



会社紹介資料

Agenda

会社概要

ミッション／ビジョン

ミッション実現に向けた重要戦略

事業戦略

事例紹介

カルチャー

働き方・キャリア

2024新卒採用

会社概要

設立：1995年6月

事業内容：デジタルマーケティング／デジタルビジネス運営事業

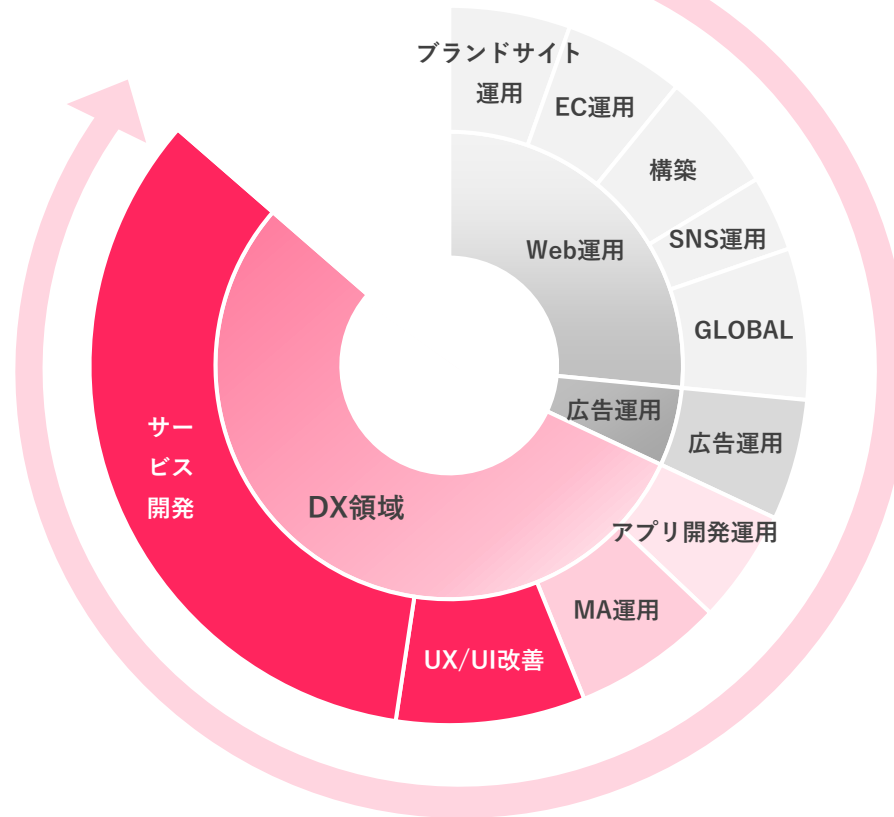
拠点：晴海／仙台／北九州／神戸／札幌 etc

社員数：2,303名(グループ連結) ※2022年6月末時点

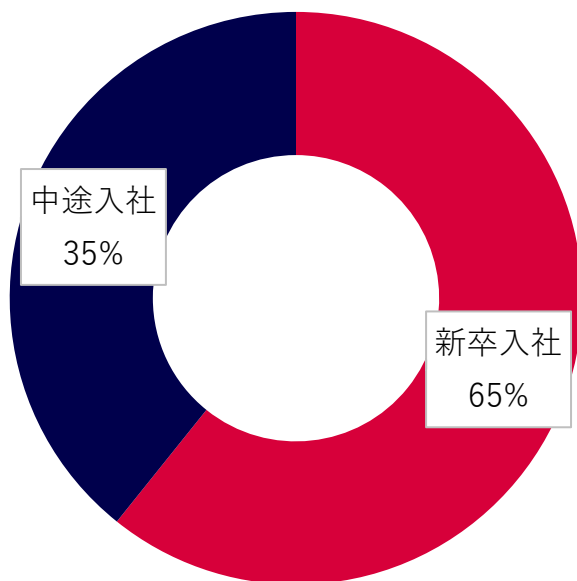


事業紹介

大手企業のデジタルマーケティング・ビジネス領域を、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顧客専任チームが一括で運営。深い顧客理解からビジネス成果創出を支援しています。



新卒／中途入社比率



平均年齢

29.3歳

※2022年9月時点

離職率

8.3%

※2022年3月31日時点
(期中の平均社員数に基づき算出)

数字から見るメンバーズ：働く環境



月平均残業時間

14.0時間

※2022年3月31日時点



平均有給取得日数

10.5日

※2021年度



男性育休取得率

64.0%

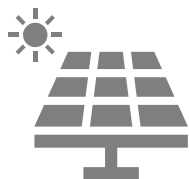
※2022年3月31日時点



女性役員比率

28.6%

※2022年3月31日時点



事業活動における使用電力の
再生可能エネルギー比率

100%

※2022年3月31日時点

メンバーズのミッション・ビジョン

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

現在の物質的・経済的豊かさを追求する消費至上主義、資本主義的な経済の概念が変わらなければ、日本の未来、そして地球の未来はない。地球環境問題、エネルギー問題、貧困問題などのさまざまな社会的な課題を解決できる持続可能な経済モデルを実現しなければならない。そのためには購買行動、経済活動においても損得勘定ばかりで物事を判断するのではなく、より良い未来にするために何が善いことで何が善くないことなのかを軸に判断する人や企業が増えていく必要がある。難しい社会貢献ではなくとも、日々の行動を少しずつ変え、日常の生活や購買行動を通してできるだけ未来により良いことをする人を増やしていきたい。人々や企業が自己の利益の追求のみではなく、将来への希望や社会への参加意識を持ち、持続可能なより良い未来のために共に協力しあう心豊かな社会を実現したい。

VISION2030

日本中のクリエイターの中で、
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

※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

メンバーズが向き合う社会課題

地球温暖化 および 気候変動 による環境変化

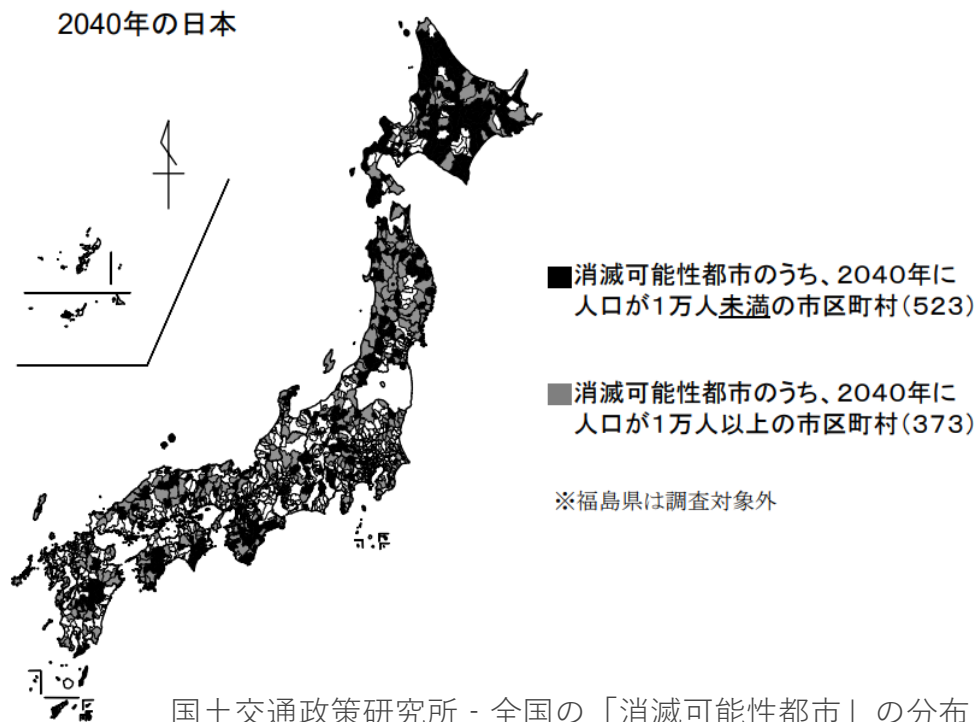
経済活動が地球環境に及ぼす負荷は確実に増加、このままの経済活動を続けた場合には、100年後に最大4.8度の気温上昇が予測され、すべての生態系と社会・経済・人々の生活に多大な影響を及ぼすと想定されます。

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、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しています。



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

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です。

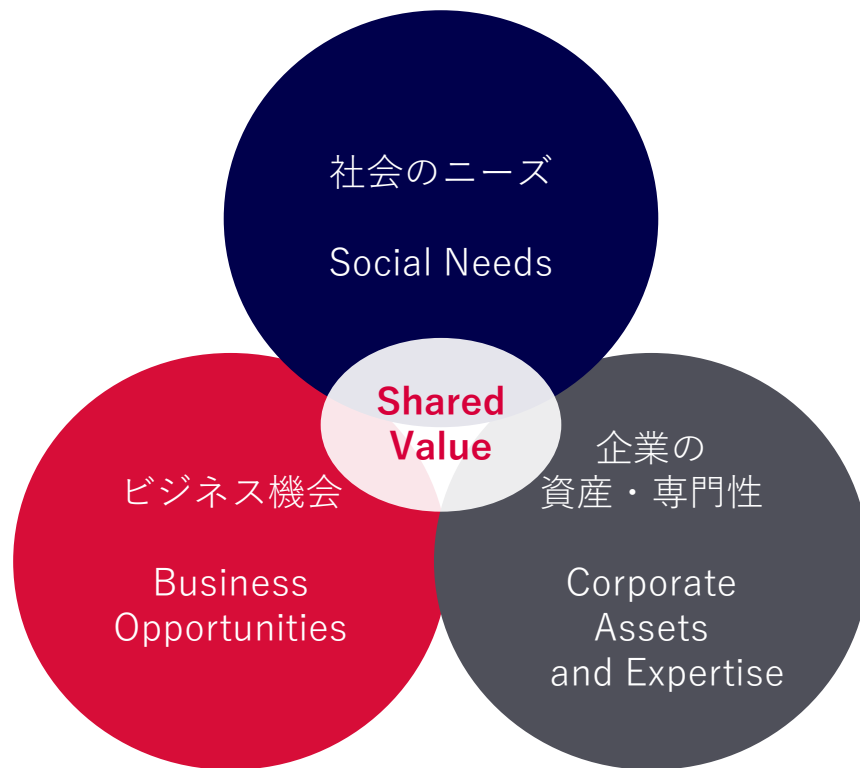


国土交通政策研究所 - 全国の「消滅可能性都市」の分布
https://www.mlit.go.jp/pri/kouenkai/syousai/pdf/b-141105_2.pdf (2021/11/1)

メンバーズの社会課題解決手法：CSV経営

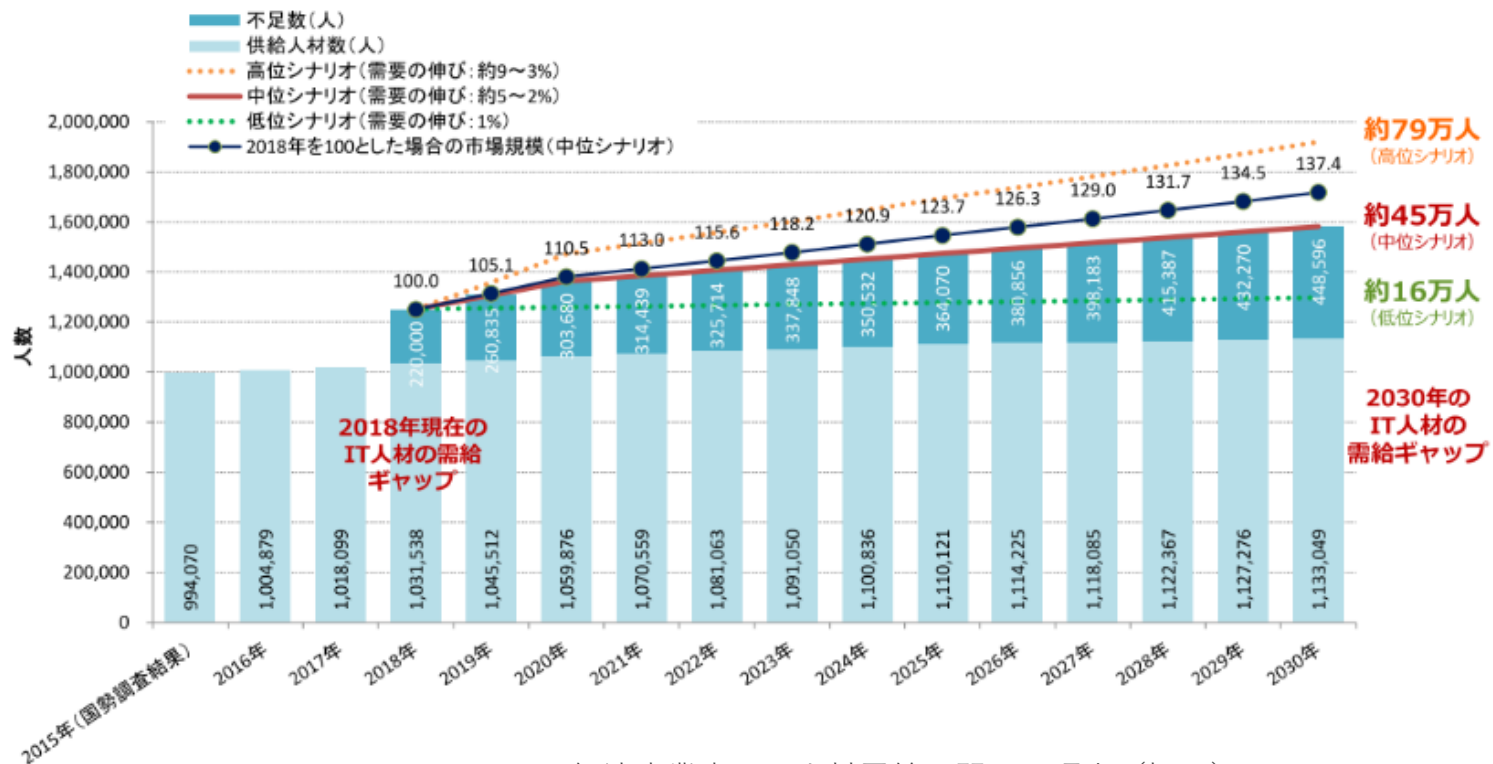
「社会課題の解決」と「事業の成長」を同時に実現する経営の在り方である
CSV = (Creating Shared Value) 経営を実践。

持続可能な社会の実現に対しての本質的な打ち手となると考え推進しています。



ミッションビジョンの社会的背景：デジタル人材の不足

2030年のデジタル人材は最大79万人不足。企業の人材確保は難航
今後のデジタル経済を支える人材の育成輩出が急務



経済産業省 | T人材需給に関する調査 (概要)

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/jinzai/gaiyou.pdf (2021/11/1)

ミッション実現に向けた 重要戦略

メンバーズの重要戦略：デジタルクリエイターの育成輩出

モノづくりを通して企画から実行まで支援ができるデジタルクリエイターの育成輩出を通し、社会の課題解決、持続可能な経済モデルの実現を目指しています。



デジタルクリエイター
メンバーズグループ社員

1万人

社会課題に対する問題意識と課題の原因把握、
そして課題を解決に導くための基礎的な
アプローチを理解し、持続可能な社会の実現に
向けて一人でも多くの仲間を増やす



※ ソーシャルクリエイター
学生、クライアント、同業他社、フリーランス

10万人

メンバーズグループのメディアを利用
あるいはオンライン講座やワークショップに
参加し、温暖化をはじめとする各種の社会課題
をテクノロジーを活用して解決を試みる

メンバーズの重要戦略：CSV経営を世の中に広める

2015年に採択されたSDGsを潮流として、企業には社会課題に対する具体的な取り組みが強く求められています。しかし未だに大量生産・大量消費の時代を背景としたビジネスモデルにより収益を上げている企業も多く、本業を通じたサステナビリティに対する貢献は十分とは言えない状況にあります。

メンバーズはデジタルビジネス運用サービスの提供を通して、社会課題解決の取り組みを効果的に訴求するマーケティング手法の創造、プロダクト・サービス開発、DX推進を支援します。ビジネスを通じた社会課題解決に貢献することで、CSV経営を実践する企業を増やします。



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ことを目指しています。



事業戦略

ミッション実現に向けたグループ共通の事業戦略として、以下の3つを定め事業を拡大しています。

I 自社が世界一になれる部分：デジタルビジネス運用支援

メンバーズは顧客のデジタルビジネスの運用領域で世界一のサービスを提供する。迅速な変化と試行錯誤が求められるデジタルビジネスにおいては、運用領域こそが価値創出の中心であり、その運用は本来的には顧客企業が内製で行うべきであるが、高度な専門性を持った人材の不足により完全な内製は困難である。そこでメンバーズ社員があたかも顧客企業の社員であるかのように顧客とビジネスゴールを共有し、主体的に運用の高度化と成果創出を行う。

II 経済的原動力になるもの：1社あたり利益

デジタルビジネスの運用領域において高い成果を創出するためには、顧客と長期的に深いパートナーシップを構築することが必要である。顧客のビジネス成果を創出することができれば、顧客のデジタルビジネスの拡大とともに、当社のサービスや人材に対する顧客のニーズ、および当社の支援領域も拡大するはずである。このように顧客と長期的なパートナーシップを築き、顧客のデジタルビジネスの成長を継続的に支援し、顧客1社あたり利益を拡大させることが当社の経済的原動力となる。

III情熱をもって取り組めるもの：CSV経営を広め持続可能社会への変革をリードする

メンバーズの絶対価値の確立のためには前述した2軸の競争戦略の観点、経済性の観点に加え、自社の価値観・思想の観点が必要である。つまり自社がどんな困難に直面しようとも諦めずに取り組み続けられること、長期的に情熱をもって挑戦し続けられることである。それはメンバーズのミッション、ビジョンそのものであり、本業において、CSV経営を広め持続可能社会への変革をリードすることである。

世界一の
デジタルビジネス
運用支援

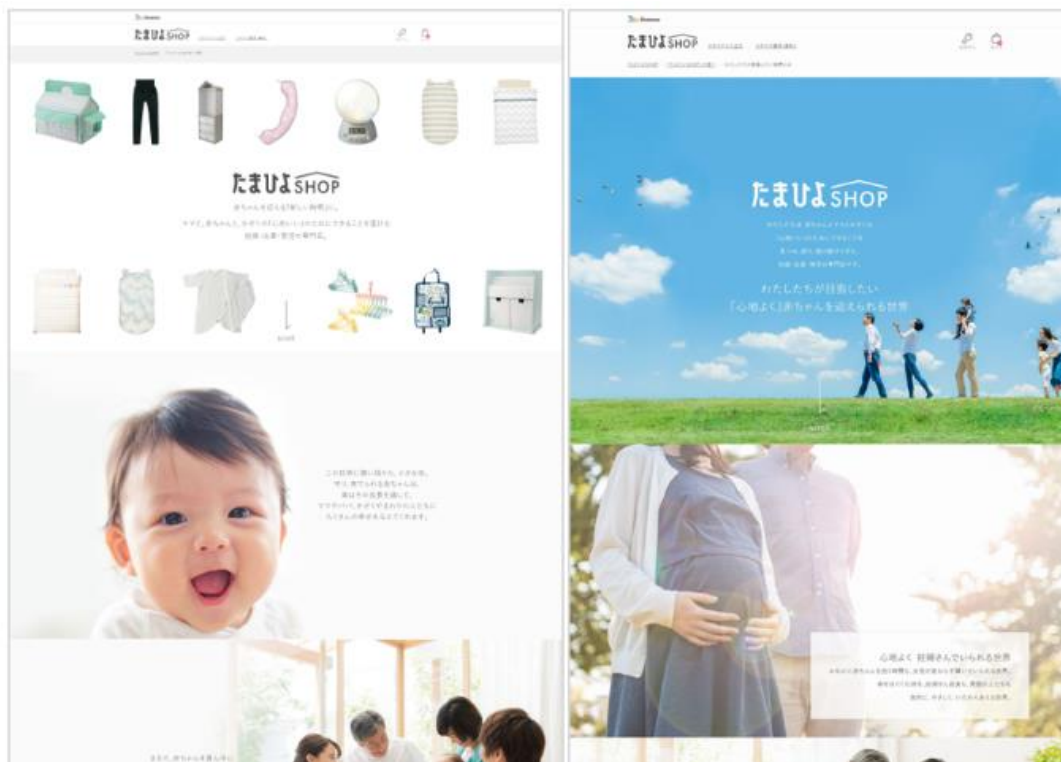
1社あたり
利益の最大化

CSV経営を広め持
続可能社会への変
革をリードする

事例紹介

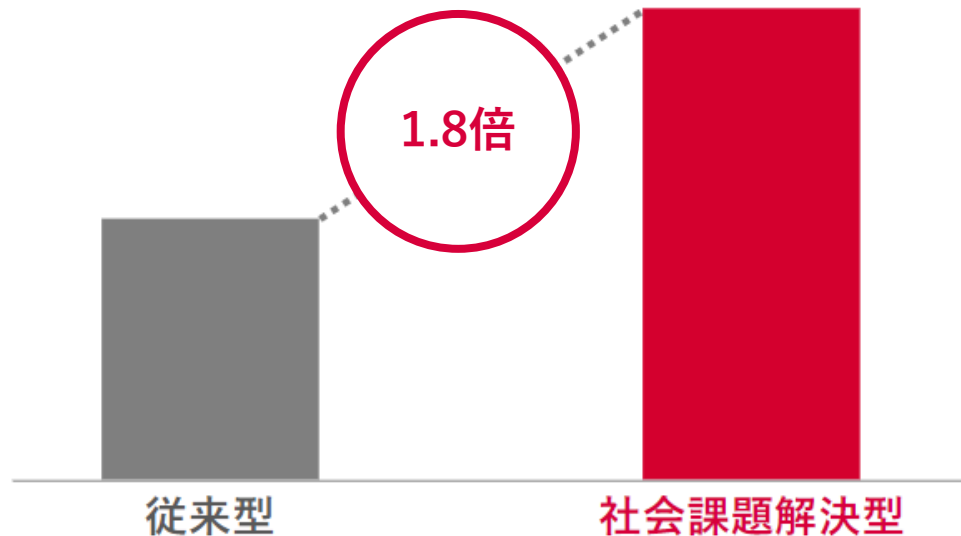
CSVマーケティング事例紹介：ベネッセコーポレーション様

ベネッセコーポレーション様が運営するECサイト「たまひよSHOP」の目指す世界やその意味を訴求するWebページを制作。ブランドイメージの向上を図り、ECサイトの利用やブランド選択の促進を図った。



CSVマーケティング事例紹介：ベネッセコーポレーション様

たまひよSHOPの想いや提供価値を伝える、社会課題解決型コンテンツを経由するページフローの方が、従来型ページフローと比較して、商品購入に至るCVRが、1.8倍の成果を実現。その他、社会課題の解決を起点とした商品改良（CSV発想での商品改良）によって、購買実績向上。



検証期間：2020年2月1日～2020年3月12日

CSVマーケティング事例紹介：ベネッセコーポレーション様

コロナ禍における、子どもたちの学習機会の喪失や生活リズムの乱れを解決するため、学習コンテンツのオンライン無償提供を支援。専任チームにより**最短1週間で構築、運用開始。**



「進研ゼミ中学講座」オンライン授業のランディングページを制作・運用
2か月間でのべ20万人以上が利用



オンライン教室「きょうの時間割」を提供
2か月間でのべ100万人以上が利用

事例1：大手通信会社さま サービス開発の仕組みづくり支援

企業内のサービス開発において、価値仮説の立案から検証、サービス化までを支援。

お取り組み：新規サービス創出プログラムの運営／新規サービスの初期デザイン

事例2：大手自動車メーカーさま プロダクトの体験価値向上支援

UXアプローチを活用した企業内のプロダクト開発を支援。

車内での体験価値を向上させるためのチームづくりを企画段階から行った。

お取り組み：お客さま先のUXチームメンバーとしてプロジェクトを推進。

プロダクト開発のプロセス検討、課題の整理、プロダクト開発と連動したユーザー調査・分析

事例3：大手通販事業会社さま 新サービスにおける体験設計支援

お客さま企業の新サービスの立ち上げにあたって、UXアプローチを用いた体験設計及び、UI制作を支援。

お取り組み：新規サービス立ち上げにあたっての、プロジェクト設計、体験設計、UI制作

サービス提供クライアント例

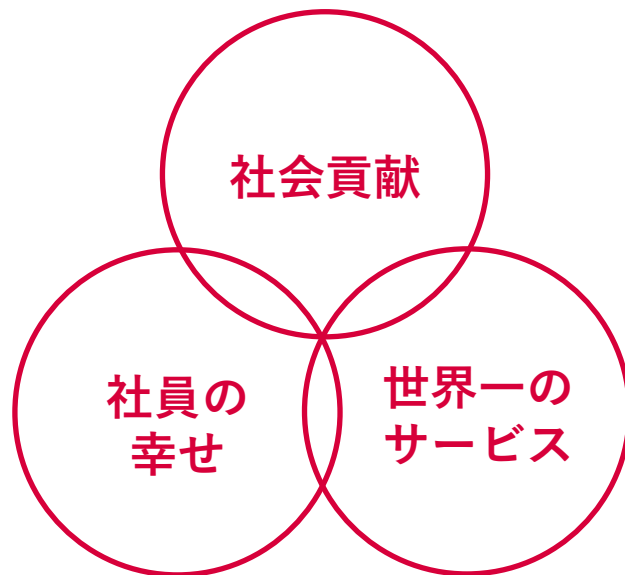
－ 建設・不動産業 － 大京	－ 化学・医薬品・化粧品 － 資生堂グループ	－ 金属・機械・製造 － パナソニック グループ	－ 金属・機械・製造 － 横河電機
－ 食料品 － 味の素	－ 販売業 － 良品計画	－ 銀行・金融・保険業 － ジェーシービー	－ 銀行・金融・保険業 － 新生銀行
－ 銀行・金融・保険業 － 三井住友カード	－ 銀行・金融・保険業 － みずほグループ	－ 情報・通信業 － トレンドマイクロ	－ 情報・通信業 － スカパーJSAT
－ 銀行・金融・保険業 － 野村證券	－ サービス業・その他 － ANA X	－ サービス業・その他 － 湘南ゼミナール	－ サービス業・その他 － ベネッセ コーポレーション
－ サービス業・その他 － 楽天	－ サービス業・その他 － トヨタコネクティッド	…他、多数	

※ 敬称略、順不同

カルチャー

2008年前後に倒産の危機に。総花的なサービス提供を反省し、世界一になれる可能性が唯一あるWebサイト運用に集中し、コンサルティング・ネット広告・Web構築を非注力とし、自社ツール・自社メディアから撤退。そして、その担い手である社員の幸せを本質的に追及すること、加えて、従来の考えでは相容れない経済活動と社会貢献の同時実現をすべく、本業を通して社会課題解決を行うことを決意しました。

売上2割減
2期連続赤字
離職率25%
上場廃止基準抵触



全員参加型経営：委員会活動

メンバーズでは社員（メンバー）を経営の主体として位置付ける「**全員参加型経営**」を推進しています。その思想を体現する一例として、社員によって構成されるMEMBERSWAY委員会では、会社をより良くする制度立案や意見表明を行っています。

▼ 実現した制度

- ・ 社用スマートフォンの導入・公認バカンス制度・リモート飲み会応援制度



MEMBERSWAY委員会によって行われるメンバーズ協議会の様子。委員会の新卒からベテラン社員までが集い、会社をより良くする施策が検討されています。勤務場所、職種もさまざまなメンバーがアイデアを出し合い、社員の代表として、グループ執行役員への質疑応答・経営への意見表明を行います。

全員参加型経営：その他委員会活動

その他、Well-Being委員会、レクリエーション委員会、1S1A委員会など各委員会が運営され、ボトムアップで施策が決定、実行されています。

Well-Being委員会：女性キャリア支援や、育児と仕事の両立を図りやすい環境整備などを行います。

レクリエーション委員会：全社横断のイベント企画や、社員総会の企画で社員同士の交流を図ります。

1S1A委員会：VISION2030達成に向け、社員の社外に対するアウトプットを促進しています。



Well-Being委員会によって開催された
ファミリーデーの様子



レクリエーション委員会によって企画された
オンライン懇親会の様子

メンバーシップトレーニング

全社員研修「メンバーシップトレーニング」の実施

社員数が2300名を超えた今も、ミッション、VISION2030、コア・バリューの浸透／共感を再確認するための研修を、年1回全社員で実施しています。ワークショップを通じて日々の業務と目指すべきミッション・ビジョンとの繋がりを明らかにすると共に、部門を超えたチームでディスカッションを行い、ミッション、ビジョンに立ち返る機会としています。



ラボ、サークル活動

有志で集まり、関心のある分野の研究をするラボ活動や、趣味の合う社員同士で集まるサークル活動などで、部門を超えたつながりが作られています。

▼ラボ活動(一例)

- ・ サステナブルWebデザインラボ
- ・ Web3.0ビジネスラボ
- ・ 競技プログラミングラボ
- ・ 大人のための数学ラボ



**DIGITAL
TRENDS
Lab**

▼サークル(一例)

- ・ アウトドアサークル
- ・ ボードゲームサークル
- ・ テニスサークル



働き方・キャリア

メンバーズでは

全社員がデジタルクリエイター

として、クライアントのビジネス理解だけでなく
課題解決に対しての実行力を持ち合わせた
専門スキル人材としての活躍を目指します。



カンパニー社長公募制度

カンパニー制度下で、先進的かつ高付加価値を生み出す専門スキル特化型カンパニーを次々と立ち上げ、各カンパニーで高付加価値スキルを持ったデジタルクリエイターを育成する戦略を掲げています。

社内では定期的に事業責任者の公募がかかり、新卒でも応募が可能。

VISION2030で掲げるカンパニー社数50社の目標実現へ向け、経営人材の輩出を目指しています。

▼実際に社長公募制度で立ち上がったカンパニー例



1クール3年の経営人材育成プログラム

新卒2年目以上の若手層を中心に、選抜型で経営人材育成プログラムを開設しています。

- 経営スキル(戦略、組織、財務など)
- マインド／リーダーシップ
- 社会課題解決能力(課題発見・設定・実行等)
- 営業スキル

などをゼロから身に着け、ミッション／ビジョンの実現にリーダーシップを発揮する次世代型経営人材の輩出を目指します。

キャリアのアップデートを支援する仕組み

■新卒入社者に対する戦略的ローテーションの実施

新卒入社後は**カンパニーやクライアントの垣根を超えたローテーション**によって、専門的なスキルを身に着けたデジタルクリエイターとしての活躍を目指します。
(※クライアントが変わることもあれば、サイトの構築→UXリサーチなど支援領域自体が変わることもあります。)

■社内公募での自発的な異動

社内では案件の公募がかかり、自ら異動先を選択することも可能です。

※異動先の上長との面談後、異動が決定します。

自らが進みたい専門領域、キャリアに向け自発的に動く風土の会社です。



成長環境に関しては
下記QRコードからもご確認いただけます。
※採用サイトに遷移します



新卒採用 2024年新卒

募集職種・募集要項

エンジニア／デザイナー主軸コース

初心者クリエイターコース（Webエンジニア／Webデザイナー）

エンジニアコース（Webエンジニア／デザインエンジニア）

デザイナーコース（アートディレクター／Webデザイナー）※ポートフォリオ選考あり

プロデューサー／ディレクター主軸コース

デジタルプロデューサーコース（DXプロデューサー／アカウントマネージャー）

クリエイティブプランナーコース（グロースディレクター／サービスプランナー）

テクニカルプランナーコース（データアナリスト／MAプランナー）

※**高等専門学校**を卒業予定の方は、推薦応募/自由応募のいずれかでのエントリーとなります。

推薦応募を希望の方は2月以降に開催される高専生向け会社説明会にご参加ください。

各職種の業務内容、1日のスケジュールなどは
下記QRコードからご確認ください。

※採用サイトに遷移します



▼ミッション

“MEMBERSHIP”で、心豊かな社会を創る

社会課題の解決を図ろうとする

クリエイター（職人）志向の高い人物

「ソーシャルクリエイター」

メンバーズのコアバリュー（共通価値観）

【 貢献 】 本業を通して社会に貢献する。顧客の発展に貢献する。
自分のためだけではなく、社会に役立つことやクライアント
ワーク（お客さまがいる仕事）が好きな人の集団でありたい。

【 挑戦 】 失敗を恐れず挑戦する。
挑戦すること、失敗から学ぶことができ、変化を好む人の集団でありたい。

【 誠実 】 自らに、仲間に、顧客に、社会に対して誠実に向き合う。会社と
しての利益も当然重要であるが、利益よりも人として何が大切か
を分かり合える集団でありたい。

【 仲間 】 デザイナー、エンジニア、ディレクター、プランナー、プロデューサーな
ど、違った個性を持った人たちが、チームとして成果を挙げていく。それ
がメンバーズのやり方。凸凹があってもいい、得手不得手があってもいい。
チームで成果を出すことができる人、それが好きな人の集団でありたい。

募集要項

給与(初任給) 242,000円※残業代は別途全額支給

賞与 年2回(6月、12月)

勤務時間 9:00-18:00(実働8時間)

※クライアント先常駐の場合は、常駐先に準ずる(実働8時間)

休日休暇 完全週休2日制、祝日、夏期休暇(3日)、年末年始休暇、年次有給休暇、慶弔・特別休暇※年間休日121日(昨年度実績)

配属 内定後に行われる育成部門との面談やこれまでの経験を基に、配属先の育成担当者や事業責任者とも綿密に協議を行い、最も皆さんが早期にご活躍・成長できる配属と勤務地を検討の上、決定いたします。

早期から顧客のビジネス推進で活躍し、スキルを身に着けることで、自ら公募などで異動先を選択し、キャリアを形成することにつながります。