



株式会社メンバーズ

東京証券取引所市場第一部（証券コード2130）

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

2017年4月～2017年9月（2Q累計期間）

※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。

※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。

2018年3月期 2Q累計期間 業績ハイライト

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

連結 業績	EMCおよびグループ売上が堅調に拡大。利益は当初計画を大幅に上回る。 □ 売上収益（IFRS）：3,432百万円（前年比+11.7%） □ 営業利益（IFRS）：191百万円（期初計画比+101百万円） ✓ 積極的な採用投資により前年同期比で減益となるものの、期初の想定を大幅に上回り推移。これは新規子会社設立やM&Aによる子会社2社の増加および業績の拡大、生産性向上の取り組みや積極的な中途採用計画に対する一部進捗の遅れによるもの。
事業 状況	□ EMCモデル売上高（日本基準）：3,126百万円（前年比+20.5%） □ EMCモデル提供顧客の1社あたり売上高（日本基準）：156百万円 ✓ EMCモデルとする規準の見直しを実施。提供社数は前年同期比+6社の20社。 ✓ 社数の増加により、1社あたり売上高は前年比+29百万円。 □ 138名の新卒社員を採用・育成 ✓ デジタルマーケティング市場の拡大を見据え、今後も積極的な採用を進める。 □ 子会社売上高合計（日本基準）：779百万円 ✓ 前年同期比+120.1%と大幅に伸長。メンバーズキャリアは139名に増加。
業績 予想	□ 売上収益（IFRS）：7,500百万円、営業利益（IFRS）：670百万円 ✓ 日本基準の通期売上予想は9,000百万円(参考値)。引き続きEMCモデルの拡大により通期での増収増益を目指す。 □ 次期配当予想は1株当たり9.5円と前年比+2円の増配予想



INDEX

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

メンバーズおよび外部環境について	P. 4
2018年3月期 2Q累計業績サマリー	P. 9
事業戦略	P.15
人材戦略・経営管理上の取組み	P.25
業績・配当予想 VISION2020達成に向けて	P.32
付随データ資料	P.37

メンバーズについて

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

“MEMBERSHIP”でマーケティングを変え、心豊かな社会を創る

01

CSV経営を
世の中に広める

社会的な価値と企業価値を
同時に高めるCSV
(CREATING SHARED VALUE)
を実践する企業を増やす

02

デジタル
クリエイターが活躍
する社会を創る

デジタルクリエイターの力で
CSVの実践を促し事業や
サービスを通して
社会課題解決を推進する

03

自身がCSV経営
を実践する

社会をより良く社員が幸せになる
経営・事業がより高い利益を
創出し企業価値向上に
つながることを実証する

[中期目標 Vision2020]

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もっとも多く創出する

社員数 1000名

売上 150億円

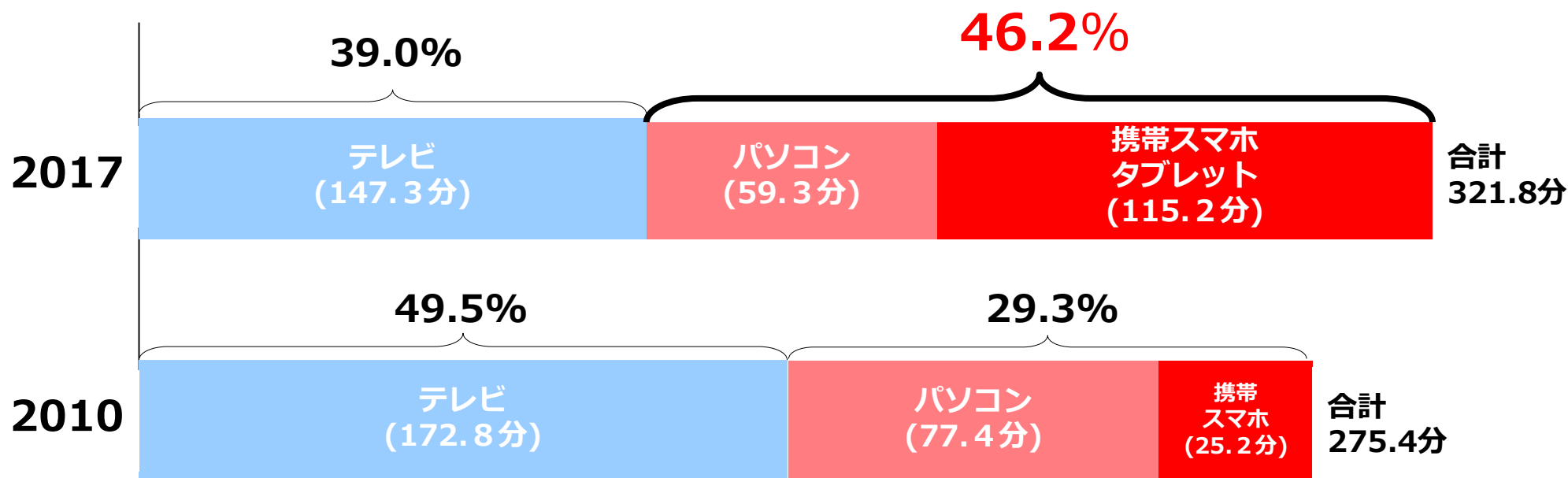
営業利益率 10%

外部環境①：主役となるネットメディア

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

✓ デジタルチャネルは企業にとって最も重要な消費者との接点

- 消費者の視聴・接触時間は既にデジタルメディア＞テレビへと変化（注）。
- ハード・商品の差別化が困難。デジタルを活用したユーザー体験の提供が必要な状況に。



博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 「メディア定点調査2017」 1日当たり・週平均 東京地区

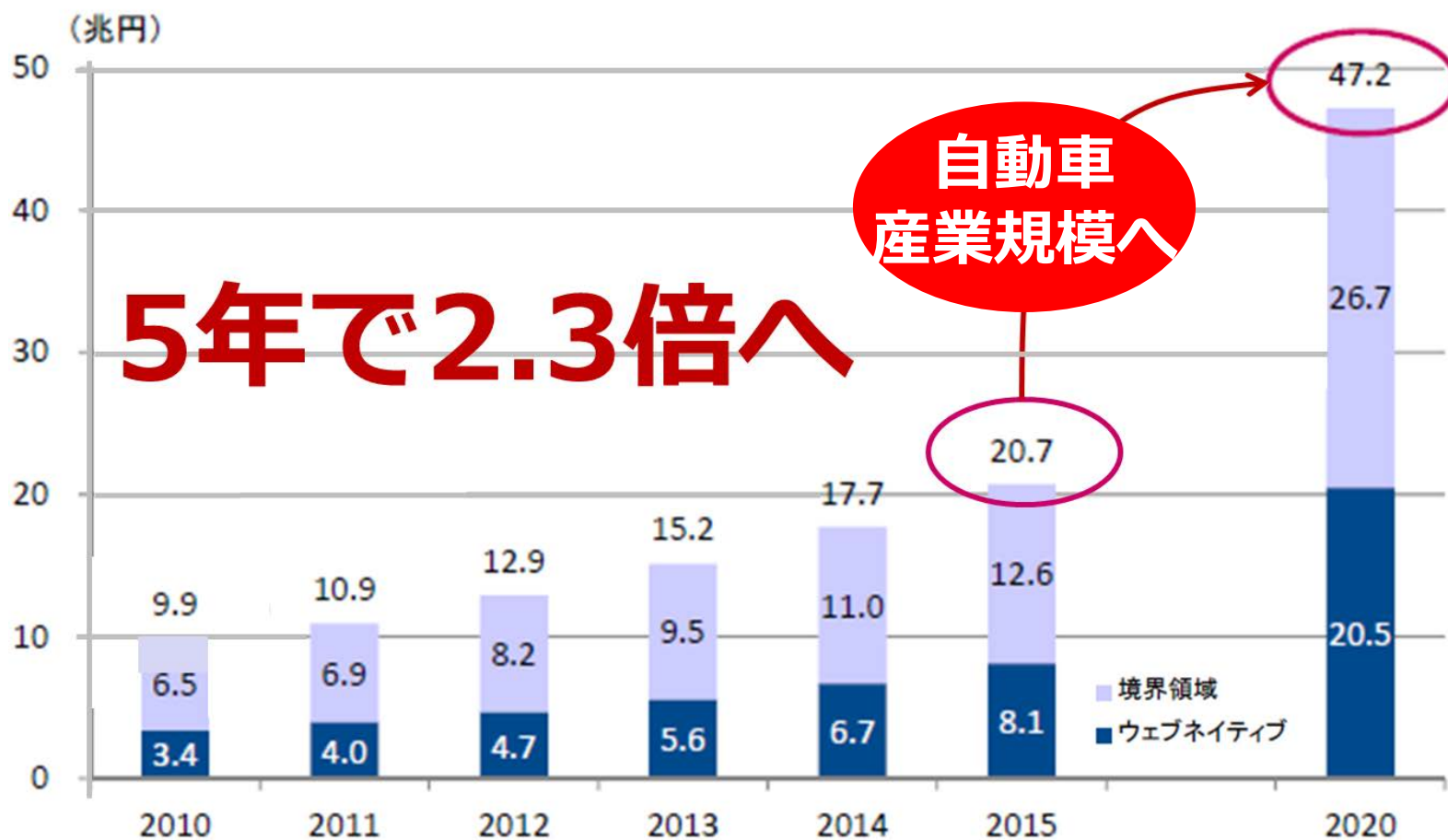
（注）総メディア接触時間において、初めてネット接触時間がテレビ接触時間を上回ったのは2014年。

✓ また広告への信頼度は年々低下し、大量の情報の中で信頼できる確かな情報を求めるユーザーのニーズが増している

外部環境②：急速に拡大するデジタル経済

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

- ✓ EC、インターネット広告市場は年率10%以上の成長を継続。
- ✓ AI、IoT等、技術の進歩も背景に、ウェブビジネスをはじめとするデジタル経済が今後本格的に離陸・拡大することが予想される。



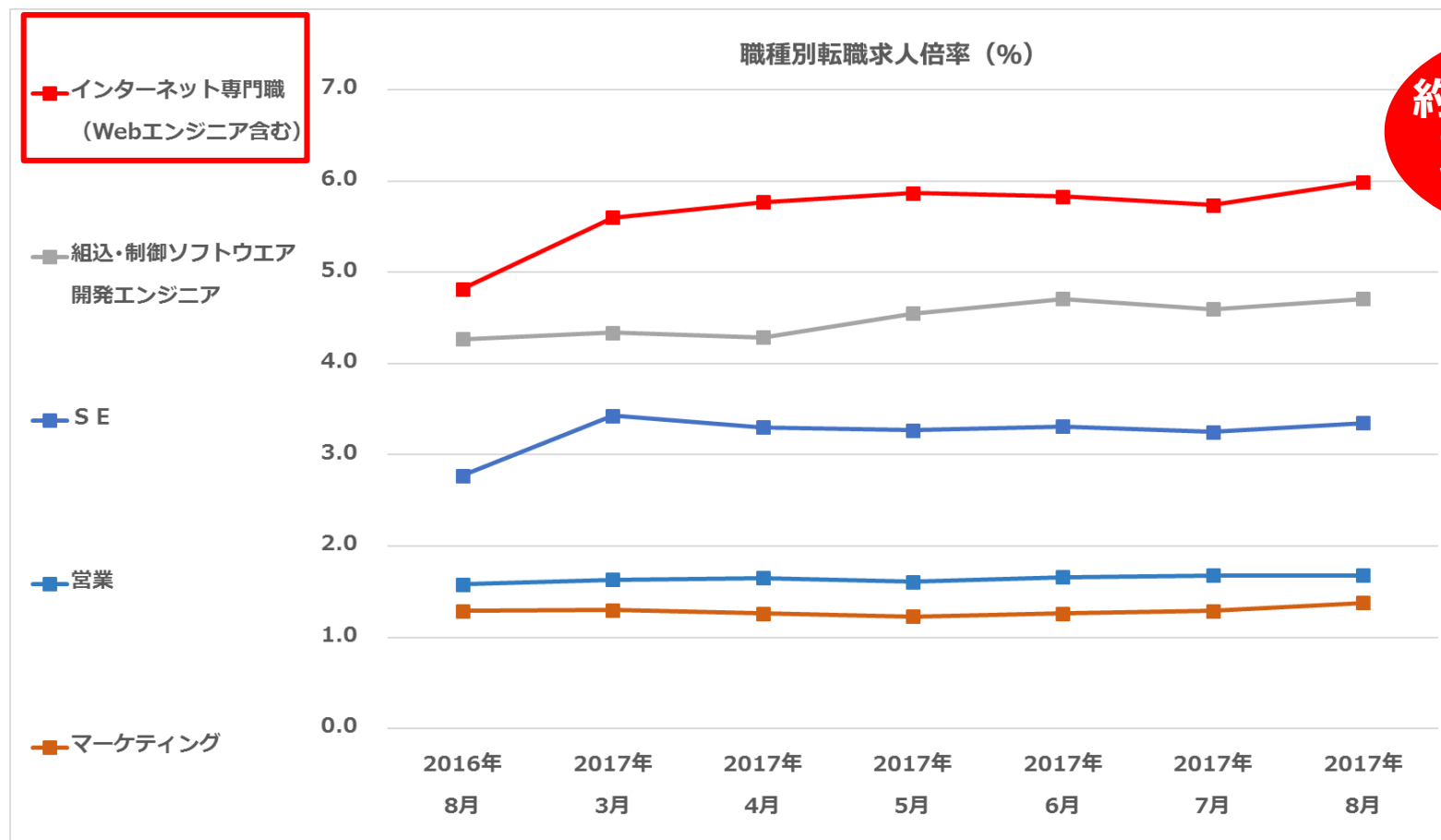
経済産業省統計、ウェブビジネスに関する各種市場調査などよりNRI推計

外部環境③：枯渇するデジタルクリエイター

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

✓ 「インターネット専門職」 求人倍率5.99倍 (市場全体1.90倍)

- デジタル経済の主役であるクリエイター・エンジニアが不足
- インターネット専門職は争奪戦の様相



約5~6倍で推移
更に上昇傾向

基本戦略

2018年3月期 第2四半期 決算説明資料

デジタル経済での価値創造の担い手であるデジタルクリエイターを中心に据え、適切な形態のサービスを開発し提供

事業戦略	大企業	デジタルマーケティング総合支援専任チーム“EMC”
	中小企業・IT企業	デジタルクリエイター正社員派遣 
		地方エンジニアによるWEBシステム開発 
	中小企業等	その他新規事業開発等
人財戦略	デジタルクリエイターの幸せや、いきいきと働く姿を実現する働き方改革 地方/新卒採用、高スキル人材育成	
経営管理	持続的な成長と高ROEを実現するための財務・投資方針および ガバナンス体制、経営手法	

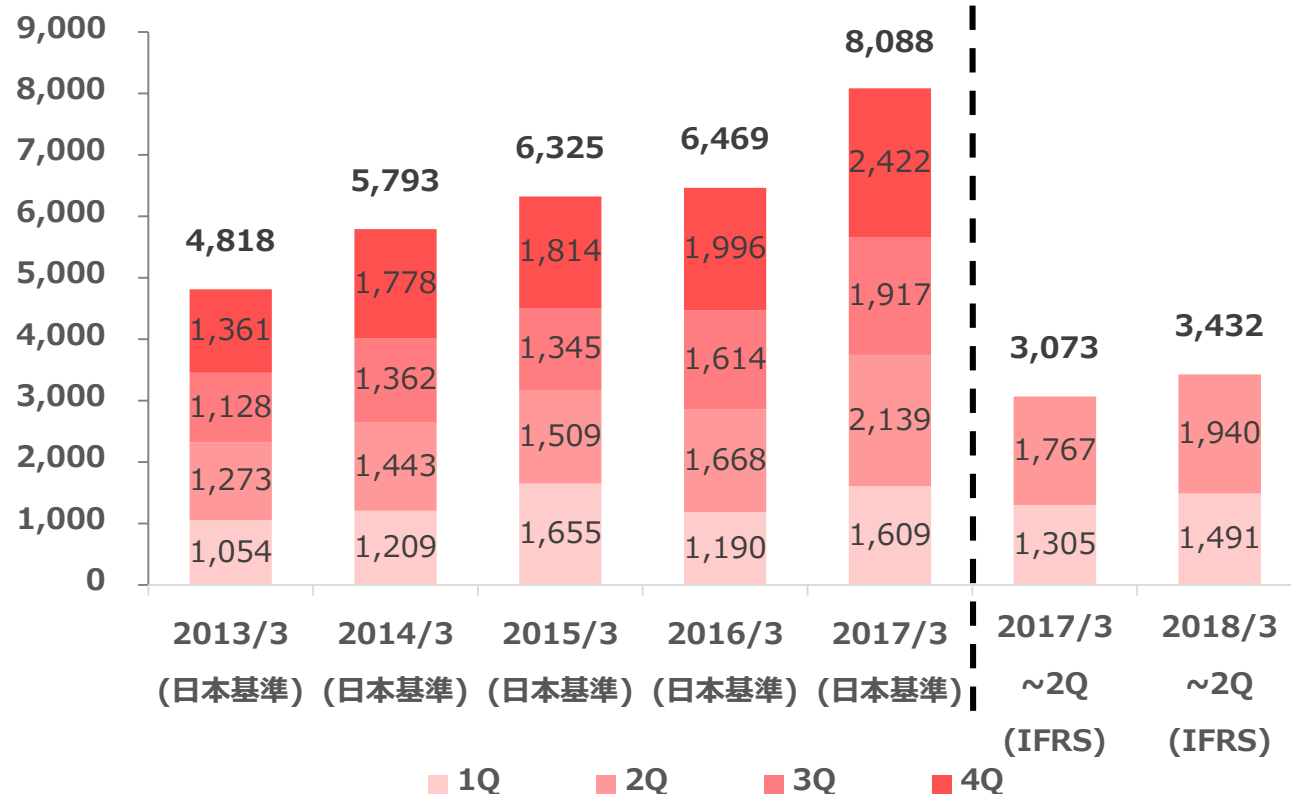
2018年3月期 2Q累計期間 業績サマリー

MEMBERS, The Internet Business Partner!

連結 売上高/売上収益（日本基準/IFRS）

成長性・収益性の高い**EMCモデル売上**および
グループ会社売上が堅調。日本基準の売上高は
過去最高の**4,248百万円※**を達成。

(単位：百万円)



連結売上収益
+ **11.7%**

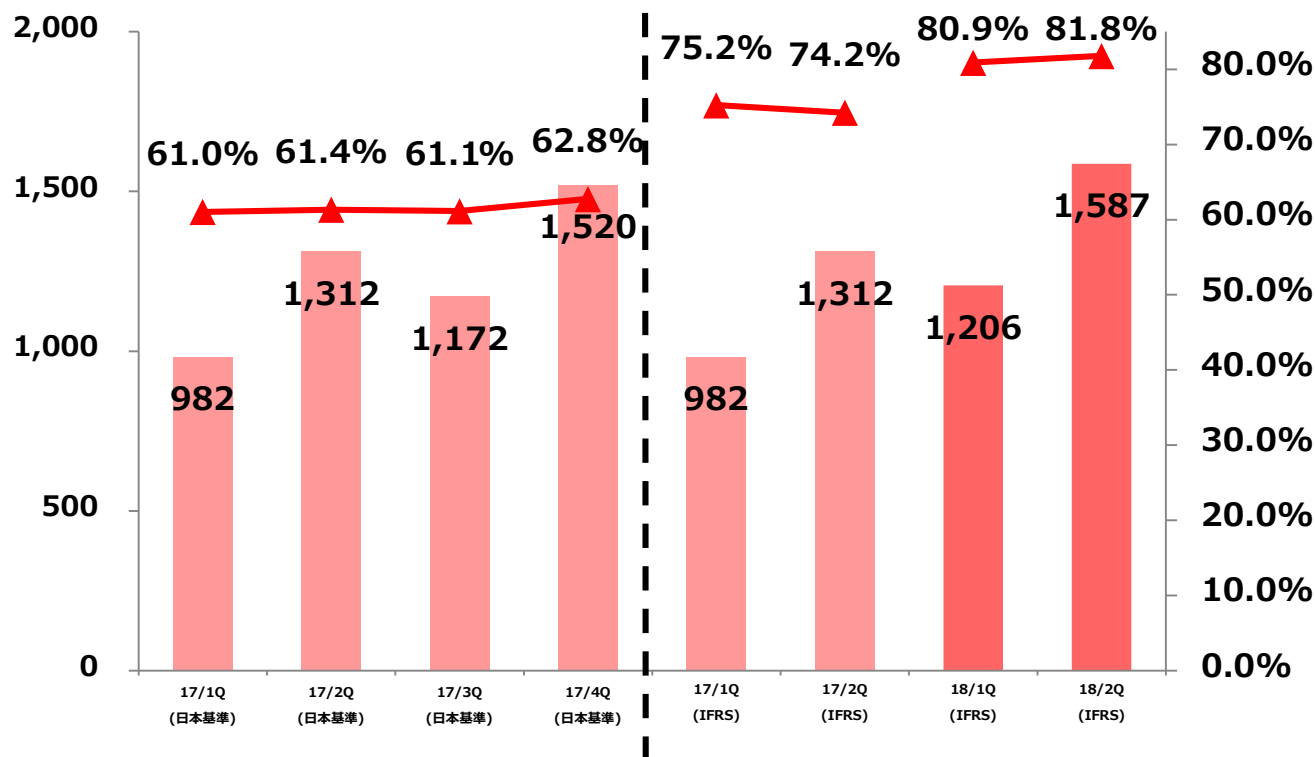
(2017年 3月期 2Q累計比)

※IFRS適用により、日本基準の売上高からは
広告枠の仕入対価が控除されております。
2Q累計の仕入対価総額は816百万円です。

連結 付加価値売上高（日本基準/IFRS）

EMC売上の増加、内製化の取組み、メンバーズキャリア（デジタルクリエイター派遣）拡大等により、付加価値売上高は堅調に推移。**収益性は継続的に向上。**

（単位：百万円）



付加価値売上高
+ **21.0%**

売上高付加価値率
+ **7.5Pt**

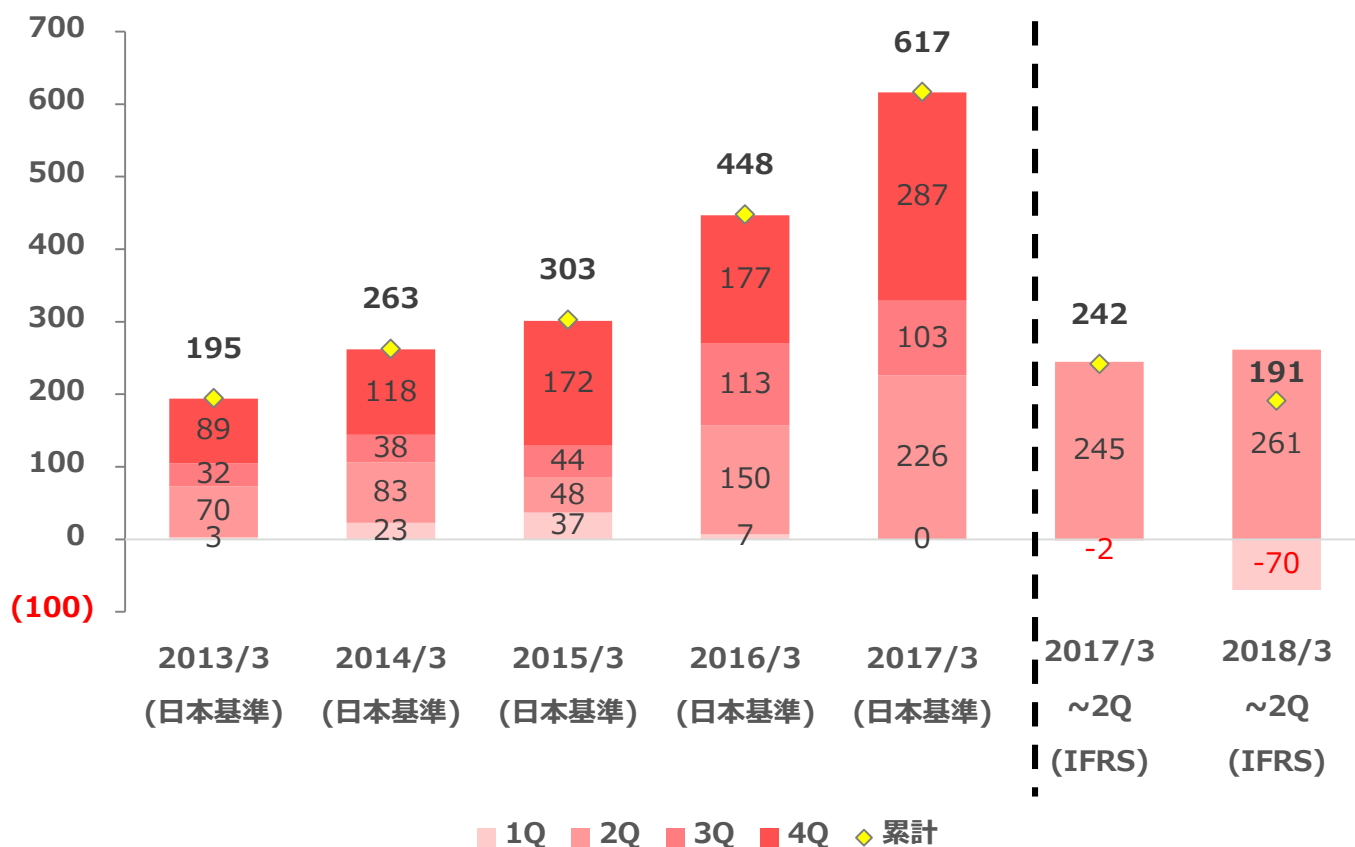
（2017年 3月期 2Q比）

※付加価値売上高=売上高－外注費・仕入＝社内リソースによる売上高を示す

連結 営業利益（日本基準/IFRS）

積極的な採用投資に伴い2Q累計は減益となる一方で、子会社の業績拡大や内製化施策、積極的な中途採用計画に対する一部進捗の遅れにより、**利益は当初計画を大幅に上回り、2Q（単独）では過去最高益を達成**。通期では前期比で増益の見込み。

（単位：百万円）



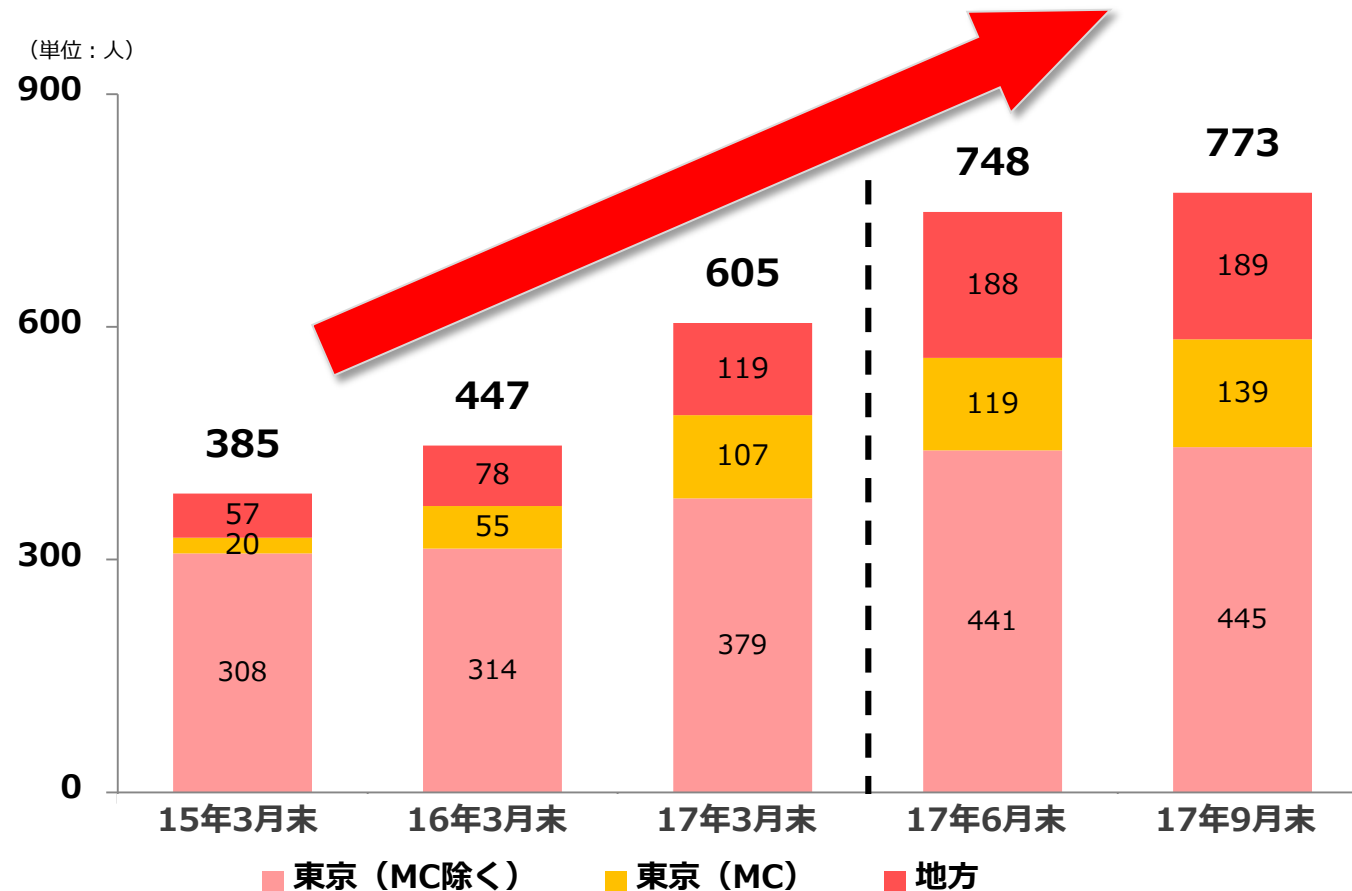
営業利益
-21.1%
（2017年 3月期 2Q累計比）

+101百万円
（2018年 3月期 当初計画比）

連結 社員数

更なるサービスの拡大を目指し

新卒・地方を中心とする積極的な人材獲得を継続。



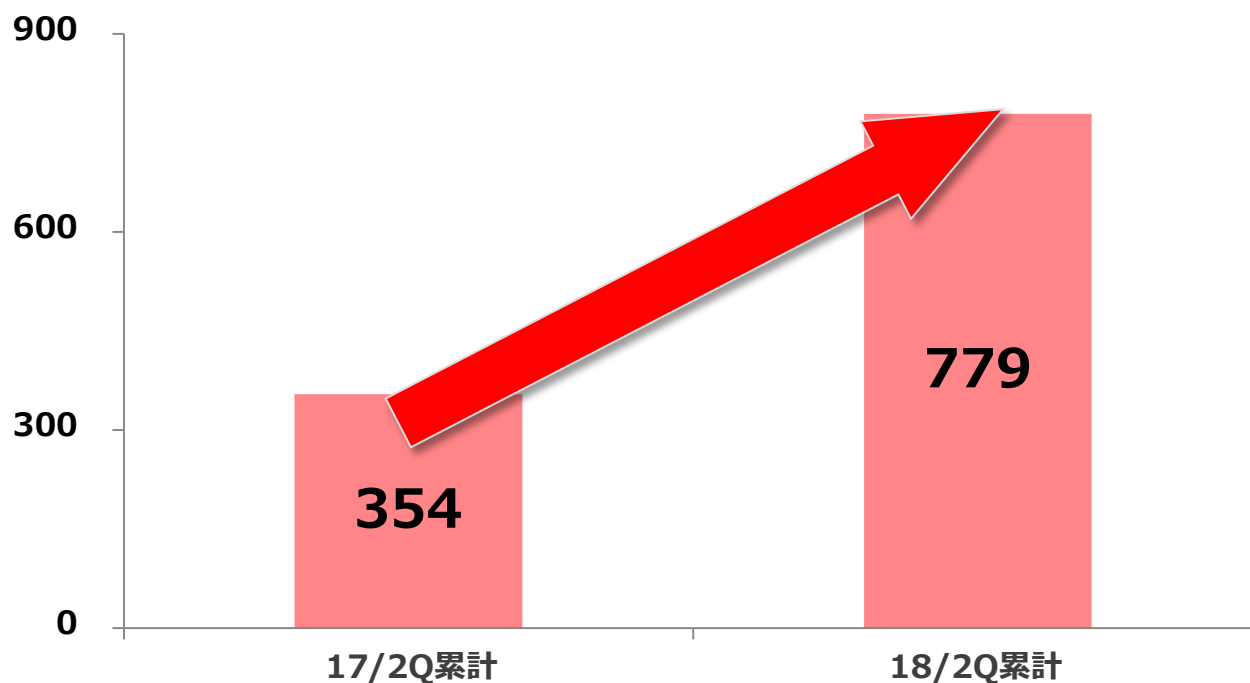
社員数
+ 168名
(2017年3月期末比)

※MC=子会社メンバーズキャリア（出向者含む）

子会社 売上高（日本基準）

2017年4月新規設立のメンバーズエッジ、連結子会社化のポップインサイトの2社を含む、子会社全体の売上高は前期比+120.1%の779百万円。メンバーズキャリア（デジタルクリエイター派遣）は順調に成長し、売上高は前年同期比+76.4%。

(単位：百万円)



子会社売上
+120.1%
(2017年 3月期 2Q累計比)

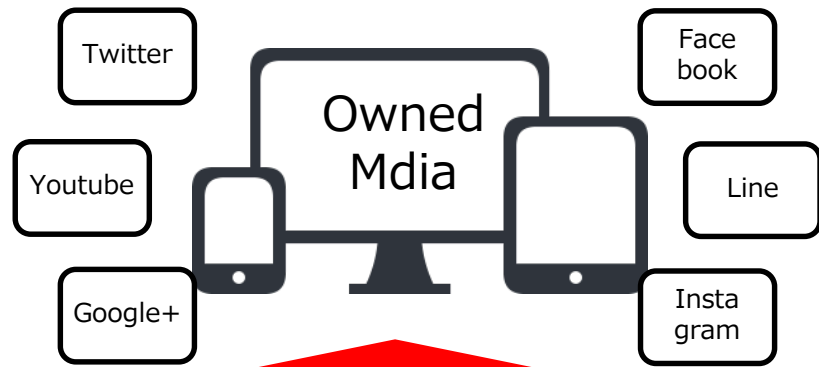
※上記グラフ中の数値は、子会社全体の売上高合計（グループ間取引を含む）。

事業戦略

- ① デジタルマーケティング総合支援専任チーム
“EMC（エンゲージメント・マーケティング・センター）”
- ② デジタルクリエイター正社員派遣
“メンバーズキャリア”
- ③ その他新規事業開発等

①EMC(エンゲージメント・マーケティング・センター)

デジタル時代のビジネス成果とユーザー体験をカイゼンし続ける
デジタルマーケティング支援 専任チーム“EMC”



広範囲なデジタル領域を一括運営

ディレクター

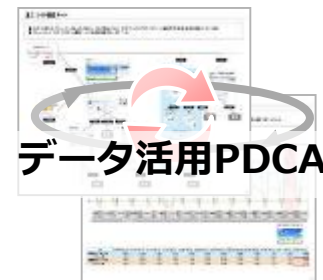
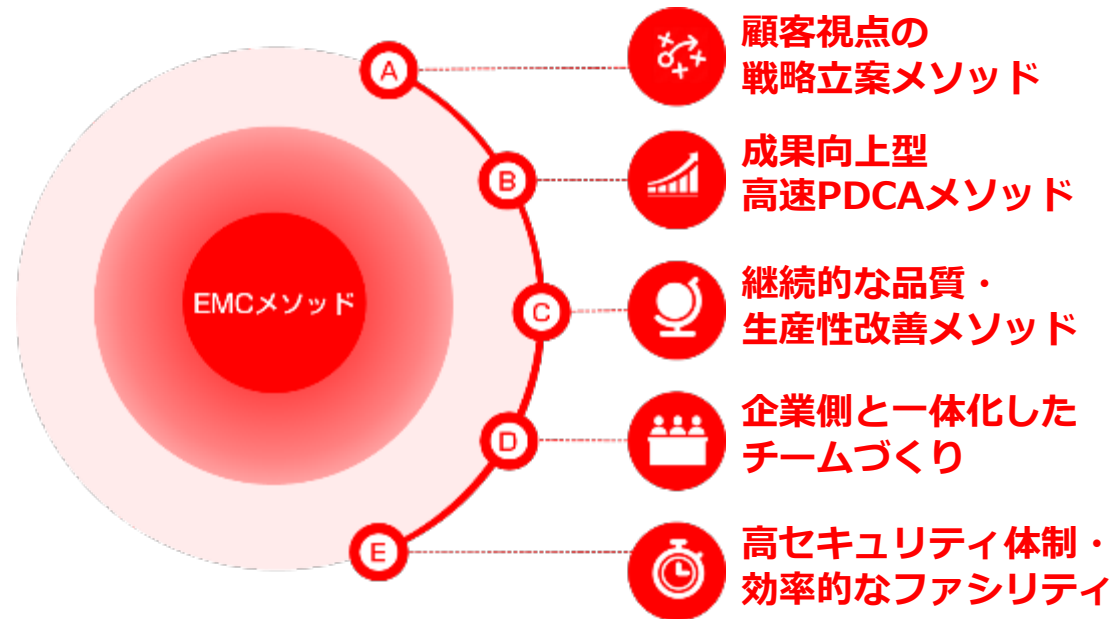
デザイナー

エンジニア

データアナリスト

コンテンツプランナー

ビジネス成果を実現する標準メソッド



EMCモデル 5つの特徴

Webサイト ・ SNSに注力

- ✓ マーケティングの中核はユーザーの共感性が高い情報やコンテンツが集約するWebサイト・SNS。

大口案件に集中

- ✓ 広告宣伝費上位300社：1社当たり売上の最大化。
- ✓ セキュリティ等の内部管理システム、BCP対策。

運用に注力

- ✓ パートナーとしてデジタルマーケティング運営。
- ✓ 品質・生産量の可視化を通じた生産性改善。

マーケティング 成果創出

- ✓ 地方拠点を含め、顧客専任のチーム運営体制。
- ✓ 顧客のビジネス目標に対し、クリエイター自身が高速なPDCA活動を実施。

EMCメソッド

- ✓ 標準的な運用手法を“型”として定める。
- ✓ 規模のメリットと更なる組織内のナレッジ蓄積。

EMCモデル実績・成果

金融機関

～顧客の中期経営計画に沿ったCX向上
施策により大幅なマーケティング成果向上を実現～

■ 概要

- ・チーム全員での中期経営計画の理解/浸透
- ・中期経営計画に沿ったCX向上30施策以上の実施
- ・定量／定性データからユーザーの課題発見
- ・カード入会体験UXワークショップの実施

成果・Before/After

CVR (ユーザーが購入・申込み等のゴールに至る割合)
+ **1.69pt 改善**

ITサービス業

～広告×制作の一体運用でスピーディーな
課題発見と施策実施で売上アップ実現～

■ 概要

- ・解析データから小さな発見を見逃さず、課題を
地方拠点含めたチームメンバーと共有し改善提案
- ・再現性のあるプロセスの徹底
- ・アイデアを活かすチーム文化の醸成
- ・同じ視点でのコミュニケーション

成果・Before/After

顧客の**売上目標達成**
(対予算比 107%)

～デジタル時代のビジネス成果とユーザー体験をカイゼンし続けるデジタルマーケティング支援専任チーム～
“**エンゲージメント・マーケティング・センター**”ご紹介ムービー
顧客のビジネス成果を実現するメソッドや運営手法を、1つの動画内に集約。

<https://www.youtube.com/watch?v=dNP52v-si5E>



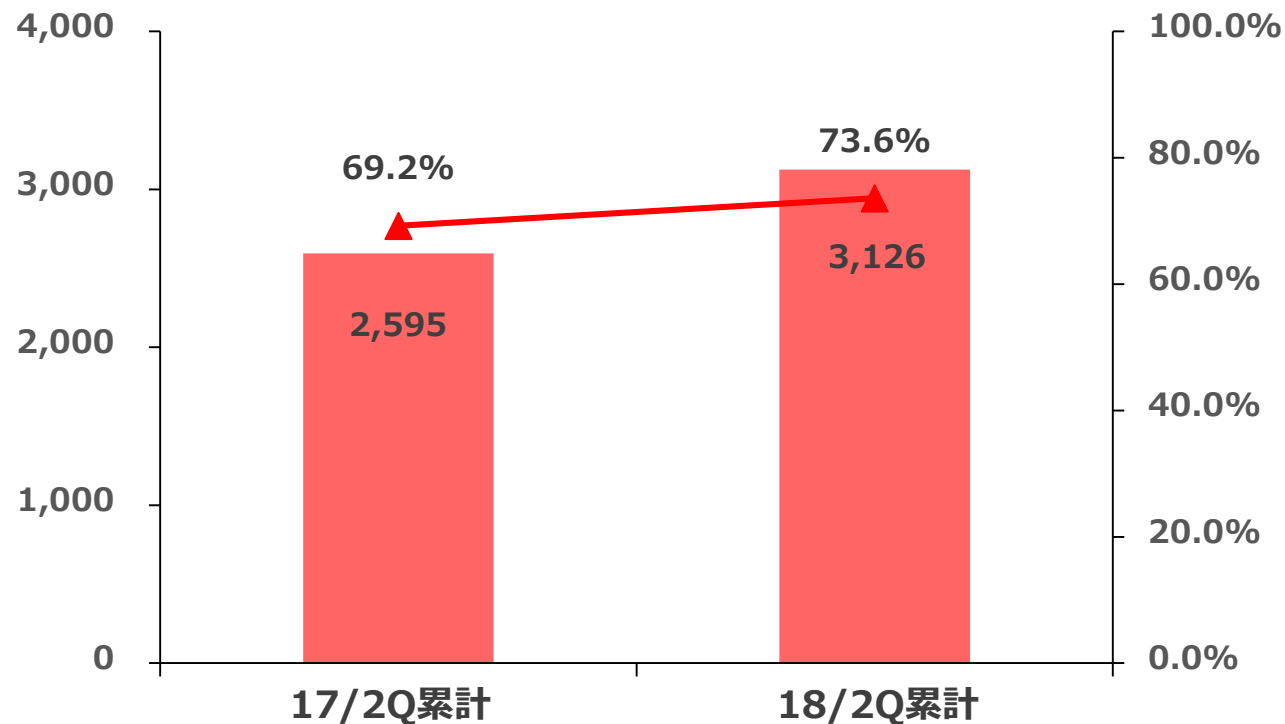
EMCモデル提供顧客

(株) ユニクロ	スカパーJSAT(株)	(株)ジェーシービー	トレンドマイクロ(株)
(株)みずほ銀行	アスクル(株)	三井住友カード(株)	パナソニック(株)
(株)NTTドコモ	(株)新生銀行	(株)ベネッセ コーポレーション	楽天(株)
(株)リクルート ホールディングス	日本アムウェイ 合同会社	(株)資生堂	(株)大京
(株)ココカラファイン	住友林業(株)	サッポロビール(株)	日立 アプライアンス (株)

連結 EMCモデル売上高(日本基準)

顧客企業のデジタルマーケティングへの
急速な投資拡大に伴って、
EMCモデル顧客との取引が堅調に拡大。

(単位：百万円)



EMC売上
+ 20.5%

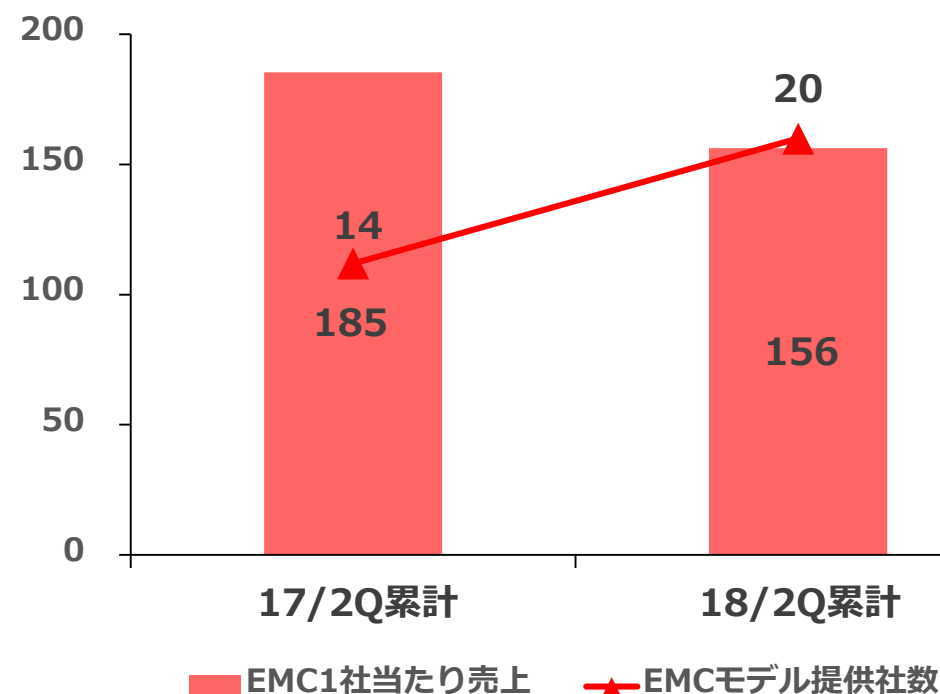
(2017年 3月期 2Q累計比)

※パーセントは、連結売上高（日本基準）に占める割合

連結 EMCモデル提供顧客1社当たり売上高(日本基準)

社数は増加※するも1社あたり売上高は減少。
今後さらに、EMCモデル提供顧客の取引額、
満足度を高める**サービス開発と投資**を行っていく。

(単位：百万円)



(単位：社)

EMC提供顧客
1社あたり売上高
-15.7%

(2017年 3月期 2Q累計比)

(※) EMC案件の基準見直しについて

これまで対象外であった複数の中規模なEMC候補案件においても、EMCモデル標準手法の導入を通じて同等のサービス品質が提供されていると判断し、今期より対象に含めております。

前期基準による新規取引社数は前年同期比 **+2社**、基準見直しによる増加社数は同 **+4社** (計 同 **+6社**) です。

更なるEMC強化の取組み

✓ データドリブン事業を手掛けるプリンシプルと業務提携（2017年11月）

Googleアナリティクス認定パートナーであり、大手企業を含む100社以上のWeb解析の実績があるプリンシプルと業務提携。プリンシプルの優れたデータ解析、戦略立案ノウハウをEMCサービスに取り入れ、更なるEMCの品質およびデータドリブンマーケティング事業を強化。



※2017年11月8日発表

✓ ユーザー調査ツールを提供する ポップインサイトをグループ会社化（2017年4月）



EMCサービス強化の一環として、ユーザーがWebサイトを利用する様子を動画形式で把握できるユーザー調査ツール「ユーザテストExpress」を提供するポップインサイト社を子会社。顧客のマーケティング成果創出に向けた標準ツールとして積極的に活用する。

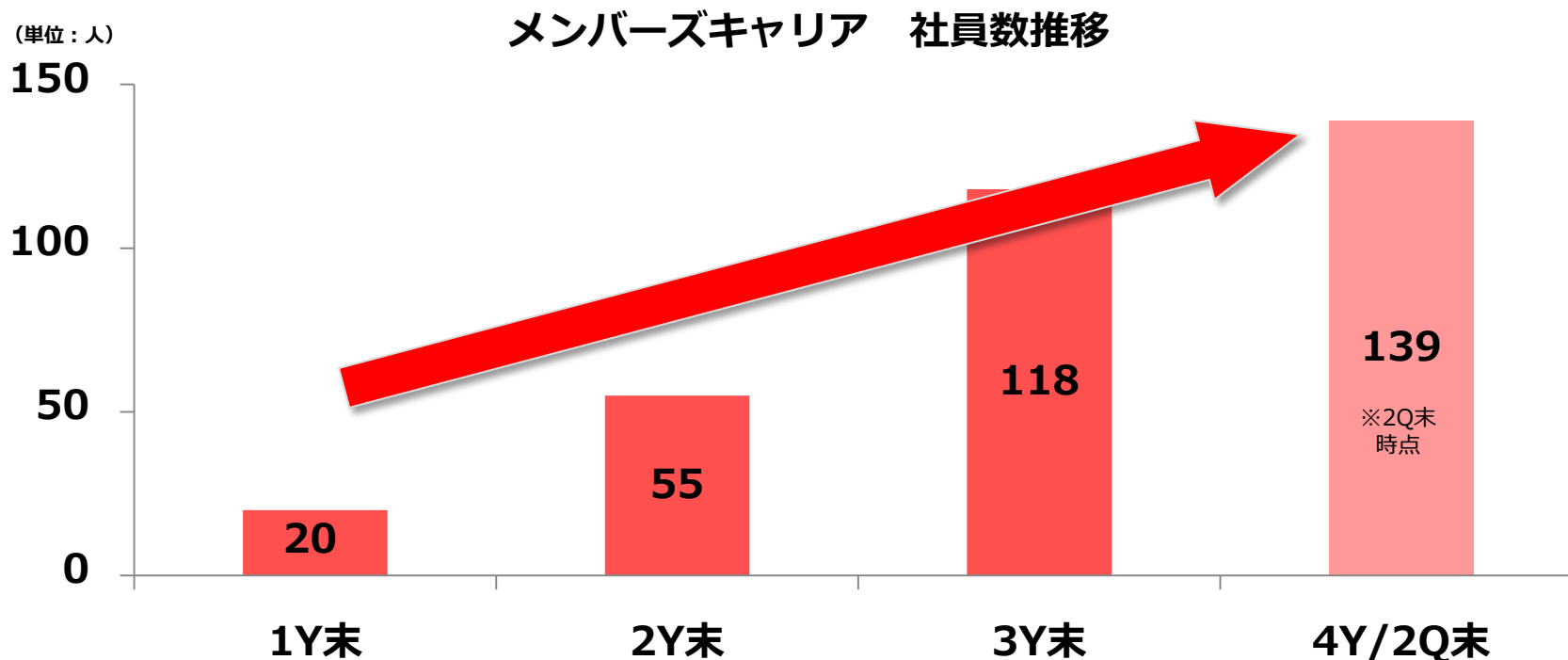


<http://www.members.co.jp/company/news/2017/0327.html>

②デジタルクリエイター派遣(メンバーズキャリア)

✓ 積極的な採用・人材投資を継続的に実施

顧客のデジタルマーケティング投資が加速する中、デジタルクリエイター派遣のメンバーズキャリアは順調に拡大。
2Q末の社員数（出向含む）は前期末比で+21名の139名。
更なる拡大を目指し積極的な採用投資を継続的に実施してゆく。



③その他新規事業開発等

- ✓ 「里山エンジニア事業」で日本中をシステム開発拠点に変える「株式会社メンバーズエッジ」を設立（2017年4月）



IT人材の枯渇を背景に、Webアプリケーション開発、AI、IoTなど高い専門スキルを有するエンジニアによって顧客企業専任のチームを編成し、地方含む日本全国の拠点からシステム開発事業を行う子会社メンバーズエッジを設立。

<http://www.members.co.jp/company/news/2017/0330.html>



デジタルクリエイター1万人規模の事業拡大をめざし、今後も現在の事業領域に限定せず、M&Aを含む新規事業の開発を積極的に進めていく。

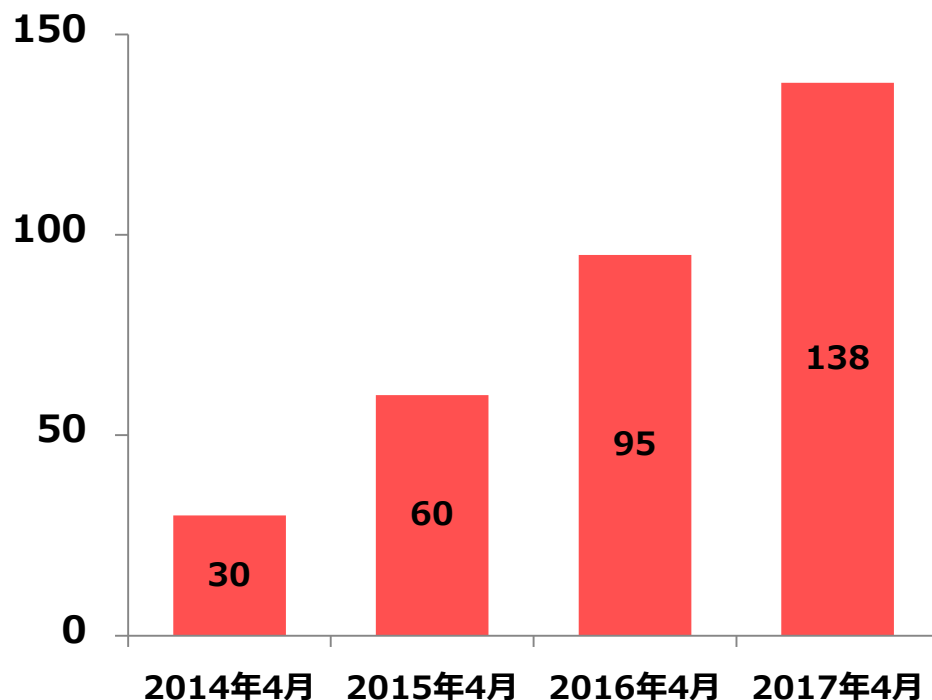
人材戦略・経営管理上の取組み

人材戦略—新卒採用・地方社員数の推移—

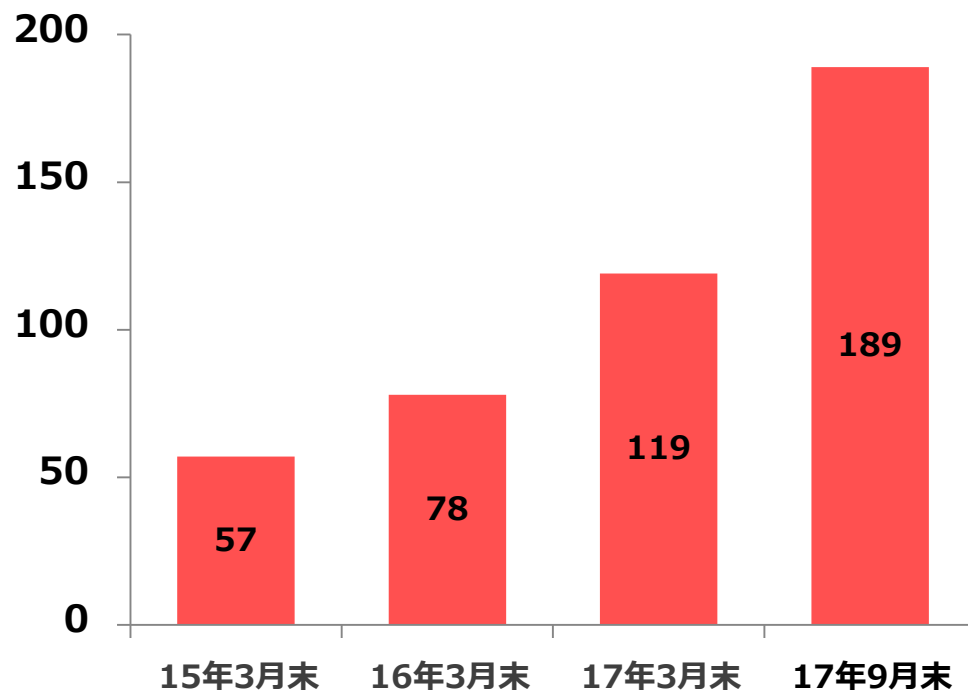
✓ 新卒および地方社員の採用を積極的に継続

デジタルマーケティング市場における深刻な人材不足に対応し、更なる事業拡大を実現すべく、積極的な新卒・地方社員の採用を継続。早期育成の取組みを通じて、優秀なクリエイターの確保を計画的に進めてゆく。

新卒採用数の推移



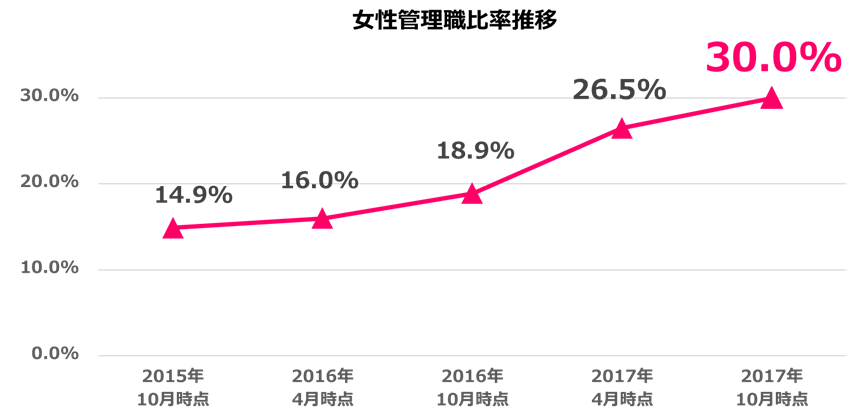
地方社員数の推移



人材戦略ー働き方改革・生産性向上の取組みー

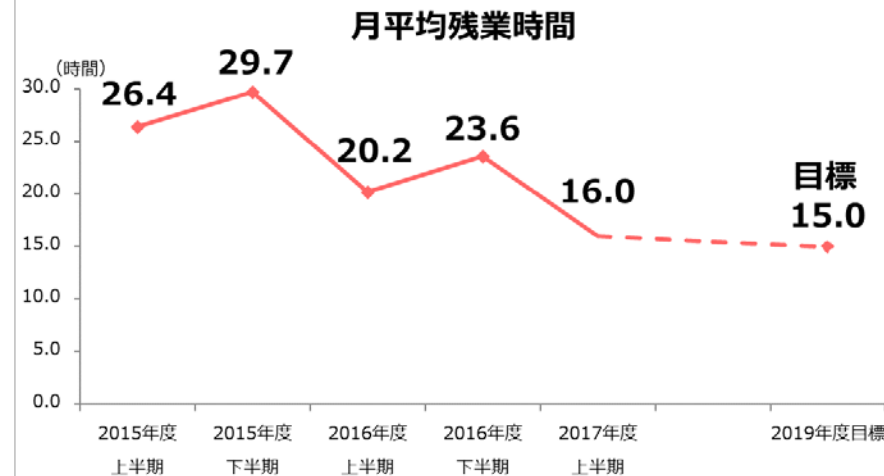
- 内閣府男女共同参画局が掲げる女性管理職比率目標30%を達成

<http://www.members.co.jp/company/news/2017/1010.html>



- 3カ年プロジェクト「みんなのキャリアと働き方改革」の一環として働き方改革を推進し、2年間で月平均残業時間39.4%削減

http://www.members.co.jp/company/news/2017/1019_2.html



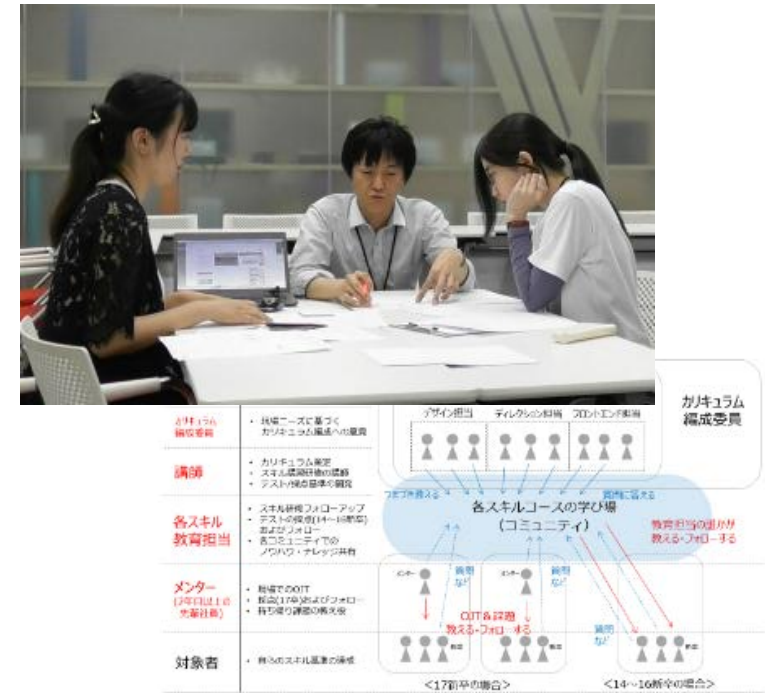
- これらの取組みが外部機関からも評価され、複数の認定・表彰を受け取る



人材戦略ー育成専門部署の強化ー

✓ デジタルクリエイター育成の専門部署を強化。教育プログラム「Members University」の拡充

デジタルクリエイターの育成専門部署を設置し、積極的な育成投資を継続して実施。特に新卒スタッフに対する研修を通じて早期の稼働率向上を図ると共に、教育プログラム「Members University」を拡充することで、各分野のスペシャリストを多数養成。



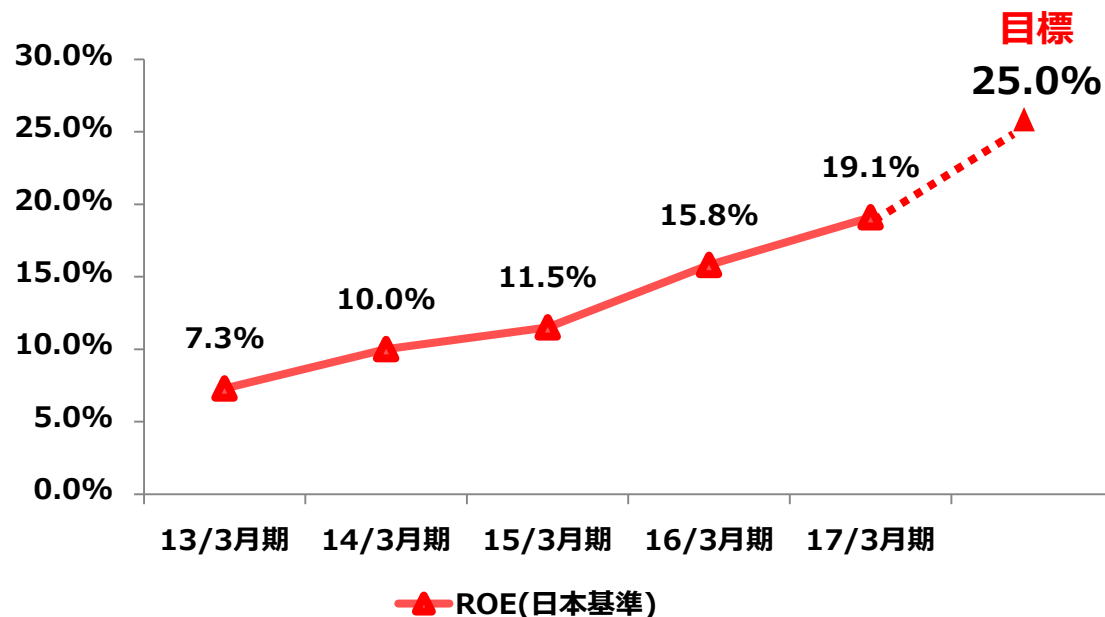
✓ グループ間ローテーションの推進

多様かつ高スキルを有するデジタルクリエイターを全社的に養成していくべく、グループ間の人事ローテーションを積極的に実施。拠点間の移動を含めた人材交流を行っていくことで、幅広いスキル向上の機会を提供する。

経営管理ー収益性・サービス開発の強化ー

✓ 連結ROE指標の設定

持続的成長に向けた財務戦略の一環として、資本コストを上回る高収益性の確保を目指し、連結ROEの中期的目標を25%と設定。



✓ 稼働・利益マネジメントシステムの強化

標準稼働率の設定や、新卒稼働率・稼働率見込みの計測など、これまでの稼働管理システムを継続的に強化。加えて基準利益率の設定等、案件・プロジェクト毎の利益管理を徹底して行っていくことで、更なる収益性確保を目指す。

✓ 顧客成果向上コンテスト「P-1グランプリ」開催

顧客企業のビジネス成果向上手法をプロデューサー間で共有、更なる成果を実現することを目的として、顧客成果の実現度合いを競う社内コンテストを継続的に開催。



経営管理一コーポレートガバナンス体制一

- ✓ 社外取締役による監査・監督機能の強化、取締役会からの権限委譲によるスピーディな業務執行の実現を目的として、監査等委員会設置会社への移行を実施。

新社外取締役（監査等委員）※2017年6月就任

良品計画 代表取締役会長 金井 政明氏

プレステージ・インターナショナル 代表取締役 玉上 進一氏



金井 政明氏



玉上 進一氏

■ 取締役会の体制

代表取締役 兼 社長執行役員	剣持 忠	
取締役 兼 常務執行役員	小峰 正仁	
社外取締役 常勤監査等委員	甘粕 潔	公認不正検査士
社外取締役 監査等委員	徳久 昭彦	D.A.コンソーシアムホールディングス株式会社専務取締役 デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社 専務取締役CMO
社外取締役 監査等委員	金井 政明	株式会社良品計画 代表取締役会長 兼 執行役員
社外取締役 監査等委員	玉上 進一	株式会社プレステージ・インターナショナル 代表取締役

経営者としての豊富な経験や公認不正検査士といった幅広い見識を有する社外取締役体制により、一層の透明性の確保、各ステークホルダーの期待に応える体制を構築。

その他ーマーケティング変革への取組みー

✓ メンバーズ主催「第1回 大学生CSVビジネスアイデアコンテスト」 開催（2017年7月）

参加企業のテーマに基づき、社会的課題解決と企業の競争力向上を同時に実現するアイデアを大学生から募集。国内大手企業のご担当者さまが審査員となり、当日は6大学計16チームの学生約100名が参加。

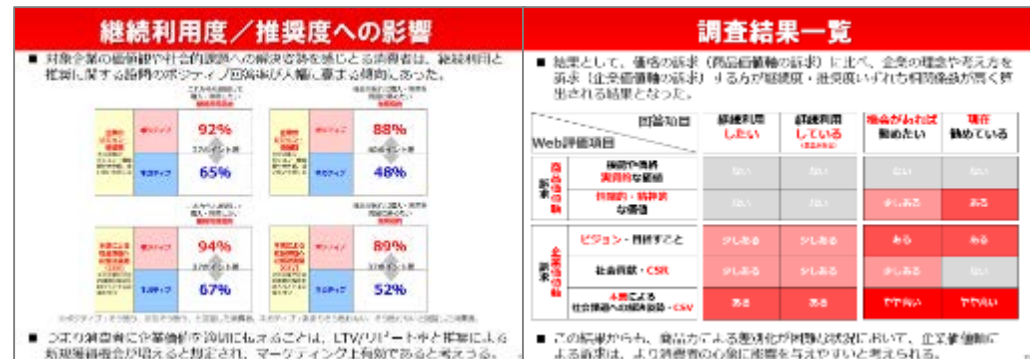


<http://www.members.co.jp/company/news/2017/0714.html>

✓ マーケティングの変革やCSV経営の普及を実現すべく、消費者の購買志向を調査する「エンゲージメント・サーベイ」を実施（2017年2月）

デジタルマーケティングを活用し、商品価値軸よりも企業価値軸

（ビジョンや価値観、CSV）を訴求することが、ビジネス成果の向上に最も有効であることを実証し、顧客にマーケティング施策を提案していく。



<http://www.members.co.jp/company/news/2017/0224.html>

業績・配当予想 VISION2020達成に向けて

MEMBERS, The Internet Business Partner!

2018年 3月期 業績予想

- **EMC拡大、体制の拡大**に向けて、新卒や地方、メンバーズキャリアを中心とした積極採用、育成への投資に加え、新規サービス・新規事業投資などをこれまで以上に推進。通期業績で前期比**増収・増益**を見込む。
- 期初に138名の新卒社員を採用し体制を積極的に拡大。育成期間である**2Q累計期間は減益となるものの、2Q（単独）は増益**。下期に掛けて更に収益貢献を見込む。
- 2018年3月期よりIFRS導入に伴い予想値を算出。IFRS適用に伴う業績影響に関しては34ページを参照。

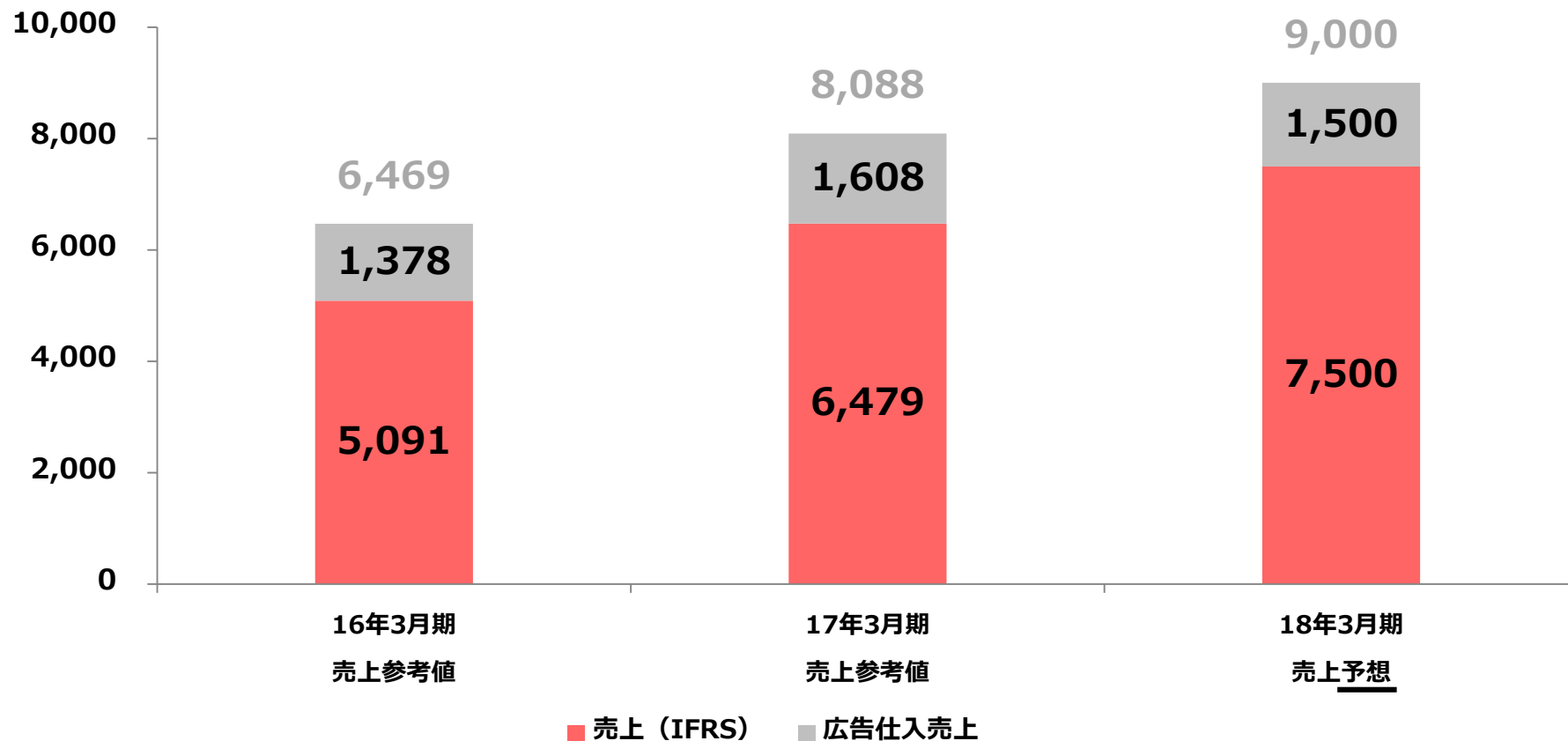
(単位：百万円)

	2018年3月期 実績 (IFRS)			2018年3月期 予想 (IFRS)	
	2Q累計 期初計画	2Q累計	前年 同期比	通期	前年 同期比
売上収益	3,375	3,432	+11.7%	7,500	+15.8%
営業利益	90	191	-21.1%	670	+1.7%
税引前利益	90	190	-20.9%	670	+2.2%
当期（四半期）利益	54	131	-17.1%	460	+1.7%
親会社の所有者に帰属 する当期（四半期）利益	54	118	-27.4%	455	+1.3%

IFRS適用に伴う売上の純額表示へ変更

- IFRS適用に伴い、広告代理売上のうち広告枠仕入費用を控除し純額表示。そのため業績予想における表記上の売上高は減少しているが、同基準で比較すれば約+15%増収。利益面では影響は無し。

(単位：百万円)

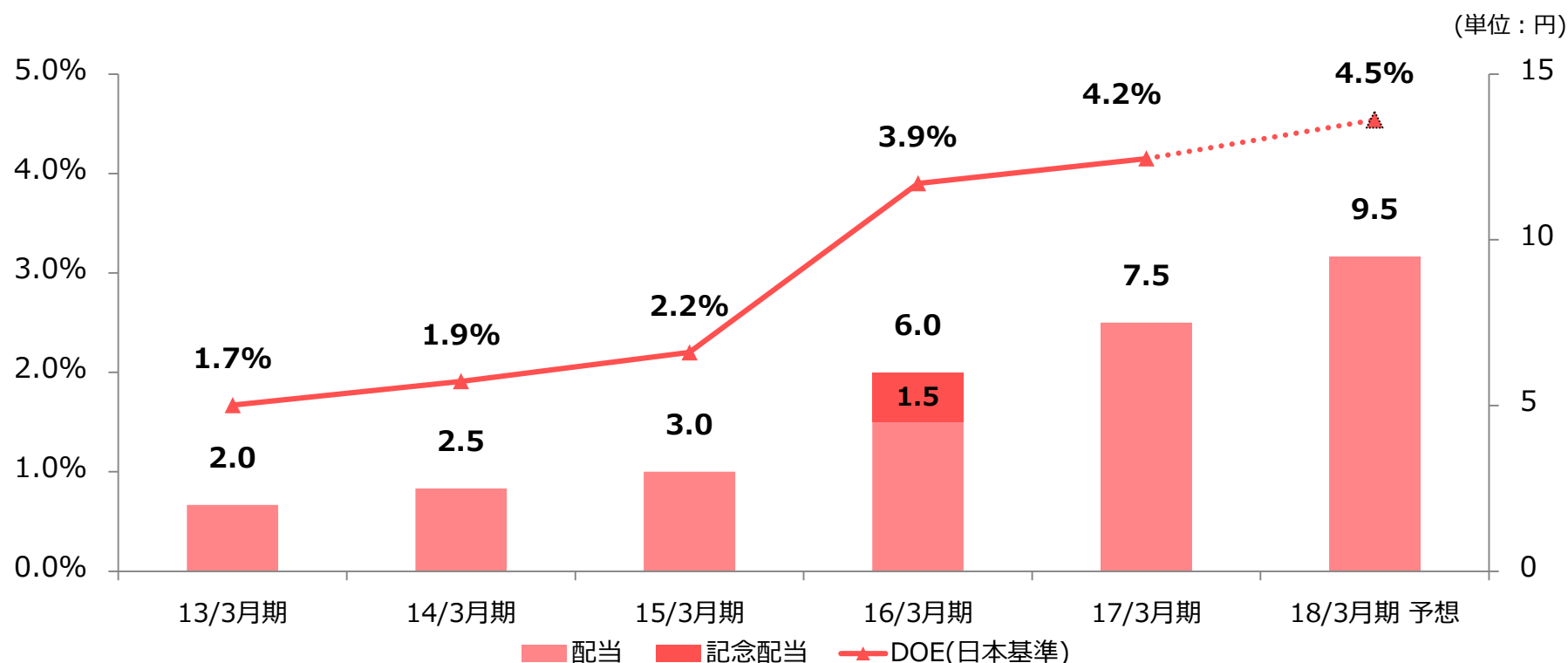


配当予想(株主還元方針について)

■ 配当方針

長期的な利益成長に向けた新たな事業投資及び業容の拡大に備えるための内部留保を行うとともに、経営成績の伸長に見合った成果の配分や配当金額の継続的な増額を行う。

- 中長期的な連結純資産配当率（DOE）は5%を目標とし、今期は財務状況を踏まえて、前期比+2.0円増配の一株当たり9.5円（DOE4.5%）の予想。



※ DOE = 連結純資産配当率。配当総額 ÷ 純資産で算出。

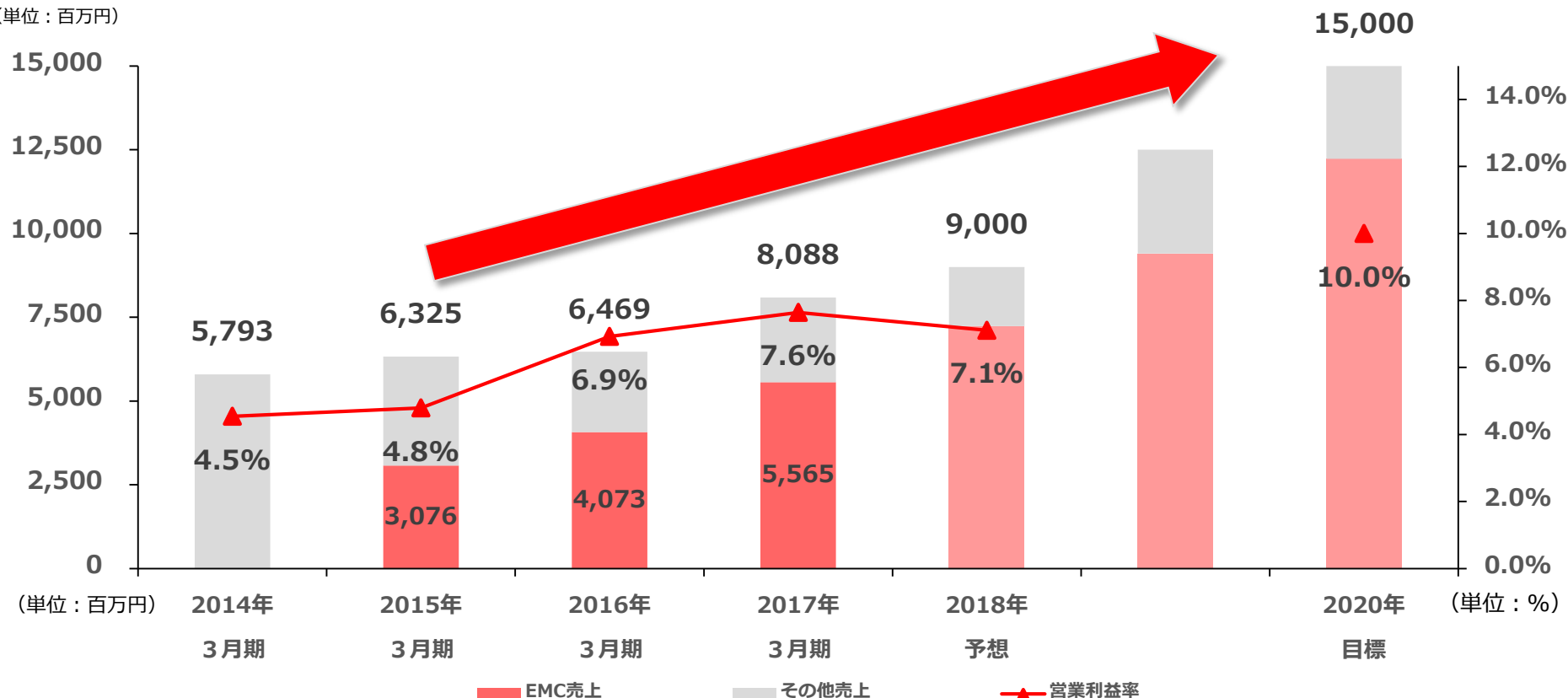
※ 当社は2017年1月1日付で普通株式1株につき、2株の株式分割を行っております

※ 2016年3月期までの配当金については、上記株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の金額となります。

VISION2020(日本基準)達成に向けて

- VISION2020（日本基準）策定から3年間はほぼ計画通りに進捗。
- EMC導入社数の進捗が遅れているものの、売上高は堅調に拡大、利益率も順調に向上。
- VISION2020達成に向けて、今後の更なる成長のために2018年3月期はこれまで以上に積極的に先行投資を実施予定。そのため利益率は低下見込み。

(単位：百万円)



付随データ資料

MEMBERS, The Internet Business Partner!

(IFRS)連結損益計算書概要

(単位：百万円)

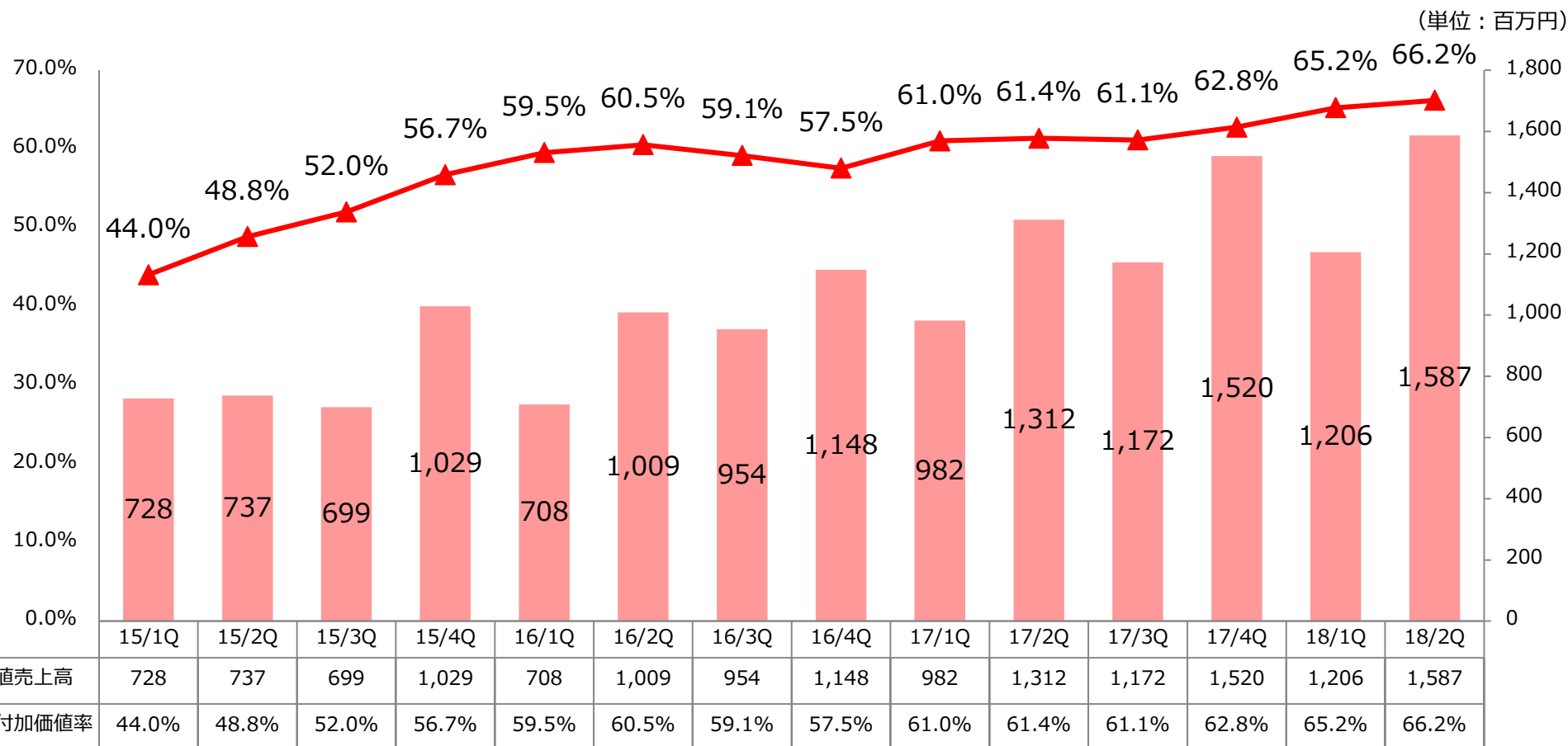
	18/2Q累計	17/2Q累計	前年同期比
売上収益	3,432	3,073	+11.7%
売上総利益	953	832	+14.6%
(売上総利益率)	27.8%	27.1%	+0.7pt
販売管理費	764	588	+29.9%
営業利益	191	242	-21.1%
(営業利益率)	5.6%	7.9%	-2.3pt
税引前利益	190	241	-20.9%
法人税等合計	59	82	-28.3%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	118	163	-27.4%

(IFRS)連結貸借対照表概要

(単位：百万円)

	17年9月末	17年3月末	増減
流動資産	3,166	3,405	▲ 239
(内、現預金)	1,517	1,613	▲ 96
非流動資産	1,186	805	+381
資産合計	4,352	4,211	+141
流動負債	1,576	1,658	▲ 81
非流動負債	196	83	+113
負債合計	1,772	1,741	+31
資本合計	2,579	2,469	+110
親会社所有者 帰属持分	2,553	2,466	+86
親会社所有者 帰属持分比率	58.7%	58.6%	+0.1pt
負債および資本合計	4,352	4,211	+141

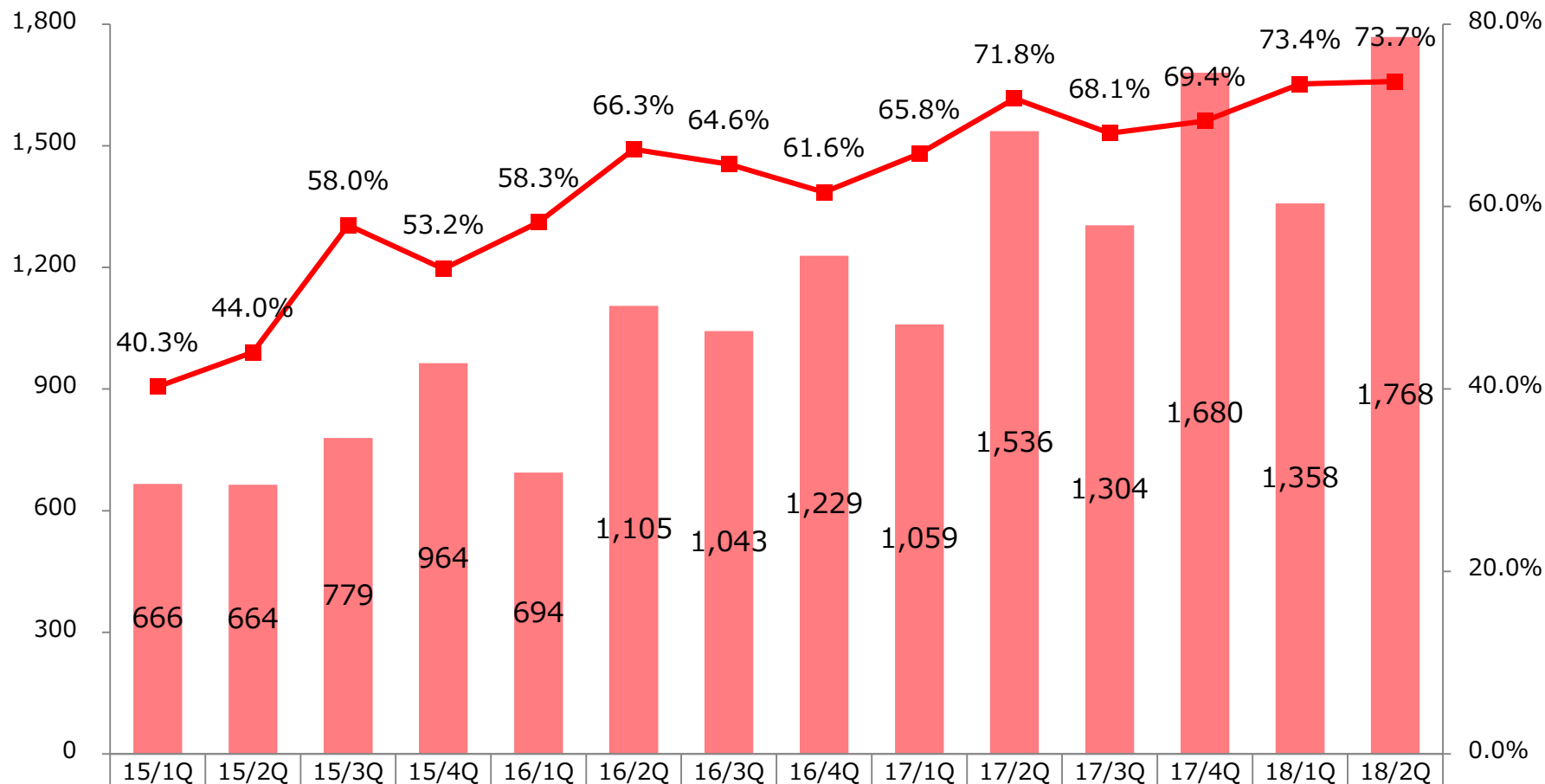
(日本基準) Q別付加価値売上高・売上高付加価値率の推移



※付加価値売上高=売上高－外注費・仕入 ※社内リソースによる売上高を示す。

(日本基準) EMCモデル導入顧客Q別売上高推移

(売上：百万)

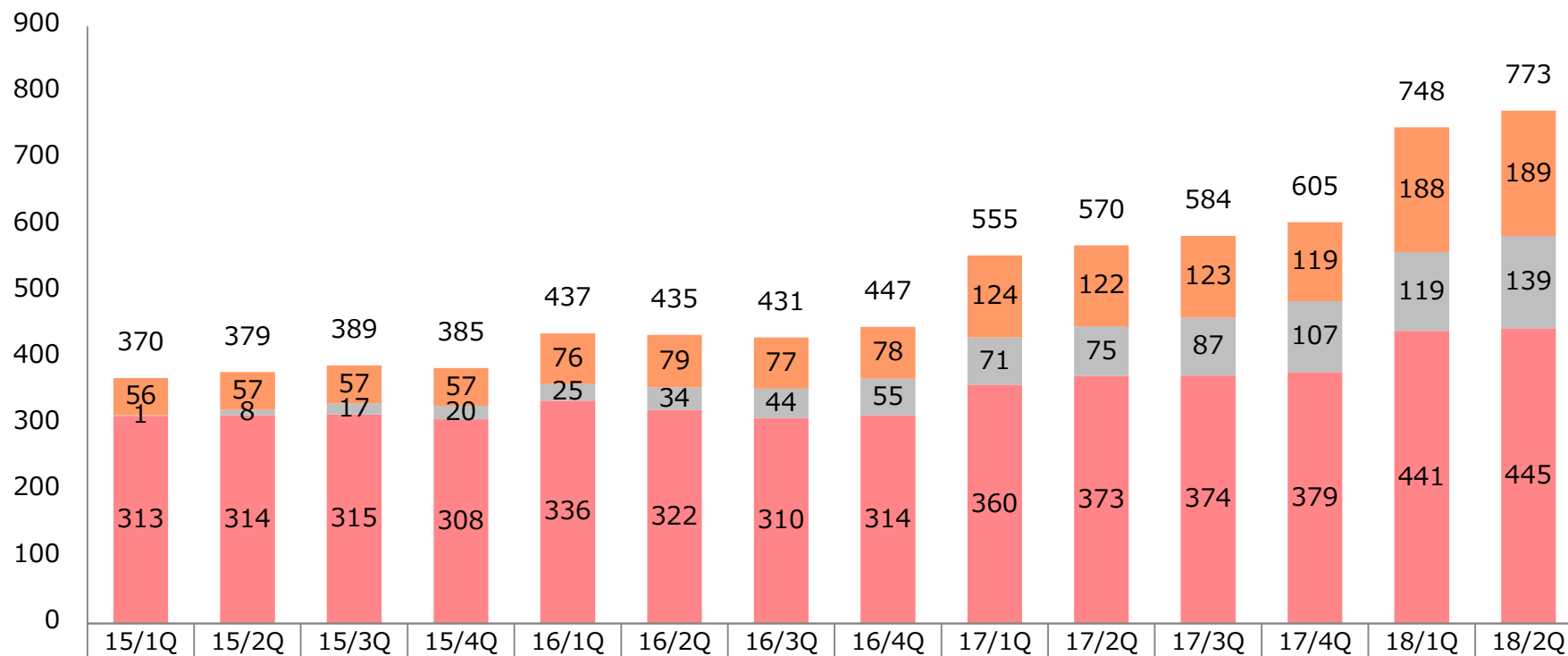


EMC	666	664	779	964	694	1,105	1,043	1,229	1,059	1,536	1,304	1,680	1,358	1,768
比率 (対売上高)	40.3%	44.0%	58.0%	53.2%	58.3%	66.3%	64.6%	61.6%	65.8%	71.8%	68.1%	69.4%	73.4%	73.7%

※EMC＝顧客企業のデジタルマーケティング支援の専任チームを編成する総合的なWeb運用サービスモデル
 ※上記グラフ中の数値は、アカウント別売上高の合計金額。

Q別社員数の推移 (拠点別)

(単位：人)



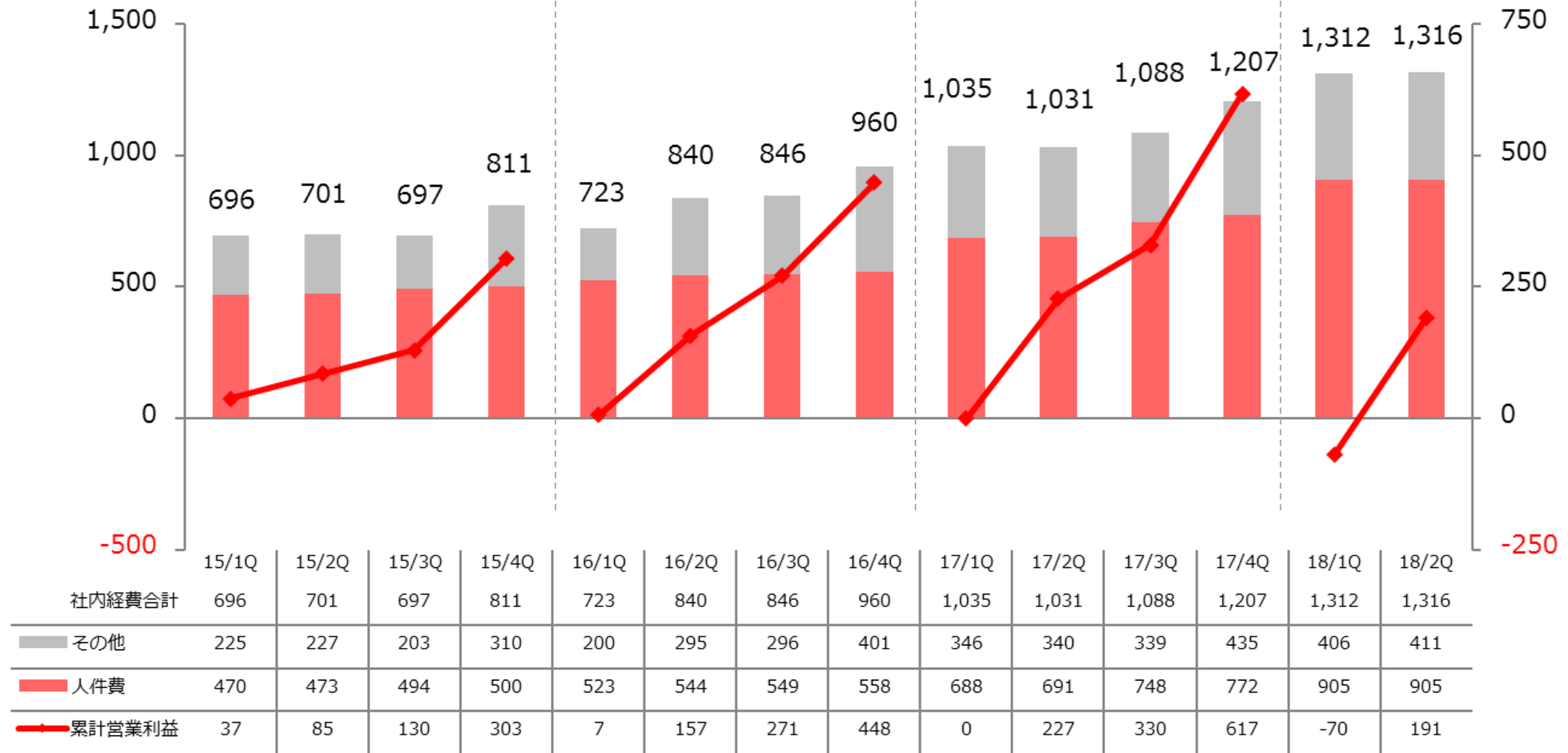
※地方 = 仙台オフィス + 北九州オフィスに在籍する社員数

※MC = 子会社メンバーズキャリア (出向者を除く)

Q別社内経費の推移

(社内経費：百万円)

(累計営業利益：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。ただし仕掛品の影響を除く。
 ※16年3月期まで、営業利益額に連動して賞与引当金が発生する賞与制度を設けていたため、賞与および賞与引当金は「その他」に含む。
 ※上記グラフ中の数値は、社内経費の総額。
 ※18/1Q以降はIFRS会計を反映した数値で表記しております。

会社基本情報

社名	株式会社メンバーズ（英文名称：Members Co., Ltd.）			
設立	1995年6月26日			
事業内容	企業マーケティング活動の中心となるオウンドメディア、ソーシャルメディアの活用支援をリードし、企業と人々のエンゲージメントを最も多く創出するネットビジネスパートナー “MEMBERS, The Internet Business Partner!”			
所在地	本社：東京都中央区晴海一丁目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 ウェブガーデン仙台：宮城県仙台市青葉区一番町4丁目6-1 第一生命タワービル ウェブガーデン北九州：福岡県北九州市小倉北区紺屋町9-1 明治安田生命小倉ビル			
資本金	832百万円（2017年9月末時点）			
社員数（連結）	773名（2017年9月末時点）			
代表取締役社長	剣持 忠			
売上高（連結）	6,479百万円（2017年3月期・IFRS）			
沿革	1995年 6月	株式会社メンバーズを設立		      
	1995年 10月	eビジネス構築サービス（現 ネットビジネス支援事業）を開始		
	1997年 7月	インターネット上の広告取り扱い事業（現 ネットビジネス支援事業）を開始		
	2006年 11月	名古屋証券取引所セントレックス市場に上場		
	2010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業務・資本提携		
	2012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		
	2012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）		
	2012年 11月	東京都中央区晴海に本社移転		
	2014年 4月	株式会社MOVAAA設立（当社55%、株式会社モバーシャル45%出資による子会社）		
	2014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）		
	2014年 9月	株式会社インフォバーンと資本業務提携		
	2015年 4月	福岡県北九州市にWeb制作拠点として「ウェブガーデン北九州」を開設		
	2015年 10月	株式会社マイナースタジオを子会社化		
	2016年 4月	東京証券取引所・名古屋証券取引所市場第二部に上場		
	2017年 4月	株式会社ポップインサイトを子会社化 株式会社メンバーズエッジ設立（100%出資による子会社） 名古屋証券取引所市場第二部上場廃止 東京証券取引所市場第一部に指定		