



2021年3月期 第2四半期 決算説明資料

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/>

当社グループの経営方針及び事業紹介

急速に拡大するデジタル経済における価値創出の主役である
デジタルクリエイター（DC）の幸せを実現し、
 心豊かな社会の実現に向け、**社会ニーズに合わせた最適な**
デジタルビジネス運用サービスを開発・提供していく。



デジタルクリエイター
グループ1万人構想

マーケティングの
変革

CSV経営・企業価値軸の
マーケティング普及

社会課題解決
ベンチャー
創造支援



デジタルクリエイターの幸せ追求

社会的価値の創造

提供サービスの最適化

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)

当社グループの経営方針及び事業紹介

EMC事業

事業概要

デジタルビジネス運用支援サービス

Webサイト、EC、SNS、アプリ、マーケティングオートメーション(MA)、デジタルトランスフォーメーション(DX) 他

特徴

- **顧客企業専任チーム**
顧客企業の経営戦略や目標および商品・サービスを理解した専任チームがデジタルビジネスを支援
- **専任チームの運営ノウハウをメソッド化**
①成果向上 ②生産性向上 ③品質・セキュリティ
④CSVマーケティング推進 ⑤チームビルディング
⑥アカウントプラン ⑦先端技術領域シフト
- **大企業向け、大口案件、継続案件に特化**

主なお取引先

(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

デジタル人材事業

事業概要

デジタルクリエイター人材の提供

デジタルビジネスプロデューサー、Webサイトディレクター、Webデザイナー、エンジニア 他

特徴

- **スキル育成型**
技術顧問制度を活用した自社カリキュラムにて、正社員人材を自社でスキル育成。
- **クリエイターファースト**
クリエイター執行役員制度、リモートワーク、健全な就労環境づくり

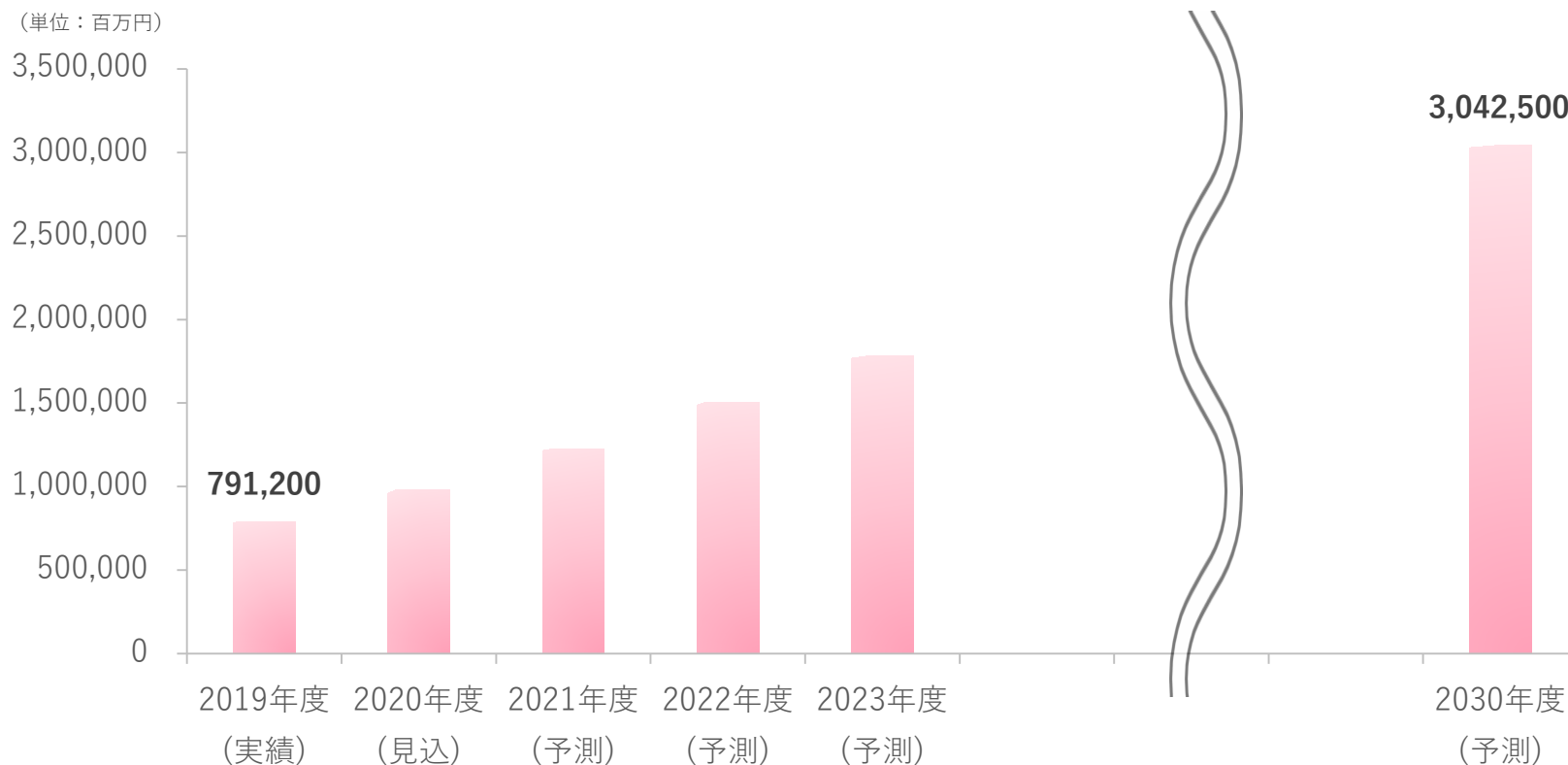
主なお取引先

- 成長性の高いインターネット系企業
- 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
- 地方中堅企業

外部環境：急拡大するDX市場

国内DX市場の市場規模

2019年度7,912億円実績から**2030年度には3兆425億円に拡大**する見通し

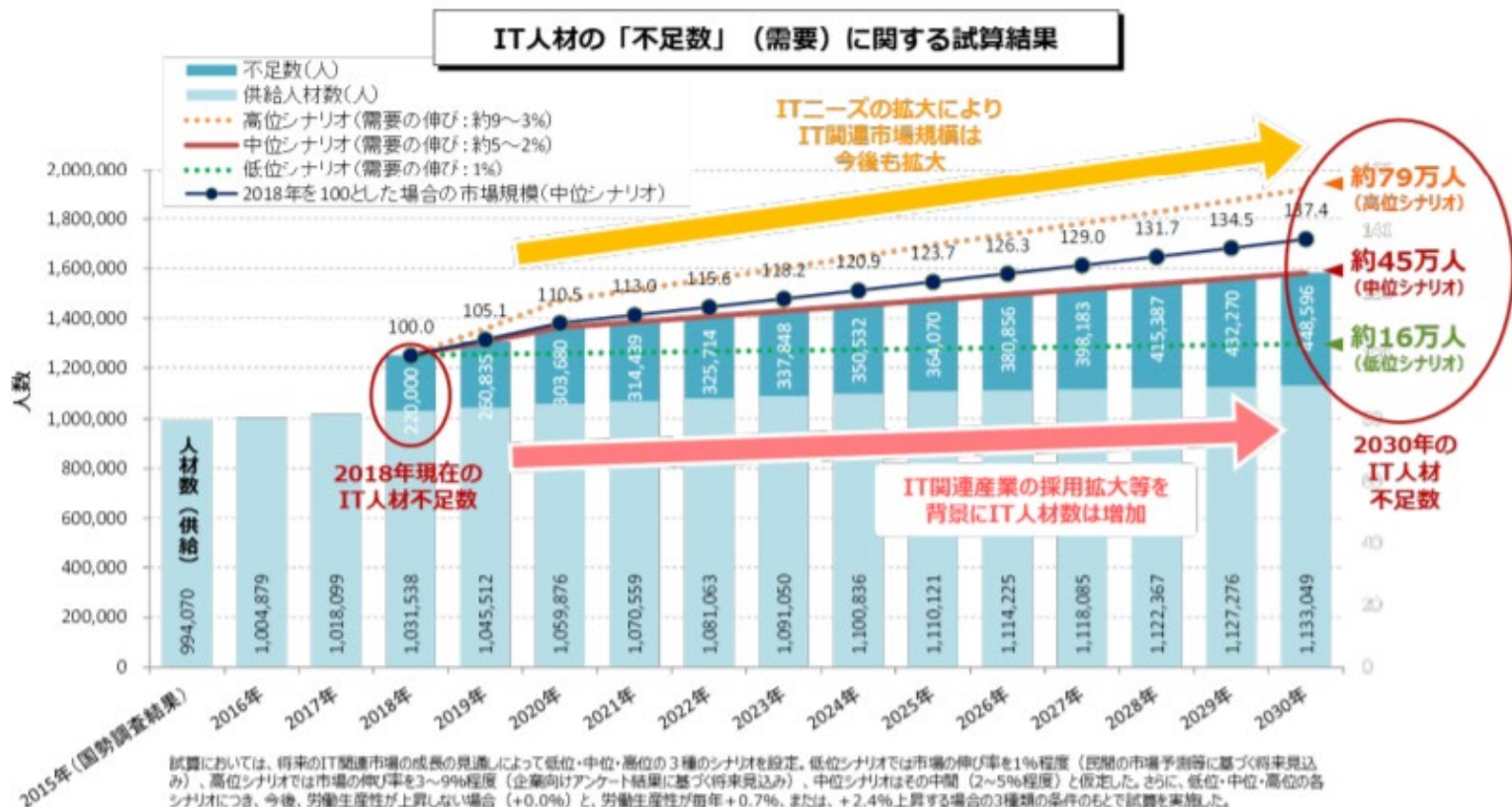


富士キメラ総研『2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望』

外部環境：DX推進を阻む人材不足

2030年のIT人材は最大79万人不足。企業の人材確保は難航

＜参考1＞IT人材需給の試算結果



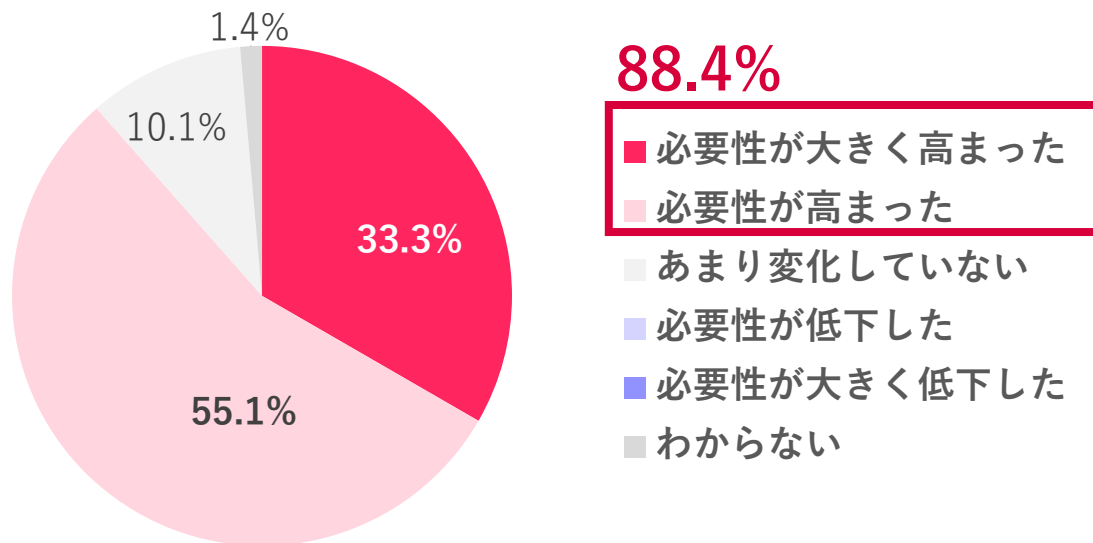
経済産業省 IT人材需給に関する調査（概要）

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/jinzai/gaiyou.pdf

外部環境：新型コロナウイルスの影響によりDXは加速

88.4%の企業が、ITやデジタルを活用したビジネスモデルの見直し、新事業検討の必要性が高まったと回答。

ITやデジタルを活用したビジネスモデルの見直しや新事業検討の
必要性



NRI「新型コロナウイルス影響に関するCIO調査」をもとに当社作成
https://www.nri.com/jp/news/info/cc/lst/2020/0604_1

メンバーズグループの成長ストーリー

メンバーズの事業モデルは、顧客に高い価値を提供し社会への貢献を目指すデジタルクリエイター（DC）が成長・活躍するプラットフォーム。

「社会への貢献」と「社員の幸せ」、「会社の発展」を同時に実現することを目指す『超会社』コンセプトに従い企業を経営し、DCが最も活躍する会社を作ることによって長期的な企業成長を実現する。

成長モデル

デジタル
クリエイター(DC)数

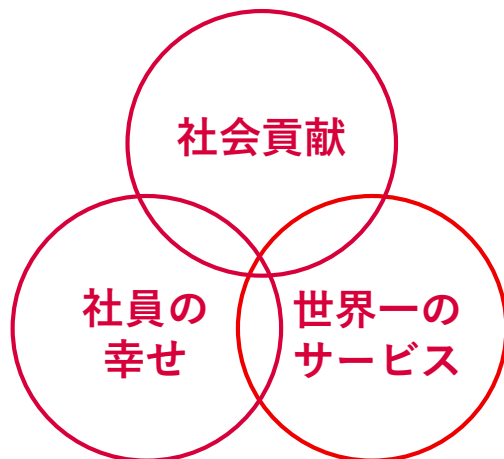
×

1人あたり
付加価値売上高

⇒

営業利益
最大化

超会社コンセプト



2030年目標値

DC数
1,133名
営業利益
12億円

DC数
10,000名
営業利益
100億円

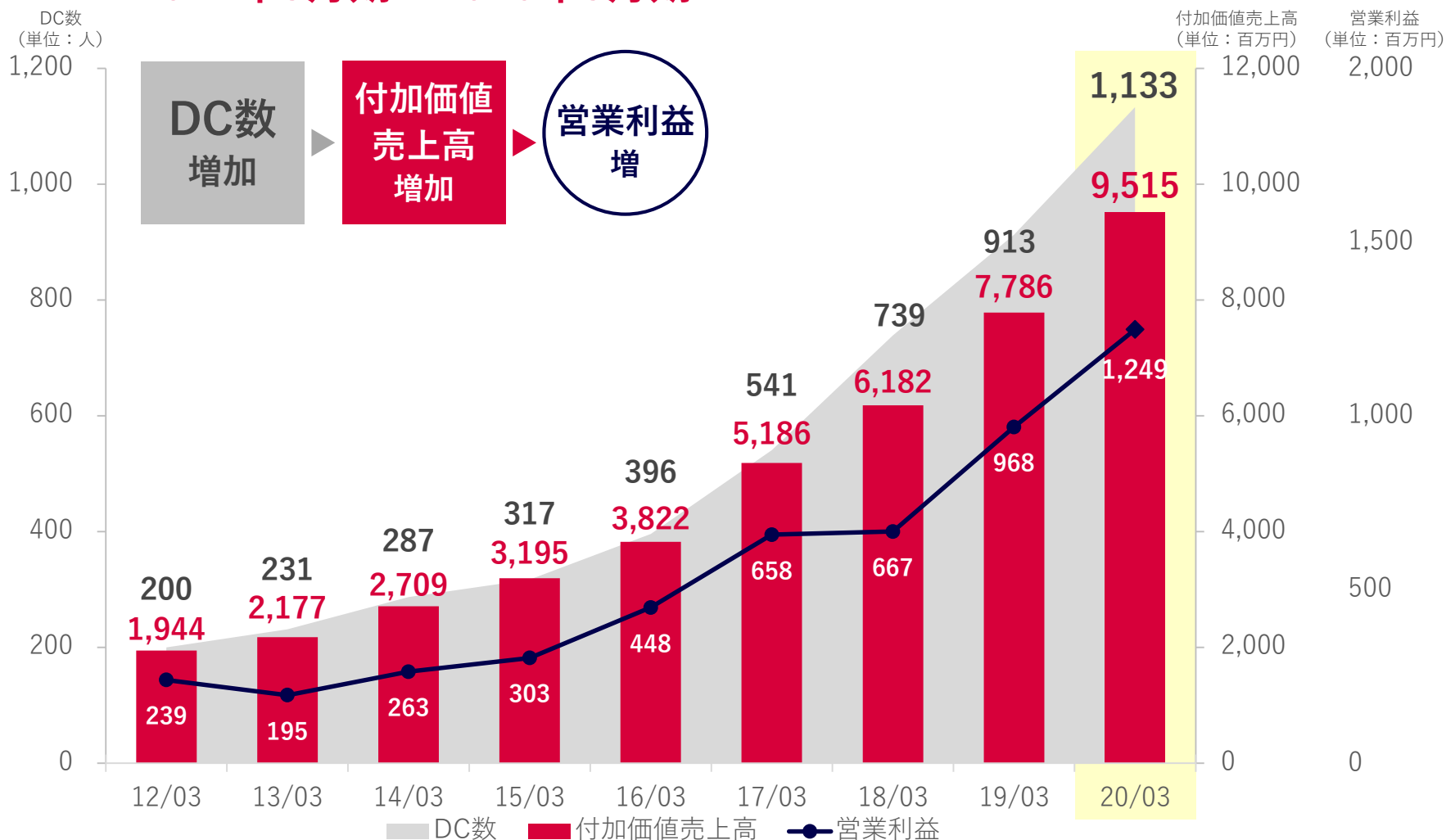
2020年



2030年

メンバーズグループの成長ストーリー：DC数、業績推移実績

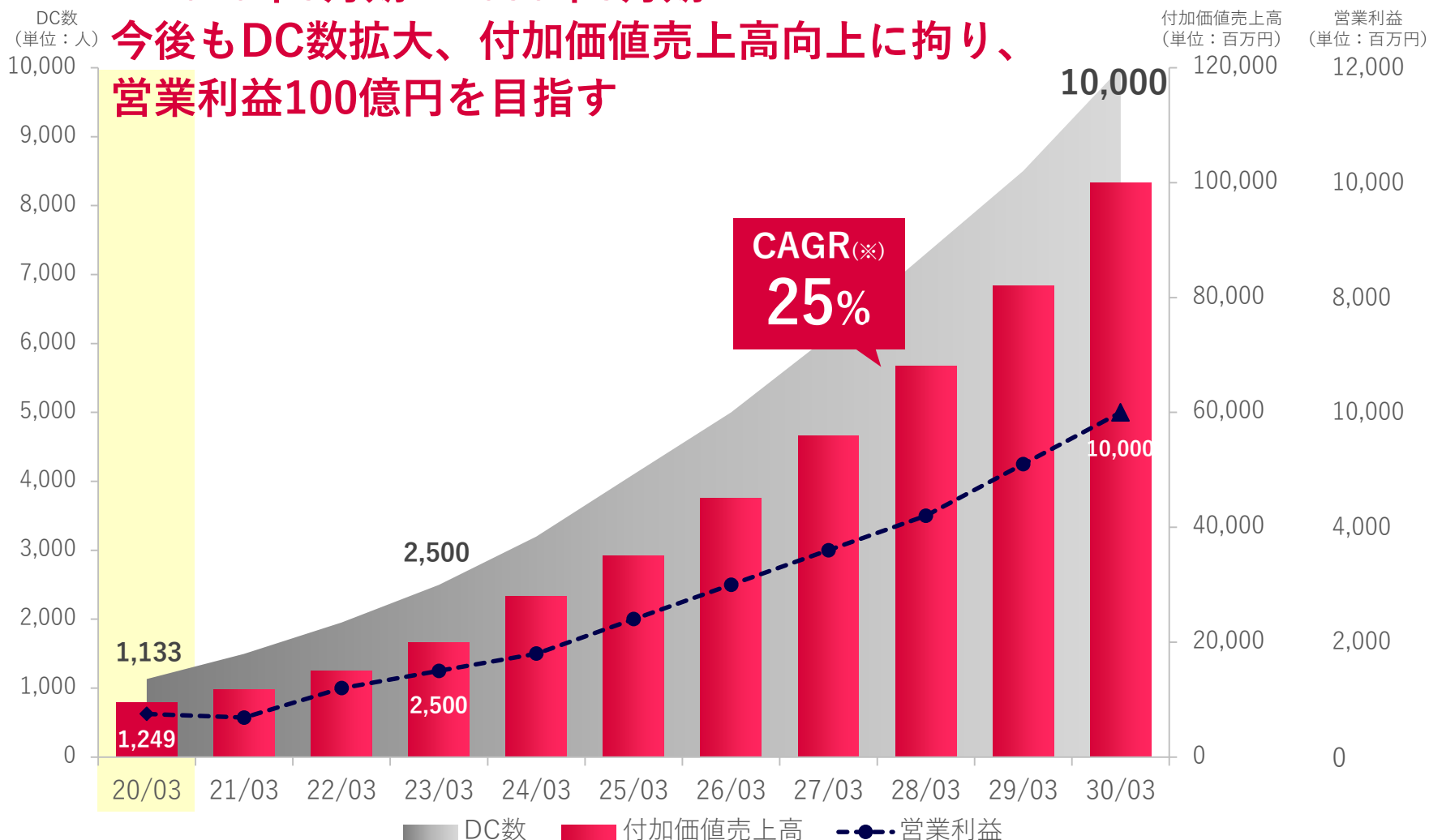
<2012年3月期～2020年3月期>



メンバーズグループの成長ストーリー：DC数、業績推移計画

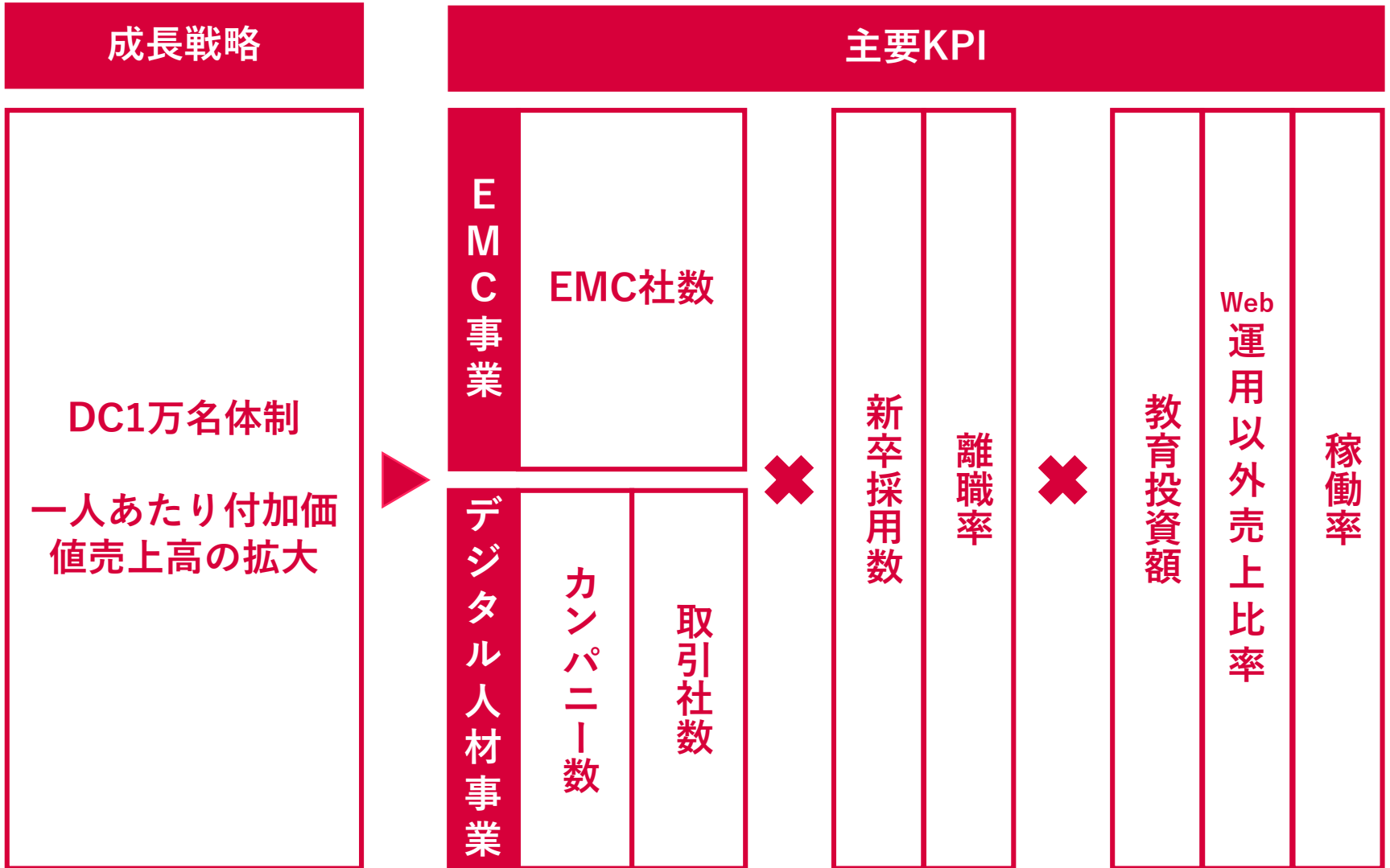
＜2020年3月期～2030年3月期＞

今後もDC数拡大、付加価値売上高向上に拘り、
営業利益100億円を目指す



※ CAGR…年平均成長率

成長戦略と主要KPI



成長ストーリー：EMC事業

■ EMC事業

DX領域を中心とした高付加価値領域へ進出し、取引社数とDC数を大幅に増加させる

目標値
2030

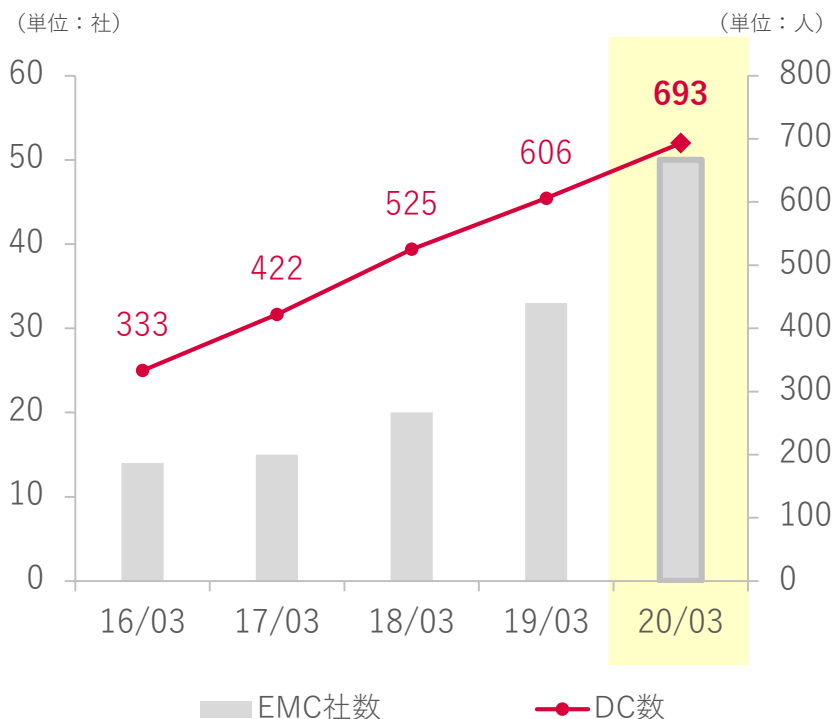
EMC社数

200社

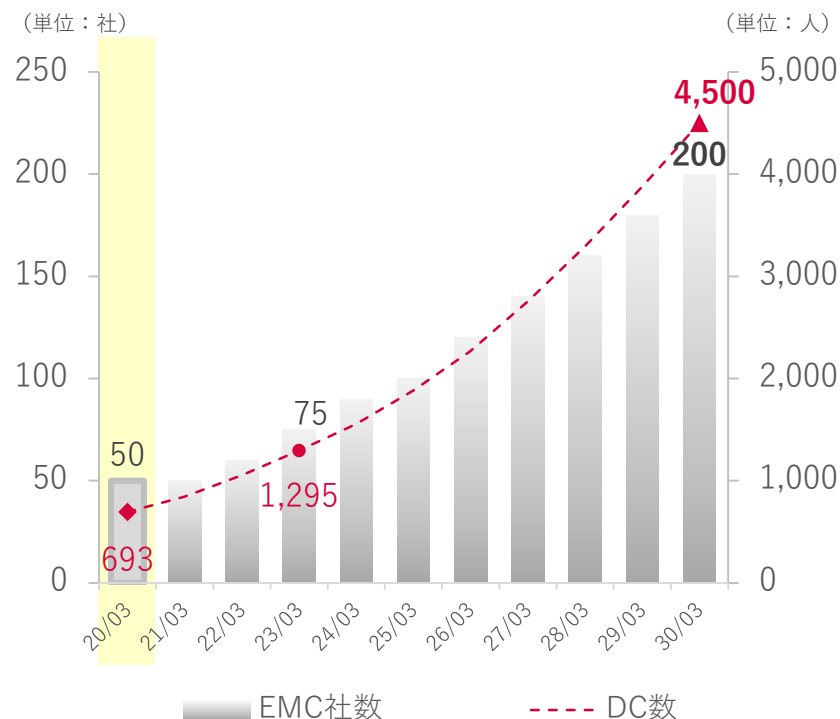
DC数

4,500名

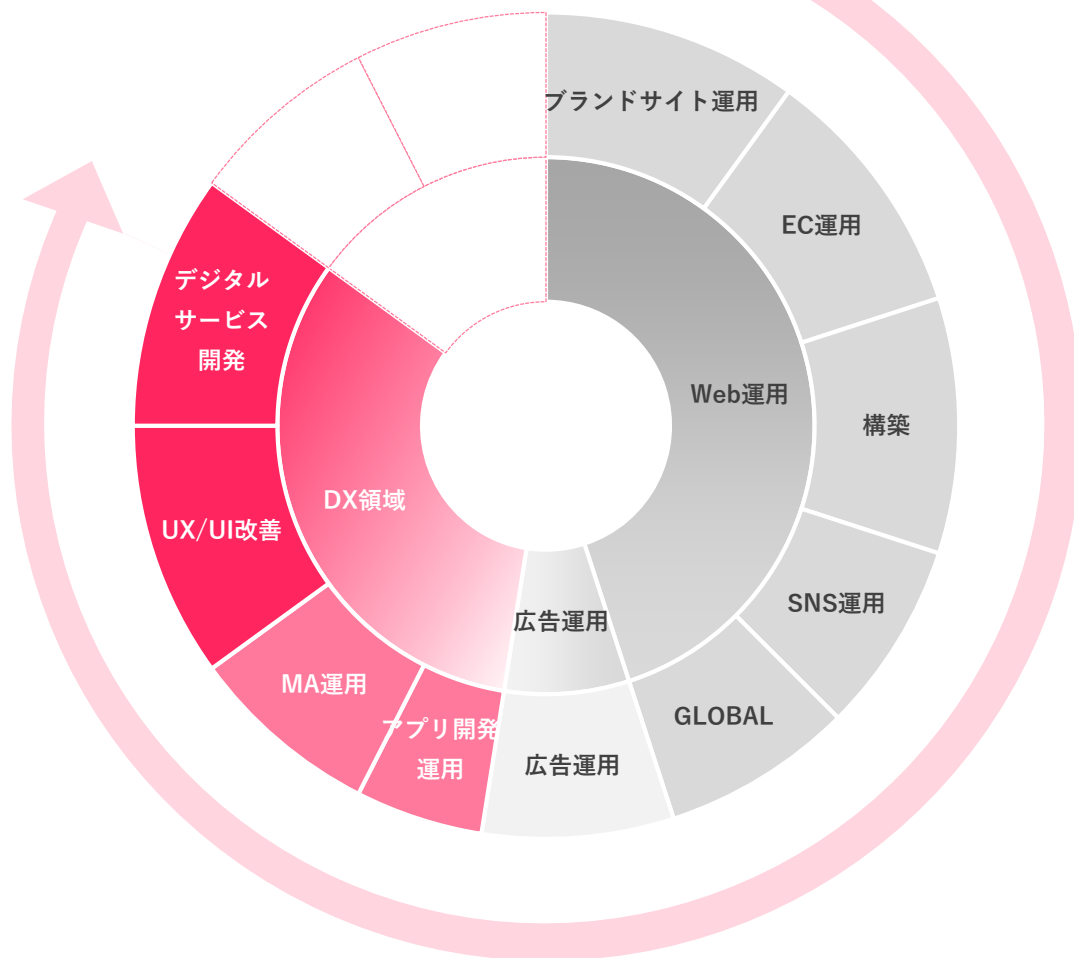
< 2016年3月期～2020年3月期 >



< 2020年3月期～2030年3月期 >



Web制作運用での顧客接点、フロント領域の強みを起点に、伸びしろの大きいDX領域にサービスを拡張していく。



成長ストーリー：デジタル人材事業

■ デジタル人材事業

デジタル人材の専門性の拡張と
ニーズの多様化に対応し、
DC数と取引社数を拡大していく

目標値
2030

DC数

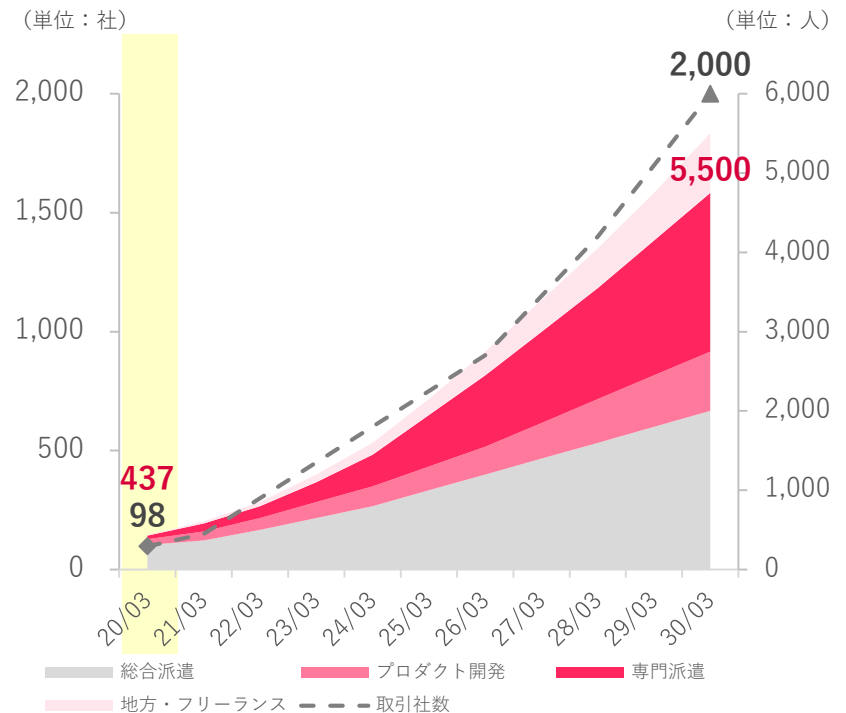
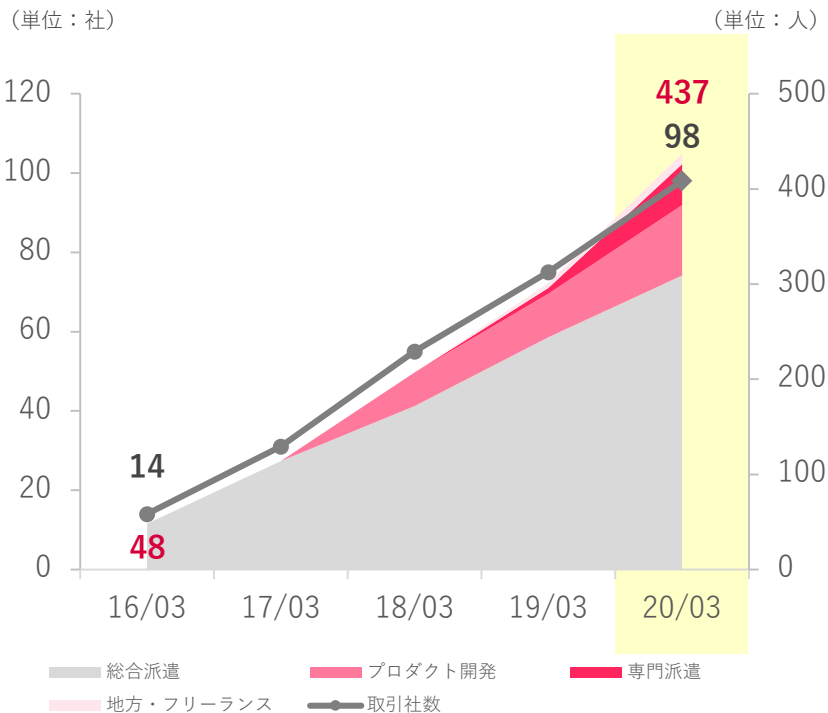
5,500名

取引社数

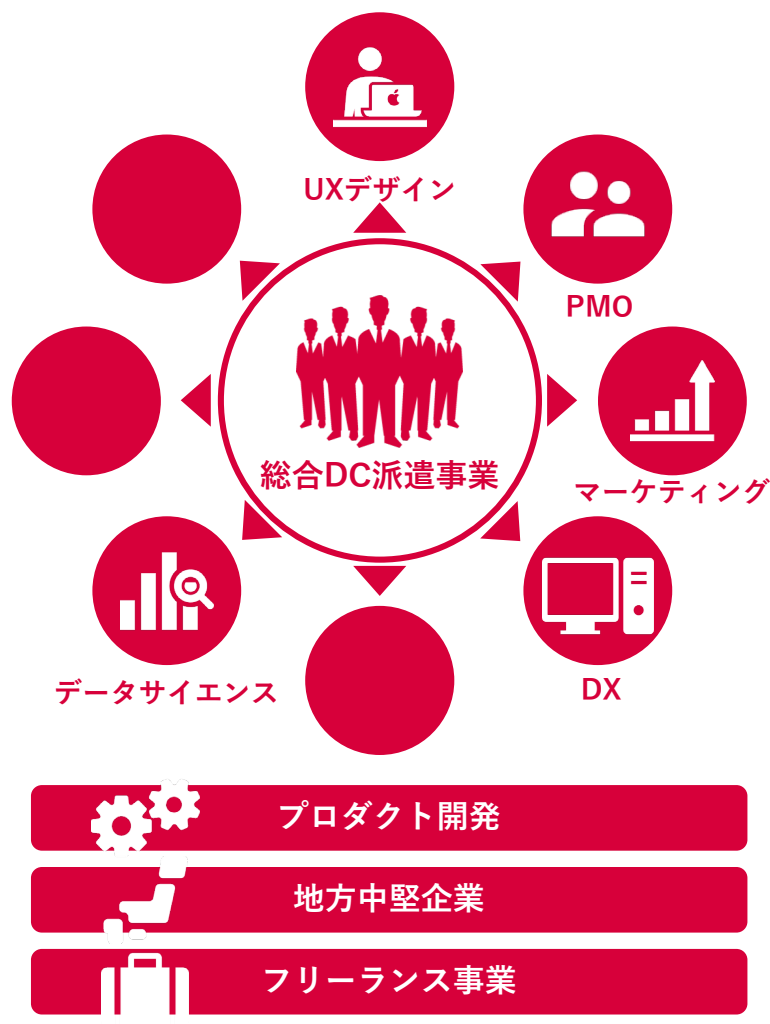
2,000社

<2016年3月期～2020年3月期>

<2020年3月期～2030年3月期>



デジタル人材事業 売上拡大方針



目標値
2030

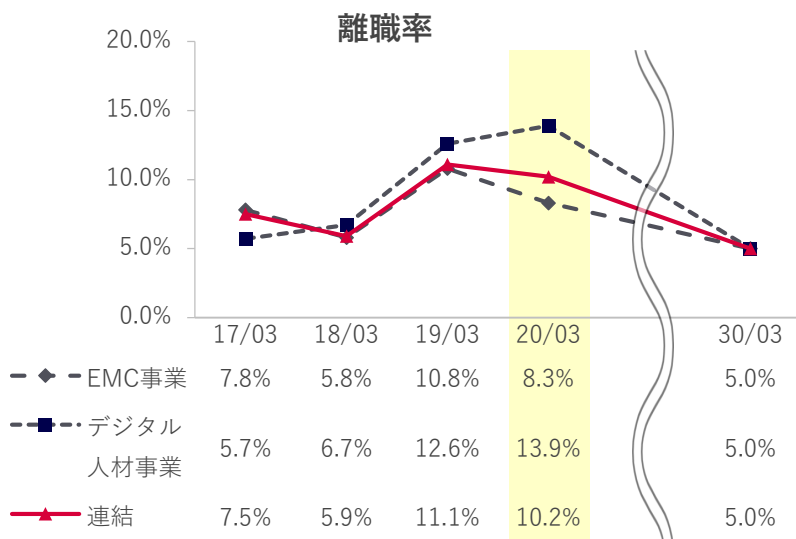
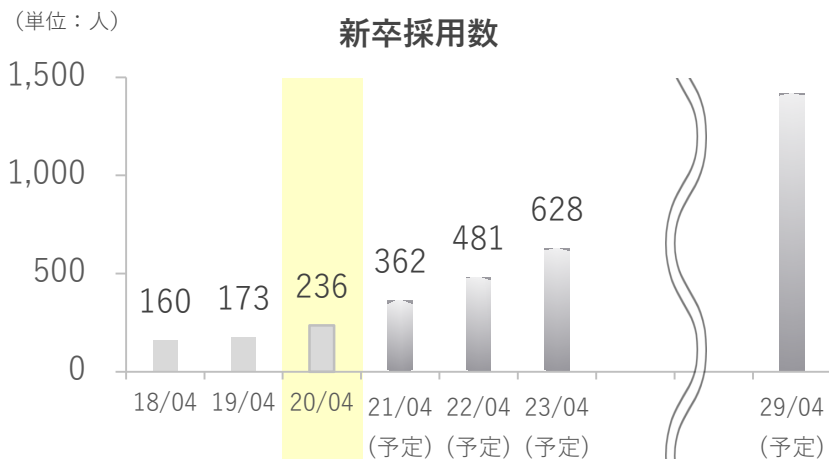
カンパニー数

50社

- 高付加価値の技術特化型カンパニーを引き続き立ち上げる。
- 総合デジタルクリエイター派遣カンパニーで育成し、特化派遣にキャリアアップ、単価向上を図る。

DC数の拡大

新卒採用をより強化。離職率5%以内を実現し、DC拡大を図る

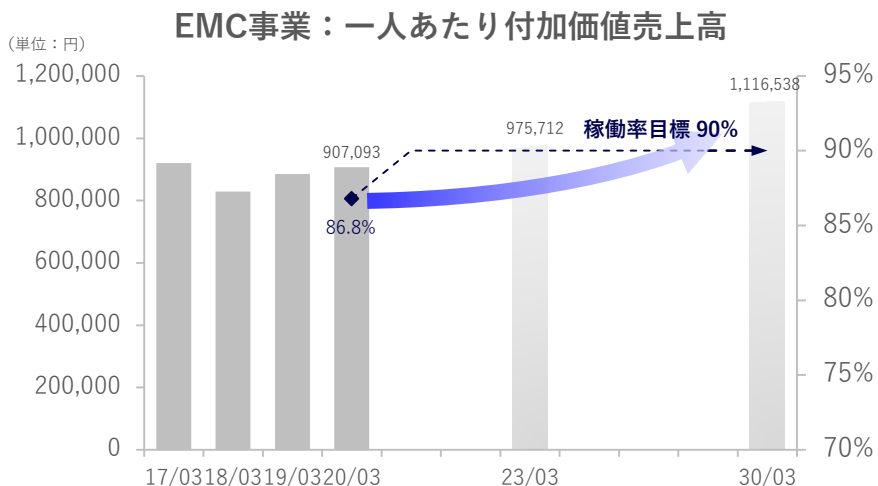


- ミッション、ビジョン採用強化
- 地方、高専生採用強化
- リモートワークの推進／働き方改革
- 教育体制の充実化
- MEMBERSWAY委員会など全員参加型経営の推進
- CV1.6プロジェクト(※)の推進

※ CV1.6(Creator's Value 1.6)プロジェクト…IT人材の正当な評価・報酬を実現するため、2030年までに基準年収を欧米並みの1.6倍に引き上げるプロジェクト。

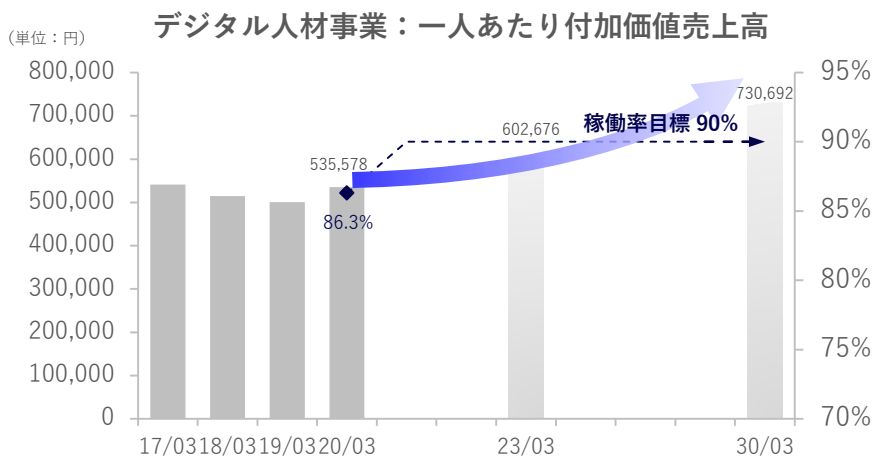
一人あたり付加価値売上高拡大

育成強化／高付加価値領域進出、稼働率向上により一人あたり付加価値売上高を拡大させていく。



- 連結付加価値売上高の**2%**を每期教育に投資

- **Web運用**以外売上比率**8割**



- **グループ間異動**活性化による稼働率向上

2021年3月期 第2四半期 累計 業績ハイライト

新型コロナウイルスの影響により各事業において一定の稼働率の低下が生じるも、影響はおおむね想定の範囲内に収まり、徐々に回復傾向。企業のDX領域に対する投資は旺盛であり、下期も引き続き売上拡大を目指す。

連結業績

売上収益

5,411 百万円

前年同期比
+10.4%

営業利益

146 百万円

前年同期比
-58.1%

付加価値売上高

4,984 百万円

前期比
+14.0%

事業状況

EMC事業
売上収益

4,121 百万円

前年同期比
+3.5%

デジタル人材事業
売上収益

1,578 百万円

前期比
+41.9%

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
826名
デジタル
人材事業
511名

前期末比
+133人
前期末比
+74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

2021年3月期 第2四半期 連結業績ハイライト

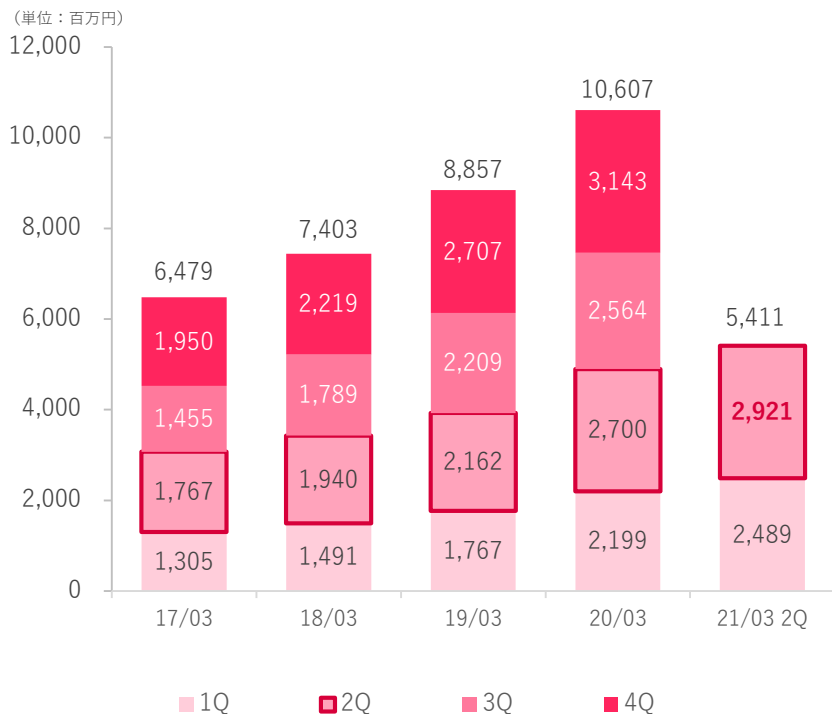
売上収益はおおむね計画通り推移。営業利益はのれんの減損損失28百万円を計上したものの、在宅・リモートワーク中心の勤務体系導入にともなう経費抑制、期初計画比での中途採用の遅れにより計画を上回る。

(単位：百万円)	2020年3月期 2Q累計 実績	2021年3月期 2Q累計 実績	2021年3月期 2Q累計 前年同期比	2021年3月期 2Q累計 計画比	2021年3月期 通期計画 進捗率
売上収益	4,899	5,411	+10.4%	+2.7%	43.2%
付加価値売上高	4,371	4,984	+14.0%	—	—
売上総利益	1,585	1,580	-0.4%	—	—
(売上総利益率)	32.4%	29.2%	—	—	—
販管費	1,238	1,414	+14.2%	—	—
営業利益	350	146	-58.1%	+83.7%	12.8%
(営業利益率)	7.2%	2.7%	—	—	—
税引前四半期利益	347	142	-59.1%	+79.9%	12.5%
四半期利益	221	119	-46.0%	+139.1%	14.6%

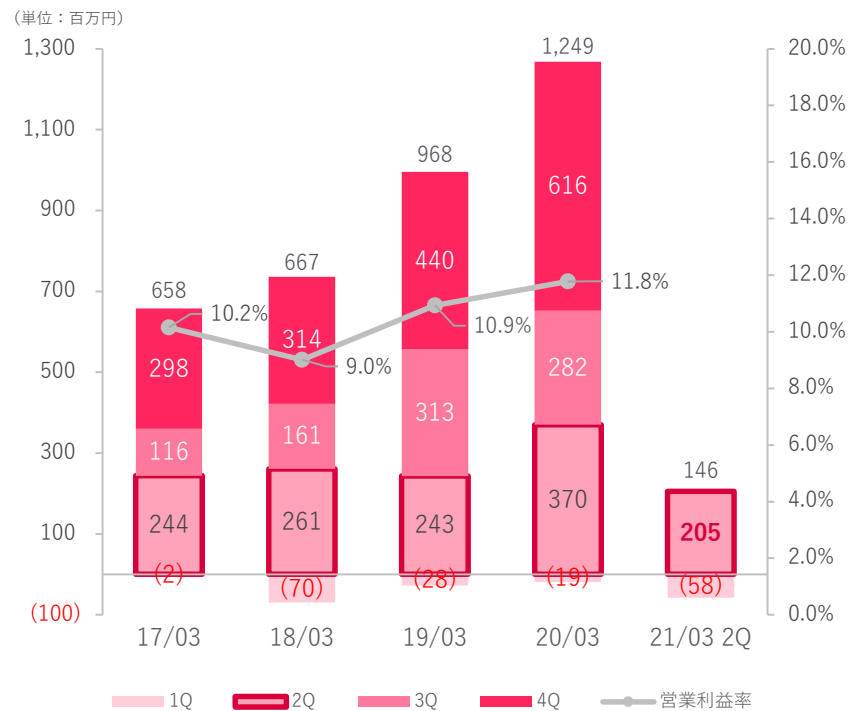
業績と主要指標-連結

売上収益は**5,411百万円**(前年同期比+10.4%)、営業利益は**146百万円**(前年同期比-58.1%)。新型コロナウイルスの影響により稼働率の低下が発生し、前期比で減益となるも前期の拡大を足がかりに売上が伸長。3Q以降はDX領域を中心に回復の兆し。

連結 売上収益

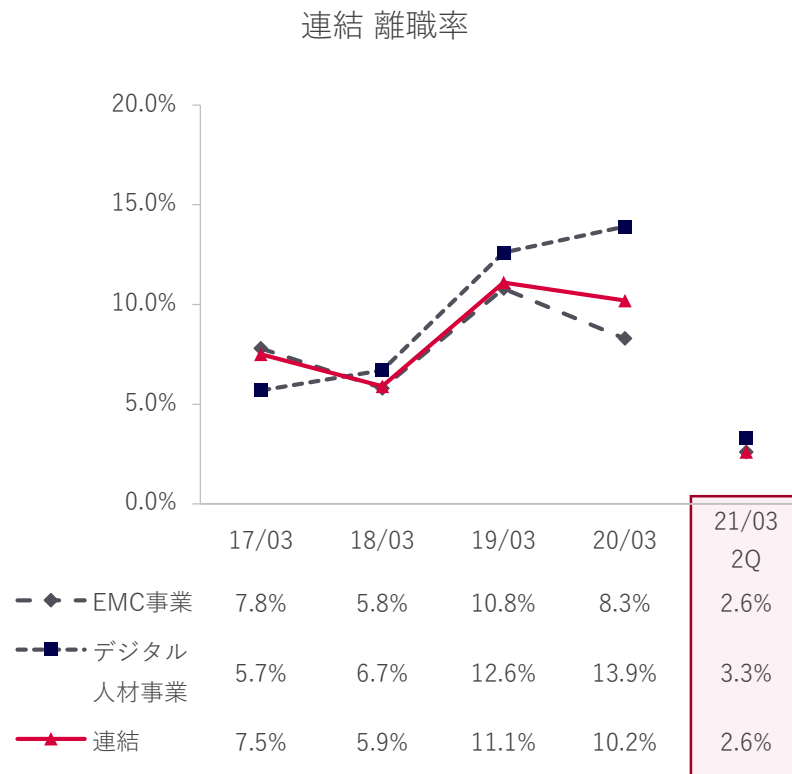
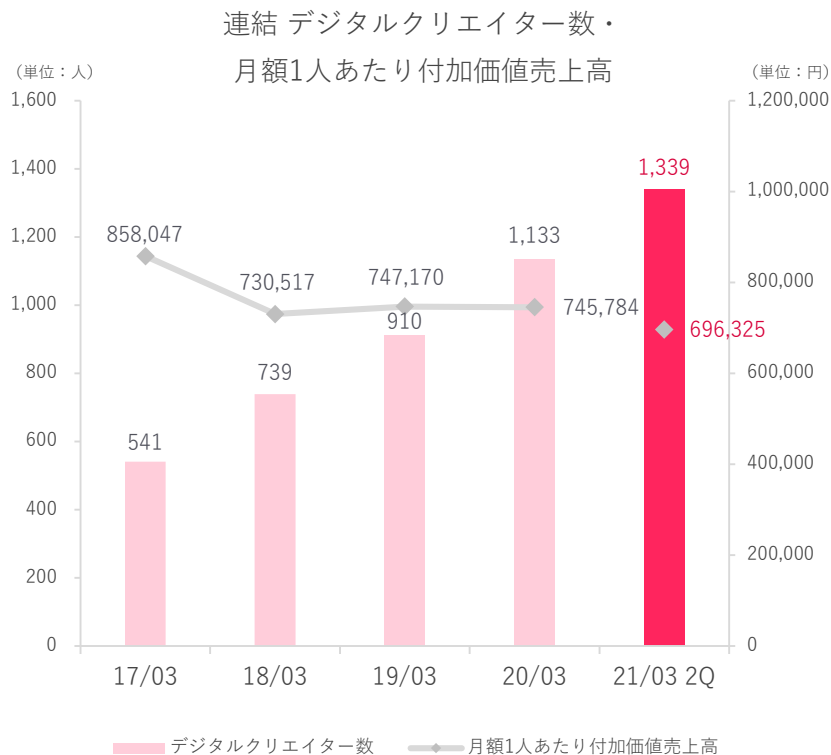


連結 営業利益



業績と主要指標-連結

連結DC数 1,339名(前期末比+206人)。安定した新卒採用の継続によりDC数が増加。新卒社員増加とコロナ禍における稼働率低下により、2Q段階における1人あたり付加価値売上高は低下したものの、離職率は大幅に改善。



※1 デジタルクリエイター数は2Q末時点。

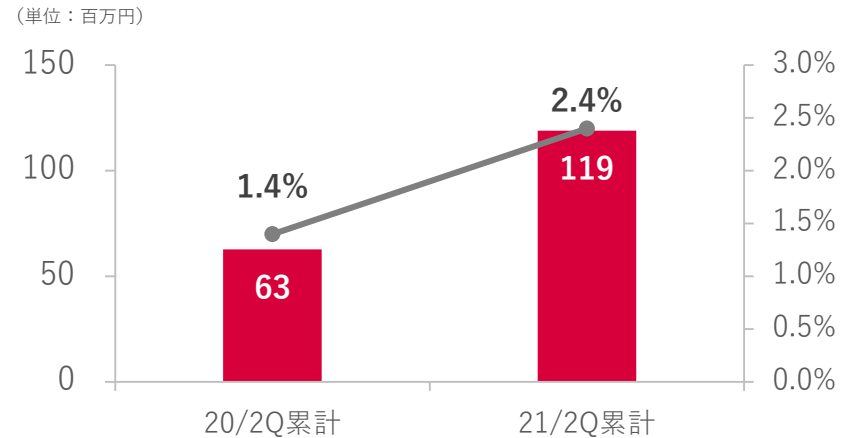
※2 月額1人あたり付加価値売上高 = 付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

※3 離職率は期中の平均社員数に基づき算出。

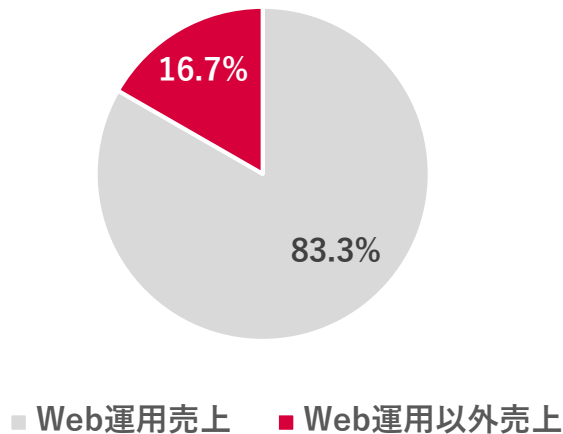
業績と主要指標-連結

- 連結付加価値売上高の**2.4%**を教育に投資。
- 新型コロナウイルスの影響により稼働率は低下しているものの、**当四半期で底を打ち回復する見込み。**
- Web運用以外売上比率は、プロダクト開発やデータ関連等が増加し**16.7%**。

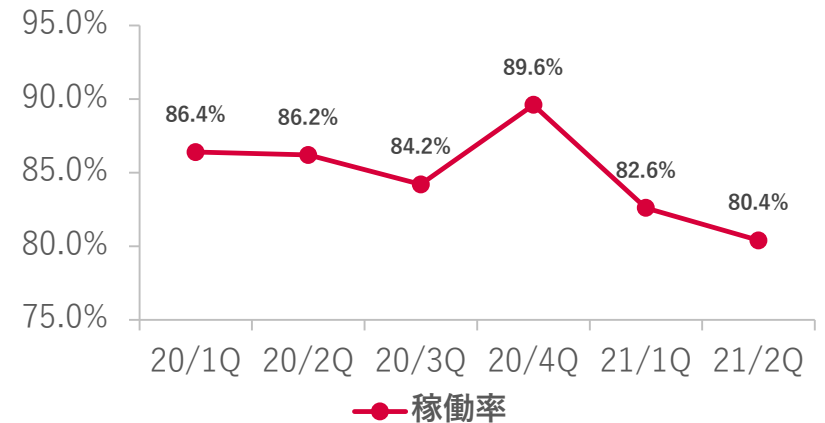
教育投資額・比率



Web運用以外売上比率 (2Q累計)

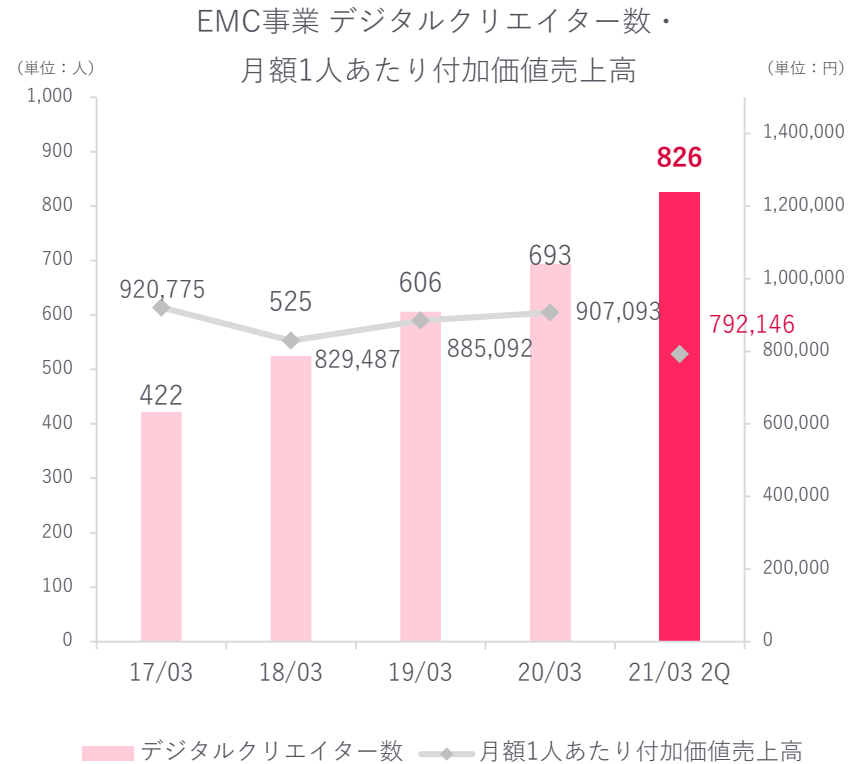
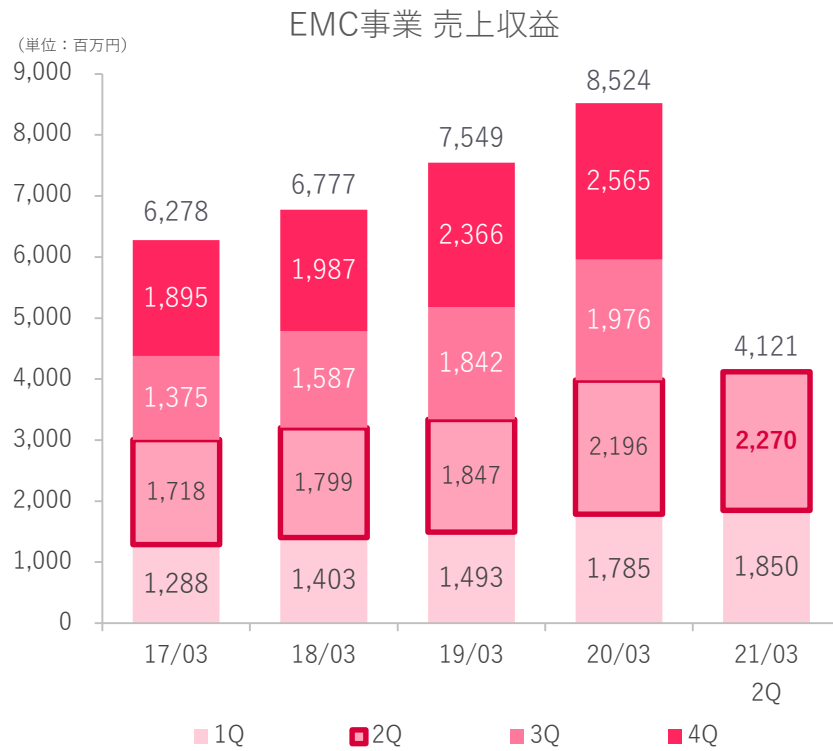


連結：稼働率



業績と主要指標-EMC事業

売上収益(※1)**4,121百万円**(前年同期比+3.5%)、**DC数826名**(前期末比+133人)。営業活動/受注活動量の低下により売上低迷の影響が発生するも、DX領域を中心に回復の兆し。コロナ禍における稼働率低下と新卒大幅増加により2Q段階での一人あたり付加価値売上高は昨年平均より低下したが、期末に向けて引きあがる見込み。



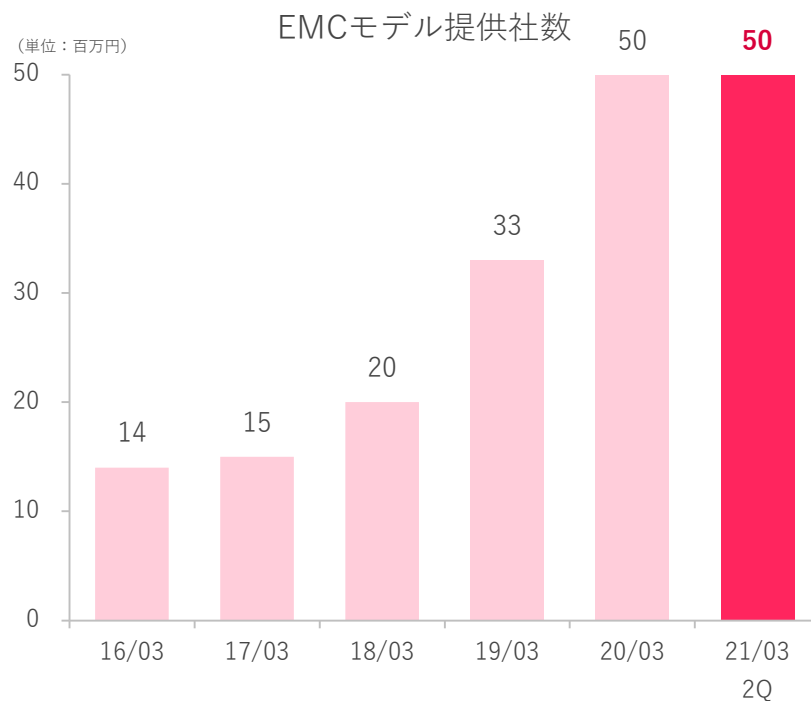
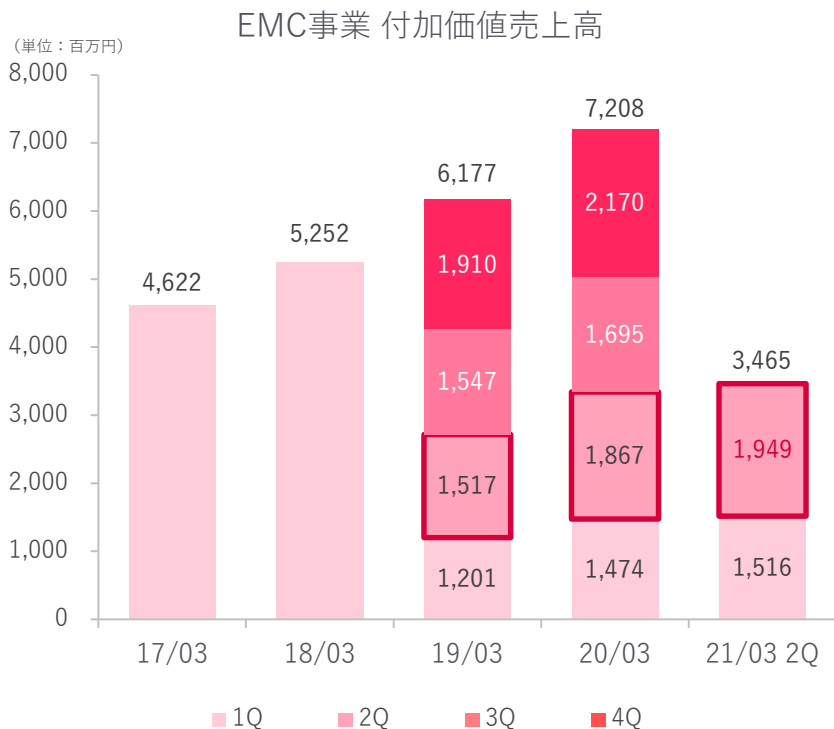
※1 売上収益は、IFRS基準を参考に算出しており、概算数値となります(親子間取引は未相殺)。

※2 デジタルクリエイター数は2Q末時点。

※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影響の稼働率低下により付加価値売上高(※)は前年同期比**+3.7%**。昨年度獲得のEMCクライアントの拡大に注力。EMC社数は新規増もあるがコロナ禍における減少もあり、50社で変わらず。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。

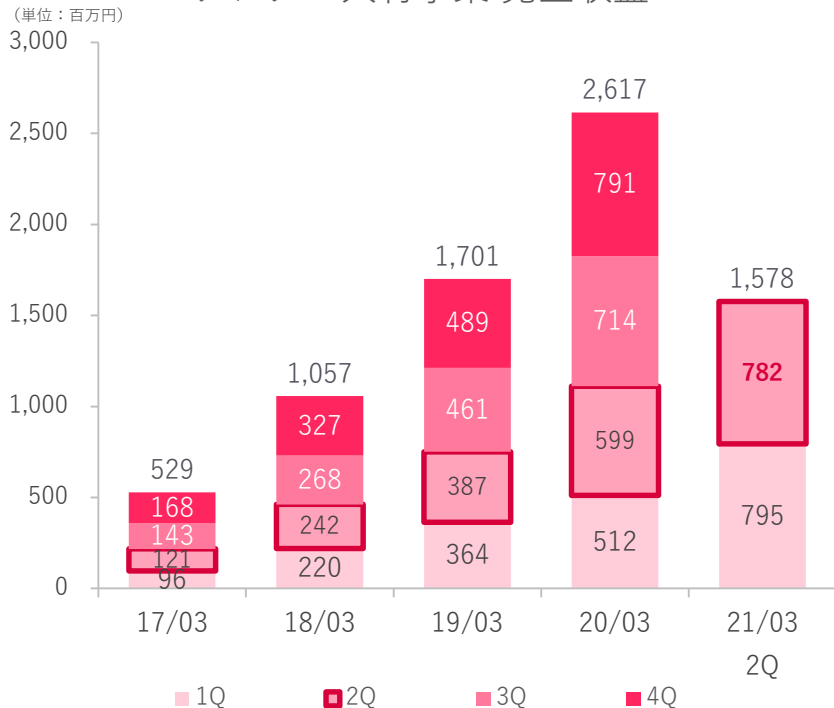


※ 付加価値売上高 = 売上収益 - 外注・仕入 = 社内リソースによる売上

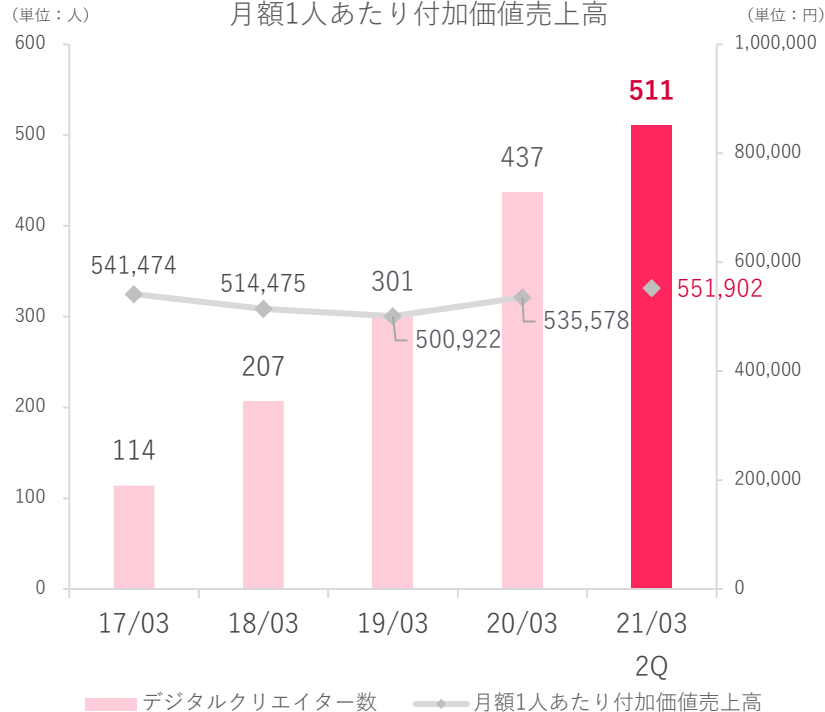
業績と主要指標-デジタル人材事業

売上収益(※1)は**1,578百万円**(前年同期比**+41.9%**)、**DC数は511名**(前期末比**+74人**)。専門領域派遣やプロダクト開発など高付加価値領域が伸長、一人あたり付加価値売上高は前年平均より3%増加。1Q受注活動の低下により2Qの稼働率は低下したものの、影響は想定の範囲に収まり3Q以降回復見込み。

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)。

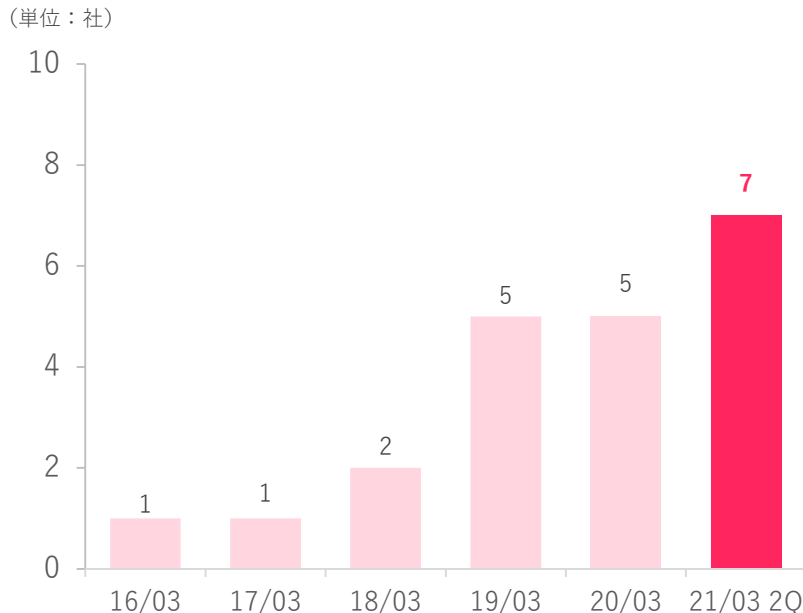
※2 デジタルクリエイター数は2Q末時点。

※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

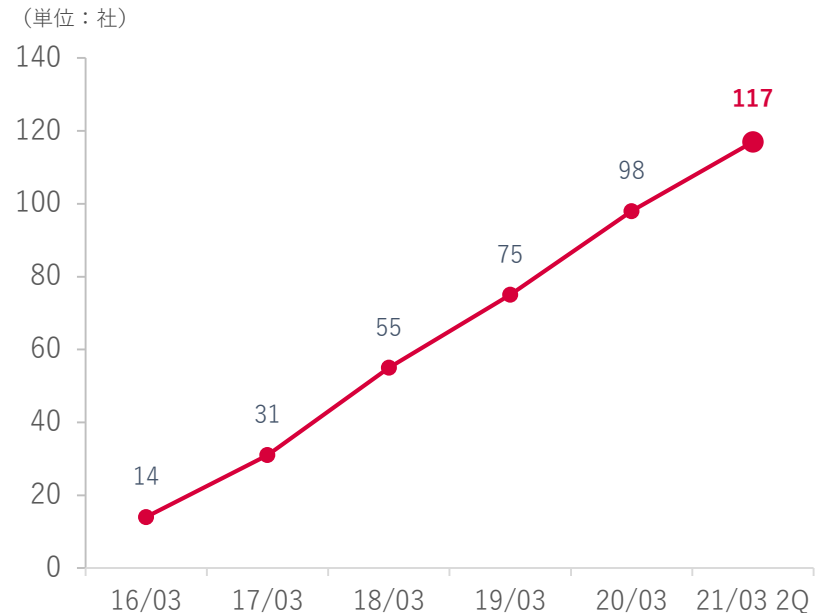
業績と主要指標-デジタル人材事業

デジタル人材事業のカンパニー数は2Q末時点で前期末比+2社の**7社**。PM人材専門派遣会社および地方中堅企業向けデジタルマーケティング支援会社を立ち上げ。コロナ禍においても新規顧客獲得は進んでおり、取引社数は前期末比+19社の**117社**。

デジタル人材事業 カンパニー数



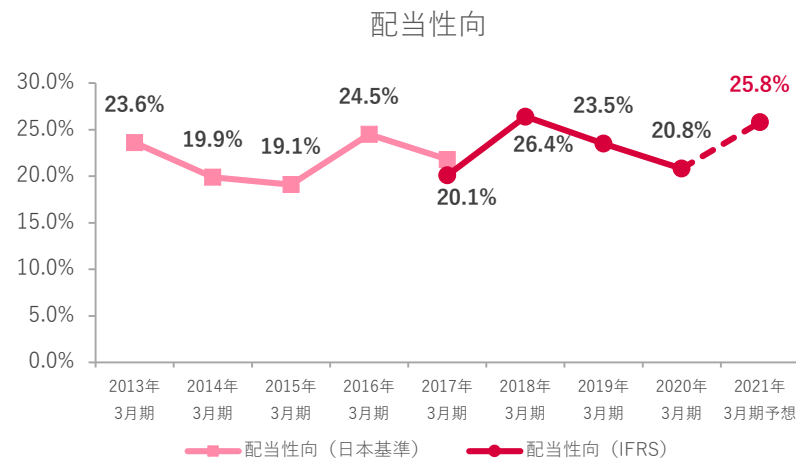
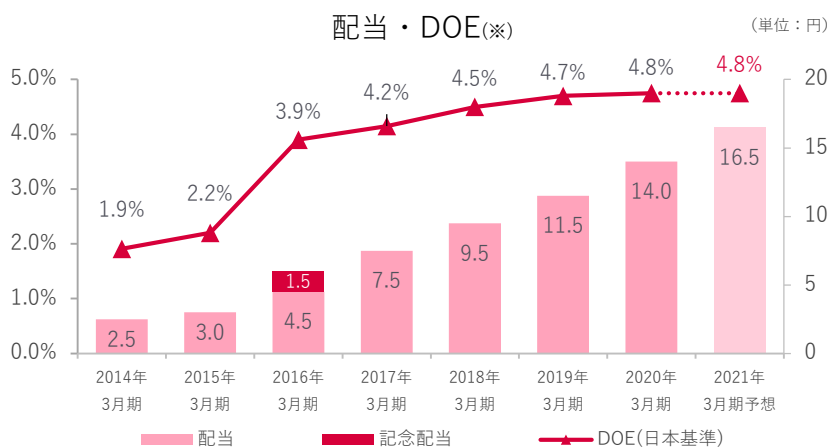
デジタル人材事業 取引社数



業績予想／配当

業績予想／配当

	2020/通期 実績(IFRS)		2021/2Q累計 実績(IFRS)			2021/通期 予想(IFRS)	
	通期	対前年同期 増減率	2Q累計	対前年同期 増減率	予想比	通期	対前年同期 増減率
売上収益(百万円)	10,607	19.8%	5,411	10.4%	+2.7%	12,520	18.0%
営業利益(百万円)	1,249	29.0%	146	▲58.1%	+83.7%	1,145	▲8.4%
税引前利益(百万円)	1,240	28.2%	142	▲59.1%	+79.9%	1,138	▲8.3%
当期利益(百万円)	873	33.2%	119	▲46.0%	+139.1%	820	▲6.1%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (百万円)	861	39.0%	119	▲45.4%	+139.1%	820	▲4.9%



※連結親会社所有者帰属持分配当率 (日本基準)

トピックス

DX推進

DXプロデューサー・クリエイターによるデジタルトランスフォーメーション推進支援を大企業向けに提供開始

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0805.html>

DX推進

メンバーズ、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社内カンパニー「メンバーズルーツカンパニー」を設立

https://www.members.co.jp/company/news/2020/0319_2.html

新規事業

メンバーズ、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社内カンパニー「メンバーズブリッジカンパニー」の営業開始

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

新規事業

メンバーズルーツカンパニー、Shopify活用ECクリエイター人材の提供を開始し、地方企業のDX推進を支援

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0902.html>

VISION2030の進捗

メンバーズグループ ミッション

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

着目する社会課題

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・達成に向けた目標値

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

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



VISION2030達成に向けた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。

※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

トピックス

お客さま事例

メンバーズ、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

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

持続可能な社会の実現に向けて

メンバーズ、第4回大学生CSVビジネスアイデアコンテストを開催
「持続可能な社会」をテーマに、大学生が課題解決型ビジネスを提案

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0709.html>

持続可能な社会の実現に向けて

RE-Users（自然エネルギーユーザー企業ネットワーク）による提言「気候変動に取り組む企業が求める3つの戦略と9つの施策～自然エネルギーの電力を利用しやすい国に～」への賛同を表明

<https://www.members.co.jp/company/news/2020/0827.html>

持続可能な社会の実現に向けて

メンバーズ、持続可能な脱炭素社会の実現を目指す企業グループ「気候変動リーダーズパートナーシップ（JCLP）」へ加盟

https://www.members.co.jp/company/news/2020/1001_1.html

CSV経営実践企業として

メンバーズ自身のCSV経営の実践およびCSV経営の浸透・拡大の第一歩として、グループ全社員が参画する「Social Good Action+100 (SGA+100) プロジェクト」を開始し、特設サイトを開設。

The screenshot displays the 'Social Good Action' website interface. At the top, it features the 'SGA+100' logo on the left and the 'Members' logo on the right. The main heading is 'Social Good Action'. Below this, there are six featured project cards, each with a date of 2020年9月23日. The cards are: 1. '+012 福利厚生・社内制度' (Welfare/In-house system) about supporting food producers; 2. '+011 採用・育成' (Recruitment/Development) about student support; 3. '+010 福利厚生・社内制度' (Welfare/In-house system) about telework; 4. '+009 オフィス・拠点活用' (Office/Hub utilization) about remote work; 5. '+008 新規事業' (New business) about supporting local companies; 6. '+007 福利厚生・社内制度' (Welfare/In-house system) about telework and work reform.

<https://sga100.members.co.jp>

SGA+100プロジェクト

- メンバーズのCSV経営推進の一環として、社会課題解決に向けた取り組みを掲載するSocial Good Action+100プロジェクトサイトをオープン。
- SGA+100プロジェクトにおける以下のような取り組みや、100個のアイデアを実現するまでの進捗を示し、社内外の皆さまと共有することを目的とする。

SGA+100サイト掲載事例

- 災害復興支援、働き方改革、地域活性化、気候変動対策等メンバーズグループが実践する社会課題解決に向けた取り組み
- お取引先の企業さまとともに実現した、社会課題解決とビジネスを同時に実現する事例