2020年3月期 第1四半期
決算説明資料

2019年 7月 31日

アイティメディア株式会社

証券コード:2148 東証第一部

※2019年3月29日 東証マザーズより市場変更いたしました。

Copyright © 2019 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「2019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留意ください。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。
- 当第１四半期連結累計期間において、ナレッジオンデマンド株式会社の株式譲渡を実行したことに伴い、同社を非継続事業に分類しております。これにより非継続事業からの損益は、要約四半期損益計算書上、継続事業と区分して表示しております。これに伴い、売上収益および営業利益は、継続事業の金額を表示しております。なお、前期についても同様に組み替えて表示しております。

エグゼクティブサマリー

ITmedia Inc.

✓ **売上収益 7.8% 増　第1四半期として過去最高**

- 単体　非IT系メディア　ねとらぼ、ビジネス領域、産業テクノロジー領域が拡大継続
- 　IT系メディア　大手顧客で一部鈍化したものの増収
- 子会社　発注ナビが成長

✓ **営業利益 48.2% 増　第1四半期として過去最高**

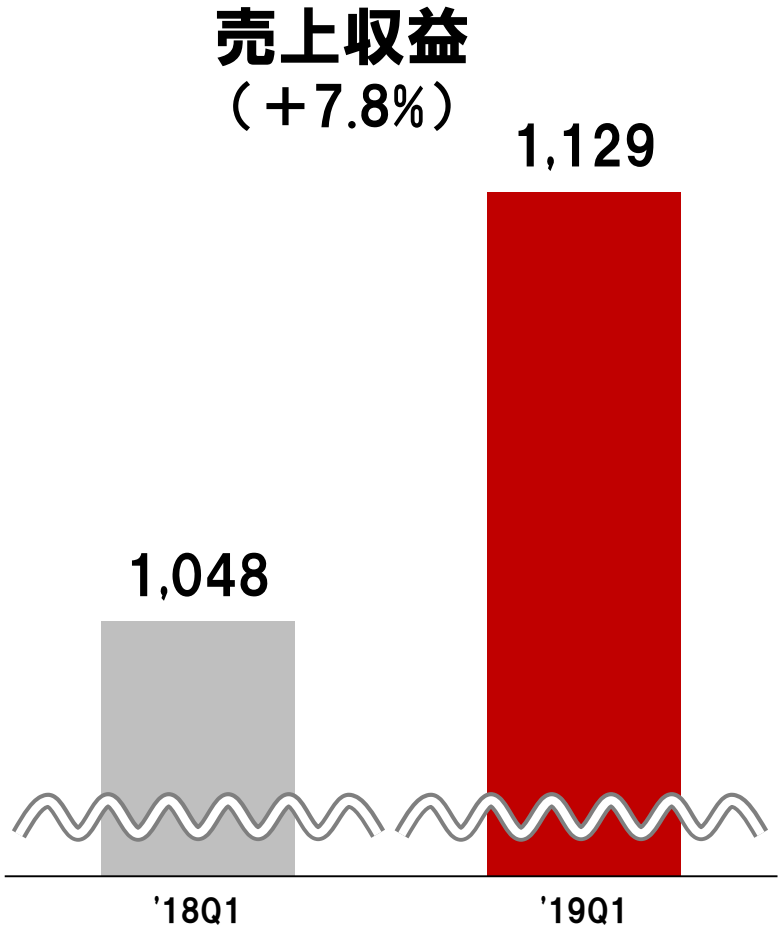
- 単体　増収により各セグメントの利益率が改善
- 子会社　発注ナビが黒字化

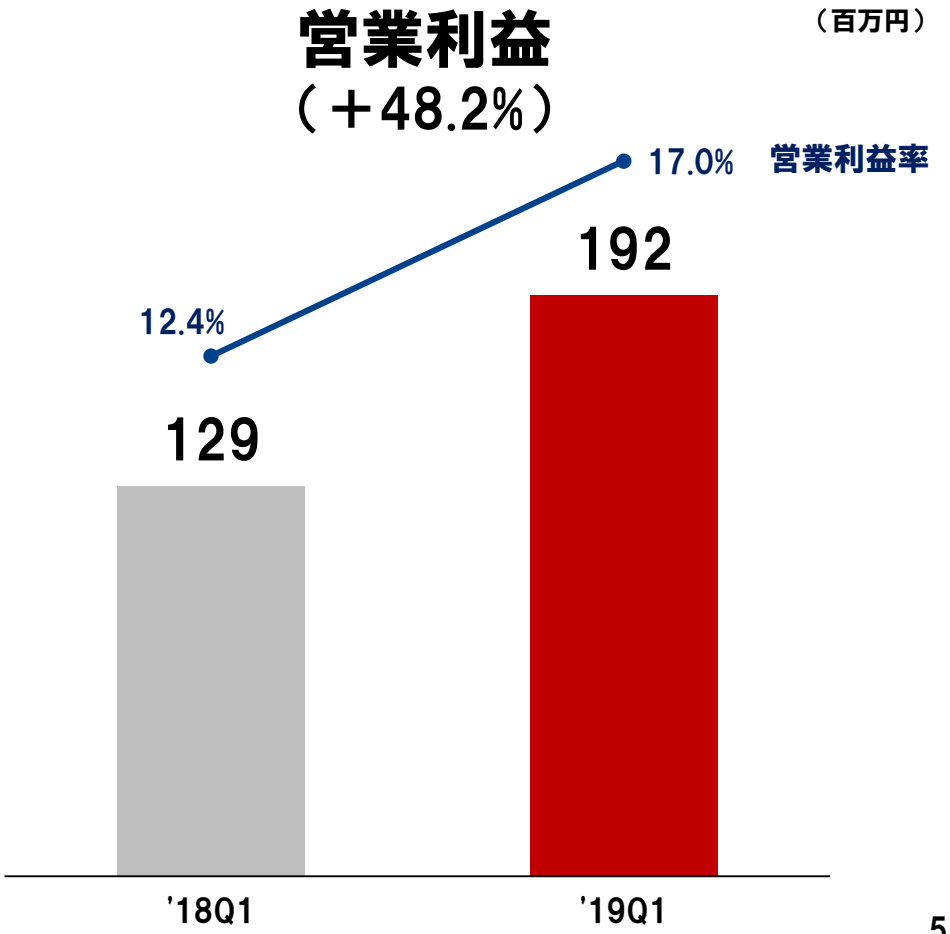
✓ **ナレッジオンデマンド　株式譲渡に伴い非継続事業に区分**

✓ **新システム「LBP」によるリードジェン対象メディア拡張が本格化**

2020年3月期　第1四半期業績概況

第1四半期の業績


売上収益
（＋7.8%）
1,048
1,129
'18Q1
'19Q1


営業利益
（＋48.2%）
（百万円）
17.0%
営業利益率
12.4%
129
192
'18Q1
'19Q1

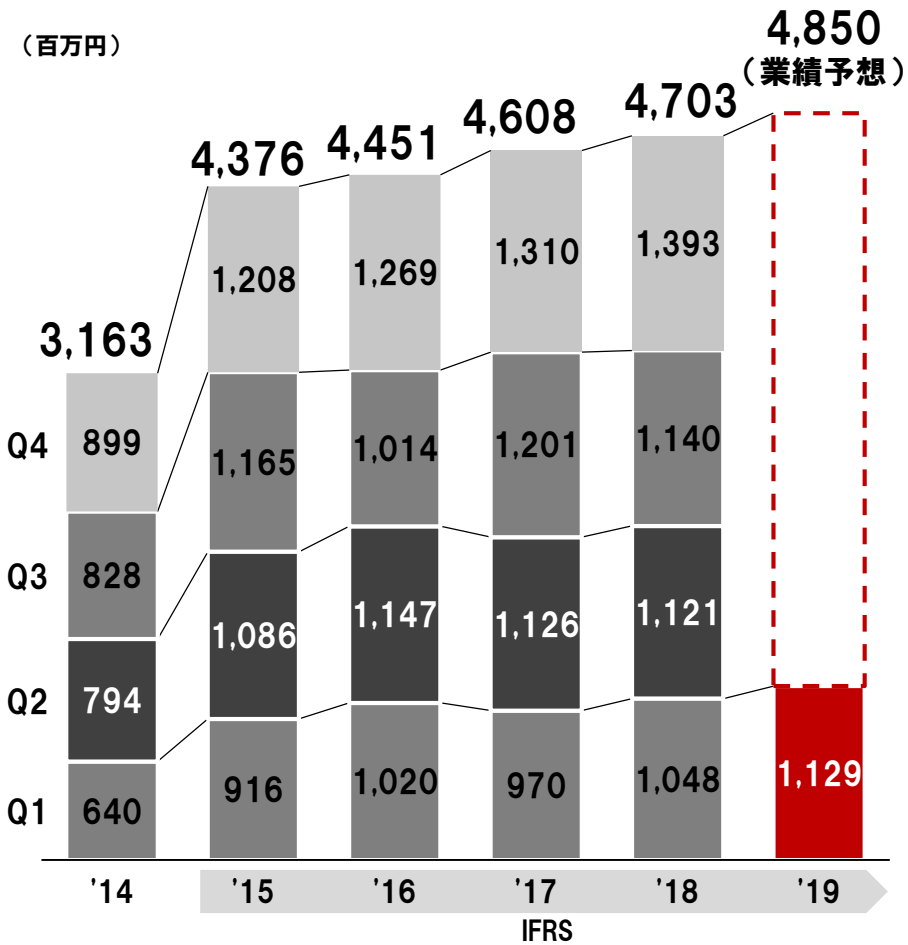
連結損益計算書

（百万円）	’18Q1 金額	’18Q1 売上比	’19Q1 金額	’19Q1 売上比	増減率
売上収益	1,048	100.0%	1,129	100.0%	+7.8%
総コスト	918	87.6%	937	83.0%	+2.1%
（うち人件費）	517	49.4%	535	47.4%	+3.5%
EBITDA ※1	159	15.3%	273	24.2%	+71.2%
営業利益	129	12.4%	192	17.0%	+48.2%
四半期利益	71	6.8%	146	12.9%	+105.1%
親会社の所有者に帰属する四半期利益	73	7.0%	144	12.8%	+96.7%
四半期包括利益 ※2	200	19.1%	75	6.7%	▲62.3%

※1 当期からの新リース会計基準（IFRS16）適用により、当期EBITDAが増加 （本社オフィスの不動産賃借に関わる費用が償却費化）

※2 上場株式（ログリー）の評価損益の反映による差異

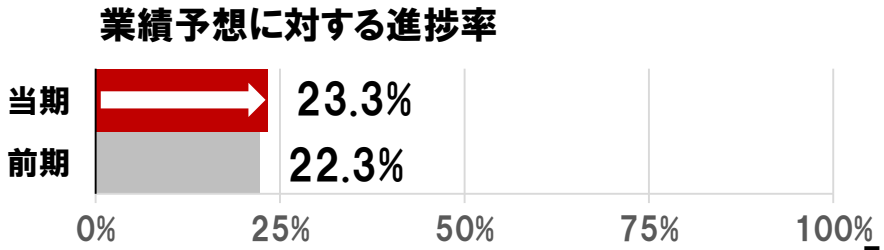
売上収益 （四半期別）



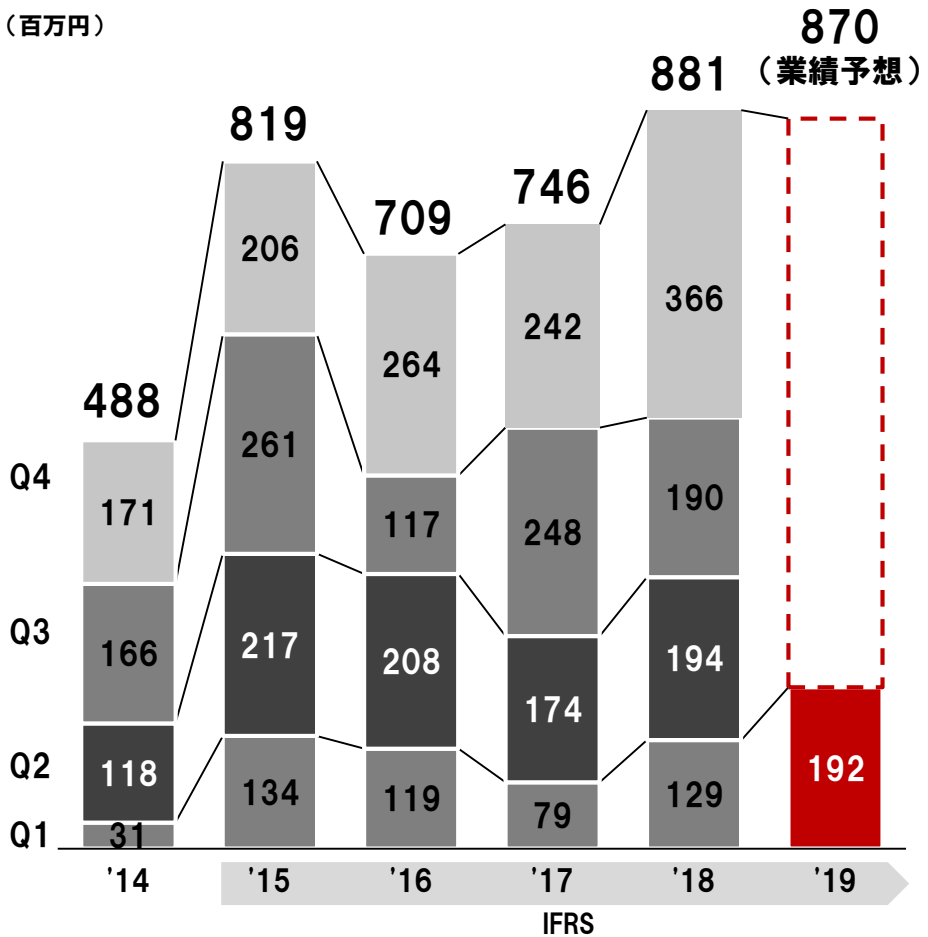
1,129 百万円

前年同期比 ＋81 百万円（＋7.8 %）

✓ **第1四半期として過去最高**



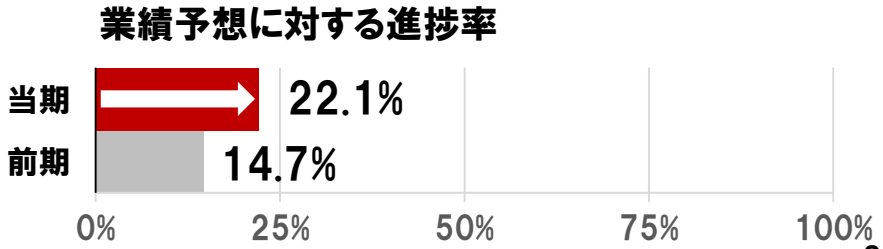
営業利益 （四半期別）



192 百万円

前年同期比 ＋62 百万円（＋48.2 %）

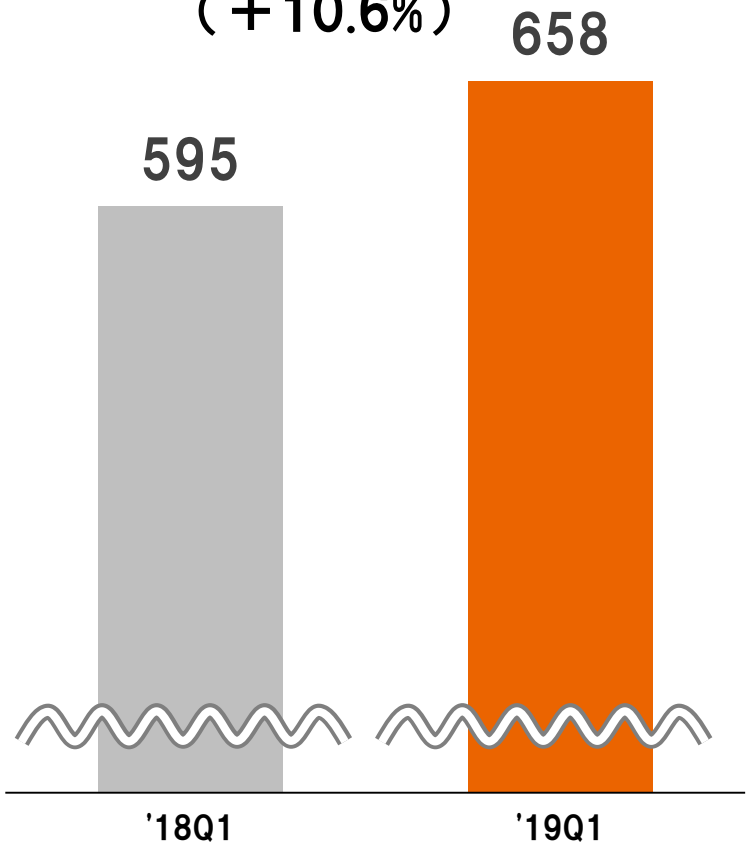
✓ **第1四半期として過去最高**



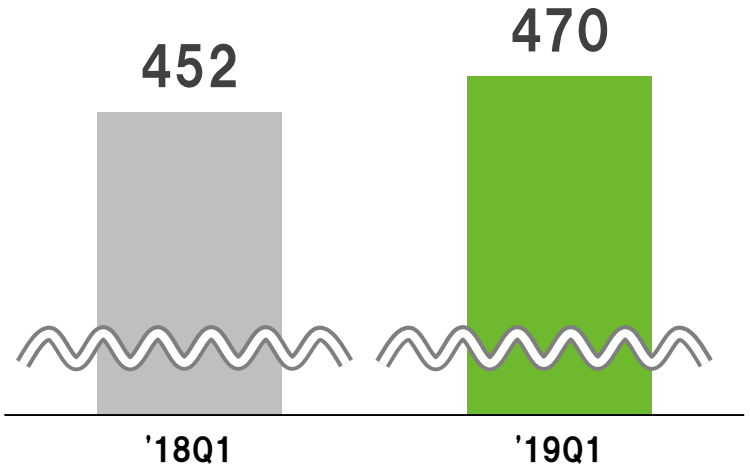
セグメント別売上収益

（百万円）

メディア広告
（＋10.6%）



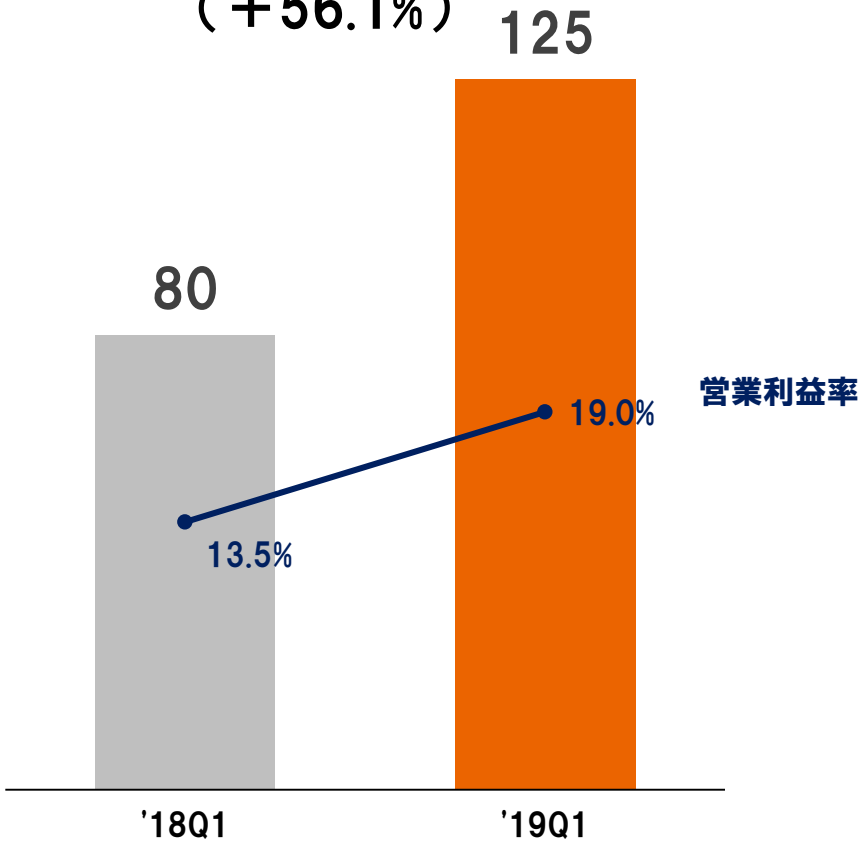
リードジェン
（＋4.0%）



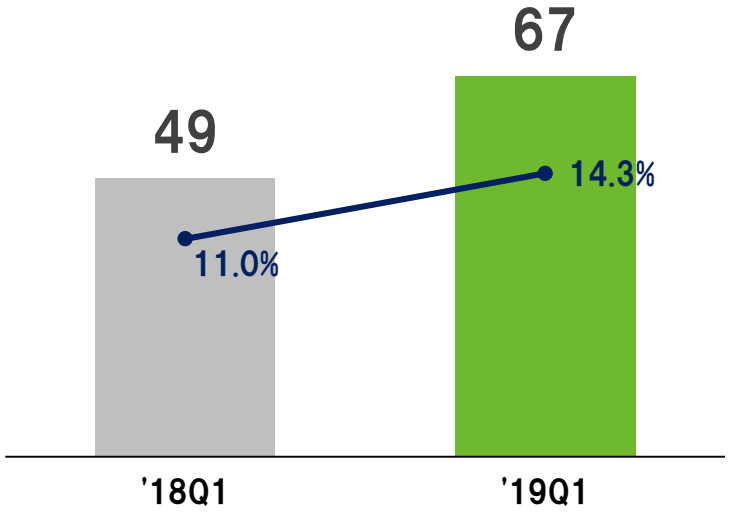
セグメント別営業利益

（百万円）

メディア広告
（＋56.1%）

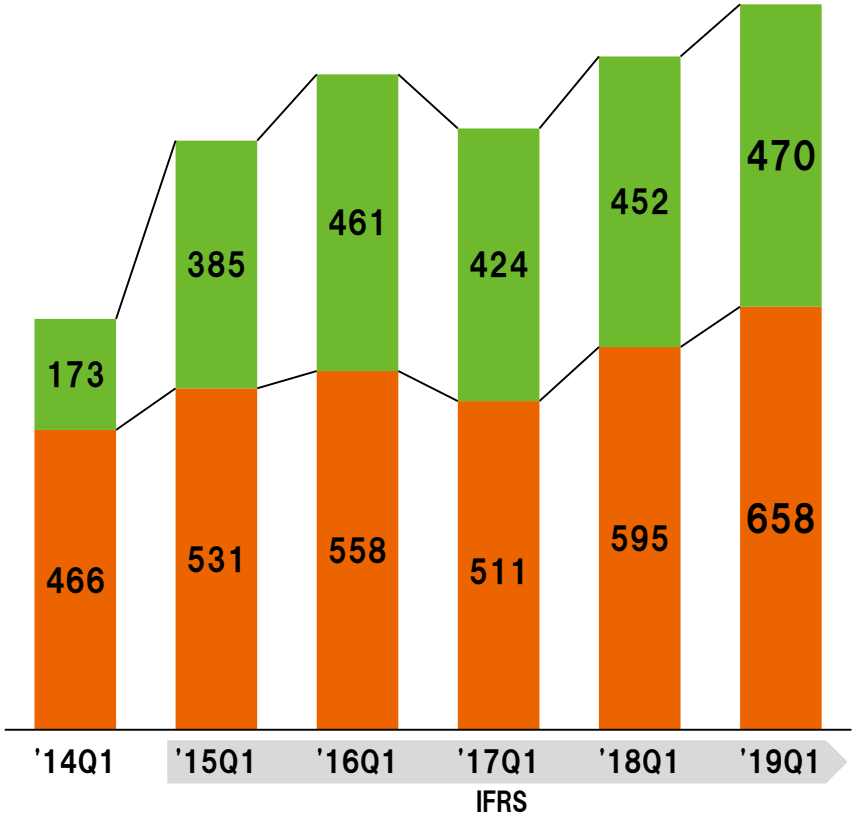


リードジェン
（＋35.3%）



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 ＋4.0 % 第1四半期として過去最高

- 大手顧客で一部鈍化したものの増収
- 発注ナビの増収が貢献

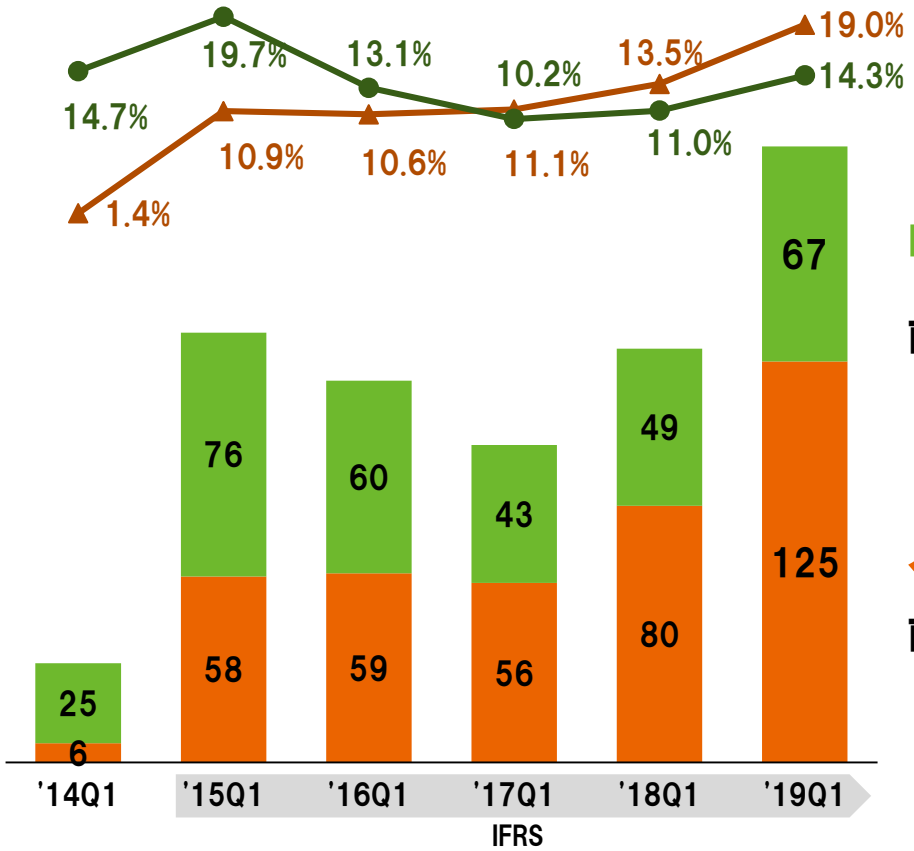
メディア広告事業

前年同期比 ＋10.6 % 第1四半期として過去最高

- ねとらぼが成長をけん引

営業利益 セグメント別

（百万円）



メディア広告 営業利益率

リードジェン 営業利益率

リードジェン事業

前年同期比 ＋35.3 %

- 長らく悪化していた利益率が改善

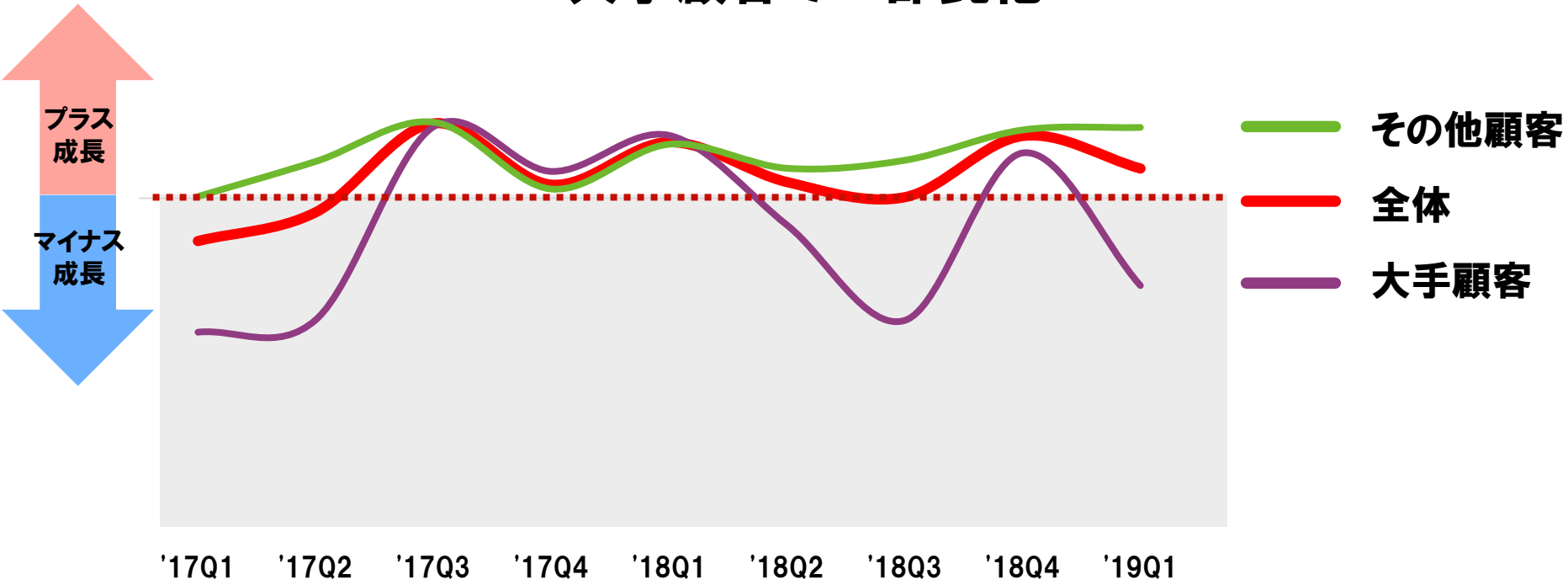
メディア広告事業

前年同期比 ＋56.1 % 第1四半期として過去最高

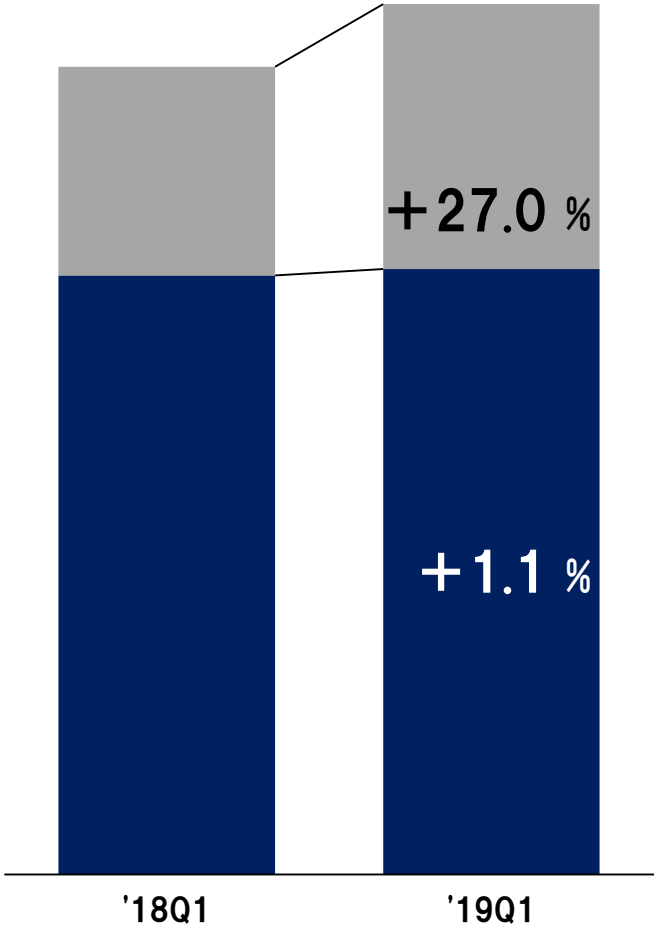
- 増収により利益率が改善

顧客の動向（単体）

✓ 中堅・中小顧客が堅調で増収
✓ 大手顧客で一部鈍化



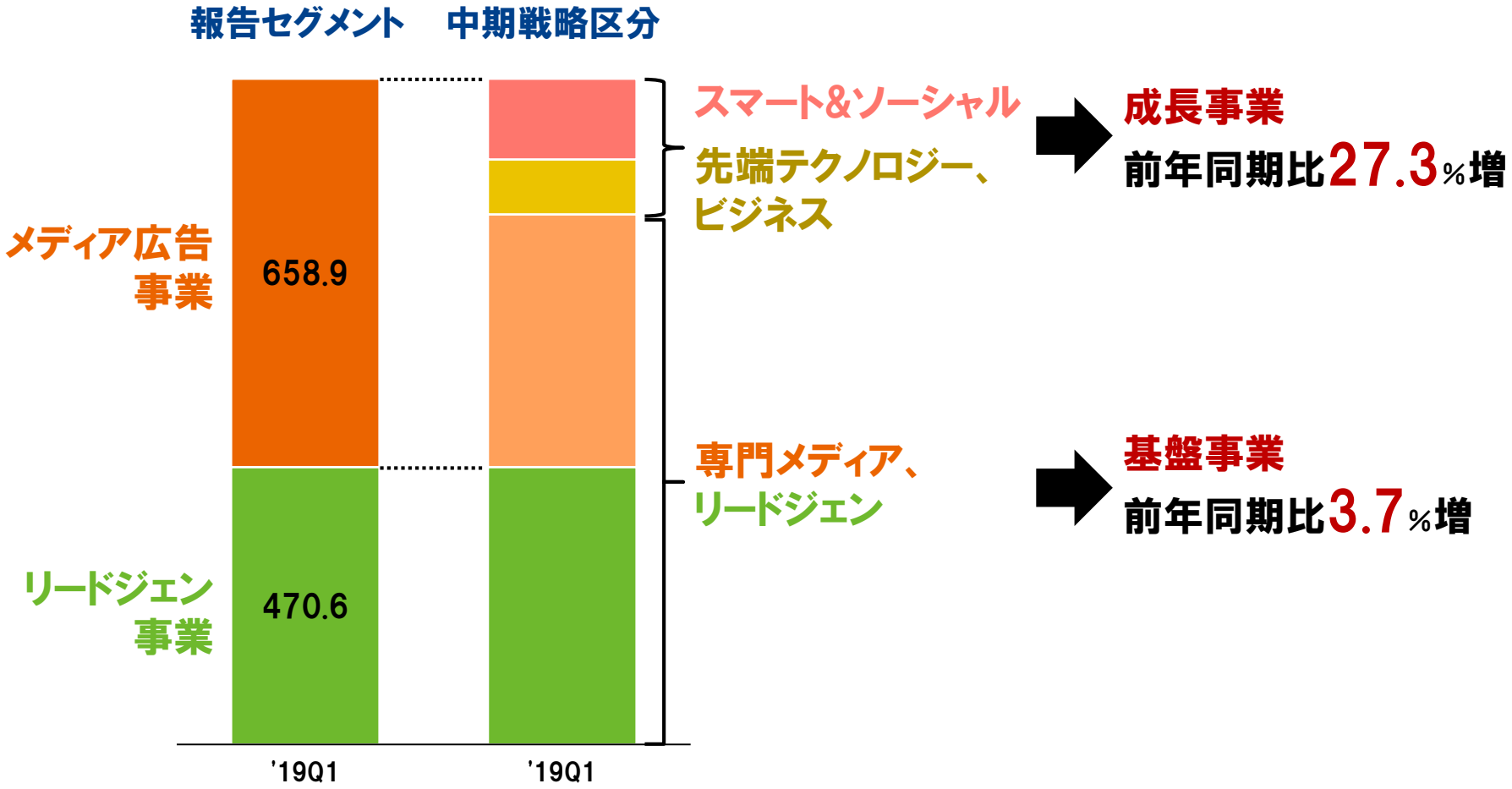
売上収益 メディア領域別の状況



■ 非IT系メディア ✓ ねとらぼ、ビジネス領域、産業テクノロジー領域が成長

■ IT系メディア ✓ 大手顧客で一部鈍化したものの増収

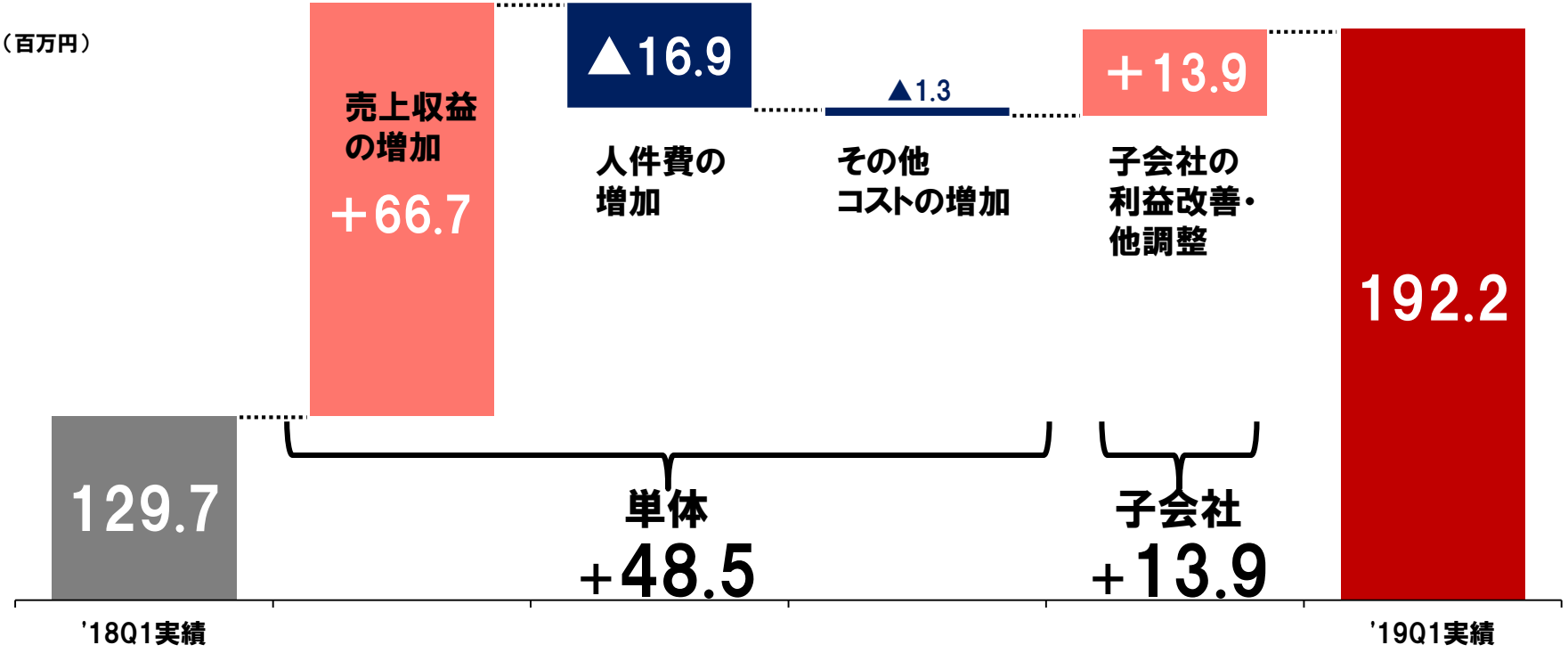
成長事業・基盤事業


報告セグメント
中期戦略区分
メディア広告事業
リードジェン事業
658.9
470.6
'19Q1
'19Q1
スマート&ソーシャル
先端テクノロジー、ビジネス
専門メディア、リードジェン
成長事業
前年同期比27.3%増
基盤事業
前年同期比3.7%増

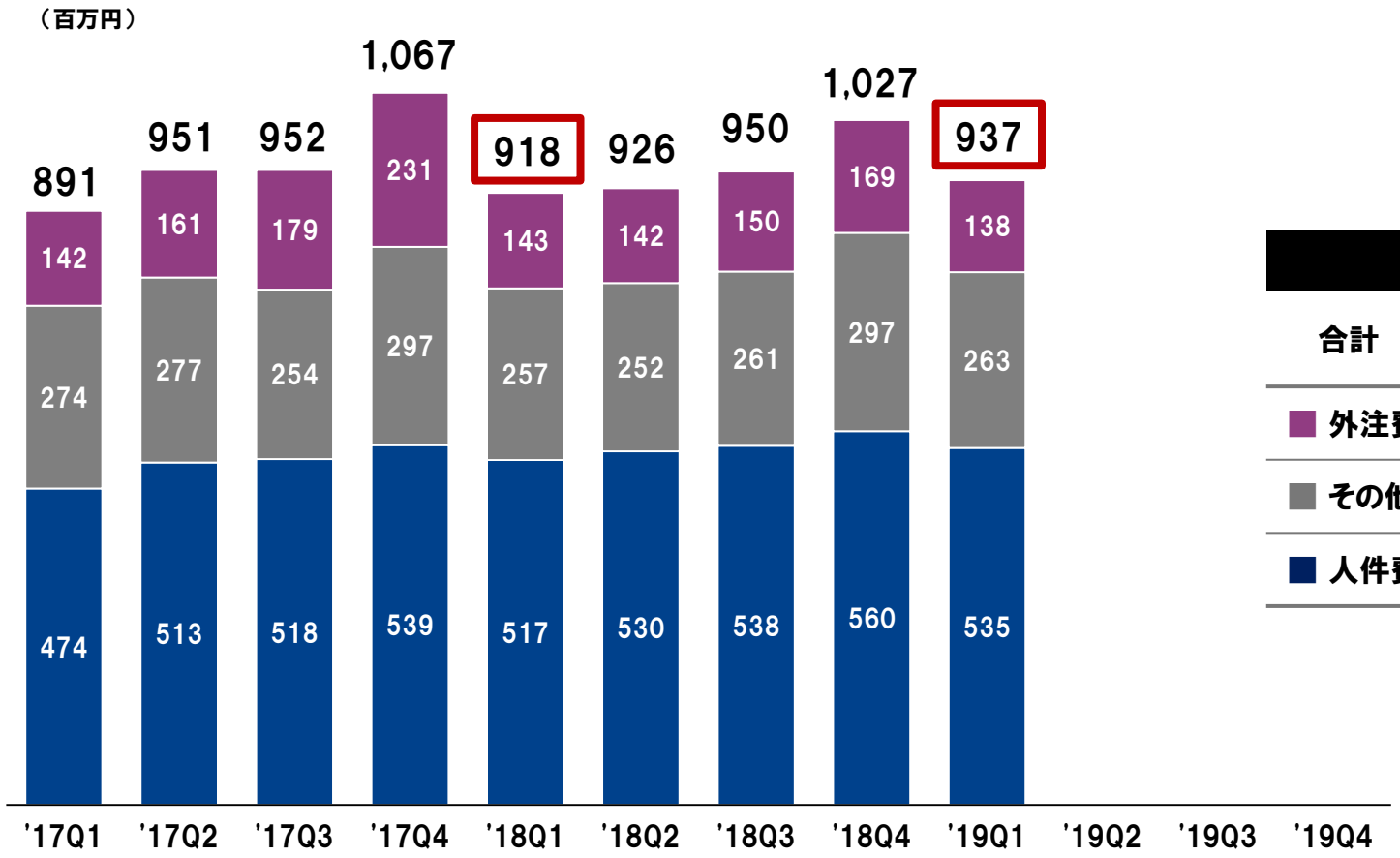
第1四半期 営業利益 増減分析

✓ 増収による増益
✓ 第1四半期として過去最高

前年同期比
+62.5百万円



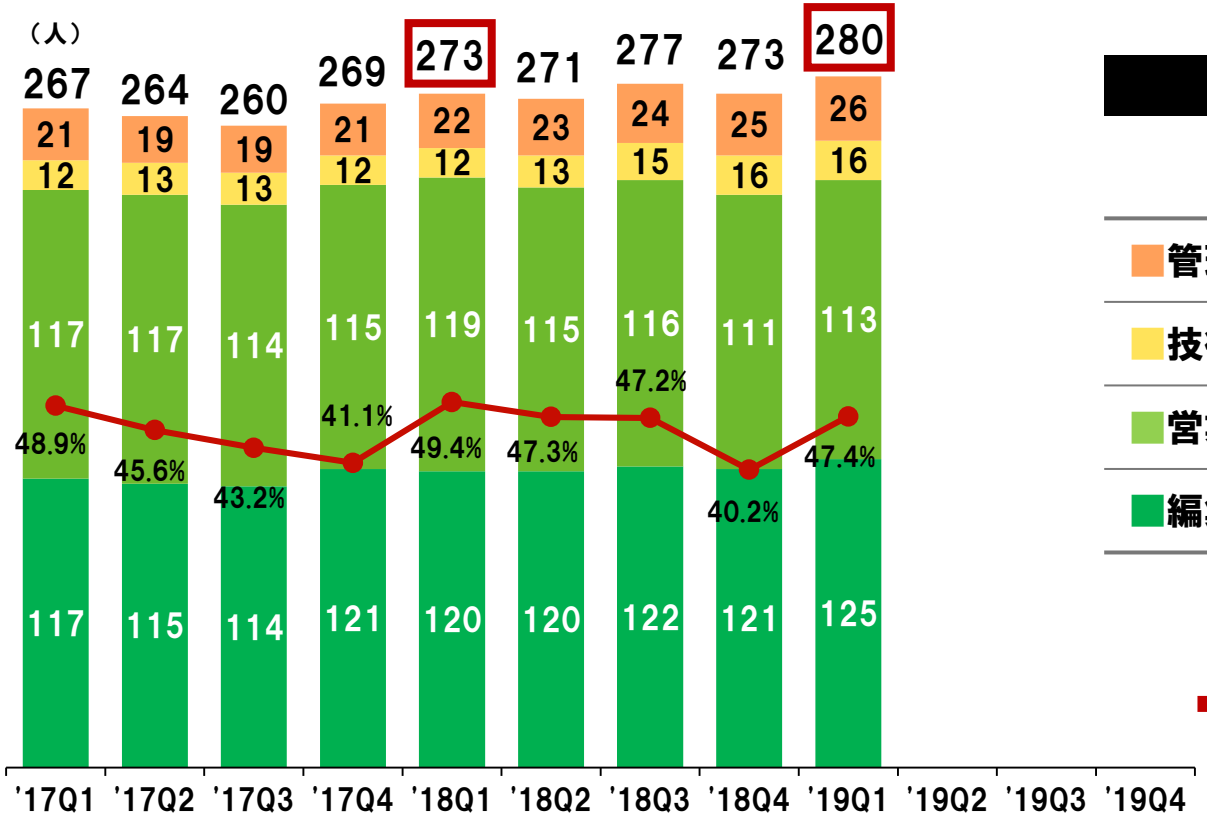
コストの内訳 四半期推移



	前年同期比	構成比
合計	+2.1%	100.0%
外注費	▲3.7%	14.7%
その他	+2.3%	28.2%
人件費	+3.5%	57.1%

従業員数の内訳 四半期推移

＊契約、派遣、アルバイトを含む



	前年同期比	構成比
合計	+2.6%	100%
管理	+18.2%	9.3%
技術	+33.3%	5.7%
営業	▲5.0%	40.4%
編集・記者・その他	+4.2%	44.6%

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

連結キャッシュ・フロー計算書

（百万円）	’18Q1	’19Q1	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	21	337	＋316
投資活動による キャッシュ・フロー	▲140	▲16	＋124
財務活動による キャッシュ・フロー	▲94	▲134	▲40
現金及び現金同等物の 増減額	▲213	＋186	＋400
現金及び現金同等物の 期首残高	3,111	3,383	＋271
現金及び現金同等物の 期末残高	2,897	3,569	＋672

営業CF 主な内訳	
継続事業からの 税引前四半期利益の計上	＋87
減価償却費及び償却費	＋81
営業債権及び その他の債権の減少	＋252
法人所得税の支払額	▲128

投資CF 主な内訳	
子会社の支配喪失による支出	▲15

財務CF 主な内訳	
新株の発行による収入	＋52
リース負債の支払額	▲75
配当金の支払	▲111

連結財政状態計算書

（百万円）		2019年3月末	2019年6月末	差異
資産の部	流動資産	4,814	4,711	▲103
	非流動資産	1,537	1,863	＋326
	資産合計	6,351	6,574	＋223
負債の部	流動負債	909	921	＋11
	非流動負債	74	228	＋153
	負債合計	984	1,149	＋165
資本の部	資本金/資本剰余金	3,507	3,559	＋52
	利益剰余金	2,054	2,094	＋40
	自己株式	▲344	▲344	－
	他包括利益累計額	185	114	▲70
	親会社の所有者に帰属する持分	5,402	5,424	＋22
	資本合計	5,367	5,424	＋57

	1株当たり親会社の所有者に帰属する持分	277.11円	273.71円	▲3.40 円
	親会社所有者帰属持分比率	85.1%	82.5%	▲2.5 pt

資産合計	
現金及び現金同等物	＋186
営業債権及びその他の債権	▲298
使用権資産	＋400

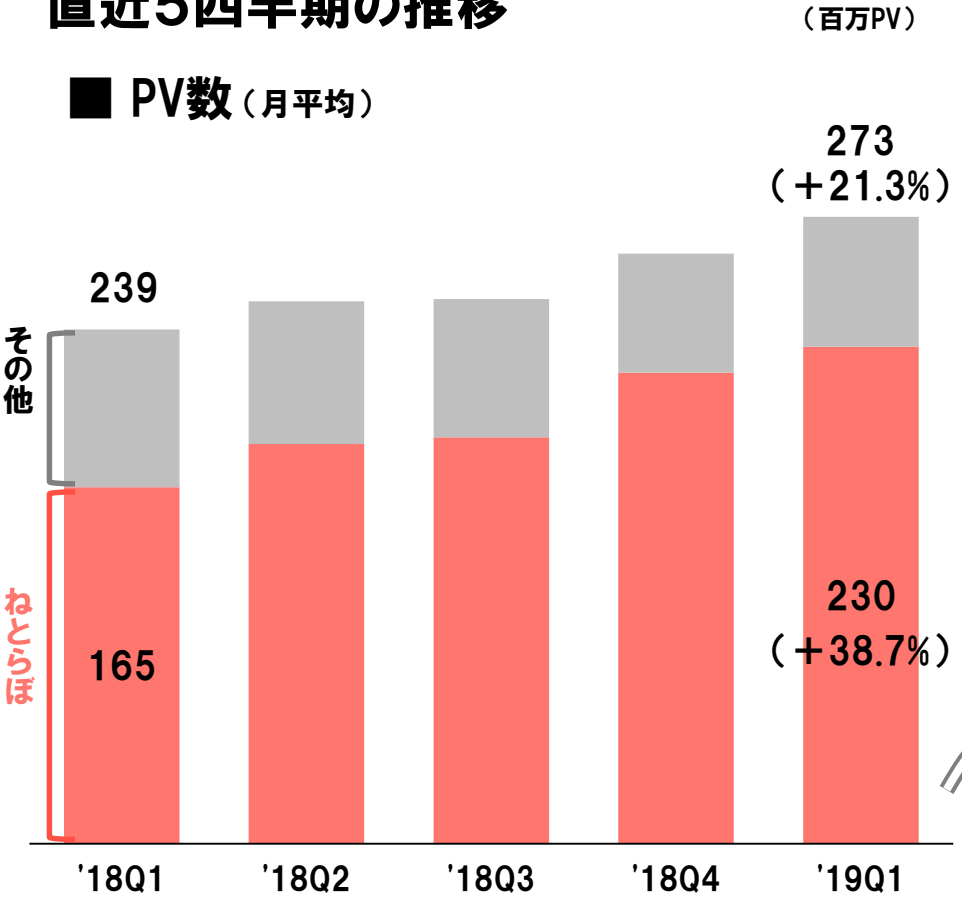
負債合計	
その他の金融負債（リース負債）	＋382
未払法人所得税	▲89
その他の流動負債	▲84

資本合計	
親会社の所有者に帰属する四半期利益の計上	＋144
剰余金の配当	▲116
その他の包括利益累計額	▲70

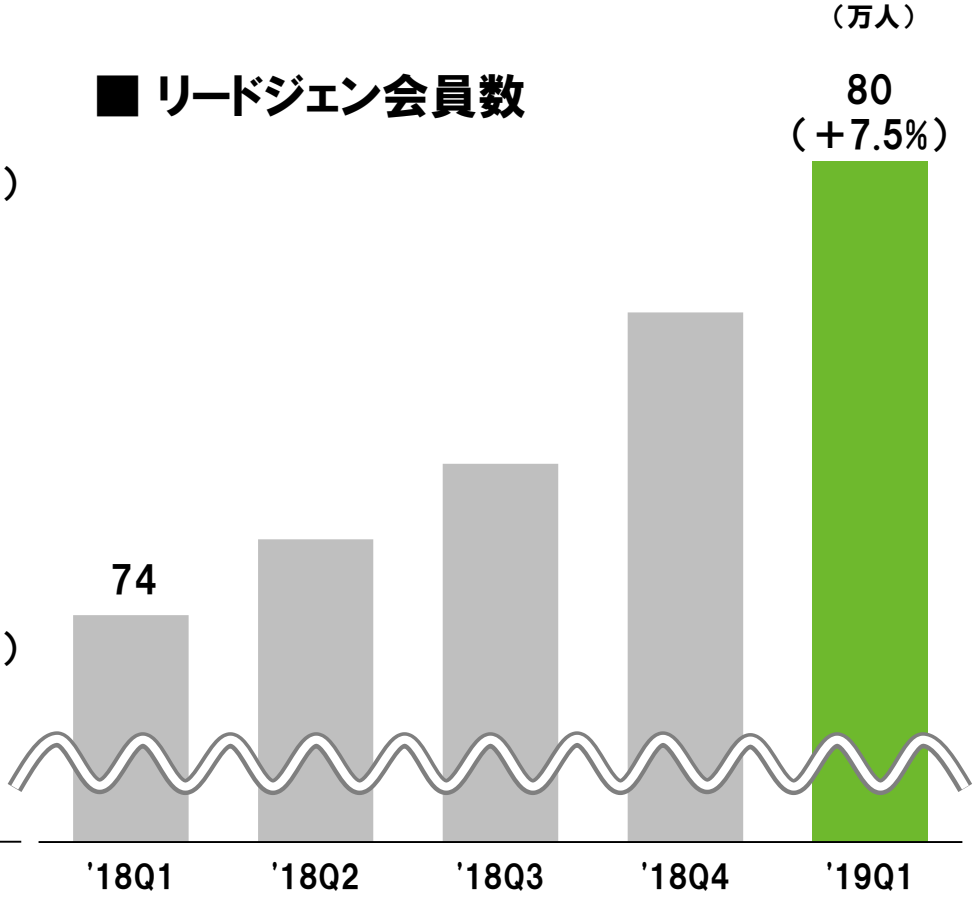
KPIの状況

直近5四半期の推移

■ PV数（月平均）



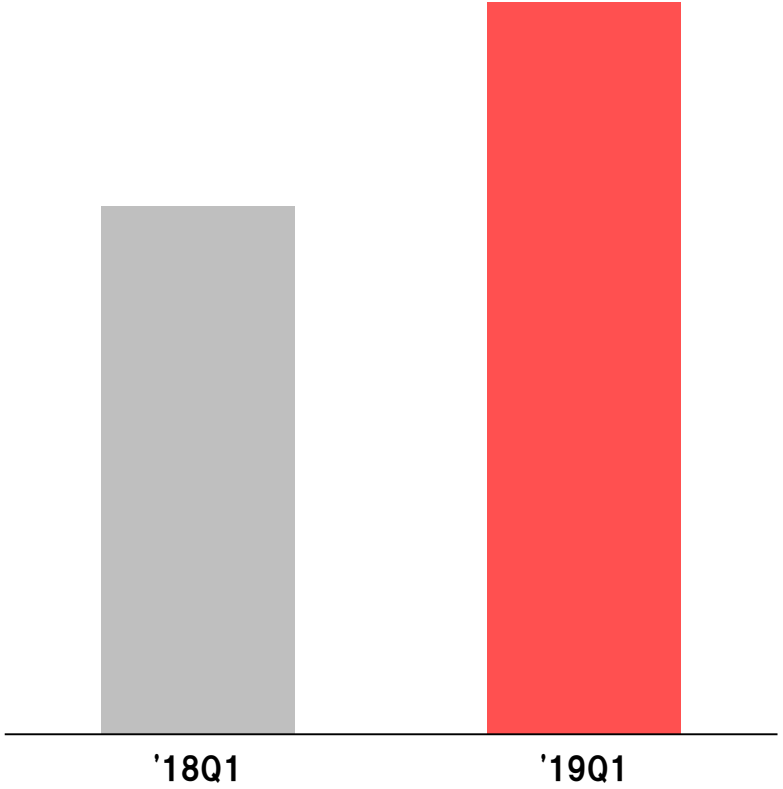
■ リードジェン会員数



※TechTarget、キーマンズネット、TechFactoryの3メディアの会員数を合計しています。

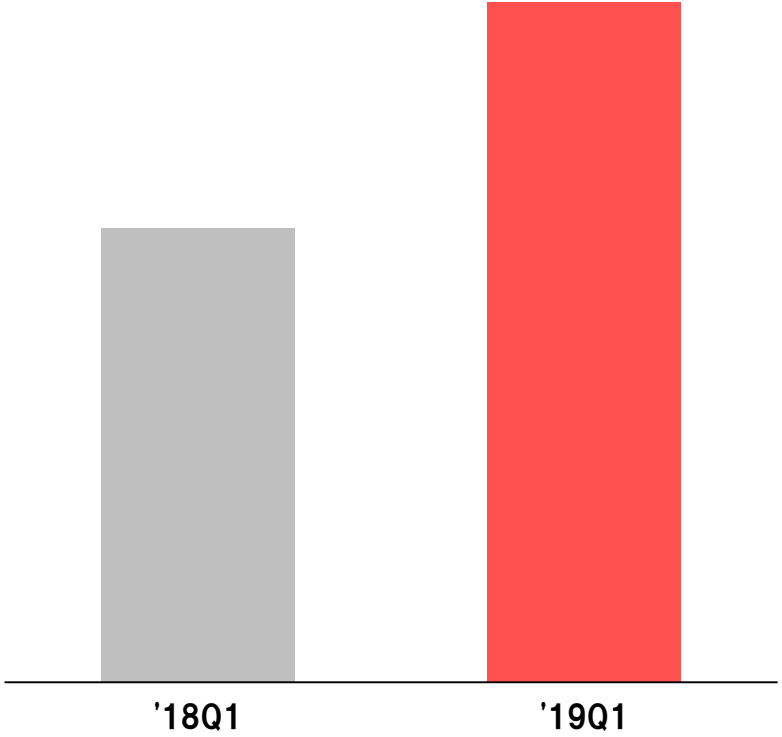
トピックス： ねとらぼが好調を継続

PV（月平均）
（＋38.7%）



ねとらぼ

売上高
（＋49.7%）



トピックス： リードジェン事業の状況について

（Q1の状況）

- 売上収益は第１四半期として過去最高を更新
  - 大手顧客で一部鈍化も中堅・中小顧客が堅調
  - 発注ナビが増収に貢献
- コストは計画通りピークアウト　利益率が改善
- 新システム「LBP」が効率改善効果を発揮

（Q2以降の見通し）

- 新システム「LBP」によるリードジェン対象メディア拡張が本格化
  - Q2には @IT、ITmedia エンタープライズ で販売開始
  - 以降、ITmedia マーケティング、BUILT、ITmedia ビジネスオンライン を予定
- Q1には出遅れた大手顧客も改善の見込み

トピックス： リードジェン事業　顧客の動向と対応した施策

新システム「LBP」により、リード生成力が大幅に向上

大手顧客の需要	個社事情による変動大

→ 依存度を低減しつつ、需要発生時には十分な在庫を持って高度なサービスを提供

中堅・中小顧客の需要	底堅い

→ 営業体制の最適化により継続的に拡大

新システム「LBP」による リードジェン対象メディアの拡張

TechTarget Japan　キーマンズネット　Tech Factory

（Q2で販売開始）

ITmedia エンタープライズ　@IT atmarkIT

（以降の拡張予定）

ITmedia マーケティング　BUILT Building×IT　ITmediaビジネスONLINE

- 提供可能リード数の拡大
- 高度なターゲティング

が実現

トピックス： 当四半期のコンテンツ強化

2019年6月、ITエキスパート向け技術情報サイト @IT内に、AI、機械学習の専門フォーラム開設

deepINSIDER

https://www.atmarkit.co.jp/ait/subtop/di/

- 社会課題化する「AI人材不足」に対応
- AIエンジニアの育成、AIのビジネス活用を情報で支援

- AI領域では既に「AI＋ by ITmedia NEWS」も展開
- 広告顧客からの注目度も高い領域として継続強化

AI+ ITmedia by NEWS

トピックス： アイティクラウドの取り組み状況

サービス開始から半年でレビュー数が１万件を突破　影響力が拡大

ユーザーレビューを元にしたアワード展開
ユーザーから評価の高い製品を表彰

「IoT」カテゴリを新設
ロボット革命イニシアティブ協議会と共同

IoTカテゴリ

https://www.itreview.jp/categories/iot

- IoTゲートウェイ
- IoTデータ分析
- IoTセキュリティ
- IoTセンサー
- IoTパッケージ
- その他 IoT

トピックス： ナレッジオンデマンド株式譲渡について

・前期末にてのれん等の減損損失を計上
・ナレッジオンデマンドとして独自の成長戦略を志向

同社株式の譲渡を決定

【株式譲渡の概要】

相手先	宮下　知起（同社代表取締役）
譲渡株式数	1,131株（発行済株式数の50%）
取引実行日	2019年6月28日

※ 詳細につきましては2019年6月24日適時開示をご覧ください。

ナレッジオンデマンド株式譲渡に伴う当期財務影響について

連結損益計算書

継続事業	
売上収益	–
売上原価	–
販管費	–
営業利益	–
営業外損益	△84
法人所得税	–
継続事業からの四半期利益	△84
非継続事業からの四半期利益	+93
四半期利益	+8

ナレッジオンデマンド関連損益

・貸付残高への貸倒引当金繰入
（個別決算では前期に計上済み）

・ナレッジオンデマンド期間損益
・株式譲渡等に伴う損益

2020年3月期　業績予想・配当予想

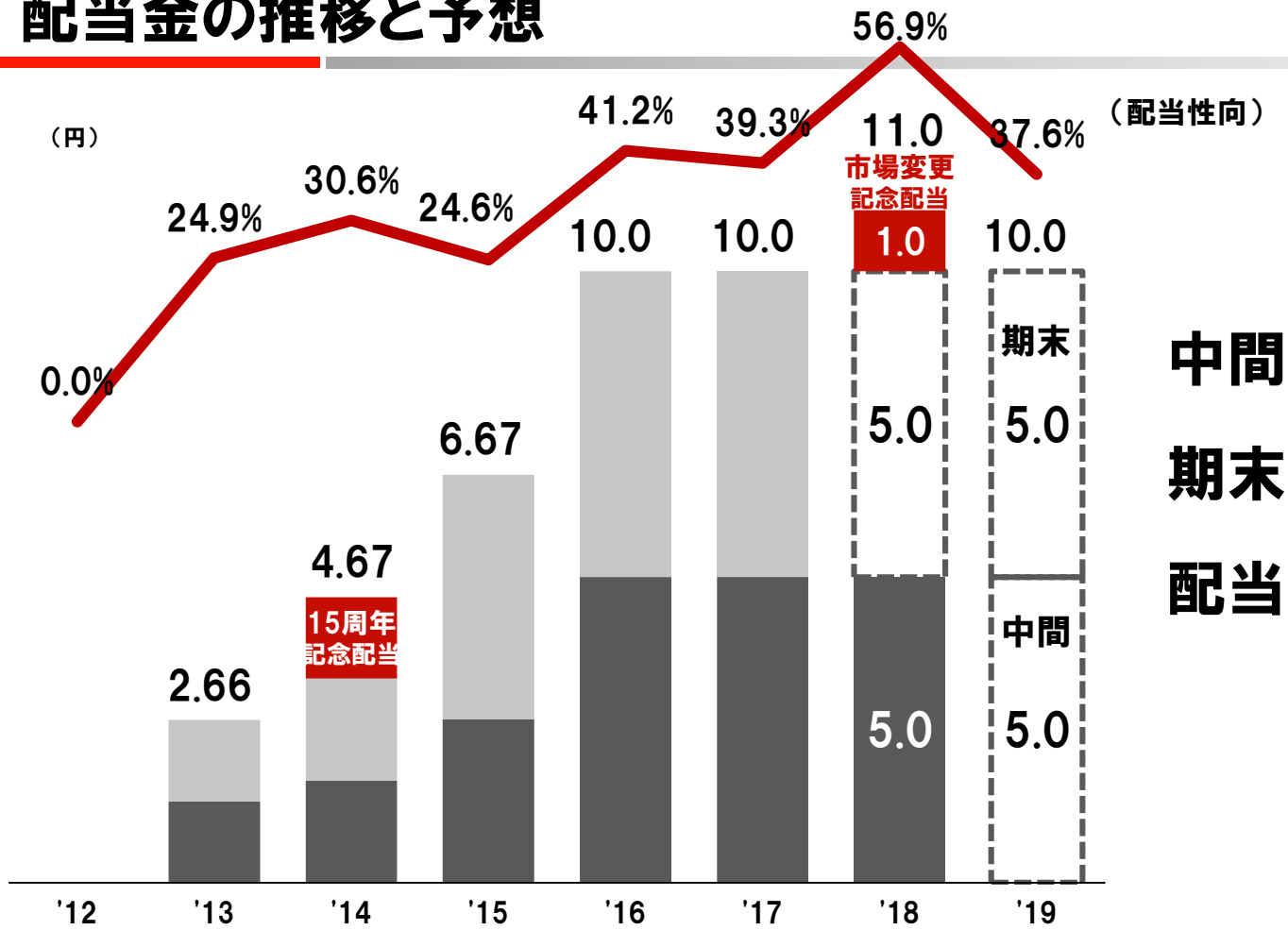
2019年度 業績予想

✓ リードジェン、ねとらぼを軸に成長継続
✓ 前期好調だった第4四半期は保守的に計画

（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	4,850	870	520
	（＋3.1%）	（▲1.3%）	（＋38.0%）
2018年度実績	4,703	881	376

※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



中間配当5円

期末配当5円

配当性向 37.6%

※ 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.

2020年3月期 第1四半期
付録資料編

2019年 7月 31日

アイティメディア株式会社

証券コード:2148 東証第一部

※2019年3月29日 東証マザーズより市場変更いたしました。

Copyright © 2019 ITmedia Inc.

当社の概要

当社の概要

アイティメディア株式会社

1999年 設立
2007年 マザーズ上場
2019年 東証一部

テクノロジー専門のオンライン専業メディア

対読者　最高の情報源／製品選択の場
対顧客　最高のマーケティングパートナー

企業理念

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

ソフトバンクグループ企業
情報革命の理念を共有

SoftBank

テクノロジーの進化とともに
メディアのあり方を革新

テクノロジーによる
明るい未来を実現

企業理念

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

ネットならではの新しいメディアの仕組み、
マーケティングソリューションを開発・提供

社会の発展に資する、専門性・信頼性の高い
一次コンテンツを自ら生産するメディア

当社が依拠する3つの市場とその将来性

インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

- インターネットが爆発的に普及
- スマートデバイス、ソーシャルメディアの普及によってさらに加速

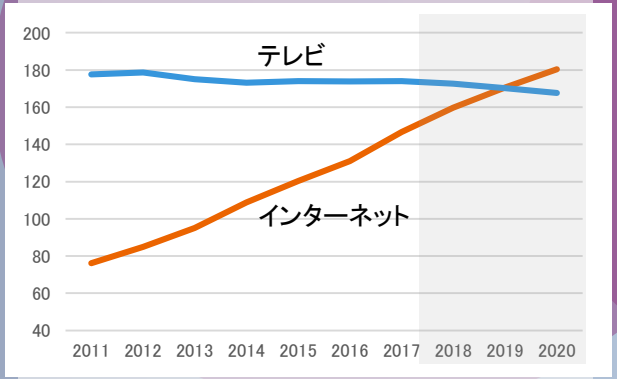
- テクノロジーの加速度的発展が継続
- クラウド、AI、IoTなど、社会・産業がテクノロジーにより革新される時代

- テクノロジーとデータを活用するデジタルマーケティングが普及。裾野拡大
- メディアもその一部として機能。保有するデータの質・量が大きな違いに

当社が依拠する3つの市場とその将来性

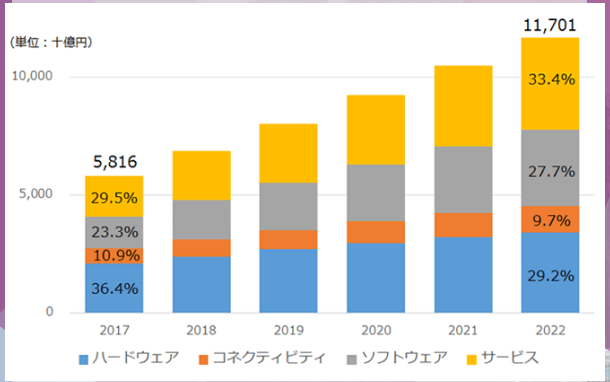
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

テレビ、インターネットそれぞれの一日の利用時間推移と予測（分）



出典：Zenith: Media Consumption Forecasts 2018

国内IoT市場　支出額予測



出典：IDC Japan, 2018/9

インターネット広告 国内市場規模推移と予測

出典：矢野経済研究所, 2018/8

当社のポジションと規模感

インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

ネット専業のメディア企業として信頼性の高い一次コンテンツを自ら生産

100人規模の専門編集部隊
＋1,000人超の外部パートナー

テクノロジー専門メディアとして国内最大級

30メディア
月間3億PV
3,500万UB
100万会員

**収益源の多様化に成功
デジタルならではのソリューション
リードジェンでNo. 1**

100人規模の直販営業部隊
＋1,000社超の顧客基盤

［主要顧客］
日本マイクロソフト（株）、
日本アイ・ビー・エム（株）、デル（株）、
日本ヒューレット・パッカード（株）、
ヴイエムウェア（株）、富士通（株）、
日本電気（株）、KDDI（株） など

良好な市場で、独自の立ち位置を確立

先端情報メディアとして

アドテク活用
×
メディア規模の拡大

- 高い情報ニーズに応える
- 最新トレンドをいち早くコンテンツ化、多くの読者に伝える
- メディア規模を拡大し、広告収益を増大

専門情報メディアとして

デジタルマーケ
×
エンゲージメント

- デジタルマーケの進化を捉える
- 情報の専門性を磨き、高品質コンテンツによって、ITリテラシーの高いユーザーが集う場を形成
  →高品質なリード生成が可能に

会社概要

＊2019年3月31日現在

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	インターネット専業メディアの開発と運営
従業員数	237名
親会社	SBメディアホールディングス（株）
コーポレートサイト	https://corp.itmedia.co.jp/

メディア規模のイメージ（2019年度）

◆メディア規模

専門メディア数	記事本数	読者数	月間PV数
30メディア	4,000本/月	2,000万人 3,500万UB	3億PV

◆スタッフ数

内部記者	外部記者
100名	1,000名

◆営業体制・顧客規模

プロファイル会員数	顧客数
100万人	1,000社

直販営業担当
100名

開示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	ー		ナレッジオンデマンド、アイティクラウド

当社のビジネスモデル

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**3億**PV

行動履歴データ

会員登録データ

80万人

データの蓄積・活用

メディア広告事業

- ✓ 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

リードジェン事業

- ✓ 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

リードジェネレーション／リードジェンとは

リード＝Sales leads ：見込み顧客情報

一般的なB2Bマーケティングの流れ

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

受注

当社が提供する支援サービス

TechTarget Japan	米国大手（TechTarget Inc.）と提携 先進ノウハウを活用
キーマンズネット	最大の競合を2015年譲受 国内最大規模のシェア獲得
Tech Factory	産業テクノロジー分野にも メディアを展開
バーチャルイベント	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して、欠かせない存在に

リードジェンの仕組み

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

メディアラインアップの拡大

2006	TechTarget Japan	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	キーマンズネット	M&Aにより 圧倒的なシェア獲得
	発注ナビ	システム開発会社向けの サービス開始
2016	Tech Factory	産業テクノロジー領域に拡大

2018 **再成長に向けた体制構築が進展**

✓ リソースの強化（人員の投入、テクノロジー基盤「LBP」整備）

当四半期おける掲載記事のご紹介

TechTargetジャパン

2019年6月24日公開

Microsoft、AWS、Google、IBM、Oracleの「ハイブリッドクラウド」の本気度は？

主要クラウドベンダーは、ハイブリッドクラウドにどう向き合い、どのような製品を提供しているのか。クラウドベンダーのハイブリッドクラウドに対するスタンスや製品展開の方向性を整理する。

ITmedia マーケティング

2019年6月24日公開

みずほ銀行が「不正送金防止」メルマガ施策で申し込み数13倍に 社会課題解決型コンテンツの底力

社会課題解決を訴求するメルマガで、通常の13倍ものコンバージョンを獲得したみずほ銀行。「CSV」施策が成功した要因を探る。

キーマンズネット

2019年5月9日公開

RPA、約12万時間削減の裏でロボット停止の嵐――リクルートはどう解決したのか

RPAによって年間で約12万時間を削減したリクルートライフスタイル。しかし、導入当初は「毎日のようにロボットが止まる」という現象に悩まされた。これを解決し、RPAプロジェクトを成功に導くためにしたこととは？

TechFactory

2019年3月12日公開

未知なるジェネレーティブデザインを前に砂型鋳造の限界に挑んだ町工場のプロ魂

パーソナルモビリティを開発するWHILLからの要請を受け、ジェネレーティブデザインで設計されたフレーム部品の試作を砂型鋳造でやってのけた中小企業がある。旭鋳金工業（横浜市旭区）だ。砂型アルミ鋳造によるジェネレーティブデザインパーツの国内初事例はどのようにして生まれたのか。従業員7人の小さな町工場を取材した。

ビジネスモデルとメディアラインアップ

◆ビジネスモデル

良質な記事からなる
付加価値の高い
専門メディアを運営

情報感度が高く、
購買意欲の高い
読者が集合

ターゲティングされた
読者との接点を
顧客に提供

◆メディアのラインアップ

B2B

- IT
- 産業テクノロジー
- ビジネス

B2C

- デジタルガジェット
- スマート＆ソーシャル

ITmedia NEWS
ITmedia エンタープライズ
@IT atmarkIT
ITmedia エグゼクティブ
MONOist
スマートジャパン Smart Japan
EE Times Japan
EDN Japan
BUILT Building×IT
ITmediaビジネス ONLINE
ITmedia PC USER
ITmedia Mobile
ねとらぼ
ねとらぼ エンタ
ねとらぼ アンサー
ねとらぼ GirlSide
ねとらぼ 生物部
ねとらぼ 交通課
ねとらぼ まかね

メディア広告

当四半期おける掲載記事のご紹介

ITmedia エンタープライズ

2019年4月10日公開

デジタルトランスフォーメーションの本質と必要性「DXをデジタル技術でなく歴史観から捉えよ」

ITmedia ビジネスオンライン

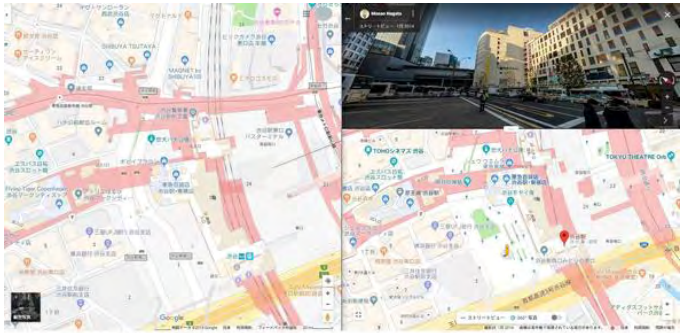
2019年3月4日公開

「回転しない寿司」路線から6年 元気寿司が思い知った“意外な効果”

ITmedia NEWS

2019年3月22日公開

「Googleマップが劣化した」不満の声が相次ぐ ゼンリンとの契約解除で日本地図データを自社製に変更か



新Googleマップ　旧Googleマップ

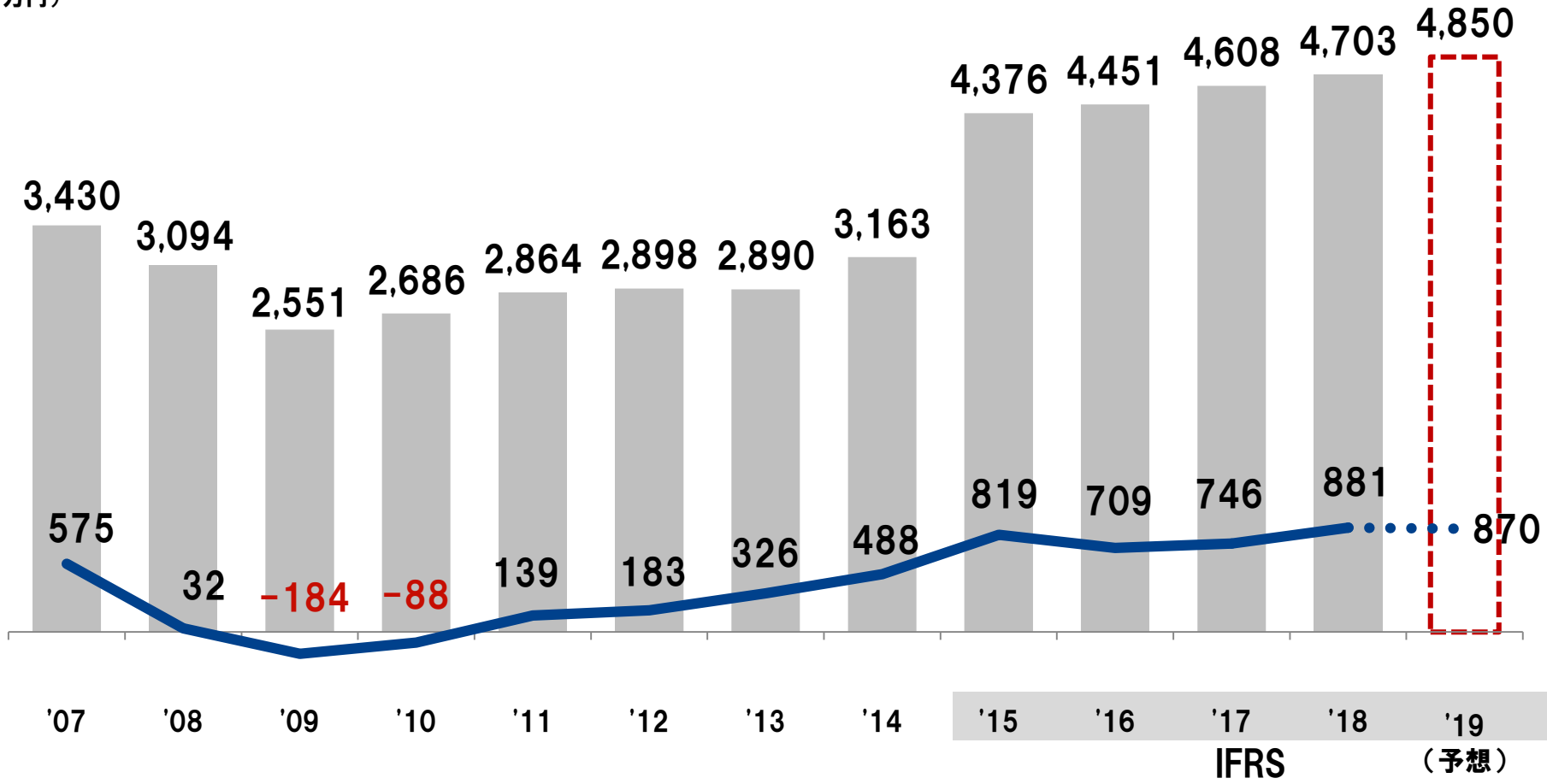
ねとらぼ

2019年4月11日公開

「魔法のiらんどは死んだ」と思っている“インターネット老人会”の皆さん ……それ、錯覚みたいですよ

業績・KPI

売上収益・営業利益の推移



顧客数／会員数

◆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			
2017	774	1,005	1,188	1,334
2018	717	945	1,148	1,339
2019	800			
リードジェン事業				
2017	605	756	891	997
2018	550	754	858	1,002
2019	613			
メディア広告事業				
2017	252	385	488	573
2018	261	384	505	608
2019	273			

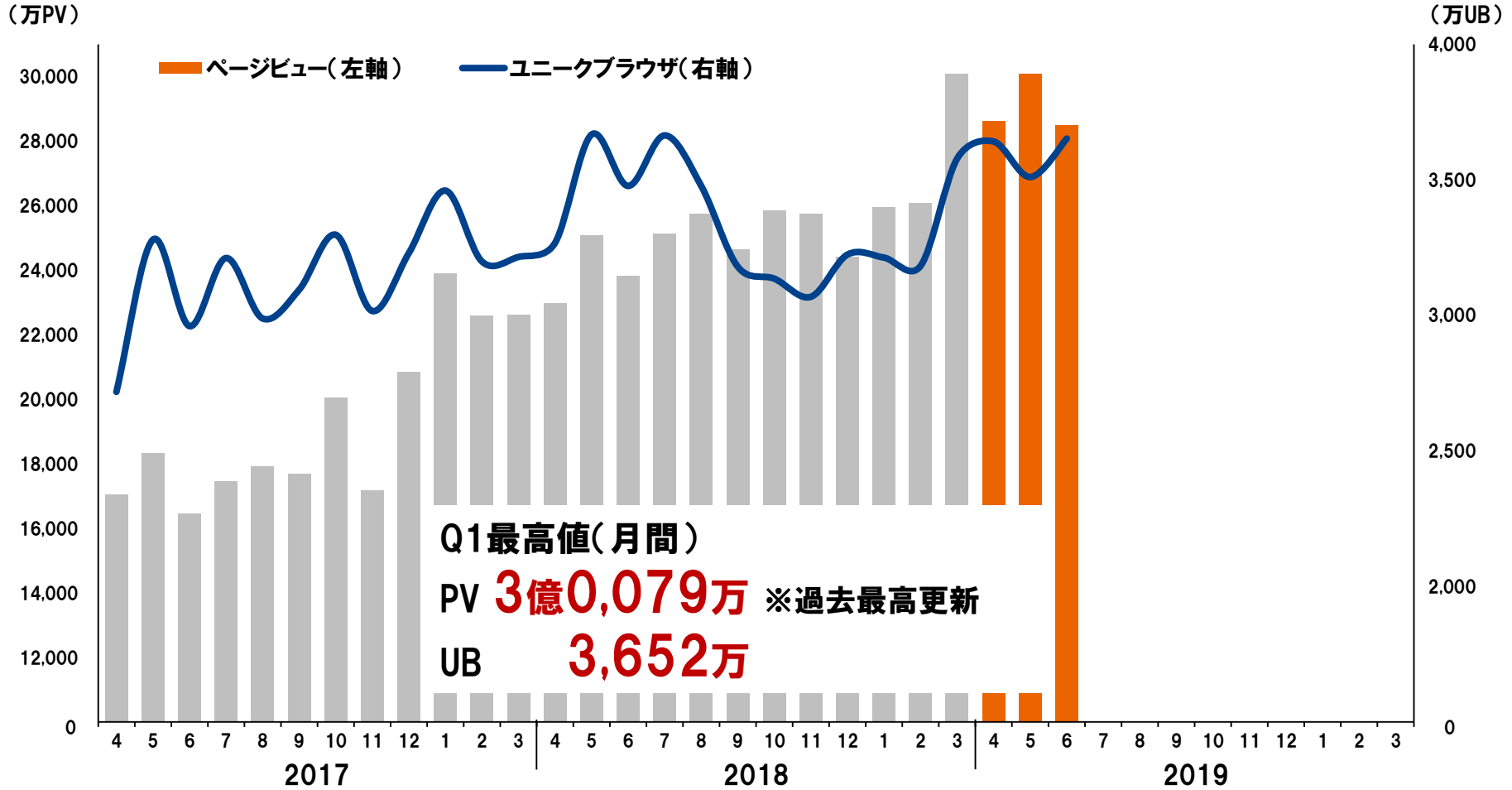
◆会員数

（万人）	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2017	70	71	72	73
2018	74	75	76	78
2019	80			

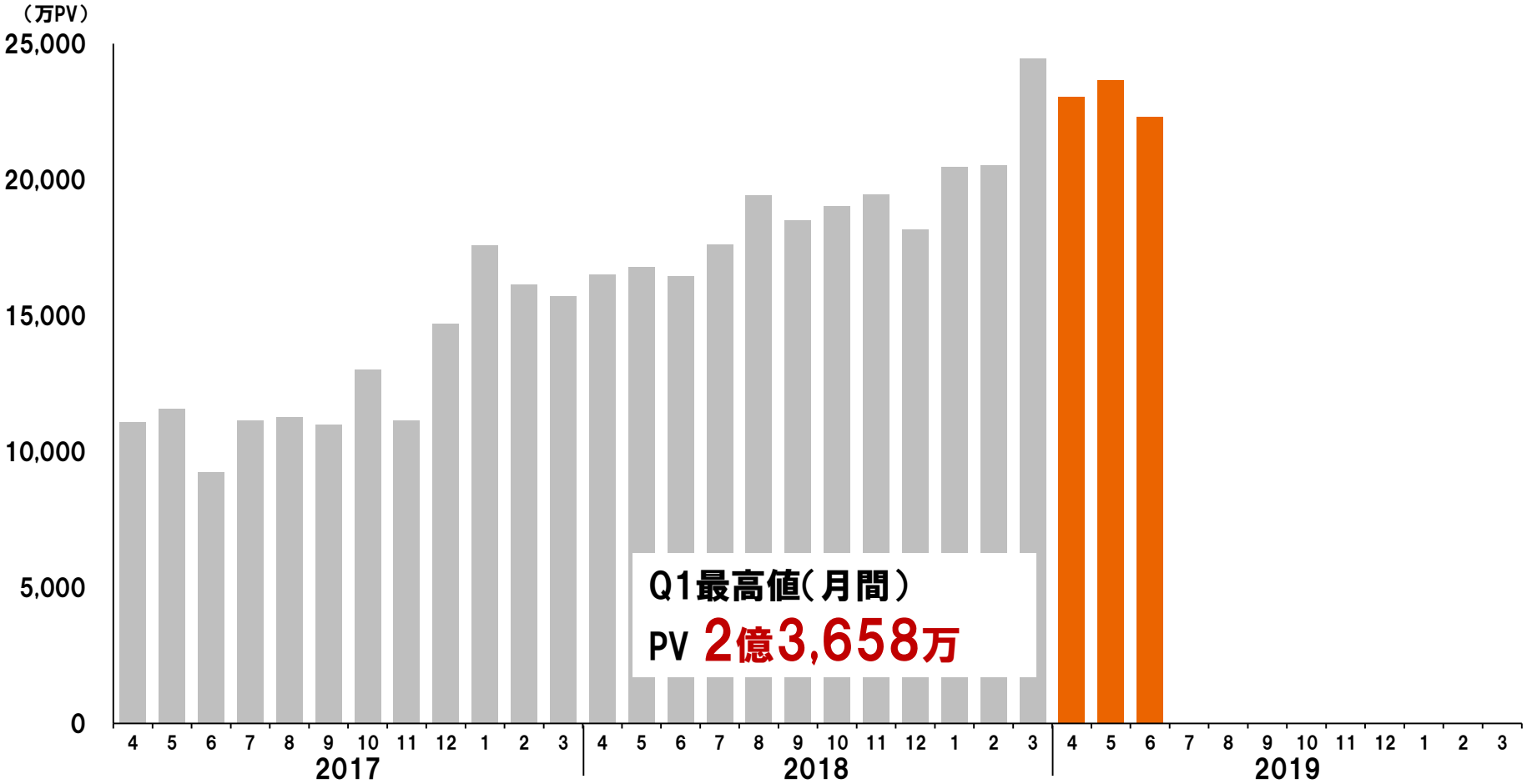
メディア広告

運営メディアの規模（総合）

※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。

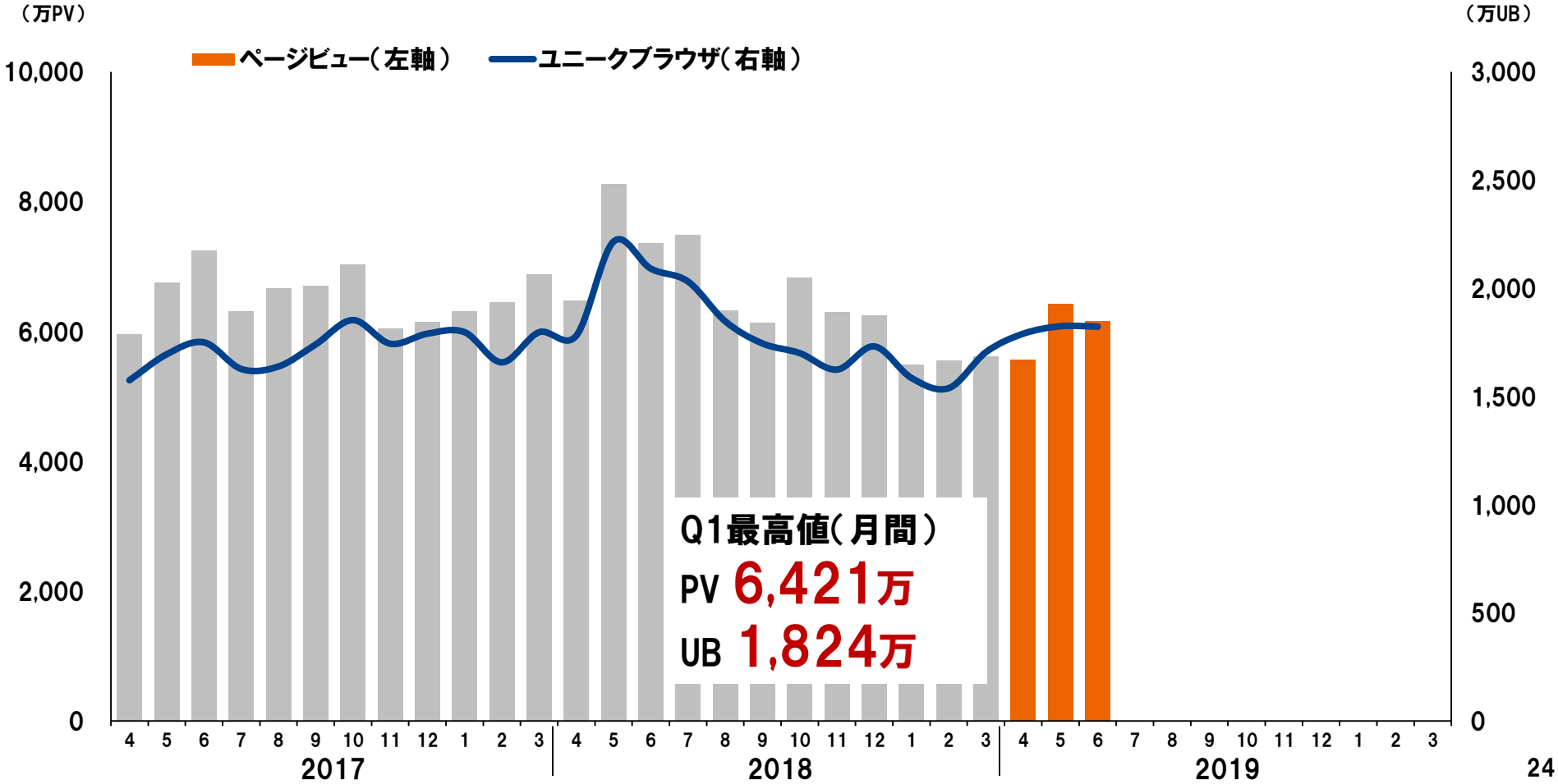


ねとらぼのメディア規模



メディア広告

ねとらぼ以外のメディア規模



（ご参考）用語集

当社事業関連用語	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とではマーケティングの手法が大きく異なっており、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／一般コンシューマー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。

- 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「2019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留意ください。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。
- 当第１四半期連結累計期間において、ナレッジオンデマンド株式会社の株式譲渡を実行したことに伴い、同社を非継続事業に分類しております。これにより非継続事業からの損益は、要約四半期損益計算書上、継続事業と区分して表示しております。これに伴い、売上収益および営業利益は、継続事業の金額を表示しております。なお、前期についても同様に組み替えて表示しております。