



2025年3月期 通期 決算説明資料

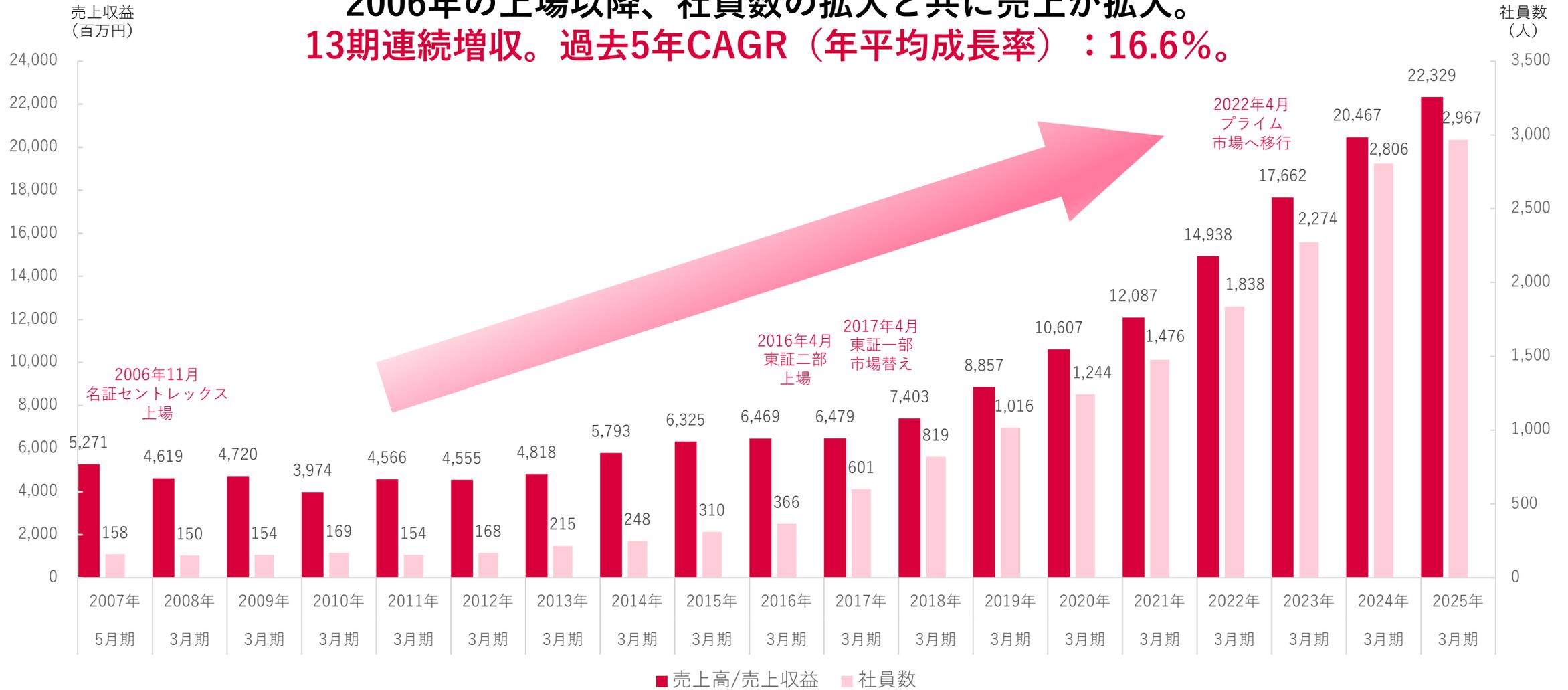
株式会社メンバーズ
(東京証券取引所プライム市場 証券コード2130)

目次

1. 第30期（2025年3月期）通期業績	…	4
2. 「中期的な成長に向けた戦略」に対する進捗	…	10
3. 第31期（2026年3月期）方針／目標	…	18
4. トピックス	…	27
5. appendix	…	30

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。
13期連続増収。過去5年CAGR（年平均成長率）：16.6%。**



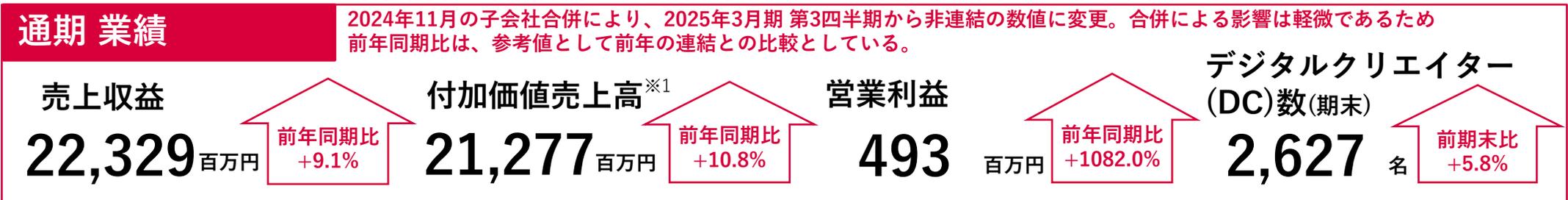
2008年3月期は決算期変更により、2007年6月1日から2008年3月31日までの10か月間のみ。

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）通期業績

2025年3月期 通期 業績ハイライト

- 売上収益／付加価値売上高、営業利益ともに2025年2月公表の修正計画は達成。収益性は計画以上に順調に回復。



収益性の強化

決算賞与支給前の売上総利益率は21.2%と前年同期比で改善。

新卒1・2年目を除くDCの稼働率(4Q)

85.4% (前年同期比▲1.0ポイント)

売上総利益率(4Q累計)

20.9% (前年同期比▲0.1ポイント)

決算賞与支給前売上総利益率(4Q累計)

21.2% (前年同期比+0.2ポイント)

高成長事業の確立

DX領域比率は**41.5%**、成長率は**+30.8%**と順調に拡大。

年間売上1億円以上の売上社数(4Q)

55 社 (前年同期比+9社)

DX領域比率(4Q)

41.5% (前年同期比+5.5ポイント)

DX領域成長率(4Q累計)

+30.8%

単価向上施策の推進により全体の単価は**+3.5%**。
PMO人材358名と計画を大幅超過。

売上単価(4Q累計)

912 千円 (前年同期比+3.5%)

PMO人材数(4Q末) ^{※2}

358 名 (前四半期比+155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 通期 P/L

- 2025年2月公表の修正計画は達成。社員への還元として決算賞与を60百万円計上。決算賞与支給前の売上総利益率は前期比**+0.2pt**。決算賞与支給前営業利益は562百万円（営業利益率2.5%）。
- 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率**▲2.1pt**と抑制し、営業利益は前年同期比**+451百万円**の改善。2026年3月期以降の更なる収益性改善の道筋はついた。

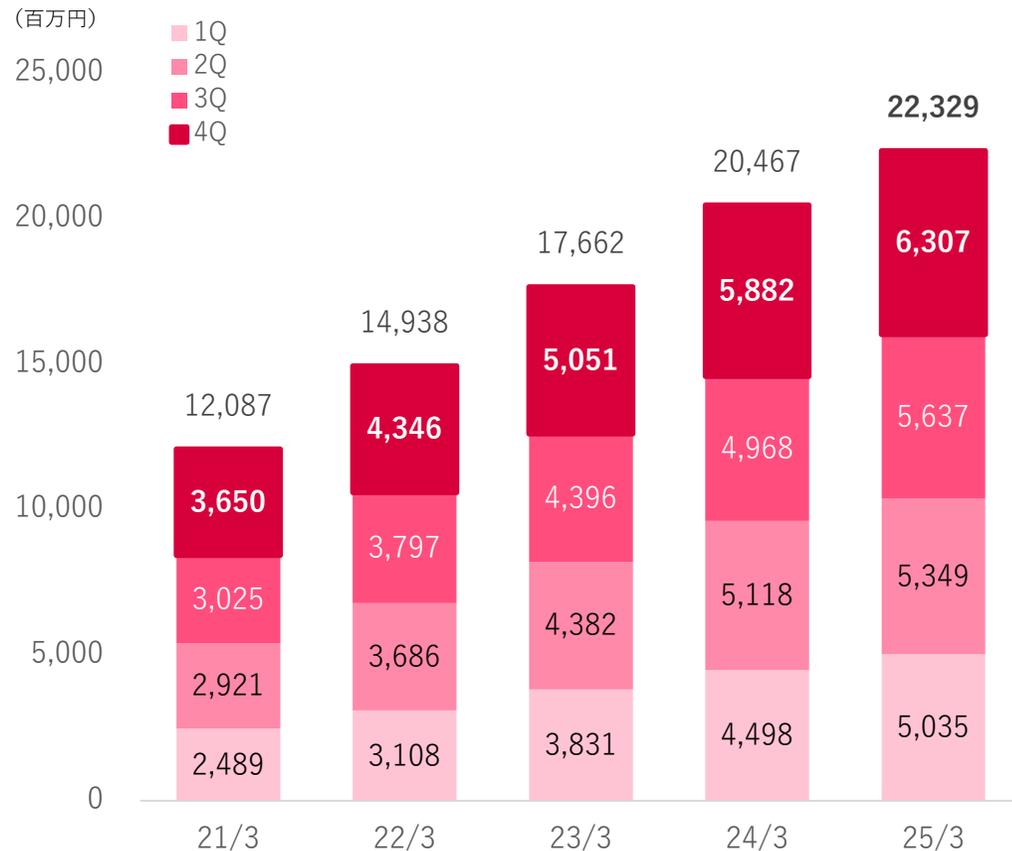
(単位：百万円)	2025年3月期 通期実績				
	2024年3月期 (連結)	2025年3月期 (非連結)	前年同期比	修正計画 (非連結)	達成率
売上収益	20,467	22,329	+9.1%	22,100	101.0%
付加価値売上高	19,208	21,277	+10.8%	21,100	100.8%
売上総利益	4,292	4,671	+8.8%	—	—
売上総利益率 (%)	21.0%	20.9%	▲0.1pt	—	—
販管費	4,263	4,168	▲2.2%	—	—
販管費率 (%)	20.8%	18.7%	▲2.1pt	—	—
営業利益	41	493	1082.0%	400	123.3%
営業利益率 (%)	0.2%	2.2%	+2.0pt	1.8%	—
税引前利益	136	472	246.1%	390	121.3%
当期利益	126	349	176.5%	260	134.5%

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。

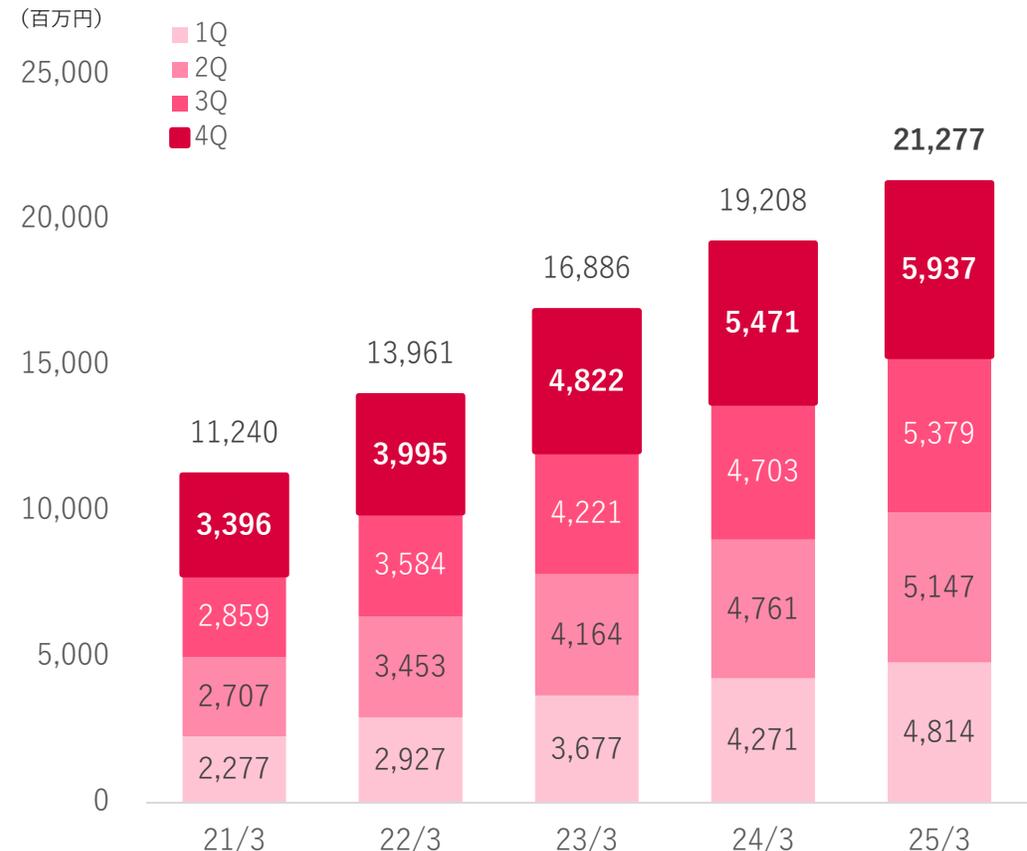
売上収益・付加価値売上高

- 売上収益：22,329百万円（前年同期比+9.1%）。付加価値売上高：21,277百万円（前年同期比+10.8%）
- 下期付加価値売上高成長率は+11.2%と上期（+10.3%）から改善。

売上収益（25/3 2Qまでは連結、25/3 3Q以降は非連結）



付加価値売上高（25/3 2Qまでは連結、25/3 3Q以降は非連結）

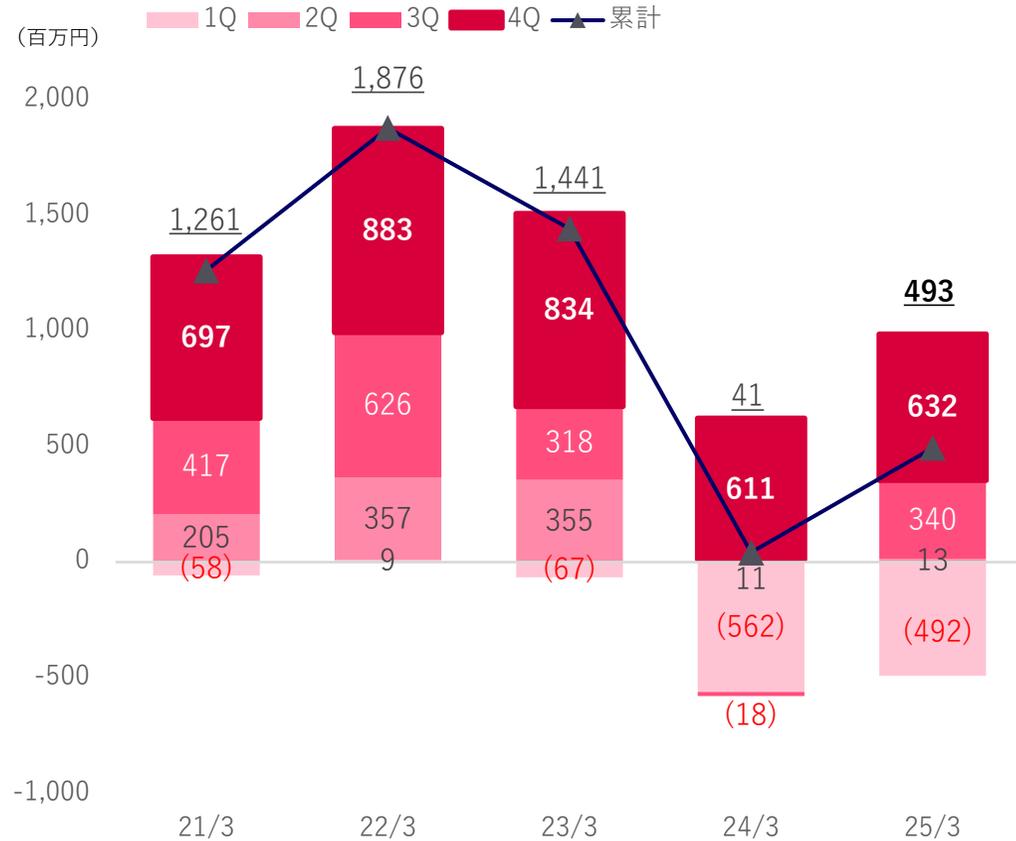


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

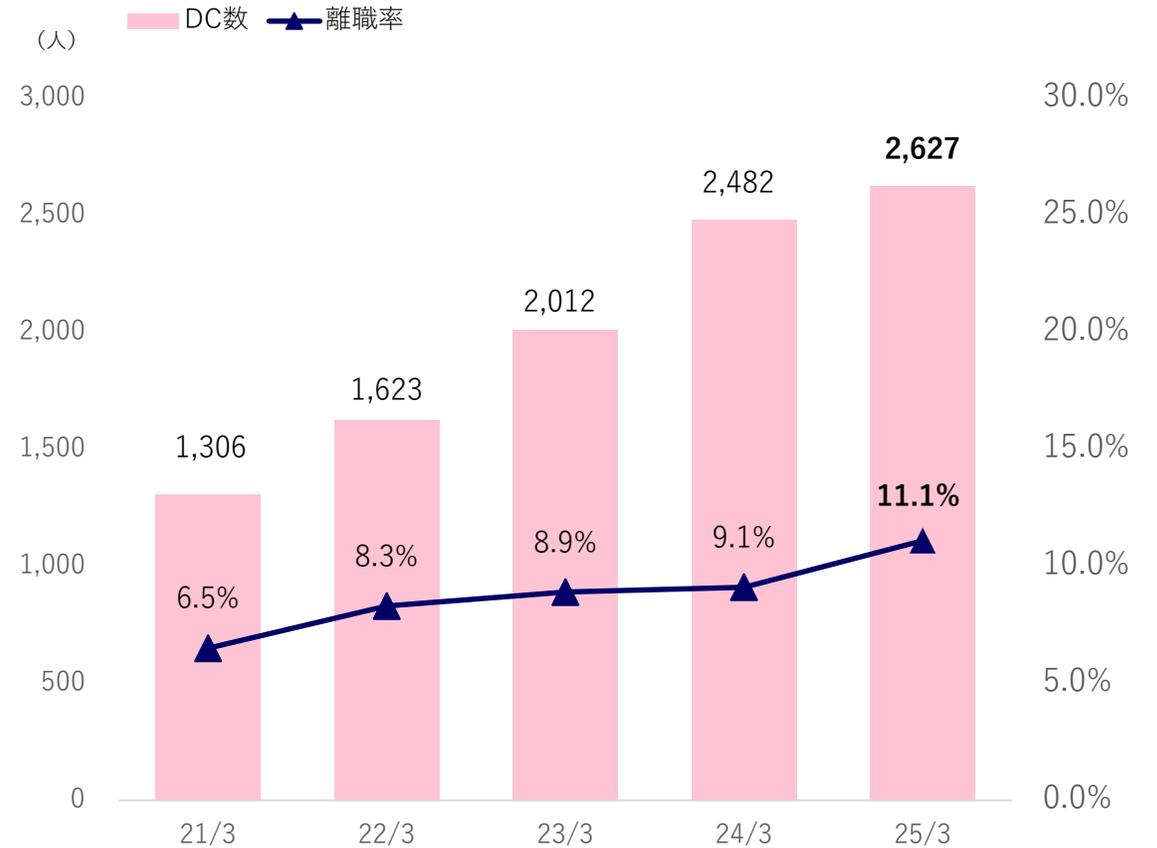
営業利益・デジタルクリエイター(DC)数・離職率

- 営業利益は通期累計493百万円（前年同期比+1,082.0%）。前期比+4.5億円と2期連続の減益から増益に転換。
- DC数は2,627名(前期末比+145名、+5.8%)。離職率は11.1%。未稼働者増加影響もあり、前年同期比+2.0ptと悪化。

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

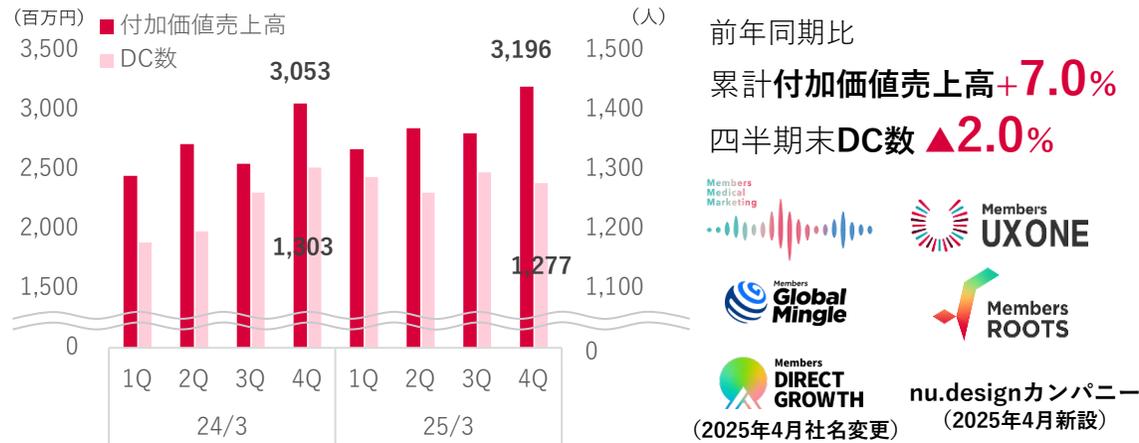


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

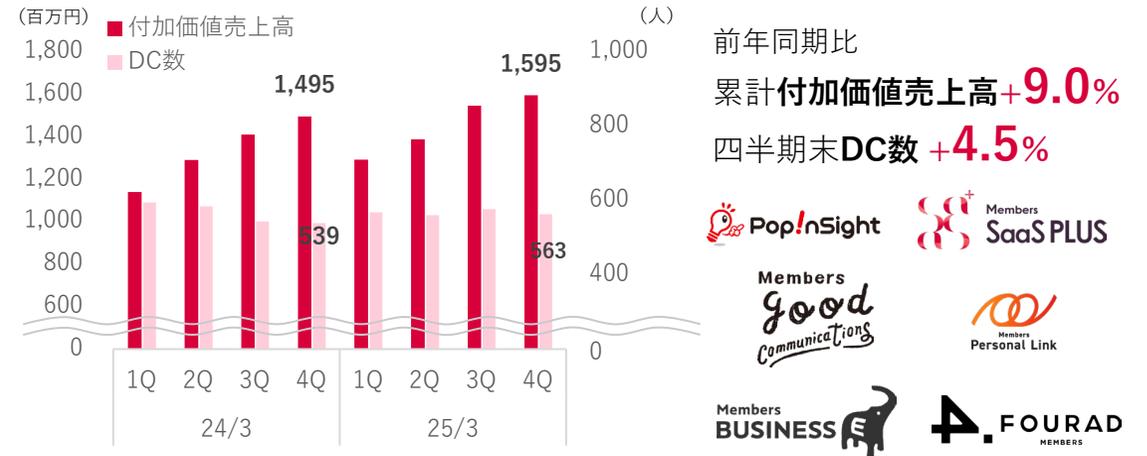
各事業領域 付加価値売上高・デジタルクリエイター(DC)数

- 通期累計ではデジタルサービス開発、データ領域いずれも**20%以上の成長率**。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、DX領域の拡大を加速させ成長率を引き上げる。
- 2025年4月、プロダクトデザイン専門/テクニカルディレクター専門/生成AI専門のカンパニーを新設。

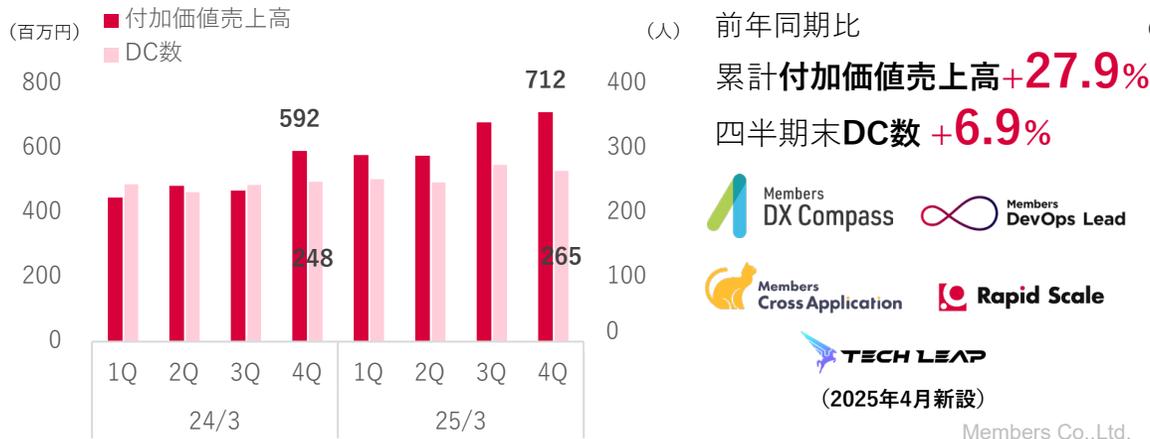
制作/UIUX



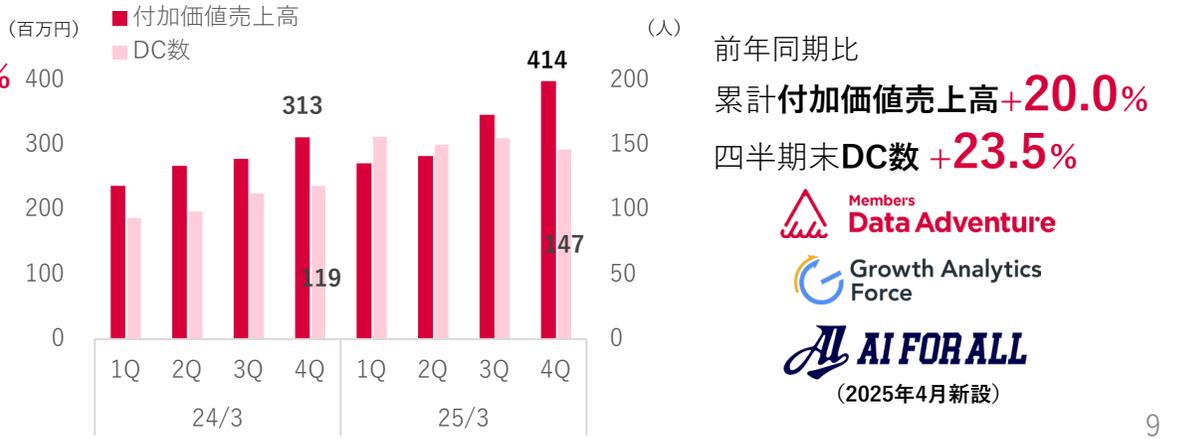
デジタルマーケティング



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

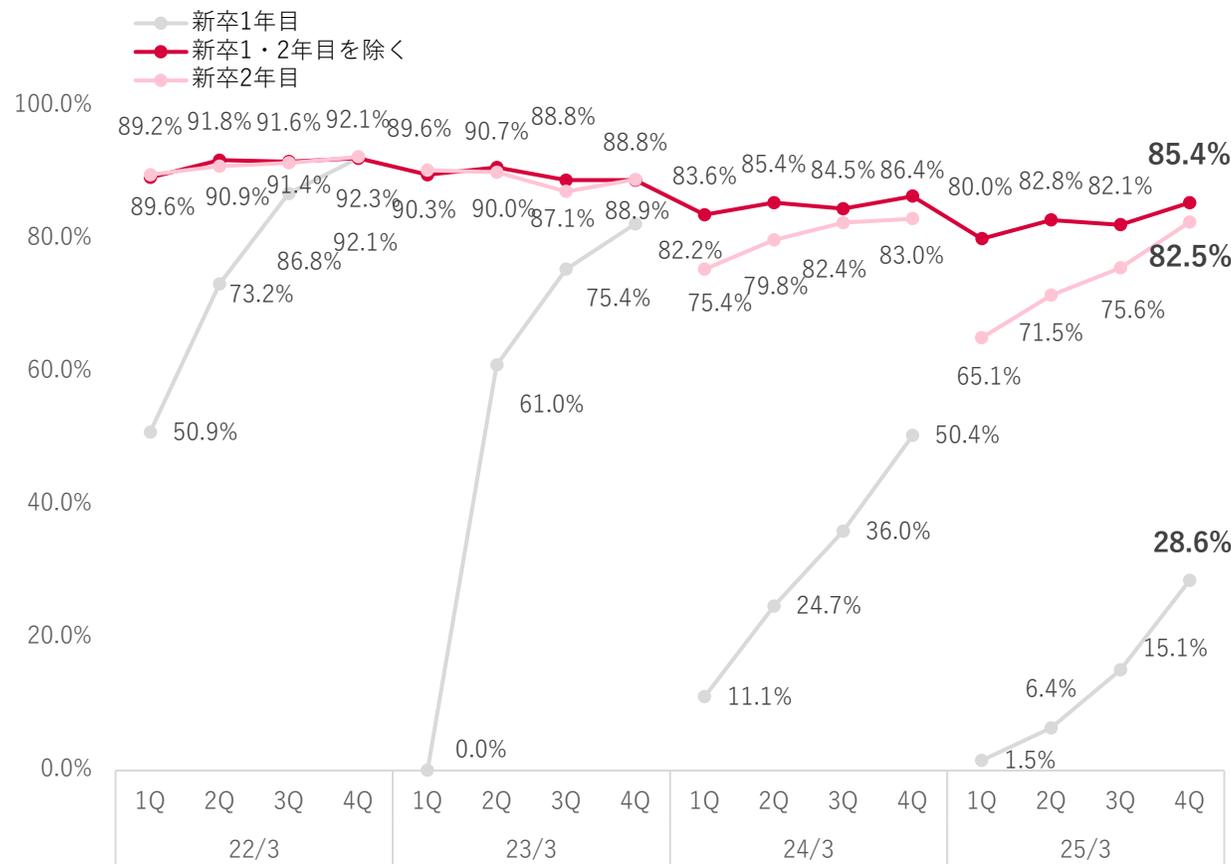
中期的な成長に向けた戦略

	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%以上成長 営業利益率 10%
	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 	売上総利益率(連結) DGT一社あたり付加価値売上高	
高成長事業確立	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 	通期売上収益1億円以上の取引社数 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	
将来への投資			

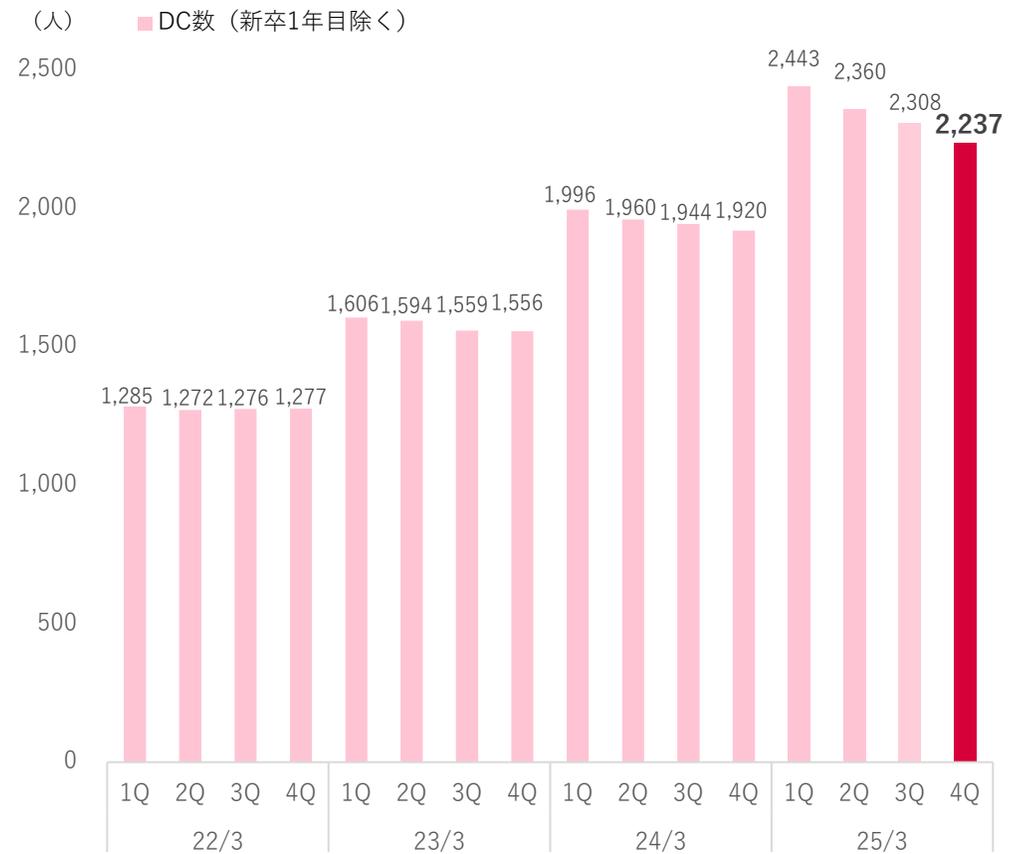
①高収益体質の回復/確立-稼働率引き上げ最注力と利益重視マネジメントへの転換

- 新卒1・2年目を除くDCの稼働率は85.4%(前Q比+3.3pt)。採用抑制により稼働率は改善傾向。
- 新卒2年目(2023年4月：585名入社)の稼働率は82.5%。目標としていた前年同水準まで回復。
- 新卒1・2年目を除くDCの稼働率目標は通期平均85%以上。稼働率改善余地はまだあり、取り組みは継続。

稼働率 (新卒1・2年目を除く / 新卒2年目 / 新卒1年目)



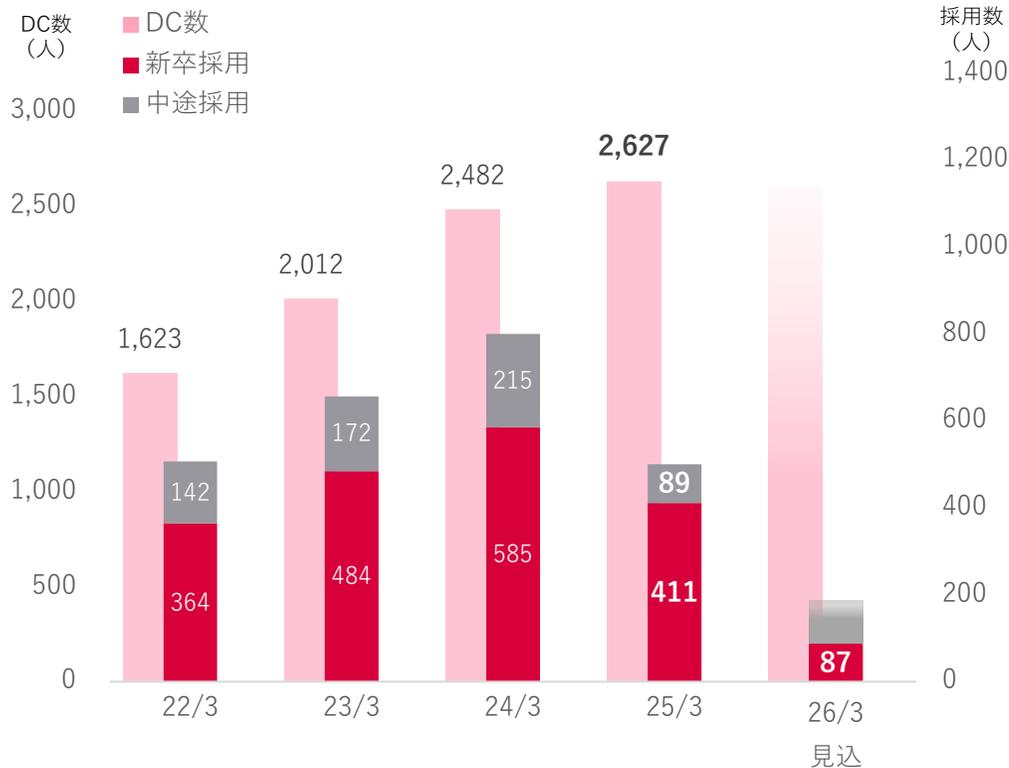
DC数 (新卒1年目除く)



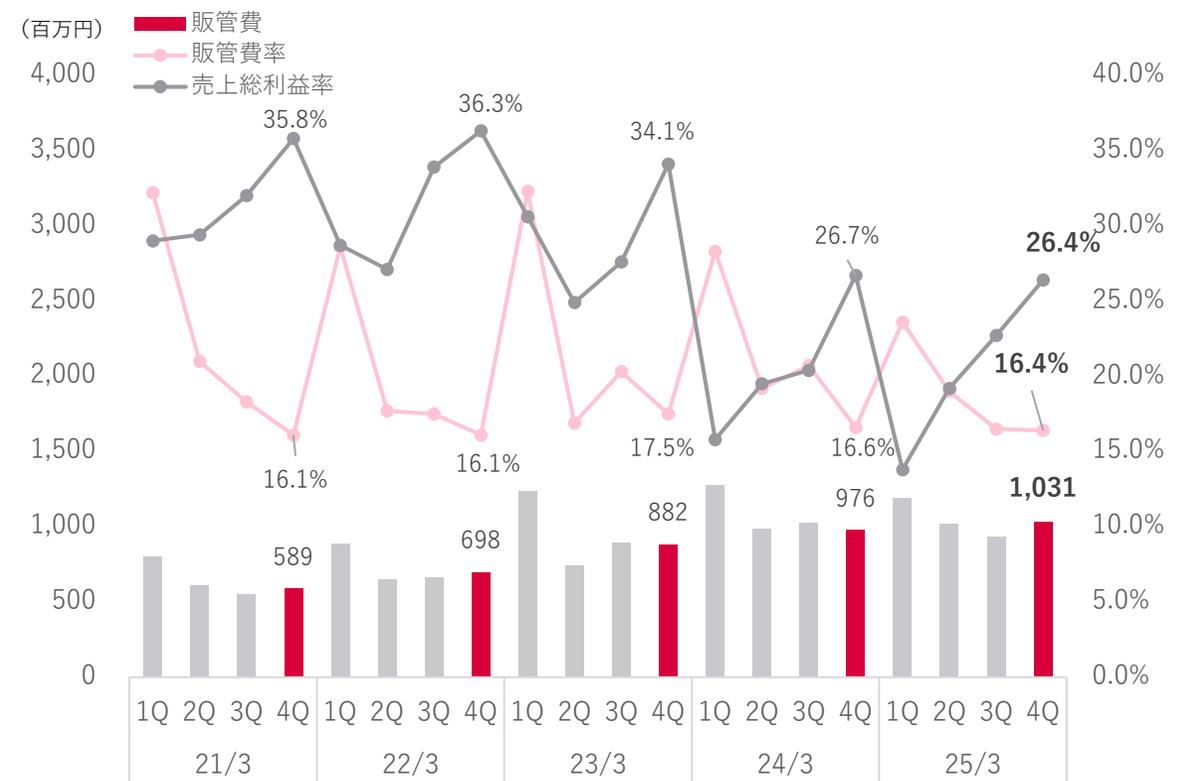
①高収益体質の回復/確立-稼働率引き上げ最注力と利益重視マネジメントへの転換

- 稼働率が適正水準になるまで採用を抑制した結果、収益性は順調に回復。**25年4月の新卒入社は87名**。DC数は減少傾向だが、単価と稼働率改善により2026年3月期の**収益性は大幅に回復する見込み**。
- 4Q単独の売上総利益率は前年同水準だが、決算賞与支給前では**27.4%**と**前年同期比+0.7pt**。コストコントロールの徹底により累計では**販管费率▲2.1pt**。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以降は非連結)



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。

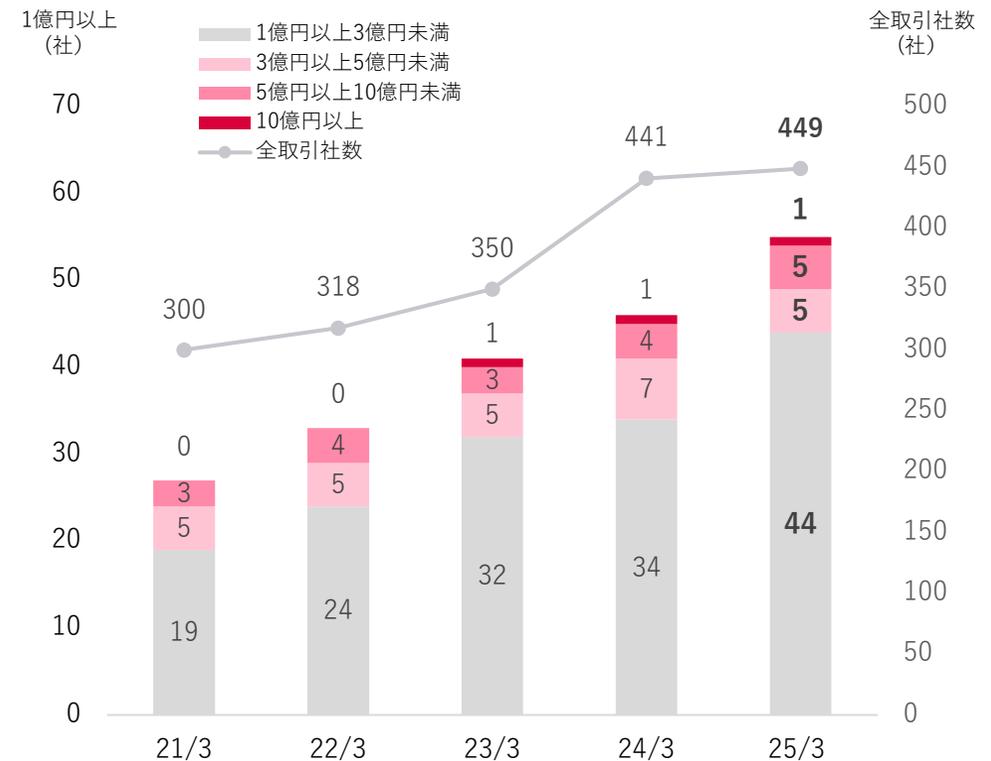
②高成長事業の確立-DX4事業に再編、既存顧客売上の最大化

- DGT上位50社の一社あたり付加価値売上高は前年同期比+1.8%。通期累計では+6.7%と順調に拡大。
- 4Q末時点の売上1億円以上取引社数は**55社**、前期末比+9社と大幅に増加。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。DGT社数及び全取引社数は前期末比横ばい傾向だが、想定通り。
- 既存顧客の取引拡大に向けた営業リソースを更に増やしたことでDX領域への転換は加速。

DGT社数(※)/一社あたり付加価値売上高



売上規模別取引社数

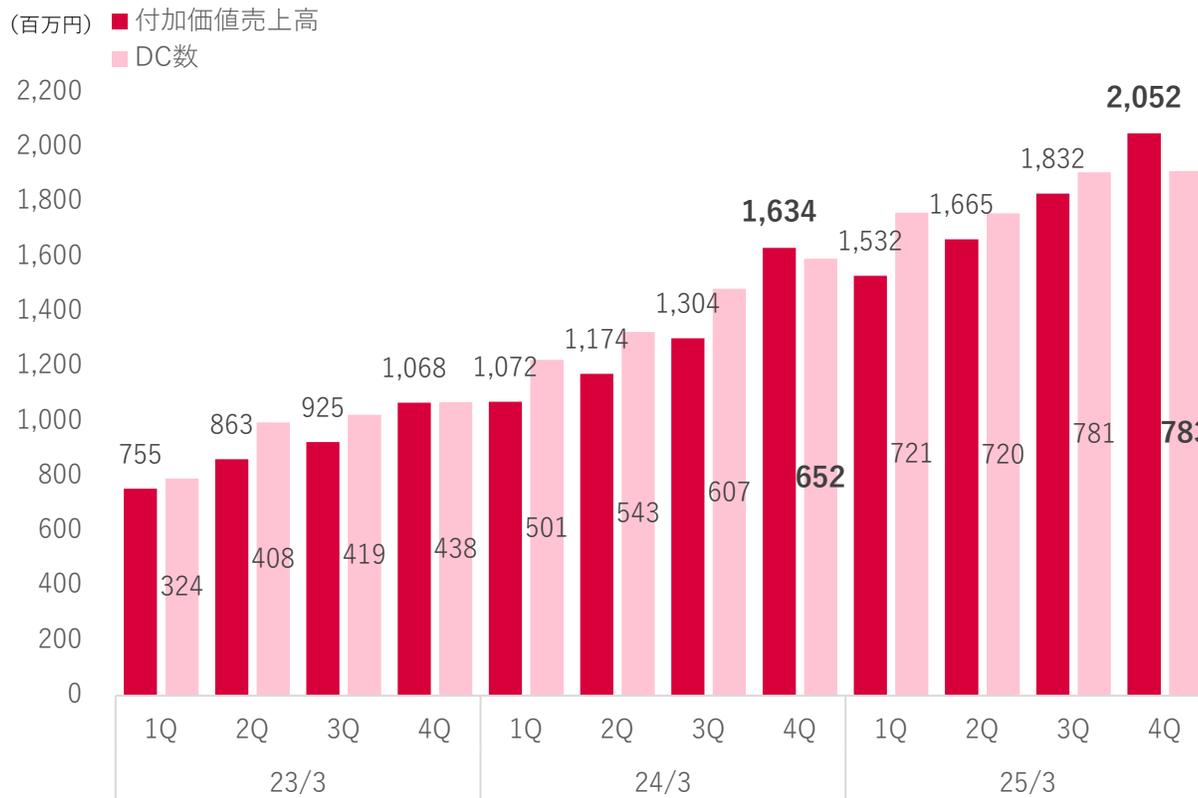


※ DGT社数は、3名以上のDCが顧客専任チームとして成果を追求しサービスを提供する顧客の数

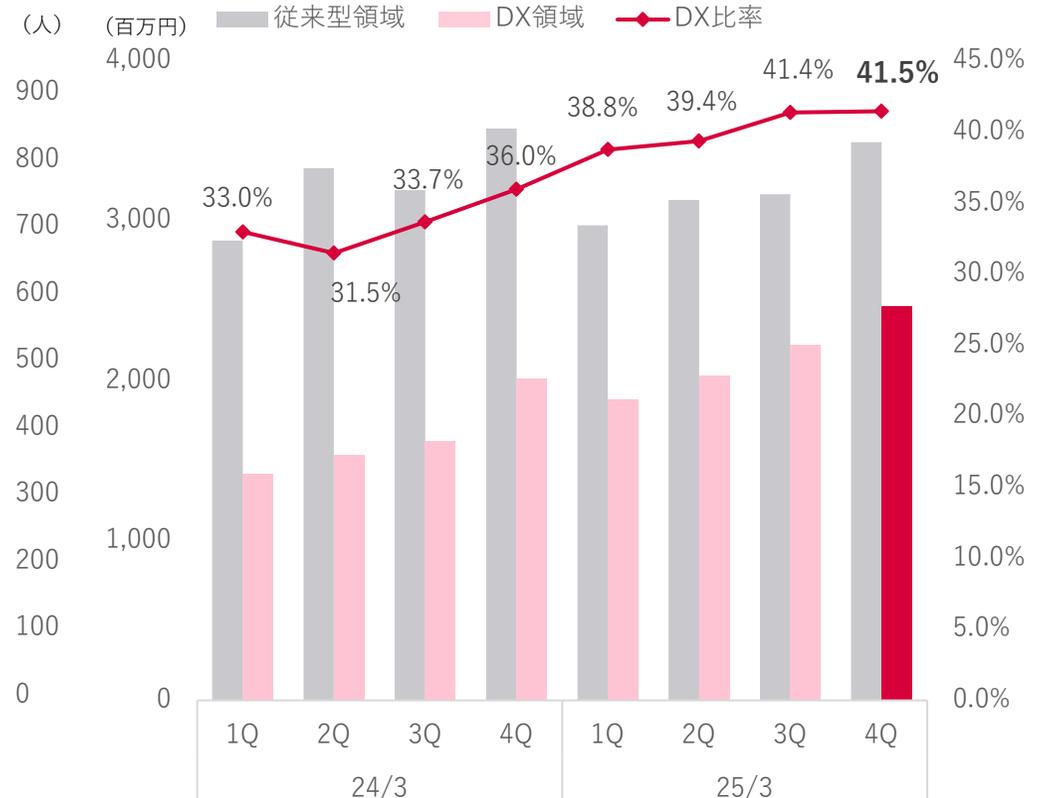
②高成長事業の確立-DX4事業に再編、既存顧客売上の最大化

- 専門カンパニーの付加価値売上高(通期累計)は7,083百万円、前年同期比+36.6%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41.5%(前年同期比+5.5pt)、通期累計成長率は+30.8%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)



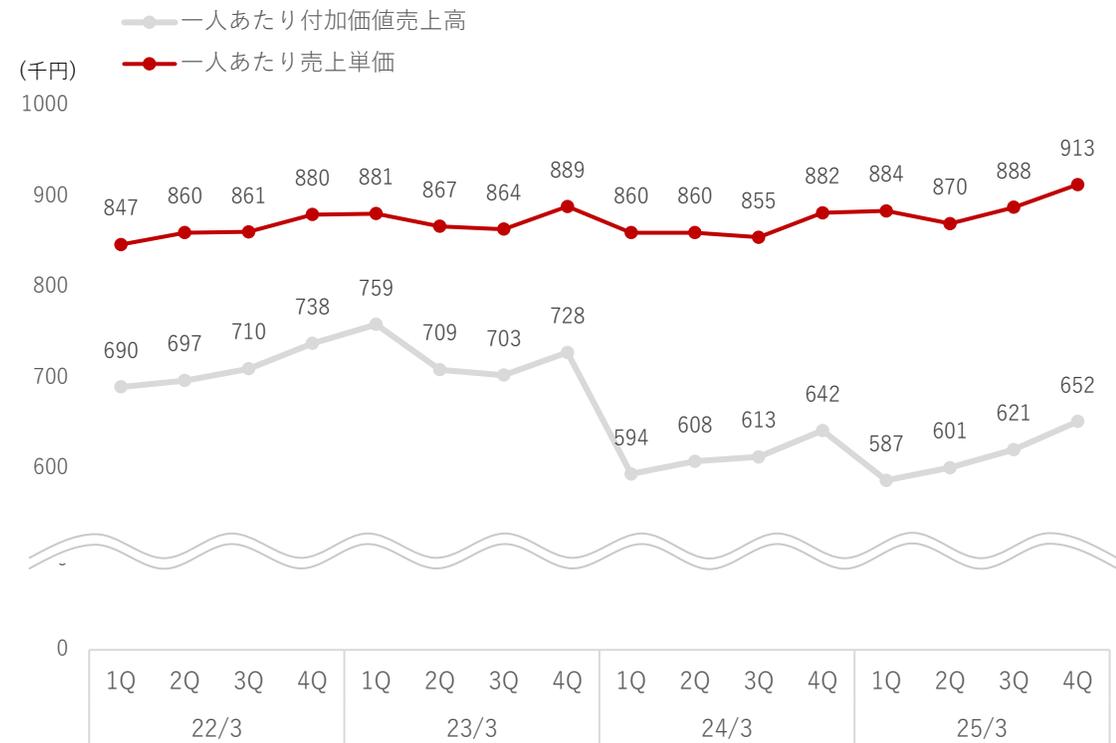
③高成長事業の確立-顧客のDX内製化伴走支援ポジションの獲得

- PMO人材は期初計画120名を大幅に上回る358名を育成。PMO専門カンパニーの付加価値売上高も通期累計で**+56.0%**と順調に拡大。
- 既存DCの単価上昇（**+7.2pt**）が寄与し、通期累計単価は**+3.5pt**。DX領域への転換により順調に単価は改善。

PMO人材数※



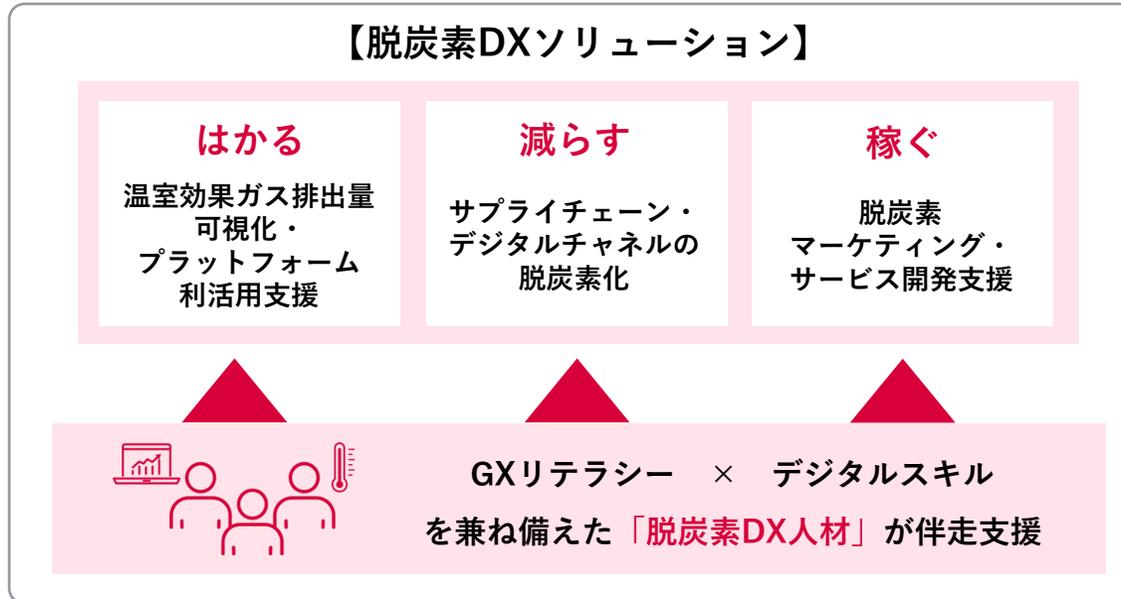
一人あたり売上単価・付加価値売上高



※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。

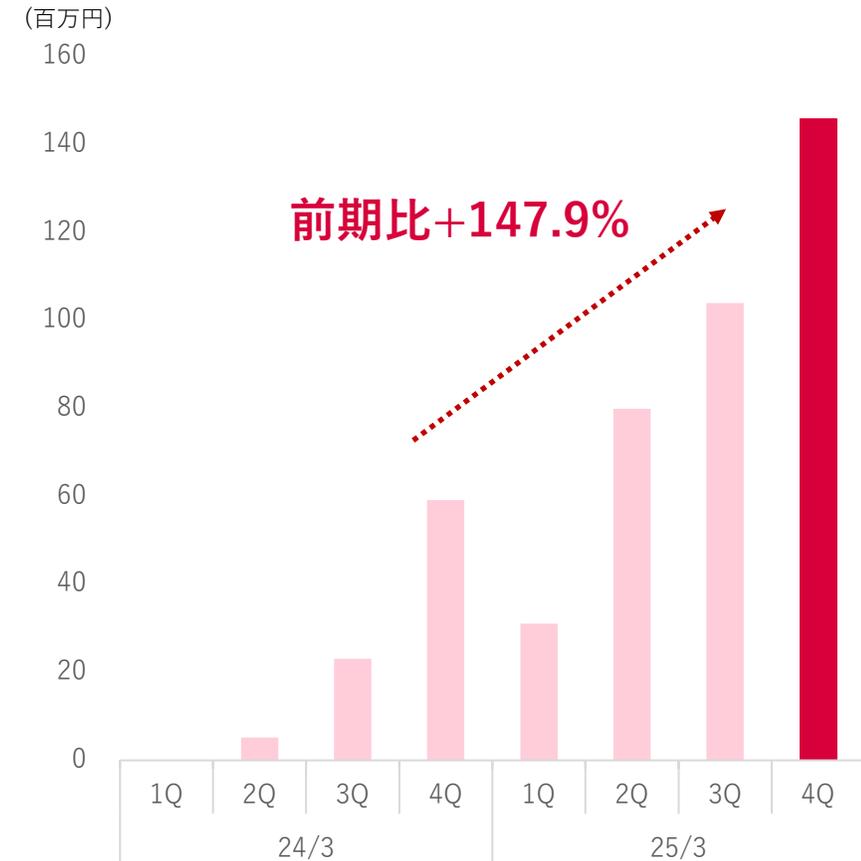
④将来への投資-脱炭素DX事業の確立/脱炭素DX人材の育成

- 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>**
- 【新サービス】サステナビリティAIアシスタント提供開始。信頼性高いエビデンスに基づく回答生成で企業のサステナビリティ業務の効率化や属人化を解消、GX人材育成も支援 [2025年3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）

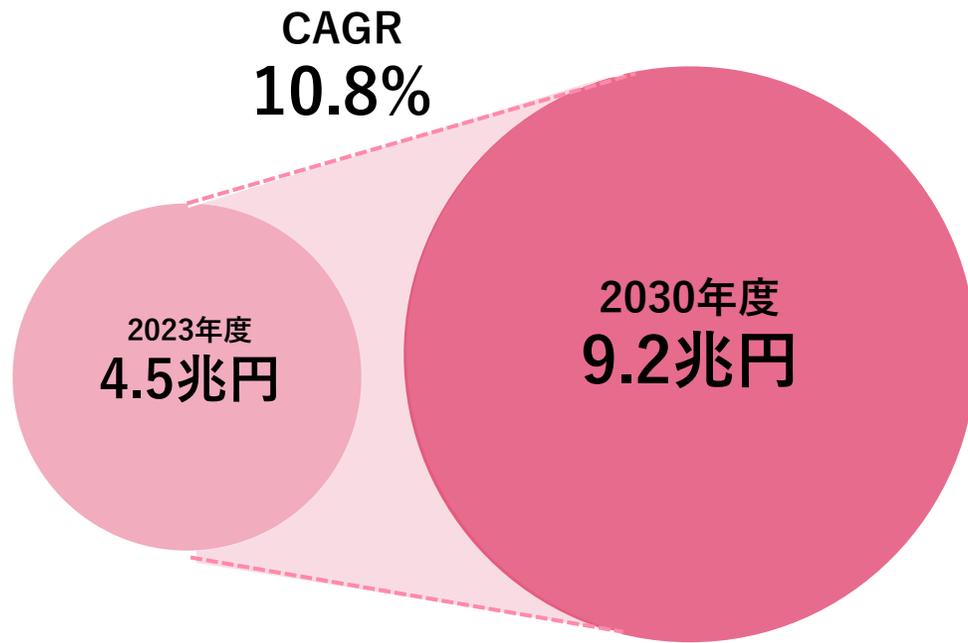


3. 第31期（2026年3月期）方針・目標

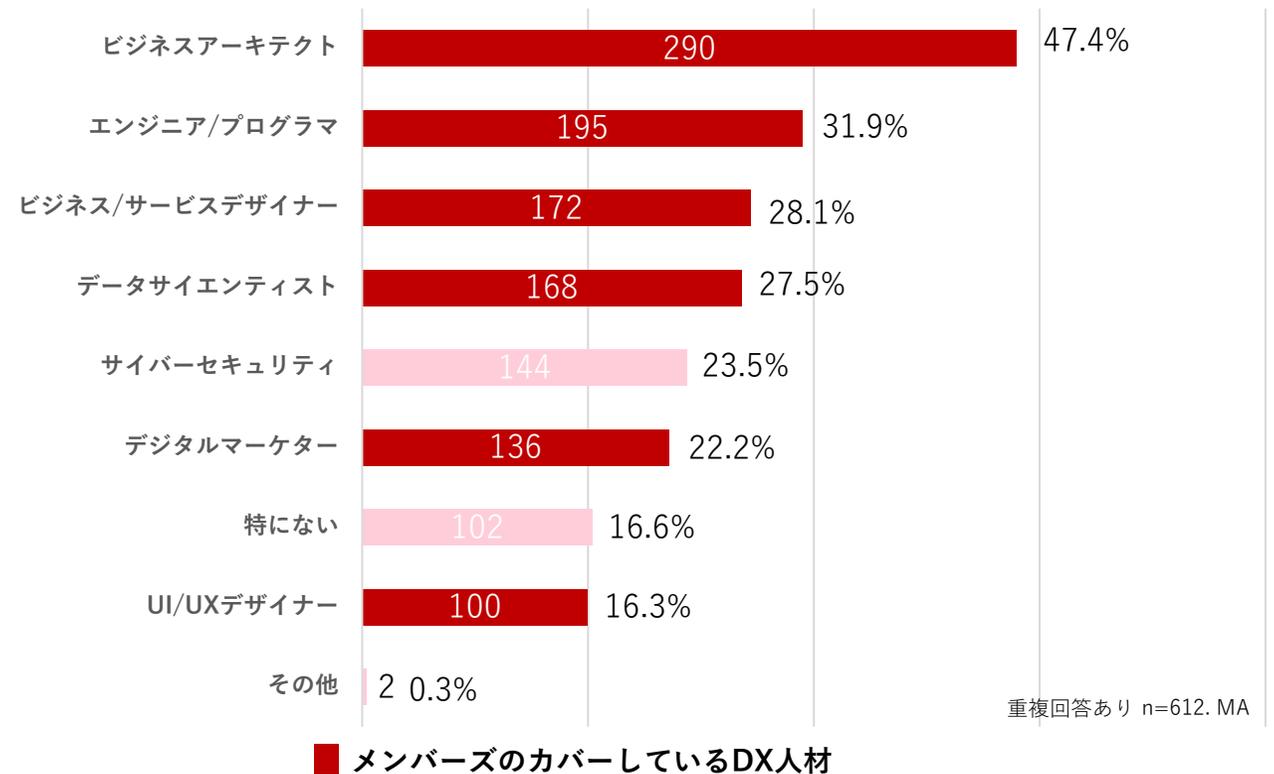
外部環境：急拡大するDX市場・DX推進を阻む人材不足

国内DX（デジタルトランスフォーメーション）市場は**2030年度には9兆2,666億円※1**に拡大する見通し。
また、DXを推進するための人材不足を感じている企業は多く、**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**85.7%が回答※2**している。

DX市場規模予測※1



主要なDX人材の不足割合※2



※1 【国内DX市場の市場規模】、【主要なDX人材の不足割合】出典：「2025 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）

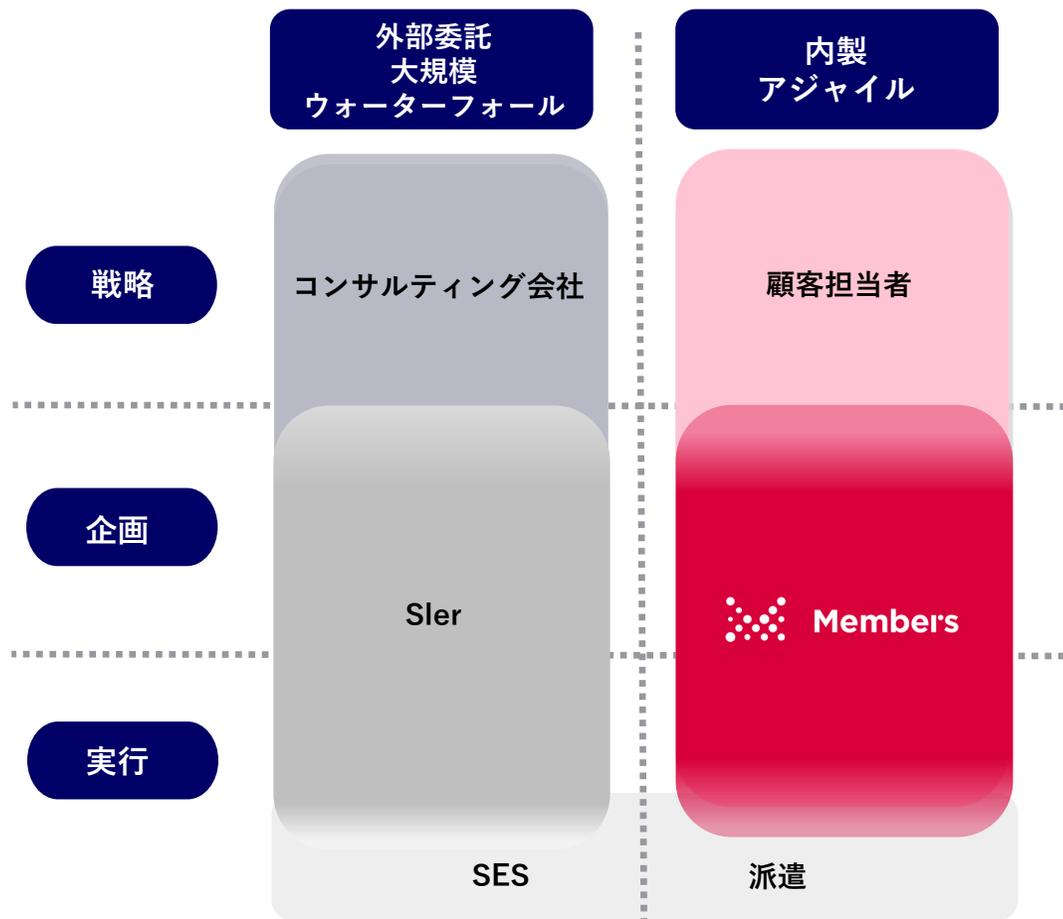
※2 【DXを推進する人材の「量」の確保】出典：「DX動向2024」（独立行政法人情報処理推薦機構）P31 <https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/eid2eo0000002cs5-att/dx-trend-2024.pdf>

DX現場支援ポジションと競争優位性の確立

顧客の強い内製志向に対し、2,500名以上のデジタル専門人材のハンズオン、顧客専任チームでの内製型DXの継続支援というユニークなポジションと競争優位性を確立する。

当社のポジション

企業のDX化の際の課題（攻めのDX実態調査2025より）



人材不足

- 90%超の企業で全行程において人材不足、特に実行工程は大幅不足が約50%で深刻

外部委託ニーズ

- 工程ごとに異なるが、実行工程では共創につながる伴走・ハンズオン支援を重視
- 戦略・企画工程では内製が進むが、実行工程では専門性や技術力が求められるため人材やスキル不足・育成の難しさを感じており、外部委託割合が約3割と他の工程より割合が多い
- 外部委託先への満足度はほとんどの項目で4割に満たず、費用対効果が最も低く約20%

メンバーズのDX現場支援

- デジタル技術専門人材のハンズオン（2,500名）
- ビジネス理解の高い“あたかも社員®*”による顧客専任チームの継続支援（3～数十名の150アカウント）
- 企画・実行フェーズにおける適切なコストパフォーマンス

※あたかも社員は当社の登録商標です。あたかも社員（登録商標第6923667号）

DX現場支援ポジションへの転換の加速と現場中心の全員参加型経営の確立

重要戦略

人材育成

- SINCA90プロジェクトを推進し、PMO人材の育成に加え、UXデザイナー、マーケティングDX人材など顧客に伴走するDX人材の育成を加速させる。
- AIを最大限活用し、生産性の大幅改善及び競争力強化を目指す。

サービス／営業

- 事業ごとに目指すサービスポートフォリオを設計。DX領域への転換・拡大を加速させ、顧客のビジネス変革、カスタマーサクセスおよび高い顧客支持を追求する。
- DXプロジェクト領域を拡大するPMO系サービスを拡充する。
- ABM型のアカウント管理の導入。注力顧客のDX領域拡張をさらに加速し、一社あたり売上を最大化する。

投資

- ミッション／ビジョンの実現に向け、脱炭素DXカンパニーを軸にユニークな強みのサービスを確立する。
- DX現場支援におけるチームマネジメント、およびチームビジョンや個人ビジョンを軸にアカウント／チーム運営する現場中心の全員参加型経営の在り方を確立し、挑戦的な文化と社員の幸せを追求する。

目標

DX人材比率

(全社員に占める割合)

65%

通期稼働率

(新卒1・2年目除く)

85%

DX売上比率

(全付加価値売上高との比較)

55%

単価

(新卒1・2年目除く)

前期比 + 10%

社員 エンゲージメントスコア

前期比 + 0.1pt

NPS

(高い顧客支持)

前期比 + 2pt

DX現場支援ポジションへの転換加速一人材育成

- 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、マーケティング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。
- DX人材比率目標は今期65%。2027年3月期90%以上**を目指し、SINCA90プロジェクトを強力に推進。

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



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



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



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



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



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



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

(中長期)非財務指標

- 社員エンゲージメントは前期より低下したものの、他社比較では引き続き高い水準を維持。前期比低下要因は明らかであり、稼働率の適正水準への引き上げ、ミッション／ビジョン経営の再構築により、今期目標は前期比**+0.1pt**。
- 重要指標と位置付けている**NPSは前期比+5.5pt**と大幅に改善。顧客の内製型DXにおける伴走支援が高評価を獲得。**総合満足度は84.8%**【満足36.6%(+4.2pt)、まあ満足48.2%(▲4.1pt)】と明確に満足度が向上。今期NPS目標は前期比**+2pt**。目標達成に向け、当社サービスの強みを更に高めていく。
- 社員一人一人の脱炭素に繋がるアクションを計測。前期を大きく上回り、目標比**+124.3%**。

社員エンゲージメントスコア(2025年3月期)

総合的な
エンゲージメント
スコア

3.41 / 5.00
前期比▲0.11
参考値(※)比+0.28

- 仕事への熱意や挑戦・学習風土のスコアは引き続き高く、コアバリュー「貢献・挑戦・誠実・仲間」を体現していることを確認。
- 未稼働の多い若手層を中心にエンゲージメント低下。稼働率の適正水準への引き上げが必要。
- ビジョンへの共感や経営層への信頼が低下傾向。短期的な業績目線の経営からミッション／ビジョン経営の再構築を進めていくことが必要。

※参考値: 従業員規模1,000人以上の民間企業の正社員を母集団とする回答結果。

NPS (2025年3月期)

▲**3.5pt**
前期比+5.5pt

- 推奨(10,9)：22.3% 中立(8,7)：51.8% 非推奨(6-0)：25.9%
- 非推奨スコアが前回比▲4.9ptと大幅に減少。

脱炭素アクションスコア (2025年3月期)

5,608件
前期比：+143.5%
目標比：+124.3%

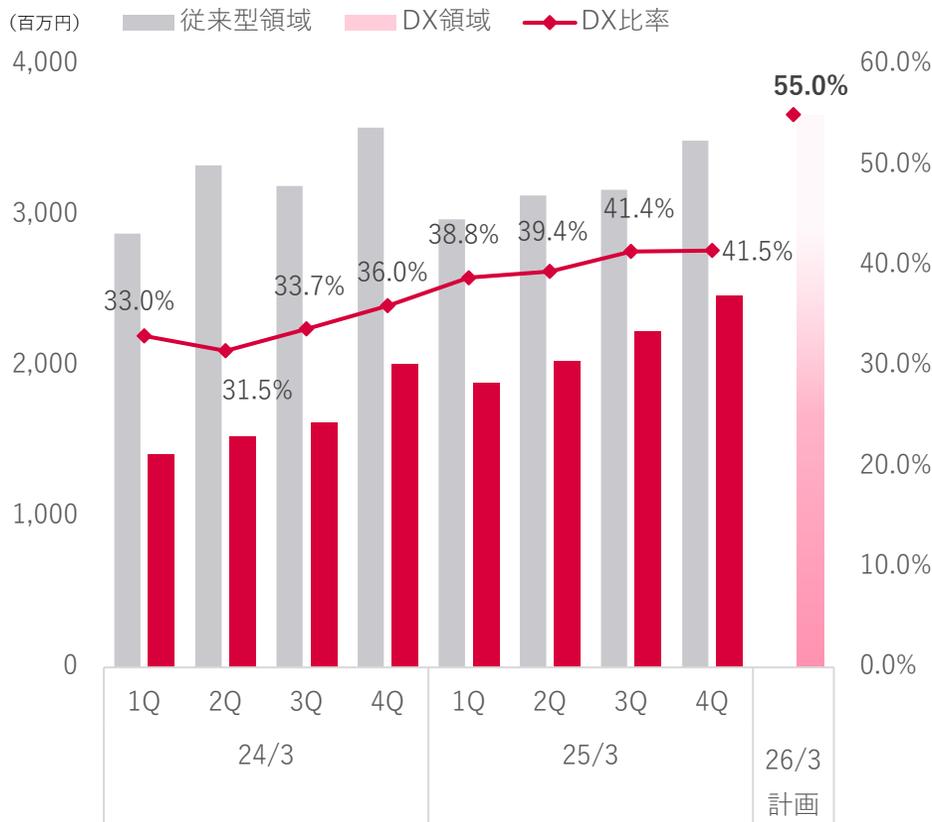
- 社員の意識向上により、脱炭素DX人材育成に繋がっている。

※ NPS(Net Promoter Score)：顧客が企業の製品やサービスを他の人に薦める意欲を指数で表したものの。サービスに対する顧客の総合的な満足度やロイヤリティを測る指標として利用される。

DX現場支援ポジションへの転換加速—業績目標

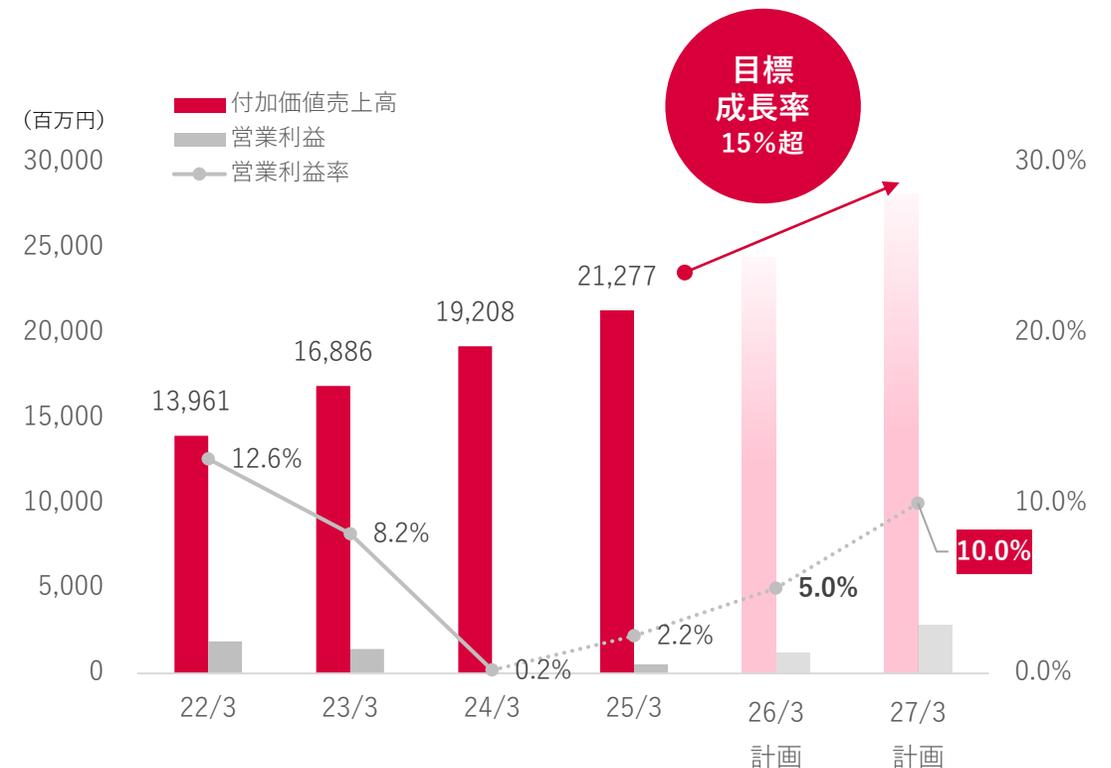
- 今期のDX売上比率目標は**55.0%**（前期4Q比+13.5pt）。DX現場支援ポジションへの転換を大胆に加速させ、付加価値売上高成長率15%超の高成長事業の確立を目指す。
- 収益性の回復は当初計画以上の進捗。今期計画の**営業利益率5%**および来期以降の高収益回復（**27/3期営業利益率目標10%**）の実現性は高まり、**2027年3月期の営業利益25～30億円超**と過去最高益の更新が見込める計画。

付加価値売上高（領域別）



2026年3月期計画より従来型領域からDX領域への移管分を含む。

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）



2026年3月期方針/業績目標

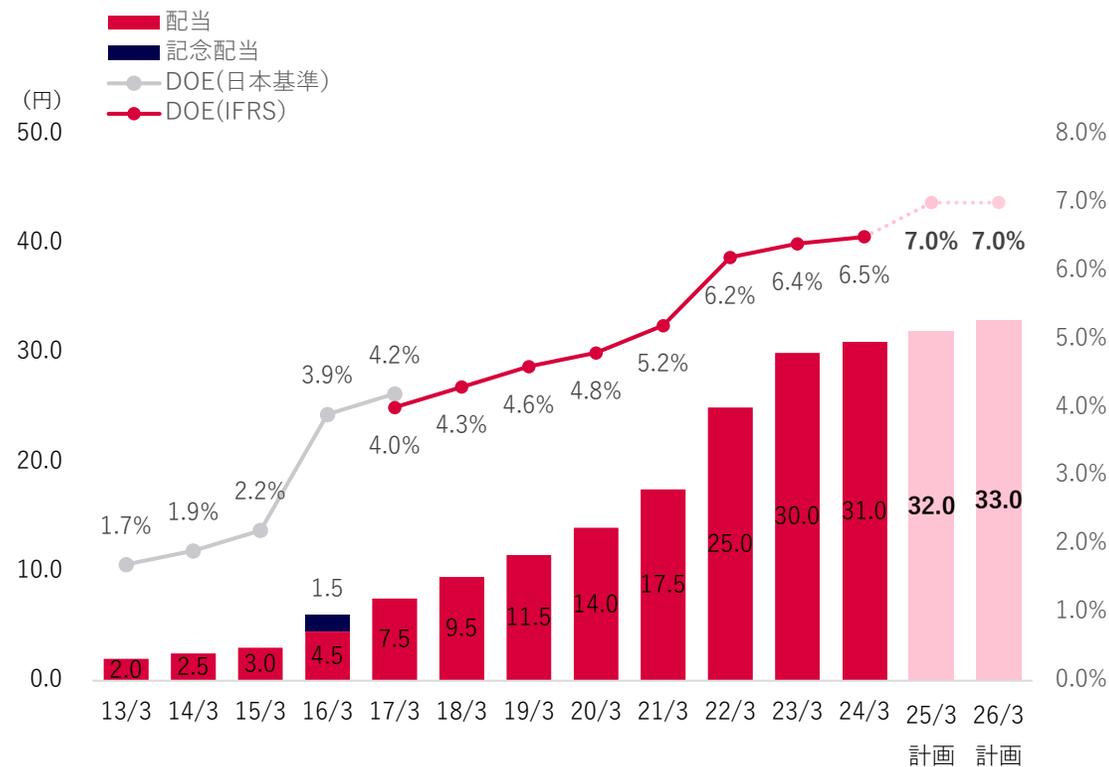
- 成長性の高いDX領域への転換は進むものの、従来型の大型Web運用領域の成長鈍化を見込む。引き続き、DX領域への転換を大胆に加速させ、高成長事業の確立を目指す。
- 中期的な成長に向けた戦略の通り、2026年3月期の営業利益率目標は**5%**。前期比**+7.2億円**と大幅増益を見込む。

(単位：百万円)	2025年3月期 実績				2026年3月期 計画			
	2Q累計	対前年同期 増減率	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	10,384	8.0%	22,329	9.1%	11,366	9.5%	24,318	8.9%
付加価値売上高	9,961	10.3%	21,277	10.8%	11,057	11.0%	23,620	11.0%
営業利益	▲479	-	493	1082.0%	▲50	-	1,214	146.2%
営業利益率	▲4.6%	-	2.2%	-	▲0.4%	-	5.0%	-

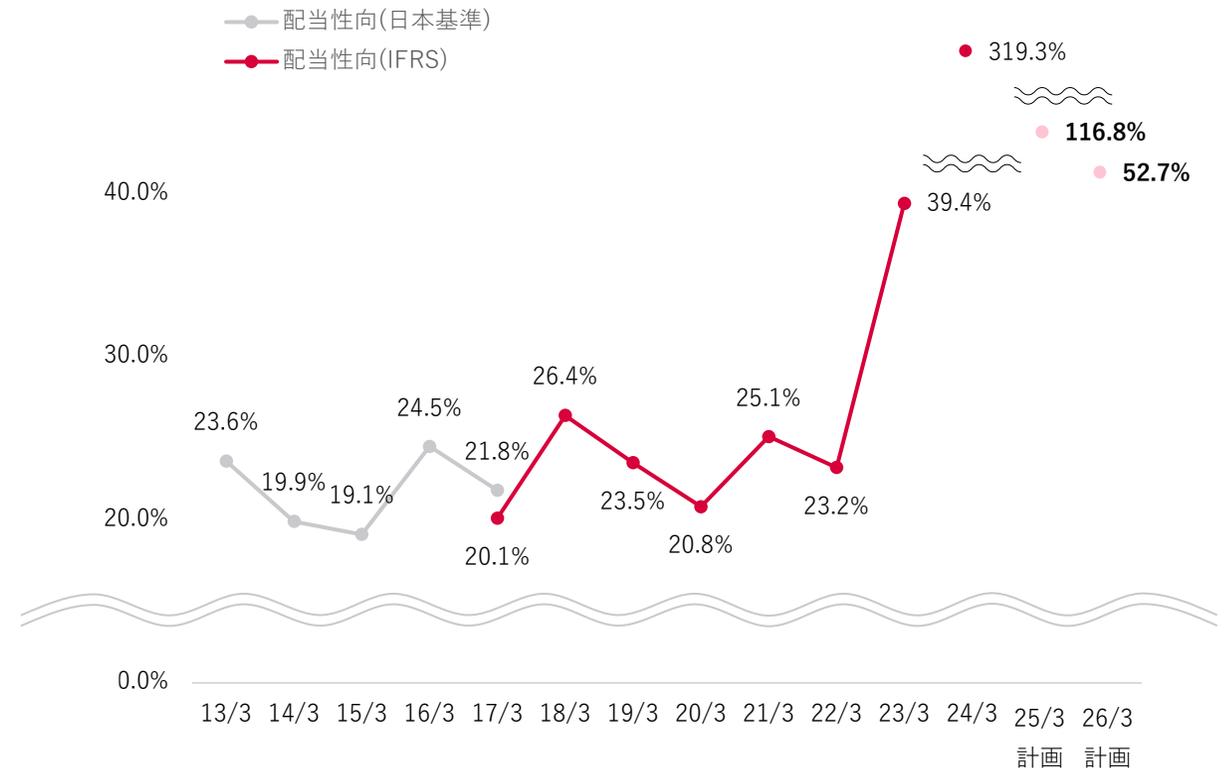
株主還元

- 2025年3月期配当：32.0円、初配から**13期連続増配**を予定。
- 2026年3月期配当：33.0円。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



4. トピックス

「攻めのDX実態調査」結果から見えるDX化の実態について

- 当社は大手企業の経営・管理職301名を対象にDX推進の実態、特にビジネスモデル変革や新規事業といった「攻めのDX」の取り組み状況、投資の優先度、重視度と達成度、人材の状況、内製化と外部委託の実態についての詳細な調査を「攻めのDX実態調査2025」*として実施。これにより、人材不足、役職間の認識ギャップ、実行における課題が明らかになった。

深刻なDX人材不足



▶ 各工程のDX人材

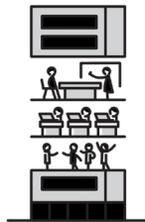
「大幅に不足」 or 「不足」

9割超

▶ 実行段階

約5割

役職間の認識ギャップ



▶ 達成度

経営・部長層 ← **GAP** → 課長・主任層
約20pt

ギャップは以下3点において特に発生

- ① 明確なビジョン・目標と共通認識
- ② 経営層のコミットメント
- ③ 専門スキルを持った人材育成と採用

相対的に経営・部長層は達成度高く評価、現場に近づくと下がる傾向

実行における課題



▶ 内製化に伴う達成度の低さ

「迅速で柔軟なプロジェクト推進、アジャイル開発」…▲18.8pt
「顧客中心の思考・設計」…▲18.3pt
「AIやクラウドなど最新技術の活用」…▲13.3pt

▶ 外部委託への不満

「不満」「やや不満」**約6割**

満足度の差（満足と不満の間）

「戦略から実行まで一貫した支援」…35.6pt
「伴走支援」…36.1pt

※「攻めのDX実態調査2025」の詳細はこちらのリリースをご確認ください<https://www.members.co.jp/company/news/2025/0424>

DX領域におけるサービス事例

当社DX現場チームが、顧客の内製型チームと伴走し、攻めのDXにおける成果創出を支援。サービスデザインやDXプロジェクト支援といった内製型DX支援事例が増加。

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 × データ活用



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

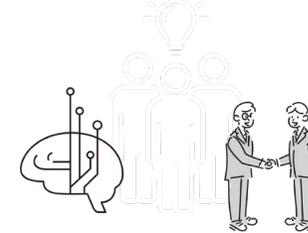
ベネッセホールディングス様



- 「次世代型Webサイトプロジェクト」にて生成AIやノーコードCMS導入などの最適なテクノロジーを活用し、業務プロセスを再構築。
- 自動化などにより空いた人員・時間を付加価値の高い業務へシフトし、顧客体験の向上へつなげる。

メンバーズの提供価値

生成AI活用



DX現場チームによる
伴走支援

サービスリリース後の内製化を見据えた抜本的なフローからの
見直しや最適なソリューションの提供などをDX現場
チームで伴走支援したことにより、全社的な支援へ発展

5. appendix

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 (2025年3月末時点) [IFRS]
社員数	2,967名 (2025年3月末時点)
売上収益 (連結)	22,329百万円 (2025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



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6年度に選定



メンバーズが着目する社会課題



地球温暖化および気候変動による環境変化



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



メンバーズの取り組み

- **脱炭素DXカンパニー**設立、高度専門人材育成・独自サービス開発を推進
- 2024年から3年で社員1,000人にGXリテラシー講習などの**独自育成プログラム**を実施するとともに社員自ら**脱炭素につながるアクションを起こす**ことで直接的に炭素排出量削減を実現
- 顧客のデジタルマーケティングのアプローチを社会課題解決型に転換し、**消費行動の変化とマーケティング成果向上の両立**を実現

- 新卒を中心とした**日本全国での優秀な人材の大規模採用**
- **独自の育成・学び続けられる環境を整備**、幅広い専門分野における高度デジタル人材を輩出
- 顧客内製化をゴールに据え、サービスの提供価値とともに**デジタルの知見を顧客に還流**

ユニークな事業価値と主なサービス展開領域

ユニークな事業価値

顧客のビジネス成果向上と
炭素排出量削減の両立の支援



デジタルスキルとGXリテラシーを有する
日本全国の優秀なクリエイター

企業のDX推進に必要な幅広い領域においてサービスを展開

デジタルマーケティング (BtoC/BtoB)

集客からCRM領域まで、マーケティングテクノロジー導入・利活用、オペレーションモデルの構築、顧客起点の改善活動を通じて、組織変革・事業成長支援サービスを提供

データ分析・データ活用

戦略から分析基盤構築、運用定着化までを支援。
「データ領域特化型のプロフェッショナル常駐サービス」を提供

システム開発・プロダクト開発

"開発現場から世界を変える"をコンセプトに、モダンテクノロジーを活用したデジタルプロダクト・アプリの開発、ローコードによる業務システムの効率化などを提供

脱炭素×DX

ビジネス成長、
企業価値
向上支援サービスを提供

プロジェクト実行支援

お客様のプロジェクトリーダーの支援を通じて、DXプロジェクトを成功に導く内製支援PMOサービスを提供

UXデザイン・UIデザイン

長年培った独自の運用メソッドに基づき、生成AIやヘッドレスを活用したWeb運用業務のコスト削減、顧客起点のUX/UI設計など、運用業務の変革・モダニズム化を提供

クラウド活用

SalesforceやKARTEといったマーケティングツールやAI/ローコードツールなど多様な領域に特化したSaaSの導入コンサルから運用支援サービスを提供

人的資本戦略



人的資本ストーリー

メンバーズの人的資本戦略は単なるリソース戦略ではなく経営戦略の根幹であり、CSV経営の実践

人的資本の最大化

採用方針

採用方針：コアバリュー・ミッションへの共感を重視した採用を推進

育成方針

クリエイターの専門性の向上とともに、カスタマーサクセスを追求するプロデューサー人材や次世代経営人材を輩出

組織資本の最大化

自律分散協働型組織の実現

権限移譲を推進するほか、新行動指針を浸透させ、全員参加型経営を推進

多様性の確保

男女問わず自律した社員の働きやすさを追求し社内環境を整備

IRメール会員登録とIR公式Xのご案内

IRメール会員登録

当社では株主・投資家のみなさま向けに、最新note投稿やIRニュース等メンバーズの最新情報をまとめて定期的に配信する『Members IRメール配信』を行っております。

メール配信は無料ですのでぜひ下記リンク先または二次元バーコードよりご登録ください。

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

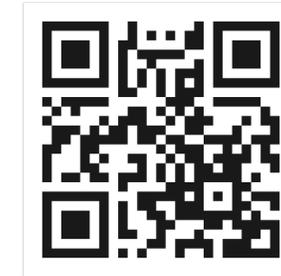


IR公式X

当社はこれまでもメンバーズ公式XにてIR情報を発信してまいりましたが、今後は投資家の皆様にとってよりダイレクトに、そして必要な情報が探しやすくなるようIRに特化した情報発信を行うため、IR公式Xを開設いたしました。

ぜひ下記リンク先または二次元バーコードよりフォローください。

IR公式X：https://x.com/Members_IR



※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。

本資料に記載されている事業計画、業績予測などの将来の見通しに関しては、現時点で当社が入手可能な情報に基づき当社が合理的であると判断したものです。これら将来の見通しは、市況や政治・経済状況など様々な不確実性を含むものであり、実際の業績とは異なる場合があります。

本資料は、当社株式の購入や売却等の投資勧誘を目的とするものではありません。投資は、ご自身の判断のもと、ご自身の責任において行なっていただくようお願いいたします。



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://x.com/Members_IR

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

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

本資料に関してご不明な点等ございましたら、
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/>