



Members

2023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)

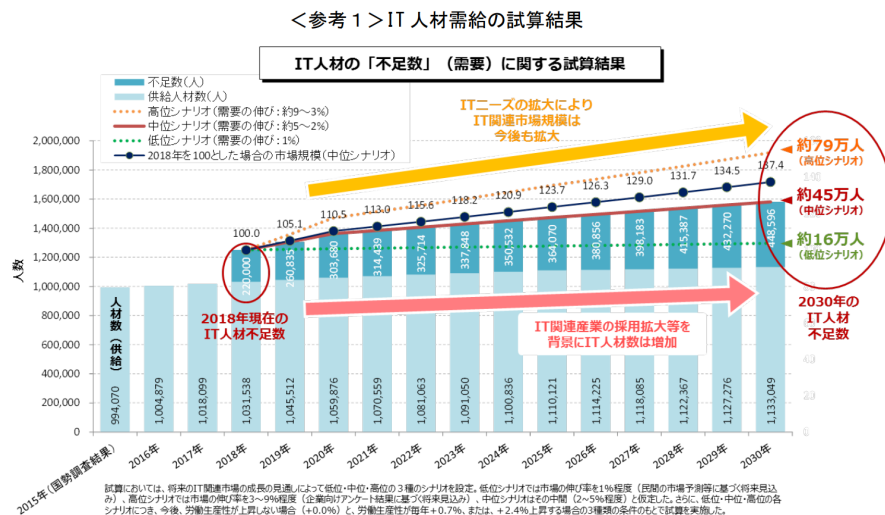
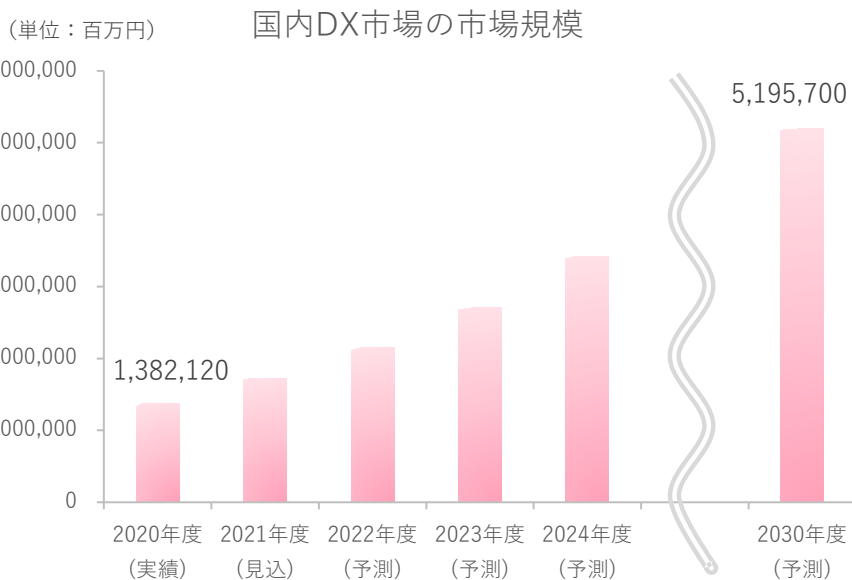
株式会社メンバーズ

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

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標
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

大企業

デジタルビジネス運用支援 専任チーム
(EMC: Engagement Marketing Center)

EMC
事業

テック・ベンチャー企業

DC人材提供
総合サービス

技術特化型DC人材提供

データサイエンティスト UXデザイン DX

地方中堅企業向けデジタルビジネス支援

PGT
事業

デジタルビジネス プロダクト開発支援

エンジニアリング SaaS DevOps 先端技術領域

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

第28期（2023年3月期） 第2四半期 連結業績

2023年3月期 第2四半期 累計 業績ハイライト

連結売上収益は前年同期比+20.9%と過去3期年平均成長率+19%と比較しても堅調に推移。PGT事業は製販分離の営業体制が功を奏し稼働を確保、またチーム型への転換により単価も向上し高い成長率を維持。全体の採用は順調。2Qから稼働を開始した480名を超える新卒も含め、DC数は十分に確保している。一方で、EMC事業はEMC社数が横ばいとなり未稼働が発生し、連結営業利益は前年同期比減益。

連結業績

売上収益

8,213 百万円

前年同期比
+20.9%

営業利益

288 百万円

前年同期比
▲21.2%

付加価値売上高

7,842 百万円

前年同期比
+22.9%

事業状況

EMC事業
売上収益

5,392 百万円

前年同期比
+12.9%

PGT事業
売上収益

3,245 百万円

前年同期比
+38.3%

EMCモデル
提供社数 54社 前期末比
±0社

PGTモデル
提供社数 46社 前期末比
+25社

稼働率(2Q単独)

前年同期比
2.8ポイント減少

78.2 %

Web運用以外

売上比率(2Q単独) 前期末比
5.0ポイント上昇

33.6 %

連結 DC数

2,063名

前期末比
+440人
+27.1%

2023年3月期 第2四半期 累計 連結業績ハイライト

1H営業利益は計画未達。新規案件不足による稼働率の低下、新卒稼働の遅れと、一部不採算案件（2Q収束済）により営業利益未達。EMC事業の営業戦略およびスキル育成に課題があり、全社統合の営業体制への移行およびEMC事業所属社員の専門領域におけるスキル教育を強力に推進する。

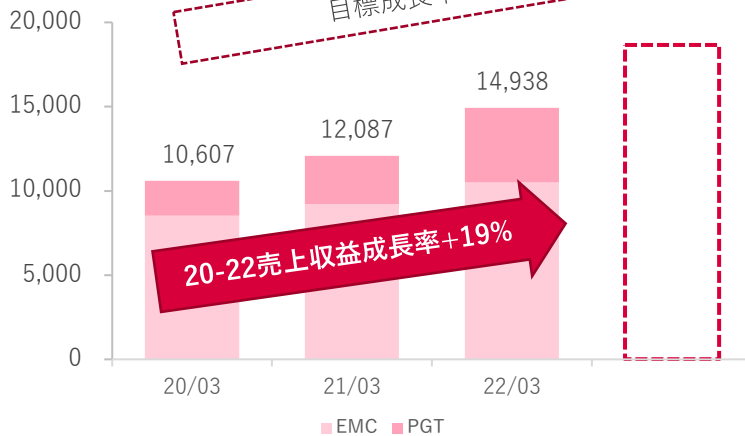
(単位：百万円)	1H累計実績			2023年3月期1H		2023年3月期通期	
	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	計画	計画達成率	計画	計画達成率
売上収益	6,795	8,213	+20.9%	8,280	99.2%	18,200	45.1%
付加価値売上高	6,381	7,842	+22.9%	—	—	—	—
売上総利益	1,890	2,265	+19.9%	—	—	—	—
(売上総利益率)	27.8%	27.6%	—	—	—	—	—
販管費	1,539	1,981	+28.7%	—	—	—	—
営業利益	366	288	▲21.2%	450	64.1%	2,200	13.1%
(営業利益率)	5.4%	3.5%	—	—	—	—	—
税引前利益	364	237	▲34.9%	445	53.3%	2,185	10.9%
当期利益	259	157	▲39.5%	320	49.1%	1,573	10.0%

※ 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

25%成長に向けた戦略の実施

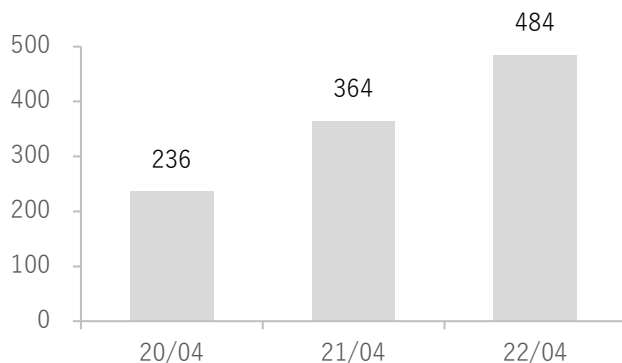
連結 売上収益

(単位：百万円)



(単位：人)

新卒採用数



目標成長率は前期比+25%、一方で過去3期の年平均成長率は+19%。この6%を埋めるべく、継続して今期もDC数確保およびPGT事業の拡大を推進中。

1) デジタルプロダクトグロス支援領域の拡大

デジタルマーケティング専任チームを提供する
EMC事業
(市場成長率を上回る過去5年平均売上成長率+12%)

デジタルプロダクト開発支援人材を提供する
PGT事業
(過去5年平均売上成長率+49%)

2) 売上25%成長に必要なDC数の確保

大量の新卒を採用し
DC数も25%以上増加

働きやすい職場づくりで
低い離職率を維持

2023年3月期 通期計画達成に向けた方針／施策

第2四半期 累計 成長ポイント

PGT事業の営業奏功
新卒を含めた目標稼働確保

- ・製販分離体制
- ・人材チーム提供営業が効果を発揮し、高稼働率で推移

PGTチーム型単価向上
単独人材からチーム型へ移行

- ・平均月額単価約11万円アップ
- ・前年同期と比較し月額単価6%アップ

**専門特化型カンパニー
躍進**
新しい専門技術領域へ拡大

- 専門特化型カンパニー(※)
- ・売上占有率：2割
 - ・成長率：80.2%
 - ・一人あたり付加価値売上高：主要カンパニー(※)比+4万円

新卒採用好調
DC数は確保

- ・22年4月484名入社
- ・23年4月628名入社予定

通期計画達成に向けた施策

営業体制の抜本的な見直し

- ・顧客：デジタル組織内製化を進める大手
- ・市場が大きく成長力のあるデジタルプロダクトグロス支援領域に注力
- ・EMCとPGTを統合、かつ製販分離し
全社営業組織を編成

専門スキル開発強化と 専門特化カンパニーの拡大

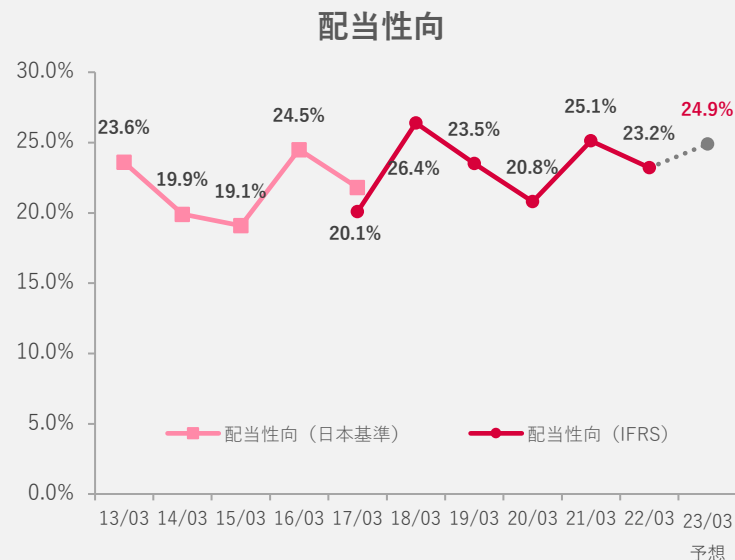
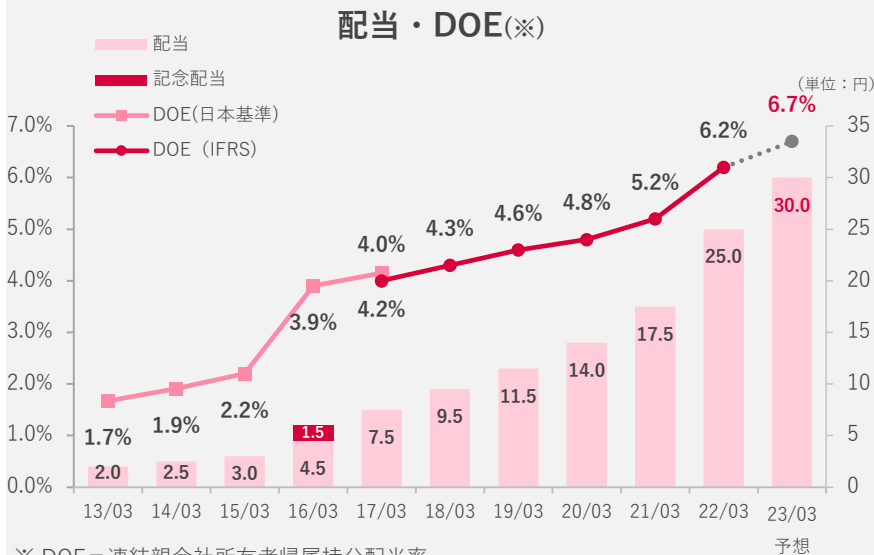
- ・主要3カンパニーの新卒2-4年目社員の
専門スキル育成を強化
- ・次世代技術専門カンパニーの新設を促進
- ・スキルの高い中途人材の採用も強化

※専門特化型カンパニー：主にPGT事業における社内カンパニーで、データやUXの他、EC、SaaS、DX、AI、XR、DevOpsなど、2022年9月末現在は計12カンパニー設置。
主要カンパニー：EMCカンパニー（EMC事業）、メンバーズキャリアカンパニー（PGT事業）、メンバーズエッジカンパニー（PGT事業）の社内カンパニー3社。

2023年3月期 連結業績予想／配当予想

通期計画達成に向けた施策を強力に遂行し、通期予想は変更せず達成を目指す。

	2022/通期 実績(IFRS)		2023/通期 予想(IFRS)	
	通期	対前年同期増減率	通期	対前年同期増減率
売上収益 (百万円)	14,938	23.6%	18,200	21.8%
営業利益 (百万円)	1,876	48.7%	2,200	17.3%
税引前利益 (百万円)	1,896	52.0%	2,185	15.2%
当期利益 (百万円)	1,404	56.7%	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%	1,573	12.0%

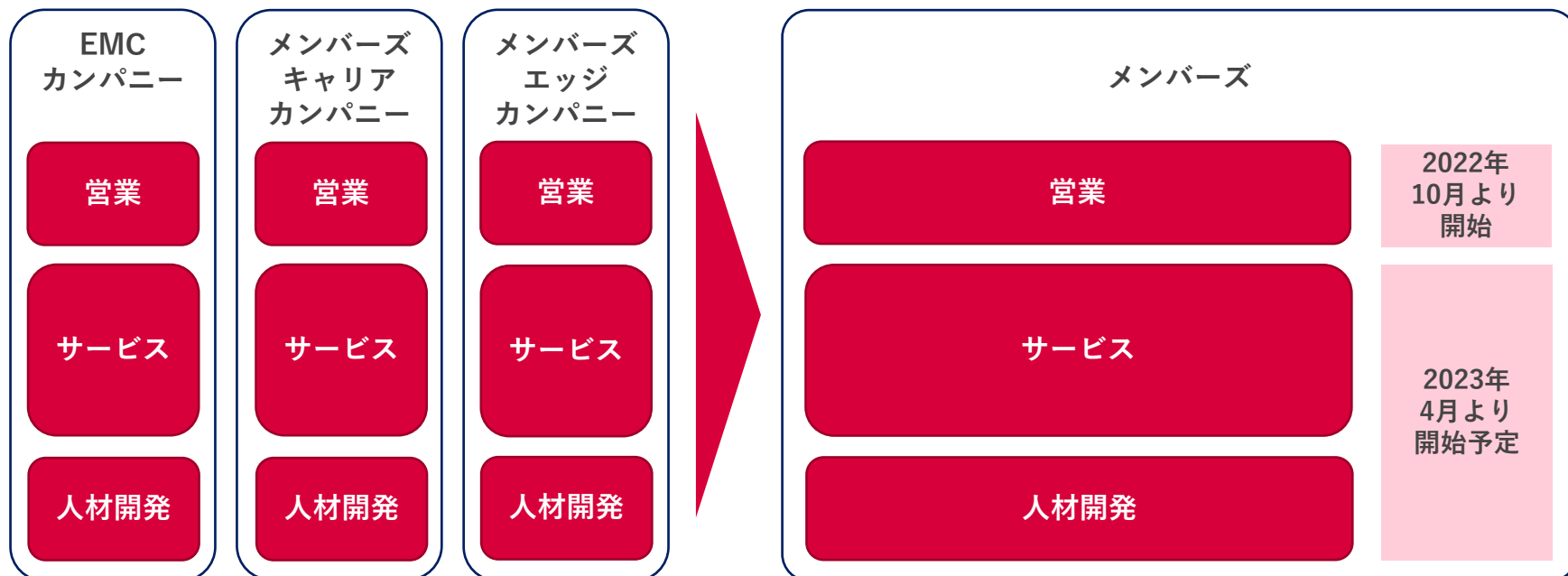


メンバーズグループ統合戦略を開始

2023年4月に主力3カンパニーのEMC、メンバーズキャリア、メンバーズエッジカンパニーを統合し、従来は各カンパニー単位だった営業・人材開発投資を全社最適化及び強化。

新卒採用・育成モデルを更に発展させ、高付加価値と高稼働率および中長期的な成長へと繋げる経営モデルを確立する。

- **営業戦略** グループ統合の「セールス&マーケティング本部」を2022年10月に設置。製販分離で営業に注力し、新規顧客獲得と既存案件拡大を強化する。
- **人材開発戦略** 若手クリエイターのスキル向上に向けた投資を実施し、Web運用以外の高付加価値領域へのスキルシフトを強化。グループ全体で中途採用強化。



業績と主要指標

第28期（2023年3月期）第2四半期 連結業績

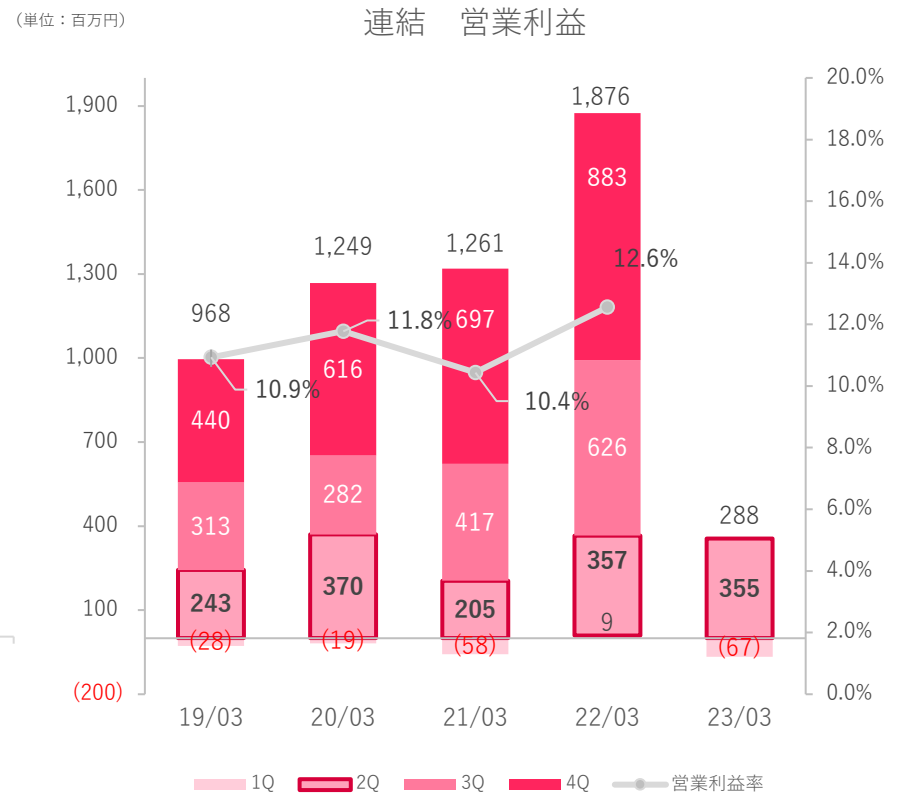
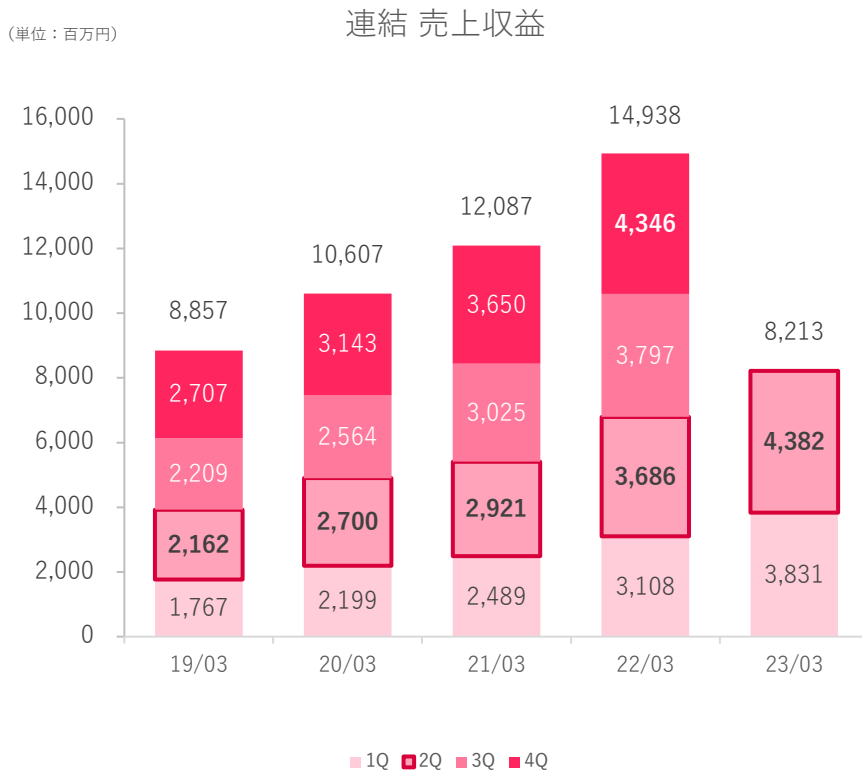
業績と主要指標-連結

• 売上収益：8,213百万円(前年同期比+20.9%)

• 営業利益：288百万円(前年同期比▲21.2%)。

主にEMC事業で新規案件が不足し、粗利率が低下した一方で、今後の成長に向けて採用や営業、育成等への投資は継続。

また、クリエイター増加に伴うオフィス拡張等のコスト増により営業利益は前年同期比減益。



業績と主要指標-連結

- **DC数：2,063名**(前期末比+440人、+27.1%)
- **一人あたり付加価値売上高：709,906円**(前年同期比+12,787円、+1.8%)
2Qより新卒が稼働開始したため、1Q比減。単価上昇により前年同期比上昇。
- **連結離職率：3.7%**(前年同期比▲0.1%)

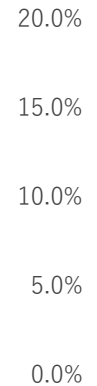
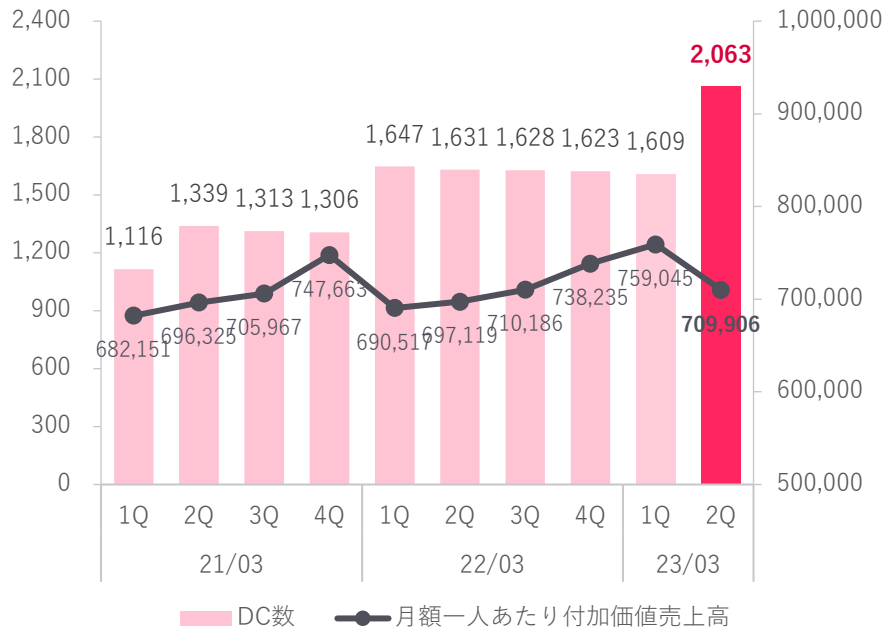
連結 DC数(※1) ・

連結 離職率(※3)

(単位：人)

月額一人あたり付加価値売上高(※2)

(単位：円)



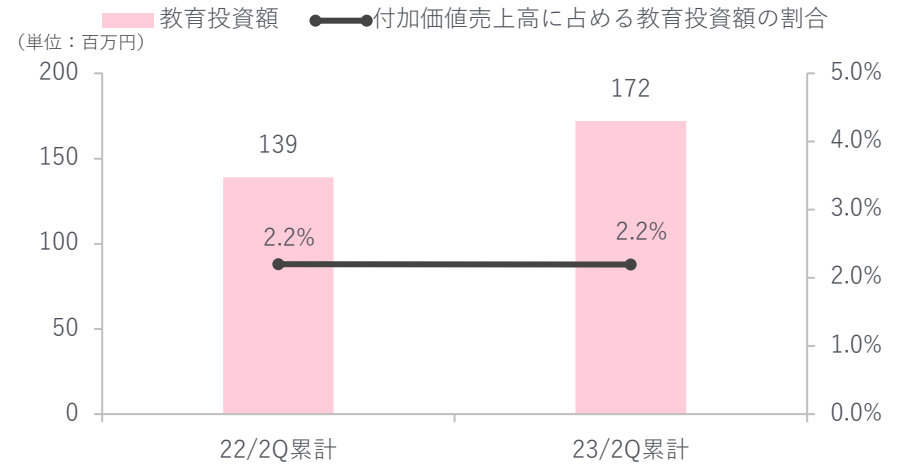
- ◆ - EMC事業
 - ■ - PGT事業
 - ▲ - 連結

※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。

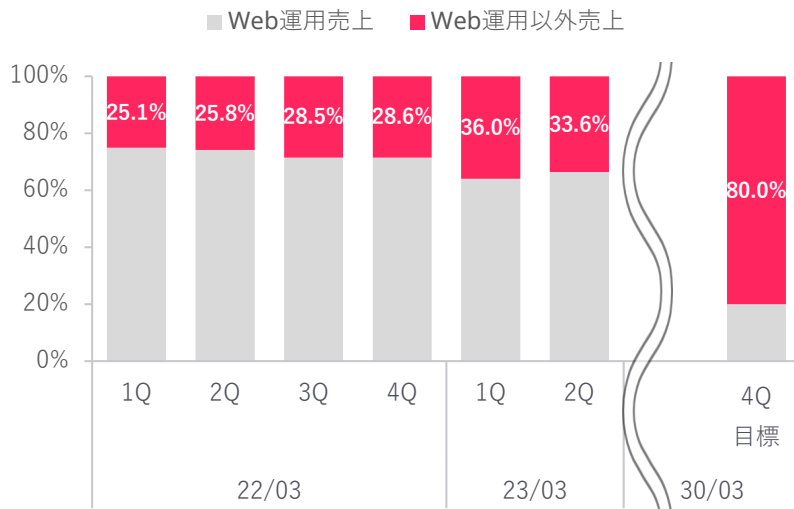
業績と主要指標-連結

- **教育投資比率：**
連結付加価値売上高の**2.2%**を投資
- **稼働率：**
2Q単独 **78.2%**(前年同期比▲2.8ポイント)
新卒の稼働を前年比1か月遅らせている。
- **Web運用以外売上比率：**
2Q単独 **33.6%**(前期末比+5.0ポイント)

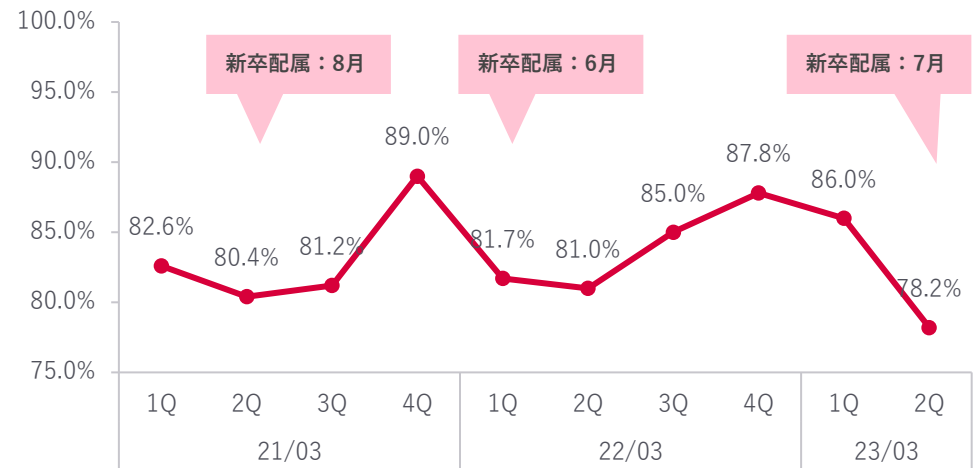
教育投資額・比率



Web運用以外売上 比率推移



連結 稼働率

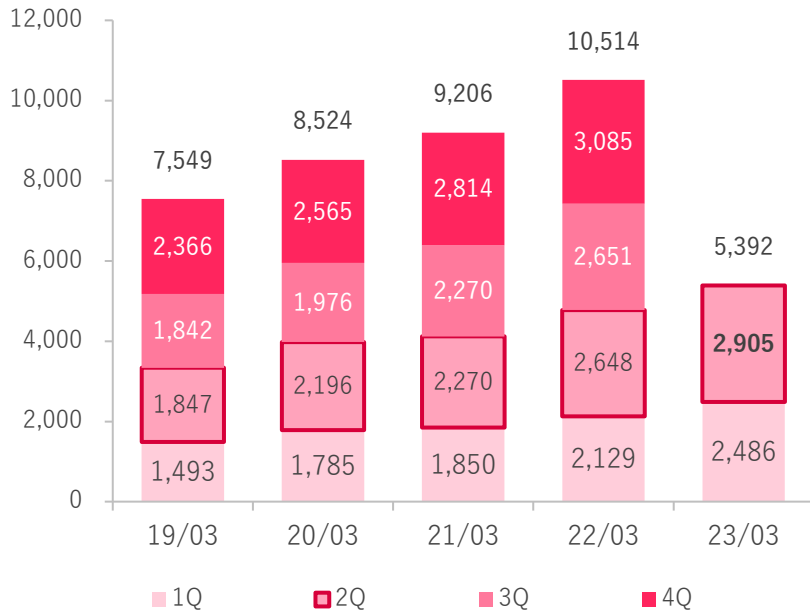


業績と主要指標-EMC事業

- EMC事業の売上収益 (※1) : **5,392百万円**(前年同期比+12.9%)
- EMCモデル提供顧客数(※2) : **54社**(前期末比±0社)
- 提供顧客一社あたり付加価値売上高(※3) : **41,942千円**(前年同期比▲3.0%)

EMC事業 売上収益

(単位：百万円)

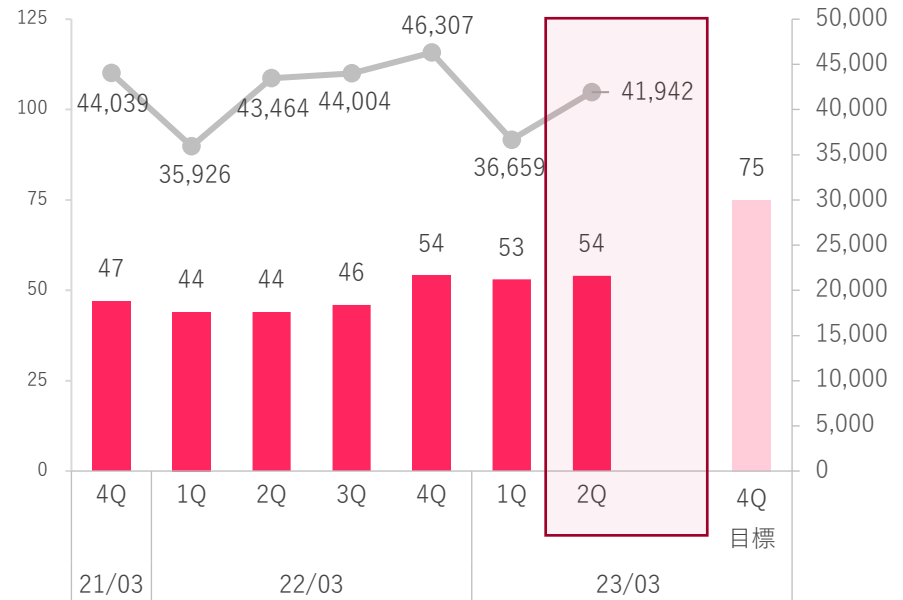


EMCモデル提供顧客数(※2)・

顧客一社あたり付加価値売上高(※3)

(単位：社)

(単位：千円)



■ EMC社数

● 顧客一社あたり付加価値売上高

※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。

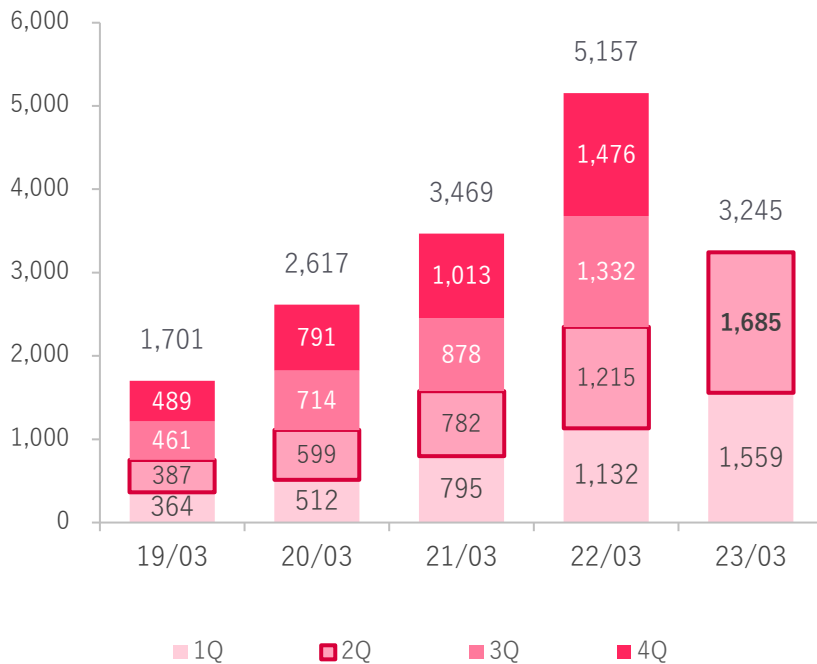
※3 顧客一社あたり付加価値売上高(単位：千円) = 四半期単独合計付加価値売上高 ÷ 四半期単独平均顧客数

業績と主要指標-PGT事業 (※1)

- PGT事業の売上収益(※2) : **3,245百万円**(前年同期比+38.3%)
- PGTモデル提供顧客数(※3) : **46社**(前期末比+25社)
- 提供顧客一社あたり付加価値売上高(※4) : **17,736千円**(今期より計測開始)

(単位：百万円)

PGT事業 売上収益

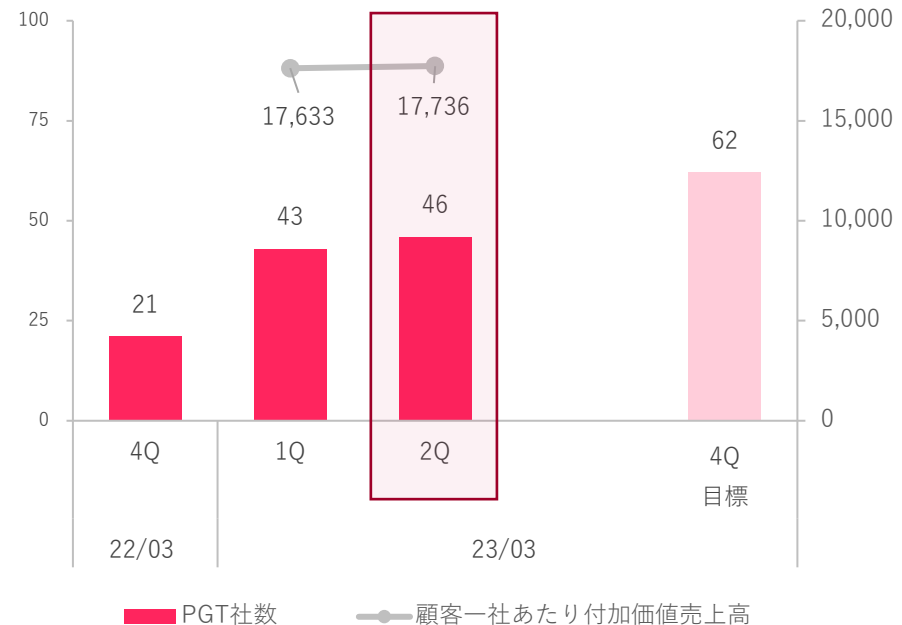


(単位：社)

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。

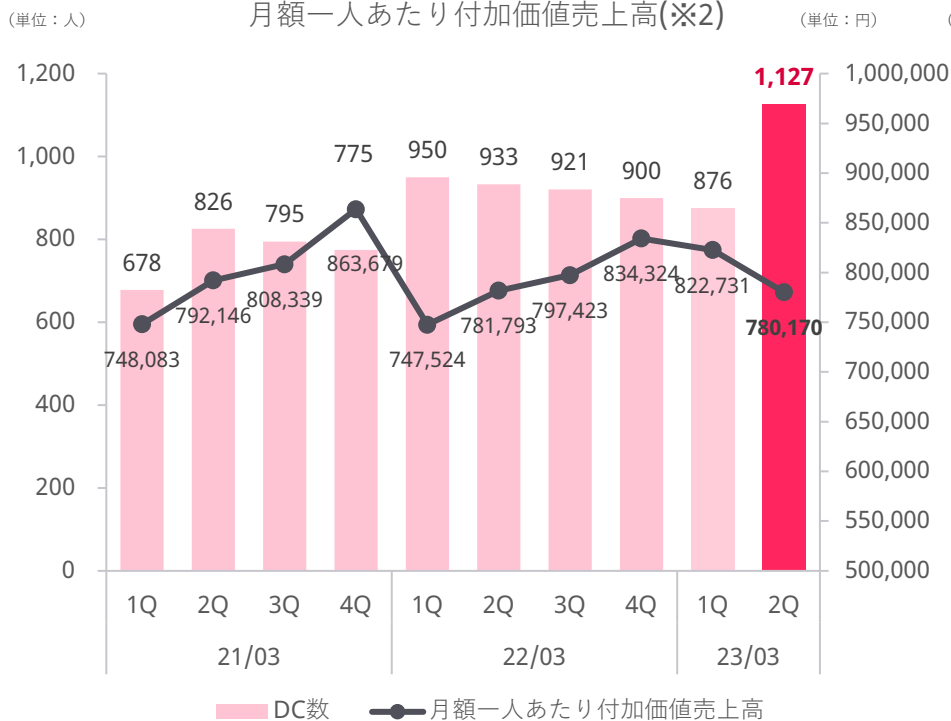
※4 顧客一社あたり付加価値売上高(単位：千円) = 四半期単独合計付加価値売上高 ÷ 四半期単独平均顧客数

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事業のDC数：1,127名**(前期末比+227人、+25.2%)
DC一人あたり付加価値売上高：780,170円(前年同期比▲1,623円、▲0.2%)
- PGT事業のDC数：936名**(前期末比+213人、+29.5%)
DC一人あたり付加価値売上高：629,479円(前年同期比+42,505円、+7.2%)

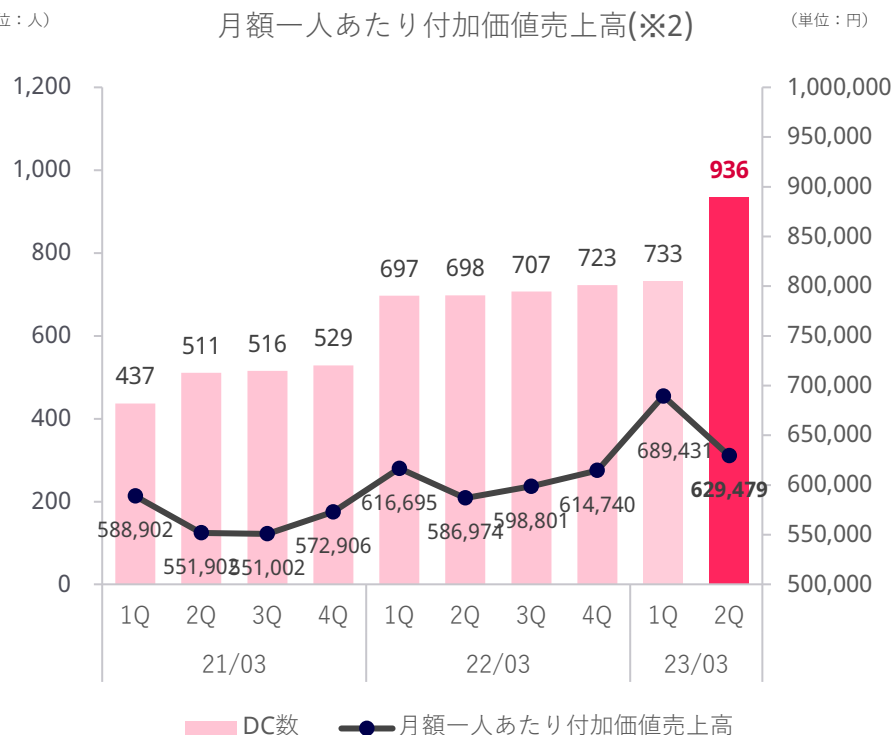
EMC事業 DC数(※1)・

月額一人あたり付加価値売上高(※2)



PGT事業 DC数(※1)・

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

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 サステイナブル・ デジタルイノベーション 准教授	○		○			○

VISION2030達成に向けた非財務指標公開中
コーポレート・ガバナンスコードの各原則を
すべて実施

- 女性管理職割合**30%達成**（2022年4月時点）
- 2021年度の**男性育休取得率は64%**、政府目標の30%を大幅達成
- 英文開示の充実。外国人投資家の利便性向上。今後も一層の充実を図る。
- サステナビリティ開示。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**。

VISION2030達成に向けた非財務指標

<https://www.members.co.jp/ir/performance/>

コーポレートガバナンス報告書

<https://www.members.co.jp/ir/corporate/report20220929.pdf>

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。

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

ミッション実現に向けたグループ共通戦略

グループ
ミッション

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

VISION2030

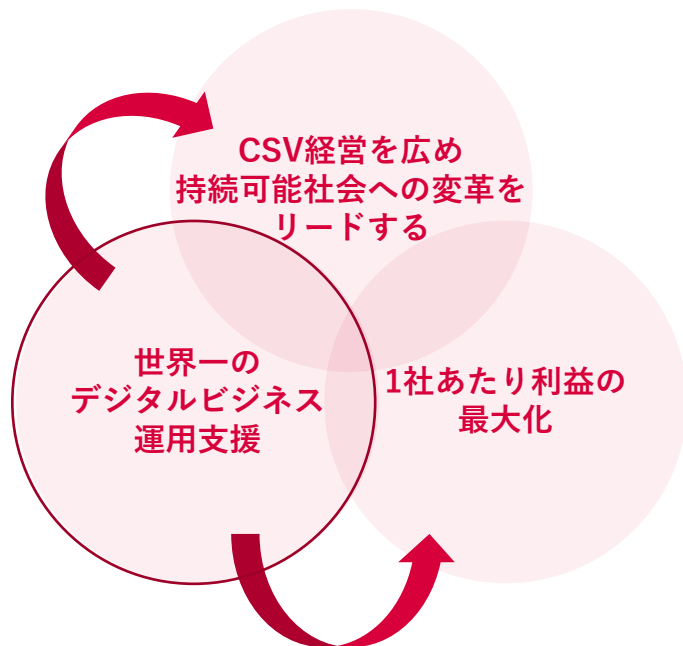
日本中のクリエイターの力で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする

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。

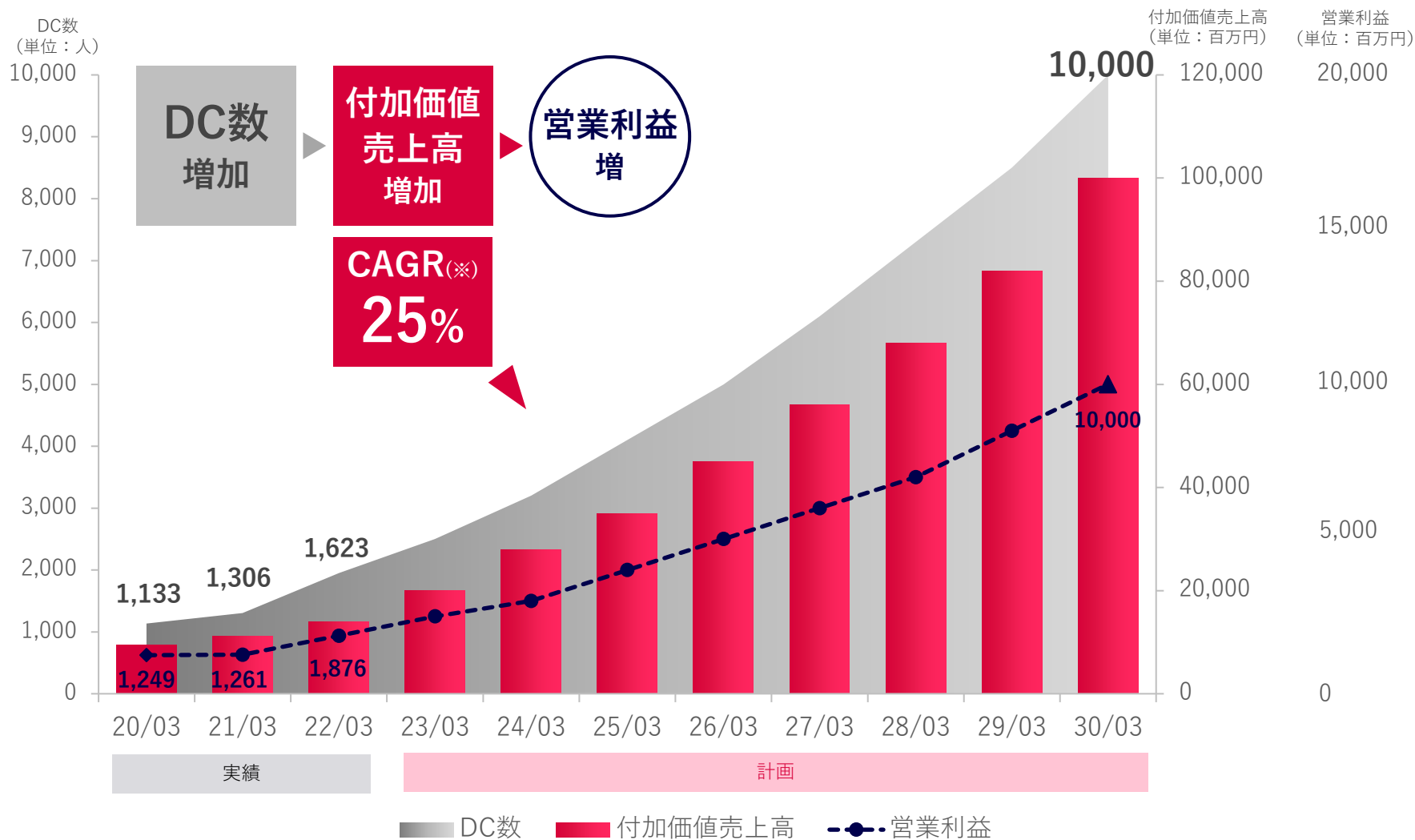
3. 顧客ビジネスの成果向上と社会課題解決を同時に実現させ、CSV経営による持続可能社会へ

- 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。

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

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

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 6,148人
ソーシャルエンゲージメント総量 1,180,120,113

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

トピックス

AIスペシャリストによる顧客事業の成長を伴奏する社内カンパニー

「メンバーズAI Reachカンパニー」を設立

- AIスペシャリストが顧客企業に常駐
- AIプラットフォームの選定・導入から、AI利活用における課題の策定・運用までを支援
- 社長公募制度により、2021年新卒入社社員がカンパニー社長を務める

<https://www.members.co.jp/company/news/2022/0701.html>

企業のサーキュラーエコノミーを推進支援する新サービス「サーキュラー・ストラテジー・ソリューション」の提供開始

- 企業の脱炭素と持続的なビジネス成長の同時実現を支援
- 企業が既に展開している製品サービスやビジネスモデルをサーキュラーエコノミーに移行する上で採用すべき戦術を検討し、移行によるビジネスチャンスを模索できる戦略スキーム『サーキュラー・ストラテジー・ソリューション』を独自に開発
- 脱炭素と持続的なビジネス成長の同時実現を目指す企業向けに提供開始

<https://www.members.co.jp/company/news/2022/0712.html>

XR(※)クリエイターによるビジネスグロース支援事業を行う社内カンパニー

「メンバーズXR BOOSTERカンパニー」を設立

- XRクリエイターによるビジネスグロース支援事業
- XRスキルとマーケティングスキルを持つ人材が顧客企業のXRを活用したマーケティング活動として、企画から3Dモデリング、360度映像加工/制作、XRコンテンツ制作、Unity開発、分析までを支援
- 社長公募制度により、2020年新卒社員がカンパニー社長を務める

<https://www.members.co.jp/company/news/2022/0801.html>

Social Good Action +100プロジェクト 社会に対して良いインパクトをもたらす取り組みを 2030年までに100個実現

- VISION2030の一施策としてメンバーズグループ全社員が参画。
- CSV経営（経済価値と社会的価値を同時に実現する経営手法）を実践・推進することで、ビジネスを通じて社会課題の解決に貢献し、心豊かな社会の実現を目指す
- 100個のSGA実現に向けた道のりをサイトで紹介
- 2022年10月末時点で27個のSGAを公開中

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





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/>