



ITmedia Inc.

個人投資家様向け 当社事業に関するご説明

2008年9月10日

代表取締役社長 大槻 利樹

アイティメディア株式会社

証券コード:2148 東証マザーズ

Copyright © 2008 ITmedia Inc.

- ① **社長**はどんな人？
- ② **何を**している会社？
- ③ **会社規模、役員、大株主**は？
- ④ **社員**は？
- ⑤ **何で儲けて**いるの？
- ⑥ **メディア**とは？
- ⑦ **業界全体**の状況は？
- ⑧ **お客様**は？
- ⑨ **ライバル**会社は？
- ⑩ **会社の強み**は？
- ⑪ **業績、財政状態**は？
- ⑫ **今後伸ばす**ところは？
- ⑬ **将来目指す**ところは？
- ⑭ **リスクや参入障壁**は？
- ⑮ **株主還元**は？

社長はどんな人？

本日の内容 ②

- ① 社長はどんな人？
- ② **何をしている会社？**
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

1999年12月 ソフトバンクグループ初のオンライン出版企業として、IT分野の総合情報サイトを運営するソフトバンク・ジーディーネット株式会社(現アイティメディア株式会社)設立

2004年1月 社名をソフトバンク・アイティメディア株式会社に変更

2005年3月 株式会社アットマーク・アイティを合併統合、社名をアイティメディア株式会社に変更

[株式会社アットマーク・アイティ：2000年2月設立、IT技術分野専門オンラインメディア企業]

2006年2月 株式会社メディアセレクトを合併統合

[株式会社メディアセレクト：2001年5月設立、エンタープライズ分野専門出版社]

2007年4月 東京証券取引所マザーズに上場

2008年4月 ソフトバンク クリエイティブ株式会社より、音楽情報専門サイト「BARKS」のWeb事業を譲受

- インターネット上で(のみ)運営している**メディア**
- IT関連の技術者やビジネスパーソン等の読者別に、**専門性の高い情報を提供**

The screenshot shows the ITmedia website interface. A blue arrow labeled '広告' points to a banner at the top. Another blue arrow labeled '広告' points to a sidebar advertisement on the right. A third blue arrow labeled '広告' points to a large central advertisement for Apple products. A red dashed box highlights the main content area, which includes a 'TOP STORIES' section with a camera article, a 'SPECIAL' section with an Interop Tokyo announcement, and a 'ディレクトリ' (Directory) section at the bottom left.



「ITmedia」
<http://www.itmedia.co.jp/>

当社が取材・編集し
提供する記事

アイティメディアの運営する主なメディアとサービス



▼テクノロジー・メディア事業

IT総合情報ポータル「ITmedia」

ITmedia

@ I T
atmarkt

情報マネジャー...
@IT MONOist

▼ターゲティング・メディア事業

TechTarget
テクノロジー・ジャパン
Powered by ITmedia Inc.

▼人財メディア事業

自分戦略
@IT 研究所

JOB @IT
JOB at market

▼ビジネス・メディア事業

ITmedia News
Believe in Technology

ITmedia Biz.ID
Business Identity

Business Media 誠

<http://www.itmedia.co.jp>

▼ライフスタイル・メディア事業

ITmedia +D
プラスD

BARKS
GLOBAL MUSIC EXPLORER

▼エンタープライズ・メディア事業

ITmedia
インタプライズ

ITmedia
イグゼクティブ

本日の内容 ③

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ **会社規模、役員、大株主は？**
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

会社概要（2008年6月30日現在）

総資産(連結) 42億33百万円

資本金(連結) 16億20百万円

役員

代表取締役社長	大槻 利樹
代表取締役会長	藤村 厚夫
取締役	四本 健
取締役	工藤 靖
取締役	池上 彰 (元NHKキャスター)
常勤監査役	齋藤 金義
監査役	下山 達也
監査役	樋口 理
監査役	佐川 明生



所在地

本社：東京都千代田区丸の内3-1-1 国際ビル8F
営業：東京都千代田区丸の内2-1-1 明治生命館5F

主要株主

ソフトバンク メディア マーケティング ホールディングス(株)
ヤフー (株) 他



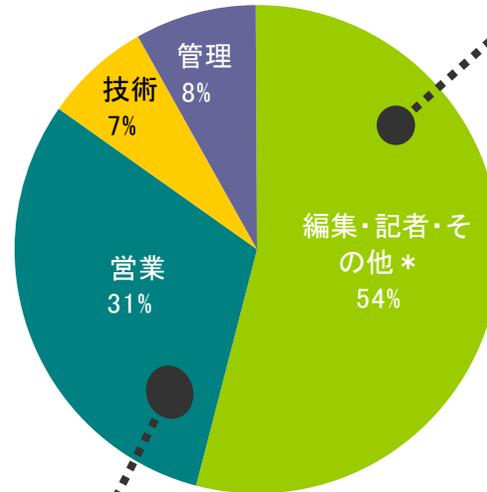
本日の内容 ④

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ **社員は？**
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

メディア企業・
インターネット企業
出身の経営陣



IT関連分野で
編集・執筆経験の豊富な
編集者・記者

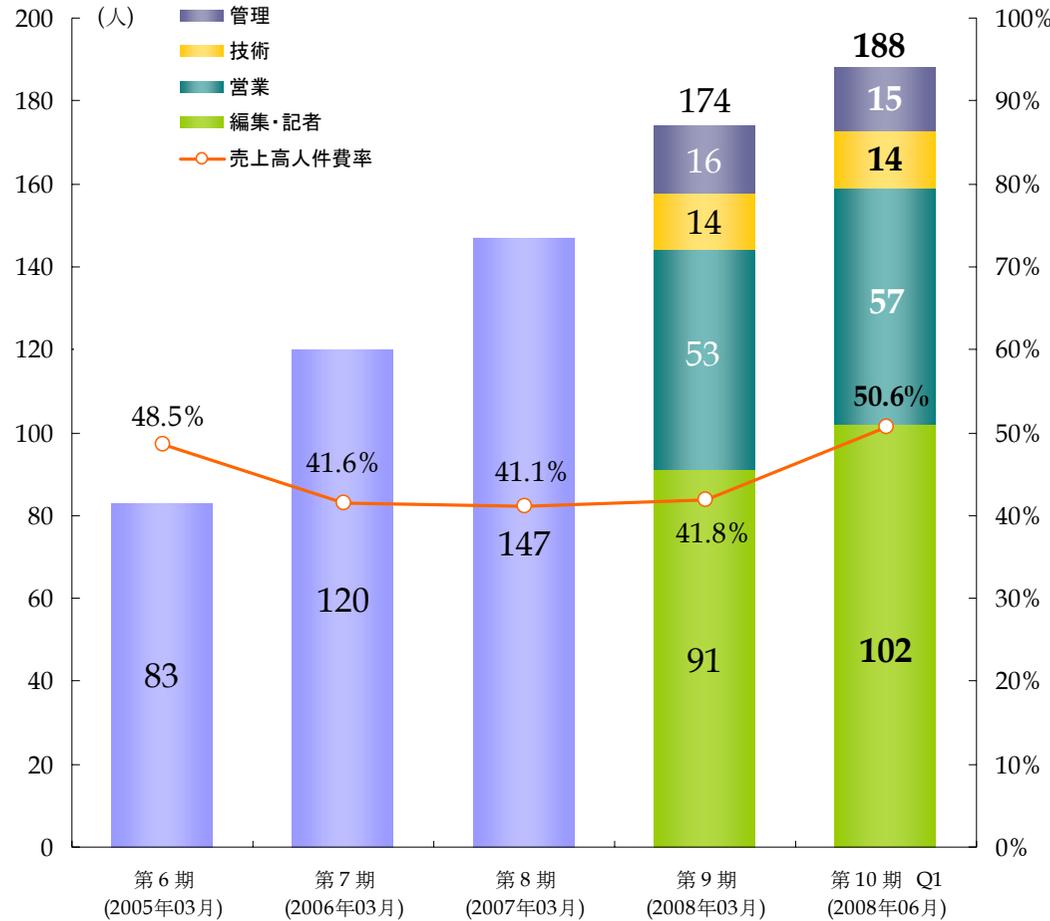


顧客企業に最適な
マーケティング・サービスを
企画する営業スタッフ



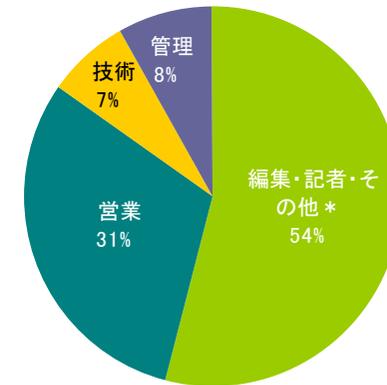
*「編集・記者・その他」には、デザイン、マーケティング要員を含みます。

従業員数の推移



	人数	構成比	対前年増減率
編集・記者・その他*	102	54%	2%
営業	57	31%	0%
技術	14	7%	-1%
管理	15	8%	-1%
合計	188	100%	0%

*デザイン、マーケティング要員を含みます。



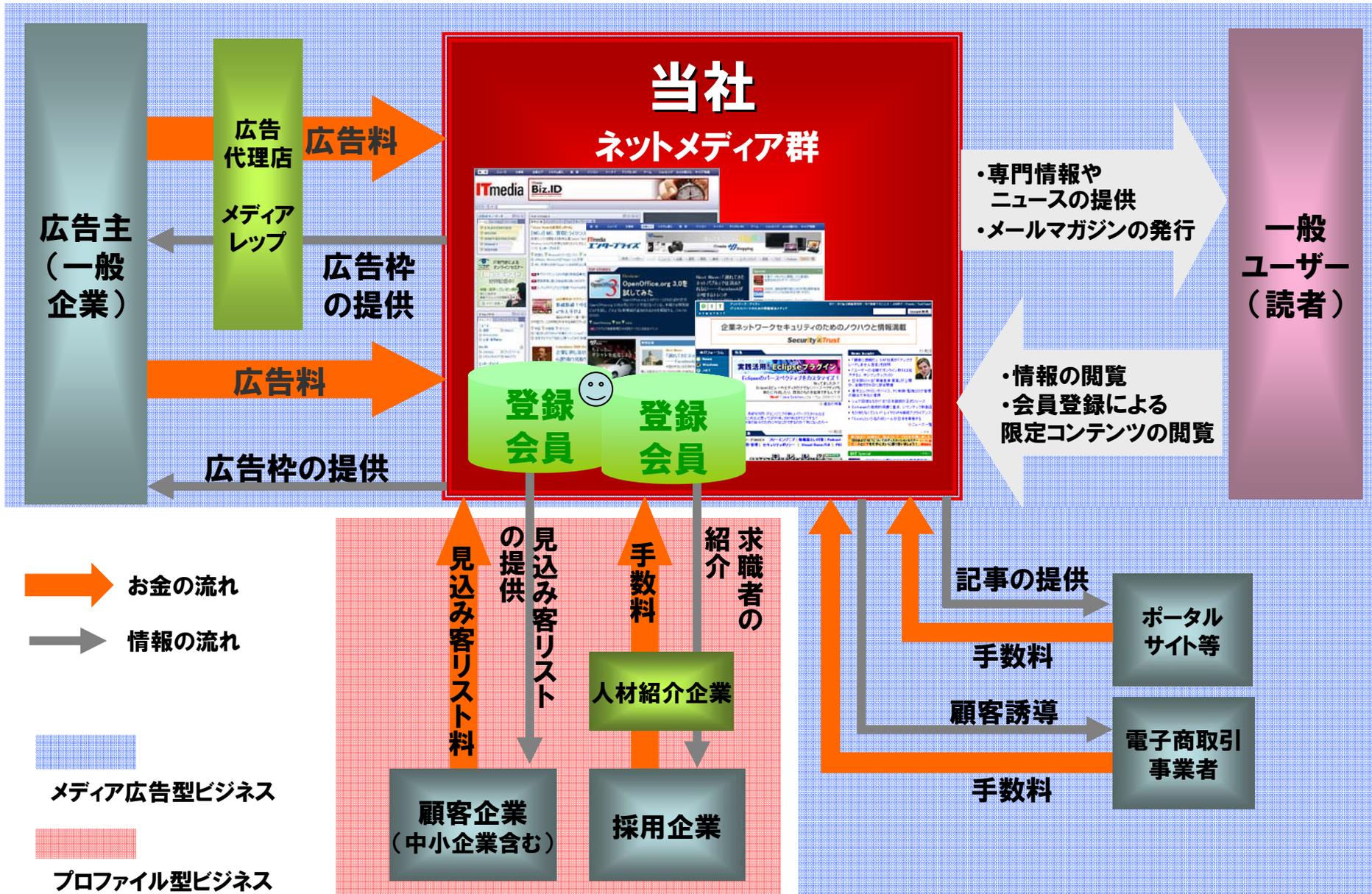
注1: 売上高人件費率 = $\frac{【販管費】人件費 + 【原価】労務費}{売上高} \times 100$

注2: 第6期は単体、第7期以降は連結ベースの人員数となります。

本日の内容 ⑤

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ **何で儲けているの？**
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

アイティメディアのビジネスモデル



事業のタイプ別分類:ターゲット層別にセグメント化

メディア広告型ビジネス

収益 インプレッション型やタイアップ型広告による
広告収入

テクノロジー・メディア事業
【IT技術者向け】

@IT情報マネジメント...

ライフスタイル・メディア事業
【先進消費者向け】

エンタープライズ・メディア事業
【経営・管理者向け】

ビジネス・メディア事業
【ビジネスパーソン向け】

プロフィール型ビジネス

収益 会員登録によるユーザープロフィールの取得と、顧客企業への提供

人財メディア事業
【転職希望の技術者】

自分戦略 @IT研究所

@ITプレミアスカウト @IT派遣Plus

ターゲティング・メディア事業
【IT関連製品の購入見込客】

テックターゲットジャパン
Powered by ITmedia Inc.

メディア力(集客力)を活かして展開

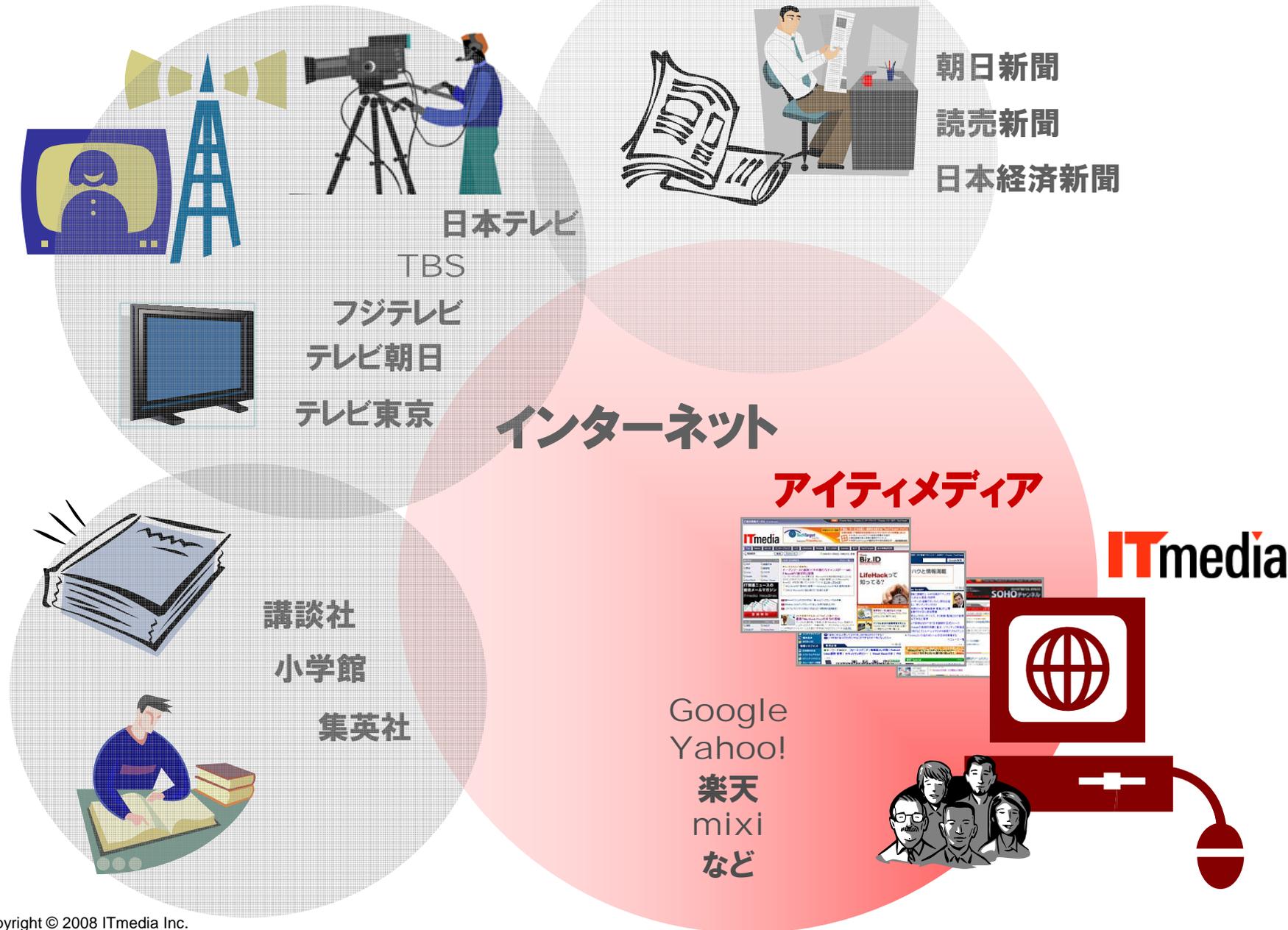
各事業のターゲット層

各事業が運営するウェブサイト

本日の内容 ⑥

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ **メディア**とは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

インターネットを取り巻くメディア



本日の内容 ⑦

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ **業界全体の状況は？**
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

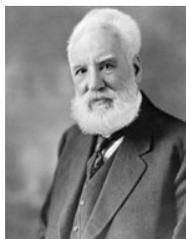
インターネット出版革命 - 広告媒体としての逆転 -



グーテンベルグによる
活版印刷の発明



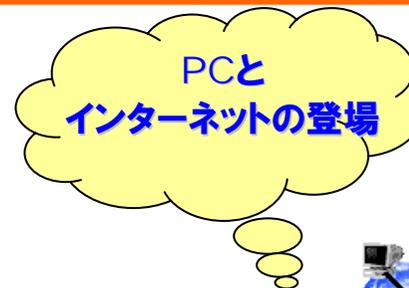
グラハム・ベルによる
電話の発明



テレビ放送開始
カラーテレビ放送開始



PCと
インターネットの登場



インターネット広告(市場)が生まれて、12年



テレビ広告が生まれて、50年

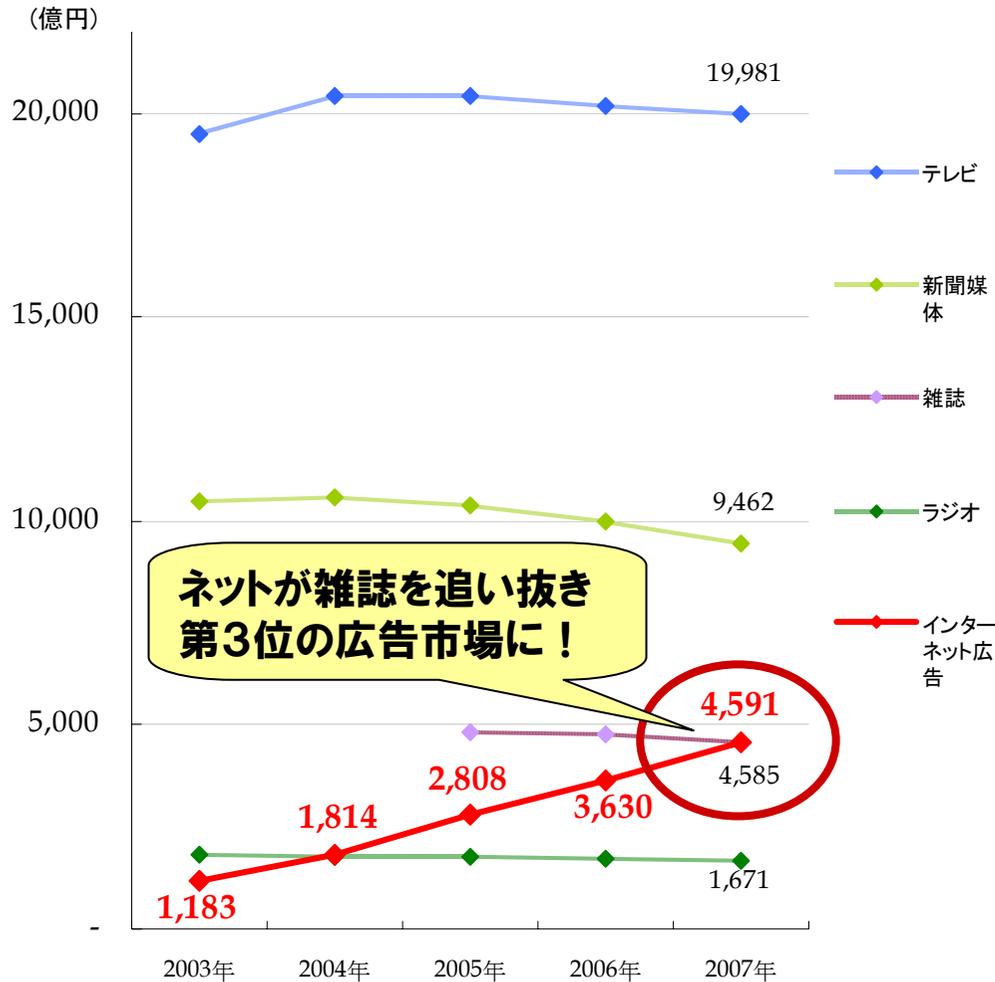


出版広告が生まれて、500年

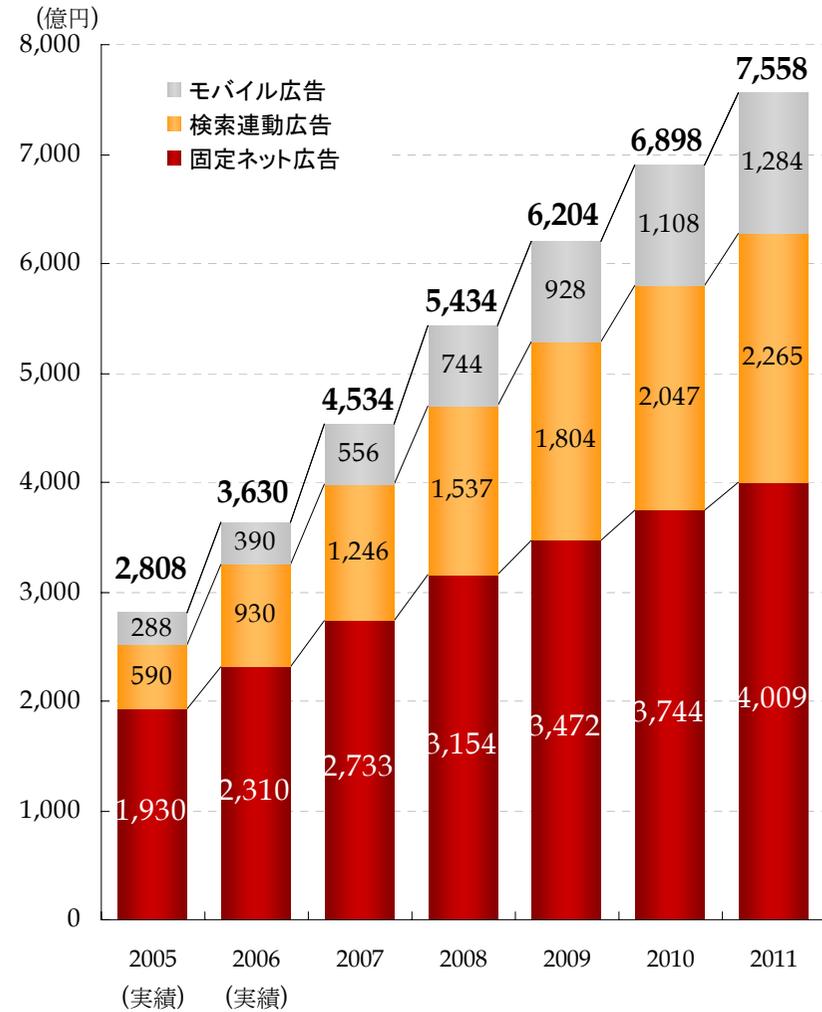


急成長するインターネット広告市場

インターネット広告市場(実績)



2011年までのインターネット広告市場の予測



注1 インターネット広告は媒体掲載費のみ。

注2 雑誌は2005年から算出定義が変更されたため、3年分のみの記載となっております。

出典: 2008年2月 電通「2007年 日本の広告費」

出典: 2007年4月 電通総研「2007年～2011年のインターネット広告費に関する試算」



『週刊ダイヤモンド』
2007年9月22日号
特集「新聞没落」

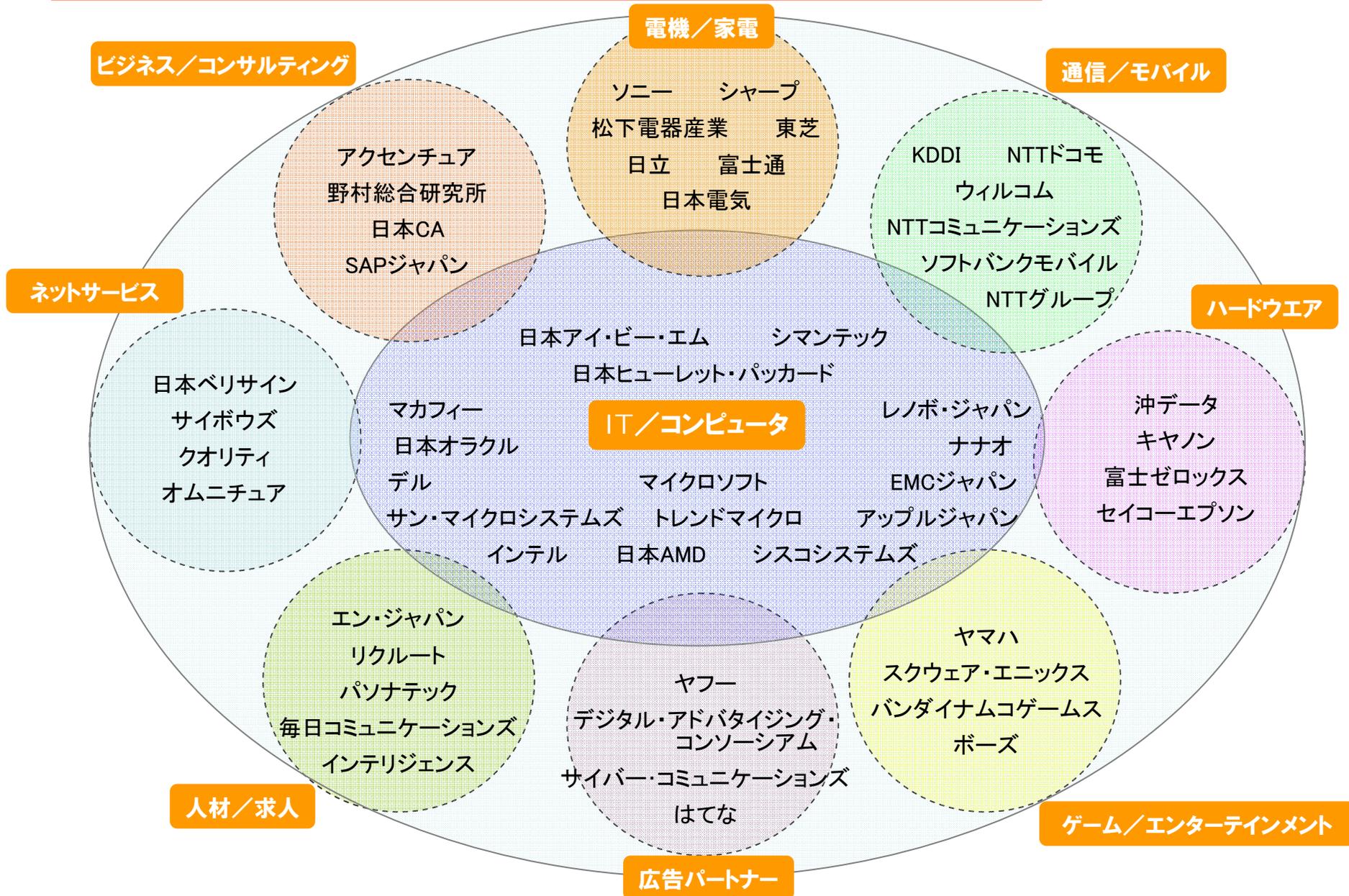
最近の「雑誌休刊」関連ニュース

- 小学館『ラピタ』、『Latta』が休刊へ
(2008年9月9日)
- マガジンハウス『BOAO』が休刊へ
(2008年9月3日)
- 世界文化社『GRACE』が休刊へ
(2008年9月3日)
- 集英社『ロードショー』が休刊へ
(2008年9月1日)
- 講談社月刊『現代』など3誌が休刊へ
(2008年8月30日)

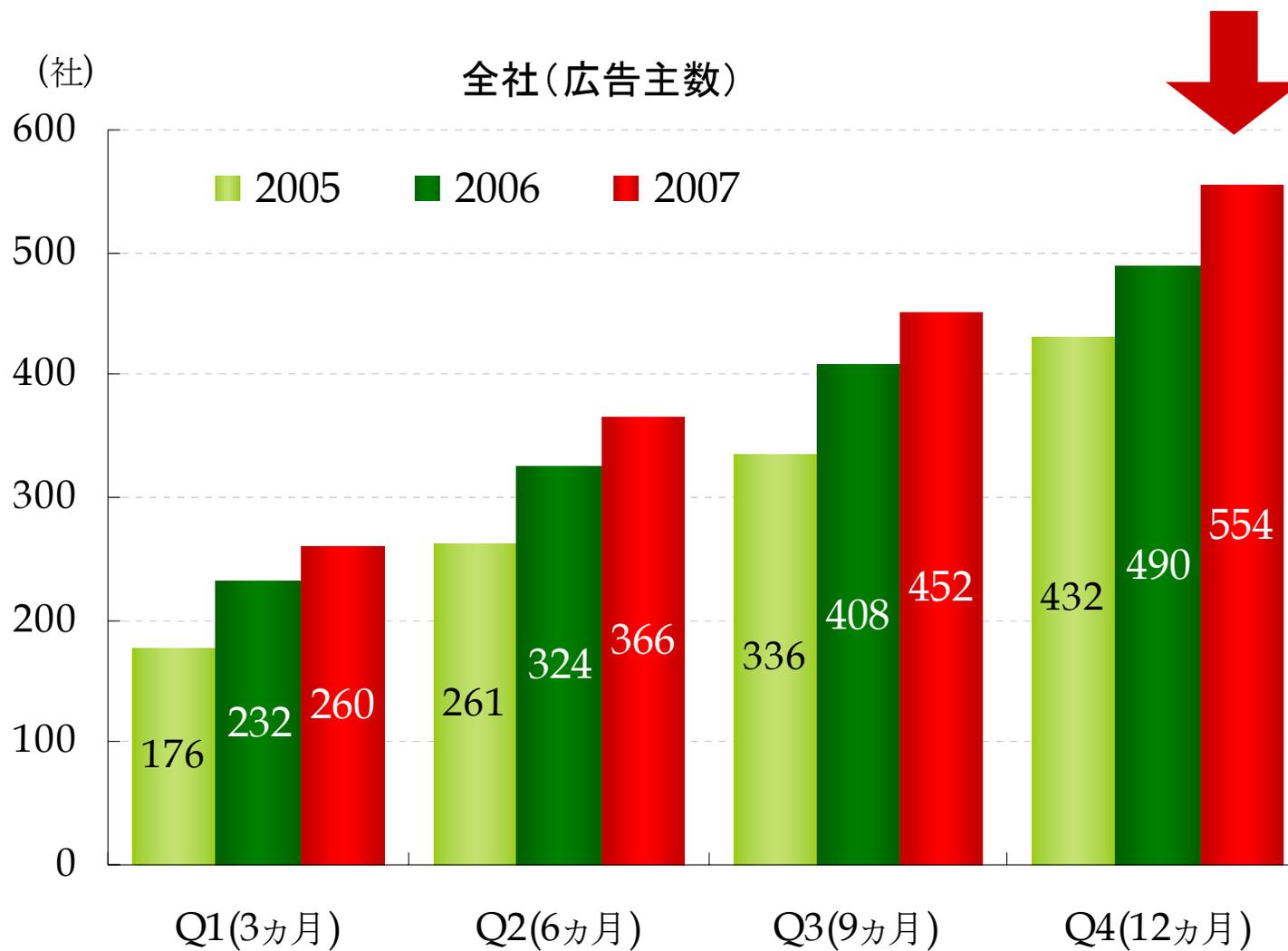
本日の内容 ⑧

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ **お客様は？**
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

主要広告主 — 年間約500社と取引 —



対前年比 13%増 (64社増) の 554社へ



本日の内容 ⑨

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ **ライバル会社は？**
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

ネット関連企業、メディアの中における当社の位置づけ

	ポータルサイト、SNS	広告代理店	メディア		
			専門	全国紙系	テレビ
上場	<ul style="list-style-type: none"> ・ヤフー ・ニフティ ・ミクシィ ・エキサイト 	<ul style="list-style-type: none"> ・CCI ・DAC ・サイバーエージェント 	アイティメディア (IT関連分野専門)		<ul style="list-style-type: none"> ・日本テレビ ・TBS ・フジテレビ 等
非上場			<ul style="list-style-type: none"> ・nikkeiBPnet [日経BP] ・NIKKEI NET [日本経済新聞デジタルメディア] ・CNET Japan [シーネットネットワークスジャパン] 	<ul style="list-style-type: none"> ・asahi.com [朝日新聞] ・Yomiuri Online [読売新聞] 等	

各Webサイトとの比較による当社の位置づけ



*CGM(Consumer Generated Media):インターネットなどを活用して、今までつぼら情報の受け手であった消費者が内容を生成していくメディア。

本日の内容 ⑩

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の**強み**は？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

インターネット専門メディアの優位性

- 情報伝達のスピード、量の飛躍的な向上、手段の多様化により、読者ニーズに応える。
- 影響力の大きなメディアとして認知

【今まで】



- 日刊、週刊、月刊
- 発行部数、限られた紙面
- 紙媒体

速度



量



手段



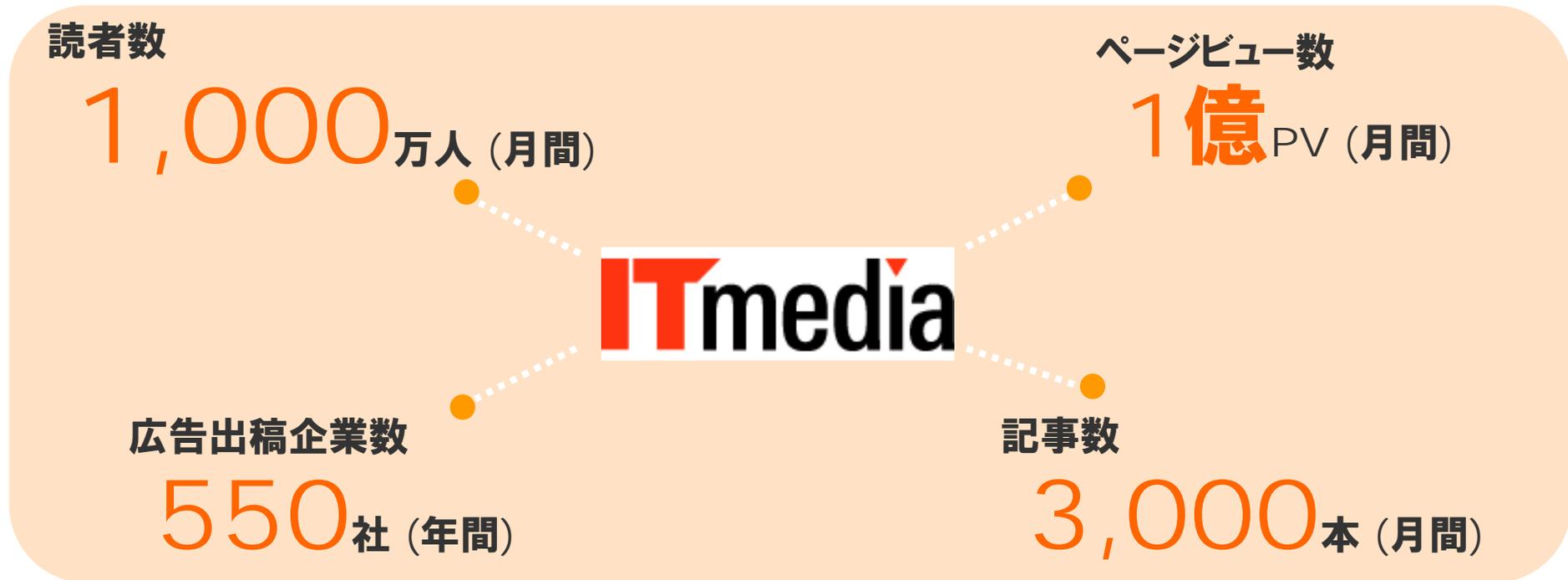
【インターネット時代】



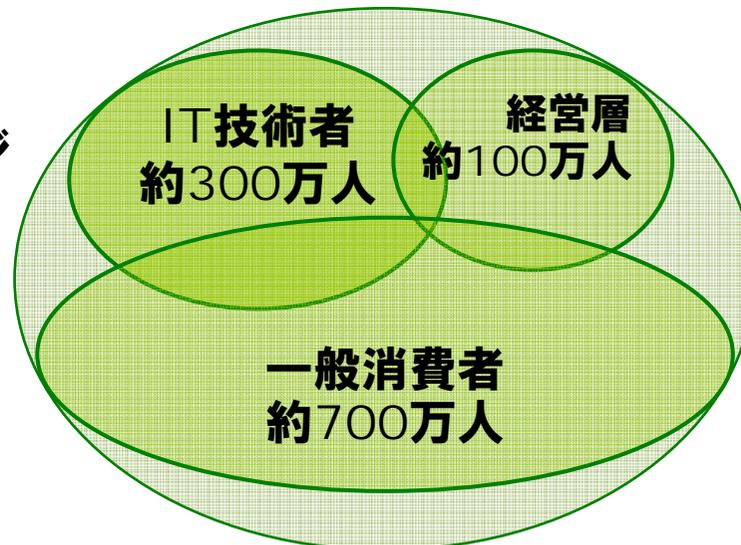
- 即時伝達可能

- 物理的、地理的、時間的制約なし

- パソコン、携帯、テレビ、ゲーム機等



1,000万人の
読者層のイメージ



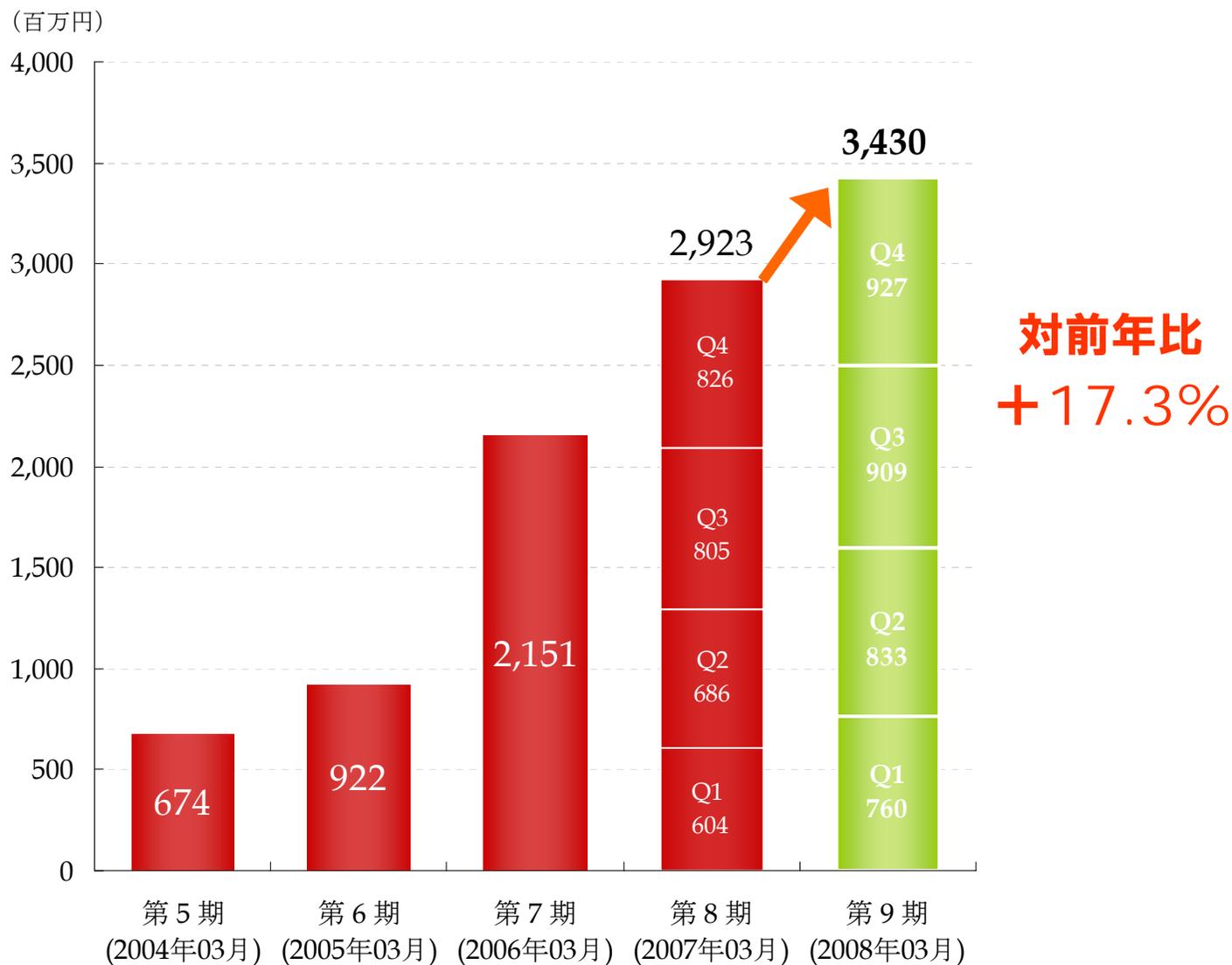
注：
「技術者」は主にIT関連に従事する技術者のことをさします。
「経営層」は、会社役員だけではなく、ラインマネージャー等の管理職も含みます。

本日の内容 ⑪

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ **業績、財政状態は？**
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

2008年3月期の 業績および財政状態

売上高の推移



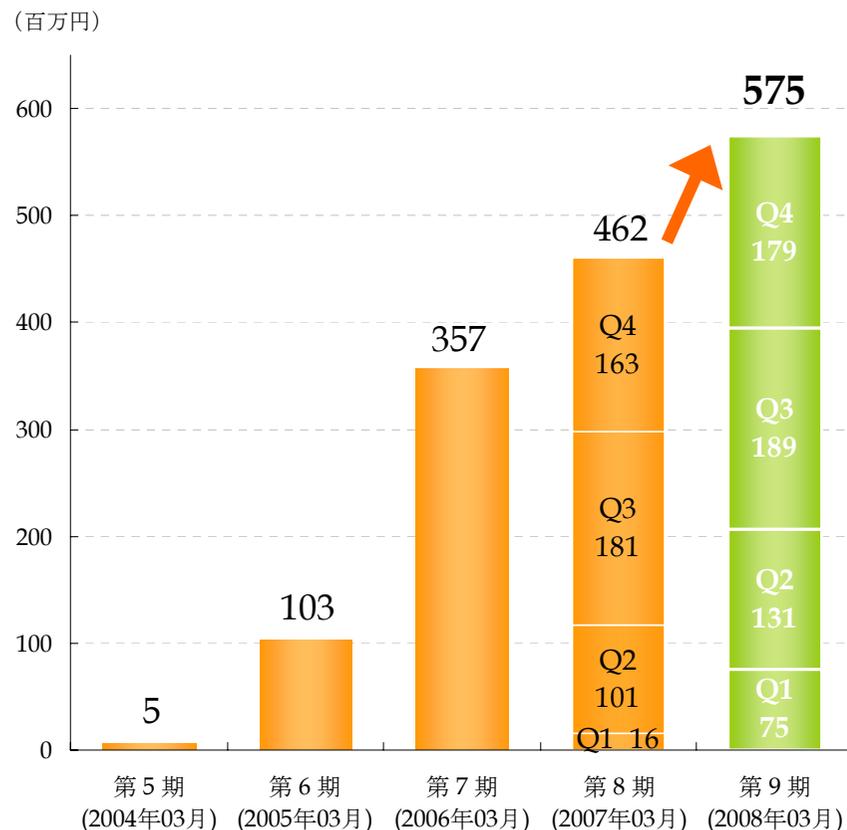
注1: 百万円未満を切捨てて表示しております。

注2: 当社は、第7期より連結財務諸表を作成しており、第5期及び第6期は単体、第7期から第9期は連結の売上高推移となっています。

営業利益・経常利益の推移

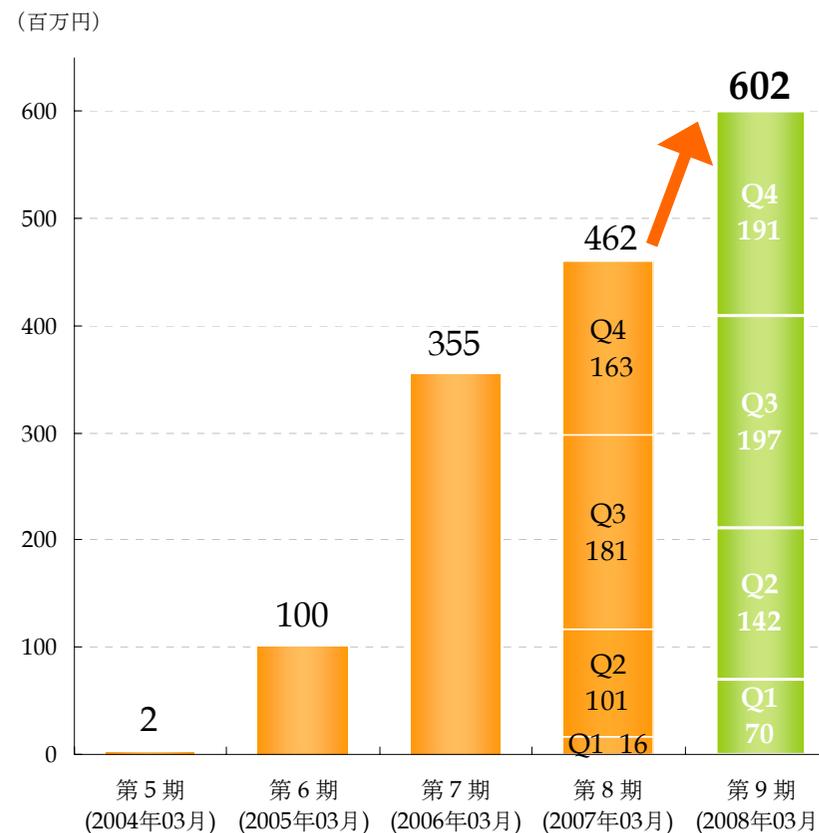
営業利益

対前年比 +24.4%



経常利益

対前年比 +30.3%



注1: 百万円未満を切捨てて表示しております。

注2: 当社は、第7期より連結財務諸表を作成しており、第5期及び第6期は単体、第7期から第9期は連結の営業利益及び経常利益の推移となっています。

要約:貸借対照表

(百万円)	2008年 3月末
流動資産	2,981
(うち現預金)	1,111
(うち売掛金)	625
(うち有価証券)	1,126
固定資産	1,428
(うち有形固定資産)	97
(うち無形固定資産)	185
(うち投資その他の資産)	1,144
資産合計	4,409
流動負債	472
(うち賞与引当金)	97
(うち未払法人税等)	182
負債合計	472
資本金	1,600
資本剰余金	1,644
利益剰余金	688
株主資本合計	3,933
新株予約権	4
純資産合計	3,937
負債・純資産合計	4,409

流動性が高く、潤沢な資金

健全な無借金経営

豊富な純資産、高い自己資本比率

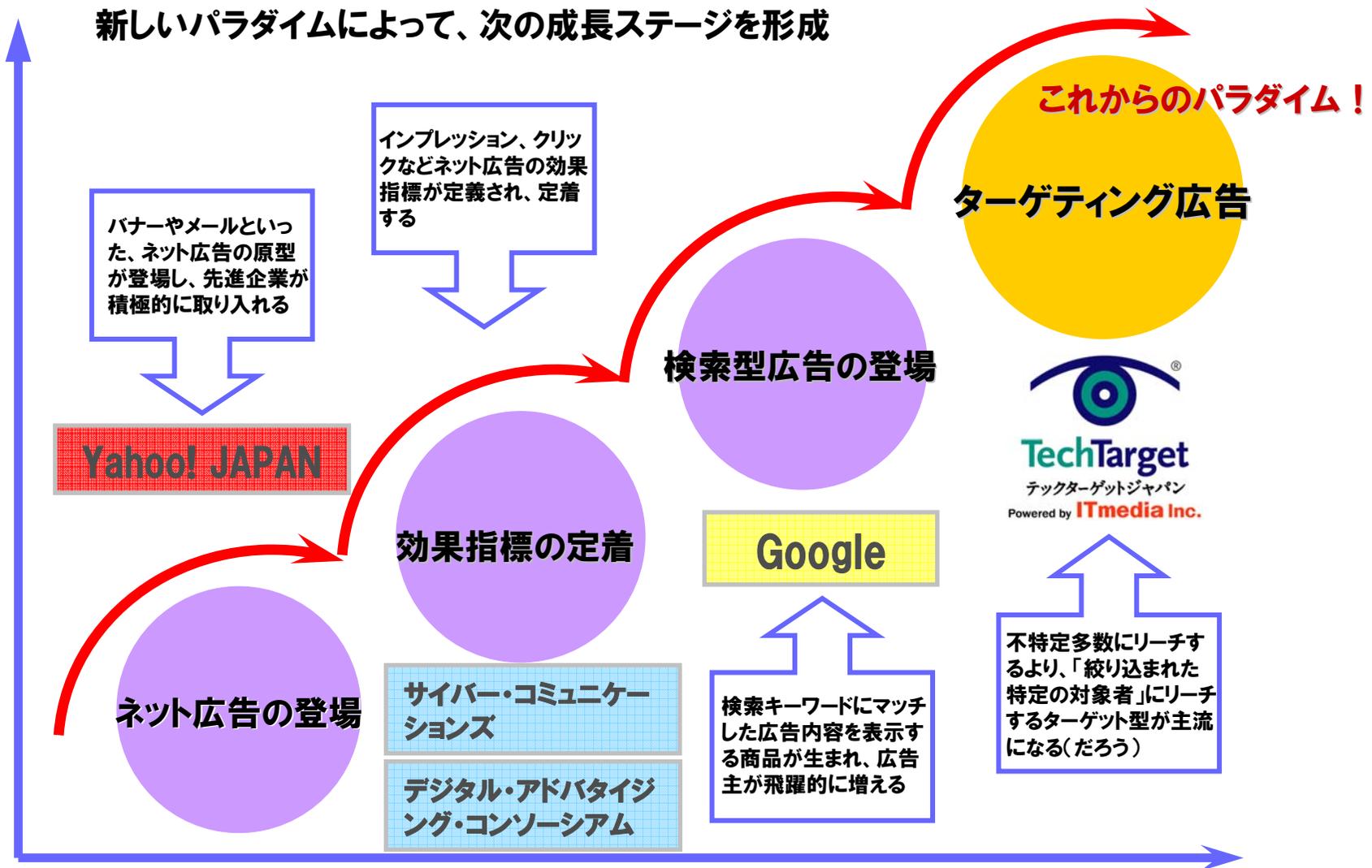
注:百万円未満を切捨てて表示しております。

本日の内容 ⑫

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ **今後伸ばす**ところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

経営ビジョンと今後の成長

ターゲティング・メディア事業



顧客情報の収集 - 従来型 -

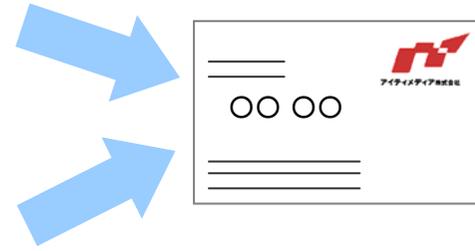
A. 展示会やセミナー



開催費用 数十万～数百万円



ユーザーのコンタクト先



企業



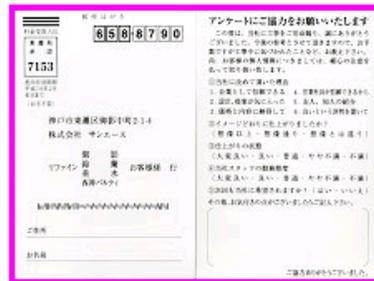
マーケティング・
セールス活動へ



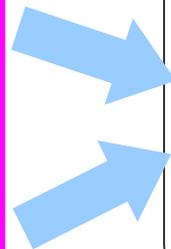
B. 雑誌等のアンケート



アンケートはがき



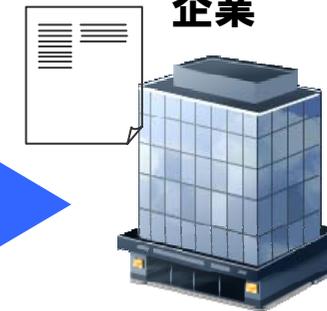
出版社等



ユーザーの
コンタクトリスト



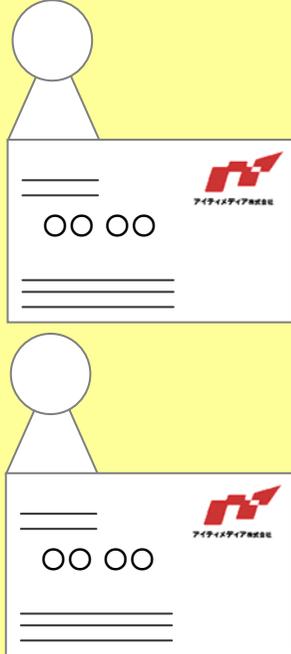
企業



掲載費用 数十万円～

**名刺情報を登録済みの
会員読者**

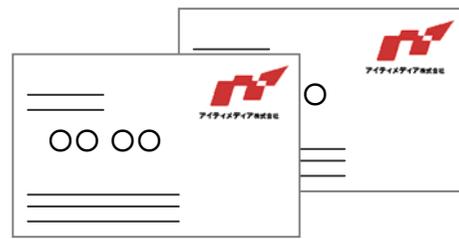
55,200名
(2008年8月末時点の会員数)



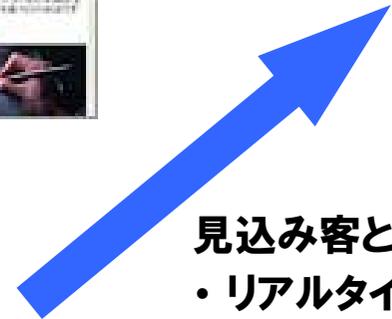
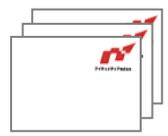
記事を読む



- ① 自分の**名刺情報の提供**を承諾
- ② その**製品やサービスに強い興味**がある



企業



見込み客となる情報を
・リアルタイム
・オンライン
で収集

	当社ターゲティング・メディア事業	従来のネット広告 (例: バナー広告)
費用対効果の測定指標	<ul style="list-style-type: none"> 製品・サービスに興味がある 見込み客のリスト 	<ul style="list-style-type: none"> 露出した数 (1回表示 = 1インプレッション) 広告をクリックした数
閲覧者	<ul style="list-style-type: none"> 志向と属性がはっきりした特定の閲覧者 (ターゲットに直接アプローチ) 	<ul style="list-style-type: none"> 不特定多数の閲覧者
閲覧コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 顧客企業が作成したホワイトペーパー (技術関連の報告書や調査レポート)等 	<ul style="list-style-type: none"> 編集者が作成した記事等を閲覧 気になる広告があれば、広告を閲覧
顧客企業における費用負担部門	<ul style="list-style-type: none"> 宣伝担当部門 (広告宣伝費) 事業部門 (販売促進費) 	<ul style="list-style-type: none"> 宣伝担当部門 (広告宣伝費)
特徴	<p><見込み客獲得型></p> <ul style="list-style-type: none"> 費用対効果(ROI)が明確 投資に見合った成果(属性が明確な見込み客リスト)が得られる 販売促進の位置づけであるため、景気に左右されにくい 	<p><キャンペーン型></p> <ul style="list-style-type: none"> 安価に多くリーチできる ブランドイメージの訴求に効果あり



本日の内容 ⑬

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ **将来目指すところは？**
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ 株主還元は？

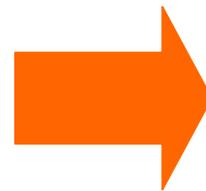
経営ビジョンと今後の成長

これからの事業展開

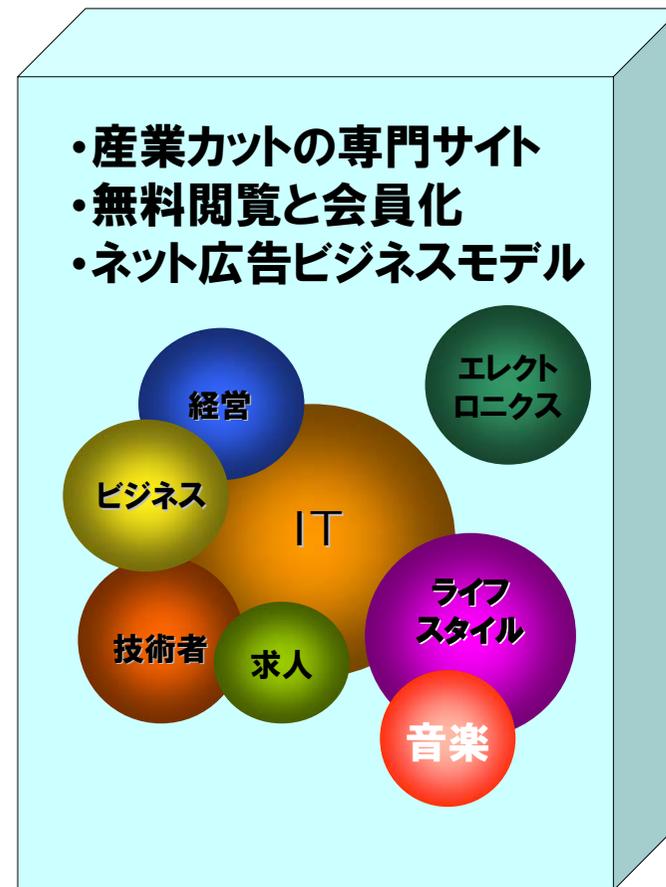
雑誌による専門情報メディア
'80~'90年代のモデル



ネット時代の専門情報メディアの姿
-当社モデル-



新しいネット出版モデルの創造



事業展開コンセプト –メディア事業ポートフォリオ–

- 今まで培ってきたオンラインメディアの開発・運営およびビジネスモデル創出ノウハウを、IT以外の分野へ広げ、新しいメディアを立ち上げていく。



	IT技術者	経営者	デジタル コンシューマー	ビジネス	製造業 技術者	IT 周辺領域	エレクトロニクス	...
CGM								
コマース・アフィリエイト			◎					
IT・リード生成 サービス 	◎	◎						
人財 (求人広告サービス) 	◎	○	○					
広告 (マーケットプレイス)	◎	◎	○	○	○			



新規メディアの紹介

◆「BARKS(バークス)」 (2008年4月1日統合) 音楽情報専門サイト



◆iPhone™3G向けに最適化したメディア 「iBARKS(アイバークス)」 (2008年9月5日開設)



新規メディアの開発投資と回収サイクル



本日の内容 ⑭

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ **リスクや参入障壁は？**
- ⑮ 株主還元は？

認識している主なリスク

外部環境	①景気環境	・ 景気環境が悪化した場合、業績に影響を与える可能性があります。
	②顧客企業の出稿意欲	・ 顧客企業の業績が悪化した場合、出稿意欲の低下や広告宣伝費削減の可能性があります。
技術・競合	③他のメディアとの競合	・ インターネットの特性上、当社と競合するサイトの立ち上げは可能であり、競争が激化する可能性があります。
	④技術の革新による情報伝達手法の変化	・ インターネット関連の技術革新により、競合他社に対する競争が激化する可能性があります。

対策および 当社の強み	①	・ 売上状況に見合った人員の投入 ・ 景気の動向にあわせた柔軟なコストコントロール
	②	・ ROIの高い広告商品の投入
	③	・ 独自のコンテンツによる競合他社との差別化 ・ オンラインによるIT情報専門サイトとしての高い認知度
	④	・ 技術開発専門部署による技術革新への対応

本日の内容 ⑮

- ① 社長はどんな人？
- ② 何をしている会社？
- ③ 会社規模、役員、大株主は？
- ④ 社員は？
- ⑤ 何で儲けているの？
- ⑥ メディアとは？
- ⑦ 業界全体の状況は？
- ⑧ お客様は？
- ⑨ ライバル会社は？
- ⑩ 会社の強みは？
- ⑪ 業績、財政状態は？
- ⑫ 今後伸ばすところは？
- ⑬ 将来目指すところは？
- ⑭ リスクや参入障壁は？
- ⑮ **株主還元は？**

- 株主還元に関する基本的な考え方
 - 企業価値の向上
 - 業績の着実な達成
 - 企業認知度の向上
 - 積極的な事業投資による成長
 - 持続的な成長のため、M&Aも視野に入れた新規事業開発
 - 配当
 - 今後、実施を前向きに検討
(現時点では実施していません)

1. <アイティメディアとは？>

アイティメディアとは、**自ら取材・執筆する記事を提供するメディア(媒体)**。
インターネット専門メディアとしてのパイオニアです。

2. <事業の成長軸は？>

専門性の高いコンテンツと、営業力に支えられた、主力のネット広告が
順調に成長しています。

今後の成長エンジンとなるターゲティング・メディア事業を開発、拡大中
です。

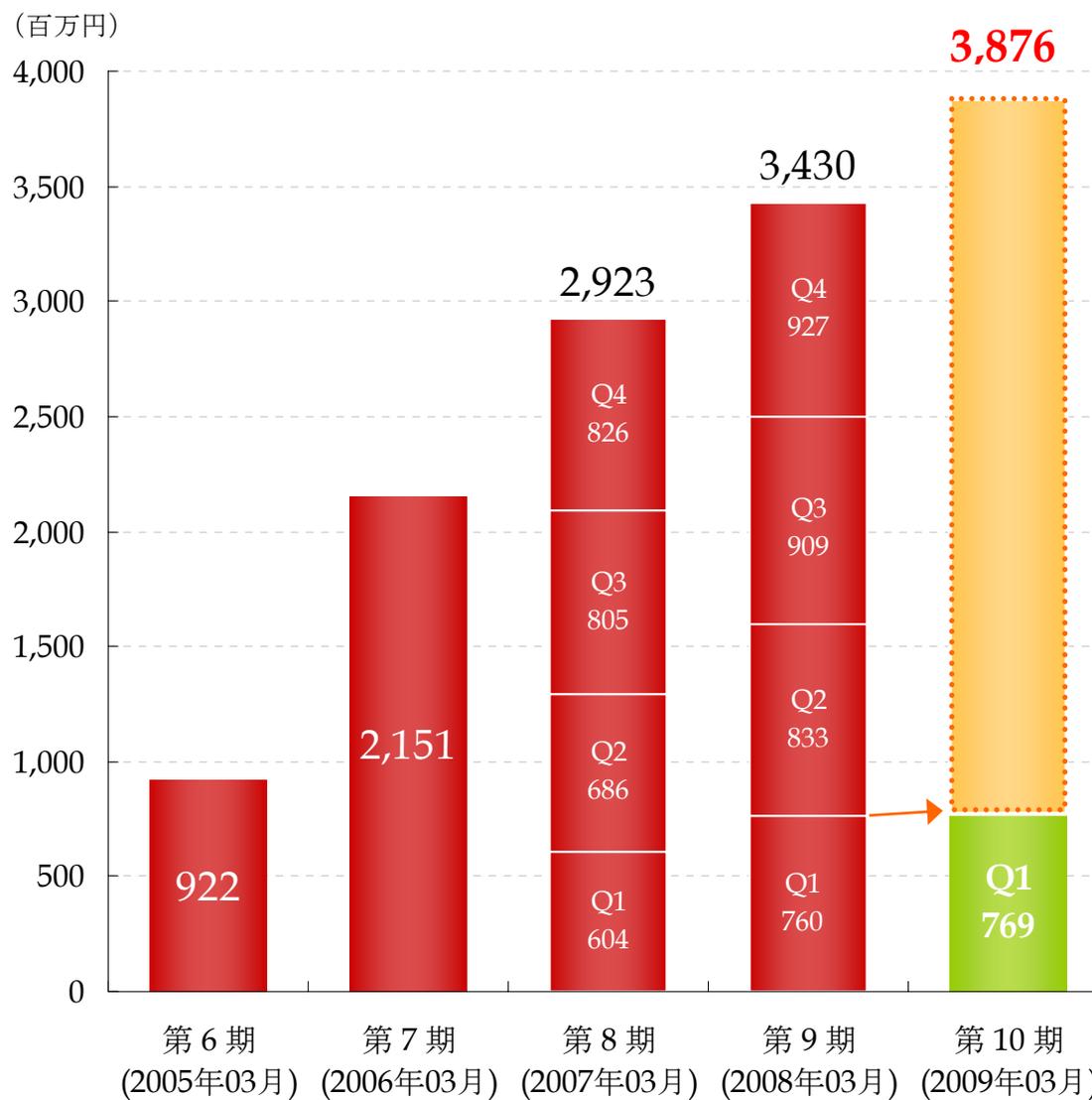
3. <今後の方向性は？>

ITでの成功を足がかりに、**サービス・コンテンツを隣接分野に拡大**。
旧来型メディアに対し、ネット専門としてチャレンジを続けます。

参考資料

2009年3月期 第1四半期 業績概要

売上高の推移



対前年同期比
+1.2%

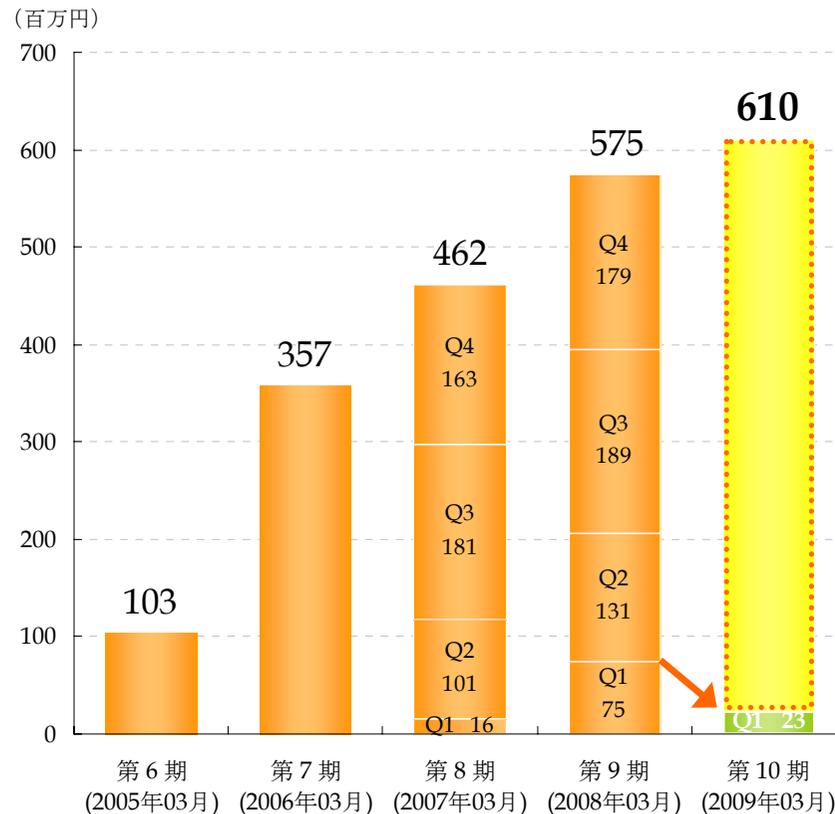
注1: 百万円未満を切捨てて表示しております。

注2: 当社は、第7期より連結財務諸表を作成しており、第6期は単体、第7期から第10期は連結の売上高推移となっております。 p 56

営業利益・経常利益の推移

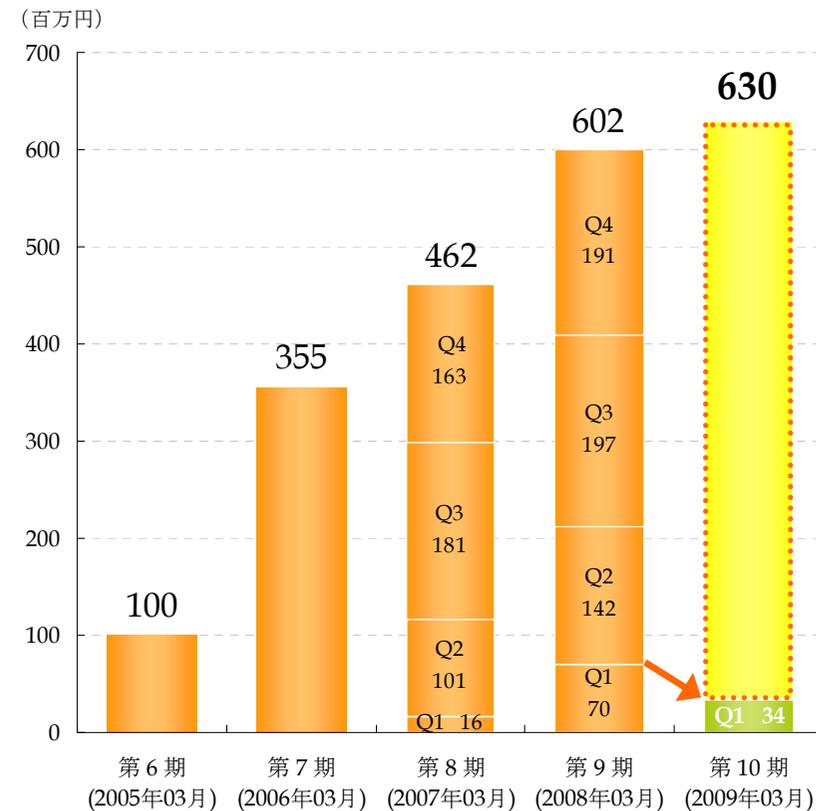
営業利益

対前年同期比 $\Delta 69.0\%$



経常利益

対前年同期比 $\Delta 51.1\%$



注1: 百万円未満を切捨てて表示しております。

注2: 当社は、第7期より連結財務諸表を作成しており、第6期は単体、第7期から第10期は連結の営業利益及び経常利益の推移となっています。

2009年3月期 連結業績予想について

- 今期の業績見通しは下記のとおりです。

(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
第2四半期 連結累計期間	1,772	210	225	130
売上高比率	—	11.9%	12.7%	7.3%
対前年同期増減率	+11.2%	+1.5%	+5.6%	+26.2%
通期	3,876	610	630	365
売上高比率	—	15.7%	16.3%	9.4%
対前年増減率	+13.0%	+6.0%	+4.6%	+11.1%

ありがとうございました。

お問い合わせ

アイティメディア株式会社
管理本部 IR担当
ir@sml.itmedia.co.jp
03-5293-2612