



Members

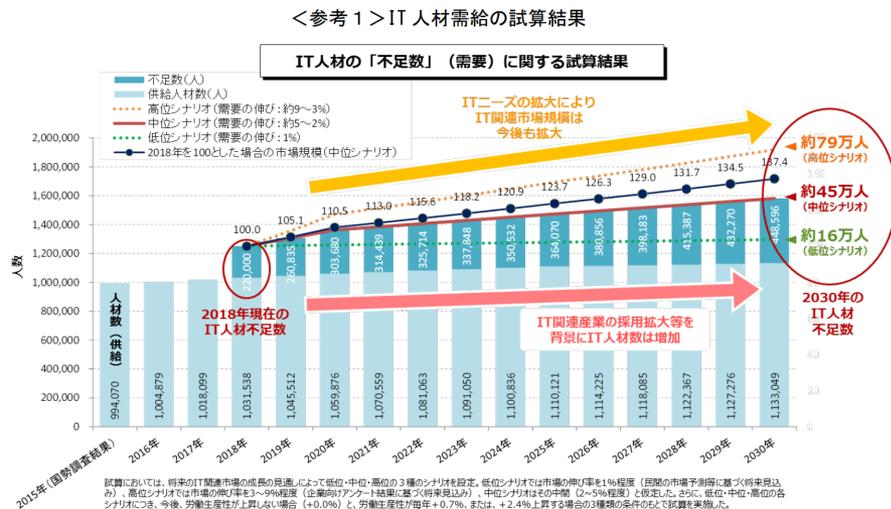
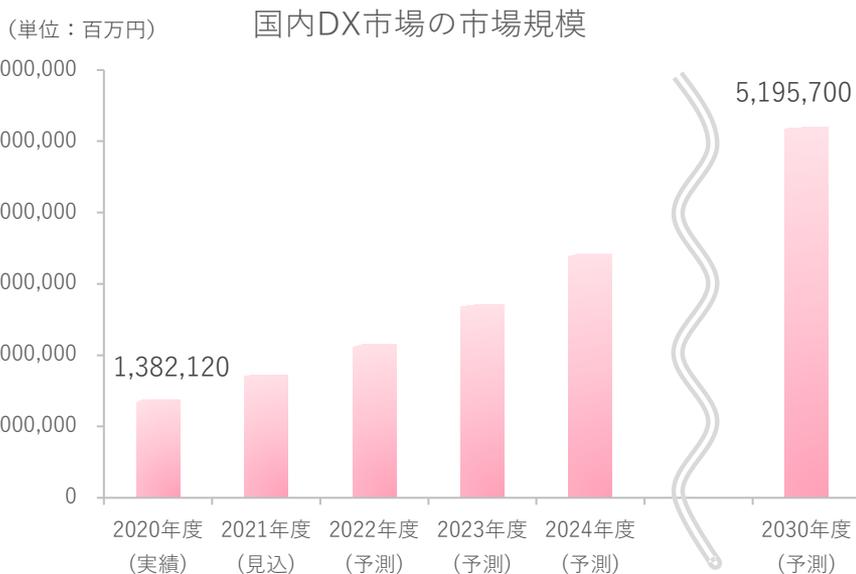
2022年3月期 通期 決算説明資料

株式会社メンバーズ
(東京証券取引所プライム市場 証券コード2130)

株式会社メンバーズ
TEL: 03-5144-0660
URL: <https://www.members.co.jp/>

外部環境：急拡大するDX市場・DX推進を阻む人材不足

国内DX市場は、2020年度1兆3,821億円実績から**2030年度には5兆1,957億円**に拡大する見通し。一方で、2030年のIT人材は、**最大79万人が不足すると試算**されるように、DXを推進する人材は不足している。



DX市場：富士キメラ総研『2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望<市場編>』

人材需給：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

当社グループの経営方針及び事業紹介

メンバーズは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）が成長・活躍するプラットフォーム。

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・提供する。



デジタルクリエイター グループ1万人構想

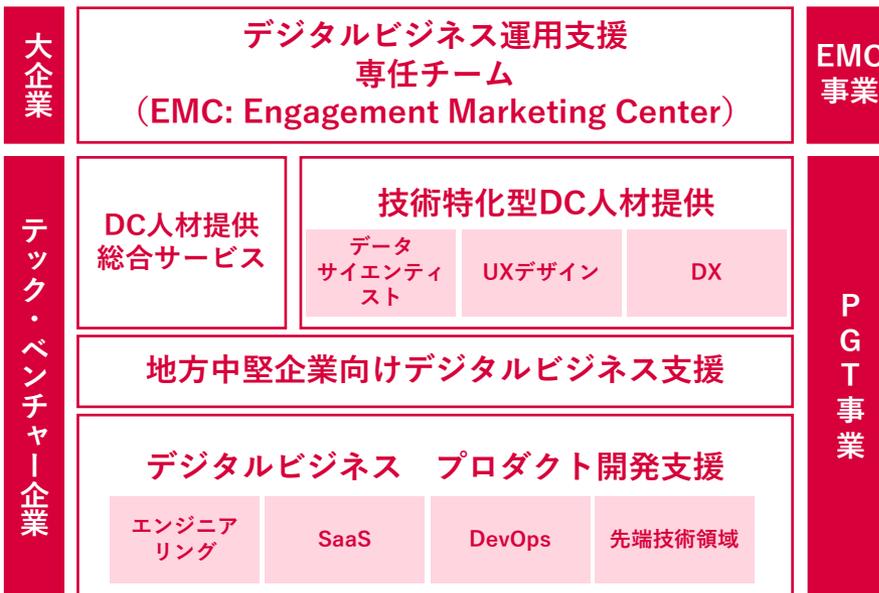
コアバリュー「貢献、挑戦、誠実、仲間」
 を体現し、顧客企業の成果最大化を目指し
 スキルアップを継続するクリエイター集団

マーケティングの 変革

CSV(※)経営・企業価値軸の
 マーケティングを普及

社会課題解決 ビジネス 創造支援

デジタルを用いた商品
 やサービス開発を支援



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)

第27期（2022年3月期） 通期 連結業績

2022年3月期 通期 累計 業績ハイライト

売上収益、営業利益ともに9期連続で過去最高を更新。企業の旺盛なデジタル投資を背景として、エンジニアリング・データ・UXといった分野を筆頭に高付加価値専門領域支援サービスが引き続き好調。新規顧客獲得数も大幅に増加。

連結業績

売上収益

14,938 百万円

前年同期比
+23.6%

営業利益

1,876 百万円

前年同期比
+48.7%

付加価値売上高

13,961 百万円

前年同期比
+24.2%

事業状況

EMC事業
売上収益

10,514 百万円

前年同期比
+14.2%

PGT事業
売上収益

5,157 百万円

前年同期比
+48.6%

EMCモデル
提供社数

54社

前期末比
+7社

デジタル
クリエイター数

EMC
事業 900名
PGT
事業 723名

前期末比
+125人
前期末比
+194人

教育投資額

前年同期比
45百万円上昇

280 百万円



Web運用以外
売上比率(4Q単独)

22/3Q比
0.1ポイント上昇

28.6 %



期末配当
1株あたり

前期比7.5円増

25.0 円



2022年3月期 通期 連結業績ハイライト

売上収益・営業利益、ともに9期連続で増収増益を達成。2Qにおいて不採算案件が発生したものの計画通り進捗、次期への影響はなし。中途採用が期初計画から遅れたことにより経費は抑制、利益を大幅に確保。

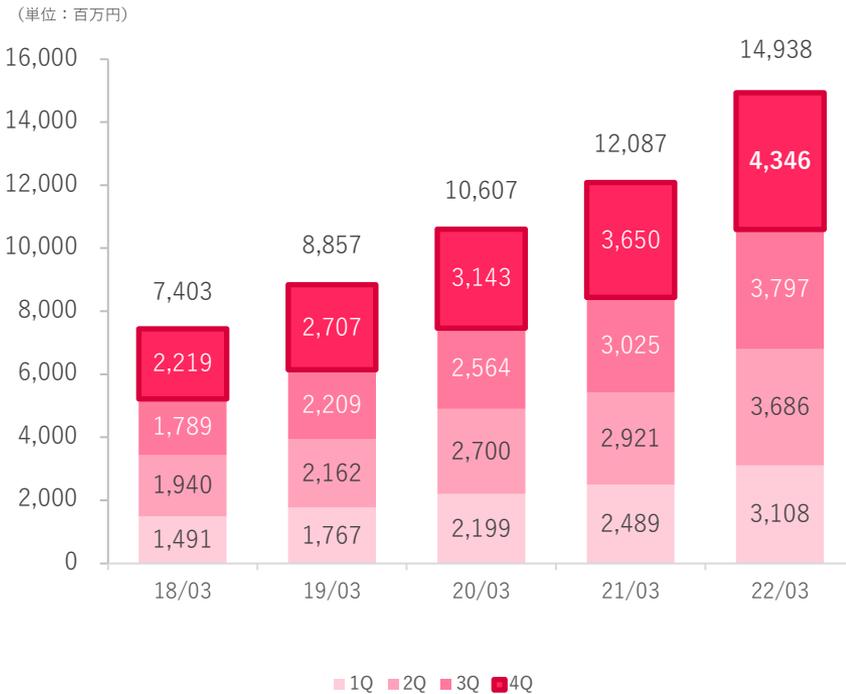
(単位：百万円)	4Q単独実績			4Q累計実績		
	2021年 3月期	2022年 3月期	前年同期比	2021年 3月期	2022年 3月期	前年同期比
売上収益	3,650	4,346	+19.1%	12,087	14,938	+23.6%
付加価値売上高	3,396	3,995	+17.6%	11,240	13,961	+24.2%
売上総利益	1,306	1,578	+20.8%	3,855	4,756	+23.4%
(売上総利益率)	35.8%	36.3%	—	31.9%	31.8%	—
販管費	589	698	+18.6%	2,557	2,901	+13.4%
営業利益	697	883	+26.7%	1,261	1,876	+48.7%
(営業利益率)	19.1%	20.3%	—	10.4%	12.6%	—
税引前利益	691	907	+31.2%	1,248	1,896	+52.0%
当期利益	488	717	+47.0%	896	1,404	+56.7%

※ 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

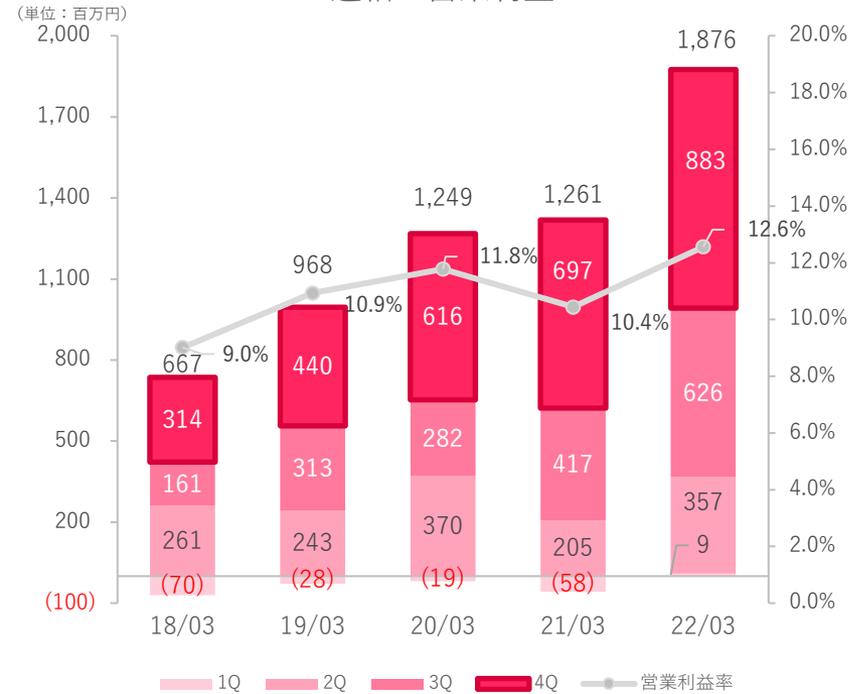
業績と主要指標-連結

通期の売上収益は**14,938百万円**(前年同期比+23.6%)、4Q単独では**4,346百万円**(前年同期比+19.1%)と順調に拡大。営業利益は通期で**1,876百万円**(前年同期比+48.7%)と業績予想を上回り大幅増益。PGT事業の高単価化が寄与。一方で、中途採用の遅れにより経費が抑制され、営業利益率は**12.6%**と高く着地。

連結 売上収益



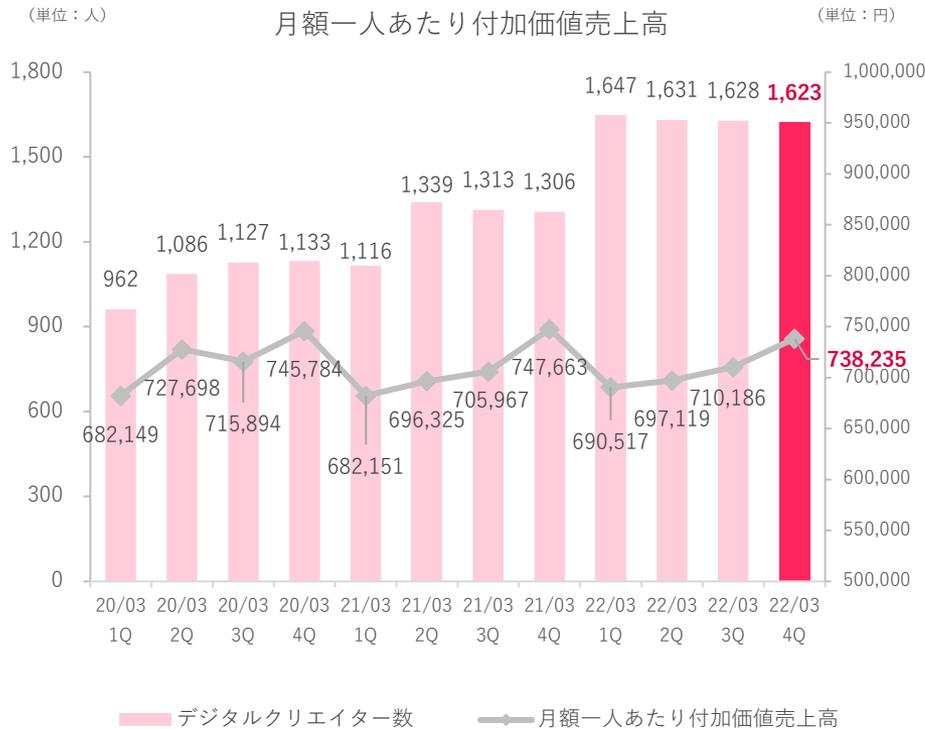
連結 営業利益



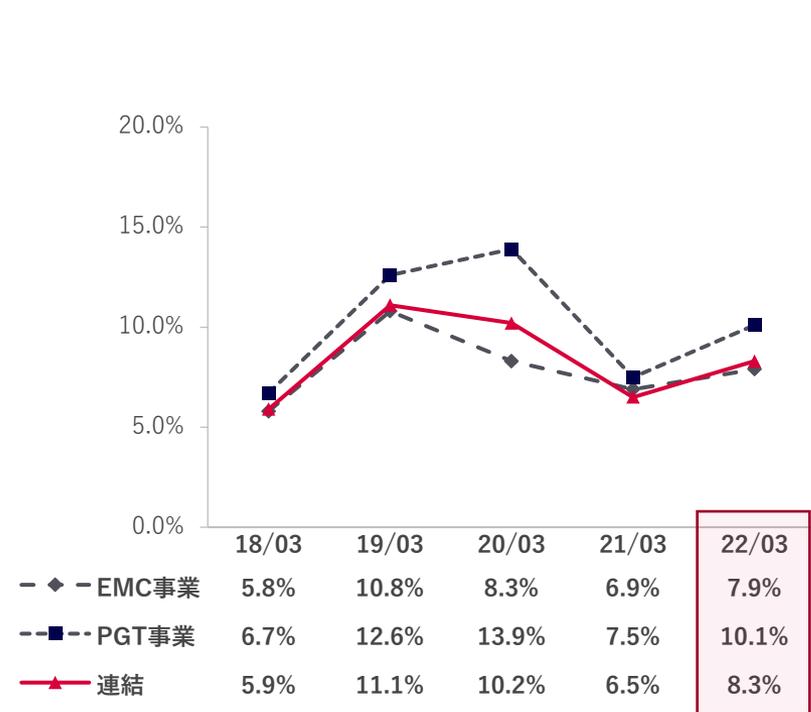
業績と主要指標-連結

連結DC数は1,623名(前期末比+317人、+24.3%)。前年同期比でデジタルクリエイター数は2割以上増加しているが、一人当たり付加価値売上高は微減。離職率は前年度比増加したものの、コロナ禍以前と比較して低水準に推移。

連結 デジタルクリエイター数・
月額一人あたり付加価値売上高



連結 離職率

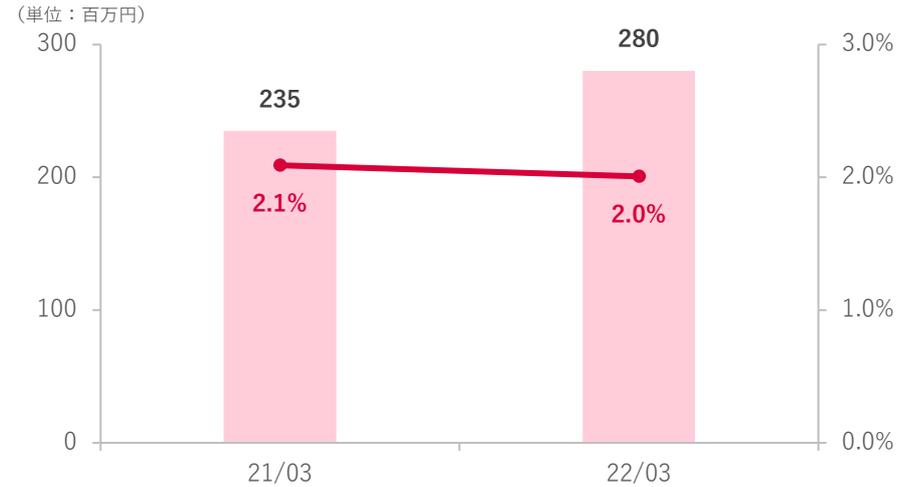


※1 デジタルクリエイター数は4Q末時点。
 ※2 月額一人あたり付加価値売上高=四半期累計付加価値売上高÷期中平均人数
 ※3 離職率は期中の平均社員数に基づき算出。

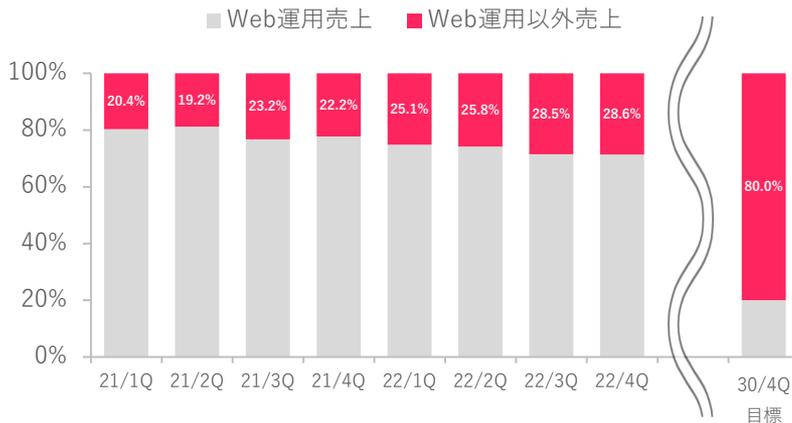
業績と主要指標-連結

- 連結付加価値売上高の2.0%を教育に投資。DCの専門領域への教育に注力。
- 4Qの稼働率は前年同期比で1.2ポイント低下。3Qまでの新規顧客獲得数が伸び悩んだことが影響。
- 4Q単独のWeb運用以外売上比率(※)は、前四半期比0.1ポイント増の28.6%。2030年に向けて計画通り推移。

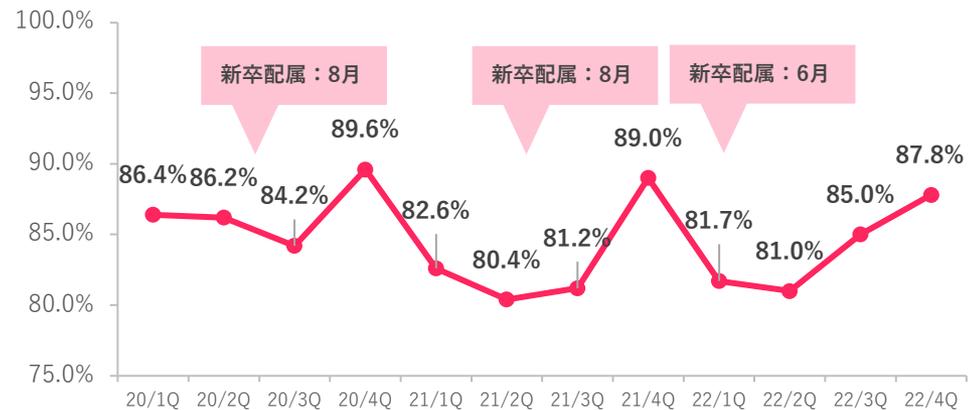
教育投資額・比率



Web運用以外売上 比率推移



連結 稼働率



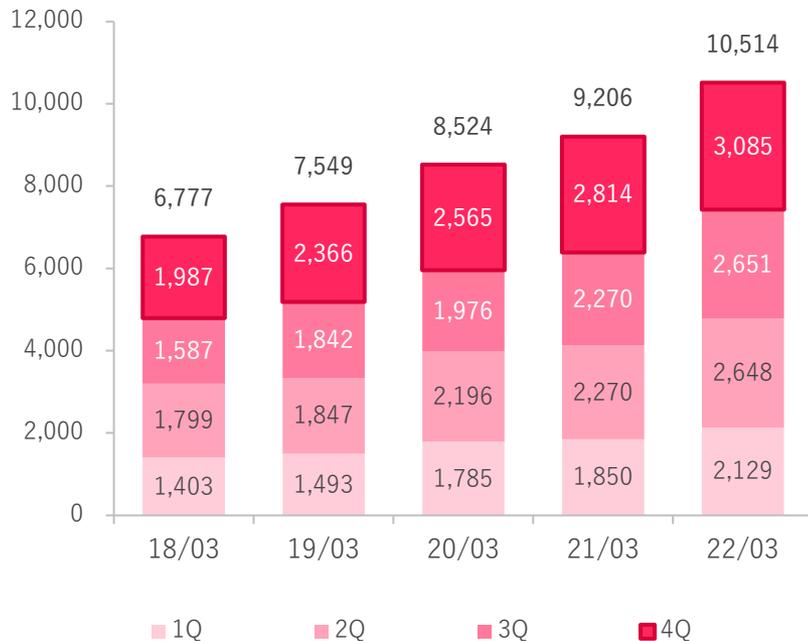
※前期までの比率は日本基準に基づき算出しておりましたが、今期よりIFRSに基づいて算出しております。それに伴い、前四半期比率もIFRSに統一しております。

業績と主要指標-EMC事業

EMC事業は売上収益(※1) **10,514百万円**(前年同期比+14.2%)、**DC数900名**(前期末比+125人)。既存顧客へのデジタルマーケティング支援が好調。一人あたり付加価値売上高は、DC数増加に対し新規顧客の獲得が想定より遅れたため、前年同期比で低下。

EMC事業 売上収益

(単位：百万円)

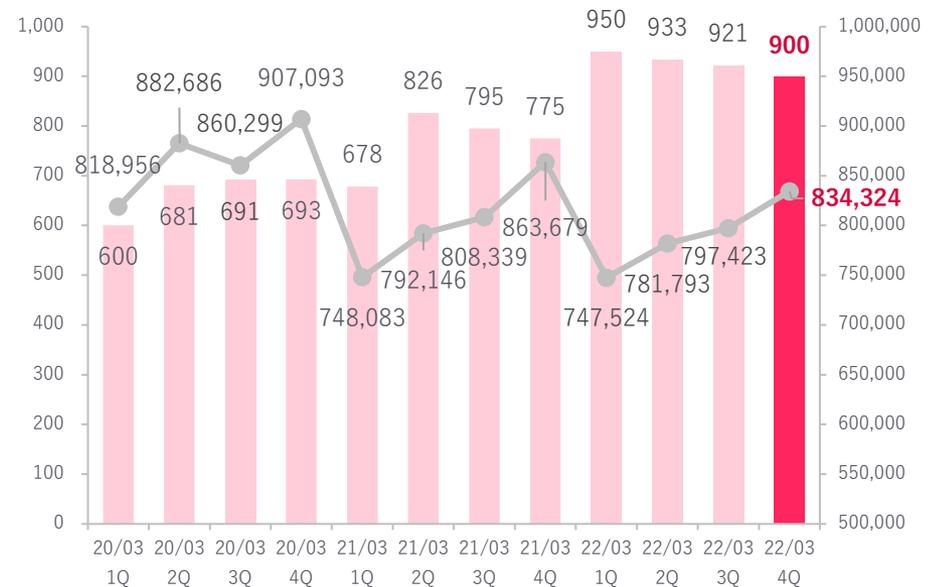


EMC事業 デジタルクリエイター数・

月額一人あたり付加価値売上高

(単位：人)

(単位：円)



※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4Q末時点。

※3 月額一人あたり付加価値売上高 = 四半期累計付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

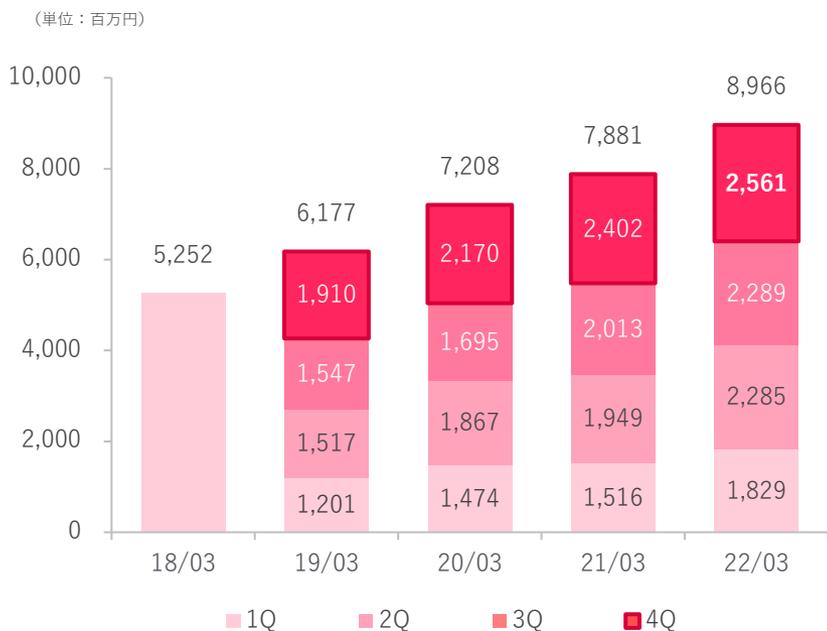
デジタルクリエイター数

月額一人あたり付加価値売上高

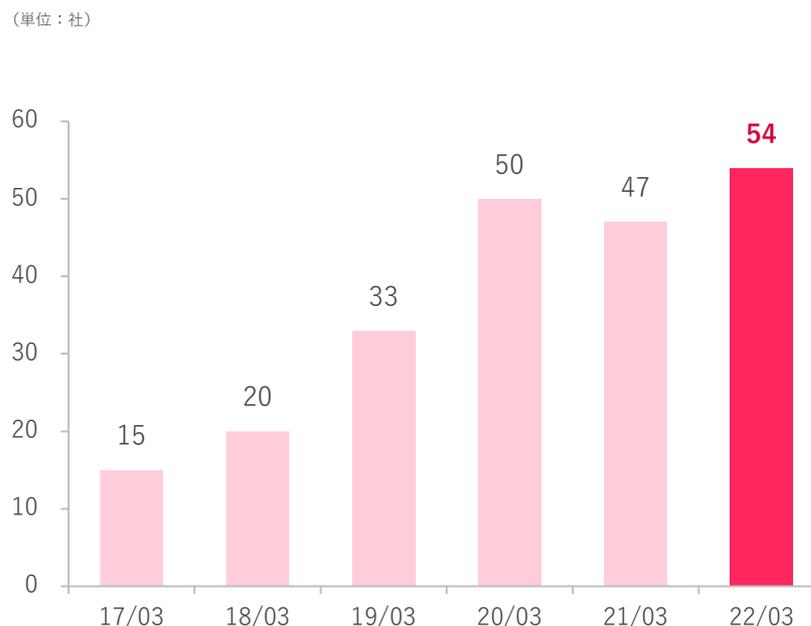
業績と主要指標-EMC事業

EMC事業の付加価値売上高(※)は**8,966百万円**(前年同期比+13.8%)で引き続き伸長。下半期より新規獲得に注力した結果、EMCモデル提供社数は4Q期間中の新規獲得により3Q末比+8社の**54社**と大幅に増加。

EMC事業 付加価値売上高



EMCモデル提供社数

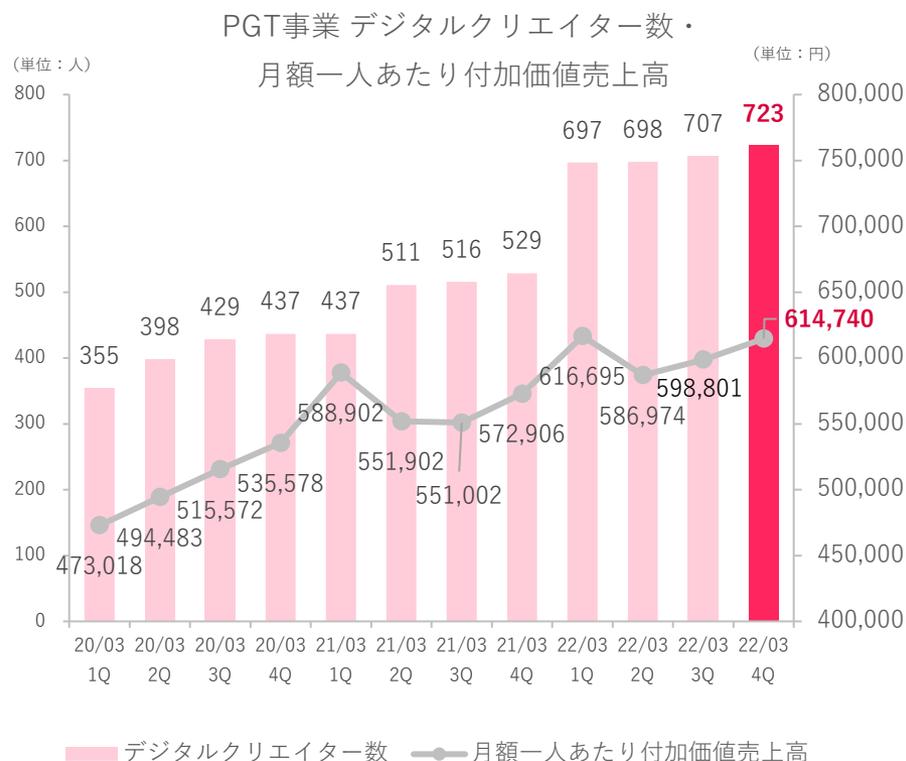
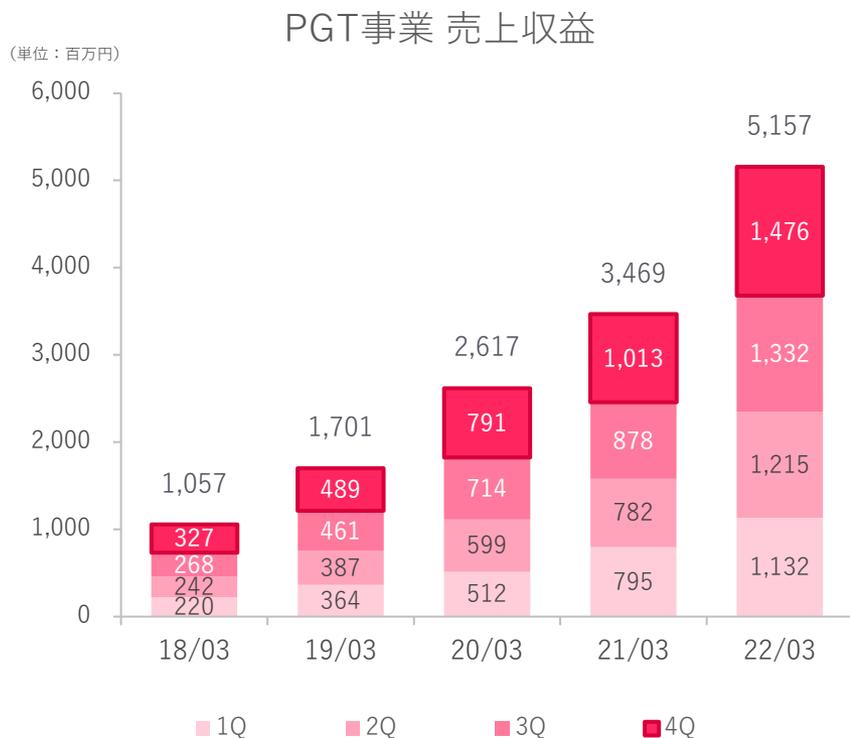


※ 付加価値売上高 = 売上収益 - 外注・仕入 = 社内リソースによる売上

※ EMCモデル提供社数は、21/03以降、PGT事業へ移管のため4社減少、3社契約終了、14社新規獲得。

業績と主要指標-PGT事業 (※1)

PGT事業の売上収益(※2)は**5,157百万円**(前年同期比+48.6%)、**DC数は723名**(前期末比+194人)。エンジニアリングを中心とした高付加価値領域が順調に拡大し、一人あたり付加価値売上高は前年同期比**7.3%**上昇。



※1 2021年4月に「デジタル人材事業」から「PGT (Product Growth Team) 事業」に名称を変更しております。

※2 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)。

※3 デジタルクリエイター数は4Q末時点。

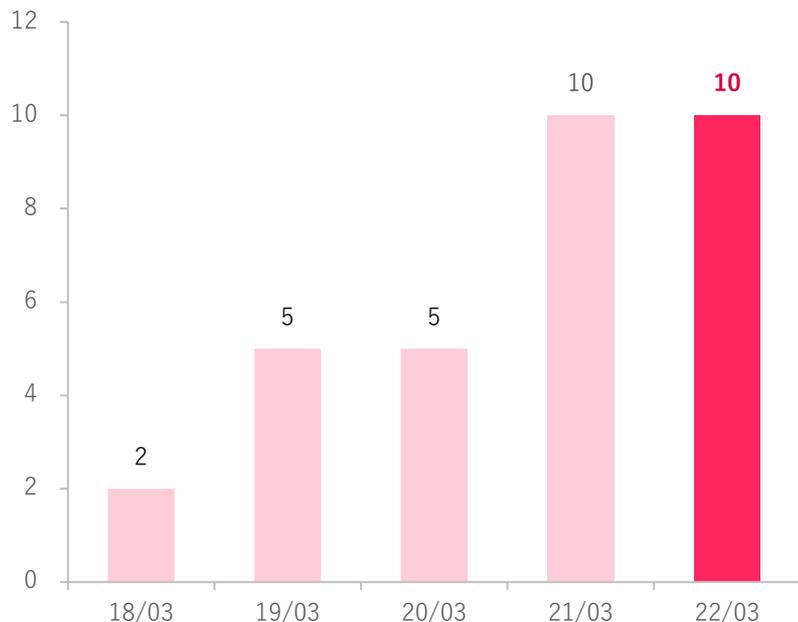
※4 月額一人あたり付加価値売上高 = 四半期累計付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

業績と主要指標-PGT事業

カンパニー数は、前期末と変わらず10社。エンジニアリング・データ・UXといった分野を筆頭に付加価値の高い専門領域支援サービスの収益性が高く好調。新規顧客開拓も進み、累計取引社数が大幅に増加。

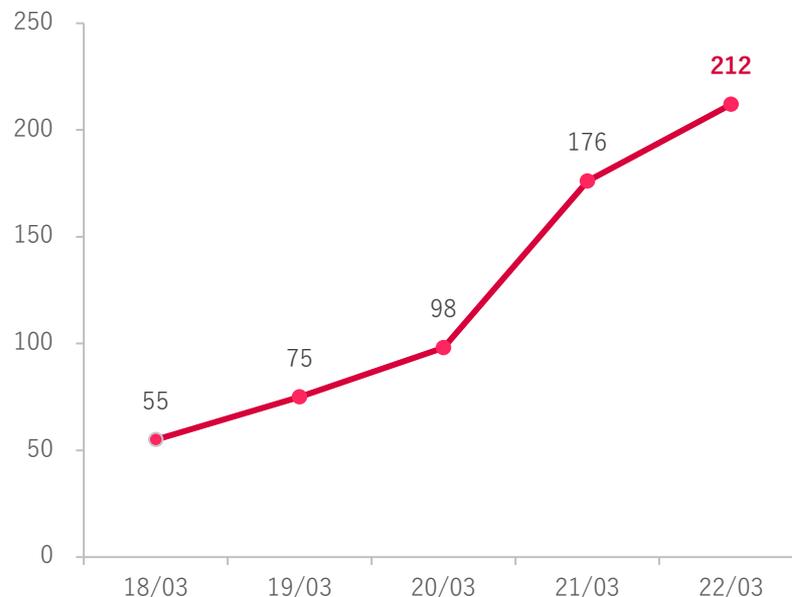
(単位：社)

PGT事業 カンパニー数



(単位：社)

PGT事業 各期累計取引社数



PGT事例紹介：デジタルプロダクト/サービス拡大に向けた支援を開始

データドリブン経営の土台構築事例：株式会社トラストバンクさま



[URL](#)

データ基盤を構築し、データドリブンな組織へ
引き続き今期はデータ分析結果を元に事業をご支援

データドリブンな組織作りに向けて

- ・データの重要性や価値への意識改革を促し、全社データドリブン文化を醸成。
- ・データ分析に関するナレッジを全事業部に展開。

データドリブン経営の土台を構築

- ・データ基盤を構築しデータの一元管理を実現。
- ・定性×定量分析手法の確立と運用。
- ・データカタログを作成。

データ
ドリブン

プロダクト開発支援事例：株式会社ランドネットさま

不動産顧客とのデジタル接点拡大をアジャイル開発チームが継続的に支援

ビジネス成長を実現するアジャイルなチームづくり

- ・ウォーターフォール開発からアジャイル開発へ移行。
- ・ビジネス×開発一体型チームでプロダクトの目的や方向性を定義し、スピーディーなリリースと継続的な改善ができるチームを顧客と共に構築。
- ・不動産顧客との契約手続きのWeb化からスタートし、今後は顧客とのオンラインプラットフォームとして成長を続ける予定。



エンジ
アリング

VISION2030実現に向けた戦略

戦略全体像

グループ
ミッション

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

ビジョン2030

日本中のクリエイターの方で、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

事業戦略

世界一のデジタル
ビジネス運用支援

顧客1社あたり
利益の最大化

CSV経営を広め持続可能
社会への変革をリードする

サービス戦略

顧客企業のデジタル組織の内製化支援サービス
顧客企業専任の3名以上のDCがチームでサービスを提供

EMC事業

デジタルマーケティング領域

PGT事業

プロダクトグロース領域

営業戦略

大企業マーケ部門に加え、DX部門やデジタル系ベンチャー企業、
地方中堅企業にターゲットを拡大し、新規顧客開拓を加速

人材戦略

新卒／地方中心採用

高付加価値領域のスキル育成

DCの報酬アップ（CV1.6※）

多様な働き方で活躍

グループ共通戦略

グループ
ミッション

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

ビジョン2030

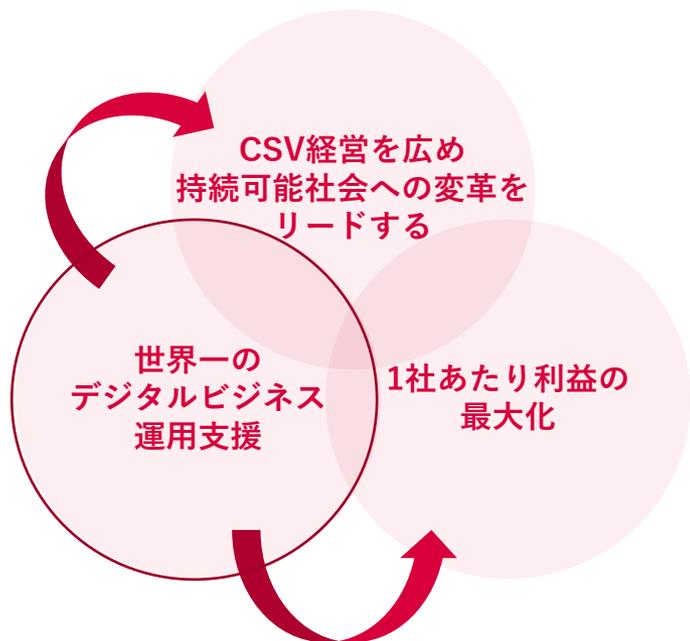
日本中のクリエイターの方で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする

事業戦略

世界一のデジタル
ビジネス運用支援

顧客1社あたり
利益の最大化

CSV経営を広め持続可能
社会への変革をリードする



1. 顧客企業のデジタル組織の内製化支援サービスへ

- デジタルビジネス運用支援を「顧客企業のデジタル組織の内製化支援」と改めて定義。
- 引き続きデジタルビジネス運用の世界一を目指す。

2. カスタマーサクセスを追求する顧客専任型チームにより顧客深耕を図り高付加価値サービスを実現

- 広く浅く多くの会社と取引はせず、大口を対象に1社深耕を図る。
- EMC/PGT顧客専任チーム型支援で、カスタマーサクセスを追求しデジタルクリエイターは、高付加価値領域スキル習得も継続する。

3. 顧客ビジネスの成果向上と社会課題解決を同時に実現させ、CSV経営による持続可能社会へ

- サービス提供を通じ、顧客と深い信頼関係を構築。
- CSVや脱炭素化の提案および事例化により、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

企業のデジタル部門は内製化へ

- デジタル社会が加速度的に進展する中、各社、製品やサービスのデジタル化が必須。
- 企業はデジタル化を担う部門を内製化することにより、変化に対する迅速な対応が可能に。

顧客企業専任のデジタルクリエイターチームが企業のデジタル組織内製化を支援

- 3名以上のデジタルクリエイターがチームで、顧客企業と一丸となってサービスを提供。
- デジタル化の企画や初回の構築／導入のみならず、長期的な運用が可能な組織化を支援。

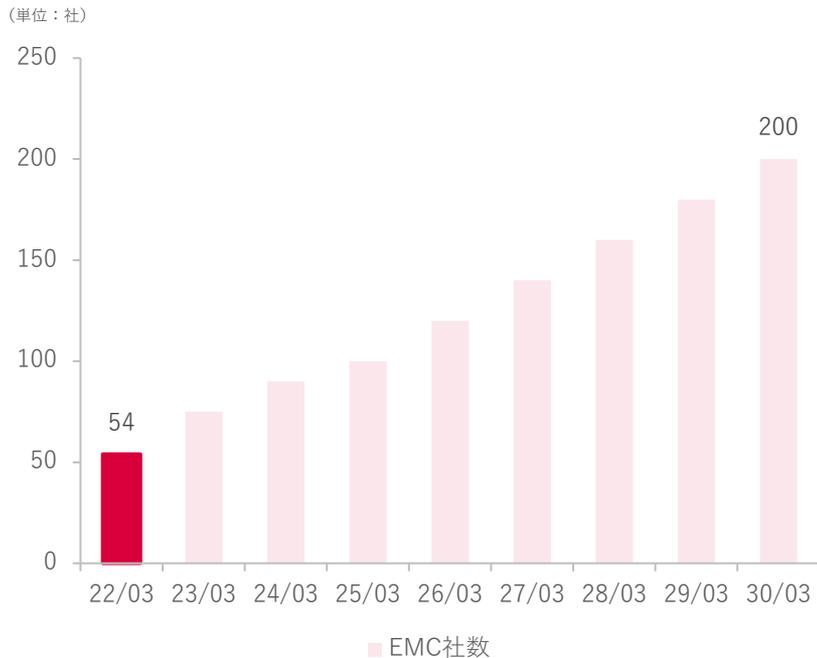
サービス戦略	顧客企業のデジタル組織の内製化支援サービス 顧客企業専任の3名以上のDCがチームでサービスを提供	
	EMC事業	PGT事業
	デジタルマーケティング領域	プロダクトグロース領域
営業戦略	大企業マーケティング部門に加え、DX部門やデジタル系ベンチャー企業、 地方中堅企業にターゲットを拡大し、新規顧客開拓を加速	
KPI	DC3名以上のチームを提供する顧客数・顧客1社当たり売上高	
	EMCモデル提供顧客	PGTモデル提供顧客

顧客専任デジタルクリエイターチームを提供

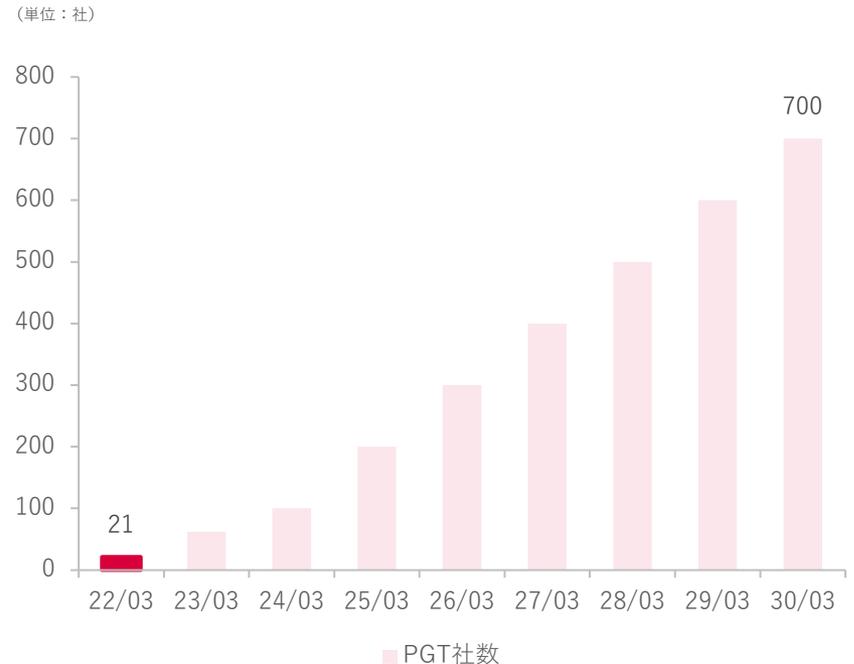
EMCモデル提供顧客数／PGTモデル提供顧客数

- EMC事業、PGT事業ごとに、**3名以上のデジタルクリエイターが顧客専任のチーム**としてサービスを提供する顧客数および平均売上をKPI設定。
- 顧客数を拡大することにより多くの企業の内製化を支援。

< EMCモデル提供顧客数推移 >



< PGTモデル提供顧客数(※)推移 >



※ PGTモデル提供顧客数は**DC3名以上のチームを提供している顧客数のみ**をカウント。

人材戦略・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。

成長モデル

デジタルクリエイター(DC)数 × 一人あたり付加価値売上高 ⇒ 営業利益最大化

KPI	デジタルクリエイター(DC)数	一人あたり付加価値売上高
	新卒採用数	教育投資額
	離職率	Web運用以外売上比率
	中途採用数	稼働率

人材戦略

新卒／地方中心採用

高付加価値領域のスキル育成

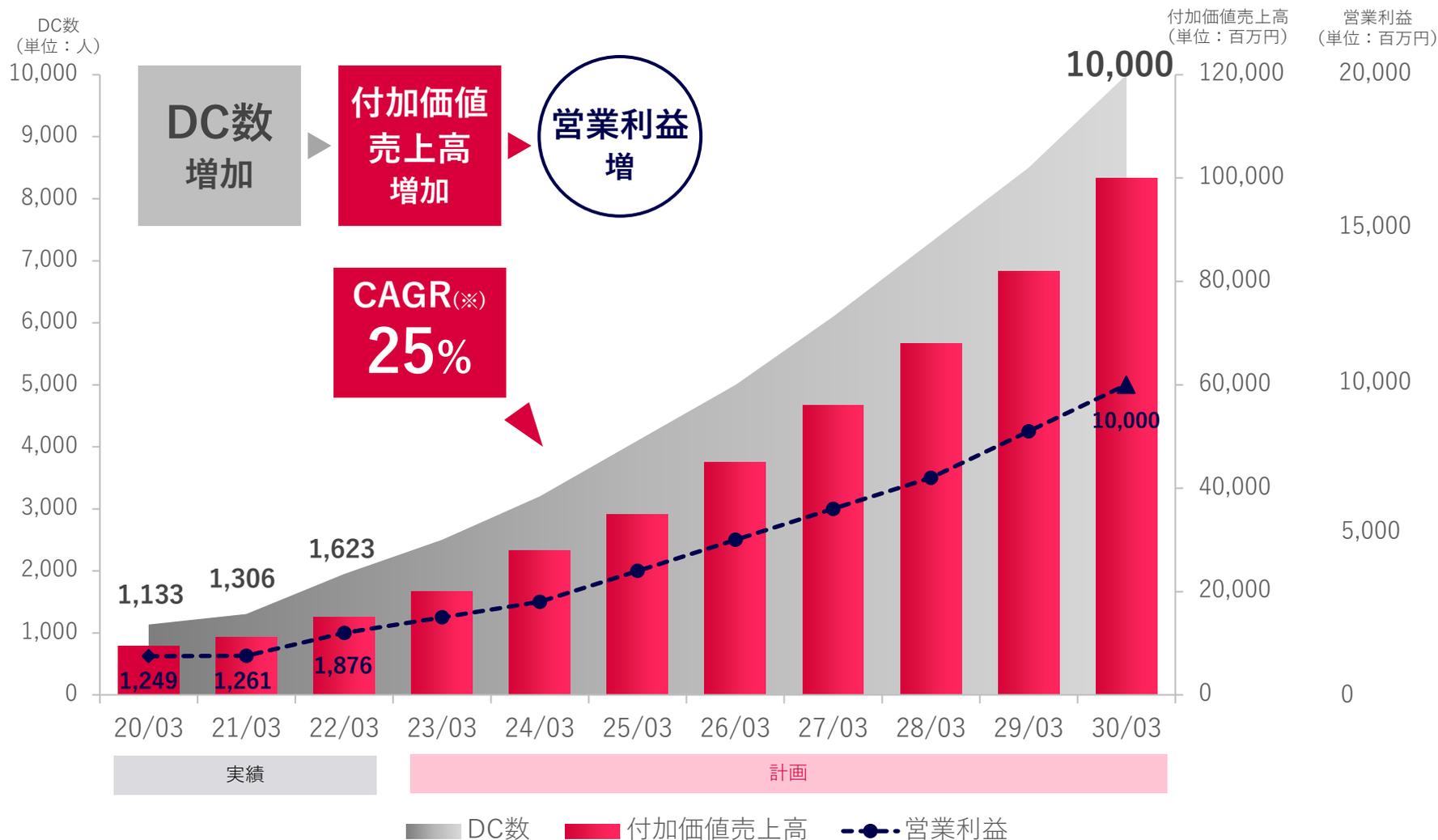
DCの報酬アップ（CV1.6※）

多様な働き方で活躍

メンバーズグループの成長ストーリー：DC数、業績推移

<2020年3月期～2030年3月期>

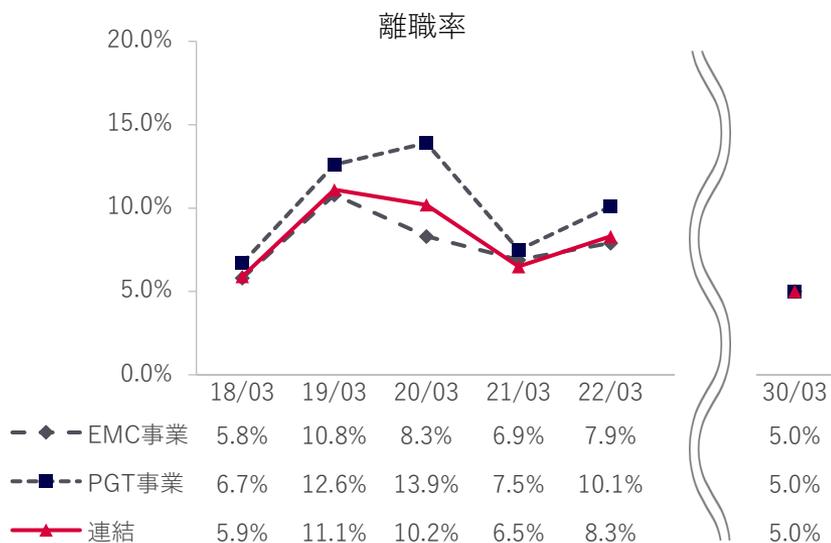
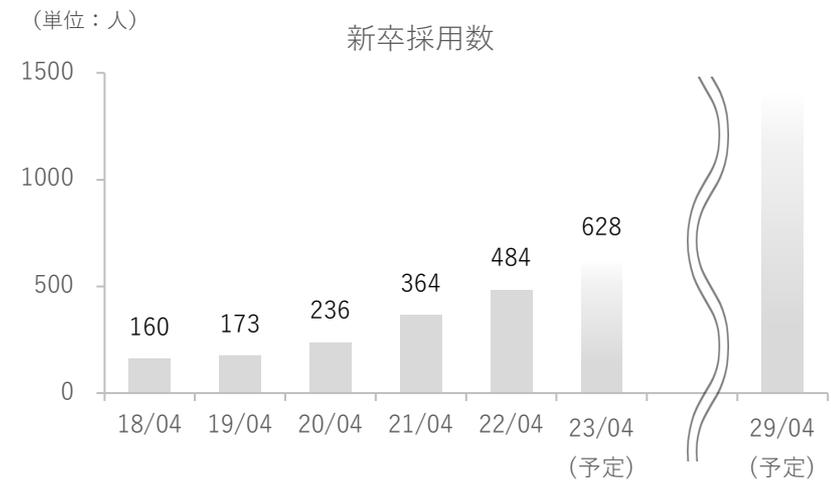
今後もDC数拡大、付加価値売上高向上に拘り、営業利益100億円を目指す



※ CAGR…年平均成長率

DC数の拡大

新卒採用を継続強化。離職率5%以内を実現し、DC拡大を図る



- **2022年4月、新卒社員は484名入社。**
- ミッション、ビジョン採用強化
- 地方人材、クリエイティブ人材、女性採用強化
- 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

第28期（2023年3月期） 通期方針

2023年3月期グループ経営方針

グループ経営方針

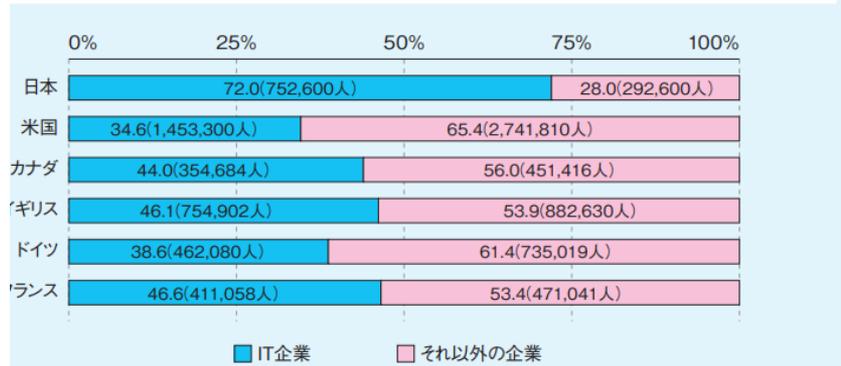
カスタマーサクセスに注力し、顧客企業のデジタル組織の内製化を支援する。

	2022年4月期より	内製支援対象企業	サービス内容
EMC 事業	顧客企業の デジタル組織 内製化支援 サービス として昇華	消費者影響力大 主に大企業の マーケティング 部門	主にデジタルマーケティング 領域において顧客専任DC チームによる長期運用支援 CSV/脱炭素事例を創出
PGT 事業		社会影響力大 デジタルサービス 企業及び大企業	デジタルプロダクト（製品・ サービス）開発支援 Product Growth Studio 新サービス提供開始

なぜ内製支援に注力するのか

デジタル社会が進む中で、各社、成長し続けるためには 攻めのデジタル部門の内製化が必須

IT企業とそれ以外の企業に所属する情報処理・通信に携わる人材の割合（日本、米国、イギリス、ドイツ、フランス：2015年、カナダ：2014年）³



Copyright IT人材白書（2017） IPA

IT人材

- ・ 欧米：半数以上が事業会社に所属
- ・ 日本：約7割がベンダーに所属



ベンダーの請負型でIT／システムの中身がブラックボックス化する受託では、攻めのデジタル化対応は不可

あたかも顧客企業の社員のような専任チームを提供する
内製化を支援するサービスが必要



メンバーズの顧客専任デジタルクリエイターのチームは
顧客企業と一丸となって、デジタル組織内製化を実現

デジタル化の企画や初回の構築／導入のみならず、長期的な運用が可能な組織化を支援

デジタルプロダクト開発の内製化支援サービス

Product Growth Studio

デジタルプロダクト (※) をつくり、グロースしていくために必要な能力を備えた**機能横断型 (クロスファンクショナル) チーム**を顧客と共に構築する新サービス

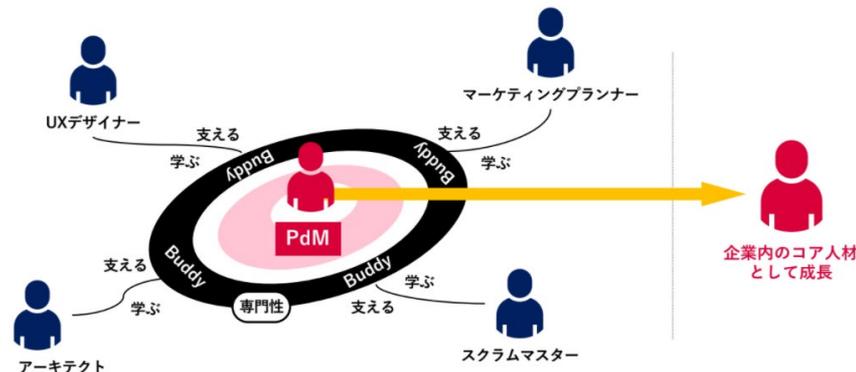
※ デジタルプロダクト：デジタルを用いた製品やサービスの総称。

<顧客企業のデジタルプロダクト開発>

顧客企業	従来	今後
ビジネスモデル (開発手法)	プロダクトを作ってから売る (製販分離・ウォーターフォール)	プロダクトを売りながら作る (アジャイル)
開発者	外部委託	自社社員 (内製化) ※市場変化に迅速に対応するため

Product Growth Studioの特徴

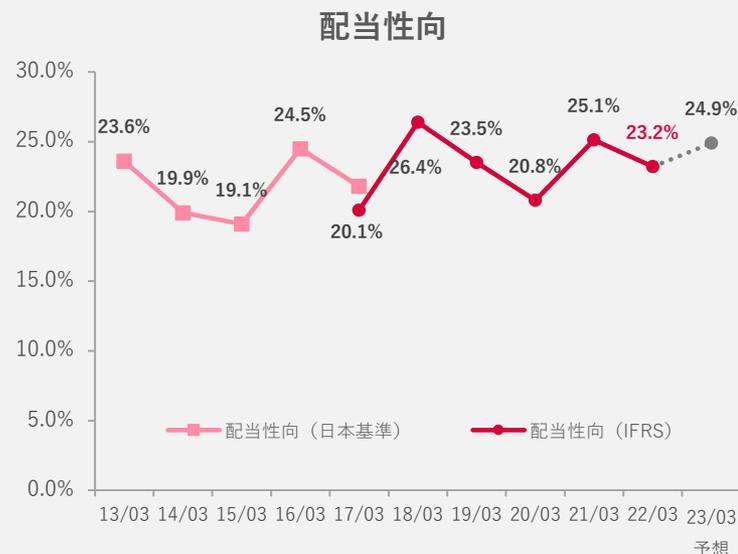
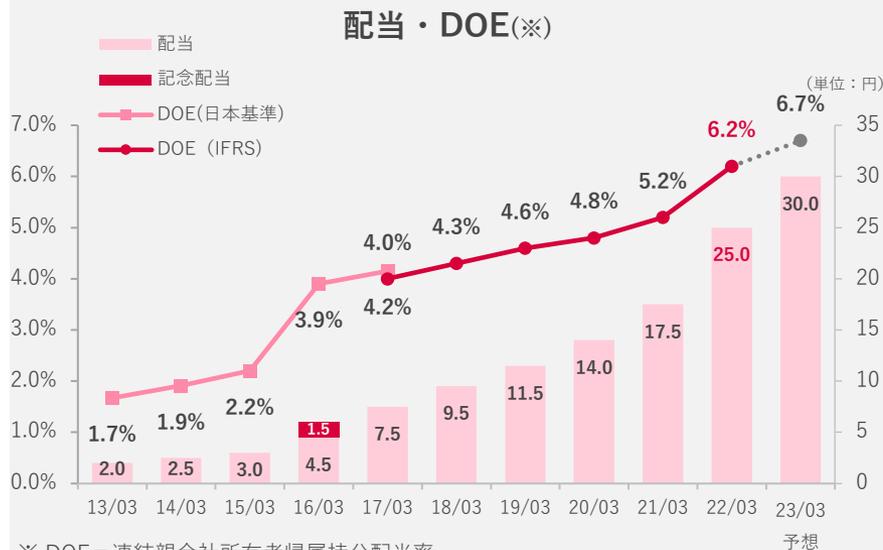
- ・ **アジャイル型**人材チームを提供。
- ・ **様々な職種**のクリエイターチームがクロスファンクションで顧客のDXを支援。
- ・ 顧客企業のコア人材 (PdMなど) に対し必要な専門性・専門要素を支援し**内製化**を推進。
- ・ **プロダクト全体の最適化**を考慮したモダンテクノロジー／アーキテクチャを選定、採用。



2023年3月期 連結業績予想／配当予想

顧客企業のデジタル化およびデジタル組織の内製化を支援することで、引き続き2割以上の高い売上成長を目指す。更に今後の成長加速に向けて、今期は中途採用、人材育成、営業・マーケティングに積極的な投資を行い、引き続き増収増益を目指す。

	2022/通期 実績(IFRS)		2023/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	通期	対前年同期増減率
売上収益 (百万円)	14,938	23.6%	8,280	21.9%	18,200	21.8%
営業利益 (百万円)	1,876	48.7%	450	22.8%	2,200	17.3%
税引前利益 (百万円)	1,896	52.0%	445	22.2%	2,185	15.2%
当期利益 (百万円)	1,404	56.7%	320	23.2%	1,573	12.0%
親会社の所有者に帰属する当期利益 (百万円)	1,404	56.7%	320	23.2%	1,573	12.0%



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス体制の強化

2022年4月4日より新市場「**プライム市場**」へ移行。
 新CGコードに対応したサステナビリティに関する取り組みの開示、英文開示等を充実。

● 取締役会体制

社外役員比率**71.4%**、女性役員比率**28.6%**。取締役の多様な経営経験およびスキルにより、プライム市場に相応しいコーポレート・ガバナンス体制を構築。

氏名	重要な兼職の状況等	社外役員	スキル・マトリックス				
			経営/CSV	テクノロジー/IT	財務/会計/法務/コンプライアンス	人材/組織開発	グローバル経験
 剣持 忠 代表取締役兼 社長執行役員			○	○		○	
 高野 明彦 取締役兼 専務執行役員			○		○	○	
 甘粕 潔 取締役 監査等委員	公認不正検査士 企業リスク管理コンサルタント	○			○		○
 金井 政明 取締役 監査等委員	(株)良品計画 代表取締役会長 兼 執行役員	○	○				○
 玉上 進一 取締役 監査等委員	(株)プレステージ・インターナ ショナル 代表取締役	○	○				○
 武田 雅子 取締役 監査等委員	(株)カルビー 常務執行役員	○	○			○	
 安岡 美佳 取締役 監査等委員	デンマーク・ロスキレ大学 情報学 サステイナブル・ デジタルイノベーション 准教授	○		○			○

ミッション・VISION2030

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



現在進捗： ソーシャルクリエイター 4,476人
ソーシャルエンゲージメント総量 823,605,340

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

持続可能な社会の実現に向けて

2022年3月期における取り組み

環境・脱炭素

発電事業を行う子会社を設立し、非FIT太陽光発電所を建設・発電開始

<https://www.members.co.jp/company/news/2021/0610.html>



社会課題解決に正面から取り組むことを表明するため、当社の「ミッション」及び「気候変動・人口減少等の社会課題への取り組み」を当社定款に明記。

https://www.members.co.jp/company/news/2021/0527_1.html

メンバーズ環境マネジメント方針を策定。新たにサステナビリティ推進委員会を設置し

TCFD提言への取り組みおよび情報を開示。

- ・環境マネジメント体制の構築

<https://www.members.co.jp/company/environment/>

- ・TCFD提言への対応

<https://www.members.co.jp/company/tcfd/>

書籍

『脱炭素DX すべてのDXは脱炭素社会実現のために』を出版

https://www.members.co.jp/company/news/2021/0930_1.html



社会課題解決

第5回CSVビジネスアイデアコンテストを開催。脱炭素社会の実現をテーマに、未来をデザインするビジネスアイデアを募集

- ・全国から48チーム・総勢174名のエントリー
- ・選ばれた9チームが本選に出場し、最終プレゼンテーションを実施。優秀なアイデアを表彰

<https://www.members.co.jp/company/news/2021/1108.html>

デンマーク発の未来創造型デザイン思考で、ビジネスを通じた社会課題解決を体感するオンラインインターナショナルを開始

- ・社会課題にチャレンジしたい全国の学生を対象に、年間数千人の参加を目指す

<https://www.members.co.jp/company/news/2021/1209.html>



新たなビジネスモデルやプロダクト開発で脱炭素社会の実現を目指す企業を支援

- ・サーキュラーエコノミー（循環経済）推進支援サービスを新たに開始

<https://www.members.co.jp/company/news/2021/1115.html>

全国の学生と社会課題の解決に取り組む「Practica学生プロジェクト」を開始

- ・第一弾として、47都道府県で地域課題解決アイデアコンテストの開催を目指す

<https://www.members.co.jp/company/news/2021/1222.html>

