

# 2026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)

## ミッション 定款第2条

### “MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

メンバーズはマーケティングの基本概念を「人の心を動かすもの」と捉えており、インターネット／デジタルテクノロジーは「企業と人々のエンゲージメントを高めるもの」と考えている。メンバーズは企業と人々の自発的貢献意欲を持って組織活動に参加する“MEMBERSHIP”による協力関係づくりを支援し、マーケティングの在り方・企業活動の在り方を「社会をより良くするもの」へと転換する。そして気候変動・人口減少等の現代の社会課題に取り組み、自社のみならず取引先、生活者と共に、人々の幸せや環境・社会と調和した脱炭素型で持続可能な経済モデル、ライフスタイルへと変革することで、世界の人々に心の豊かさを広げ、社会をより良くすることに貢献する。

### VISION2030

日本中のクリエイターの手で、  
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



# 2026年3月期第3四半期 決算概要

# 2026年3月期 第3四半期 累計 業績ハイライト

- DX現場支援ポジションへの転換が順調に進み、付加価値売上高成長率は前年同期比**+11.1%**。
- 営業利益は**752百万円**（前年同期比**+891百万円**）と大幅に改善。

## 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へ移行。なお、株式会社アジケの子会社化（2026年1月1日付）により、2026年3月期**通期**より連結決算（IFRS）へ移行。

売上収益	付加価値売上高 <sup>※1</sup>	営業利益	デジタルクリエイター (DC)数(3Q末)
<b>17,648</b> 百万円	<b>17,036</b> 百万円	<b>752</b> 百万円	<b>2,477</b> 名
前年同期比 <b>+10.1%</b>	前年同期比 <b>+11.1%</b>	前年同期比 <b>+891百万円</b>	前期末比 <b>▲150名</b>

## DX現場支援ポジションへの転換加速

DX領域比率(3Q)	年間売上1億円以上の売上社数(3Q)
<b>54.4</b> % (前年同期比 <b>+9.0pt</b> )	<b>52</b> 社 (前年同期比 <b>+1社</b> )
DX領域成長率(3Q累計)	売上単価(3Q累計)
<b>+34.4</b> %	<b>944</b> 千円 (前年同期比 <b>+6.4%</b> )
DX人材比率(3Q末)	PMO人材数(3Q末) <sup>※2</sup>
<b>65.3</b> %	<b>1,053</b> 名 (前期末比 <b>+695名</b> )

## 収益性の強化

新卒1・2年目を除くDCの稼働率(3Q)
<b>83.8</b> % (前年同期比 <b>+1.7pt</b> )
売上総利益率(3Q累計)
<b>24.5</b> % (前年同期比 <b>+5.7pt</b> )
販管費率(3Q累計)
<b>20.2</b> % (前年同期比 <b>+0.6pt</b> )

※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。

# 2026年3月期 第3四半期 P/L

- 付加価値売上高は、前年同期比**+11.1%**と2Q同様の成長率。
- 売上総利益は前年同期比**+43.9%**、売上総利益率は24.5%（前年同期比**+5.7pt**）と順調に改善。
- 営業利益は**752百万円**（前年同期比**+891百万円**）と通期計画に向けて着実に進捗。

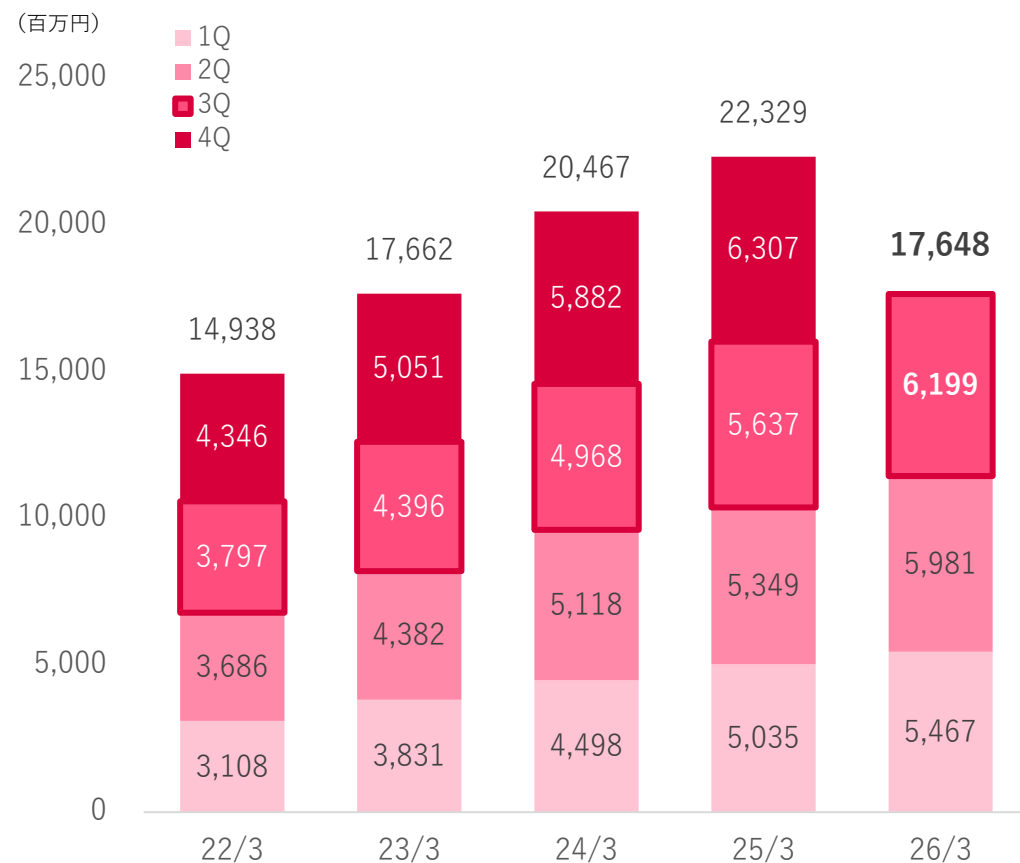
(単位：百万円)	2025年3月期 3Q累計実績	2026年3月期 3Q累計実績		2026年3月期 通期計画	
	非連結	非連結	前年同期比	連結	進捗率
売上収益	16,022	17,648	+10.1%	<b>24,400</b>	<b>72.3%</b>
付加価値売上高	15,341	17,036	+11.1%	<b>23,620</b>	<b>72.1%</b>
売上総利益	3,006	4,327	+43.9%	—	—
売上総利益率 (%)	18.8%	24.5%	+5.7pt	—	—
販管費	3,136	3,570	+13.8%	—	—
販管費率 (%)	19.6%	20.2%	+0.6pt	—	—
営業利益	▲139	752	(増益)	<b>1,400</b>	<b>53.7%</b>
営業利益率 (%)	▲0.9%	4.3%	—	<b>5.7%</b>	—
税引前利益	▲138	819	(増益)	<b>1,390</b>	<b>59.0%</b>
当期利益	▲95	533	(増益)	<b>930</b>	<b>57.4%</b>

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たため、当期および2025年3月期第3四半期のいずれもIFRS個別決算の数値を記載。  
 なお、2026年3月期通期より連結決算（IFRS）へ移行のため、通期計画は連結の数値を記載。

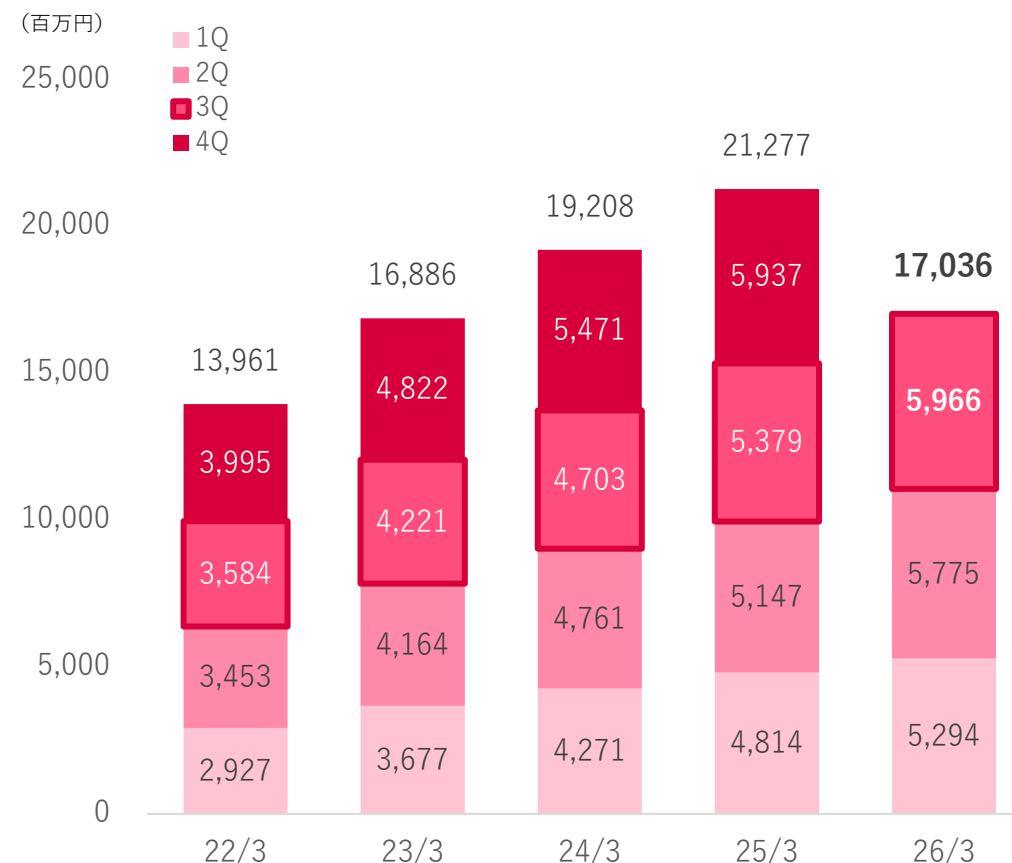
# 売上収益/付加価値売上高

- 売上収益：17,648百万円（前年同期比+10.1%）。
- 付加価値売上高：17,036百万円（前年同期比+11.1%）。

売上収益（25/3 3Qまでは連結、25/3 3Q以降は非連結）



付加価値売上高（25/3 3Qまでは連結、25/3 3Q以降は非連結）

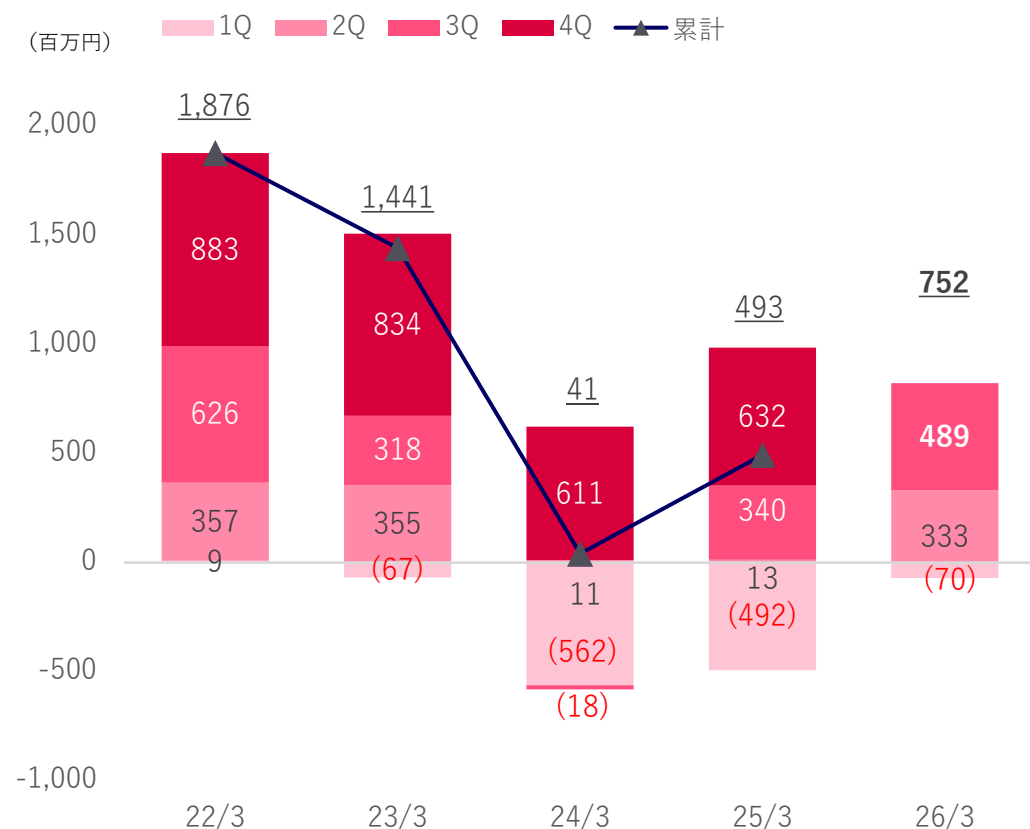


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

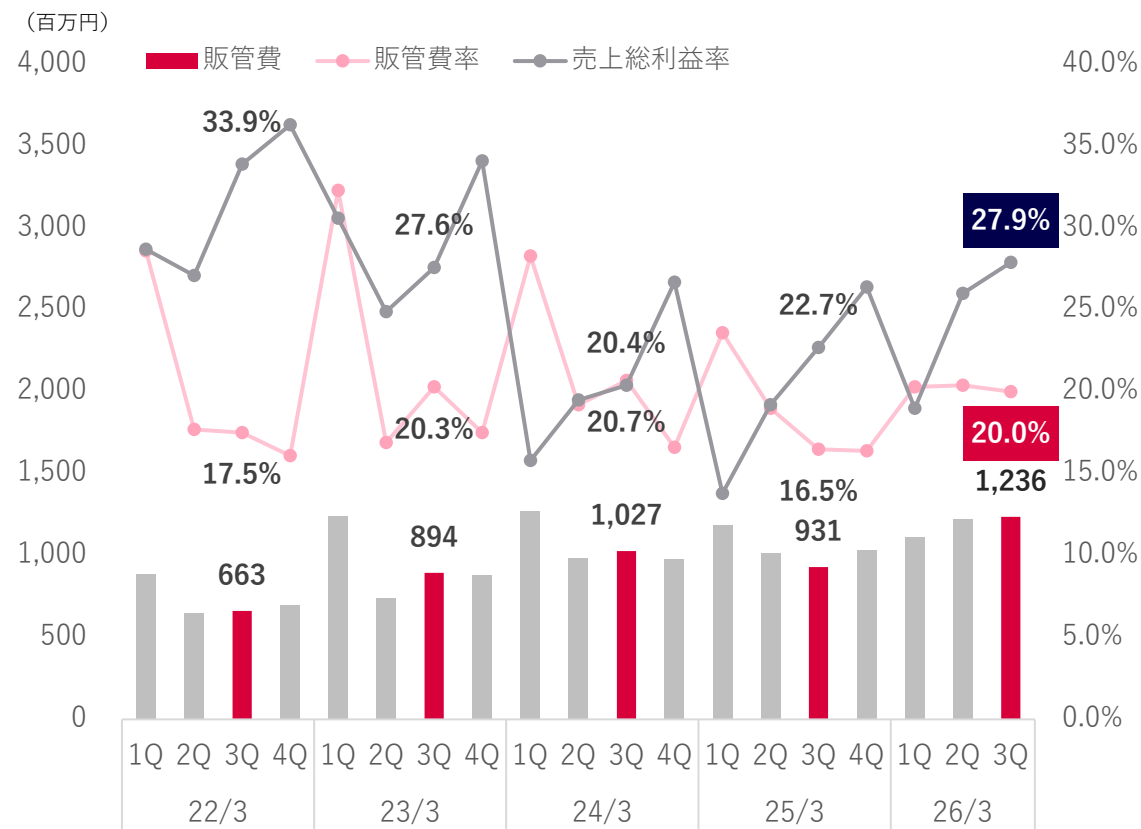
# 営業利益/販管費・率/売上総利益率

- 営業利益：752百万円（前年同期比+891百万円）。通期計画達成に向けて順調に進捗。
- 3Q単独の売上総利益率は、稼働率の改善および新卒採用抑制により前年同期比+5.2pt。販管費率は教育および来期以降のDC確保に向けた採用強化により、前年同期比+3.5pt。

営業利益（25/3 3Qまでは連結、25/3 3Qおよび累計は非連結）



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

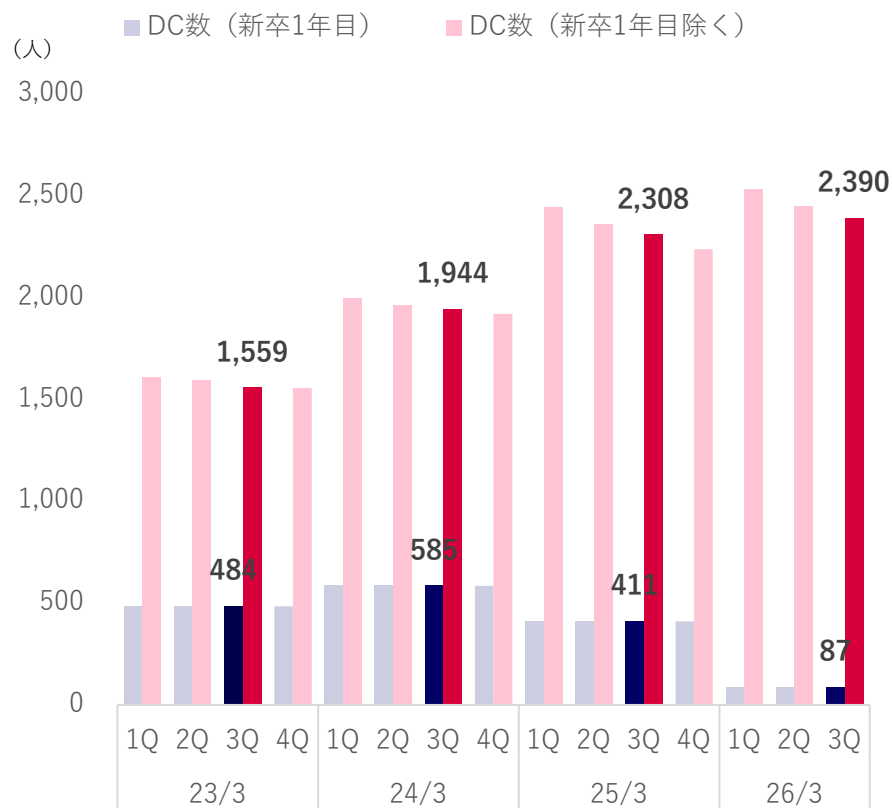


2024年11月の子会社合併により、2025年3月期 第3四半期から非連結に移行しているため、移行前については連結の業績を比較情報として記載。

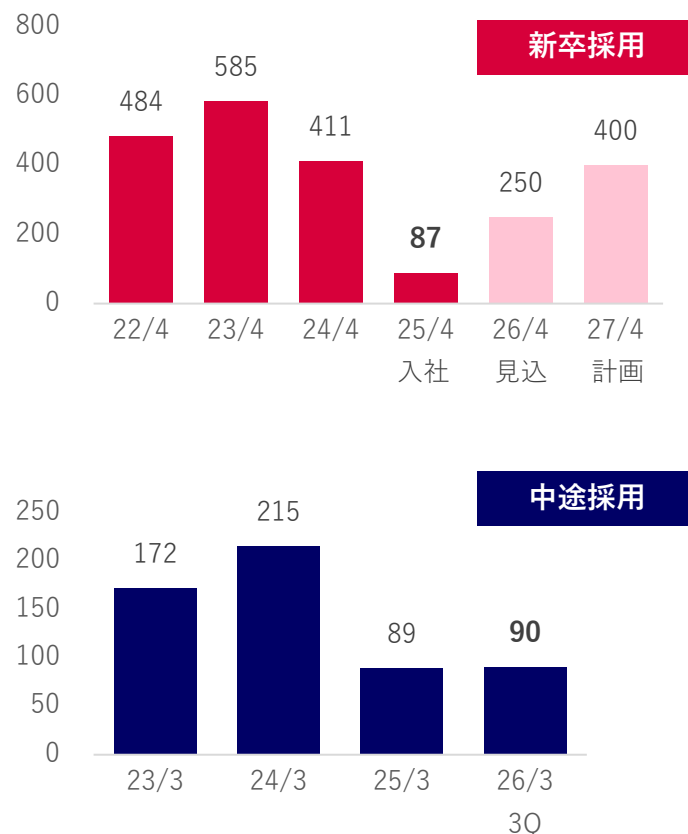
# DC数/新卒・中途採用数/離職率

- 3Q末のDC数は**2,477名**と前期末比▲150名。2年目以上のDC数は**2,390名**（前期末比**+153名**）となり、短期的な成長に向けた人員基盤は引き続き確保。来期の成長率引き上げを見据えて、中途採用への投資を強化。
- DX現場支援ポジションへの転換加速を見据え、新卒採用は**成長率に合わせて拡大方針**。2026年4月は250名入社予定。
- 3Q累計離職率は前年同期比+0.8ptの8.7%。継続して重要課題と捉え、エンゲージメント向上施策を推進。

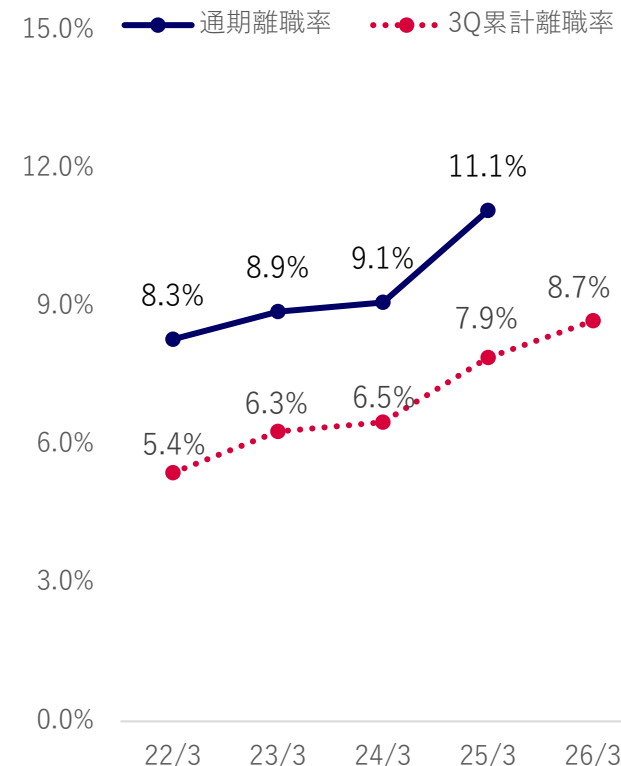
## DC数推移



## 採用数 (単位: 人)



## 離職率

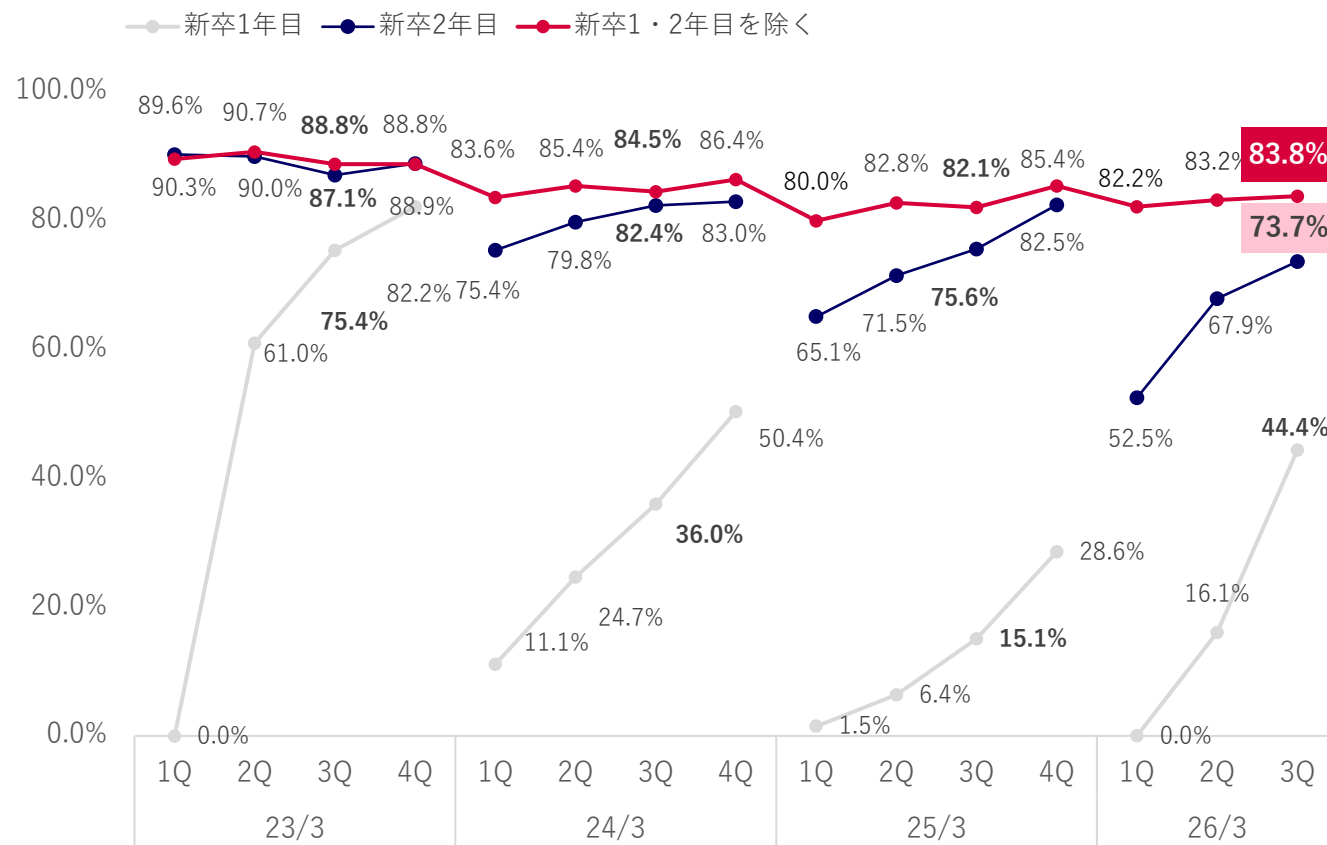




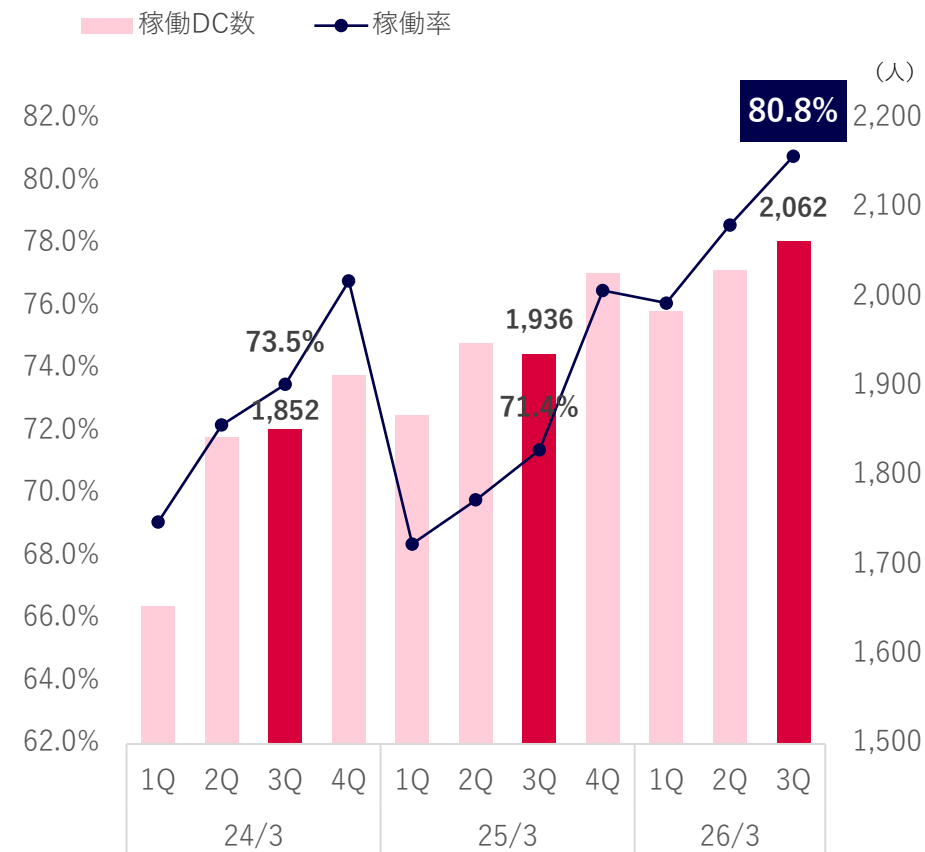
# 稼働率

- 3Qの新卒1・2年目を除くDCの稼働率は**83.8%**（前年同期比**+1.7pt**）。期末目標85%に向けて順調に進捗。
- 新卒2年目の稼働率は**73.7%**と前年同水準まで回復。
- 全体稼働率は80.8%（前年同期比**+9.4pt**）。新卒1・2年目の稼働率をさらに引き上げ、通期計画達成を見込む。

稼働率（新卒1・2年目を除く／新卒2年目／新卒1年目）



稼働率・稼働DC数（全体）

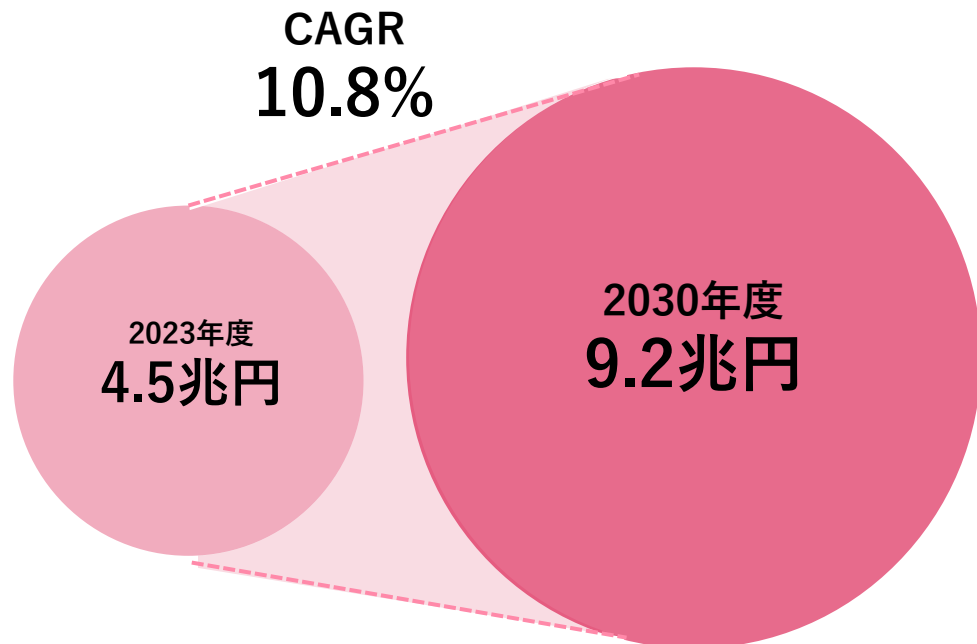


# 2026年3月期方針・戦略および進捗

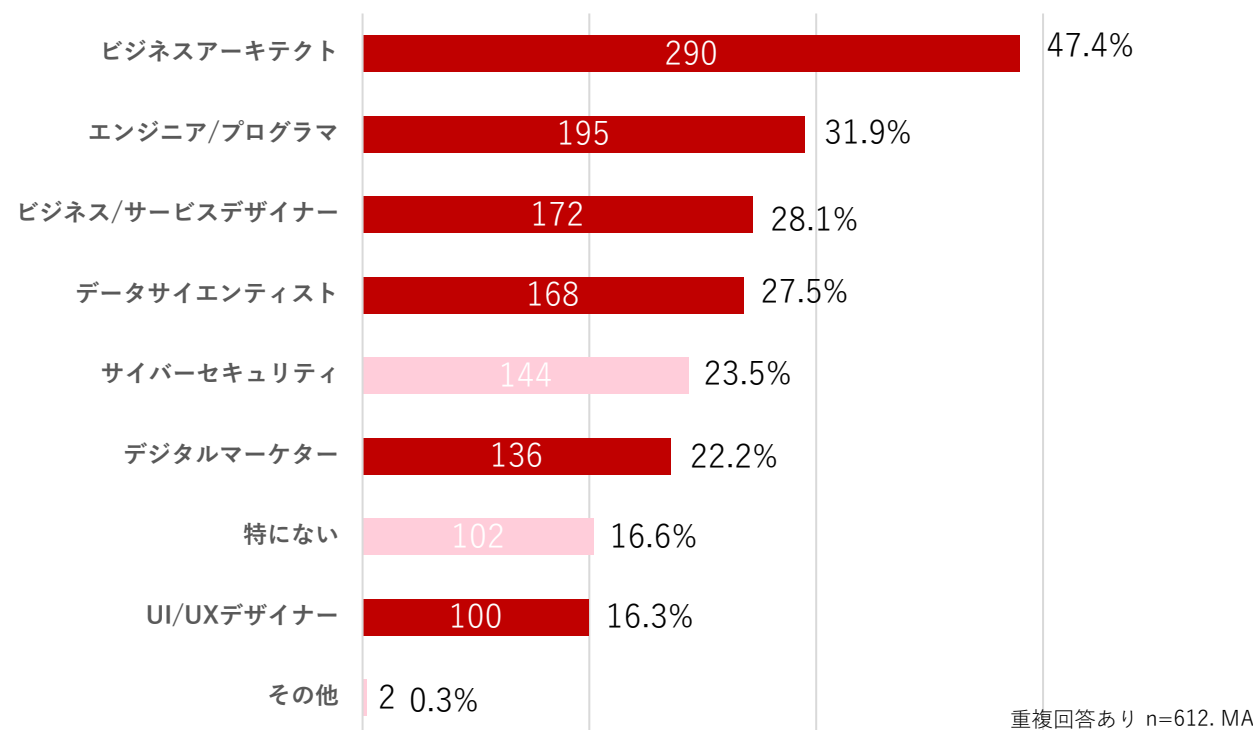
# 外部環境：急拡大するDX市場・DX推進を阻む人材不足

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85.1%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※1



重複回答あり n=612. MA

■ メンバーズのカバーしているDX人材

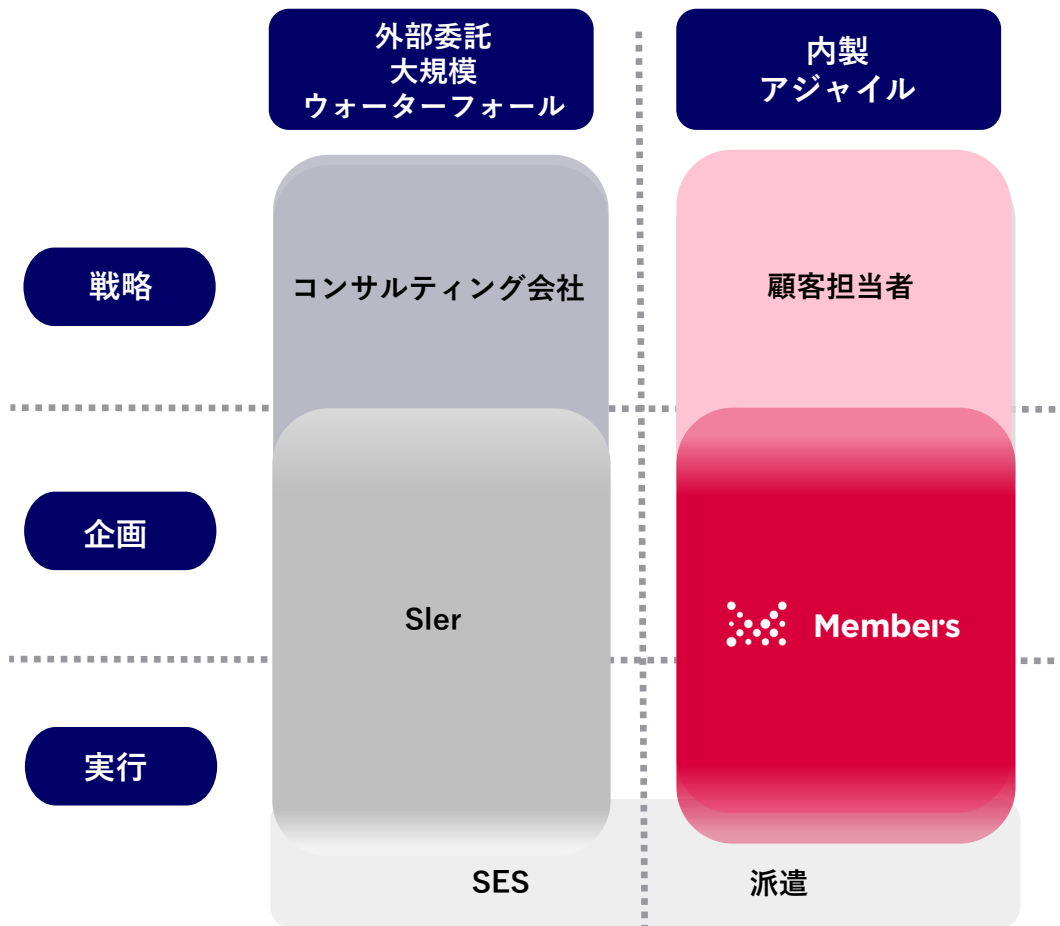
※1 【国内DX市場の市場規模】、【主要なDX人材の不足割合】出典：「2025 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望<市場編>」（富士キメラ総研）

※2 【DXを推進する人材の「量」の確保】出典：「DX動向2025」（独立行政法人情報処理推薦機構）P50 <https://www.ipa.go.jp/digital/chousa/dx-trend/tbl5kb0000001mn2-att/dx-trend-2025.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（2,500名）**のハンズオンによる**アジャイルな実行支援**
- **“あたかも社員®\*”**による**顧客専任チームの継続支援**
- 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  
(前期新卒2年目以上のDC)

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)

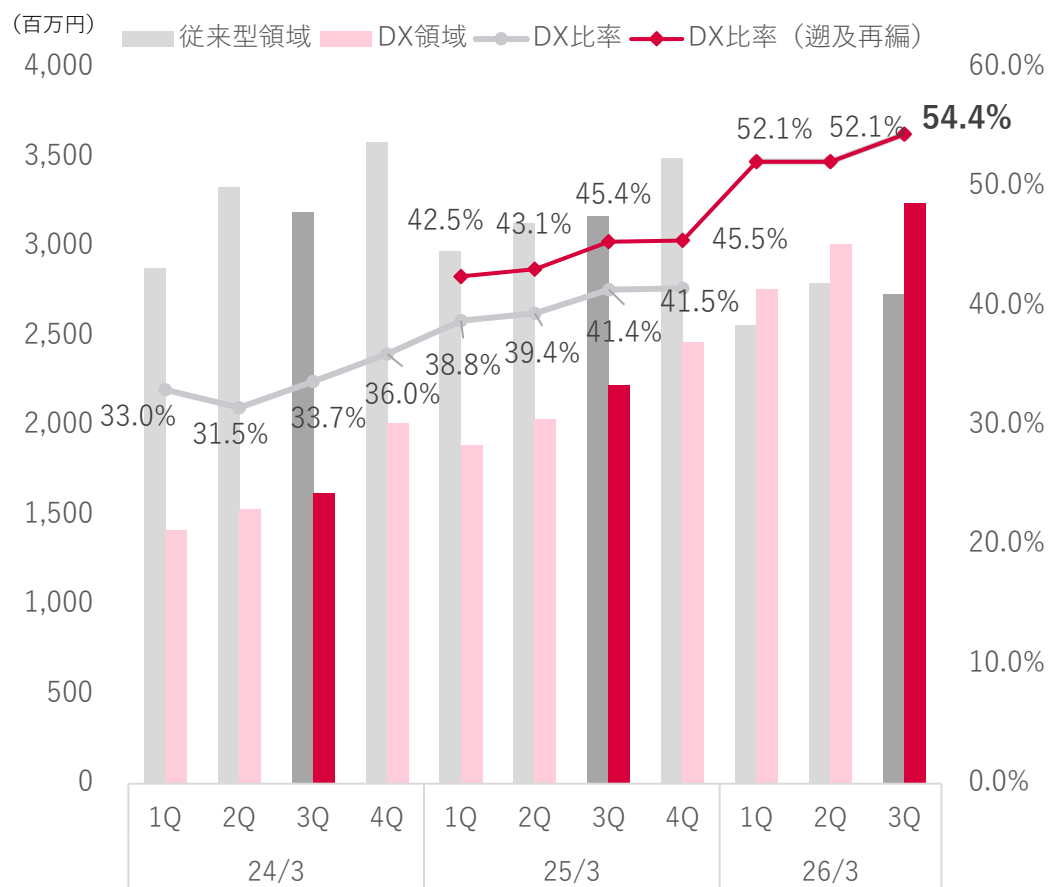
前期比 + 2pt



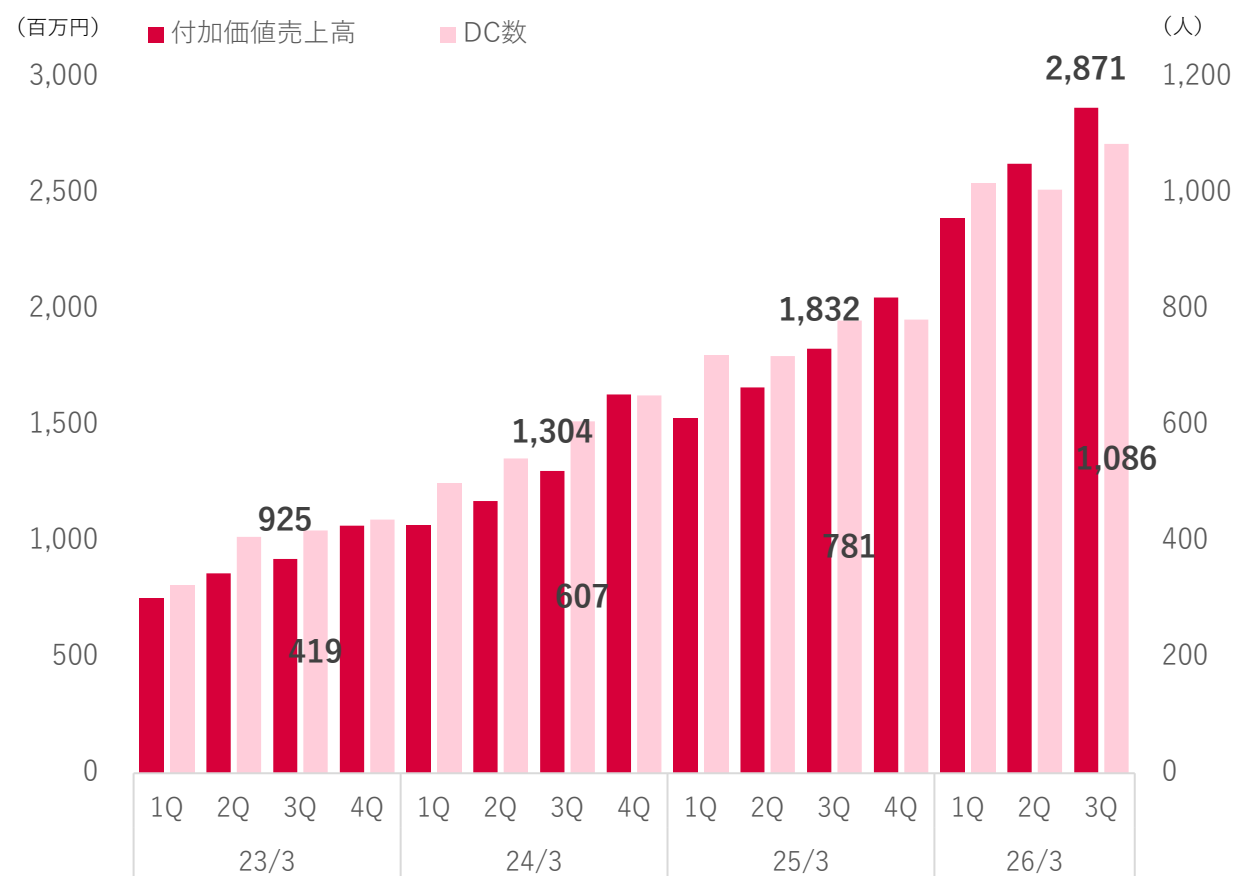
# DX現場支援ポジションへの転換加速 –DX比率/専門カンパニー全体付加価値売上高・DC数

- DX売上比率（3Q単独）は**54.4%**（前年同期比**+9.0pt**）、3Q累計成長率は前年同期比**+34.4%**と引き続き好調に推移し、DX現場支援ポジションへの転換が加速。
- 専門カンパニー全体の3Q累計付加価値売上高は7,895百万円（前年同期比**+56.9%**）。2Q末よりDCは**79名増加**。

DX比率・付加価値売上高（領域別）



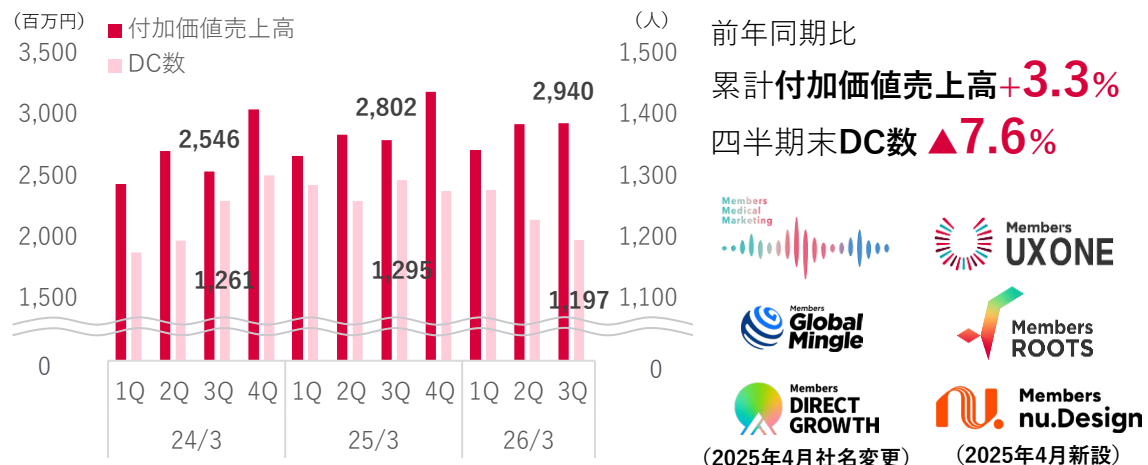
専門カンパニー



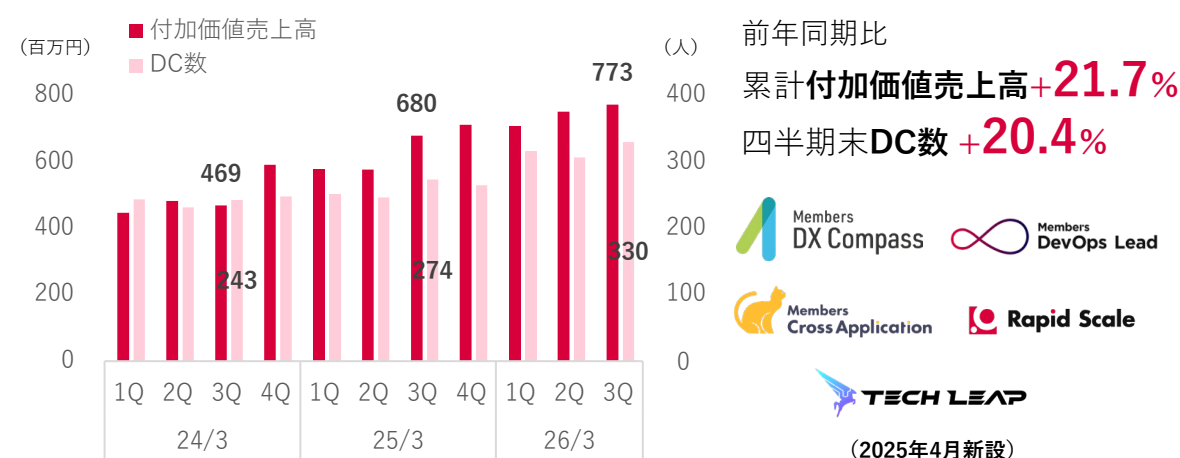
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – 各事業領域 付加価値売上高・DC数

- DX現場支援ポジションへの転換は、デジタルサービス開発とデータ活用支援に加えマーケティングDXも牽引。
- 4事業ともにDC数の伸びに比して成長率が引き上がっており、クロスセル強化／単価向上の効果が始めている。

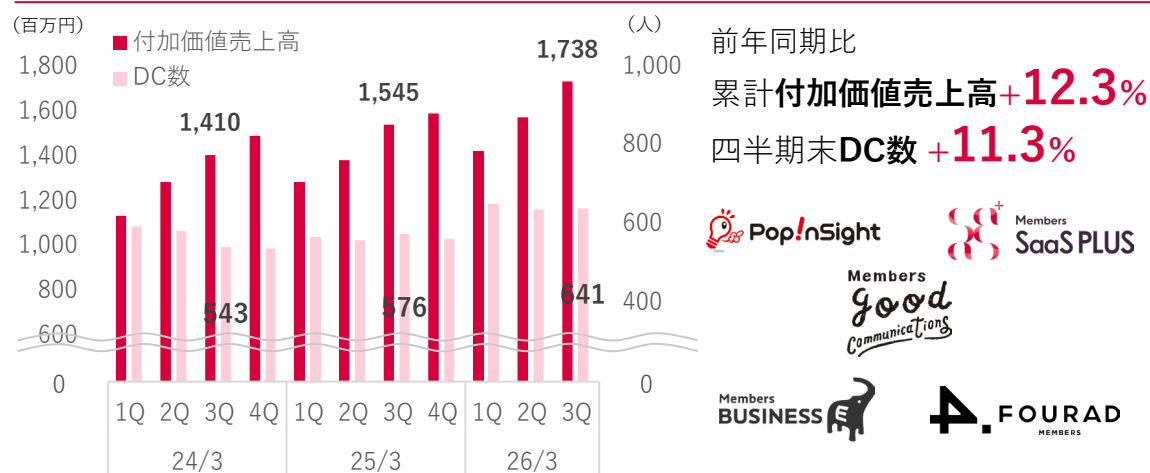
## 制作/UIUX



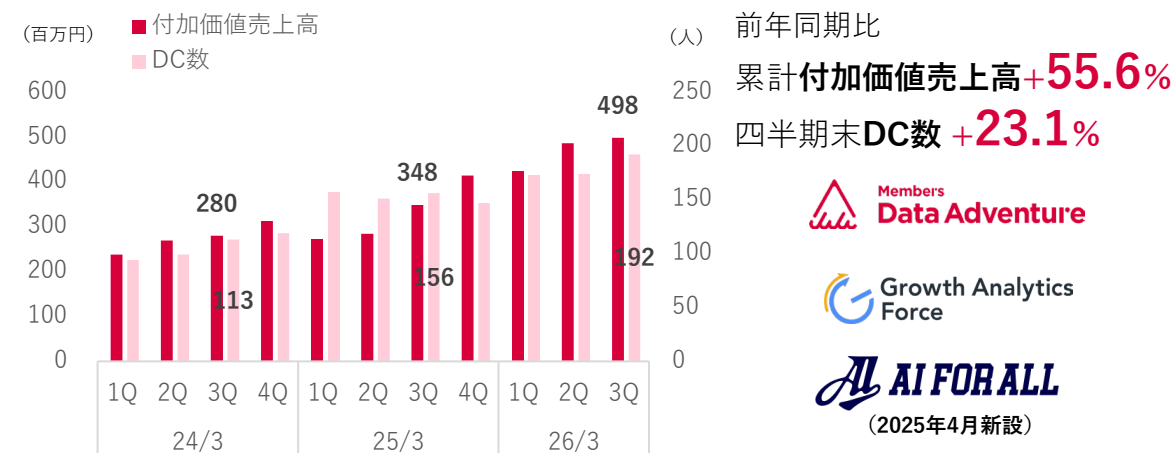
## デジタルサービス開発



## マーケティングDX



## データ活用支援



# DX現場支援ポジションへの転換加速 – AI駆動開発伴走支援サービス開始/社内AI活用推進

- AIを真のパートナーとする専門家の伴走支援による**AI駆動開発の内製化とプロセス変革を実現するサービス**を開始。
- 「**AI民主化**」を掲げ、自社内でのAI活用を強く推進。生成AI活用やノーコードによるAIエージェント開発など、多角的なアプローチで業務変革を実践。

## AI駆動開発サービスの特徴

小規模アプリケーション  
開発の**PoC**  
(概念実証)の結果

エンジニア  
1人あたりの開発時間

従来手法と比較

平均**約8割削減**

**開発速度 約5倍**を実現

**3つの**  
プログラムの提供

- 1 トレーニング  
ワークショップ
- 2 PoC  
伴走支援
- 3 定着・  
高度化支援

その他の**生成AI**  
による業務改革支援  
サービス


- 1 生成AI活用研修
- 2 業務プロセス改善診断
- 3 生成AI伴走型コンサルティング
- 4 プロンプト開発
- 5 企業専用の生成AI利用環境構築


## 自社AI活用推進の取組み


生成AIの活用とAI民主化の加速のため**全社員が開発に参入できるツールを導入・展開**し、AIがあらゆる業務に浸透する環境を構築。

AI専門人材の輩出に寄与する**生成AIパスポートの取得も推進**。

AIエージェント  
開発ツール導入・展開  
 **Google Workspace Studio**  
／**Dify**の全社展開

AI活用盛り上げ施策  
 **個人・チーム戦の実施**  
入賞者への**報奨の授与**

 倫理的にも考慮した  
**生成AIガイドライン**  
の策定・運用

生成AIパスポート\*  
の取得  
 **取得者573名**  
(3Q末時点)

※生成AIパスポートとは…一般社団法人生成AI活用普及協会（GUGA）の発行する生成AIに関する基礎知識や動向、活用方法に加え、情報漏洩や権利侵害などの注意点まで生成AIのリスクを予防する日本最大級の資格試験（資格試験サイト <https://guga.or.jp/outline/> より）

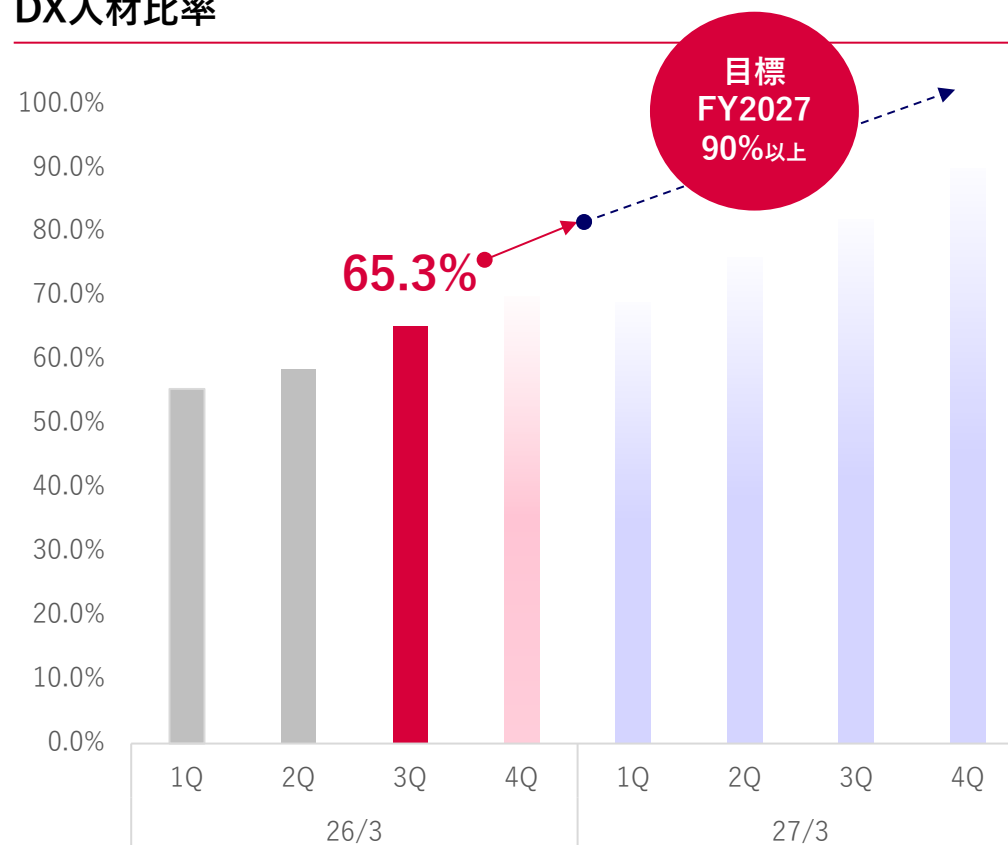
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – DX人材比率/SINCA90プロジェクトの推進

- SINCA90プロジェクトを強力に推進。PMO人材の育成に加え顧客に伴走するDX人材の育成を更に加速させ、DX人材比率目標**2027年3月期90%以上**を目指す。3Q末時点のDX人材比率は**65.3%**と**今期目標（65%）を達成**。

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現場支援ポジションへの転換加速

DX人材比率



**SINCA**  
(Skill Innovation and Career Advance)

スキル革新とキャリアの向上

## 制度

### 職種認定

99職種

バッジ  
(職種スキル認定)

バッジ保有者数  
延べ**5,827**人  
(ユニーク数: 2,000人)

ギルド  
(職種コミュニティ)

年間イベント数  
開催数**50**回以上

高レベル  
クリエイター認定

トップクリエイター  
**1,168**人

## コース

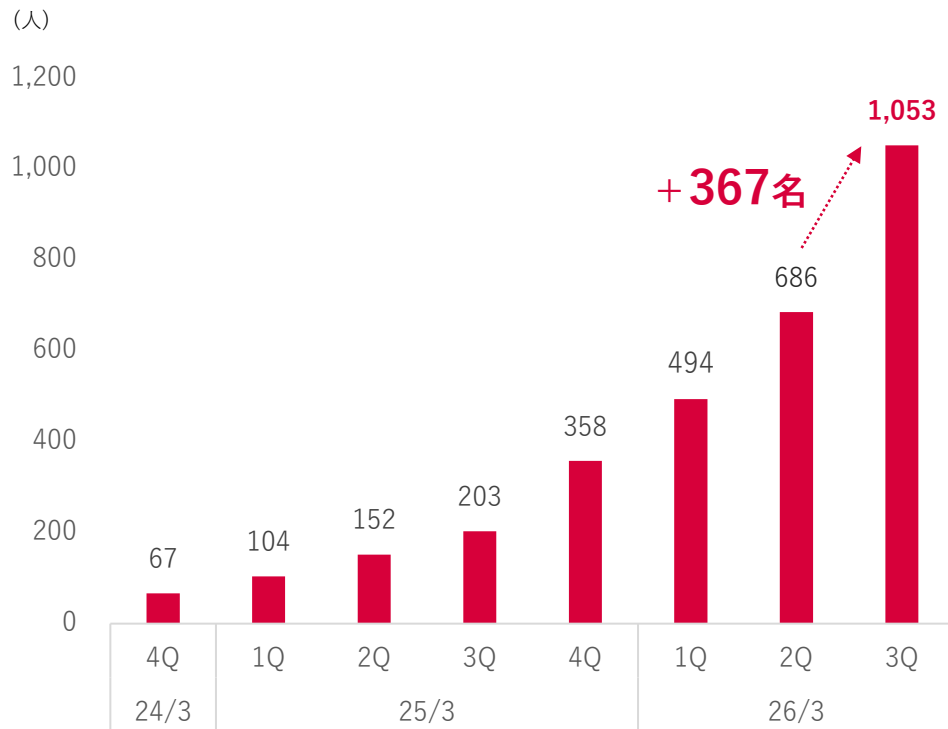
全35コース※順次拡大中

PMOテクニカルディレクターコース  
マーケティングDXコース  
UIデザインコース  
UXコース  
エンジニアコース  
データ活用コース※新規追加  
生成AIコース※新規追加  
ビジネス変革コース※新規追加

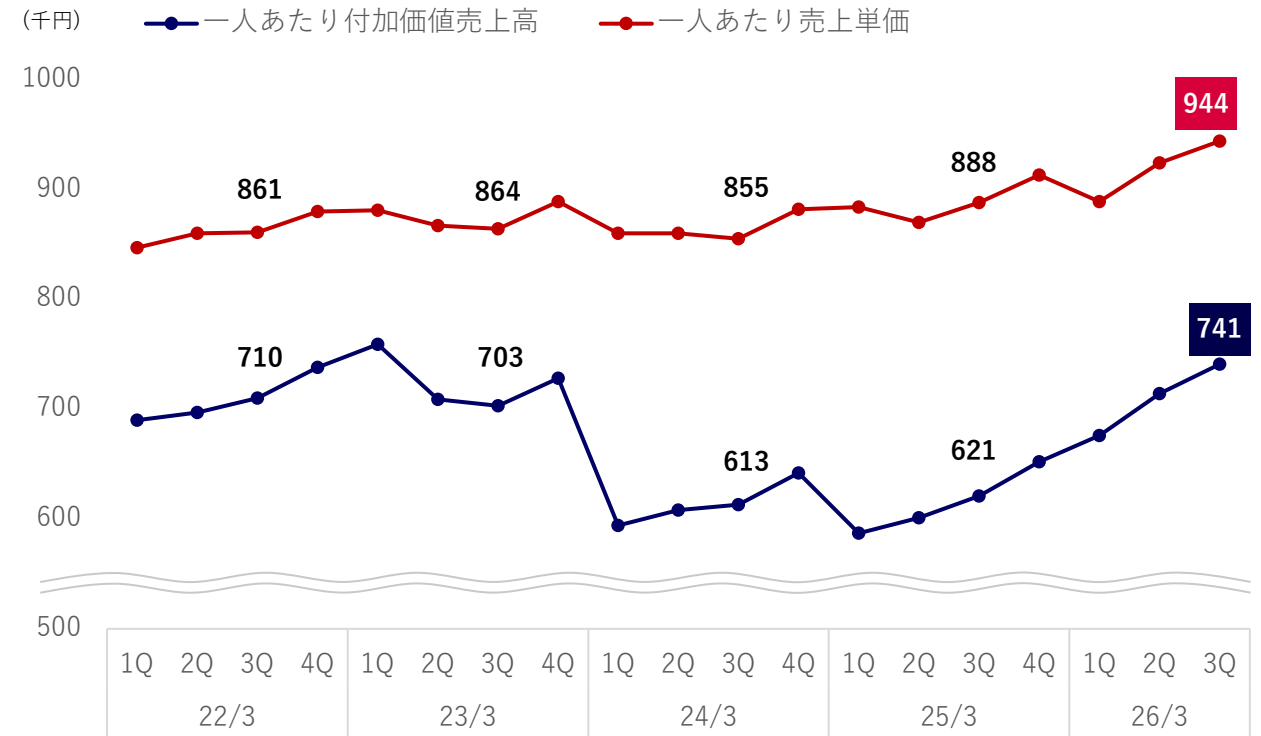
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – PMO人材の育成/一人あたり売上単価の向上

- PMO人材は今期1,000名目標に対して、3Q末で**1,053名**（2Q末比**+367名**）。全社的な取り組み強化が奏功し、早期に**目標を達成**。
- DX現場支援ポジションへの転換加速により、一人あたり売上単価は944千円（前年同期比**+6.4pt**）、**3Q単独でも前年同期比+8.4pt**と着実に進捗。一人あたり付加価値売上高は前年同期比**+19.5%**と順調に改善。

## PMO\*人材数



## 一人あたり売上単価・付加価値売上高 累計



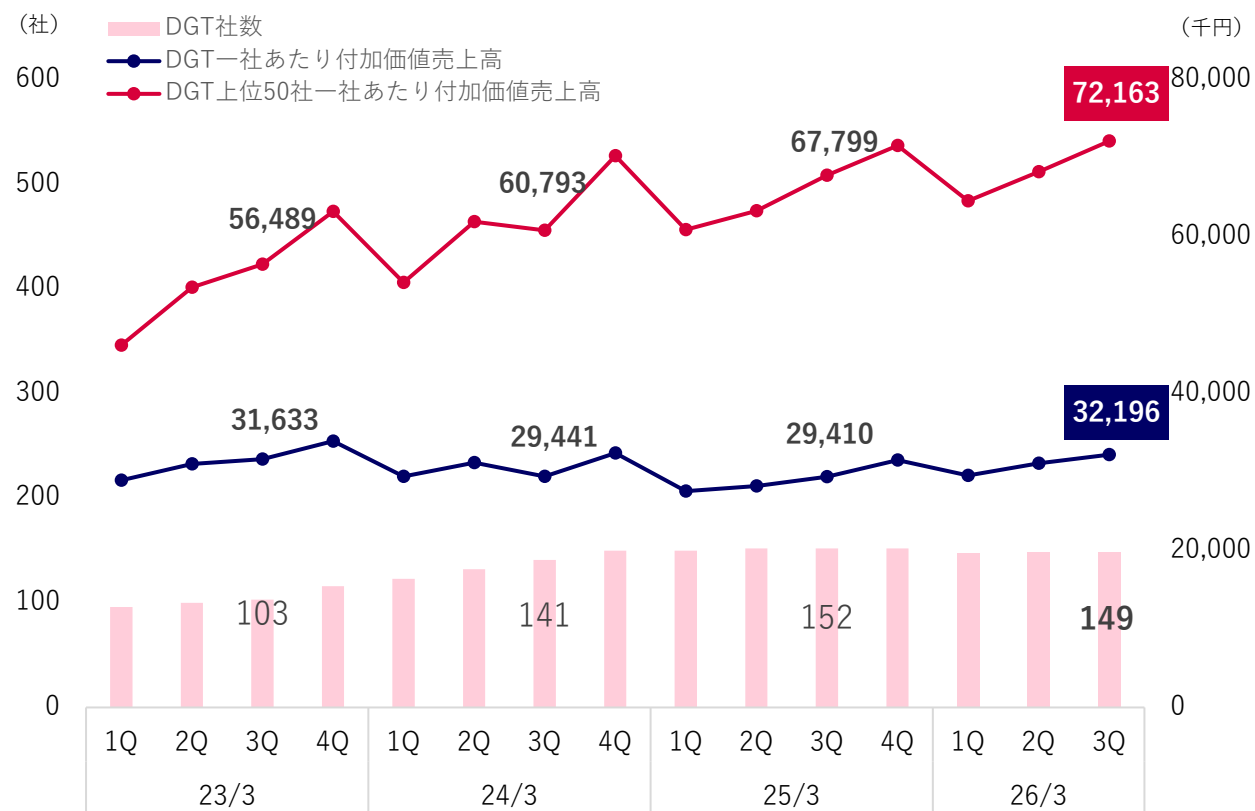
※PMO(Project Management Office)：企業や各組織のプロジェクトを円滑に進めるために、部署の枠を超えて横断的にプロジェクトマネジメントを統括する部門や体制を指す。プロジェクトを統括し、様々な意思決定を担う立場であるPM(Project Manager)に対し、PMOはPMが円滑に意思決定できるよう情報収集や関係各所との調整を行い、PMのプロジェクトマネジメントを支援する立場。



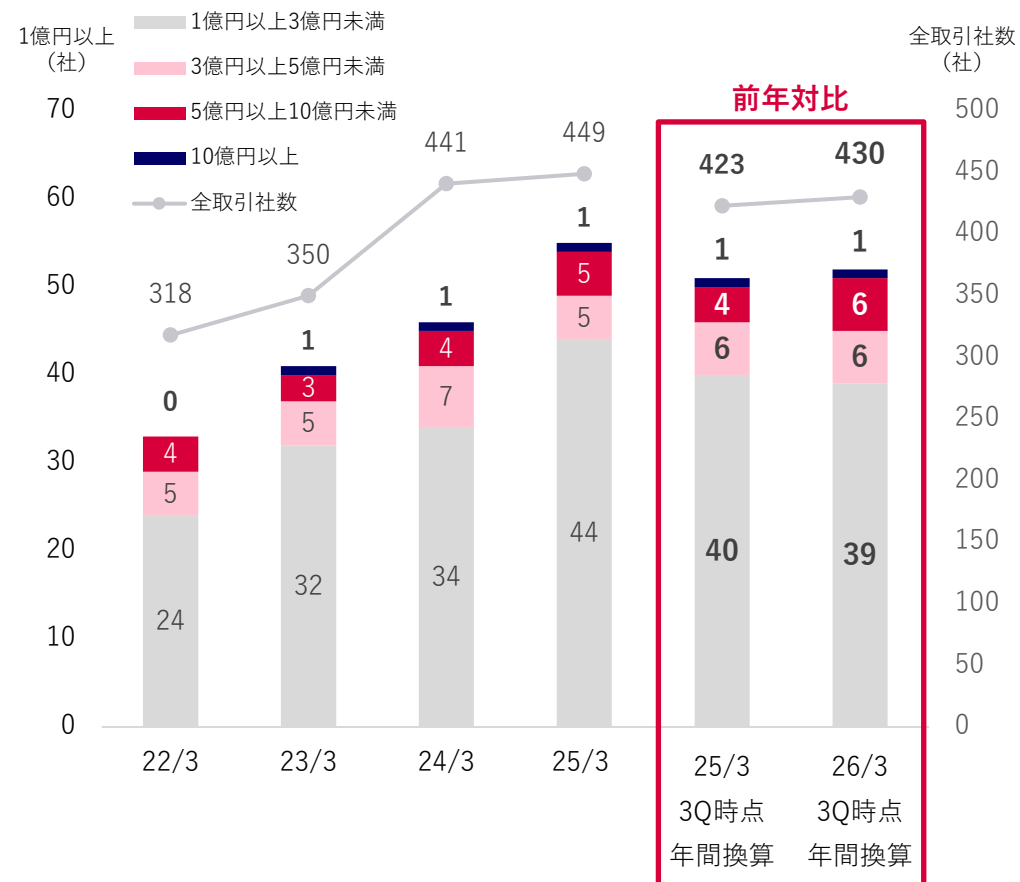
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – 1社あたりの収益最大化

- 1億円以上の取引社数は前年同期比 **+1社** の52社。クロスセル強化により3億円以上の対象顧客は前年同期比 **+2社**。1億円以上の対象顧客の合計売上は前年同期比 **+6.0%** と順調に拡大。
- DGT社数は**149社**（2Q末比±0社）。既存拡大方針のもと、ABM型のアカウント管理に注力し、DGT上位50社の1社あたりの付加価値売上高は**過去最高を更新**。

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

# DX現場支援ポジションへの転換加速 – M&Aによる現場支援体制の強化

- 金融・公共領域に強みを持つ株式会社アジケを子会社化。
- アジケ社の高度DX人材の確保、専門性・サービス強化によるDX現場支援を強化。

株式会社アジケについて アジケ社の詳細はこちら：<https://ajike.co.jp/>



## アジケ社の3つの強み

金融系に特化した専門知識  
デザインシステムの構築実績  
成果を出す「伴走力」

## 創出される3つの主要価値

### 1 金融・公共領域のUX知見強化

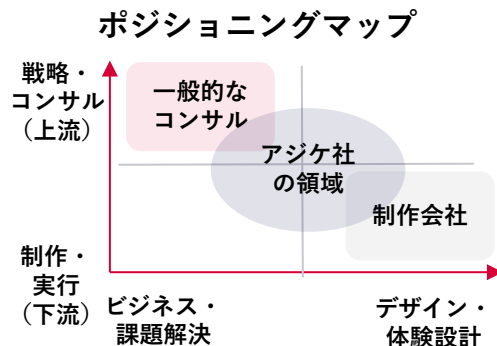
アジケが持つ金融機関向けの高度なUX/UIの知見をグループ全体に展開。  
金融機関の取引先多数。金融/行政/自治体分野への支援を拡大し、信頼性と利便性を両立したデジタルサービスの創出をリードする。

### 2 デザイン品質（QA）の標準化

戦略立案から実装、デザイン品質保証（Design QA）まで一貫した支援体制を構築。  
グループ全体のデザイン基準を底上げすることで、取引先企業のDXをより確実に実効性の高いものへと導く。

### 3 高度な人材獲得と育成

人材交流とナレッジ共有により、ビジネスとデザインを熟知したトップレベルのUXデザイナーやPMOを自社で育成し、30人超が在籍。人材交流とナレッジ共有により、次世代のUXデザイン基準を確立し、ブランド価値を向上。



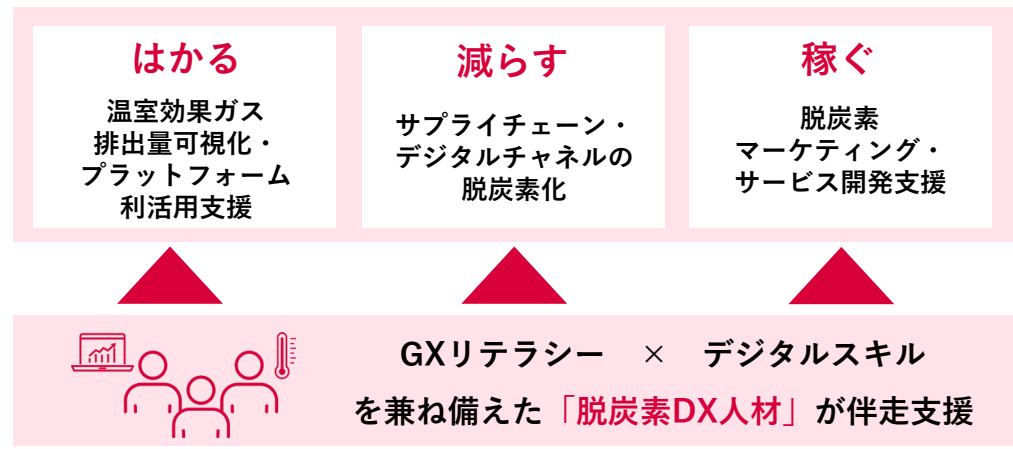
 **Members**  **「戦略・体験・品質」を一体化したDX現場支援の強化**

社会課題解決に直結する「だれもが安心して使えるデジタルサービス」の普及、  
行政・金融サービスの体験向上など、価値創造を推進

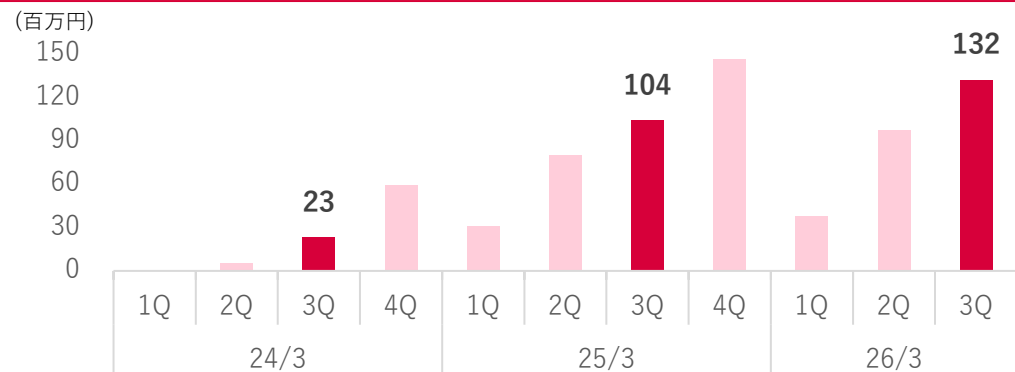
# 脱炭素DX事業の確立/脱炭素人材の育成

- 急激な気候変動の影響や国際情勢により、GXおよびCEの市場は引き続き拡大傾向。脱炭素DX事業も堅調に成長。
- CE実態調査を実施。専門人材不足や費用の捻出が推進障壁との調査結果から、CEを競争優位につなげるべく、**DXによるデータ連携とCE専門人材の育成/伴走支援**を実施。

## 【脱炭素DXソリューション】



## 累計付加価値売上高（脱炭素DX事業）



Members Co.,Ltd.

## 【日本企業のCE（サーキュラーエコノミー） 実態調査2025の実施】

Three boxes detailing the 2025 CE Survey:

- CE推進のカギ＝DXと専門人材**  
独自にCEの実態について調査を実施。結果、取り組みが進む企業はわずか1割。推進の障壁は**専門人材不足が最多**で、次いで**ルール未整備・コスト・サプライチェーン連携の難しさ**などが同水準で並ぶ。
- CEを「競争優位」に変えるためのアクションへの提言**  
複雑なデータ連携をDXで効率化し、専門人材を育成・伴走させる「**DX×専門人材**」の**セット導入**の実施。デジタルを活用した新たな顧客価値（サービス化）等の創出など「**コスト**」から「**プロフィット**」への**転換**を図る。
- メンバーズのCE関連事業**  
2025年10月1日に新設した「**サーキュラーDXカンパニー**」を中心に企業によるサーキュラーエコノミーへの移行から、その後のビジネスの成果創出まで一貫して支援する**サーキュラDXサービス**を展開。

# 全員参加型経営の確立 —社員エンゲージメントと株主意識の向上

- DX現場支援におけるチームマネジメントおよびチーム／個人ビジョンを軸に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。
- **全社員のうち当社株式を保有する社員は65.7%**。経営参画意識及び中長期的な企業価値の向上により、『超会社』の実現を目指す。

会社の成長と社員の資産形成を  
直接結びつける**全員オーナーシップ**の実現

社員株主比率\*1

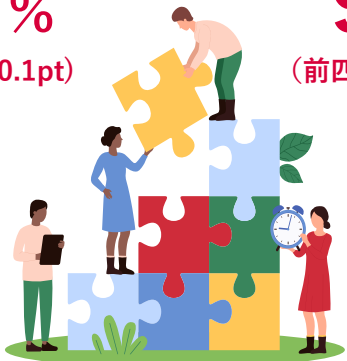
**65.7%**

(前四半期比▲0.1pt)

社員持株比率\*2

**9.9%**

(前四半期比+0.2pt)

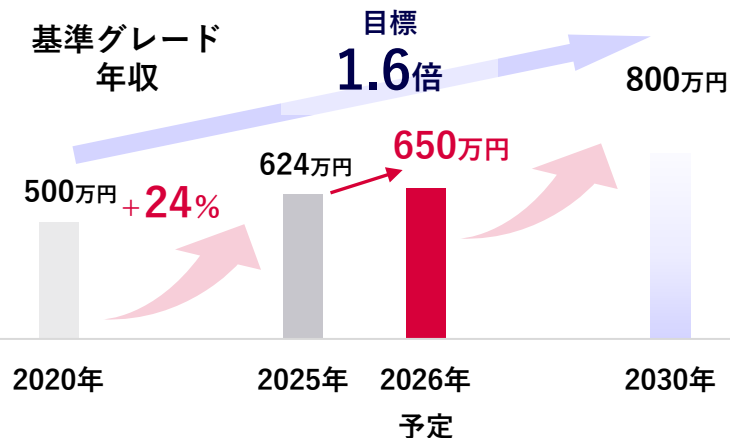


株主意識を高める施策として、  
**20%の奨励金制度、新株予約権の発行等**を実施



**Social Value Award**

業務を通じた  
**社会価値創造へのチャレンジ**  
を代表チームがプレゼンする  
**最も誉れ高いイベント**



**Creator's Value 1.6**

2021年4月からの給与改定に  
おいて全社員を対象にベースアップ  
を実施し、**2030年までに**  
**年収1.6倍の実現へ**

**生産性向上と**  
**報酬アップの好循環**を目指す

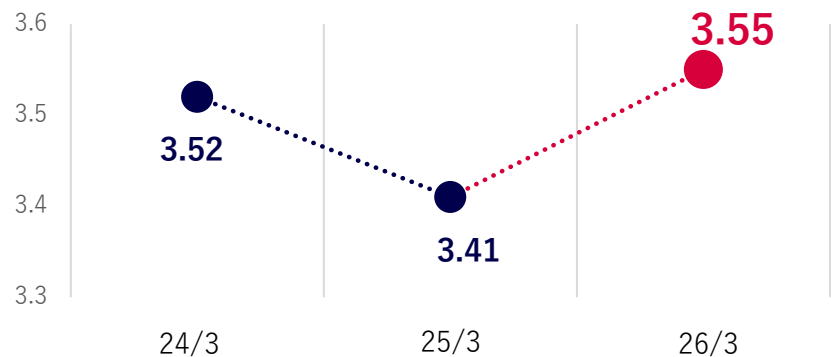
※1従業員持株会入会者、新株予約権保持者を含めた自社株相当を保持している社員の割合  
※2従業員持株会株式数、従業員の現物株所有数を含めた自社株相当の発行済み株式数に占める割合

# 全員参加型経営の確立 —脱炭素アクションスコア/社員エンゲージメントスコア/NPSの向上

- 継続した社員エンゲージメント向上に向けて、全社員参加のワークショップ「Members Quest」を実施。引き続き、ミッション／ビジョン経営の強化を強力に推進。
- 脱炭素に繋がる社員のアクション件数は**4,295件**。期初目標3,500件を超過して増加中。

## 社員エンゲージメントスコア(2026年3月期 上期) ※年2回のみ

総合的なエンゲージメントスコア  
**3.55** / 5.00  
前期比 **+0.14**  
目標：前期比+0.1pt



## 脱炭素アクションスコア (3Q 累計)

**4,295**件  
2Q比 **+143件**  
目標：通期で**3,500**件

## NPS\* (2026年3月期) ※年1回のみ

(目標)  
前期比 **+2pt**  
(前期実績)  
**▲3.5pt**

※ 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企業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。NPS®は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズ(現NICE Systems,Inc)の登録商標です。

Members Co.,Ltd.



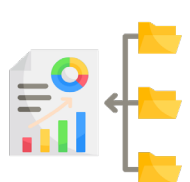
# 顧客と共にビジネス変革をリードする – DX案件事例

- データ活用の専門家による伴走支援によるデータ基盤の内製運用体制の確立を実現 – 阪急阪神不動産株式会社様
- 生成AIによるWebアプリ開発の内製化でPoC/PoBを支援 – 日本ハム株式会社様

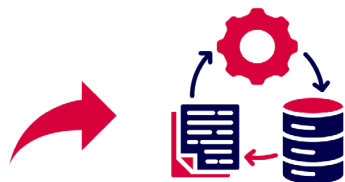
## 阪急阪神不動産株式会社様 データ領域プロフェッショナル常駐サービス



専門家の伴走支援と協力体制でデータ活用基盤の自社運用に向けた課題を突破し、わずか1年で内製運用体制を確立



属人的な集計・管理



統合データ基盤構築

### 顧客課題

- ・ 各部署のデータ集計が属人化し、メンテナンスに多大な工数が発生
- ・ Snowflake（クラウド型データプラットフォーム）などのBIツール（データ収集・分析・可視化するツール）を導入したものの、具体的な活用方法が分からず「使いこなせない」状態
- ・ ベンダーへの都度発注ではスピード感に欠け、事業構造を理解した柔軟な対応が困難

### 支援内容・成果

単なる支援ではなく、専門家が常駐し「協業するパートナー」として内製化の仕組み作りを伴走支援

- ・ 会計・業務データの連携・活用に向け、既存データベースやBIツールの自社での運用改善・改修を伴走支援
- ・ 詳細なマニュアル整備により、ツール活用のレクチャー時間を大幅に削減
- ・ データ基盤の内製運用体制を約1年で効率的に確立し、DX担当者が自走できる環境を実現
- ・ 経営層向けの報告資料作成にプロトタイプアプリを作成、実用化と報告スピードの改善を目指す

※詳細は [こちら](#) の記事を参照



「価値DX」の創出（不動産×データ）

## 生成AI活用

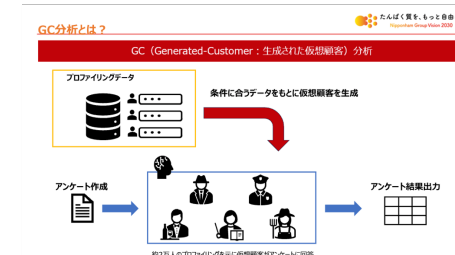


### 日本ハム株式会社様

#### 生成AI×Webアプリ開発の内製化でPoC/PoBを支援

生成AIアプリのプロトタイプをwebアプリに移植開発し、多くの組織・ユーザーによるPoC\*1/PoB\*2が実現できるシステム、インフラ、セキュリティを構築。

負荷分散や並列処理などの改修により、アンケート1,000件分の生成を45分から10分へと大幅に短縮し、DX推進を加速する内製化体制を強化。



\*1新しい技術やアイデアが実際に実現可能か、あるいは期待される効果が得られるかを確認するための本格的な開発に入る前の実験的検証工程

\*2ビジネスモデルの採算性や市場性を検証するプロセス、POBレポートは消費者購買行動データサービスのことを指す

# 顧客と共に社会変革をリードする – CSV案件事例①

株式会社SBI新生銀行様 金融×児童福祉支援 「ことら×サステナビリティ2025」プロジェクト



現場起点で本質を捉え、日常の行動を社会価値と事業価値へと転換する新しい  
価値創出のアプローチ

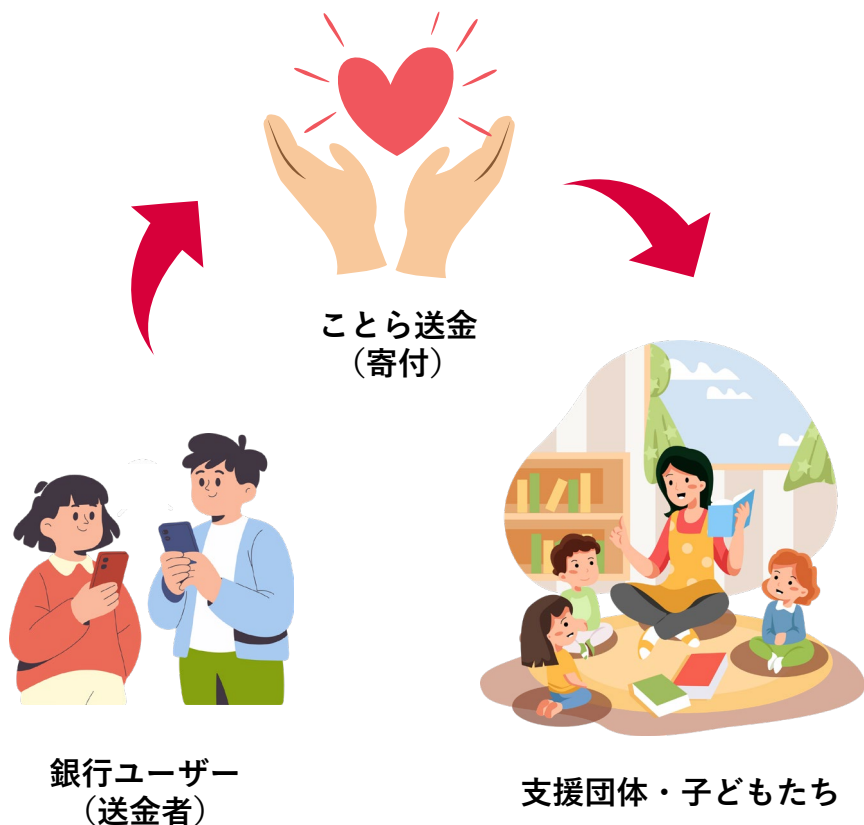
## 顧客課題

- ・ 振込コスト削減ニーズへの「ことら送金」の活用促進
- ・ 児童福祉課題の解決に向けた社会的インパクトの創出とビジネスの両立

## 支援内容・成果

目標寄付額200万円の達成と8,000名超のユーザーへのリーチという社会貢献成果に加え、メール経由の流入46%増というビジネス成果を同時に創出し、透明性の高い情報開示による「行動で示す」企業としての信頼性を確立

- ・ 支援団体へ直接ヒアリングを行い、社会課題の現実に応じた「なぜやるのか」を言語化
- ・ 本プロジェクト紹介ページに応援ボタンを設置するなど、ユーザーが気軽にプロジェクトを応援できる仕組みを作成
- ・ プロジェクトの社会的価値だけでなく、ことら送金の利便性についてもユーザーに興味を持ってもらえるようなメールコンテンツを作成
- ・ 児童虐待防止推進月間のオレンジリボン掲出など、金融だけでなく社会のために行動する銀行というブランドを強調



# 顧客と共に社会変革をリードする – CSV案件事例②

オムロンソーシアルソリューションズ株式会社様 ライドシェアサービス 【meemo】



住民同士の共助により移動の不自由をなくす、新たな公共交通の共創



## 顧客課題

- 開発ベンダーへ外注のため、意思決定から市場反映までの動きが遅い
- 公共交通機関の廃止や減便により、買い物や通院に最も困窮しやすい高齢者が使いこなせないサービス設計
- コストをかけて開発したアプリをたった2,3人のユーザーしか使ってくれない

## 支援内容・成果

委託されたアウトプットをただ返すのではなく、Oneチームとしてオムロン社員と同じように考えて積極的に動き、学びを共有しあえるパートナーとしてご支援

【ご支援体制】UXデザイナー・UIデザイナー・リードエンジニア・バックエンドエンジニア・アプリエンジニア・スクラムマスター

- ユーザー中心に、ターゲットユーザーである高齢者にとって使いやすいサービスを設計
- 変化の激しい市場に柔軟に対応するためにアジャイルに開発
- プロダクト開発領域に限らず、サービス企画や実証実験の設計もご支援
- サービス導入地域A市における2025年9月のマッチング率92%

※meemoのサービスサイトは[こちら](#)

住民  
“利用者”



住民  
“ドライバー”

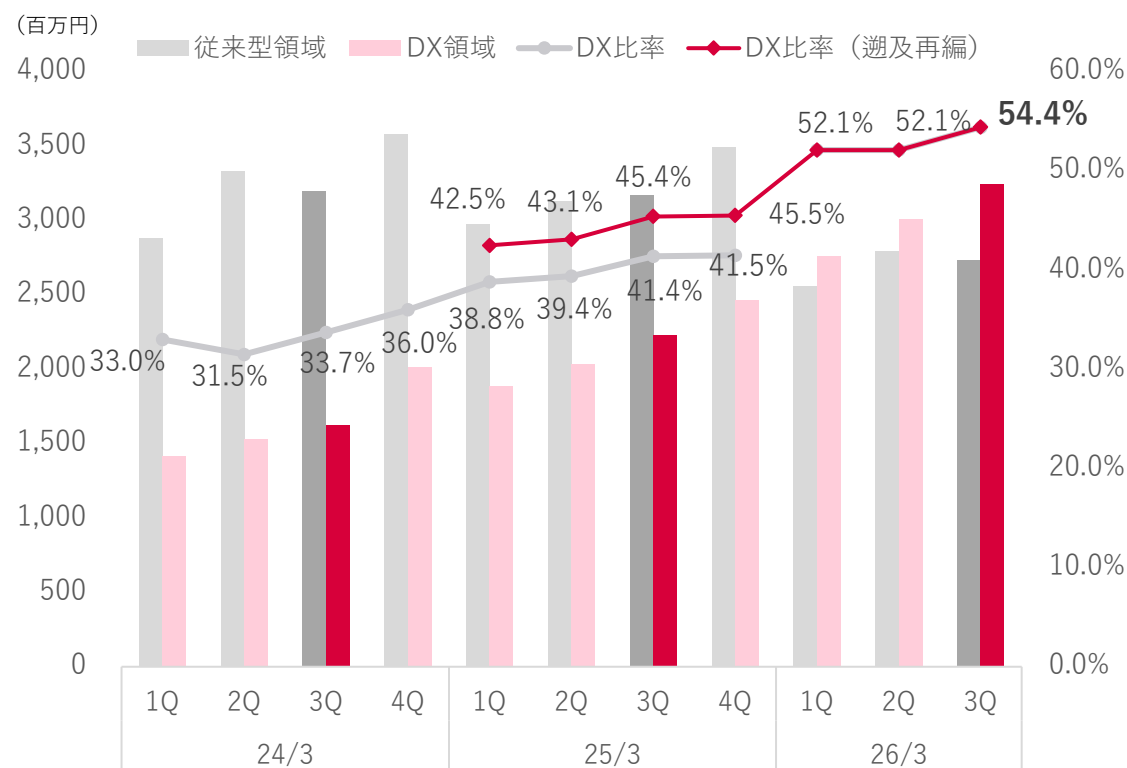


# 業績目標/株主還元

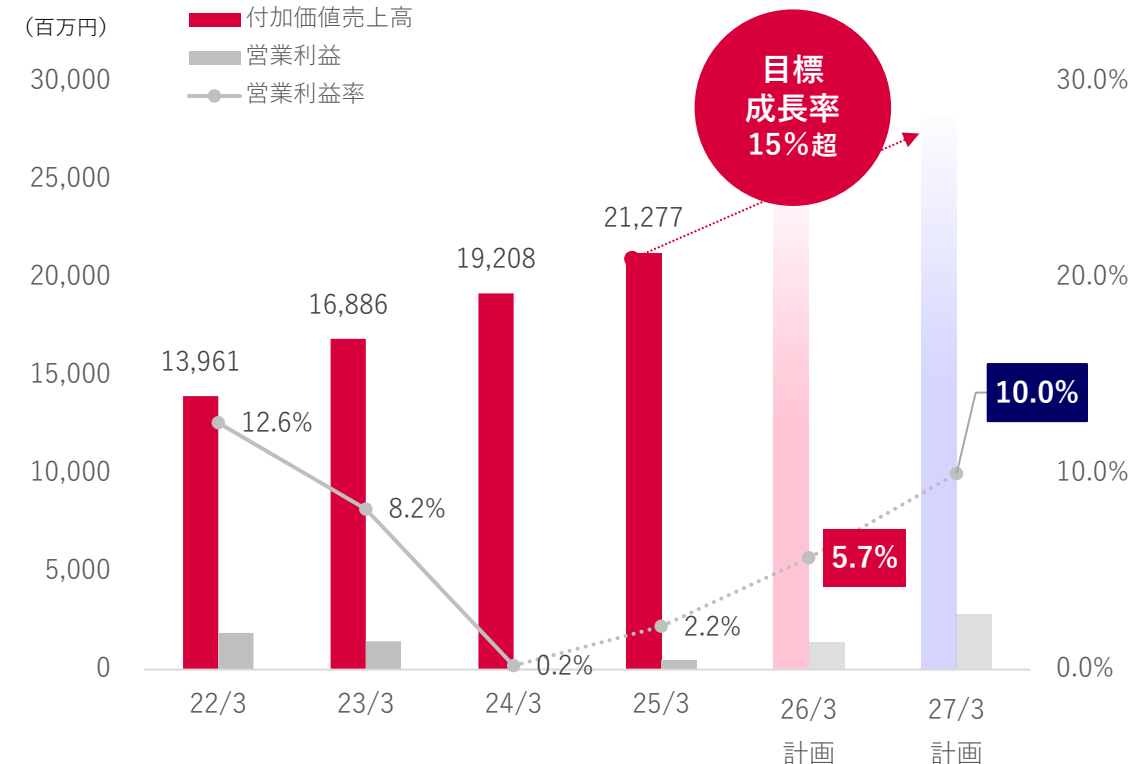
# DX現場支援ポジションへの転換加速 –業績目標

- **今期のDX売上比率目標55.0%に対し3Q単独で54.4%**（前年同期比+9.0pt）。引き続き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。
- 収益性の回復は順調に進捗。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。

DX比率・付加価値売上高（領域別）



付加価値売上高/営業利益（25/3のみ非連結）



DX比率（遡及再編）：新規カンパニー設立に伴い、前期分を一部洗い替え。改めて集計した比率を表す



# 2026年3月期方針/業績目標

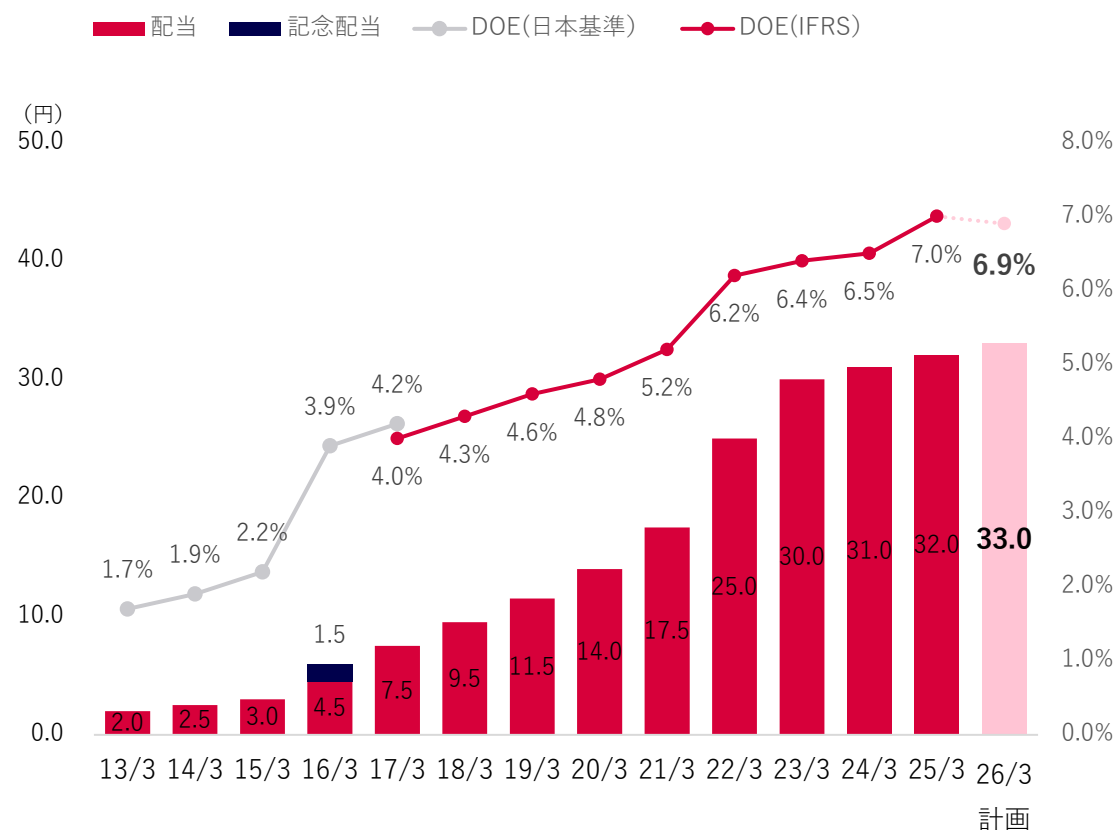
- 3Q末時点での通期計画に対する進捗率は、付加価値売上高：72.1%／営業利益：53.7%と順調に進捗。
- 2026年3月期の営業利益率目標は**5.7%**、**前期比+9.0億円**と大幅増益を見込む。
- 今期計画の達成および来期の高成長を見据えた投資を強化。さらなるDX領域への転換加速を目指す。

(単位：百万円)	2025年3月期			2026年3月期			
	実績			実績	計画		
	4Q単独 (非連結)	通期 (非連結)	対前年同期 増減率	3Q累計 (非連結)	通期 (連結)	対前年同期 増減率	進捗率
売上収益	6,307	22,329	9.1%	17,648	24,400	9.3%	72.3%
付加価値売上高	5,936	21,277	10.8%	17,036	23,620	11.0%	72.1%
営業利益	632	493	1082.0%	752	1,400	183.9%	53.7%
営業利益率	10.0%	2.2%	-	4.3%	5.7%	-	-

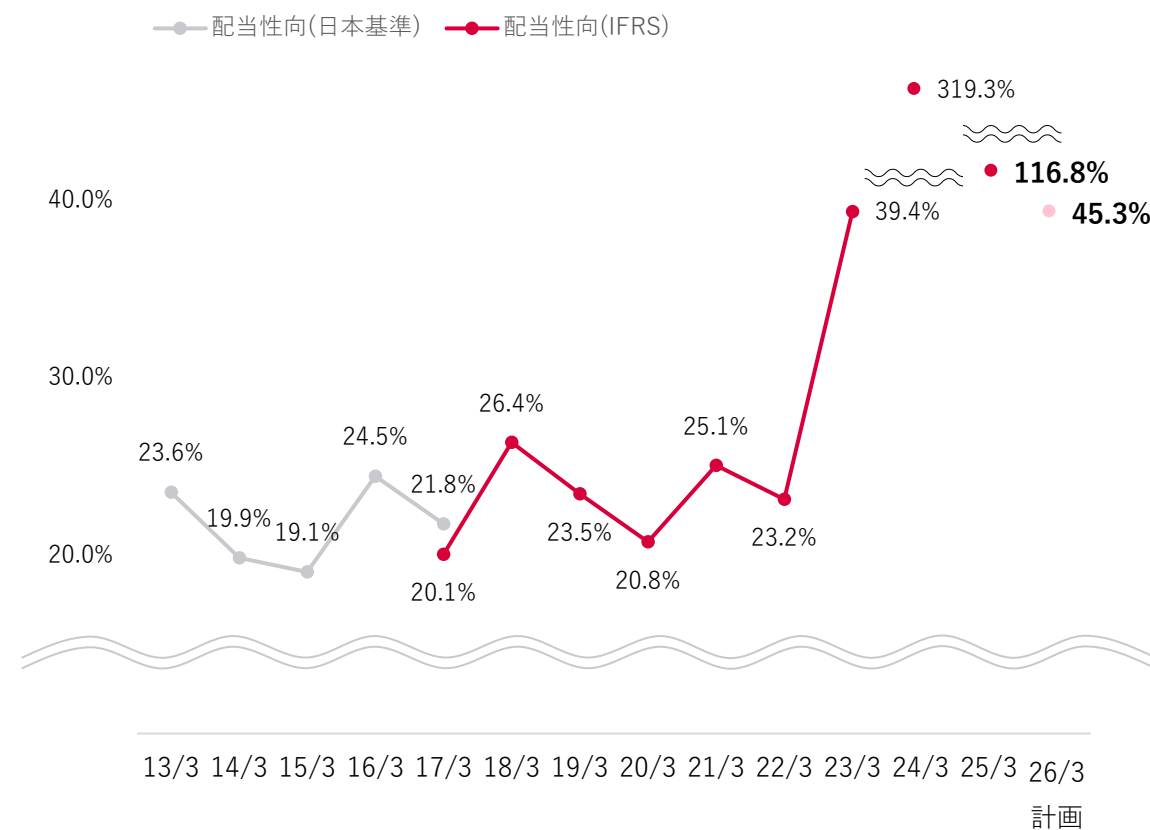
# 株主還元

- 2026年3月期配当：33.0円、初配から**14期連続増配**を予定。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



# 会社概要

# 我々は何者か？

## 【社名の由来】

### “MEMBERSHIP”

デジタルインフラの普及によって市場の主導権は供給者から消費者へと移行し、さらに消費者と供給者が協力し合って価値を創り出す社会へと変わる。メンバーズは企業と人々の“MEMBERSHIP”の協力関係づくりをリードし、マーケティングやサービス・プロダクトのみならず、企業の経営スタイルや在り方そのものをも「社会をより良くするもの、持続可能なもの」へと転換することで、心豊かな社会の実現に貢献する。

### 全員参加型経営

ミッションの実現には、ミッションに共鳴して集まった人々が経営に積極的に参画することが必要となる。メンバーズはそのためにオープンでフラットな組織づくりに注力し、社員（メンバー）を経営の主体として位置付ける全員参加型経営の実現を目指す。

## 【コアバリュー】

### 貢献

本業を通して社会に貢献する。顧客の発展に貢献する。自分のためだけではなく、社会に役立つことやクライアントワーク（お客さまがいる仕事）が好きな人の集団でありたい。

### 挑戦

失敗を恐れず挑戦する。2025年に創立満30周年を迎えた。これからも大きな成長を目指していく。その過程で多くの失敗やさまざまな変化に直面することになるだろう。しかし、挑戦すること、失敗から学ぶことができ、変化を好む人の集団でありたい。

### 誠実

自らに、仲間に、顧客に、社会に対して誠実に向き合う。会社としての利益も当然重要であるが、利益よりも人として何が大切かを分かり合える集団でありたい。

### 仲間

デザイナー、エンジニア、ディレクター、プランナー、プロデューサーなど、違った個性を持った人たちが、チームとして成果を挙げていく。それがメンバーズのやり方。凸凹があってもいい、得手不得手があってもいい。チームで成果を出すことができる人、それが好きな人の集団でありたい。

## 【経営指針】

### 超会社

メンバーズがミッションに基づいた経営を進めるための指針が「超会社」コンセプトである。

社会への貢献・社員の幸せ・会社の発展の3つを同時に実現することを目指し、妥協することなく追求する。事業によって社会の課題解決に役立つことを行い、社会貢献と社員の幸せと企業利益創出を同時に実現し、短期的な利益ではなく長期的な視点で社員の幸せを伴いながら事業活動を行う。

## 【行動指針】

### Members Standard

- ・ 誠実さをもって心豊かな社会を創る
- ・ ラストマン精神を持つ
- ・ 自分自身を日々アップデートする
- ・ スピードにこだわり価値を最大化する
- ・ カスタマーサクセスを愚直に追求する
- ・ 顧客と一緒に泣き笑う
- ・ 最高のユーザー体験を創出する
- ・ 異能を活かした成長し続けるチームを作る
- ・ 1byteから世界を変える

## 【コーポレートロゴ】



### 自立したデジタルクリエイターを表すドット

ドットは、メンバーズの社員、つまり一人ひとりの自立したプロフェッショナルなデジタルクリエイターを表す。

メンバーズでは、インターネットテクノロジーに精通し、新たな価値を創造するデザイナーやエンジニア、ディレクター、プランナー、プロデューサーなどのデジタルクリエイターこそが社会のデジタル変革を牽引する主役であると考えている。

また、ドットでメンバーズの頭文字"M"を形づくり、コーポレートロゴを1色で表すことで、1つの同じミッションに共鳴して集まった仲間たちを表現している。

### 持続可能な社会の実現を目指す紅色

企業の事業活動によるさまざまな社会課題解決や、持続可能な経済モデルを前提にした社会、心豊かな社会の創造へ貢献したいという想いを、日本の伝統色「紅」に込め、持続可能性の象徴としている。

### 多様性を表すドットの大小

メンバーズでは、年齢、性別、国籍、居住地域、働き方が異なる一人ひとりが持つ多様な個性を尊重する。それぞれの個性を活かし、仲間と協力することで、ミッションの実現に向けてより大きな力を発揮することを表している。



# 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"> <li>・東京本社</li> <li>・札幌オフィス</li> <li>・ウェブガーデン仙台</li> <li>・神戸オフィス</li> <li>・武蔵小杉オフィス</li> <li>・名古屋オフィス</li> <li>・鯖江オフィス</li> <li>・大阪オフィス</li> <li>・ウェブガーデン神戸</li> <li>・ウェブガーデン北九州</li> <li>・福岡オフィス</li> </ul>
設立	1995年6月26日
資本金	1,059百万円 (2025年12月末時点) [IFRS]
社員数	2,882名 (2025年12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  
ナークシップ (JCLP) 加盟



2020年度以降  
再エネ100%を継続



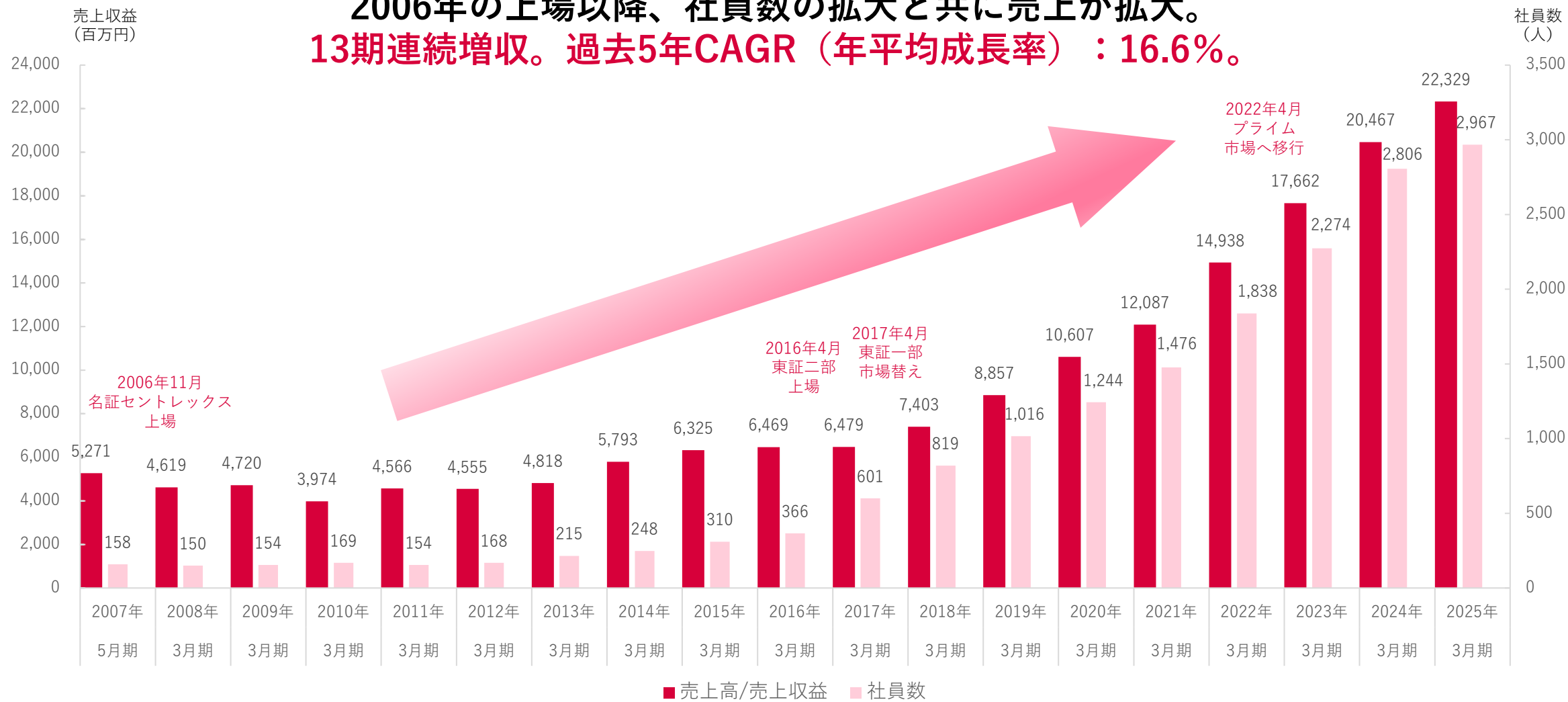
「なでしこ銘柄」令和6年度に選定





# 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。

# 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。

## 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](https://x.com/Members_IR)



# ディスクレーマー

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://x.com/Members_IR)

🖥 <https://www.members.co.jp/>

f <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/>