

2022年3月期 第3四半期 決算説明資料

2022年1月31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、さまざま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3四半期業績概況

Q3 過去最高

✓ 前期に続き高成長継続

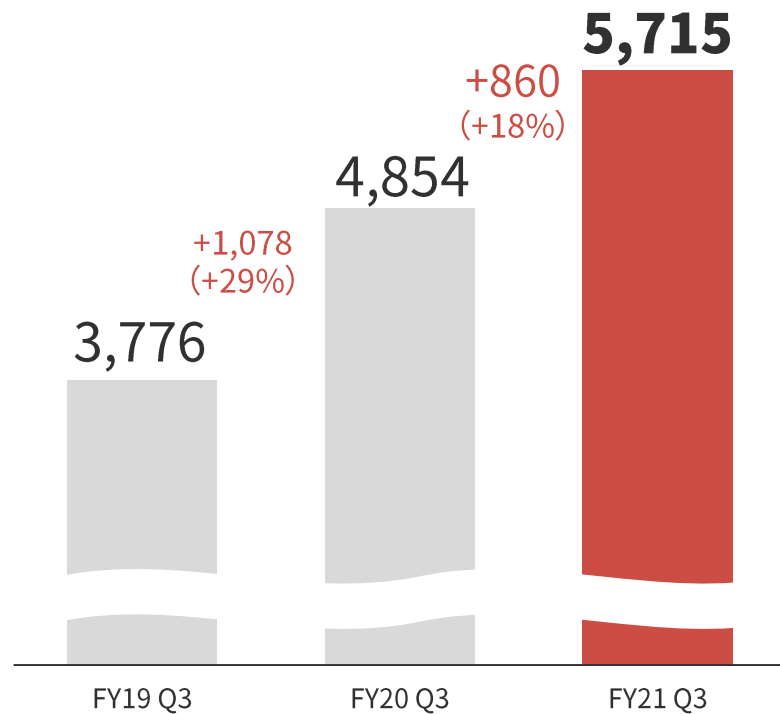
✓ 売上収益 5,715百万円（18%増）

リードジェン事業 9% 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 25% 増 ・DX加速背景に製造系／ビジネス系顧客ニーズ拡大
・主催型デジタルイベント好調
・運用型広告収益拡大

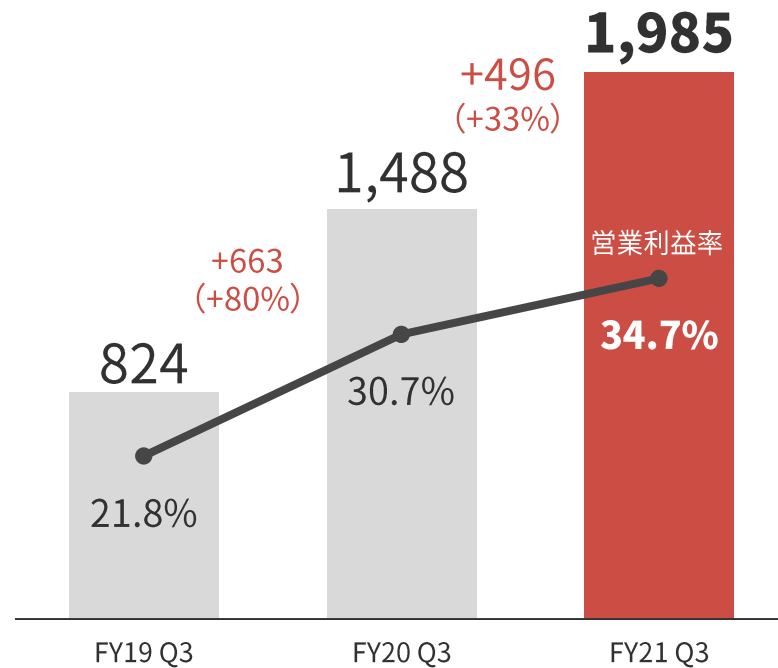
✓ 営業利益 1,985百万円（33%増）

売上収益



営業利益

(百万円)



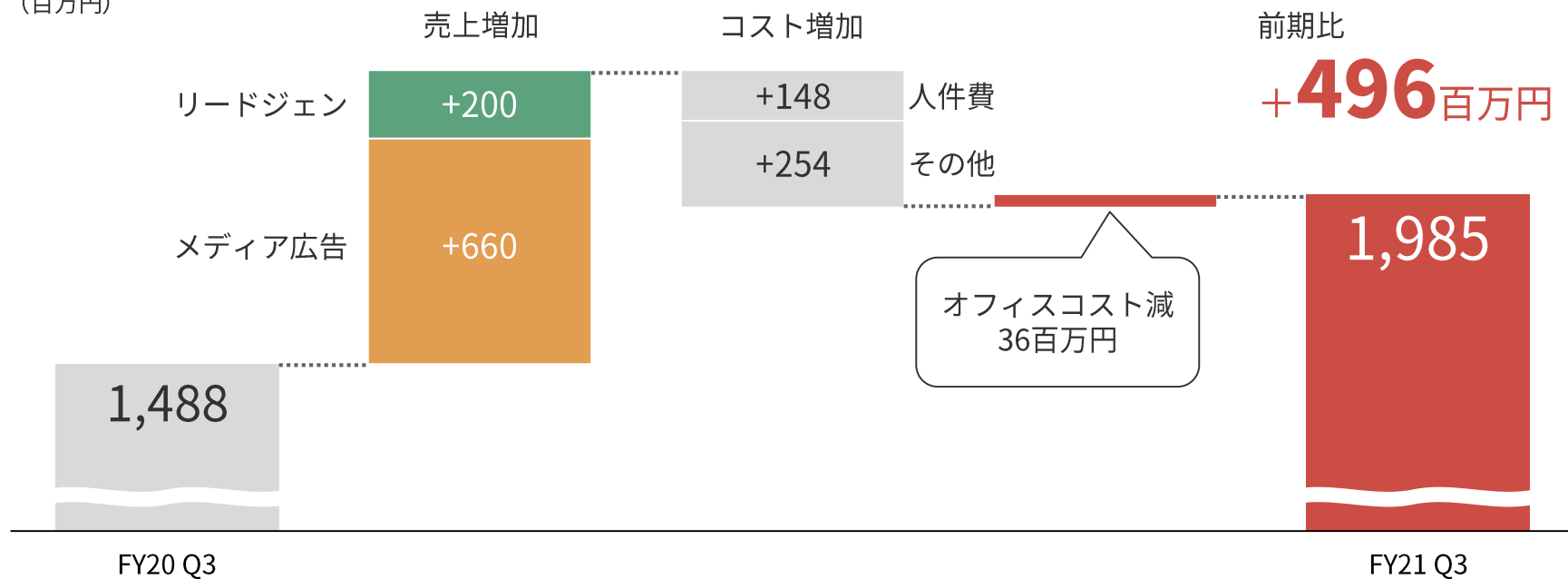
連結損益計算書（累計）

（百万円）

	FY20 Q3		FY21 Q3		増加額	増減率
	金額	売上比	金額	売上比		
売上収益	4,854	100.0%	5,715	100.0%	+860	+17.7%
総コスト	3,366	69.3%	3,729	65.3%	+363	+10.8%
（うち人件費）	1,886	38.9%	2,035	35.6%	+148	+7.9%
EBITDA	1,735	35.7%	2,195	38.4%	+460	+26.5%
営業利益	1,488	30.7%	1,985	34.7%	+496	+33.4%
税引前利益	1,431	29.5%	1,976	34.6%	+544	+38.1%
四半期利益	954	19.7%	1,343	23.5%	+388	+40.7%
親会社の所有者 に帰属する四半期利益	954	19.7%	1,343	23.5%	+388	+40.7%

増収により増益。成長領域への投資継続

（百万円）



連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	FY20Q3	FY21Q3	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	1,550	1,242	▲308
投資活動による キャッシュ・フロー	▲99	▲40	+59
財務活動による キャッシュ・フロー	▲435	▲1,163	▲727
現金及び現金同等物の 増減額	1,014	39	▲975
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	5,317	5,916	+599

営業CF 主な内訳

税引前四半期利益	+1,976
法人所得税の支払額	▲918

投資CF 主な内訳

有形固定資産及び無形資産 の取得による支出	▲48
事業譲受による支出	▲40
差入保証金の回収	+48

財務CF 主な内訳

新株の発行による収入	+173
配当金の支払	▲396
自己株式の取得による支出	▲800
リース負債の支払	▲135

連結財政状態計算書

(百万円)

		21年3月末	21年12月末	差異
資産の部	流動資産	7,667	7,471	▲195
	非流動資産	1,407	1,454	+47
	資産合計	9,074	8,926	▲147
負債の部	流動負債	1,894	1,536	▲358
	非流動負債	62	87	+24
	負債合計	1,957	1,624	▲333
資本の部	資本金/資本剰余金	3,661	3,827	+166
	利益剰余金	3,607	4,554	+947
	自己株式	▲344	▲1,144	▲800
	他包括利益累計額	192	64	▲127
	親会社の所有者に 帰属する持分	7,117	7,302	+185
	資本合計	7,117	7,302	+185
1株当たり 親会社の所有者に帰属する持分		359.11円	369.64円	+ 10.53円
親会社所有者帰属持分比率		78.4%	81.8%	+ 3.4pt

資産合計

営業債権及びその他の債権	▲211
その他の金融資産	▲234
使用権資産	+219

負債合計

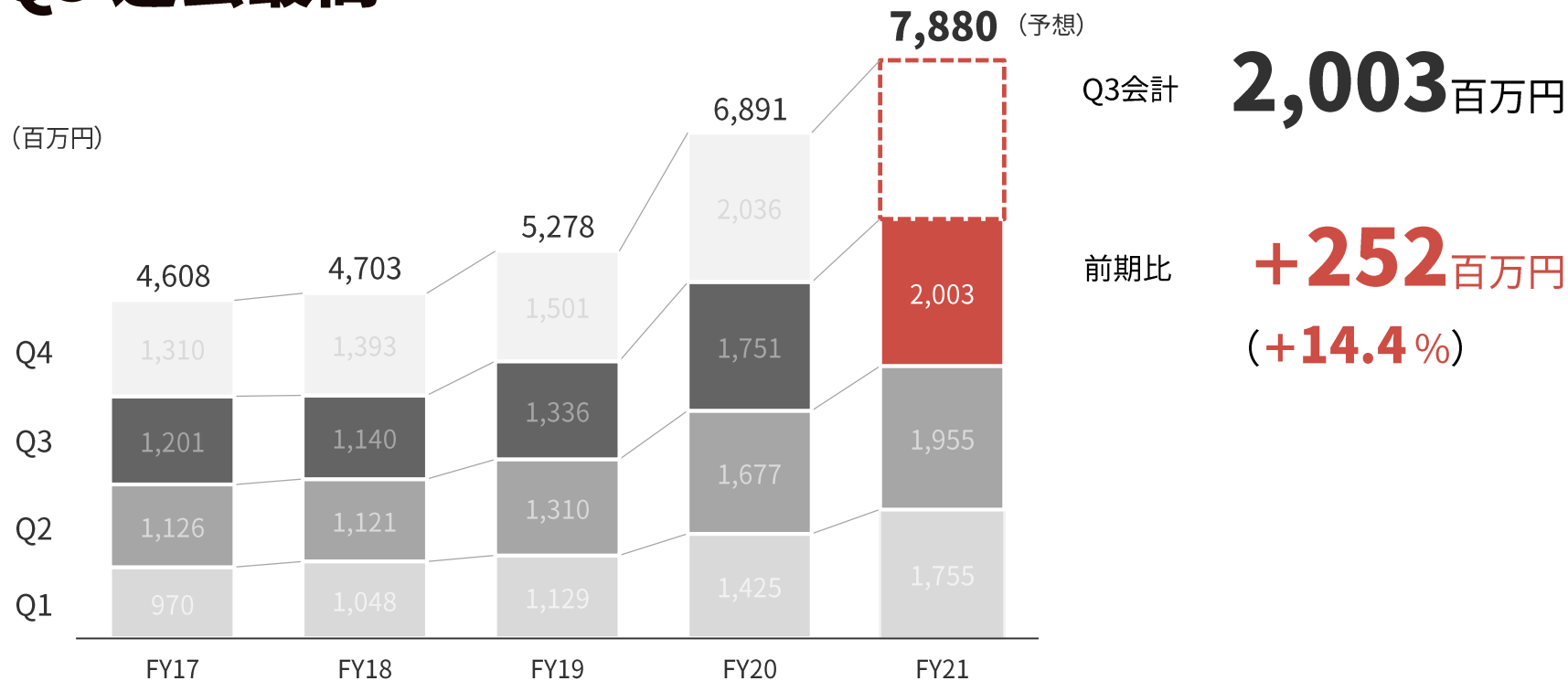
リース負債	+202
その他の流動負債	▲180
未払法人所得税	▲286

資本合計

資本金/資本剰余金	+166
利益剰余金	+947
うち、四半期利益	(+1,343)
うち、剰余金の配当	(▲396)
自己株式	▲800

売上収益（四半期別）

Q3 過去最高

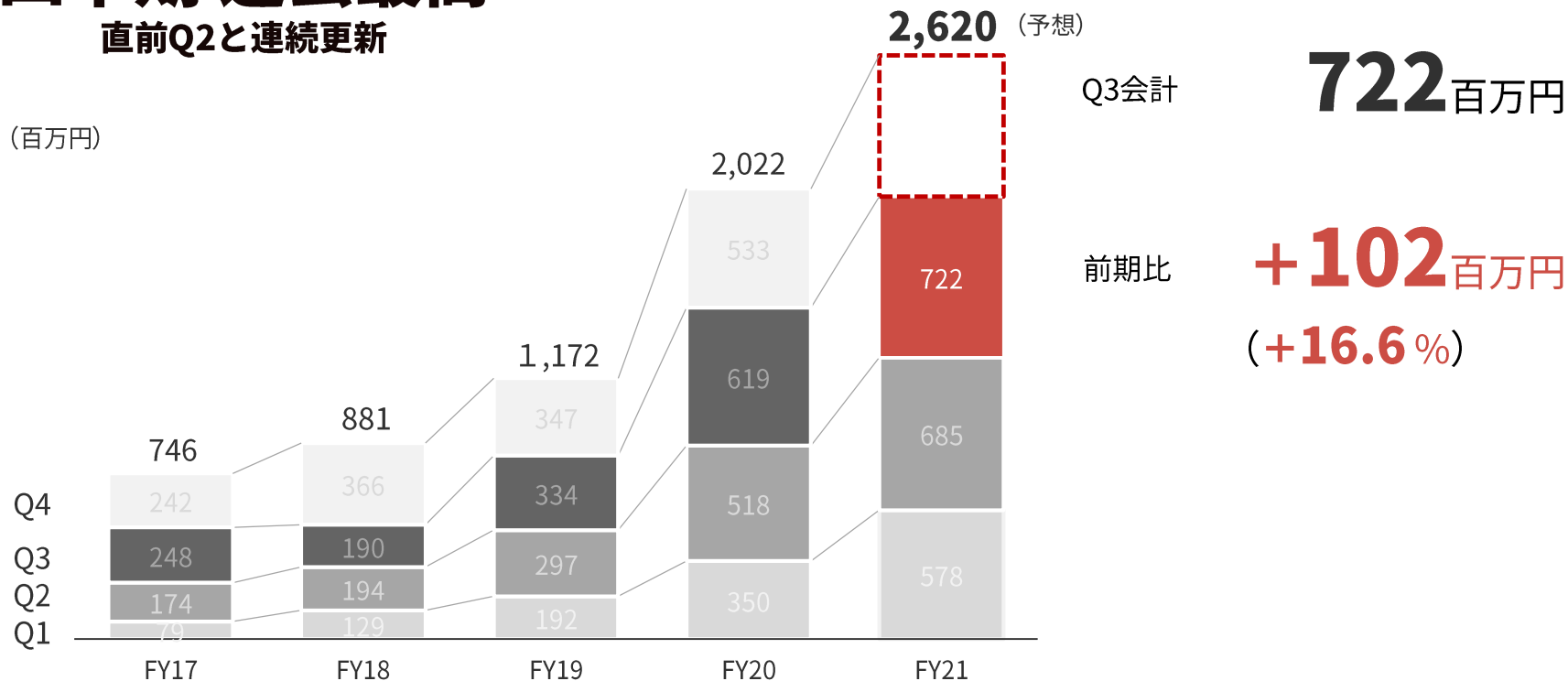


営業利益（四半期別）

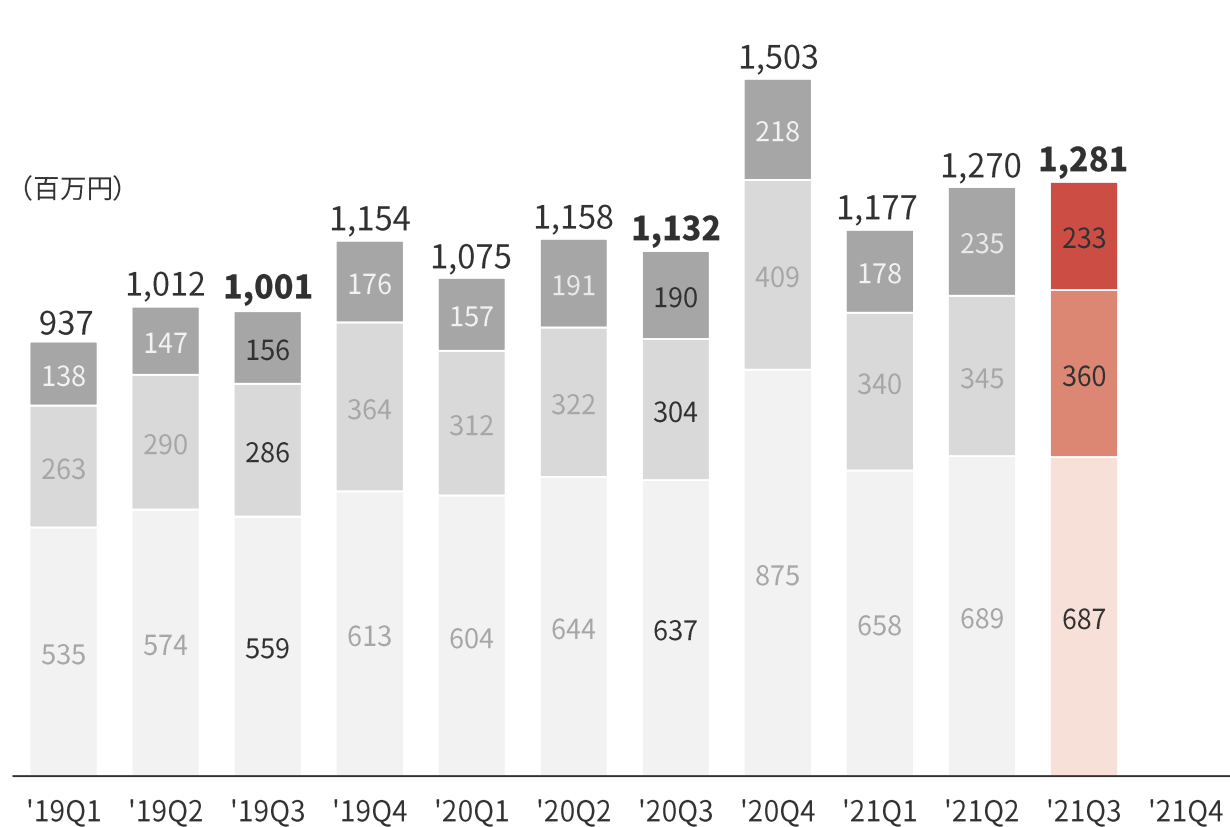
四半期 過去最高

直前Q2と連続更新

(百万円)



コストの内訳 四半期推移



Q3会計	前期比	構成比
合計	+13.2%	100%
外注費	+22.9%	18.2%
その他	+18.3%	28.2%
人件費	+7.9%	53.6%

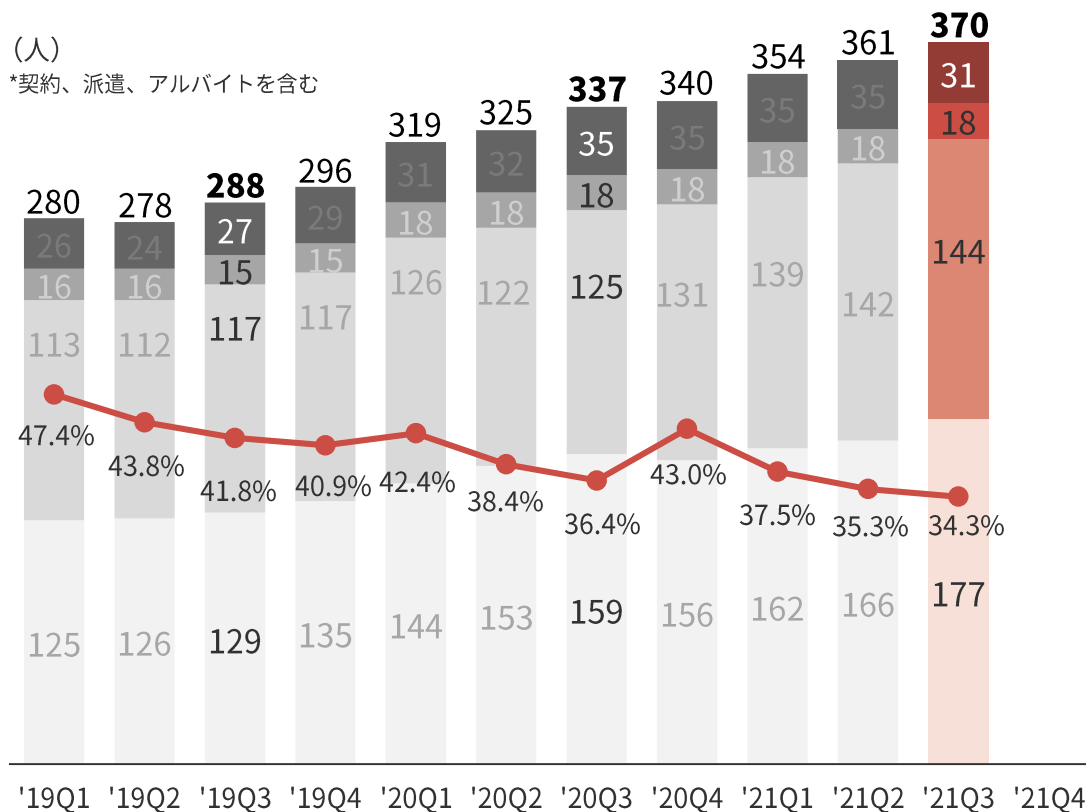
[主な前期比増減要素]

- 人件費+50
 - ・成長領域での人員増加
- 外注費+43
 - ・デジタルイベント拡大に連動
- その他+55
 - ・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

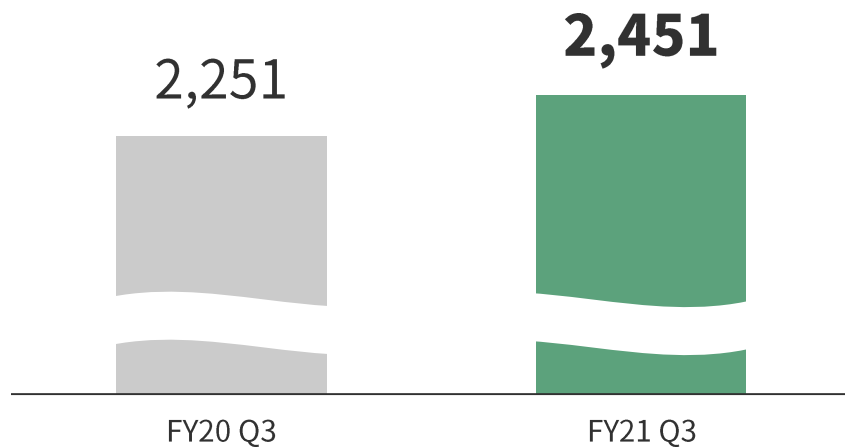


Q3会計	前年同期比	構成比
合計	+33人	100%
管理系・その他	▲4人	8.4%
技術系	±0人	4.9%
営業・企画系	+19人	38.9%
編集系	+18人	47.8%

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

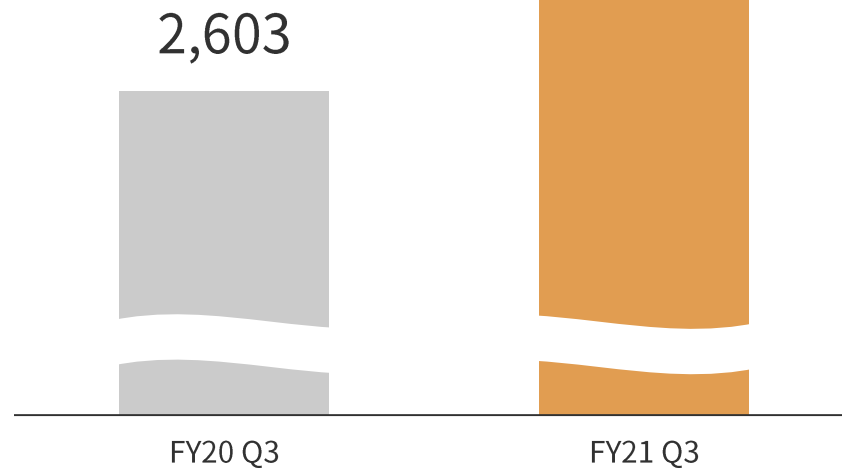
リードジェン事業

+200
(+9%)

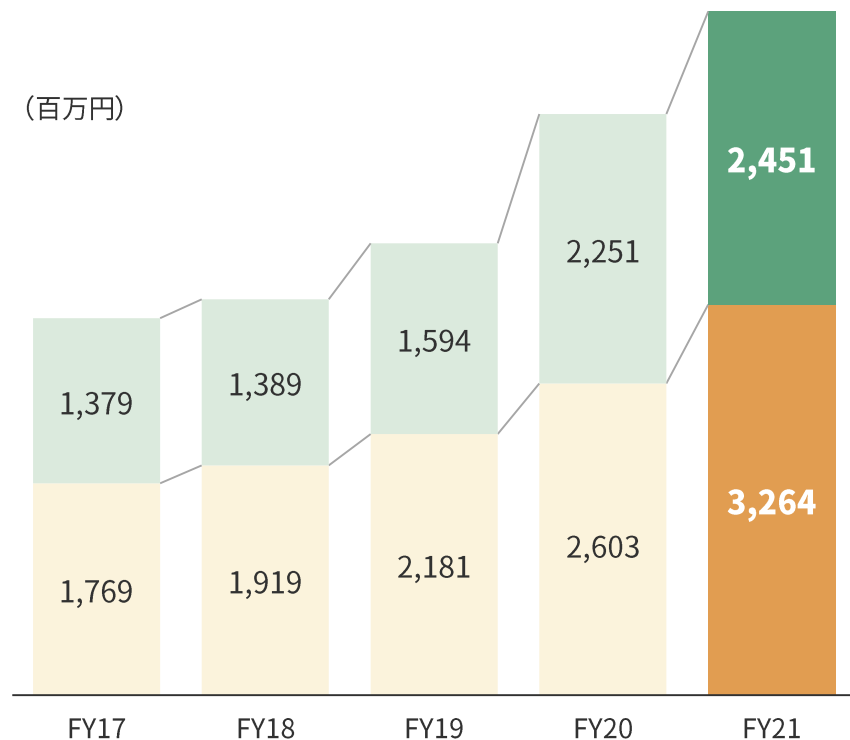


メディア広告事業 (百万円)

+660
(+25%) **3,264**



セグメント別売上収益の推移（Q3累計）



リードジェン事業 +200 (+9%)

- 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 +660 (+25%)

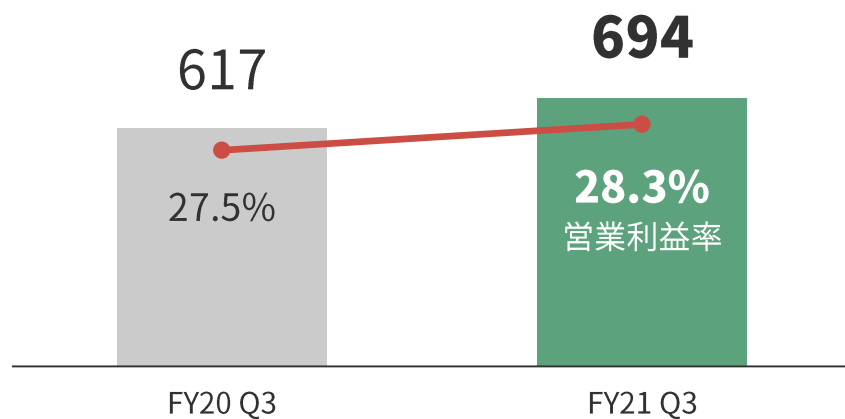
- DX加速背景に製造系・ビジネス系顧客
ニーズ拡大

- 主催型デジタルイベント好調

- 運用型広告収益拡大

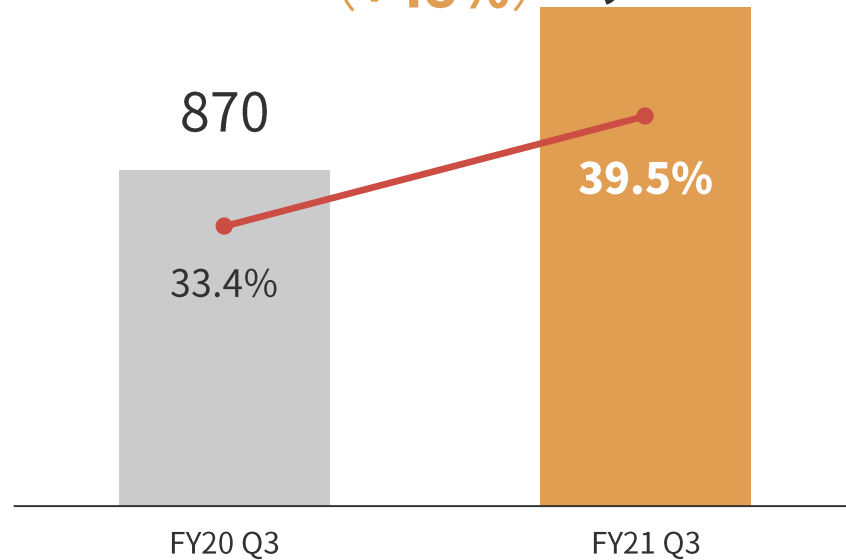
リードジェン事業

+76
(+12%)

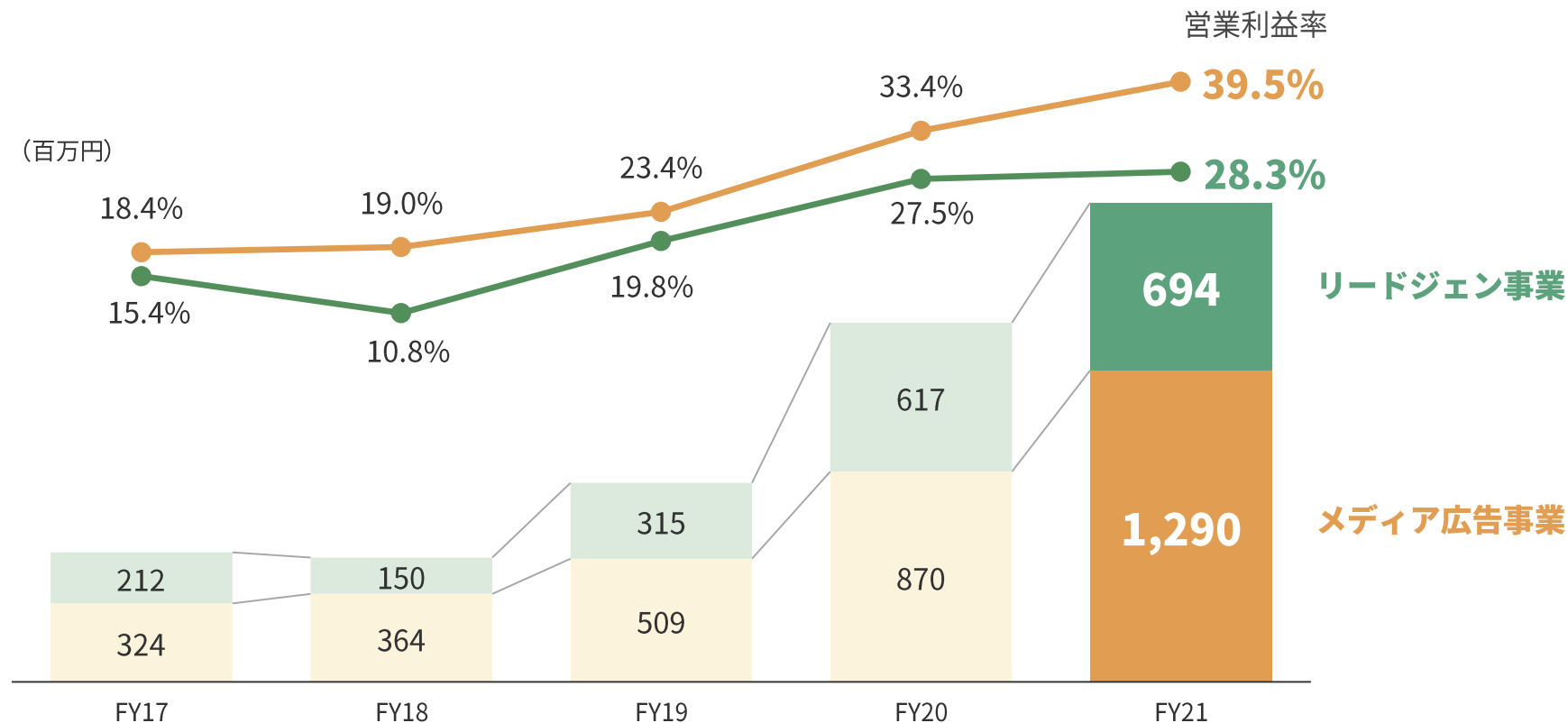


メディア広告事業 (百万円)

+419
(+48%)

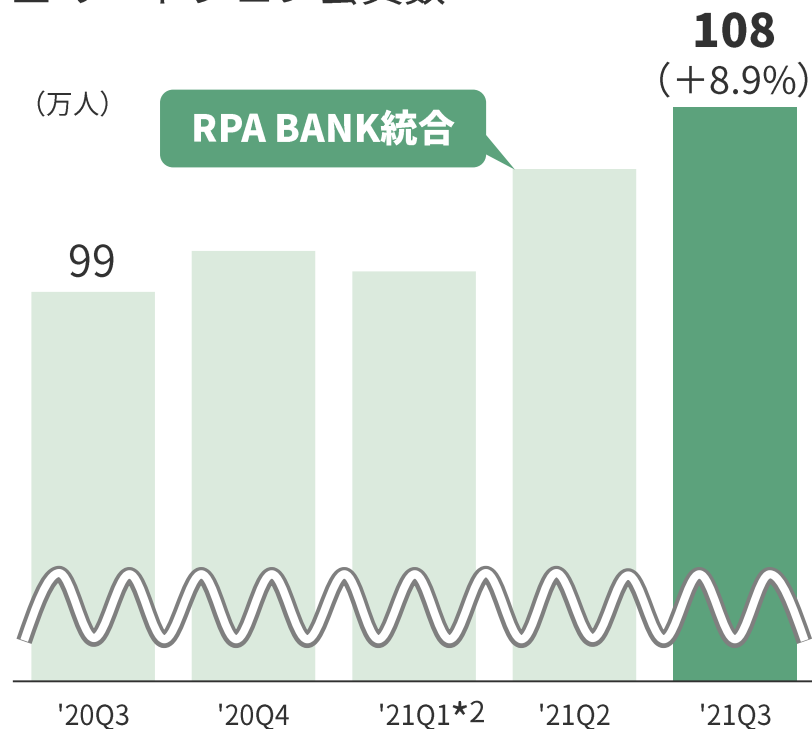


セグメント別営業利益の推移（Q3累計）

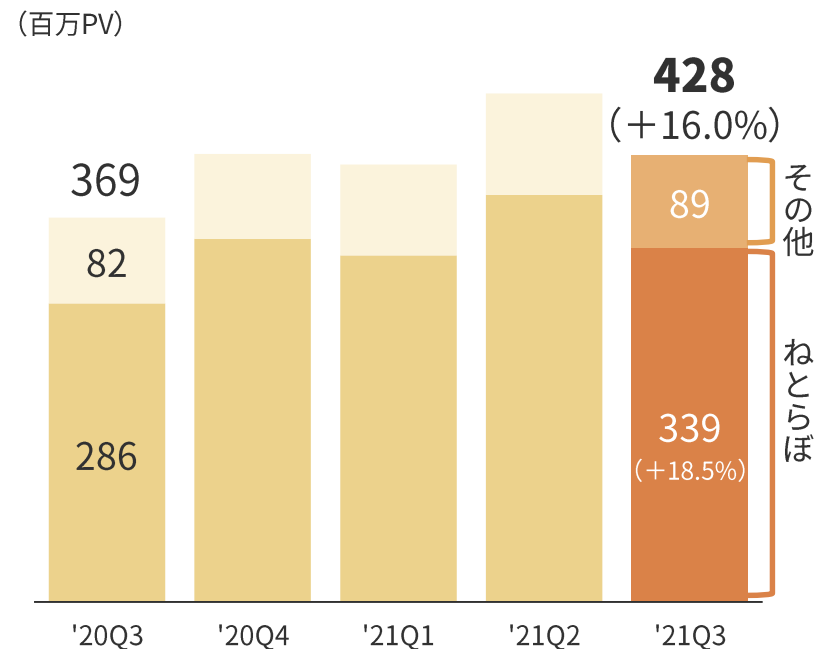


KPIの状況：会員数およびPV 直近5四半期の推移

■ リードジェン会員数*1



■ PV数 (月平均)

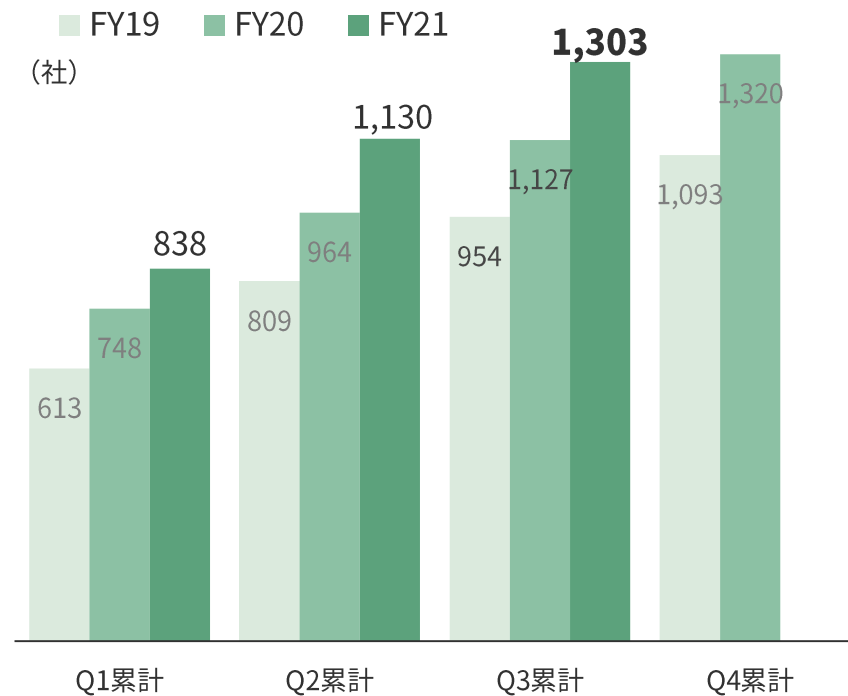


*1：共通会員基盤「アイティメディアID」上でリードジェンサービスの対象となっている会員数

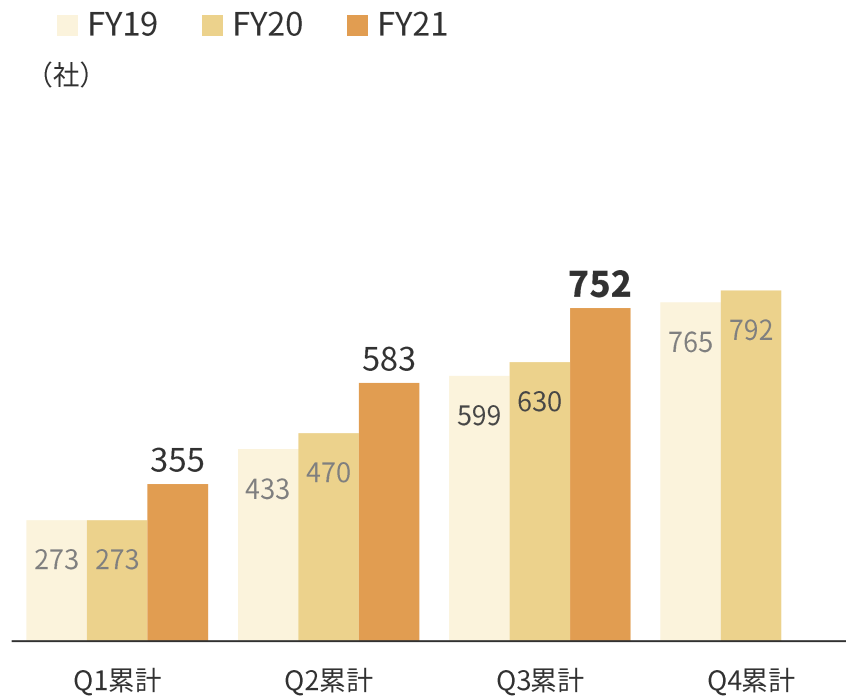
*2：低品質データのクレンジング実施

KPIの状況：顧客数推移

■ リードジェン



■ メディア広告



当社の強みとそれを支える収益モデル

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

ターゲティングされた 専門コンテンツ

広告収益



運用型広告収益



デジタル
イベント収益



先進モデル企業との パートナーシップ

ON24

TechTarget



リードジェン
収益



データ
ドリブン収益



レビュー
マーケティング
収益



行動データ
月間 4 億PV超

会員データ
100万人超

外部データ連携

メガトレンドに応じデジタルならではの収益モデル多様化

テクノロジー時代到来
インターネット爆発的普及



1999年～

広告収益

ITmedia

マーケティングのデジタル化



2009年～

デジタルイベント収益

2005年～

リードジェン収益

スマート&ソーシャル



2011年～

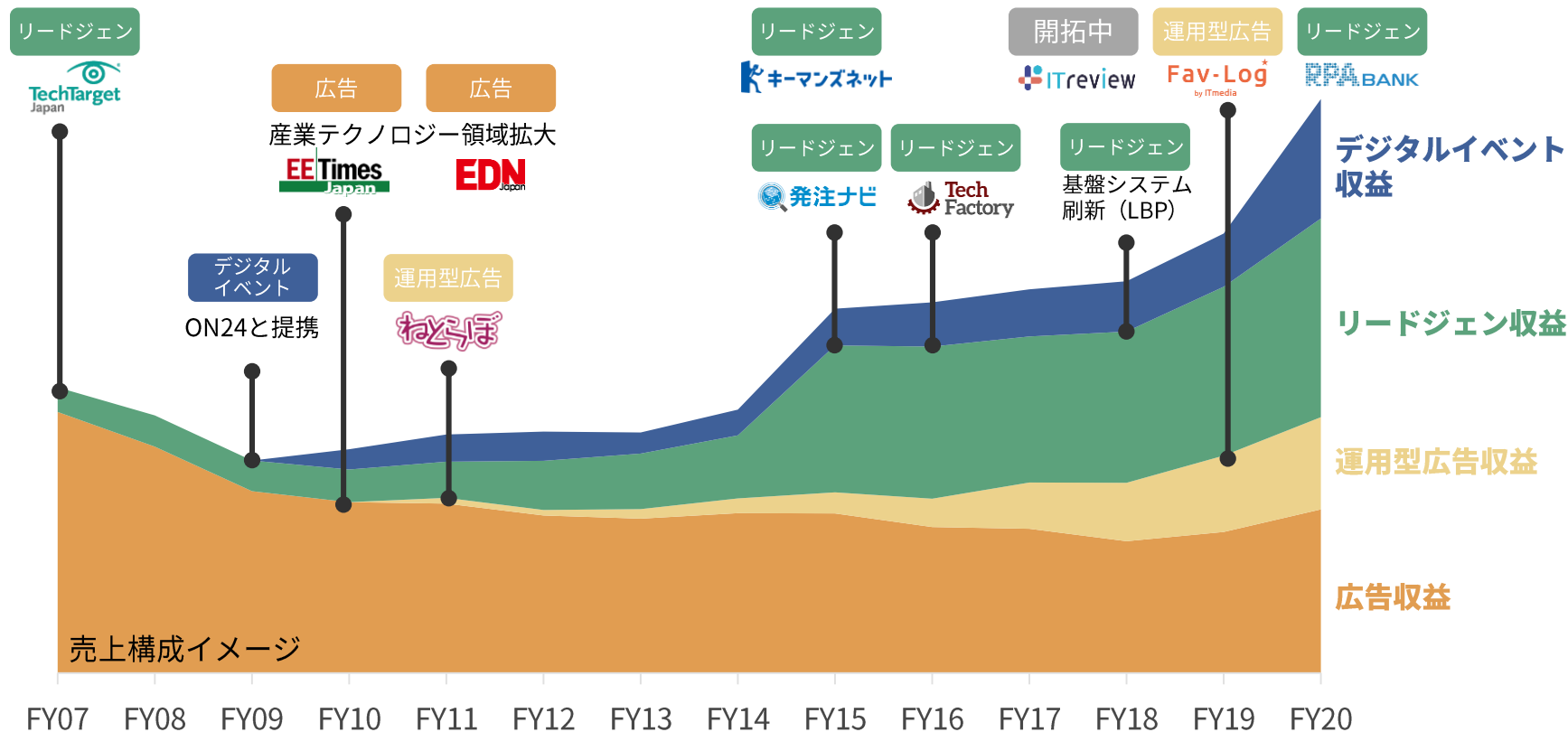
運用型広告収益

ねとろぼ
Fav-Log
by ITmedia

TechTarget
Japan

キーマンズネット

収益モデル多様化が成長に結実

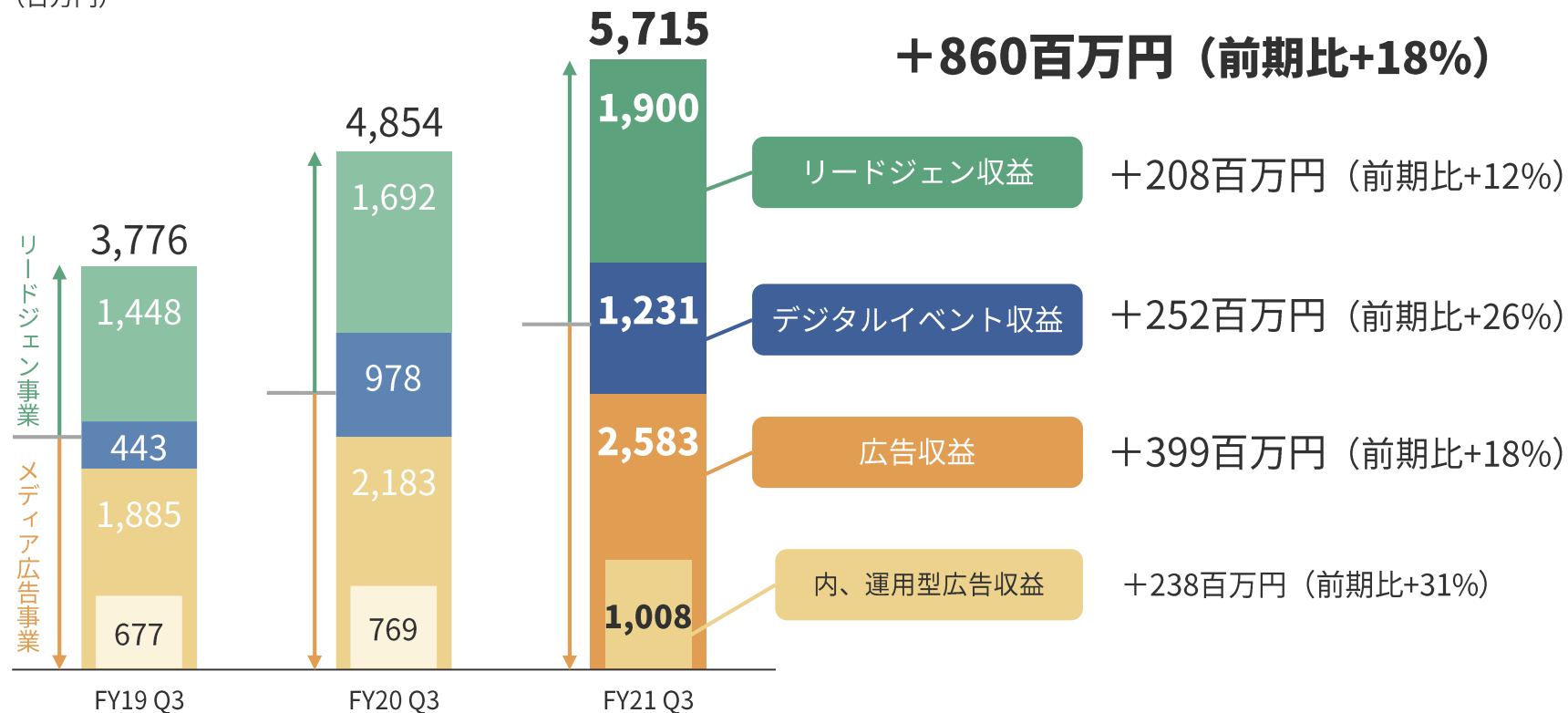


収益モデル別概要

セグメント	リードジェン事業		メディア広告事業		
収益モデル	リードジェン収益	デジタルイベント収益	広告収益	運用型広告収益	
収益源泉	強力なコンテンツ・メディア				
KPI	← 会員数 PV →				
提供価値	← 顧客獲得 認知獲得 →				
収益形態	・セールスリードの提供 ・インテントデータ等の提供	【受託型】 開催支援	【主催型】 スポンサー収益	・広告枠販売 ・タイアップ企画	・アドネットワーク
販売形態	【専門ターゲットを絞った国内最大規模の直販体制】 ・デジタルマーケティングのコンサルとして幅広いソリューション一括提案 ・主な顧客層：IT・ビジネス、産業テクノロジー領域				【営業リソース不要】 優れたアドテクノロジーを持つパートナーが販売

収益モデル別売上収益の状況（累計）

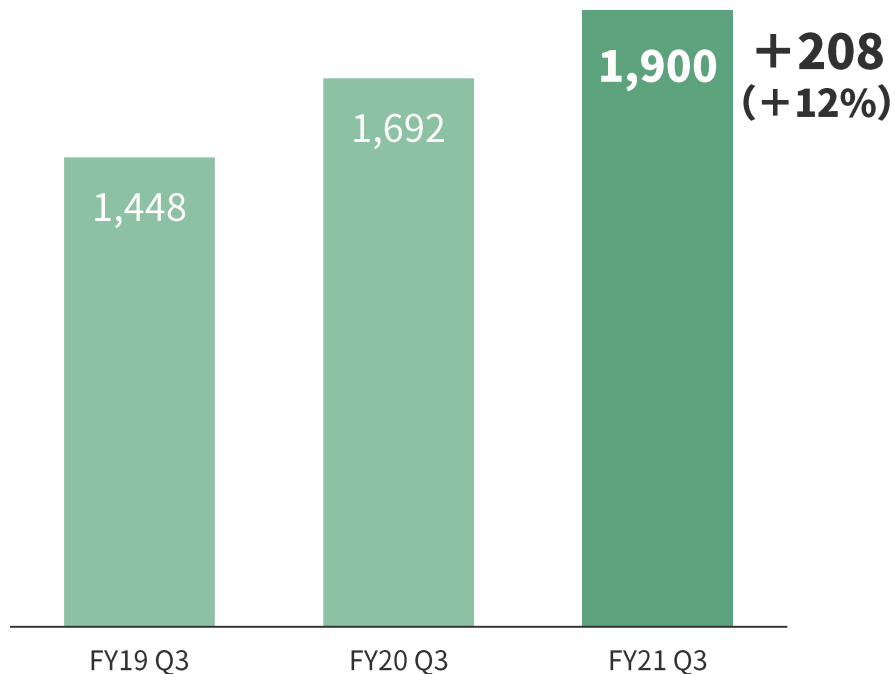
（百万円）



※四半期推移データ：付録資料編参照

■ 売上収益推移（累計）

（百万円）



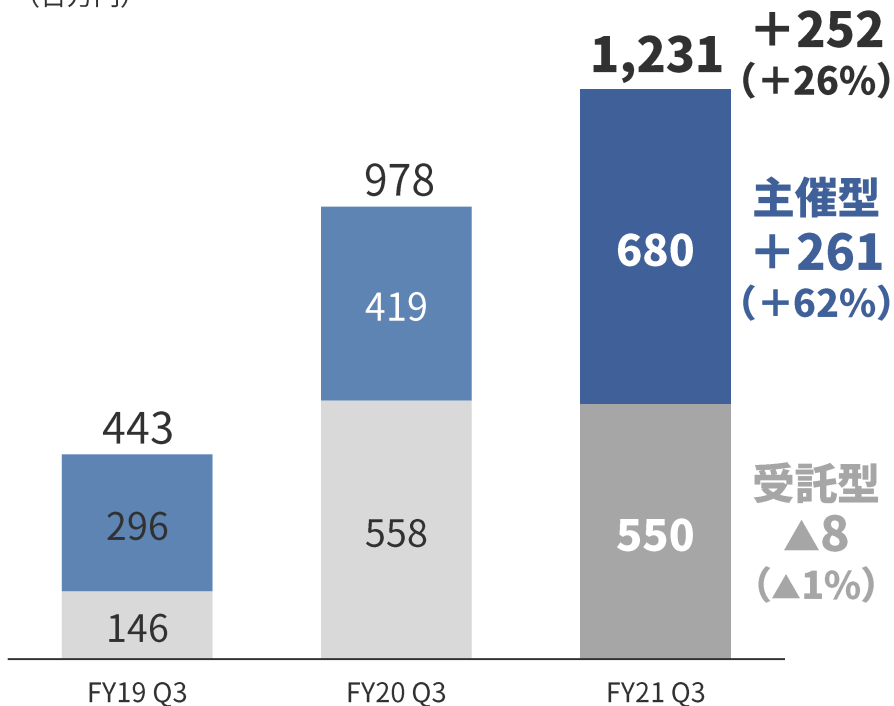
■ トピックス

- デジタルシフト継続、成長実現
- RPA BANK譲受：会員増
→12月末時点：108万人

デジタルイベント収益

■ 売上収益推移（累計）

（百万円）



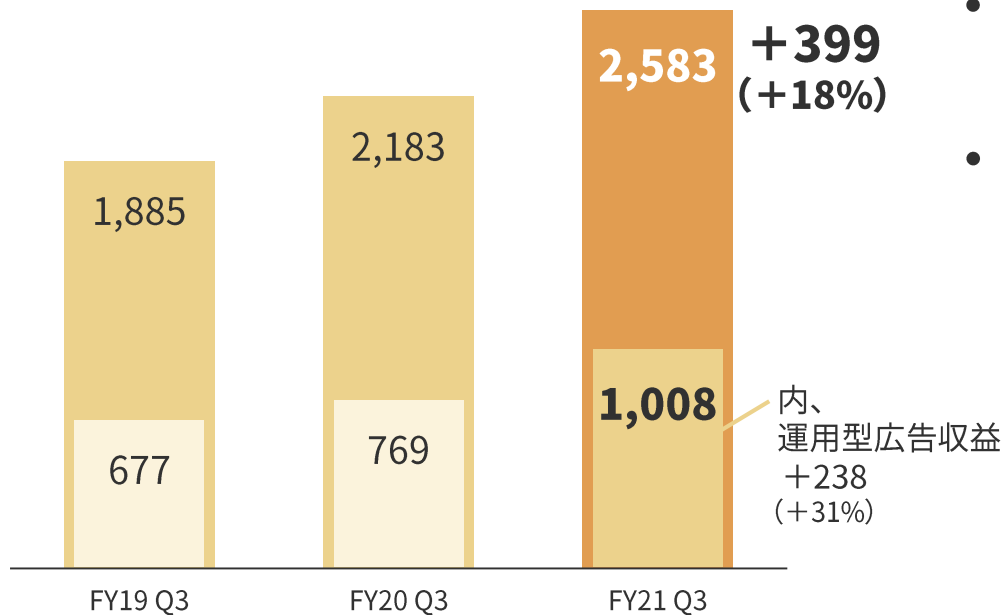
■ トピックス

- ・ 主催型デジタルイベント
好調
- ・ ITmedia Security Week、
ITmedia DX Summit 等
各イベントの規模が拡大

広告収益

■ 売上収益推移（累計）

（百万円）



■ トピックス

- 運用型広告収益拡大
- DX加速背景に製造系・ビジネス系顧客ニーズ拡大

高成長期待領域への展開強化

クラウド・SaaS
産業DX領域

コンテンツ強化、新規顧客開拓

デジタルイベント
市場

主催型デジタルイベント中心に強化

運用型広告
市場

ねとらぼ、Fav-Log強化

中期目標：X40（2025年度 営業利益40億円）

高成長領域でのコンテンツ強化 → 顧客開拓

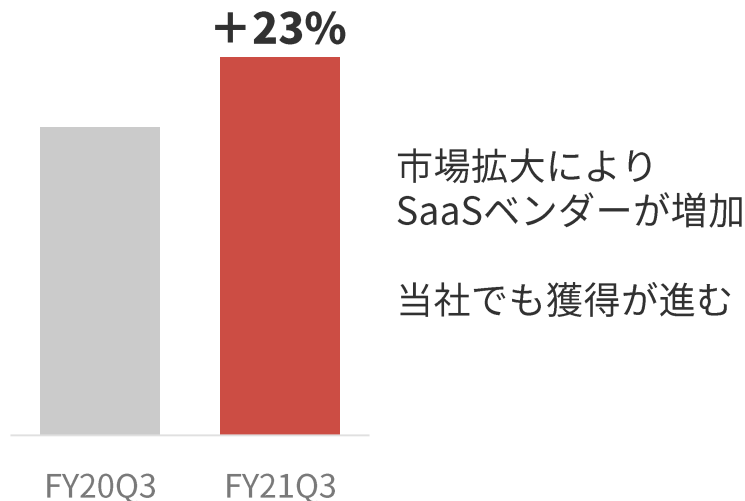
新メディア「SaaSビジネス研究所」

- ・2021年12月20日公開
- ・ベンダーの視点でSaaSビジネス成功のための情報を発信



<https://www.itmedia.co.jp/news/subtop/saaslab/>

SaaS領域の顧客数の増加



各イベントの規模拡大

Q3の主な主催型デジタルイベント



ITmedia **Security Week** 2021 winter
DX推進で高まるサイバー攻撃のリスク
待ったなし、「新常態」のセキュリティ変革

ITmedia DXsummit vol.10 **Digital Back Office Week** 2021 秋
10/28 (木)

ITmedia DXsummit vol.10 **Cloud Native Week** 2021 冬
既存資産を持つ一般企業のための「本気で挑むクラウドネイティブ」
開催日時 2021 11/15 (月)

ITmedia DXsummit vol.10 **DIGITAL World** 2021 winter 冬
デジタルで世界はもっと良く変えられる
開催日時 2021 12/13 (月) ▶ 12/16 (木)

INDUSTRY TECHNOLOGY FAIR 2021 WINTER 11.8 mon - 11.30 tue
インダストリーテクノロジーフェア 2021 冬

Q4の主な主催型デジタルイベント

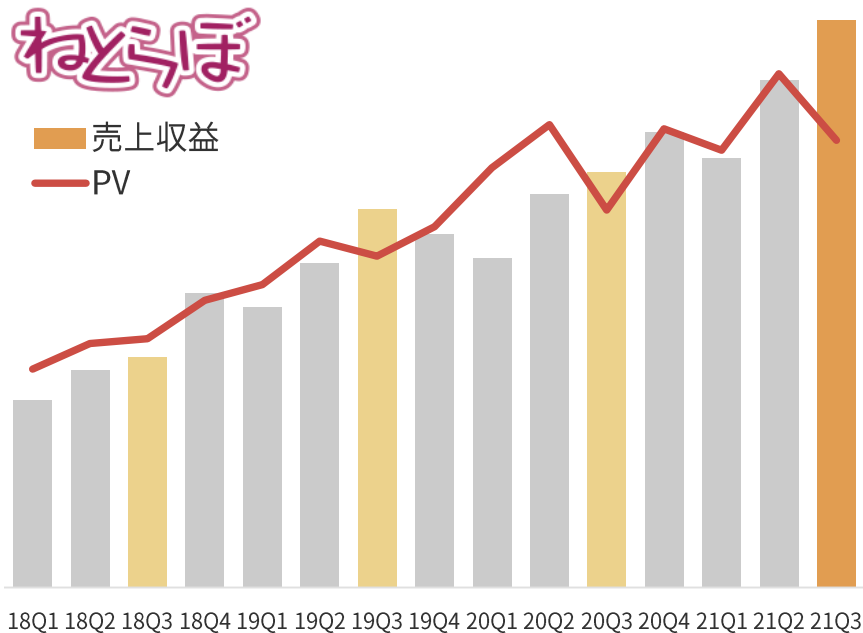


バーチャルイベント
ITmedia SaaS EXPO 2022 冬 1.17 MON / 1.31 MON

2022 2/15 (火) / 10時開幕
ITmedia Virtual EXPO 2022 春
— 製造業向け 国内最大級のバーチャル展示会 —

メカ設計 スマートファクトリー 組み込み開発&エレクトロニクス・AI リテール&ロジスティクス サプライチェーン CASE・自動車 素材

ねとらぼ成長継続。新たな取り組みからも成果



- PV好調。広告単価改善
- 新たな取り組み：



Fav-Log[★]
by ITmedia

データを活用した商品開発と基盤整備

行動履歴ターゲティングタイアップ

メディアデータによる付加価値向上事例
高関心層のみを誘引するタイアップ広告



ドメイン統合

運営メディアのドメイン統合が完了

- Cookie規制のリスクケア
(1st Partyデータとして統合)
- サービス向上
- セキュリティ強化

itmedia.co.jp

MONOist

キーマンズネット

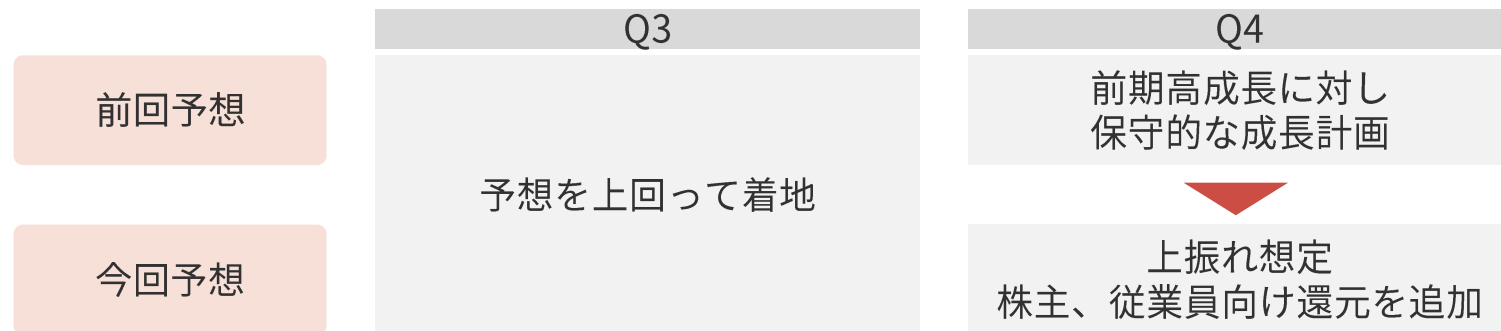
EDN
Japan

EE Times
Japan

@ I T
aimarkit

2022年3月期 業績予想・配当予想

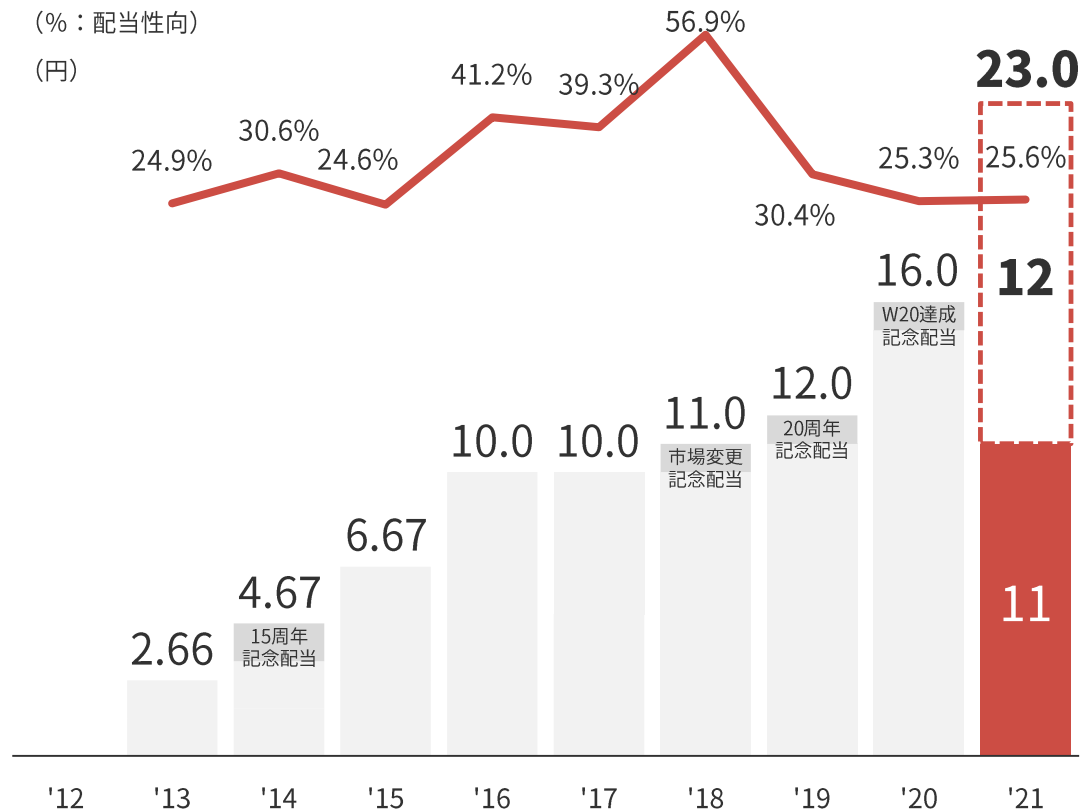
通期業績予想 上方修正



(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
修正予想	7,880	2,620	1,770
前期比	(+14.3%)	(+29.6%)	(+41.0%)
前回予想	7,680	2,520	1,710
修正増減	(+200)	(+100)	(+60)
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。

配当予想の修正



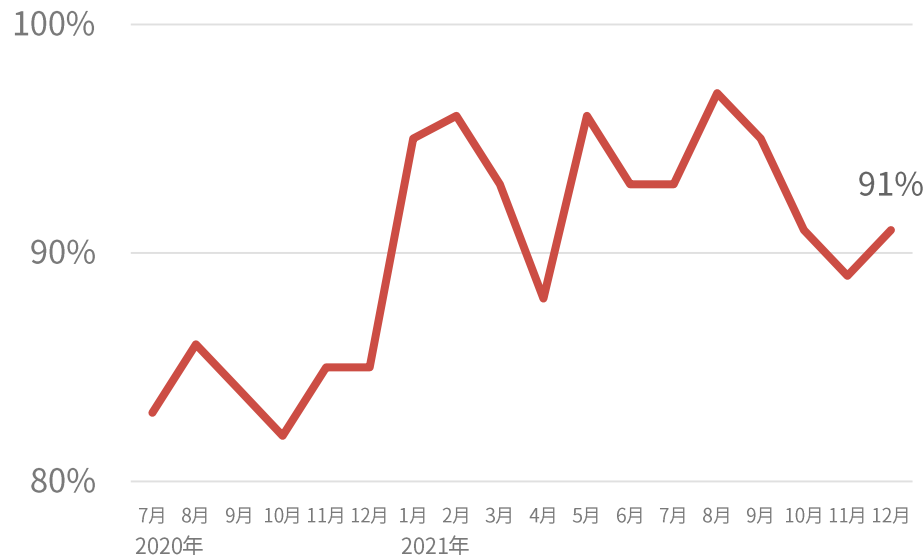
**期末配当予想
1円増**

11円 → 12円

※ 自社株式の取得と合わせた当期総還元性向：70.7%

従業員向けに一時金支給を計画

当社従業員の在宅勤務状況



従業員の9割以上が
在宅勤務を継続



好業績還元と
在宅勤務環境改善のため
Q4で一時金支給

「プライム市場」を選択

- ・ 2021年9月30日：当社取締役会にて決議。同日公表
- ・ 2022年1月11日：JPXより「上場会社による新市場区分の選択結果」公表
- ・ 2022年4月 4日：新市場へ移行

株主・投資家を始めとした様々なステークホルダーの支持を獲得するため、更なるガバナンスの高度化と、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指します。

サステナビリティ基本方針を策定 本格的な取り組みをスタート

サステナビリティサイトオープン

基本的な方針群を整備・公開



<https://corp.itmedia.co.jp/sustainability/>

ガバナンス体制の強化

以下を設置し独立役員の役割を強化

- ・ 指名・報酬委員会
- ・ ガバナンス委員会（特別委員会）
- ・ 独立役員会議

（参考）指名・報酬委員会およびガバナンス委員会設置に関するお知らせ
https://corp.itmedia.co.jp/ir/wp-content/uploads/sites/2/2021/11/20211125_committee.pdf

テクノロジーがもたらす豊かな未来

当社事業が持つ基本的な価値

コンテンツによる
情報価値提供

マーケティング
サービスによる
企業成長支援

サステナビリティ
を高める企業運営

デジタルならではのメディア革新

**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3四半期
付録資料編

2022年1月31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



**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

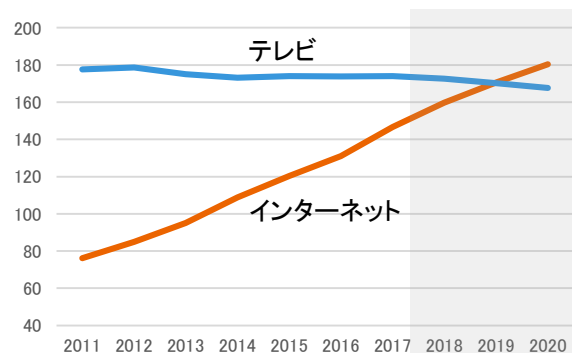
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

- ・ 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

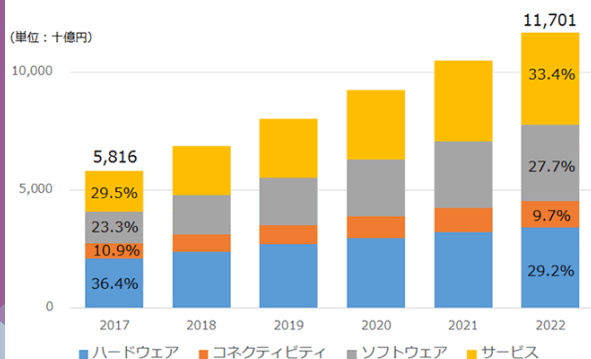
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケティング

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

108万人

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

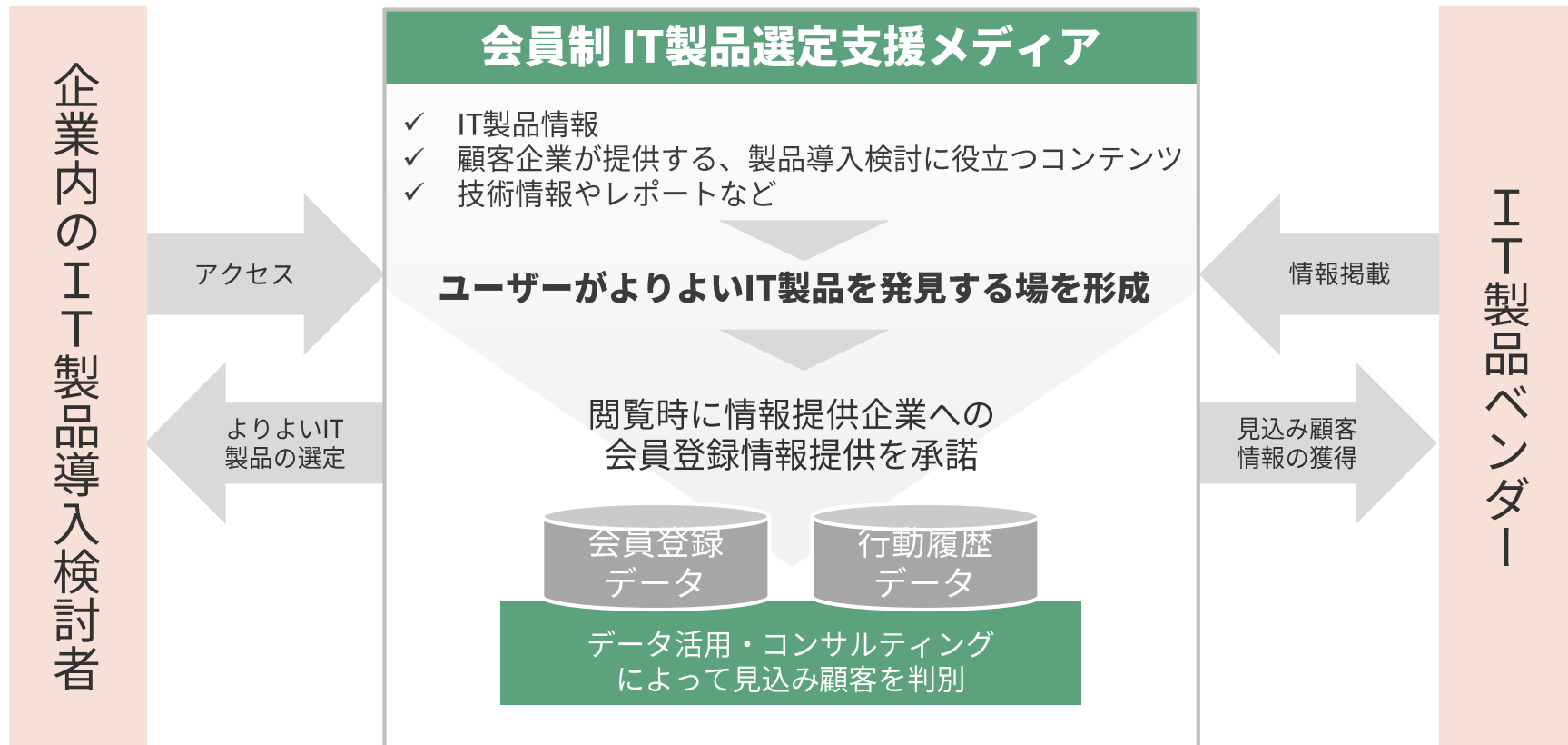
受注

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10月30日公開

[クラウドニュースフラッシュ](#)

[NTTドコモが実践、「Amazon EC2」の料金を“半額”にする方法](#)

NTTドコモがAWSの利用料金を削減するために実施した取り組みや、福井銀行の顧客情報管理システムのクラウドサービスへの移行事例など、クラウドに関する主要ニュースを紹介する。

TechFactory

2021年12月10日公開

[大原雄介のエレ・組み込みプレイバック](#)

[「FPGAの闇落ち」とルネサスのFPGA参入に思うこと](#)

エレクトロニクス／組み込み業界の動向をウオッチする連載。今回は、2021年11月の動向から、RISC-V Days Tokyo 2021 Autumnで慶応大学の天野英晴教授が語った「FPGAの闇落ち」と、昨今のFPGA事情についてお届けする。

ITmedia マーケティング

2021年10月25日公開

[勘違いだらけのWebマーケティング【第1回】](#)

[コンテンツSEOでやらかしてしまいがちな3つの勘違い](#)

ITmedia マーケティングで2021年3月に連載して多くの反響をいただいた「勘違いだらけのEC参入」。好評に応え、今回は裾野を広げて「Webマーケティング施策」におけるありがちな勘違いを紹介する。第1回は、コンテンツSEO編。

キーマンズネット

2021年12月7日公開

[テレワーク監視ツールが見つけた「1日5時間サボリーマン」の実態](#)

在宅勤務の従業員を抱える企業の過半数が、監視ソフトウェアを利用している。それらの企業の大多数が、業務と無関係なネット閲覧の発見や生産性の向上を果たしていた。

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

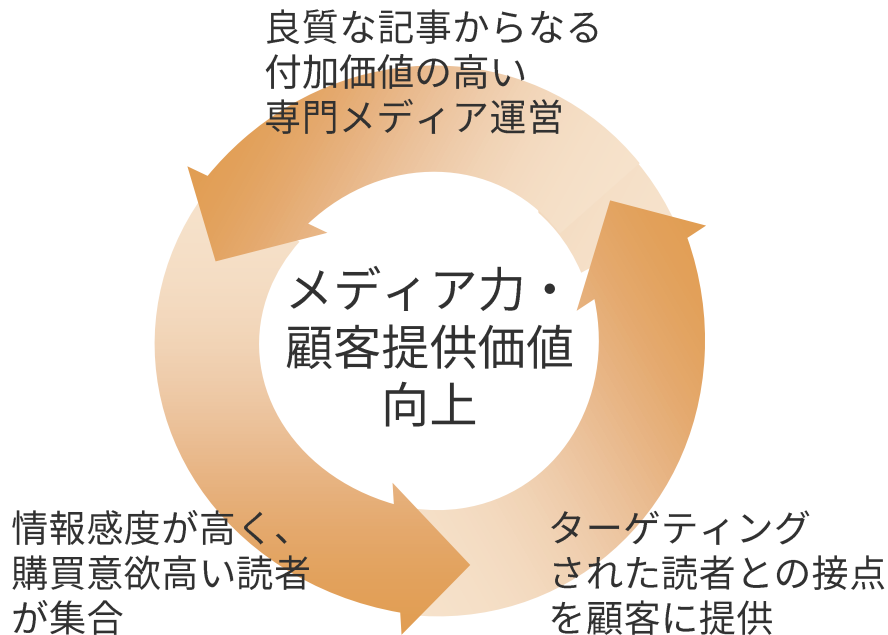
■ ハイブリッドイベント

オンラインでもオフラインでも参加できるイベント

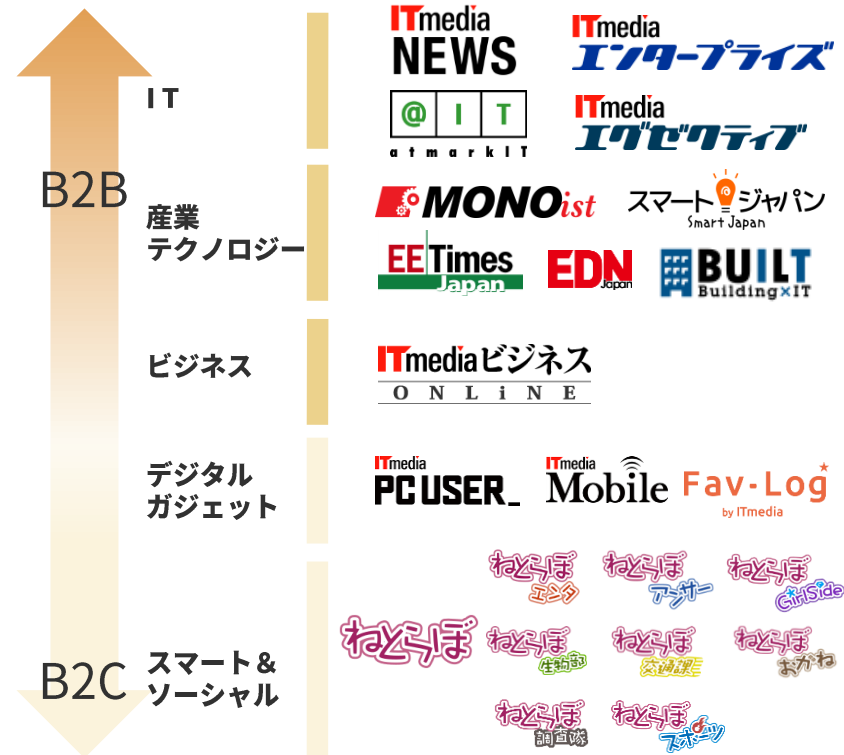
■ デジタルなフィジカルイベント

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



EE Times Japan×EDN Japan

統合電子版

[Beyond 5G ～鍵は「テラヘルツ技術」― 9月号](#)

[加速する半導体投資～各国／企業の動向をまとめる― 10月号](#)

[TSMCが語る「N3」ノードの詳細― 11月号](#)

ITmedia エンタープライズ

2021年9月15日公開

[CIO Dive](#)

[経営者はITエンジニアの「あのクラウドは使いたくない」の
声に耳を傾けるべきなのか](#)

ITmedia NEWS

2021年11月12日公開

[「ガバメントクラウド」に国産IaaSが不在だったワケ
さくら田中社長に聞く日本ベンダーの課題](#)

ITmedia Mobile

2021年11月24日公開

[Xperiaが国内Androidシェア1位に躍進した理由
「ミッドレンジが好調」だけにあらず](#)

ねとらぼ

2021年11月11日公開

[“存在しないはずの謎コイン”最終章](#)

[「奇跡体験！アンビリバボー」との青森・むつ小川原取材で
浮かび上がってきた新説とは（前編）](#)

ねとらぼGirlSide

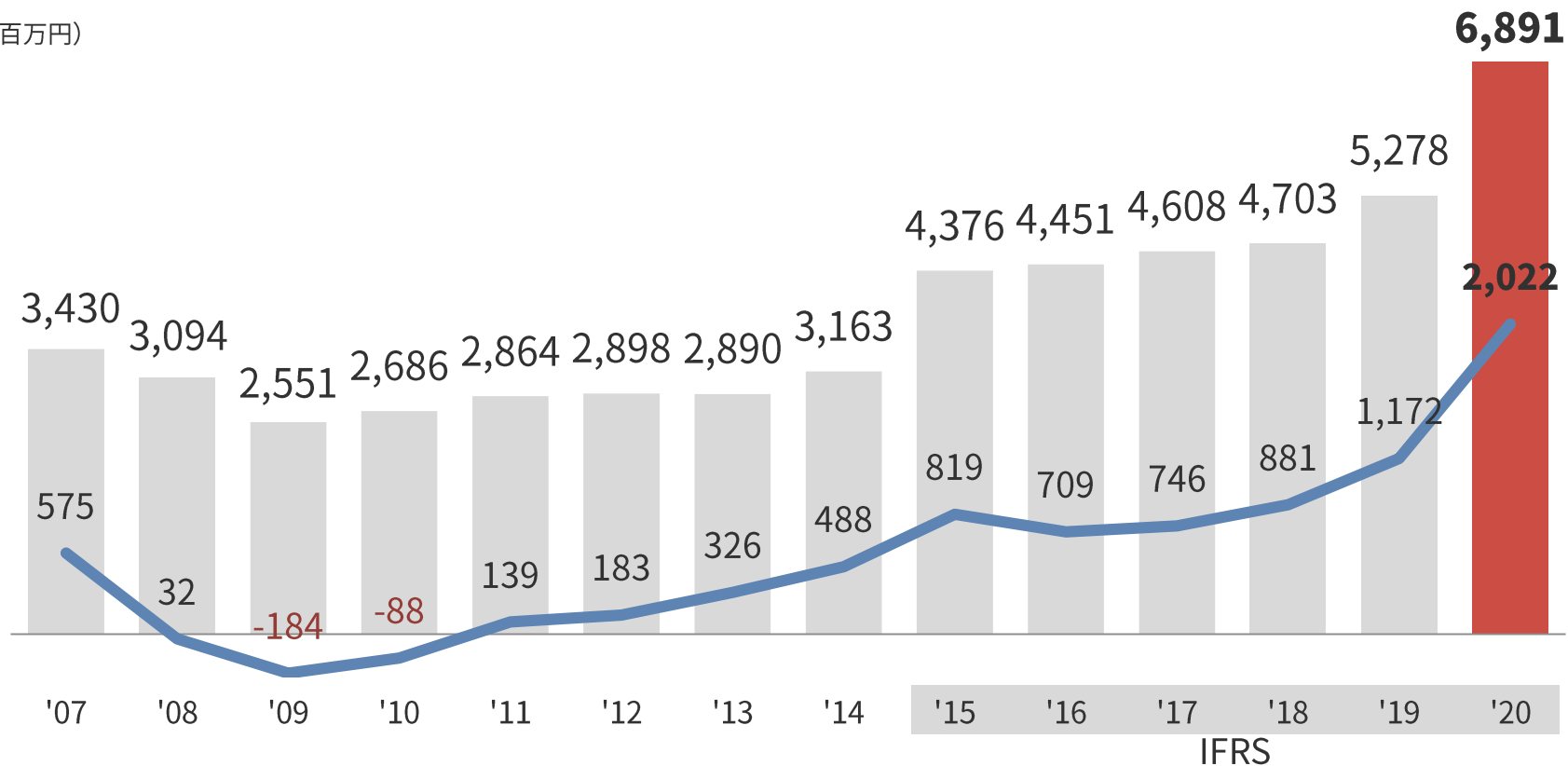
2021年10月14日公開

[古い価値観は「めっちゃくちゃスベらせる」しかない
セクハラ被害とジェンダーを描く漫画『女の体をゆるす
まで』作者×「ゴッドタン」佐久間宣行P対談](#)

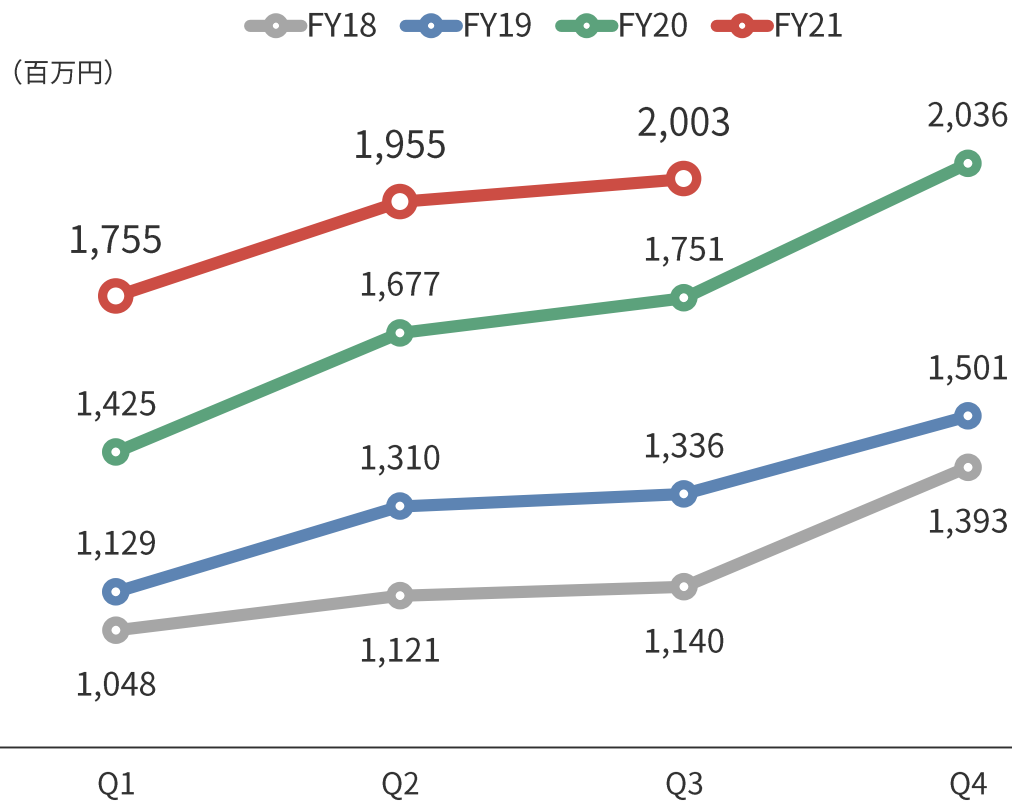
業績・KPI

売上収益・営業利益の推移

(百万円)



売上収益 四半期推移



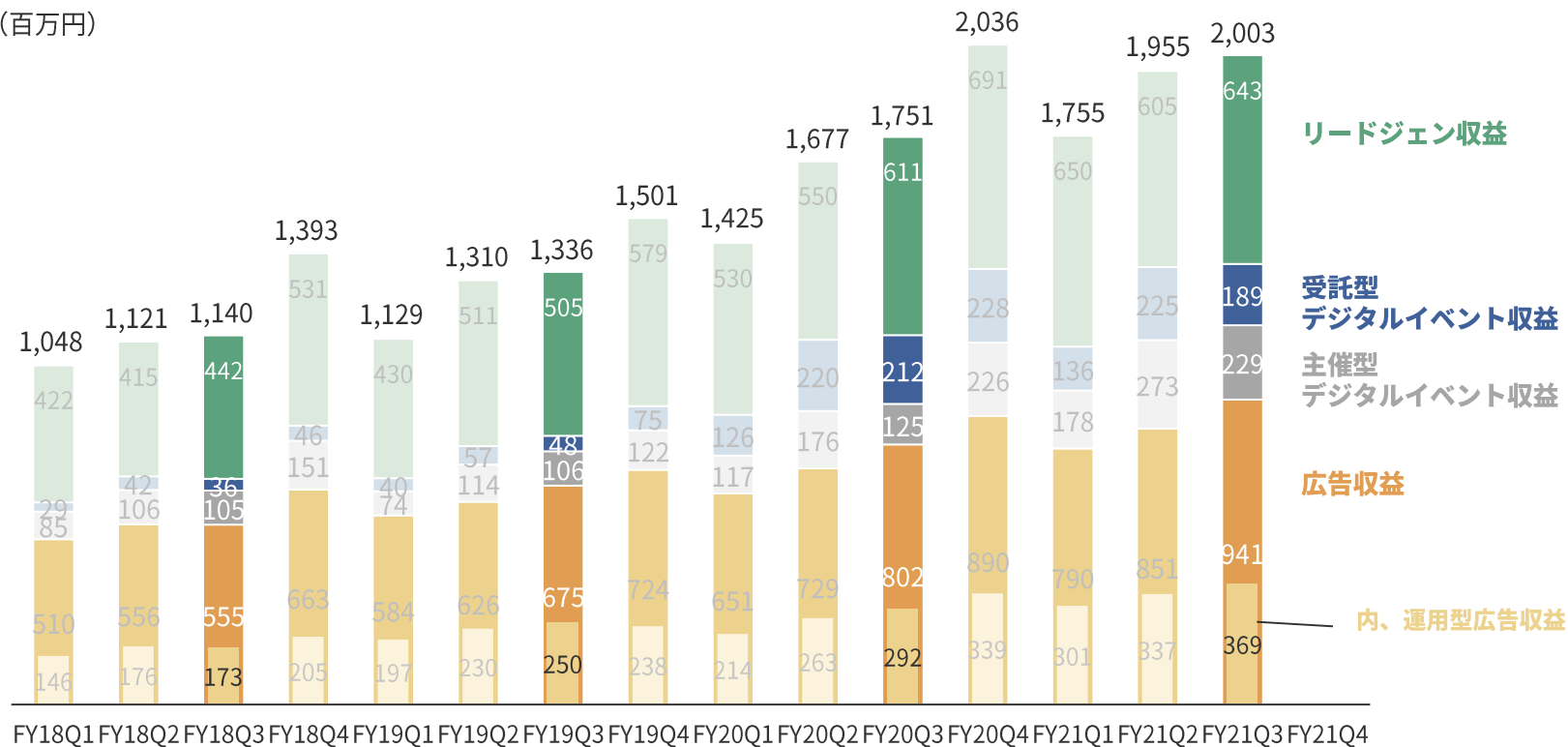
当社決算をご理解いただくために

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

収益モデル別売上収益推移 四半期別

(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	1,361	1,609	
リードジェン事業				
2019	613	809	954	1,093
2020	748	964	1,127	1,320
2021	838	1,130	1,303	
メディア広告事業				
2019	273	433	599	765
2020	273	470	630	792
2021	355	583	752	

◆会員数

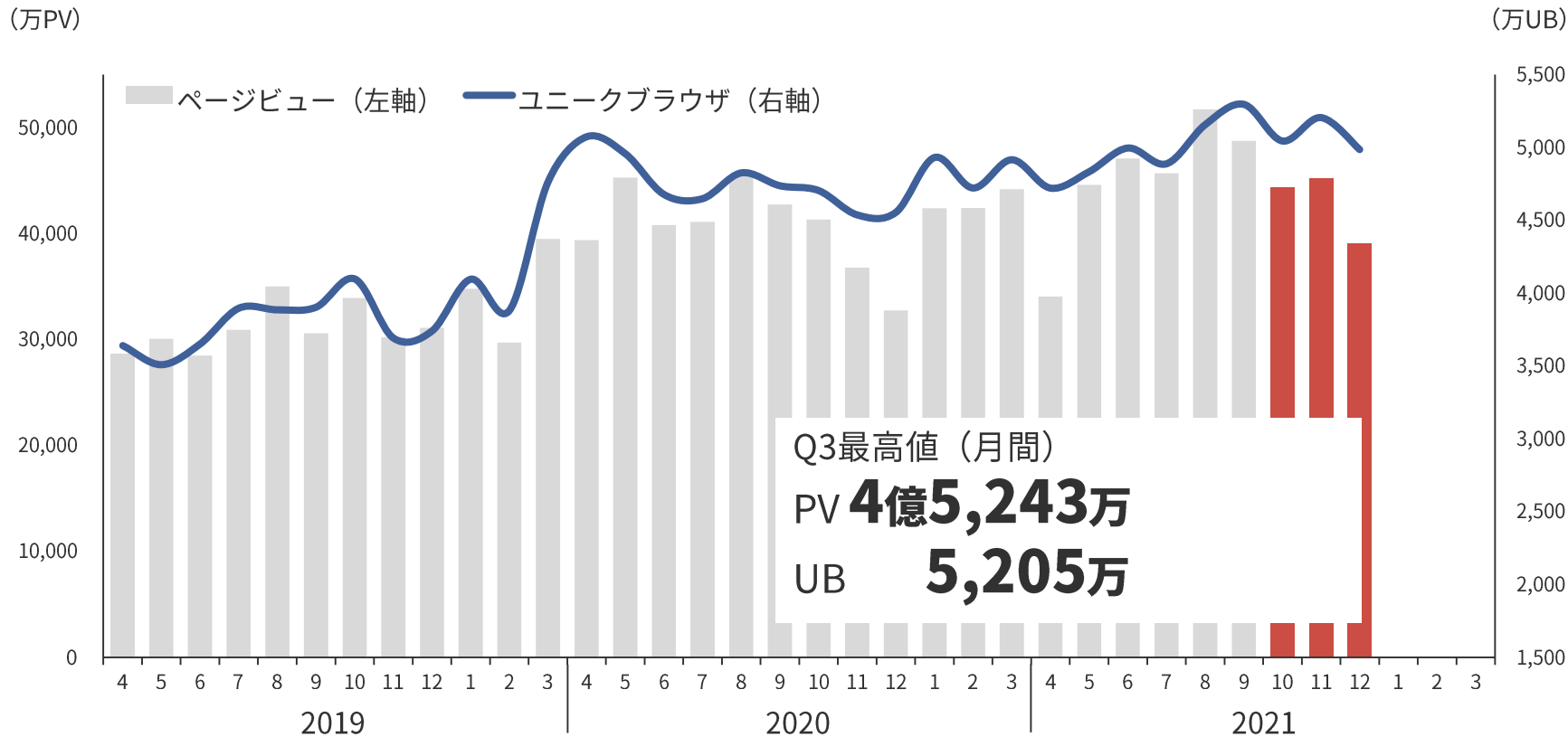
(万人)	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2019	80	87	91	93
2020	96	97	99	101
2021	100*	105	108	

* 低品質データのクレンジング実施

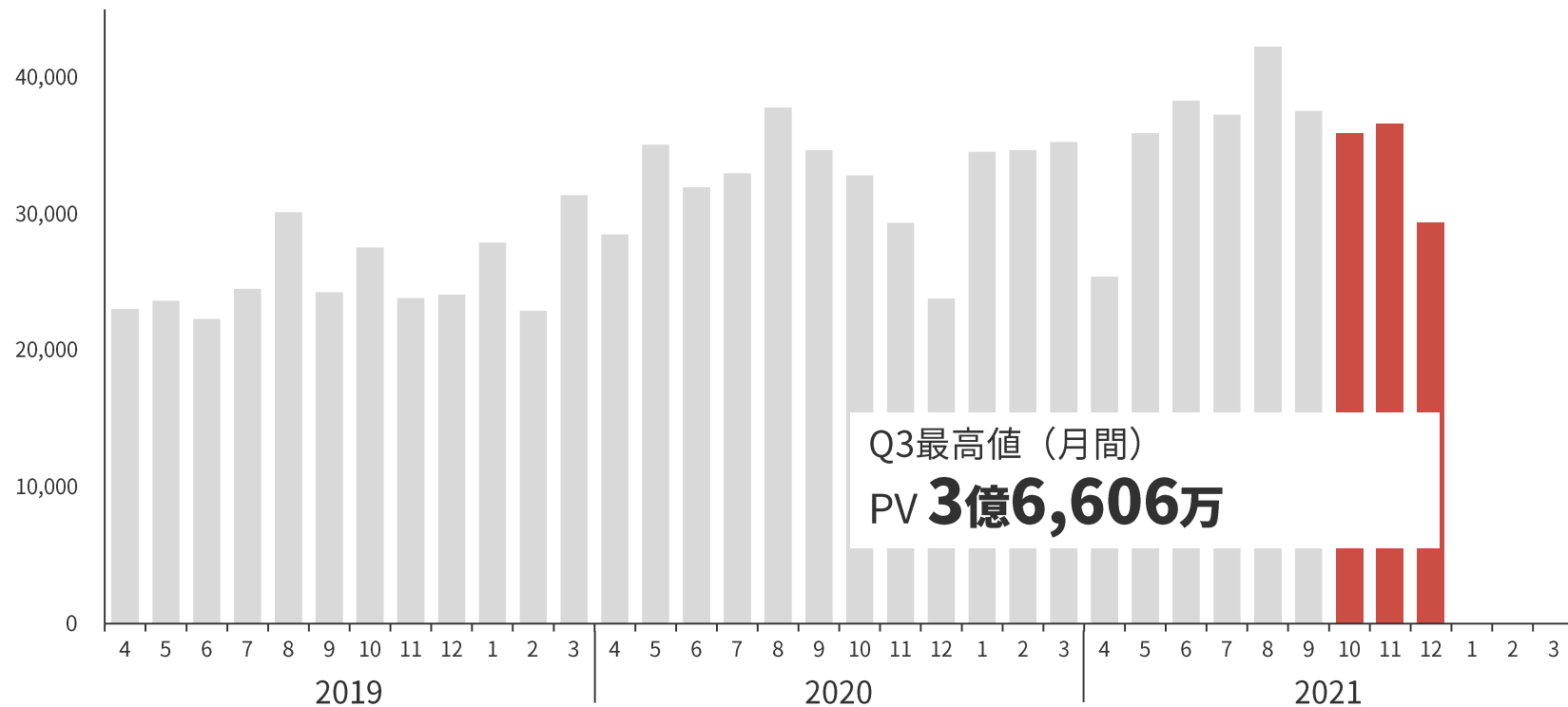
運営メディアの規模

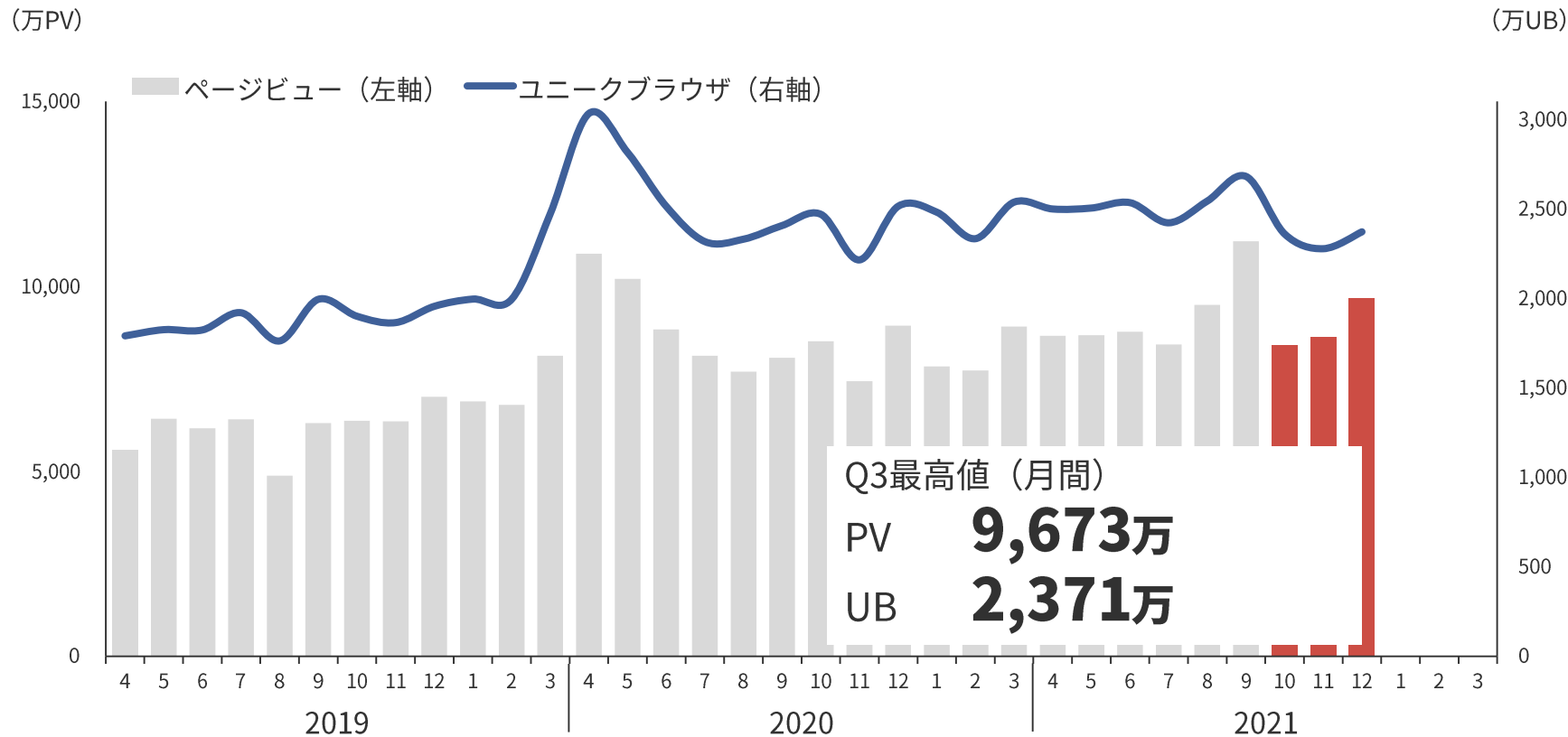
メディア広告

※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。