

2021年3月期 第3四半期 決算説明資料

2021年 1月 28日

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うる事項は「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。
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 第3四半期業績概況

過去最高のQ3累計業績

- ✓ **テクノロジー市場は好況 + 企業のマーケティング活動のオンラインシフト**
- ✓ **売上収益 28.5% 増**
 - ・リードジェン事業 好調な既存事業に加え、デジタルイベントが急成長
 - ・メディア広告事業 業務システム等ビジネス領域中心に広告拡大
- ✓ **営業利益 80.5% 増**
 - ・リードジェン事業 デジタルイベント強化によりコスト増加も利益率向上
 - ・メディア広告事業 増収に伴い利益率が向上
- ✓ **通期業績予想、配当予想を上方修正**

Q3累計(4-12月)の業績

売上収益 (+28.5%)

4,854

3,776

FY19Q3

FY20Q3

営業利益 (+80.5%)

1,488

824

21.8%

FY19Q3

FY20Q3

営業利益率

30.7%

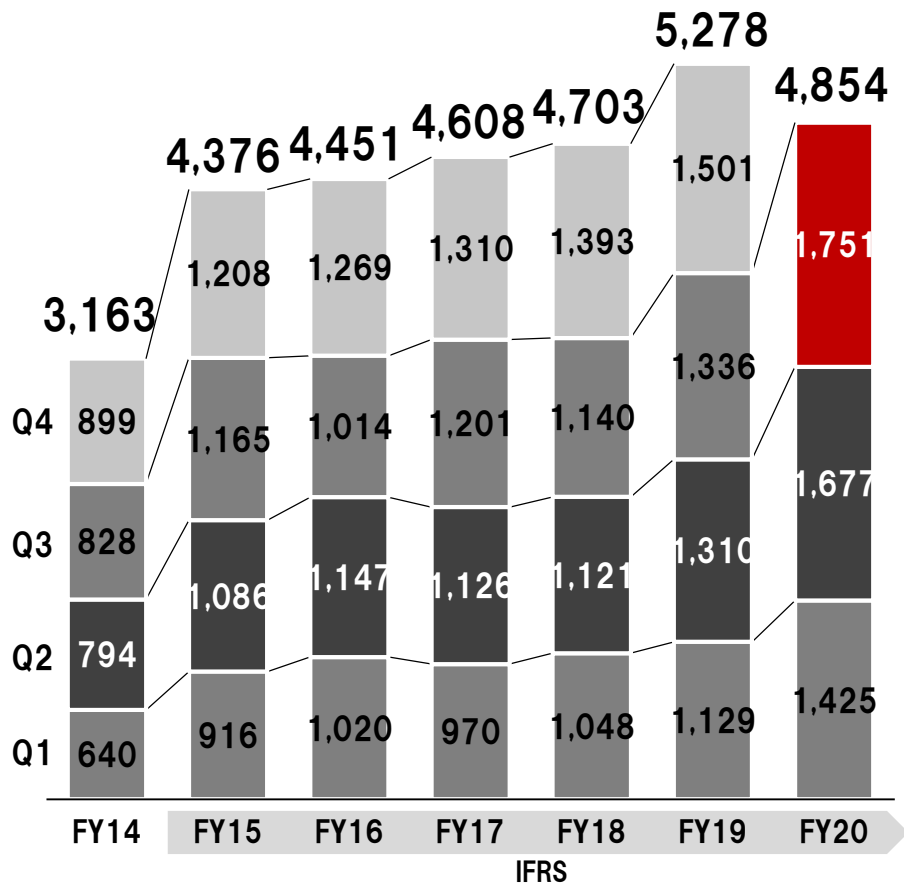
連結損益計算書

(百万円)

	FY19Q3		FY20Q3		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
売上収益	3,776	100.0%	4,854	100.0%	+28.5%
総コスト	2,951	78.2%	3,366	69.3%	+14.0%
（うち人件費）	1,669	44.2%	1,886	38.9%	+13.0%
EBITDA	1,069	28.3%	1,735	35.7%	+62.3%
営業利益	824	21.8%	1,488	30.7%	+80.5%
四半期利益	596	15.8%	954	19.7%	+60.0%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	595	15.8%	954	19.7%	+60.5%
四半期包括利益	508	13.5%	1,185	24.4%	+133.0%

売上収益（四半期別）

（百万円）



Q3 **1,751** 百万円

前期比 **+414** 百万円（+31.0 %）

✓ **過去最高の四半期業績**

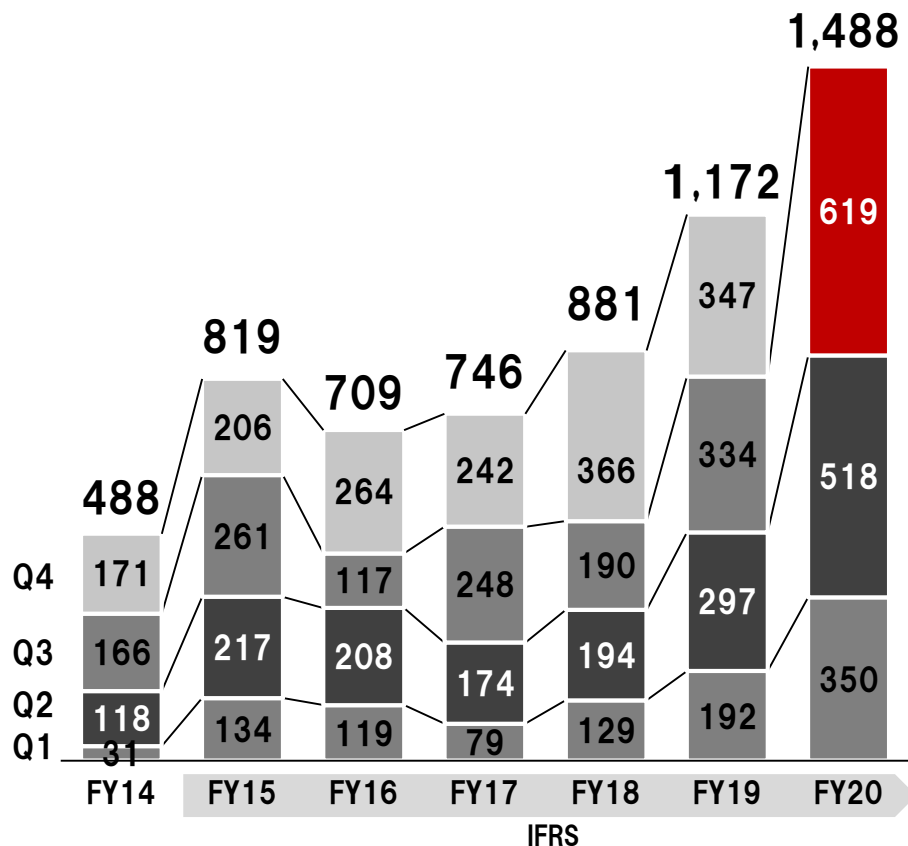
営業利益（四半期別）

（百万円）

Q3 **619** 百万円

前期比 **+284** 百万円（+84.9 %）

✓ 過去最高の四半期業績



営業利益 増減分析

- ✓ 増収による増益
- ✓ デジタルイベント等成長領域への投入を継続

前期比
+ **663** 百万円

(百万円)

メディア広告
売上増加

+421

人件費
の増加

▲217

その他
コストの増加

▲196

リードジェン
売上増加

+656

1,488

824

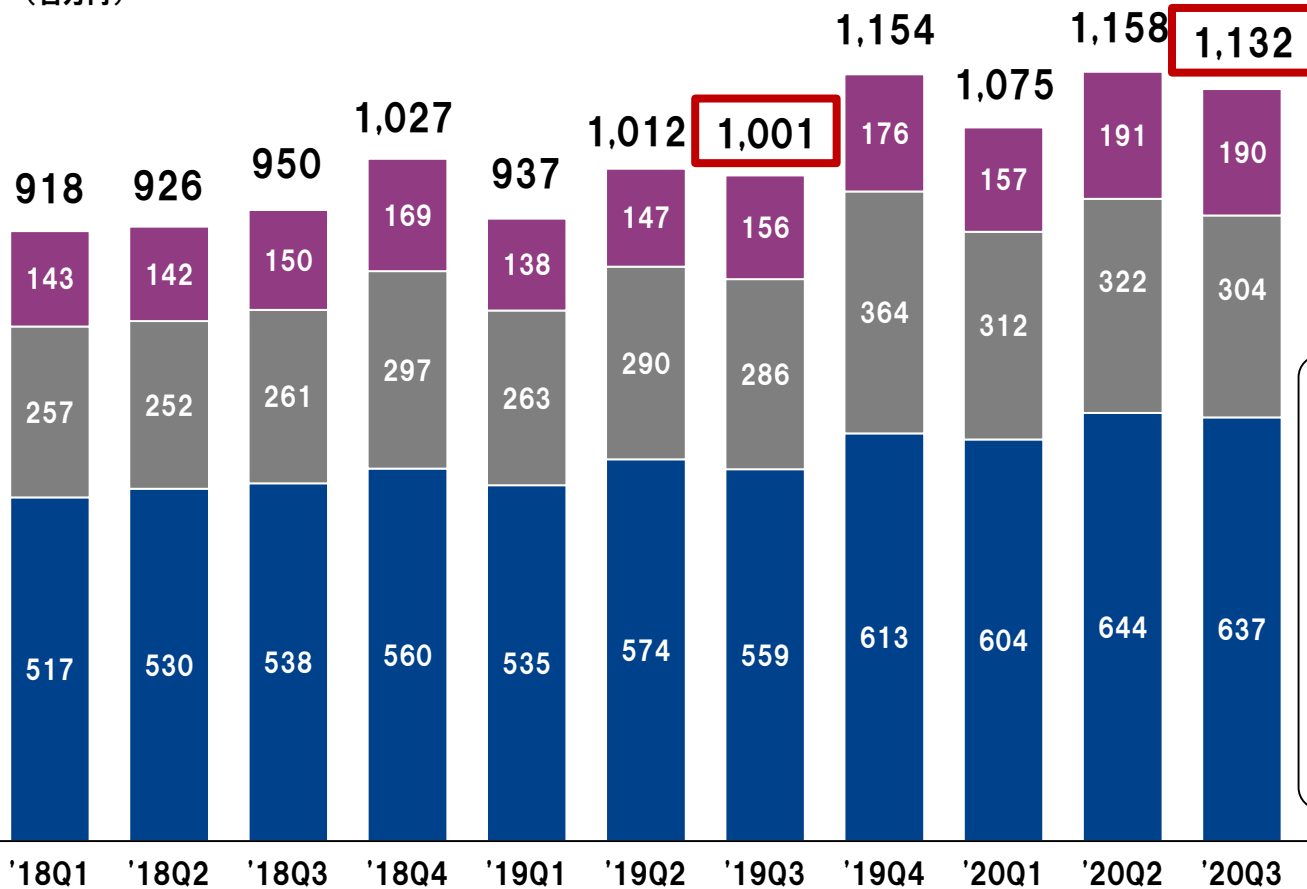
FY19Q3累計

FY20Q3累計

コストの内訳 四半期推移

(百万円)

Q3会計期間	前期比	構成比
合計	+13.0%	100%
外注費	+21.7%	16.8%
その他	+6.5%	26.9%
人件費	+13.9%	56.3%



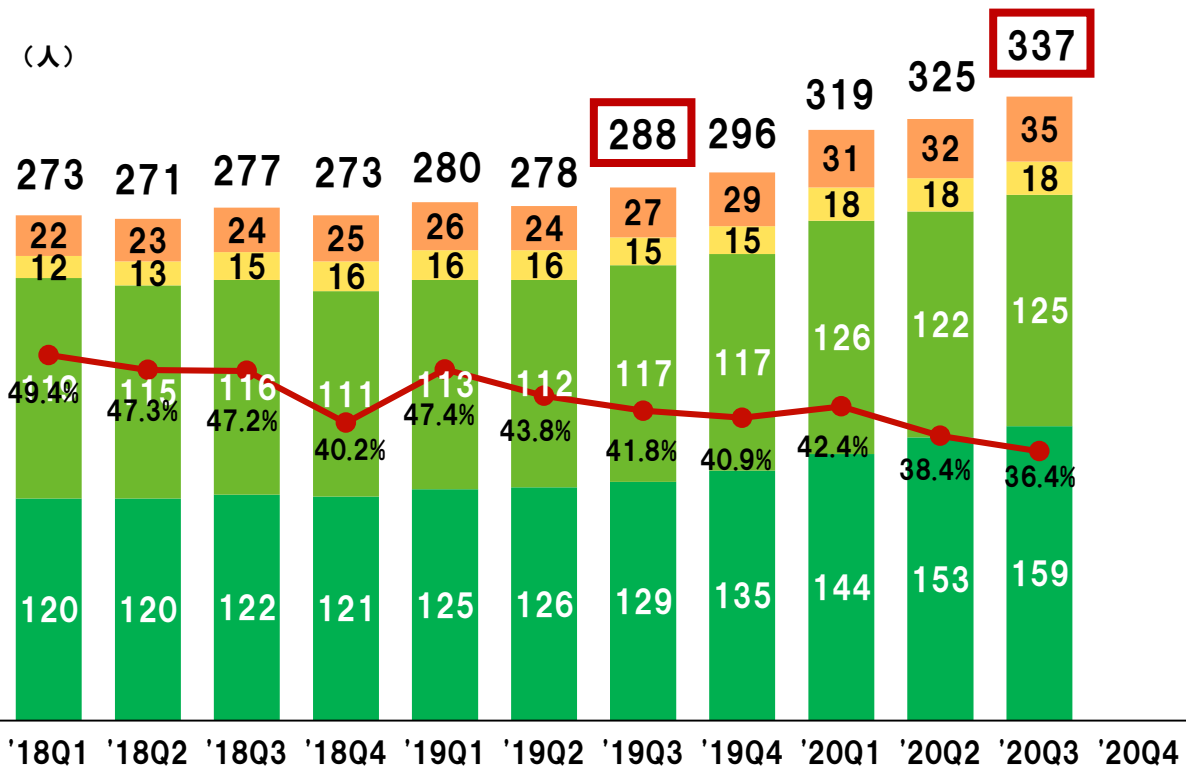
【主な前年同期比増加要素】

- 人件費+77
 - ・人員増加
 - ・賞与増加
- 外注費+33、その他+18
 - ・売上連動（デジタルイベント含む）
 - ・コンテンツ
 - ・業務環境・システム

従業員数の内訳 四半期推移

* 契約、派遣、アルバイトを含む

(人)



Q3 会計期間	前年同期比	構成比
合計	+17.0%	100%
管理系・その他	+29.6%	10.4%
技術系	+20.0%	5.3%
営業系	+6.8%	37.1%
編集系	+23.3%	47.2%

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

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	FY19Q3	FY20Q3	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	887	1,550	+662
投資活動による キャッシュ・フロー	▲98	▲99	▲1
財務活動による キャッシュ・フロー	▲354	▲435	▲81
現金及び現金同等物の 増減額	434	1,014	+580
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	3,817	5,317	+1,499

営業CF 主な内訳

継続事業からの 税引前利益の計上	+1,431
減価償却費及び償却費	+246
法人所得税の支払額	▲351

投資CF 主な内訳

無形資産の取得による支出	▲27
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	▲177

連結財政状態計算書

(百万円)

		2020年3月末	2020年12月末	差異
資産の部	流動資産	5,698	6,730	+ 1,031
	非流動資産	1,536	1,556	+ 20
	資産合計	7,235	8,287	+ 1,052
負債の部	流動負債	1,273	1,405	+ 132
	非流動負債	74	67	▲6
	負債合計	1,347	1,473	+ 125
資本の部	資本金/資本剰余金	3,559	3,559	▲0
	利益剰余金	2,612	3,308	+ 696
	自己株式	▲344	▲344	▲0
	他包括利益累計額	59	290	+ 230
	親会社の所有者に 帰属する持分	5,887	6,814	+ 926
	資本合計	5,887	6,814	+ 926

	1株当たり親会社の 所有者に帰属する持分	297.05円	343.81円	+ 46.76円
	親会社所有者帰属持分比率	81.4%	82.2%	+ 0.9pt

資産合計

現金及び現金同等物	+ 1,014
使用権資産	▲171
その他の金融資産	+ 336

負債合計

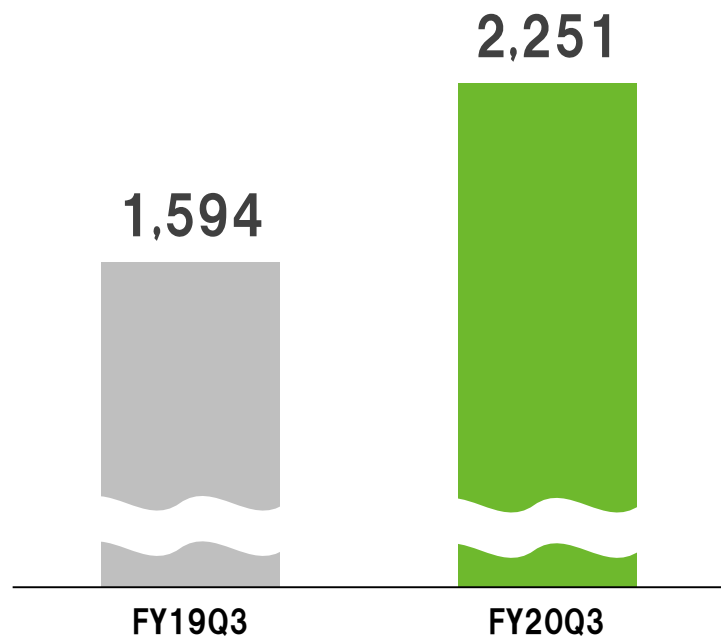
リース負債	▲177
未払法人所得税	+ 125
その他の流動負債	+ 190

資本合計

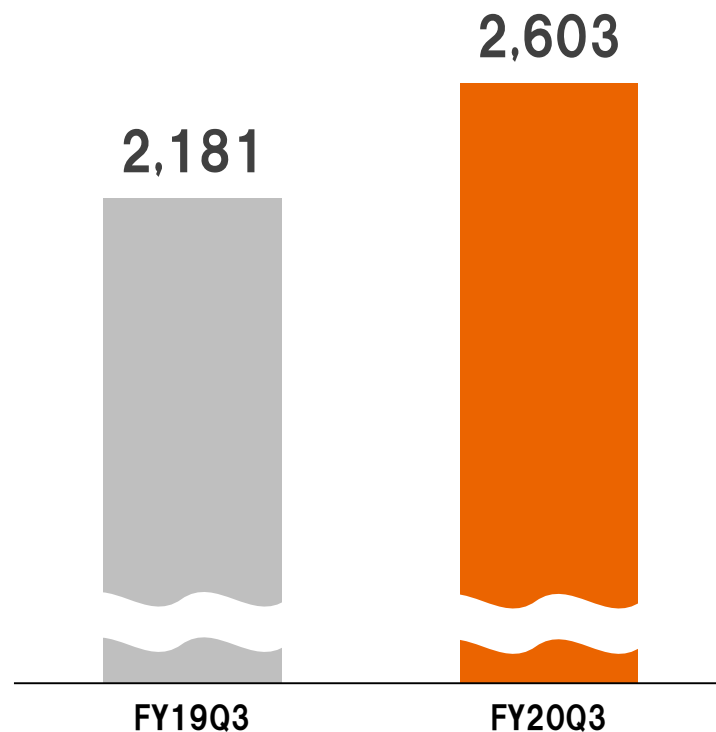
利益剰余金	+ 696
うち、当期利益	(+ 954)
うち、剰余金の配当	(▲258)
その他包括利益累計額	+ 230

セグメント別売上収益（累計）

リードジェン事業 （+41.1%）



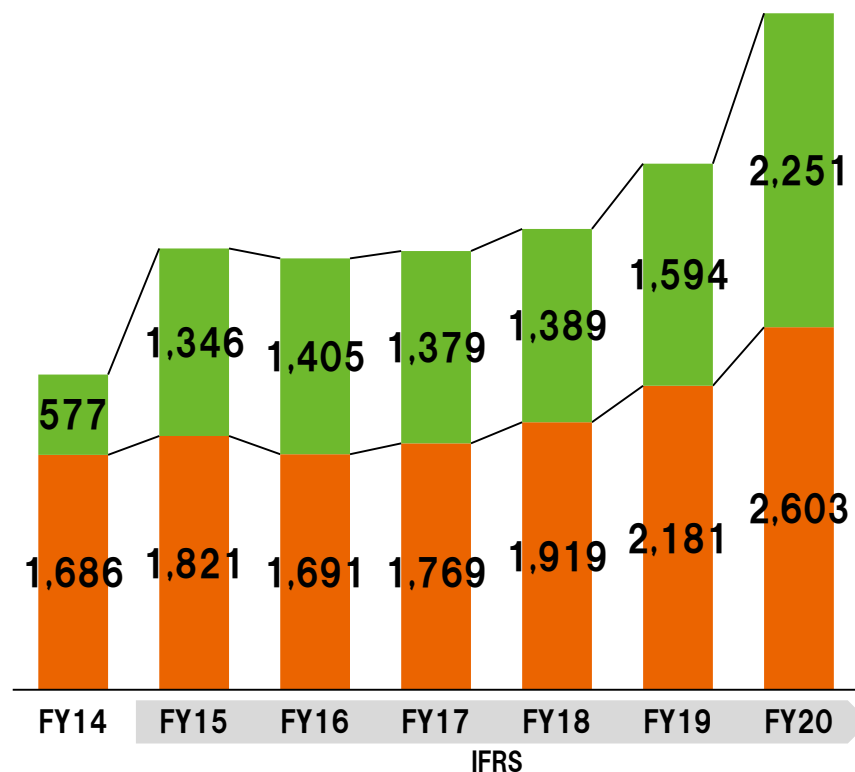
メディア広告事業 （+19.3%）



（百万円）

売上収益 セグメント別（累計）

（百万円）



リードジェン事業

前期比 +41.1 % Q3累計過去最高

- 既存事業は成長継続
- 加えてデジタルイベントが急成長

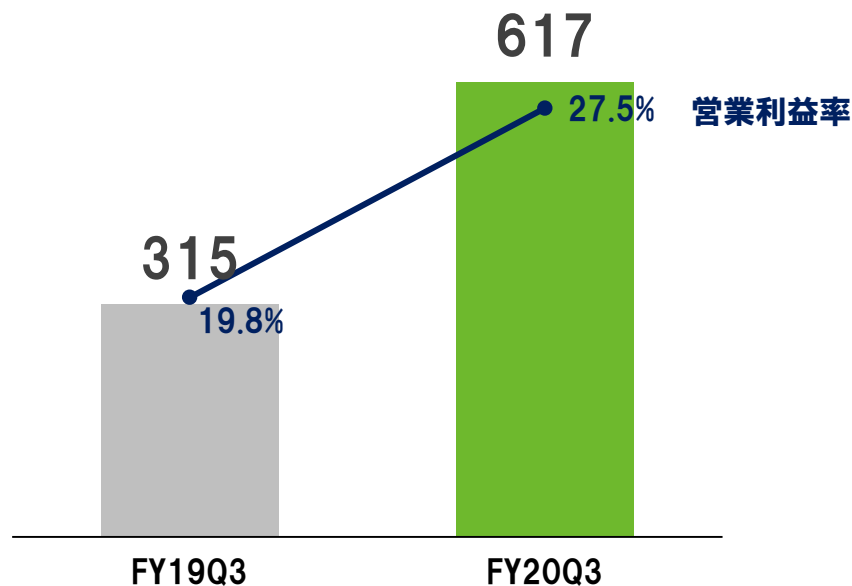
メディア広告事業

前期比 +19.3 % Q3累計過去最高

- 業務システム等ビジネス領域中心に広告拡大

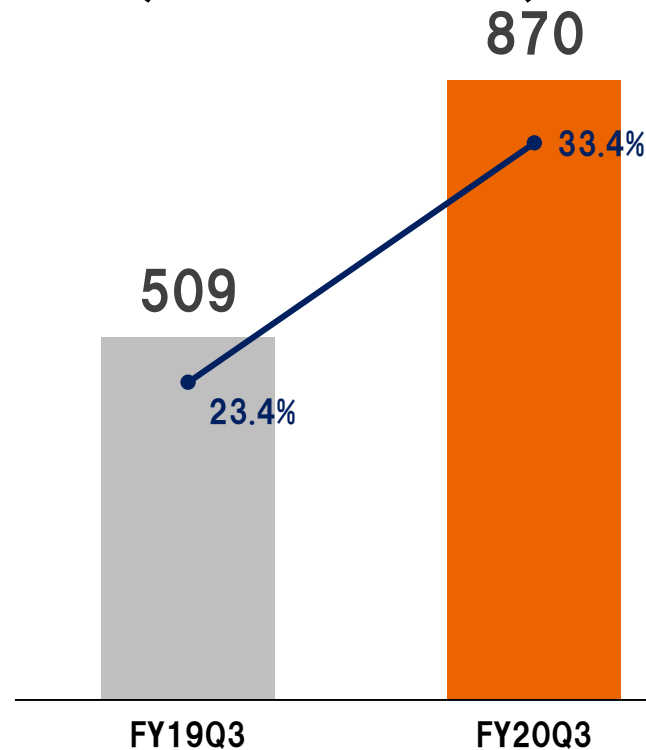
セグメント別営業利益（累計）

リードジェン事業 （+96.2%）



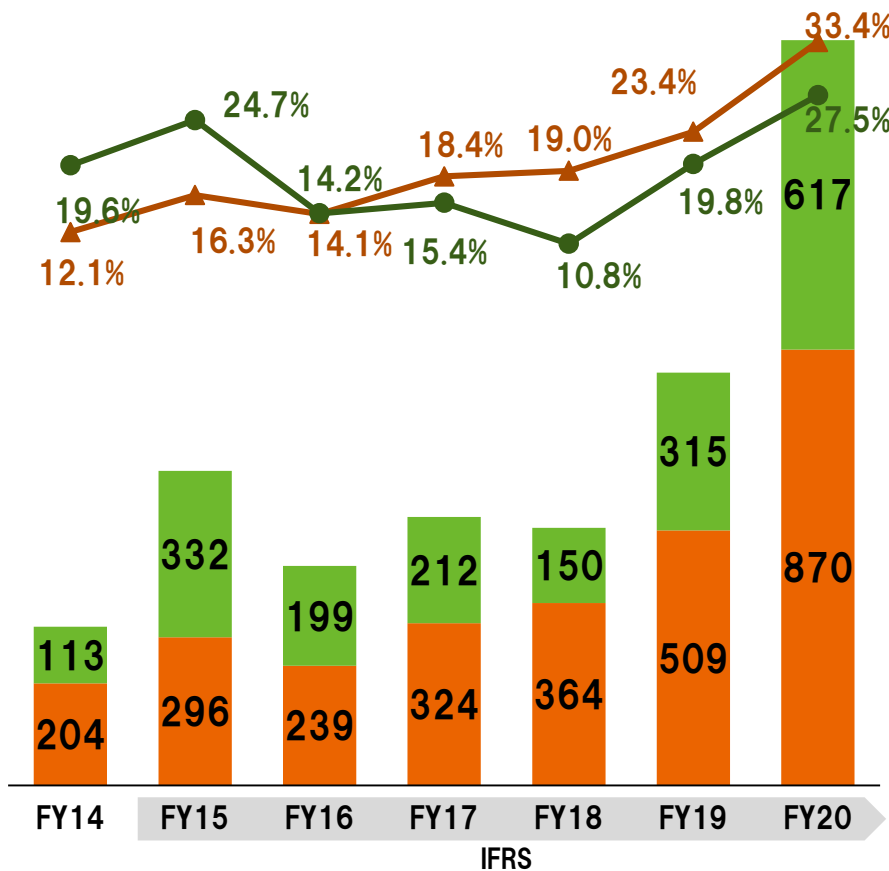
メディア広告事業 （+70.8%）

（百万円）



営業利益 セグメント別（累計）

（百万円）



— メディア広告事業 営業利益率

— リードジェン事業 営業利益率

リードジェン事業

前期比 +96.2 % Q3累計過去最高

- デジタルイベント強化によりコスト増加も利益率向上

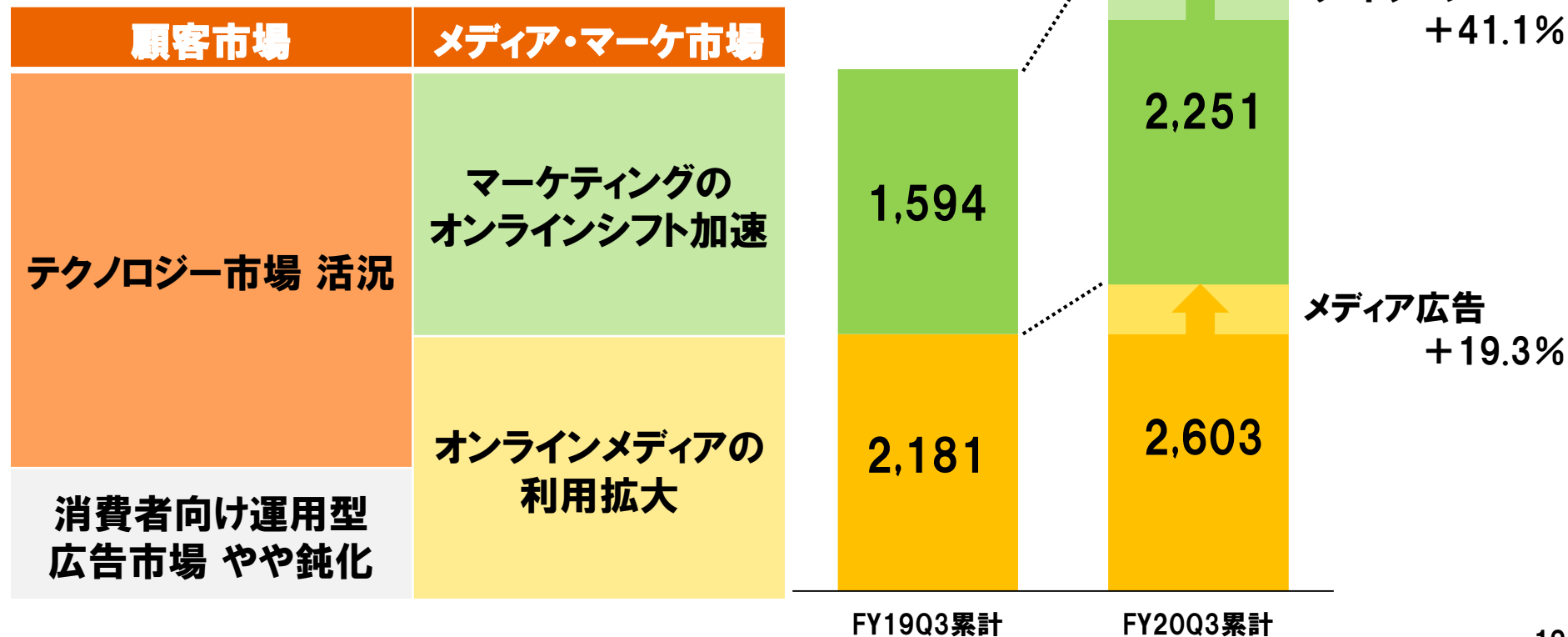
メディア広告事業

前期比 +70.8 % Q3累計過去最高

- 増収に伴い利益率が向上

第3四半期のトピックス

✓ 既存事業の成長加速に加え、デジタルイベントが新たな成長軸に



企業の デジタルシフト加速

- B2B領域：全般堅調
（IT・産業テクノロジー領域）
- DXがテーマとなるビジネス領域：急成長



クラウド、SaaS、
産業DX領域を強化

B2Bマーケティングの デジタルシフト加速

- デジタルマーケティングの主力商品
「リードジェン」が堅調
- デジタルイベント事業：4倍に迫る成長
- メディア広告にも追い風



リードジェン、
デジタルイベントを強化

事業規模



既存営業力を行使
先行企業として事業拡大に注力

展開中（テクノロジー産業中心）



IT

製造

エレクトロニクス

建設、流通 etc.

デジタルイベント市場
の成長を享受

領域の拡大

イベント支援事業者等、パートナー
との連携を通じた市場開拓・拡大

様々な産業領域

官公庁

金融

医療

製薬 etc.

- ・リソースの強化を継続
- ・独立事業部体制へ移行 ⇒ スピードアップ

展開領域

イベント業界の有力企業とのパートナーシップを強化

運営リソース

クオリティ

販路

- ・ キャパシティの向上
- ・ 非テクノロジー系業界も含む拡販

2020年12月11日プレスリリース

株式会社博報堂プロダクツと連携開始 ・PRODUCT'S・

会期:2021年2月16日～3月19日
会場:オンライン

Q2に続き本年度2回目の開催を予定



イベント概要 主催者講演一覧 出展企業 来場案内／特典 前回の開催実績



○ 9つのテーマEXPOで構成

- ・メカ設計 EXPO
- ・スマートファクトリー EXPO
- ・組み込み開発 & エレクトロニクス・AI EXPO
- ・Building × IT EXPO
- ・リテール & ロジスティクス サプライチェーン EXPO
- ・モノづくり × スタートアップ EXPO
- ・製造業向けクラウド&エッジ IoT ソリューション EXPO
- ・オートメーションコンポーネンツフェア
- ・製造業向けICT基盤 EXPO

国内最大級バーチャル専門展示会 ITmedia Virtual EXPO

<https://ve.itmedia.co.jp/>

KPIの状況

直近5四半期の推移

■ リードジェン会員数

(万人)

99
(+9.0%)

■ PV数 (月平均)

(百万PV)

369
(+16.4%)

82
(+26.1%)

286
(+13.9%)

その他

ねとらぽ

317

65

251

286

(+13.9%)

'19Q3

'19Q4

'20Q1

'20Q2

'20Q3

'19Q3

'19Q4

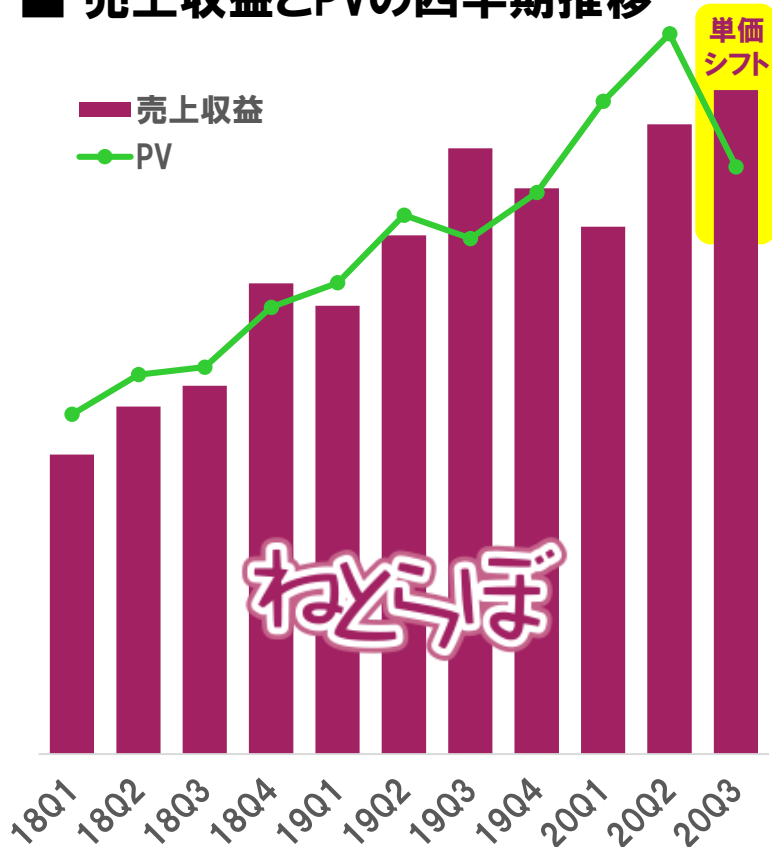
'20Q1

'20Q2

'20Q3

※ 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

■ 売上収益とPVの四半期推移



期初より広告単価
下落傾向が継続
(新型コロナ影響)

下期よりPV優先から
売上効率重視の運営にシフト

Q3はPV減速も
売上収益は四半期過去最高

2021年3月期 業績予想・配当予想

Online Centric

法人営業
のオンライン化

リードジェン



**デジタルマーケティングの
基礎燃料**

メディア
のオンライン化

メディア広告



**スマート＆
ソーシャル**

イベント
のオンライン化

デジタルイベント



**動画を活用した
イベントの革新**

働く「場所」
の変化

リモートワーク
環境の改善

オフィス改革

本社オフィス
縮小

機能
最適化

ICT／BPR強化

ICTツール
最適化

BPR推進

従業員の働きがい

在宅勤務手当

インセンティブ

コミュニケーション &
業務効率の維持・向上

働きたくなる
魅力的な企業へ

第4四半期 1億円規模の追加コスト投入を計画

オフィス改革

紀尾井町オフィス
1/4を解約

※来期より賃料減少 年間0.5億円想定

デジタルイベントなど
オフィス機能を最適化

ICT／BPR強化

リモートワーク前提の
業務環境最適化
(SaaS活用)

PC・モバイル
リプレイス

従業員の働きがい

手当を増額
在宅勤務の負担をケア

賞与等
インセンティブ

Q3

- ・ 良好なトレンドが継続
- ・ 想定を上振れ

Q4

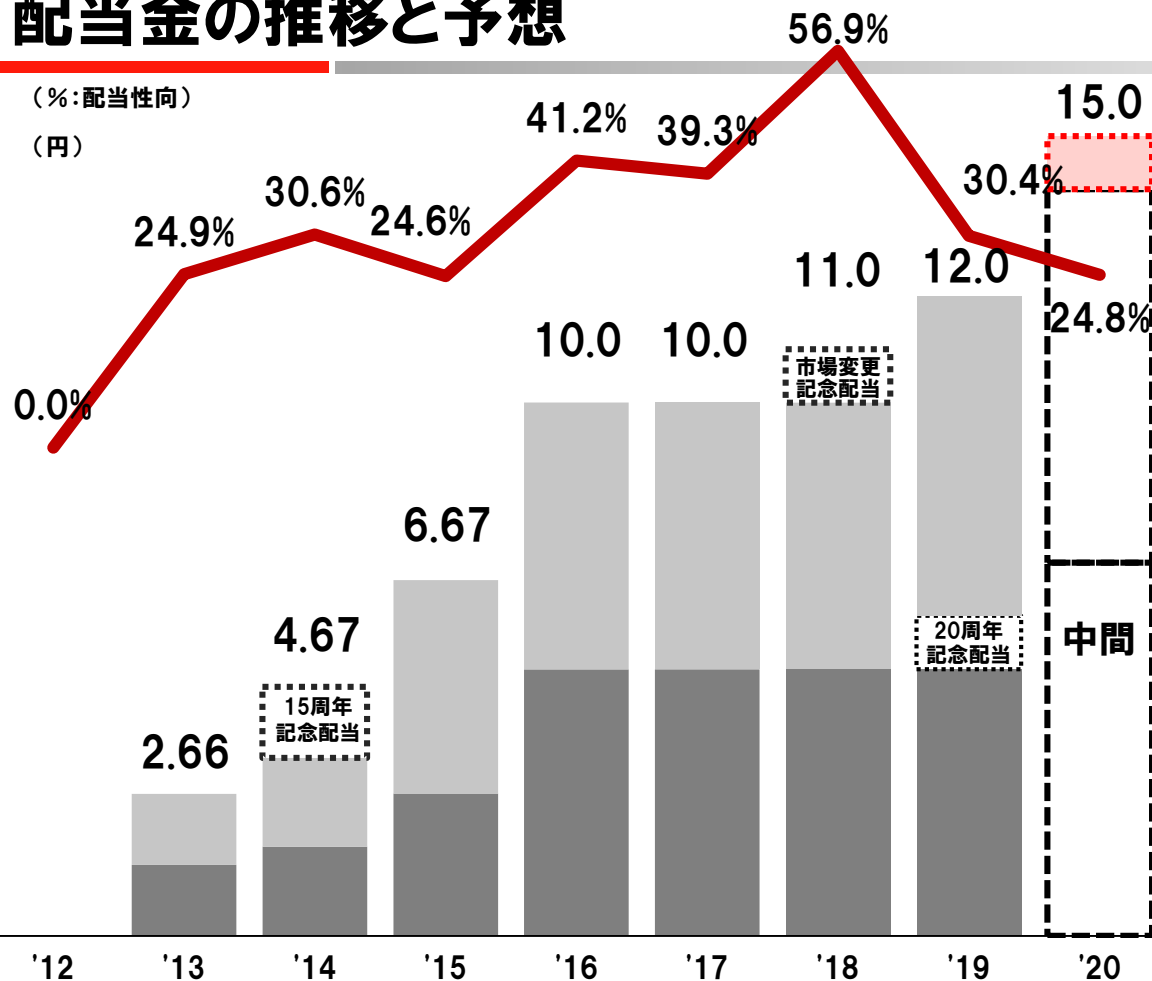
- ・ 売上収益見通しを上方修正
- ・ 前ページの追加コストを反映

(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	6,600	1,900	1,200
前期比	(+25.0%)	(+62.1%)	(+53.7%)
前回予想	6,380	1,730	1,120
修正増減	(+220)	(+170)	(+80)
前期実績	5,278	1,172	780

※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。

配当金の推移と予想

(%:配当性向)
(円)

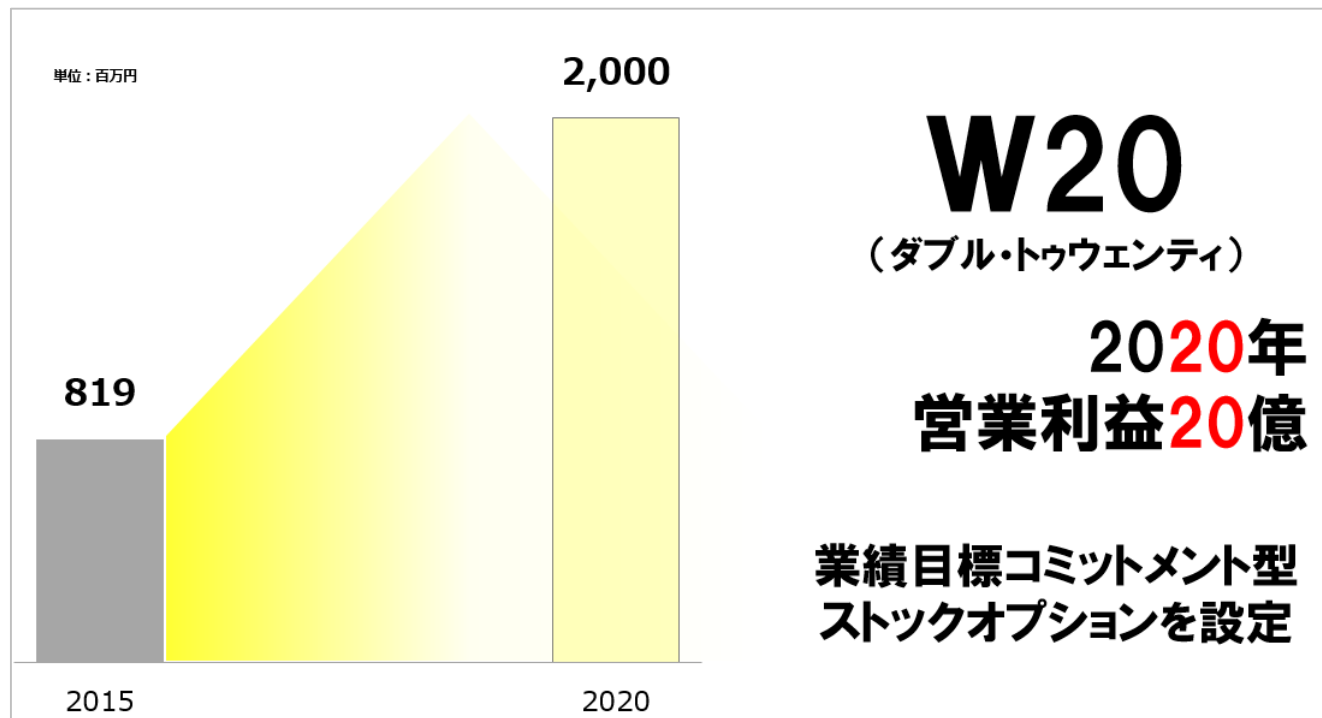


**期末配当予想
1円上方修正**

期末配当8円

中間配当7円

中期目標も視野に



(2016年度 決算説明資料より)

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.

2021年3月期 第3四半期 付録資料編

2021年 1月 28日

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業メディア

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

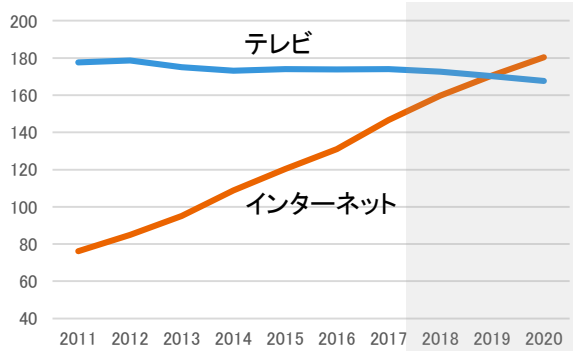
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

- ・ 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

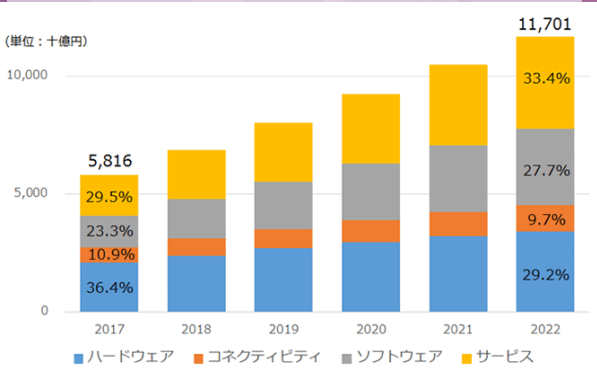
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

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	239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/

メディア規模のイメージ(2020年度)

◆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
会員数
100万人

顧客数
1,000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を運営



月間**4億**PV

行動履歴
データ

会員登録
データ

99万人

データの蓄積・活用

メディア広告事業

リードジェン事業

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

- ✓ 専門メディア群から得られるデータを活用し、マーケティング活動に不可欠な見込み顧客リストを提供

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)を形成する

2. 営業アプローチ

見込み顧客との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を利用することで、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

企業の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

企業内のIT製品導入検討者

アクセス

よりよいIT
製品の選定

会員制 IT製品選定支援メディア

- ✓ IT製品情報
- ✓ 顧客企業が提供する、製品導入検討に役立つコンテンツ
- ✓ 技術情報やレポートなど

ユーザーがよりよいIT製品を発見する場を形成

閲覧時に情報提供企業への
会員登録情報提供を承諾会員登録
データ行動履歴
データデータ活用・コンサルティングによって
見込み顧客を判別

情報掲載

見込み顧客
情報の獲得

IT製品ベンダー

2006



米国の先進的なノウハウを活用

2009



ITmedia

Virtual EXPO

「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

ITmedia

マーケティング

デジタルマーケティング領域に拡大

2015



キーマンズネット

M&Aにより
圧倒的なシェア獲得

発注ナビ

システム開発会社向けの
サービス開始

2016

Tech
Factory

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)

ITmedia
インターネットITmedia ビジネス
ONLINE

「LBP」を通じた対象メディアの拡張

2020

TechTargetジャパン

2020年12月15日公開

クラウドサービスのトラフィック最適化【第5回】
“遅いMicrosoft 365”をネットワーク大改造なしで
解消する「ADC」の利点と課題

クラウドサービス利用時のトラフィック最適化の手段を検討する際は、組織の戦略とネットワーク構成との整合性を取ることが重要です。有力な手段である「ADC」について、そのメリットと注意点を整理します。

キーマンズネット

2020年10月1日公開

落ちこぼれの日本をグローバル標準に引き上げる
ジョブ型雇用だけではない日立の人事戦略
30万人を変える10年の計

世界30万社員の中でジョブ型が実践できていないのはほぼ日本のみ。日立の人事制度改革は、日本企業の組織変革ではなくグローバル企業から見て「落ちこぼれ」の日本地域を標準化することが目的だった。日立グループ人事トップが描く30万人の人材戦略とは。

TechFactory

2020年10月12日公開

大原雄介のエレ・組み込みプレイバック：
次第に姿を現した謎の通信技術「Amazon Sidewalk」

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、2020年9月の業界動向の振り返りとして、アマゾンが独自に開発したLPWA「Amazon Sidewalk」についてお届けする。

ITmedia マーケティング

2020年11月4日公開

Shirofune菊池満長氏×Mtame金井章浩氏：
99.7%が中小企業の日本でDXを成功させる鍵は
「現場」にあり

中小企業が多くを占める日本でデジタルトランスフォーメーション(DX)はどうあるべきか。マーケティングDX推進パートナーの立場から若きリーダーたちが語った。

◆ビジネスモデル



◆メディアのラインアップ



@IT

2020年10月9日公開

「IT調達制度そのものが問題」:「なぜ日本政府が作るソフトウェアは使えないモノばかりなのか？」——中島聡氏が考える「日本社会のDX」の要件

EE Times Japan

2020年10月30日公開

2020年の取引額は史上2番目になる可能性も:半導体業界に巨大M&Aの波が再来

ITmedia エンタープライズ

2020年10月2日公開

実録、本当にあったインシデントの話:ある日突然、自社ドメインが乗っ取られた——“原因も手口も不明”の攻撃に、セキュリティチームはどう立ち向かったか

ITmedia Mobile

2020年10月23日公開

SIMフリー版ユーザーは必見:iPhone 12シリーズは「5G契約」必須?各キャリアに聞いてみた

ITmedia NEWS

2020年9月9日公開

「ドコモ口座」で相次ぐ不正出金、なぜ地銀だけが狙われた? 専門家の見解は

ねとらぼ

2020年11月14日公開

500枚描いても月収10万円 アニメ業界の縁の下
の力持ち「動仕会社」が月18万円の“異例”求人票
を出したワケ

ねとらぼエンタ

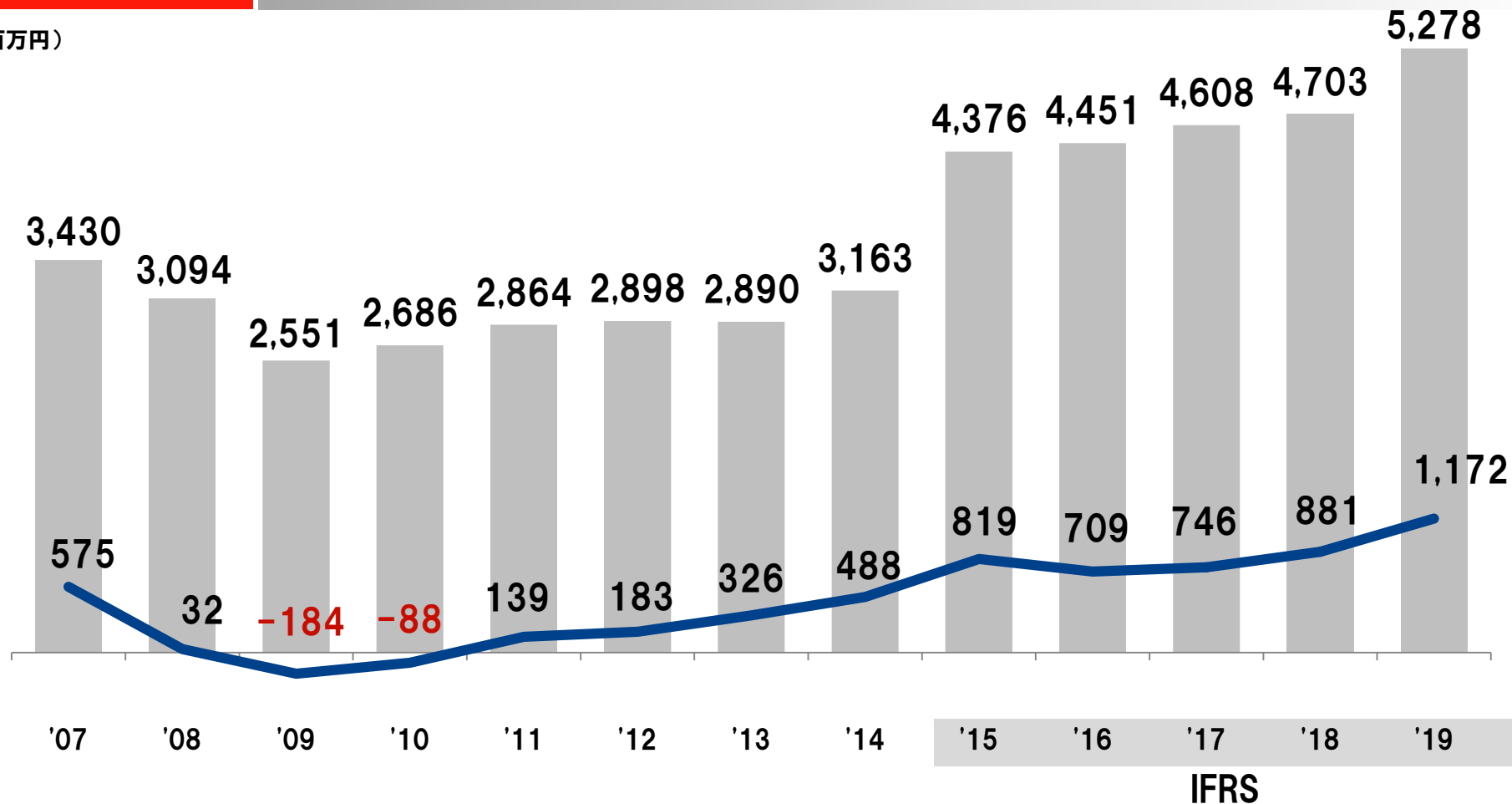
2020年11月19日公開

インドネシア人が日本語で洋楽カバーしたら人生
変わった YouTuberレイニッチ、空前絶後の
大反響に「見つかった」

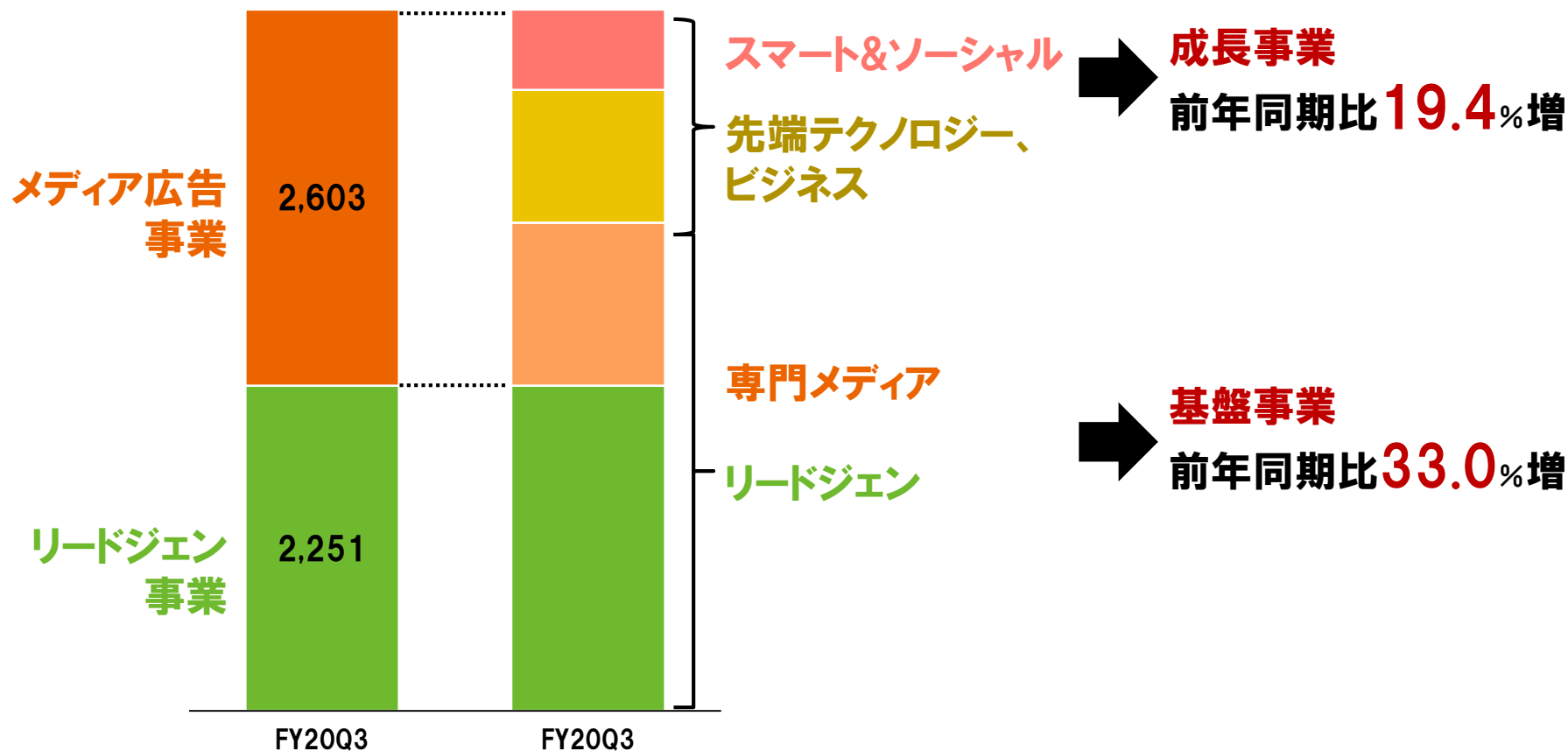
業績・KPI

売上収益・営業利益の推移

(百万円)



報告セグメント 中期戦略区分

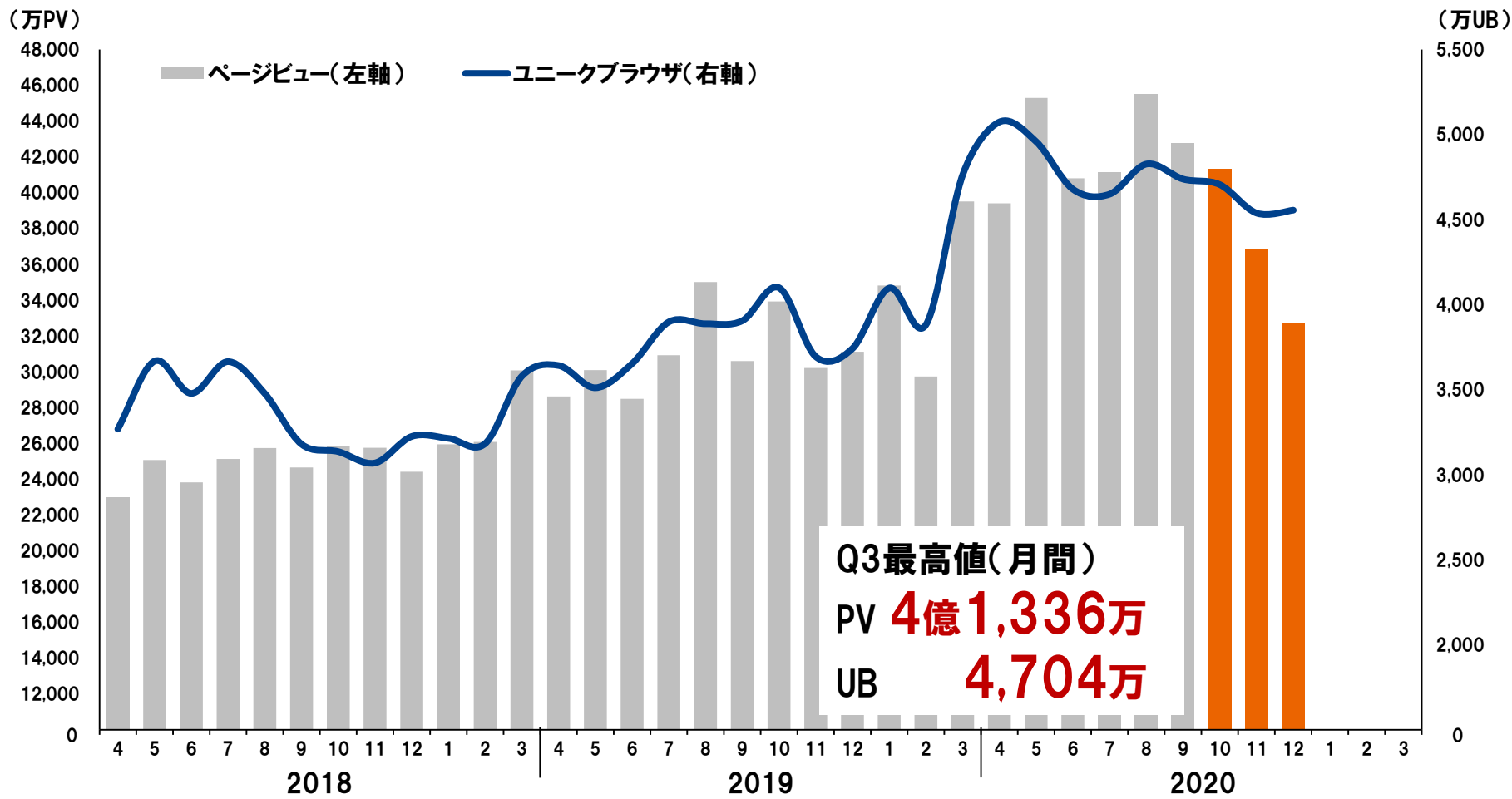


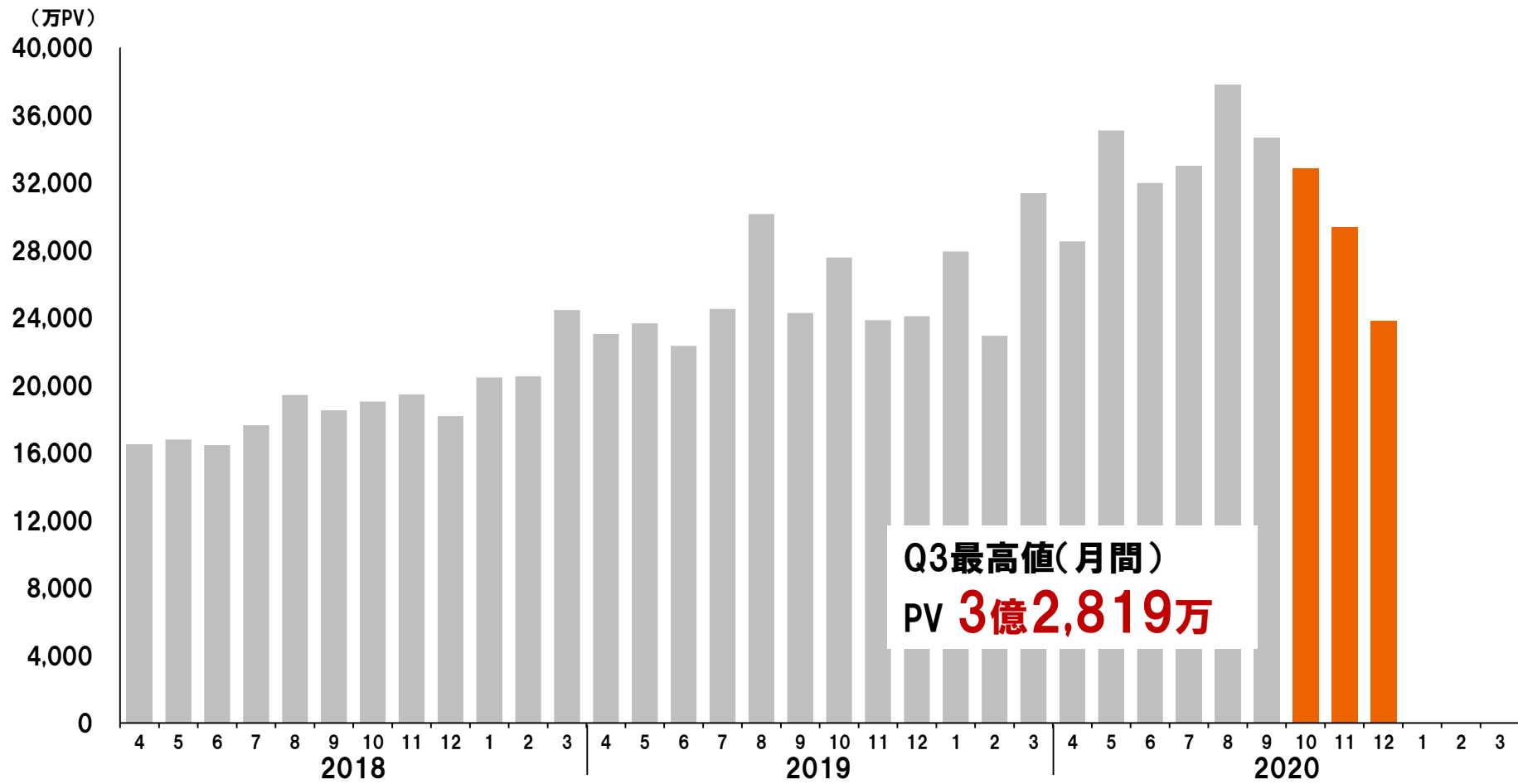
◆顧客数

(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	
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	
メディア広告事業				
2018	261	384	505	608
2019	273	433	599	765
2020	273	470	630	

◆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	

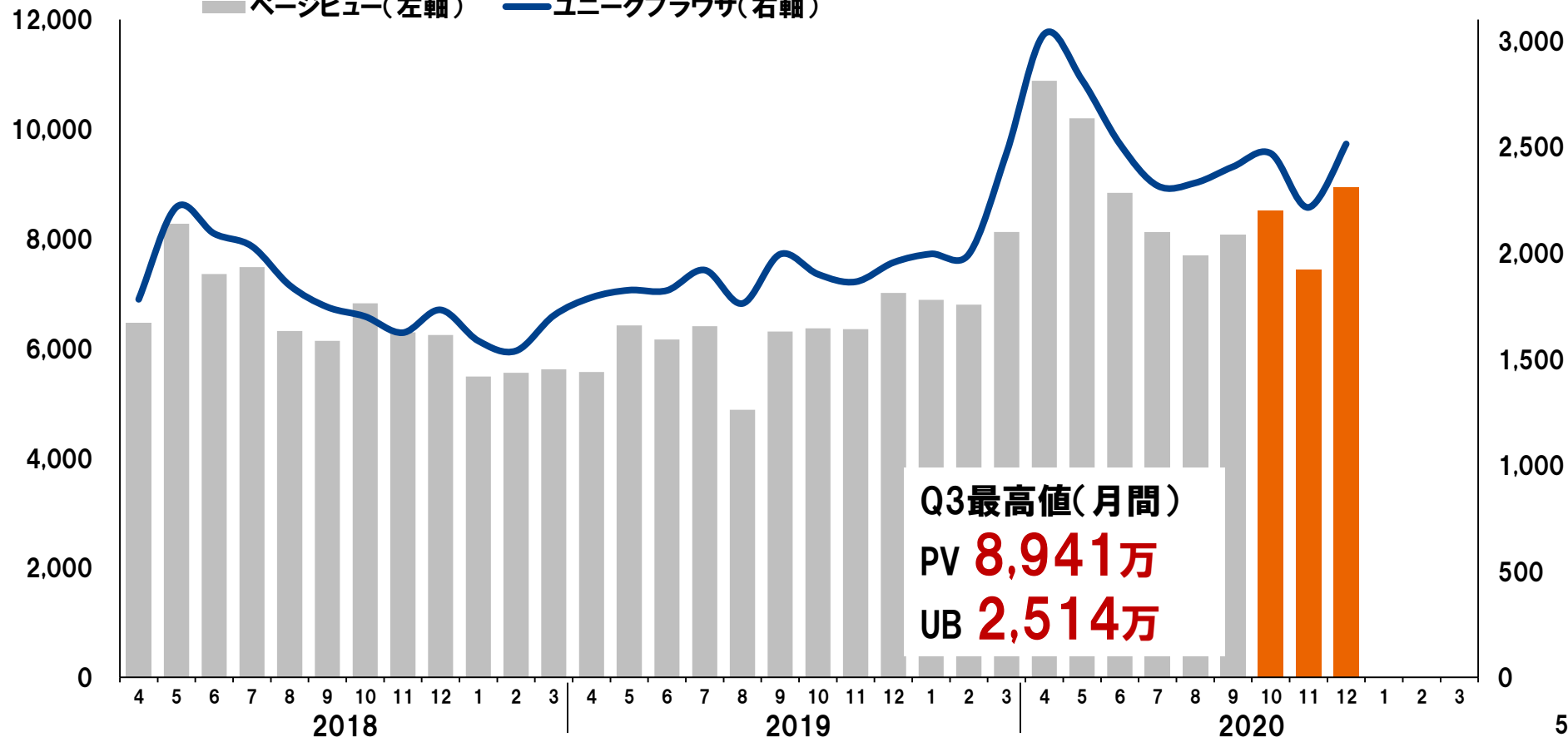




(万PV)

(万UB)

■ ページビュー(左軸) — ユニークブラウザ(右軸)



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

当事業 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うる事項は「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。