



Members

# 2023年3月期 第1四半期 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)

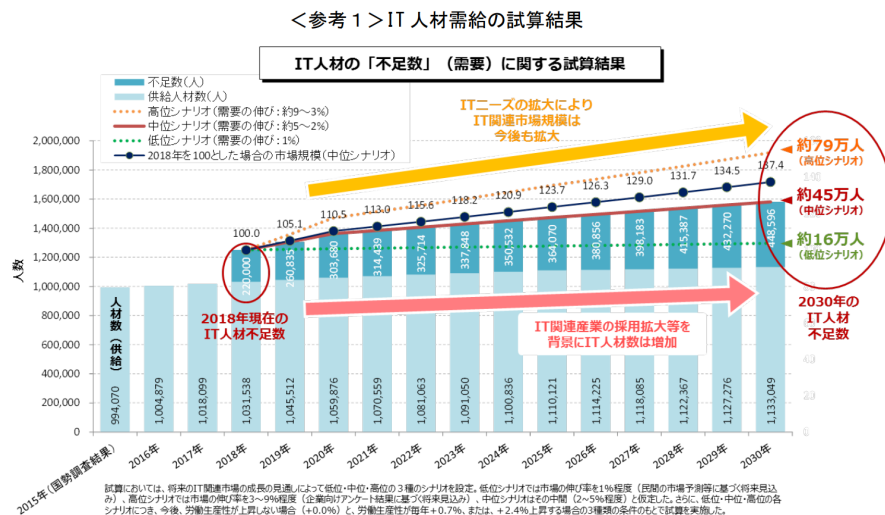
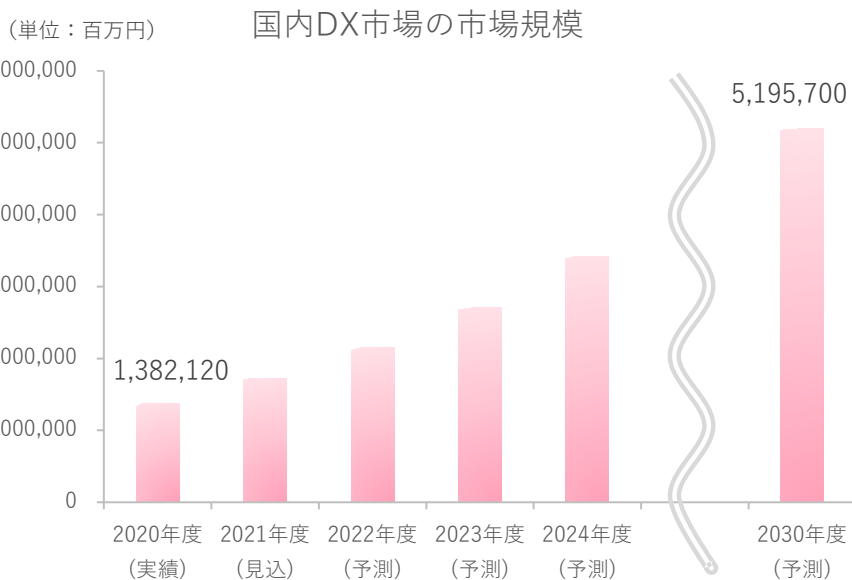
株式会社メンバーズ

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、デジタルトランスフォーメーション（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](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。



## DC グループ1万人構想

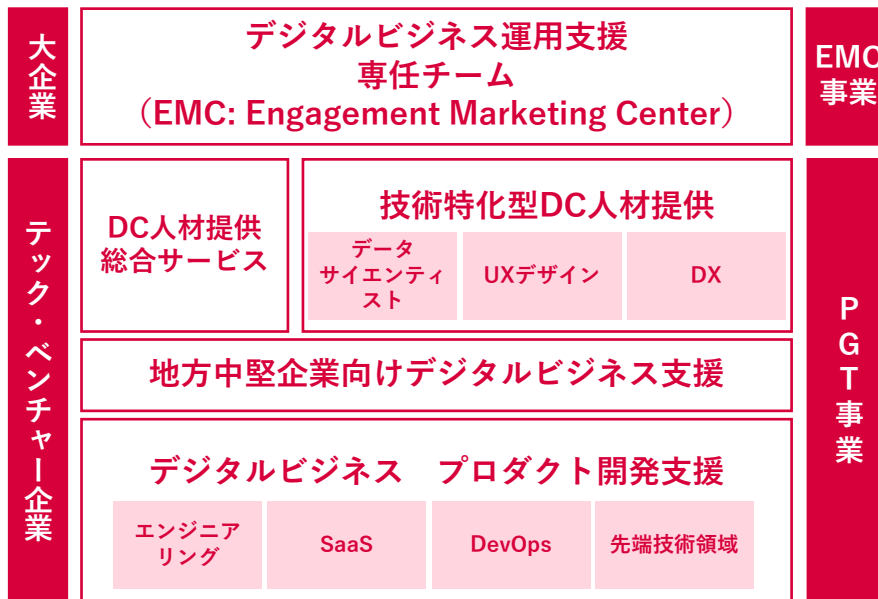
コアバリュー「貢献、挑戦、誠実、仲間」  
 を体現し、顧客企業の成果最大化を目指し  
 スキルアップを継続するクリエイター集団

### 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



DC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

# ミッション実現に向けた戦略全体像

グループ ミッション	“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る		
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		
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

※ 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。

# 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

VISION2030

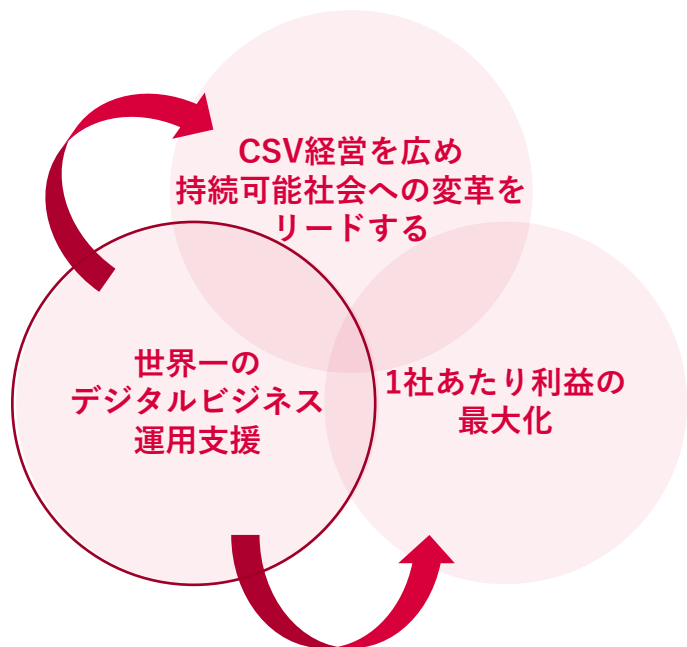
日本中のクリエイターの力で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする

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DCは、高付加価値領域スキル習得も継続する。

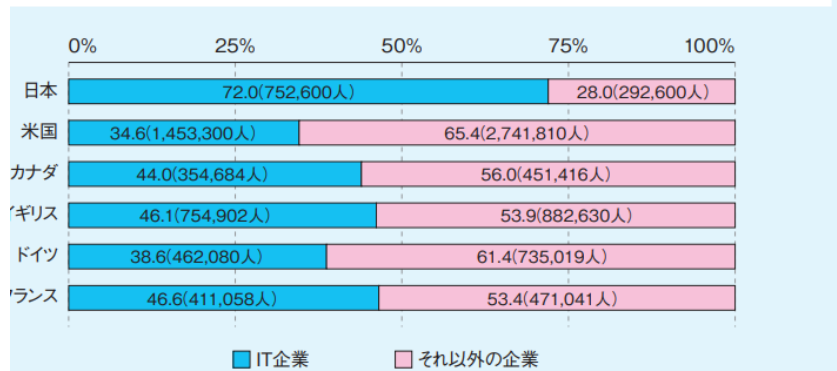
## 3. 顧客ビジネスの成果向上と社会課題解決を同時に実現させ、CSV経営による持続可能社会へ

- 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。

# 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）<sup>3</sup>



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DC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

# 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DCチームが企業のデジタル組織内製化を支援

- 3名以上のDC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。

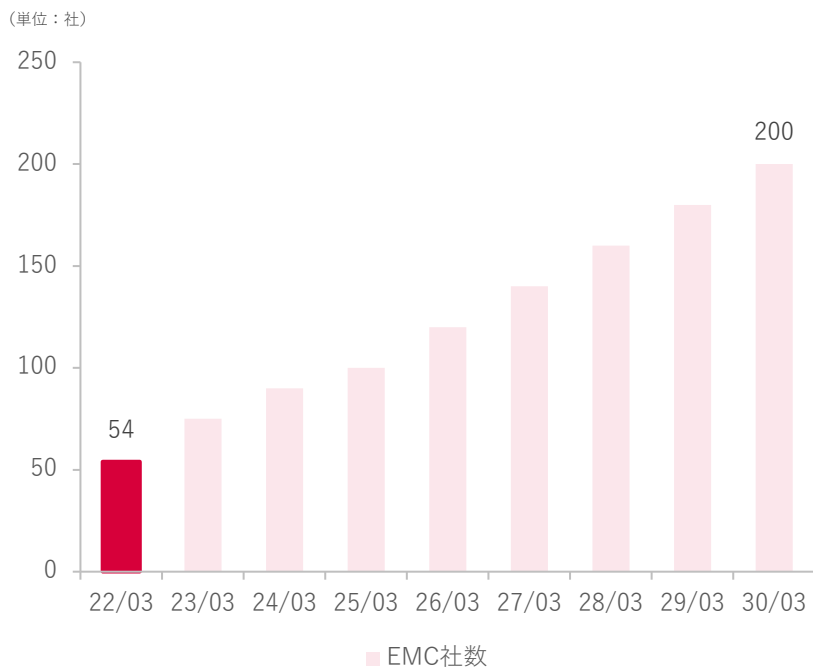
サービス戦略	顧客企業のデジタル組織の内製化支援サービス 顧客企業専任の3名以上のDCがチームでサービスを提供	
	EMC事業	PGT事業
	デジタルマーケティング領域	プロダクトグロース領域
営業戦略	大企業マーケティング部門に加え、DX部門やデジタル系ベンチャー企業、 地方中堅企業にターゲットを拡大し、新規顧客開拓を加速	
KPI	DC3名以上のチームを提供する顧客数・顧客一社あたり付加価値売上高	
	EMCモデル提供顧客	PGTモデル提供顧客

# 顧客専任DCチームを提供

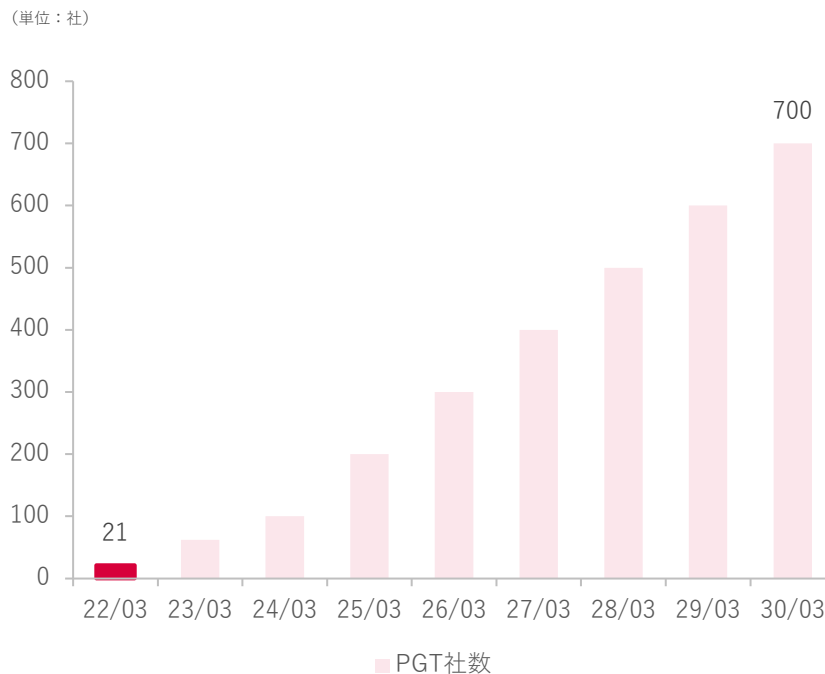
## EMCモデル提供顧客数／PGTモデル提供顧客数

- EMC事業、PGT事業ごとに、**3名以上のDCが顧客専任のチーム**として、サービスを提供する顧客の数および顧客一社あたりの付加価値売上高を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

$$\text{DC数} \times \text{一人あたり付加価値売上高} \Rightarrow \text{営業利益最大化}$$

KPI	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

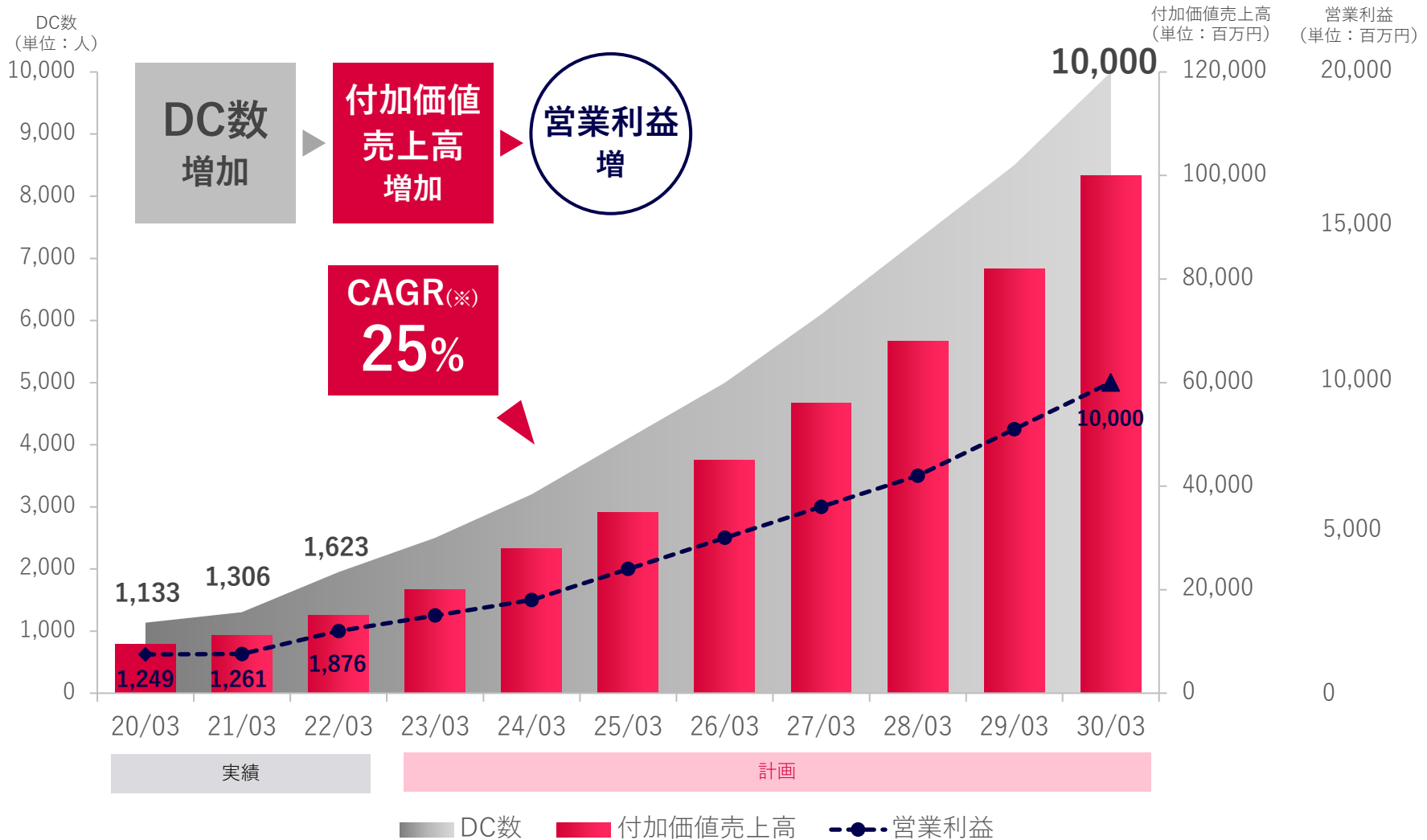
## 人材戦略

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



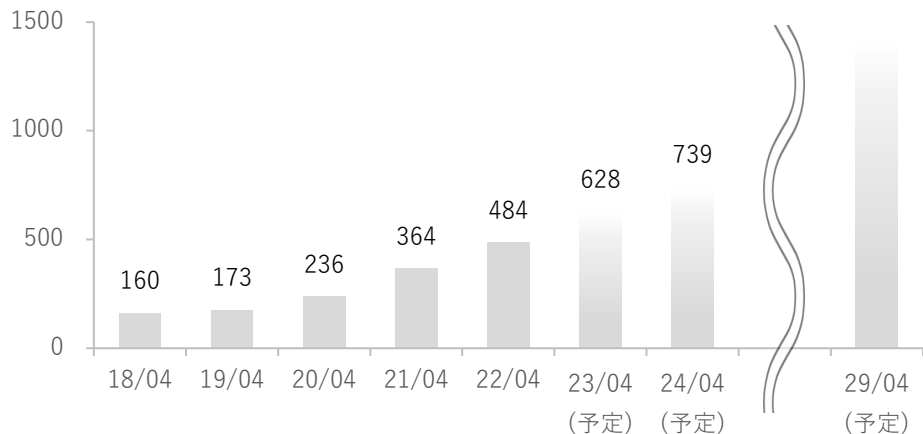
※ CAGR…年平均成長率

# DC数の拡大

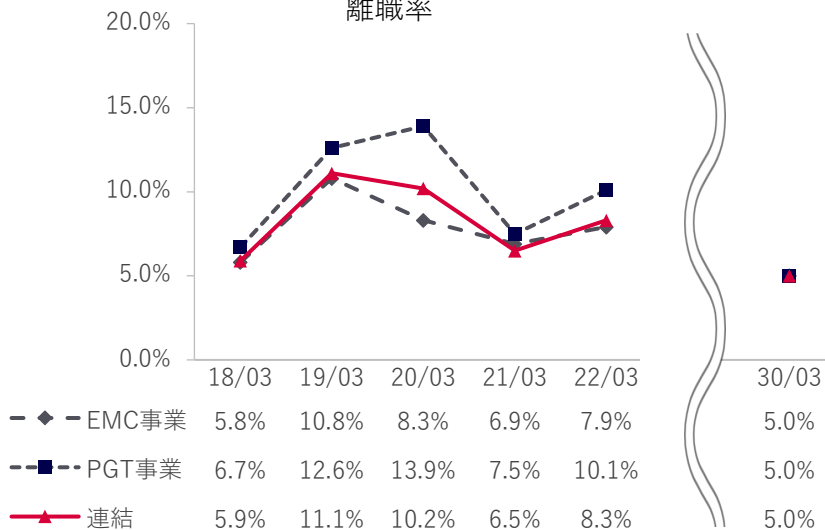
新卒採用を継続強化。離職率5%以内を実現し、DC拡大を図る

(単位：人)

新卒採用数



離職率



- **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

# 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

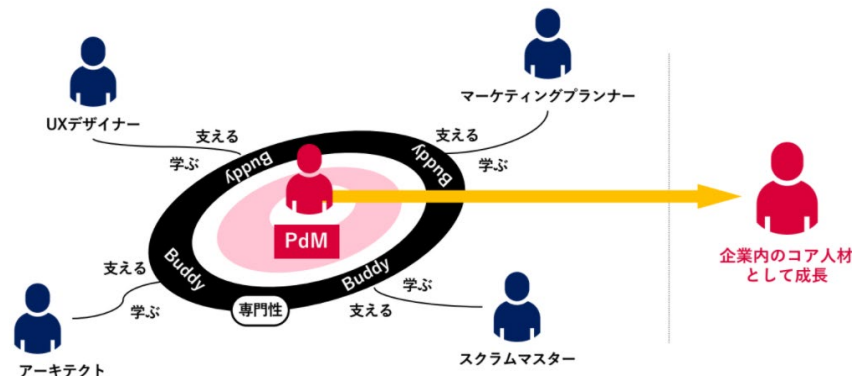
※ デジタルプロダクト：デジタルを用いた製品やサービスの総称。

<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

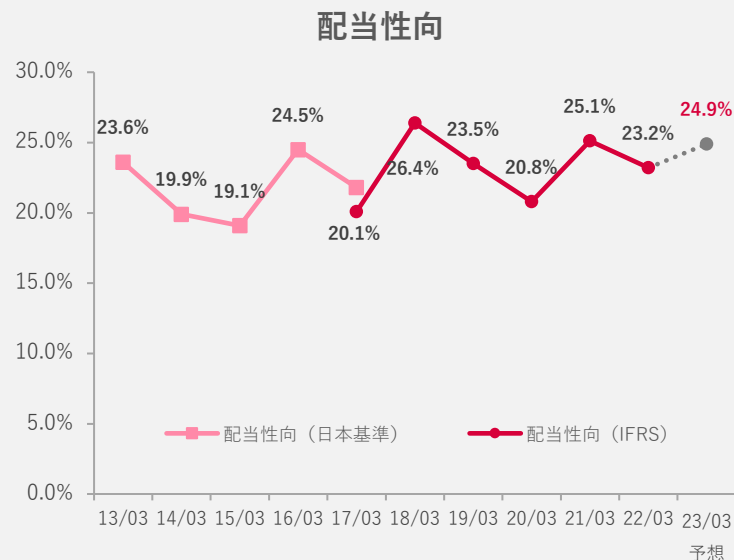
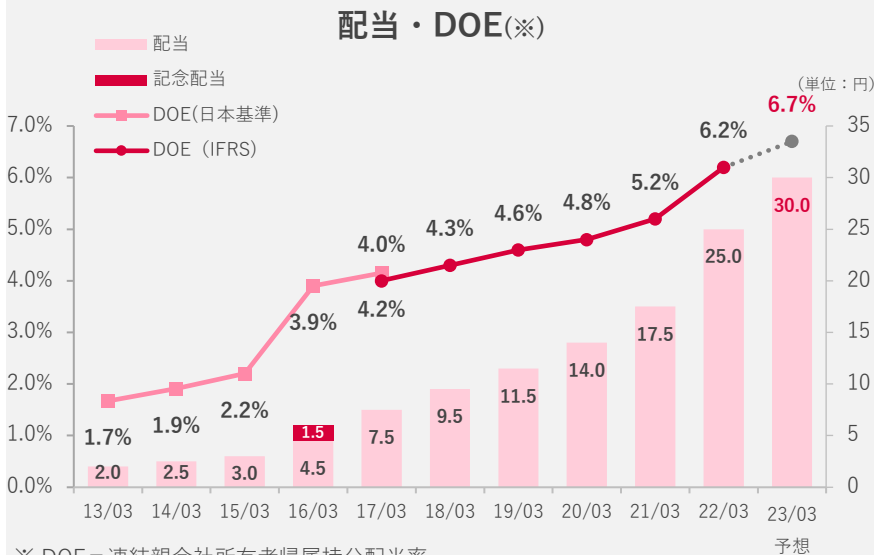
- ・ **アジャイル型**人材チームを提供。
- ・ **様々な職種**のクリエイターチームがクロスファンクションで顧客のDXを支援。
- ・ 顧客企業のコア人材 (PdMなど) に対し必要な専門性・専門要素を支援し**内製化**を推進。
- ・ **プロダクト全体の最適化**を考慮したモダンテクノロジー／アーキテクチャを選定、採用。



# 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%



# 第28期（2023年3月期） 第1四半期 連結業績



# 2023年3月期 第1四半期 累計 業績ハイライト

企業のデジタル化に伴い、堅調に推移。引き続き、データ・UX等の高付加価値専門領域支援サービスが好調。付加価値売上高は25%成長を維持。新卒484名が入社し赤字幅は拡大したものの計画通りに着地。

## 連結業績

売上収益

**3,831** 百万円

前年同期比  
+23.3%

営業利益

**▲67** 百万円

前年同期比  
▲76百万円

付加価値売上高

**3,677** 百万円

前年同期比  
+25.6%

## 事業状況

EMC事業  
売上収益

**2,486** 百万円

前年同期比  
+16.8%

PGT事業  
売上収益

**1,559** 百万円

前年同期比  
+37.7%

EMCモデル 提供社数	<b>53</b> 社	前期末比 ▲1社
----------------	-------------	-------------

PGTモデル 提供社数	<b>43</b> 社	前期末比 +22社
----------------	-------------	--------------

稼働率(1Q単独)

前年同期比  
4.3ポイント上昇

**86.0** %

Web運用以外

売上比率(1Q単独)

22/4Q比  
7.4ポイント上昇

**36.0** %

EMC事業 DC数	<b>876</b> 名	前期末比 ▲24人
--------------	--------------	--------------

PGT事業 DC数	<b>733</b> 名	前期末比 +10人
--------------	--------------	--------------

## 2023年3月期 第1四半期 連結業績ハイライト

売上総利益が前年同期比31.4%増と、DCの報酬増額を上回る単価上昇により、売上総利益率も前年同期比で1.9ポイント上昇。新卒の配属時期を後ろ倒したこと、また、今期方針に則り、中途採用および営業マーケティングへの投資を積極化させたことにより前年同期比販管費は増加。上期と通期は増益を見込み、計画の達成を目指す。

(単位：百万円)	1Q単独実績			2023年3月期上期		2023年3月期通期	
	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	計画	計画達成率	計画	計画達成率
売上収益	3,108	3,831	+23.3%	8,280	46.3%	18,200	21.1%
付加価値売上高	2,927	3,677	+25.6%	—	—	—	—
売上総利益	892	1,173	+31.4%	—	—	—	—
(売上総利益率)	28.7%	30.6%	—	—	—	—	—
販管費	890	1,239	+39.2%	—	—	—	—
営業利益	9	▲67	—	450	—	2,200	—
(営業利益率)	0.3%	▲1.8%	—	—	—	—	—
税引前利益	7	▲93	—	445	—	2,185	—
当期利益	17	▲67	—	320	—	1,573	—

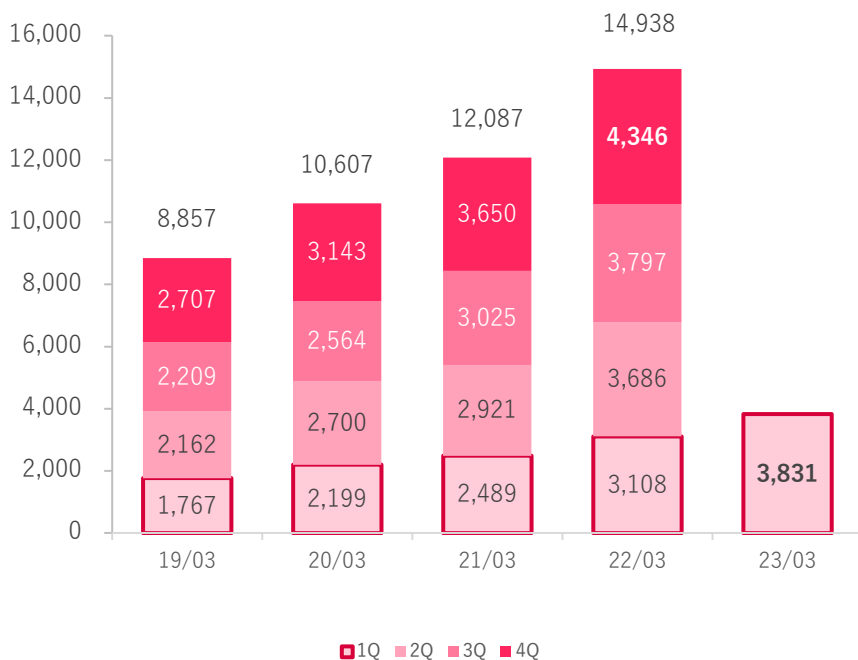
※ 付加価値売上高 = 売上収益 - 外注・仕入 = 社内リソースによる売上

# 業績と主要指標-連結

売上収益は**3,831百万円**(前年同期比+23.3%)と順調に拡大。営業利益は、新卒社員  
の大幅な増加、ならびに、今期方針に則った中途採用及び営業マーケティング  
への投資による影響で**▲67百万円**(前年同期比▲76百万円)であったが、当初計画通り  
に推移。新卒社員は例年通り、第2四半期以降に稼働し、収益化する見込み。

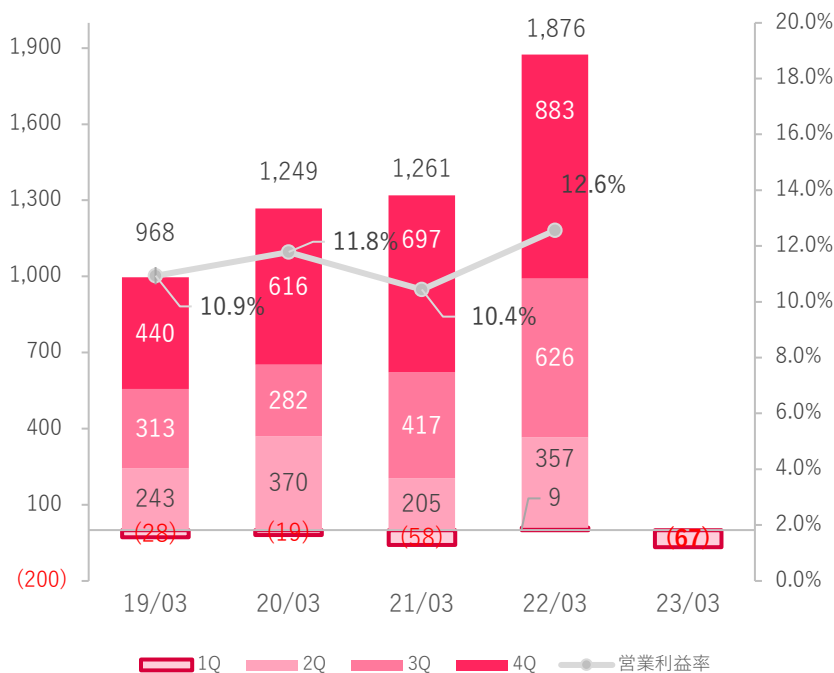
(単位：百万円)

連結 売上収益



(単位：百万円)

連結 営業利益



# 業績と主要指標-連結

連結DC数は1,609名(前期末比▲14人、▲0.9%)。4月に入社した新卒484名が2QからDCとして稼働する予定。一人あたり付加価値売上高は単価上昇に伴い、前年同期比9.9%上昇。連結離職率は前年同期比微減。

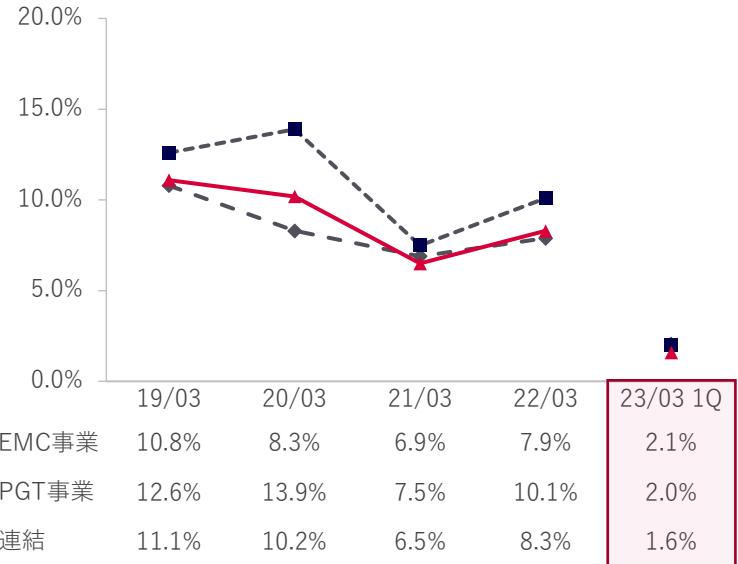
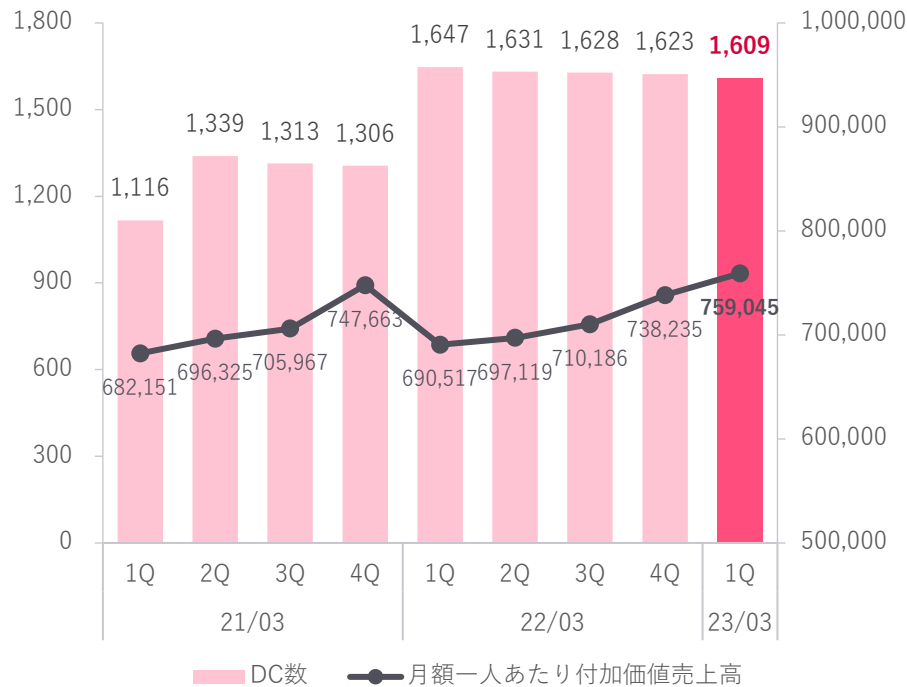
(単位：人)

連結 DC数(※1) ・

(単位：円)

連結 離職率(※3)

月額一人あたり付加価値売上高(※2)



※1 DC数はQ末時点。新卒の配属時期は、21/03は8月、22/03は6月、23/03は7月予定と各期で異なる。

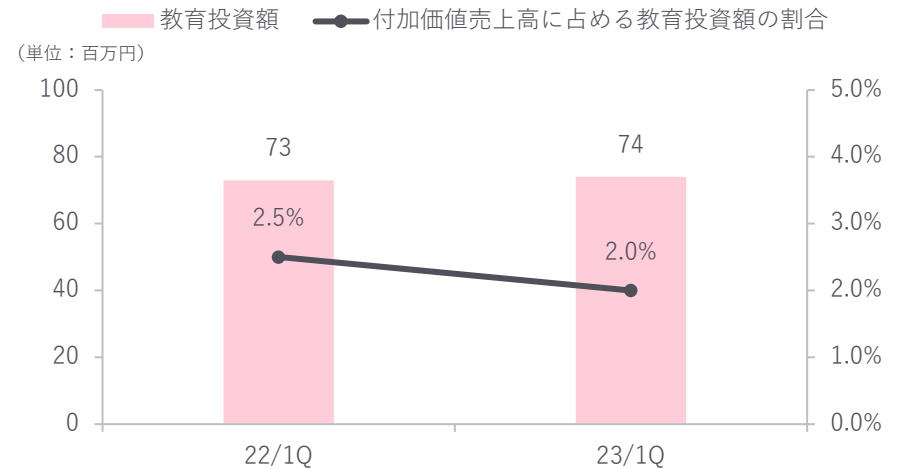
※2 月額一人あたり付加価値売上高 = 四半期累計付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

※3 離職率は期中の平均社員数に基づき算出。

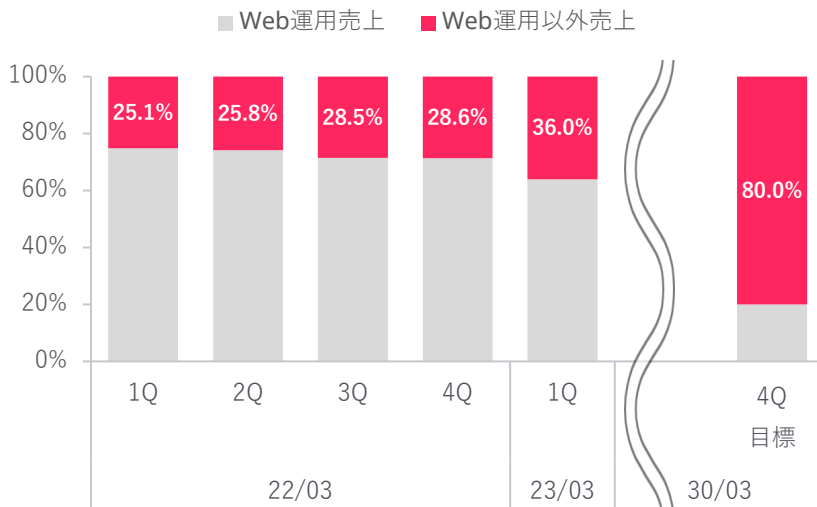
# 業績と主要指標-連結

- 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し今後更に積極的に投資していく。
- 1Qの稼働率は前年同期比で4.3ポイント上昇。
- 1Q単独のWeb運用以外売上比率は、前四半期比7.4ポイントと大幅増の36.0%。2030年に向けて計画通り推移。

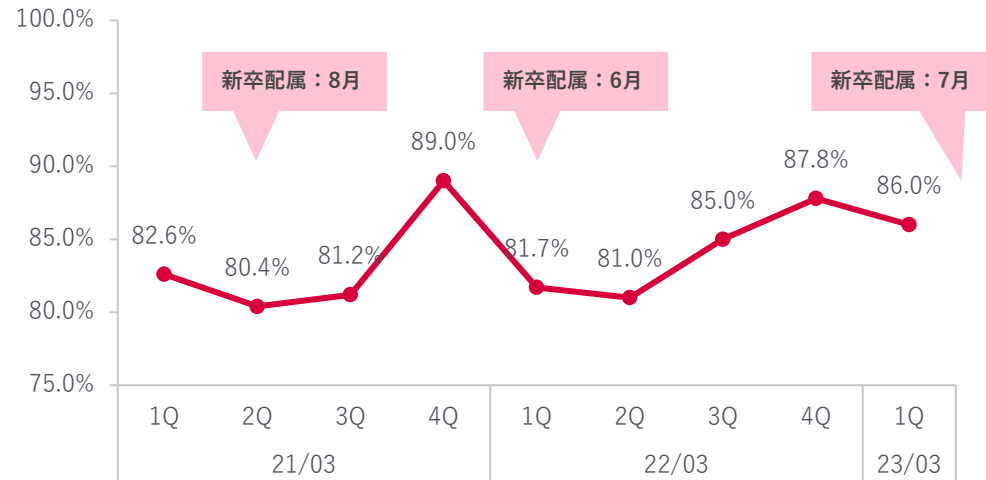
教育投資額・比率



Web運用以外売上 比率推移



連結 稼働率

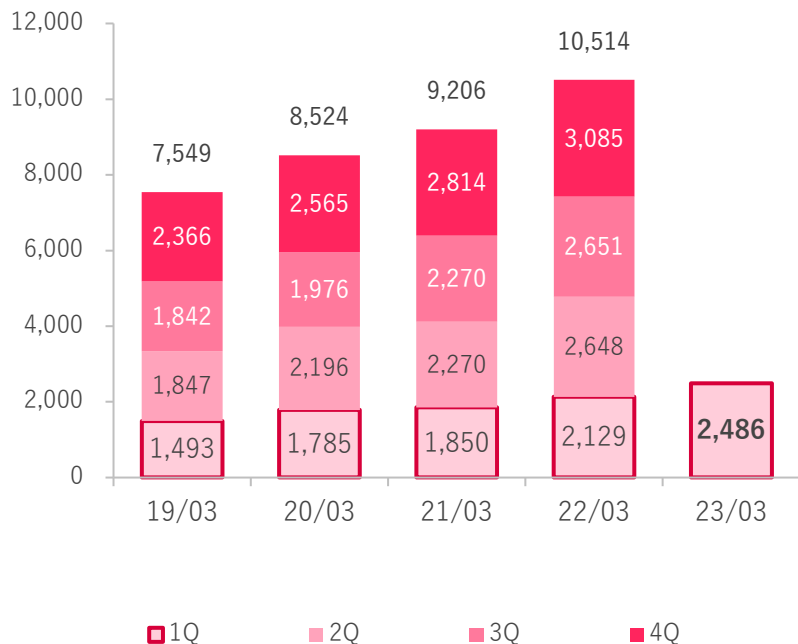


# 業績と主要指標-EMC事業

EMC事業の売上収益 (※1)は**2,486百万円**(前年同期比+16.8%)、EMCモデル提供顧客数は**53社**(前期末比▲1社)、顧客一社あたり付加価値売上高は**36,659千円**(前年同期比+2.0%)。今期はよりカスタマーサクセスに注力し、モデル提供顧客一社あたりの付加価値売上高の向上を主要方針・指標とする。

EMC事業 売上収益

(単位：百万円)

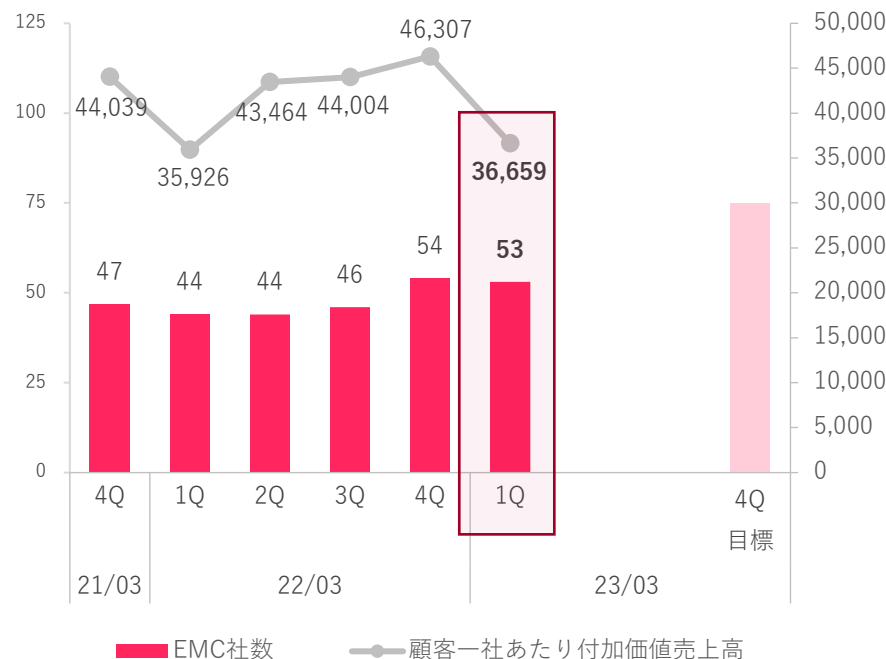


EMCモデル提供顧客数(※2)・

(単位：社)

顧客一社あたり付加価値売上高(※3)

(単位：千円)



※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 3名以上のDCが顧客専任のチームとしてサービスを提供する顧客をEMC及びPGTモデル提供顧客数とし、この数のみカウントする。

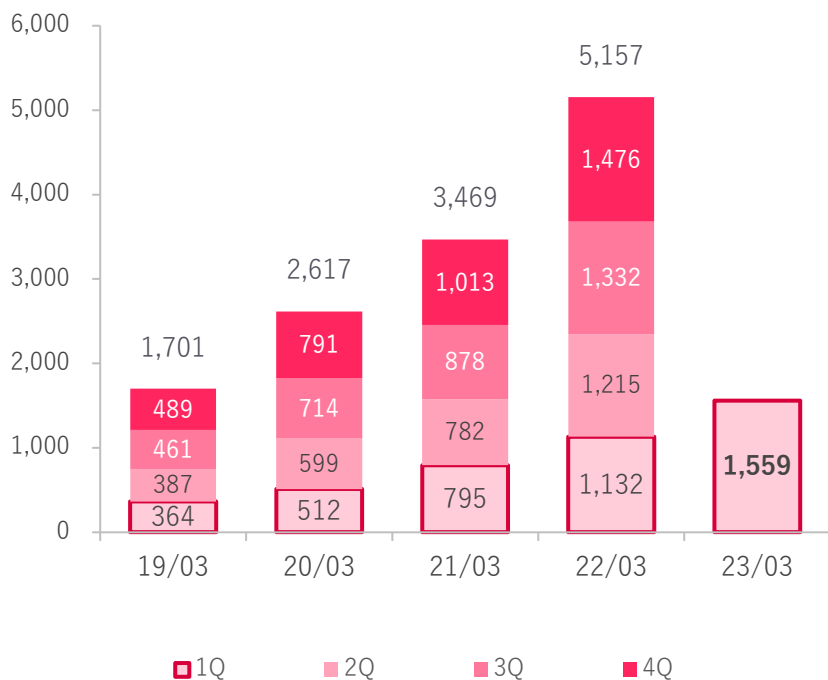
※3 顧客一社あたり付加価値売上高(単位：千円) = 四半期単独合計付加価値売上高 ÷ 四半期単独平均顧客数

# 業績と主要指標-PGT事業 (※1)

PGT事業の売上収益(※2)は**1,559百万円**(前年同期比+37.7%)。EMC事業と同様、PGT事業においても、**3名以上のDCが顧客専任のチームとしてサービスを提供する顧客数(※3)**及びこの顧客一社あたり付加価値売上高(※4)を今期より主要指標とする。顧客数を拡大し、多くの企業の内製化を支援していく。

(単位：百万円)

PGT事業 売上収益

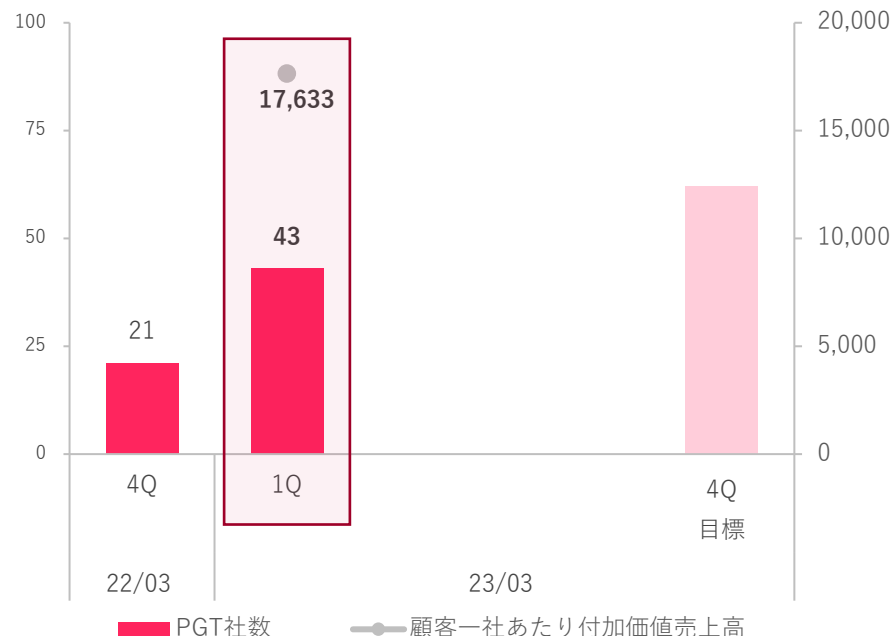


(単位：社)

PGTモデル提供顧客数(※3)・

顧客一社あたり付加価値売上高(※4)

(単位：千円)



※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 3名以上のDCが顧客専任のチームとしてサービスを提供する顧客をEMC及びPGTモデル提供顧客数とし、この数のみカウントする。

※4 顧客一社あたり付加価値売上高 (単位：千円) = 四半期単独合計付加価値売上高 ÷ 四半期単独平均顧客数

# 業績と主要指標-事業別DC数・一人あたり付加価値売上高

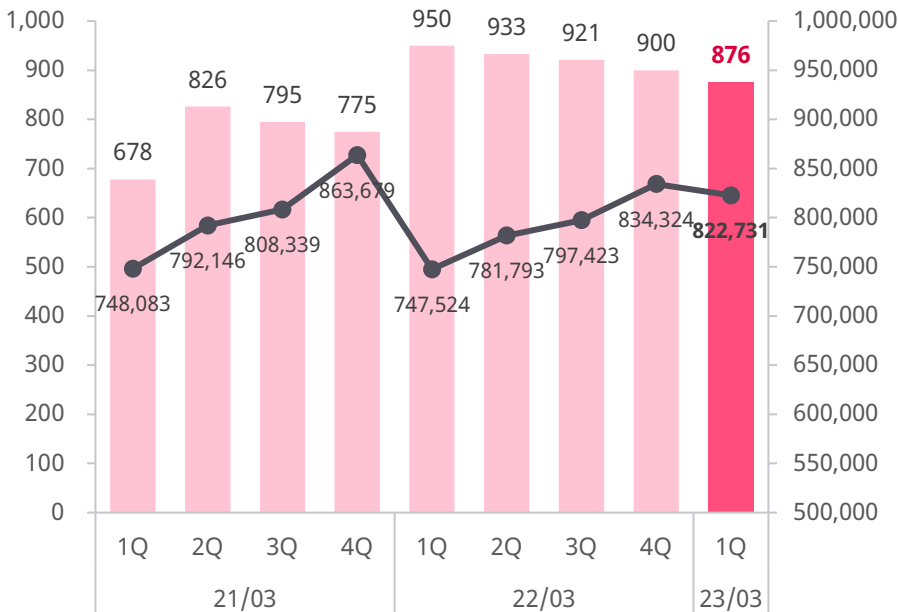
EMC事業は、DC数**876**名(前期末比▲24人)。既存顧客へのデジタルマーケティング支援が堅調。一人あたり付加価値売上高は前年同期比**10.1%**上昇。PGT事業は、DC数**733**名(前期末比+10人)。データやUXが順調に拡大すると共にEC系も伸長し、一人あたり付加価値売上高は前年同期比**11.8%**上昇。

EMC事業 DC数(※1)・

月額一人あたり付加価値売上高(※2)

(単位:人)

(単位:円)



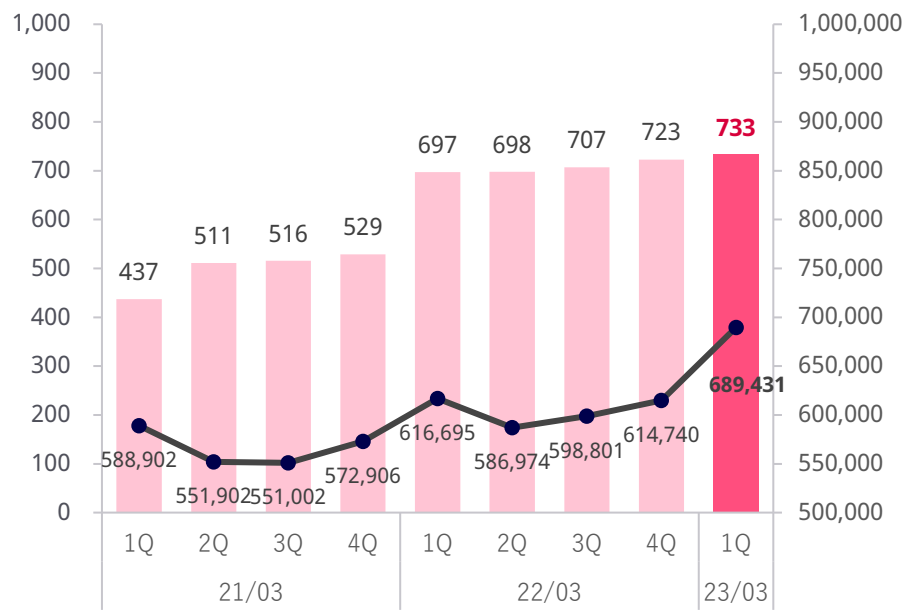
■ DC数 ● 月額一人あたり付加価値売上高

PGT事業 DC数(※1)・

月額一人あたり付加価値売上高(※2)

(単位:人)

(単位:円)



■ DC数 ● 月額一人あたり付加価値売上高

※1 DC数はQ末時点。新卒の配属時期は、21/03は8月、22/03は6月、23/03は7月予定と各期で異なる。  
 ※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



# コーポレート・ガバナンス

# コーポレート・ガバナンスの取り組み

2022年4月4日より新市場「**プライム市場**」へ移行。

## ● 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 サスティナ ブル・デジタルゼーシ ョン 准教授	○		○			○

## 譲渡制限付株式報酬の導入

譲渡制限付株式報酬（RS）を執行役員（取締役  
兼務者を含む）向けに導入。

さらなる中長期的な当社グループの企業価値の増大  
を目指す。

## サステナビリティへの取り組みの開示

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  
有価証券報告書においても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/>

## コーポレート・ガバナンスコードの各原則を すべて実施

サステナビリティ開示、英文開示を充実。外国人投  
資家の利便性向上。今後も一層の充実を図る。

・ コーポレートガバナンス報告書

<https://www.members.co.jp/ir/corporate/report20220617.pdf>

# 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 5,137人  
ソーシャルエンゲージメント総量 1,032,056,028

### VISION2030達成に向けた2つのシナリオ

1. 1万人のDC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

## メンバーズ全社員を対象にベースアップを実施

2030年までに基準年収を1.6倍へと引き上げることを目指す「Creator's Value 1.6」を推進。2022年4月からの給与改定において全社員約1,800名を対象にベースアップを実施。今回のベースアップの実施と決算賞与の支給により、リーダー層のリーディングプレイヤー等級の最上位グレードの場合、2.0%の賃上げ率となった。

今後も**顧客への高い価値提供と生産性向上を同時に実現し、それらの成果に連動したルールに基づいて賃上げを実施していく。**

[https://www.members.co.jp/company/news/2022/0510\\_4.html](https://www.members.co.jp/company/news/2022/0510_4.html)

## 2021年度男性育休取得率は64%、政府目標を達成

男性社員の育児休業取得率が2021年度は64%となり、**2025年度の政府目標である30%を大幅に達成。**

- ・ 育休ガイドブックの公開
  - ・ 育休や子育てと仕事の両立に関するセミナーの開催
  - ・ ファミリーデーの開催
- などを実施。

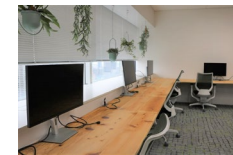
今後も、社員の仕事と育児の両立に向けて働きやすい環境づくりに取り組んでいく。

<https://www.members.co.jp/company/news/2022/0510.html>

## 事業拡大に伴い本社を拡大し全面リニューアル

顧客企業の更なるビジネス成果向上とプロダクト及びサービスグロースの支援体制強化を目的に、**顧客企業担当者と当社のDCがワンチームとなって働ける環境**を整備。

また、社会課題解決に取り組む日本全国のクリエイターとコラボレーションを実施。六甲山の間伐材や奥能登の地域材、越前にあった100年前の蔵の解体作業により発生した**廃材や、廃棄される塩ビ管などを再利用しオフィスの什器に使用。**



<https://www.members.co.jp/company/news/2022/0519.html>

## 第6回CSVビジネスアイデアコンテスト開催決定！

「DESIGN THE FUTURE～持続可能な未来を実現するための企業価値を最大化する未来創造型CSVビジネスアイデア～」をコンテストテーマとし、共創パートナーとして大手企業5社が参画。

各社が設定する脱炭素社会の実現に向けた企業テーマをもとに、**全国の学生からCSVビジネスアイデア（社会課題をビジネスで解決する事業企画やプロモーション施策など）を募集。**

<https://www.members.co.jp/company/news/2022/0607.html>



## IRメール配信のお知らせ

当社では、株主・投資家のみなさま向けに『Members IRメール配信』を行っており、最新note投稿やIRニュース、社内報の記事紹介など、メンバーズの最新情報をまとめて、定期的に配信しております。

※IRメールは、株式会社マジカルポケットが提供するメール配信サービスを通じて配信しています。

配信をご希望の方は、下記リンク先でメールアドレスをご登録ください。メール配信は無料です。

IRメール配信サービス：<https://www.members.co.jp/ir/mail>

## IRに関するお問い合わせ先

株式会社メンバーズ ビジネスプラットフォームカンパニー グループ経営企画室

お問い合わせフォーム：<https://www.members.co.jp/contact/>