



株式会社 メンバーズ(2130)

2011年3月期 Q3(10月-12月)  
決算説明資料

2011年2月

代表取締役 剣持忠

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

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での前提・見通しなどに基づく弊社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。経済情勢の変化などの不確定要因により、実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。

**2011年Q3 決算サマリー**

**2011年Q3 累計 決算サマリー**

**2011年Q3 戦略サマリー**

**参考資料**

## 2011年Q3 決算サマリー

※特に記載がない場合、金額は百万円単位・単位未満切り捨て、パーセンテージは単位未満四捨五入にて記載しております

## ■ 2011年3月期 Q3売上高 1,056百万円

- Q2に引き続き既存サービスでの売上は堅調に推移し、またソーシャルメディアサービスの立ち上がり売上もあり、売上高は前年同期比で10.9%増。
- 受注高も前年同期比6.0%増の1,125百万円。

## ■ 2011年3月期 Q3営業利益 14百万円

- 営業利益14百万円の黒字。
- Q3単体で黒字を確保したが、一部案件における収益率の悪化などもあり、同売上水準のQ1に比べ46%減。利益率改善が今後の課題。

- 既存顧客の広告・運用サービスが好調で10/Q3に比べ売上は増加したが、特に広告売上が増加したため売上総利益率は1.3ポイントダウン。
- 販管費は10/Q3比で26.7%増となり、当期の営業利益率は1.3%と同比3.1ポイントダウン。販管費は、業務委託費や中途採用費、教育研修費などが増加。

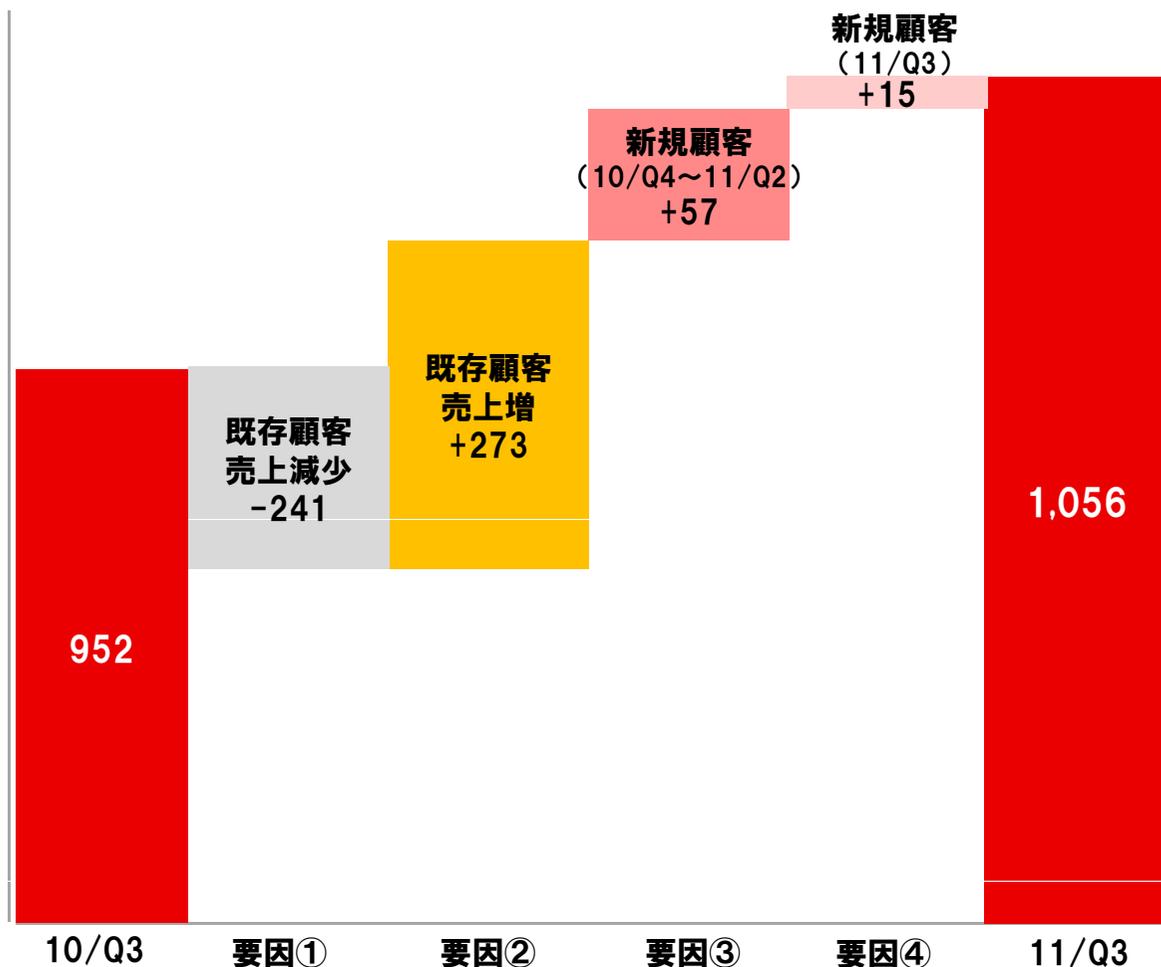
(単位:百万円)

	11/Q3	10/Q3	10/Q3対比	11/Q2	11/Q2対比
売上高	1,056	952	+10.9%	1,114	-5.2%
売上総利益	167	163	+2.5%	187	-10.7%
(売上総利益率)	15.8%	17.1%	-	16.8%	-
販売管理費	152	120	+26.7%	157	-3.2%
営業利益	14	42	-66.7%	30	-53.3%
(営業利益率)	1.3%	4.4%	-	2.7%	-
経常利益	14	42	-66.7%	29	-51.7%
当期純利益	18	41	-56.1%	58	-69.0%

(単位:百万円)

10/Q3	11/Q3	増減	増減率
952	1,056	+104	+10.9%

## (売上高の増減要因)



**要因①:** 10/Q3に取引のあった顧客において売上減少した顧客40社の売上減少分(-241)。不採算顧客からの撤退なども含む。

**要因②:** 10/Q3に取引のあった顧客において売上増加した顧客41社の売上増加分(+273)。昨年度より重点顧客との取引拡大に取組み、大手顧客を中心に売上を拡大。

**要因③:** 10/Q4~11/Q2に新規取引発生した顧客44社の売上増加分(+57)。

**要因④:** 11/Q3に新規取引発生した顧客10社の売上増加分(+15)。Facebook関連案件が新たに発生。

## 2011年Q3累計(4月～12月)決算サマリー

※特に記載がない場合、金額は百万円単位・単位未満切り捨て、パーセンテージは単位未満四捨五入にて記載しております

- 既存顧客の売上伸長、収益性の改善等により、営業利益、当期純利益のいずれも前年同期と比べ、大幅に増加。

(単位:百万円)

	11/Q3累計	10/Q3累計	10/Q3累計対比
売上高	3,228	2,803	+15.2%
売上総利益	533	469	+13.6%
(売上総利益率)	16.5%	16.7%	-
販売管理費	461	410	+12.4%
営業利益	72	58	24.1%
(営業利益率)	2.2%	2.1%	-
経常利益	71	57	24.6%
当期純利益	103	-4	黒字化

- 11/Q3末の総資産は1,684百万円(前年度末差 72百万円増加)、負債は750百万円(同差 34百万円減少)、純資産は934百万円(同差 106百万円増加)。

(単位:百万円)

	10年3月末	10年12月末	増減
流動資産	1,404	1,509	+105
現預金	465	652	+187
固定資産	208	175	-33
資産合計	1,612	1,684	+72
流動負債	708	700	-8
固定負債	75	49	-26
負債合計	784	750	-34
純資産合計	828	934	+106
自己資本比率	51.3%	56.8%	

現金及び預金(+187)の増加、  
売掛債権(-116)の減少

買掛金(-28)、長期借入金  
(-12)が減少

- 11/Q3における現金及び現金同等物は、187百万円増加し、残高は652百万円。

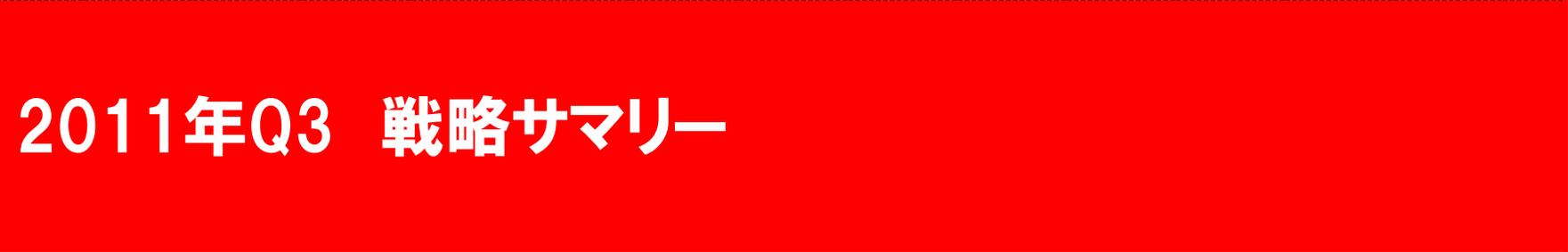
(単位:百万円)

	10/Q3	11/Q3
営業キャッシュ・フロー	-9	146
投資キャッシュ・フロー	45	55
財務キャッシュ・フロー	69	-14
現金及び現金同等物増減	105	187
現金及び現金同等物期末残高	484	652

売上債権(-51)の減少と  
仕入債務(+78)の増加

事業譲渡益(+38)と  
投資有価証券売却益(+20)

短期借入金(-25)の返済



# 2011年Q3 戦略サマリー

## 新事業コンセプト

### 「ソーシャルメディア時代をリードし、クライアントと共にビジネスを創造する インターネットビジネスパートナー」

- ◆インターネットビジネスパートナーへのチャレンジ
- ◆メンバーズクオリティの実践
- ◆ソーシャルメディア時代をリードするための体制確立

#### サービス

- ・成果向上まるごと運営サービスの推進
- ・メンバーズクオリティの実践
- ・ソーシャルメディア関連の新サービス開発

#### 営業

- ・既存顧客の維持／拡大
- ・新規顧客との接点作り(セミナー等)
- ・既存顧客との関係強化(ワークショップ／勉強会)

#### 人材開発

- ・プロデューサー育成
- ・運用系人材の安定確保
- ・社員のソーシャルメディア活用の推進

#### オペレーション

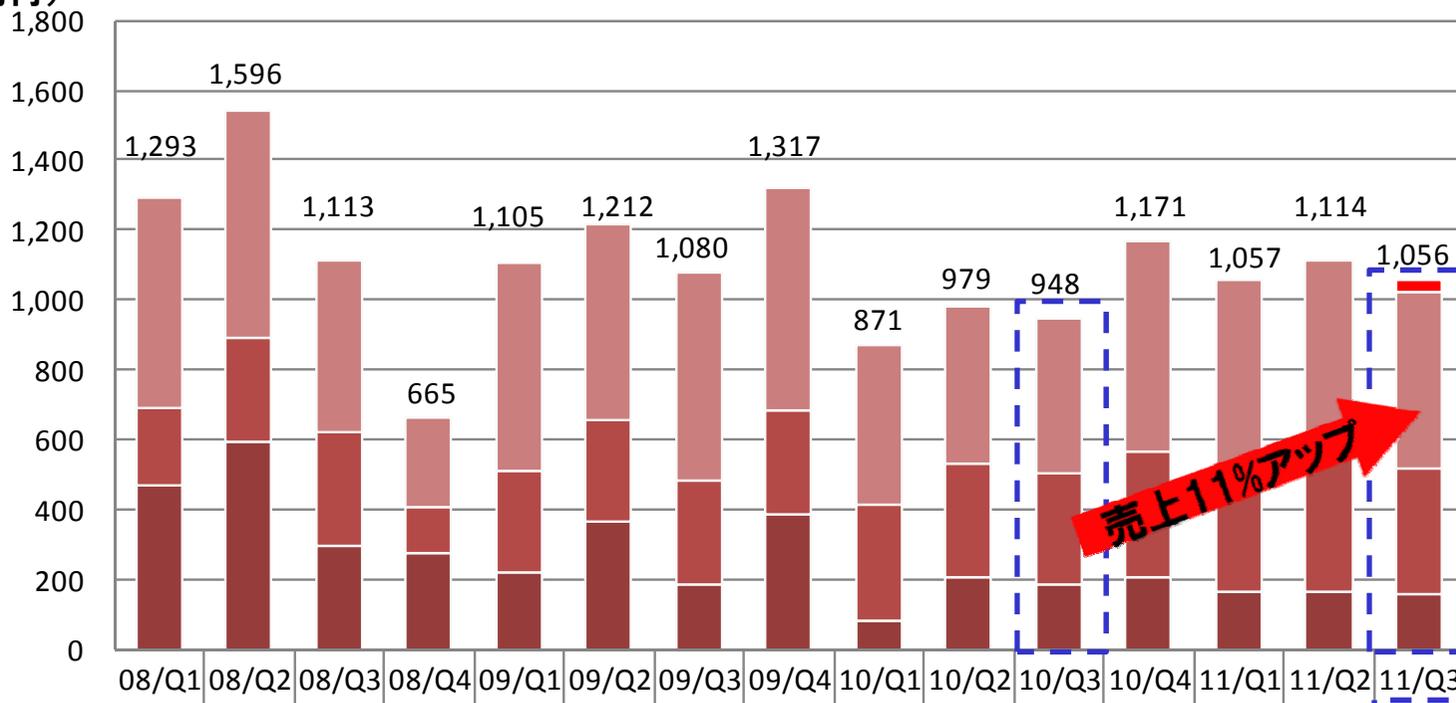
- ・パートナー整備
- ・直接／間接業務の業務改善による生産性向上
- ・マトリクス型組織の推進
- ・全員参加型経営の推進

戦略	Q3の取組み
<p style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold;">サービス</p>	<p><b>■ソーシャルメディア関連の新サービス開発/リリース</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・米国トップシェアのソーシャルメディアマーケティング支援ツール「Involver」の国内販売をDAC社と共同でスタート</li> <li>・無印良品/全日空/JCBなど、大手企業のFacebookファンページ開設サービスを支援</li> </ul> <p><b>■メンバーズクオリティの実践</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CS調査結果を踏まえ、顧客毎に品質改善方針/アクションプランを策定し、改善に取り組む</li> </ul>
<p style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold;">営業</p>	<p><b>■既存顧客の維持/拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・重点クライアントを選定し、リソース配置を見直し、売上拡大/収益性向上を図る</li> <li>・ソーシャルメディア関連の新サービスの提案実施し、Facebookファンページ開設の受注獲得</li> </ul> <p><b>■新規顧客との接点構築</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・DAC社、凸版印刷との代理店チャネルのパイプ作り →ソーシャルメディアを活用した新コミュニティサイトの引合いが増えるも、当初計画していたよりも受注貢献にはまだ至らず</li> <li>・ad:tech Tokyo 2010の「ADK×ADKインタラクティブセミナー」で『企業のFacebook活用』について講演</li> <li>・『Facebookが加速する企業と消費者のソーシャルメディアコミュニケーション』セミナー開催</li> </ul>

戦略	Q3の取組み
<p style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold;">人材開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>プロデューサー育成</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「メンバーズキャリアサポート」を開始し、外部研修等を活用した自己研鑽を支援</li> <li>・メンバーズオープンカレッジ(社内勉強会)を開始し、ナレッジ共有を促進</li> <li>・プロデューサースキル、評価軸の定義・テストランを実施後、それに合ったプロデューサー候補への研修の実施</li> <li>・プロデューサー候補となるミドルクラスの中途採用を実施</li> </ul> </li> <li>■ <b>運用系人材の安定確保</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ネットクルー職」の採用を開始し、専門学校、大学等の採用ルート作りを推進</li> </ul> </li> <li>■ <b>社員のソーシャルメディア活用の推進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・社員のfacebookアカウント登録率を促進する社内キャンペーン施策「ソーシャルオータムキャンペーン」を実施</li> </ul> </li> </ul>
<p style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold;">オペレーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>パートナー整備(拡大メンバーズ体制の構築)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戦略/重点パートナーの選定、リレーション強化方針を策定</li> <li>・特定パートナーとの長期契約による安定的なリソースを確保</li> </ul> </li> <li>■ <b>間接業務のアウトソーシング</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・経理業務の一部をアウトソース化</li> </ul> </li> <li>■ <b>社風作り</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各部門でリーダーを選任し、現場リーダー中心に規律の浸透施策を検討(4Qより実施)</li> </ul> </li> </ul>

- 既存サービスにおいて、「広告」の売上が10/Q3と比べ、13%増加。
- 新サービスのSMMは、ソーシャルメディア戦略コンサルやFacebookファンページ開設などで売上32百万円。

(売上:百万円)



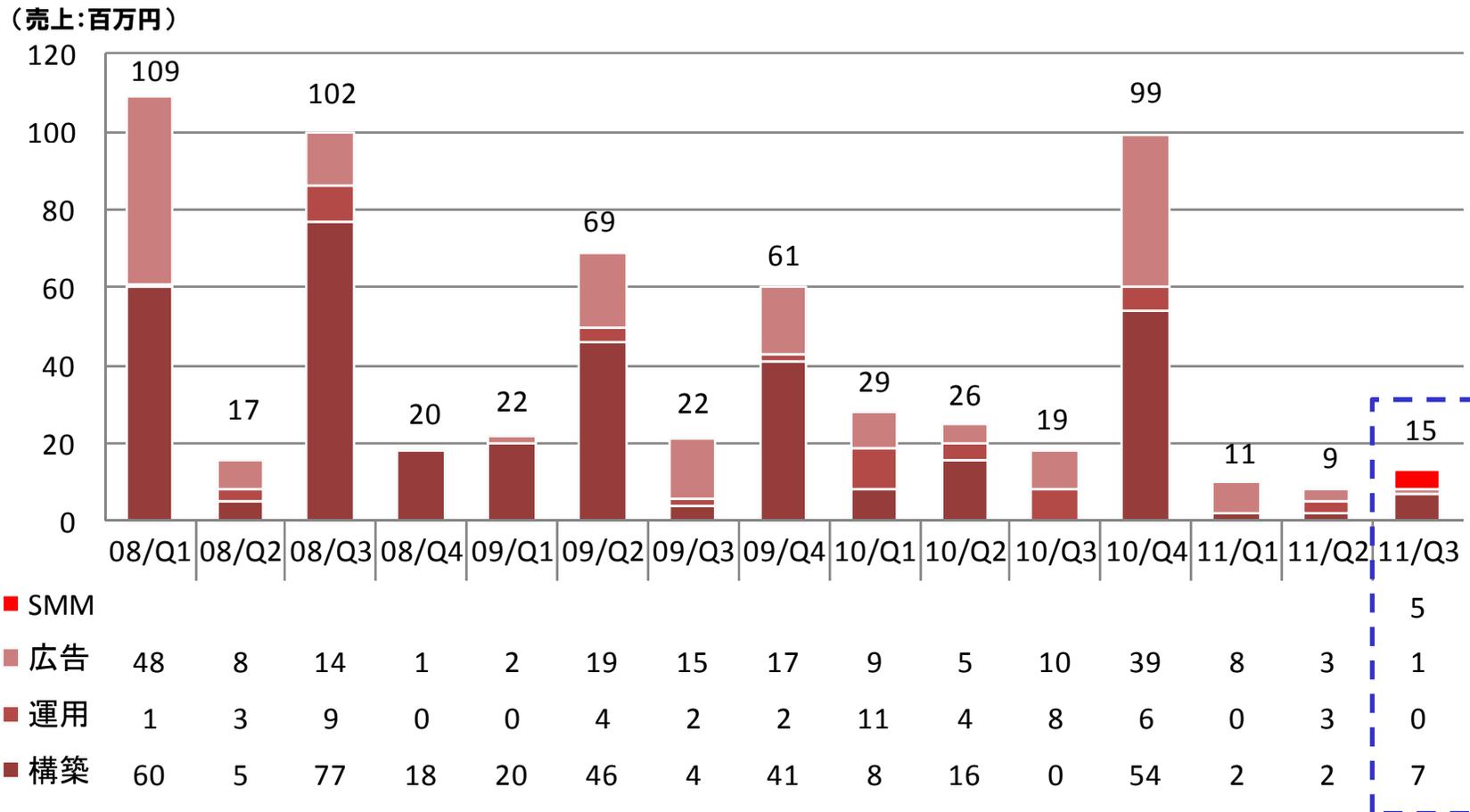
	08/Q1	08/Q2	08/Q3	08/Q4	09/Q1	09/Q2	09/Q3	09/Q4	10/Q1	10/Q2	10/Q3	10/Q4	11/Q1	11/Q2	11/Q3
■ SMM															32
■ 広告	602	651	495	261	592	558	598	636	456	450	446	608	552	547	504
■ 運用	225	294	322	128	292	292	299	295	335	320	319	356	339	397	358
■ 構築	466	594	296	276	221	362	183	386	79	208	182	206	164	167	160

※SMMは、「Social Media Marketing」の略。11/Q3から新サービスとして、サービスセグメントに追加。(次項以降も同様)

※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

※各数値は、百万円以下切り捨てのため、各数値の合計数値とグラフの合計値が違う場合がございます。

- 11/Q3において新規に取引開始した顧客の売上は、15百万円。
- ソーシャルメディア関連サービスの提供による新規顧客売上は5百万円となり、今後さらにFacebookを中心にソーシャルメディアマーケティング領域での新規顧客獲得へ注力。



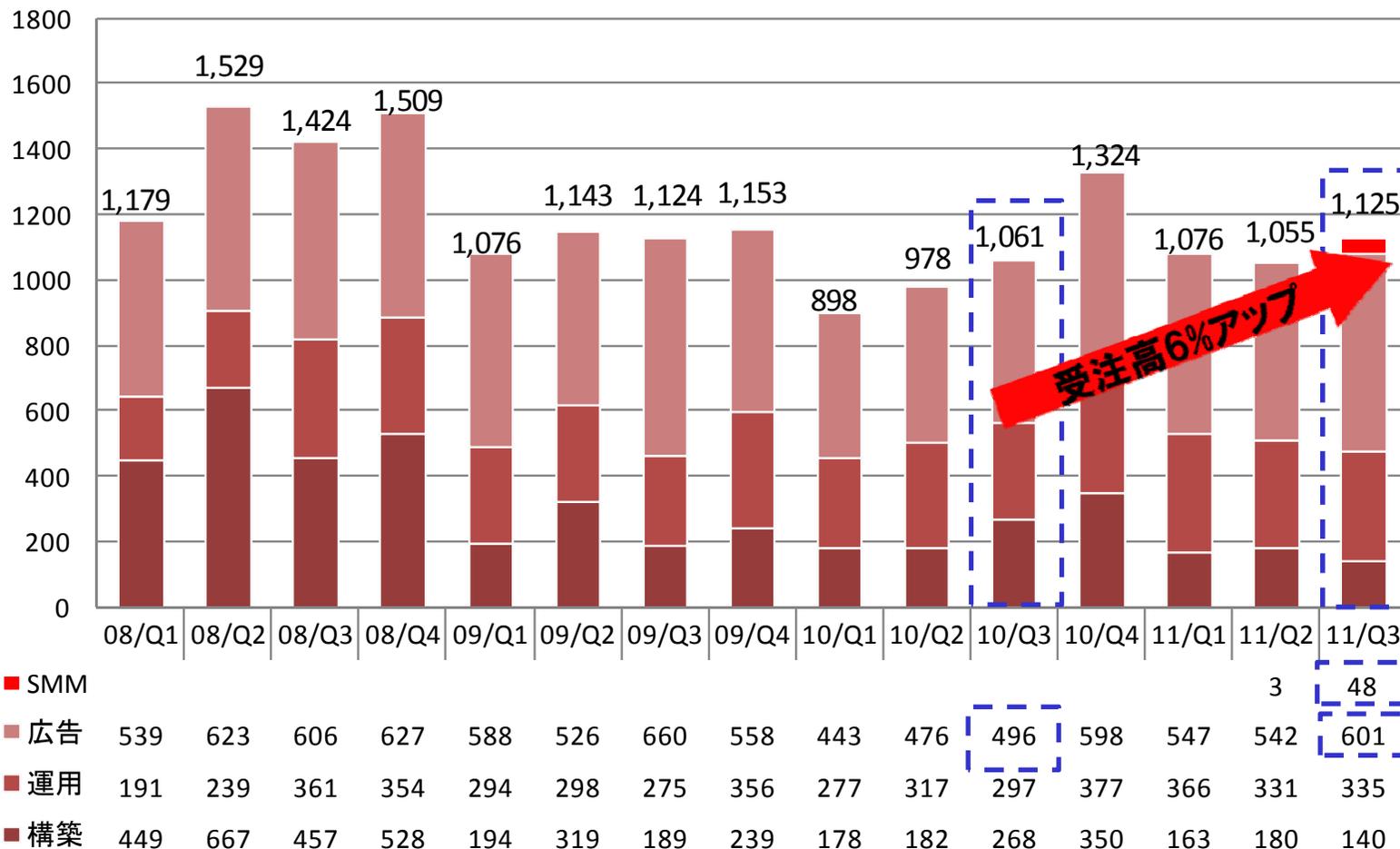
※当該四半期より4四半期間取引のなかった顧客を新規顧客としております。

※上記グラフ中の数値は、新規顧客のサービス別売上の合計金額。

※各数値は、百万円以下切り捨てのため、各数値の合計数値とグラフの合計値が違う場合がございます。

- 受注高は前年同期比6%増。特に「広告」が順調に推移。
- ソーシャルメディア関連の新サービスの受注も、Facebook関連サービスを中心に受注高48百万円と増加傾向。

(受注:百万円)

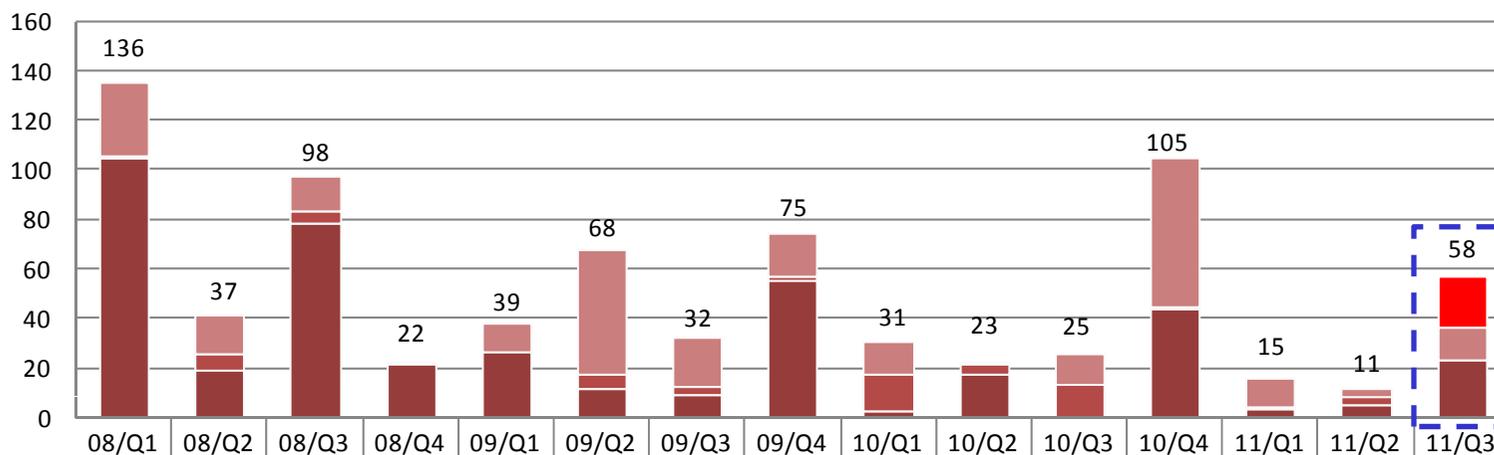


※上記グラフ中の数値は、受注高の合計金額。

※各数値は、百万円以下切り捨てのため、各数値の合計数値とグラフの合計値が違う場合がございます。

- 11/Q3において10社との新規取引が発生。受注高は58百万円と「構築」「SMM」などが好調。特に「SMM」領域は需要も多く今後さらに強化。

(受注:百万円)



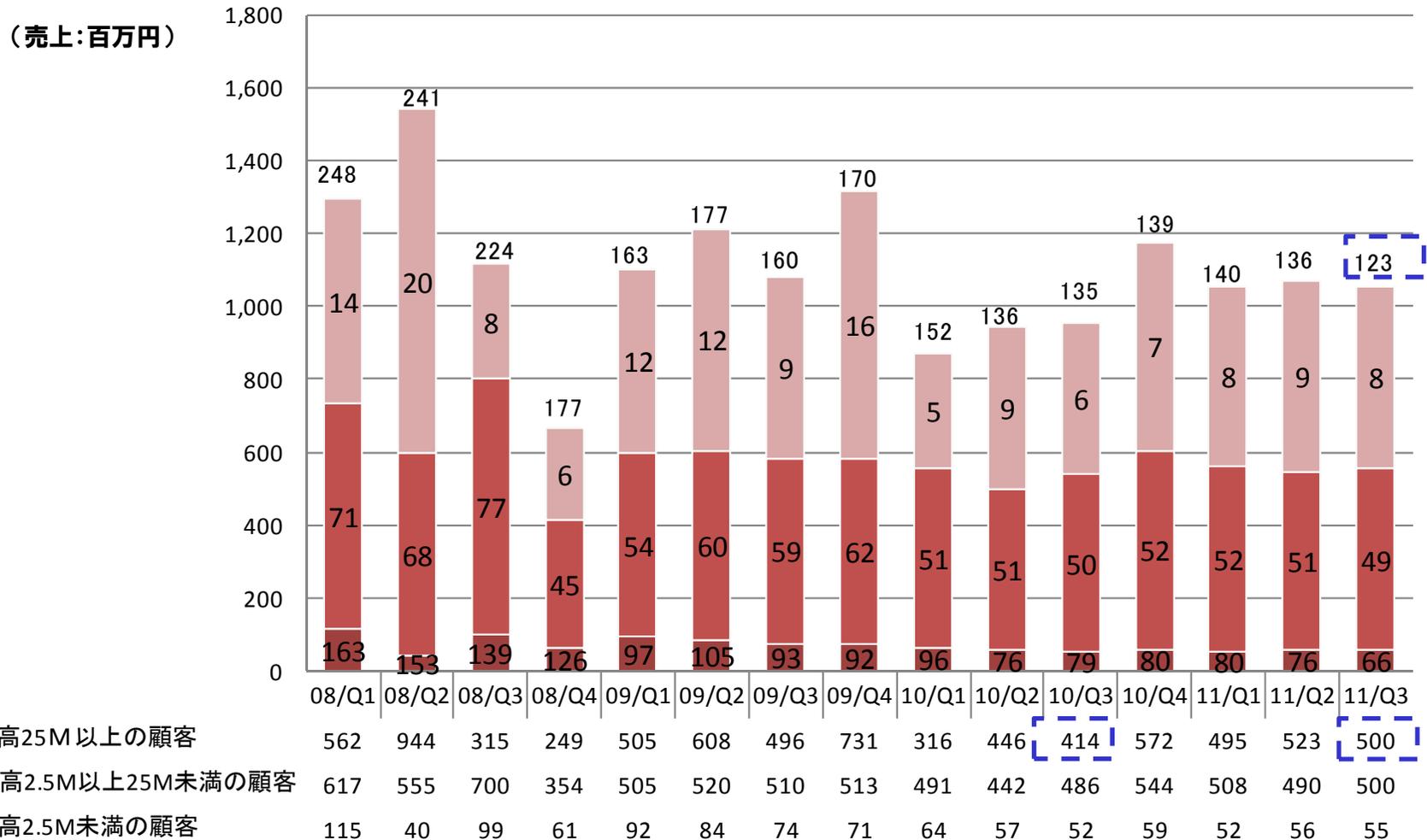
サービス別 受注高	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span style="color: red;">■</span> SMM  <span style="color: #c00000;">■</span> 広告  <span style="color: #800000;">■</span> 運用  <span style="color: #400000;">■</span> 構築                 </div>														
	08/Q1	08/Q2	08/Q3	08/Q4	09/Q1	09/Q2	09/Q3	09/Q4	10/Q1	10/Q2	10/Q3	10/Q4	11/Q1	11/Q2	11/Q3
SMM															21
広告	30	16	14	0	12	50	20	17	13	1	12	60	12	3	13
運用	1	6	5	0.7	0	6	3	2	15	4	13	1	0.5	3	0
構築	104	19	78	21	26	11	9	55	2	17	0	43	3	5	23
新規顧客(社数)	30	29	20	9	23	18	19	27	21	11	11	33	18	12	10

※当該四半期より4四半期間取引のなかった顧客を新規顧客としております。

※上記グラフ中の数値は、新規のサービス別受注高の合計金額。

※各数値は、百万円以下切り捨てのため、各数値の合計数値とグラフの合計値が違う場合がございます。

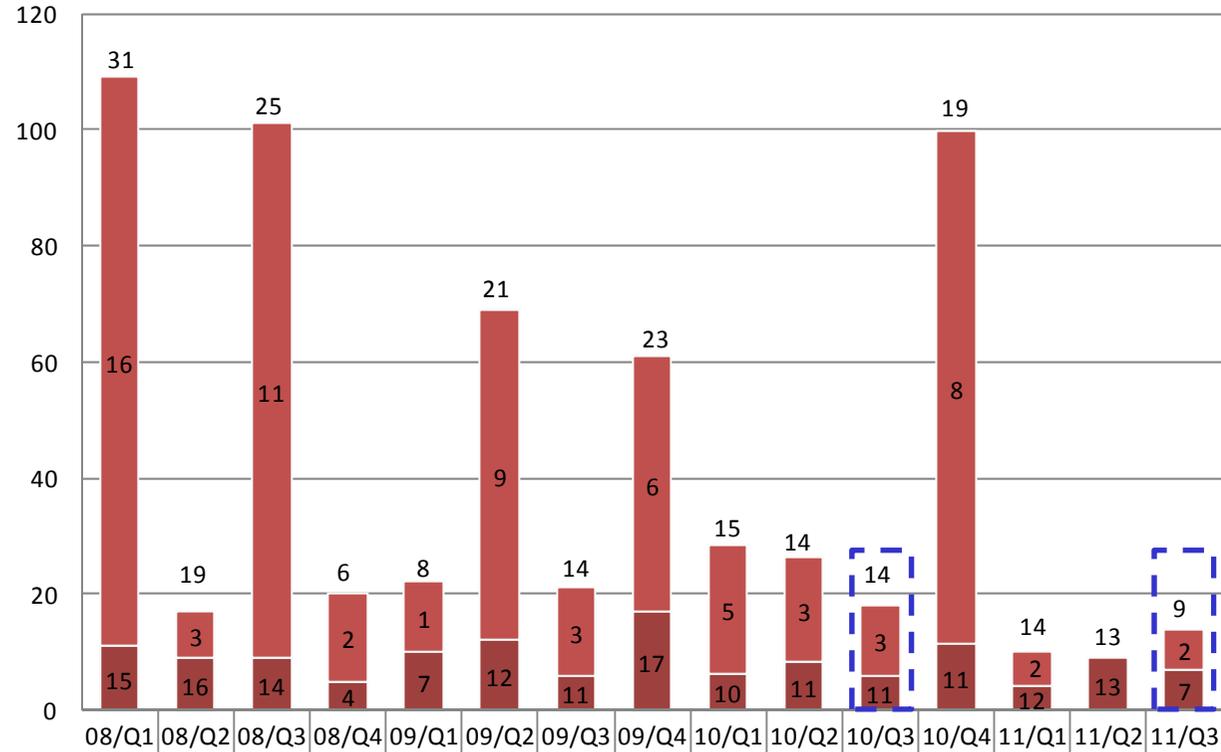
- 収益性の高い案件へのシフトを進め、11/Q3の顧客数は123社(前年同期差 ▲12社)。
- 売上高25M以上の大口顧客数は8社(前年同期差 +2社)、売上高は500百万円(同差+86百万円)となり、広告・運用サービスの大口顧客が増加。



※当該四半期の売上高が25M以上を大口顧客、2.5M以上～25M未満を中口顧客、2.5M未満を小口顧客として、顧客売上規模別に売上高や顧客数を集計。  
 ※上記グラフ中の数値は、売上規模別の顧客数。最上段は顧客数の合計。  
 ※上記グラフ中の棒グラフは、売上規模別の売上高。

■ 11/Q3の新規顧客数は、9社(前年同期差▲5社)で、新規顧客売上は15百万円。

(売上:百万円)



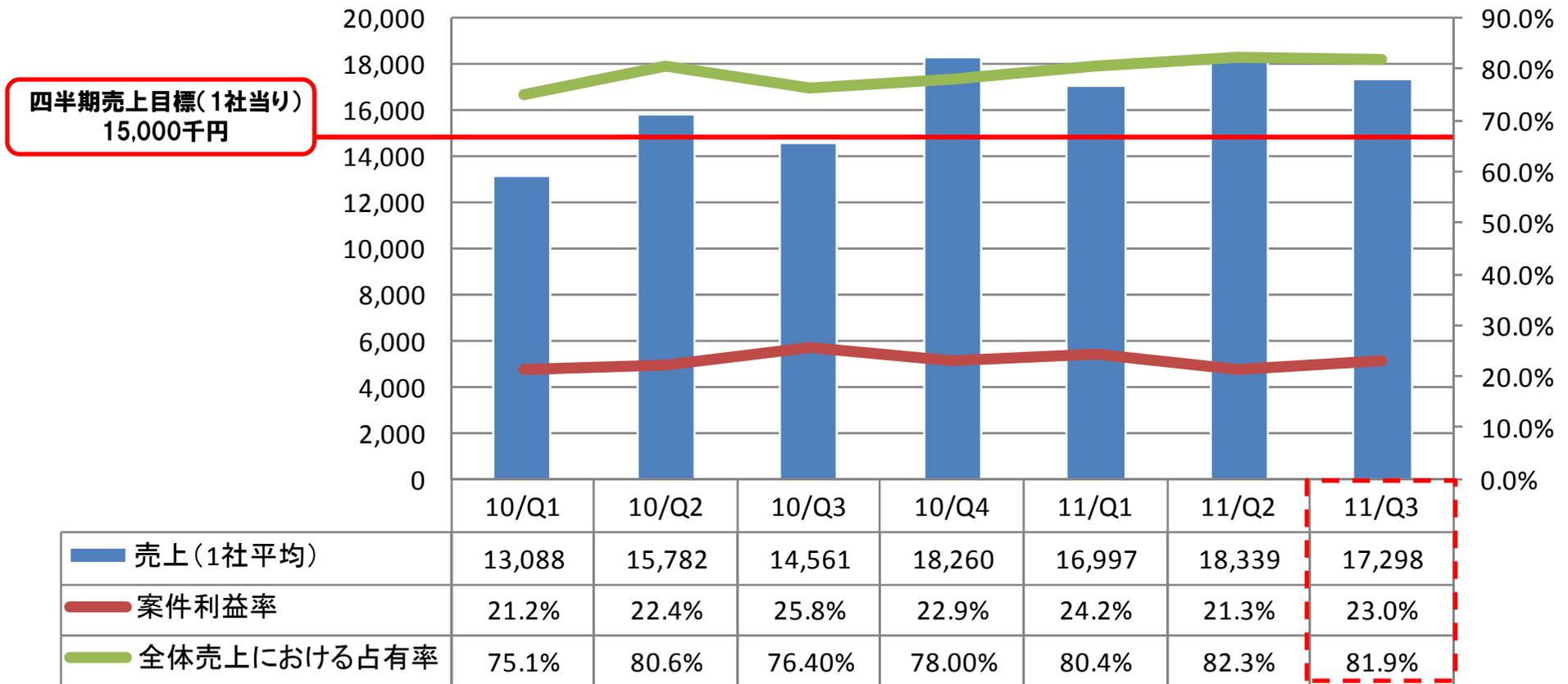
- 売上高25M以上の顧客
- 売上高2.5M以上25M未満の顧客
- 売上高2.5M未満の顧客

年度別新規顧客数	81社	66社	59社	36社
----------	-----	-----	-----	-----

※当該四半期より4四半期間取引のなかった顧客を新規顧客としております。  
 ※売上規模別の定義は、前項同様。  
 ※上記グラフ中の数値は、売上規模別の顧客数。最上段は顧客数の合計。  
 ※上記グラフ中の棒グラフは、売上規模別の売上高。  
 ※各数値は、百万円以下切り捨てのため、各数値の合計数値とグラフの合計値が違います。

- 運用上位50社の四半期売上目標(1社平均)15,000千円に対し、11/Q3は17,298千円と重点顧客の売上は伸長中。案件利益率は、運用案件にて利益率がQ2に比べ改善傾向にあるが、目標の27%には不足しているため、Q4も引き続き収益性改善を注力テーマとして取組み継続。

1社当り平均売上(千円)



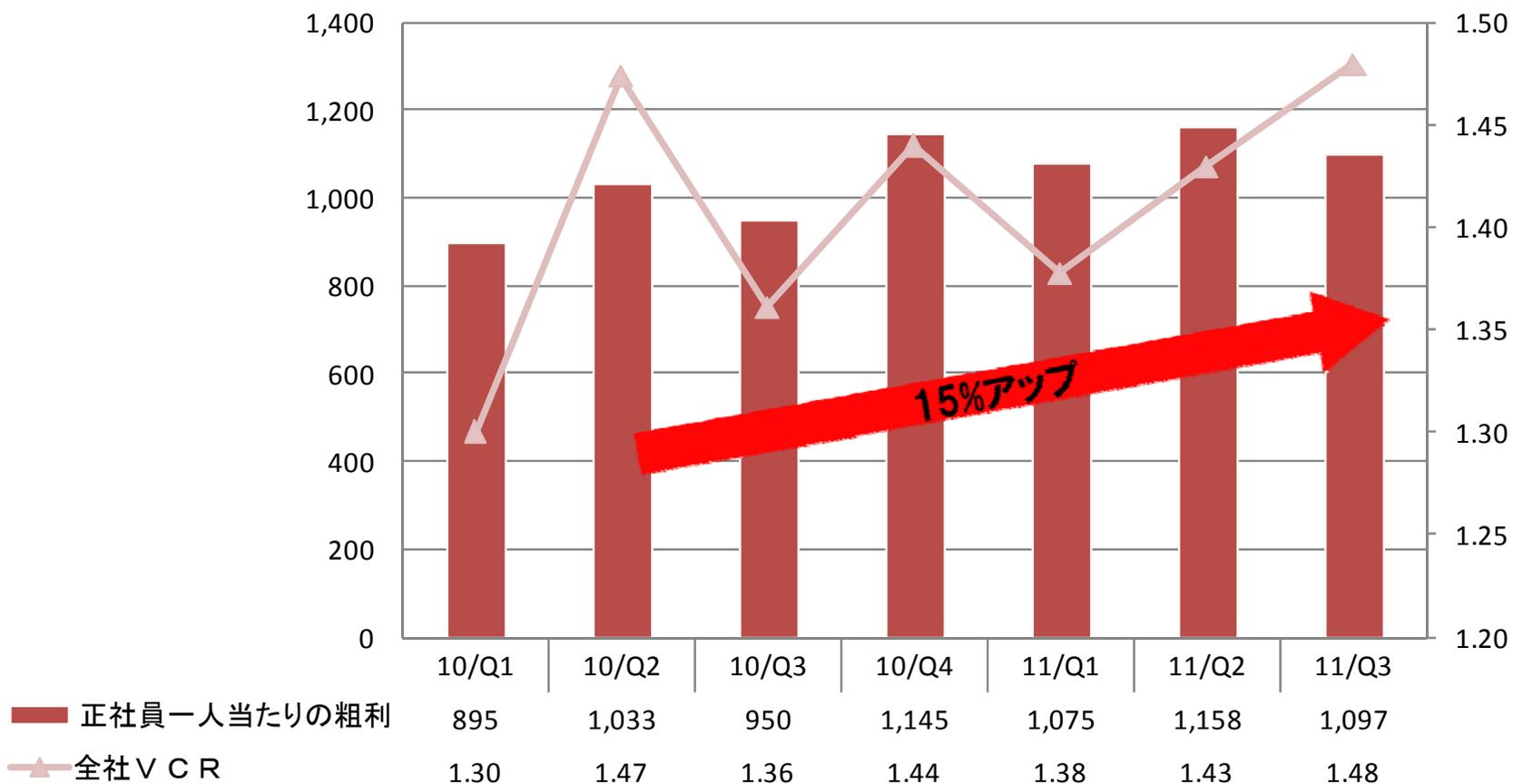
※「運用上位50社の進捗」では、定常的に売上が発生する「運用」「広告」案件を取り扱う顧客の売上上位50社(重点顧客に相当)について、1社当り平均の年間売上6,000万円、案件利益率27%を目標として、その進捗を四半期毎にレビュー。

※「案件利益率」は、案件利益÷売上の案件収益性を図る指標(率)。案件利益は、売上から外注費、直接原価(労務費/経費)を控除した利益額。

- 正社員1人当たりの粗利(売上総利益)は、前年同期比15%増の1,097千円。
- 全社VCRは、前年同期比0.12ポイント増の1.48倍。

(1人当たり粗利:千円)

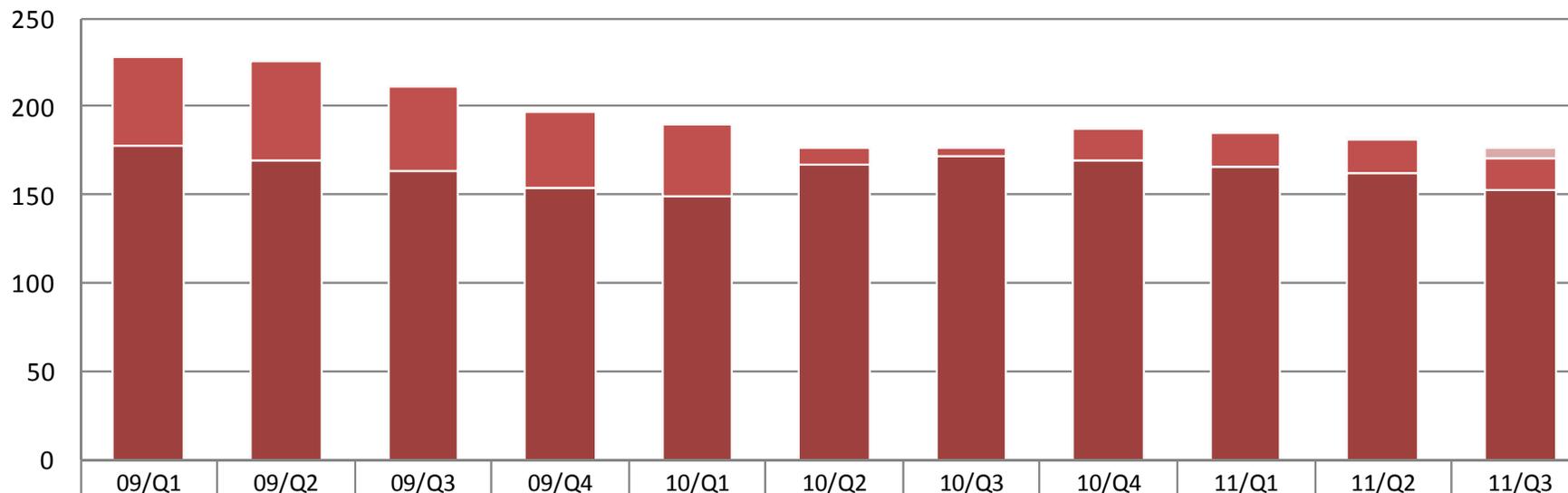
(VCR:倍)



※「VCR」は、付加価値売上高(売上高-外注費)÷人件費の数値で、労働生産性を測っています。

- 2011年より従来の契約社員制度とは別に、新しい雇用形態として「ネットクルー職」を新設し、運用系人材の安定確保できる仕組み作りを推進(11/Q3は4名採用)。

(人数)

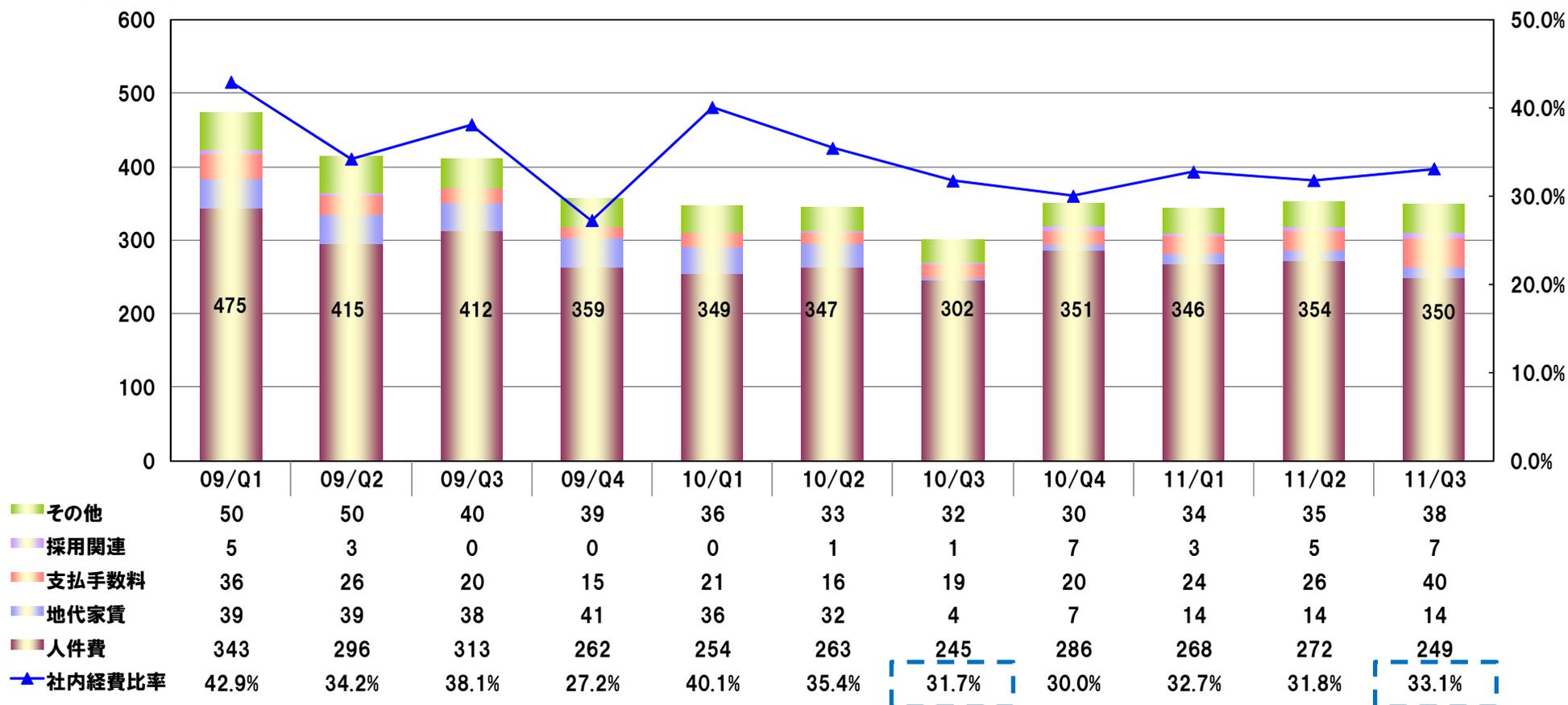


	09/Q1	09/Q2	09/Q3	09/Q4	10/Q1	10/Q2	10/Q3	10/Q4	11/Q1	11/Q2	11/Q3
■ ネットクルー職	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
■ 契約社員数	50	56	48	43	41	9	5	18	19	19	18
■ 正社員数	178	169	163	154	149	167	172	169	166	162	153

※上表の人数は、期末在籍者数。

- 11/Q2に比べて、11/Q3は間接業務のアウトソーシングを進め、人件費が23百万円減少(賞与引当減少分▲14百万含む)し、支払手数料は14百万円増加などにより11/Q3は4百万円減少の350百万円。社内経費比率は33.1%と11/Q2に比べて1.4ポイント増加。

(単位:百万円)



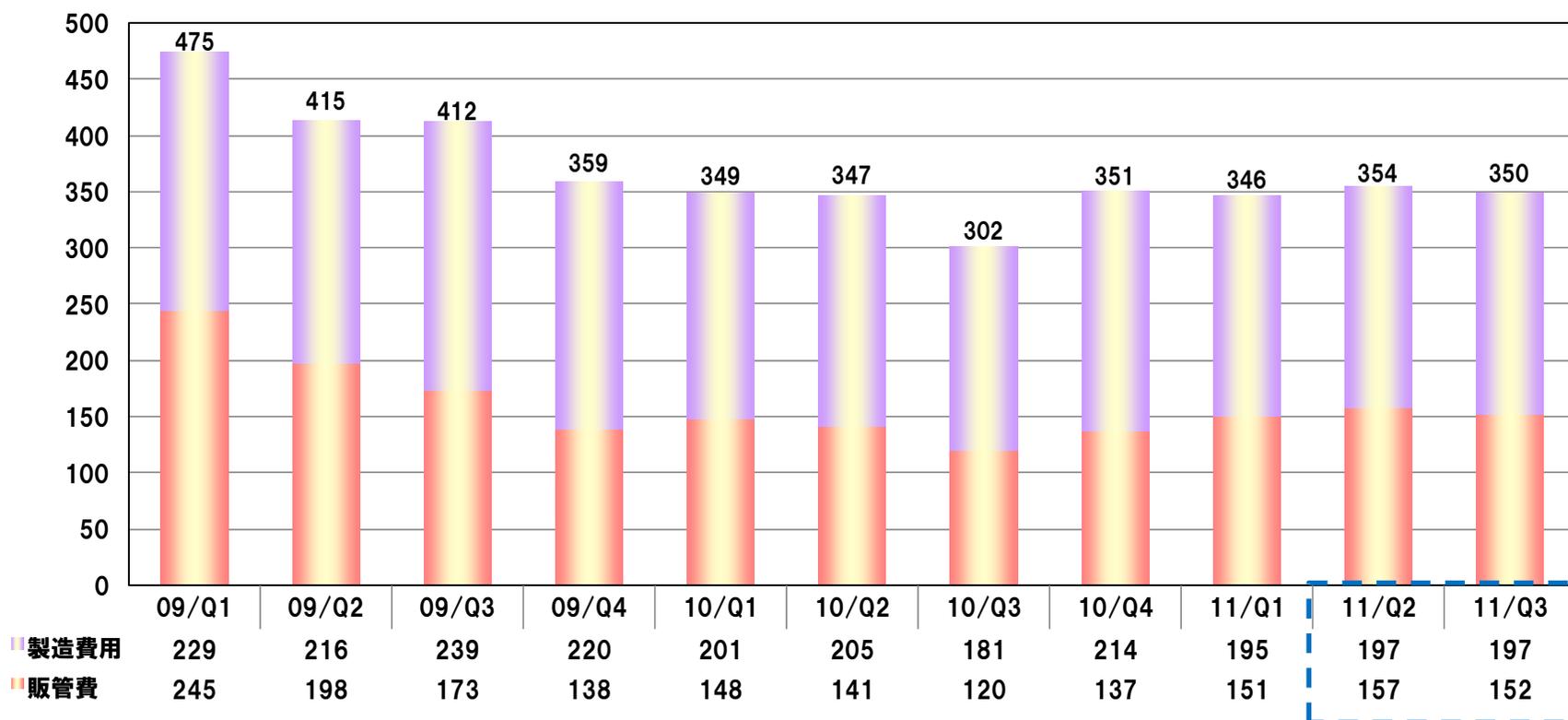
※「社内経費」は、当該四半期において発生した「製造費用」+「販売管理費」の合計金額。

※「社内経費比率」は、「社内経費」÷「売上高」の比率。

※上記グラフ中の数値は、社内経費の総額。

- 11/Q2と11/Q3の販管費の増減については、販管部門の人員が一部異動・退社したため。

(単位:百万円)



※上記グラフ中の数値は、「製造費用」+「販管費」の合計金額。

**DAC社、米国Involver社と提携による  
企業のソーシャルメディアマーケティング  
支援をDAC社と共同で提供**

DAC社が米国Involver社と提携し、同社が提供するソーシャルアプリケーションサービス「Involver Apps」および同社が独自に開発した、ソーシャルメディア向けのプラットフォーム、「オーディエンス・マネージメント・プラットフォーム」の販売をDAC社と共同でスタート。

**ソーシャルメディアコミュニケーション  
セミナーの実施**

ソーシャルメディアによって変化する企業と消費者のコミュニケーションのあり方を考えるセミナーを開催。「良品計画」様のソーシャルメディア担当者様でTwitterで10万人に上るユーザーとコミュニケーションを図っている「無印良品」の中の人によりリアルなソーシャルメディアマーケティングについて講演頂き、満員御礼の大好評を得た。

**社内Facebook活用キャンペーンの実施**

社内のFacebook利用を促進するため、Facebookを活用して社内交流イベントを行うとイベント代が補助される「ソーシャルオータムキャンペーン」を実施。

- 2010年12月17日に2011年3月期通期業績予想の修正を発表。
- 売上高は広告サービスの伸長により増加見込みだが、制作・運用代行サービスの一部案件で収益性の悪化により 利益率が低下し利益予想を下方修正。
- 既存サービスでの利益率改善を取り組むと同時に、目先の利益だけでなく需要が拡大しているソーシャルメディア市場での営業・サービス開発に注力し、来期以降の大幅な業績向上へのつなげる。

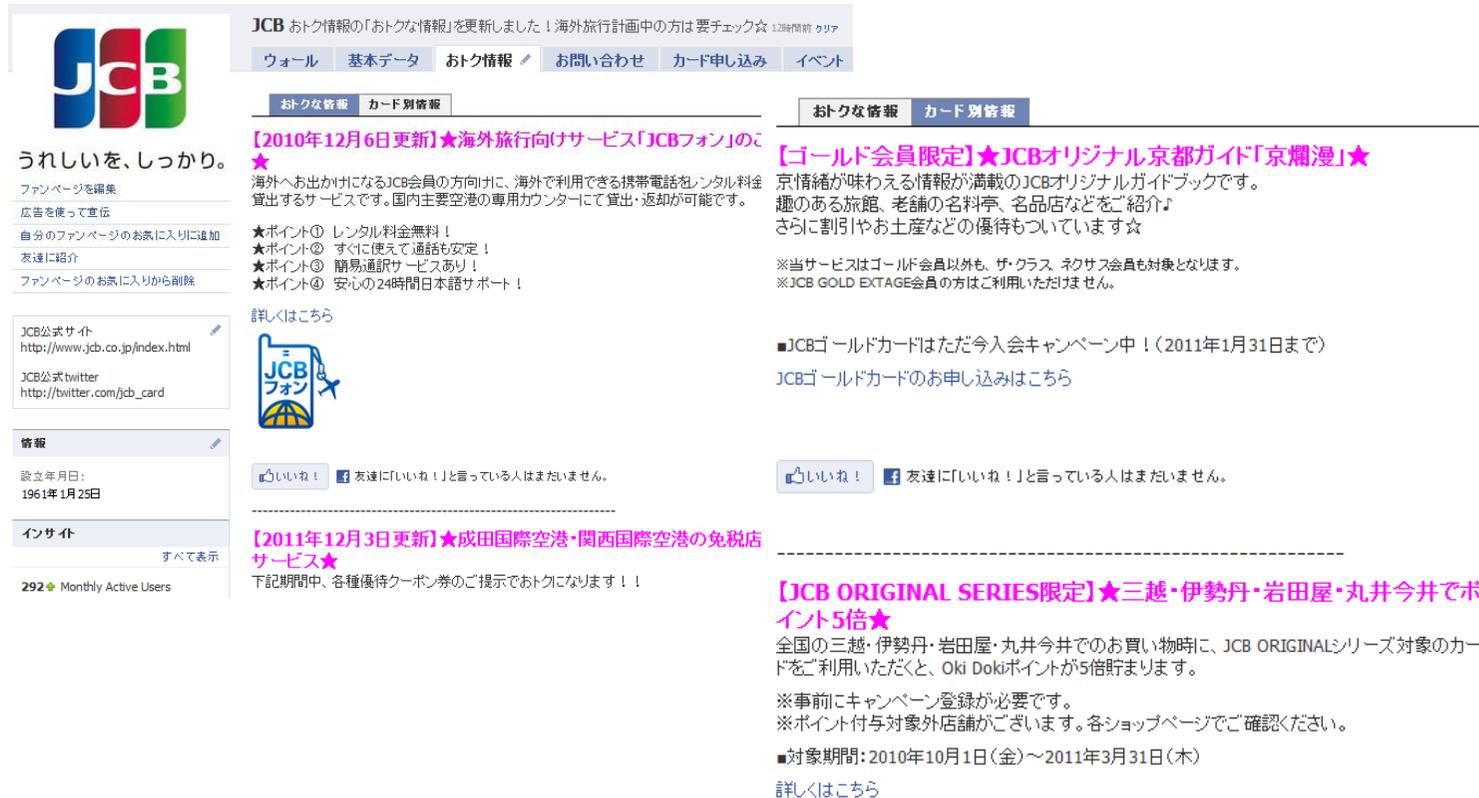
	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
前回発表予想	4,248	170	167	164
今回発表予想	4,485	100	98	125
増減額	237	△70	△69	△39
増減率(%)	5.6	△41.3	△41.5	△23.8
2010年 3月期	3,974	114	121	56



ファン数: 7,972人(2011/2/8) <http://www.facebook.com/ana.japan>

- ◆ 全日本空輸様のFacebookファンページ開設・運用を支援。
- ◆ お客様の声を聞き、ユーザー同士のつながりに入ること、ユーザーニーズを把握する場として期待。

ファン数:705人(2011/2/8) <http://www.facebook.com/JCBcard>



**JCB** おトク情報の「おトクな情報」を更新しました！海外旅行計画の方は要チェック☆ 12時前前 クリア

ウォール 基本データ おトク情報 / お問い合わせ カード申し込み イベント

おトクな情報 カード別情報

**【2010年12月6日更新】★海外旅行向けサービス「JCBフォン」のこ**  
★ 海外へお出かけになるJCB会員の方向けに、海外で利用できる携帯電話をレンタル料金貸出するサービスです。国内主要空港の専用カウンターにて貸出・返却が可能です。  
★ポイント① レンタル料金無料！  
★ポイント② すぐに使えて通話も安定！  
★ポイント③ 簡易通訳サービスあり！  
★ポイント④ 安心の24時間日本語サポート！  
詳しくはこちら

**【ゴールド会員限定】★JCBオリジナル京都ガイド「京爛漫」★**  
京情緒が味わえる情報が満載のJCBオリジナルガイドブックです。  
趣のある旅館、老舗の名料亭、名品店などを紹介♪  
さらに割引やお土産などの優待もついています☆  
※当サービスはゴールド会員以外も、ザ・クラス、ネクサス会員も対象となります。  
※JCB GOLD EXTAGE会員の方はご利用いただけません。  
■JCBゴールドカードはただ今入会キャンペーン中！（2011年1月31日まで）  
JCBゴールドカードのお申し込みはこちら

**【2011年12月3日更新】★成田国際空港・関西国際空港の免税店サービス★**  
下記期間中、各種優待クーポン券のご提示でおトクになります！！

**【JCB ORIGINAL SERIES限定】★三越・伊勢丹・岩田屋・丸井今井でポイント5倍★**  
全国の三越・伊勢丹・岩田屋・丸井今井でのお買い物時に、JCB ORIGINALシリーズ対象のカードをご利用いただくと、Oki Dokiポイントが5倍貯まります。  
※事前にキャンペーン登録が必要です。  
※ポイント付与対象外店舗がございます。各ショップページでご確認ください。  
■対象期間：2010年10月1日（金）～2011年3月31日（木）  
詳しくはこちら

※キャプチャーのキャンペーンは2011年3月31日までの内容です。

- ◆ JCB様のFacebookファンページ開設・運用を支援。
- ◆ 本体サイトで伝えきれていない情報をファンページに載せることで、ユーザーにとって有益な情報を増やしていく。

ファン数:1,392人(2011/2/8) http://www.facebook.com/lenovojp

ウォール 基本データ Think製品 Idea製品 ThinkPad開発現場 クーポン

**ThinkPad は日本で開発・設計をしています。**

レノボの研究開発拠点の中核である大和研究所が、全世界で販売されているThinkPad開発の責任を担っています。品質にこだわる日本人エンジニアたちのハイレベルなものづくりは、常に進化を続けています。  
(レノボ・ジャパン株式会社 副社長 研究・開発担当 内藤在正)

**品質テスト — トーチャーテスト —**

ThinkPadの開発過程では、あらゆるトラブルを想定した200を超える過酷な品質テストを行い、初めて量産体制に入ります。主な品質テストをご紹介します。

- |            |                |       |
|------------|----------------|-------|
| 1.自由落下試験   | 2.液晶ディスプレイ開閉試験 | 3.LCD |
| 4.片持ち落下テスト | 5.防塵試験         | 6.拷問  |

**液晶ディスプレイ開閉試験**  
Open&Close

2

ThinkPad Experience tour

「ノートブックPCを使用して最も悲しいことは、ヒンジが軋んで適切に開かなくなることだろう。」  
この新しいコメントは、私たちの試験者によるものです。将来違った構造のノートブックPCが現れるかもしれませんが、現在採用すべてのノートブックPCでは、PC本体(主にキーボードとマザーボード)と液晶ディスプレイがヒンジによって接続されています。この設計では、必然的に本体と液晶ディスプレイを機械的な駆動部品によって接続する必要があります。

Think製品 Idea製品

Lenovo IdeaPad Y460p/Y560p laptop tour

Up to ATI Mobility Radeon™ HD 6550M (Y460p) HD 6570M (Y560p) with 1GB DDR5 VRAM

Lenovo IdeaCentre K330 desktop tour

Accelerate hard drive speeds to new levels RAID 0 technology

- ◆ レノボ・ジャパン様のFacebookファンページ開設・運用を支援。
- ◆ 製品の理解をテーマを基にユーザーとのコミュニケーションを図る場として、読みものコンテンツや動画なども展開。

ファン数：111人(2011/2/8) http://www.facebook.com/olasonic

The screenshot displays the Facebook fan page for 'Olasonic' (オラソニックUSBスピーカー). The page features several posts from the brand, including announcements about product availability and quality. A prominent poll asks 'オラソニックUSBスピーカーであなたが一番欲しい色はなんですか?' (Which color do you want most for the Olasonic USB speaker?). The poll options include various colors like 'ブルー' (Blue), 'レッド' (Red), 'グリーン' (Green), etc. The page also shows a list of 111 fans and navigation tabs for 'ウォール', '基本データ', '写真', 'Polls/Quizzes+', 'Twitter', and 'イベント'.

- ◆ カタログハウス様のFacebookファンページ開設・運用を支援。
- ◆ 日本ではまだ珍しい“アイテム一品ごとのファンページ展開”が最大の特徴で、従来のファンページよりも、さらに深い情報の提供と、商品ファンとの密接なコミュニケーションを促進。

## ソーシャルメディアコミュニケーションセミナー 2010/12/9(木)実施



- ◆ ソーシャルメディアの普及により変化しつつあるマーケティング戦略に関してどう向き合っていくかを事例を交えて講演。
- ◆ 当社クライアントで良品計画様の「無印良品」のソーシャルメディア運営担当者の方に実際のユーザーとのソーシャルコミュニケーションに関して「無印良品の「中の人」が語るコミュニケーションのコツとは」を講演頂き大好評を得た。



# 參考資料

## 株式会社メンバーズ

設立: 1995年6月

資本金: 771,275千円(2010/3期)

代表者: 剣持 忠

社員数: 182名(契約社員含む)

売上高: 3,974,584千円(2010/3期)

事業内容:

**“インターネット・ビジネス・パートナー”**

インターネットの専門知識やスキルを駆使し、  
顧客のインターネットビジネスにおける  
パートナーとして顧客のビジネスを成功に導く

## 沿革

- 平成7年6月 株式会社メンバーズを東京都港区に設立  
平成7年10月 eビジネス構築サービスを開始(現 インタラクティブマーケティング)  
平成9年7月 インターネット上の広告取扱事業を開始(現 インタラクティブマーケティング)  
平成10年4月 東京都千代田区に本社を移転  
平成12年3月 東京都港区に本社を移転  
平成16年5月 英国規格「BS7799」および国内規格「ISMS適合性評価制度」を同時取得  
平成16年12月 東京都港区虎ノ門に本社を移転  
平成17年3月 財団法人日本情報処理開発協会(JIPDEC)による「プライバシーマーク」使用の許諾事業者として認定  
平成18年5月 「BS7799」および「ISMS適合性評価制度」から移行した国際認証規格「ISO/IEC27001」および国内規格「JISQ27001」を取得  
平成18年11月 名証セントレックス市場に上場  
平成21年9月 東京都品川区に本社を移転  
平成22年7月 デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社と資本・業務提携

## 経営理念

## 1.消費者起点の豊かな社会の創造に貢献する

マーケティング・テクノロジーの活用を通して消費者にとって便利で楽しい社会の創造に貢献する

## 2.ベンチャー・スピリットを発揮する

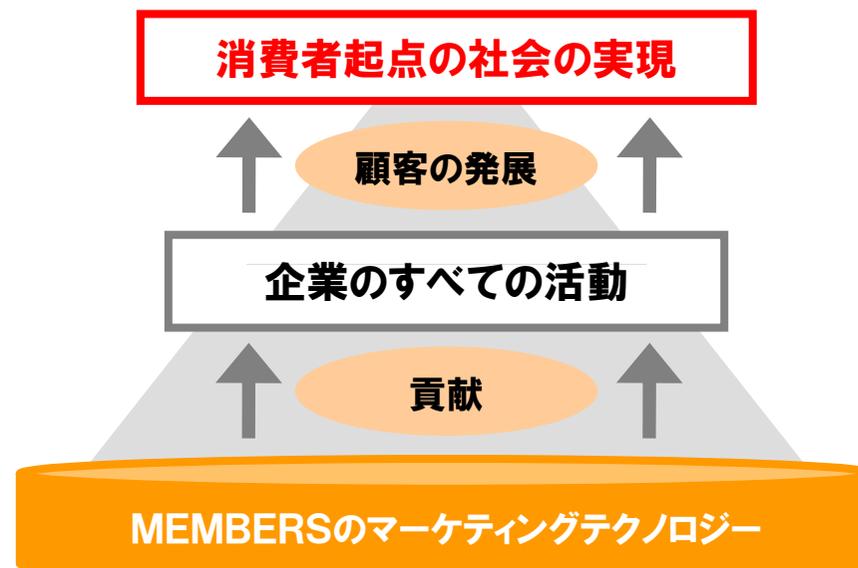
自立的、主体的に、新しい分野に果敢に挑戦し続ける

## 3.個人の成長を通して価値を生み出す

成長を願う個人をあらゆる機会に支援し、社会に提供する新しい価値の創造に努める

## ビジョン

メンバーズは、インターネット社会において双方向のマーケティング・テクノロジーにより 消費者と企業とのベスト・マッチングを実現するナビゲーターとしての役割を果たし、消費者起点の社会の創造に貢献する。



**Members, the Internet Business Partner !**

**ソーシャルメディア時代をリードし、  
クライアントと共にビジネスを創造しよう**