

# 2026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)

# 2026年3月期 通期決算概要

# 2026年3月期 通期 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、DX領域成長率は**+32.6%**と高成長を維持。
- 営業利益は**1,600百万円**（前年同期比**+224.6%**）。収益性改善は想定通りに進捗。

## 通期累計 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、2026年1月1日付の子会社化により2026年3月期通期より連結決算（IFRS）へ移行。前期実績（非連結）との比較において算出範囲に差異があるため、前年同期比等の各指標は参考値として記載。

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(4Q末)
<b>24,424</b> 百万円	<b>23,507</b> 百万円	<b>1,600</b> 百万円	<b>2,456</b> 名
前年同期比 <b>+9.4%</b>	前年同期比 <b>+10.5%</b>	前年同期比 <b>+224.6%</b>	前期末比 <b>▲171名</b>

## DX現場支援ポジションへの転換加速

DX領域比率(4Q)	年間売上1億円以上の売上社数(4Q)
<b>54.2%</b> (前年同期比 <b>+8.7pt</b> )	<b>55</b> 社 (前年同期比 <b>0社</b> )
DX領域成長率(4Q累計)	売上単価(4Q累計)
<b>+32.6%</b>	<b>971</b> 千円 (前年同期比 <b>+6.5%</b> )
DX人材比率(4Q末)	PMO人材数(4Q末) <sup>※2</sup>
<b>72.0%</b>	<b>1,482</b> 名 (前期末比 <b>+1,124名</b> )

## 収益性の強化

新卒1・2年目を除くDCの稼働率(4Q)
<b>85.0%</b> (前年同期比 <b>▲0.4pt</b> )
売上総利益率(4Q累計)
<b>26.4%</b> (前年同期比 <b>+5.5pt</b> )
販管費率(4Q累計)
<b>19.8%</b> (前年同期比 <b>+1.1pt</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 通期 連結 P/L

- 売上収益、付加価値売上高ともにほぼ計画通り。各段階利益は計画を上振れて着地。
- DX現場ポジションへの転換による単価向上／稼働率の大幅改善により、売上総利益率は前年同期比**+5.5pt**。販管費は計画通り増加。営業利益率は前年同期比**+4.4pt**と過去2期に亘った収益性改善の取り組みは想定通りに進捗。

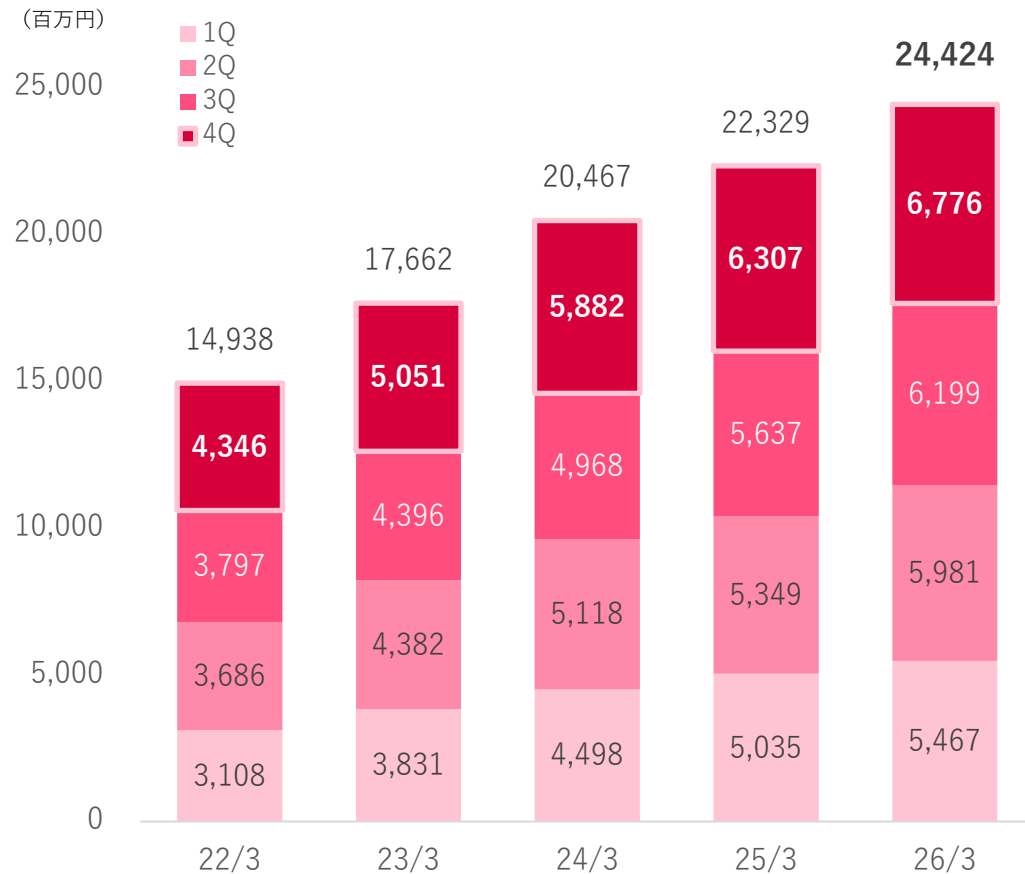
(単位：百万円)	2025年3月期 通期実績	2026年3月期 通期実績		2026年3月期 通期計画	
	非連結	連結	前年同期比	連結	進捗率
売上収益	22,329	<b>24,424</b>	<b>+9.4%</b>	24,400	100.1%
付加価値売上高	21,277	<b>23,507</b>	<b>+10.5%</b>	23,620	99.5%
売上総利益	4,671	<b>6,452</b>	<b>+38.1%</b>	—	—
売上総利益率 (%)	20.9%	<b>26.4%</b>	<b>+5.5pt</b>	—	—
販管費	4,168	<b>4,847</b>	<b>+16.3%</b>	—	—
販管费率 (%)	18.7%	<b>19.8%</b>	<b>+1.1pt</b>	—	—
営業利益	493	<b>1,600</b>	<b>+224.6%</b>	1,400	114.3%
営業利益率 (%)	2.2%	<b>6.6%</b>	<b>+4.4pt</b>	5.7%	—
税引前利益	472	<b>1,641</b>	<b>+247.0%</b>	1,390	118.1%
当期利益	349	<b>1,213</b>	<b>+246.9%</b>	930	130.5%

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たため、2025年3月期通期実績は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、通期計画および実績は連結の数値を記載。

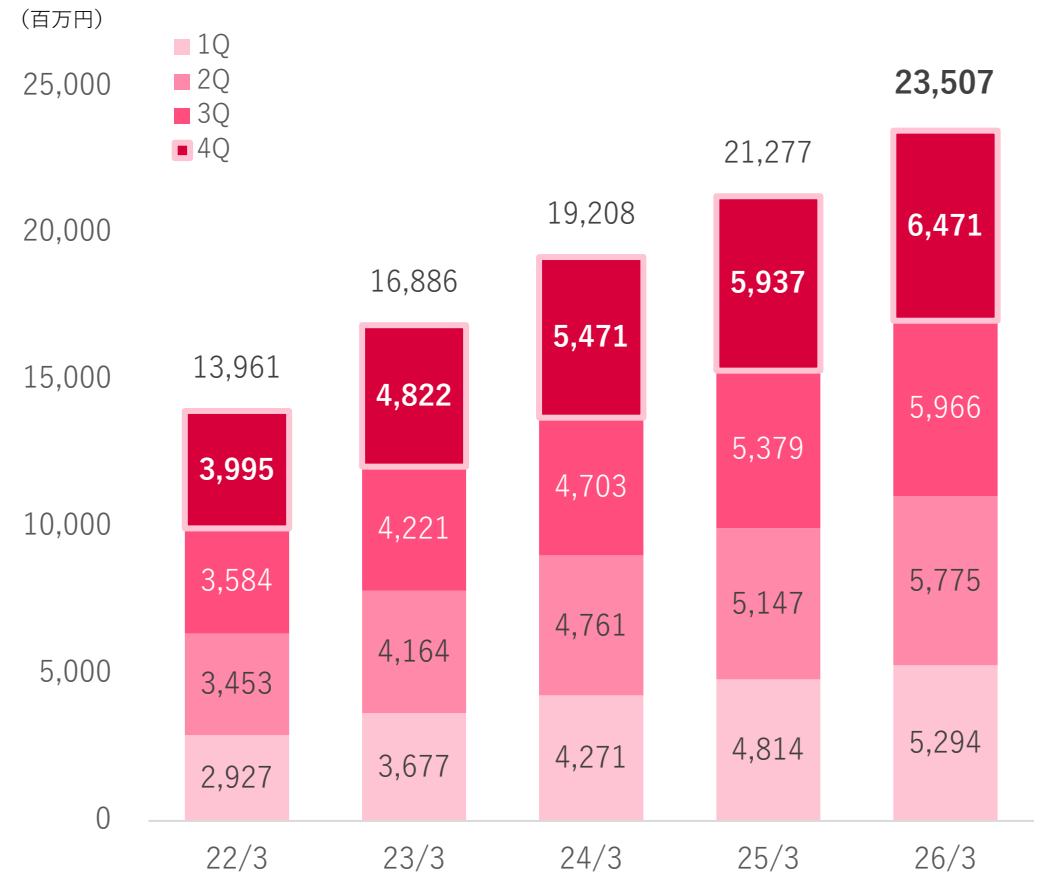
# 連結 売上収益/付加価値売上高

- 売上収益：24,424百万円（前年同期比+9.4%）。
- 付加価値売上高：23,507百万円（前年同期比+10.5%）。

売上収益（25/3 3Q～26/3 3Qは非連結、その他は連結）



付加価値売上高（25/3 3Q～26/3 3Qは非連結、その他は連結）

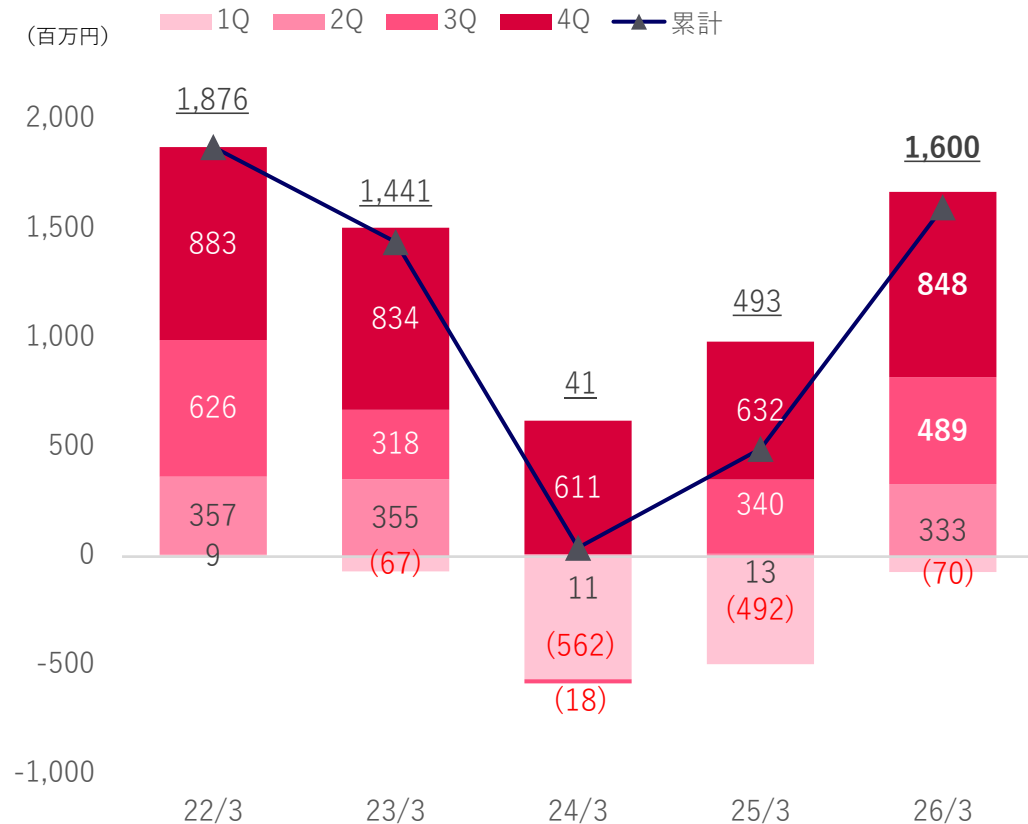


2024年11月の子会社合併に伴い、2025年3月期 第3四半期より非連結へ移行（移行前は連結業績を比較情報として記載）。なお、2026年1月の新規子会社化により、2026年3月期 第4四半期より連結へ移行。

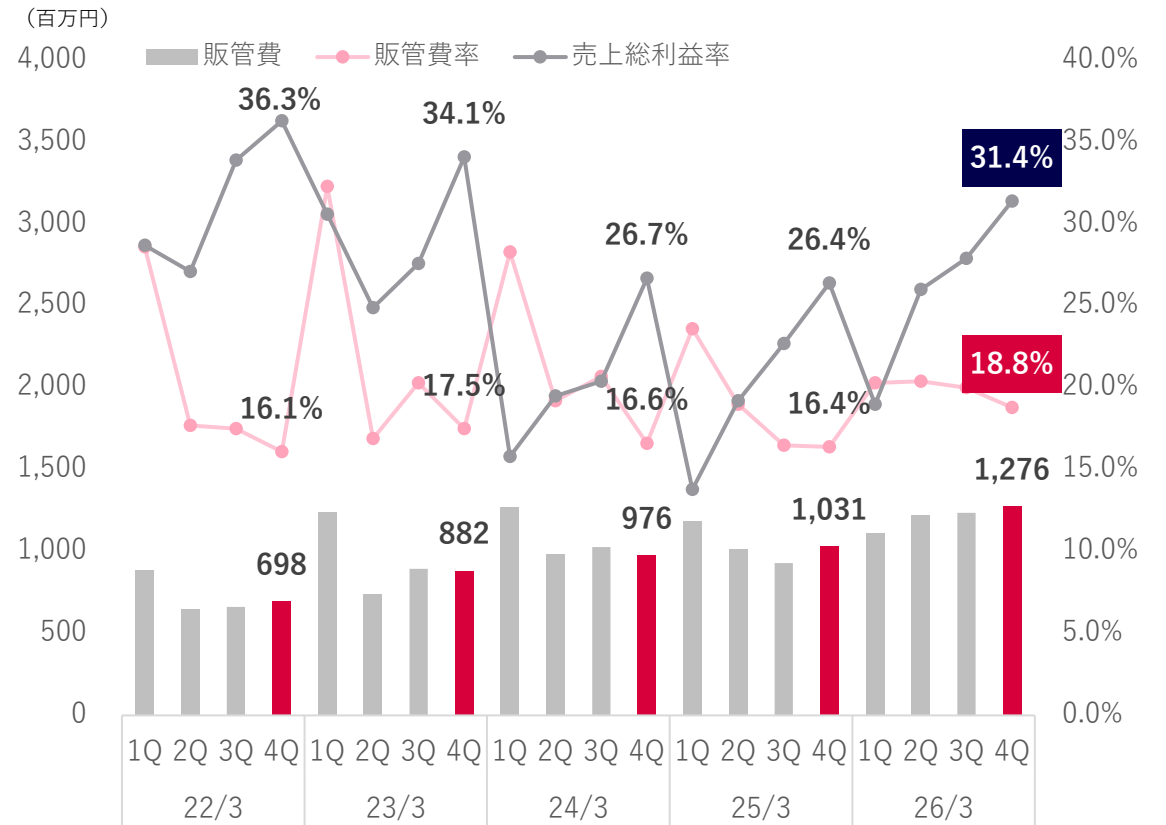
# 連結 営業利益/販管費・率/売上総利益率

- 営業利益：1,600百万円（前年同期比+224.6%）。4Q単独では848百万円と過去最高水準まで回復。
- 4Q単独の売上総利益率は前年同期比+5.0pt。引き続き単価の引き上げ、稼働率改善により通期売上総利益率30%を目指す。

営業利益（25/3 3Q～26/3 3Qは非連結、その他は連結）



販管費・率/売上総利益率（25/3 3Q～26/3 3Qは非連結、その他は連結）

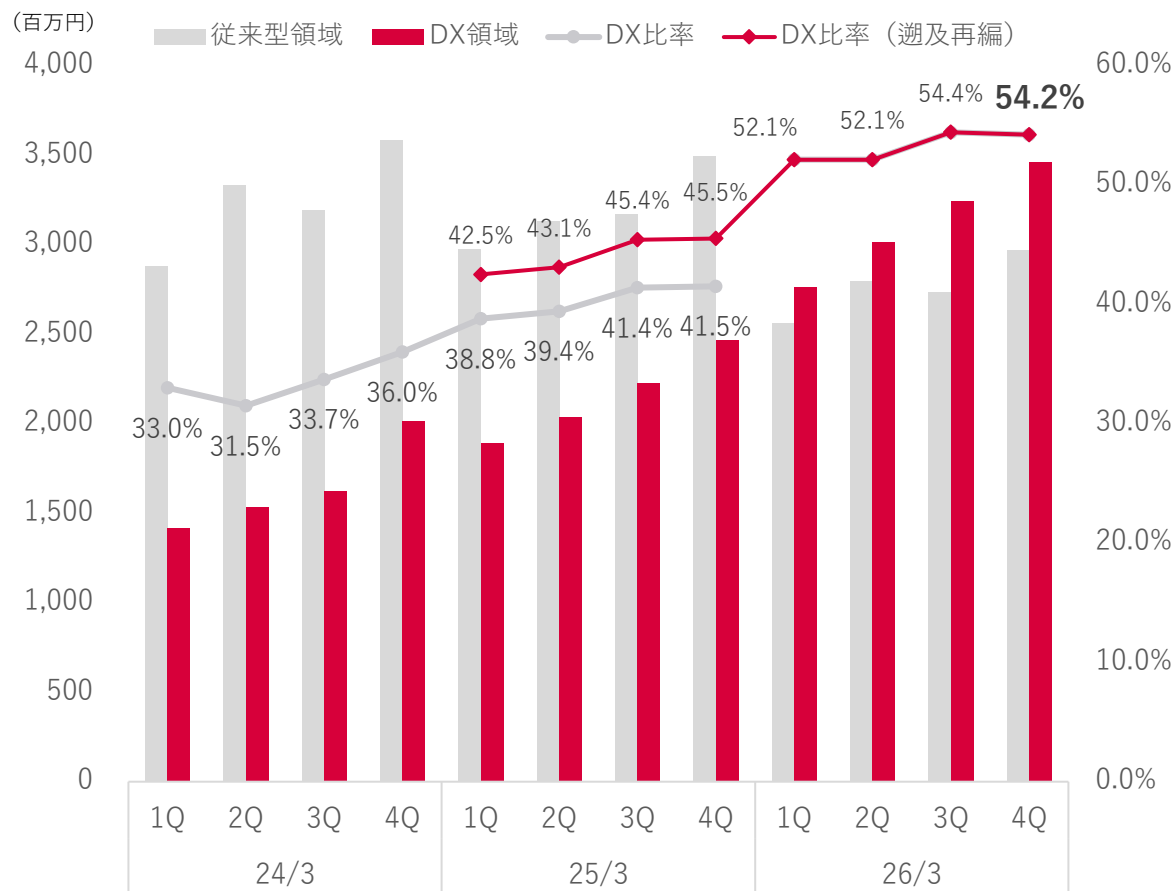


2024年11月の子会社合併に伴い、2025年3月期 第3四半期より非連結へ移行（移行前は連結業績を比較情報として記載）。なお、2026年1月の新規子会社化により、2026年3月期 第4四半期より連結へ移行。

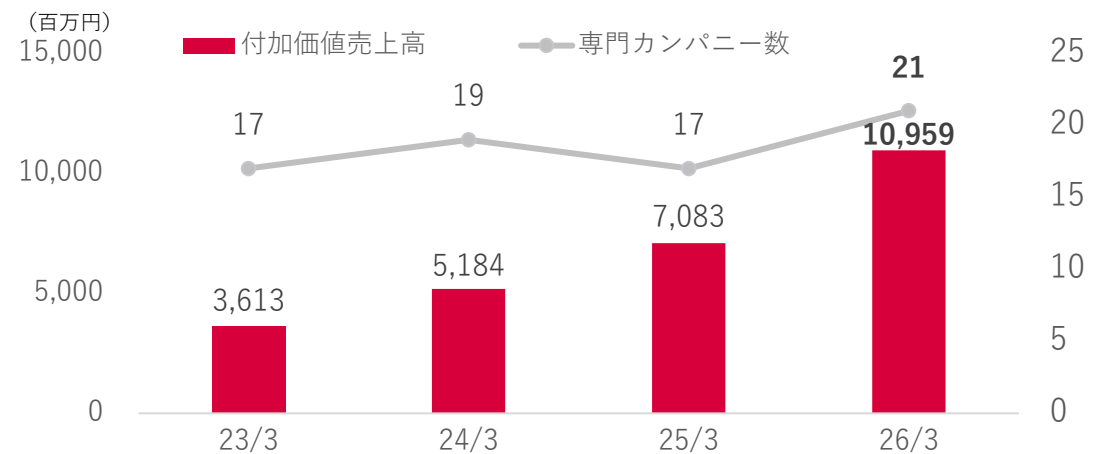
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – DX比率/専門カンパニー全体付加価値売上高・DC数

- DX売上比率（4Q単独）は**54.2%**（前年同期比+8.7pt）。4Q累計成長率は前年同期比+32.6%と引き続き好調に推移し、DX現場支援ポジションの転換が加速。一方で従来型領域の大型Web運用は想定通りAIによる代替が進む。
- 専門カンパニー全体の4Q累計付加価値売上高は10,959百万円（前年同期比+54.7%）。DC数は、前期末比+289名。

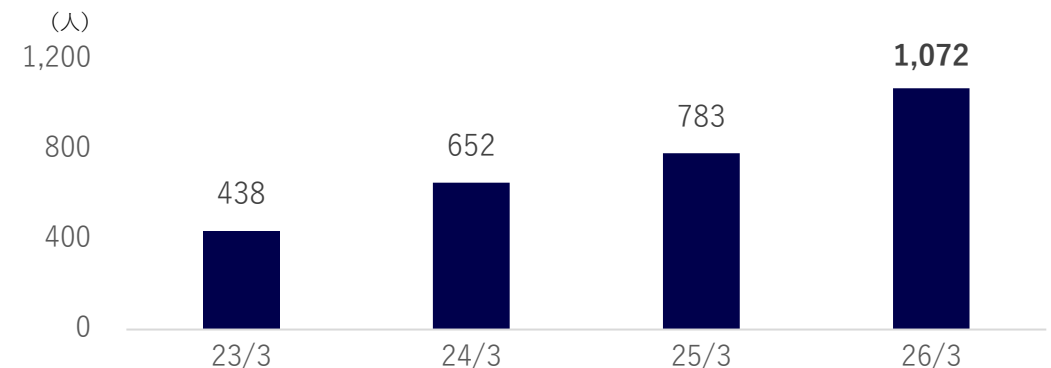
DX比率・付加価値売上高（領域別）



専門カンパニー数・付加価値売上高



専門カンパニーDC数（期末）

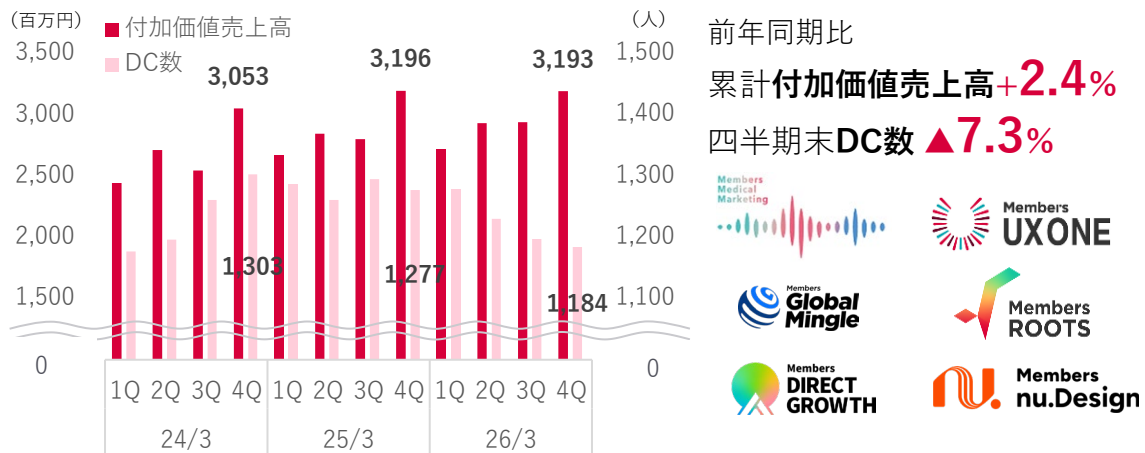


DX比率（遡及再編）：新規カンパニー設立に伴い、前期分を一部洗い替え。改めて集計した比率を表す。Members Co.,Ltd.

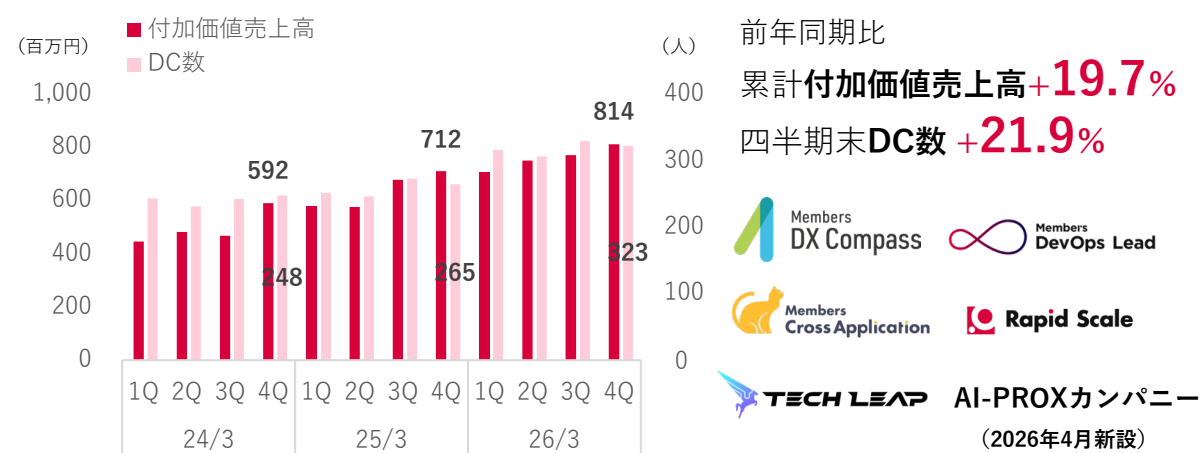
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – 各事業領域 付加価値売上高・DC数

- 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。
- 2026年4月、企業のAIエージェント実装を支援する専門カンパニーを新設。旺盛なAI需要を取り込んでいく。

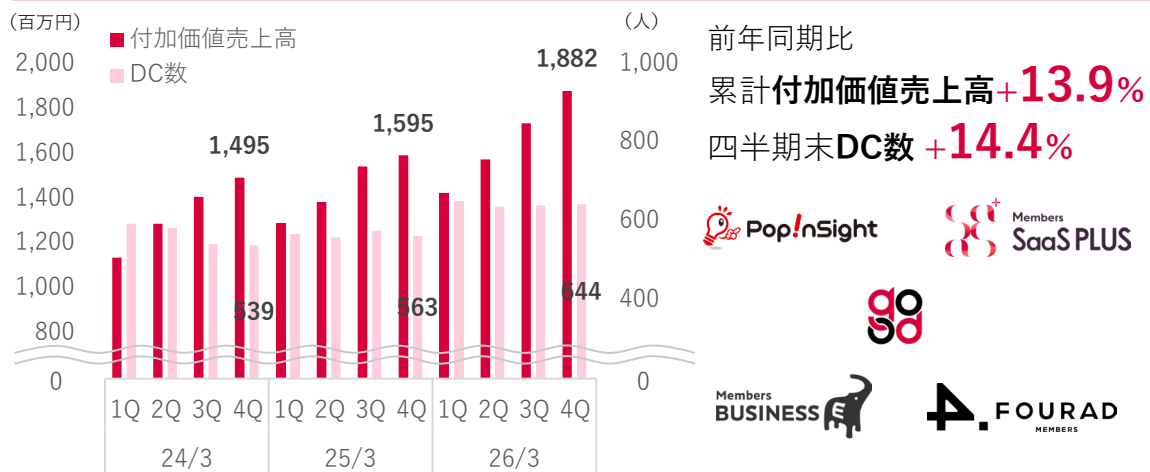
## 制作/UIUX



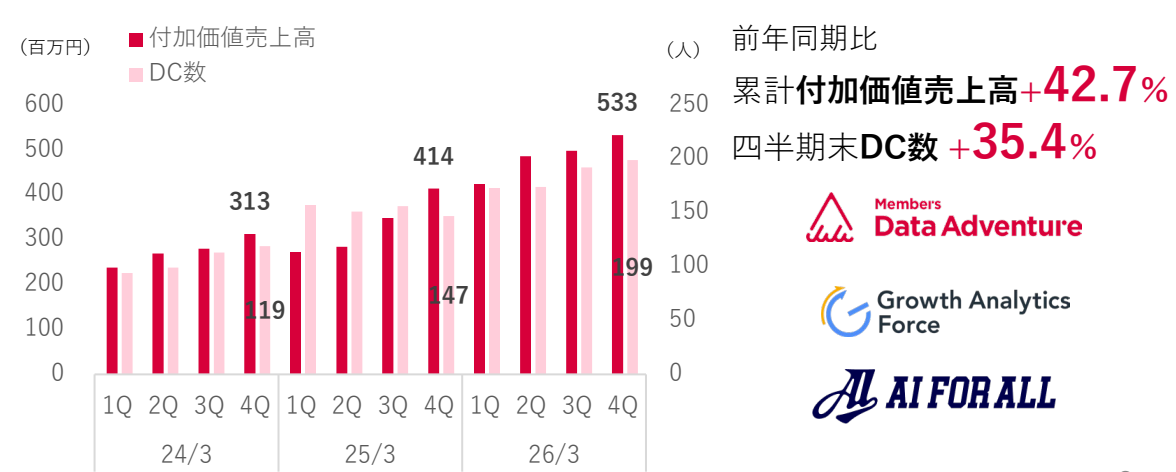
## デジタルサービス開発



## 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 – DX人材比率/SINCA90プロジェクトの推進

- DX人材比率は目標65%に対し、**72.0%**と大幅に目標達成。PMO人材を中心に顧客に伴走する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。

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

100職種

バッジ  
(職種スキル認定)

バッジ保有者数  
延べ**7,810**人  
(ユニーク数: 2,147人)

ギルド  
(職種コミュニティ)

年間イベント数  
開催数**100**回以上

高レベル  
クリエイター認定

トップクリエイター  
**1,424**人

### コース

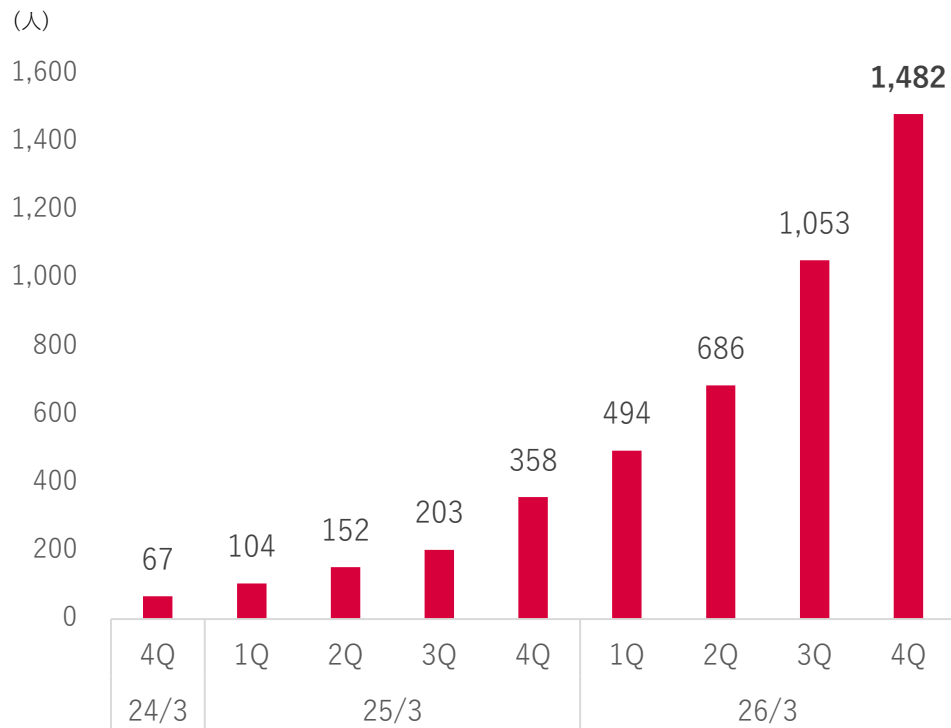
全35コース※順次拡大中

- 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

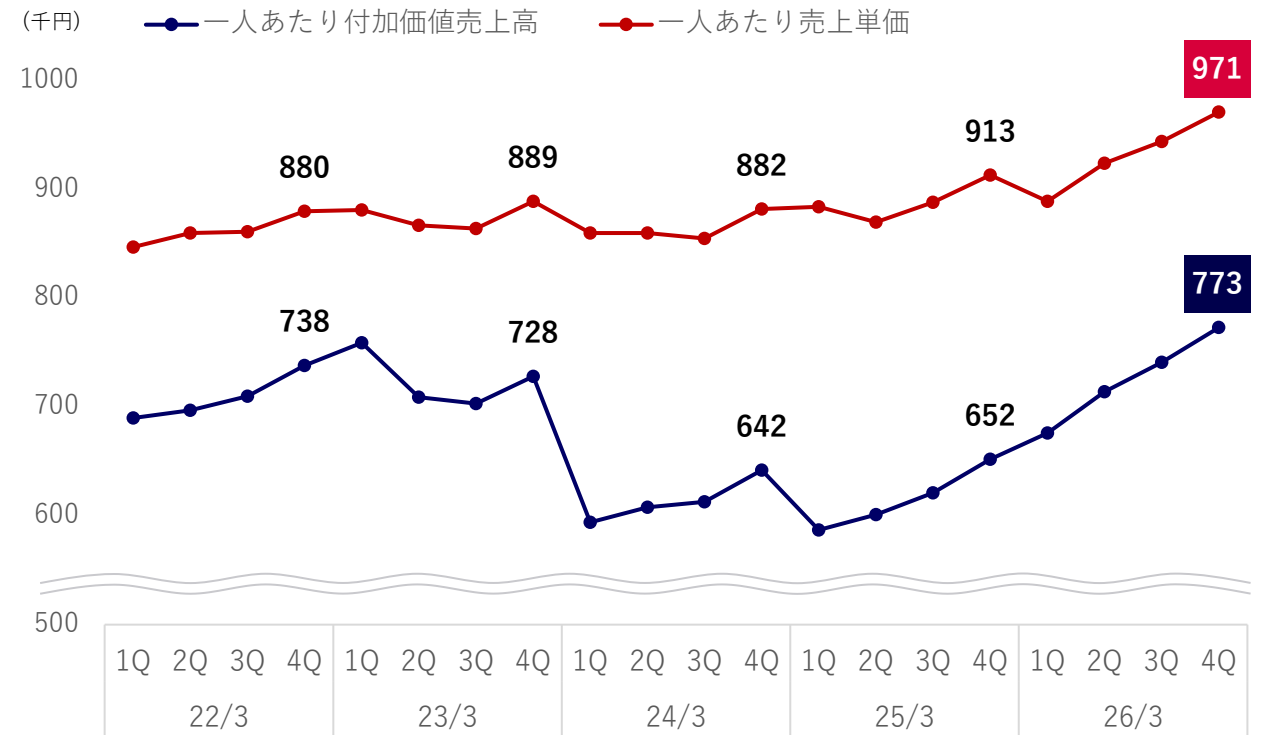
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – PMO人材の育成/一人あたり売上単価の向上

- PMO人材は今期1,000名目標に対して**1,482名**（3Q末比+429名）で着地。全社的な取り組み強化が奏功し、目標を大幅に超過。
- 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971千円（前年同期比+6.5%）、**4Q単独でも前年同期比+7.7%**と着実に進捗。一人あたり付加価値売上高は前年同期比+18.7%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

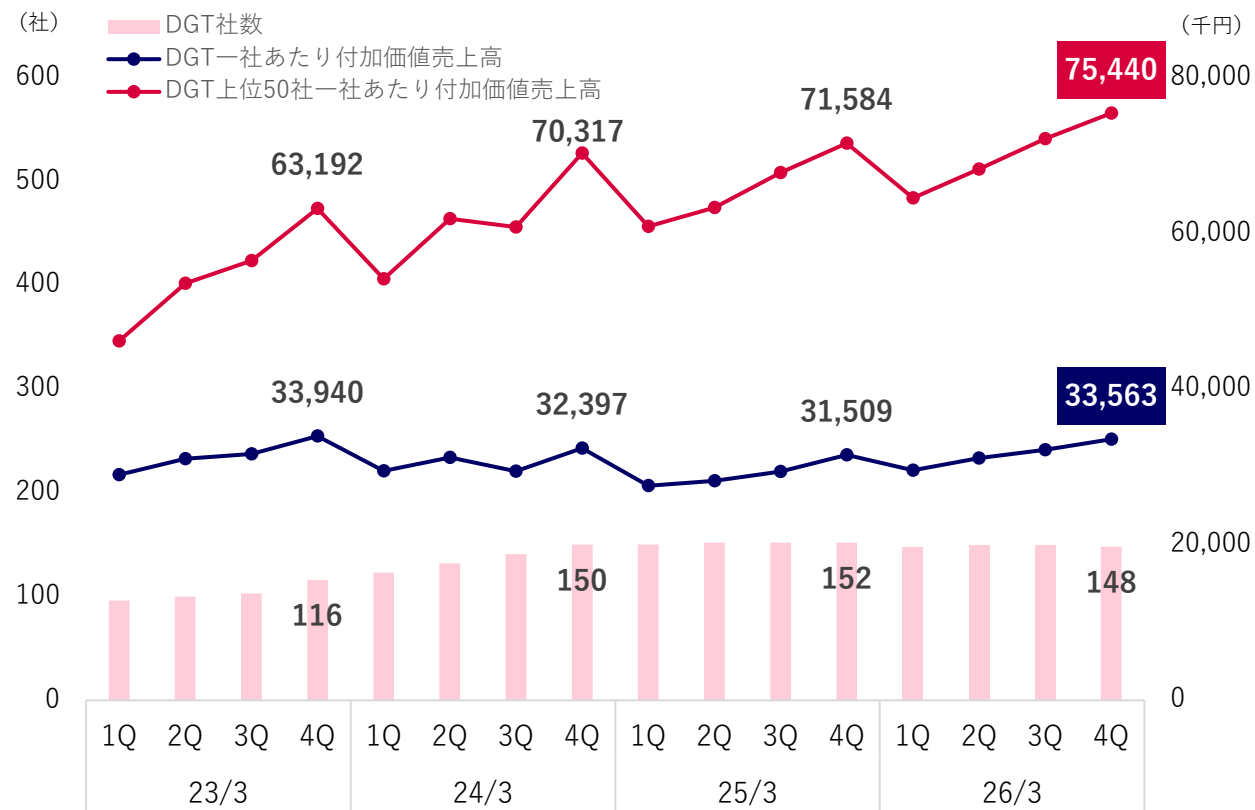


※PMO(Project Management Office)：企業や各組織のプロジェクトを円滑に進めるために、部署の枠を超えて横断的にプロジェクトマネジメントを統括する部門や体制を指す。プロジェクトを統括し、様々な意思決定を担う立場であるPM(Project Manager)に対し、PMOはPMが円滑に意思決定できるよう情報収集や関係各所との調整を行い、PMのプロジェクトマネジメントを支援する立場。

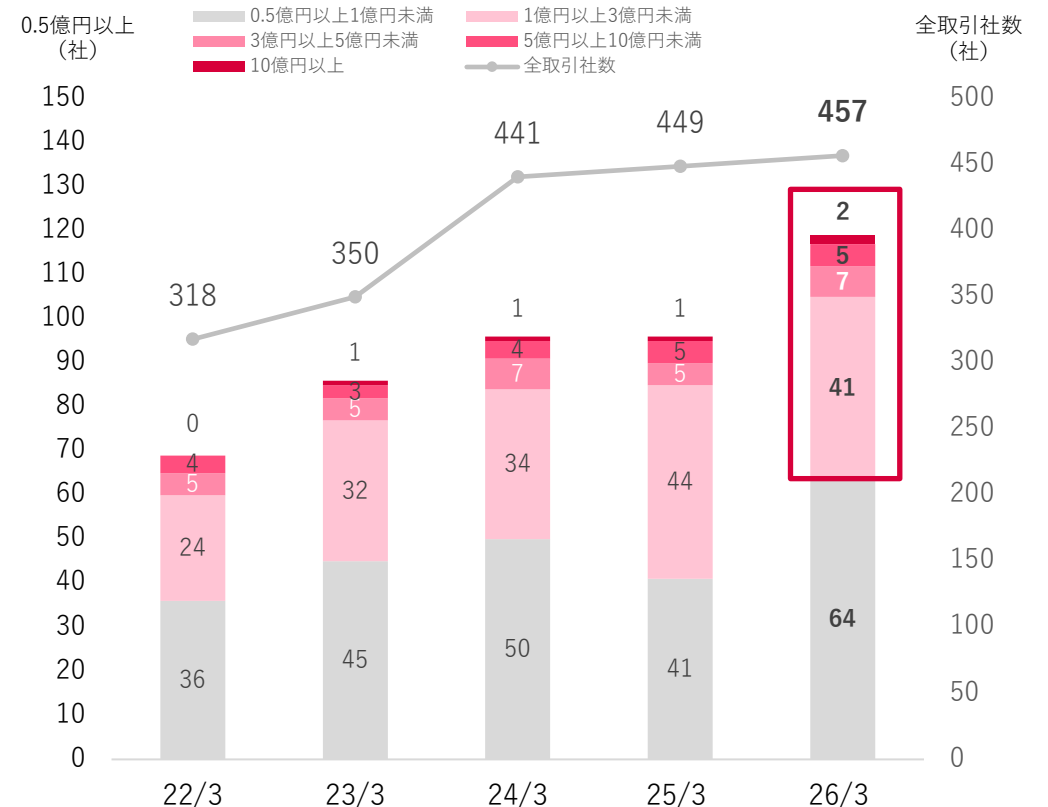
# DX現場支援ポジションへの転換加速 – 1社あたりの収益最大化

- 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+3社。1億円以上の取引社数は前年同期比増減なしの55社。
- 既存拡大方針のもと、3億円以上の対象顧客の合計売上は前年同期比+22.1%と大幅に伸長。0.5-1億円未満の顧客数は64社（前年同期比+23社）と今後の成長に繋がる顧客基盤を形成。
- ABM\*1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\*2/一社あたり付加価値売上高



売上規模別取引社数



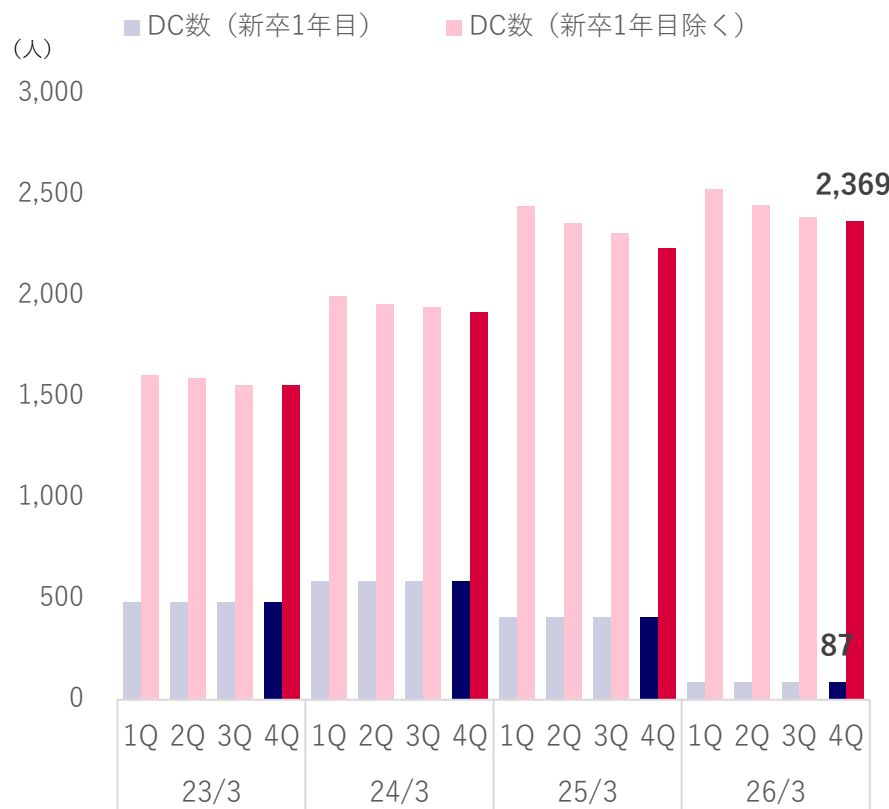
※1 ABM (Account Based Marketing) : ターゲットとなる特定の企業 (アカウント) に対し、戦略的な個別アプローチを行うことで、顧客満足度の向上と取引関係の深化を目指すマーケティングおよび営業手法。

※2 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 Members Co.,Ltd.

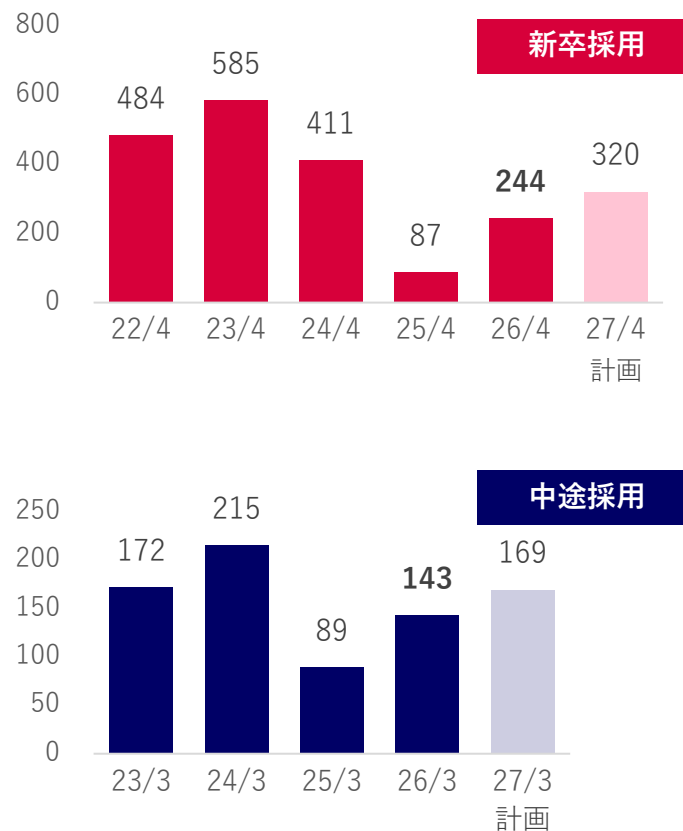
# DC数/新卒・中途採用数/離職率

- 4Q末のDC数は**2,456名**と前期末比▲171名。2年目以上のDC数は**2,369名**（前期末比+132名）となり、短期的な成長に向けた人員基盤は確保。前期比で中途採用は54名増加。
- 2026年4月に新卒244名が入社。引き続き新卒採用は**成長率に合わせて拡大方針**。
- 4Q累計離職率は前年同期比+1.0ptの**12.1%**。経営の重要課題の一つとして捉え、エンゲージメント向上施策を推進する。

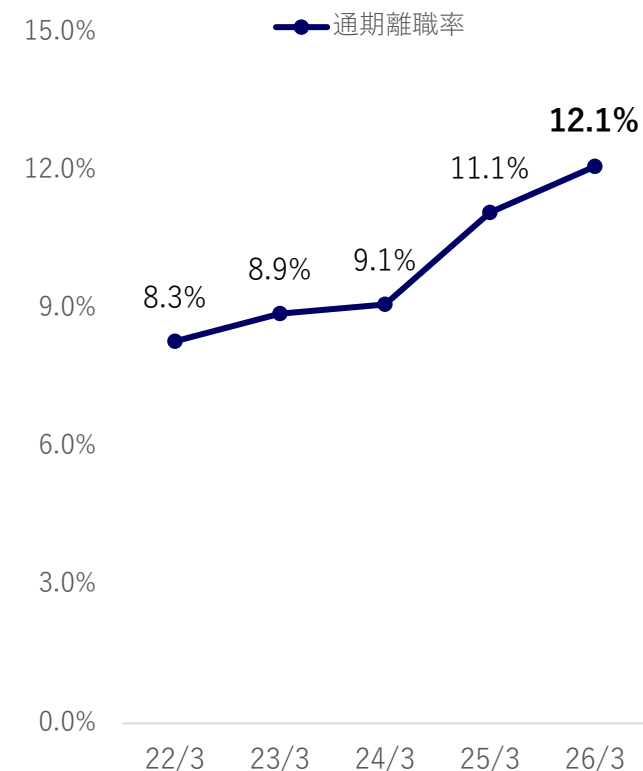
## DC数推移



## 採用数 (単位:人)



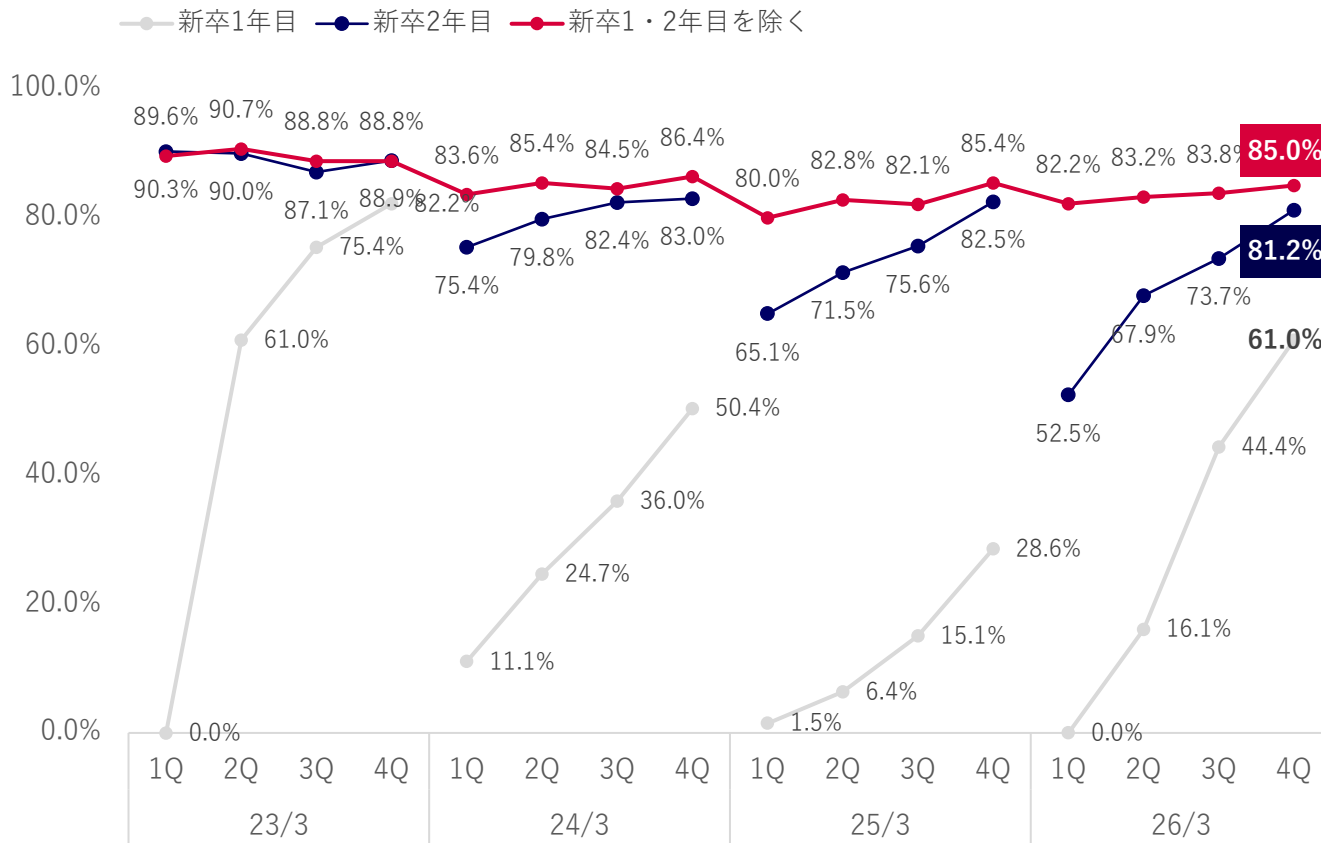
## 離職率



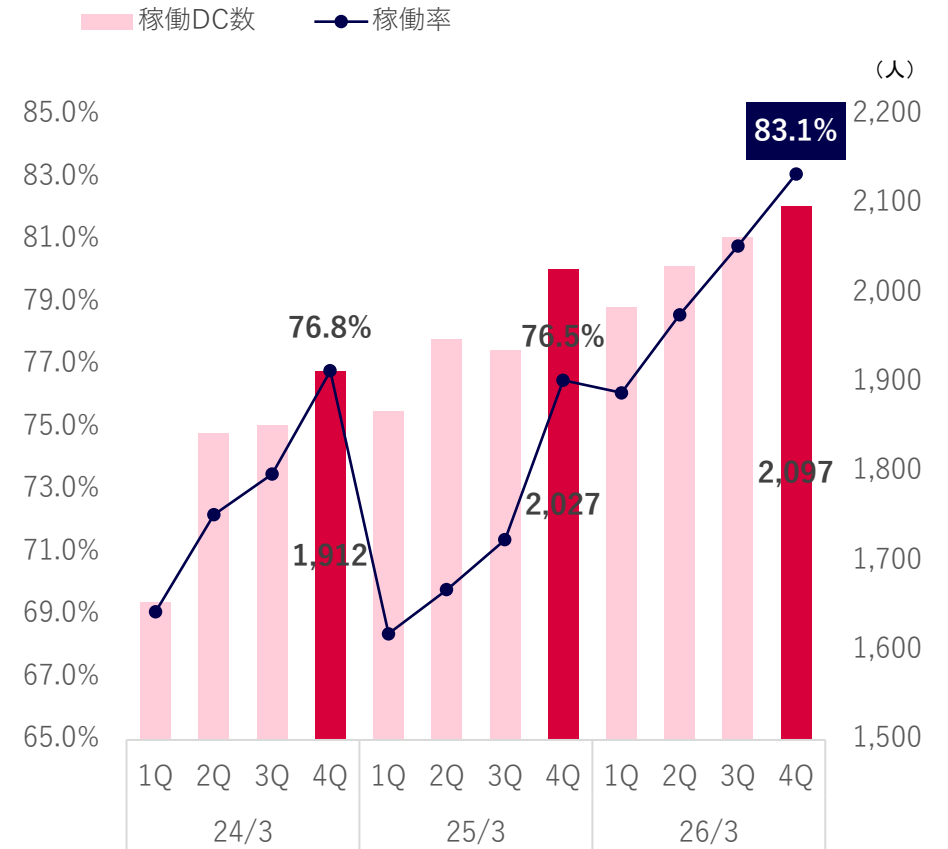
# 稼働率

- 4Qの新卒1・2年目を除くDCの稼働率は**85.0%**（前年同期比▲0.4pt）。新卒2年目の稼働率は**81.2%**と前期同水準。
- 新卒1年目の稼働率は**61.0%**と大幅に改善。
- 全体稼働率は**83.1%**（前年同期比+6.6pt）。引き続き改善余地はあるものの、過去2期の低稼働状態から脱却。

稼働率（新卒1・2年目を除く／新卒2年目／新卒1年目）

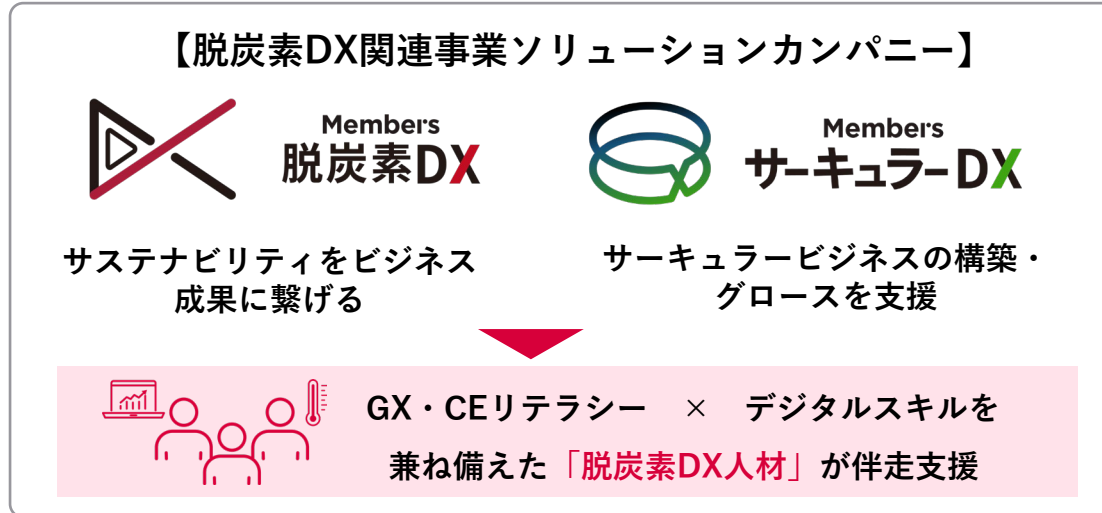


稼働率・稼働DC数（全体）



# 脱炭素DX関連事業の確立/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およびサーキュラーエコノミーの市場は引き続き拡大傾向。脱炭素DX関連事業も堅調に成長。
- サステナブルな社会への変革をリードする取り組みの一環として**グリーン製品・サービスの環境価値を魅力的に伝え、市場創造への指針とする「グリーンマーケティングガイドライン」**を企業・研究会と共同で策定・公開。



【グリーンマーケティングガイドラインの公開】

株式会社メンバーズ、サステナブル・マーケティング研究会、ハーチ株式会社が共同で制作



【公開の目的】

適切な情報発信を通じて  
**グリーン製品・サービスの  
環境価値を市場創造に変える支援  
とする**

【ガイドラインの特徴】

- ① **実務への特化**：具体的な製品・サービスのコミュニケーション手法にフォーカス。
- ② **5つの指針**：「一貫性・対応力（企業の在り方）」と「透明性・信頼性・共感性（発信の意識）」を定義。
- ③ **AI時代の視点**：人間だけでなく、AIからも正しく評価されるための要素を完備。

【期待する効果と目指す姿】

**グリーンウォッシュの防止**

誠実な開示による法的・レピュテーションリスクの低減

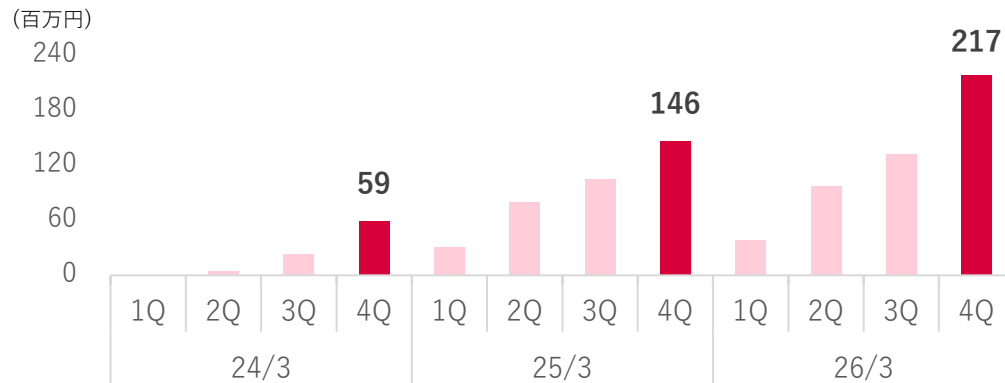
**共感と信頼の獲得**

魅力的な発信によるブランド価値の向上と新規市場の創造

**サステナブル社会の実現**

グリーン消費の拡大を通じた社会変革のリード

累計付加価値売上高（脱炭素DX関連事業）



# 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64.2%**。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

メンバーズグループ  
社員株主比率\*1

メンバーズグループ  
社員持株比率\*2

**64.2%**

(前四半期比▲1.5pt)

**9.5%**

(前四半期比▲0.4pt)

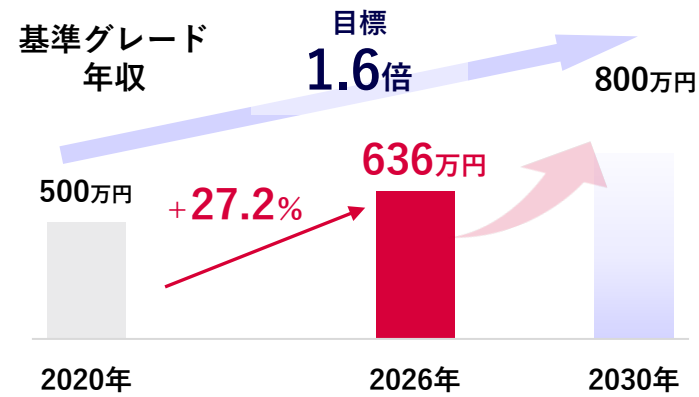


株主意識を高める施策として、  
**20%の奨励金制度、新株予約権の発行等**を実施



## 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**

2026年4月にベア及び定期昇給合計で、  
**8.1%の賃上げ**を実施。

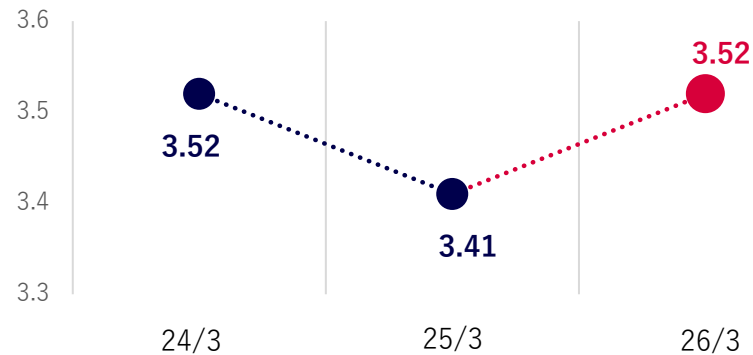
※1メンバーズグループ持株会入会者、新株予約権保持者を含めた自社株相当を保持している社員の割合  
※2メンバーズグループ持株会株式会社数、現物株所有数を含めた自社株相当の発行済み株式数に占める割合

# 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

- 社員エンゲージメントスコアは**前期比+0.11pt**の3.52と目標達成。一方で若手社員の成長実感には課題もあり、さらなるエンゲージメント向上に向けてミッション／ビジョン経営を強力に推進する。
- 脱炭素アクションスコアは期初目標を大幅に超過する11,978件で着地。NPSは▲8.3ptと目標には届かなかったものの引き続き高いスコアを維持。

社員エンゲージメントスコア(2026年3月期 下期) ※年2回のみ

総合的なエンゲージメントスコア  
**3.52** / 5.00  
前期比 **+0.11pt**  
目標：前期比+0.1pt



脱炭素アクションスコア (4Q 累計)

**11,978**件  
3Q比**+7,683**件  
目標：通期で**3,500**件

NPS\* (2026年3月期) ※年1回のみ

▲**8.3**pt  
前期比▲**4.8**pt  
目標：前期実績+**2**pt

※ 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。

# 案件事例

# 顧客と共にビジネス変革をリードする – DX案件事例

株式会社日テレWands 様 「生成AIを活用した新規サービス開発PoC支援プロジェクト」



現場の課題起点で具体的なAI活用計画へ落とし込む、構想から実装までの一貫した伴走型支援

## 開発したプロトタイプ例



### 動画検索RAGシステム

AWS (Bedrock, Transcribe等) を活用し、映像と音声の両面をAI解析して言語化。自然言語による高度なシーン検索と、メタデータの自動生成を可能にするシステムを構築。



### AIアバターアプリ

デジタルツイン生成エンジンを活用し、実写に近いデジタルアバターによる視覚的な対話を統合。社内ITヘルプデスク等の問い合わせに対し、自然言語によるリアルタイムな応答と、親しみやすいキャラクターによる自動対話を可能にするシステムのプロトタイプを構築。

## 顧客課題

- **サービス具体化へのスピード感**：抽象的なAIを活用したサービスアイデアはあったものの、どのように技術に落とし込んでカタチにするか定まっていなかった。一方、社外向けの展示会に間に合わせるためにプロトタイプの開発が必要であった。
- **映像制作現場における課題解決の必要性**：膨大な過去の映像データの資産があるものの、内容を把握するには再生して目視確認するしかなく、過去資産を有効活用できていない状態であった。必要な動画の検索においても、担当者の経験や勘が必要で、業務の属人化・非効率が生じていた。

## 支援内容・成果

Oneチームとして日テレWands社員と同じように具体化に取り組み、生成AIの活用ナレッジを惜しみなく共有しあえる伴走パートナーとしてご支援

【ご支援体制】 AXコンサルタント1名・AIエンジニア1名

- **現場視点の具現化**：抽象的なAI活用の着想から、わずか1ヶ月で「AIアバターChat」や「動画RAG」といった具体的なサービスをプロトタイプ化
- **AI駆動開発**：生成AIを開発プロセスにフル活用し、要件定義と実装を高速アジャイルで推進
- **組織の内製化支援**：単なる開発支援に留まらず、基礎概念のレクチャーやナレッジ共有を通じてクライアント組織のAI活用スキル向上と「内製化」に向けた土台を構築

# 顧客と共にビジネス変革をリードする – DX案件事例

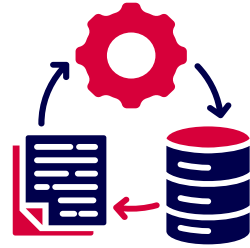
## 阪急阪神不動産株式会社様 データ領域プロフェッショナル常駐サービス



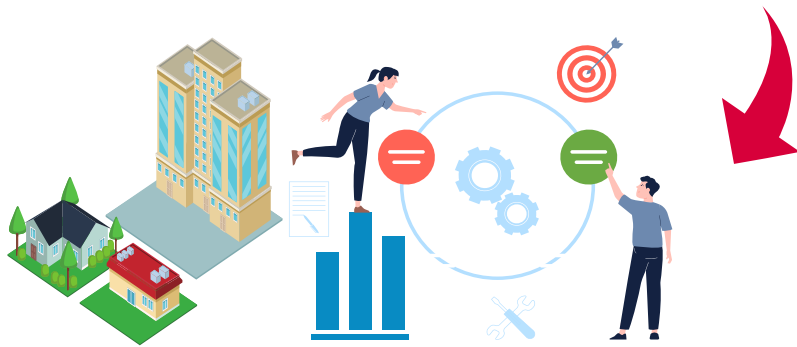
専門家の伴走支援と協力体制でデータ活用基盤の自社運用に向けた課題を突破し、わずか1年で内製運用体制を確立



属人的な集計・管理



統合データ基盤構築



「価値DX」の創出（不動産×データ）

### 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

# 顧客と共に社会変革をリードする – CSV案件事例①

三井化学株式会社 様 素材×脱炭素DX 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



素材の変革で、リジェネラティブな社会へ、  
「世界を素（もと）から変える」ためのマーケティングアプローチ



「RE:CLIMATE」動画コンテンツ例  
<https://www.youtube.com/@RECLIMATE>



オウンドメディア「素素」掲載記事例



メンバーズが作成を支援した  
ホワイトペーパー例



メンバーズが企画したセミナー例

## 顧客課題

- プラスチックに対する環境面でのネガティブなイメージの払拭（科学的な理解促進）と、バイオマスプラや再生プラなどグリーンケミカルの普及拡大
- グリーンケミカルが「選ばれる素材」となる社会の構築に向け、ブランドオーナーや生活者に新たな気づきを得てもらえるような効果的かつ継続的な情報発信（外部のマーケティング視点を取り入れたコミュニケーションの展開）

## 支援内容・成果

「面白さ」と「成果」を両立した多角的なマーケティング支援により、ブランド認知向上と営業現場での実利を同時に創出

- 欧州事例や規制動向をテーマにしたセミナーを企画、定員1,000名を上回る集客を達成し、業界内における三井化学の取り組みの認知を大幅に拡大
- 「ストローのLCA比較」など、専門的な知見を活かしたホワイトペーパーを作成し、営業資料や社内教育用として活用
- 単なるデジタル支援にとどまらず、素材調達担当者や生活者のインサイトをとらえた定性・定量調査を行い、「なぜやるのか」という大義に基づく本質的な企画を実行
- 「デジタルクリエイターによる多角的な提案」により、デジタルの枠を超えて「リジェネラティブな社会の実現」というパーパスの実現に向け協業

## 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】

OMRON

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](#)

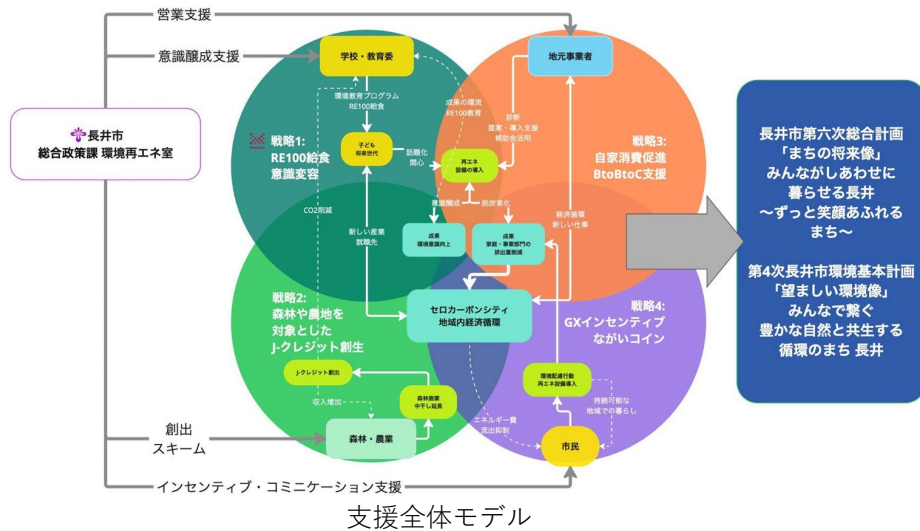
住民  
“利用者”住民  
“ドライバー”

# 顧客と共に社会変革をリードする – CSV案件事例③

## 山形県 長井市 様 グリーン専門人材派遣による地域循環型GX支援



### 地域脱炭素（GX）と経済性（地域内循環）を両立させる、持続性の高い地域脱炭素モデルの構築



#### 顧客課題

- 環境施策が地域経済に裨益すると認識がされておらず、住民意識の変容が起こりづらい。
- 化石燃料（灯油）依存度が全国平均の2倍以上、価格も高値圏で地域経済収支を圧迫。
- 地域内バイオマス発電を農業福祉分野等へも応用したい。
- 市有森林等の地域脱炭素資源が産業構造の変革不足のため収益事業化していない。

#### 支援内容・成果

##### 支援内容：グリーン専門人材を市役所に派遣し、多角的にCSVを推進

- RE100給食を通じた地産地消エネルギー循環の確立
- BtoBtoC戦略による自家消費型太陽光発電設備の普及支援
- 森林J-クレジットを活用した企業連携と関係人口の創出
- デジタルツール（ながいコイン、LINE）による市民の行動変容支援

##### 成果

- 環境配慮行動のコスト意識から住民裨益モデルへの転換
- 教育分野とデジタル活用による住民の主体的な意識変革とエンゲージメント
- 森林資源活用等、赤字構造の解明と転換事業の構想



「夏の省エネ大作戦」ワークシート



給食施設内PPA 両面型太陽光パネル

# 2027年3月期方針／戦略

# 新ビジョン－FUTURE VISION

- VISION2030の目標凍結後、収益性の回復と独自のポジションの確立の方向性が見えたことから、改めて目標及びビジョンを明確にした。2035年に向けて力強い成長を実現するためにFUTURE VISIONへと昇華。

VISION  
2030

日本中のクリエイターの方で、  
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



ビジョンステートメント

**Digital for Hope.**

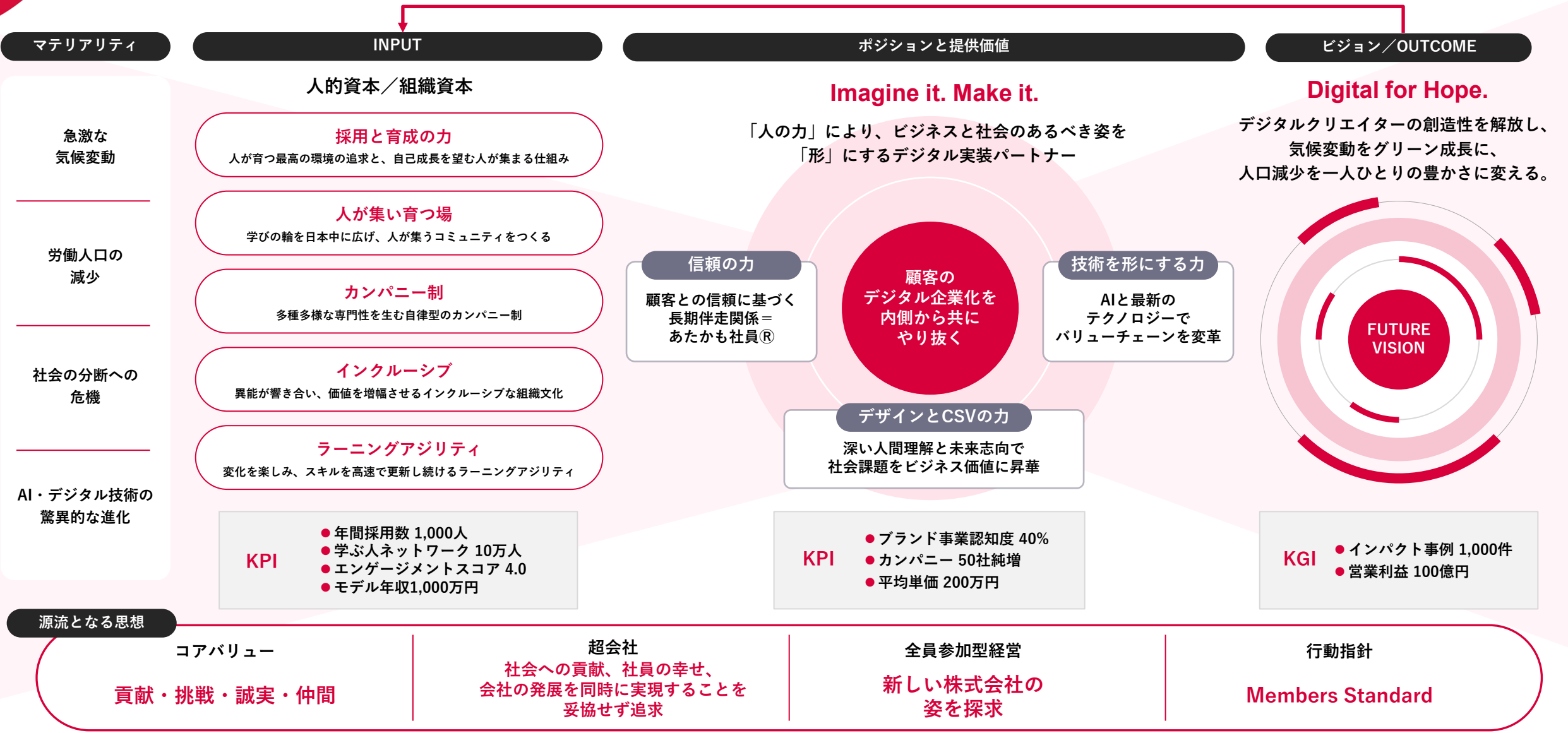
デジタルクリエイターの創造性を解放し、  
気候変動をグリーン成長に、  
人口減少を一人ひとりの豊かさに変える

提供価値

**Imagine it. Make it.**

「人の力」により、ビジネスと  
社会のあるべき姿を「形」にする  
デジタル実装パートナー

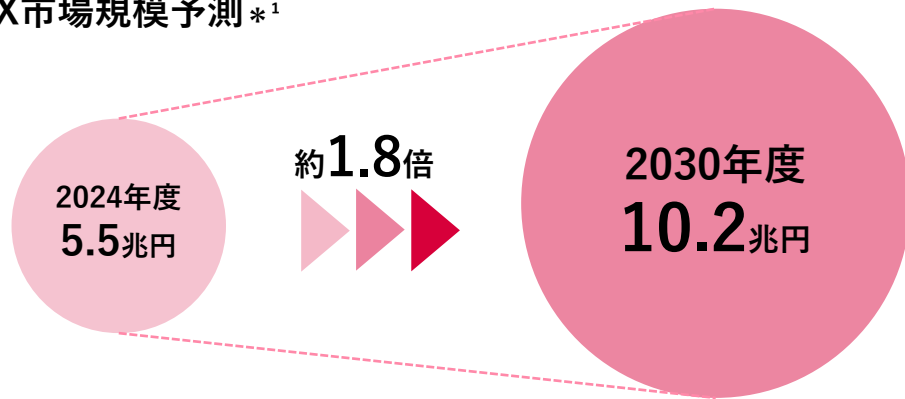
# FUTURE VISIONに向けた価値創造プロセス



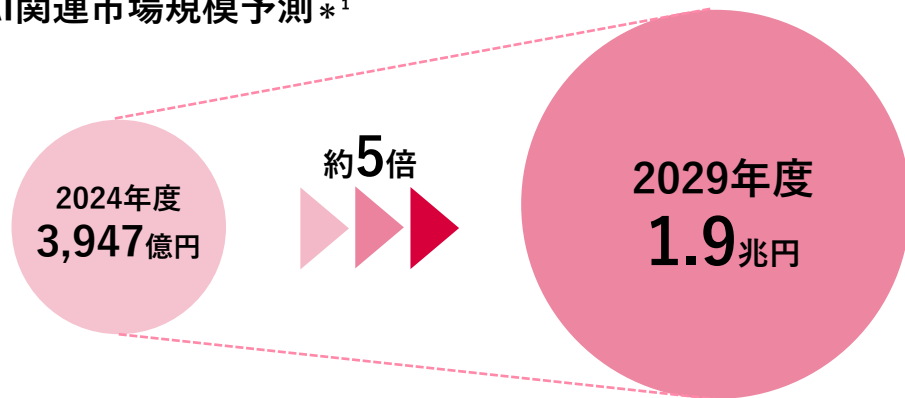
# 外部環境：急拡大するDXおよびAI市場、DX推進を阻む人材不足

- 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10兆2,757億円\*<sup>1</sup>に、AI関連の市場規模は2029年度には1兆9,791億円\*<sup>1</sup>になる見通し。
- 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\*<sup>2</sup>。主要なDX人材の不足割合で最も多いのは「ビジネスアーキテクト」\*<sup>2</sup>。

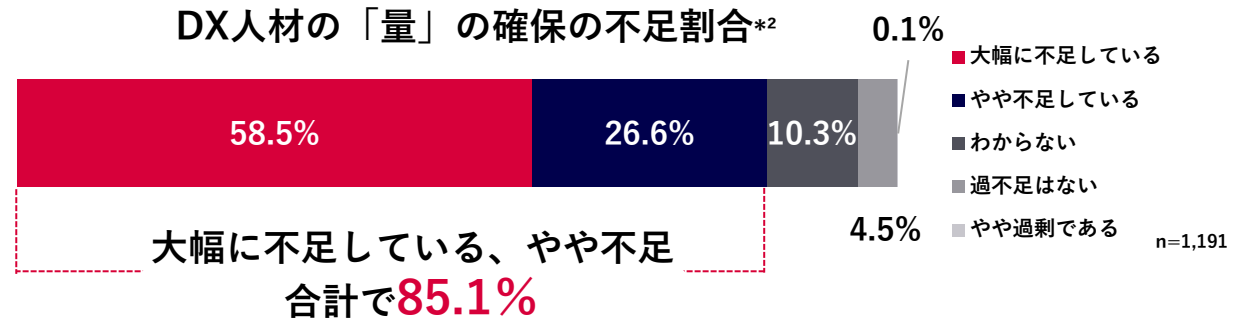
DX市場規模予測\*<sup>1</sup>



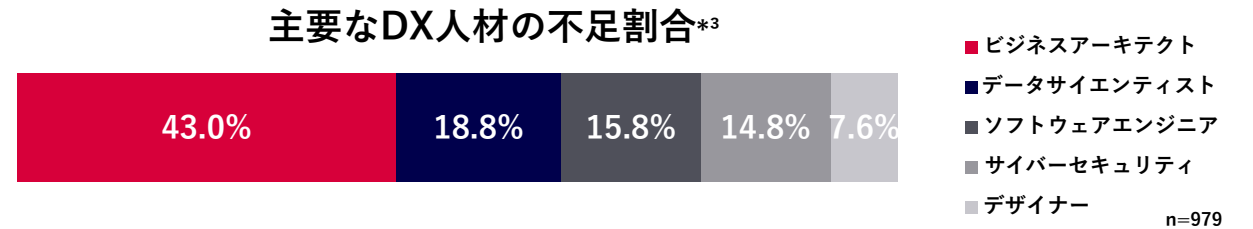
AI関連市場規模予測\*<sup>1</sup>



DX人材の「量」の確保の不足割合\*<sup>2</sup>



主要なDX人材の不足割合\*<sup>3</sup>



DXの取組の初期段階から導入・検証までを担う人材である「ビジネスアーキテクト」の不足が突出している

メンバーズのカバーしている人材  
ビジネスアーキテクト・データサイエンティスト・ソフトウェアエンジニア・デザイナー

※1 【国内DX市場の市場規模】、【国内AI関連の市場規模】 出典：「2026 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進機構）P50

※3 【最も不足している人材】 出典：「DX動向2025」（独立行政法人情報処理推進機構）P52 Members Co.,Ltd.

# AI時代に人的投資を拡大する合理性

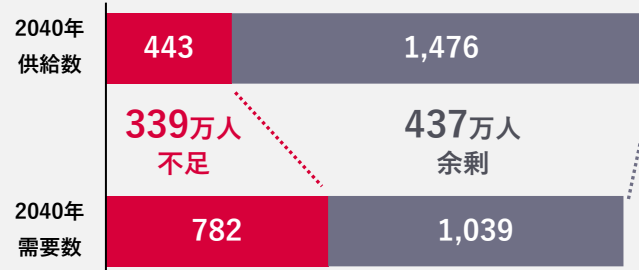
- AIはインフラの競争から、現場／社会への実装が主戦場となる。事務職を中心とした定常業務、デスクトップ中心の専門職の業務を代替する。一方で、AI・テクノロジーの導入ハードルが下がると同時に、従来以上に人手不足の現場へのAI実装が強く求められ、2040年にはAI利活用等のデジタル人材は339万人不足の見通し。現場業務の変革、AI・デジタルテクノロジーの実装を担う専門人材を育成することが圧倒的な優位性になることから、積極的に人的投資を拡大する。

## 2040年に予想される外部環境

### 需給ミスマッチ\*1

単なる人手不足ではなく、労働スキルの深刻なミスマッチが発生。事務職からAI・ロボット等の利活用人材を担う人材への抜本的な労働力シフトが社会的な急務となる。

■ 専門職のうちAI・ロボット等の利活用を担う人材 ■ 事務職



### 産業構造新機軸ケース\*2

AI・ロボットの進化に伴い、次世代の産業構造を牽引するのは、高付加価値を生み出す情報通信業・専門サービス業。

- ① 製造業X (エックス)  
GX、フロンティア技術で差別化、DXによるサービス化等で新需要創出による高付加価値化により雇用拡大・賃上げ
- ② 情報通信業・専門サービス業  
新需要開拓で新たな付加価値を創出、他産業を上回る賃上げ
- ③ アドバンスト・エッセンシャルサービス業  
省電力化設備・サービスを使いこなし、賃上げ

## 人的投資を拡大する合理性

### 1 需給ギャップ解決に向けた人的資本投資

2040年、国内では「AI・ロボット等の利活用を担う人材」が339万人不足するという深刻なミスマッチが予測されている。当社はこの希少なAIを補完的に活用し生産性を高めることができる「専門的・技術的職業従事者」を自社で育成し、拡大し続けることで、クライアント企業のAI実装・成果創出の受け皿として競争優位性を確立していく。

### 2 高付加価値な「専門サービス業」としての成長

情報通信業・専門サービス業は「新需要開拓で新たな付加価値を創出」し、他産業を上回る賃上げ可能な産業の要とされている。当社は、AI技術を実装できるクリエイター集団として、他産業を上回る付加価値を創出し、中長期的な企業価値向上を実現していく。

※1 出典：2040年の就業構造推計（改訂版）について：[https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/shin\\_kijiku/pdf/030\\_s02\\_00.pdf](https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/shin_kijiku/pdf/030_s02_00.pdf)のP1を加工して作成。「専門職」は、専門的・技術的職業従事者を指す。

うち「AI・ロボット等の利活用を担う人材」は、機械技術者やその他の情報処理通信技術者等の職種を集計。

※2 出典：2040年の就業構造推計（改訂版）について：[https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/shin\\_kijiku/pdf/030\\_s02\\_00.pdf](https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/shin_kijiku/pdf/030_s02_00.pdf)のP8を加工して作成。

## DX現場支援ポジションへの転換をさらに大胆に加速

1 DX現場支援の確立・進化

2 高単価・高成長・高報酬の好循環

3 CSVの全社推進

### 重要施策

- ✓ 低単価/低成長案件からの計画的撤退と合わせたローテ・育成計画により、DX現場支援へのポジション転換を更に大胆に進める。
- ✓ DX現場支援へのポジション転換により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（NPS\*）と高単価・高成長を実現する。
- ✓ AI時代のデジタルクリエイターのあり方、およびDX現場支援におけるアカウントマネジメントを確立し、社員の幸せ・会社の発展・社会への貢献の好循環を実現する。

「中長期の成長に向けた戦略」の達成へ

付加価値売上高成長率

15%以上

営業利益

25億円以上

営業利益率

10%

### KPI

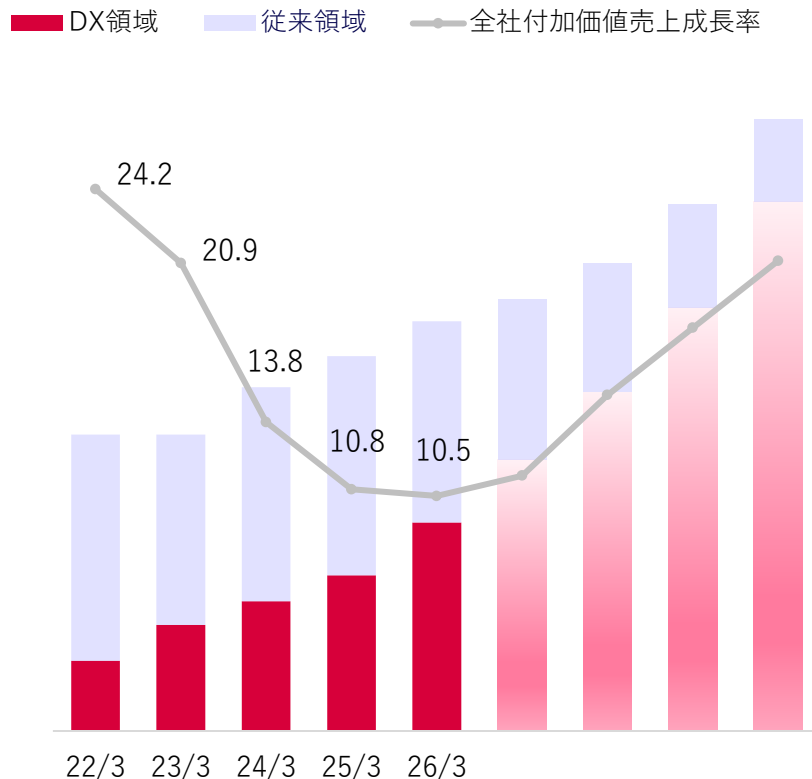
- DX人材比率（全社に占める割合） 90%
- DX売上比率（全付加価値売上高との比較） 70%
- カンパニー新設数 +5社
- 単価（前期新卒2年目以上のDC） 前期比+10%
- 稼働率（新卒1・2年目を除く：期末時点） 85%
- 3億円超の顧客（年間取引） 前期比+5社
- NPS\*（高い顧客支持） 前期比+2pt
- ブランド事業認知度 前期比+1.4%
- 社員エンゲージメントスコア 前期比+0.2pt
- 離職率 前期比▲1.0pt

# 業績目標／株主還元

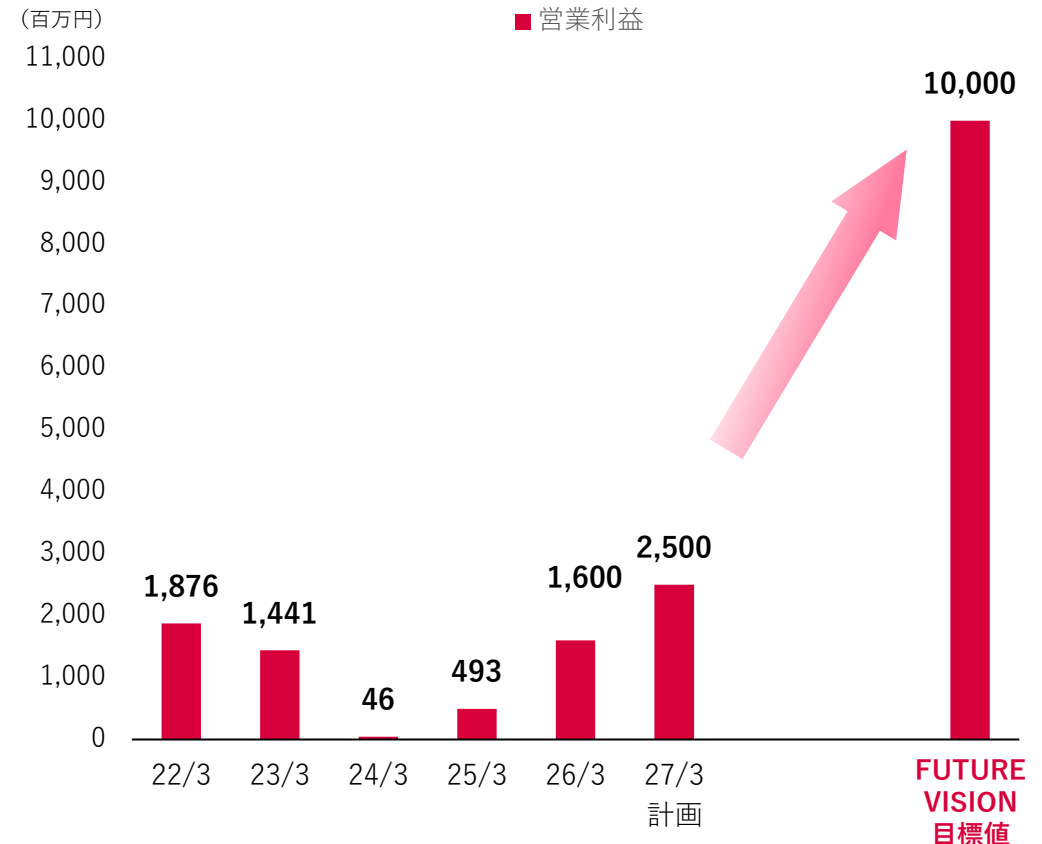
# 事業ポートフォリオ転換による高成長シナリオ

- 2025年3月期より強力に進めている事業ポートフォリオ転換は順調。従来領域に比して、DX領域の成長率は+30%超を維持。需要は旺盛であり、引き続きDX現場支援ポジションへの転換は加速する見通し。
- 成長率の高いDX領域の全体に占める売上構成比が高まるにつれ、全体成長率も高まり、中期的には+20%以上の成長率を目指す。
- 新VISION（FUTURE VISION）の目標は営業利益100億円。高単価／高収益モデルを確立し、目標達成を目指す。

成長率イメージ



営業利益目標



# 2027年3月期方針／業績目標

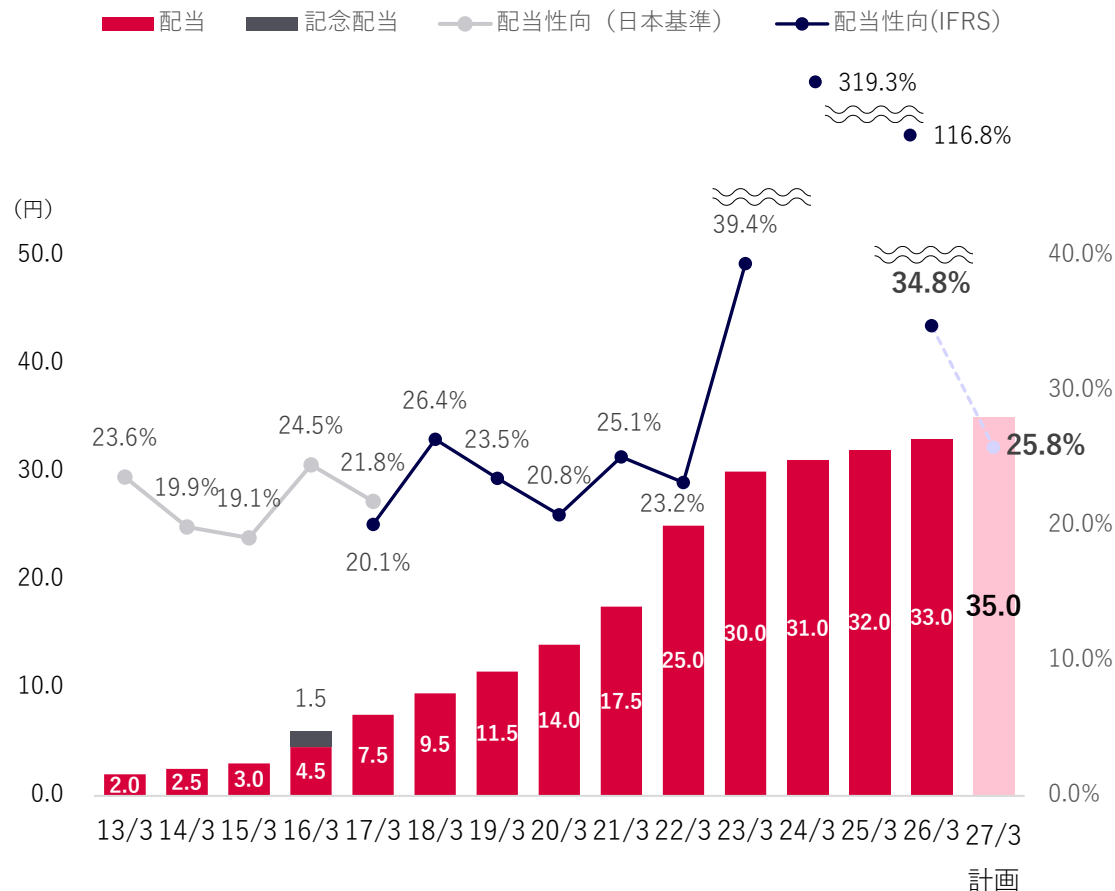
- DX現場支援ポジションへの転換を大胆に加速させ、高成長／高収益の両立を確立させる。
- 2027年3月期の営業利益目標は**25億円**と大幅増益を見込む。一方でより大胆にポジション転換を加速させることで成長率を引き上げ、計画の上振れを狙う。

(単位：百万円)	2026年3月期 実績				2027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	11,448	10.3%	24,424	9.4%	<b>12,593</b>	10.0%	<b>26,866</b>	10.0%
付加価値売上高	11,070	11.1%	23,507	10.5%	<b>12,287</b>	11.0%	<b>26,154</b>	11.3%
営業利益	263	-	1,600	224.6%	<b>320</b>	21.6%	<b>2,500</b>	56.2%
営業利益率	2.3%	-	6.6%	-	<b>2.5%</b>	-	<b>9.3%</b>	-

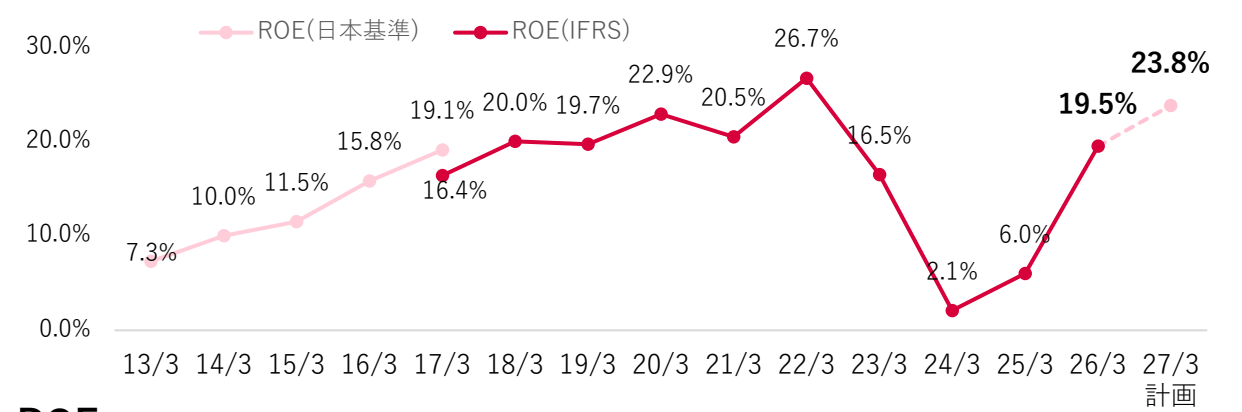
# 株主還元／ROE

- 2026年3月期配当：33.0円。2027年3月期も収益性回復に伴い**+2.0円予定**。配当方針通りの配当計画。初配から**15期連続増配**を予定。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%。
- 当社のROE目標は25%。事業構造の転換期において一時的に株主資本コストを下回る水準で推移。今後は**事業構造転換の完了により20%超の達成・維持**を目指す。

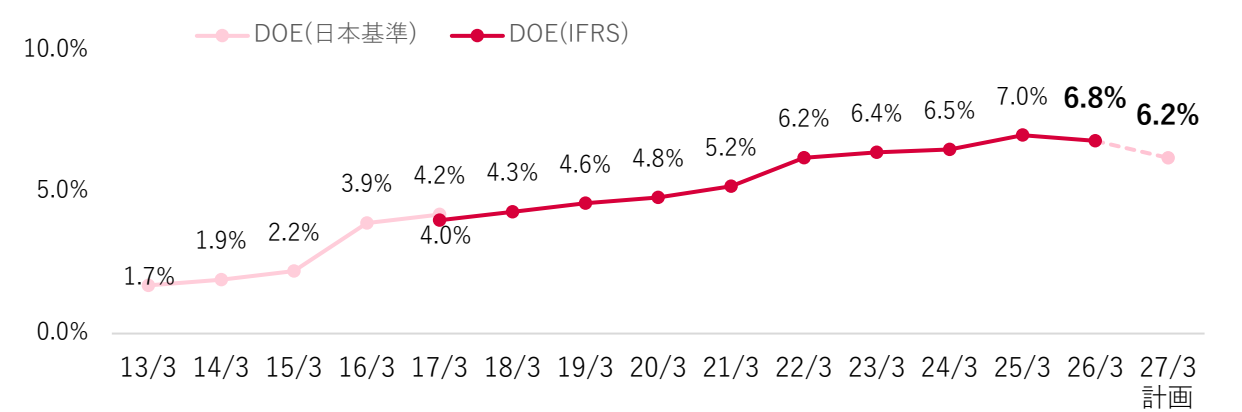
## 配当および配当性向



## ROE



## DOE



# 会社概要

# 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>・神田オフィス</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 (2026年3月末時点) [IFRS]
社員数	2,866名 (2026年3月末時点)
売上収益 (連結)	24,424百万円 (2026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

## FUTURE VISION

Digital for Hope.

デジタルクリエイターの創造性を解放し、  
気候変動をグリーン成長に、  
人口減少を一人ひとりの豊かさに変える



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7年度に選定



# コーポレート・ガバナンスの取り組み

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	サステナビリティ推進／リスク管理・コーポレートガバナンス	人材／組織開発	グローバル経験
 <b>高野 明彦</b> 代表取締役 兼 社長執行役員			○	○	○	○	○	
 <b>剣持 忠</b> 取締役			○	○		○	○	
 <b>奥村 武博</b> 取締役 常勤監査等委員	公認会計士・税理士	○ 独立			○	○	○	
 <b>安岡 美佳</b> 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	○ 独立		○		○		○
 <b>三宅 香</b> 取締役 監査等委員	三井住友信託銀行株式会社 サステナブルビジネス部 フェロー役員 上級調査役	○ 独立	○			○		○
 <b>福士 博司</b> 取締役 監査等委員	東洋紡株式会社 社外取締役 雪印メグミルク株式会社 社外取締役	○ 独立	○	○			○	○
 <b>池照 直樹</b> 取締役 監査等委員		○ 独立	○	○				

## 代表1名体制への移行

「キープヤング」方針に基づき、サクセッションプランを実行。

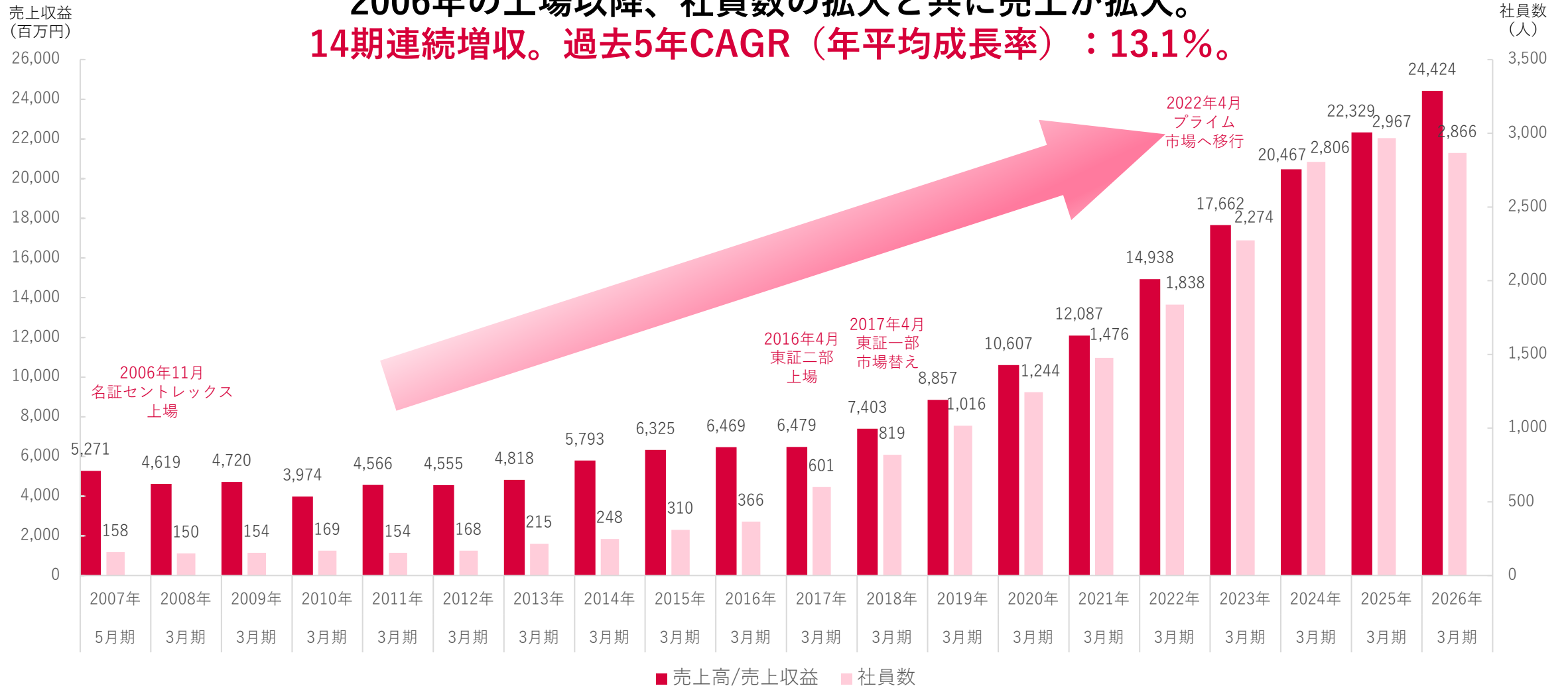
業績回復に目処が立ったため、2026年4月より代表取締役を1名体制へ移行。現代表の剣持は退任後、非常勤取締役として新体制を支援。

## ビジョン達成に向けた、透明性の高いガバナンス体制

- 専門性と多様性：新しいビジョン「FUTURE VISION」達成に最適なスキルセットを持つ取締役会を構築。
- 高い独立性：社外取締役比率71.4%を維持し、経営監督機能を強化。
- プロセスの透明化：指名・報酬委員会に全社外取締役が参画し、公正性を徹底。

# 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。  
**14期連続増収。過去5年CAGR（年平均成長率）：13.1%。**



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)



※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。

# ディスクレームー

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/>

📘 <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/>