

2023年3月期 第1四半期

付録資料編

2022年7月29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

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門メディア

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

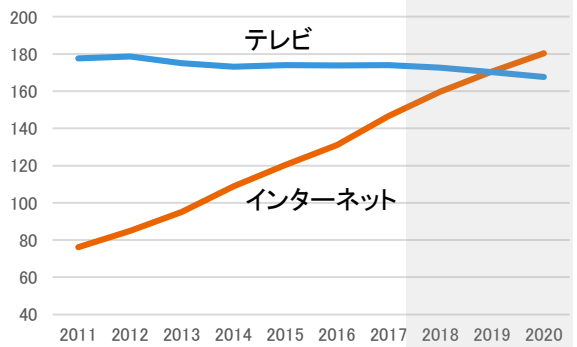
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケティング

- 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

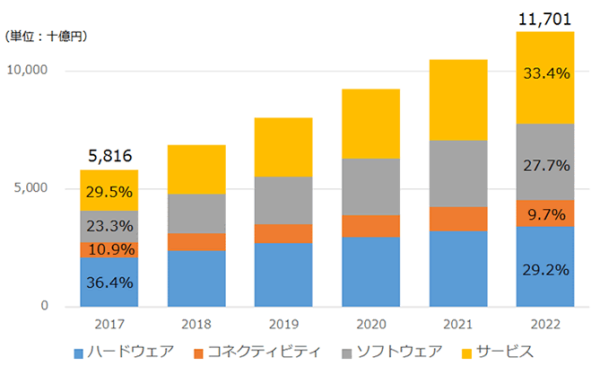
インターネット × テクノロジー × デジタルマーケティング

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)



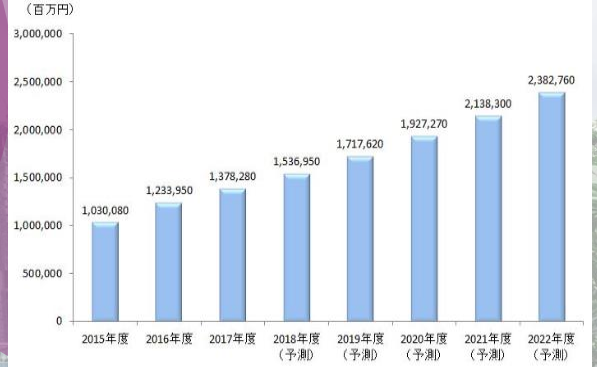
出典: Zenith: Media Consumption Forecasts 2018

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

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



データプラットフォーム

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

ターゲティングされた 専門コンテンツ

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



マーケティングのデジタル化



スマート&ソーシャル



2011年～

運用型広告収益

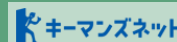


2009年～

デジタルイベント収益

2005年～

リードジェン収益



1999年～

広告収益



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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・広告枠販売 ・タイアップ企画 	<ul style="list-style-type: none"> ・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】 <ul style="list-style-type: none"> ・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	

会社概要

* 2022年3月31日現在

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

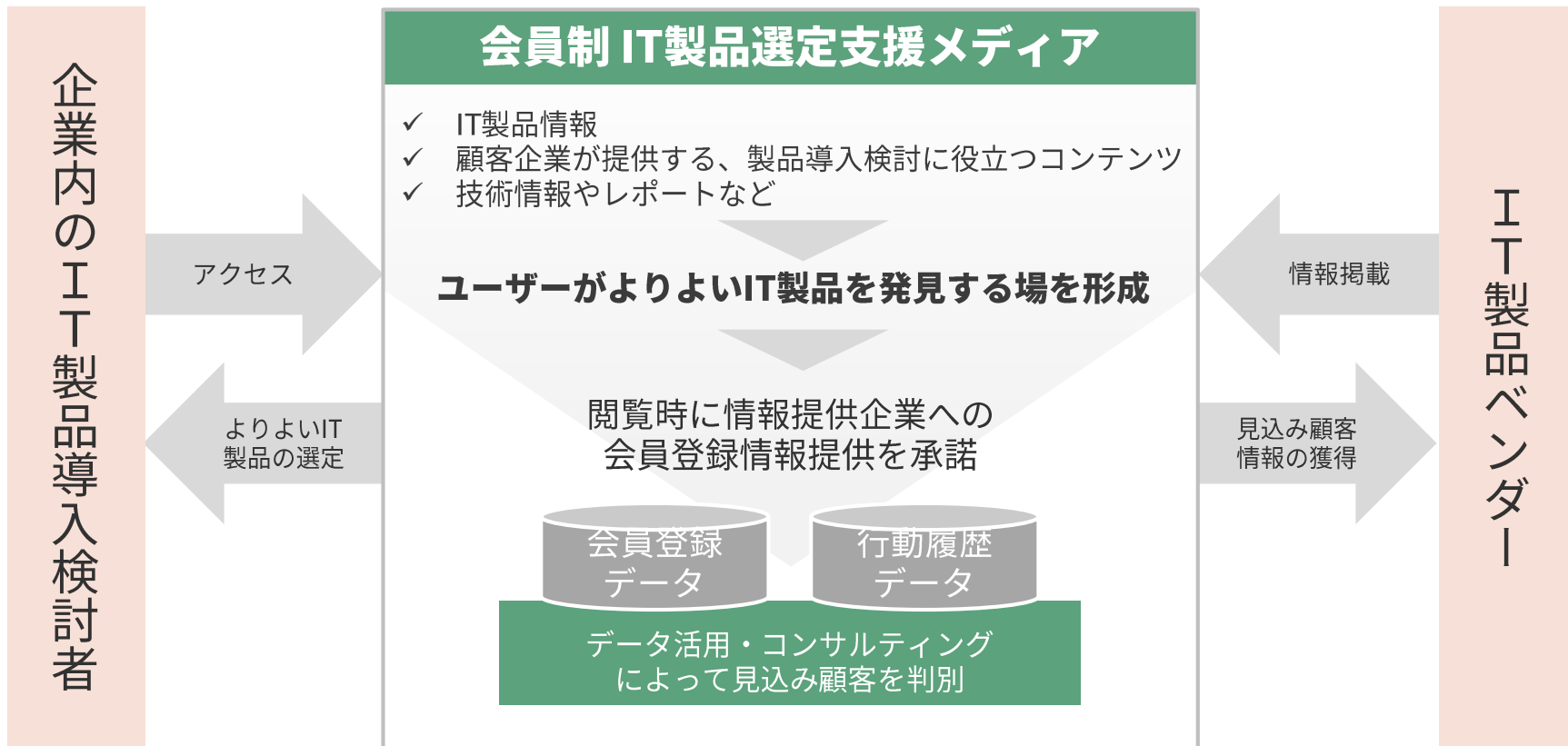
受注

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
	最大の競合を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
2009
2012
2015
2016
2018
2021



米国の先進的なノウハウを活用



「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



デジタルマーケティング領域に拡大



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



産業テクノロジー領域に拡大



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



M&Aによりクラウド・SaaS領域強化

TechTargetジャパン

[ストレージの電力消費問題【後編】容量増加のSSDと安いHDD、低電力のテープ——これからのストレージの選択肢](#)

消費電力量の抑制はこれから企業が重視すべき取り組みの一つだ。SSDやHDD、テープといった各種ストレージについて消費電力を軸にして検討する場合、企業は何を知っておくべきなのか。

ITmedia マーケティング

[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

[Azure ADの基礎を解説 オンプレとの違いやライセンス選定のポイントとは](#)

クラウドシフトに伴い、オンプレミスで用いられる「Active Directory」の機能をクラウドでも使いたいという要望は多い。Microsoftがクラウドサービスとして提供する「Azure Active Directory」はActive Directoryの代替サービスになるのか、はたまた別物のサービスなのか。Microsoftサービスの開発と導入の専門家が、前編と後編にわたって解説する。

TechFactory

[大原雄介のエレ・組み込みプレイバック ウルトラ高性能な「Apple M1 Ultra」の謎](#)

エレクトロニクス／組み込み業界の動向をウォッチする連載。今回は、2022年3月8日に開催されたAppleのイベントで発表された「Apple M1 Ultra」にフォーカスする。

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

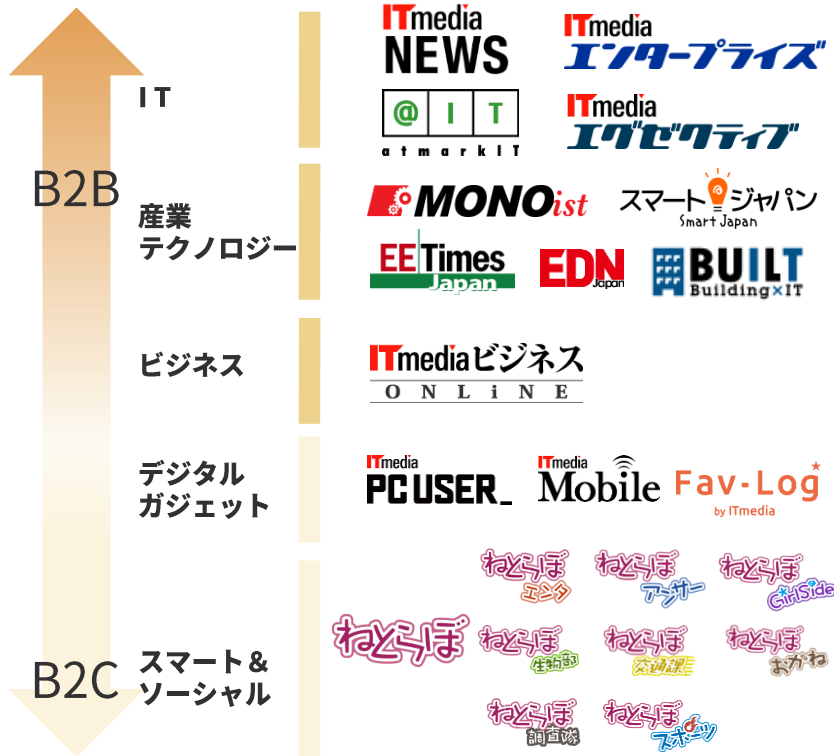
■ デジタルなフィジカルイベント

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



EE Times Japan

[電子機器設計／組み込み開発メルマガ 編集後記 ロシアのウクライナ侵攻が半導体市場に与える影響は](#)

ITmedia エンタープライズ

[Web3とは何か？ 5分で分かる「NFT」「DeFi」「DAO」](#)

ITmedia NEWS

[自社のDB破壊しCEOに身代金要求、freeeが本当にやったクラウド障害訓練の舞台裏 「従業員はトラウマに」](#)

ITmedia Mobile

[スマホ決済のお得な活用術 事前チャージ不要の「PayPayあと払い」と「PayPayカード」はどちらがお得？](#)

ねとらぼ

[人気動画ジャンル「ゆっくり茶番劇」を第三者が商標登録し年10万円のライセンス契約を求める ZUNさん「法律に詳しい方に確認します」](#)

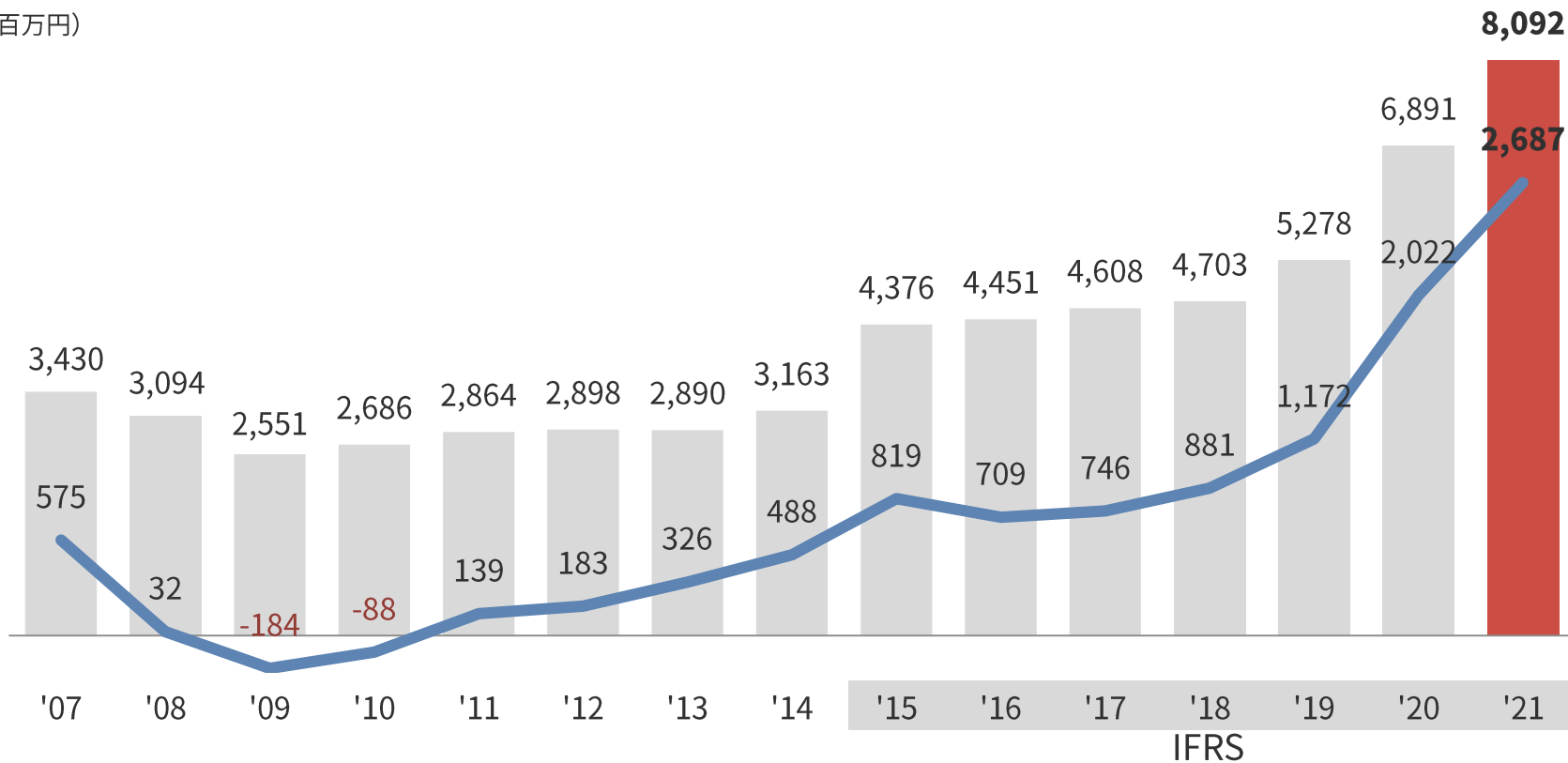
ねとらぼGirlSide

[東京ディズニーランドで定番アイテム「カチューシャ」が1つも売られていない？ SNSで話題のグッズ情報、運営会社に聞いた](#)

業績・KPI

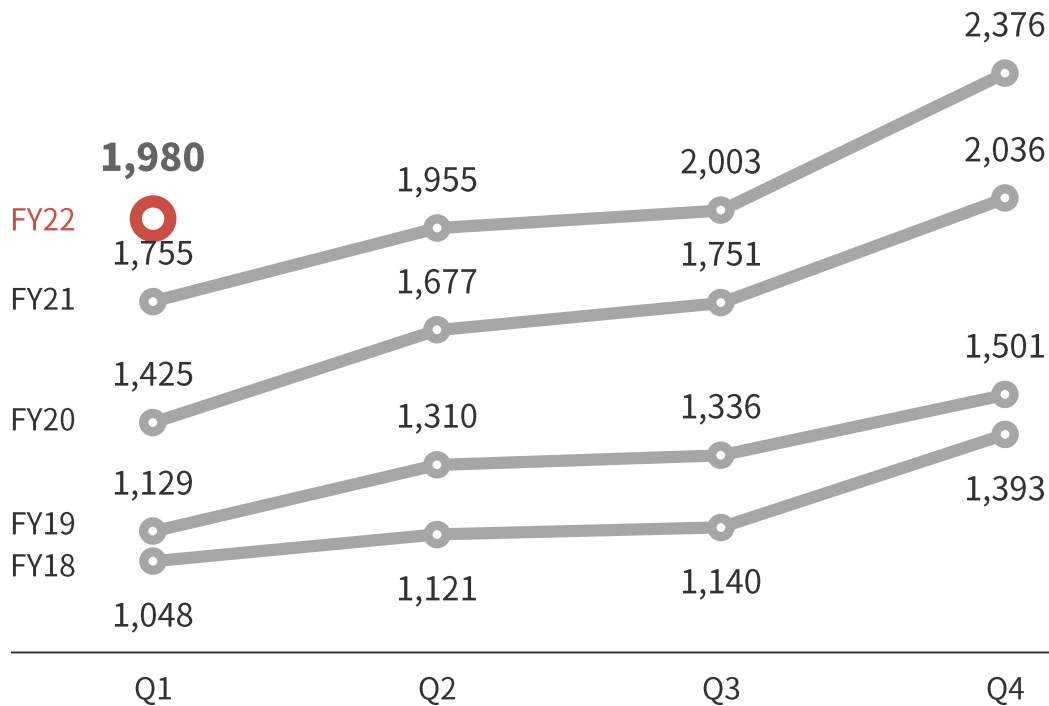
売上収益・営業利益の推移

(百万円)



売上収益 四半期推移

(百万円)



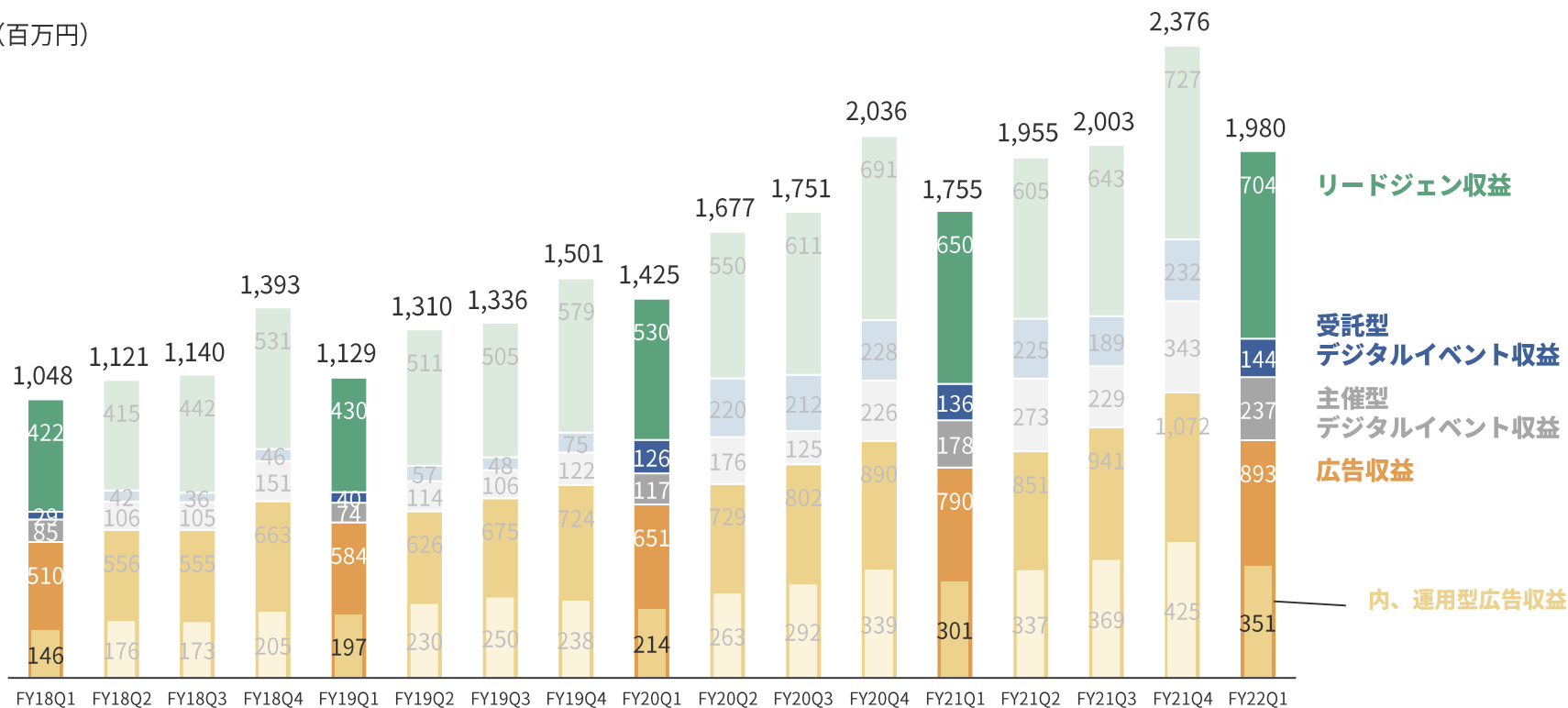
当社決算をご理解いただくために

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			
2020	897	1,184	1,423	1,669
2021	1,019	1,361	1,609	1,869
2022	1,154			
リードジェン事業				
2020	748	964	1,127	1,320
2021	838	1,130	1,303	1,513
2022	890			
メディア広告事業				
2020	273	470	630	792
2021	355	583	752	929
2022	407			

◆会員数

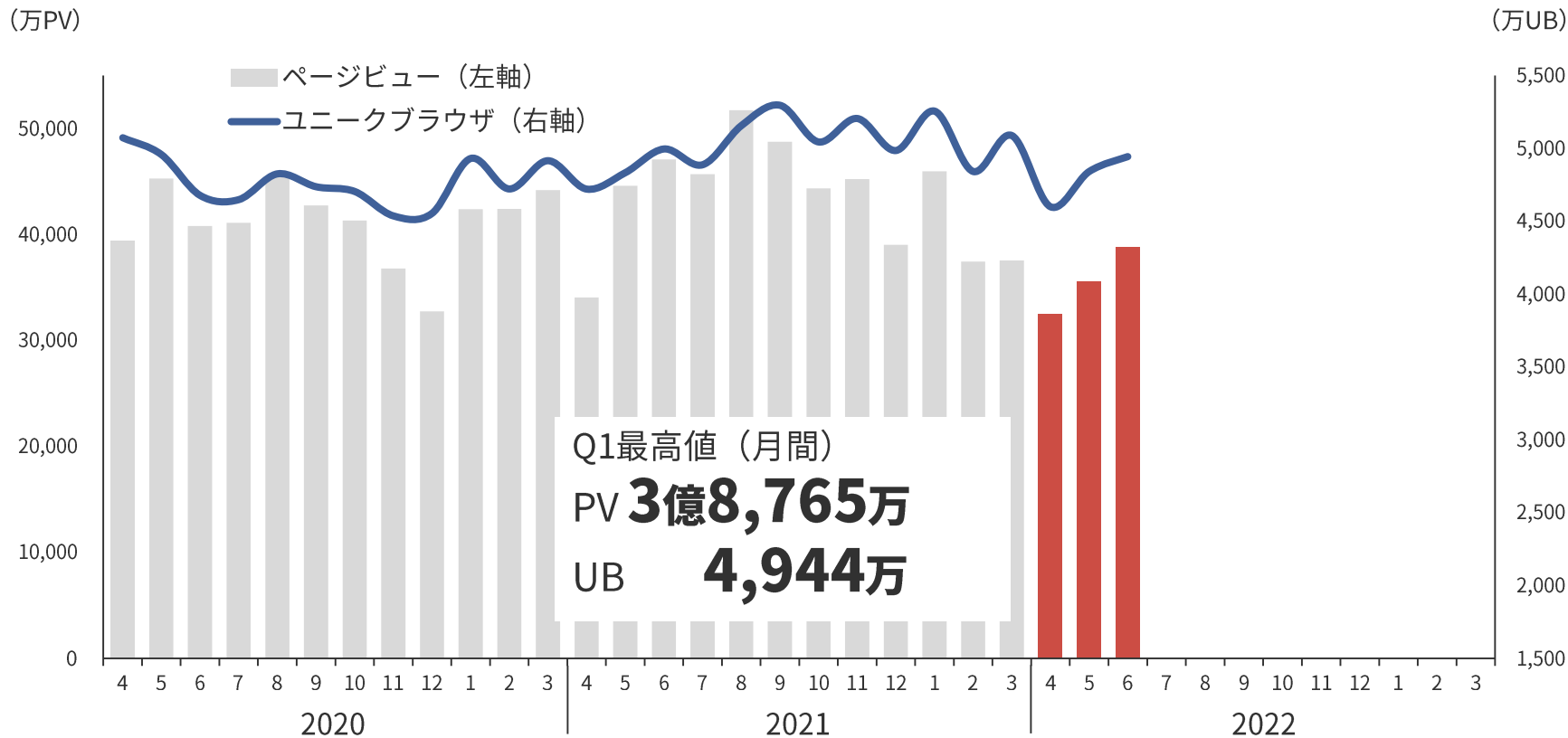
(万人)	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2020	96	97	99	101
2021	100*	105	108	110
2022	113			

* 低品質データのクレンジング実施

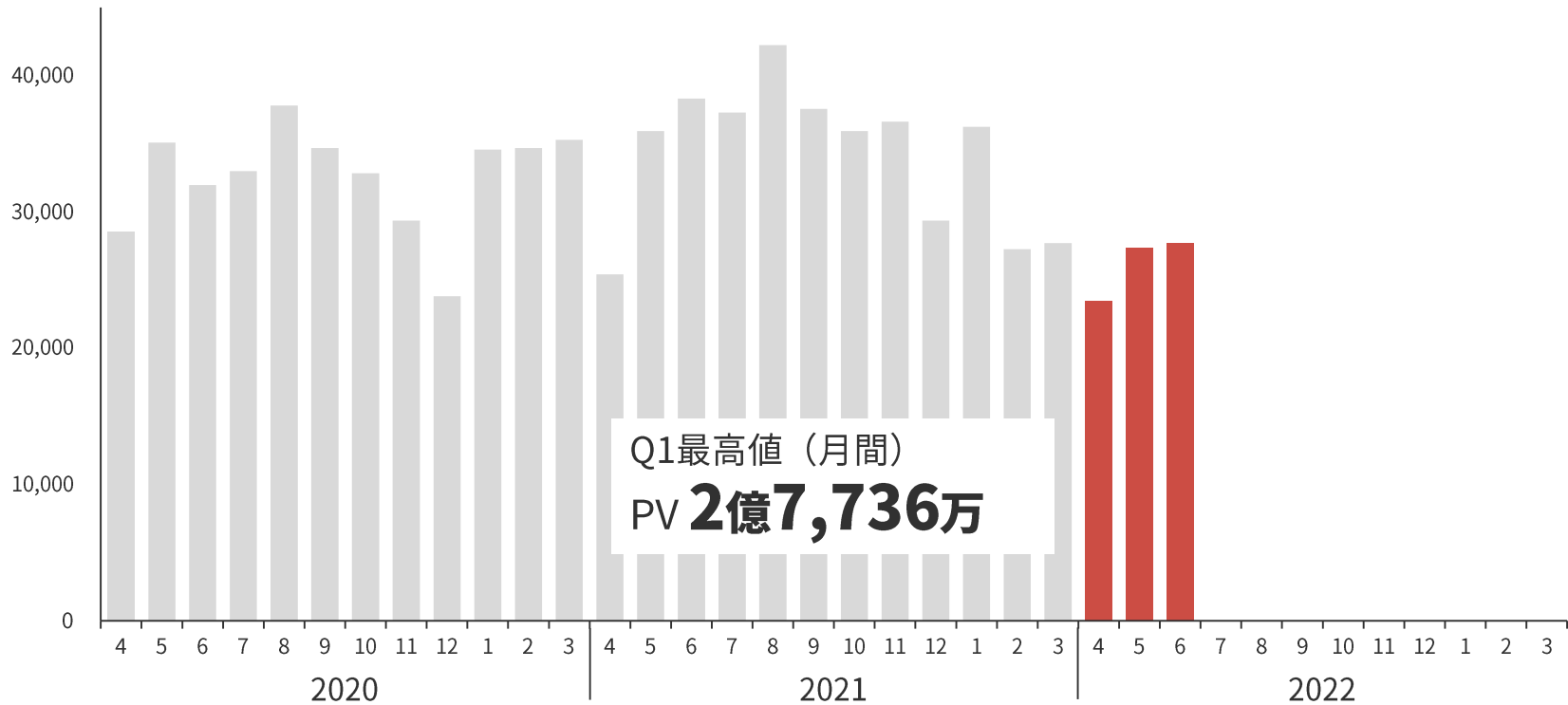
運営メディアの規模

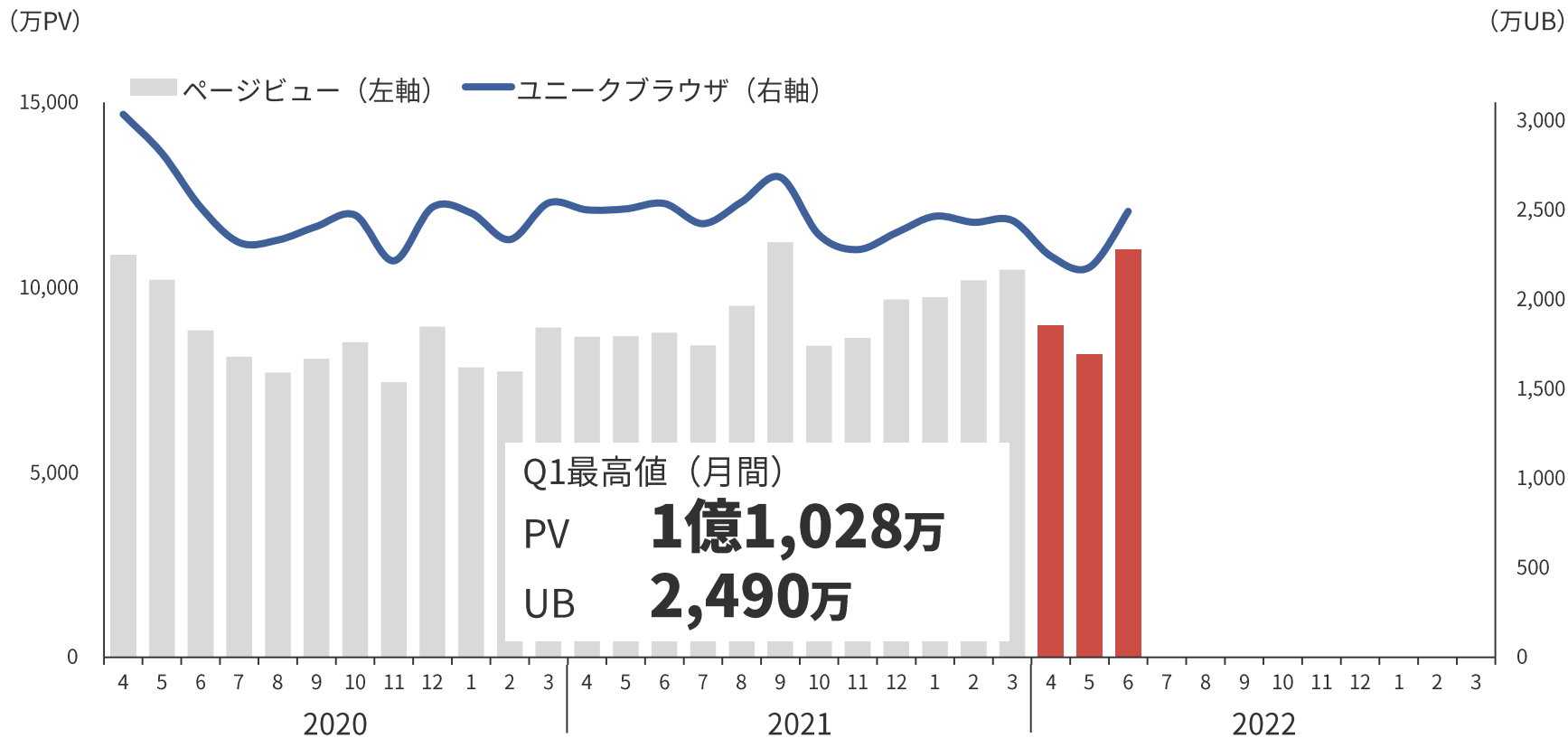
メディア広告

※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「2022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。