

2021年3月期 第2四半期 決算説明資料

2020年 10月 30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。



ITmedia Inc.

2021年3月期 第2四半期業績概況

- ・ 新型コロナ影響はQ2も引き続き追い風に
- ・ 上期業績予想を上回って着地

(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
実績	3,103	869	555
前年同期比	(+27.2%)	(+77.4%)	(+74.8%)
業績予想	3,050	800	510

過去最高の半期業績

✓ **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 27.2% 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
Q2開催のバーチャル展示会が過去最大規模に拡大



・メディア広告事業

メディア力好調。業務システム等ビジネス領域中心に広告拡大

✓ **営業利益 77.4% 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

Q2累計(4-9月)の業績

(百万円)

売上収益

(+27.2%)

3,103

2,440

FY19Q2

FY20Q2

営業利益

(+77.4%)

869

490

20.1%

FY19Q2

FY20Q2

営業利益率

28.0%

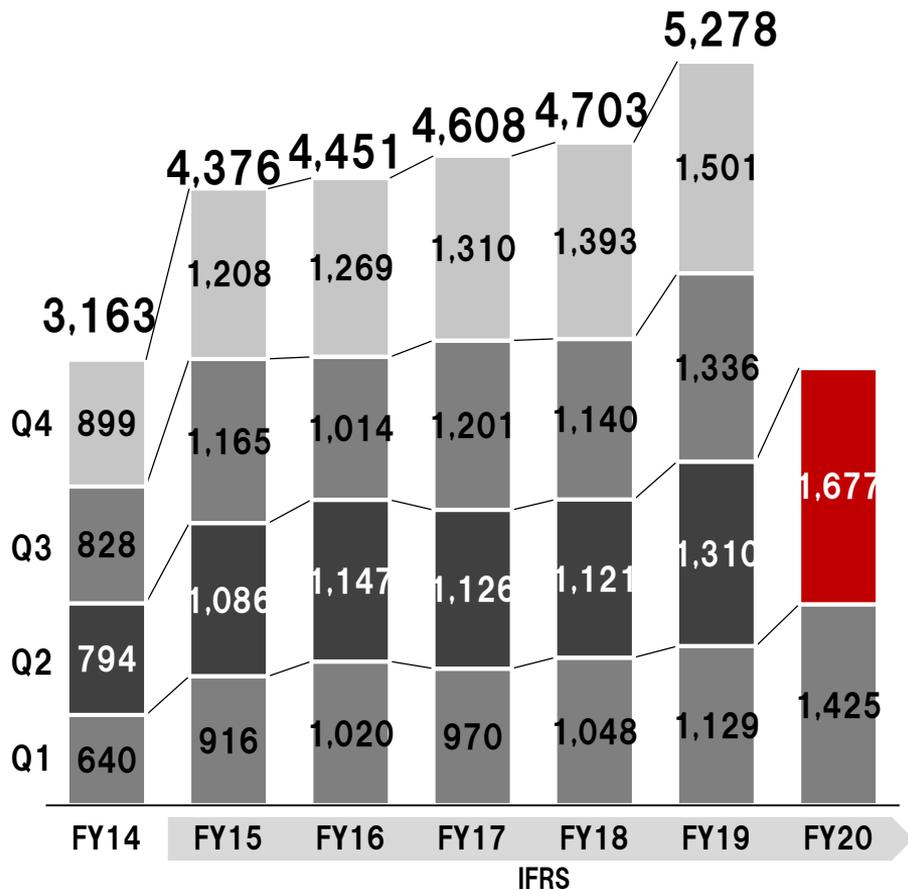
連結損益計算書

(百万円)

	FY19Q2		FY20Q2		増減率
	金額	売上比	金額	売上比	
売上収益	2,440	100.0%	3,103	100.0%	+27.2%
総コスト	1,950	79.9%	2,233	72.0%	+14.6%
（うち人件費）	1,109	45.5%	1,249	40.3%	+12.6%
EBITDA	652	26.8%	1,033	33.3%	+58.4%
営業利益	490	20.1%	869	28.0%	+77.4%
四半期利益	319	13.1%	555	17.9%	+73.7%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	318	13.0%	555	17.9%	+74.8%
四半期包括利益	233	9.6%	1,042	33.6%	+346.5%

売上収益（四半期別）

（百万円）



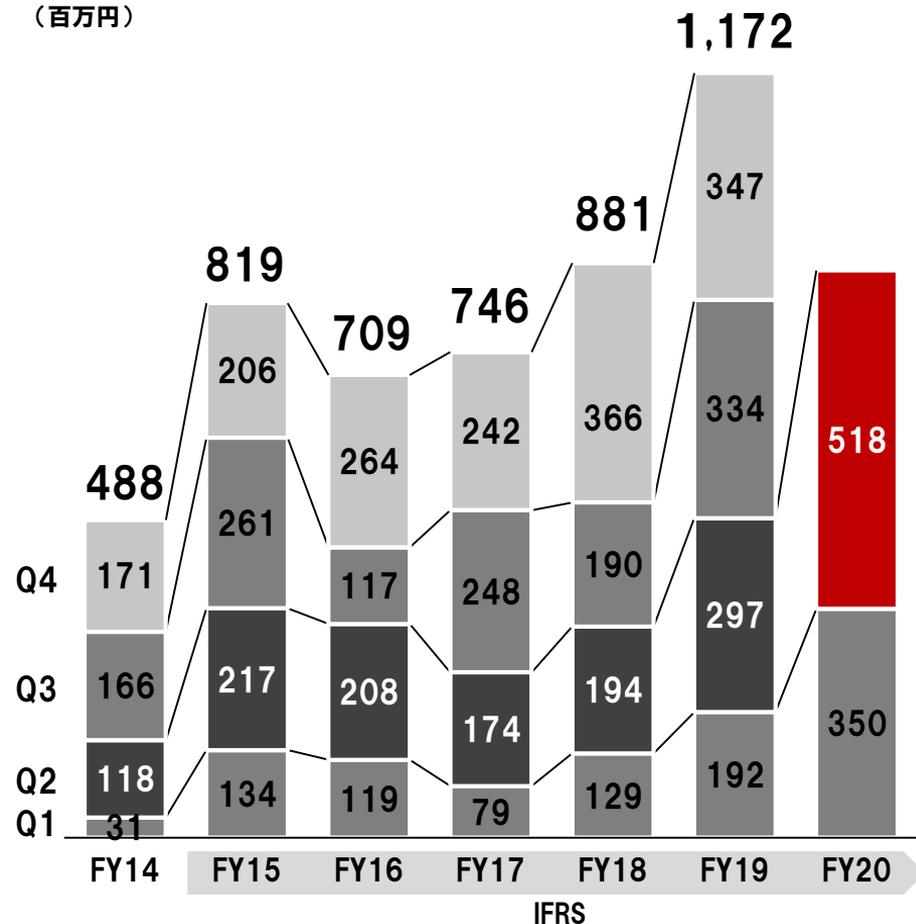
Q2 **1,677** 百万円

前期比 **+366** 百万円（+28.0%）

✓ **過去最高の四半期業績**

営業利益（四半期別）

（百万円）



Q2 **518** 百万円

前期比 **+220** 百万円 (+74.2%)

✓ **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
+379百万円

(百万円)

メディア広告
売上増加

+276

リードジェン
売上増加

+387

▲139

人件費
の増加

▲144

その他
コストの増加

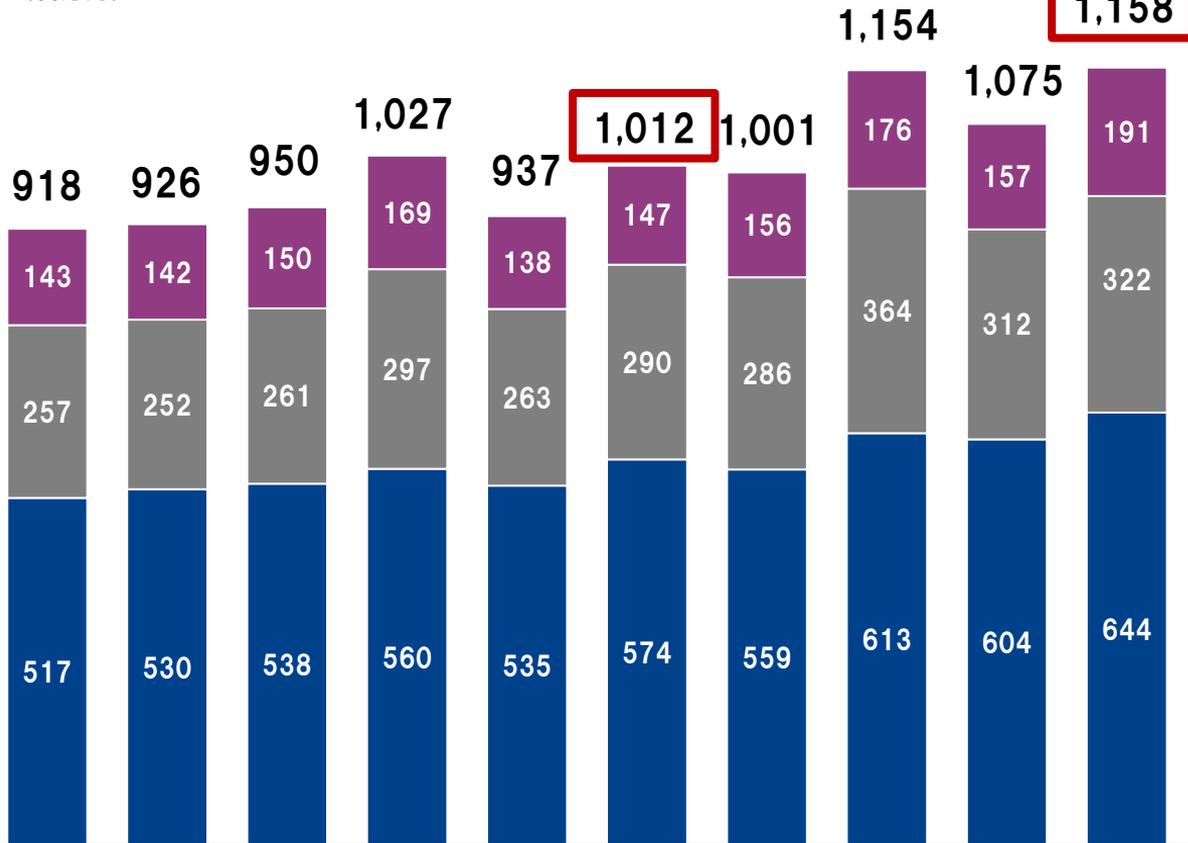
869

FY19Q2累計

FY20Q2累計

コストの内訳 四半期推移

(百万円)



Q2会計期間	前期比	構成比
合計	+14.4%	100%
外注費	+30.0%	16.5%
その他	+10.8%	27.8%
人件費	+12.2%	55.7%

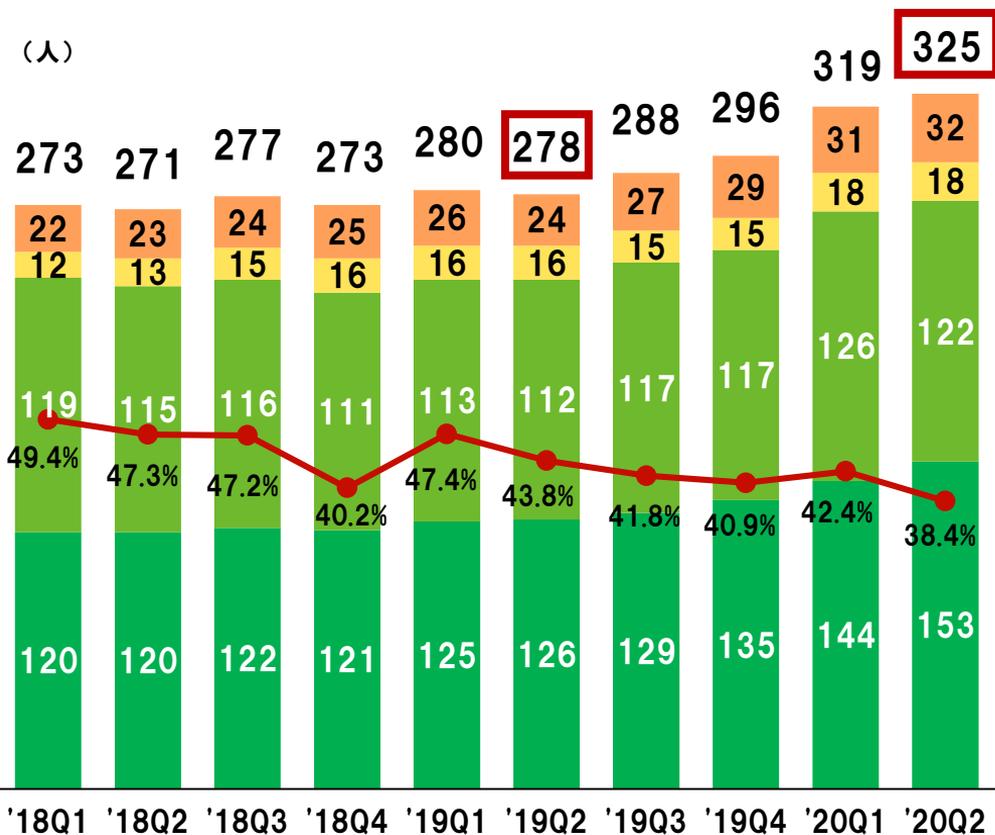
[主な前年同期比増加要素]

- 人件費+70
 - ・人員増加
 - ・賞与増加
- 外注費+44、その他+31
 - ・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)



Q2 会計期間	前年同期比	構成比
合計	+13.9%	100%
管理系・その他	+33.3%	9.8%
技術系	+12.5%	5.5%
営業系	+8.9%	37.5%
編集系	+21.4%	47.1%

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

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	FY19Q2	FY20Q2	差異
営業活動による キャッシュ・フロー	504	967	+462
投資活動による キャッシュ・フロー	▲59	▲95	▲36
財務活動による キャッシュ・フロー	▲178	▲236	▲58
現金及び現金同等物の 増減額	267	634	+367
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	3,650	4,936	+1,286

営業CF 主な内訳

継続事業からの 税引前利益の計上	+827
減価償却費及び償却費	+164
営業債権及びその他の債権の 増減額	▲74
法人所得税の支払額	▲199

投資CF 主な内訳

無形資産の取得による支出	▲23
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	▲118
リース負債の支払額	▲117

連結財政状態計算書

(百万円)

		2020年3月末	2020年9月末	差異
資産の部	流動資産	5,698	6,375	+676
	非流動資産	1,536	2,002	+465
	資産合計	7,235	8,377	+1,142
負債の部	流動負債	1,273	1,394	+120
	非流動負債	74	172	+97
	負債合計	1,347	1,566	+218
資本の部	資本金/資本剰余金	3,559	3,559	▲0
	利益剰余金	2,612	3,049	+436
	自己株式	▲344	▲344	▲0
	他包括利益累計額	59	547	+487
	親会社の所有者に 帰属する持分	5,887	6,811	+924
	資本合計	5,887	6,811	+924

1株当たり親会社の 所有者に帰属する持分	297.05円	343.67円	+ 46.62円
親会社所有者帰属持分比率	81.4%	81.3%	▲ 0.1pt

資産合計

現金及び現金同等物	+634
使用権資産	▲114
その他の金融資産	+710

負債合計

リース負債	▲117
繰延税金負債	+102

資本合計

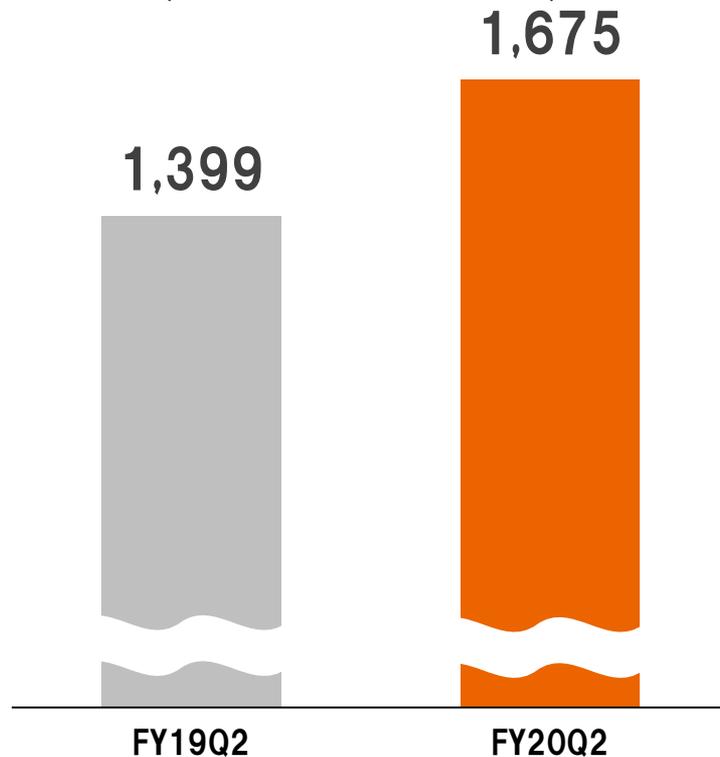
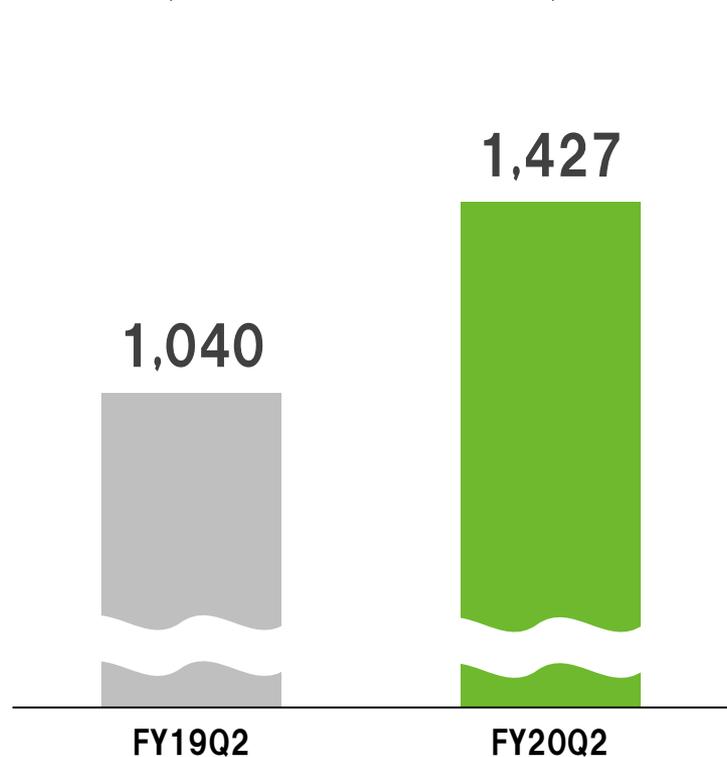
利益剰余金	+436
うち、当期利益	(+555)
うち、剰余金の配当	(▲118)
その他包括利益累計額	+487

セグメント別売上収益（累計）

リードジェン事業 （+37.2%）

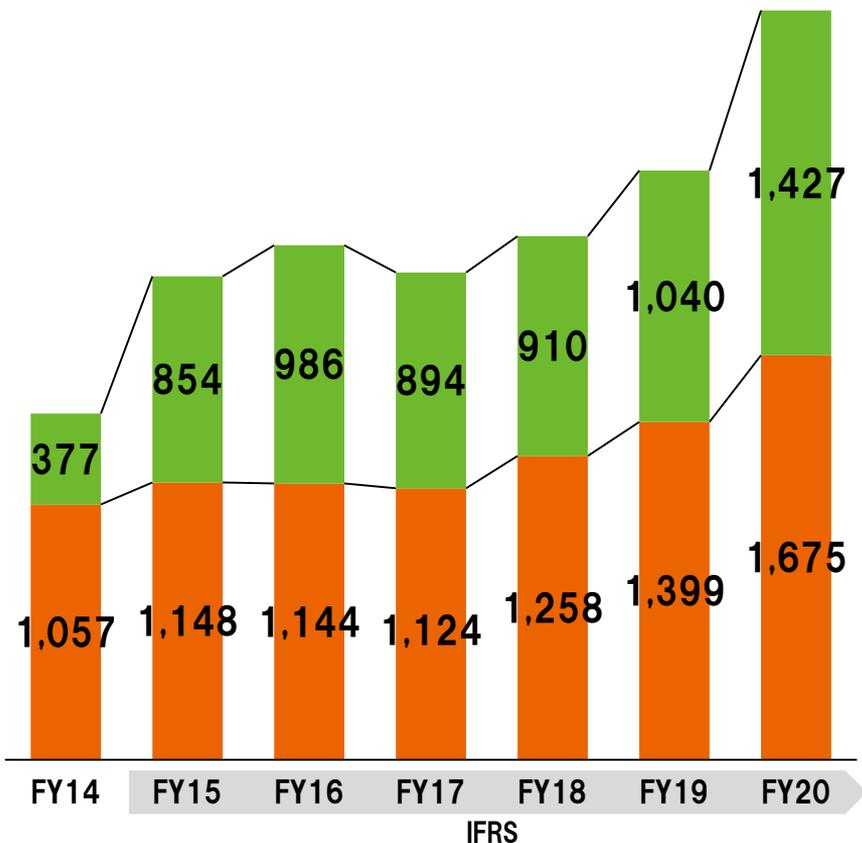
メディア広告事業 （+19.7%）

（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 +37.2 % 半期過去最高

- 既存事業は成長継続
- 加えてデジタルイベントが急成長
Q2開催のバーチャル展示会が過去最大規模に拡大

メディア広告事業

前期比 +19.7 % 半期過去最高

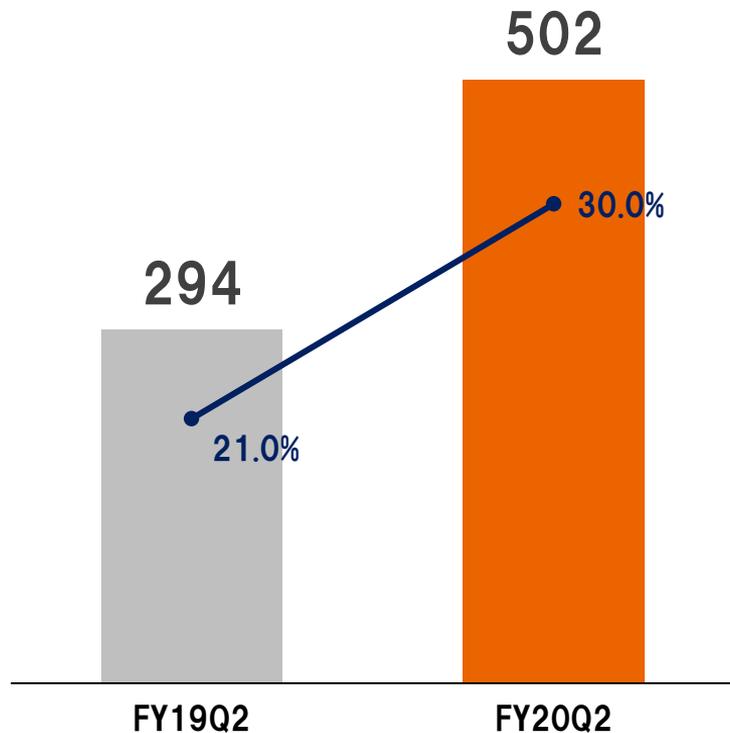
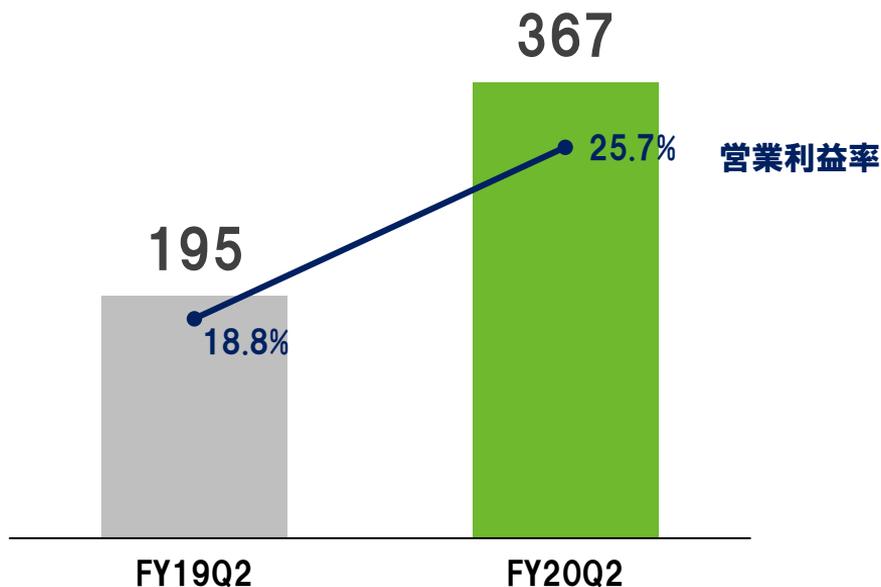
- メディア力好調
- 業務システム等ビジネス領域中心に広告拡大

セグメント別営業利益（累計）

リードジェン事業 （+87.6%）

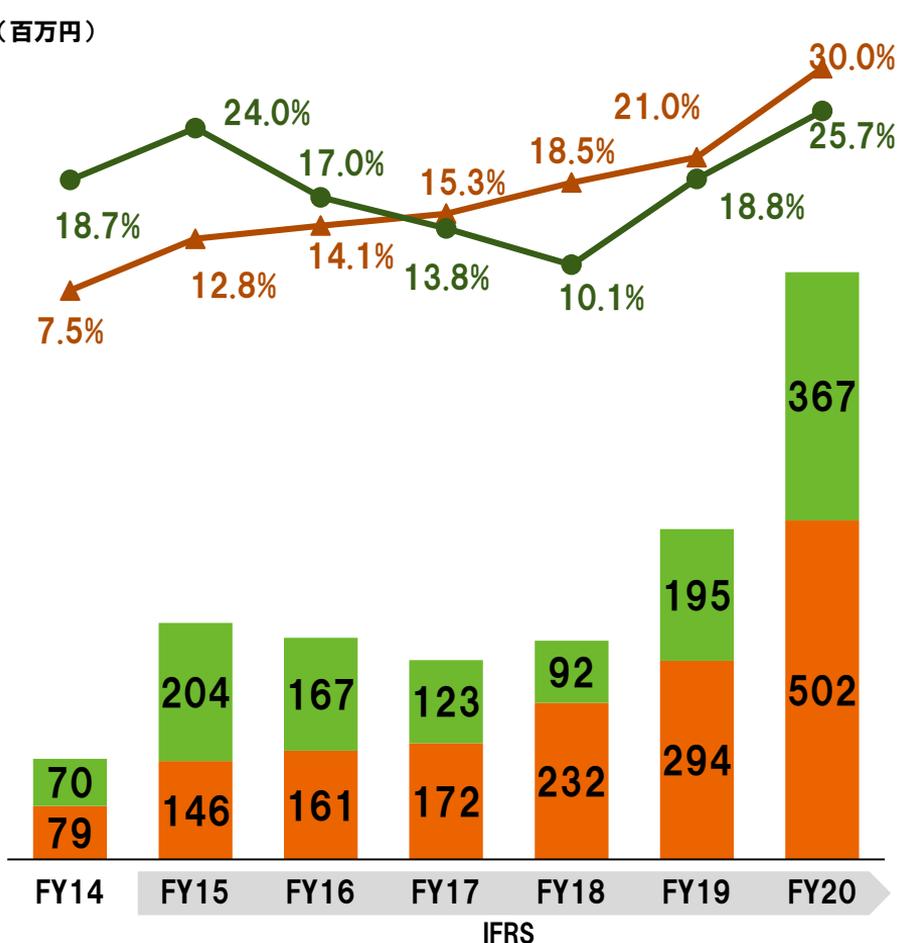
メディア広告事業 （+70.7%）

（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 +87.6 % 半期過去最高

- 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 +70.7 % 半期過去最高

- 増収に伴い利益率が向上



ITmedia Inc.

環境変化と成長に向けた取組み

外部環境の変化

— 社会・経済活動へのダメージ

- ・企業活動の制限
- ・景況の悪化リスク



デジタルシフトの加速

- ・テクノロジーニーズの高まり
- ・読者、顧客のオンラインシフト
- ・イベント市場の激変

当社の状況・取組み

1. コロナ禍への当社の対応
2. 読者・メディア力の動向
 - 2-1. ねとらぼ
3. 顧客・B2B領域の動向
 - 3-1. リードジェン
 - 3-2. デジタルイベント

【1. コロナ禍への当社の対応】 急激な環境変化に即応

パンデミック

新型コロナウイルス

世界的な感染拡大

ニューノーマル (with コロナ)



Smart Work

3月～
緊急在宅勤務シフト

7月～
「スマートワーク制度」導入

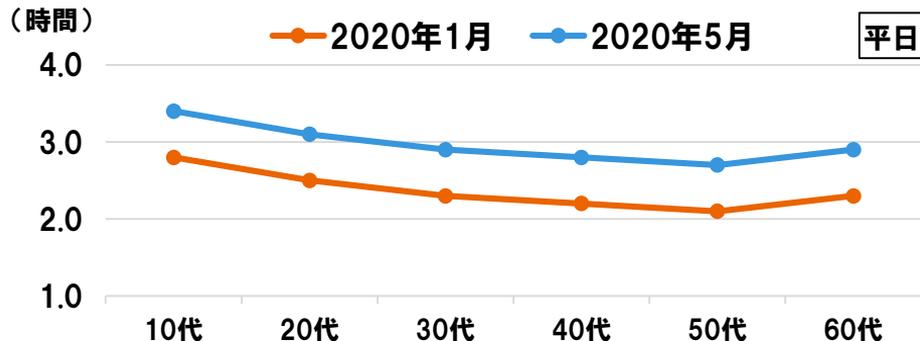
今後～
スマートワーク環境最適化

・企業活動への支障、コスト増加は最小限に

- ・ICT環境整備
- ・業務改革の推進 (BPR)
- ・オフィス環境の最適化 等

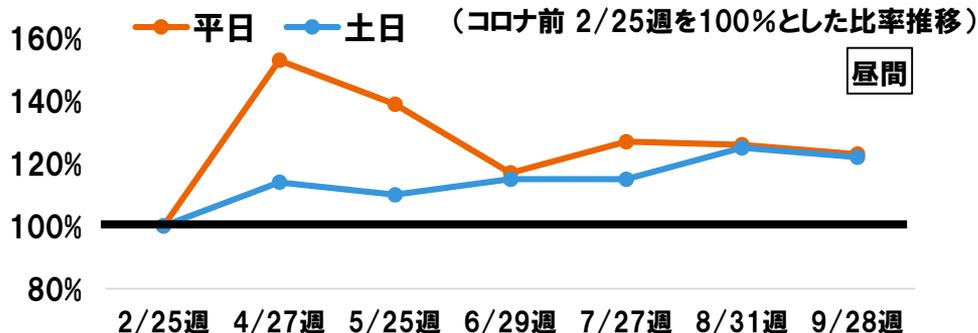
【2. 読者・メディア力の動向】 外部環境～ネット利用の増加～

インターネット利用時間の変化



出典: 野村総合研究所「NRIグループ 新型コロナウイルス対策緊急提言 第26回」を基に当社作成

通信量推移



出典: NTTコミュニケーションズ コーポレートサイト開示の数値を基に当社作成

巣ごもり・在宅勤務の急増

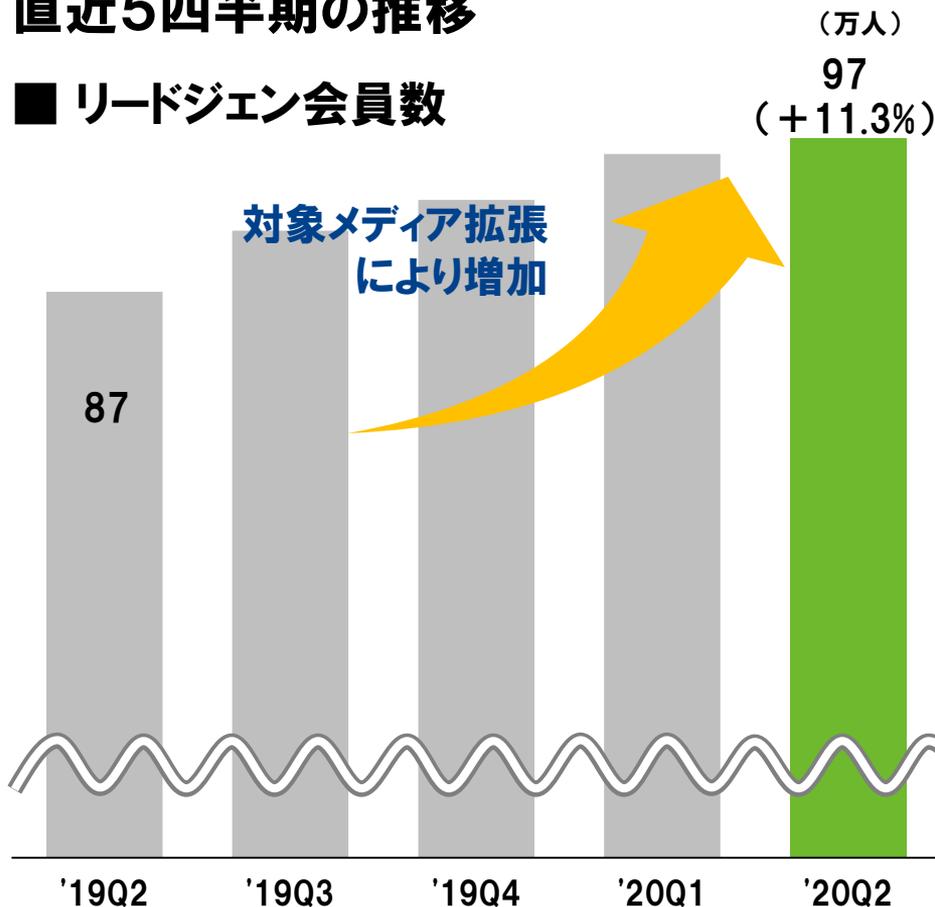
インターネット利用時間が増加
高水準を継続

ネットメディアの利用が増加

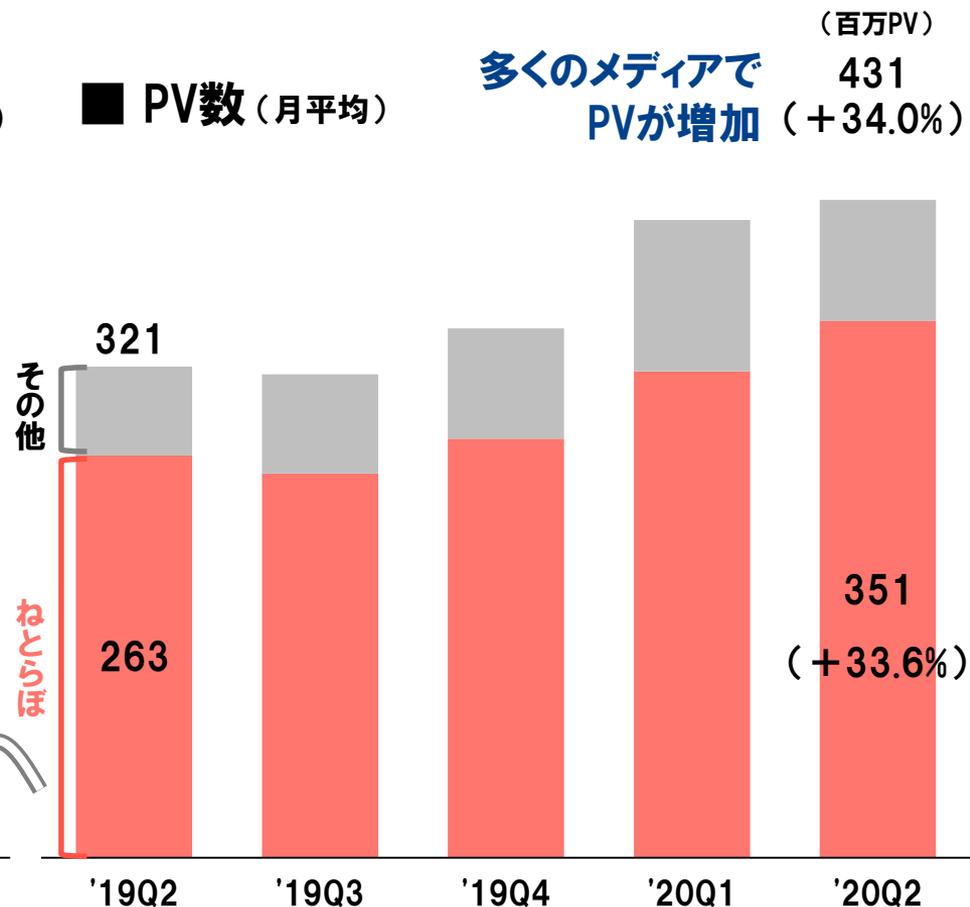
【2. 読者・メディア力の動向】 当社KPIの状況

直近5四半期の推移

■ リードジェン会員数



■ PV数 (月平均)



※ 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

【2-1. ねとらぼ】 成長の軌跡

サブブランドの継続的拡充により 国内有数の巨大メディアに成長

3.7億PV

20年8月

ねとらぼ

ねとらぼ
エンタ

ねとらぼ
生新部

ねとらぼ
アナー

ねとらぼ
交遊課

ねとらぼ
CitySide

ねとらぼ
まかね

ねとらぼ
調査隊

ねとらぼ
7ボツ

ねとらぼ

サブブランド計

ねとらぼ

11年4月開設

PV成長継続

- +30%超を継続 (前年同期比)
- 間もなく4億PVを超過

業績成長継続

(一時的単価減 < PV増)

広告単価の鈍化

- 経済活動鈍化が影響
- B2C広告市場が悪化

ほぼ唯一
の悪影響

サブブランド計

ねとらぼ

さらなる巨大メディアへ

継続的なリソースの投入

サブブランド
拡充による
PVの拡大



Fav-Log[★]
by ITmedia

- コンテンツの拡充
- 収益性の高い領域を開拓

テクノロジーの活用



ねとらぼの目利き×AIの
アプローチにより、
コンテンツの生産性を向上

前提

広告単価鈍化は一時的

運用型広告市場は今後も成長

企業の デジタルシフト加速

- ・デジタル化(DX)が死活問題化
- ・リモートワーク特需
- ・クラウド・SaaS、IoTの普及加速

B2Bマーケティングの デジタルシフト加速

- ・マーケティング予算のデジタル傾斜
- ・対面を伴う広告・販促手法に制限
- ・デジタルイベントが一般化

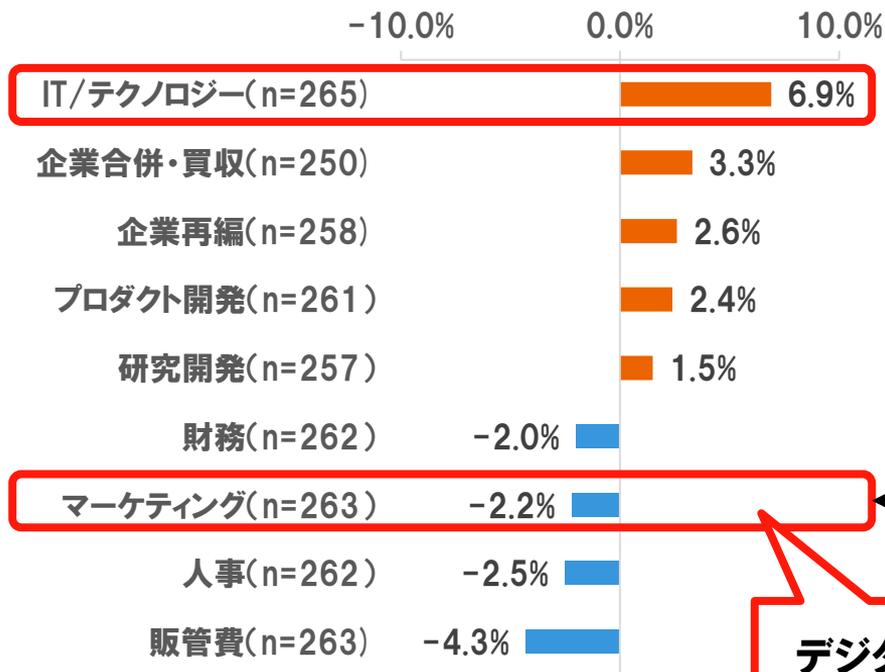
テクノロジー市場活況

オンラインメディア優位

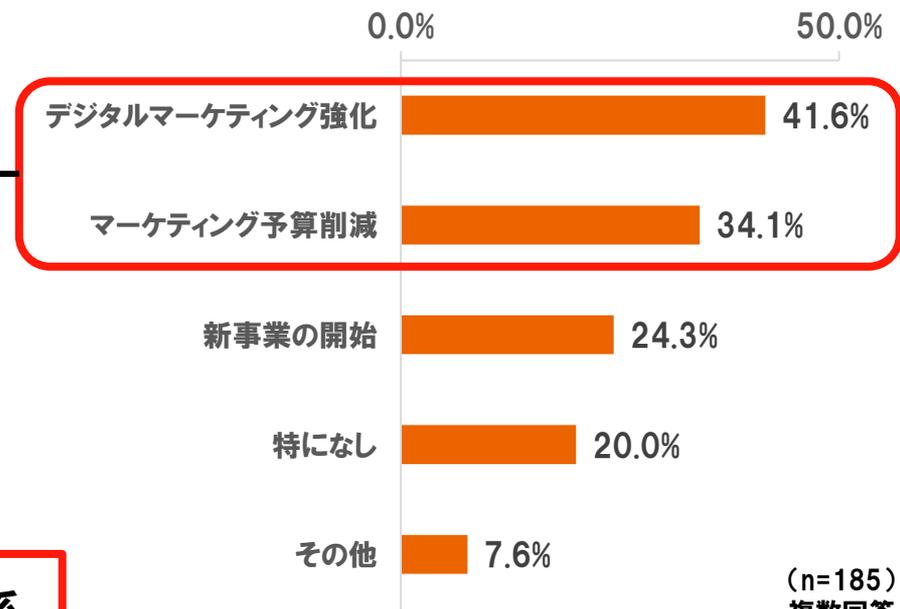
「テクノロジー専門・オンライン専門」は大きな強み

【3. 顧客・B2B領域の動向】 外部環境～デジタルシフトの進行～

新型コロナウイルスによる予算の増減方針



新型コロナウイルスの感染拡大に伴う企業の対策



デジタル系
へ予算シフト

(n=185)
複数回答

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:3倍超の成長
- メディア広告にも恩恵



リードジェン、
デジタルイベントを強化

デジタルマーケティングの当社主力商品

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

【生成・収集ルート】

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

顧客接点のデジタル化

2. 営業アプローチ

継続的コミュニケーションの実施
⇒商談へ

コミュニケーションのデジタル化

受注

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)

当社サービスは、

- 専門ネットメディアならではのモデル
- 高品質なデジタルデータを提供
- コロナ禍で需給ともに向上

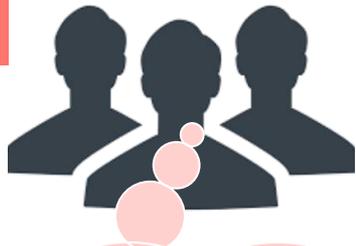
当社が提供する支援サービス



デジタルイベント

【3-2. デジタルイベント】急速普及の背景

来場者

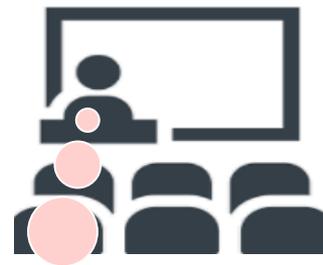


- ・感染リスクを警戒
 - ・一方で、情報収集機会が減少
- ⇒感染リスクを抑えつつ
情報収集ニーズ急増



オンラインメディア、
デジタルイベントの利用が拡大

出展社



- ・感染リスクを警戒
 - ・一方で、顧客との接点が不足
- ⇒感染リスクを抑えつつ
マーケティング活動継続ニーズ急増



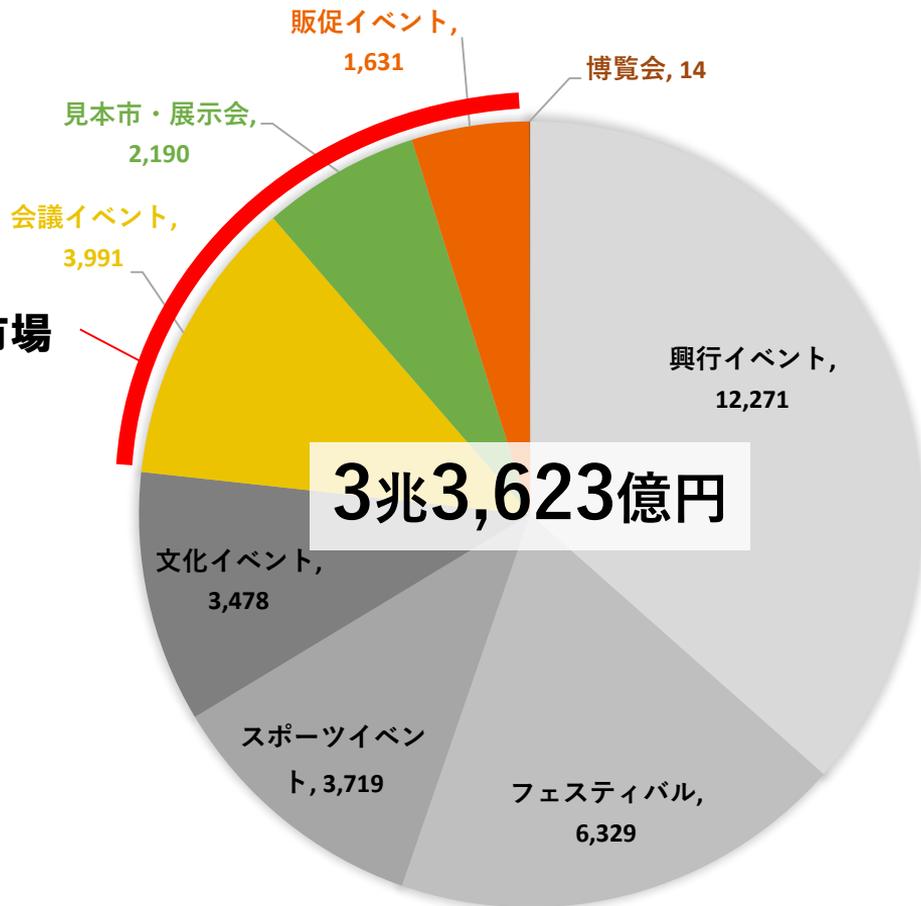
マーケティングのデジタルシフト
デジタルイベントが急速に普及

【3-2. デジタルイベント】 デジタル化が進むイベント市場の規模

単位：億円

B2B・デジタル化の中心となる市場

7,826億円



【3-2. デジタルイベント】

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 B2B領域での強力な動画活用ビジネス



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

システム・プラットフォームの提供に限らず、 メディア企業ならではの総合サービスを提供

メディア企業ならではの総合力

- 2009年から当分野で事業を展開する
国内デジタルイベントのパイオニア
- 企画から集客、実行までフルレンジ
 - ・コンテンツ・企画 ・集客
 - ・運営・制作 ・プラットフォーム
- リードジェンプラットフォームとの連携
- 強力なB2B領域の営業力

プラットフォーム面での優位性

- 米国ON24社と提携 
デジタルイベントプラットフォームの
グローバルでのパイオニア
- B2Bの展示会やカンファレンス等
複雑・重厚なイベントへの対応に強み
緻密な来場者管理・トラッキングが可能

バーチャル
イベント
(大規模)

Webcast
(中・小規模)

Webcast
SaaS
(Webcast Elite)



出展、来場ともにニーズ拡大
過去最大規模で開催

会期 : 2020年9月1日～9月30日
会場 : オンライン
出展社数: 116社
来場者数: 1.2万人

○プラットフォームから企画・運営まで当社で完結

○8つのテーマEXPOで構成

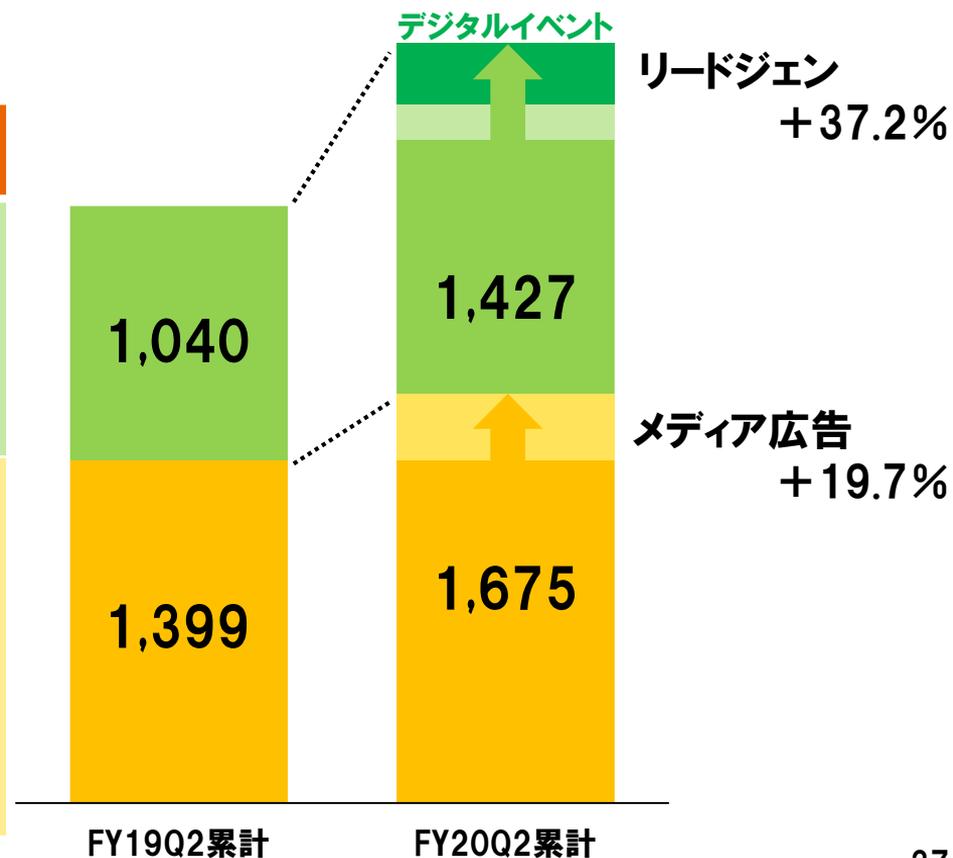
- ・メカ設計 EXPO
- ・スマートファクトリー EXPO
- ・組み込み開発&エレクトロニクス・AI EXPO
- ・Building × IT EXPO
- ・リテール&ロジスティクス サプライチェーン EXPO
- ・製造業向けICT基盤 EXPO
- ・設計・製造ソリューション EXPO
- ・スマート&コネクテッド製品 EXPO



【3-2. デジタルイベント】 新たな成長軸

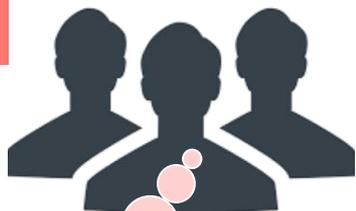
- ✓ 既存事業の成長加速に加え、デジタルイベントが新たな成長軸に

顧客市場	メディア・マーケティング市場
テクノロジー市場 活況	マーケティングの オンラインシフト加速
	オンラインメディアの 利用拡大
消費者向け運用型 広告市場 やや鈍化	



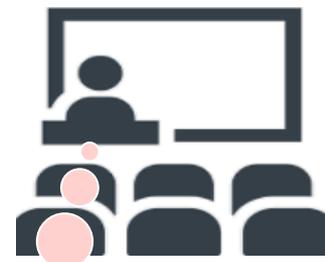
「オンラインでも参加できること」がイベントのニューノーマル

来場者



- ・オフラインかオンラインか、多くのイベントで参加方法が選択可能に
- ・オフラインはプレミアムな体験にシフト
- ・ベースはオンラインが形成

出展社



- ・オンライン: 検討段階の幅広い層
 - ・オフライン: 既に購買意向の固まった層
- 統合的なデジタルマーケティングの場に

これまでになかったデジタルイベント市場が新たに確立

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

金融、官公庁 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



ITmedia Inc.

2021年3月期 業績予想・配当予想

上期

- 新型コロナ影響は追い風に
- Virtual EXPO 過去最大

上期予想を上回って着地

(前回下期予想)

- 以下は現時点では不明瞭
 - 新型コロナ収束時期
 - 経済情勢の先行き
 - 短期的需要変動

保守的に前期同水準

通期業績予想 上方修正

下期修正予想

- 良好なトレンドは継続

上期より保守的に想定

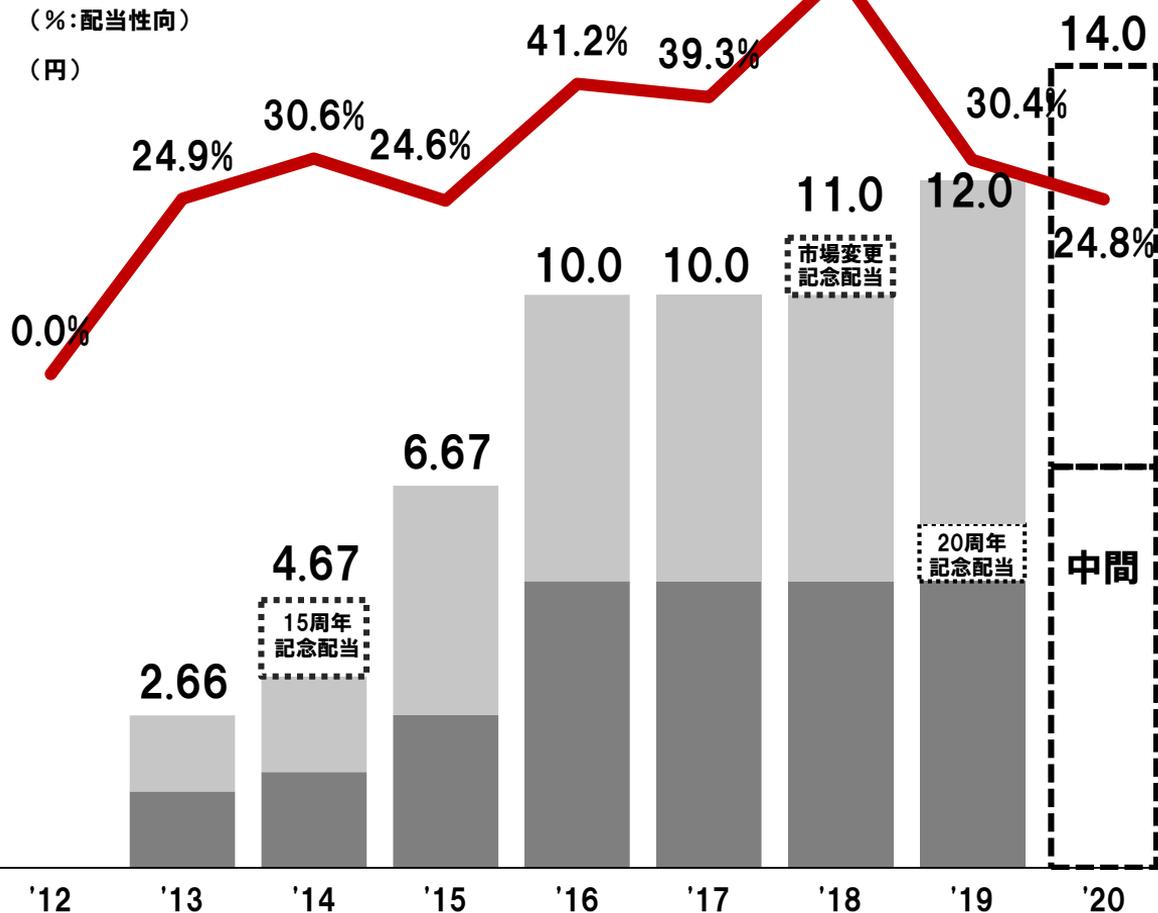
業績予想の修正

(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	6,380	1,730	1,120
前期比	(+20.9%)	(+47.6%)	(+43.5%)
前回予想	5,888	1,482	950
修正増減	(+492)	(+248)	(+170)
前期実績	5,278	1,172	780

(下期)	修正予想	3,276	860	564
	前期比	(+15.4%)	(+26.1%)	(+22.0%)
	前回予想	2,838	682	440
	修正増減	(+438)	(+178)	(+124)
	前期実績	2,838	682	462

※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



配当予想 前期比2円増配

期末配当7円

中間配当7円

※ 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。

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**

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.