

2022年3月期 第3四半期

# 付録資料編

2022年1月31日



**ITmedia Inc.**

**アイティメディア株式会社**

証券コード：2148 東証第一部

# 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

## 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

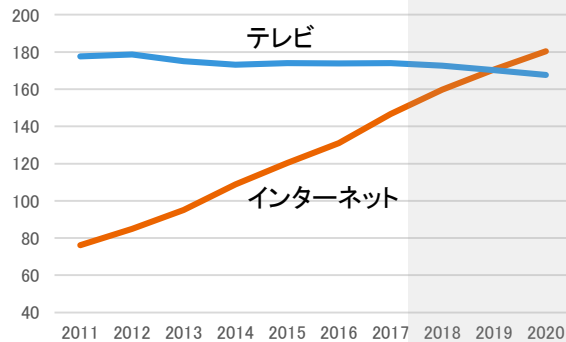
### インターネット × テクノロジー × デジタルマーケ

- 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

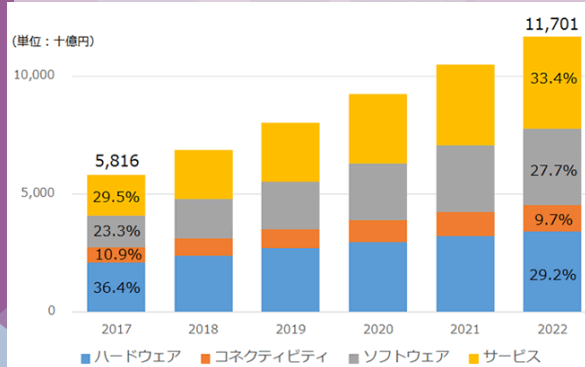
### インターネット × テクノロジー × デジタルマーケティング

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)



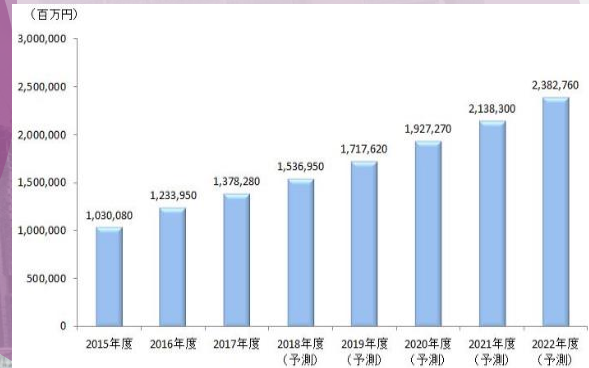
出典: Zenith: Media Consumption Forecasts 2018

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)、  
グイテムウェア(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

## 会社概要

\* 2021年3月31日現在

設立年月日	1999年12月
資本金	17億円
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	260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	<a href="https://corp.itmedia.co.jp/">https://corp.itmedia.co.jp/</a>

◆メディア規模

専門メディア数  
**30**メディア

記事本数  
**4,000**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  
**100万**人

顧客数  
**1,600**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

**108万**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

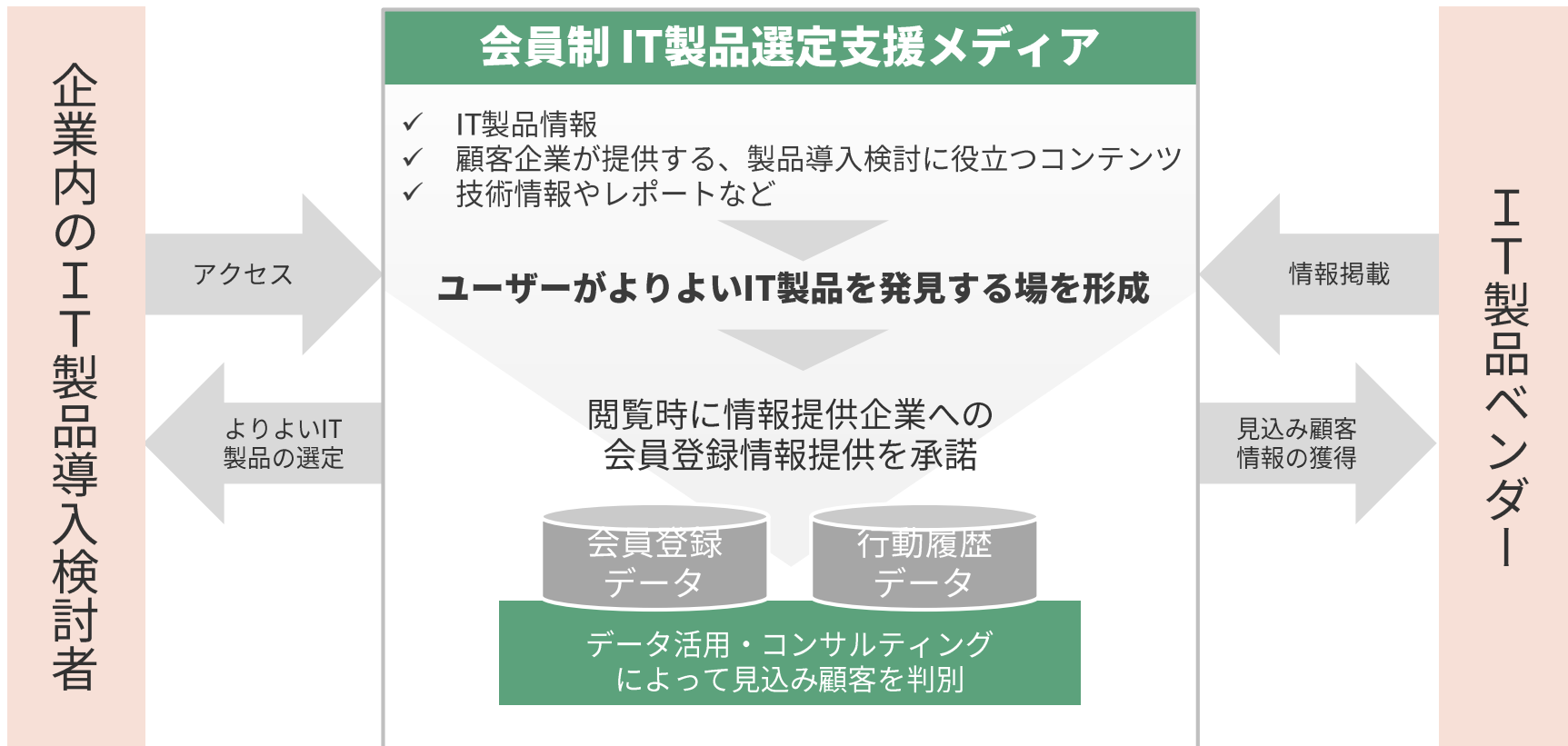
受注

## 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



米国の先進的なノウハウを活用

2009



「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

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



システム開発会社向けの  
サービス開始

2016



産業テクノロジー領域に拡大

2018



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

2021



M&Aによりクラウド・SaaS領域強化



## TechTargetジャパン

2021年10月30日公開

[クラウドニュースフラッシュ](#)

[NTTドコモが実践、「Amazon EC2」の料金を“半額”にする方法](#)

NTTドコモがAWSの利用料金を削減するために実施した取り組みや、福井銀行の顧客情報管理システムのクラウドサービスへの移行事例など、クラウドに関する主要ニュースを紹介する。

## TechFactory

2021年12月10日公開

[大原雄介のエレ・組み込みプレイバック](#)

[「FPGAの闇落ち」とルネサスのFPGA参入に思うこと](#)

エレクトロニクス／組み込み業界の動向をウオッチする連載。今回は、2021年11月の動向から、RISC-V Days Tokyo 2021 Autumnで慶応大学の天野英晴教授が語った「FPGAの闇落ち」と、昨今のFPGA事情についてお届けする。

## ITmedia マーケティング

2021年10月25日公開

[勘違いだらけのWebマーケティング【第1回】](#)

[コンテンツSEOでやらかしてしまいがちな3つの勘違い](#)

ITmedia マーケティングで2021年3月に連載して多くの反響をいただいた「勘違いだらけのEC参入」。好評に応え、今回は裾野を広げて「Webマーケティング施策」におけるありがちな勘違いを紹介する。第1回は、コンテンツSEO編。

## キーマンズネット

2021年12月7日公開

[テレワーク監視ツールが見つけた「1日5時間サボリーマン」の実態](#)

在宅勤務の従業員を抱える企業の過半数が、監視ソフトウェアを利用している。それらの企業の大多数が、業務と無関係なネット閲覧の発見や生産性の向上を果たしていた。

## 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

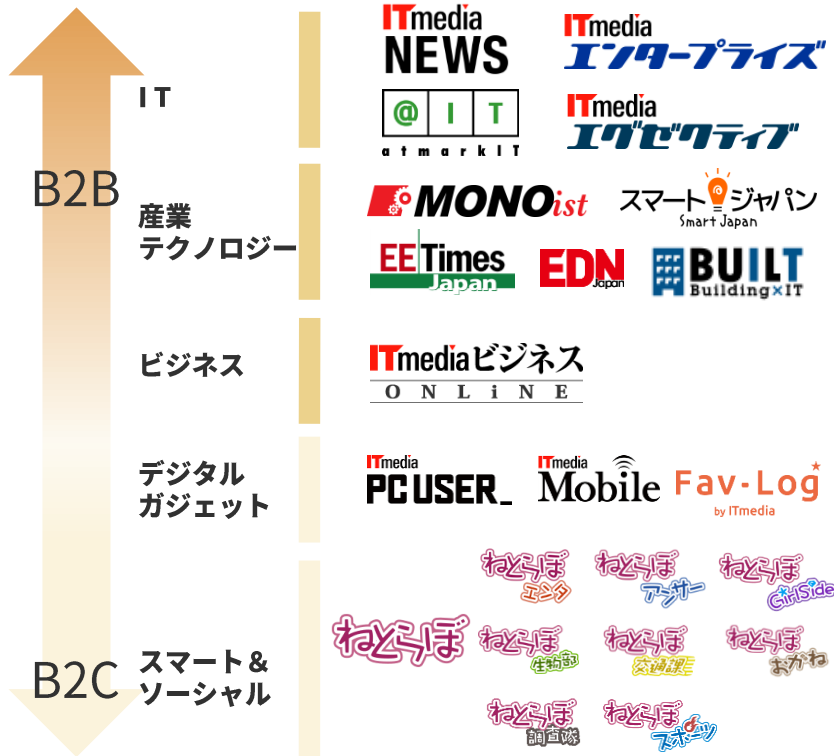
良質な記事からなる  
付加価値の高い  
専門メディア運営



情報感度が高く、  
購買意欲高い読者  
が集合

ターゲティング  
された読者との接点  
を顧客に提供

## ◆メディアのラインアップ



## EE Times Japan×EDN Japan

統合電子版

[Beyond 5G～鍵は「テラヘルツ技術」－9月号](#)  
[加速する半導体投資～各国／企業の動向をまとめる－10月号](#)  
[TSMCが語る「N3」ノードの詳細－11月号](#)

## ITmedia エンタープライズ

2021年9月15日公開

[CIO Dive](#)

[経営者はITエンジニアの「あのクラウドは使いたくない」の  
声に耳を傾けるべきなのか](#)

## ITmedia NEWS

2021年11月12日公開

[「ガバメントクラウド」に国産IaaSが不在だったワケ  
さくら田中社長に聞く日本ベンダーの課題](#)

## ITmedia Mobile

2021年11月24日公開

[Xperiaが国内Androidシェア1位に躍進した理由  
「ミッドレンジが好調」だけにあらず](#)

## ねとらぼ

2021年11月11日公開

[“存在しないはずの謎コイン”最終章](#)

[「奇跡体験！アンビリバボー」との青森・むつ小川原取材で  
浮かび上がってきた新説とは（前編）](#)

## ねとらぼGirlSide

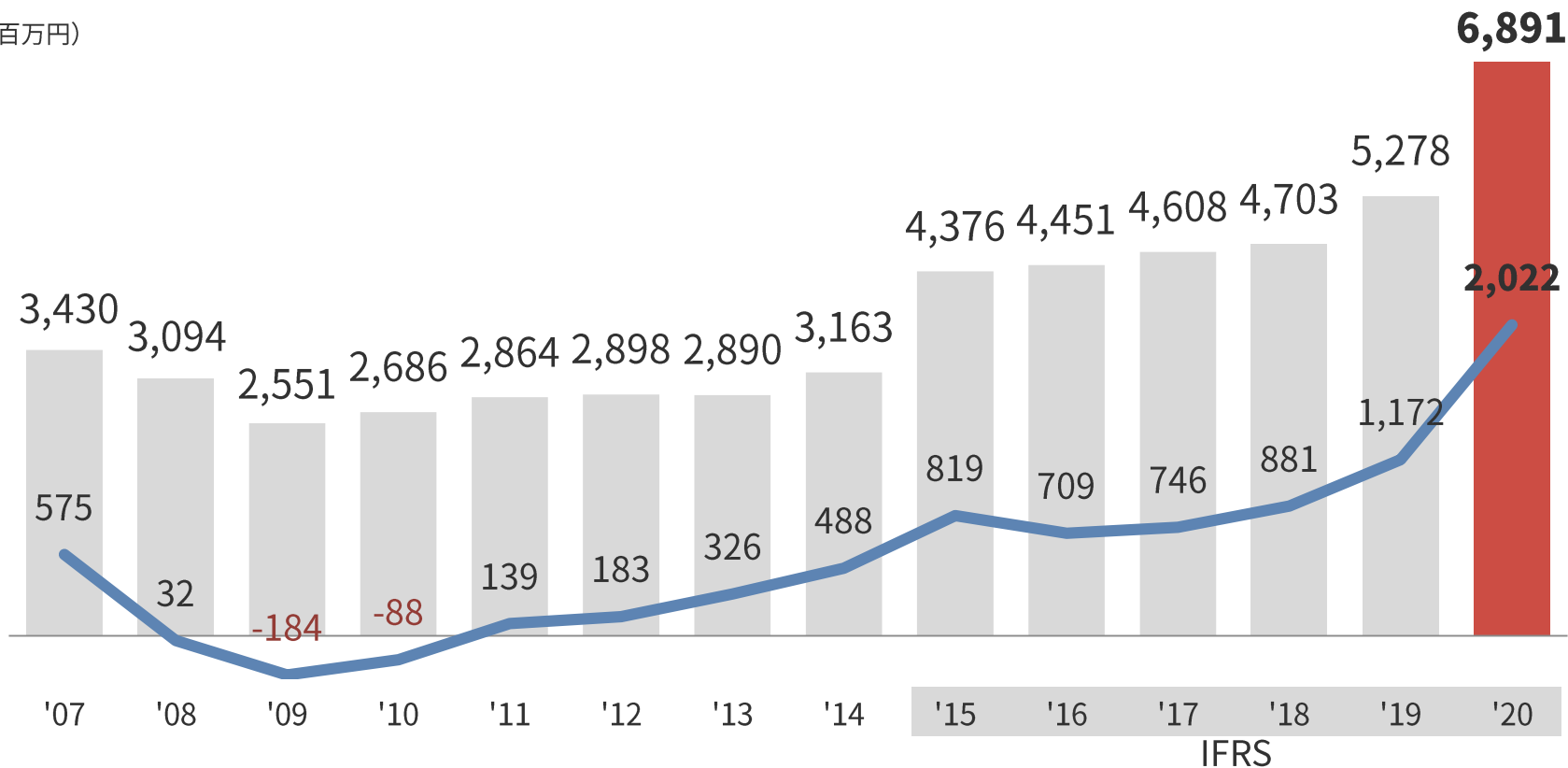
2021年10月14日公開

[古い価値観は「めちゃくちゃスベらせる」しかない  
セクハラ被害とジェンダーを描く漫画『女の体をゆるす  
まで』作者×「ゴッドタン」佐久間宣行P対談](#)

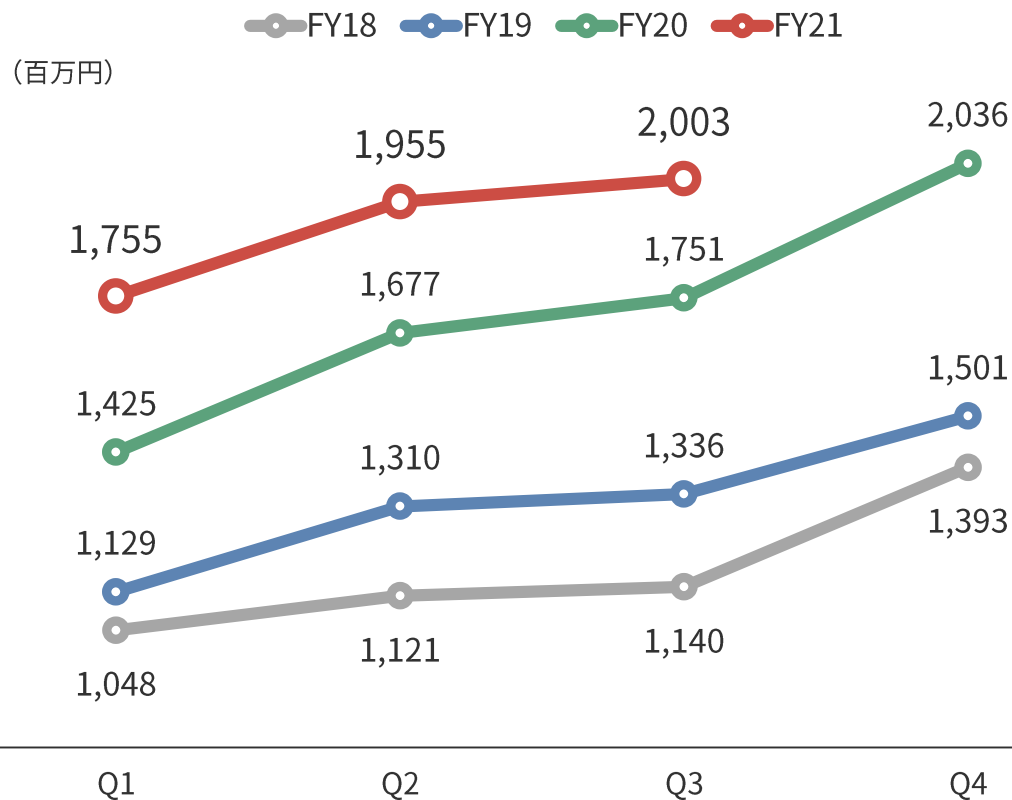
# 業績・KPI

# 売上収益・営業利益の推移

(百万円)



## 売上収益 四半期推移



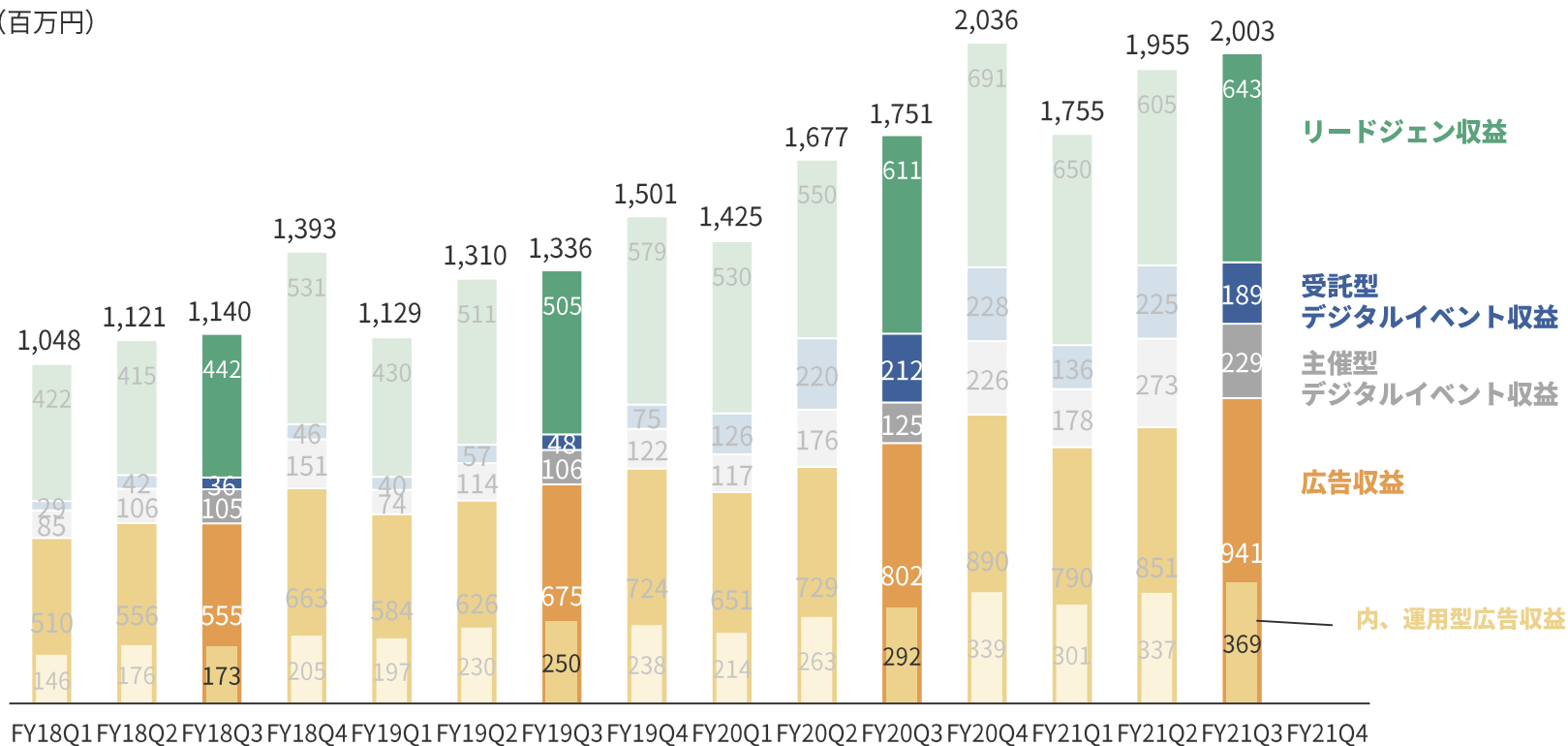
### 当社決算をご理解いただくために

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			
2019	800	1,077	1,286	1,462
2020	897	1,184	1,423	1,669
2021	1,019	1,361	1,609	
リードジェン事業				
2019	613	809	954	1,093
2020	748	964	1,127	1,320
2021	838	1,130	1,303	
メディア広告事業				
2019	273	433	599	765
2020	273	470	630	792
2021	355	583	752	

## ◆会員数

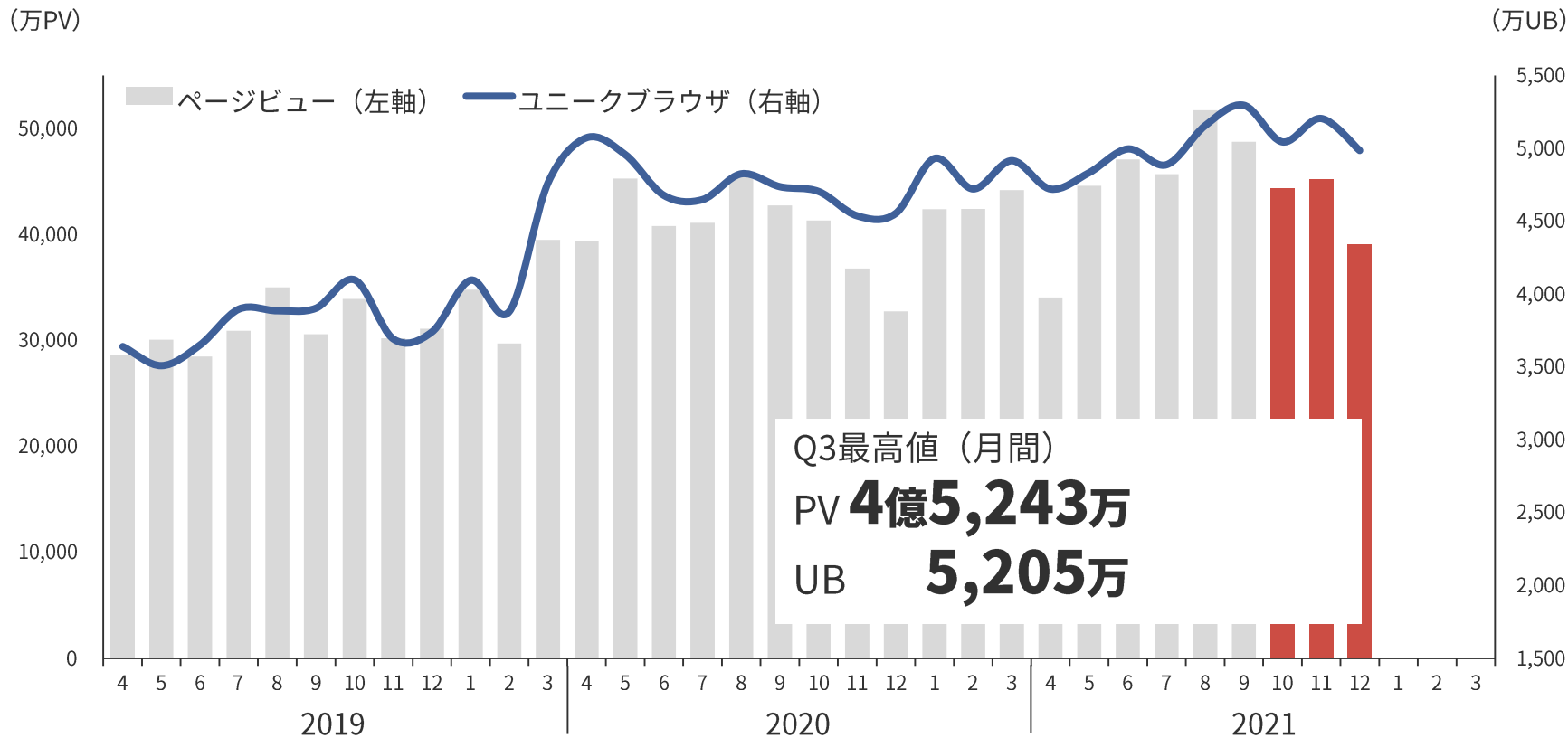
(万人)	Q1	Q2	Q3	Q4
リードジェン事業				
2019	80	87	91	93
2020	96	97	99	101
2021	100*	105	108	

\* 低品質データのクレンジング実施

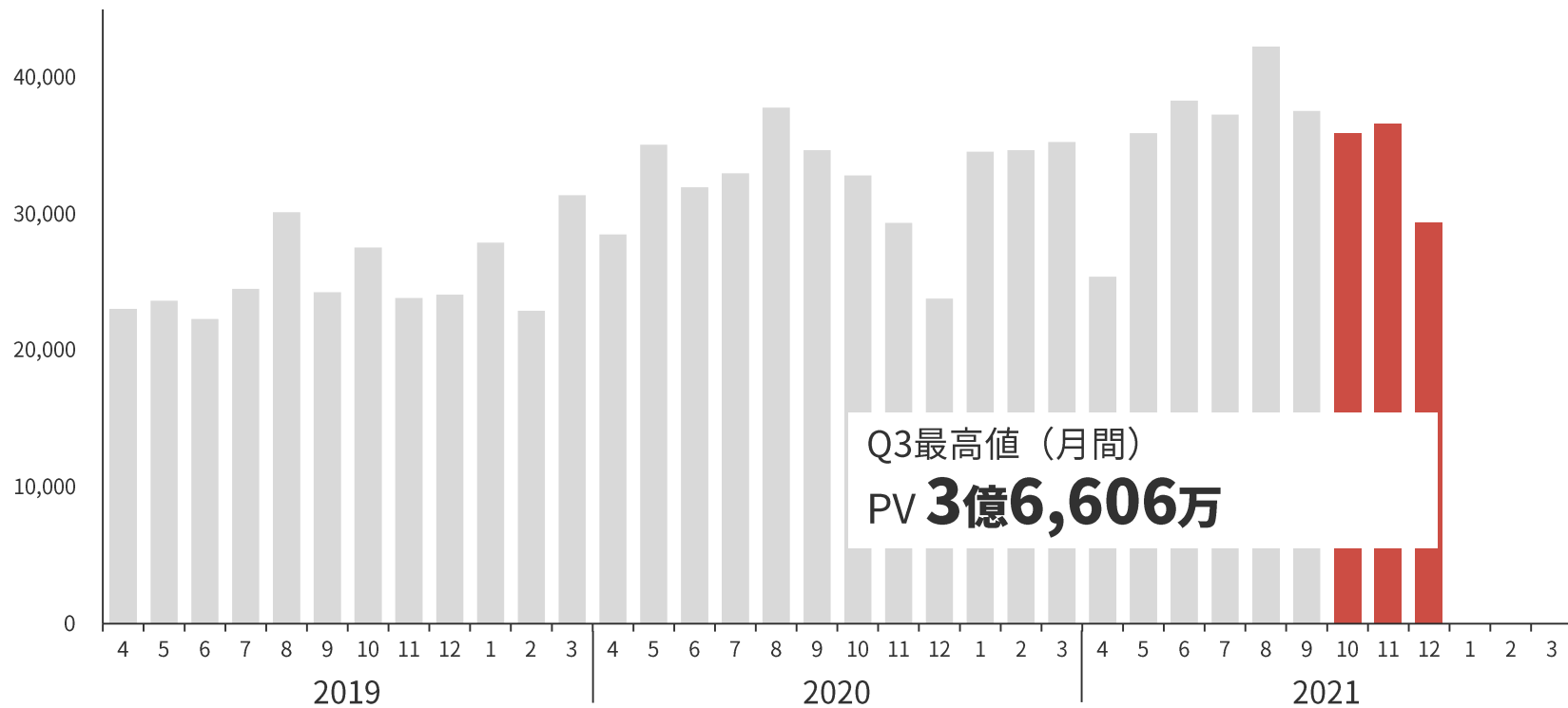
# 運営メディアの規模

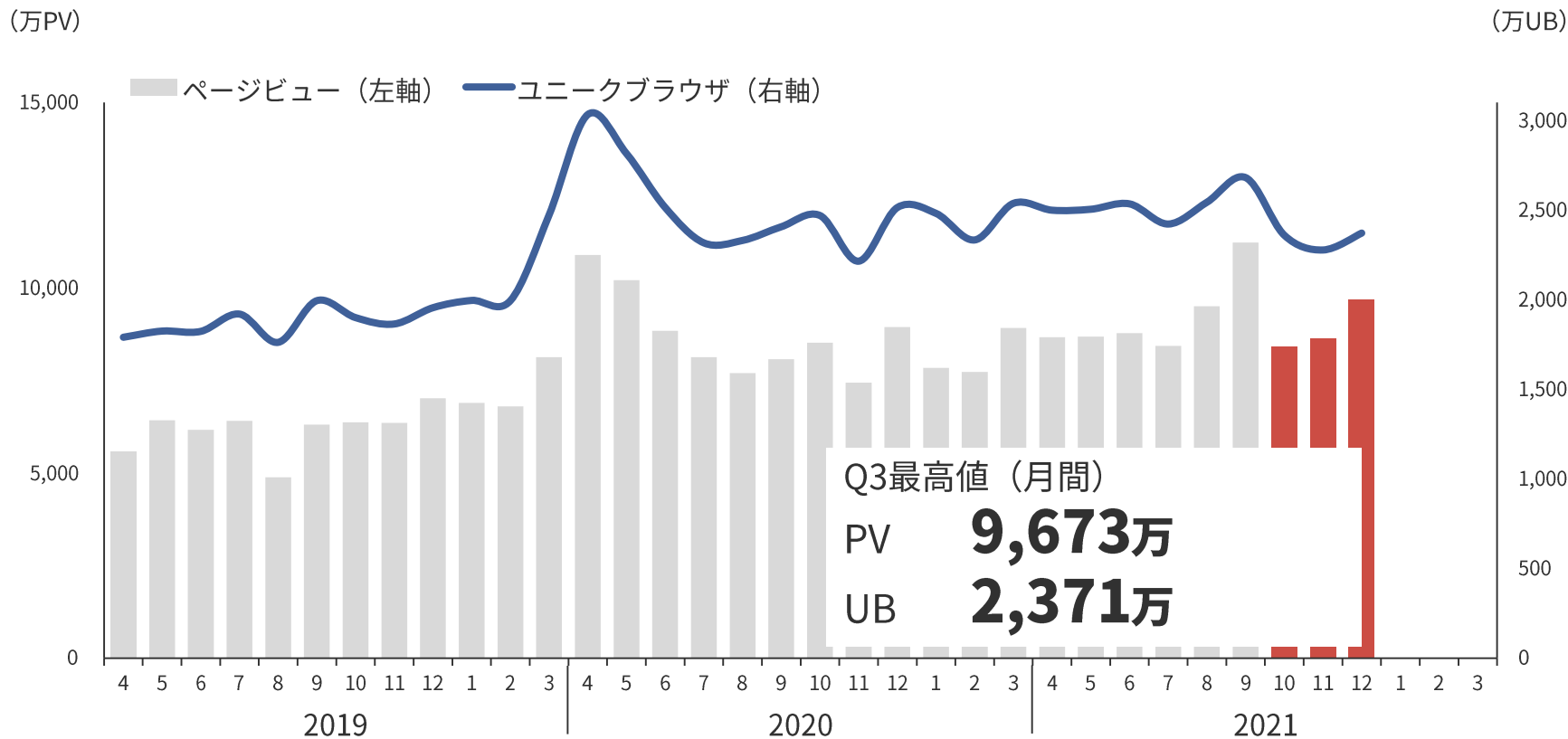
## メディア広告

※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「2021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。