



株式会社 メンバーズ(2130)

2013年3月期 Q1 決算説明資料

2012/4 - 2012/6

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

■2013年3月期 Q1 決算サマリー

■2013年3月期 Q1 戦略サマリー

■参考資料

2013年3月期 Q1 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

2013年3月期 サービスセグメント



広告

広告

- ・純広告、リスティング、アフィリエイト広告、Facebook広告等

制作

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/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



投資事業

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

※SMMとは「Social Media Marketing」の略。

2013年3月期 Q1 連結決算サマリー

■ 2013年3月期 Q1売上高 1,054百万円

- 制作売上を中心に前年同期比2.0%の増収
Facebook関連を含む制作売上は前年同期比+7.5%と堅調に推移

■ 2013年3月期 Q1営業利益 3百万円

- 制作売上拡大に向けて人材採用や地方拠点開設など体制拡充に積極的に投資

連結損益計算書概要

- 採算性の高い制作売上が堅調に推移したこと売上総利益率は前期比1.2ポイントアップ。
- 積極採用や地方拠点開設など積極投資により販売管理費が前年同期比55百万円増

(単位：百万円)

	13/Q1	12/Q1	12/Q1比
売上高	1,054	1,033	+2.0%
売上総利益	232	215	+7.9%
(売上総利益率)	22.0%	20.8%	-
販売管理費	228	173	+31.9%
営業利益	3	41	-91.9%
(営業利益率)	0.3%	4.0%	-
経常利益	3	44	-93.0%
税金等調整前四半期純利益	3	44	-93.0%
法人税等	5	8	-39.6%
四半期純利益	-2	35	-

連結貸借対照表概要

- 総資産は主に売掛金の減少により前期末比 157百万円減
- 買掛金の減少により負債は前期比170百万円減
- 自己資本比率は前期比5.0ポイントアップの62.0%

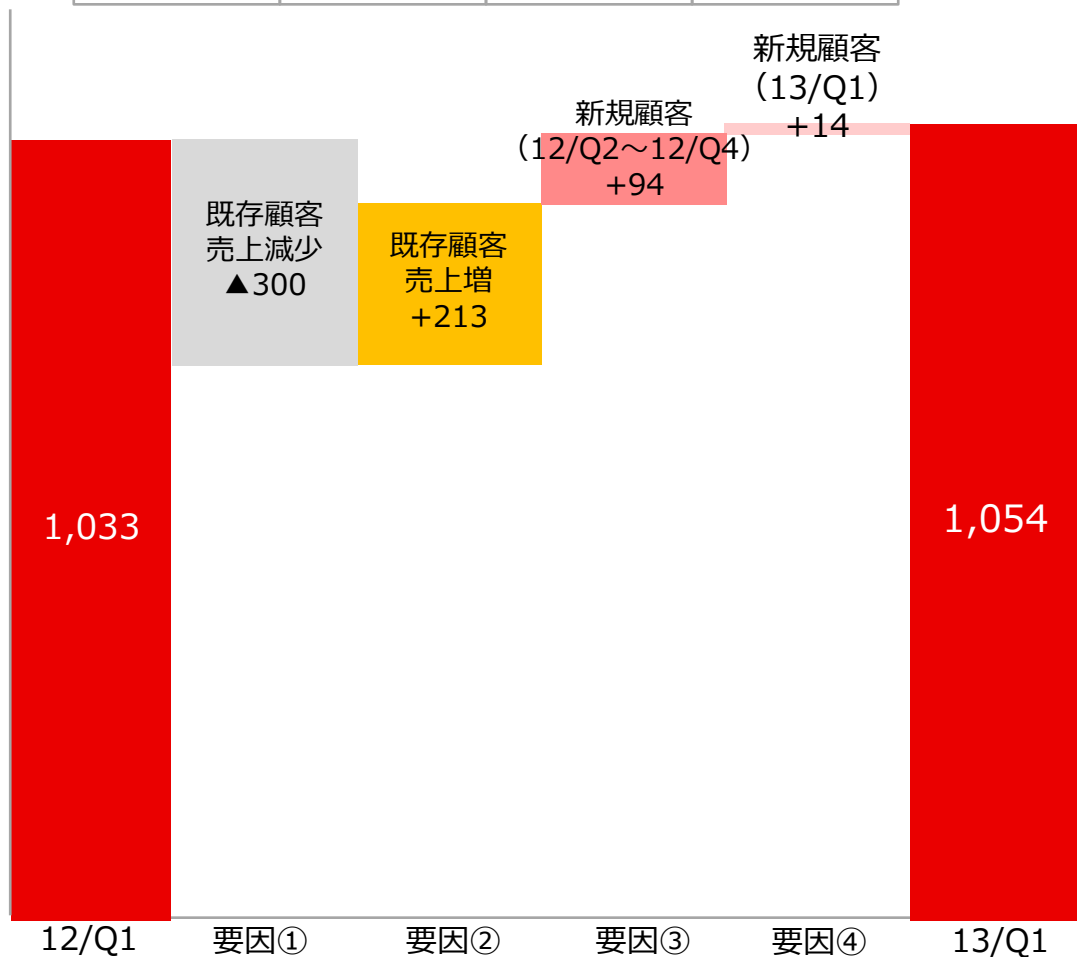
(単位：百万円)

	12年6月末	12年3月末	増減
流動資産	1,881	2,061	-179
現預金	1,043	1,027	15
固定資産	187	165	21
資産合計	2,068	2,226	-157
流動負債	752	928	-175
固定負債	29	23	5
負債合計	782	952	-170
純資産合計	1,286	1,274	12
自己資本比率	62.0%	57.0%	-

連結 売上高の増減要因(前年同期比)

(単位：百万円)

12/Q1	13/Q1	増減	増減率
1,033	1,054	20	+2.0%



(売上高の増減要因)

- 要因①：12/Q1に取引のあった顧客において売上減少した顧客86社の売上減少分（▲300）広告案件、スポットの制作案件の売上減少が要因
- 要因②：12/Q1に取引のあった顧客において売上増加した顧客33社の売上増加分（+213）大型の制作運用案件が拡大したことが要因
- 要因③：12/Q2～12/Q4に新規取引発生した顧客35社の売上増加分（+94）Facebookを中心とした制作案件を中心に取引拡大
- 要因④：13/Q1に新規取引発生した顧客6社の売上増加分（+12）Facebookをはじめとした制作案件の増加分

2013年3月期 Q1 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

中期経営計画の基本戦略

戦略1 ソーシャルメディアマーケティングNo.1 → メンバーズにて展開

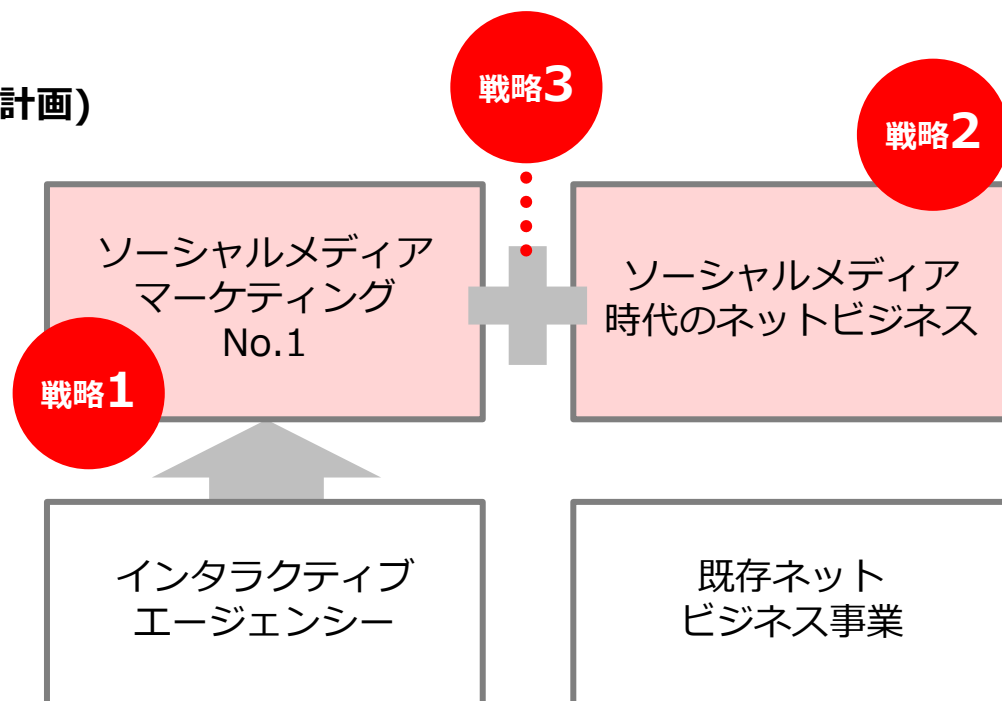
- ・ 大手企業のFacebook活用支援でNo.1になる
- ・ Webマネジメントセンターの運営代行を本格的に展開する

戦略2 ソーシャルネットビジネスを自社展開する → コネクタスターにて展開 (100%子会社)

- ・ Facebook基盤のSNSを30個立ち上げ(F30)
- ・ 単独とJV形式で利用者100万人規模を目指す

戦略3 融合させ仕組み化(第二次中期計画)

- ・ ソーシャルネットビジネスノウハウの横展開
- ・ 横断的サービスの開発



2013年3月期 経営戦略サマリー

事業コンセプト

「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」

- ソーシャルメディアマーケティングNo.1へ
- ソーシャルメディアサービスの自社展開
- ソーシャルメディア時代をリードするための体制確立

営業・サービス

- ・ Webマネジメントセンターの運営代行サービス
- ・ Facebookインテグレーションの推進
- ・ スマートフォン・タブレットPCに注力
- ・ ソーシャルメディア関連の新サービス開発&提供
- ・ FacebookマーケティングNo.1へ
- ・ 多言語制作運用への注力
- ・ 新規顧客との接点作り（セミナー等）

人材開発

- ・ ネットクルー拡大/遠隔地運用のチャレンジ
- ・ 人材育成カリキュラムの整備
- ・ 全員参加型経営の推進

マネジメント基盤の整備

- ・ 品質マネジメントシステムの導入/CS向上
- ・ 運用ツールの開発
- ・ 組織マネジメントの確立
- ・ 稼働管理システムの構築

戦略

2013年3月期の取組み

営業・サービス

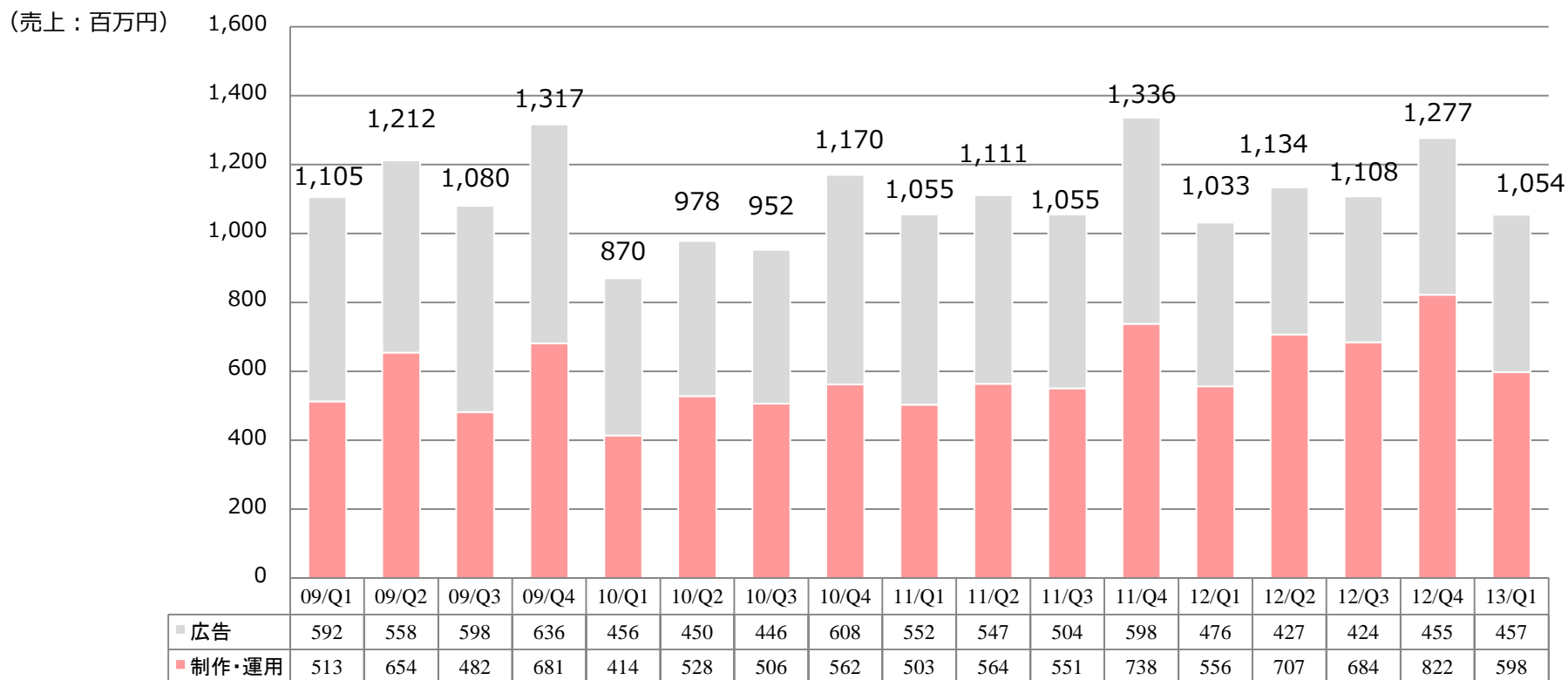
- FacebookマーケティングNo.1へ
 - ・ Facebookページ制作、企業サイトのソーシャル化、エンゲージメントラボ設立などの取り組みを含めFacebookマーケティング施策を推進
 - その成果として日本企業初のFacebookの「認定マーケティングデベロッパープログラム（Preferred Marketing Developer program、PMD）」のパートナーに認定
- スマートフォン・タブレットPCに注力
 - ・ スマートフォン・タブレットPCに特化した専門部署の設置
- Webマネジメントセンターの運用代行サービスの立ち上げ
 - ・ Webマネジメントセンターの運用代行サービスを推進していく
 - 専門部署を設置し、品質マネジメントシステムの再確立や運用ツールの開発などに着手
- ソーシャルメディア関連の新サービス開発&提供（コネクタスター）
 - ・ 実名制学習SNSの「Studymate」のスマートフォンアプリ開発やゲーミフィケーションを取り入れてアクティブユーザー数増加へ

2013年3月期 Q1戦略レビュー <人材開発／マネジメント基盤の整備>

戦略	2013年3月期の取組み
マネジメント基盤 の整備	<ul style="list-style-type: none">■ 稼働管理システムの導入<ul style="list-style-type: none">・ 全社統一の稼働管理システムの導入・運用開始 ■ 品質マネジメントシステムの導入<ul style="list-style-type: none">・ 品質マネジメントを推進する専門部署を設立→全社統一の品質基準の再確立及び顧客毎の品質マネジメント導入を推進
人材開発	<ul style="list-style-type: none">■ ネットクルー拡大/遠隔地運用のチャレンジ<ul style="list-style-type: none">・ 制作/運用拡大に向けて新入社員の積極採用→ネットクルー・プロデューサー含めて24名の新入社員が入社・ 2012年5月に仙台Webガーデンを開設→制作/運用拡大に向けて安定的な人材確保及び、東北復興支援として遠隔地での制作拠点にチャレンジ

Q別サービス別売上の推移

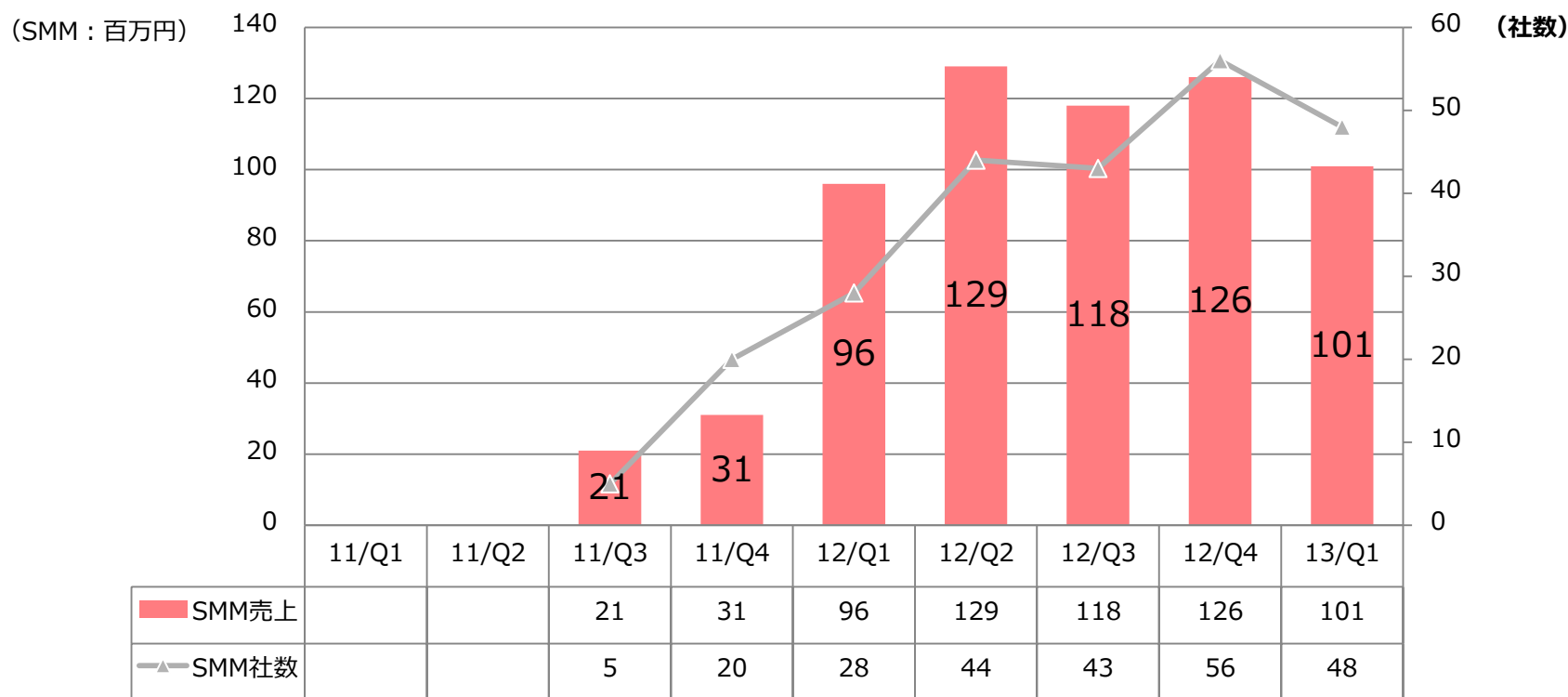
■ Facebook関連を含む制作売上は前年同期比で7.5%増の598百万円



※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

Q別SMM売上高の推移

- SMM関連取引社数は前年同期比20社増加の48社。Facebookページの初期構築取引から継続的なFacebookページの運用取引への移行による社数増加で売上安定拡大により、SMM売上は前年同期比+5.1%増の101百万円
- 売上拡大へFacebookページ運用からFacebookインテグレーションへと移行を図っていく

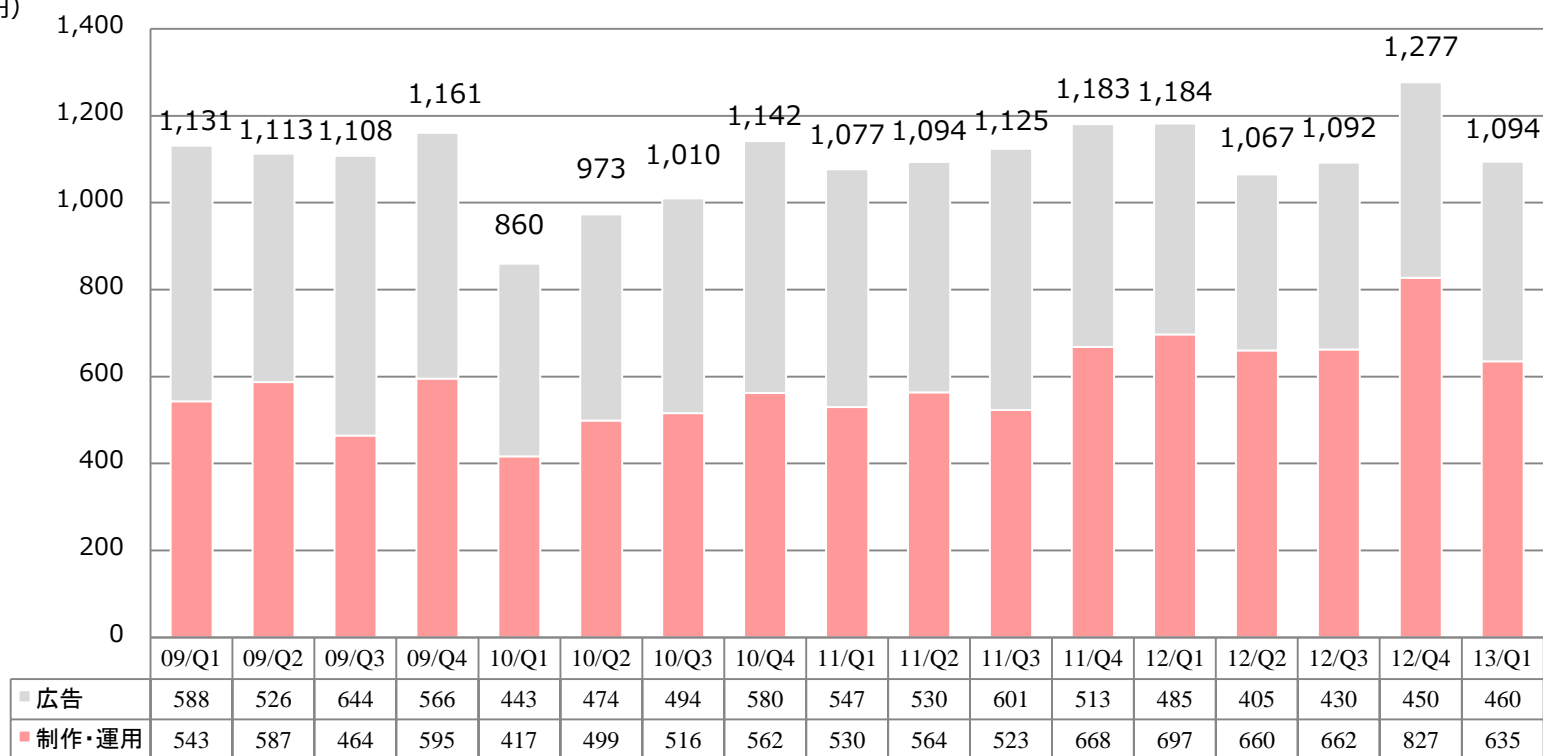


※上記はSMM広告を含むすべてのSMM売上。

Q別サービス別受注高の推移

■ 前期の大型スポット制作案件の反動減により受注高は▲8%減

(受注：百万円)



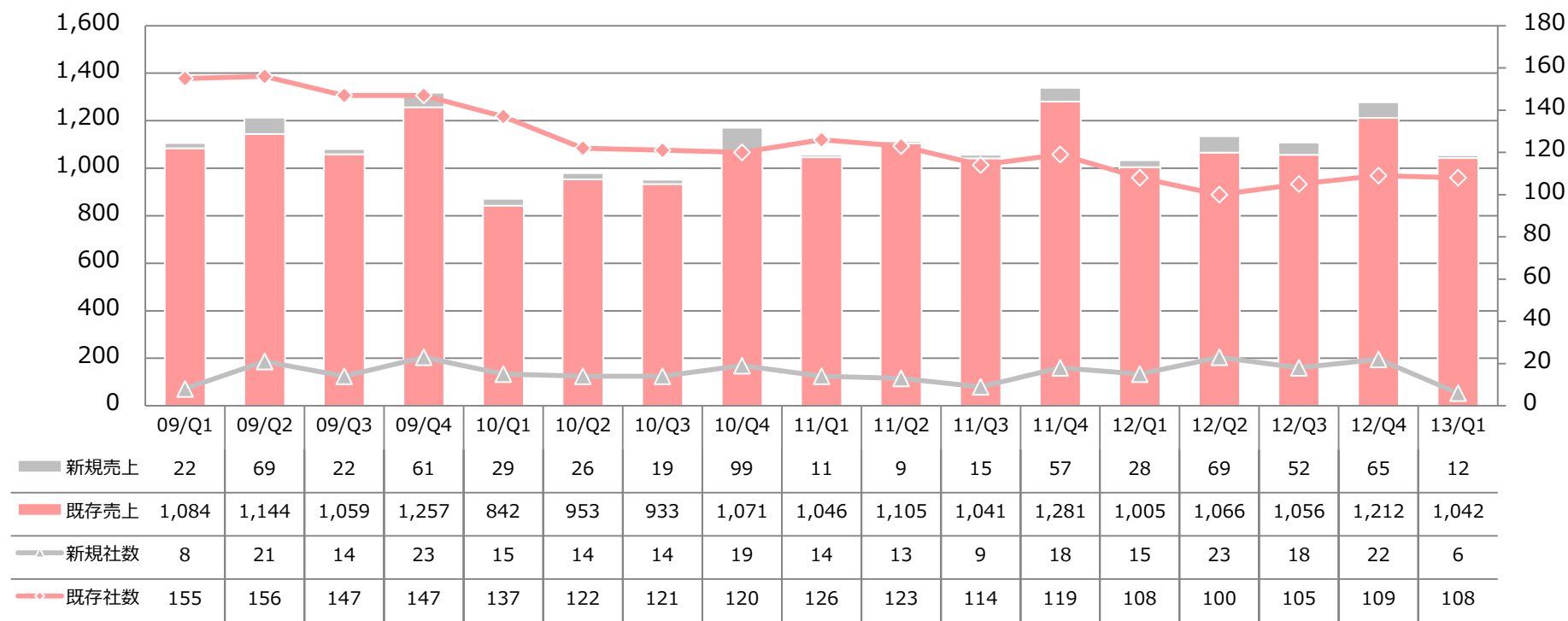
※上記グラフ中の数値は、受注高の合計金額。

Q別新規/既存別の売上高と顧客数の推移

- 13/Q1の既存顧客は108社。売上高は12/Q1比3.6%増の1,042百万円
- 前期よりFacebook関連を中心に取引を開始した新規顧客の拡大に比重を移し売上げを拡大していく。新規はペースダウンするも引き続きナショナルクライアントを中心に獲得を目指す。

(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。

Q別顧客規模別売上／顧客数の推移

- 13/Q1の顧客数は114社（12/Q1比 -9社）。売上高25M以上の大口顧客数は8社（同差▲2社）、売上高は590百万円（同差▲6百万円）
- 中口顧客数は50社（同差+5社）売上高は418百万円（同差 +20百万円）。売上拡大ポテンシャルの高い中口顧客との取引強化を図る。

(売上：百万円)



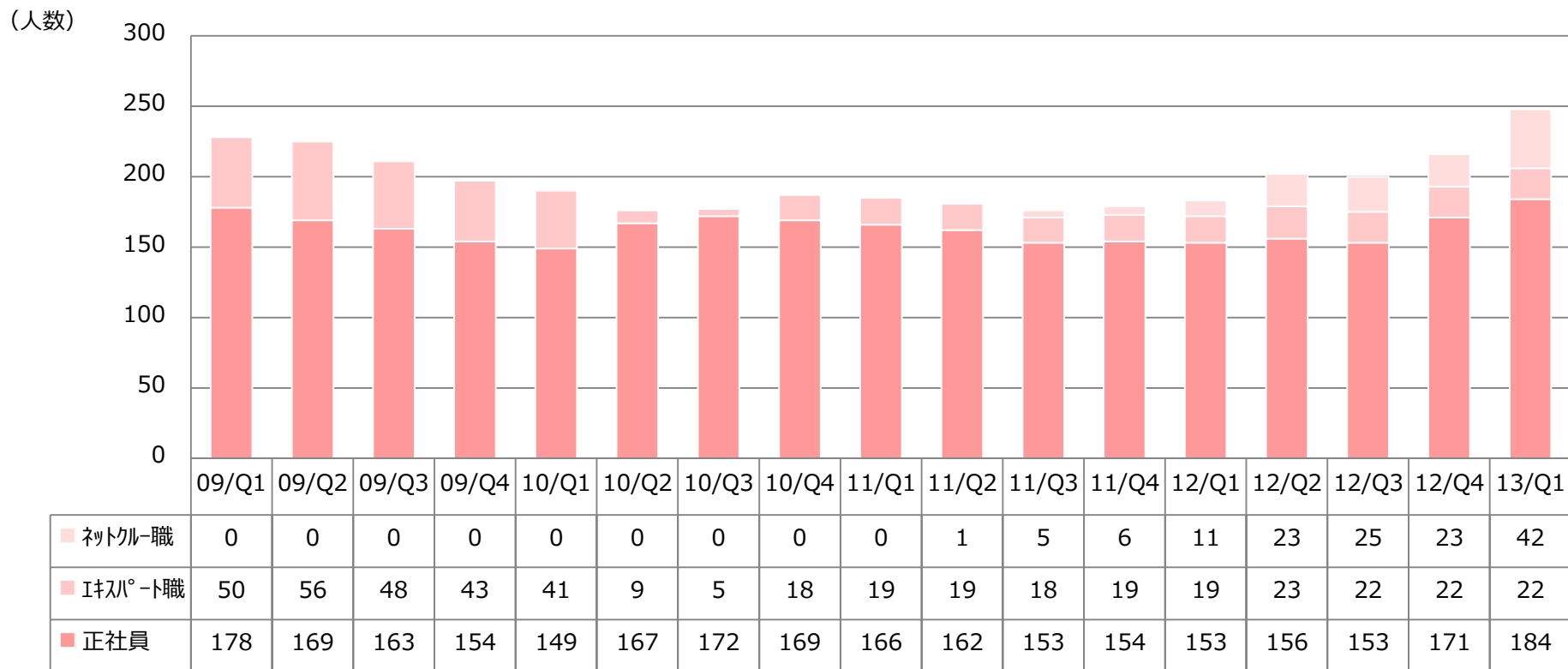
※当該四半期の売上高が25M以上を大口顧客、2.5M以上～25M未満を中口顧客、2.5M未満を小口顧客として、顧客売上規模別に売上高や顧客数を集計。

※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。

Q別社員数の推移

- 制作売上拡大に向け、Web運用サービスの安定拡大を担う「ネットクルー職」は、前期末比19名増加の42名。プロデューサーや技術者も積極的に採用を強化した結果、総社員数は248名



※上表の人数は、期末在籍者数。

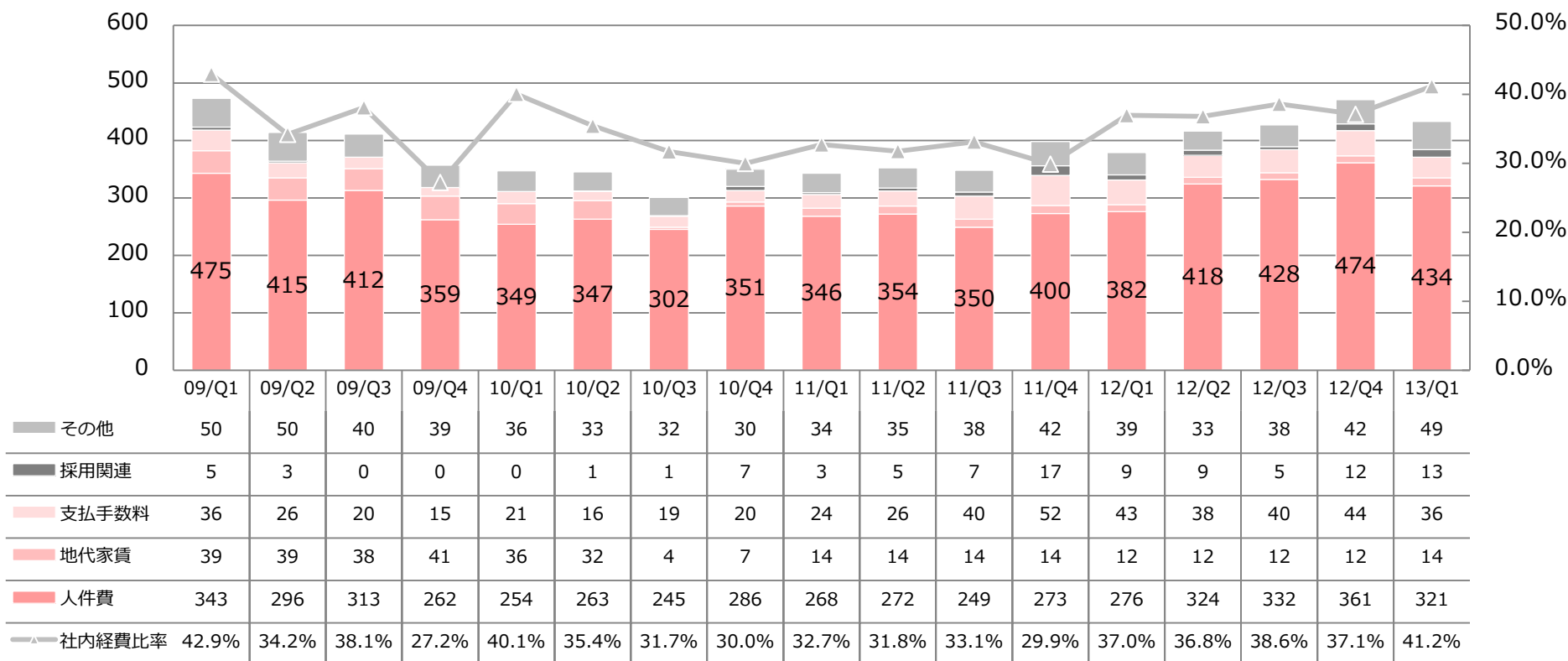
※契約社員を職制によって「ネットクルー」と「エキスパート」に分けております。

Q別社内経費の推移

- 12/Q1に比べ社内経費比率が4.2ポイント増の41.2%。人材採用や地方拠点開設など制作売上拡大に向けて積極的に投資した結果、13/Q1の社内経費は12/Q1比52百万円増の434百万円

(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：Facebookの認定マーケティングデベロッパーに認定

日本企業初のFacebookの「認定マーケティングデベロッパープログラム（Preferred Marketing Developer program、PMD）」のパートナーに認定

■認定マーケティングデベロッパープログラム（PMD）とは

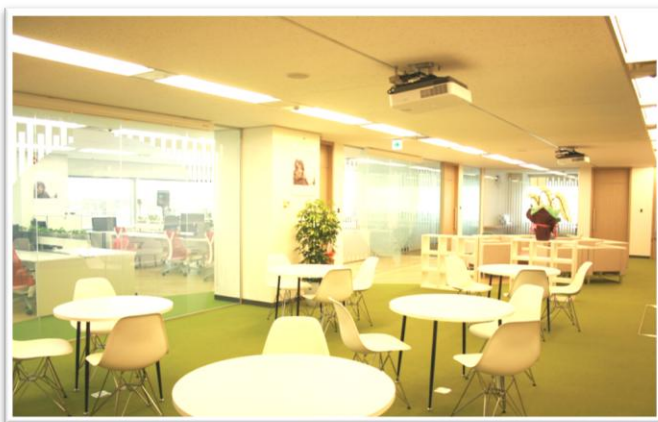
Facebookでは、2009年以降、アプリ開発やFacebook上でのマーケティングのニーズがある企業と、開発パートナーを繋げる取り組みをしてまいりました。ソーシャルなコミュニケーションに対応するビジネスニーズが急速に拡大していることを受け、この取り組みを一新し、Facebookは4月19日（米国時間4月18日）、新たに認定マーケティングデベロッパープログラム（Preferred Marketing Developer program、PMD）を開始しました。本プログラムの目的は、それぞれの強みを持つ開発会社を認定パートナーとし、その強みに合ったニーズを持つクライアント企業と引き合わせることにあります。その上で、認定パートナーと企業やブランド担当者が、Facebook上で求めるマーケティングおよび技術的ソリューションを作り上げるパートナーとして、ともにFacebook上でのキャンペーンやアプリの開発に携わってもらうためのサポートをするものです。

■Facebook「認定マーケティングデベロッパー」として日本企業初の認定

Facebookページの制作・運用だけでなく、Social PluginsなどのFacebookの重要な機能（Facebook Platform）を、自社サイトやキャンペーンにおいて活用し、マーケティング効果の最大化を図るソリューションである「Facebookインテグレーション」を推進しています。これまで大手企業50社以上の支援、FacebookのAPIを利用した企業のコミュニティサイト構築、『MangafullDays』、『Studymate』などのソーシャルグラフを活用したソーシャルネットワークサービス立ち上げ・運用など豊富な「Facebookインテグレーション」の実績が評価され、この度、日本企業として初めてPMDのパートナーとして認められ「認定マーケティングデベロッパー」となりました。

リリース情報：Webガーデン仙台開設

- 制作/運用拡大に向けて安定的な人材確保及び、東北復興支援として遠隔地での制作拠点としてWebガーデン仙台を開設
- 顧客企業のWeb運用を安定継続的にサポートするため、ON/OFFを意識した作りや東京オフィスとのバーチャルオフィス、高いセキュリティ整備を完備。



リリース情報:メンバーズスマタブ5セミナー開催

モバイル時代のキーワード「HTML5」とスマートフォン対応の実践

- 急速な普及によりスマートフォン・タブレットPCを含む多デバイス化対応が急務となっており、またソーシャルメディアが活発に利用される事で、PCファーストで無くモバイルファーストでWebサイトを考えていくにあたって、いかにHTML5を活用していくか、当社自身も特に注力している「スマタブ5」についての活用事例をセミナーにて発信



考えすぎずに、まずは作
サイトを「すぐ」ス
フォン化するノウハウ

スマタブ
ファイブ

株式会社メンバーズ
スマートデバイス開発室
宮坂興基
miyasaka.koki@members

2. 既存PCページマルチデバイス化

PC



スマフォ



參考資料

会社基本情報

株式会社メンバーズ

設立： 1995年 6月

資本金： 771,275千円(2012/ 3月期)

代表者： 剣持 忠

社員数： 209名(契約社員含む)

売上高： 4,555,639千円(2012/ 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「B S 7799」および国内規格「I S M S 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
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

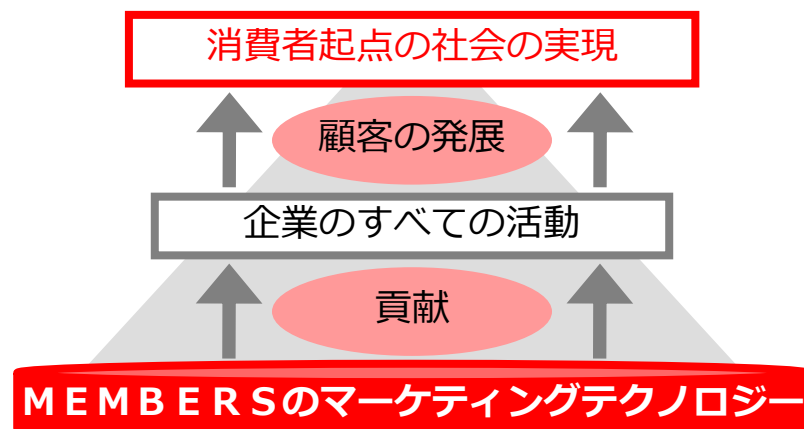
経営理念・ビジョン

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。



3カ年ビジョン



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

コネクタスター

顧客と共にソーシャルメディアビジネス
を創造する **ビジネスパートナー**

メンバーズ

ソーシャルメディア時代をリードする
品質No.1のWeb運営パートナー