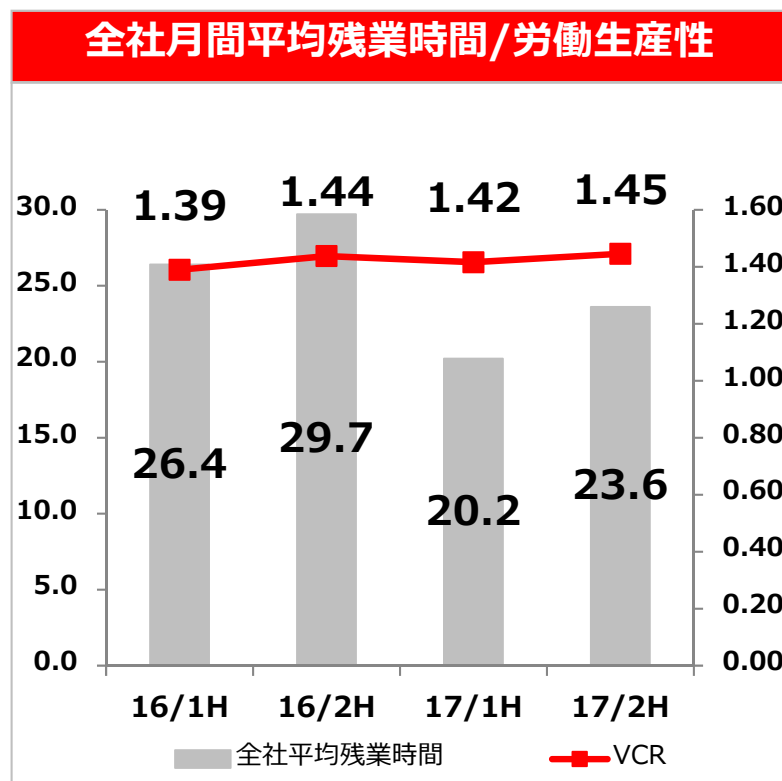
<http://www.members.co.jp/company/news/2017/0330.html>

- ✓ **ユーザー調査ツールを提供する株式会社ポップインサイトをグループ会社化**



持続的成長に向けた健康経営/女性活躍への取り組み

- 労働生産性（社内指標VCR）の向上、残業時間の削減を実現。17/2Hでは全社平均残業時間は23.6時間と前年同期比▲6.1時間大幅改善。
- 上記の生産性向上の取り組みと併せて、2017年4月から全社2%（累計10%）のベアを実施。
- 女性管理職比率は**25.8%**と前期比6.9P上昇。女性社員比率は45.0%。
- 「健康経営優良法人2017（ホワイト500）」に選定、「くるみん」取得など対外的にも評価。



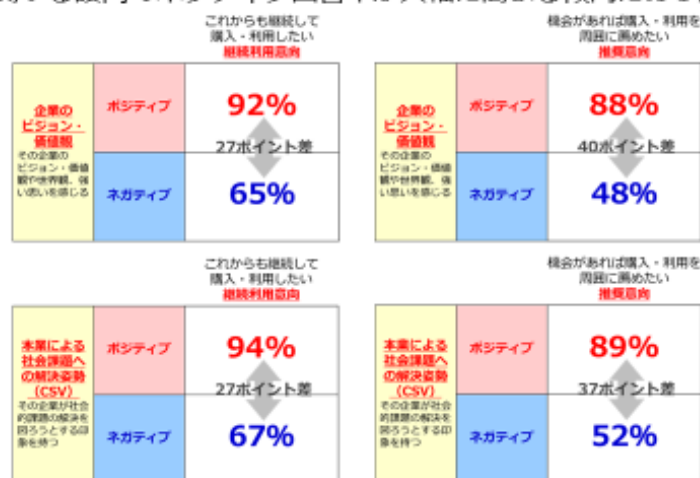
※ VCR = 付加価値売上高 ÷ 稼働人件費（労務費 + 人件費 + 業務委託費）。当社における労働生産性を測る社内指標。

持続的成長に向けたマーケティング変革への取り組み

- 当社がミッションで掲げるマーケティングの変革やCSV経営の普及を実現すべく2016年2月に消費者の購買志向を調査する「エンゲージメント・サーベイ」をリリース。
- デジタルマーケティングを活用し、商品価値軸よりも企業価値軸（ビジョンや価値観、CSV）を訴求することが、ビジネス成果の向上に最も有効であることを継続的に実証し、各種マーケティング施策を提案していく。

継続利用度／推奨度への影響

- 対象企業の価値観や社会的課題への解決姿勢を感じるとる消費者は、継続利用と推奨に関する設問のポジティブ回答率が大幅に高まる傾向にあった。



※ポジティブ：そう思う、まあそう思う、と回答した消費者。ネガティブ：あまりそう思わない、そう思わないと回答した消費者。

- つまり消費者に企業価値を適切に伝えることは、LTV/リピート率と推奨による新規獲得機会が増えると想定され、マーケティング上有効であると考えうる。

調査結果一覧

- 結果として、価格の訴求（商品価値軸の訴求）に比べ、企業の理念や考え方を訴求（企業価値軸の訴求）する方が継続度・推奨度いずれも相関係数が高く算出される結果となった。

		回答項目	継続利用 したい	継続利用 している (意思がある)	機会があれば 勧めたい	現在 勧めている
Web評価項目	商品価値軸 訴求	機能や価格 実質的な価値	ない	ない	ない	ない
		情緒的・精神的 な価値	ない	ない	少しある	ある
企業価値軸 訴求	企業価値軸 訴求	ビジョン・目指すこと	少しある	少しある	ある	ある
		社会貢献・CSR	少しある	少しある	少しある	ない
		本業による 社会課題への解決姿勢・CSV	ある	ある	やや高い	やや高い

- この結果からも、商品力による差別化が困難な状況において、企業価値軸による訴求は、より消費者の心象に影響を与えやすいと考えられる。

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+25.0%の8,088百万円。
- 営業利益は前年同期比で+37.7%の617百万円と過去最高を更新。
- 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+293百万円の1,259百万円。
- 親会社株主に帰属する当期純利益は前年同期比で+42.6%の414百万円と過去最高を更新。

(単位：百万円)

	17/通期	16/通期	前年同期比
売上高	8,088	6,469	+25.0%
売上総利益	1,877	1,414	+32.7%
(売上総利益率)	23.2%	21.9%	-
販売管理費	1,259	965	+30.4%
営業利益	617	448	+37.7%
(営業利益率)	7.6%	6.9%	-
経常利益	629	468	+34.3%
税金等調整前当期純利益	628	465	+35.0%
法人税等合計	209	177	+18.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	414	290	+42.6%

連結貸借対照表概要

- 資産の増加は主に受取手形及び売掛金、現金及び預金の増加によるもの。資産合計は前期末比+486百万円。
- 負債の増加は主に未払金及び未払費用の増加によるもの。負債合計は前期末比+93百万円。
- 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+393百万円。

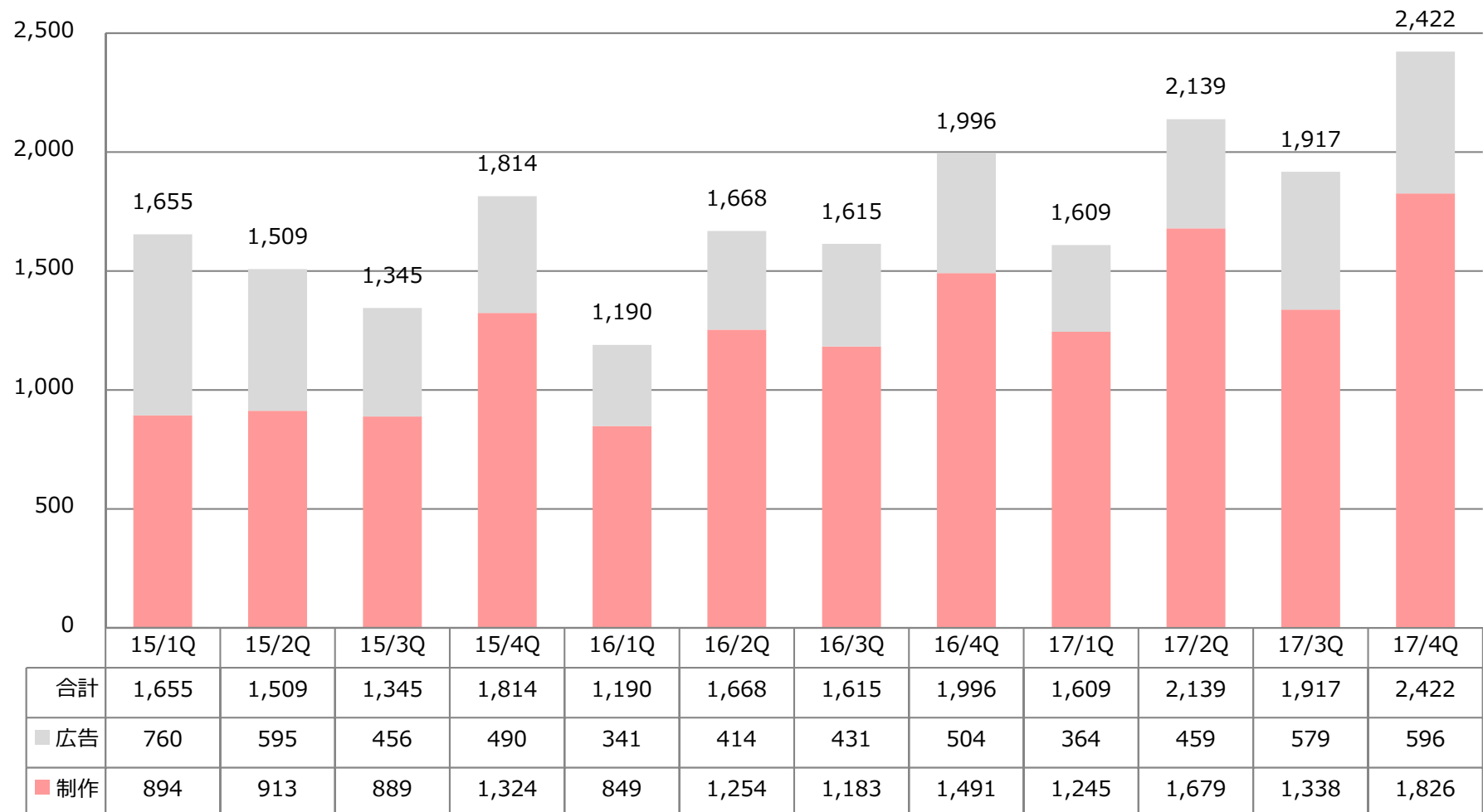
(単位：百万円)

	17/3月末	16/3月末
流動資産	3,492	2,993
（内、現預金）	1,613	1,366
固定資産	516	528
資産合計	4,008	3,522
流動負債	1,499	1,409
固定負債	94	91
負債合計	1,593	1,500
純資産合計	2,414	2,021
自己資本比率	58.9%	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年通期の制作売上高は前年同期比+27.4%の6,089百万円。

(売上：百万円)



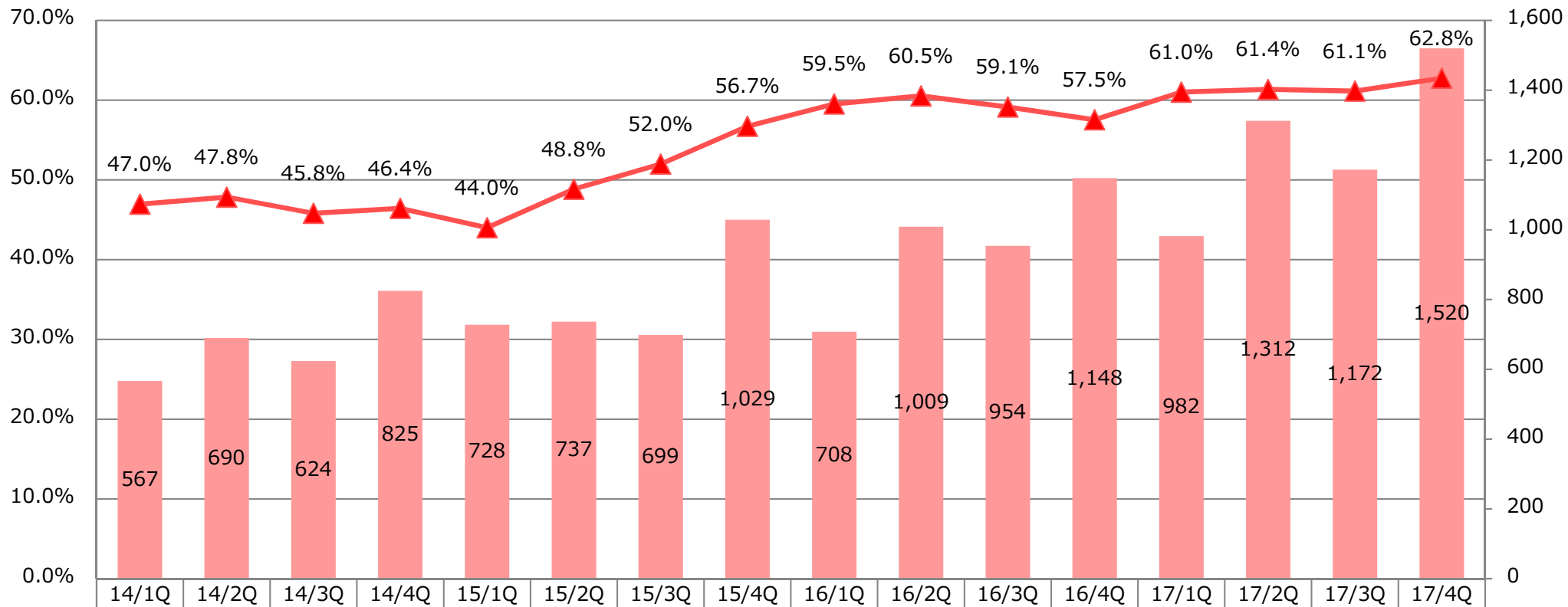
※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

※「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。17/4Qの付加価値売上高は前年同期比+32.4%の1,520百万円。売上高付加価値率はQ別で過去最高を更新。

(売上：百万円)

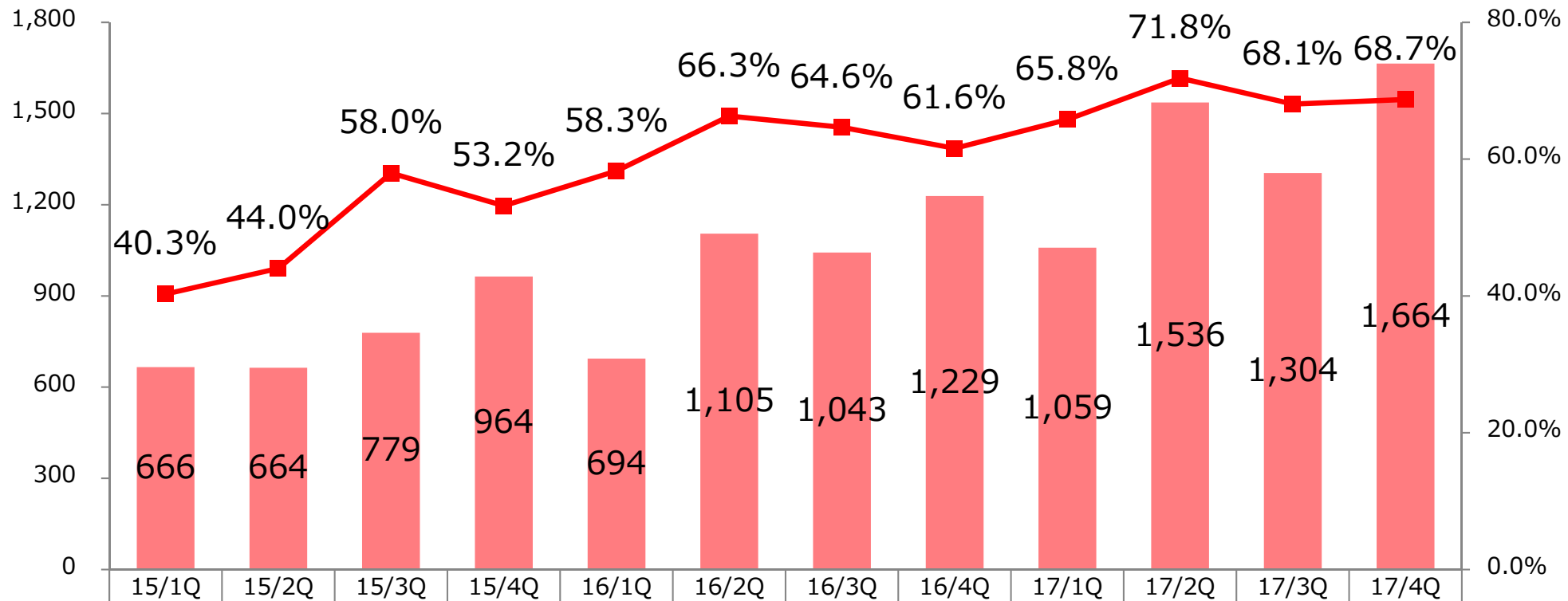


※付加価値売上高=売上高-外注費・仕入 ※社内リソースによる売上高を示す。

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、17/4Qの売上高は前年同期比+35.4%の1,664百万円。
- 17/4Q時点でEMCモデル導入顧客数は15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)

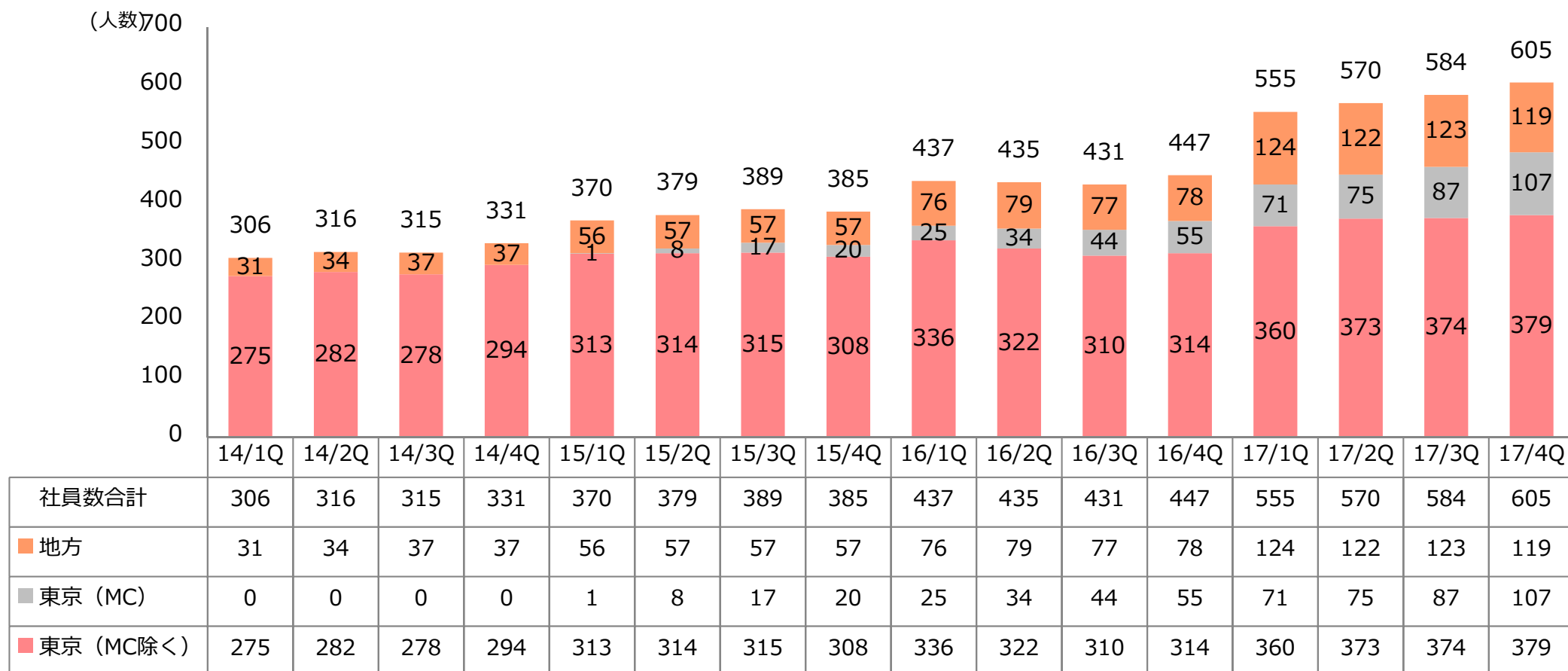


EMC	666	664	779	964	694	1,105	1,043	1,229	1,059	1,536	1,304	1,664
比率（対売上高）	40.3%	44.0%	58.0%	53.2%	58.3%	66.3%	64.6%	61.6%	65.8%	71.8%	68.1%	68.7%

※顧客企業のデジタルマーケティング支援の専任チームを編成する総合的なWeb運用サービスモデル
 ※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、17/4Q末時点の総社員数は16/4Q末比で+158名。子会社メンバーズキャリアでは16/4Q末比で52名の増加。地方拠点人員数も41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。



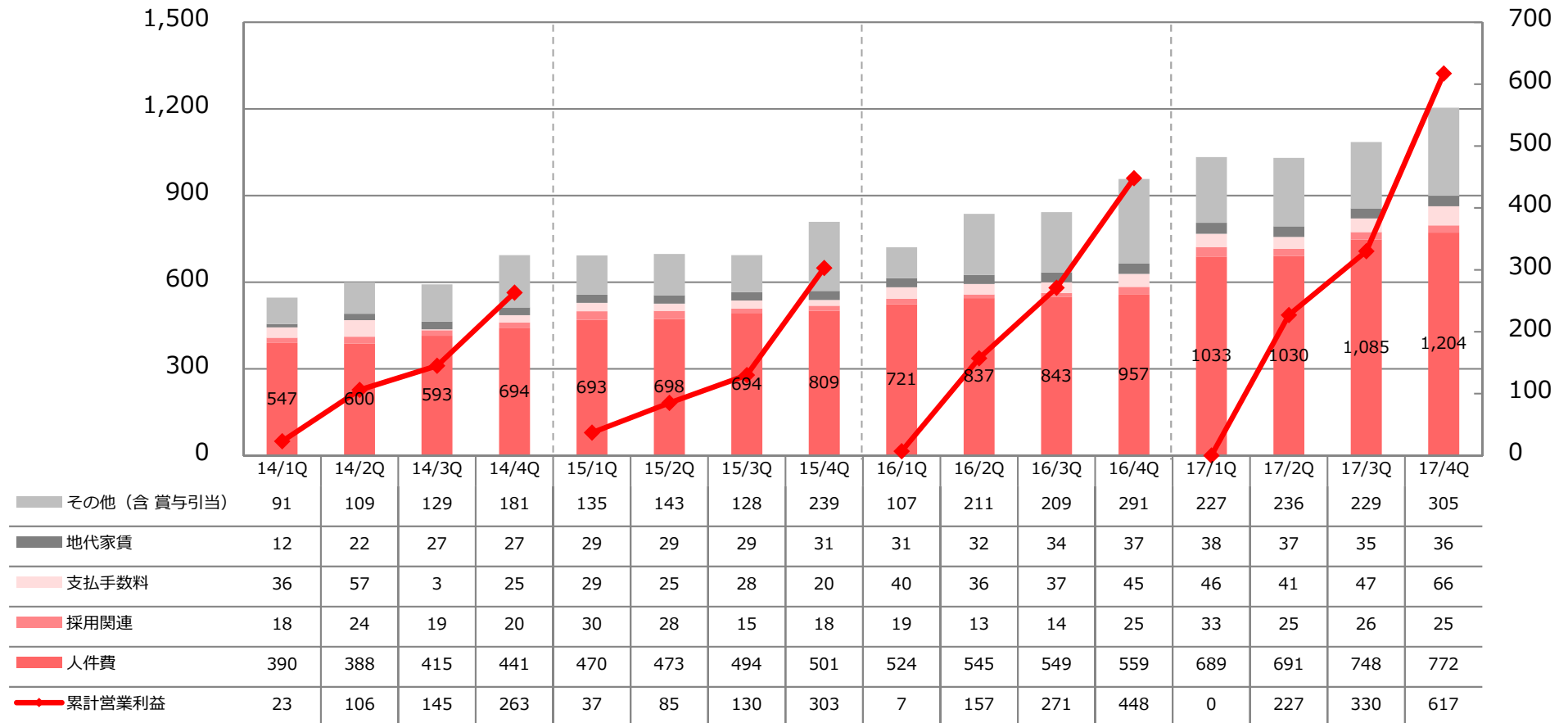
※地方=仙台オフィス+北九州オフィスに在籍する社員数
 ※MC=子会社メンバーズキャリア
 ※社員数には休職者、契約社員数も含まれております。

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年/通期の社内経費額は前年比+29.6%の4,352百万円。
- 引き続きEMCモデルの拡大に注力し、積極的な採用や育成、事業拡大に伴う投資を進める。

(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。

会社概要

MEMBERS, The Internet Business Partner!

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	807百万円 (2017年3月期)
社員数 (連結)	605名 (2017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)	8,088百万円 (2017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
	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
2017年 4月	株式会社ポップインサイトを子会社化 株式会社メンバーズエッジ設立 (100%出資による子会社) 名古屋証券取引所市場二部上場廃止 東京証券取引所市場第一部に指定	



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

