

2019年3月期 第1四半期 決算説明資料

2018年 7月 31日

アイティメディア株式会社
証券コード:2148 東証マザーズ

✓ 売上収益 13.1% 増

- ・単体 IT系メディア 前年同期は低調。外資大手顧客を中心に改善
 非IT系メディア ねとらぼ、産業テクノロジーが成長
- ・子会社 ナレッジオンデマンド増収

✓ 営業利益 56.3% 増

- ・単体 増収による増益
 今後の事業拡大を見据えた戦略的なコスト投入を実施
- ・子会社 赤字縮小

✓ その他

- ・メディア規模は過去最高を更新
- ・新たに関係会社となったアイティクラウドの持分法による投資損失を計上

連結損益計算書

(百万円)	' 17Q1		' 18Q1		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
売上収益	970	100.0%	1,097	100.0%	+13.1%
総コスト	891	91.8%	973	88.7%	+9.2%
(うち人件費)	474	48.9%	534	48.7%	+12.7%
EBITDA	111	11.5%	155	14.2%	+39.6%
営業利益	79	8.2%	124	11.3%	+56.3%
税引前四半期利益	80	8.3%	118	10.8%	+47.3%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	51	5.4%	73	6.7%	+41.1%
親会社の所有者に帰属する 包括利益	51	5.3%	202	18.5%	+297.2%

1 持分法による投資損失 ▲7

アイティクラウド(株)

2018年4月設立(当社持ち分40%)

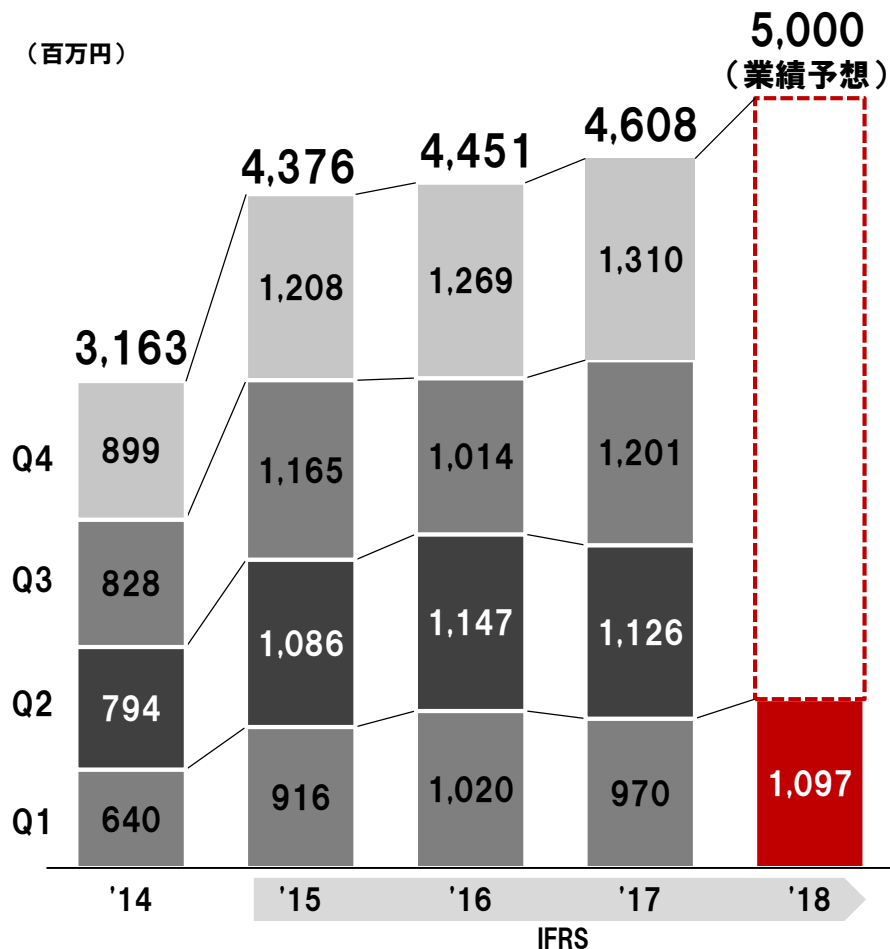
2 株式評価益 +129

ログリー(株)

2018年6月新規上場(東証マザーズ)

売上収益

(百万円)



- ✓ 低調だった前年同期から改善
- ✓ Q1としては過去最高

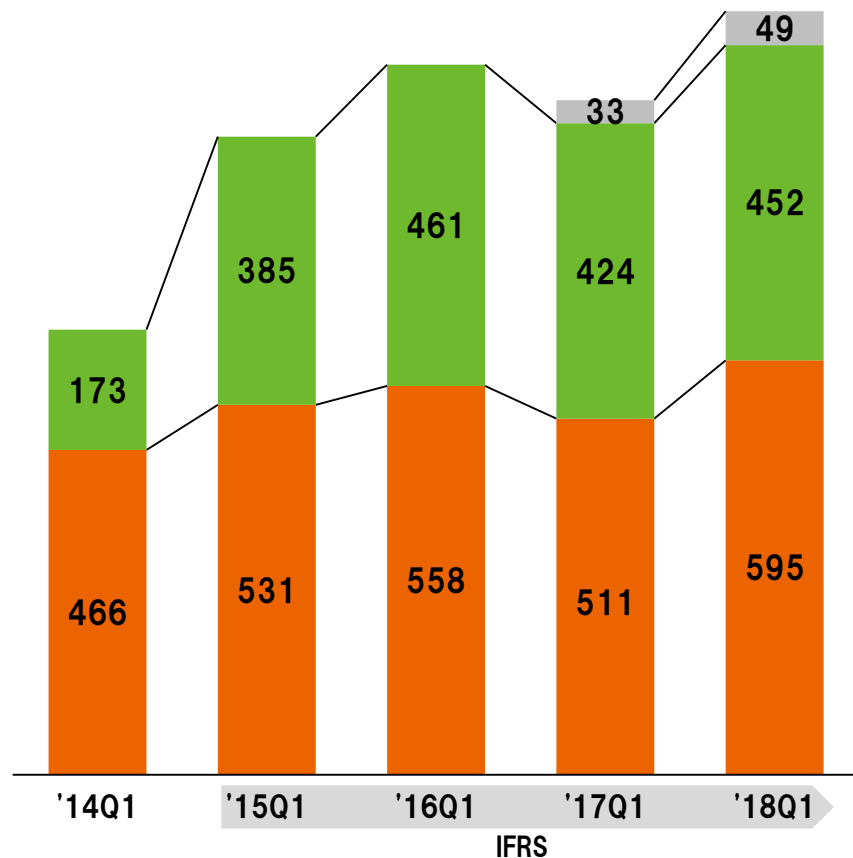
前年同期比 **+126 百万円**
+13.1 %

業績予想に対する進捗率

21.9%	(当期)			
21.1%	(前期)			

売上収益 セグメント別

(百万円)



リードジェン事業

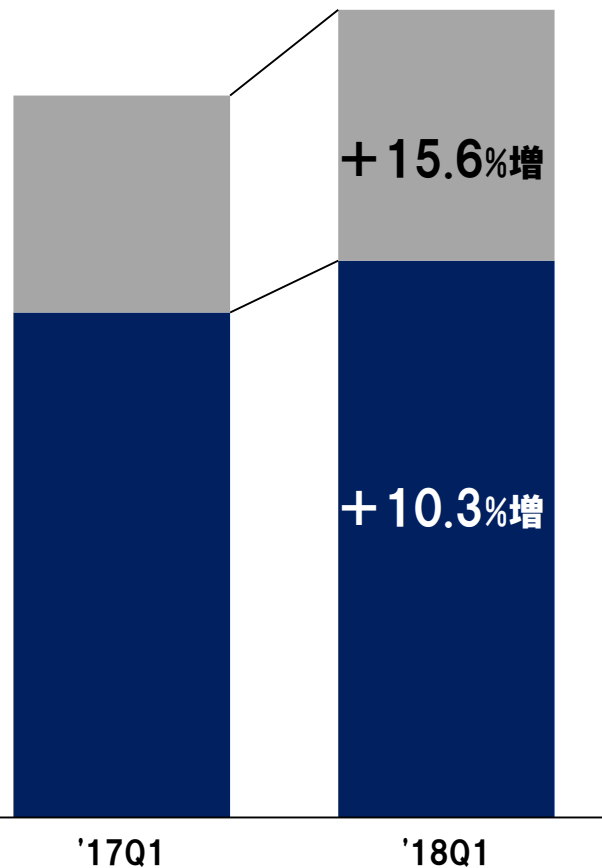
前年同期比 +6.4%

- ・IT系メディア 前年同期は低調。外資大手顧客を中心に改善
- ・非IT系メディア 産業テクノロジー分野「TechFactory」が増収

メディア広告事業

前年同期比 +16.4%

- ・IT系メディア 前年同期は低調。外資大手顧客を中心に改善
- ・非IT系メディア ねとらぼの成長が継続



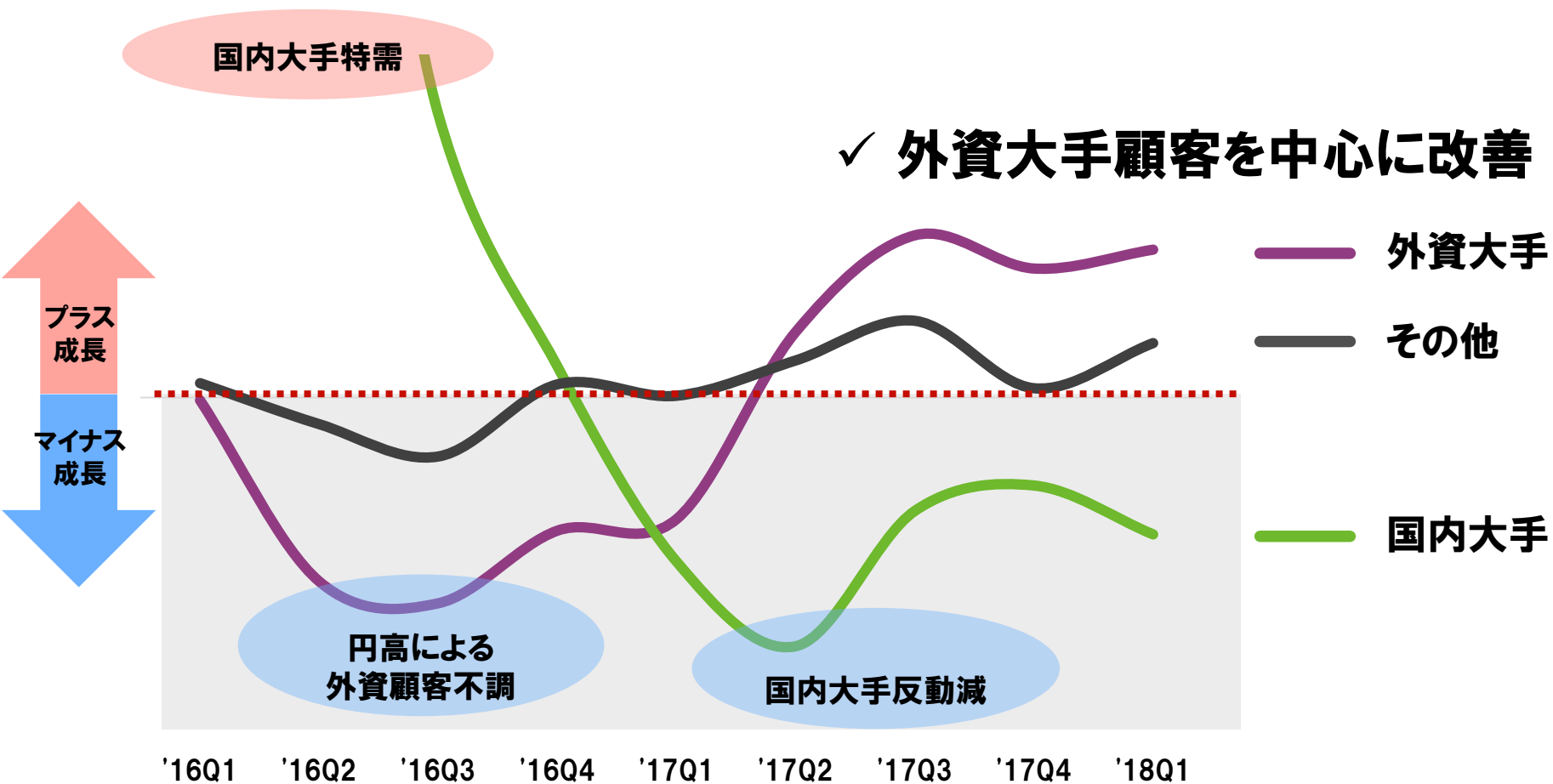
■ 非IT系メディア

✓ ねとらぼ、産業テクノロジーが成長

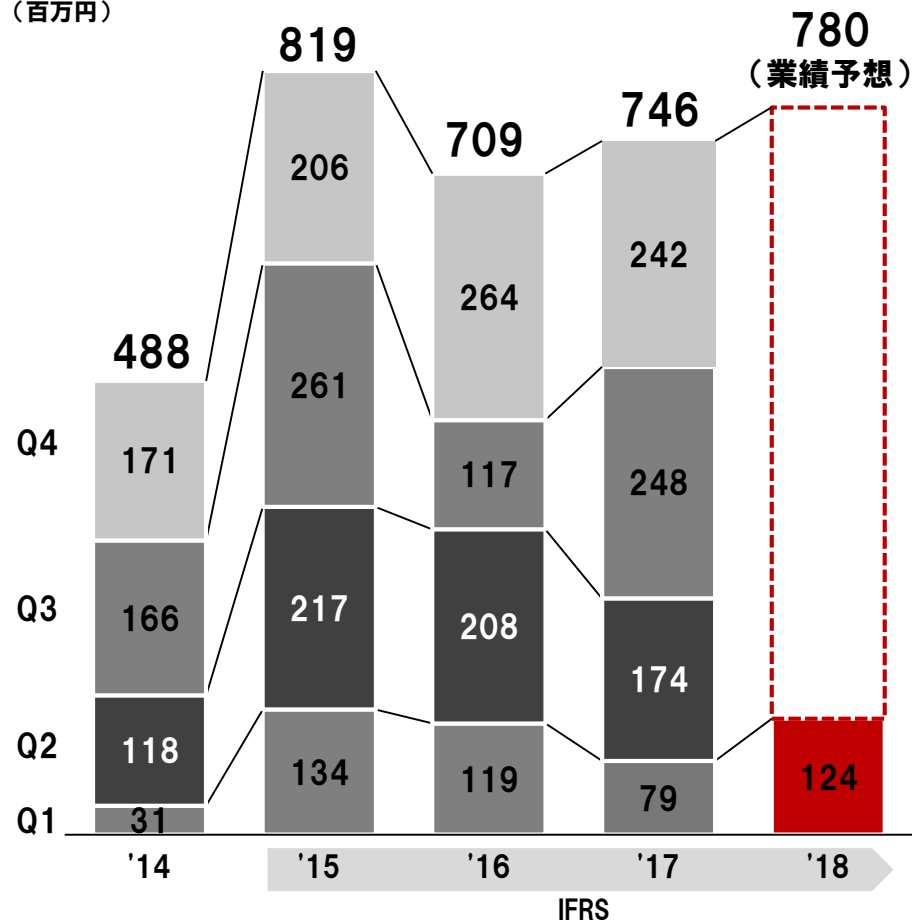
■ IT系メディア

✓ 前年同期は低調。外資大手顧客を中心に改善

売上収益 顧客区分別 前年同期比成長率の四半期推移（単体）



(百万円)



✓ コスト増も、増収により増益

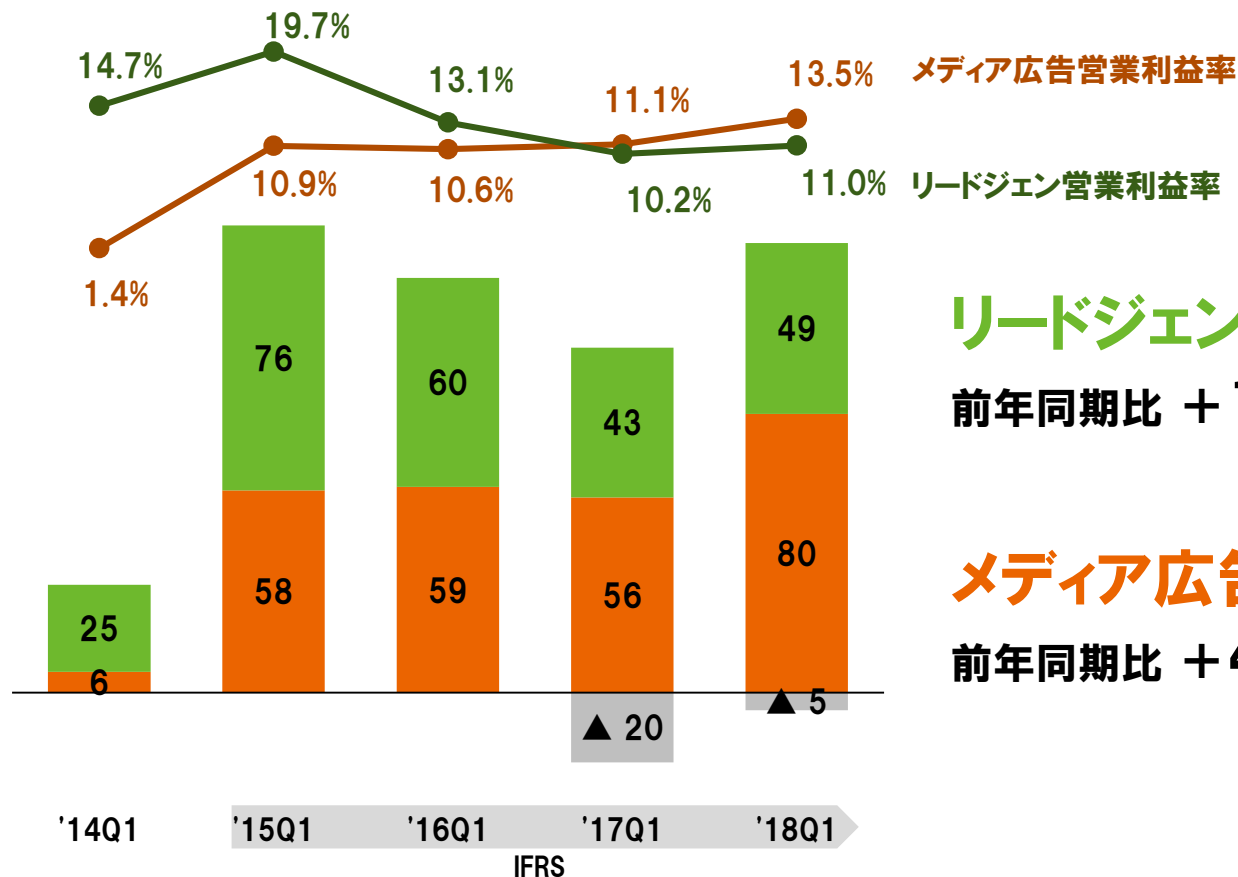
前年同期比 +44 百万円
+56.3 %

業績予想に対する進捗率

15.9%	(当期)			
10.7%	(前期)			

営業利益 セグメント別

(百万円)



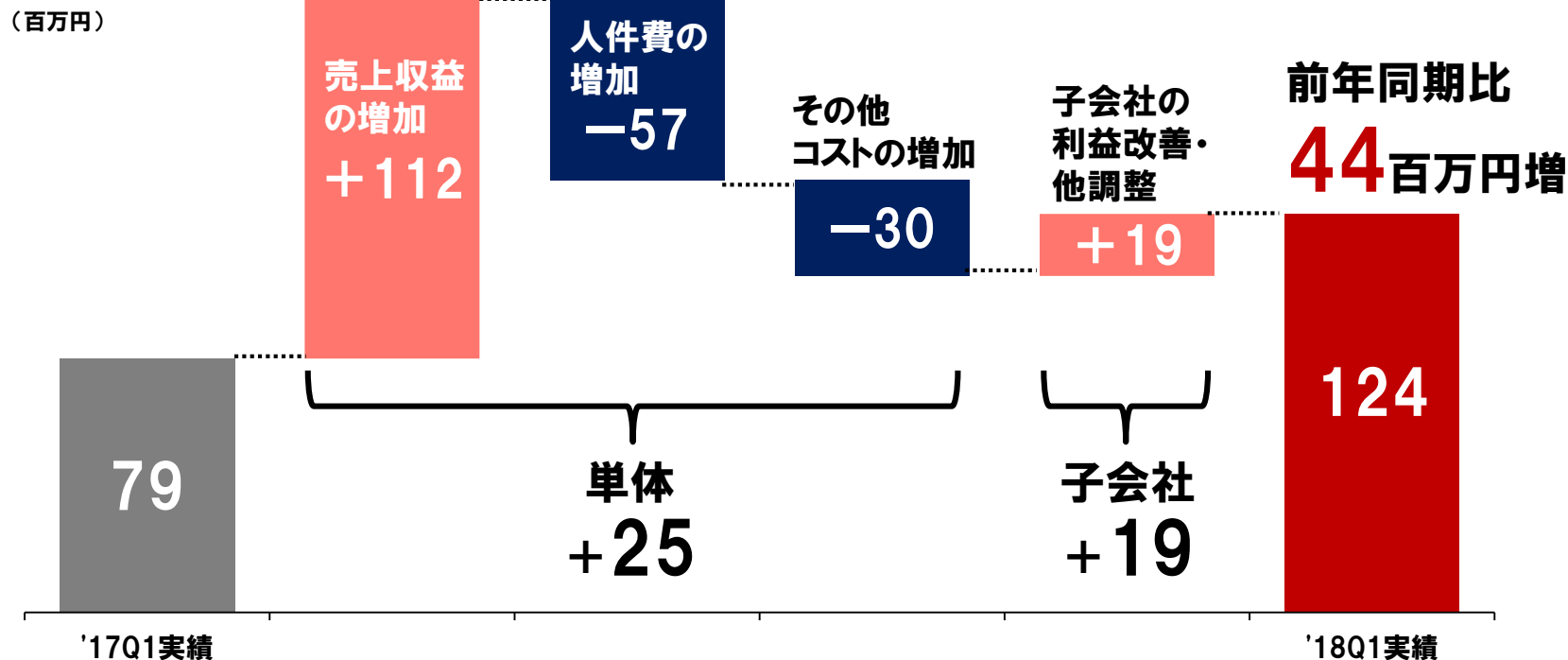
リードジェン事業

前年同期比 +14.6%

メディア広告事業

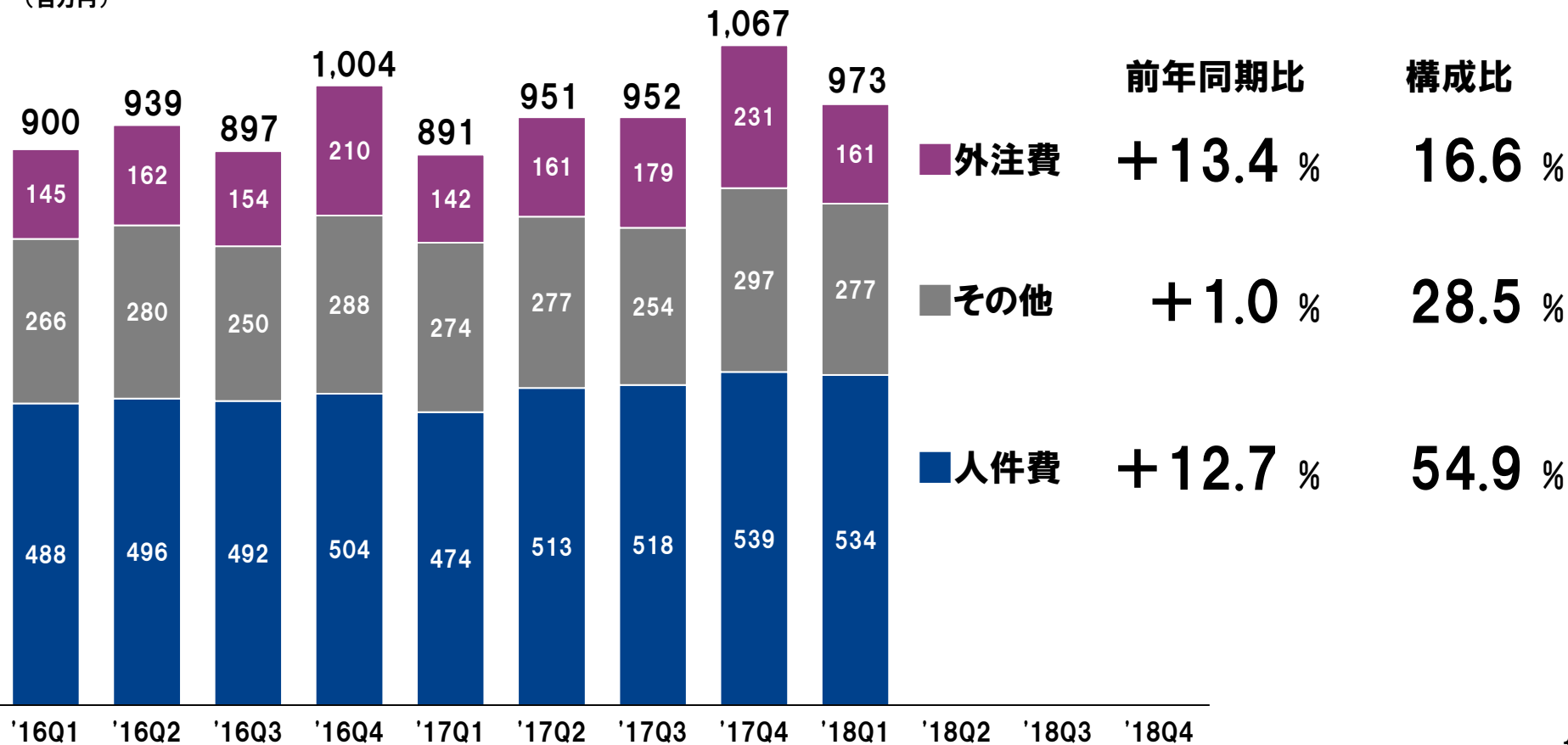
前年同期比 +41.6%

- ✓ 人員増強やシステム投資など、戦略的なコスト投入を実施
- ✓ コスト増も、増収により増益



コストの内訳 四半期推移

(百万円)

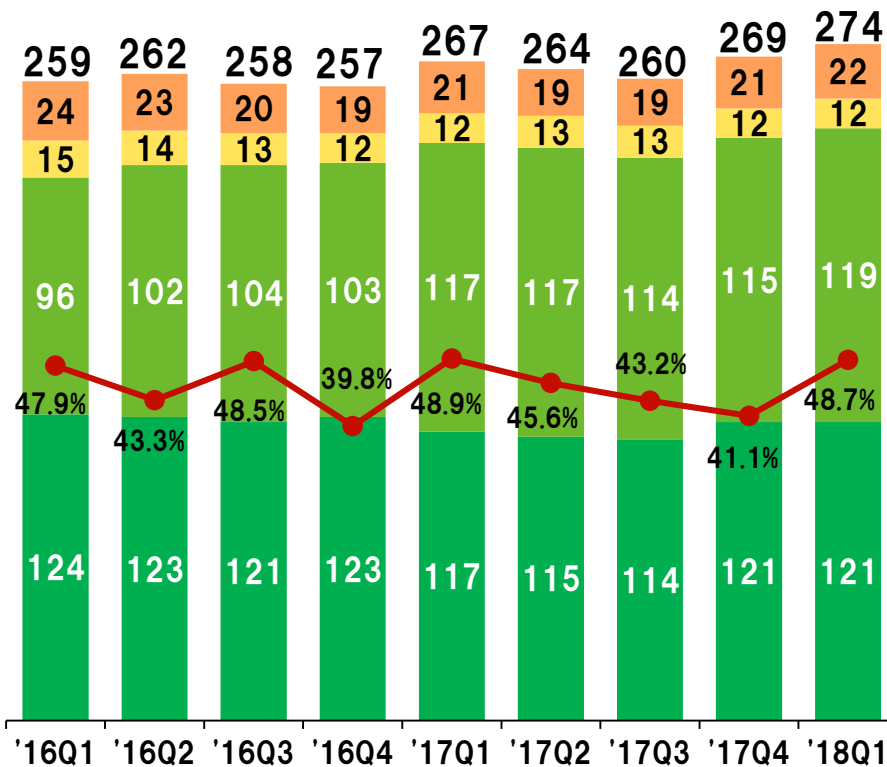


従業員数の内訳 四半期推移

*契約、派遣、アルバイトを含む

✓ 今後の事業拡大を見据えた人員増強

(人)



	前年同期比	構成比
合計	+2.6%	100%
管理	+4.8%	8.0%
技術	—	4.4%
営業	+1.7%	43.4%
編集・記者・その他	+3.4%	44.2%

売上収益人件費率 = $\frac{【販管費】人件費 + 【原価】労務費}{売上収益} \times 100$

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)	'17Q1	'18Q1	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	258	21	▲237
投資活動による キャッシュ・フロー	▲41	▲140	▲99
財務活動による キャッシュ・フロー	▲93	▲94	▲1
現金及び現金同等物の 増減額	124	▲213	▲337
現金及び現金同等物の 期首残高	2,569	3,111	+541
現金及び現金同等物の 期末残高	2,693	2,897	+203

営業CF 主な内訳

税引前四半期利益の計上	+118
営業債権及び その他の債権の減少	+158
営業債務及び その他の債務の減少	▲76
法人所得税の支払額	▲187

投資CF 主な内訳

持分法で会計処理されている 投資の取得	▲120
------------------------	------

財務CF 主な内訳

配当金の支払	▲93
--------	-----

連結財政状態計算書

(百万円)		2018年3月末	2018年6月末	差異
資産の部	流動資産	4,494	4,262	▲232
	非流動資産	1,683	1,764	+81
	資産合計	6,178	6,027	▲151
負債の部	流動負債	999	747	▲252
	非流動負債	76	74	▲2
	負債合計	1,075	821	▲254
資本の部	資本金/資本剰余金	3,506	3,506	0
	利益剰余金	1,861	1,848	▲13
	自己株式	▲344	▲344	—
	他包括利益累計額	68	186	+118
	親会社の所有者に 帰属する持分	5,091	5,197	+105
	資本合計	5,102	5,205	+103
	1株当たり親会社の 所有者に帰属する持分	261.27円	266.66円	+5.39円
	親会社所有者帰属持分比率	82.4%	86.2%	+3.8 pt

資産合計

現金及び現金同等物	▲213
営業債権及び その他の債権	▲156
その他の金融資産	+171

負債合計

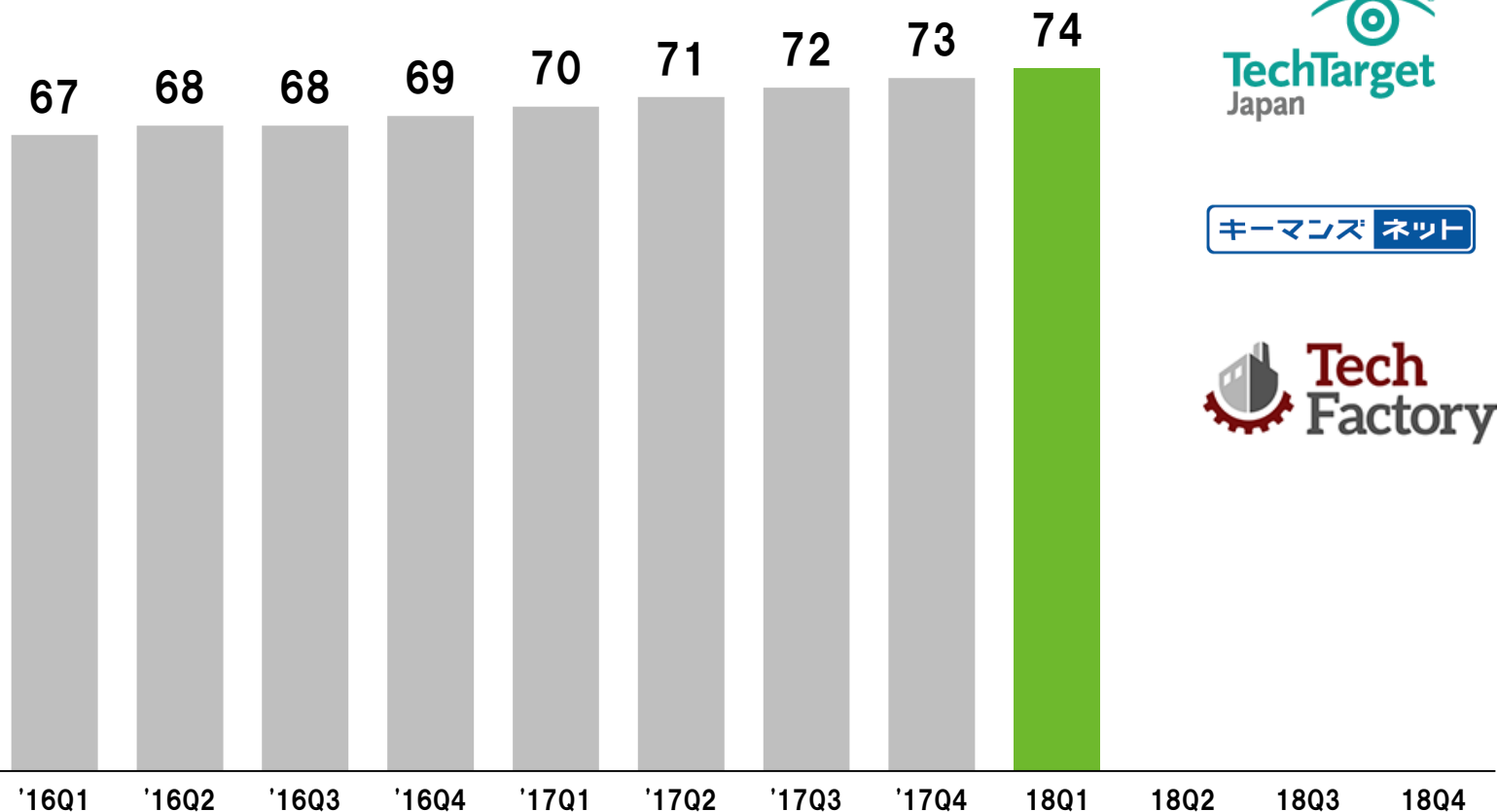
営業債務及び その他の債務	▲83
未払法人所得税	▲180

資本合計

その他の包括利益 累計額	+118
-----------------	------

メディア力、KPIの概況

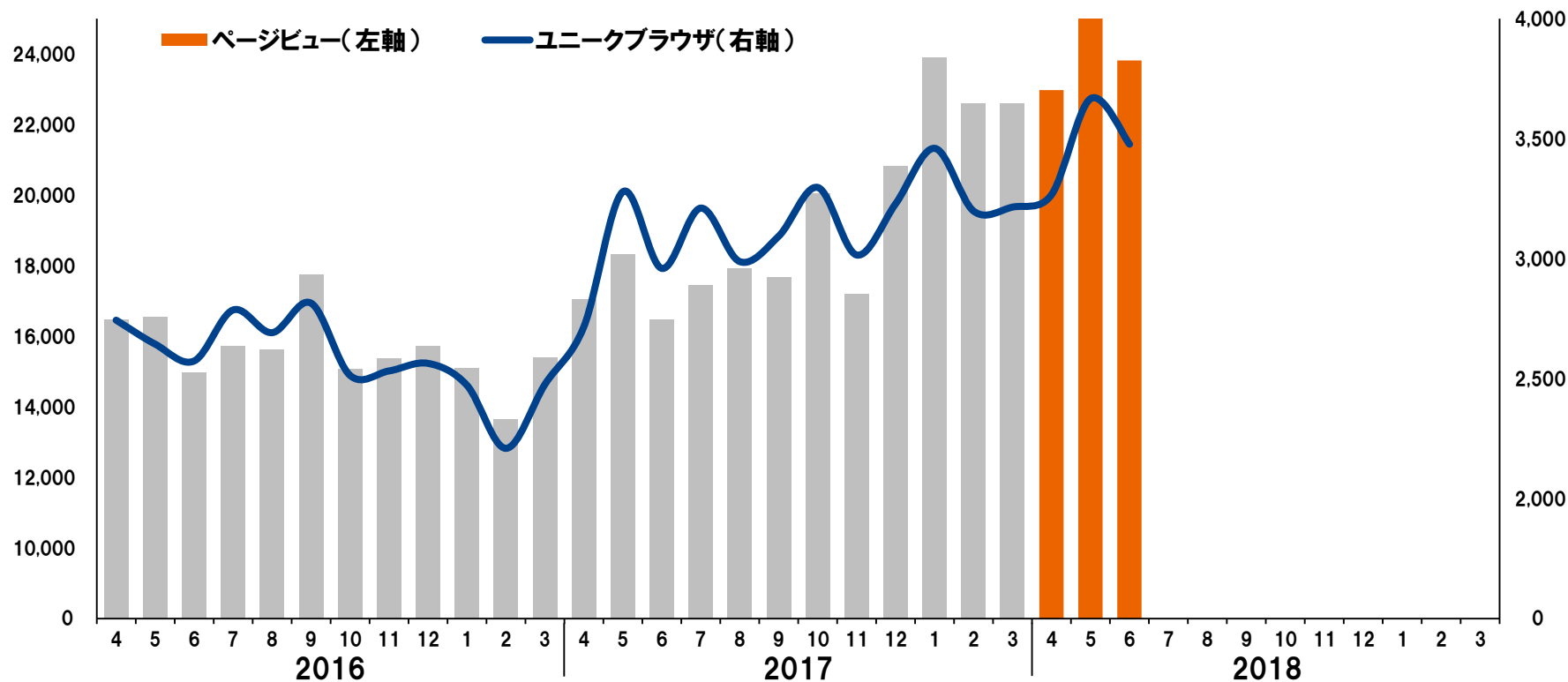
(万人)



✓ ページビュー、ユニークブラウザともに過去最高を記録

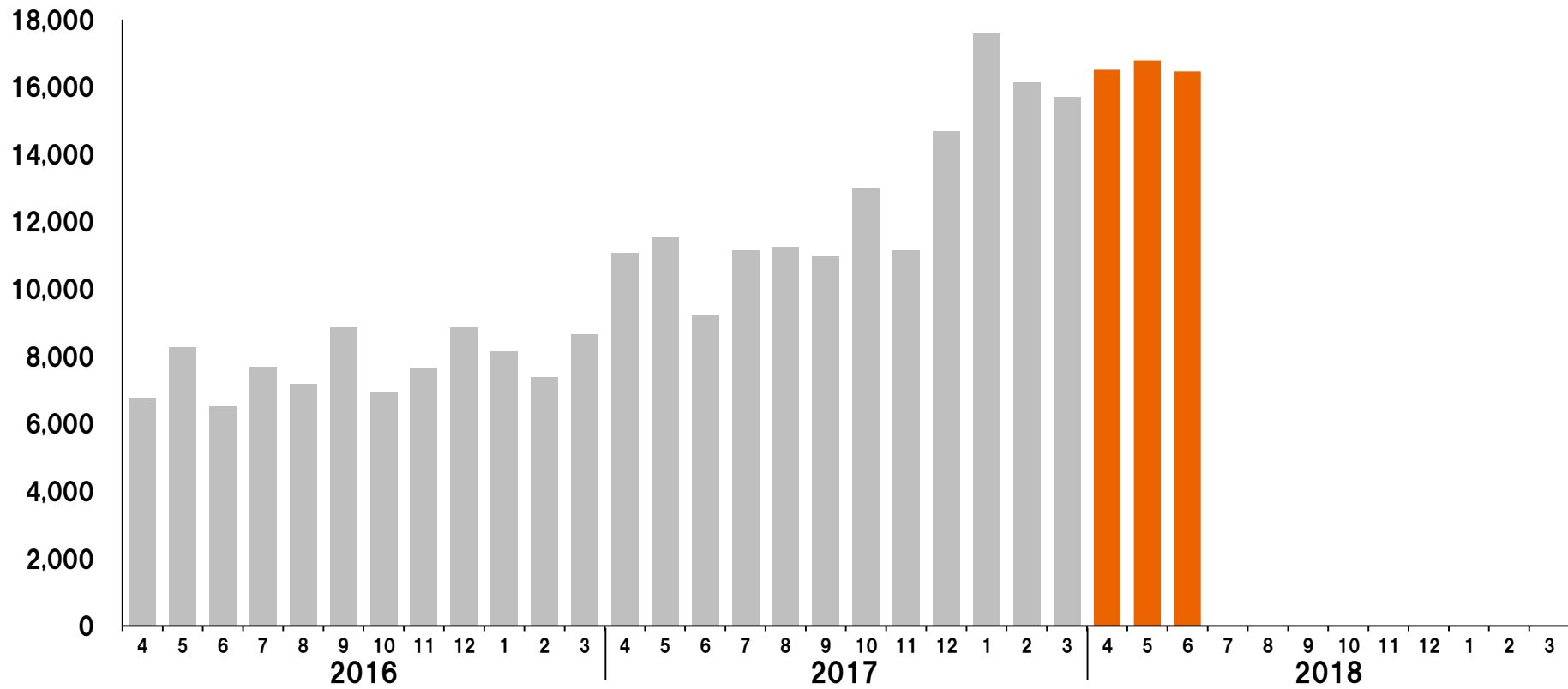
(万PV)

(万UB)

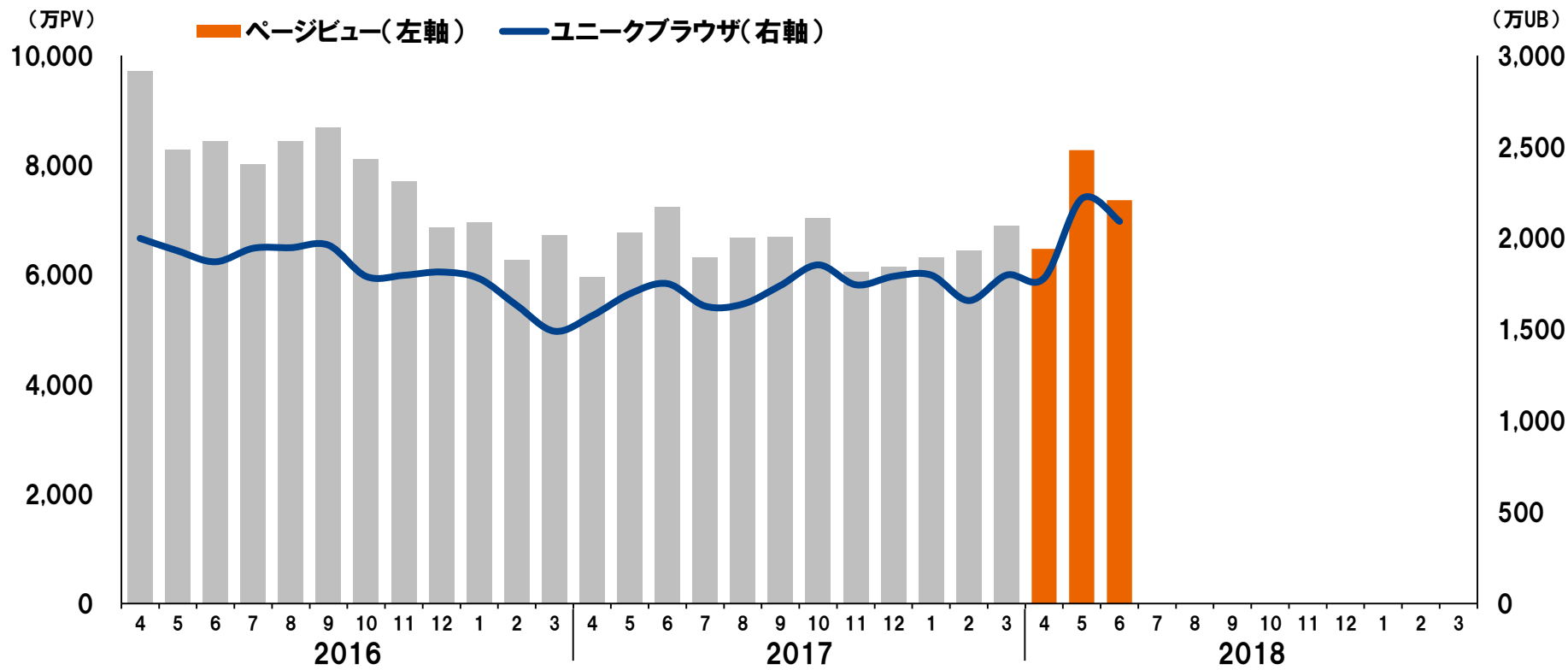


✓ 恒常的に月間1億5,000万PVを超えるまでに成長

(万PV)



✓ 非IT領域を中心に、IT領域でもメディア力が回復



注力分野の状況

基盤事業

専門メディア、リードジェン



リードジェン



キーマンズ ネット



その他

新規事業・投資 ほか

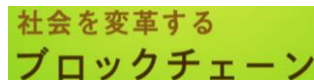


成長事業

スマート&ソーシャル

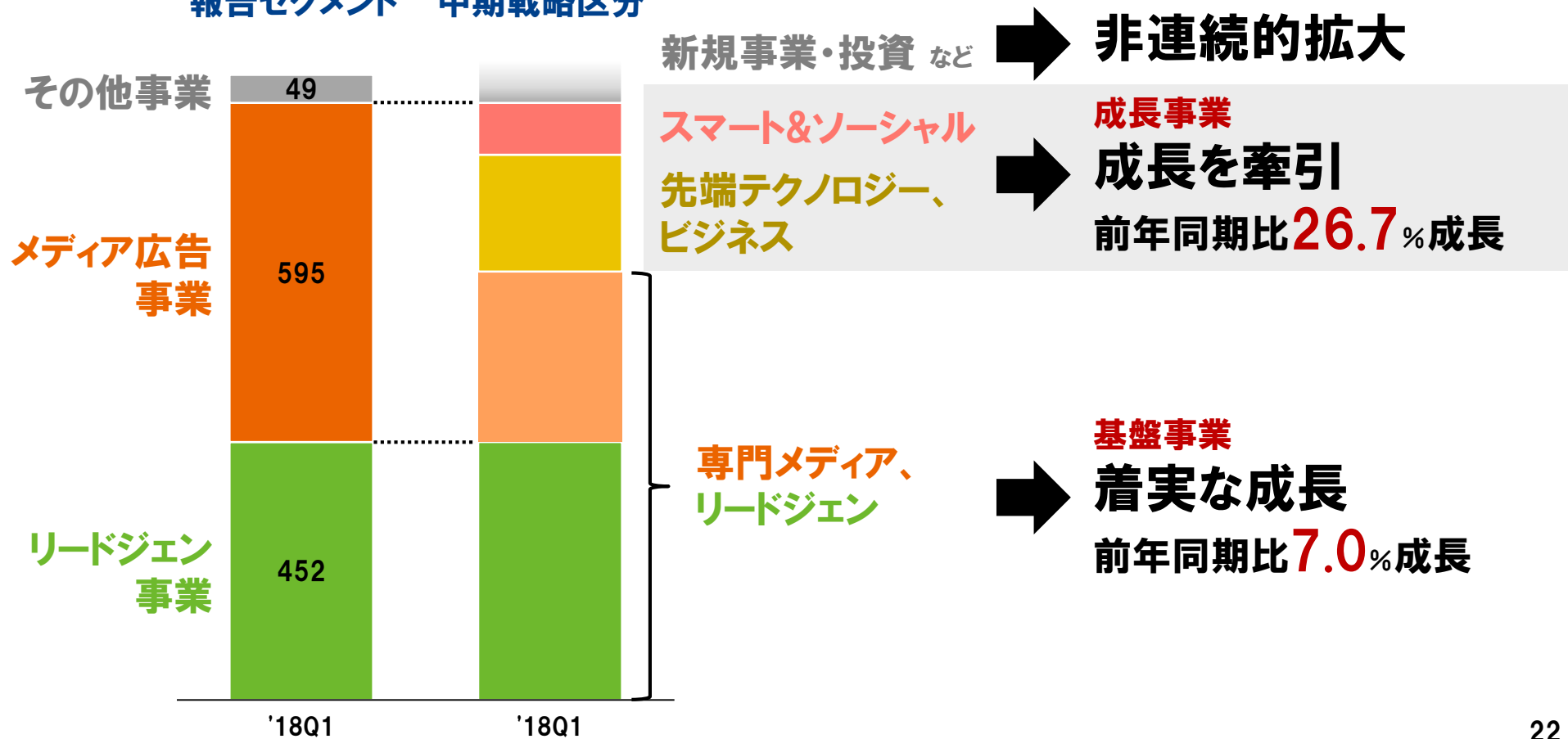


先端テクノロジー、ビジネス



戦略ポートフォリオの構成

報告セグメント 中期戦略区分



- ✓ LBP(LeadGen Business Platform) へのシステム投資
- ✓ 今期中に既存のリードジェン基盤が統合
- ✓ 来期以降、当社内の他メディアまで統合することで、リードジェンの**会員数(在庫)**が**大幅増**となる見込み



基盤事業：リードジェン事業の強化

✓ 大規模展示会をWebで展開

幕張メッセで開催される大規模展示会をオンラインでも開催
アジア最大級の分析機器・科学機器展示会「JASIS」

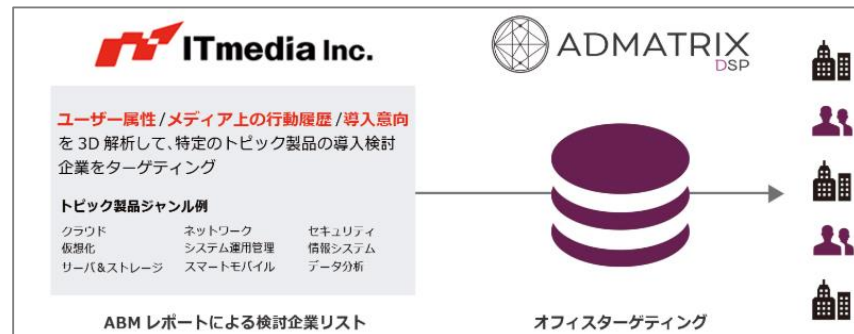
地方からの来場者の増加など、リアルとバーチャルの
相乗効果により旧来の展示会をバリューアップ

当社は、ウェブキャスト、バーチャルイベントソリューションの
グローバルリーダーである米国ON24社をパートナーとして、
同分野では国内トップクラスの実績を保有



✓ フルスピード社との協業

当社のABMLレポートサービスを活用し、ターゲットを
選定。フルスピード社が提供する広告配信プラット
フォーム「ADMATRIX DSP」と連携することで、高精
度なターゲティング広告配信を実現



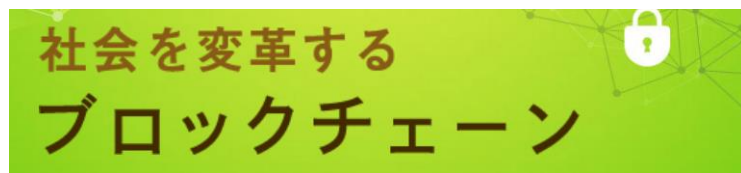
- ✓ 既存のメディアの認知度を活かし、特集企画やサブブランドとしてテーマ特化型サイトを展開



なぜあの商品は売れた？



行列研究所が謎に迫る



#SHIFT

すべてのビジネスパーソンの働き方、キャリアを「シフト」する

- ✓ ITmedia ビジネスオンラインのサブブランドとして、2018年6月に立ち上げた「**#SHIFT(ハッシュシフト)**」が好調
- ✓ 働き方改革に特化した内容で、**立ち上げ初月に565万PVを突破**

<http://www.itmedia.co.jp/business/subtop/hashshift/>

特に話題となった記事

残業手当は
すぐになくしたほうがいい
カルビー・松本会長



就活をやめてエストニアへ
そこで私が確信した日本と世界
のキャリア観の決定的な違い



お金なし、知名度なし、人気生物なし
三重苦の弱小水族館に
大行列ができるワケ



2018年7月19日リリース

米国G2 Crowd Inc. とITレビュープラットフォーム事業で業務提携



- ✓ G2 CrowdはITレビュープラットフォーム分野におけるグローバルリーダー
- ✓ 法人向けソフトウェア&サービスのレビューサイトとして米国No.1
- ✓ 圧倒的なレビューの質・量でIT製品の導入検討に大きな影響力を発揮

2018年10月に**新たなメディア**を立ち上げ予定
新メディアの名称は「ITreview(アイティレビュー)」



- ✓ 当社が2011年から出資するログリー株式会社が、2018年6月に東証マザーズに**新規上場** [6579]
- ✓ 株式評価益(包括利益)として**129百万円**を計上



ログリー株式会社について

- ✓ 特色あるアドテクノロジー企業
 - ・ 国内ネイティブ広告プラットフォームの第一人者
 - ・ 言語解析技術に強み
 - ・ 蓄積された膨大なデータを統計的手法やプログラミング技術を用いて分析し、最適な広告配信を実現
- ✓ 2018年3月期は売上高16億円、前期比76.1%成長を実現。既に黒字化

<https://corp.logly.co.jp/>

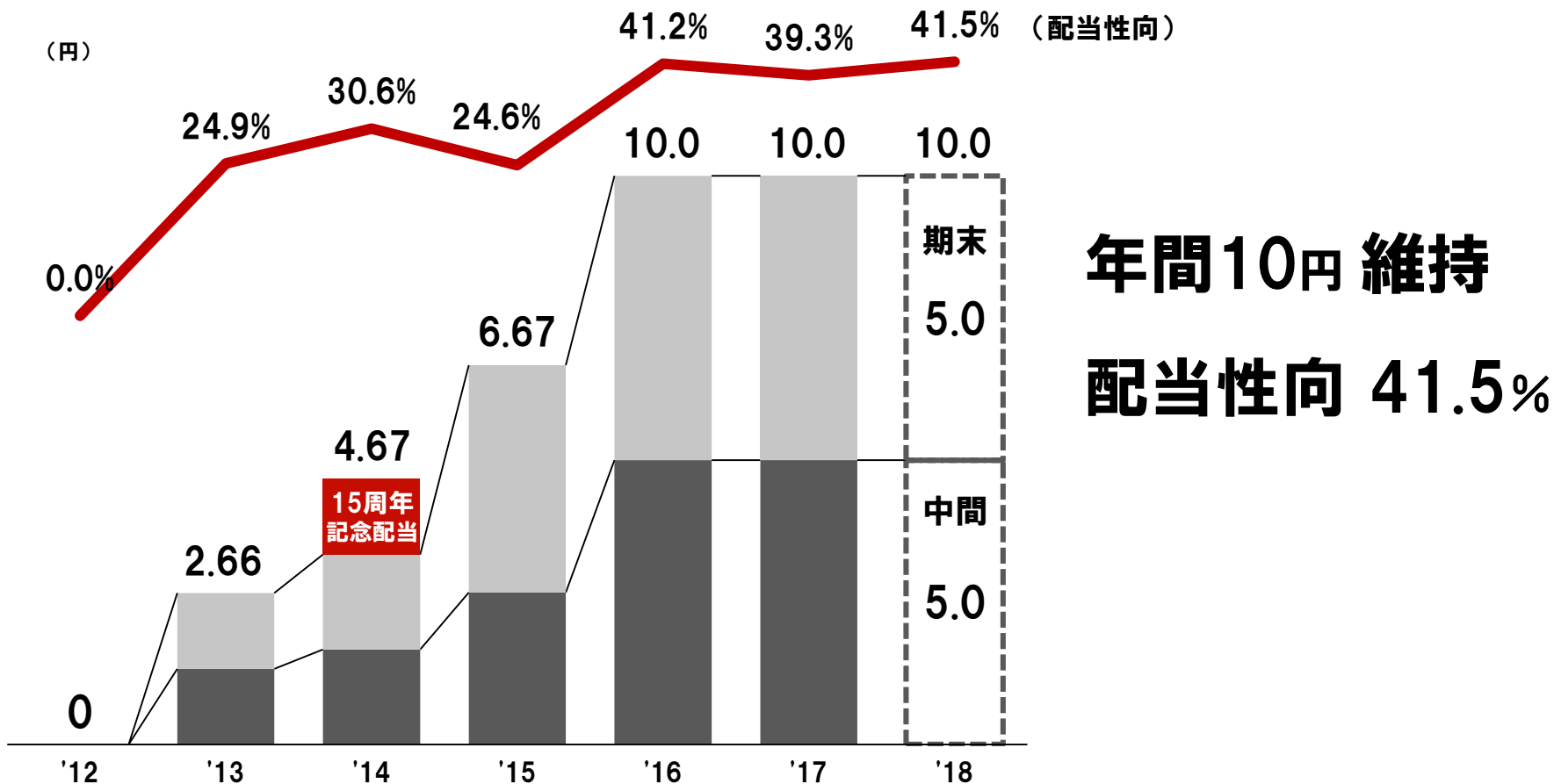
業績予想・配当の状況

- ・ 成長戦略を調整。ねとらぼを中心に中期成長の最大化を図る
- ・ 人員、テクノロジー投資を中心としたコスト投入を実施
- ・ 最終減益は、持分法適用会社(アイティクラウド)の赤字を見込むため

(百万円)	売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する 当期利益
通期業績予想	5,000	780	470
	(+8.5%)	(+4.6%)	(▲4.9%)
2017年度実績	4,608	746	494

※上記の業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。

配当金の推移と予想



※ 当社は2015年12月1日付で株式の3分割を実施しており、上記では過去の数値も含め分割後の基準に統一しています。

メディアの革新を通じて
情報革命を実現し、社会に貢献する



ITmedia Inc.

- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、資料作成時点で入手可能な情報に基づき判断した予想であり、不確実な要素を含んでいます。実際の業績は、様々な要因及び業況の変化により、記載されている予想とは大きく異なる可能性があることをご了承ください。
- 当社の業績に影響を与えうる事項は「2018年3月期 有価証券報告書」の「事業等のリスク」に記載されておりますので、ご参照ください。ただし、業績に影響を与えうる要素は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご注意ください。リスクや不確実な要素には、将来の出来事から発生する重要かつ予測不可能な影響も含まれます。
- 本資料の掲載内容については細心の注意を払っておりますが、その内容の正確性及び確実性を保証するものではないことをあらかじめご了承ください。
- この資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。
- 本資料及びデータの無断転用はご遠慮ください。
- 当社は、2016年度第1四半期決算より、国際財務報告基準（IFRS）を任意適用いたしました。
- 本資料の業績数値は、比較年度である2015年度よりIFRS基準、2014年度以前は日本基準に基づき記載しております。

2019年3月期 第1四半期決算 付録資料編

2018年 7月 31日

アイティメディア株式会社

証券コード: 2148 東証マザーズ

当社の概要

設立年月日	1999年12月
資本金	17億円
代表者	代表取締役社長 大槻 利樹
所在地	東京都千代田区紀尾井町3-12 紀尾井町ビル
事業内容	インターネット専門メディアの開発と運営
従業員数	217名
主要株主	SBメディアホールディングス(株) / ヤフー(株) 他
コーポレートサイト	http://corp.itmedia.co.jp/

メディア規模のイメージ(2018年度)

◆メディア規模

専門メディア数
30メディア

記事本数
4,000本/月

読者数
2,000万人
3,000万UB

月間PV数
2億PV

◆スタッフ数

内部記者
100名

外部記者
1,000名

◆営業体制・顧客規模

プロフィール
会員数
100万人

顧客数
1,000社

直販営業担当
100名

セグメントおよびメディア分野

セグメント	分野	媒体名	備考
リードジェン 事業	IT & ビジネス	TechTargetジャパン、キーマンズネット	IT製品/サービス購買支援
		発注ナビ	システム開発案件のマッチングサービス
		ITmedia マーケティング	企業向けデジタルマーケティング情報
	産業テクノロジー	TechFactory	製造業向け製品/サービス購買支援
メディア広告 事業	IT & ビジネス	@IT、@IT自分戦略研究所 ほか	IT技術者向け専門情報
		ITmedia NEWS、ITmedia エンタープライズ	企業向けIT業界関連ニュース
		ITmedia エグゼクティブ	ビジネスリーダーの会員制コミュニティ
		ITmedia ビジネスオンライン	企業向けビジネス情報
	産業テクノロジー	MONOist	製造業技術者向け専門情報
		EE Times Japan、EDN Japan	エレクトロニクス技術者向け専門情報
		スマートジャパン	企業向け電力・エネルギー専門情報
	コンシューマー	ITmedia Mobile、ITmedia PC USER	デジタル関連機器情報
		ねとらぼ	インターネット カルチャー情報
その他	—		ナレッジオンデマンド、アイティクラウド

テクノロジーに特化した専門情報メディア群を運営



月間**2億**PV

行動履歴
データ

会員登録
データ

74万人

データの蓄積・活用

メディア広告事業

リードジェン事業

- ✓ 専門情報メディア上の広告枠の販売
- ✓ メディアコンテンツを活用した企画の提案

- ✓ 専門メディア群から得られるデータを活用し、マーケティング活動に不可欠な見込み顧客リストを提供

◆B2Bマーケティング活動の流れ

1. 「見込み顧客情報」の生成・収集

展示会出展、セミナー開催、自社Webサイト、メディアサービスなどを利用し、営業母集団(見込み顧客リスト)を形成する

2. 営業アプローチ

見込み顧客との継続的コミュニケーションを行い商談に持ち込む

3. 受注

◆当社のサービスラインアップ

	米国大手(TechTarget Inc.)と提携 先進ノウハウを活用
	最大の競合を2015年譲受 国内最大規模のシェア獲得
	産業テクノロジー分野にも メディアを展開
	展示会をオンラインで実現 米国ON24社と提携

当社のオンラインサービスを利用することで、
必要な時に必要なだけ、オンデマンドで、
見込み顧客情報の供給を受けることが可能

➡ 企業のマーケティングプロセスの
一部となる、欠かせない存在に

企業内のIT製品導入検討者

アクセス

よりよいIT
製品の選定

会員制 IT製品選定支援メディア

- ✓ IT製品情報
- ✓ 顧客企業が提供する、製品導入検討に役立つコンテンツ
- ✓ 技術情報やレポートなど

ユーザーがよりよいIT製品を発見する場を形成

閲覧時に情報提供企業への
会員登録情報提供を承諾会員登録
データ行動履歴
データデータ活用・コンサルティングによって
見込み顧客を判別

情報掲載

見込み顧客
情報の獲得

IT製品ベンダー

2006



米国の先進的なノウハウを活用

2009



ITmedia

Virtual EXPO

「展示会のクラウド化」バーチャルイベントソリューションの提供

2012

ITmedia

マーケティング

デジタルマーケティング領域に拡大

2015



M&Aにより圧倒的な
シェア獲得



システム開発会社向けの
サービス開始

2016



産業テクノロジー領域に拡大

2018 再成長に向けた戦略

✓ リソースの強化(人員の投入、テクノロジー基盤整備)

TechFactory

2018年6月1日公開

「パナソニック佐賀工場は2つの顔を持つ、
全長100mの生産フロアで見た
スマート工場の可能性」

IoTなどを活用した製造現場の見える化、そしてスマート工場の実現に関心が集まる中、国内大手製造業の現場ではどのような取り組みが行われているのか。多品種少量に対応した生産拠点としての顔とともに、先進技術を活用したモノづくりの実証実験場としての重要な役割も担うパナソニック コネクティッドソリューションズ (CNS)社の直轄工場である佐賀工場を取材した。

2018年5月16日公開

「リクルートのデジタルマーケティングで学んだ
オンラインの限界とブランディングの重要性」

TechTargetジャパン

2018年5月29日公開

「人工知能(AI)インフラ製品、
主要ベンダー18社の特徴をつかむ」

キーマンズネット

2018年5月16日公開

「500円でRPAの派遣も
“RPAあるある”を解決する製品たち」

ITmedia マーケティング

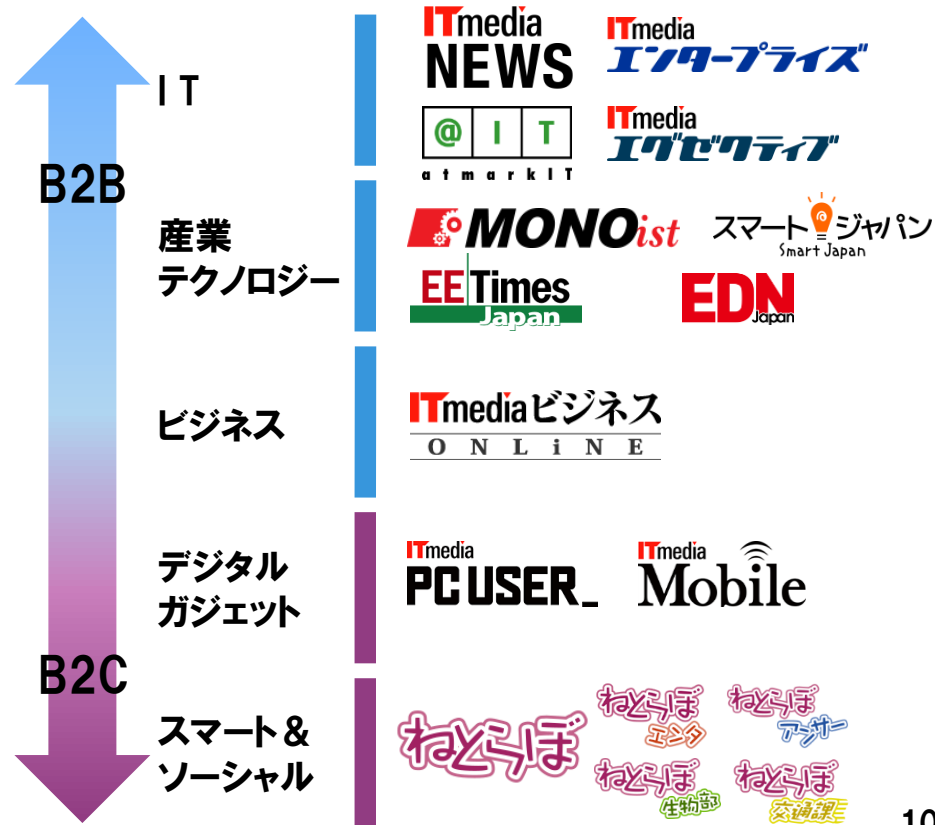
2018年4月3日公開

「5年後の日本を指し示す
「ITロードマップ」とは？——野村総合研究所」

◆ビジネスモデル



◆メディアのラインアップ



ねとらぼ

2018年4月15日公開

[「二度と掛けてくるな」
“漫画村”広告主への取材一部始終、
広告は取材後に消滅」](#)

海賊版サイトの在り方が問われる一方で、広告を出稿している企業や広告代理店に責任はないのか。ねとらぼ編集部が、広告を出稿していた複数の企業に取材を繰り返したところ、一部の広告が取り下げられる事態となりました。

ITmedia ビジネスオンライン

2018年4月26日公開

[「スシローの進化についていけなかった
かつば寿司」](#)

@IT

2018年5月16日公開

[「スマートスピーカー」の中にある
「人工知能」は何をしているのか、
作り方から理解する」](#)

EE Times Japan

2018年4月26日公開

[「NVIDIAが解説する
ディープラーニングの基礎」](#)

ITmedia NEWS

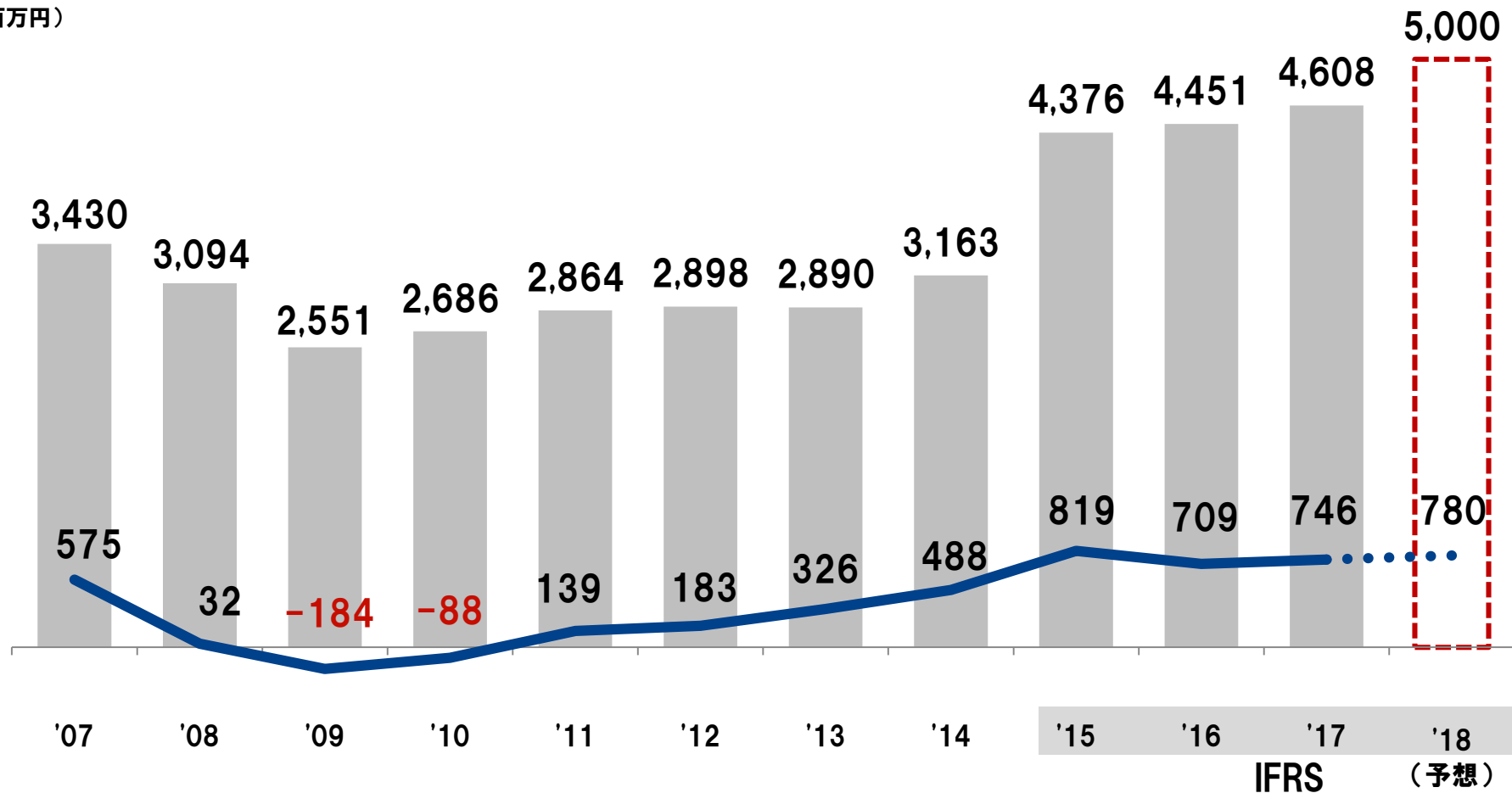
2018年3月27日公開

[「自然な音声作る「WaveNet」の衝撃
なぜ機械は人と話せるようになったのか」](#)

業績・KPI

売上収益・営業利益の推移

(百万円)



◆顧客数

(社)	Q1累計	Q2累計	Q3累計	Q4累計
全社 ※ナレッジオンデマンドを除外しています				
2016	810	1,002	1,153	1,307
2017	774	1,005	1,188	1,334
2018	717			
リードジェン事業				
2016	626	765	872	989
2017	605	756	891	997
2018	550			
メディア広告事業				
2016	281	406	487	583
2017	252	385	488	573
2018	261			

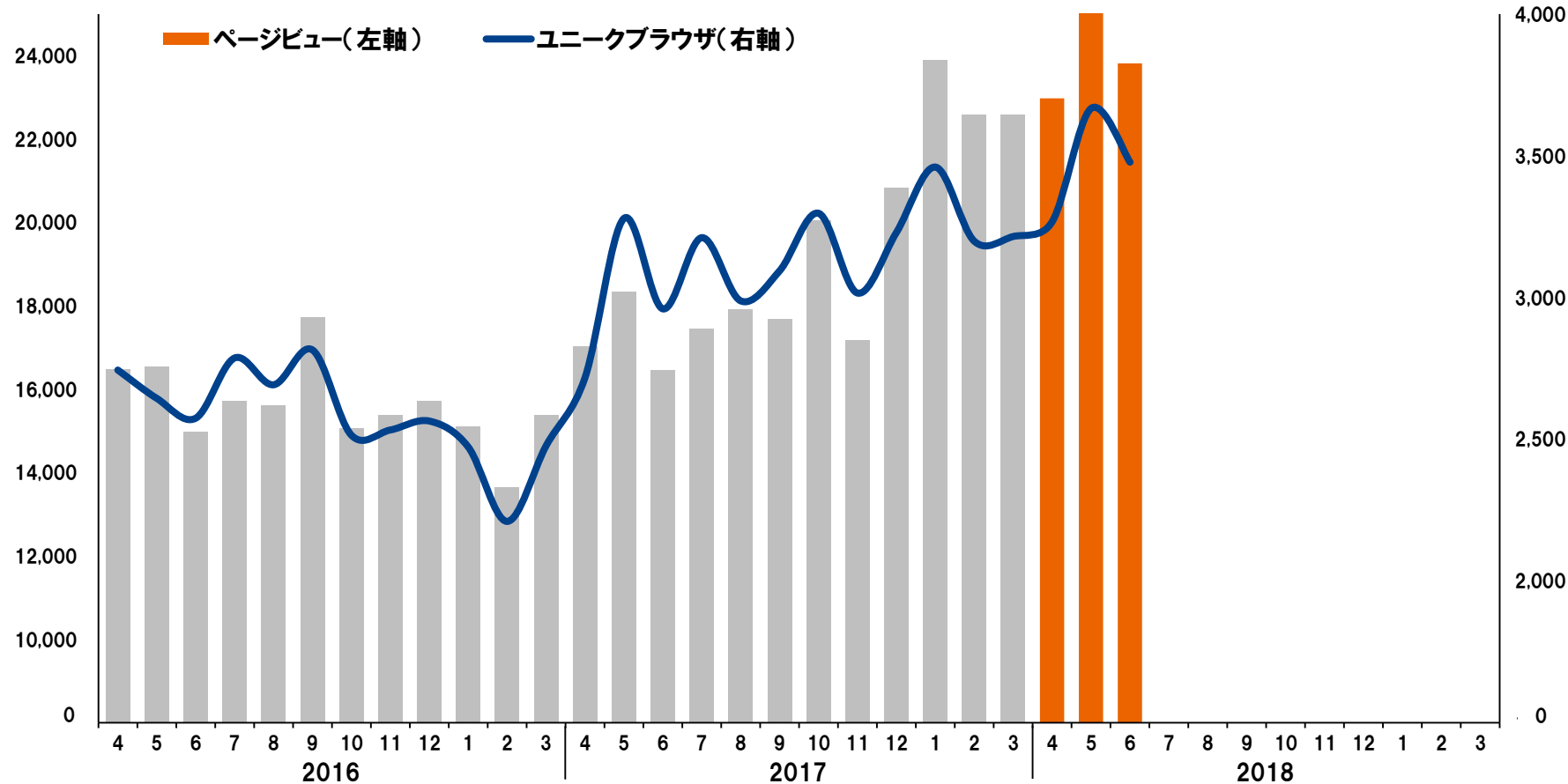
◆会員数

(万人)	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2016	67	68	68	69
2017	70	71	72	73
2018	74			

運営メディアの規模(総合)

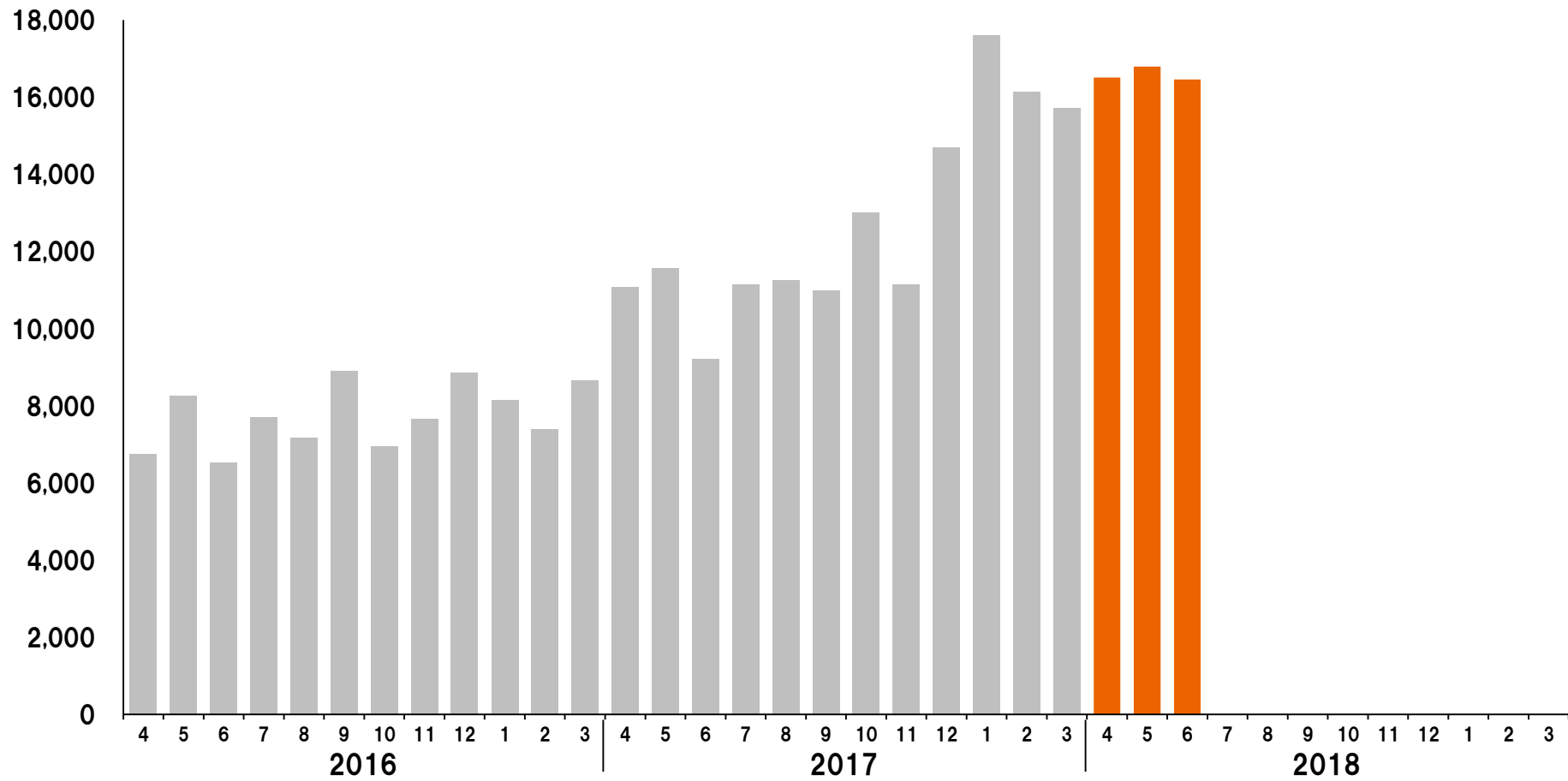
(万PV) ※当社が提供しているスマートデバイス向けメディアアプリの広告枠インプレッション数を 総ページビュー数に加算しています。

(万UB)

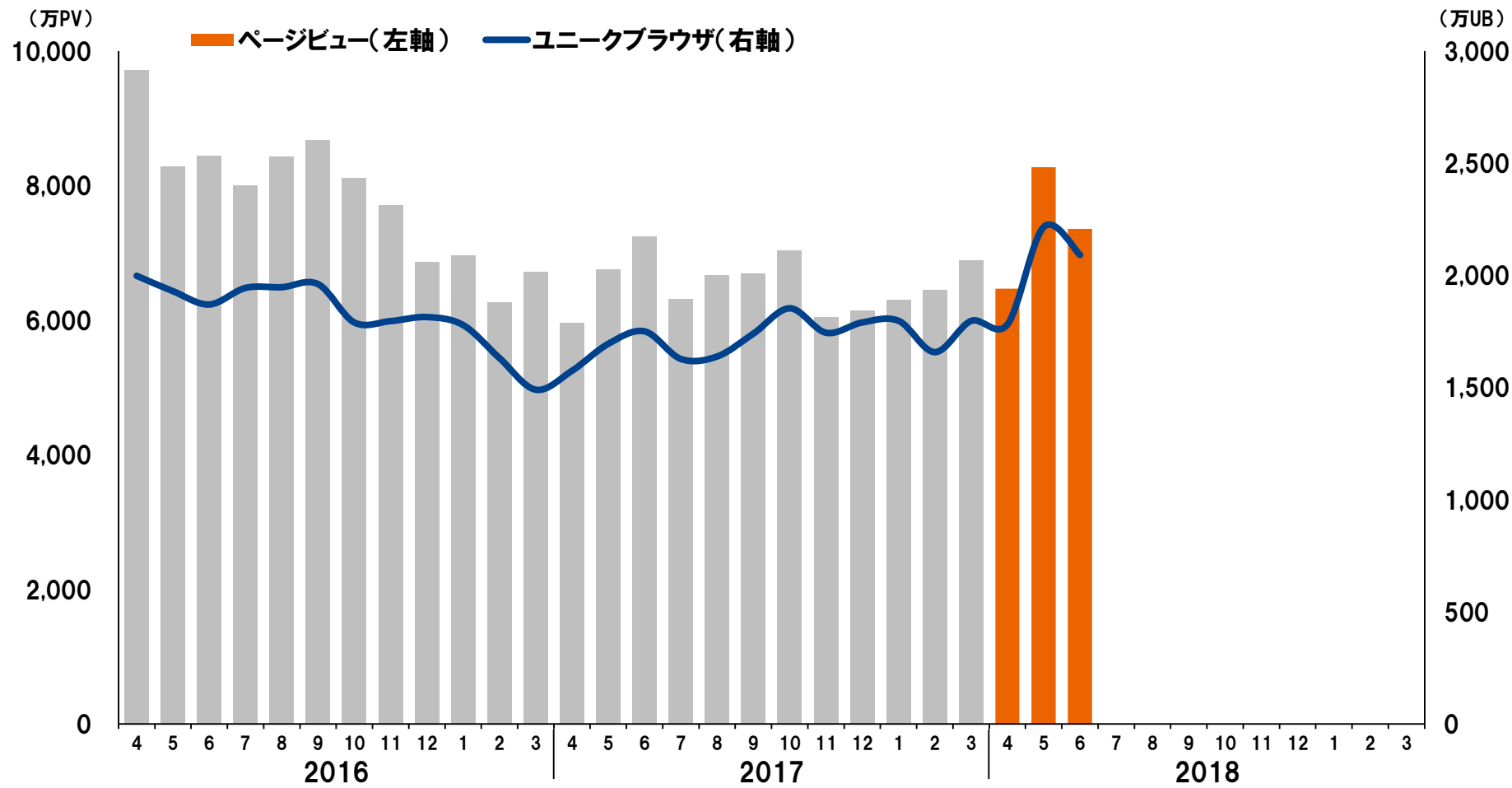


ねとらぼのメディア規模

(万PV)



ねとらぼ以外のメディア規模



(ご参考)用語集

当事業 関連用語	産業テクノロジー分野	当社のメディア領域のひとつ。エレクトロニクス、メカトロニクス、ロボティクス、新エネルギーなど、製造業／モノづくりにおけるテクノロジーについての情報を扱う。
	メディア広告事業	当社の事業セグメントのひとつ。自社運営メディアの広告枠、およびメディアコンテンツを活用した企画商品を販売する事業。
	リードジェン事業	当社の事業セグメントのひとつ。専門メディア群から得られるデータを活用して特定のB2B商材に関心の高いユーザーを判別し、顧客企業に見込み顧客リストとして提供する事業。

マーケティング 用語	B2B／B2C	Business to Business／Business to Consumerの略。企業間の商取引、企業と一般消費者との間の商取引のこと。B2BとB2Cとはマーケティングの手法が大きく異なり、当社の運営メディアにおいては、ビジネス／企業で利用する機器についての情報を取り扱うメディアをB2B、個人／一般消費者が利用する機器についての情報を取り扱うメディアをB2Cと区分している。
	リード／セールスリード (Sales Lead)	営業見込み顧客のこと。自社の製品に関心を持ったターゲットを捕捉し、リストアップすることがB2Bマーケティングの始点とされる。
	BANT情報	Budget(予算)、Authority(決裁権)、Needs(ニーズ)、Timeframe(導入予定時期)のこと。単なる名刺情報に留まらず、こうした情報が付加されることで、ひとつひとつのセールスリードの価値が明確になる。
	リードジェネレーション／ リードジェン (Lead Generation)	Webサイトでのコンテンツ掲載や展示会への出展、セミナー開催などを通じて見込み顧客の情報を獲得するマーケティングの手法。リードジェンと略される。
	リードナーチャリング (Lead Nurturing)	すぐには購買につながらないセールスリードに対し、継続的にコミュニケーションを図ることで購買にまで育成していく活動。B2Bマーケティングにおいて、リードジェネレーションの次のプロセスとして位置付けられる。
	リードクオリフィケーション (Lead Qualification)	収集したセールスリードについて、属性情報やこれまでのコミュニケーションの履歴から購買可能性等を判断し、営業の優先順位を付ける活動。B2Bマーケティングにおいて、リードジェネレーション、リードナーチャリングの次のプロセスとして位置付けられる。
	マーケティングオートメーション ／MA	見込み顧客の発見から購買に至るまでのマーケティングの一連のプロセスを自動化する仕組みのこと。リードジェネレーションもそのプロセスの一部として位置付けられている。
	Account Based Marketing (ABM)	企業単位でターゲットを捉えるマーケティングの考え方。企業内にある顧客関連の情報を統合、既存の顧客も含めて売上の最大化につながる企業を優先ターゲットに設定し、マーケティングプロセス全体を最適化する。コンセプトとしてマーケティングオートメーションツールとの相性が良く、同ツールの普及と合わせて注目が高まっている。
	Webセミナー／Webcast	動画等を活用し、セミナーをインターネット上で開催する仕組み。
	バーチャルイベント	動画等を活用し、展示会／見本市をインターネット上で開催する仕組み。実際の展示会のように企業がブースを設け、資料の配布や動画によるセッション等を展開することが可能で、来場者の情報(セールスリード)をデジタルデータとして管理することができる。

* 市場変更の状況について

東京証券取引所第一部への市場変更を目指しております。

◆市場変更の状況

2018年4月27日
リリース
市場変更申請を推進



2018年5月31日
リリース
手続き上、一旦取り下げ



2018年7月現在
再度申請準備中

最新の決算(「直前事業年度」)が審査対象となるが、
2018年6月28日(決算確定となる定時株主総会)
までの承認が難しいと判断

「直前事業年度」として
2017年3月期を対象に審査

2018年6月28日
定時株主総会

「直前事業年度」が
2018年3月期に更新

- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、資料作成時点で入手可能な情報に基づき判断した予想であり、不確実な要素を含んでいます。実際の業績は、様々な要因及び業況の変化により、記載されている予想とは大きく異なる可能性があることをご了承ください。
- 当社の業績に影響を与えうる事項は「2018年3月期 有価証券報告書」の「事業等のリスク」に記載されておりますので、ご参照ください。ただし、業績に影響を与えうる要素は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご注意ください。リスクや不確実な要素には、将来の出来事から発生する重要かつ予測不可能な影響も含まれます。
- 本資料の掲載内容については細心の注意を払っておりますが、その内容の正確性及び確実性を保証するものではないことをあらかじめご了承ください。
- この資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。
- 本資料及びデータの無断転用はご遠慮ください。
- 当社は、2016年度第1四半期決算より、国際財務報告基準（IFRS）を任意適用いたしました。
- 本資料の業績数値は、比較年度である2015年度よりIFRS基準、2014年度以前は日本基準に基づき記載しております。