



株式会社 メンバーズ(2130)

2012年3月期 通期 決算説明資料

2011/4 - 2012/3

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

■2012年3月期 通期決算サマリー

■2012年3月期 通期戦略サマリー

■2013年3月期 通期戦略方針

■参考資料

2012年3月期 通期決算サマリー

※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

2012年3月期 サービスセグメント



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



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。

2012年3月期 通期連結決算サマリー

■ 2012年3月期 通期売上高 4,555百万円

- 東日本大震災の影響もあり広告売上は減少。
一方SMMサービスを含む制作・運用サービスの売上が順調に伸び、ほぼ前期並みの着地

■ 2012年3月期 通期営業利益 239百万円

- 前期比2倍超の大幅増加で、2011年3月期までの単体決算も含めて過去最高
- 収益性の高いSMM売上の増加に加え、前期より取り組んでいる制作・運用案件の収益性改善、内製化推進の成果

※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。

連結 通期 損益計算書概要

- 採算性の高い制作・運用売上、SMM売上の増加、制作・運用売上の内製化を進めた結果、売上総利益率は前期比6.1ポイントアップ、営業利益率も同2.9ポイントアップと大幅改善
- 営業利益、経常利益、当期純利益とも前期比2倍超で過去最高益
- 営業外収益に過去取引に係る償却債権取立益26百万円を計上
- 今後の業績推移も鑑み繰延税金資産の回収可能性について慎重に検討した結果、繰延税金資産64百万円を計上したため、法人税等調整額が発生しております。

(単位：百万円)

	12/通期	11/通期	11/通期比
売上高	4,555	4,566	-0.2%
売上総利益	1,025	748	+37.0%
(売上総利益率)	22.5%	16.4%	-
販売管理費	786	637	+23.4%
営業利益	239	111	+114.4%
(営業利益率)	5.3%	2.4%	-
経常利益	265	108	+144.5%
当期純利益	306	135	+125.3%

※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。

連結 貸借対照表概要

- 総資産は主に現預金の増加により前期末比 520百万円増
- 買掛金の増加により負債は前期比211百万円増
- 純資産は当期利益の計上により前期比 308百万円増。
結果自己資本比率は前期比0.5ポイントアップの57.0%

(単位：百万円)

	12年3月末	11年3月末	増減
流動資産	2,061	1,534	+526
現預金	1,027	691	+335
固定資産	165	171	-6
資産合計	2,226	1,706	+520
流動負債	928	699	+229
固定負債	23	41	-17
負債合計	952	740	+211
純資産合計	1,274	966	+308
自己資本比率	57.0%	56.5%	

※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。

連結 キャッシュフロー計算書概要

- 利益の拡大と共に営業キャッシュフローも順調に拡大
- 長期借入金の返済により財務CFはマイナス
- 結果、現金及び現金同等物は、前期末比335百万円増の1,027百万円

(単位：百万円)

	12/通期	11/通期
営業キャッシュ・フロー	372	190
投資キャッシュ・フロー	△ 16	55
財務キャッシュ・フロー	△ 19	△ 19
現金及び現金同等物増減	335	226
現金及び現金同等物期末残高	1,027	691

※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。

連結 Q4 損益計算書概要

- 総売上高の半分を占めていた広告売上が減少し、採算性の高い制作・運用売上、SMM売上が増加した結果、売上は前期比4.5%減。一方、売上総利益率、営業利益率はそれぞれ前期比8.8ポイントアップ、3.7ポイントアップの大幅改善

(単位：百万円)

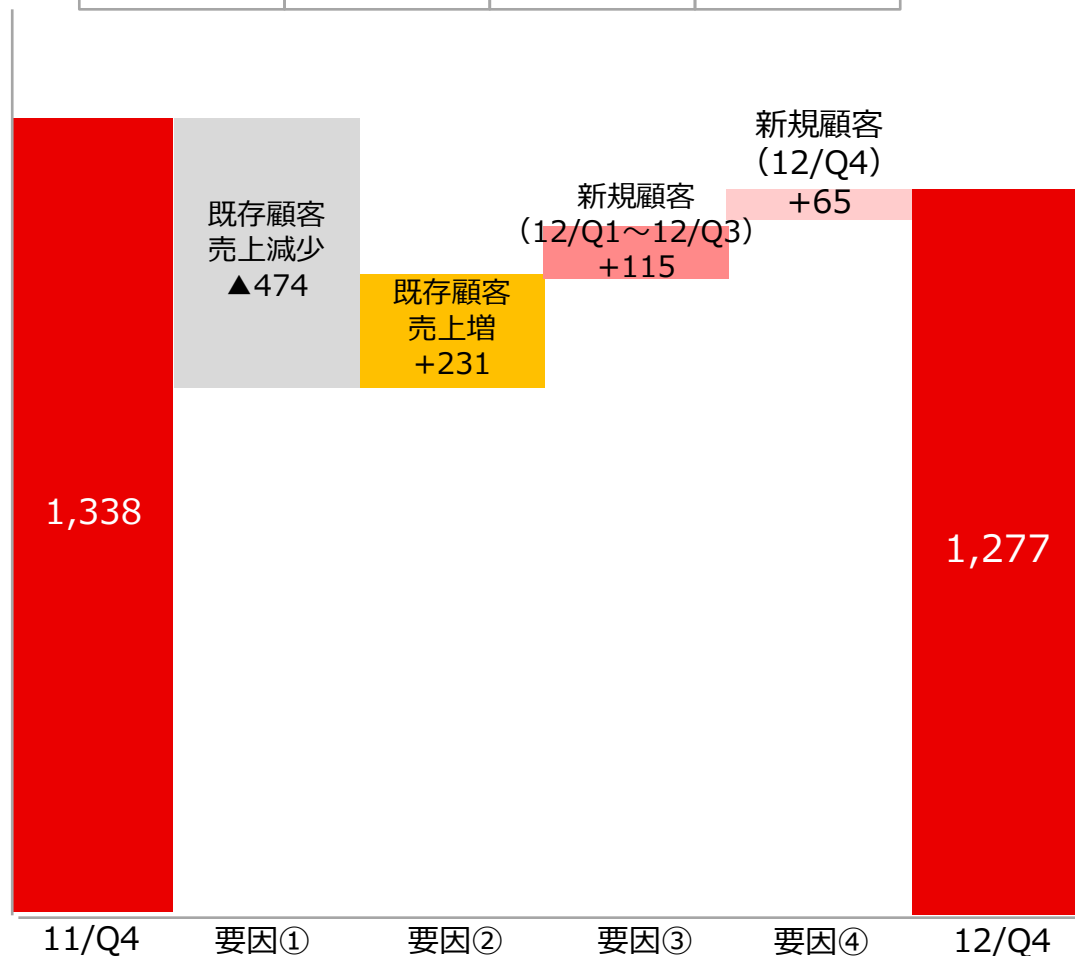
	12/Q4	11/Q4	11/Q4比
売上高	1,277	1,338	-4.5%
売上総利益	318	215	+48.1%
(売上総利益率)	24.9%	16.1%	-
販売管理費	232	175	+32.6%
営業利益	85	39	+116.5%
(営業利益率)	6.7%	3.0%	-
経常利益	85	37	+128.7%
四半期純利益	128	32	+298.0%

※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。

連結 Q4 売上高の増減要因(前年同期比)

(単位：百万円)

11/Q4	12/Q4	増減	増減率
1,338	1,277	▲61	▲4.5%



(売上高の増減要因)

要因①：11/Q4に取引のあった顧客において売上減少した顧客68社の売上減少分（▲474）広告案件、スポットの構築案件の売上減少が要因

要因②：11/Q4に取引のあった顧客において売上増加した顧客39社の売上増加分（+231）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③：12/Q1～12/Q3に新規取引発生した顧客75社の売上増加分（+115）SMM案件を中心に新規取引増加

要因④：12/Q4に新規取引発生した顧客22社の売上増加分（+65）FacebookをはじめとしたSMM案件が引き続き堅調に推移

2012年3月期 通期戦略サマリー

※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

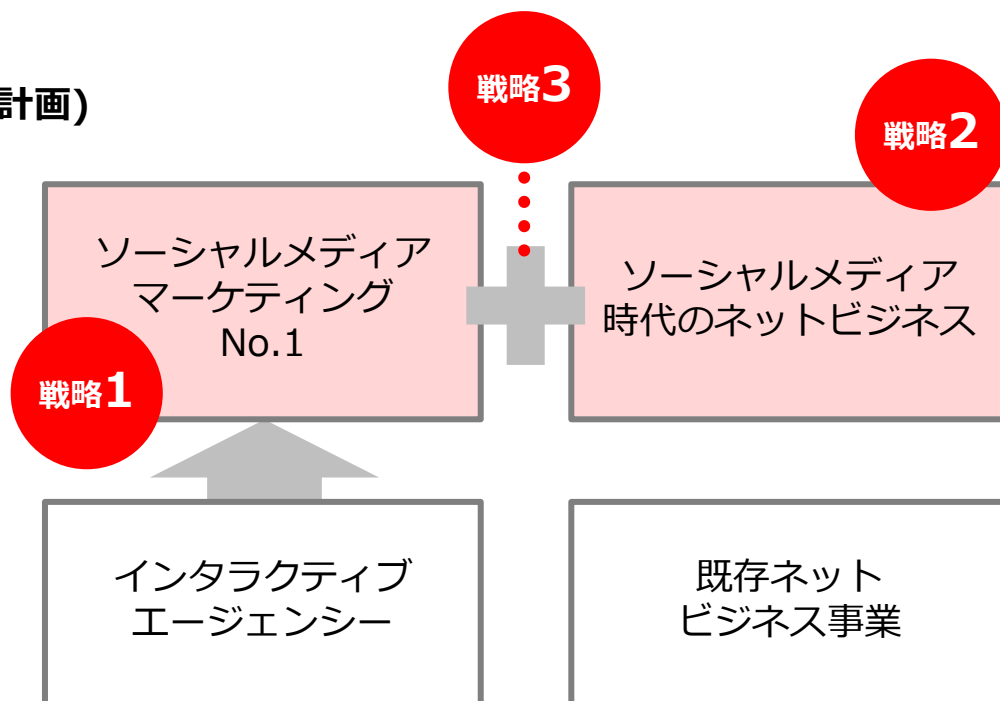
- ・ 大手企業のfacebook活用支援でNo.1になる
- ・ Webマネジメントセンターの運営代行を本格的に展開する

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



2012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、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
- メンバースクオリティの実践
- 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

2012年3月期 通期戦略レビュー①<サービス／営業>

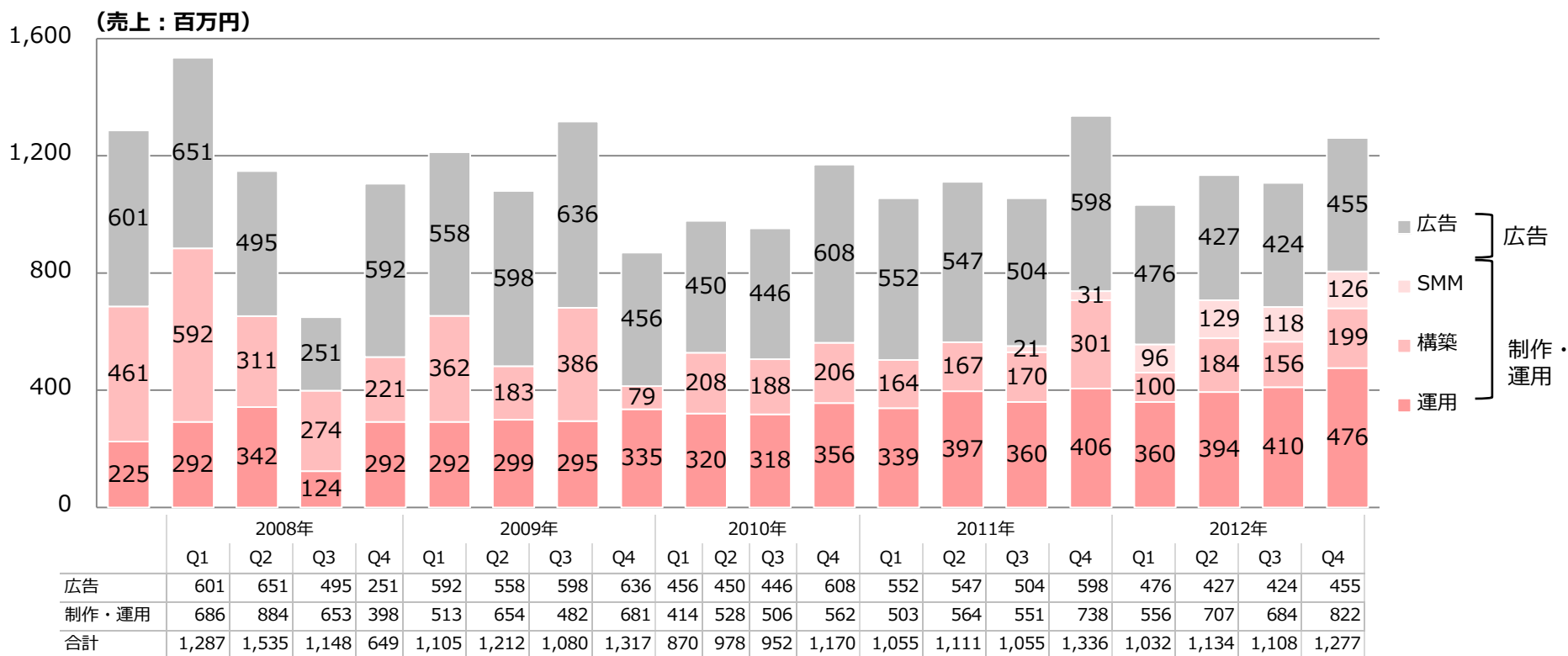
戦略	2012年3月期の取組み
サービス	■ Facebookインテグレーションの推進 ・ Facebookページ制作から企業サイトのソーシャル化へシフト → 企業WebサイトでFacebookを活用する、先進的なFacebookインテグレーション事例を構築 ■ ソーシャルメディア関連の新サービス開発&提供（コネクトスター） ・ 実名制マンガSNSの「MANGAful days」 4月開始 ・ 実名制学習SNSの「Studymate」 7月開始 → グローバル対応やスマートフォン対応などによるアクティブ数の増加施策の実施
営業	■ FacebookマーケティングNo.1へ ・ Facebook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

2012年3月期 通期戦略レビュー②<人材開発／オペレーション>

戦略	2012年3月期の取組み
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名増加の23名。SMM 案件や運用案件増加に伴いプロデューサー職、技術職も採用拡大 ・ 仙台サテライトオフィスを7月に開設 →2012年5月より仙台オフィスを拡張し本格的に営業開始
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。売上総利益率は11/通期と比較して6.1ポイントアップの22.5% ■ タイムマネジメント施策の実施 ・ 案件原価の詳細管理 →より詳細な案件利益管理への移行に向けたシステム導入開始 ■ 全員参加型経営の推進 ・ 超会社コンセプトに基づき全員参加型経営を推進するため株式給付信託（J-ESOP）の導入を決定

Q別サービス別売上の推移

- Facebook関連サービスを中心としたSMM案件や、運用案件の順調な増加に伴い、制作・運用売上は前年同期比で11.3%増の822百万円
- 広告売上は前期比マイナスで構成比も縮小



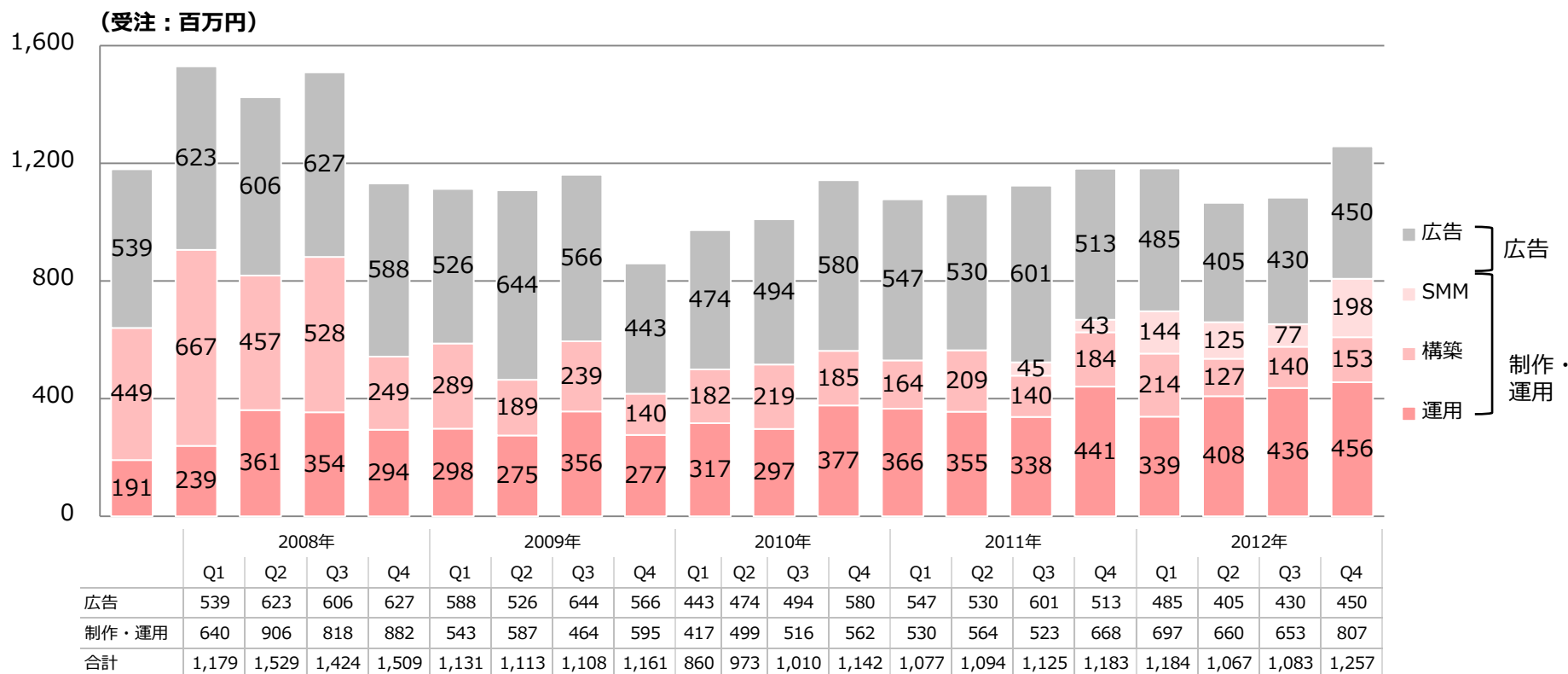
※上記グラフ中の数値は、サービス別売上の合計金額。

※一部Facebookサービス売上が「運用」「構築」カテゴリにも含まれています。

※表の広告には「広告」、制作・運用には「運用」「構築」「SMM」が区分されております。

Q別サービス別受注高の推移

- Facebookページの制作/運用の需要が高まり、SMMの受注高は11/Q4比で361.0%増の198百万円。併せて企業サイトのソーシャル化需要も堅調に推移し制作・運用サービスの受注高は、11/Q4比で20.8%増の807百万円
- 売上同様11/Q4比で広告は受注高減少



※上記グラフ中の数値は、受注高の合計金額。

※一部Facebookサービス売上が「運用」「構築」カテゴリにも含まれています。

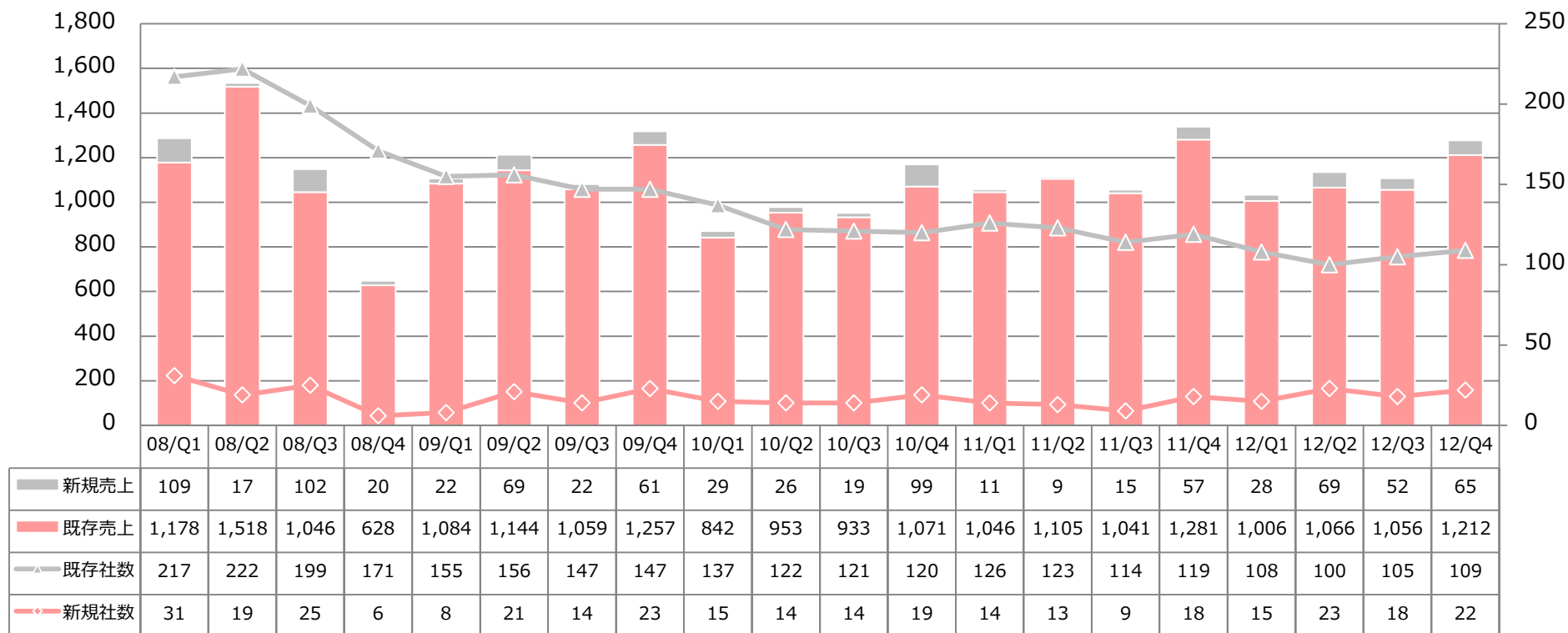
※表の広告には「広告」、制作・運用には「運用」「構築」「SMM」が区分されております。

Q別新規/既存別の売上高と顧客数の推移

- 12/Q4の既存顧客は109社。売上高は11/Q4比5.6%減の1,212百万円
- ナショナルクライアントのFacebook制作/運用案件が引き続き堅調に推移し、新規顧客22社、新規売上が65百万円

(顧客別売上：百万円)

(社数)

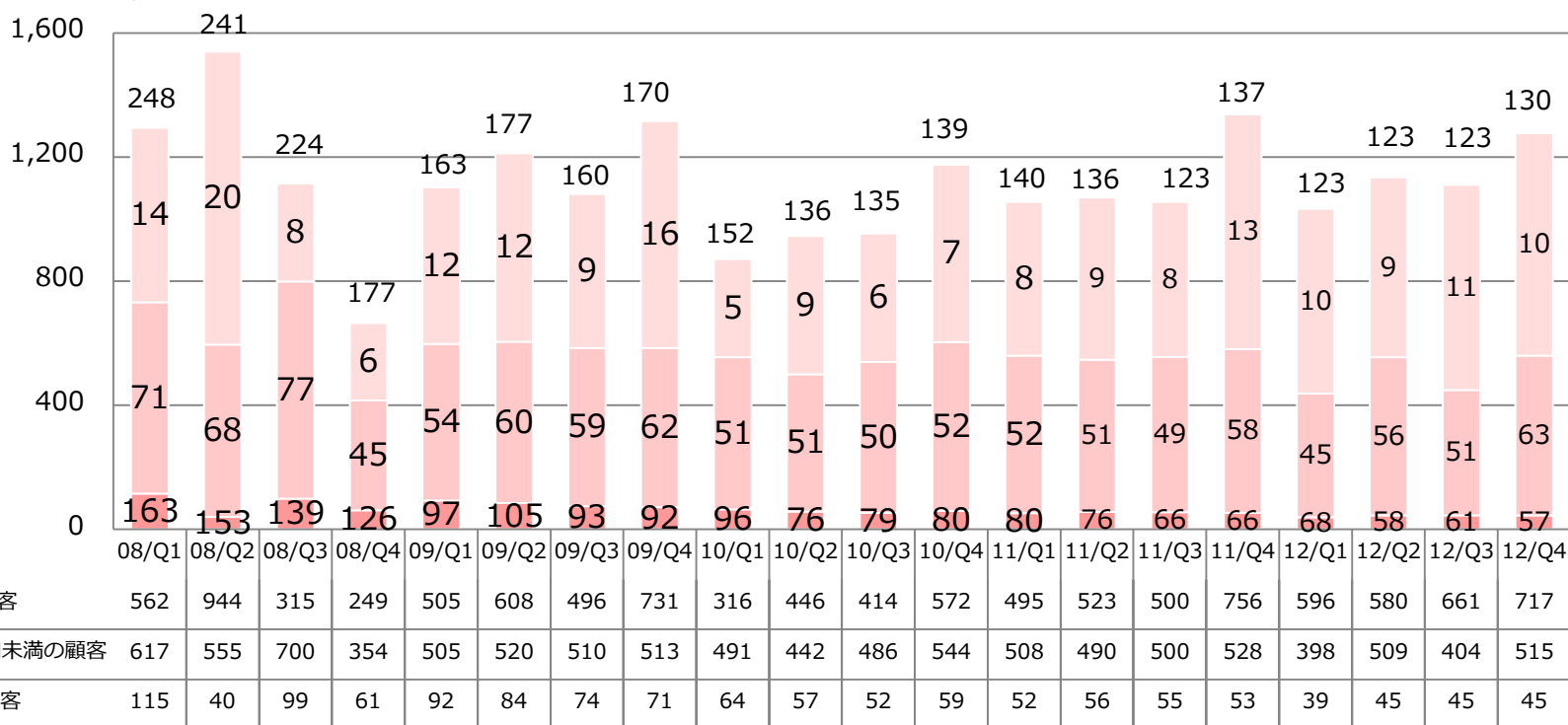


※当該四半期より4四半期間取引のなかった顧客を新規顧客としております。

Q別顧客規模別売上／顧客数の推移

- 12/Q4の顧客数は130社（11/Q4比 -7社）。売上高25M以上の大口顧客数は10社（同差 -3社）、売上高は717百万円（同差-39百万円）

(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。

Q別社員数の推移

- SMMや制作・運用サービスの拡大と合わせ、プロデューサーや技術者の採用を進め体制を拡充
- Web運用サービスの安定拡大を担う「ネットクルー職」の採用は今後も注力

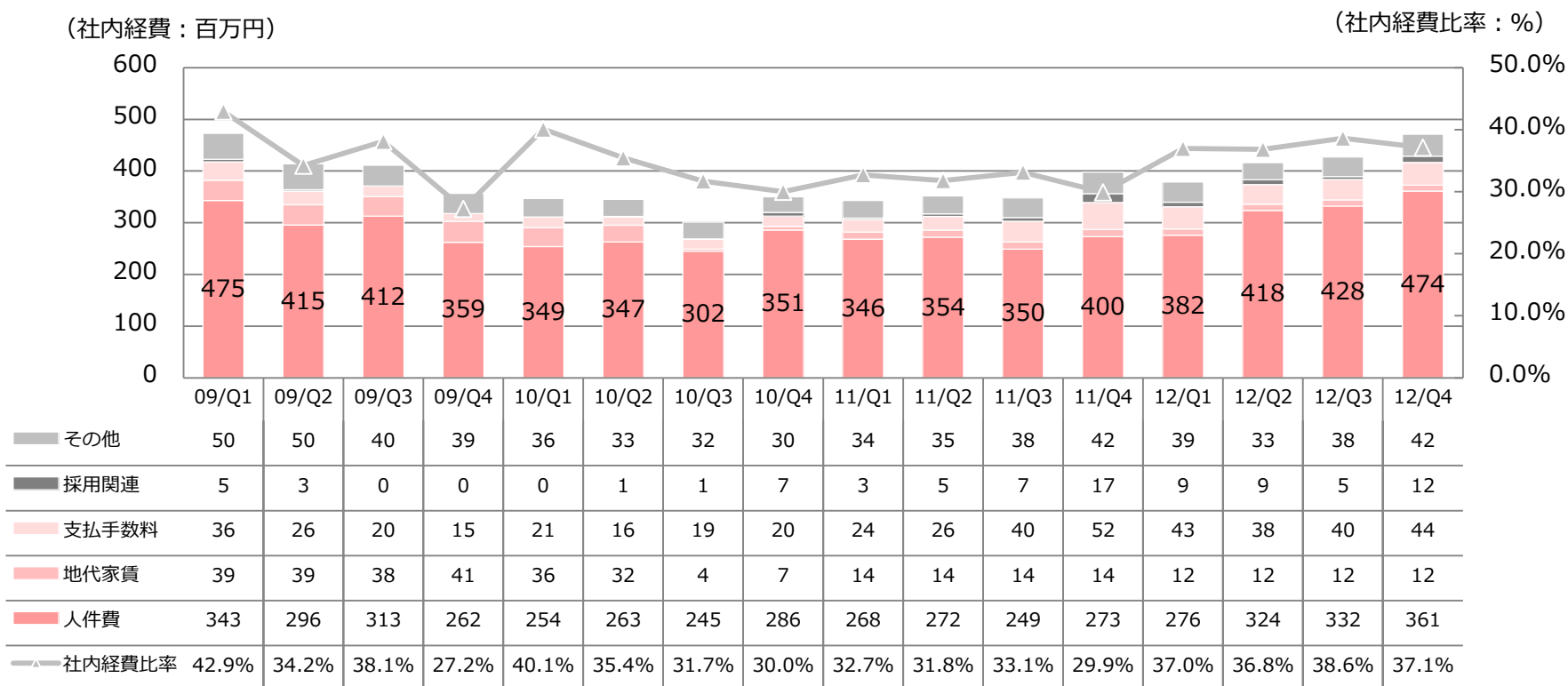
(人数)



※上表の人数は、期末在籍者数。

Q別社内経費の推移

- 11/Q4に比べ社内経費比率が7.2ポイント増の37.1%。内製化を進めたことによる従業員数の増加などにより人件費が88百万円増加。結果、12/Q4の社内経費は11/Q4比74百万円増の474百万円



※「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。

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

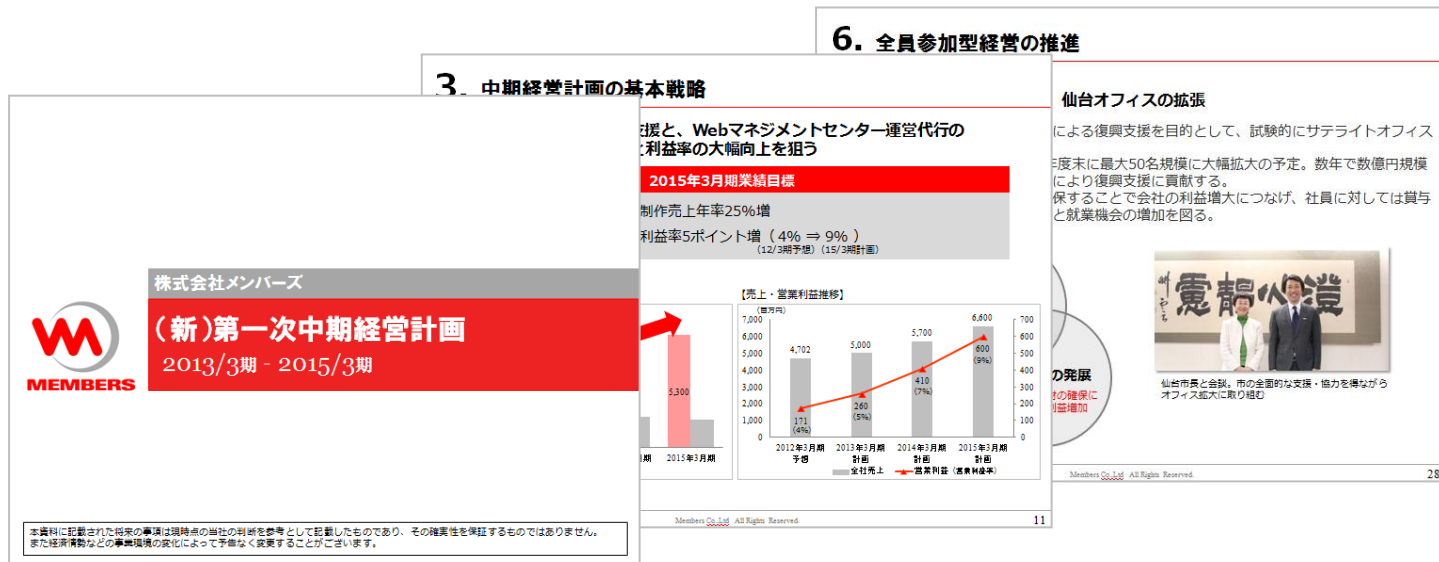
Facebookでは、2009年以降、アプリ開発やFacebook上でのマーケティングのニーズがある企業と、開発パートナーを繋げる取り組みをしてまいりました。ソーシャルなコミュニケーションに対応するビジネスニーズが急速に拡大していることを受け、この取り組みを一新し、Facebookは4月19日（米国時間4月18日）、新たに認定マーケティングデベロッパープログラム（Preferred Marketing Developer program、PMD）を開始しました。本プログラムの目的は、それぞれの強みを持つ開発会社を認定パートナーとし、その強みに合ったニーズを持つクライアント企業と引き合わせることにあります。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・運用だけではなく、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、『MangafulDays』、『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キングサービスの立ち上げ・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(新)中期経営計画の策定について

2013年3月期～2015年3月期の3ヶ年の（新）第一次中期経営計画をリリース



2010年5月14日に発表致しました、2011年3月期～2013年3月期の3ヶ年の第一次中期経営計画を基に2013年3月期～2015年3月期の3ヶ年の（新）第一次中期経営計画を策定いたしました。ソーシャルメディアへの注力など概ね順調に推移しているものの、成果向上型まるとサービス運営が実現しないなど課題もありました。それらを踏まえて、新たに（新）中期経営計画として2013年3月期～2015年3月期の3ヶ年の中期経営計画を発表しております。

2013年 3月期 戦略方針

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

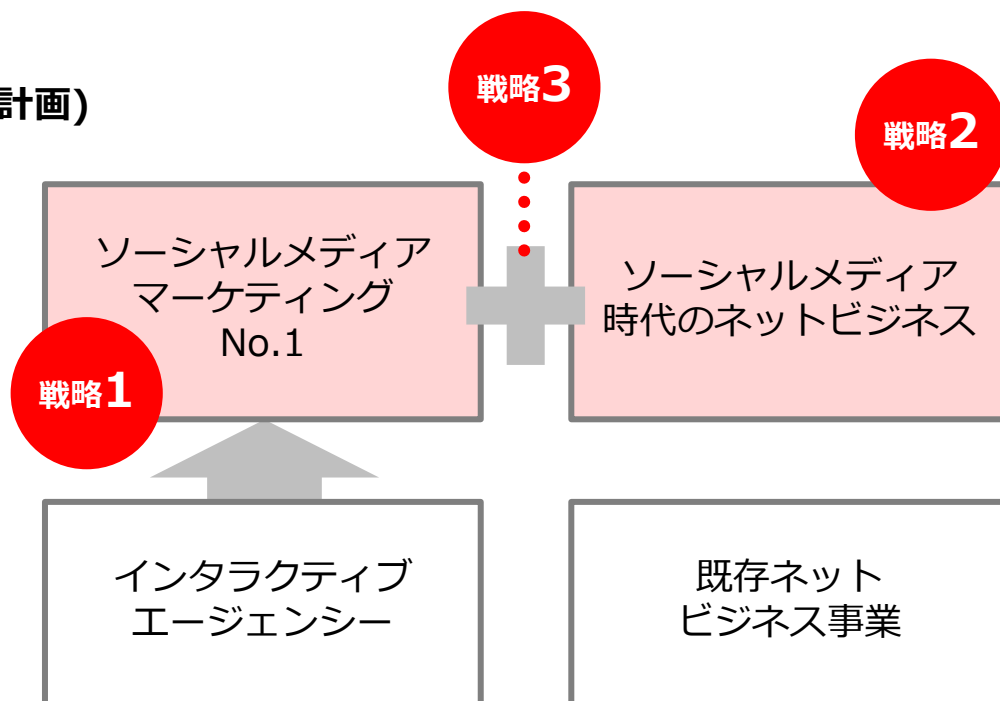
- ・ 大手企業のfacebook活用支援でNo.1になる
- ・ Webマネジメントセンターの運営代行を本格的に展開する

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



【戦略1】 ソーシャルメディアマーケティングNo.1へ

大手企業のfacebook活用支援でNo.1を目指すために、Facebookインテグレーションに注力していくことに加えて、Webマネジメントセンターの運営代行を本格的に展開していく。

- Facebookページ制作から、企業WebサイトでFacebookを活用するFacebookインテグレーションへシフト
- エンゲージメント・ラボによるノウハウの蓄積
- スマートフォン、タブレット端末向け制作運用への注力
- Webマネジメントセンターの運営代行本格展開/重点施策
 - ・ 品質マネジメントシステムの再構築
 - ・ ユニット制、後方支援体制の確立
 - ・ 運用ツール開発
 - ・ ネットクルーの大幅拡大および正社員登用とグローバル人材の採用強化
- 拡大に向けた経営システムの強化
 - ・ 内製化の推進
 - ・ 制作技術スキルの育成の仕組み構築
 - ・ 地方、海外拠点展開
 - ・ 稼働管理システムの構築とタイムマネジメント推進

【戦略2】 ソーシャルネットビジネスの自社展開

【F30】を推進するため100%子会社コネクトスターが、立ち上げたFacebook連携のソーシャルネットワークサービスである、以下二つにおいてアクティブ数増加へ注力していく



【F30】

実名制SNSであるFacebookをベースとしたインターネットサービスを30個立ち上げるプロジェクト



【MANGAful Days】

Facebook連携の実名制マンガSNS



【Studymate】

実名制学習支援SNS。学習塾大手ナガセとジョイントベンチャーを設立し運営

2013年 3月期 業績予想について

- 通期売上はSMM案件を中心として制作・運用売上が伸び、前年比+12%の見込み
- 事業拡大に向け体制拡充に積極投資する一方、高採算のSMM案件拡大および収益性改善の取り組みにより利益率微増。
結果、営業利益ベースで前年比+15%の見込み
- 税引後の純利益は、2012年3月期に今後の業績推移に鑑み繰延税金資産を計上したため法人税等調整額が発生していること等により、前年比で減益見込み

	2012年 3月期 1H	2013年 3月期 1H		2012年 3月期 通期	2013年 3月期 通期	
	連結	連結	前年比	連結	連結	前年比
売上高	2,169	2,453	+13.1%	4,555	5,117	+12.3%
営業利益	106	126	+18.8%	239	275	+15.0%
経常利益	113	125	+11.3%	265	273	+3.0%
純利益	109	78	-28.7%	306	170	-44.5%

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

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： 771,275千円(2012/ 3 月期)

代表者： 剣持 忠

社員数： 216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「BS 7799」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・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。

