



株式会社 メンバーズ(2130)

2015年3月期 1H 決算説明資料

2014/4 - 2014/9

本資料に記載された将来の事項は現時点の当社の判断を参考として記載したものであり、その確実性を保証するものではありません。
また経済情勢などの事業環境の変化によって予告なく変更することがございます。

目次

■ ミッション・ビジョン2020

■ 2015年3月期 1H 決算サマリー

■ 2015年3月期 1H 戦略サマリー

■ 2015年3月期 業績予想

■ 参考資料

ミッション・ビジョン2020

ミッション

“MEMBERSHIP”でマーケティングを変え、心豊かな社会を創る

ビジョン2020

ネットビジネスパートナーとして、
企業と人々のエンゲージメントを最も多く創出する

- ・ エンゲージメント総量**100**億件
- ・ EMCサービス導入顧客企業 **50**社
(エンゲージメントマーケティング一括代行サービス)
- ・ 社員数**1000**名
- ・ 売上**150**億円、営業利益率**10**%

2015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

サービスセグメント（2014年10月31日現在）



※SMMとは「Social Media Marketing」の略。

2015年3月期 1H 連結決算サマリー

■ 2015年3月期 1H 売上高 3,165百万円

- Webサイト運用サービスを中心とした制作案件が好調。Q1におけるSMM広告のスポット案件も売上増に貢献。連結売上高は上半期として過去最高を更新。前年同期比+19.3%。

■ 2015年3月期 1H 営業利益 85百万円

- 連結営業利益は一部案件での収益性悪化や新規事業および人材採用・育成への積極投資により前年同期比▲19.5%。
- 利益管理の強化・地方制作拠点の生産性向上に注力し利益率の向上を目指す。

連結損益計算書概要

- Webサイト運用などの制作案件が好調に推移したことに加え、Q1におけるSMM広告のスポット案件が売上増に貢献。売上高は前年同期比+19.3%の3,165百万円。上半期として過去最高を更新。
- 収益性の低い広告案件が増加したことや新卒社員を含む制作人員の増加により、売上総利益率は前年同期比▲3.6Pの17.7%と低下したものの、販管費率は前年同期比▲2.3P。
- 一部案件での収益性悪化や新規事業および人材採用・育成への積極投資により、営業利益は前年同期比▲19.5%の85百万円、営業利益率は前年同期比▲1.3Pの2.7%と低下。利益管理の強化・地方制作拠点の生産性向上に注力し利益率向上を目指す。

(単位：百万円)

	15/1H	14/1H	前年同期比
売上高	3,165	2,652	+19.3%
売上総利益	559	564	-0.8%
(売上総利益率)	17.7%	21.3%	-
販売管理費	473	457	+3.6%
営業利益	85	106	-19.5%
(営業利益率)	2.7%	4.0%	-
経常利益	100	106	-5.0%
税金等調整前当期純利益	100	106	-5.4%
法人税等合計	51	52	-1.7%
当期純利益	51	53	-3.6%

連結貸借対照表概要

- 資産の減少は主に売掛金の減少によるもの。
資産合計は前期末比▲177百万円。
- 負債の減少は主に買掛金の減少によるもの。
負債合計は前期末比▲214百万円。

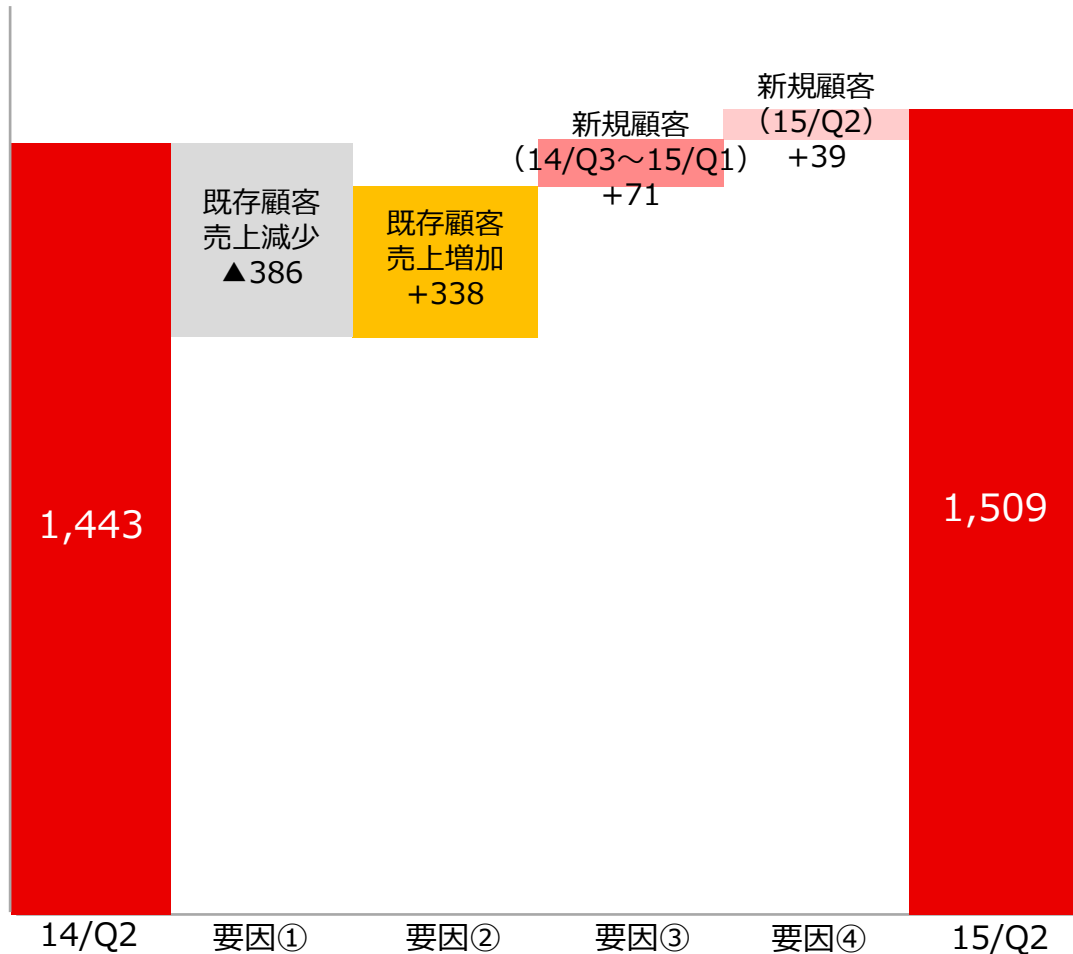
(単位：百万円)

	14年9月末	14年3月末	増減
流動資産	2,111	2,359	-248
現預金	983	992	-9
固定資産	430	359	71
資産合計	2,542	2,719	-177
流動負債	869	1,097	-227
固定負債	84	71	13
負債合計	954	1,168	-214
純資産合計	1,587	1,550	36
自己資本比率	61.2%	56.2%	-

15/Q2連結 売上高の増減要因(前年同期比)

(単位：百万円)

14/Q2	15/Q2	増減	増減率
1,443	1,509	66	+4.6%



(売上高の増減要因)

要因①：14/Q2に取引のあった顧客の中で売上が減少（▲386）した顧客79社の減少要因は、主にサイト構築案件や広告案件の減少によるもの。

要因②：14/Q2に取引のあった顧客の中で売上が増加（+338）した顧客37社の増加要因は、主に都度運用案件やリスティング広告案件の増加によるもの。

要因③：14/Q3～15/Q1の間で新たに取引が発生した顧客32社の売上増加要因（+71）は、主にSMM案件や定常運用案件の増加によるもの。

要因④：15/Q2に新たに取引が発生した顧客16社の売上増加要因（+39）は、主にSMM案件の増加によるもの。

2015年3月期 1H 戦略サマリー

※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

2015年 3月期 方針について

テーマ

EMC（エンゲージメント・マーケティング・センター）サービスの確立

EMCモデルを増やす

- ・複数SNS運用、スマホ対応、アプリ、WMCなどクロスセルを推進
- ・成功事例の創出

PDCA運用力の確立

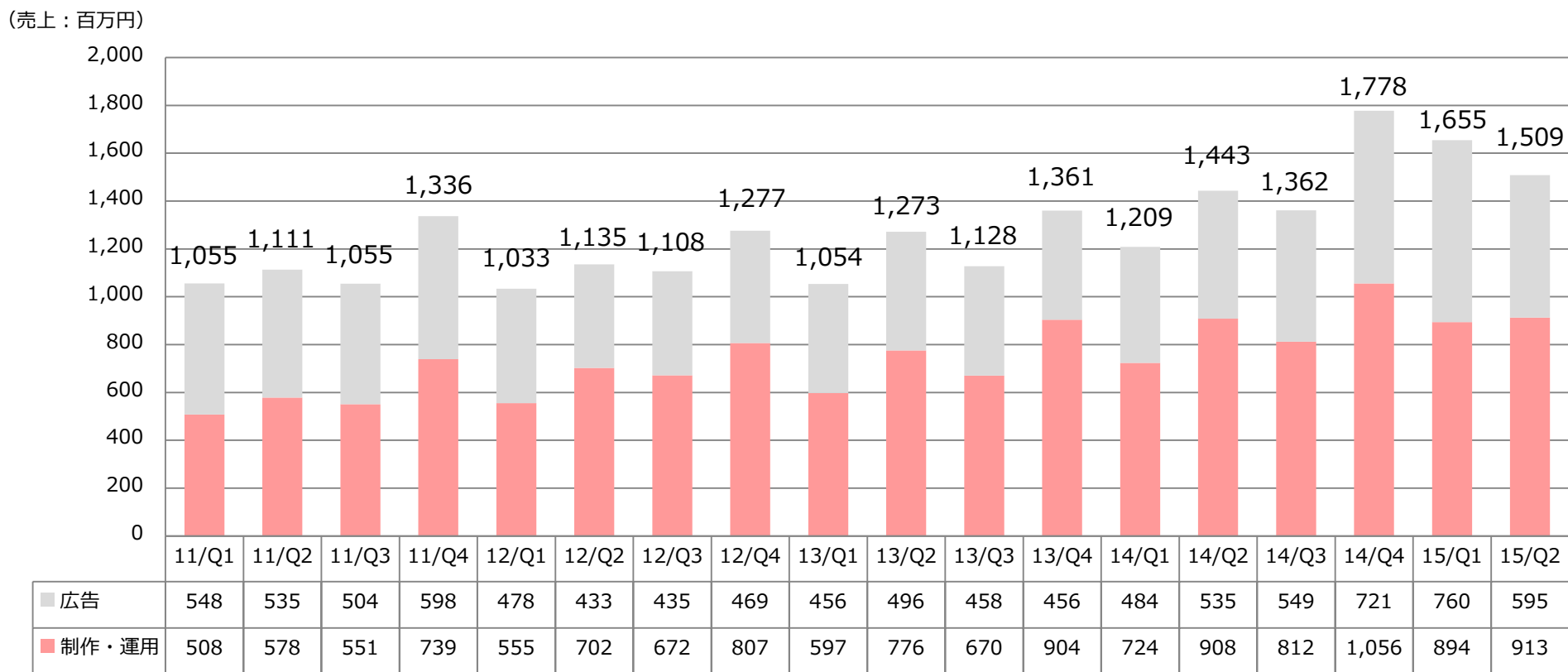
- ・「品質・生産管理」「マーケティング」「エンゲージメント」の3つの観点で成果指標向上のPDCAサイクルを確立・推進
- ・顧客視点のアカウントプランの推進

体制の拡大 技能スキルの向上

- ・プロデューサー150名、1000名体制に向け教育カリキュラム確立
- ・アジャイル開発部隊、システム開発人員の拡大
- ・技能スキルの向上（特にスマートフォン対応力、アプリ開発力）
- ・地方拠点展開の推進

【連結】Q別サービス別売上高の推移

- 制作・運用売上はWebサイト運用売上が堅調。
制作・運用全体で前年同期比+0.6%の913百万円。
- 広告売上はFacebook広告が堅調に推移、前年同期比+11.3%の595百万円。

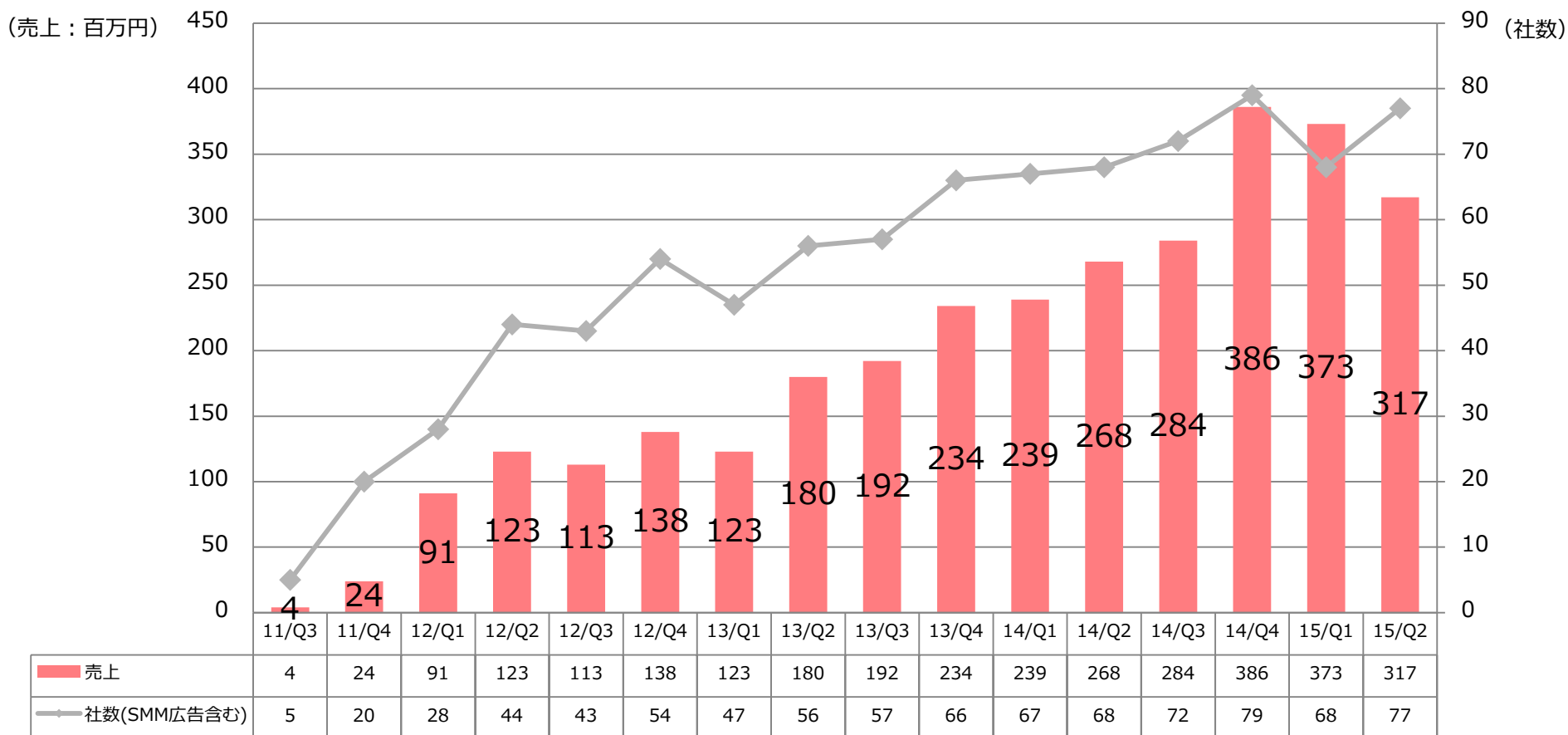


※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

※「広告」はSMM広告を含みます。

【連結】Q別ソーシャルメディア関連売上高の推移

- ソーシャルメディア関連の取引社数は前年同期比+9社の77社。
- キャンペーン等によるFacebook広告が牽引し、売上高は317百万円と前年同期比+17.4%。

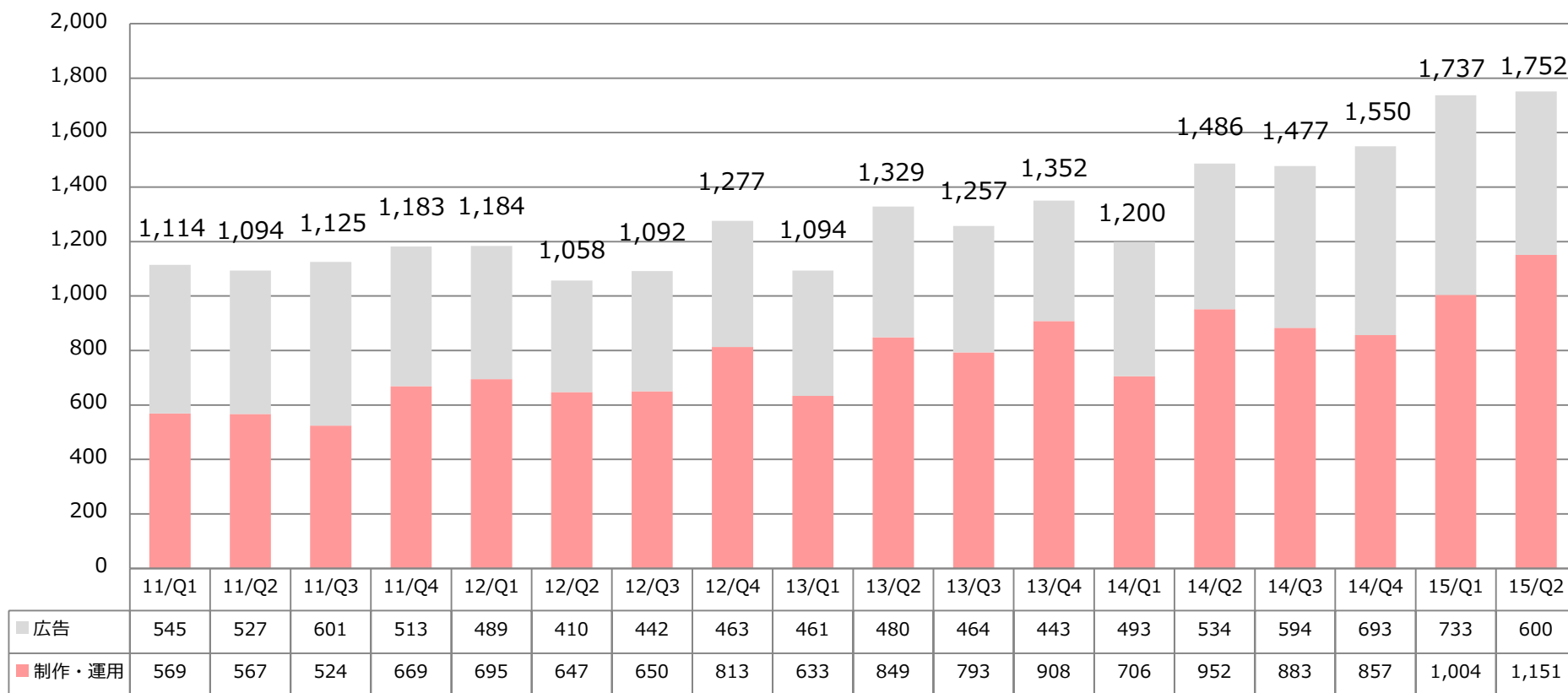


※上記はSMM広告を含みます。

【連結】Q別サービス別受注高の推移

- 15/Q2の受注高は前年同期比+17.8%の1,752百万円と単Qで過去最高を更新。
- 制作・運用でも単Qで過去最高を更新。Webサイト運用・構築案件の受注増加により前年同期比+20.9%の1,151百万円。広告サービスではFacebook広告案件の受注増加により前年同期比+12.4%の600百万円。

(受注：百万円)



※上記グラフ中の数値は、受注高の合計金額。

※「広告」はSMM広告を含みます。

【単体】Q別新規／既存別の売上高と顧客数の推移

- 15/Q1と比べてSMMサービスやサイト構築などで新規取引が増加。前年同期並みで推移。
- 既存取引社数、既存売上高は前年同期比+16社／+51百万円と堅調に推移。

(顧客別売上：百万円)

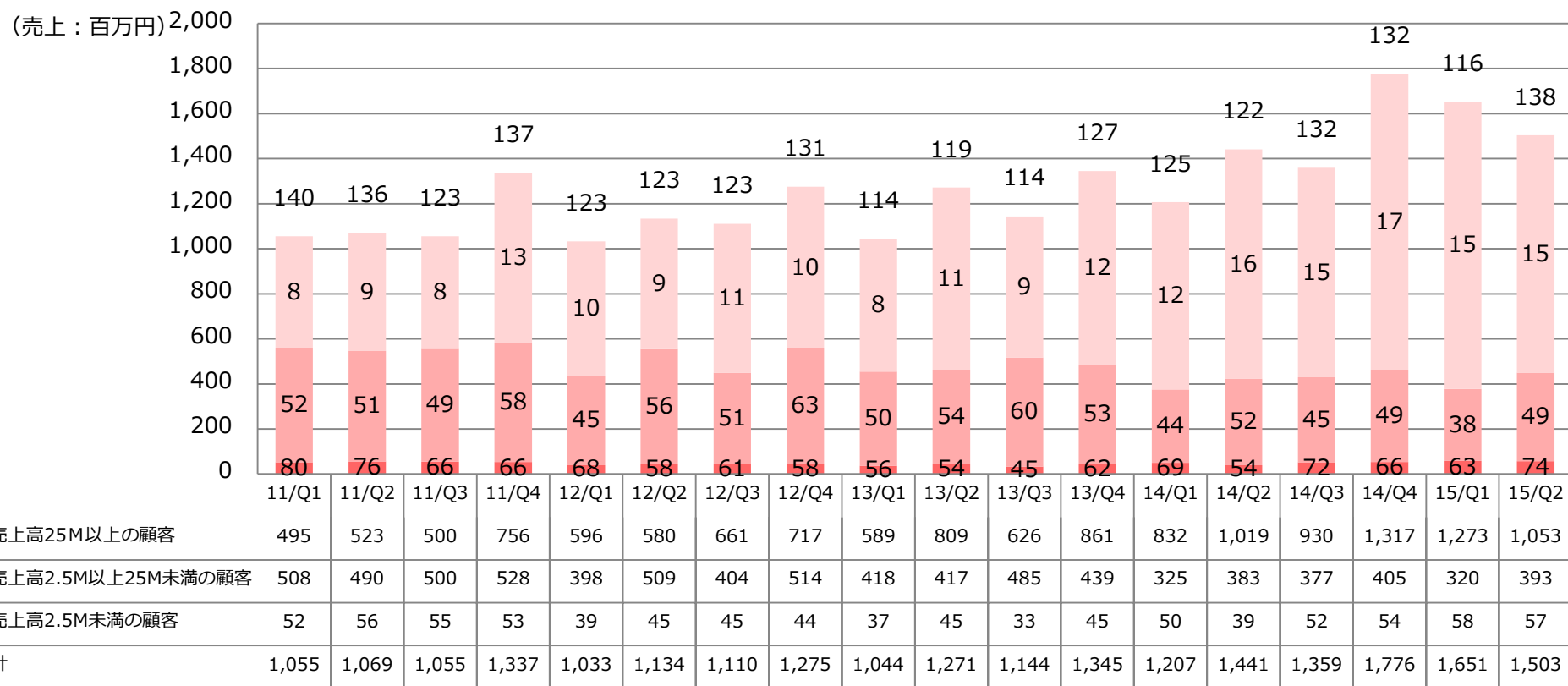
(社数)



※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。

【単体】Q別顧客規模別売上高／顧客数の推移

- 既存取引先の拡大に注力する方針のもと、ソーシャルメディア案件や構築・運用サービスなどの制作案件を中心に提供し、大口の合計社数は前年同期並みの15社。大口売上高は前年同期比+3.3%の1,053百万円と微増。



※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。

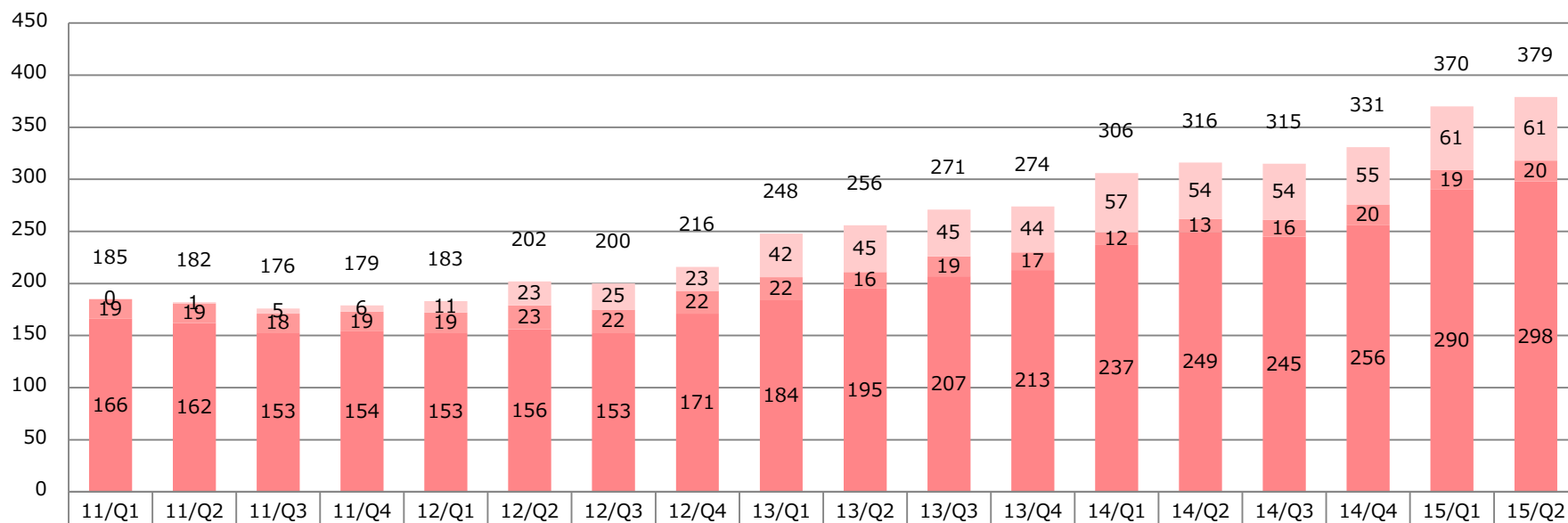
※上記グラフ中の数値は、売上規模別の顧客数。最上段は顧客数の合計。

※上記グラフ中の棒グラフは、売上規模別の売上高。

【連結】Q別社員数の推移

- 総社員数は前期末比+8名の379名。Webマネジメントセンター等の制作運用やソーシャルメディア運用の体制拡充に向け引き続き増員を進める。

(人数)



	11/Q1	11/Q2	11/Q3	11/Q4	12/Q1	12/Q2	12/Q3	12/Q4	13/Q1	13/Q2	13/Q3	13/Q4	14/Q1	14/Q2	14/Q3	14/Q4	15/Q1	15/Q2
■ ネットクルー職	0	1	5	6	11	23	25	23	42	45	45	44	57	54	54	55	61	61
■ エキスパート職	19	19	18	19	19	23	22	22	22	16	19	17	12	13	16	20	19	20
■ 正社員	166	162	153	154	153	156	153	171	184	195	207	213	237	249	245	256	290	298
社員数合計	185	182	176	179	183	202	200	216	248	256	271	274	306	316	315	331	370	379

※上表の人数は、期末在籍者数。

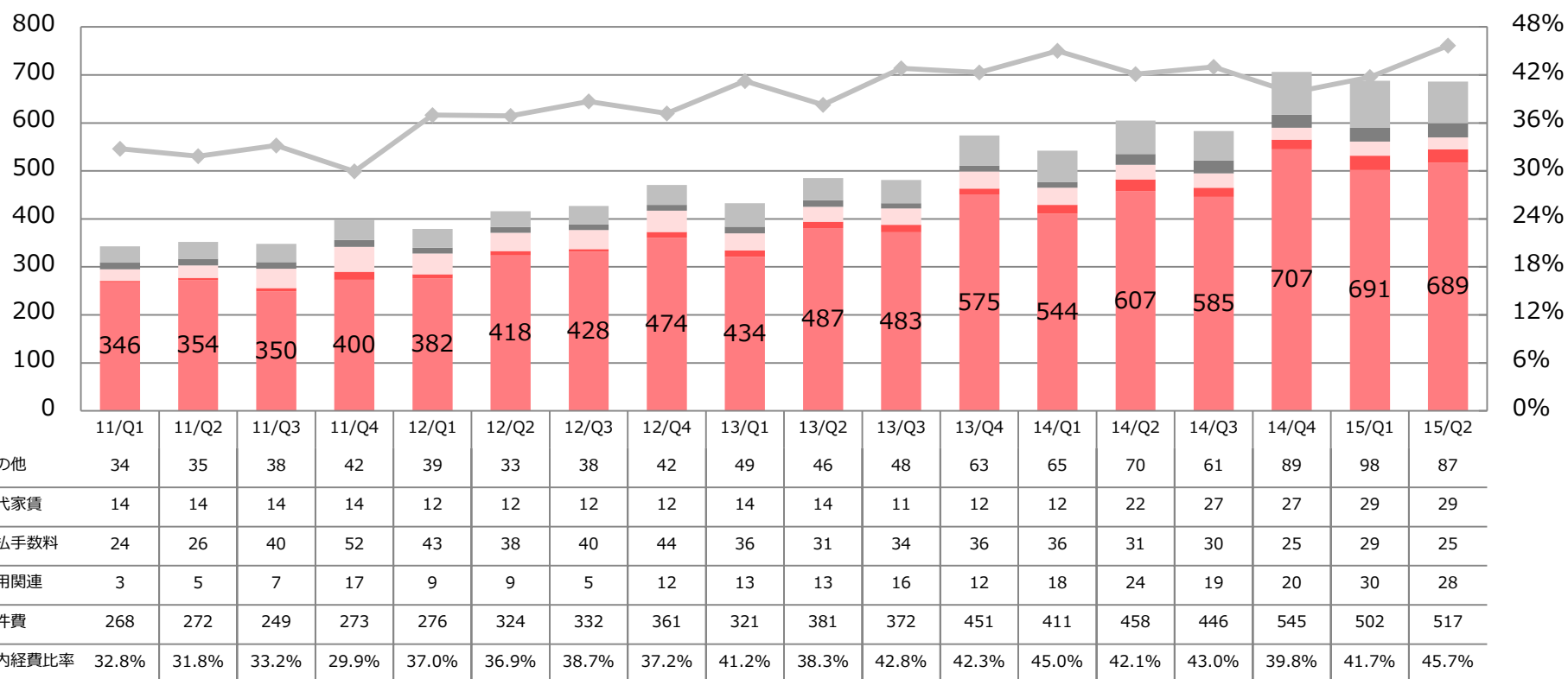
※契約社員を職制によって「ネットクルー」と「エキスパート」に分けております。

【連結】Q別社内経費の推移

- 今後の成長に向けて前期に引き続き人材採用・育成へ積極的投資を継続しているため人件費は増加傾向。前年同期比+59百万円の517百万円。

(社内経費：百万円)

(社内経費比率：%)



※「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。

リリース情報：株式会社インフォバーンと資本業務提携

- 企業のマーケティング活動は従来の広告メディアを中心とした取り組みから、Webサイトやアプリを中核に自社コンテンツを発信し、生活者との継続的な関係を構築するオウンドメディア中心のコミュニケーションにシフトしている中、コンテンツマーケティングの分野で非常に定評がある株式会社インフォバーン（本社：東京都渋谷区、代表取締役 CO-CEO：小林 弘人／代表取締役 CO-CEO：今田 素子）と資本業務提携契約を締結し、両社の持つ強みを相互に活用することにより、オウンドメディアマーケティング領域におけるサービスの拡充を図ることで、競争力と収益力を強化し、顧客企業のビジネス成果と企業価値の向上を目指してまいります。
- 両社の関係をより緊密なものとし、業務提携を円滑に推進するため、メンバーズはインフォバーンの発行済株式の一部を取得し、資本参加いたします。

株式会社インフォバーン

所在地	東京都渋谷区円山町23-2アレトウーサ渋谷 1・2F
代表者	代表取締役 CO-CEO 小林 弘人 代表取締役 CO-CEO 今田 素子
資本金	5,879万円

リリース情報：米ExactTarget社とパートナーシップ契約を締結

- ITの進展により膨大かつ多種多様なデータが日々生み出される一方で、企業のマーケティング活動において複数データを同時に分析し、チャネル横断型でOne to Oneコミュニケーションを実現するマーケティングオートメーションのニーズが高まる中、米ExactTarget社（本社：米国インディアナ州、CEO：スコット・マッコークル）とパートナーシップ契約を締結し、Salesforce ExactTarget Marketing Cloudソリューションプロバイダーとして導入・運用支援サービスの提供を開始いたします。「Salesforce ExactTarget Marketing Cloud」の導入・運用トレーニングを受けた専任スタッフが、導入コンサルティングからパーソナライズドコミュニケーションのシナリオ設計、実施、効果検証といったPDCA運用を一括代行いたします。



リリース情報：「グローバルWeb支援サービス」を開始

- 近年、多くの日本企業がアジアをはじめとするグローバル市場にターゲットを広げ事業の拡大を加速させており、各国・地域でのマーケティング活動において、現地生活者とのエンゲージメントを築くためにWebサイトやソーシャルメディアを活用することのニーズが高まる中、メンバーズの強みとする企業のWebサイト構築・運用やソーシャルメディア活用支援に加え、グローバル領域におけるノウハウ・実績・人材やパートナーネットワークを活用し、グローバル進出企業と各国・地域の生活者とのエンゲージメント強化・拡大をデジタルマーケティング領域で総合的に支援する「グローバルWeb支援サービス」の提供を開始いたします。



リリース情報:退職者の再雇用制度「Re-MEMBERS (リメンバーズ) 制度」導入

- メンバーズでは、自ら成長を望む社員を積極的に支援し、あらゆる機会と環境を整えたいと考えています。そのために、能力開発やキャリアの向上など、一人ひとりが高い目標にチャレンジできる人事制度、研修、職場づくりを最重要テーマの一つとして捉え、退職した社員を再雇用する制度「Re-MEMBERS (リメンバーズ) 制度」を導入いたしました。
- この制度は、結婚や出産、介護などのライフイベントを理由とした退職はもとより留学・起業などの積極的なチャレンジや他社への転職などキャリアプランを理由に退職され、再びメンバーズで力を発揮したいという方を再雇用する制度です。一度メンバーズを離れた方の経験や知識などを即戦力として活かし、再度メンバーズで活躍していただきたいと考えております。

2015年3月期 業績予想

2015年 3月期 業績予想について(2014/10/31予想修正)

- 当第2四半期連結累計期間においては、企業Webサイトの運用サービスを中心とした制作案件やSMM広告案件の受注が想定を上回った結果、売上高は前年同四半期比19.3%増と大幅に伸長し、第2四半期連結累計期間として過去最高を更新、期初予想対比では、予想を上回る結果となりました。しかしながら、一部案件での収益性悪化や新規事業および人材採用・育成への積極投資により、当第2四半期連結累計期間における利益に関しては、予想を下回る結果となりました。
- 一方、企業のWebマーケティングを取り巻く状況は日々進化を続けており、企業におけるWebマーケティングの重要性はますます高まってきている中、収益性の高い運用サービスを中心とした制作案件の受注は順調に拡大しております。加えて、ユニット・案件毎の利益管理の強化や、地方制作拠点の生産性向上に注力することで、事業拡大と同時に経営基盤および収益体質の強化に取り組んでまいります。

	2014年3月期		2015年3月期			
	1H実績	通期実績	1H実績	前年同期比	通期予想	前年同期比
売上高	2,652	5,793	3,165	+19.3%	6,635	+14.5%
営業利益	106	263	85	▲19.5%	295	+12.0%
経常利益	106	261	100	▲5.0%	310	+18.4%
純利益	53	145	51	▲3.6%	171	+17.2%

※2015年3月期1H実績を踏まえ、2015年3月期通期業績予想を修正しております。

詳細は2014年10月31日付「業績予想の修正に関するお知らせ」をご確認ください。

參考資料

会社基本情報

株式会社メンバーズ

沿革

設立： 1995年 6月

資本金： 780百万円(2014/ 3月期)

代表者： 剣持 忠

社員数： 331名
(2014/ 3月期 契約社員含む)

売上高： 5,793百万円(2014/ 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

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 9 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 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 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 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 24 年 5 月 宮城県仙台市に Web 制作拠点として「ウェブガーデン仙台」を開設
平成 24 年 10 月 株式会社エンゲージメント・ファースト設立（100% 出資による子会社）
平成 24 年 11 月 東京都中央区晴海に本社移転
平成 26 年 4 月 株式会社 MOVA 設立（株式会社メンバーズ 55%、モバーシャル株式会社 45% 出資による子会社）
平成 26 年 5 月 株式会社メンバーズキャリア設立（100% 出資による子会社）
平成 26 年 9 月 株式会社インフォバーンと資本業務提携



MEMBERS, The Internet Business Partner!

ソーシャルメディア時代をリードし
顧客と共にビジネスを創造するネットビジネスパートナー