

アイティメディア株式会社
2024年3月期 第1四半期
決算説明資料

2023年7月31日
証券コード：2148 東証プライム市場

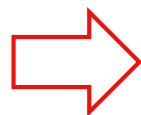




- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、資料作成時点で入手可能な情報に基づき判断した予想であり、不確実な要素を含んでいます。実際の業績は、さまざまな要因及び業況の変化により、記載されている予想とは大きく異なる可能性があることをご了承ください。
 - 当社の業績に影響を与えうる事項は「2023年3月期 有価証券報告書」の「事業等のリスク」に記載されておりますので、ご参照ください。ただし、業績に影響を与えうる要素は「事業等のリスク」に記載されている事項に限定されるものではないことをご留意ください。リスクや不確実な要素には、将来の出来事から発生する重要かつ予測不可能な影響も含まれます。
 - 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。
 - 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。

当期より報告セグメントを見直し

リードジェン事業
メディア広告事業



BtoBメディア事業
BtoCメディア事業

旧セグメント

リードジェン事業

売上収益 816百万円

営業利益 182百万円

リードジェン

受託型
デジタルイベント

メディア広告事業

売上収益 986百万円

営業利益 232百万円

主催型
デジタルイベント

広告

運用型広告

新セグメント

BtoBメディア事業

売上収益 1,500百万円

営業利益 361百万円

リードジェン

受託型
デジタルイベント

主催型
デジタルイベント

広告

BtoCメディア事業

売上収益 301百万円

営業利益 53百万円

運用型広告





2024年3月期 Q1業績概況

BtoBメディア事業

BtoCメディア事業

2024年3月期 業績予想

当社事業の概要と成長戦略

株主還元・サステナビリティ

Q1減収減益。不透明な外部環境が想定よりも悪化 当期中は影響が残る想定

業績

外部環境・概況

Q1実績

減収減益

売上収益 1,802百万円 (▲9%)

- ・ リードジェン収益 + 0%
- ・ デジタルイベント収益 ▲17%
- ・ 広告収益 ▲11%
- ・ 運用型広告収益 ▲14%

営業利益 414百万円 (▲34%)

当社を取り巻く市場環境の影響が短期的に拡大

米国テクノロジー市況の悪化

- ・ 外資系企業の広告出稿が鈍化

コロナ収束期待に伴うフィジカルへの揺り戻し

- ・ 国内系企業中心にデジタルイベント需要が減速

運用型広告市場は想定より悪化

一部検索アルゴリズムへの対応で減衰発生

業績予想

減速はQ1がピークと想定

当期中は影響が残る見通し

売上収益 8,320百万円 (▲ 5%)

営業利益 2,400百万円 (▲18%)

自己株式取得を決定

引き続き市場環境は軟調と予想

米国テクノロジー市況の悪化

- ・ 下期以降で改善を期待

コロナ収束期待に伴うフィジカルへの揺り戻し

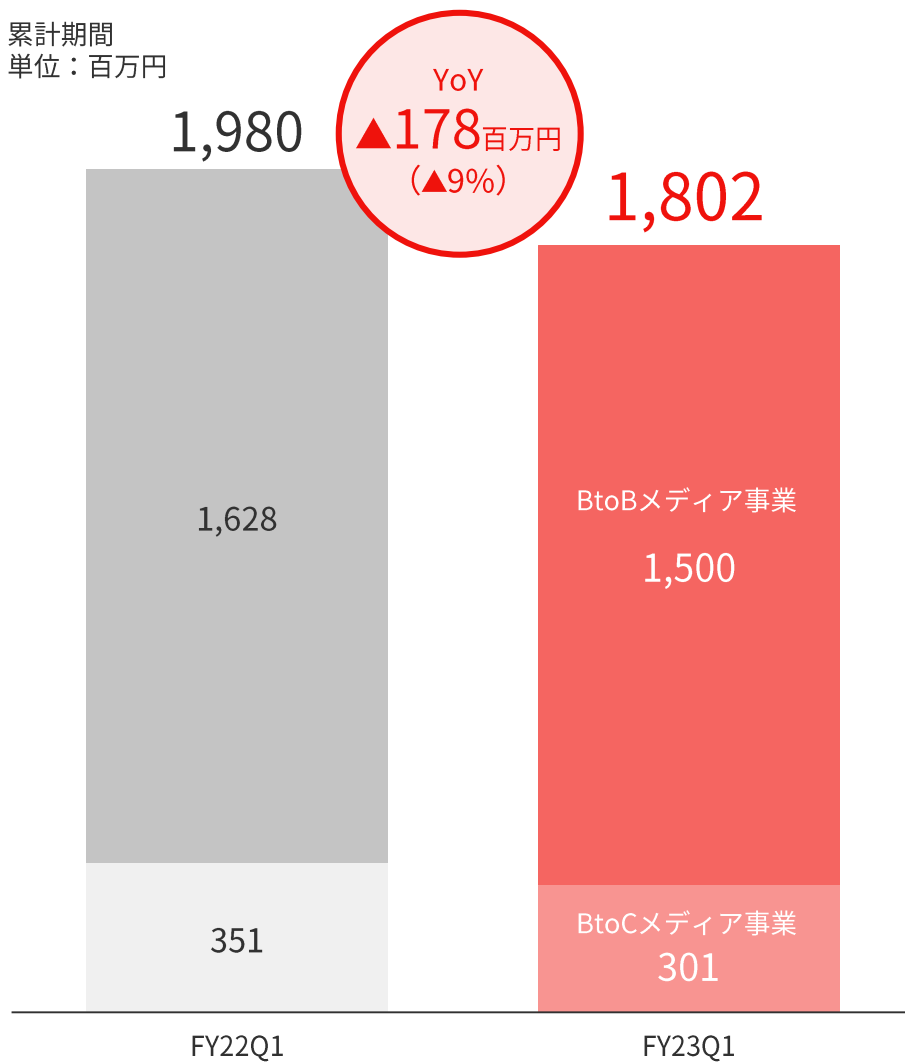
- ・ 揺り戻しは上期がピークと想定

運用型広告市場

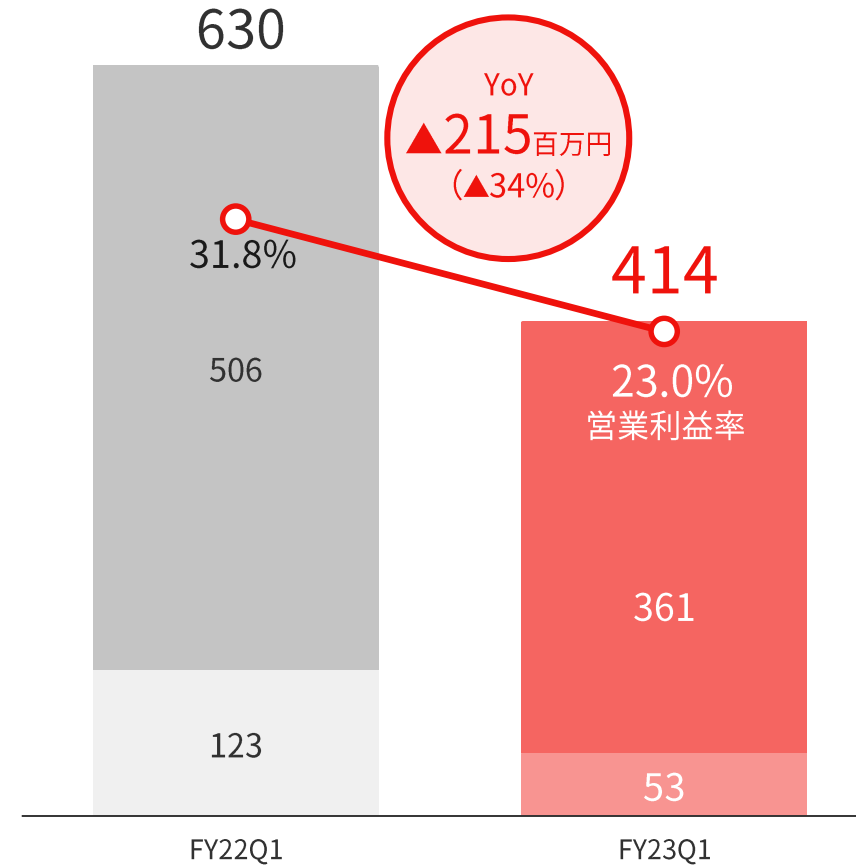
- ・ 緩やかな改善を見込む

売上収益

累計期間
単位：百万円

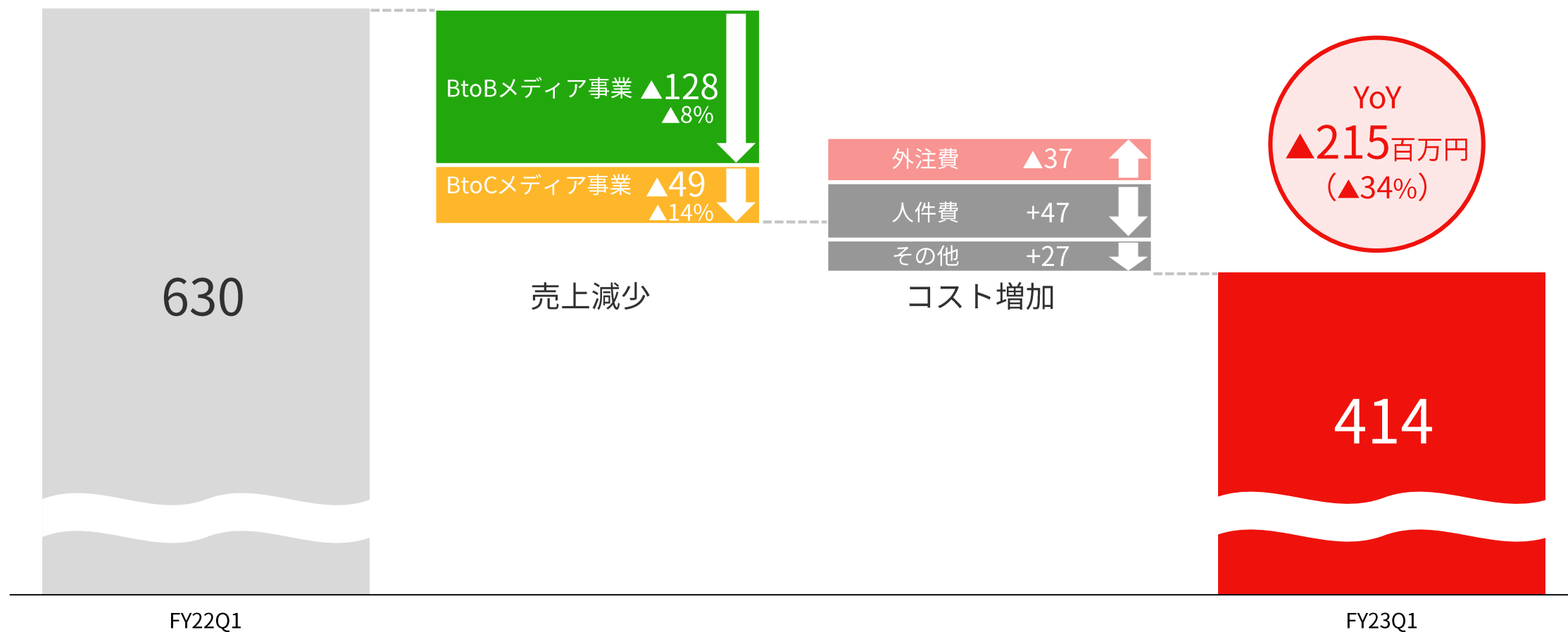


営業利益



減収減益。外注費抑制も人件費が増加

累計期間
単位：百万円



累計期間 単位：百万円	FY22Q1		FY23Q1		増加額	増減率
	金額	売上比	金額	売上比		
売上収益	1,980	100.0%	1,802	100.0%	▲178	▲9.0%
総コスト	1,349	68.2%	1,387	77.0%	+37	+2.8%
（うち人件費）	730	36.9%	777	43.1%	+47	+6.4%
EBITDA	693	35.0%	482	26.7%	▲211	▲30.5%
営業利益	630	31.8%	414	23.0%	▲215	▲34.2%
税引前利益	629	31.8%	417	23.2%	▲212	▲33.7%
四半期利益	428	21.6%	280	15.6%	▲147	▲34.5%
親会社の所有者 に帰属する四半期利益	428	21.6%	280	15.6%	▲147	▲34.5%

※ EBITDA: 営業利益 + 減価償却費 + 無形資産の償却費 + 減損損失 + 株式報酬費用 - その他の一時収益 + その他の一時費用

累計期間 単位：百万円	FY22Q1	FY23Q1	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	77	148	+71
投資活動による キャッシュ・フロー	▲5	▲125	▲119
財務活動による キャッシュ・フロー	▲273	▲301	▲27
現金及び現金同等物の増減額	▲201	▲277	▲75
現金及び現金同等物の期首残高	6,815	7,978	+1,162
現金及び現金同等物の期末残高	6,613	7,701	+1,087

営業CF 主な内訳

税引前四半期利益	+417
減価償却費及び償却費	+67
営業債権及びその他の債権の減少額	+243
営業債務及びその他の債務の減少額	▲93
法人所得税の支払額	▲472

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	▲113
--------------------------	------

財務CF 主な内訳

配当金の支払	▲268
リース負債の支払額	▲34

単位：百万円		23年3月末	23年6月末	差異
資産の部	流動資産	9,996	9,450	▲546
	非流動資産	1,161	1,395	+234
	資産合計	11,158	10,845	▲312
負債の部	流動負債	1,668	1,254	▲413
	非流動負債	60	156	+95
	負債合計	1,729	1,411	▲317
資本の部	資本金/資本剰余金	3,969	3,971	+1
	利益剰余金	6,603	6,607	+3
	自己株式	▲1,144	▲1,144	-
	他包括利益累計額	-	0	+0
	親会社の所有者に 帰属する持分	9,429	9,434	+5
	資本合計	9,429	9,434	+5
1株当たり 親会社の所有者に帰属する持分		476.37円	476.55円	+0.18円
親会社所有者帰属持分比率		84.5%	87.0%	+2.5pt

資産合計

現金及び現金同等物	▲277
営業債権及びその他の債権	▲243
その他の流動資産	▲23
使用権資産	+224

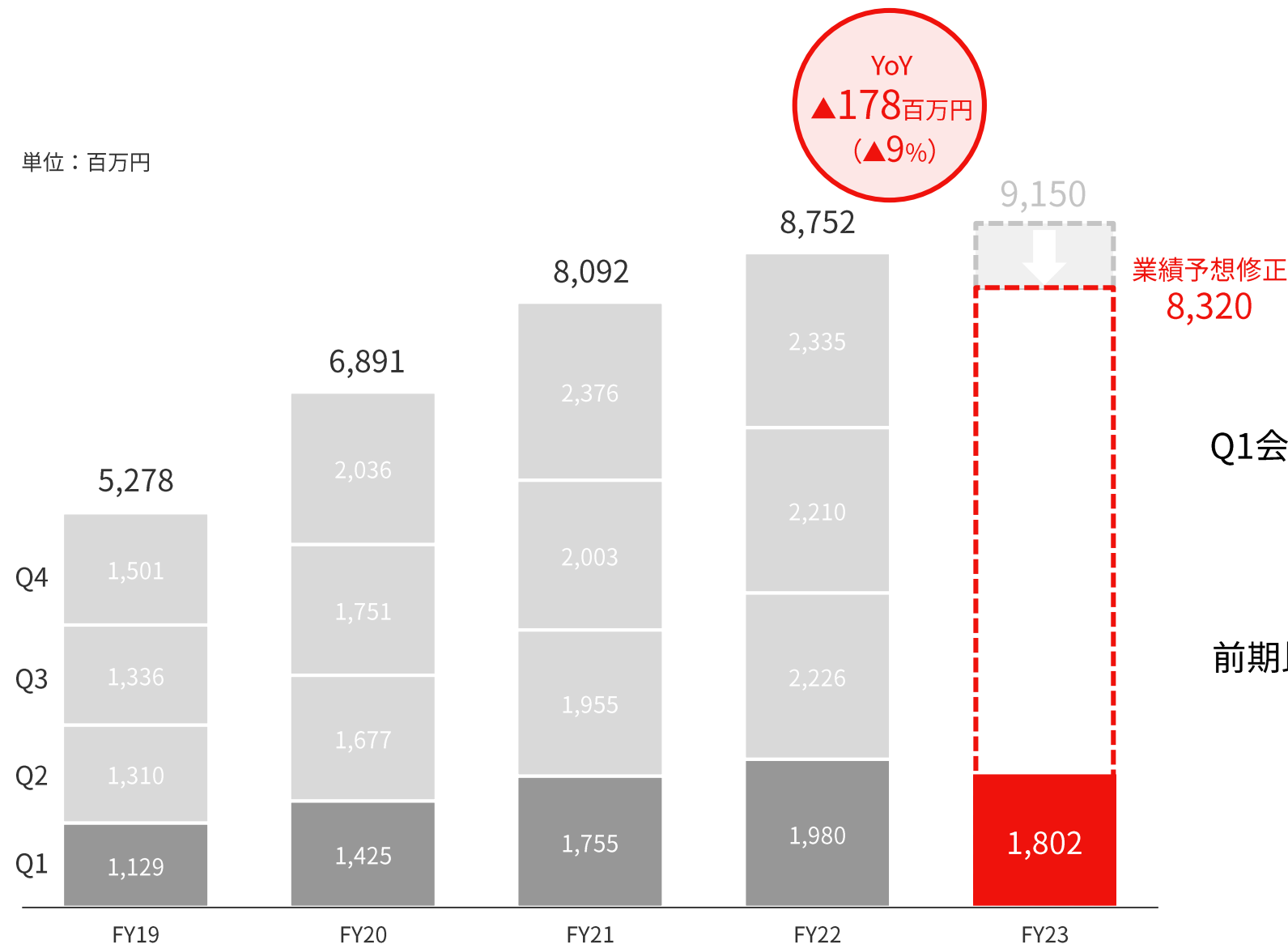
負債合計

営業債務及びその他の債務	▲169
リース負債	+214
未払法人所得税	▲335
その他の流動負債	▲27

資本合計

利益剰余金	+3
うち、四半期利益	(+280)
うち、剰余金の配当	(▲277)

単位：百万円

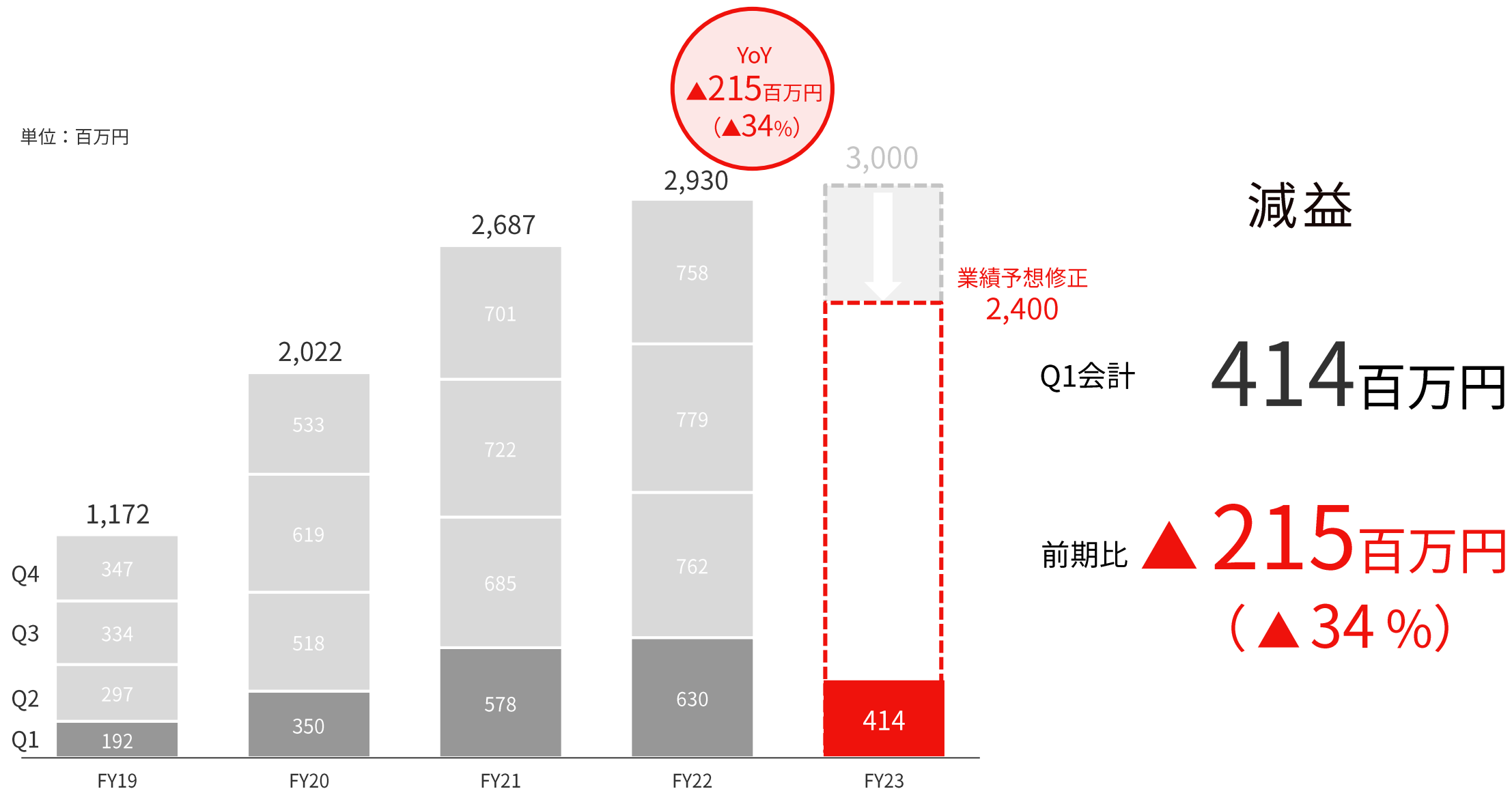


減収

Q1会計 1,802百万円

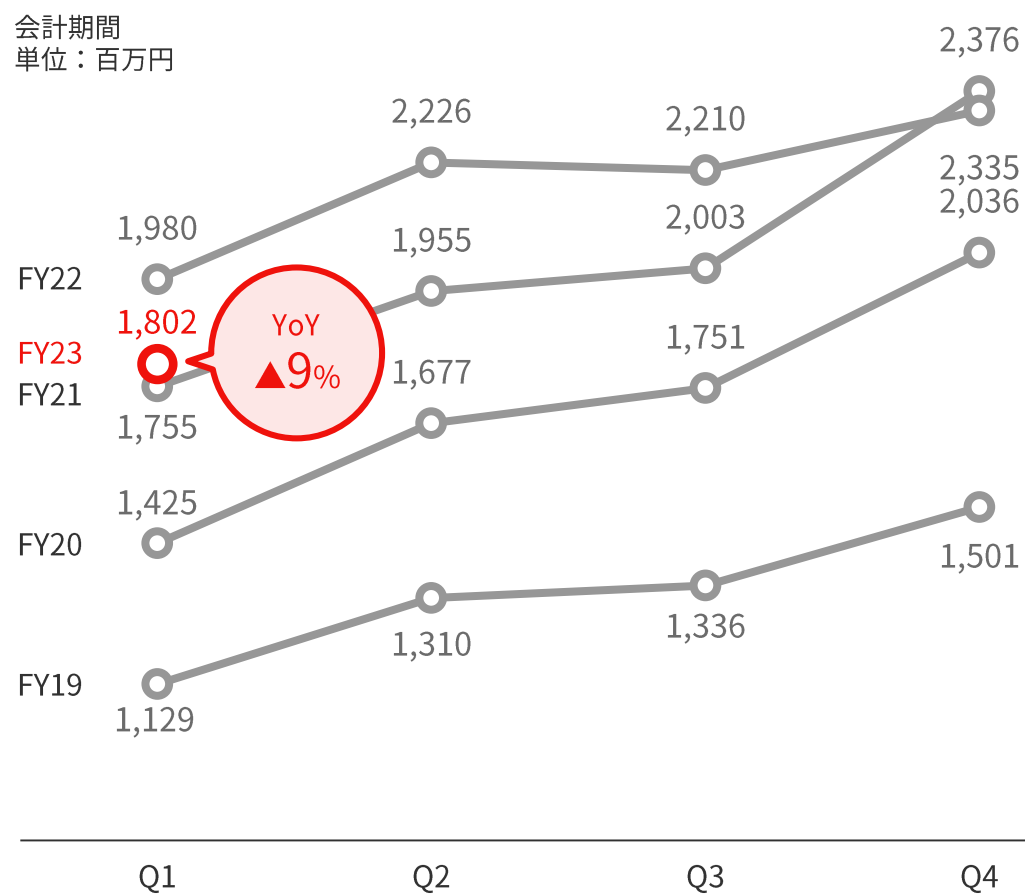
前期比 ▲178百万円
(▲9%)

単位：百万円

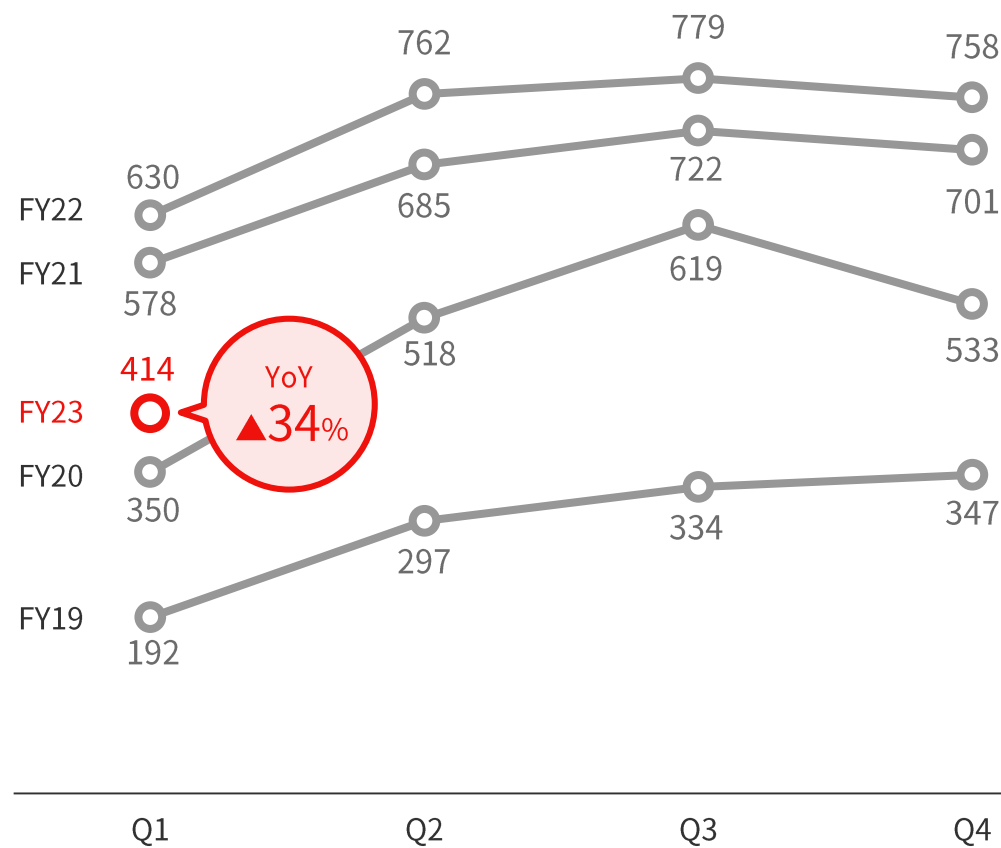


Q1は固定費の割合が大きく、減収に対し減益が拡大

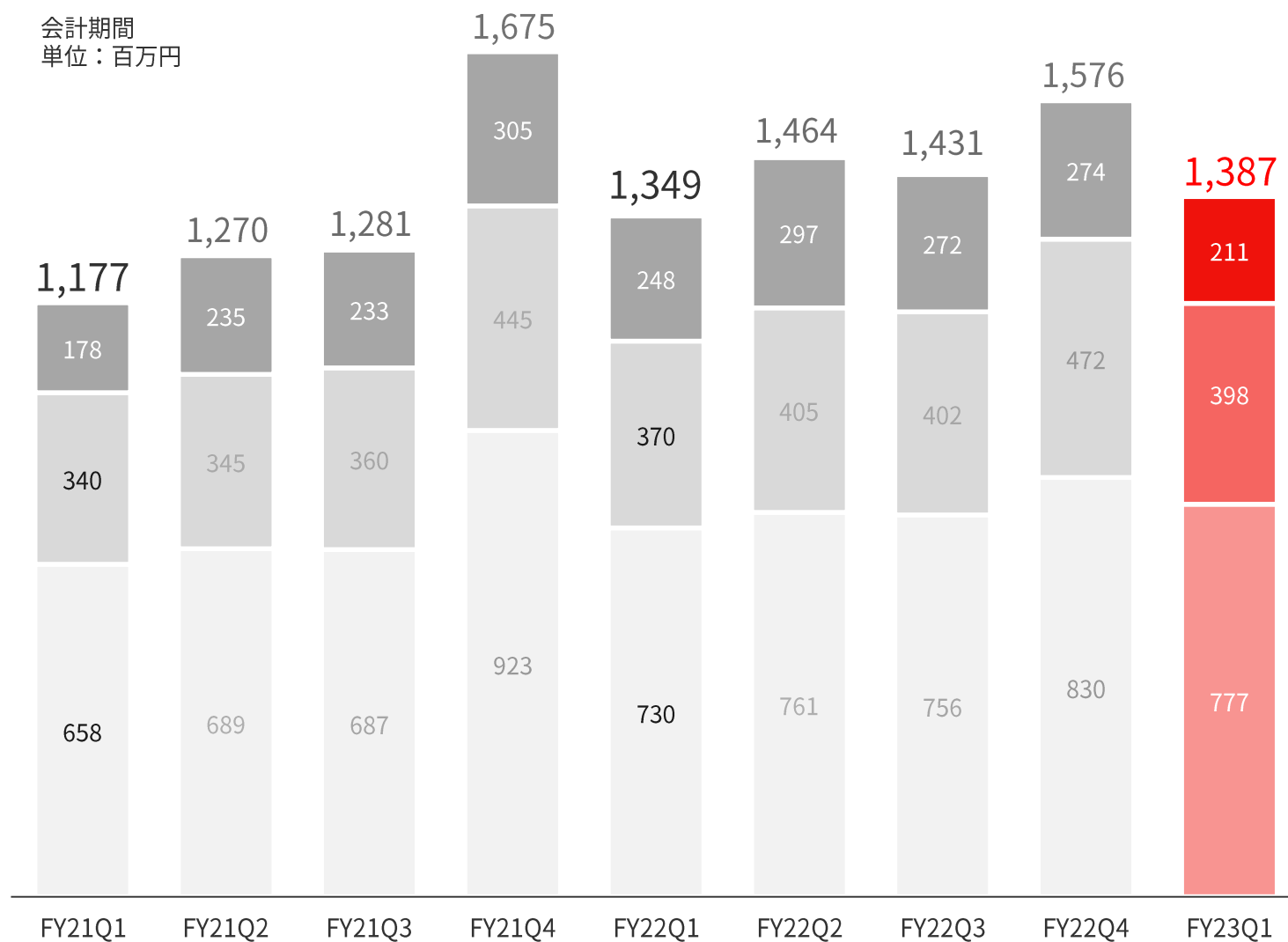
売上収益



営業利益



会計期間
単位：百万円

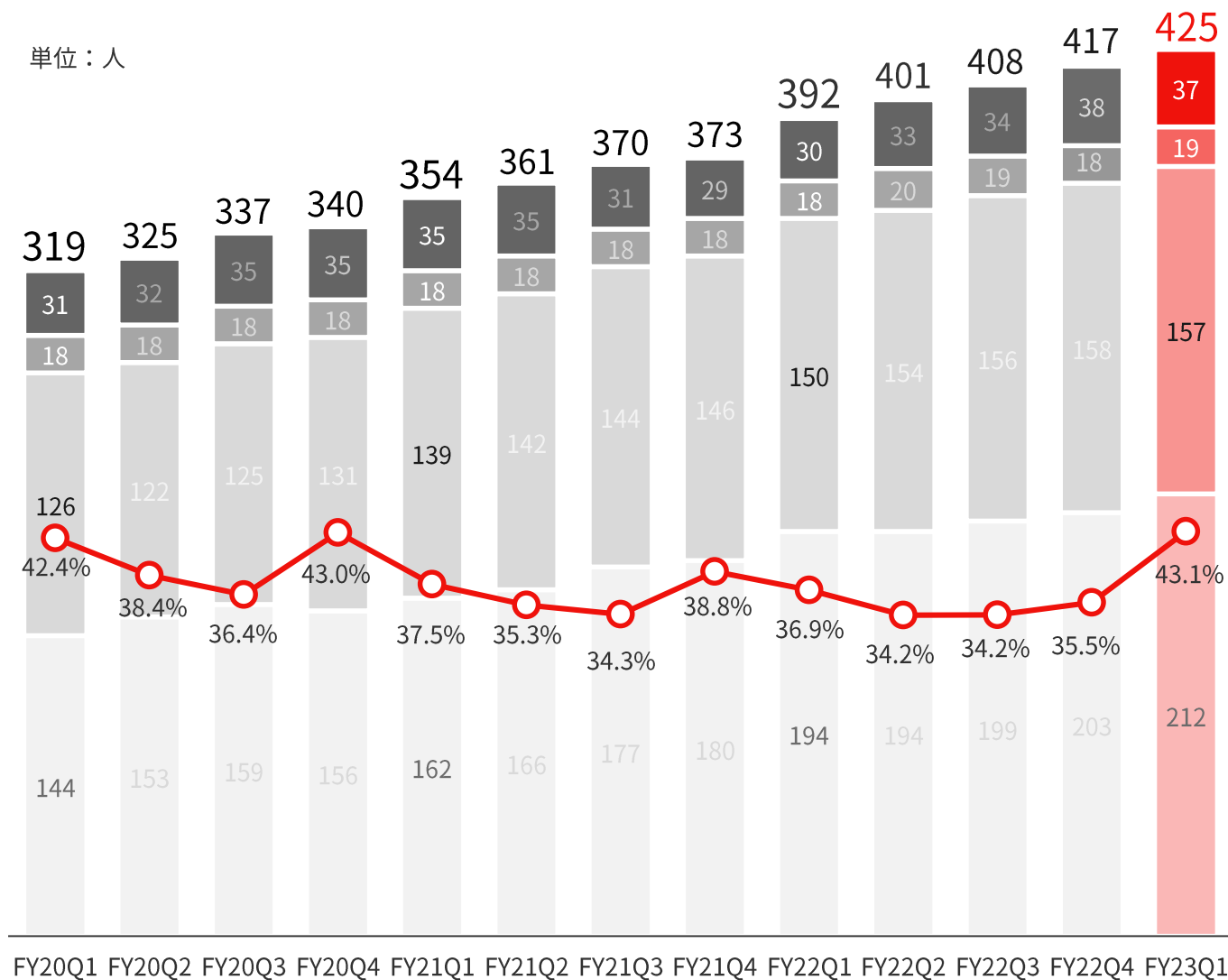


Q1会計	前期比	構成比
合計	+2.8%	100%
■ 外注費	▲15.0%	15.2%
■ その他	+7.5%	28.8%
■ 人件費	+6.4%	56.0%

主な前期比増減要素

- 人件費 +47
 - ・ 前期採用人員分の増加
 - ・ 当期新卒は6名
- 外注費 ▲37
 - ・ デジタルイベントを中心に抑制
- その他 +27
 - ・ 業務環境、システム

単位：人



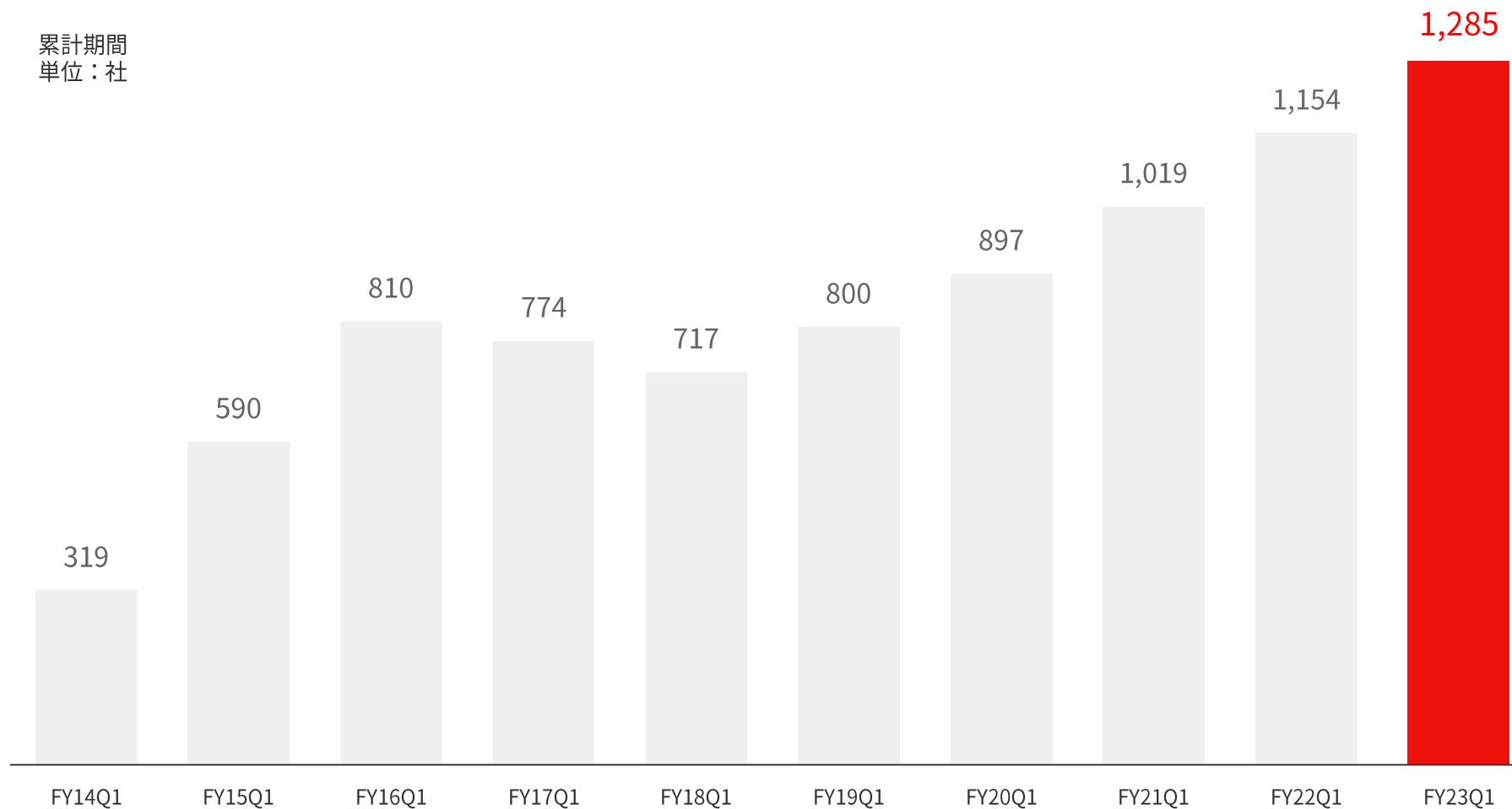
Q1会計	前年同期比	構成比
合計	+33人	100%
管理系・その他	+7人	8.7%
技術系	+1人	4.5%
営業・企画系	+7人	36.9%
編集系	+18人	49.9%

*契約、派遣、アルバイトを含む

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

減収ながら顧客数は増加。発注ナビが拡大

累計期間
単位：社



* 当該期間中に売上計上のあった社数



2024年3月期 Q1業績概況

BtoBメディア事業

BtoCメディア事業

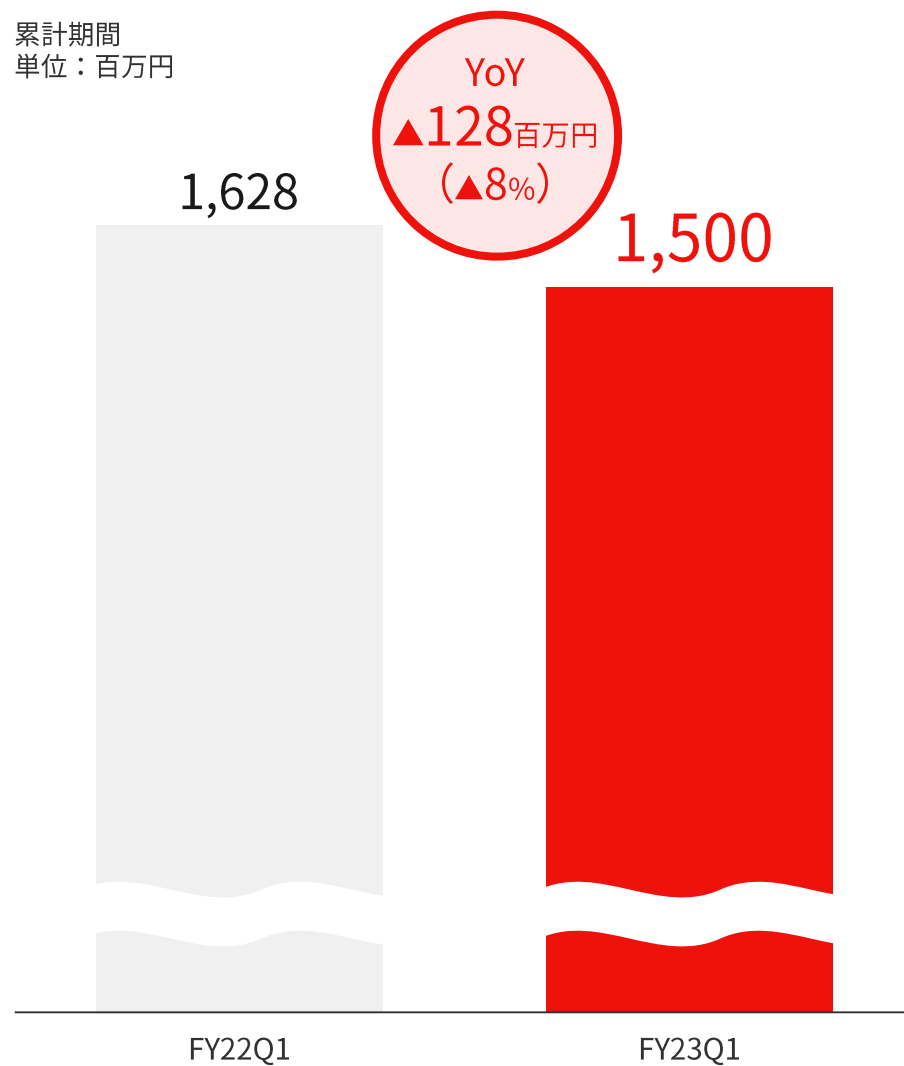
2024年3月期 業績予想

当社事業の概要と成長戦略

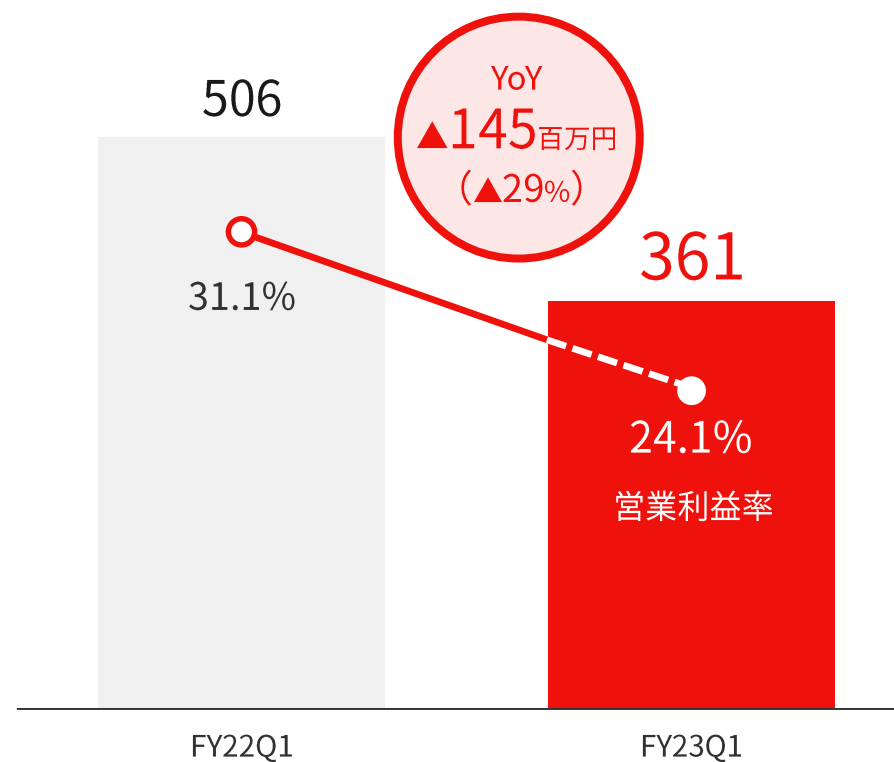
株主還元・サステナビリティ

売上収益

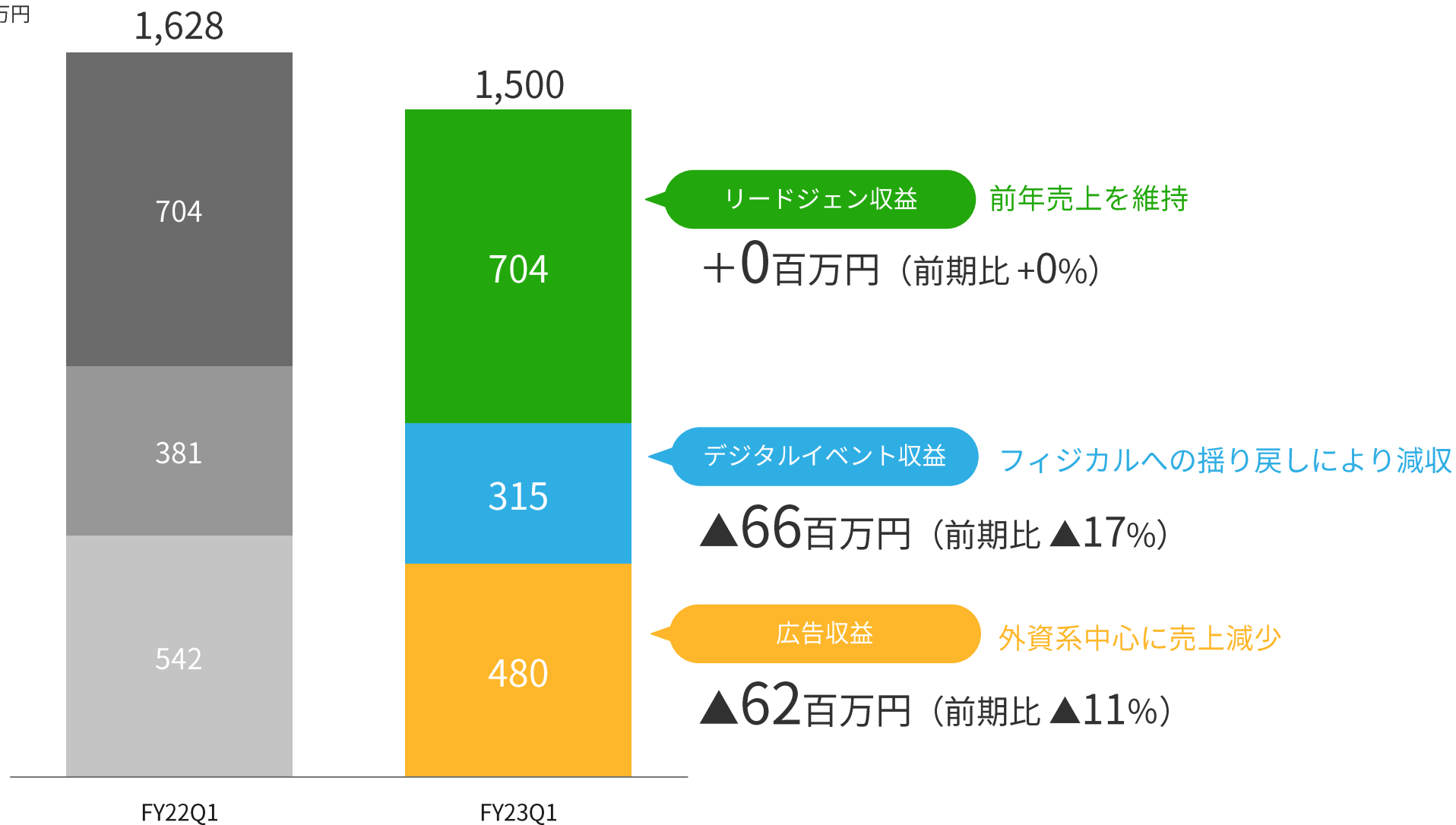
累計期間
単位：百万円



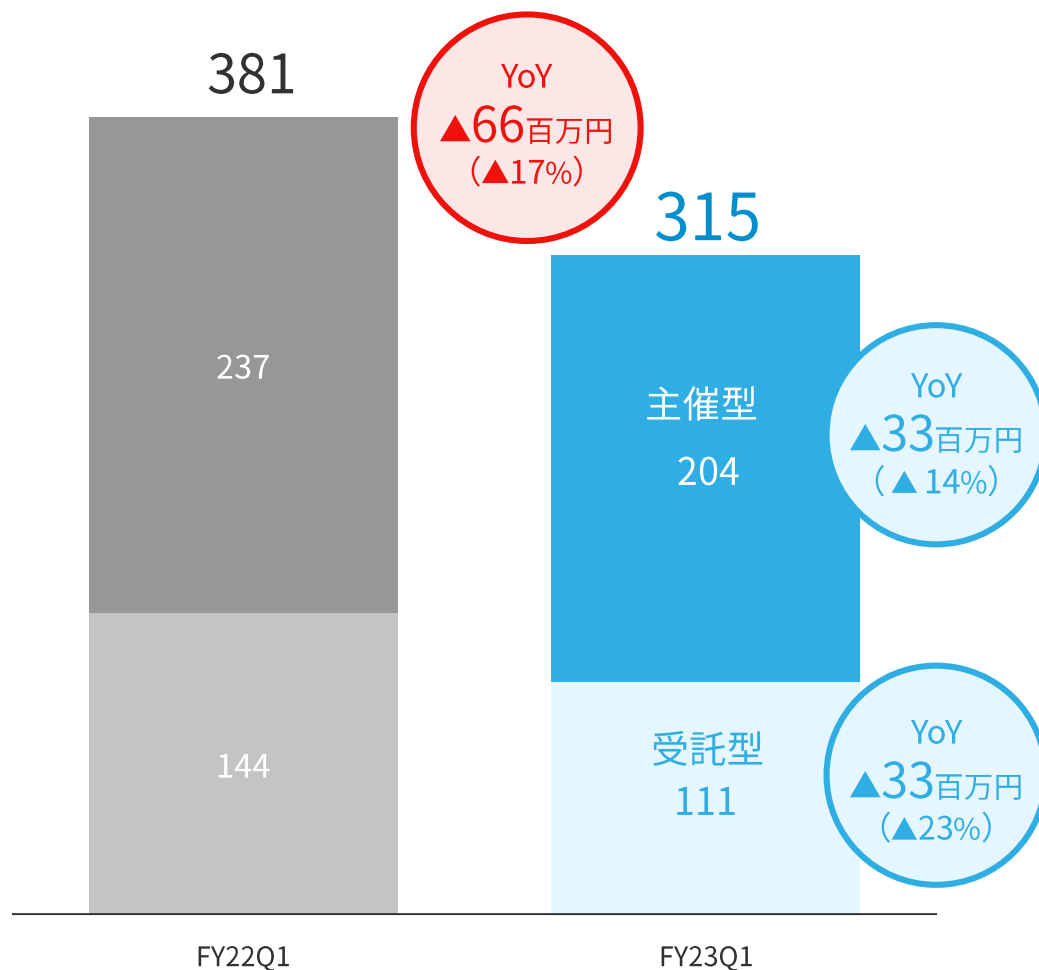
営業利益



累計期間
単位：百万円



累計期間
単位：百万円



フィジカルへの揺り戻しは 上期がピークと想定

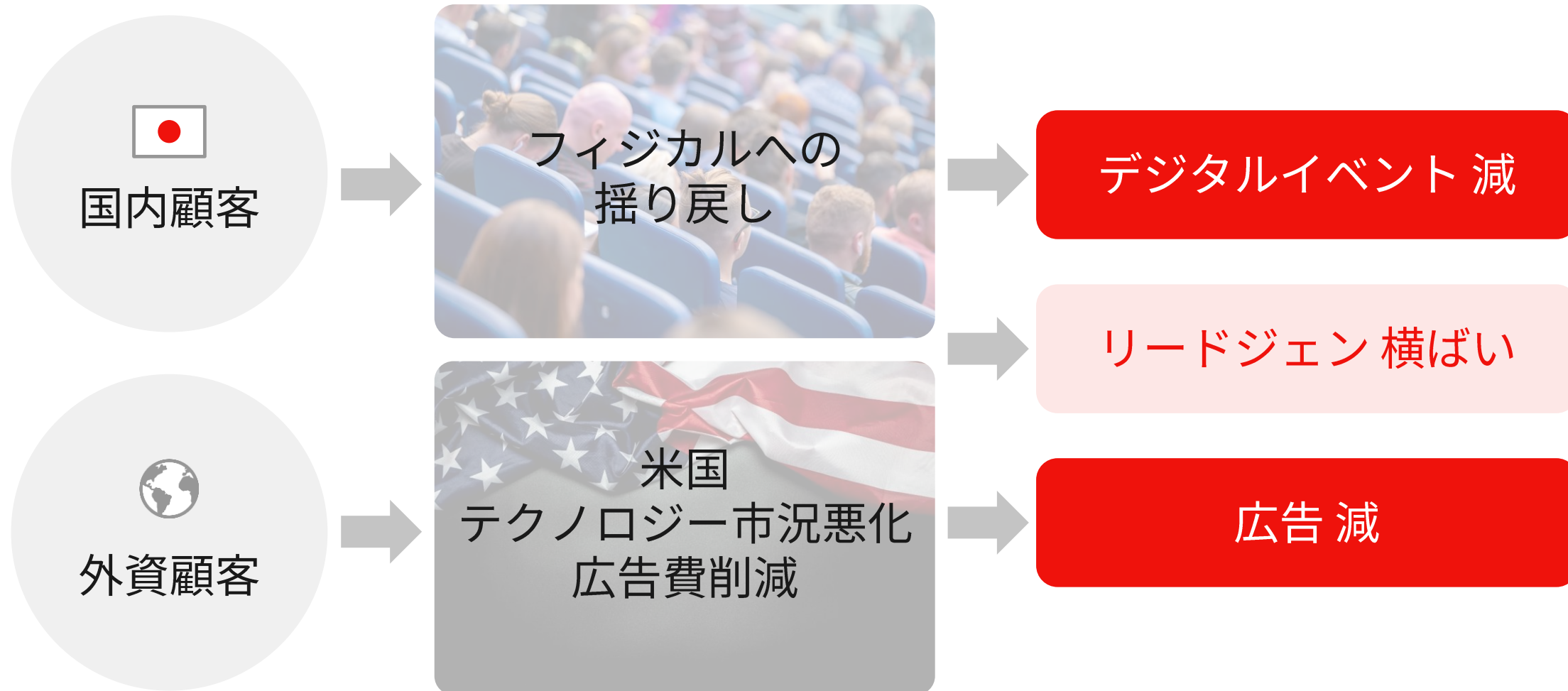


減収要因

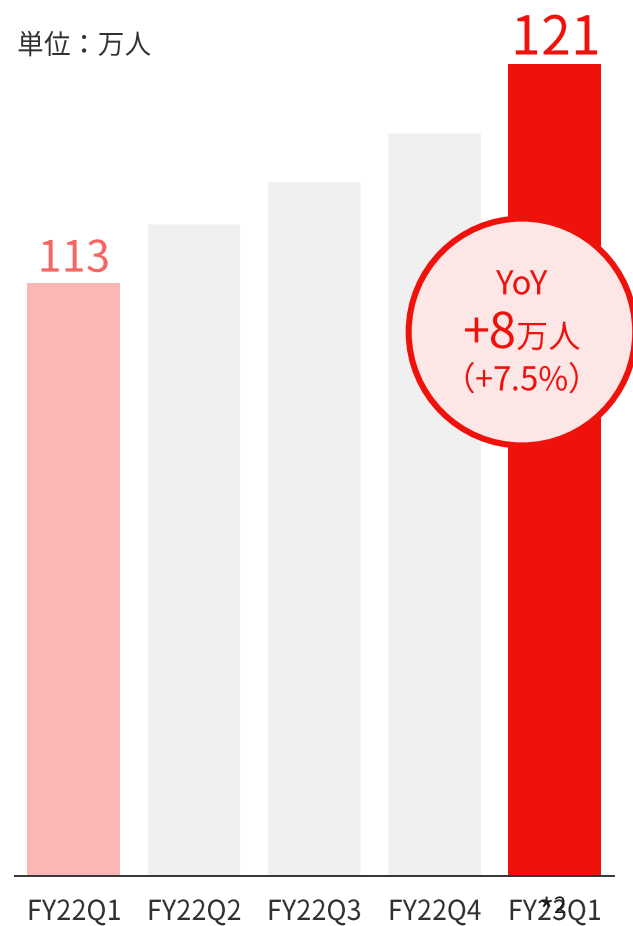
- ・ 国内顧客からのデジタルイベント収益
- ・ 外資顧客からの広告収益



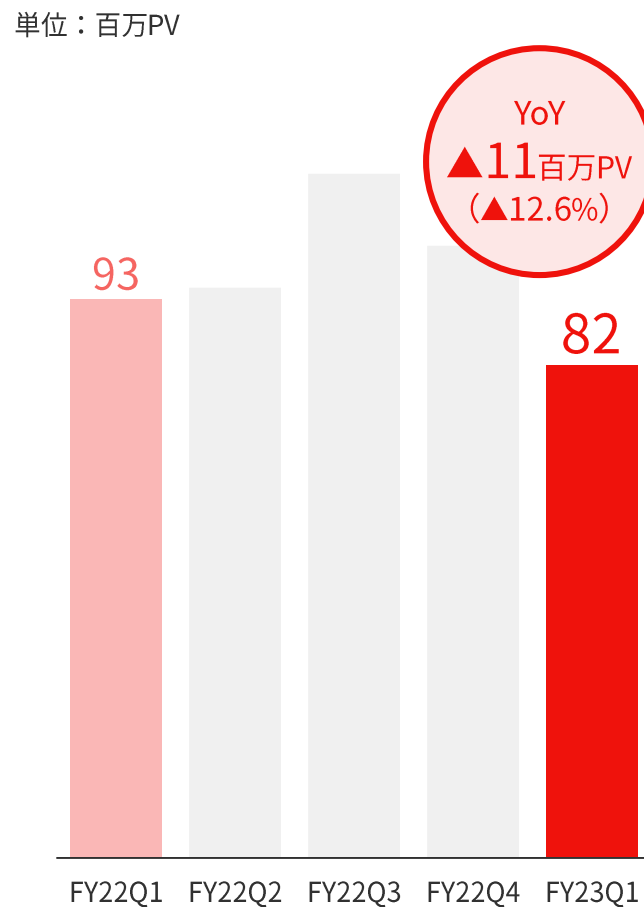
当社を取り巻く市場環境の影響が短期的に拡大



リードジェン会員数*1

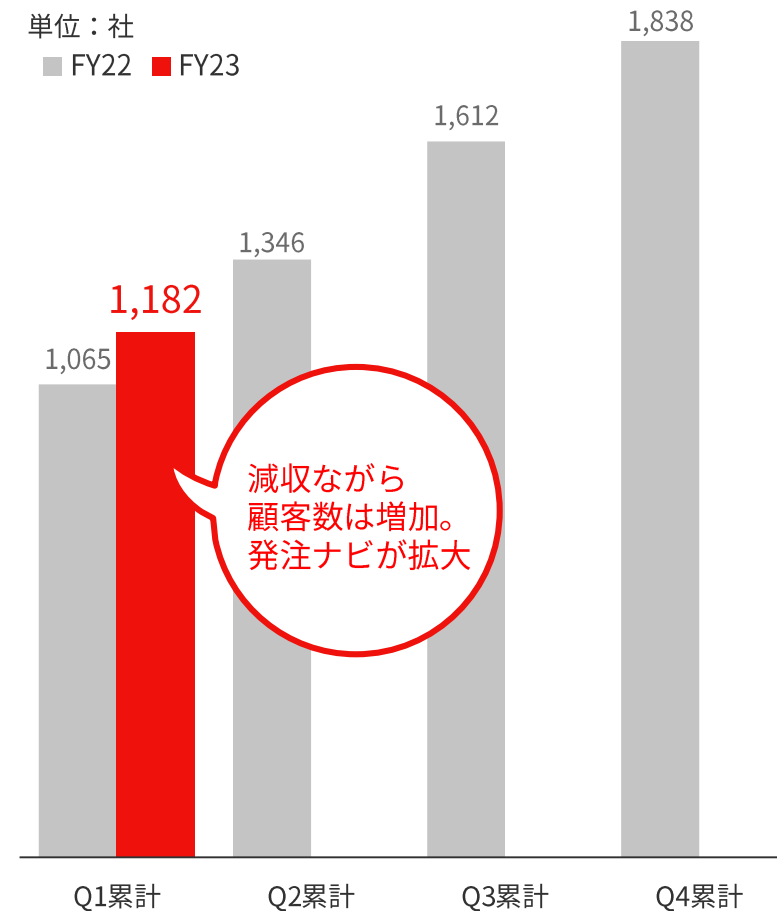


PV数 (月平均)



*：ねとらぼを除くページビュー

顧客数

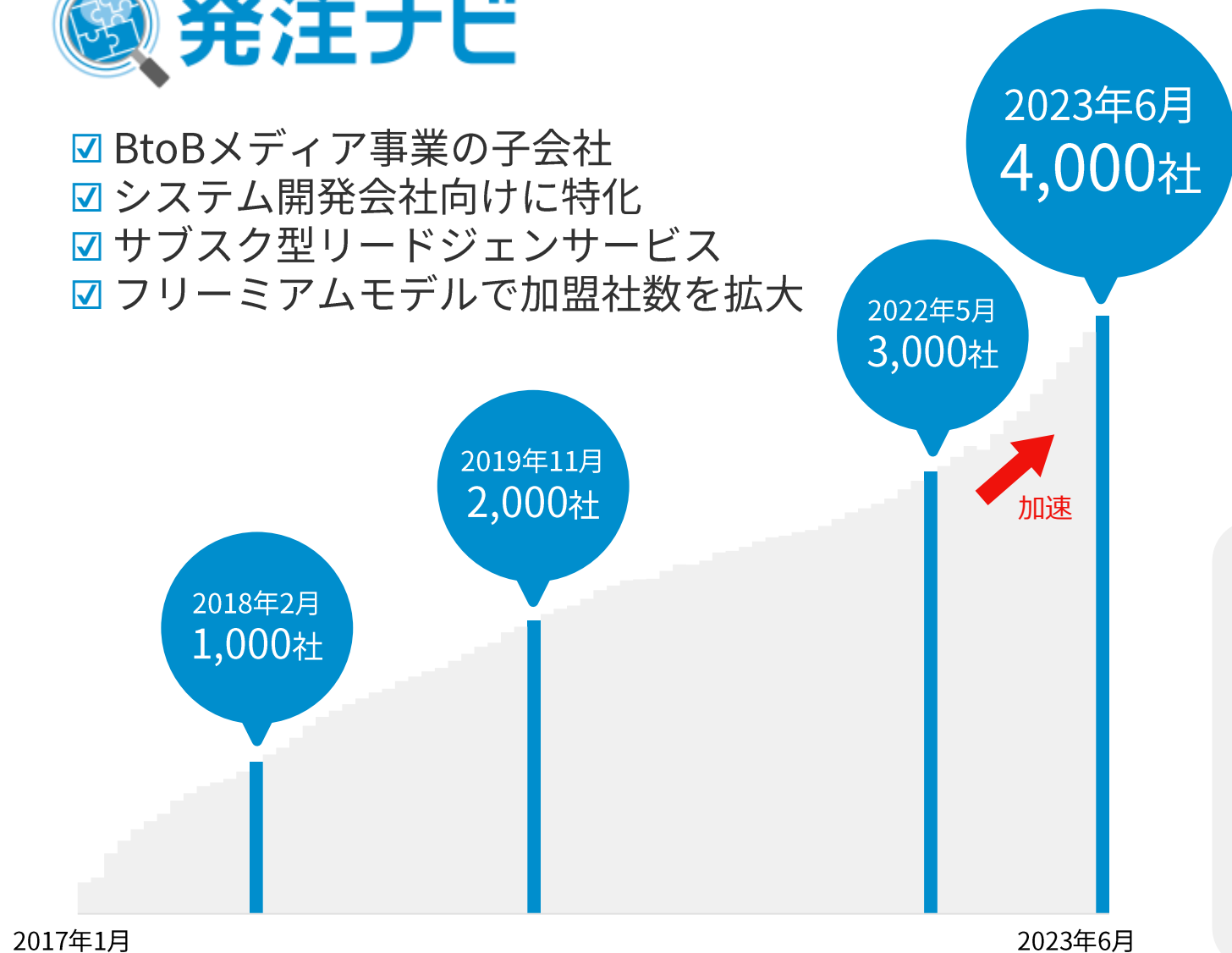


* 当該期間中に売上計上のあった社数

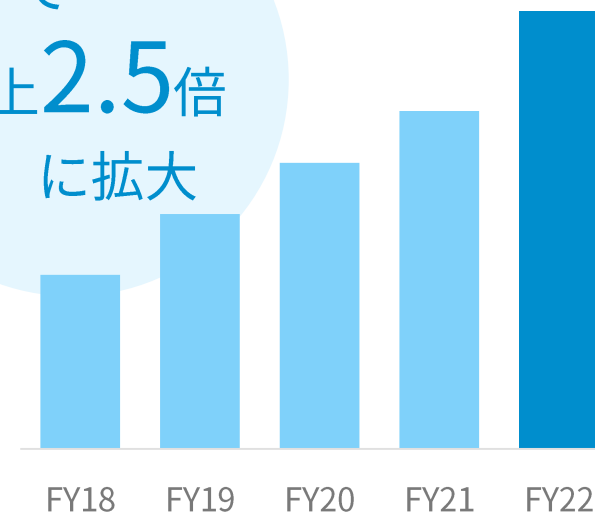
*1：メディア共通会員基盤「アイティメディアID」上でリードジェンサービスの対象となっている会員数

発注ナビ

- ✓ BtoBメディア事業の子会社
- ✓ システム開発会社向けに特化
- ✓ サブスク型リードジェンサーサービス
- ✓ フリーミアムモデルで加盟社数を拡大

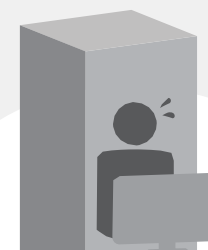


4年で
売上2.5倍
に拡大



発注ナビ

は、システム開発に特化した
発注先選定支援サービスです。



発注社



マッチング



開発会社



2024年3月期 Q1業績概況

BtoBメディア事業

BtoCメディア事業

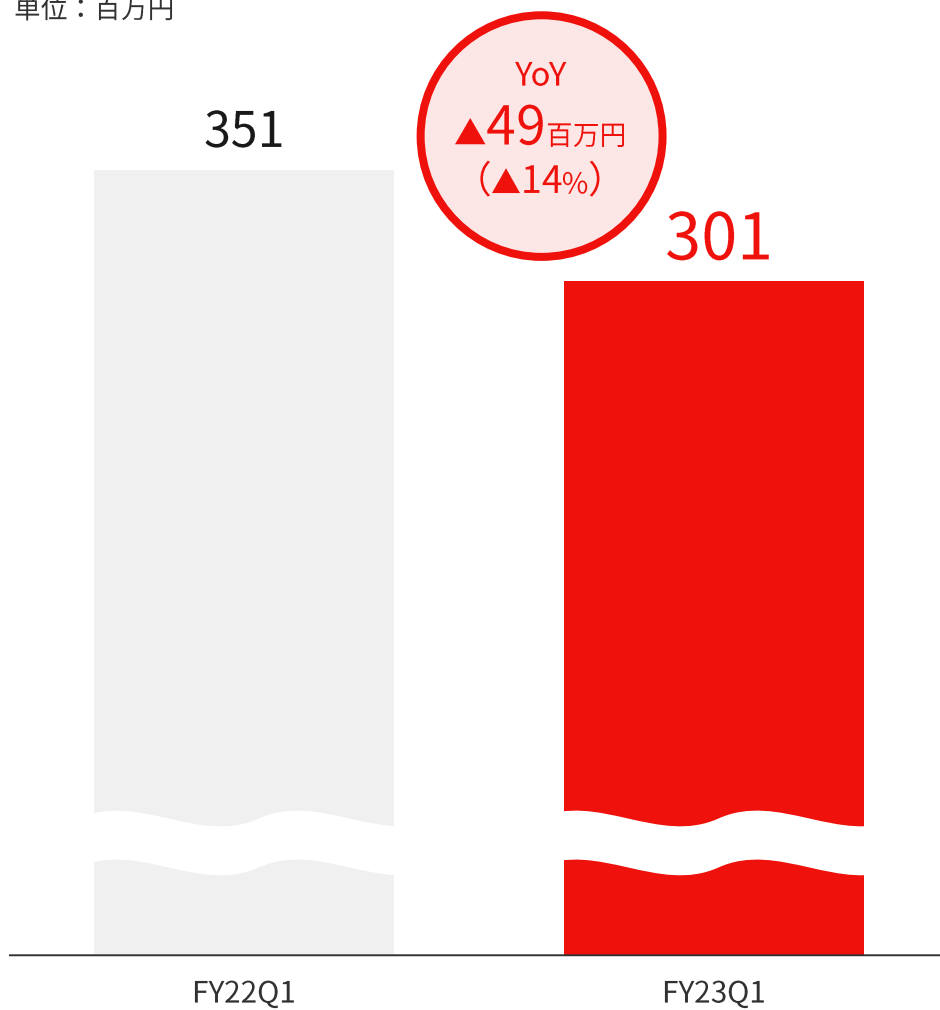
2024年3月期 業績予想

当社事業の概要と成長戦略

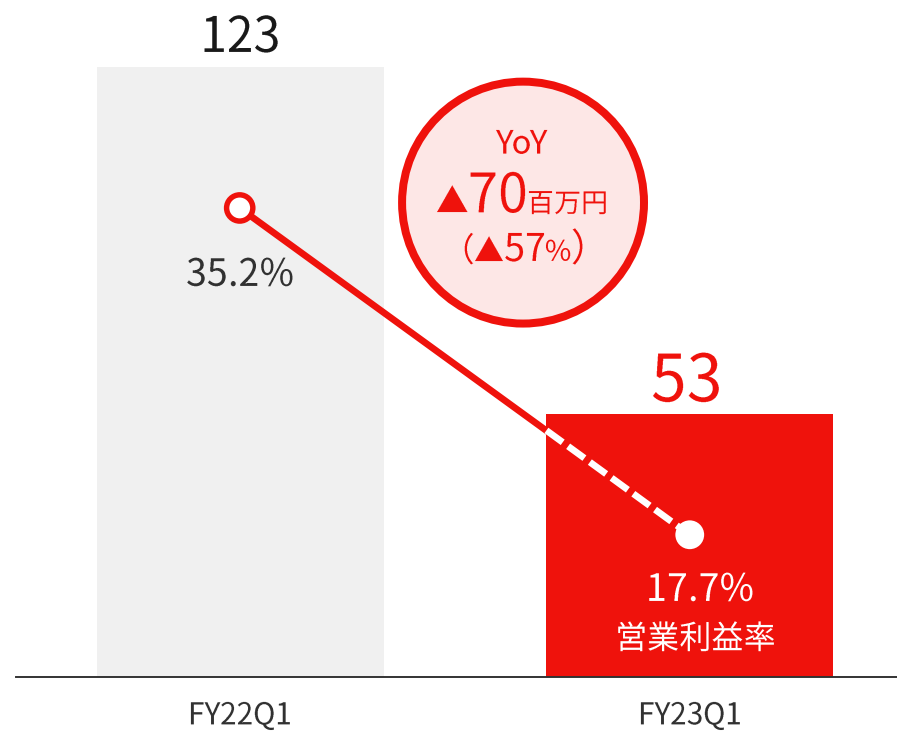
株主還元・サステナビリティ

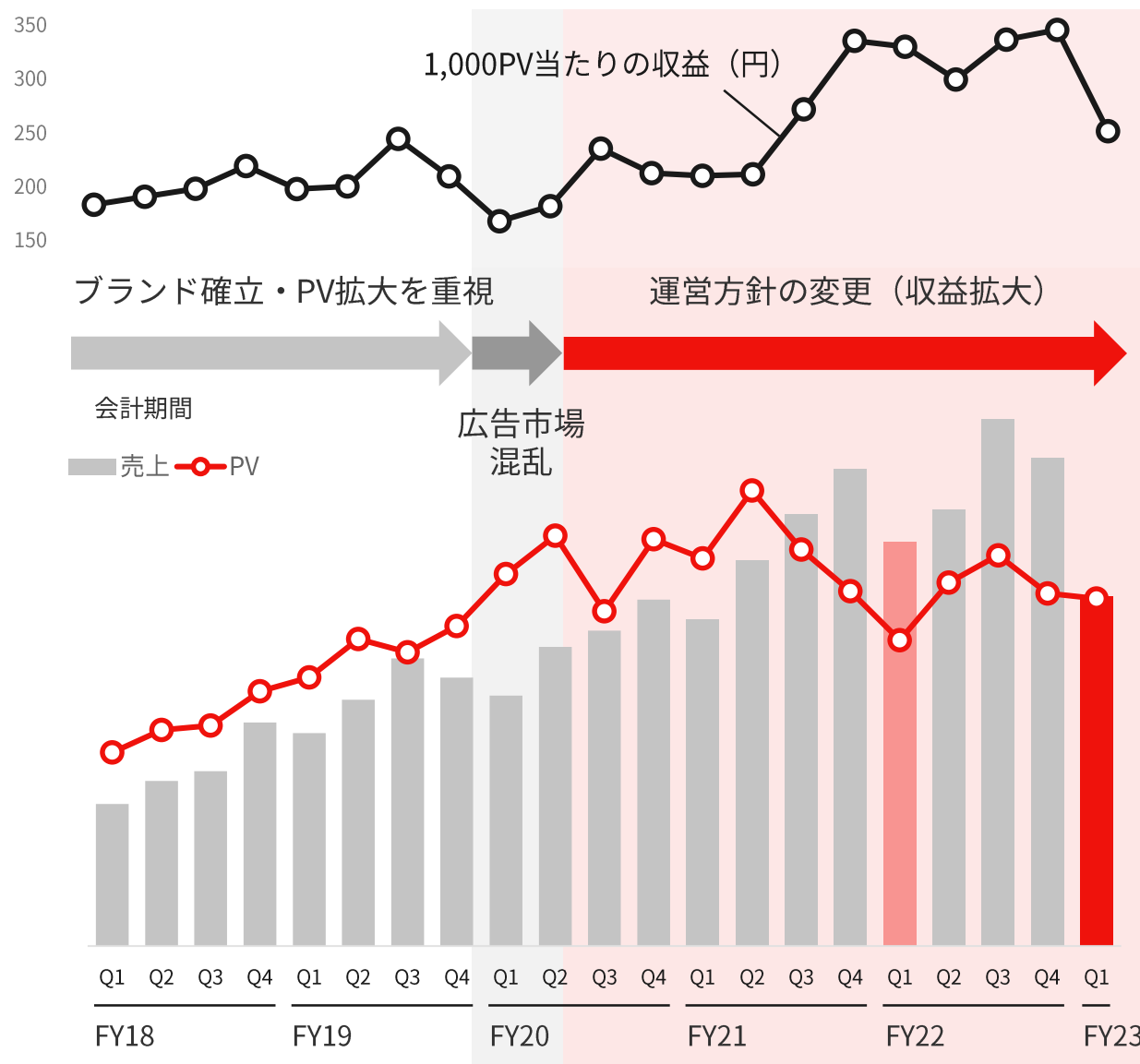
売上収益

累計期間
単位：百万円

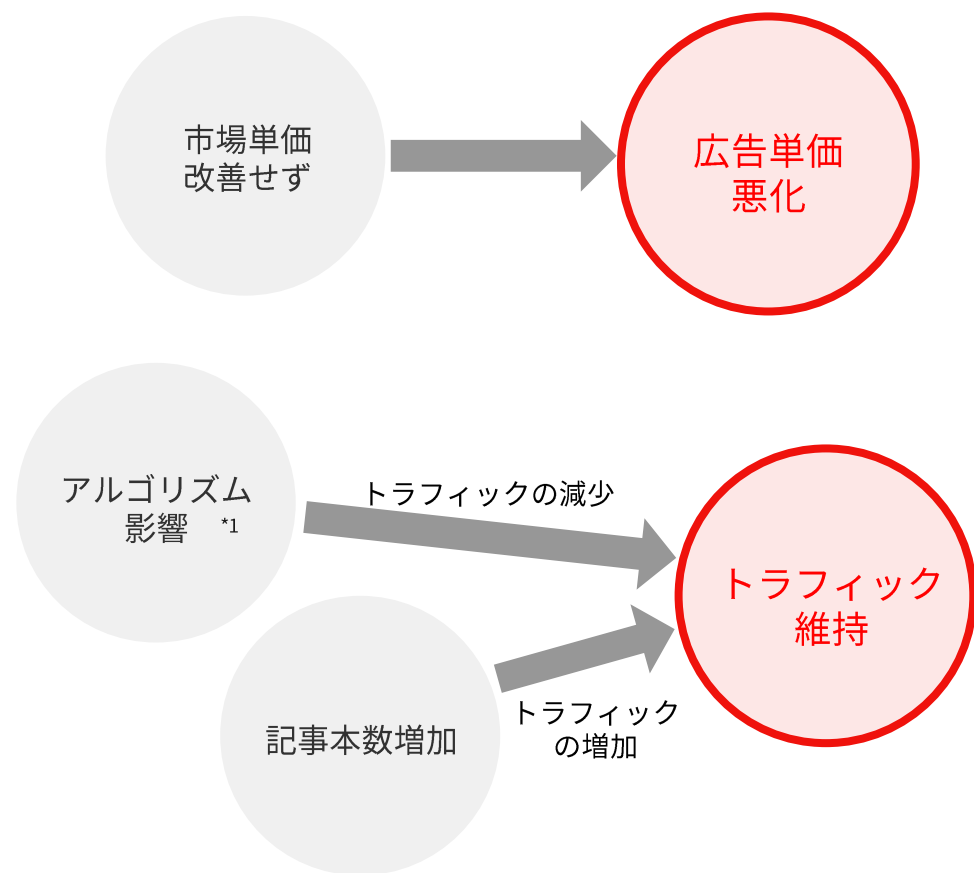


営業利益





減収の要因



*1：Googleアルゴリズム対応等で一時的に減衰が発生



2024年3月期 Q1業績概況

BtoBメディア事業

BtoCメディア事業

2024年3月期 業績予想

当社事業の概要と成長戦略

株主還元・サステナビリティ

想定範囲でリスクが顕在化。上期を中心に状況継続を想定

新型コロナ

ウクライナ情勢

為替変動
インフレ懸念

米国を中心とした
悪化、金融不安

FY22下期 想定

FY22Q4の状況

FY23 想定

negative

外資顧客を中心に短期で
不透明感が高まる

米国の悪化が顕在化

上期を中心に状況が継続

デジタルイベントの
一時的鈍化

コロナ収束期待の高まり

positive

マーケティングの
デジタルシフトは継続

リードジェン成長維持

マーケティングの
デジタルシフトは継続

当初想定よりも悪化。Q1を底に改善を見込むが、当期中は影響が残る



米国テクノロジー
市況悪化



フィジカルへの揺り戻し



Media
メディア・広告業界軟調

当初想定よりも悪化。Q1を底に改善を見込むが、当期中は影響が残る

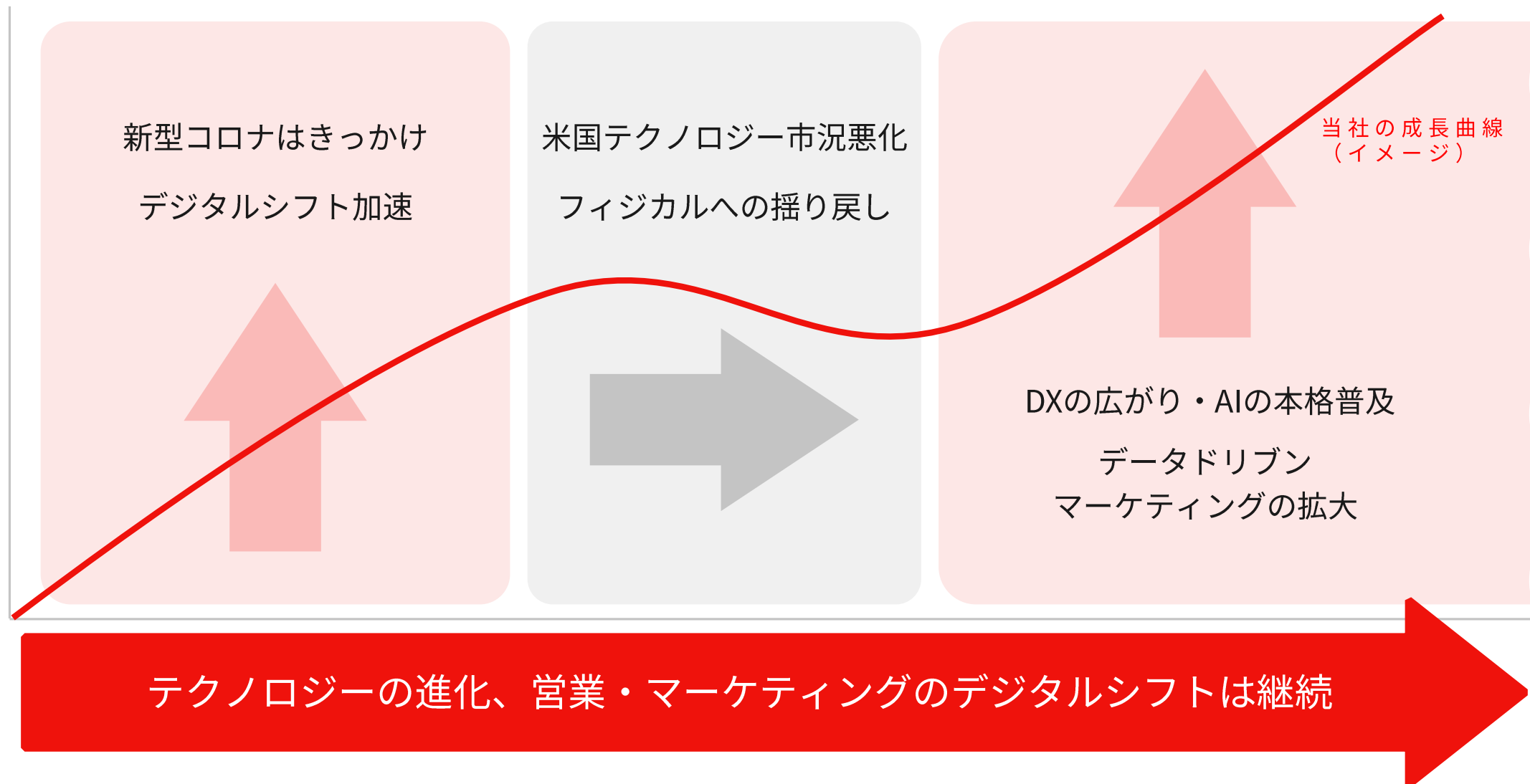
単位：百万円

[上期]	売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する 四半期利益
修正予想	3,960	1,100	740
前期比	(▲5.9%)	(▲21.0%)	(▲21.8%)
前回予想	4,210	1,210	820
修正増減	(▲250)	(▲110)	(▲80)
前期上期実績	4,206	1,392	946

[通期]	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	8,320	2,400	1,620
前期比	(▲4.9%)	(▲18.1%)	(▲18.0%)
前回予想	9,150	3,000	2,020
修正増減	(▲830)	(▲600)	(▲400)
前期通期実績	8,752	2,930	1,974

※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。

足元は鈍化も、中長期の成長シナリオは不変





2024年3月期 Q1業績概況

BtoBメディア事業

BtoCメディア事業

2024年3月期 業績予想

当社事業の概要と成長戦略

株主還元・サステナビリティ



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

- ・ 専門性・信頼性の高い情報選択により、知恵と知識の向上、情報格差の解消に貢献します。
- ・ テクノロジーの進化と共にメディア事業を革新し続けます。
- ・ 社会的知識基盤としての情報コミュニティを提供します。



顧客・ユーザー規模

 見込み顧客数

7,000社

 [売り手]
顧客数

2,000社

 [買い手]
プロフィール会員

120万人

 読者数

2,500万人
5,000万UB

メディア・データ規模

 デジタルイベント
開催回数

200回/年

 専門メディア数

30メディア

 記事本数

6,000本/月

 月間PV

4億PV

スタッフ

 直販営業担当

100名

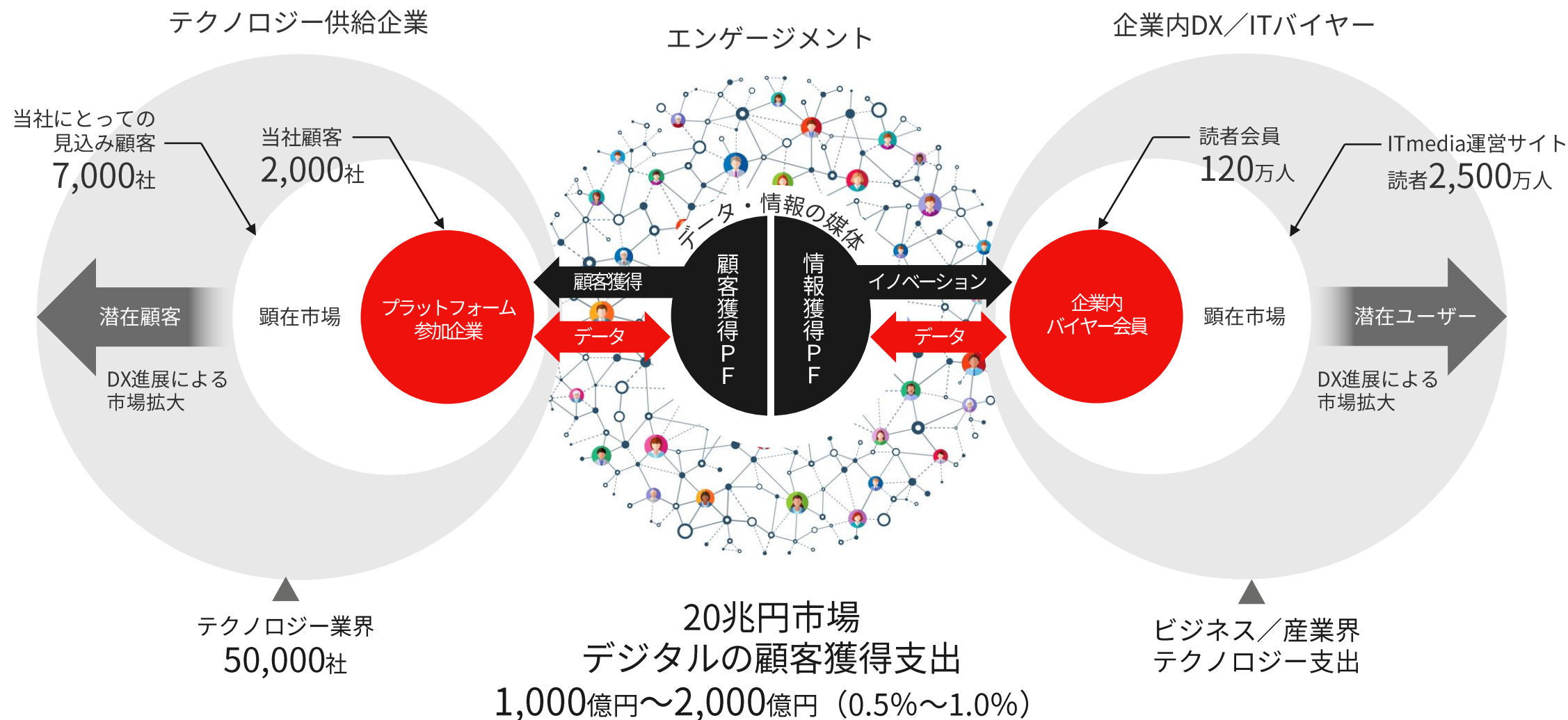
 外部記者

1,000名

 内部記者

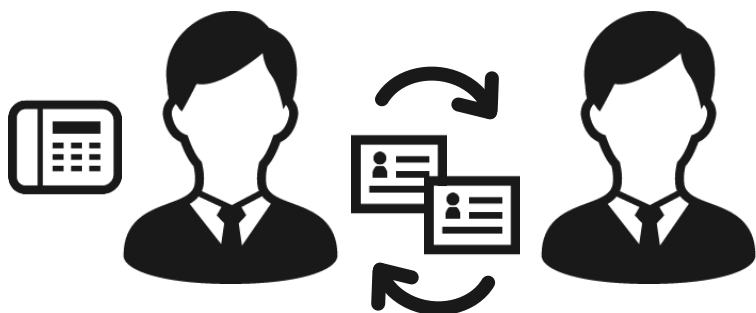
100名

テクノロジーの「買い手」と「売り手」を結ぶ国内最大級のデータホルダー



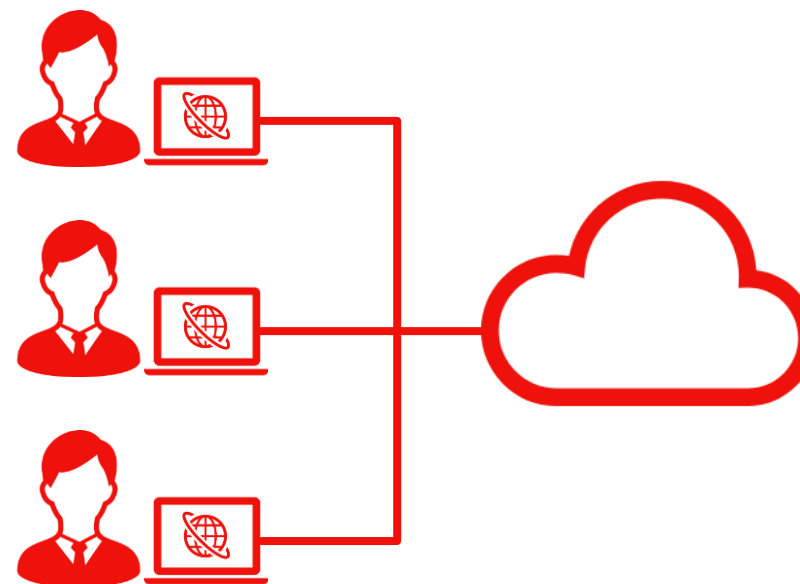
デジタルメディア・コンテンツに営業の代わり（名刺交換）をさせるサービス

アナログ時代



営業がコンタクト獲得

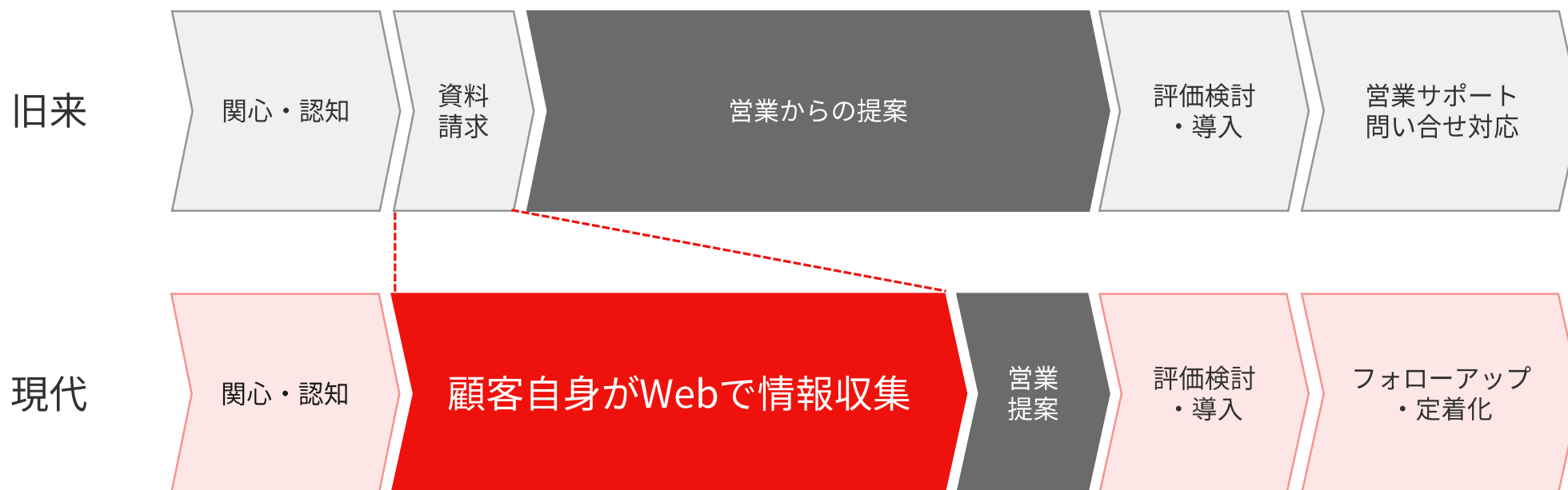
デジタル時代



デジタルコンテンツがコンタクト獲得

BtoB購買プロセスの大きな変化

ネット上に多くの専門情報が提供されることで“営業の情報優位”が崩壊



営業の役割がデジタルメディア・コンテンツの役割に



国内最大級のテクノロジー専門 デジタルメディア・コンテンツ



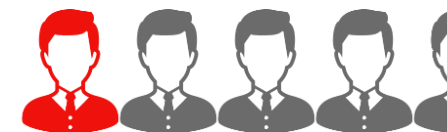
月間
400,000,000PV

総会員数
1,200,000人

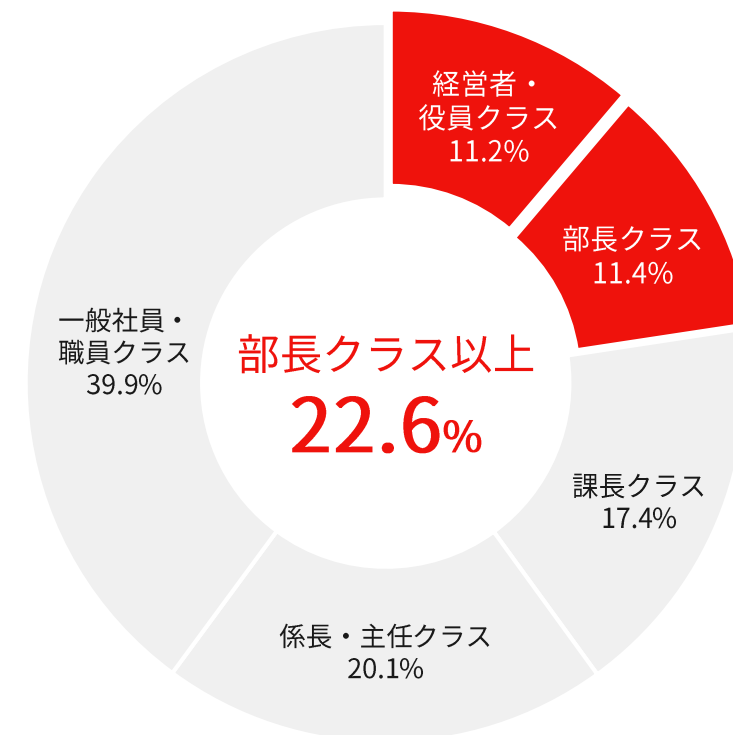
月間新規記事数
6,000本



100% 1st Party Data*



4.5人に1人が
経営者・役員・部長クラス以上



*自社サイト経由で収集するユーザー情報。一般に第三者から入手する3rd Party Dataに比べ、信頼性が高く高付加価値の情報とされる。

*リードジェン会員の登録情報

日本企業の営業生産性改善は大きな社会課題



営業生産性がグローバル比でも低い理由*1

低い営業員一人当たりの売上高

- 営業員一人ひとりの役割が明確化されておらず非効率
- 営業アプローチ以外の顧客対応（クレーム対応等）が多い
- 営業活動以外の雑務が多い

低い営業効率性（=高い販管費率）

- 営業のデジタル化の遅れ
- 複数事業にまたがる領域での経費削減余地

高い営業員一人当たりの人件費

- あいまいなスキル要件、評価制度を背景とする、非効率な給与制度・インセンティブ設計

➡ 企業はデジタル化による解決を志向



当社の提供価値

コア業務への集中

- 当社サービスがリード獲得・リード育成をサポートすることで営業担当が見込み顧客へのアプローチに専念可能に

CRM等のデジタルプロセスへの適合、効率化

- デジタルツールと当社データを組み合わせて営業プロセスをデジタル化。属人的ではない効率的な営業が可能に
- アプローチすべき企業など営業の優先順位をデータに基づき特定。受注率を向上
- プロセスの見える化により、経営管理品質が向上

マーケティング投資におけるROIの明確化

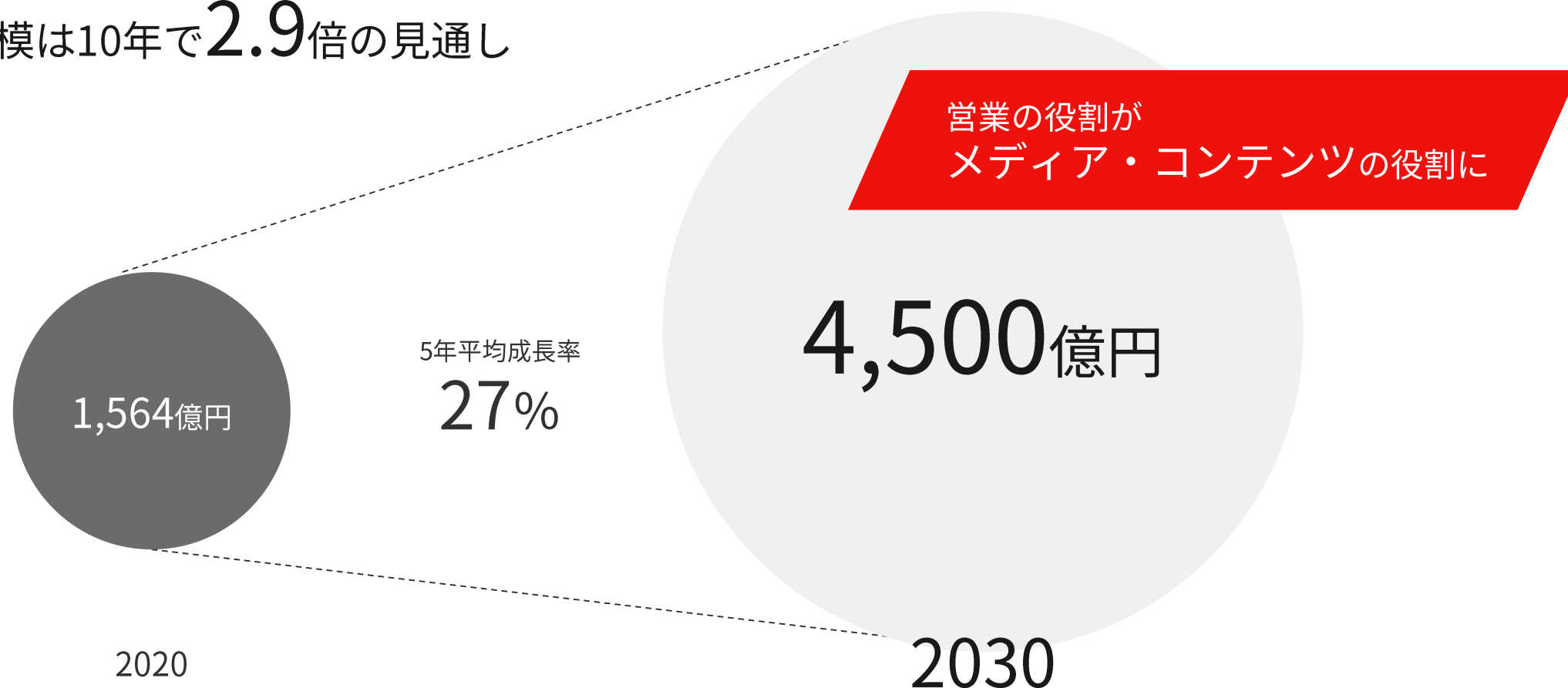
- 顧客の優先順位付け、マーケティング・営業のROI分析を容易にできるサービス群
- 当社営業担当が顧客に最適なマーケティングミックスを提案

← デジタルデータによる営業DX

*1 参考：マッキンゼー & Co 「日本の営業生産性はなぜ低いのか」（2021年2月）

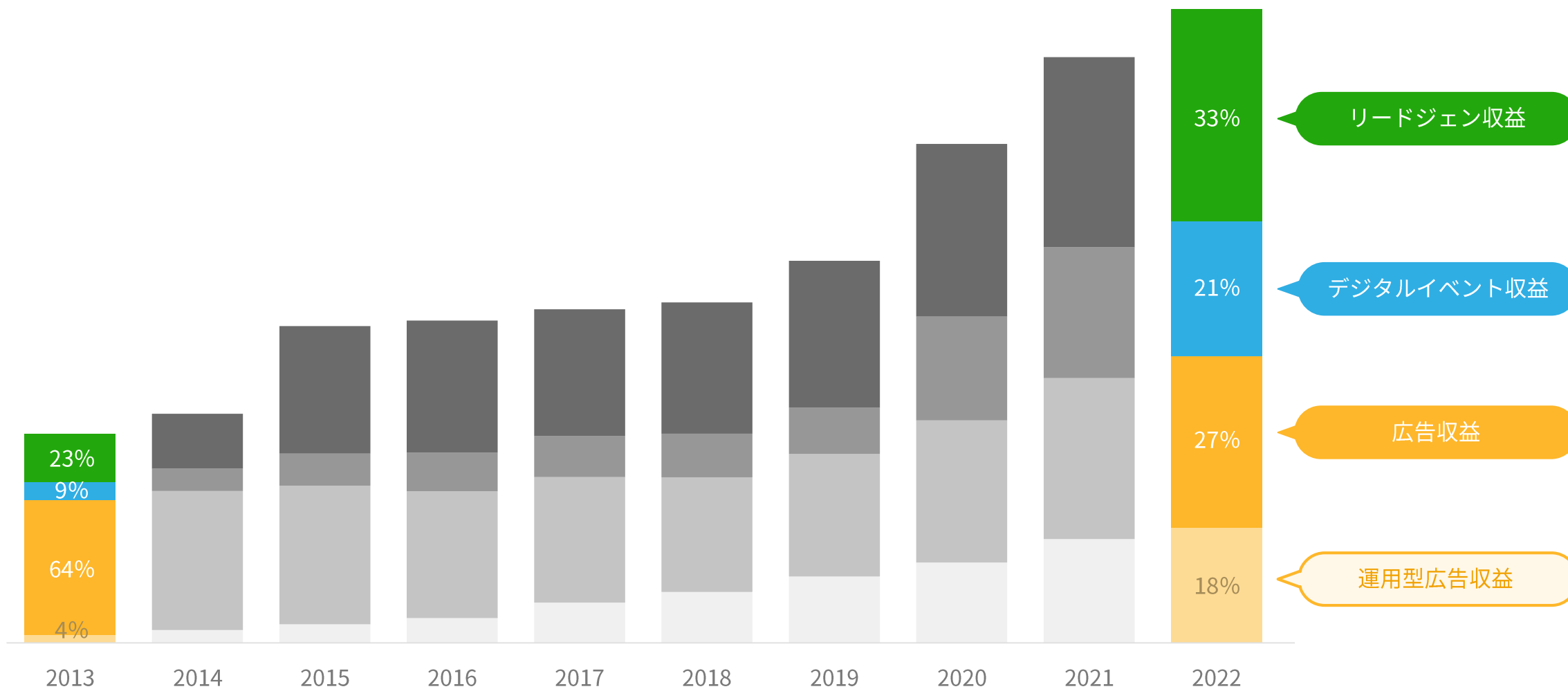
<https://www.mckinsey.com/jp/~media/McKinsey/Locations/Asia/Japan/Our%20Insights/Why%20is%20Japan%20sales%20productivity%20so%20low%20Japanese.pdf>

当社は、営業・マーケティングのDXを実現
市場規模は10年で**2.9**倍の見通し



(『2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編／ベンダー戦略編』まとまる (2022/3/15発表 第22025号) -富士キメラ総研)
<https://www.fcr.co.jp/pr/22025.htm>

広告中心から、リードジェン、デジタルイベント等の より顧客獲得に近いサービス中心へ転換



※ラベル：売上構成比

テクノロジーの無限の可能性

社会の発展

当社の成長

自動運転

AI

社会・産業の
デジタルシフト

DX

ウェアラブル

メタバース

ロボティクス

XR

デジタルツイン

量子
コンピューター

AI半導体

IoT

クラウド
・ SaaS

ブロック
チェーン

コンピューティング

半導体

センサー

デバイス

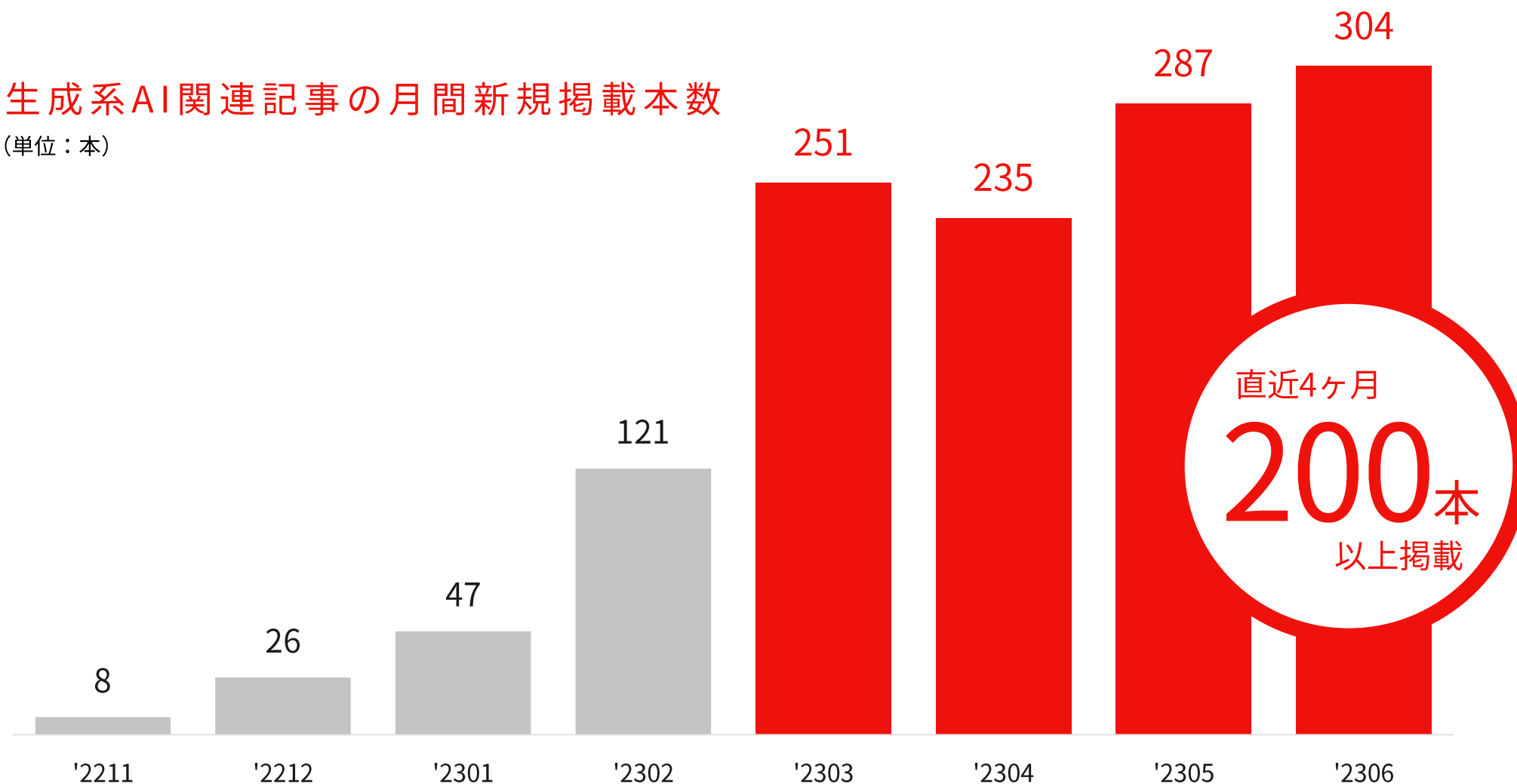
ネットワーク

セキュリティ

ChatGPTへの情報ニーズに対応

生成系AI関連記事の月間新規掲載本数

(単位：本)



これまで

これから



買い手、売り手両面の拡大

IT

産業
テクノロジー

クラウド・SaaS

産業DX



マーケティングの革新

ソリューションの高度化&多様化

リードジェン

デジタルイベント

データドリブン

次世代
デジタルイベント



メディアの革新

革新的メディアテクノロジーへの適応。それによって生まれる新市場の開拓

ネット専業
での創業

スマート
& ソーシャル

メタバース

AI
(ex.ChatGPT)



ITmedia Inc.

企業理念

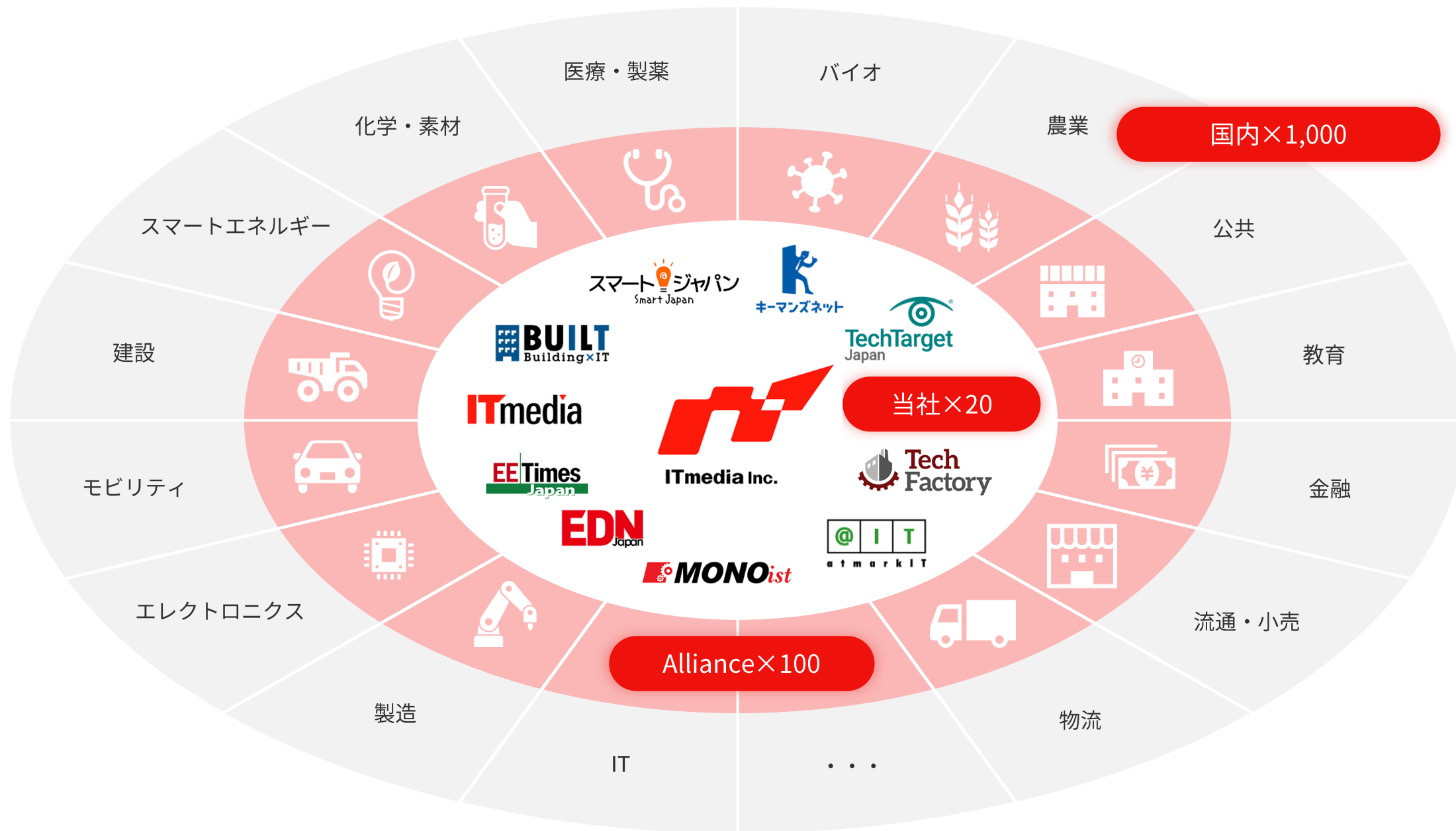
メディアの革新を通じて
情報革命を実現し、社会に貢献する

パートナーシップ



多数の各産業専門
メディア企業

協働で各産業のDX啓発
メディア業界への貢献



各産業専門メディアとのアライアンスで相互に収益機会拡大

専門メディア各社

産業を代表するブランド

広告収益



読者課金収益



質の高いコンテンツ資産



当社

強力な直販営業基盤(顧客への提案・実現)

広告収益



運用型
広告収益



デジタル
イベント収益



リードジェン
収益

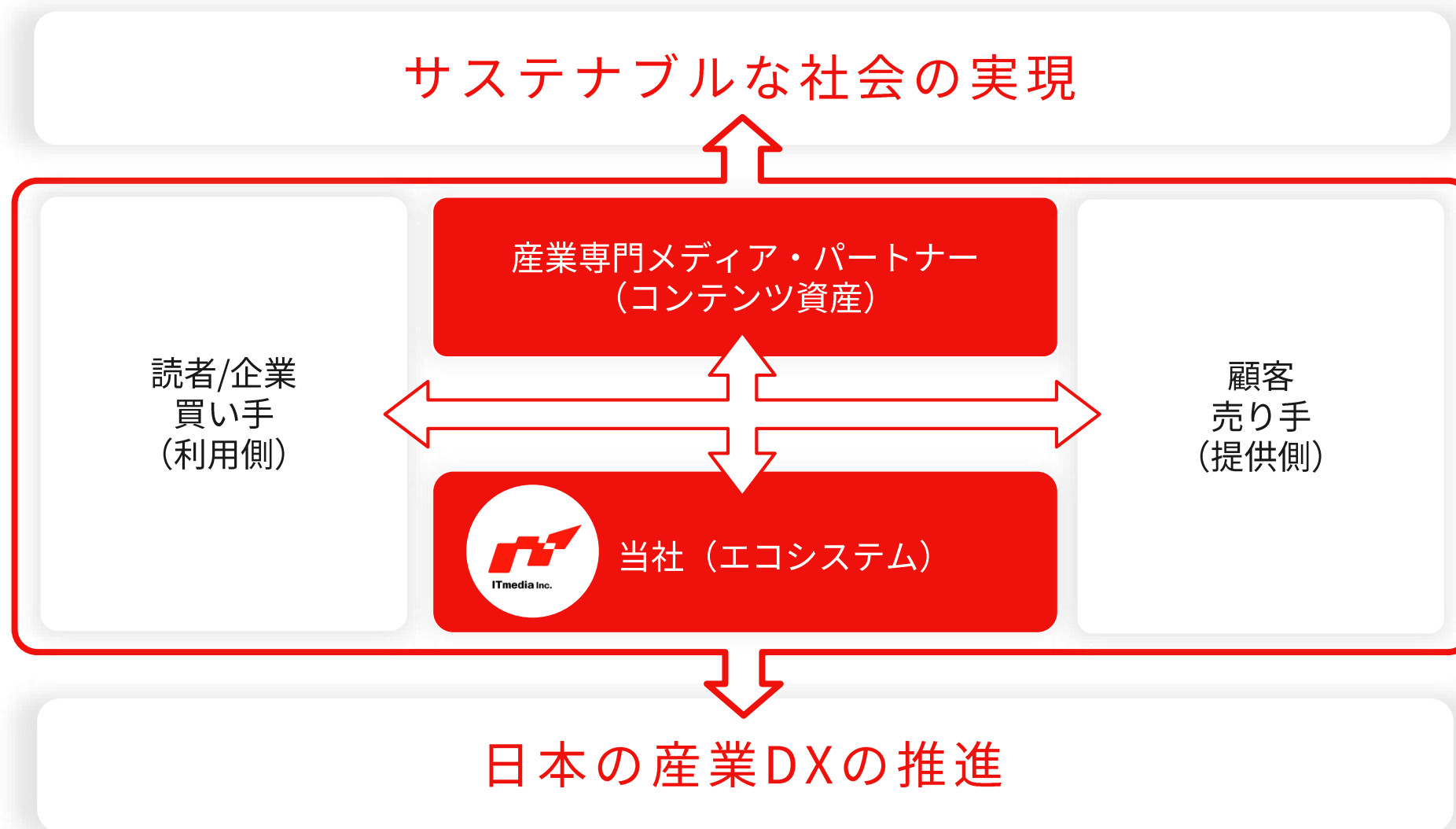


データ
ドリブン収益



クラウドに最適化したメディア基盤

メディア企業への貢献 社会のDX啓発



一部専門メディアとデジタルイベントにてアライアンスを先行



一部専門メディアとデジタルイベントにてアライアンスを先行



全産業で「買い手」と「売り手」を結ぶ
最大のBtoBデータホルダーに





2024年3月期 Q1業績概況

BtoBメディア事業

BtoCメディア事業

2024年3月期 業績予想

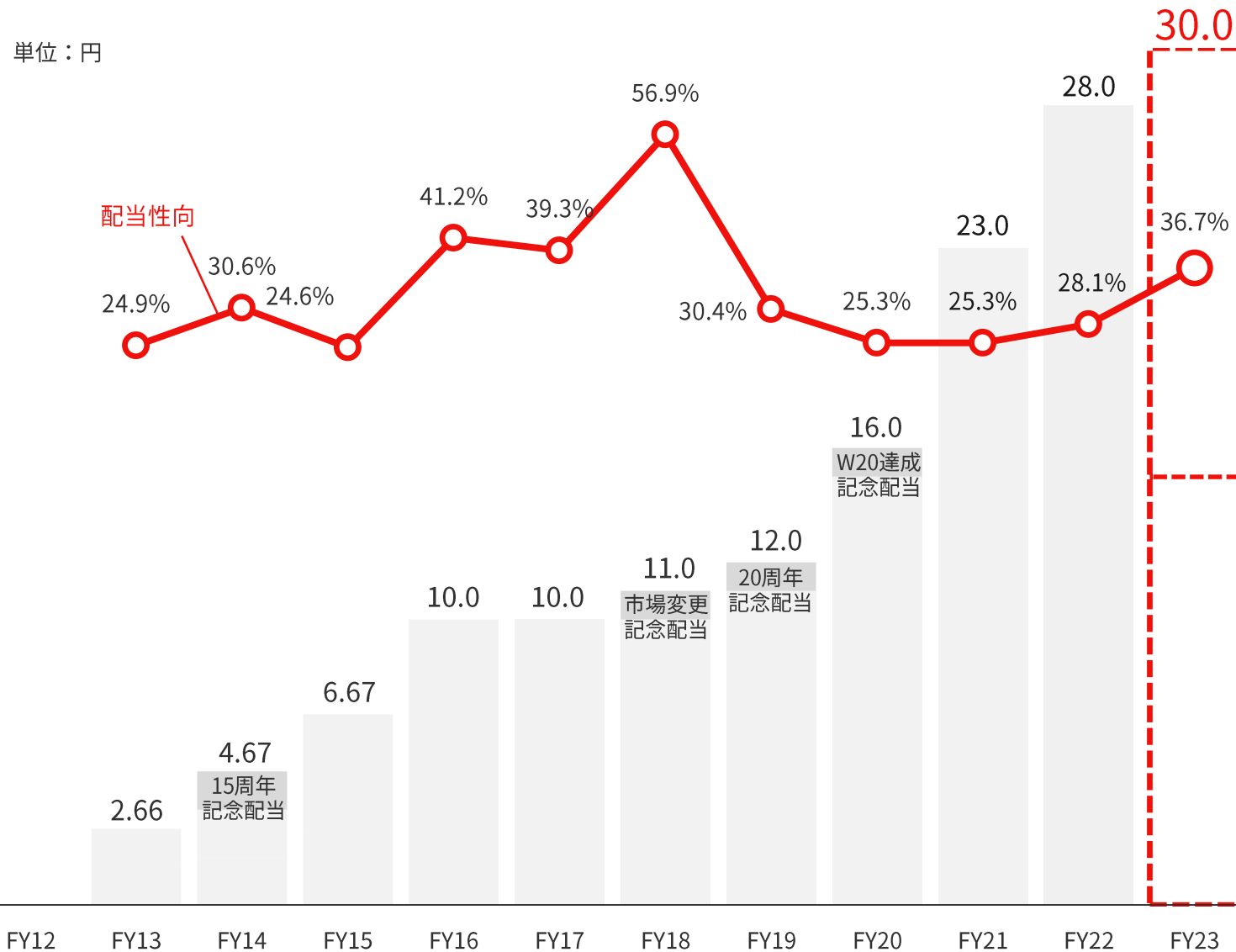
当社事業の概要と成長戦略

株主還元・サステナビリティ

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、
本日、自己株式取得を決議

取得対象株式の種類	当社普通株式
期間	2023年8月1日～10月31日
取得しうる株式の総数	500,000株（上限） (自己株式を除く発行済株式総数に対する割合 2.5%)
株式の取得価額の総額	6.5億円（上限）
取得方式	取引一任方式による市場買付

本日開示のリリース「自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ」もご覧ください。



2円の増配

年間 30円

※配当性向 36.7%

各四半期ごとの進捗をお知らせします

ESGデータブック 2022年度版 開示

アイティメディア ESGデータブック 2022年度版

アイティメディア株式会社
最終更新日: 2023年6月26日

アイティメディアの事業活動におけるESG(環境、社会、ガバナンス)に関わるデータを集約したデータブックです。

報告対象期間: 2022年度(2022年4月1日～2023年3月31日)

報告対象組織: グループ連結(単体を使用する場合は「対象範囲」に記載)

E(環境) >

S(社会) >

G(ガバナンス) >

アイティメディア株式会社 サステナビリティ情報サイト
～ 基本的な方針やマテリアリティなどを掲載しております ～
<https://corp.itmedia.co.jp/sustainability/><https://corp.itmedia.co.jp/sustainability/>

(Q2以降)ESG推進体制の強化





ITmedia Inc.

Our Mission

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



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



アイティメディア株式会社
2024年3月期 第1四半期
付録資料編

2023年7月31日
証券コード：2148 東証プライム市場



当社の概要



ITmedia Inc.

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

- ・ 専門性・信頼性の高い情報選択により、知恵と知識の向上、情報格差の解消に貢献します。
- ・ テクノロジーの進化と共にメディア事業を革新し続けます。
- ・ 社会的知識基盤としての情報コミュニティを提供します。



1
Materiality

情報革命による 人類の明るい未来の創造

テクノロジーの普及を進めることで、社会全体の生産性向上と課題解決を促し、人類の発展に貢献する。

社会的価値



2
Materiality

社会的知識基盤の提供を 通じた平等な社会の実現

付加価値の高い信頼のできる知識や情報の提供により情報格差を解消し、誰一人取り残さない社会の実現に貢献する。



3
Materiality

責任ある 情報技術の活用

情報やテクノロジーが社会に不利益をもたらすことがないように、倫理的で適切に活用される環境を醸成する。

メディアの力



4
Materiality

多様性を尊重した 働き方の推進

多様な人材が安心して活躍できる環境を整備することで、従業員のモチベーションや生産性を高め、企業の持続的な成長を目指していく。



5
Materiality

強固で透明性の高い ガバナンス体制の構築

透明性を高め、中長期的な企業成長に繋がる強固なガバナンス体制を構築することで、全てのステークホルダーからの信頼を獲得する。

責任ある事業基盤



テクノロジーのバイヤーとベンダーを情報・データによって結び付ける媒体

提供価値

情報革命に資する
テクノロジー専門情報



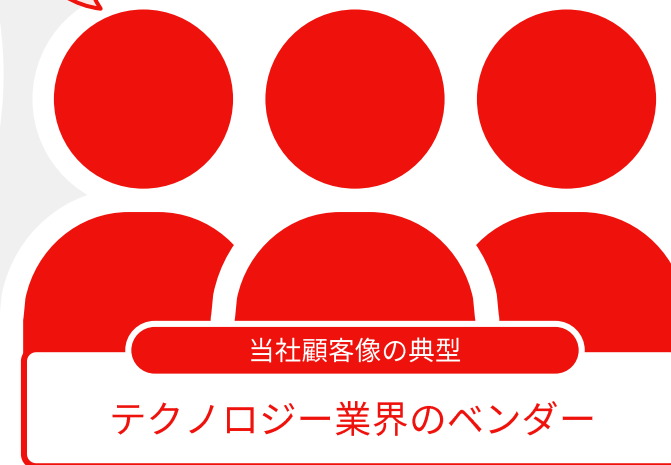
当社のユーザー・会員像の典型

企業内DX担当/ITバイヤー



提供価値

効果的な
デジタルマーケティング



当社顧客像の典型

テクノロジー業界のベンダー

データを活用した
多様な収益モデル開発

広告収益



運用型
広告収益



デジタル
イベント収益



100名規模の
専門営業部隊



テクノロジー企業
2,000社の顧客

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



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



外部データ
連携



ターゲティングされた
専門コンテンツ



顧客・ユーザー規模

 見込み顧客数

7,000社

 [売り手]
顧客数

2,000社

 [買い手]
プロフィール会員

120万人

 読者数

2,500万人
5,000万UB

メディア・データ規模

 デジタルイベント
開催回数

200回/年

 専門メディア数

30メディア

 記事本数

6,000本/月

 月間PV

4億PV

スタッフ

 直販営業担当

100名

 外部記者

1,000名

 内部記者

100名

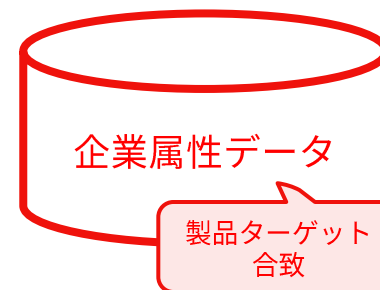
1

データ活用型サービスの開発
米国先進デジタルモデルの取り入れ



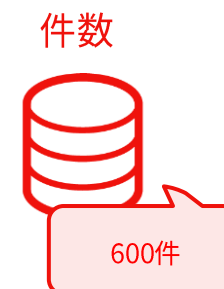
2

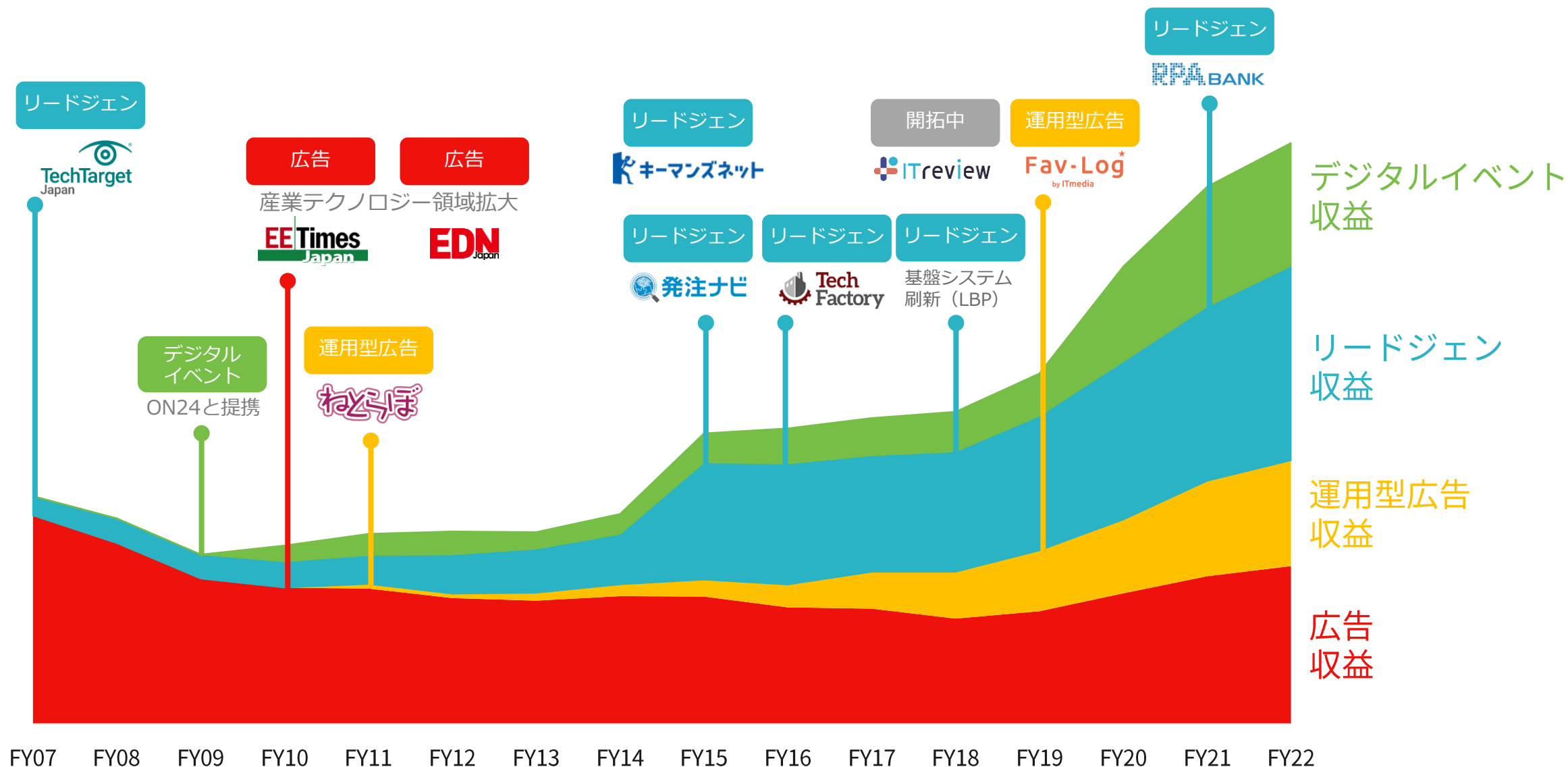
専門コンテンツが生む
1st Partyデータの質・量

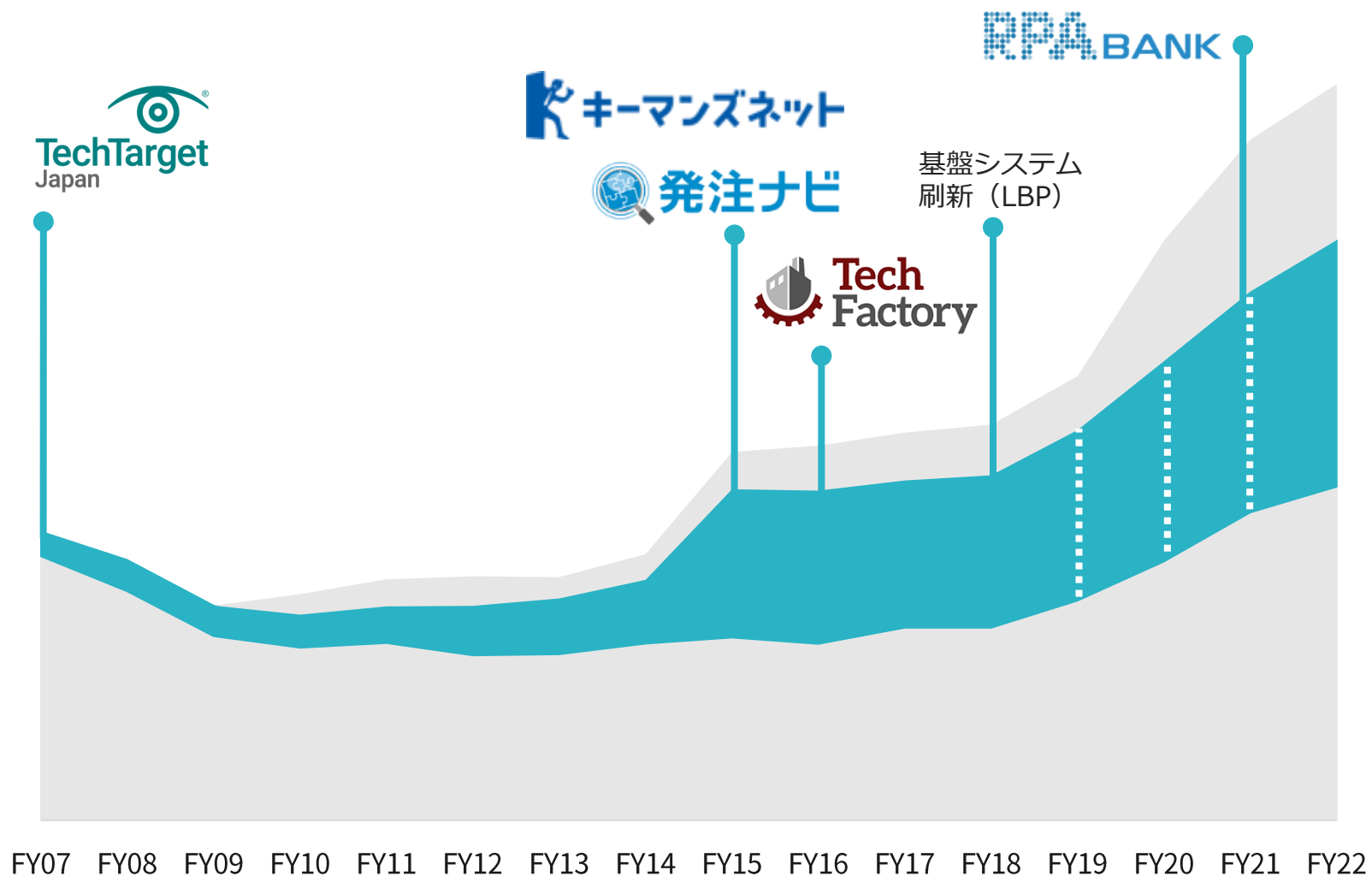


3

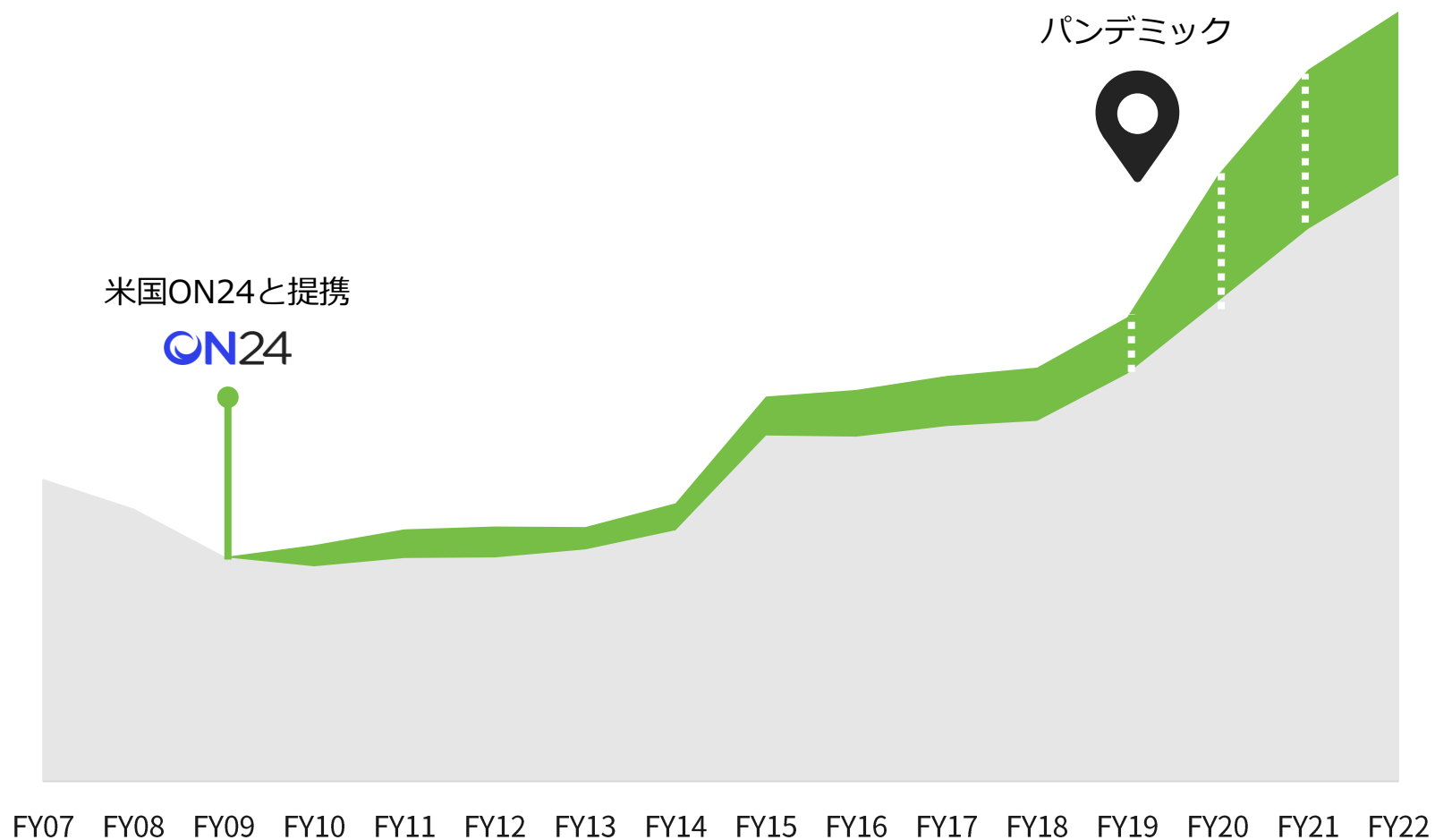
購買意欲の明確な
セールスリードの提供
デジタルならではの4つのコミット



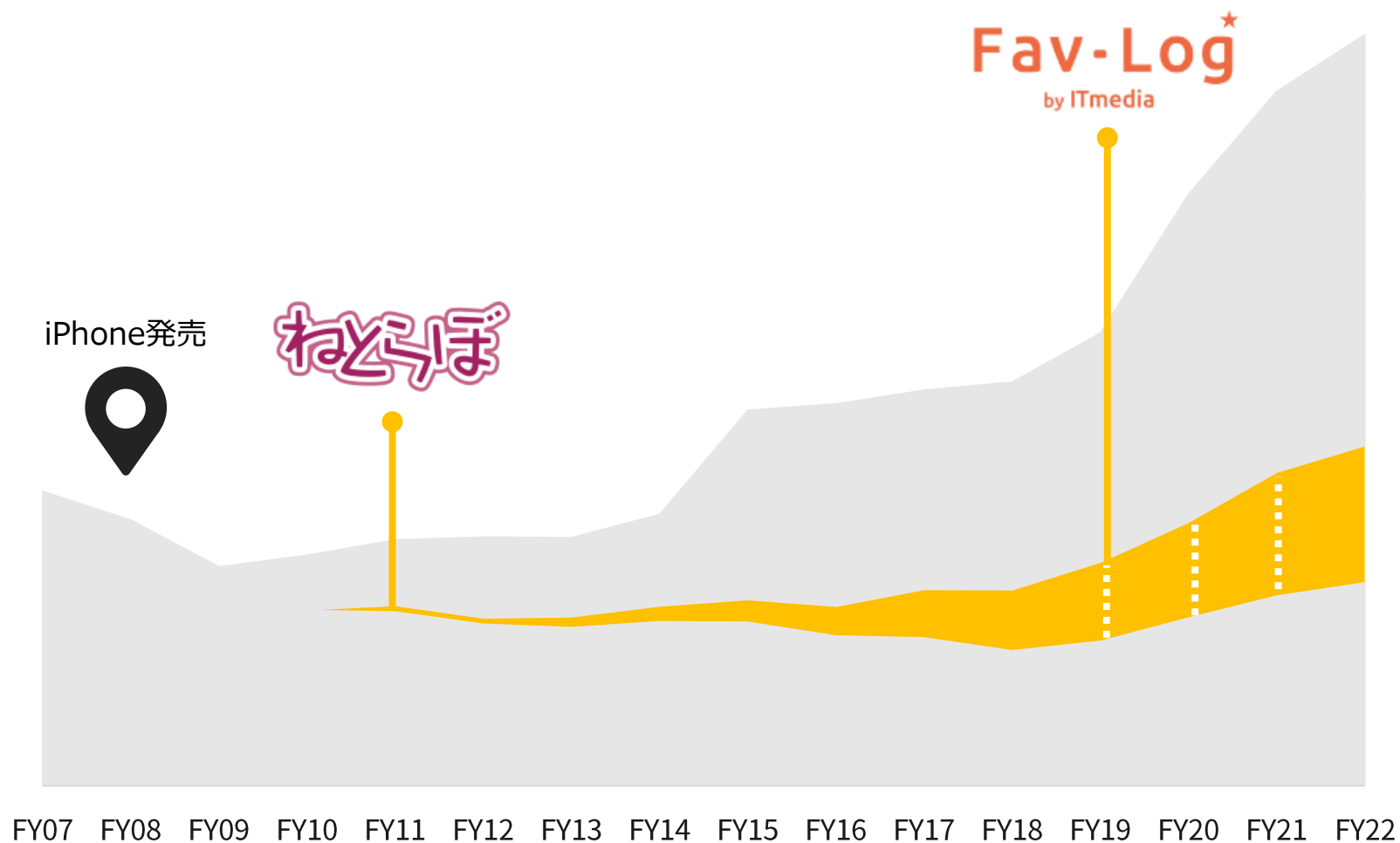




マーケティング、
営業のデジタル化



パンデミック
をきっかけに
市場が確立



月間3~4億PVの
巨大メディアに
成長

価値発揮



社会変化を察知
集中的にコンテンツ強化

クラウド・SaaS

人工知能

セキュリティ

産業DX

脱炭素

SDGs



各モデルで相乗的に収益化
新規開発の加速

リードジェン

デジタルイベント

運用型広告

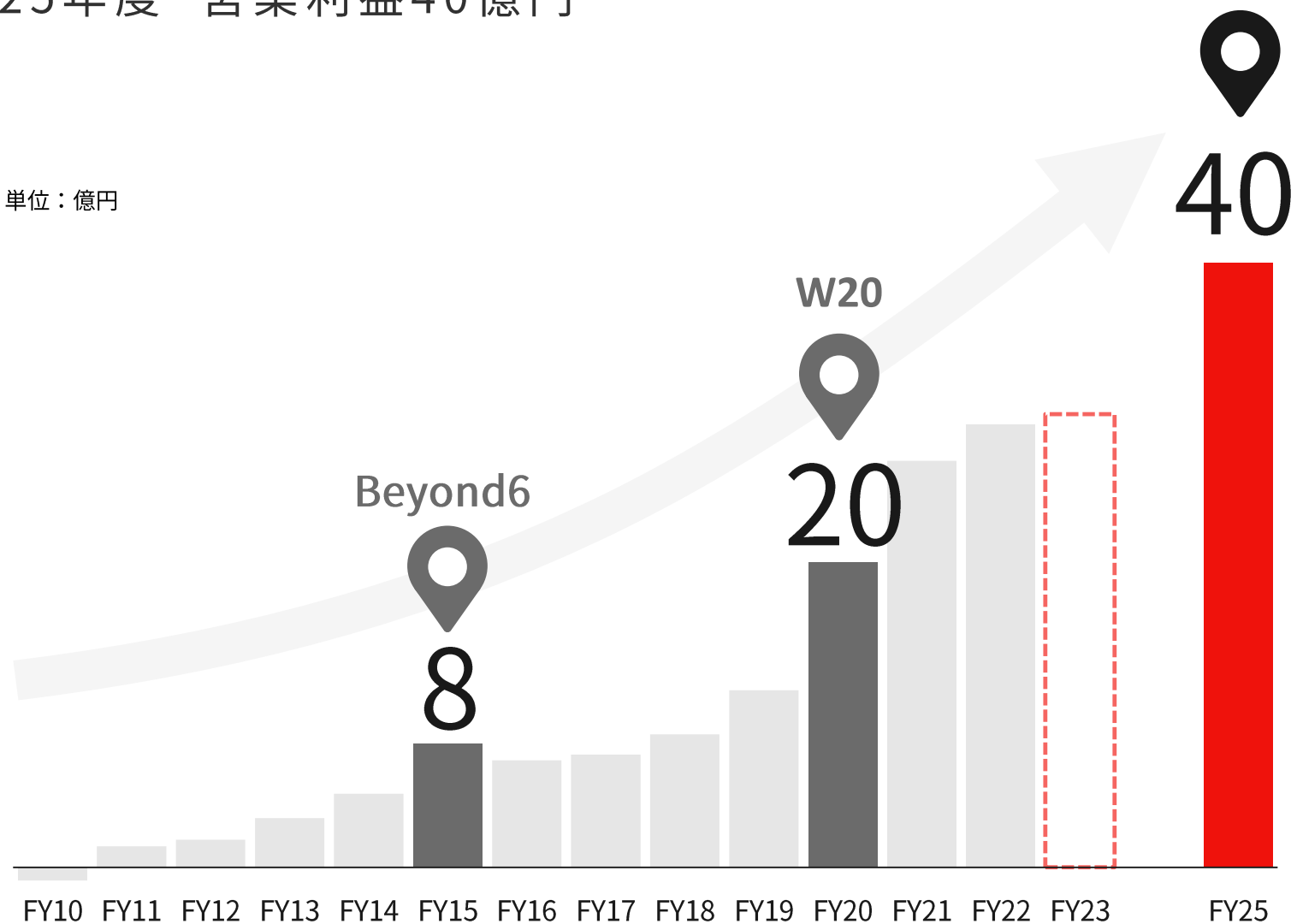
データドリブン

高ターゲティング広告

再投資

2025年度 営業利益40億円

単位：億円

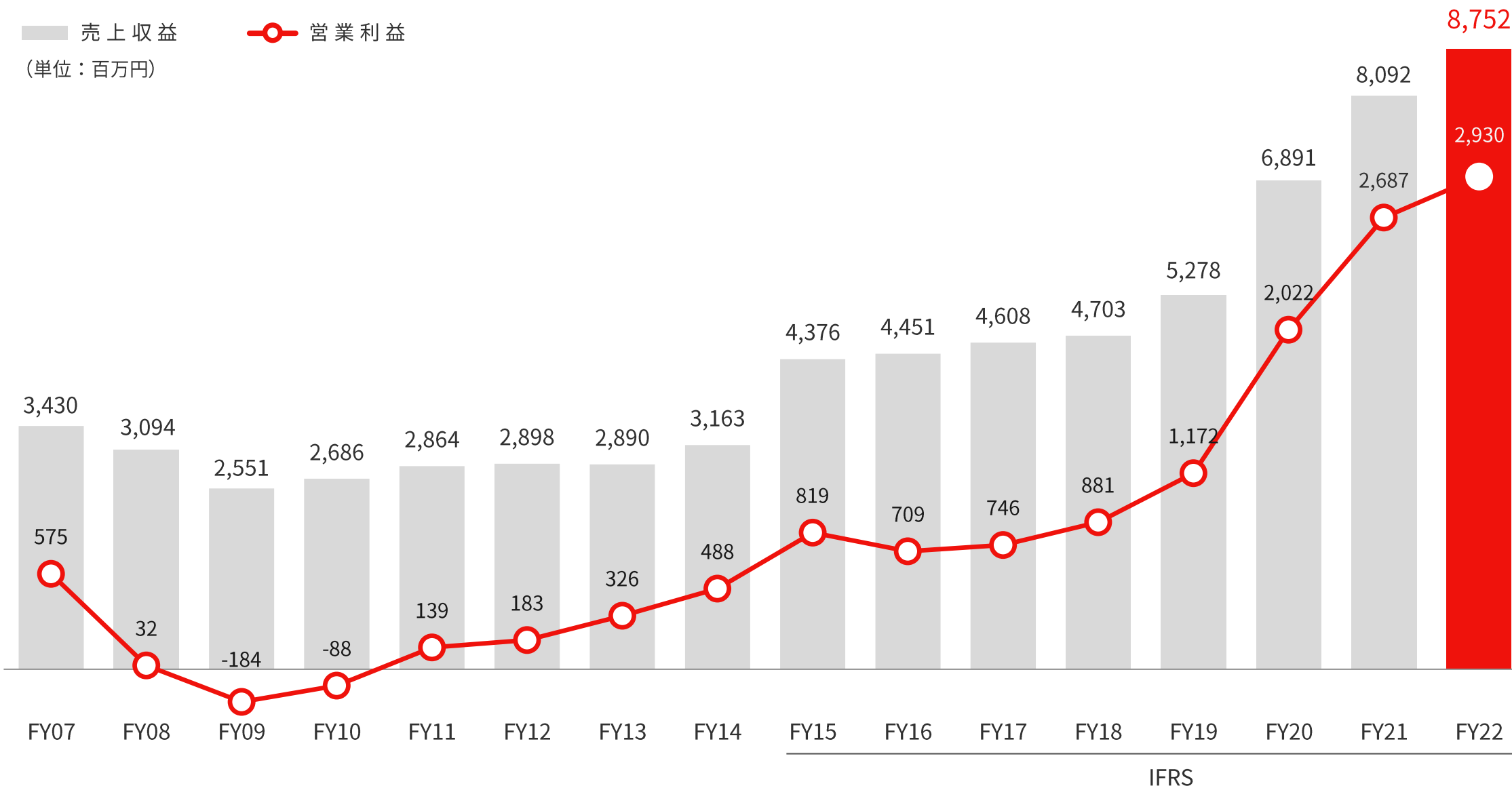


2025年度 営業利益

40 億円達成
||
X40
エックスフォーティ

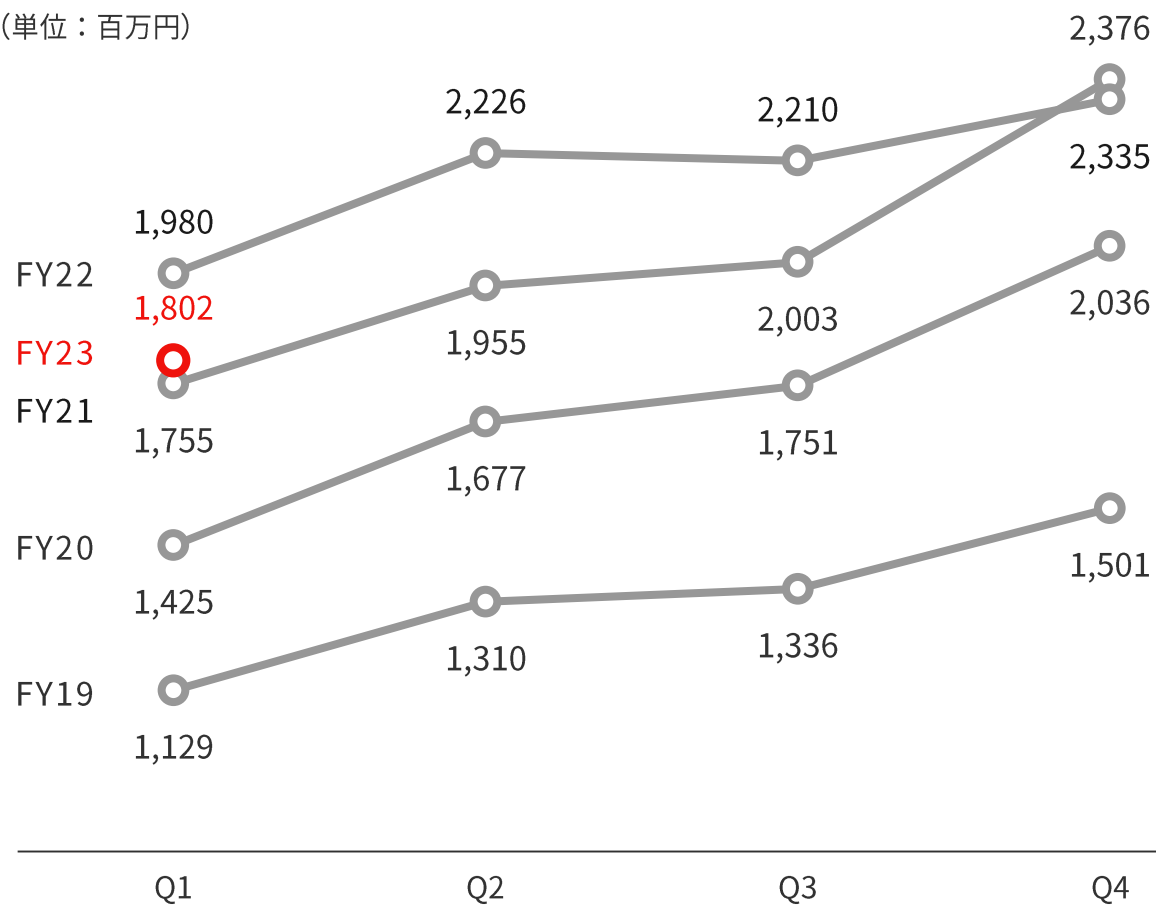


業績・KPI



当社決算をご理解いただくために

(単位：百万円)



当社業績には 四半期トレンド があります

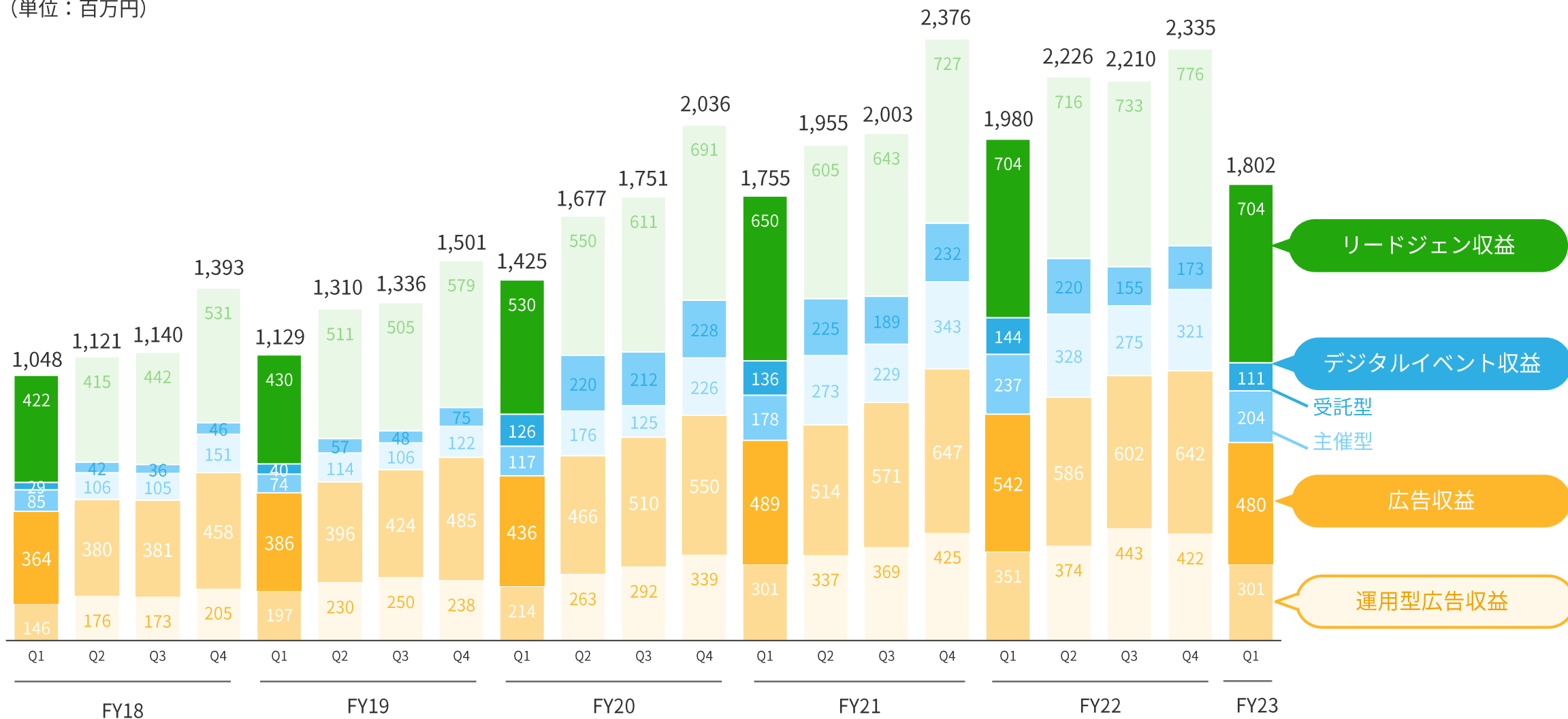
Q1：最小

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

(単位：百万円)



顧客数

(単位：社)

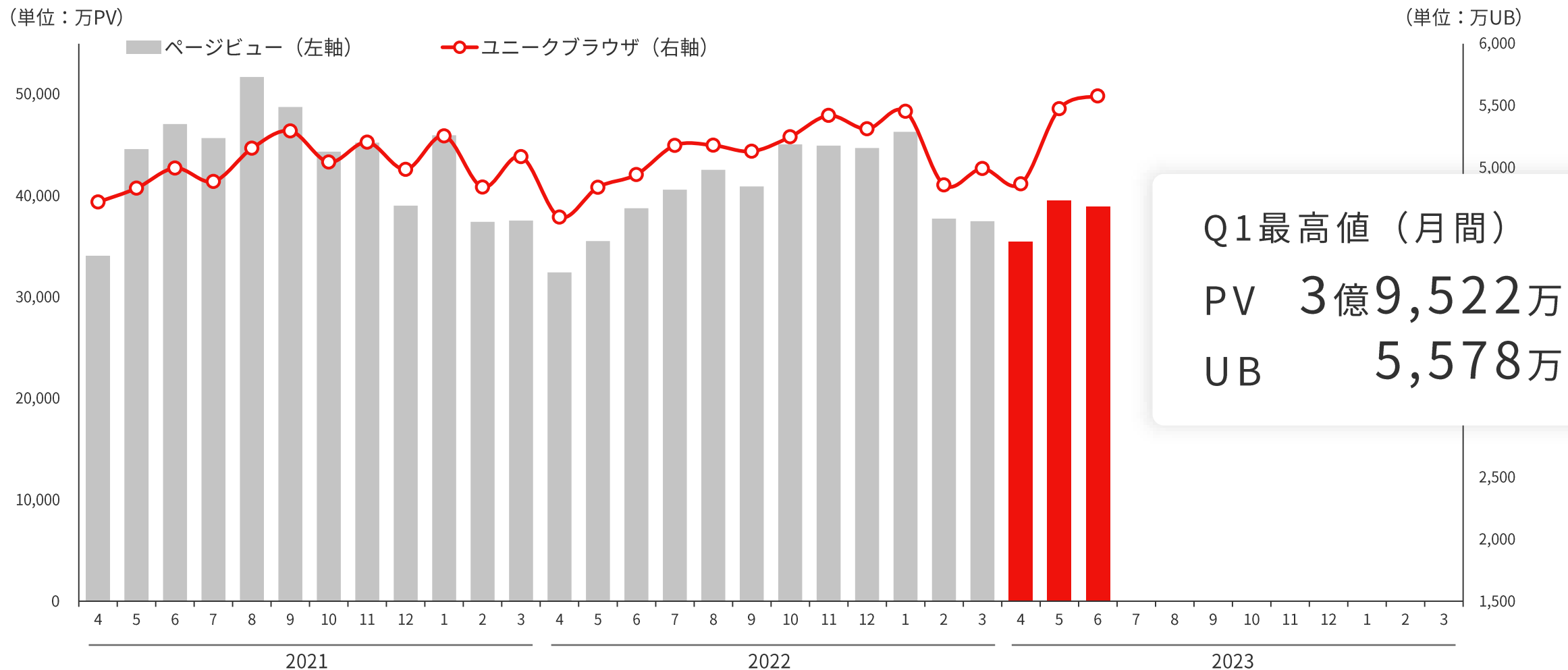
		Q1累計	Q2累計	Q3累計	Q4累計
TOTAL	2021	1,019	1,361	1,609	1,869
	2022	1,154	1,469	1,768	2,026
	2023	1,285			
		Q1累計	Q2累計	Q3累計	Q4累計
BtoBメディア事業	2022	1,065	1,346	1,612	1,838
	2023	1,182			

会員数

(単位：万人)

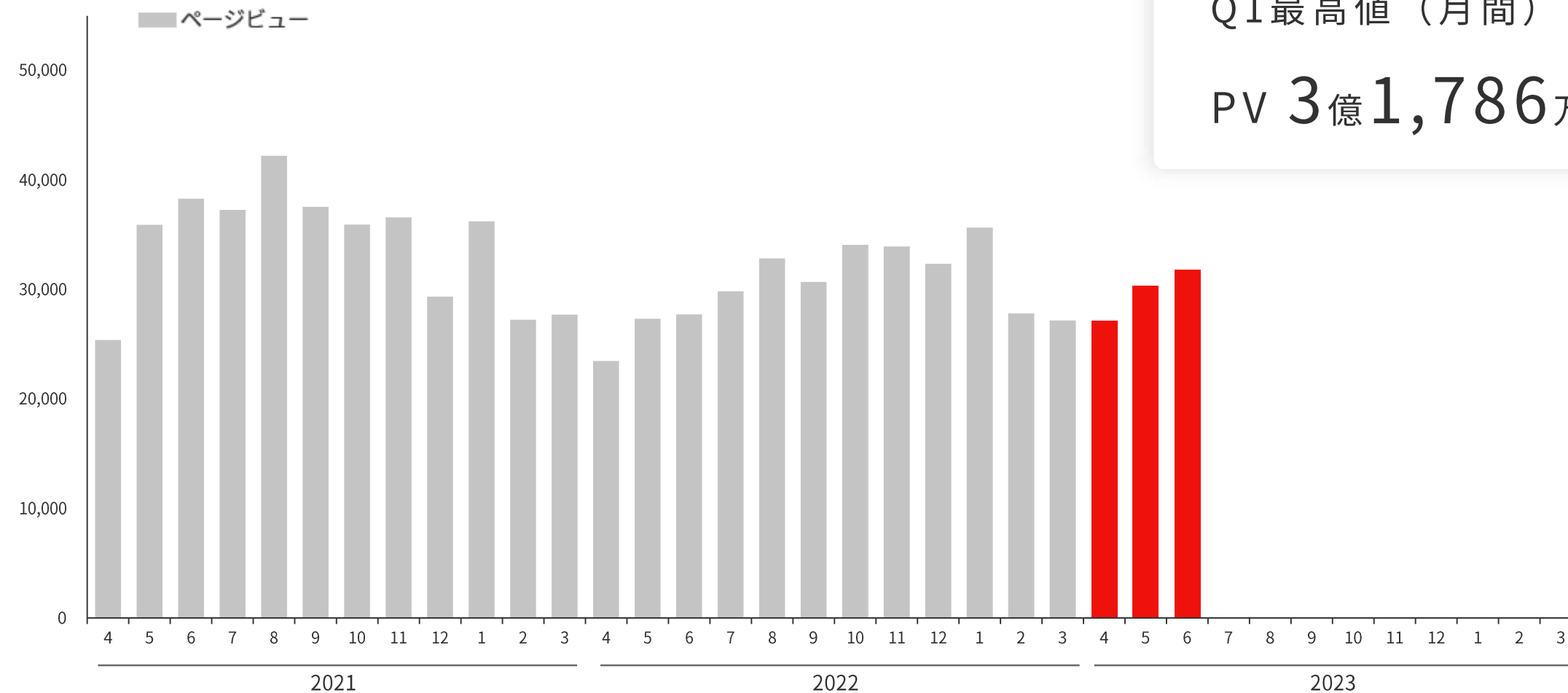
	Q1	Q2	Q3	Q4
2021	100*	105	108	110
2022	113	115	117*	118
2023	121			

* 品質向上のため、不正確な会員データの検出作業を実施



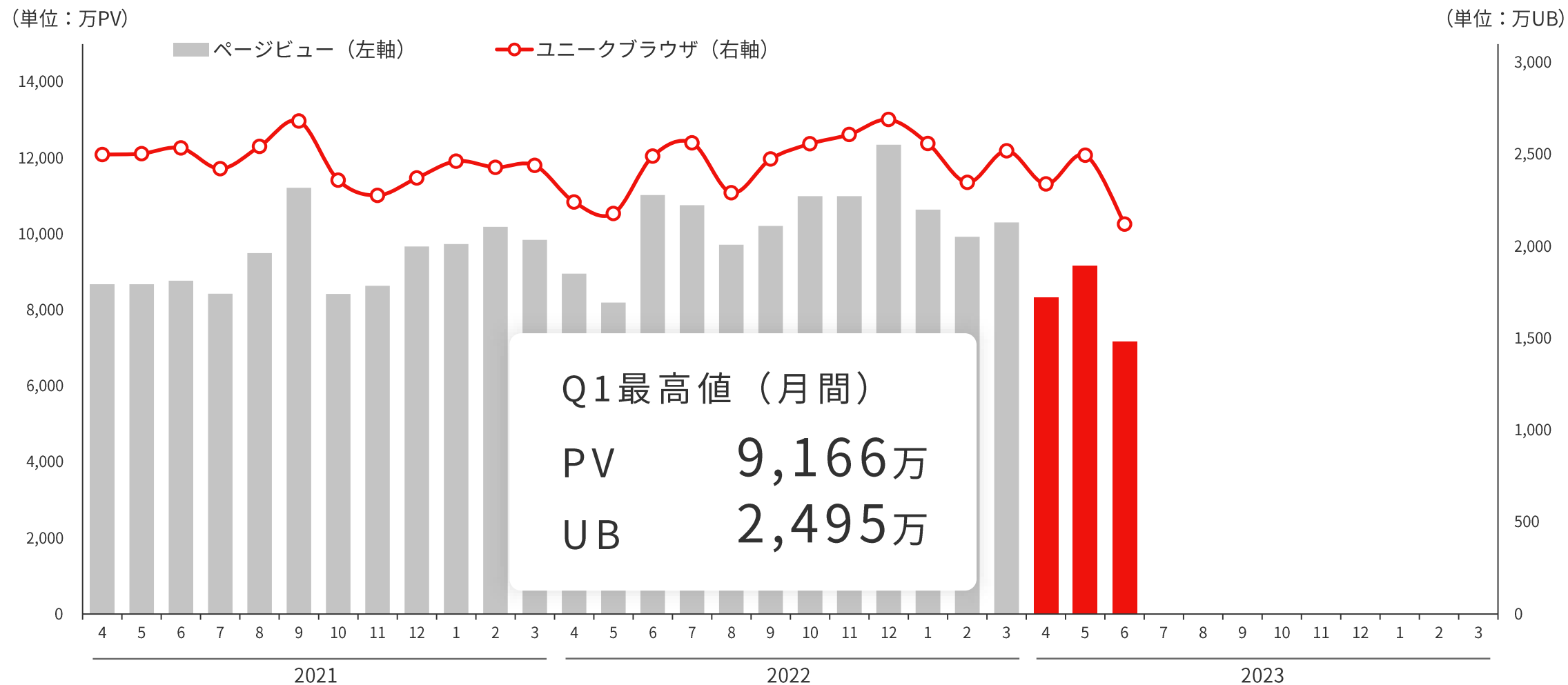
※当社が提供しているスマートデバイス向けメディアアプリの広告枠インプレッション数を総ページビュー数に加算しています。

(単位：万PV)



Q1最高値（月間）

PV 3億1,786万



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。
	BtoBメディア事業	当社の事業セグメントのひとつ。運営するテクノロジー領域の専門メディアを基盤に、テクノロジー業界の企業にリードジェンなど顧客獲得サービスを提供。
	BtoCメディア事業	当社の事業セグメントのひとつ。ねとらぼをはじめとした巨大メディアを開発、運用型広告収益を得る。
	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、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「2023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。



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