

The background of the slide is a composite image. On the left, there is a solid red diagonal band. To the right of this band, the background is a light blue-grey color. Overlaid on this background is a stylized globe. The globe is composed of a network of white lines and dots, resembling a circuit board or a digital map. The lines form a grid-like pattern that follows the contours of the globe. In the lower right portion of the globe, there is a faint, semi-transparent image of a city skyline with several tall buildings. The overall aesthetic is modern and technological.

アイティメディア株式会社
2024年3月期 第2四半期
決算説明資料

2023年10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。



現状認識と今後の方針

2024年3月期 Q2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

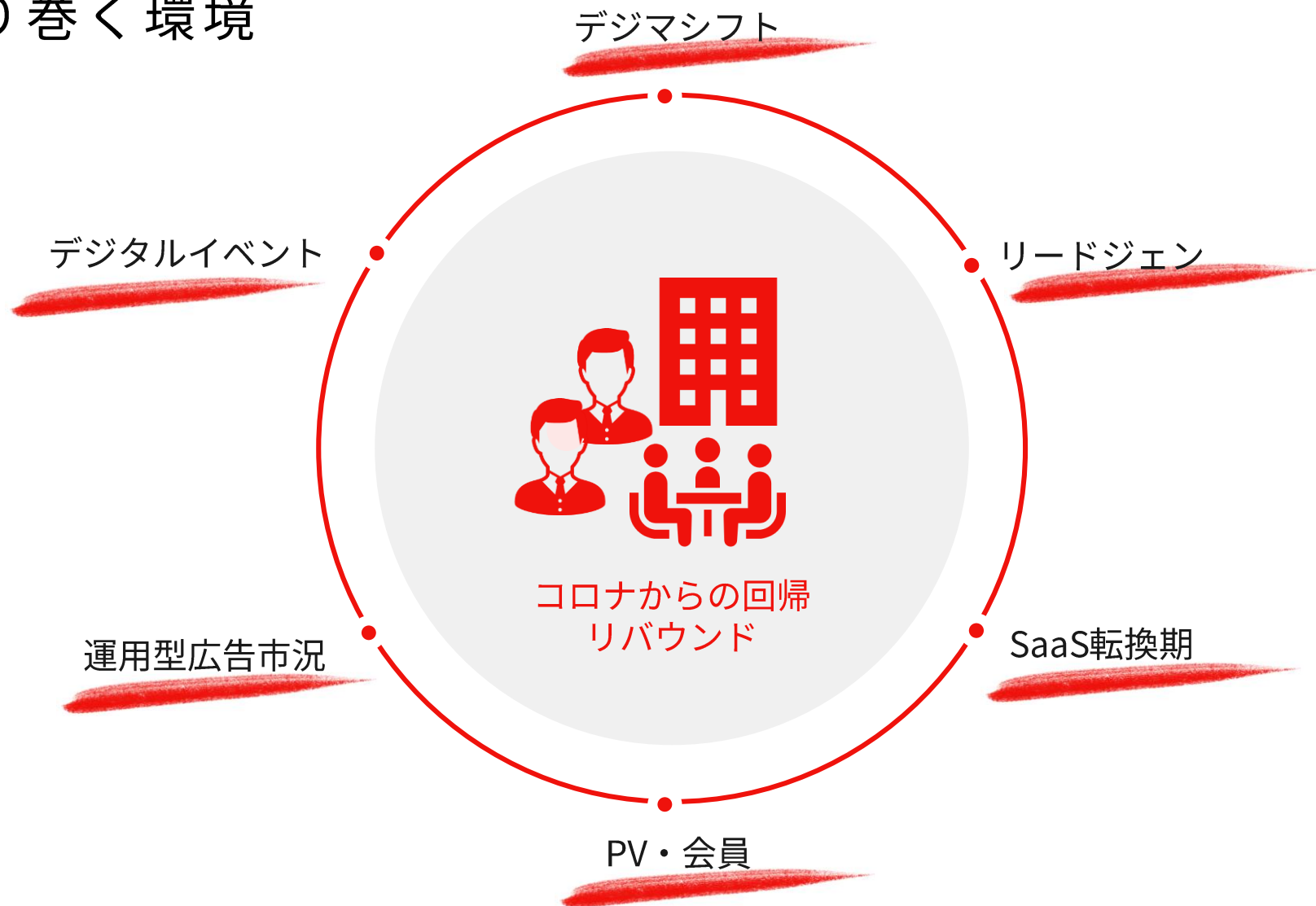
成長戦略と新たな取り組み

株主還元・サステナビリティ

減収減益。Q2はやや想定を下回るもQ1からは改善

単位：百万円	Q1会計	Q2会計	Q2累計	通期予想
売上	1,802 (▲9%)	2,039 (▲8%)	3,841 (▲9%)	8,320 (▲5%)
営業利益	414 (▲34%)	637 (▲16%)	1,052 (▲24%)	2,400 (▲18%)
当期利益	280 (▲34%)	436 (▲16%)	717 (▲24%)	1,620 (▲18%)

当社を取り巻く環境



新型コロナをきっかけとした成長加速期間に区切り 成長鈍化・リバウンド

新型コロナはきっかけ

社会・働き方の変化

デジタルシフト加速

DX急伸

SaaS利用急増

テクノロジー企業
業績拡大

マーケティングの変化

デジタルシフト加速

リードジェン拡大

デジタルイベント拡大

市場確立

特需発生

運用型広告拡大（単価上昇）

メディアの変化

デジタルシフト加速

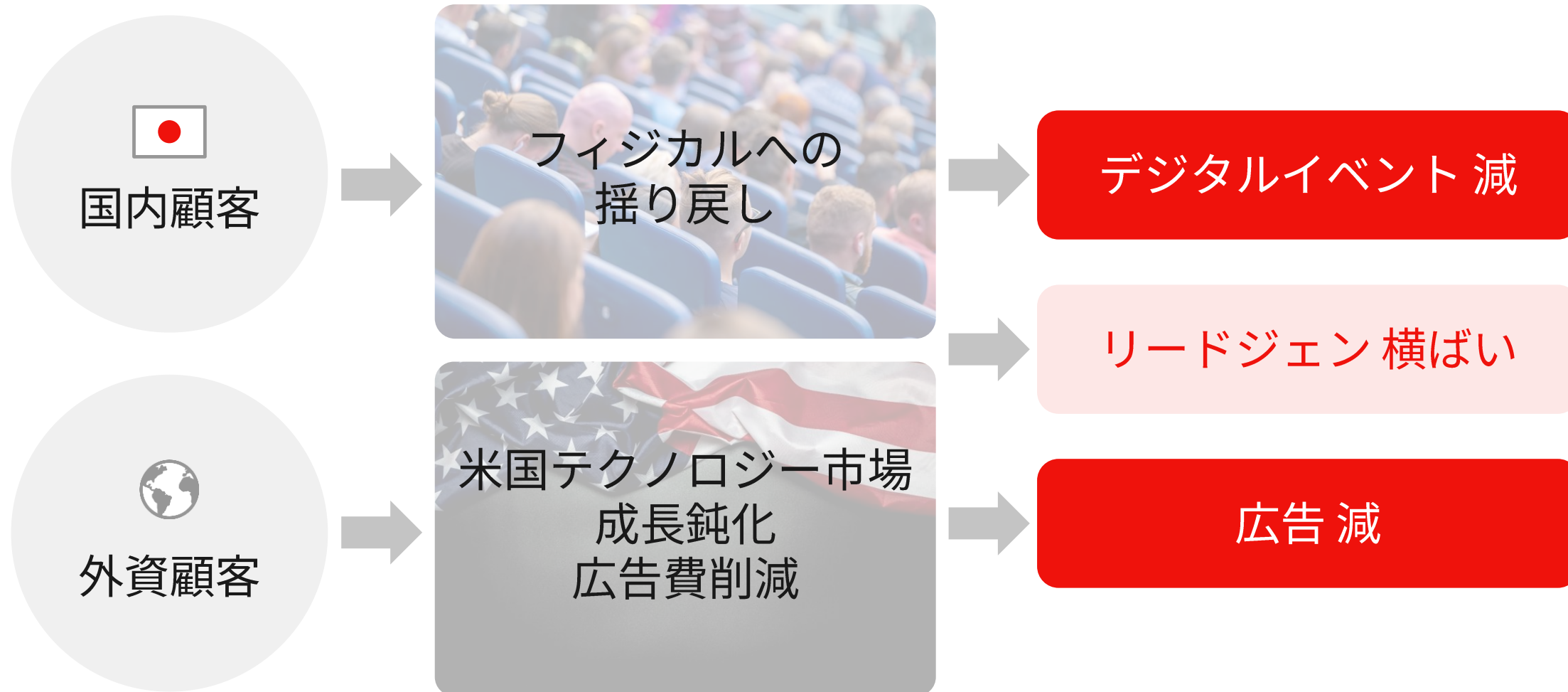
動画
コミュニケーション

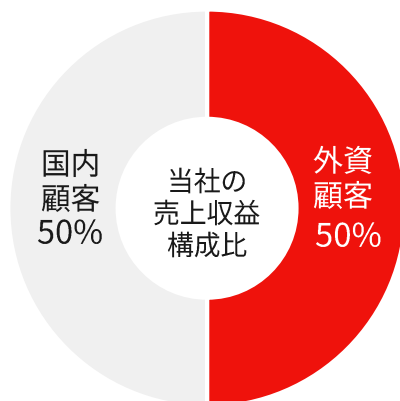
巣籠り需要

デジタルメディア
利用拡大
(PV・会員)

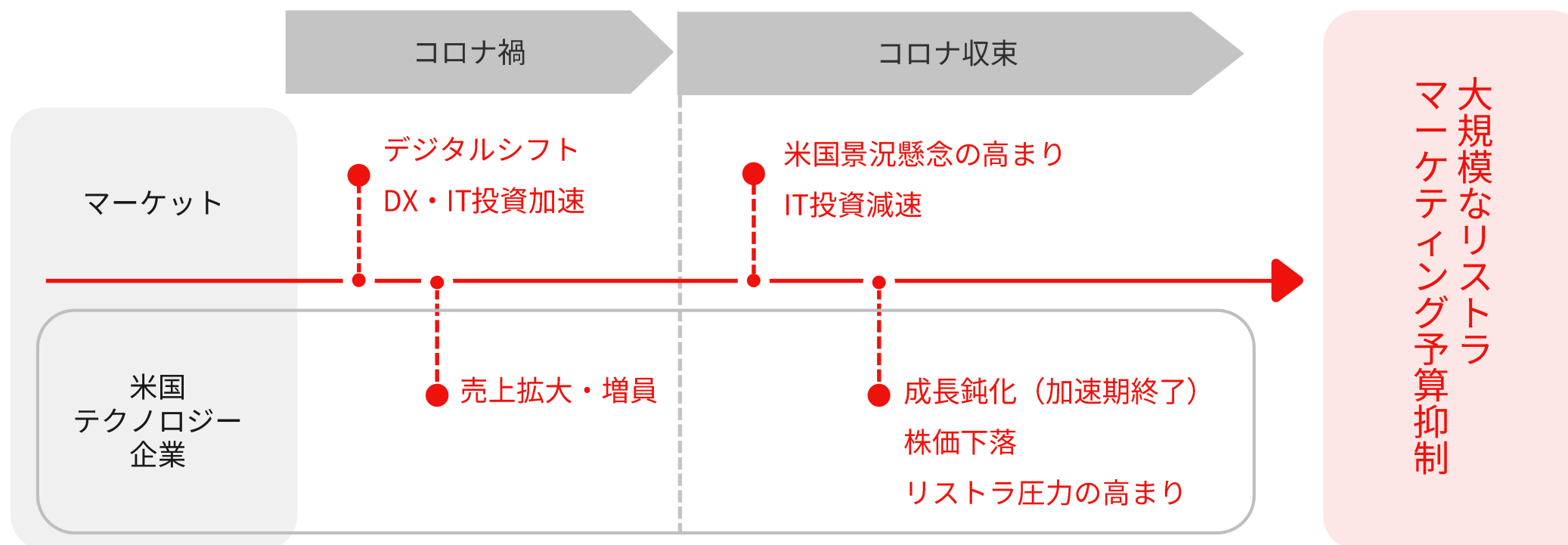
今後もデジタルシフト進行は確実ながら、加速期間が一旦収束、リバウンド

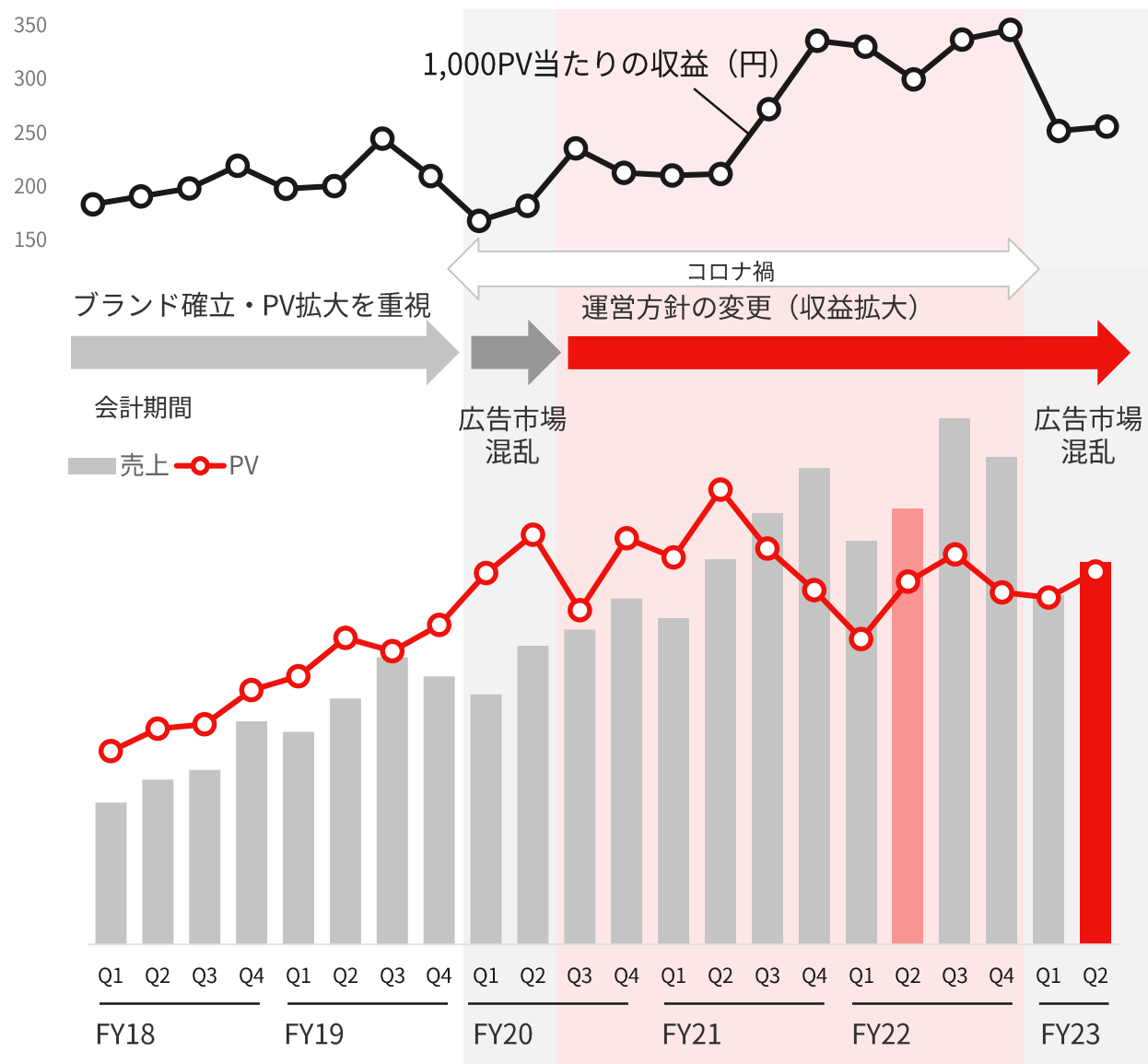
当社を取り巻く市場環境の影響が継続



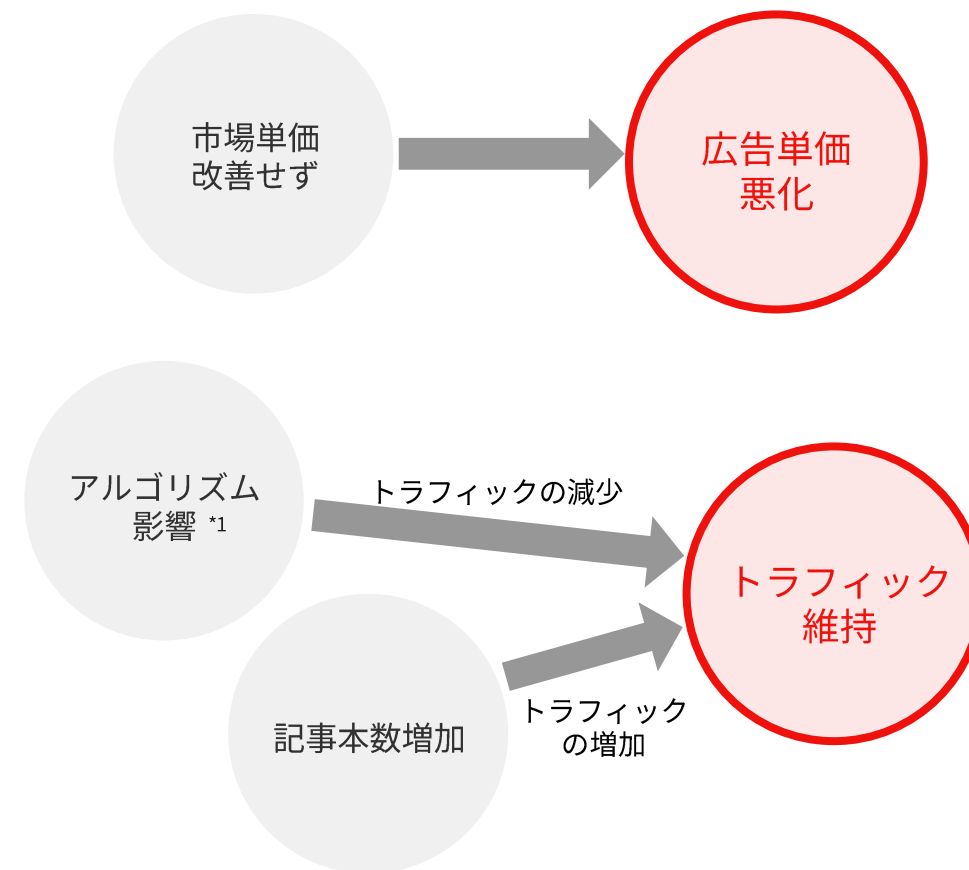


コロナ収束に伴い、テクノロジー企業の成長が鈍化
米国景況懸念と相まって大規模なリストラが進行



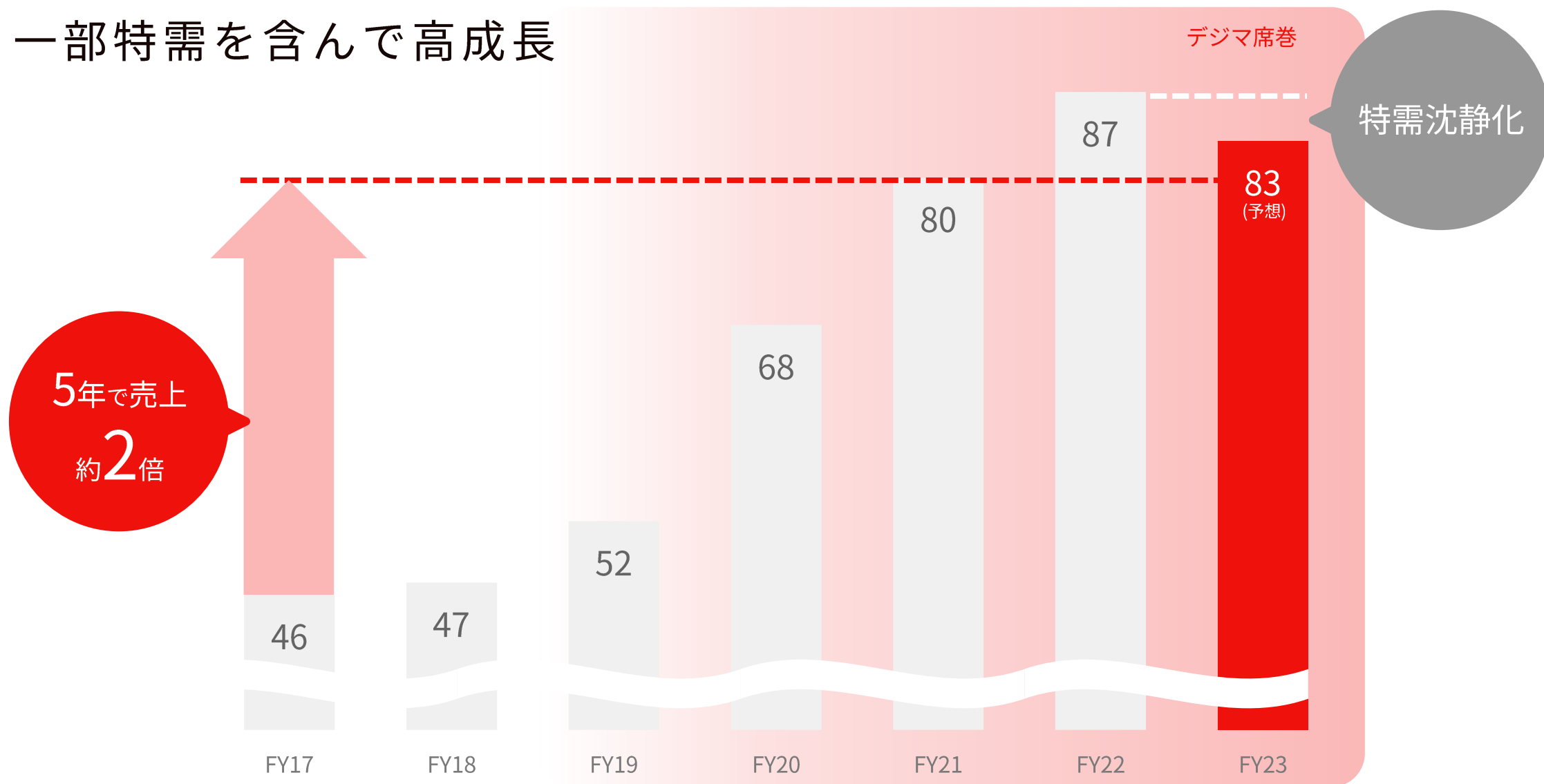


減収の要因



*1: Googleアルゴリズム対応等で一時的に減衰が発生

一部特需を含んで高成長



成長市場を意識し来期以降に向けた収益開発を強化

現在の環境

デジタルイベント
フィジカル揺り戻し

米国テクノロジー
市場成長鈍化
(リストラ発生)

運用型広告
市場単価悪化

環境見通し

短期的な回復は
想定しない

一部では改善の兆候

新たな収益開発の取り組み



データドリブンによる
横断的プロダクト強化
(Campaign Central)

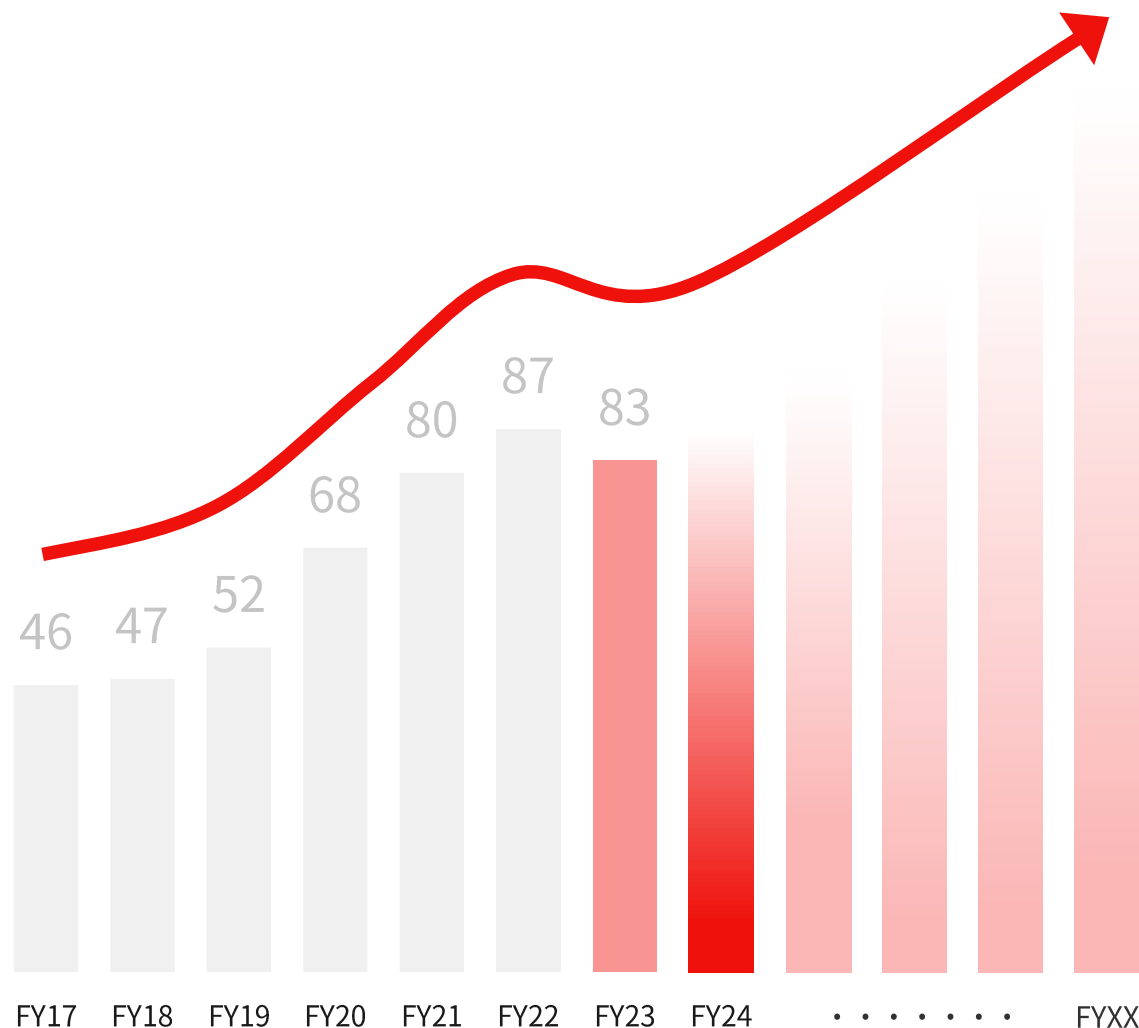


DXの広がりに対応した
産業領域のメディア拡大
(産業DX)



メディア力の強化加速
AI活用

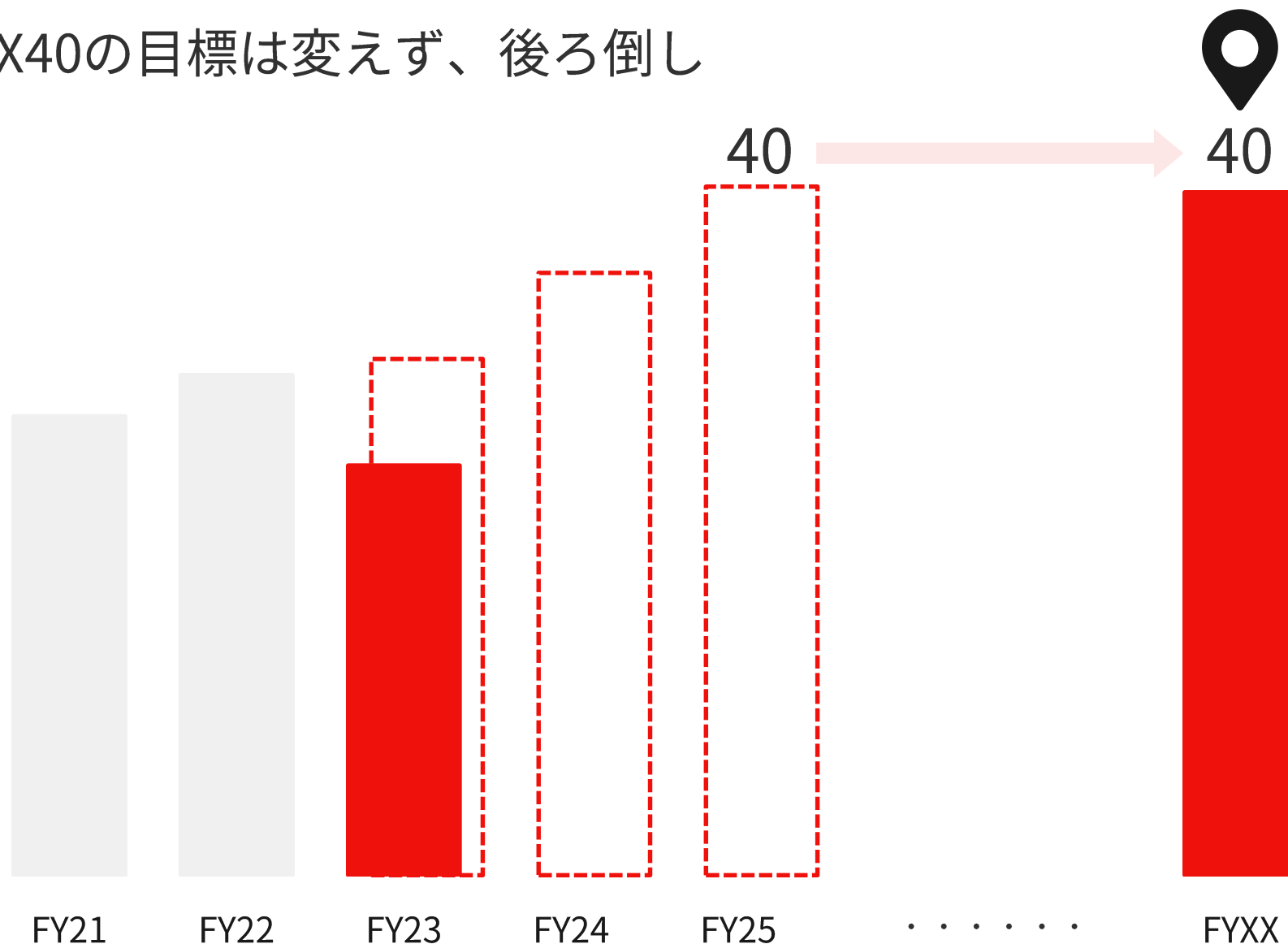
FY24を分岐点にS字回復を目指す



中期展望と方針

- コロナからの回帰による影響は予想より大きい
- 中長期でデジタルシフト進行は確実
- リストラや大幅なコスト抑制はしない
- 新たな取り組みで成長を後押し
- FY24～25で成長回復基調に

X40の目標は変えず、後ろ倒し



営業利益目標

40 億円
達成

II

X40

エックスフォーティ



現 状 認 識 と 今 後 の 方 針

2024年3月期 Q2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

成長戦略と新たな取り組み

株主還元・サステナビリティ



減収減益。Q2はやや想定を下回るもQ1からは改善
当期中は市場環境悪化の影響が残る想定

業績

外部環境・概況

Q2実績

減収減益

売上収益 3,841百万円 (▲9%)

- ・ リードジェン収益 ▲2%
- ・ デジタルイベント収益 ▲20%
- ・ 広告収益 ▲6%
- ・ 運用型広告収益 ▲12%

営業利益 1,052百万円 (▲24%)

当社を取り巻く市場環境の影響が継続

米国テクノロジー市場の成長鈍化

- ・ 外資系顧客からの収益が減少

コロナ収束期待に伴うフィジカルへの揺り戻し

- ・ 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

計画範囲内で推移

売上収益 8,320百万円 (▲5%)

営業利益 2,400百万円 (▲18%)

自己株式取得を完了

引き続き市場環境は軟調と予想

米国テクノロジー市場の成長鈍化

- ・ 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

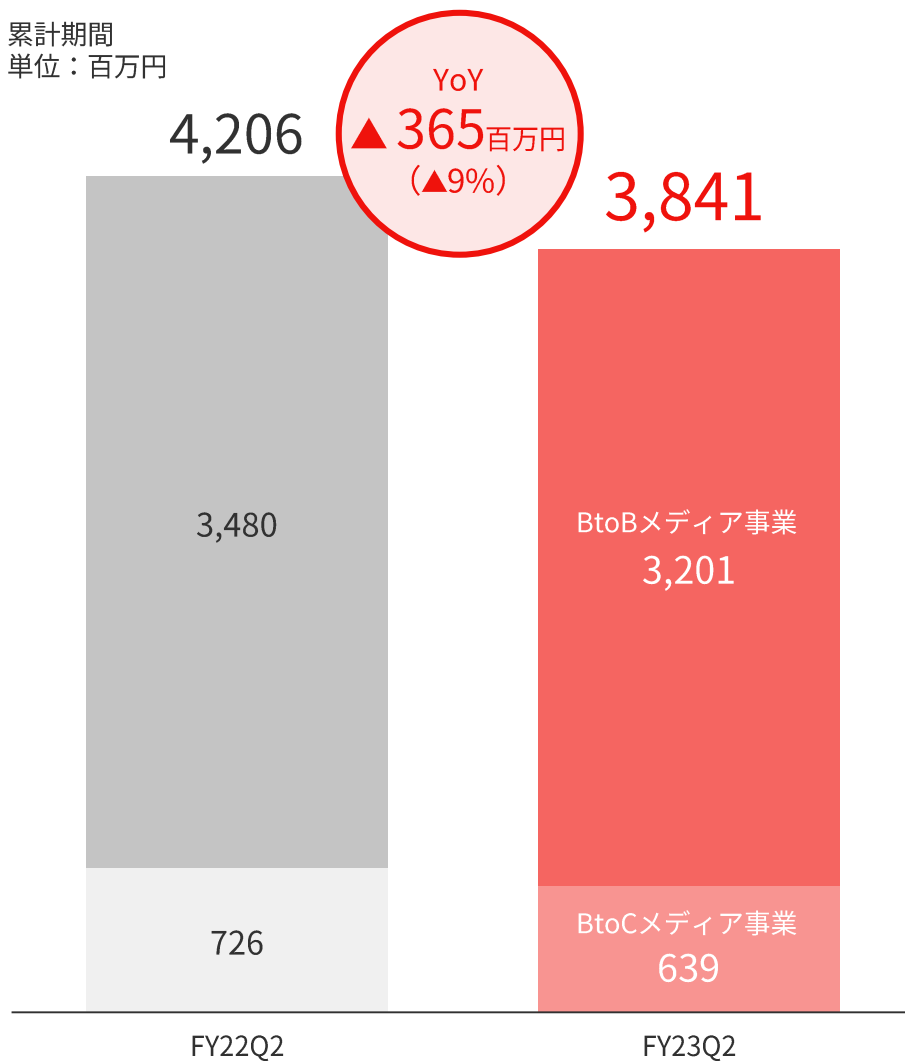
- ・ デジタルイベントは特需沈静化

運用型広告市場

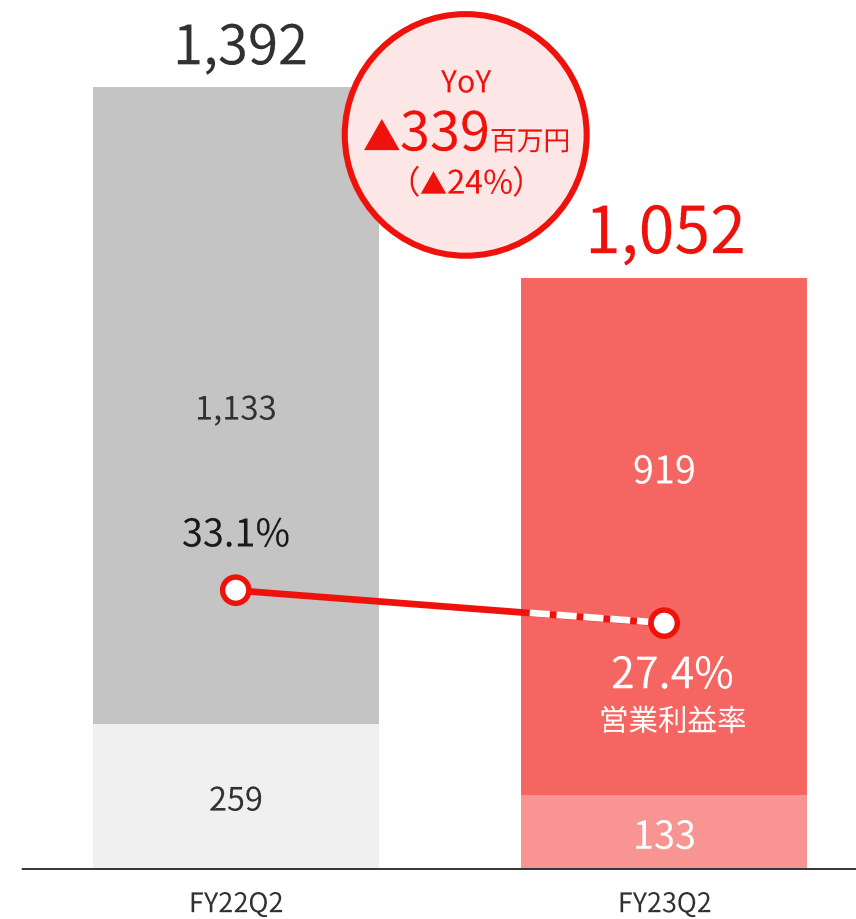
- ・ 緩やかな改善を見込む

売上収益

累計期間
単位：百万円



営業利益



減収減益。外注費中心に総コストは減少

累計期間
単位：百万円



累計期間 単位：百万円	FY22Q2		FY23Q2		増加額	増減率
	金額	売上比	金額	売上比		
売上収益	4,206	100.0%	3,841	100.0%	▲365	▲8.7%
総コスト	2,814	66.9%	2,788	72.6%	▲25	▲0.9%
（うち人件費）	1,491	35.5%	1,546	40.3%	+54	+3.6%
EBITDA	1,525	36.3%	1,168	30.4%	▲356	▲23.4%
営業利益	1,392	33.1%	1,052	27.4%	▲339	▲24.4%
税引前利益	1,390	33.0%	1,056	27.5%	▲333	▲24.0%
四半期利益	946	22.5%	717	18.7%	▲228	▲24.2%
親会社の所有者 に帰属する四半期利益	946	22.5%	717	18.7%	▲228	▲24.2%

※ 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	FY22Q2	FY23Q2	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	727	775	+47
投資活動による キャッシュ・フロー	▲12	▲105	▲93
財務活動による キャッシュ・フロー	▲316	▲724	▲408
現金及び現金同等物の増減額	398	▲54	▲453
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	7,214	7,923	+709

営業CF 主な内訳

税引前四半期利益	+1,056
減価償却費及び償却費	+116
営業債権及びその他の債権の減少額	+69
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	▲142
差入保証金の回収	+49

財務CF 主な内訳

配当金の支払額	▲276
自己株式の取得による支出	▲387
リース負債の支払額	▲63

単位：百万円		23年3月末	23年9月末	差異
資産の部	流動資産	9,996	9,809	▲187
	非流動資産	1,161	1,319	+158
	資産合計	11,158	11,129	▲28
負債の部	流動負債	1,668	1,518	▲149
	非流動負債	60	125	+64
	負債合計	1,729	1,644	▲84
資本の部	資本金/資本剰余金	3,969	3,973	+3
	利益剰余金	6,603	7,044	+440
	自己株式	▲1,144	▲1,532	▲387
	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	9,485	+56
	資本合計	9,429	9,485	+56
1株当たり 親会社の所有者に帰属する持分		476.37円	487.21円	+10.84円
親会社所有者帰属持分比率		84.5%	85.2%	+0.7pt

資産合計

現金及び現金同等物	▲54
営業債権及びその他の債権	▲69
その他の流動資産	▲55
使用権資産	+195
その他の金融資産	▲49

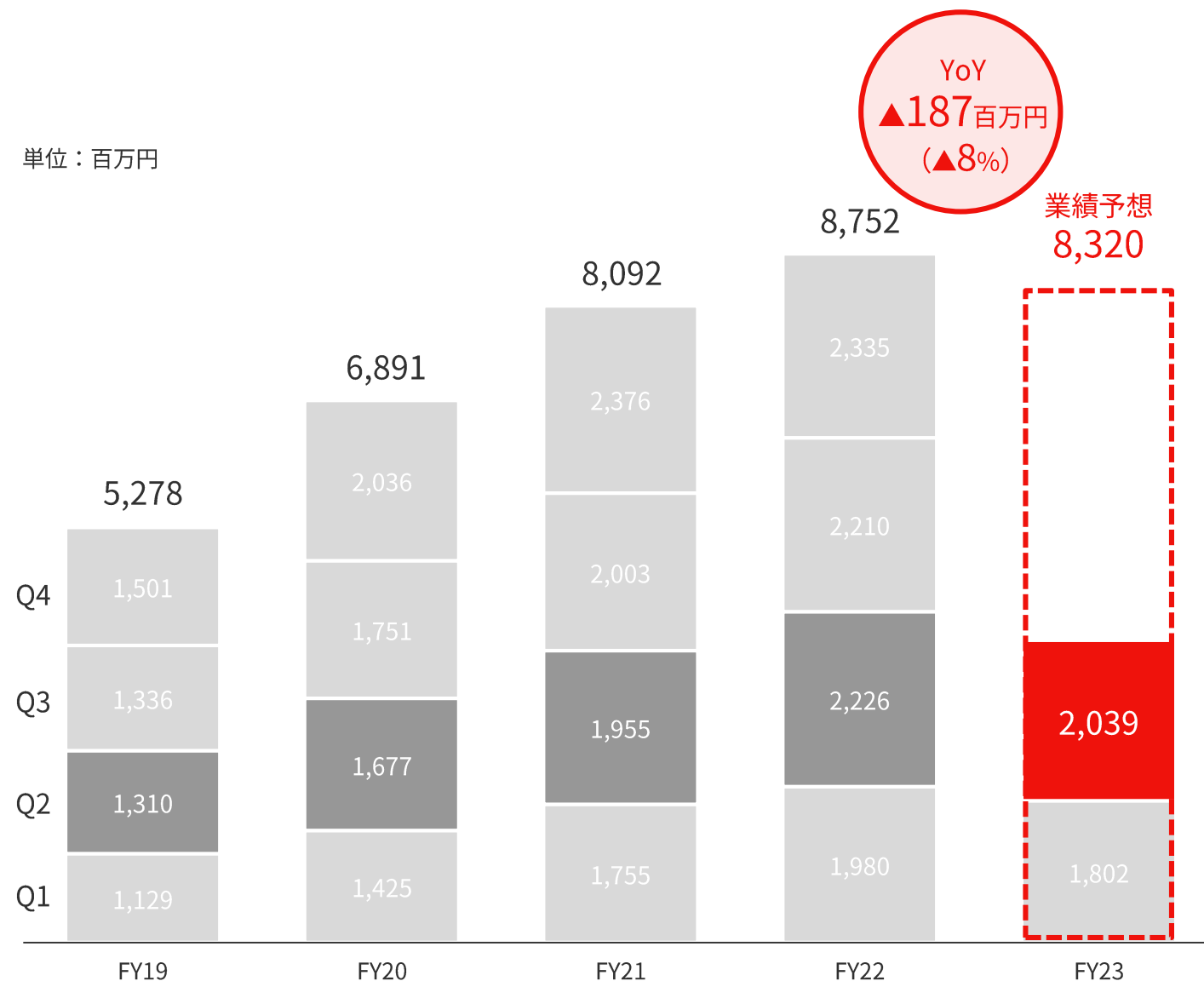
負債合計

営業債務及びその他の債務	▲89
リース負債	+184
未払法人所得税	▲132
その他の流動負債	▲52

資本合計

利益剰余金	+440
うち、四半期利益	(+717)
うち、剰余金の配当	(▲277)
自己株式	▲387

単位：百万円

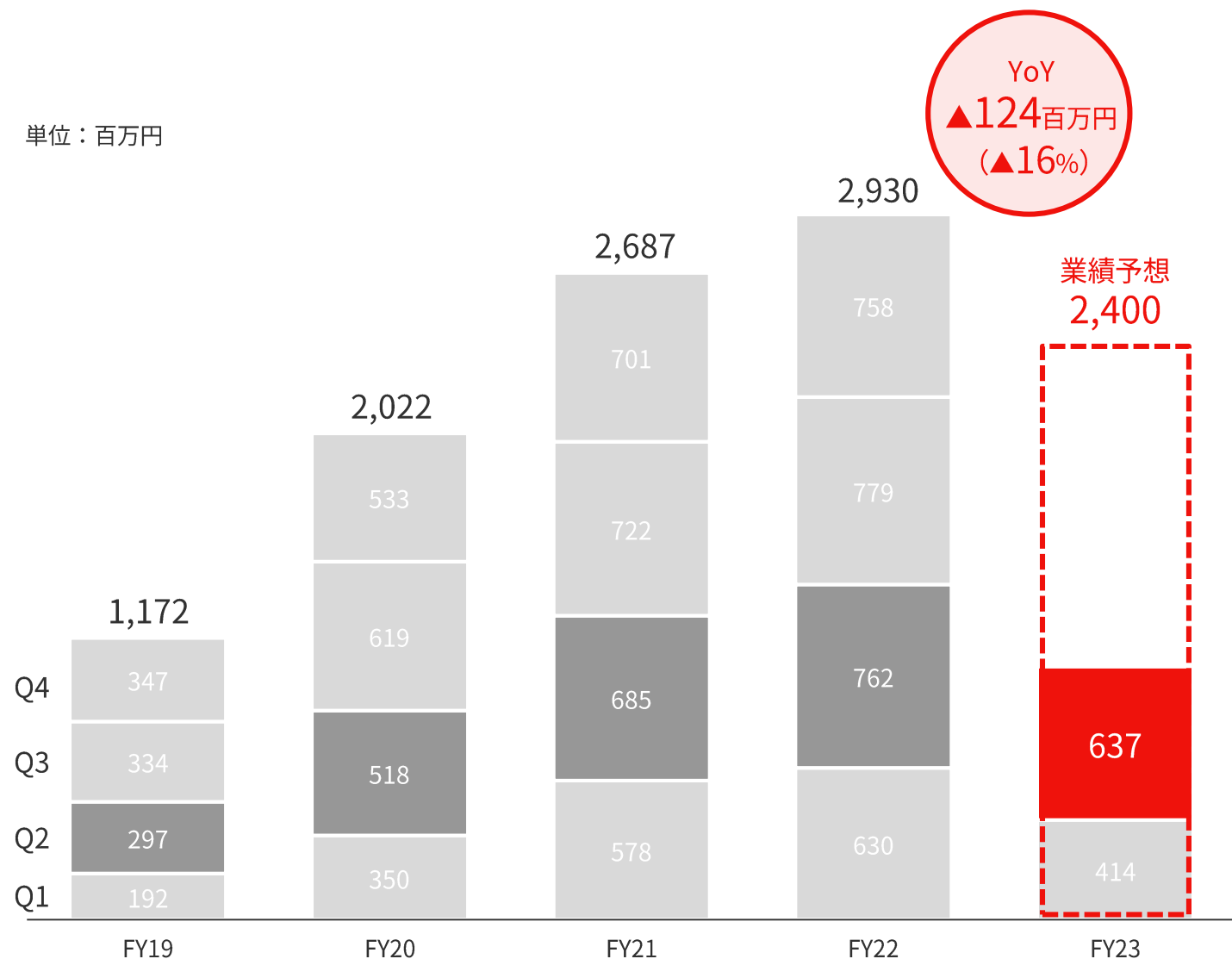


減収

Q2会計 2,039百万円

前期比 ▲187百万円
(▲8%)

単位：百万円



減益
Q1比で改善

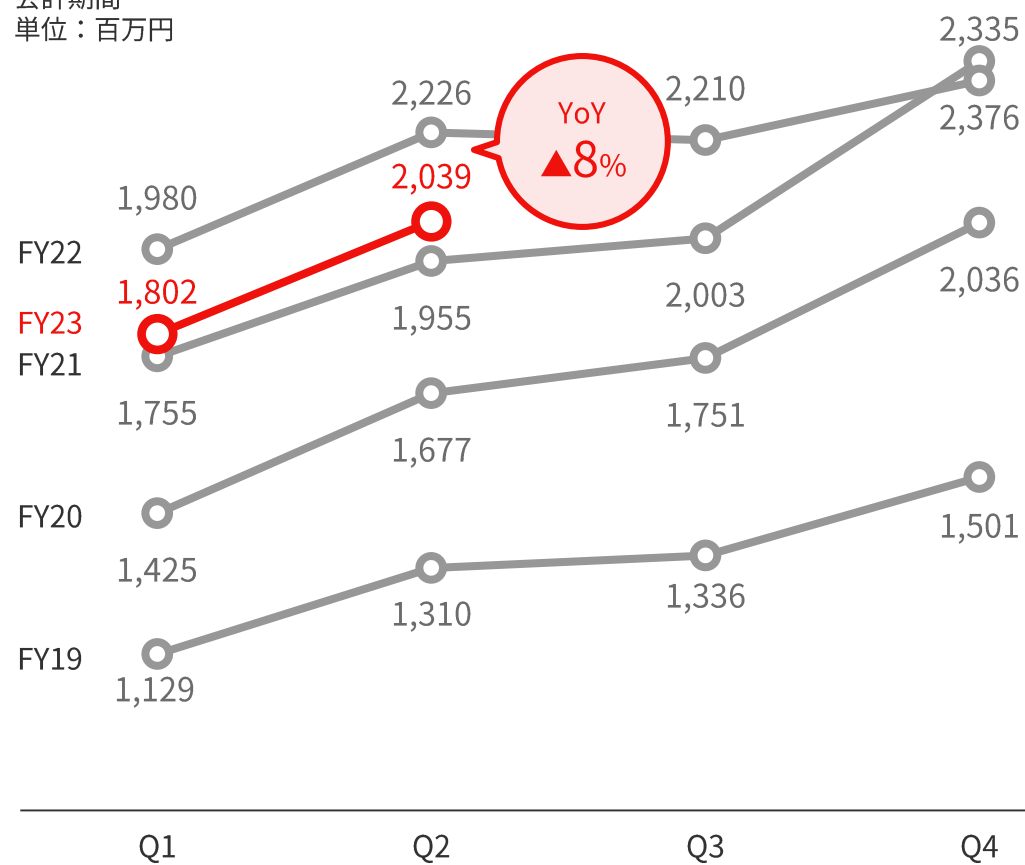
Q2会計 637百万円

前期比 ▲124百万円
(▲16%)

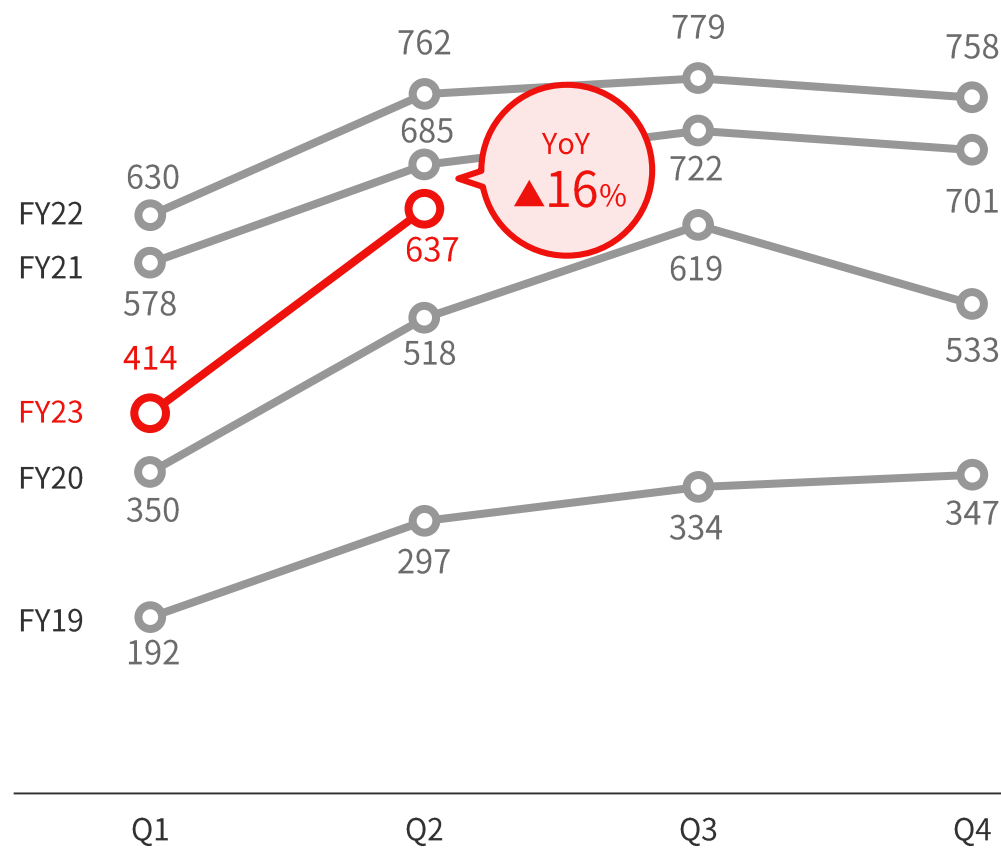
減収減益もQ1から改善

売上収益

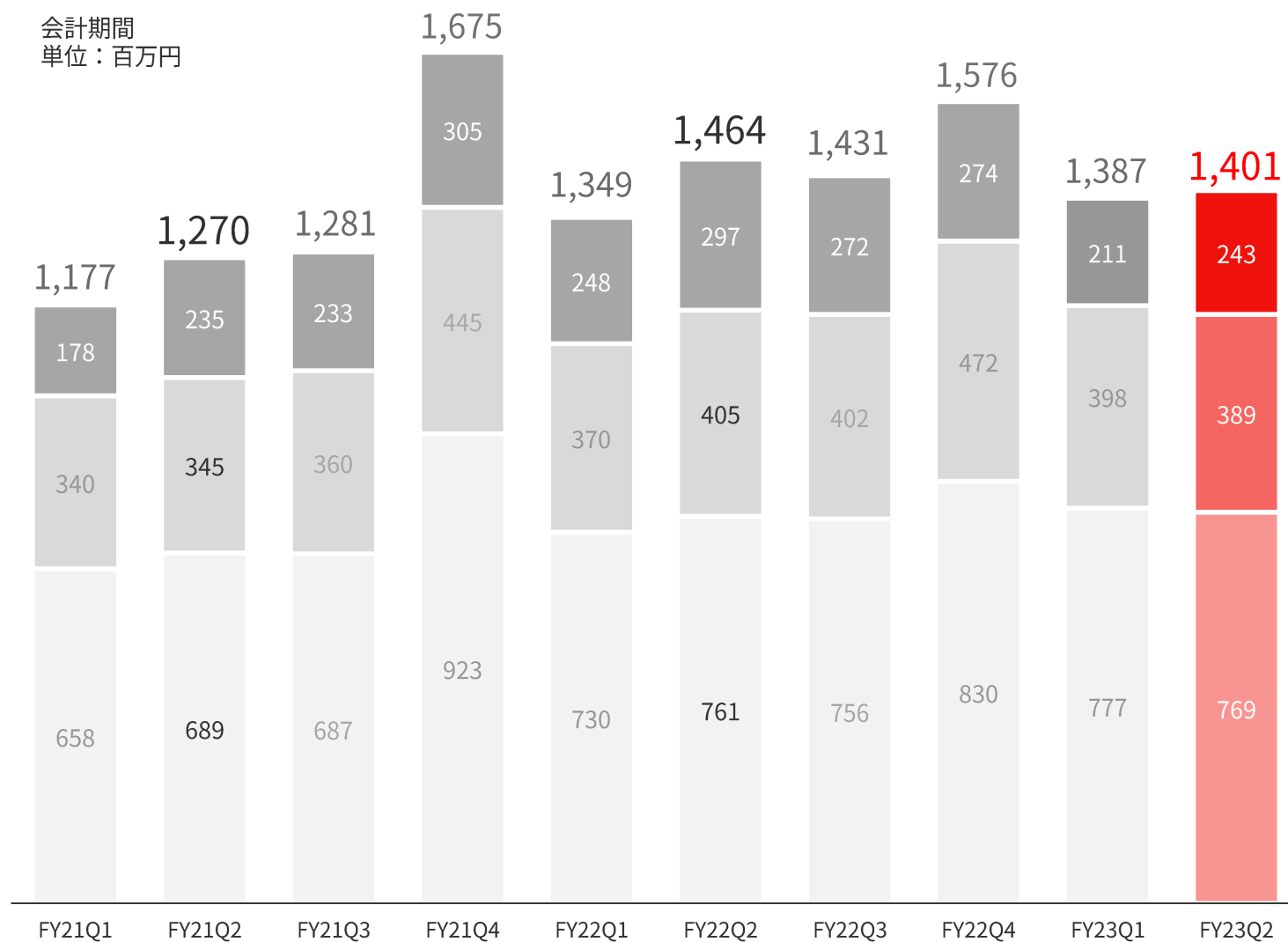
会計期間
単位：百万円



営業利益



会計期間
単位：百万円

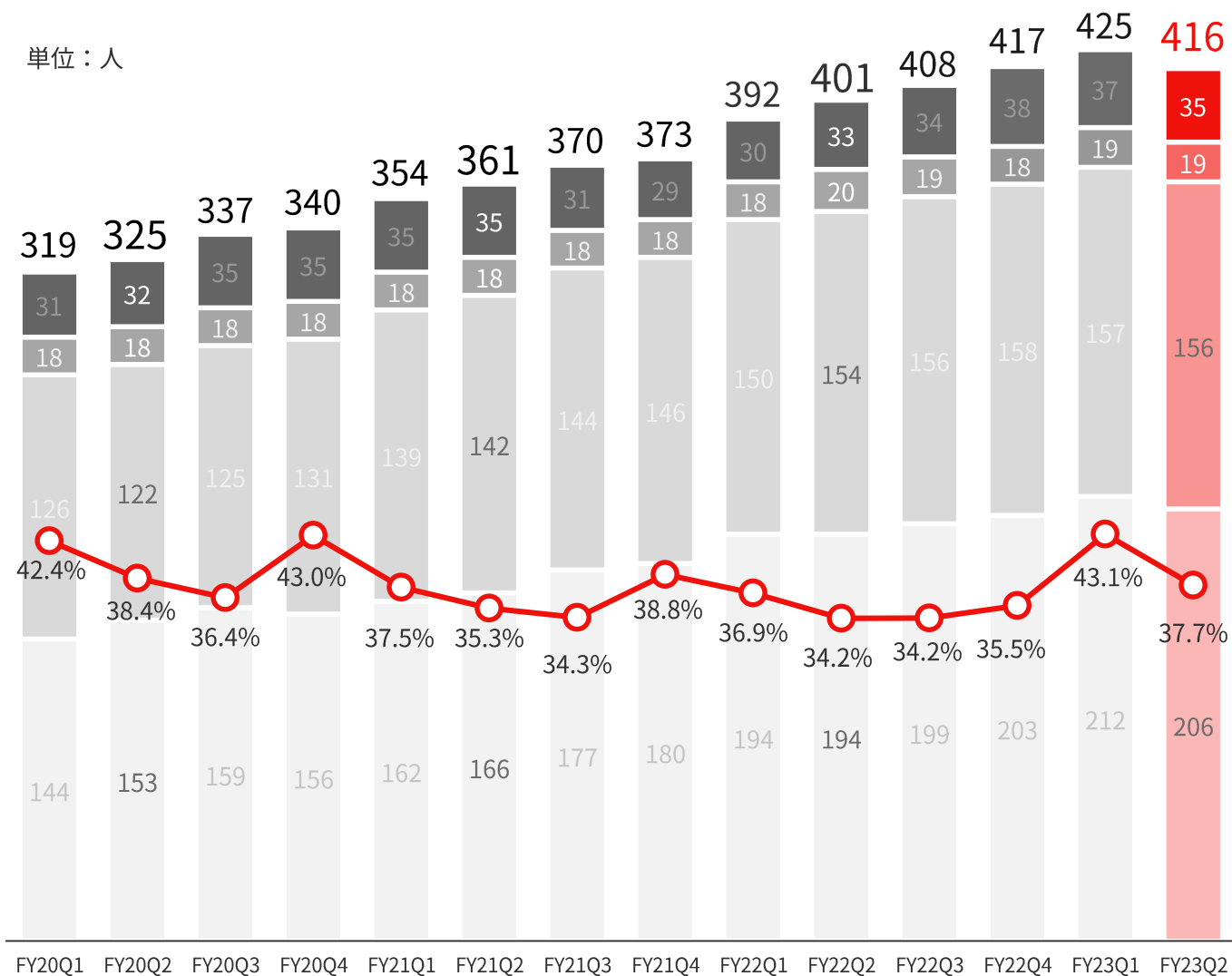


Q2会計	前期比	構成比
合計	▲4.3%	100%
■ 外注費	▲18.1%	17.4%
■ その他	▲4.1%	27.8%
■ 人件費	+1.0%	54.9%

主な前期比増減要素

- 人件費 +7
 - ・新規人員増は抑制
 - ・当期新卒は6名
- 外注費 ▲53
 - ・デジタルイベントを中心に抑制
- その他 ▲16
 - ・オフィス縮小

単位：人



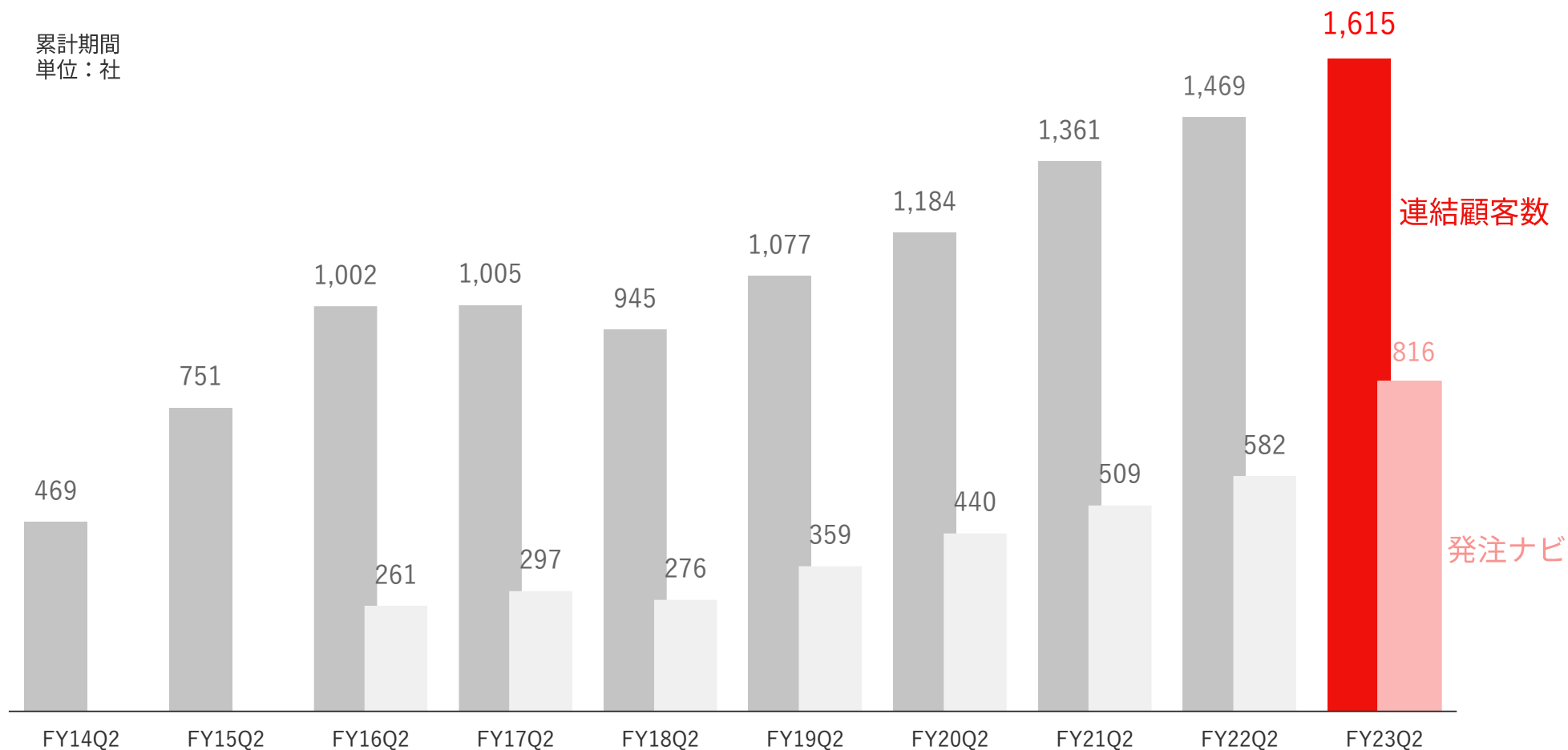
Q2会計	前年同期比	構成比
合計	+15人	100%
■ 管理系・その他	+2人	8.4%
■ 技術系	▲1人	4.6%
■ 営業・企画系	+2人	37.5%
■ 編集系	+12人	49.5%

*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

* 子会社である発注ナビ株式会社は2015年10月より連結



現 状 認 識 と 今 後 の 方 針

2024年3月期 Q2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

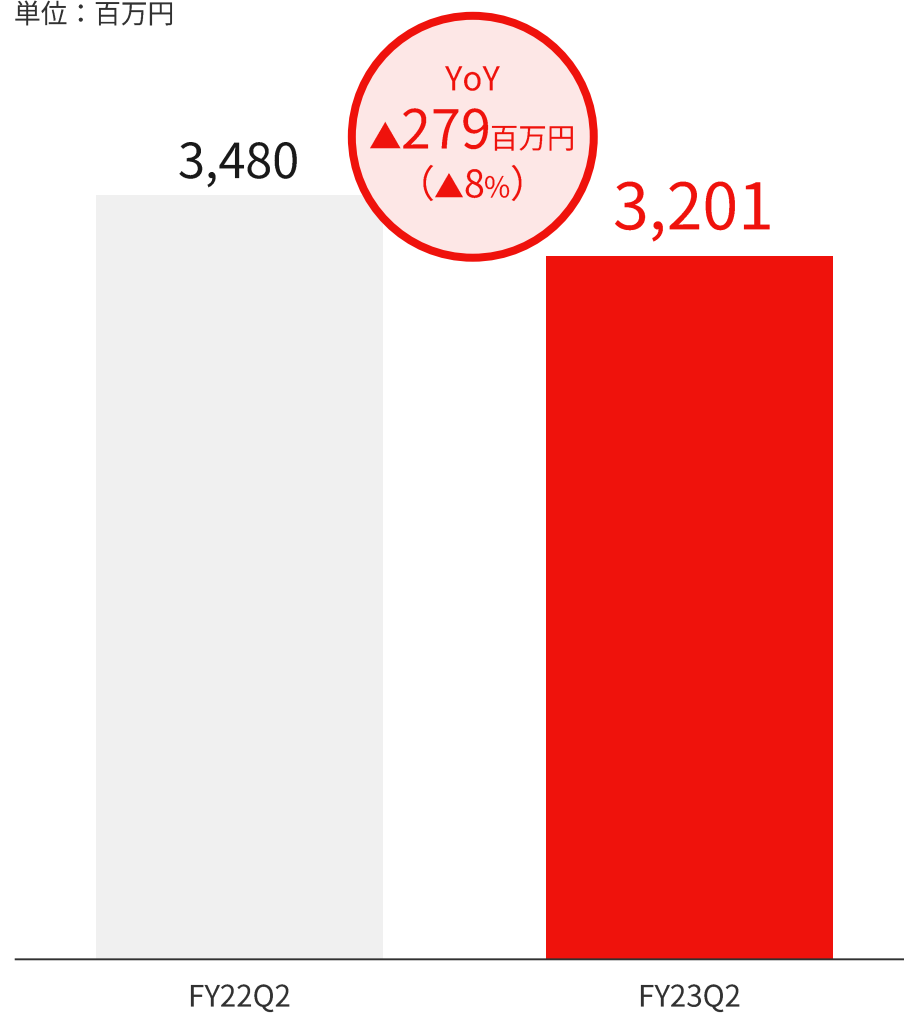
当社事業の概要

成長戦略と新たな取り組み

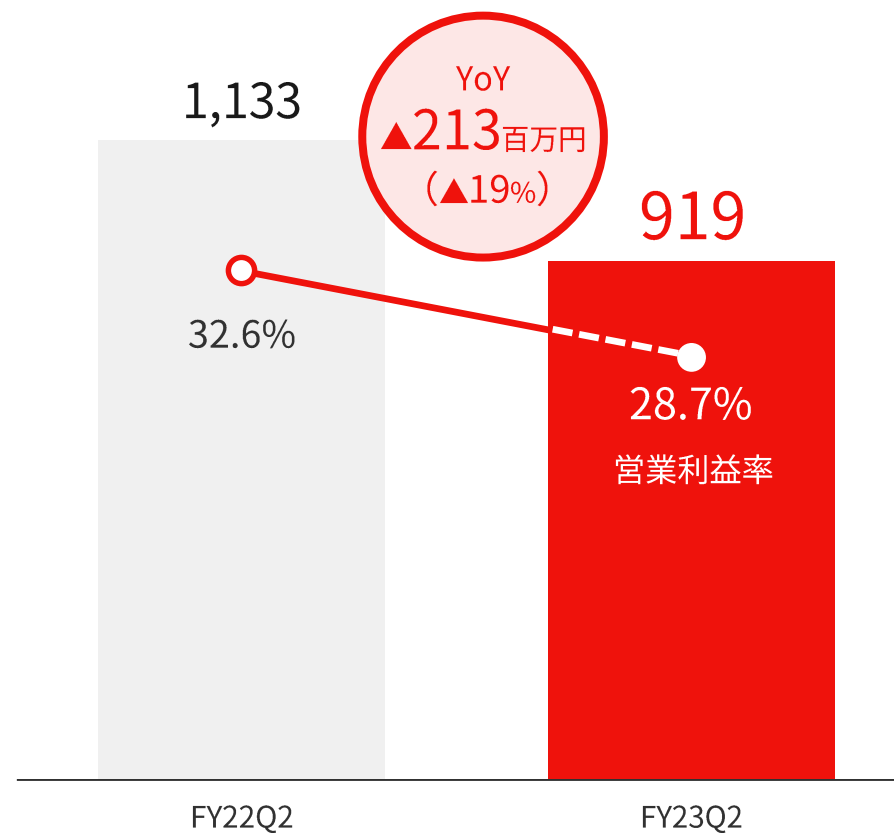
株主還元・サステナビリティ

売上収益

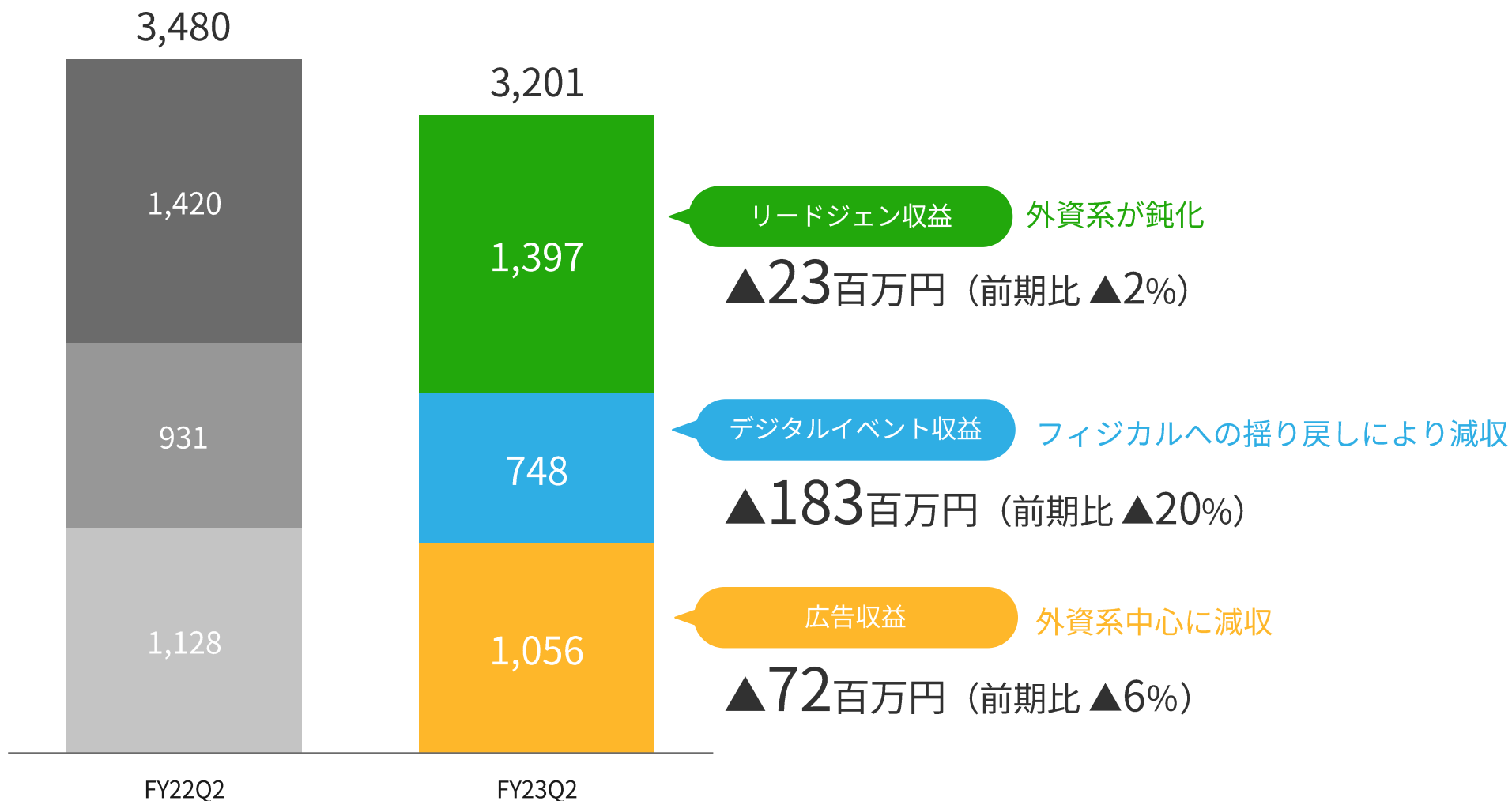
累計期間
単位：百万円



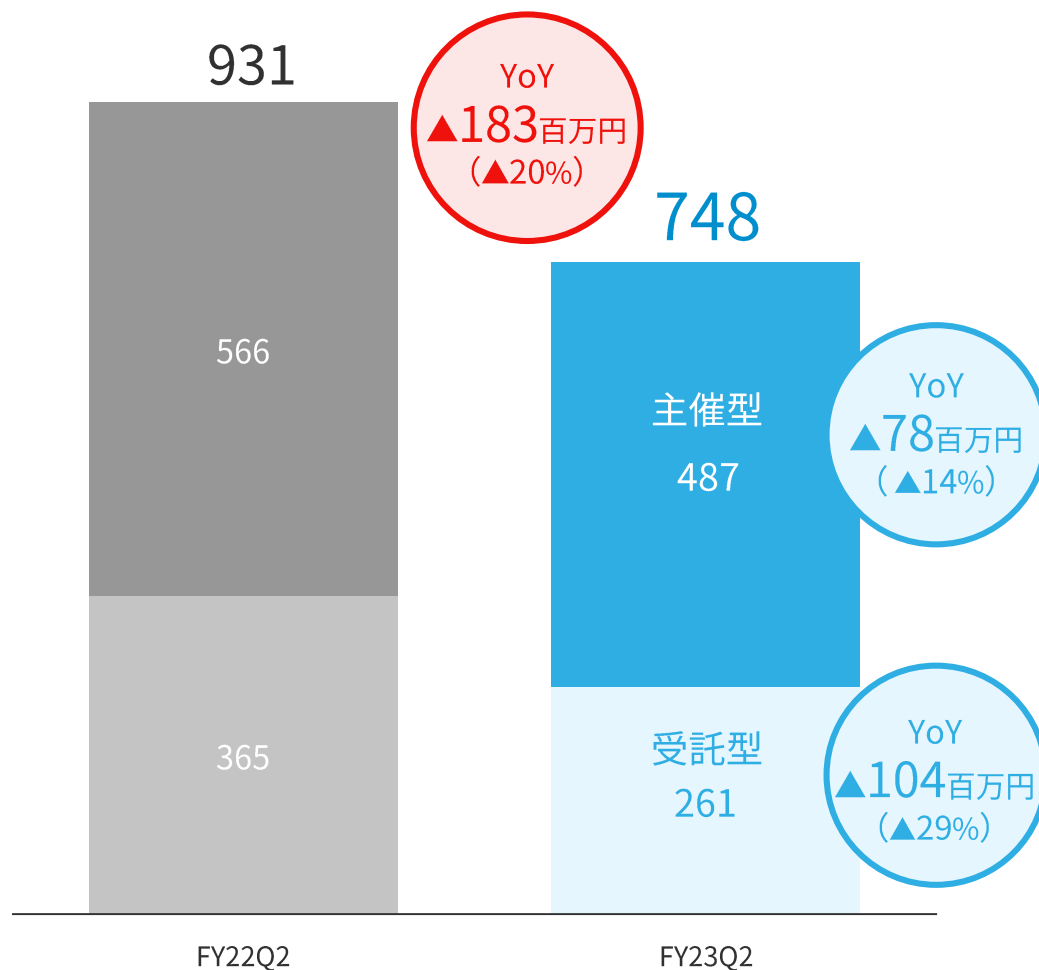
営業利益



累計期間
単位：百万円



累計期間
単位：百万円



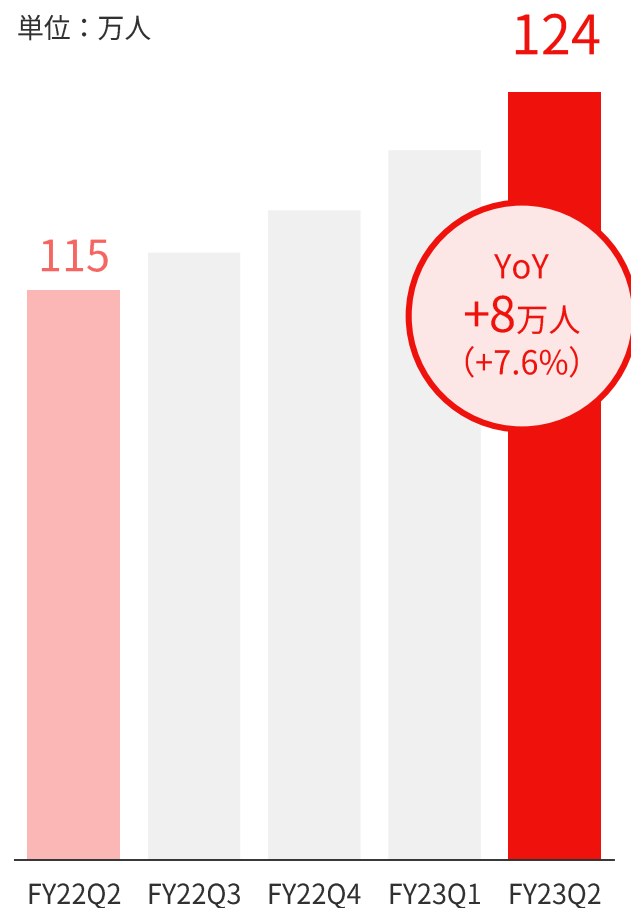
コロナ禍で市場確立も特需沈静化

デジタルイベント事例



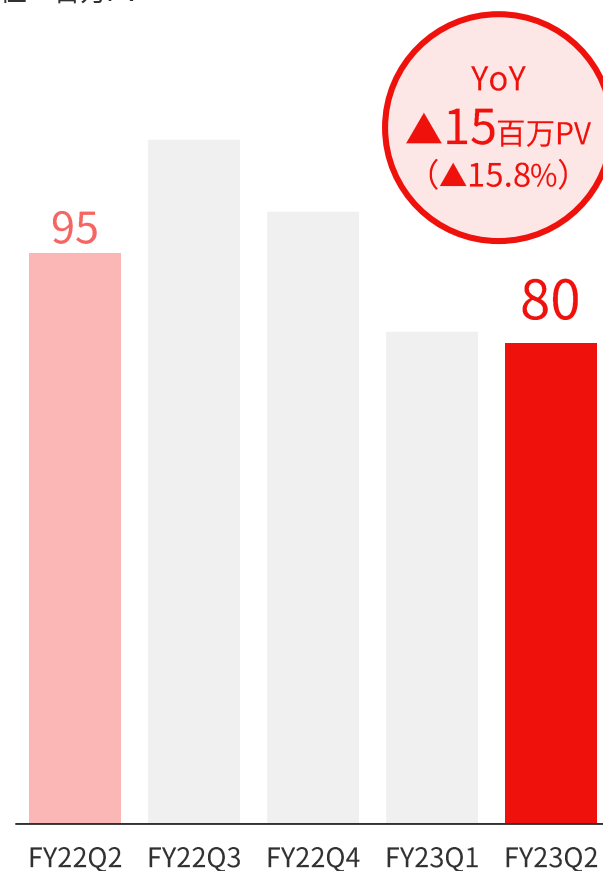
リードジェン会員数*1

単位：万人



PV数 (月平均)

単位：百万PV

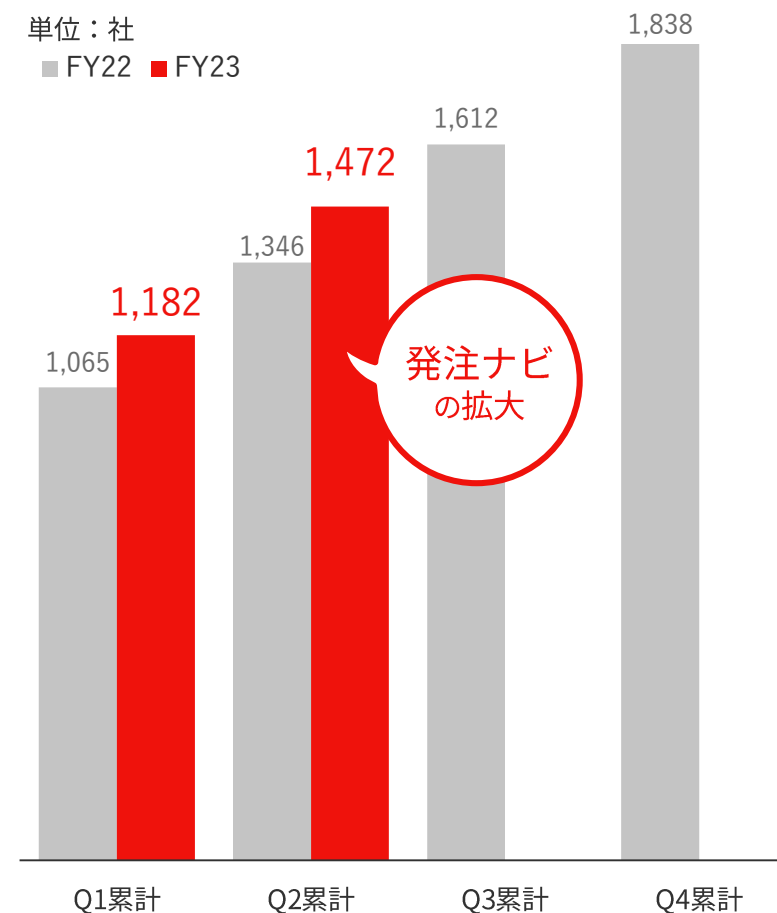


*：ねとらぼを除くページビュー

顧客数

単位：社

■ FY22 ■ FY23

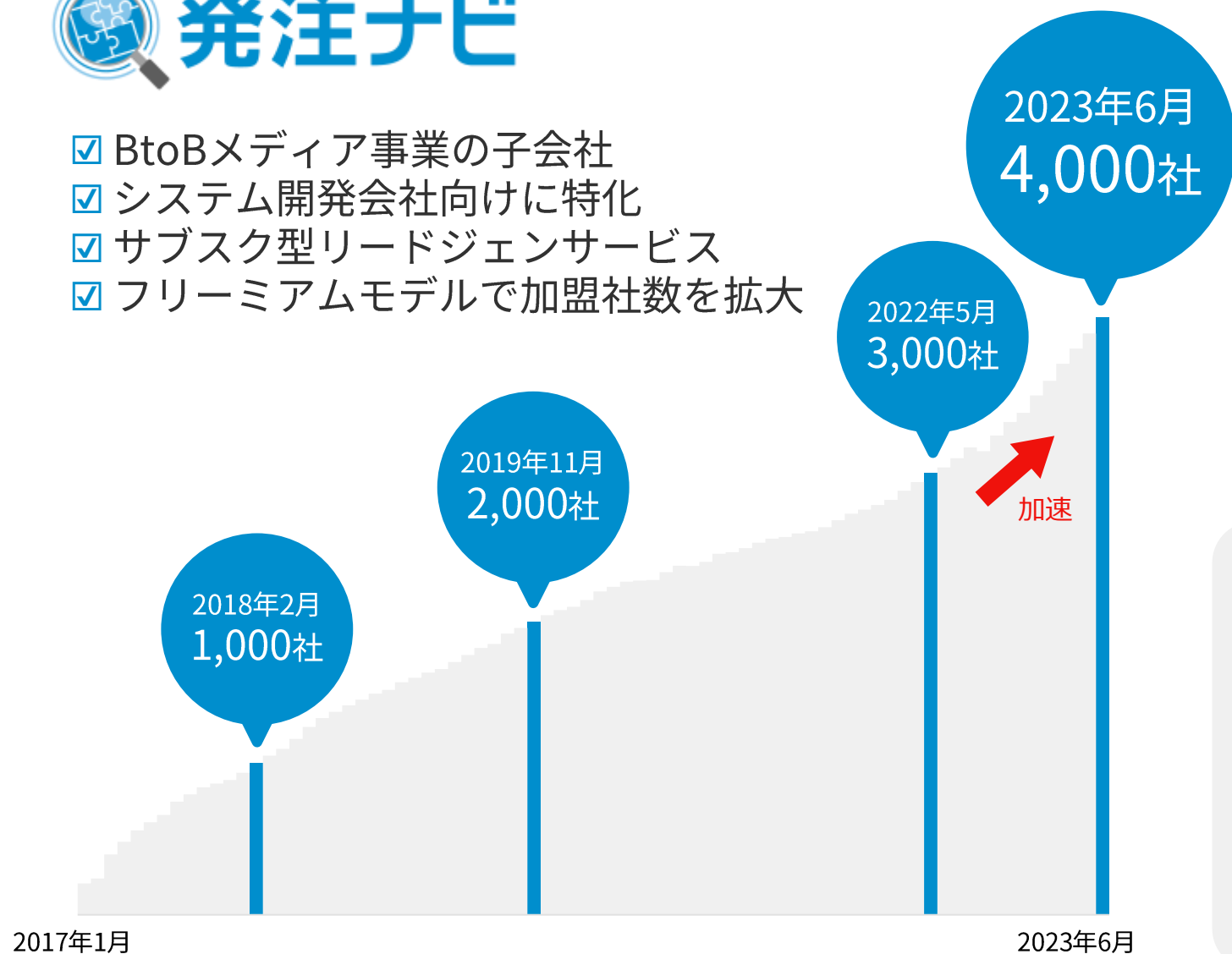


* 当該期間中に売上計上のあった社数

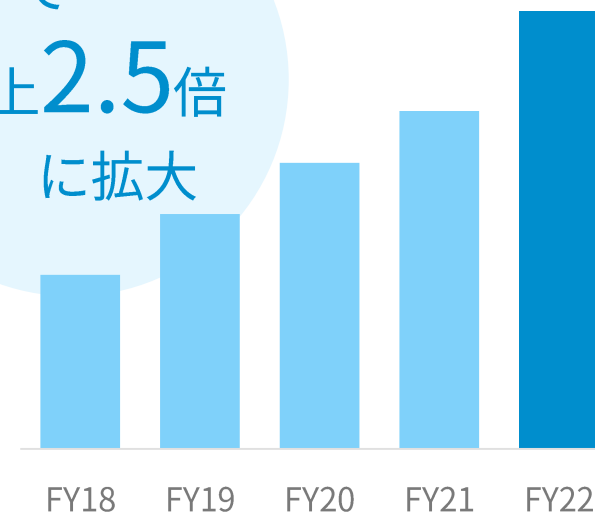
*1：メディア共通会員基盤「アイティメディアID」上でリードジェンサービスの対象となっている会員数

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

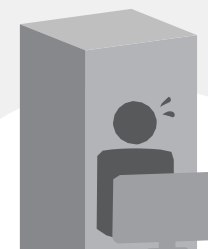


4年で
売上2.5倍
に拡大



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



現 状 認 識 と 今 後 の 方 針

2024年3月期 Q2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

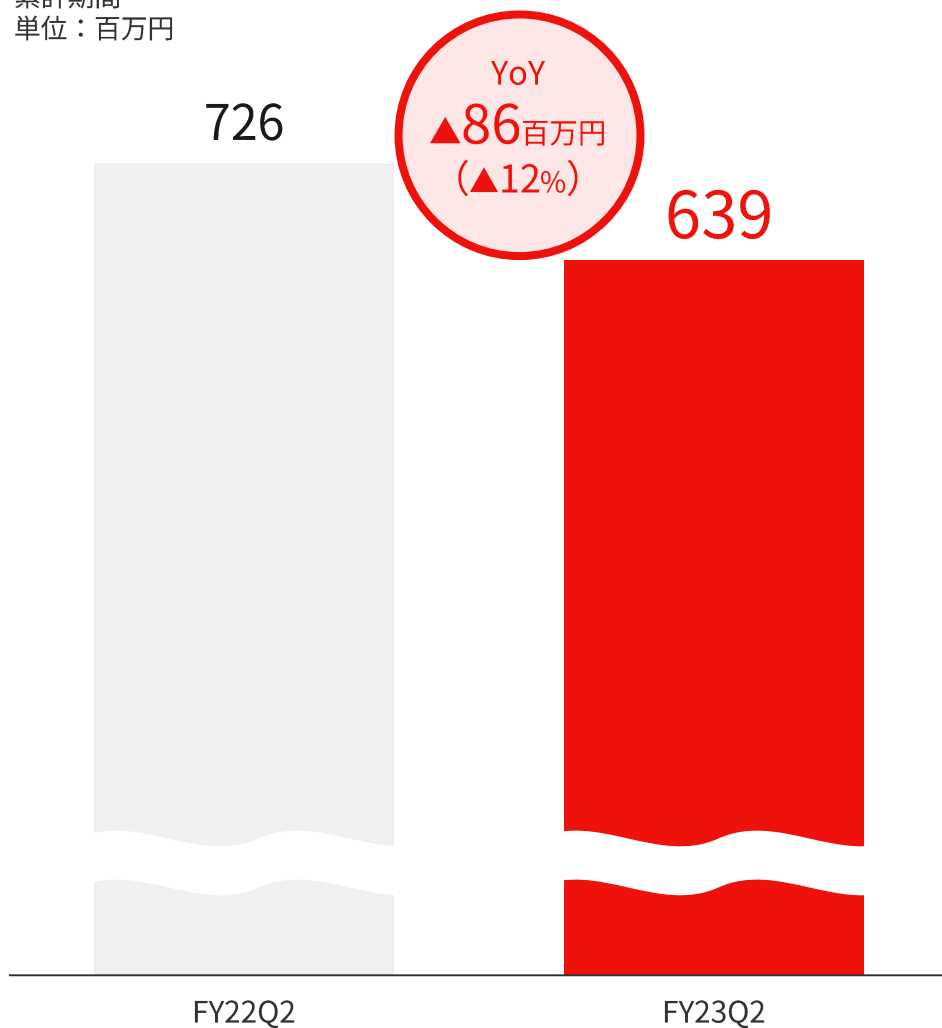
当社事業の概要

成長戦略と新たな取り組み

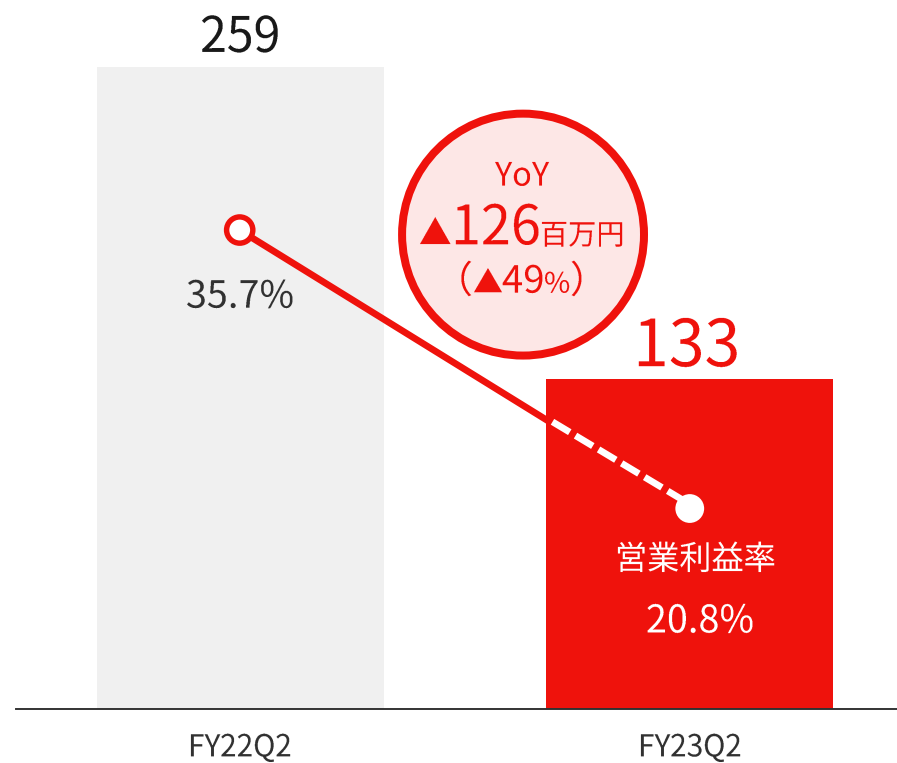
株主還元・サステナビリティ

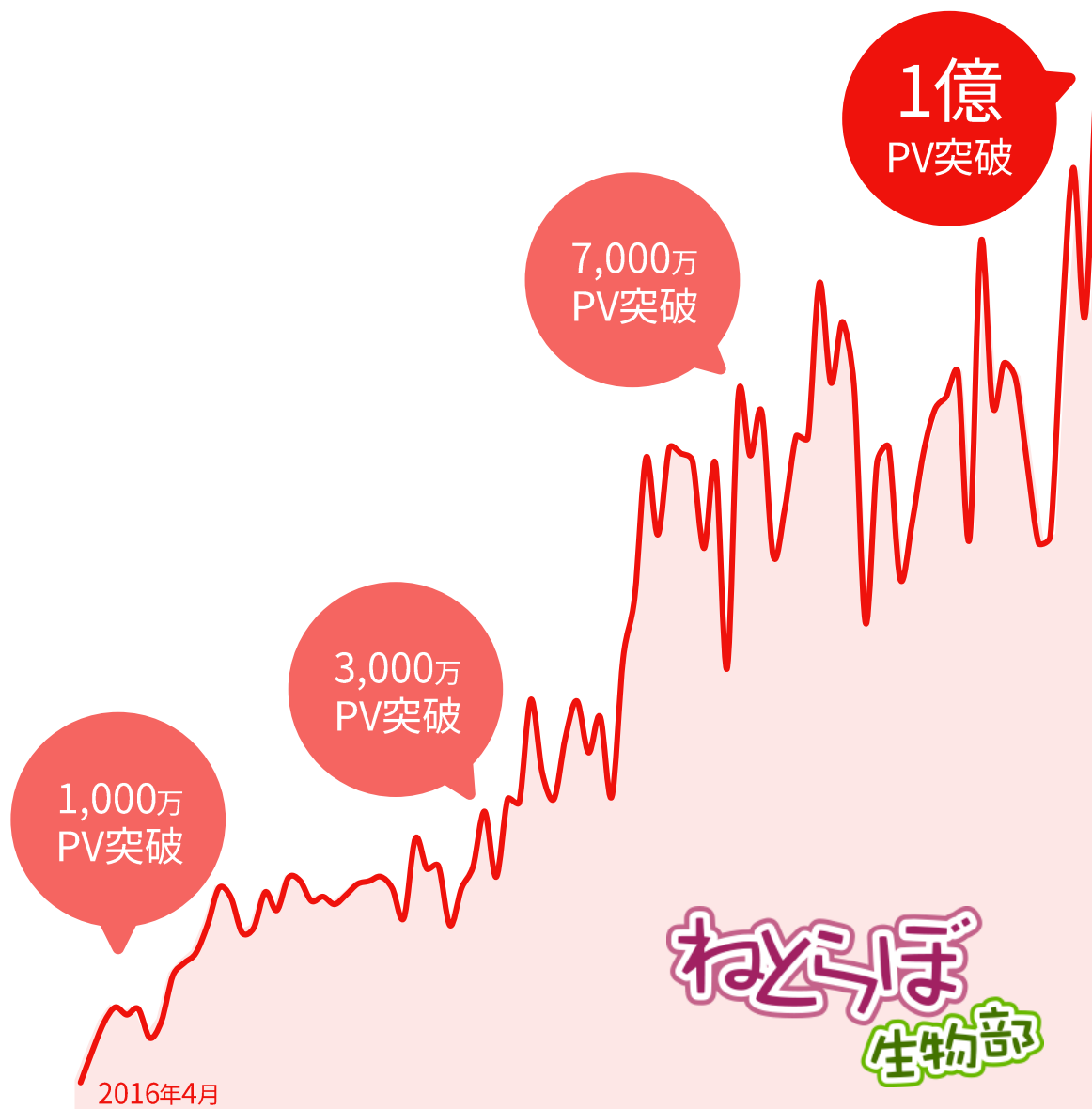
売上収益

累計期間
単位：百万円



営業利益



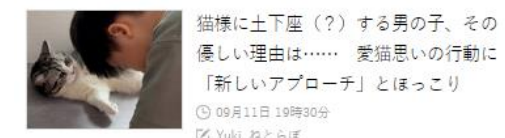


ねとらぼ 動物専門の特化チャンネル
2023年8月実績において月間1億ページビューを超過

コンテンツ
領域拡充



コンテンツ
生産手法改善





現 状 認 識 と 今 後 の 方 針

2024年3月期 Q2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

成長戦略と新たな取り組み

株主還元・サステナビリティ

- ・当期中は影響が残り、減収減益の予想
- ・計画範囲内で推移



現予想を維持

	売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する 当期利益
単位：百万円			
通期	8,320	2,400	1,620
前期比	(▲4.9%)	(▲18.1%)	(▲18.0%)
前期実績	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。



現 状 認 識 と 今 後 の 方 針

2024年3月期 Q2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

成長戦略と新たな取り組み

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。





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



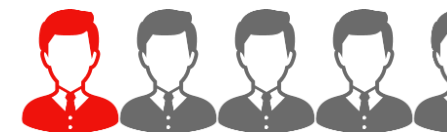
月間
400,000,000PV

総会員数
1,200,000人

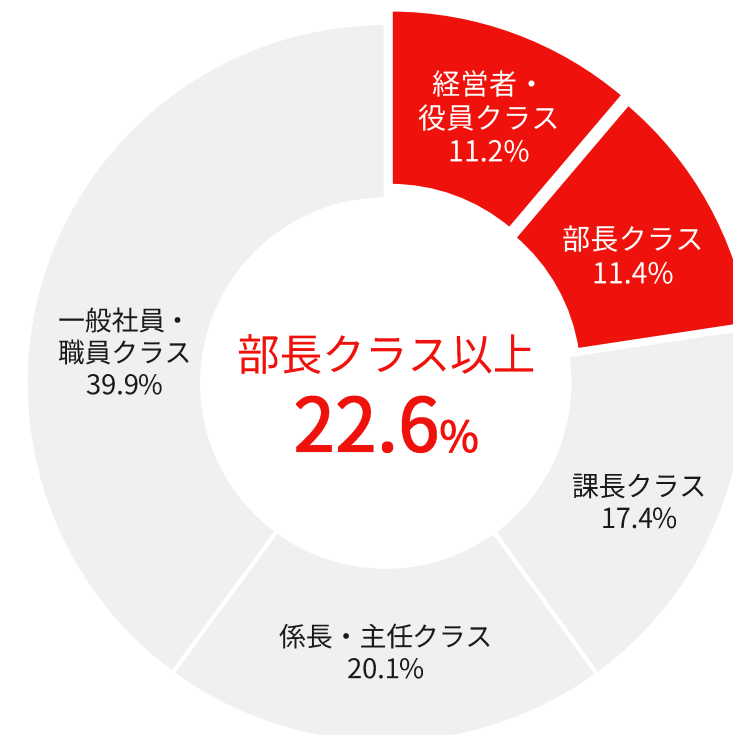
月間新規記事数
6,000本



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

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

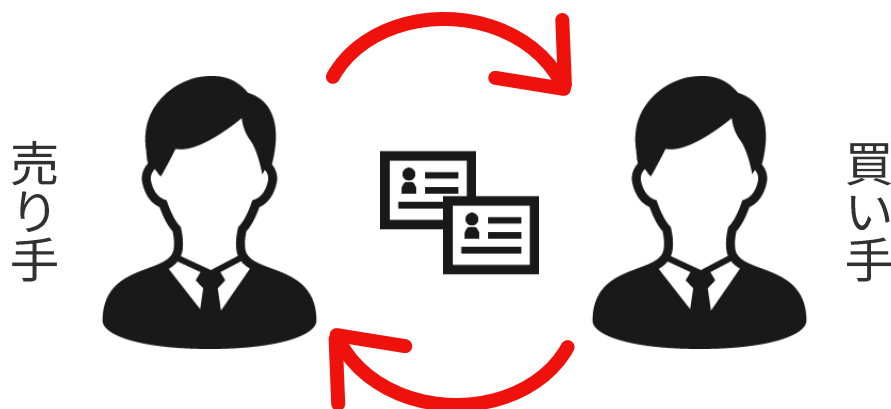
 内部記者

100名



BtoBテクノロジー市場最大級のメディア

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



営業・マーケティングのDXに貢献

BtoBテクノロジー製品の購買行動をデータ化
デジタルならではの画期的サービスを開発



リードジェン

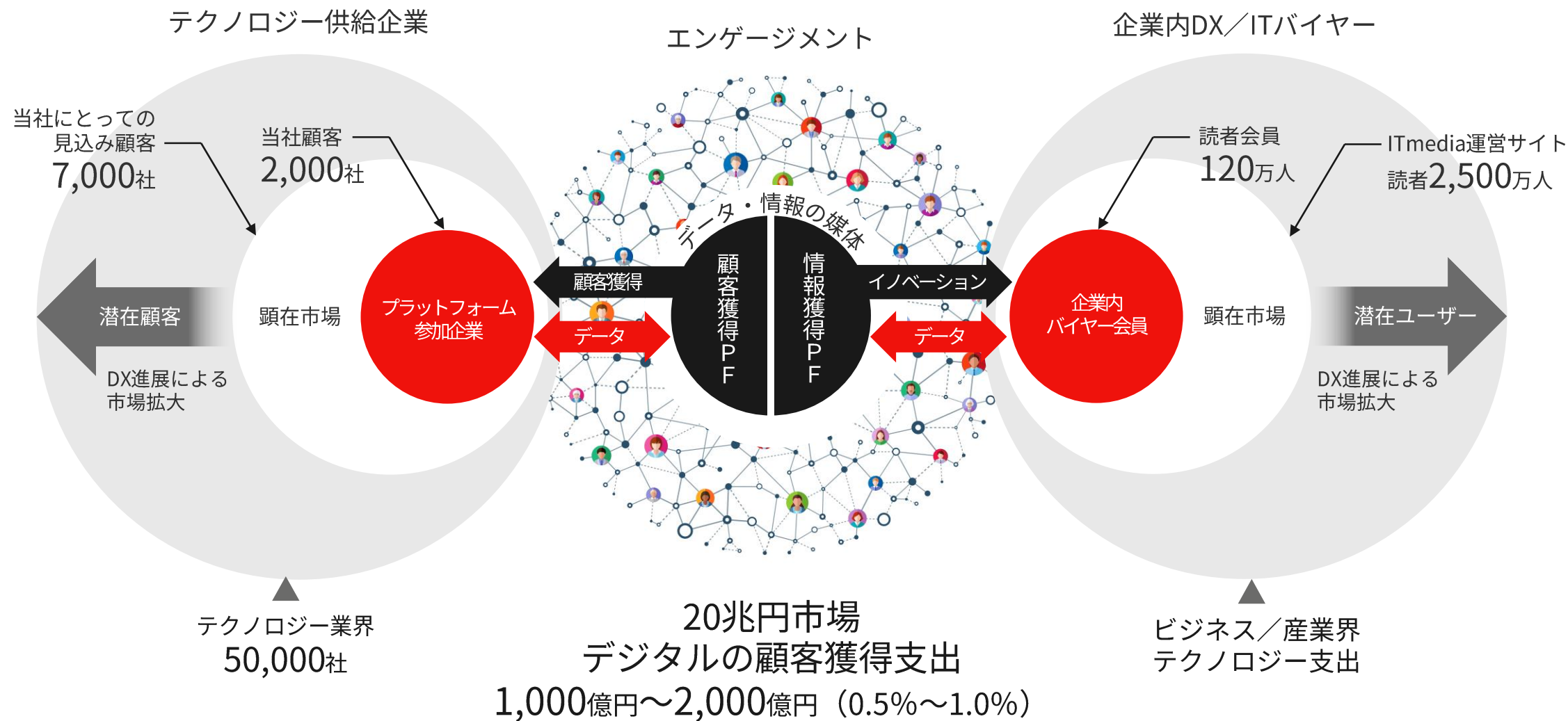


デジタル
イベント

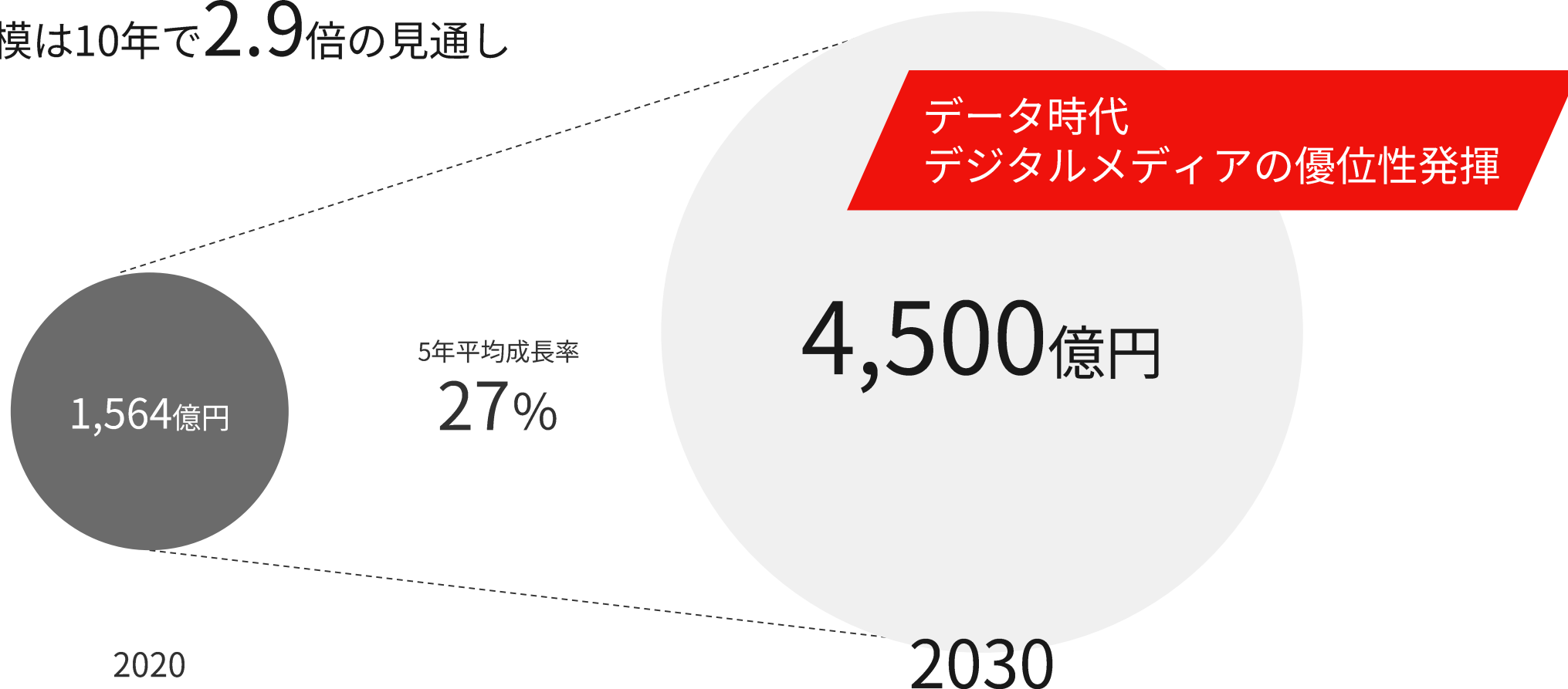


広告

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

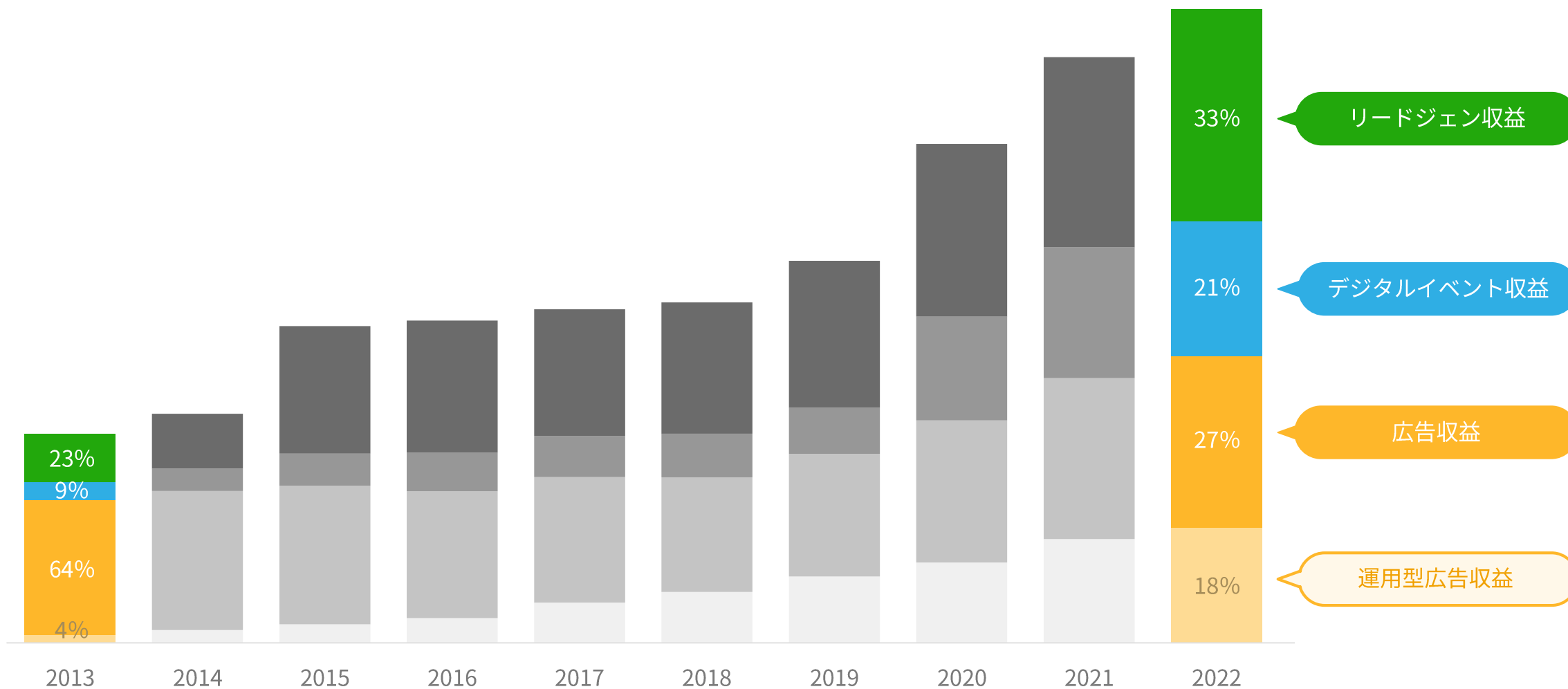


当社は、営業・マーケティングのDXを実現
市場規模は10年で**2.9**倍の見通し



(『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



現 状 認 識 と 今 後 の 方 針

2024年3月期 Q2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

成長戦略と新たな取り組み

株主還元・サステナビリティ

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

これまで

これから



買い手、売り手両面の拡大

IT

製造・
エレクトロニクス

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。Campaign Central 構想

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)

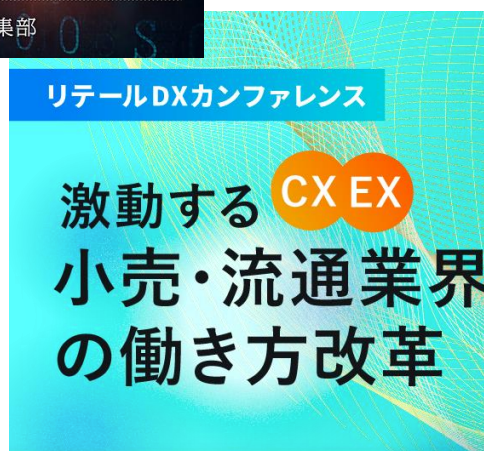
全産業で「買い手」と「売り手」を結ぶ
最大のBtoBデータホルダーに



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



金融、アカウント、自動車、物流、リテールなど デジタルイベントでのパートナー連携



リテールガイド
6.15 (木) 13:00 開始



—— 特別企画 ——



当社主催の展示会型デジタルイベント
「SaaS EXPO」にて「アカウントゾーン」
を税務研究会様と共同運営

有力なグローバルメディア企業とのパートナーシップを産業DXの領域でも活用



コンテンツの翻訳強化



営業連携・共同商品

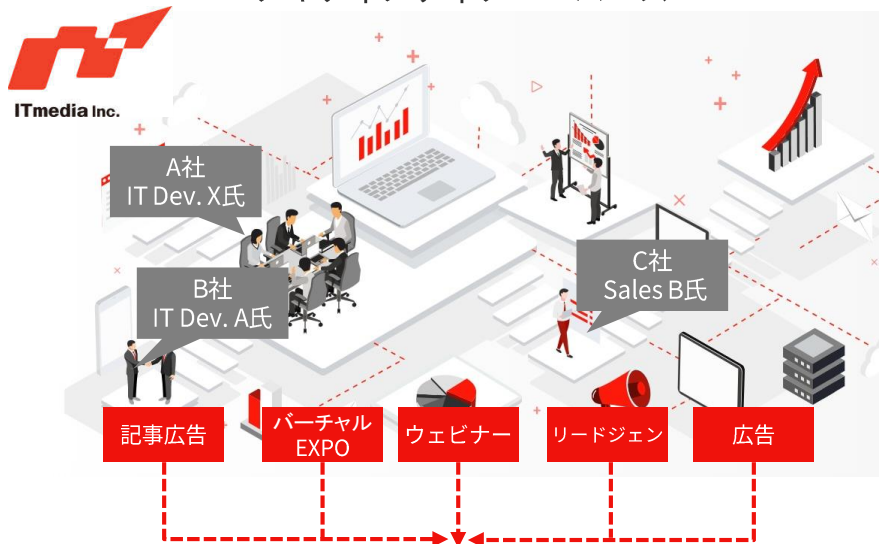


デジタルイベント

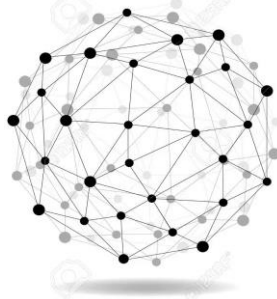
Campaign Central

収益基盤＝蓄積される「買い手」と「売り手」のデータ

アイティメディアユニバース



データドリブンマーケティングのための
一元的データ管理基盤



- 1 全ての顧客キャンペーンで得られるオーディエンスデータやリードをアイティメディアIDに紐づけて蓄積
- 2 蓄積された成果やリード情報をもとに各顧客固有のパイプライン（見込み客DB）を可視化し、ダッシュボード化
- 3 知見を持ったコンサルティング営業によるパイプラインの運用を通じて成果創出（＝商談獲得）を支援

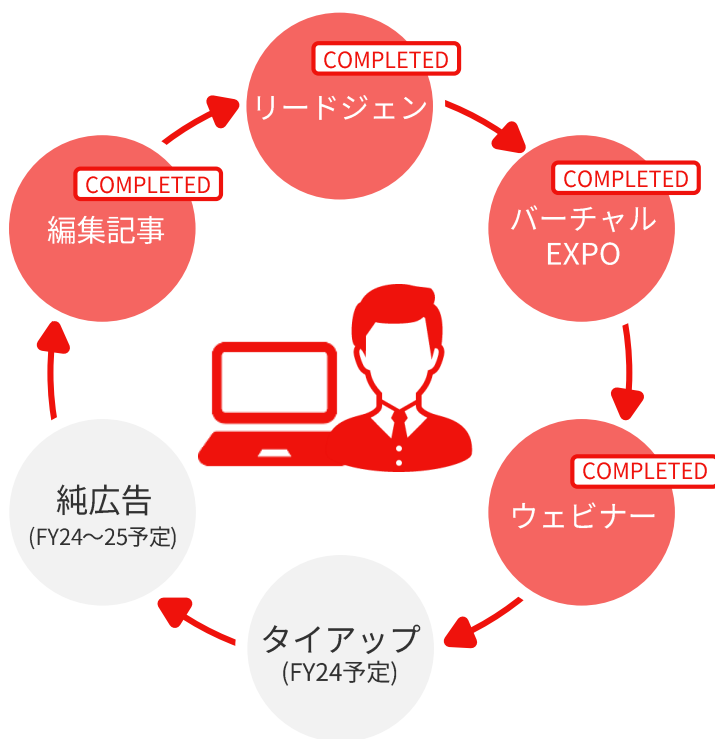


キャンペーンに対する顧客の意識を
一過性の「コスト」から、蓄積型の「投資」へ

デジタルイベントとリードジェンの基盤連携開発が完了

バックエンドのデータ統合

- FY23Q2 デジタルイベント・リードジェン連携完了
- 続けてタイアップ、メール広告など広告連携を推進



フロントエンドの機能/UI開発

- 統合されたデータを可視化し活用するための機能を開発
- 「営業支援機能」と「顧客向けダッシュボード」の2方面で開発予定

ダッシュボードイメージ

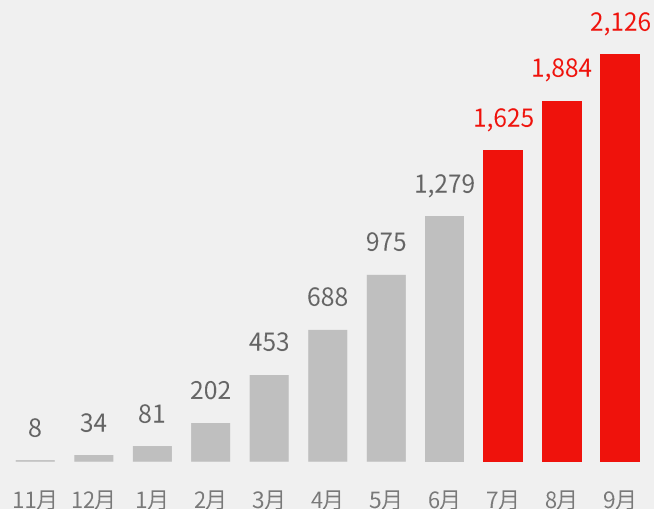


キャンペーン一覧イメージ

開始日	ID	キャンペーン名	種別	ステータス	目標数	進捗	操作
2021/01	L1002000113	2022年Q4プロモーション_シェアードリード取得	ホワイトペーパー	Active	300リード	80%	リポート 編集 削除
2021/02	L1002000009	2022年Q4プロモーション_XDRシェアードリード取得	ホワイトペーパー	Active	100リード	80%	リポート 編集 削除
2021/05	AE10011051	2022年Q4プロモーション_メール配信	パナメー	In-Active	-	-	リポート 編集 削除
2021/05	WE10011002	2022年Q4プロモーション_イベント開催	ウェビナー	Active	200リード	80%	リポート 編集 削除
2021/12	TA10011002	2021_12月11日_2021_12月11日_メール配信	タイアップ	Active	10,000PV	80%	リポート 編集 削除
2021/11/13	K20110412	2021_11月13日_2021_11月13日_メール配信	ウェビナー	In-Active	250リード	80%	リポート 編集 削除

コンテンツピックとして

AI関連の記事掲載本数（累計）

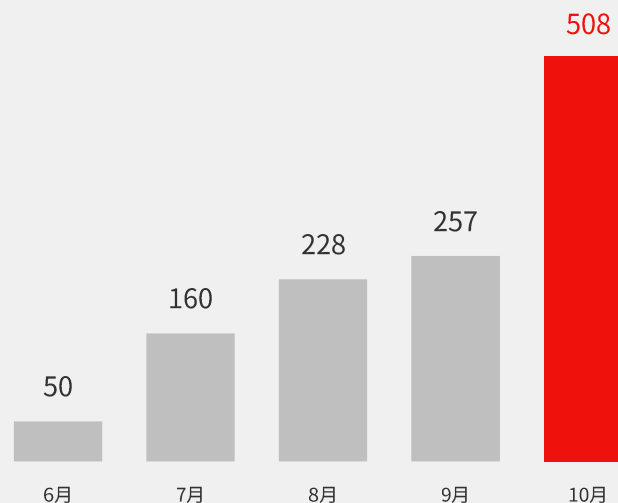


AI領域No.1メディアの開発



コンテンツ制作での活用

AIを活用して制作された記事掲載本数（累計）



2023年10月より
AIメディア開発専任部門立ち上げ



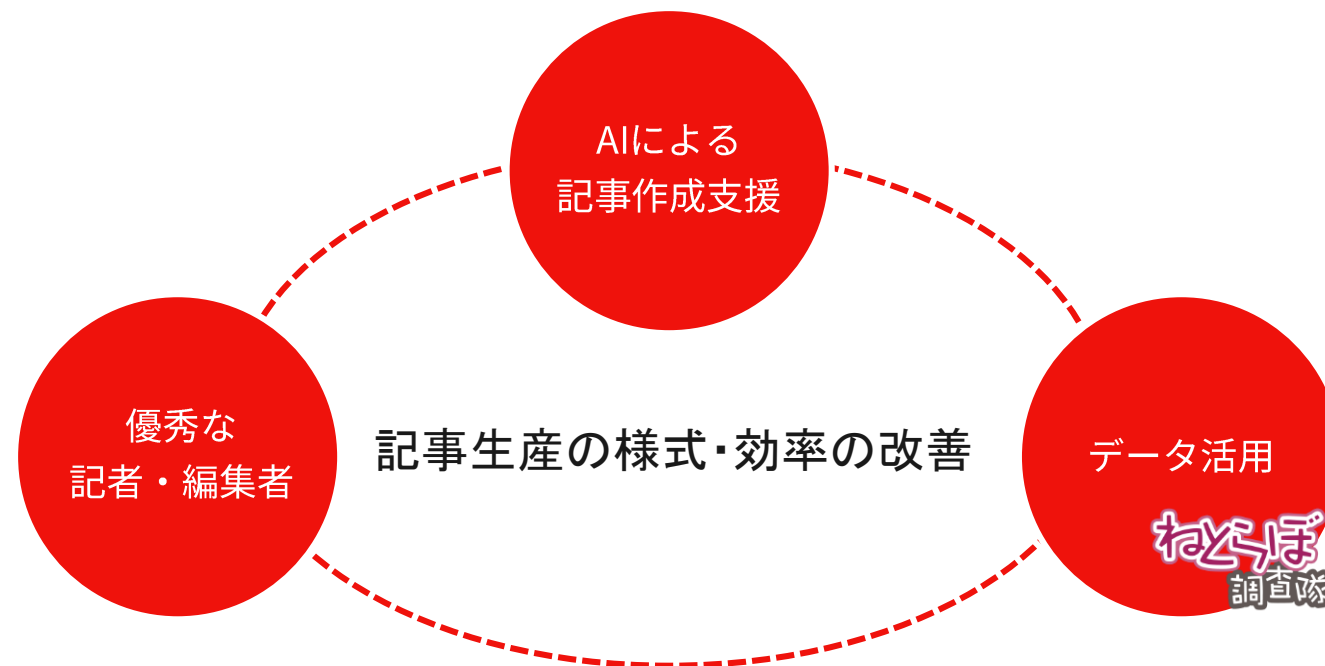
業務での活用

さまざまな業務でのAIの活用
AIを活かしたSaaSツールの活用が進行

- コピーライティング
- 広告配信・UI最適化
- 営業管理
- 法務
- オフィス・プロダクティビティ etc.

さらなる活用を推進

コンテンツ生産のデジタルトランスフォーメーション



2023年10月よりAIメディア開発専任部門 立ち上げ

10月実績で月間250本超（全体の3%）の記事を制作

コスト $\frac{1}{4}$ 時間効率 4倍 = 生産効率最大 16倍 を目指す

参考：2023年7月5日プレスリリース https://corp.itmedia.co.jp/pr/releases/2023/07/05/itmedia_ai/



現 状 認 識 と 今 後 の 方 針

2024年3月期 Q2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

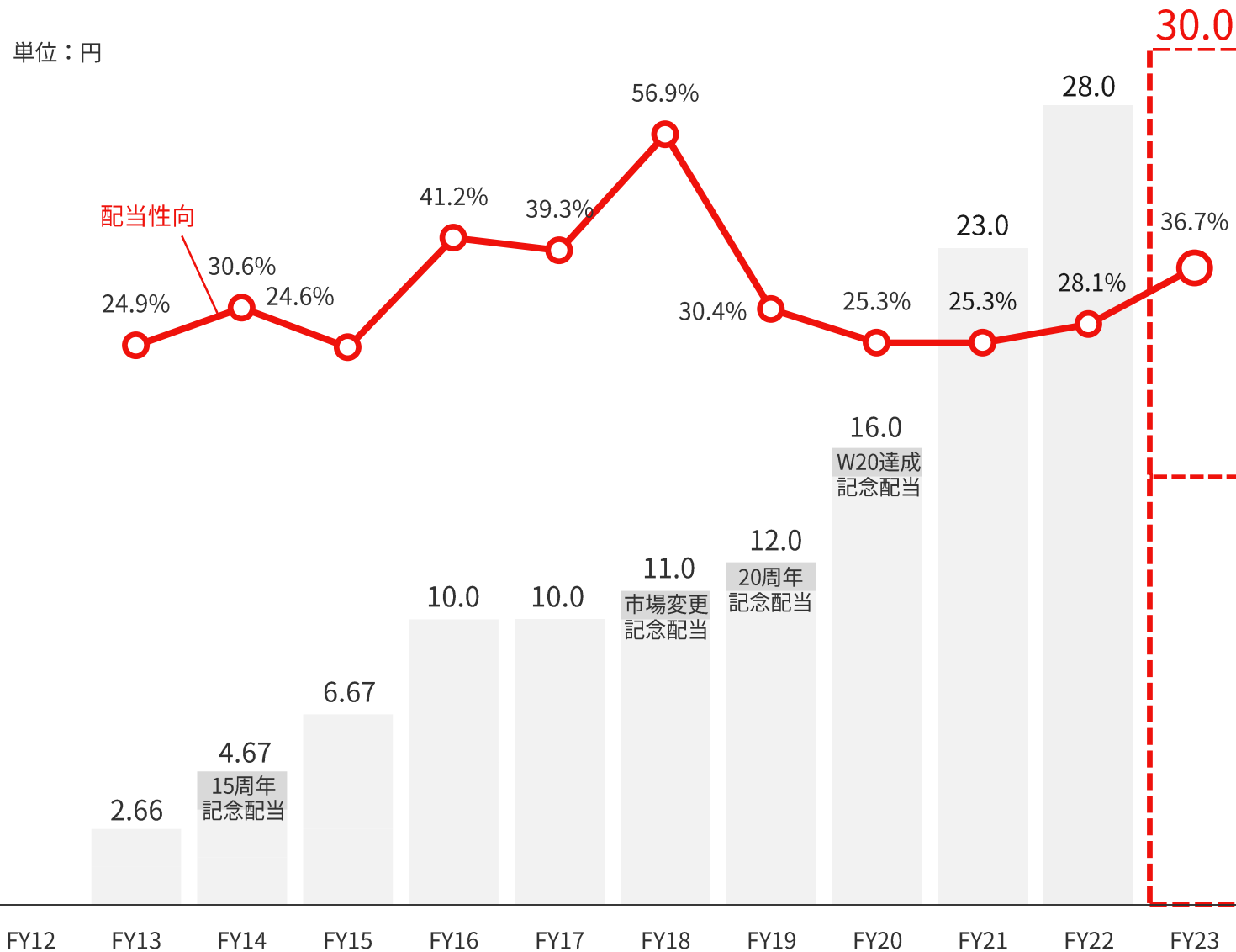
成長戦略と新たな取り組み

株主還元・サステナビリティ

自己株式取得完了

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20日
取得しうる株式の総数	500,000株（実績） （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	571,799,500円（実績）
取得方式	取引一任方式による市場買付

2023年10月23日開示のリリース「自己株式取得の取得状況および取得終了に関するお知らせ」もご覧ください。



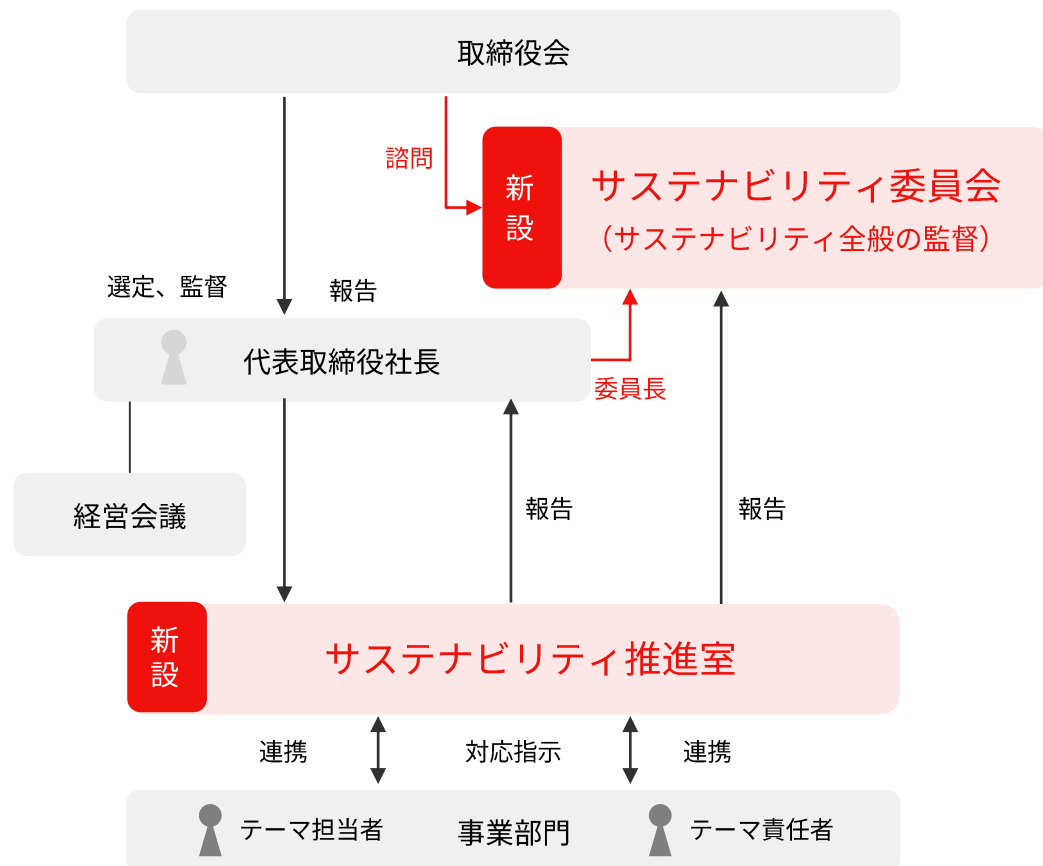
2円の増配

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

2023年10月1日付 体制強化。専任組織を設置



経営基盤・ガバナンス強化トピックス

2023年10月、ERP刷新

- 業績成長を支える経営基盤の強化
- SaaS活用
- BPR、入力の効率化
- データ活用強化
- 業績管理の精度向上



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。



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2四半期
付録資料編

2023年10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



テクノロジーの買い手と売り手を情報・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



提供価値

効果的な
デジタルマーケティング



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

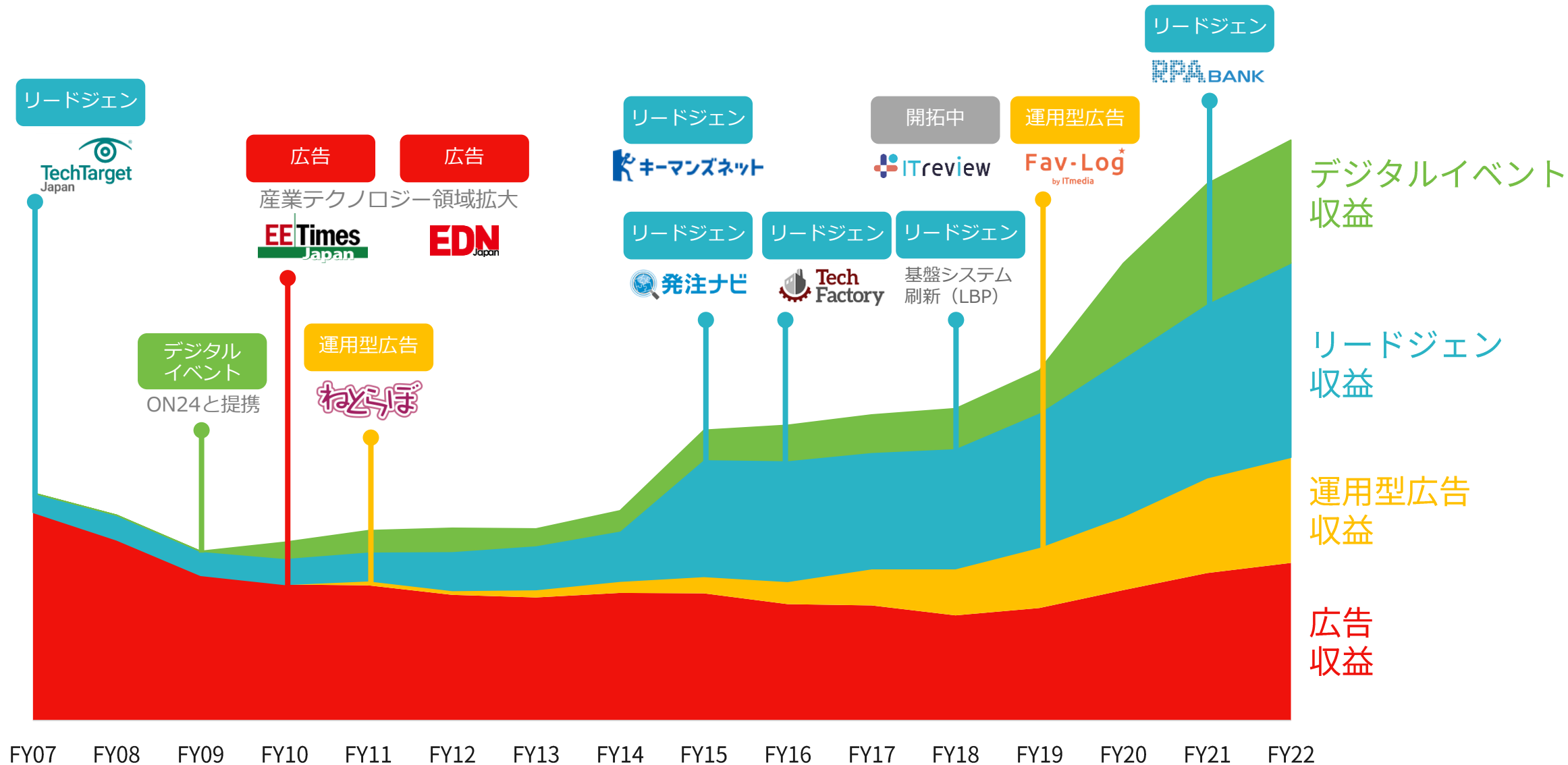
専門コンテンツが生む
1st Partyデータの質・量

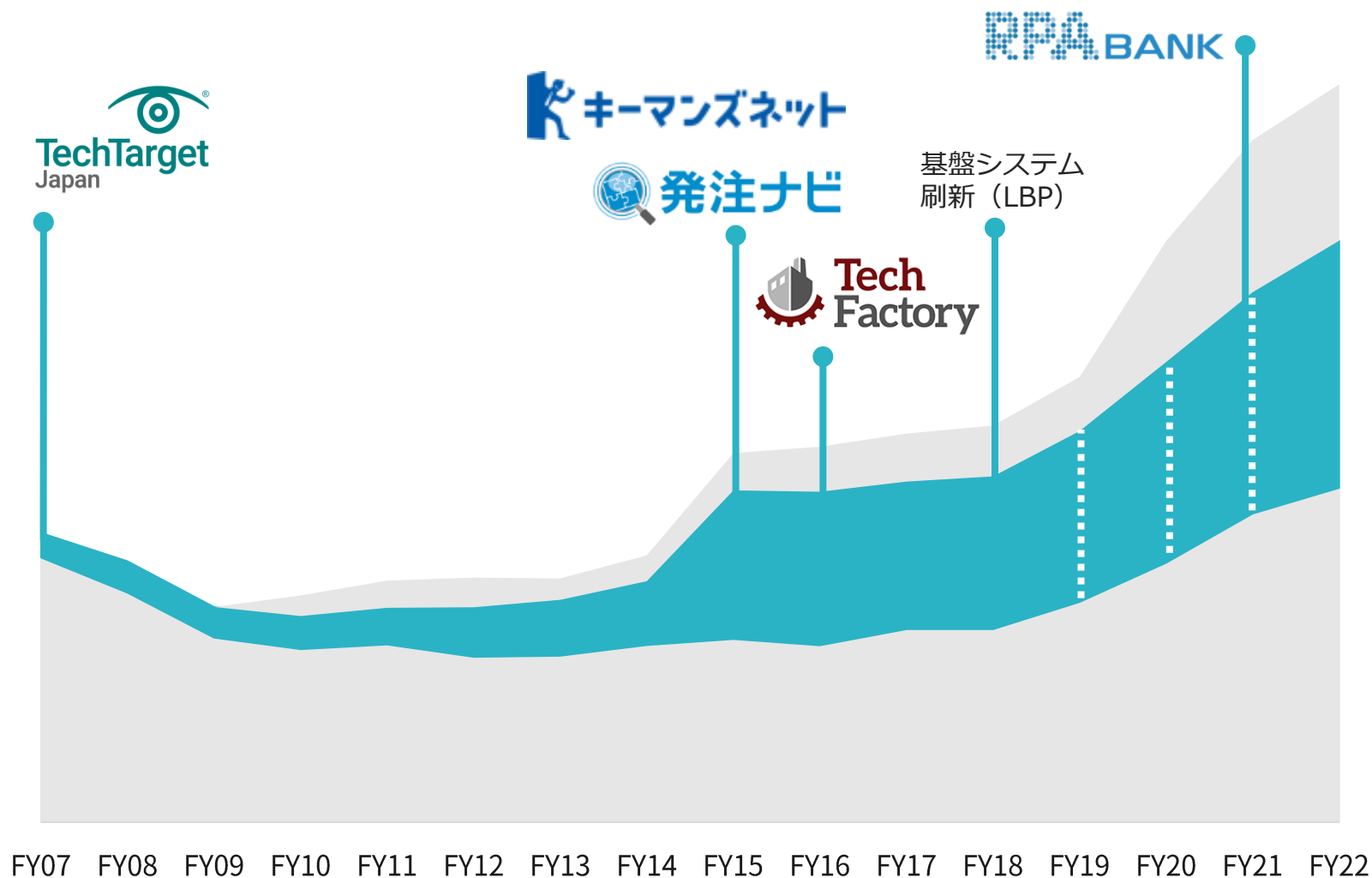


3

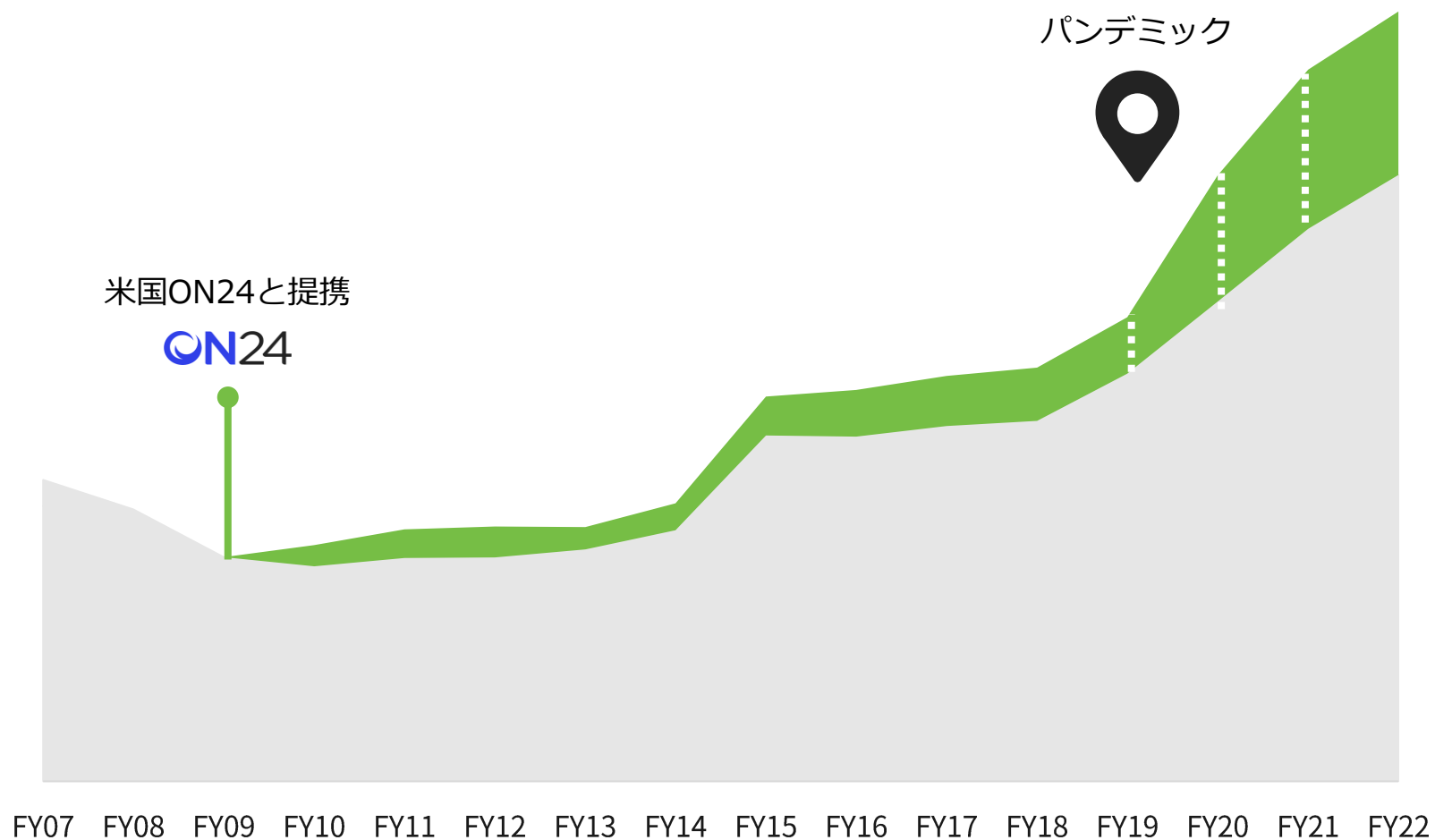
購買意欲の明確な
セールスリードの提供
デジタルならではの4つのコミット



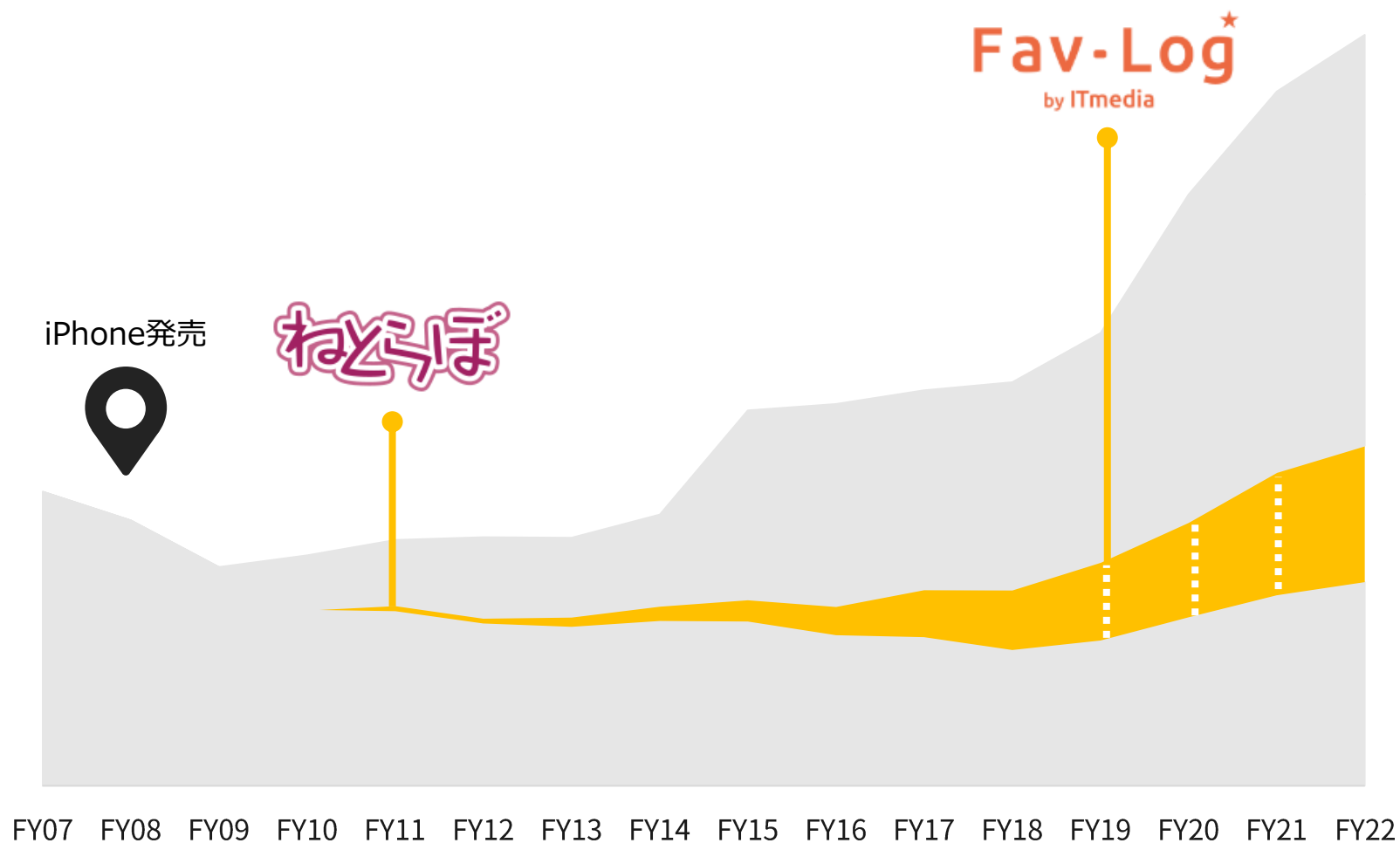




マーケティング、
営業のデジタル化



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

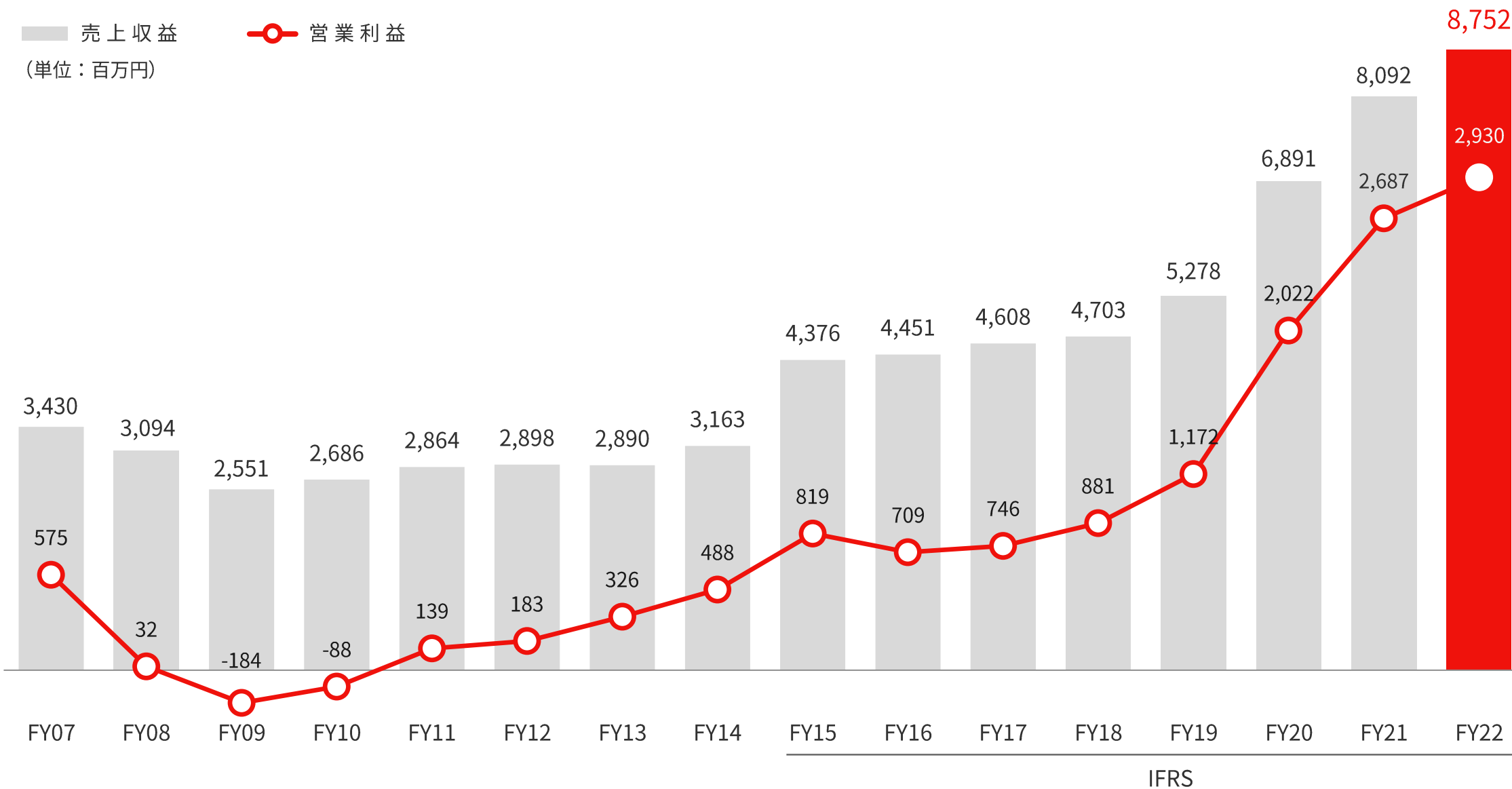
データドリブン

高ターゲティング広告

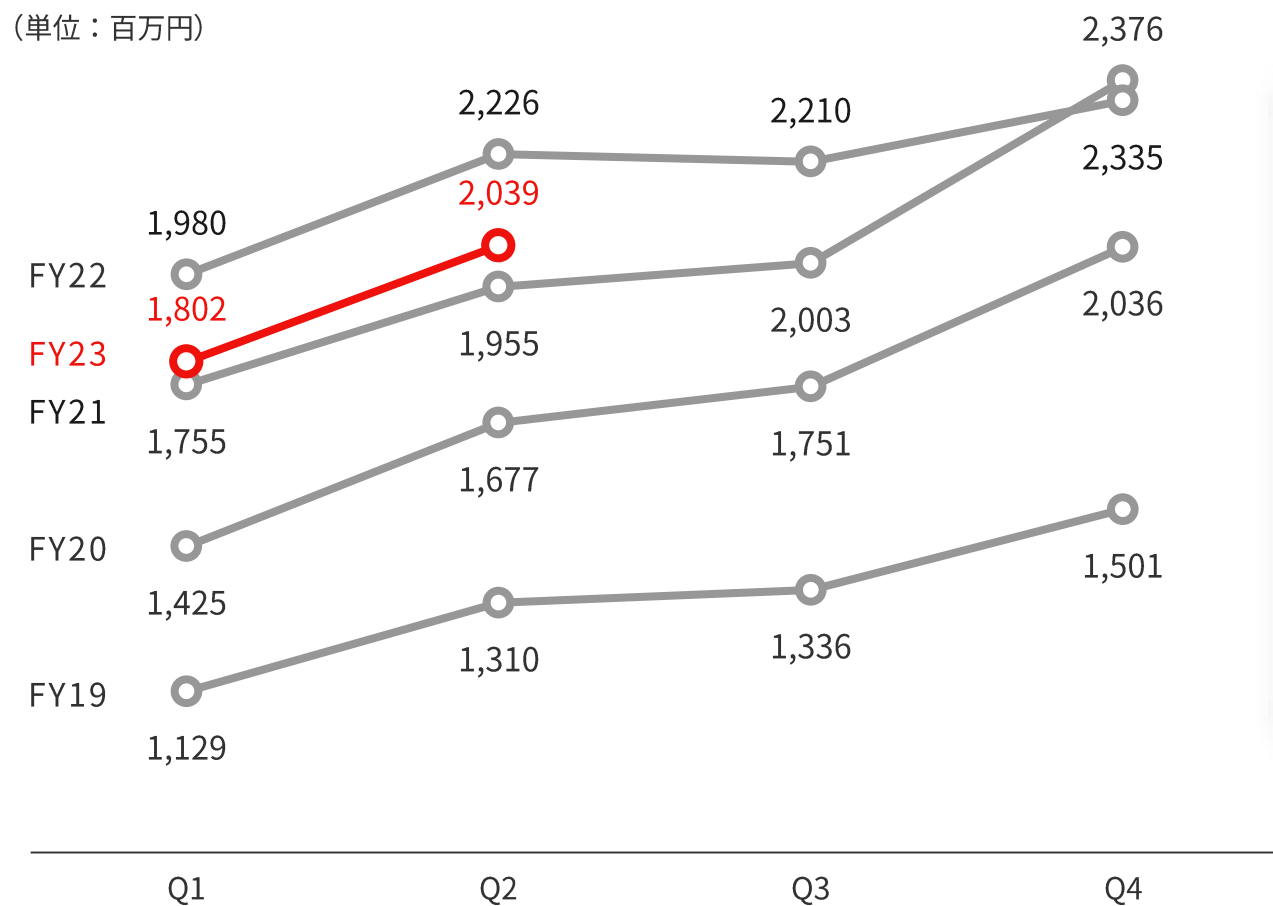
再投資



業績・KPI



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

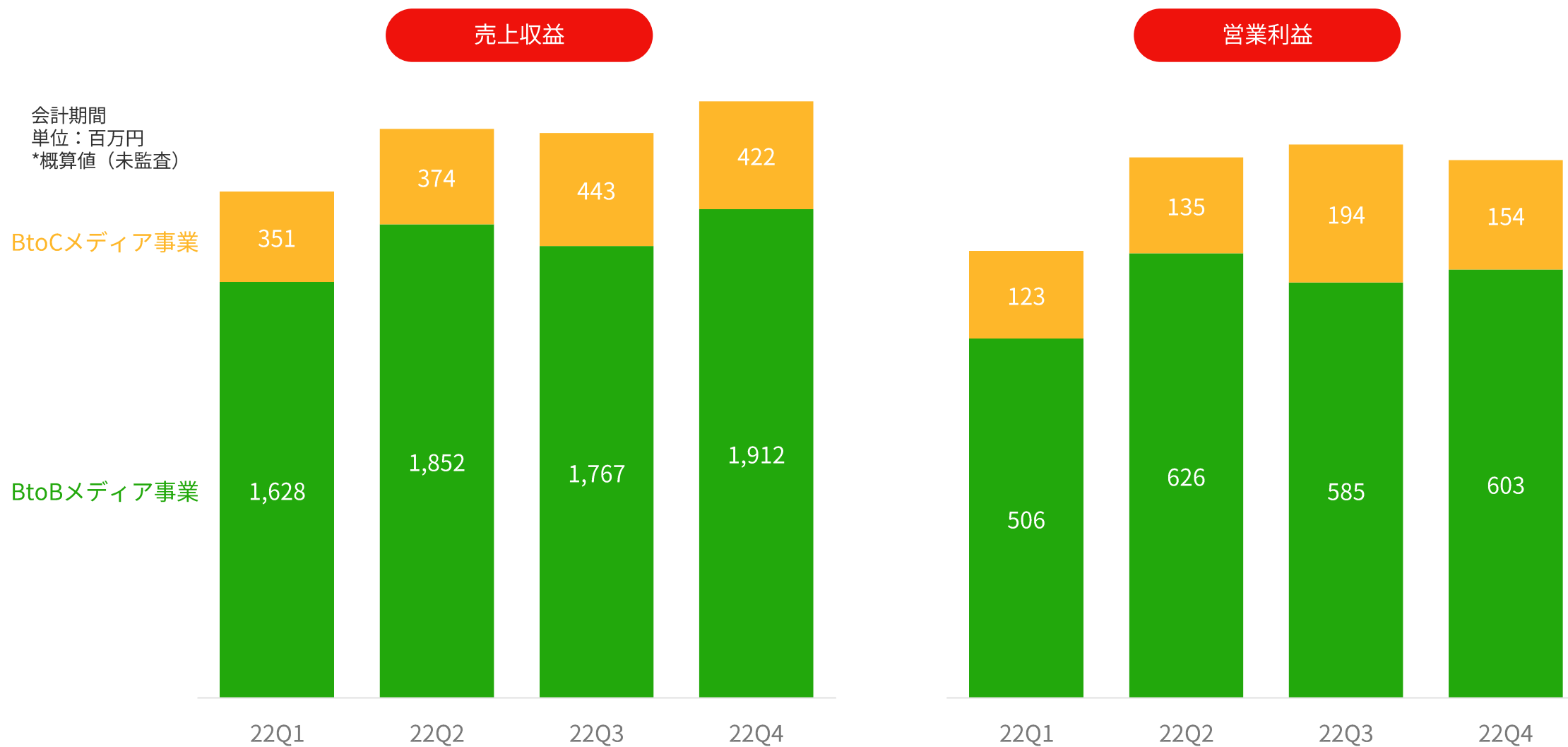
Q1：最小

Q4：最大

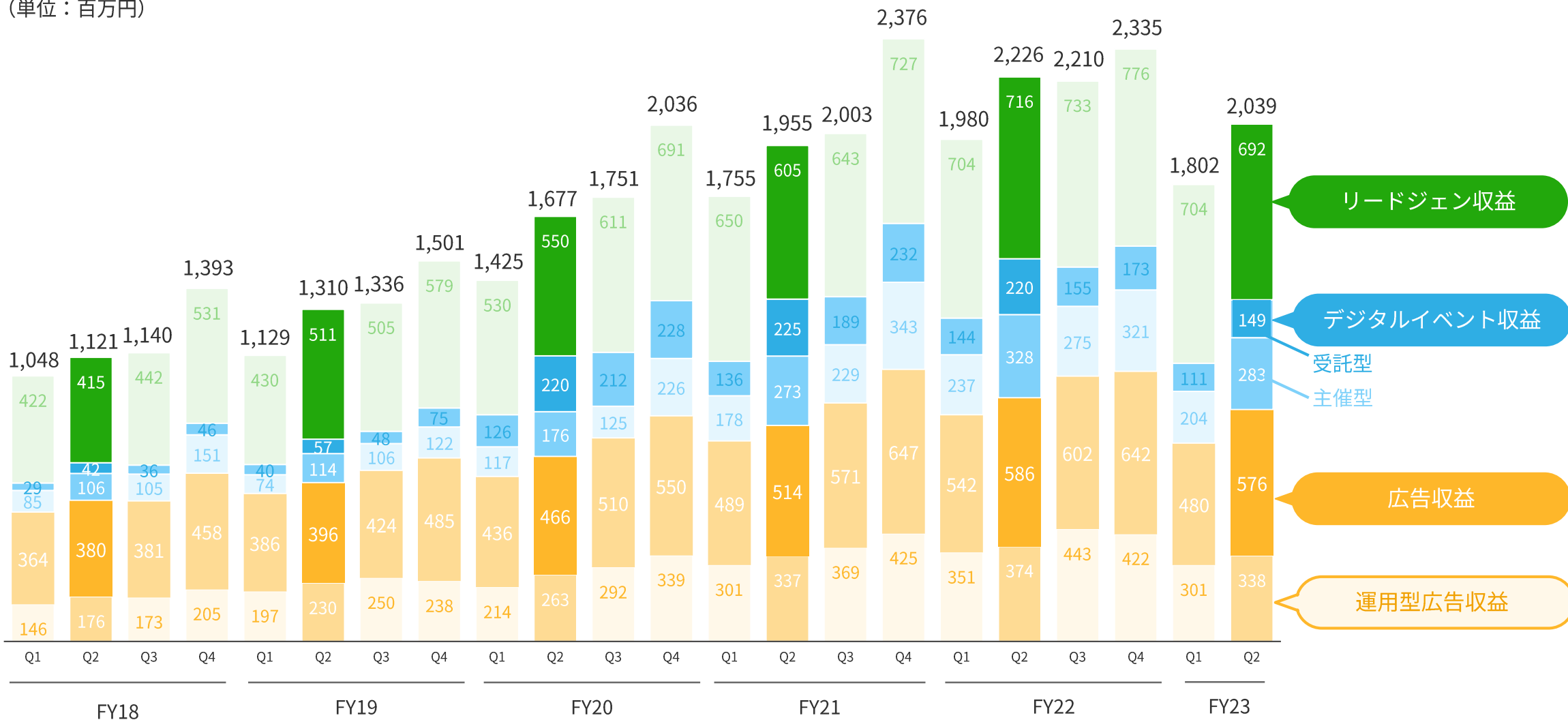
上記トレンドの背景：

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

2024年3月期Q1より報告セグメントを変更。参考に前期データを組み替え



(単位：百万円)



顧客数

(単位：社)

TOTAL		Q1累計	Q2累計	Q3累計	Q4累計
	2021	1,019	1,361	1,609	1,869
	2022	1,154	1,469	1,768	2,026
	2023	1,285	1,615		

会員数

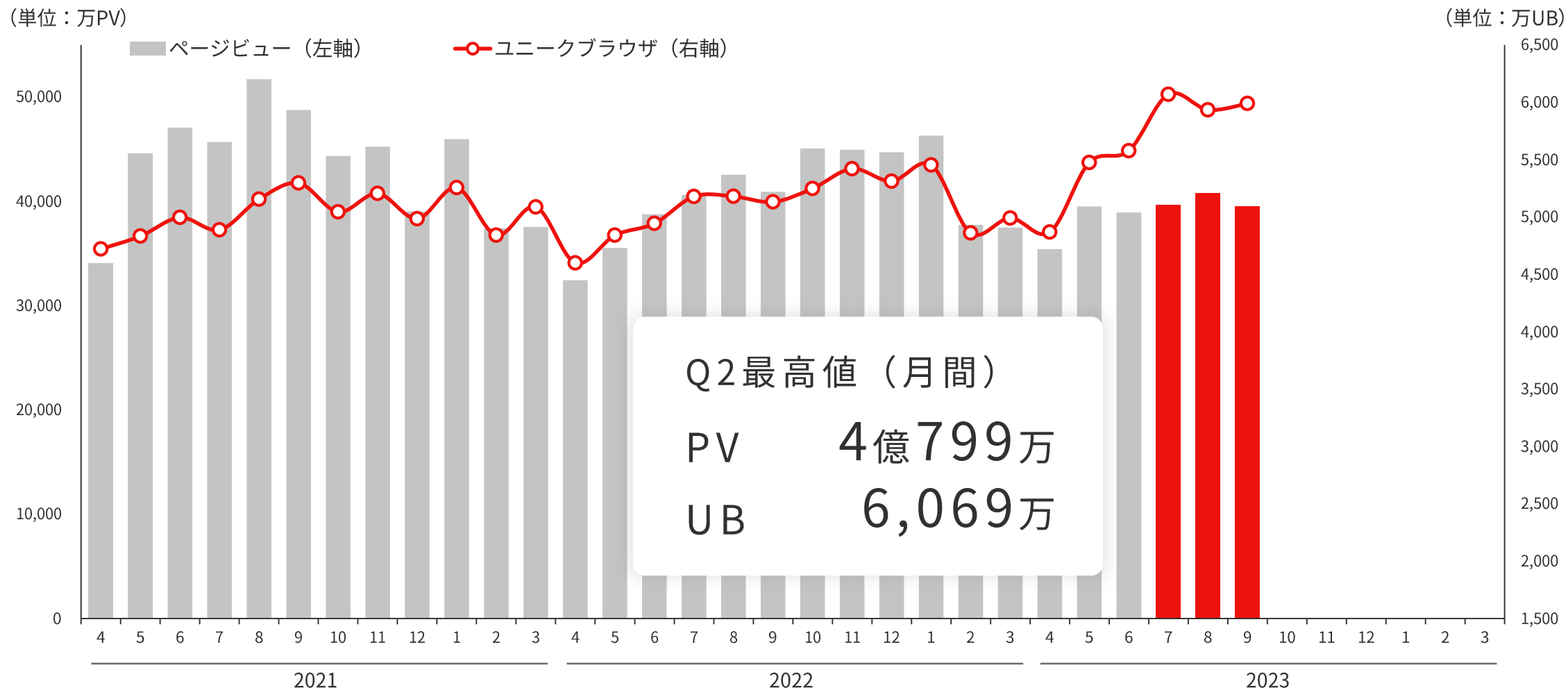
(単位：万人)

	Q1	Q2	Q3	Q4
2021	100*	105	108	110
2022	113	115	117*	118
2023	121	124		

* 品質向上のため、不正確な会員データの検出作業を実施

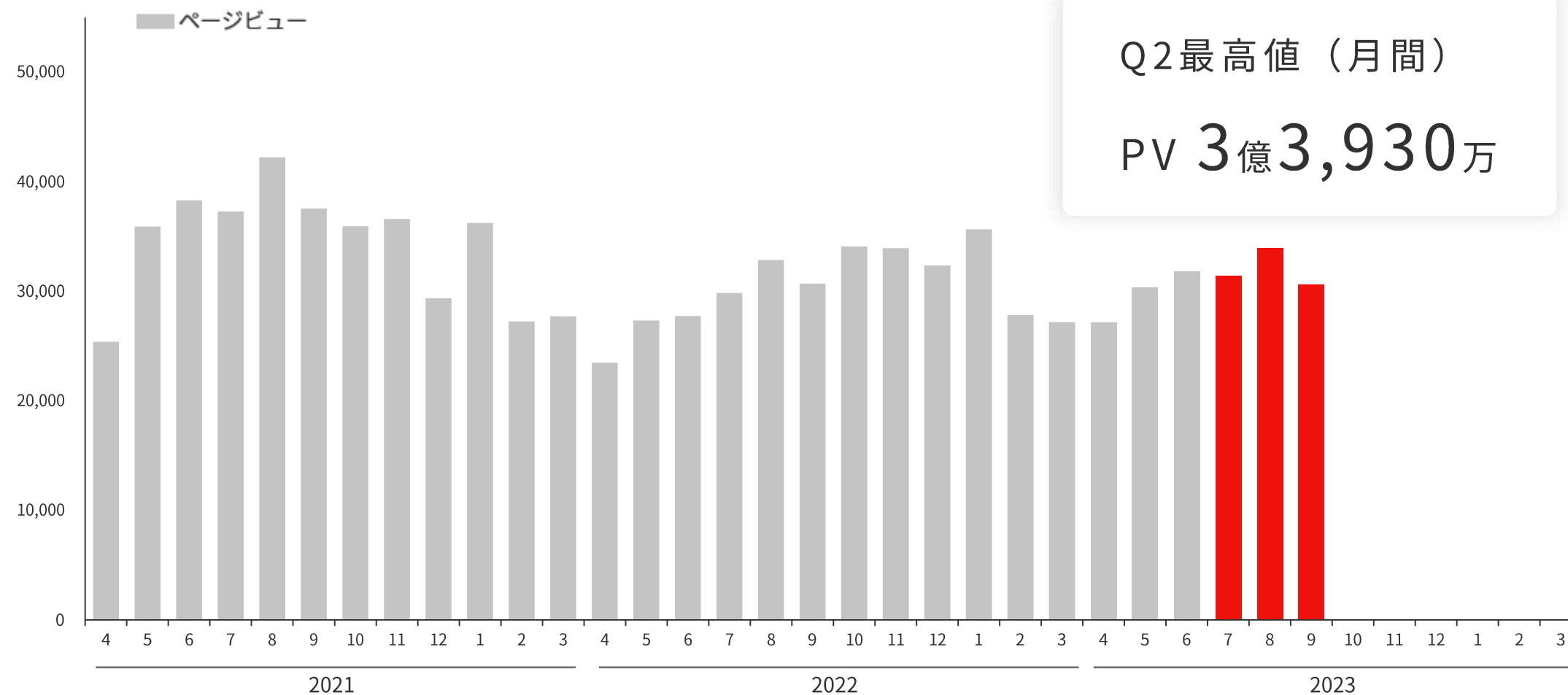
BtoBメディア事業

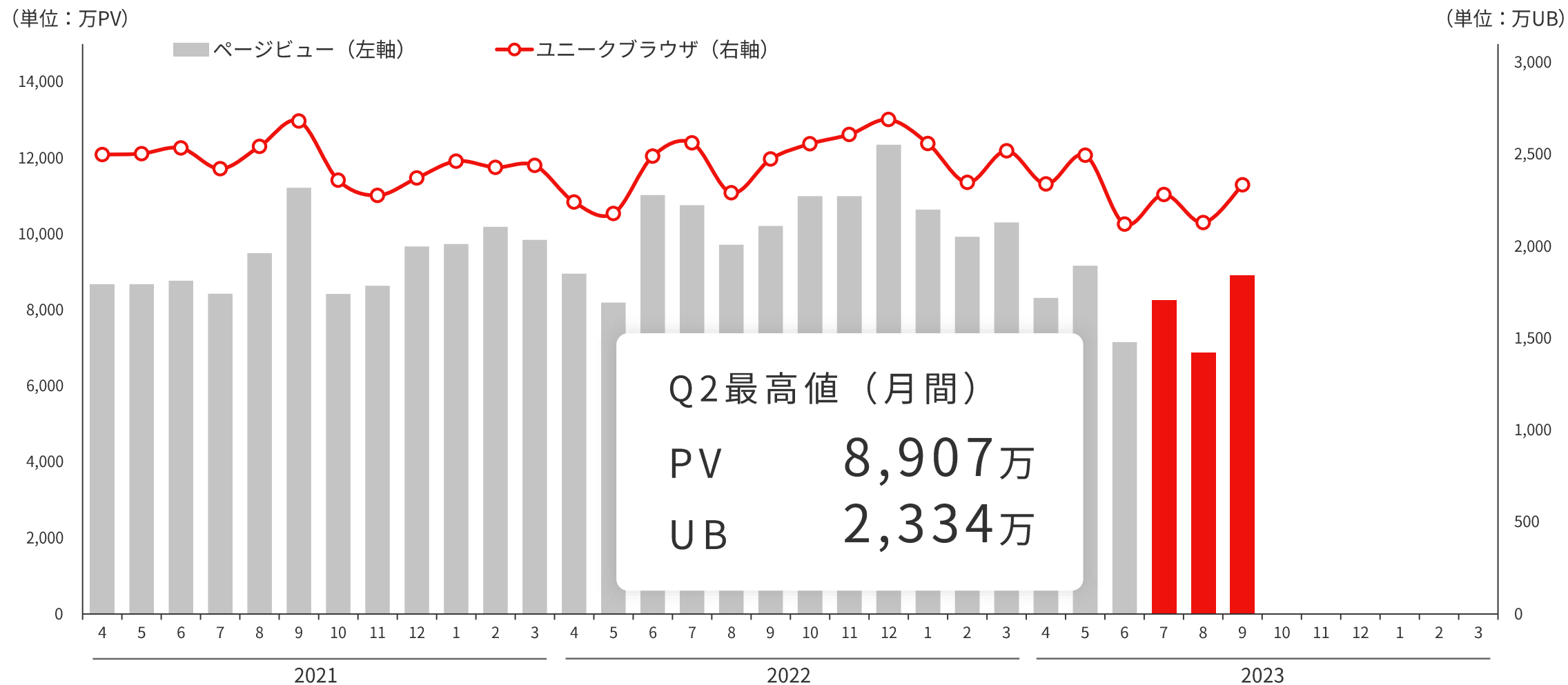
	Q1累計	Q2累計	Q3累計	Q4累計
2022	1,065	1,346	1,612	1,838
2023	1,182	1,472		



※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)





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サービスの新基盤システム。
マーケティング 用語	BtoB／BtoC	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。BtoBとBtoC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BtoB、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BtoC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BtoB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。BtoB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。BtoB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