



Members

2023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/>

第28期（2023年3月期） 通期業績

2023年3月期 通期 業績ハイライト

連結売上収益は前年同期比+18.2%、付加価値売上高(※1)も+20.9%と堅調に推移し、過去最高。先行的な採用投資で稼働率は低下し営業利益は前期比減益も、利益率8%超を保持。改善方針が進捗し成果型チームモデル提供社数は年間を通じて前期末より41社増加。専門特化型カンパニーを中心にPGT事業の売上収益も前年同期比+33.7%と高い成長率を維持し、Web運用以外売上比率も前期末より7.2ポイント上昇と順調に拡大。

連結業績

売上収益

17,662 百万円

前年同期比
+18.2%

付加価値売上高(※1)

16,886 百万円

前年同期比
+20.9%

営業利益

1,441 百万円

前年同期比
▲23.2%

事業状況

EMC事業
売上収益

11,212 百万円

前年同期比
+6.6%

PGT事業
売上収益

6,894 百万円

前年同期比
+33.7%

成果型チーム
モデル
提供社数(※2)

116 社

前期末より
41社増加

稼働率(4Q単独)

83.1 %

前年同期より
4.7ポイント減少

Web運用以外

売上比率(4Q単独)

35.8 %

前期末より
7.2ポイント上昇

連結 デジタル
クリエイター
(DC)数

2,012 名

前期末より
389人増加
前期末比
+24.0%

※1 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

※2 成果型チームモデル提供社数は、3名以上のDCが顧客専任チームとして成果を追求しサービスを提供する顧客の数。旧EMCおよびPGTモデル提供社数の合計値。

2023年3月期 通期 連結P/L

改善方針は4Qより成果が出始め、2023年2月2日に公表した通期連結業績予想は達成。順調なDC数確保に比して稼働率が前年比低下となり、売上総利益率は前年同期比減。加えて、今後の成長に向けた積極的な営業投資、中途採用投資の拡大により、販管費は増加させつつも、営業利益率は8%超を保持。

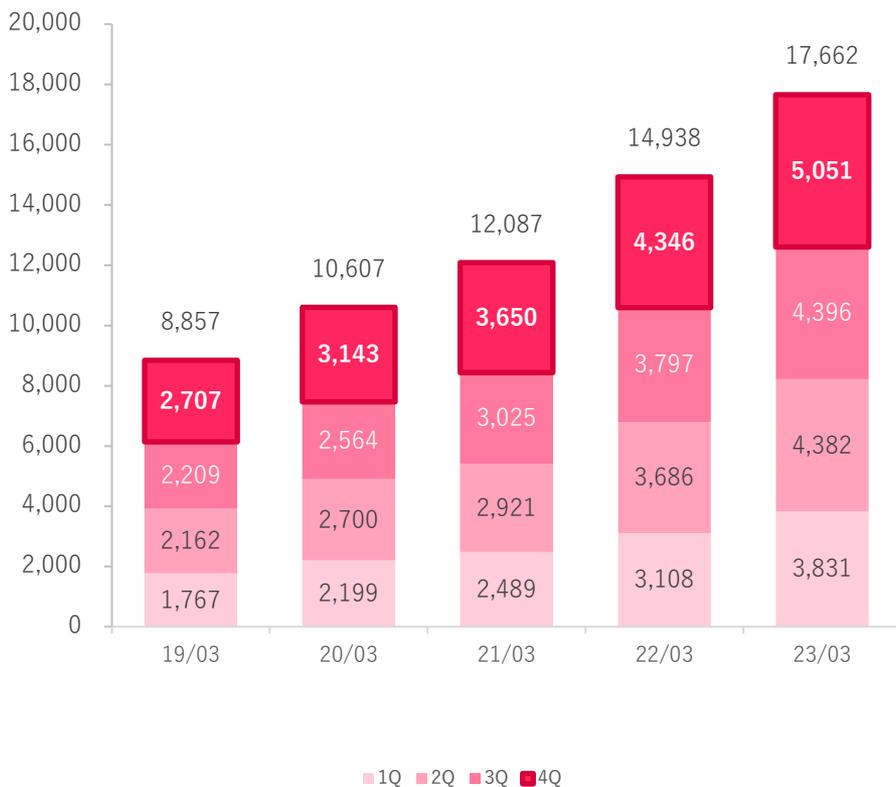
(単位：百万円)	通期累計実績			2023年3月期通期予想（修正後）	
	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	計画	計画達成率
売上収益	14,938	17,662	+18.2%	17,300	102.1%
付加価値売上高	13,961	16,886	+20.9%	—	—
売上総利益	4,756	5,201	+9.3%	—	—
売上総利益率	31.8%	29.4%	—	—	—
販管費	2,901	3,758	+29.6%	—	—
営業利益	1,876	1,441	▲23.2%	1,200	120.1%
営業利益率	12.6%	8.2%	—	—	—
税引前利益	1,896	1,399	▲26.2%	1,180	118.6%
当期利益	1,404	1,010	▲28.0%	850	118.9%

業績と主要指標-連結

- 売上収益：17,662百万円(前年同期比+18.2%)
- 営業利益：1,441百万円(前年同期比▲23.2%)

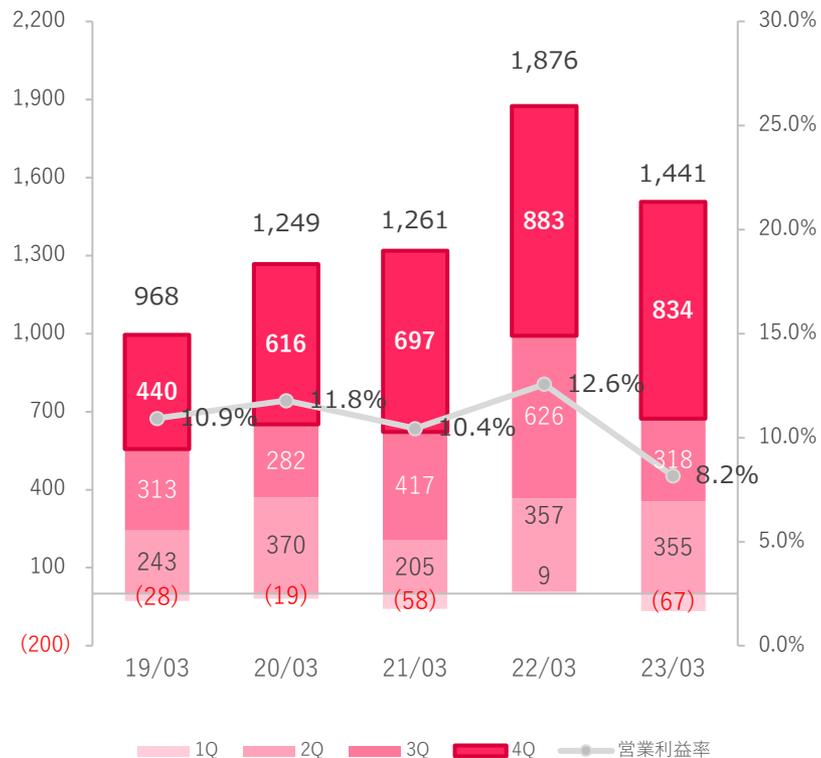
連結 売上収益

(単位：百万円)



連結 営業利益

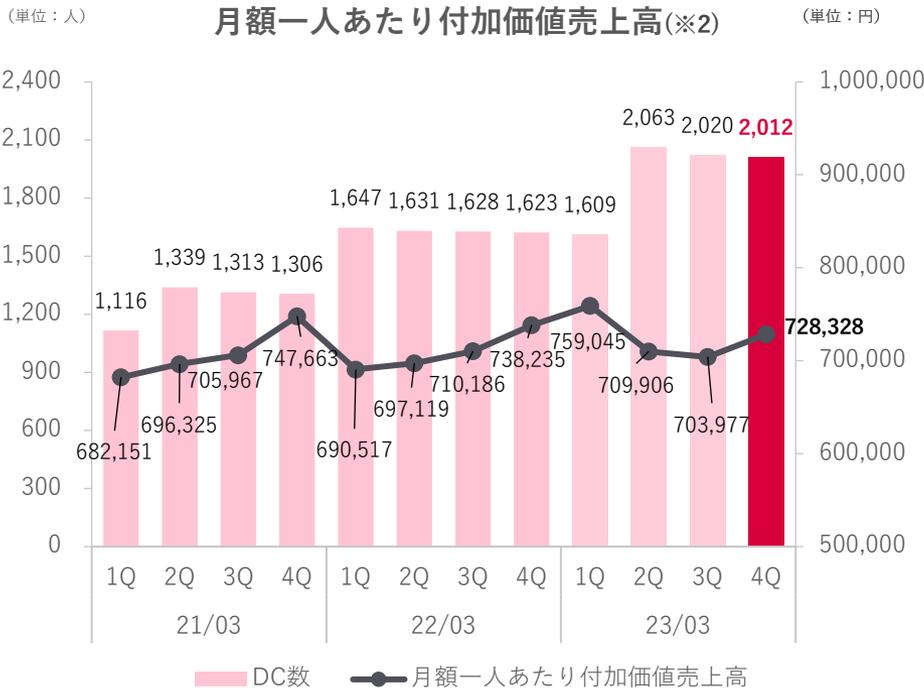
(単位：百万円)



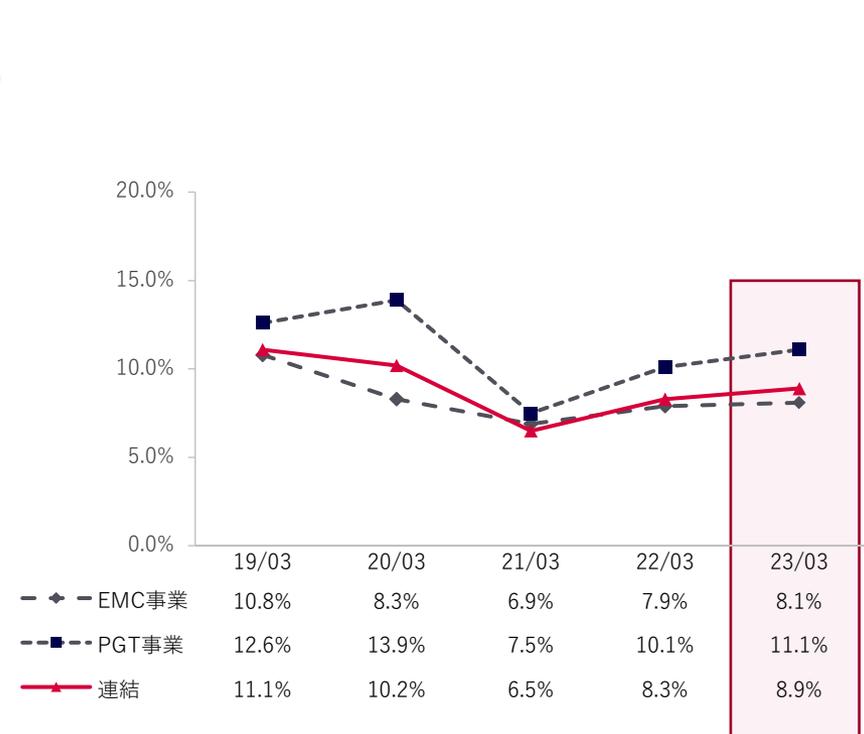
業績と主要指標-連結

- DC数：2,012名(前期末より389人増加、前期末比+24.0%)
- 一人あたり付加価値売上高：728,328円(前年同期より▲9,907円、前年同期比▲1.3%)
- 連結離職率：8.9%(前年同期より0.6%増加)

連結 DC数(※1) ・



連結 離職率(※3)



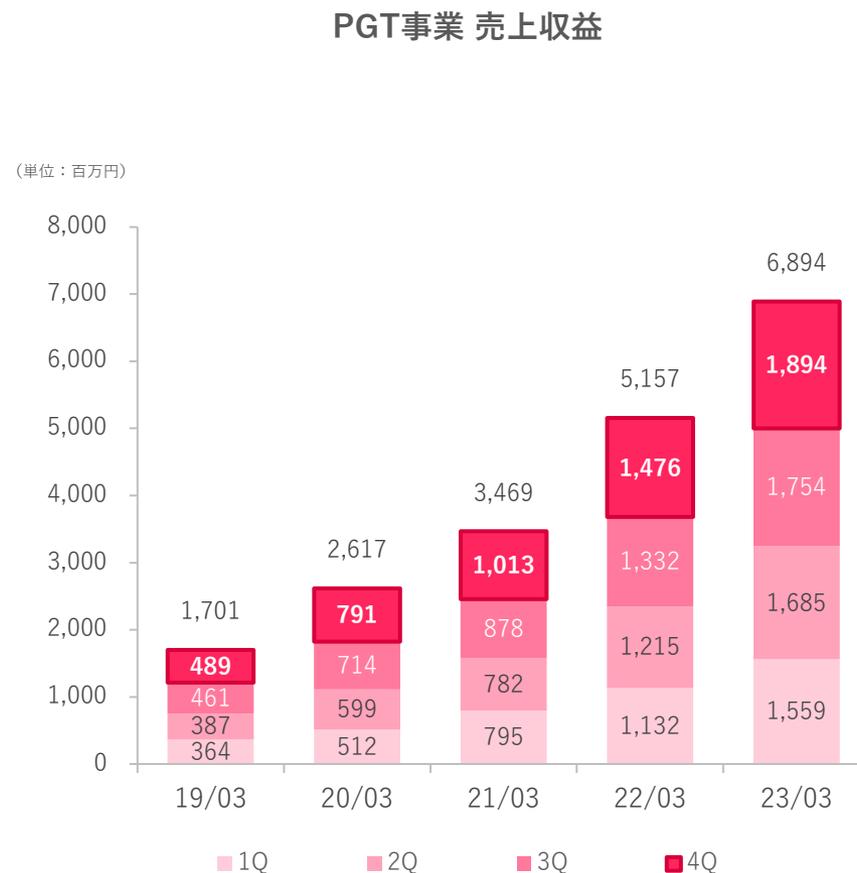
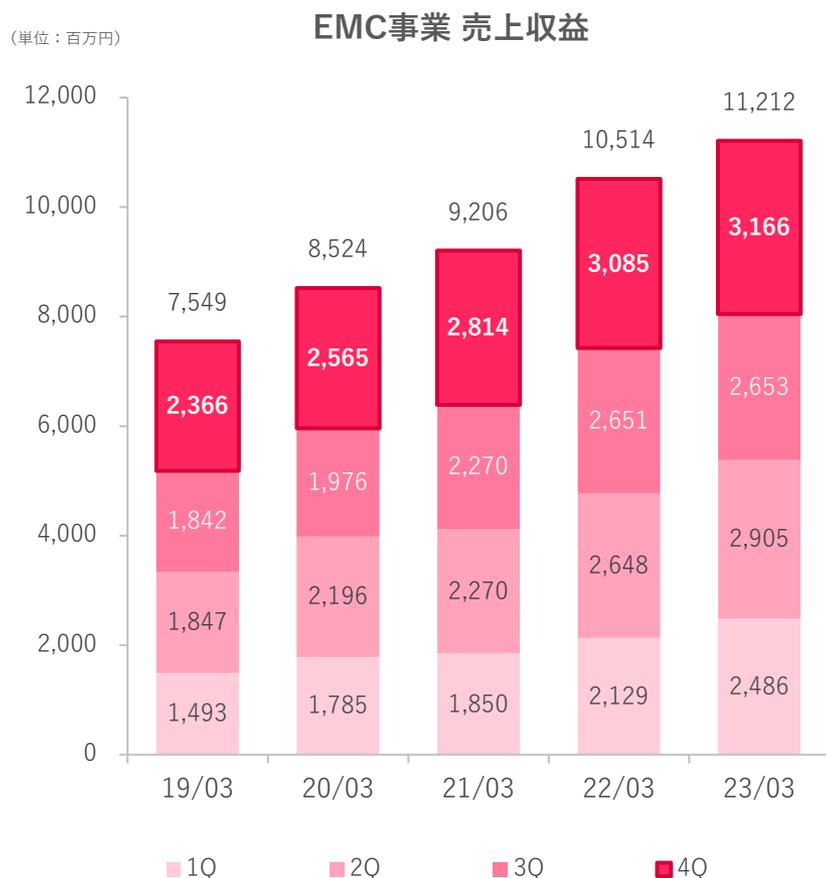
※1 DC数はQ末時点。新卒の配属時期は、21/03は8月、22/03は6月、23/03は7月と各期で異なる。

※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-事業別売上収益 (※)

- EMC事業の売上収益：**11,212百万円** (前年同期比 **+6.6%**)
- PGT事業の売上収益：**6,894百万円** (前年同期比 **+33.7%**)



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

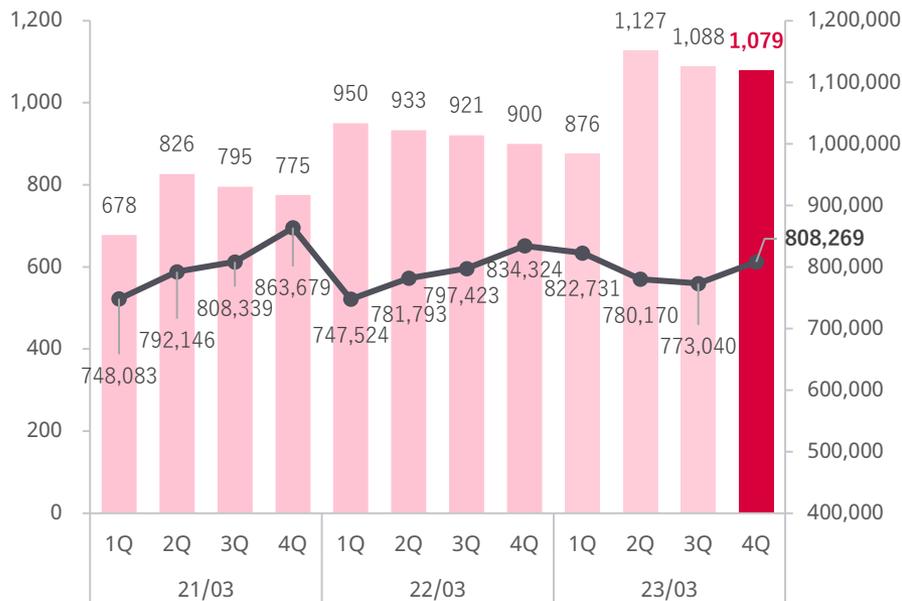
業績と主要指標-事業別DC数・一人あたり付加価値売上高

- EMC事業のDC数：1,079名**(前期末より**179人増加**、前期比**+19.9%**)
DC一人あたり付加価値売上高：808,269円(前年同期より**▲26,055円**、前年同期比**▲3.1%**)
- PGT事業のDC数：932名**(前期末より**209人増加**、前期比**+28.9%**)
DC一人あたり付加価値売上高：638,057円(前年同期より**+23,317円**、前年同期比**+3.8%**)

EMC事業 DC数(※1)・

月額一人あたり付加価値売上高(※2)

(単位：人)

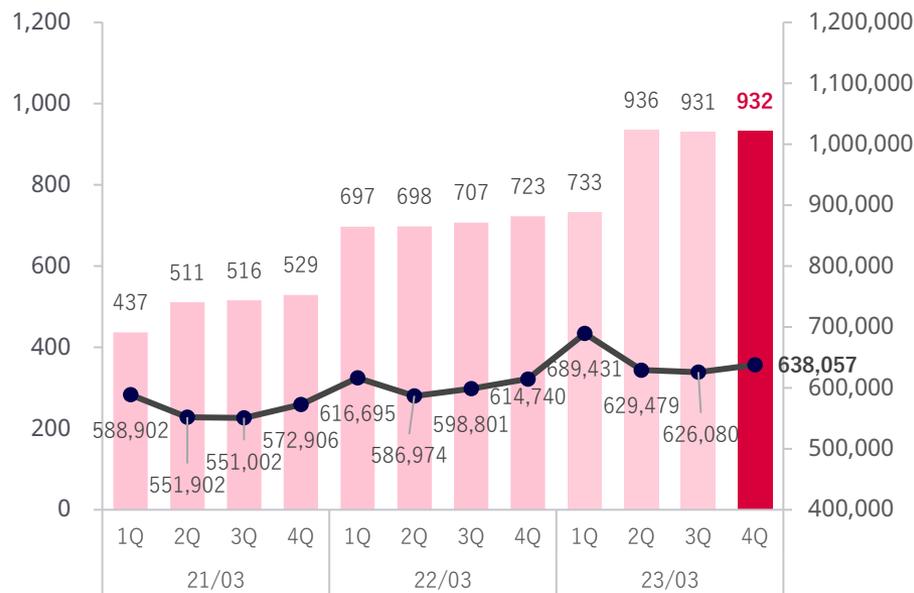


■ DC数 ● 月額一人あたり付加価値売上高

PGT事業 DC数(※1)・

月額一人あたり付加価値売上高(※2)

(単位：人)



■ 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

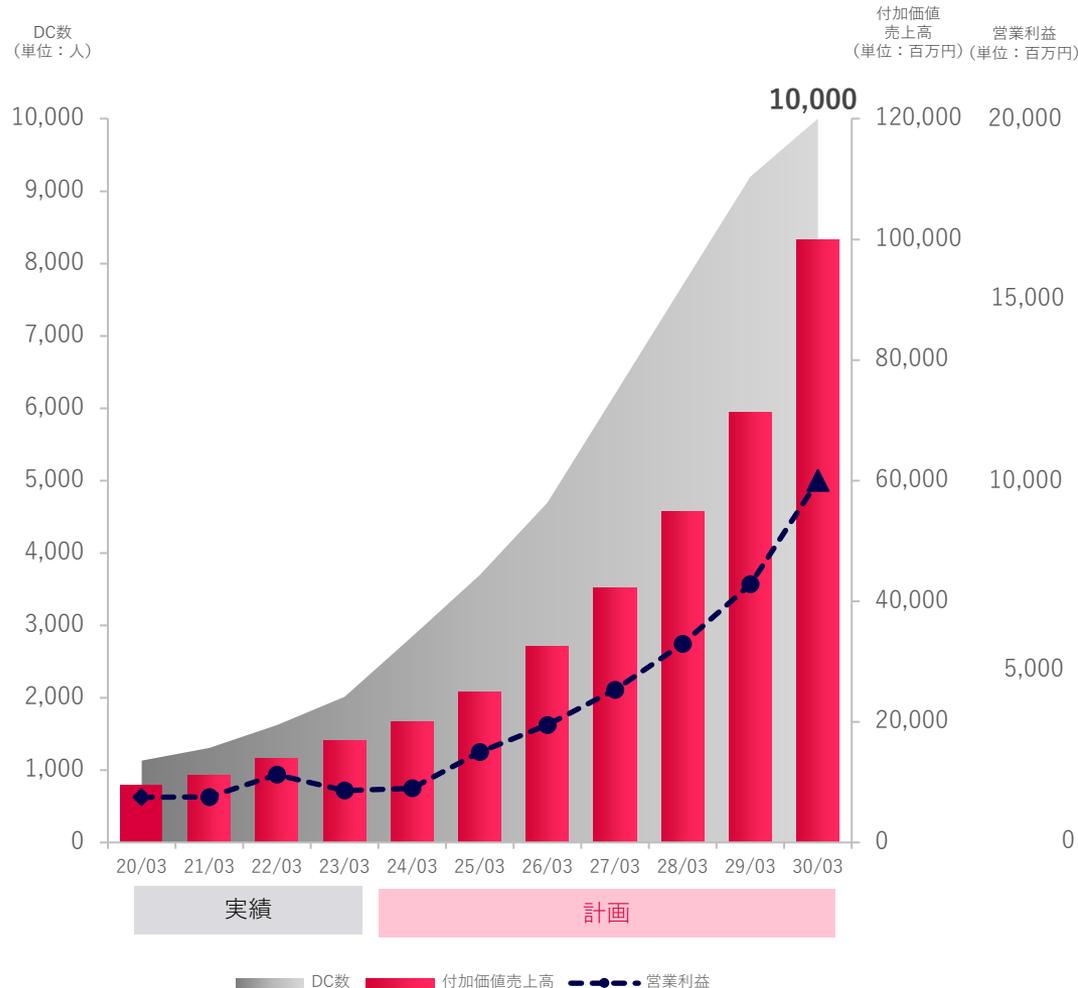
VISION2030に向けたこれまでの推移 と第29期（2024年3月期）経営方針

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月期から2023年3月期の付加価値売上高CAGRは**21.1%**。
2025年3月期に付加価値売上高CAGR 25%、営業利益率10%以上を目指す。

- DC数
 2020年3月期： **1,133名**
 2023年3月期： **2,012名(+77.6%)**
- 付加価値売上高
 2020年3月期： **9,514百万円**
 2023年3月期： **16,886百万円(+77.5%)**
- 営業利益
 2020年3月期： **1,249百万円**
 2022年3月期： **1,876百万円(+50.2%)**
 2023年3月期： **1,441百万円(+15.4%)**

引き続き**DC数1万名**を目指して
DC数および**付加価値売上高**向上させ、
 2030年の**営業利益100億円**を目指す



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

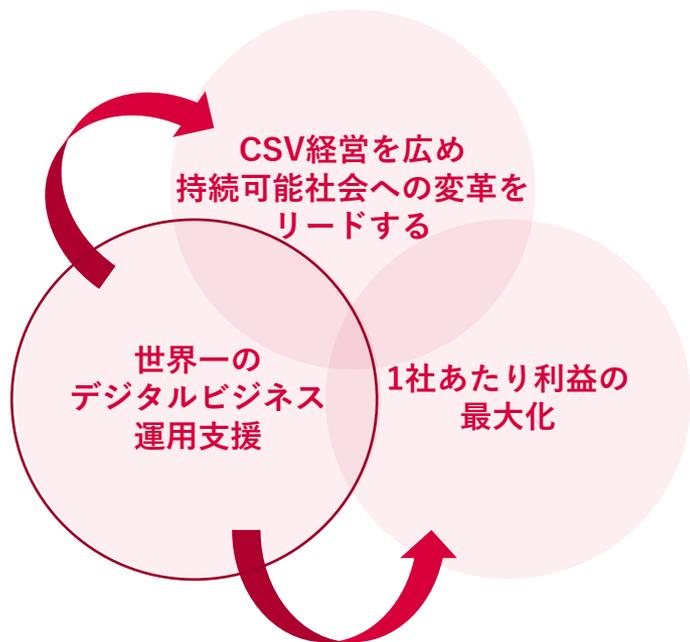
日本中のクリエイターの力で、気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ貢献し、持続可能社会への変革をリードする

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。

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

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

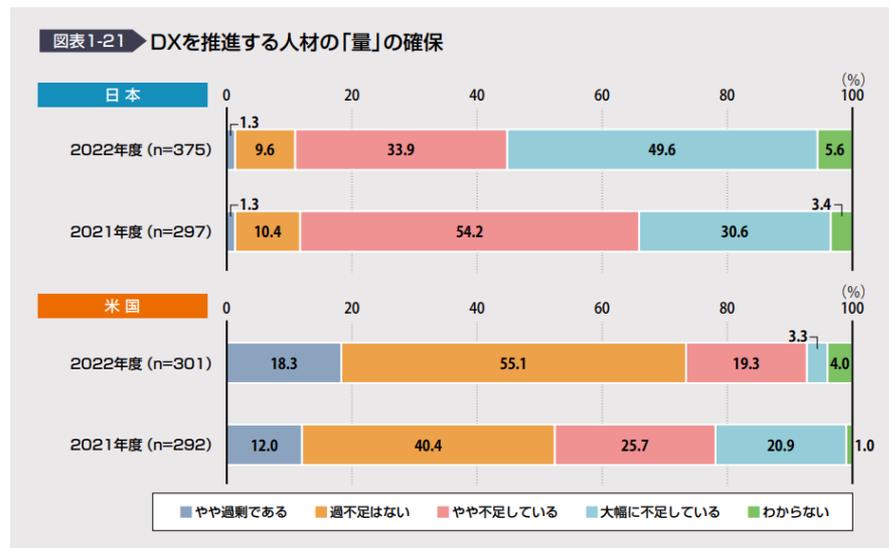
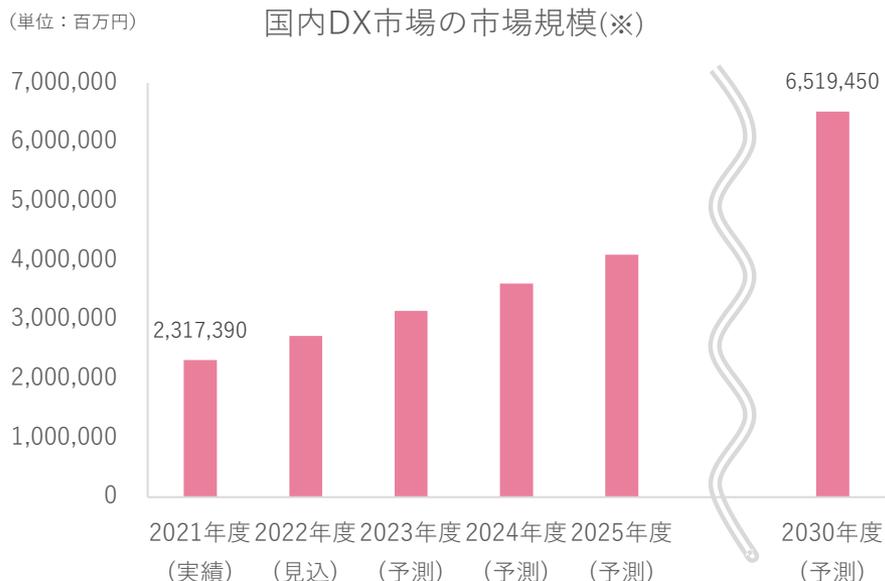
KPI	DC数	一人あたり付加価値売上高
	新卒採用数	教育投資額
	離職率	Web運用以外売上比率
	中途採用数	稼働率

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

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（デジタルトランスフォーメーション）市場は2021年度2兆3,174億円実績から**2030年度には6兆5,195億円(※)**に拡大する見通し。一方で、日本では、**DXを推進する人材の量が、やや不足、もしくは、大幅に不足していると83.5%が回答**しており、DXを推進する人材の確保は難航している。



【国内DX市場の市場規模】 出典：「2023 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>>」（富士キメラ総研）(※)

【DXを推進する人材の「量」の確保】 出典：「DX白書2023」（独立行政法人情報処理推進機構）P21 <https://www.ipa.go.jp/publish/wp-dx/gmcbt8000000botk-att/000108041.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

EMC
事業

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

PGT
事業

DGT (Digital Growth Team)による 世界一のデジタルビジネス運用支援

主力カンパニーの合併により

- ① EMC顧客の非Web運用領域開拓
- ② PGT顧客の成果型チームモデル加速
- ③ 全社員専門スキル人材化ならびに
全社製販分離の確立
- ④ 専門特化型カンパニーへ継続注力し、
非Web運用領域の更なる拡張。

DCの幸せ追求

社会的価値の創造

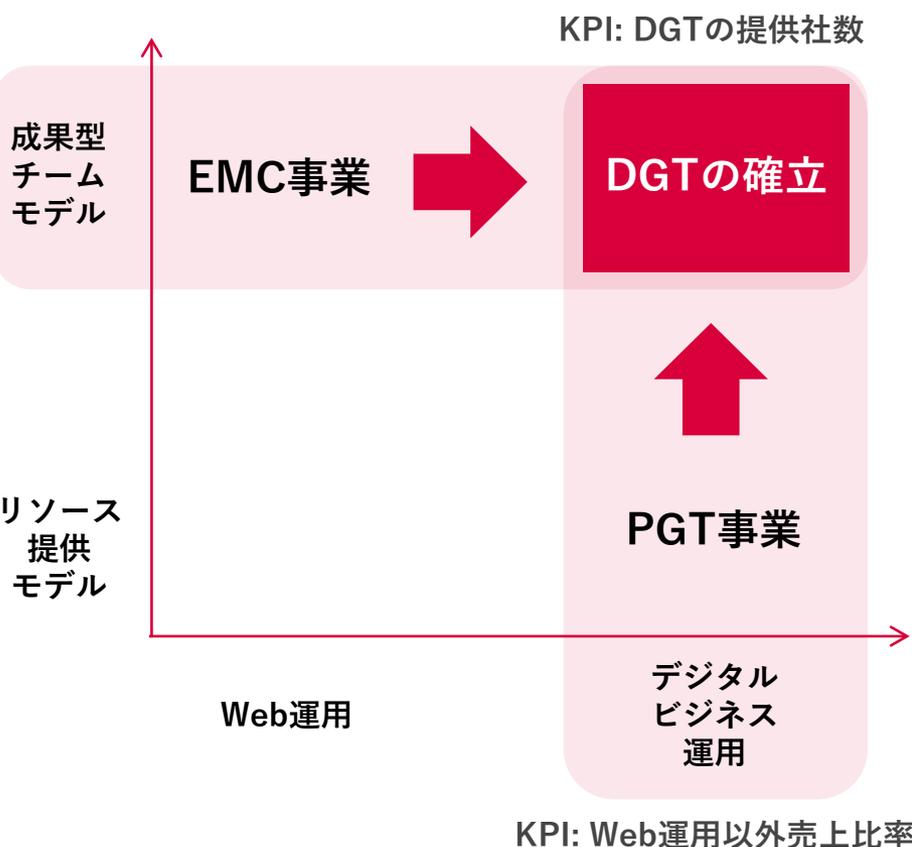
提供サービスの最適化

高付加価値でユニークなポジションのデジタルビジネス運用の確立

従来のEMCサービスとPGTサービスを統合し、様々なデジタル専門スキルを持ったデジタルクリエイター専任チームによるハンズオンの継続的実行・グロース支援サービス：DGT(デジタルグロースチーム)を確立する。

EMCとPGTの統合により
DGT(デジタルグロースチーム)へ

DGTのポジショニング・特徴



売上向上

- 顧客のデジタルビジネスの売上向上に貢献。
- UX・データの知見を持って顧客以上に顧客と顧客のエンドユーザー理解を深める。

DC専任チーム

- 様々な専門スキルのデジタルクリエイターの顧客専任チーム。
- クリエイターがダイレクトに顧客のデジタルビジネスの成果向上。

運用特化

- 企画・構築フェーズよりも、運用領域に集中。
- あらゆる仕事を仮説検証型で行い、継続的に成果を積み上げる。

脱炭素

- デジタル化を通じて炭素生産性向上を支援。
- 具体的な脱炭素に繋がるアクションを日々の運用業務で実施。

改善の繰り返しによる品質と生産性の向上

2024年3月期 経営方針

成果型チームモデル、デジタルビジネスの運用拡大

KPI: DGT（成果型チームモデル提供）社数、Web運用以外売上比率

製販分離による営業体制の強化

KPI: 稼働DC数／稼働率、全社取引社数

専門特化型カンパニーの更なる拡大

KPI: 専門カンパニーDC数／一人あたり付加価値売上高、専門カンパニー数

専門スキル人材育成の抜本強化

KPI: 新卒1年目を除くDC数／一人あたり付加価値売上高・単価、教育投資額推移

人材ポートフォリオの改善、人的資本の拡充

KPI: DC数 x 単価、中途／新卒採用数

全員参加型経営のバージョンアップ

KPI: 基準年収の推移、社員持株会比率、社員エンゲージメント

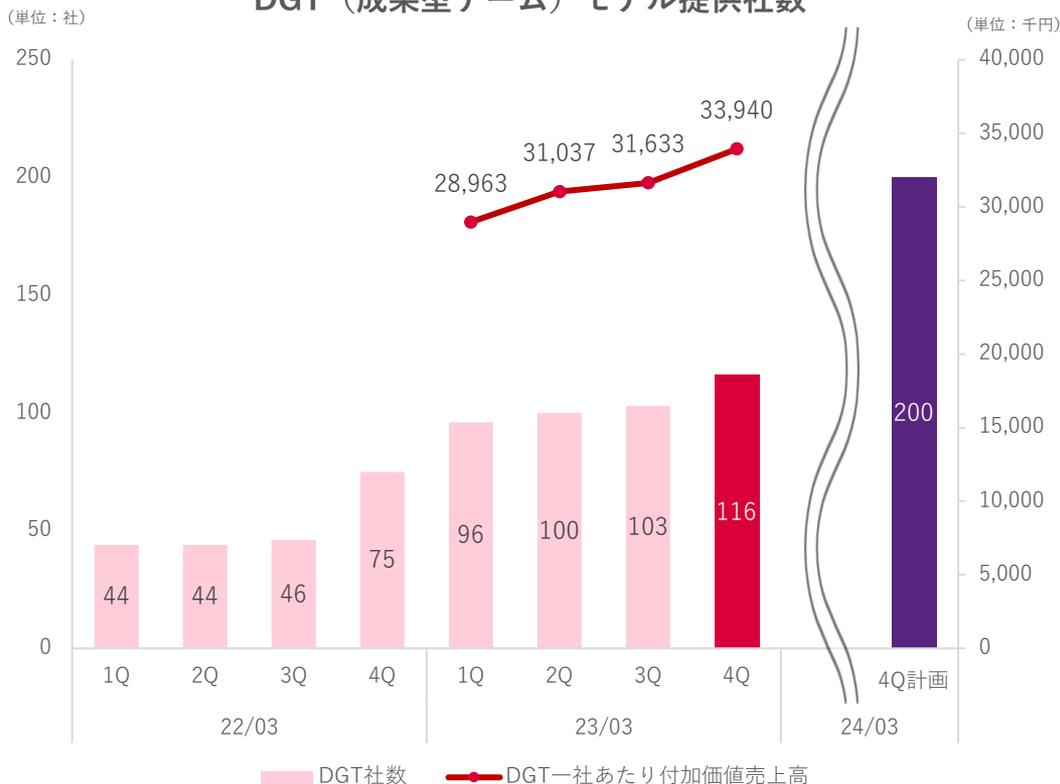
CSV経営の推進

KPI: ソーシャルクリエイター数およびソーシャルエンゲージメント総量

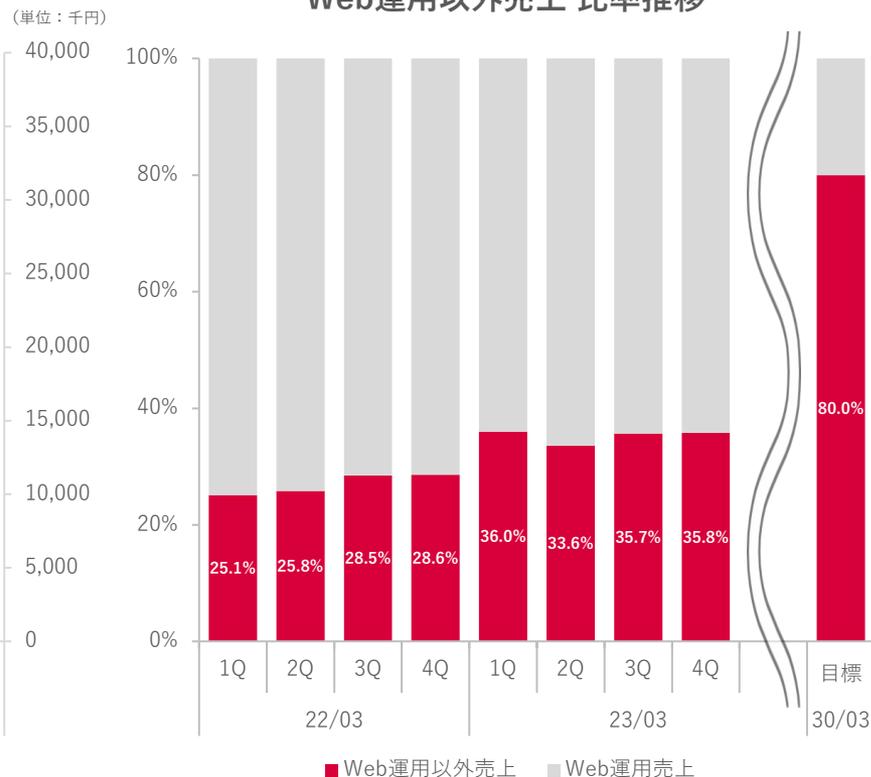
成果型チームモデル、デジタルビジネスの運用拡大

- 2023年3月期のDGT社数（旧EMCモデル提供社数+PGTモデル提供社数）は前期末より+41社の116社。2024年3月期末は**200社**を目指し、一社あたりの取引拡大の基盤としていく。
- 2023年3月期4QのWeb運用以外売上比率は、前期末より+7.2ptの35.8%。DX時代に求められる高付加価値なデジタルビジネス運用を拡大し、長期的に80%を目指す。

DGT（成果型チーム）モデル提供社数



Web運用以外売上 比率推移



※ DGT（成果型チーム）モデル提供社数は、旧EMCおよびPGTモデル提供社数の合計値であり、2023年4月よりDGTがサービスを提供する社数とする。

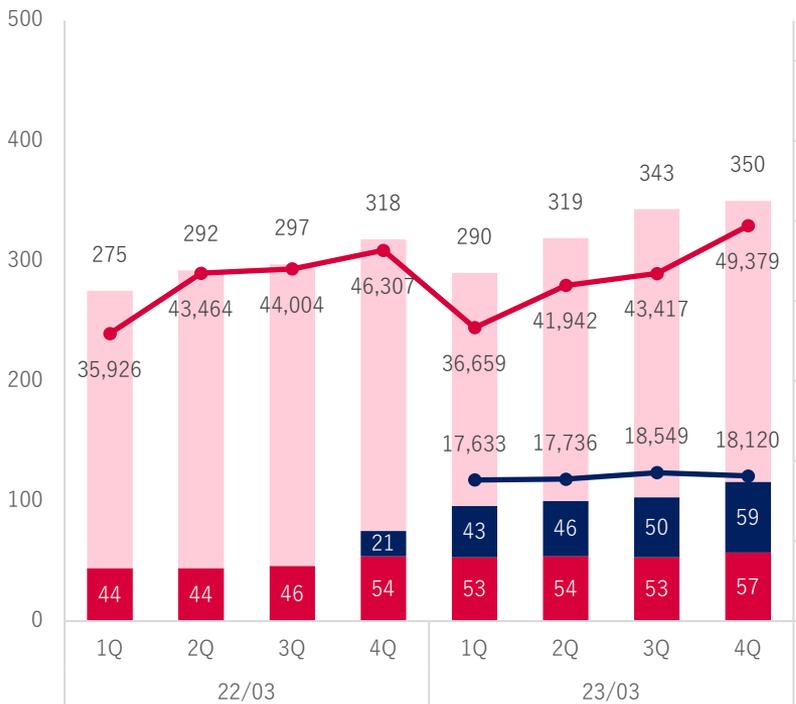
※ DGT一社あたり付加価値売上高は、四半期単独の平均付加価値売上高。

製販分離による営業体制の強化

- 2022年10月からの製販分離体制により、四半期単位の付加価値売上高の前年比成長率は3Qの17.8%から4Qの20.7%へと改善。2024年3月期はカンパニー統合によりグループ全体で製販分離体制を確立する。
- 2023年4月入社の新卒585名は期末稼働率90%を目指して、1年を通じて着実に稼働をあげていく。
- 2024年3月期4Qには、四半期単位の稼働DC数250名増、付加価値売上高の前年比成長率25%を実現する営業体制を構築し、今後の成長に繋げる。

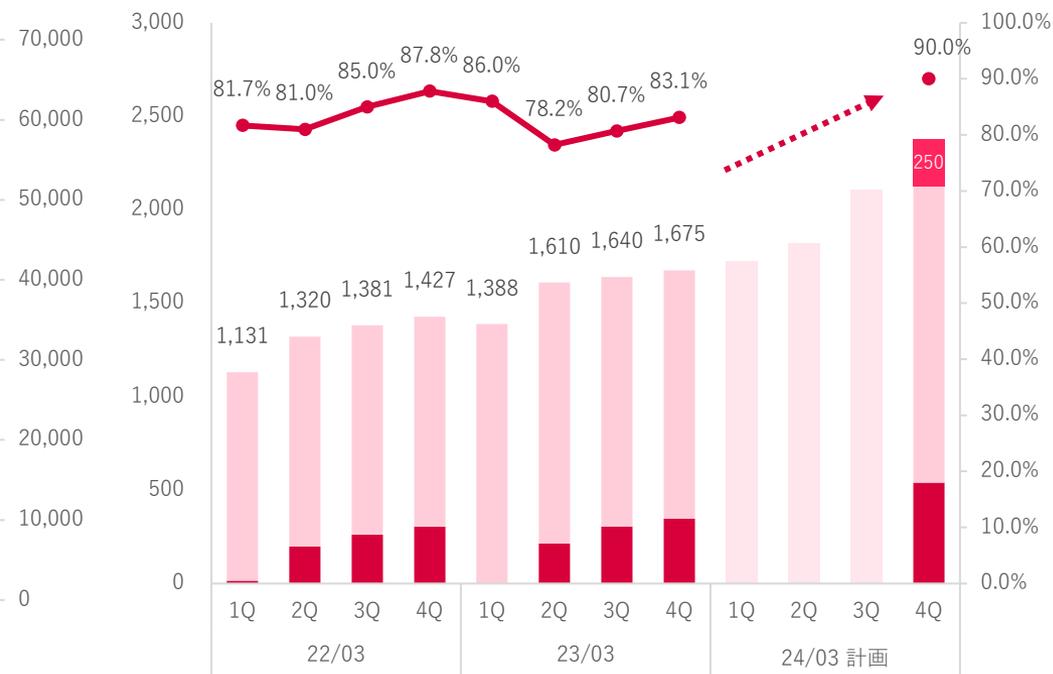
(単位：社)

連結 全取引社数



(単位：千円) (単位：人)

稼働DC数・稼働率



EMC社数

PGT社数

その他

EMC認定一社あたり付加価値売上高

PGT認定一社あたり付加価値売上高

DC数 (新卒)

DC数 (新卒除く)

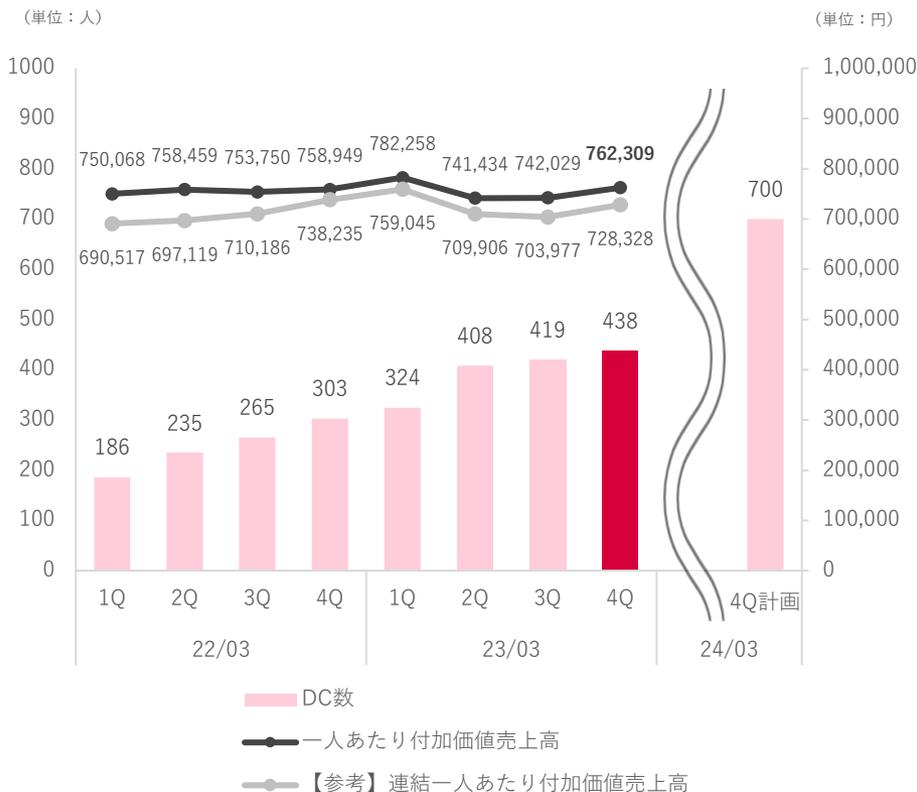
4Q純増

稼働率

専門特化型カンパニーの更なる拡大

- Web運用領域以外の高付加価値な先端技術領域などに特化した専門特化型カンパニー(以下、専門カンパニー)は前期より+3社、DC数45%増、売上63%増。一人あたり付加価値売上高も連結より高水準。
- 2024年3月期も年間4社以上を立ち上げ、DCの専門スキル育成・配置転換等を通じて専門カンパニーの成長を加速させ、専門カンパニーに所属する**DC700名**を目指す。

専門カンパニーDC数・一人あたり付加価値売上高



専門カンパニー：15社

	医療業界向けDX支援		SalesforceなどのSaaS活用型グロースチーム事業
	UXリサーチ専門チームによる成果向上支援		DevOpsソリューション事業
	データ活用領域人材派遣		AIスペシャリストによるグロース支援
	UX人材派遣		XRクリエイターによるグロース支援
	地方中堅企業向けDC提供		QAエンジニアリング特化型支援
	EC事業の成長支援に特化した人材派遣		BtoB企業・法人営業部門特化のデジタル化支援
	SNSのプランニング・ディレクションスキルのDC提供	脱炭素DX	脱炭素DX推進
	DX戦略立案計画プロジェクト推進支援		

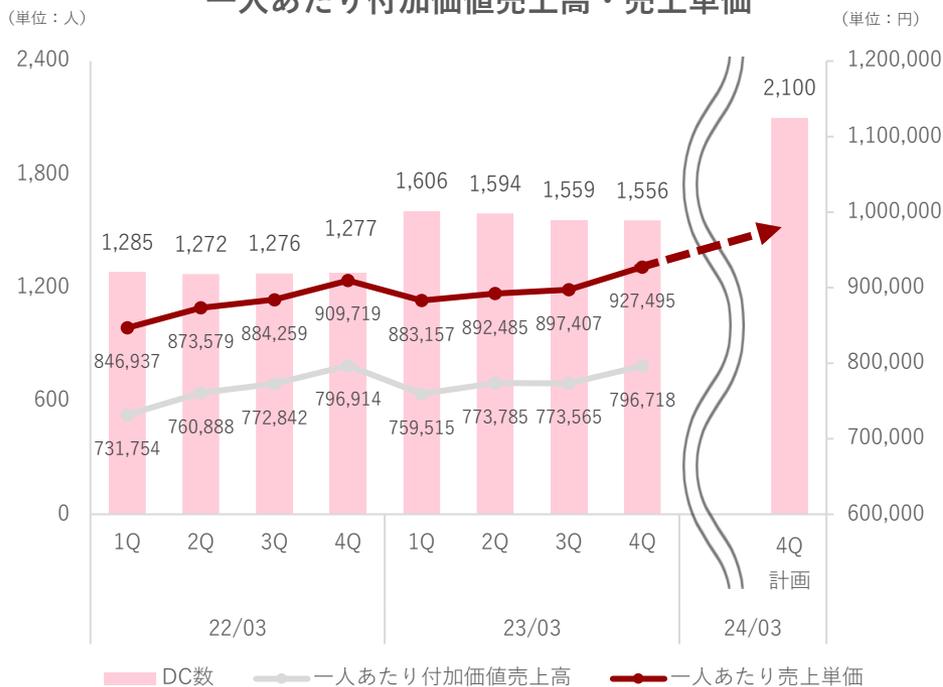
**29期すでに2社
新規立ち上げ**

専門スキル人材育成の抜本強化

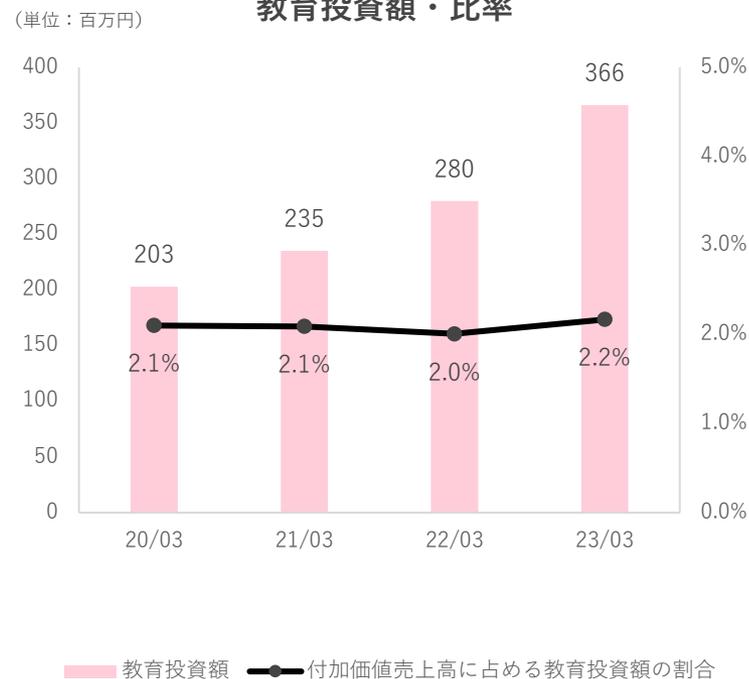
- チームモデルの拡大や高単価の専門カンパニーの成長等により、一人あたり売上単価（新卒除く）は前期より+17千円と上昇傾向。
- スキル育成本部を設置。職種別専門スキル認定制度、専門職種別コミュニティの設置、**高単価領域の専門カンパニーへの配置転換**を通じて抜本的な若手DCの育成の早期化と更なる**単価向上を図る**。
- 教育投資額は引き続き**付加価値売上高の2%以上**を確保し、積極的な教育投資を継続。

DC数（新卒除く）・

一人あたり付加価値売上高・売上単価



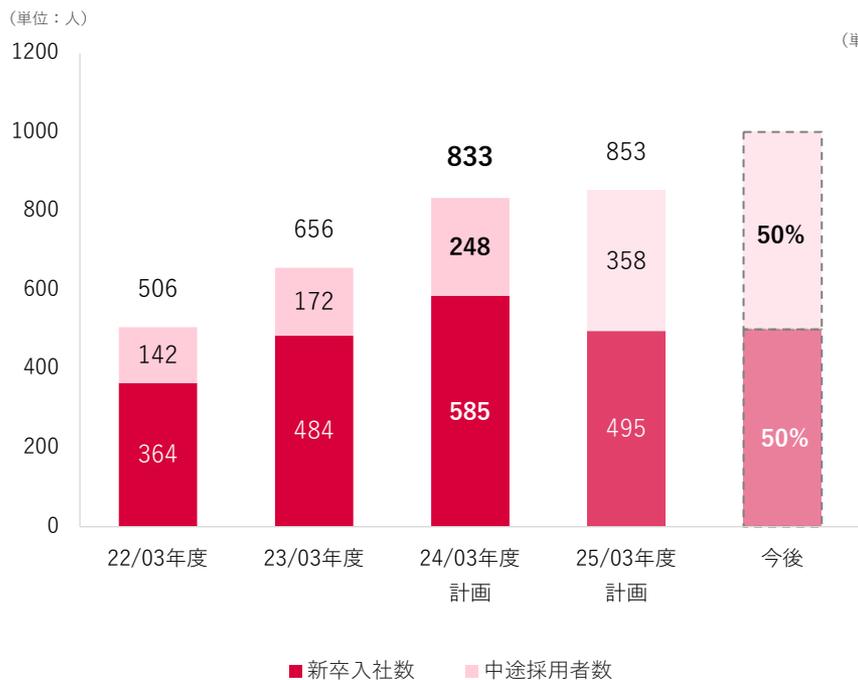
教育投資額・比率



人材ポートフォリオの改善、人的資本の拡充

- 2023年3月期下期において中途採用数102名と採用数は順調に拡大。2023年4月に新卒585名が入社し、人的資本を積極的に拡充。
- グループ全体の人材ポートフォリオを改善するべく、今後は中途採用を戦略的に拡大。2024年3月期の中途採用数は248名を目指す。新卒採用・育成モデルに変更はないが、**2024年以降の新卒採用は中途採用とのバランスが取れるまで抑制**し、人材ポートフォリオを改善させ、サービス力向上の土台を作る。
- 当社の成長ドライバーは人的資本の拡充、具体的には**DC数の増加**と**単価の向上**の2点。基準稼働率(90%)を実現すれば、四半期毎に億単位の売上成長余地がある。基本的に人的資本の拡充と付加価値売上高の成長は連動しており、今後も一定の営業利益率の範囲で積極的に人的資本を拡充していく。

連結採用者数



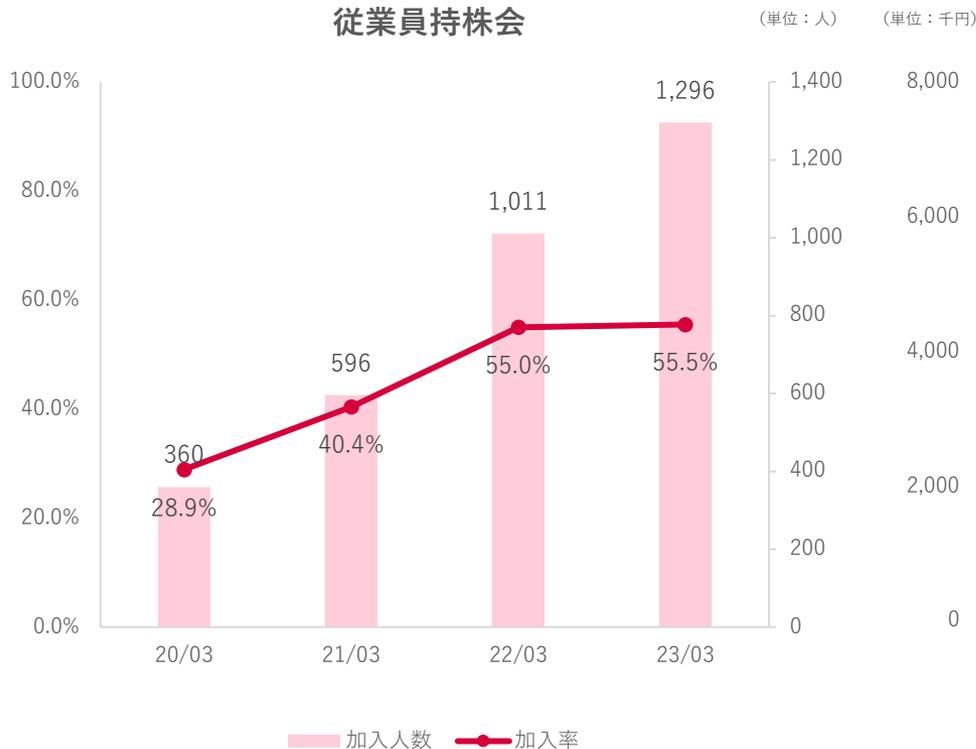
人的資本額(※)-付加価値売上高実績=成長余地



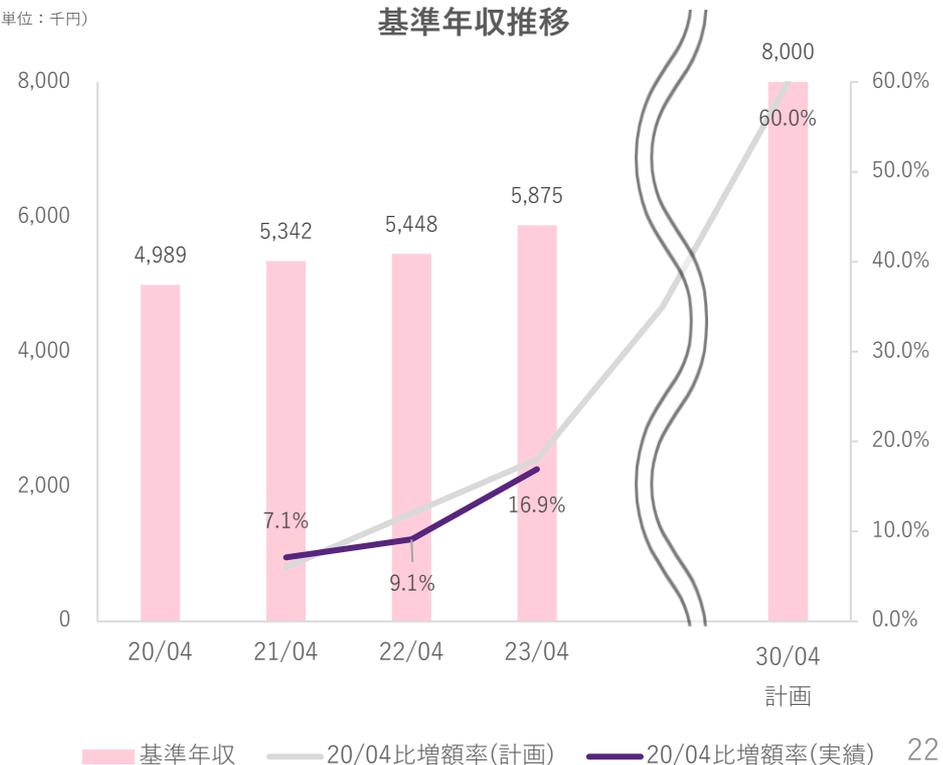
全員参加型経営のバージョンアップ

- スピード感を持った自律的な組織の成長に向けて、社員を経営の主体と位置付け、オープンでフラットな組織づくりに注力する「全員参加型経営」を更に強化する。**新行動指針“Members Standard”**の制定や権限移譲等により自律分散協働型で組織力を向上させる。
- 社員が当社株式を保有することを推奨しており従業員持株会加入率は**3年間でほぼ倍増の55.5%**。
- 生産性の向上と合わせてDCの報酬を引き上げるCV1.6プロジェクトも推進。基準年収は**3年間で約17%アップ**。高いスキルに基づいた高付加価値サービスの提供による高稼働率、高単価、および生産性の高い働き方・企業運営による、**報酬の向上および高い収益性の両立**を目指す。

従業員持株会



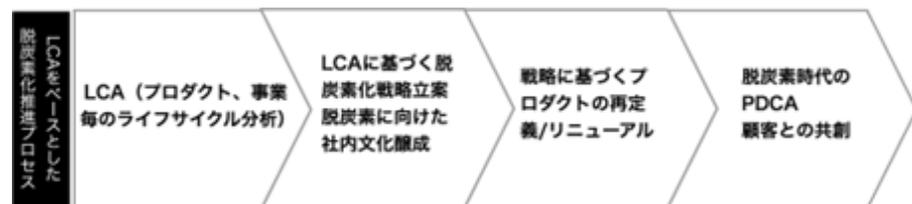
基準年収推移



CSV経営の推進

脱炭素社会の創造のためにデジタルの力での貢献を目指す。世界一のデジタルビジネス運用とデジタルクリエイター1万人体制を実現し、デジタルトランスフォーメーション、グリーントランスフォーメーションが求められる時代において、企業と社会に対して大きく貢献する。

- 顧客企業の目的や意義を引き出し、**社会課題解決型のアプローチによる新しいマーケティング**で顧客企業のビジネス成果向上支援（CSV訴求）を強化する。
- 企業のカーボンフットプリントの算出及び**効果的な表示を推進する**。
2023年4月に立ち上げた社内カンパニー「脱炭素DXカンパニー」が強力に支援。
- 顧客へのサービス提供時や日々の業務を通じた**脱炭素アクション事例100を設定**。これらを当社全社員が日々実行することでCO2削減を目指す。



2024年3月期 連結業績予想

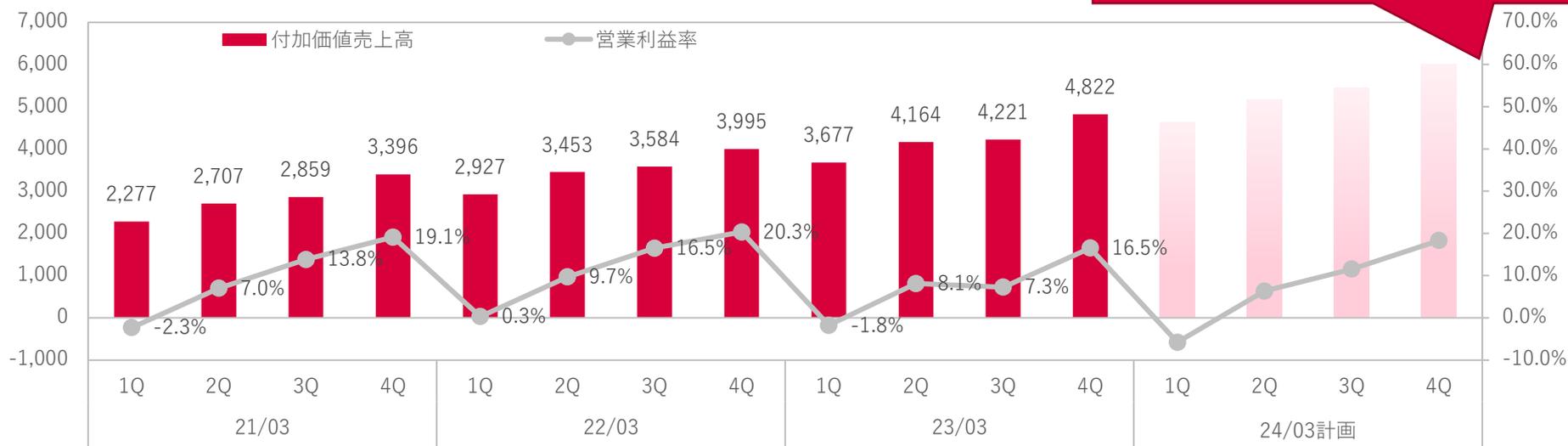
2023年4月の新卒585名入社に加え積極的な中途採用投資により中長期を見据えた人的資本を拡充することで、当期前半は稼働率・収益性の低下を見込み、**1Qは従来以上の営業赤字となり、上期も赤字の見通し。**

一方、当期方針の実行により**4Qには四半期単独で付加価値売上高成長率25%と従来並みの収益性**（通期で営業利益率10%ペース）の高成長・高収益モデルへの転換を実現し、**2025年3月期には通期で付加価値売上高成長率25%超、営業利益率10%を目指す。**

**25/03 付加価値売上高25%超
通期で営業利益率10%を目指す**

(単位：百万円)

連結付加価値売上高・営業利益率推移



2023年3月期 実績(IFRS)

2024年3月期 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)	17,662	18.2%	9,940	21.0%	21,500	21.7%
営業利益 (百万円)	1,441	▲23.2%	▲160	-	1,500	4.0%

配当予想／資本政策

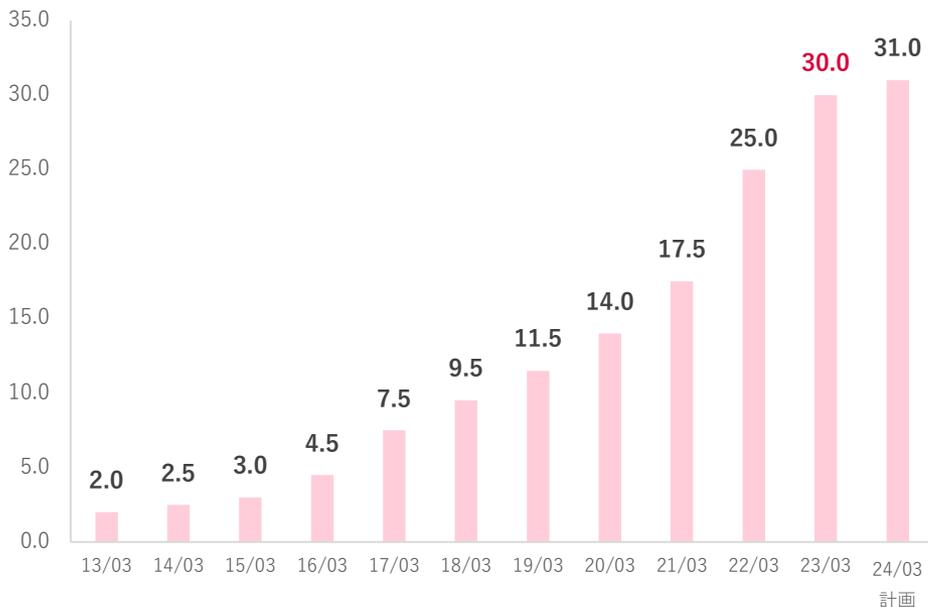
2023年3月期は、**予定どおり1株あたり配当金額を30.0円**とすることで、DOE6.4%、配当性向39.3%を確保し、初配から**11期連続増配**。2024年3月期は、当社の株主還元方針のDOE5%以上に則り、1株あたり配当金額は**31.0円**と増配継続の計画。

2023年2月に20万株(1.51%)の自己株式の取得を実施。3月には当社役職員に対し、より一層意欲及び士気を向上させ、業績拡大へのコミットメントをさらに高めることを目的として、業績連動型有償新株予約権を発行。従業員持株会には社員の約6割が加入。

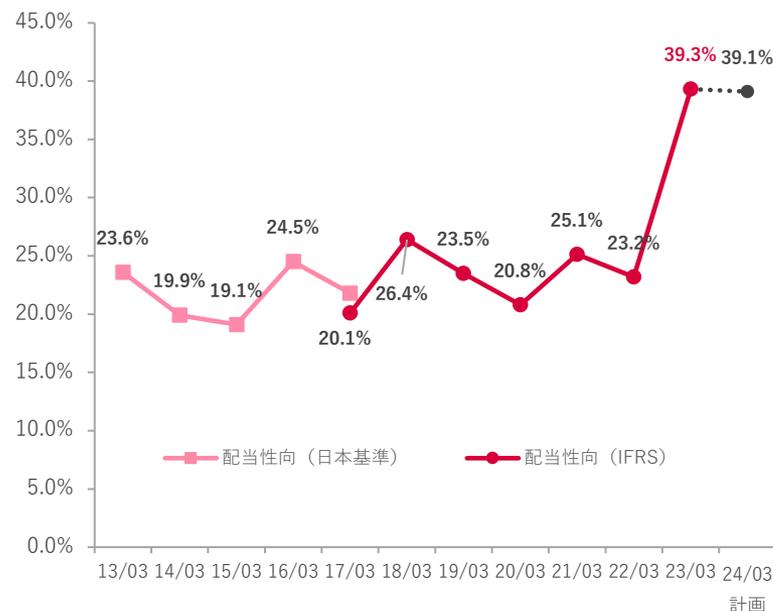
前株主総会で役員報酬制度を見直し、株主との一層の価値共有を目的とした役員への譲渡制限付き株式(RS)制度を導入。

(単位：円)

配当



配当性向



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**66.7%**、女性役員比率**16.7%**。

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 会長執行役員			○	○		○	
 高野 明彦 代表取締役 兼 社長執行役員			○		○	○	
 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	○	○				○
 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・デジタリゼーション 准教授	○		○			○

社外取締役（監査等委員）候補者として 三宅氏を選任

※2023年6月16日開催予定の第28期定時株主総会に付議し
承認を得て正式に決定される予定

- 流通大手企業における勤務経験、経営幹部としての実績
- 環境・社会貢献といったESG領域の責任者、専門家として多数の実績
- 脱炭素DXの推進、VISION2030の達成およびCSV経営の実現へ貢献



三宅 香（みやけ かほり）氏

社外取締役候補者（新任）の選任に関するお知らせ
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/2130/tdnet/2254192/00.pdf>

剣持、高野の2代表制への移行

- 2023年4月より2代表制へ移行
- 経営体制の強化・充実を図り、当社グループの持続的な発展とさらなる企業価値の向上を目指す

代表取締役の異動に関するお知らせ
<https://www.members.co.jp/ir/pdf/20230224.pdf>

令和4年度「なでしこ銘柄」に選定



- 2012年度より経済産業省と東京証券取引所が共同で実施。
- 女性活躍推進に優れた上場企業を「中長期の企業価値向上」を重視する投資家にとって魅力ある銘柄として紹介。
- 2022年度から人的資本を含む非財務情報の開示動向や経営戦略と連動した女性活躍推進の実施状況などを踏まえ、調査内容や評価ポイントなどが一新、全17社（17業種ごとに1社）が選定。
- 多様なスキルとバックグラウンドを持った人材がいきいきと活躍し続けられるための職場を作ること、当社の競争力の源泉、経営指針の重要な一項目かつ長期ビジョンの要。
- その中でも女性活躍は経営戦略上で最も重要な施策の一つ。

ダイバーシティ推進

- 「ウェルビーイング推進委員会」として社員がWell-being（心身ともに健康である状態）であるだけでなく個人らしさを生かし、認め合う風土・多様なクリエイティブ人材が活躍する職場を作り、ダイバーシティを推進。
- 女性の多様なキャリアや働き方をサポート、2017年10月には女性管理職比率30%まで向上。
- 社内の文化醸成に加え、残業時間の削減や生産性向上といった働き方改革と年収増加によってバックアップ体制を整備。
- 育児休業（以下、育休）取得率向上を促進、2019年度以降、2025年政府目標である30%を大幅に達成。

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
女性管理職比率	28.1%	29.0%	28.9%	31.8%
男性育休取得率	35.7%	46.4%	64.0%	59.1%
平均取得日数（※）	107日	151日	100日	77日

（※）育休後に復職した男性社員の平均育休取得日数

新カンパニー3社始動

専門特化型カンパニーの更なる拡大に向け、従来のWeb運用領域以外の高付加価値な先端技術領域など専門性に特化した社内カンパニー3社設立、営業を開始。

Quality Approach カンパニー

デジタルプロダクトの品質保証特化型支援事業を行う社内カンパニーとして2023年1月に設立。



<https://www.members.co.jp/company/news/2023/0105.html>

ビジネスイーカンパニー

BtoB企業、法人営業部門のデジタル化を支援する社内カンパニーとして2023年4月に設立。



<https://www.members.co.jp/company/news/2023/0403.html>

脱炭素DXカンパニー

企業の脱炭素DXを支援を専門とする社内カンパニーとして2023年4月に設立。

脱炭素DX

https://www.members.co.jp/company/news/2023/0403_1.html

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 8,349人
ソーシャルエンゲージメント総量 1,807,933,661

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



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本部 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/>