

2021年3月期
決算説明資料

2021年4月30日



ITmedia Inc.

アイティメディア株式会社

証券コード：2148 東証第一部

- 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る事項は「2020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年度は日本基準に基づき記載しております。
- 2020年3月期において、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、2019年3月期についても同様に組み替えて表示しております。

2021年3月期 通期業績概況

過去最高

売上収益
(前期比)

+31%

営業利益
(前期比)

+73%

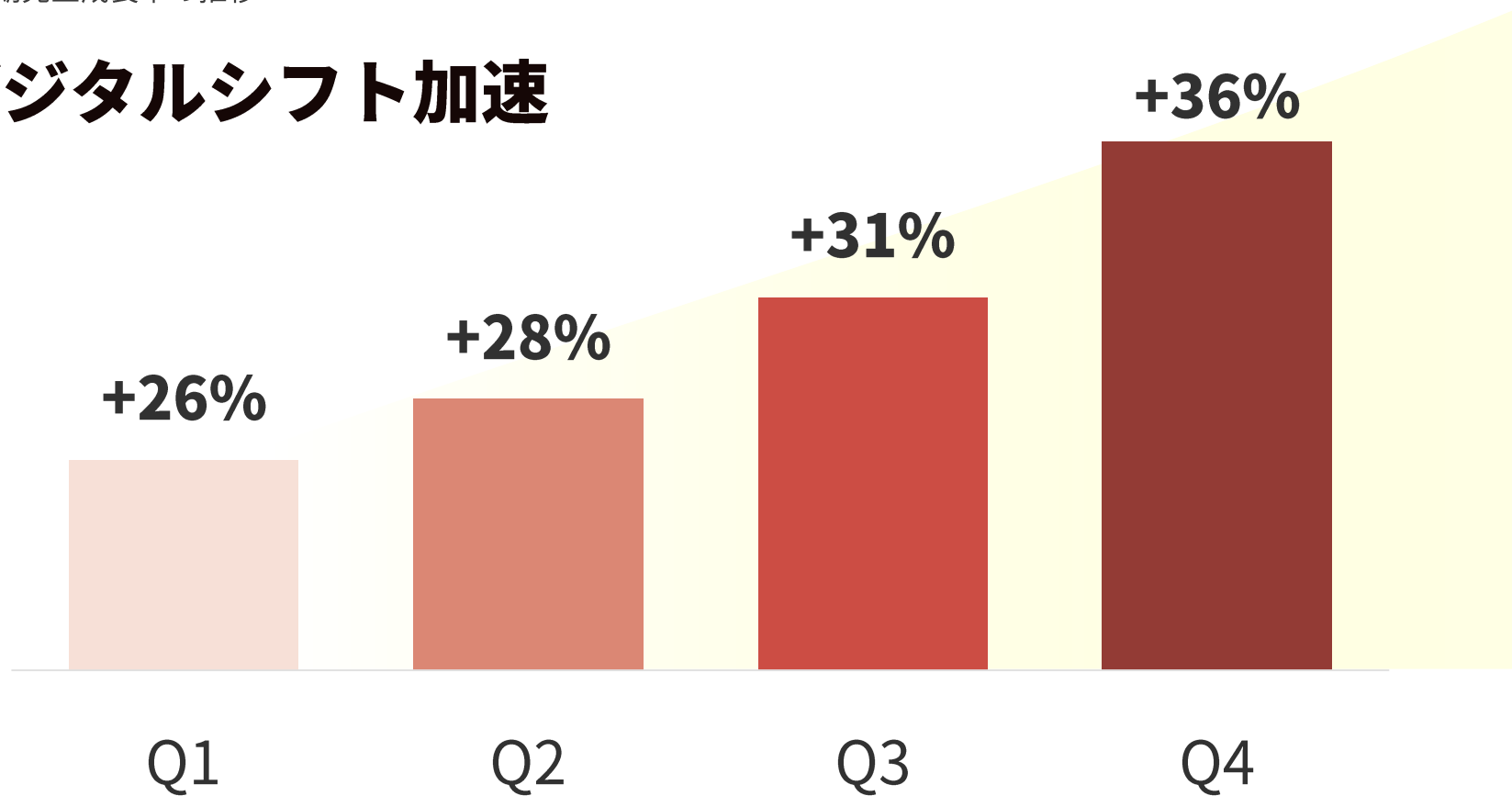
営業利益率

29%

(前期：22%)

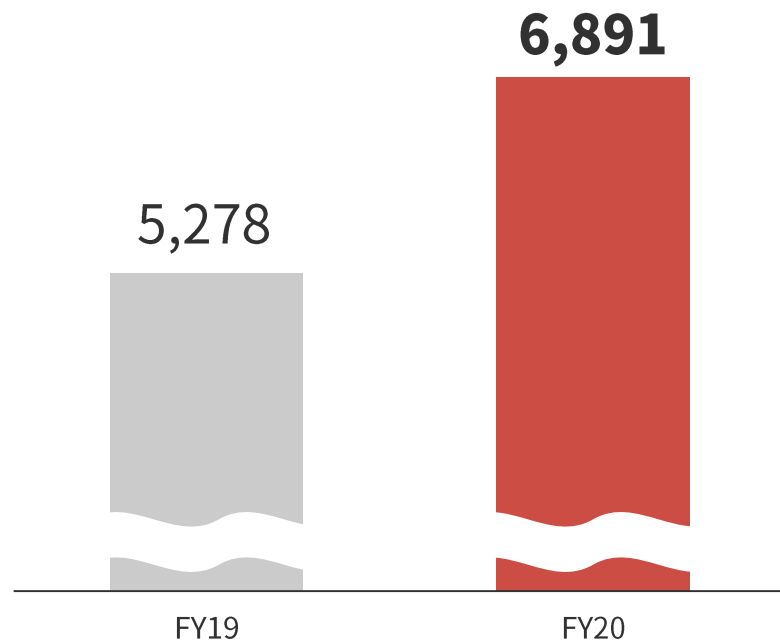
来期も過去最高更新見込み

デジタルシフト加速



売上収益

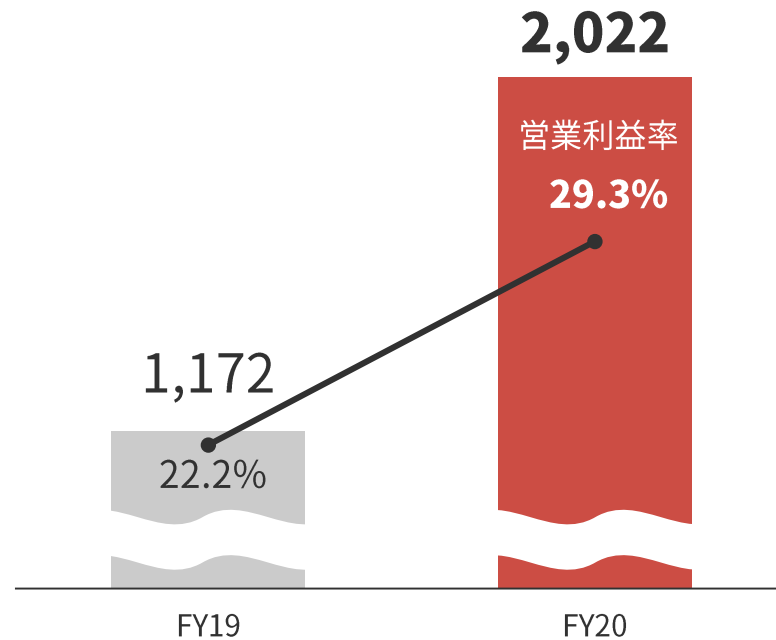
+30.6%



営業利益

+72.5%

(百万円)



連結損益計算書

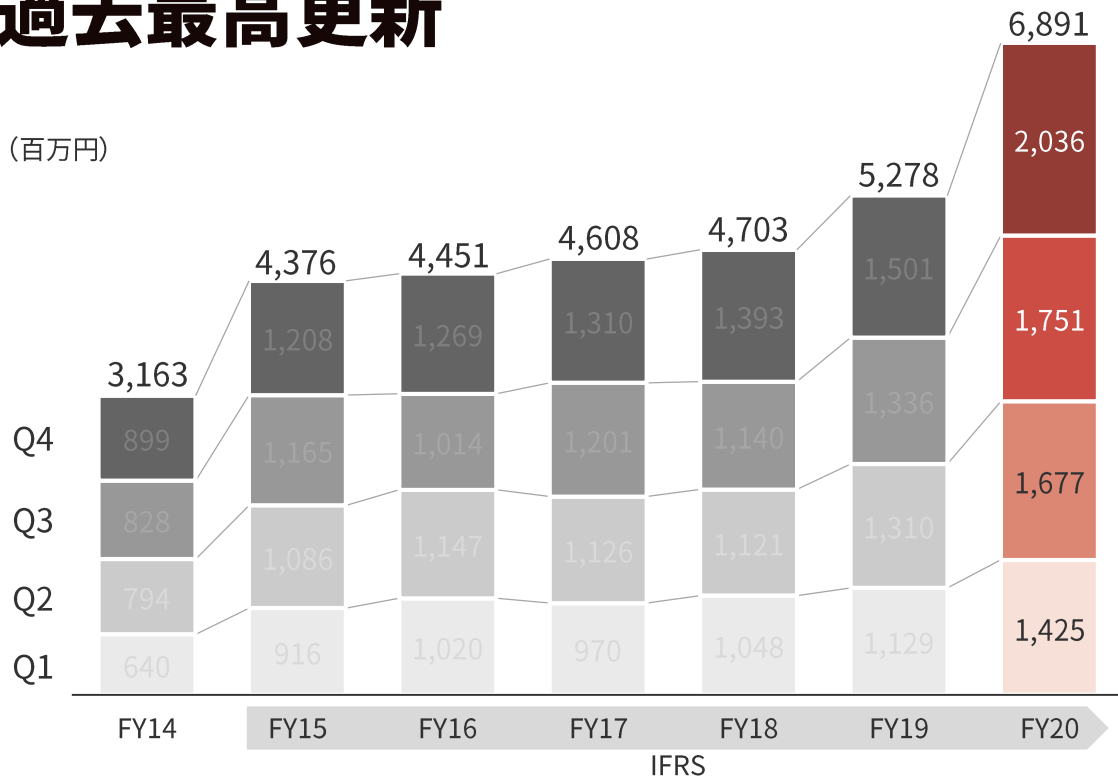
(百万円)

	FY19		FY20		増加額	増減率
	金額	売上比	金額	売上比		
売上収益	5,278	100.0%	6,891	100.0%	+1,612	+30.6%
総コスト	4,106	77.8%	4,869	70.7%	+762	+18.6%
（うち人件費）	2,283	43.3%	2,761	40.1%	+478	+21.0%
EBITDA	1,498	28.4%	2,374	34.5%	+876	+58.5%
営業利益	1,172	22.2%	2,022	29.3%	+849	+72.5%
当期利益	782	14.8%	1,255	18.2%	+472	+60.4%
親会社の所有者 に帰属する当期利益	780	14.8%	1,255	18.2%	+474	+60.8%
当期包括利益	656	12.4%	1,385	20.1%	+728	+110.9%

売上収益（四半期別）

過去最高更新

（百万円）



通期

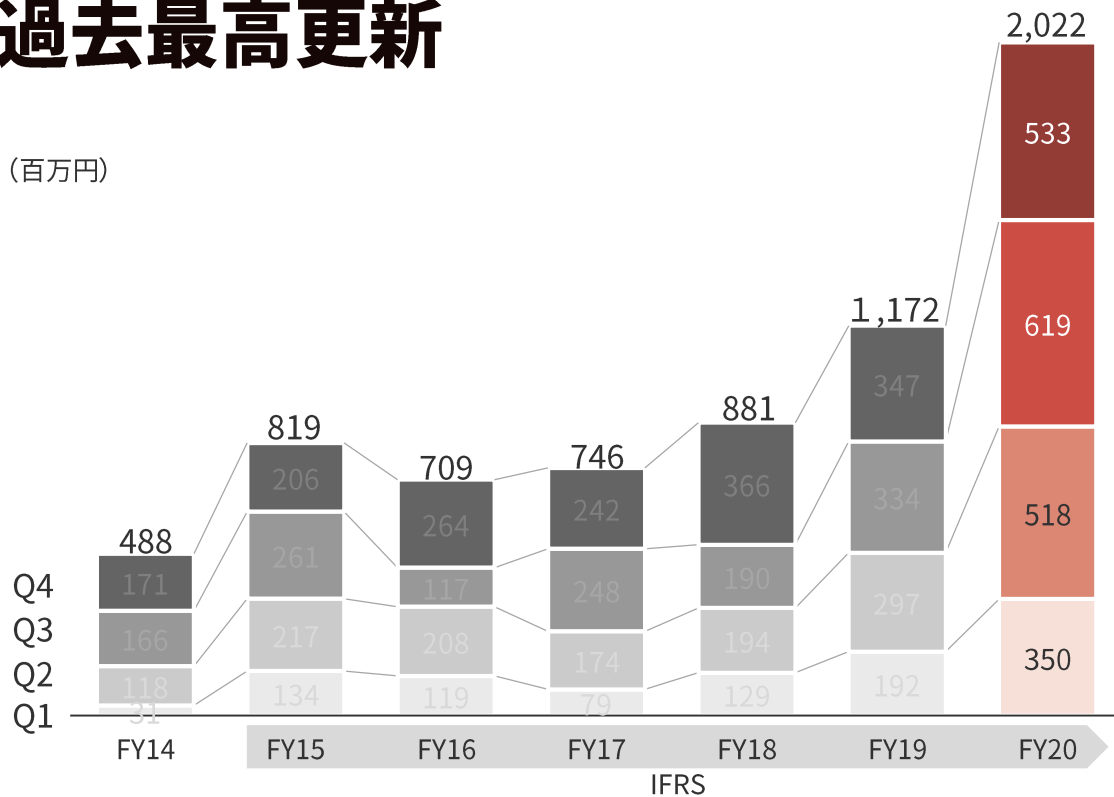
6,891百万円

前期比

+1,612百万円
(+30.6%)

過去最高更新

(百万円)



通期

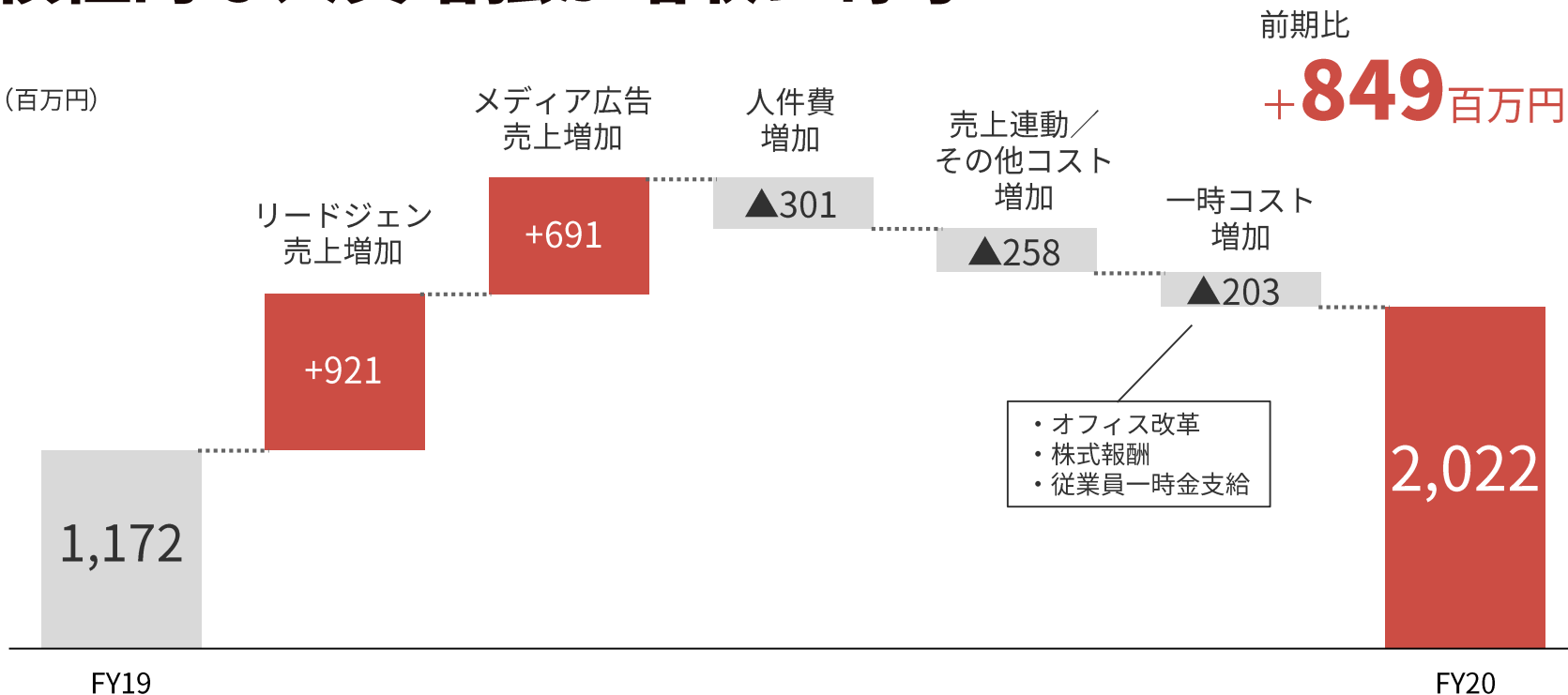
2,022百万円

前期比

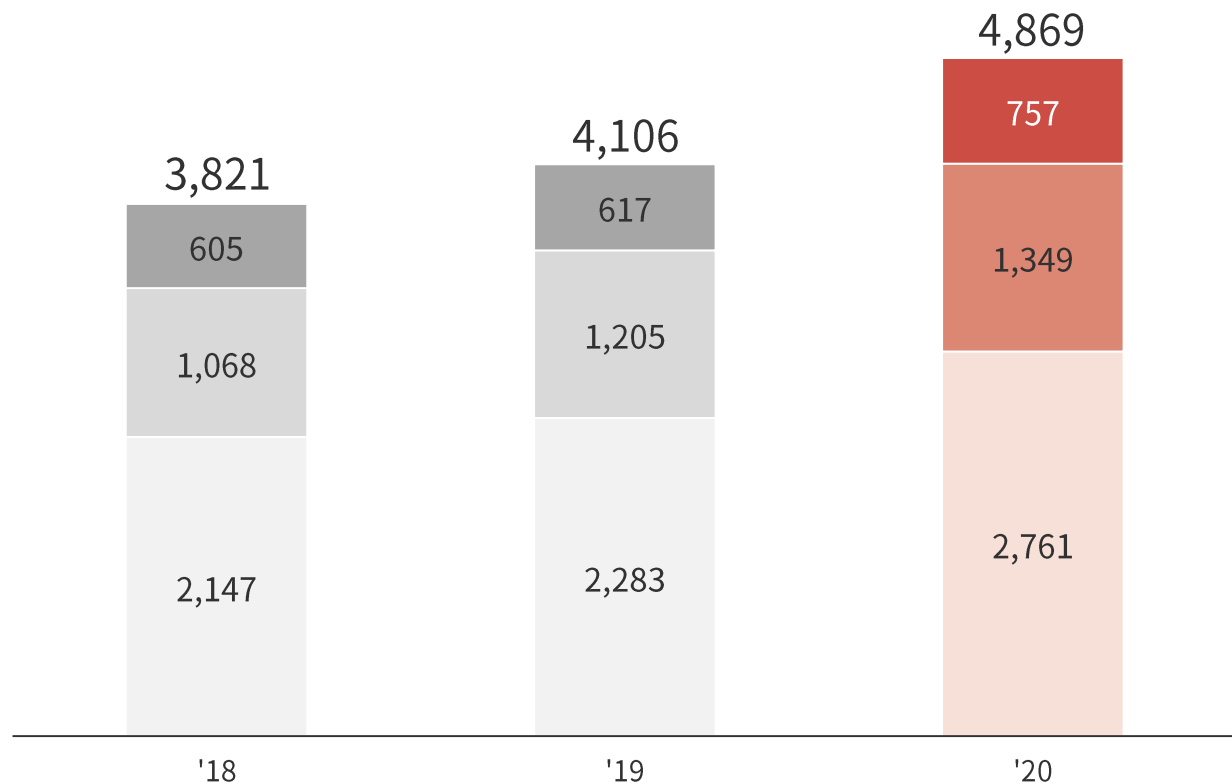
+849百万円
(+72.5%)

積極的な人員増強が増収に寄与

(百万円)



コストの内訳 年度推移



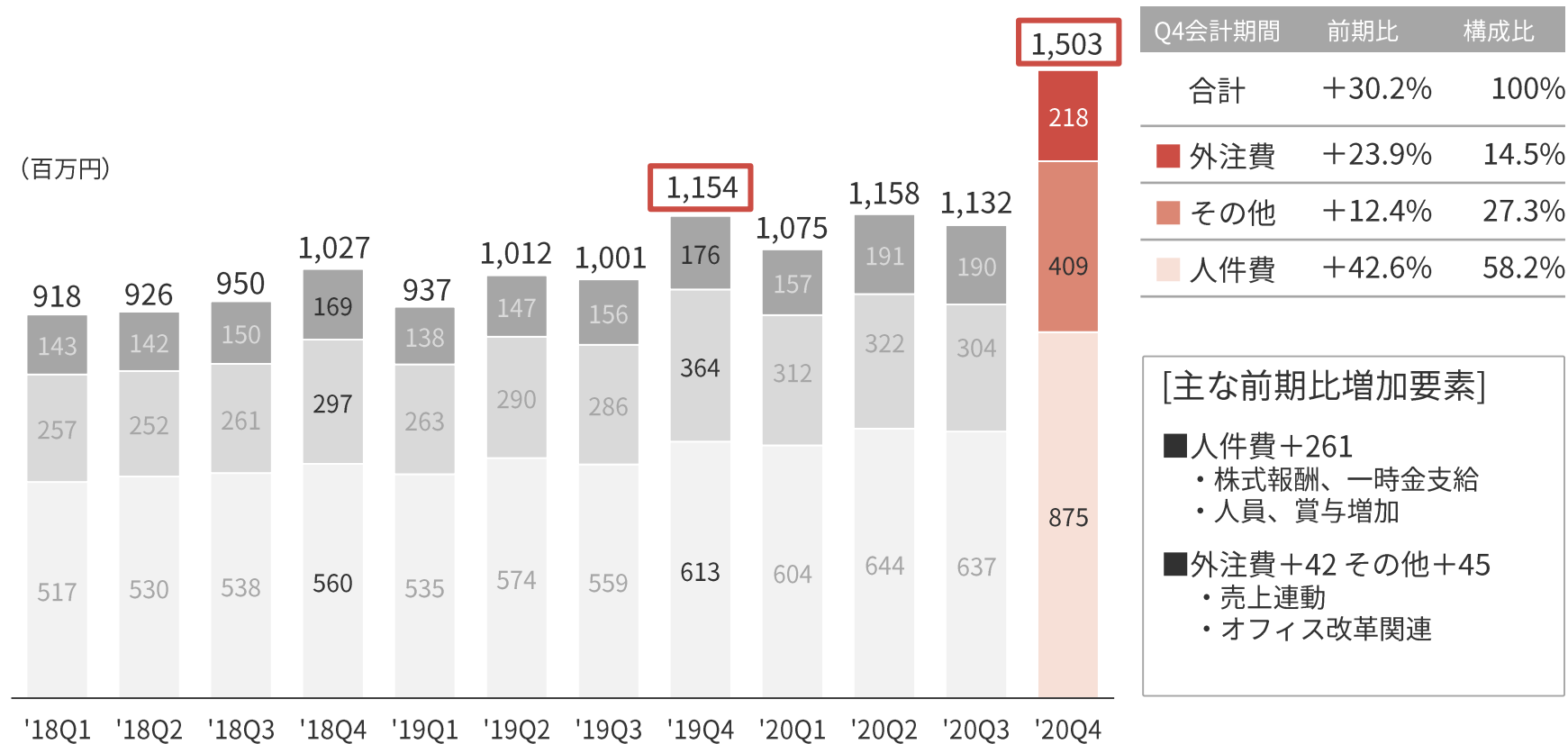
FY20	前期比	構成比
合計	+18.6%	100%
外注費	+22.6%	15.6%
その他	+12.0%	27.7%
人件費	+21.0%	56.7%

[主な前期比増加要素]

- 人件費+478
 - ・株式報酬、一時金支給
 - ・人員、賞与増加
- 外注費+140 その他+144
 - ・売上連動
 - ・業務環境・システム
 - ・オフィス改革関連

コストの内訳 四半期推移

(百万円)



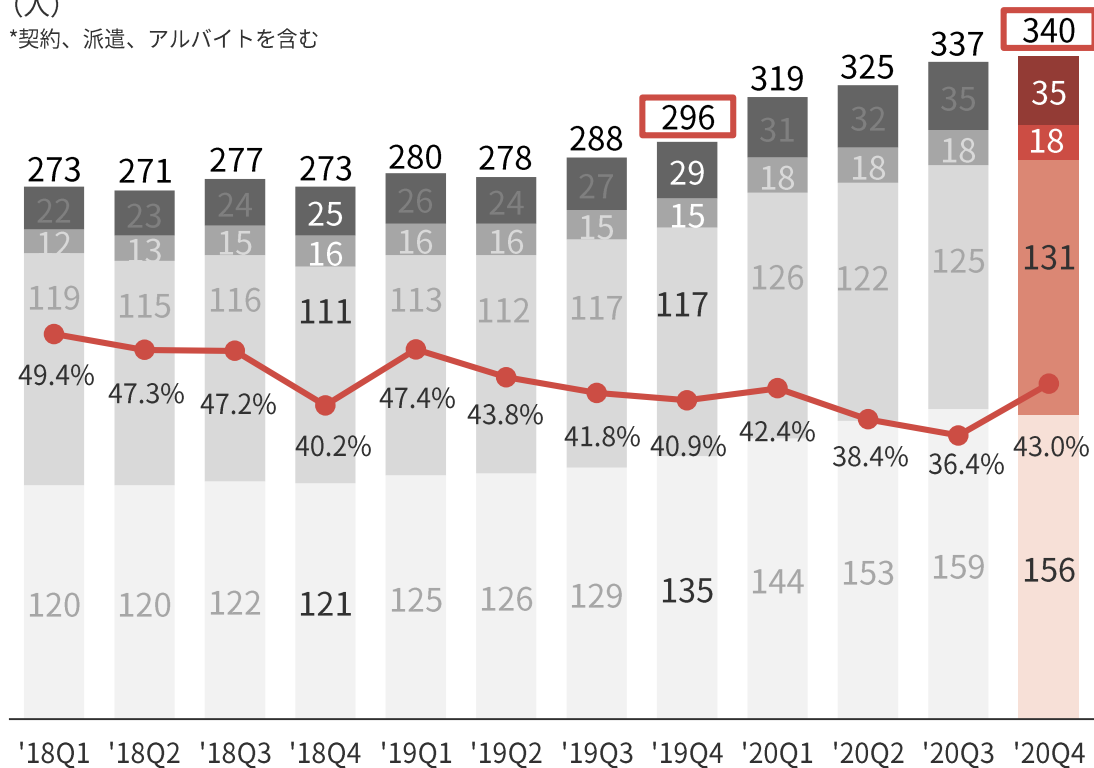
[主な前期比増加要素]

- 人件費+261
 - ・ 株式報酬、一時金支給
 - ・ 人員、賞与増加
- 外注費+42 その他+45
 - ・ 売上連動
 - ・ オフィス改革関連

従業員の内訳 四半期推移

(人)

*契約、派遣、アルバイトを含む



	FY20末	前年同期比	構成比
合計		+44人	100%
管理系・その他		+6人	10.3%
技術系		+3人	5.3%
営業系		+14人	38.5%
編集系		+21人	45.9%

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

連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	FY19	FY20	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	1,316	2,212	+895
投資活動による キャッシュ・フロー	15	▲161	▲176
財務活動による キャッシュ・フロー	▲413	▲475	▲62
現金及び現金同等物の 増減額	919	1,575	+656
現金及び現金同等物の 期首残高	3,383	4,302	+919
現金及び現金同等物の 期末残高	4,302	5,877	+1,575

営業CF 主な内訳

継続事業からの 税引前利益の計上	+1,917
減価償却費及び償却費	+351

投資CF 主な内訳

有形固定資産および無形資 産の取得による支出	▲78
関係会社株式の取得による 支出	▲72

財務CF 主な内訳

配当金の支払	▲257
リース負債の支払額	▲218

連結財政状態計算書

(百万円)

		20年3月末	21年3月末	差異
資産の部	流動資産	5,698	7,667	+1,968
	非流動資産	1,536	1,407	▲129
	資産合計	7,235	9,074	+1,839
負債の部	流動負債	1,273	1,894	+620
	非流動負債	74	62	▲11
	負債合計	1,347	1,957	+609
資本の部	資本金/資本剰余金	3,559	3,661	+102
	利益剰余金	2,612	3,607	+995
	自己株式	▲344	▲344	▲0
	他包括利益累計額	59	192	+132
	親会社の所有者に 帰属する持分	5,887	7,117	+1,230
	資本合計	5,887	7,117	+1,230
1株当たり 親会社の所有者に帰属する持分		297.05円	359.11円	+ 62.06円
親会社所有者帰属持分比率		81.4%	78.4%	▲ 2.9pt

資産合計

現金及び現金同等物	+1,575
営業債権及びその他の債権	+380
使用権資産	▲229
その他の金融資産	+190

負債合計

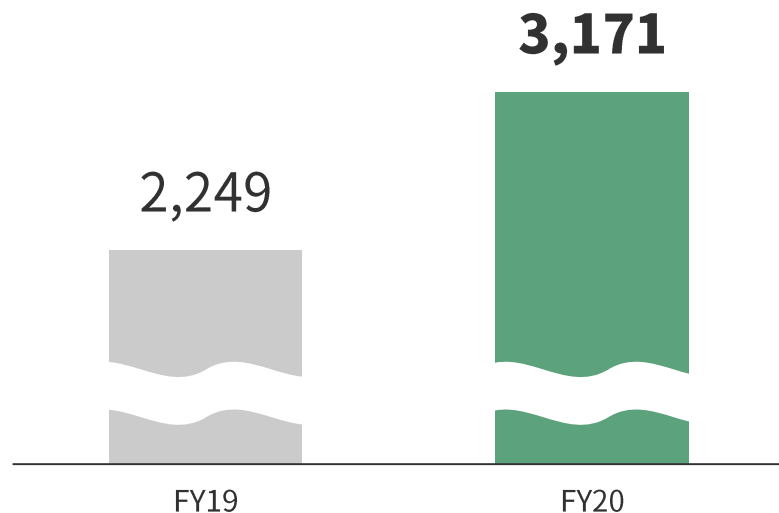
リース負債	▲218
未払法人所得税	+362
その他の流動負債	+361

資本合計

利益剰余金	+995
うち、当期利益	(+1,255)
うち、剰余金の配当	(▲257)
その他包括利益累計額	+132

リードジェン事業

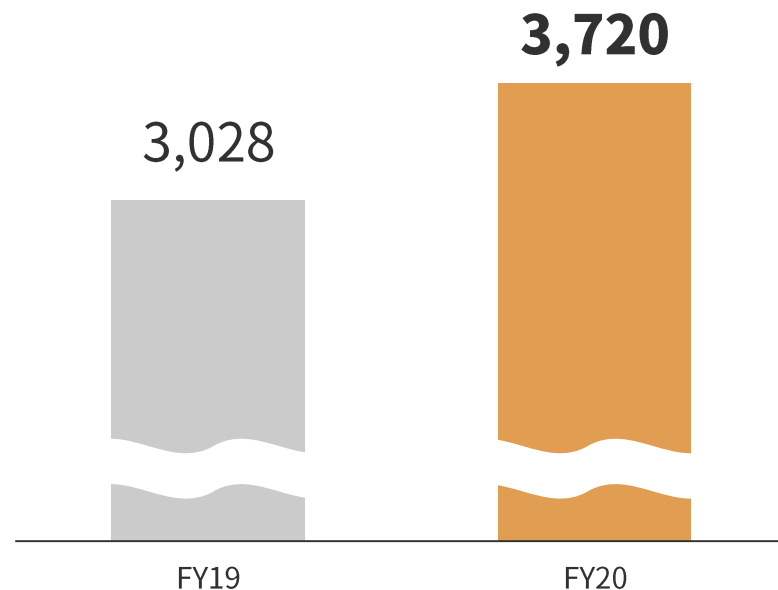
+41.0%



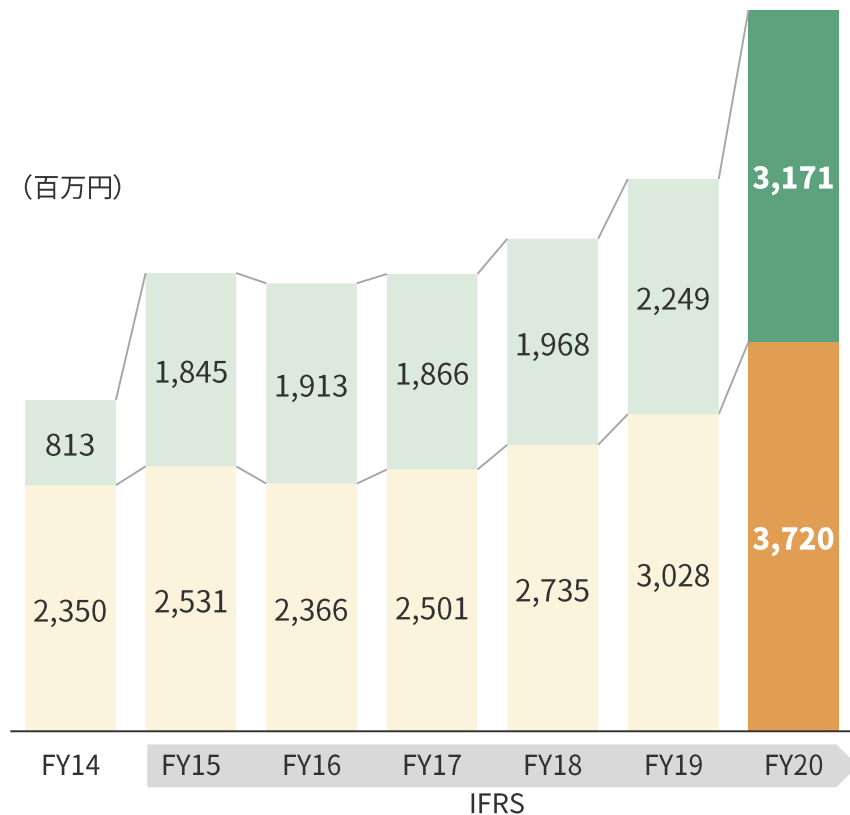
メディア広告事業

(百万円)

+22.8%



セグメント別売上収益の推移



リードジェン事業 前期比 +41.0 %

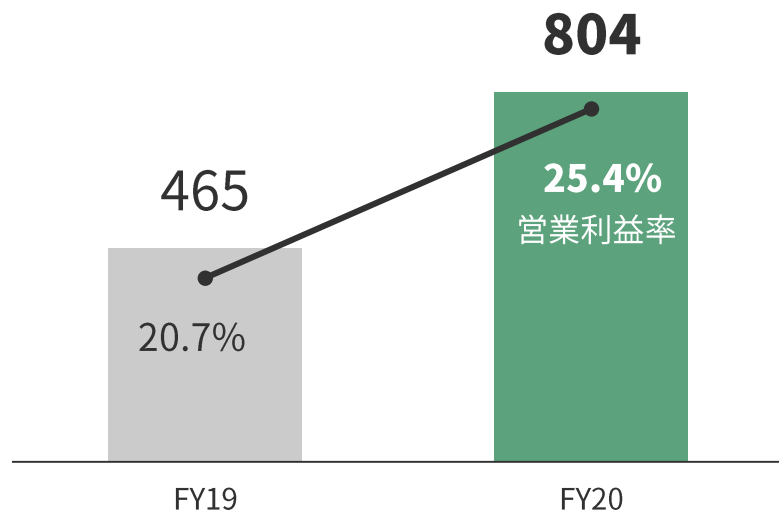
- 既存事業成長継続
- デジタルイベント急成長

メディア広告事業 前期比 +22.8 %

- ビジネス領域、産業テクノロジー領域広告拡大
- ねとらぼ：PV・広告単価改善

リードジェン事業

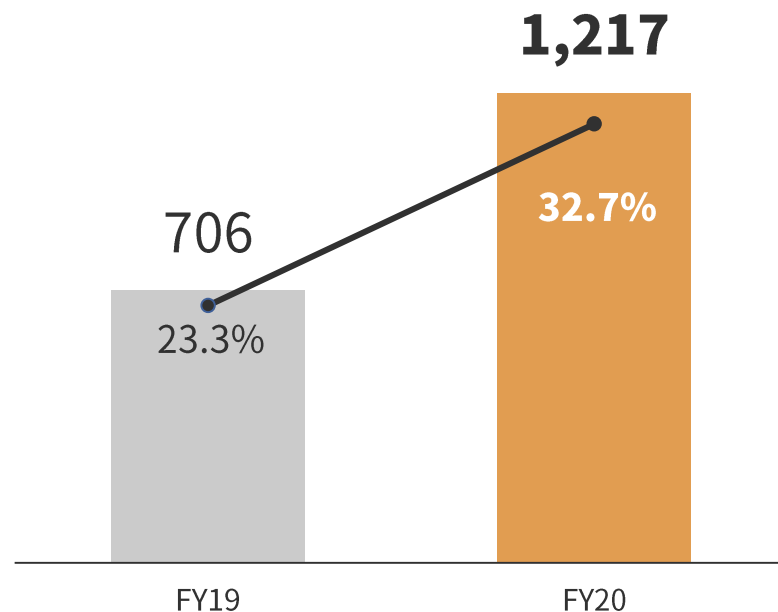
+72.8%



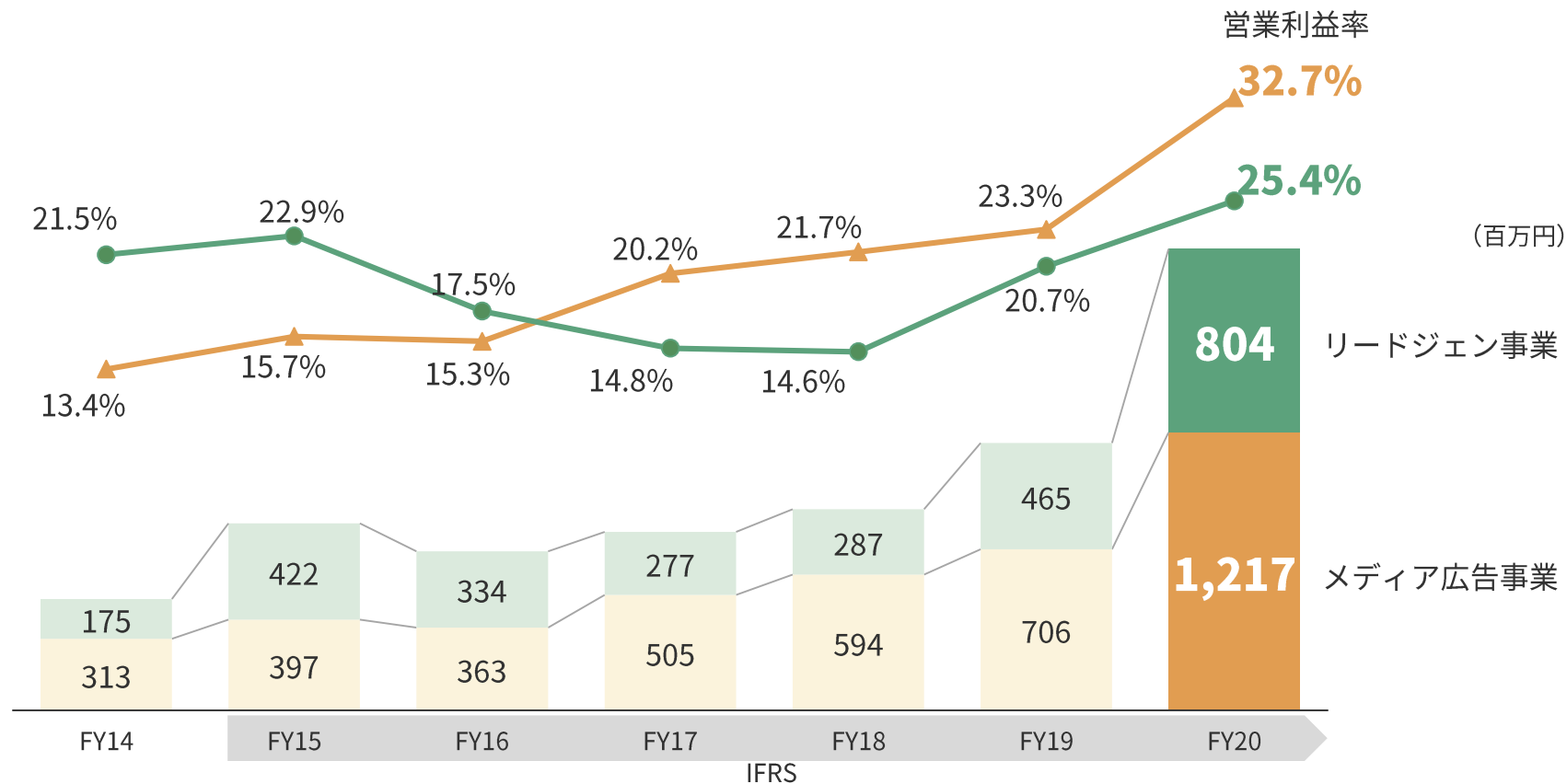
メディア広告事業

(百万円)

+72.3%

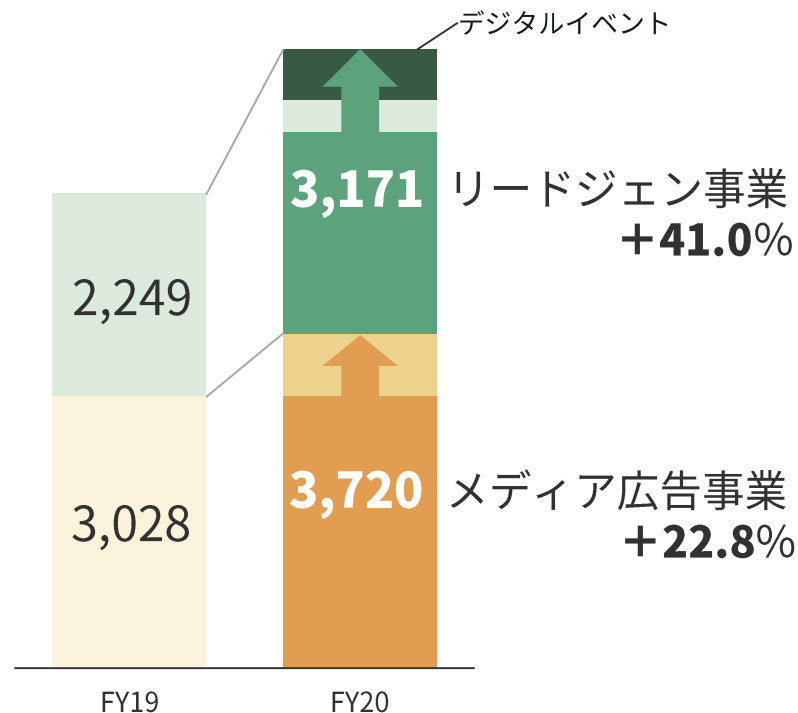


セグメント別営業利益の推移



デジタルシフト加速

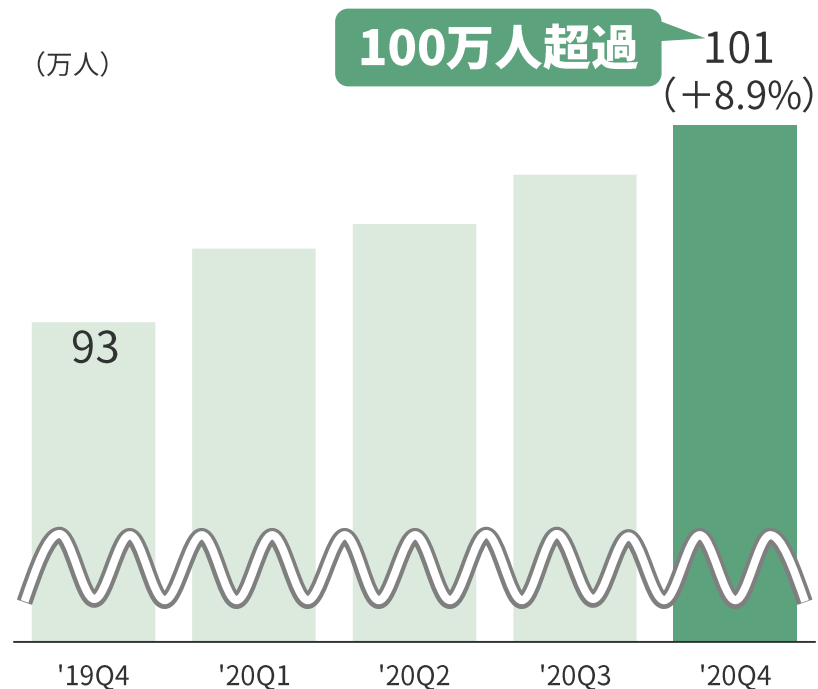
顧客市場	メディア・マーケ市場
テクノロジー市場 活況	マーケティングの オンラインシフト加速
運用型広告市場 改善傾向	オンラインメディア 利用拡大





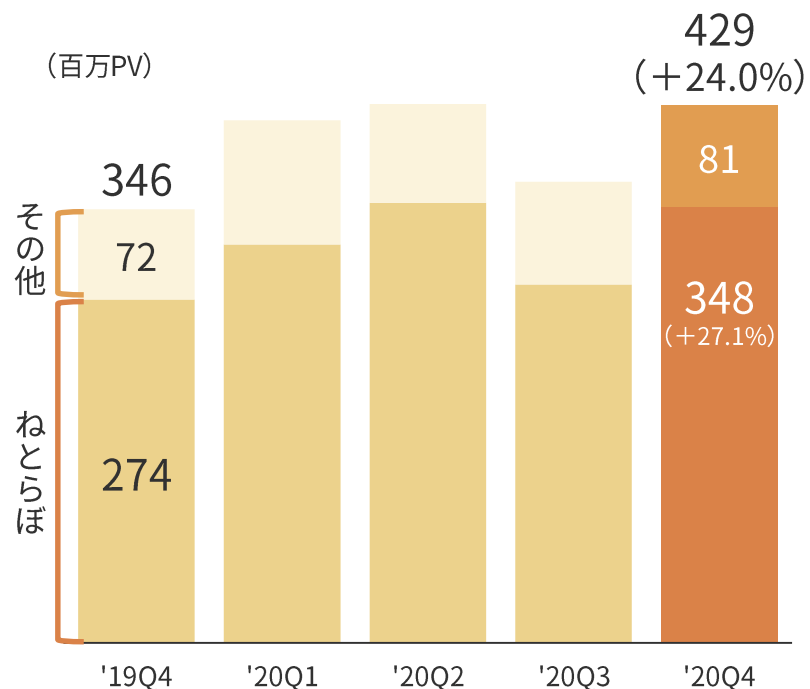
KPIの状況 直近5四半期の推移

■ リードジェン会員数

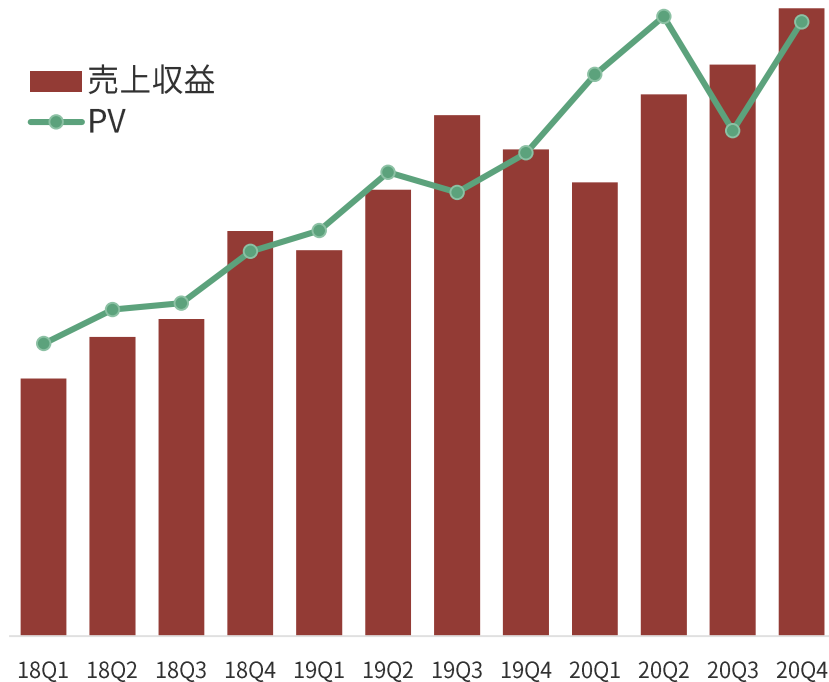


※共通会員基盤「アイティメディアID」上でリードジェンサービスの対象となっている会員数

■ PV数 (月平均)



ねとらぼの状況



ねとらぼ

**PV、広告単価共に改善
売上収益 過去最高**

戰略方針

1．社会の変化と当社のポジション

2．成長の軌跡および中期目標

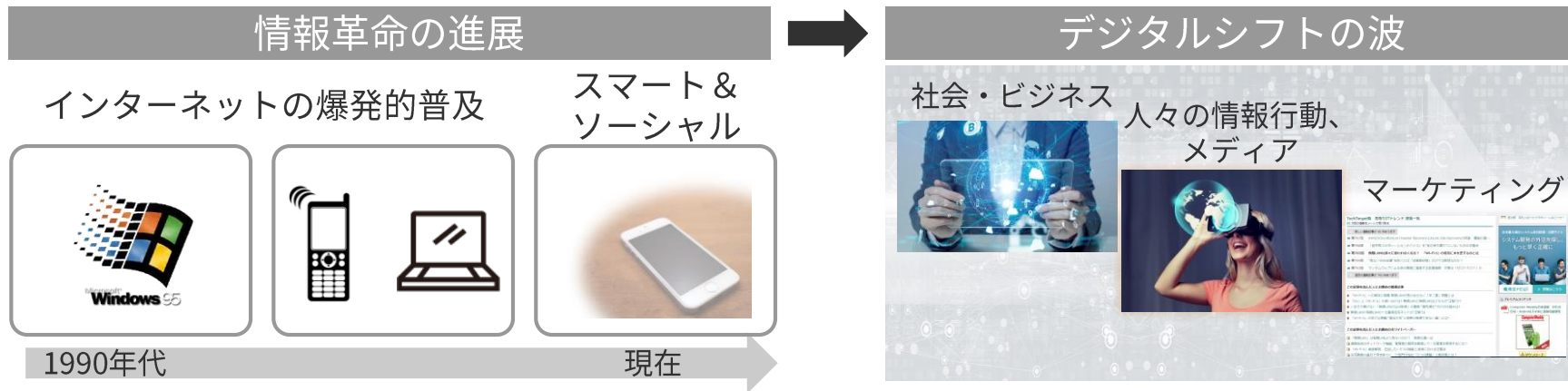
3．中期成長戦略

1．社会の変化と当社のポジション

2．成長の軌跡および中期目標

3．中期成長戦略

1-1. デジタル社会の進展と当社への期待



当社への期待

テクノロジーによる社会の発展に情報提供によって貢献

メディアの革新

デジタルマーケティングの革新

1-2. 当社の強み

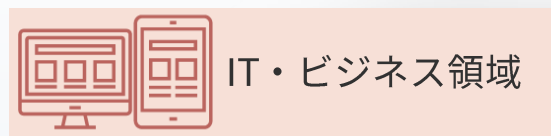


**コンテンツ力
&
データ**

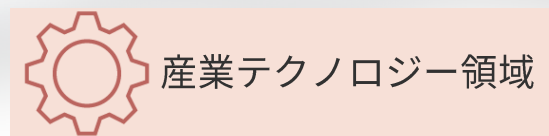


**収益モデル／
デジタルマーケティング
の総合力**

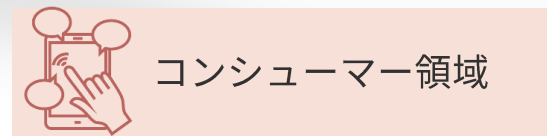
多様な専門メディアの統合的な運用、データの獲得



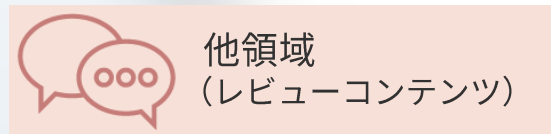
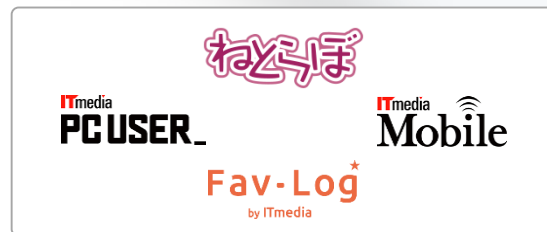
IT・ビジネス領域



産業テクノロジー領域



コンシューマー領域



他領域
(レビューコンテンツ)



クラウドメディア資産

インターネットならではの多様な収益モデルを構築

先進的デジタルメディア企業から学び、収益モデルの差別化を継続



デジタル化パートナーとしての総合力

今、社会・マーケティングのデジタルシフトが急加速

【大きな変化】

- ・デジタル化（DX）が死活問題化
- ・クラウド・SaaS、IoTの普及加速
- ・マーケティング予算のデジタル傾斜

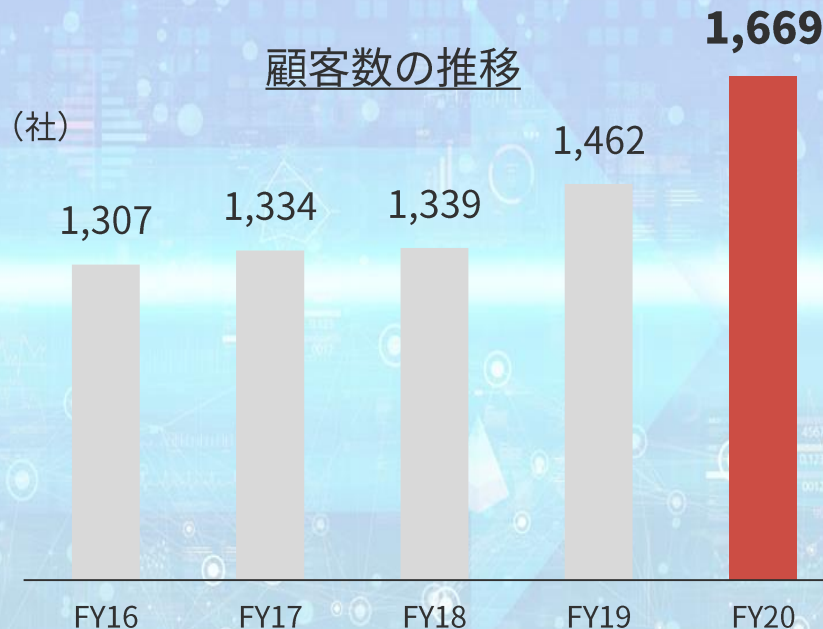


ITmedia Inc.

強みを最大限に発揮できる環境

成長継続

顧客数の推移



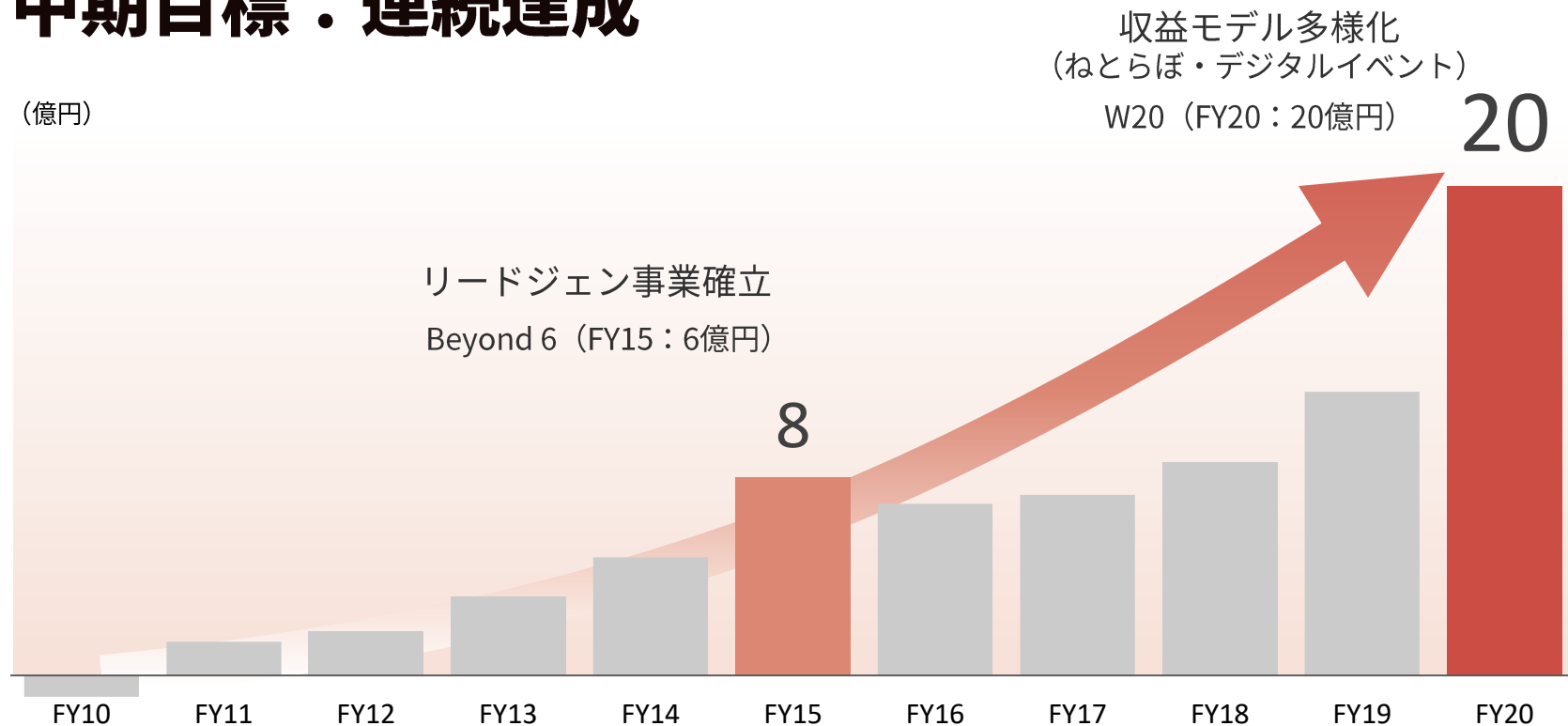
1．社会の変化と当社のポジション

2．成長の軌跡および中期目標

3．中期成長戦略

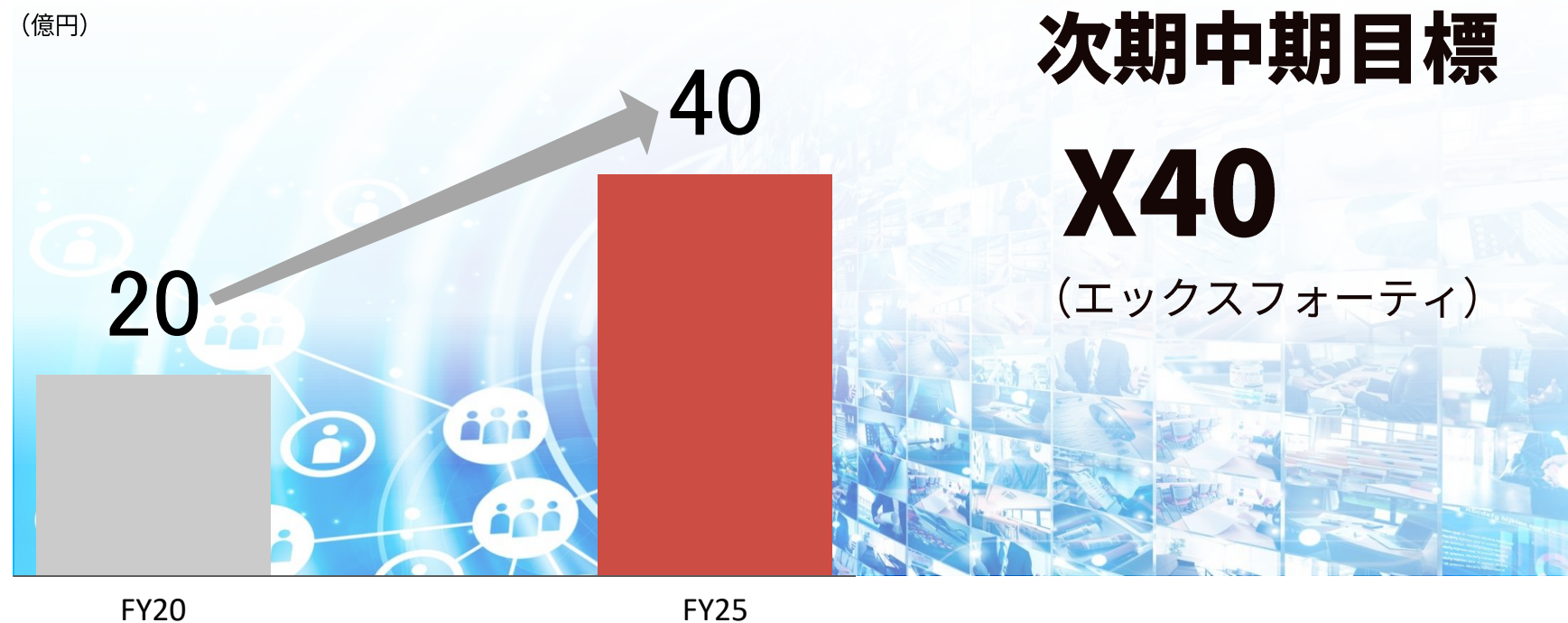
中期目標：連続達成

(億円)



FY25 営業利益 40億円

(億円)



成長余地の大きい市場に立脚

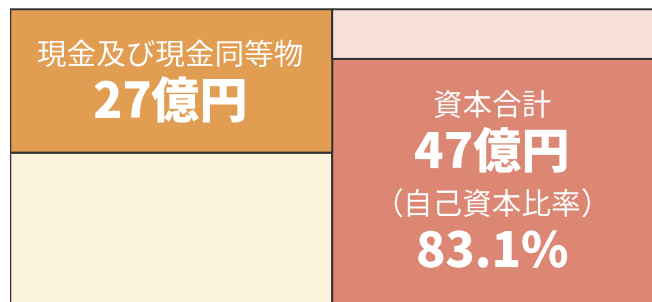
	当社 (2021年3月期) 	TechTarget, Inc. (2020年12月期) 	ON24, Inc. (2020年12月期) 
売上収益	68億円	163億円	172億円
営業利益率	29.3%	15.4%	13.9%
PER	30.6倍	165.7倍	117.8倍
時価総額	395億円	2,380億円	2,370億円

・為替レート (1米ドル=108.8円)

・PERおよび時価総額：2021年4月27日現在

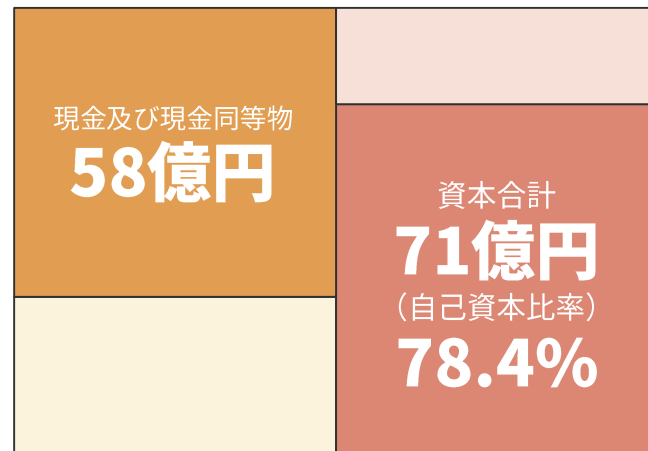
安定した財務基盤。環境に応じて機動的に対応

(FY15末)



総資産 56億円

(FY20末)



総資産 90億円

1．社会の変化と当社のポジション

2．成長の軌跡および中期目標

3．中期成長戦略

高成長期待の領域／収益モデル

コンテンツ領域



IT・ビジネス領域

▶ クラウド・
SaaS市場成長



産業テクノロジー領域

▶ デジタルシフト
本格化



コンシューマー領域

▶ スマート＆
ソーシャル
さらに拡大

収益モデル

確実に成長する市場

リードジェン



デジタル
イベント



運用型広告

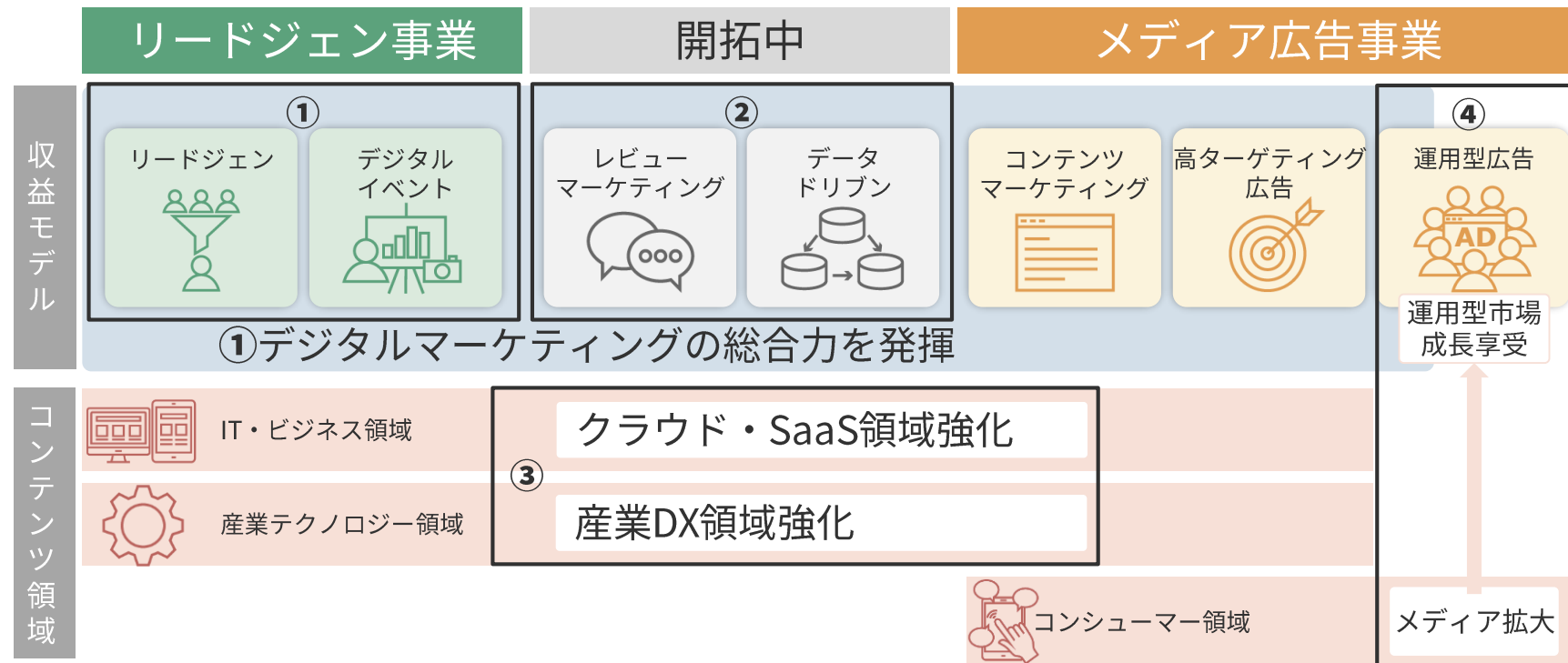


次期成長 モデル

データ
ドリブン

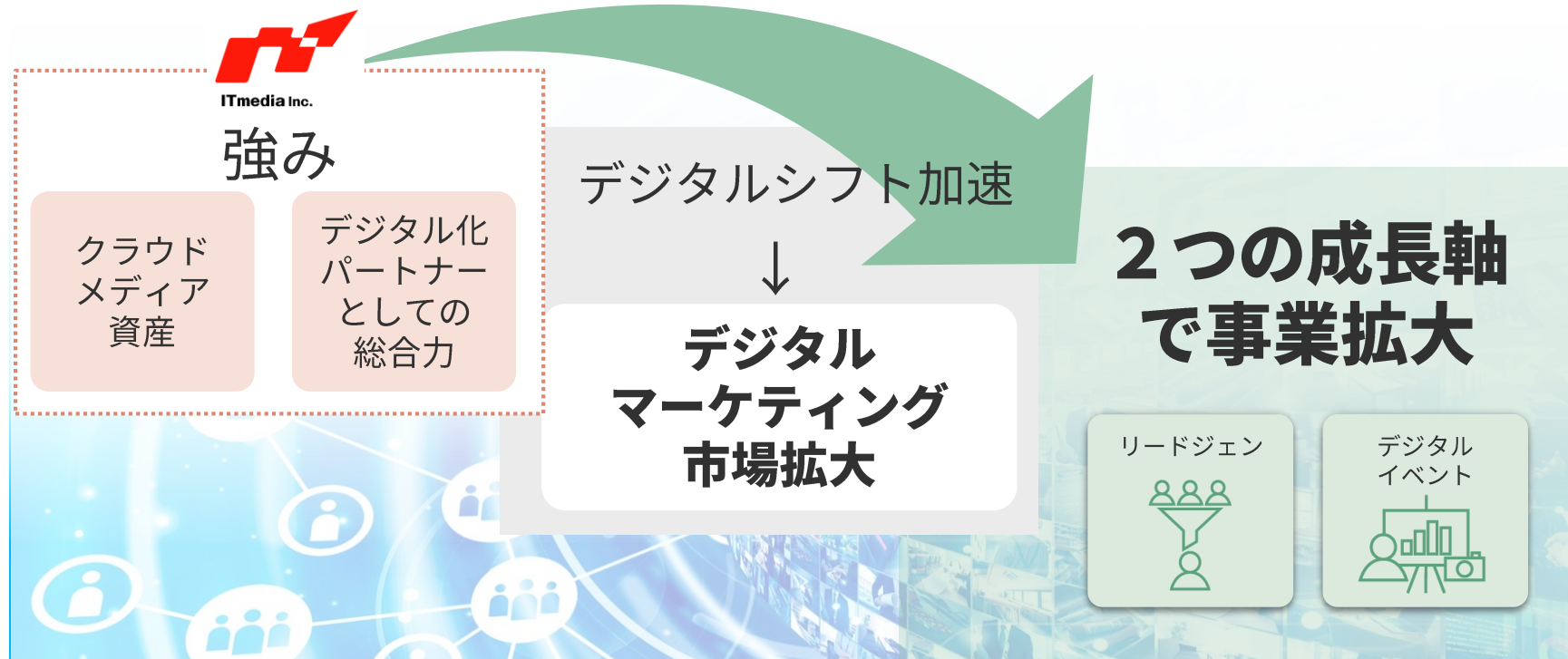


高成長期待の領域／収益モデルへ注力



※ 番号＝以降のページでの説明順

市場は成長継続。リードジェン・デジタルイベントが成長軸



新たな収益モデル確立へ積極的な取り組み

特化型リードジェン



**サブスクモデル
リードジェン**

- ・ITシステムカスタム開発マッチングサイト
- ・サブスクモデルでリードジェンサービスを提供
- ・システム開発会社2,540社が加盟
- ・FY19～黒字化、利益貢献開始

レビューマーケティング



**サブスクモデル
B2B口コミ活用**

- ・SaaS領域のITツールユーザー口コミサイト
- ・情報掲載／データ活用のサブスクモデル
- ・米国G2CROWD社の成功モデル
- ・検索エンジン上で評価確立→収益化へ

データドリブンマーケティング



**クッキー規制は
チャンス**

- ・データ活用本格化
- ・ネットメディア：優良データ提供元に
- ・既存収益モデルをデータ活用で横断的に強化、連携
- ・3rdパーティクッキー規制はチャンス

...

成長領域でのメディア展開を強化



IT・ビジネス領域

クラウド・SaaS領域

- ・IT領域で最大の成長分野
(第3のプラットフォーム)
- ・新たなベンダー増加



**マーケティングの
ターゲット変化に対応**



産業テクノロジー領域

産業DX領域

- ・デジタルシフト本格化
- ・デジタルイベントニーズ拡大



**新たな産業
カバレッジ拡大**

コンテンツ強化とデータ活用によるメディア拡大

運用型広告収益モデルの成長戦略

- ・ PV×広告単価
- ・ PV拡大：コンテンツ強化とデータ活用

【注力メディア】

ねとらぼ

ねとらぼ
調査隊

Fav-Log[★]
by ITmedia

ねとらぼ強化継続

- ・ 月間PV3.7億PV突破
- ・ 広告単価回復基調



新たな取り組みからも成果

ねとらぼ
調査隊

ユーザー参加・データ活用
によるコンテンツ強化

Fav-Log[★]
by ITmedia

高単価領域のPV拡大

2022年3月期 業績予想・配当予想

業績予想

上期
良好なトレンド継続の見通し

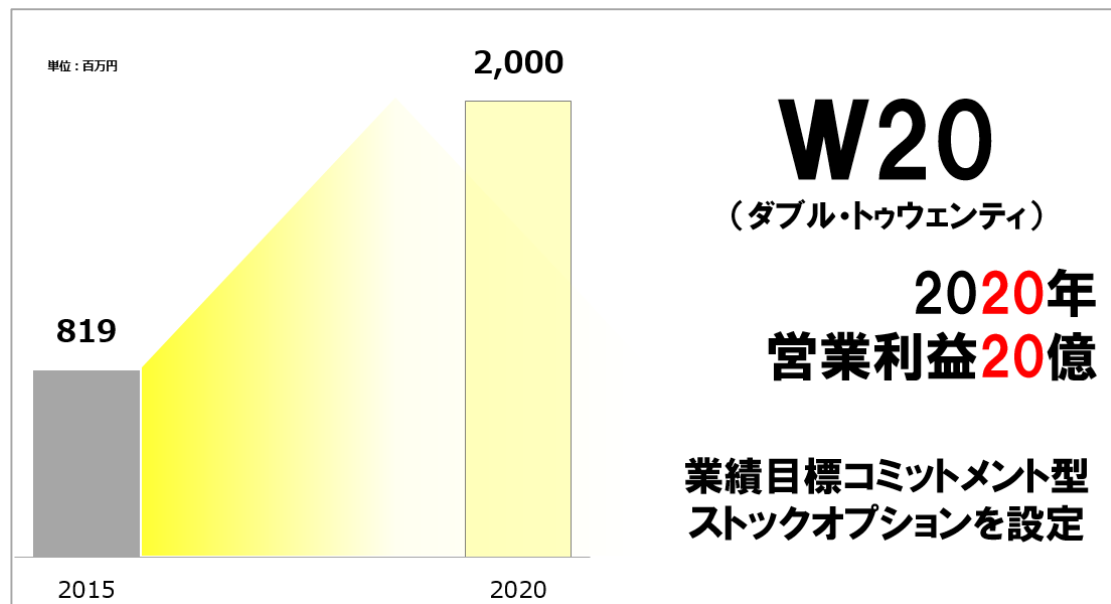
下期
保守的な成長計画

(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
上期予想	3,610	1,080	720
前期比	(+16.3%)	(+24.2%)	(+29.5%)
通期予想	7,580	2,380	1,580
前期比	(+10.0%)	(+17.7%)	(+25.9%)
前期上期実績	3,103	869	555
前期通期実績	6,891	2,022	1,255

※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。

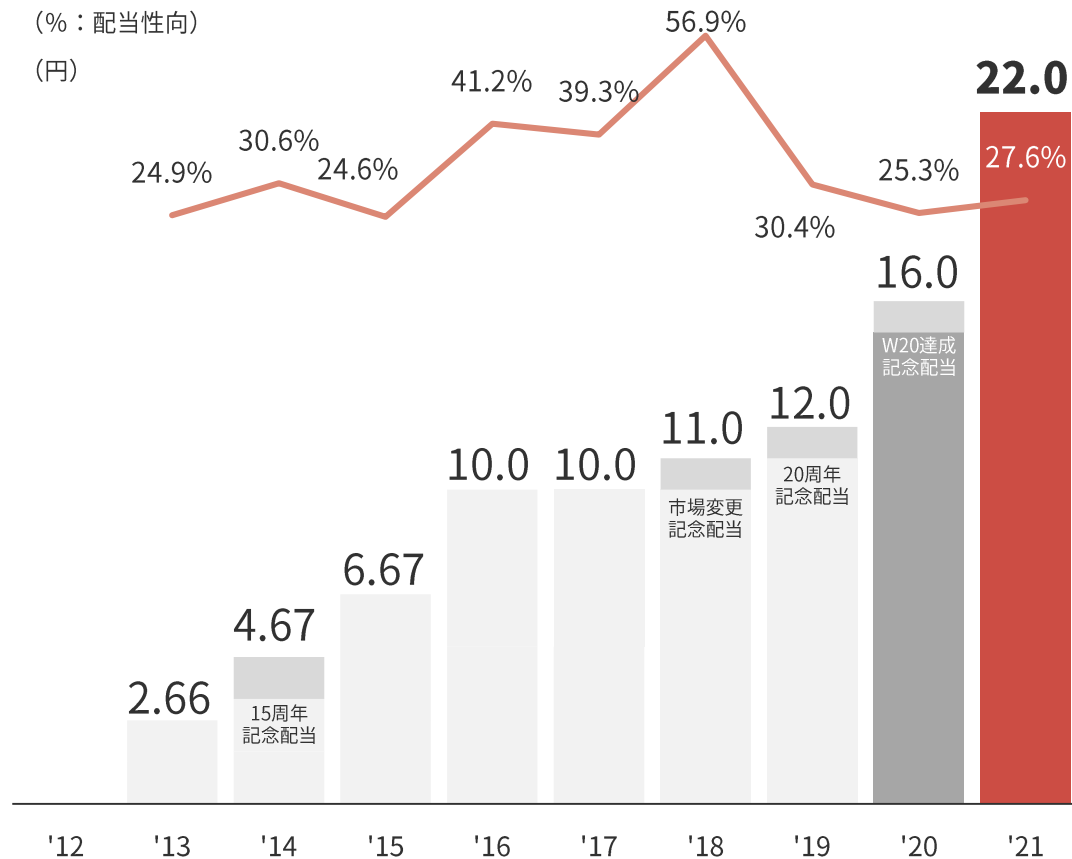
W20達成 記念配当1円を決定

▶ 年間配当16円



(2016年度 決算説明資料より)

配当金の推移と次期予想



年間配当22円 (+ 6円増配)

中間配当11円

期末配当11円

**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.



ITmedia Inc.

お問合せ先

〒102-0094

東京都千代田区紀尾井町3-12 紀尾井町ビル
アイティメディア株式会社

お問い合わせ : ir@sml.itmedia.co.jp

2021年3月期
付録資料編

2021年4月30日



ITmedia Inc.

アイティメディア株式会社

証券コード：2148 東証第一部

当社の概要

アイティメディア株式会社



ITmedia Inc.

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門メディア

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

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

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

 SoftBank



**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

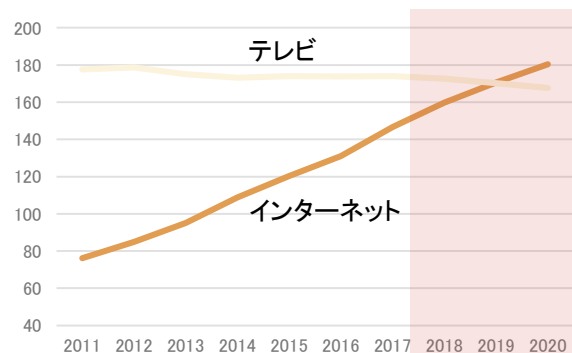
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

- ・ 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

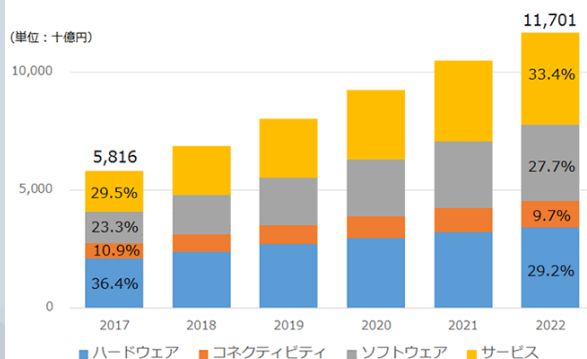
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケティング

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)



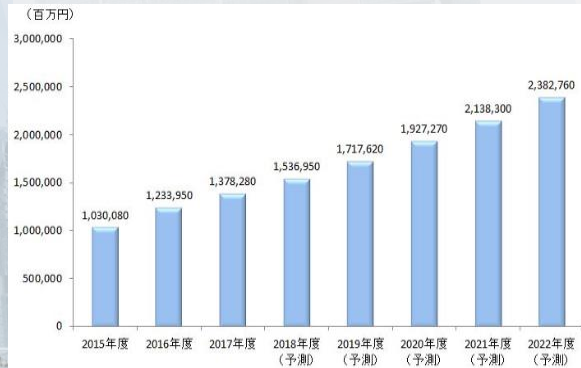
出典: Zenith: Media Consumption Forecasts 2018

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 × デジタルマーケティング

ネット専門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4億PV
4,000万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)、
グイェムウェア(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

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	260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

専門メディア数
30メディア

記事本数
4,000本/月

読者数
2,500万人
4,000万UB

月間PV数
4億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
100万人

顧客数
1,600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、BUILT	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、Fav-Log	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	—		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運営



月間**4億**PV

行動履歴
データ

会員登録
データ

100万人

データ蓄積・活用

メディア広告事業

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

リードジェン事業

- ✓ 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提供

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

2. 営業アプローチ

見込み顧客と継続的コミュニケーションを行い商談に持ち込む

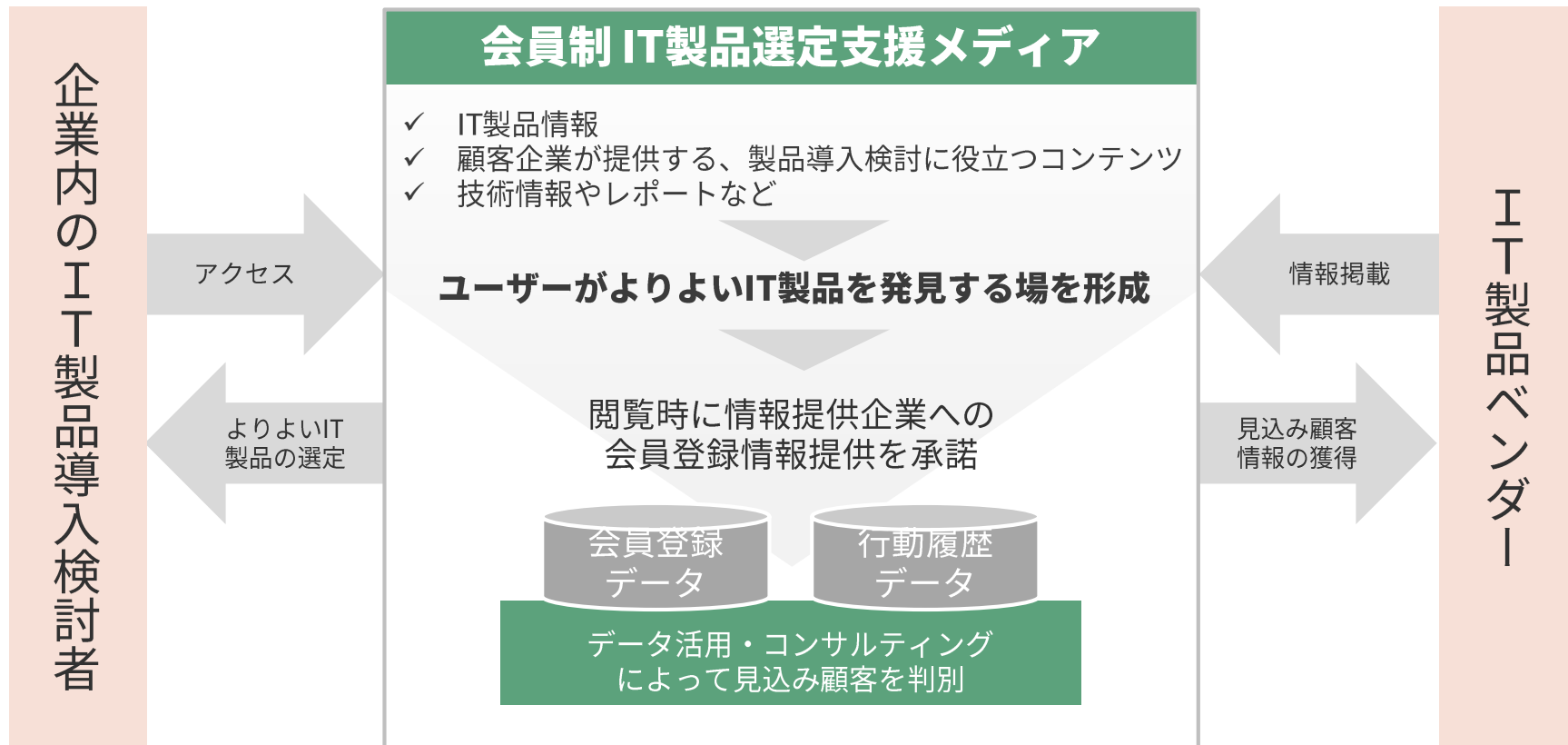
受注

当社が提供する支援サービス

	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
	テクノロジー分野でのリード提供力を強化
	
	テクノロジーの影響拡大に伴い、幅広い分野にメディアを展開
	
	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利用により、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

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



2006



米国の先進的なノウハウを活用

2009



「展示会のクラウド化」 デジタルイベントソリューションの提供

2012



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）

2020



「LBP」を通じた対象メディアの拡張

TechTargetジャパン

2020年12月22日公開

[「Windows Virtual Desktop」\(WVD\) とは何なのか？
マイクロソフトに聞く](#)

日本マイクロソフトが提供する「Windows Virtual Desktop」とは、どのようなサービスなのか。読者からの質問と同社による回答を
基に、Windows Virtual Desktopの基本的な情報をまとめた。

キーマンズネット

2021年1月6日公開

[Teamsを使い倒せ これでZoomを追い抜くか？
知っておきたい6つの追加機能](#)

コロナ禍でWeb会議の実施数は大幅な伸びを見せ、コラボレーションツールの利用も進んだ。Microsoft 365に含まれる「Microsoft Teams」もそのうちの一つだ。2020年にMicrosoftはTeamsの機能強化を発表した。そのアップデート内容を一つ一つ見ていく。

ITmedia マーケティング

2021年3月24日公開

[勘違いだらけのEC参入【第2回】
「SEO」「UI/UX」 その知ったかぶりが痛い](#)

ECに関する「よくある勘違い」を紹介し、理想と現実のギャップを埋めるための本連載。第2回は「SEO領域」「UI/UX領域」について。

TechFactory

2021年2月24日公開

[宮田健の「セキュリティの道も一歩から」\(58\) “あの事件”でGitHubを遮断しそうになった全ての企業へ](#)

「モノづくりに携わる人」だからこそ、もう無関心ではいられない情報セキュリティ対策の話。でも堅苦しい内容はちょっと苦手……という方に向けて、今日から使えるセキュリティ雑学・ネタをお届け！今回は、本来非公開のソースコードがGitHubに公開されていた事件を例に、あるべきセキュリティ対策についてお話しします。

デジタルイベント

統合的なデジタルマーケティングの場として機能

■ バーチャルイベント

展示会やセミナーなどのイベントをオンラインでバーチャル化するもの

ウェブセミナー／ウェブキャスト

バーチャルカンファレンス

バーチャル展示会

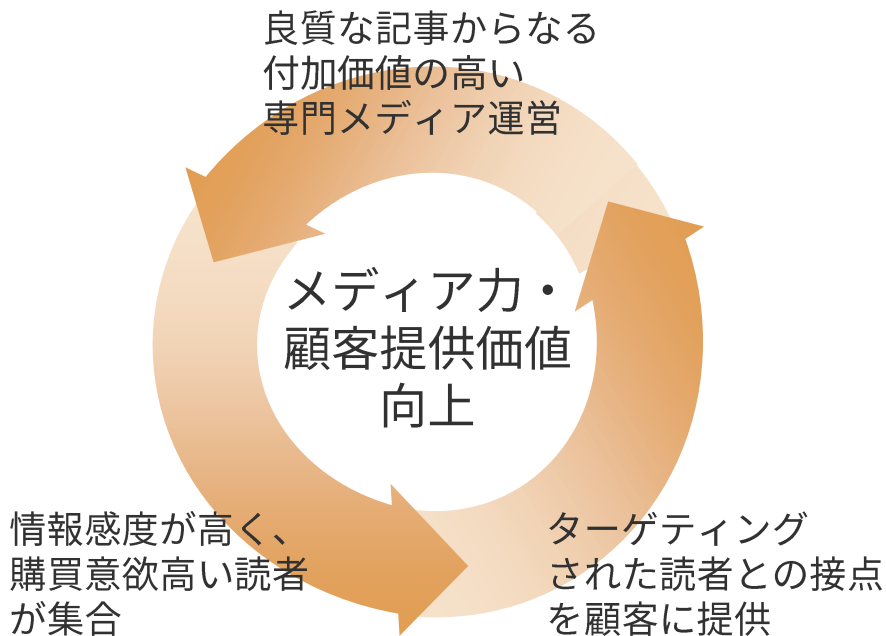
■ ハイブリッドイベント

オンラインでもオフラインでも参加できるイベント

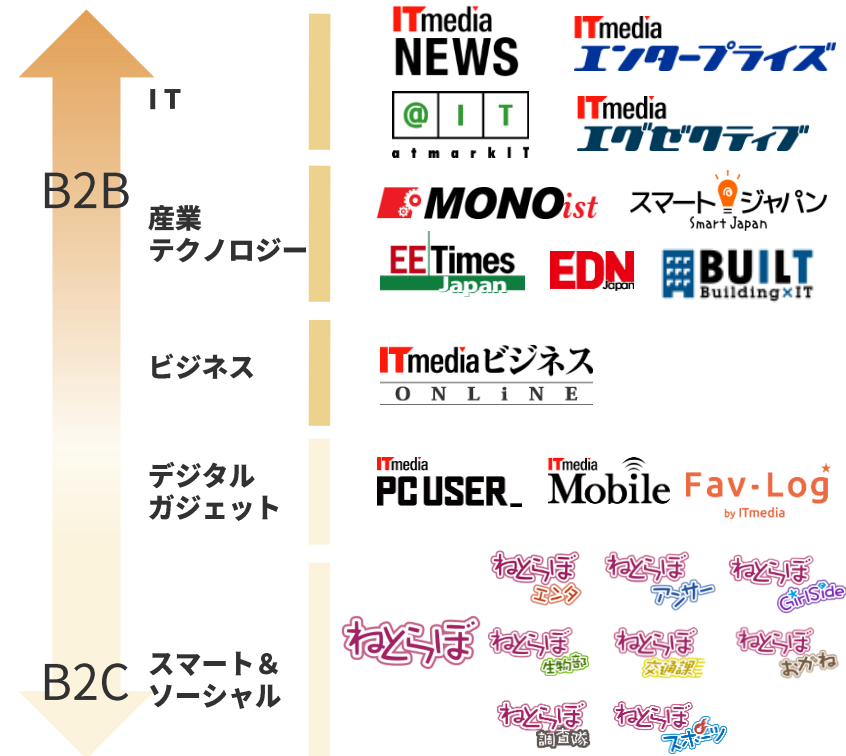
■ デジタルなフィジカルイベント

会場にて開催されるイベントをオンラインメディアと連携し、デジタルデータとして管理するもの

◆ビジネスモデル



◆メディアのラインアップ



ITmedia ビジネスオンライン

2021年1月4日公開

[ワークマン式「しない経営」：ワークマン土屋哲雄
専務に聞く「4000億円の空白市場」をいかにして
切り開いたのか](#)

MONOist

2021年1月5日公開

[MONOist 2021年展望：「変化が日常化した世界」に
最適化する、2021年は「コロナ後」への動きが本格化](#)

ITmedia Mobile

2020年12月3日公開

[ドコモの「ahamo（アハモ）」、気を付けるべき点は？](#)

ねとらぼ

2020年12月10日公開

[「ゴノレゴ」「ペリー」「人生オワタ」まで——
「Flashと歩んだ青春」を描いたサントリーのWeb
動画が泣ける](#)

ねとらぼ生物部

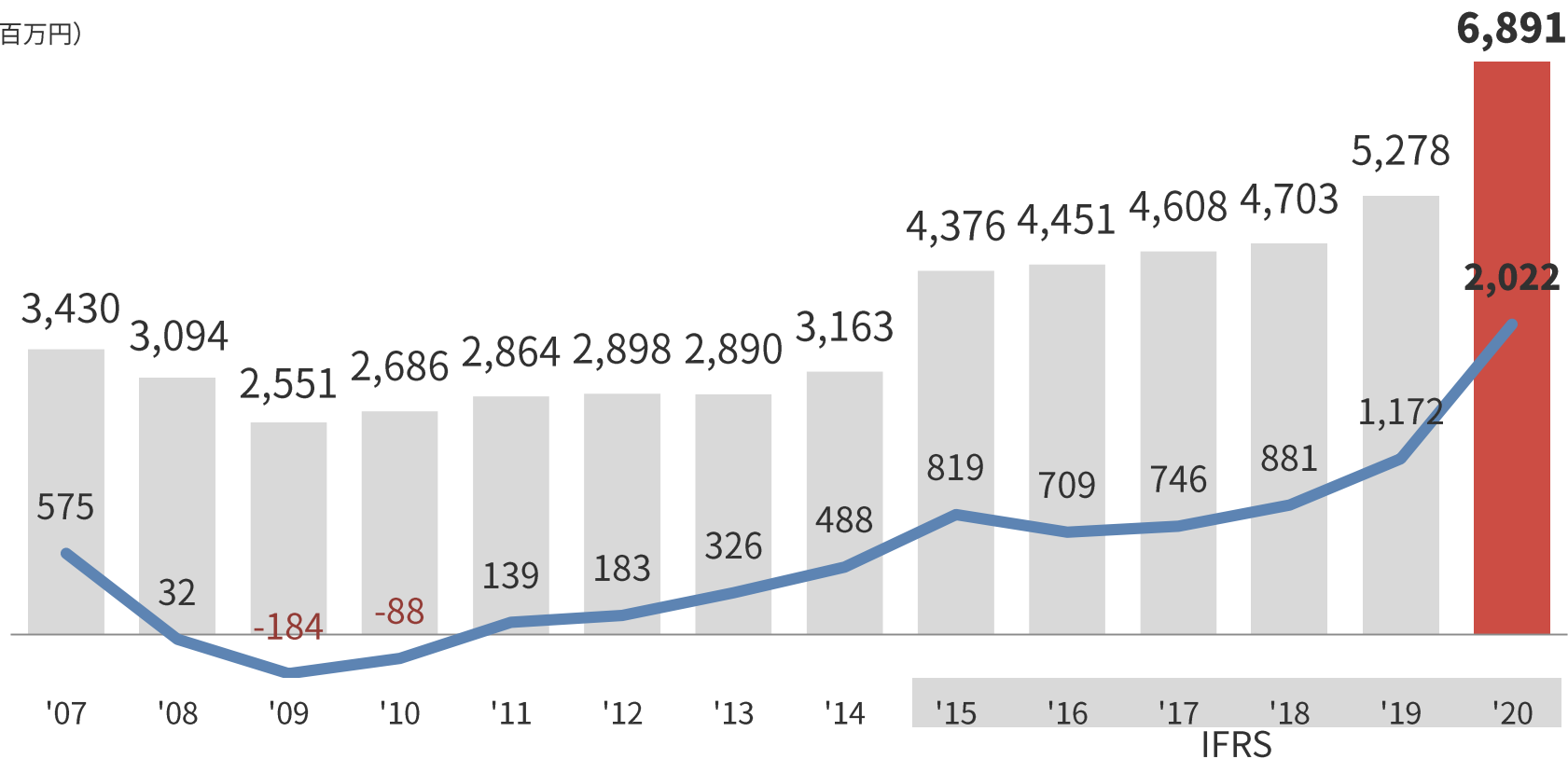
2021年1月9日公開

[オンライン飲み会中に席を外したら……猫ちゃん乱入
で今日イチの盛り上がりを見せた様子がうらやましい](#)

業績・KPI

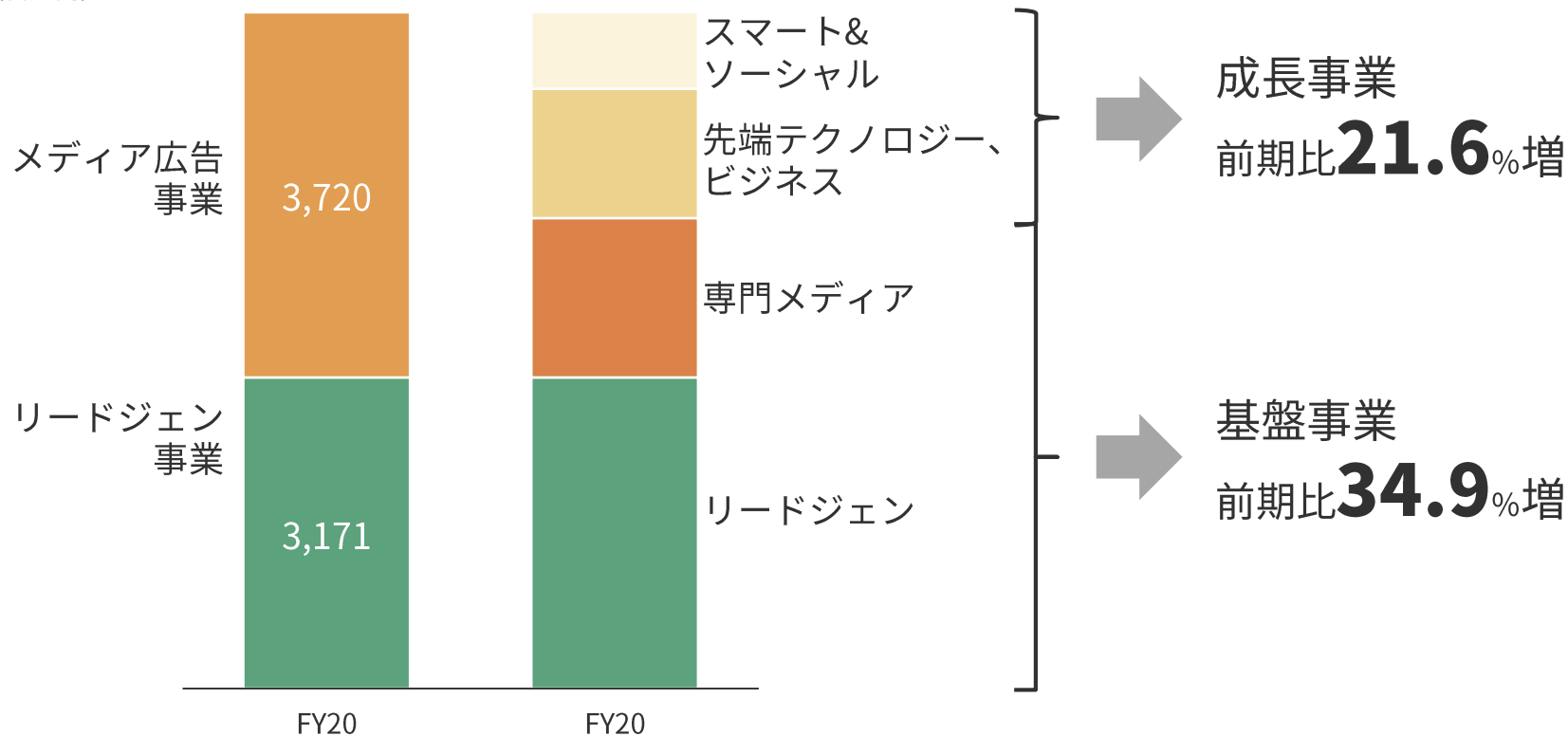
売上収益・営業利益の推移

(百万円)



成長事業・基盤事業

(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				
2018	717	945	1,148	1,339
2019	800	1,077	1,286	1,462
2020	897	1,184	1,423	1,669
リードジェン事業				
2018	550	754	858	1,002
2019	613	809	954	1,093
2020	748	964	1,127	1,320
メディア広告事業				
2018	261	384	505	608
2019	273	433	599	765
2020	273	470	630	792

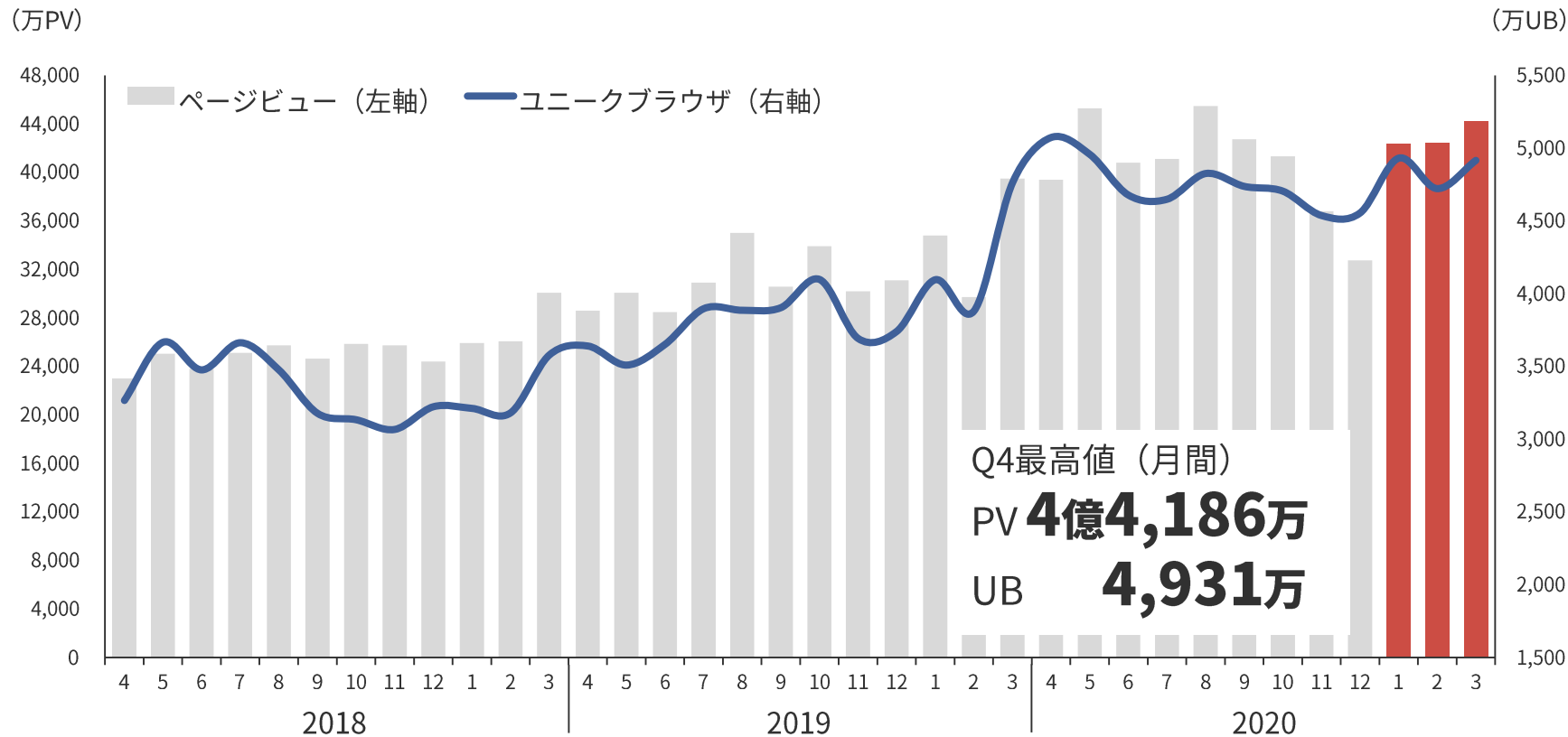
◆会員数

(万人)	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2018	74	75	76	78
2019	80	87	91	93
2020	96	97	99	101

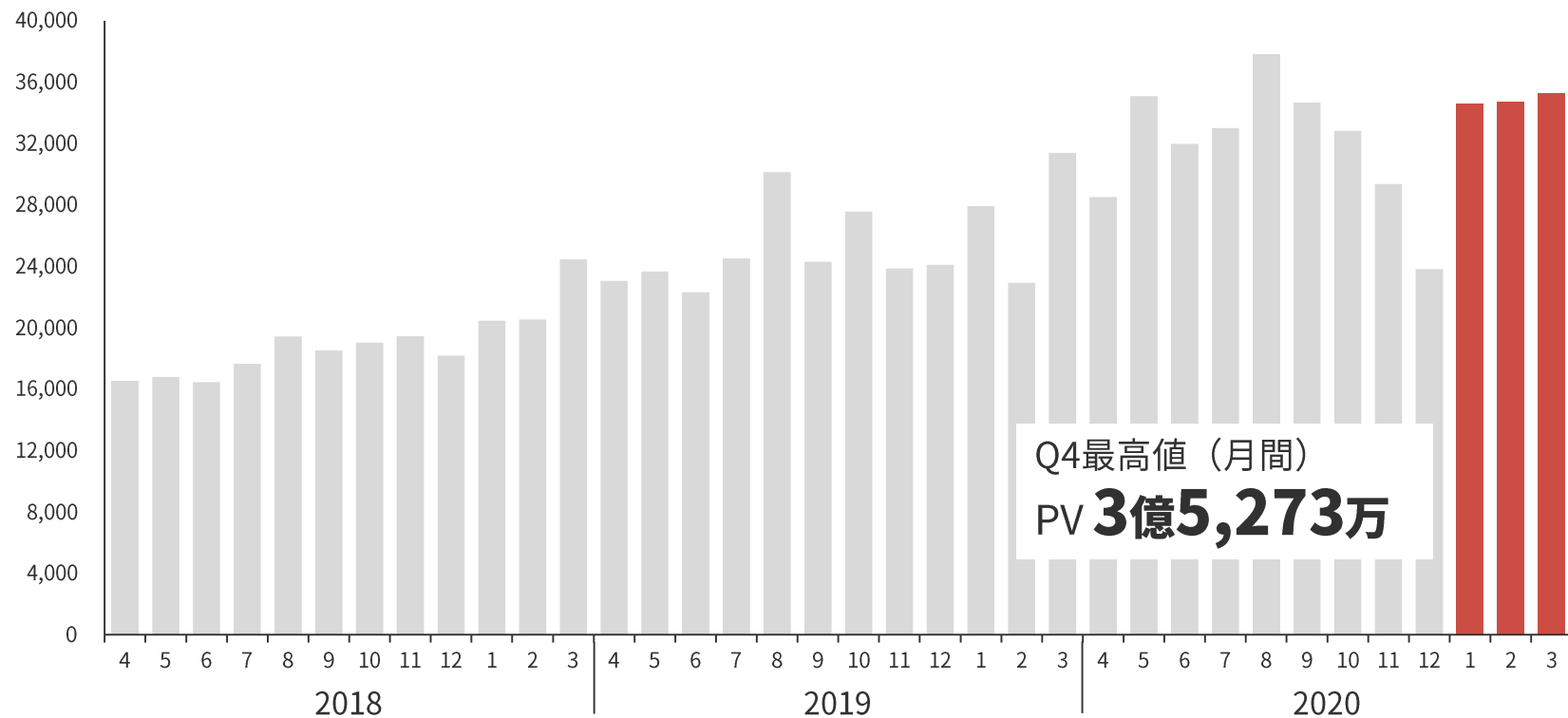
運営メディアの規模

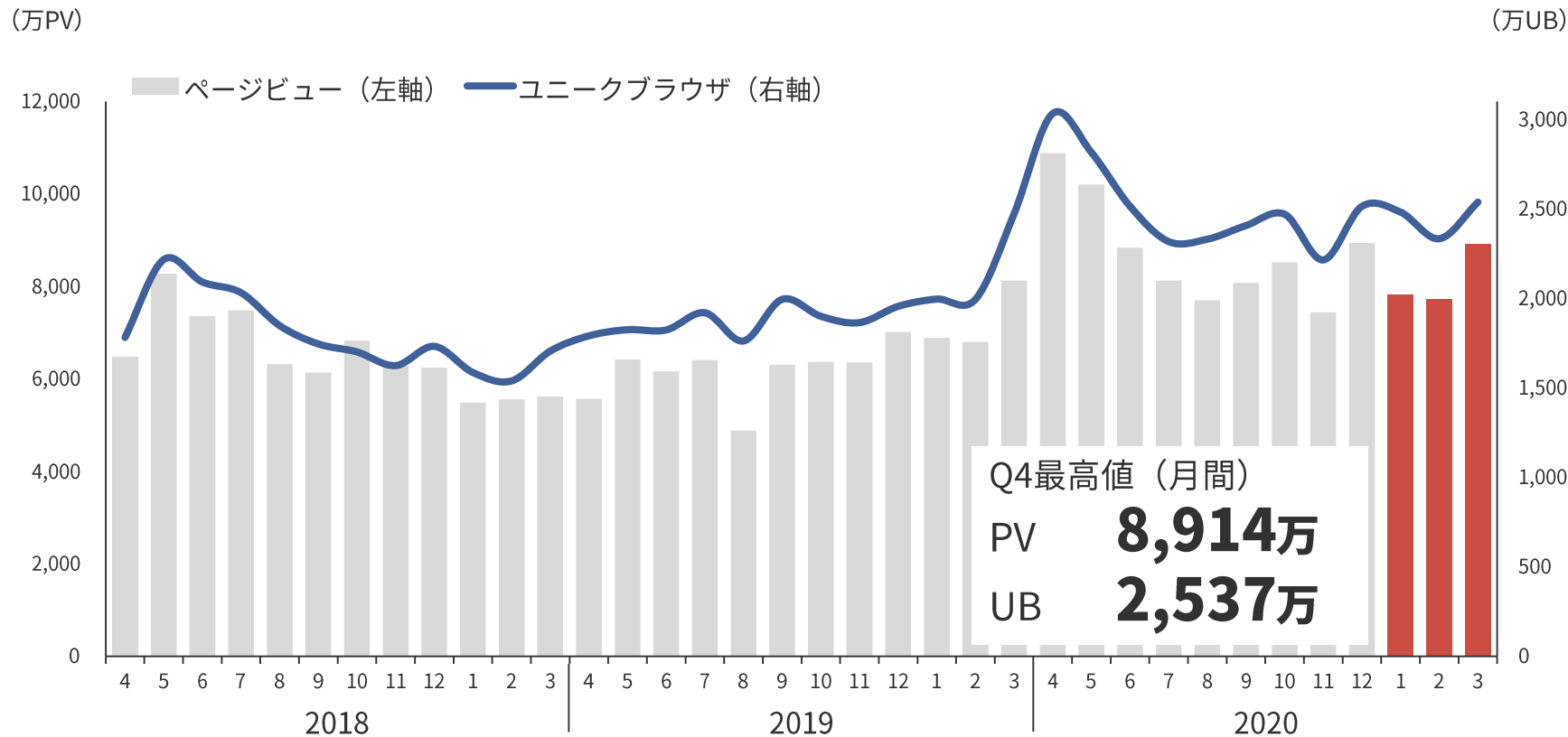
メディア広告

※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PV)





(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。
	LBP	LeadGen Business Platformの略。2018年11月に稼働したリードジェン事業の新基盤システム。

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る事項は「2020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年度は日本基準に基づき記載しております。
- 2020年3月期において、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、2019年3月期についても同様に組み替えて表示しております。