



株式会社 メンバーズ(2130)

2014年3月期 Q3 決算説明資料

2013/4 - 2013/12

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

■経営理念・ビジョン

■2014年3月期 Q3 決算サマリー

■2014年3月期 Q3 戦略サマリー

■参考資料

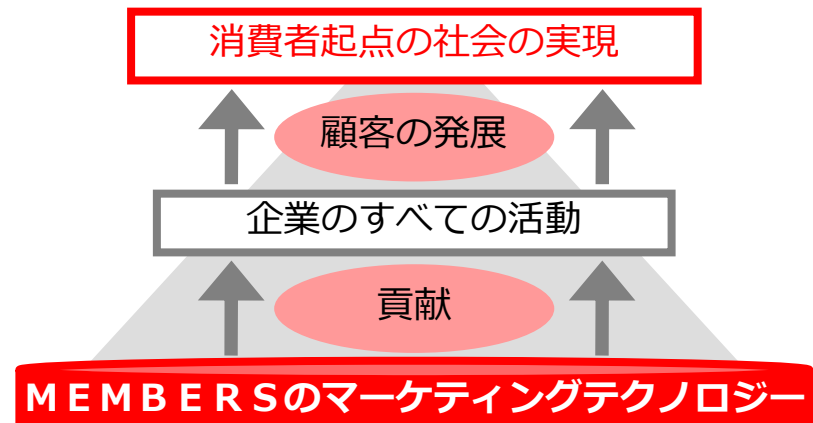
経営理念・ビジョン

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。



2014年3月期 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

2014年3月期 サービスセグメント



※SMMとは「Social Media Marketing」の略。

2014年3月期 Q3 連結決算サマリー

■ 2014年3月期 Q3累計 売上高 4,014百万円

- ソーシャルメディア案件やWeb構築案件を中心に制作案件が好調。連結売上高は前年同期比+16.1%の伸び。

■ 2014年3月期 Q3累計 営業利益 145百万円

- 生産性向上に向けた取り組みや仙台拠点での制作体制の拡充を図るものの、大型構築案件における収益性の確保は課題。構築案件の増加に伴うプロジェクト管理体制の強化を図る。連結営業利益は前年同期比+36.1%の伸び。

連結損益計算書概要

- Facebook等のソーシャルメディア案件や大型のWebサイト構築などの制作案件が増加、売上は前年同期比+16.1%。
- 生産性向上に向けた取り組みや仙台拠点での制作体制の拡充を進める中、一部の大型構築案件において収益性が悪化したものの、営業利益は前年同期比+36.1%。引き続き品質マネジメントシステムの整備に注力する。

(単位：百万円)

	14/Q3累計	13/Q3累計	前年同期比
売上高	4,014	3,456	+16.1%
売上総利益	823	806	+2.1%
(売上総利益率)	20.5%	23.3%	-
販売管理費	678	700	-3.1%
営業利益	145	106	+36.1%
(営業利益率)	3.6%	3.1%	-
経常利益	144	105	+36.4%
税金等調整前当期純利益	144	87	+65.4%
法人税等合計	71	42	+70.5%
当期純利益	72	45	+60.7%

連結貸借対照表概要

- 資産の減少は主に現預金の減少によるもの。資産合計は前期末比▲83百万円。
- 買掛金の減少により負債合計は前期末比▲151百万円となり、自己資本比率は前期末比+4.5Pの61.3%。

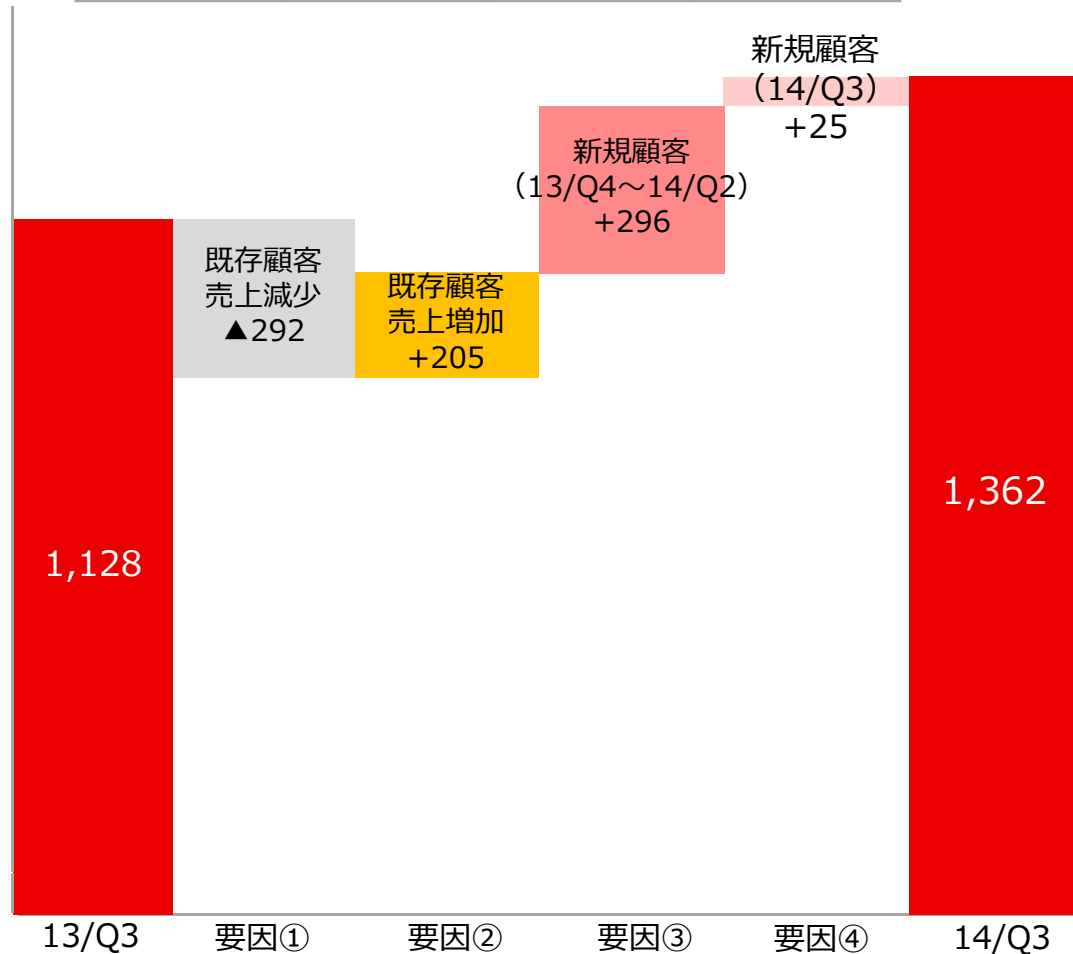
(単位：百万円)

	13年9月末	13年3月末	増減
流動資産	1,998	2,152	-154
現預金	926	1,090	-164
固定資産	366	295	70
資産合計	2,364	2,448	-83
流動負債	826	988	-162
固定負債	67	57	10
負債合計	893	1,045	-151
純資産合計	1,471	1,402	68
自己資本比率	61.3%	56.8%	-

14/Q3連結 売上高の増減要因(前年同期比)

(単位：百万円)

13/Q3	14/Q3	増減	増減率
1,128	1,362	233	+20.7%



(売上高の増減要因)

- 要因①：13/Q3に取引のあった顧客の中で売上が減少（▲292）した顧客78社の減少要因は、純広告やリスティング広告等の広告案件の減少によるもの。
- 要因②：13/Q3に取引のあった顧客の中で売上が増加（+205）した顧客32社の増加要因は、サイト構築案件やスポット案件の増加によるもの。
- 要因③：13/Q4～14/Q2の間で新たに取引が発生した顧客37社の売上増加要因（+296）は、主にFacebook広告/運用案件やサイト構築案件の増加によるもの。
- 要因④：14/Q3に新たに取引が発生した顧客19社の売上増加要因（+25）は、主に構築、SMM案件の増加によるもの。

2014年3月期 Q3 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、エンゲージメントファーストにて展開

(100%子会社)

- ・ 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

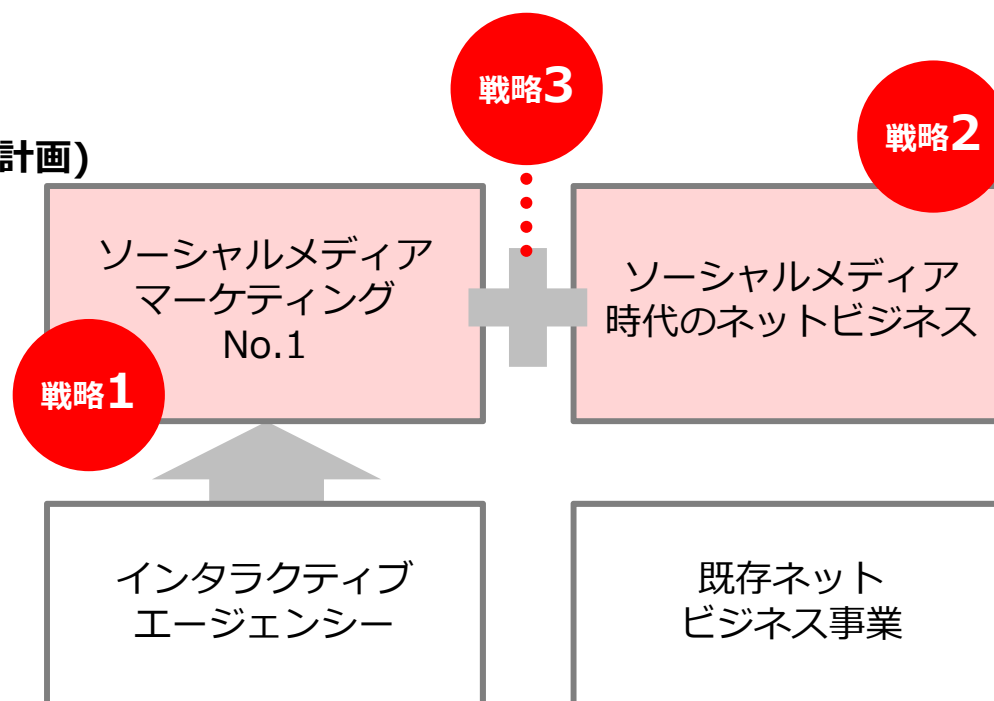
戦略2 ソーシャルネットビジネスを自社展開する → コネクタスターにて展開

(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



2014年3月期 重点方針

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

- ・ソーシャルメディアマーケティングセンターの立ち上げ
- ・アジャイル開発チームの拡大
- ・自社ネットビジネスの拡大

大規模運営力の拡大

- ・Webマネジメントセンター運営代行サービスの拡大

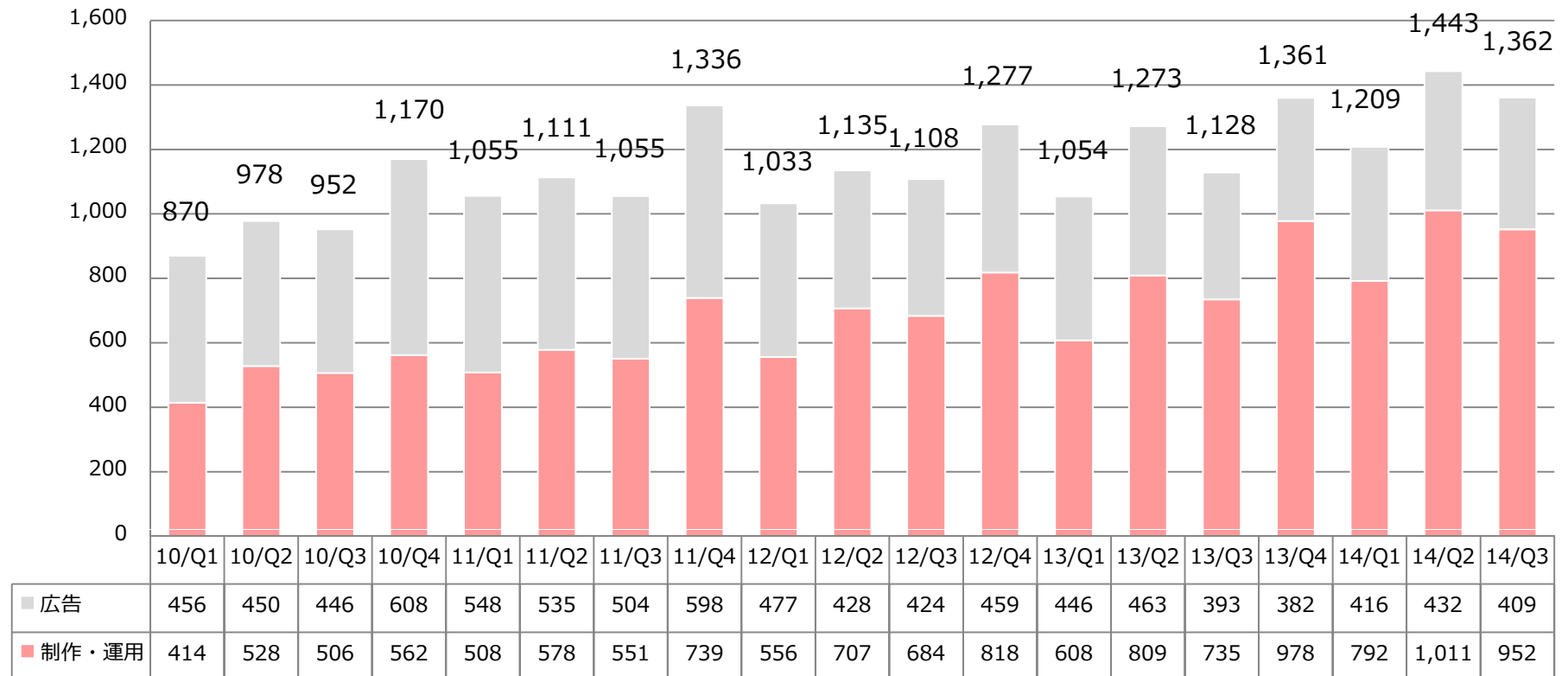
体制の拡大

- ・100名規模の増員
- ・地方拠点の拡大

【連結】Q別サービス別売上高の推移

- 14/Q3の売上高は2009年以降2番目に高い1,362百万円。
- 制作・運用売上はFacebookを中心としたソーシャルメディア案件やWebサイト構築案件が増加。制作・運用全体で前年同期比+29.5%の952百万円。

(売上：百万円)

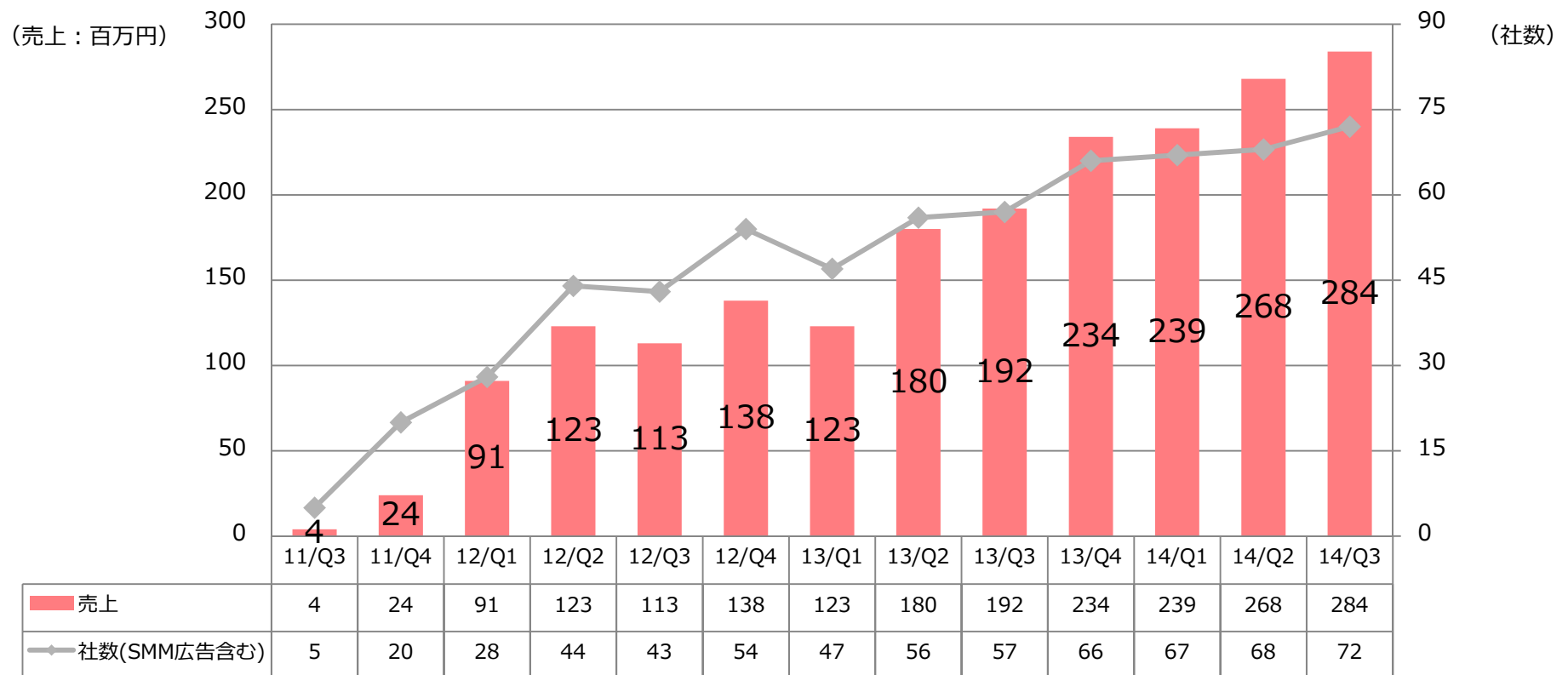


※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

※制作・運用は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

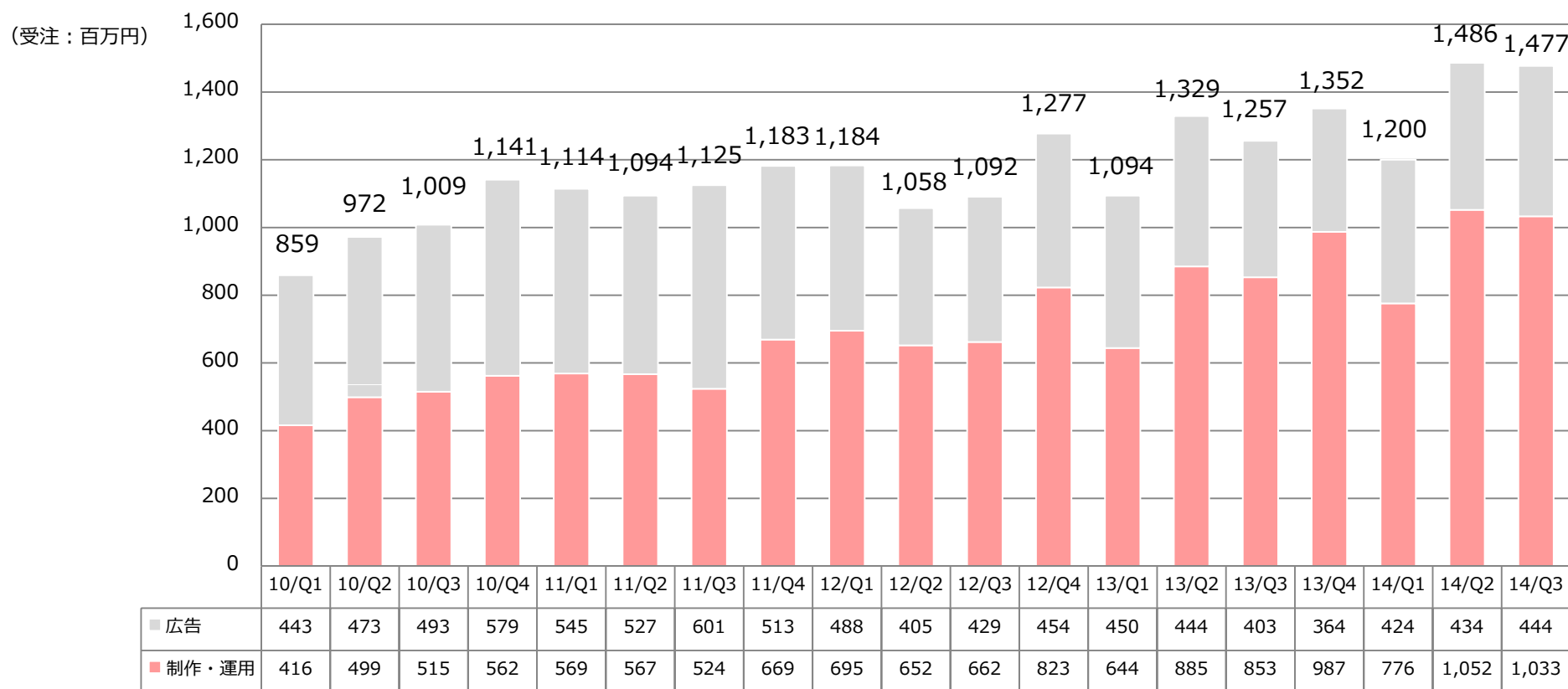
- ソーシャルメディア関連の取引社数は前年同期比+15社の72社。
- Facebook広告・運用サービスの拡大が進み、売上高は前年同期比+47.9%の伸長。



※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

- 14/Q3の受注高は前年同期比+17.5%の1,477百万円と好調に推移。
- 制作・運用ではソーシャルメディア関連、大型Webサイト構築の受注が拡大したことにより、前年同期比+21.1%の1,033百万円。



※上記グラフ中の数値は、受注高の合計金額。

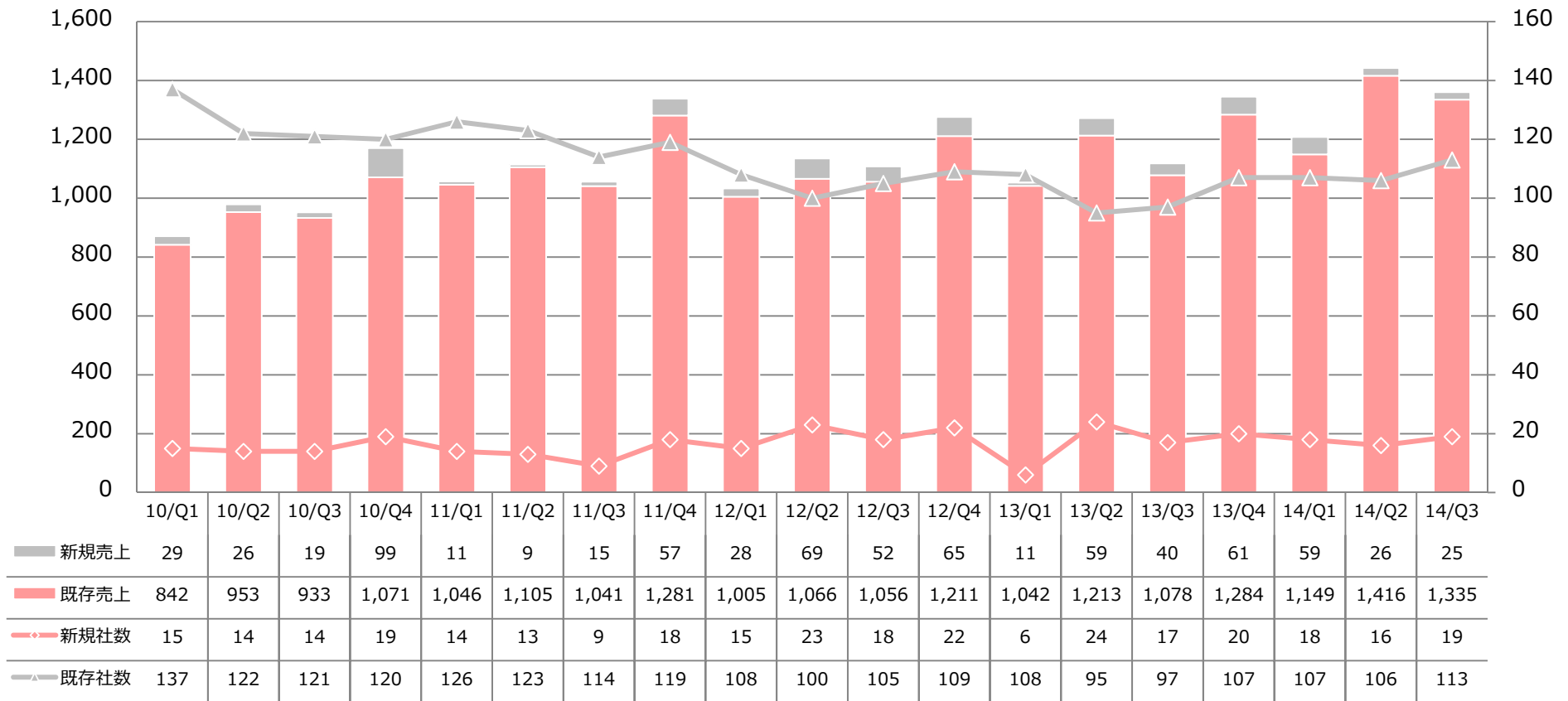
※制作・運用はSMM広告を含みます。

【単体】Q別新規／既存別の売上高と顧客数の推移

- 既存社数は堅調に推移し、売上高は前年同期比+257百万円と取引が拡大。
- 新規社数はQ1から堅調に推移。Q3累計で53社と前年同期比で微増。

(顧客別売上：百万円)

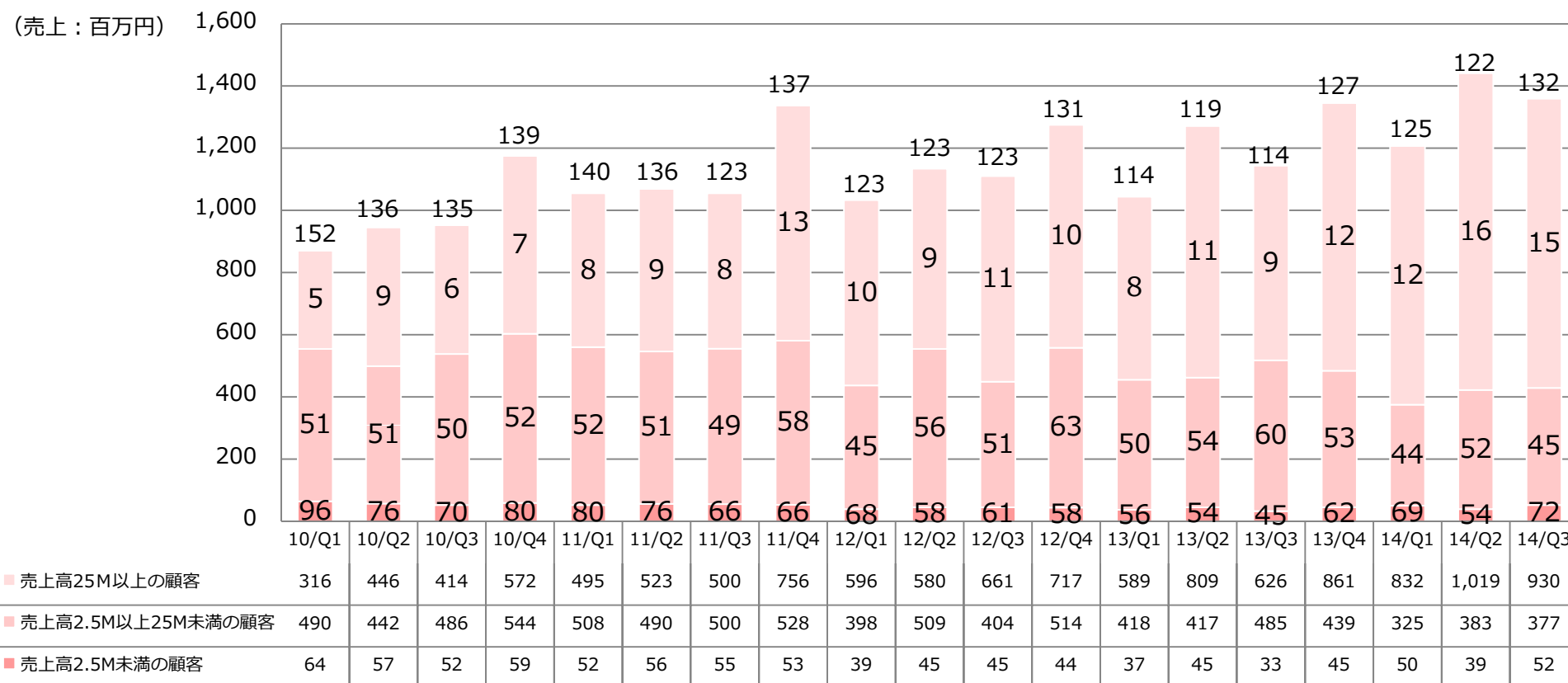
(社数)



※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

- 大口取引先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拡大し、大口の合計社数は前年同期比+6社の15社、売上高は前年同期比+48.6%の930百万円と順調に増加。



※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。

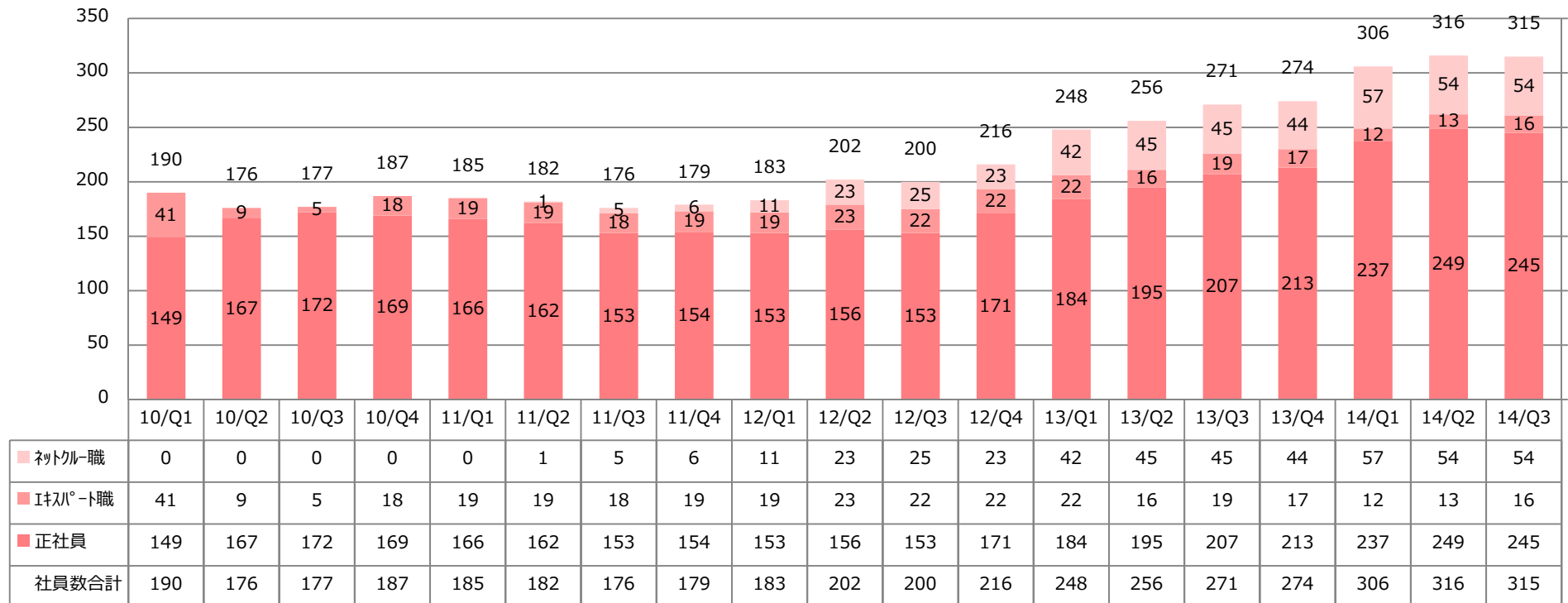
※上記グラフ中の数値は、売上規模別の顧客数。最上段は顧客数の合計。

※上記グラフ中の棒グラフは、売上規模別の売上高。

【連結】Q別社員数の推移

- 総社員数は前期末比+41名の315名。売上・受注の増加に対する人材確保においては計画を下回るため、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)



※上表の人数は、期末在籍者数。

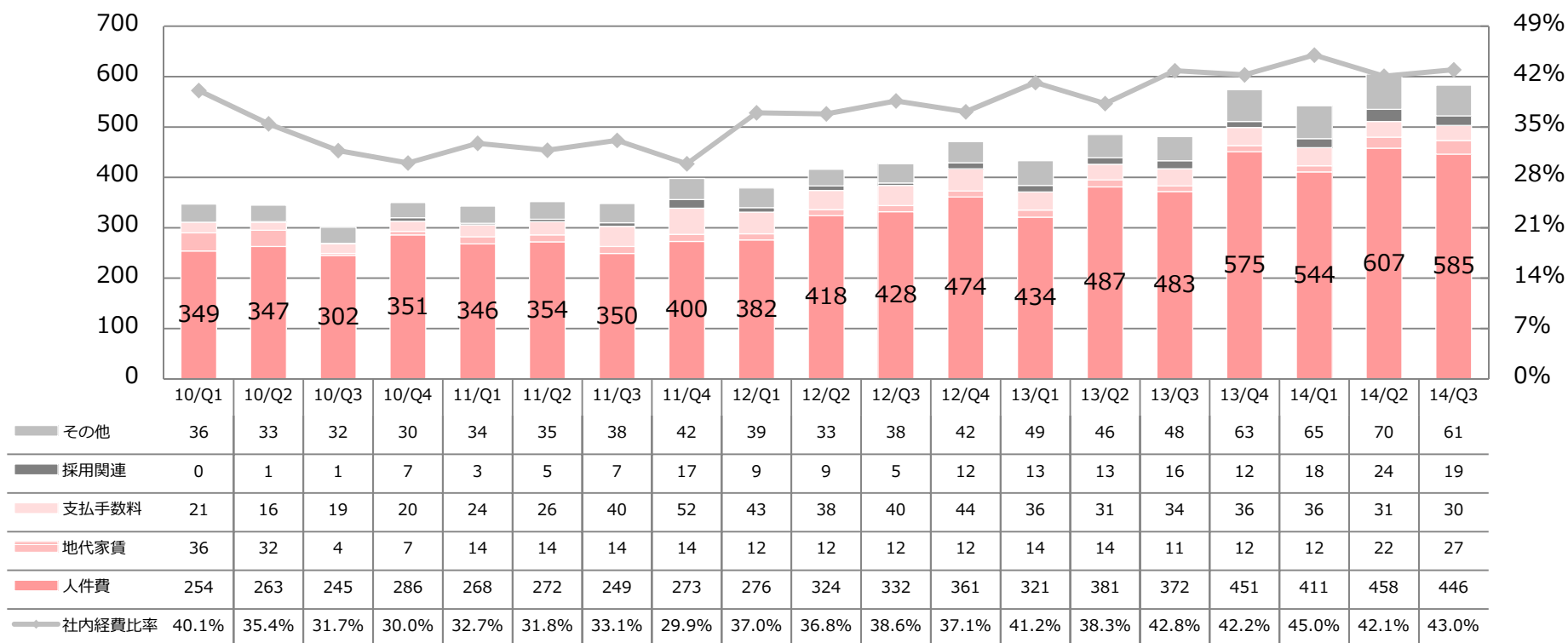
※契約社員を職制によって「ネットクルー」と「エキスパート」に分けております。

【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。
人件費は前年同期比+74百万円の446百万円。

(社内経費：百万円)

(社内経費比率：%)



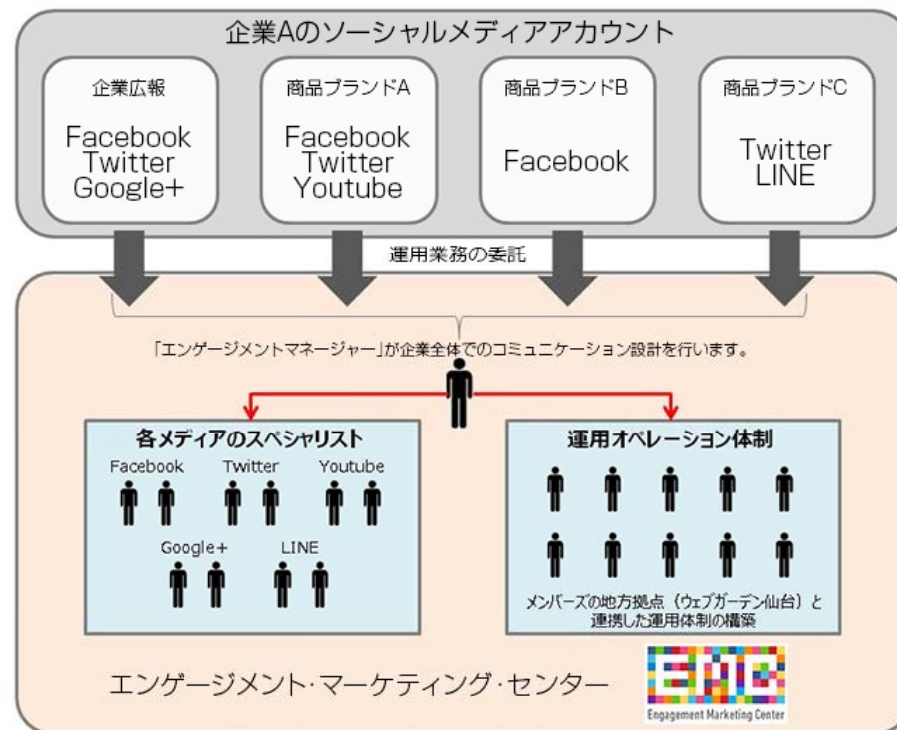
※「社内経費」は、当該四半期において発生した「製造費用」+「販売管理費」の合計金額。

※「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:「エンゲージメント・マーケティング・センター」サービスを開始

- 企業と生活者とのエンゲージメントの創出と最大化を支援するために、企業が運用する複数のソーシャルメディア公式アカウントの一括運用代行を行う「エンゲージメント・マーケティング・センター」のサービス提供を開始いたしました。
- 「エンゲージメント・マーケティング・センター」は、エンゲージメント・マーケティングを推進することを目的として、企業が保有する複数のソーシャルメディア公式アカウントを一括で運用し、企業と生活者のエンゲージメントを継続的に向上させるサービスです。



リリース情報:YouTube企業公式チャンネル運用サービス開始

- メンバーズのエンゲージメント・マーケティングの知見・ノウハウを活かし、YouTubeの企業公式チャンネル内の動画コンテンツを有効に活用することで、企業と生活者とのエンゲージメントの強化・最大化を目指す「YouTube企業公式チャンネル運用サービス」の提供を開始いたしました。
- 動画共有サイトを代表するYouTubeの月間利用者数は全世界で10億人を超えています。動画は直感的な理解と訴求力に優れ、印象が残りやすく認知度を高めやすいなどのメリットから、自社のマーケティング活動に活用する企業が増えております。YouTubeの企業公式チャンネル内の動画コンテンツを有効に活用することで、企業と生活者とのエンゲージメントの強化・最大化を目指し、マーケティング効果の最大化を支援してまいります。



※Youtubeは、Google,Incの商標または登録商標です。※その他製品名は、各社の商標または登録商標です。

リリース情報：Google+ページ運用サービス開始

- 世界最大のマーケティングプラットフォームであるGoogleおよびその中核となるSNSであるGoogle+を熟知した専門スタッフがその特性に合わせた最適なGoogle+ページ運用を行うことで、企業と生活者とのエンゲージメントを強化・拡大し、マーケティング効果の最大化を支援する「Google+ページ運用サービス」の提供を開始いたしました。
- Google+は、全世界でのユーザー数が4億人を超え、Google検索やYouTube、Android端末、その他Google サービスとの連携によりGoogle全体でのプロモーションやユーザーとのコミュニケーションを可能にするGoogleのマーケティングプラットフォームの中核として確立してきており、企業のマーケティング活動にGoogle+を活用することの重要性が高まっています。メンバーズのエンゲージメント・マーケティングの知見・ノウハウを活かし、専門スタッフが最適なGoogle+ページ運用を行うことで企業と生活者とのエンゲージメントを強化・拡大し、マーケティング効果の最大化を支援してまいります。



※Google+は、Google,Incの商標または登録商標です。※その他製品名は、各社の商標または登録商標です。

リリース情報：「ソーシャルメディア ユーザーインサイト解析パッケージ」を提供開始

- SOCIAL GEAR PTE LTDが開発・提供するFacebookページインサイト解析ツール「social gear」を活用し、企業が運営するFacebookページなどのソーシャルメディアアカウントのユーザーインサイト解析を行う『ソーシャルメディア ユーザーインサイト解析パッケージ』の提供を開始いたしました。
- メンバーズの強みとする企業のソーシャルメディア活用支援の実績・ノウハウに加え、SOCIAL GEARが開発・提供する国内導入実績300社以上を誇るFacebookページインサイト解析ツール「social gear」を活用した Facebookページのユーザーインサイト解析で効果検証を行うことで、企業のソーシャルメディア公式アカウントの最適なPDCA運用を実現し、企業と生活者とのエンゲージメント強化を支援してまいります。



リリース情報:第11回お客さま満足度調査の結果を公開

- メンバーズでは、「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」をスローガンに掲げ、サービス品質向上の取り組みの一環として、毎年お取引いただきいただいているお客さまに対し、お客さま満足度調査を実施しております。当社のWebサイトにて第11回お客さま満足度調査の調査結果を公開いたしました。この調査結果を基に、今後もお客さまのネットビジネスパートナーとしてご期待に応えられるよう全社一丸となってサービスの改善に取り組んでまいります。
- 第11回お客さま満足度調査 報告書
<http://www.members.co.jp/company/news/2013/1220.html>



2014年 3月期 業績予想について

- 通期売上は、注力サービスであるソーシャルメディア案件を中心とした制作・運用売上が伸び、前期比+15.8%の伸びを見込んでおり、概ね想定通り。
- 営業利益の進捗は、WMC運営代行サービスの拡大の遅れや大型構築案件における収益性の悪化により、期初の予想に対しやや遅れている。引き続き、WMCに注力するとともに構築案件増加に伴うプロジェクト管理体制の強化を図り、収益性の向上を目指す。

	2014年 3月期 通期 予想		2014年 3月期 Q3累計 実績		
	連結	前年通期比	連結	進捗率	前年Q3累計比
売上高	5,580	+15.8%	4,014	71.9%	+16.1%
営業利益	310	+58.4%	145	46.8%	+36.1%
経常利益	310	+59.1%	144	46.5%	+36.4%
純利益	180	+85.0%	72	40.0%	+60.7%

※当社グループは、顧客からホームページ制作業務、広告代理業務等を受託する受注型の業務が主体であるため、第2四半期末・年度決算期末である9月、3月に売上の比率が高くなる傾向があります。

参考資料

会社基本情報

株式会社メンバーズ

設立： 1995年 6 月

資本金： 773百万円(2013/ 3 月期)

代表者： 剣持 忠

社員数： 274名
(2013/ 3 月期 契約社員含む)

売上高： 4,818百万円(2013/ 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 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 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 株式会社コネクトスター設立（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」を開業
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（当社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 25 年 7 月 株式会社VoiceVision（株式会社博報堂が2013年7月1日に設立）へ出資



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