



2025年3月期 第3四半期 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)

目次

1. 第30期（2025年3月期）第3四半期 累計業績	5
2. 「中期的な成長に向けた戦略」に対する進捗	11
3. 業績目標／株主還元	20

会社概要

社名	株式会社メンバーズ (英文名称: Members Co., Ltd.)
所在地	<p>東京本社 〒104-6037 東京都中央区晴海1丁目8番10号 晴海アイランド トリトンスクエアオフィスタワーX 37階 (受付35階)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京本社 ・札幌オフィス ・ウェブガーデン仙台 ・神田オフィス ・武蔵小杉オフィス ・名古屋オフィス ・鯖江オフィス ・大阪オフィス ・ウェブガーデン神戸 ・ウェブガーデン北九州 ・福岡オフィス
設立	1995年6月26日
資本金	1,057百万円 (2024年12月末時点) [IFRS]
社員数	3,040名 (2024年12月末時点)
売上収益 (連結)	20,467百万円 (2024年3月期実績) [IFRS]
証券コード	2130 東京証券取引所 プライム市場
業務内容	デジタル人材の伴走によるDX現場支援事業

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



日本気候リーダーズ・パートナーシップ (JCLP) 加盟



2020年度以降
再エネ100%を継続

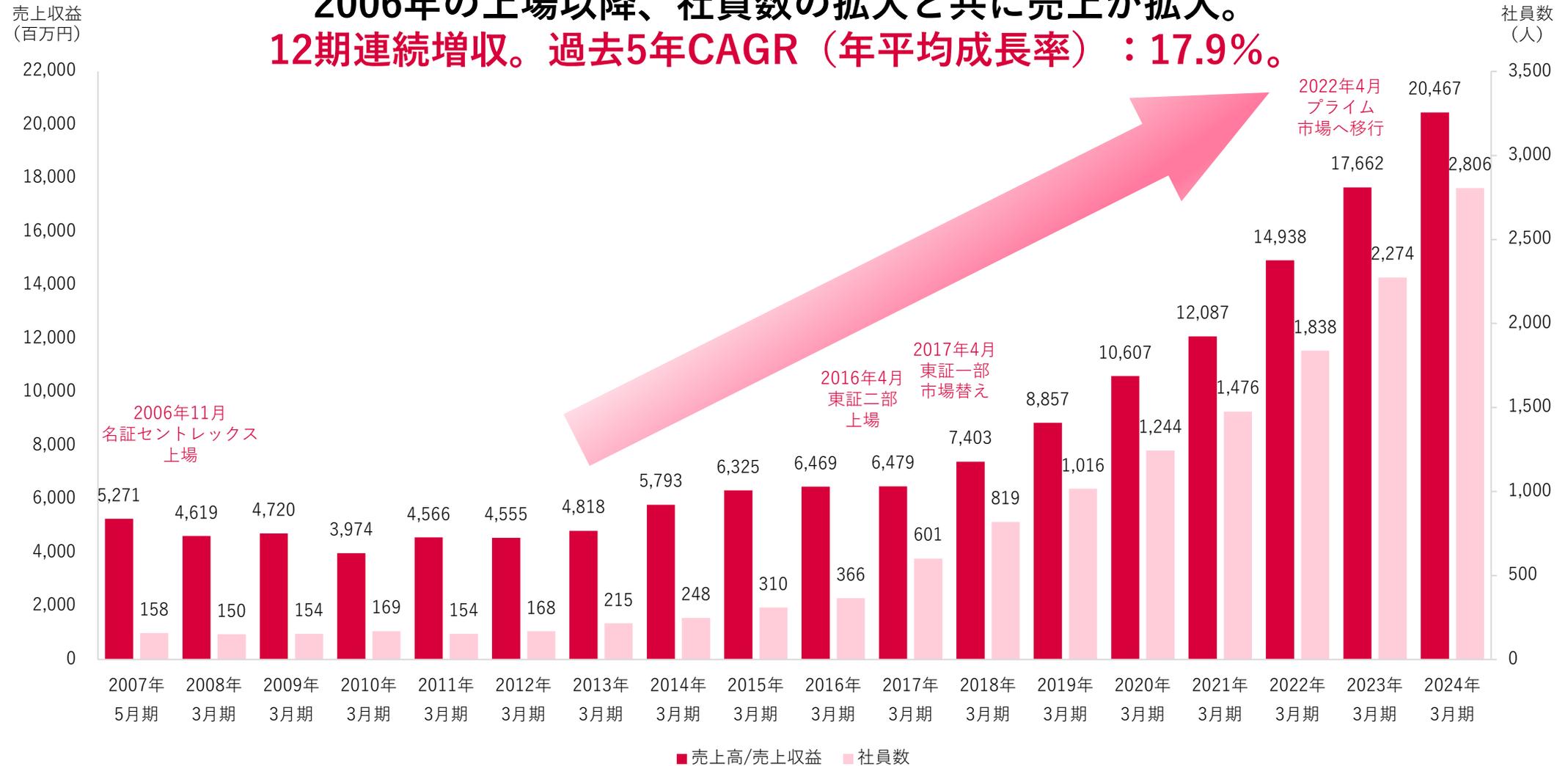


「なでしこ銘柄」令和4年度に選定



売上高/売上収益および社員数の推移

**2006年の上場以降、社員数の拡大と共に売上が拡大。
12期連続増収。過去5年CAGR（年平均成長率）：17.9%。**



2008年3月期は決算期変更により、2007年6月1日から2008年3月31日までの10か月間のみ。

2018年3月期よりIFRSに基づいて連結財務諸表を作成。2016年3月期までの数値は日本基準、2017年3月期は遡及しそれ以後の数値はIFRS基準。

1. 第30期（2025年3月期） 第3四半期 累計業績

2025年3月期 第3四半期 累計 業績ハイライト

3Q単体の付加価値売上高は**+14.4%**。DX領域の成長により売上・付加価値売上高共に過去最高を更新。
3Q単体の営業利益は**3.4億円**(前期比+3.5億円)。利益重視マネジメントの徹底により**収益性は当初計画以上に回復**。

3Q累計 業績

2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結の数値に変更。合併による影響は軽微であるため前年同期比は、参考値として前年の連結との比較としている。

売上収益

16,022 百万円

前年同期比
+9.9%

付加価値売上高^{※1}

15,341 百万円

前年同期比
+11.7%

営業利益

▲139 百万円

前年同期比
+430百万円

デジタルクリエイター
(DC)数(3Q末)

2,700 名

前期末比
+8.8%

収益性の強化

売上総利益率は前期を上回る水準に改善。販管費抑制は継続。

新卒1・2年目を除くDCの稼働率(3Q)

82.1 % (前年同期比▲2.4ポイント)

売上総利益率(3Q累計)

18.8 % (前年同期比+0.1ポイント)

販管费率(3Q累計)

19.6 % (前年同期比▲2.9ポイント)

高成長事業の確立

上位50社は前年同期比**+11.5%**。年間1億円以上の社数も増加。

DGT上位50社一社あたり付加価値売上高(3Q)

67 百万円 (前年同期比+11.5%)

年間売上1億円以上の売上見込み社数(3Q)

51 社 (前年同期比+7社)

単価向上施策の推進により全体の単価は**+3.9%**。PMO人材も順調に増加。

売上単価(3Q累計)

888 千円 (前年同期比+3.9%)

PMO人材数(3Q末) ^{※2}

203 名 (前四半期比+51名)

※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 PMO(Project Management Office)：企業や各組織のプロジェクトを円滑に進めるために、部署の枠を超えて横断的にプロジェクトマネジメントを統括する部門や体制を指す。プロジェクトを統括し、様々な意思決定を担う立場であるPM(Project Manager)に対し、PMOはPMが円滑に意思決定できるよう情報収集や関係各所との調整を行い、PMのプロジェクトマネジメントを支援する立場。

2025年3月期 第3四半期 累計 P/L

- DC数は前期末比+8.8%。DC数の伸びに比して付加価値売上高は+11.7%成長となり、売上総利益は微増ながら改善傾向。引き続き稼働率が適正水準になるまで中途社員の採用を抑制し、既存社員の稼働率向上に注力。
- 中途採用費などコストコントロールの徹底により、事業規模を拡大しながらも販管費は▲149百万円削減、販管费率▲2.9ptと抑制し、営業利益は+430百万円の改善。筋肉質な組織体制への転換は順調に進捗。
- 収益性は当初計画以上に順調に回復し、2025年3月期の営業利益計画を400百万円に上方修正（修正前200百万円）。

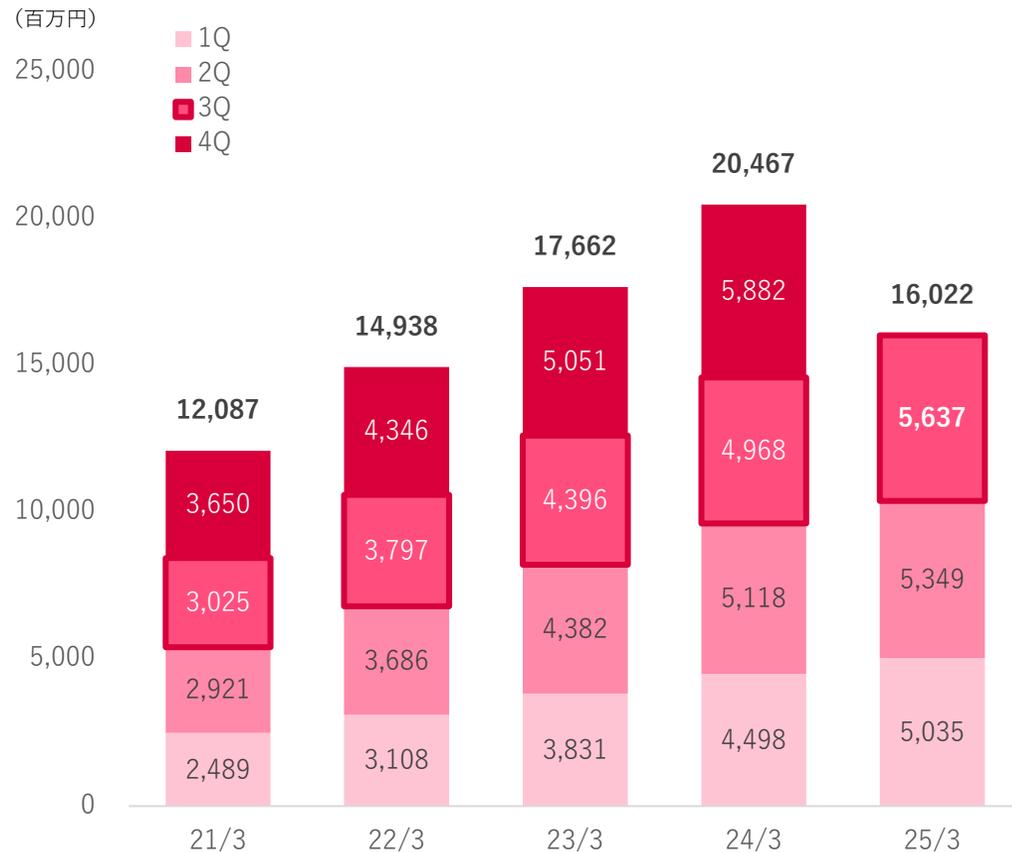
(単位：百万円)	3Q累計 実績			2025年3月期 通期	
	2024年3月期 (連結)	2025年3月期 (非連結)	前年同期比	修正計画 (非連結)	達成率
売上収益	14,584	16,022	+9.9%	22,100	72.5%
付加価値売上高	13,736	15,341	+11.7%	21,100	72.7%
売上総利益	2,721	3,006	+10.5%	—	—
売上総利益率 (%)	18.7%	18.8%	+0.1pt	—	—
販管費	3,286	3,136	▲4.6%	—	—
販管费率 (%)	22.5%	19.6%	▲2.9pt	—	—
営業利益	▲569	▲139	(増益)	400	(増益)
営業利益率 (%)	▲3.9%	▲0.9%	+3.0pt	1.8%	—
税引前利益	▲533	▲138	(増益)	390	(増益)
当期利益	▲382	▲95	(増益)	260	(増益)

2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、2024年3月期については連結の業績を比較情報として記載。
2025年3月期の計画も非連結に移行。

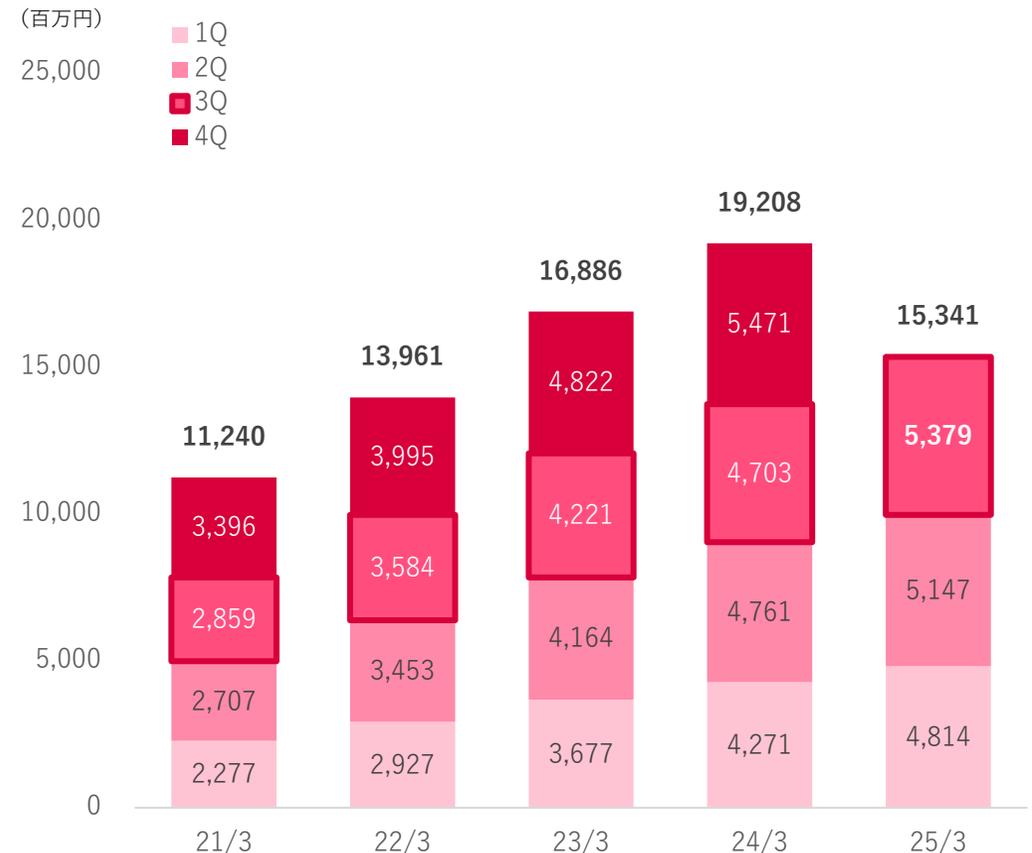
売上収益・付加価値売上高

- 売上収益：16,022百万円（前年同期比+9.9%）
- 付加価値売上高：15,341百万円（前年同期比+11.7%）。3Q単体では前年同期比+14.4%。

売上収益（25/3 2Qまでは連結、25/3 3Qおよび累計は非連結）



付加価値売上高（25/3 2Qまでは連結、25/3 3Qおよび累計は非連結）

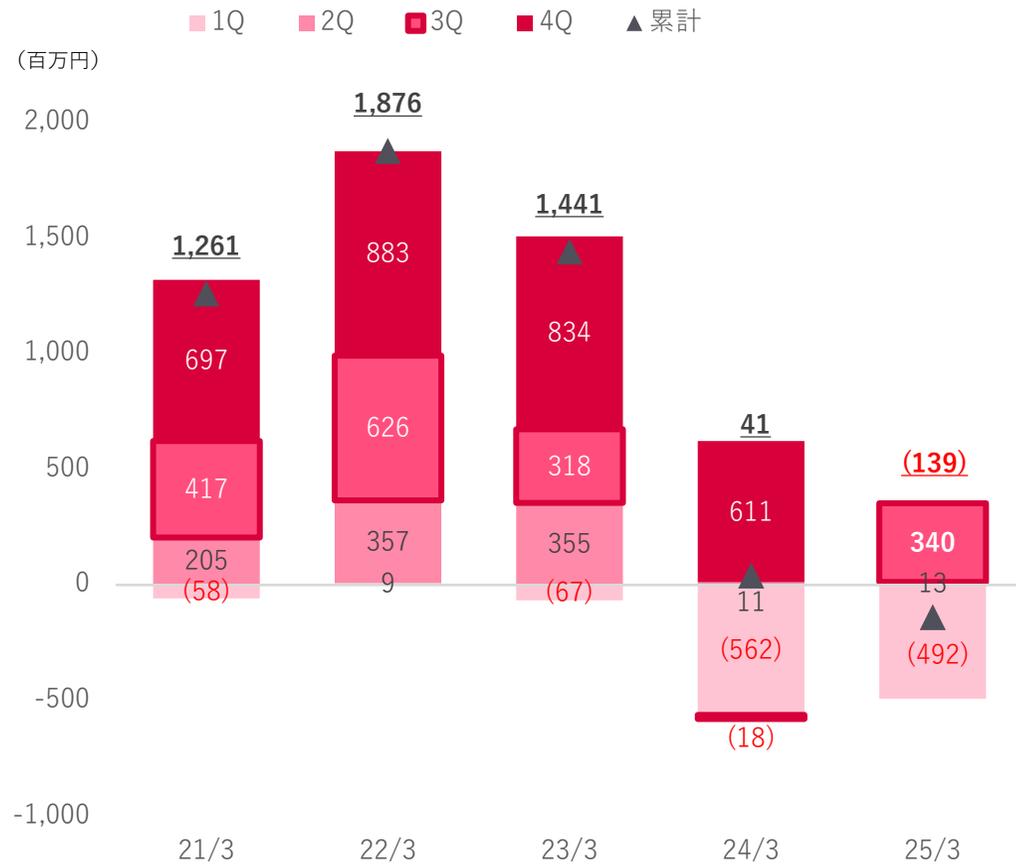


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

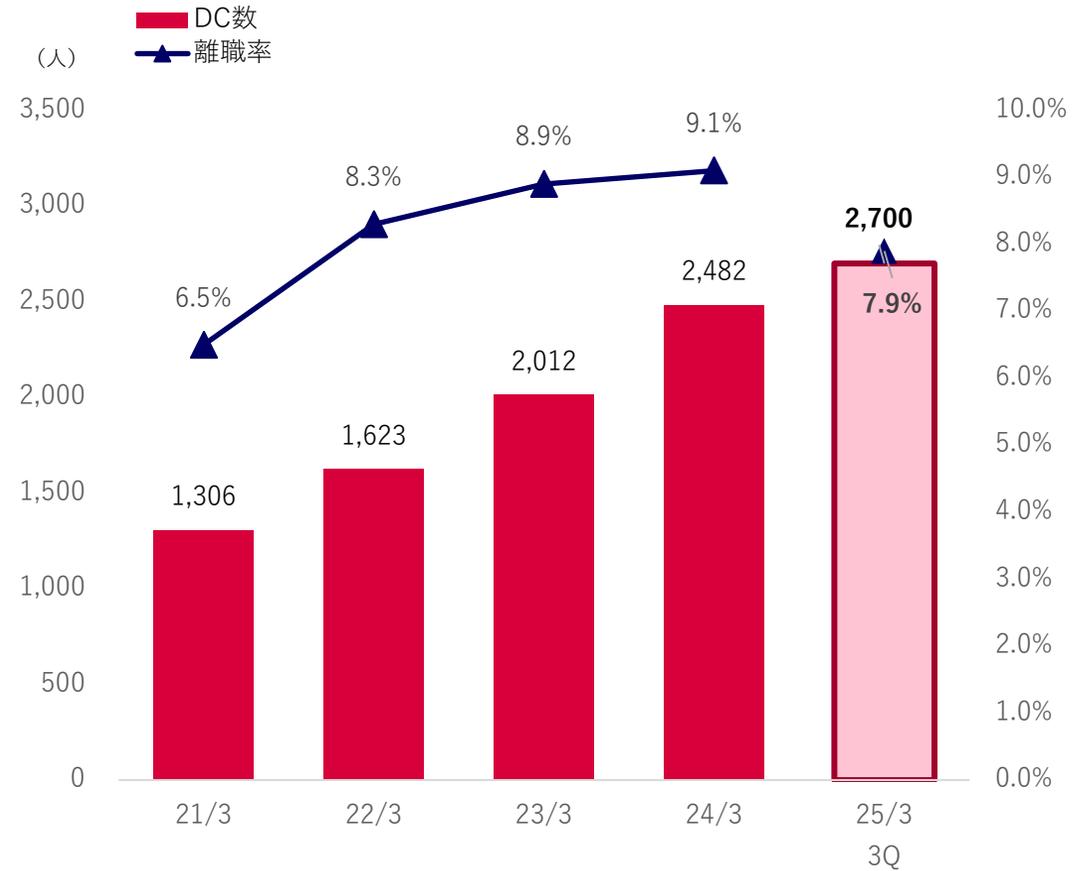
営業利益・デジタルクリエイター(DC)数・離職率

- 営業利益は3Q累計▲139百万円（前年同期比+430百万円）、3Q単独の営業率は6.0%。前年赤字から収益性は大幅に回復。
- DC数は2,700名(前期末比+218名、+8.8%)。離職率は7.9%。前年同期比+1.4ptと上昇。

営業利益 (25/3 2Qまでは連結、25/3 3Qおよび累計は非連結)



DC数/離職率

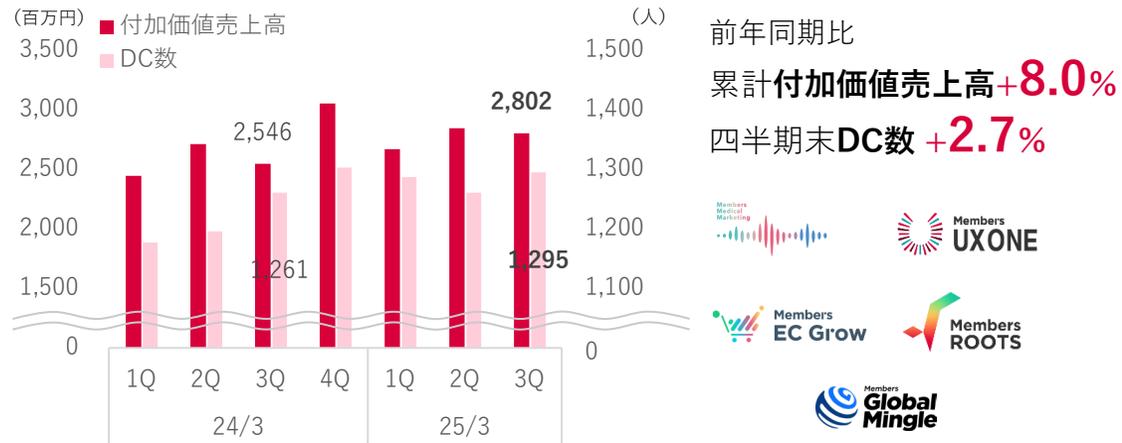


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

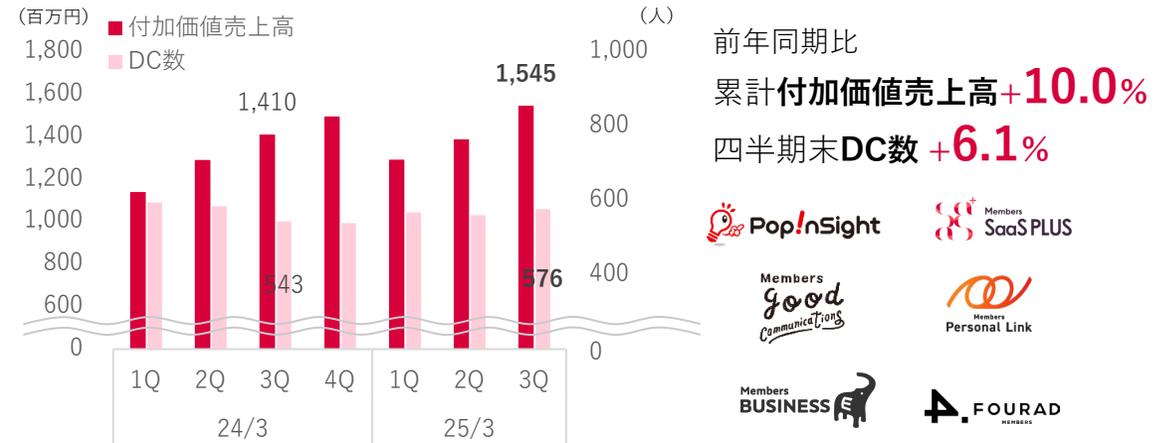
各事業領域 付加価値売上高・デジタルクリエイター(DC)数

- 3Q単独ではデジタルサービス開発が**+45.0%**成長と大きく伸長。データ領域も**+24.3%**と急速に回復。引き続き、DX領域の拡大を加速させ成長率の回復を見込む。
- 各事業内での専門カンパニーのクロスセルは堅調。引き続き専門カンパニーによるDX領域へのサービス展開を進める。

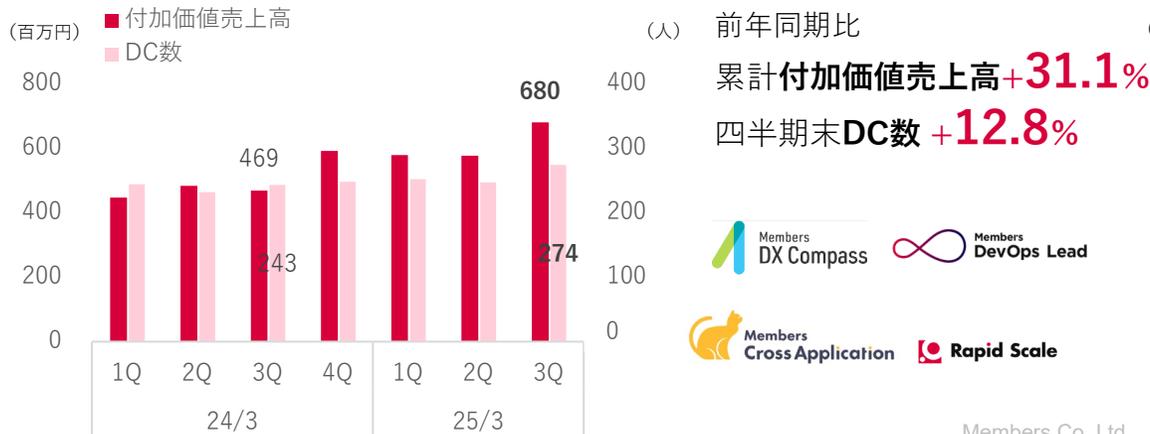
制作/UIUX



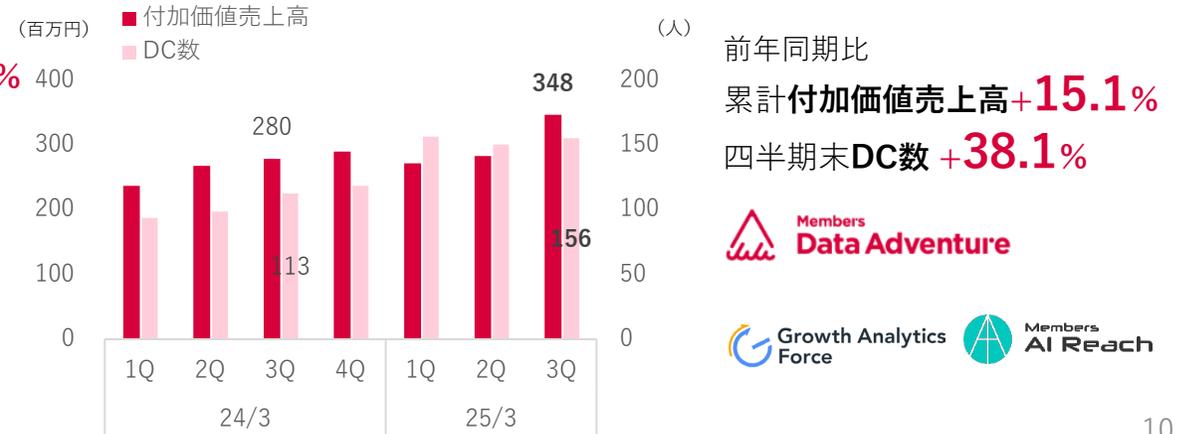
デジタルマーケティング



デジタルサービス開発



データ活用支援



2. 「中期的な成長に向けた戦略」に 対する進捗

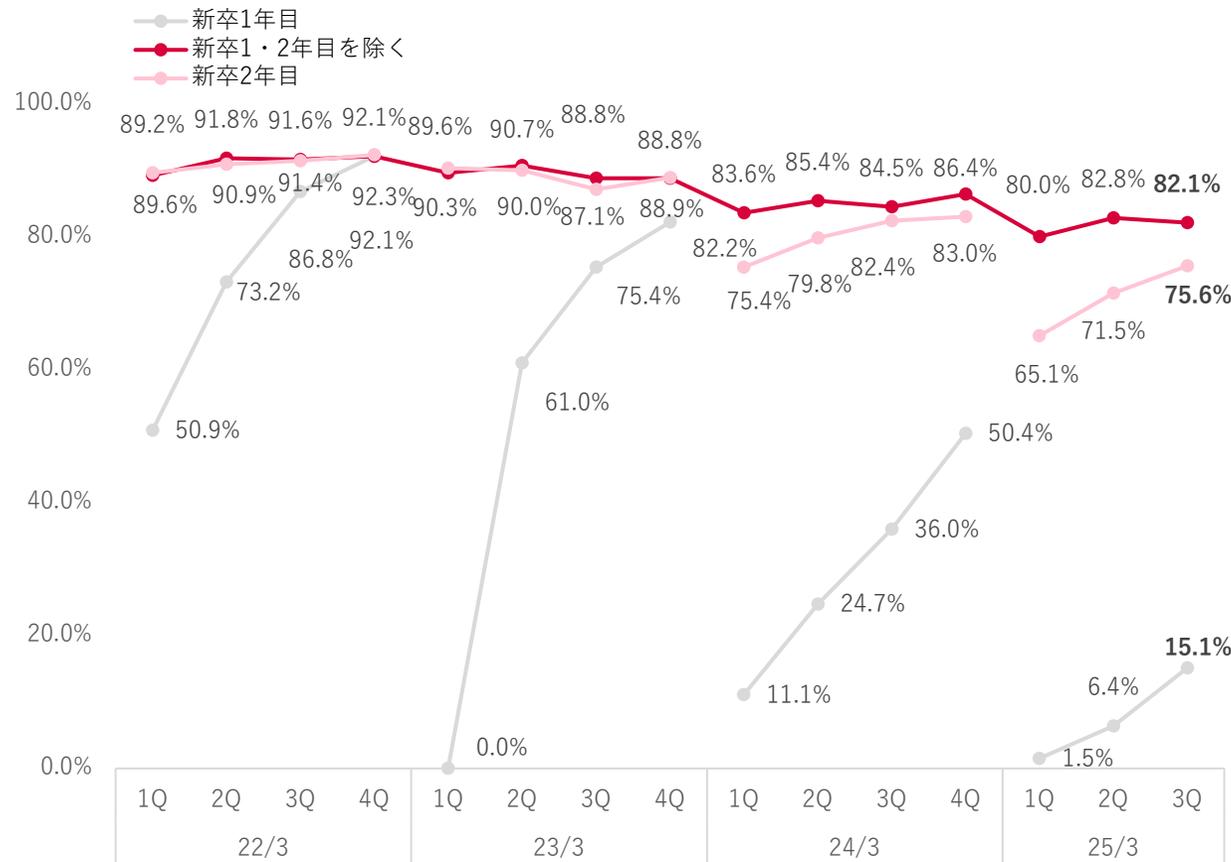
中期的な成長に向けた戦略

	戦略	KPI	目標
収益性強化	①稼働率引き上げ最注力と利益重視マネジメントへの転換 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 計画的採用による人材ポートフォリオの改善 ▶ 新卒1・2年目を除くDCの稼働率改善により未稼働人材を解消し売上総利益率を改善 	新卒1・2年目を除くDCの稼働率	付加価値売上高 15% 成長
		売上総利益率(連結)	営業利益率 10% 回復
高成長事業確立	②DX4事業に再編、既存顧客売上の最大化 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 事業領域を4領域に再構築し、事業領域ごとにサービス品質の向上と高付加価値化を推進 ▶ アカウントマネジメントにより既存顧客向けのサービスを強化し一社あたり付加価値売上高を最大化させ、大口社数を増加 	DGT一社あたり付加価値売上高	付加価値売上高 25% 成長 営業利益率 10%
		通期売上収益1億円以上の取引社数	
将来への投資	③顧客のDX内製化伴走支援ポジションの獲得 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 運用領域から実行企画領域への拡張、PMOを強化 ▶ 高単価DCの稼働を増やす業界一の伴走力を持つデジタル人材の育成/内製支援ナレッジの蓄積 	DC一人あたり売上単価	
	④脱炭素DX事業の確立/脱炭素DX人材の育成	PMO人材数	
		脱炭素DX人材数	

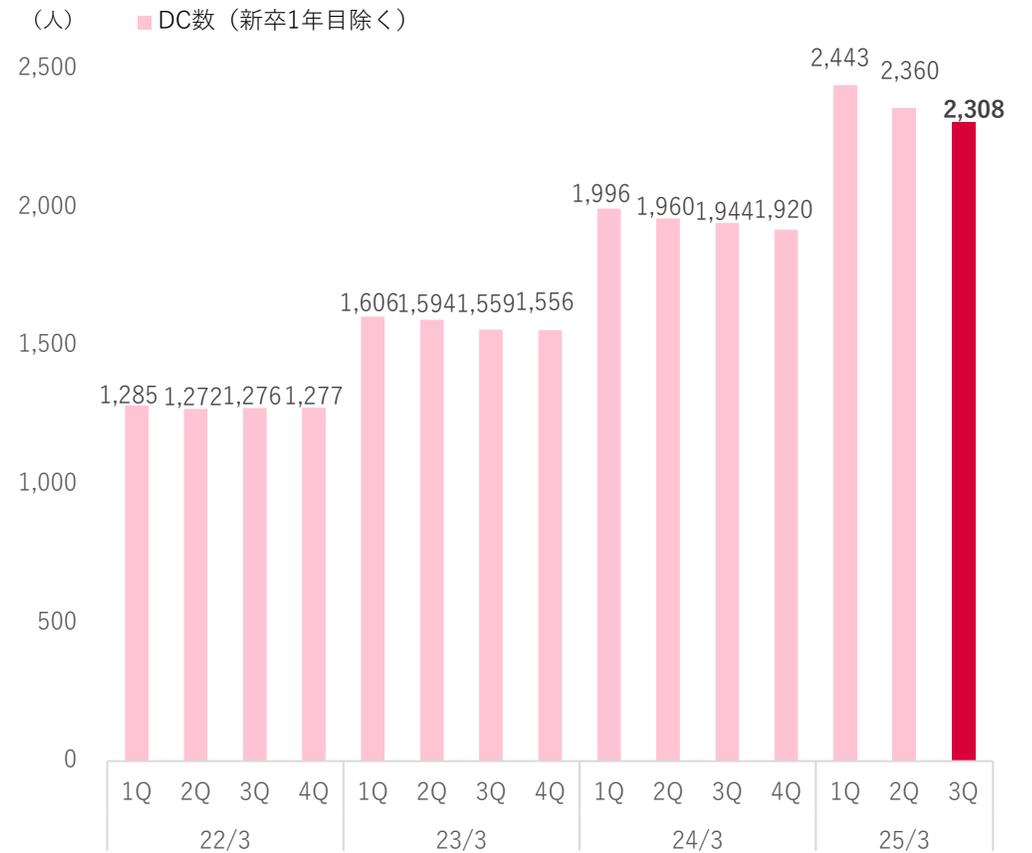
①高収益体質の回復/確立-稼働率引き上げ最注力と利益重視マネジメントへの転換

- 新卒1・2年目を除くDCの稼働率は82.1%。前年を上回る水準を目標に、引き続き中途採用は抑制し既存社員の稼働率向上に注力。
- 新卒2年目(2023年4月：585名入社)の稼働率は着実に向上。下期中に前年水準並みを目指す。

稼働率 (新卒1・2年目を除く / 新卒2年目 / 新卒1年目)



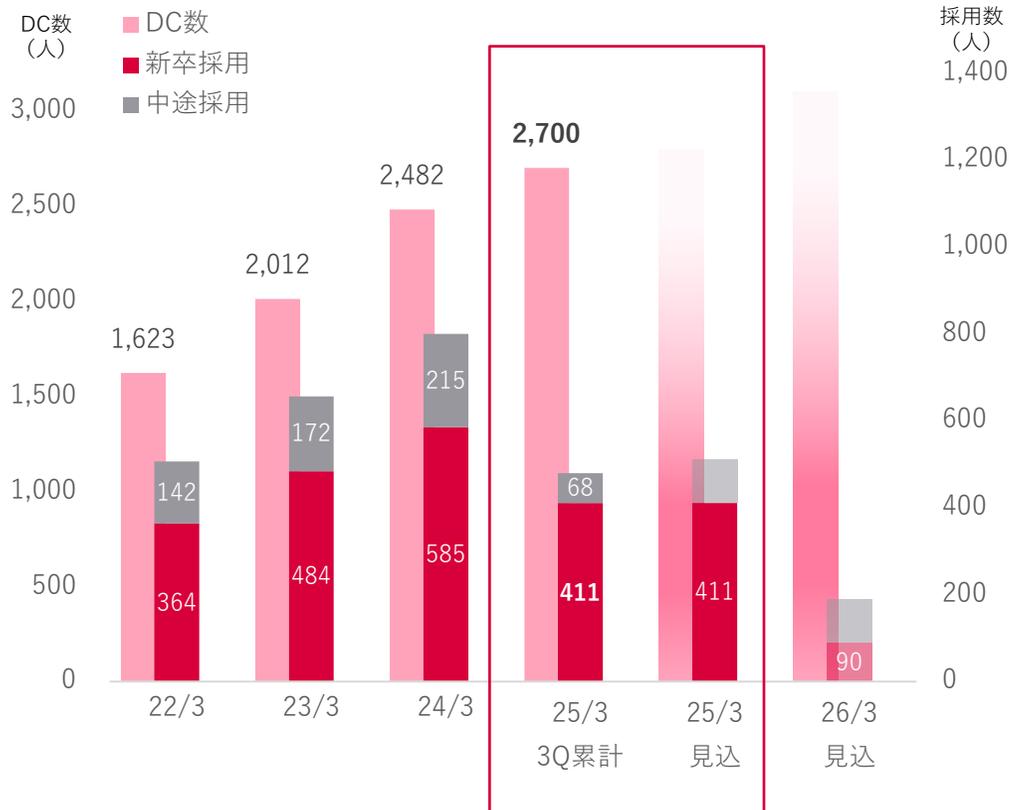
DC数 (新卒1年目除く)



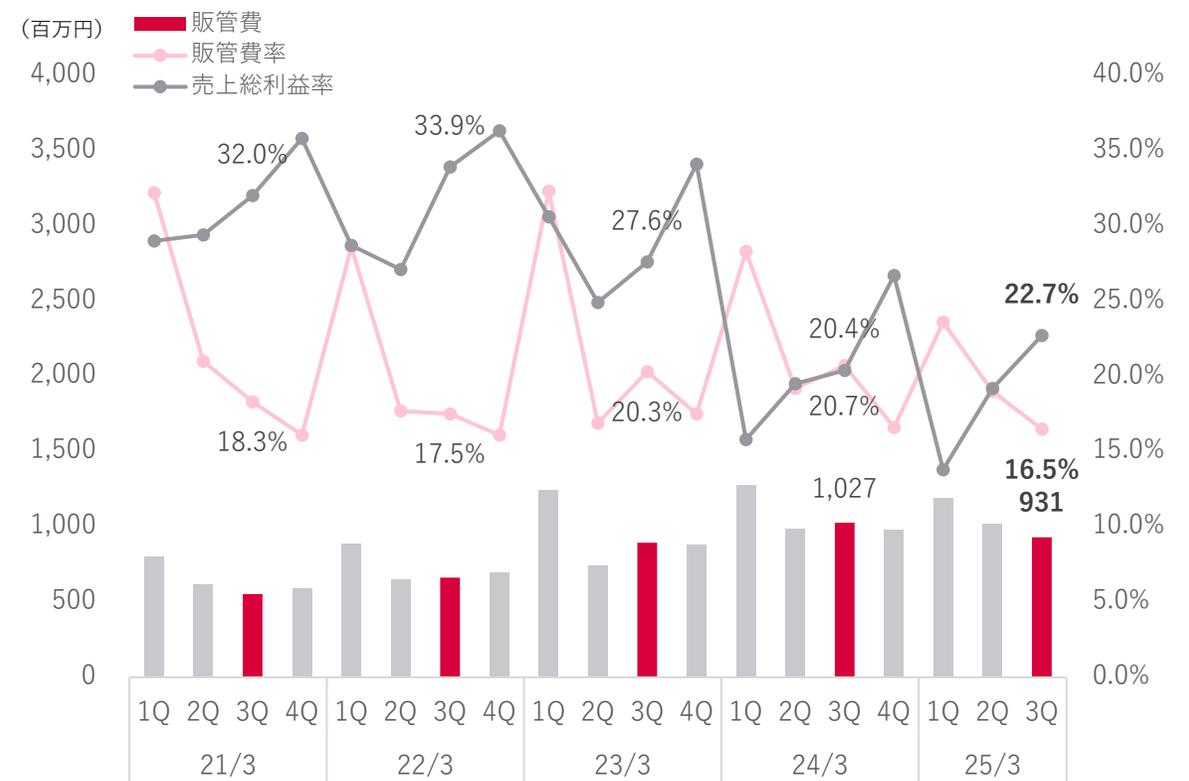
①高収益体質の回復/確立-稼働率引き上げ最注力と利益重視マネジメントへの転換

- 稼働率が適正水準になるまで採用は抑制。25年4月の新卒入社は90名予定。今期の収益性回復に加え、来期も収益性は大幅に回復する見込み。
- 3Q単独の売上総利益率は前年同期比+2.3pt。累計でも前期を上回る水準で推移。コストコントロールの徹底により累計では販管費率▲2.9pt。3Q単独の販管費は前年同期比▲96百万円。筋肉質な組織体制への転換は順調に進捗。

DC数/新卒・中途採用数



販管費・率/売上総利益率 (25/3 2Qまでは連結、25/3 3Qは非連結)

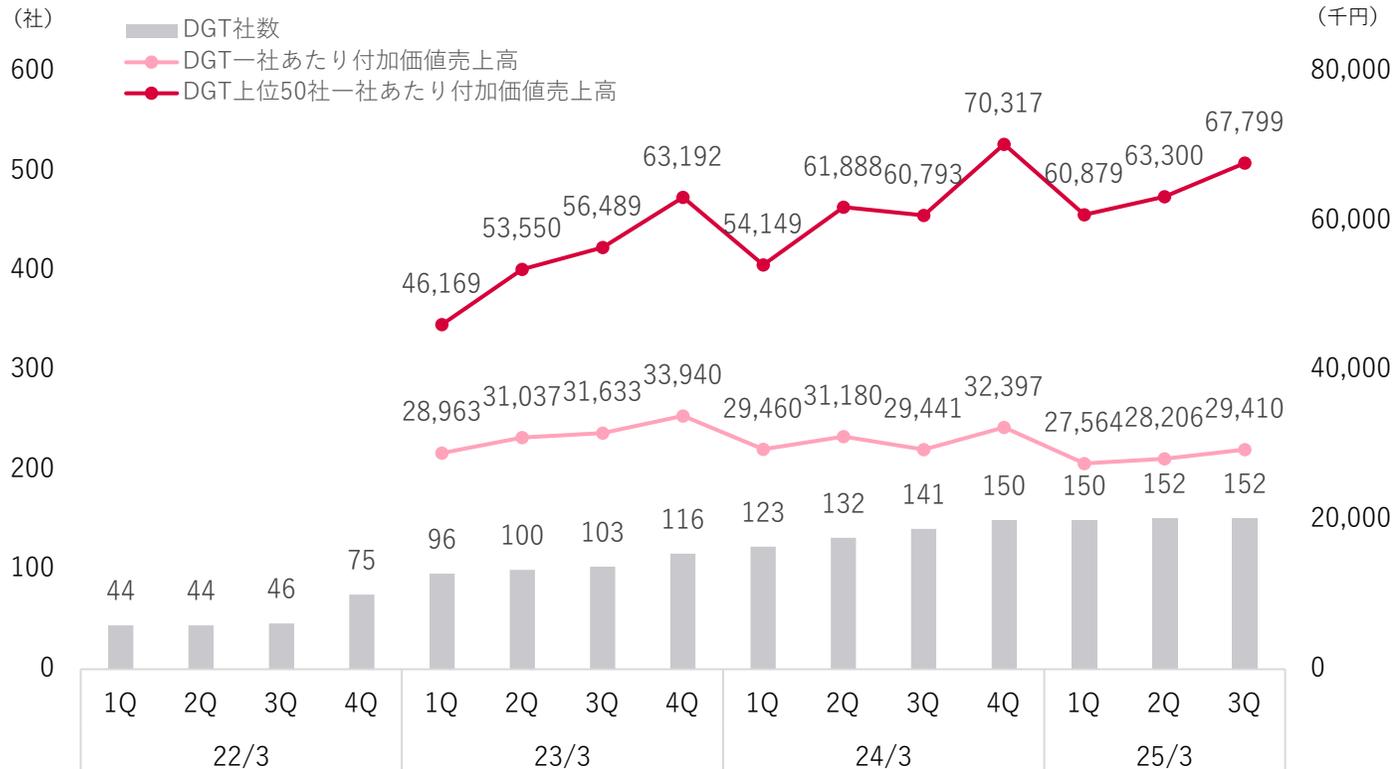


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

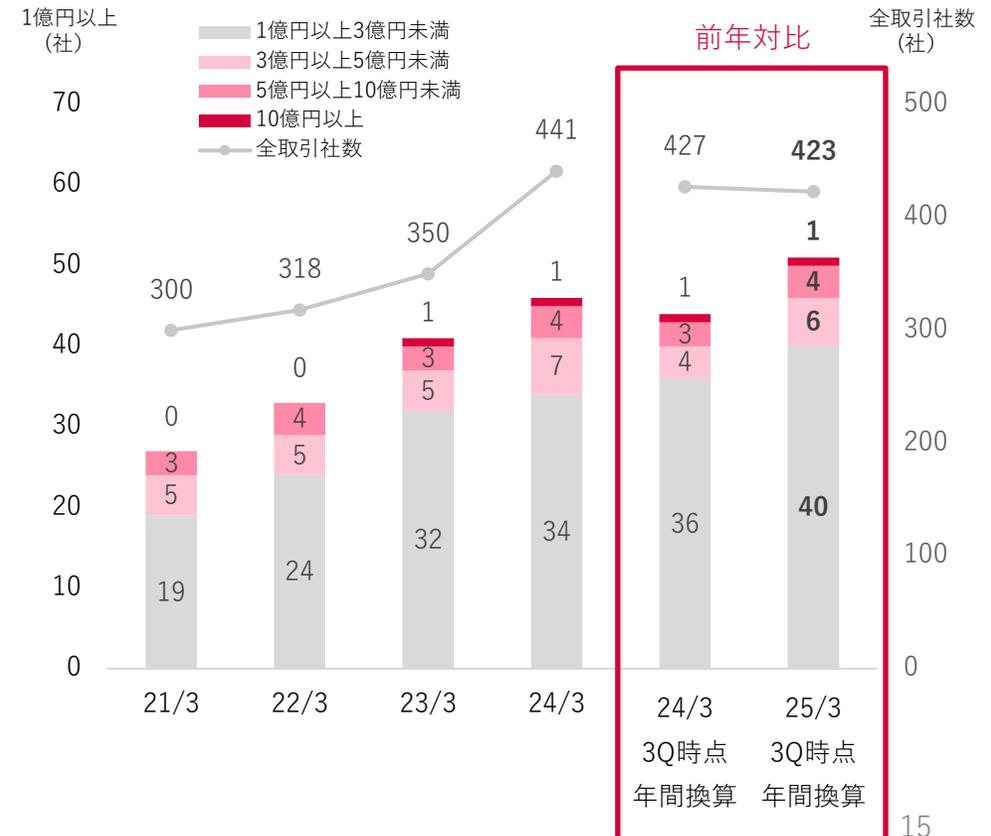
②高成長事業の確立-DX4事業に再編、既存顧客売上の最大化

- **DGT上位50社の一社あたり付加価値売上高は前年同期比+11.5%。3Q末時点の売上1億円以上取引社数は51社、前期末比+5社、前年同期比+7社。従来主力であった大型Web運用の取引が縮小する一方で、DX領域のサービスを提供できている顧客との取引拡大は順調。**
- **既存顧客拡大の営業リソースを更に増やし、プロダクト系・データ系のサービスを拡大させることでDX領域への転換を加速させる。**

DGT社数(※)/一社あたり付加価値売上高



売上規模別取引社数

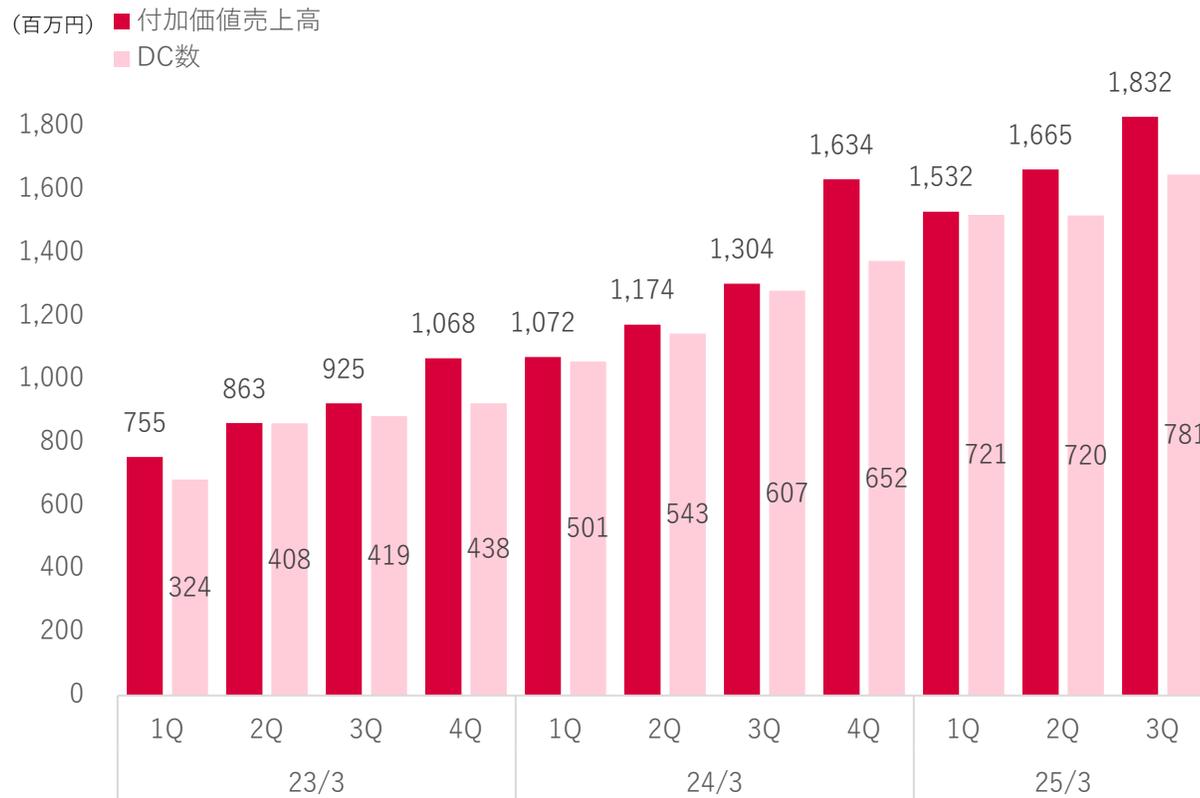


※ DGT社数は、3名以上のDCが顧客専任チームとして成果を追求しサービスを提供する顧客の数

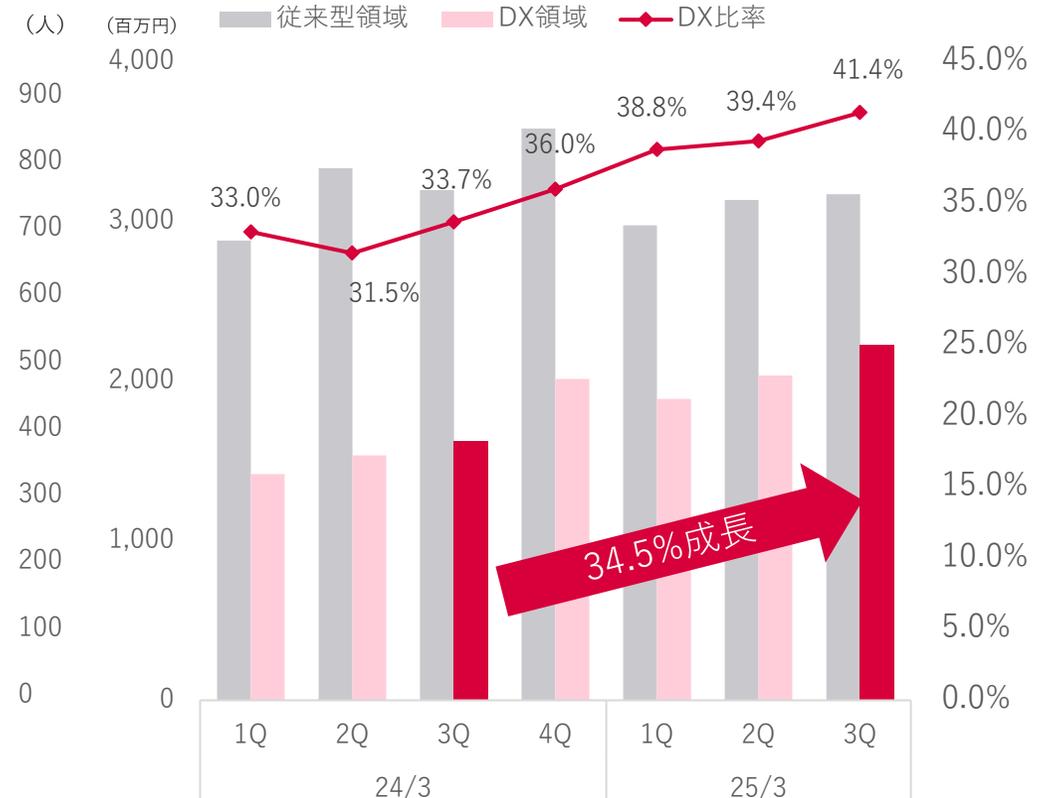
②高成長事業の確立-DX4事業に再編、既存顧客売上の最大化

- 専門カンパニーの付加価値売上高(3Q累計)は5,030百万円、前年同期比+41.7%と引き続き大幅に拡大。4事業領域内でのクロスセルが加速。PMO専門、UX専門、Salesforce専門、データ専門カンパニー等が成長を牽引。
- 全付加価値売上高に占めるDX領域の比率は41.4%、前年同期比+7.7ptと順調に拡大。一方で従来型領域の成長は鈍化。成長性の高いDX領域への転換を更に加速させ、全社の成長率を引き上げることを目指す。

専門カンパニー



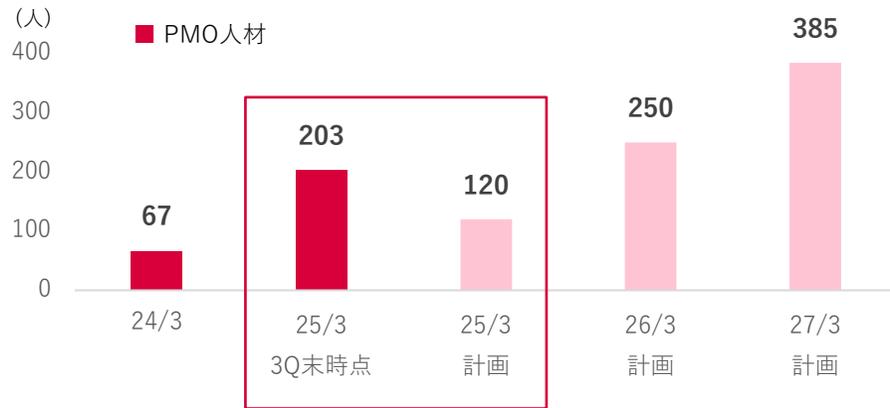
付加価値売上高 (領域別)



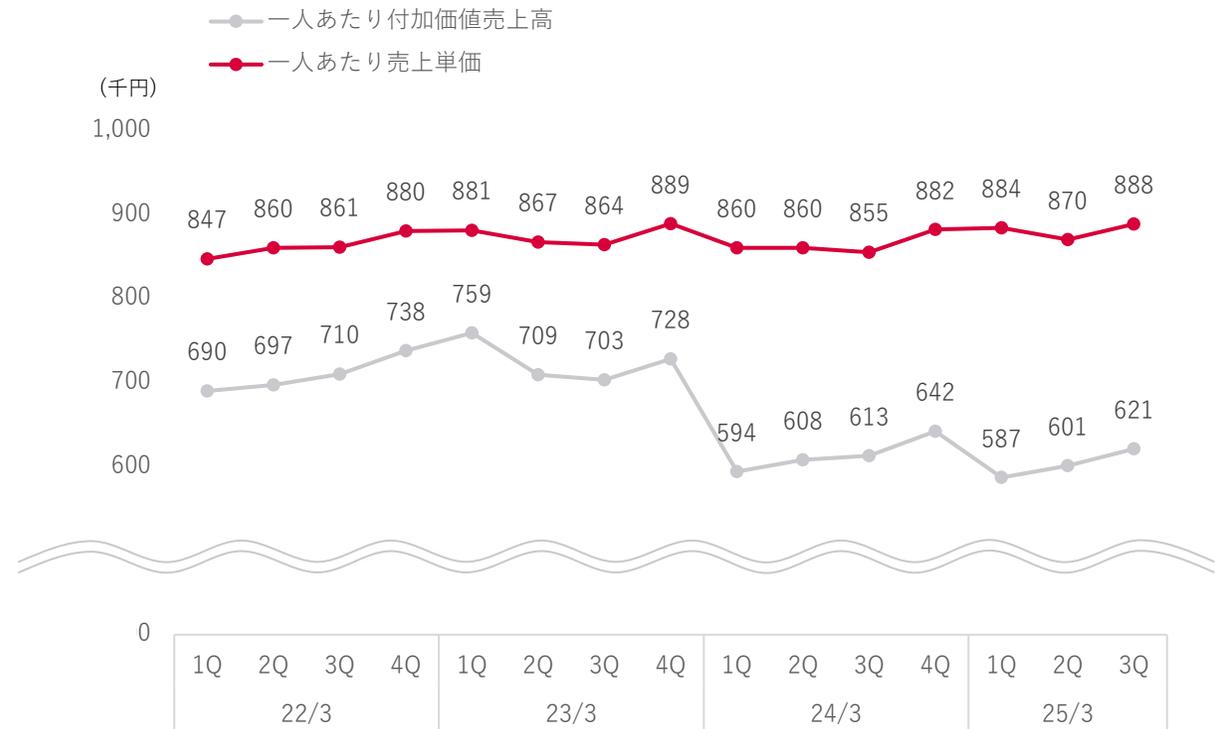
③高成長事業の確立-顧客のDX内製化伴走支援ポジションの獲得

- PMO人材は期初計画をすでに上回る人数を育成。PMO専門カンパニーの付加価値売上高も3Q累計で前年同期比+72.7%と好調。
- 既存DCの単価上昇(+8.1pt)が寄与し、3Q累計単価は+3.9pt。DX領域への転換を加速させ単価向上を強力に推進。

PMO人材数※



一人あたり売上単価・付加価値売上高



※PMO(Project Management Office)：企業や各組織のプロジェクトを円滑に進めるために、部署の枠を超えて横断的にプロジェクトマネジメントを統括する部門や体制を指す。プロジェクトを統括し、様々な意思決定を担う立場であるPM(Project Manager)に対し、PMOはPMが円滑に意思決定できるよう情報収集や関係各所との調整を行い、PMのプロジェクトマネジメントを支援する立場。

③高成長事業の確立-顧客のDX内製化伴走支援ポジションの獲得

- サービス戦略・営業戦略と合わせ、DX領域への転換を大胆に加速させるため、PMO人材の育成に加え、UXデザイナー、マーケDX人材など顧客に伴走するDX人材の育成を更に加速させる。
- 2027年3月期に全社の**90%以上のDCをDX人材として育成**することを目指し、SINCA90プロジェクトを始動。

職種認定制度

社内の職種とレベルごとに求められるスキルを全て定義

25系統
66職種

ギルド（職種コミュニティ）

トップクリエイターをマイスターとして任命し、社外顧問とも連携し様々なスキルアップ施策やナレッジシェアを実施

年間イベント数
110回以上

独自タレントプラットフォーム

全クリエイターの職種やレベル、取得バッジ、資格等をデータベースで見える化

対象者
全社員

資格取得支援

幅広い資格を対象とした社員の資格取得促進制度。受験料や合格者への奨励金を支給

累計取得資格数
9,110人

社内ラボ

業務内外に関わらずスキルアップを目的とした研究テーマで自由にラボを設立・研究を推進

ラボ数
14件

高レベルクリエイター認定

各職種の高レベル人材を社内で認定する制度

トップクリエイター
554人

SINCA

(Skill Innovation and Career Advance)

スキル革新とキャリアの向上



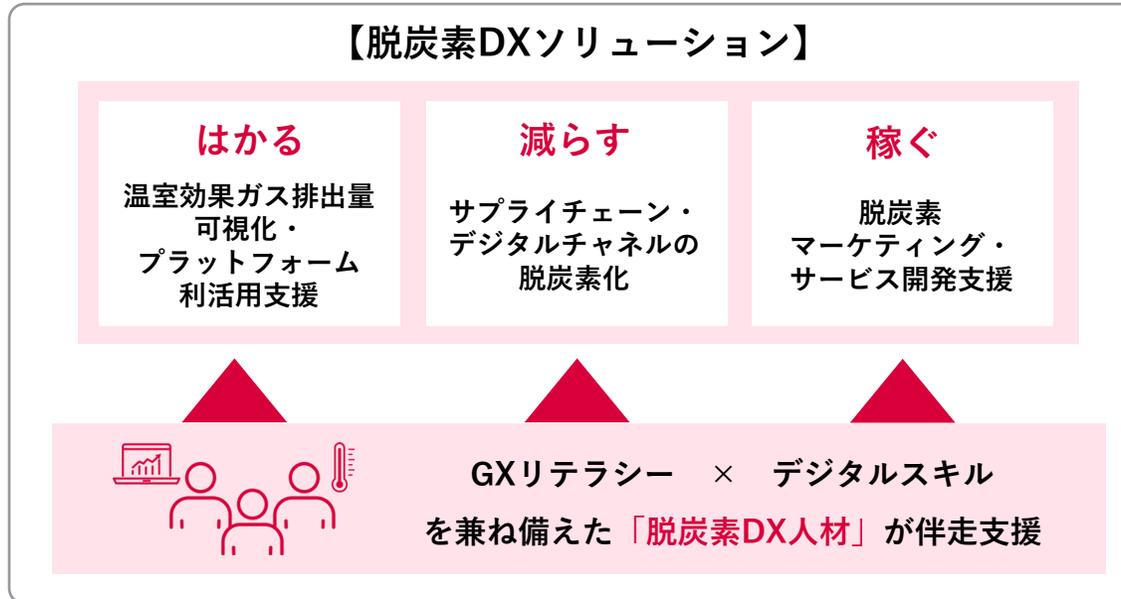
など順次拡大を予定

DCのスキルと知識を**深化&進化**し続けるための研修・制度・プログラム・システム等の包括的な取り組み

DX領域のDCおよび案件増加
DX領域への転換加速

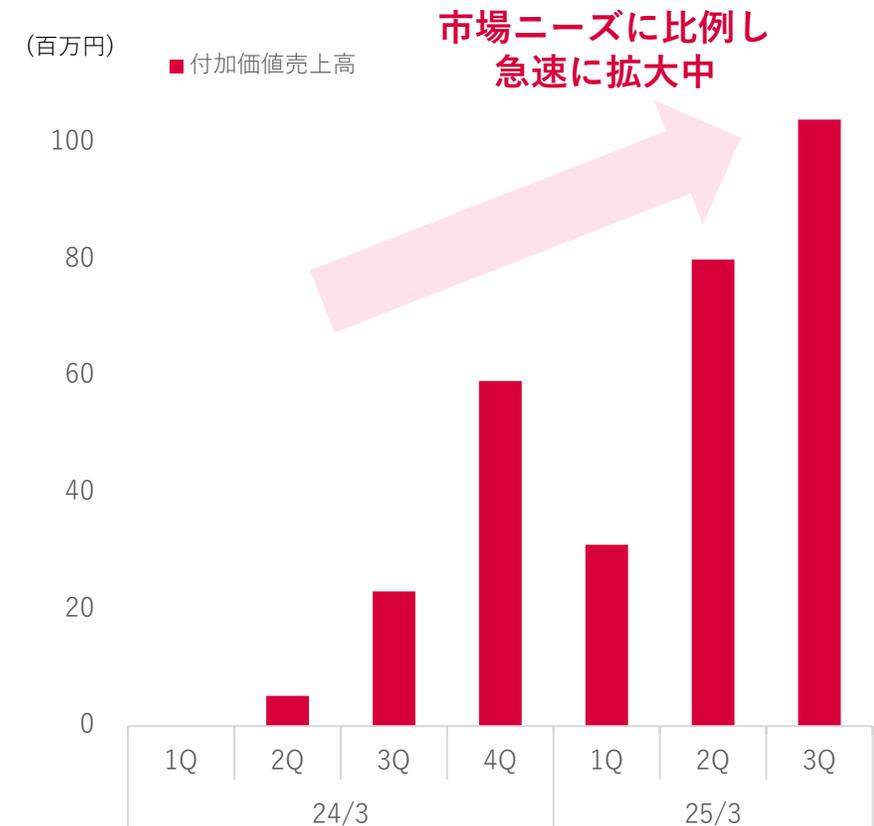
④将来への投資-脱炭素DX事業の確立/脱炭素DX人材の育成

- 急激な気候変動の影響や国際情勢により、GX市場は急速に拡大傾向。市場ニーズの拡大に合わせ、脱炭素DX関連のサービスを急速に展開中。GXとDXを掛け合わせた当社のユニークな強みの確立を目指す。
- 今後も脱炭素DX人材のニーズは加速度的に高まると想定。脱炭素DX人材1,000名の育成・輩出を目指す。



- <様々なサービスを多数展開>**
- 【お客さまの声】プラスチックのバイオマス化やリサイクルのマーケティング支援（三井化学株式会社さま）[2024年7月5日](#)
 - 【導入事例・成功事例】今後のスコープ3および資源循環への対応における検討材料としてLCAを算定（エステー株式会社様）[2024年8月1日](#)

累計付加価値売上高（脱炭素DXカンパニー）

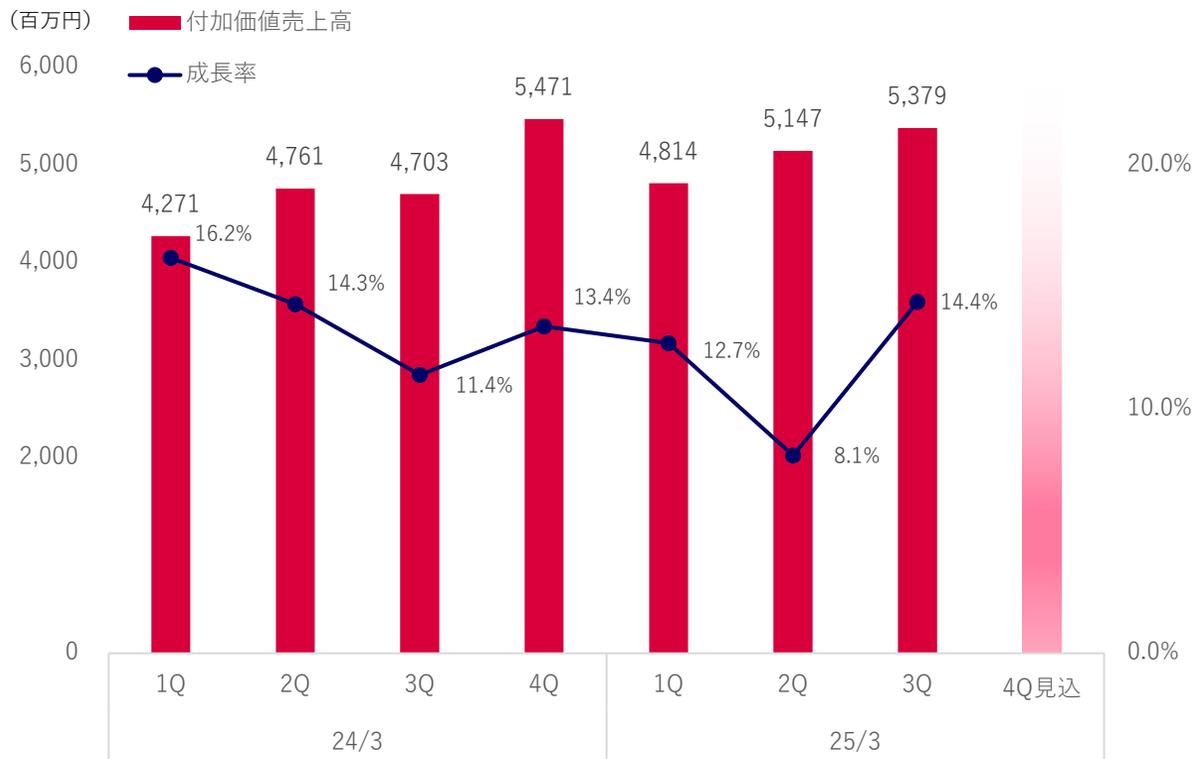


3. 業績目標／株主還元

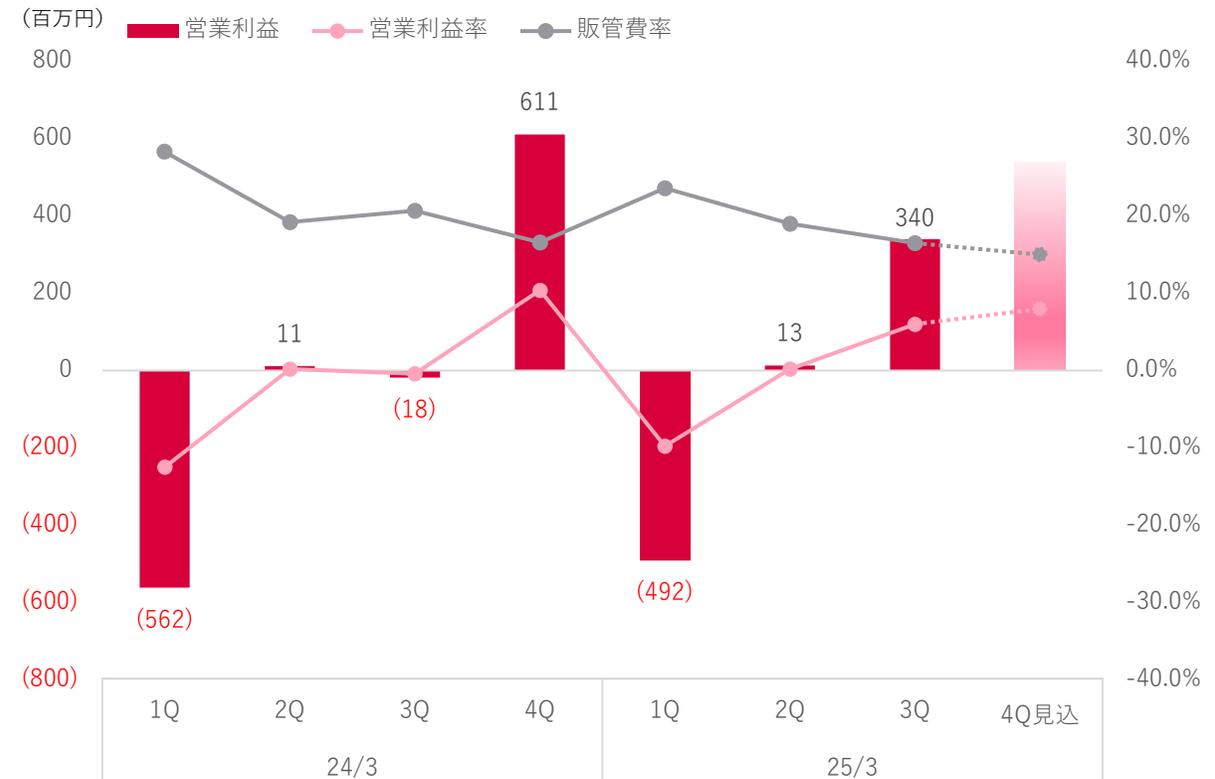
第4四半期および通期見通し

- 従来、Webの構築案件や広告案件の売上が4Qに偏る季節性があったが、内製DXプロジェクトの伴走支援のための人材提供型のサービスの割合が増したことで、四半期毎の売上の偏りは安定化の傾向。当期3Qの成長率は回復したが、季節性が薄れていくことで4Qの前年比成長率は鈍化する見込み。
- 一方で販管費の抑制など利益重視マネジメントにより収益性の回復は当初計画以上に順調。次頁の通り、2025年3月期の営業利益計画を上方修正。

四半期毎の付加価値売上高および成長率 (25/3 2Qまでは連結、3Qからは非連結)



四半期毎の販管費および営業利益 (25/3 2Qまでは連結、3Qからは非連結)



2025年3月期方針/業績目標

- 単価向上、徹底したコストコントロールにより先行投資フェーズから**収益化フェーズへの転換は当初計画以上に順調に進捗**。**営業利益計画を400百万円に上方修正**（修正前200百万円）。
- 一方で、成長性の高いDX領域への転換は進むものの、従来型の大型Web運用領域の成長鈍化により成長率回復は道半ば。引き続き、DX領域への転換を大胆に加速させ、高成長事業の確立を目指す。

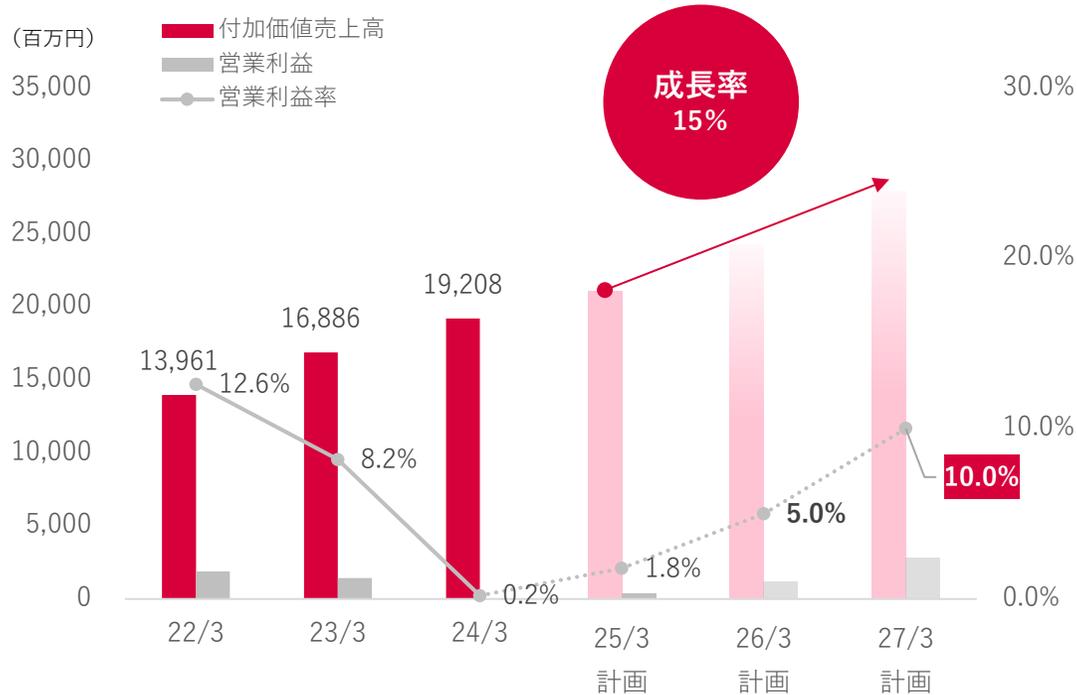
(単位:百万円)	2024年3月期		2025年3月期					
	実績		計画（修正前）		計画（修正後）		差分	
	通期（連結）	対前年同期増減率	通期（非連結）	対前年同期増減率	通期（非連結）	対前年同期増減率	増減額	増減率
売上収益	20,467	15.9%	23,230	13.5%	22,100	8.0%	▲1,130	▲4.9%
付加価値売上高	19,208	13.8%	22,140	15.3%	21,100	9.8%	▲1,040	▲4.7%
営業利益	41	▲97.1%	200	379.4%	400	858.7%	+200	100.0%
営業利益率	0.2%	-	0.9%	-	1.8%	-	+0.9%	-

2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、2024年3月期については連結の業績を比較情報として記載。
2025年3月期第3四半期より連結決算から非連結決算に移行したため、対前年増減率は参考値として、前年の連結の数値との差を記載。

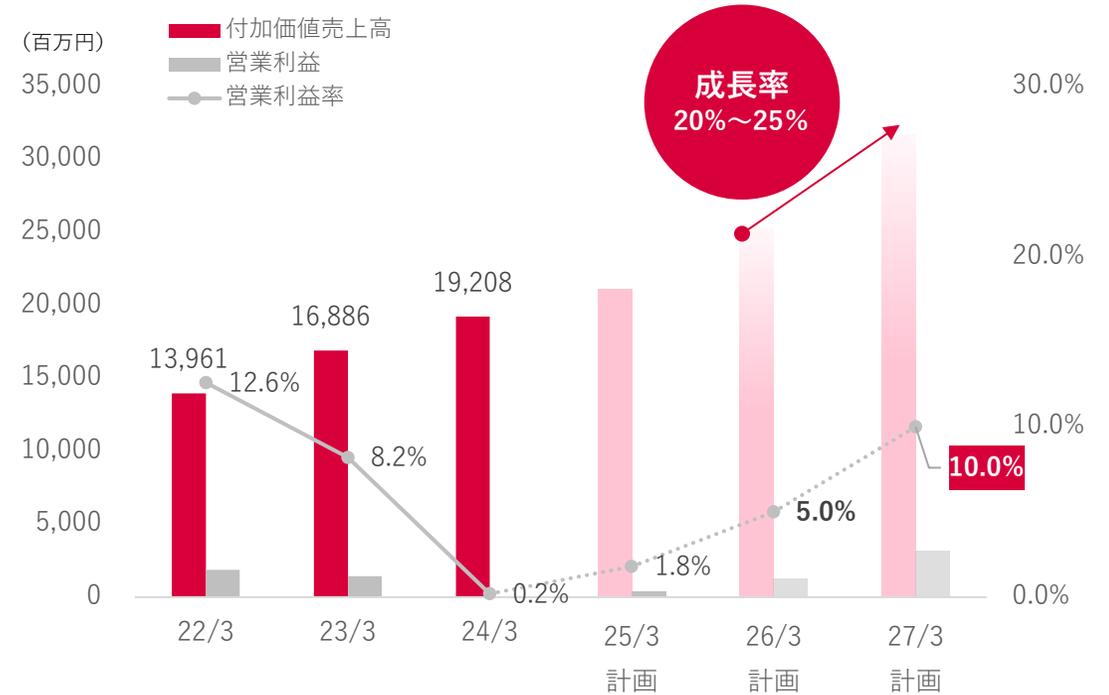
中期業績目標

- 収益性の回復は当初計画以上の進捗。来期以降の高収益回復（**27/3期営業利益率目標10%**）の実現性は高まった。
- 来期以降、2期の年平均成長率10～15%とした場合でも、2027年3月期の**営業利益25～30億円超**と過去最高益の更新が見込める計画。
- 更にDX領域への転換を大胆に加速させ、付加価値売上高成長率20%超の高成長事業の確立を中期的に目指す。

付加価値売上高/営業利益（24/3までは連結、25/3以降は非連結）
【収益性の回復・高収益事業の確立】



付加価値売上高/営業利益（24/3までは連結、25/3 3Q以降は非連結）
【高成長事業の確立】

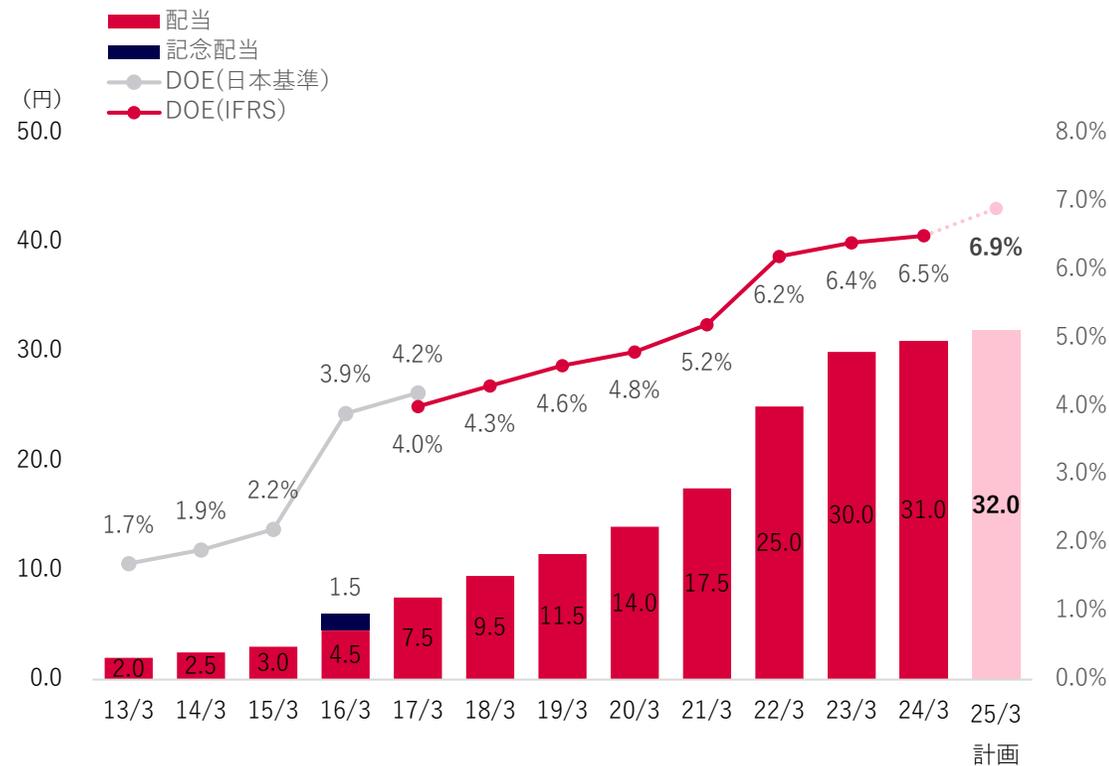


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

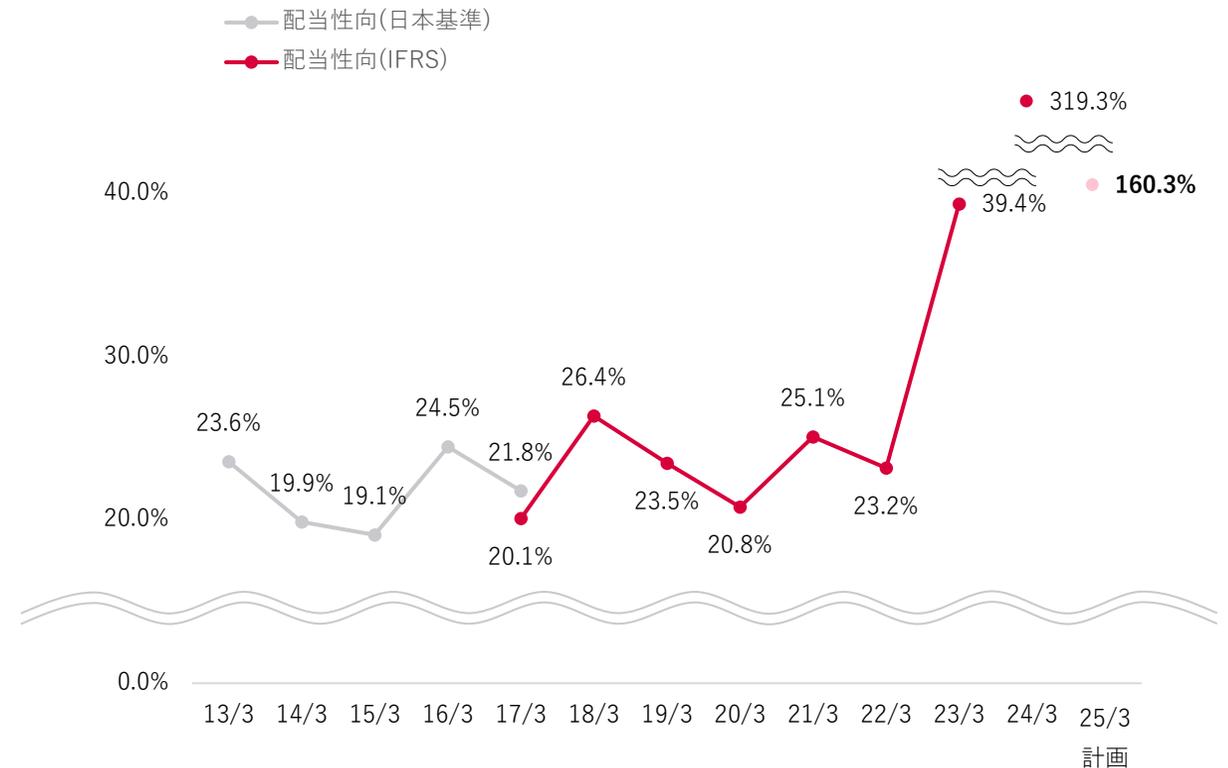
株主還元

- 2025年3月期配当：32.0円、初配から**13期連続増配**を予定。今期はまだ低収益が継続するが来期には収益性は回復する計画であり、継続増配方針に基づき、一株あたり1円の増配予定。
- 今後も**DOE5%以上**の配当を継続。配当性向は一時的な異常値であり、目標は25%。

配当およびDOE



配当性向



DX領域におけるサービス事例

- サービスデザイン、CX/UX企画、AI/クラウド導入企画、DXプロジェクトマネジメント支援など、DX内製化支援に関わる伴走支援の事例は増加しており、その案件の成長率も高い。
- 大手メーカーにおける生成AIによる業務改革支援を行うことでDX現場の生産性を向上。生成AI支援案件も増加。

トヨタコネクティッド株式会社様



- 新商品（プロダクト）に搭載するソフトウェア開発を支援。UX起点におけるリサーチやデザインを担当。
- モビリティを活用した新規事業における実証実験。新サービスのアイデア検討、実地調査、ユーザーリサーチなど幅広い領域を担当。

メンバーズの提供価値

プロジェクト
マネジメント
支援



顧客企業の
現場視点

メンバーズからは総勢54名のデジタルクリエイターが参画
(2025年3月期3Q)

顧客と密に連携することから、社内事情を熟知し
戦略・企画段階から伴走支援をすることで、状況にあった
活動が可能となり、サービス創出やプロダクト開発が加速

KDDI株式会社様



- 主力サービスにおける契約増加に向けチャンネル横断、部門横断で全社的に抜本的なDXを推進するプロジェクトに参画。
- 専任チームがCX・UX・UI領域において顧客体験の磨き上げを推進、アジャイル型・内製型の運用体制確立にも貢献。

メンバーズの提供価値

DX推進 × UIUXデザイン × AI活用



その他多数のカンパニーが複数部署のDXプロジェクトをご支援中

メンバーズからは総勢56名のデジタルクリエイターが参画
(2025年3月期3Q)

多様な専門特化型カンパニーのクロスセルが寄与し
全社視点で抜本的なDXを推進するプロジェクトにて
DX推進パートナーとして急速に支援を拡大



DX現場支援で 顧客と共に社会変革をリードする

株式会社メンバーズ

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

 <https://www.facebook.com/Memberscorp>

本資料に関してご不明な点等がございましたら、
下記までお問い合わせください。

 グループ経営企画室

 <https://www.members.co.jp/contact/>