

2022年3月期 第1四半期 決算説明資料

2021年7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「2021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。
- 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。

2022年3月期 第1四半期業績概況

Q1 過去最高

✓ 前期に続き高成長継続

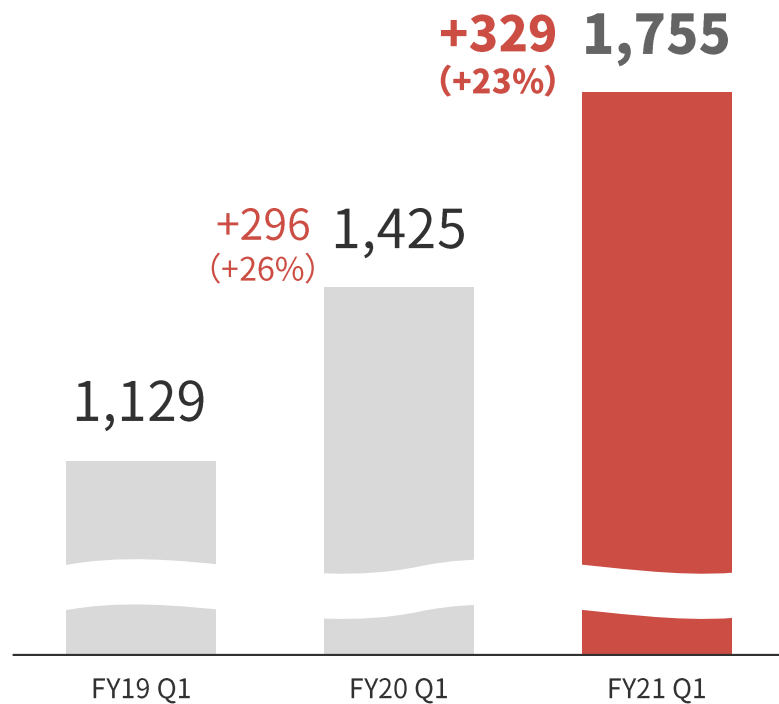
✓ 売上収益 1,755百万円（23%増）

リードジェン事業 20% 増 ・マーケティングのデジタルシフト継続

メディア広告事業 26% 増 ・DX加速背景に製造系・ビジネス系顧客
ニーズ拡大
・運用型広告収益拡大

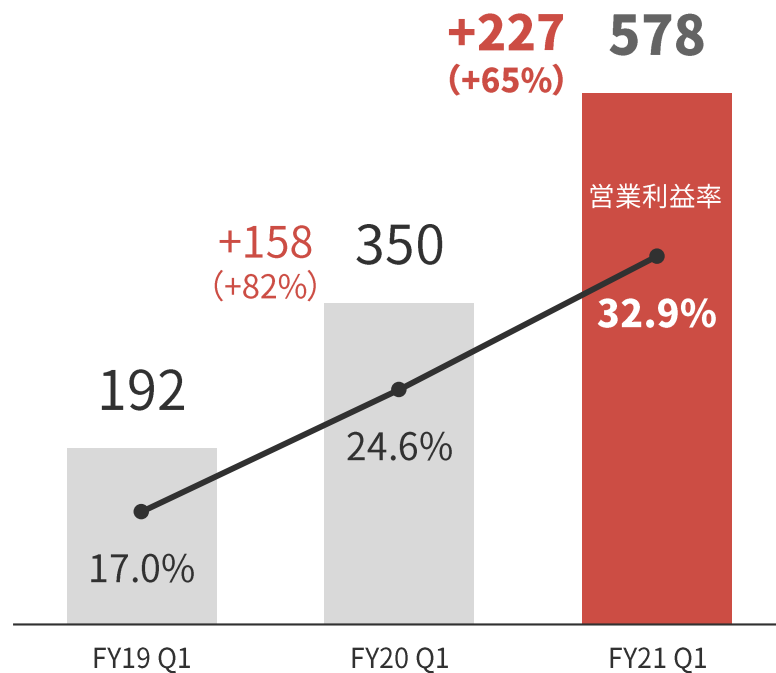
✓ 営業利益 578百万円（65%増）

売上収益



営業利益

(百万円)



連結損益計算書

(百万円)

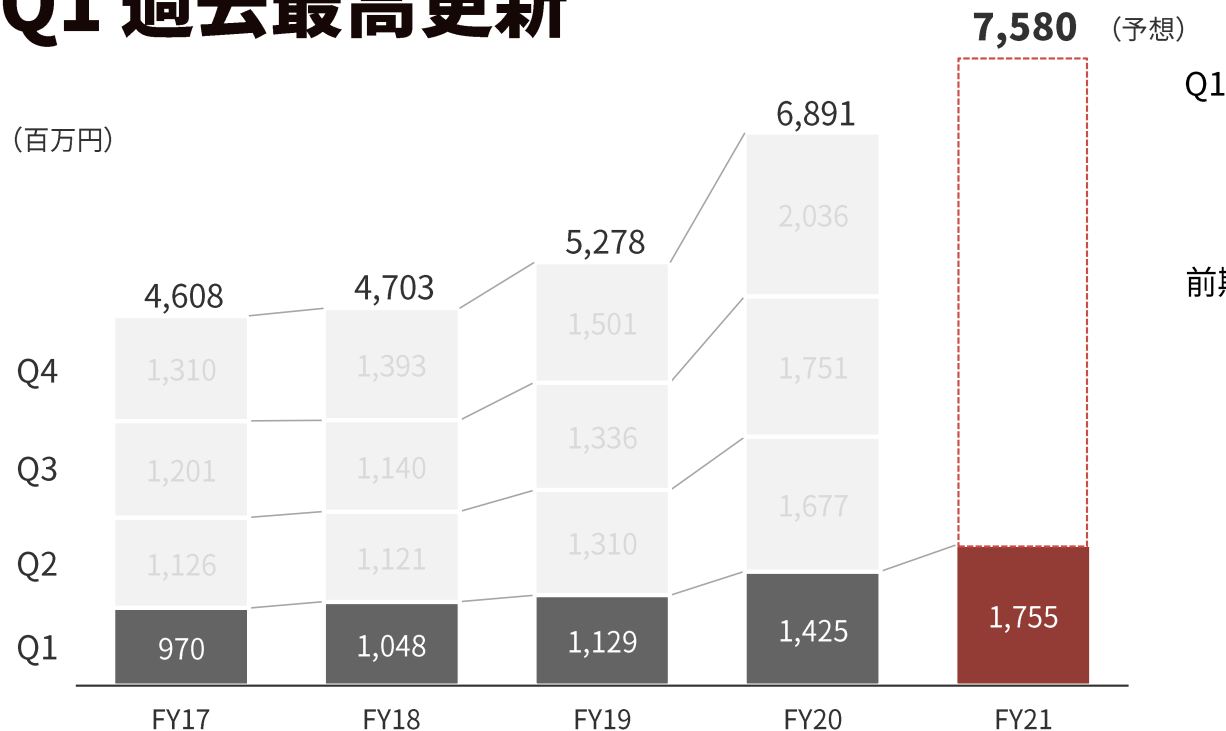
	FY20 Q1		FY21 Q1		増加額	増減率
	金額	売上比	金額	売上比		
売上収益	1,425	100.0%	1,755	100.0%	+329	+23.1%
総コスト	1,075	75.4%	1,177	67.1%	+102	+9.5%
（うち人件費）	604	42.4%	658	37.5%	+53	+8.9%
EBITDA ※	432	30.4%	648	36.9%	+215	+49.7%
営業利益	350	24.6%	578	32.9%	+227	+64.8%
四半期利益	218	15.4%	387	22.1%	+169	+77.2%
親会社の所有者 に帰属する四半期利益	218	15.4%	387	22.1%	+169	+77.2%
四半期包括利益	239	16.8%	312	17.8%	+73	+30.5%

※オフィス縮小に伴い減価償却費（使用権資産）が減少したことで、前期比で営業利益とEBITDAの間の差異が縮小

売上収益（四半期別）

Q1 過去最高更新

(百万円)



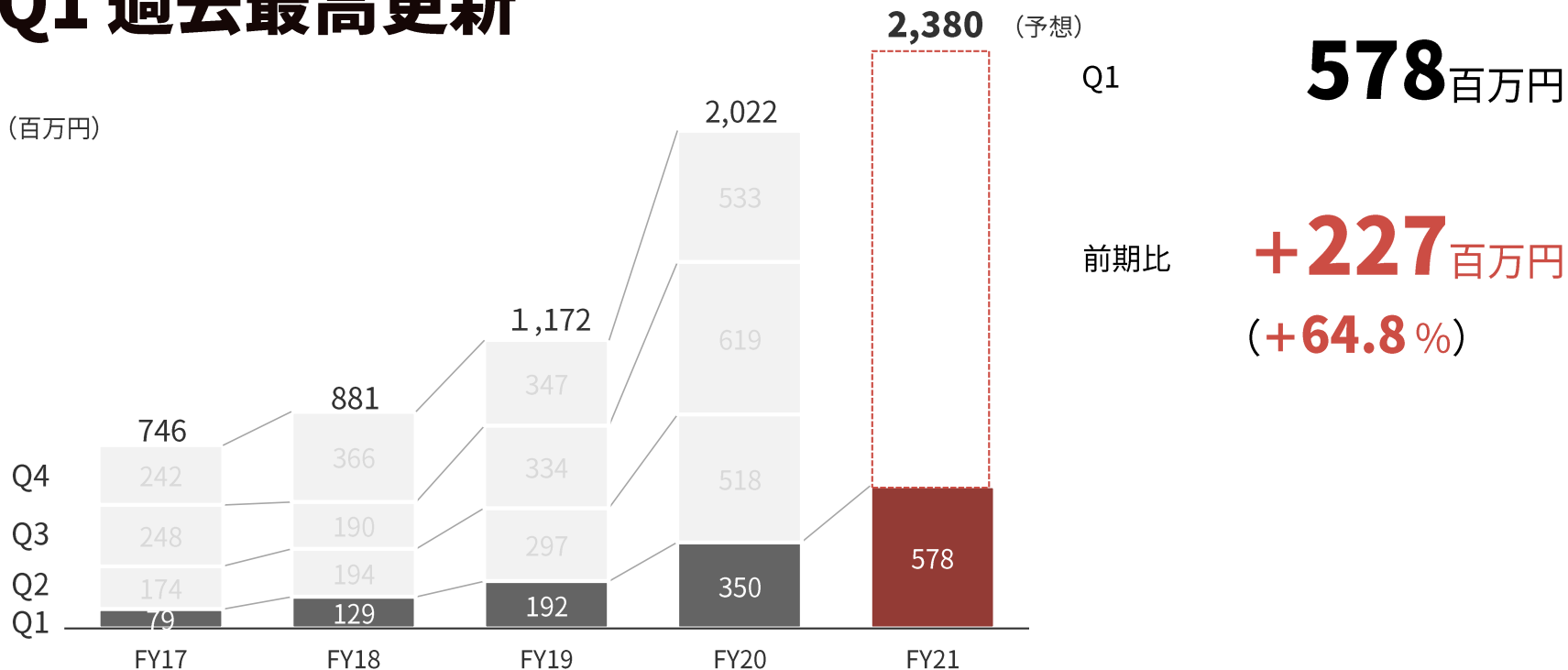
1,755百万円

+329百万円

(+23.1 %)

Q1 過去最高更新

(百万円)

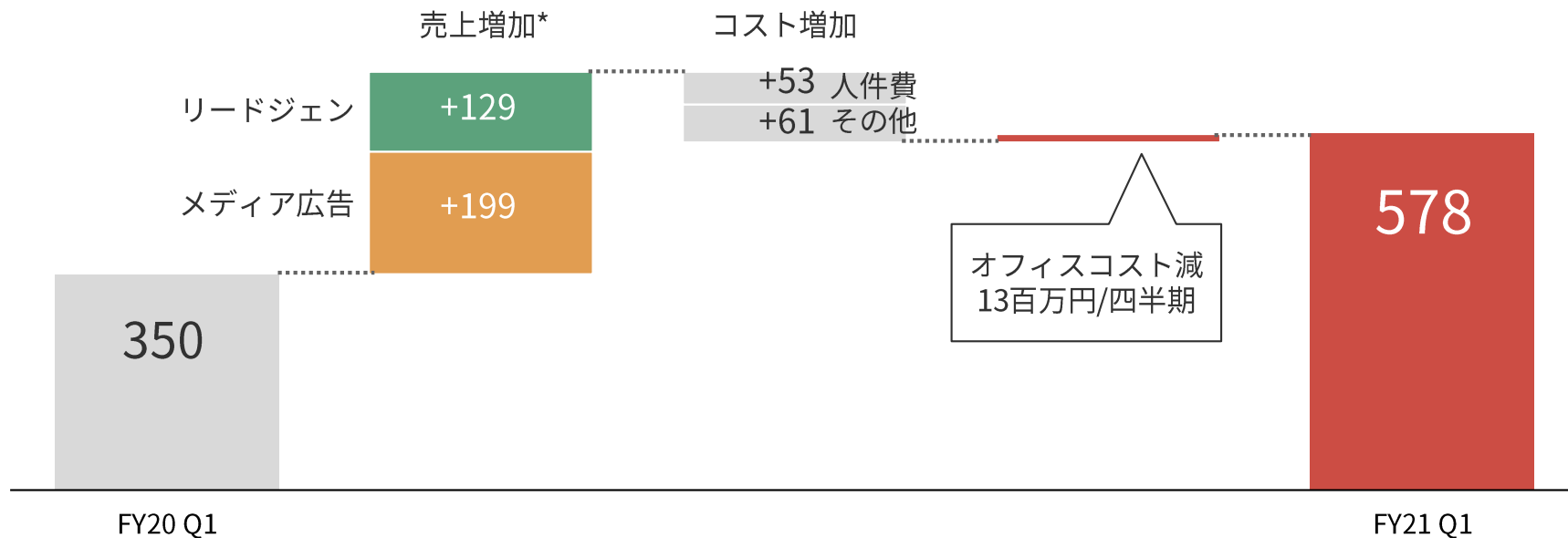


増収により増益。成長領域への投資継続

(百万円)

前期比

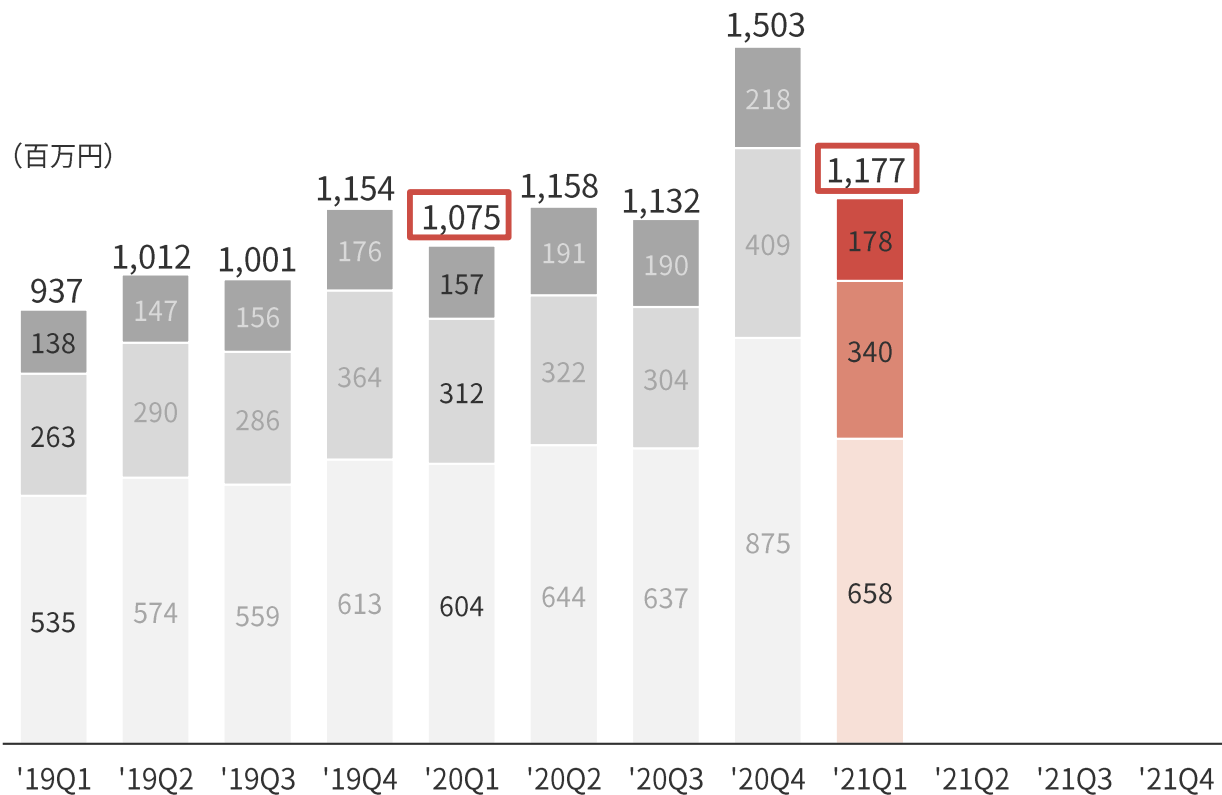
+227 百万円



* 内、デジタルイベント+70M

コストの内訳 四半期推移

(百万円)



Q1会計期間	前期比	構成比
合計	+9.5%	100%
外注費	+13.6%	15.2%
その他	+8.7%	28.9%
人件費	+8.9%	55.9%

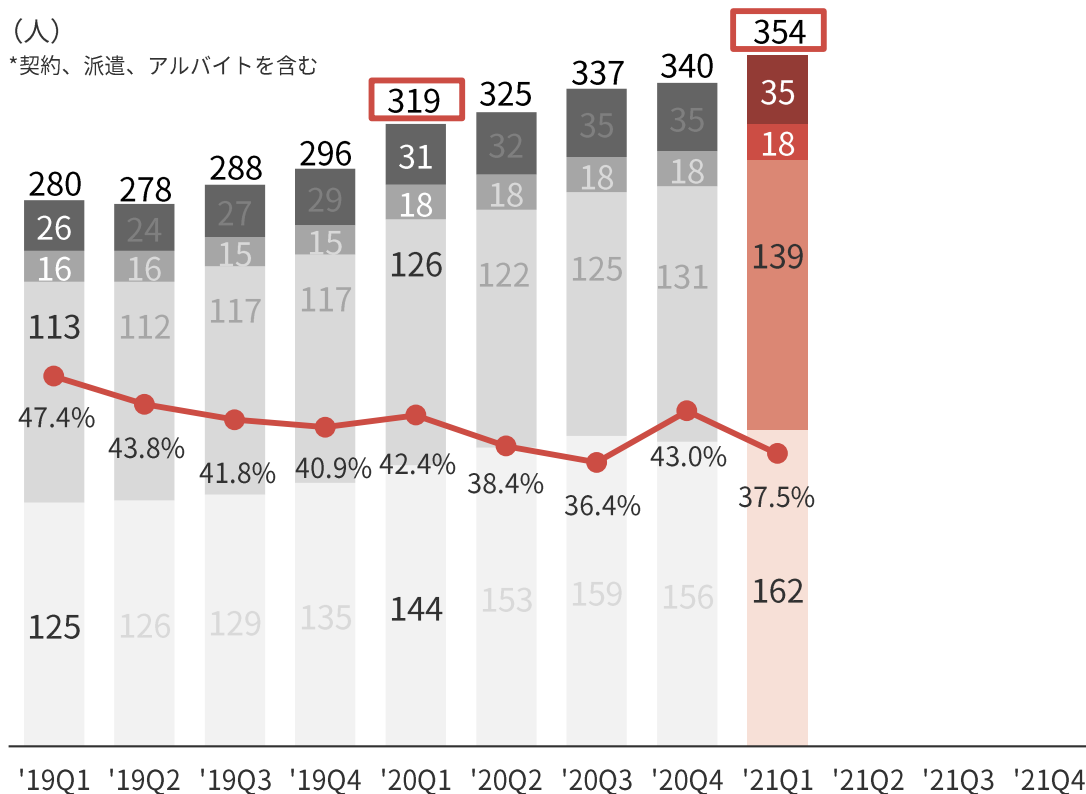
[主な前期比増減要素]

- 人件費+53
 - ・成長領域での人員増加
- 外注費+21 その他+27
 - ・売上連動
 - ・業務環境、システム
 - ・オフィスコスト減

従業員の内訳 四半期推移

(人)

*契約、派遣、アルバイトを含む



	FY21 Q1	前年同期比	構成比
合計		+35人	100%
管理系・その他		+4人	9.9%
技術系		±0人	5.1%
営業系		+13人	39.3%
編集系		+18人	45.8%

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

連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	FY20Q1	FY21Q1	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	321	188	▲132
投資活動による キャッシュ・フロー	▲88	35	+123
財務活動による キャッシュ・フロー	▲174	▲218	▲44
現金及び現金同等物の 増減額	58	5	▲52
現金及び現金同等物の 期首残高	4,302	5,877	+1,575
現金及び現金同等物の 期末残高	4,360	5,882	+1,522

営業CF 主な内訳

税引前四半期利益	+572
営業債権及びその他の債権 の増減額	+393
法人所得税の支払額	▲571

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	▲13
差入保証金の回収	+48

財務CF 主な内訳

配当金の支払	▲173
リース負債の支払額	▲45

連結財政状態計算書

(百万円)

		21年3月末	21年6月末	差異
資産の部	流動資産	7,667	7,258	▲408
	非流動資産	1,407	1,574	+166
	資産合計	9,074	8,832	▲241
負債の部	流動負債	1,894	1,404	▲489
	非流動負債	62	178	+115
	負債合計	1,957	1,583	▲373
資本の部	資本金/資本剰余金	3,661	3,659	▲2
	利益剰余金	3,607	3,817	+209
	自己株式	▲344	▲344	-
	他包括利益累計額	192	116	▲75
	親会社の所有者に 帰属する持分	7,117	7,249	+131
	資本合計	7,117	7,249	+131
1株当たり 親会社の所有者に帰属する持分		359.11円	365.75円	+ 6.64円
親会社所有者帰属持分比率		78.4%	82.1%	+ 3.6pt

資産合計

営業債権及びその他の債権	▲393
使用権資産	+307
その他の金融資産	▲159

負債合計

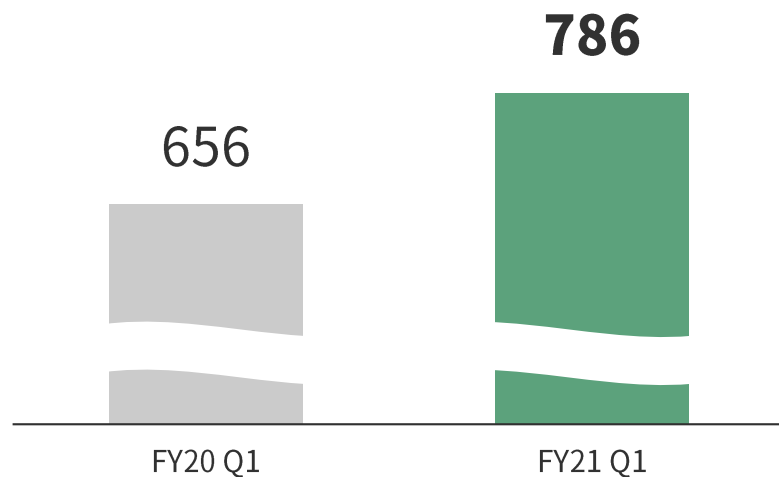
営業債務及びその他の債務	▲128
リース負債	+292
未払法人所得税	▲378

資本合計

利益剰余金	+209
うち、四半期利益	(+387)
うち、剰余金の配当	(▲178)
その他包括利益累計額	▲75

リードジェン事業

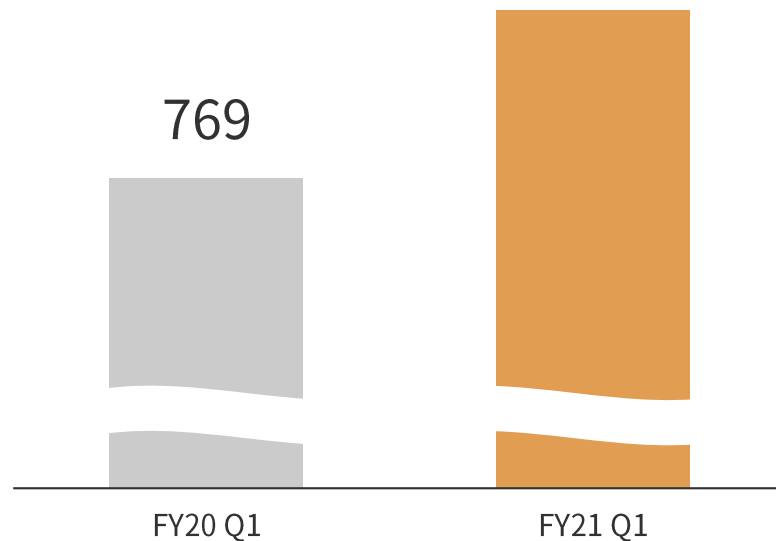
+129
(+20%)



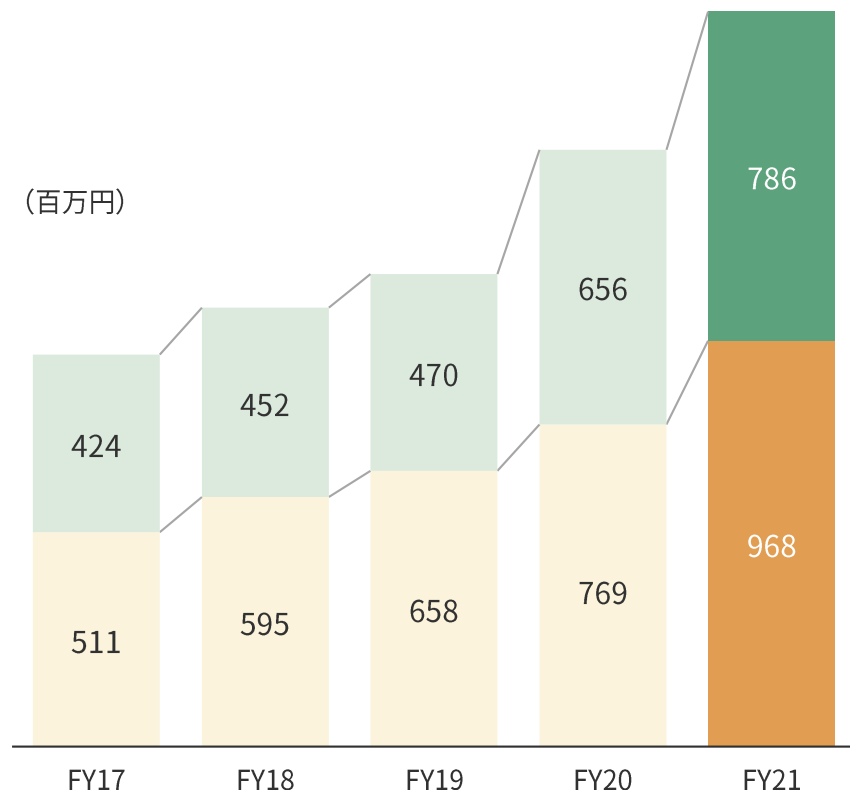
メディア広告事業

(百万円)

+199
(+26%)



セグメント別売上収益の推移（Q1比較）



リードジェン事業 +129 (+20%)

- マーケティングのデジタルシフト継続

メディア広告事業 +199 (+26%)

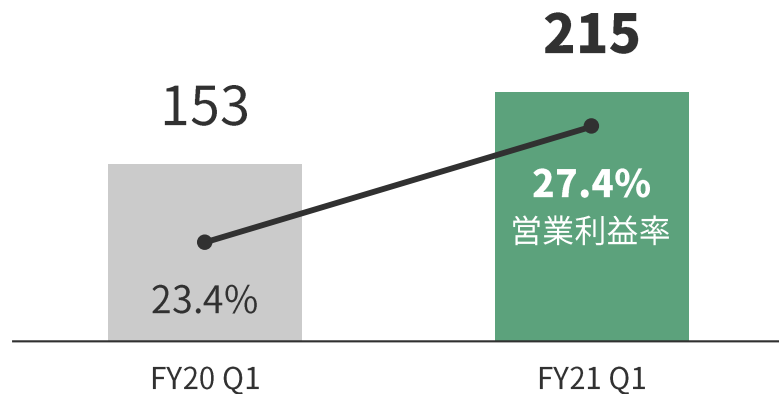
- DX加速背景に製造系・ビジネス系顧客ニーズ拡大

- 運用型広告収益拡大

- ・ PV好調、広告単価改善
- ・ Fav-Log、ねとらぼ成長

リードジェン事業

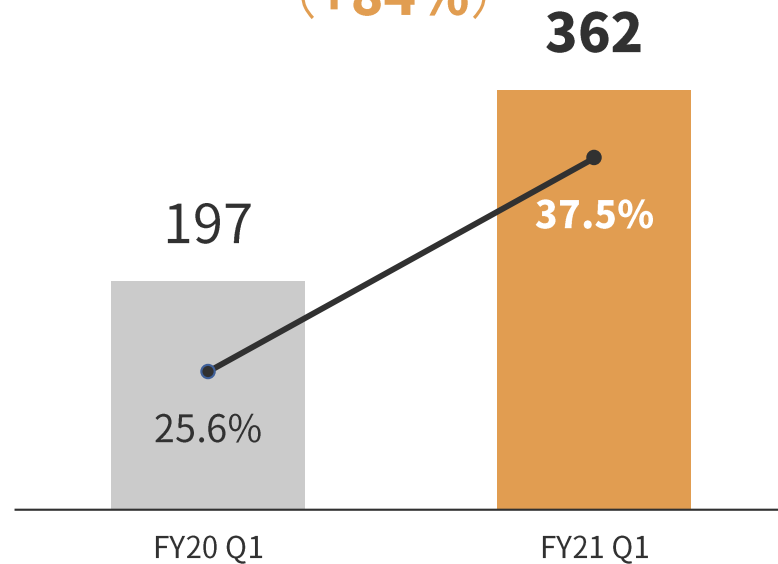
+61
(+40%)



メディア広告事業

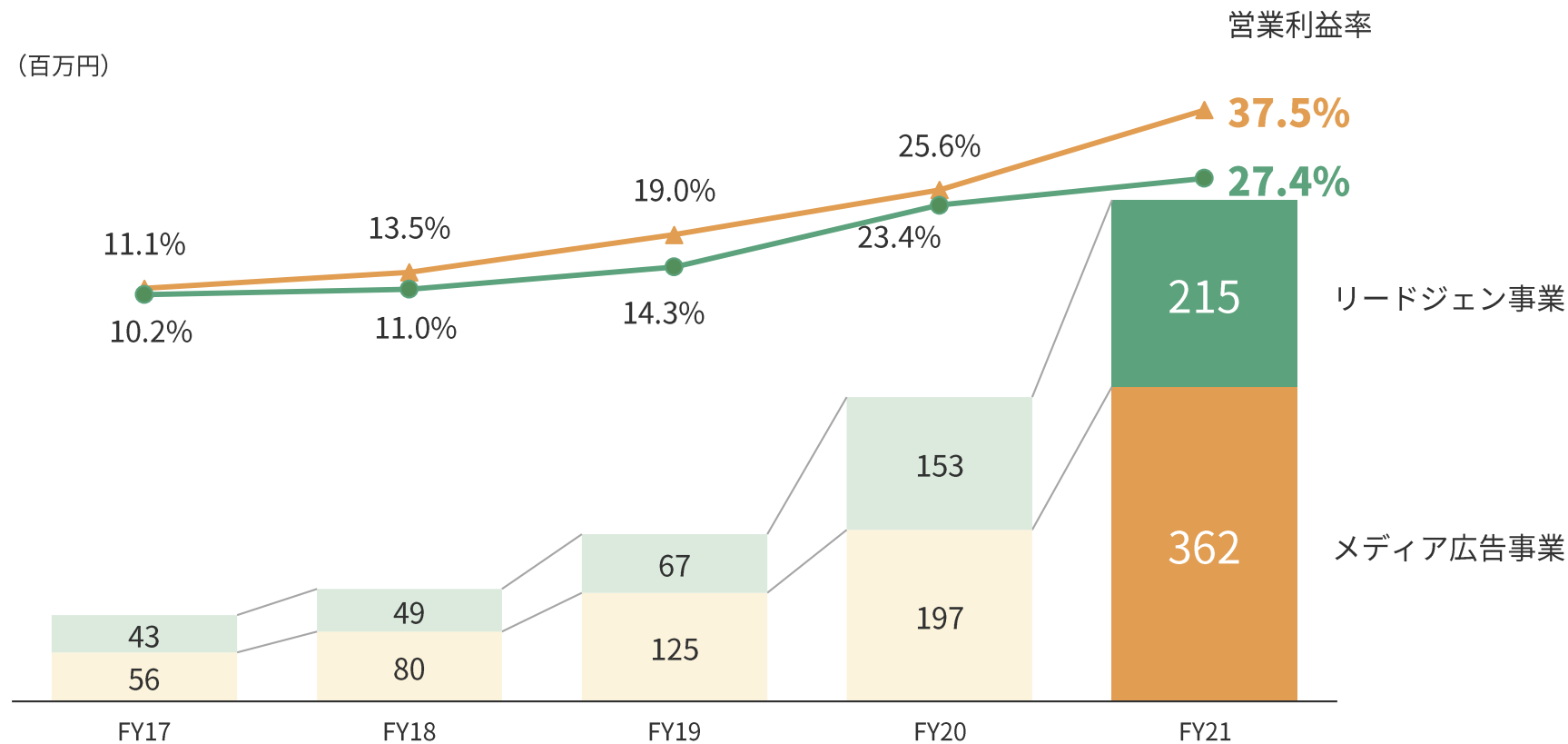
(百万円)

+165
(+84%)



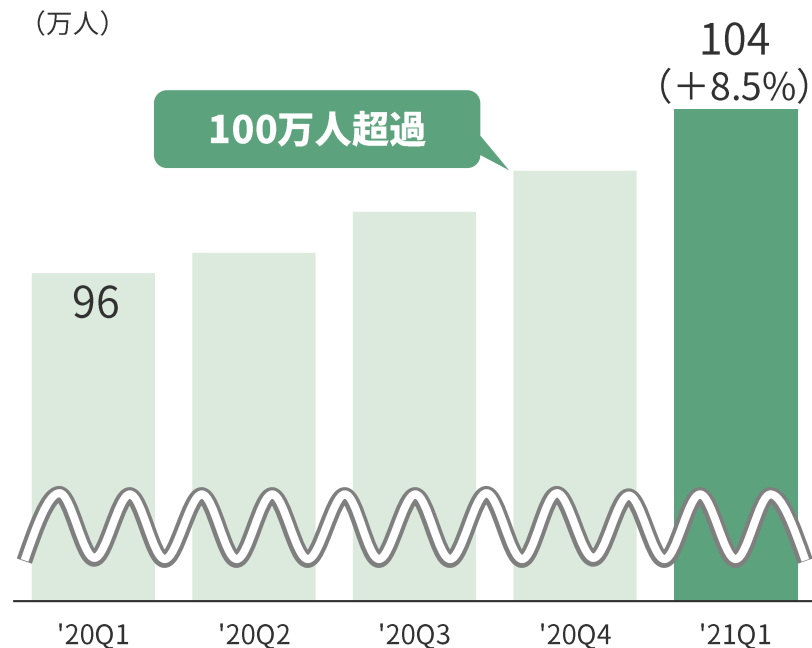
セグメント別営業利益の推移（Q1比較）

（百万円）



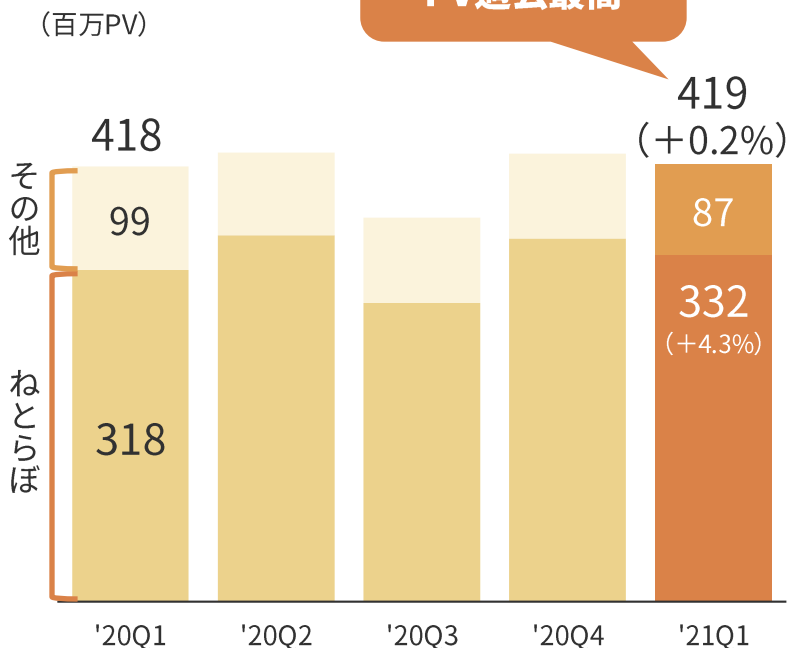
KPIの状況 直近5四半期の推移

■ リードジェン会員数



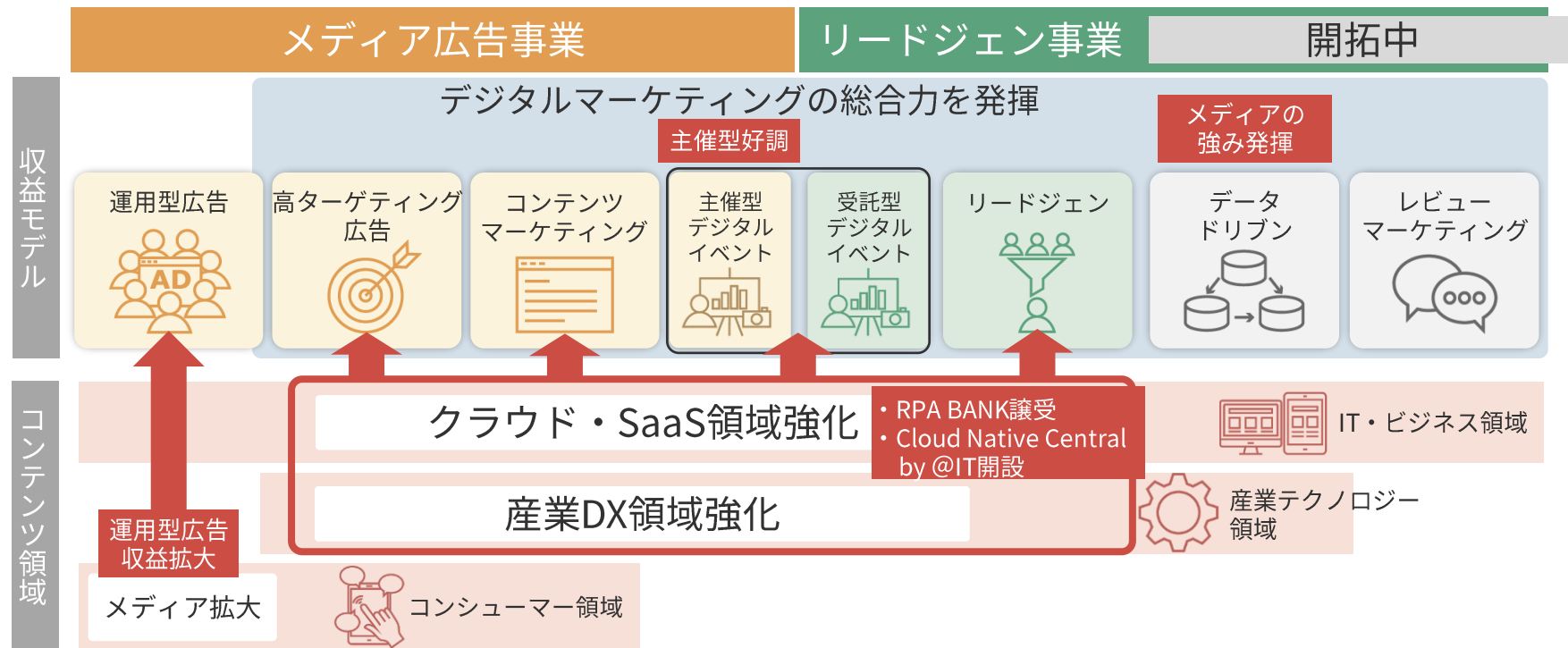
※共通会員基盤「アイティメディアID」上でリードジェンサービスの対象となっている会員数

■ PV数 (月平均)



事業ポートフォリオとトピックス

成長領域コンテンツ強化／多様な収益モデル構築



当社の強み

データを活用した 多様な収益モデル開発

データプラットフォーム

行動データ
月間 4 億PV超

会員データ
100万人超

ターゲティングされた 専門コンテンツ

外部データ連携

高ターゲティング
広告



デジタル
イベント



リードジェン



データ
ドリブン



レビュー
マーケティング



先進モデル企業との パートナーシップ



当社リードジェンはこれらを統合的に提供可能

B2B営業のデジタル化を実現するための3つのデータ

企業属性データ
“製品ターゲット合致”

インテントデータ
“購買意欲明確”

コンタクトデータ
“連絡可能”



基盤 = 会員制 テクノロジー専門情報サイト



企業単位でのインテントデータをSaaS形式で提供

セグメント	サーバ&ストレージ	ランキング月	2021年4月
-------	-----------	--------	---------

全 200 件 (1~200件を表示しています)

[新規な企業を表示](#)
[獲得済み企業を表示](#)
[フラグを表示](#)
[ダウンロード](#)

ランク	企業名	変化	獲得状況	最終獲得時期	推奨リード数	業種	本社所在地	従業員規模	売上規模	分野トップ	ベンダートップ	事業所トップ
1	A社	0	17人	直近3か月	9	25_電気機械器具製造業	大阪府	1万人~	1兆円~	データセンター	ベンダー1	本部
2	B社	0	10人		3	25_電気機械器具製造業	愛知県	1万人~	1兆円~	垂直統合/ハイパーコンバージド	ベンダー2	本部
3	C社	2	7人	直近3か月	5	25_電気機械器具製造業	栃木県	2千~5千人未満	1千億~5千億円未満	SSD/半導体ストレージ/フラッシュストレージ	ベンダー3	本部
4	D社	23	6人	直近3か月	5	12_化学工業	東京都	2千~5千人未満	5千億~1兆円未満	SSD/半導体ストレージ/フラッシュストレージ	ベンダー4	本部
5	E社	-1	28人	直近3か月	11	25_電気機械器具製造業	東京都	1万人~	1兆円~	SSD/半導体ストレージ/フラッシュストレージ	ベンダー5	A事業本部
6	F社	-3	10人	直近3か月	7	23_業務用機械器具製造業	東京都	5千~1万人未満	5千億~1兆円未満	IAサーバ/PCサーバ	ベンダー6	本部

特定製品分野で購買意欲の高い「企業」をランキング

企業単位でのインテントデータをSaaS形式で提供

企業詳細プロフィール サンプル

2021年4月ランキング
1位
サーバ&ストレージ

A社

基本情報

業種：25_電気機械器具製造業

従業員規模：1万人～

売上規模：1兆円～

企業内アクティブユーザ概況 ✓ 該当するもの

- ✓ 4月に活動した会員数とその前2カ月の平均会員数を超過しています
- ✓ 複数職種の会員が活動しています
- ✓ 情報システム部の会員が含まれています
- ✓ 経営・経営企画部の会員が含まれています
- ✓ 複数ベンダーのコンテンツをDLしています
- ✓ 課長職以上の役職者が情報収集しています
- ✓ システム導入を1年以内と回答した会員がいます
- ✓ 新規システム導入を目的と回答した会員がいます
- ✓ 導入に関係するメンバーと回答した会員がいます
- ✓ 予算を確保済み、または申請予定と回答した会員がいます

特定企業の購買意欲の高さを複数指標で自動判定

分野ランキング

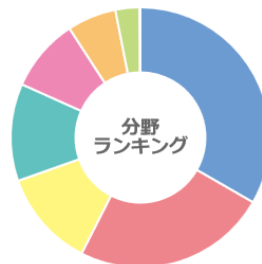
順位	分野名	割合 (%)
1	■ データセンター	33.3
2	■ SSD/半導体ストレージ/フラッシュストレージ	24.2
3	■ IAサーバ/PCサーバ	12.1
4	■ ディスクストレージ	12.1
5	■ 垂直統合/ハイパーコンバージド	9.1
↑ 6	■ テープ装置	6.1
7	■ NAS	3.0

関心強い製品分野

ベンダーランキング

順位	ベンダー名	割合 (%)
1	■ ベンダー-1	15.6
↑ 2	■ ベンダー-2	9.4
↑ 3	■ ベンダー-3	9.4
4	■ ベンダー-4	9.4
5	■ ベンダー-5	9.4
6	■ ベンダー-6	6.3
New 7	■ ベンダー-7	6.3
New 8	■ ベンダー-8	6.3
9	■ ベンダー-9	6.3
New 10	■ ベンダー-10	6.3

関心強いベンダー



「ABM」「インテントデータ」が大きなトレンドに

- ・ 米国 G2 Crowd マーケティング領域の製品カテゴリー

データドリブン 新市場拡大

- ・ **Account-Based Marketing (ABM)**

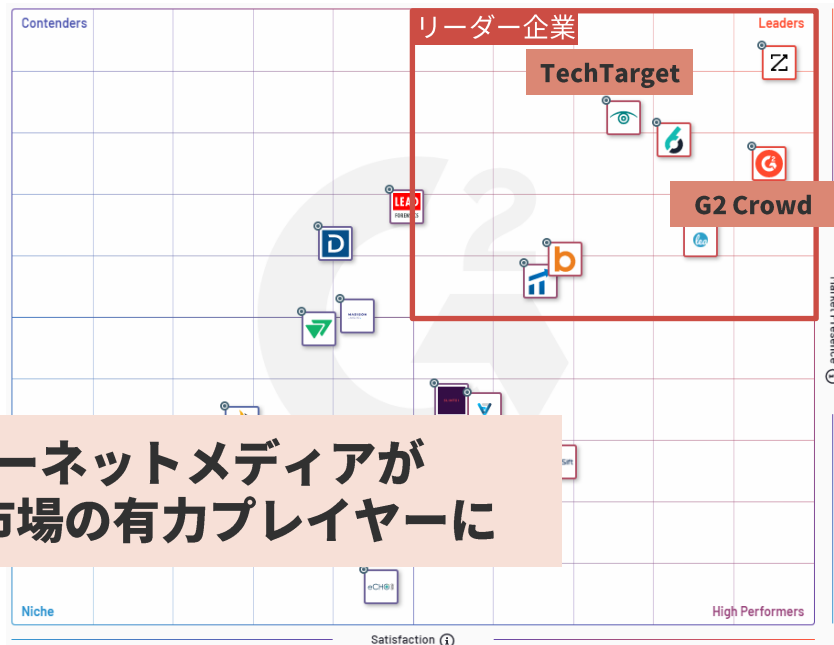
- ・ Account-Based Data

- ・ **Buyer Intent Data Tools**

- ・ Demand Generation (リードジェン)
 - ・ Event Management (イベントプラットフォーム)
 - ・ Marketing Automation
 - ・ Email Marketing
 - ・ Content Marketing
 - ・ Technology Research Services
 - ・ Customer Data Platform (CDP)
 - ・ Digital Analytics
 - ・ Marketing Analytics
 - (・・・)

インターネットメディアが
これら新市場の有力プレイヤーに

- ・ 代表的サービスの満足度と認知度のマップ



国内データドリブン市場の確立はこれから

B2B営業のデジタル化を実現するための3つのデータ

企業属性データ
“製品ターゲット合致”

インテントデータ
“購買意欲明確”

コンタクトデータ
“連絡可能”

【連携や競合の可能性のある国内動向】

- FORCAS (ユーザベース社)
- uSonar (ランドスケイプ社)
- どこどこJP (Geolocation Technology社)
- Select DMP (インティメート・マージャー社)
- (・・・)

**当社の独自データが
競争優位の源泉に**

- 米国トレンドを取り込み、当社保有データを生かしたサービスを開発
- 3rd Party Cookie 規制はチャンス → リードジェン事業をさらに強化

インテントデータを基軸にデータサービスを多様化

①リードジェン

②ABMデータサービス

③高インテント
ターゲティング



“Activity Intelligence”

コンテンツによるインテント（購買意欲）の検知

顧客約260社を集め、データドリブンマーケティングサービス説明会を6月2日にオンライン開催

購買意欲と同時に
コンタクト情報を獲得

営業に直結するプレミアムサービス

企業単位でのインテント
データをSaaS形式で提供

顧客のインサイドセールス、
MA／SFAに接続し、ABMを実現

高購買意欲者のみを
ターゲティング

外部ネットワークも含む広告や
コンテンツマーケティング効率化

リードジェン事業強化



- ・ 成長領域のコンテンツ獲得
(キーマンズネットへ統合予定)
- ・ 譲受期日：2021年9月1日（予定）

(リリース日：2021年5月27日)

- ・ 既存リードジェン会員数 104万人
- ・ 統合後会員数想定 108万人

企業のデジタル化（DX）加速に対応



- ・クラウドネイティブ専門コンテンツ (@ITサブブランド)
- ・DX実現のための技術として最注目
- ・DXやAI、クラウド等のコンテンツの継続的拡充

◎ 新着記事

「Kubernetes」やクラウドネイティブ技術の利用調査レポートをCanonicalが発表

Canonicalは「Kubernetes」やクラウドネイティブ技術について、利用状況を調査したレポートを発表した。クラウドネイティブ技術をどの...

2021年07月20日 更新

◎ ADVERTISING

デジタル編集長 平井 卓也 氏
副編集長 松岡 聡 氏
ITmedia SaaS Expo 2021 夏
7.12 - 7.30 事前登録受付中

◎ スポンサーリンク

◎ 人気記事

01 「Kubernetes」やクラウドネイティブ技術の利用調査レポートをCanonicalが発表
2021年07月20日 更新

2017年	2019年	2019年
2021年	2021年	2021年

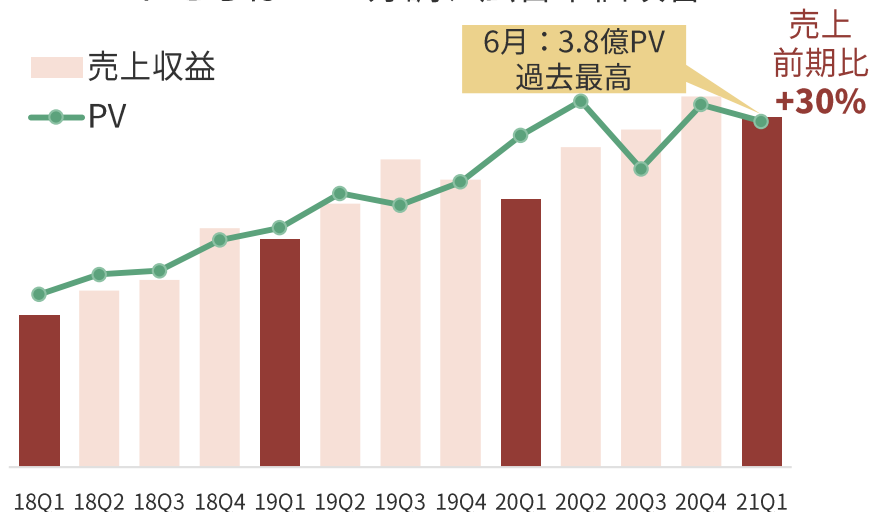
<https://www.atmarkit.co.jp/ait/subtop/cloudnative/index.html>

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：PV×広告単価

PV拡大：コンテンツ強化、データ活用

ねとらぼ：PV好調、広告単価改善



新たな取り組みからも成果



サブブランド成長

・ねとらぼGirlSide：月間3,000万PV突破

18年8月開設

19年2月 1,000万PV突破

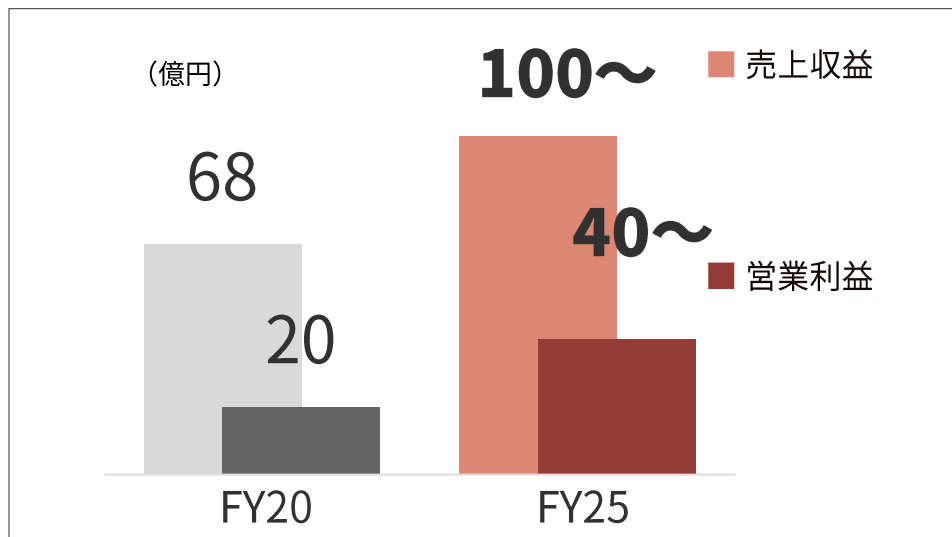
20年6月 2,000万PV突破

21年6月 3,500万PV突破



デジタルシフトの進展へ常に対応

中期目標 **X40** (エックスフォーティ)



・本目標達成を行使条件としたSO発行

■発行要項

[割当日]

2021年8月3日

[規模]

普通株式 367,400株 (発行済総数の1.8%)

※すべて行使された場合に増加する株式数

[行使条件となる業績目標]

FY23からFY25のいずれかにおいて、

ー 売上収益 100億円 かつ 営業利益 35億円

行使可能割合：50%

ー 売上収益 100億円 かつ 営業利益 40億円

行使可能割合：100%

(発表日：2021年6月24日)

2022年3月期 業績予想・配当予想

前回発表から変更なし

業績予想

(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%)

配当予想

※カッコ内は配当性向

(円)	上期	下期	通期
今期予想	11	11	22 (27.6%)
前期実績	7	9	16 (25.3%)

※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。

自己株式の取得を決定

株主還元強化と経営環境の変化に応じた機動的な資本政策遂行のため

- ・ 期間：2021年8月1日～10月31日
- ・ 総数：40万株 （上限）
- ・ 金額：8億円 （上限）
- ・ 総還元性向見通し：78.6%

新市場区分について

プライム市場に適合

- ・ 東証より通知受領
- ・ 新市場のコンセプト踏まえ、取締役会で協議・決定する方針



**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.

お問い合わせ先

〒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

2022年3月期 第1四半期
付録資料編

2021年7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

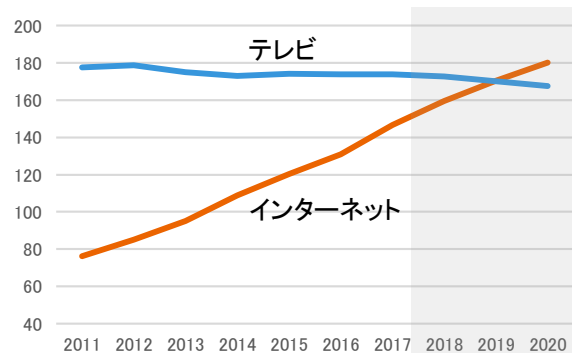
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

- ・ 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

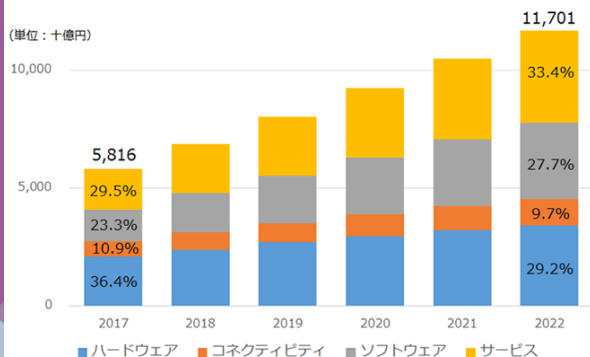
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケティング

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)



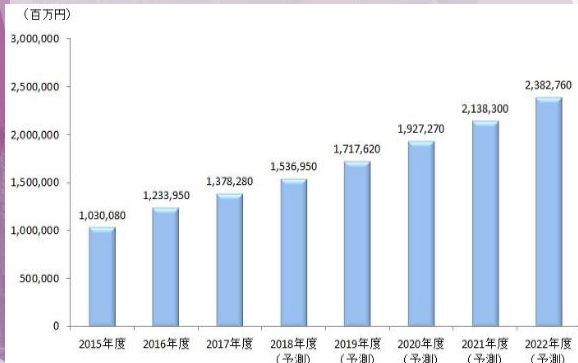
出典: Zenith: Media Consumption Forecasts 2018

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
5,000万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

104万人

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

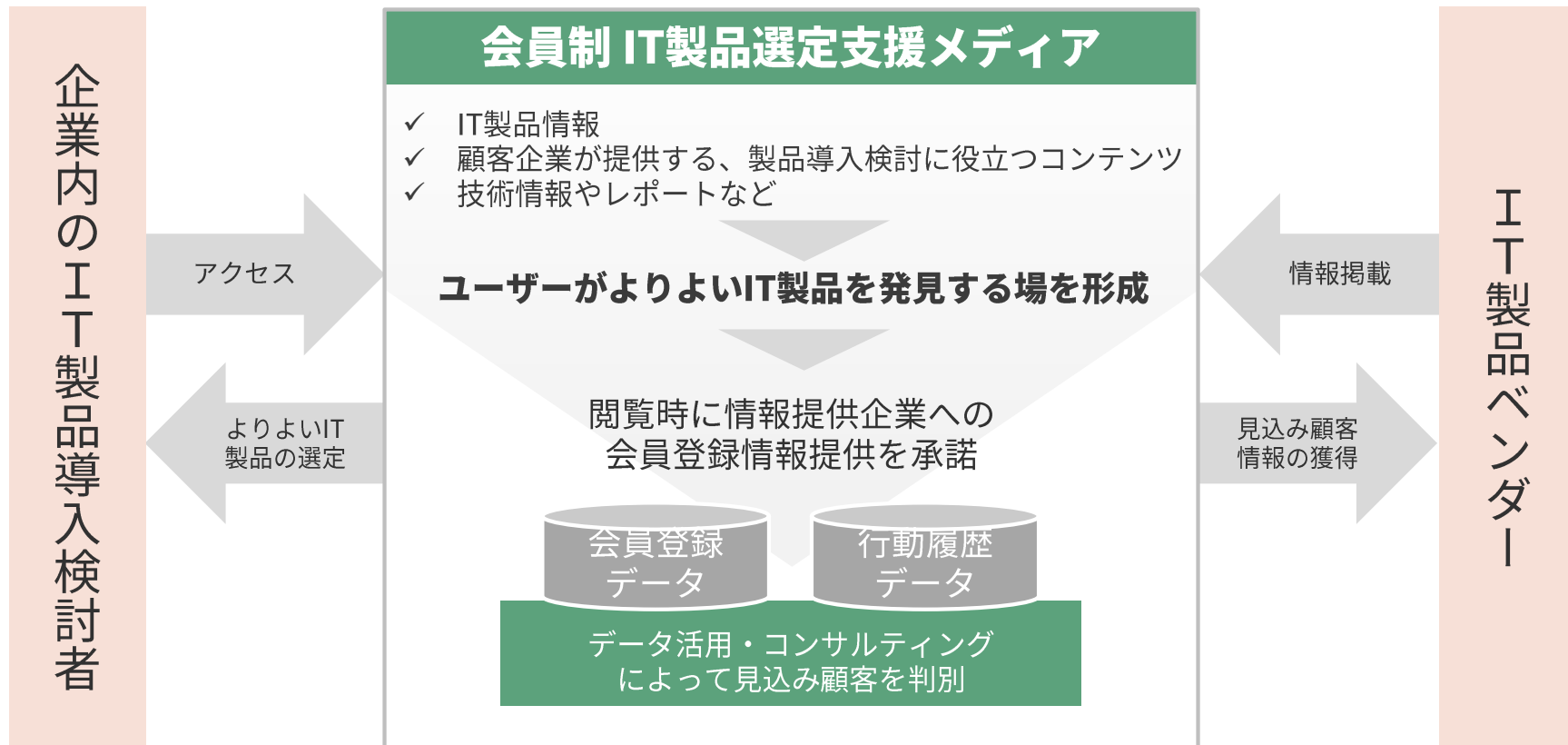
受注

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	  	再成長に向けたリソースの強化 (人員の投入、テクノロジー基盤「LBP」整備) ⇒「LBP」を通じた対象メディアの拡張
2021		M&Aによりクラウド・SaaS領域強化

TechTargetジャパン

2021年6月9日公開

[「SD-WAN」の基本から活用例まで【第2回】
「SD-WAN＝ローカルブレイクアウト手段」は昔話？
テレワークで起きた変化とは](#)

「SD-WAN」がまず注目された理由は、特定のクラウドサービスのローカルブレイクアウトができるからだだった。テレワークの普及で、SD-WANへのニーズが変化している。どう変わったのか。

キーマンズネット

2021年4月30日公開

[話題のAI資格「G検定」とは？ 数学苦手の記者が
育休中に受けてみた](#)

AI（人工知能）の基礎的な知識が身に付くとして認知度を上げているG検定。数学苦手の“ド文系”で、育児休暇中の記者が受験してみました。20日で挑んだ際の勉強方法やおすすめの参考書、受験のメリットをまとめます。

ITmedia マーケティング

2021年6月9日公開

[「フジトラ」の現在地点
富士通は営業改革で直面した「Excel依存」「強過ぎる
営業」などのあるある課題にどう取り組んでいる？](#)

Fujitsu Transformation（フジトラ）の一環である営業改革で直面したさまざまな課題。富士通はどう取り組んでいるのか。

TechFactory

2021年4月12日公開

[大原雄介のエレ・組み込みプレイバック
世界的な半導体の生産量不足、その原因と影響](#)

エレクトロニクス／組み込み業界の動向をウォッチする連載。今回は、さまざまな業界へ多大な影響を及ぼしている「半導体の生産量不足」についてお届けする。

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

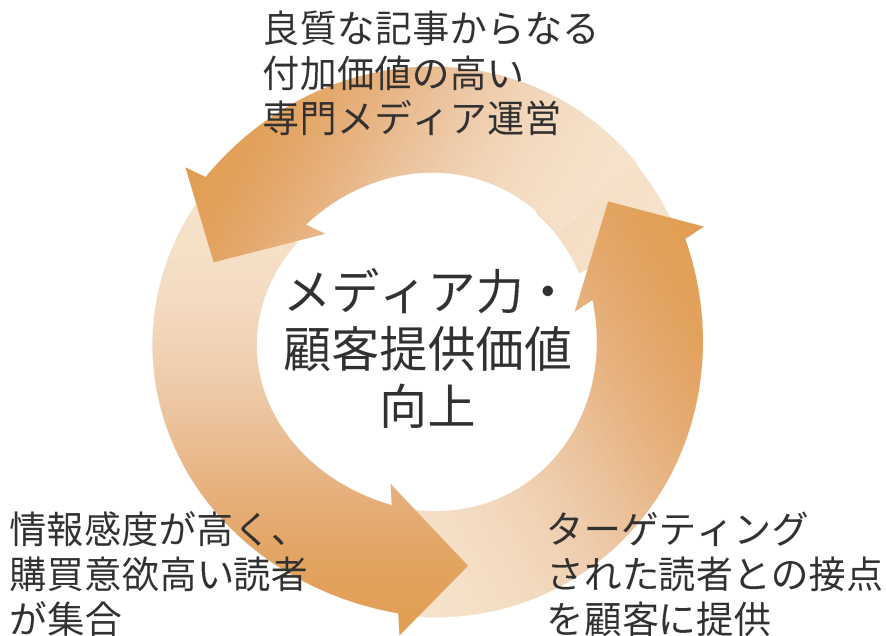
■ ハイブリッドイベント

オンラインでもオフラインでも参加できるイベント

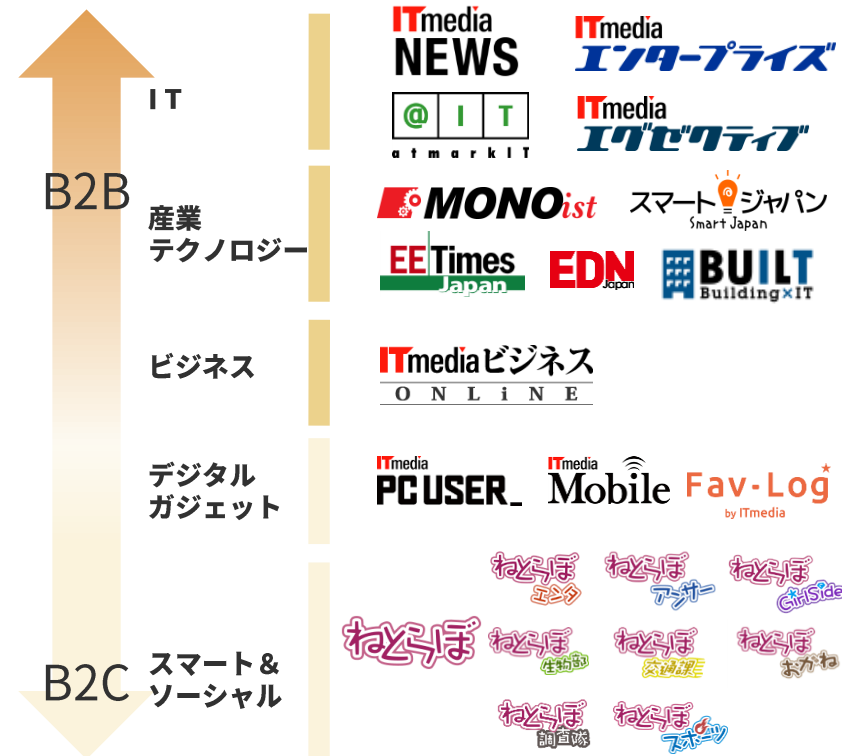
■ デジタルなフィジカルイベント

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



@IT

2021年3月23日公開

[5分で分かるWSL／WSL 2](#)

[Windows Subsystem for Linuxをざっくり解説](#)

MONOist

連載記事

[「ファクト」から考える中小製造業の生きる道](#)

ITmedia Mobile

2021年4月16日公開

[ITmedia Mobile 20周年特別企画](#)

[3Gから4G、そして5Gへ モバイル通信の進化で業界の
トレンドはどう変わった？](#)

ITmedia ビジネスオンライン

2021年3月1日公開

[開店1カ月目で黒字達成「24時間無人」の古着店](#)

[店員不在でも支持されるワケ](#)

ねとらぼエンタ

2021年5月25日公開

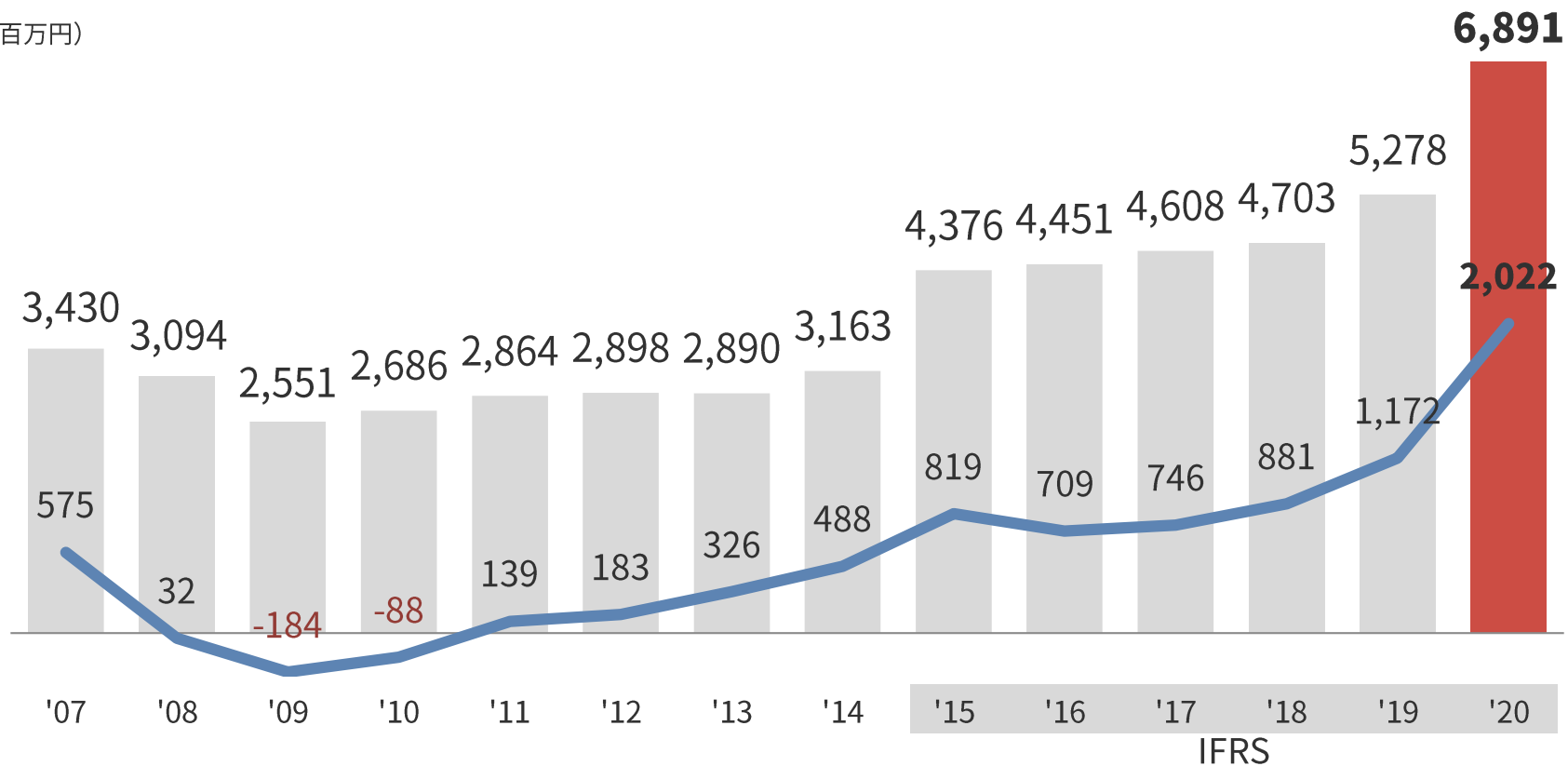
[仕事がなくなるんじゃないかと思ったー](#)

[小林星蘭、中学生で手術入院経験 16歳で芸歴10年超
のリアル語る](#)

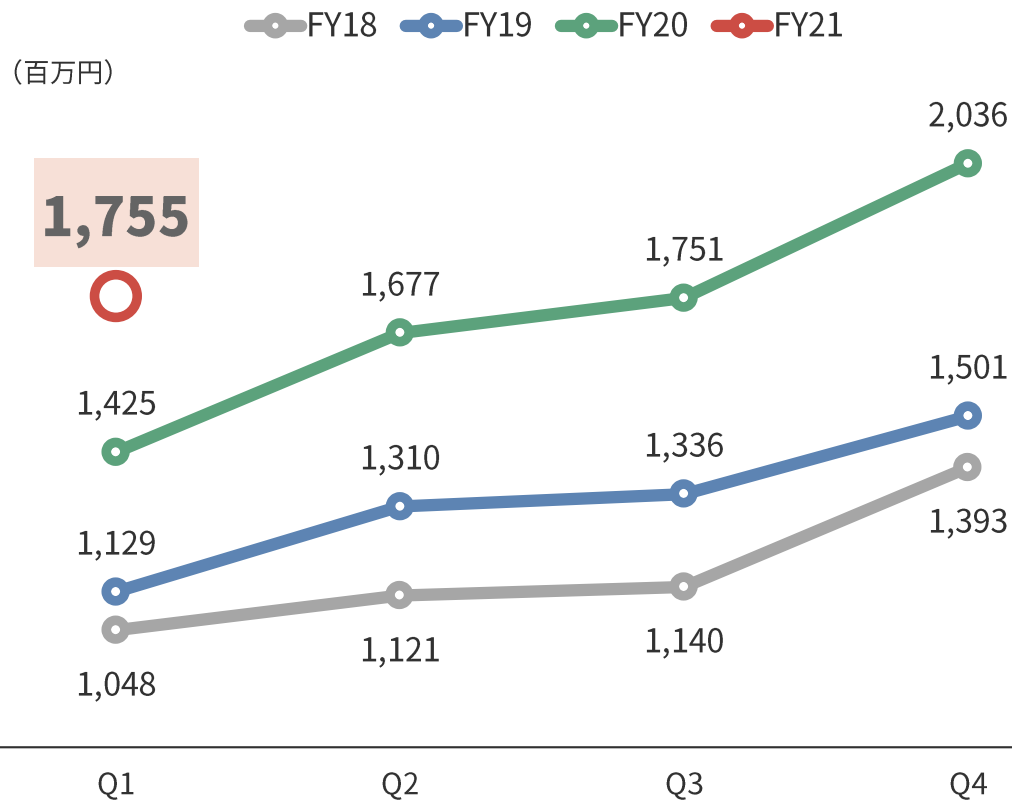
業績・KPI

売上収益・営業利益の推移

(百万円)



売上収益 四半期推移



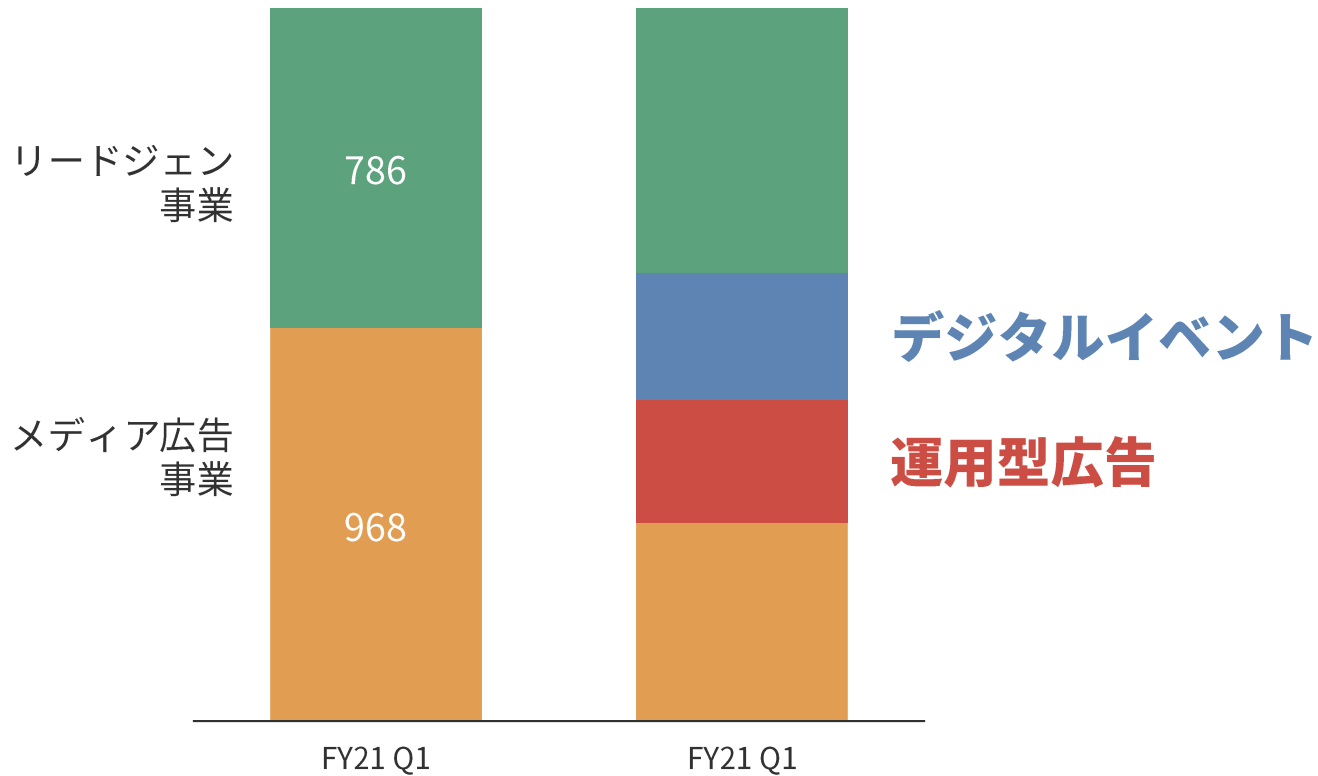
当社決算をご理解いただくために

当社業績には四半期トレンドがあります。

- ・ Q1：最小、Q4：最大
- ・ 上記トレンドの背景：
顧客企業のマーケティング関連予算は、
年度末に執行が偏る傾向

売上収益 キープロダクト別

(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				
2019	800	1,077	1,286	1,462
2020	897	1,184	1,423	1,669
2021	1,019			
リードジェン事業				
2019	613	809	954	1,093
2020	748	964	1,127	1,320
2021	838			
メディア広告事業				
2019	273	433	599	765
2020	273	470	630	792
2021	355			

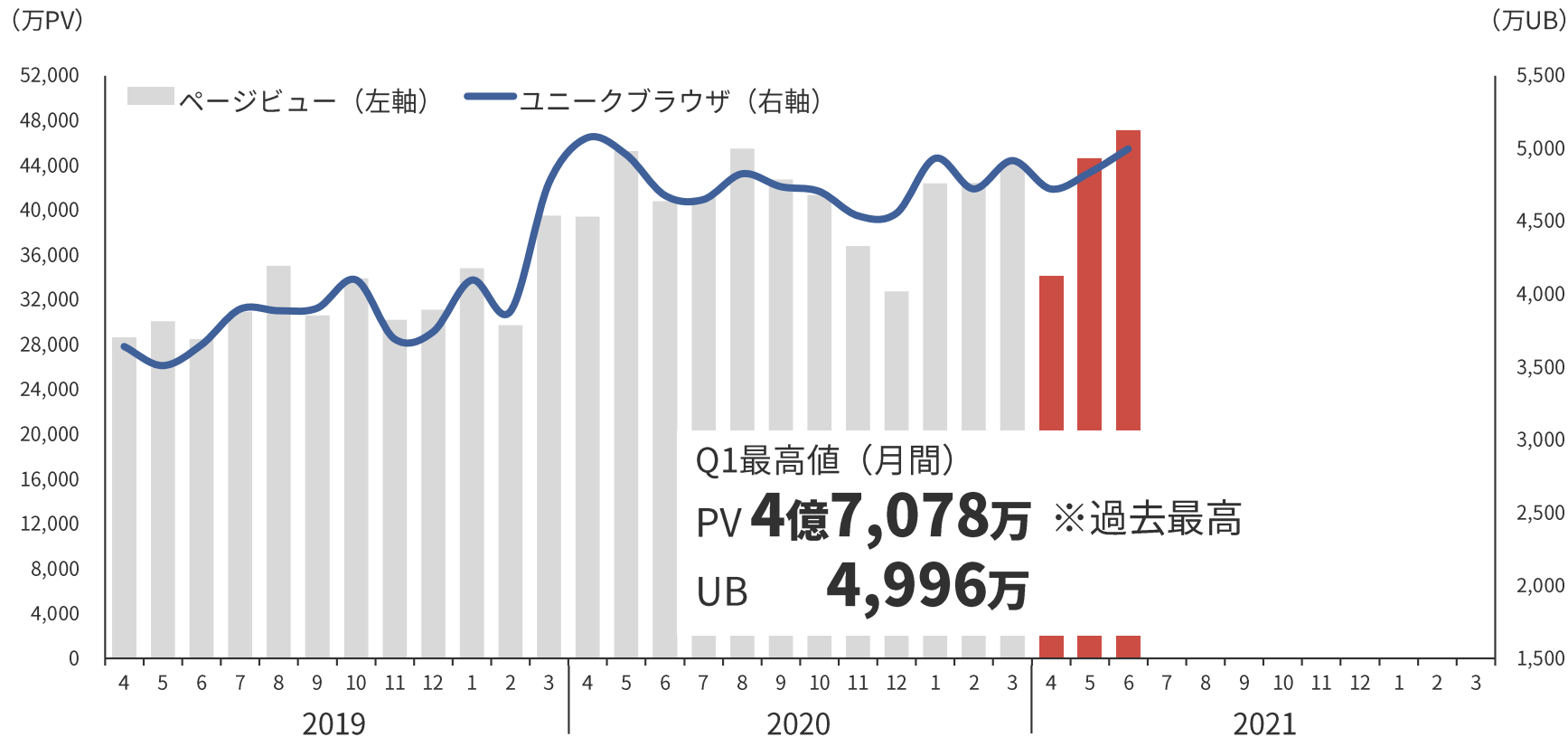
◆会員数

(万人)	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2019	80	87	91	93
2020	96	97	99	101
2021	104			

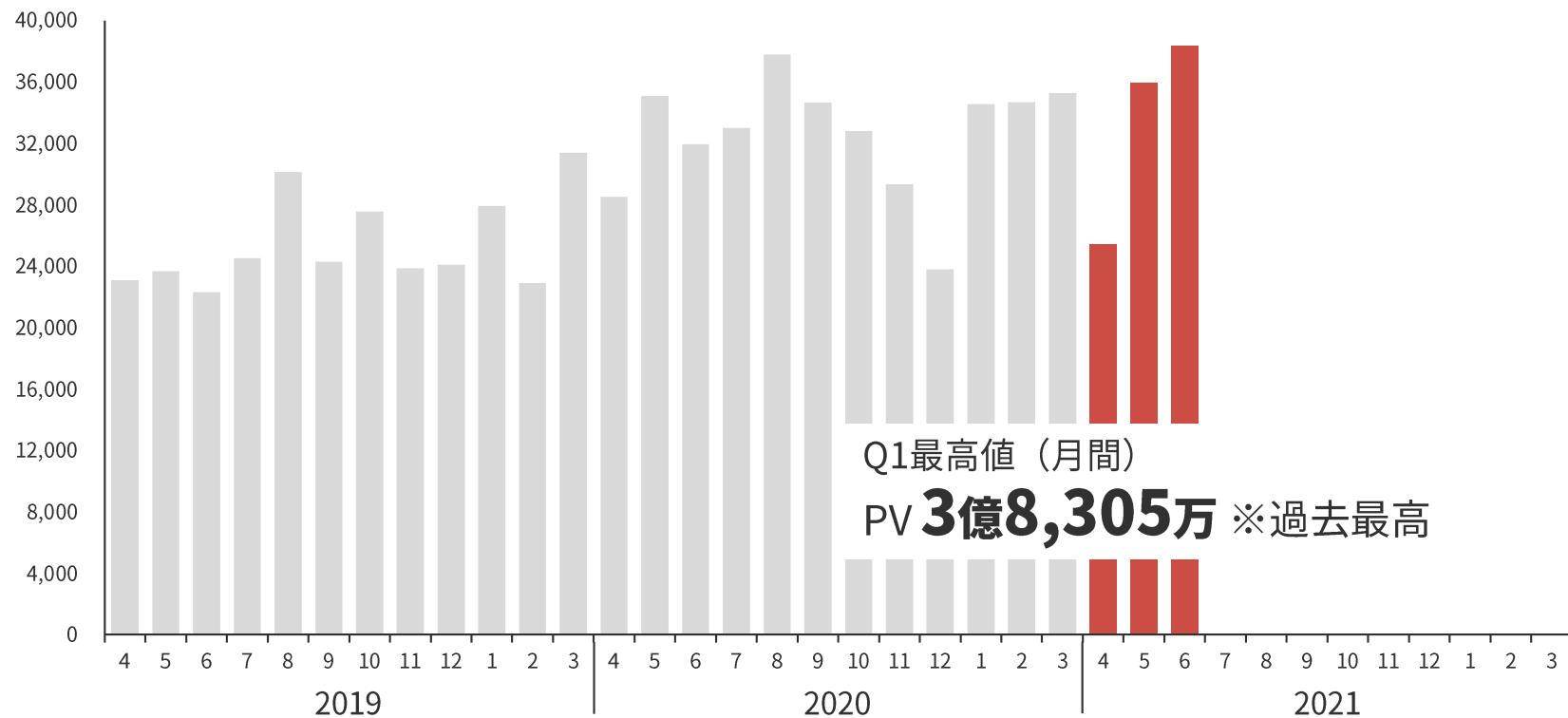
運営メディアの規模

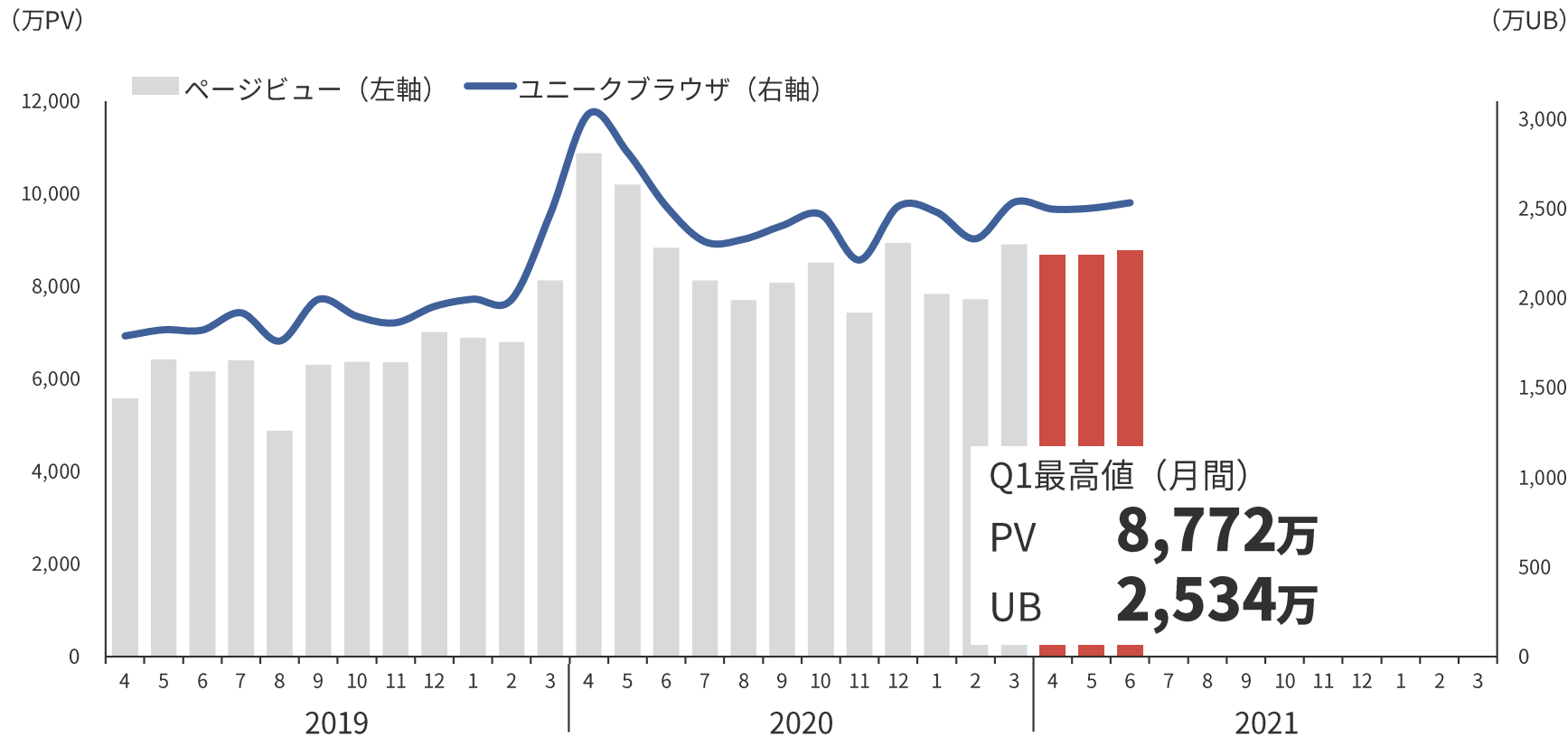
メディア広告

※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。

- 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「2021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。
- 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。