



2021年3月期 第1四半期 決算説明資料

Members Storyに基づく企業活動のご報告

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/>

2021年3月期 1Q 累計 業績ハイライト

新型コロナウイルスの影響によりEMC事業・デジタル人材事業において一定の稼働率の低下あり。2020年6月より企業活動は徐々に平準化。2H以降、企業のデジタル投資を受け拡大へ転じるための環境整備を進める。

連結業績

売上収益

2,489 百万円

前年同期比
+13.2%

営業利益

▲58 百万円

前年同期比
-38百万円

付加価値売上高

2,277 百万円

前期比
+16.3%

事業状況

EMC事業
売上収益

1,850 百万円

前年同期比
+3.6%

デジタル人材事業
売上収益

795 百万円

前期比
+55.1%

EMCモデル
提供社数

50 社

前期末比
+0社

デジタル
クリエイター数

EMC
事業 **678**名
デジタル
人材事業 **437**名

前期末比
▲15人
前期末比
+0人

業績予想

通期
売上収益

12,520 百万円

前期比
+18.0%

通期
営業利益

1,145 百万円

前期比
-8.4%

期末配当予想
1株あたり

16.5 円

前期比
+2.5円増配

株主・投資家の皆様へ（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ども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。

株主・投資家の皆様へ（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・VISION

「超会社」コンセプトとコアバリュー

私たちは、持続可能な社会の実現に向けた社会課題解決に事業を通して貢献するデジタルクリエイターの集団です。

「超会社」コンセプト

社会への貢献

日常の仕事、すなわちミッションの実現を通して社会に貢献する。

社員の幸せ

デジタルクリエイターが仲間・会社と共に成長し続け、最も活躍し、最も幸せな職場にする。

会社の発展

自分事として会社の発展に貢献し、会社の発展によって自らが幸せになる。

3つを同時に実現することを目指し、妥協することなく追求する。

コアバリュー

貢献

社会に役立つことやクライアントワークが好きな人の集団でありたい。

挑戦

挑戦すること、失敗から学ぶこと、変化を好むことができる人の集団でありたい。

誠実

利益よりも人として何が大切かを分かり合える集団でありたい。

仲間

得手不得手があってもいい。チームで成果を出すのが好きな人の集団でありたい。

“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。

VISION2030・達成に向けた目標値

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

ミッション・ビジョン経営の浸透

Members Storyの作成とポスターの掲示

- メンバーズの創業に込めた想いや経営理念、事業・人材戦略をまとめた冊子Members Storyを毎年更新。
- ミッション・ビジョンのポスターを全拠点および会議室に掲示。



社員総会・全体会の実施

- ミッション・ビジョンの共有および理解を深める場として、年に1回の社員総会と毎月の全体会を実施。
- 社員総会はグループ全社員参加のもと全国各拠点を同時中継で結び開催。**2020年は完全オンライン(社内特設サイトで配信)で実施し、参加者満足度97.7%の盛況となった。**
- 全体会では、月単位での業績振り返り・トピックス共有を実施。



全社員研修「メントレ」の継続実施

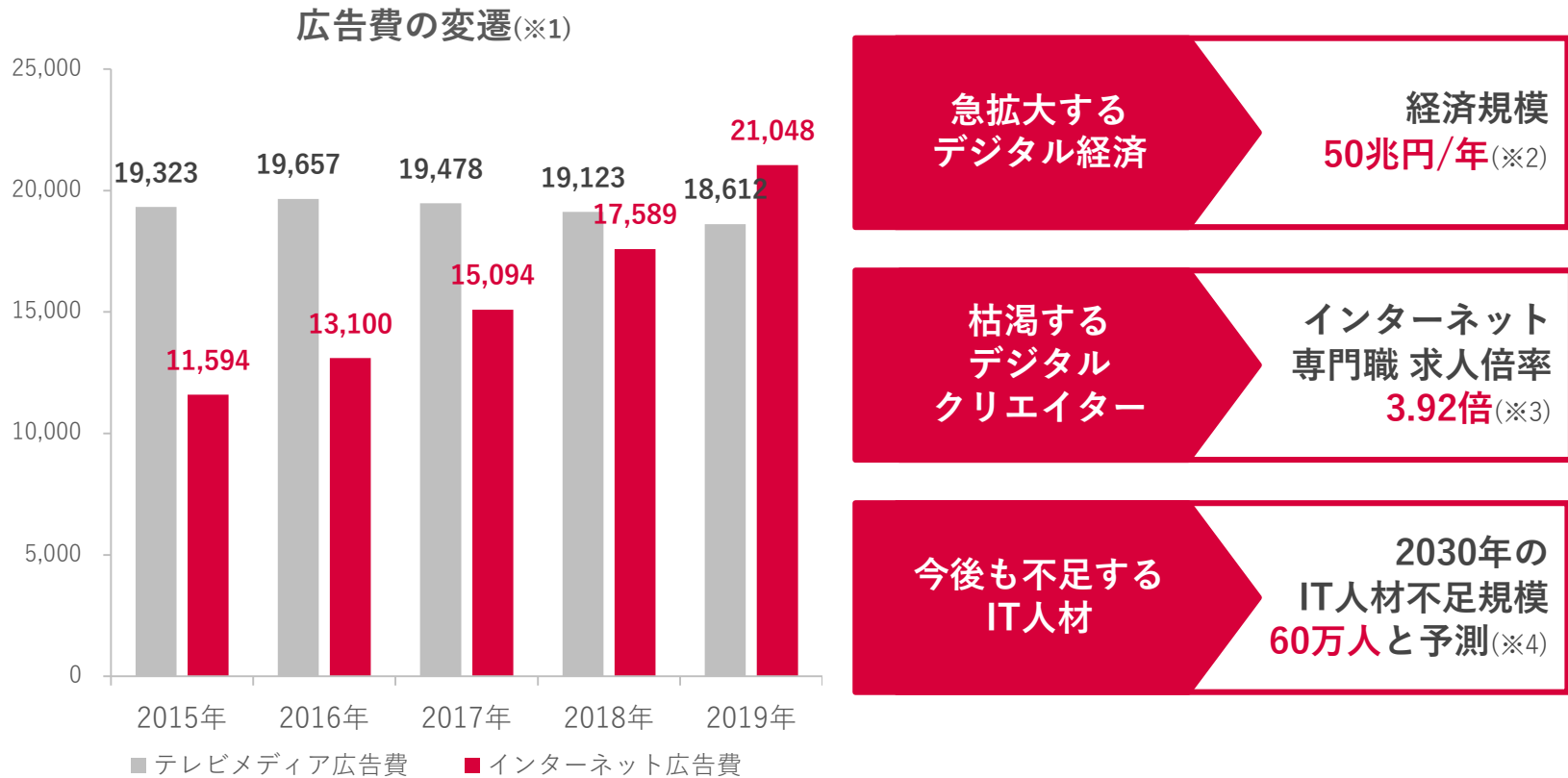
- Members Storyを題材として、ミッション・ビジョン、コアバリューの浸透共感度を確認するためのトレーニングを、年1回全社員に対して実施。
- ワークショップを通じて**日々の業務と目指すべきミッション・ビジョンとの繋がりを明らかにする**と共に、チーム内でディスカッションを行い、意見や情報交換を促進する。



成長戦略

成長の背景①テクノロジーの変化(デジタルシフト)

インターネット広告費はテレビメディア広告費を超える規模に。
デジタルシフトが急激に進展し、IT人材不足の問題も顕在化。



※1 株式会社電通グループ「2019年 日本の広告費」をもとに当社作成

※2 経済産業省統計、ウェブビジネスに関する各種市場調査などによるNRI推計より

※3 2018年12月度 転職求人倍率 (株)リクルートキャリア調べ (2019年1月15日発表)

※4 経済産業省 IT人材の最新動向と将来推計に関する調査結果 (2016年6月10日発表)

成長の背景②価値観の変化(企業のCSV経営推進)

デジタルシフトとともに人々の価値観も変化し、**日々の生活や購買活動を通して自己実現や社会課題の解決を求める**ようになる。企業がより人々に選ばれるために、メンバーズはCSV経営への転換を支援する。

企業の経営・
マーケティング
戦略



大量生産
大量消費

とにかく生活に不便を感じる。生活に必要なもの、便利なものを買う。



差別化
消費者志向

基本的な欲求は満たされたので、より高機能・多機能な商品がほしくなる。
デザイン性の優れたものやブランド価値の高いものを買う。

人々の価値観・
考え方

CSV経営への転換を
メンバーズが支援



社会課題解決
共有価値の共創

機能的にすぐれているものよりも、自分の気持ちを満たしてくれるものを選ぶ。
「世界をよりよい場所にする」ことが商品やサービスを買う決め手になる。



自己実現
驚きや感動の体験

自己実現につながる商品やサービスを選ぶ。
感動や驚きの体験を重視し、熱狂的なファンとなって周りに薦め、より多くの共感を呼ぶ。

VISION2030の実現に向けた2つのシナリオ

- 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



デジタルクリエイター1万人

- 社会課題に対する問題意識と課題の原因把握、課題を解決に導くための基礎的なアプローチを理解。
- 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10万人

(学生、クライアント、同業他社、フリーランス)

- メンバーズグループのメディアを利用する。
- 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。

- 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



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。
- 経営の在り方自体を持続可能社会につながるものと転換。

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

VISION2030達成に向けた4つの施策方針

① Creator's Value 1.6

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。**

③ 1Share + 1Action

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。

② Change 8090

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。**

④ Social Good Action +100

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。**

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

經營・事業戰略

グループ共通戦略

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

事業区分（カンパニーおよびグループ会社）

2020年4月に**社内カンパニー制**を導入。

営業・マーケティング、拠点戦略、採用、人材配置、研修体制および
管理部門業務をより統合的にグループ横断で実行。

※赤字は(株)メンバーズに所属するカンパニー

ネットビジネス支援事業

EMC事業

EMCカンパニー

メンバーズメディカル
マーケティング
カンパニー

(株)ポップインサイト

(株)マイナースタジオ

その他事業

(株)メンバーズ
ギフトッド

デジタル人材事業

メンバーズキャリア
カンパニー

メンバーズエッジ
カンパニー

メンバーズシフト
カンパニー

メンバーズ
データアドベンチャー
カンパニー

メンバーズ
ユーエックスワン
カンパニー

メンバーズルーツ
カンパニー

メンバーズブリッジ
カンパニー

ビジネスプラットフォームカンパニー

EMC事業（デジタルマーケティング総合支援専任チーム）

大手企業向けに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**を展開。

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」

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

標準メソッドによる ビジネス成果向上

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 基盤となる業務フロー・体制の整理と最適化
2. 運用カイゼン RPA等による品質・生産性の継続的な向上

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 UX視点での仮説設計、プロジェクト方針の策定、クリエイティブコンセプトの立案
2. メディアプランニング デジタル広告領域のプランニングと、その運用・改善方法
3. 成果型運用
4. 改善・グロース 定性・定量面からのサイト改善方法

EMC事業（デジタルマーケティング総合支援専任チーム）

国内大企業・大口取引に特化

共に意見を出し合い、アイデアを共創するパートナー



みずほ銀行さま

EMCで株式会社みずほ銀行さまのオウンドメディア運用をご支援する中で「社会課題解決」訴求のアプローチも取り入れてマーケティング成果向上に貢献。

システムを理解し、構築・設計が出来るWeb制作会社



三井住友カードさま

EMCでのWebサイト運用および、中期経営計画のメインに据えられたWebサイト大規模リニューアルを支援。従来の事業者目線で作られたサイトから、ユーザー目線を活かしたサイトへ転換。

お取引先企業さま

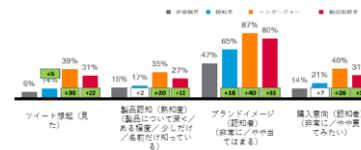
- (株)みずほ銀行
 - (株)三井住友カード
 - (株)スカパーJSAT
 - (株)トレンドマイクロ
 - (株)資生堂
 - (株)大京
 - (株)パナソニック
 - (株)ベネッセコーポレーション
- 他 多数

SNSとコンテンツを組み合わせた長期マーケティング施策



パナソニックさま

新商品カテゴリー「ロトイサリーグリル&スモーク」のプロモーション事例に関し、新製品認知度31%向上・Twitter社のブランドリフト調査において世界の上位1%に入る成果事例を創出した。



当社Webサイト「お客様の声」

(<https://www.members.co.jp/results/casestudy/>)

「成功事例」

(<https://www.members.co.jp/results/success/>) より抜粋

※ブランドリフト…ブランディング広告に接触したユーザーと接触していないユーザーを比較し、接触したユーザーの方がブランドの認知、購買意欲向上などの効果が見られたかどうかを測る指標。

EMC事業（デジタルマーケティング総合支援専任チーム）

顧客企業のビジネス成果向上とEMC事業の発展を推進する
社内コンテスト(グランプリ)を定期開催

P-1グランプリ

チーム対抗で顧客の
ビジネス成果向上度を競う



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。

S-1グランプリ

RPA化やマニュアル化による
顧客企業業務の
「生産性向上」度合いを競う



- 顧客企業のルーチンワークのRPA化やマニュアル化を通じ、いかに自主的かつ効率化したかをユニット対抗で競う。
- チームおよび個人の高付加価値、高生産性EMCサービスの提供を推進。

C-1グランプリ

顧客企業を動かすCSV提案
を全EMC案件が企画

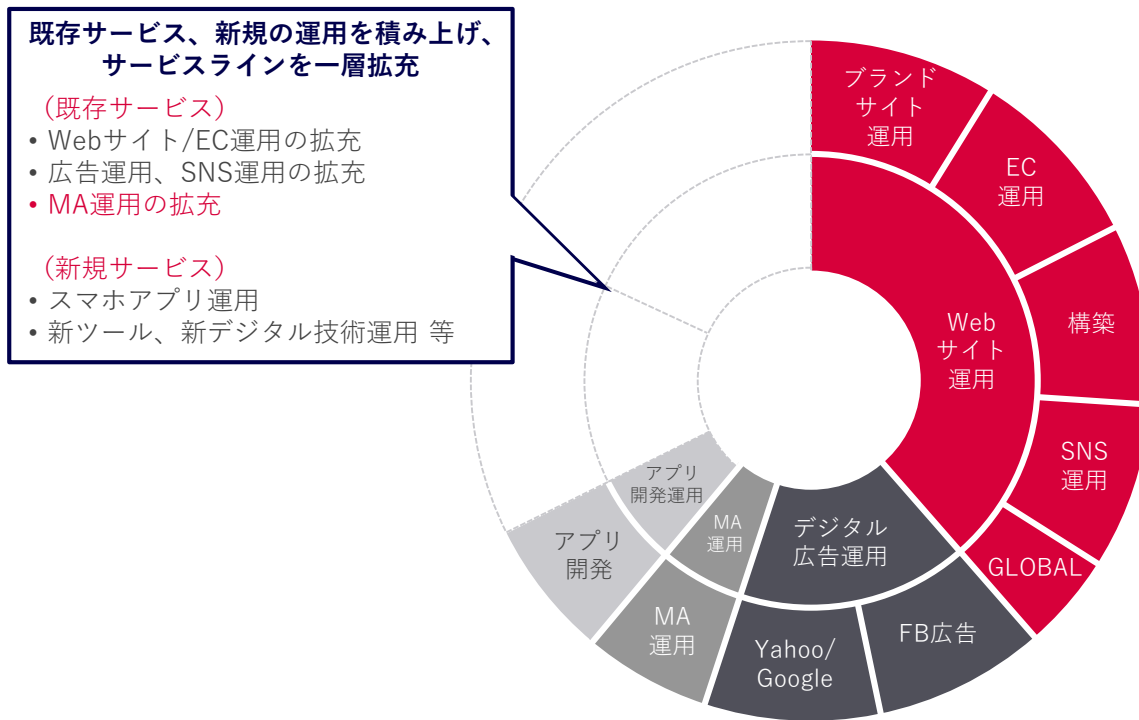


- 顧客のビジネス成果と社会的価値を同時に実現するCSV提案を作成。
- CSVコンサルティングサービス部門とともに提案をブラッシュアップし、全社に発表。

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)

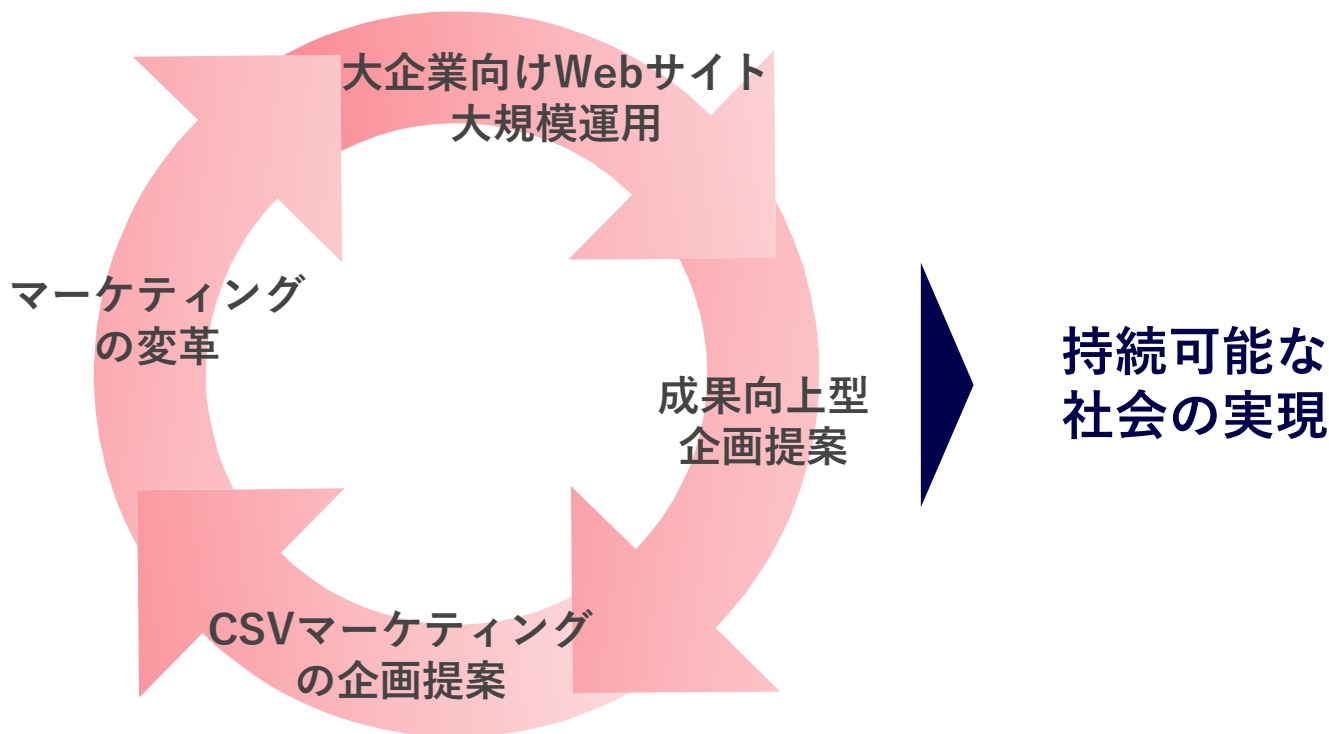
EMC事業 売上拡大方針

Webサイト運用を起点に、運用する業務領域をデジタル広告の運用、MA(マーケティングオートメーション)運用、スマホアプリ運用…と広げていく。



EMC事業を通じて実現する持続可能な社会

世界一のデジタルビジネス運用サービスを目指すEMCの提供を通じて、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。



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)

顧客企業とともに実現するCSV事例

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。



<https://www.members.co.jp/company/news/2019/1217.html>

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。



<https://www.members.co.jp/company/news/2018/0226.html>

顧客企業とともに実現するCSV事例

楽天株式会社

ハロウィン特集コンテンツにおいてCSV訴求により、従来型の流入施策系コンテンツと比較して新規顧客率(※1)が最大2.7倍、購入率(※2)が最大6.9倍

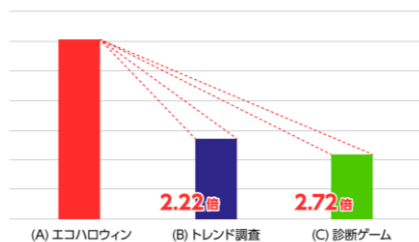
ハロウィン特集ページ内にゴミ問題やリユース、リサイクル等、社会課題解決を訴求するCSV型コンテンツ (A) を企画・制作。従来型の流入施策系コンテンツ (B) ・ (C) と比較した結果、新規顧客率 (図①)、購入率 (図②) において高い成果を創出した。

- ハロウィンに対して興味関心が低い層 (当社調査パネル) を対象に、CSV型コンテンツ閲覧前後の態度変容を調査 (図③)。
- CSV型コンテンツの閲覧により、一部のユーザーからはハロウィンやEARTH MALLに対してポジティブな態度変容を促すことを実現。

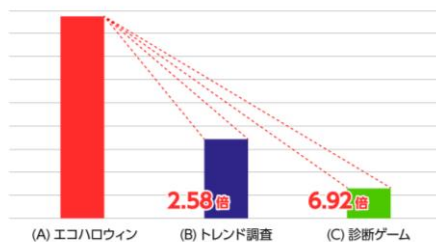
●提供コンテンツ



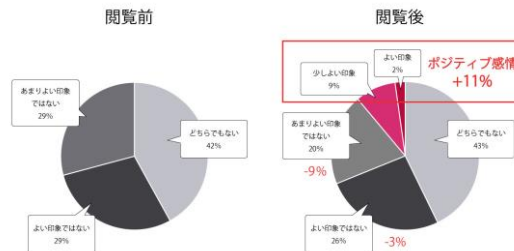
図①：新規顧客率



図②：特集ページからの購入率



図③：態度変容



<https://www.members.co.jp/results/success/vol12.html>

※2 新規ユーザー数の割合を元に算出

※3 サイト訪問者と購入売上に対する割合を算出

顧客企業とともに実現するCSV事例

株式会社ベネッセコーポレーション

一斉休園・休校時にベネッセが実施した「学習コンテンツオンライン無償提供」の取り組みを支援。4コンテンツをリモート環境のなか最短1週間で公開

無償提供した学習コンテンツは、3月初旬の公開から約2か月間でのべ185万人以上(※)に利用され、子どもたちの学習機会の喪失や生活リズムの乱れといった社会課題の抑止・解決に貢献。

提供を支援したコンテンツとその成果

公開日	コンテンツ	成果
2020年 3月2日	春の総復習ドリル&電子書籍サービスを無償開放	
2020年 3月9日	「進研ゼミ中学講座」の参加型オンライン授業のランディングページを制作・運用	約2か月でのべ20万人以上が利用。
2020年 3月18日	「オンライン幼稚園」を新規開園	約2か月で世界100か国以上・65万人以上が利用。
2020年 4月10日	オンライン教室「きょうの時間割」を無償提供	約2か月でのべ100万人以上が利用。



<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0702.html>

※ 約2か月間の「オンライン授業 中学講座」・「オンライン幼稚園」・「きょうの時間割」の利用者数の合計値

デジタル人材事業

スキルアップ意欲の高い**正社員クリエイターやフリーランス人材の派遣**を通して社会課題解決につながるサービスを創出し、**インターネット企業やベンチャー企業のCSV経営転換**を促す。



クリエイターの地位向上

日本ではクリエイターの価値が正当評価されているとはいいがたい。高いスキルを持つクリエイターが活躍し、社会に貢献することを通して地位向上を担う。

デジタルクリエイター執行役員制度

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。



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。

スキルフェロー制度

メンバーズキャリアカンパニーでは、デジタルクリエイター必須スキルを業界第一線の人材から学ぶスキルフェロー（技術顧問）制度を導入。



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。

デジタル人材事業 売上拡大方針

デジタルクリエイターの活躍の場をWebサイトやEC、デジタルマーケティングに限定せず、支援領域を広げていく



- デジタル人材事業における新卒採用の拡大
- 地方遠隔雇用の拡大
- 技術特化型デジタルクリエイターの採用育成、事業拡大への貢献
- デジタルクリエイターの活動領域の拡大

デジタル人材事業



メンバーズキャリアカンパニー (MC)

創業理念「クリエイターファースト」のもと正社員雇用を通じたクリエイター派遣を行う。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。



メンバーズエッジカンパニー (EG)

日本全国に居住するエンジニアから自律的な顧客専任チームを編成し、プロダクト・システム開発を行う。地方と首都圏の給与格差をなくし、エンジニアが自分の働きたい場所に住み、生涯成長できる環境を提供する。



メンバーズシフトカンパニー (SF)

フリーランス人材による時間単位、日単位での高付加価値サービスの提供により、IT人材不足に悩む企業の人材活用の幅を広げると同時に、自立したフリーランス人材の多様な働き方と高報酬の両立を目指す。



メンバーズデータアドベンチャーカンパニー (DA)

データサイエンス領域に特化した人材派遣サービス会社。自己研鑽意欲の高い人材が継続的に学べる環境を提供すると同時に、企業のデータ活用の促進を支援し社会課題解決につながるサービスの創出を通じて、持続可能な社会の実現を目指す。



メンバーズユーエックスワンカンパニー (UXO)

UX（ユーザーエクスペリエンス）を起点としたサービス全体のコミュニケーション設計・提供スキル（UXデザインスキル）を持つ人材の正社員派遣サービスを提供。社会課題解決に寄与する先進的なサービスや事業を展開する企業を支援する。



メンバーズルーツカンパニー (RO) ※2020年4月1日設立

地方中堅企業に特化してデジタルクリエイター人材を“時間単位”かつ“リモート（遠隔業務）”で提供。地方中堅企業のDX推進を支援し、地方から持続可能社会の実現を目指す。



メンバーズブリッジカンパニー (BR) ※2020年4月1日設立

Webサイト制作やスマートフォンアプリ開発等のプロジェクトに対して、プロジェクトマネージャー、プロダクトオーナー、スクラムマスター等、高いプロジェクトマネジメントスキルを保有する人材を常駐型で提供。

デジタル人材事業トピックス

地方中堅企業のDX推進を支援し、 地方から持続可能社会の実現を目指す メンバーズルーツカンパニーを設立

- 地方中堅企業に特化してデジタルクリエイター人材を“時間単位”かつ“リモート（遠隔業務）”で提供する「メンバーズルーツカンパニー」を2020年4月に設立。
- これまで自社内でのデジタル人材獲得が難しかった地方中堅企業も、デジタルマーケティングの推進に必要なECサイトやネット広告、ソーシャルメディアなどのスキルをもつメンバーズのデジタルクリエイター人材に対し、必要な時間単位で低額から業務を依頼することが可能となる。



<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0402.html>

プロジェクトマネジメントスキルを 保有するクリエイターの派遣事業を行う メンバーズブリッジカンパニーを設立

- Webサイト制作やスマートフォンアプリ開発等のプロジェクトに対して、プロジェクトマネージャー、プロダクトオーナー、スクラムマスター等、高いプロジェクトマネジメントスキルを保有する人材を常駐型で提供する「メンバーズブリッジカンパニー」の営業を開始。

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0501.html>

テレワーク対応に特化したデジタル クリエイター派遣サービス「MEMBERS- ALL REMOTE」を開始

- 専門性の高いデジタルクリエイターによるリモート支援およびクリエイターのリモート派遣に必要な環境提供(PCやWi-Fi等の情報機器貸与)による迅速なサービス
- メンバーズが培ったテレワーク・ナレッジ(コミュニケーション管理手法等)も提供

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0420.html>

その他事業-障がい者雇用支援事業（メンバーズギフトッド）



**Members
Gifted**

メンバーズギフトッド（2018年11月設立）

障がい者が自身の特性を活かしたデジタルクリエイターとして企業に貢献し、正しく評価される社会の実現を目指す

- 地方の障がい者、特に発達障がい者の遠隔での都内企業への雇用を支援
- デジタル業務を本業とする企業を対象にした雇用支援サービスを開始。
- 障がい者には、デジタルテクノロジー技術の教育支援を行い、雇用企業の事業に直接貢献できる働き方や体制づくりを目指す。

2019年1月、福岡市赤坂デジタルサテライト オフィスを開設

- 発達障がいを持つ人たちに向けてITスキルの教育を無料で提供し、臨床心理士らとも連携しつつ就労支援を行う。



人事戰略

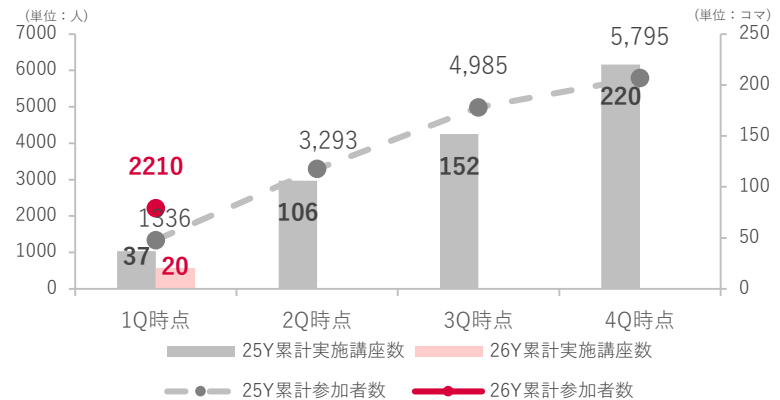
成長プラットフォーム「Co-creation Digital Lab.」



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.)」の取り組み



- 全社員が社内外を巻き込み共創する教育プログラム。自学志向性の高いクリエイター養成を目的とする。
- 全国に展開する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。



スキルフELLOW制度 (技術顧問)

- デザイン・ディレクション等、デジタルクリエイター必須スキルを業界第一線の人材から学ぶスキルフELLOW (技術顧問) 制度を導入。
- 計13名の著名な技術顧問を招聘。
- デンマークのデザイン会社Kontrapunkt (コントラプンクト) Bo Linnemann (ボー・リンネマン) 氏、デンマークの未来デザイン会社Bespoke (ビスポーク) Nicolas Arroyo (ニコラス・アロヨ) 氏、Rune Toldam (ルネ・トルダム) 氏が技術顧問に就任。



26Y1Q末(2020年6月末)時点でののべ参加者数は前期比+65%の2,210人。

新型コロナウイルス感染拡大防止に向けた取り組み

人事制度を改定し新型コロナウイルス感染拡大防止に協力。在宅勤務・育児・看護しやすい就業環境を整備

- 2020年2月18日より、原則在宅勤務・時差出勤を実施。在宅勤務の長期化により社員の経済的負担が増加していることを鑑み、在宅勤務手当を増額
- 各自治体での休校・休園の延長に伴い、小学生以下の子の育児で休暇が必要な社員に特別休暇（有給）を付与
- 「未就学児を養育する社員」を対象としていた子の看護休暇の対象者を、「小学校3年次の年度末に達するまでの子を養育する社員」に拡大。

https://www.members.co.jp/company/news/2020/0428_2.html

テレワーク導入マニュアルならびに実証実験報告書の公開

テレワーク導入マニュアル

https://www.members.co.jp/company/pdf/20200302_tw_manual.pdf

テレワーク実証実験報告書

https://www.members.co.jp/company/pdf/20200302_tw_report.pdf

新型コロナウイルス感染拡大の影響を踏まえ採用活動における選考フローの完全オンライン化を決定

- 就職希望者が安心・安全に選考過程を進めることができるよう、全ての選考フロー（会社説明会、面接、社員交流会、入社オリエンテーション等）をオンラインで実施。

https://www.members.co.jp/company/news/2020/0428_1.html

新型コロナウイルスの影響を受け、卒業・就活がずれ込んだ学生や経済的影響を受ける生活困窮学生を支援

- 就職活動への不安を払拭し、学業や研究に邁進できる環境整備のため新卒10月入社枠を設置。
- 2021年入社予定内定者を、給与先払いの有給インターンシップとして受け入れ実施。
- 学生向けオンライン講座を無料開放。

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0518.html>

デジタルクリエイターの幸せ追及・働き方改革

女性活躍推進のための取り組み

- 託児サービス、延長保育などの経費サポート
研修・社員総会に託児サービス導入。業務によるベビシッター利用・延長保育などの経費サポート制度
- 時間単位有給休暇制度
有給休暇を1時間単位で取得可能

Womembers Program

- 2016年よりスタートした「みんなのキャリアと働き方改革」の一環として「Womembers Program」を3ヵ年計画として策定。
- 「女性社員の長期的なキャリア形成の支援強化」「ワークライフバランスの実現」「多様なワークスタイルの確立」という3つのテーマのもと、「**女性管理職比率30%以上**」「**女性社員の入社推奨意向60%以上**」「**男性社員の両立支援制度利用50%以上**」を目指し、全て達成。

「Forbes JAPAN WOMEN AWARD 2019」 企業部門第5位

- Forbes JAPAN主催のもと、意欲ある女性が働きやすい環境づくりを積極的に行っている企業と、自ら道を切り拓き活躍している女性を表彰。
- Forbesのグローバルな視点に加え、国内企業1,000社の人事担当役員および働く女性個人1,000のアンケートで選出された企業と個人の中から、評議員の審査を経て受賞企業・受賞者を決定。



残業削減、年収UPのための取り組み

- 案件利益率の見直し
標準単価導入、案件利益率管理強化、一人当たり付加価値売上高向上
- 評価制度の見直し
業績評価項目に生産性向上目標を追加
- 生産性向上のためのシステム投資/ペーパーレス推進
シンククライアントPC等モバイルワーク環境の整備。テレビ会議システムの環境整備、積極利用、顧客企業に対する時短施策に対する理解促進。社内会議での印刷禁止、事務手続きのワークフロー化等。
- 業務体制の見直し
チーム内でのバックアップ体制を構築、部署ごとの残業時間実績のモニタリング・公開・フォローアップを実施。生産性向上ルールの策定(会議時間等)

令和元年度「なでしこ銘柄」
レポートに、メンバーズが
注目企業として掲載されまし
た！

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0513.html>



デジタルクリエイターの幸せ追及・働き方改革

完全在宅勤務・リモートワーク派遣・地方採用など、クリエイターの生活スタイルや家庭環境に合わせた多様な働き方を推進・実現。

地方都市における雇用の創出・地方創生への貢献とともにデジタルクリエイターの幸せな働き方実現を推進。

- 優秀な人材確保と社員の経済的基盤の充実
- 各地方拠点開設と環境整備による永く働ける環境づくり
- 地方拠点の拡大、増設

完全在宅エンジニア採用・リモートワーク派遣の開始

- メンバーズエッジカンパニー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カンパニーにおいてリモートワーク派遣の開始。
- グループ全社において、今後一層のリモートワーク・多様な働き方を推進していく

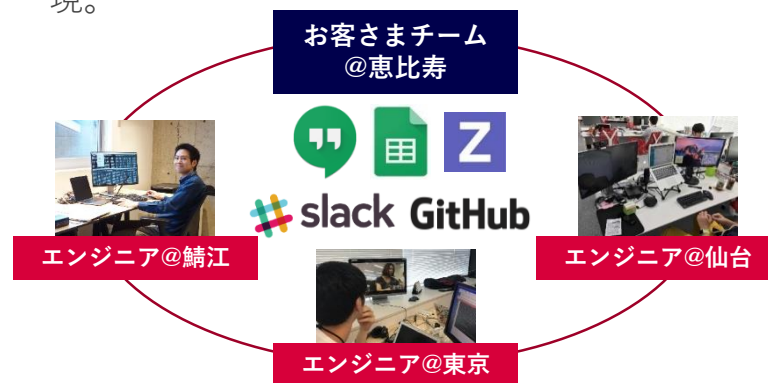


- 2016年4月から全契約社員の原則正社員化（一部中途契約社員・アルバイトは除く）
- 給与体系の全国一律化、地方拠点所属社員の月額固定給の引き上げ。

全国拠点リモートチーム開発

(メンバーズエッジカンパニー)多拠点でチームを組み、リモート環境で開発。

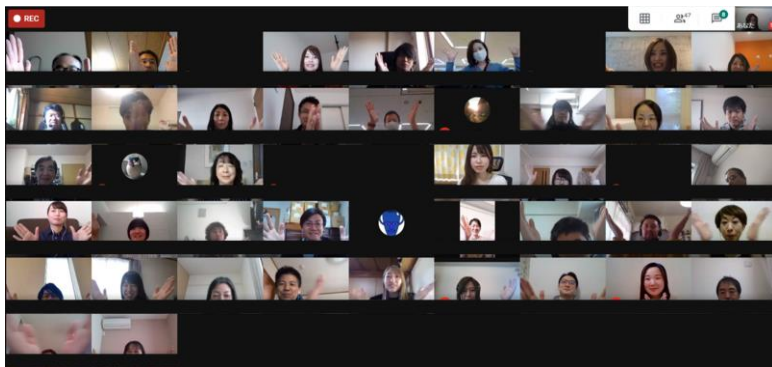
- TV会議、チャット等で開発チームと顧客が直接コミュニケーション。
- 朝会、振り返りを合同で行うなど、地方に居ながら顧客とワンチーム化したシステム開発を実現。



デジタルクリエイターの幸せ追及・働き方改革

オンライン中心の組織運営・業務体制「新しい働き方」に移行。
「社会的インフラを支える多くのクライアントの業務を支援する」責任を果たすため、緊急事態下でも安全を確保し、継続して業務を遂行する。

在宅勤務やオフィス出勤、離れた拠点同士など、場所によってチーム内でコミュニケーション格差・温度感の差を感じない働き方を選択。



- 「新しい生活様式」に準じたオンライン中心の組織運営・業務体制
- クライアント特性、チーム特性で出勤／常駐が必要な場合は優先して適用
- リモート可能な業務は在宅勤務を推奨
- オフィスおよび拠点は、戦略的に再構築する見通し

VISION2030

『日本中のクリエイターの力で、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』

の実現へ

デジタルクリエイターの幸せ追及・働き方改革

メンバーズグループ地方拠点

①東日本大震災復興の継続的支援「ウェブガーデン仙台」

2011年7月、宮城県仙台市に開設。東北No.1のWeb制作拠点を目標して拡大を続け、現在約120名の社員が在籍。

②「ウェブガーデン北九州」

2015年1月、北九州に開設。付近の専門学校・高専の卒業生を中心に雇用を拡大し、現在では約90名の社員が在籍。

③「ウェブガーデン神戸」

2018年10月開設。都市と自然が融合し、ものづくり文化や豊かな国際色が根付く神戸市を中心に優秀な人材の採用を行う。

④“幸福度日本一”の福井県鯖江市「さとやまオフィス鯖江」

2018年4月、メンバーズエッジ（現メンバーズエッジカンパニー）がものづくり文化の街鯖江市に初の「さとやまオフィス」を開設。空き旅館をリノベーションし、伝統工芸を取り入れたオフィスには地域との交流スペースも設けている。

⑤札幌オフィス

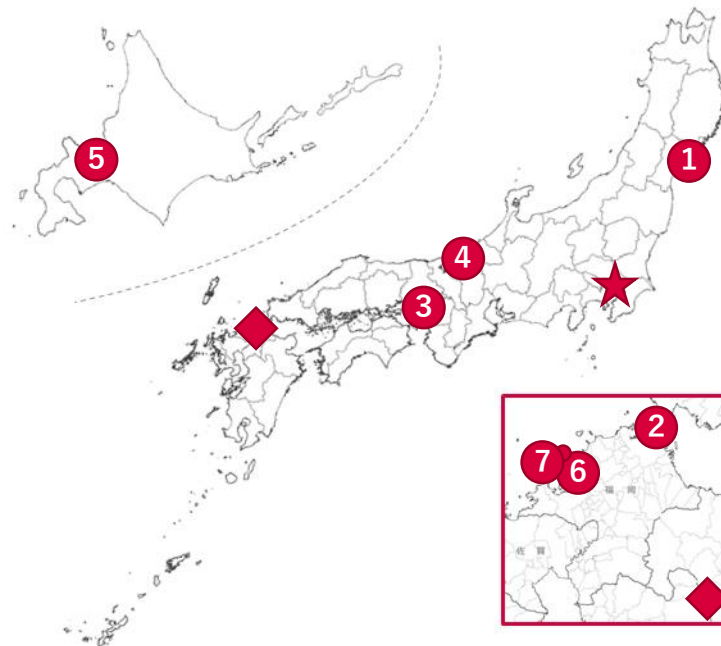
2019年10月開設。札幌市を中心に、優秀な人材の採用を行う。

⑥福岡オフィス

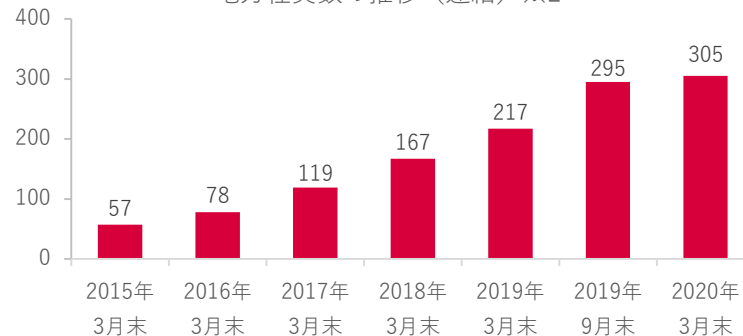
メンバーズグループ共有の拠点として2019年11月開設。メガベンチャーの拠点やスタートアップ企業、豊富なデジタル人材が集まる、イノベティブで成長が著しい福岡での潜在ニーズに着目。

⑦福岡今宿オフィス

2020年2月、メンバーズエッジ（現メンバーズエッジカンパニー）の拠点として開設。九州出身のエンジニアがUターン就業。



地方社員数の推移（連結）※2



※1 地図は国土地理院データをもとに当社作成

※2 2017年3月末まではメンバーズ単体の人数となります。

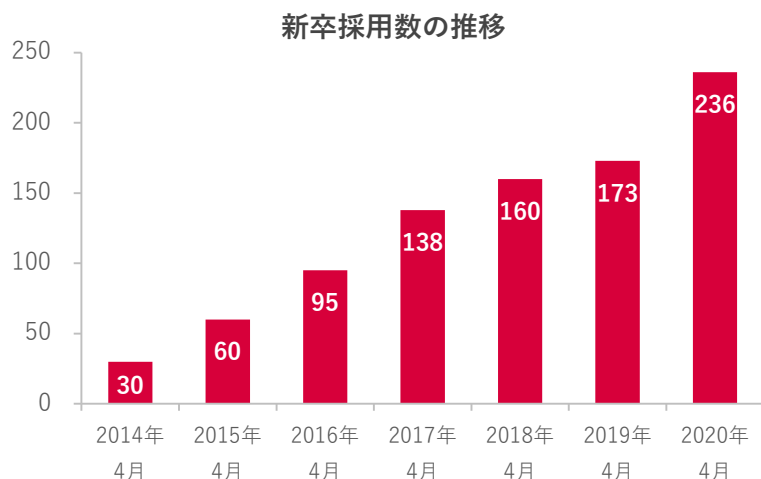
デジタルクリエイターの採用

優秀な新卒社員を計画的に多数採用

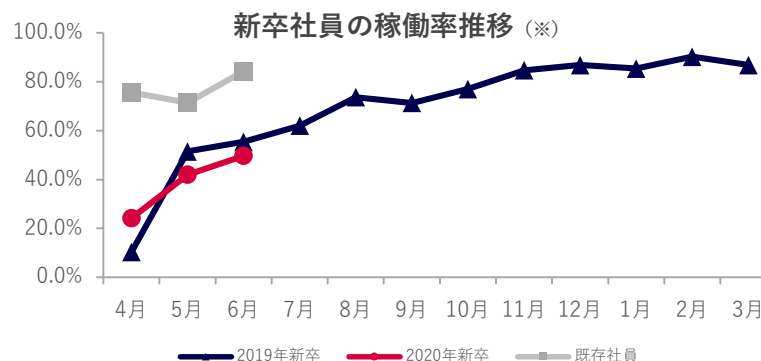
- 全国の大学や高専・専門学校と直接コンタクト
- 新卒社員採用数は、グループ全体で2019年**173名**、2020年**236名**と大幅な伸び。
- 国立高専生の採用ランキングでは**全国企業7位**、**IT業界1位**の採用数実績※1
- 中堅上場企業「NEXT1000」における**直近5年間の従業員増加数で2位**※2。

※1 2019年11月15日 日経産業新聞

※2 2019年5月14日 日経新聞



※ 2019年新卒は入社年度の稼働率となります。



社員紹介制度を活用した中途採用の促進

ミッション・ビジョン採用

スキル・経験よりミッション・ビジョン等への共感度を重要視。

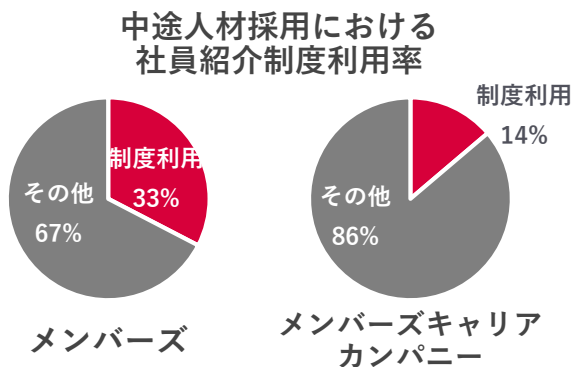
結果として、長期の就業を通じて高いパフォーマンスが発揮できる人材に価値を置く。

社員紹介制度等による中途人材採用

2020年3月期の1年間でメンバーズに入社した中途社員のうち、**3割以上が社員紹介制度を利用**。（2019年3月期は5割）

- 在籍社員による外部の優秀な人材の紹介
- **ミッション・コアバリューへの共感度と定着率が高いクリエイターの中途採用**

を多数実現。



※2020年3月期実績

再雇用制度「Re-MEMBERS（リメンバーズ）」

- 再び当社グループで力を発揮したい人材を再雇用する制度。
- 結婚や出産、介護などのライフイベントを理由とした退職はもとより、留学・起業などの積極的なチャレンジや他社への転職などキャリアプランを理由とした退職でも利用可能。
- 経験や知識などを即戦力として活かし、再度当社グループで活躍する人材多数。



CSV普及に向けた社内外の取り組み

社内CSV企画コンテストを実施。 入賞アイデアは実際に顧客企業へ提案

- 社会課題の解決と顧客企業のビジネス成果創出を両立するCSV企画コンテストを社内で実施。
- 入賞アイデアは実際に顧客企業へ提案。



社外CSV企画コンテスト

- 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「大学生CSVビジネスアイデアコンテスト」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。



デンマークのBespoke社と業務提携

- Bespoke社のFutures Designを日本企業向けにカスタマイズして提供。
- より多くの企業が体験、会得することで、企業と生活者がともによりよい社会を共に創っていくことを目指す。



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)

持続可能な社会の実現に向けて

「再エネ100宣言RE Action」への加盟を決定。 2022年末までに使用電力の100%再エネ化を目指す。

使用電力の再エネ100%化宣言を表明し、共に行動を示していくイニシアティブ「再エネ100宣言RE Action（アールイー・アクション）」に加盟することを決定。

- 年間消費電力量が10GWh未満の企業等を対象にした「再エネ100宣言RE Action」が設立、メンバーズも加盟。
- 国際的な地球温暖化対策、脱炭素化の大きな潮流の中で、使用電力を100%再生可能エネルギーに転換することを宣言するRE100は、企業が意思と行動を示す場として認知度が高まる。
- メンバーズは「“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る」というミッションを掲げ、クライアント企業を通じてマーケティングのあり方を企業と生活者が共に持続可能で心豊かな社会を創るものへ変革すること、自社の事業活動を通じて社会課題の解決に貢献することを目指す。
- メンバーズの事業活動における使用電力について、自社で太陽光発電を中心とした再生可能エネルギーを発電すること等により、2022年末までに再生可能エネルギー100%を実現、企業責任として持続可能な社会の創造へ貢献していく。



「全員参加型経営」の実践

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。

MEMBERSWAY委員会 活動方針

- メンバーズのコアバリュー、ミッション・ビジョンの浸透を、社員の代表として担う。
- 経営主体である社員を尊重し、積極的な参加を促す。
- 経営主体である社員としての立場から、メンバーズグループの方向性を考え、仲間・会社と共に成長し続け、デジタルクリエイターが最も活躍する職場・最も幸せに働ける職場を目指す。
- 社員が経営に積極的に参画する取り組み・施策の企画・運営を行う。

社内報MEMBUZZ

2010年5月より、毎月1回のグループ社内報を欠かさず発行。有志社員と広報スタッフが中心となり、取材・原稿作成・編集までを行う。



みんなのキャリアと働き方改革

全社から様々な属性の社員を選抜。2016年3月期に報酬検討プロジェクトとして発足、全社アンケートやヒアリングを通じて社員の生の声を集め、自分たち自身のキャリアや働き方に関する方針・目標や制度を作り上げた。

ビジョン・ミッション策定

全社プロジェクトとして全社員が参加して意見を交換し、VISION2020 / VISION2030、ミッションを作成。



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。

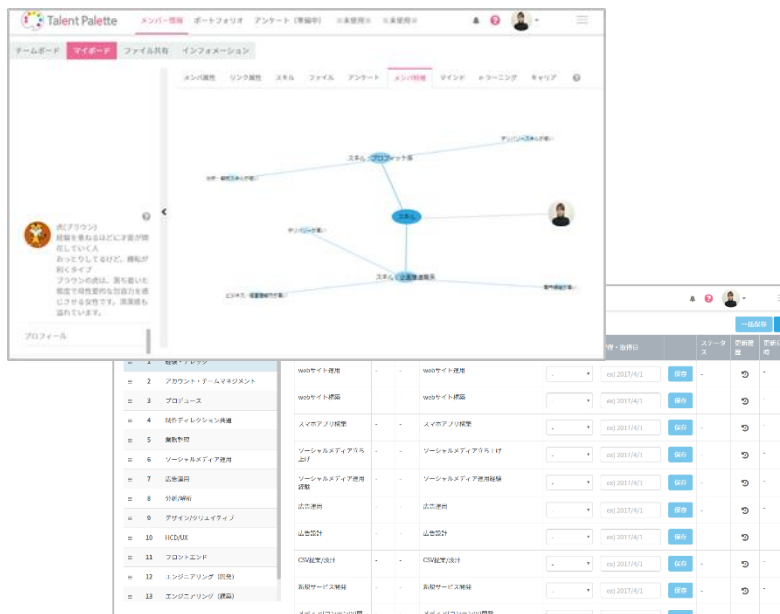
公認バカンス制度の導入等、新たな制度・施策を導入

- 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。

人材配置方針

グループ横断でタレントデータベースを活用

- クリエイターの業務経験・キャリアを可視化
- 業務経験レベル(13カテゴリ)の登録・公開
- 実績、制作物(ポートフォリオ)の登録・公開
- 職務経歴の登録・公開
- 取得資格の登録・公開
- 各種研修/CCDLab. への参加履歴管理等



稼働率管理、人材ローテーションの実施

- 事業間、グループ会社間での稼働率管理
- 新卒入社3年目までを中心に定期的な配属のローテーションを実施
- タレントデータベースを活用した最適な人材配置



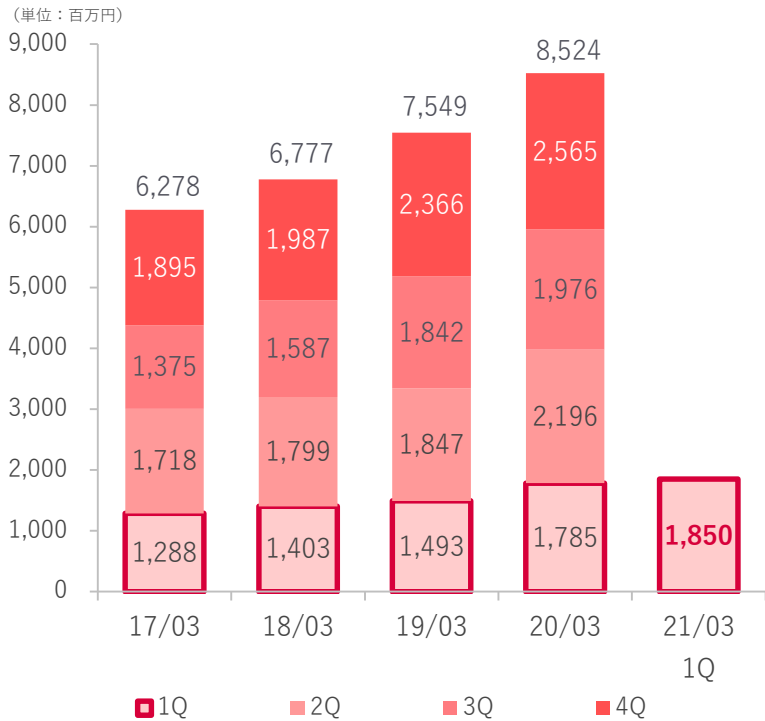
業績と主要指標

—2021年3月期 第1四半期

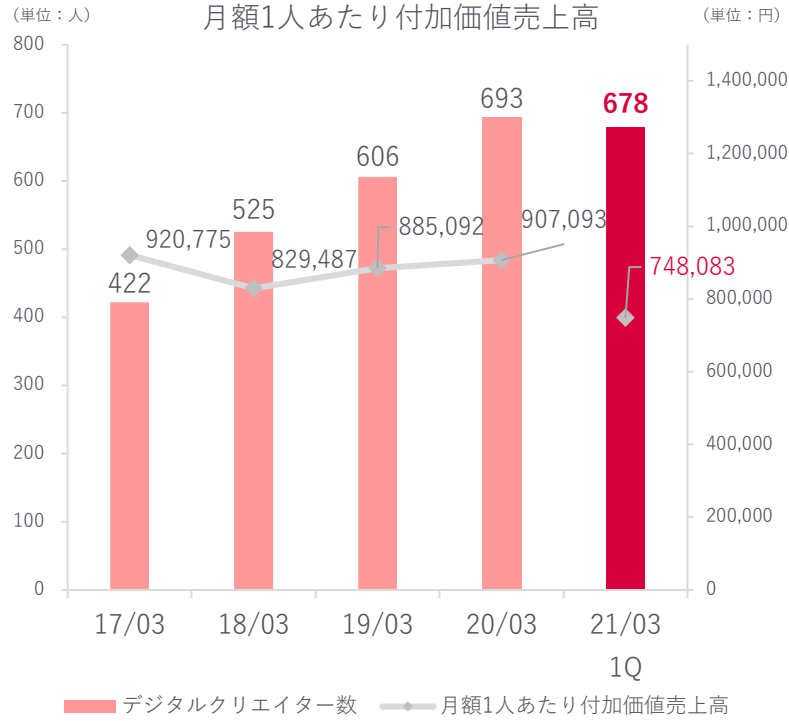
業績と主要指標-EMC事業

新型コロナウイルスによる新規商談遅延により稼働率の低下が一部発生するも、既存顧客の運用業務等は堅調。6月より徐々に正常化。売上収益(※1) **1,850百万円**(前年同期比+3.6%)、デジタルクリエイター数**678名**(前期末比▲15人)

EMC事業 売上収益



EMC事業 デジタルクリエイター数・



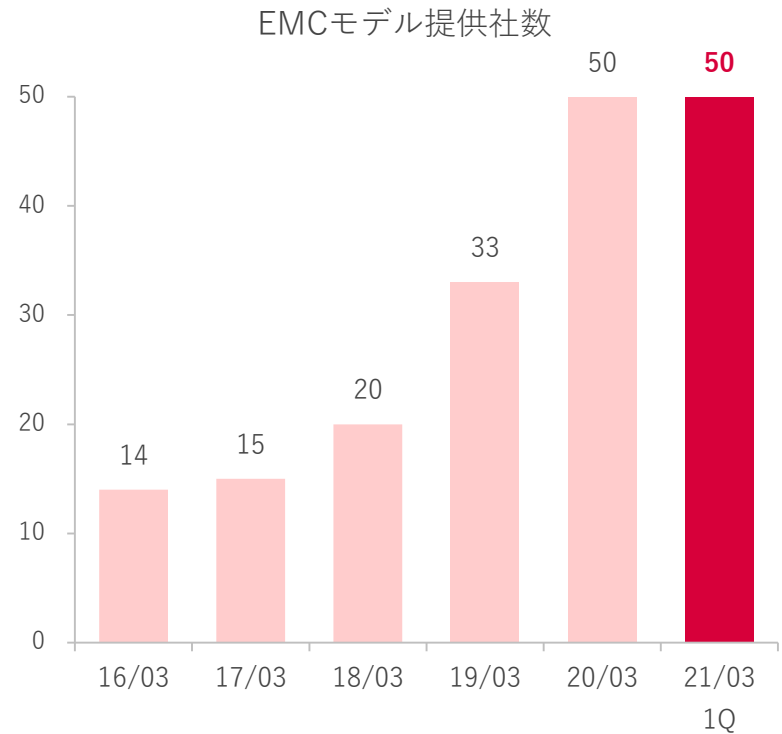
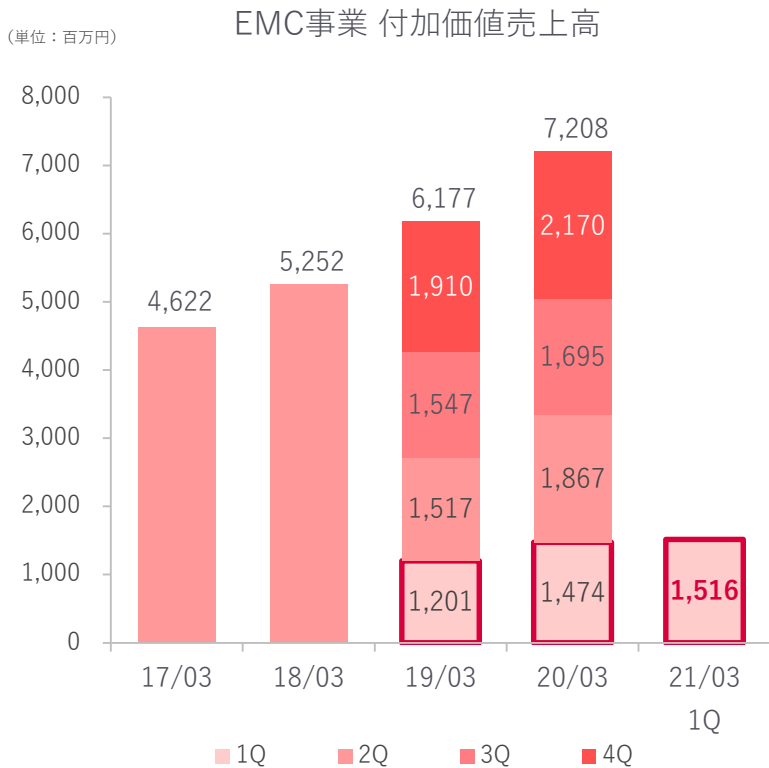
※1 売上収益は、IFRS基準を参考に算出しており、概算数値となります(親子間取引は未相殺)。

※2 デジタルクリエイター数は1Q末時点。2020年4月入社新卒社員236名のうち233名は1Q期間中研修のため、デジタルクリエイター数未加算。

※3 月額1人あたり付加価値売上高 = 付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

業績と主要指標-EMC事業

新型コロナウイルスの影響により付加価値売上高(※)は前年同期比+2.9%。
昨年度獲得のEMCクライアントの拡大に注力。クライアントのデジタルシフトが今後加速することを見込み、DX領域へ注力。

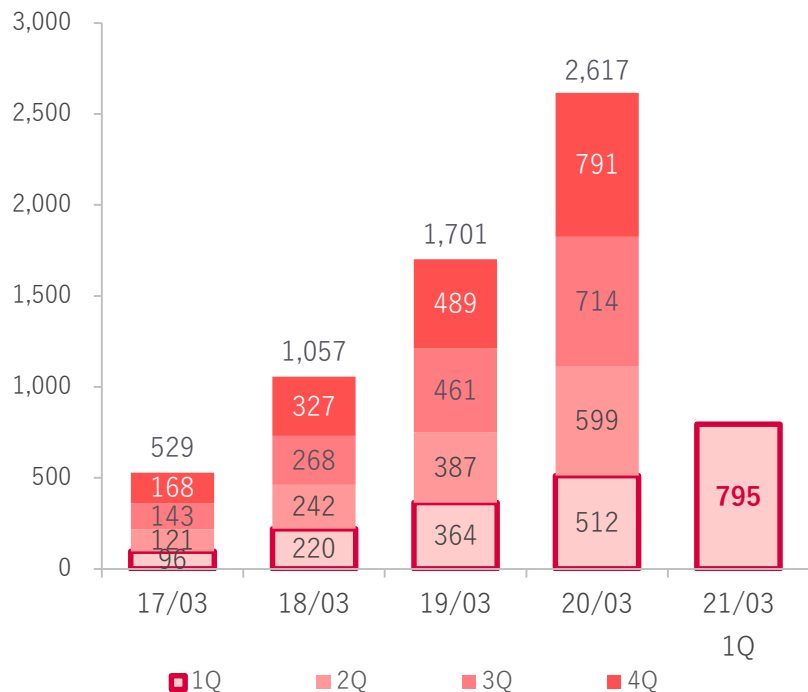


※ 付加価値売上高 = 売上収益 - 外注・仕入 = 社内リソースによる売上

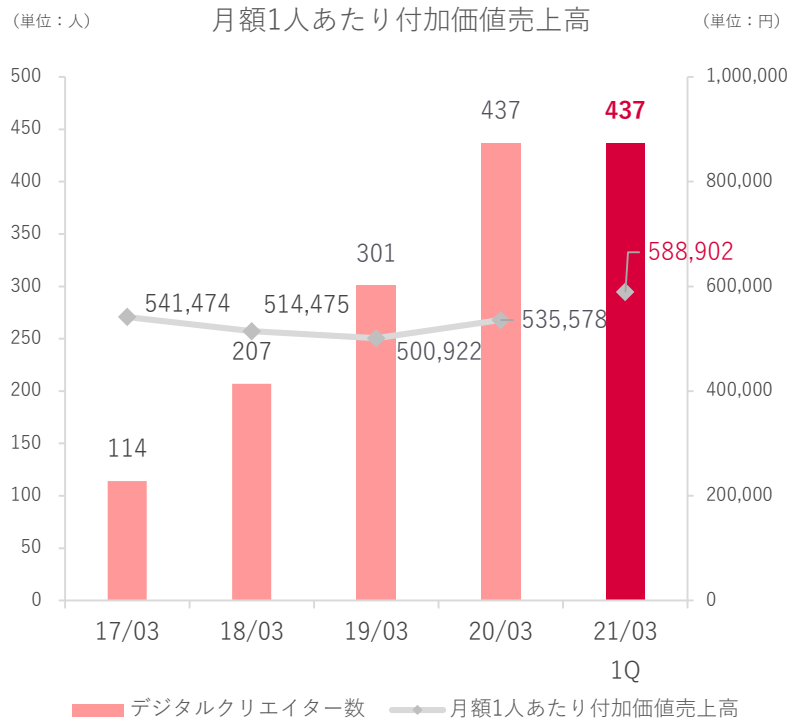
業績と主要指標-デジタル人材事業

デジタル人材事業 売上収益(※1)は**795百万円**(前年同期比+55.1%)
 EG、DA、UXOカンパニーの拡大を背景に1人あたり付加価値売上高の
 増加、デジタルクリエイター数は**437名**(前期末比変わらず)。

デジタル人材事業 売上収益



デジタル人材事業 デジタルクリエイター数・



※1 売上収益は、IFRS基準を参考に算出しており、概算数値となります(親子間取引は未相殺)。

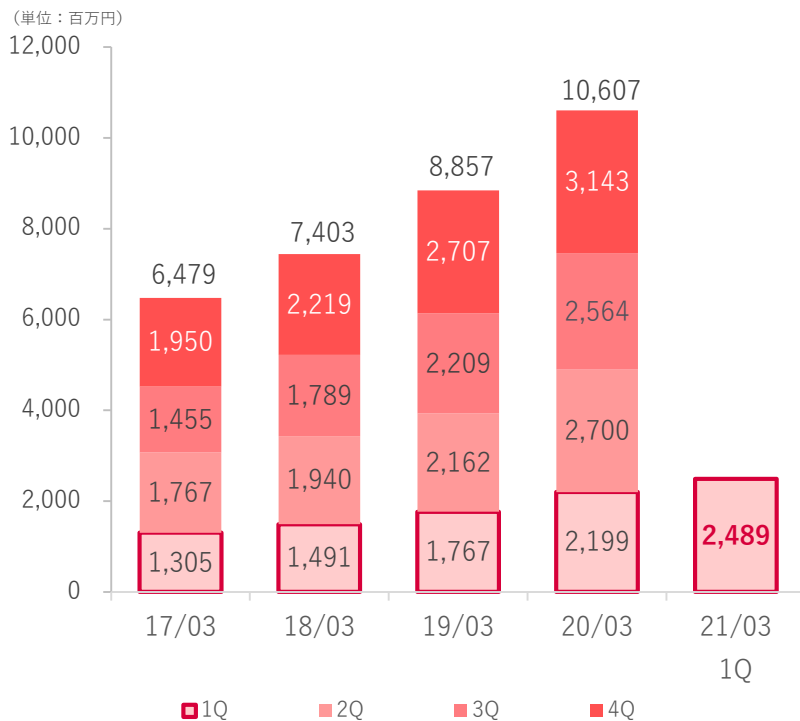
※2 デジタルクリエイター数は1Q末時点。2020年4月入社新卒社員236名のうち233名は1Q期間中研修のため、デジタルクリエイター数未加算。

※3 月額1人あたり付加価値売上高 = 付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

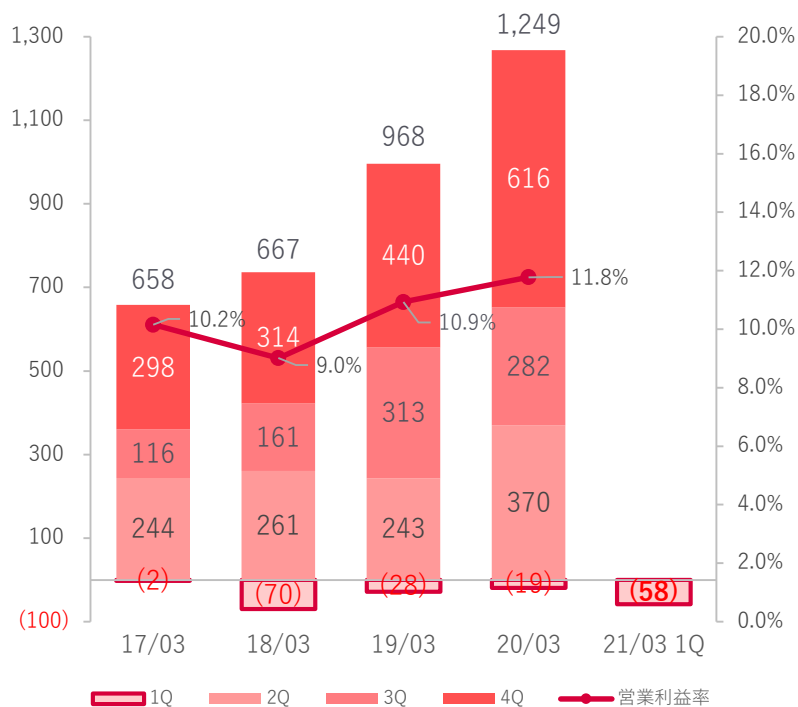
業績と主要指標-連結

売上収益は**2,489百万円**(前年同期比+13.2%)、営業利益は**▲58百万円**(前年同期比**▲38百万円**)。新型コロナウイルスの影響は緊急事態宣言解除をもって徐々に回復。赤字幅の前年同期比の拡大は人件費の増加によるもの。

連結 売上収益

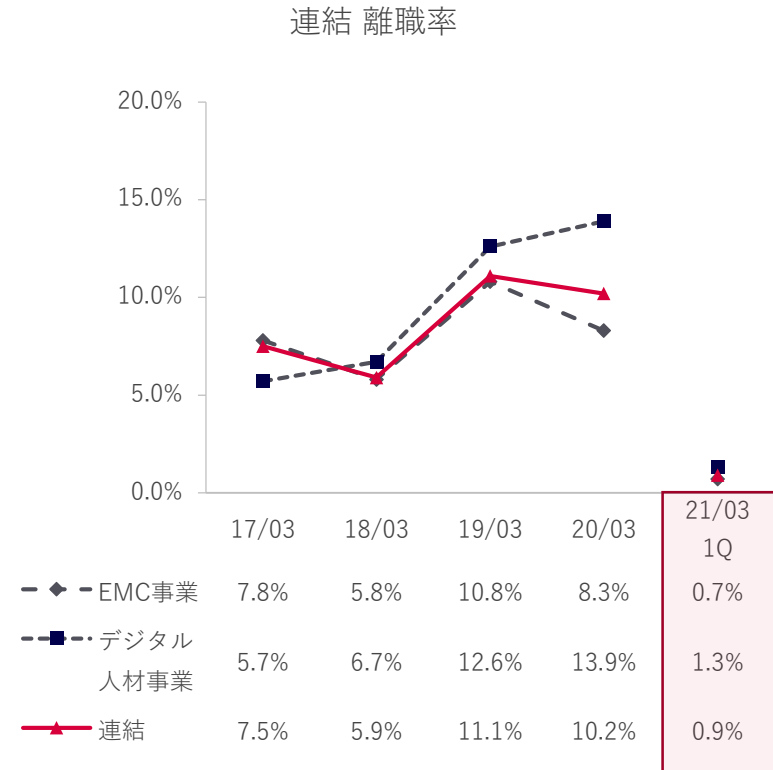
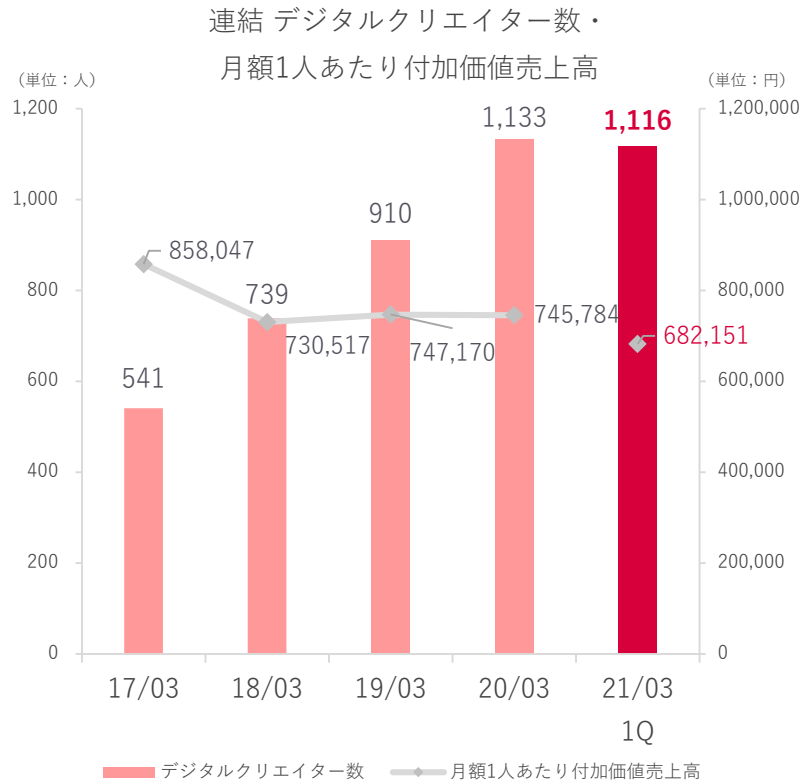


連結 営業利益



業績と主要指標-連結

連結デジタルクリエイター数 1,116名(前期末比▲17人) コロナ禍後の社会情勢の変化に伴う企業のデジタル投資拡大を見越し、リモート環境を活用した採用を継続。新卒・中途社員の安定採用を実現。



※1 デジタルクリエイター数は1Q末時点。2020年4月入社新卒社員は2Qより配属予定のため、デジタルクリエイター数未加算となります。

※2 月額1人あたり付加価値売上高 = 付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

※3 離職率は期中の平均社員数に基づき算出。

業績と主要指標-事業投資

持続的な成長のための事業投資

- 当社グループの持続的な成長を維持するための研究開発への投資および経費

項目	内訳	2021年3月期 1Q末金額	指標	付加価値売上高に 占める割合
事業開発 投資	サービス開発投資 新規事業開発投資 生産性向上投資 EMC推進	58百万円	事業開発投資+人材育成投資 毎期、連結社売（付加価値 売上高）の3.5%~5%	4.82%
人材育成 投資	教育研修費 教育研修部門 総経費	51百万円		

持続的な成長のための適正現預金

- 健全な挑戦のためのリスクに見合った適正現預金の確保

指標	2021年3月期 第1四半期 現金および現金同等物
月内社内総経費予算3か月分 2021年3月期（試算）は27.1億円	27.19億円

2021年3月期 連結業績予想（新型コロナウイルス感染症の影響について）

- 2020年6月より顧客企業の事業活動が徐々に正常化することを前提として算出。
- 顧客企業の経済活動自粛等の影響により、一部案件において中止や延期、加えて新規商談の遅延が発生。特に上半期における連結業績に大幅なマイナスの影響あり。増収減益予定。
- しかしながら、新型コロナウイルスの影響により、企業のマーケティング活動および事業全般のデジタル化は一層加速すると予想。VISION2030で定めたグループ1万名体制に向けて中途採用、新卒採用は積極拡大方針を継続予定。

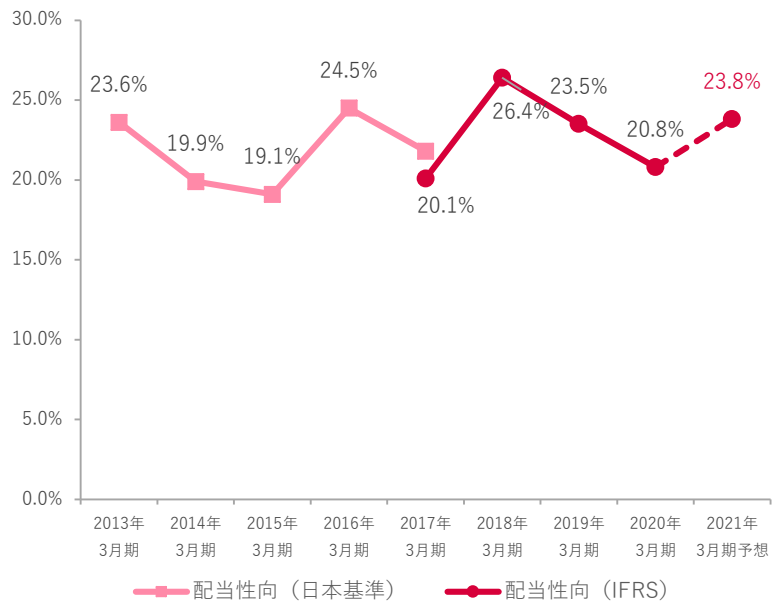
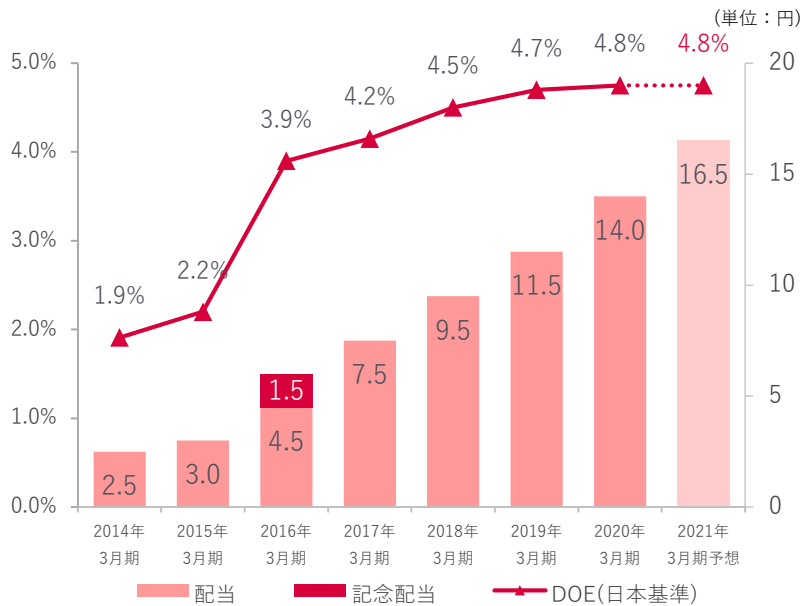
（単位：百万円）

	2020/通期 実績(IFRS)		2021/通期 予想(IFRS)			
	通期	対前年同期 増減率	2Q累計	対前年同四半期 増減率	通期	対前年同期 増減率
売上収益	10,607	19.8%	5,270	7.6%	12,520	18.0%
営業利益	1,249	29.0%	80	▲77.2%	1,145	▲8.4%
税引前利益	1,240	28.2%	79	▲77.3%	1,138	▲8.3%
当期利益	873	33.2%	50	▲77.4%	820	▲6.1%
親会社の所有者 に帰属する 当期利益	861	39.0%	50	▲77.2%	820	▲4.9%

配当予想（株主還元方針について）

配当方針

- 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。初配含め2020年3月期で **8期連続増配**。
- 中長期的な **DOEは5%を目標**とする。
- 新型コロナウイルスの影響を考慮し、2021年3月期の配当は一株当たり **16.5円（DOE4.8%）**の予想。



※ DOE = 連結純資産配当率（日本基準）。

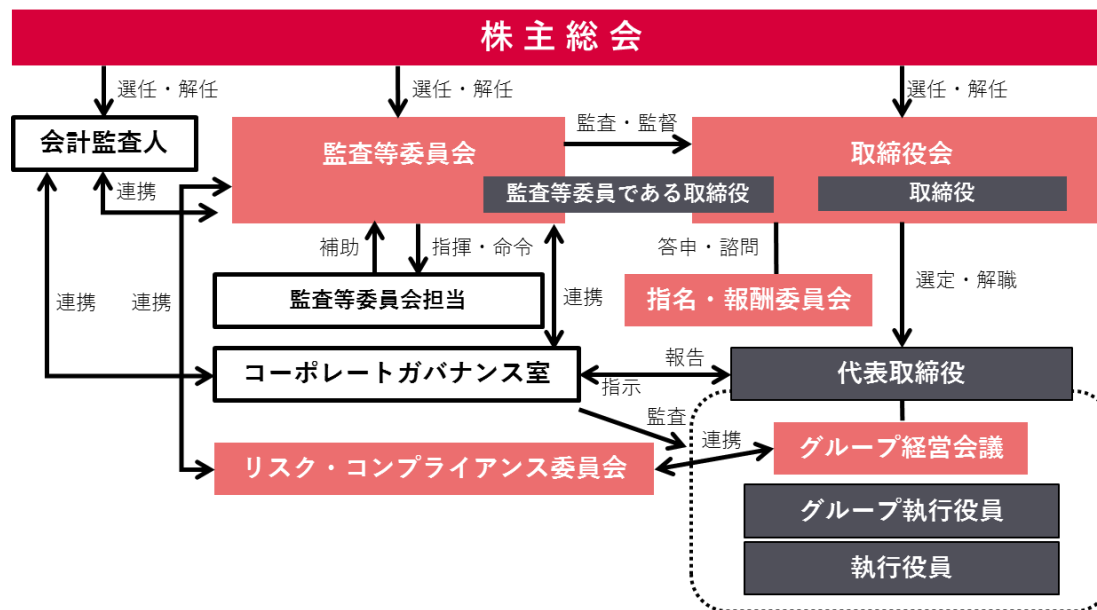
※ 当社は2017年1月1日付で普通株式1株につき、2株の株式分割を行っております

※ 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。

持続的な成長に向けて

コーポレート・ガバナンスの基本方針

コーポレート・ガバナンス体制図



コーポレート・ガバナンス方針の特徴

- 取締役8名以内、過半数以上を社外取締役とし、社外取締役の任期は最大8年
- 社外取締役のみで構成される監査等委員会、任意の指名報酬委員会を設置。業務執行取締役の管理監督および任命・報酬決定を行う
- 業務執行取締役の報酬は当期利益成長率と本人の業績貢献度に応じた業績連動型とする。

コーポレート・ガバナンス

取締役会体制

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。



代表取締役 兼
社長執行役員

剣持 忠

当社の創業者として長年にわたり強いリーダーシップを発揮。経営において豊富な経験と実績を有している。



取締役 兼
専務執行役員

高野 明彦

銀行業務経験により財務・会計に関する知見を有し、当社において経営企画および管理部門の要職を歴任。2011年より執行役員として、当社の東証第二部、第一部への上場および当社グループの働き方改革の推進等、大幅な企業価値の向上に貢献。



社外取締役
常勤監査等委員

甘粕 潔

公認不正検査士・企業リスク管理コンサルタント
公認不正検査士として培ってきた企業倫理・コンプライアンスに関する高い見識を保有しており、また、長年の銀行業務経験により財務・会計に関する知見を有する。



社外取締役
監査等委員

金井 政明

株式会社良品計画 代表取締役会長 兼 執行役員
長年にわたる経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しており、また、当社が重視するCSV（共通価値の創造）経営に対しても深い知見と実績を有する。



社外取締役
監査等委員

玉上 進一

株式会社プレステージ・インターナショナル 代表取締役
長年にわたる経営者としての豊富な経験と幅広い見識を有しており、また、地方拠点の活用を通じた高品質なBPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）サービスの提供、社員が長期的に働きやすい環境づくりなどに高い実績を上げている。



社外取締役
監査等委員

豊福 直紀

デジタル・アドバイジング・コンソーシアム株式会社取締役執行役員
日本のインターネット広告市場を牽引してきた企業での役員をはじめとする豊富な経験により、特に当社事業と関連の高い分野における専門的な知識と経験を有する。

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6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）	1,490名（2020年6月末時点）

