



Members

2022年3月期 第2四半期 決算説明資料

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)

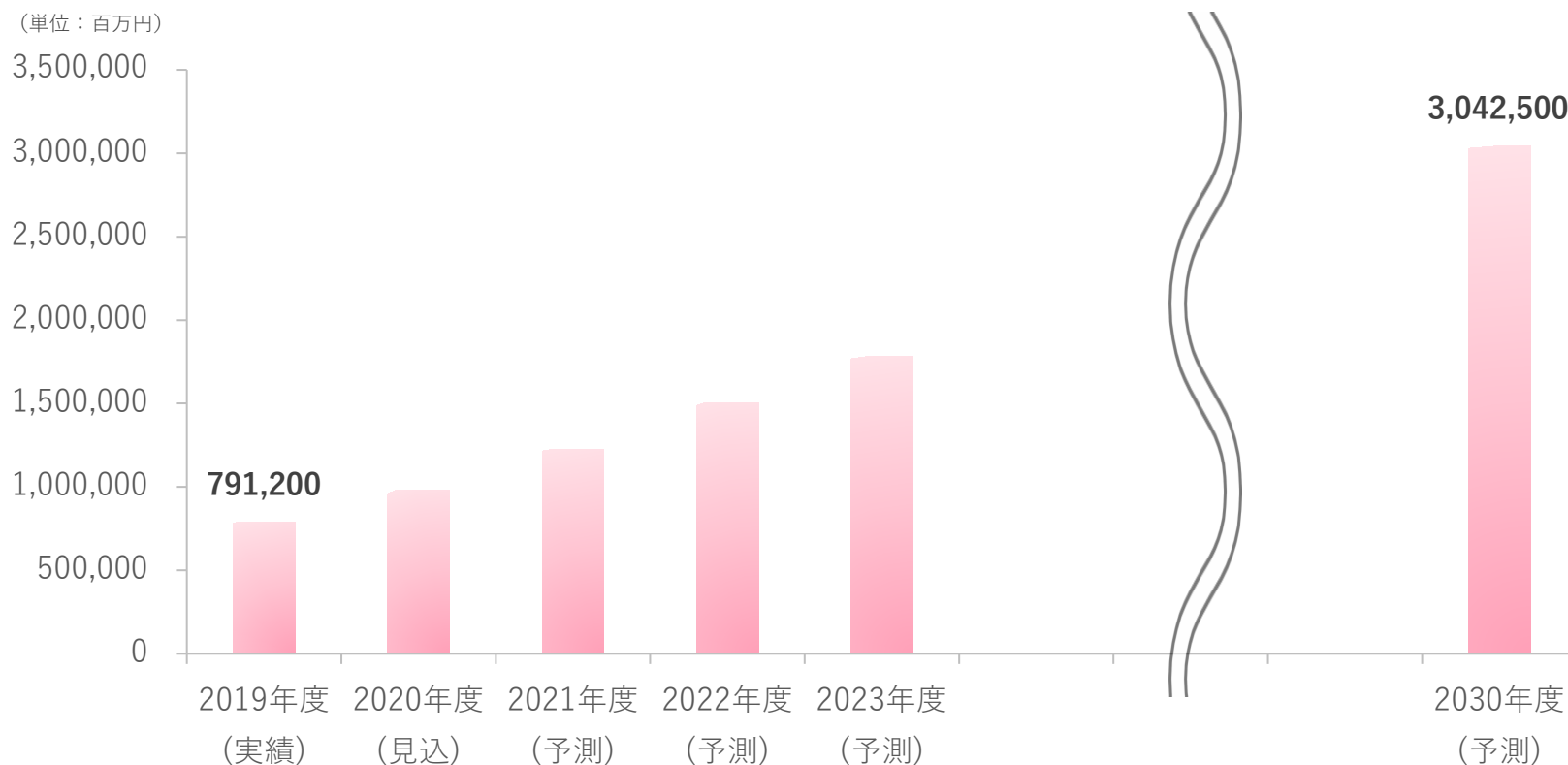
株式会社メンバーズ
TEL: 03-5144-0660
URL: <https://www.members.co.jp/>

経営方針／事業紹介／ 成長ストーリー

外部環境：急拡大するDX市場

国内DX市場の市場規模

2019年度7,912億円実績から**2030年度には3兆425億円に拡大**する見通し

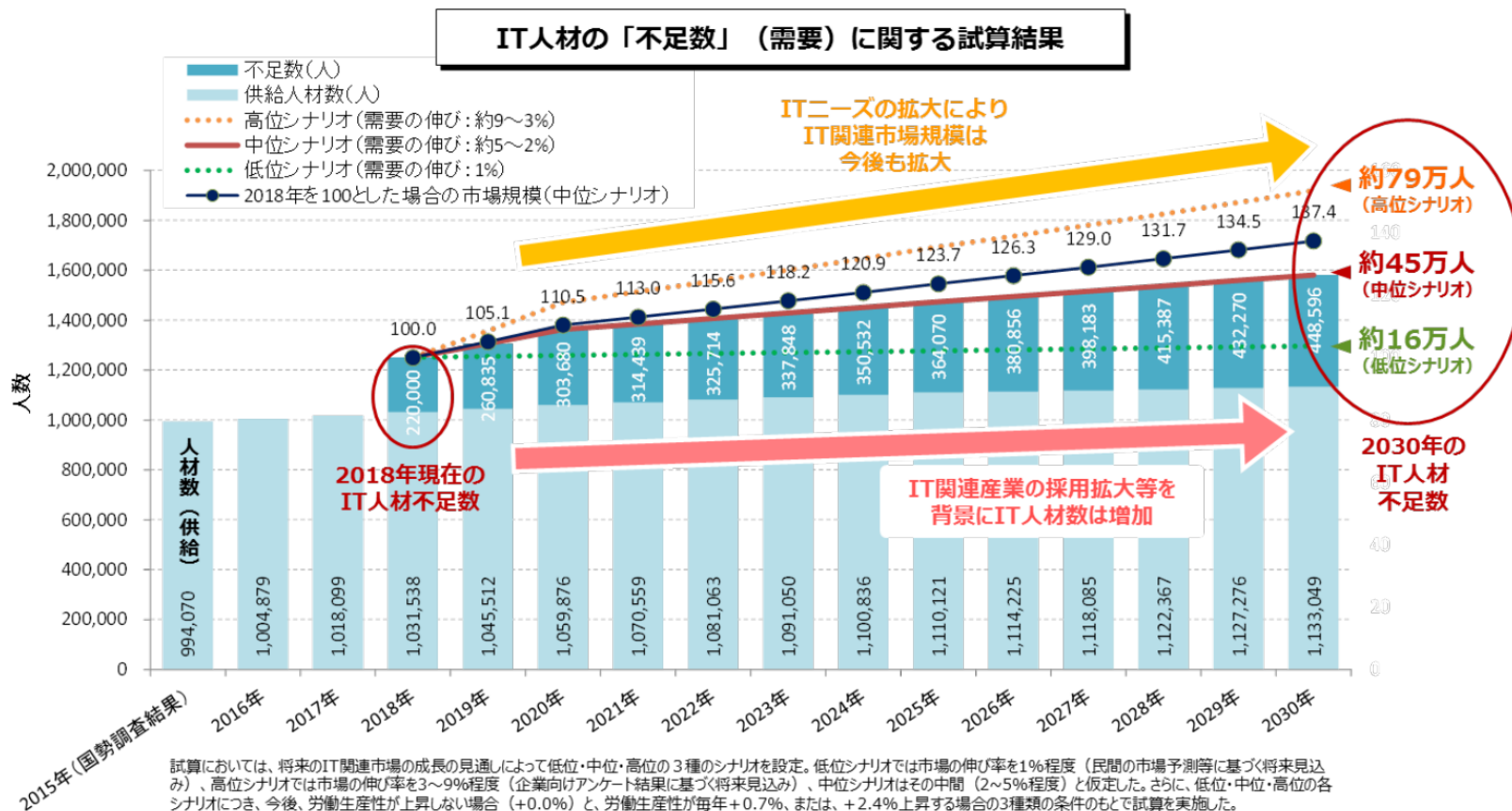


富士キメラ総研『2020 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望』

外部環境：DX推進を阻む人材不足

2030年のIT人材は最大79万人不足。企業の人材確保は難航

<参考1> IT人材需給の試算結果



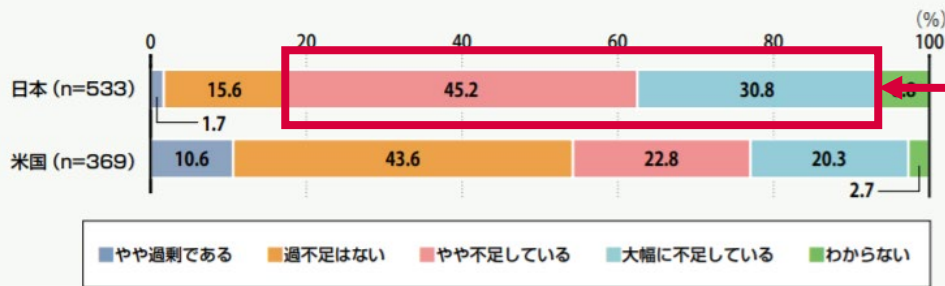
経済産業省 | IT人材需給に関する調査(概要)

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/jinzai/gaiyou.pdf

外部環境：DX推進を阻む人材不足

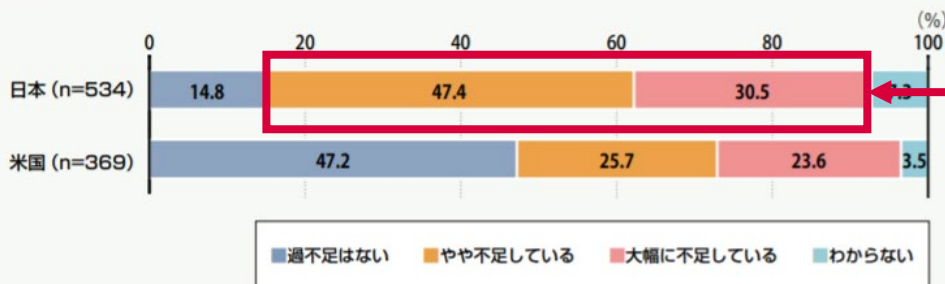
日本企業における事業戦略上の変革を担う人材は 質・量ともに不足している

図表13-2 事業戦略上、変革を担う人材の「量」の確保



人材の「量」の不足：76%
・やや不足している
・大幅に不足している

図表13-3 事業戦略上、変革を担う人材の「質」の確保



人材の「質」の不足：77.9%
・やや不足している
・大幅に不足している

当社グループの経営方針及び事業紹介

メンバーズは急速に拡大するデジタル経済における価値創出の主役である
デジタルクリエイター（DC）が成長・活躍するプラットフォーム。

心豊かな社会の実現に向け、社会ニーズに合わせた最適な
デジタルビジネス運用サービスを開発・提供する。

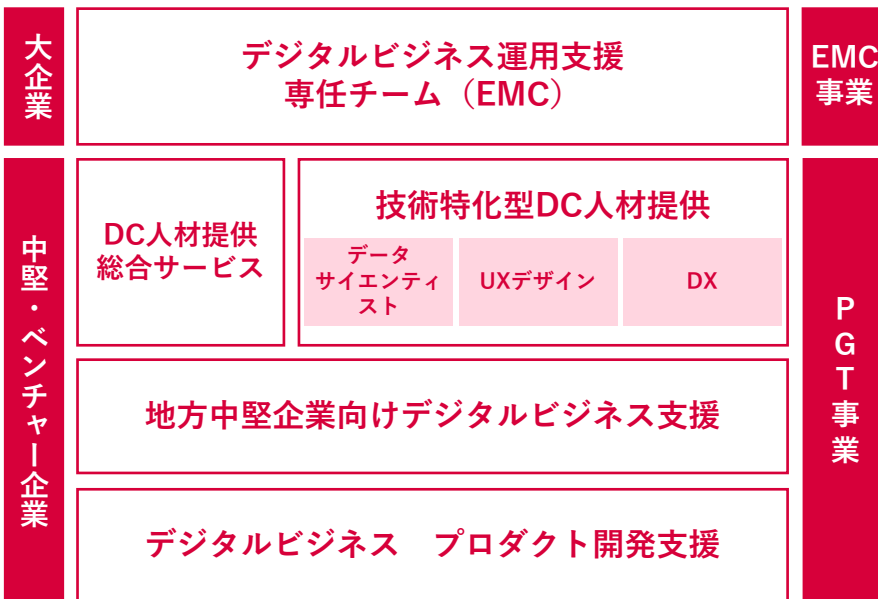


デジタルクリエイター
グループ1万人構想

マーケティングの
変革

CSV(※)経営・企業価値軸の
マーケティング普及

社会課題解決
ベンチャー
創造支援



デジタルクリエイターの幸せ追求

社会的価値の創造

提供サービスの最適化

※ CSV(Creating Shared Value…経済価値と社会的価値を同時実現する経営手法)

当社グループの経営方針及び事業紹介

EMC事業

(Engagement Marketing Center)

事業概要

デジタルビジネス運用支援サービス

Webサイト、EC、SNS、アプリ、マーケティングオートメーション(MA)、デジタルトランスフォーメーション(DX) 他

特徴

- **顧客企業専任チーム**
顧客企業の経営戦略や目標および商品・サービスを理解した専任チームがデジタルビジネスを支援
- **専任チームの運営ノウハウをメソッド化**
①成果向上 ②生産性向上 ③品質・セキュリティ
④CSVマーケティング推進 ⑤チームビルディング
⑥アカウントプラン ⑦先端技術領域シフト
- **大企業向け、大口案件、継続案件に特化**

主な取引先 (五十音順)

(株)資生堂、スカパーJSAT(株)、(株)大京、トレンドマイクロ(株)、パナソニック(株)、(株)ベネッセコーポレーション、(株)みずほ銀行、三井住友カード(株) 他多数

PGT事業

(Product Growth Team)

事業概要

顧客のデジタルプロダクトのグロース支援人材提供
DXプロデューサー、UXデザイナー、データサイエンティスト、マーケティングプランナー、データエンジニア、Webサイトディレクター、Webデザイナー、エンジニア 他

特徴

- **自律型チームの提供**
- **先端技術領域におけるグロース支援**
付加価値の高い先端技術領域のスキルを用いて顧客のデジタルプロダクトのグロースを支援
- **クリエイターファースト**
クリエイター執行役員制度、リモートワーク、健全な就労環境づくり

主な取引先

- 成長性の高い**インターネット系企業**
- 社会課題を解決する**ソーシャルイノベーションチャーター**
- **地方中堅企業**

当社グループのミッション・VISION2030

メンバーズグループ ミッション

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

VISION2030

日本中のクリエイターの力で、
気候変動・人口減少を中心とした
社会課題解決へ貢献し、
持続可能社会への変革をリードする

2021年6月18日開催の第26期定時株主総会において
定款変更を決議し「ミッション」及び
「気候変動・人口減少等の社会課題への取り組み」
を定款に明記。

<https://www.members.co.jp/company/news/2021/0618.html>

グループ共通戦略

Web運用支援から
デジタルビジネス全般の運用支援へ。
顧客企業にCSV経営を広め
持続可能社会への変革をリードする。



メンバーズグループの成長ストーリー

メンバーズの事業モデルは、顧客に高い価値を提供し社会への貢献を目指すデジタルクリエイター（DC）が成長・活躍するプラットフォーム。

「社会への貢献」と「社員の幸せ」、「会社の発展」を同時に実現することを目指す『超会社』コンセプトに従い企業を経営し、DCが最も活躍する会社を作ることによって長期的な企業成長を実現する。

成長モデル

デジタル
クリエイター(DC)数

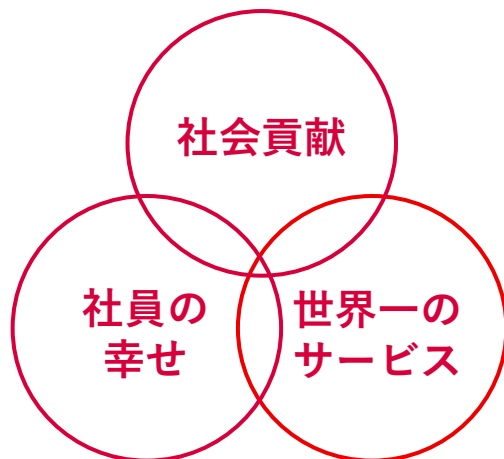
×

一人あたり
付加価値売上高

⇒

営業利益
最大化

超会社コンセプト



2030年目標値

DC数
1,133名
営業利益
12億円

DC数
10,000名
営業利益
100億円

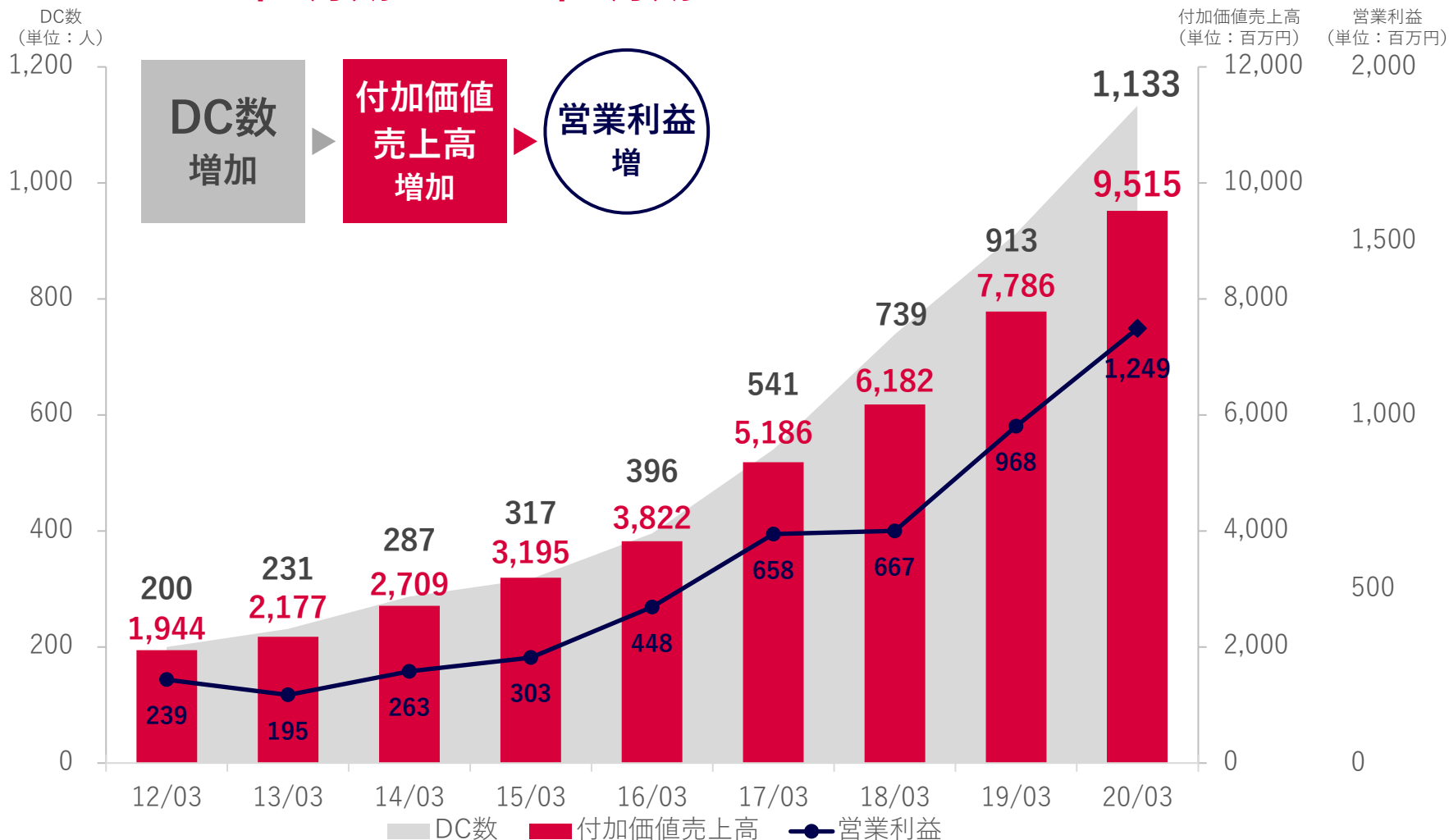
2020年



2030年

メンバーズグループの成長ストーリー：DC数、業績推移実績

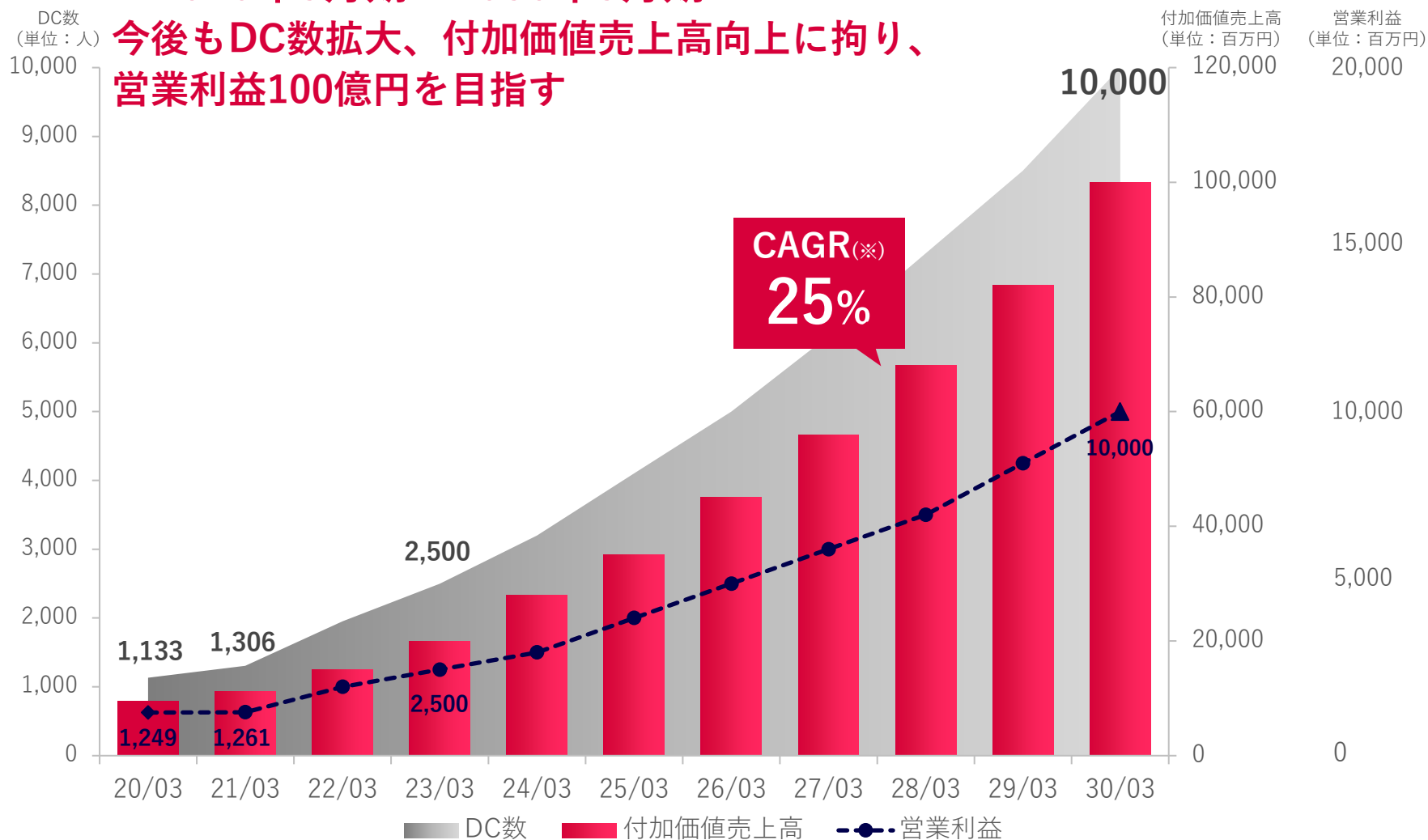
<2012年3月期～2020年3月期>



メンバーズグループの成長ストーリー：DC数、業績推移計画

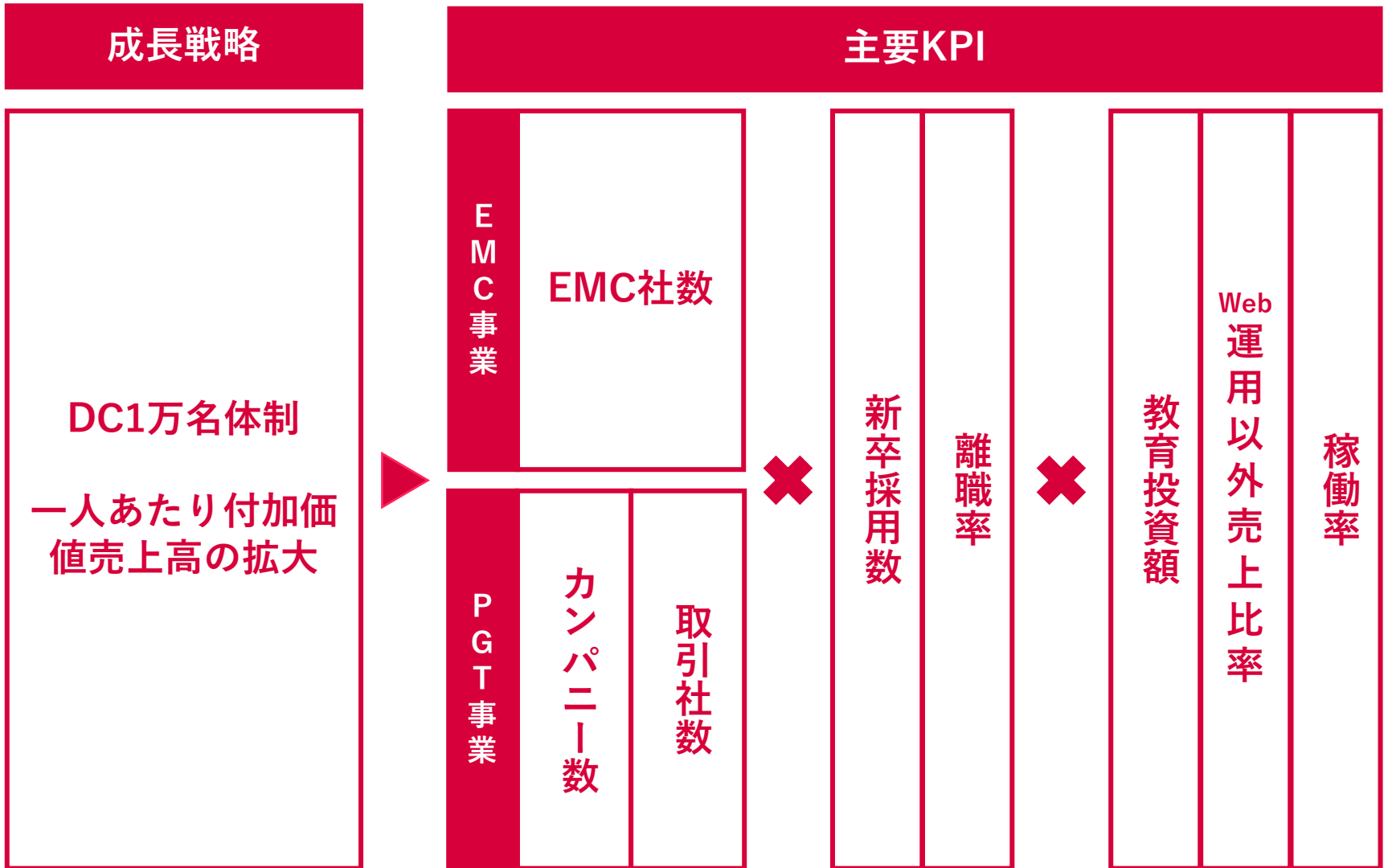
＜2020年3月期～2030年3月期＞

今後もDC数拡大、付加価値売上高向上に拘り、
営業利益100億円を目指す



※ CAGR…年平均成長率

成長戦略と主要KPI



成長ストーリー：EMC事業

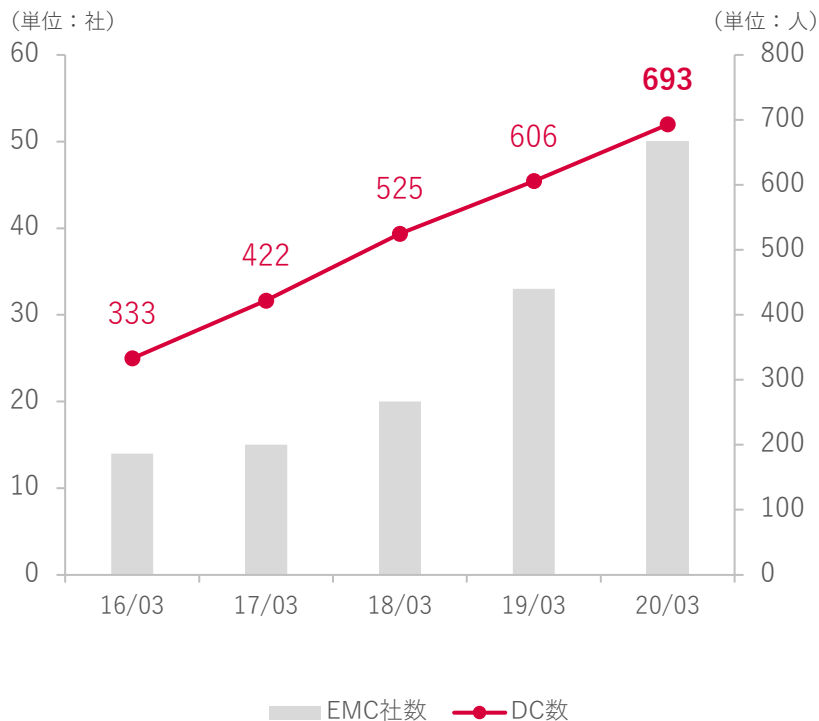
EMC事業

DX領域を中心とした高付加価値領域へ進出し、取引社数とDC数を大幅に増加させる

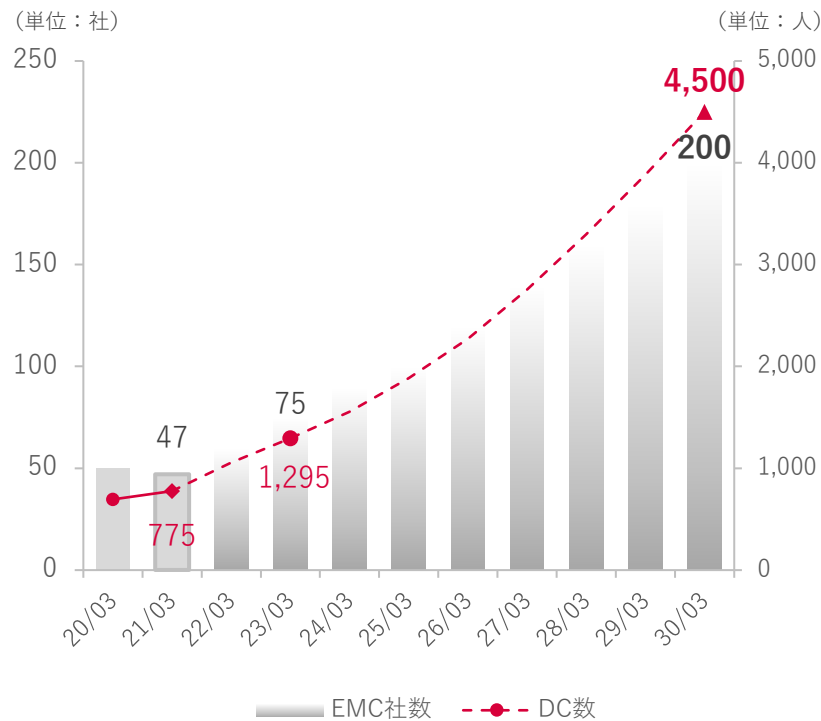
2030年目標値

EMC社数	DC数
200社	4,500名

< 2016年3月期～2020年3月期 >

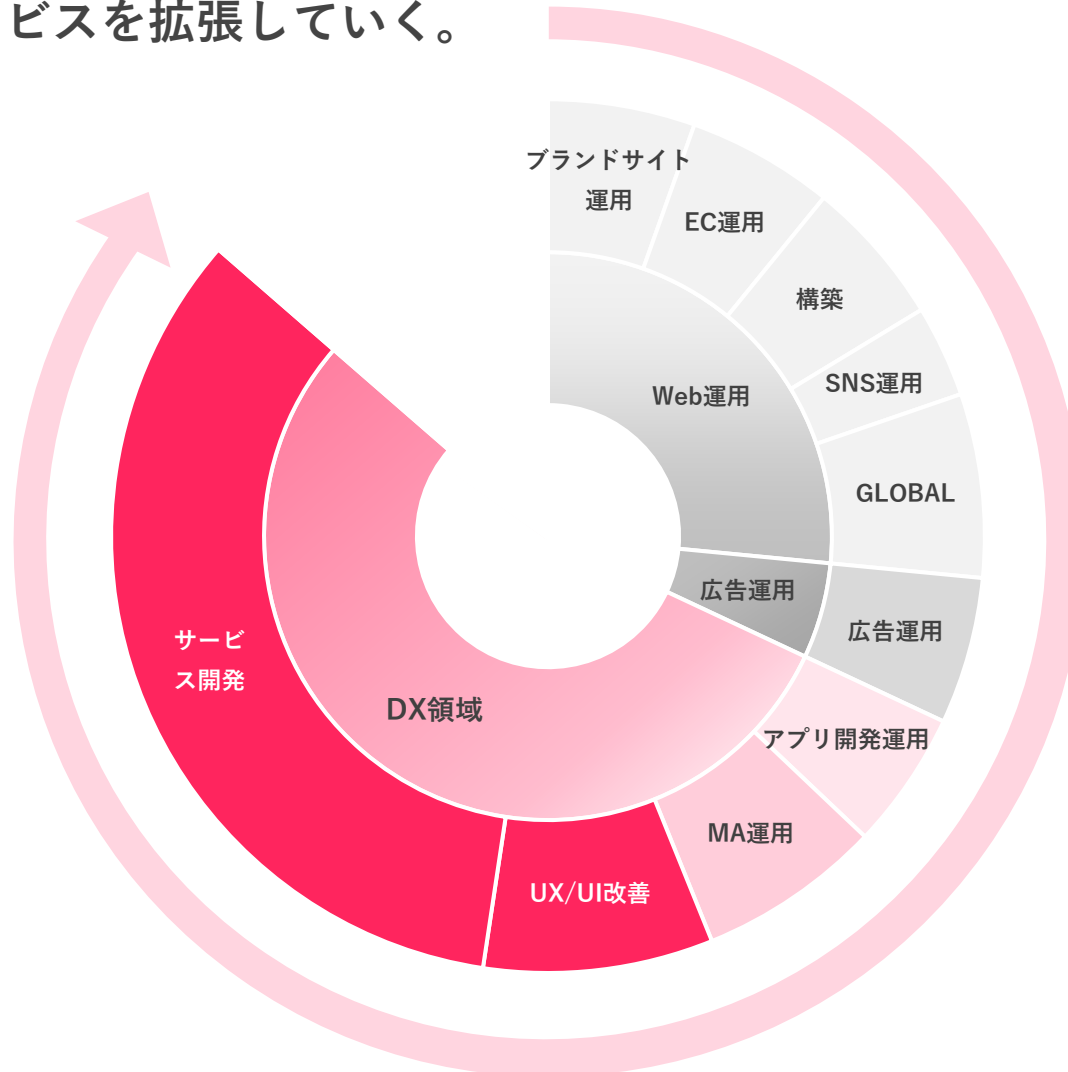


< 2020年3月期～2030年3月期 >



EMC事業 売上拡大方針

Web制作運用での顧客接点、フロント領域の強みを起点に、伸びしろの大きいDX領域にサービスを拡張していく。



成長ストーリー：PGT事業

PGT事業

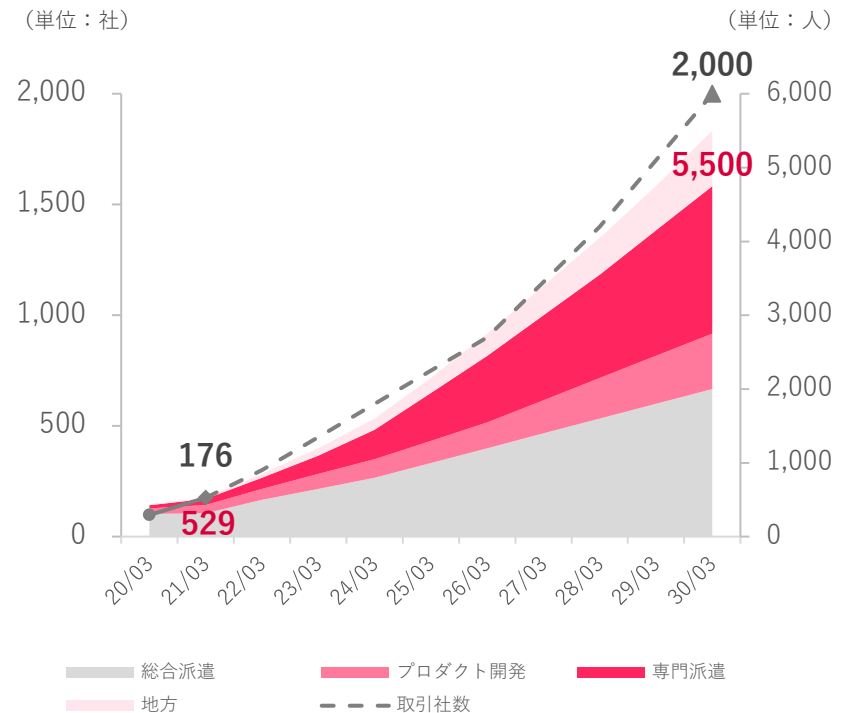
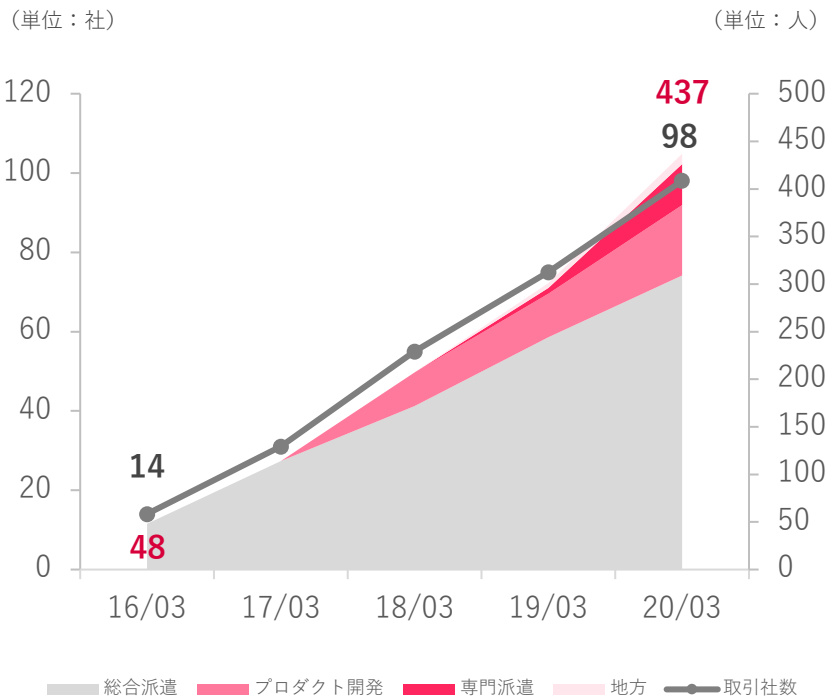
付加価値の高い先端技術領域のスキルを用いて
顧客のデジタルプロダクトのグロースを
チーム型で支援し、DC数と取引社数を拡大する

2030年目標値

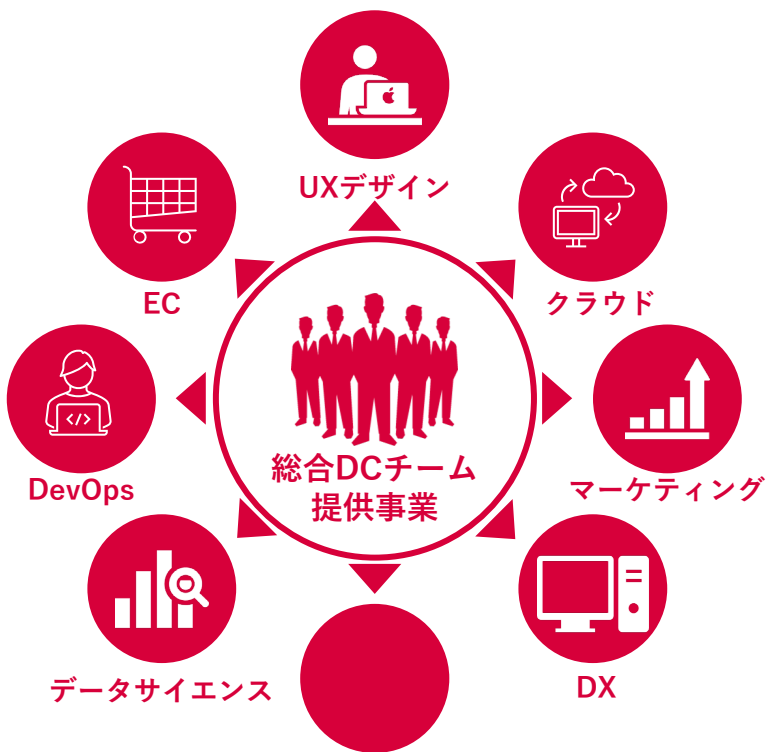
DC数	取引社数
5,500名	2,000社

<2016年3月期～2020年3月期>

<2020年3月期～2030年3月期>



PGT事業 売上拡大方針



プロダクト開発



地方中堅企業

2030年目標値

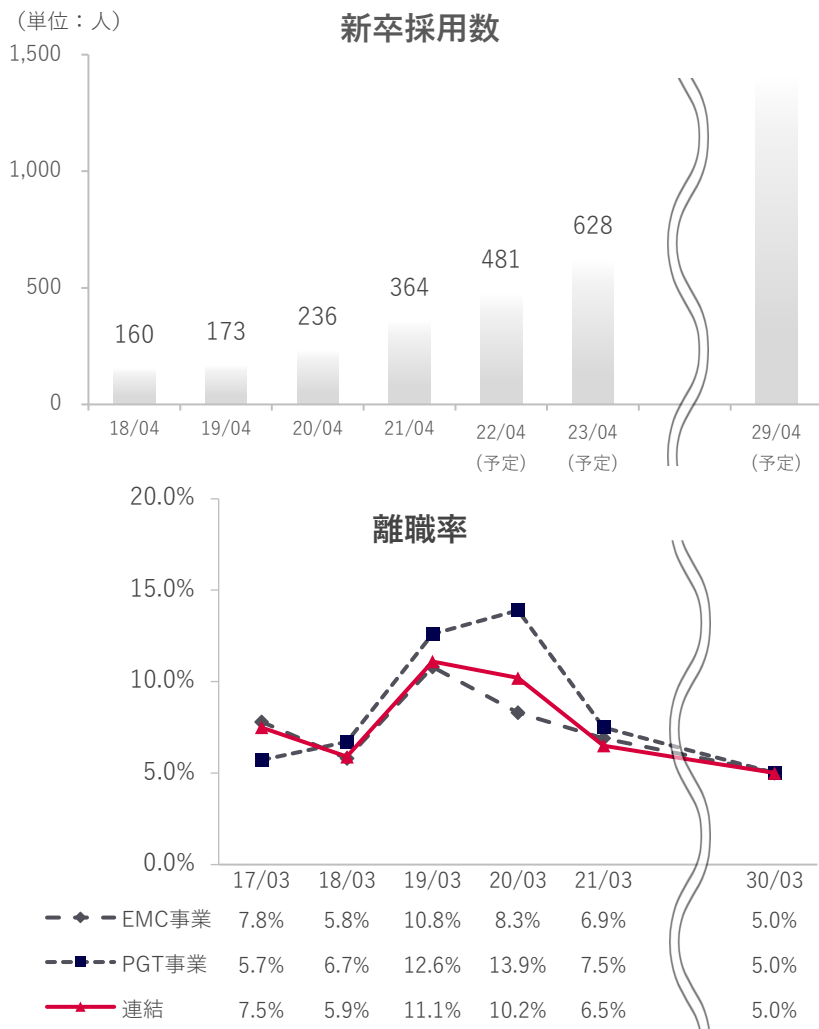
カンパニー数

50社

- 高付加価値の先端技術領域特化型カンパニーを引き続き立ち上げる。
- 総合デジタルクリエイターチーム提供カンパニーで育成し、先端技術領域特化型カンパニーにキャリアアップ、単価向上を図る。

DC数の拡大

新卒採用を継続強化。離職率5%以内を実現し、DC拡大を図る

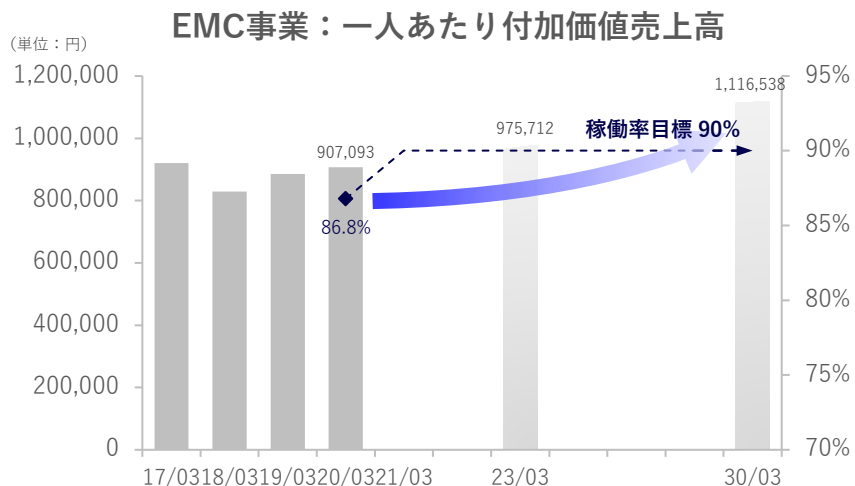


- **2022年4月新卒社員の採用は計画通り481名入社予定。**
- ミッション、ビジョン採用強化
- 地方人材、クリエイティブ人材、女性採用強化
- リモートワークの推進／働き方改革
- 教育体制の充実化
- MEMBERSWAY委員会など全員参加型経営の推進
- CV1.6プロジェクト(※)の推進

※ CV1.6(Creator's Value 1.6)プロジェクト…IT人材の正当な評価・報酬を実現するため、2030年までに基準年収を欧米並みの1.6倍に引き上げるプロジェクト。

一人あたり付加価値売上高拡大

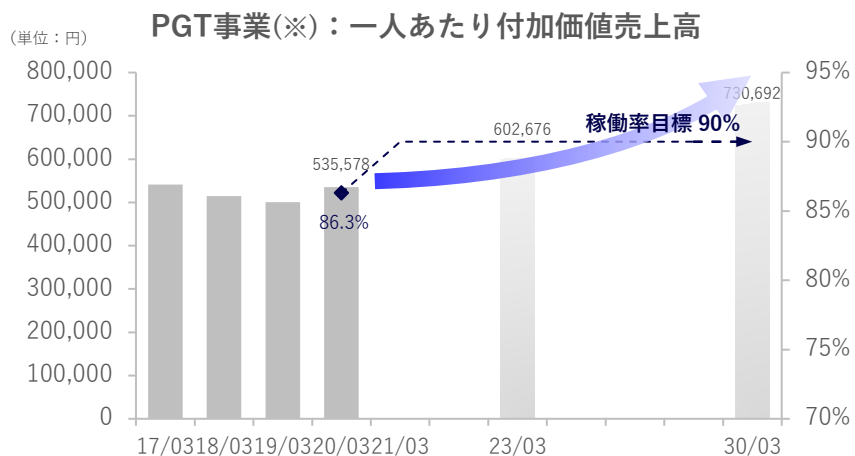
育成強化／高付加価値領域進出、稼働率向上により一人あたり付加価値売上高を拡大させていく。



- 連結付加価値売上高の**2%**を每期教育に投資

- **Web運用**以外売上比率**8割**

- **グループ間異動**活性化による稼働率向上



第27期（2022年3月期） 通期方針

グループ経営方針

1

脱炭素DXの推進

脱炭素社会における企業の持続的成長と、心豊かな社会の実現を両立させるためにDXを推進する。Webサイトの制作運用領域に留まらず、デジタルを用いて行う事業やサービスの企画・構築・運用を担うことで、「業務プロセス」「企業と顧客の関係性」「ビジネスモデル」を変革していく。

2

PGT事業へ転換・エンジニア領域拡大

デジタル人材事業は「PGT事業」へ名称変更。先端技術領域のスキルを用いて顧客企業のデジタルプロダクトのグロースを自律型チームで支援する。DXを実現するために肝となるプロダクト開発などのエンジニアリング領域を拡大していく。

→PGT事業の業績は本資料32～33ページ

3

高単価化の推進、新卒モデルの確立

DXの推進に伴ってWeb運用領域からデジタルビジネス運用、DX支援に領域を拡大。先端技術領域や新しいグロース支援領域の職種を創造することで高単価を実現。サービス領域の拡充及び新卒の早期育成／早期稼働を通して収益性を高め、採用・育成を中心とした投資を強化していく。

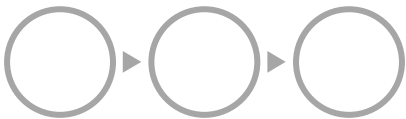
→連結業績は本資料26～29ページ

DXは脱炭素社会実現のための手段である

DXを手段として顧客企業のビジネスモデルに変革を起こす脱炭素DXを推進し、持続可能なビジネス成長と脱炭素社会を実現させる

既存ビジネスの
改善・最適化

広義のDX

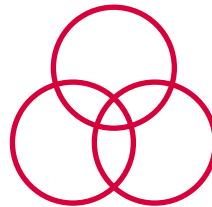


企業の業務プロセスの
運用を高度化させ
低生産性から高生産性へ

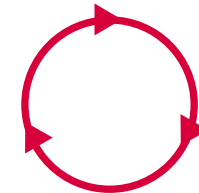
付加価値の創造

本質的なDX

メンバーズが強みを持つ支援領域



企業と顧客の関係性
(エンゲージメント)を強化し
消費者から共創パートナーへ



企業のプロダクトやサービス自体を
変化させ、ビジネスモデルを
低収益高炭素型から高収益低炭素型へ

デジタルビジネス運用支援で培ってきたスキルやノウハウをもとに、顧客のビジネスを本質的に理解し、デジタルにおける専門性の高いDXプロデューサーやクリエイターが、企画設計段階から施策実行まで顧客企業のDXを支援する。

2022年3月期方針②PGT事業・エンジニア領域拡大

PGT事業を始動しエンジニア領域を拡大

従来のデジタルクリエイター人材の提供から、**先端技術領域のスキルを有するデジタルクリエイターチーム**による**顧客企業のプロダクトグロース支援サービス**の提供へ転換する先端技術領域として、今期は**エンジニア領域を強化・拡大**させていく

従来	EMC事業	デジタル人材事業	27Y以降	EMC事業	PGT事業
クライアント	大企業	ベンチャー	クライアント	大企業	ベンチャー
支援領域	マーケティング	プロダクト、 マーケティング	支援領域	マーケティング、 プロダクト	プロダクト、 マーケティング
支援方法	自律型グロース 支援	人材提供	支援方法	自律型グロース 支援	自律型グロース 支援

- 1H進捗：エンジニア領域において、従来のメンバーズエッジカンパニーに加え、新たに2社カンパニーを設立。メンバーズデータアドベンチャーカンパニーでもデータエンジニア分野をスタート。Web以外運用領域の比率が高まる。（PGT事業の業績は本資料32～33ページ）



Webアプリケーション開発
をご支援（2017年4月設立）
<https://www.membersedge.co.jp/>



SaaS活用型グロースチーム
事業カンパニーを設立
（2021年4月）
<https://www.members.co.jp/company/news/2021/0407.html>



DevOps(※) 推進支援カンパニーを設立（2021年7月）
<https://www.members.co.jp/company/news/2021/0715.html>



データエンジニアに特化したプロフェッショナル人材常駐サービス開始
<https://www.members.co.jp/company/news/2021/0810.html>

※ DevOps（デブオプス）：開発手法やツールを使って開発者（Development）と運用者（Operations）が密接に連携することにより、迅速かつ柔軟なサービス提供を行うための考え方や仕組みのこと。

2022年3月期方針③高単価化の推進、新卒モデルの確立

高単価、新卒早期稼働

高付加価値サービスの提供

- ・人材提供型のデジタル人材事業から、プロダクトのグロースを支援する高付加価値チーム型支援へ転換
- ・DX推進、先端技術領域や新しいグロース支援領域の職種を創造
- ・エンジニア、クリエイターのスキルを高めることで単価を上げより付加価値の高いサービスを提供

新卒早期育成／早期稼働強化

- ・2021年4月に364名の新卒が入社。
- ・例年以上に受け入れ態勢を強化。早期稼働を実現し、新卒育成モデルを昇華させていく。

収益性を高め、採用・育成・営業を中心に
将来の成長に向けた投資を強化

- 1H進捗：高単価専門領域カンパニーが拡大。単価および一人あたり付加価値売上高が上昇。新卒社員の稼働へ注力中。（連結業績は本資料26～29ページ）

第27期（2022年3月期） 第2四半期 連結業績

2022年3月期 第2四半期 累計業績ハイライト

デジタルマーケティング領域における既存顧客からの引き合いは旺盛、高付加価値の専門領域も引き続き拡大し前年同期比で成長。一方、EMC事業において不採算案件の発生による棚卸資産の評価減(92百万円)及び引当金(78百万円)を計上。加えて新規獲得の計画に対し多少の遅れが生じたことにより、売上収益及び営業利益共に第2四半期累計期間の計画を下回る。

連結業績

売上収益

6,795 百万円

前年同期比
+25.6%

営業利益

366 百万円

前年同期比
+149.3%

付加価値売上高

6,381 百万円

前年同期比
+28.0%

事業状況

EMC事業
売上収益

4,777 百万円

前年同期比
+15.9%

PGT事業
売上収益

2,347 百万円

前年同期比
+48.8%

EMCモデル
提供社数

44社

前期末比
-3社

デジタル
クリエイター数

EMC
事業 933名
PGT
事業 698名

前期末比
+158人
前期末比
+169人

教育投資額

前年同期比
20百万円上昇

139 百万円



Web運用以外
売上比率(2Q単独)

22/1Q比
0.7ポイント上昇

25.8 %



期末配当予想

1株あたり 前期比6.0円増

23.5 円



2022年3月期 第2四半期 連結業績ハイライト

前年同期比で売上収益・営業利益ともに堅調に推移。不採算案件の発生による棚卸資産の評価減(92百万円)及び引当金(78百万円)計上の影響で、売上総利益率は前年同期比低下。

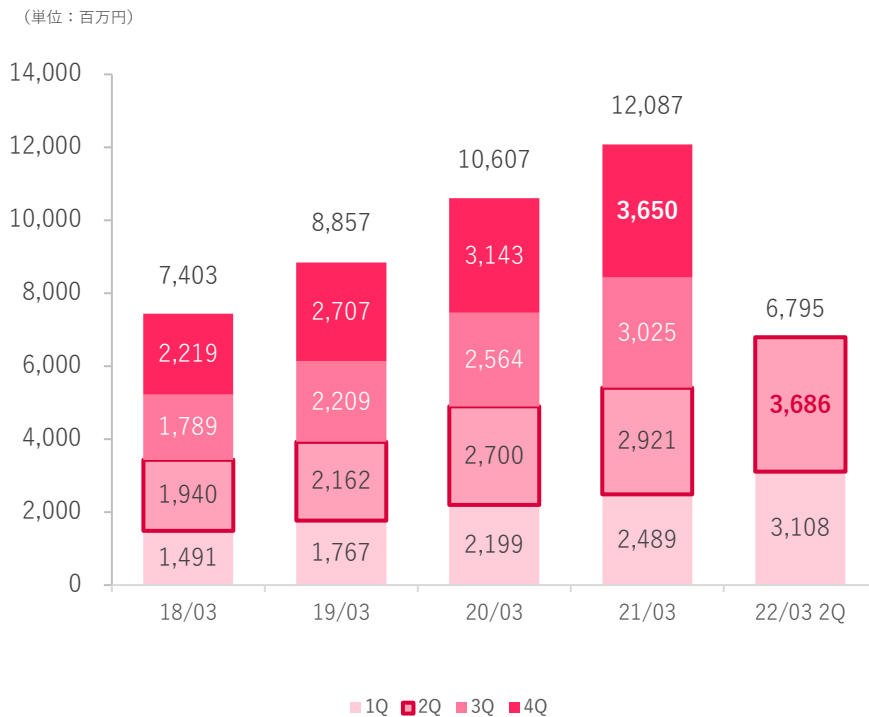
(単位：百万円)	2Q単独実績			1H累計実績		
	2021年 3月期	2022年 3月期	前年同期比	2021年 3月期	2022年 3月期	前年同期比
売上収益	2,921	3,686	+26.2%	5,411	6,795	+25.6%
付加価値売上高	2,707	3,453	+27.6%	4,984	6,381	+28.0%
売上総利益	859	997	+16.1%	1,580	1,890	+19.6%
(売上総利益率)	29.4%	27.1%	—	29.2%	27.8%	—
販管費	613	650	+6.1%	1,414	1,539	+8.9%
営業利益	205	357	+74.3%	146	366	+149.3%
(営業利益率)	7.0%	9.7%	—	2.7%	5.4%	—
税引前当期利益	202	356	+76.5%	142	364	+156.2%
当期利益	131	241	+84.5%	119	259	+117.3%

※ 付加価値売上高 = 売上収益 - 外注・仕入 = 社内リソースによる売上

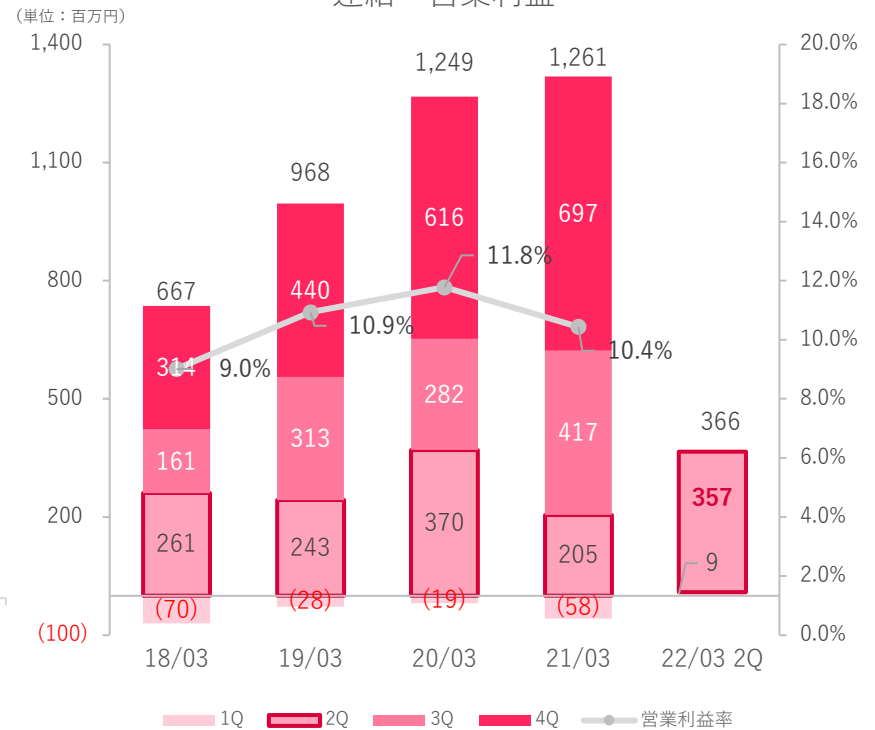
業績と主要指標-連結

売上収益は**6,795百万円**(前年同期比+25.6%)と順調に拡大し、四半期単独では過去最高を記録。営業利益は不採算案件の評価減(92百万円)、引当金(78百万円)計上も**366百万円**(前年同期比+149.3%)と昨対比で大きく成長。エンジニアリング領域および高付加価値領域が拡大し、全体を牽引。

連結 売上収益

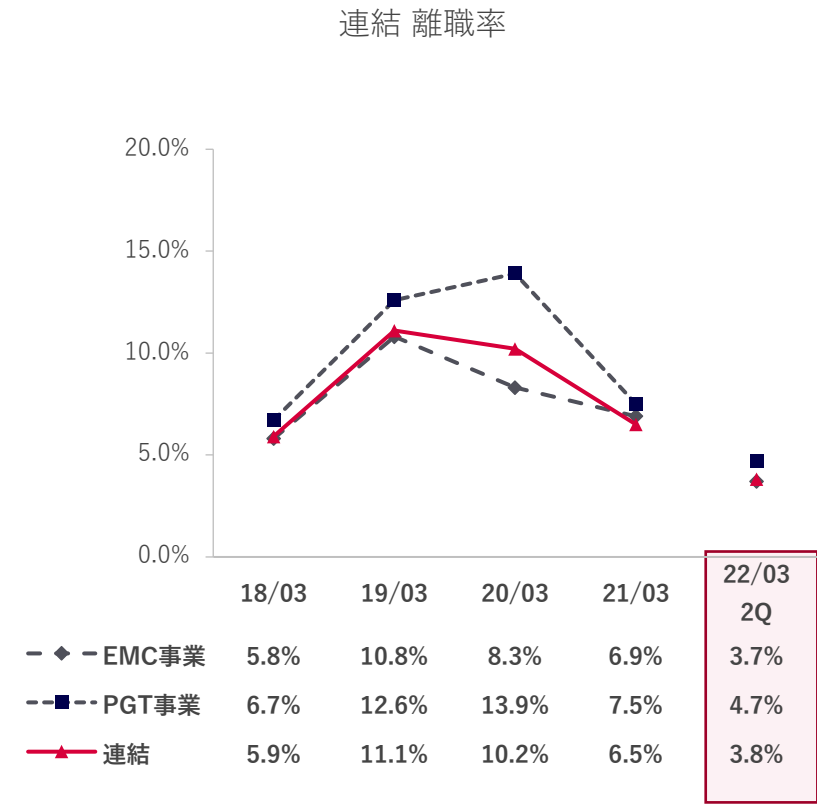
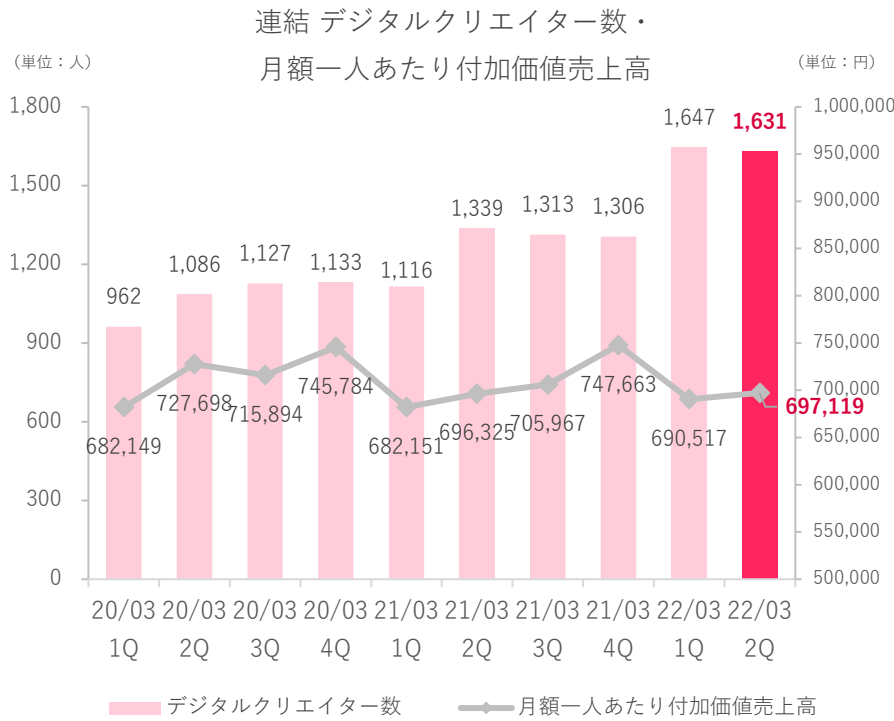


連結 営業利益



業績と主要指標-連結

連結DC数は1,631名(前期末比+325人、+24.9%)。2021年新卒が全社員の約2割を占める中、一人あたり付加価値売上高は前年同期比で上昇。離職率はコロナ禍前より低水準に推移。

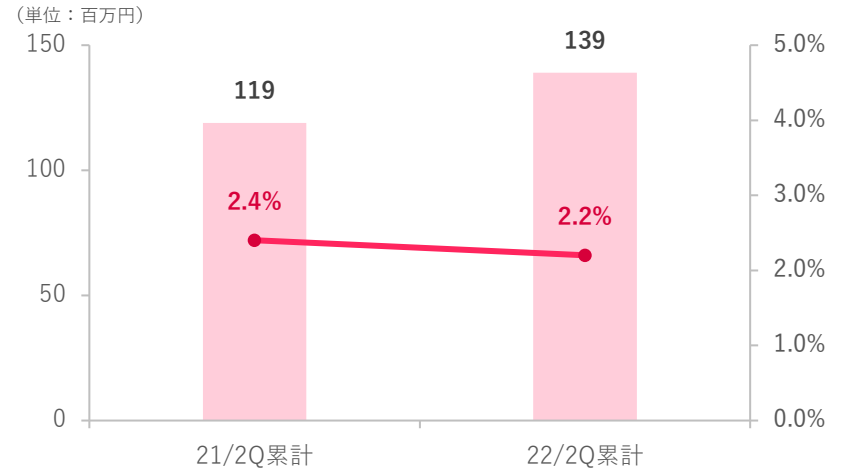


※1 デジタルクリエイター数は2Q末時点。
 ※2 月額一人あたり付加価値売上高=四半期累計付加価値売上高÷期中平均人数
 ※3 離職率は期中の平均社員数に基づき算出。

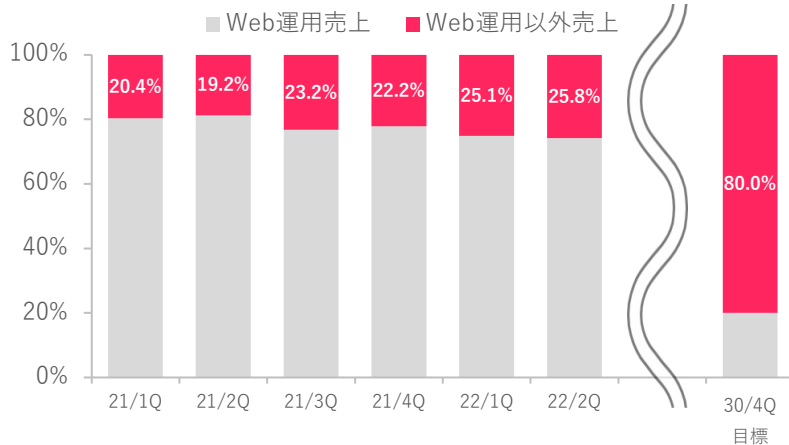
業績と主要指標-連結

- 連結付加価値売上高の2.2%を教育に投資。2HはDCの専門領域への教育を強化。
- 1H累計稼働率は、前年同期比横ばいで推移。
- 2Q単独のWeb運用以外売上比率(※)は、プロダクト開発やデータ関連等が増加し前四半期比0.7ポイント増の25.8%。

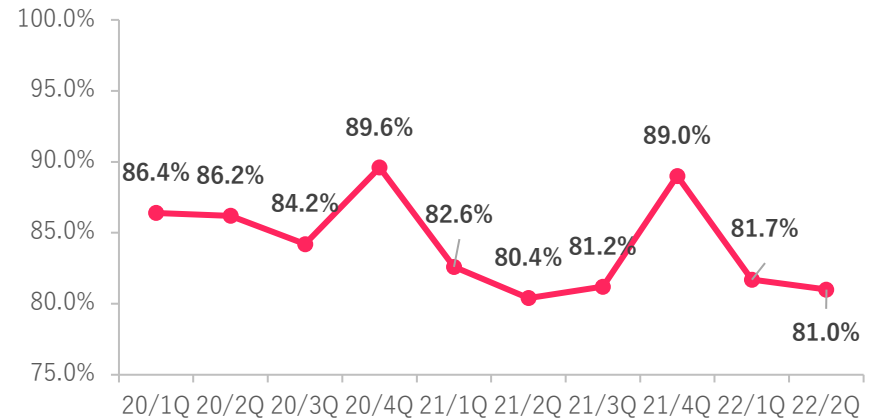
教育投資額・比率



Web運用以外売上 比率推移



連結 稼働率

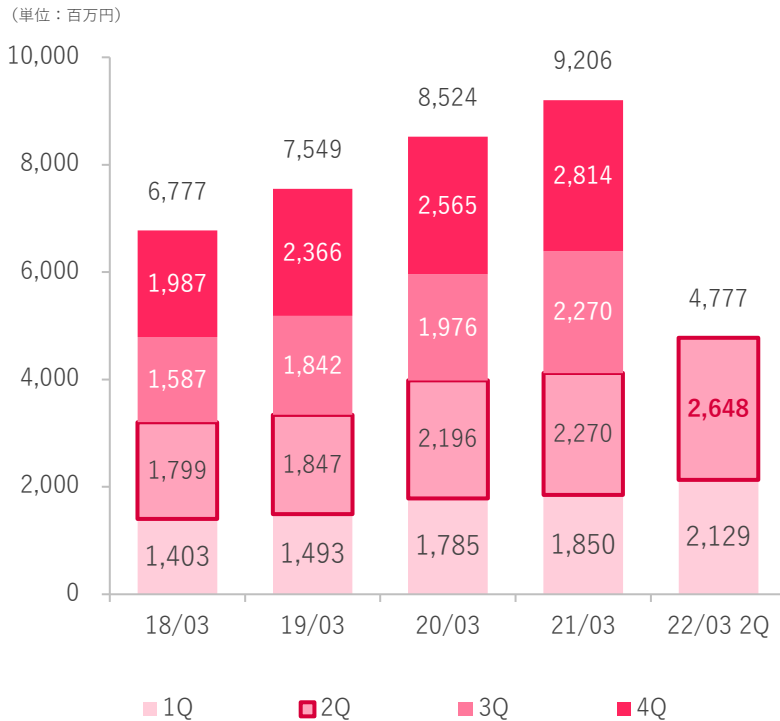


※前期までの比率は日本基準に基づき算出しておりましたが、今期よりIFRSに基づいて算出しております。それに伴い、前四半期比率もIFRSに統一しております。

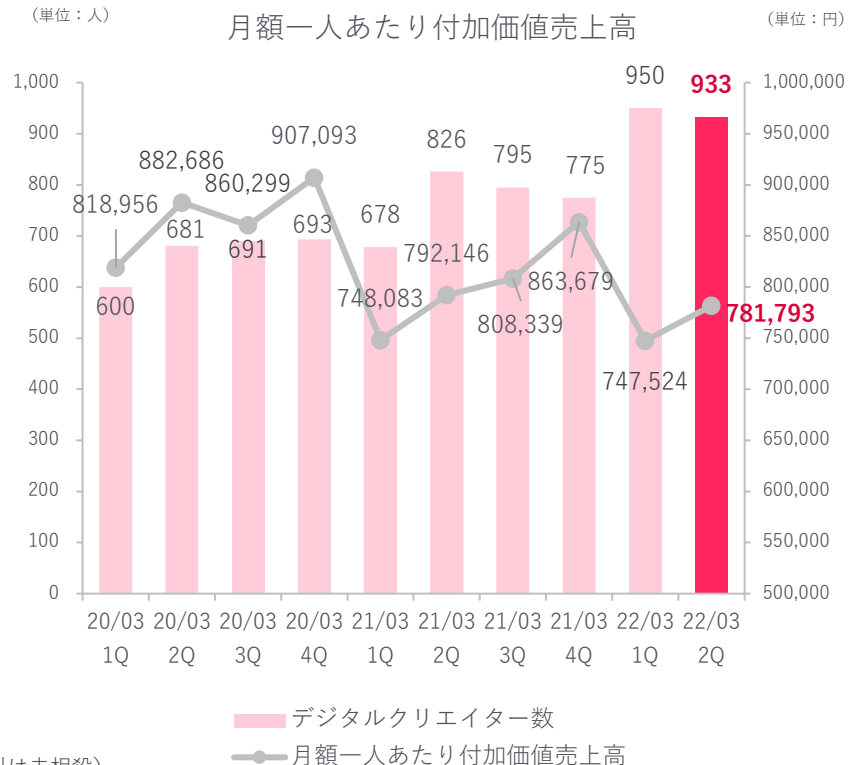
業績と主要指標-EMC事業

EMC事業は売上収益(※1)**4,777百万円**(前年同期比+15.9%)、**DC数933名**(前期末比+158人)。既存顧客のデジタルマーケティング関連売上が拡大したものの、新規顧客の獲得は計画に対し多少遅れ、一人あたり付加価値売上高は前年同期比でわずかに減少。

EMC事業 売上収益



EMC事業 デジタルクリエイター数・



※1 売上収益は、IFRS基準を参考に算出しており、概算数値となります(親子間取引は未相殺)。

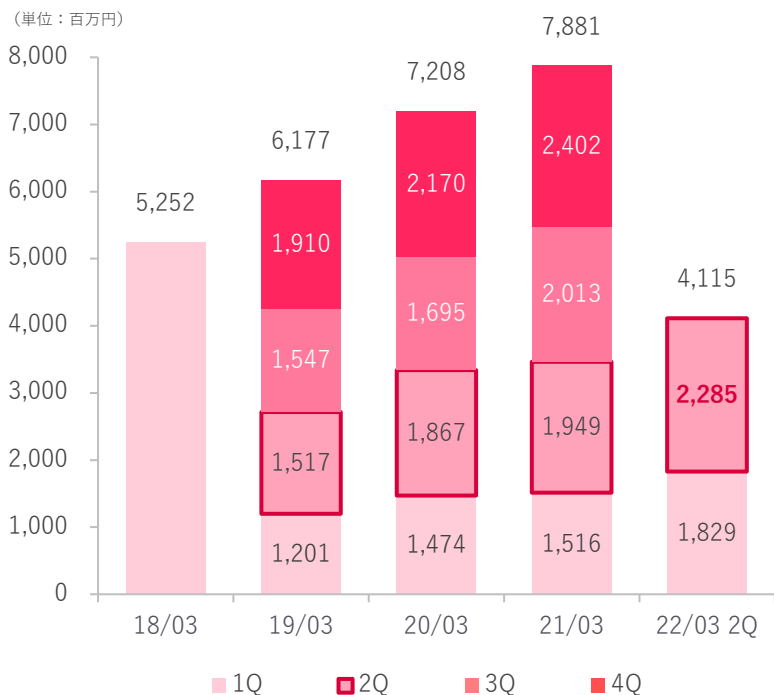
※2 デジタルクリエイター数は2Q末時点。

※3 月額一人あたり付加価値売上高 = 四半期累計付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

業績と主要指標-EMC事業

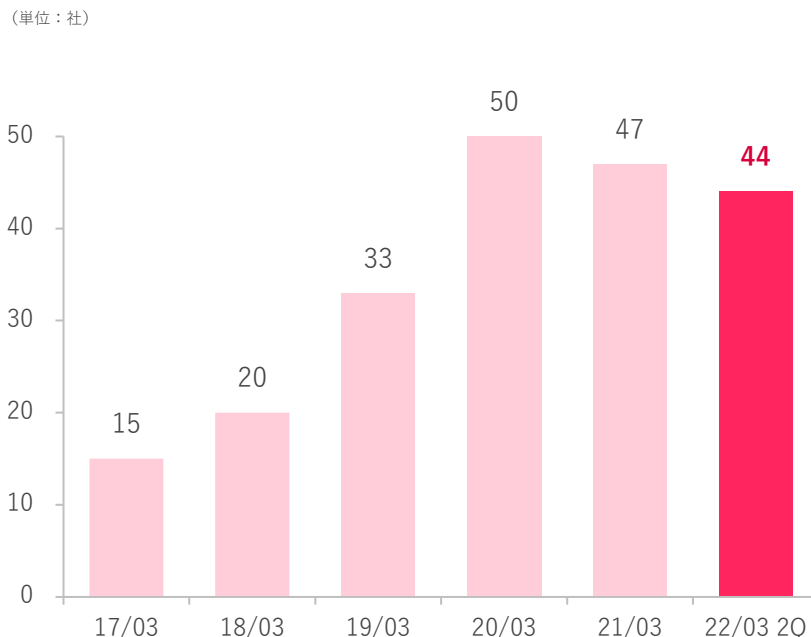
EMC事業の付加価値売上高(※)は**4,115百万円**(前年同期比+18.7%)。新規顧客獲得の一方で一部顧客を他カンパニーへ移管し、EMCモデル提供社数は前期末比▲3社の44社。下期は改めて新規開拓に注力。

EMC事業 付加価値売上高



※ 付加価値売上高 = 売上収益 - 外注・仕入 = 社内リソースによる売上

EMCモデル提供社数

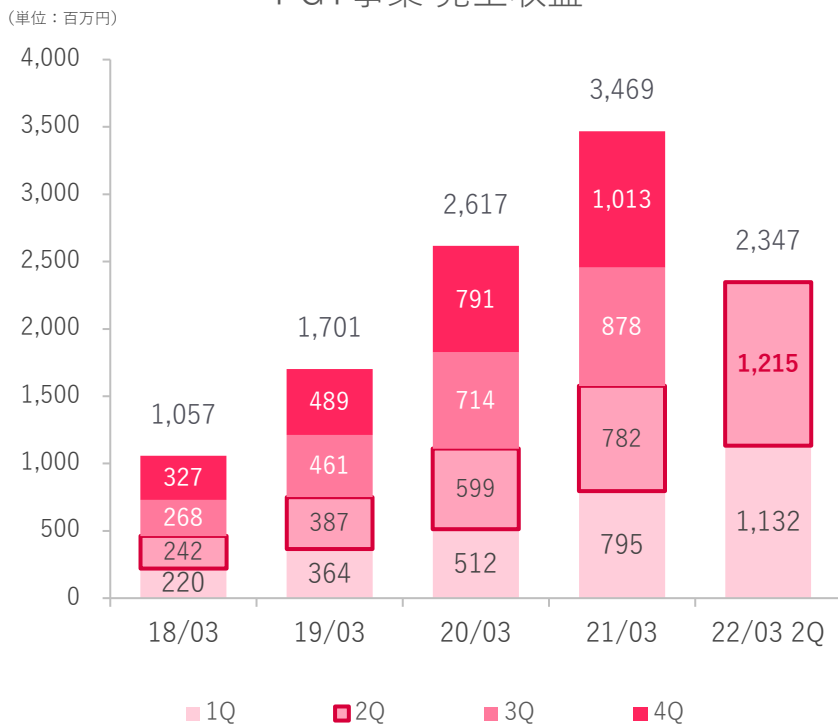


※ EMCモデル提供社数は、21/03以降、PGT事業へ移管のため3社減少、2社契約終了、2社新規獲得。

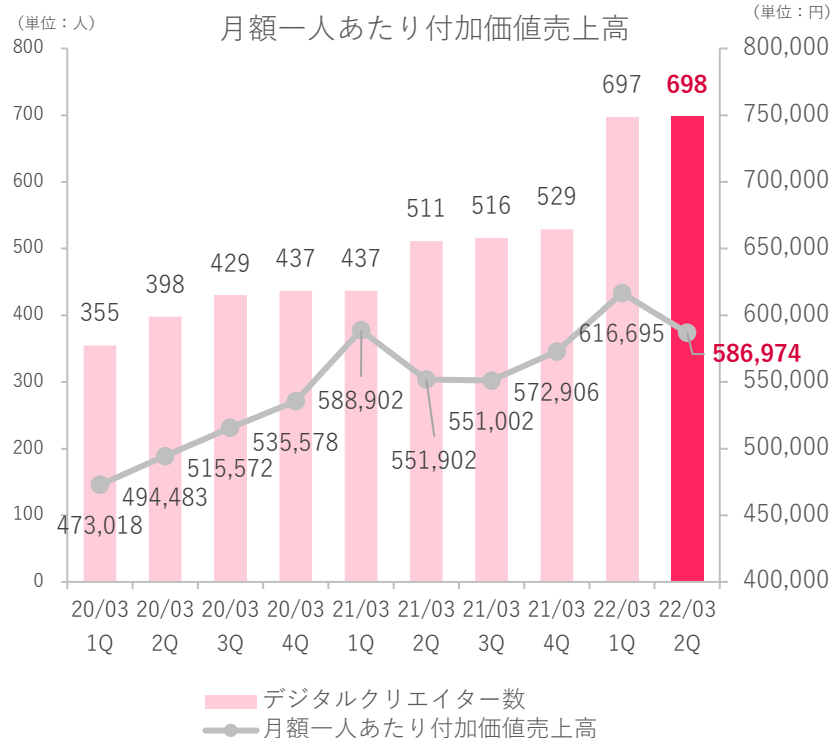
業績と主要指標-PGT事業 (※1)

PGT事業の売上収益(※2)は**2,347百万円**(前年同期比+48.8%)、**DC数は698名**(前期末比+169人)。高付加価値領域が伸長し、一人あたり付加価値売上高は前年同期比6.4%上昇。高単価領域のクリエイターを増やすべくスキル教育への投資を強化。

PGT事業 売上収益



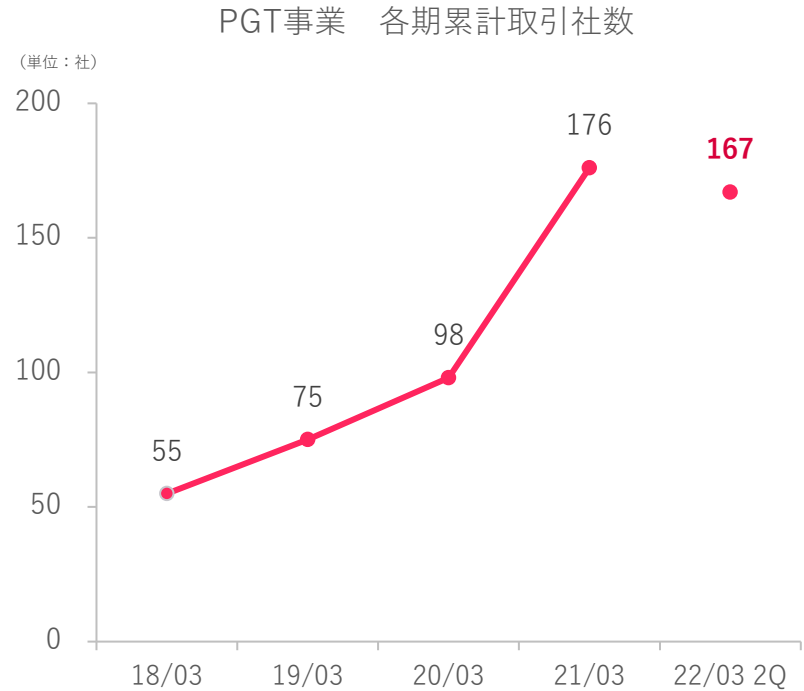
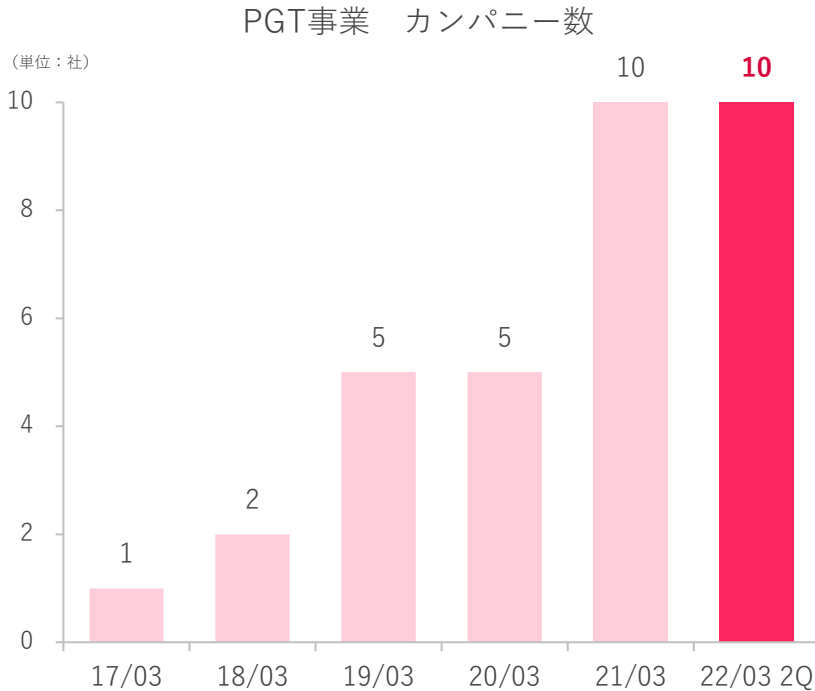
PGT事業 デジタルクリエイター数・
月額一人あたり付加価値売上高



※1 2021年4月に「デジタル人材事業」から「PGT (Product Growth Team) 事業」に名称を変更しております。
 ※2 売上収益は、IFRS基準を参考に算出しており、概算数値となります(親子間取引は未相殺)。
 ※3 デジタルクリエイター数は2Q末時点。
 ※4 月額一人あたり付加価値売上高 = 四半期累計付加価値売上高 ÷ 期中平均人数

業績と主要指標-PGT事業

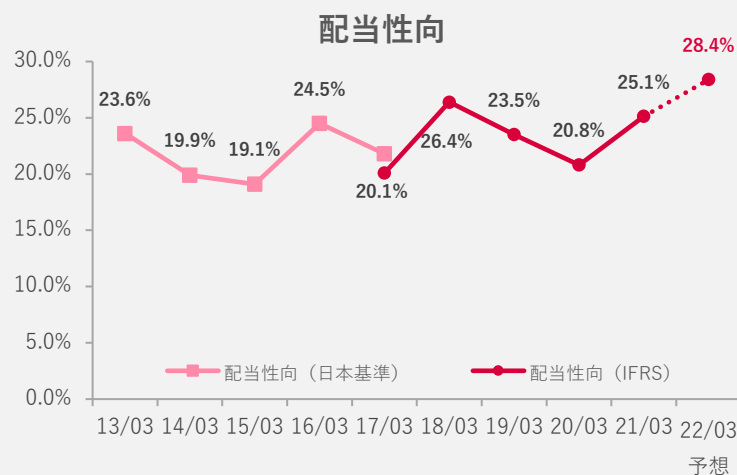
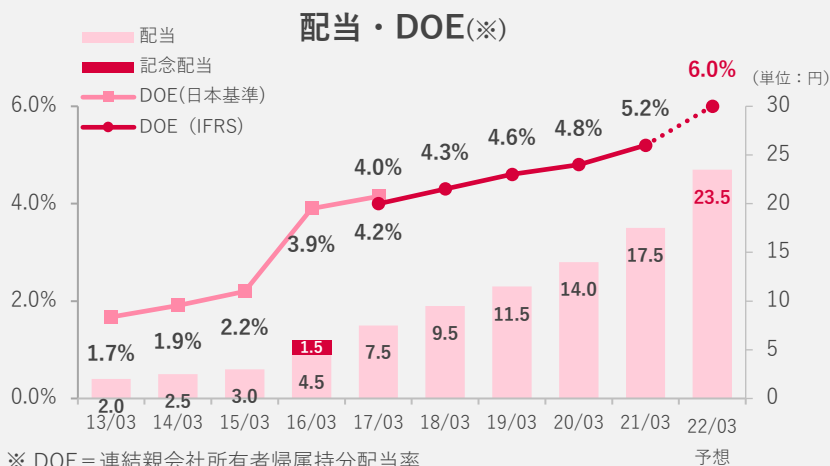
DevOps領域の人材提供カンパニーを新規に設立し、当四半期末時点のカンパニー数は前期末と同じ10社。PGT事業の今期2Q段階における累計取引社数は167社となり、前年同四半期比で38社増加。



2022年3月期 連結業績予想／配当予想

EMC事業において不採算案件が発生したことによる評価減(92百万円)及び引当金(78百万円)を計上したことに加え、新規獲得の計画に対し多少の遅れが生じたことにより、第2四半期累計期間における業績予想に対し未達。このため、通期連結業績予想も第2四半期連結累計期間の動向等を踏まえ修正。配当予想は修正なし。

	2021/通期 実績(IFRS)		2022/通期 予想(IFRS)			
	通期	対前年同期増減率	【変更前】		【変更後】	
			通期	対前年同期増減率	通期	対前年同期増減率
売上収益(百万円)	12,087	13.9%	15,200	25.8%	14,800	22.4%
営業利益(百万円)	1,261	1.0%	1,800	42.6%	1,600	26.8%
税引前利益(百万円)	1,248	0.6%	1,790	43.4%	1,590	27.4%
当期利益(百万円)	896	2.6%	1,199	33.8%	1,065	18.8%
親会社の所有者に帰属する当期利益(百万円)	896	4.0%	1,199	33.8%	1,065	18.8%



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス体制の強化

2022年4月以降の新市場「**プライム市場**」の選択を決定。
6月株主総会において社外取締役2名が新たに選任され、新取締役会体制が発足。



武田雅子氏
社外取締役監査等委員
カルビー(株)執行役員

- 長年にわたる人事・労務における経験と幅広い見識。
- 経営の監督・監査等および当社のクリエイターが活躍することによる長期的な企業価値の向上の拡大に期待。



安岡美佳氏
社外取締役監査等委員
デンマーク・ロスキレ大学
情報学 サステイナブル・デジ
タリゼーション 准教授

- 北欧のデザイン手法およびITやIoTなどの先端技術をベースとした社会イノベーションを支援するプロジェクトについて多数の実績。
- 経営の監督・監査等およびVISION2030の達成、並びにCSV経営推進への貢献に期待。

トピックス・Members Story改訂

メンバーズ基本方針 Members Storyを改訂

当社の基本方針であるMembers Storyを取締役会で決議。ミッション・VISION2030の他、事業戦略、人材戦略、企業運営といった当社の根幹となる方針を紹介。

[<Members Story>](#)

コーポレート・ガバナンス体制の強化

社外役員比率**71.4%**、女性役員比率**28.6%**。取締役の多様な経営経験およびスキルにより、プライム市場に相応しいコーポレート・ガバナンス体制を構築。

氏名	重要な兼職の状況等	社外役員	スキル・マトリックス				
			経営/CSV	テクノロジー/IT	財務/会計/法務/コンプライアンス	人材/組織開発	グローバル経験
 剣持 忠 代表取締役 社長執行役員			○	○		○	
 高野 明彦 取締役 専務執行役員			○		○	○	
 甘粕 潔 取締役 監査等委員	公認不正検査士 企業リスク管理コンサルタント	○			○		○
 金井 政明 取締役 監査等委員	(株)良品計画 代表取締役会長 兼 執行役員	○	○				○
 玉上 進一 取締役 監査等委員	(株)プレステージ・インターナ ショナル 代表取締役	○	○				○
 武田 雅子 取締役 監査等委員	(株)カルビー 執行役員	○	○			○	
 安岡 美佳 取締役 監査等委員	デンマーク・ロスキレ大学 情報学 サスティナブル・ デジタルイノベーション 准教授	○		○			○

ミッション・VISION2030

メンバーズグループ ミッション

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

着目する社会課題

地球温暖化および 気候変動による環境変化

- 経済活動が地球環境に及ぼす負荷は確実に増加
- このままの経済活動を続けた場合には、100年後に最大4.8度の気温上昇が予測され、過去類を見ない深刻な問題が起きると想定される。
- 持続可能で心豊かな社会の実現をミッションに掲げるメンバーズにとって、すべての生態系と社会・経済・人々の生活に多大な影響を及ぼす地球温暖化および気候変動の問題は、最も重要な社会課題として取り組むべきだと判断。

人口減少による年金医療制度破綻 地方衰退による自治体の消滅/財政破綻

- 日本は環境問題や少子高齢化、地域の過疎化、年金医療費、エネルギー問題など、他の国がまだ直面していないレベルの問題をいくつも持つ課題先進国
- 地方での雇用創出、多様な働き方の実現を経営戦略の中心に据えているメンバーズにとって、特に「年金医療制度破綻」と「地方衰退による自治体の消滅/財政破綻」は、強い危機意識をもって取り組むべき社会課題

VISION2030・達成に向けた目標値

VISION2030

日本中のクリエイターの力で、
気候変動・人口減少を中心とした社会課題解決へ
貢献し、持続可能社会への変革をリードする

VISION2030達成に向けた目標値

ソーシャルクリエイター※1) 10万人
ソーシャルエンゲージメント※2) 総量
100億
社員数 1万人
営業利益 100億円



現在進捗： ソーシャルクリエイター 3,060人
ソーシャルエンゲージメント総量 156,564,289

VISION2030達成に向けた2つのシナリオ

- 1万人のデジタルクリエイターがデジタルの知見と社会課題解決能力を兼ね備え、同じ価値観を持つ10万人のソーシャルクリエイターを育成・輩出する。
- クリエイターの共創により企業のマーケティングを変革。CSV経営への転換を推進し、ソーシャルエンゲージメントを100億創出する。

※1 デザイン思考を持ち、ビジネスの推進や制度設計、アウトプットを通じて社会課題の解決を図ろうとするクリエイター（職人）志向性の高い人材のこと

※2 社会課題解決施策としてメンバーズグループが手がけたコンテンツ・プロダクト・サービスに対する接触回数

持続可能な社会の実現に向けて

社会課題解決に正面から取り組むことを表明するため、当社の「**ミッション**」及び「**気候変動・人口減少等の社会課題への取り組み**」を当社定款に明記。当社が牽引役として、脱炭素型で持続可能な経済モデル、ライフスタイルへの変革を目指す。**TCFD提言にも賛同し、今後情報開示を強化する。**

「脱炭素DX」書籍を出版

DXを通じて脱炭素社会を実現させる「脱炭素DX」について、参考事例を含めた取り組みをまとめた書籍「**脱炭素DX すべてのDXは脱炭素社会実現のために**」を2021年9月に出版。



当社は、**デジタルビジネス運用支援で培ってきたスキルやノウハウをもとに、企業のDXを支援**し、持続可能なビジネス成長と脱炭素社会を実現させる。

https://www.members.co.jp/company/news/2021/0930_1.html

太陽光発電を開始

メンバーズグループの事業活動におけるすべての使用電力の発電を目指し、**非FIT太陽光発電所を建設**し2021年6月より発電を開始。当発電所は、ソーラーシェアリング（営農型太陽光発電）を採用。

2020年度の使用電力は、Jクレジット制度を通じて**再エネ100%を実現**。加盟している「再エネ100宣言 RE Action」で掲げていた目標を2年前倒しで達成。



社員の日常生活等における再エネ電力への切り替えを支援し、脱炭素型ライフスタイルを実現するべく、当発電所で発電した**再エネ電気を社員にも提供**開始。

<https://www.members.co.jp/company/news/2021/0928.html>