

2022年3月期
決算説明資料

2022年4月28日



ITmedia Inc.

アイティメディア株式会社

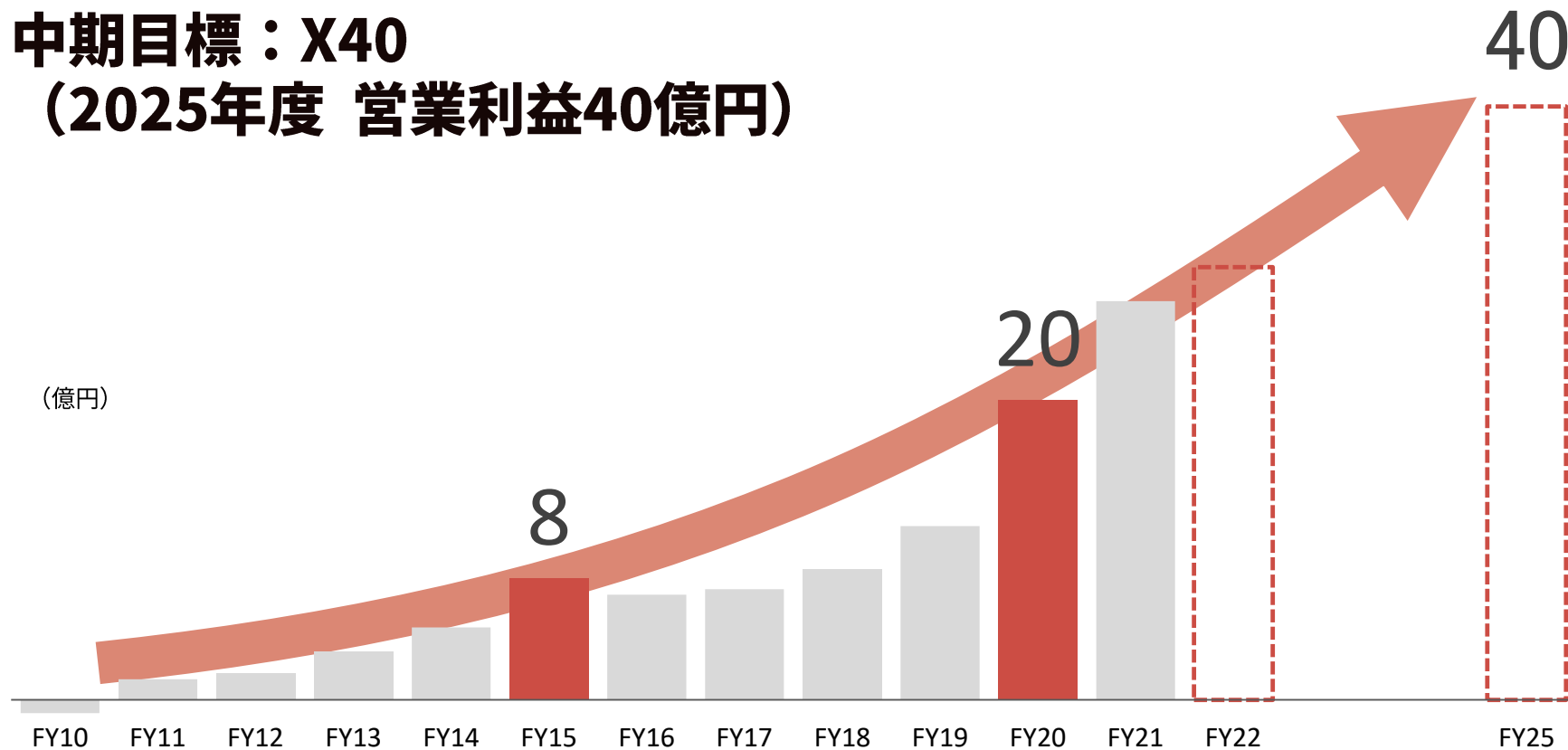
証券コード：2148 東証プライム市場

- 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。

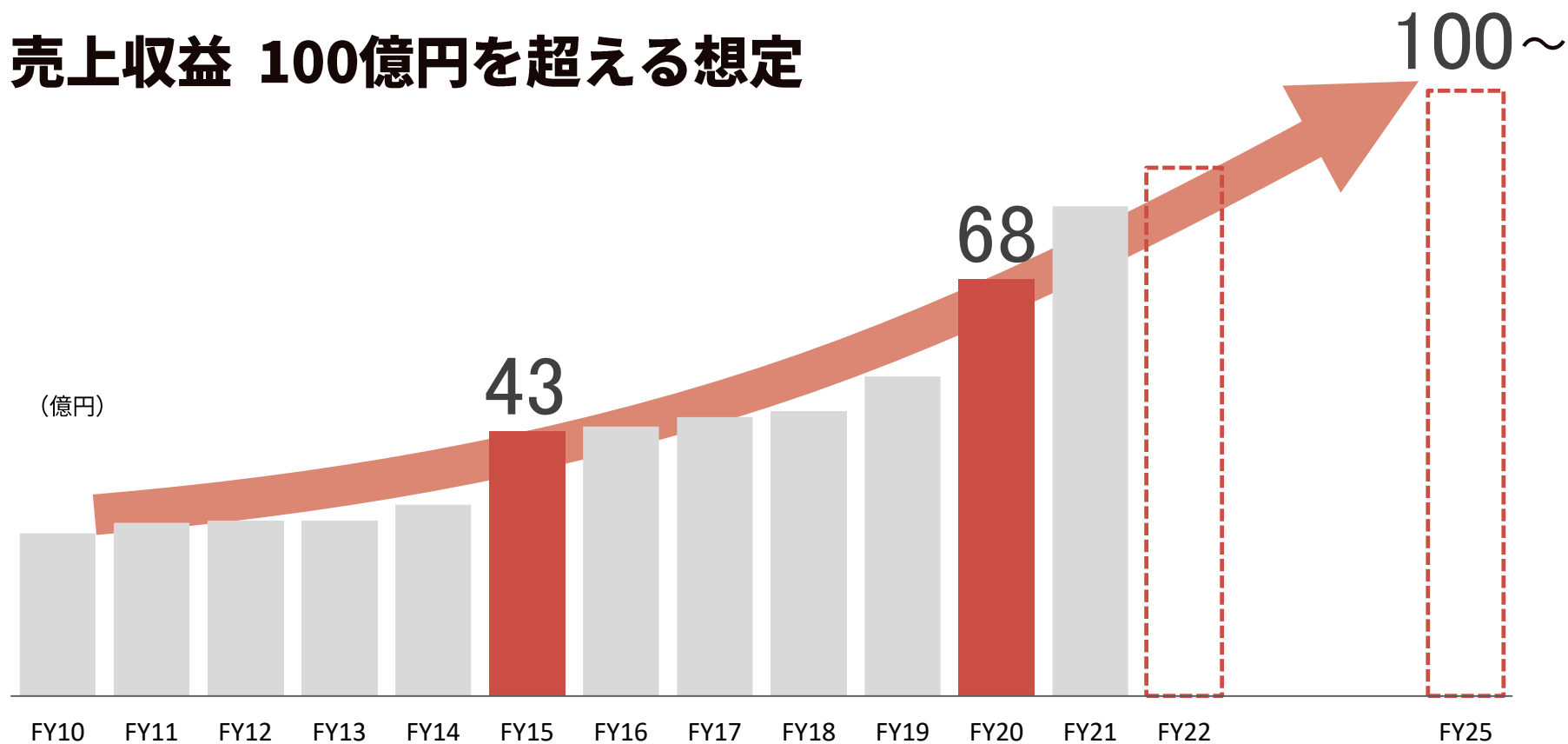
- 当社は、2016年度第1四半期決算より、国際財務報告基準(IFRS)を任意適用いたしました。
- 2020年3月期において、ナレッジオンデマンド株式会社の株式譲渡を実行したことに伴い、同社を非継続事業に分類しております。これにより非継続事業からの損益は、要約四半期損益計算書上、継続事業と区分して表示しております。これに伴い、売上収益および営業利益は、継続事業の金額を表示しております。なお、2019年3月期についても同様に組み替えて表示しております。

中期目標に向けた進捗

中期目標：X40 (2025年度 営業利益40億円)

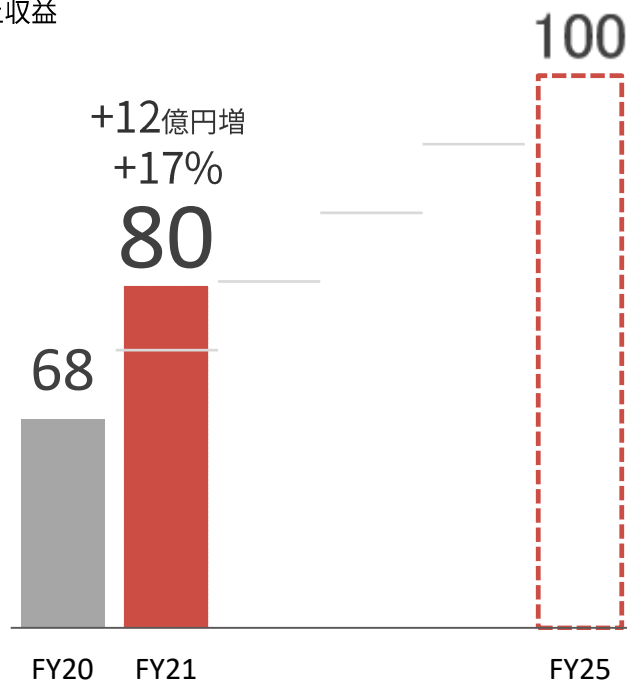


売上収益 100億円を超える想定

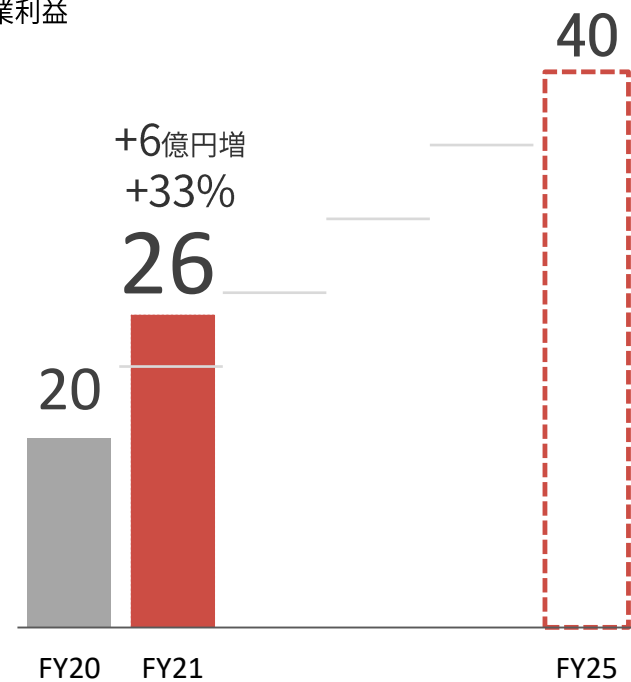


1年目は進捗良好

■売上収益
(億円)

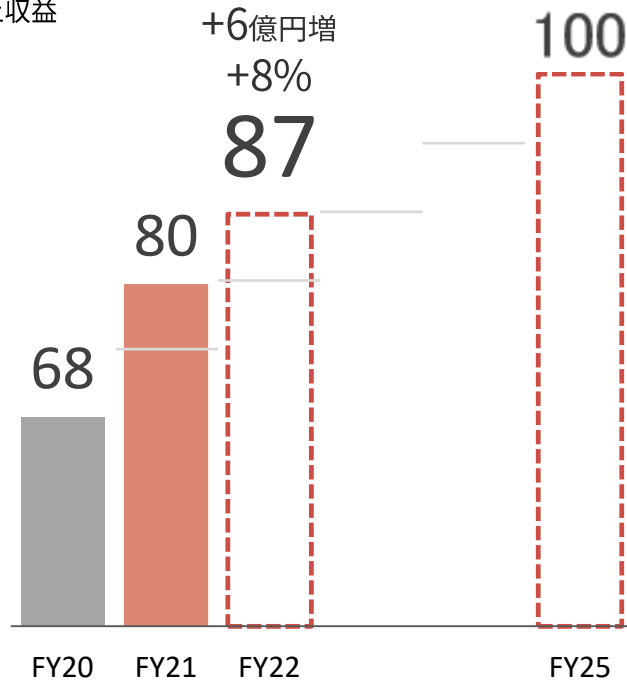


■営業利益

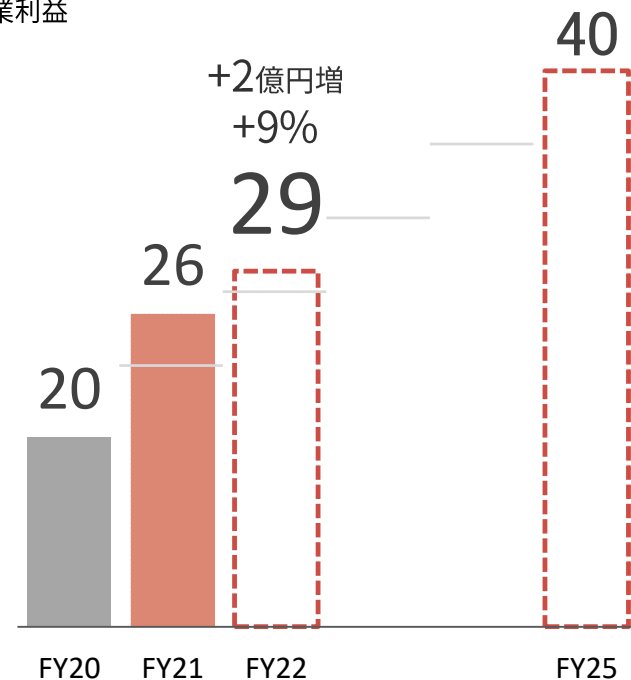


最高益更新継続。中期成長のための投入前倒し

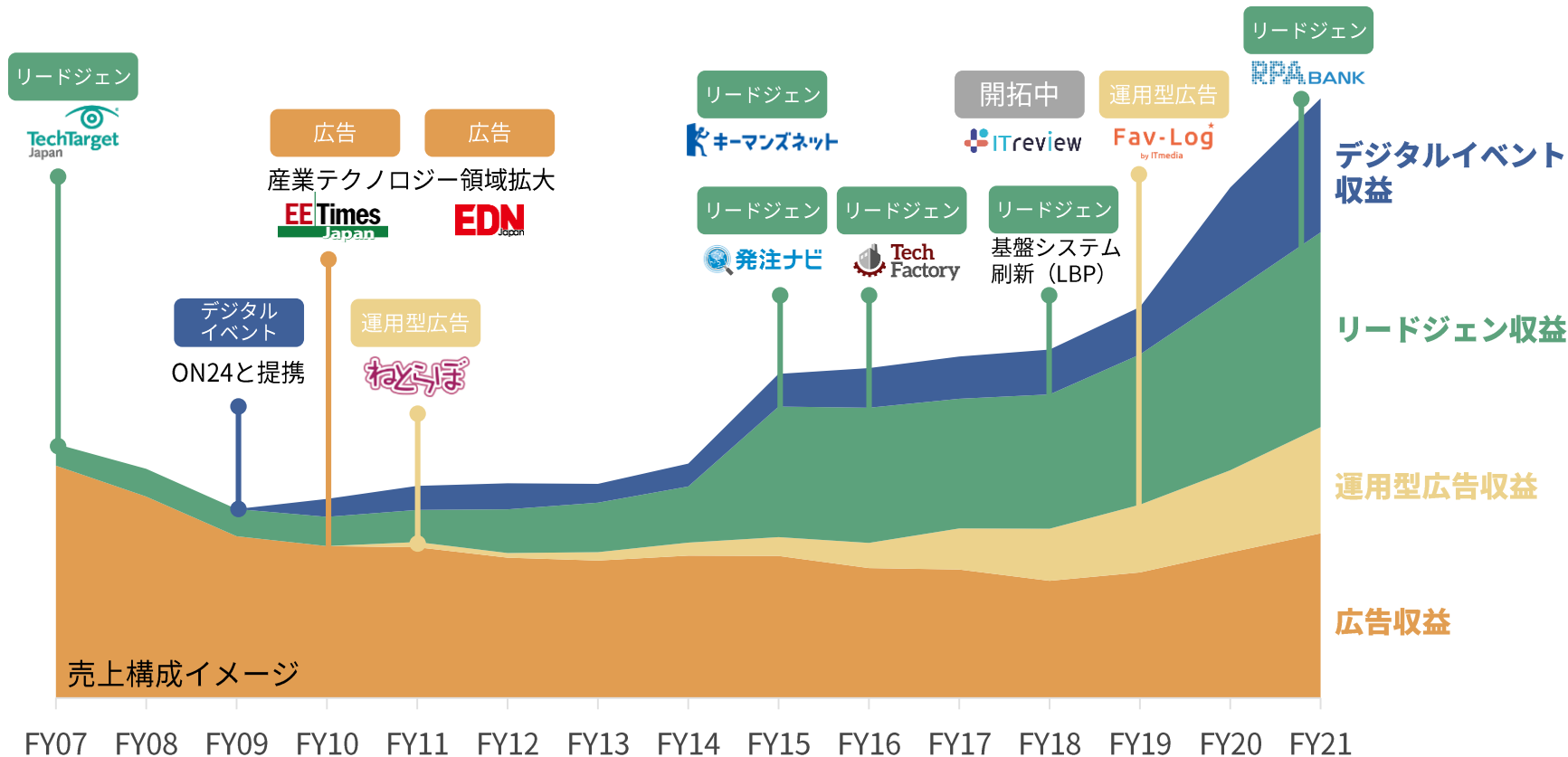
■売上収益
(億円)



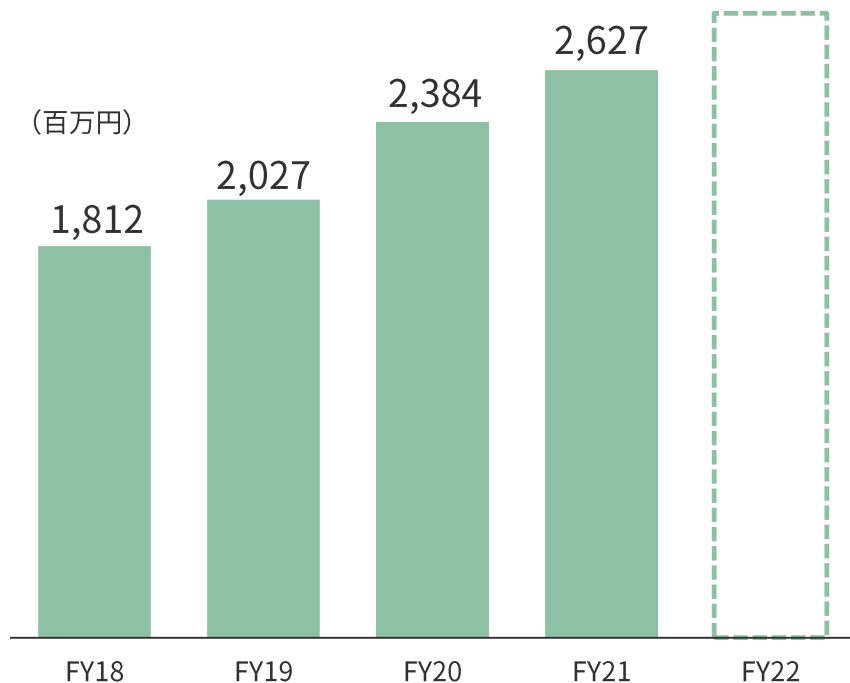
■営業利益



収益モデル別売上構成の推移



リードジェン収益



**ニーズ拡大継続
堅実な成長**

**[課題]
高ニーズ領域の
生成力強化**

広大なテクノロジー市場の中でも特にニーズの高い領域にフォーカス

ex. クラウド・SaaS、AI、セキュリティ、産業DX

コンテンツ強化

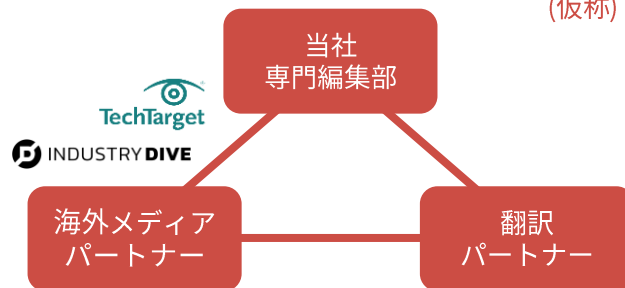
増員・
新規投入

M&A

ex. **RPA**BANK

Global Editorial Center

(仮称)



価格最適化

需給バランス調整

ターゲットごとに
リード単価最適化
(一部は値上げ)

システム面からの強化 + 米国先進モデルの取り込み

サービス拡充

システム開発会社向けリードジェン



基盤システム刷新

SaaSマッチング
サービス開発

データドリブン

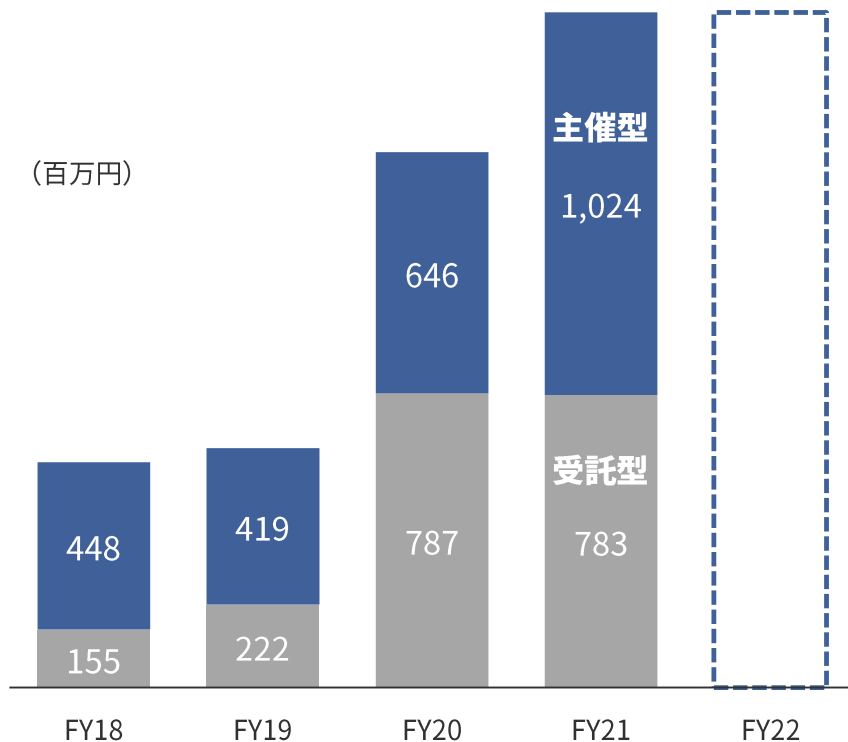
ABM・
インテント
データ

米国型サービス
ローカライズ

収益モデル横断 データ統合
“Campaign Central”

すべてのキャンペーンの成果を
会員IDで統合
各顧客ごと見込み客DBを常に更新

デジタルイベント収益

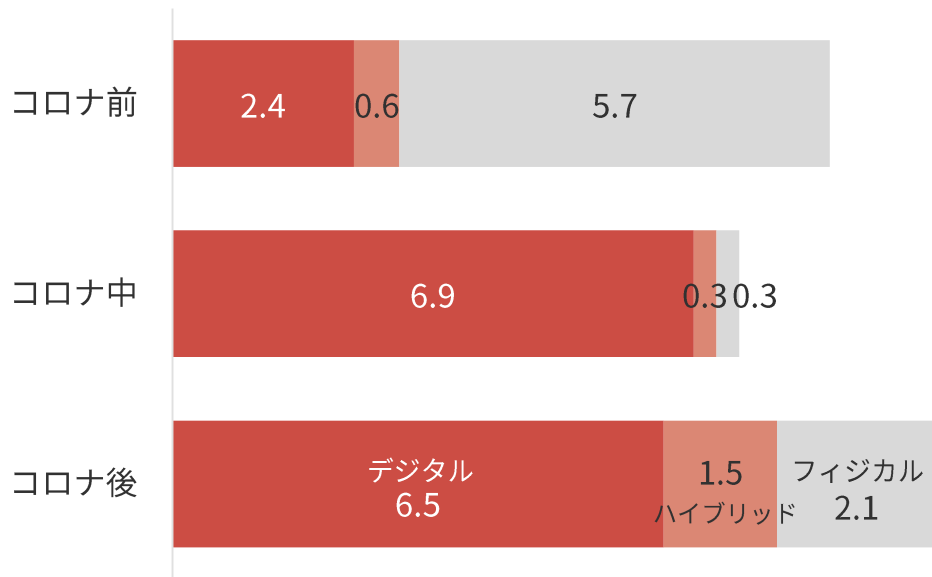


市場確立

**コロナ収束想定
短期的に減速**

長期では成長継続

1社当たりイベント開催回数平均（四半期）



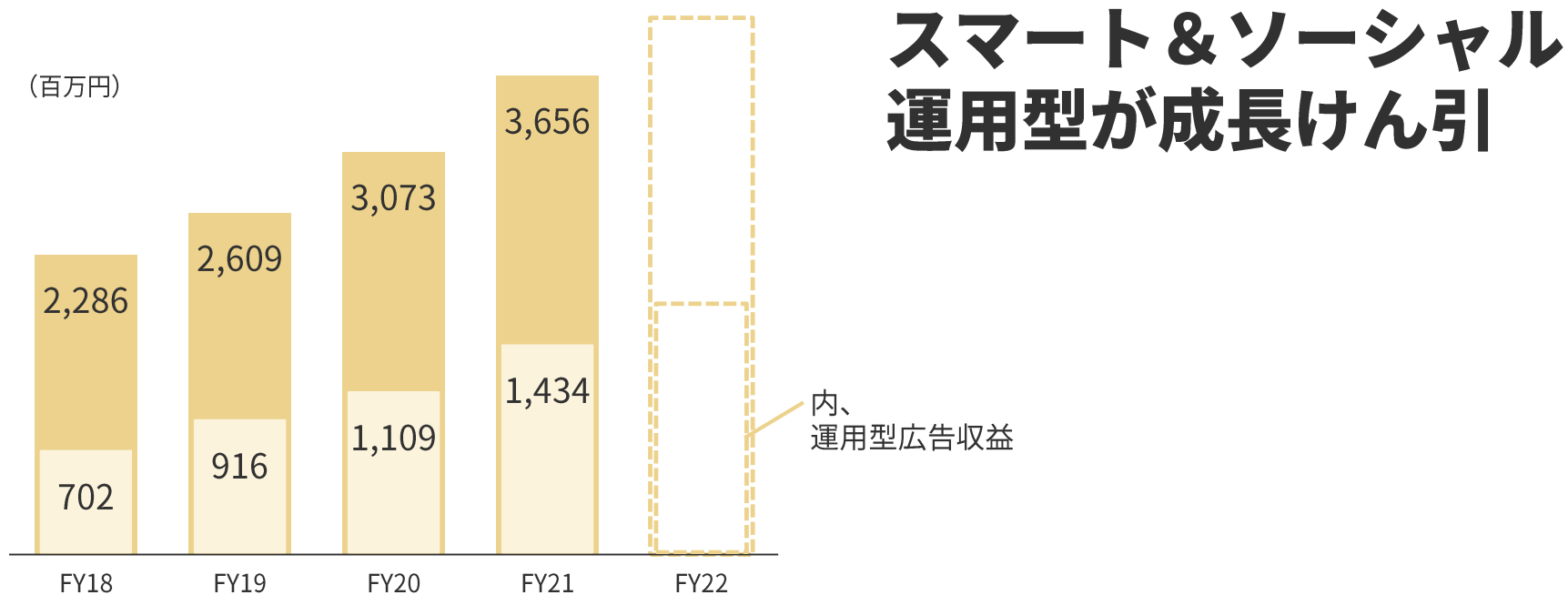
**コロナ後も
イベントはデジタル**

※当社顧客へのヒアリング調査：2022年1月（N=125）

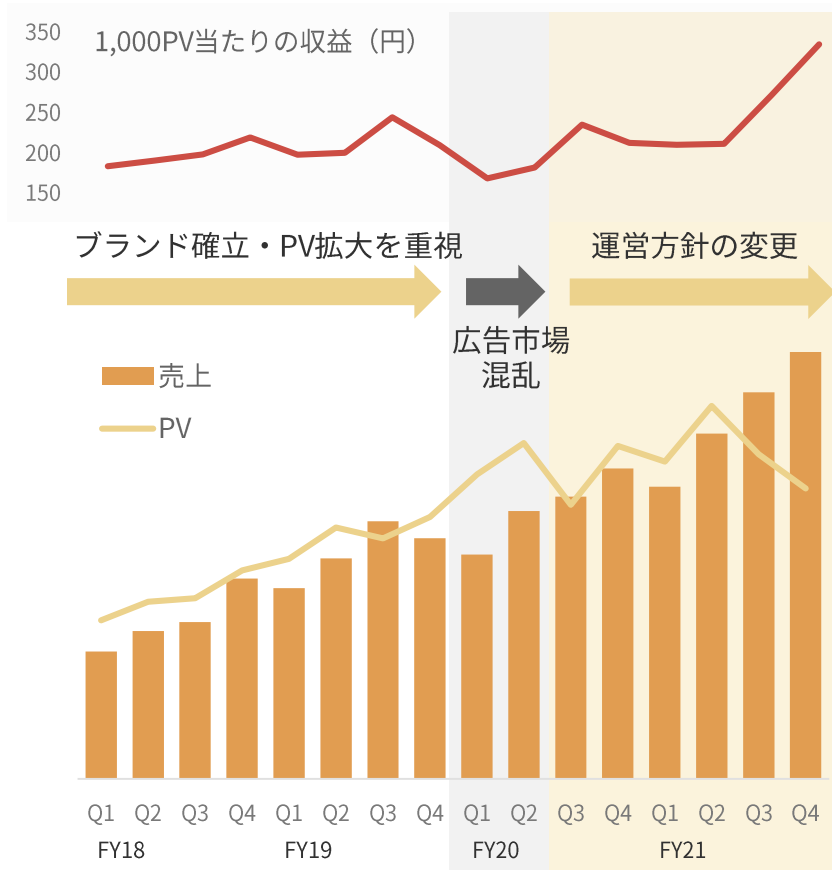
専門メディアの強みを生かした主催型イベント ITmedia Virtual EXPO に続くイベントブランドが成長



広告収益



広告収益：ねとらぼ 売上とPVの推移

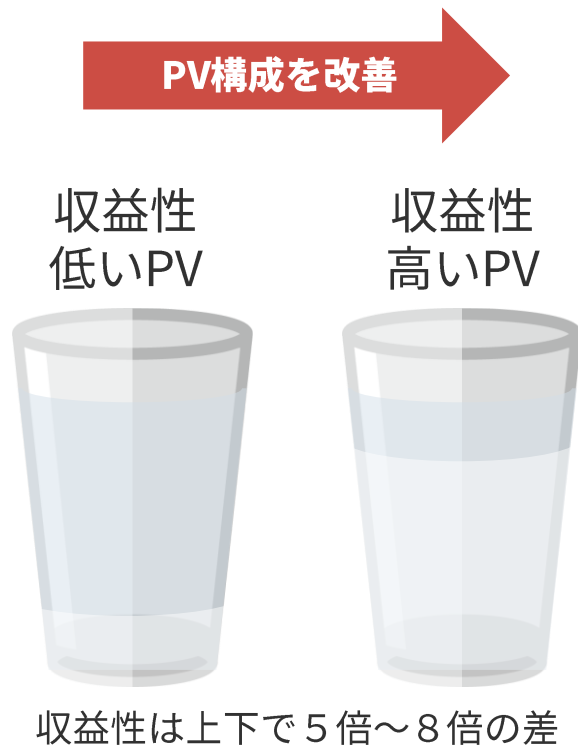


収益効率向上

前期Q3以降の方針変更奏功
広告市場単価も改善継続

今後の見通し

総PVはやや鈍化
収益性の高いPVの拡大継続
＋
コロナ収束 広告市場単価改善期待
↓
高成長継続



データ分析環境を整備 収益性分析高度化

分析変数

- ・ユーザー行動
- ・流入元
- ・コンテンツタイプ
- ・記事のトピック など

運営方針を最適化
PV効率 → 収益効率重視に
収益性の高いPVへ注力

産業界・マーケティングのデジタルシフトに対応して成長

高成長市場開拓
(顧客数増)

クラウド・SaaS

産業DX



収益モデル強化・新規開発
(顧客単価増)

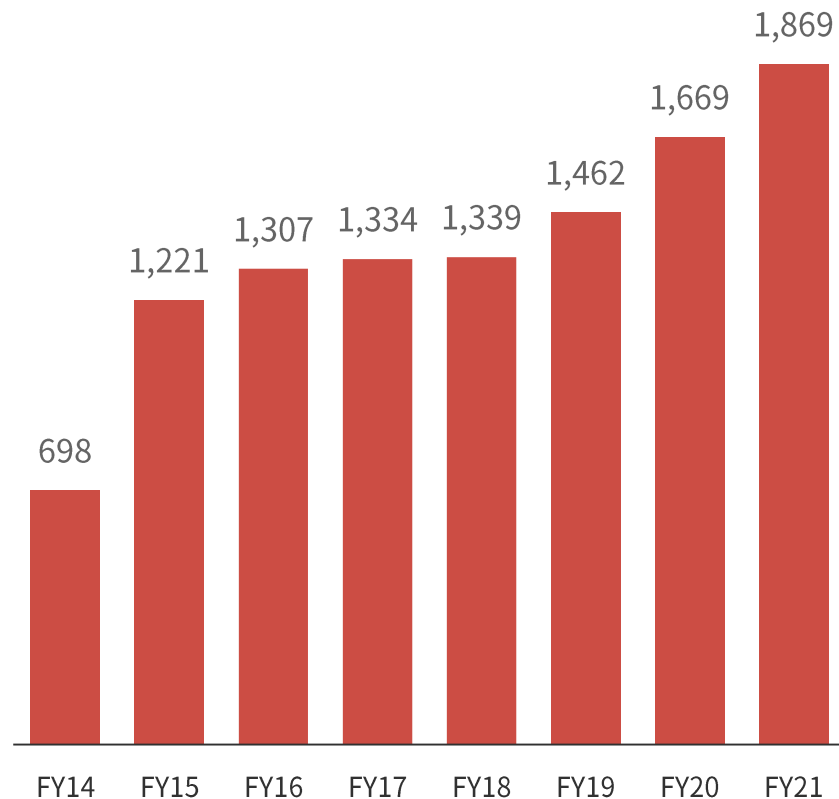
リードジェン強化・拡張

システム強化・データ統合

営業力

テクノロジー業界に特化・深耕
B2Bマーケティング・顧客獲得の総合コンサルティング

顧客数の推移



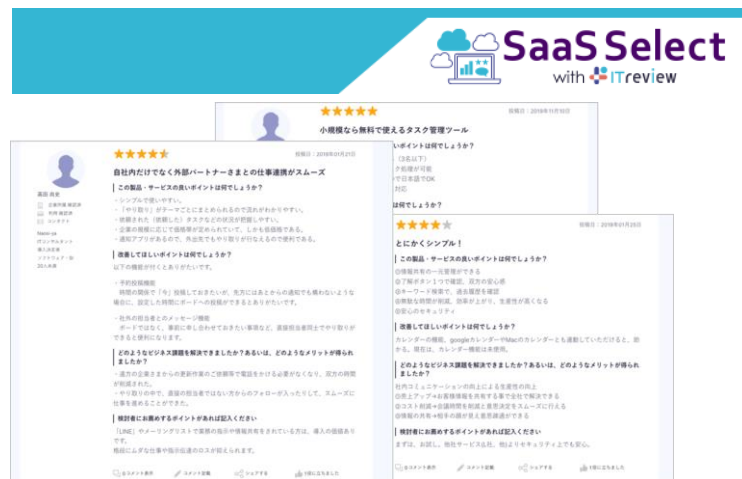
DX＝

産業・ビジネスに占める
テクノロジーの比重増



当社顧客数が増加

クラウド・SaaS、
産業DX領域がけん引



SaaS セレクト with ITreview 開設

国内最大級のB2B向けIT製品 / SaaSのレビュー
プラットフォーム ITreview との協働サイト

SaaS製品の実際のユーザーによる
レビュー・評価・比較情報を提供

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

コンテンツ例：

SaaS導入「キホンのキ」：なぜ今「マーケティングオートメーション」が必要なのか？

急成長スタートアップはどんなSaaSを使ってる？：カラダノート編

満足度の高いCRMツール 2位「HubSpot」を超えた1位は？【2022年4月版】

満足度の高いビジネスチャットランキング 2位はSlack 1位は？【2022年4月版】

満足度の高いWeb会議ツールランキング 1位「Zoom」に次ぐ2位は？【2022年4月版】

サービス開発

リードジェン
強化・拡張

収益モデル横断
データ統合

システム刷新

運用型広告
管理システム

発注ナビ
基盤システム

スマートワーク

リモート環境
改善継続

SaaS型AI活用
リード獲得最適化
法務・営業管理 etc.

開発力強化。エンジニアから執行役員就任

メディア力を生かしたサステナビリティ



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

- ・マテリアリティの特定
- ・ダイバーシティ推進
- ・気候変動
 - ・脱炭素関連コンテンツ拡充
 - ・関連の情報開示拡充
- ・英文開示拡充
- ・SDGs 関連コンテンツ拡充



2022年4月4日、東京証券取引所の新市場区分
プライム市場に移行いたしました。

2022年3月期 業績概況

過去最高

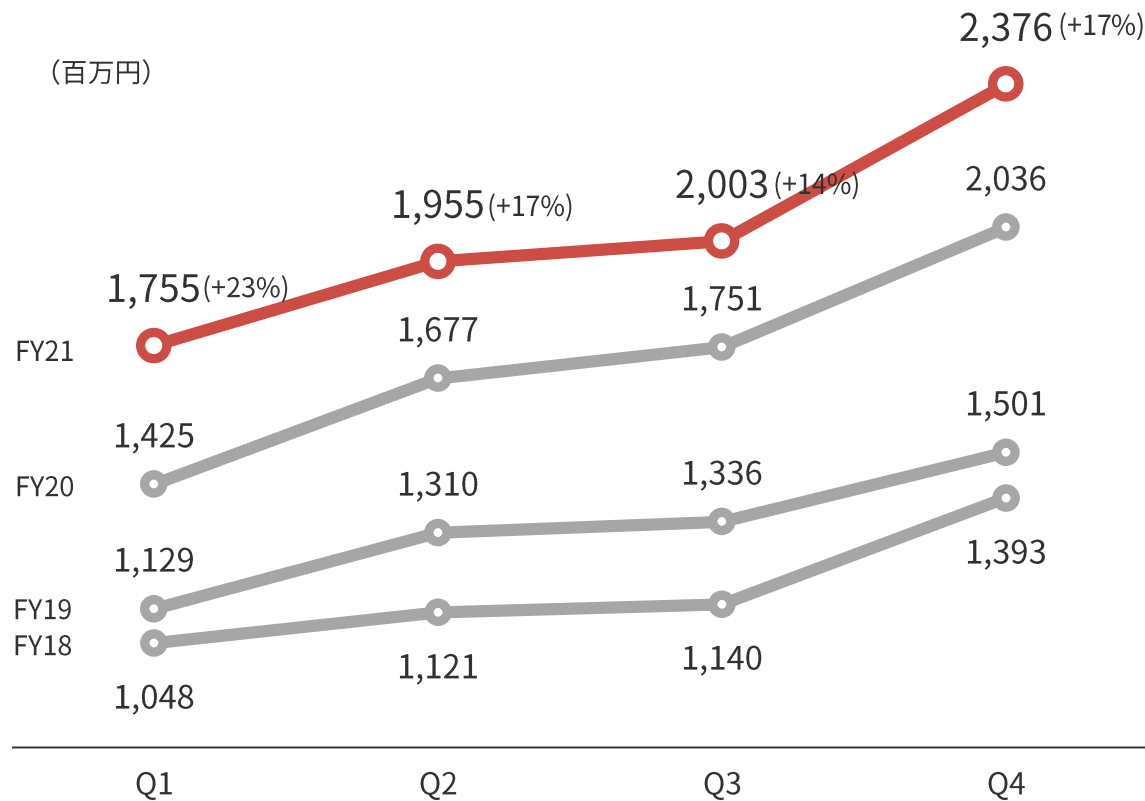
✓ 前期に続き高成長継続

✓ 売上収益 8,092百万円（17%増）

リードジェン事業 8% 増 ・マーケティングのデジタルシフト継続

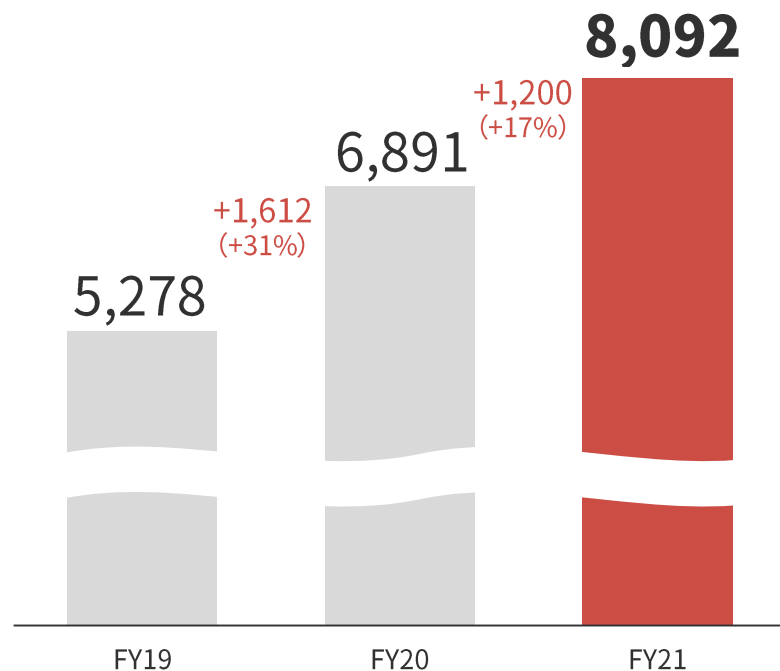
メディア広告事業 26% 増 ・DX加速背景に製造系／ビジネス系顧客ニーズ拡大
・主催型デジタルイベント好調
・運用型広告収益拡大

✓ 営業利益 2,687百万円（33%増）



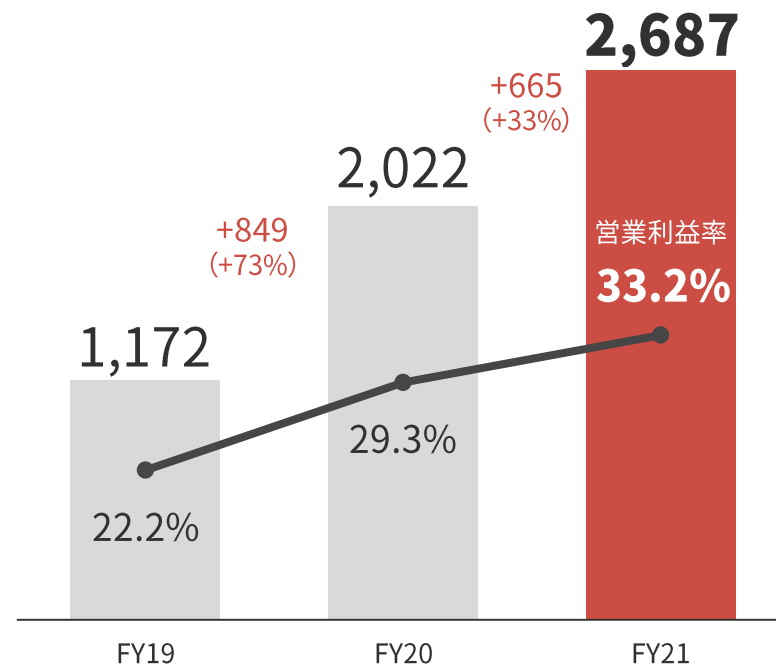
**当初保守的想定の
Q4も成長**

売上収益



営業利益

(百万円)



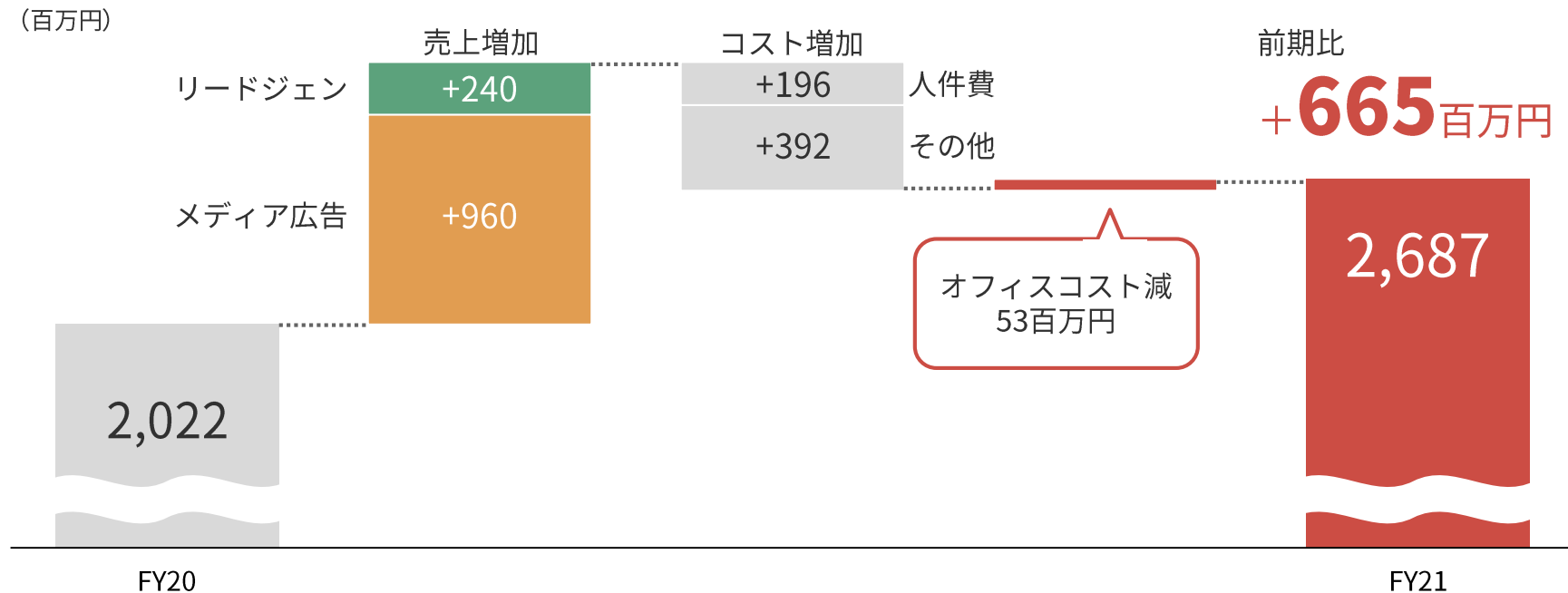
連結損益計算書

(百万円)

	FY20		FY21		増加額	増減率
	金額	売上比	金額	売上比		
売上収益	6,891	100.0%	8,092	100.0%	+1,200	+17.4%
総コスト	4,869	70.7%	5,404	66.8%	+535	+11.0%
(うち人件費)	2,761	40.1%	2,958	36.6%	+196	+7.1%
EBITDA	2,476	35.9%	3,068	37.9%	+592	+23.9%
営業利益	2,022	29.3%	2,687	33.2%	+665	+32.9%
税引前利益	1,917	27.8%	2,680	33.1%	+763	+39.8%
当期利益	1,255	18.2%	1,800	22.3%	+545	+43.5%
親会社の所有者 に帰属する当期利益	1,255	18.2%	1,800	22.3%	+545	+43.5%

※ 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
今回開示より株式報酬費用についても加算し、前期分も同様の算出をしています。

増収により増益。成長領域への投資継続



連結キャッシュフロー計算書

(百万円)

	FY20	FY21	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	2,212	1,989	▲223
投資活動による キャッシュ・フロー	▲161	152	+313
財務活動による キャッシュ・フロー	▲475	▲1,203	▲727
現金及び現金同等物の 増減額	1,575	938	▲637
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	5,877	6,815	+938

営業CF 主な内訳

税引前利益	+2,680
減価償却費及び償却費	+284
法人所得税の支払額	▲919

投資CF 主な内訳

投資の売却による収入	+201
有形固定資産及び無形資産 の取得による支出	▲57
事業譲受による支出	▲40

財務CF 主な内訳

新株の発行による収入	+178
配当金の支払	▲397
自己株式の取得による支出	▲800

連結財政状態計算書

(百万円)

		21年3月末	22年3月末	差異
資産の部	流動資産	7,667	8,728	+1,060
	非流動資産	1,407	1,320	▲86
	資産合計	9,074	10,048	+974
負債の部	流動負債	1,894	2,051	+157
	非流動負債	62	64	+1
	負債合計	1,957	2,115	+158
資本の部	資本金/資本剰余金	3,661	3,933	+272
	利益剰余金	3,607	5,143	+1,535
	自己株式	▲344	▲1,144	▲800
	他包括利益累計額	192	-	▲192
	親会社の所有者に 帰属する持分	7,117	7,932	+815
	資本合計	7,117	7,932	+815
1株当たり 親会社の所有者に帰属する持分		359.11円	401.34円	+ 42.23円
親会社所有者帰属持分比率		78.4%	78.9%	+ 0.5pt

資産合計

現金及び現金同等物	+938
その他の金融資産	▲339
使用権資産	+175

負債合計

リース負債	+157
-------	------

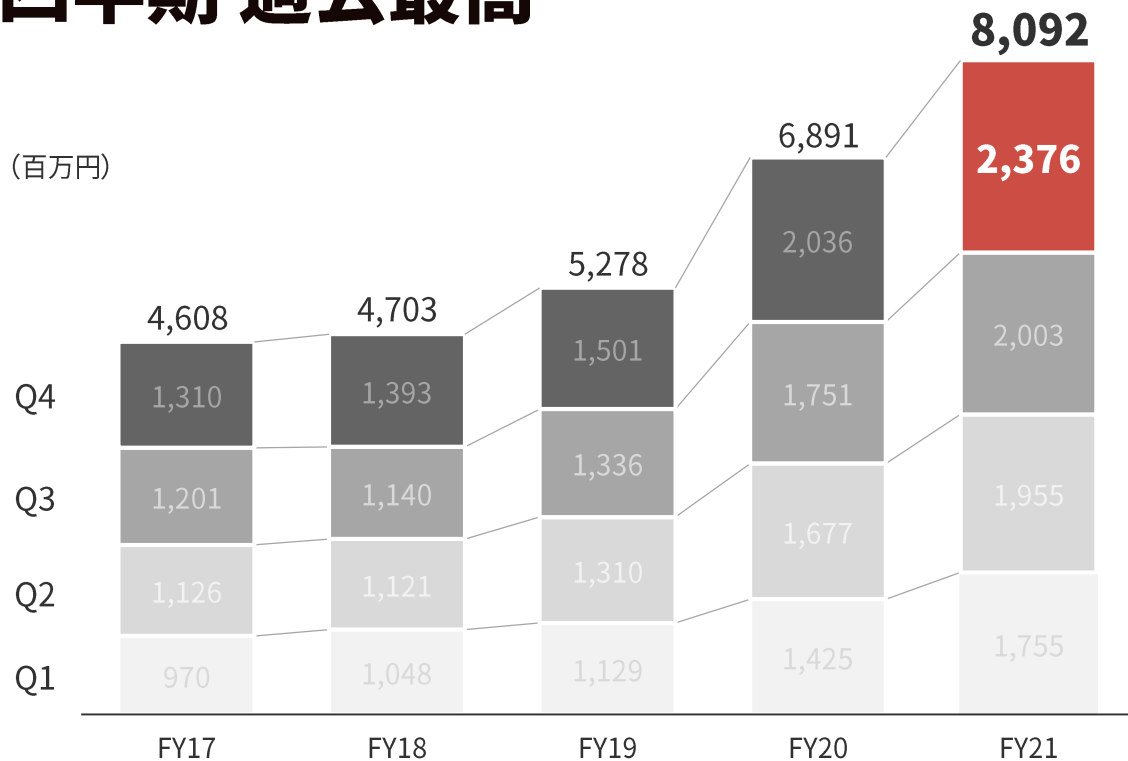
資本合計

資本金/資本剰余金	+272
利益剰余金	+1,535
うち、四半期利益	(+1,800)
うち、剰余金の配当	(▲396)
自己株式	▲800

売上収益（四半期別）

四半期 過去最高

(百万円)



Q4会計

2,376百万円

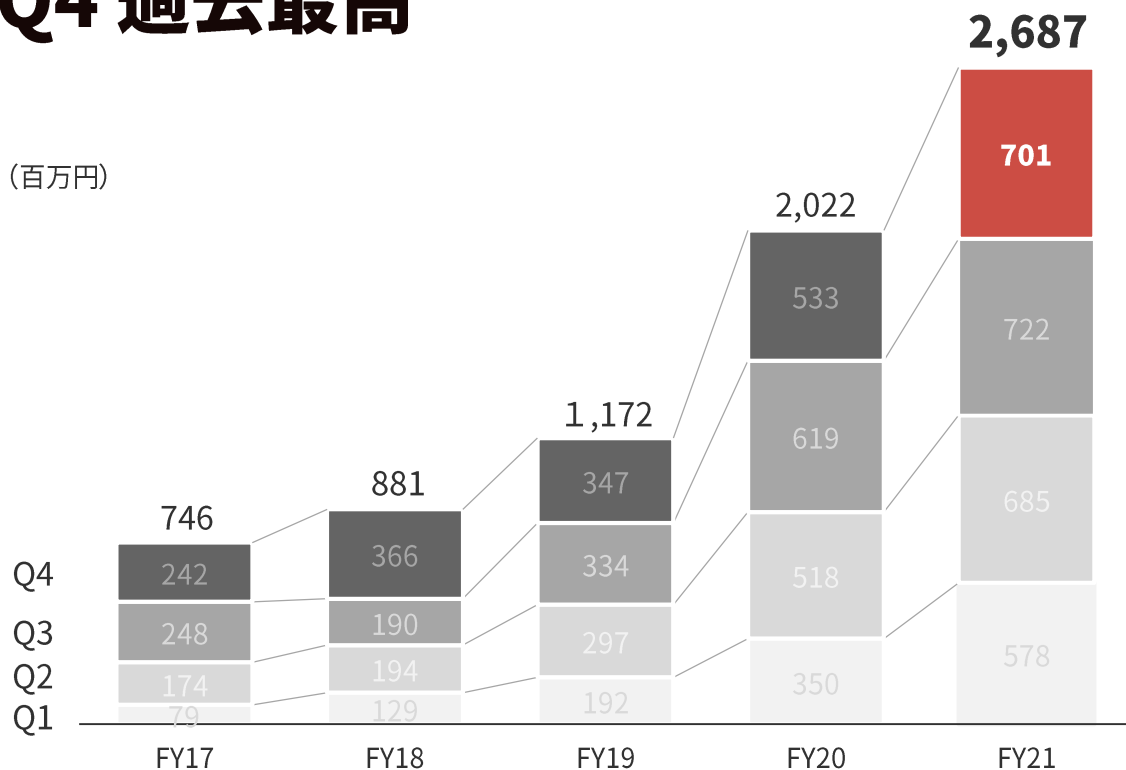
前期比

+340百万円
(+17%)

営業利益（四半期別）

Q4 過去最高

(百万円)



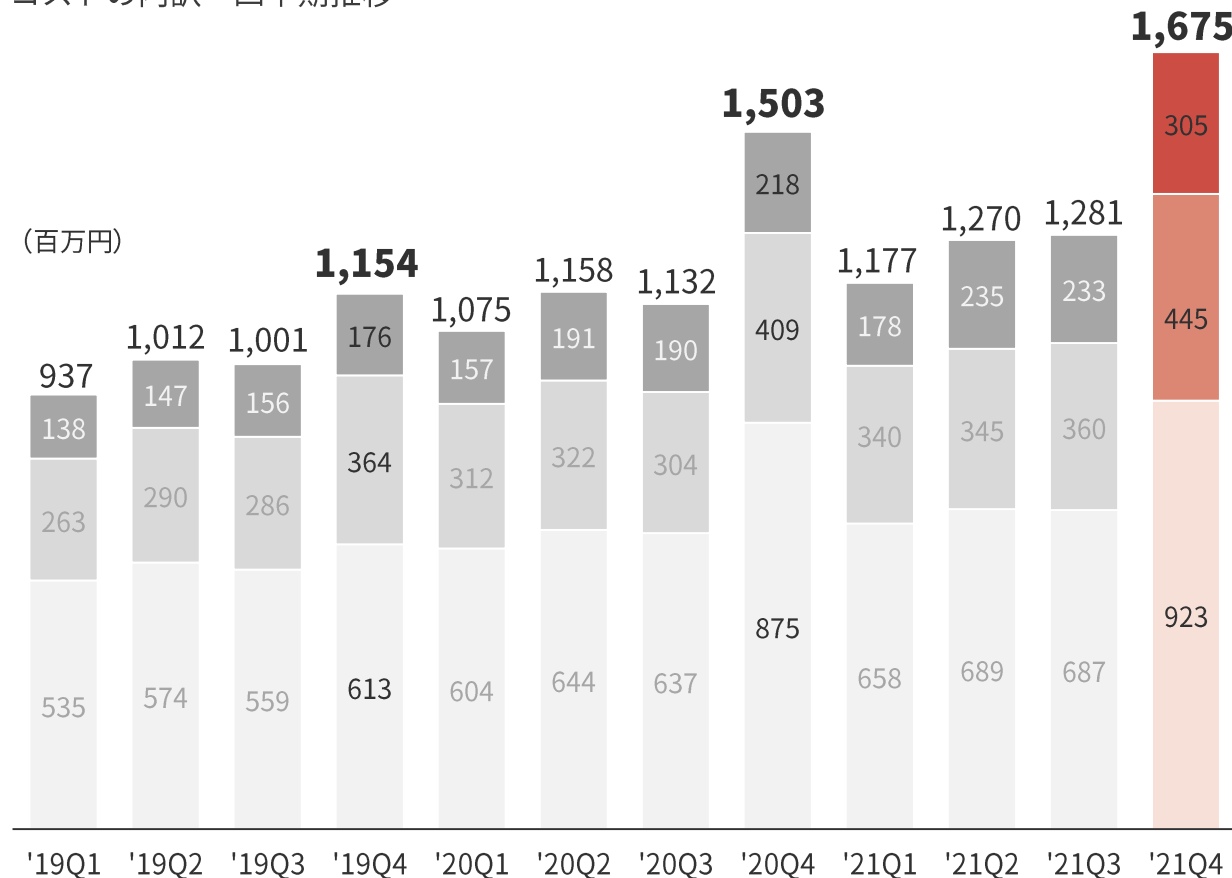
Q4会計

701百万円

前期比

+168百万円
(+32%)

コストの内訳 四半期推移



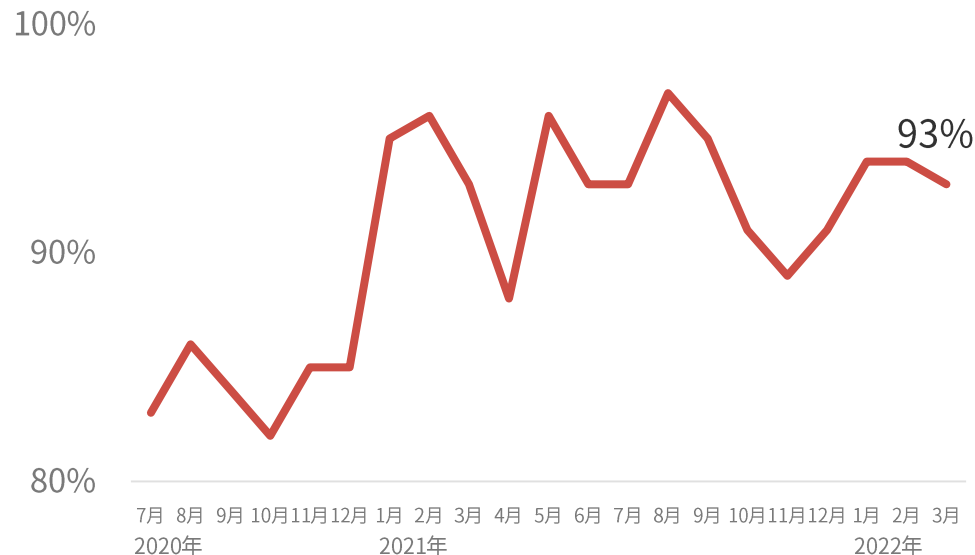
Q4会計	前期比	構成比
合計	+11.4%	100%
外注費	+40.3%	18.3%
その他	+8.9%	26.6%
人件費	+5.5%	55.1%

[主な前期比増減要素]

- 人件費+47
 - ・成長領域での人員増加
 - ・前期、当期ともに従業員向け一時金、株式報酬により増加
前期+177M、当期+184M
- 外注費+87
 - ・デジタルイベント拡大に連動
- その他+36
 - ・業務環境、システム
 - ・オフィスコスト減

従業員向けに一時金支給

当社従業員の在宅勤務状況



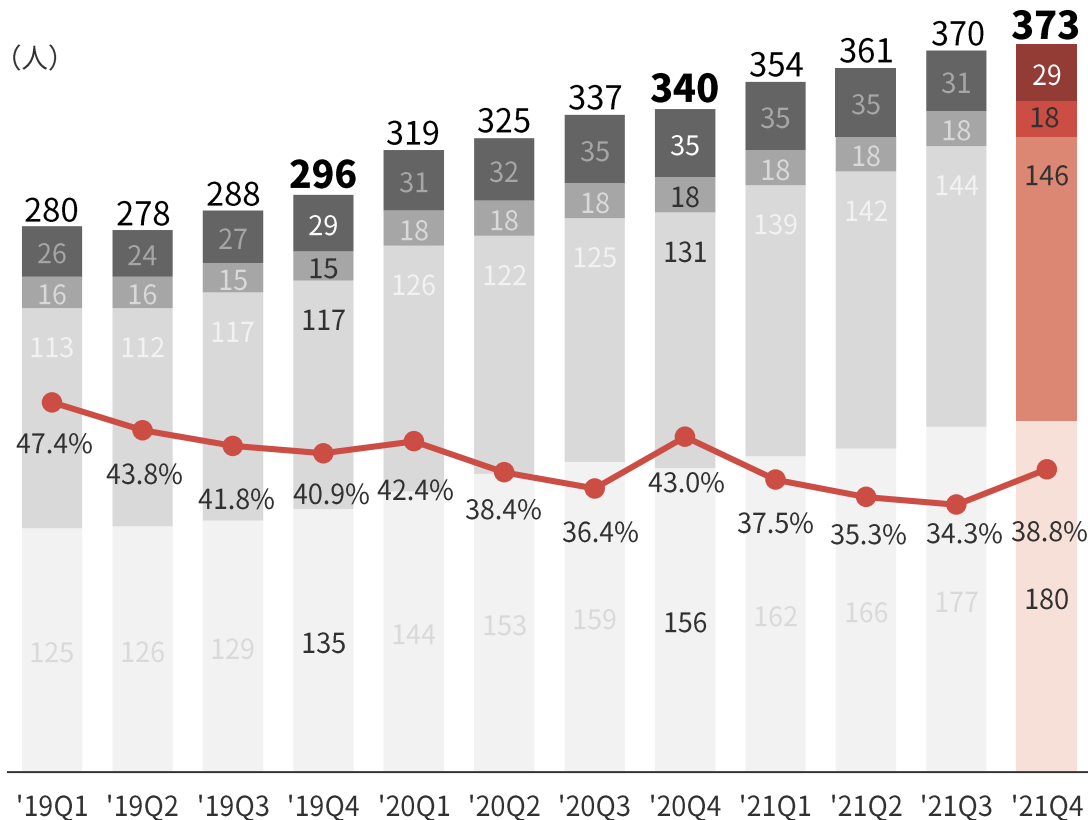
従業員の9割以上が
在宅勤務を継続



好業績還元と
在宅勤務環境改善のため
Q4で一時金支給
スマートワーク推進

従業員の内訳 四半期推移

(人)



Q4会計	前年同期比	構成比
合計	+33人	100%
管理系・その他	▲6人	7.8%
技術系	±0人	4.8%
営業・企画系	+15人	39.1%
編集系	+24人	48.3%

*契約、派遣、アルバイトを含む

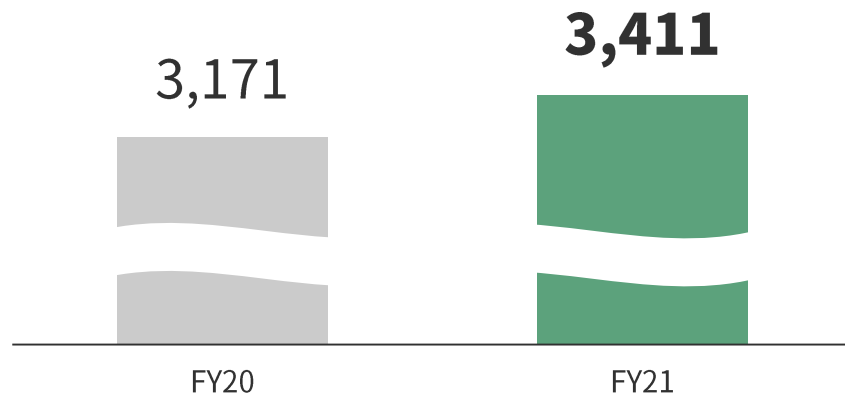
$$\text{売上収益人件費率} = \frac{\text{【販管費】人件費} + \text{【原価】労務費}}{\text{売上収益}} \times 100$$

リードジェン事業

+240

(+8%)

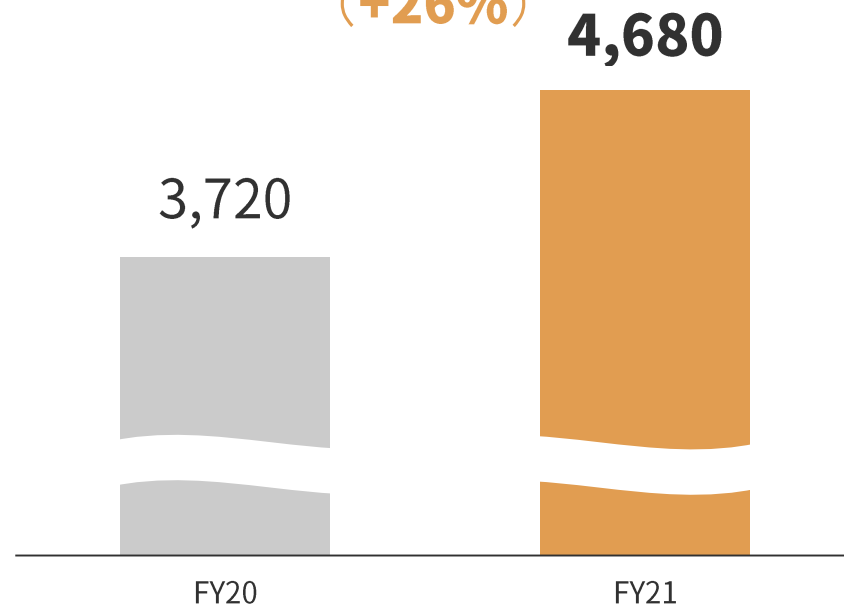
(百万円)



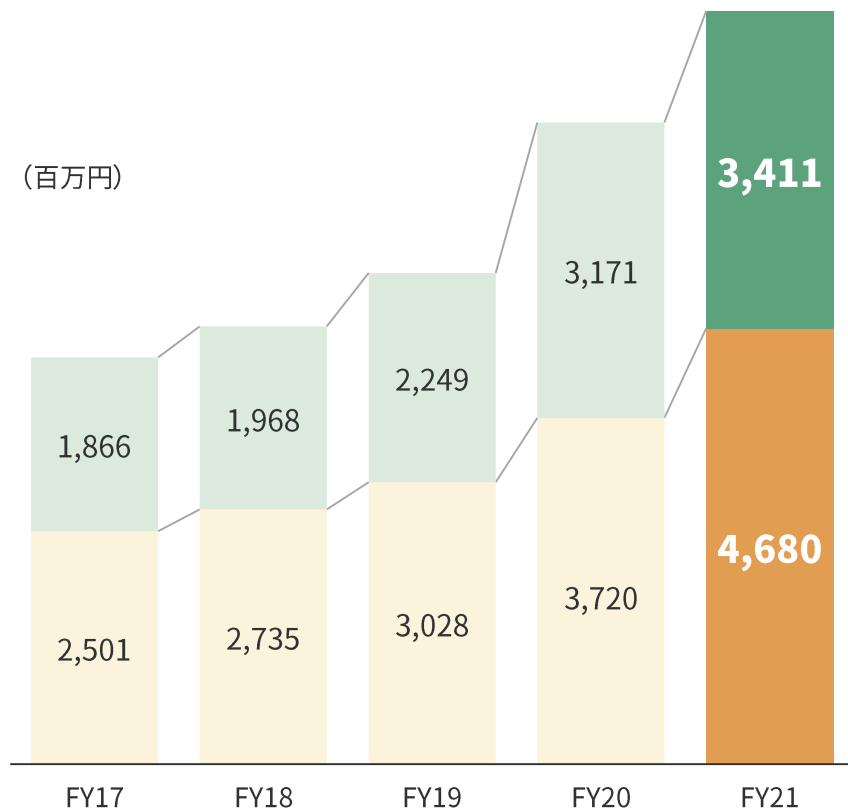
メディア広告事業

+960

(+26%)



セグメント別売上収益の推移



リードジェン事業 +240 (+8%)

- 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 +960 (+26%)

- 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

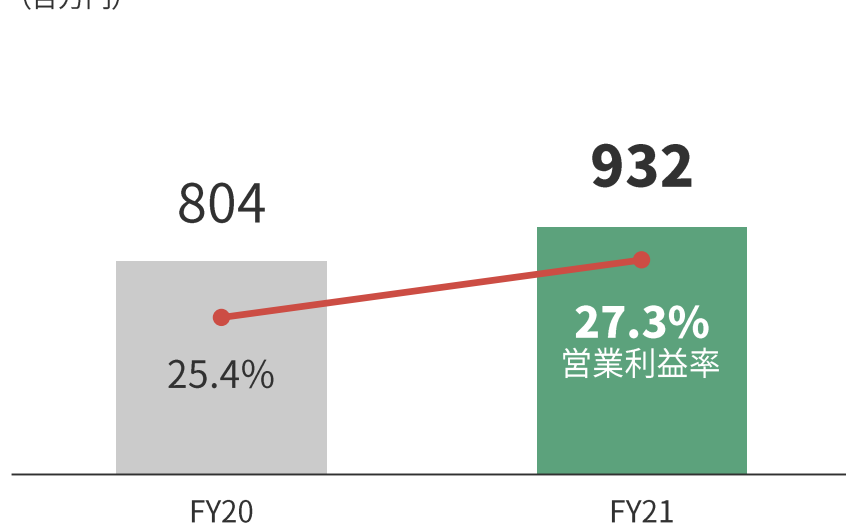
- 運用型広告収益拡大

リードジェン事業

+128

(+16%)

(百万円)

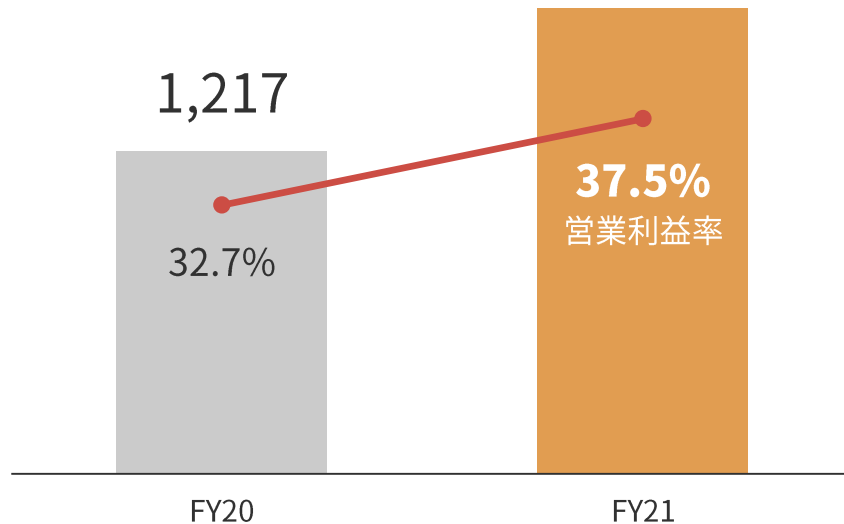


メディア広告事業

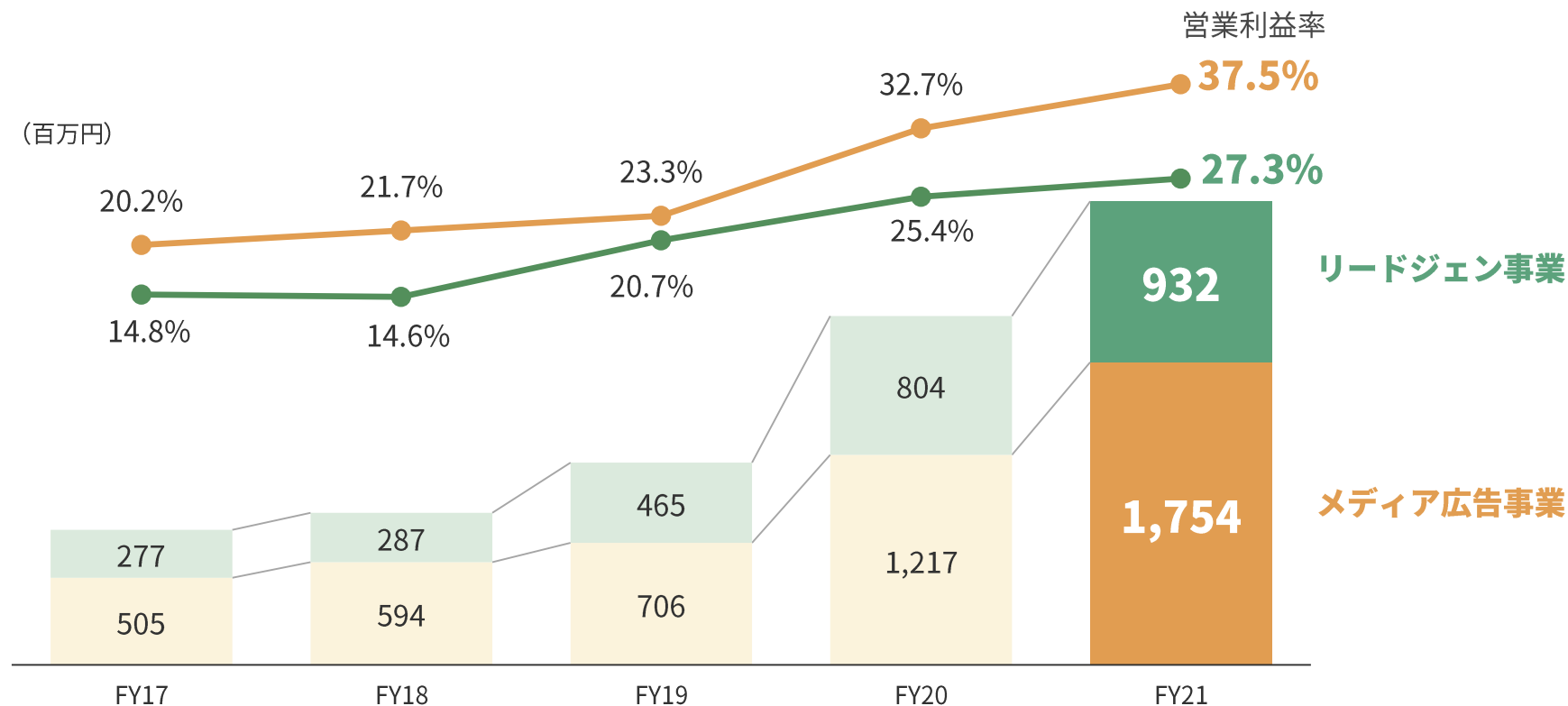
+536

(+44%)

1,754

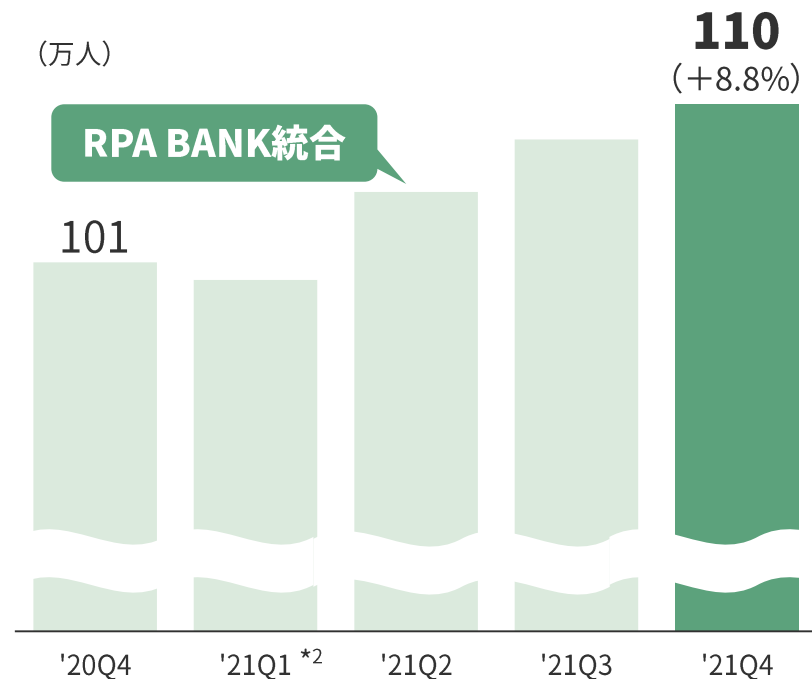


セグメント別営業利益の推移

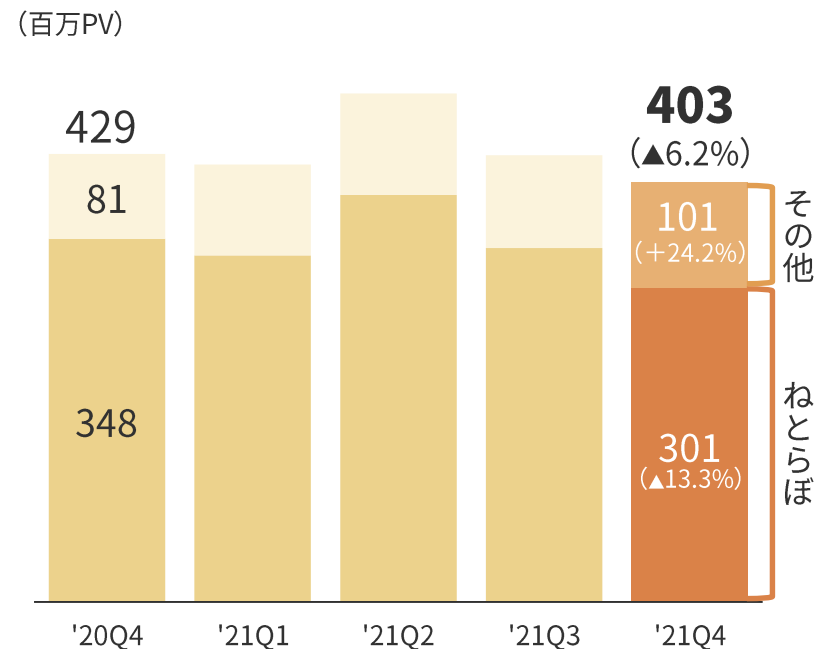


KPIの状況：会員数およびPV 直近5四半期の推移

■ リードジェン会員数 *1



■ PV数 (月平均)

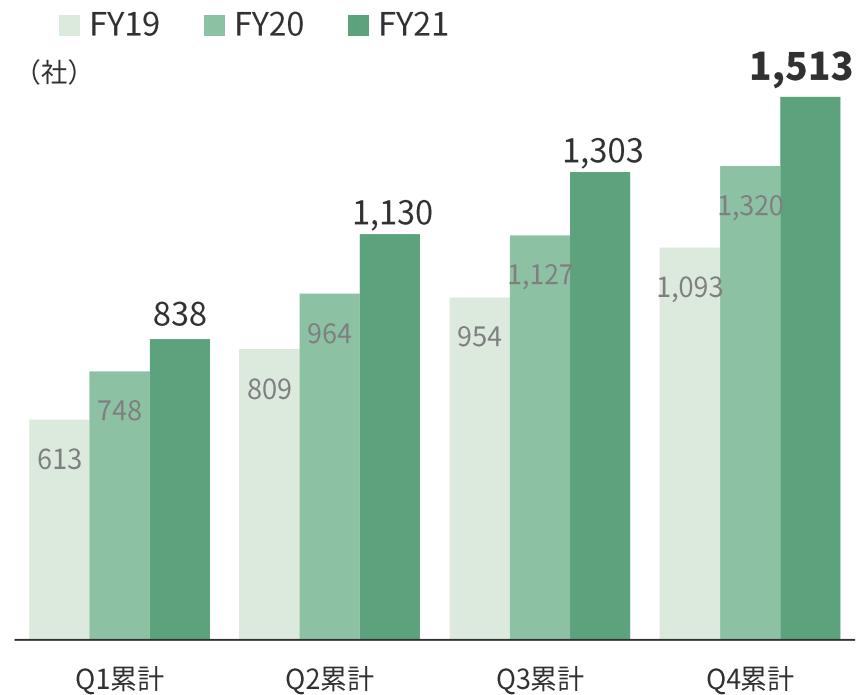


*1：共通会員基盤「アイティメディアID」上でリードジェンサービスの対象となっている会員数

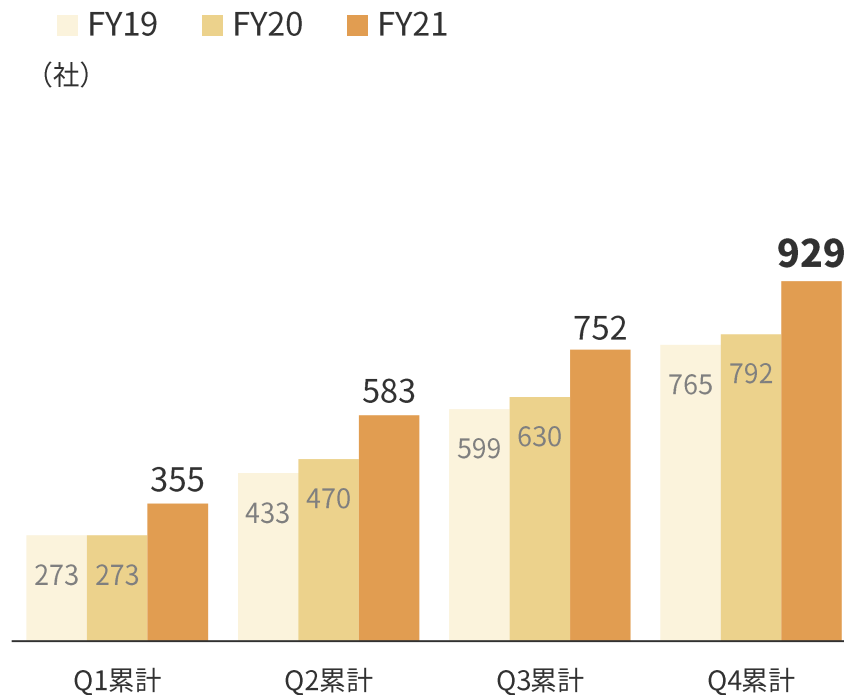
*2：低品質データのクレンジング実施

KPIの状況：顧客数推移

■ リードジェン

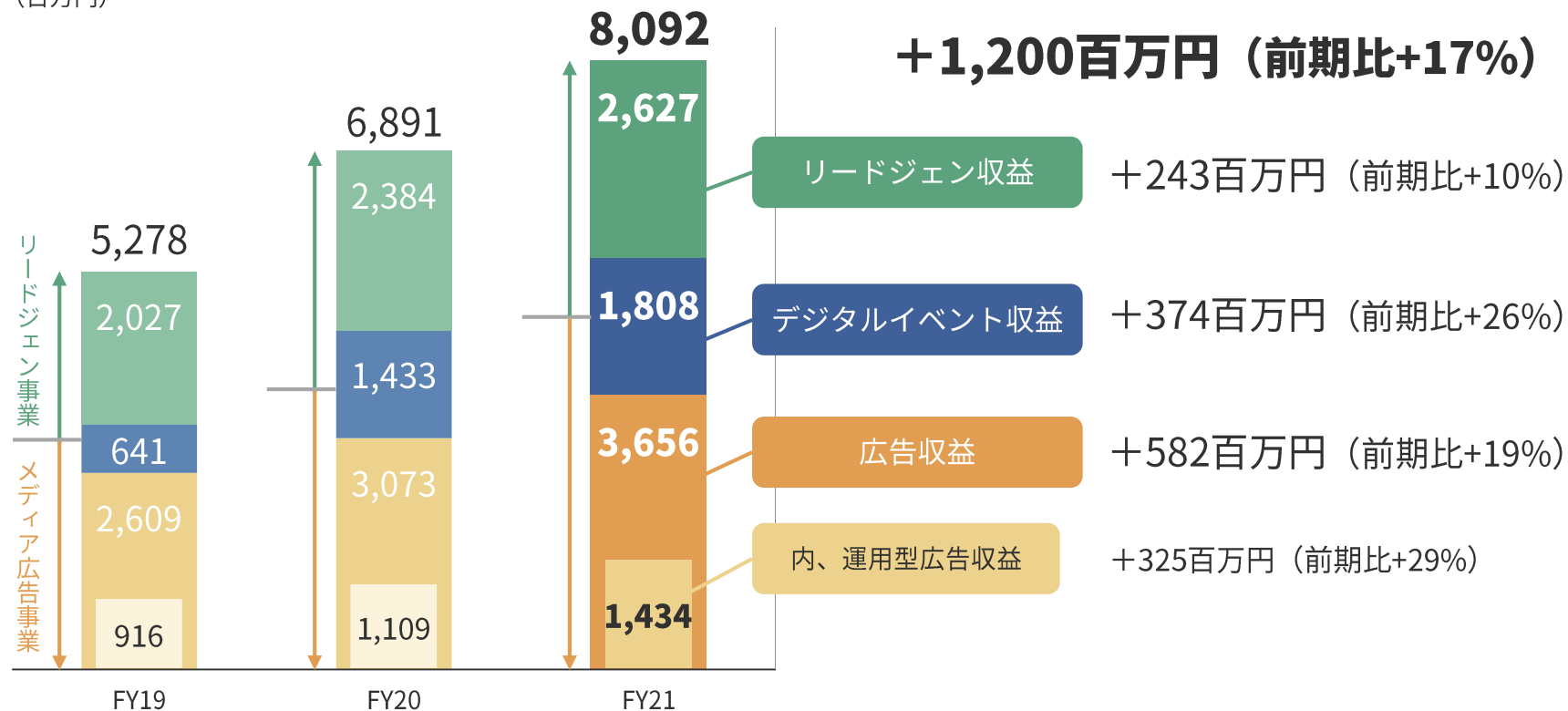


■ メディア広告



収益モデル別売上収益の状況

(百万円)

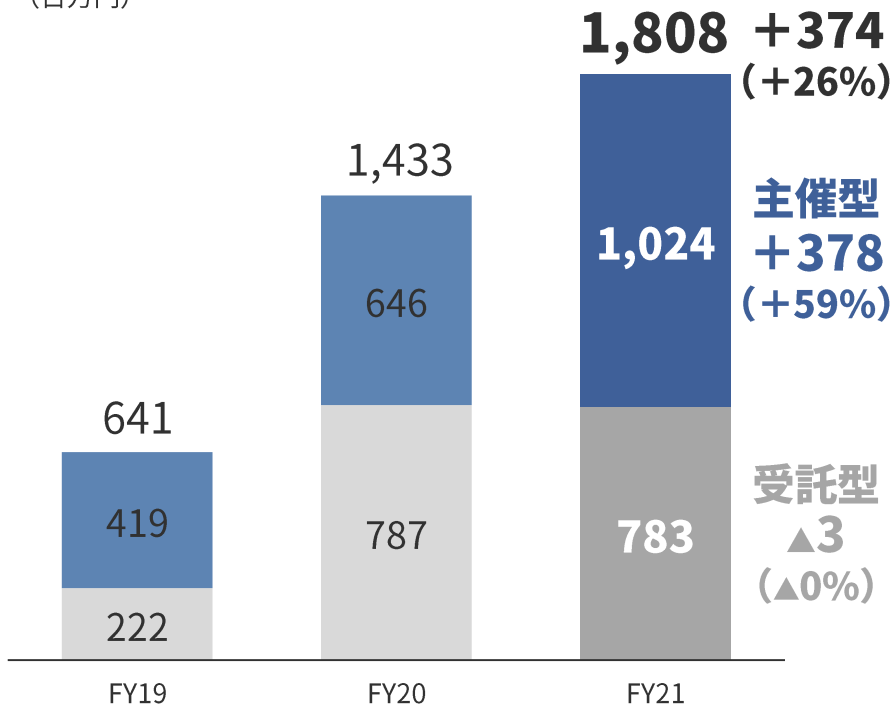


※四半期推移データ：付録資料編参照

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 Virtual EXPO他、ITmedia Security Week、ITmedia SaaS EXPO 等各イベントの規模拡大

2023年3月期 業績予想・配当予想

新型コロナ

ウクライナ情勢

円安

- ・現時点で影響は軽微
- ・コロナ収束による想定
 - ・マーケティングのデジタルシフトは継続
 - ・デジタルイベント収益：短期的に減速
 - ・運用型広告収益：単価改善

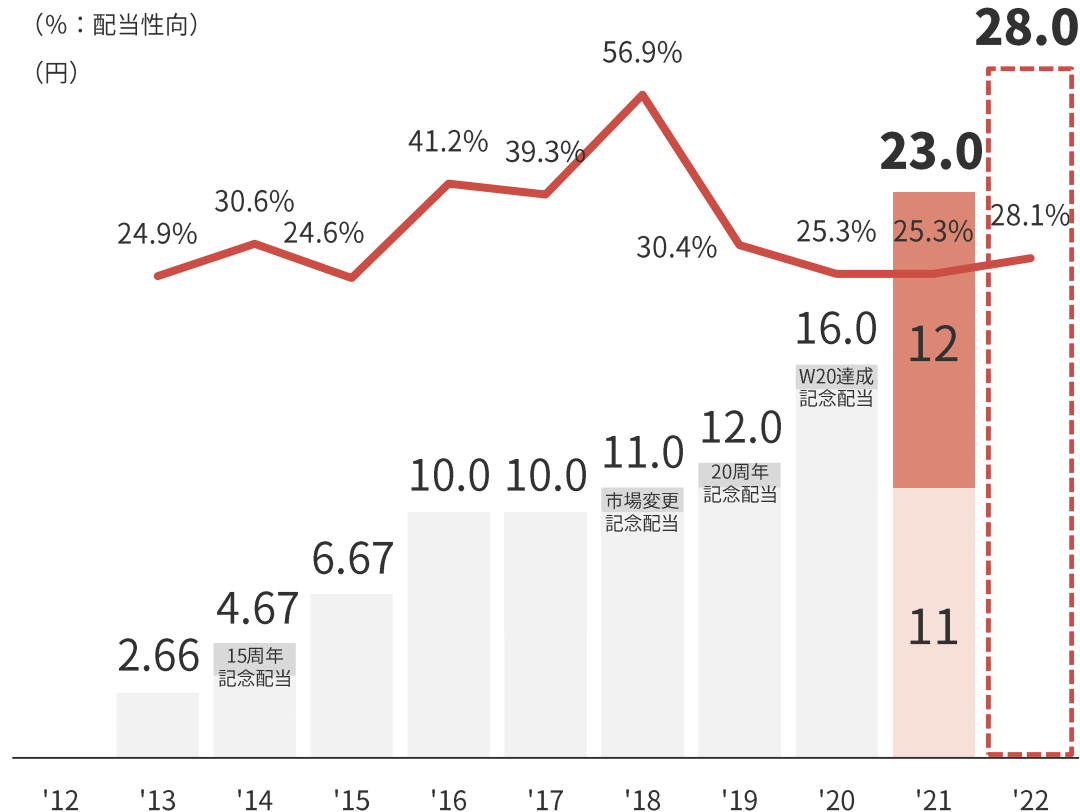
- **最高益更新継続**
- **中期成長のための投入前倒し**

(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
通期	8,730	2,920	1,970
前期比	(+7.9%)	(+8.7%)	(+9.4%)
前期実績	8,092	2,687	1,800

※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。

FY21期末配当とFY22年間配当予想



FY21
期末 12円
年間 23円

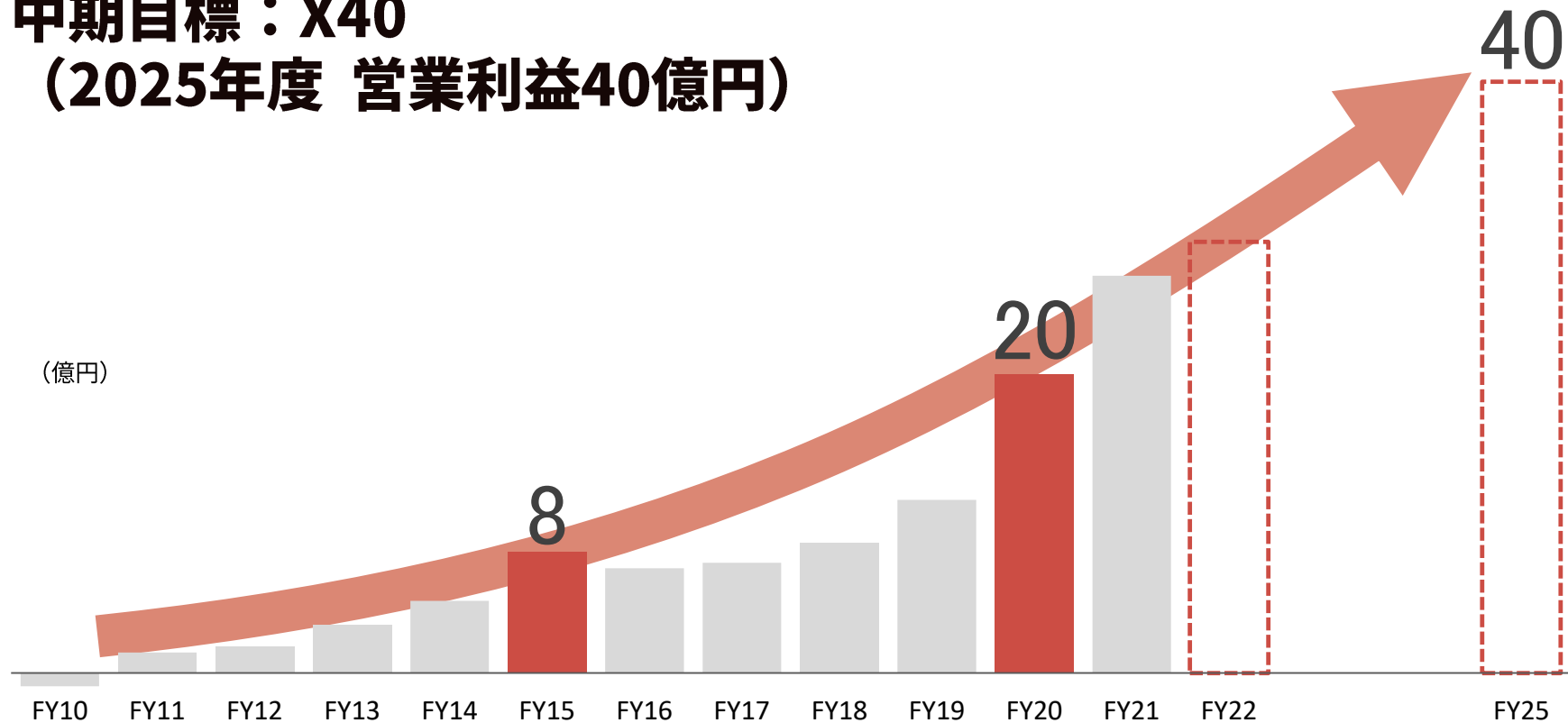
※ 自社株式の取得と合わせた総還元性向：69.7%

FY22
年間 28円

※ 配当性向 28.1%

(再掲) 中期目標 X40 営業利益

中期目標：X40 (2025年度 営業利益40億円)



**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
付録資料編

2022年4月28日



ITmedia Inc.

アイティメディア株式会社

証券コード：2148 東証プライム市場

当社の概要

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

2022年 東証プライム

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

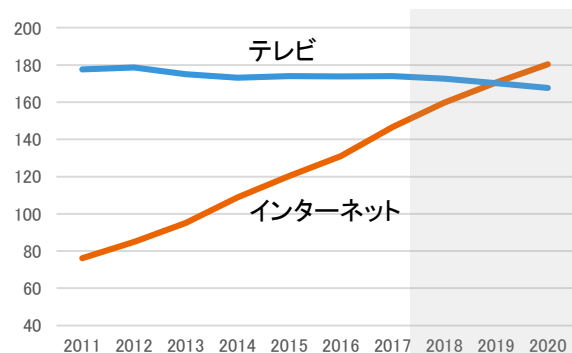
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

- ・ 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

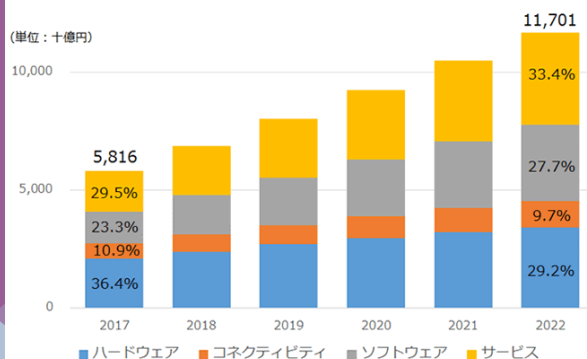
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケティング

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

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	

設立年月日	1999年12月
資本金	18億円
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	281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
5,000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
110万人

顧客数
1,800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

110万人

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

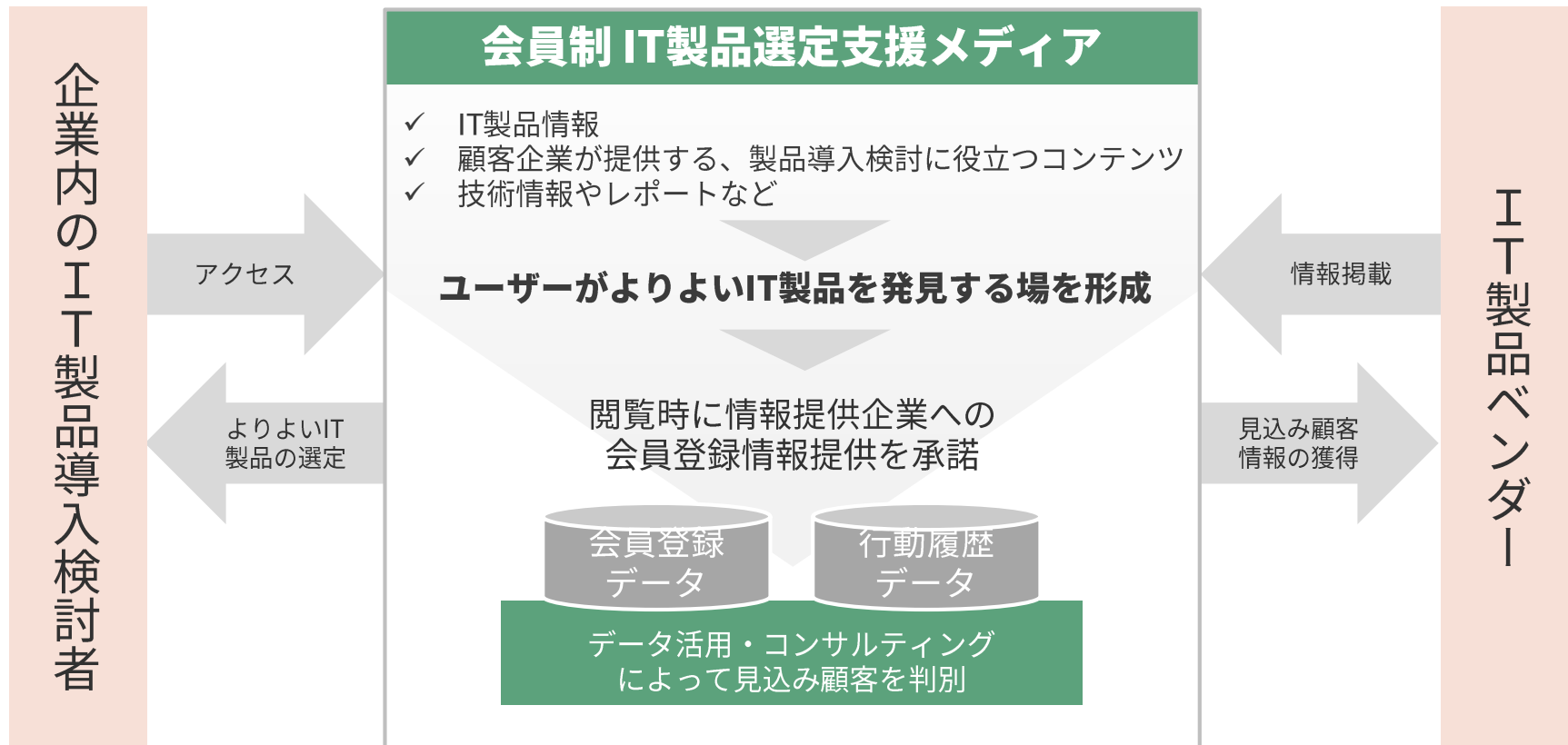
受注

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
	最大の競争を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

2022年1月6日公開

[「テープ」復活は確実か？ 認めざるを得ない“実は古くない”ストレージの利点見直される「テープ」の存在【前編】](#)

古くからあるストレージである「テープ」に興味深い動きがある。SSDやHDDが主要ストレージとして使用される中で、企業はテープの何に注目すべきなのか。

ITmedia マーケティング

2022年1月14日公開

[Social Media Today：若者のインスタ離れを食い止めるためにMetaが下した「古参ユーザー切り捨て」の決断](#)

Metaの若者文化への主要な接点であるInstagramは現在、反撃を目指している。メタバースへの移行に備えつつ、来たるべきときまで若者をつなぎとめることも考えなくてはならないからだ。

2022年3月25日公開

[CMOのためのデジタルトレンド解説【号外】：Google アナリティクス（ユニバーサルアナリティクス）終了に伴い、これから起こること](#)

【緊急寄稿】Google アナリティクス（ユニバーサルアナリティクス）の終了に伴い、今後どのようなことが発生するか、どのように対処すべきか、まとめてみました。

キーマンズネット

2022年1月18日公開

[絶対に“出戻り”させてはいけない退職者の特徴](#)

一度退職した社員の出戻り（ブーメラン）に関する研究によると、再雇用しても良い場合と悪い場合があるという。その判断軸はどこにあるのか。

2022年3月17日公開

[2022年度の「IT導入補助金」は何がどうなる？ 3分で分かる変更点と新設枠](#)

制度開始から6年目を数える「IT導入補助金」。コロナ禍における中小企業のビジネスを支援しようと特別枠を新設するなど、社会情勢を読み取ってその都度措置が講じられてきた。2022年度の補助金制度はどこがどう変わるのか。

TechFactory

2022年3月22日公開

[宮田健の「セキュリティの道も一歩から」\(71\)：サイバー攻撃がラインを止める日——いま、私たちにできることは？](#)

「モノづくりに携わる人」だからこそ、もう無関心ではいられない情報セキュリティ対策の話。でも堅苦しい内容はちょっと苦手……という方に向けて、今日から使えるセキュリティ雑学・ネタをお届け！今回は、先日公開された「情報セキュリティ10大脅威」から、サプライチェーンの弱点を悪用した攻撃に注目してお届けします。

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

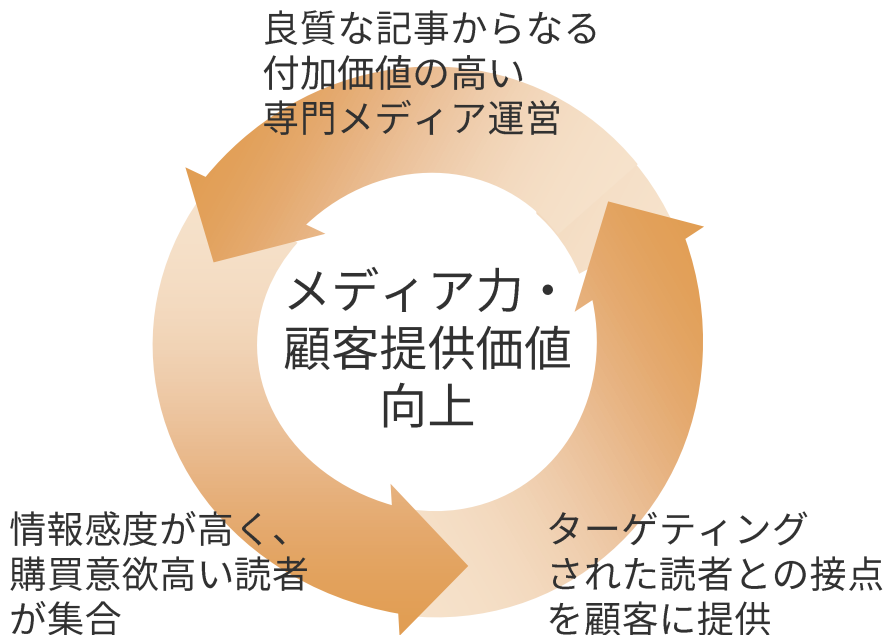
■ ハイブリッドイベント

オンラインでもオフラインでも参加できるイベント

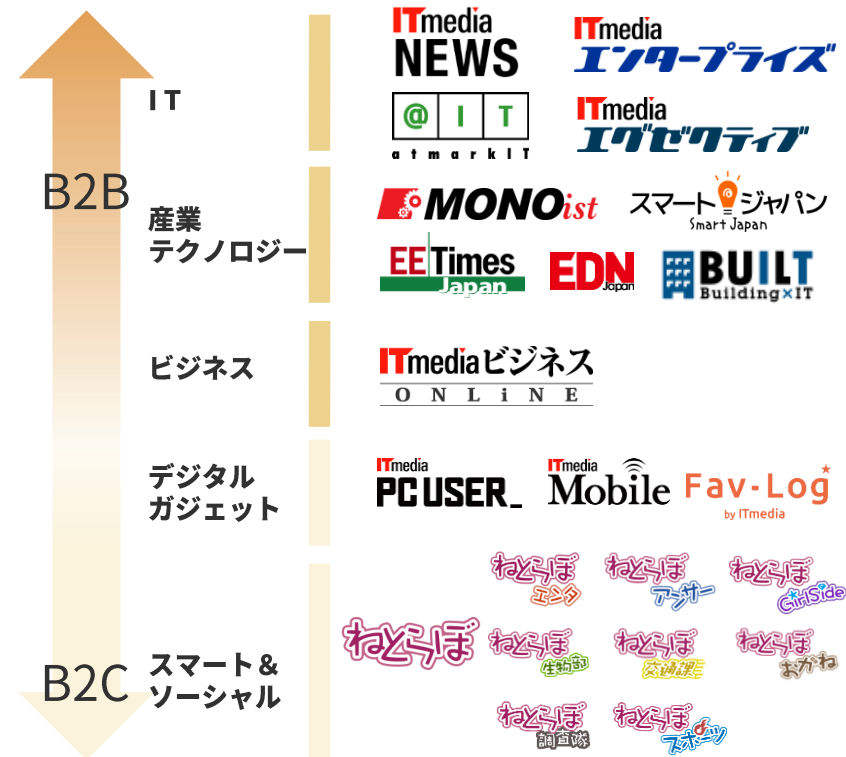
■ デジタルなフィジカルイベント

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



MONOist

2022年1月7日公開

[MONOist 2022年展望：製造業こそ「メタバース」に真剣に向き合うべき](#)

ITmedia エンタープライズ

2022年2月15日公開

[半径300メートルのIT：筆者がGmailの「2段階認証」を止めるまで 身近なところからセキュリティ意識を改革しよう](#)

ITmedia NEWS

2021年12月10日公開

[「やばすぎる」 Javaライブラリ「Log4j」にゼロデイ脆弱性、任意のリモートコードを実行可能 iCloudやSteam、Minecraftなど広範囲のJava製品に影響か](#)

ITmedia Mobile

2022年2月22日公開

[5分で知るモバイルデータ通信活用術：「3日間15GB」の速度制限を撤廃したWiMAX +5G 本当に制限は掛からない？](#)

ねとらぼ

2021年12月9日公開

[「起きたら全て消えていた」 Discordで横行する“サーバー凍結荒らし”、1万人参加サーバーが一夜で消えたその手口](#)

ねとらぼ調査隊

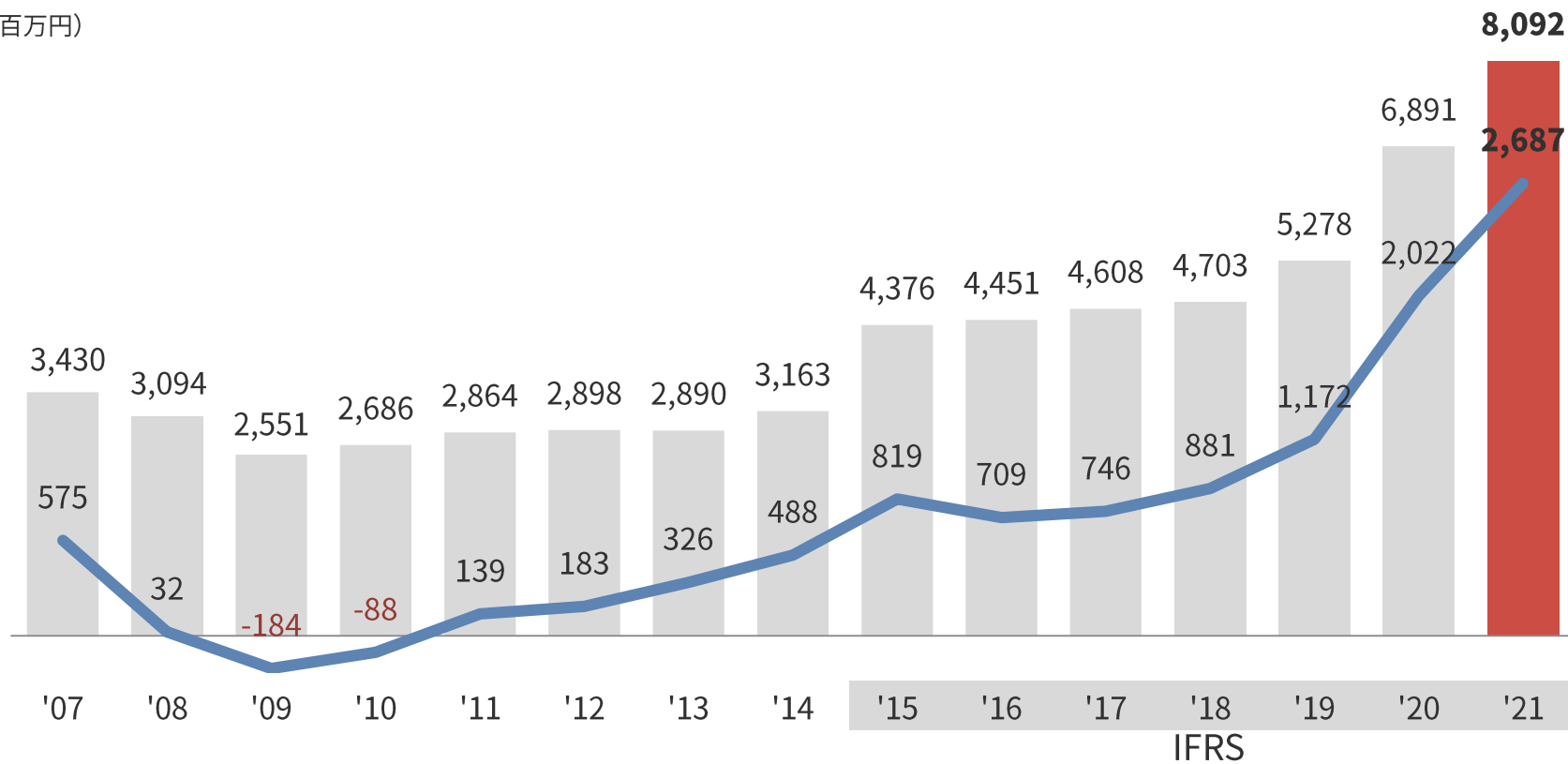
2022年2月22日公開

[影山ヒロノブ「まだ登ってない山を探している」 バースデーライブで見せた61歳の挑戦心【インタビュー】](#)

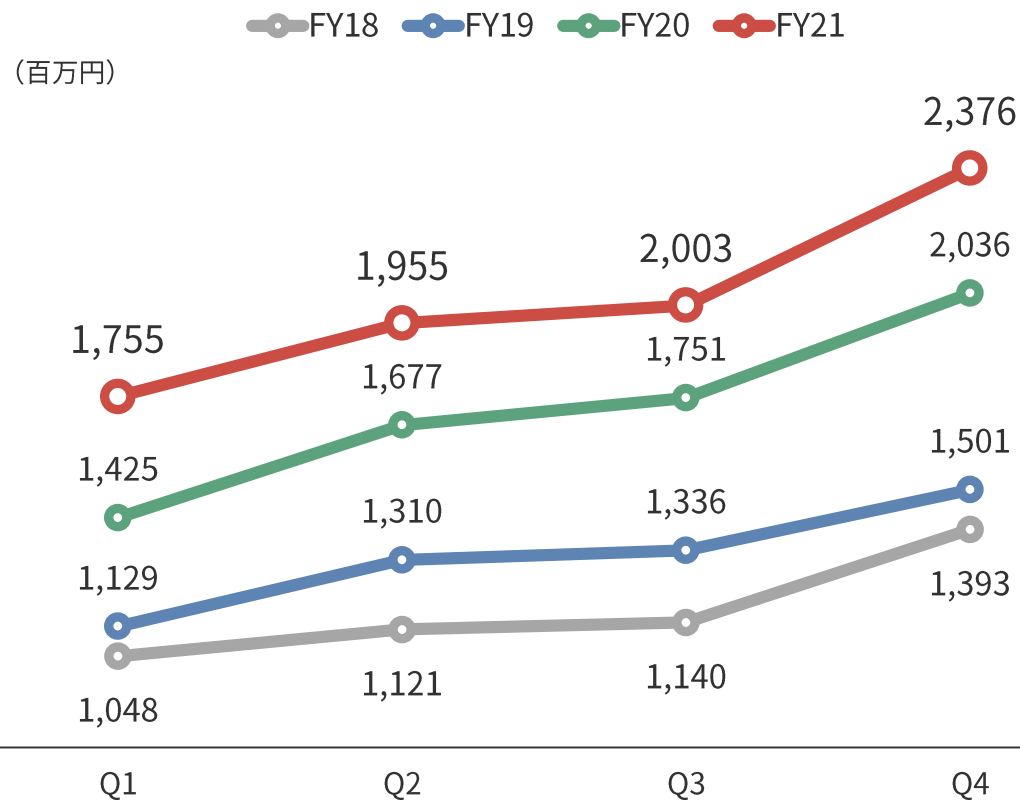
業績・KPI

売上収益・営業利益の推移

(百万円)



売上収益 四半期推移



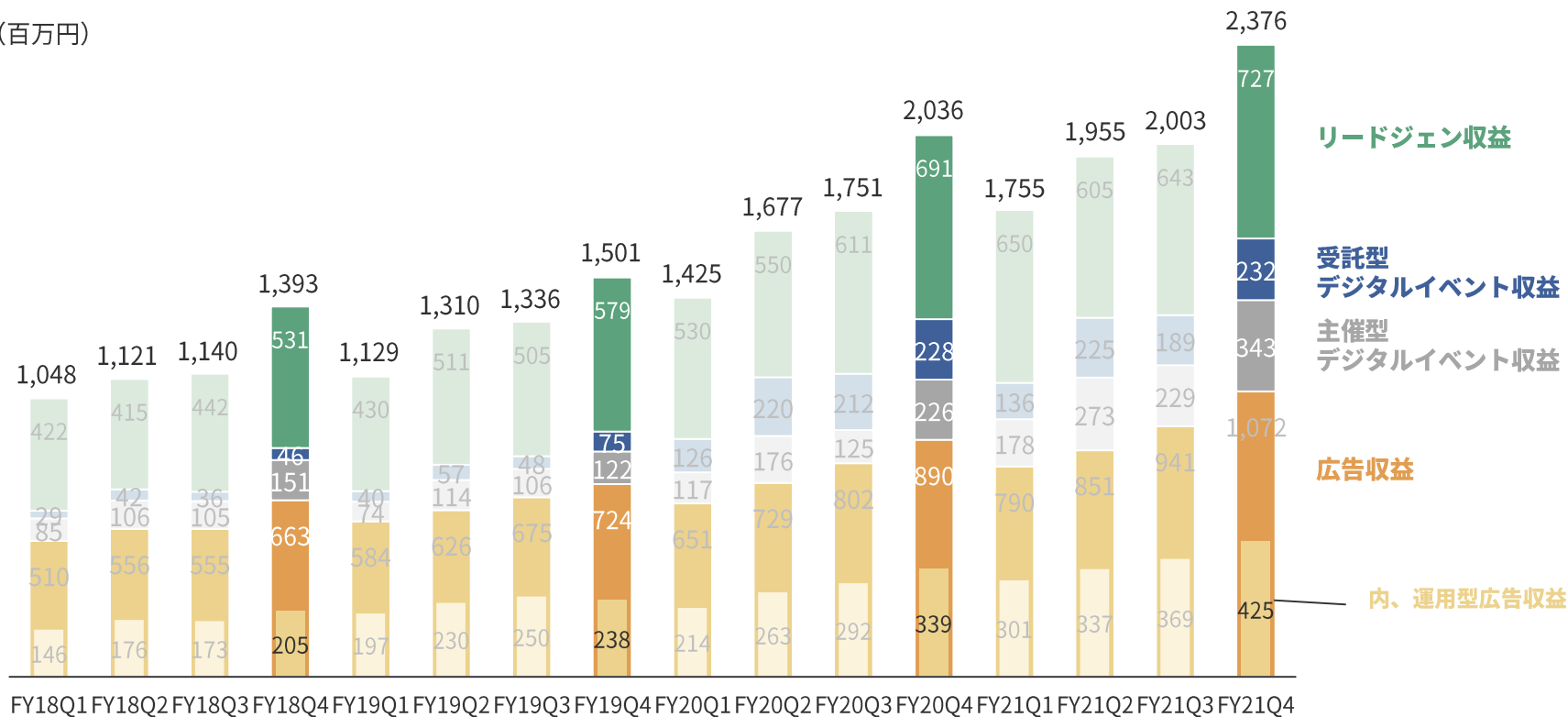
当社決算をご理解いただくために

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	1,869
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	1,513
メディア広告事業				
2019	273	433	599	765
2020	273	470	630	792
2021	355	583	752	929

◆会員数

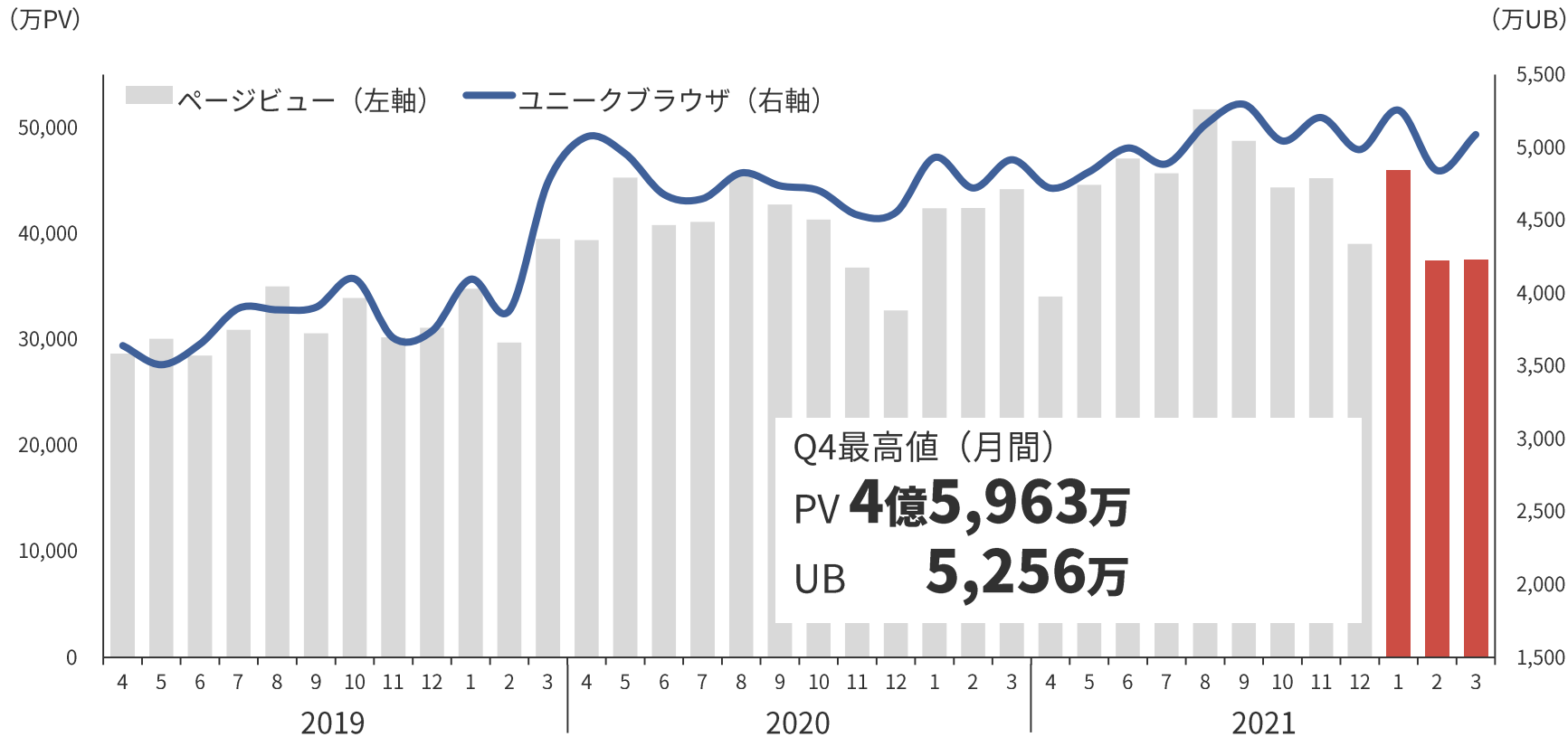
(万人)	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2019	80	87	91	93
2020	96	97	99	101
2021	100*	105	108	110

* 低品質データのクレンジング実施

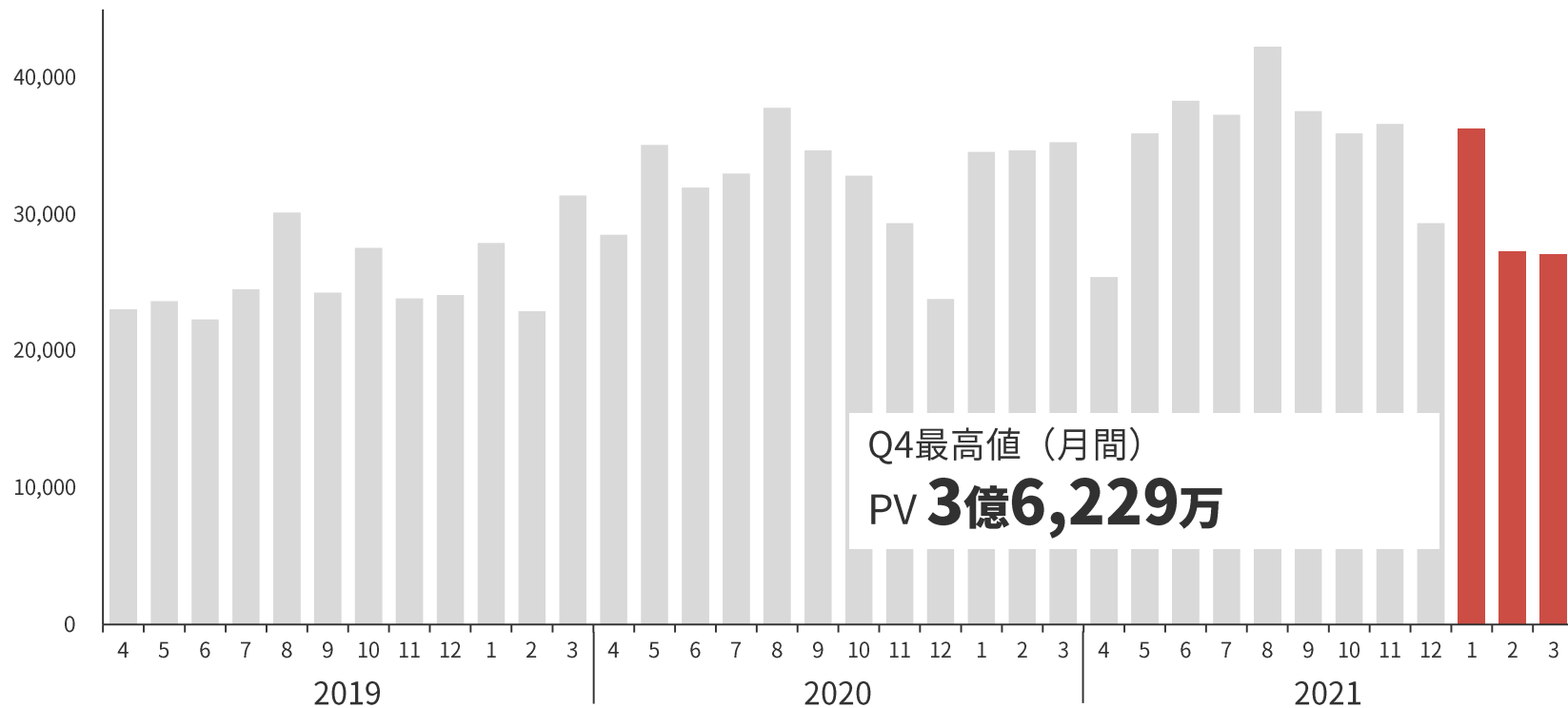
運営メディアの規模

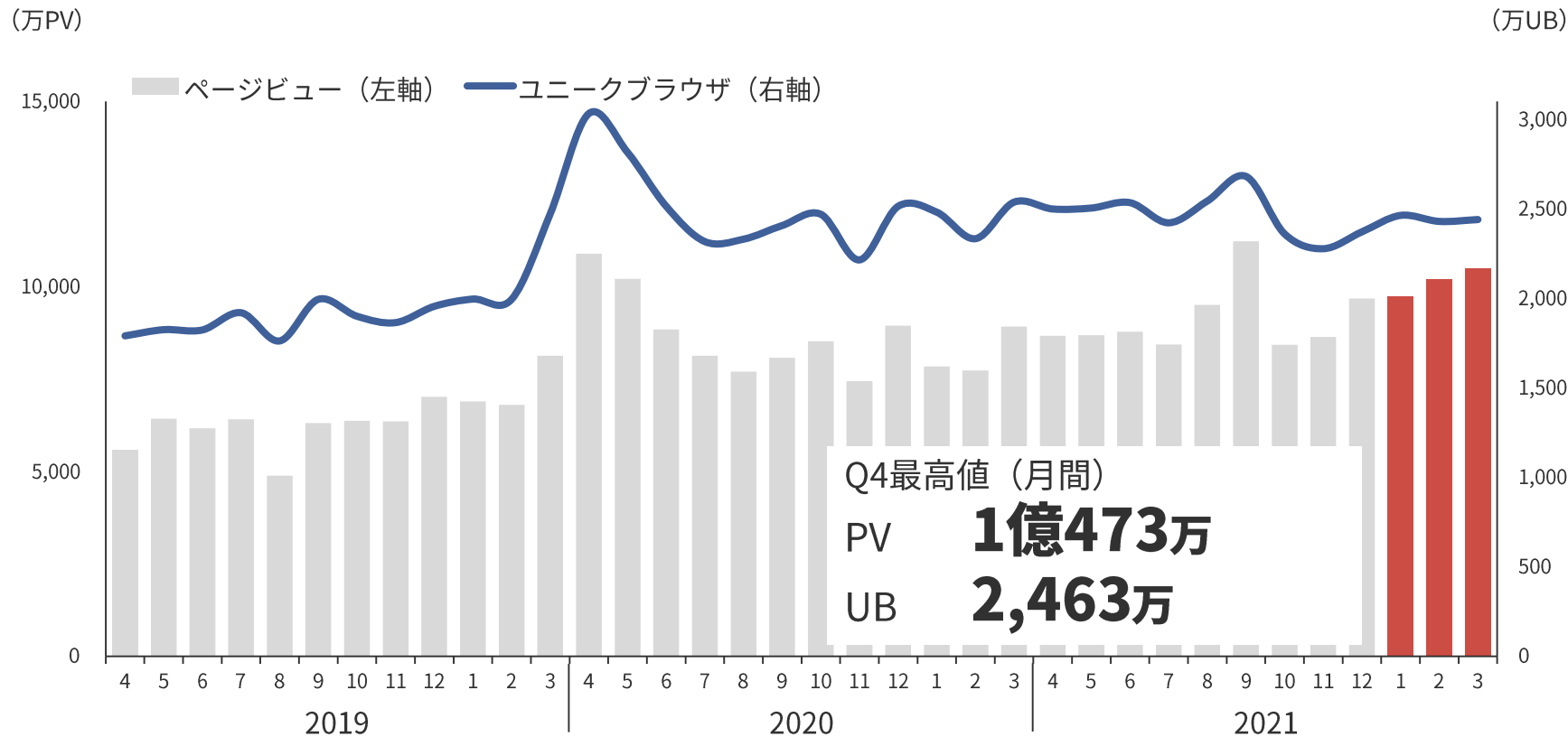
メディア広告

※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。