

2017年3月期 決算説明資料

2017年5月9日

アイティメディア株式会社
証券コード：2148 東証マザーズ

2016年度 業績

2016年度 サマリー

- **1.7%増収、売上高過去最高**
- **投資段階事業が成長、コストも増加**
- **外資系顧客の売上高はまだ回復途上**
- **▲13.3%営業減益**
- **Q4会計期間では39.0%の大幅増益**

業績予想との差異

単位：百万円

Q4は直前予想通りに進捗

※2017年1月31日発表

Q4	売上高	営業利益	親会社の所有者に帰属する 四半期利益
業績予想 ※通期予想 - Q3実績	1,267	255	173
実績 (予想比)	1,269 100%	264 104%	174 100%

2016年度	売上高	営業利益	親会社の所有者に帰属する 当期利益
業績予想	4,450	700	475
実績 (予想比)	4,451 100%	709 101%	475 100%

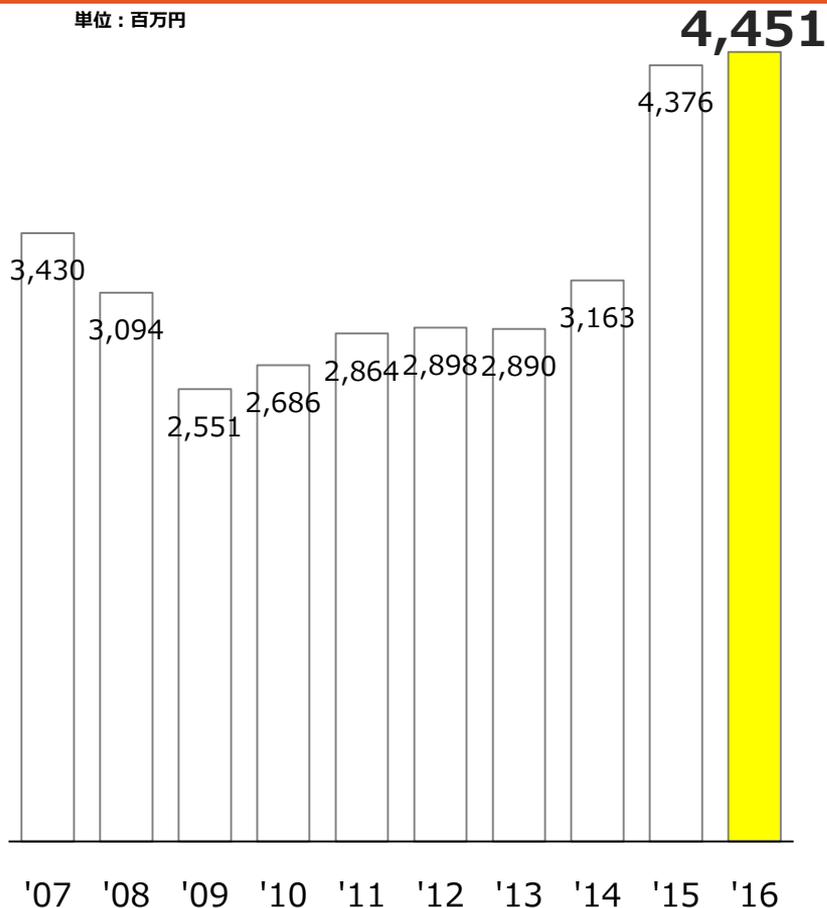
連結損益計算書

単位：百万円

	2015年度		2016年度		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
売上高	4,376	100.0%	4,451	100.0%	+1.7%
売上原価	1,660	37.9%	1,745	39.2%	+5.1%
売上総利益	2,715	62.1%	2,705	60.8%	▲0.4%
営業費用	1,896	43.3%	1,996	44.8%	+5.2%
EBITDA	954	21.8%	842	18.9%	▲11.7%
営業利益	819	18.7%	709	15.9%	▲13.3%
税引前利益	823	18.8%	709	15.9%	▲13.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	548	12.5%	475	10.7%	▲13.3%
親会社の所有者に帰属する 包括利益	587	13.4%	473	10.6%	▲19.4%

通期売上推移

単位：百万円



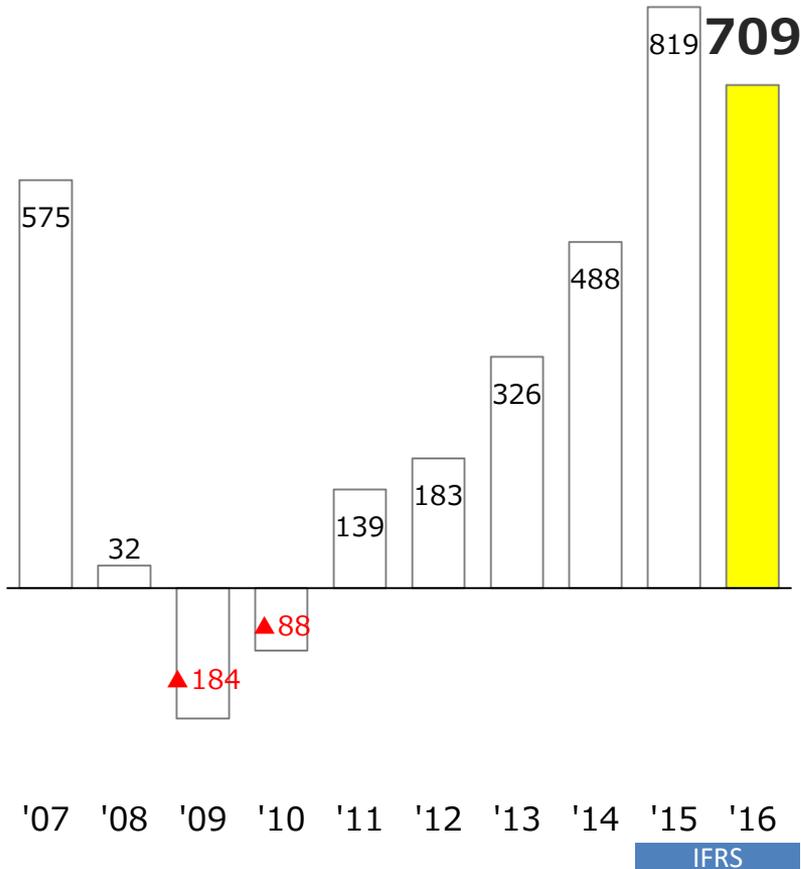
1.7%増収

売上高過去最高

IFRS

通期営業利益推移

単位：百万円



投資段階事業が成長、コストも増加

▲ 13.3%減益

中期では成長トレンド

四半期トレンド

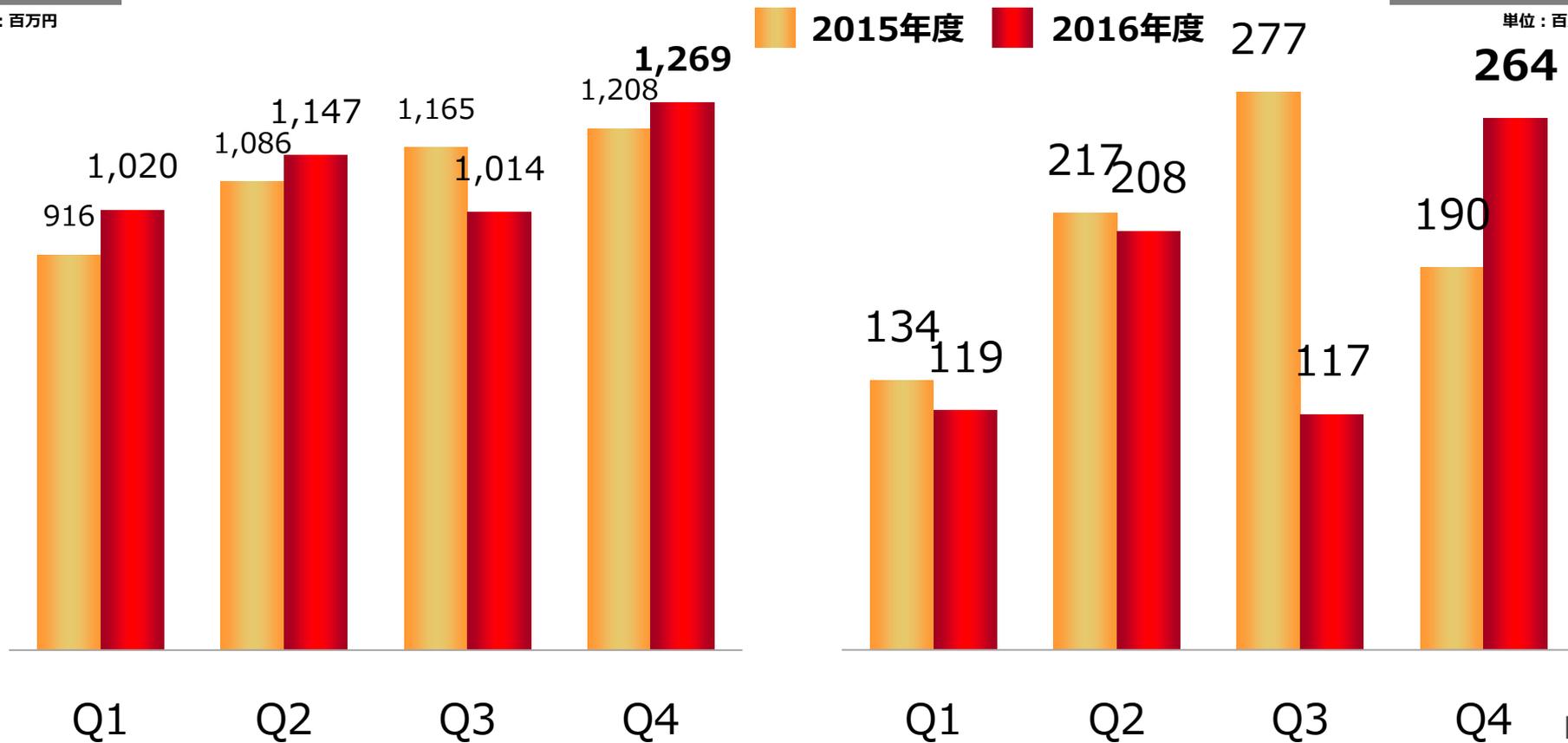
売上高

Q4会計期間では39.0%の大幅増益

営業利益

単位：百万円

単位：百万円



四半期ごとの状況の変化

(% = 前年同期比)

	Q1	Q2	Q3	Q4
売上高 (累計)	+11.3% +11.3%	+5.6% +8.2%	▲12.9% +0.4%	+5.0% +1.7%
総コスト (累計)	+15.0% +15.0%	+8.2% +11.4%	+1.0% +7.8%	▲1.3% +5.2%
営業利益 (累計)	▲10.7% ▲10.7%	▲4.3% ▲6.7%	▲57.7% ▲29.2%	+39.0% ▲13.3%

子会社、移転等の
コスト増で減益

大手外資顧客変調
国内顧客が穴埋め
コスト抑制

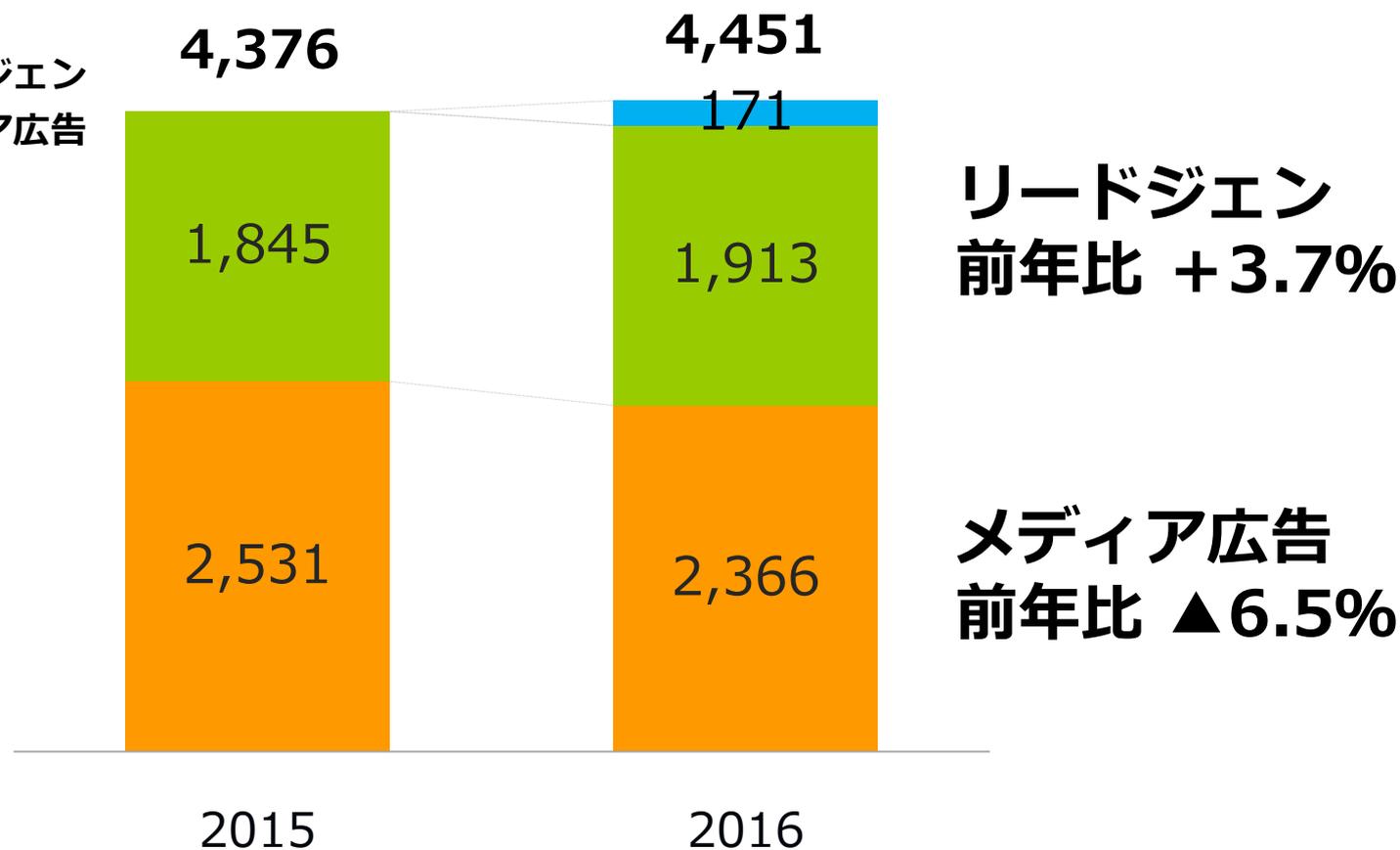
大手外資顧客不調
国内顧客にも変調
コスト抑制

外資は回復途上
国内は復調
コスト減少

売上高の内訳 ① セグメント別

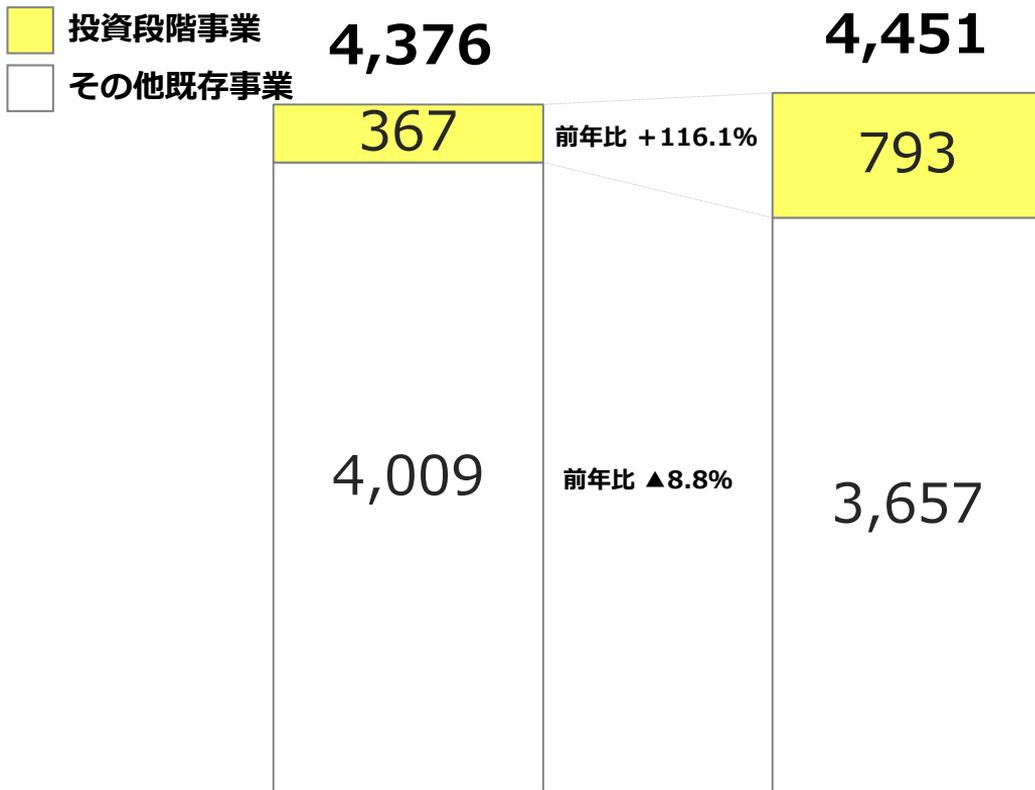
単位：百万円

- その他
- リードジェン
- メディア広告



売上高の内訳 ② 投資段階事業

単位：百万円



投資段階事業が成長

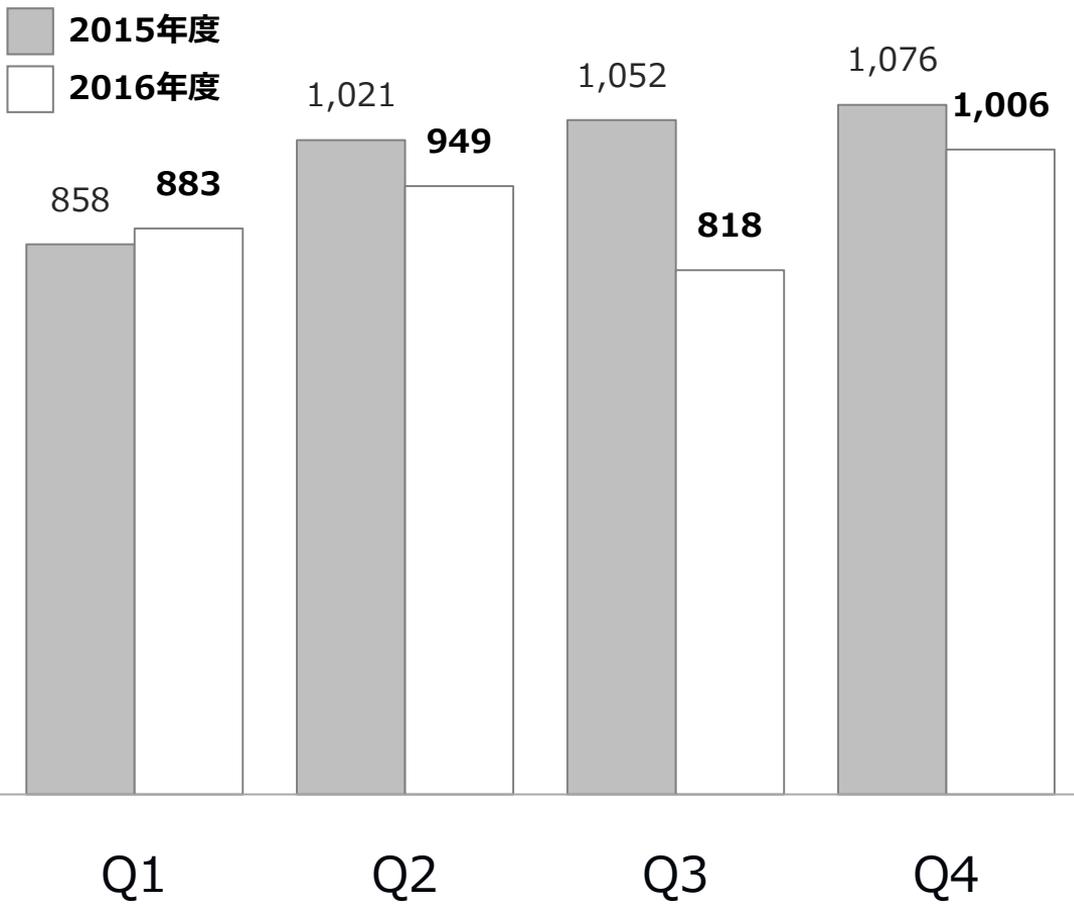
Q3を中心に
IT分野の一部大手顧客で
広告出稿が大幅に縮小

2015

2016

既存事業売上高の四半期推移

単位：百万円



回復はまだ途上

OVERLOOK

リードジェン



発注ナビ



ITmedia
マーケティング

キーマンズ ネット



メディア広告

ITmediaビジネス
O N L I N E

ねとらぼ

スマート[💡]ジャパン
Smart Japan

EDN
Japan

MONOist

EE Times
Japan

ITmedia
イグゼクティブ

@ I T
atmarkt

ITmedia
インタープライズ

ITmedia
NEWS

その他 非連続

Knowledge
on Demand

ITmedia
Mobile

ITmedia
LifeStyle

ITmedia
PC USER_

OVERLOOK

リードジェン

メディア広告

その他 非連続

ハイライト



次世代を担う投資段階事業が成長 しながらコストも増加し利益効率が悪化

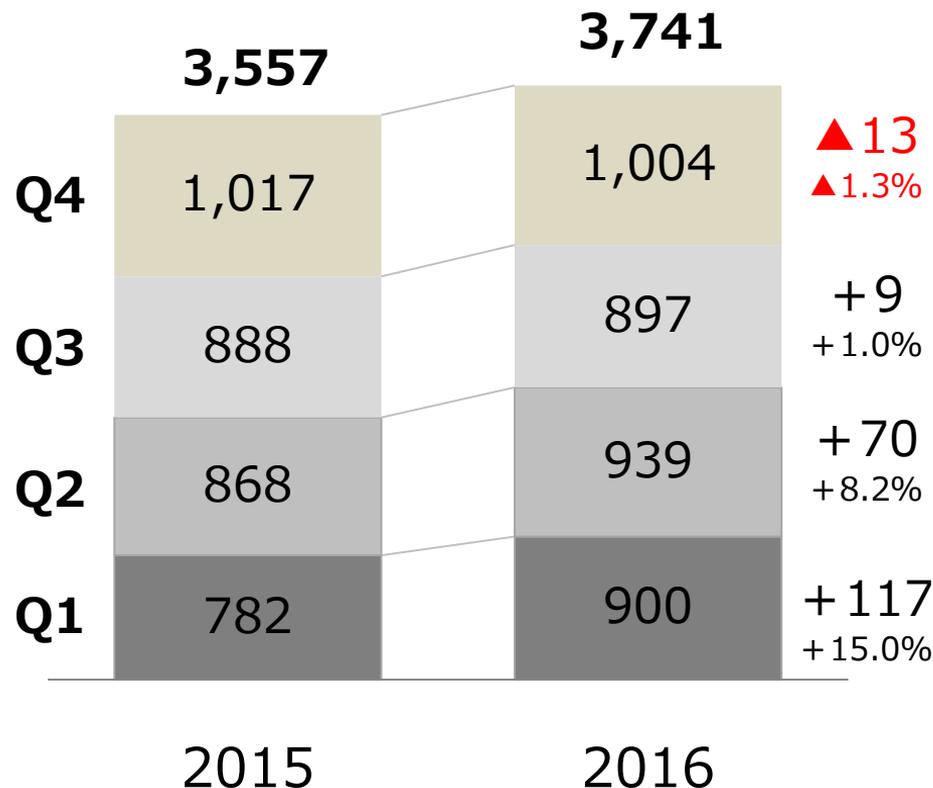


リードジェンも含め主力IT分野が減収

デジタルガジェット分野不調

ローライト

総コストの状況



コスト増は
徐々に緩和

※ 総コスト = 売上高 - 営業利益

連結財政状態計算書

(単位：百万円)		2016年3月末	2017年3月末	差異
資産の部	流動資産	4,098	3,895	▲203
	非流動資産	1,597	1,801	+203
	資産合計	5,696	5,697	+0
負債の部	流動負債	928	788	▲140
	非流動負債	31	77	+46
	負債合計	960	866	▲94
資本の部	資本金/資本剰余金	3,446	3,513	+67
	利益剰余金	1,262	1,561	+299
	自己株式	▲44	▲344	▲299
	他包括利益累計額	72	69	▲2
	親会社の所有者に 帰属する持分	4,736	4,800	+64
	資本合計	4,736	4,831	+95
	1株当たり親会社の所有者 に帰属する持分	243.76円	247.72円	+3.96円
	親会社所有者帰属持分比率	83.1%	84.3%	+1.1pt

資産合計

・現金及び現金同等物	: ▲198
・有形固定資産	: +157
・のれん	: +64

負債合計

・未払法人所得税	: ▲186
----------	--------

資本合計

・親会社の所有者に 帰属する当期利益	: +475
・剰余金の配当	: ▲176
・自己株式の取得	: ▲299

連結C/F計算書

(単位：百万円)	2015年度	2016年度	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	687	539	▲148
投資活動による キャッシュ・フロー	▲716	▲317	+399
財務活動による キャッシュ・フロー	▲112	▲420	▲308
現金及び現金同等物 の増減額	▲141	▲198	▲57
現金及び現金同等物 の期首残高	2,909	2,768	▲141
現金及び現金同等物 の期末残高	2,768	2,569	▲198

営業CF 主な内訳

- ・ 税引前利益 : +709
- ・ 減価償却費及び償却費 : +133
- ・ 法人所得税の支払額 : ▲343

投資CF 主な内訳

- ・ 有形固定資産及び
無形固定資産の取得 : ▲266

財務CF 主な内訳

- ・ 配当金の支払 : ▲175
- ・ 自己株式の取得 : ▲299

セグメント別の概況

セグメントとメディア分野

セグメント	分野	主要なメディア・サービス	
リードジェン 事業	IT&ビジネス 分野	IT製品/サービス購買支援	TechTargetジャパン、キーマンズネット
		システム開発案件のマッチングサービス	発注ナビ
		企業向けデジタルマーケティング情報	ITmedia マーケティング
	産業テクノロジー 分野	製造業向け製品/サービス購買支援	TechFactory
メディア広告 事業	IT&ビジネス 分野	IT技術者向け専門情報	@IT、@IT自分戦略研究所 ほか
		企業向けIT業界関連ニュース	ITmedia NEWS、エンタープライズ
		ビジネスリーダーの会員制コミュニティ	ITmedia エグゼクティブ
		企業向けビジネス情報	ITmedia ビジネスオンライン
	産業テクノロジー 分野	製造業技術者向け専門情報	MONOist
		エレクトロニクス技術者向け専門情報	EE Times Japan、EDN Japan
		企業向け電力・エネルギー専門情報	スマートジャパン
	コンシューマー 分野	デジタル関連機器情報	ITmedia Mobile、ITmedia PC USER ほか
インターネットカルチャー情報		ねとらぼ	
その他	-	ナレッジオンデマンド	

リードジェン 概況

- 売上3.7%成長
- 新サービスへの投資により事業規模拡大



- 既存事業がQ3会計期間で変調
- 顧客数拡大継続。16.8%増

リードジェン事業

2006年～



米国の先進的なノウハウを活用

2012年～



デジタルマーケティング領域に拡大

2015年～



M&Aにより圧倒的なシェア獲得

2015年～



システム開発会社向けのサービス開始

2016年～



産業テクノロジー領域に拡大

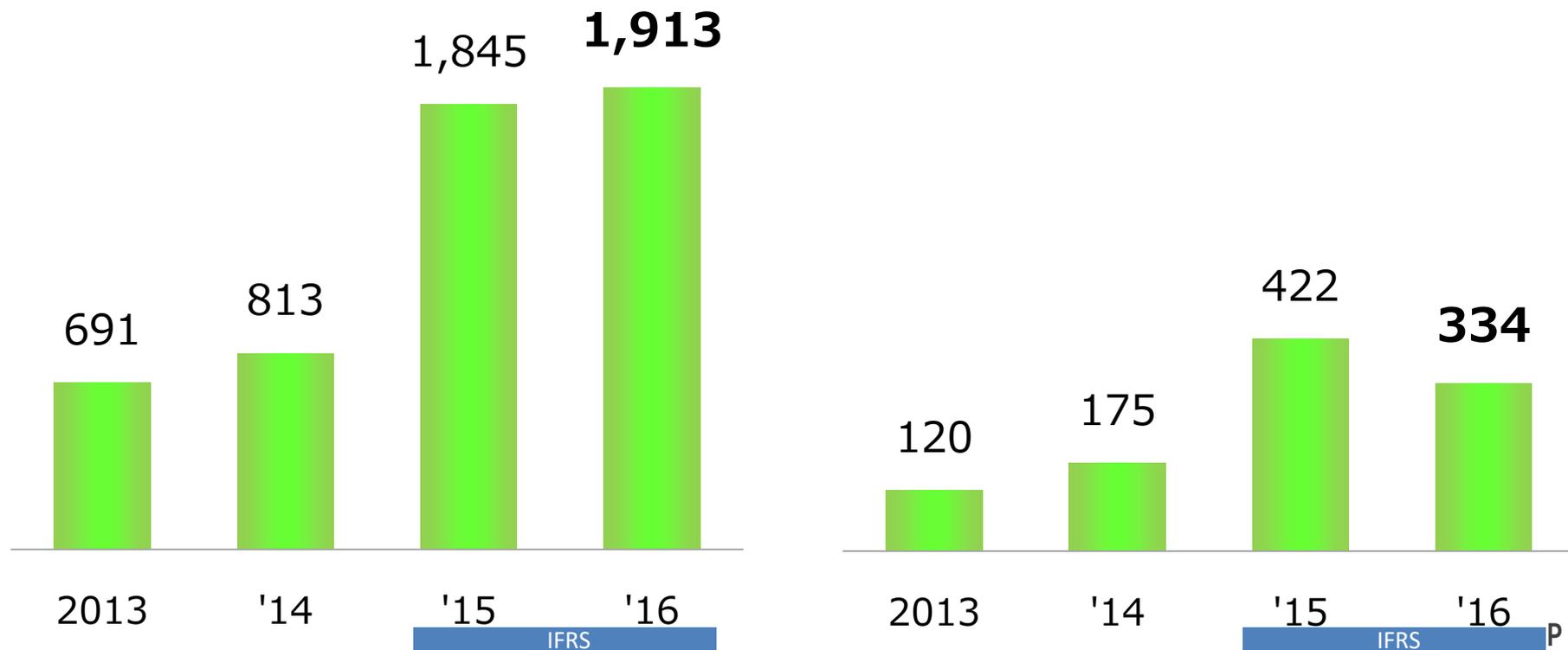
中期成長軸

リードジェン 業績動向

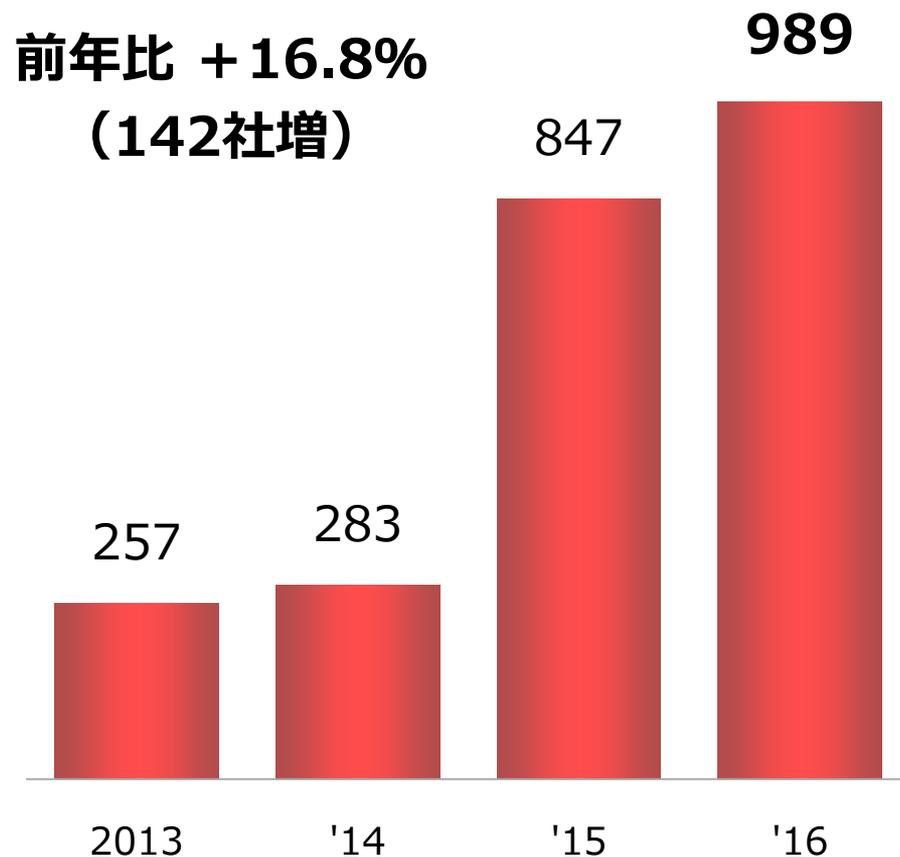
売上高**3.7%増収、20.7%減益****営業利益**

単位：百万円

単位：百万円



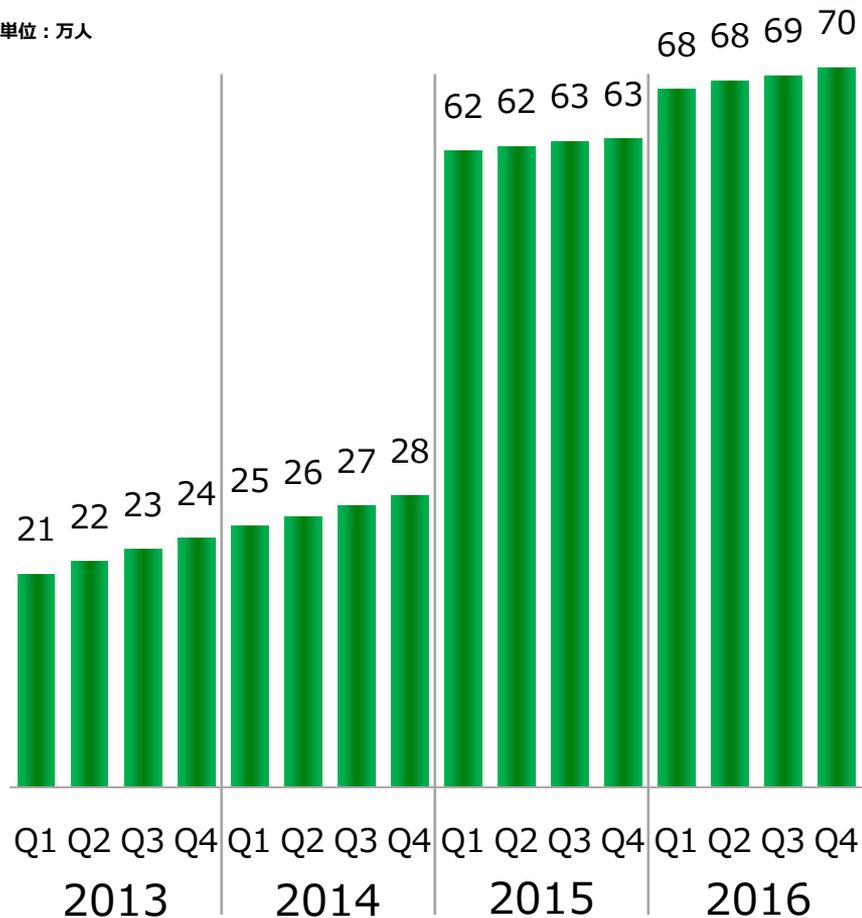
リードジェン 顧客数



顧客数
拡大継続

リードジェン 会員数

単位：万人



キーマンズ ネット



コンテンツの魅力によって
会員プロフィールを獲得

会員数 ≒ 在庫

メディア広告 概況

- 売上▲6.5%減収
- IT&ビジネス分野がQ3で変調
- ねとらぼは成長を継続

メディア広告事業

産業テクノロジー

 **MONOist**

 **スマートジャパン**
Smart Japan

 **EETimes**
Japan

 **EDN**
Japan

スマート&ソーシャル

 **ねとらぼ**

 **ねとらぼ**
エンタ

 **ねとらぼ**
生物部

 **ねとらぼ**
アーサー

NEW!

ビジネス

 **ITmediaビジネス**
ONLINE

 **@ I T**
atmarkt

IT

 **ITmedia**
NEWS

 **ITmedia**
インタプライズ

 **ITmedia**
イクセクティブ

デジタル・ガジェット

 **ITmedia**
PC USER

 **ITmedia**
Mobile

 **ITmedia**
LifeStyle

メディア広告 業績動向

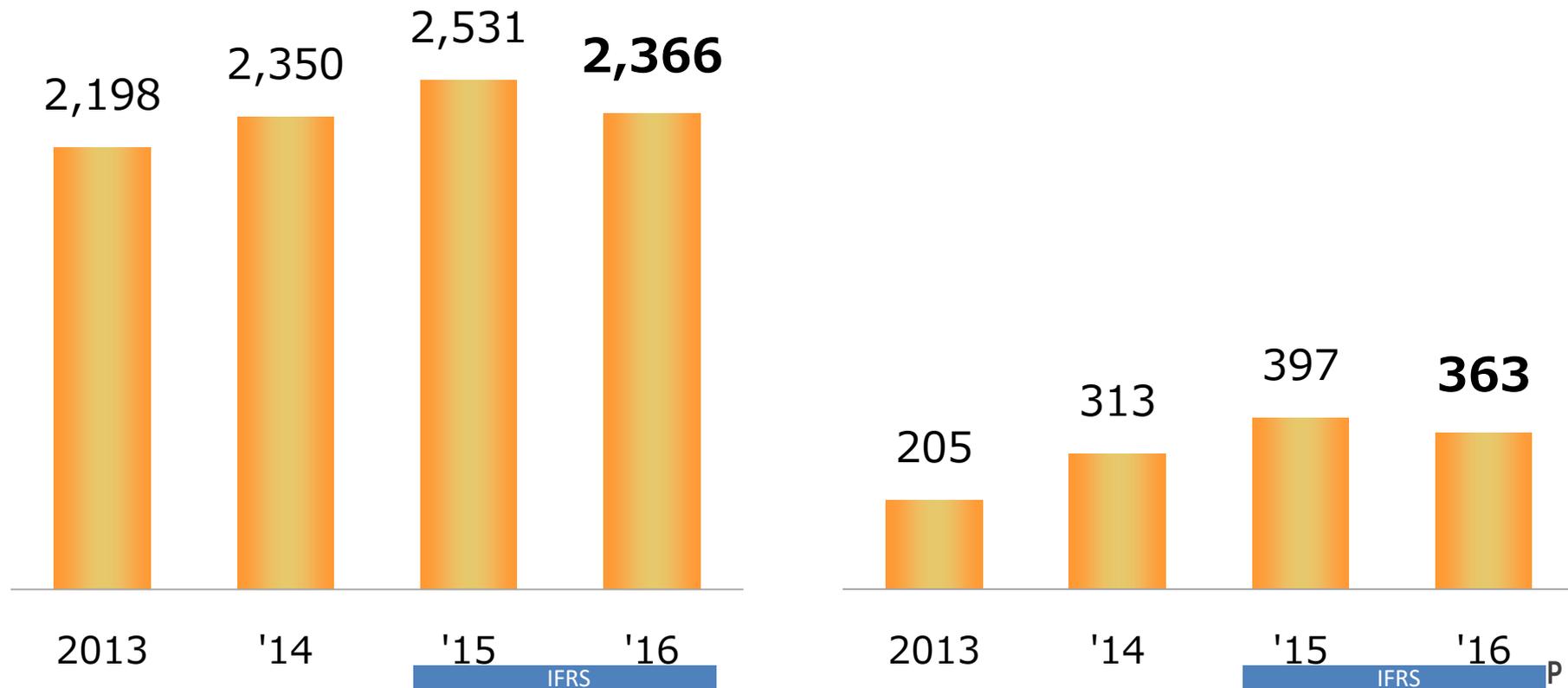
売上高

6.5%減収、8.5%減益

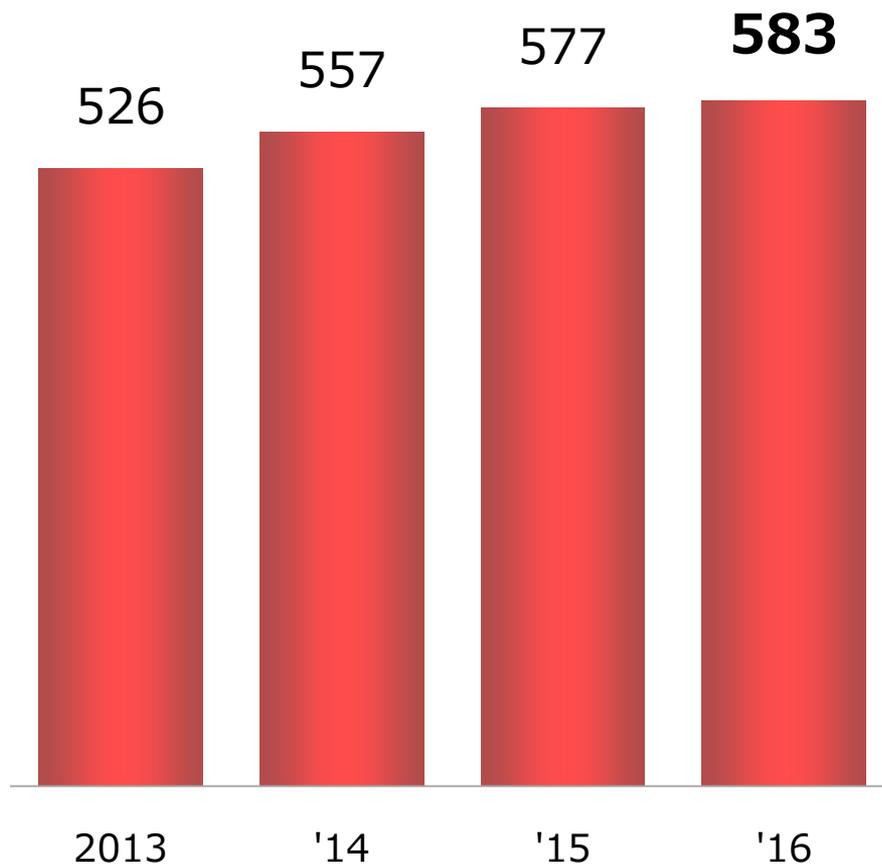
営業利益

単位：百万円

単位：百万円

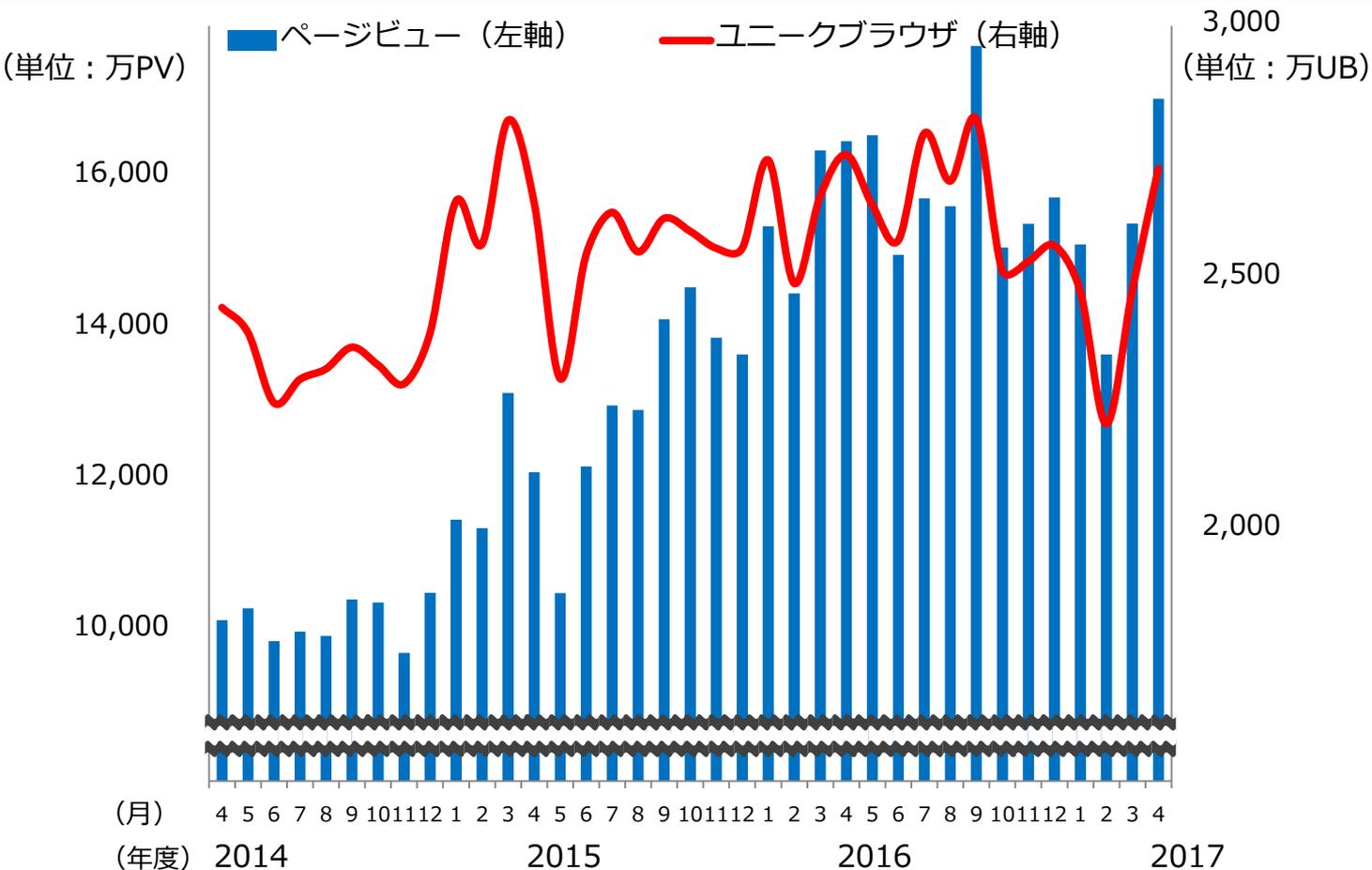


メディア広告 顧客数



前年同期比 +1.0%
(6社増)

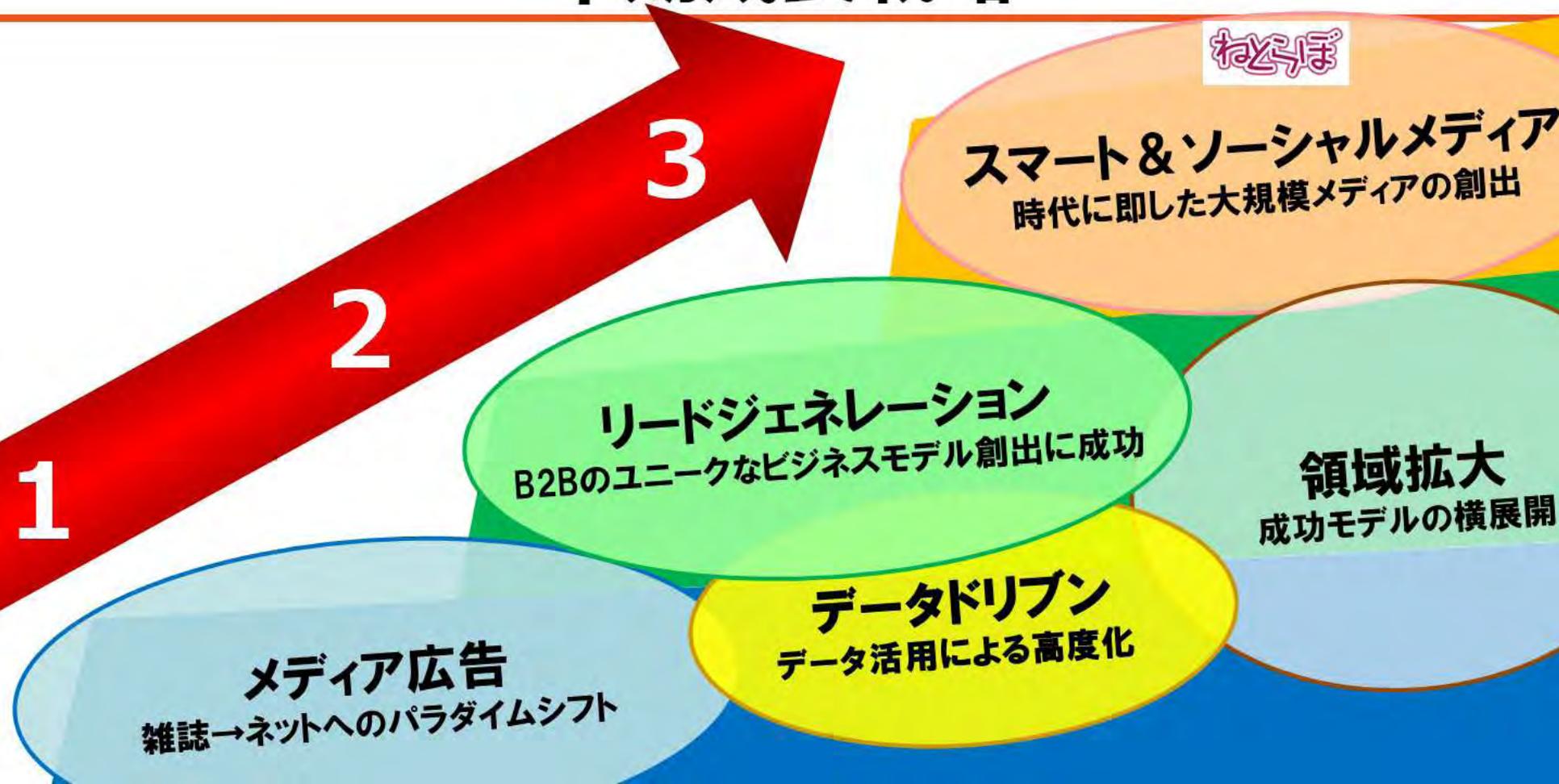
運営するメディアの規模



高水準
を維持

中期戦略について

中期成長戦略



リードジェン事業 成長戦略

リードジェンの再成長に向けて

共通基盤の強化 & 領域の拡大

領域 開発 × 基盤 開発	IT分野の強化	産業テクノロジー 分野の開拓	(次領域へ展開)
	米国型商品導入 (TechTarget Inc.)	エコシステム構築 (パートナー)	システム基盤強化 (統合&改良)

背景 ➔ B2Bマーケティングのデジタル化

B2Bマーケティングのプロセス (例)

Marketing Funnel

Sales Funnel

Readiness

Lead Generation

Nurturing

Inside Sales

Outside Sales

顧客・市場
調査

現状分析
&
価値定義
(コンセプト)

施策の検討

資材作成
(カタログ、WP、導
入事例)

SEO、SEM

自社サイト、
オウンド
メディア

メディア

展示会・
イベント

名刺交換

テレマーケ
ティング
(在籍確認
など)

名寄せ、重複排除
クレンジング
企業規模等
クオリファイ

CRM

オウンド
メディア

メール
マガジン

製品説明会
ハンズオン
セミナー

スコアリング

Marketing Automation

SFA

テレセールス

SQL

BANT確認

ニーズ・商材
判定

コンタクト
ラインの確立

MQL

アポ獲得・訪問

商談化

提案

受注

失注
↓
Nurturing
サイクルへ

B2Bマーケティングのデジタル化

当社サービスはマーケティングの“基礎燃料”

Lead Generation

見込み顧客
の発見

Lead Nurturing

継続的
コミュニケーション

Lead Qualification

商談化

デジタルツールによる統合管理

マーケティングオートメーション

高品質な見込み顧客データ

米国に倣った次世代商品の開発



米国 TechTarget Inc. からの先進商品導入

高品質リード商品

米国ではリードジェンに習熟した顧客が高品質リードに注目
高品質 = 「商談につながること」

国内で“確実にコンタクトできる”商品「LeadGen. Qualify」展開

拡大余地は大きいがかかる
- 日米の個人情報保護環境の違い
- 日米の顧客の習熟度の違い

ABM商品

マーケティングオートメーション普及により「**Account Based Marketing**」がトレンド化

メディア上での行動履歴から企業単位で見込み顧客を選別

サブスクリプション課金商品として開発・展開

And more..



= 当社のカバー範囲

Marketing Funnel

Sales Funnel

Readiness

Lead Generation

Nurturing

Inside Sales

Outside Sales

顧客・市場調査

現状分析 & 価値定義 (コンセプト)

施策の検討

資料作成 (カタログ、WP、導入事例)

SEO、SEM

自社サイト、オウンドメディア

メディア

展示会・イベント

名刺交換

テレマーケティング (在籍確認など)

名寄せ、重複排除
クレンジング
企業規模等
クオリファイ

CRM

オウンドメディア

メールマガジン

製品説明会
ハンズオン
セミナー

スコアリング

Marketing Automation

SFA

テレセールス

SQL

BANT確認

ニーズ・商材
判定

コンタクト
ラインの確立

SQL

SQL

アポ獲得・訪問

商談化

提案

受注

失注 → Nurturing サイクルへ

パートナー協業も含むカバレッジ拡大

Marketing Funnel

Sales Funnel

Readiness

Lead Generation

Nurturing

Inside Sales

Outside Sales

顧客・市場調査

現状分析 & 価値定義 (コンセプト)

施策の検討

資材作成 (カタログ、WP、導入事例)

SEO、SEM

自社サイト、オウンドメディア

メディア

展示会・イベント

名刺交換

テレマーケティング (在籍確認など)

名寄せ、重複排除
クレンジング
企業規模等
クオリファイ

CRM

オウンドメディア

メールマガジン

製品説明会
ハンズオン
セミナー

スコアリング

Marketing Automation

テレセールス

BANT確認

ニーズ・商材判定

コンタクト
ラインの確立

MQL

SFA

SQL

アポ獲得・訪問

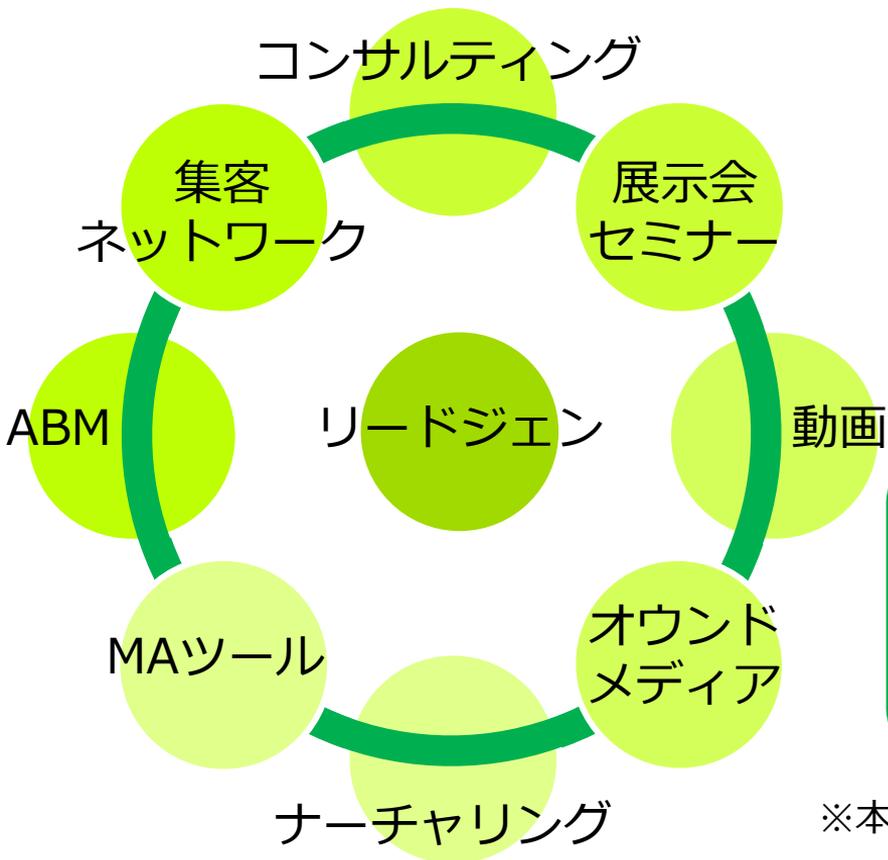
商談化

提案

受注

失注 → Nurturing サイクルへ

エコシステム構築（パートナー）



パートナーシップも含め
リードジェンの
前後のプロセスのカバー拡大

カスタマーサクセス

リードジェンの提供に留まらず
顧客の求める成果への関与を強め、
満足度を向上させる取り組み

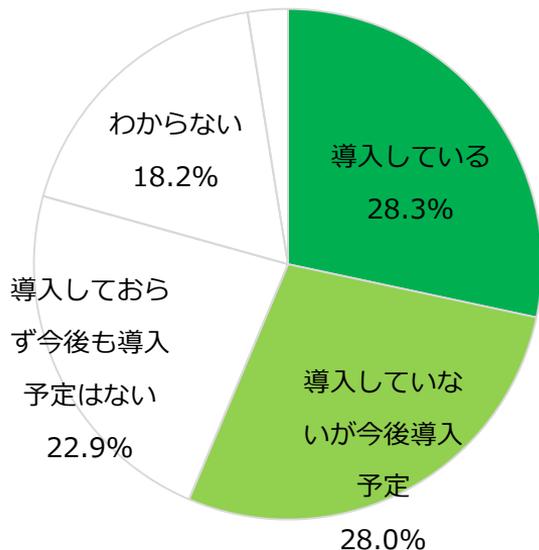
※本件パートナーシップについて、随時プレスリリース発表予定

マーケティングオートメーション(MA)普及に対応

MAツール普及状況

答えられない

2.5%



導入しておらず今後導入予定はない

22.9%

わからない

18.2%

導入している

28.3%

導入していないが今後導入予定

28.0%

n=314

MA周辺サービスを開発

•MAツールとの連携機能

代表的ツール「Marketo」、「Pardot」などと接続

•Webセミナーツール

動画による見込み顧客の誘引と商談喚起（ナーチャリング）

•企業単位で見込み顧客を検知

Account Based Marketing を実現

リードジェン基盤 新システム稼働

ITmedia
マーケティング

Tech
Factory



2017年度中に新システムを稼働

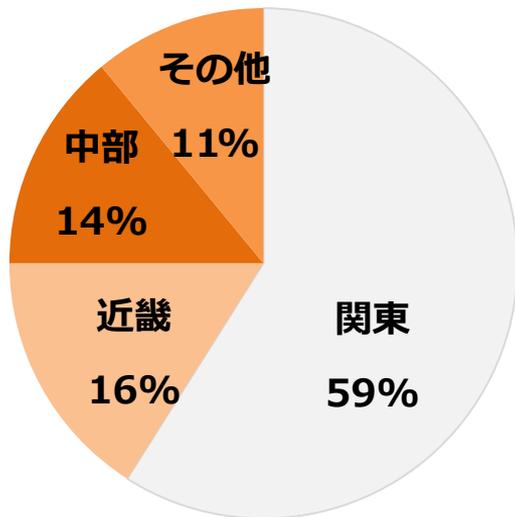
複数並行していたシステムがひとつに統合

【新システムの狙い】

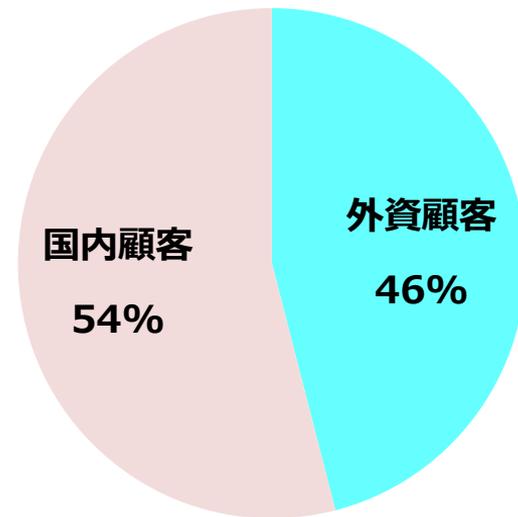
- 業務の効率化
- データ活用の促進
- 新商品の全メディア展開
- 投資の効率化
- スピーディな新メディアの立ち上げ

地方製造業顧客開拓 → 国内/外資のバランス改善

TechFactory会員の勤務地分布



リードジェンにおける売上高
外資/国内の内訳



システム開発会社と発注者のマッチングサービス

**最適な
開発会社の選定**



一般法人：発注者



**案件獲得
(リードジェン)**



開発会社：受注者



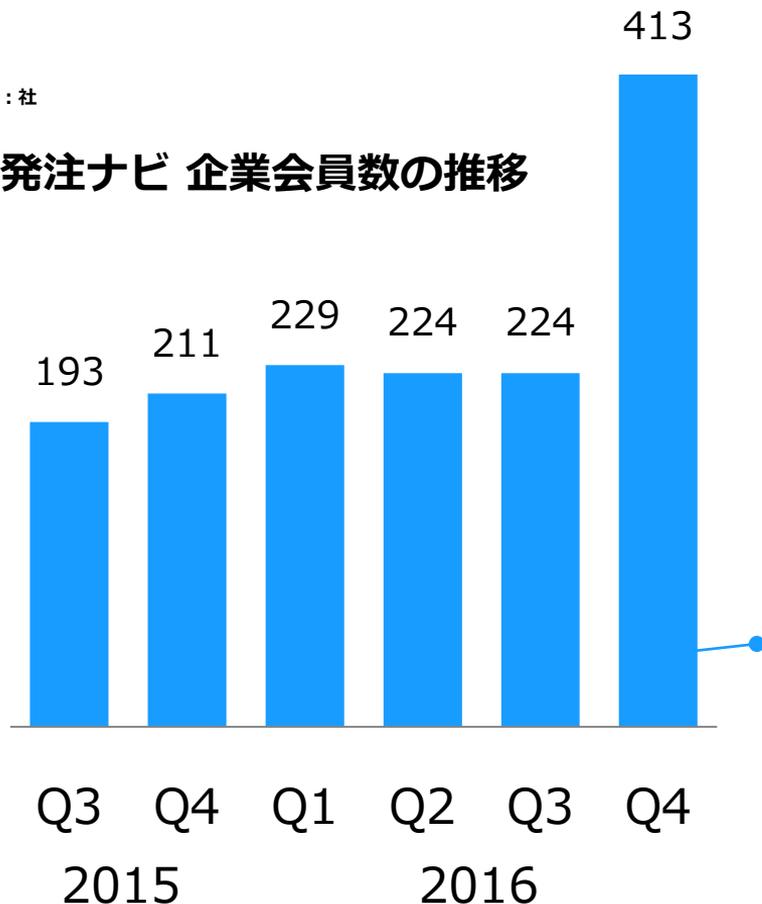
マッチング

発注ナビの成長

413

単位：社

・発注ナビ 企業会員数の推移



2015年10月M&A実施

ビジネスチューニングとして
成果課金型の新価格体系を導入

直近で一挙に企業会員数が増加

参考：オリンピック問題が追い風

2020年東京オリンピック開催

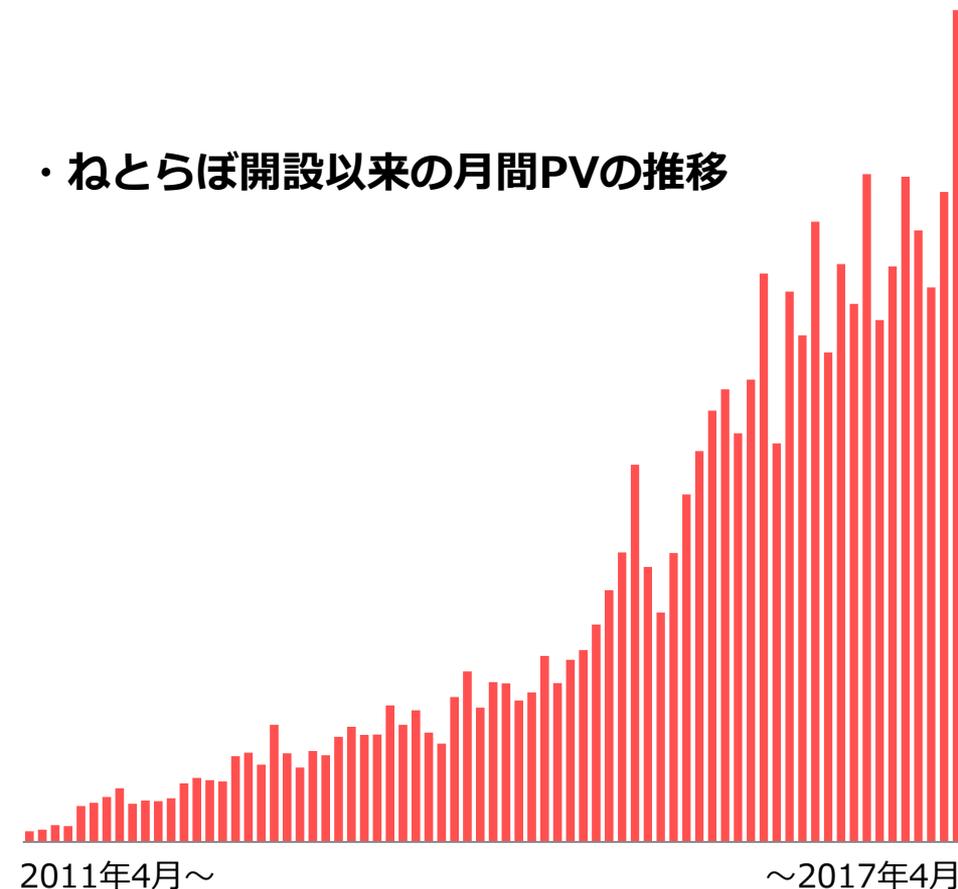


東京ビッグサイトや幕張メッセ等
での大型展示会の開催が困難に

リードジェン ≡ オンライン見本市
同ニーズに対応可能

メディア広告事業 + その他 成長戦略

・ねとらぼ開設以来の月間PVの推移



2017年4月 1億PV突破！

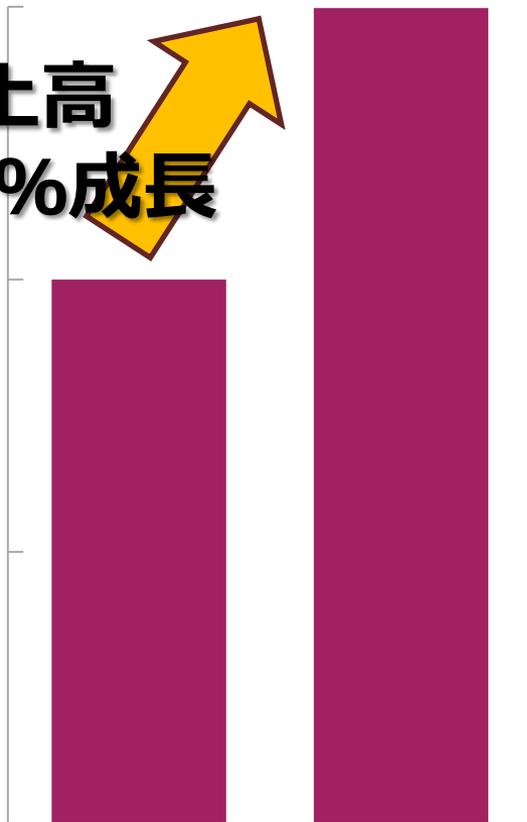
4月28日新サイト開設



※プレスリリースをご覧ください。

ネイティブアド拡販

売上高
50%成長



2015

2016



こじはる直筆メッセージが秋葉原駅に期間限定で登場！ AKB卒業を控えたこじはるのファンへの感謝の気持ちとは？

麒麟麦酒株式会社



Instagramの最新手法「シネスタグラム」がかっこいい 日産公式アカウントに秀逸な投稿多数

日産自動車株式会社



オフィスで音や匂いを出したくない……そんな大人の間食に「ヨーグルスタンド」がぴったりなことを伝えたい

日本コカ・コーラ株式会社



プレミアムフライデーを森永が「ラムネ」で応援 仕事が終わらない社会人にブドウ糖を全力提供

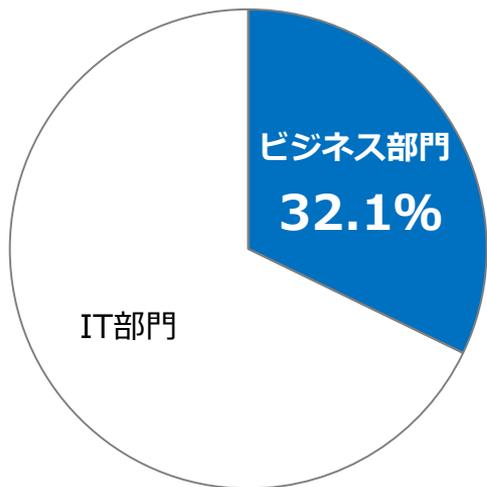
森永製菓株式会社



「進撃の巨人」がスマホゲームとコラボした結果、エレンがマジギレする事案が発生

株式会社セガゲームス

IT関連の支出の
1/3はビジネス部門から



いまやITなくして ビジネスは成り立たない

これまでは企業内のIT部門が
まとめていたIT製品の導入プロセスにおいて、
ビジネス部門の発言力が急速に高まってきている

IT分野の顧客
向け拡販

+

ハイブランドなど
新たな顧客の開拓

ナレッジオンデマンドの成長

通期売上高貢献

171百万円

(2016年7月～2017年3月)

マニュアル制作業界向けソフトウェア
「WikiWorks」の開発・販売

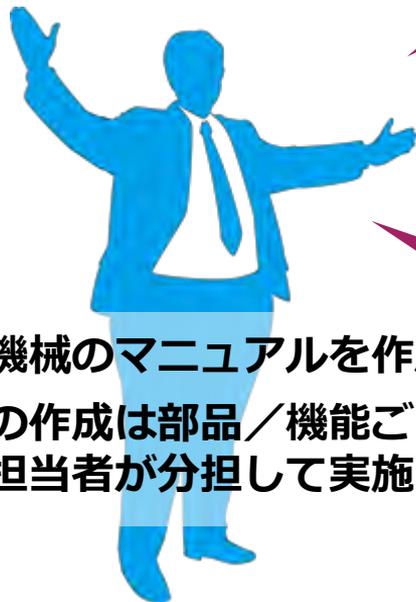
2016年7月 子会社化
通期で黒字貢献

保険業、製造業を中心に
大手企業からの受注成功



典型的顧客像

大手産業機器メーカー
マニュアル制作担当部門



大型機械のマニュアルを作成
実際の作成は部品／機能ごとに
開発担当者が分担して実施

課題 > MS Wordでの共同編集や履歴管理は限界

「どのファイルが最新でしたっけ？」
「修正したはずなのに、誰かが上書きして先祖帰りを…」

- ・マニュアル制作に最適化されたエディターを搭載
- ・「Wiki」の仕組みを採用したチームドキュメンテーション
- ・項目ごとの分担や共同編集、バージョン管理もスムーズ

課題 > Web用、印刷用に別個にマニュアルを作成・管理

「サイトにHTML版のマニュアルも掲載しなくては」
「外注に出して、費用は500万円、納期は3週間後だな」

- ・自動組版／ワンソースマルチユースで印刷版とWeb版を
統合管理、出力も自在

2017年度について

OVERLOOK

リードジェン

メディア広告

その他 非連続

ハイライト



次世代を担う投資段階事業が成長 しながらコストも増加し利益効率が悪化



リードジェンも含め主力IT分野が減収

デジタルガジェット分野不調

ローライト

2017年度 業績予想

単位：百万円

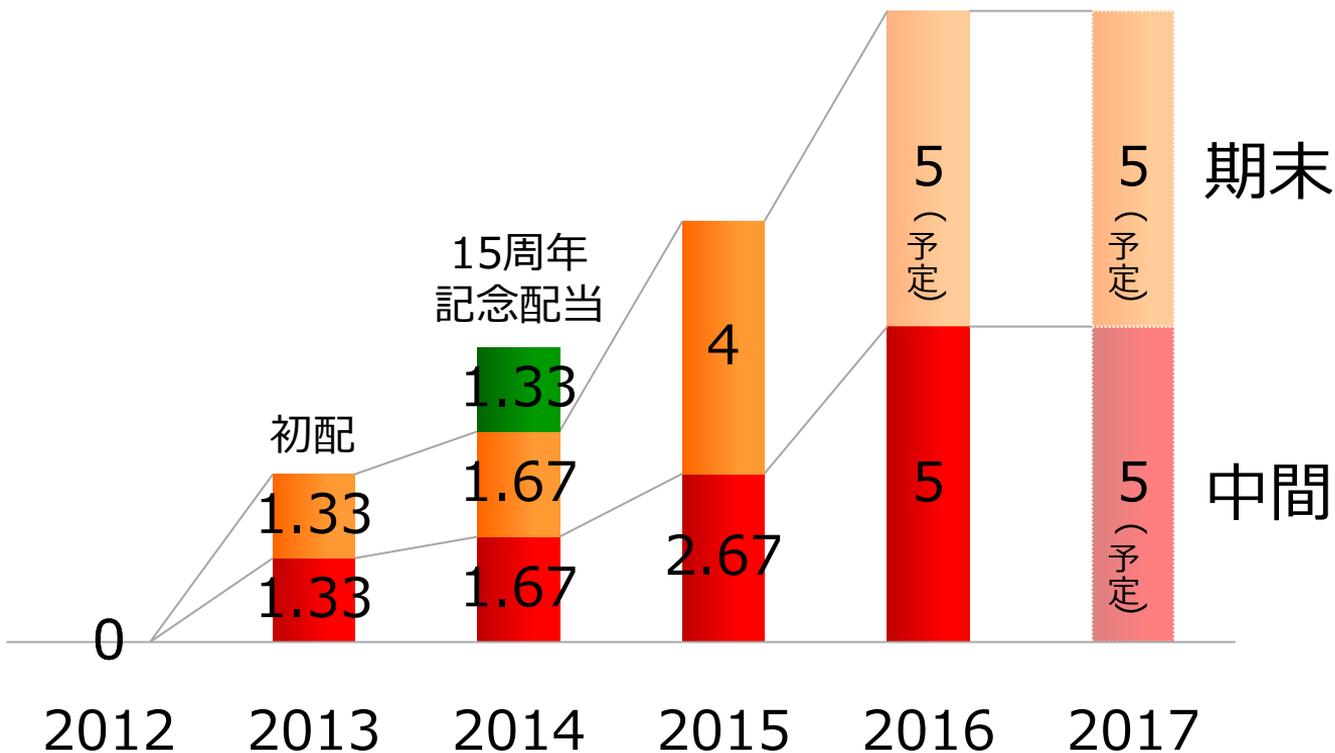
- ・ 外資顧客は回復途上、上期は保守的に想定
- ・ 前期Q3の異常な落ち込みは回復を見込む

通期	売上高	営業利益	親会社の所有者に帰属する 当期利益
業績予想	4,800 (+7.8%)	790 (+11.3%)	530 (+11.5%)
2016年度実績	4,451	709	475

※：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。

配当と配当予想

単位：円



年間10円
を維持

※ 当社は2015年12月1日付で株式の3分割を実施しており、上記では過去の数値も含め分割後の基準に統一しています。

自己株式の取得結果

2017年3月17日にて上限到達により終了
299,957,800円で411,400株を取得

※2017年3月21日発表「自己株式の取得状況および取得終了に関するお知らせ」もご参照ください。

当期の総還元性向は100%を超過 (予定)

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.

* 会計基準の変更に伴う対応について

- 当社は、当期第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年度以前は日本基準に基づき記載しております。
- 基準間差異の詳細につきましては、補足資料および決算短信をご覧ください。

* 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、顧客企業に見込み客リストとして提供する事業。

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「平成28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。