



株式会社 メンバーズ(2130)

2012年3月期 1H(4月-9月)
決算説明資料

2011年11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。

2012年3月期 1H 決算サマリー

2012年3月期 1H 戦略サマリー

参考資料

2012年3月期 1H 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



広告

- ・純広告、リスティング、アフィリエイト広告等

制作・運用

- ・Webサイト構築/運用、モバイルサイト構築/運用、スマートフォンサイト構築/運用

SMM

- ・Facebookページ制作/運用/広告/アプリ開発
- ・Twitter広告/キャンペーン
- ・ソーシャルコミュニティ構築/運営
- ・その他ソーシャルメディア関連サービス等



ConnectStar
make the world
a better place

投資事業

- ・成長性高いソーシャルメディア事業への投資事業

■ 2012年3月期 1H売上高 2,169百万円

- 東日本大震災の影響により、広告出稿自粛による広告売上は減少したが、Facebook関連サービスを筆頭としたSMMサービスの売上が増加したため、前年同期比ほぼ横ばい
- 受注高は前年同期比3.7%増の2,251百万円と堅調

■ 2012年3月期 1H営業利益 106百万円

- SMM案件の増加に加え、前期より取り組んでいる制作運用案件の収益性改善の取り組みの成果もあり、営業利益は前年同期比86.6%増と大幅増加。2012年3月期 1Hの予想を大幅に上回り、2011年3月期までの単体決算を含めて上半期における過去最高益

(単位:百万円)

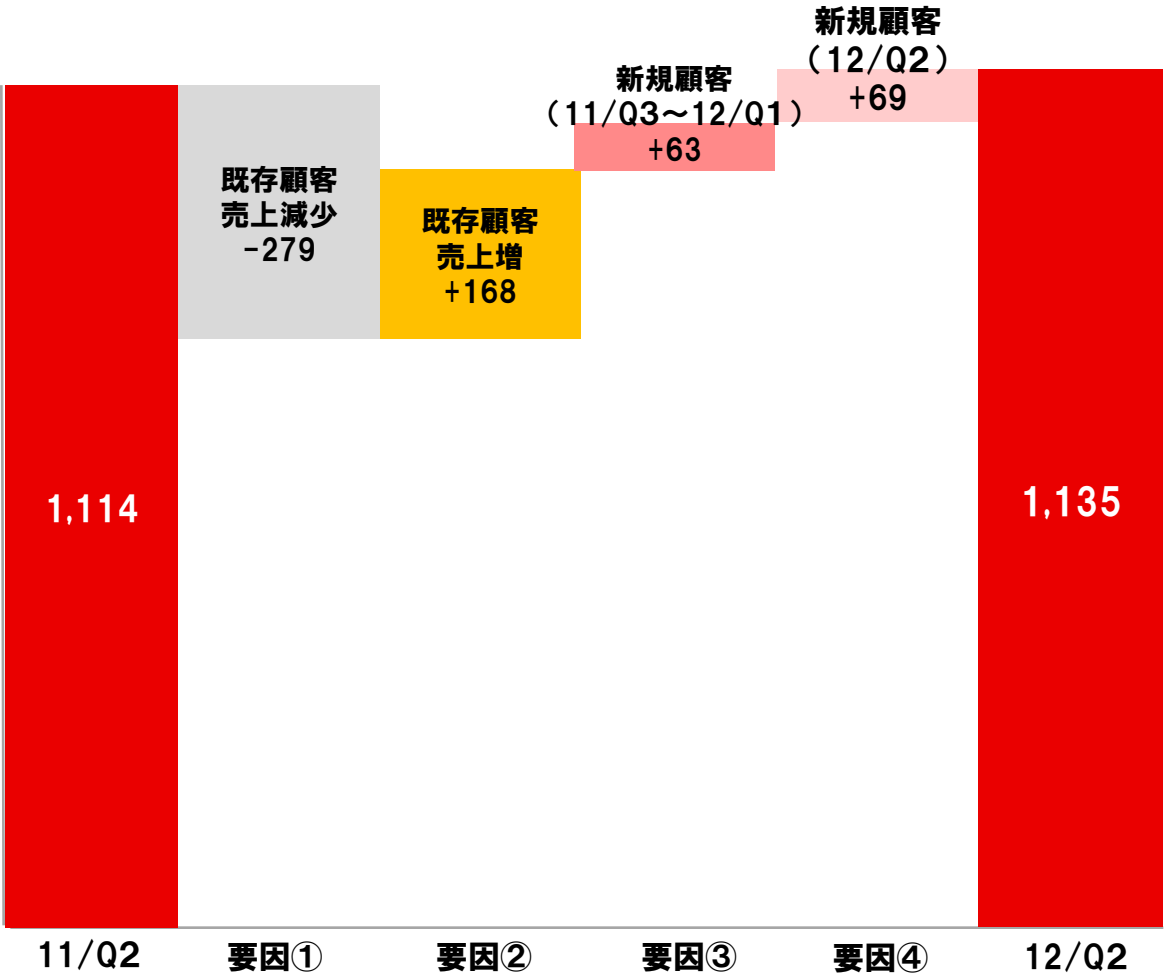
	12/1H	11/1H	11/1H対比
売上高	2,169	2,171	-0.1%
売上総利益	455	366	+24.3%
(売上総利益率)	21.0%	16.9%	-
販売管理費	348	308	+12.8%
営業利益	106	57	+86.6%
(営業利益率)	4.9%	2.6%	-
経常利益	113	56	+99.5%
四半期純利益	109	85	+29.2%

※当期より連結決算となりますので、前期比、昨年同期比等は参考値となります。

(単位:百万円)

11/Q2	12/Q2	増減	増減率
1,114	1,135	+21	+1.9%

(売上高の増減要因)



要因①:11/Q2に取引のあった顧客において売上減少した顧客46社の売上減少分(▲279)。広告案件の売上減少が要因。

要因②:11/Q2に取引のあった顧客において売上増加した顧客25社の売上増加分(+168)。大手顧客との取引強化により運用案件の売上が拡大したことが要因。

要因③:11/Q3~12/Q1に新規取引発生した顧客19社の売上増加分(+63)。SMM案件を中心に新規取引増加

要因④:12/Q2に新規取引発生した顧客23社の売上増加分(+69)。FacebookをはじめとしたSMM案件に加え構築案件が増加。

- 11年9月末の総資産は1,700百万円(11年3月末比 1百万円減)、
負債は625百万円(同 114百万円減)、純資産は1,074百万円(同 108百万円増)

(単位:百万円)

	11年9月末	11年3月末	増減
流動資産	1,533	1,534	-1
現預金	712	691	+21
固定資産	167	171	-4
資産合計	1,700	1,706	-5
流動負債	595	699	-103
固定負債	29	41	-11
負債合計	625	740	-114
純資産合計	1,074	966	+108
自己資本比率	63.0%	56.5%	

※当期より連結決算となりますので、前期比、去年同期比等は参考値となります。

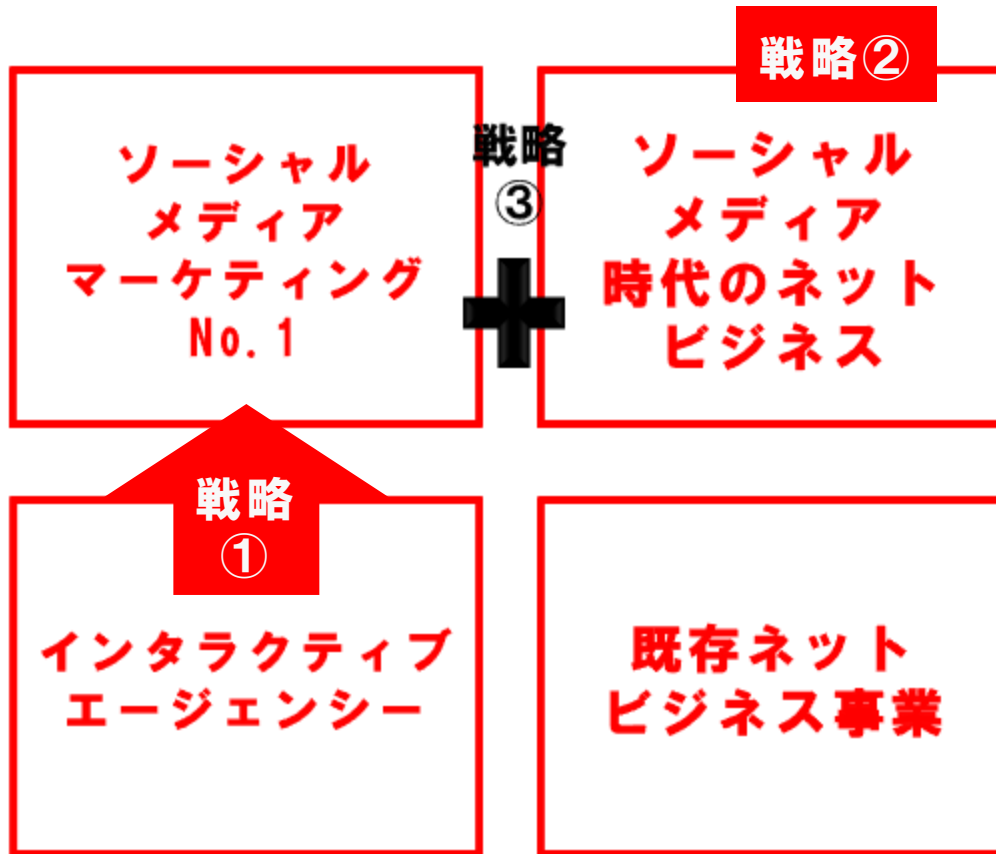
- 12/Q2における現金及び現金同等物は、11/Q2と比べ206百万円増の712百万円

(単位:百万円)

	12/Q2	11/Q2
営業キャッシュ・フロー	36	27
投資キャッシュ・フロー	-5	-1
財務キャッシュ・フロー	-9	15
現金及び現金同等物増減	21	41
現金及び現金同等物期末残高	712	506

※当期より連結決算となりますので、前期比、去年同期比等は参考値となります。

2012年3月期 1H 戦略サマリー



戦略①FacebookマーケティングNo1

- ・パートナー企業との連携強化
- ・重点顧客を中心にソーシャル化推進しながら拡大路線へ

戦略②ソーシャルメディアビジネスの成功例作り

- ・コネクスター設立
- ・MANGAful Daysなど自社事業
- ・共同事業(JV)

戦略③融合させ仕組み化

- ・SMM運営ノウハウの確立
- ・SMM運営体制の整備

従来の強み(Webインテグレーション力)にソーシャルメディアビジネスの実績を融合し、大手企業のネットビジネスパートナーとして地位を確立する。

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

- ・Facebookインテグレーションの推進
- ・ソーシャルメディア関連の新サービス開発&提供

営業

- ・新規顧客との接点作り(セミナー等)
- ・先進事例作り
- ・FacebookマーケティングNo.1へ

人材開発

- ・ネットクルー拡大/遠隔地運用のチャレンジ
- ・チャレンジ風土づくり

オペレーション

- ・案件利益率マネジメント
- ・制作運用ルールの徹底
- ・ナレッジシェアの仕組化
- ・全員参加型経営の推進

戦略	1Hの取り組み
サービス	■ Facebookインテグレーションの推進 ・ファンと企業との“エンゲージメント”の最大化を図る運用ソリューションの提供を目的としてイー・ガーディアンと連携強化 ・Facebookアプリ専任チームの発足 →ファンと企業の”エンゲージメント”を劇的に向上させる10のFacebookアプリケーション「10Apps」の提供開始 ■ ソーシャルメディア関連の新サービス開発&提供(コネクトスター) ・実名制マンガSNSの「MANGAful days」ベータ版スタート ・株式会社ナガセとジョイントベンチャーの株式会社Studymate設立 →実名制学習SNSの「Studymate」が7月よりスタート ・米国SocialRewards社とのパートナーシップによりエンゲージメントの効果測定を行うことができるツールである“Social Tracker”の提供開始 ・Facebookページのファン化によるブランディング効果の測定を行う新サービス「ソーシャル・エンゲージメント・サーベイ」をスパイアと共同で提供開始
営業	■ 新規顧客との接点構築 ・Facebookインテグレーションセミナーの実施 → 前期と比較してslideshareのPV数は406%、Webサイトアクセス数は106%と順調に増加 ・ナショナルクライアントのFacebookページ制作受注増加 →日本の広告費TOP100社のうち15社を獲得 ■ FacebookマーケティングNo1のメンバーズとして認知拡大へ ・Facebookの公式発表情報を国内向けにいち早く発信(シェア)する「Facebook Integration Express」開始

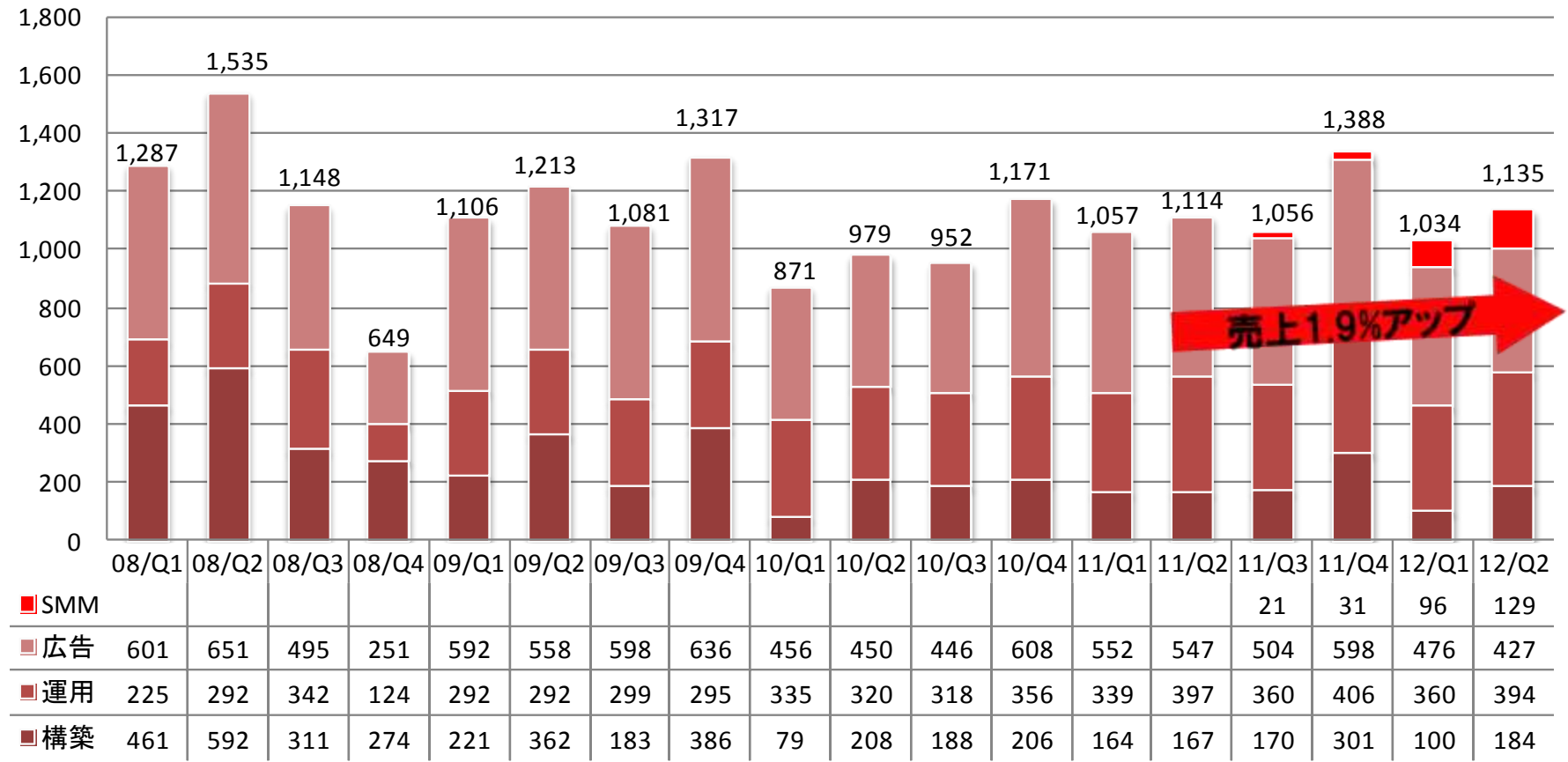
戦略	1Hの取り組み
人材開発	■ネットクルー拡大/遠隔地運用のチャレンジ ・ネットクルー採用の拡大。12/Q1と比べ新たに12名が純増 ・仙台サテライトオフィス開設
オペレーション	■案件利益率マネジメント ・案件別利益改善実施 →前期からの取り組みの成果もあり利益率が大幅に改善 ■品質ルールの策定&監査 ・制作/運用案件のルールに加え広告案件/ソーシャルメディア運用案件のルール作成及び専門部署による品質監査の実施 ■ナレッジシェアの仕組化 ・運用ナレッジの共有のために品質会議の実施 ■全員参加型経営の推進 ・社員スキル向上のためのオープンカレッジの実施 →今後はスキルだけでなくビジョンの共有/浸透を目指した研修の実施を検討

- 中期経営計画に対して、売上高はほぼ計画通りに進捗中。
- 利益面については、2年目の今期においてFacebookマーケティングへの取り組みや、運用案件の利益率改善への取り組みの成果が現れており、今期は予想を上回るペースで進捗。
- 引き続き「ソーシャルメディア時代をリードするインターネットビジネスパートナー」の事業コンセプトのもと、Facebookマーケティング案件の獲得、運用案件の収益性向上で業績向上を図る。
- Facebookの急速な普及に見られるように、市場動向の変化が非常に激しいため、当年度通期予想ならびに2013年3月期の業績計画については、合理的な業績予想が可能となった段階で、業績予想の修正が必要と判断された場合には、速やかに公表致します。

	2011年3月期	2012年3月期			2013年3月期
		上期	下期	通期	
中計 売上 営利	42億 1.7億			46億 3.0億	50億 5.0億
今期予想		22億 0.7億	25億 1.0億	47億 1.7億	
実績 売上 営利	45億 1.1億	21億 1.0億			

- 震災影響により11/Q2比で広告売上は22%減
- SMM売上は12/Q1と比べ34%増の129百万円と好調に推移したため、
広告売上減少分をカバーでき、総売上高は11/Q2と比べ1.9%増の1,135百万円

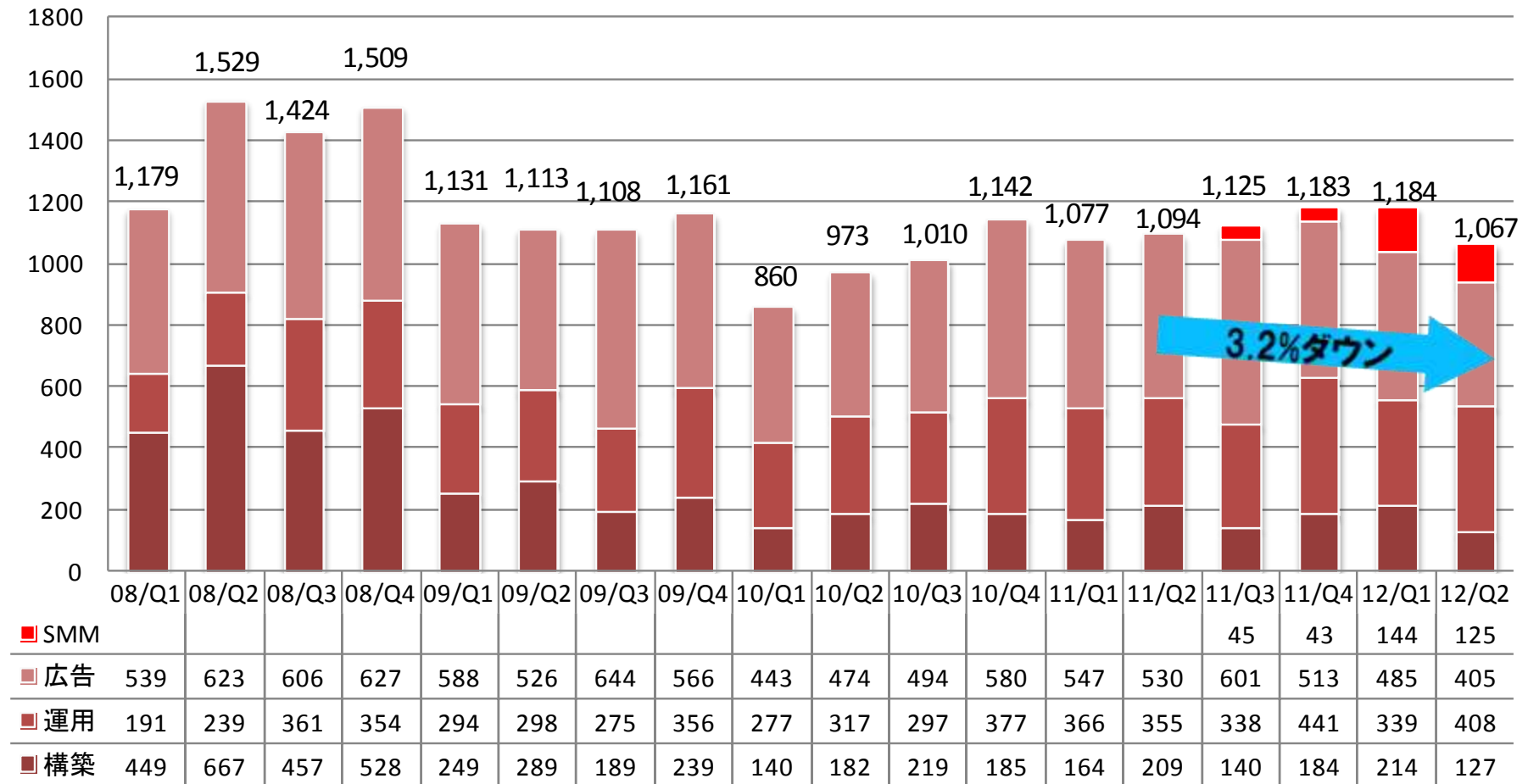
(売上:百万円)



※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

- FacebookをはじめとしたSMM案件の受注は12/Q1に引き続き好調だが、広告案件の受注高は11/Q2比で24%減となり、12/Q2の総受注高は3.2%減の1,067百万円

(受注:百万円)

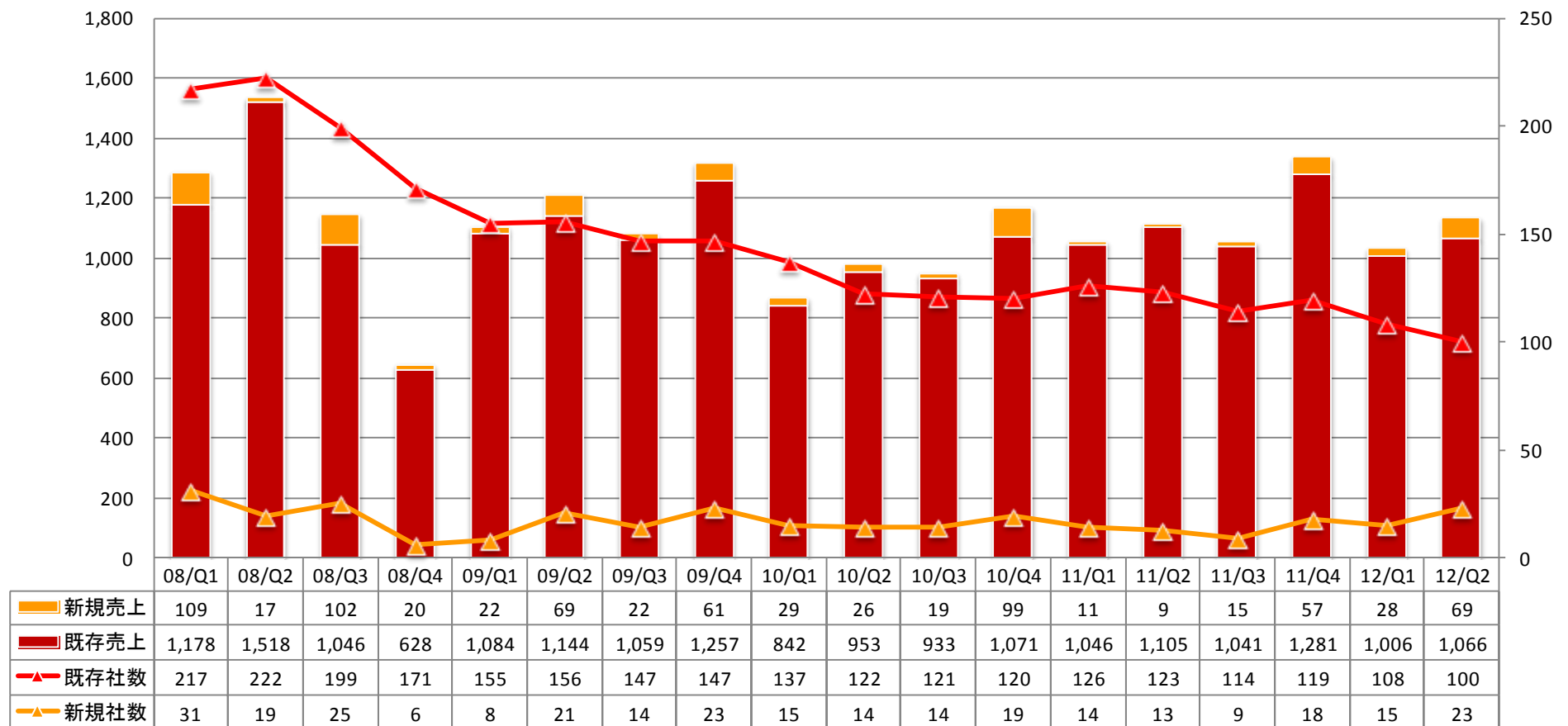


※上記グラフ中の数値は、受注高の合計金額。

- 12/Q2の既存顧客は100社。震災影響などにより売上高は11/Q2比3.6%減少の1066百万円
- ナショナルクライアントのFacebook案件や構築案件の受注などで新規顧客23社、新規売上が69百万円

(顧客別売上：百万円)

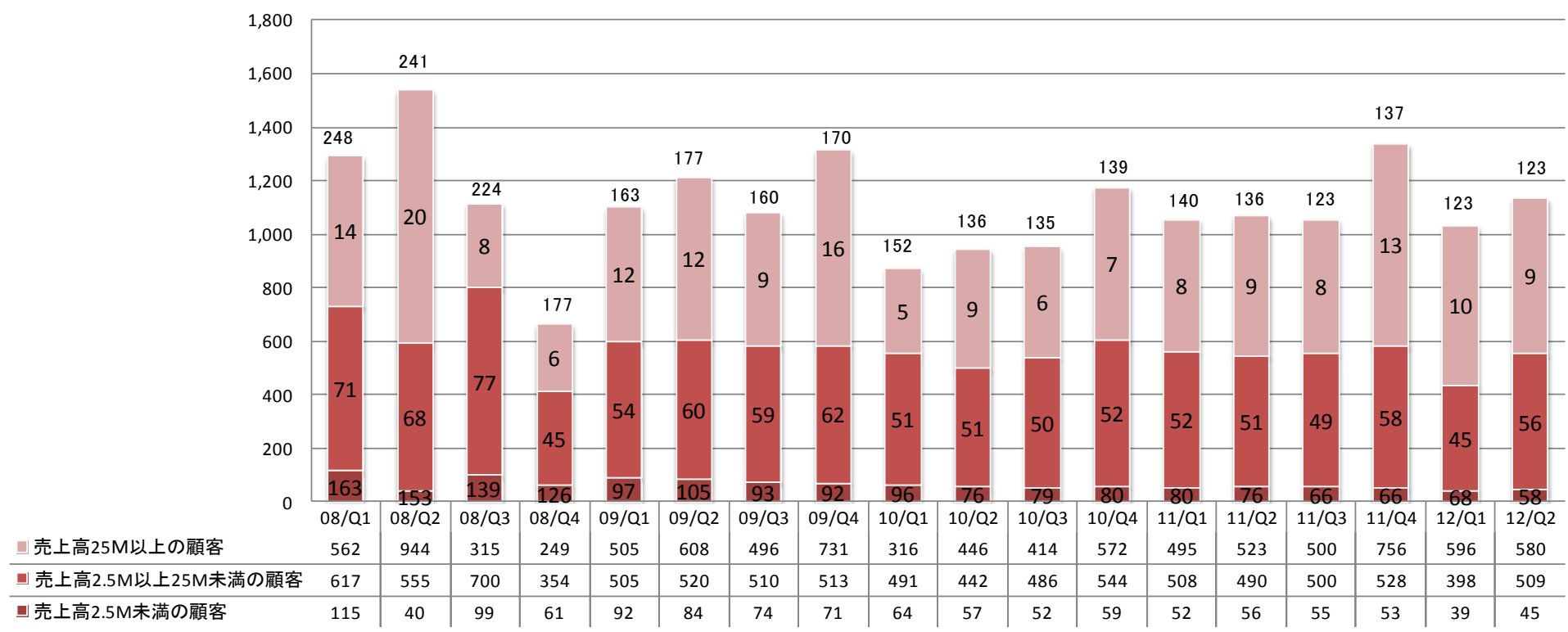
(社数)



※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。

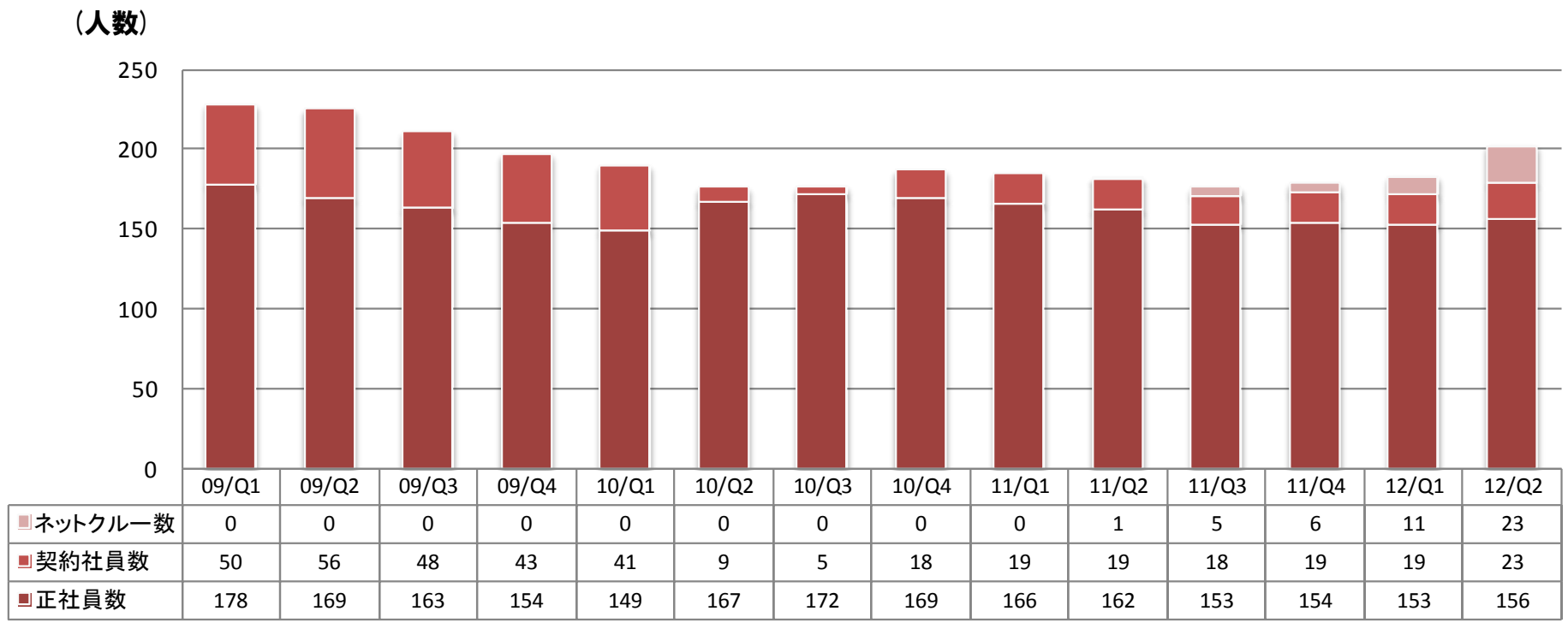
■ 12/Q2の顧客数は123社(11/Q2比▲13社)。売上高25M以上の大口顧客数は9社(同差 無し)、売上高は580百万円(同差+67百万円)

(売上:百万円)



※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。

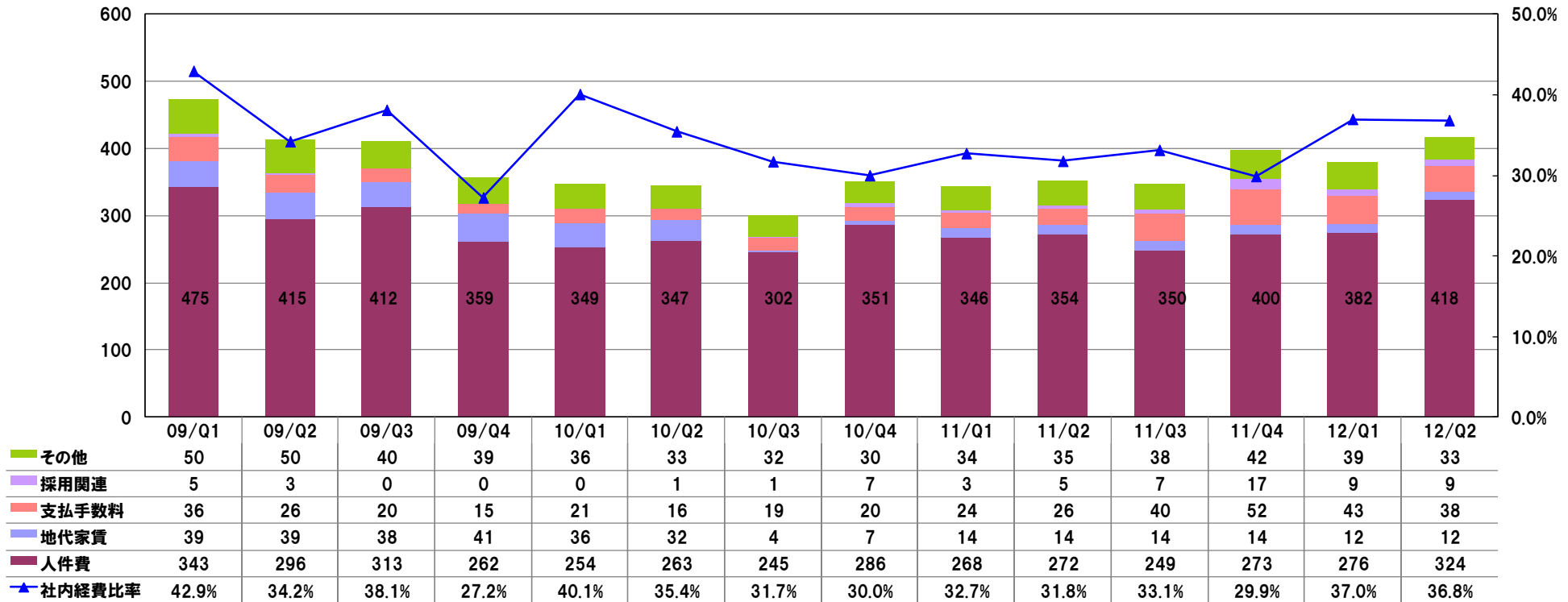
■ Web運用サービスの安定拡大を担う「ネットクルー職」の採用継続の結果23名に増加



※上表の人数は、期末在籍者数。

- 11/Q2に比べ社内経費比率が36.8%と5.0ポイント増。積極的な中途採用による従業員数の増加や従業員への賞与引当金の増加により人件費が51百万円増加。
結果、12/Q2の社内経費は63百万円増の418百万円

(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。

Facebook上でのファンと企業との“エンゲージメント”を劇的に向上させる10のFacebookアプリケーション「10Apps」開発！

企業のFacebookページを充実させ、Facebook上におけるファンと企業との緊密度合いを意味するエンゲージメントを向上させるためのFacebookアプリケーションラインナップである「10Apps」(テンアpps)の提供開始。

イー・ガーディアンとメンバーズFacebookページ運用において連携！
両社で企業のFacebook活用を支援

イー・ガーディアン株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:高谷康久)と企業のFacebookマーケティングにおけるFacebookページ運用においてパートナーシップを結び、Facebook上での企業のファンと企業との緊密度合いを意味するエンゲージメントの強化を総合的に支援し開発から運用監視までのトータルパッケージである「Facebookページ運用ソリューション」の提供開始。

登山家・栗城史多氏を支援
ソーシャルメディアを活用した「冒険の共有」で挑戦することの大切さを訴える栗城氏のFacebookページ等のソーシャルメディアを活用したネット展開を支援

登山家・栗城史多(くりきのぶかず)氏と2012年3月末日までの支援契約を締結。メンバーズは栗城氏の2011年8月～9月のエベレスト挑戦活動への協賛に加え、ソーシャルメディアを活用したインターネット展開の支援。

企業のFacebook等のソーシャルメディアマーケティングにおける効果測定を行う新ツール「Social Tracker」提供開始！
～自社メディアのソーシャルパワーを測定～

米国SocialRewards社(カリフォルニア州)とのパートナーシップにより、企業のFacebook等のソーシャルメディアマーケティングの重要な指標であるエンゲージメントの効果測定を行うことができるツールである“Social Tracker(ソーシャルトラッカー)”の提供開始。

Facebook効果検証の新リサーチ商品
「ソーシャル・エンゲージメント・サーベイ」
～企業Facebookページのファン化によるブランディング効果を測定～

株式会社スパイア(本社:東京都港区、代表取締役社長CEO:早川 与規、証券コード:4309)と共同で企業のFacebookページのファン化によるブランディング効果の測定を行う新サービス「ソーシャル・エンゲージメント・サーベイ」の提供開始。

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



- ◆ **トレンドマイクロ様のFacebookページ開設/運用を支援**
- ◆ **日々変わるウイルスの情報やウイルスバスターの歴史を発信することでユーザーとのコミュニケーションを図っている**

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



- ◆ みずほフィナンシャルグループ様のFacebookページを支援
- ◆ ソーシャルメディア導入が難しい金融業界において、先進的な取り組みを積極的に取り入れ、ユーザーとのコミュニケーションを図っている

ソーシャルメディアを活用した「冒険の共有」で挑戦することの大切さを訴える
栗城氏のFacebookページ等のソーシャルメディアを活用したネット展開を支援



- ◆ 登山家・栗城史多(くりきのぶかず)氏のソーシャルメディアを活用したインターネット展開の支援
- ◆ メンバーズは、経営理念や行動指針である「MEMBERS WAY」において、ベンチャー・スピリットを発揮し、自立的、主体的に新しい分野に果敢に挑戦することを掲げており、栗城氏の活動を通じてメンバーズ自身のベンチャースピリットの醸成も目的

Facebookページプロフェッショナルガイド

毎日コミュニケーションズ



・当社執行役員原をはじめ、多数の弊社スタッフが執筆に参加

・ Facebookページの作成/活用について、ビジネス面とテクノロジーの両面から解説しており、総合的な実践書となっている

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(2011/3月期)

代表者： 剣持 忠

社員数： 202名(契約社員含む)

売上高： 4,566,353千円(2011/3月期)

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(現ネットビジネス支援事業) |
| 平成7年7月 | インターネット上の広告取扱事業を開始(現 ネットビジネス支援事業) |
| 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 |
| 平成23年4月 | 株式会社コネクタスター設立(当社100%出資による子会社) |
| 平成23年7月 | 株式会社コネクタスター、株式会社ナガセとSNS運営のジョイントベンチャーである株式会社Studymate設立 |

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

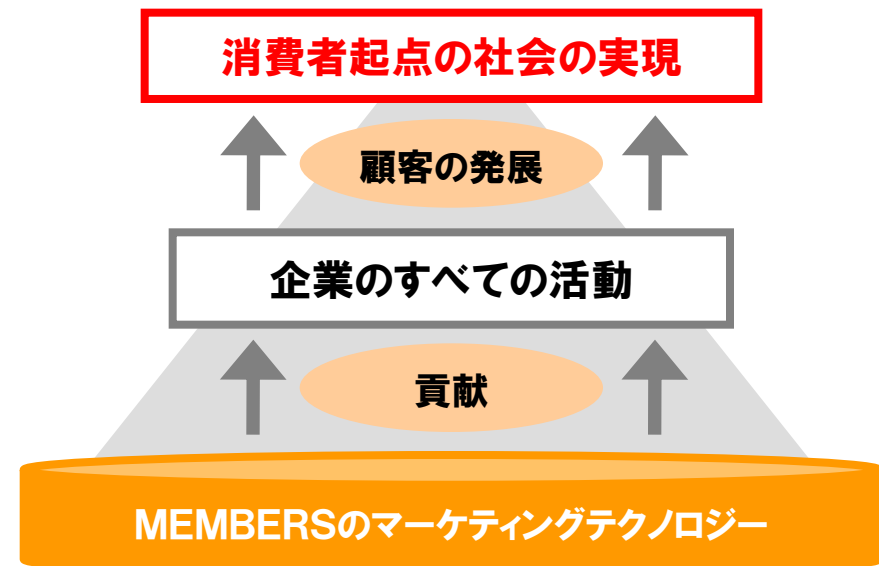
自立的、主体的に、新しい分野に果敢に挑戦し続ける

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**