



Members

VISION2030

株式会社メンバーズ

(東京証券取引所市場第一部 証券コード2130)

株式会社メンバーズ

TEL: 03-5144-0660 / FAX: 03-5144-0661

URL: <https://www.members.co.jp/>

VISION2030策定によせて（社長メッセージ）



株式会社メンバーズ 代表取締役社長 剣持 忠

私が生まれた1965年前後、東京の年間猛暑日数は平均0.6日でした。それが2010年以降には7.5日となり、2019年には12日まで増え、子どもの外遊びを控えるようにというニュースを毎日のように目にします。

地球温暖化は確実に進行しています。日本の年平均気温が4度も上昇すると言われている21世紀末には、おそらく夏は外出禁止になるのではないのでしょうか。豪雨災害も頻発し、砂浜の85%が消滅します。これが経済発展、物質的な豊かさを求めてきた我々世代が子供や孫の世代に残す悲惨な地球の姿です。

豊かさとは、何なのでしょう。どうすれば、現在の経済活動を維持しながら、持続可能な社会を将来世代に残すことができるのでしょうか。

皆さまはどう考え、どのように行動していらっしゃるのでしょうか。

デジタルクリエイターの集団である私たちの思想とアプローチを示します。

私たちメンバーズは、2008年前後に、2期連続赤字、離職率25%、株価低迷、上場廃止基準抵触と倒産の危機にありました。どこよりも優れたサービスがひとつもないことを反省し、世界一になりたい領域ではなく、世界一になれる可能性のある領域を選び出し、Webサイト運用に集中することにしました。それも、運用業務の機械化を目指すのではなく、機械化できないがデジタルテクノロジーに精通した人材が必要とされる労働集約領域を極めること、そしてその担い手である社員の幸せを本質的に追求することを決めました。加えて、従来の考えでは相容れない経済活動と社会貢献の同時実現をすべく、本業を通して社会課題解決を行うことを、どん底からの背水の陣で決意したのです。

世界一のWeb運用サービスとは何かを追求した結果できあがったのが、WebサイトやECサイト、SNSの企画運用を成果向上型で担うデジタルクリエイターチームを提供するサービス、「エンゲージメント・マーケティング・センター(EMC)」事業です。VISION2020では、多額の広告宣伝費を持ち、消費者向け商材を扱う大企業に向けてこのEMC事業を展開し、マーケティングの在り方を変えるためにCSV経営(経済価値と社会価値を同時実現する経営手法)の啓蒙・支援を行ってきました。

大企業のマーケティングの在り方を、価格や機能などの損得を訴求する内容から、持続可能な社会を共に創造することを呼びかける内容へ転換できるよう支援する。マーケティングの在り方を変え、人々の豊かさに対する考え方を物質的な豊かさから、精神的な豊かさ、心が満ち足りていることへと転換することで、持続可能な社会への貢献が大きく図れるものと確信をして推進してきました。

VISION2030策定によせて（社長メッセージ）

EMC事業の提供顧客を対象として、「社会課題を共に解決しようとユーザーに訴求する手法の方が、値引きや機能訴求型の販促キャンペーンよりも売上貢献効果が高い」ことを数値で実証する事例を、6年間で9件作ることができました。中でも、みずほ銀行の事例では従来比28倍の実績を出すことが出来ました。6年前は社会課題解決でモノが売れるはずがないという声が多くありましたが、今ではEMC顧客の多くが社会課題解決型マーケティングアプローチに関心を寄せ、試験導入が続々と進んでいます。

VISION2030は、VISION2020で地固めしてきたものを、大きく開花させる10年と位置づけています。重要なポイントは次の3つです。

1つ目は、重点的に取り組む社会課題を具体的に定めたことです。私たちが重点的に取り組むのは、全人類の最大の課題である気候変動問題と、少子高齢化に伴う年金医療費問題、地方衰退による財政破綻問題です。温暖化が後戻りできないほど悪化しないよう排出するCO2を2030年までに半減させること、女性活躍や年齢問わず永く働ける環境づくり、地方雇用創出などに貢献できるように具体的に行動をしていきます。

2つ目は、事業の目指す姿を、世界一のWebマーケティング運用から、世界一のデジタルビジネス運用に昇華させることです。私たちが「運用」と呼ぶ、企画フェーズだけでなく実行まで当事者意識を持って担うサービス、特にデータを用いて仮説検証型で成果向上を担うサービスが求められる領域は、今やWebサイトだけではありません。マーケティングオートメーションやIoTや事業開発支援など、企業のデジタルトランスフォーメーション(DX)全般に運用サービスのニーズが広がりつつあることを鑑み、メンバーズでは企業のDX関連の運用業務全般を対象として世界一を目指します。合わせて、2014年からスタートしたデジタルクリエイターの正社員型人材派遣や、リモートワークでWebエンジニアチームを提供するサービスなどを展開するデジタル人材事業においても、主にベンチャー企業や中堅企業を対象にEMC事業と同じくデジタルビジネスの成果型運用支援で世界一を目指していきます。

3つ目は、事業を通して社会課題を解決するにあたり、道しるべとなる目標を定めたことです。私たちデジタルクリエイターには、企業のデジタルトランスフォーメーション支援を通して、企業のマーケティングの在り方や企業のサービスの在り方、そして企業の在り方そのものを変えることができる力があり、またその使命と責任があると考えています。急速に進化するデジタル技術への深い理解と、社会課題解決能力を兼ね備えたクリエイターが主体的に行動することで、世の中すべての企業がCSV経営に転換することに大きく貢献できると考えています。そのために、10年で10万人のソーシャルクリエイターを育成し、社会に輩出し、ソーシャルクリエイターと共に企業のソーシャルエンゲージメント(社会課題解決施策としてメンバーズグループが手がけたコンテンツ・プロダクト・サービスに対する接触回数)を100億創出し、世の中の企業すべてがCSV経営へと転換するよう促していきたいと考えています。

会社には思想と人しかありません。時代と共に技術も進歩し、事業やサービスをも変化させていく必要がありますが、その変化はすべて、思想に基づくものです。思想の賛同者が10万人に増え、世界一のデジタルビジネス運用サービスを通して企業をCSV経営に転換し、ソーシャルエンゲージメントを100億創出することで、気候変動問題等の社会課題の解決に大きく貢献できると確信しています。

株式会社メンバーズ 代表取締役社長

剣持 忠

ミッション・VISION2020の 振り返り

メンバーズグループ ミッション・VISION2020

メンバーズグループ ミッション (2014年5月8日策定)

“MEMBERSHIP”でマーケティングを変え、心豊かな社会を創る

VISION2020(2014年5月8日策定)

**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**

VISION2020達成に向けた目標値

年間100億エンゲージメント創出

EMCサービス導入顧客企業数 50社

連結社員数 1,000名

売上収益 120億円

営業利益率 12.5%



※ “MEMBERSHIP”とは自発的貢献意欲を持って何らかの組織活動に参加すること

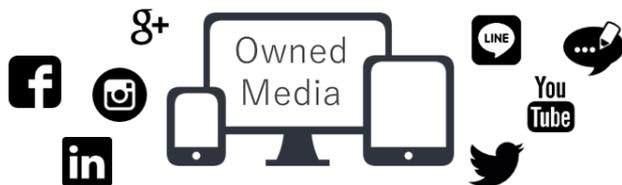
VISION2020達成に向けた取り組み

- ① 世界一のWeb運用サービスの確立**
EMC事業を確立し、50社にサービス導入。100億エンゲージメント達成
- ② 社会課題解決事例の創出**
顧客企業とともにCSV事例を9件創出
- ③ 第二の柱となる新事業の拡大**
デジタル人材事業の立ち上げ グループ5社にてサービス拡大
- ④ 新卒採用を軸とした体制の拡大**
2020年4月新卒236名 グループ1,500人体制へ
- ⑤ 地方拠点拡大・テレワーク推進**
6都市に地方拠点開設 地方社員305名
- ⑥ クリエイターの幸せを追求する働き方改革**
3年間で女性管理職比率30% 残業50.0%減 年収27.5%増
- ⑦ ミッション・ビジョン経営の浸透**
「全員参加型経営」の追求 経営陣との対話、社長公募2件実現
- ⑧ コーポレート・ガバナンスの強化**
東京証券取引所市場第一部へ指定 監査等委員会設置会社への移行

VISION2020達成に向けた取り組み①世界一のWeb運用サービスの確立

大手企業向けのデジタルマーケティング支援サービス「EMC(エンゲージメント・マーケティング・センター)」を主力事業として確立、50社に導入。

顧客企業専任チームによる一括運営支援



3名~100名で編成される専任チーム
「エンゲージメント・マーケティング・センター」



企業と顧客の接点
年間**100億**
エンゲージメント
を創出

お取引先企業さま

- ・(株)みずほ銀行
- ・三井住友カード(株)
- ・スカパーJSAT(株)
- ・トレンドマイクロ(株)
- ・(株)資生堂
- ・(株)大京
- ・パナソニック(株)
- ・(株)ベネッセコーポレーション
- 他 多数

導入企業
50社

ビジネス成果向上「EMCメソッド」導入

運用高度化 オペレーションコスト50%削減を目指す

1. 運用設計
2. 運用カイゼン

成果向上 ビジネスKPI120%向上を目指す

1. クリエイティブディレクション
2. メディアプランニング
3. 成果型運用
4. カイゼン・グロース

顧客成果をチームで競う「P-1グランプリ」をはじめ、ユニット対抗イベントを毎年開催
全ユニットが1年間の顧客のビジネス成果向上度合い・創出方法を相互に競う。

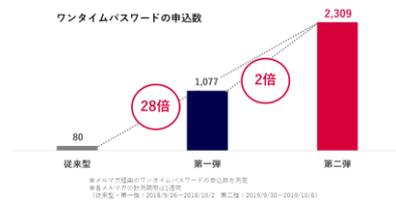


VISION2020達成に向けた取り組み②CSV事例の創出

ビジネスを通して社会課題の解決に継続的に貢献し、顧客企業とともにCSV(※)事例を9件創出。

株式会社みずほ銀行
不正送金被害ゼロを目指すCSV（社会課題解決）マーケティングを支援し、ワンタイムパスワード申込数が以前の28倍に向上

- Webサイト・メルマガ等の施策において「ユーザーのワンタイムパスワード申込みにより、不正送金防止だけでなく紛争やテロ解決に貢献できる」というメッセージを訴求。
- メルマガ経由申込数は従来型訴求の約28倍、昨年第一弾プロジェクトの約2倍に増加。



トレンドマイクロ株式会社
「社会課題解決型コンテンツ」アプローチでより高いマーケティング成果を実証

- 「機能・価格型訴求（通常型）コンテンツ」・「社会課題解決型コンテンツ」のマーケティング成果を比較。
- 若年層において「社会課題解決型コンテンツ」のアプローチが有効であると立証。
- 通常型コンテンツと比較して5.5倍の費用対効果があることを証明した。



※ CSV(Creating Shared Value…経済価値と社会的価値を同時実現する経営手法)

VISION2020達成に向けた取り組み③第二の柱となる新事業の拡大

デジタル人材事業を立ち上げ、エンジニア・データサイエンティスト・UX(※)人材等の正社員派遣事業やフリーランス支援事業を展開。

デジタル人材事業の特徴



クリエイターファースト

管理職と現場を分断することなく、実際に顧客先に常駐して活躍する社員から執行役員を選任するデジタルクリエイター執行役員制度を導入。



正社員の高スキル人材育成・提供

健全な雇用環境、学びあう仲間・企業文化、各種制度の充実により、高スキル人材を高い定着率で安定的に顧客企業へと提供。



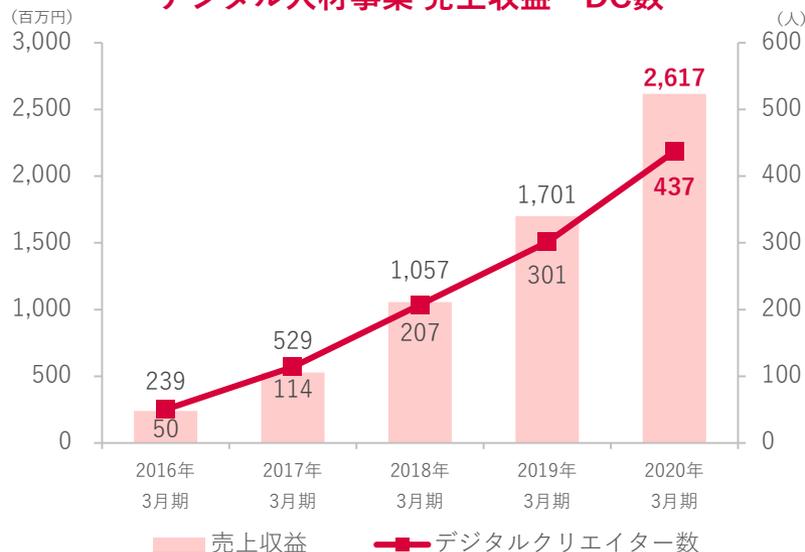
インターネット系企業やソーシャルイノベーションベンチャーを支援

成長性の高いインターネット系企業や社会課題を解決するソーシャルイノベーションベンチャーへ、事業目的・マーケティングゴールを理解しビジネス成果向上に貢献するデジタルクリエイター人材を提供。

グループ5社(現カンパニー)でデジタル人材事業を展開



デジタル人材事業 売上収益・DC数



※ UX(ユーザーエクスペリエンス)：製品やサービスなどを利用するにあたって得られる「体験・経験」のこと。

VISION2020達成に向けた取り組み④新卒採用を軸とした体制の拡大

地方・高専卒にも注力して新卒採用を年々強化。2020年4月は236名が入社しグループ1,500人体制に。クリエイター育成体制も拡充。

ミッション・ビジョン採用

- 全国の大学や高専・専門学校と直接コンタクト。
- **メンバーズグループのミッション・ビジョンに共感し、持続可能な社会の実現に貢献したい人材を採用。**

国立高専生の採用ランキング

全国企業7位、IT業界1位の採用数実績(※1)

中堅上場企業「NEXT1000」

直近5年間の従業員増加数で2位(※2)。



※1 2019年11月15日 日経産業新聞

※2 2019年5月14日 日経新聞



日本の人事部「HRアワード2019」 企業人事部門で入賞

- デジタルクリエイターの成長プラットフォーム「Co-creation Digital Lab.(CCDLab.)」は、自学志向性の高いクリエイター養成を目的としている。
- 全国拠点でのリモート開催やオンラインでの受講など、地方のクリエイティブ人材の成長支援にも注力。
- 産官学連携や社外・学生も参加可能なオープンな学びの場として「持続可能な社会」の共創・実現へ取り組む。

大手企業・大学とCSV企画コンテストを共催

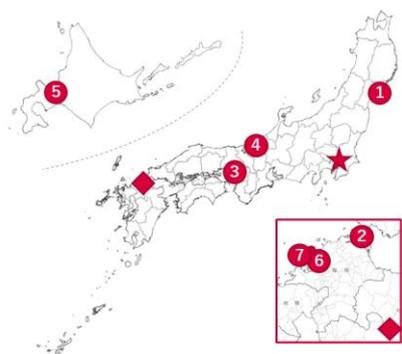
- 持続可能な社会を創造するビジネスアイデアを大学生が提案するCSV企画コンテストを毎年開催。
- 2019年7月の第3回は7大学10チームが参加し、国内企業9社の担当者11名が審査。



VISION2020達成に向けた取り組み⑤地方拠点拡大・テレワーク推進

東日本大震災復興の継続的支援としてウェブガーデン仙台を開設、以降計6都市に地方拠点を拡大。在宅勤務・テレワーク制度を整備。

「ウェブガーデン仙台」をはじめ地方拠点開設



2011年7月、宮城県仙台市に「ウェブガーデン仙台」を開設。東北No.1のWeb制作拠点を目指して拡大を続け、現在約150名の社員が在籍。

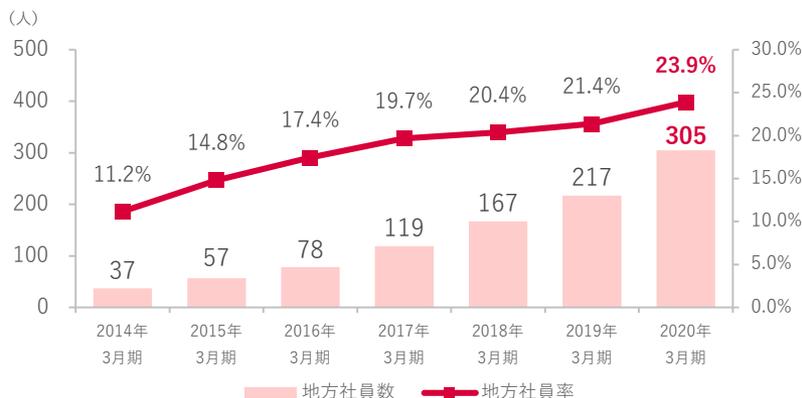
以降、北九州、神戸、鯖江、札幌、福岡にも新拠点を開設。

令和元年度「テレワーク先駆者」に認定

政府主催「テレワーク・デイズ2019」の取り組みに賛同し、東京拠点に勤務する社員全員で2週間参加。前四半期(2019年4月～6月)、前年同時期(2018年7,8月)に比べ稼働率が上がり残業時間が減少。



地方社員数・率の推移 (連結※)



※ 2017年3月末まではメンバーズ単体の人数となります。

グループ会社にて完全在宅エンジニア採用・リモートワーク派遣の開始

- メンバーズエッジにおいて完全在宅採用制度を開始。全国の優秀な人材を確保。
- メンバーズキャリアにおいてリモートワーク派遣の開始。



VISION2020達成に向けた取り組み⑥クリエイターの幸せを追求する働き方改革

社員自らが人事・報酬制度を設計する全社プロジェクト「みんなのキャリアと働き方改革」、3か年で掲げたすべての数値目標を達成。

「みんなのキャリアと働き方改革」3か年目標

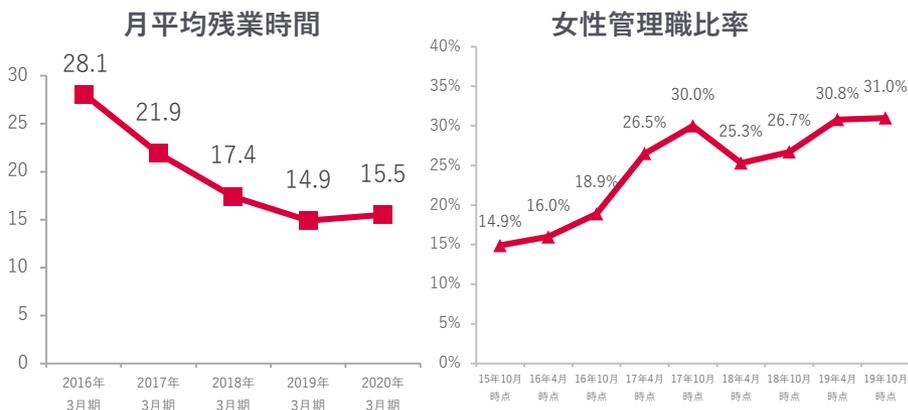
項目	3か年達成状況 (2019年4月時点)
残業時間	14.9時間 (2019年3月期平均)
年収	27.5%UP (※)
女性管理職比率	30.8% (2019年4月1日時点)

女性管理職比率30%を達成。会社の発展とワークライフバランスを同時実現

在宅勤務制度・託児サービス経費サポート・単位時間有給取得など女性活躍推進のための施策を実行し、女性管理職比率30.8%を達成。(2019年4月1日時点)



「健康経営優良法人2017 (ホワイト500)」、平成29年度「なでしこ銘柄」に選定。
日本最大規模の女性アワード「Forbes JAPAN WOMEN AWARD 2019」にて企業部門第5位を受賞。



※2016年3月期から在籍していた社員の2016年3月期の年収実績と2019年3月期の年収実績の比較

経営陣との協議会や制度立案、社長公募など、社員一人ひとりが「MEMBERSHIP」を持ち経営に参加する全員参加型経営が浸透。

MEMBERSWAY委員会

社員の代表として、メンバーズのミッション・ビジョン・戦略の浸透を図る。
オープンでフラットな組織づくりに注力し、社員を経営の主体として位置づける全員参加型経営の実現に貢献する。

経営陣との対話（協議会）

- 全社中継のもと、経営陣とMEMBERSWAY委員会との協議会を年1回実施。
- 2019年実施の第3回協議会では、全社から76件の意見を集め、うち6案を協議会で起案。3案の導入が決定。

公認バカンス制度の導入等、新たな制度・施策を導入

- 第2回協議会起案である「公認バカンス制度」を2019年4月から正式導入。5日以上の有給取得の推奨に加え最大で9日間の連続休暇を実現。
- 他、情報機器貸与の拡大等3案が正式採用。

メンバーズ新ロゴ策定(2018年4月)

クリエイティブラボ主導のもと、全社の意見を吸い上げながら今後のメンバーズにふさわしいロゴを策定。
2018年4月～利用開始。



社長公募制度からカンパニー社長が誕生

メンバーズグループの成長・発展をリードする次世代の経営人材を数多く育成・輩出することを目的に、「社長公募制度」を開始。
実際に2人がグループ会社（現カンパニー）を立ち上げた。

写真：社長公募第1号の白井（中央）



VISION2020達成に向けた取り組み⑧コーポレート・ガバナンスの強化

2016年4月に東証二部上場、2017年4月には東証一部指定。同6月、社外取締役4名を含む監査等委員会設置会社へ移行。

東京証券取引所一部指定

2016年4月、東京証券取引所市場第二部上場承認および名古屋証券取引所市場第二部へ上場変更。

2017年2月には、名古屋証券取引所市場第二部の上場廃止。4月に東京証券取引所市場第一部指定承認。



監査等委員会設置会社へ移行

2017年6月、監査等委員会設置会社へ移行。株式会社良品計画代表取締役会長 金井 政明氏、株式会社プレステージ・インターナショナル代表取締役 玉上 進一氏が社外取締役に就任。

取締役会は6名の取締役（うち4名が社外取締役）体制。意思決定の迅速化のため、取締役会で決定した経営の基本方針『Members Story』に基づく業務執行について、監査等委員以外の取締役及びグループ経営会議への権限委譲を進め、取締役会はその業務執行を監査、監督する。

株主還元

第18期(2013年3月期)の初配を含み、8期連続増配



代表取締役 兼
社長執行役員
剣持 忠



社外取締役
監査等委員
金井 政明



取締役 兼
専務執行役員
高野 明彦



社外取締役
監査等委員
玉上 進一



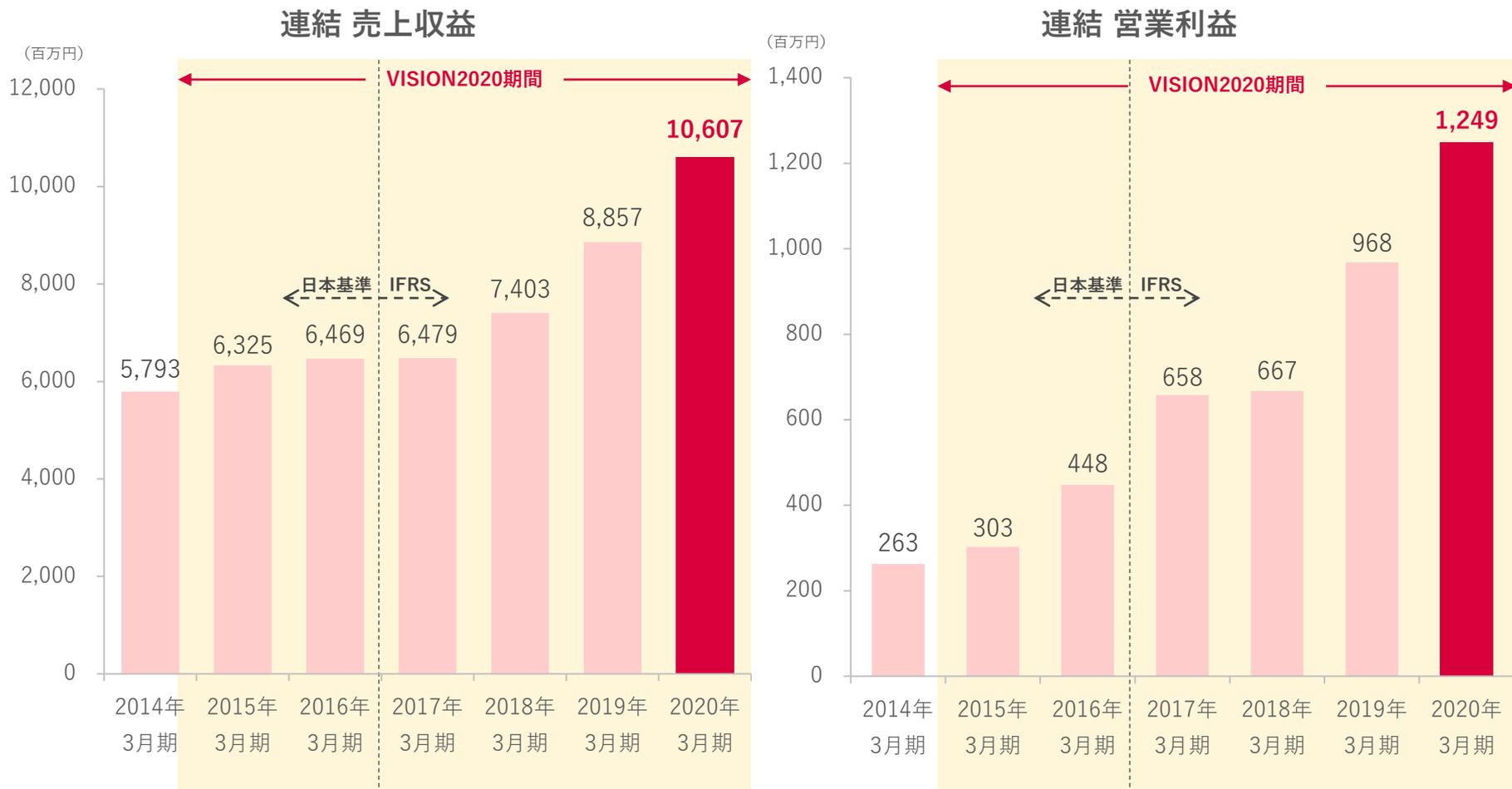
社外取締役
常勤監査等委員
甘粕 潔



社外取締役
監査等委員
豊福 直紀

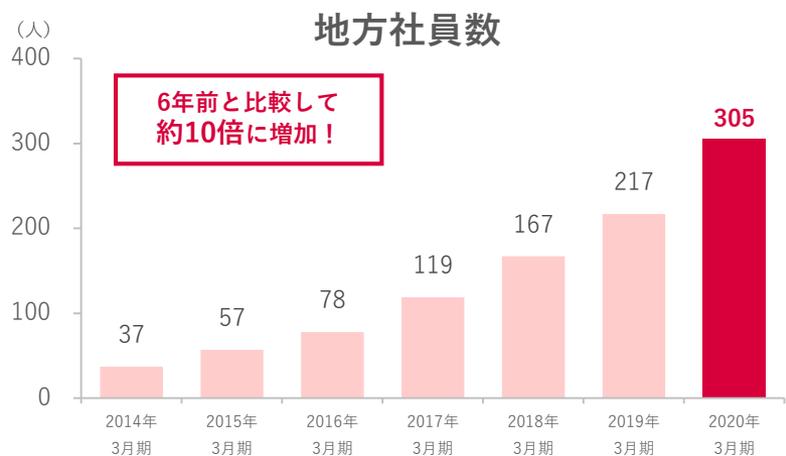
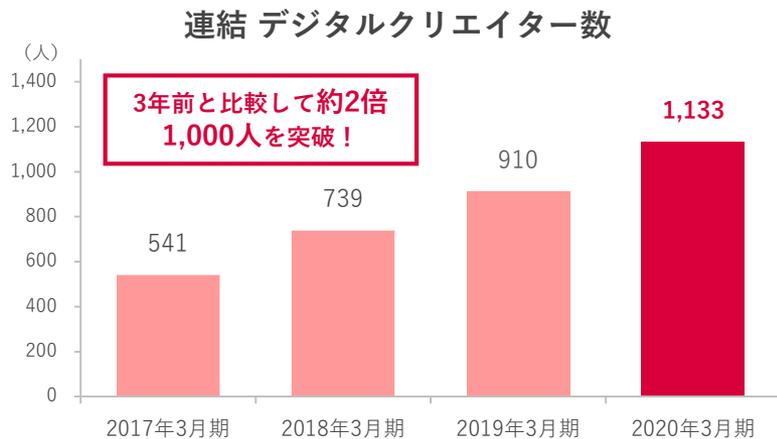
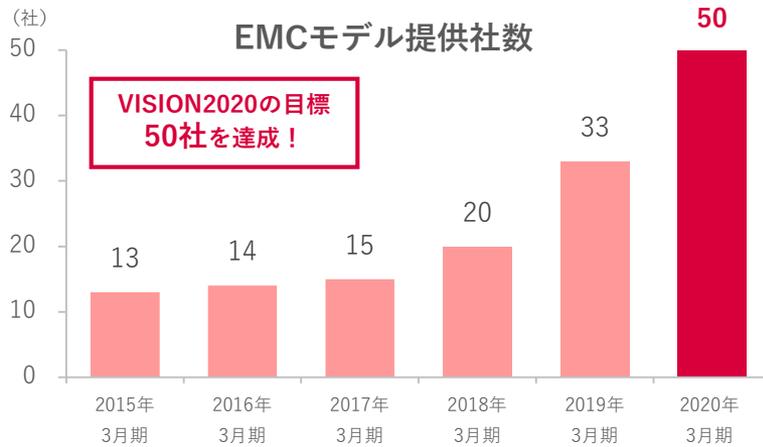
連結売上収益/営業利益

2020年3月期売上収益は10,607百万円、営業利益は1,249百万円と目標未達も、VISION2020開始の2015年3月期から6年連続で増収増益を達成。



EMCモデル提供社数/デジタルクリエイター数/新卒採用数/地方社員数

EMCモデル提供社数は50社を達成。新卒採用数は年々増加し、連結デジタルクリエイター数は3年間で約2倍の1,133名まで拡大。



新ミッション・VISION2030

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

現在の物質的・経済的豊かさを追求する消費至上主義、資本主義的な経済の概念が変わらなければ、日本の未来、そして地球の未来はない。地球環境問題、エネルギー問題、貧困問題などのさまざまな社会的な課題を解決できる持続可能な経済モデルを実現しなければならない。そのためには購買行動、経済活動においても損得勘定ばかりで物事を判断するのではなく、より良い未来にするために何が善いことで何が善くないことなのかを軸に判断する人や企業が増えていく必要がある。難しい社会貢献ではなくとも、日々の行動を少しずつ変え、日常の生活や購買行動を通してできるだけ未来により良いことをする人を増やしていきたい。人々や企業が自己の利益の追求のみではなく、将来への希望や社会への参加意識を持ち、持続可能なより良い未来のために共に協力しあう心豊かな社会を実現したい。

地球温暖化 および 気候変動 による環境変化

- ◆ 経済活動が地球環境に及ぼす負荷は確実に増加
- ◆ このままの経済活動を続けた場合には、100年後に最大4.8度の気温上昇が予測され、過去類を見ない深刻な問題が起きると想定される。
- ◆ 持続可能で心豊かな社会の実現をミッションに掲げるメンバーズにとって、すべての生態系と社会・経済・人々の生活に多大な影響を及ぼす地球温暖化および気候変動の問題は、最も重要な社会課題として取り組むべきだと判断。

人口減少による 年金医療制度破綻

地方衰退による 自治体の消滅/財政破綻

- ◆ 日本は環境問題や少子高齢化、地域の過疎化、年金医療費、エネルギー問題など、他の国がまだ直面していないレベルの問題をいくつも持つ課題先進国
- ◆ 地方での雇用創出、多様な働き方の実現を経営戦略の中心に据えているメンバーズにとって、特に「年金医療制度破綻」と「地方衰退による自治体の消滅/財政破綻」は、強い危機意識をもって取り組むべき社会課題

VISION2030

日本中のクリエイターの中で、
気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ
貢献し、持続可能社会への変革をリードする

VISION2030達成に向けた目標値

ソーシャルクリエイター^(※1) 10万人

ソーシャルエンゲージメント^(※2) 総量 100億

社員数 1万人

営業利益 100億円

※1 デザイン思考を持ち、ビジネスの推進や制度設計、アウトプットを通じて社会課題の解決を図ろうとするクリエイター（職人）志向性の高い人材のこと

※2 社会課題解決施策としてメンバーズグループが手がけたコンテンツ・プロダクト・サービスに対する接触回数

VISION2030の実現に向けて

- ① **1万人**のデジタルクリエイターがデジタルの知見と社会課題解決能力を兼ね備え、同じ価値観を持つ**10万人**のソーシャルクリエイターを育成・輩出する
- ② クリエイターの共創により企業のマーケティングを変革。CSV経営への転換を推進し、**ソーシャルエンゲージメント**を**100億**創出する



VISION2030の実現に向けて①

1万人のデジタルクリエイターが
デジタルの知見と社会課題解決能力を
兼ね備え、同じ価値観を持つ**10万人**の
ソーシャルクリエイターを育成・輩出する



デジタルクリエイター

メンバーズグループ社員

1万人

社会課題に対する問題意識と課題の原因把握、
そして課題を解決に導くための基礎的な
アプローチを理解し、持続可能な社会の実現に
向けて一人でも多くの仲間を増やす



ソーシャルクリエイター

学生、クライアント、同業他社、フリーランス

10万人

メンバーズグループのメディアを利用
あるいはオンライン講座やワークショップに
参加し、温暖化をはじめとする各種の社会課題
をテクノロジーを活用して解決を試みる

VISION2030の実現に向けて②

クリエイターの共創により
企業のマーケティングを変革。

CSV経営への転換を推進し、**ソーシャル
エンゲージメント**を**100億**創出する



デジタル運用サービス：ミッション・ビジョンや社会課題解決の取り組みを効果的に訴求

企業とユーザーとのエンゲージメントが高まり、高いビジネス成果・収益につながった事例を多数創出することで、経営の在り方自体を持続可能社会につながるものへと転換していく。

ソーシャルエンゲージメント(※)：CSV経営推進の指標

2030年までに累計**100億**ソーシャルエンゲージメントの達成を目指す。

※ 社会課題解決施策としてメンバーズグループが手がけたコンテンツ・プロダクト・サービスに対する接触回数

Web運用支援からデジタルビジネス全般の運用支援へ。
顧客企業にCSV経営を広め、持続可能社会への変革をリードする。

CSV経営を広め
持続可能社会への変革を
リードする

世界一の
デジタルビジネス
運用支援

1社あたり利益の
最大化

- ✓ 新卒を中心とした採用／育成の一層の強化
- ✓ 新技術領域へのサービス拡張
- ✓ 顧客のビジネス成果向上、内製化支援

VISION2030達成に向けた4つの施策方針

VISION2020での取り組みを発展させ、
VISION2030実現のために4つのプロジェクトに取り組む。

1

アウトプット志向の高い
クリエイターの社会的地位向上

Creator's Value 1.6

プロジェクト

3

価値観でつながる仲間
10万人のコミュニティ形成

1Share + 1Action

プロジェクト

2

非Webサイト
ものづくり領域への進出・進化

Change 8090

プロジェクト

4

社員一人ひとりが主体性を持って
CSVの実践者となる

Social Good Action +100

プロジェクト

1 Creator's Value 1.6 プロジェクト

国内ではまだまだ戦略、分析、設計等の「上流」業務を行うコンサルタントやプランナーの価値が高いと認識され、IT人材の平均年収は、欧米に比べて約1.6倍の差があるとも言われている。

デザイン思考とアウトプット志向を有するデジタルクリエイターこそが、今後の経済活動と社会課題を解決する中心であることを一層示してゆくために、2030年までに欧米並み（現在の1.6倍）に基準年収を引き上げる。

2 Change 8090 プロジェクト

IoTの本格化やデータ活用の高度化、さらには5G普及により新しいテクノロジーがビジネスで活用され、顧客接点がWebブラウザからアプリやハードウェアそのものへ移行する。

こうした変化の中で、Web運用以外の領域における売上が全体の80%、全社におけるモノづくり人材（専門技術系）の割合が90%になることを目標とする。

③ 1Share + 1Action プロジェクト

1S1A(1Share+1Action)とは、ソーシャルクリエイターを輩出するための全社員の行動宣言である。

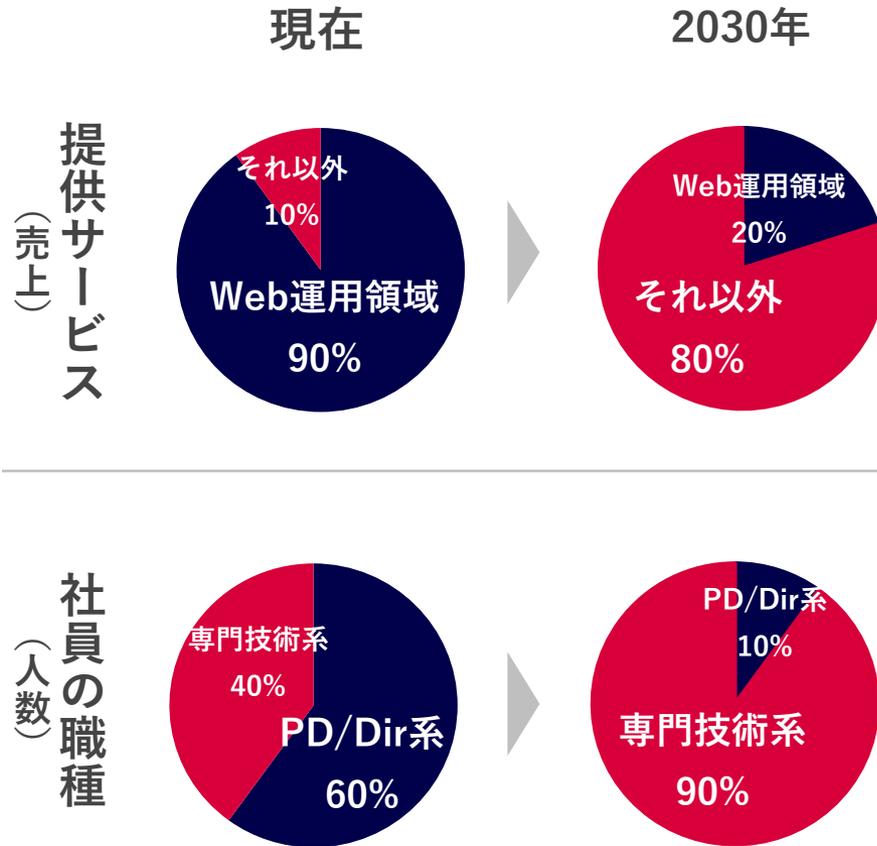
温暖化をはじめとする各種の社会課題をテクノロジーを活用して解決を試みる者、すなわち「社会課題解決思考型のクリエイティブ人材」を10万人規模で育成・輩出することを目指す。

④ Social Good Action +100 プロジェクト

VISION2020に向けて実行した災害復興支援やCSV普及啓蒙活動の延長線上として、広く社員から地球の持続可能性を高める取り組みに関するアイデアを募り、採用されたアイデアを全員で実現する。

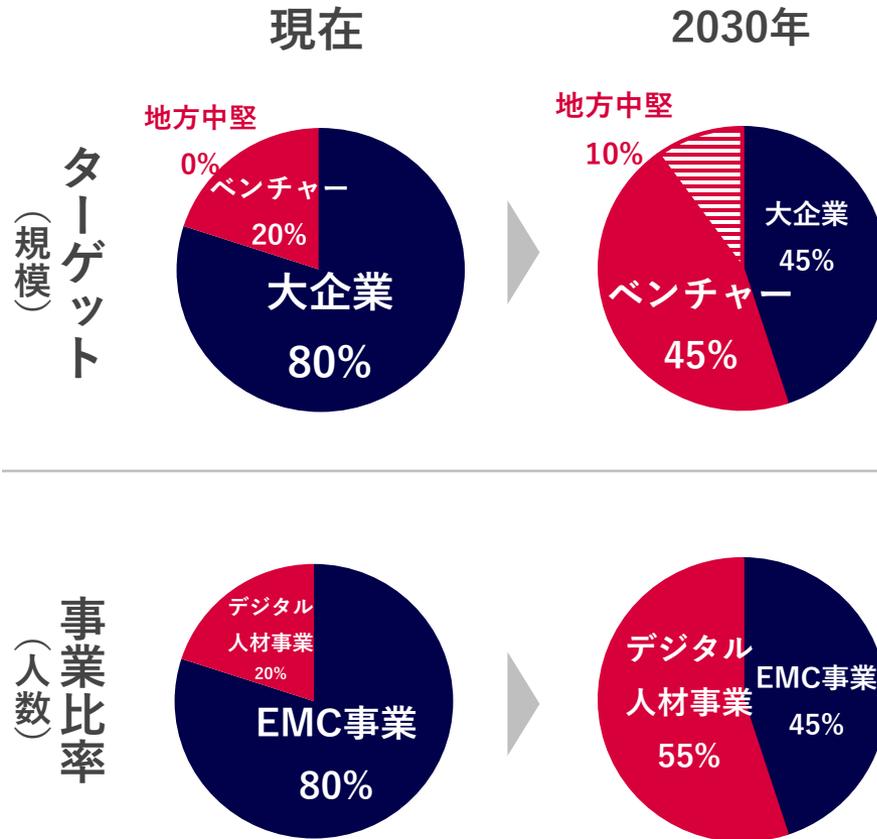
再生エネルギー100%に向けた取り組み、テレワーク100%実施、省エネ・ペーパーレス化等の推進をはじめ、100個の実現を目指す。

2030年に目指す事業ポートフォリオ



- 今後、データ活用の高度化、パーソナライズ化が進展する。さらにはAIやVR/ARなどの新しいテクノロジーがビジネスで活用される時代となることから、Webサイトの運用だけでなく**企業のデジタルトランスフォーメーション全般の運用を支援**していく。
- それには、モノづくりのできるクリエイターを中心に**専門技術に特化したクリエイターがビジネスの中心**になる。

2030年に目指す事業ポートフォリオ



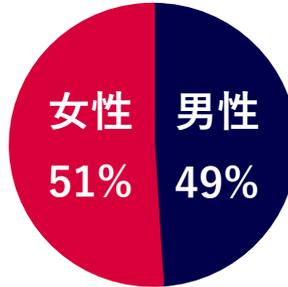
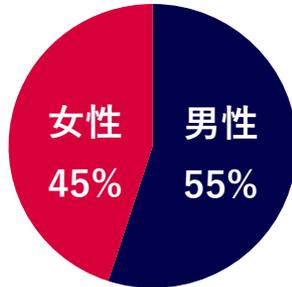
- デジタル経済を前提に社会課題解決型ベンチャーがより発展する。
- 地方中堅企業はデジタルを駆使して生産性を高めなければ、地方の衰退に繋がる。
- クリエイター／IT人材が不足する中では、よりデジタル人材のニーズが高まる。

2030年に目指す事業ポートフォリオ

現在

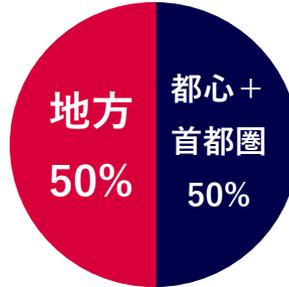
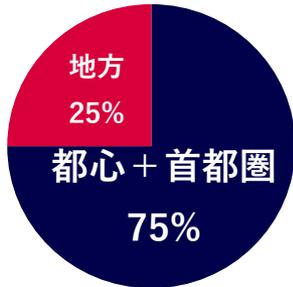
2030年

男性女性比率
(人数)



- 今後一層デジタルクリエイターの質や数を確保してゆくことが重要となる中で、**女性、地方など多様なクリエイター**の活躍の場を飛躍的に増やし採用していく。

就業場所
(人数)



- テレワークが当たり前になるなど、**時間と場所を問わない働き方**が当たり前となり後押しとなるため、**女性比率・地方比率**を今まで以上に高めた採用戦略を取る。

VISION2030実現マップ

「地球温暖化」抑止への貢献

2030年までにCO2半減

「地方衰退」と
「年金医療制度破綻」の阻止

地方雇用・ダイバーシティ雇用拡大

人々の豊かさの概念を変える・企業の在り方を変える

すべての企業がCSVに変わる・多くのソーシャルデジタルクリエイター

日本中のクリエイターの中で、気候変動・人口減少を中心とした
社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする

ソーシャルエンゲージメント総量100億

ソーシャルクリエイター10万人

デジタルクリエイターの価値を最大化

ソーシャルクリエイターの育成

基準年収1.6倍

多様な働き方と場所

MVVS強化

育成プラットフォーム

先進領域8割・モノづくり9割

グループ一体経営

新卒・地方で採用

ビジョンに共感する賛同者1万人(社員) 共通価値観:貢献・挑戦・誠実・仲間

「デジタルビジネスの成果型運用支援で世界一を目指す」・「1社当たり利益最大化」

EMC事業(内製チームの提供)

デジタル人材事業(内製クリエイターの提供)

顧客200社・デジタルクリエイター4500人

顧客1500社・デジタルクリエイター5500人

会社概要



代表取締役社長 剣持 忠

メンバーズは、お客さま企業のネットビジネスパートナーでありたいと考えています。受け身、指示待ちではなく、能動的、提案型へ。そして、デザインやシステムが成果ではなく、お客さま企業のビジネス成果の創出をゴールとし、お客さまと共にビジネスを創造するネットビジネスパートナーを目指します。



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
ミッション	“MEMBERSHIP” で、心豊かな社会を創る。
所在地	本社：東京都中央区晴海1-8-10 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4-6-1 第一生命タワービル8階 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9階 ウェブガーデン神戸：兵庫県神戸市中央区浜辺通5-1-14 神戸商工貿易センタービル16階 札幌オフィス：北海道札幌市中央区南十条西1-1-65 11.CONCEPT SPERAREビル 5階 福岡オフィス：福岡県福岡市中央区天神3-4-2 高橋天神ビル3階
資本金	901百万円（2020年3月末時点）
売上収益	10,607百万円（2020年3月期実績）
証券コード	2130 東京証券取引所市場第一部
社員数（連結）	1,272名（2020年3月末時点）

