

2018年3月期 決算説明資料

2018年 5月 8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

✓3.5%増収

- 上期は減収も、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、産業テクノロジー、ビジネス領域が増収
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

✓5.1%営業増益

- 単体 メディア広告事業が大きく増益、営業利益率も改善
- 子会社 ナレッジオンデマンド、発注ナビ共に赤字

連結損益計算書（会計期間）

	'16Q4		'17Q4		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
(百万円)					
売上高	1,269	100.0%	1,310	100.0%	+3.3%
売上原価	483	38.1%	551	42.1%	+13.9%
売上総利益	785	61.9%	759	57.9%	▲3.3%
営業費用	520	41.0%	516	39.4%	▲0.7%
EBITDA	288	22.7%	274	20.9%	▲5.0%
営業利益	264	20.9%	242	18.5%	▲8.3%
税引前四半期利益	263	20.8%	239	18.3%	▲9.2%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	174	13.7%	157	12.0%	▲9.7%
親会社の所有者に帰属する 包括利益	174	13.7%	157	12.0%	▲9.5%

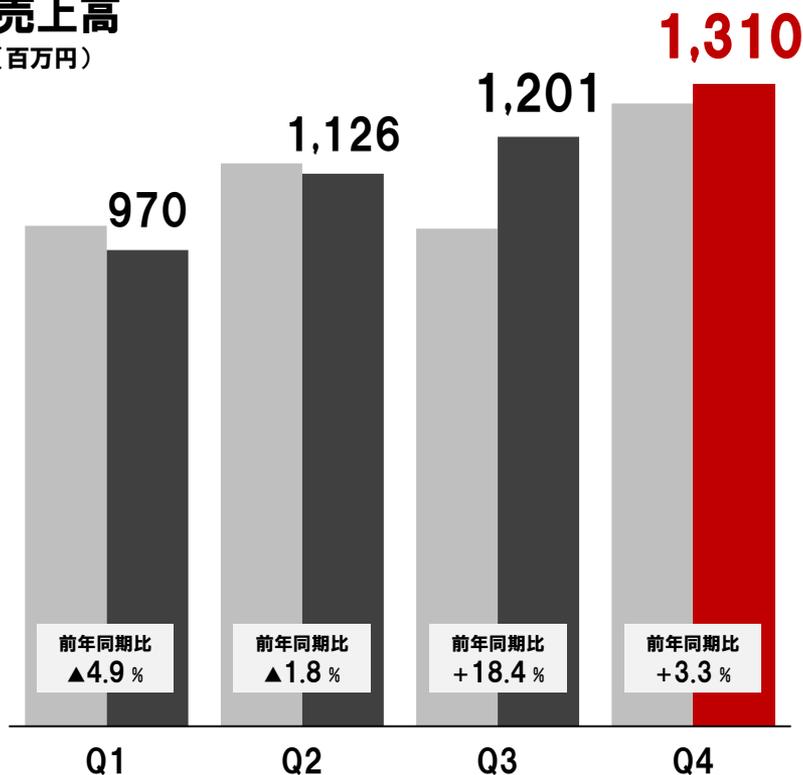
連結損益計算書（累計期間）

	2016年度		2017年度		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
(百万円)					
売上高	4,451	100.0%	4,608	100.0%	+3.5%
売上原価	1,745	39.2%	1,947	42.3%	+11.6%
売上総利益	2,705	60.8%	2,660	57.7%	▲1.7%
営業費用	1,996	44.8%	1,914	41.5%	▲4.1%
EBITDA	842	18.9%	872	18.9%	+3.5%
営業利益	709	15.9%	746	16.2%	+5.1%
税引前利益	709	15.9%	744	16.1%	+4.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	475	10.7%	494	10.7%	+4.0%
親会社の所有者に帰属する 包括利益	473	10.6%	492	10.7%	+4.1%

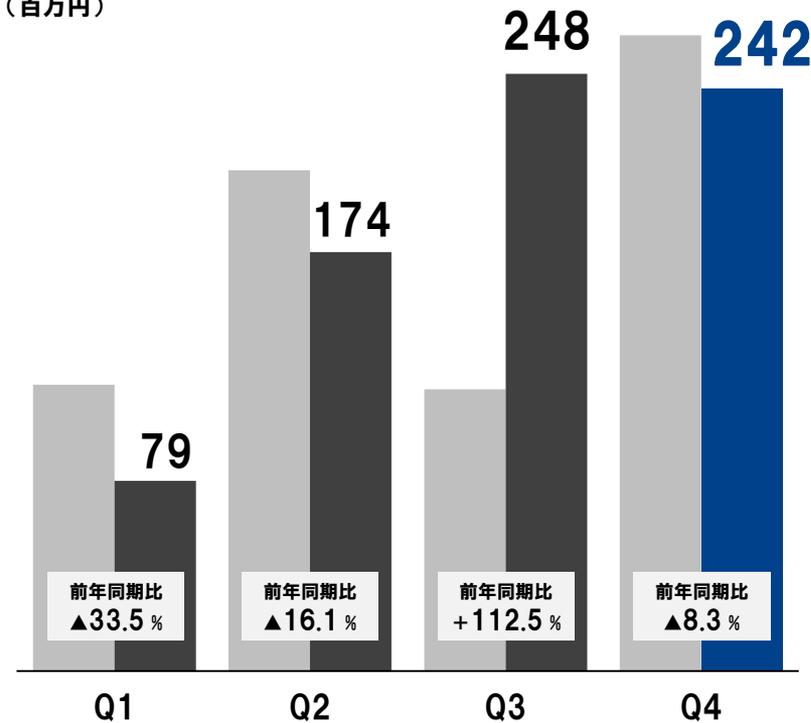
売上高・営業利益の四半期トレンド（会計期間）

✓ 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)

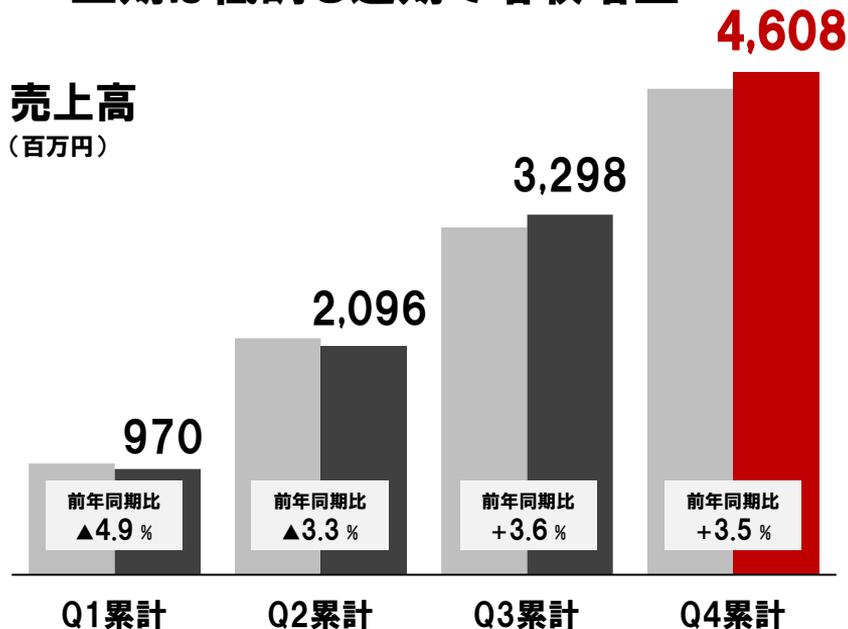


■ 2016年度 ■ 2017年度

売上高・営業利益の四半期トレンド（累計期間）

✓ 上期は低調も通期で増収増益

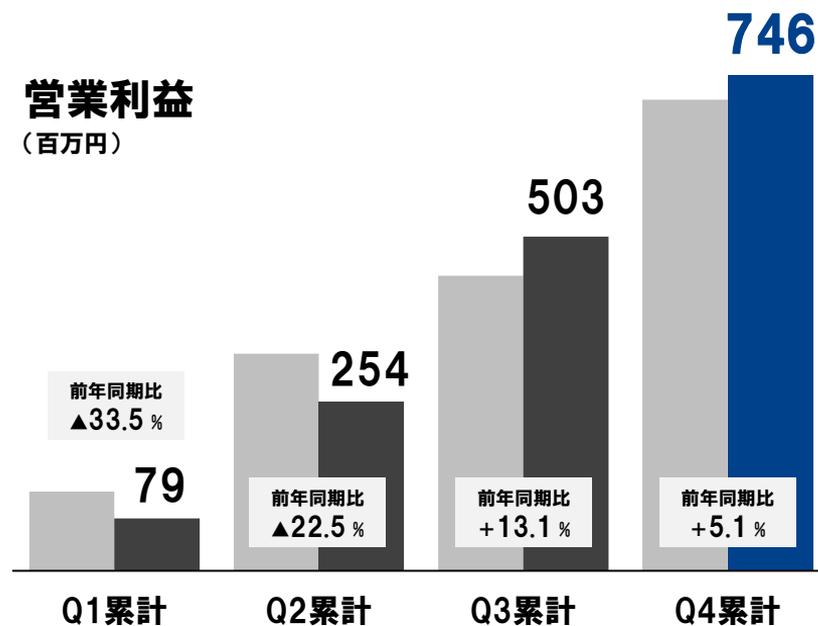
売上高
(百万円)



業績予想(4,800)に対する進捗率



営業利益
(百万円)

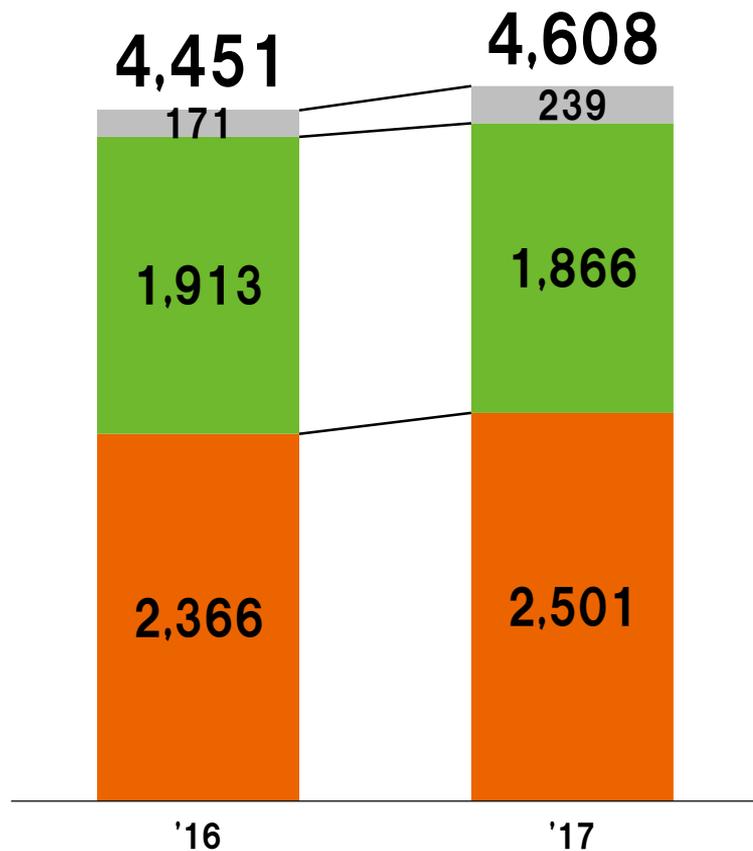


業績予想(790)に対する進捗率



セグメント別 売上高（累計期間）

（百万円）



その他事業

リードジェン事業

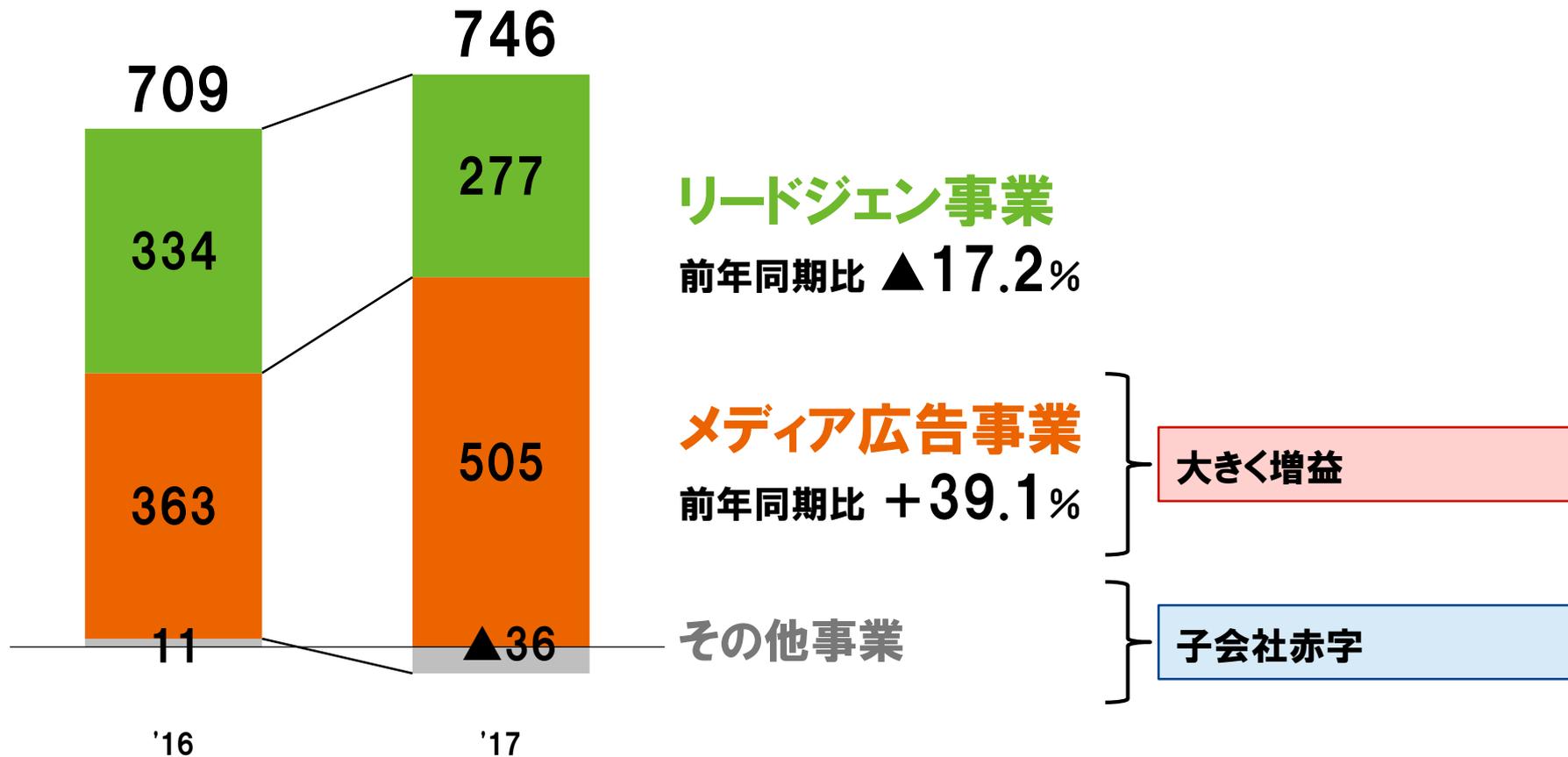
前年同期比 ▲2.5%

メディア広告事業

前年同期比 +5.7%

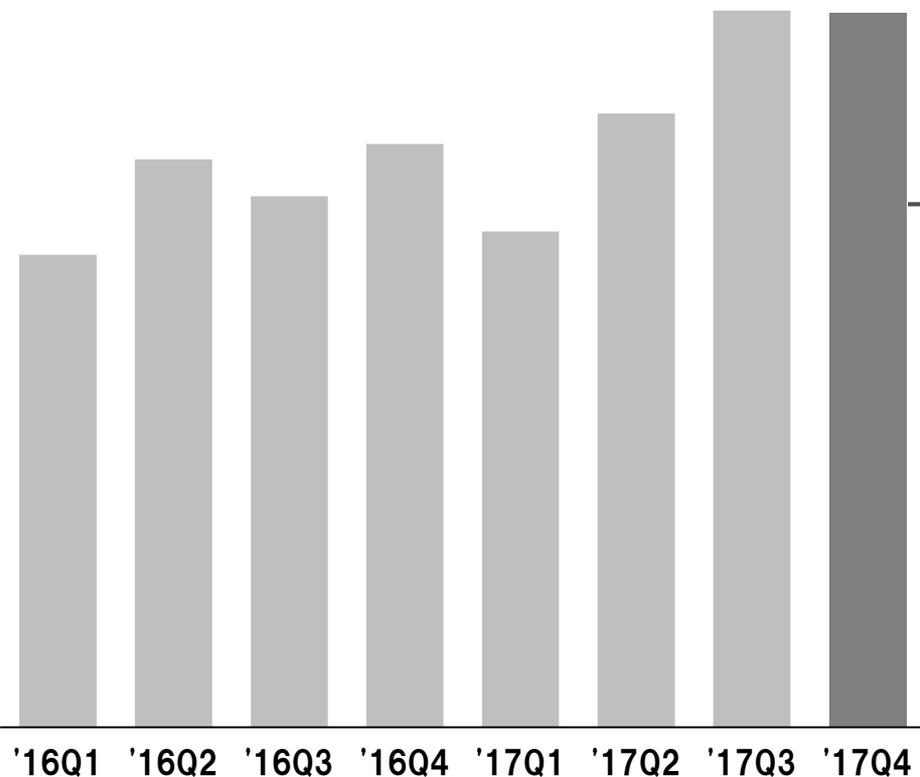
セグメント別 営業利益（累計期間）

（百万円）



非IT領域での売上高が順調に拡大

顧客領域別の売上高推移

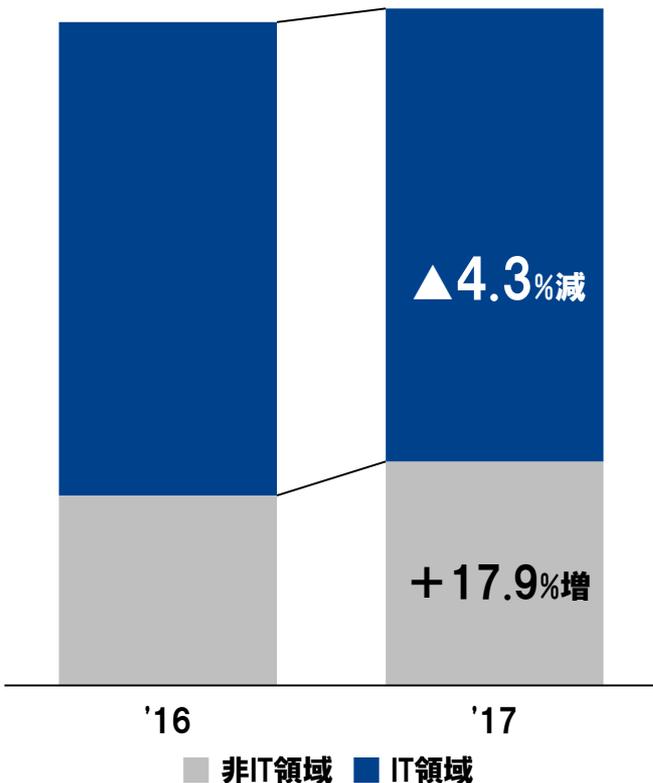


非IT領域

ねとらぼ、産業テクノロジー、
ビジネス領域が伸長



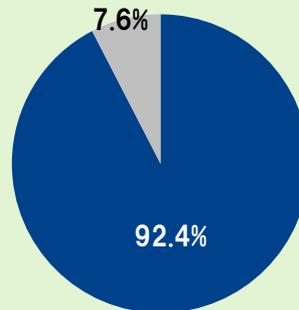
顧客領域別の売上高



各事業におけるIT領域が占める割合

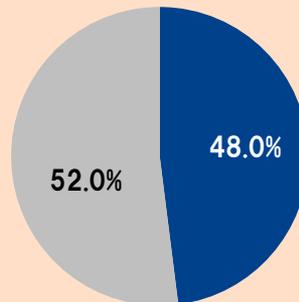
リードジェン

IT領域の顧客が9割超
リードジェン事業に影響大
➔ **減収**

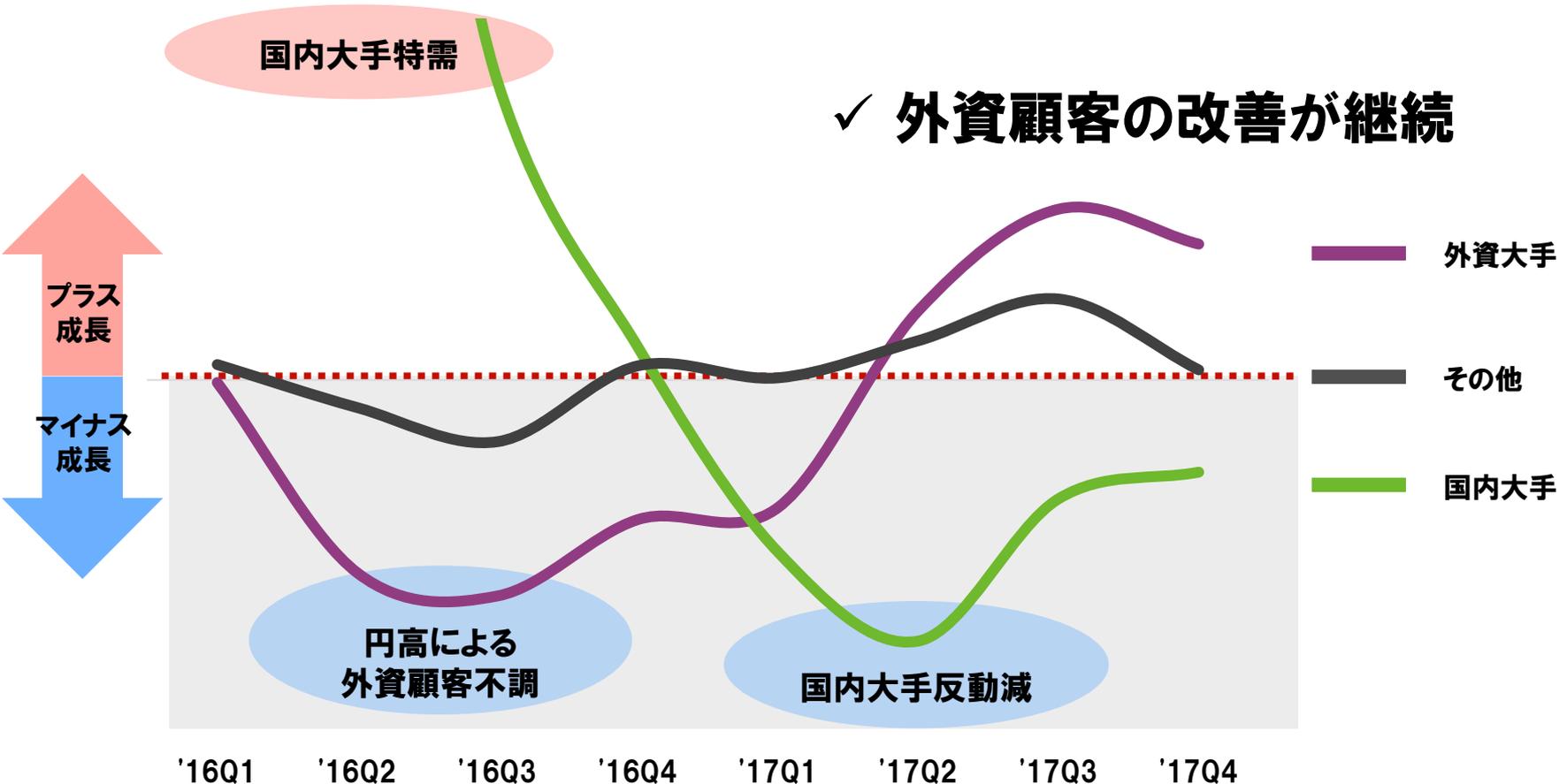


メディア広告

IT領域の顧客は低調も
非IT領域が大きく成長
➔ **増収**



顧客区分別 前年同期比成長率の四半期推移（単体）



連結財政状態計算書

(百万円)		2017年3月末	2018年3月末	差異
資産の部	流動資産	3,895	4,494	+599
	非流動資産	1,801	1,683	▲118
	資産合計	5,697	6,178	+480
負債の部	流動負債	788	999	+211
	非流動負債	77	76	▲1
	負債合計	866	1,075	+209
資本の部	資本金/資本剰余金	3,513	3,506	▲7
	利益剰余金	1,561	1,861	+300
	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	5,091	+291
	資本合計	4,831	5,102	+271
	1株当たり親会社の 所有者に帰属する持分	247.72円	261.27円	+13.55円
	親会社所有者帰属持分比率	84.3%	82.4%	▲1.8pt

資産合計

現金及び現金同等物	+541
無形資産の増加	+81
その他の金融資産	▲184

負債合計

未払法人所得税	+165
---------	------

資本合計

親会社の所有者に 帰属する当期利益	+494
剰余金の配当	▲194

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)	2016年度	2017年度	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	539	748	+208
投資活動による キャッシュ・フロー	▲317	2	+319
財務活動による キャッシュ・フロー	▲420	▲209	+211
現金及び現金同等物の 増減額	▲198	541	+739
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	2,569	3,111	+541

営業CF 主な内訳

税引前利益	+744
減価償却費及び償却費	+126
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	▲176
投資の償還による収入	+150

財務CF 主な内訳

配当金の支払	▲193
連結範囲の変更を伴わない 子会社株式の取得	+28



ITmedia Inc.

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、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	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	—		ナレッジオンデマンド

リードジェン事業

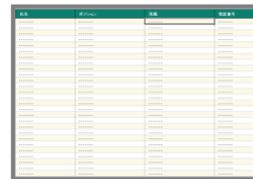
✓ 2.5%減収、17.2%減益

- 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」が増収
- 子会社 発注ナビが増収

✓ カスタマーサクセスを意識した協業推進 8社

- 2018年2月にはデジタル・アドバタイジング・コンソーシアム社と高精度なターゲティング広告配信を目的とした協業を発表

◆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

見込み顧客の発見

- ✓ 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

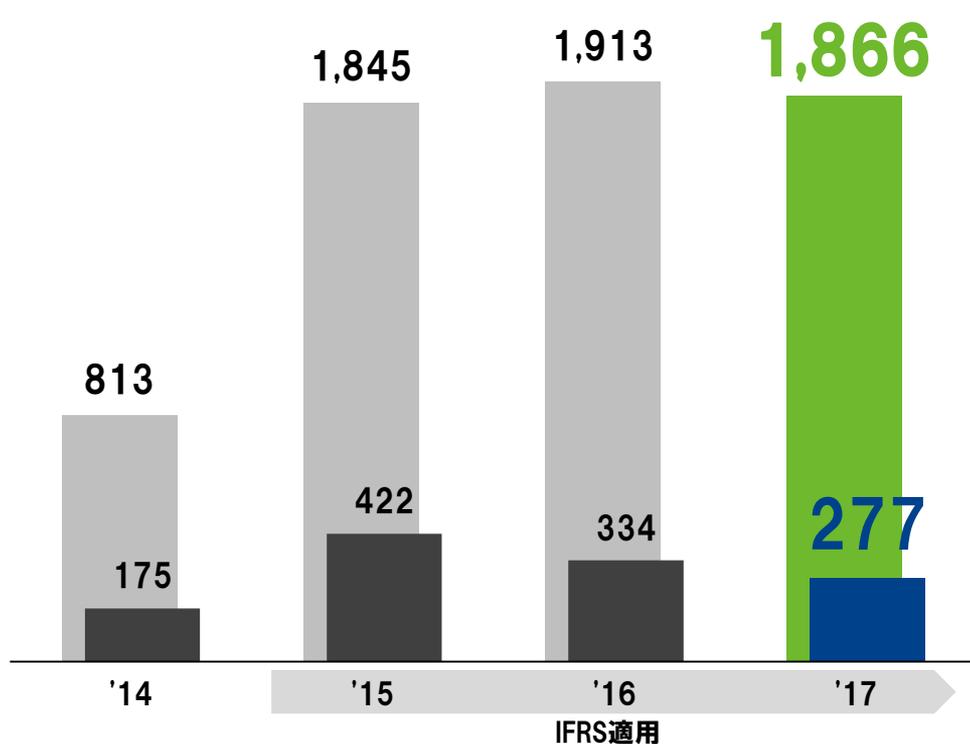


システム開発会社向けのサービス開始



産業テクノロジー領域に拡大

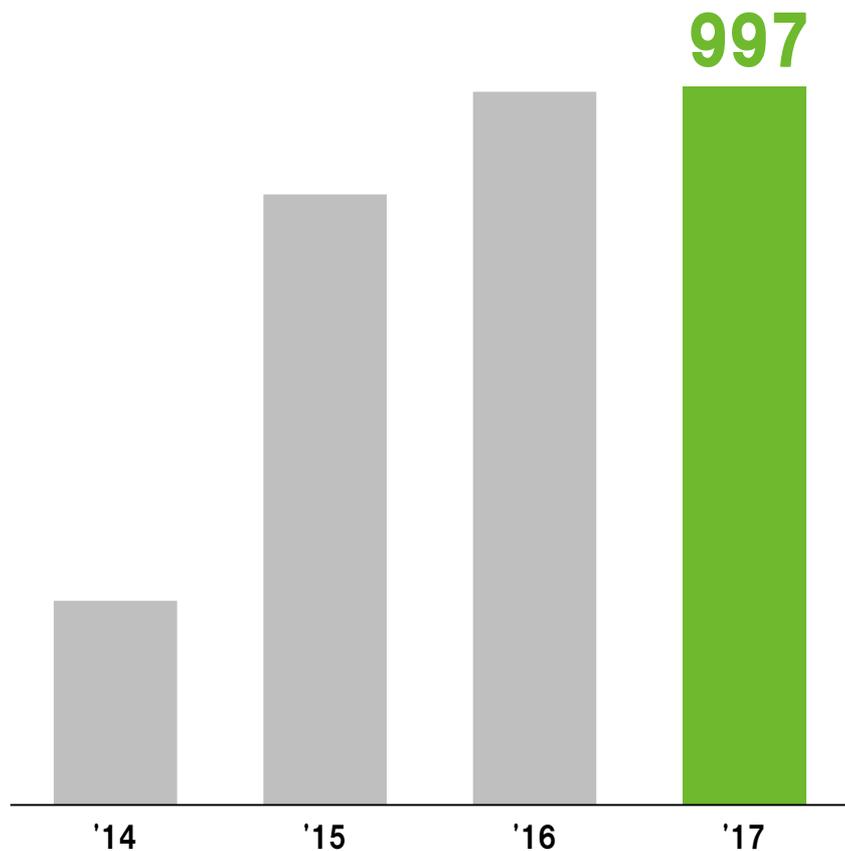
（百万円）



売上高
▲ 2.5 %

営業利益
▲ 17.2 %

(社)



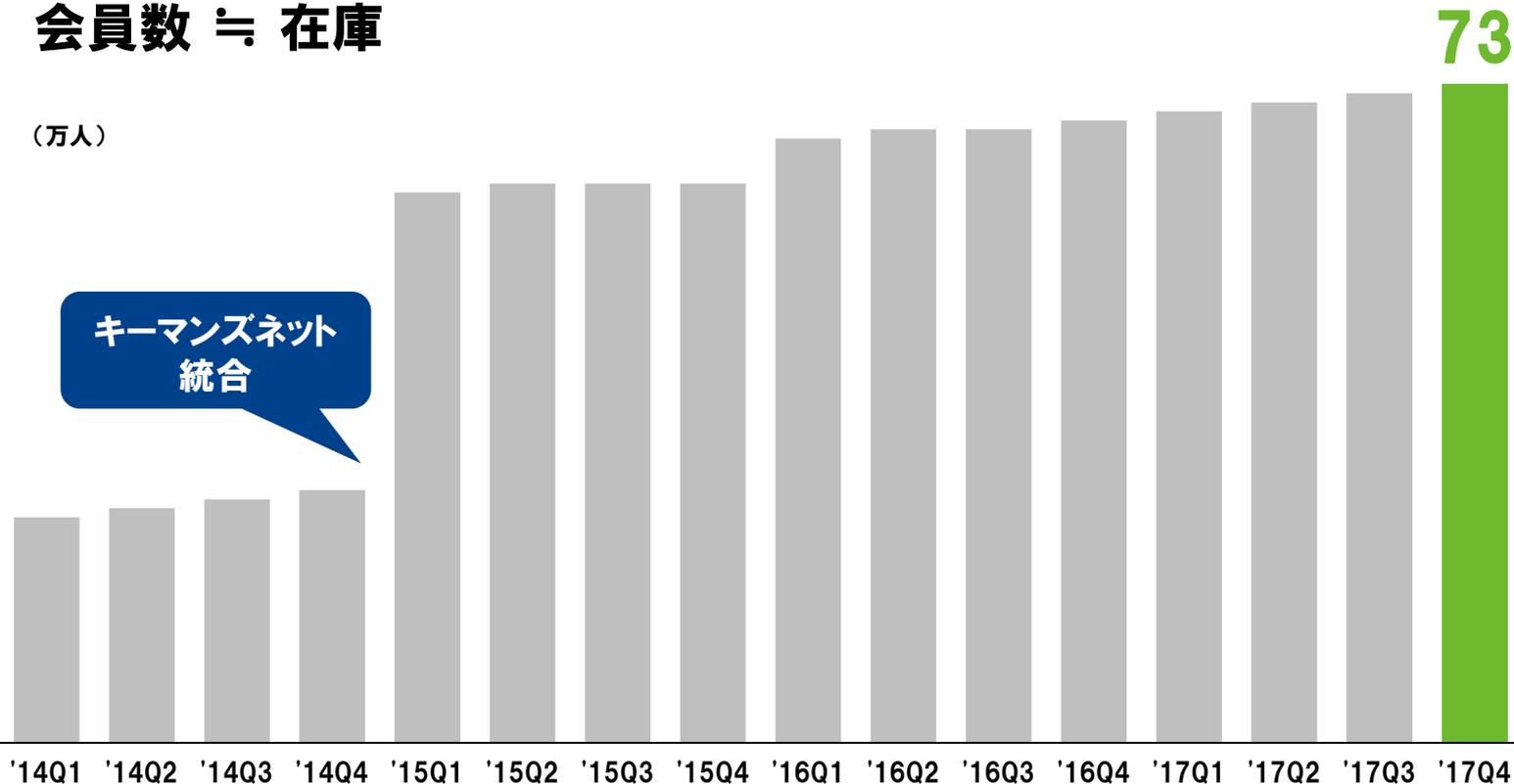
前年同期比

+0.8%（8社増）

発注ナビで顧客増が継続

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

(万人)



キーマンズネット
統合



TechTarget
Japan



キーマンズ ネット



Tech
Factory

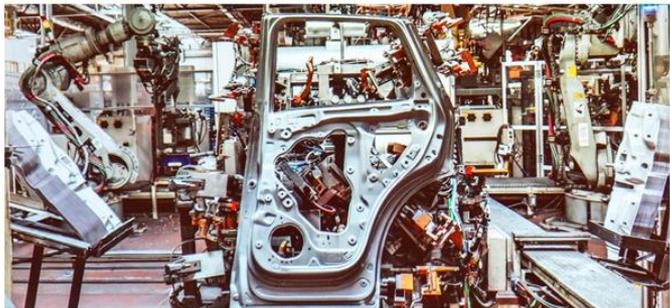
TechFactory

2018年1月15日公開

**PTC Forum Japan 2017 | ヒロテック 講演レポート：
製造業が変わらなければならない「理由」と
スマート工場の実現に必要な「視点」**

<http://techfactory.itmedia.co.jp/tf/articles/1801/15/news001.html>

IoTは、スマート工場を実現する上で欠かせない要素の1つである。しかし、単に無数のデータをかき集め、それらを見える化するだけではスマート工場の実現どころか、IoTの真の価値を引き出しているとは言い切れない。意味のあるデータを集め、必要な時に、必要な人に、必要な場所に価値ある情報を提供することが、製造業におけるIoT活用の第一歩だ。マツダやGMに自動車部品などを供給するティア1サプライヤーのヒロテックの取り組みを交え、スマート工場を実現する意義や実際の進め方などを詳しく紹介する。



[八木沢篤, TechFactory]

(出典：ヘスター氏の講演スライド)

TechTargetジャパン

2018年2月9日公開

**どうしてもExcelを使い続けたいなら覚えておきたい
「3つの限界」**

<http://techtarget.itmedia.co.jp/tt/news/1802/09/news03.html>

キーマンズネット

2018年3月20日公開

**「RPAをお祭り騒ぎにしている意味がない」
三菱東京UFJ銀行、RPAへの“全力投球”**

<http://www.keyman.or.jp/at/30010170/>

ITmedia マーケティング

2018年3月6日公開

**航空券を売って終わりではない：
ANAはなぜデジタルでの顧客体験向上を重視するのか**

<http://marketing.itmedia.co.jp/mm/articles/1803/02/news030.html>

協業により、顧客のマーケティングプロセスへの関与領域を拡大

2017年度 協業企業一覧

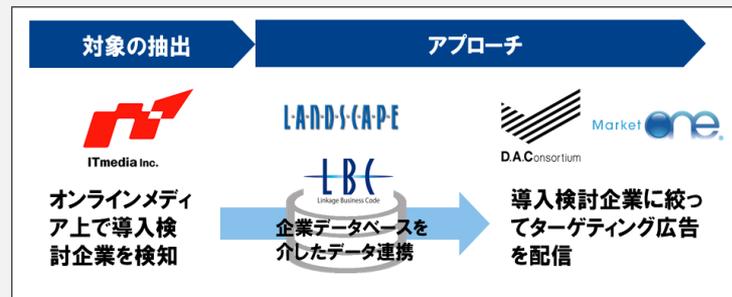
リリース日	協業企業
2017年05月30日	株式会社ランドスケープ
2017年06月01日	ターゲットメディア株式会社
2017年06月02日	株式会社ジェイアール東海エージェンシー
2017年06月21日	株式会社ネクスウェイ
2017年07月31日	toBeマーケティング株式会社
2017年10月10日	株式会社ビズオーシャン
2017年10月11日	Peatix Japan株式会社
2018年02月28日	デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社(DAC社)

TOPICS

DAC社との協業

当社の(ABMLレポート)によりターゲットを選定し、ランドスケープ社が提供する企業DB「LBC」を介してDACのDSP「MarketOne®」と連携することで、高度なターゲティング広告配信が実現できます。

特定の製品に関心が高まっている**企業**をターゲティング



メディア広告事業

✓ 5.7%増収、39.1%増益

- IT領域 回復途上で減収
- 非IT領域 ねとらぼ、産業テクノロジー、ビジネス領域が増収

✓ ねとらぼの成長が加速



- 2017年4月に月間1億PVに到達。2018年1月に月間1.7億PVを超過
- 2つのサブブランドを開設

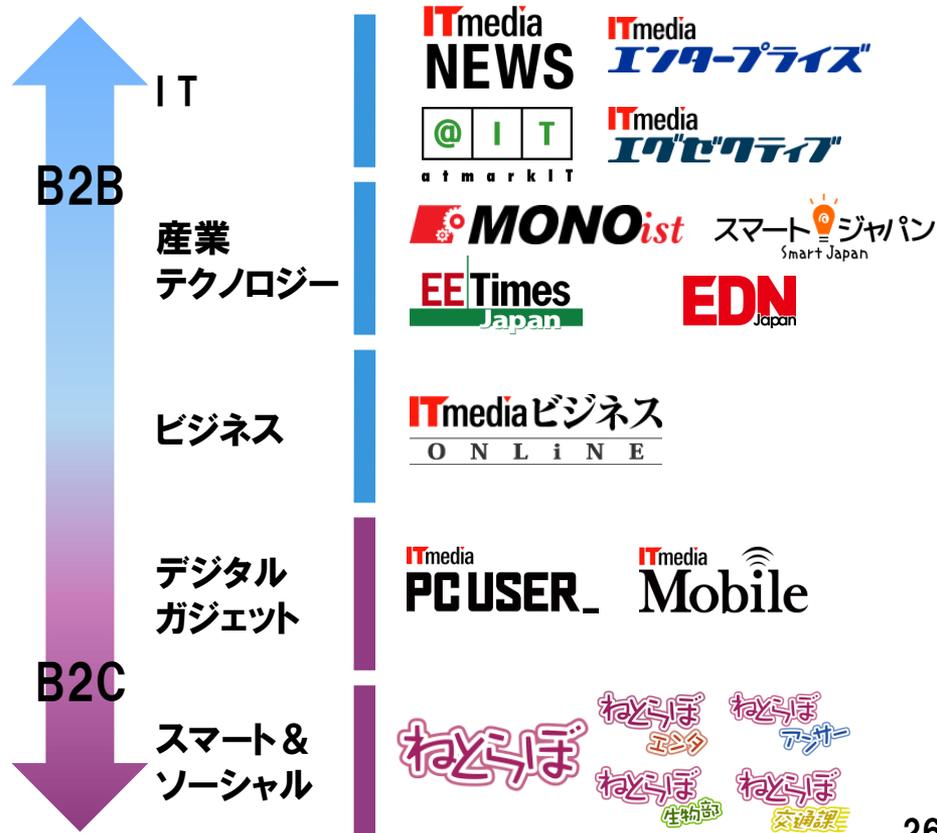
✓ ITmedia DMP による広告商品群のバリューアップ

- 2017年6月リリース。メディアならではの高品質データを活用
- 「働き方改革」など、顧客のターゲティングニーズに対応し売上拡大

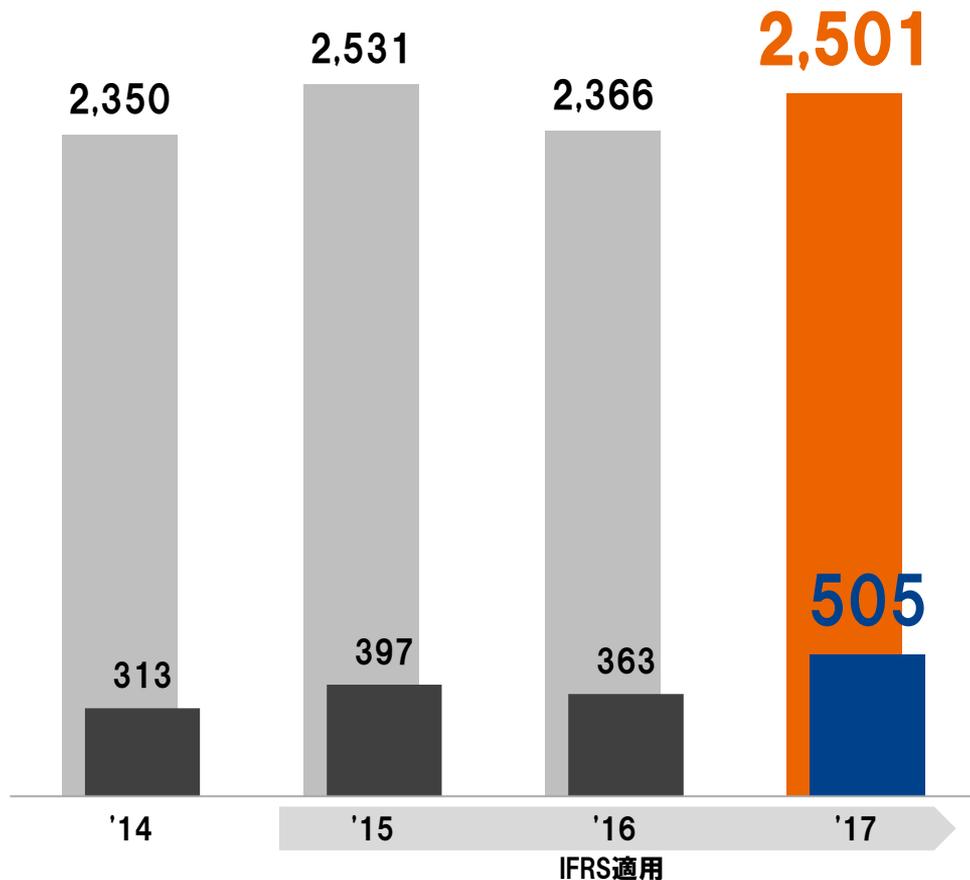
◆ビジネスモデル



◆メディアのラインアップ



（百万円）

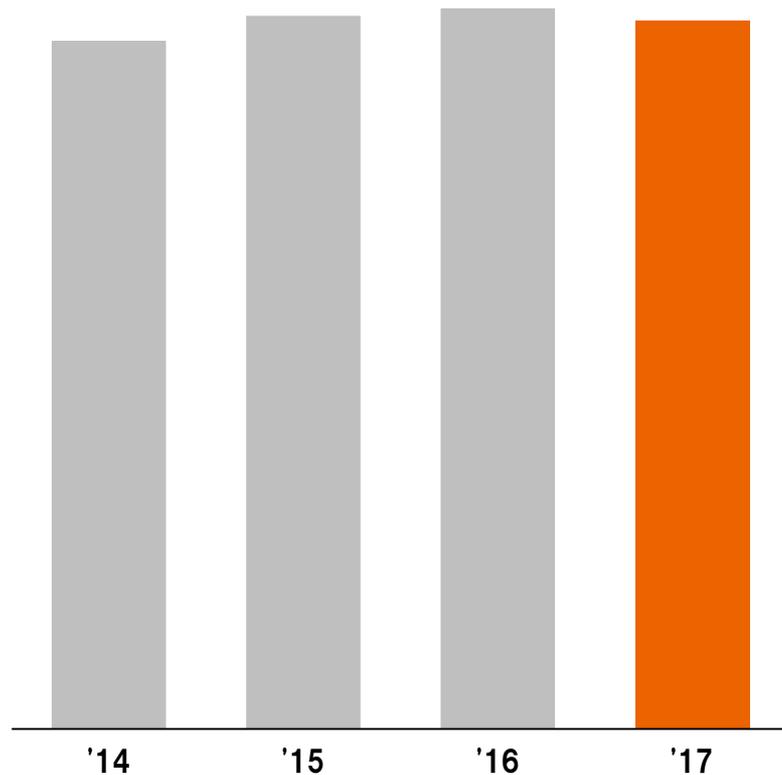


売上高
+ 5.7 %

営業利益
+ 39.1 %

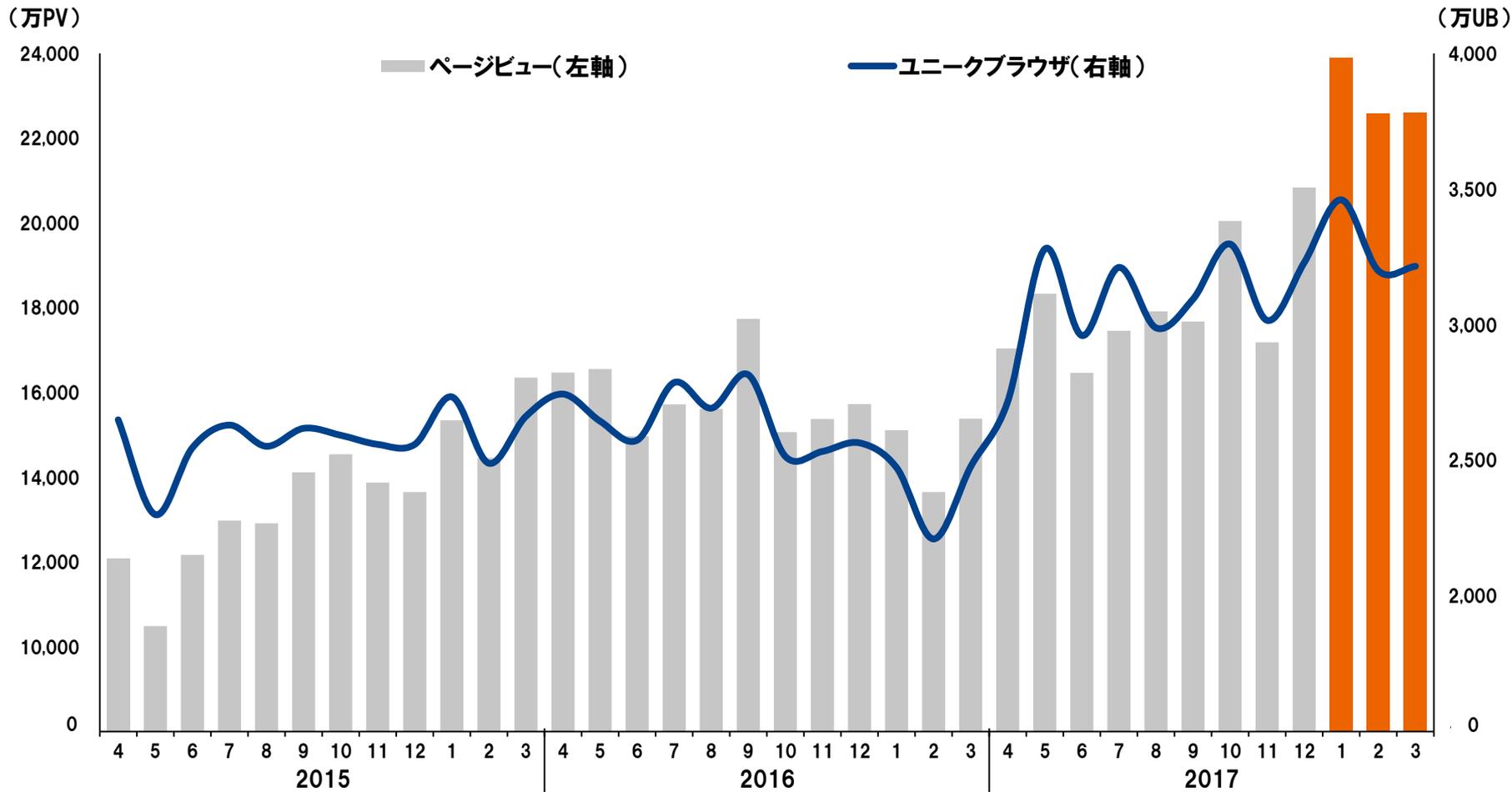
(社)

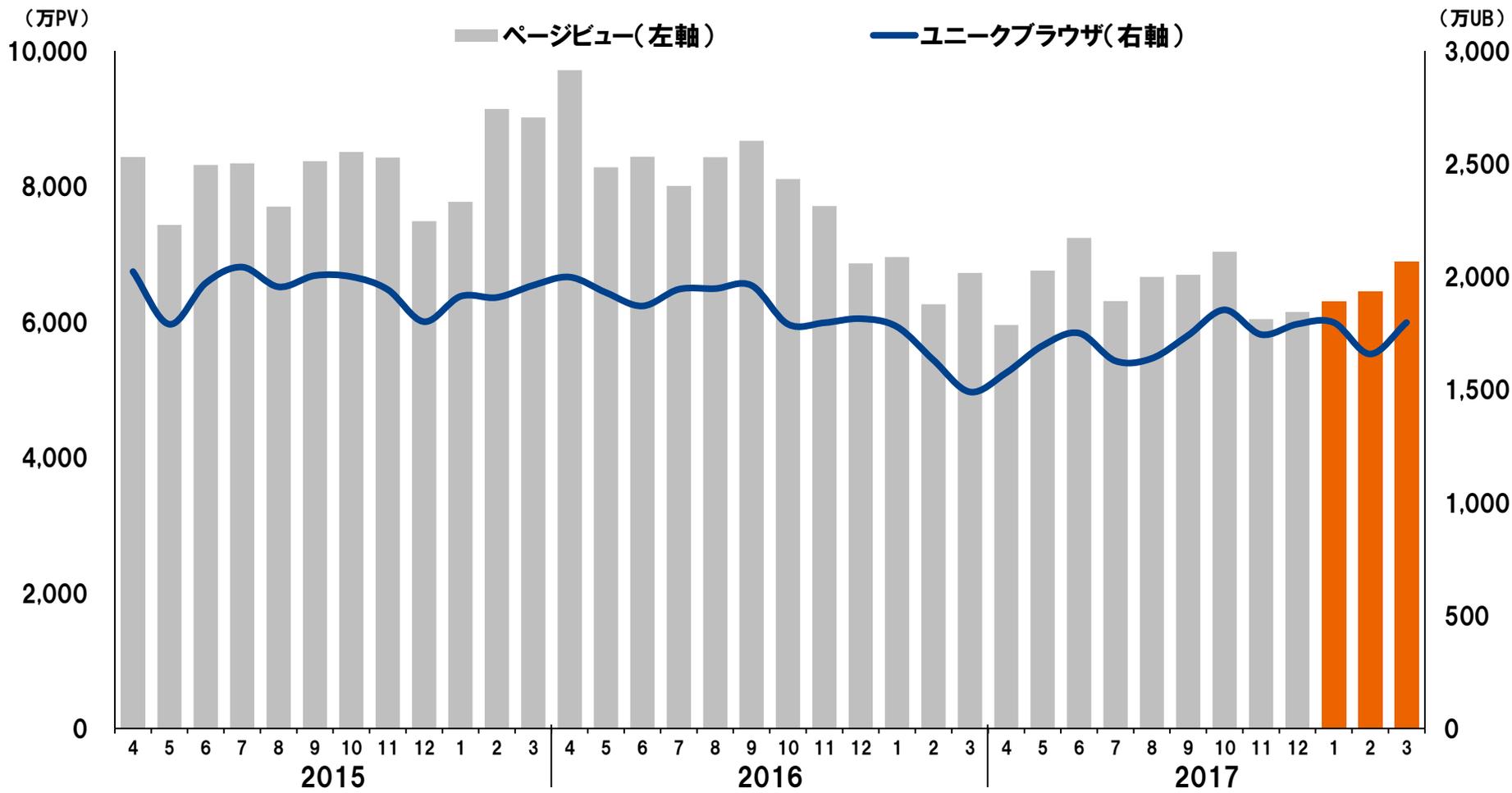
573



前年同期比

▲1.7%（10社減）

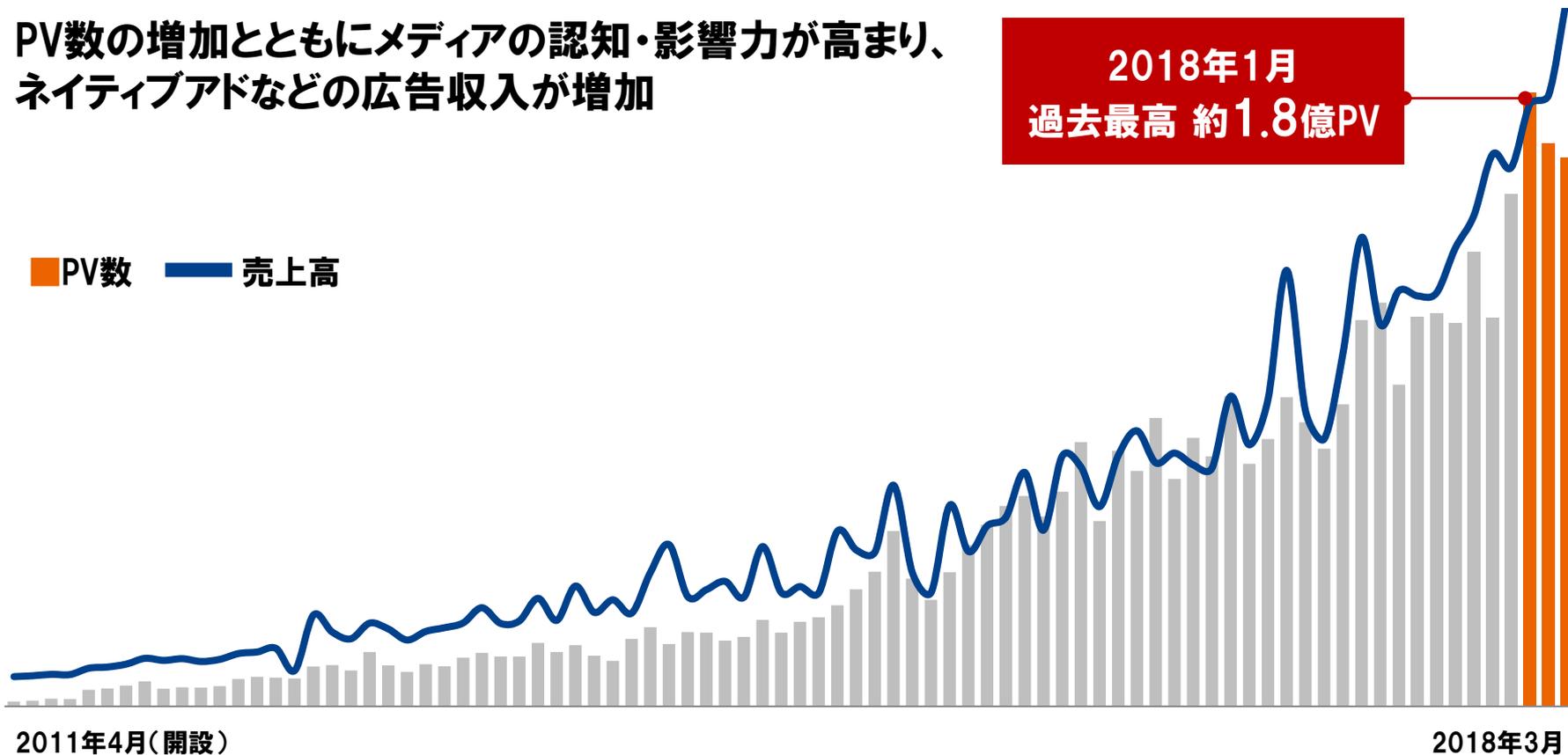




PV数の増加とともにメディアの認知・影響力が高まり、
ネイティブアドなどの広告収入が増加

2018年1月
過去最高 約1.8億PV

■ PV数 ■ 売上高



ITmedia エンタープライズ

2018年1月22日公開

【特集】Transborder ～デジタル変革の旗手たち～:

Excelマクロで年間35万時間を削減、

それでも三井住友海上がRPAを導入した理由

<http://www.itmedia.co.jp/enterprise/articles/1801/22/news008.html>

年間35万時間の業務を自動化した「1クリックツール」とは

近田さんと岡さんが話すように、三井住友海上における業務自動化の歴史は古い。ソフトウェアロボットが生まれたのは2007年。当時、近田さんは営業企画部に所属しており、Excel VBAでWebシステムを自動操作することで業務処理を効率化していたという。そんな彼に上司が「過去にさかのぼって火災保険料を精査したい」と検討を指示したのが、業務自動化ツール誕生のきっかけだ。

近田さんは、システム部門に在籍していた同僚と共同で、保険の契約条件をExcelに入力するだけで、Webの保険料計算システムで再計算できるマクロを作った。Excel上でボタンをクリックすることで、ブラウザが起動し、自動的にExcelのシートに入っている内容をWebブラウザ上の保険の計算システムに転記する仕組みで、Excelのフォームにブラウザコントロールを埋め込み、ブラウザの中で表示するという、非常に制御しやすい方法を採用している。



三井住友海上火災保険 経営企画部 ICT戦略チーム 課長の近田伸矢さん

MONOist

2018年1月25日公開

MONOist 2018年展望:クルマが本当に「走るスマートフォン」になる日、カギはからっぽのECU

<http://monoist.atmarkit.co.jp/mn/articles/1801/25/news058.html>

ITmedia NEWS

2017年12月1日公開

「昔のニコ動に戻りたい」は叶わぬ夢か
運営とユーザー“温度差”のワケ<http://www.itmedia.co.jp/news/articles/1712/01/news041.html>

ITmedia ビジネスオンライン

2017年12月30日公開

掲載企業は氷山の一角だ:
「ブラック企業」なぜ消えぬ “厚労省リスト”の効果とは<http://www.itmedia.co.jp/business/articles/1712/30/news007.html>

ねとらぼ

2018年2月4日公開

結局“絶滅危惧種”ウナギは食べていいのか
水産庁と日本自然保護協会に聞いてみた<http://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1802/01/news160.html>

- ✓ 効率的なマーケティング活動に不可欠な**高精度な広告配信**を実現
- ✓ 当社に蓄積された、**専門メディアならではの**高品質データを基盤として活用
- ✓ ディ스플레이広告に限らず、メール広告、企画型広告、リードジェン等、**広告商品群のバリューアップ**を図る



月間3,000万UB
1億5,000万PVに及ぶ閲覧履歴

登録73万人超の
アイティメディアID 情報

中期成長戦略

これまでの方針

- ✓ 目下の成長の柱は「リードジェン」
- ✓ 中期で「ねとらぼ」成長

スマート&ソーシャルメディア
時代に即した大規模メディアの創出

リードジェネレーション

B2Bのユニークな
ビジネスモデル創出に成功

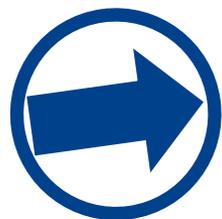
領域拡大
成功モデルの横展開

データドリブン
データ活用による高度化

メディア広告

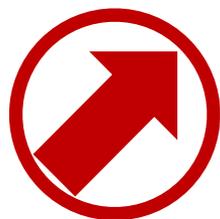
雑誌→ネットへのパラダイムシフト

✓ リードジェネレーション



- **ギャップ大**
- **成長の柱と位置付けたものが結果として足踏み**
- **IT領域の市場環境の影響を受ける**

✓ スマート&ソーシャルメディア



- **期待通りの成長が実現**
- **ねとらぼがトラフィックを大きく伸ばす**
- **通期で黒字化し、業績面での貢献を開始**

今後の方針

- ✓ 手応えのあるねとらぼの成長を最大化
- ✓ リードジェンも成長可能ながら保守的に想定

① ねとらぼ

新たな成長の柱。成長スピードを最大化

② リードジェン

エンゲージメントを強化し、着実な成長を実現

合併会社設立によって
新規事業を立ち上げ

新たなメディアモデルの開発

領域拡大

データドリブン
テクノロジーによる事業強化

LBP本格稼働

ITmedia DMP

スマート&ソーシャルに最適化

- スマホユーザーのためのメディア
- 話題性の高い記事を配信 → SNSを通じて拡散

テーマ特化型サブブランド展開

- サブブランドによって領域・コンテンツを次々拡充
- 将来的には総合ニュースサイトへと育成

ネイティブアドで幅広い顧客層と取引拡大

- ネット広告が一部テレビ広告の需要を取り込む
- ネイティブアドでナショナルクライアントを獲得

ねとらぼ

ねとらぼ
エンタ

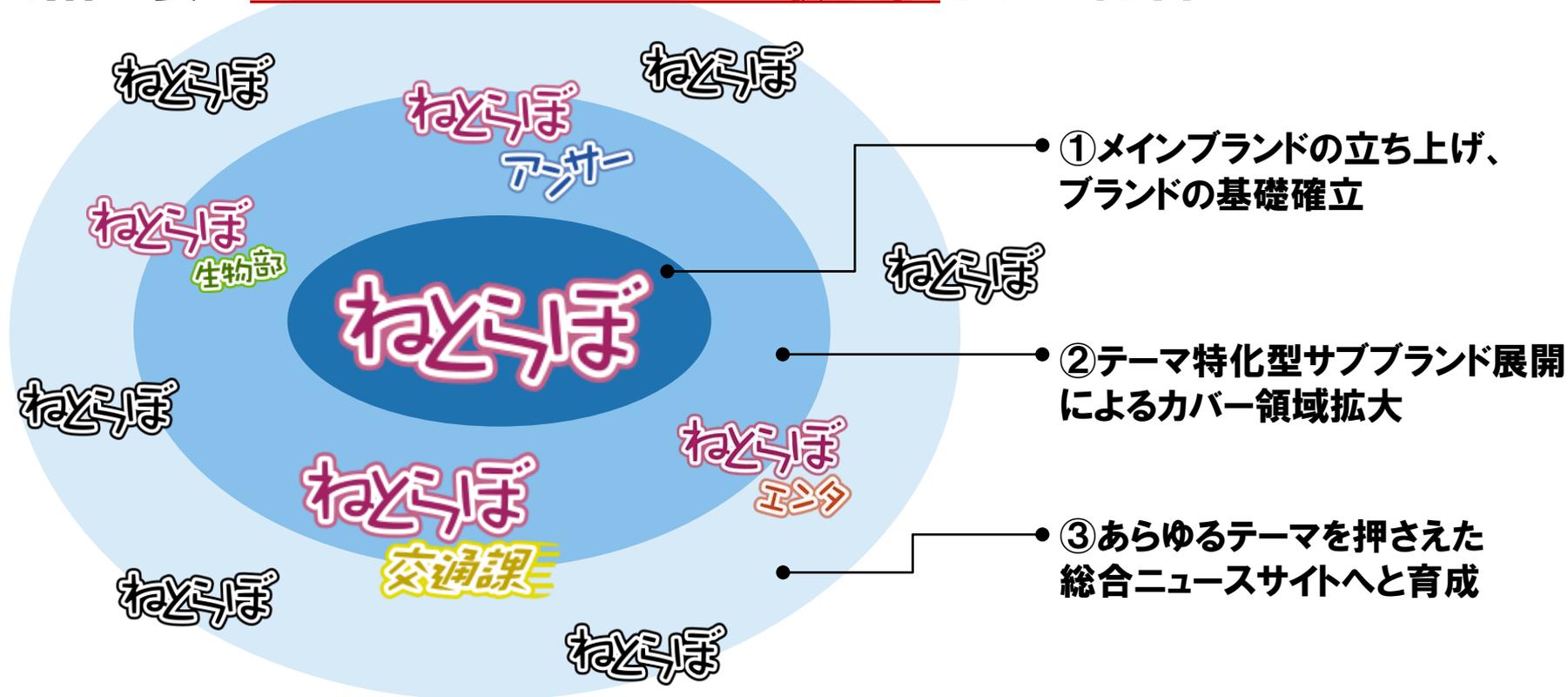
ねとらぼ
生物部

ねとらぼ
アンサー

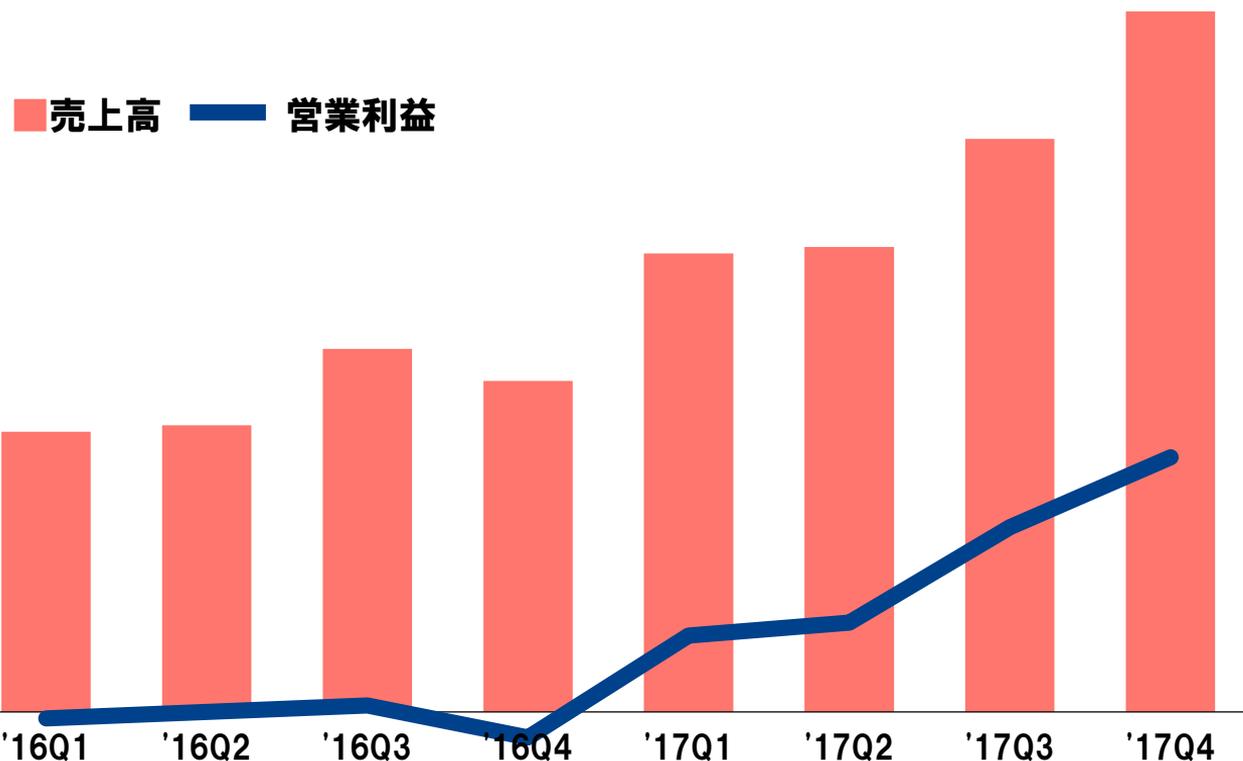
ねとらぼ
交通課



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



✓ 当期は黒字化を達成し、急成長を実現



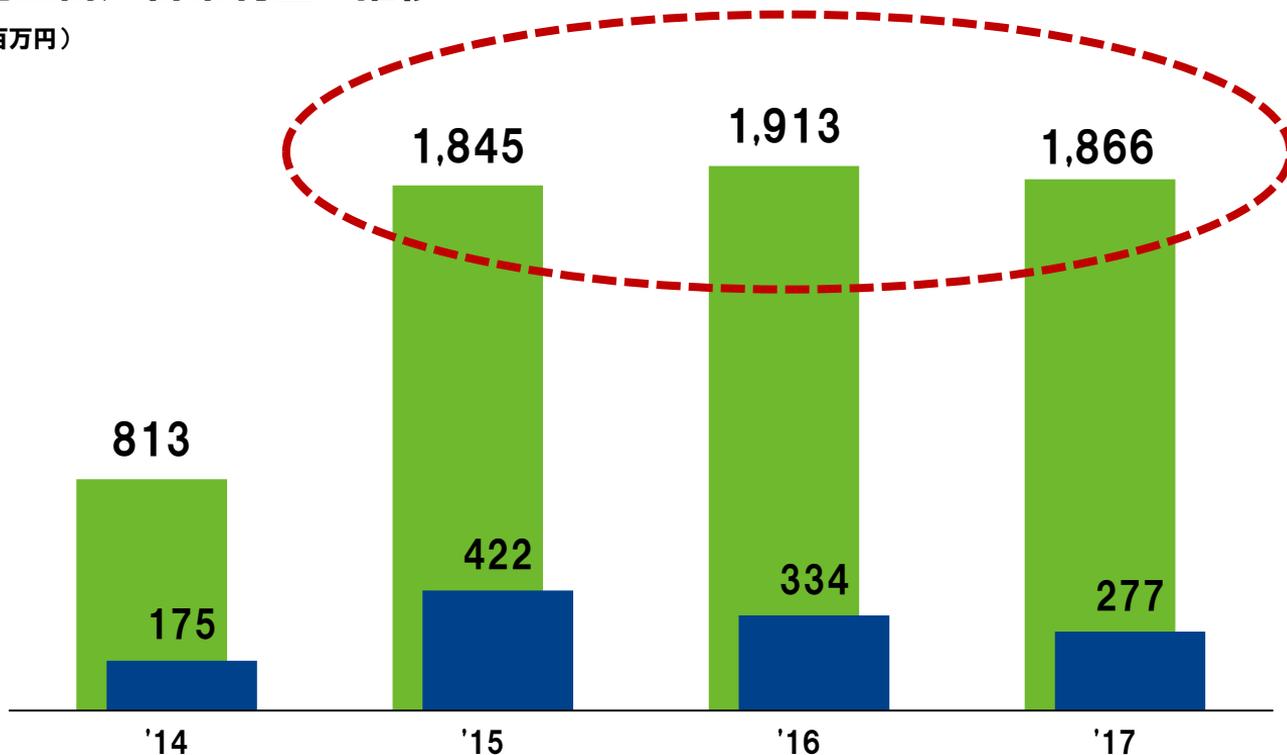
Q4売上高

前年同期比+110.3%

成長の柱と位置付けたものが結果として足踏み

売上高／営業利益の推移

(百万円)



マーケティングのデジタルシフトが想定よりも緩やか

国内におけるデジタルシフトの
スピードは想定を下回る



今後、デジタルシフトが不可逆な
ものとして進むことは確実視

リードジェン事業の90%超を占めるIT領域の市場環境

メディア広告事業も含め、
IT領域全体が回復途上



外資大手顧客から回復の兆し

商品戦略のズレ

高品質リードジェン商品よりも、
依然リードの数量が重視される傾向



顧客からニーズの高いターゲットの
リード生成力強化による着実な成長

リード生成力を強化し、着実な成長を目指す

① コンテンツ力の強化

提供価値の大本である魅力的なコンテンツの投入・強化

② 「エンゲージメント」の強化

会員向けUXを改善。当社サービスへのロイヤルティを高め、会員数増加、活発な情報活用を促す

③ 新システム「LBP」による母数拡大

新プラットフォームを@IT、ITmedia エンタープライズ等のメディア広告事業側のメディアにも拡張

「LBP (LeadGen. Business Platform)」により、競争力強化

- ✓ 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

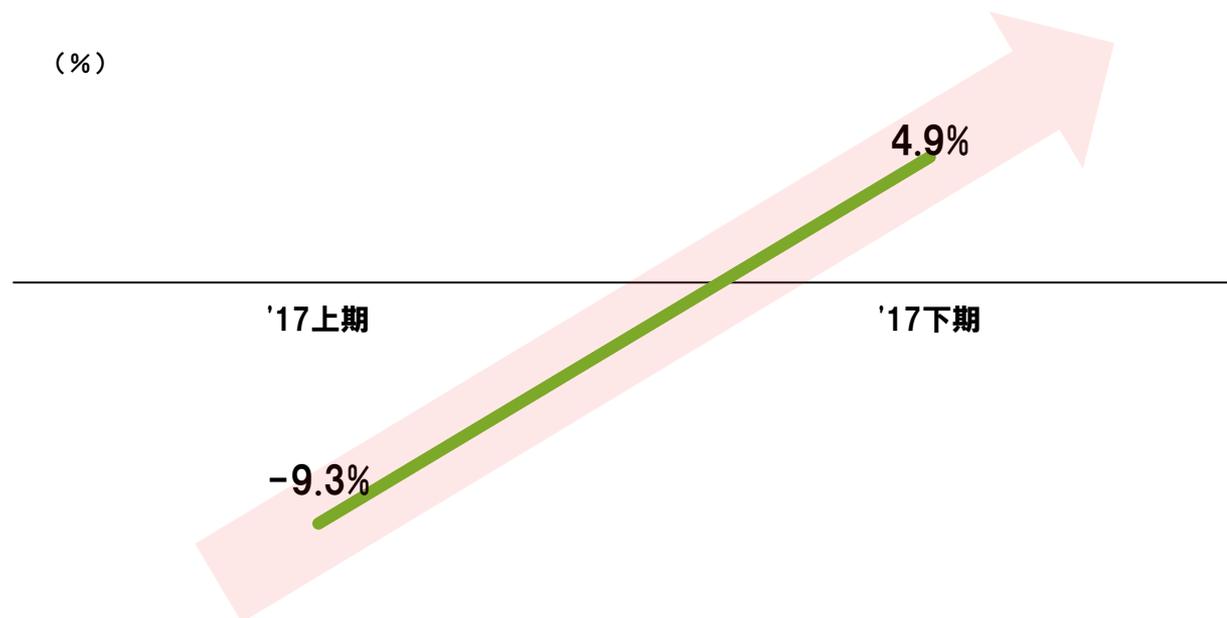
今後の展開

- ✓ 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
- ✓ これまでリードジェンサービスを提供してこなかったメディアでも本プラットフォームによりリードジェンを展開可能に

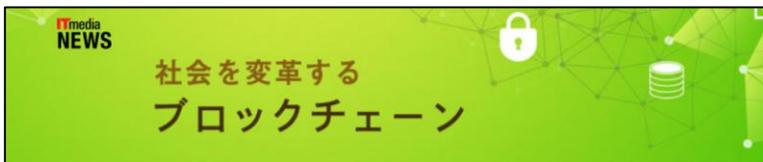


FY17上期の落ち込みに対して、下期は改善 外資大手を中心に、FY18に向けて改善傾向が継続する見込み

リードジェン事業における、前年同期比成長率の半期推移



AI、RPA、スマートスピーカー、ブロックチェーン、働き方改革など ビジネスとテクノロジーのトレンドをいち早くつかみ、わかりやすく伝える



ビットコインから派生した技術である「ブロックチェーン」。あらゆる側面から活用が進むブロックチェーンを、さまざまな角度から見ていきます。



技術動向 Web 3.0

Since the mid-1990s, large companies have taken over the market.

Web 3.0とマストドン

マストドンはWeb 3.0に合致します。



AI+ by NEWS

あなたのアイデアに「AIをプラス」する

○ 今更聞けないAI入門 ○ 編集部のイチオシ ○ ビジネスの現場では



2018.04.16
なぜ人気? ポケモンとスマホで話だけ「ピカチュウトーク」が見つけた市場の“隙間”

65 いいね!
33 ツイート



今更聞けないAI入門

- AIってなに?
- アグルトランスが含まれているか判定できるAPIを使って、家族の入室写真を分析してみた
- Amazon、Google、IBM、Microsoftが公認する、AIを使うための「API」「ライブラリ」実行環境を一覧
- 30分でAIが使えるようになる 写真から年齢と性別を認識する「Face API」を試してみた

編集部のイチオシ

「お尻をクンクン」——本物の犬が「faiho」のおしりを嗅ぐ理由



IoTセキュリティ by NEWS

○ 編集部のイチオシ

IoT (Internet of Things) 時代が本格到来し、あらゆるモノがネットにつながることでセキュリティは「人命」に直結するようになります。例えば、コネクテッドカーや医療機器などにサイバー攻撃の嵐の手が及ぶとしたら——損失は計り知れません。

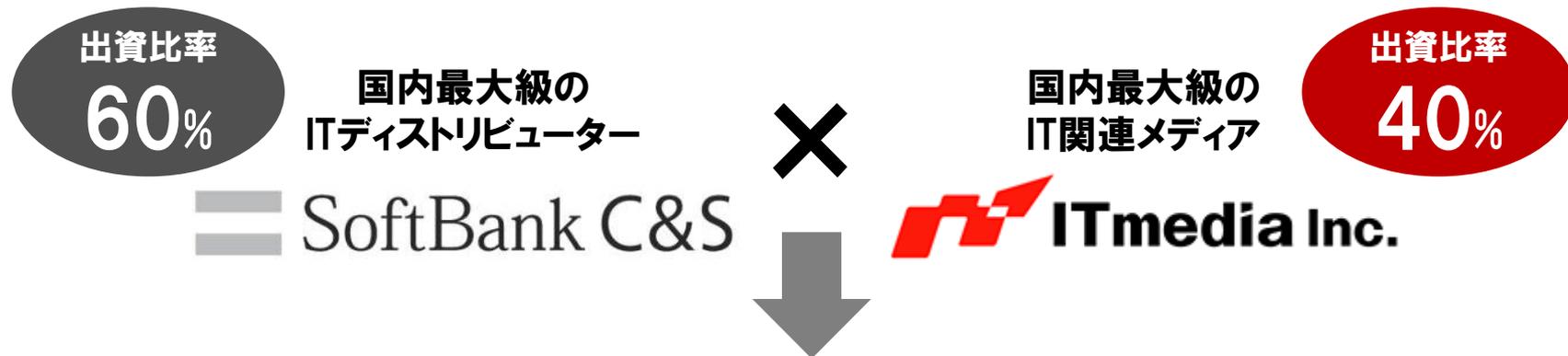


編集部のイチオシ

- 「サマーフォース」は現実に対応できるか 内閣サイバーセキュリティセンターに聞く
- 史上最高レベルのDDoS攻撃「Mirai」暴走編「なぜ?」
- つながる世界の「安全神話」 ภาครัฐが「実現できない」ワケ
- 人気記事ランキング
 - 1 スマート車に突然表示、偽の「ウイルス感染」警告 目的は?
 - 2 相次ぐルーターへの攻撃、厄介なのは「気づきにくい」こと
 - 3 GitHubに過去最大級のDDoS攻撃 Akamaiの協力により約9分後復旧

合併会社 アイティクラウド株式会社 設立

ソフトバンク コマース&サービス株式会社と当社の間で、クラウド製品をはじめとするIT製品の選択・導入に役立つ製品レビューメディア事業を目的とする合併会社を設立



レビューメディア事業
アイティクラウド株式会社 (持分法適用)

2018年4月2日設立
半年程度の準備期間の後、サービス立ち上げ予定

1. スマート&ソーシャル



3. 先端テクノロジー／ビジネス

ITmedia
NEWS

ITmediaビジネス
O N L I N E

ITmedia
PC USER

ITmedia
Mobile

2. 専門メディア、リードジェン



4. 非連続



Knowledge
on Demand

アイティクラウド

来期業績と配当

- ・ 成長戦略を調整。ねとらぼを中心に中期成長の最大化を図る
- ・ 人員、テクノロジー投資を中心としたコスト投入を実施
- ・ 最終減益は、持分法適用会社(アイティクラウド)の赤字を見込むため

(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	5,000	780	470
	(+8.5%)	(+4.6%)	(▲4.9%)
2017年度実績	4,608	746	494

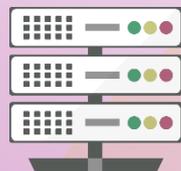
※上記の業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。

- ・ 成長戦略を調整。ねとらぼを中心に中期成長の最大化を図る
- ・ 人員、テクノロジー投資を中心としたコスト投入を実施

	成長事業の加速	専門メディアの立て直し	その他
計画背景	<ul style="list-style-type: none">・ねとらぼ成長最大化・ビジネス領域含む、非IT顧客の開拓強化	<ul style="list-style-type: none">・景況感は良好・リードジェンを中心に着実な成長・リード生成力の強化	<ul style="list-style-type: none">・子会社の黒字化・アイティクラウド(持分法適用) 来期は赤字を想定
投入内容	<ul style="list-style-type: none">・テクノロジー投資・成長領域への人員投入	<ul style="list-style-type: none">・LBP展開・リソース不足の解消	<ul style="list-style-type: none">・働き方改革、BPR推進・技術開発リソース投入

テクノロジー・データ活用による差別化

データ活用による
ターゲティング
(DMP)



配信基盤



コンテンツ管理



UI/UX
デザイン

ねとらぼ
トラフィック最大化
新たな収益源開発



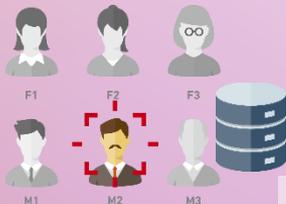
顧客



営業



広告管理



DMP



行動解析
効果測定



会員管理



編集者



読者

リード生成力強化
業務効率化



キャンペーン
マネジメント



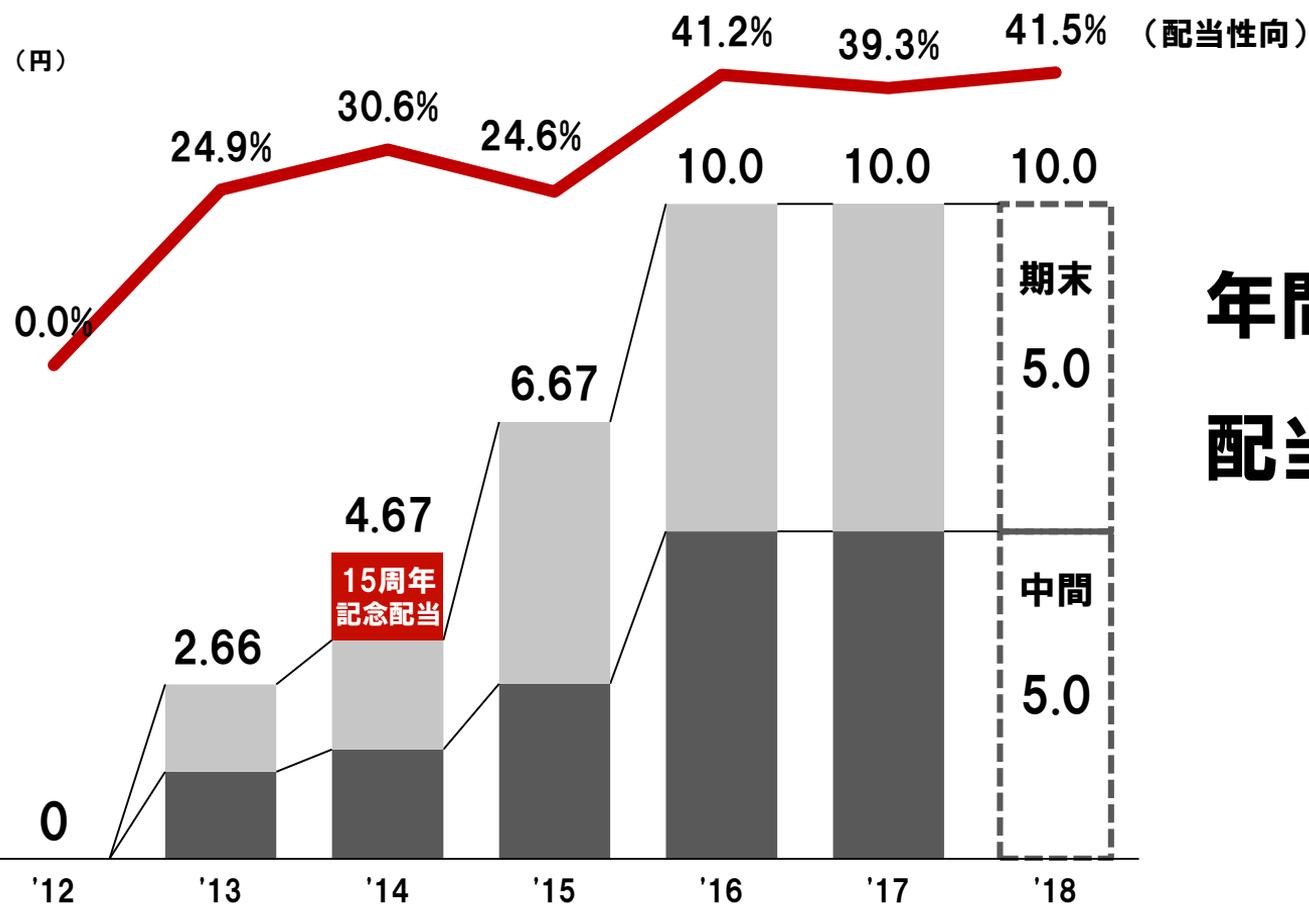
製品データ
管理



リードジェン

エンゲージメント強化
会員UX向上

配当金の推移と予想



年間10円 維持
配当性向 41.5%

当社株式に関し、下記のとおり立会外分売を予定しております。

分売予定株式数	784,800株
分売予定期間	2018年5月21日(月)~2018年5月23日(水)
分売値段	分売実施前日の終値もしくは最終気配値を基準として決定する予定です。
買付申込数量の限度	買付顧客1人につき1,000株(売買単位:100株)
実施取引所	東京証券取引所
実施の目的	<p>株式の分布状況の改善および流動性向上を図ることを目的として行うものであります。</p> <p>なお、当社は2007年4月に東京証券取引所マザーズ市場に上場しましたが、更に社会的な認知度や信用力を高め、企業価値向上を図ることを目的として、東京証券取引所第一部への市場変更の申請を行っております。</p> <p>ただし、何らかの理由で市場第一部の基準を満たさないと判断された場合には、市場変更が認められない可能性があります。</p>

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、顧客企業に見込み顧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年度以前は日本基準に基づき記載しております。