

2018年3月期 第3四半期 決算説明資料

2018年 1月 31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

✓ 3.6%増収

- 前期に落ち込みのあったQ3が回復
- 単体 非IT領域 ねとらぼ、ITmedia ビジネスオンラインが大きく増収
IT領域 回復途上で減収
- 子会社 ナレッジオンデマンド増収

✓ 13.1%営業増益

- キーマンズネット事業の業務統合効果によるコスト削減
- ナレッジオンデマンドの赤字がQ3で改善

連結損益計算書(会計期間)

	'16Q3		'17Q3		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
(百万円)					
売上高	1,014	100.0%	1,201	100.0%	+18.4%
売上原価	428	42.2%	489	40.8%	+14.3%
売上総利益	586	57.8%	711	59.2%	+21.4%
営業費用	468	46.2%	462	38.5%	▲1.4%
EBITDA	141	13.9%	280	23.3%	+98.5%
営業利益	117	11.5%	248	20.7%	+112.5%
税引前四半期利益	122	12.1%	249	20.8%	+103.3%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	85	8.4%	166	13.8%	+94.2%
親会社の所有者に帰属する 包括利益	85	8.4%	165	13.8%	+95.0%

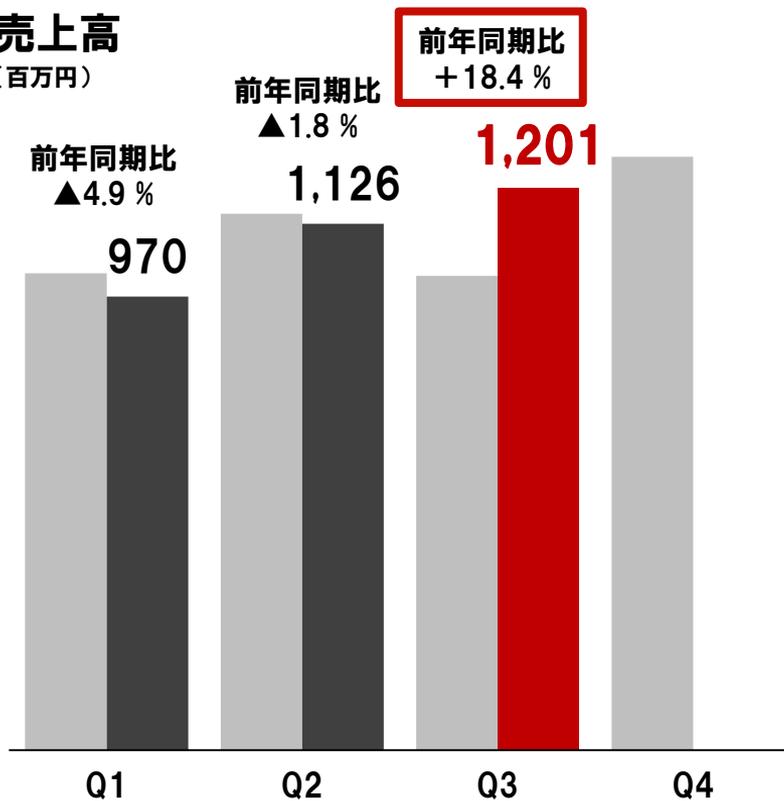
連結損益計算書(累計期間)

	'16Q3累計		'17Q3累計		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
(百万円)					
売上高	3,182	100.0%	3,298	100.0%	+3.6%
売上原価	1,261	39.6%	1,396	42.3%	+10.7%
売上総利益	1,920	60.4%	1,901	57.7%	▲1.0%
営業費用	1,475	46.4%	1,398	42.4%	▲5.2%
EBITDA	554	17.4%	597	18.1%	+7.8%
営業利益	444	14.0%	503	15.3%	+13.1%
税引前四半期利益	445	14.0%	504	15.3%	+13.1%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	301	9.5%	337	10.2%	+11.8%
親会社の所有者に帰属する 包括利益	299	9.4%	335	10.2%	+12.0%

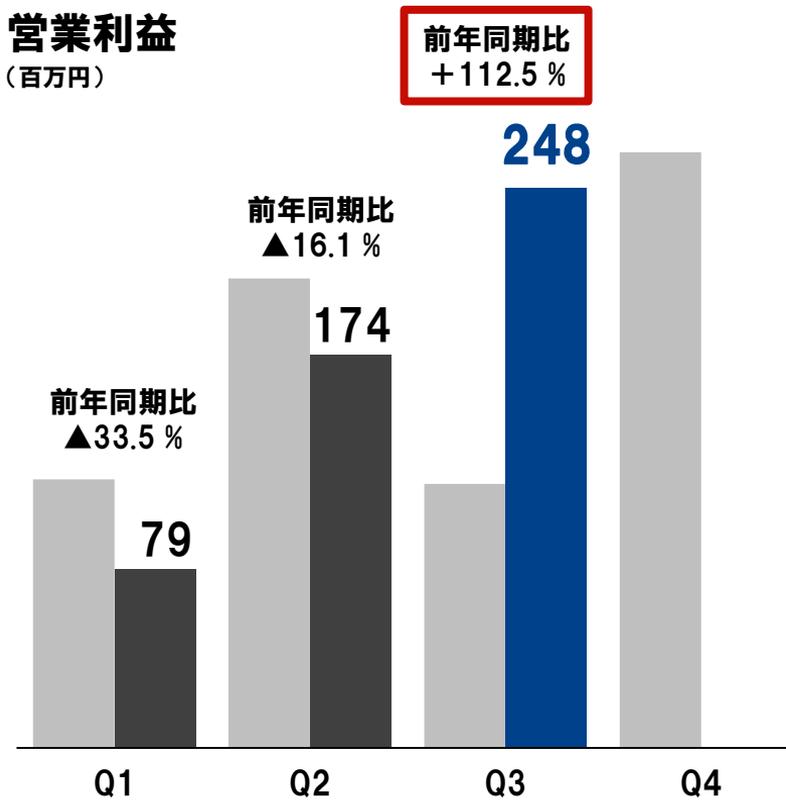
売上高・営業利益の四半期トレンド(会計期間)

✓ 前期に落ち込みのあったQ3が回復

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



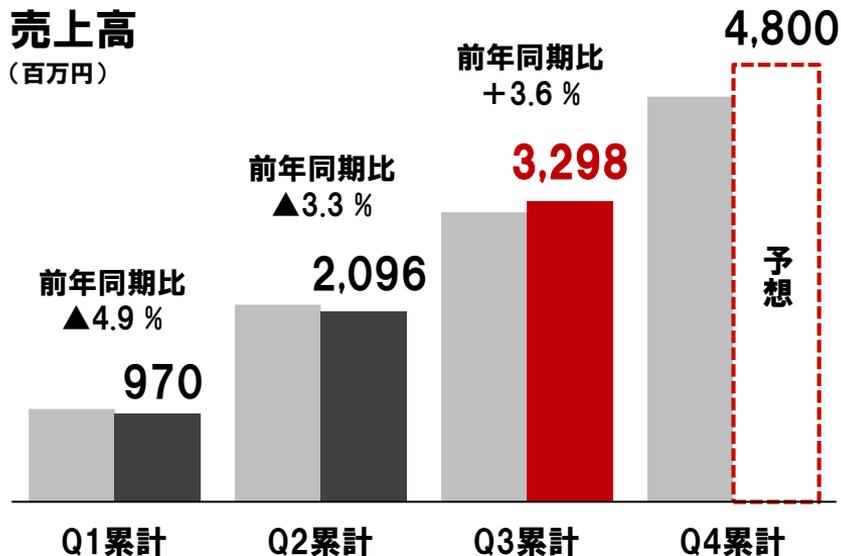
■ 2016年度 ■ 2017年度

売上高・営業利益の四半期トレンド(累計期間)

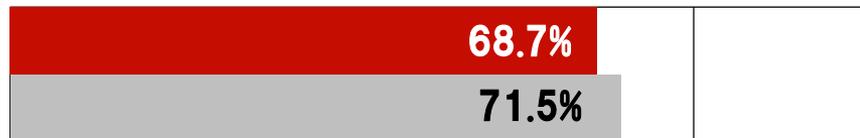
✓ Q3累計で増収増益に回帰

売上高

(百万円)

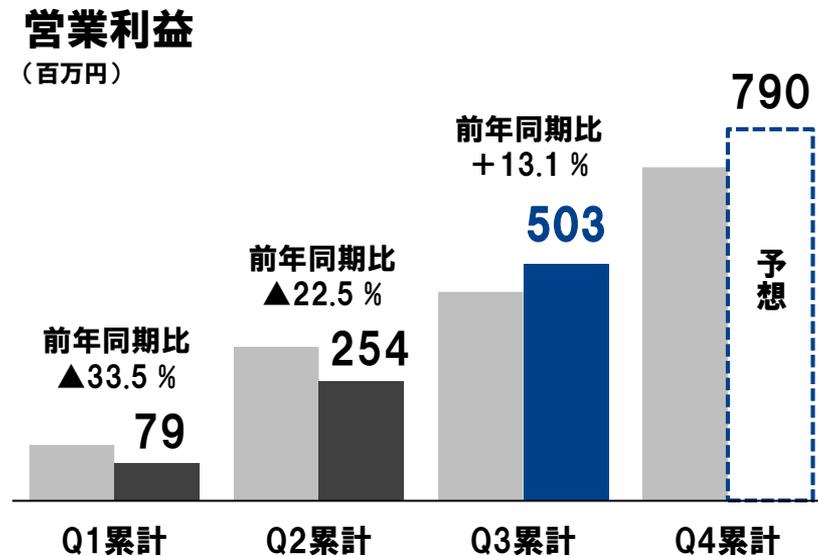


業績予想に対する進捗率



営業利益

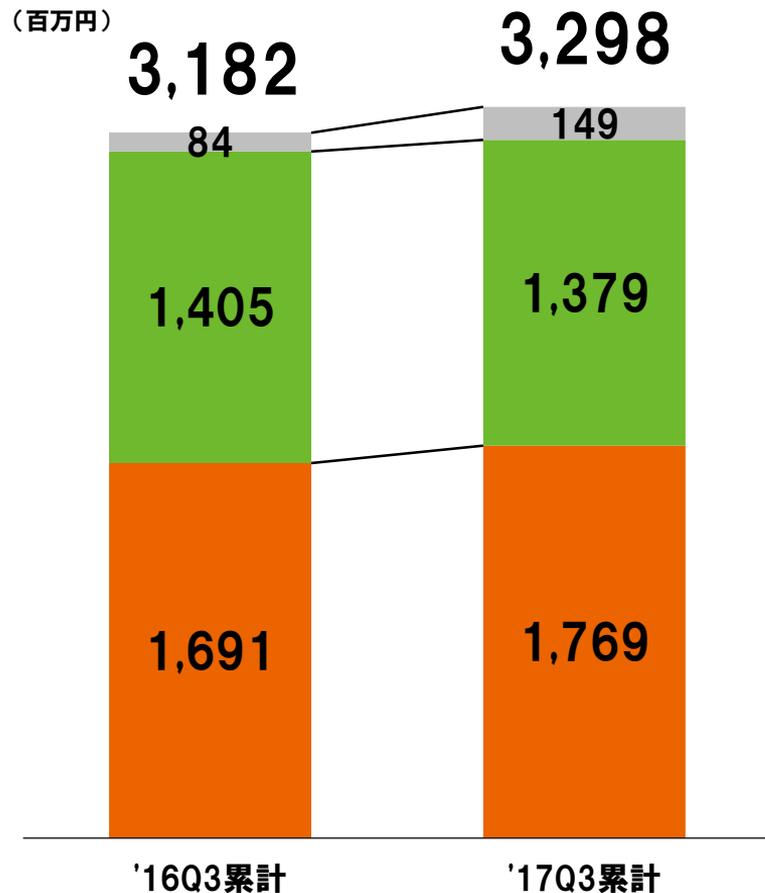
(百万円)



業績予想に対する進捗率



セグメント別 売上高(累計期間)



その他事業

リードジェン事業

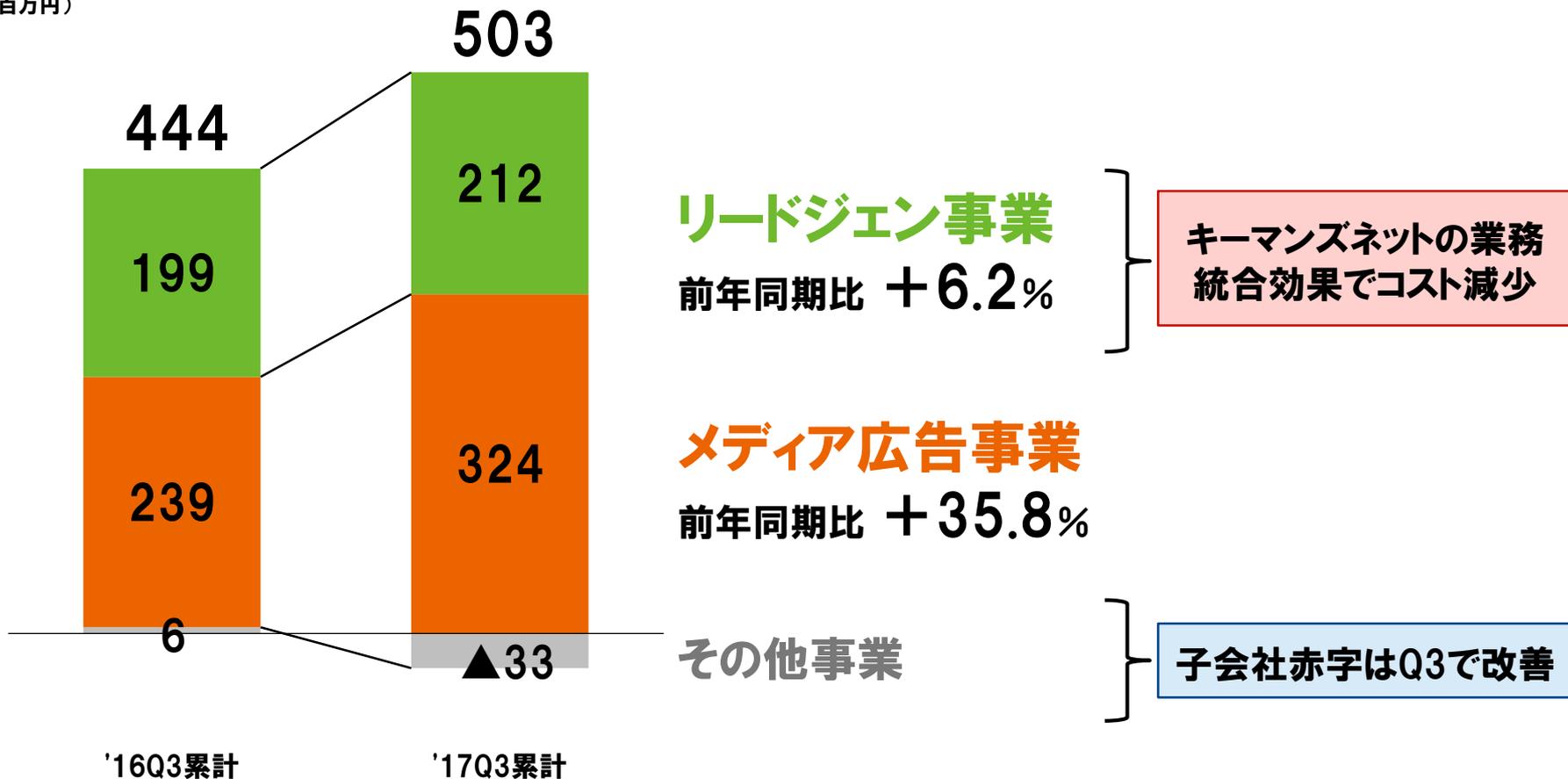
前年同期比 ▲1.9%

メディア広告事業

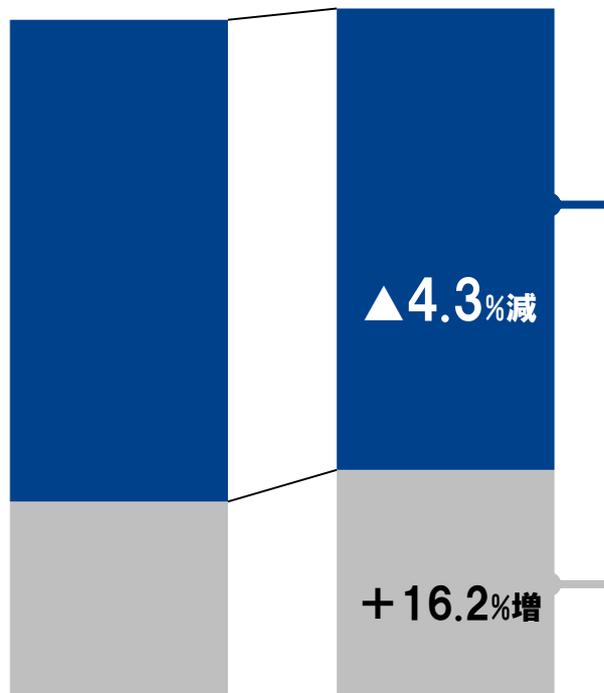
前年同期比 +4.6%

セグメント別 営業利益(累計期間)

(百万円)



顧客領域別の売上高

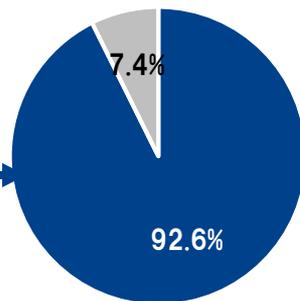


'16Q3累計

'17Q3累計

■ 非IT領域 ■ IT領域

各事業におけるIT領域が占める割合

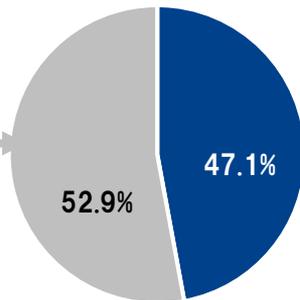


リードジェン

IT領域の顧客が9割超
リードジェン事業に影響大

課題1

リードジェンを中心としたIT領域の立て直し



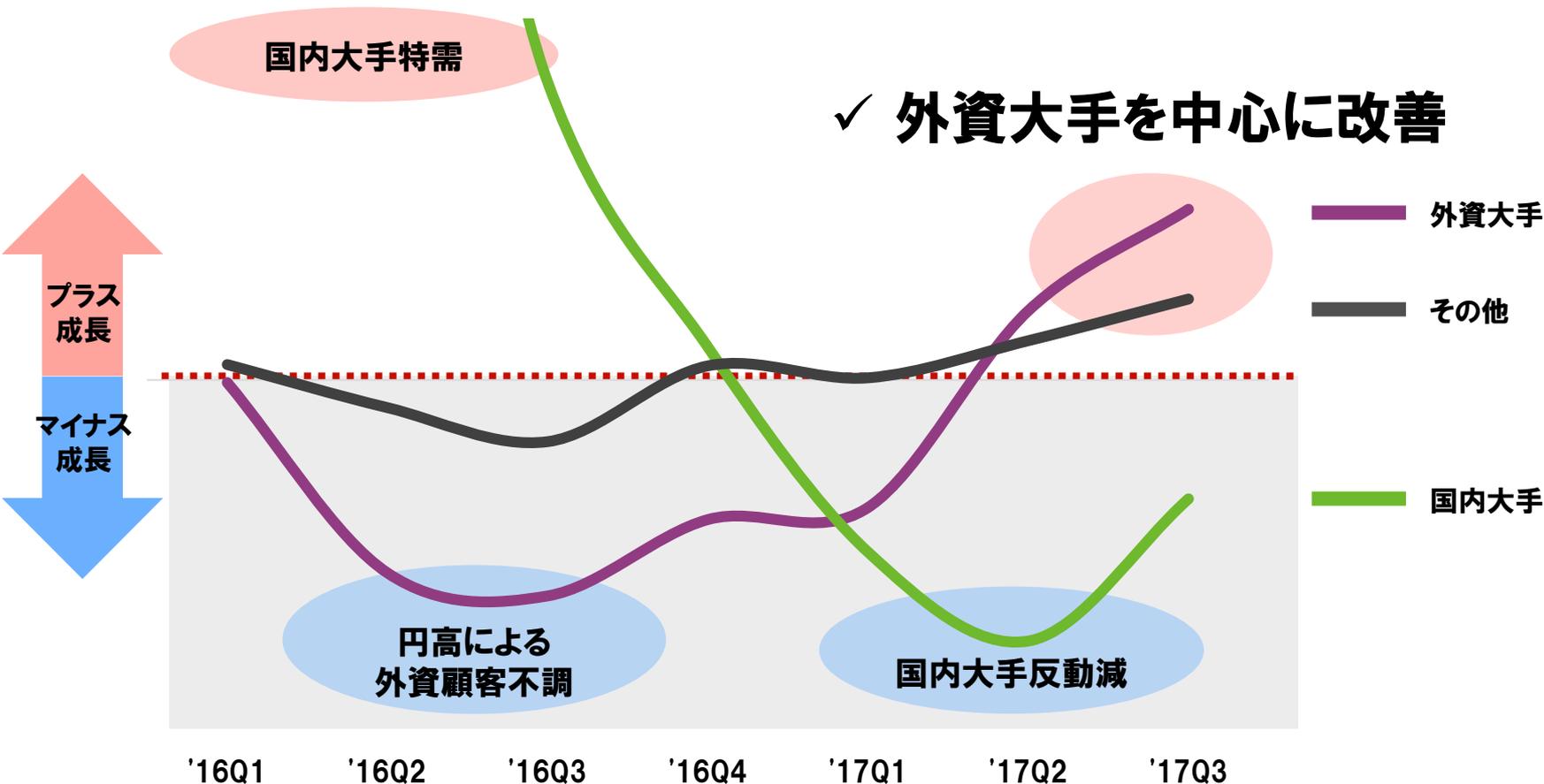
メディア広告

IT領域の顧客は低調も
非IT領域が大きく成長

課題2

非IT領域成長分野のさらなるプッシュ

顧客区分別 前年同期比成長率の四半期推移(単体)



✓ 主力のIT領域は回復途上も、新たな領域での収益が拡大

非IT領域

増収牽引

メディア広告

リードジェン

産業テクノロジー分野拡大



その他子会社

売上拡大

Knowledge
on Demand

IT領域

メディア広告

回復途上

リードジェン



業務統合効果によるコストダウン

連結財政状態計算書

(百万円)		2017年3月末	2017年12月末	差異
資産の部	流動資産	3,895	4,140	+245
	非流動資産	1,801	1,642	▲159
	資産合計	5,697	5,782	+85
負債の部	流動負債	788	744	▲43
	非流動負債	77	73	▲4
	負債合計	866	817	▲48
資本の部	資本金/資本剰余金	3,513	3,522	+8
	利益剰余金	1,561	1,704	+143
	自己株式	▲344	▲344	—
	他包括利益累計額	69	68	▲1
	親会社の所有者に 帰属する持分	4,800	4,950	+149
	資本合計	4,831	4,964	+133
	1株当たり親会社の 所有者に帰属する持分	247.72円	254.76円	+7.04円
	親会社所有者帰属持分比率	84.3%	85.6%	+1.3pt

資産合計

現金及び現金同等物	+229
その他の金融資産 (非流動資産)	▲165

負債合計

未払法人所得税	+30
その他の流動負債	▲50

資本合計

親会社の所有者に 帰属する四半期利益	+337
剰余金の配当	▲194

連結キャッシュフロー計算書

(百万円)	'16Q3	'17Q3	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	310	460	+150
投資活動による キャッシュ・フロー	▲268	▲42	+225
財務活動による キャッシュ・フロー	▲123	▲188	▲64
現金及び現金同等物の 増減額	▲81	+229	+311
現金及び現金同等物の 期首残高	2,768	2,569	▲198
現金及び現金同等物の 期末残高	2,686	2,799	+112

営業CF 主な内訳

税引前四半期利益	+504
営業債権及びその他の債権	+76
法人所得税の支払額	▲97

投資CF 主な内訳

有形固定資産及び 無形固定資産の取得	▲147
投資の償還による収入	+100

財務CF 主な内訳

配当金の支払	▲193
--------	------

セグメント別の概況

当社のセグメントとメディア分野

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、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	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 ほか	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	—	

リードジェン事業

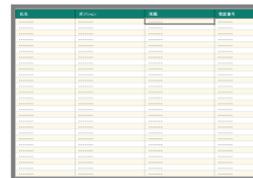
✓ 1.9%減収、6.2%増益

- IT領域 回復途上で減収
- 非IT領域 産業テクノロジー分野「TechFactory」増収
- 子会社 「発注ナビ」増収
- キーマンズネット事業の業務統合効果によるコスト削減

✓ 新システム「LeadGen. Business Platform」一部稼働

- 複数並行していたシステムを統合し効率化を目指す
- データ活用によるサービス向上や外部媒体のネットワーク化も推進

◆オンラインメディアならではの仕組みを構築



IT製品選択のためのベストプレイスとしてのメディアを運営

- ✓ 会員登録制のIT製品情報サイトを読者向けに提供

IT製品バイヤーが集合

- ✓ 誰がいつどんな製品を検討しているのかビッグデータを蓄積

見込顧客の発見

- ✓ 顧客から依頼を受け、特定製品の見込み顧客をあぶりだす

◆M&Aや協業を積極的に行い、順調に拡大

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」バーチャ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

2016

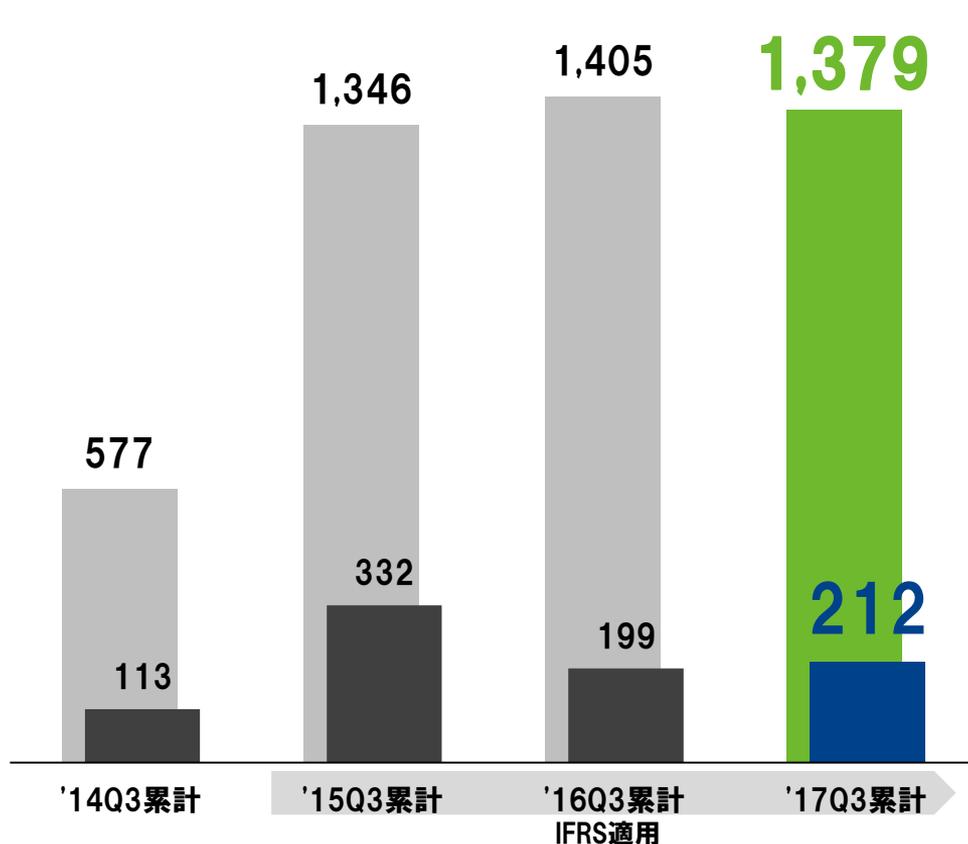


システム開発会社向けのサービス開始



産業テクノロジー領域に拡大

(百万円)



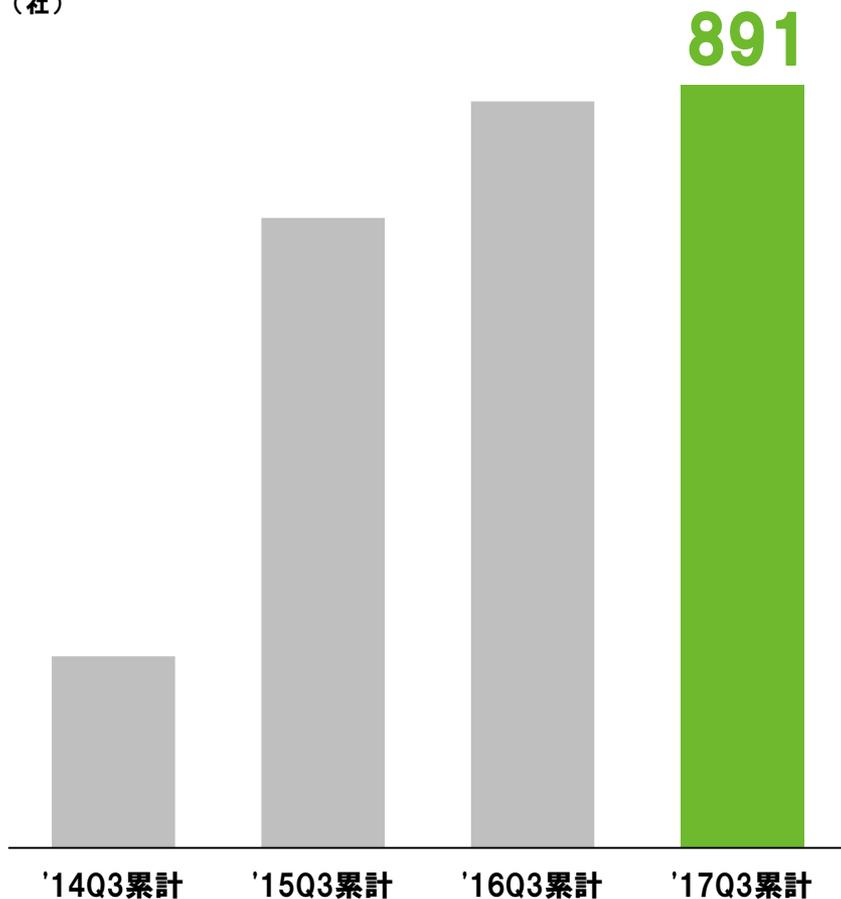
売上高

▲ 1.9%

営業利益

+ 6.2%

(社)

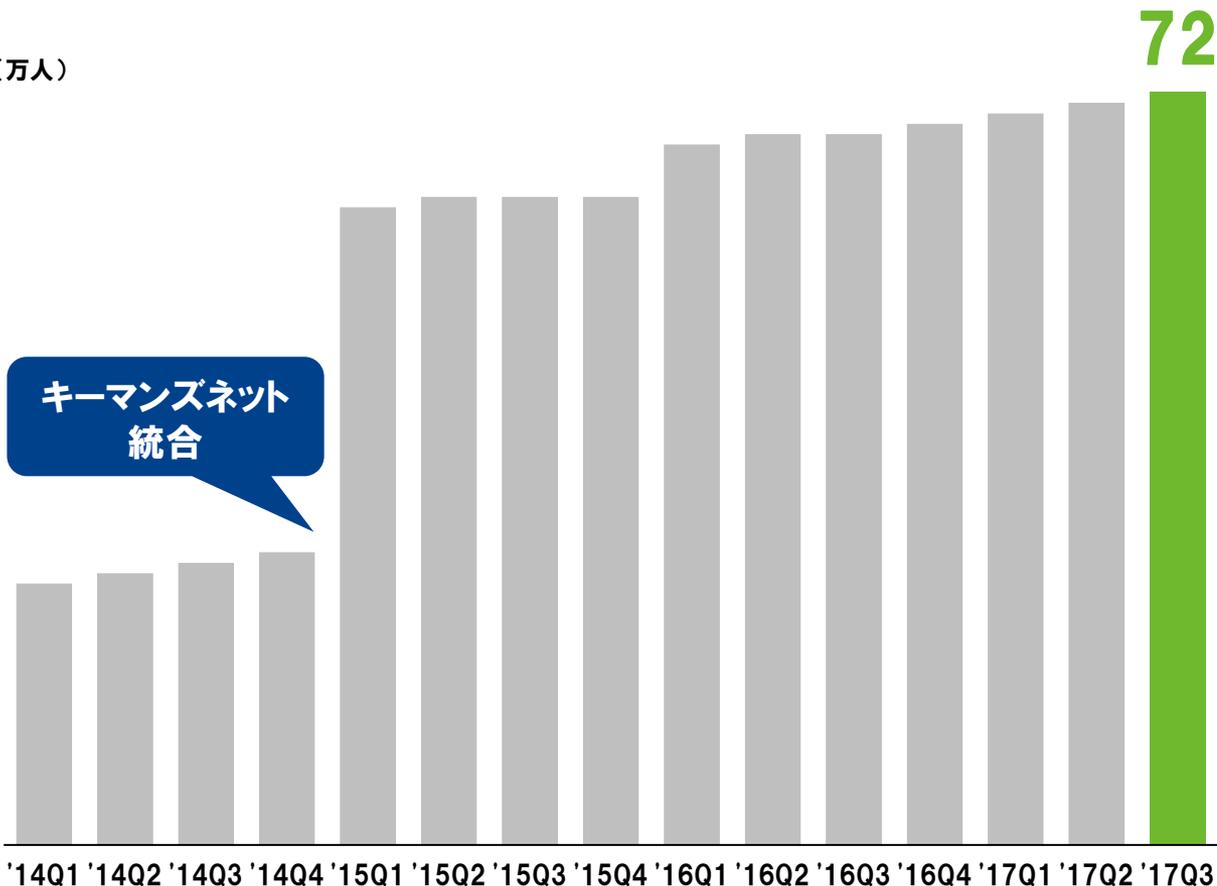


前年同期比

+2.2%(19社増)

子会社「発注ナビ」顧客増

(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

2017年11月 新システム「LBP(LeadGen. Business Platform)」一部稼働開始

- ✓ 会員DB管理、キャンペーンマネジメント、ダウンロード資料の管理、レポート機能など、競争力の高いリードジェン事業を実現するノウハウが反映されたシステム
- ✓ 過去のM&Aなどでメディアごとに確立していたシステムを、新システムに統合し効率化を目指す

導入の成果

- ✓ 効率化、キャンペーン工数削減
- ✓ 顧客の利便性向上

今後の展開

- ✓ 既存サービスを統合（2018年度予定）
- ✓ データ活用によるサービス向上
- ✓ 当社メディア以外でもリードジェン事業を運用できる汎用的な基盤として、**外部媒体のネットワーク化も推進**



メディア広告事業

✓ 4.6%増収、35.8%増益

- ・ 非IT領域 ねとらぼ、ITmedia ビジネスオンラインが増収を牽引
- ・ IT領域 回復途上で減収

ねとらぼ

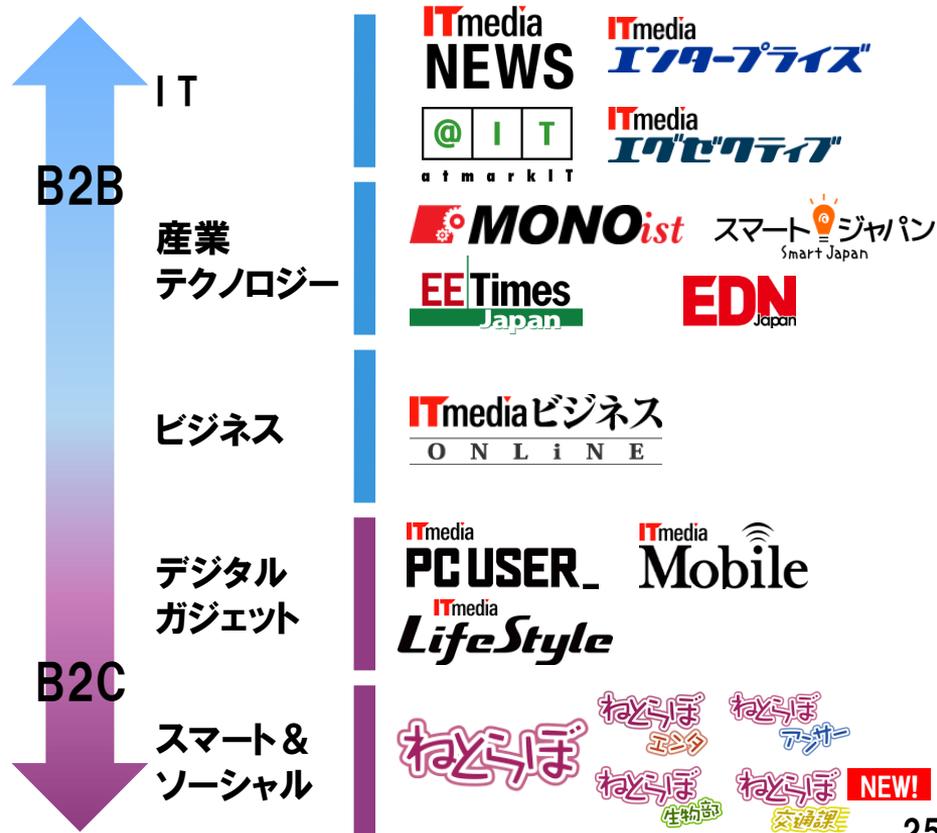
✓ ねとらぼの成長が加速

- ・ 継続的なサブブランド展開によりさらなる成長を目指す

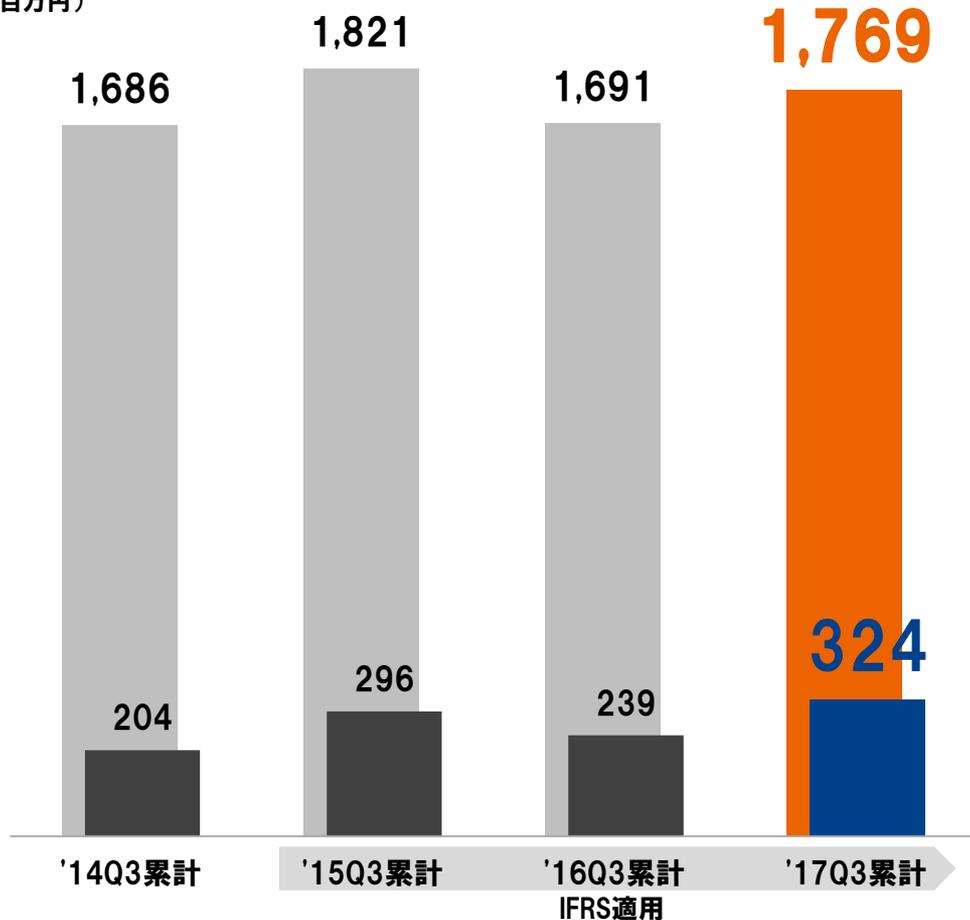
◆ビジネスモデル



◆メディアのラインアップ



(百万円)



売上高

+4.6%

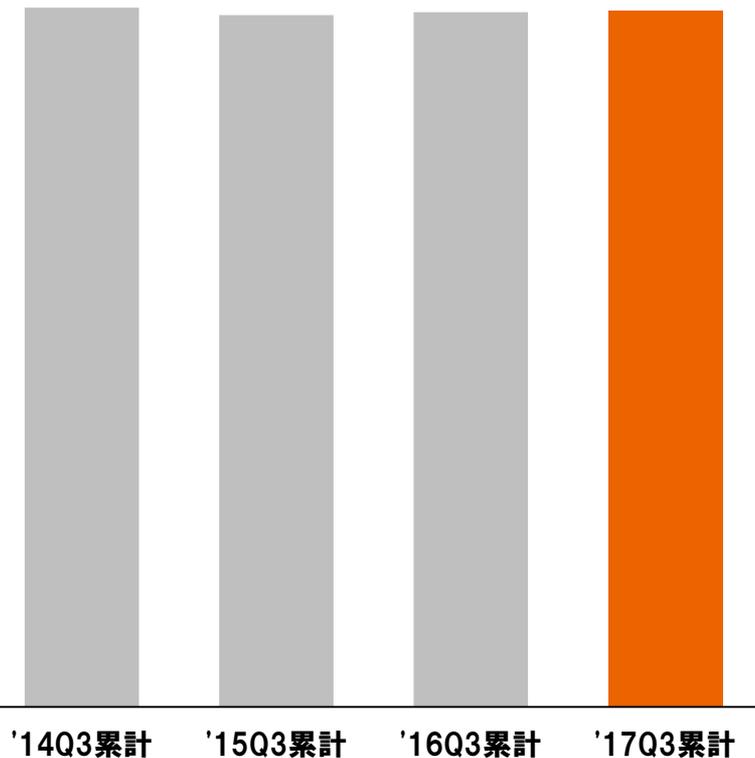
営業利益

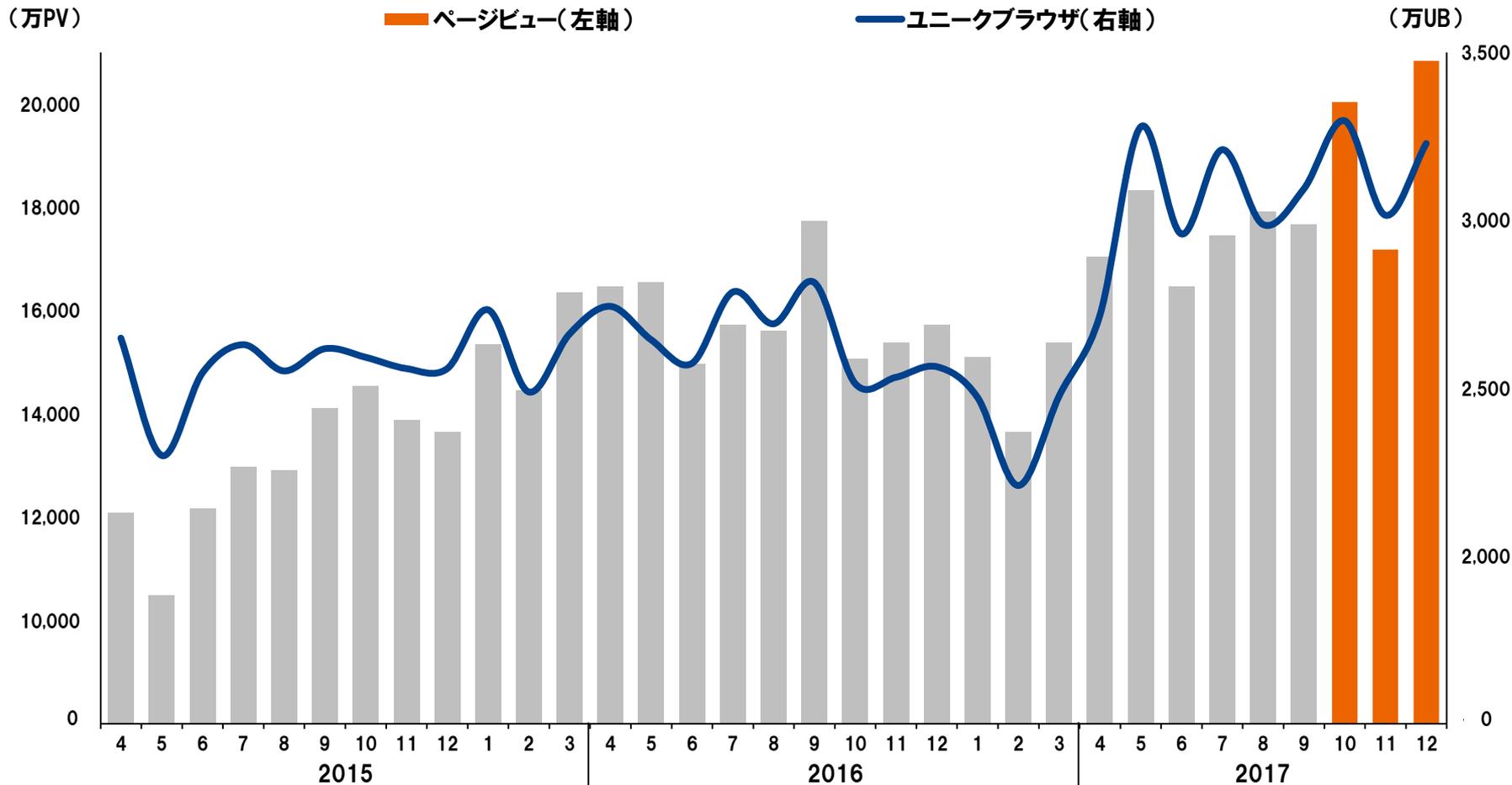
+35.8%

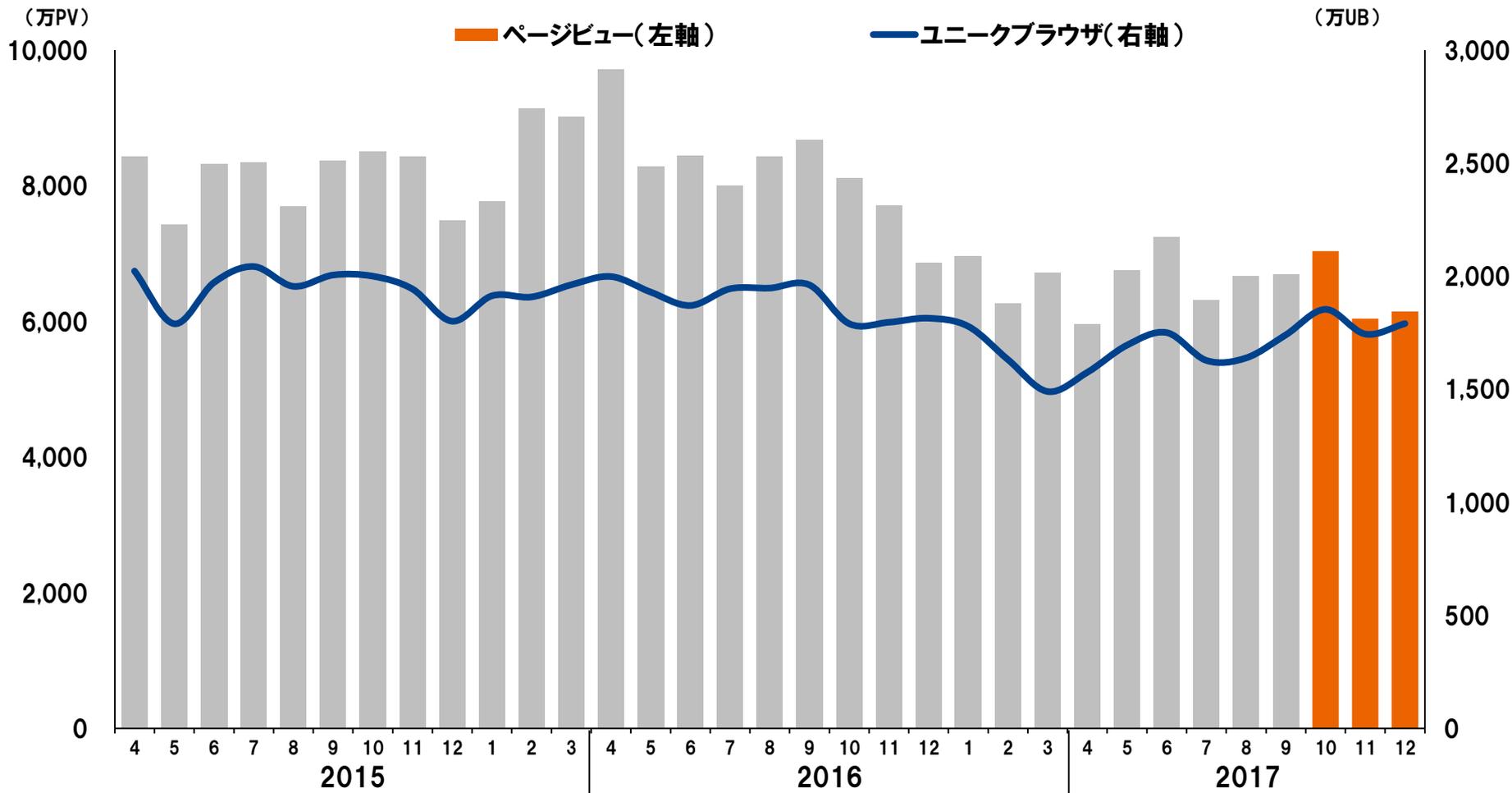
(社)

488

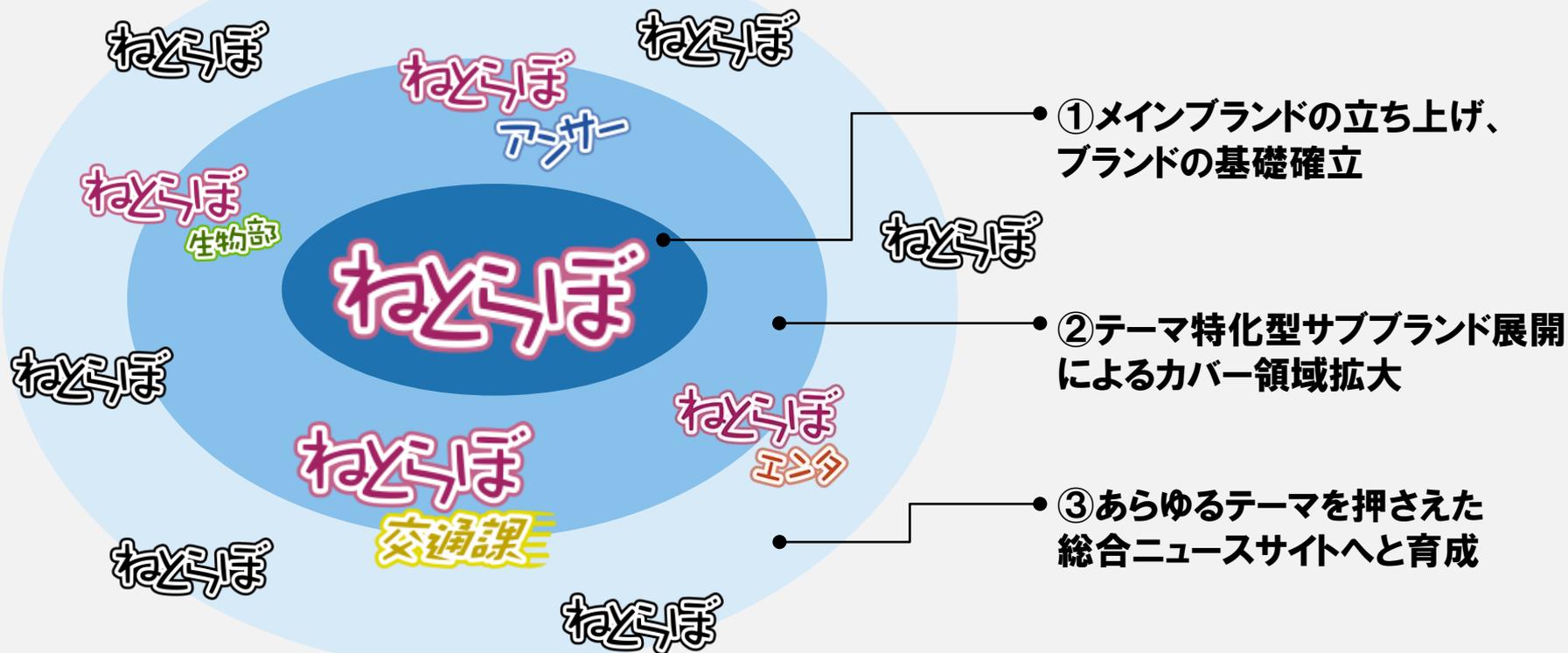
前年同期比
+0.2%(1社増)







目指す姿：スマート&ソーシャルに最適化された総合ニュースサイト



◆4つめのサブブランド「ねとらぼ交通課」ローンチ(2018年1月) 初月から1,000万PV突破

日々誰もが目にし、利用し、また、多くの人にとって“子どものころから好きだった”存在である「乗りもの」の最新情報やネットの話題を、「クスツと笑える」「誰かに話したくなる」独自の味付けを施して紹介

<http://nlab.itmedia.co.jp/nl/subtop/norimono/>

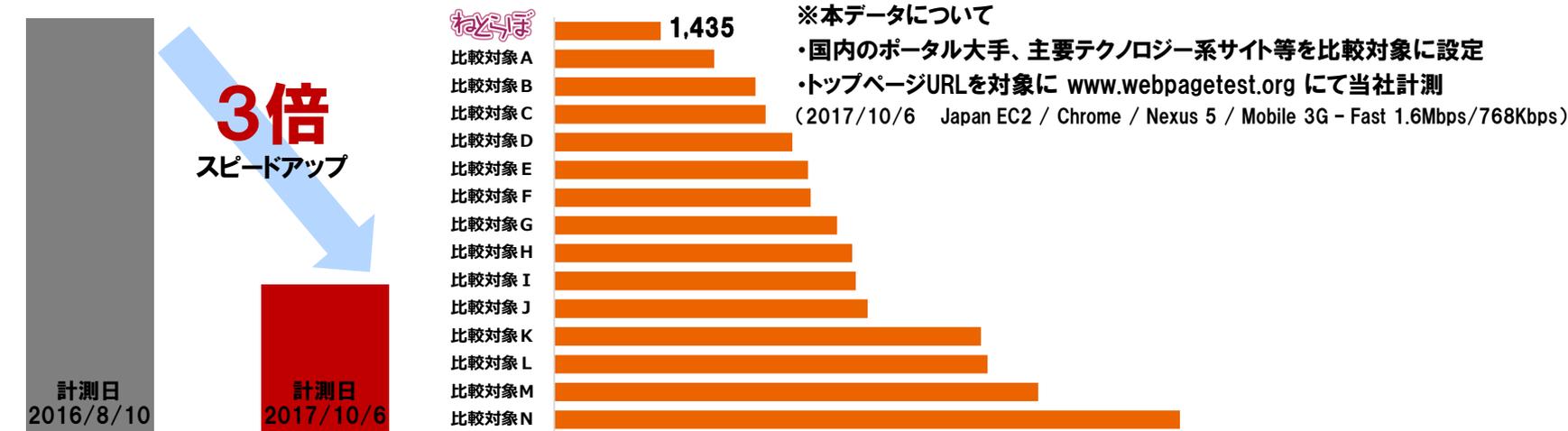


➡ 運営ノウハウが蓄積し、メディア拡大の「勝ちパターン」を獲得
今後も継続的にサブブランドを追加し、ねとらぼ全体の成長をさらに加速

◆スマートフォン上でのページ表示スピードを業界トップクラスにまで改善

スマートフォンからの心地よいユーザー体験提供のため、表示スピードを徹底的に改善
 次々とページを移ってもストレスを感じさせず、訪問当たりPVの増加、離脱率の低下、SEO改善などの効果を見込む

WebPagetest Speed Index スコア（小さいほど高速）



➡ エンジニアリングを積み重ね、さらなるUX向上を図る

◆ Twitter Japan社「もっとも使われたアカウント2017」1位獲得

話題性の高い記事を数多く配信することで、スマホ/SNSユーザーが日常的に拡散
SNS上でのねとらぼブランドの影響力を証明

※ リプライ、リツイートなどユーザーのツイートに引用された回数を元に同社が算出



引用元: Twitter Japan社公式アカウント:@TwitterJP 2017年12月4日
<https://twitter.com/TwitterJP/status/937788656982437888>



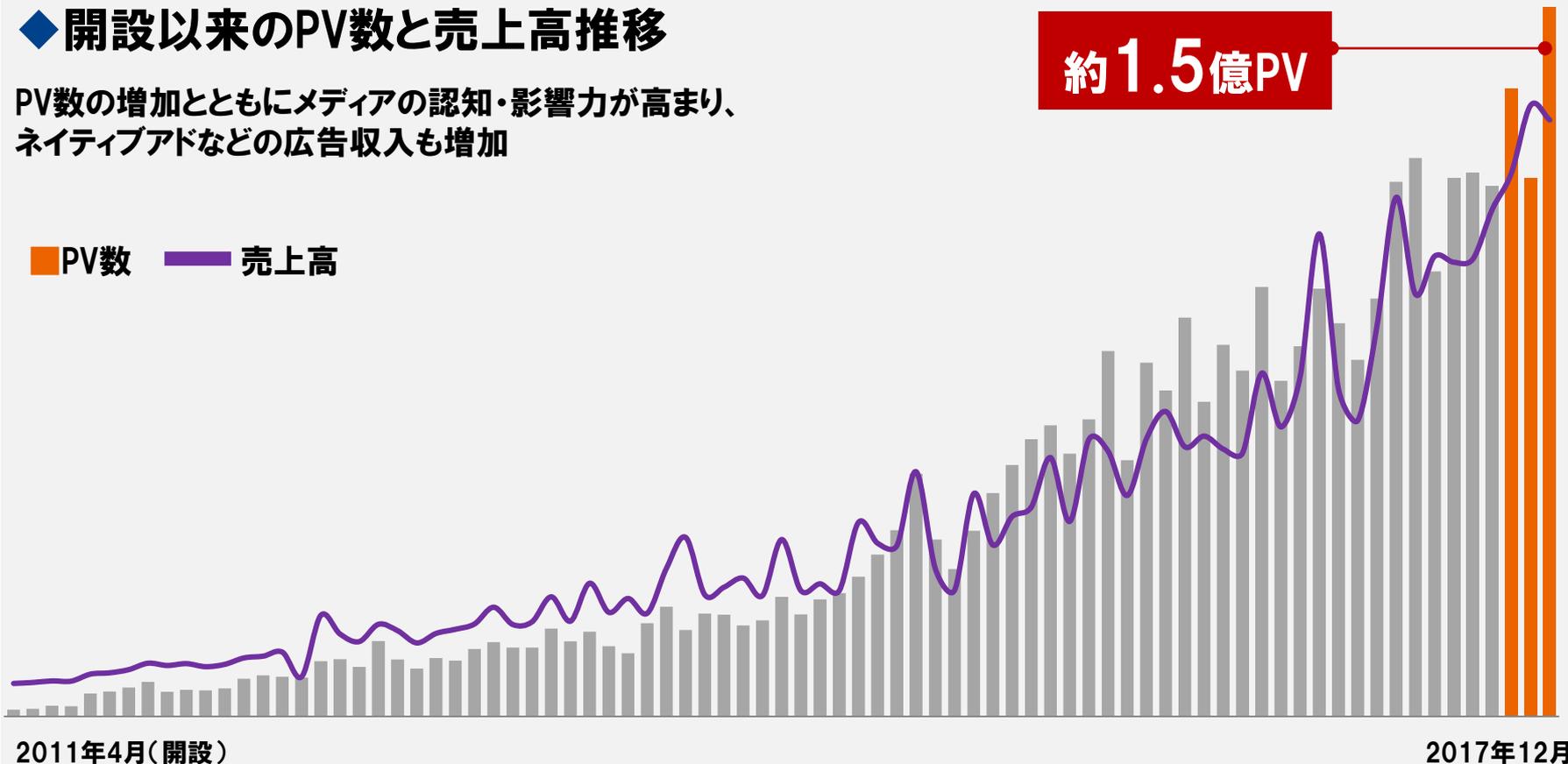
➡ ネタの面白さ × 拡散力が相乗し、ねとらぼブランドをさらに拡大

◆開設以来のPV数と売上高推移

PV数の増加とともにメディアの認知・影響力が高まり、
ネイティブアドなどの広告収入も増加

■PV数 ■売上高

約1.5億PV



◆ ネイティブアド(記事広告) 事例

✓ 大手食品やインフラ、自動車関連企業など、ナショナルクライアントがねとらぼに注目



日産自動車株式会社

[Instagramの最新手法「シネスタグラム」がカッコいい](#)
[日産公式アカウントに秀逸な投稿多数](#)



東海旅客鉄道株式会社

[「カズレーザー専用マーカー」で無理やりグルメ漫画を描いたら、刺身盛りが全部マグロの赤身になった](#)



森永製菓株式会社

[「冷やし中華にもち追加」「おやつにドウ糖」](#) シュー
 ルな「将棋めし」文化についてプロ棋士に聞いてみた



日本コカ・コーラ株式会社

[「い・ろ・は・す」が飲みたいシチュエーションを](#)
[48パターン考えました](#)



大正製薬株式会社

[「僕と二人で逃げないか？ 花粉のない国へ……」](#)
 声優のイケボで花粉の季節を乗り切る謎のサイトが
 爆誕

→ テレビ広告費がネットに振り分けられる
 時代に、ねとらぼがその受け皿となる

◆ AI・ロボットに特化したチャンネル「AI+」が 月間200万PV突破

2017年1月に開設された「AI+ by ITmedia NEWS」が
2017年12月実績において月間200万PVを突破
<http://www.itmedia.co.jp/news/subtop/aiplus/>



➔ 国内でも有数のAI専門チャンネルとして、
技術情報からトレンドまで幅広く発信

◆ 注目のスマートスピーカー／AIアシスタント Amazon Echo／Alexa にニュース記事提供

AI音声アシスタント「Alexa」の音声ニュース配信機能
「Flash Briefing」に当社5媒体の記事を提供
スマートスピーカーが当社記事を読み上げ
<http://corp.itmedia.co.jp/pr/releases/2017/11/08/alexa/>



➔ 先端テクノロジーを積極的に取り入れ、
当社ブランド力の強化を図る

当期業績と配当

・外資顧客は回復途上、
上期は保守的に想定



・上期は想定範囲内

・前期Q3の落ち込みは
回復を見込む



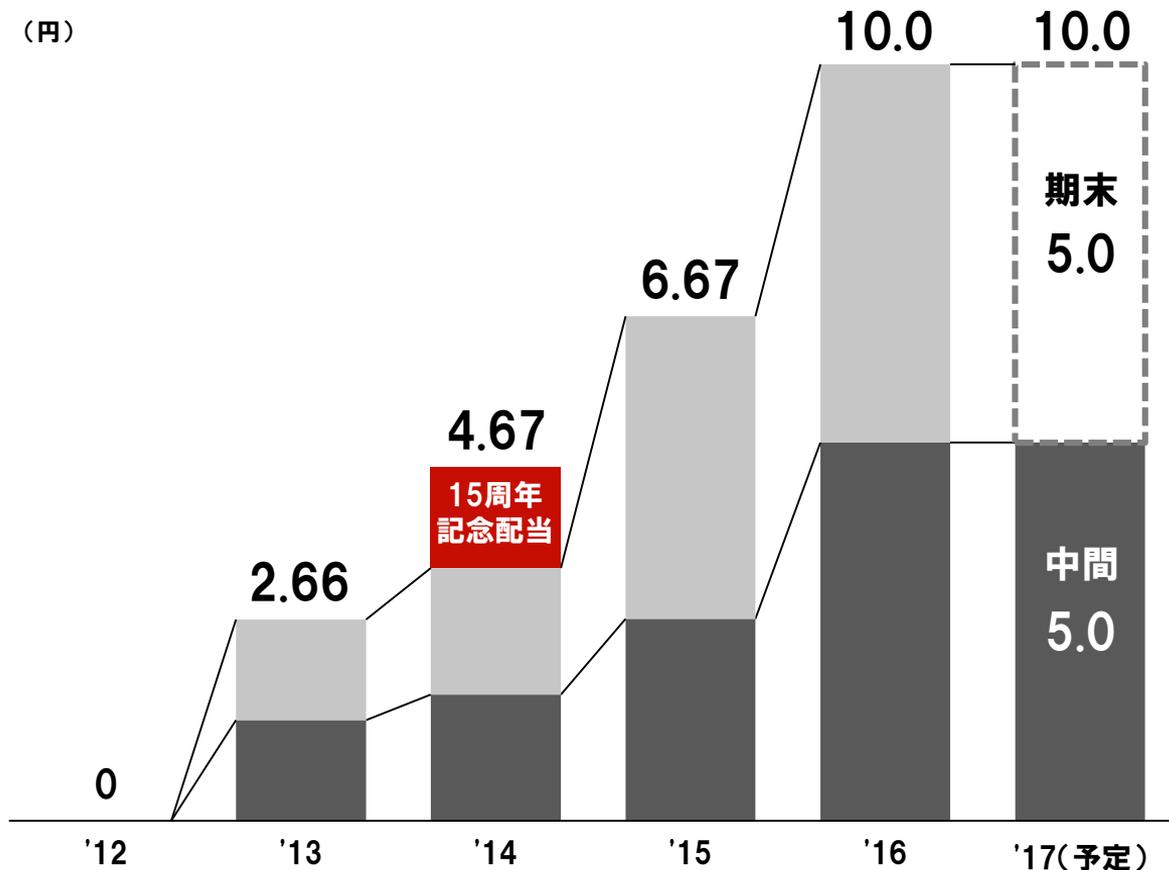
・Q3は見込み通り回復

(百万円)	売上高	営業利益	親会社の所有者に帰属する 当期利益
通期業績予想	4,800	790	530
	(+7.8%)	(+11.3%)	(+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。

配当金の推移と予想

(円)



中間配当5円

期末配当5円(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.

(ご参考)用語集

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る事項は「2017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。

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。